

■ ■ Östergötland är fantastiskt.

Vi som bor här vet det redan.
Nu ska vi låta alla andra upptäcka det också.



visit **ÖSTER**
GÖTLAND



Marknadsföring av ditt utbud genom Visit Östergötland.

Visit Östergötland är en del av Region Östergötland och arbetar med att stärka Östergötlands attraktionskraft genom att marknadsföra Östergötland mot svenska och utländska besökare. Visit Östergötland har det regionala uppdraget för genomförandet av strategin för Östergötlands besöksnäring som antogs våren 2016. Besöksnäringstrategin innehåller rollfördelning för hur företag och offentliga aktörer tillsammans driver utvecklingen av besöksnäringen.

Ett steg i att utveckla branschen är att ställa krav, både på oss som regional aktör och på er – den enskilda företagaren. Ni som aktör inom besöksnäringen skall veta var ni ska vända er i olika frågor, vad ni kan förväntas få hjälp med och hur ni kan delta i de utvecklings- och marknadsföringsinsatser vi gör.

För att tydliggöra vilka utvecklings- och marknadsföringsinsatser Visit Östergötland driver har vi tagit fram en modell som vi kallar Östergötland – Sverige – Världen. På så sätt täcker vi in den viktiga närmarknaden, den stora nationella marknaden och den växande skaran av utländska besökare. I denna modell ska du enkelt kunna placera ditt företag och veta vilka krav som ställs på dig, vilka möjligheter du har att ta del av Visit Östergötlands olika insatser och hur ditt företag når internationell marknad. Så beroende på vilka ambitioner ni har med er verksamhet så kan ni hitta en nivå som passar.





Nivå Östergötland

– för dig som vill nå den lokala marknaden inom Östergötland.

Under sommaren 2016 genomfördes en besöksundersökning i Östergötland och av den framkom att de flesta av våra besökare (82%) hade fått sin information om Östergötland som besöksdestination via släkt och vänner. Vi ser även att hälften av besökarna på vår svenska hemsida är östgötarna själva som letar efter inspiration vad de kan göra på hemmaplan ihop med sina gäster.

Nivå Sverige

– för dig som vill nå den nationella marknaden.

85 % av övernattningsarna i Östergötland kommer från den svenska marknaden, alltså är Sverige en viktig marknad för dig som besöksnäring. Med stora aktörer såsom Kolmården, Göta kanal och Astrid Lindgrens Värld i, eller i direkt närhet till, regionen har vi ett strategiskt läge för att locka besökare. Lägg därtill att Mälardalen, som är den största inhemska marknaden, enbart är knappt två timmars resa från Östergötlands geografiska mitt.

Det ställer dock större krav på dig som aktör inom näringen, gäster som inte bor nästgårds hör inte talas om dig inne på sitt lokala ICA – de vet heller inte var närmsta vägkorsning, sjö eller kyrka ligger.

På närmarknaden och den nationella marknaden arbetar Visit Östergötland direkt mot konsument/ besökaren dvs. B2C (business-to-consumer). Här är det destinationen Östergötland som marknadsförs och det är viktigt att vi alla hjälps åt att stärka varumärket Östergötland genom att berätta att vi är en del av Östergötland i vår marknadsföring. Det är också väldigt viktigt med det lokala värdskapet; att få besökarna att resa runt i Östergötland, stanna längre och såklart vilja komma tillbaka.



Nivå Världen

– för dig som vill jobba på den internationella marknaden

Till skillnad mot den svenska marknaden så är det på den internationella marknaden inte Östergötland som destination som marknadsförs utan de enskilda produkterna. På internationell marknad arbetar Visit Östergötland, tillsammans med Visit Sweden, endast B2B (Business-to-Business). Det betyder att vi främst jobbar med researrangörer som kan paketera och sälja Östergötlands produkter. Där fungerar Visit Östergötland som en kanal för "matchmaking" mellan researrangörernas önskemål av produkter och Östergötlands utbud.

För att detta ska vara möjligt ställs väldigt höga krav på de företag som arbetar mot en internationell marknad. Det krävs en kontinuitet och garanti för att produkten lever över tid och en förståelse för hur researrangörerna arbetar exempelvis med provision och allotment.

Där vi ser störst potential att locka besökare ifrån är Tyskland (tillsammans med Österrike och Schweiz) och Nederländerna (tillsammans med Belgien). Dessa marknader är prioriterade av Visit Östergötland och det är på dessa marknader vi i första hand jobbar med researrangörs- och pressbearbetning. Tillsammans med Visit Sweden bjuder vi hit researrangörer, journalister och bloggare. Dessa visnings- och pressresor skräddarsys efter deras specifika önskemål och deltagarna är noggrant utvalda av Visit Sweden för att ni aktörer ska få största möjliga marknadsföringsvärde.

Bearbetning av researrangörer och journalister är även detta ett långsiktigt arbete som pågår tillsammans med Visit Sweden och övriga regioner i Sverige med målet att locka internationella besökare till Sverige. Vi måste först få besökarna till Sverige för att sedan få dem till Östergötland och ert företag.

Ta reda på om ditt företag lever upp till researrangörernas och utlandsmarknadens förväntningar. På www.exportmognad.se kan du testa hur ditt företag ligger till och du kan även kontrollera om ditt företags webbplats har vad som krävs för att locka utländska turister.

Vill ni veta mer?

På vår hemsida www.visitostergotland.se har vi samlat information för dig som företag. Du hittar besöksnäringstrategin i sin helhet, information om hur du skapar ett konto i Basetool och därmed syns på visitostergotland.se, vilka utvecklings- och utbildningsinsatser vi erbjuder, samt kontaktuppgifter till oss på Visit Östergötland.



Erbjudande

Nedan följer en beskrivning av de möjligheter som Visit Östergötland erbjuder för de olika nivåerna.

Steg 1 – Östergötland	Steg 2 – Sverige	Steg 3 – Världen
1.1 a. Webbexponering – Sverige	1.1 a. Webbexponering – Sverige	1.1 b. Webbexponering – Världen
1.2 Utvecklings- och utbildningsinsatser	1.2 Utvecklings- och utbildningsinsatser	1.2 Utvecklings- och utbildningsinsatser
	1.3 Nätverk & workshops	1.3 Nätverk & workshops
	1.4 a. Marknadsföringsinsatser – Sverige	1.4 b. Marknadsföringsinsatser – Världen
		1.5 Exponering i produktkatalog
		1.6 Exponering vid visningsresor
		1.7 PR/Media
		1.8 Utvärdering och uppföljning



1.1. a. Webbexponering - Sverige

- Webbexponering på www.visitostergotland.se.
- Möjlighet att få synas via Visit Östergötlands sociala kanaler.

1.1. b. Webbexponering - Världen

- Webbexponering i internationella B2B-sammanhang.
- Möjlighet att få synas på eller länkas till från www.visitostergotland.com.
- Möjlighet att få synas via Visit Östergötlands sociala kanaler.
- Möjlighet att få exponering via Visit Östergötlands partners webbsidor så som t.ex. Visit Sweden.

1.2. Utvecklings- och utbildningsinsatser

- Möjlighet att delta i de utvecklings- och utbildningsinsatser Visit Östergötland anordnar, t.ex. kunskapsseminarier, utbildning i vårt webbsystem Basetool och kvalitetsprogram som Swedish Welcome.
- Möjlighet att få delta i Visit Östergötlands produktutvecklingsprocess för ökad exportmognad.

1.3. Nätverk & workshops

Inbjudningar till nätverk och möjlighet att medverka vid workshops för att t.ex få den senaste information om olika marknader och verktyg.

1.4. a. Marknadsföringsinsatser - Sverige

Möjlighet att medverka i marknadsföringskampanjer mot den svenska marknaden.

1.4. b. Marknadsföringsinsatser - Världen

Möjlighet att medverka i marknadsföringskampanjer mot den internationella marknaden.

1.5 Exponering i produktkatalog

Som arbetsredskap vid möten och workshops med researrangörer använder Visit Östergötland produktblad, anpassade för researrangörsledet, där alla Världen-företag finns representerade.

1.6. Exponering vid visningsresor

Möjlighet att visa upp sin verksamhet och sina produkter vid de visningsresor som Visit Östergötland arrangerar tillsammans med Visit Sweden.

1.7. PR/Media

- Möjlighet att visa upp sin verksamhet och sina produkter för journalister och bloggare.
- Möjlighet att medverka som ambassadör för regionen och/eller Sverige vid olika marknadsförings- och PR-arrangemang.
- Möjlighet att lyftas fram med sina produkter och paket vid t.ex. pressmeddelande.

1.8 Utvärdering och uppföljning

- Möjlighet att ta del av analyser och utvärderingar av den aktuella marknaden.
- Möjlighet till benchmarking.



Förutsättningar

Nedan följer en beskrivning av de förutsättningar som aktören måste uppfylla för att nå upp till en viss nivå.

Steg 1 – Östergötland	Steg 2 – Sverige	Steg 3 – Världen
1.1 Lagstadgade företags- och branschkrav	1.1 Lagstadgade företags- och branschkrav	1.1 Lagstadgade företags- och branschkrav
1.2 a. Uppdaterad presentationssida i Basetool	1.2 b. Uppdaterad presentations- sida i Basetool samt professionell närvaro i andra digitala medier	1.2 c. Professionellt översatt hemsida eller annan digital närvaro (ex. Facebook)
1.3 a. Lokalt värdskap för destinationen	1.3 a. Lokalt värdskap för destinationen	1.3 b. Nationellt värdskap för destinationen
	1.4 Tillgänglighet på helårsbasis	1.4 Tillgänglighet på helårsbasis
	1.5 Kvalitet och hållbarhet	1.5 Kvalitet och hållbarhet
		1.6 Kontaktperson som sköter kommunikationen med Visit Östergötland
		1.7 Professionellt översatt material
		1.8 Kompletta produktblad hos Visit Östergötland inkl. bilder
		1.9 Genomgått och fått godkänt på exportmognad.se
		1.10 Professionellt arbete med sälj- och researrangörsledet
		1.11 Professionellt mottagande av journalister och bloggare



1.1 Lagstadgade företags- och branschkrav

- Beroende på vilken juridisk form företaget har skall man följa de krav som finns uppställda.
- Beroende på vilken bransch och ev. organisation man tillhör skall man följa dess uppsatta regler och krav. Ex. från Visita, SVIF, STF eller SCR.
- Boendeanläggningar med mer än 5 rum skall rapportera till SCB.
- Verksamheter som erbjuder och säljer paket skall ha ställt resegaranti.
- Vedertagna säkerhetsföreskrifter skall följas vid genomförande av aktiviteter. Aktivitetsföretag skall ha genomgått auktoriserad säkerhets- och kvalitetsutbildning.

1.2 a. Uppdaterad presentationssida i Basetool

- Samtliga punkter på presentationssidan skall vara korrekt ifyllda enl. anvisning i Basetool.
- Priser, texter, bilder och datum skall vara aktuella. Bilder skall vara i rätt bildstorlek, se anvisning i Basetool.
- Bokningssystem som t. ex. Booking.com skall ge korrekt och aktuell information.

1.2 b. Uppdaterad presentationssida i Basetool samt professionell närvaro i andra digitala medier

- Samtliga punkter på presentationssidan skall vara korrekt ifyllda enl. anvisning i Basetoolmanual.
- Priser, texter, bilder och datum skall vara aktuella. Bilder skall vara i rätt bildstorlek, se Basetoolmanual
- Bokningssystem som t. ex. Citybreak skall ge korrekt och aktuell information.
- Om närvaro i antingen sociala medier eller med egen hemsida ska denna skötas professionellt med aktuell info och god service (ex. svara på förfrågningar i inom rimlig tid och vara aktiv om man använder sig av en social kanal).

1.2 c. Professionellt översatt hemsida eller annan digital närvaro (ex. Facebook).

Den egna hemsidan (eller om man valt annan digital närvaro som ex. Facebook) ska vara professionellt översatt till engelska. Google translate accepteras inte. Vid arbete med ex. tyska marknaden är översättning till tyska en rekommendation men inget krav. Professionell närvaro i samtliga digitala medier med aktuell info och god service (ex. svara på förfrågningar i inom rimlig tid och vara aktiv om man använder sig av en social kanal).

1.3 a. Lokalt värdskap för destinationen

Vi förutsätter ett lokalt värdskap och att ni tillsammans med andra företagare arbetar för att få besökare att resa till, och runt i, Östergötland och stanna längre. För att stärka Östergötlands varumärke krävs det att alla använder Östergötland i sin egen marknadsföring, ex. vårt B&B ligger vackert vid sjön Sommen i Östergötland.

1.3 b. Nationellt värdskap för destinationen

Vi förutsätter ett nationellt värdskap och att ni tillsammans med andra företagare arbetar för att få besökare att resa till, och runt i, Sverige och stanna längre.

1.4 Tillgänglighet på helårsbasis

Besökaren/researrangörer/Visit Östergötland måste kunna nå dig via mail och telefon under hela året även om du har stängt för säsong.

1.5 Kvalitet och hållbarhet

Företaget ska arbeta med kvalitets- och hållbarhetsaspekter. Det finns ett antal system som man kan ta till sin hjälp t.ex. Swedish Welcome, Naturens bästa, KRAV, Svanen. Visit Östergötland rekommenderar Swedish Welcome.



1.6 Kontaktperson som sköter kommunikationen med Visit Östergötland

Företaget ska ha en kontaktperson gentemot Visit Östergötland.
Om denna person inte kan närvara
vid t.ex. en pressresa ska en ersättare utses.

1.7 Professionellt översatt material

Allt material så som marknadsföringsmaterial och produktblad ska vara professionellt översatt till engelska. Google translate accepteras inte. Vid arbete med ex. tyska marknaden är översättning till tyska en rekommendation men inget krav.

1.8 Kompletta produktblad hos Visit Östergötland inkl. bilder

Som redskap vid möten och workshops med researrangörer använder Visit Östergötland en produktkatalog där alla Världen-företag finns representerade. Visit Östergötland behöver ha ett uppdaterat och professionellt översatt produktblad hos oss inklusive bilder, se produktbladsmall på hemsidan.

1.9 Genomgått och fått godkänt på [exportmognad.se](http://www.exportmognad.se)

På www.exportmognad.se kan du testa så att ditt företag håller nivån för att arbeta med internationell marknad. Här kan du även testa om ditt företags webbplats har vad som krävs för att locka utländska besökare. För att uppnå nivå Världen måste ditt företag ha fått godkänt på detta test.

1.10 Professionellt arbete med sälj- och researrangörsledet

- Företag som väljer att arbeta med sälj- och researrangörsledet skall ha förståelse för hur sälj- och researrangörsledet fungerar, ex. allottment och provision.
- Förfrågningar från Visit Östergötland och arrangörer skall besvaras inom 24 timmar.
- Företaget skall ha färdigt material att erbjuda – bilder av hög kvalitet, aktuella priser samt texter professionellt översatta till engelska.
- Produkterna som visas i samband med visningsresor skall finnas tillgängliga för bokning och professionellt översatta till engelska.
- Visningsresorna skraddarsys efter researrangörernas specifika önskemål och deltagarna är noggrant utvalda av Visit Sweden för att ni aktörer ska få största möjliga marknadsföringsvärde. För att delta som företag och visa upp sin verksamhet krävs att ni står för alla kostnader i samband med besöket på er anläggning/aktivitet.
- Företaget skall löpande förse Visit Östergötland med information och nyheter som vi bör känna till.

1.11 Professionellt mottagande av journalister och bloggare.

- Företaget skall ta emot journalister och bloggare på ett professionellt sätt och ha förståelse för hur arbetet med press och media fungerar.
- Förfrågningar från journalister och bloggare skall besvaras inom 24 timmar.
- Företaget skall ha färdigt material att erbjuda – bilder av hög kvalitet, aktuella priser samt texter professionellt översatta till engelska.
- Produkterna som visas i samband med pressresor skall finnas tillgängliga för bokning och professionellt översatta till engelska.
- Pressresorna skraddarsys efter researrangörernas specifika önskemål och deltagarna är noggrant utvalda av Visit Sweden för att ni aktörer ska få största möjliga marknadsföringsvärde. För att delta som företag och visa upp sin verksamhet krävs att ni står för alla kostnader i samband med besöket på er anläggning/aktivitet.
- Företaget skall löpande förse Visit Östergötland med information och nyheter som vi bör känna till.