



Wordt jouw stad of gemeente Weekendstad van Weekend van de Klant?

Super! Lees vooral verder.

Wat is Weekend van de Klant?

Weekend van de Klant is sinds 2017 een organisatie van UNIZO, Comeos en UCM en bracht Dag van de Klant en Sunday shopday samen tot een feestelijk shopweekend in heel België. Tijdens het Weekend verwennen tienduizenden winkeliers hun klanten op allerlei manieren: met attenties, cadeautjes of een extra service, zowel de (kleine) zelfstandigen als de (grote) ketens. Ook vele gemeenten en verenigingen organiseren leuke activiteiten zoals modeshows, optredens of wedstrijden en voorzien foodtrucks, kinder- en straatanimatie. Iedereen werkt samen om klanten zowel op zaterdag als zondag een onvergetelijke winkelervaring te bezorgen. Want samen hebben we het meeste kans op succes en bereiken we de beste resultaten.

Onze focus ligt op de klant. Maar uiteraard willen UNIZO, Comeos en UCM als ondernemersorganisaties met deze campagne ook de winkels zelf bedanken en maximaal ondersteunen met een brede communicatiecampagne. Weekend van de Klant is immers de ideale gelegenheid om de handel, groot en klein, op Belgische bodem in een positief daglicht te stellen.

Weekend van de Klant is steeds het weekend waarin de eerste zondag van oktober valt. **In 2019 gaat het Weekend door op 5 en 6 oktober, in 2020 op 3 en 4 oktober.**

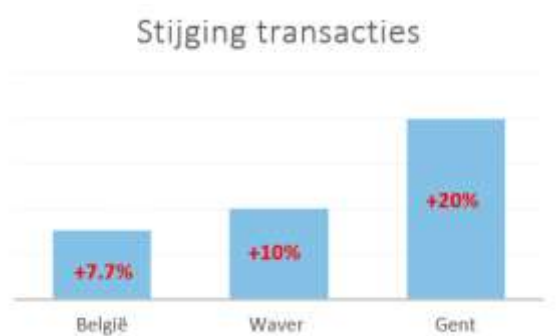
Wat betekent het om Weekendstad te zijn?

Elke editie van Weekend van de Klant zijn er twee Weekendsteden, eentje in Vlaanderen en eentje in Wallonië. In 2018 waren dit Gent en Waver, in 2019 Leuven en Andenne. De Weekendstad is zowel op zaterdag als zondag de **uitvalsbasis** voor Weekend van de Klant en wordt als dusdanig extra in de picture gezet, zowel in de aanloop naar Weekend van de Klant als tijdens én nadien.

- In de Weekendstad gaat op zaterdag de **persconferentie** door. Tijdens de perswandeling brengen we met nationale en regionale pers en in het kielzog van het stadsbestuur, de CEO's van onze organisaties en de (hoofd)partners een bezoekje aan lokale winkels die in kader van het Weekend een originele actie organiseren.
- We organiseren in de Weekendstad een **VIP-receptie** (bijvoorbeeld een openingsreceptie op vrijdagavond) voor de lokale en regionale handelaars, prominenten en onze partners. Een gezellige opening en een interessant netwerkmoment.
- De Weekendstad werkt samen met **radiozender MNM**. Zij denken creatief mee na over de best mogelijke impact in jouw stad/gemeente, via een live-uitzending, concertjes, een wedstrijd of via andere acties tijdens het Weekend.
- Bijkomende **leuke acties of animaties** zijn mogelijk, bijvoorbeeld georganiseerd door onze (hoofd)partners (attracties op het openbaar domein, acties voor de handelaars en/of de klanten). Zo waren er in 2018 dankzij Worldline geen transactiekosten voor de handelaars bij contactloze betalingen en konden zij hun klanten verwennen met een gratis wafel.
- Je krijgt **op maat Weekend van de Klant promotiemateriaal** in de vorm van straatoverspanningen, affiches, pakketjes met promomateriaal voor alle handelaars, een Weekendmagazine dankzij Het Nieuwsblad, een dedicated nieuwsbrief en extra visibiliteit op de Weekend van de Klant B2C-website.
- Je kunt een lokaal / streekproduct voordragen om als **nationale attentie** verkocht te worden in onze webshop.

2

Het loont om Weekendstad te worden. Kijk maar naar de cijfers van Gent en Waver wat betreft financiële transacties tijdens Weekend van de Klant 2018.



Stijging Wvdk in vergelijking met gewoon weekend

- België : +7,7%
- Waver : +10%
- Gent : +20%

Contactloze betalingen tov gewoon weekend :

- België : +12%
- Waver : +35%
- Gent : + 26%

Het aantal deelnemende handelaars stijgt ook exponentieel wanneer je Weekendstad wordt, uiteraard ook dankzij jouw inzet.



Wat vragen we van de Weekendstad? En wat doen wij vanuit de organisatie van Weekend van de Klant?

Wij zorgen uiteraard voor de algemene coördinatie van Weekend van de Klant. Het spreekt voor zich dat tijdens het Weekend in de Weekendstad de **winkels zowel op zaterdag als zondag open** zijn.

Tijdens een opstartvergadering overlopen we alle elementen (animaties, MNM, communicatieacties, promotiemateriaal, persconferentie, VIP-receptie, ...) en zetten samen de krijtlijnen uit. De praktische organisatie van de persconferentie en VIP-receptie nemen wij in handen. Uiteraard werken wij graag op basis van jouw suggesties wat betreft locaties, cateraars en eventuele lopende samenwerkingen in dat kader, en trachten wij hier rekening mee te houden (o.a. in functie van budget). We bepalen samen de programma's en stellen de lijst van genodigden op. **De concrete (evenementiële) organisatie van de animaties en activiteiten in de Weekendstad en de praktische uitwerking van de samenwerking met MNM ligt in handen van de Weekendstad** (al dan niet samen met een door jullie aangesteld evenementenbureau). Dat wil zeggen dat als er vergunningen moeten aangevraagd worden, straten moeten worden afgesloten, extra POS-materiaal verdeeld moet worden, handelaars extra gemotiveerd moeten worden om in te schrijven, als de MNM-artiesten ruimte en catering nodig hebben, er een podium nodig is, ... dit jouw verantwoordelijkheid is. **We vragen hiervoor minstens één "projectmanager" bij de stad/gemeente, iemand die aanspreekpunt is maar ook voldoende tijd kan vrijmaken voor de concrete organisatie.** Afhankelijk van de grootte van jouw stad/gemeente en de gewenste activiteiten kan het opportuun blijken om bijkomende ondersteuning voor deze projectmanager ter beschikking te hebben in bepaalde periodes (bijvoorbeeld tijdens het Weekend zelf). Uiteraard geven wij graag advies en ondersteunen waar mogelijk. De eventuele acties die onze partners wensen te organiseren in de Weekendstad bepalen we in samenspraak (wat kan er waar) en volgen wij op.

3

Wij zorgen voor de opmaak en druk van al het communicatie- en promotiemateriaal. De promopakketjes voor de handelaars kunnen (met aangepaste affiche) verstuurd worden via onze reguliere kanalen. Afwijkingen moeten besproken worden. Eventuele kosten voor het ophangen van straatoverspanningen e.d. worden gedragen door de Weekendstad.

En dat alles gieten we in een overzichtelijk draaiboek met duidelijke afspraken en deadlines over wie doet wat. We organiseren uiteraard meerdere overlegmomenten.



Wat kost het om Weekendstad te worden?

De Weekendstad betaalt een financiële bijdrage om de kosten van de persconferentie, VIP-receptie, MNM en de communicatie te dekken. Als bepaalde aspecten via lokale sponsoring of partnerships kunnen geregeld worden en hier bijgevolg geen factuur voor wordt opgemaakt, kunnen die in mindering worden gebracht (of besteed worden aan bijvoorbeeld bijkomende animatie). Onderstaand algemeen budget is een indicatie van de kosten. We maken tijdens de opstartvergadering een budget op maat van jouw stad/gemeente.

Weekendstad worden bestaat uit twee pijlers, een algemeen budget en de samenwerking met MNM, met telkens een basis-/verplicht en een uitgebreid pakket, afhankelijk van de budgetmogelijkheden.

Pijler 1: Algemeen budget

1. Basispakket (verplicht)

- Algemene coördinatie en opvolging door 2 personen van UNIZO en Comeos
- Persmoment (incl. locatie, catering, techniek, persmap, -uitnodigingen)
- VIP-receptie voor max. 250 personen (incl. locatie, catering rond 40€pp, bediening, techniek, uitnodigingen, security, indien gewenst en budgettair mogelijk muzikale act)
- Algemene visibiliteit als Weekendstad op de Weekend van de Klant website, in onze nieuwsbrief naar handelaars en in die naar consumenten, in de bijlage bij Het Nieuwsblad (1 pagina), op Facebook en Twitter
- Lay-out, druk en verdeling van pakketjes met promomateriaal voor alle handelaars (met op maat affiche), via reguliere kanalen Weekend van de Klant
- 15 beachvlaggen of 10 straatoverspanningen (aangepaste lay-out indien gewenst; excl. ophanging)
- Weekendmagazine toegespitst op jouw stad/gemeente dankzij Het Nieuwsblad
- Fotoverslag van het Weekend, het persmoment en de VIP-receptie

Budget: 15.000€ (excl. btw)

2. Animatie pakket (niet verplicht)

Geef je de organisatie van bijkomende animatie zoals bijvoorbeeld BV's in de winkels, kinder- en/of straatanimatie, ... liever uit handen, dan nemen wij die op ons.

Budget: 10.000€ (excl. btw) (excl. ruimte/catering/shuttles voor MNM-artisten, podium, ...)

3. Lezersactie Het Nieuwsblad (niet verplicht)

Het Nieuwsblad organiseert in kader van Weekend van de Klant een lezersactie bij hun abonnees waarmee die een citytrip naar de Weekendstad kunnen winnen. De winnaars krijgen ook een shoppingbudget, restaurantbon en/of goodiebag.

Budget: 5 x overnachting + shoppingbudget. Dit kan bijvoorbeeld in de vorm van sponsoring worden verzameld.

Pijler 2: MNM

1. Basispakket (verplicht)

- Uitzending (enkel) op zaterdag van 14.00-18.00 uur
- Shoppingspel met bijvoorbeeld Peter Van de Veire
- Promo via spots, aankondigingen en sociale media MNM
- Animatie/optredens op zaterdag
- Animatie/optredens op zondag

Budget: 20.000€ (excl. btw)

2. Uitgebreid pakket (niet verplicht)

- Uitzending op zaterdag van 14.00-18.00 uur
- Uitzending op zondag van 14.00-18.00 uur
- Shoppingspel met bijvoorbeeld Peter Van de Veire
- Promo via spots, aankondigingen en sociale media MNM
- Animatie/optredens op zaterdag
- Animatie/optredens op zondag

Budget: 25.000€ (excl. btw)

De minimuminvestering om Weekendstad te worden bedraagt 35.000€ (excl. btw).

Procedure en timings

5

Je kunt je kandidatuur indienen met een korte motivatie en beschikbaar budget via info@weekendvande klant.be.

