



# Velkommen Turismen på Orø

Projektet er støttet af LAG Småøerne med midler fra den Europæiske Landbrugsfond for Udvikling af Landdistrikter (ELFUL)  
[http://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-2014-2020/index\\_da.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-2014-2020/index_da.htm)  
samt støttet med midler fra Erhvervsstyrelsens Ø-støtte under Landdistriktspuljen



MINISTERIET FOR  
**BY, BOLIG OG  
LANDDISTRIKTER**



Den Europæiske Landbrugsfond  
for Udvikling af Landdistrikterne:  
Danmark og Europa investerer  
i landdistrikterne

**Turismemøde den 14. april 2016**



## **Inspiration til markedsføring**

### **Målgrupper og turister**

**Hvilke målgrupper/turister ønskes?**

**Hvad kan virksomheden tilbyde?**

**Hvad kan øen tilbyde?**

**Kan der skabes en totaloplevelse?**



**Turismemøde den 14. april 2016**



## **Markedsføringstiltag**

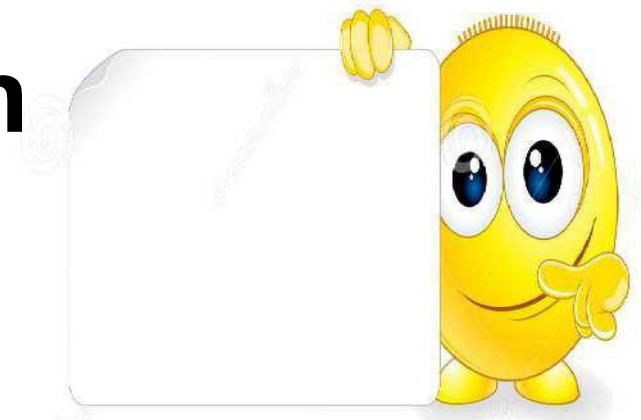
**Hvilke målgrupper?**

**Hvilke markedsføringstiltag?**

**Hvornår skal de gennemføres?**



**Lav en markedsføringsplan**



**Turismemøde den 14. april 2016**



**Hjemmeside – mobil version**

**Google Adwords**

**Sociale medier, fx Facebook, TripAdvisor**

**Links**

**Google Analytics**

**Nyhedsbreve – mailadresser**

# Turismemøde den 14. april 2016



## De lokale medier/ presse:

Lav en pressemeddelelse -  
2-3 gange om året  
Inviter pressen på besøg -  
giv dem oplevelser/konkurrencer

Ny sæson - nye tiltag  
Events i løbet af sæsonen

Efter sæsonen - hvordan er det gået? - hvad sker til næste år?

1. Synlighed i lokalområdet - øger kendskabsgraden
2. Landsdækkende presse fanger idé til artikel

Ugen Igenennem har Fejø stået på den anden side under tv-programmet X Factors bootcamp

## En ø med masser af X Factor

**FEJØ** Blachman Bootcamp står der skrevet på øverste skilt, der viser ind til selvecentret på Fejø, og foran Fejø Kro er et tv-hold i gang med at filme hejsningen af X Factors såkaldte "bootcamp".

Ugen igennem har det emmet af liv på øen, der har lagt jord til X Factors såkaldte "bootcamp".

Ejer af Fejø Feriecenter Birgit Mønsted kommer med favnen fuld af en pose æbler smilende ud fra Skipperhuset ved Dybvig Havn, hvor hun netop har redt op til den sidste dommers overnatning.

Hun og øens beboerformand Jørgen Møller har som ansvarlige for styregruppen under bootcampen ordnet alt fra hejsning af X Factors flag til koordinering af presse og praktiske gøremål. Og travlt har de haft.

- Vi er to blæksprutter, der drøner rundt, siger Jørgen Møller.



En X Factor-mosaik skabt af æbler har fulgt deltagerne og dommere under optagelserne til X Factor-programmet på Fejø. Her er det Fejøs beboerformand Jørgen Møller.

Foto: CLAUS HANSEN

endnu mere kendt. Jo mere, vi bliver kendt, jo flere bliver nysgerrige, og jo flere får vi til øen. Dels som turister og dels som tilflyttere, siger Jørgen Møller.

- Det, vi gerne vil, er, at folk får øje på Fejø og gerne vil bo her, siger Birgit Mønsted.

Økonomisk er ugen også et godt boost for øen og dens erhvervsdrivende. Med bespisning fra blandt andet Café Dybvig, lejeindtægt af lokationer som skibsværftet og Det Gule Pakhus og overnatning.

- Det er højsæson-vilkår. Det er fantastisk, siger Birgit Mønsted.

går (onsdag ved middagstid red.), havde jeg fået 36 opkald kun om X Factor, fortæller Birgit Mønsted, som har udlejet 10 ferie-

mens deltagerne bor på Bed & Breakfast-stedet Toppen. Dybvig Havn prydes af en kæmpemæssig X Factor-mosaik skabt af æb-

bedernes research så de lovestorm-mosaikken.

- De blev vildt begejstrede og spurgte, om man kunne få dem (skaberne red.) til

fortæller Jørgen Møller, som glæder sig over den enorme eksponering, øen får, når programmet får premiere engang i januar.

# Turismemøde den 14. april 2016



**Annoncer, fx i trykte medier - følg værdi**

**Deal/spottilbud - husk at tjene penge**

**Lav anderledes tiltag -  
arbejdskraft/tålmodighed**





**Turismemøde den 14. april 2016**



# **Lav et præsentationsark med priser**

**Foredrag for kvindegrupper – beslutningstagerne**

**Kontakt busselskaber/rejsearrangører**

**Kontakt foreninger, menighedsråd,  
folkeoplysningsforbund**

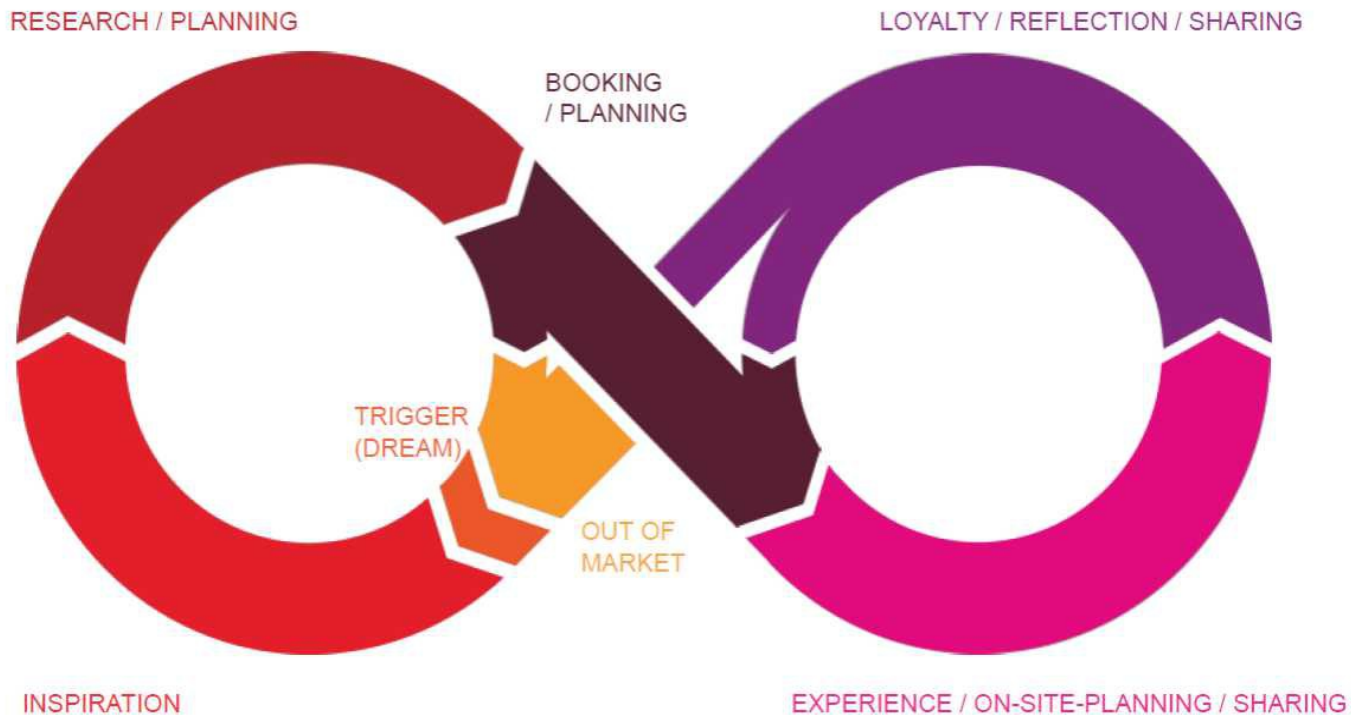
**Tænk utraditionelt**



# Turismemøde den 14. april 2016



## Turistens Digitale Rejse

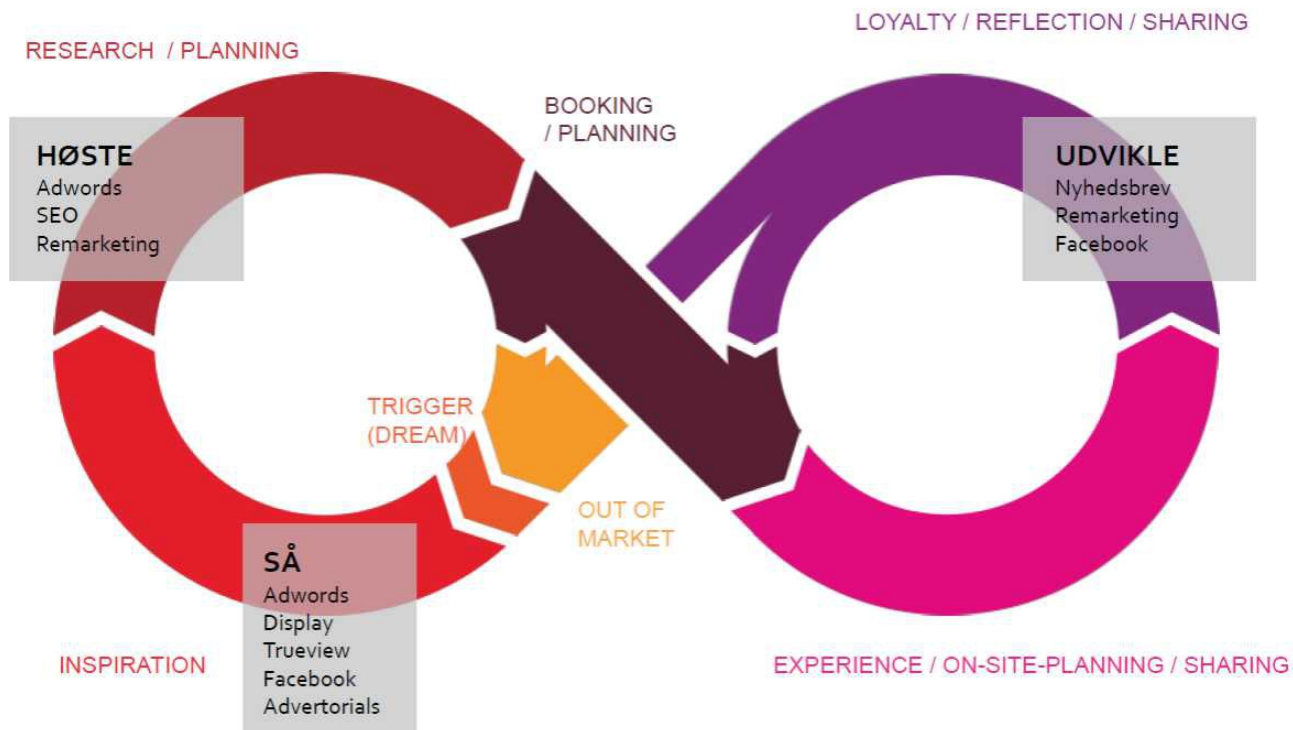




# Turismemøde den 14. april 2016



## The Digital Journey – SÅ, HØSTE, UDVIKLE

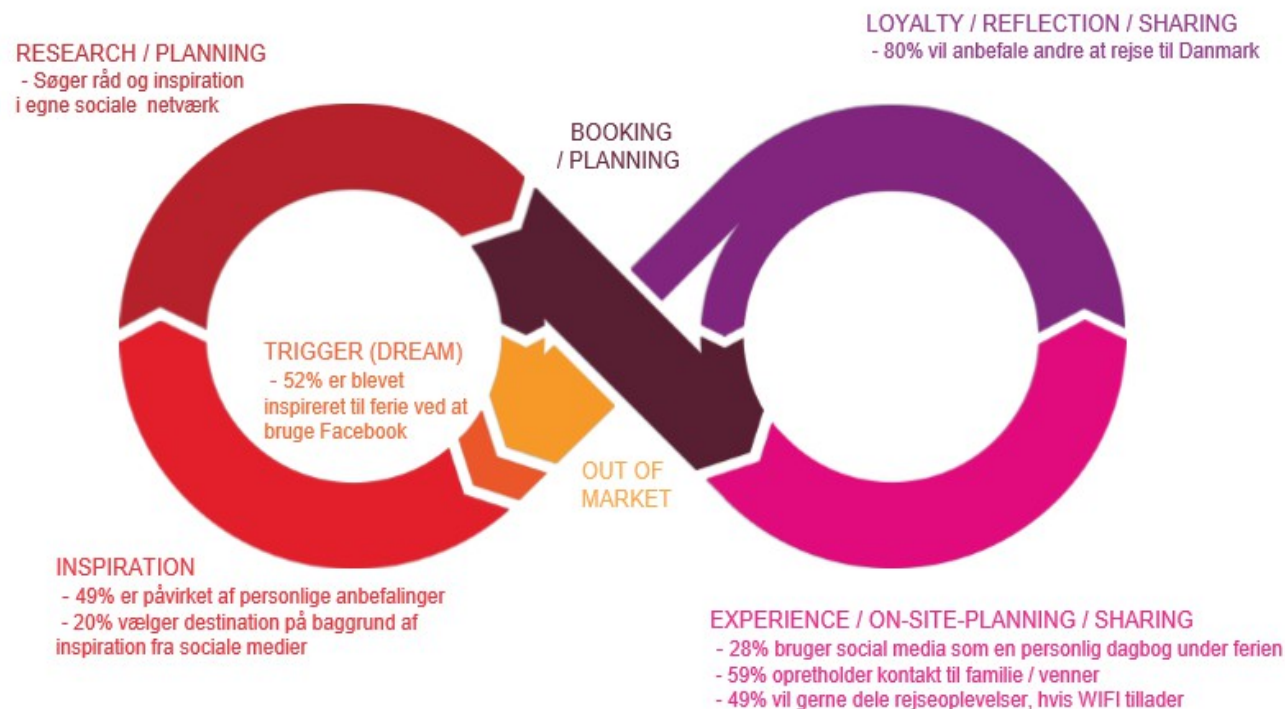


# Turismemøde den 14. april 2016



VisitDenmark

## Turistens Digitale Rejse



VisitDenmarks digitale strategi er bygget op omkring turistens digitale rejse og de digitale touch points brugerne har i beslutningsprocessen frem til en rejse bookes og frem til under og efter ferieophold. Gennem hele processen spiller de personlige anbefaling og deling af oplevelser / erfaringer en stor rolle.

**Turismemøde den 14. april 2016**



**Booking på nettet:**

**[www.airbnb.dk](http://www.airbnb.dk)**

**[www.booking.com](http://www.booking.com)**

**[www.oplevelsdanmark.com](http://www.oplevelsdanmark.com)**

**[www.danskoferie.dk](http://www.danskoferie.dk)**

**Turismemøde den 14. april 2016**



# **Totaloplevelsen for turisten**

## **Samarbejde**



**Med andre turistvirksomheder på øen**

**Skab værdikæder/sneboldseffekt**

**Giv turisten totaloplevelser**



# Turismemøde den 14. april 2016



**Dansk turisme skal være kendt for dansk service af international klasse og høj kvalitet i turismeproduktet:**

**Dansk Standard – kvalitets- og servicestandard for turisme:**

**Personlige møde og servicen over for turisterne**

**Overnatningsfaciliteterne**

**Attraktionerne**

**Madoplevelserne**

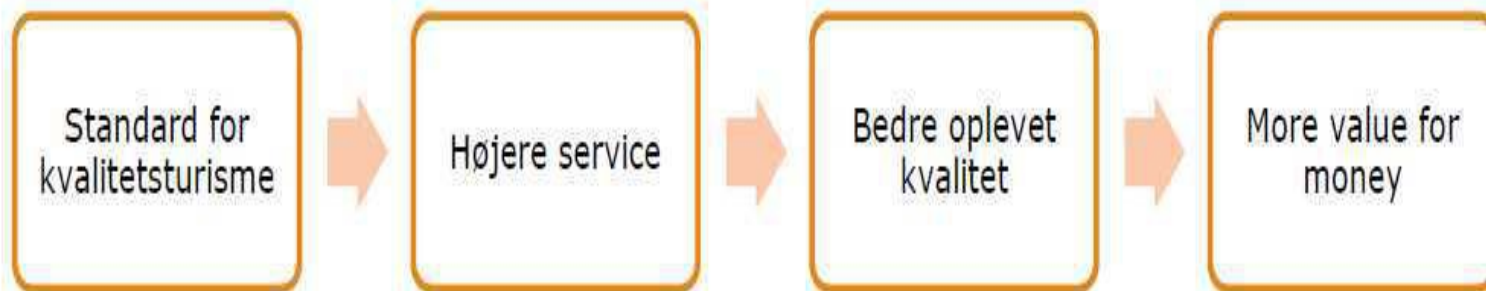
**Turistinformationerne**

**Vejvisningen**

**Sproglige barriere**



# Turismemøde den 14. april 2016





# Turismemøde den 14. april 2016



**Hjælpe turismeerhvervet med at styrke service- og kvalitetsniveau og matche turistens forventninger**

**Udgangspunkt i turistens helhedsoplevelse**

**Supplere eksisterende certificerings- og mærkningsordninger for kvalitet og bæredygtighed**

**Guide vedr. udvikling af service og kvalitet**

