HET MAASTRICHT CONGRES BUREAU ALS EERSTE CONGRESBUREAU TER WERELD ACTIEF OP TWITTER!

Opgeslagen onder: VVV congresbureau toerisme Twitter congresbezoek LinkedIn promotie blog online marketing incentive web 2.0 SEO MICE mobiel sociale media

Het Maastricht Congres Bureau (MCB) heeft in juni de eerste stappen gezet op LinkedIn en Twitter na in de eerste maanden van dit jaar de website volledig vernieuwd te hebben. Internationaal is dit de eerste site van een congresbureau die daadwerkelijk gebaseerd is op web 2.0 concepten en gebruik maakt van sociale media marketing.

> Het Maastricht Congres Bureau (MCB) heeft in juni de eerste stappen gezet op LinkedIn en Twitter na in de eerste maanden van dit jaar de website volledig vernieuwd te hebben. Internationaal is dit de eerste site van een congresbureau die daadwerkelijk gebaseerd is op web 2.0 concepten en gebruik maakt van sociale media marketing. Crossmint heeft de site gebouwd en ondersteunt het MCB met het opzetten van sociale media marketing concepten. Crossmint, gevestigd in Maastricht, specialiseert zich in web- en mobiele diensten speciaal voor toerisme, hotels, winkels, recreatie en evenementen.

De nieuwe site is volledig online bij te houden door het congresbureau zelf. Maar ook de meer dan 40 partners van het congresbureau - hotels, vergadercentra, evenementenorganisaties etc. - hebben online toegang tot hun eigen content op de site. Zij kunnen teksten en foto's zelf aanpassen en deze vervolgens door het MCB laten publiceren. Ook kunnen zij zelf de content optimaliseren voor zoekmachines. Zo kan de informatie op de site regelmatig ververst en actueel gehouden worden. Voor bezoekers van de site maakt een makkelijk te bedienen 'venue & service finder' het mogelijk snel locaties en diensten voor evenementen te vinden en informatie hierover aan te vragen bij MCB en haar partners. Alle pagina's, teksten, foto's, video's zijn individueel geoptimaliseerd voor zoekmachine- en sociale media marketing. Inmiddels wordt de site steeds beter gevonden op Google. Toekomstige uitbreiding van de site met blogs, surveys/polls, foto galerijen etc., of uitbreiding naar mobiel is gemakkelijk realiseerbaar en kan tegen verhoudingsgewijs lage kosten geschieden.

Het web is inmiddels het meest effectieve promotie- en verkoopkanaal geworden. Een betere aanwezigheid op het Web en directe communicatie met potentiële klanten is steeds belangrijker aan het worden en daarom helpt Crossmint het MCB gebruik te maken van "sociale media netwerken" zoals bijvoorbeeld LinkedIn, Twitter, Zoover en Tripadvisor - om een nieuwe en veel grotere doelgroep te bereiken. Onder de naam "micemaastricht" publiceert het MCB regelmatig berichten op Twitter en onder dezelfde naam (MICE Maastricht) is een groep opgericht in LinkedIn.

Marcel Knols, directeur Maastricht Congres Bureau: "Crossmint heeft ons op een uitdagende wijze geïnspireerd de presentatie van de meest aantrekkelijke zakelijke destinatie in Nederland op een innovatieve en effectieve manier op te zetten. Adequate en snelle aanpassingen van de presentatie van onze participerende bedrijven is op elk gewenst moment mogelijk. Communiceren over ons aanbod, de laatste noviteiten i.c.m. web 2.0 techniek is standaard. Voor een kleine hands-on op resultaat gefocuste organisatie een belangrijke bijdrage in het behalen van haar succes!"

RECENTE POSTS

Tieners en nieuwe media
Het Maastricht Congres Bureau als eerste congresbureau ter wereld actief op Twitter!
Digitaal Landschap Zuid-Limburg
Conceptisch en Crossmint ontwerpen samen unieke web 2.0 site
Maastricht, Meerssen en Valkenburg samen in een unieke web 2.0 omgeving

ONDERWERPEN

GPS (1)
LinkedIn (1)
MICE (2)
MKB (1)
SEO (3)
SMS (1)
TRAM (2)
Twitter (2)
VVV (1)
bedrijfsleven (2)
blog (4)
brand (1)
branding (3)
conferentie (1)
congres (1)
congresbezoek (1)
congresbureau (1)
destination branding (1)
destination marketing (1)
gebiedsontwikkeling (1)
hospitality (1)
incentive (1)

LinkedIn

4 connections wor
Crossmint

- Mark Beckers
- Mike Klewer
- Nicolaas Pereb

See all 4 connection

facebook jo g

JULI 2009

MA	DI	WO	DO	VR
		1	2	3
6	7	8	9	10
13	14	15	16	17
20	21	22	23	24
27	28	29	30	31