

Aanvraagformulier Subsidieregeling bereikbaarheidsmaatregelen (Beter Benutten Vervolg) 's-Hertogenbosch 2016-2017

Algemene gegevens

Naam organisatie : VVV Noordoost-Brabant
Straat : Markt 77
Postcode en plaats : 5211 JX 's-Hertogenbosch
Telefoonnummer : 073-6131910
E-mail adres : m.vandenbroek@vvvnoordoostbrabant.nl
Nummer inschrijving KvK : 41086237
Bankrekeningnummer : NL12INGB0675000300

1. Gevraagd subsidiebedrag inclusief eventuele niet-verrekenbare BTW

€ 42.500,-

2. Wat is de projectnaam?

Gastvrij Parkeren 'sH voor de bourgondische genierter

3. Waarvoor vraagt u subsidie aan (projectomschrijving)

De formule Gastvrij Parkeren 'sH is een project dat past binnen het programma Gastvrij Bereikbaar 's-Hertogenbosch. Dit programma richt zich op een klantgerichte en gastvrije bereikbaarheid van de stad. Gastvrij Parkeren 'sH richt zich op bereikbaarheidsarrangementen die bezoekers langer vasthouden in de stad zodat ze na de file naar huis gaan. Dit project draagt bij aan spitsmijdingen. Momenten waarop het project zich richt verschillen per ondernemerssegment. Bv. retail: maandag als daluren. Op maat worden de arrangementen per segment samengesteld. De arrangementen worden met doelgroepgerichte inzet van marketing- en communicatiemiddelen in de markt gezet.

Concept - **Gastvrij parkeren 'sH**

- Via bezoekerswebsite worden arrangementen inclusief parkeerkaart voor een hele dag online verkocht/boekbaar gemaakt (instant booking).
- De arrangementen inclusief parkeren bij deelnemende parkeergarages en Transferia worden aangeboden in combinatie met o.a. Hartje, musea, hoteliers, horeca, Kring Vrienden en andere partners.
- Via nummerbordherkenningssoftware wordt het nummerbord automatisch geregistreerd. Fallback scenario's via actiecode is beschikbaar.

Waarvoor is subsidie nodig

- Voor de pilot met boekingsmodule zodat de combinatie met parkeren gemaakt kan worden: extra uitbreidingen.
- Het automatisch genereren van parkeervouchers met barcode en unieke code als betaalbewijs.
- Het aanroepen van de API (interface) vanuit de bezoekerswebsite 'sH naar de software van IP parking (software leverancier parkeergarage St. Jan en transferia).
- Een scan app om het inleveren en deactiveren van vouchers te registreren
- Rapportagetool om effect te meten.
- Ondersteunend communicatiemateriaal op alle parkeerlocaties (promotie bereikbaarheidsarrangementen).
- Redactie-uren voor online teksten en promotie.

4. In hoeverre draagt het project bij aan de doelstelling van Beter Benutten Vervolg?

Proces: customer journey

'Pre-trip'

- De Bourgondiër vindt op de bezoekerswebsite arrangementen met gratis parkeren of parkeren met korting. Arrangementen 7 dagen per week geldig, maar alleen de doordeweekse dagen tellen voor het spits mijden.
- Men bestelt het arrangement online en ontvangt parkeervoucher met barcode en actiecode.
- De bezoeker ontvangt via e-mail instructies voor het activeren van de parkeervoucher.
- Online de parkeervoucher activeren door actiecode in te voeren en nummerbord op te geven.
- Zij ontvangen een bevestiging met voucher en instructies per e-mail (eventueel sms) over aanrijroute en tips.

'On trip'

- Bij inrijden parkeergarage Sint Jan of Transferia (3 verschillende locaties) wordt bij entree het nummerbord automatisch herkend.
- Fall back scenario 1: bij problemen (gast heeft bv andere auto meegebracht dan opgegeven) voert gast actiecode in op het touchscreen bij entree of uitrijden.
- Fall back scenario 2: in tweede instantie meldt gast zich bij parkeerwachter garage via intercom. Controle actiecode en verlenen toegang via de centrale.
- Ondernemer heeft een 'Scan app 'sH Gastvrij Parkeren' en kan vouchers scannen, informatie uitlezen en voucher registreren als 'akkoord' en daarmee deactiveren.

'After trip'

- Na afloop bezoek (volgende dag) ontvangt de gast een mail met bedankt voor uw bezoek aan de stad.
- Tevens ontvangen zij een enquête m.b.t. tevredenheid, vervoerskeuze, reisgedrag (spitsmijden) en tips verbetering dienstverlening (intake wensen van doelgroep).
- Suggesties voor volgend bezoek interessante daluren arrangementen om herhaalbezoek te stimuleren.
- Mogelijkheid om anderen te attenderen op gratis parkeren in daluren in combinatie met besteding in de binnenstad.

Er worden meerdere bereikbaarheidsarrangementen ontwikkeld voor de **bourgondische genietier**, allemaal gericht op spitsmijding. De arrangementen sluiten aan bij de gedefinieerde bezoekersdoelgroep voor citymarketing 'sH te weten de Bourgondiër. Waarbij we ons richten op de 30 plusser, levensgenietier met een bijzondere interesse voor bourgondische gastronomie.

Spitsmijdende arrangementen richten zich op een positieve beleving van de bereikbaarheid van de stad. Door buiten de spitsstijden te reizen is de reis korter. Daarnaast draagt het bij aan het gastvrije karakter van de stad. De arrangementen voldoen daarom aan de volgende randvoorwaarden:

- Ochtenspitsmijding maandag t/m vrijdag na 10 uur parkeren
- Avondspitsmijding maandag t/m vrijdag voor 16 uur parkeren (avondarrangementen), voor 16 uur of na 20 uur vertrekken

Alle arrangementen zijn inclusief 'gratis' parkeren. De kosten voor parkeren worden door de deelnemende ondernemers/organisaties betaald.

5. Welke effect wordt met de maatregel beoogd in termen van 'spitsmijdingen'?

De omvang van de doelgroep = 100.000 online bezoekers per maand op www.bezoekdenbosch.nl
Diverse touchpoints (offline en online) bereiken de benoemde bezoekersdoelgroepen en verwijzen naar de bezoekerswebsite van de stad. We gaan er vanuit dat 1% van de doelgroep deelneemt aan de bereikbaarheidsarrangementen.

Doelgroep – aantal website bezoekers arrangementen op doordeweekse dagen

- Bezoekers website 'sH per dag, 3500.
- Bezoekers arrangementen module per dag binnen website 'sH (op basis ervaringskental), 210.

Deelnemers – aantal boekers van arrangementen per doordeweekse dag

- Aantal boekers van arrangementen is 10% van de bezoekers arrangementen module (op basis van inschatting), is 21.

Spitsmijdingen

- Bezoekers mijden 2 maal de spits (ochtend en avond), waardoor het aantal op 42 structurele spitsmijdingen per dag komt.

Uit de enquête willen we opmaken of bezoekers bij een volgend bezoek aan de stad weer de spits zullen mijden n.a.v. een eerder arrangement.

6. Hoe wordt het effect van de maatregel gemeten / gemonitord in termen van 'spitsmijdingen'?

Koppeling met IP parking voor toegang nummerbordherkenning (en realtime voucher generen op basis van de informatie die we van IP Parking krijgen)	Spitsmijdingen
Het mailen van een enquête naar alle boekers van een arrangement.	Spitsmijdingen en gedragsverandering
Traffic bezoekerswebsite naar themapagina's met bereikbaarheidsarrangementen.	Doelgroep
Geboekte arrangementen	Deelnemers

7. Wie werken er mee aan het project en op welke wijze

Partners: gemeente 's-Hertogenbosch, VVV Noordoost-Brabant, Hartje 's-Hertogenbosch, KHN afd. 's-Hertogenbosch en Hoteloverleg.

Vertegenwoordigende sectoren: horeca, retail, hotel, theater, musea, bioscoop

Impact en wie doet wat?

- Interessant aanbod samenstellen b.v. privilege, extra attentie of korting wordt door de deelnemende partners gedaan.
- Teksten online plaatsen op bezoekerswebsite 's-Hertogenbosch incl. marketing wordt volledig verzorgd door VVV NOB.
- Technische realisatie wordt volledig verzorgd via VVV NOB en bereikbaarheidsarrangementen worden gekoppeld aan de gemeenschappelijke citymarketing database van 's-Hertogenbosch en omstreken.
- Innemen vouchers, instructie personeel en beschikbaarheid tablet/smartphone voor scan app op locatie wordt gecommuniceerd door de locatie-eigenaar/ondernemer = borging op de vloer.
- Afstemming met IP Parking als leverancier van software nummerbordherkenning parkeer garages en Transferia door de gemeente 's-Hertogenbosch.

8. Hoe ziet de planning (startdatum, doorlooptijd, einddatum van het project eruit?

Fase 1 techniek:

Na vaststelling van de subsidie kan de technische realisatie van de infrastructuur worden uitgerold. Hiervoor is een periode van 5 maanden (incl. testperiode) gereserveerd. **Streefdatum t.b.v. start realisatie project 1-4-2017**

Fase 2 content/redactie:

Na vaststelling van de subsidie worden er in overleg met beschreven partners (punt 7) bereikbaarheidsarrangementen gericht op de Bourgondiër samengesteld en opgemaakt om deze vervolgens te kunnen ontsluiten in marketingcampagnes.

Fase 3 marketing:

De bourgondische bereikbaarheidsarrangementen worden via doelgroepgerichte campagnes gepromoot. Middels cross mediale inzet van verschillende marketing- en communicatiemiddelen, zowel online als offline, zal het rendement (zichtbaarheid en conversie) worden vergroot. De looptijd van de campagne is de periode september – december 2017. Evenementen en highlights in de stad, waar zich relevante bezoekersdoelgroepen bevinden, benutten we als vooraankondiging en bekendmaking van het nieuwe concept gastvrij parkeren `sH, met als doel bezoekers verleiden zich voorafgaand aan de officiële lancering te laten inschrijven.

Fase 4 continuering:

We hebben de ambitie om het concept 'Gastvrij Parkeren' na lancering verder uit te breiden. Dit biedt kansen om:

- het concept uit te rollen naar andere gemeenten middels een doorvertaling van de digitale ICT infrastructuur. De techniek en boekingstool wordt modulair ontwikkeld.
- het concept te verrijken met andere vervoersvormen zoals OV en participeren van andere parkeergarages.

9. Wat is de samenhang met andere projecten?

De bereikbaarheidsarrangementen worden geïntegreerd in het digitale platform bezoekdenbosch.nl en als thema meegenomen binnen de citymarketingactiviteiten van `sH. Hiermee wordt het concept gastvrij parkeren `sH op duurzame wijze ingebed, de bestaande digitale infrastructuur verrijkt met nieuwe functionaliteiten en bereiken we in samenwerking met partners benoemde doelgroep van bourgondische genietters. Zie punt 5 op welke wijze deze arrangementen bijdrage aan spitsmijding en aan het verder versterken van het gastvrije karakter van de stad.

Binnen het project wordt aangesloten bij de communicatiestrategie van het programma Gastvrij Bereikbaar 's-Hertogenbosch. Het gaat uit van de gebruiker (what's in it for me). De informatie is op maat en afgestemd op de behoefte van de bezoeker. Daarnaast is de communicatie zoveel mogelijk digitaal.

10. Hoe ziet de projectbegroting eruit?

De looptijd van de activiteiten (content/redactie en marketing) bedragen 4 maanden, periode september t/m december 2017. De marketingactiviteiten, gekoppeld aan doelstelling spitsmijding, worden na oplevering van de basisinfrastructuur (techniek) opgestart.

Geraamde projectkosten

Onderdelen realisatie Gastvrij Parkeren	Kosten aanvraag 2
Techniek	<i>Optimalisatie techniek</i>
Plan uitwerken	
Structuur/applicatie	
Functionaliteit bestellingen uitwerken	
Contentadvies & plan	
Wireframes & UX design	€ 1.000,00
Visual design geïntegreerde verkoopmodule bereikbaarheidsarrangementen	€ 3.500,00
Geïntegreerde verkoopmogelijkheid in bezoekerswebsite (naadloze integratie in template: winkelmandje in sitewidenavigatie, verkoop-button direct bij bereikbaarheidsproduct)	€ 4.500,00
Maatwerkapplicatie om voucherset te genereren met barcode toeristische producten	€ 3.500,00
Maatwerkapplicatie om realtime parkeervoucher te genereren met barcode incl. realtime koppeling met IP Parking voor nummerbordherkenning (API)	€ 1.000,00
Kenmerk bereikbaarheidsarrangementen op drukke tijden (responsive 2.0); instelbaar op dagen tijden voor 'nu en hier'	€ 2.000,00
Weergave gerelateerde bereikbaarheidsarrangementen op detailpagina's deelnemende ondernemers binnenstad	€ 2.000,00
Betaalfuncties inregelen (payment service provider)	
Scanapp om vouchers toeristische producten uit te kunnen lezen bij inleveren bij ondernemers	€ 5.500,00
Dashboard voor inzage ingeleverde vouchers versus verkochte vouchers incl. koppeling met verkoopmodule	€ 4.000,00
Meetings	
3 werksessies	€ 1.500,00
4 meetings	€ 1.000,00
Projectmanagement	
Insiders	€ 6.750,00
VVV NOB	€ 2.500,00
Kosten	€ 38.750,00
Content, redactie & vormgeving	
Concept uitwerken	€ 750,00
Vormgeving online & print	€ 5.000,00
Creatie arrangementen	€ 1.500,00
Copywriting / redactie	€ 2.750,00
Investering stad (bijdrage deelnemers)	€ 36.100,00
Kosten	€ 46.100,00
Marketing	
Lancering concept (Media & PR)	
Inkoop media (lezersaanbiedingen)	€ 5.000,00
Online activatie (SEO / SEA)	€ 10.000,00
Instellen, monitoring en rapportages campagnes	€ 4.000,00
Kosten	€ 19.000,00
Totale kosten Gastvrij Parkeren	€ 103.850,00 100%
Totaal gevraagde subsidie	€42.500,00 41%
Totaal eigen middelen	€61.350,00 59%

Dit formulier en de bijlagen zijn volledig en naar waarheid ingevuld.

(plaats), - - (datum).

Namens het bestuur,

(Handtekening + naam en functie)

Mede ondertekend door (1):

(datum) (plaats), - -

(Handtekening + naam, functie en community)

Mede ondertekend door (2):

(datum) (plaats), - -

(Handtekening + naam, functie en community)

Formulier met toelichting zenden naar:

Gemeente 's-Hertogenbosch
College van Burgemeester en Wethouders
Afdeling SO/ORV
t.a.v. Annelies de Ridder
Postbus 12345
5200 GZ 's-Hertogenbosch