

Programmet

- Velkomst - kaffe og rundstykker
- Hvordan kan du som virksomhed drage nytte af Laksens Hus
- Status på projektet
- Hvad får du som virksomhed ud af at samarbejde med andre og udarbejde samlede pakker til turister
- Workshop

Laksens Hus

– *Lystfiskerinformation og videnscenter*

Informationsdelen

Lystfiskerhjørnet

Kastebanen

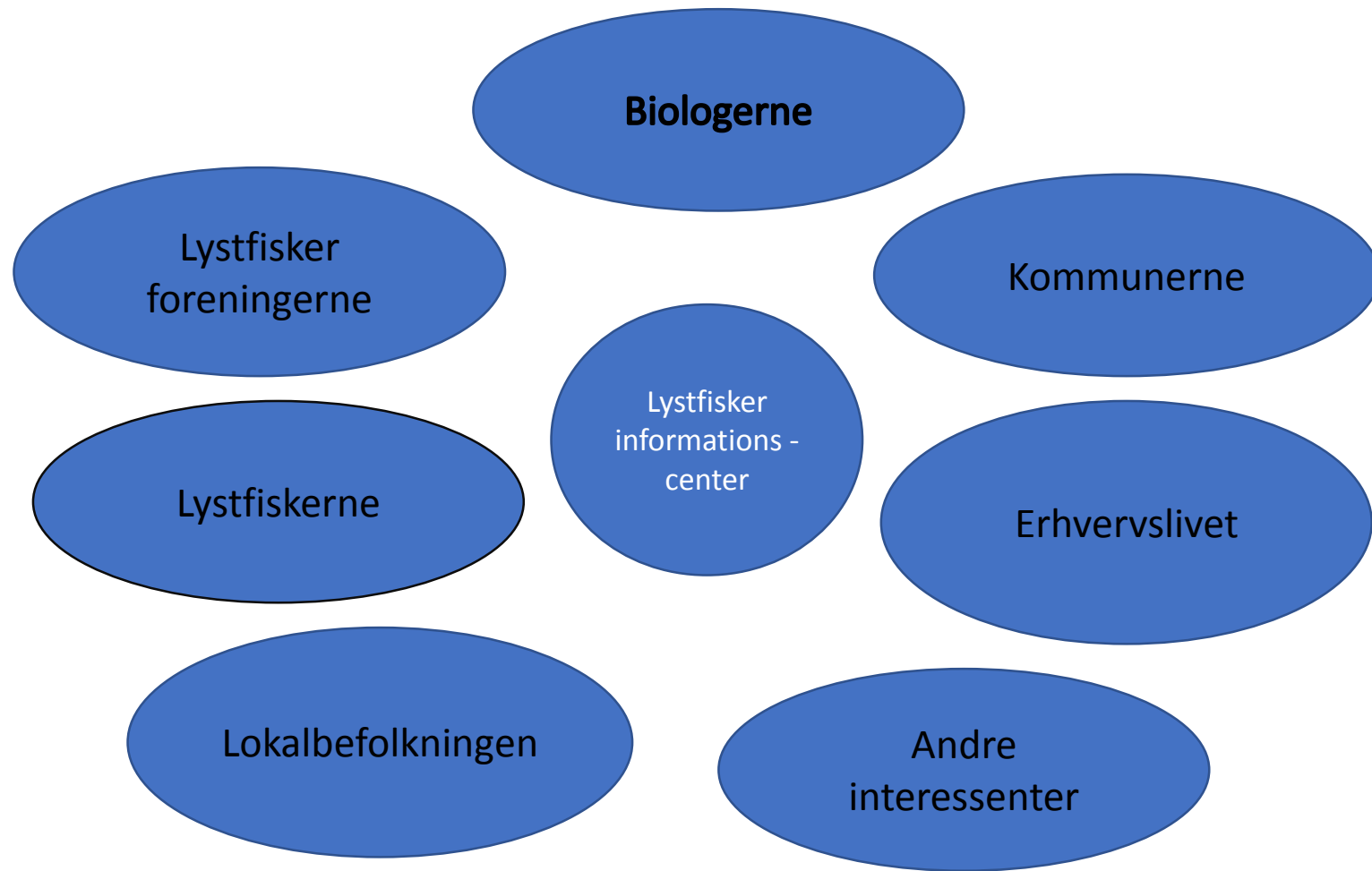
Demo

Salg

Arrangementer

Samarbejdspartnere





A person wearing a dark jacket, light-colored trousers, and a beanie is standing on a grassy bank, fishing with a rod and reel. The river flows from the background towards the right. The background features a line of trees under a cloudy sky.

Projektets 3 indsatser

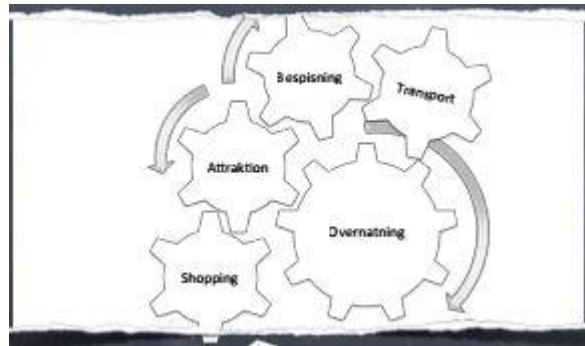
- Øge udbuddet af "varer"
(Flere fisk, mere fiskevand, andre natur- og kulturoplevelser)
- Øge serviceniveauet til turisten
(Formidling af viden om "varerne", vejledning, gæstfrihed etc.)
- PR og markedsføring

Turismefremmeværdikæden

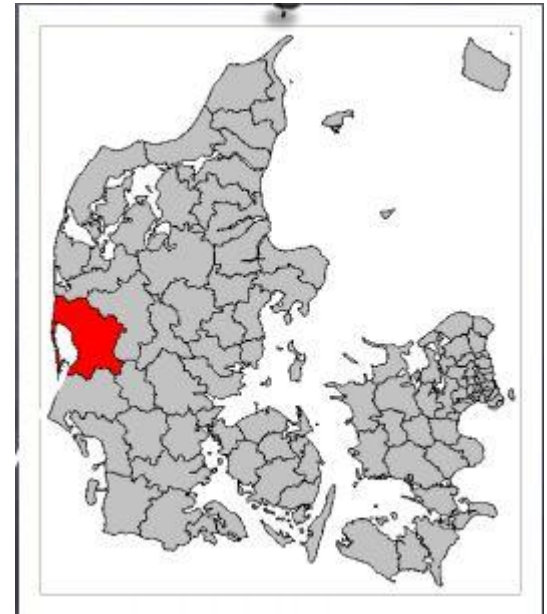
Oplevelsesværdi



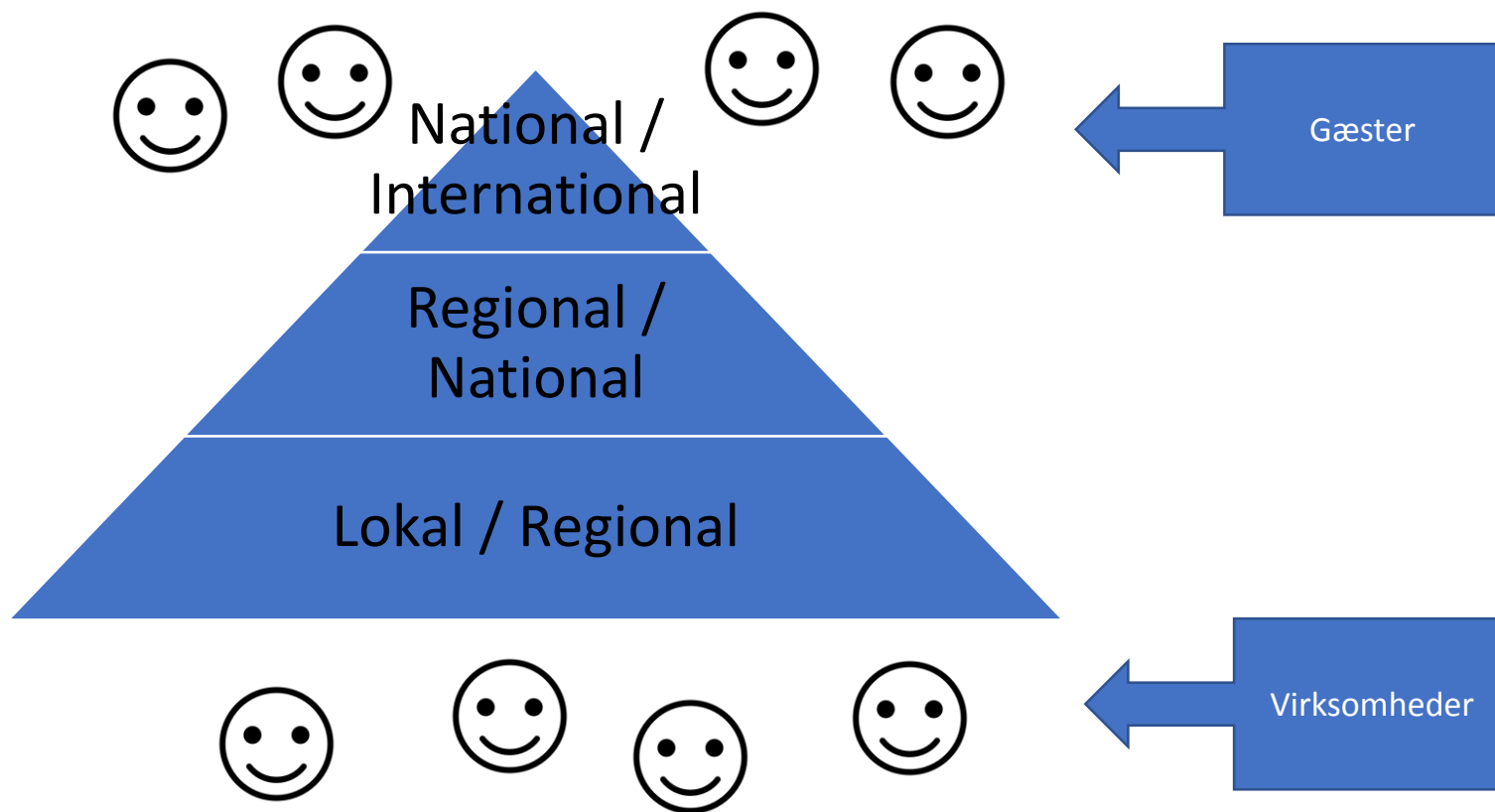
Forretningsværdi



Samfundsværdi



Brandværdien og attraktionskraft bedømmes udefra og ind – men skabes indefra og ud



Invitation til samarbejde - Sammen står vi stærkere

Formålet:

At skabe mere samarbejde og evt. samlede oplevelsespakker til turister på tværs af virksomheder ved Skjern Å for at tiltrække nye eller flere lystfisketurister.

Mål:

- Vækst (øget omsætning, mersalg, krydssalg, opsalg m.m.)
- Større brandværdi
- Flere bosiddende

Metode:

Arbejdsgrupper / netværksmøder / fyraftensmøder (kært barn har mange navne;) på tværs af virksomheder

Fremtidige møder...

Netværksmøde I: Netværk og samarbejde	23. maj
Netværksmøde II: Idégenerering	21. juni, kl. 8-10
Netværksmøde III: Forretningsplaner og pris	16. august?
Netværksmøde IIII: Markedsføring og salg	20. september?

Morgenmøder eller fyraftensarrangementer?

Hvorfor samarbejde...?

	Fordele	Ulemper
Virksomhed	• Kombinerer flere virksomheders styrker • Forum for erfarings- og vidensdeling • Mulighed for mersalg og krydssalg • En bedre oplevelse • Markedsføring man ikke kan købe sig til f.eks. • Nyhedsværdi → PR (i starten) • Mere personlig relation til gæsten	• Det kræver masser af tid og frie ressourcer • Resultaterne lader vente på sig • Kræver tålmodighed • Kræver tillid til hinanden • Det er mega svært
Gæsten	• Bedre gæsteservice - Gøre det lettere og hurtigere for gæsten • Udbreder kendskab til andre virksomheder • Tidsbesparende • Anvender som inspiration	• Et dyrere produkt

Hvorfor samarbejde...?

Stigende efterspørgsel efter samlede oplevelsespakker pga. et ønske om tidsoptimering!

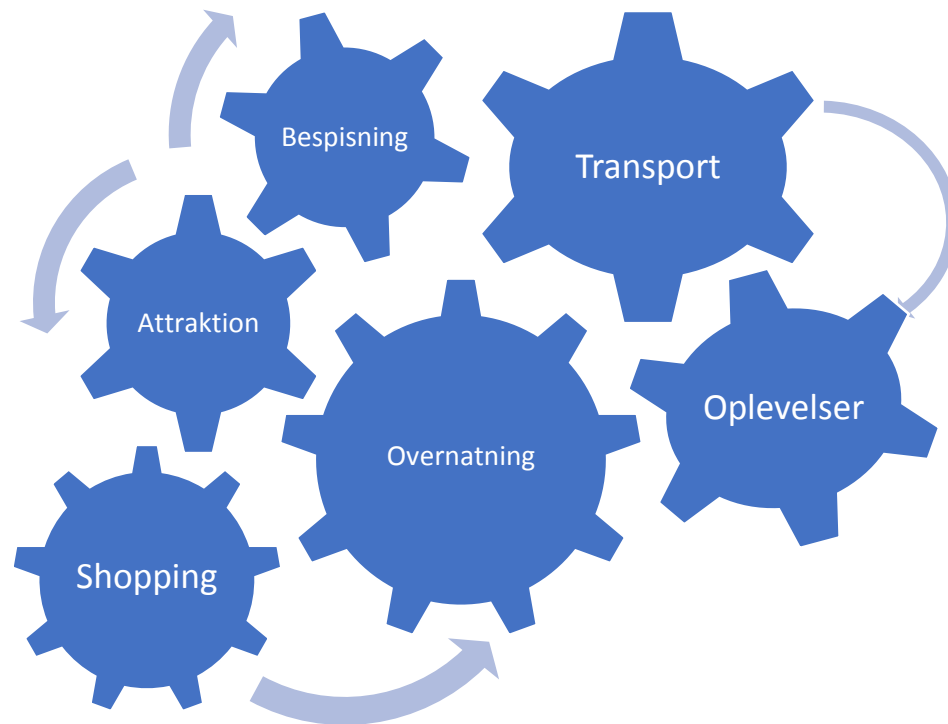
Seneste trends:

- Flere ældre med godt helbred og god opsparring
 - Børnefamilier er mere velstillede, aktive og mobile end tidligere.
 - Forældres (og bedsteforældres) ønske om tættere kontakt med naturen, "som da vi var børn".
- = Aktiv outdoorturismen er i vækst

→ Hvem er din målgruppe?

→ Kan du tiltrække flere eller en ny målgruppe via samarbejde?

Samarbejdet foregår i **en kæde af leverancer** (Udbud af produkter, services og oplevelser), der **tilsammen** servicerer en given målgruppe for at imødekomme deres drømme og ønsker



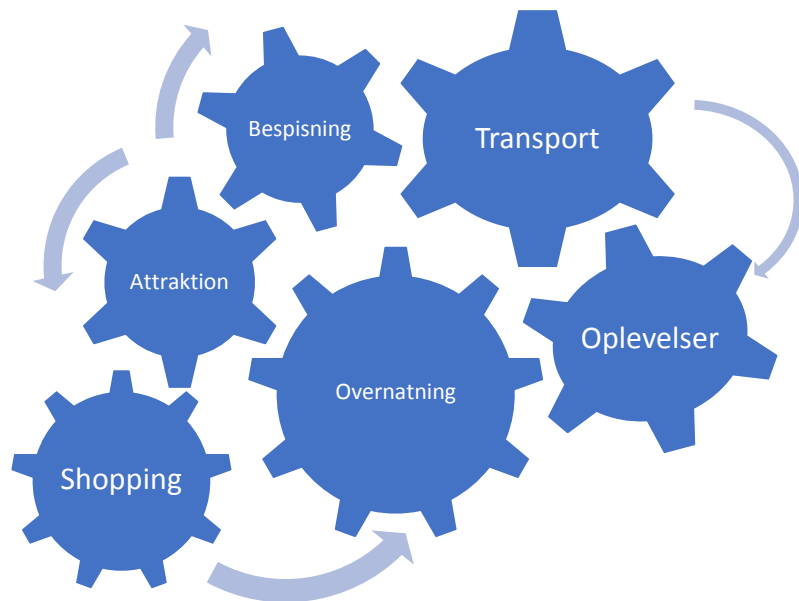
Mål: Vi samarbejder med hinanden for at skabe et krydssalg og mersalg, som vi ikke kan skabe alene!



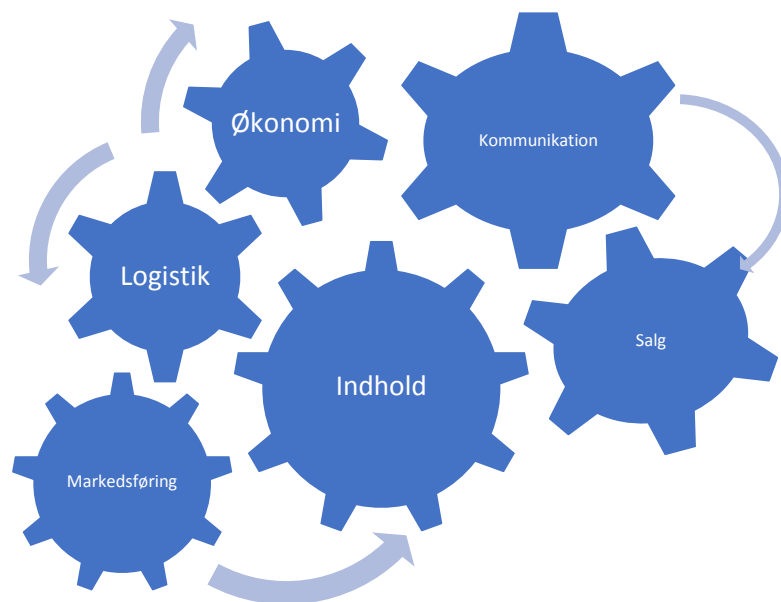
Gør det du/I er
bedst til – og
kombinere det med
andre!

Gensidig synergi og afhængighed

Samarbejde i forhold til gæsten =
gæstens behov



Forhold internt i samarbejdet =
jeres og gæstens behov



Samarbejde forudsætter enighed om et fælles udgangspunkt og tillid

- Du skal have **tillid** til dine samarbejdspartnere
- Har I (realistiske) **forventninger** til hinanden? Og er de afstemt?
- Leverer dine samarbejdspartnere den **samme høje kvalitet** som dig?
- Har I fokus på den **samme specifikke målgruppe**?
- Er I **enige** om indholdet, logistikken, markedsføringen, penge flowet osv. i jeres fælles produkt?
- M.m.

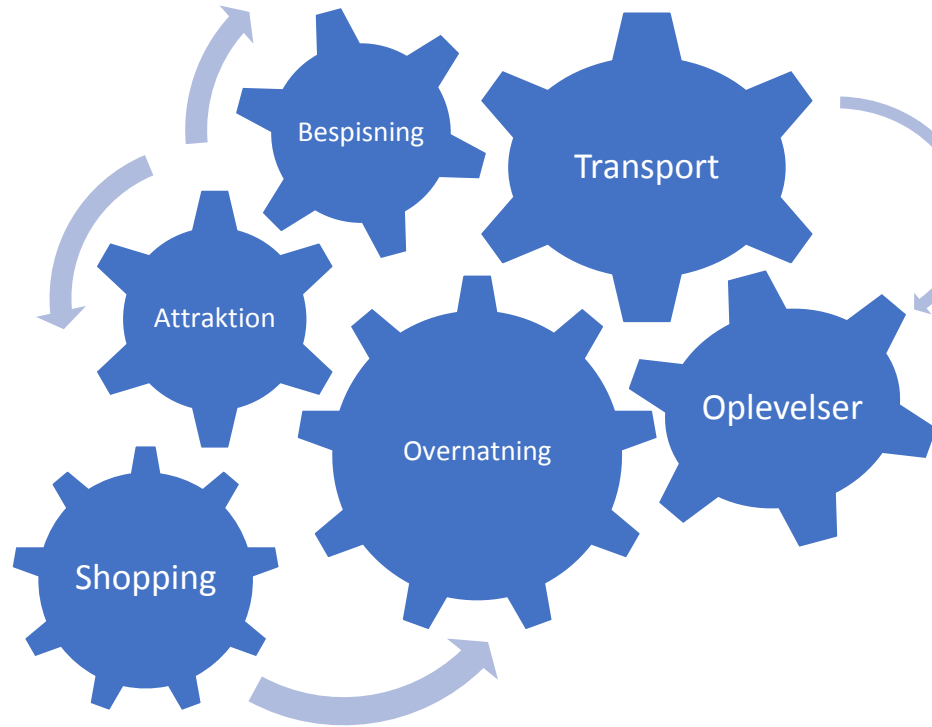
7 vigtige emner det giver mening at samarbejde om

1. Fælles målgruppefokus

2. Oplevelsesudvikling af nye tilbud

3. Netværk for vidensudveksling af: Relationer, samarbejde og en "konkurrent" bliver en "partner".

4. Optimering af kvalitet, logistik og infrastruktur

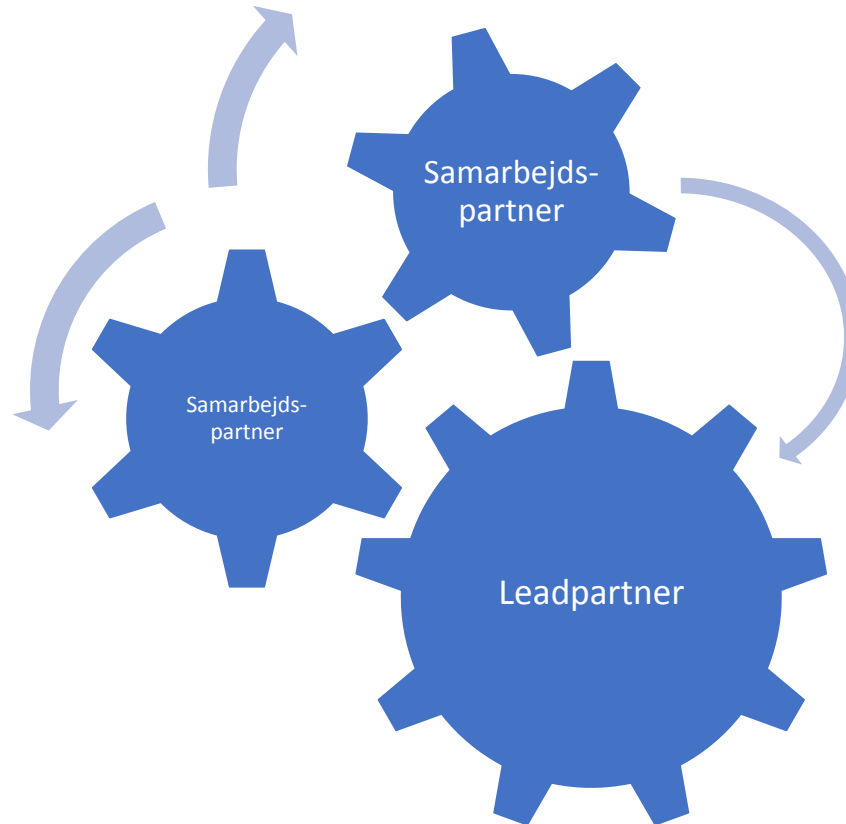


5. Vedkende sig det fælles oplevelsesindhold som attraktivt og en mulighed for mersalg.

6. Markedsføring on- og offline af det fælles tilbud

7. Evaluering af: kvaliteten knyttet til oplevelsen fx. Samarbejdet, prisen, logistikken, markedsføringen.

Gensidig synergi og afhængighed



INSPIRATION

Gæsterne er glade for at i samarbejder om at:

- Arrangere guidede ture
- Arrangere kontakt med lokale borgere og historiefortællere
- Arrangere kontakt med lokale turismeaktører, "kendisser", originaler...
- Vise dem hemmelighederne på egnen
- Åbner døre, så de kommer ind bag kulisserne
- Gøre det enkelt at være på ferie: Bagagetransport, børnepasning, madkurve, anbefaler hinanden, bruger og viser hinandens produkter frem, udarbejder ruteforslag m.m.
- Yder et værtskab så de føler sig ventet og velkomne

= Gode værter

3 forskellige muligheder – varierende krav til dig

Krydssalg:

- Bruge hinandens produkter og oplevelser
- Sælge hinandens produkter og oplevelser

Pakketering med turoperatører:

- Medudvikle oplevelsesindholdet
- Leverandør af oplevelserne
- Provision / god pris til turoperatøren

Pakketering på egen hånd:

- Udvikle pakkens samlede indhold
- Stå for logistikken, markedsføringen og salget
- Stå for administrationen, kommunikationen og afregningen mellem alle aktører
- Medlem af Rejsegarantifonden

Præsentationsrunde

- Hvem er du?
- Hvad har du af produkter, services og tilbud målrettet lystfisketurister?
- Har du én eller flere idéer?

Workshop:

Dit netværk

Vs.

Dit potentielle netværk



Herning
Kommune



Danmarks Center for Vildlaks

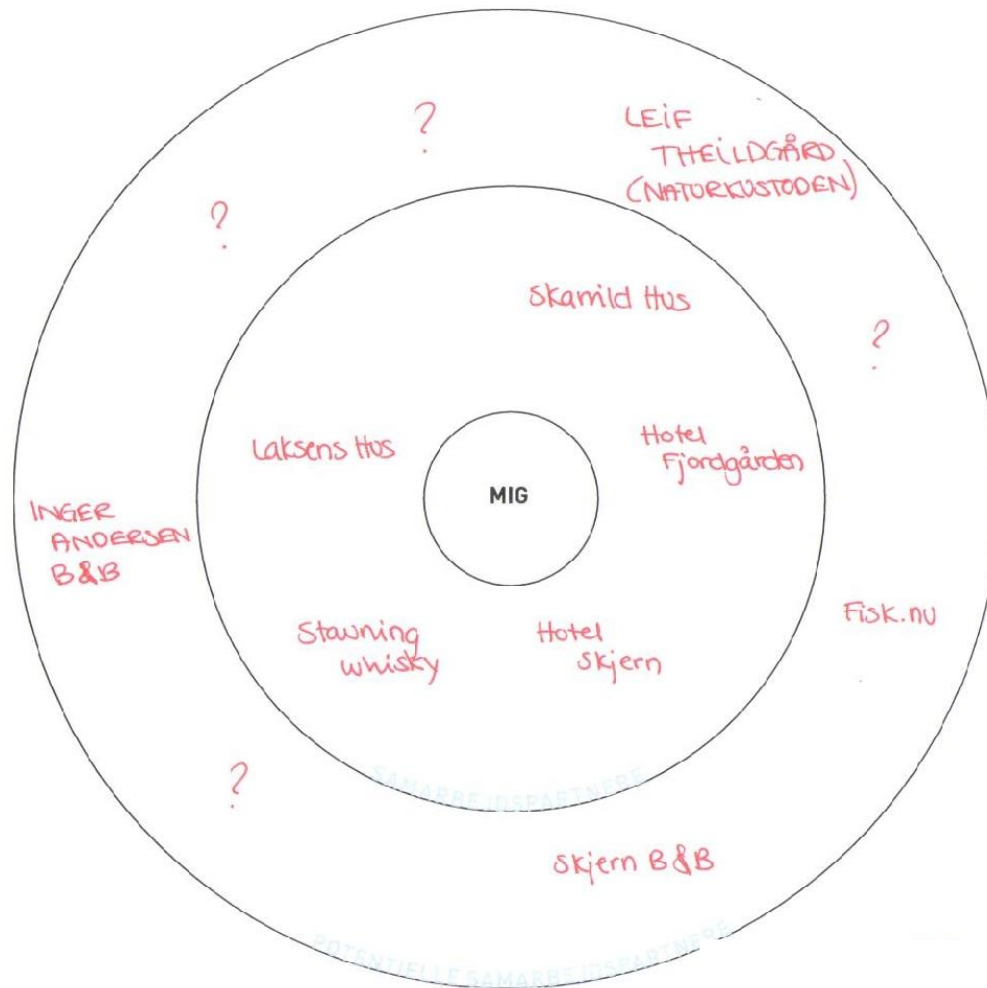


NATURENS RIGE
Ringkøbing-Skjern Kommune



Mærk Vesterhavet
SKJERN Å

Mit netværk



Herning
Kommune



Danmarks Center for Vildlaks



NATURENS RIGE
Ringkøbing-Skjern Kommune



Mærk Vesterhavet
SKJERN Å

Præsentation af oplevelsesmodellen

Oplevelsesmodellen

	Leadpartner: Samarbejdspartnere: (Husk forventningsafstemning ift. tid, økonomi, osv.)	Kommunikation: (Hvordan kommunikerer I, hvor ofte osv.?)
Tema: (Hvilket specifikt tema omhandler oplevelsen?)	Indhold/Program: (Hvad skal gæsten opleve?) Tidslinje	
Målgruppe: (Hvem er oplevelsen målrettet? Behov, ønsker, alder, sociale forhold m.m.)	Roller/logistik: (Hvem leverer hvad? Før, under, efter)	
	Behov: (Hvad er gæstens motivation for at købe oplevelsen?)	
	Pris: (Hvad er gæstens pris og betalingsvillighed?)	
	Markedsføring/PR: (Hvem gør hvad?)	
	Dato/Tidspunkt: (Hvornår kan oplevelsen opleves?)	

Eksempel

OPLEV**DANMARK**



[Til forsiden](#)

Fisk og bo i Holstebro

Fisk og bo på B&B i centrum af Holstebro

Udnyt muligheden for det bedste fiskevand i Danmark. Du bor i hyggeligt enkeltværelse i centrum af Holstebro, tæt på gågaden.

Tag dine rensede fisk med og frys dem ned hos os. Læs mere om reglerne for fiskeri i Storå og bestil dit Dagkort her.

fra 400,00 DKK

Bed & Breakfast Holstebro

Bed and Breakfast Holstebro Bisgaardgade 9 7500
Holstebro Telefon 30240399

Booking

<

Maj 2017

>

Ma	Ti	On	To	Fr	Lø	Sø
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Valgt Dato/Tidspunkt: Vælg dato herover

Antal: 400,00 DKK

Pris total: 400,00 DKK

Læg i kurv

Combine er teknisk rejsearrangør og medlem af
Rejsegarantifonden - nr. 2685.
[Læs mere](#)

Oplevelsesmodellen

Tema: BYNÆRT LYSTFISKERI
(Hvilket specifikt tema omhandler oplevelsen?)

Målgruppe:
(Hvem er oplevelsen målrettet? Behov, ønsker, alder, sociale forhold m.m.)

Lystfiske turister

- Tyskland
- Holland
- Belgien
- Norge
- Sverige
- Sjælland

Mand
40+
Individuelle
+
grupper
(maks. 4 pers.)

Behov:
(Hvad er gæstens motivation for at købe oplevelsen?)

overnatning
Madpakke
Fiskekort
morgenmad
Info om fiskeriet

Nemt
og
hurtigt

Leadpartner: B & B HOLSTEBRO
Samarbejdspartnere: FISKERIFORENINGEN
(Husk forventningsafstemning ift. tid, økonomi, osv.)

Kommunikation:
(Hvordan kommunikerer I, hvor ofte osv.?)
HOLSTEBRO TELEFON VED BESTILLING

Indhold/Program:
(Hvad skal gæsten opleve?)

RESERVATION/
BOOKING

KONKRETISERING
AF
- FISKEKORT
- TIDSPUNKT &
STREKNING

INDKVARTERING
- UDLEVERING
FISKEKORT
+ FOLDER AF
FORENINGEN
+ FOLDER MED
TILBUD OG
TILBUD MED
RESERVATION
OG SERVICE

NORGENMAD +
MADPAKKE

UKVARTERING
OPFØLGENDE
MAIL

Tidslinje

Roller/logistik:
(Hvem leverer hvad? Før, under, efter)

B & B HOLSTEBRO: KONTAKT TIL KUNDEN, MARKEDSFØRING

FISKERIFORENINGEN: FOLDER MED INFO (+ EVT GUIDE)

Pris: 400,- pr. overnatning (inkl. morgenmad)
(Hvad er gæstens pris og betalingsvillighed?)

B & B → ~~400,-~~

Dato/Tidspunkt:
(Hvornår kan oplevelsen opleves?)

I FISKESÆSONEN



Herning
Kommune



Danmarks Center for Vildlaks



NATURENS RIGE
Ringkøbing-Skjern Kommune



Mærk Vesterhavet
SKJERN Å

Eksempel



Tag med på oplevelsespakken

"FØLG SPORENE FRA ANDEN VERDENSKRIG"

Selv 70 år efter Anden Verdenskrigs afslutning findes der stadig mange spor efter krigen. Med Vestjyllands smukke natur som ramme, har du nu mulighed for at tage med på en unik 2-dages tur, hvor du sammen med en personlig guide følger de autentiske spor fra krigen.

Sporene fører dig tilbage til historien om de allierede piloter, der styrtede ned i Vestjylland, om de tyske soldater der boede i Atlantvoldens bunkere og modstandsmændene Kaj Munk i Vederst. Omgivet af bunkerne, med vinden i håret og til lyden af den gængende mærehalm smager du en autentisk frokost, der giver dig oplevelsen af at være tilbage under krigen. Om aftenen er der god tid til at nyde en lækker middag i dejlige omgivelser på Hotel Fjordgården i Ringkøbing, hvor du også overnatter.

PROGRAM

DAG 1: Vi mødes på Hotel Fjordgården kl. 10. Herefter kører vi sammen med guiden i bus til Ringkøbing Museum, Houvig-Fæstningen (hvor vi spiser frokost) og Kaj Munks Præstegård. Dagen slutter kl. 17 på Fjordgården, hvor der er middag.
DAG 2: Efter morgenmaden på Hotel Fjordgården kører vi kl. 10 i egne biler til Lyngvig Fyr. Her er der rundvisning og frokost. Programmet slutter kl. 13.

DATO:

Oplevelsespakken afholdes d. 14.-15. april, 14.-15. maj, 9.-10. juni, 27.-28. september og 8.-9. oktober.

PRIS:

Pris per person: 1995,- kr. inkl. guide, entre, frokost, middag og overnatning i delt dobbeltværelse på Hotel Fjordgården. Drikkevarer tilkøbes.

TILMELDING:

Til Camilla Bülow Nielsen, Hotel Fjordgården. Senest en uge før turen.
Tlf. 97 32 14 00. Email: camilla@fjordgaarden.dk.
Der er begrænsede pladser. Min. 20, max. 25 deltagere.



Mærk Vesterhavet
HVIDE SANDE®

HOTEL FJORDGÅRDEN
RINGKØBING

HØJMARK
TURISTFART

RINGKØBING-SKJERN
MUSEUM
levendehistorie.dk



TA 'MED!
BOOK EN PLADS
97 32 14 00

FØLG SPORENE FRA 2. VERDENSKRIG
22. APRIL, 20. MAJ, 25. JUNI,
23. SEPTEMBER & 28. OKTOBER



Få Vestjyllands smukke natur som ramme, når du sammen med en personlig guide følger de autentiske spor tilbage til 2. Verdenskrig.

Lad sporene føre dig tilbage med en rundvisning på Ringkøbing Museum, en bunkeretur ved Houvig Fæstningen samt en rundvisning på Kaj Munks Præstegård.
Se mere på www.levendehistorie.dk

PRIS pr. person: 690 kr. inkl. guide, entre, frokost og transport.

TILMELDING: Hotel Fjordgården senest en uge før.
Tlf. 97 32 14 00. Email: camilla@fjordgaarden.dk.
Der er begrænsede pladser. Min. 20, max. 25 deltagere.

MULIGHED FOR TILKØB:

3 retters aften-menu
349 kr. pr. person

Overnatning
400 kr. pr. person
i delt dobbeltværelse

Madpakke to go ved
ekstra overnatning
75 kr. pr. person



RINGKØBING-SKJERN
MUSEUM
levendehistorie.dk

HOTEL FJORDGÅRDEN
RINGKØBING

Mærk Vesterhavet
RINGKØBING®

HØJMARK
TURISTFART

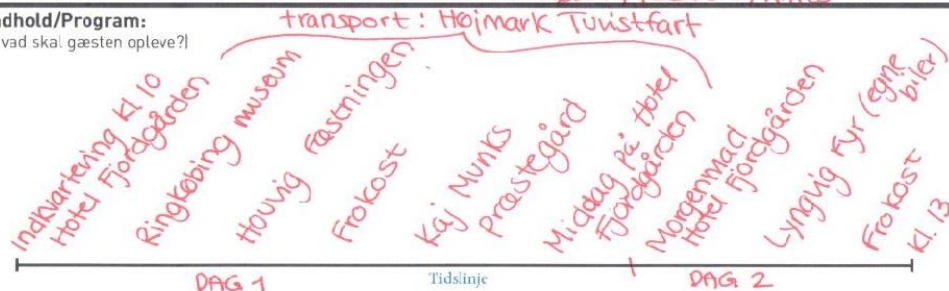
Oplevelsesmodellen

Leadpartner: HOTEL FJORDGÅRDEN
Samarbejdspartnere: RKS MUSEUM, HØJMARK
 (Husk forventningsafstemning ift. tid, økonomi, osv.)

Kommunikation:
 (Hvordan kommunikerer I, hvor ofte osv.?)
 TURISTFART MØDER, TELEFON, MAIL

Tema: 2. VERDENSKRIG
 (Hvilket specifikt tema omhandler oplevelsen?)

Indhold/Program:
 (Hvad skal gæsten opleve?)



Målgruppe:
 (Hvem er oplevelsen målrettet? Behov, ønsker, alder, sociale forhold m.m.)

Det grå guld - primært pensionister

Roller/logistik:
 (Hvem leverer hvad? Før, under, efter)

HOTEL FJORDGÅRDEN: Kontakten til kunden (før, under og efter), booking, overnatning, bespisning (morgenmad, frokost + aftensmad), markedsføring

RKS MUSEUM: Kontakt til kunden under turen → guide, adgang til museets attraktioner/udstillinger, markedsføring

HØJMARK TURISTFART: LOGISTIKKEN & TRANSPORTEN

Behov:
 (Hvad er gæstens motivation for at købe oplevelsen?)

Interesser i 2. verdenskrig
 OKs historie

Pris: 1995 kr. pr. person
 (Hvad er gæstens pris og betalingsvillighed?)

Booking/tilmelding: Hotel Fjordgården
 Betaling: Hotel Fjordgården
 (ansvarlig for viderebetaling til samarbejdspartnere)

MARKEDSFØRING/PR:
 Hotel Fjordgården (Small Danish Hotels)

Dato/Tidspunkt:
 (Hvornår kan oplevelsen opleves?)

5-6 gange om året
 uden for sæsonen



Herning
 Kommune



Danmarks Center for Vildlaks



NATURENS RIGE
 Ringkøbing-Skjern Kommune



Mærk Vesterhavet
 SKJERN Å

TAK FOR I DAG!

Kenny Frost

Danmarks Center for Vildlaks

Tlf.: + 45 26 27 52 93

Mail.: mail@frostfly.dk

Søren Larsen

Danmarks Center for Vildlaks

Tlf.: + 45 97 35 49 28

Mail.: sl@vildlaks.dk

Lisbeth Jensen

Ringkøbing Fjord Turisme

Tlf.: + 45 40 10 87 46

Mail.: lisbeth@hvidesande.dk

Anne Louise Ravn Braad

Herning Kommune, By, Erhverv og Kultur

Tlf.: + 45 96 28 85 15 / 23 70 48 76

Mail.: bekar@herning.dk

Mathias Utoft Jørgensen

Herning Kommune, Teknik og Miljø

Tlf.: + 45 96 28 80 42 / 24 43 31 40

Mail.: ngomj@herning.dk