

1. Een opening van het Halve Maen seizoen met een grootse binnenkomst in de haven, kanonschoten, etc. Wellicht met een Guinness Book of records poging of een ander zeer visuele en nieuwswaardige actie. Aansluiting bij opening Gouden Eeuw jaar Hoorn, wellicht het moment om daar in het geheel een officieel startschot aan te geven.
2. Elke keer dat het schip uitzeilt, showt zij zich in de havenkom aan geïnteresseerden voor vertrek en waar mogelijk bij thuiskomst. In seizoen 2019 wordt er niet meer op de vrijdagavond, maar op de zaterdagavond gevaren. Vanaf 11 mei wordt er elke zaterdagavond en meer wanneer belangstelling, gezeild met de Halve Maen met vaargasten tot en met circa half oktober. Op het moment dat het schip uitvaart, loopt iemand met folders langs de toeschouwers om een praatje aan te knopen en te promoten.
3. Het schip zet zich in Hoorn in voor de activiteiten die de stad promoten. Tijdens speciale dagen ligt het schip voor anker in de haven van Hoorn, het is dan niet bezoekbaar, maar draagt bij aan het sfeerbeeld van de historische maritieme stad.
4. In juli en augustus is het schip voornamelijk elke dag geopend in Hoorn. Tenzij er een financieel goed aanbod is van een uitnodigende partij.
5. In het voor en na seizoen is zij de weekenden geopend en de vakantieperiodes en zoek daarnaast actief naar externe financiën door als gastschip naar evenementen te gaan. Een verminderde walverplichting en beperkte openingsdagen zorgt voor meer financiële en planning-technische ruimte. Ook in de winter aftuig periode blijft het schip geopend voor bezoek of afspraak. De bezoeker leert zo ook het werkende levende schip kennen en het onderhoud en de kennisoverdracht van historische zeilschepen. De verschillende gebruiksprocessen zijn ook in beeld gebracht in 2018, waardoor er een effectiever beeld naar buiten gepresenteerd kan worden.
6. De Halve Maen zoekt actieve aansluiting bij bestaande activiteiten, organisatoren en partners, als:
 - a. startschip met kanonschoten op de vuurwerkavond van 16 augustus,
 - b. door deelname aan de Sinterklaasintoct 2019,
 - c. door als podium te dienen voor culturele activiteiten zoals Herberg Hoorn of de Cultuurweek.
 - d. Een voorbeeld: In samenwerking met Cinema Oostereiland is de Halve Maen voornemens een 'Drijf In' bioscoop te organiseren. De Halve Maen is dan niet het doel, maar het middel dat bijdraagt aan de beleving van de stad. Hierbij is de Halve Maen niet de trekkende organisatie, maar zoekt altijd de aansluiting in het netwerk van de stad. De Halve Maen is daarbij ook weer een middel om de stad aantrekkelijker te maken voor eigen en extern publiek, zij is een middel om Hoorn nader op de kaart te zetten en te promoten.
 - e. De aansluiting wordt gezocht met de activiteiten uit het plan van Hoorn Marketing 2019.
 - f. Marathon,
 - g. Festival Oude Muziek,
 - h. Waterweek,
 - i. Kaasmarkt,
 - j. Hoornse Havenconcerten,
 - k. Maand van de geschiedenis
 - l. Halloween Horror Walk
 - m. Slag op de Zuiderzee 11 oktober 1573 etc.
7. Hoogheemraadschap dijkverzwaring startevenement, Batavia oprichting 400 jaar.
8. De zichtbaarheid op sociale media, door een hype te creëren met het originele scheepsjournaal en daarmee per dag het nieuws te melden van de reis in 1609, geïllustreerd met beelden van het schip die het goed doen. Zoals de diverse samenwerkingen met Benno Ellerbroek en de spin-off die dergelijke foto's creëren. Ook de zichtbaarheid in het buitenland is duidelijk te bemerken, zoals

de aandacht n.a.v. een artikel in de Frankfurter Allgemeine op 4 okt j.l. naar aanleiding van een vaartocht. Hier kunnen we actief op in zetten met bijvoorbeeld een verloting.

Daarnaast het werken met influencers aan boord, zichtbare personen die de promotie van Hoorn en de Halve Maen in hun kielzog meenemen en daarmee de zichtbaarheid vergroten. De zichtbaarheid van de marketing producten in de regio en daarbuiten, door met een actief vrijwilligersteam en maar een klein budget, te zorgen dat de folderverspreiding in de regio een nieuwe boost krijgt. Duidelijke informatie over het wel en niet aanwezig zijn is nog belangrijker door een divers aanbod in aan- en afwezigheid.

9. Duidelijk inzetten op doelgroep differentiatie. In de vakanties programmeren voor families. In de zomervakantie een sensationele speurtocht waarbij je een echte gouden munt kunt verdienen. Zeilen voor de liefhebbers en de zeilachterban prikkelen met artikelen in zeilmedia. Een aanvulling op de programmering voor herhalingsbezoeken te stimuleren.
10. De Halve Maen gaat twee keer on tour in 2019 en promoot daarmee de Gouden Eeuw als icoon van de stad Hoorn, in het voor en in het naseizoen. Onderweg wordt in het tuigage een banier aangebracht die Hoorn promoot; 'Hoorn stad van de Gouden Eeuw'. In een gasthaven wordt er actief promotiemateriaal van Hoorn getoond. Mogelijkheden voor 2019 omvatten: Een bezoek in mei voor Willemsoord Marinemuseum en Texel samen met Kaap Skil, Sail Scheveningen 20 t/m 23 juni 2019, Sail Alkmaar 25 t/m 29 juli 2019, een bezoek aan Gorinchem september 2019 en on tour activiteiten langs de route (Amsterdam Scheepvaart, Gouda). Mogelijk weer een bezoek aan het Springtij Forum Terschelling in laatste weekend september met opties voor een educatief project op Vlieland. En aansluitingsmogelijkheden bij collega replica schapen zoals een bezoek aan Harlingen en De Witte Swaen 1596 in aanbouw en een bezoek aan de Batavia bij Lelystad Batavialand.
11. Naast het aansluiten bij discussies over schurende geschiedenis en daarbij een positieve rol spelen, ook populaire en populistische onderwerpen niet uit de weg gaan in de programmering. De verbreding van het verhaal van de Halve Maen van Hudson naar het schip als icoon voor de maritieme geschiedenis. Zie ook de uitleg bij 12.
12. In het seizoen 2019 wordt er een extra slag geslagen door een nieuwe historische aankleding in het schip en een verder frequenter gebruik van historische kostuums bij de rondleidingen. Dit levert weer meer aansprekend beeld op, naast het gebruik van bijvoorbeeld de vuurplaats aan boord en een verdere inrichting van het schip. Maar ook bijvoorbeeld een historische 'kapers en piraten thema tocht' (in de sfeer van een who dunnit of een escape room), waardoor er uitbreiding komt op de personal interpretation en daarmee een nieuwe programmering gericht op herhaalbezoekers. Dan kun je als bezoeker kiezen uit een rondleiding, een audiotour en een belevingstocht kiezen. Nog nader uit te werken op mogelijkheden en beperkingen. Het historische verhaal beperkt zich niet alleen tot de reis van Hudson naar Manahatta, ook de voorgeschiedenis van het schip en de reizen op de Baltische kust en de reis naar de Oost in de retourvloot. Daarmee is het schip een icoon voor het verhaal van de Gouden Eeuw en niet meer sec