

Bilaga 2

Handbok i marknadsföring till Besöksnäringensstrategin

Definitioner:

Turism omfattar människors aktiviteter när de reser till och vistas på platser utanför sin vanliga omgivning för kortare tid upp till ett år.

Besöksnäring omfattar alla branscher som får del av de pengar som turisterna spenderar. Detta betyder att det inte enbart är hotell, campingplatser och aktivitetsföretag som ingår i besöksnäringen, utan även delar av kaféer, restauranger, handeln och transportnäring.

Nyköpings kommuns varumärke

Den grafiska profilen har en betydelsefull funktion för uppfattningen av varumärket Nyköping och skapar igenkänning för kommunen och hela regionen.

Kommunens vision 2020 med verksamhetsidé och mål styr den verksamhet som är varumärket Nyköpings kommun med vårt argument: Nyköping är en trygg, modern och framåtsträvande kommun med bra kommunikationer vid kusten 1 timma söder om Stockholm. Varumärkets kärnvärden är Livet, havet, navet. Dessa tre kärnvärden uttrycks genom en tre-bildslösning där bildvalet kan variera.



Kommunens varumärkesstrategi är att med varumärket i centrum fokusera fyra primära målgrupper: Turister-besökare, inflyttare, företag - arbetsmarknad samt medborgare - kommunanställda. De parallella processer som för oss framåt mot målet "en hållbar tillväxt" är både att arbeta med kommunikation som verktyg och med ständig verksamhetsutveckling.



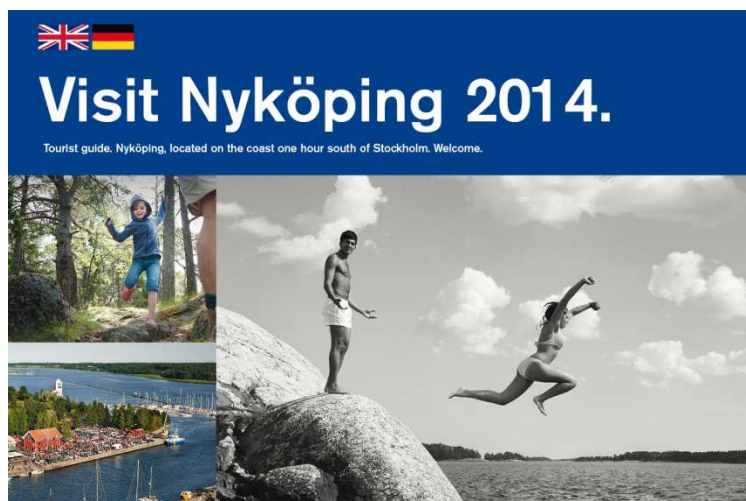
I arbetet med att nå det politiskt satta målet om en tillväxt med 700 inflyttade personer netto per år är strategin för fler turister och besökare viktig. Budskap i marknadsföringen är

- Småstadscharm och kultur
- Plats för barnen
- Uteliv och äventyr
- Evenemang och idrott
- Shopping, enkelt och nära
-

Bildspråk

Kommunen har valt att dra nytta av den kännedom som Bo i Nyköping-kampanjen skapat. Anknytningen till bildspråk och grundargument bygger vidare på de emotionella värden kring vår region som uppnåtts under de tio år kampanjen pågått.

Här några exempel på hur kampanjens bilder används i det grafiska formspråket för turismprodukter:



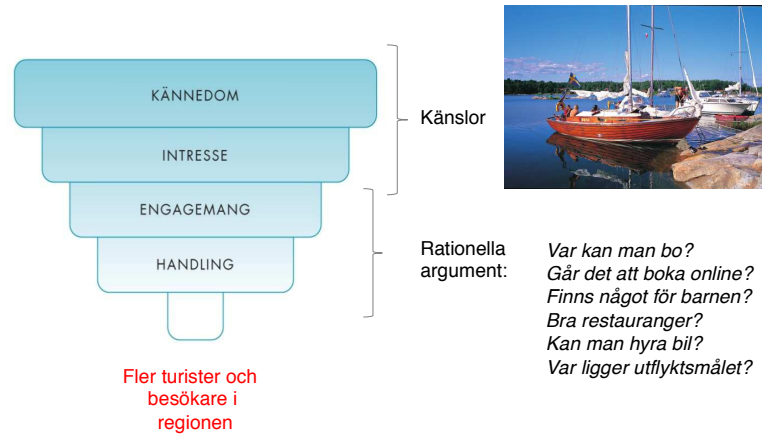


Enjoy Nyköping.

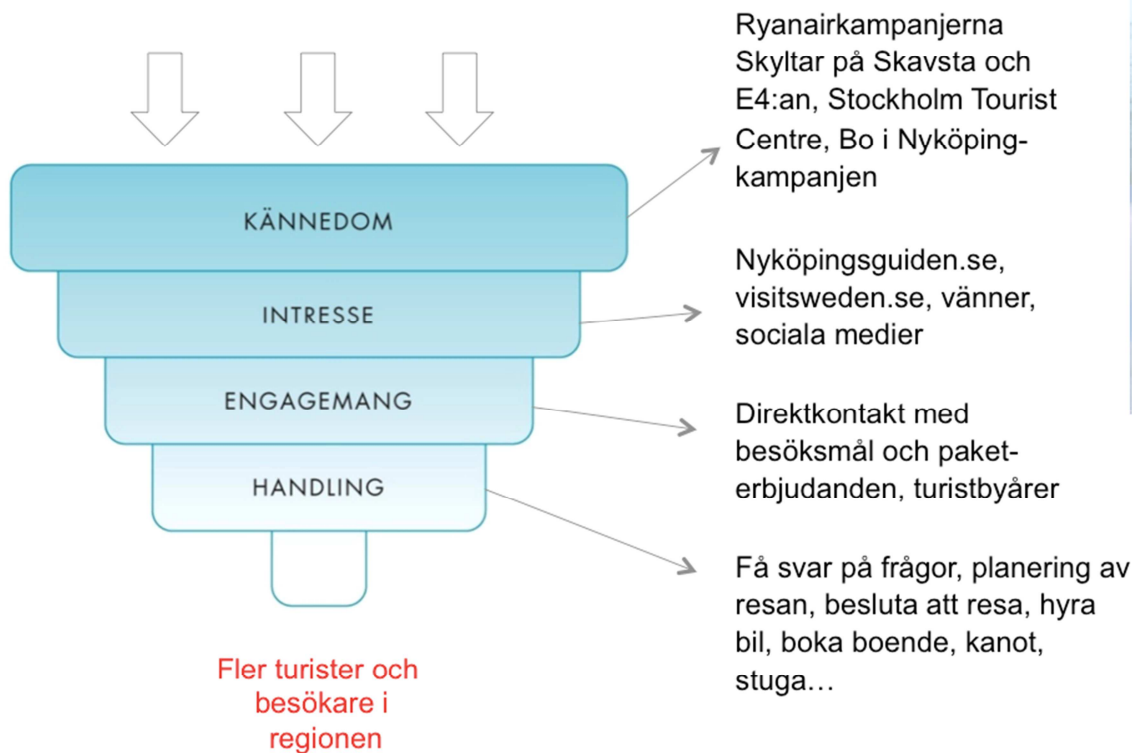
www.visitnykoping.se

För att arbeta resurseffektivt använder vi en beprövad kommunikationsmodell där vi väljer olika aktiviteter för att skapa kännedom, intresse, engagemang och handling:

Vår modell för effektiv kommunikation



De valda och aktuella aktiviteterna kan sedan enkelt läggas in i modellen:



Valda målgrupperna inom segmentet "Turister och besökare":

- Nyköpingsbor
- Fritidshusägare
- Dagresenärer (t ex evenemang)
- Genomfart
- Utländska besökare
- Lokal besöksnäring
- Informationsförmedlare

Exempel på strategiskt tänkande och aktiviteter utifrån målgrupperna

Målgrupp	Strategi	Aktiviteter
Nyköpingsbor	<p>Skapa stolthet över allt som händer i Nyköping</p> <p>Få Nyköpingsborna att känna sig sedda, charmade med möjlighet till aktiviteter som "ger tillbaka något för skattepengarna"</p> <p>Det gör att de lockar till sig släkt och vänner (både dagresenärer och övernattande)</p>	<p>Öka kännedomen om och användningen av www.nyköpingsguiden.se som är anpassad för turistinformation i mobilen</p> <p>för att möta Nyköpingsborna och berätta om allt som händer. Fortsätt med "Semestra hemma" kampanjen i Nyköping</p>

Målgrupp	Strategi	Aktiviteter
Fritidshus-ägare	<p>Skapa stolthet över allt som händer – gör att man gärna bjuder över släkt och vänner, både dagsbesökare och övernattande</p>	<p>Dela ut den tryckta Nyköpingsguiden till alla sommarstugeägare för ökad kännedom och användande.</p> <p>I övrigt samma aktiviteter som för Nyköpingsbor.</p>

Målgrupp	Strategi	Aktiviteter
Dagresenärer	<p>Utnyttja Nyköpings läge nära Mälardalen</p> <p>Utnyttja Nyköping som bekväm evenemangs stad. Stort genomslag för evenemanget och allt inom räckhåll. Bo bekvämt nära evenemanget.</p>	<p>Arbeta för att locka hit fler evenemang som exempelvis sportcuper.</p> <p>Kombinera med riktad information som sportshopping, aktiviteter för medföljande familj.</p> <p>Småstadscharm och shopping är också argument som kan locka fler dagsbesökare</p>

Målgrupp	Strategi	Aktiviteter
Genomfart	Locka in besökare från motorväg och flygplats	<p>Trevlig och lättillgängligt avbrott på nära håll: caféer, restauranger, lekplatser.</p> <p>Översyn av bilder och reklam på flygplatsen.</p> <p>Bra info i Turistbyrån.</p> <p>Gratisbussar från Skavsta?</p>

Målgrupp	Strategi	Aktiviteter
Utländska besökare	Locka fler Stockholmsbesökare att stanna till i Nyköping (på väg hem)	Översyn av bilder och reklam på flygplatsen – Nyköping perfekt utflyktsresmål dag 3: charmigt, enkelt, bo bekvämt nära flygplatsen Bra info i Turistbyrån och i STC Gratisbussar från Skavsta?

Målgrupp	Strategi	Aktiviteter
Lokal besöksnäring	Få företagare att känna sig delaktiga i Nyköpings övergripande turist- och besöksstrategi Skapa stolthet över Nyköping - och helheten som alla lokala aktörer bidrar till.	Öka kännedom och användning av Nyköpingsguiden! Arbeta för fler evenemang med lokala aktörer.
Informationsförmedlare		Identifiera utbildningar för påverkare, som exempelvis hotellpersonal. Vilken information eller utbildning behöver de för att kunna agera som "mini-turistbyråer"?

