

Marknadsföring och digital närvaro

Yrkesnätverket Certifierad naturguide 2024

Provinsen AB 2024

Lite om mig

Bakgrund

- Projektledare och copywriter
- DGI och DIHR
- Reklambyråer, informations- och marknadsavdelningar
- Egen företagare sedan 2001
- Besöksmålet Christinehofs Ekopark
- Tourism in Skåne, Naturturismföretagen, NTYN
- Utbildningsansvarig Entreprenör Ekoturism och Certifierad naturguide, Österlens folkhögskola



Lite om er

Kort presentationsrunda



Vad är marknadsföring?

Marknadsföringsmixen

- **Produkt - den guidade upplevelsen eller aktiviteten**

Vad är det jag ska sälja egentligen - kunskap, inspiration, trygghet, vägledning, adrenalinkick... och varför kommer kunden (eller researrangören) att välja just ditt erbjudande

- **Pris**

Vad är rätt pris på ditt erbjudande? Vill du vara billigast, eller bäst? Är produkten lönsam? Kolla Johan Delfalks föreläsning!

- **Påverkan**

Aktiviteter som stärker ditt varumärke och kommunicerar ditt erbjudande till din målgrupp

- **Plats** - hur och var kan kunden köpa din produkt (t ex researrangörer, egen webbshop eller via marknadsplatser)

Produkten

Upplevelseprodukten

- Marknads- och målgruppsanalys - välj ut och lär känna din målgrupp och vad de efterfrågar
- Vad har du för förutsättningar och möjligheter att tillfredsställa målgruppens behov
- Idé - och konceptutveckling av kärnprodukten
- Kompletterande tjänster och service - den utvidgade produkten
- Design av helhetsupplevelsen - från början till slut
- Testa på målgruppen, utvärdera och förbättra
- Lansera



Pris

Hur prissätter du ditt erbjudande

- Kostnadsanalys
 - Produktionskostnader
 - Övriga fasta och rörliga kostnader
 - Håll koll på bruttomarginal och lönsamhet
- Marknadsanalys
 - Förstå målgruppens behov, beteende och betalningsvilja
 - Analysera konkurrensen och förstå hur du ska bli konkurrenskraftig
- Vilken väg ska du välja - kostnadsbaserad, värdebaserad eller konkurrensbaserad prissättning?
- Testa och justera. Det är bara kunden som vet om det är rätt pris.

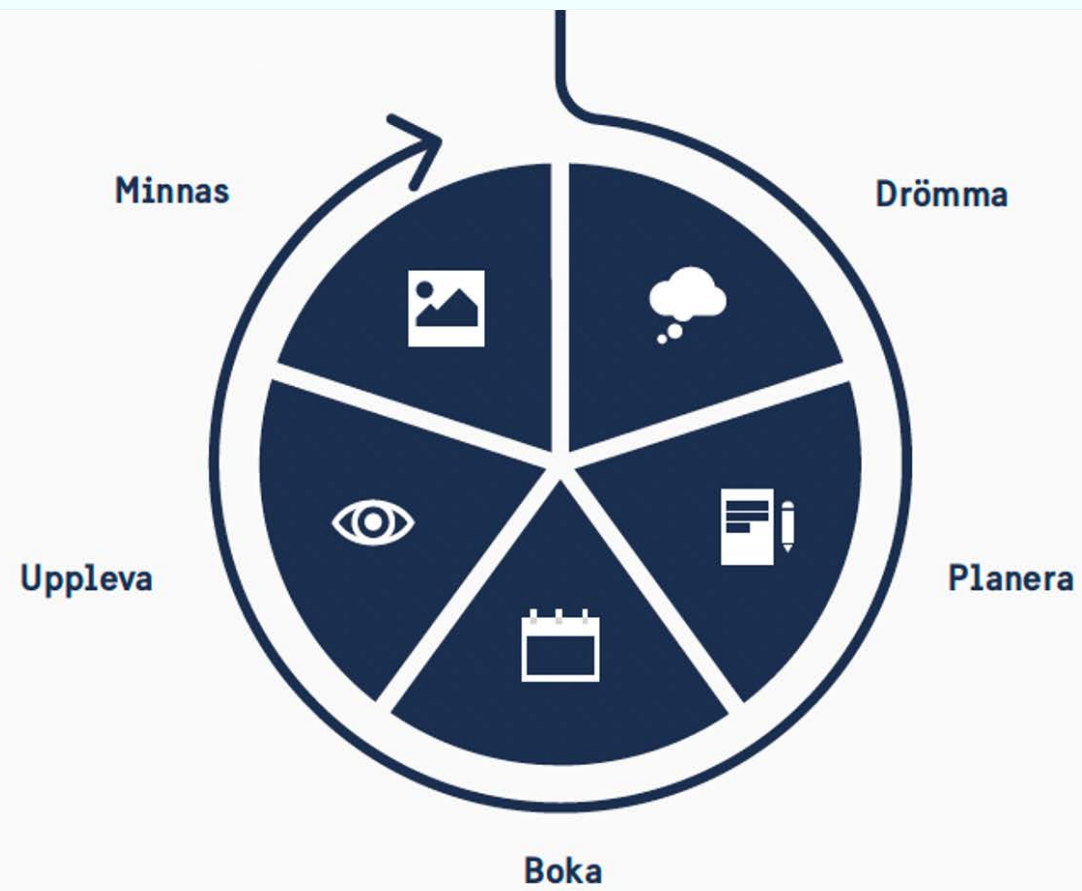


Påverkan

Hur, var och när kommunicerar du ditt erbjudande

- Kundresan - när och hur möter du din målgrupp
- Säljprocessen (Sales Funnel) - hur leder vi dem fram till avslut
- Inbound eller Outbound
- Säkra din digitala närvaro





Minnas

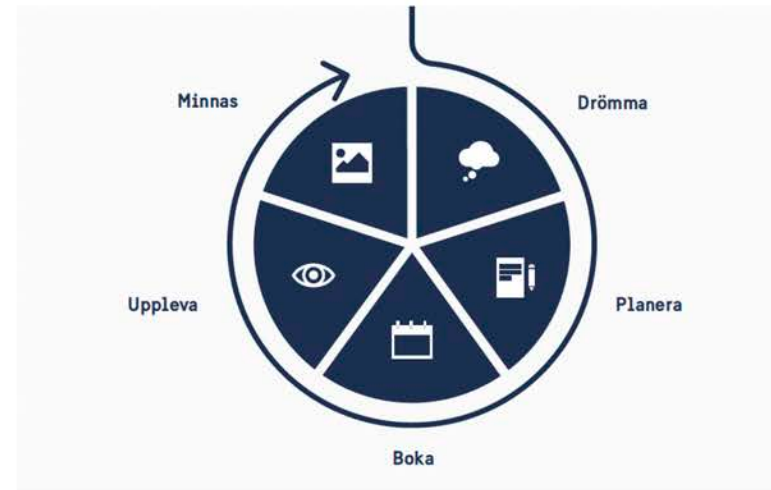
Den bästa kunden kommer tillbaka, eller rekommenderar din verksamhet till andra

Uppmana till recensioner, betyg, skriva en testimonial, lägga ut och tagga bilder

Uppleva

Moment of truth

Leverera lite mer än du lovat, var lite bättre än kunden förväntade sig!



Boka

Bokningsfunktion, t ex BookSpot, TripAdvisor, Viator eller Trekk Soft.

Hjälp kunden att komma till avslut!

Drömma

TripsAdvisor, Facebook, Youtube, Instagram, Pinterest, TikTok, SnapChat.

Vilka drömmar kan du uppfylla - inspirera och skapa intresse?

Planera

TripsAdvisor, Google Maps, Expedia, Booking, Bokun

Hjälp kunden välja rätt – SoMe, Blogg, SEO

Gruppdiskussion

Hur ser dina kunders kundresa ut - från drömma till minnas?

På vilket sätt når du dem i de olika stadierna av kundresan idag?

15 minuter

Gruppdiskussion

Hur ser dina kunders kundresa ut - från drömma till minnas?

På vilket sätt når du dem i de olika stadierna av kundresan idag?

Sammanfattning från grupperna - 10 minuter



INBOUND
MARKETING



OUTBOUND
MARKETING

Outbound

Köpt uppmärksamhet

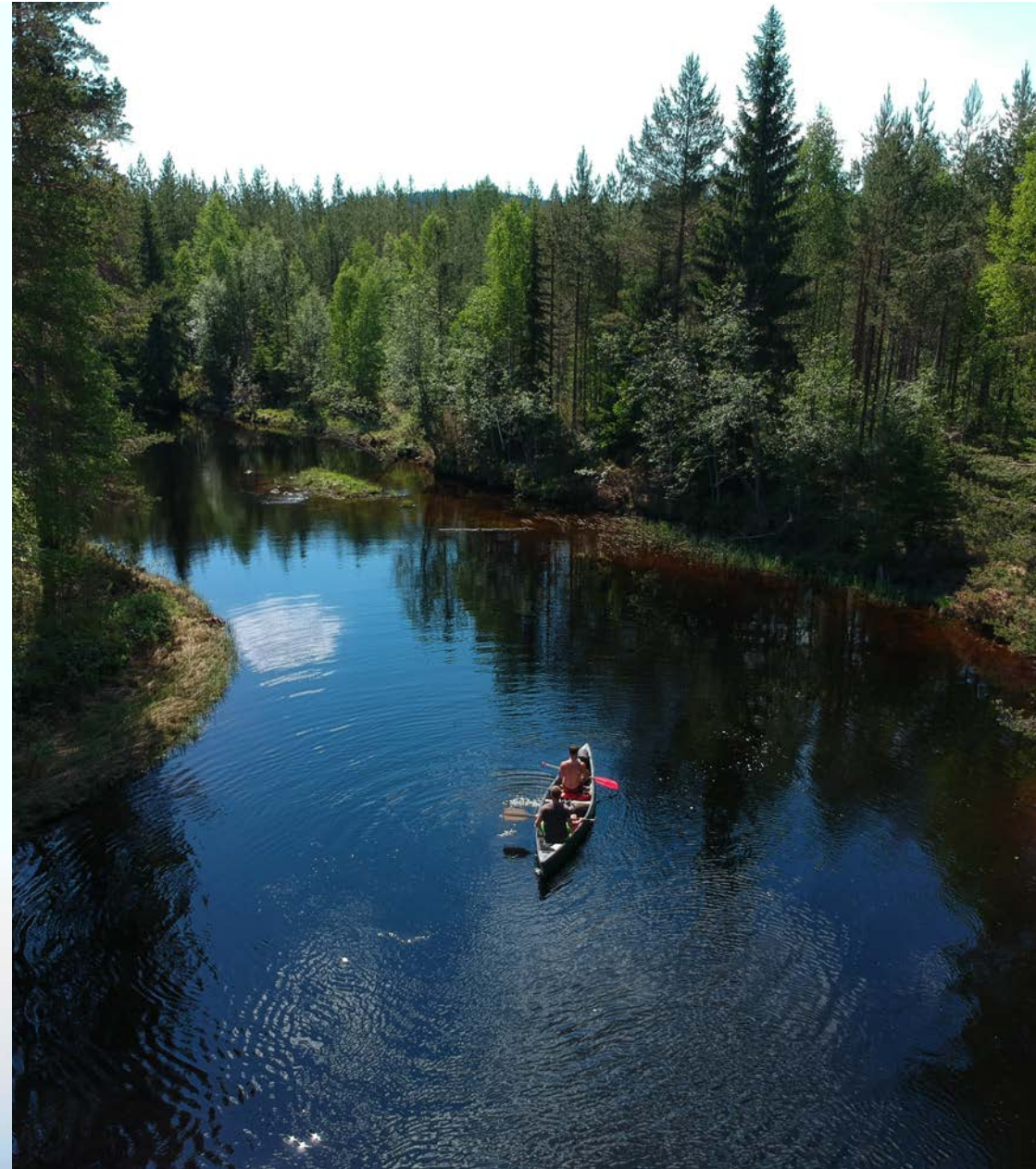
- Traditionell marknadsföring
- Kalla leads
- Ofta envägs kommunikation
- Annonsering, telemarketing, TV, radio, banners, DR
- Oftast dyrt sätt att skaffa kunder
- Det kan vara dyrt att köpa uppmärksamhet, men kan vara lönsamt och nödvändigt

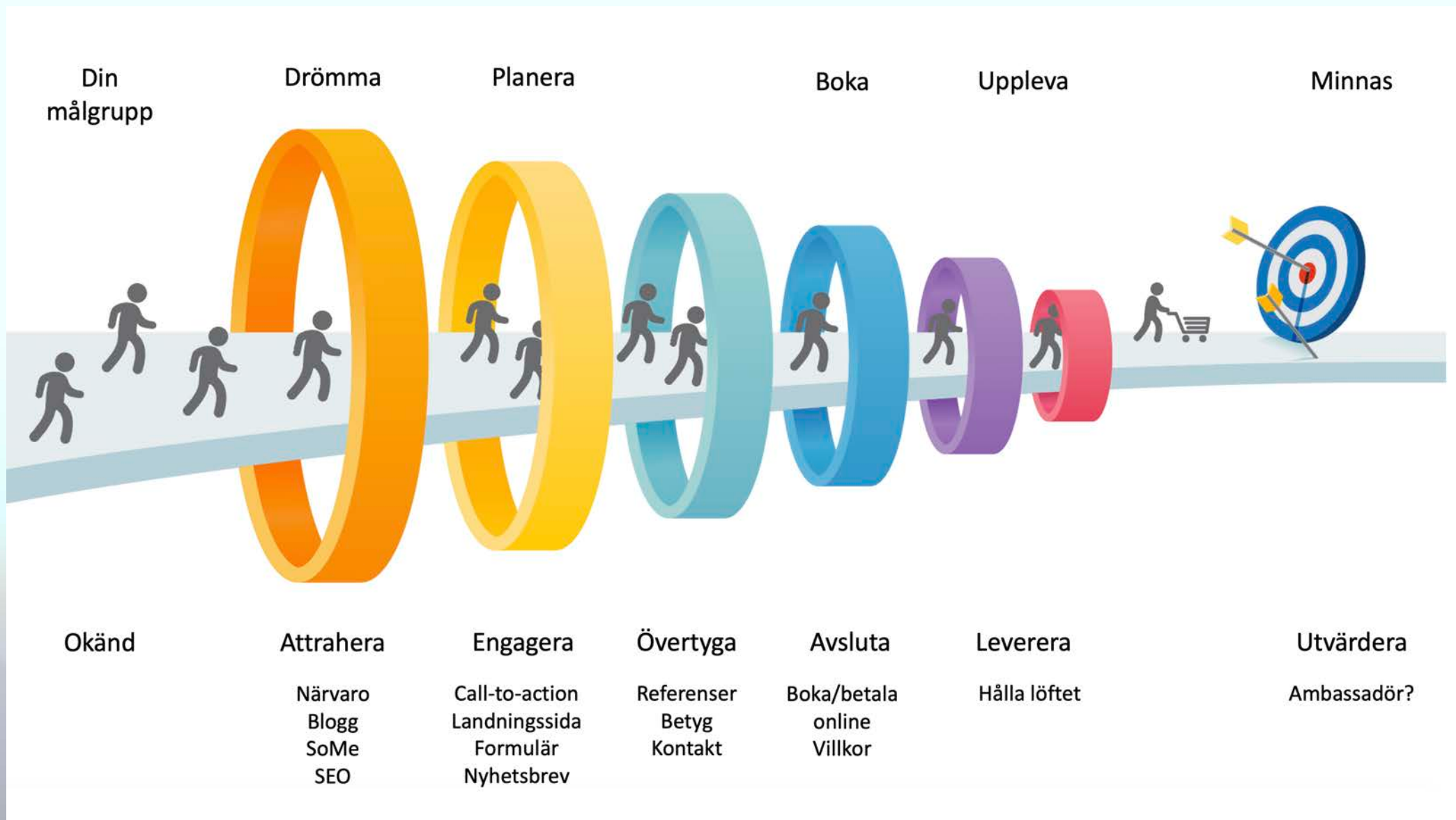


Inbound

Förtjänad uppmärksamhet - digitalt och IRL

- Utgå alltid från att du måste skapa ett värde för kunder i din kommunikation - ha som målsättning att engagera
- Inspirera - visa hur du inspirerat andra, hur du själv blir inspirerad, vilka du inspireras av
- Utbilda - var generös med kunskap och tips
- Vägleda - berätta vad du besitter för kompetenser och erfarenheter
- Interagera - kommunicera regelbundet och var aktiv
- Mätbart - lär dig vad som fungerar
- Skapa engagemang i dina kanaler - ha en plan!





Inbound

Säkra din digitala närvaro - bli upptäckt online

- En egen hemsida med egen bokning - grunderna i SEO är viktig
- Använd rätt sociala kanaler för din målgrupp
- Bra innehåll som skapar värde för målgruppen
- Kontinuitet med kvalitet - både kunden och algoritmerna glömmer bort dig annars
- Interagera - lägg inte bara ut, var delaktig och engagerad i dina och andras kanaler
- Mätbart - kolla vad som funkar, gör mer av det
- Alla kanaler samverkar - använd sociala media för att lotsa vidare till hemsida och bokning



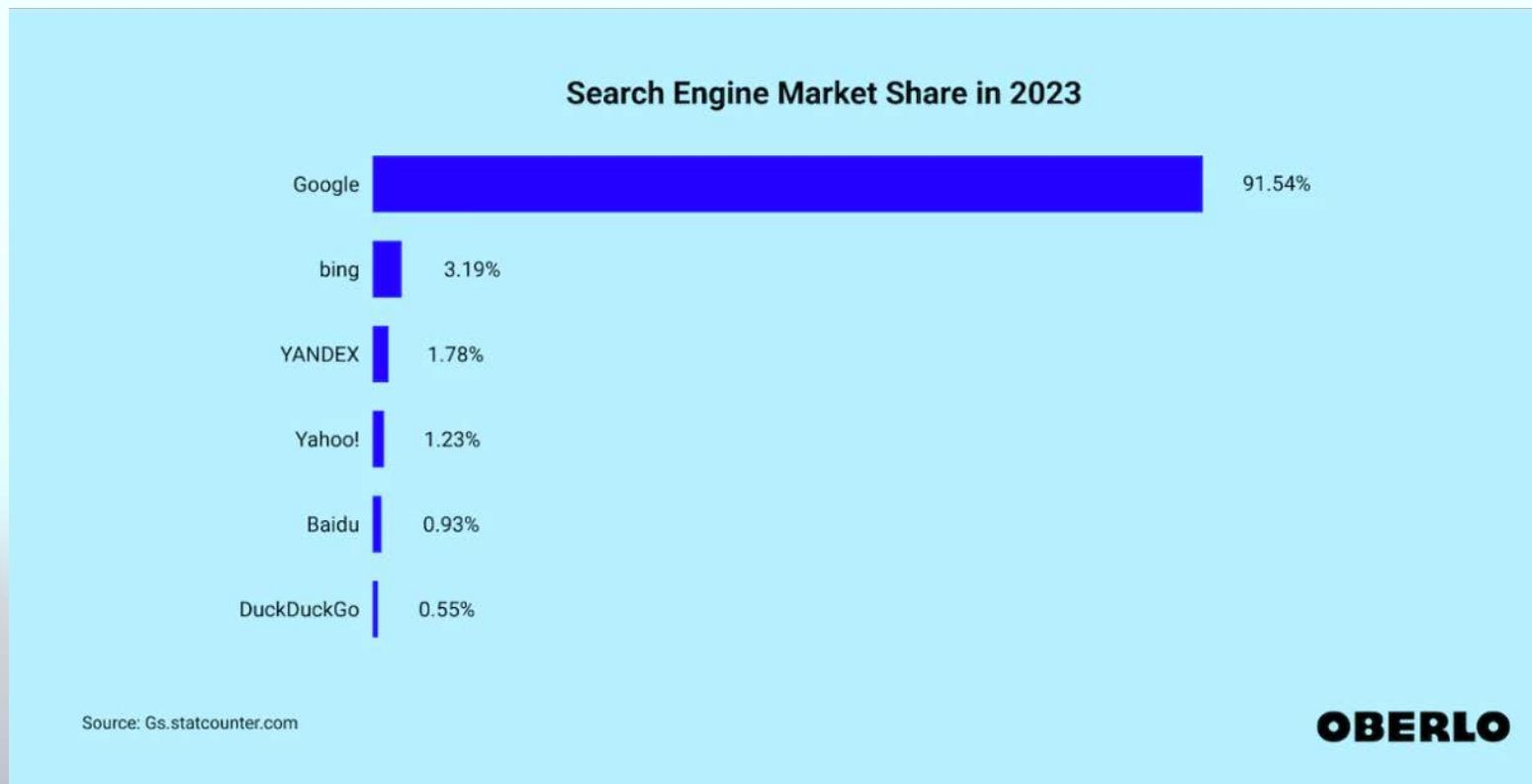
Kommunicera mera

Det är innehållet som räknas

- Skapa och förtjäna uppmärksamhet
- Var bäst på din grej, våga göra något unikt (som du vet att målgruppen gillar)
- Våga berätta om det, skippa Jante
- Bli en del av andras berättelser
- Samarbeta med dina soulmates – gör bra grejer och kommunicera ihop
- Bra foto är superviktigt, video är ännu bättre
- Hur ska du få pressen att skriva om dig



Bli kompis med Google



SEO

Sökordsoptimera din hemsida

- Förstå vad din målgrupp Googlar på - gör en enkel SEO-analys
- Använd sökorden eller sökfraserna i URL, metatext, rubrik, ingress och brödtexter. Använd sökordet och varianter och synonymer så det känns naturligt.
- Se till att din hemsida är mobilanpassad – 85% surfar i mobilen (finns bra tester online)
- Hellre tio bra målgruppsanpassade och SEO-anpassade inlägg än 100 dåliga på hemsidan
- Skapa relevanta och smarta interna länkar på hemsidan
- Bekanta dig med Google Analytics så att du kan mäta och få ut information

Använd Google Academy – massor av bra utbildningar



Andra vägar till marknaden

Våga gå utanför komfortzonen

- Hitta nya sätt att paketera och erbjuda din kompetens
- Våga anpassa dig efter nya målgrupper – utan att tappa bort din egen drivkraft och unicitet.
- Kan du sälja via researrangörer och resebyråer (inte minst Tyskland)
- Låt hotellen sälja dina aktiviteter och upplevelser
- Vill andra målgrupper än privatpersoner köpa min produkt utanför högsäsong? Friskvård, skola, företagskunder...

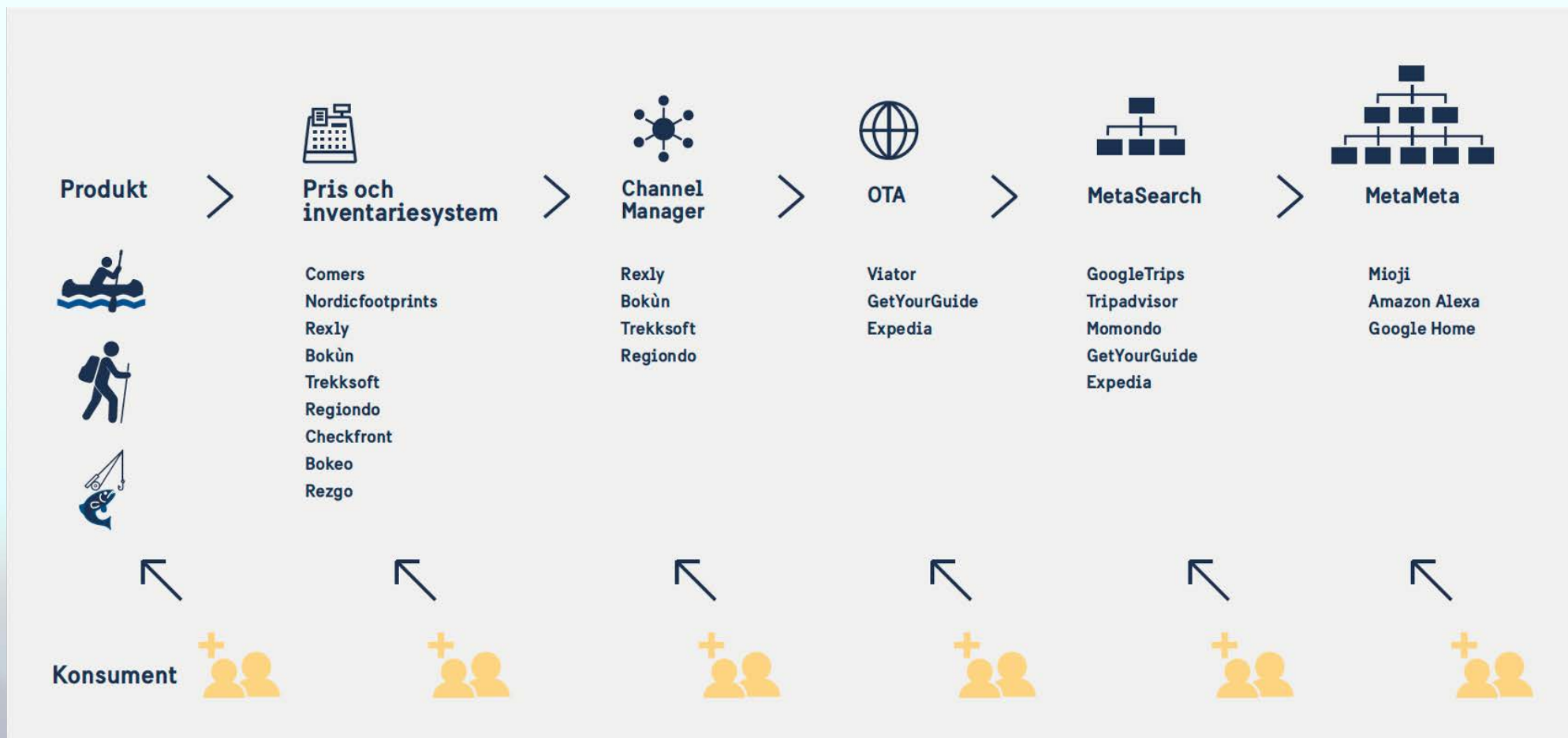


Plats

Var kan kunden boka/köpa din produkt?

- Egna hemsidan
- Egen boknings- och betalfunktion, eller inbäddad tjänst
- Plattformer för aktiviteter
- Channel Managers/OTA
- Samarbetspartners - t ex hotell eller campingar
- Upphandlingar - personalaktiviteter, personalvård mm
- Personlig försäljning - t ex företagsgig





Gruppdiskussion

Vilka målgrupper arbetar du med idag, varför just dessa, och hur når du ut till dem?

Diskussion 15 minuter

Gruppdiskussion

Vilka målgrupper arbetar du med idag, varför just dessa, och hur når du ut till dem?

Sammanfattning 10 minuter

Några bra länkar

[Visit Sweden Digitala plattformar](#)

[Marcus Eldh bloggar](#)

[Google Academy – business](#)

[SEO Skolan](#)

Certifierad naturguide

Kommunicera Certifierad naturguide genom att...

... berätta och lyfta fram din certifiering som ett mervärde när du kommunicerar med dina kunder, samarbetspartners och arbets- eller uppdragsgivare.

... visa att du är certifierad i dina sociala media och på din hemsida samt att lyfta fram certifieringen som ett mervärde i din kundkommunikation, t ex i beskrivning av guidade turer, offerter, inlägg och presentationer.

... du som är arbets- eller uppdragsgivare ställer krav på att de naturguider du anställer eller anlitar är certifierade. Ange vid dina rekryteringar att Certifierad naturguide är meriterande. Visa också på hemsida och i annan kundkommunikation att era upplevelser leds av certifierade och kvalitetssäkrade naturguider.

... använda Certifierad naturguide som socialt hållbarhetsmål och som en del av er personalpolicy.

... du som kund eller besökare ställer krav på att din naturguide har rätt kvalifikationer för aktiviteten.

Fixa din guidesida - bra att kunna länka till

Logotyp och tips på hemsidan:
<https://certifieradnaturguide.se/om-oss/ambassador/>



Alexander Baker

Örebro

Guideinriktning

Naturguidning i bergslagen, taigaskogsekologi, vatten, ängs- och betesmarker, fåbodeliv, fladdermöss, rovdjur, bergslagshistoria, hyttguidningar, kulturguidningar, människans påverkan på landskapet, istidsgeologi. Även navigeringskurser, längre vandringar, lägerliv, knopkurser och lieslätter och ängsskötselkurser.

Jag är även glaciärguide och isklätteingsinstruktör utbildad på Island.

Kontaktuppgifter

Företag:

Outdoor people of Bergslagen

E-post:

[Skicka mail](#)

Hemsida:

<https://www.outdoorpeopleofbergslagen.com>



<https://instagram.com/alexanderjamesbaker?igshid=ZDdkNTZiNTM=>



Övriga frågor?

Tack för idag