

27 småøer med store oplevelser

At turistvirksomhederne på småøerne har fokus på en kontinuerlig udvikling er afgørende for at drive en god forretning. Morten Priesholm og jeg har siden turisme-seminar den 29. oktober haft en møderække med ni udvalgte virksomheder om virksomhedsudvikling. Derudover har jeg arbejdet videre med markedsføringsstiltag for de seks udvalgte øer.

Virksomhedsudvikling

Som omtalt i sidste udgave af Ø-Posten introducerede Margrete Bak fra Karlbak på turisme-seminar den 29. oktober – udviklingspilen, og med udgangspunkt i den har Morten Priesholm og jeg haft individuelle samtaler med de udvalgte virksomheder. Vi har været omkring mange emner, bl.a. ledelse, drift og driftsplaner, økonomi, afsætning, strategisk kommunikation, markedsføring, målgrupper, samarbejder, netværk, advisory board, professionel bestyrelse, generationsskifte og meget mere. For hver virksomhed er der lavet et fælles referat, som er grundlag for det videre udviklingsarbejde.

Workshop for udvalgte virksomheder De ni virksomheder blev derefter inviteret til en fælles workshop den 28. januar, og 7 virksomheder deltog, en forhindret p.g.a. ferie. På baggrund af de individuelle samtaler med virksomhederne havde Morten Priesholm og jeg i samarbejde med Margrete Bak bestemt, at der på workshoppen skulle sættes fokus på følgende:

- Hvordan arbejder du med dine mål for virksomheden?
- De gode samarbejder. Hvad kender du dem på? Og hvordan skaber du dem?
- Din rolle som virksomhedsejer og leder
- Tid til udvikling og ledelse - hvordan skaffer du det?

Nyt turisme-seminar den 18. marts – alle turistvirksomheder er velkommen
Næste og sidste seminar i dette projekt er den 18. marts, og her er alle turistvirksomheder på de 27 småøer velkommen. Der sættes her fokus på basiskvalitet og kvalitetsturisme. Den tidligere direktør hos VisitDenmark, Dorte Kiilerich vil med sin store erfaring fra turismen give masser af inspiration til kvalitet, og deltagerne får mulighed for at arbejde med kvaliteten i deres turistprodukt og virksomhed. Om eftermiddagen vil Margrete

Bak komme med inspiration til, hvordan turistvirksomhedsejeren skaber værdi for sin virksomhed, og hvordan der skabes samarbejde på øen og på fastlandet, herunder hvordan det hele kædes sammen til en totaloplevelse for turisten.

Flere tiltag – markedsføring

Sideløbende med ovenstående arbejde med virksomhedsudvikling har jeg gennemført flere markedsføringsstiltag. Præsentationsfolderne over Mandø, Endelave og Tunø er sendt direkte til 150 busvognmænd og -selskaber i Jylland og på Fyn. Jeg håber, at der ved udsendelse af præsentationsfolderne i papirudgave er større chance for, at modtagerne får øje på de gode muligheder, der er for gruppeture til disse øer. Der er allerede kommet respons fra nogle, og jeg vil i den nærmeste fremtid tage en kontakt til udvalgte for yderligere præsentation.

Præsentationsfolderen over Sejerø er færdig, og den bliver snarest sendt ud til busselskaber på Sjælland.

Særlige kompetencer – special markedsføring

Elisa og Benny Thomsen, Mandø Event har tidligere arbejdet med børn og unge med ADHD og autisme, så de har en rigtig god baggrund for at give personer med særlige behov nogle helt specielle oplevelser. Det er baggrunden for, at der er sendt et specielt tilbud sammen med præsentationsfolderen over Mandø til Center for Autisme, Landsforeningen Autisme og kredsforeningerne for autisme samt udvalgte institutioner om mulighederne for at afholde ferie, ophold, arrangementer og kurser på Mandø.

Britta Leth,

Ø-turismeambassadør

Sammenslutningen af Danske Småøer

PRODUKTKENDSKABSTUR

På Mandø inviterede jeg i 2014 i samarbejde med turisterhvervet på en produktkendskabstur, og i år tager turistvirksomhederne på Mandø selv initiativ til en sådan tur. På Endelave er der ønske om en produktkendskabstur i maj 2015. Den er jeg ved at planlægge i samarbejde med VisitHorsens og turistvirksomhederne på Endelave.

Lav i samarbejde en produktkendskabstur for jeres ø

I kan som turistvirksomheder på småøerne lave jeres helt egen produktkendskabstur. I planlægger indholdet af turen og gerne i samarbejde med det lokale Visit-kontor (turistbureau). I skal være opmærksomme på, at turen skal give de inviterede en totaloplevelse med besøg på attraktioner, museer, gårdbutikker og servering af mad, gerne med råvarer fra øen, og totaloplevelsen skal være så tæt på den, som turisten kan få.

Udvælg, hvem fra fastlandet I ønsker at invitere på en produktkendskabstur. Vurder hvem I kan få til at formidle ø-oplevelsen, så deres turister tager en tur til jeres ø. Det er primært turistinformationer og overnatningssteder, som giver information om oplevelser, men attraktioner og spisesteder kan også være relevante, så se på hvem der kan blive jeres ambassadører. Send en indbydelse, gerne i papirudgave. En mail kan nemt forsvinde eller blive slettet, inden den får frem til rette vedkommende. Følg også gerne op med en telefonsamtale. Gör i invitationen opmærksom på, at der kan skabes en win-win situation, når turisten besøger jeres ø, for så bliver turisten måske en nat mere på overnatningsstedet, og skaber dermed meromsætning både på jeres ø og på fastlandet.

I udpeger en eller flere guider, som er med på hele turen. De skal fortælle om øen, dens historie, det at være øbo, hvor mange beboere er der, hvilke erhverv der findes, har I en skole, er der noget særligt for jeres ø og meget mere. Også gerne nogle skrøner og anekdoter undervejs. Der er mange, som har boet på øen hele deres liv, ja endda familier i flere generationer, og de kan på en enestående måde fortælle levende om livet på øen. Der er også på museerne og de lokalhistoriske arkiver ildsjæle og kapaciteter med stor viden, som de gerne formidler.

Der er selvfølgelig nogle udgifter i forbindelse med en produktkendskabstur, men i første omgang er mit råd - minimer dem. I skal ikke tjene penge på et sådant tiltag, men betragte udgiften som markedsføring. Lav det i et samarbejde, hvor alle bidrager såvel økonomisk som ressourcemæssigt.

Udsend en pressemeddelelse til den lokale avis og de lokale ugeaviserne samt lokalradioen og DR-radioen for området. Inviterer den lokale avis og den lokale TV-station med på turen, så I som sidegevinst forhåbentlig får en masse presseomtale, både før og efter turen.