

Samenwerkingsafspraken marketingcommunicatie De Westlandse Zoom			
Datum	30 oktober 2008	Kenmerk	

Het Ontwikkelingsbedrijf De Westlandse Zoom (hierna te noemen OBWZ), de afzonderlijke partners én de partijen (incl. particulieren) die in het gebied actief (zullen) zijn zullen in gezamenlijkheid met hun marketing- en verkoopactiviteiten moeten bijdragen aan de ‘branding’ van De Westlandse Zoom. Het OBWZ investeert o.m. aan de hand van campagnes in de (gebieds)promotie van De Westlandse Zoom en de deelgebieden, de afzonderlijke partijen doen dat o.m. aan de hand van promotie rond verkoopactiviteiten. Afstemming en samenwerking tussen OBWZ en de partijen over de marketing- en communicatieactiviteiten zijn onontbeerlijk om te komen tot een sterk en consistent merk.

Het gezamenlijk optrekken in de marketingcommunicatie resulterend in een sterk merk biedt alle betrokkenen voordeel. Zo kunnen partijen bij de verkoop en prijsbepaling van zowel kavels als woningen profiteren van het zorgvuldig opgebouwde imago en de goede naam van De Westlandse Zoom en zijn deelgebieden. Voor de gebiedscampagne is het voorts goed dat voor een ieder zichtbaar wordt dat er daadwerkelijk woningen in het gebied worden verkocht. Dit kan weer een aantrekkende werking hebben op nieuwe (potentiële) kopers van zowel kavels als woningen. Uiteindelijk hebben alle partijen hetzelfde doel: alle woningen en kavels zo snel mogelijk verkocht krijgen tegen een zo goed mogelijke prijs. De verkoopcampagnes van de verkopende partijen zijn hier direct op gericht, de gebiedscampagnes van het OBWZ indirect.

Om met elkaar het merk De Westlandse Zoom te laden en het gewenste imago op te bouwen met het uiteindelijke doel de verkoop van woningen en kavels te stimuleren is in overleg met de twee ontwikkelende partners van het OBWZ een aantal afspraken geformuleerd. Voor een krachtige ‘branding’ van het merk is het van belang dat partijen zich aan deze afspraken houden. Hiermee wordt voorkomen dat inspanningen van de ene partij teniet worden gedaan door een andere partij. Uiteindelijk kan dat afbreuk doen aan het merk De Westlandse Zoom. De afspraken gelden zowel voor het OBWZ als voor alle andere bij De Westlandse Zoom betrokken en in het gebied actieve partijen.

1. Partijen stemmen zoveel mogelijk af over hun marketingcommunicatie- en promotieactiviteiten in aansluiting op de communicatiestrategie van het OBWZ zoals vervat in het merkboekje De Westlandse Zoom d.d. 13 juni 2008 en de Uitgangspunten communicatie De Westlandse Zoom d.d. 23 mei 2008 (resp. bijlage I en II).
2. Over de looptijd van het project moeten voldoende middelen ingezet worden



Samenwerkingsafspraken marketingcommunicatie De Westlandse Zoom			
Datum	30 oktober 2008	Kenmerk	

Datum	30 oktober 2008	Kenmerk	
-------	-----------------	---------	--

voor de branding van het merk en de promotie van het gebied De Westlandse Zoom in zijn geheel als van de deelgebieden afzonderlijk.

3. Een project staat nooit op zichzelf, maar bevindt zich altijd in De Westlandse Zoom en in een deelgebied van De Westlandse Zoom.
4. De naamgeving van projecten, woningtypen e.d. dragen bij aan het versterken van het merk.
5. Salescampagnes worden zoveel mogelijk ondersteund door gebiedscampagnes.
6. Partijen spannen zich in om zoveel mogelijk free publicity te genereren rond noemenswaardige activiteiten in en rond De Westlandse Zoom waaronder de verkoop van projecten van in gebied actief zijnde partijen.
7. Om te komen tot een sterk en consistent merk is het van essentieel belang dat bij alle betreffende projecten gecommuniceerd wordt (zowel mondeling als schriftelijk) dat ze deel uitmaken van De Westlandse Zoom en zich bevinden in één van de deelgebieden. Dat geldt ook in eventueel door partijen te genereren free publicity.
8. Op de aanbodpagina's van www.dewestlandsezoom.nl staan alle projecten en verkopende partijen inclusief hyperlinks naar project- of verkoopsites van partijen; project- en/of verkoopsites verwijzen naar www.dewestlandsezoom.nl.
9. Het OBWZ registreert belangstellenden voor kavels en woningen via de website www.dewestlandsezoom.nl en stelt (selecties van) geïnteresseerden in de te verkopen woningen beschikbaar aan verkopende partijen. Zelf informeert het OBWZ de geïnteresseerden ook over de (naderende) verkoop van het project en de daarbij behorende verkopende partij aan de hand van op naam gestelde (e-) brieven. Verkopende partijen informeren belangstellenden uit het bestand van het OBWZ over de (op handen zijnde) start verkoop.
10. Communicatie- en huisstijlelementen van De Westlandse Zoom zijn voor alle partijen beschikbaar zoals logo, kleurenbalk, kleurenwaaier, illustraties, foto's, liggings- en locatiekaarten, actuele teksten, etc. voor gebruik in of op communicatiemiddelen (informatiefolders, verkoopbrochures, (project)website, advertenties, etc.) of tijdens bijeenkomsten en manifestaties.
11. De huisstijlelementen logo en de kleurenbalk van De Westlandse Zoom komen in of op alle communicatie-uitingen over het project terug.
12. Partijen stellen voor handen zijnde maquettes van De Westlandse Zoom, de deelgebieden en/of projecten beschikbaar aan elkaar voor gebruik tijdens



Samenwerkingsafspraken marketingcommunicatie De Westlandse Zoom

Datum	30 oktober 2008	Kenmerk	
-------	-----------------	---------	--

informatiebijeenkomsten, verkoopmanifestaties en andere bijeenkomsten of evenementen.

13. Partijen houden elkaar zoveel mogelijk op de hoogte.

