

An aerial photograph of Amsterdam, showing the city's characteristic canal network, dense urban development, and surrounding green fields. The image is split into two horizontal sections. The top section shows a wide view of the city and its surroundings, while the bottom section is a more detailed, closer view of the city's streets and canals.

amsterdam marketing

Nieuwe aanpak integrale citymarketing

Metropool Amsterdam

I amsterdam®

Amsterdam Marketing

Amsterdam Marketing, een publiek-private not for profit stichting, is de citymarketingorganisatie voor de Metropool Amsterdam. We zijn dé gids voor bewoners, bedrijven, startups, talent, congressen en (inter)nationale bezoekers. Door integrale citymarketing dragen we bij aan een leefbare en welvarende stad en een metropool waar mensen naar tevredenheid wonen, werken en recreëren. Dit doen we onder meer door de stad en de regio in de volle breedte te profileren bij bewoners, bedrijven en bezoekers.

Wij stimuleren Amsterdammers hun stad steeds opnieuw te ontdekken, we verleiden startups en bedrijven zich hier te vestigen, trekken hoogwaardige congressen aan, verspreiden (inter)nationale bezoekers over de buurten en de metropool en we leveren een bijdrage aan het verminderen van de overlast door drukte. We verbinden bestaande initiatieven, organisaties en mensen met elkaar, versterken deze initiatieven door middel van onze marketingkracht online, offline en fysiek.

De kracht van netwerken bij integrale citymarketing

Amsterdam Marketing werkt samen met meer dan 1.100 partners uit Metropool Amsterdam waarmee we integrale citymarketingactiviteiten ondernemen. Hierdoor:

- houden we regie op een metropool breed hoogwaardig netwerk van culturele instellingen, bedrijven, overheden, en hoger onderwijsinstellingen;
- houden we regie op een gezamenlijke en integrale visie en strategie voor de verschillende doelgroepen in de metropool;
- houden we regie op de samenwerking tussen en met partners om de stad leefbaar, aantrekkelijk en welvarend te houden.



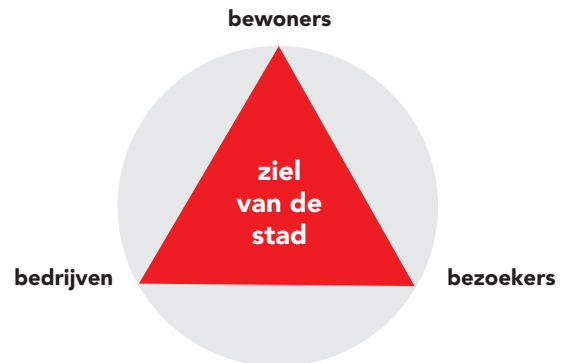


Onze missie

We dragen bij aan de leefbaarheid, aantrekkelijkheid en welvarendheid van Metropool Amsterdam, door het verleiden en gidsen van bewoners, bedrijven en bezoekers door placebranding, citymarketing en netwerkactiviteiten.

Onze doelgroepen

Wij richten onze activiteiten op drie doelgroepen, bewoners, bedrijven en bezoekers. Samen vormen zij de ziel van de stad. De citymarketing activiteiten worden evenredig verdeeld over de drie doelgroepen met als doel de balans in wonen, werken en recreëren te waarborgen.



Bewoners

We richten ons op (internationale) Amsterdammers.

Wat doen we voor deze doelgroep?

Onze doelstelling voor bewoners is om de trots op de stad bij Amsterdammers te verhogen. We willen Amsterdammers keer op keer verleiden hun stad opnieuw te leren kennen.

Dit doen we onder meer door het aanbod van cultuur zo toegankelijk mogelijk te maken zodat er meer mensen vaker van cultuur genieten. Denk aan onze digitale Uitagenda, Uitcampagne of de jaarlijkse Uitmarkt.

Daarnaast bedenken we originele manieren om Amsterdammers kennis te laten maken met de diverse, nog onbekendere buurten van de stad, zoals 24H Ontdek je stad, het evenement voor en door Amsterdammers. Onze website iamsterdam.com en de Uitkrant bieden een bron aan informatie over wat te doen in de (eigen) stad. En ook onze socialmediakanalen zoals Facebook Uit in Amsterdam bieden veel verhalen en tips over de mooie en unieke plekken in de buurten van Amsterdam.

Daarnaast participeren wij in verschillende projecten die een bijdrage leveren aan het verminderen van drukte en overlast van nationale en internationale bezoekers.









Bedrijven, congressen & talent

Wij richten onze citymarketing activiteiten op corporates, startups, vastgoed, talent, sociaal ondernemen en congressen.

Wat doen we voor deze doelgroep?

Onze doelstelling voor deze doelgroep is om Amsterdam in de 'top of mind' te krijgen als vestigingsstad om te wonen, te werken, te studeren of te congresseren. Daarbij is de reputatie van de stad essentieel zodat Amsterdam als vestigingsstad wordt overwogen en dat deze doelgroep uiteindelijk hier komt, tevreden is en daarmee ambassadeur voor de stad wordt.

Voor integrale marketingactiviteiten wordt samengewerkt met diverse gemeentelijke partijen en vele andere partners, zoals amsterdam inbusiness (aib), de Amsterdam Economic Board (Board) en IN Amsterdam (voorheen het expatcenter).

Het profileren van Amsterdam als vestigingsstad doen we door middel van de website, social media kanalen, campagnes maar ook door bijvoorbeeld het AMS magazine, het business magazine van Amsterdam. Deze platformen bieden internationale bedrijven, congresorganisatoren, talent en startups inhoudelijke artikelen en testimonials van bedrijven, talent en congressen die de aantrekkelijkheid van Amsterdam etaleren. Daarnaast promoten we Amsterdam als congresstad door middel van profilering op onze website, inzet van nieuwsbrieven, door persbewerking en op beurzen.

Bezoekers

Bezoekers aan Metropool Amsterdam bestaan uit Nederlandse en buitenlandse bezoekers. Hierin maken we een onderscheid in bezoekers die voor het eerst hier komen en zij die al vaker zijn geweest, de zogenaamde herhaalbezoekers.

Wat doen we voor deze doelgroep?

Onze doelstellingen voor bezoekers zijn het spreiden van bezoekers in ruimte en het verhogen van het aantal kwaliteitsbezoekers. Kwaliteit is belangrijker dan kwantiteit.

Een kwaliteitsbezoeker is een bezoeker die over het algemeen geen overlast veroorzaakt. We bieden op onze online, offline en fysieke platformen hoogwaardige informatie over bijvoorbeeld cultuur, architectuur en historie die aansluit bij de 'kwaliteitsbezoeker'. We bereiken deze doelgroep via onze socialmediakanalen, iamsterdam.com, het magazine A-mag, I amsterdam City Card, de I amsterdam Visitor Centres en I amsterdam Store.

Daarnaast zijn onze activiteiten gericht op het spreiden van bezoekers in ruimte door middel van de Buurtencampagne en een campagne voor de metropool (ABHZ). Verder gidsen we bezoekers ook via onze website iamsterdam.com en socialmediakanalen, het magazine A-mag, de I amsterdam Visitor Centres en I amsterdam Store.

In 2014 zijn we gestopt met toeristische campagnes in het buitenland die internationale bezoekers verleiden naar Amsterdam te komen.





Look out!
For Amsterdam
neighbourhoods

2098

4
Centraal
Station

Strategie voor succesvolle citymarketing

Om de integrale aanpak te borgen werken we vanuit een meerjarenplan waarin per doelgroep de doelen worden vastgesteld. Vervolgens wordt gekeken of binnen deze doelgroep moet worden ingezet op het verbeteren van de reputatie van Metropool Amsterdam en wat deze te bieden heeft, voor bewoners, bedrijven en bezoekers. Daarnaast beïnvloeden we het gedrag van onze doelgroepen door bewoners actief een nieuw stadsdeel of cultuur te laten ontdekken; bedrijven en talent actief te beïnvloeden zodat zij gaan overwegen zich te vestigen in Amsterdam; bezoekers stimuleren de buurten en/of metropool te bezoeken.

De verhalen die Metropool Amsterdam uniek maken, inclusief de verschillende buurten vangen we in video's, foto's en tekst. Om het juiste verhaal via het juiste kanaal bij de juiste doelgroep te krijgen wordt per doelgroep de ideale mix van communicatiekanalen ingezet om de genoemde doelen te realiseren. De kanalen die we daarvoor gebruiken zijn online, via onze website iamsterdam.com en socialmediakanalen Facebook, Twitter, Instagram linkedIn, offline, via onze tijdschriften, magazines en persartikelen, en vertellen we verhalen persoonlijk tijdens conferenties, congressen en via onze hospitality punten, zoals onze I amsterdam Visitor Centres en I amsterdam Store.





Extra opdrachten

Naast onze jaarlijkse activiteiten voor bewoners, bedrijven en bezoekers, voeren we extra opdrachten uit in opdracht van onze partners (gemeente, culturele organisaties, bedrijfsleven, etc.) mits deze bijdragen aan onze algemene doelstelling. Voorbeelden van zulke opdrachten in 2017 zijn: innovatietraject cultuurmarketing, experimenten 'Stad in Balans', Uitkaart voor bewoners in het kader van 40 jaar Uitmarkt, Talent, Startup, Brexit, Vastgoed, Sociaal Ondernemen, Language no problem (podiumkunst), Luxury brands, Keurmerk gidsen en campagnes ter bevordering van spreiding naar andere steden zoals Den Haag en Rotterdam.

Amsterdam Marketing




Postbus 3331
1001 AC Amsterdam
(020) 702 6180
iamsterdam.com

Bezoekadres

De Ruyterkade 5
1013 AA Amsterdam

Contact

Corporate Communications
communicatie@iamsterdam.com

 facebook.com/iamsterdam
 twitter.com/stichting_AM
 linkedin.com/company/amsterdam-marketing

amsterdam marketing

