

— A T T R A C T I E P A R K —

TOVERLAND

WELCOME | WELKOM | WILKOMMEN | BIENVENUE



Dagattracties **email automation** event

Branding

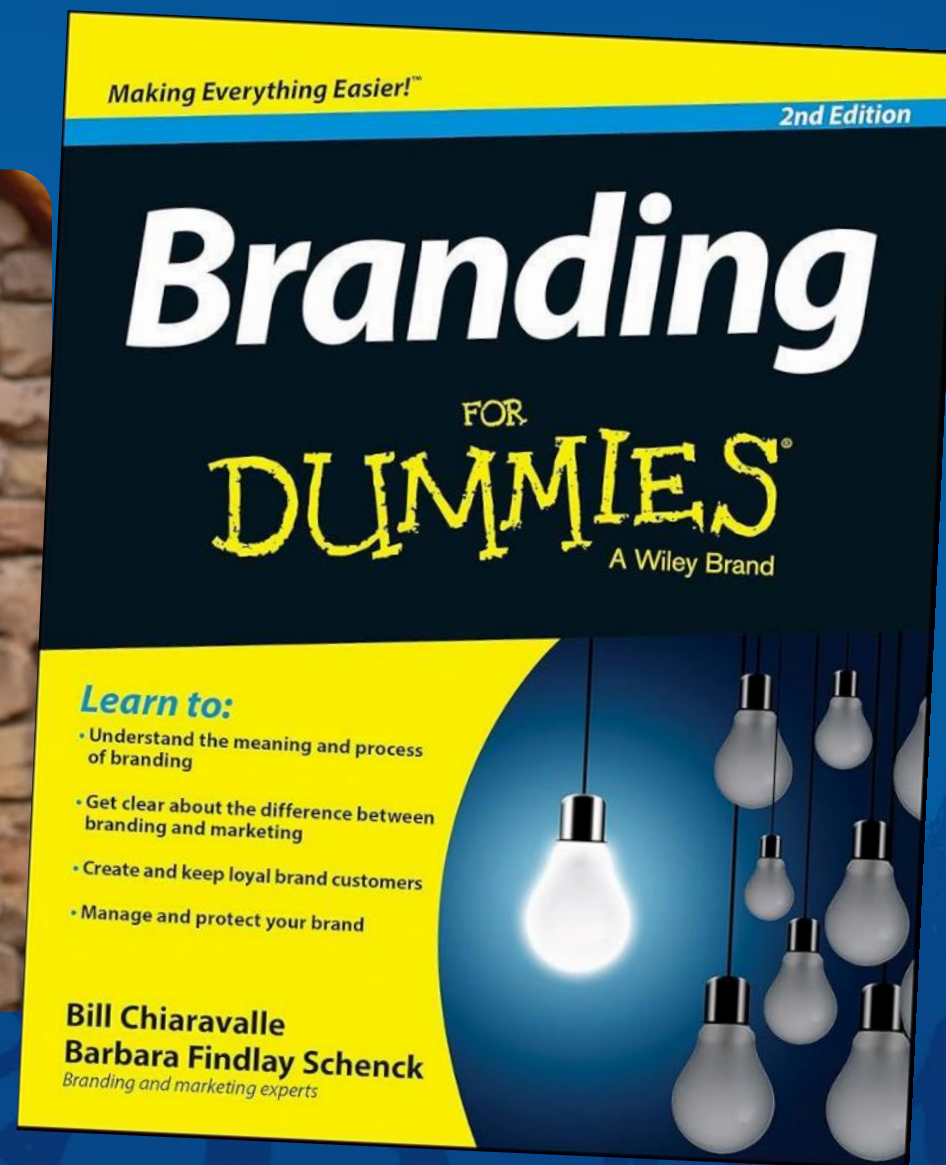
in een digitaal landschap



Agenda

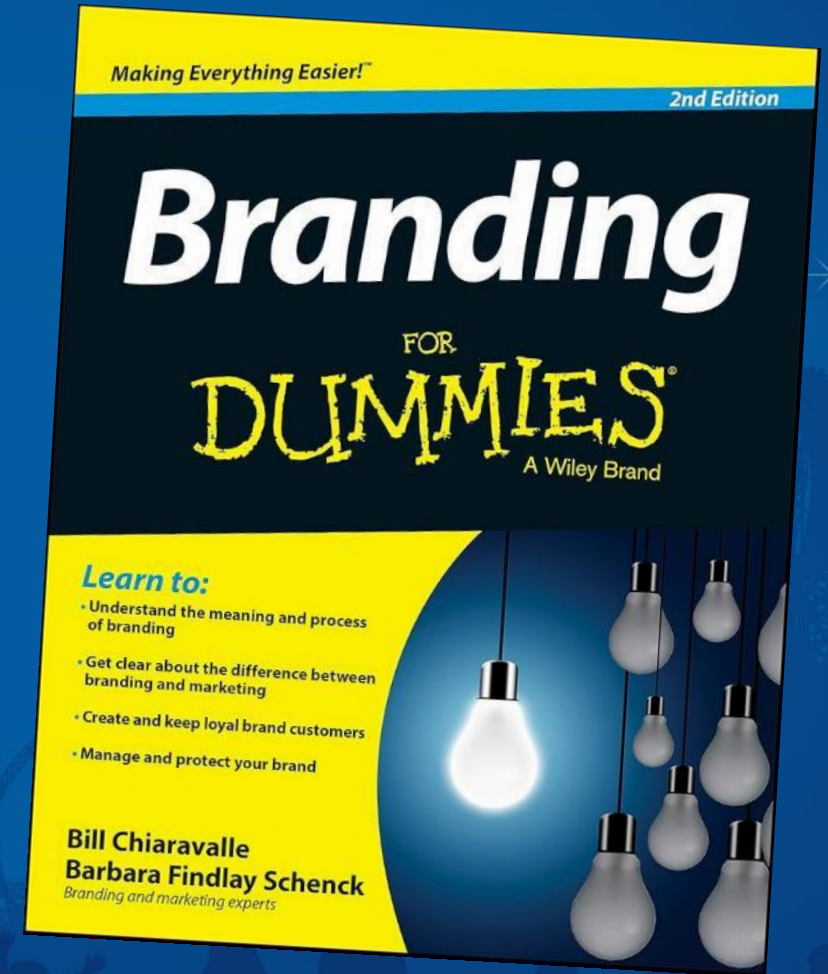
- **Brands en branding**
- **Attractiepark Toverland**
Brand identity: wie zijn wij?
Brand image: onze reputatie
Branding: voorbeelden
- Overwegingen voor de **toekomst**





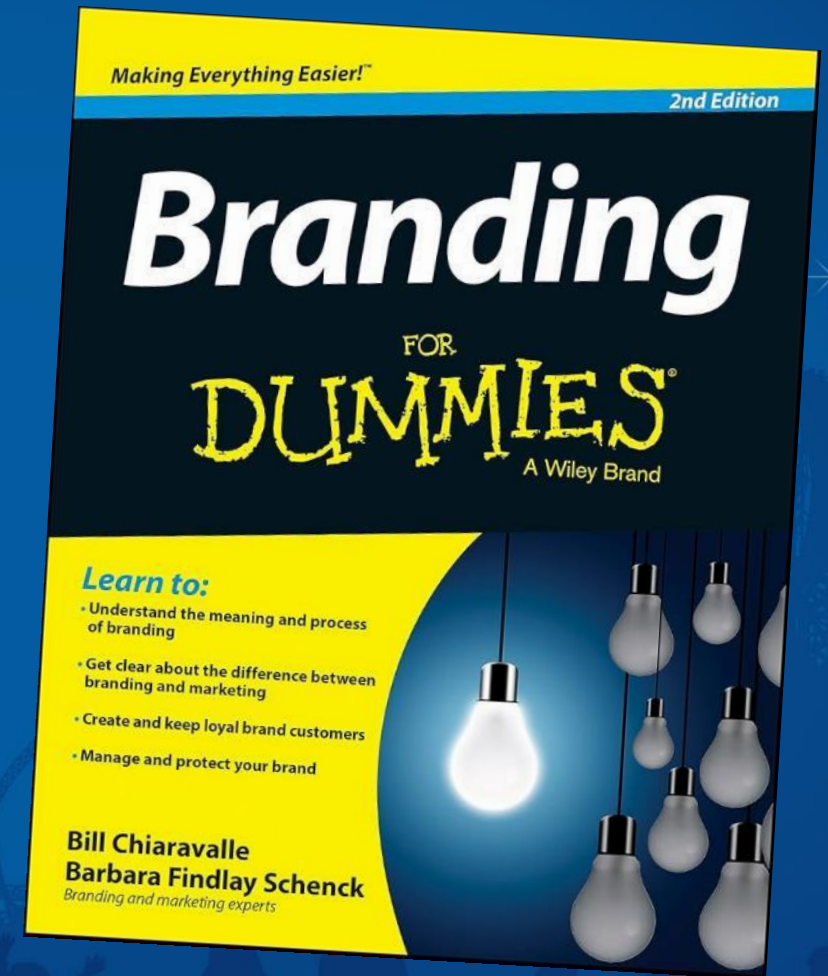
Een 'brand' is:

The essence and idea of what you stand for. Your brand starts with a vision and grows into a promise about who you are and what you stand for that gets reinforced every time people come in contact with any facet of your business or organization.



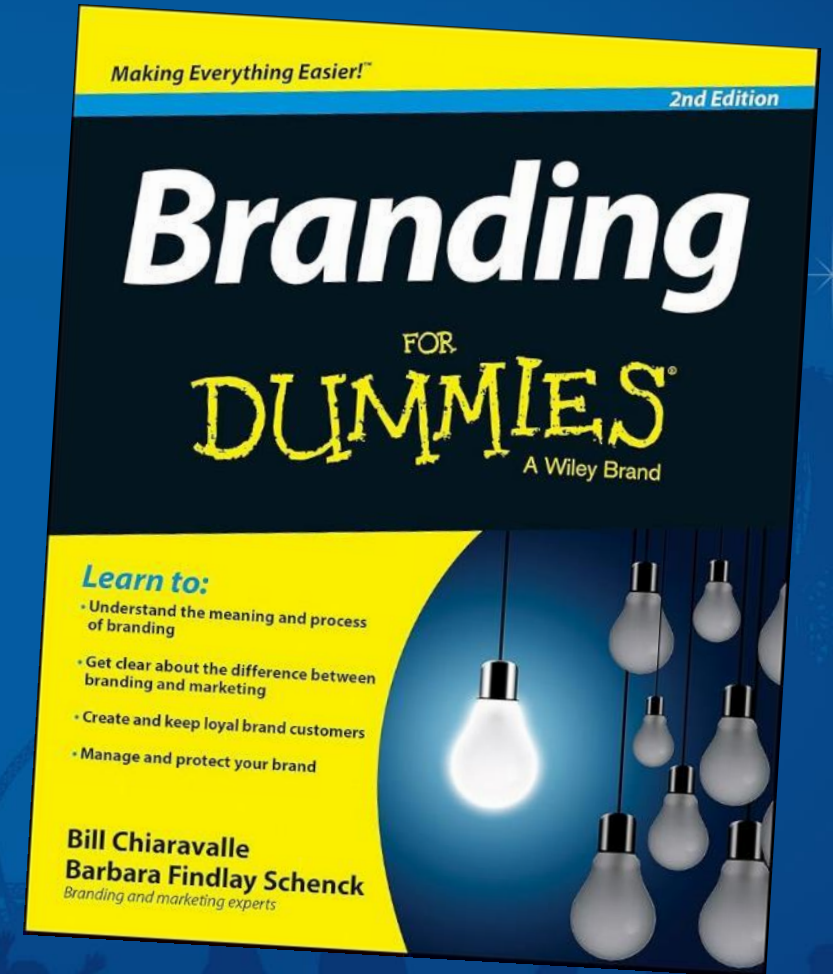
Een 'brand' is:

The essence and idea of what you stand for. Your brand starts with a vision and grows into a promise about who you are and what you stand for that gets reinforced every time people come in contact with any facet of your business or organization.



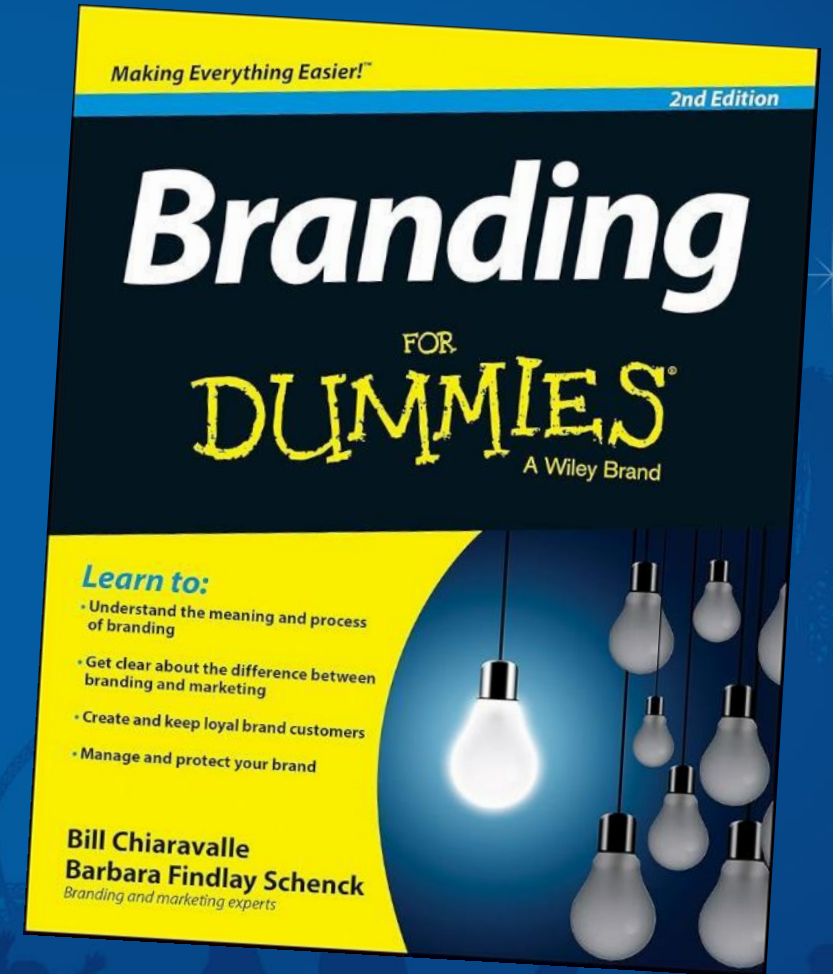
En 'branding' zelf:

The process of building positive perceptions in your customer's mind by consistently presenting the vision and idea of your brand so others understand and believe what you stand for and the [brand] promise you invariably make and keep.



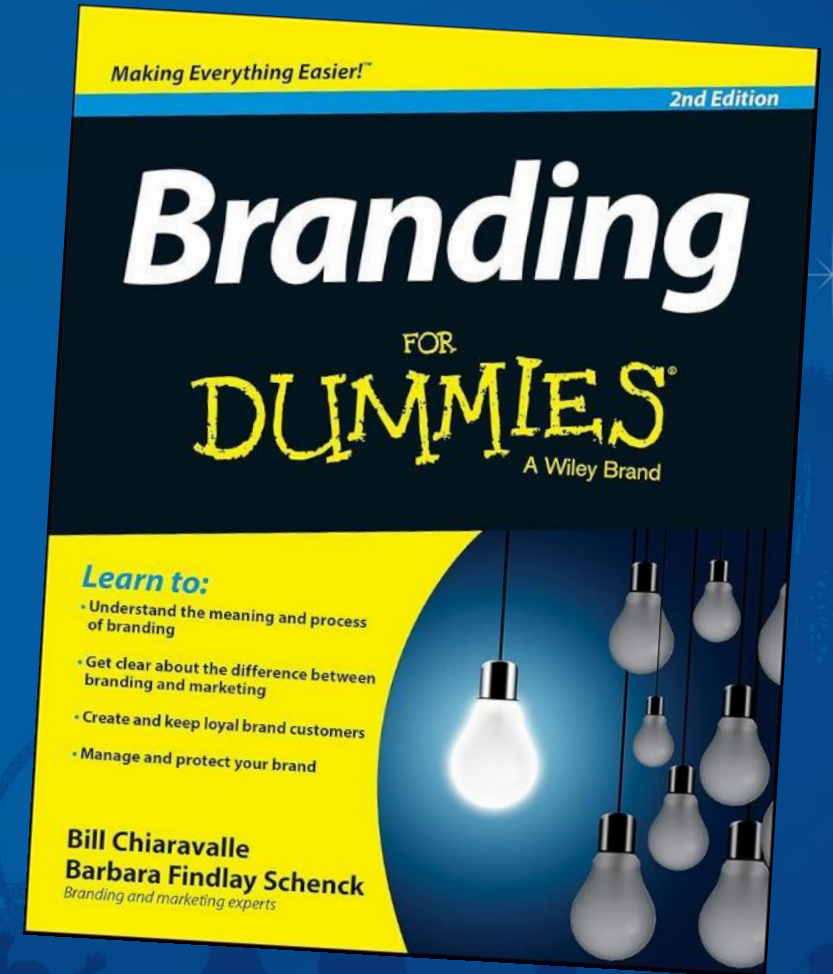
En 'branding' zelf:

The process of building positive perceptions in your customer's mind by consistently presenting the vision and idea of your brand so others understand and believe what you stand for and the [brand] promise you invariably make and keep.



En 'branding' zelf:

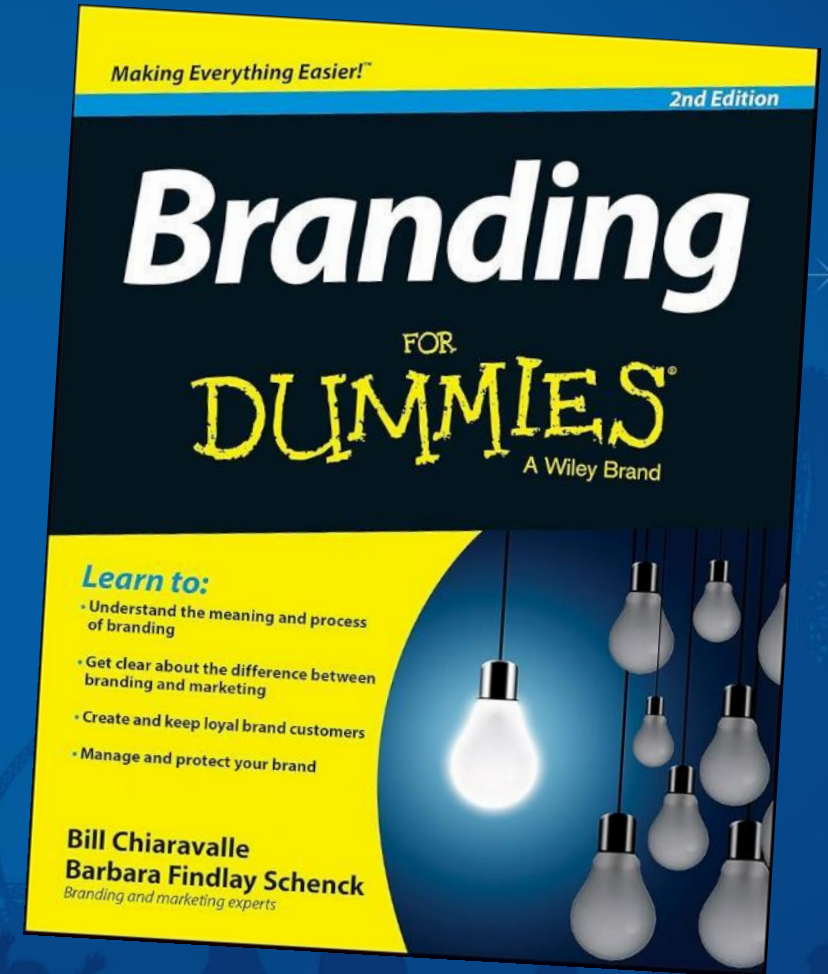
The process of building positive perceptions in your customer's mind by consistently presenting the vision and idea of your brand so others understand and believe what you stand for and the [brand] promise you invariably make and keep.



En 'branding' zelf:

The process of building positive perceptions in your customer's mind by consistently presenting the vision and idea of your brand so others understand and believe what you stand for and the [brand] promise you invariably make and keep.

➤ *Brand image*



Brand

Wie zijn wij?
Brand promise



Brand identity

Product, logo,
huisstijl, tone of voice



Brand image

Wat de gast over jou
denkt/gelooft

Intern



Extern

Branding

*Bijdragen aan het merkfundament door content en acties,
concepten bedenken, positieve word of mouth monitoren*

Voordelen van een sterk merk

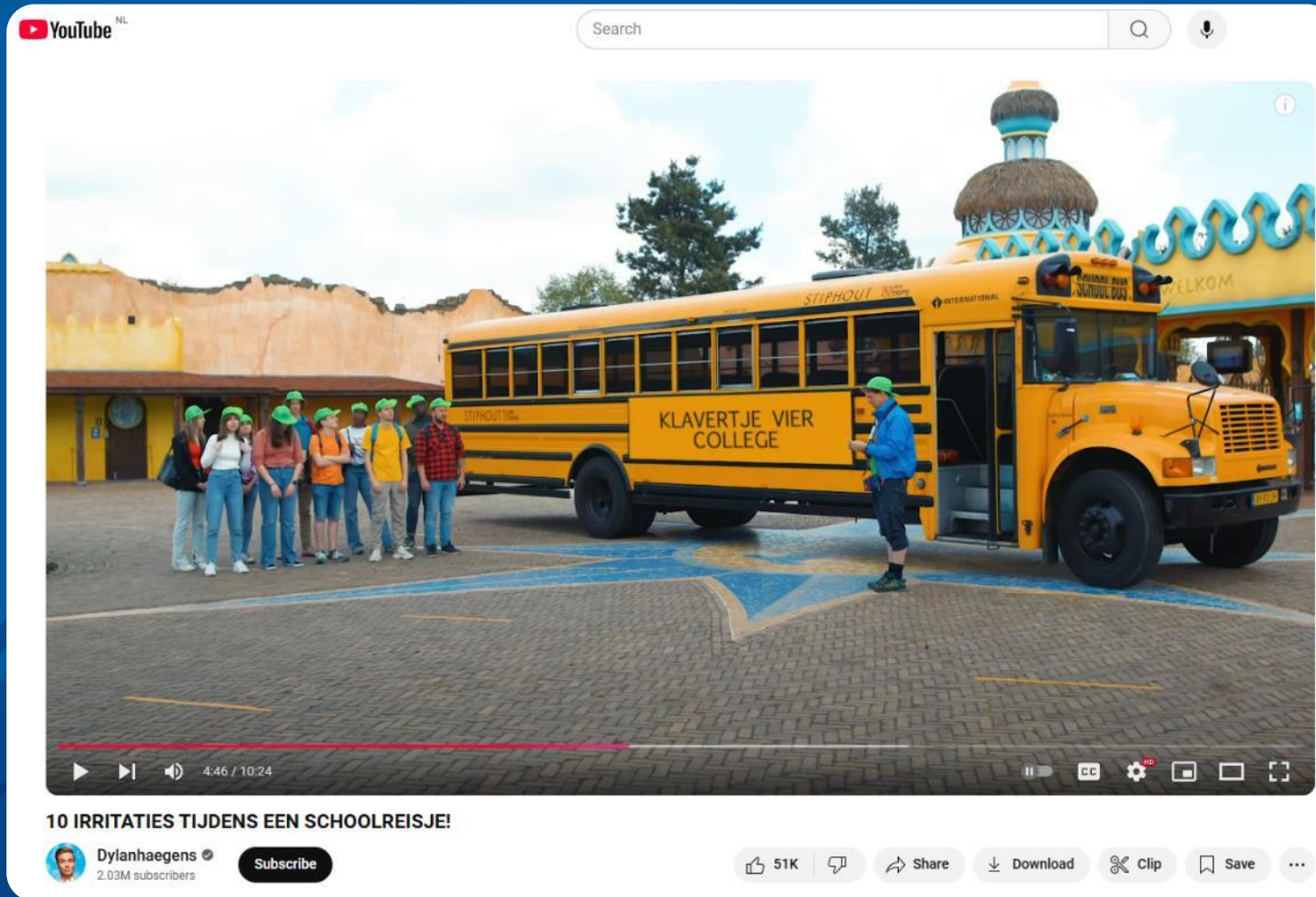
- Blijven steken in het hoofd en hart van mensen: beïnvloedt *top-of-mind awareness*
- Helpt gasten bij het maken van keuzes door het wegnemen van onzekerheid
- Financiële waarde en onderhandelingskracht
- Motivatie en richting voor medewerkers



Op naar Toverland!



Op naar Toverland!



Elk avontuur heeft een

Begin...



De juiste toverstaf voegt

magie

toe aan het
verhaal



—ATTRACTIEPARK—
TOVERLAND

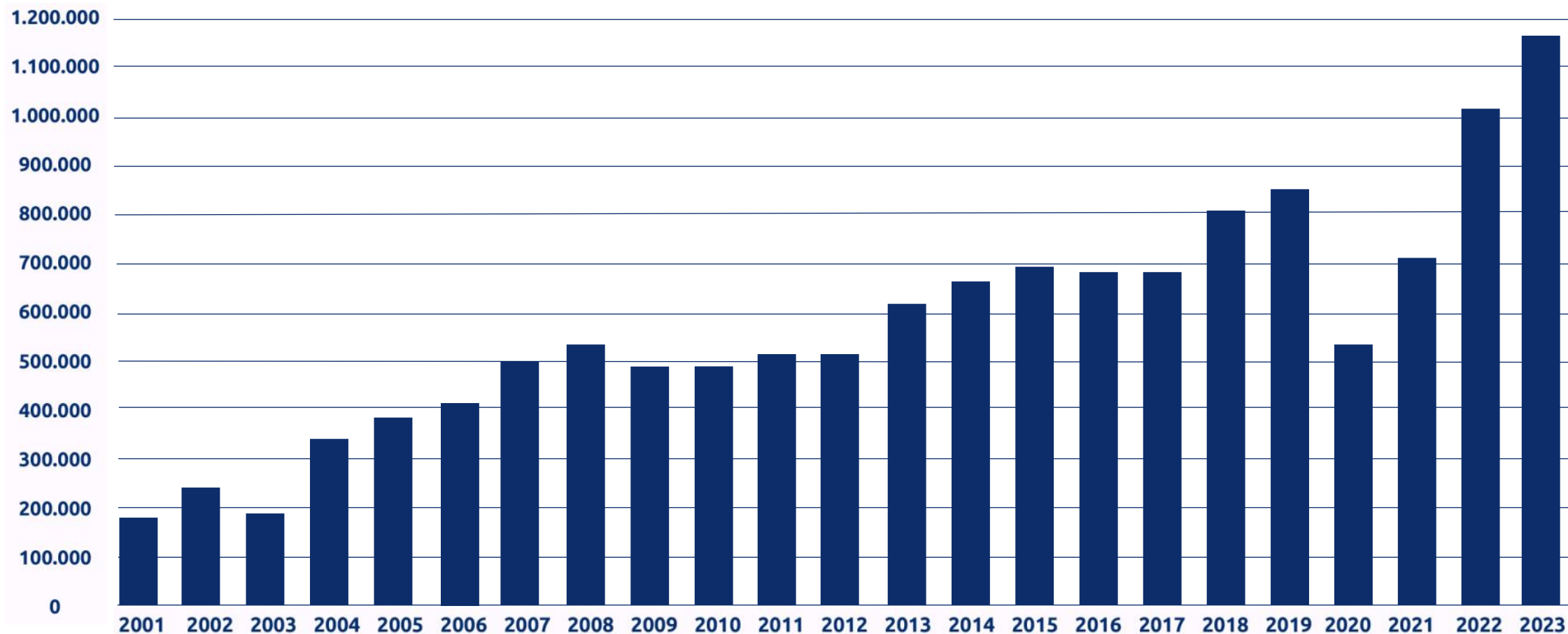
Brand identity: wie zijn wij?

- Van **indoor pretpark** tot een **all-weather themapark**
- **6 themagebieden / werelden**
- **40 attracties & shows**
- Meer dan **1 miljoen** gasten
- **64% NL, 22% DE, 11% BE**
- Ondernemers – **familiebedrijf** – 700 ‚Toverlanders‘



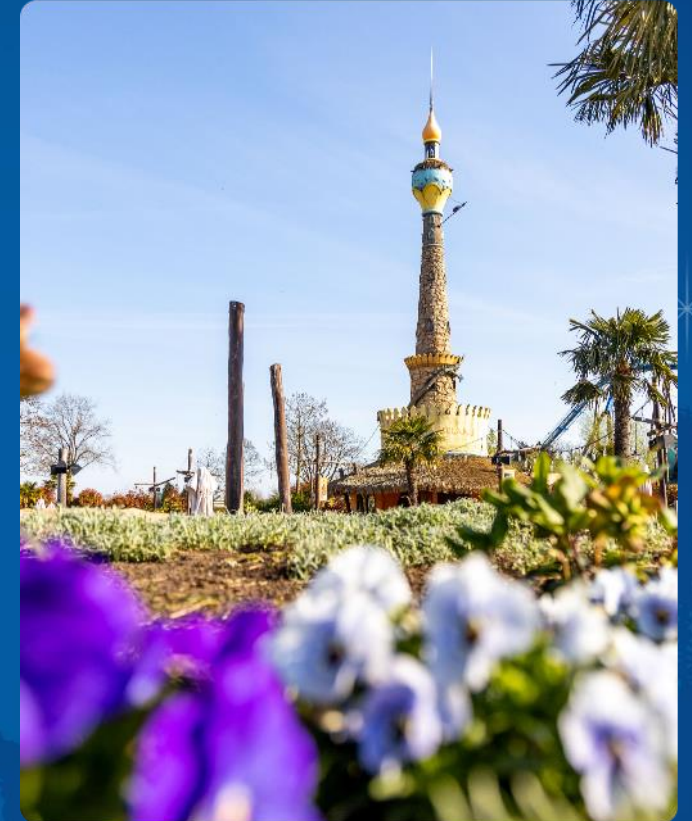
Bezoekersaantallen

1.165.000 in 2023



Ons onderscheidend vermogen

- De hardware in het themapark
- De „heartware“ – onze mensen
- Seizoensgebonden aanbod





— ATTRACTIEPARK —
TOVERLAND

Magische gelukservaringen creëren

Door grenzen te verleggen wordt magie werkelijkheid

Wij zijn:

Gastgericht

- Wij zijn oprecht en energiek
- Wij overtreffen verwachtingen

Daadkrachtig

- Wij nemen verantwoordelijkheid
- Wij gaan voor het beste resultaat

Samen één

- Voor en met elkaar
- In en met vertrouwen

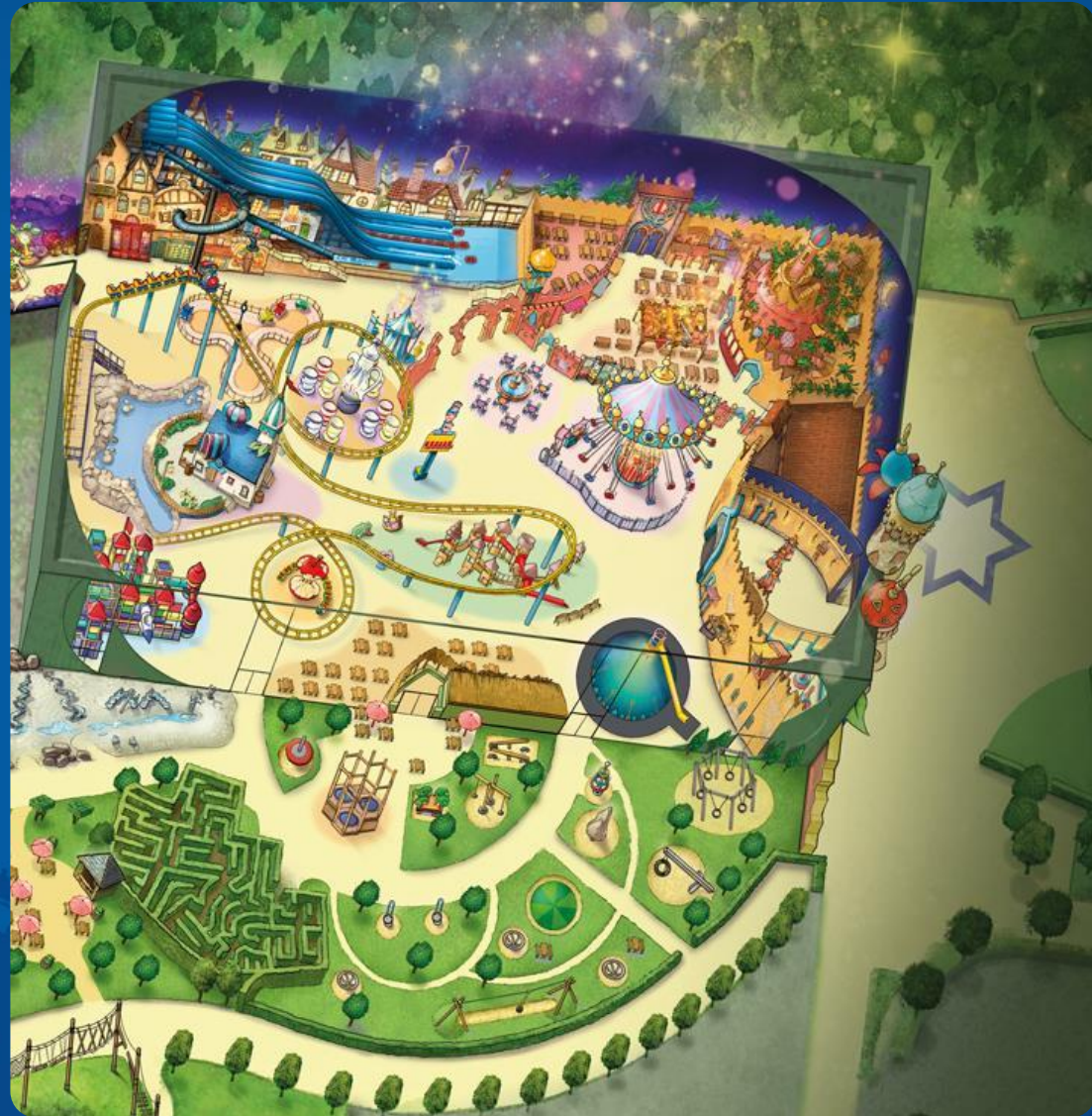


Wij zijn Toverland!



De allergrootste
uitdaging

Een consistente brand identity



- Groter verzorgingsgebied
- Andere doelgroep(en)
- Meer (verschillende) medewerkers



Brand image – Toverland is...

- Warm & bourgondisch
- Avontuurlijk & betoverend
- Positief & blij
- Internationaal & gerenommeerd
- We spreken met ,je' en ,jij' > persoonlijk en informeel
- Kinderattracties tot heftige achtbanen in magische sferen
- Oprechtheid en energie bij medewerkers: verjaardagsbuttons

The background of the slide features a dark blue gradient with silhouettes of various amusement park elements, including roller coasters, a Ferris wheel, and people of different ages (children, adults, and a person in a wheelchair) walking and playing. The overall theme is magical and adventurous.
Toverland → **TOVERLAND**
Attractiepark, Sevenum

—ATTRACTIEPARK—
TOVERLAND

Brand image: onze reputatie

Brand image – Toverland is...

- Warm & bourgondisch
- Avontuurlijk & betoverend
- Positief & blij
- Internationaal & gerenommeerd

—ATTRACTIEPARK—
TOVERLAND



—ATTRACTIEPARK—
TOVERLAND

Magische gelukservaringen creëren
Door grenzen te verleggen wordt magie werkelijkheid

Wij zijn:

Gastgericht • Wij zijn oprecht en energiek • Wij overtreffen verwachtingen	Daadkrachtig • Wij nemen verantwoordelijkheid • Wij gaan voor het beste resultaat	Samen één • Voor en met elkaar • In en met vertrouwen
---	--	--

Wij zijn Toverland!

Brand image: onze reputatie

Brand image – Toverland is...

Magische gelukservaringen creëren

Gastgericht

Daadkrachtig

Samen één

→ Vertalen naar alle momenten
waarop gasten met ons te maken krijgen

Branding: het realiseren van je brand image

- Extern voorbeeld:  **vodafone** vs. **LEBARA**



Lieke van der Plas • 2nd
Lefhebber met een passie voor presenteren en ondernemen ...
1d • 🌐

Twee aanbieders, twee sms'jes, maar één heel groot verschil...

Ik landde gister op Alicante airport, en bij het aanzetten van m'n telefoon kreeg ik het gebruikelijke welkomstbericht. Dit keer van twee providers, gezien ik sinds kort een zakelijk nummer heb via Lebara (maar nog niet gebruik, oeps 😊)

Vodafone, gezien als luxe merk, stuurde me de standaard "Welkom in Spanje" met een feitelijke saaie opsomming van welgeteld 143 woorden - die ik nooit (af)lees.

Lebara, gezien als budget optie (daarom gekozen) verraste me met een kort, leuk en persoonlijk berichtje. Met een glimlach het bericht gelezen (en voorgelezen aan m'n vriend).

Lebara, jullie snappen 'm.

⚡ Hoe de juiste communicatie totaal je perceptie kan veranderen in slechts 39 woorden.

Welk merk heeft jou ooit verrast?

#storytelling #communicatie #merkstrategie



vodafone ES 5G 67

Zaterdag 5 oktober
22:19

Meldingencentrum

Vodafone 1 minuut geleden
Welkom in Spanje. Uw datalimiet staat op 50 euro excl. BTW. Fijne reis gehad? U kunt tijdens uw verblijf uw tegoeden blijven gebruiken zoals in Nederland. Al...

Lebara Info 1 minuut geleden
We zijn jaloers, want jij bent in het zonnige Spanje! Je kan in dit EU-land van de tapas, paella en wijn zonder extra kosten internetten, bellen, gebeld word...

Persoonlijk

Meldingencentrum



Brand

- Extern



Vodafone

1 minuut geleden

Welkom in Spanje. Uw datalimiet staat op 50 euro excl. BTW. Fijne reis gehad? U kunt tijdens uw verblijf uw tegoeden blijven gebruiken zoals in Nederland. Al...



Lebara Info

1 minuut geleden

We zijn jaloers, want jij bent in het zonnige Spanje! Je kan in dit EU-land van de tapas, paella en wijn zonder extra kosten internetten, bellen, gebeld word...



Persoonlijk



Twee aanbieders, twee sms'jes, maar één heel groot verschil...

Ik landde gister op Alicante airport, en bij het aanzetten van m'n telefoon kreeg ik het gebruikelijke welkomstbericht. Dit keer van twee providers, gezien ik sinds kort een zakelijk nummer heb via Lebara (maar nog niet gebruik, oeps 🤪)

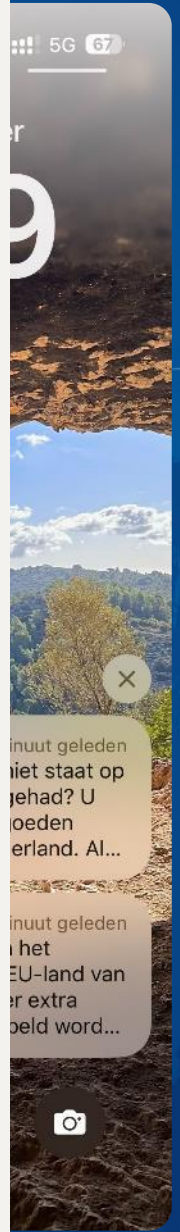
Vodafone, gezien als luxe merk, stuurde me de standaard "Welkom in Spanje" met een feitelijke saaie opsomming van welgeteld 143 woorden - die ik nooit (af)lees.

Lebara, gezien als budget optie (daarom gekozen) verraste me met een kort, leuk en persoonlijk berichtje. Met een glimlach het bericht gelezen (en voorgelezen aan m'n vriend).

Lebara, jullie snappen 'm.

⚡ Hoe de juiste communicatie totaal je perceptie kan veranderen in slechts 39 woorden.

Welk merk heeft jou ooit verrast?



Branding: het realiseren van je brand image

- Extern voorbeeld:  **vodafone** vs. **LEBARA**

 **Linda Tegelaar** • 3rd+
Ik ben de rust in jouw bra

Ben ik de enige die de b
ervaar?

Show translation

Like ·   50 | Reply · 5 R



Babette Savelkouls • 2nd
Sr. Customer Experience Specialist

Precies hoe je het stelt **Lieke**. Zowel Lebara als Vodafone weten waar ze voor staan en wat bij hun **(klantenbase)** past. Ze maken daarin bijpassende keuzes wat taalgebruik en bejegening. Ik denk dat dit voorbeeld en de reacties op je bericht dit goed illustreren. Hoe dan ook: ik ben wel een sucker voor dit soort verrassende uitstapjes maar wel als het bij het merk past.

Show translation

Like ·  8 | Reply · 3 Replies

 **Hilda Holtslag** • 3rd+
Salesmanager Nederland e

Lieke van der Plas Tenz
Spanje gaat....

Show translation

Like ·    52 | Reply

 **Adrian K...** • 3rd+

3w ...

Zakelijk. Niemand weet wat ik

3w ...

an de lijn hebt, dan snap ik
it punten proberen te scoren..

Like ·   50 | Reply · 3 Replies

► *Doelgroep!*

Merkwaarden Toverland in (digitale) communicatie

- Gastgericht

—ATTRACTIEPARK—
TOVERLAND

[Lees online](#)
[Afmelden](#)

—ATTRACTIEPARK—
TOVERLAND

Tickets >



Over 2 dagen zien we je in Toverland

Hallo Roy,

Over 2 dagen kom je naar Toverland! 🤩 Hier ga je volop avonturen beleven. En wie kunnen je nu beter op weg helpen dan **onze medewerkers?**

Daarom krijg je voor je bezoek een aantal **tips van onze collega's:**

👋 **Meindert** en 👋 **Daniëlle!** Ontdek snel wat handig is om te weten.

🎁 We leren je ook graag beter kennen, dus [vul je gegevens verder aan](#). Hierdoor ontvang je bijvoorbeeld een mail op je verjaardag!

Merkwaarden Toverland in (digitale) communicatie

- Gastgericht



Tip #1 van Daniëlle

Bereid je alvast goed voor

"Je kunt natuurlijk niet wachten om in al je **favoriete achtbanen** te stappen! Ik kan eigenlijk zelf ook niet kiezen. Door het **weer** of **onderhoud** kan het voorkomen dat er toch een attractie tijdelijk gesloten is. In de **Toverland-app** zie je dat meteen tijdens je bezoek!"

[Download Toverland-app >](#)



Merkwaarden Toverland in (digitale) communicatie

- Gastgericht



Tip #2 van Meindert

Weet waar je wil eten

"In Toverland kun je eigenlijk alles wel krijgen wat je wilt eten! Een rijkelegd broodje, smakelijke pizza óf toch een snelle snack? **Mijn collega's maken het graag voor je.** Geef het bijvoorbeeld bij ze aan als je **vegetarisch** bent of **glutenvrij** eet. Wanneer je nu alvast rondkijkt, weet je precies waar je moet zijn voor lekkers! Zo heb je bij **The Flaming Feather** zelfs **tafelbediening!**"

[Download de Toverland-app >](#)



Merkwaarden Toverland in (digitale) communicatie

- Gastgericht



Tip #3 van Daniëlle

📁 Ontdek de nieuwe souvenirs

"Onze shops liggen vol leuke aandenken aan je dagje Toverland! In Avalon zijn **twee nieuwe gezichten** komen wonen: eenhoorn Juna en draakje Sparky. Hiervan vind je **uiteenlopende souvenirs** terug in de shops: van knuffels tot dagboeken. Wat is jouw favoriet?"



Merkwaarden Toverland in (digitale) communicatie

- Daadkrachtig



Hallo Tim,

Binnenkort staat je een **tijdreis** naar de periode van het **zwarte goud** te wachten in **Mijnbouwmuseum Sevenum**.

We zijn verheugd je te mogen begroeten.

*In deze mail informeren we je alvast over alles wat je
niet mag missen tijdens je museumbezoek.*

Merkwaarden Toverland in (digitale) communicatie

- Daadkrachtig

—ATTRACTIEPARK—
TOVERLAND



WEES WELKOM

Authentieke mijnhelmen, robuuste beitels, resten van steenkool... de collectie van Mijnbouwmuseum Sevenum is **ongeëvenaard**. Laat je daarom **verbazen** door de rijkdom uit het verleden die je tegenkomt. Maak samen een tijdreis naar vervlogen tijden.

[Naar de website >](#)

ZWART. HET LEVEN IN DE MIJNEN.



Merkwaarden Toverland in (digitale) communicatie

- Daadkrachtig



Ieder seizoen ontdek je weer een **andere wisseltentoonstelling** in Mijnbouwmuseum Sevenum. Neem nu een kijkje in de tijdelijke pop-up tentoonstelling: **ZWART. HET LEVEN IN DE MIJNEN**. Hier stap je bijna letterlijk weer de mijngangen in. Geef je ogen goed de kost, maar beluister ook alle avontuurlijke verhalen van alle mijnwerkers.

[Meer weten >](#)



Mijnbouwmuseum
Sevenum

OMROEP
SEVENUM



Merkwaarden Toverland in (digitale) communicatie

- Samen één

—ATTRACTIEPARK—
TOVERLAND



Betoverd - de officiële podcast van Attractiepark Toverland

By Attractiepark Toverland

In de officiële podcast van Attractiepark Toverland kom je alles te weten over onze magie! We vragen onze medewerkers van verschillende afdelingen het hemd van het lijf om antwoord te krijgen op alles wat jij altijd al had willen weten. Onze magie laat geregeld van zich horen, dus blijf ons volgen en abonneer je op Betoverd - de podcast.

[Luisteren op Spotify](#)

[f](#) [@](#) [X](#) [v](#)

Available on



[Inhoud op Spotify melden](#)



Betoverd S2 A3 - Toverland vóór openingstijd

Betoverd - de officiële podcast van Attractiepark Toverland • 28 aug 2023

00:00

[Delen](#) 40:22

Branding: voorbeelden

Merkwaarden Toverland in (digitale) communicatie

- Samen één



We zijn nog lang niet klaar...

- „Verandering is de enige constante“
- We blijven creatief, zoeken naar kansen
- Dus waar staat jullie identiteit?
En hoe vertaal je jullie waarden naar jullie gasten?





Henk Janssen
h.janssen@toverland.nl