

Försäljningskanaler och paketering av turistiska upplevelser

Tänk utifrån kundens perspektiv

- Håll det enkelt och tydligt
- Skapa enhetliga paket som är lätta att ta till sig och boka.
- Enhetliga paket kunde marknadsföras på samma sätt, Visit Åland, Eckerö Linjen, Viking och så vidare.
- Hitta kunden, tänk på att kunden har många valmöjligheter.
- Kom ihåg, valmöjligheter och anpassningsbart, många vill inte binda sig.
- Kunden vill inte känna sig för styrd.
- Paket också som intresseväckare och inspiration. Sälj en idé.
- Utnyttja kostnadsfria alternativ, discgolf och vandring.
- Håll ut, det tar tid.

Samarbete mellan aktörerna

- Dåliga på att lyfta fram varandra internt aktörerna emellan, mera cross sales.
- Man är dålig på att veta vad andra aktörerna gör, öppettider, aktiviteter osv. Lättare kunna presentera andra aktörers aktiviteter/verksamhet för kunderna?
- Samarbetsnätverk/"paketeringsdag"? Möjlighet att hitta samarbetspartners för göra mera cross sales.
- Vi har massor av kunskap, dela med sig av den till andra.
- Skapa enhetliga paket som är lätta att ta till sig aktörerna emellan, ska vara lätta att presentera för kunderna.
- Kriterier för aktiviteten/upplevelse tydligt med öppettider, pris, max- och minimum antal personer som kan delta, var och när.

Att tänka på:

- Hur göra paketen till volymprodukter? Ska kunna säljas, helst, året om.
- Hur ska vi sälja det, vad säljer vi åt vem säljer vi?
- Hur paketeras det, tänk utifrån kundens perspektiv.
- Lyft fram åländska produkterna (axgan) och det åländska ursprunget.
- Vi blir lätt hemmablinda.
- Vi är unika i Finland fast vi tävlar mot andra unika destinationer.
- Närturismen här för att stanna & hygientänket här för att stanna.