

Destination Storsjöbygden

- Fördjupad projektbeskrivning

Innehållsförteckning – delprojekt

- 1. Strategiplan - Destination Storsjöbygden**
- 2. Värdskap**
- 3. Internetportal**
- 4. Storsjöbygdsgdagen**
- 5. Marknadsföring mot prioriterade marknader**
- 6. Evenemang**
- 7. Kommunikationer**
- 8. Turer i Storsjöbygden**
- 9. Produktutveckling och paketering**
- 10. Gästundersökningar och målgruppsanalyser**
- 11. Struktur för turistinformation och turistbyråsamarbete**

Strategiplan – Destination Storsjöbygden

Denna punkt är det som kommer vara prioriterat arbete under våren 2010, att få en gemensam målbild om insatser samt förankra denna. Övriga punkter är genomförande av den strategin och kommer att justeras.

Bakgrundsbeskrivning, skäl för projektet

Storsjöbygdens turistiska utbud är framförallt besöksmål med sommarinriktning. Området runt sjön anses vara en naturligt sammanhållande för att skapa en destination likt Siljan. Områdets demografi och koncentring av hotellbäddar till Östersund ger dock andra förutsättningar för området.

För att ta steget till att bli en destination behöver en gemensam målbild skapas för hela Storsjöbygdens turistiska framtid som destination.

Sammanfattande projektbeskrivning

För att ena destinationen och få alla aktörer att arbeta utifrån samma mål och visioner och tillsammans driva utvecklingen av destinationen åt rätt håll krävs att man har en gemensam strategiplan. "Destination Storsjöbygden" är arbetsnamnet för den gemensamma strategiplanen för den framtida utvecklingen för hela destinationen.

Framgångsrika destinationer har en tydlig och väl genomarbetad gemensam strategiplan både på kort och lång sikt. Grunden för en god samverkan är att ta fram en tydlig strategiplan som beskriver detta och kan användas som en röd tråd i allt arbete som görs för att utveckla destinationen. Även varumärkesarbete kan ingå i strategiplansarbetet.

Syfte med projektet

Syftet är att ta fram en gemensam och förankrad strategiplan för det framtida samarbetet och destinationstuvecklingsarbetet. Genom det löpande arbetet med detta så kommer fler och fler bli delaktiga i processen och på så sätt förankras planen under projektperioden.

Projektets mål och delmål

Det är svårt att sätta upp några specifika och mätbara mål för den här enskilda aktiviteten utan det här ska övergripande bidra till projektets generella mål.

Alla ska känna till planen och använda den som utgångspunkt i sin egen verksamhet. Planen ska ha en bred förankring inom turismnäringen och varje enskild aktör ska därmed ha lättare att se sin roll och sitt ansvarsområde i destinationen.

Värdskap

Bakgrundsbeskrivning, skäl för projektet

Värdskap är konsten att få människor att känna sig välkomna. Det är ett förhållningssätt som handlar om bemötande. Denna konst kan utövas av alla, oavsett verksamhetens art och typ av relation. Det kan vara en kund, en gäst, en medarbetare, en invånare eller en samarbetspartner. Vi vet med säkerhet att gästernas totala upplevelse är en helhetsupplevelse som påverkas av ett flertal möten med olika representanter i området. I värdskapets värld ser vi alla som gäster. Och finns det en gäst, finns det även en värd, en värd som utövar värdskap. Att sätta fokus på värdskap och bemötande är en investering i långsiktig konkurrenskraft.

Sammanfattande projektbeskrivning

De webbaserade värdskaputbildningar som utvecklats av företaget Xpectum i Åre och som har använts av ett flertal fjälldestinationer ger en bra och viktig grund för alla när det gäller ett gott värdskap. Intresserade som arbetar med turismen och närliggande verksamheter i Storsjöbygden ska genomföra utbildningen under projektperioden och erhålla en värdskapscertifiering som ett bevis på ett gott värdskap och att man är del av en destination som är ett föredöme när det gäller gott värdskap.

Därefter kommer olika bransch- och områdesspecifika utbildningar i värdskap att genomföras. Resultaten av det förbättrade värdskapet kommer att följas upp genom olika gästnöjdhetsundersökningar.

Kompetenshöjningen genom värdskapsfrämjande aktiviteter kommer också att fungera som en del av den interna kvalitetssäkringen av området. Alla aktörer måste uppnå ett visst lägsta betyg från gästerna för att bidra till destinationens utveckling.

Syfte med projektet

Att genom olika kompetenshöjande insatser förbättra värdskapet bland alla personer som arbetar i området.

Projektets mål och delmål

Alla personer i området som direkt och indirekt arbetar med bemötande av gäster ska genomgå olika värdskapsfrämjande utbildningar.

Effekterna av aktiviteten kommer att kunna mätas genom förbättrade resultat vid olika gästundersökningar

Internetportal

Bakgrundsbeskrivning, skäl för projektet

Det blir allt viktigare för olika destinationer att profilera sig tydligt via internet. En gemensam internetportal där alla aktiviteter och olika aktörer i området finns samlade är av stor betydelse för destinationens utveckling. För gästen (befintliga och potentiella) ska det vara enkelt att hitta allt som erbjuds i området genom internetportalen. För områdets del kommer denna i första hand byggas inom befintliga jamtland.se

Sammanfattande projektbeskrivning

Att på jamtland.se samla Storsjöbygdens turistiska besöksmål, arrangemang och logianläggningar som ett enhetligt område

Syfte med projektet

Att skapa en bättre och tydligare tillgänglighet för destinationen och dess utbud på Internet till befintliga och potentiella besökare. Detta genom jamtland.se

Projektets mål och delmål

Projektet kommer att bidra till de generella målen. Effekterna kommer att kunna mätas genom antalet besökare på Storsjöbygdens sidor på jamtland.se och genom olika uppföljningar bland dess besökare.

Storsjöbyggsdagen

Bakgrundsbeskrivning, skäl för projektet

Inför sommarsäsongen finns behov att utbyta information inför kommande säsong om arrangemang mm. Idag finns denna typen av samverkansforum i Östersund. Samordning med denna sker lämpligen.

Sammanfattande projektbeskrivning

På våren behövs ett forum där turistpersonal, befolkning, företag, föreningar m.fl. träffas och blickar framåt inför kommande säsonger.

Storsjöbyggsdagen ska innehålla information från t.ex. olika gästundersökningar och omvärldsanalyser. Externa föreläsare ska anlitas för att höja kompetensen inom olika områden samt ge inspiration för att öka samverkan och destinationsutveckling.

Syfte med projektet

Att skapa ett forum för att informera varandra, inspirera varandra och att utvecklas genom olika seminarier och professionella föreläsare.

Projektets mål och delmål

Målet är att alla ska känna mer samhörighet och vi-känsla och att genom att lyfta fram goda exempel i området höja motivationen och engagemanget bland alla i området.

Marknadsföring mot prioriterade marknader

Bakgrundsbeskrivning, skäl för projektet

Vad gäller sommarsäsongen har Storsjöbygden i stort sett samma målgrupper som de Östersunds Turist och Konressbyrå arbetar mot. Då samordningen runt sjön har varit bristande har dock inga kraftsamlingar kunnat göras för att bearbeta marknader vare sig i norge eller nationella. För Storsjöbygden är även centrala Östersund en prioriterad marknad att arbeta gemensamt för.

Sammanfattande projektbeskrivning

Destinationsorganisationen runt Storsjöbygden ska genom den här aktiviteten ta ett större ansvar när det gäller den samordnande funktionen för marknadsföring av det turistiska utbudet i området och för de aktörer som tillhandahåller olika sommaraktiviteter, boende, restauranger, affärer och övrigt utbud.

För att nå ut bredare så kommer det också att behövas mer och tydligare marknadsföring i olika kommunikationskanaler. Att aktivt arbeta med PR och att bjuda in och ta hand om journalister.

Den gemensamma internetportalen är också ett delområde för att marknadsföra området mer och bättre. Även satsningar som Destinationen/Turistorganisationerna gör genom JHT kommer att stödjas i denna åtgärd som de deltagaravgifter som destinationen kommer att ha i JHT's verksamhet samt i Upplev Jämtland. Likaså för att möjliggöra för Storsjöbygden att på ett utvecklat sätt synas i Östersunds marknadsmaterial.

Syfte med projektet

Att höja kännedomen om området och utbudet.

Projektets mål och delmål

Målet med den här aktiviteten är att öka antalet gäster.

En ökning av kännedomen följs upp genom olika gästundersökningar.

Evenemang

Bakgrundsbeskrivning, skäl för projektet

I Storsjöbygden arrangeras idag ett flertal evenemang under framförallt sommarsäsongen. För att öka genomslagskraften finns behov av en central aktör som håller i bokningsfrågor för logi och stödjer med marknadskompetens.

Sammanfattande projektbeskrivning

Erbjuda Evenemangsaktörer en rådgivningsfunktion och bokningslösning för evenemang i bygden.

Att arbeta med olika temaveckor och marknadsföra dessa kan också vara en del i den här aktiviteten för att attrahera fler gäster, vilket framgångsrikt har praktiserats av t.ex. Holiday Club i Åre och Åreföretagarna.

Syfte med projektet

Aktiviteten ska stärka de evenemang som genomförs i bygden och förstärka befintliga reseanledningar. Det är också ett sätt att förena olika aktörer i destinationen och skapa en stolthet och ett högre engagemang för att vara delaktig.

Projektets mål och delmål

Målet är att etablera en kompetensfunktion som stödjer vid genomförande av evenemang.

Kommunikationer

Bakgrundsbeskrivning, skäl för projektet

En viktig del för utvecklingen av turismen runt Storsjön är att kommunikationerna fungerar väl och är anpassade även för turismens rörelsemönster i bygden.

Sammanfattande projektbeskrivning

Aktiviteten kommer att handla mycket om lobbying, ta vara på och bygga vidare på tidigare initiativ samt att skapa olika samarbeten mellan aktörer som har inverkan på och betydelse för kommunikationerna.

Syfte med projektet

Att ta fram en plan för förbättrade kommunikationer och att genomföra den.

Projektets mål och delmål

Bättre tillgänglighet och kommunikationer inom destinationen och till/från destinationen.

Turer i Storsjöbygden

Bakgrundsbeskrivning, skäl för projektet

Tur- och spårsystemet för vandring, cykling på sommaren och längd- och turskidåkning samt även skoteråkning är en viktig del för turismen både vintertid och sommartid.

Jämtland Härjedalen Turism har genomfört ett projekt i Storsjöbygden inom det s.k. Hike & Bike som är en del av Turism 2020 under sommaren/hösten 2009. Det är ett utgångspunkt för det fortsatta arbetet med att förbättra spår och leder.

En samordning och utgångspunkt i Östersunds Vinterstaden och Medvinden kan även tas för att utveckla vintersäsongen runt övriga Storsjön

Sammanfattande projektbeskrivning

Det behöver t.ex. tas fram bättre kartor och ledtips för både bilburen turism, vandring, cykling, tur- och längdåkning samt skoteråkning. Det behöver även tas fram GPS-rutter som gästerna kan genomföra via egen eller hyrd (GPS). Tips och information kring lederna kan förhöja upplevelsen och ge gästerna ett mervärde. Att ta fram olika guldturer som man gjort i Funäsdalen kan vara ett annat spår för att uppmärksamma de mycket fina leder som finns inom destinationen.

Även turförslag för bilburen turism ingår i denna åtgärd.

Syfte med projektet

Att förbättra och tillgängliggöra befintliga och nya spår och leder inom destinationen. En effekt av detta är också att man ska kunna möjliggöra en framtida intjäningsmöjlighet på även spår- och leder.

Projektets mål och delmål

Att tillhandahålla x antal turer och paketera dessa och marknadsföra och tillgängliggöra dessa bättre mot marknaden.

Produktutveckling och paketering

Bakgrundsbeskrivning, skäl för projektet

I kampen om att locka turister, gäller det att stå ut i bruset av information. Varje dag fattas beslut om var och hur man ska semestra. Frågor som man kontinuerligt måste arbeta med är;

- Hur gör vi det enkelt för våra besökare?
- Kan vi erbjuda det besökaren efterfrågar samtidigt som vi skapar affärsnytta?
- Hur gör framgångsrika destinationer och företag för att skapa mervärde för sina besökare och det egna företaget?
- Skiljer det sig åt på destinationsnivå och företagarnivå?
- Ska man tänka annorlunda när målgruppen är nationell, internationell, grupp eller individ?

Sammanfattande projektbeskrivning

Idag finns det ett spritt utbud av traditionella aktiviteter framförallt under sommaren i Storsjöbygden. Det behöver dock göras en bättre pakering och marknadsföring av dessa och speciellt när det gäller utbudet under barmarksperioden. För att klara den framtida konkurrensen så är det givetvis viktigt att hela tiden anpassa sitt utbud efter gästernas behov och önskemål och levererar det gästerna efterfrågar. Det är därför viktigt att paketera sitt utbud på ett attraktivt sätt och ständigt arbeta med att ubeckla sitt utbud.

De gäst- och målgruppsanalyser som kommer att genomföras ger ett relevant underlag till den här aktiviteten. Det handlar om att arbeta mer systematiskt med produktutveckling och paketering av befintligt och nytt utbud av aktiviteter.

Andra destinationer har jobbat framgångsrikt med olika kombinationer (dynamiska paket) av t.ex. olika aktiviteter som också gör att man delar på gästen mer inom hela destinationen. Det ger också gästerna ett mervärde och en bättre upplevelse, när allt blir mer lättillgängligt.

Det handlar även om att göra allt säljbart och tillgänglig för befintliga och potentiella gäster. Utvecklingen går mer och mer mot bokningsbara paket på Internet och här måste Storsjöbygden hänga med i utvecklingen för att klara sig i den allt mer globala värld som vi lever i och därmed en tuffare konkurrens på webben. Aktiviteten tangerar också arbetet med att utveckla en gemensam internetportal.

Syfte med projektet

Att tydliggöra det turistiska utbudet för att göra det tillgängligare och mer valbart för både befintliga gäster och potentiella gäster.

Projektets mål och delmål

Projektet ska bidra till de generella målen.

Gästundersökningar och målgruppsanalyser

Bakgrundsbeskrivning, skäl för projektet

Att ha relevanta beslutsunderlag är helt nödvändigt i dagens konkurrens inom turism- och destinationsutveckling.

Gästundersökningar har tidigare genomförts och dessa behöver följas upp för att visa på utvecklingen och nya önskemål och behov hos kunderna i området.

Sammanfattande projektbeskrivning

Gästundersökningar utifrån de modeller som använts tidigare i området och som används av Östersund

Utgångspunkten för allt arbete inom destinationsutvecklingen är gästen. Det är gästens behov och önskemål som styr vad man ska satsa på och vilka målgrupper man ska försöka attrahera.

Omvärldsanalys och trendanalyser ingår även i det här arbetet samt att ha ett bra utbyte med andra framgångsrika destinationer och ta del av den forskning som genomförs på ETOUR i Östersund.

Syfte med projektet

Att genomföra olika gästundersökningar och målgruppsanalyser på framförallt befintliga och potentiella gäster under lågsäsongen.

Projektets mål och delmål

Att ta fram relevanta beslutsunderlag och därmed bättre kunskap om både befintliga och framtida gäster. Det är också en förutsättning för att kunna utveckla andra aktiviteter inom projektet optimalt.

Struktur för turistinformation och turistbyråsamarbete

Bakgrundsbeskrivning, skäl för projektet

Kundens sätt att söka information och ta beslut om resor har ändrats under de senaste åren sedan Internet hittat in i allt fler hem. Den traditionella sortens turistbyråer har tvingats ändra sina arbetssätt och spänner över allt fler områden som ställer allt större krav på både finansiella resurser som kompetensförsörjning.

Dagens kommunindelade Turistbyråstruktur behöver utvecklas.

Sammanfattande projektbeskrivning

Se över områdets turistbyråstruktur och kompetensförsörjning. Hur kan vi på bästa sätt samarbeta och kompetensförsörja området samt strukturera upp informationen till turisten. Istället för turistbyråer kanske resurserna ska satsas på annan kompetens (ex. event/arrangemang samt marknad/sälj eller media) samt att förlägga informationen till turister i området på strategiska besöksmål i området istället.

Även säsongsvariationer i verksamheternas inriktningar ses över samt strategisk lokalisering av turistinformationer och kompetensinriktningar på olika byråer

Syfte med projektet

Att ta fram en plan för kompetensförsörjningen till Turistbyråerna samt ev. Specialisering på byråer i ytterområde. Strategiska lokaliseringar.

Projektets mål och delmål

En struktur för samarbetet mellan turistbyråerna över kommungränserna..