



# Het belang van strandmarketing

Door Richard de Mos

**Zodra het weer het even toelaat en zeker met zomerse dagen, trekken mensen massaal naar het strand. Dan komen al die badgasten met een voorkeur. Hoe trek je die nou juist naar jouw strandrestaurant en hoe blijf je succesvol met veel concurrentie? Hier wat belangrijke tips:**

## 1. Genereer 'Free Publicity'

'Free Publicity' is het verkrijgen van gratis media-aandacht. Dat krijg je als je iets nieuwswaardig te vertellen hebt, iets dat de doelgroep aanspreekt. In tegenstelling tot advertenties, hoeft er dus voor de ruimte die het artikel inneemt niet betaald te worden. De voordelen van 'Free Publicity' zijn legio. Zo is een artikel van de objectieve buitenstaander (de journalist) veel geloofwaardiger dan dat je jezelf via een advertentie aanprijst. Als een journalist over je schrijft wordt er bovendien inhoudelijk aandacht gegeven aan jouw strandrestaurant. Aandacht die je niet kunt geven in een advertentie. Realiseer je dat wanneer je positief in het nieuws komt, dat de bestaande bezoeker wordt bevestigd in een goede keuze en de potentiële bezoeker wordt geprikkeld om eens bij je langs te komen.

## 2. Als je adverteert; doe dan een advertorial

De beste wijze om je etablissement te promoten is via de hierboven beschreven 'Free Publicity'. Maar het lukt niet altijd om een journalist te 'verleiden' om jouw stuk te plaatsen. Een goede keuze is dan het plaatsen van een betaalde advertorial, een tekstadvertentie met een foto. Hierbij lift je mee op de geloofwaardigheid van de krant of het vakblad. De advertorial staat tussen de redactionele content in en is daarom niet te missen voor de lezer, die bovendien veelal denkt dat de tekst is geschreven door een journalist, hetgeen weer bijdraagt aan de geloofwaardigheid van het artikel.

## 3. Betrekken lokale politiek

Als ondernemer aan het strand kun je niet omheen, de rol van de lokale politiek. Zij gaat over belangrijke items zoals de bereikbaarheid, parkeerbeleid, openbare orde en veiligheid, (horeca)vergunningen, schoonmaak, maar ook over (internationale) marketing. Dan is de beste keuze om met alle politieke partijen in de gemeenteraad goede contacten te onderhouden, om te bezien waar je voor jou belangrijke items kunt 'insteken'. Samen met de lokale politicus kun je dan voor jou belangrijke zaken, eventueel ook weer via het traject van 'Free Publicity', voor elkaar krijgen.

## 4. Social Media

Miljoenen Nederlanders maken gebruik van sociale media. Als ondernemer kun je niet achterblijven om ook actief te zijn op sociale media. Bovendien is het een middel om goedkoop en effectief je (potentiële) doelgroep te bereiken.

Je kunt sociale media inzetten om meer naamsbekendheid, verkeer naar je website, fans en volgers te creëren. Door sociale media te gebruiken heb je de mogelijkheid om een dialoog aan te gaan met je doelgroep en weet je wat er leeft bij jouw publiek. Bovendien biedt je klanten een extra servicekanaal aan en klanten denken graag met je mee. Het is dus een manier om je bedrijf of merk onder de aandacht te brengen bij een grote groep fans. Verzin je bovendien een leuke actie, dan heb je kans dat jouw uiting vele malen wordt doorgestuurd via de sociale media netwerken. Gratis mond-tot-mondreclame dus.



### Over Richard de Mos

*Na zijn lidmaatschap van de Tweede Kamer is De Mos met een eigen lokale partij een bekend gezicht in Den Haag. Daarnaast is hij eigenaar van het marketingadviesbureau De Mos & Partners, met als klanten diverse politieke organisaties en bedrijven uit het Midden- en Kleinbedrijf (MKB). Op Scheveningen doet hij de marketing voor de strandrestaurants Werelds, de Blue Lagoon en het beste strandrestaurant van Nederland, de Waterreus.*



Website: [www.demosenpartners.nl](http://www.demosenpartners.nl)