

MARKETING PLAN VENTURA NEW YORK – *The Dutch Edition*

Marketingcommunicatie koppelen aan doelstellingen

Voor de realisatie van de doelstellingen en onderzoeksvragen met Ventura New York – *the Dutch edition*, onderkent Organisation in Design de strategische waarde van het instrument marketingcommunicatie. Met marketingcommunicatie werkt Organisation in Design aan de beïnvloeding van kennis, houding en gedrag bij relevante stakeholders en doelgroepen. In het licht van de projectdoelstellingen, zijn de marketingcommunicatie doelstellingen als volgt:

1. Amerikaanse decisionmakers op het gebied van inkoop van ontwerp, kennen de kracht van Nederlands ontwerp en weten dat Dutch Design zich tijdens ICFF en NYCxDESIGN presenteert.
2. Deze decisionmakers zijn geïnteresseerd in het aanbod en de samenwerking met Nederlandse ontwerpers en ontwerpbedrijven
3. En komen daarom naar Ventura New York - *the Dutch edition* op ICFF en naar de side events (lezingen, netwerkevents).
4. Een deel van hen realiseert daadwerkelijk zakelijke samenwerkingen met Nederlandse ontwerpers en/of ontwerpbedrijven.

In het licht van de *onderzoeksvragen* zijn de marketingcommunicatie doelstellingen als volgt:

Door kwantitatieve en kwalitatieve meting van de effecten, wordt duidelijk

- Of de waargenomen interesse in de Verenigde Staten daadwerkelijk is te koppelen aan het Nederlandse ontwerpaanbod dat zich in de VS presenteert.
- Of de combinatie van presentatie op ICFF, het activiteiten en -netwerkprogramma en de oriëntatie-mogelijkheid voor ontwerpers/ontwerpbedrijven, het juiste vehikel zijn voor de marktmatch.
- Er naar aanleiding van deze pilot editie, bij Nederlandse en daarbinnen Brabantse designers en designondernemers voldoende animo voor (een) volgende editie(s) in 2020 en 2021.
- En of de commerciële opbrengst en potentie zodanig concreet is dat er een verdienmodel mogelijk wordt naar de toekomst toe.

Om de juiste marketingcommunicatie instrumenten in te kunnen zetten baseert Organisation in Design zich bij de uitvoering van het marketingcommunicatieplan op stakeholder en doelgroep kenmerken in termen van belang en bereik.

Stakeholderanalyse

Publiek

Ventura New York - *the Dutch edition* op ICFF is in de kern een business-to-business project. Toch moet de invloed van (en daarmee het te realiseren effect op) algemeen publiek niet worden onderschat. In de Verenigde Staten, bijvoorbeeld, kan algemeen publiek -wanneer geraakt door het Nederlands ontwerpaanbod- een *pull factor*¹ zijn richting Amerikaans bedrijfsleven (denk aan retail, maar ook aan interieur ontwerp). In Nederland kan het algemeen publiek Nederlands ontwerp dat ook in de VS 'erkend' wordt aantrekkelijker vinden en ook in de thuismarkt voor een *pull*² zorgen. Met de publieksdag van ICFF, maar ook via (social) media in de VS en in Nederland, kan marketingcommunicatie dit effect voeden.

Bedrijfsleven

Het bedrijfsleven in de Verenigde Staten is de primaire marketing doelgroep van Ventura New York – *the Dutch edition*. Meteen gevolgd door (vak- en branche-) media. Met de keuze voor presentatie op ICFF beoogd Organisation in Design in het hart van de b-to-b doelgroep contact en samenwerking te realiseren. ICFF is de leidende Amerikaanse beurs voor retail inkopers, (interieur)architecten en vastgoedondernemers in de hospitality, office en living sectoren.

De business-to-business markt is door de Nederlandse overheid op basis van marktonderzoek en lokaal veldwerk als kansrijk aangeduid voor ontwerpers en (interieur)ontwerpondernemers. Met name de markt voor vernieuwend kantoor-interieur, onderscheidend hospitality design en hedendaagse living-concepten is op zoek naar andere aanbieders dan de reeds bij hen bekende en bovendien is het marktsegment na

¹ Door in aanraking te komen met Nederlands ontwerp op de beurs en in publicaties, zal de vraag naar onze producten toenemen en zullen decision makers over grotere volumes (zoals retail buyers en projectinrichters) sneller besluiten Dutch Design in te zetten en in te kopen, omdat ook zij weten dat het 'cool' wordt gevonden of dat er vraag naar is. Vandaar dat ook het algemene publiek serieus dient te worden genomen.

² 'Wat van ver komt is lekker' kan tactisch goed werken: de status van ontwerpen die in de VS worden omarmd, zal ook in Nederland stijgen. Dat leidt vervolgens tot vraag (bij consumenten en professionals).

de opleving uit de recessie substantieel optimistischer dan enkele jaren geleden. Opdrachtgevers zijn op zoek naar samenwerkingen die hen (commercieel) kunnen onderscheiden van concurrenten. De kenmerken van het tegenwoordige Dutch Design sluiten op deze markt vraag goed aan, doordat het naast de bekende functionaliteit met een twist, ook stromingen omvat als social design, tech design en sustainable design.

Volgens het Consulaat-Generaal van Nederland in New York is het sentiment bij Amerikaanse opdrachtgevers zodanig dat wanneer Nederland deze kans niet oppakt, concurrerende design-landen als de Scandinavische landen of zelfs Duitsland en België in dit gat springen.

Voor de marketingcommunicatie is het derhalve van belang om aansluiting te realiseren tussen de Amerikaanse interesse om onderscheidende samenwerkingen aan te gaan die commercieel potentieel in zich dragen en het potentieel van de (op ICFF aanwezige) Nederlandse ontwerpsector.

Culturele instellingen en ondersteunende organisaties

In de voorbereiding naar Ventura New York – *the Dutch edition* is flink geïnvesteerd in het bereiken van stakeholder-engagement bij de ondersteuningsstructuur en relevante culturele instellingen. Kleinschalige edities van Ventura New York – *the Dutch edition* in 2016 en 2017, alsmede een studiebezoek tijdens NYCxDESIGN in 2018, hebben ervoor gezorgd dat instellingen als de Topsector Creatieve Industrie, Stimuleringsfonds en Brabant C het initiatief voor een krachtige gezamenlijke Nederlandse presentatie op ICFF ondersteunen. In gesprekken heeft ook **Agentschap van Het Nieuwe Instituut** aangegeven te willen faciliteren dat Nederlandse ontwerpers inhoudelijk worden ondersteund bij hun gang naar de Verenigde Staten, passend bij de rol van het Agentschap op het gebied van internationalisering. Zij zullen de workshop hosten die door Shana Dressler wordt verzorgd op 18 en 19 februari in het kader van de voorbereiding op Ventura New York – *the Dutch edition*.

Topsector (Dutch Creative Industries) ondersteunen middels de Strategische Beurzen gelden. Naar alle waarschijnlijkheid zal ook Starters-in-Business steun vanuit **RVO** volgen. **Stimuleringsfonds** heeft inmiddels subsidie uit de Internationaliseringsfondsen toegekend. Gesprekken met de **Dutch Design Foundation (DDF)** hebben opgeleverd dat er gezamenlijkheid is ontstaan op een aantal punten. Dutch Design Foundation ziet meerwaarde in actieve en bescheiden financiële betrokkenheid (€ 15.000,-) bij Ventura New York - *the Dutch edition* en zal ook zelf vertegenwoordigd zijn in mei 2019. Hiermee wordt DDF een belangrijke endorser van deze pilot editie. Enerzijds zal DDF zich inzetten om juist de meer experimentele, conceptuele en vaak cultuur- en mens-gedreven mentaliteit van Dutch Design onder de aandacht te brengen. Om dit belangrijke aspect van Dutch Design als teaser te gebruiken voor komst naar de Dutch Design Week (DDW). Anderzijds zal DDF Ventura New York - *the Dutch edition* gebruiken om een zinvolle verbinding aan te gaan met mogelijke samenwerkingspartners en nieuwe relaties en publieksontwikkeling te genereren voor DDW met name vanuit pers, bedrijfsleven en overheid. NB Er liggen over en weer al concrete voorstellen om hier invulling aan te geven. Deze worden in de tweede helft van januari 2019 nader besproken tussen Margriet Vollenberg en Martijn Paulen.

Overheden

De culturele en economische diplomatie van Nederland in de Verenigde Staten en bij het ministerie van Economische Zaken zijn inhoudelijk aanjager en ondersteuner van het initiatief om het marktpotentieel in de VS aan te boren. RVO ondersteunt de substantiële investering voor de beurs vanuit het Strategische Beurzen fonds voor het topsectorenbeleid en kijkt naar ondersteuning van het collectieve bedrijfsleven vanuit de Starters in Business (SIB) gelden. Het Consulaat is supporter, liaisonofficier, aanvrager van marktkennis, facilitator, foothold en partner in de onderneming om een bruggehoofd te slaan voor het Nederlands ontwerpveld in de VS (New York).

Inzet van marketinginstrumenten (en met welk verwacht/beoogd bereik)

De marketing communicatie wordt verzorgd door Organisation in Design (OiD) (vanuit Nederland) en door bde in New York. OiD is een ervaren PR bureau binnen de internationale designwereld. Het Amerikaanse bureau bde is opgericht door Beth Dickstein, een van de founding minds van ICFF. Het voordeel van samenwerking met bde is dat kan worden geput uit hun specifieke netwerk en kennis.

Instrument	Doelgroepbereik	Bereik/effect
Mond-tot-mond reclame tijdens Ventura Milan 2019	Design professionals en geïnteresseerd publiek	Bekendheid met aankomende Ventura New York - <i>the Dutch edition</i>
Nieuws en persberichten tijdens Salone Milaan	bezoekende media vertegenwoordigers	Bekendheid met aankomende Ventura New York - <i>the Dutch edition</i>
Vooraankondiging van Ventura New York	Alle doelgroepen (via bestand Organisation in Design (OiD),	Bekendheid met aankomende Ventura New York - <i>the Dutch</i>

	bestaande uit 40.000 internationale netwerkcontacten en 12000 perscontacten	<i>edition</i>
Persberichten voor, tijdens en na Ventura New York	12000 perscontacten OiD plus specifieke perscontacten bde (Amerikaanse pr-bureau in New York) en met name bezoekende media vertegenwoordigers	Bekendheid met aankomende Ventura New York - <i>the Dutch edition</i> , met de achtergrond van gepresenteerde designs/designers, hun verhalen, Dutch Design, oproepbevordering om Ventura New York te bezoeken, het effect en resultaat van de Nederlandse aanwezigheid in NY
Uitnodigingen voor Ventura New York	Influencers, media, potentials, stakeholders	Kennis en achtergrond info van Ventura New York - <i>the Dutch edition</i> , designers/labels en van trends/ontwikkelingen vanuit Dutch Design. Verhogen kans op daadwerkelijk omarmen van ontwerpers en ontwerpen (In redactioneel, projecten, samenwerkingen etc)
Succesberichten (follow-up) Ventura New York	Media, sector instituten en ander maatschappelijk middenveld, geïnteresseerd (vak)publiek	Bevestiging dat Dutch Design en de VS een goede match zijn.
Een selectie van media benaderen waarbij publicatie is gegarandeerd	Vertegenwoordigers van Key-media	Daadwerkelijk media-coverage realiseren van influential media.
Doelgericht benaderen van relevante perscontacten (magazines, blogs, kranten, rtv)	Vertegenwoordigers van (meest) relevante media	Daadwerkelijk media-coverage realiseren van influential media.
Deelnemende ontwerpers individueel pitchten (per ontwerper worden passende PR contacten gezocht en die worden persoonlijk vanuit OiD en bde benaderd	Specifieke media	Daadwerkelijk media-coverage realiseren van influential media.
Social media en Online strategie	Volgers van de accounts van Ventura Projects, bde, OiD, ICFF en deelnemers (cumulatief bereik: Facebook 25.484, Twitter 21.123, Instagram 64.072 en ruim 125.000 unieke bezoekers website Ventura Projects.	Bekendheid, daadwerkelijke info en beeld en interesse in Dutch Design (collectieve presentatie en individuele ontwerpen/ontwerpers, alsmede de sector) realiseren. Ambassadeurs en fans creëren
Website Ventura Projects en deelnemers	Unieke bezoekers	Aankondigingen, newsfeature, achtergrond info, praktische info voor geïnteresseerd vakpubliek
Grafische uitingen <ul style="list-style-type: none"> - Hand-out, plattegrond, informatie over de werken en ontwerpers, banner op beursvloer ICFF) - Press kit fysiek en digitaal - Verslaglegging (fotografie, film, quotes) - Schriftelijk verslag, openbaar gemaakt voor betrokken partijen 	Media, bezoekers, relaties, maatschappelijk middenveld, sectorinstituten, stakeholders, deelnemers en hun achterban	Informatievoorziening

- Follow-up voor de ontwerpers		
--------------------------------	--	--

Communicatie-mix

Massamedia	Direct media	Face-to-face
PR in vak- en branchemedia in de VS, Internationaal en nationaal. Persberichten, achtergrondinfo, beeldmateriaal	Leaflets, Folders, uitnodigingen, handouts, social media	Netwerk-events, persoonlijke uitnodigingen, persoonlijke ontvangsten/rondleidingen