



Archipelago Business Development

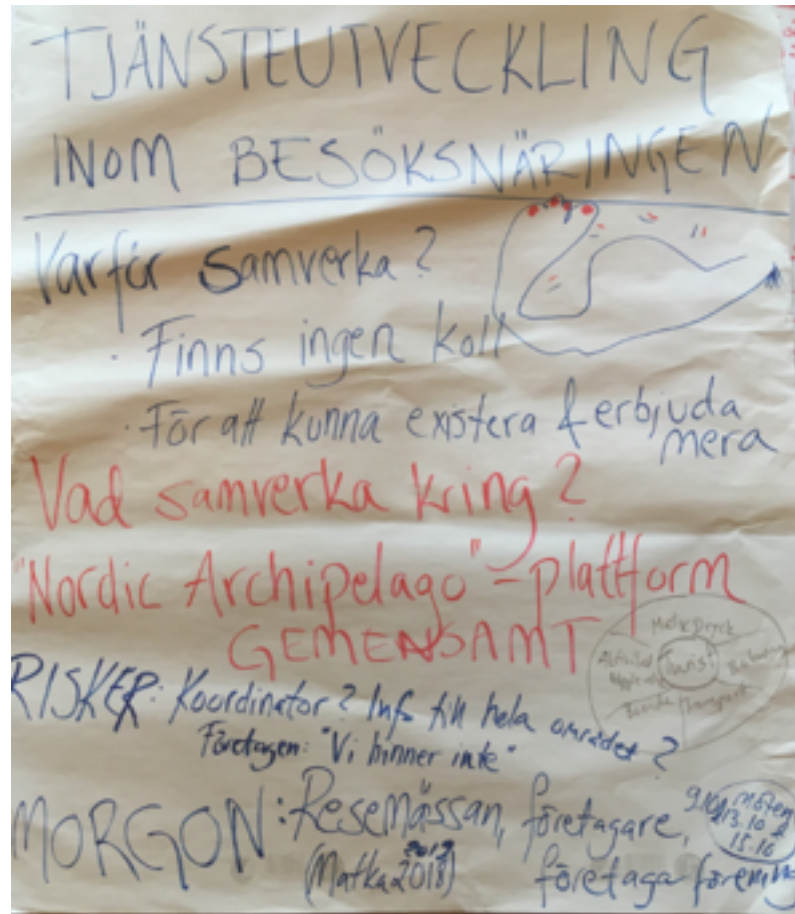


Interreg
Central Baltic



EUROPEAN UNION
European Regional Development Fund

Tjänsteutveckling inom besöksnäringen



Utmaningar:

1. Svårt att hitta info om olika producenter då man ska sätta ihop program för resenärer
2. Svårt att hitta relevant statistik (vad fungerar, vad fungerar inte, vad drar)
3. Små enskilda kommuner kan inte marknadsföra sig mot turister
4. Helsinki West - Helsinki East
5. Gemensam nätbutik
6. Behövs flera aktiviteter för besökare
7. Paketera attraktiva helheter till attraktiva priser
8. Gemensam marknadsföring & försäljning av lokala produkter
9. Skapa ett bestående och tydligt samarbete gästhamnar emellan
10. Måltid & mat: ett pussel som borde vara en helhet
11. Boende - mat & dryck - aktiviteter = samordning och definition av den
12. Behovet av icke väderkänsliga aktiviteter
13. Logi som är enkelt att bygga men inspirerande att använda
14. Samarbete över språkgränser! Helsinki West-Åland-Stockholm
15. Lönsamhet inom besöksnäringarna - ta betalt /rätta priser
16. Samarbete över kommunala gränser och gemensamma försäljningsplattformar
17. Hur kan vi tillsammans bli bättre på att sälja våra lokala företags produkter?
18. Transport av både personer och varor - annars får vi inte samarbetet att fungera
19. Bryggeri: liten försäljning på vintern: produktplacering och reklam
20. Satsa även på vinteraktiviteter och även skapa bilder från dessa

Tjänsteutveckling inom besöksnäringen



- Spår 1: En gemensam region Helsinki West - en synkroniserad plats för alla erbjödanden, även Åbo
- Vilka organisationer marknadsför skärgården? En gemensam mässavdelning på resemässan i Helsingfors.
- En bestående organisation som skulle bestå av alla kommuner och visitorganisationer som sammanknyter hela området. Hur definierar vi området?
- Skapa en gemensam försäljningsportal

- Spår 2: Paketering av tjänster och samverkan för enskilda företag
- Hur kan vi få mer att sälja till ett bättre pris genom samarbete? Nya säsonger! Nya platser att sälja sina produkter på!
- Lista på utbud
- Gemensamt namn
- Göra det lättare att skapa samarbete - få ett bredare utbud
- Hur definiera målgrupperna? Olika köpesätt
 - 1. Ekologiskt tänkande
 - 2. Lyxsökande lugn
- 3. Extreme

Tjänsteutveckling inom besöksnäringen



- Alla företag betalar för en gemensam portal
- Plattformens ägare kan inte själv producera tjänster eller produkter - andelslag?
- Är detta en portal för enbart aktiviteter eller allt?
 - Ett intranät?? Geografiskt indelad?

Marknadsföring i en digital värld



Utmaningar:

1. Hur marknadsföra & nå nya potentiella kunder
2. En gemensam digital plattform saknas
3. Att hinna med marknadsföring
4. Effektiv marknadsföring
5. Skilda målgrupper
6. Kanal med paketering och försäljning av tjänster, hur nå kunderna?
7. Hur sticka ut i bruset?
8. Hur ta det till nya marknader?
9. Marknadsföring, hur ska man göra?
10. Hitta nya koncept
11. Hur hålla kvar de gamla kunderna?
12. Bokningssystem

Marknadsföring i en digital värld



1. Anlita någon annan att uppdatera hemsida och sociala medier (t ex studerande)
2. Målgruppen bör vara definierad innan man väljer kanal och gör kampanjer
3. Svårt med gemensam plattform, blir för stort och kräver finanser, svår att uppdatera
4. Visits-sidorna är generella
5. Kombinera öarna och deras tjänster och evenemang
6. Gemensam hashtag
7. Gilla varandras sidor och bilda nätverk mellan småföretag, träffas och håll kontakt med varandra

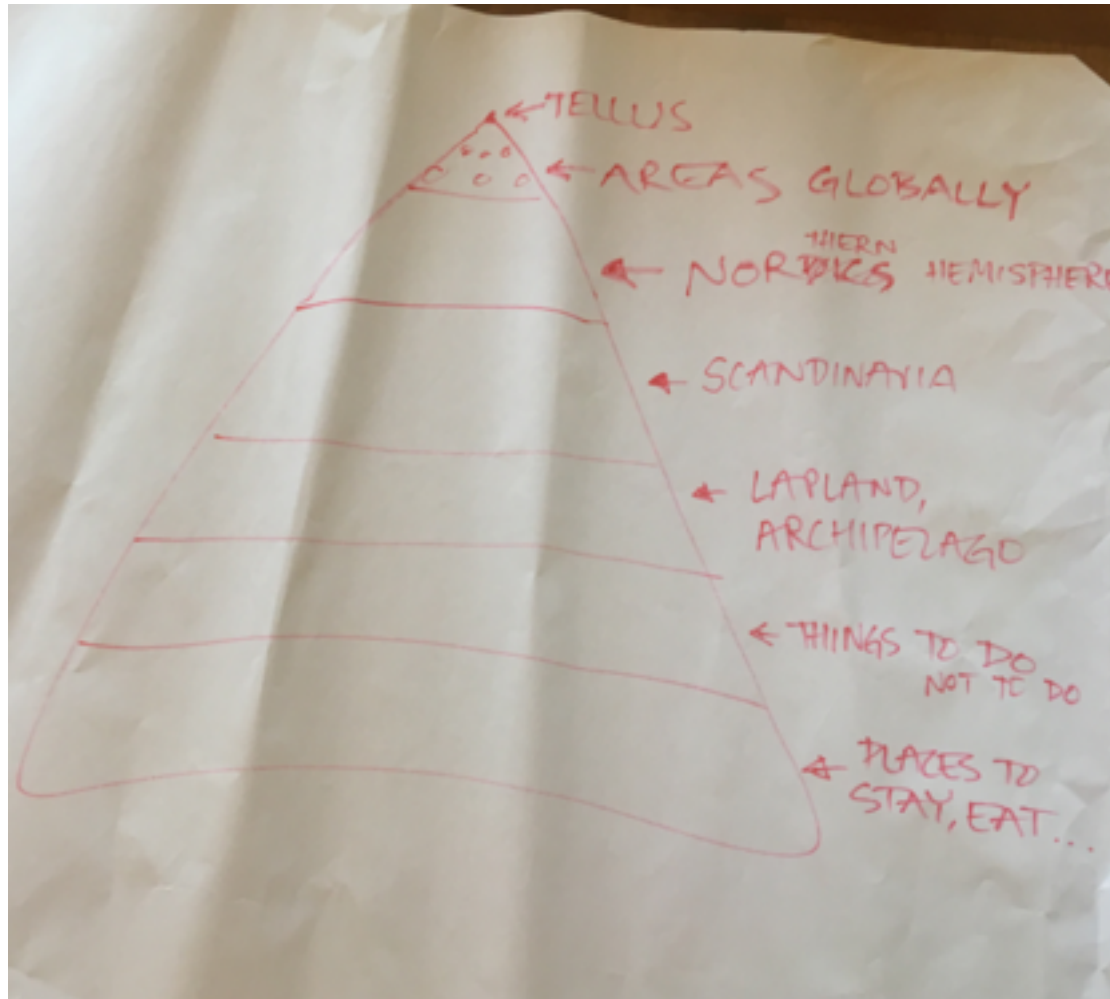
Share the skärgård!



Utmaningar:

- 1.Hålla kurser kring ett tema, nya affärsidéer
- 2.Attraktiva nya resmål/attraktioner
- 3.Transporter
- 4.Infrastruktur
- 5.Finansiering av ny verksamhet och paketering
- 6.Samarbete över gränser
- 7.Gemensamma mål, ekologisk turism
- 8.Hållbarhet, information och trender
- 9.Hur öka experience of archipelago
- 10.Transporter, skattegräns =>kortare väg mellan Åland och Finland
- 11.Skärgården på världskartan
- 12.Hållbarhet, support to sustainability etc.
- 13.Hälsa i skärgården
- 14.Plattform för att samlas kring sin egen bransch

Share the skärgård: Hur få kunder?



PRODUCT & SERVICE	
ARCHIPELAGO	FUTURE
① Transport	- Air - boat/ferry - Rental cars. - Bikes
② Accommodation	- Bikes
③ Excursions: — active	- Shopping souvenirs - Handcraft workshops.
④ Nature	- History - Body & Mind.
⑤ Food	- Culinary experience • Seafood • Cultural cuisine
⑥ Weddings:	

Share the skärgård: Hur få kunder?



GE MER VÄRDE FÖR KUNDERNA
↳ ÖKAD OMSÄTTNING
↳ VAD SOM ERBJUDS

GEMENSAM PLATFÖRM
↳ VISIT ÅLAND, FINLAND, SWEDEN

MER KUNDER, ÖKAD KUNSKAP

FB-GRUPPEN: ARCHIPELAGOFUTURE
#BALTICARCHIPELAGO

- too ~~much~~ many sites for travellers
WHO?
~~common brand~~
baltic
#visitarchipelago

EXPERIENCES
Activities/services
What do we offer?
What do people want?

Pilgrim route
TIME+MONEY

- common brand
- common site
- visit Finland
Sweden
Åland

USP (unique selling point)
different segments

FB-gruppen: Archipelagofuture!! Öppen grupp för dialog!

Share the skärgård: Eko & Hållbarhet



VAD?
HÅLLBARHET
VARFÖR?
FÖRUTSÄTTNING FÖR
VÅRA LIV/VERKSAM-
HETER
MÅLET?
DELA MED FLER,
BO I SKÄRGÅRDEN (över-
levnad)
HUR?
SAMVERKAN → UTBYTE,
KOMPETENS STUDIEBEJÖK
VI - VÅRA BARN - VÅRA GÄSTER
(NÄSTA GENERATION)

RESULTAT?
ATTRAKTIONSKRAFT,
STARKA RELATIONER
FÖRTROENDE, FÖRSTÅELSE
RISKER?
SÄRBART, "ETIKETT",
PIONIÄRER betalar ett högt
pris; KRAVET/LÄNGTAN
EFTER STOR VINST,
OKUNSKAP (miljö),
ATTITYDER
NÄSTA STEG?
FORUM (för goda exempel)
SHARING, FÅ OMBÅDEN HÅLLBARA → certifier

Hur definierar man hållbarhet i olika sammanhang?
Utgå från FN:s globala mål!
Sortering är inte hållbarhet!
Stora enheter är sällan hållbara!
Finns lösningar: hållbarhetsrådgivning bl.a. på Åland



EUROPEAN UNION
European Regional Development Fund

www.archipelagobusiness.eu

ARCHIPELAGO BUSINESS DEVELOPMENT

