

Smålands turism - PKS

Januari 2024

Nytt för SMT

- Strategi för hållbar besöksnäring i Jönköpings län 2023-2030
- Ny styrelse efter valet 2022
- Nya ägardirektiv på bolagsstämman i maj 2024
- Ny affärsplan för 2024-

SMT under 2023

- Fem fastanställda
- Över 90 individuella företagsbesök, 40 eskorterade pressresor och över 60 aktiviteter under 2023
- Under 2024 rullar vi ut vårt gemensamma småländska digitala projekt som man jobbat fram under 2023
- Dialog med regionen kring uppdraget
- Utarbetat ny webbsida som kommer lanseras inom kort
- Företaget arbetar med nationell och internationell marknadsföring. Internationellt sker det genom varumärkesarbete med Småland ihop med Kalmar och Kronoberg län samt inom nätverket Visit South Sweden. Prioriterade marknader är Tyskland, Danmark, Nederländerna samt genom projektfinansiering Sverige.
- På utlandsmarknaden ligger vi nu på samma nivå som innan pandemin, år 2019, och ser en ökning från USA, en stark dansk marknad och en stabilt växande tysk marknad. Tyskarna bokar tidigt igen, svenskarna bokar lite hur som helst och danskarna bokar sent. Turisterna prioriterar fortfarande mys och återhämtning framför det mer äventyrliga.

Ny affärsplan

Organisation

Marknad

- Smart nationell och internationell marknadsföring som positionerar länet som attraktivt besöksmål.

Kommunikation

Destinationsutveckling

- Samverkan mellan kommuner och främjandenätverk liksom företag för att utveckla ett attraktivt kultur- och fritidsutbud som skapar attraktiva besöksmål i både stad och på landsbygd.

Nätverkande

Företagsutveckling

- Bidra till en ökad digital mognad och utveckling. Stödja företagens internationaliserings- och exportambitioner. Bidra till att besöksnäringens företag är hållbara och diversifierade.

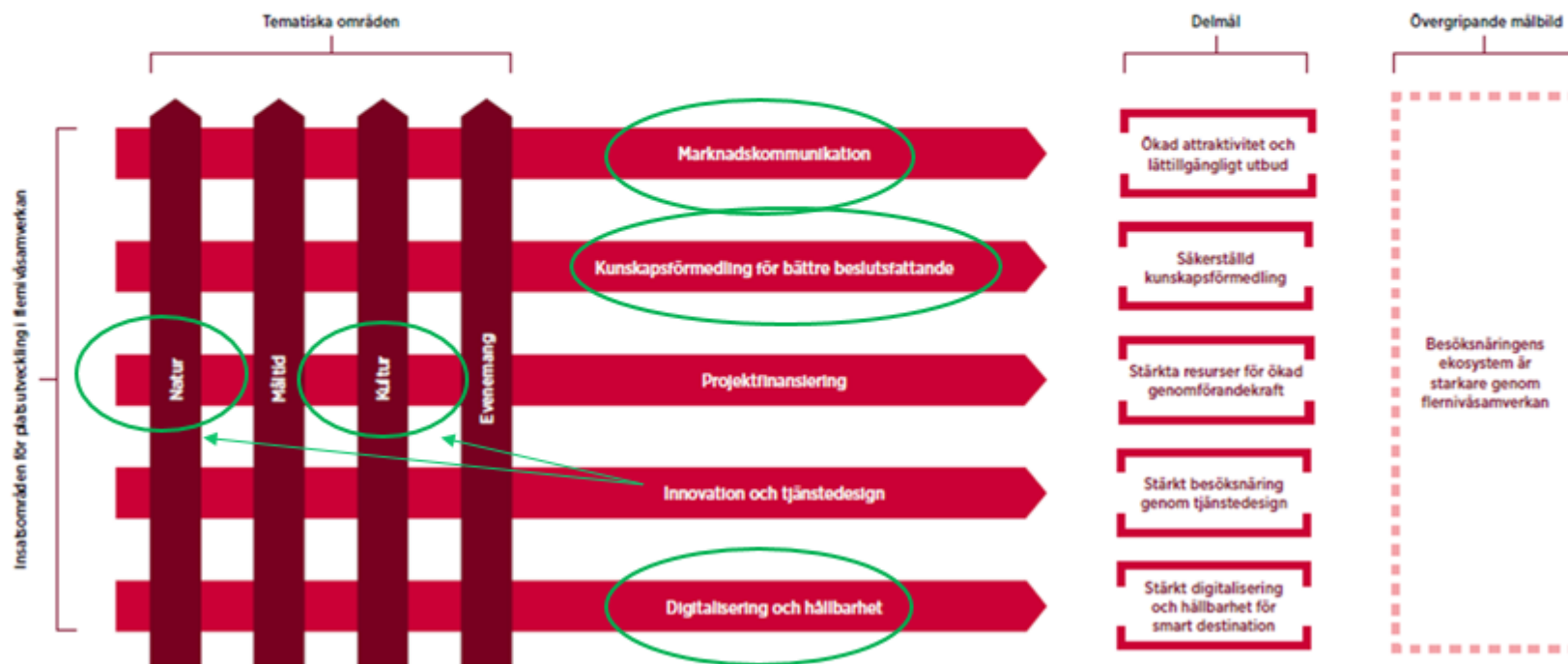
Affärsutveckling

Kunskap

Hållbarhet

Platsutveckling är
RUs ansvarsområde.
Vi driver ej, hjälper
dock med vår tid.

Besöksnäringensstrategin



Figur: Strategins mål och insatsområden

Hållbarhet

- Måste bli en självklar del av marknadsföringen
- Fortsätt sprida kunskap till företagen
- Mera Swedish Welcome
- Visa företag hur andra gör
- Locka en medveten målgrupp
- Jobba inom de tre segmenten
- Hur hantera GSTC

Digitalisering

- Projekt Digitalisering i Småland
- Utbilda i nyare utveckling tex AI
- Vad behöver besöksnäringen för att bli drivande i vår digitala värld
- Skapa forum där företagen får kontakter med experter
- Kunddatabas vi, kommuner och region vad vi gör för insatser
- Open data VisitSmåland

Marknadskommunikation

Attraktion:

- Vad sprider besökare för bild av Småland idag? – spinn vidare på det i marknadsföringen
- Vad attraheras besökarna av?
- Vad fotar influencers som är här?
- ACT DACH
- Målgrupper ? Barnfamilj, Nyfikna Upptäckare, Livsnjutare
- Målmarknader – Tyskland, Danmark, Nederländerna, Sverige
- Hänga med i det senaste tex olika sätt att marknadsföra på influencers, some etc.

Foto och film behov:

- Nytt material från yttersäsong
- Gemensamt med VisitSmåland, röd tråd
- Företagare interagerar med besökare (värdskap)
- Hållbarhet
- Tillgänglighet och genus mm
- Köpa material från influencers

Ny affärsplan

Spetskunskap

Kommunikation marknad B2C

- Marknadskommunikation Visit Småland
- Marknader Sverige, Tyskland, Danmark, Nederländerna
- Målgrupper: barnfamiljer, livsnjutare, nyfikna upptäckare?
- Kanalval

Kommunikation kunskap B2B

- ACT DACH
- Till näringen
- Kanalval
- Till offentliga aktörer
- Kanalval



Tematisk utveckling

- Natur
 - Cykelnätverk
 - Unika Boende nätverk
 - Utveckla naturupplevelser
- Kultur
 - Hembygdsgårdar
 - Möbel och design



Hållbarhet

Digitalisering