



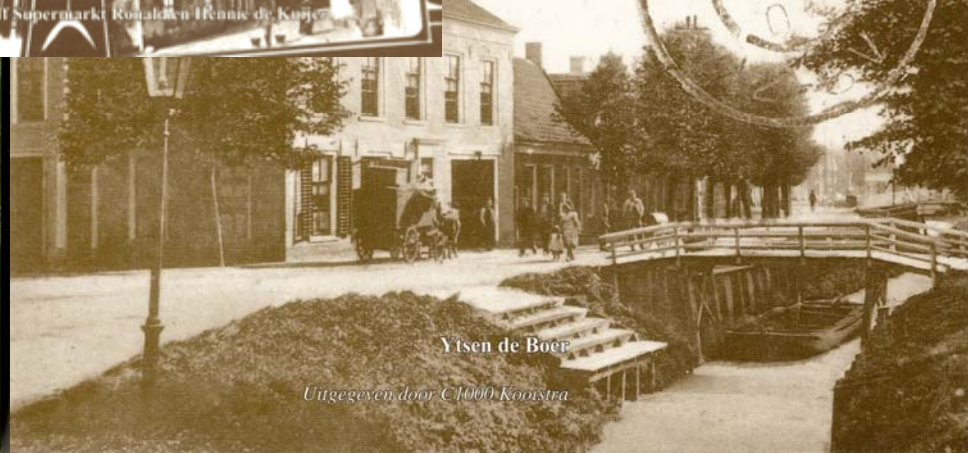
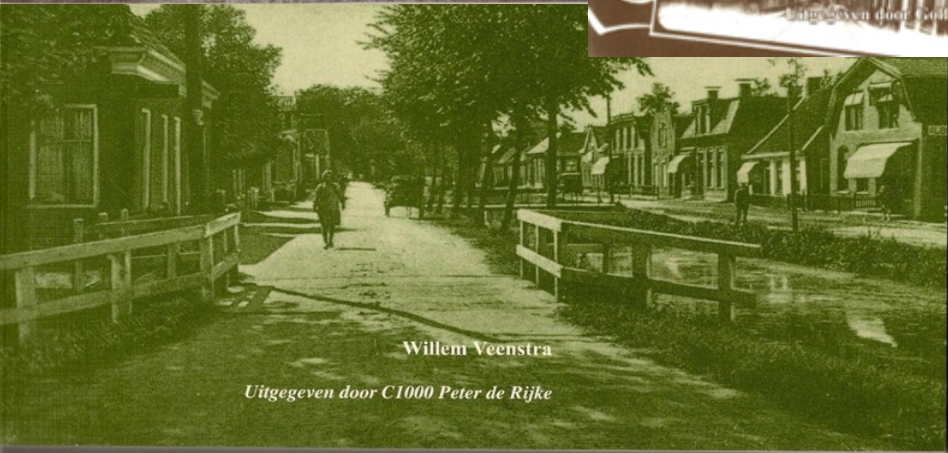
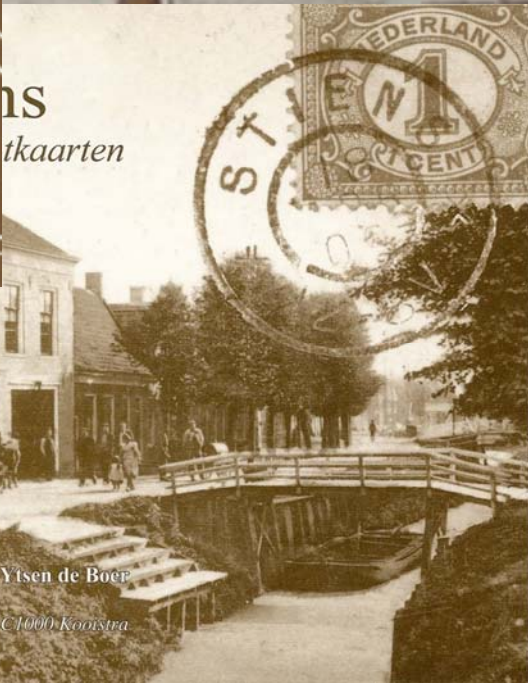
## **Citymarketing, product promotie en Superpromoters**

**Drs. A. van Ulden**

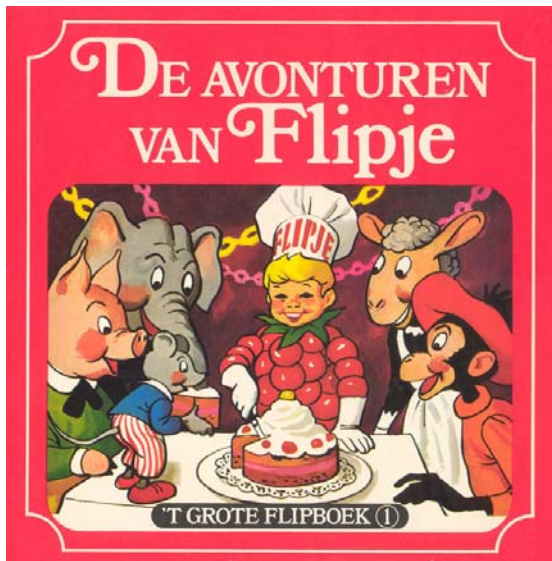
*Projectmanager Branding bij Blauw Research*

# Citymarketing product? promotie? superpromotie?

Arjen van Ulden







JE BENT ER

HELEMAAL HENGELD

Fysiek kapitaal

al media

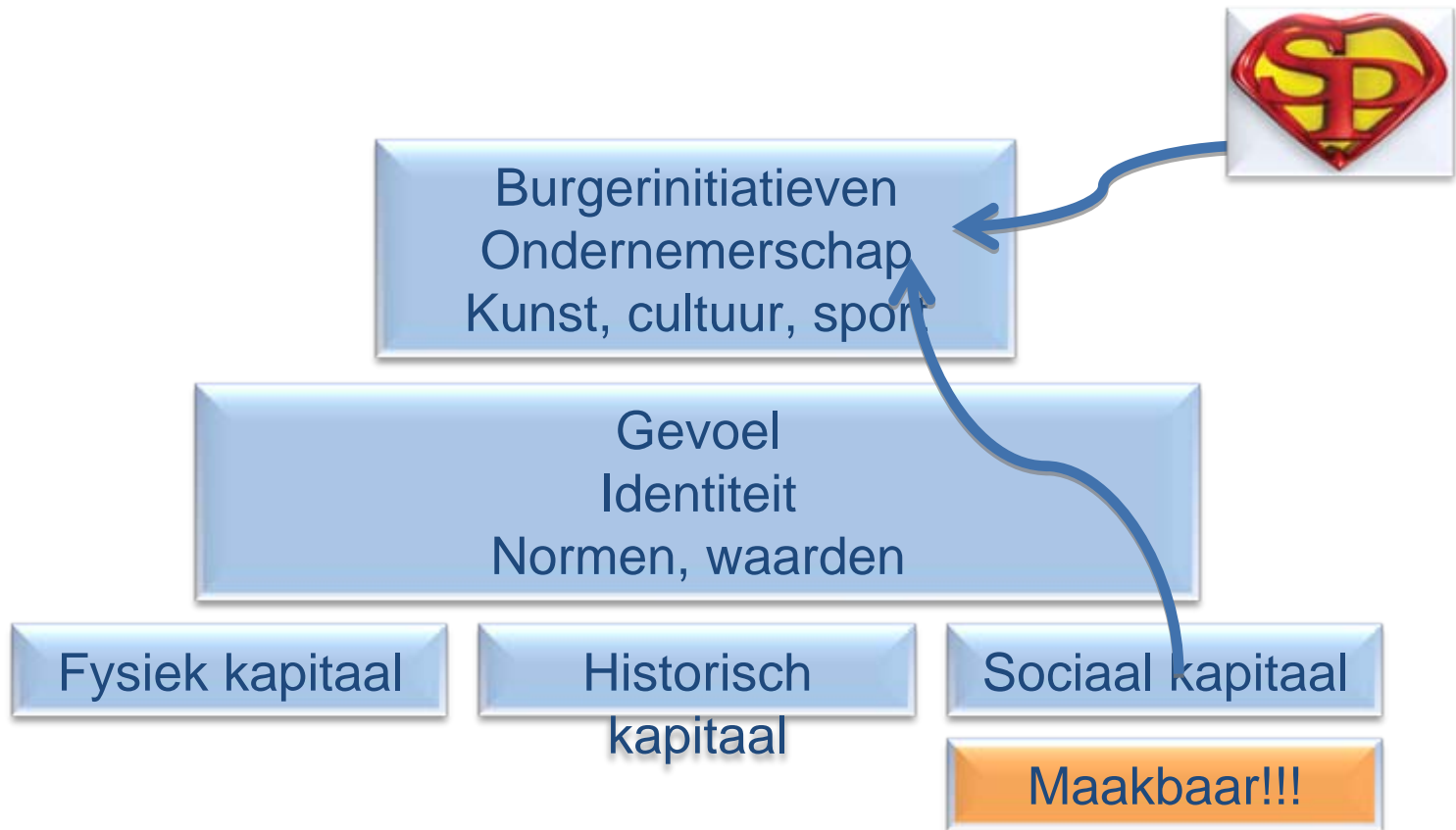


Historisch kapitaal

...

- ❑ Vooral ‘koude’ citymarketing
- ❑ Richten op ‘warme’ citymarketing

Event social media





## Zijsprongetje, de Superpromoter

- Enthousiast
- Deelt dat enthousiasme
- Wordt serieus genomen

- ❑ Zij zijn:
  - ❑ Aanjagers
  - ❑ Voorvechters
  - ❑ Co-creators
  - ❑ Ambassadeurs
  - ❑ Klankbord



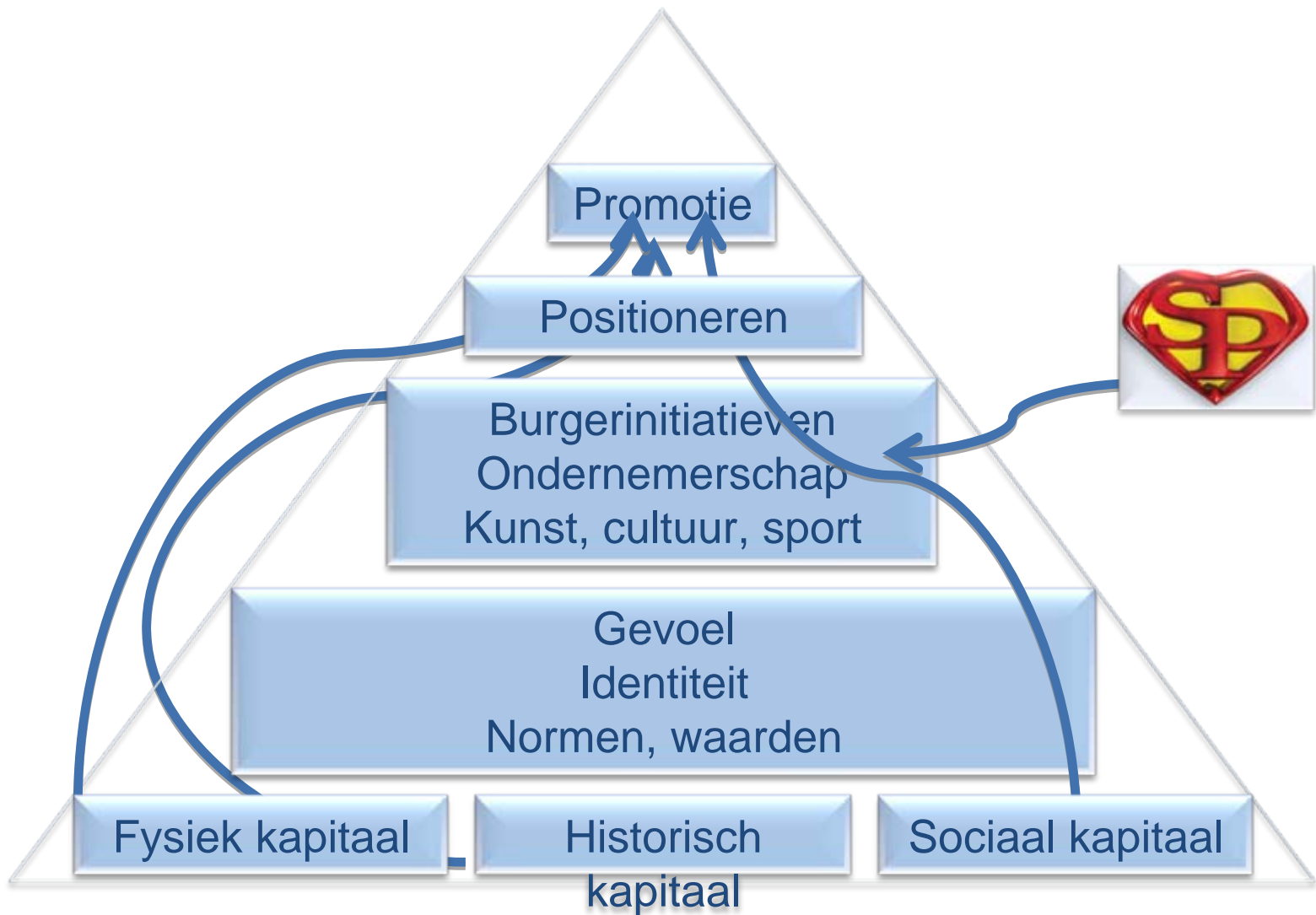






- ❑ Superpromoters van steden
  - ❑ ‘Bouwen’ de stad
  - ❑ Creëren toegevoegde waarde
  - ❑ Zijn oprecht/authentiek
  - ❑ Niet afhankelijk/gestuurd  
(bv. door overheden)
  - ❑ Locatie, locatie, locatie
  - ↓  
❑ Burger, bedrijf, bolleboos?

- De opdracht:
  - Vinden
  - Identificeren
  - Luisteren
  - Faciliteren
  - Vruchten plukken 😊



# □ Arjen van Ulden

□ 010-4000971

□ Arjen.vanulden@blauw.com

□ www.blauw.com