

GO-ONLINE

Vikten av digital synlighet

Oliver Geldner/Taktikon på uppdrag av Visit Sweden



Visit
Sweden



Mål & syfte

Mål

- Fler svenska naturupplevelser på digitala plattformar där den naturfokuserade målgruppen rör sig.
- Naturföretagare får ökad kunskap om hur de kan synliggöra sina naturupplevelser på framtida digitala plattformar.
- Ökat intresse för svensk naturturism hos den internationella målgruppen.

Syfte

- Fler naturintresserade utländska besökare kommer till Sverige.
- Ökade affärsmöjligheter för svensk besöksnäring på landsbygden
- Fler i besöksnäringen vill delta i den digitala transformationen.
- Bidra till en attraktiv landsbygd och fler jobb.



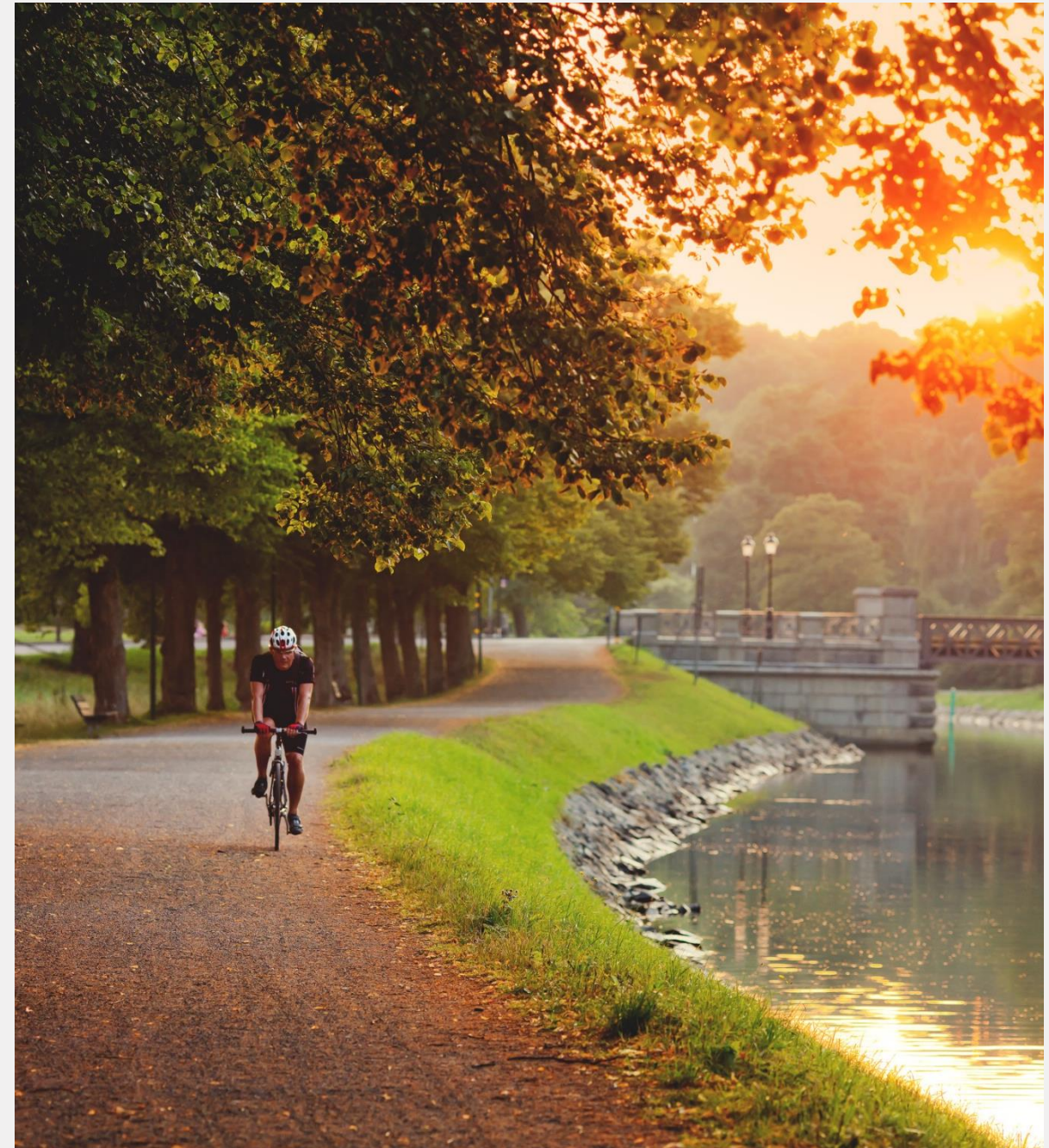
Vilka är de Naturfokuserade nyfikna upptäckarna?

- 57% har en högskoleutbildning, 55% är kvinnor
- 59% är mellan 45-70 år, men de finns i alla åldersgrupper
- De är intresserade av att vistas i naturen, restaurangbesök, läsa böcker och se filmer
- De tycker också om kultur, att laga mat, läsa recept och att shoppa
- Det är viktigt att ta hand om naturen, behandla varandra lika och att ha en hälsosam livsstil

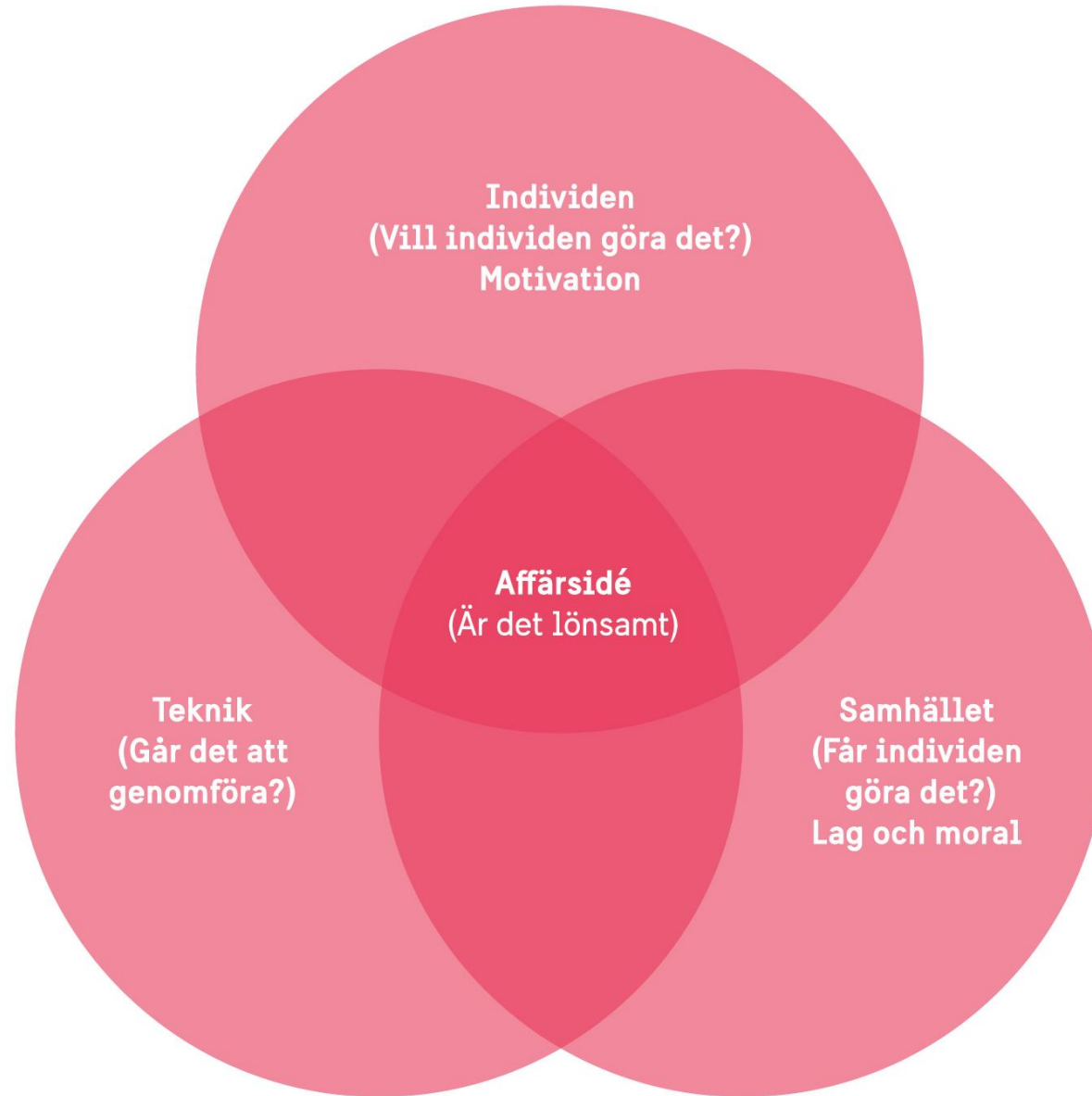


Sverigeresan: Potential för bokning av Naturaktiviteter

- En fjärdedel av målgruppen skulle vilja boka aktiviteter (oavsett typ) innan avresa.
- Nästan hälften försöka att alltid boka i förväg om möjligheten skulle finnas. Detta bekräftar vikten att vara bokningsbar.
- De flesta (34 procent) skulle vilja boka via Onlineformulär direkt hos naturföretaget, samtidigt som 3 av 10 tycker att det viktigaste är att möjligheten att boka finns, inte hur eller var.
- Vid frågan om vilken plattform man helst skulle vilja använda, har nästan hälften inget konkret svar. En fjärdedel skulle välja TripAdvisor, 1 av 10 Booking Experiences respektive Airbnb.
- Samarbete: Reseledet är viktigt. 4 av 10 tar hjälp av en resebyrå (eller liknande) som bokar resan åt dem. Denna andel har ökat jämfört med 2015 bland målgruppen.

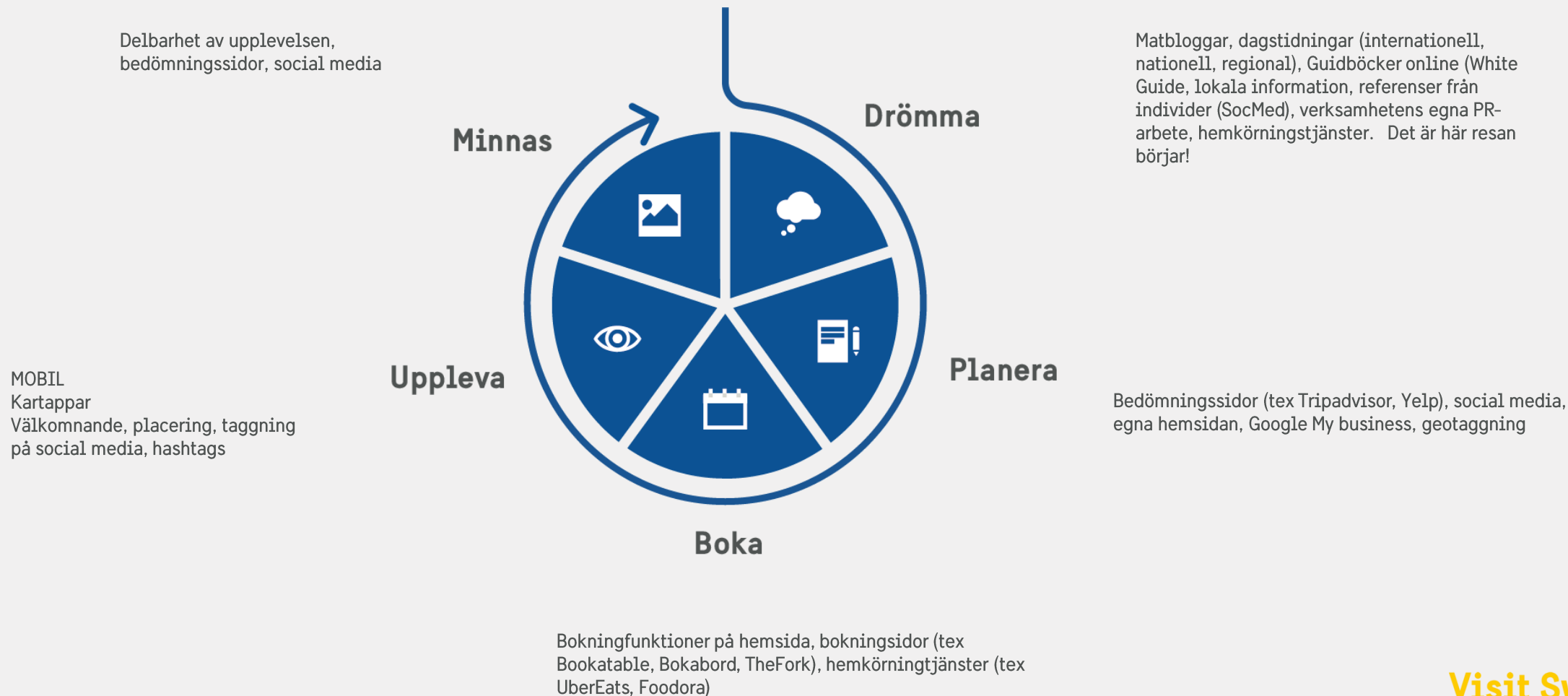


Vad driver förändringen?



Resenärens förändrade beteende

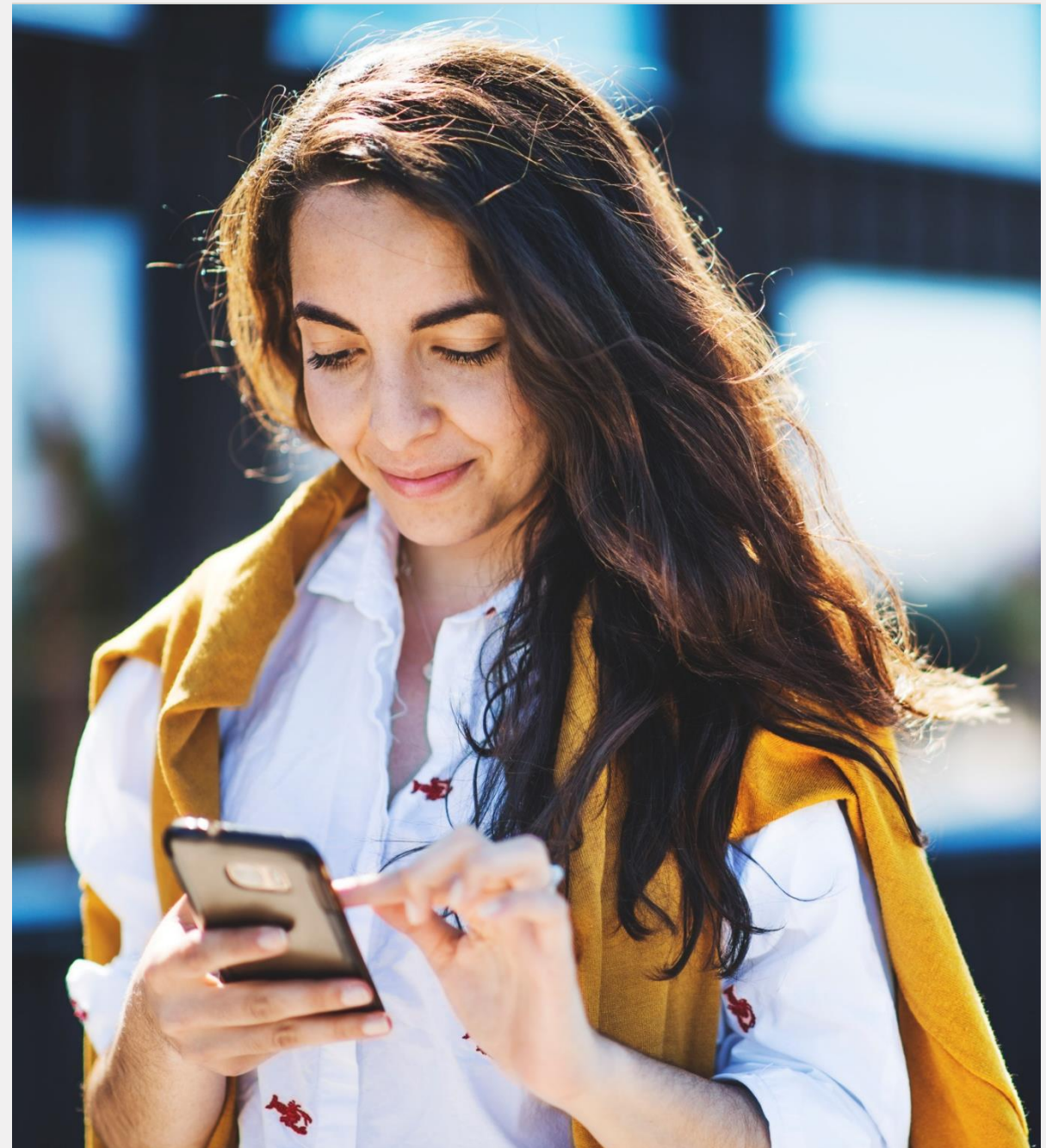
Från hur resenären inspireras till att minnas och dela



Visit Sweden

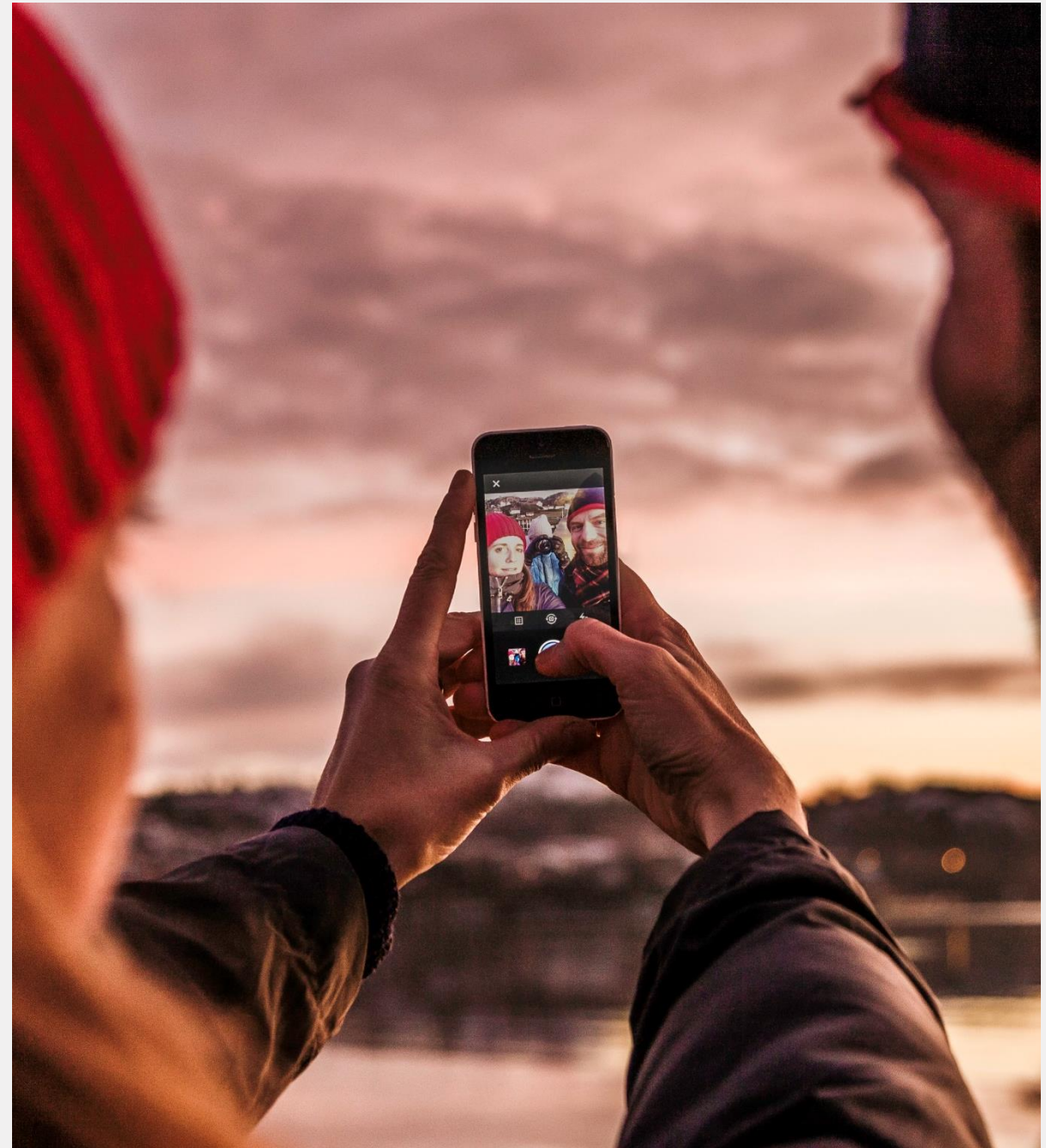
Konsolidering pågår

- OTA:er och Meta-sök Aggregatorer lägger fokus på aktiviteter och turer
- Informations och bedömningssidor som Tripadvisor förflyttar sig till att bli bokningsportaler för enskilda reseprodukter
- Sökmotorer (särskild Google) och handelsplattformar (som Amazon) använder sig av dataunderlaget från tidigare sökningar för att leda potentiella kunder till sina egna bokningsfunktioner (Google Travel, Amazon Local).

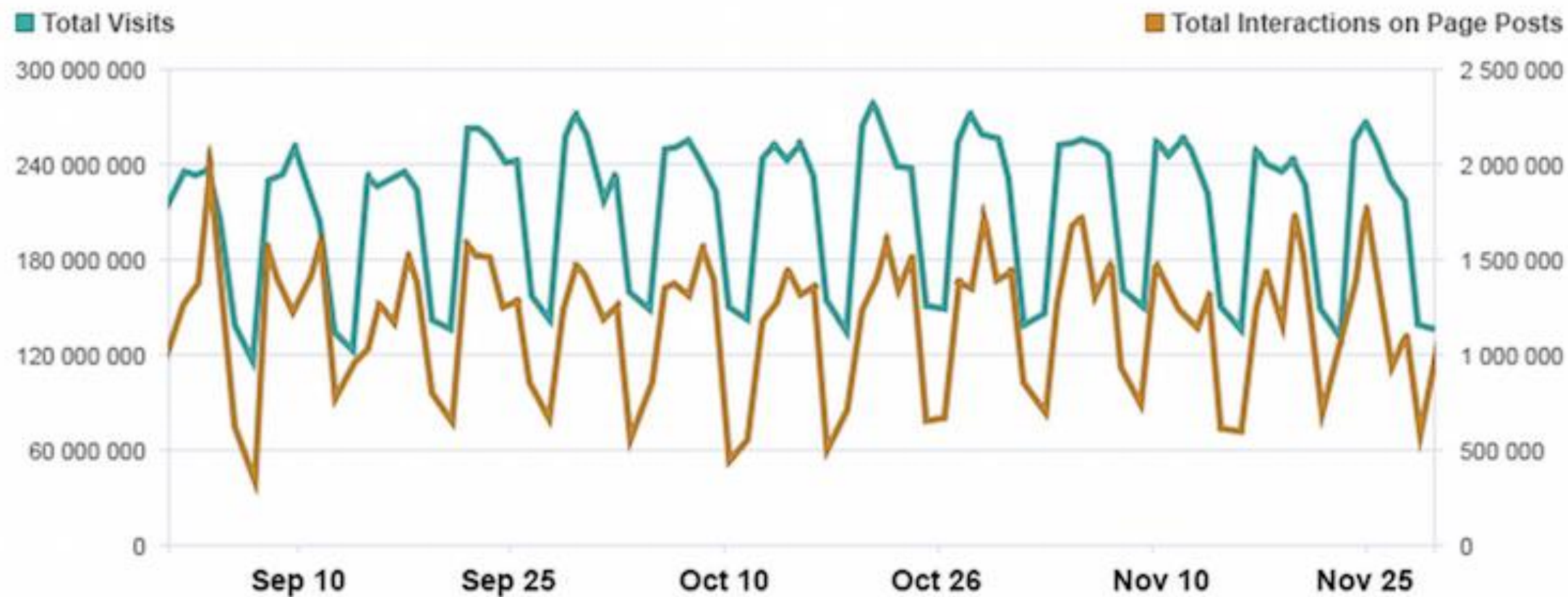


Tekniktrender

- IoT/Voice Services
- Knowledge Graphs
- Progressive Web Apps
- APIer
- Social vs Search



Visits vs. Interactions



socialbakers

User Interactions with brand posts as percentage of brands fans or followers



Brand Engagement

4.21%



Brand Engagement

0.07%



Brand Engagement

0.03%

Data: Invesp 2018
Visit Sweden



Post engagement rate
on facebook is

75%

in the first 5 hours.



Engagement rates on
Thursdays and Fridays are

18%

higher than the other day.

Data: Invesp 2018



Tweets with 1-2 hashtags
get

21%

higher average engagement
than those with none.



Tweets with more than 3
hashtags get

17%

less engagement.

Data: Invesp 2018

Testpilot kanot/kajak

- Mätning av kundresan för ca 170.000 intressenter mot 48 produktägare
 - Kartläggning besökta sidor innan / efter kontakt med produktägarens hemsida

Lärdomar

- sökmotorer står för 48% av trafiken
- direkt anrop mot hemsidan står för 23%
- länkar (blogg/artiklar) står för 18%
- email står bara för 0,009% av trafiken
- 62% av sökningar sker i mobilen





Visitor #6,832

SEGMENTS

This user is not in any segments.

PROPERTIES

Name	Click to Edit
Company	Click to Edit
Email	Click to Edit

DYNAMIC FIELDS

Actions Last 90 Days	490
Avg Screens per Session	7
First Referrer Type	backlink
First Referrer URL	https://www.halleforsva... /de/challenging-tur
Last Action Time	10/16/2019 09:44:51
Most Recent City	Den Burg
Most Recent Country	NL
Original Landing Page	/de/aktivit%C3%A4te /sommer/angeln
Stickiness	43.33%
Time Spent Last 90 Days	11 hours, 11 minutes
Unique IP Addresses	4
Visits Last 90 Days	72

Search profile...



October 16th 2019

- Viewed [Startsida - Hällefors Vandrarhem & Kanotcenter](#) a day ago
- Viewed [Hällefors Vandrarhem & Kanotcenter - Hällefors Vandrarhe](#) a day ago
- Viewed [Startsida - Hällefors Vandrarhem & Kanotcenter](#) a day ago
- Started session - Direct or local bookmark

October 10th 2019

- Viewed [Our Canoe & Kayak tours - Hällefors Vandrarhem & Kanc](#) 10 days ago
- Started session - <https://www.halleforsvandrarhem.com/en/bo...>
- Viewed [Bookings form packages](#) 10 days ago
- Viewed [Bookings form packages](#) 10 days ago
- Viewed [Boknings formulär turer](#) 10 days ago
- Started session - <https://www.halleforsvandrarhem.com/sv/s%...>
- Viewed [Boknings formulär turer](#) 10 days ago
- Started session - <https://www.halleforsvandrarhem.com/sv/s%...>
- Viewed [Boknings formulär turer](#) 10 days ago
- Started session - <https://www.halleforsvandrarhem.com/sv/s%...>
- Viewed [Boknings formulär turer](#) 10 days ago
- Viewed [Södra Svartälven - Hällefors Vandrarhem & Kanotcenter](#) 10 days ago

Tidsaxe
1

Visit Sweden

Ta kommando över det digitala skyltfönstret

Hur ska du nå framgång

- Definiera var din kund finns online
- Välja vilken/ hos vilka online aktörer ditt erbjudande syns bäst
- Anpassa ditt erbjudande för ökad synlighet, sökbarhet och bokningsbarhet
- Nyttja olika tekniska lösningar som ökar förutsättningar att lyckas.
- Integration i existerande arbetsflöden (inventarshantering I bokningssystem / distribution)
- Optimering av tidsallokering, “vända bord” för flera sittningar



Attrahera rätt kunder



Spara tid



Planera långsiktigt



Öka lönsamheten

Kunskapsbanken

- Koll på omvärlden & trender
- Globala resenären
- Marknadsprofiler
- Tema (måltid, design natur)
- Digital närvaro/tillgänglighet
- Filmer, publikationer, presentationer, E-guider
- Kostnadsfritt!

<https://corporate.visitsweden.com/kunskap/>

The screenshot shows the 'Kunskapsbank' (Knowledge Bank) section of the Visit Sweden website. The header includes the 'Visit Sweden' logo and navigation links: 'Vår Sverigemärknadsförling', 'Vårt erbjudande', 'Våra marknader', 'Om oss', 'Pressinfo', 'Kontakta oss', and 'Kunskapsbank'. A search bar is located on the right. Below the header, there is a search bar with the placeholder text 'Sök på innehåll i Kunskapsbanken' and a search icon. A dropdown menu for 'Sortera på' (Sort by) is set to 'Relevans' (Relevance). On the left, a sidebar menu lists categories: 'Kunskapsbank', 'Målgrupp' (Target group), 'Utlandsmarknader' (Foreign markets), 'Trender och kommunikation' (Trends and communication), 'Reseled' (Travel guide), 'Måltid' (Food), 'Natur' (Nature), and 'Design'. The main content area is titled 'Välkommen till en värld av kunskap' (Welcome to a world of knowledge). It contains two paragraphs of text and a section titled 'Senast uppladdat' (Recently uploaded) featuring three cards: 'Digital närvaro' (Digital presence), 'Resenärernas bild av Sverige som land och allemansrätt' (Travelers' image of Sweden as a country and public right), and 'Jonas och Sanja förklarar allemansrätten' (Jonas and Sanja explain the public right).

Visit Sweden

Vår Sverigemärknadsförling Vårt erbjudande Våra marknader Om oss Pressinfo Kontakta oss Kunskapsbank

Sök på innehåll i Kunskapsbanken

Sortera på Relevans

Kunskapsbank

Målgrupp

Utlandsmarknader

Trender och kommunikation

Reseled

Måltid

Natur

Design

Välkommen till en värld av kunskap

Vi vill dela med oss av vår koll på omvärlden och på Sveriges bästa resenärer, målgruppen Den globala resenären.

Här kan du enkelt ta del av filmer, publikationer och presentationer som kan ge dig värdefulla perspektiv från alla delar av vår globala organisation.

Vi vill inspirera dig och ge dig nya insikter och idéer till spetsig marknadsföring, och hur du kan utveckla din produkt för internationella besökare.

Senast uppladdat

Artikel

Publikation

Film

Digital närvaro

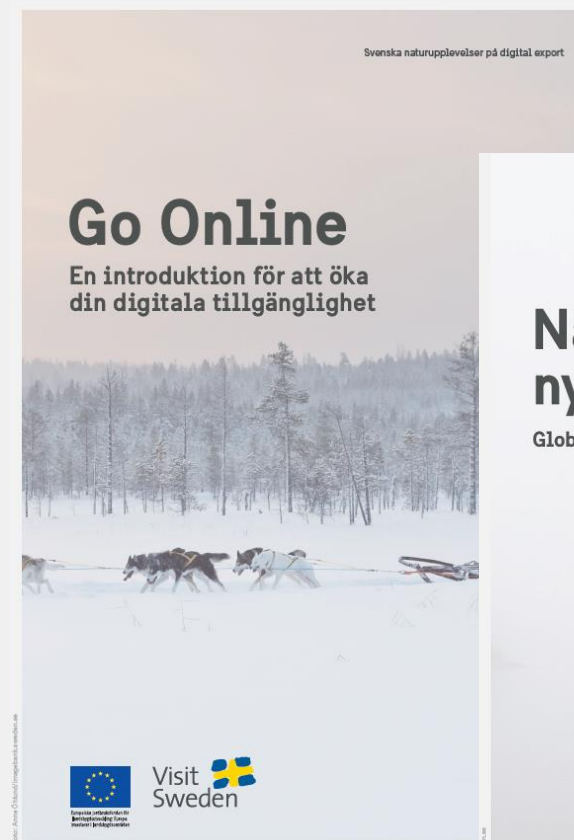
Resenärernas bild av Sverige som land och allemansrätten

Jonas och Sanja förklarar allemansrätten

Visit Sweden

Mer kunskap om digitalisering

1. Go Online - En introduktion för att öka din digitala tillgänglighet
2. Naturfokuserade nyfikna upptäckare – globala resenärer som vill uppleva naturen
3. Den digitala resenärens resa – Från inspiration till delning
4. Trendrapport



Visit Sweden

Tack!

