

Succesvolle digitale innovatie voor jouw stad of regio

Tips van experts om aan de slag te gaan met digitale belevingen

Een van de pijlers in Perspectief 2030 is: Nederland overal aantrekkelijk. We willen bezoekers naar andere plekken op andere momenten in Nederland trekken. Essentieel hiervoor is dat we het huidige aanbod verbeteren en nieuw aanbod ontwikkelen. Digitale innovaties en technologische ontwikkelingen kunnen helpen bij deze ontwikkelingen, bij de versterking van toeristisch aanbod, en bij het bereiken, binden en boeien van de juiste bezoekers.

Op dinsdag 14 september 2021 is de online sessie 'succesvolle digitale innovatie voor jouw stad of regio' gehouden. Diverse experts gaven hun visie op het realiseren van succesvolle digitale innovaties en ontwikkelingen.

Klik [hier](#) voor het compilatie filmpje

Klik [hier](#) om de volledige webinar terug te kijken

Overzicht Experts

Deze experts kwamen aan het woord tijdens de online sessie 'succesvolle digitale innovatie voor jouw stad of regio' op 14 september 2021:

- Corné Dijkmans – Onderzoeker en onderzoeksmanager digital toerisme BUas
- Xander Zuidgeest – Directeur IN10
- Britt de Bruin – Programmamanager NBTC
- Wesley Put – Teammanager Tourist Experience BUas
- Emma Kranendonk – Business development Kranendonk Experience
- Jeroen Everaert - Founder Kunstproducent en conceptontwikkelaar Mothership
- Moniek Hover – Professor Storytelling BUas
- Jesse van Tetterode – Projectleider Markiezenhof
- Juriaan van Waalwijk - Researcher storytelling en experience BUas
- Caroline Belt – Projectmedewerker Visit Brabant

Alle tips op een rij

Tijdens de plenaire en verdiepende sessies gaven experts waardevolle tips die we hier nog eens op een rijtje zetten. We hebben de tips gegroepeerd naar de verschillende fases die de ontwikkeling van een digitale innovatie kent:

- [Startfase](#)
- [Ontwikkelingsfase](#)
- [Doorontwikkelingsfase](#)



Tips - Startfase digitale innovatie

“Heb je nog geen idee van een digitale beleving? Begin dan met het bepalen van je motivatie voordat je start met het realiseren van een random digitale techniek. Bedenk goed voor wie je een digitale beleving gaat realiseren en in welke fase van de klantenreis je deze digitale beleving wilt toepassen.”

Britt de Bruin (Programmamanager NBTC) en Wesley Put (Teammanager Tourist Experience, Buas)

“Het is essentieel om na te denken over een goed concept voordat je start met het realiseren van een digitale beleving.”

Emma Kranendonk (Business development Kranendonk Experience)

“Denk groot, begin klein. Met een duidelijke stip op de horizon kun je gericht gaan bouwen.”

Xander Zuidgeest (Directeur IN10)

“Denk crossmediaal, want klantenreizen zijn altijd een combinatie van digitale en fysieke contactmomenten en ervaringen.”

Xander Zuidgeest (Directeur IN10)

“Bedenk van tevoren hoe je iets toe kunt voegen aan je product en welk budget je beschikbaar hebt.”

Corné Dijkmans (Onderzoeker en onderzoeksmanager digital toerisme BUas)

“Het is van belang om te weten of je bedrijf of bestemming er intern klaar voor is. Je wilt samen streven naar een gezamenlijk doel en samen KPI's vaststellen. Ga ook na of er genoeg kennis in huis is, of dat er externe partijen nodig zijn om de digitale beleving te realiseren.”

Britt de Bruin (Programma manager NBTC) en Wesley Put (Teammanager Tourist Experience, Buas)



Tips - Ontwikkelingsfase digitale innovatie

Verschillende belangen en perspectieven

“Zoek een creatieve conceptontwikkelaar die past bij de ontwikkelfase van de digitale innovatie.”

Jeroen Everaert (Founder Kunstproducent en conceptontwikkelaar Mothership)

“Ga op zoek naar de ziel van het doel van de ontwikkeling van een digitale innovatie. De ziel is de basis van het verhaal.”

Jeroen Everaert (Founder Kunstproducent en conceptontwikkelaar Mothership)

Storytelling

“Laat bezoekers en bewoners trots worden en zichzelf erin herkennen.”

Jeroen Everaert (Founder Kunstproducent en conceptontwikkelaar Mothership)

“Betrek de doelgroep en stakeholders bij de ontwikkeling.”

Xander Zuidgeest (Directeur IN10)

“Spreek met jonge mensen – hoe kijken zij tegen je idee aan? Hoe ervaren zij de wereld?”

Jeroen Everaert (Founder Kunstproducent en conceptontwikkelaar Mothership)

“Richt je niet op leeftijdsgroepen, maar juist op de behoefte van een bezoeker.”

Jesse van Tetterode projectleider Markiezenhof

“Houd het heel praktisch en laat dingen zien die de bezoeker in het echt niet kan zien, zoals een augmented reality ervaring waarmee je binnen in een molen kunt kijken.”

Xander Zuidgeest (Directeur IN10)

“Bedenk dat organisaties behoefte hebben aan data en een dashboard om te kunnen sturen.”

Xander Zuidgeest (Directeur IN10)



Design & techniek

“Probeer het verhaal te beperken tot een aantal karakters en zorg voor empathie met hoofdpersoon.”

Moniek Hover (Professor storytelling BUas)

“Bedenk welk verhaal jouw locatie kan vertellen.”

Xander Zuidgeest (Directeur IN10)

“Proberen om voort te bouwen op bestaande ontwikkelingen, trends en herkenning.”

Moniek Hover (Professor storytelling BUas)

“Via een verhaal kun je mensen emotioneel raken.”

Moniek Hover (Professor storytelling BUas)

“Kleine dramatische aanpassingen toevoegen aan een bestaand verhaal kan soms, maar doe dit altijd zorgvuldig en in overleg met de kenners en betrokken partijen.”

Moniek Hover (Professor storytelling BUas)

“Vertel je verhaal impliciet in beelden en expliciet in woorden. Of maak een combi van beide, maar waak voor lange teksten.”

Moniek Hover (Professor storytelling BUas)

“In Brabant hebben wij de WOII-verhalen van locaties verteld door de digitale techniek Augmented Reality in te zetten waardoor de locaties betekenis kregen. Door deze digitale technologie in te zetten hebben wij de locaties verbonden met het uiteindelijke doel om mensen naar de locaties toe te bewegen.”

Caroline Belt (Projectmedewerker Visit Brabant)



Tips - Doorontwikkelingsfase digitale innovatie

Onderhoud & ontwikkeling

"Houd in je design rekening met gelaagdheid; waar heeft iemand op dat moment zin in."

Juriaan van Waalwijk (Researcher storytelling en experience BUAs)

"Toepassen van technieken hoeft niet altijd zo groots te worden. Dit is niet alleen maar voor grote bedrijven, er zijn verschillende laagdrempelige manieren."

Corné Dijkmans (Onderzoeker en onderzoeksmanager, digital toerisme BUAs)

"Wanneer je op locatie iets wil ontwikkelen, houd dan rekening met points of interest: iets wat opvalt."

" Moniek Hover (Professor storytelling BUAs)

"Gebruik digitale technieken die passen bij een locatie en niet afleidend zijn van de rest van de omgeving en de essentie van het verhaal."

Moniek Hover (Professor stoyrtelling BUAs)

"Techniek moet echt ondersteunend zijn aan wat je wilt bereiken. Laat de techniek niet leidend worden."

" Emma Kranendonk (Business development Kranendonk Experience)

"Zorg dat je onderhoud en ontwikkeling goed geregeld hebt, zodat je partijen kunt inschakelen wanneer er een defect is in de beleving."

Jesse van Tetterode (Projectleider Markiezenhof)

"Zorg ervoor dat de beleving grotendeels door kan blijven gaan, ondanks dat één onderdeel niet werkt."

Jesse van Tetterode (Projectleider Markiezenhof)

Evaluatie

"Heb je een digitale innovatie gerealiseerd en wil je deze verder ontwikkelen of versterken? Bedenk dan wat het doel was en beoordeel de resultaten tot nu toe. Ga na wat verbeterd kan worden op basis van motivatie, doelgroepskeuze, klantenreis en interne check."

Britt de Bruin (Programmamanager NBTC) en Wesley Put (Teammanager Tourist Experience – Buas)

Contact

Wil je meer informatie over de laatste ontwikkelingen van digitale innovaties en ook alle andere ontwikkelingen binnen NBTC? Voor de laatste nieuwsberichten houd onze [actuele pagina](#) in de gaten, of volg ons op [Twitter](#) of [LinkedIn](#).



Heb je vragen en/of wil je ook aan de slag met het verkennen van een digitale innovatie?

Neem dan contact op met:

Britt de Bruin
Programma Manager NBTC
bdebruin@holland.com