



- Executive Summary -

BUSINESS CASE

Voor Gemeenten

Dit initiatief is uitgewerkt door het MultiLingualCity Project Office.

Telefoon +31 (0) 73 7114527
Email office@MultiLingualCity.com

- De uitdaging
Geef een impuls aan de economische ontwikkeling van vele steden. Maak het mogelijk voor gemeenten om langdurig en kosten efficiënt meer internationaal publiek en bedrijven, zowel fysiek als virtueel, naar hun stad te trekken. Naar vele van hun initiatieven alsmede naar zoveel mogelijk bedrijven en andere organisaties. Probeer op innovatieve wijze nog niet eerder gebruikte schaalvoordelen te benutten om nieuwe grote internationale doelgroepen te bereiken en kosten per eenheid te drukken.
- Hiervoor is een nieuw soort **internationaal promotie platform** voor gemeenten ontwikkeld, **een online zoekmachine voor mensen en bedrijven die in buitenlandse steden in hun eigen moedertaal een bedrijf of andere organisatie willen vinden**. Uniek is de opname van **de naam van de medewerker die ook daadwerkelijk die taal spreekt**.

Hiermee wordt optimaal ingespeeld op de **universele behoefte** van consumenten en bedrijven om internationaal bij **voorkeur zaken te doen in hun eigen moedertaal**. Het concept is te bezien als een pact tussen gemeente en hun bedrijfsleven.

- Op alle resultaten- en adressenpagina's staan **exclusief voor gemeenten hun stadsbanners en video's in vele talen**. Een gemiddelde stad van 100.000 inwoners genereert **circa 24.792 verschillende unieke adresvermelding pagina's waarop deze gemeentelijke banners / video's staan getoond**. Bekijk de [demo \(Engelstalig\)](#).
- De uitwerking heeft geresulteerd in de opzet van een wereldwijd internationaal steden netwerk, het **Global Network of MultiLingualCities**.
- Dit global steden netwerk geeft internationale schaalvoordelen in gebruik, vindbaarheid en naamsbekendheid. **Het maakt het mogelijk dat steden hun stad en bedrijfsleven onder de aandacht kunnen brengen bij grote aantallen mensen in vele buitenlandse steden en landen**. Het netwerk realiseert daarmee grote schaalvoordelen mbt kosten, promotie en implementatie in gemeenten.
- Het Global Network van MultiLingualCities: ongekend volume. Door het Project Team **zijn in 70 landen 3.441 steden geïdentificeerd** met meer dan 50.000 inwoners (de voorlopige ondergrens). In 51 landen met een populatie tezamen van 3,6 miljard inwoners zijn 2.911 steden geïdentificeerd waarin 1 miljard mensen wonen. Dit komt overeen met 28% van de totale bevolking van die landen. Het gemiddelde aantal inwoners van die landen bedroeg 19,6 miljoen mensen. Per geïdentificeerde stad wonen er gemiddeld 343.492 inwoners. Kijk op de [wereldkaart](#) om uw stad in het Netwerk te zien.
- Om een vliegende start te maken en hiermee direct waarde voor de deelnemende steden te creëren in content, volume, promotie, naamsbekendheid en kosten is het Start Up Project geformuleerd voor de eerste 31 steden uit meerdere landen tezamen. **Gemeenten kunnen per direct**

aanmelden voor deelname, maar het netwerk gaat pas van start nadat minimaal 31 steden hetzelfde hebben gedaan!

- Voordelen voor deze eerste 31 steden.
 - 1) Uw stad en bedrijfsleven gepromoot in 30 andere steden, het merendeel in het buitenland.

2) Deze steden staan 2 jaar lang bij een positief zoekresultaat boven andere, 32+ steden.
 - 3) Deelname betekent ook dat de stad de eerste resultaten kan boeken beginnende met het zomerseizoen 2010, een belangrijke periode voor vele steden om toeristen te trekken.
 - 4) Naast de uitgewerkte voordelen in termen van het bereiken van nieuwe grote doelgroepen en alle publiciteit in buitenlandse steden, biedt deelname aan het start Up Project mogelijkheden om werkgelegenheid te creëren voor de stad. Personeel nodig voor de groei van het concept zal primair worden aangenomen uit deze 31 steden. **Deze werkgelegenheid kan oplopen van enkele tot tientallen tot wellicht enkele honderden arbeidsplaatsen voor een deelnemende stad.** Voor het totale concept kan de werkgelegenheid oplopen tot enkele honderden of zelfs enkele duizenden arbeidsplaatsen.
- Waarom willen andere steden nadien toe treden tot het Netwerk?
 - Het Netwerk geeft vanaf de start met 31 steden vanaf dag één voor nieuwe steden veel waarde. Zo komt de 32e stad onder de **aandacht van het totaal** van 465.000+ Gebruikers uit de eerste 31 steden, de 33^e stad onder de aandacht van de 480.000+ Gebruikers van 32 steden, enzovoorts.
 - Middels het 'RUP effect' wordt de stads banners en video's van de nieuwe (32^e) stad **dagelijks gepromoot in 31 bestaande steden onder circa 155.000 accounts**, enzovoorts. Dit getal groeit continue met toetreding nieuwe steden en nieuwe bedrijfsvermeldingen.
 - De internationale vindbaarheid van hun stad en hun bedrijfsleven profiteert van de massa, promotie en naamsbekendheid van het netwerk.
- Wachten of de voordelen plukken en van begin af aan meedoen?

Wachten door gemeenten houdt het risico in dat, op het moment dat men wel wil deelnemen de internationale promotie mogelijkheden beschikbaar voor de gemeente **aanzienlijk minder of tijdelijk zelfs niet meer aanwezig zijn**. Deze zijn dan ingenomen door andere (buitenlandse) deelnemers in het Global Network die hun stad extra promoten in andere landen door adres vermeldingen uit 'Niet-MultiLingualCities / wachtende steden' te sponsoren.

In de situatie dat de gemeente geen Licentie heeft afgenomen, kan het bedrijfsleven niet gebruik maken van de voordelen van een MultiLingualCity Licentie. Wel kan men zelf adresvermeldingen plaatsen tegen betaling. Dit scenario is aanzienlijk kostbaarder.
- Om snel, efficiënt en kosteneffectief content en Gebruikers te realiseren wordt in iedere deelnemende stad samen met de gemeente een Communicatie Project

(CP) uitgevoerd. Het Start Up Project voor de 31 steden in dezelfde periode betekent publiciteit voor iedere stad in meerdere buitenlandse steden / landen tegelijk.

- Het 'twee-effect'
Het grote voordeel van het promoten van een zoekmachine is dat het mes aan twee kanten snijdt. Iedereen die weet heeft van deze zoekmachine, is op de hoogte van de mogelijkheid tot plaatsen van content voor gebruikers maar ook dat men de zoekmachine als Gebruiker op zoek naar Bedrijven en andere organisaties in het buitenland kan gebruiken. Dit voordeel bestaat omdat alle content van de deelnemende steden onder één naam en URL toegankelijk is. **Het 'twee effect' onderbouwt dat het CP in de steden gericht op aanmelding door bedrijven ook tegelijkertijd fungeert als campagne om Gebruikers te werven.**
- Het 'RUP effect'
Naast de stadpromotie banners en video's in vele talen op de resultatenpagina's van de zoekmachine, geeft het concept een unieke mogelijkheid **aan gemeenten om hun stad random in vele buitenlandse steden te promoten**, via het 'RUP effect'. Stadsbanners en video's worden vanaf de eerste dag getoond op de 155.000+ **account pagina's van aangemelde bedrijven uit 30 andere steden in vele landen binnen het netwerk**. Zo worden deze gezien door accounthouders gevestigd in het buitenland. Het 'RUP effect' kan worden gekwantificeerd in de 'RUP Value' en wordt maandelijks te gemeten. Dit getal groeit continue met toetreding nieuwe steden en nieuwe bedrijfsvermeldingen. Lees meer hierover in de Business Case.

Met 'RUP Targetting' kan een gemeente een andere stad in het netwerk kiezen en zijn stadpromotie banners en video's hierop **gericht** laten zien.
- Internationale promotie wordt onder meer bevorderd door het wereldwijd herkenbare **MultiLingualCity vignet**. Dit vignet wordt ingezet in zowel online als offline communicatie uitingen. Bedrijven kunnen dit vignet als o.a. raamsticker gebruiken.
- International Discount Card / IDC card
Als exclusief promotie programma voor MultiLingualCity is het International Discount Card Programma ontwikkeld. Gebruikers van de zoekmachine kunnen online de IDC card aanvragen of als promotie actie kosteloos ontvangen. Met deze card kan men in het buitenland exclusief korting krijgen bij bedrijven uit de aangesloten steden vindbaar op MultiLingualCity. Deze IDC card beoogt dat MultiLingualCity als zoekmachine **permanent 'on top of mind'** blijft bij Gebruikers.
- Promotie via websites van deelnemende bedrijven.
Bij aanmelding voor een kosteloze adresvermelding wordt aan alle bedrijven en andere organisaties gevraagd of zij een MultiLingualCity stadsbanner op hun website willen plaatsen. Zo helpen de bedrijven mee hun stad en het project internationaal te promoten. Dit genereert vele inbound links met een positief gevolg voor de ranking binnen zoekmachines.

CiYL service tool

De 'Contact in Your Language' service tool is een online bestand dat deelnemende bedrijven op de contactpagina van hun eigen website kunnen plaatsen **als service naar hun bezoekers**. Deze software maakt het mogelijk dat internationale bezoekers direct worden doorgeleid naar de betreffende adresvermelding van het bedrijf in de door hen gekozen taal op de MultiLingualCity website. De stadsbanners en video's worden zo door nog meer internationale mensen gezien.

- Database volume voordelen.
De duizenden adres vermeldingen worden door de bedrijven zelf in de taal online aangemaakt en aangevuld met een beschrijvende tekst. Deze teksten in vele talen voor vele verschillende bedrijven creëren een grote database. **Dit heeft een sterke positieve werking om gebruikers van zoekmachines (zoals bijvoorbeeld Google) direct naar de adres vermeldingpagina's op de website te leiden.**

De aanmeldingen per stad generen een uniek email adressenbestand per taal. De gemeente kan dit bestand gebruiken **om te communiceren met groepen anderstaligen in de stad**. Denk daarbij aan een nieuwsbrief per taal. Deze nieuwsbrief kan ook worden opengesteld voor abonnees.

- Belangrijk binnen het CP is o.a. het inzetten van de 'inner circle' aan sleutelfunctionaris-sen binnen een stad. Dit zijn bekende, invloedrijke mensen die optreden namens een achterban. Deze potentiële '**ambassadeurs**' zullen snel velen in de achterban bereiken.
- Momenteel wordt onderzocht of dit project in aanmerking kan komen voor Europese subsidies, te verkrijgen door deelnemende gemeenten. Aangezien het netwerk openstaat voor gemeenten uit alle landen van de Europese Unie, is het nodige uitzoek werk gaande.
- De kosten voor de gemeente zijn opgesplitst in drie componenten. Alle drie zijn volume afhankelijk.

1) Licentiekosten per 12 maanden bedraagt € 0,30 per inwoner.

2) Processingkosten circa € 2,00 per adres vermelding.

3) Communicatie Project per stad nader te calculeren op basis van gekozen middelen en aantallen.

- Aanmelding voor het Start Up Project kan tot uiterlijk 15 februari 2010.
- Wenst u een informatiebijeenkomst bij te wonen in januari? Neem dan tijdig contact op met het Project Office via office@MultiLingualCity.com
- Of wenst u een telefonische toelichting door het Project Team? Email ons dan voor een belafspraak.
- De volledige tekst van de Business Case kunt u [hier downloaden](#).