



Case Study Toerisme Vlaanderen

Uitdaging

In 2023 stelde Toerisme Vlaanderen middelen ter beschikking van de sector 'meeting- & congresinfrastructuren (venues)' als onderdeel van post-corona relance-initiatieven.

Venues in Vlaanderen kregen de kans om competitiever te worden op internationaal niveau door middel van verschillende ondersteunende oplossingen gericht op digitale transformatie.

De uitdaging was om een team van digitale marketingexperts samen te stellen, gedurende een periode van jaar, die de venues kon begeleiden bij het verbeteren van hun digitale touchpoints.

In concreto wou Toerisme Vlaanderen de venues helpen hun digitale strategieën en marketingtechnologiebehoeften te verbeteren, zodat ze efficiënter konden werken en hun online aanwezigheid versterken.





Oplossing

SBI Consulting en Comark vormden een team van ervaren digitale marketingexperts om als centrale hulpbron te dienen voor de betrokken venues. Gedurende een jaar boden onze experts uitgebreide ondersteuning op verschillende vlakken:

- **Website- en customer journey-analyses:** Inzichten in websiteverkeer, identificeren van pijnpunten & quick wins en aanbevelingen doen voor verbetering.
- **Ad workshops:** Trainingen over LinkedIn Ads, Google Ads en Meta Ads Manager om doelgerichte advertenties te creëren en de effectiviteit van campagnes te verhogen.
- **Social media-trainingen:** Sessies over LinkedIn Sales, Instagram-strategieën en community management om de betrokkenheid van het publiek te vergroten.
- **Martech-toolselectie:** Begeleiding bij de keuze van geschikte tools zoals CRM-systemen en Marketing Automation apps, zoals Active Campaign, Pipedrive en MICE Operations.
- **Martech-analyses en audits:** Evaluatie van de huidige technologische infrastructuur van de venues en aanbevelingen voor het optimaliseren van hun martech-stack.



Resultaat

De expertise van SBI en Comark zorgde voor een aanzienlijke verbetering in de digitale vaardigheden en kennis van de deelnemende venues:

- **Website-analyse:** Dit leverde een beter inzicht op in websiteverkeer en gebruikersgedrag, waardoor pijnpunten en verbeterpunten konden worden geïdentificeerd. Hierdoor konden de venues gerichte aanpassingen doorvoeren, wat leidde tot een verbeterde gebruikerservaring en verhoogde conversieratio's.
- **Ad workshops:** Venues konden na de workshops zelfstandig gerichte campagnes opzetten en optimaliseren, wat resulteerde in een hogere advertentie-effectiviteit en een toename van relevante leads/bezoekers.
- **Social media-trainingen:** Venues kregen meer grip op hun social media-strategie, wat leidde tot een hogere betrokkenheid en meer interactie met hun doelgroep.
- **Martech-toolselectie:** Dankzij de juiste toolselectie en implementatie zagen meerdere venues een halvering van de tijd die nodig was om aanvragen te verwerken, waardoor zij zich meer konden richten op het verbeteren van de bezoekerservaring en hun operationele efficiëntie.



Gebruikte Martech Tools

- **Active Campaign:** Voor e-mailmarketing en automatisering.
- **MICE Operations:** Voor het beheer van evenementen en vergaderingen.
- **Pipedrive:** Als CRM-systeem voor het stroomlijnen van salesprocessen.
- **Meta Manager:** Voor het beheer en de optimalisatie van Facebook- en Instagram-advertenties.
- **Google Analytics:** Voor uitgebreide website- en conversieanalyses.



“ De juiste partner kan je digitale transformatie echt versnellen.

Of je nu een digitale beginner bent of al gevorderd, deze samenwerking bood op maat gemaakt, praktisch advies dat venues hielp hun internationale positie te versterken.

Met efficiënte, begrijpbare begeleiding en proactieve voorstellen hielpen SBI & Comark de venues hun digitale doelen te bereiken (ook al kende de venues die zelf nog niet bij het begin).

Voor wie echt vooruit wil: iedere stap, hoe klein ook, maakt een verschil in het efficiënter werken en het beter bedienen van je klanten.



Sam Versele
Projectleider
Toerisme Vlaanderen

sbiconsulting.be
comark.be