

Velkommen

midt
regionmidtjylland



Forretningsudvikling - Oplevelser og samarbejde

Arbejds møde I 29. september 2015

Arbejds møde II 3. november 2015

Arbejds møde III 1. december 2015

Arbejds møde IIII 12. januar 2016

Turismekonference Primo marts

Programmet for i dag

- Oplevelser og samarbejde

- Hvorfor samarbejde på tværs?
- Special Interest Målgrupper
- Naturoplevelser - Nanna Balsby, HORESTA – Naturligt Samspil
- Madoplevelser – Kis Thy, Erhvervscenteret/Insikt
- Pause – aftensmad anretning
- Lad os komme i gang!
 - Lav den bedste og mest udsøgte og unikke oplevelse 😊
- Fyraften kl. 20.00

Oplevelser og samarbejde på tværs

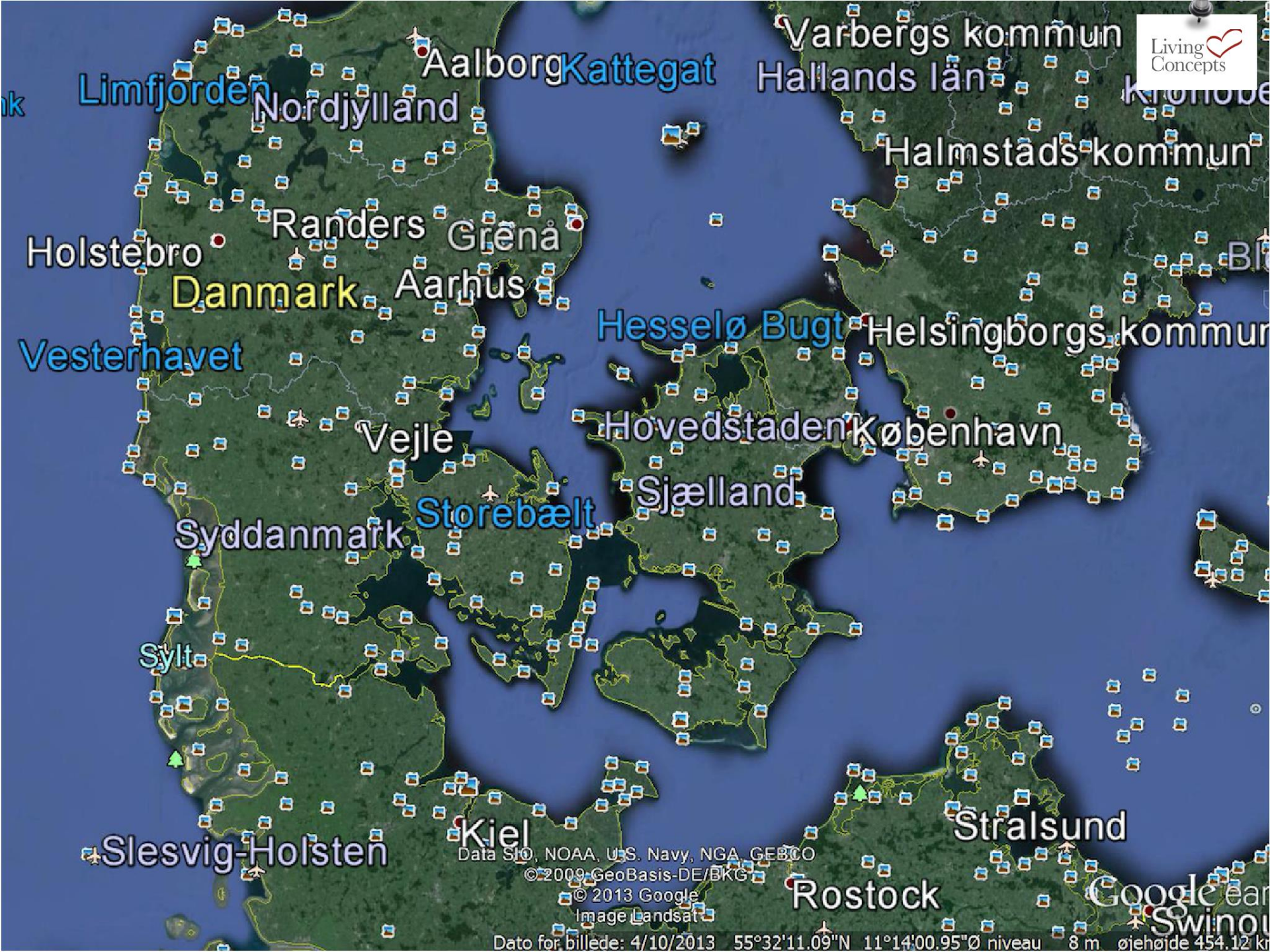


US Dept of State Geographer
© 2013 ORION-ME
© 2013 Google
Image Landsat



US Dept of State Geographer
© 2009 GeoBasis-DE/BKG
© 2013 Google
Imager Landsat

Dato for billede: 4/10/2013 52°30'45.33"N 12°50'10.16"Ø niveau: 119 m oiehoide: 1999.53 k

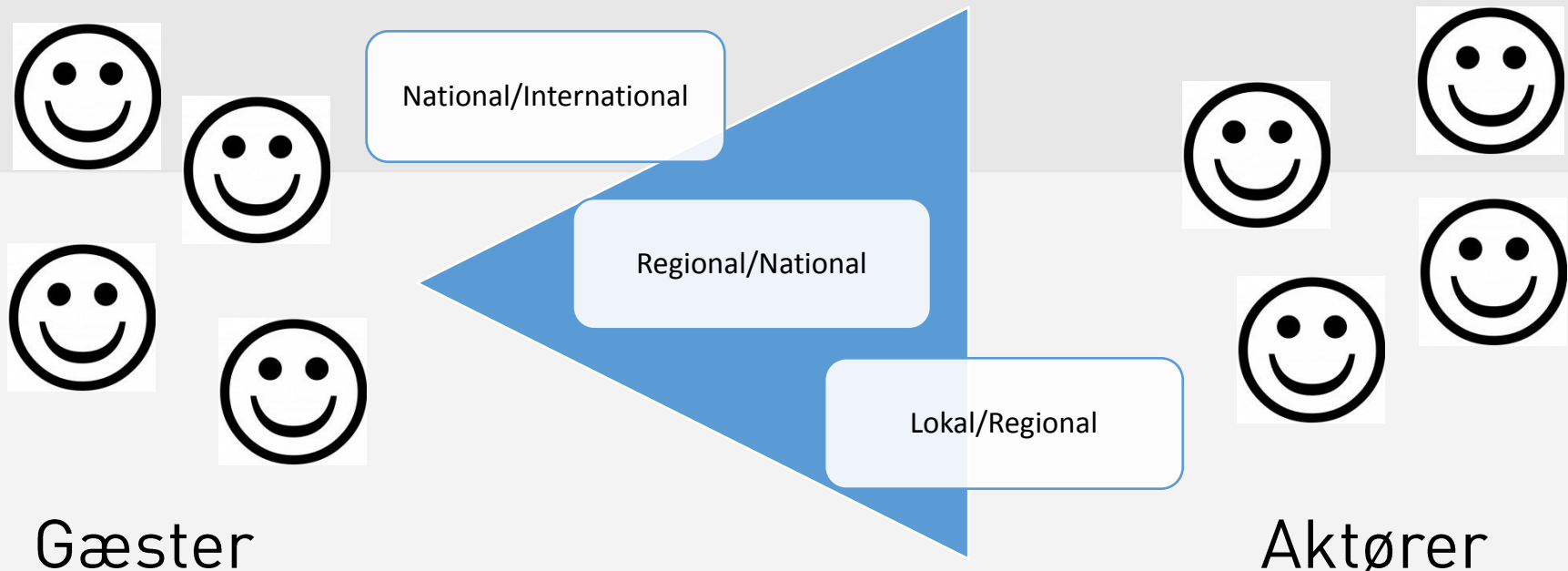


Destinationens brand og betydning for samarbejdet om oplevelser



Det praktiske samarbejdes betydning for destinationens attraktionskraft

Attraktionsværdien bedømmes udefra og ind men skabes indefra og ud



Hvorfor samarbejde om oplevelser?

- Gør det nemt for gæsten at være turist!
- Indgå samarbejde om at skabe oplevelser I ikke selv kan tilbyde - I skal åbne nogle døre, som de ellers ikke selv kan komme ind af!
- Spil din virksomhed bedre og få en bredere palette af gode tilbud til gæsten → mersalg



Kystbyernes udfordringer

”På tværs af målgrupper er det helt essentielt, at Kystdanmark tilpasser sine produkter/services til behovene for mere alsidighed på ferien og imødekommer ønsker om oplevelser og aktivitet både fysisk og mentalt. Oplevelserne skal være tilgængelige og inden for rækkevidde af ferieboligen.

Øge oplevelsen af convenience, selvforkælelse og service
→ Skru nu op for den luksus!

Samtidig skal Kystdanmarks identitet i form af oprindelighed, tilbage til rødderne og det simple bevares og eventuel dyrkes og udvikles mere for at tiltrække nye niche-målgrupper”