



Länsstyrelsen
Jämtlands län



The European Agricultural Fund
for Rural Development:
Europe investing in rural areas



Östersund 2019-10-31

Slutrapport Framtidens Besöksservice Destination Östersund

Projektansvarig: Anna Borg

Bakgrund

De senaste årens tekniska utveckling har revolutionerat informationsöverföringen, vilket är speciellt påtagligt när det gäller turistinformation. Tidigare var traditionella turistbyråer ofta den enda informationskanalen för besökarna. Idag finns många fler kanaler och anledningarna till att besöka en turistbyrå har blivit färre vad gäller enkla frågor. Idag är personalen mer av inspiratörer och en förlängd del av platsens marknadsföring och värdskap. Samtidigt visar aktuell forskning att allt fler besökare föredrar ett personligt möte framför enbart digitaliserade tjänster.

Arbetet med Framtidens Besöksservice gjorde att vi insåg att vi hade behov av en ny strategi för besöksnäringen för att se vart vi vill framöver, både med utvecklingen av besöksservice och andra områden. Vi har därför under 2019 tillsammans med kommunen tagit fram en ny plan för utvecklingen av besöksnäringen år 2020 – 2023. Ett 80-tal personer har fått ge sin input till planen genom djupintervjuer, workshops och via en referensgrupp. Vårt gemensamt definierade mål är att besöksnäringen ska omsätta 1 miljard år 2023. Vårt arbete med att utveckla vår besöksservice ska bidra till att besökarna spenderar mer, stannar längre och ge en ökad vilja att rekommendera Östersund till släkt- och vänner. I planen pekas nio fokusområden ut, där värdskap är ett av dem.

Mål

Det ska vara lätt att vara gäst i Östersund och InfoPoints ser vi som en naturlig del i satsningen på ett ökat värdskap och personligt bemötande. Vi har ett mål att utöka dagens 6 InfoPoints till ett 20-tal strategiskt utvalda inom två år och däribland utveckla URBAN på Torget till att vara Tourist Centers förlängda arm som InfoPoint. Det krävs en initialt stor insats i etableringen av dessa Info Points och därefter ett kontinuerligt arbete i form av utbildningsinsatser och service till dessa.

Ett professionellt värdskap leder till ökad attraktionskraft och lönsamhet för det enskilda företaget och för destinationen. Vår målsättning är att genomföra flera delar av värdskap som vi arbetat fram under detta arbete med Framtidens Besöksservice;



Länsstyrelsen
Jämtlands län



- Digital eller analog värdsutbildning
- Internapp
- InfoPoints
- Pop Up funktion
- Digitalt Värdskap
- Goda exempel

Syfte

Syftet med fler InfoPoints är att möta gästen på "sin" plats då vi alla har olika sätt att söka efter information.

Genom att skapa fler InfoPoints på strategiska platser blir det lättare för gästen att få information och inspiration. Mötet med gästen och vårt goda värdskap har stor potential att få besökarna att uppleva och spendera mer, stanna längre, bli nöjdare, uppmuntra till återkommande besök och rekommendera till familj och vänner och därmed bidra till att nå målet i den nya besöksstrategin 2023.

Aktivitet

URBAN på Torget - vårt pilot case

Vi har under flera år jobbat för att levandegöra ett i mångas ögon "dött Stortorg" och utveckla flödet av människor till hela Stadskärnan. Vi projektleder evenemang på platsen som ger ökad tillströmning av besökare till stadskärnan, där URBAN - en ombyggd eventcontainer, spelar en avgörande roll. Det är en samlingsplats för aktiviteter som ska öka besöksantalet, skapa ökad attraktivitet för stadskärnan och se till att människor stannar längre och dessutom besöker Stortorget. På så sätt bidrar vi även till ökad årsomsättning för företagen i centrum men framförallt skapas trivsel och glädje för Östersunds invånare och besökare.

URBAN används även som pop up-miljö för extra exponering till företag. Med hjälp av vår sommarpersonal har vi i sommar själva skapat olika aktiviteter varje vecka samt att andra aktörer skapat evenemang med platsen som bas, där vi stöttat genom projektledning och marknadsföring. Aktiviteterna har marknadsförts via sociala medier, annons i lokaltidningarna, gatupratare med vecko- & dagsprogram och genom det fysiska mötet på Tourist Center där vi informerat gästerna om vad som händer vid URBAN.

URBAN fungerar även som en InfoPoint som under det första året bemannades med extern personal men under sommaren 2019 hade vi istället vår egen sommarpersonal på plats. De gick på rullande schema gentemot vårt Tourist Center då vi vill möta våra gäster på en bredare front för att ge ett gott värdskap.



Länsstyrelsen
Jämtlands län



The European Agricultural Fund
for Rural Development:
Europe investing in rural areas



URBAN på Torget

Foto. Göran Strand

Digital eller analog värskapsutbildning

Redan år 2005 tog vi fram en digital värskapsutbildning för besöksnäringen, en utbildning som sedan fick många efterföljande runt om i Sverige.

Vi ser nu över om en ny digital värskapsutbildning skall lanseras för att skapa en gemensam värskapsbild för hela besöksnäringen. Vi har varit i kontakt med Xpectum AB¹ som demonstrerat en ny version av värskapsutbildningen och på vilka sätt den går att använda i vår verksamhet idag. Alternativt, som en del andra destinationer börjat med, flera analoga föreläsningsspass och workshops för besöksnäringen vid flera tillfällen under ett kalenderår.



Länsstyrelsen
Jämtlands län



The European Agricultural Fund
for Rural Development:
Europe investing in rural areas



Internapp

Vi har lanserat en internapp, Östersund Intern, som fylls med aktuell info om aktiviteter som är på gång men som också har en direktkoppling till vår evenemangskalender på webben. Målet i år är att 500 personer i besöksnäringen ska ladda ner appen för att enkelt ta del av information från oss, inom 2 år ska 1500 personer använda den och därmed vara snabbare uppdaterade om det som händer och sker och därigenom bli bättre värdar.

Info Points

En utökning av våra Info Points samt en utökad utbildning/fortbildning för dessa ger ett ökat värdskap på destinationen. I samband med årets stora sommarenkät inom projekt Framtidens besöksservice har vi besökt alla InfoPoints för avtalskrivning, uppdatering om vad som händer i sommar, hur vi på Tourist center kan hjälpa till samt vikten av att ett gott värdskap gör att gästen trivs och vill stanna och även komma tillbaka.

I Östersund kommuns ytterområden finns besöksserviceplatser och dessa har vi även gjort till InfoPoints. Vi har också blivit uppsökta av företag som önskade, och som vi också ansåg, passade att vara InfoPoint samt att vi strategiskt valde att bemanna URBAN på Torget med egna turistinformatörer.

Pop Up funktion

Vid stora evenemang som t ex VM i skidskytte, världscuper, STCC, SM-veckan och liknande finns vi på plats i evenemangets mediacentrum. Vi arrangerar en rad aktiviteter där media kan delta för att upptäcka Östersund och vi förser dem också med redaktionella uppslag kring Östersund.

För tillresta besökare kan vi ta fram specifika aktivitets/turförslag anpassade efter evenemanget. Vår Pop Up funktion gör att vi har möjlighet att finnas på plats med personal på såväl större evenemang som stora möten/kongresser om arrangören så önskar.

Digitalt Värdskap

Genom arbetet med Framtidens besöksservice har vi sett flera goda exempel på hur andra destinationer arbetat med digitalt värdskap via webben. Vi har tidigare inte haft fokus på att sprida värdskap via vår hemsida men det är något som vi framledes ser över hur vi ska jobba med.

Goda exempel

Genom olika forum såsom interna Facebookgrupper och Östersund Intern-appen lyfter vi goda exempel på värdskap. I samband med vårt morgonmingel som arrangeras inne på vårt Tourist Center ca en gång per månad ger vi möjlighet till företag att dela med sig av sina tips och erfarenheter kring värdskap som kan inspirera andra.



Länsstyrelsen
Jämtlands län



The European Agricultural Fund
for Rural Development:
Europe investing in rural areas



Resultat

URBAN på Torget

URBAN har varit uppskattad av både våra besökare och lokalbefolkningen som stannat till och undrat vad URBAN är för något och vad som händer där just då. Besökarna har frågat efter var olika platser i staden ligger men sällan några ytterligare turistfrågor. URBAN har varit en mötesplats bland de unga som gärna stannat kvar och tagit del av aktiviteterna som anordnats. Dock har en del föräldrar kommit dit, lämnat sina barn där och därmed lämnat över ansvaret för sina barn till personalen på URBAN vilket resulterat i att det stundtals blev mer som en fritidsgård. Vi upplever att URBAN varit ett bra inslag på Stortorget som visat på att något faktiskt händer där men att den inte fyllt sin funktion som InfoPoint. Inför nästa sommar ser vi över om ett eventuellt samarbete med någon fritidsverksamhet kan vara aktuellt eller hur vi kan utveckla den mer tillsammans med något annat företag. Klart är att vi inte kommer att bemanna med egna turistinformatörer och huruvida den kommer vara InfoPoint tar vi ställning till i början av nästa år.

Digital eller analog värdsutbildning

Vårt möte med Xpectum AB har inspirerat oss kring huruvida detta verktyg kan användas idag. Med den nya versionen av värdsutbildningen finns möjligheten att på ett tydligt och enkelt sätt göra en digital utbildning anpassad efter både målgrupp och syfte. I nuläget har vi inte beslutat om vi ska använda oss av denna då vi väger detta mot Östersunds dagen som ska arrangeras 1-2 gånger per år dit alla i besöksnäringen och andra intressenter bjuds in. Ett tillfälle att ta del av fakta och lyssna till inspirerande föreläsare där en stående del kommer vara inspiration kring just värdsutbildning i olika former.

Under arbetet med Framtidens besöksservice har vi hämtat inspiration från andra destinationer kring hur de arbetar med värdsutbildning med lokalbefolkningen som ambassadörer och kommer under år 2020, tillsammans med Östersunds kommun, att lansera en form av värdsutbildning gentemot Östersundarna. Att styrka kännedomen om Östersunds utbud och vikten av värdsutbildning lokalt är jätteviktigt då vi vet att 60% av våra besökare bor hos släkt och vänner.

Internapp

Vår app Östersund Intern lanserades oktober 2018 och vi har i dagsläget drygt 400 personer som använder den. Genom denna app informerar vi på ett snabbt sätt om t ex aktuella workshops, föreläsningar, projekt som berör stadskärnan och evenemang som Destination Östersund är med och arrangerar. Vi har i nuläget inte uppnått målet vi satt med antal användare - där måste vi ta ett krafttag och uppmärksamma fler aktörer om vikten av att ladda ner och använda den.



Länsstyrelsen
Jämtlands län



Info Points

Vi har utökat vårt antal Info Points till tio och finns nu mera utspridd i Östersunds kommun. Vi har inte nått vårt tänkta mål ännu men ser över vilka fler platser vi bör ha Info Points på samt även om några eventuellt ska avvecklas.

Pop Up funktion

Under VM i skidskytte 2019 fanns vi på plats i mediacentret med bokningsbara aktiviteter för tillresta journalister och vi tog också fram förslag på rundturer med bil för privatbesökare som vi delade ut i BMW's sponsortält, där man även fick låna själva bilen. Vi hade också ett antal redaktionella artikelförslag som media kunde ta del av. Vår Pop Up Infopoint var framgångsrik och vi kommer att fortsätta med Pop Up-funktion i samband med kommande världscuper, Special Olympics 2021 och andra större evenemang. Vi ser också på möjligheten, som vi sett på andra destinationer i samband med våra studieresor inom Framtidens besökservice, att under sommaren ha en Pop Up InfoPoint som är rörlig ute på stan.

Digitalt värdskap

Vår omvärldsspaning på våra studieresor inom Framtidens besökservice har också gett insikter kring att vi behöver bli bättre på att lyfta fram lokala initiativ där besökaren kan interagera och uppleva Östersund tillsammans med lokala värdar (t ex Meet the Locals i VästSverige) som gärna visar sitt Östersund. På vår nya hemsida www.visitostersund.se som släpps vid årsskiftet 2019/2020 kommer det finnas en egen sektion, Stories from Östersund, där man kan läsa om lokalbefolkningen och komma i kontakt med lokala värdar.

På Destination Östersunds hemsida www.destinationostersund.se där målgruppen är företagen i Östersund, kommer vi att lägga ut "tips och trix" kring värdskap samt filmer som Visit Sweden just nu tar fram kring bl a värdskap och digitalisering. Under år 2020-2021 kommer vi att erbjuda företagen på destinationen flera aktiviteter kopplade mot digitaliserat värdskap, värdskap ur ett tillgänglighetsperspektiv med inkludering och mångfald samt värdskap ur ett hållbarhetsperspektiv.

Goda exempel

Vårt morgonmingel är uppskattad, relativt välbesökt och ett bra forum att mötas i men för att nå ut till fler behöver vi utveckla det så att fler företagare har möjlighet att gå. Olika branscher har olika möjligheter att gå därav diskuteras om att även mötas vid t ex en Afterwork, en lunchdragning och även besöka varandras anläggningar för att på så sätt kunna rekommendera varandra vilket är det bästa av värdskap.



Länsstyrelsen
Jämtlands län



The European Agricultural Fund
for Rural Development:
Europe investing in rural areas



Sammanfattning

De senaste årens tekniska utveckling har revolutionerat informationsöverföringen, vilket är speciellt påtagligt när det gäller turistinformation. Idag är personalen mer av inspiratörer och en förlängd del av platsens marknadsföring och värdskap. Samtidigt visar aktuell forskning att allt fler besökare föredrar ett personligt möte framför enbart digitaliserade tjänster.

Det ska vara lätt att vara gäst i Östersund och InfoPoints ser vi som en naturlig del i satsningen på ett ökat värdskap och personligt bemötande. Genom att skapa fler InfoPoints på strategiska platser blir det lättare för gästen att få information och inspiration. Vi har ett mål att utöka dagens 6 InfoPoints till ett 20-tal strategiskt utvalda inom två år och däribland utveckla URBAN på Torget till att vara Tourist Centers förlängda arm som InfoPoint.

Vi har under flera år jobbat för att levandegöra ett i många ögon "dött Stortorg" och utveckla flödet av människor till hela Stadskärnan. Där har URBAN på Torget - en ombyggd eventcontainer, spelat en avgörande roll. URBAN är en samlingsplats för aktiviteter som ska öka besöksantalet, skapa ökad attraktivitet för stadskärnan och se till att människor stannar längre och dessutom besöker Stortorget. URBAN används även som pop up-miljö för extra exponering till företag. Med hjälp av vår sommarpersonal har vi i sommar själva skapat olika aktiviteter varje vecka samt att andra aktörer skapat evenemang med platsen som bas, där vi stöttat genom projektledning och marknadsföring.

URBAN har under sommaren även fungerat som en InfoPoint med våra egna turistinformatörer på plats och som gick på rullande schema gentemot vårt Tourist Center då vi ville möta våra gäster på en bredare front för att ge ett gott värdskap.

Vår målsättning är också att genomföra flera delar av värdskap som vi arbetat fram under detta arbete med Framtidens besökservice såsom Digital eller analog värdskaputbildning, Internapp, InfoPoints, Pop Up funktion, Digitalt Värdskap och Goda exempel.

Vi ser över om en ny digital värdskaputbildning skall tas fram för besöksnäringen alternativt flera analoga föreläsningsspass och workshops i samband med Östersundsdagen dit alla i besöksnäringen och andra intressenter bjuds in. Vi har lanserat en internapp gentemot besöksnäringen för att därmed snabbare vara uppdaterade om vad som händer och sker och därigenom bli bättre värdar. Vår Pop Up funktion i samband med stora evenemang har varit framgångsrik och vi ser på möjligheten att även ha en rörlig Pop Up Infopoint ute på stan. Vårt digitala värdskap ser vi över och på vår nya hemsida www.visitostersund.se kommer det bli finnas en egen sektion där man kan läsa om lokalbefolkningen och komma i kontakt med lokala värdar. Vi kommer även att lägga ut "tips och trix" på Destination Östersunds hemsida, där målgruppen är företagen i Östersund, kring värdskap samt filmer som Visit Sweden tar fram kring bl a värdskap och digitalisering.

Genom olika forum såsom interna Facebookgrupper och Östersund Intern-appen lyfter vi goda exempel på värdskap och i samband med vårt morgonmingle som arrangeras inne på vårt Tourist Center ger vi möjlighet till företag att dela med sig av sina tips och erfarenheter kring värdskap som kan inspirera andra.



Länsstyrelsen
Jämtlands län



1. Xpectum AB www.xpectum.se www.makemycourse.se Digital värdsutbildning

Bilagor:

1. Aktivitet & tidrapportering
2. Information gällande sommarens gästundersökning samt ev. påfyllning av broschyrer
3. Information kring gästundersökning, bifogat mall & affisch till enkäten
4. Inbjudan till att mötas och höra resultaten kring sommarens gästundersökning
5. Beräkning av timlön
6. Aktiviteter URBAN på Torget
7. URBAN på Torget – Sociala medier