

MARKETINGPLAN

Benadering van de zakelijke vergader- en eventmarkt in Limburg

Rederij Cascade · 2026 – 2029

Managementsamenvatting

Rederij Cascade is momenteel sterk afhankelijk van seizoensgebonden toerisme, waardoor de omzet buiten het hoogseizoen aanzienlijk terugvalt. De zakelijke markt biedt een concrete kans om deze afhankelijkheid te verminderen en te zorgen voor een stabielere omzet gedurende het hele jaar.

De zakelijke markt sluit goed aan op de bestaande activiteiten: bijeenkomsten vinden vooral plaats doordeweeks en buiten het toeristenseizoen, kennen een hogere besteding per klant en leiden vaker tot herhaal boekingen. De focus ligt hierbij op managementassistenten en eventprofessionals binnen organisaties in de regio.

Rederij Cascade positioneert zich als een onderscheidende vergaderlocatie op het water, waar rust, focus en beleving samenkomen.

De doelstelling is om de zakelijke markt te ontwikkelen tot een volwaardige pijler van de organisatie. Dit betekent een groei naar circa 32 zakelijke evenementen in 2027 en een structurele bijdrage aan de omzet en bezettingsgraad.

De strategie richt zich op het vergroten van de online vindbaarheid, het aanbieden van duidelijke en kant-en-klare arrangementen, een actieve benadering van potentiële klanten en het opbouwen van duurzame relaties en samenwerkingen. In 2026 ligt de nadruk op het leggen van de basis om in de jaren daarna verder te groeien.

Met een goede uitvoering van dit plan kan Rederij Cascade de zakelijke markt succesvol ontwikkelen tot een stabiele en winstgevende aanvulling op de huidige activiteiten.

1. Aanleiding en probleemstelling

1.1 Het seizoensprobleem

De inkomsten van Rederij Cascade zijn sterk afhankelijk van het seizoen. Na de kerstperiode vallen de inkomsten nagenoeg stil, terwijl de vaste lasten, zoals loonkosten, leningen en belastingen, gewoon doorlopen. Er blijft daarmee structureel omzet liggen.

1.2 De kans: de B2B-markt

De zakelijke markt sluit om drie redenen uitstekend aan op de huidige activiteiten van Rederij Cascade:

- **Timing:** bedrijven plannen vergaderingen, trainingen en teamuitjes doordeweeks en buiten de zomerperiode, precies wanneer de toeristenmarkt stil ligt.
- **Budget:** B2B-klienten besteden meer per persoon aan catering, techniek en extra services dan recreanten.
- **Loyaliteit:** een tevreden bedrijf keert regelmatig terug. Een recreant boekt doorgaans eenmalig.

2. Marktanalyse

2.1 Marktomvang

De markt voor congressen en vergaderingen is aanzienlijk. Landelijk bedroeg de omzet in 2019 circa € 2,7 miljard (bron: Congres & Vergader Monitor 2024). Limburg is goed voor ongeveer 4% van deze markt, wat neerkomt op een provinciale markt van ruim € 109 miljoen.

De Limburgse markt onderscheidt zich niet door omvang, maar door kwaliteit, rust en inspiratie. Bijeenkomsten bestaan vooral uit vergaderingen, workshops, trainingen en strategische sessies voor groepen van 30 tot 150 personen.

Uitgaande van circa 160 beschikbare zakelijke dagen per jaar en een realistische bezettingsgraad van 20%, zijn ongeveer 32 zakelijke evenementen per jaar haalbaar voor Rederij Cascade.

2.2 Concurrentieanalyse

Andere rederijen

De concurrentie door andere rederijen is beperkt en weinig gefocust op de zakelijke markt.

Vergaderlocaties op land: de echte concurrentie

De werkelijke concurrentie komt niet van andere rederijen, maar van de circa 60 tot 100 vaste vergaderlocaties in Limburg. Deze zijn in drie segmenten in te delen:

Segment (~aandeel)	Kenmerken	Positie Rederij Cascade
Functioneel (~40%) Hotels, ketens	Efficiënt, goede AV, veel parkeren. Weinig beleving.	Geen directe concurrent, ander segment
Inspirerend (~50%) Beachclubs, kasteelhoeven	Bijzondere omgeving, informele sfeer, natuur of water.	Directe concurrent, zelfde segment
Exclusief (~10%) Kastelen, musea, retreats	Maximale beleving, beperkte capaciteit, premium prijs.	Gedeeltelijke overlap, premium positionering

Rederij Cascade valt in de categorie inspirerende vergaderlocaties. Om succesvol te worden, moet zij zich binnen dit segment duidelijk onderscheiden.

2.3 SWOT

Strengths	Weakness
Unieke vergaderlocatie op het water	Nu sterke seizoensafhankelijkheid
Rust en focus (geen afleiding)	Lage naamsbekendheid in B2B markt
Unieke positionering: alles-in-een concept vergaderen, catering en beleving	Beperkte online zichtbaarheid in B2B markt
Ruimte in voor zakelijke bijeenkomsten in de hele bezetting van de vloot	Geen / nauwelijks zakelijk netwerk
Alle faciliteiten zijn aanwezig: eigen catering, personeel, AV, vergunningen etc.	Beperkte flexibiliteit qua capaciteit / zalen

Opportunities	Threats
Grote B2B markt in Limburg (109 miljoen)	Veel concurrentie van vergaderlocaties op het land
De groeiende vraag naar inspirerende locaties en de combinatie tussen zakelijk vergaderen en beleving.	Lage naamsbekendheid in B2B markt

Vraag op doordeweekse dagen buiten het toeristische seizoen	Beperkte online zichtbaarheid in B2B markt
Verbeteren naamsbekendheid en online zichtbaarheid	Geen / nauwelijks zakelijk netwerk
Samenwerking met event en congres bureaus	Beperkte flexibiliteit qua capaciteit / zalen

3. Doelgroep

3.1 Wie boekt een zakelijke locatie?

Uit locatieonderzoek van HighProfile komen de volgende doelgroepen naar voren die betrokken zijn bij het boeken van vergaderlocaties:

Doelgroep	Zoekgedrag	Wat zoeken zij?
Directiesecretaresse / managementassistent	Vooral via Google. Weinig behoefte aan verhaal, wel aan snelheid.	Duidelijke info, snelle offerte, zekerheid.
Corporate event manager	Eigen ervaring, vergelijkt meerdere locaties, bezoekt locaties.	Cases, beoordelingen, heldere propositie.
Evenementenbureau / ZZP	Vroeg starten, meeste locaties bezoeken, sterk op verhaal.	Pitch-materiaal, unieke kenmerken, transparantie.
HR-manager / eigenaar	Ad hoc, minder systematisch, soms via Facebook.	Praktische zekerheid, prijs-kwaliteit.

3.2 Primaire doelgroep: managementassistenten

De managementassistent of directiesecretaresse is de meest kansrijke primaire doelgroep voor Rederij Cascade. Zij nemen vaak de beslissing over een locatie, zoeken snel en doelgericht, en willen volledig ontzorgd worden. Zij zijn goed bereikbaar via gerichte kennismakingsevents en heldere online informatie.

3.3 Secundaire doelgroep: event managers en evenementenbureaus

Event managers en bureaus hebben een groter bereik: zij boeken namens meerdere klanten. Als Rederij Cascade bij hen op het netvlies staat, kan één relatie meerdere boekingen opleveren. Deze doelgroep vraagt om een sterk verhaal, professioneel beeldmateriaal en een duidelijke propositie die zij zelf kunnen 'verkopen' aan hun opdrachtgever.

4. Positionering

Positionering

"Rederij Cascade is dé vergader- en eventlocatie op het water voor organisaties die focus, verbinding en beleving willen combineren."

4.1 Drie strategische pijlers

Pijler	Betekenis	Communicatievoorbeeld
Rust & focus	Geen afleiding zodra de trossen los zijn. Ideaal voor besluitvorming en strategische sessies.	"Vergaderen zonder afleiding — letterlijk weg van kantoor."
Ontzorging	Één aanspreekpunt, alles op één locatie, volledig maatwerk, van ontvangst tot afscheid.	"Van A tot Z geregeld." "U hoeft alleen maar te komen."
Beleving met zakelijke impact	Geen 'leuk uitje', maar functionele beleving die zakelijke doelstellingen ondersteunt.	"Een strategiedag op het water." "Beter gesprekken, betere besluiten."

4.2 Kernbelofte

Kernbelofte

"Bij Rederij Cascade vergadert u zonder afleiding, op één plek, met ruimte voor betere gesprekken."

In alle communicatie geldt: gebruik geen termen als 'boottocht met lunch' of 'origineel uitje'. Spreek over 'een strategiedag op het water', 'vergaderen zonder afleiding' of 'uw managementsessie op de Maas'. De omgeving op de boot versterkt samenwerking, je kunt letterlijk niet ontsnappen.

5. Doelstellingen 2026–2029

5.1 Strategische doelstelling

In 2029 is de zakelijke markt een volwaardige en winstgevende pijler van Rederij Cascade, die de seizoensafhankelijkheid structureel vermindert en bijdraagt aan een stabielere omzet het hele jaar door.

5.2 Kwantitatieve doelstellingen

KPI	Basis '25	2026	2027	2028–29
Zakelijke boekingen per jaar	0	10	32	40+
Aandeel B2B in totale omzet	< 5%	10%	25%	40%
Gemiddelde omzet per zakelijk event (€)	–	€ 5.000	€ 7.500	€ 10.000+
Bezettingsgraad zakelijk	< 5%	10%	20%	30%
Tevredenheid zakelijke klanten	–	≥ 7,5	≥ 8,0	≥ 8,5
LinkedIn-volgers	< 50	100	300	500
Terugkerende zakelijke klanten (%)	–	20%	30%	40%
Nieuwsbriefabonnees (B2B)	0	100	250	450
Maandelijks bezoekers zakelijke webpagina	–	200	500	1.000

5.3 Kwalitatieve doelstellingen

- In 2026 beschikt Rederij Cascade over een professionele zakelijke online aanwezigheid: een dedicated webpagina, actieve LinkedIn-pagina en aanwezigheid op locatieplatforms.
- In 2027 heeft Rederij Cascade een actief netwerk van minimaal 10 terugkerende zakelijke klanten.
- In 2028 heeft Rederij Cascade drie vaste partnerschappen met evenementenbureaus.
- In 2029 is de B2B-pijler geïntegreerd in de standaard bedrijfsvoering en een volledig ingericht CRM.

6. Marketingstrategie en marketing mix

De marketingstrategie richt zich op vier pijlers:

1. Vergroten van de online zichtbaarheid van Rederij Cascade, zodat bedrijven ons gemakkelijk vinden als ze zoeken naar een vergader- of eventlocatie.
2. Het neerzetten van een duidelijke zakelijke propositie met heldere arrangementen en een sterke positie als vergaderlocatie op het water.
3. Actief nieuwe klanten benaderen, zoals bedrijven, managementassistenten en eventorganisatoren.
4. Langdurige relaties opbouwen, zodat klanten terugkomen en er vaste samenwerkingen ontstaan die zorgen voor herhaalboekingen en aanbevelingen.

6.1 Marketing mix

Product

Rederij Cascade biedt zakelijke arrangementen voor vergaderingen, trainingen, brainstorms en relatiedagen op het water. De focus ligt op een complete ervaring waarbij alles op één locatie wordt aangeboden: ontvangst, vergaderen, catering en beleving. De arrangementen zijn helder opgebouwd met vaste formats en opties voor maatwerk.

De vloot bestaat uit 2 rondvaartboten die helemaal zijn ingericht voor zakelijke bijeenkomsten en beleving.

Prijs

Rederij Cascade heeft prijzen die vergelijkbaar zijn met andere inspirerende vergader- en eventlocaties op het land. De prijzen zijn duidelijk en transparant. Er wordt gewerkt met vaste arrangementen en richtprijzen per persoon, zodat zakelijke klanten vooraf weten waar ze aan toe zijn. Dit maakt het makkelijker om Cascade te vergelijken met andere locaties en helpt bij een snelle keuze.

Plaats

De vloot van Rederij Cascade ligt in Maasbracht. Daarom wordt gericht op de markt van Limburg en Noord-Brabant. Een rondvaart kan ook starten in een van de omliggende gemeentes zoals Roermond of Thorn. De verkoop van de zakelijke events gaat via meerdere kanalen: de eigen website, de LinkedIn pagina, een nieuwsbrief en externe platforms zoals locatie zoek websites.

Promotie

De promotie richt zich allereerst op online zichtbaarheid van een sterke zakelijke landingspagina. Optimalisatie als SEO en GEO worden ingezet. LinkedIn wordt gebruikt voor zichtbaarheid binnen de doelgroep en het delen van zakelijke content en reviews. Daarnaast worden kennismakings events georganiseerd voor managementassistenten en eventprofessionals. Beoordelingen, referenties en klantcases worden actief ingezet om vertrouwen op te bouwen.

7. Actieplan 2026 - 2027

Pijler	Actie	Wie	Wanneer
Online zichtbaarheid	Zakelijke webpagina opzetten: apart gelijkwaardig onderdeel website, zakelijke afbeeldingen, reviews, helder overzicht van praktische zaken (capaciteit, faciliteiten, bereikbaarheid, arrangementen), aanvraagformulier)	Marketing / IT	Juni 2026
Online zichtbaarheid	SEO en GEO inrichten	Marketing	2027
Online zichtbaarheid	Registratie op zakelijke platforms als locaties.nl en inspirerendelocaties.nl	Marketing	Juli 2026
Online zichtbaarheid	Linkedin zakelijke pagina opzetten	Marketing	December 2026
Online zichtbaarheid	Eerste LinkedIn-advertentiecampaagne lanceren gericht op managementassistenten in de regio Limburg)	Marketing	Voorjaar 2027
Online zichtbaarheid	Reviews verzamelen bij eerste events en plaatsen op website en LinkedIn	Marketing	doorlopend
Propositie	Voorgestelde propositie en positionering bespreken met directie en vastleggen	Directie en marketing	April 2026
Benaderen zakelijke klanten	CRM-tool inrichten voor benaderen zakelijke markt	Sales	In uitvoering
Benaderen zakelijke klanten	Digitale nieuwsbrief naar zakelijke klanten opzetten. Met daarin de mogelijkheden, arrangementen en reviews	Marketing	September 2026
Benaderen zakelijke klanten	Open dag managementassistenten organiseren (7 juni 2026)	Sales	In uitvoering
Relaties opbouwen	Opzetten loyaliteitsprogramma zakelijke klanten	Sales	Voorjaar 2027
Relaties opbouwen	Partnerships sluiten met evenementenbureaus	Directie / Sales	2027
Algemeen	Review acties 2026 en opzetten actieplan 2027-2028	Directie / marketing / sales	December 2026

8. Budgetindicatie 2026 - 2027

Post	Indicatie (€)	Prioriteit
Website — zakelijke landingspagina (zakelijke foto's)	€ 1.500 – 2.000	Hoog
SEO/GEO — professionele ondersteuning	€ 1.500 – 2.000	Medium
Kennismakingsdag management assistentes	€ 2.500 – 3.000	Medium
CRM systeem voor benaderen zakelijke klanten, per jaar	€ 750 – 1.000	Hoog
Loyaliteitsprogramma (kortingen en cadeaus), per jaar	€ 3.500 – 5.000	Laag
Zichtbaarheid op locatie websites, per jaar	€ 1.200 – 1.500	Hoog
Linkedin campagne	€ 1.000 – 2.000	Middel
Google adwords campagne	€ 1.000 – 2.000	Middel
Totaal	€ 12.950 – € 18.500	

9. Meten en bijsturen

Rederij Cascade houdt per maand de voortgang bij van de actiepunten en kosten. De KPI's uit 5.2 worden gemeten en ieder kwartaal is er overleg tussen directie, sales en marketing om de resultaten te bespreken en bij te sturen.

Aan het einde van het jaar wordt een actieplan gemaakt voor het volgende jaar.

Conclusie

De zakelijke markt biedt Rederij Cascade een concrete oplossing voor de seizoensafhankelijkheid. De infrastructuur is aanwezig, de timing klopt en het product is uniek: varende, besloten, zonder afleiding. Wat nu nodig is, is een gerichte aanpak. Dit plan geeft de richting — van positionering en doelgroep tot concrete acties en meetbare doelstellingen.

Met een realistisch doel van 32 zakelijke evenementen per jaar (20% bezetting) en een gemiddelde omzet van € 7.500 per event is een jaarlijkse B2B-omzet van ruim € 240.000 haalbaar in 2027 en zal daarna nog groeien.