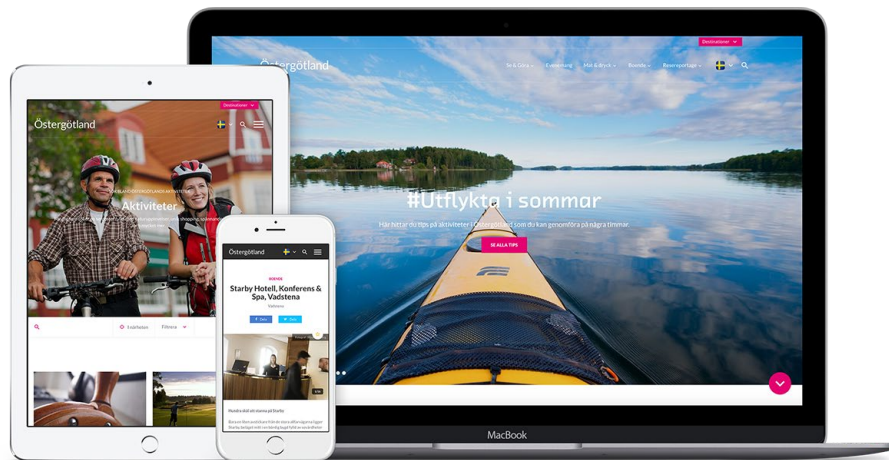


# Digital närvaro inom besöksnäringen

Hanna Nord

Strateg webb och kommunikation, Visit Östergötland



Länkar till presentation och länkar finns på [www.visitostergotland.se/coffice](http://www.visitostergotland.se/coffice)

visit **ÖSTER**  
**GÖTLAND**

[visitostergotland.se](http://visitostergotland.se)

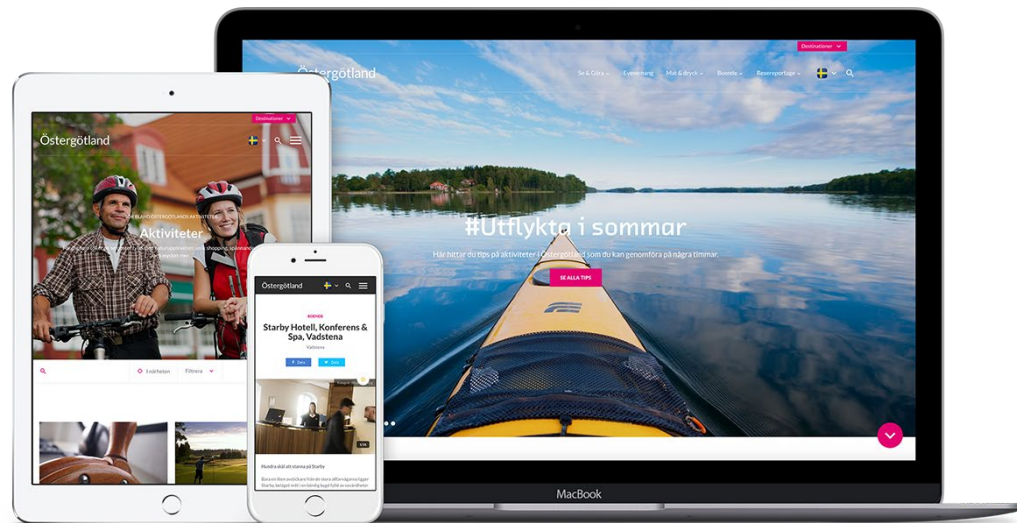
# Innehåll

- Om Visit Östergötland
- Digital tillgänglighet
- Ägd media
- Köpt media
- Förtjänad media
- Workshop, digital strategi

# Visit Östergötland

- Del av enheten Tillväxt och marknadsföring, Region Östergötland
- Östergötlands besöksnäringstrategi, den regionala rollen
- Utveckling av besöksnäringen regionalt via projekt (HPU), samarbeten (ALMI m.fl), marknadsföring internationellt (Visit Sweden), marknadsföring Sverige (#Utflykta, visitostergotland.se m.m.), utbildningsinsatser (Digital värds kapsutbildning)
- Länk till branschsida via /coffice

# Visit Östergötland hemsida och Basetool

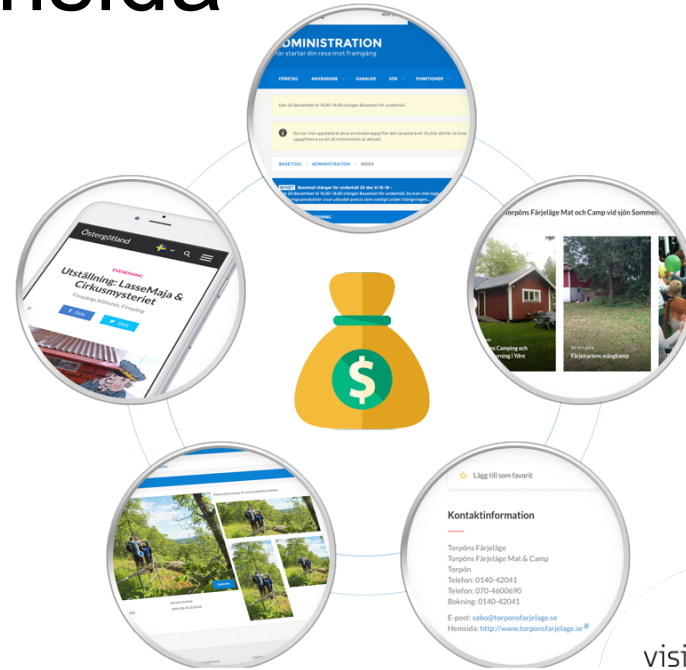


visit **ÖSTER**  
**GÖTLAND**

[visitostergotland.se](http://visitostergotland.se)

# Att synas på Visit Östergötlands hemsida

- 500.000 unika besökare/år
- Skapa presentationer av ert utbud av aktiviteter, paket och evenemang
- Samlad bild av utbudet i hela Östergötland
- Full kontroll över ert företag
- Synas på flera hemsidor med samma information
- Rekommendera varandra och öka reseanledningarna
- Kopplingar Trip Advisor, Facebook
- Utveckling/förenkling under 2019



visit **ÖSTER**  
**GÖTLAND**

[visitostergotland.se](http://visitostergotland.se)

# Att vara digitalt tillgänglig

- Inte bara onlinebokning, digitala affärer
- Var tillgänglig där kunden söker information
- Administration via mobilen
- Flesta kanaler gratis
- Nå nya målgrupper
- Tre olika typer av media:
  - Ägd
  - Köpt
  - Förtjänad



# Ägd media- för befintliga kunder

- Kanaler du äger, t.ex. din hemsida, facebookside, Google Mybusiness. Bör vara grunden till din digitala marknadsföring.
- Befintliga kunder som känner till dig
- Skryt!
- God kvalitet på bilder, filmer och innehåll. Använd gärna andras filmer (youtube) och bilder (instagram)
- Max tre klick
- Google, ett konto, massa funktioner och kanaler! Ex. Öppettider, maps, analytics, google analytics, m.fl. (ALMI digitalakademin, länk i /coffice)
- Välj ut lämpliga kanaler som når din målgrupp, ex. intressesidor. Man kan inte synas på alla.
- Automatiskt mailsvar, merförsäljning
- Relevanta sökord för organiskt googlesök, skriv så att Google gillar din text.

# Sökmotoranpassade texter

- Skriv så att Google gillar din text
- Ett sökord: ett ord eller en kort fras som dina potentiella kunder kan tänkas skriva in på Google
- Fokusera bara på ett fåtal sökord per sida
- Sökord i menynamnen: "kajakpaddling" istället för "tjänster"
- Väsentliga huvudrubriker och underrubriker: "halva priset på paddling i Östergötland under påsken" istället för "erbjudande"
- Dela upp i tydliga stycken och använd punktlister och talande rubriker
- Uppdatera texterna ofta
- Använd interna och externa länkar



# Vart ska jag synas?

- Vad är syftet med dina aktiviteter?
- Gör en plan
- Prioritera
- Delegera
- Satsa där dina kunder finns



# Instagram

- Tänk på att inte bara vara aktiv i din egna kanal utan även i andras
- Följ sidor som dina kunder kanske följer och kommentera andras inlägg, gör dig synlig utan att vara för "säljande"
- Använd hashtags (#)
- Regramma andras bilder och ge "fotocred"
- Uppmuntra gästerna att använda en viss # så att du hittar bilderna och kan regramma
- Skapa en positiv bild av företaget som människor kan relatera till
- Få potentiella kunder och affärspartners



# Facebook

- 66% av Sveriges internetanvändare använder Facebook. Målgrupp 30+
- Enbart eget material räcker sällan- dela andras
- Gör dig tillgänglig på Messenger, ex autofråga
- Tagga andra
- Uppdatera ofta, öppettider m.m
- Facebook ads, sponsrade inlägg till din exakta målgrupp. (Köpt media)



# YouTube

- Youtube är den kommunikationskanal som växer snabbast
- Bra sätt att nå den svåra målgruppen 16-34 åringar
- Vikten av rörlig media ökar
- Visa upp din produkt eller tjänst
- Använd andras inlägg



# Köpt media- för nya kunder

- Google Adwords, betala för sökord på Google. Byrå till hjälp.
- Onlinebokning egen hemsida eller via OTA, ex booking, Tripadvisor. Provision men bara på genomförda bokningar. Ju högre provision desto bättre ranking.
- Sponsrade inlägg på Facebook, målgruppsanpassning in i minsta detalj
- Digitala annonser, banners, som mäter klick
- Influencers, leta upp konton (bloggar, instagramkonton) som du ser kan öka din kundkrets och bjud in. Teckna ett avtal om antal bilder. Var tydlig med sponsring.

# Förtjänad media- recensioner

- Tripadvisor, bloggar och andra recensionsmedier
- Bjud på kaffe om gästen lämnar omdöme, ex Tripadvisor
- Genom arbete i ägda och köpta kanaler får du fler digitala omnämningar. Använd till skryt.
- "Googla" dig själv, håll koll på vad som skrivs om dig och besvara framför allt negativa kommentarer på ett professionellt sätt. Strategi kan behövas, svara aldrig i affekt.
- Förtjänt media anses trovärdigt och är kostnadseffektivt
- Använd recensioner till någon konstruktivt istället för att fasa för dem. Besvara och ta lärdom, oftast lättare för gästen att vara ärlig om upplevelsen än ansikte mot ansikte.

# Slutord

- Viktigt med digital närvaro för digitala affärer
- Man kan inte längre vänta på att besökarna hittar t.ex. hemsidan. Man måste pusha ut sin marknadsföring och betala för klick och likes. Organiskt sök på Google och Facebook når endast befintliga kunder. Betalda kanaler når nya.
- Avancerade önskemål: studentuppdrag eller InGenious. Lång leveranstid dock.
- Kvaliten på bild, text och film är viktigt.
- Man måste veta vad som skrivs om ens verksamhet online och besvara den på ett professionellt sätt. Missnöjda (och nöjda) gäster skriver om dig vare sig du vill eller inte.
- Välj med fördel ut vissa kanaler och gör det bra än att försöka synas i alla.
- Ta fram en strategi!

# Frågor?

[visitostergotland.se](http://visitostergotland.se)

Hanna Nord

010-1036534

[hanna.nord@regionostergotland.se](mailto:hanna.nord@regionostergotland.se)

---

The logo for visit ÖSTER GOTLAND. It features the word "visit" in a lowercase sans-serif font, followed by "ÖSTER" and "GOTLAND" in a bold, uppercase sans-serif font. The letters "Ö" and "G" are stylized with a pink-to-red gradient. The entire logo is enclosed within a thin, light grey arc that curves over the top.

visit **ÖSTER**  
**GOTLAND**

[visitostergotland.se](http://visitostergotland.se)