

10 tips för besöksnäringens företag inför sommaren 2020

Inför sommaren 2020 har turistföretag möjlighet att engagera sig mer än någonsin i sin hemmamarknad. Här är några tips och idéer för att förbättra marknadsföringen, anamma digitala trender och tillgodose behoven hos en försiktig, men ändå nyfiken, målgrupp av besökare som vill utforska sitt närområde.

1 HYGIEN - dela online och på plats hur ni anpassat verksamheten utifrån rådande restriktioner och rekommendationer och gör t.ex. listor där ni beskriver era städrutiner. Detta i syfte att informera och lugna gästen innan och under besöket.

2 AVBOKNINGSREGLER – Tydliggör era boknings- och avbokningsregler och gör den lättillgängliga för era besökare. I dessa osäkra tider är det viktigt att gästerna känner till era, eventuellt mer flexibla, av- eller ombokningsregler. Informera även era gäster om möjligheten att ha en egen reseförsäkring som eventuellt kan täcka kostnader som kan uppstå i samband med av- och ombokning.

3 MARKNADSFÖR NATUREN – Oavsett vilken typ av verksamhet man bedriver eller var företaget än ligger kan man med fördel marknadsföra naturupplevelser och informera om vilka utomhusaktiviteter som finns i just er omgivning. Dela gärna kartor över vandrings- och cykelleder, badplatser samt egna unika tips på naturupplevelser.

4 SKIFTA FOKUS TILL SVENSKA BESÖKARE – Den här sommaren handlar det mesta om att få svenskarna att upptäcka sitt närområde; runt kröken, några dagars weekend i t.ex. skärgården eller under en spännande road trip. Lokala, regionala och nationella turister söker efter platser att spendera sin semester på, både för kortare och längre vistelser. Marknadsför dina egna och andras produkter i ditt område så att gästerna känner att det finns mycket att utforska och uppleva under deras vistelse. Vad är unikt med just ditt område och varför ska de välja just det över något annat?

5 DIGITAL HEALTH CHECK – Nu mer än någonsin är det läge att uppdatera din verksamhets digitala synlighet. Alla företagets digitala marknadsföringskanaler ska ha ett fantastiskt innehåll! Exempel på information som gästerna efterfrågar: praktisk information om hur man hittar till er med bil och kollektivtrafiken, korrekta öppettider på hemsidan, Facebook, Google m.m. Uppdatera texter, bilder och eventuellt rörlig media och highlighta upplevelser och aktiviteter som är unika i just ert område.

6 SOCIAL MEDIA – Se till att ert konto på Google My Business/Google Maps, Tripadvisor och Facebook är uppdaterade mer er senaste information. Dessa plattformar är gratis, har stor potential och används frekvent av besökare som planerar semesterresa, söker upplevelser spontant eller vill se var man kan övernatta och äta. Om du har möjlighet utnyttja även Instagram och Twitter i din marknadsföring. Använd hashtags (#) för att nyttja pågående kampanjer i din omgivning. Till exempel använder Visit Östergötland #utflykta för att marknadsföra lokala aktiviteter i Östergötland.

7 MARKNADSFÖR DET LOKALA – Skapa en microdestination i området omkring din verksamhet. Håll koll på vad som äger rum i veckan, under nästa månad, i sommar och kanske till och med året ut! Informera gästerna om det lokala utbudet i form av marknader, affärer, naturupplevelser m.m. Nya samarbeten i din omgivning kan ge nya inkomstkällor och gemensam marknadsföring tillsammans med andra visar på ett brett utbud av aktiviteter i just ditt område. Tänk igenom och kommunicera vad som är unikt med just er microdestination, varför gästen ska åka till er och varför de ska stanna länge!

8 SOCIAL DISTANSERING – Det kommer antagligen att vara populärt att resa i mindre grupper i sommar men det är med största sannolikhet grupper bestående av familjer och/eller vänner som redan känner varandra och umgås regelbundet. På samma sätt som det är viktigt att hålla distans mellan individer är det även viktigt att hålla distans

mellan grupper. Se till att anpassa era gruppaktiviteter efter dessa konstellationer eftersom en blandning av olika gäster från olika delar av landet kan verka avskräckande för många besökare.

Är det möjligt att genomföra din gruppaktivitet utomhus? Kan du minimera risken för köbildning genom en ny form av beställning av t.ex. mat. Medan gästen väntar på sin tur, kan du marknadsföra andra delar av din verksamhet?

9 FÖRKÖP OCH PAKETERING – Se över möjligheten att addera andra produkter i din onlinebokning. T.ex. cykelhyra, matsäck, guidade kvällsturer, take away-frukost, ved att elda egen måltid över etc.

10 PLANERA FÖR ÅRET UT OCH HÅLL INTRESSET VID LIV – Se över din marknadsföringsstrategi för hela året och planera redan nu för en höst- och vintersäsong där ett resmönster kan se annorlunda ut än tidigare år. Sommarsäsongen kan bli förskjuten och mysiga weekendpaket för höstrusk och härliga vinterdagar kan bli attraktiva för både svenskar och internationella besökare om reseförbudet hävs i Europa innan årets slut. Se över möjligheten att samarbeta med andra åretsruntoppna anläggningar och skapa, marknadsför och bygg upp intresset för speciella gemensamma erbjudanden redan nu!

Kim Ross, Visit Östergötland