

# HET DNA VAN KNOKKE-HEIST

12 oktober 2010

luc de groote directeur marketing



## KNOKKE-HEIST IN CIJFERS

- 4 delen:Knokke,Heist,Westkapelle, Ramskapelle
- 5 stranden:  
Heist,Duinbergen,Albertstrand,Knokke, Zoute
- Strand 10 km en Zeedijk 9 km: ononderbroken
- 34.000 inwoners en 19.000 2<sup>e</sup> verblijfadressen.
- 3,2 miljoen dagtrips in 2009
- + 1700 shops, + 50 kunstgaleries
- + 200 restaurants, 4 met Michelin\*
- 70% inwoners leeft (in-)direct van toerisme



# Tevredenheid – Samenvattend

*Drivers van tevredenheid*

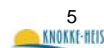


	Bezoekers	Tweede verblijf	Permanente bewoners	Jongeren
①	De sfeer	Het aanbod aan faciliteiten	De sfeer	De sfeer
②	Het aanbod aan activiteiten	De sfeer	Het aanbod aan faciliteiten	Het aanbod aan faciliteiten
③	Het aanbod aan faciliteiten	Het aanbod aan activiteiten	Uitgaans-mogelijkheden	Het aanbod aan activiteiten

## MARKETING KNOKKE- HEIST 2010-2025

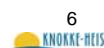
## 1. HET MERK KNOKKE-HEIST

- **Het merk Knokke-Heist en haar aanbod zijn zeer duidelijk:** het is een badplaats met in de eerste plaats een zeer specifieke, ontspannen, rustige sfeer en verder aantrekkelijk voor ouderen, veilig, mooi, met aandacht voor kunst en cultuur.
- **Tevredenheid en aanbevelingsgraad zeer hoog.** Product Knokke-Heist goed afgestemd op doelpubliek.
- **Minder krachtige score voor het aangenaam vinden van de gemeente en belangrijk voor aantrekkingskracht:** aantrekkelijk voor de jeugd en (uitspelen van) aandacht voor architectuur.
- **90% bezoekers uit Vlaanderen**, vooral Antwerpen. Grens van 90 minuten.
- **85% buitenlandse bezoekers uit buurlanden.** Vooral Nederland. Afstand is belangrijk. Ook aantrekkelijk voor bewoners van hoofdsteden.



## 2. Marketingdoelstellingen

- **Versterken** van het merk/imago van Knokke-Heist
- **Uitbouwen** van Knokke-Heist als
- **Opbouwen** van een kwalitatief aanbod, gespreid over het hele jaar.
- **Toenemen** van de omzet gegenereerd door de gebruikers van het aanbod.
- **Stimuleren** van investeerders om kwaliteitsvolle infrastructuren uit te bouwen.
- **Verhogen** van de efficiëntie en de kostenbeheersing door schaalvergroting.



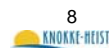
### 3. Marketingstrategie

- Activeren van bestaande klanten:
- Aantrekken meer klanten:



### 3. Marketingstrategie

- Behouden van het DNA van Knokke-Heist



### 3. Marketingstrategie

➤ **Uitbouwen infrastructuur:**

- Tussen 2011 en 2016 moet de realisatie van nieuwe, o.a. grotere, kwalitatieve hotels, Casino, Duinenwater... een feit zijn.
- We moeten grote seminarie- en congresfaciliteiten voorzien, om een MICE publiek aan te trekken die potentieel nieuwe of extra bezoekers/2de verblijvers/bewoners worden. Tevens Europees aantrekkelijk worden voor MICE.
- We moeten beantwoorden aan de nood aan overdekte ruimtes vlakbij/op de zeedijk voor tentoonstellingen en andere kwalitatieve all weather activiteiten.
- We moeten extra aandacht hebben voor architectuur, kunst...
- We moeten o.a. voor de jeugd het aantal uitgaansgelegenheden, zonder burenoverlast, verhogen.
- Een adequaat parkeerbeleid en veilig fietsverkeer vragen onze blijvende aandacht.

### 3. Marketingstrategie

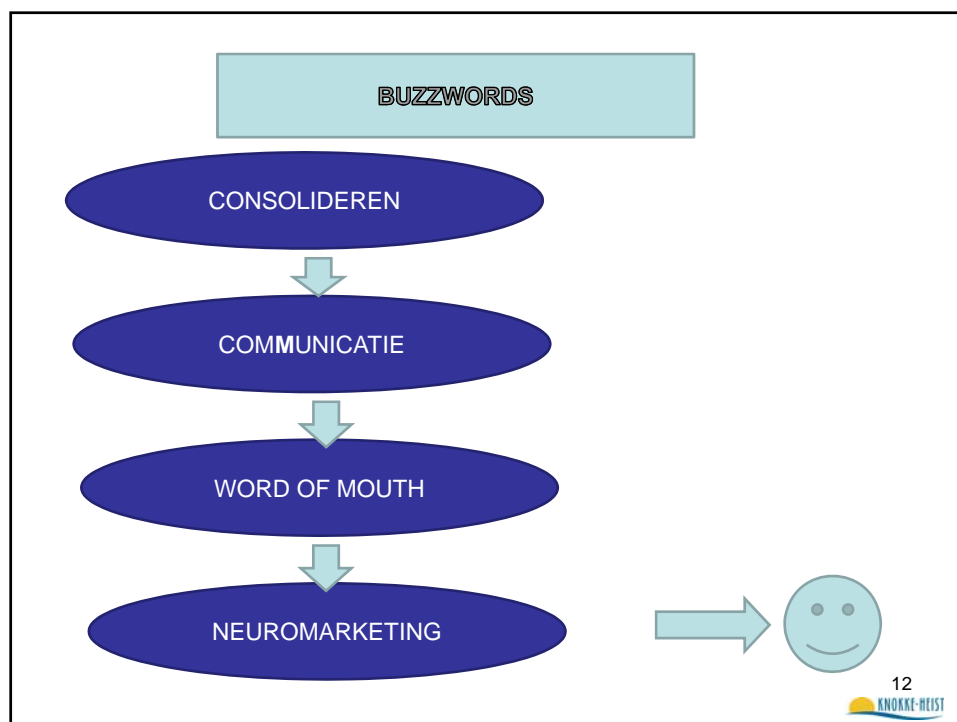
➤ **TEAM: samen sterker**

- **Eén groep, één doel**
- **Samenwerken met privé**
- **Organisatie**

EN?

DNA VAN KNOKKE-HEIST  
NIET VERANDEREN...?

Dus.....





**PLAY IT ON A HIGHER LEVEL**

**BMW**

**KNOKKE-HEIST**  
voor het casino en face du casino

Internationale mannen- en vrouwencompetitie  
Compétition internationale hommes et femmes  
Demonstraties Démonstrations | Beach lounge | Kids Village

**2-3-4/07/2010**

**BMW BEACH HOCKEY**  
EURCUP 2010

Gentleman | Liefmans | KNOKKE-HEIST | Nivea | Scope | Sip-Well

**15**  
KNOKKE-HEIST

**TOPRESTAURANTS**  
**LES MEILLEURES TABLES**


- IN DE ZWINREGIO / DE LA REGION DU ZWIN -

Guide Michelin 2010 • 13 • GaultMillau 2010

**VITTIPS AU SIMPLE PLAISIR**

**16**  
KNOKKE-HEIST

**VROOMM-ROUTE**



90 KM  
UITGESTREKT  
RIJPLEZER DOOR:  
KNOKKE-HEIST  
SILUS  
SINT-LAUBINS  
MALDEN  
DAMME

17  
KNOKKE-HEIST

# North Sea Real Estate

## The Knokke-Heist Experience



EEN INITIATIEF VAN / UNE INITIATIVE DE

MET DE STEUN VAN / AVEC L'APPUI DE

SPONSORS



**ZOUTE  
GRAND PRIX**  
14-15-16 OCTOBER 2010

**3-DAYS REGULARITY RALLY AND TOUR**  
CARS BUILT BETWEEN 1920 – 1965

Thursday 14 October 2010  
Technical conference and signing on Aalstplein, Knokke-Zoute (8-11 pm)

Friday 15 October 2010  
Knokke - Pottersdorp - Westrode - Knokke

Saturday 16 October 2010  
Knokke - Zanddun - Lapeereke - Knokke

[www.zouteautomobileclub.be](http://www.zouteautomobileclub.be)

**Sponsors:** Ruimart, Pils Beer, River Wood, BREATH, JAGUAR, Mercedes-Benz, Audi, BENTLEY, RAYBACH, ALFA ROMEO, PORSCHE

19  
KNOCKE-HEIST