Interview M&O 14-02-10 ‘t Hagen

**Wat houdt marketing voor ‘t hagen in?**

goed vindbare site, deze is het belangerijkst

snelle reactie op de mail

Af en toe een kranten artikel in de vorm van redactioneel stuk of een advertentie

Blog en twitter, waar helaas niks van mee wordt gepakt

Mond op mond reclame

VVV kantoor haaksbergen

Flyeren

Op de TV te zien bij het dichtbij gelegen zwembad(de wilder)

**Richt ’t Hagen zich op specifieke doel groepen (evt. Voor aparte evenementen)**

In het algemeen niet, want de meeste feesten zijn privé feesten(het is een party accomodatie, geen restaurant) voor de evenement wel bij factor10 is deze doel groep 18+ en bij Guitarribs is de doel groep ~30/40 met de kids. En antuurlijk een beetje wat de haaksbergse mensen willen.

**Hoe gebruikt ’t Hagen reclame als onderdeel van marketing?**

Borden bij de sportverenigingen door haaksbergen, advertenties van flyers tot stukjes in de krant en via het internet doormiddel van een site.

**Komt het marketing huis terug in de marketing strategie van ’t Hagen?**

Er wordt niet speciaal rekening mee gehouden maar als er na gekeken wordt komen de grote lijnen er wel in terug.

**Hoe komen de 4p’s(product prijs promotie plaats) naar voren bij ’t Hagen?**

**Product:**

Het product als ‘feest’ wordt op maat gelevert, er zijn wel richtlijnen in verschillende buffetprijsen en grote’s van feesten maar deze kunnen aangepast worden naar wens van de klant. Waardoor ze elke keer weer een goede prijs/kwaliteits verhouding proberen te creeeren, echter kunnen ze niet tot een te laag punt in de kwaliteit zakken om dat van de naam “’t Hagen” bepaalde dingen worden verwacht.

**Prijs:**

Richt lijnen in drank/buffet/huur prijzen zijn er maar dit zijn dus richtlijnen en staan dus niet vast. Bij acties wordt er soms dus een goedkoop prijsje geadverteert.

**Promotie:**

Krant

Mond op mond

Spandoeken

Site

Zoals hier boven allemaal al genoemt(**Wat houdt marketing voor ‘t hagen in?)**

**Plaats:**

Buitengebied van haaksbergen, mooi en rustig in de zomer komt er flink wat ‘verkeer’ langs. Er zijn hier ook ruime mogelijkheden i.v.m. buren die op redelijke afstanden liggen waardoor er vrijwel geen geluidsoverlast is. Een nadeel is de winter dan zijn er minder mensen in dit bijv. Park scholtenhagen te vinden. Maar in de zomer is het dus een hele mooie plek.

**Maakt ’t Hagen gebruik van de (goede) naam van merken van producten(grolsch/pepsi..)?**

Van Grolsch wordt gebruik gemaakt bij verschillende acties en omdat de meeste mensen in twente dit bier een ‘must’ vinden er wordt echter weinig reclame gemaakt (fietsstallen,bier glazen,blouses bij buffalo met grolsch logo), bijvoorbeeld geen uithang borden met grolsch er op.

**Is er ooit (veel) kritiek geleverd op de marketing van ’t Hagen?**

Niet echt, maar er is wel is verteld :’ Na 27 jaar ken ik het hagen nog niet’ en het begrip “’t Hagen” is nog niet echt ontstaan, binnen haaksbergen wel maar iets daar buiten zoals in hengelo niet.

**Zijn er binnen ’t Hagen mensen die marketing cursussen/opleidingen hebben gedaan?**

Er zijn geen speciale marketing mensen aanwezig, Maar er zijn wel mensen die Management en Organisatie hebben gevolgd op de middelbare hotel school.

**Worden de mensen in een gesprek om een ‘partij’ te verkopen ingepakt op een speciale manier?**

Er wordt heel goed naar de mensen geluisterd en dan een beetje proberen aan te voelen wat ze willen, mee gaan denken, een duidelijk beeldschetsen, en onzekerheden weg proberen te nemen.

**Uitleg folders/posters/kranten artikelen ’t Hagen?**

De nieuwe folders(zie bijgevoegd) , zijn eigentijdse folders gemaakt met behulp van een reclame bureau en tekst schrijver, De oude folders is goed naar gekeken en dit in een nieuw jasje proberen te stoppen en het moet aanspreken op ‘alles kan bij ons’ en zoveel mogelijk doelgroepen pakken.

**Hoe komen acties na voren uit het ’t Hagen?**

Acties worden verzonnen/bedacht/gemaakt met het personeel.