

Programmet

Velkomst ved Per (Zpey)

Præsentationsrunde

Pause med kaffe og rundstykker

Gruppesarbejde (3 og 3 sammen)

Status på projektet



Præsentationsrunde

- Hvordan servicerer du dine lystfiskegæster?
- Hvad er du god til?
- Er der noget du ikke kan hjælpe dine gæster med som de efterspørger?



Invitation til samarbejde - Sammen står vi stærkere

Formålet:

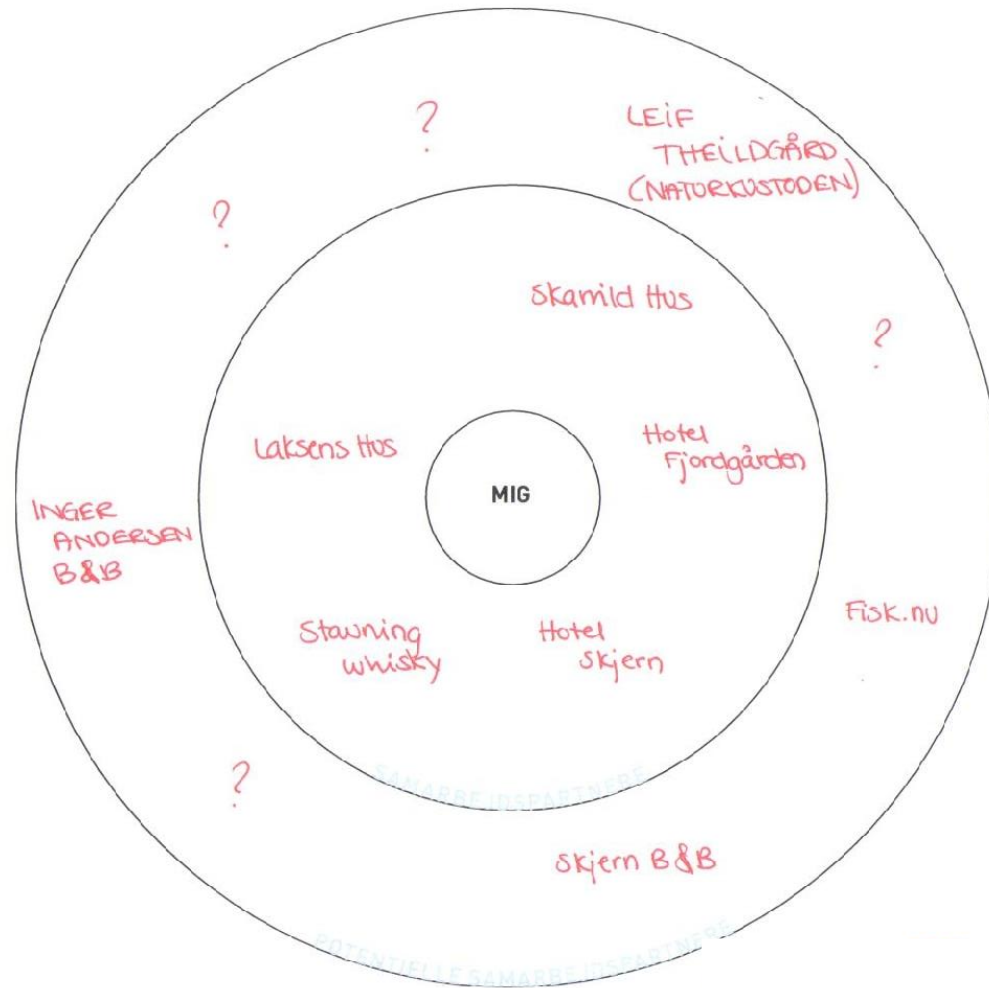
At skabe mere samarbejde og evt. samlede oplevelsestilbud, pakker eller events til lystfisketurister på tværs af virksomheder ved Skjern Å for at tiltrække nye eller flere lystfisketurister.

Mål:

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

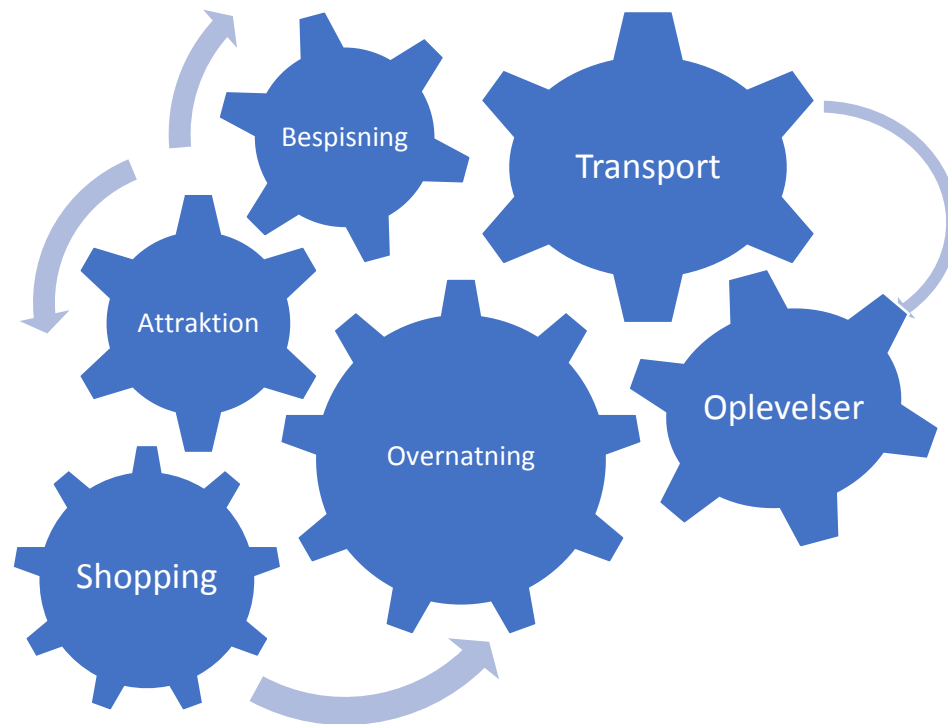
Metode:

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



Dit netværk nu
vs.
Dit potentielle
netværk

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!

INSPIRATION

Gæsterne er glade for at du 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 aktørerne
- Medlem af Rejsegarantifonden

Sinatur Hotel Skarrildhus - Herning

Fiskesæsonen fra 18. april til 15. oktober 2017

Sinatur Hotel Skarrildhus er et af landets smukkeste feriesteder med naturskønne og fredede omgivelser lige ned til Skjern Å. Lige udenfor døren har vi vores eget fiskevand, ca. 5 km ved Skjern Å, hvor du blandt andet kan fiske efter laks, bækørred og stalling.



Vi tager forbehold for at opholdet ikke kan anvendes i enkelte perioder.

Fiskesæsonen begynder fra 15. april 17 på Skjern Å - men Skarrildhus har opstart den 18. april - 15. oktober

pr. gæst **979,-**

Du får:

- Lækker 2-retters middag
- Overnatning
- Stor lækker morgenbuffet
- Madpakke
- Kaffe på kande
- Fisketilladelse til tre fiskepladser

BOOK NU

Se Herning Kommunes flotte film omkring fiskeri i Skjern Å - klik [her](#)



Danmarks Center for Vildlaks



Winsnes Fly Fishing Lodge

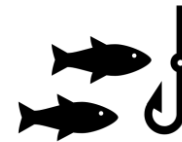


- Founded in 1882, Winsnes Fly Fishing
- The lodge controls 4 km of river
- The lodge has seven guest rooms,
- A pub,
- A casting pool
- Fishing tackle store on site.
- Full and half board packages with one week fly fishing are available, with or without guide.

Ringkøbing-Skjern Kulturcenter



Laksens Hus



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?)

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
AF
FISKEKORT
+ FOLDER
FORENINGEN
+ FOLDER OM
SERVICES
OG TILBUD (AT GUIDE)

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

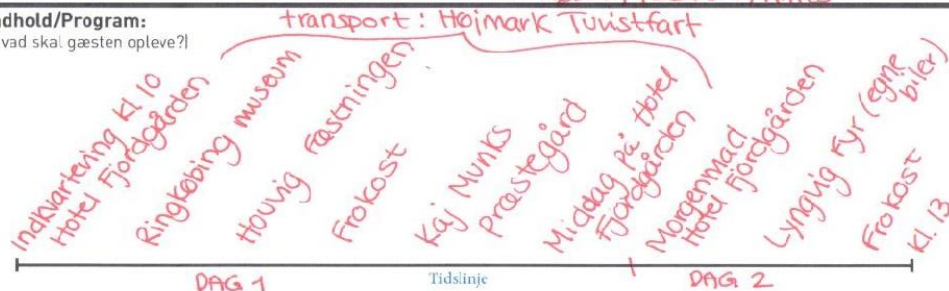
Oplevelsesmodellen

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

Kommunikation:
 (Hvordan kommunikerer I, hvor ofte osv.?)
 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 betalingsvilighed?)

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 Vildflaks



NATURENS RIGE
 Ringkøbing-Skjern Kommune



Mærk Vesterhavet
 SKJERN Å

Status i projektet



Fremtidige møder...

Netværksmøde I: Netværk og samarbejde	23. maj
Netværksmøde II: Idégenerering	21. juni, kl. 8-10
Netværksmøde III: Forretningsplaner og pris	16. august kl. 17
Netværksmøde IIII: Markedsføring og salg	20. september?

Hvad kunne I tænke jer at mødes om?

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