

Studenten Cross Media Management tekenen toerisme van de toekomst uit.

Belgen zetten graag een stapje in de wereld. En citytrips blijven daarbij een geliefkoosde format. Uit het marktonderzoek dat laatstejaarsstudenten Cross Media Management van KdG uitvoerden, blijkt dat dat niet altijd een buitenlandse bestemming hoeft te zijn. De Vlaming is evengoed geïnteresseerd in de Belgische steden. En ook buitenlanders blijken positief verrast te zijn bij een bezoek. Genoeg redenen dus om als Belgische grootstad volop in te zetten op toerisme.

Docent digitale strategie **Jim Clijmans**: “Steden als Amsterdam, Londen en New York zijn sowieso al hot. Maar ze investeren ook volop in digitale communicatie en innovatie, om het toeristische aanbod nog beter af te stemmen. Daar kunnen we nog van leren.”

Studente **Jenta Van Berlaer** bevestigt: “In ons marktonderzoek hebben we gezien dat niet al onze steden zo positief worden gepercipieerd. Of dat bezoekers enkel naar de grote toeristische trekpleisters als het Atomium gaan en zo een groot deel van de charme van een stad als Brussel links laten liggen. Aangezien



digitale communicatie via social media, apps en websites op maat kan worden aangeboden, geloven we dat het de perfecte kanalen zijn om bepaalde wijken van een stad meer naar voren te schuiven. En om een nieuw publiek aan te boren.”

“Een goed werkende toeristische website blijft inderdaad essentieel. Alleen vertrekt die vandaag de dag niet altijd vanuit de gebruiker, maar eerder vanuit gegroepeerde activiteiten. Terwijl de meesten onder ons die dingen graag net combineren. Wie wil er nu een hele dag enkel musea doen?”

Sofie De Cuyper gaat verder: “Op basis van ons marktonderzoek hebben we personae ontwikkeld. Die dienden om het prototype voor onze responsive website uit te bouwen, waarbij je meteen de ideale trip kan uitstippelen op jouw maat, volgens jouw tijdschema, reisvoorkeur en interesses. Daarbij combineert elke route cultuur, shopping en horeca ... Perfect mogelijk met de technologie van vandaag.”



Ook het team dat voor Brugge koos, zet in op innovatieve technologie. **Joren Geerinckx** vertelt: “Augmented reality wordt vandaag al volop gebruikt. Denk maar aan de Pokemon GO-app. Waarom dat principe niet gebruiken om het verleden van een stad terug tot leven te wekken? Ridders die op hun paard door de straat marcheren, gevels die hun oorspronkelijke kleur terugkrijgen, aanduiden waar je iets kan gaan drinken of overnachten...”

En als we dan nog wat verder mogen dromen. Wat kan er dan? Wel ... Verschillende digitale experts luiden het einde van de smartphone in. Het blijft een onderbreking in je dagelijkse flow,

zeker als je op stap bent in een stad. Bovendien blijven smartphones een sluipmoordenaar in het verkeer. Waarom dan niet iets bedenken dat je aandacht minder onderbreekt? Zoals projectie op een coole zonnebril, die je kan uitlenen bij de toeristische dienst? Een fijn hoorzendertje dat je inspreekt waarnaartoe, zoals in de film Her? Of een minidrone die je gidst door de stad?

In elk geval, één conclusie staat vast. Of het nu in de nabije of verre toekomst is, een stad heeft er alle baat bij om te blijven innoveren op digitaal vlak als het haar voorsprong op toeristisch vlak wil behouden.

Contact: jim.clijmans@kdg.be