Bästa turismaktör,

Nu går projektet in för sitt sista verksamhetsår och mycket har hänt under tiden sedan projektet startade. Även i dessa tider, med verkligt stora utmaningar för turismnäringen, har vi hittat nya sätt att jobba. Vi har utnyttjat de digitala möjligheterna, där vårt huvudfokus ligger på lösningar bearbetning av de internationella marknaderna. Digitalisering utgör för övrigt en viktig komponent i projektet. Samarbetet med vår tyska agent, Nordic Marketing (NM), har även gett oss möjlighet att genomföra vissa säljaktiviteter digitalt i stället för fysiskt.

Speciellt vill vi lyfta de viktiga kontakterna och intresset som vi väckt bland både utländska researrangörer och researjournalister. Ett flertal researrangörer därbland tyska, schweiziska och italienska hade en färdig produktion och skulle säkja vårt område redan till sommaren 2020, men resorna fyttas till nästa års kataloger p.g.a. rådande situation.

Vår fantastiska webbsida; www.kvarkendestinations.com, som i våras vann priset Scandinavian Outdoor Award 2020 för bästa inspiration, ger stor utmaningar för Kvarken Destinations. Webbsidan innehåller produkter, digital karta och en content bank med bild, film, artiklar och filmteasers som medverkande företag, destinationer, researrangörer och media fritt kan använda i sin marknadsföring av Kvarken Destinations. Webbsidan är / huvudsak ett arbetsverktyg för researrangörer, där vi enligt flera researrangörer gjort deras jobb idealiskt enkelt och konkret, när de ska söka fram information inför sin researproduktion till Kvarken Destinations. Även slutkunden, d.v.s. konsumenten har nytta av sidan när hen söker inspiration.

I sommar gick vi in för att bearbeta den internationella marknaden genom virtuella säljmöten med europeiska researrangörer. Dessa s.k. #NordicMeetings genomfördes i samarbete med Nordic Marketing och de visade sig vara ett fullgott alternativ för de sales tours i Tyskland vilka de nu ersatte.

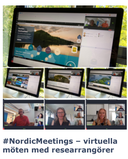
Projektledarna fungerade som värdar för en tysk researjournalist, som reste runt i Kvarken Destinations och vi ser fram emot det material hen producerar för inlämnande senare i höst. Vårmt tack även till alla företag som denna gång ställde upp och visade sina produkter.

Sommaren har, enligt uppgift från fältet, varit livlig för åtminstone de flesta företagen som medverkar i projektet och man hade fullt upp att ta hand om alla besökare som detta år främst kom från hemmamarknaden. Detta är naturligtvis väldigt glädjande med tanke på allt vad corona-situationen ställt till med. Vi förstår att man inte kanske hade tid för de kompletterande insatser projektet erbjöd i början på sommaren, så vi gör en ny puff nu i stället för #NordicTrainings modulerna.

Med denna hälsning önskar jag, och alla vi andra i projektet, en god forhållning på hösten!

Marianne Sjöström, projektledare KvarkenRådet

kvarkendestinations.com



#NordicMeetings – virtuella möten med researrangörer

Med anledning av inställda sales tours på tyska marknaden för möten med researrangörer tillsammans med **Nordic Marketing**, ersattes dessa i juni genom virtuella möten direkt med researrangörer. Genom **#NordicMeetings** fick vi möjlighet att träffa 10 researrangörer från Tyskland, Schweiz och Holland. De flesta av dessa är kända för oss sedan tidigare, men även nya kontakter ingick. Som feedback efter dessa möten fick vi höra att man uppfattar området med två nordiska länder, varierande natur, världsarv och kulturer som mycket intressanta och potentiella resmål. Researrangörerna är generellt väldigt nöjda med den konkreta hjälpen som projektet erbjuder genom webbsidan kvarkendestinations.com och innehållet i contentbanken och turförslagen.

Synlighet för Kvarken Destinations i Nordis – Das Nordeuropa Magazin

Researjournalisten **Andrea Ullius** reste under sommaren i Kvarken Destinations i sällskap av Destination Kvarken projektledarna. Syftet med hans besök var att samla intryck och material till en tysktspråkig broschyr som ska delas ut som bilaga till **Nordis** och **Das Nordeuropa Magazin**, som läses av Nordenintresserade i de tysktspråkiga länderna. Broschyren kommer att kunna användas även i andra sammanhang; researrangörer kan använda den som säljmaterial och den kan användas på mässor och workshops. En redaktionell artikel om Kvarken Destinations, som också är skriven av Andrea Ullius, kommer att publiceras en månad innan, för att väcka intresset för broschyren. I den tredje, dvs marsupplagan kommer vi att påminna läsarna om Kvarken Destinations genom en färgglad helsidesannons.

#NordicTrainings – passa på att ta del av marknadsutbildningen om tysk och schweiziska marknaderna

Projektgruppen Hankens projektkoordinator ***Annika Pollari*** *rekommenderar, att varje företag som medverkar i Destination Kvarken -projektet ska ta tillvara möjligheten att se Nordic Marketings webbinarier om de tysk och schweiziska Nauvos under pandemitiden i Kvarkens skärgård.*

– Jag har inte själv varit involverad i arbete med researrangörer, och således är jag kunskapsmässigt kanske i samma situation som en del av de turistföretag som ska ta sina första steg mot de tyskttalande marknaderna. Genom videorna fick jag själv en verklig bra uppfattning om vad de tyskttalande marknaderna är intresserade av och hur man ska betjäna dessa, när de förhoppningsvis väljer Kvarkenregionen som besöksmål. Videorna innehåller värdefulla tips för turistföretagarens sociala medier. I den andra videon presenteras distributionskanaler och man får lära sig hur man på ett bra sätt samarbetar med researrangörer på de tyskttalande marknaderna. Den tredje videon ger praktisk information om produktutveckling, hur man väljer målgrupp och vad ditt företag bör tänka på som det av en större helhet (resepaket) som säljs av researrangörer. Videorna är månsjudiga och innehåller massor med bra information. Jag föreslår, att du ser en video per dag (videon tar ca 40 min.) för att hinna ta del av det gemensamt ditt eget företags verksamhet.

Läs också vad två av företagarna som medverkar i projektet säger om #NordicTrainings utbildningen

Harri på Hotel Kropelin i Kristinestad *och* ***Linda på Café Bryggaren i Öja*** *passade på att genomföra marknadsutbildningen för att lära sig mer om våra prismarknader genom att se #NordicTrainings-videorna som vår samarbetspartner i Tyskland erbjuder. Här delar de med sig av sina erfarenheter:*

– Utbildningsvideorna är mycket informativa. Man får en bra bild av vad som är karakteristiskt för den tyskttalande marknaden och vad denna marknad kräver. Efter att ha genomgått utbildningen, förstår jag att de tyska researrangörerna fungerar väldigt organiserat och systematiskt. Jag kan dra slutsatsen, att det inte är ändamålsenligt för den enskilde aktören, som t.ex. vårt Hotel Kropelin, att på egen hand försöka sig ut på den tyska marknaden. Den enskilde tjänsteproducenten måste tillhöra en större helhet, som omfattar flera produkter, och som organiserar och koordinerar samman av en samlande kraft, såsom Kvarken Destinations nu gör. Därför är jag glad, att Kropelin är involverad i Kvarken Destinations-projektet.

Ytterligare en kommentar om lärdomar från videorna: om en ny tjänsteproducent vill nå ut till de tyskttalande marknaderna, så bör produkterna vara väldigt detaljerat planerade och de erbjudna upplevelserna bör exakt motsvara det som beskrivs i produkt kortet. Den tyskttalande kunden uppskattar exaktthet.

– Att se videorna gav mig igen en knuff i rätt riktning, mycket jobb återstår, men nu fick jag åter inspiration till att ta steget vidare. Det som jag upplevde mest intressant och givande var service kulturen och vikten av att sätta på faktorer som får besökaren att känna sig tryggt och "hemma". Jag kan se nyttan för vårt företag, när vi tar fram rätta, unika och lokala produkter åt rätt köpare.
– Vikten av kommunikation och personlig service är likaså en framgångsfaktor. Likaså är prissättning och skillnaden mellan B2B och B2C viktig att förstå samt en genomgång av produktkortet.

Nordic Marketing, som Destination Kvarken -projektet valt som samarbetspartner på den tyska marknaden, är ett tyskt-finskt marknadsföringsbolag, som med lång praktisk erfarenhet erbjuder gediget kunnande inom turism. www.nordicmarketing.de/en/

Ännu hinner du se tre webinarier om de tyskttalande marknaderna. Håll utkik efter en separat inbjudan som vi sänder per e-post.

Save the Dates – Kommande aktiviteter – Tulevia tapahtumia

Årsklocka - Planerade aktiviteter

(med förbehåll för ändringar)

o **Swedish Workshop Match-making event** (7-8. oktober) - online säljevent med utländska researrangörer (arrangör Visit Sweden)
o **Styrgruppsmöte** (20. oktober)
o **#NordicMeetings II** (29-30. oktober) - online säljevent med utländska researrangörer (arrangör Nordic Marketing)
o **Swedish Workshop Falun** (21-22. april 21) - säljevent med utländska researrangörer (arrangör Visit Sweden)
o **Matka Workshop Day** (19. maj 21) - säljevent med utländska researrangörer (arrangör Finska mässan)

kvarkendestinations.com / #kvarkendestinations

#kvarkendestinations

Följ Instagramkontot @Kvarkendestinations och dela gärna dina bilder från regionen med taggen ***#kvarkendestinations*** *så att vi alla kan se dem – och så att vi kan dela dem vidare på kontot.*

@kvarkendestinations

Har du/ditt företag/din organisation önskemål angående kommande aktiviteter, teman kring kunskapshöjande workshops eller annat?
Kontakta oss i så fall

Marianne Sjöström
Project Leader
+358 (0) 40 678 83 75
marianne.sjostrom@kvarken.org

Erja Back
Travel Development
+46 (0) 70 647 62 78
erja.back@visitumea.se

Peter Källberg
Travel Development
+358 (0) 40 844 20 58
peter.kallberg@vasek.fi

Andreas Olsson
Travel Development
+46 (0) 70 557 21 24
andreas@hkdest.se

Annika Pollari
Projektkoordinator
annika.pollari@hanken.fi
+358 504 156 440

KVARKENRÅDET
MERENKURKUN
NEUVOSTO

Interreg
Botnia-Atlantica
EUROPEAN UNION
European Regional Development Fund

Nordic Council of Ministers