



14 VEELZIJDIGE TACTIEKEN

Je locatie is een kans: trek nieuwe gasten aan, stimuleer herhaalbezoeken en verhoog je upsell-potentieel

In deze guide vind je:

Tips voor lokale arrangementen	3
Manieren om een plek-gevoel te creëren	4
Storytelling- en online marketinghacks	5
Medewerkers als lokale experts inzetten	6
Evenementen en programmatips	7
De lokale culinaire beleving integreren	8
Personalisatie en tools voor je gasten	9

Tips voor lokale arrangementen

Maak seizoensarrangementen met lokale partners

Werk samen met chefs, gidsen of ambachtelijke studio's om arrangementen te maken die inspelen op wat er nu te doen is, van bloesemwandelingen tot kerstmarkten. Zo geef je gasten een reden om juist *dán* te boeken. Je aanbod blijft het hele jaar door relevant én je sluit aan bij het ritme van je bestemming, iets waar gasten steeds meer naar op zoek zijn.

Integreer lokale add-ons direct in het boekingsproces

Maak het gasten makkelijk om extra's zoals fietshuur, proeverijen of wandeltochten direct mee te boeken. Vanuit je PMS kun je deze toevoegen als upsell in je booking engine en pre-stay e-mails. Dat verhoogt je conversie én je extra omzet, zonder dat je team hiervoor handmatig hoeft te verkopen.



Manieren om een plek-gevoel te creëren

Gebruik lokale materialen en kunst

Laat je omgeving terugkomen in je interieur, van drijfhout van het strand tot patronen van lokale ontwerpers. Zulke keuzes zien er niet alleen leuk uit, ze zorgen voor verbondenheid met de plek, mond-tot-mondreclame én een blijvende indruk. Zo bouw je aan een herkenbare merkidentiteit, veel krachtiger dan met standaard luxe.

Ontwikkel een thema geïnspireerd op je locatie

Bedenk een thematisch concept dat door alles heen loopt, van geur en licht tot muziek en uniformen. Denk aan “Grachtenleven”, “Stilte van de duinen” of “Urban Vintage”. Als elk detail klopt met dat verhaal, voelt je hotel uniek en herkenbaar. Het raakt mensen, en dát blijft hangen.



Storytelling- en online marketinghacks

Gebruik de omgeving in je contentstrategie

Maak blogs, reels of korte video's over lokale ervaringen of favoriete plekken van je team. Gasten zoeken vandaag de dag meer dan feitjes, ze willen gevoel en verbinding. Zo geef je je merk een diepere laag en laat je zien dat je onderdeel bent van de omgeving, niet zomaar een slaapplek.

Maak slim gebruik van user generated content

Moedig gasten aan om je hotel te taggen en hashtags te gebruiken die passen bij jouw locatie. Highlight wekelijks de leukste posts met een kleine prijs of repost. Zo creëer je gratis zichtbaarheid, social proof én een band met je gasten terwijl je meteen een verzameling opbouwt van échte, authentieke content.



Medewerkers als lokale experts inzetten

Maak van je team echte buurtkenners

Leer je team om persoonlijke tips te geven die je niet in een gids vindt, van verborgen hofjes tot dat ene fijne brunchplekje. Zulke insider-tips zorgen voor een warm gevoel bij je gasten en geven hun verblijf nét dat beetje extra. Dat leidt tot meer tevredenheid, herhaalbezoeken en mond-tot-mondreclame.

Laat je team zelf de omgeving ontdekken

Stuur medewerkers op pad naar lokale makers, bezienswaardigheden of partners. Als ze het zelf ervaren hebben, vertellen ze het verhaal met meer enthousiasme en echtheid. Zo worden gesprekken met gasten echter en persoonlijker én sluit je naadloos aan bij je lokale merkidentiteit.



Evenementen en programmatips

Organiseer events die locals aantrekken

Denk aan open-mic avonden, galeriepop-ups of kleine designmarkten. Zulke events zorgen voor reuring, brengen gasten en locals samen en maken van je hotel een levendig en bruisend onderdeel van de buurt. Extra bonus: ze leveren ook omzet op in het laagseizoen.

Bied thematische workshops aan

Van pop-up proeverijen tot creatieve workshops of natuurexcursies; zulke activiteiten maken van een verblijf een beleving. Ze zijn ideaal als extra verkoopmoment, verlagen de drempel voor gasten (want alles is op locatie) en verhogen niet alleen de bestedingen van de gast, maar ook de waarde die ze uit hun verblijf halen.



De lokale culinaire beleving integreren

Vertel het verhaal achter je ingrediënten

Gasten willen steeds vaker weten waar hun eten vandaan komt. Werk samen met lokale boeren, vissers of wildplukkers en geef hun verhaal een plek op je menukaart. Dit geeft je restaurant meer karakter, zorgt voor emotionele betrokkenheid en sluit perfect aan bij de groeiende vraag naar transparantie en duurzaam eten.

Wissel je specials met de seizoenen

Seizoensgerechten zorgen voor een directe beleving van tijd en plek, gasten proeven wat er nú uniek is aan je omgeving. Tegelijk zijn ze slim voor je keuken: efficiënter inkopen, minder verspilling en een menu dat regelmatig vernieuwt en gasten terug laat komen.



Personalisatie en tools voor je gasten

Geef persoonlijk samengestelde kaarten mee

Laat de standaard folders links liggen en deel kaartjes met favoriete plekken van je team, van geheime uitzichtpunten tot fijne midnight snacks of lokale boekwinkels. Zo laat je zien dat je écht meedenkt. Digitale versies via QR of je app maken het extra makkelijk voor gasten en altijd binnen handbereik.

Gebruik je PMS-data om suggesties persoonlijk te maken

Houd voorkeuren van terugkerende gasten actief bij in je PMS. Toon automatisch passende tips voor wijnliefhebbers, wandelaars of kunstfans. Als je onthoudt waar iemand van houdt, voelt diegene zich gezien. Dat zorgt voor meer loyaliteit, hogere tevredenheid en natuurlijke upsellmomenten zonder te pushen.



VIPS | PMS.