

A person wearing a red beanie and a dark jacket is seen from the side, holding a smartphone to take a photo of a sunset. The background features a calm body of water reflecting the orange and yellow hues of the sky. A wooden pier extends into the water, and dark, silhouetted hills are visible in the distance. The overall mood is serene and scenic.

CoTourism

Kartläggning av digitala system
2021

VISITBLEKINGE

INNEHÅLL

- Nuläge i besöksnäringen
- Målgruppen i fokus
- Trender och möjligheter
- En digital infrastruktur

FÖRORD

Det är ingen hemlighet att digitala lösningar dominerar när besökaren letar, väljer och fattar beslut. De digitala kanalerna är utmärkta verktyg för att utveckla och förbättra din verksamhet. Kundernas omdömen och respons ger en tydlig vägledning om vad som redan är bra och vad som eventuellt kan förbättras för att skapa en ännu bättre upplevelse.

Hur ser det ut när du ska åka på den speciella semestern, besöka ett utflyktsmål? Hur hittade du förslagen? Hur planerade du din semester? Hur berättade du om den fantastiska tiden du hade på den semestern efteråt? Innehöll dina svar ovan åtgärder som involverar olika former av modern digital teknik? Svaret är alldeles säkert ja. Och i några fall blev du också fundersam över otydlig information, lätt irriterad för att du inte kunde se priser eller boka online.

Att vara digitalt närvarande och bokningsbar är grunden för att lyckas.

Tillsammans tar vi oss nu vidare längs denna förändringsresa där kunskap, idéer, erfarenheter och möjligheter för digitala satsningar skapar gemensamma förutsättningar för en fortsatt positiv utveckling av Blekinges besöksnäring.

HUR SER DET UT IDAG



Sedan början av 2020 har världen befunnit sig i ett läge som ingen kunde ana omfattningen av. Den globala pandemin har inneburit tragiska konsekvenser för människor över hela världen och utmaningar för näringsverksamheter inom alla branscher. Bland de branscher som drabbats hårdast finns besöksnäringen.

Men mitt i allt det jobbiga har situationen också inneburit ett uppsving för innovation och nytänkande. Mycket är annorlunda, massor av saker görs idag på nya sätt men förändringsresan är långt ifrån färdig. För redan innan pandemin svepte över jorden, hade ett förändrat beteende sedan länge påverkat besöksnärringsbranschen - digitaliseringen av resandets alla faser innebär att alla vi som agerar inom besöksnäringen måste möta upp mot de behov våra besökare och gäster har genom att själva försöka ligga i framkant av de digitala upplevelserna.



Hur ser den digitala närvaron ut? Hur långt har du kommit med digital marknadsföring av din verksamhet för att driva fler affärer, bygga ditt varumärke och/eller ge service till sina potentiella eller befintliga kunder? Kan du luta dig tillbaka för att du har en hemsida som är responsiv?

Utifrån cirka 50 aktörer i Blekinge har:

- Mer än 95% en hemsida
- Mer än 80% en responsiv hemsida
- Majoriteten av verksamheterna en hemsida som ur ett SEO-, snabbhets- och användarvänlighetsperspektiv inte lever upp till vissa krav
- Majoriteten närvaro på Instagram och/eller Facebook
- 30% inte registrerat sig på Google my Business
- 65% inte registrerat sig på Tripadvisor
- Ett urval närvaro på andra bokningssajter
- Endast vissa bokning från egen hemsida

Funktionella system kan byggas och goda strukturer implementeras. För att verkligen lyckas behöver du också jobba systematiskt och strukturerat med din digitala närvaro - se det som en livsnerv i din verksamhet.



FÖRSTÅ KUNDRESAN



ÖKA SYNLIGHETEN



ÖKA BOKNINGSGRADEN

Att synas digitalt och få fler gäster

Det är lätt att den digitala kommunikationen hamnar i andra hand om det är nytt eller finns för lite resurser att använda. Men fördelen med att använda internet och sociala medier, för att marknadsföra ditt utbud, är att du kan möta din målgrupp i deras vardag på ett enkelt och avslappnat sätt.

Istället för att använda sig av reklam i mer traditionella kampanjer, kan du nu inspirera, berätta företagets historia och visa vilka upplevelser ni erbjuder.

Men för att nå ut i informationsbruset krävs ett högkvalitativt och genomtänkt innehåll. Något som tar tid och engagemang att skapa. Därför kan det vara smart att lägga lite tid på att **optimera**, **effektivisera** och **automatisera** delar av ditt företags närvaro på internet och i sociala medier.

Genom att ha uppdaterade och fullständiga profiler på attraktiva plattformar bygger du förtroende och gör mer av varje sökträff. Och genom att ge målgruppen informationen de behöver, oavsett vilken kontaktväg de väljer, så ingjuter du förtroende och skapar engagemang vilket ökar sannolikheten för att få de viktiga rekommendationerna.

Steg för att öka din synlighet

- Målgruppsanalys - vilka vänder du dig till
- Tydliga mål - vad ska marknadsföringen resultera i
- Digital strategi - för att skapa en digital närvaro och uppnå dina mål, behöver du ha en strategi som vilka kanaler som finns och hur de fungerar och används
- Skapa plan - schemalägg även detta arbete
- Skapa innehåll - utifrån plan och riktlinjer
- Vässa ditt digitala innehåll - kvalitet och medvetenhet
- Kontinuerliga uppdateringar och uppföljningar - förfin, analysera
- Avsätt tid och budget - detta är en del av din verksamhet, ta hjälp om du behöver

Förstå kundens resecykel

Följ dina besökares beteende just genom deras resecykel så ser du vad du behöver göra för att synas och inspirera till bokningar. Du ser var du ska finnas med bokningsbara alternativ och hur du kan ge dina kunder den här sömlösa reseupplevelsen som de vill ha - hela vägen från drömma, via planera och boka till uppleva och minnas.

Digitaliseringen påverkar oss alla

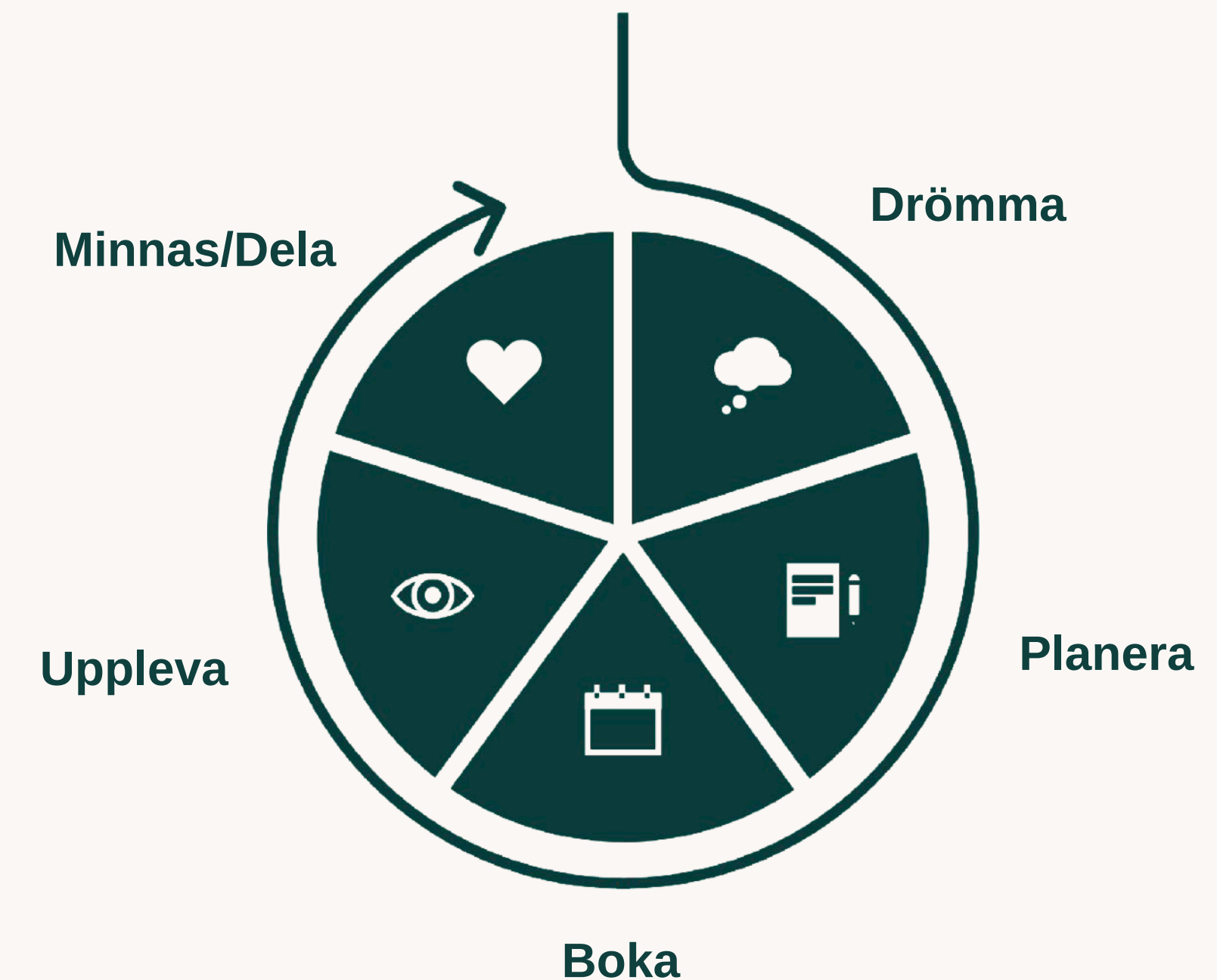
- Resenärernas resecykel

Världen – och besöksnäringen – går mot den fjärde industriella revolutionen. Vi har, och kommer, hitta nya sätt att väva samman olika teknologier till något nytt som gagnar oss, något som gör det lättare för oss att leva och arbeta.

Digitaliseringen är en viktig nyckel till återhämtning efter pandemin. Den har lett till att konsumenter blivit än mer digitalt kunniga, och därmed också mer kräsna.

Kunderna har idag större krav på onlinebokning för fler typer av tjänster och produkter, personliga erbjudanden och uppgraderingar, beröringsfri incheckning och digitala betalningar i samband med köp samt bra digitala anslutningar och nätverk. Och det behöver inte alltid innebära en stor investering för företagaren.

För besöksnäringen går den här utvecklingen snabbt nu mot användning av mer digitala och automatiserade tjänster. Dina kunder kommer kräva en mer sömlös reseupplevelse, dvs det ska vara enkelt att komma vidare till nästa steg.



En sömlös resecykel

En sömlös resecykel är enkel, intuitiv och lustfylld. Det ska vara roligt att boka och smidigt att betala, enkelt att få information innan resan, lätt att checka in/ut, hitta lokal information om platsen, boka bord, boka upplevelser och allt som hör till semestern. Därtill ska resenärerna känna sig trygga genom hela processen.

När de kommer fram till dig på plats behöver de fortsatt känna sig trygga och väl mottagna, det ska vara trevligt att vistas hos dig. Din gästfrihet och ditt personliga möte är oerhört viktig för hur de kommer att trivas. När alla delar fungerar väl tillsammans, då blir dina kunders resecykel sömlös.



Resecykeln's olika faser

Resecykeln tar olika lång tid beroende på resans längd, ju närmare resmål desto snabbare cykel. Resecykeln är sällan helt linjär utan resenären rör sig fram och tillbaka mellan de olika faserna och vill känna att det går att göra sömlöst utan några hinder.

5. Minnas & dela

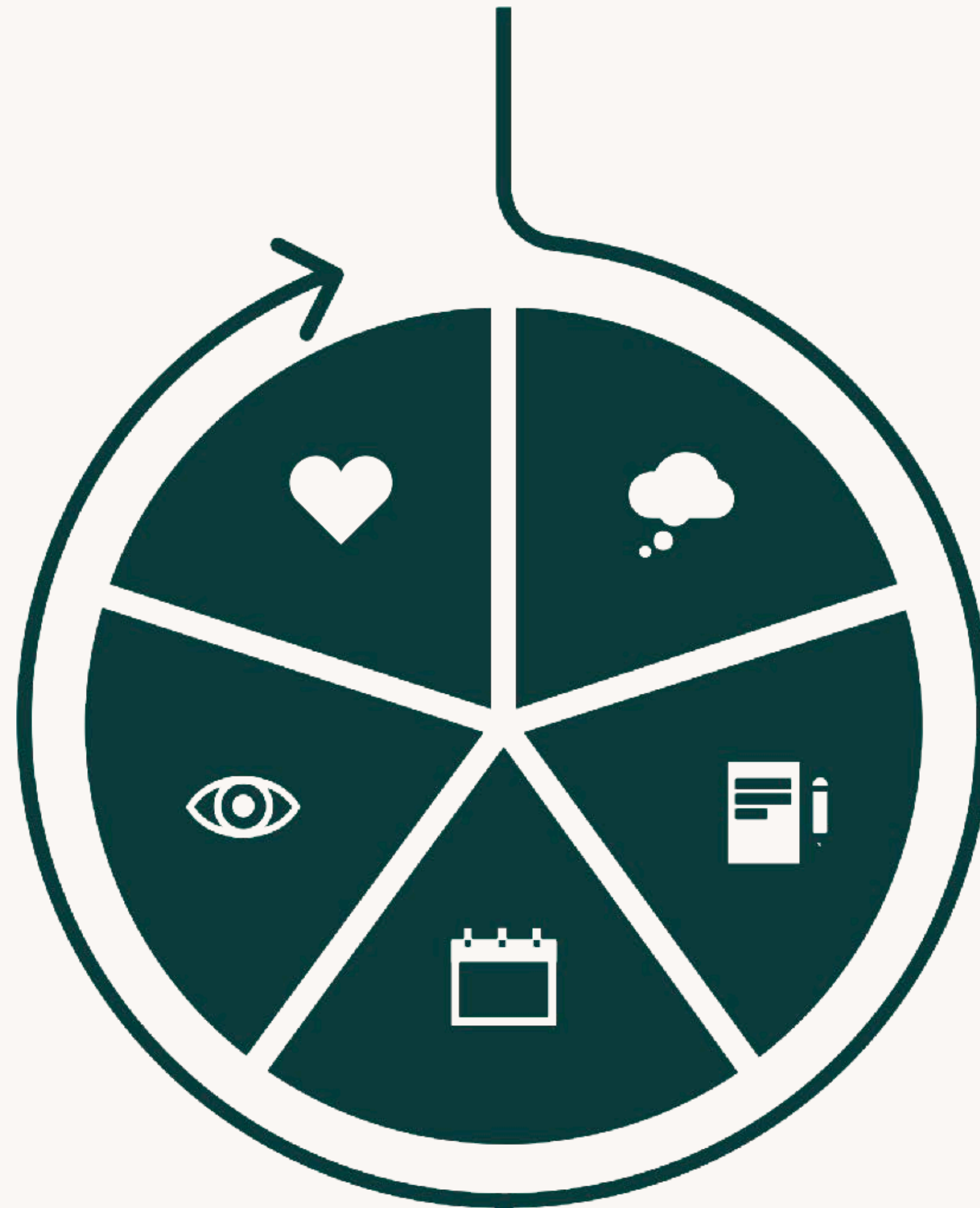
Efter resan, besöket, upplevelse vill man gärna dela semesterminnen med nära och kära. Förhoppningsvis var upplevelsen lyckad och du har en ny ambassadör för din verksamhet. WOM (word of mouth)-betyg från, vänner, familjemedlemmar och influencers anses alltid som mer trovärdigt än vanlig marknadsföring.

4. Uppleva/planera på plats

Man är på plats (inte alltid fysiskt men mentalt) och vill fortfarande ha mer information och inspiration om vad som finns att göra på plats och uppleva i närområdet. Nu gäller att det att maximera sin vistelse.

3. Boka

Nu är det dags att boka sin upplevelse, resa, boende. A och O är att erbjuda en effektiv och smidig bokning. Utan onlinebokning där du även erbjuder betalning så riskerar du att förlora många bokningar.



1. Drömma

En relativt passiv fas där man inte aktivt letar efter en resa eller upplevelse, utan man tillåter sig drömma och inspireras. Det gör man genom att ta del av en artikel, video eller ett inlägg på sociala medier. Här skapas en urvalslista, oftast omedvetet av önskvärda destinationer eller reseanledningar.

2. Planera

Nu övergår vi till en mer aktiv fas där man utgår från en urvalslista, nu är det fokus på söka konkret information för att undersöka kvalitet, utbud, priser, jämföra och utifrån det selektera och framförallt planera. Via Google och resebokningsplattformar undersöks rekommendationer, priser och utbud av upplevelser. Stämmer dessa överens med de förväntningar besökaren har?

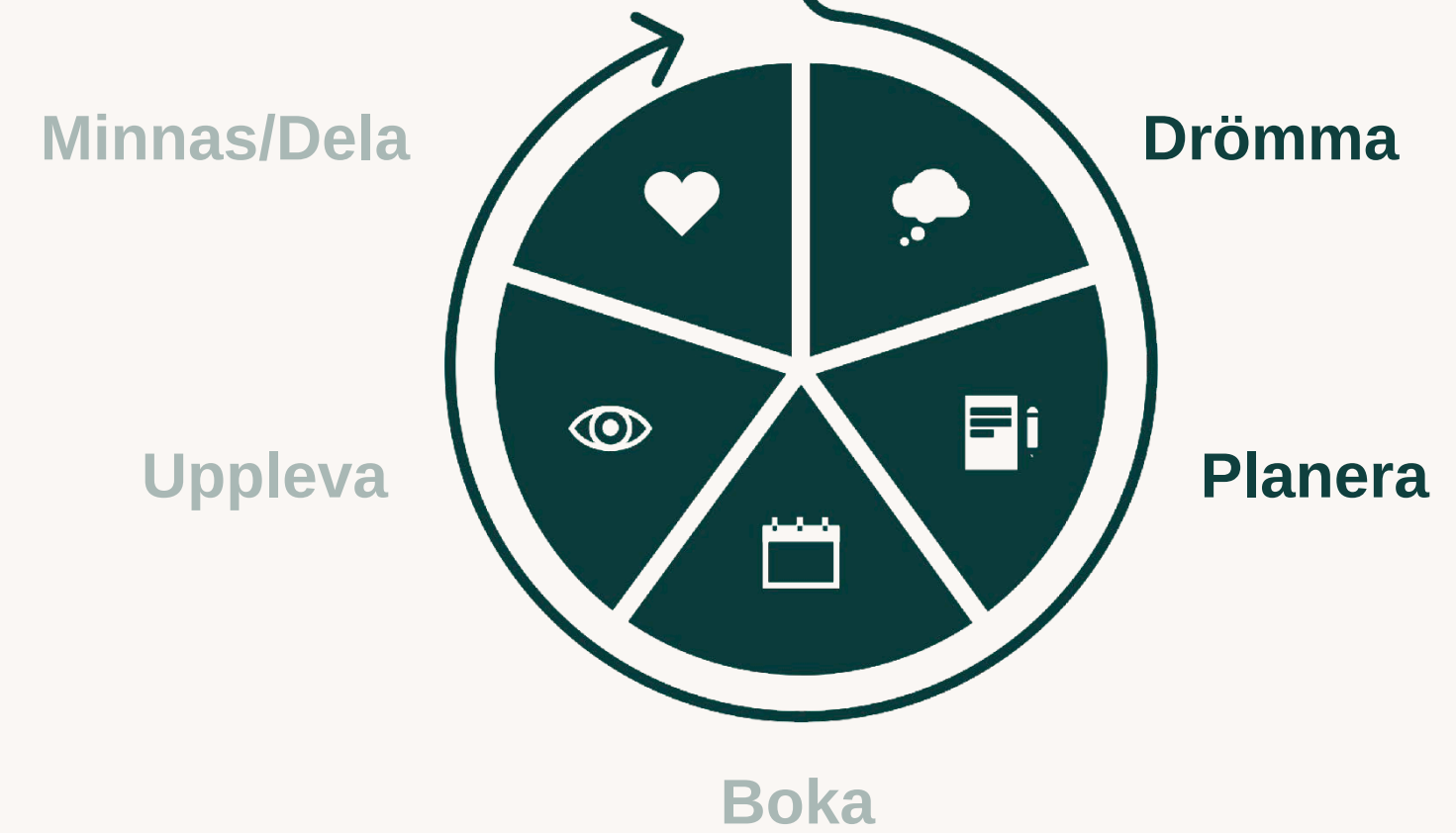
Att jobba med kundresan: Drömma- & Planera-fasen

Vi vet nu att många svenskar börjar sin resa – genom resecykeln – med att googla information om resmålet eller ta del av upplevelser via de texter och bilder som finns tillgängliga på internet.

Sociala plattformar har ett stort utrymme, speciellt de med mycket bilder. Sociala Medier är ett viktigt sätt för att kunna kommunicera direkt med kunder, särskilt när det handlar om inspiration. Det är dessutom det sätt som många vänner och familjer kommunicerar mellan varandra vilket innebär att gränserna mellan personliga rekommendationer och vad företag skriver suddas ut.

Under planeringsfasen används många olika plattformar och kanaler, oavsett om det är en omdömessajt, prisjämförelsesajter eller bokningssajter. Även stora sökmotorer som Google är av stor betydelse. Oavsett olika plattformar är din hemsida en viktig informationskälla.

I Sverige och Europa är Instagram den näst största sociala mediekanalen efter Facebook, därefter YouTube.



I och med att Google spelar så stor roll i den här fasen så finns det områden som du kan påverka för att få ett bättre digitalt bokningsläge.

Här lyfter vi grundläggande saker att tänka på:

- Bygg kännedom och attraktion.
- Använd inspirerande bilder, filmer och texter.
- Se till att dina bilder är platstaggade så att det är tydligt var ni finns
- Se till att du syns i Googlesök
- Uppmana till call-to-action, "boka här", "läs mer"
- Bemöt eventuella negativa recensioner på ett bra sätt
- Relevant och trovärdigt innehåll

Kanaler/system:

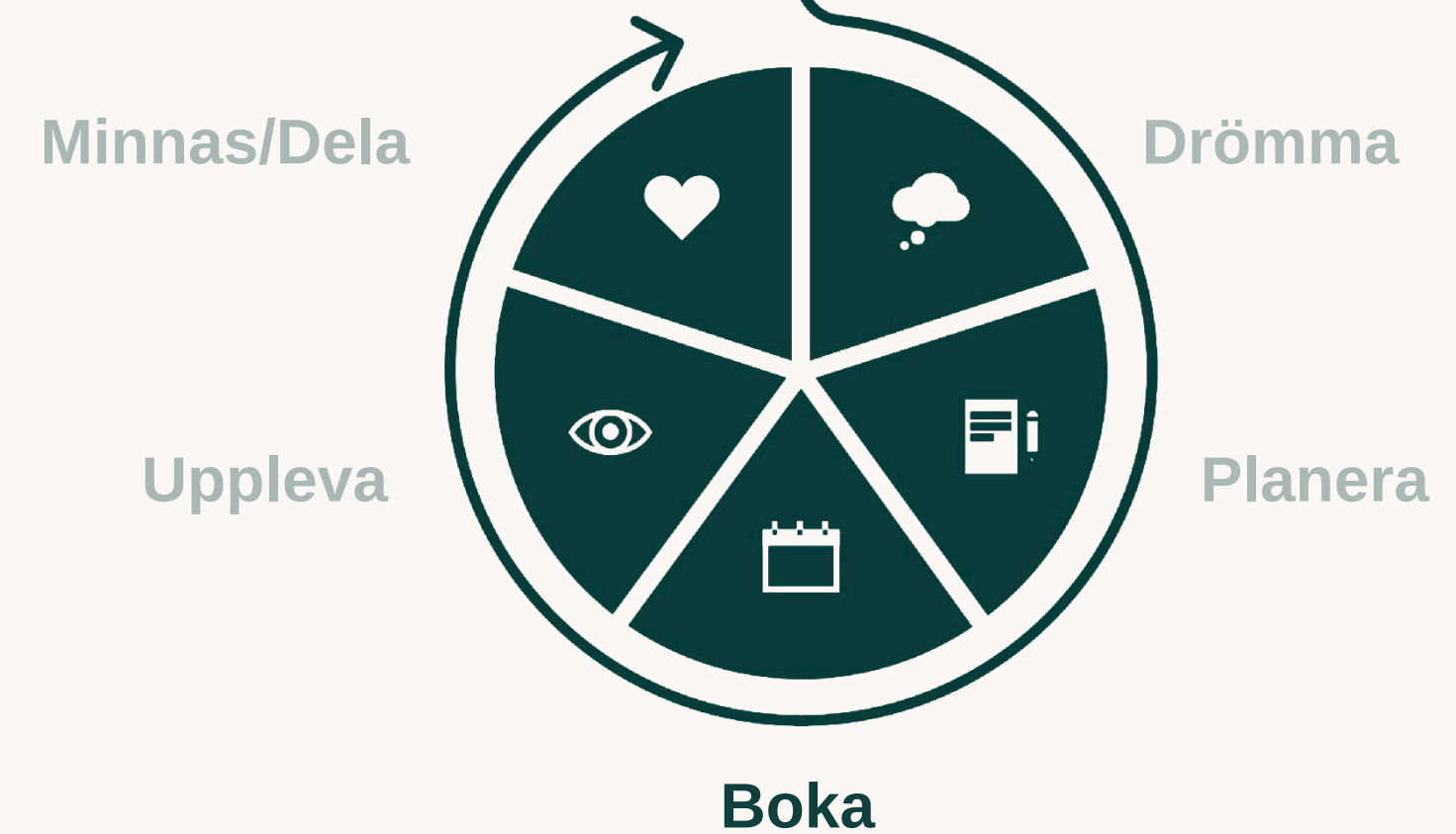
Instagram, Facebook, TripAdvisor, OTA:s & hemsidan

Att jobba med kundresan: Boka-fasen

I den här fasen testbokar resenären och jämför priser på olika hemsidor eller via bokningssidor. Resenären vill att det ska vara enkelt att lägga en bokning, den kan också vara preliminär i början och det bör tydligt framgå vilka avbokningsregler som gäller.

Bokning av såväl boende som upplevelse måste vara smidigt. Därför är det viktigt att ha tydlig och relevant information på webben och erbjuda onlinebokning.

Utöver att du blir **synlig** i olika kanaler, ger det **service** då besökare förväntar sig att kunna boka enkelt och smidigt, i vissa fall kan det ge din verksamhet **intern hjälp** genom att vissa system hjälper till med hantering och fördelning av rum, betalning och allt annat administrativt kopplat till bokningar.



53% av svenskarna vill helst söka och boka via sin mobil, bokning online arbetar för din verksamhet dygnet runt och tillåter besökarna att boka själva.

Här lyfter vi grundläggande saker att tänka på:

- Mobilanpassade och användarvänliga bokningslösningar
- Tillgängliga och kvalitetssäkrade produkter
- Attraktiva beskrivningar, gärna med foton
- Utförliga och trovärdiga beskrivningar
- Skicka bokningsbekräftelse

Kanaler/system:

OTA:s, din hemsida, TripAdvisor, eventuella samarbete med andra destinationer

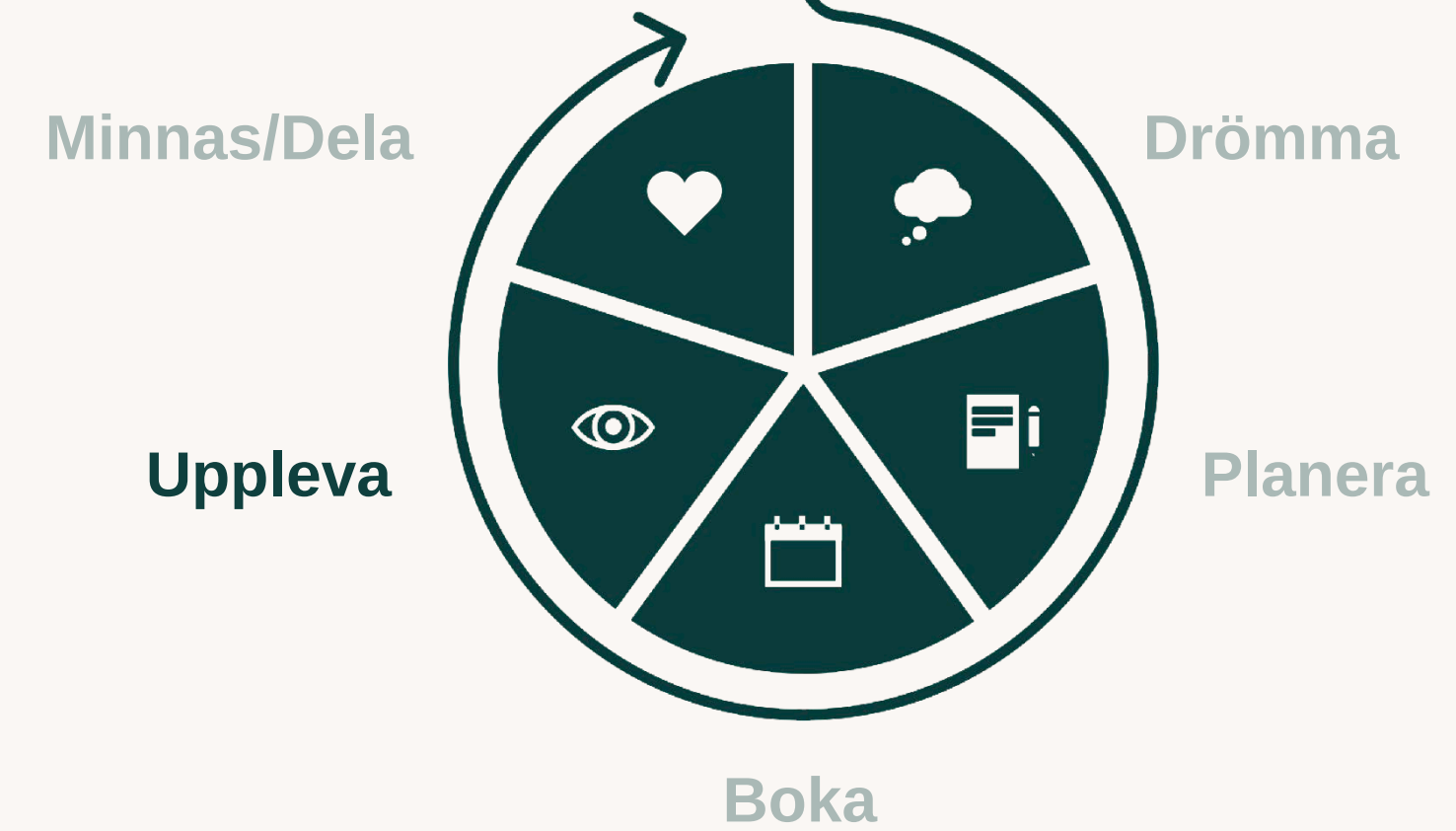
Att jobba med kundresan: Uppleva-fasen

Vanligtvis är inte hela vistelsen planerad. Erfarenheter delas på sociala medier och fortsatt letandet efter aktiviteter fortsätter online. Enligt Google använder hälften av besökare smartphones under hela vistelsen, vilket innebär att man ständigt har tillgång till inspiration och information online. Och där gör man också bokningar.

Väl fysiskt på plats ska det vara enkelt att checka in, boka aktiviteter, boka bord.

Alla som jobbar i branschen vet vikten av gästvänlighet och bra mottagande. Missa inte chansen att presentera just ditt utbud och din historia för att både förstärka och bekräfta det din gäst sett online. Din start att få en ambassadör för verksamheten startar här.

Många satser på destinationer de aldrig varit på behovet av information både om din verksamhet och kringliggande lokalkännedom är hög. Samarbeta med din kollegor och synliggör tips-länkar till andra lokala företag som en extra service för din gäst.



Uppmuntra din gäst till att dela reseupplevelsen socialt , har du lyckats med ditt värdskap och sålt in din historia, kommer de garanterat vilja dela och och de kommer dela det som är unikt för din verksamhet.

Här lyfter vi grundläggande saker att tänka på:

- Top-of-mind - leverera besöksservice
- Always-on värdskap
- Minska stress och maximera utväxlingen av vistelsen för din gäst
- Underlätta delning av upplevelser
- Lär dig mer om dina kunder/gäster fråga hur det hittade dig och vad de tycker

Kanaler/system:

Hemsidan, TripAdvisor, Sociala Medier

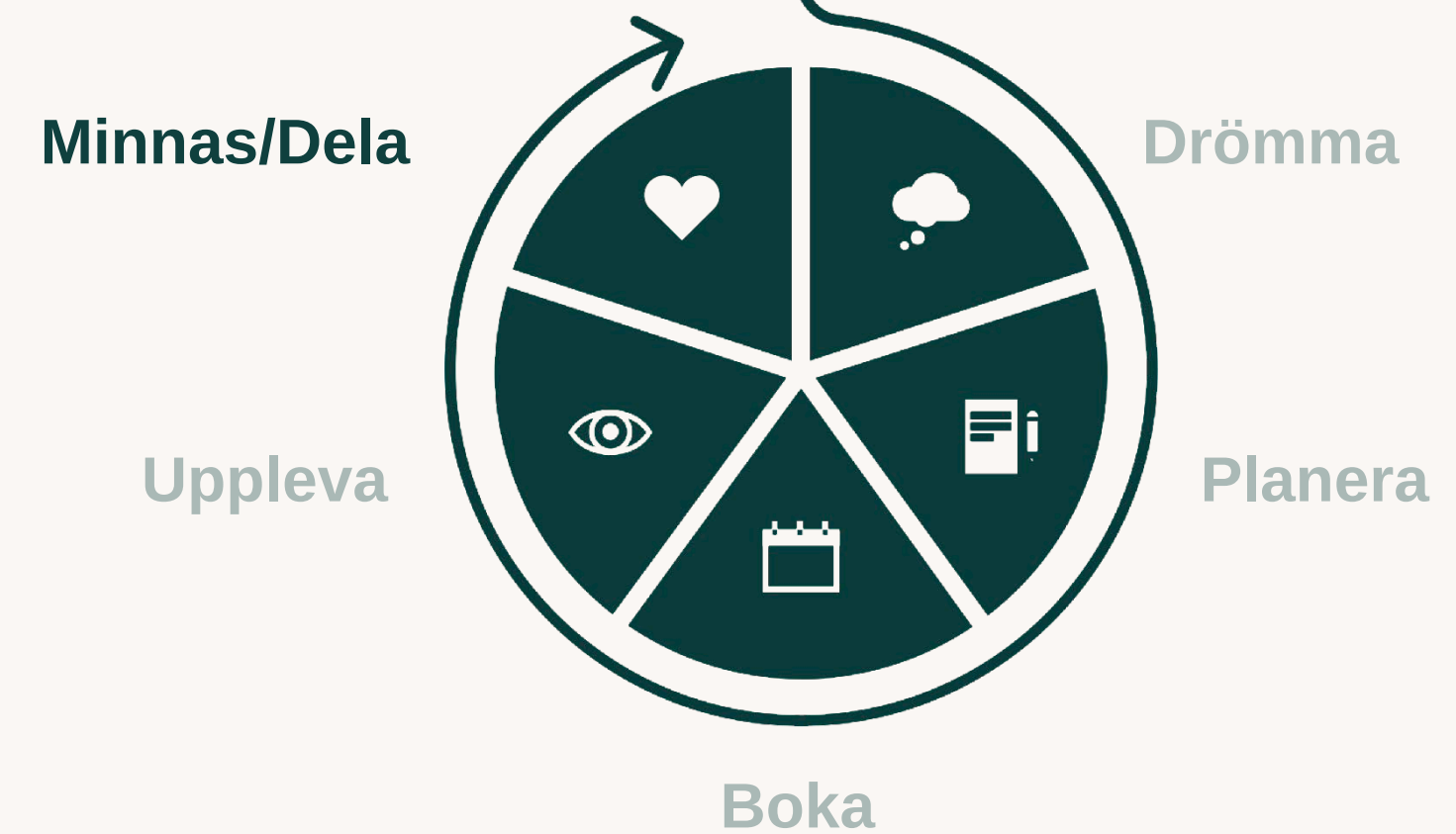
Att jobba med kundresan: Minnas-fasen

I denna fas har din gäst lämnat , men du och din verksamhet finns kvar som ett upplevelse- eller resminne. Besökaren delar sina semesterminnen med familj och vänner samt reflekterar över sin upplevelse och vad som var bra och dåligt.

Om vistelsen blev lyckad är det ett gyllene tillfälle att bygga ett långsiktigt förhållande mellan din gäst och dig. Då kan resenären bli en främjare av destinationen gentemot andra.

Har du kunduppgifter och de lämnat godkännande att du får använda dem för löpande information använd det. Skicka en hälsning till dina resenärer med jämna mellanrum, inte för ofta några gånger per år eller när det händer något speciellt - ge dem inspiration, lust och skäl att vilja komma tillbaka.

Var inte rädd att påminna din gäst om att lämna recensioner och bemöt de som kanske är av det mer negativa slaget.



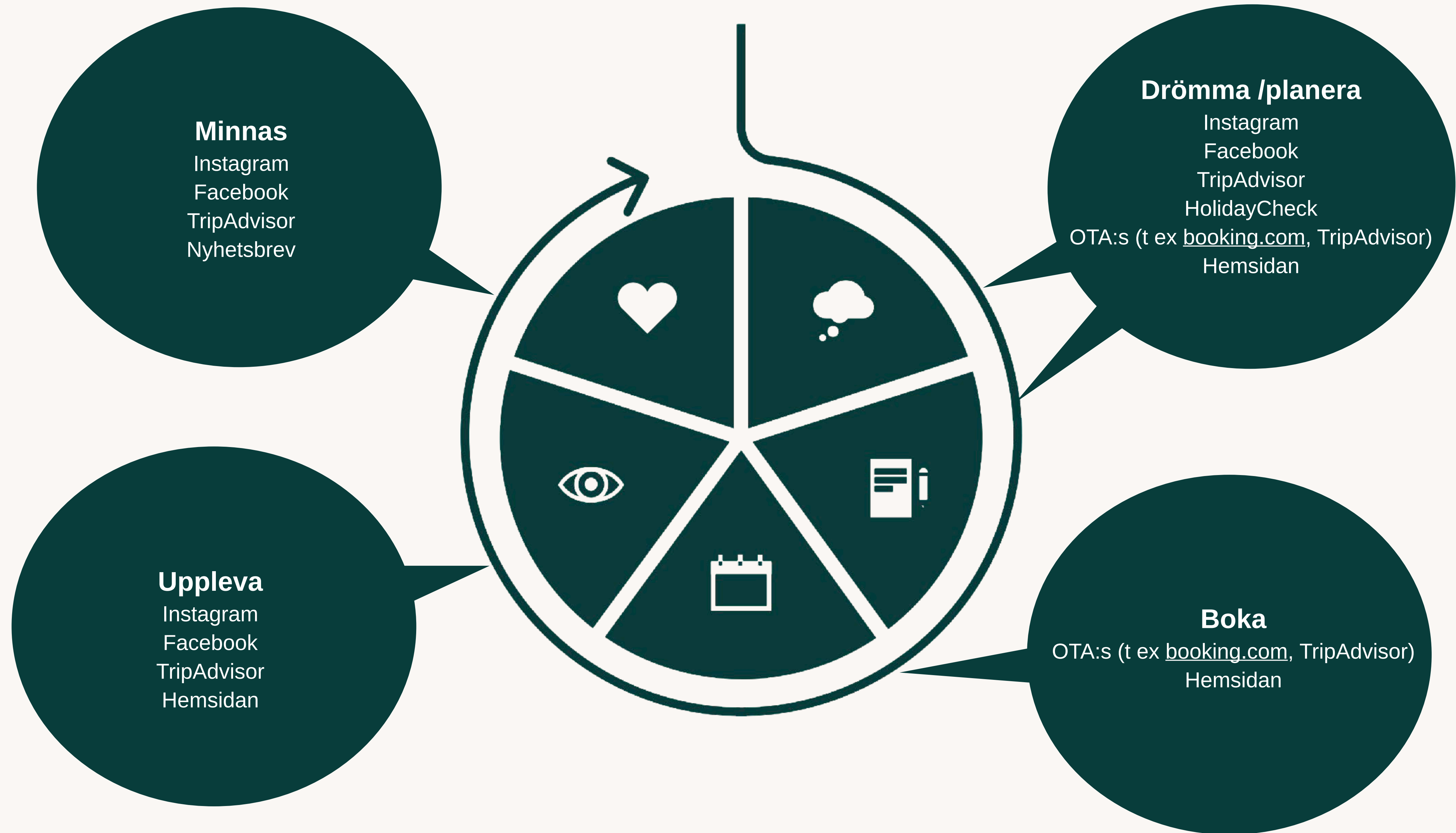
Säkerställ att dina besökare lämnar omdömen. Omdömen från de som besökt dig spelar stor roll för nya, potentiella besökare. Glöm inte att bemöta omdömen.

Här lyfter vi grundläggande saker att tänka på:

- Att resenären påminns och inspireras.
- Att uppmuntra resenären till att lämna omdömen och dela med sig
- Att få nöjda kunder att komma tillbaka
- Hantera och förvalta delningar
- Bemöt recensioner
- Använd bra recensioner

Kanaler/system:

Nyhetsbrev, Sociala medier, TripAdvisor



TRENDER OCH MÖJLIGHETER



Trender och möjligheter

Omvärlden förändras snabbt och det blir allt viktigare att ha koll på vad som händer hos kunder och konkurrenter, men även i ett större perspektiv. Allt för att kunna fortsätta utvecklas och vara intressant på marknaden.

Svenskars internetanvändande

Var når du svenskarna?

98%

av den svenska befolkningen (cirka 9,93 miljoner) använder Internet. Av de som använder internet är 89 procent mobila Internetanvändare.

+6%

Mobilanvändandet ökade med 6 procent-enheter december 2020 jämfört med december 2019 medan andra enheter som laptop och stationär dator sjönk under samma tidsperiod. **98 %** använder sociala medier via mobilen.

65+

Pensionärerna ökar sin digitala närvaro. De flesta nya internetanvändarna är över 75 år och det sociala medium som ser största ökningen hos den åldersgruppen är Instagram.

Pensionärerna vill även ägna sig mer åt digitala aktiviteter efter pandemin, till exempel vill **54%** fortsätta med att ta del av kulturevenemang live online.

33%

I Skandinavien förväntas andelen som bokar sina resor via mobila enheter uppgå till 33% år 2022

45%

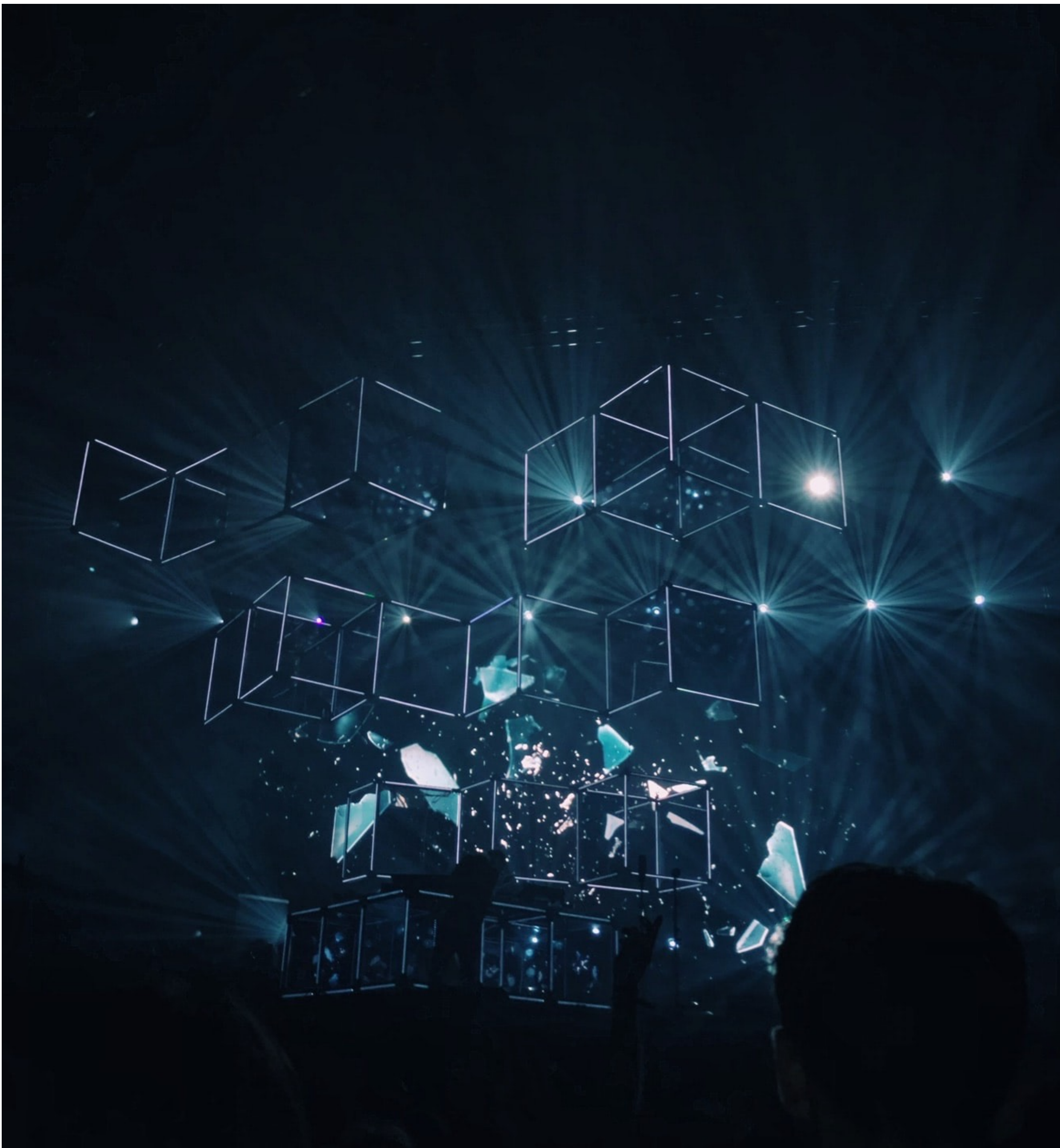
av den svenska befolkningen har aktiva konton i sociala medier och 9 av 10 använder dem. Instagram ökar mest och 33% av internetanvändarna chattar via Instagram?



1. Tekniken utvecklas och sprids snabbare

Teknikutvecklingen går allt snabbare och har förändrat stora delar av vårt beteende, hur vi söker information, kommunicerar, tänker, tillverkar, fattar beslut och konsumerar.

Spridningstakten av teknologiutvecklingen ökar hela tiden ökar hela tiden. När radion kom tog det 40 år att nå 50% av Sveriges befolkning, med TV:n 12 år och bredbandet hade nått 50% av befolkningen på fyra år. Surfplattan gick ännu snabbare. Ingenting tyder på att utveckling- och spridningstakten kommer att minska i framtiden. Vi ser ständigt nya prylar och lösningar såsom portabla 3D-skrivare, drönare, VR och AR. Fler och fler produkter kan även kommunicera med varandra. Den här utvecklingen kommer även fortsättningsvis att påverka vårt beteende.



2. Mer data = större makt

Alla älskar Big Data! Att samla in, spara och analysera data i realtid blir allt vanligare och allt viktigare

Det handlar också om att snabbt kunna samla in och överblicka relevant information samt att bevara så mycket information som möjligt om varje individuell kund, produkt eller resurs.

Informationen blir livsnödvändig för att kunna skräddarsy sina tjänster efter konsumenten och styra flöden för att reglera belastning. Det blir också allt viktigare att kunna åtgärda problem i realtid och snabbt kunna ingripa om något inte fungerar som det ska. Artificiell Intelligens blir ett viktigt verktyg för att kunna hantera dessa stora mängder med värdefull data.

Den som bäst nyttjar tillgängliga data för att skapa bättre upplevelser för besökaren får stora konkurrensfördelar mot 2030.

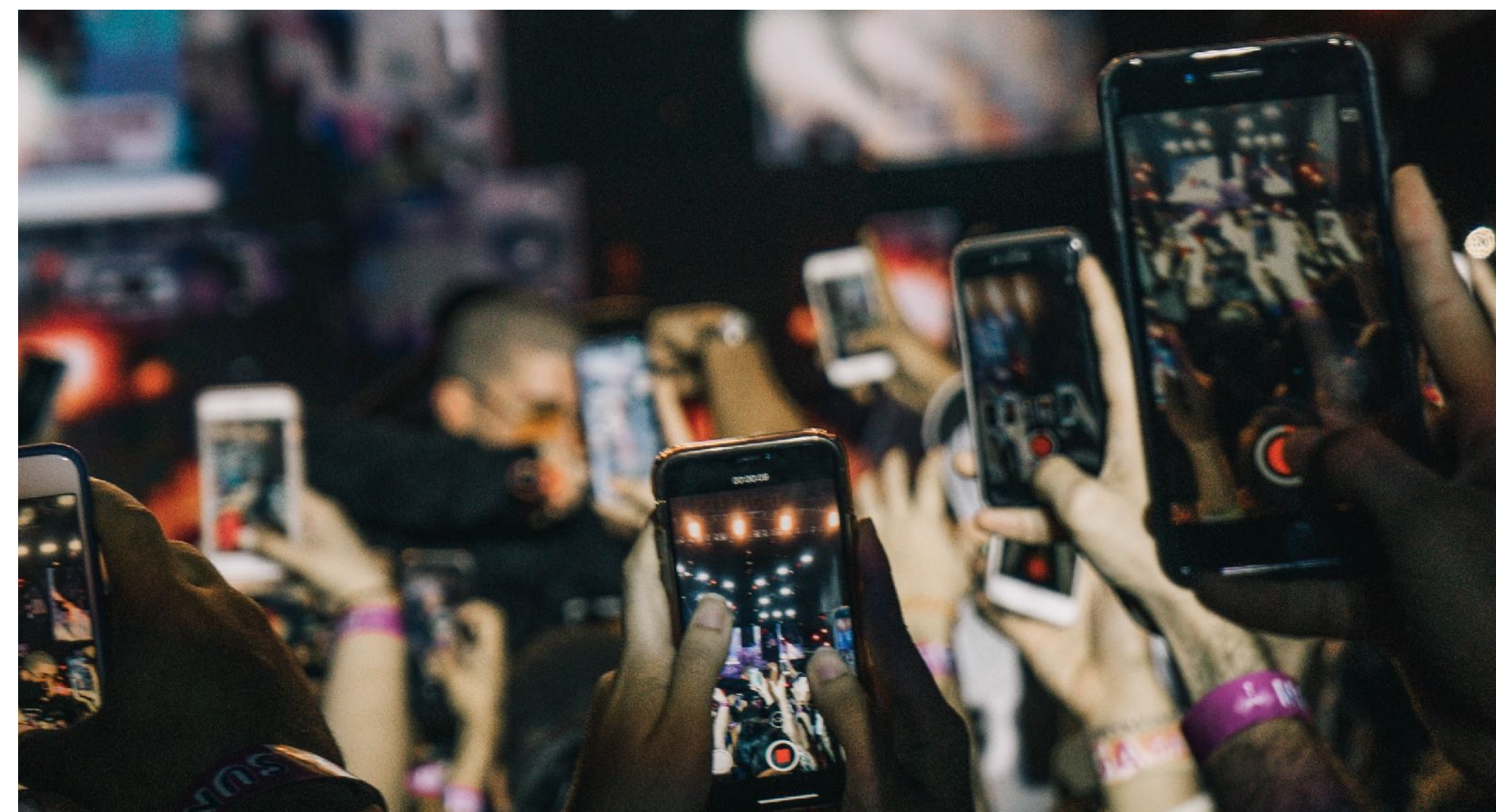
3. Disruptiva beteenden och branschglidning

Nya start-ups men även etablerade aktörer inom andra branscher ger sig in i en växande turismnäring. De kommer med nya lösningar och bryter invanda mönster och spelregler.

Exempel:

- Tidningen Dagens Nyheter fångade intresset för tågresor hos en läsarskara med klimatångest och arrangerar tågresor genom Europa som en del av sitt varumärkesarbete.
- Google tar över information och bokning genom Google Maps och Google Trips.
- AirBnB experiences utmanar traditionella guideverksamheter.

Turism och resor har fortfarande potential att påverkas av aktörer från sidan och troligtvis kommer vi se fler aktörer som är bra på att identifiera behov hos resenären och leverera en smartare lösning än traditionella erbjudanden.



Disruption, som översatt från engelska betyder störning eller avbrott, kan sägas vara ett ord för processen där ny teknik och sätt att använda den går in och stör det befintliga och etablerade.

- Det handlar om att kartlägga kundens värdekedja och aktiviteter som krävs för att resan ska bli verklighet.
- Dessa aktiviteter kan sedan delas in i värdeskapande, värdeladdade och värdeförstörande aktiviteter och här kan man identifiera punkter där kunden inte här helt nöjd.
- Det är här den potentiella förändringen kan ske - där kunden hellre skulle välja en ny och bättre lösning.
- Ofta handlar det om att minska en av tre kostnader: pengar, tid eller energi.

4. Ökade förväntningar på individanpassad kundresa

Vi förväntar oss bättre tjänster och appar för att kunna för att kunna göra vad vi vill, hur vi vill, när vi vill, där vi är.

Smartphoneutvecklingen är en viktig komponent i människors förändrade köp- och konsumentbeteenden, inte minst när vi konsumerar upplevelser. Nya appar och funktioner möjliggör en individualiserad köpprocess och konsumtion av upplevelsen. Nya tekniska hjälpmedel i vardagen som röststyrning, bärbar och kroppsnära teknik (wearables) samt smarta hem formar framtidens köpprocess.

Analys av inlägg i sociala medier visar att det pågår en intensiv diskussion om hur tekniken med appar kan underlätta resandet och förbättra upplevelsen på olika sätt. Vi har lärt oss att uppskatta de bekvämligheter som tekniken erbjuder oss i vardagen.

EN DIGITAL INFRASTRUKTUR



Den stora digitaliseringen som pågått under de senaste årtiondena, vikten för företag av att finnas online, är idag en av de starkaste faktorer till framgång. Enligt Visit Swedens undersökning använder sig nio av tio svenskar av minst en online-kanal, som t ex webbsidor, omdömessidor eller sociala medier när de letar inspiration. Man kan i stor utsträckning säga att svenskarnas resa börjar på Google.

A close-up photograph of a person's hands using a tablet. The tablet screen shows a design application with various panels, including a 'CHEAT SHEET: THE WINTER LIST' and a 'CUSTOM BUILT' section. The background is blurred, showing a wooden table and some papers.

Digital infrastruktur: Hemsidan är navet.

Allt kretsar kring din hemsida. Din egen hemsida är navet i den digitala marknadsföringen, även om den bara är en del av den digitala kommunikationen. Dina presumtiva kunder har säkert hittat inspiration och information om din verksamhet genom en mängd andra kanaler innan hen besöker din hemsida.

System i all ära men det hela startar med en webbstrategi. Vad är syftet, vilka är målgruppen, vad är viktigast, vad vill jag ska genomsyra webben kopplat till min verksamhet, vad står ut och skiljer mig från andra. Ovanpå detta läggs de tre benen struktur, navigation och innehåll – hemsidans DNA.

Vad ska jag ha hemsidan till?

Att ha **mål** med webben och sätta **KPI:er** gör det lättare att följa upp dessa och förbättra löpande. Bland annat kommer det bli lättare att jobba med **SEO** (sökordsoptimering), ska du bygga en hemsida ha detta med direkt, när du skriver texter, döper bilder, strukturerar innehållet men även som tekniskt krav. Har du redan en hemsida gör en nulägesanalys. Undersök hur din verksamhet placerar sig i förhållande till andra liknande verksamheter och försök analysera varför resultaten ser ut som de gör.

Hemsidan ska vara "säker", dvs använda https. Genom att använda https så skickar hemsidan krypterad information och därmed säker för besökaren, men det påverkar även SEO då säkerhet är en stor faktor i hur hemsidan positionerar sig på Google. För att få det behöver du skaffa ett **SSL-certifikat** och installera det.

Anser du att er verksamhet borde placerat sig högre upp? Varför är det så att ni placerats lägre än tänkt och fundera över vad du skulle kunna göra för att få en bättre rankning och högre relevans. Jämför din verksamhet med andra som hamnat högre upp.



Viktigt att tänka på:

- Mål - Sätt upp mål och nyckeltal för din hemsida
- Utvärdering - Mät och utvärdera resultat och beteende
- Mobilitet - Hemsidan ska vara responsiv och fungera i mobiler & läsplattor
- Snabbhet - Hemsidan ska snabb laddningstid, ej över 3 sekunder
- Tydlighet - Hemsidans domännamn ska vara verksamhetsnamnet, till exempel www.visitblekinge.se

Hur fungerar min hemsida egentligen?

Google analytics

Är det marknadsledande verktyget för webbanalys. Det är gratis och låter dig ta del av en mängd statistik kring din hemsida. se vilka som är inne på sidan, hur de kom dit och vad de gör under sitt besök. Det är enkelt att jämföra statistik mellan olika tidsperioder. Välj ut några få saker att utvärdera, då det annars kan bli för komplext.

Google search console (föret kallat Google Webmaster Tools)

Ett gratisverktyg som möjliggör att ge dig insikter hur din hemsida presterar i Googles organiska sökresultat. T ex hur användarvänlig din hemsida är ur ett mobilperspektiv, vilka andra sidor som länkar till din sida, möjliggör att addera sitemap så att sökmotorer får det lättare att navigera bland din hemsidas undersidor. Google search console går att integrera med Google Analytics.

PageSpeed Insight

Ett verktyg från Google som hjälper dig att se hur snabbt din hemsida laddas och även tips på vad som bör åtgärdas för att optimera din hemsida.



Läs mer om möjligheterna

- [Google Analytics](#)
- [Google Search Console](#)
- [Page speed insights](#)

CMS förenklar hantering & uppdatering.

Ett innehållshanteringssystem eller ett publiceringsverktyg. Som du kanske har förstått, hjälper ett CMS dig att hantera ditt innehåll och förvandla det till en webbplats utan att du behöver redigera kod varje gång du vill lägga till / ändra innehåll.

Delar att titta på när beslutar kring ett CMS:

1. Prissättning – varje CMS kommer med en kostnad. Vissa är kostnadsfria med öppen källkod, men du måste betala för att vara host för dem. Andra kanske kräver att du köper programvaran från företaget som skapar CMS:et.
2. Support & kundupplevelse – vissa verktyg är öppen källkod utan centrala supportalternativ, medan andra har support dygnet runt – se till att du förstår vad du får.
3. SEO – det är viktigt att din valda programvara ger dig verktyg för att rankas i Google och andra sökmotorer.
4. Anpassning – Om du driver ett företag, kan ett CMS som låter dig skapa personliga upplevelser för besökarna hjälpa dig att förbättra din marknadsföring och konverterings-frekvens.

5. Användarvänlighet – om du inte är en utvecklare eller har ett tech-team, bör du välja ett verktyg som är enkelt att använda utan utvecklingskunskap.
6. Säkerhet – med vissa CMS-verktyg får du ansvar för webbplatsens säkerhet, medan andra verktyg hanterar detta åt dig.

Exempel på CMS:

- [Wordpress](#)
- [Drupal](#)
- [Joomla](#)
- [Umbraco](#)
- [HubSpot](#)



WordPress - Kostnadsfritt

WordPress är världens överlägset mest populära CMS – det driver över 37 % av alla webbplatser på Internet. WordPress började som en bloggning-plattform men har sen dess förvandlats till ett kraftfullt CMS som du kan använda för bygga vilken typ av webbplats som helst. Det kan handla om allt i från ecommerce-butiker till medlemskaps-webbplatser, forum, och mycket mer.

Faktum är att WordPress, genom WooCommerce-utökningen , även är en av de mest populära plattformarna för att skapa en e-handelsbutik. Några av anledningarna till WordPress stora popularitet är:

- Det är kostnadsfritt och har öppen källkod.
- Det finns tusentals WordPress-teman för att påverka webbplatsens utseende.
- Det finns 55.000 + kostnadsfria plugins för att utöka webbplatsens funktioner

WordPress är kostnadsfritt.



Drupal - Kostnadsfritt

Drupal är ett annat populärt CMS med öppen källkod som är ganska likt WordPress. Liksom WordPress kan du styra hur din webbplats ser ut med hjälp av teman och utöka Drupals funktionalitet med moduler.

Drupal är kostnadsfritt.

Joomla - Kostnadsfritt

Joomla är den tredje aktören i trion av populär CMS-programvara med öppen källkod, ihop med WordPress och Drupal.

Precis som WordPress och Drupal har Joomla stora marknadsplatser för mallar och tillägg, vilket hjälper dig att skapa en webbplats som matchar dina behov. När det gäller den tekniska kunskap som krävs, erbjuder Joomla en fin medelväg mellan WordPress och Drupal

Joomla är kostnadsfritt.





Umbraco - Kostnadsfritt

Umbraco är en CMS-programvara med öppen källkod som du kan hosta själv. Du kan även använda Umbracos betalda hosting-tjänst. Du kan lägga till innehåll med hjälp av en enkel redigerare, tillsammans med användbara funktioner som en inbyggd formulärredigerare. Om det behövs kan du även utöka kärn-CMS:et med Umbraco-appar.

Umbraco är kostnadsfritt.

Umbraco Cloud - tillägg för hostning Från \$ 39/månad



HubSpot CMS - Från \$300/månad

HubSpot CMS är ett utmärkt CMS för företag och marknadsförare som vill komma i kontakt med kunder.

HubSpot CMS har en inbyggd integrering med det kostnadsfria HubSpot CRM. Detta låter dig inte bara lägga till leads direkt till din CRM, det låter dig även anpassa din webbplats till enskilda besökare, vilket kan hjälpa dig att konvertera dem till kunder. Utvecklare kan använda kod för att anpassa webbplatsen, medan icke-tekniska användare kan bygga sidor med hjälp av en dra-och-släpp-redigerare.

HubSpot kostar från \$300/månad
Finns i flera olika utföranden.



Digital infrastruktur: Kanaler för ökad synlighet

Tekniken är inte allt. Tekniskt stöd är en del. En viktig del. Men digitala system allena löser inte knutar eller möter upp mot de utmaningar din verksamhet har. Utan det gäller att förstå hur de olika kan samverka för synlighet online och vad som faktiskt krävs av dig som avsändare.

Oavsett var i världen dina potentiella kunder befinner sig så kommer alla, som är online, i kontakt med stora digitala jättar som Google. Ofta startar det med en sökning via en sökmotor. Där gäller det att bli sökbar och dra nytta av Googlekraften. Och det gäller att du tar ägandeskap av din digitala närvaro. Och håller i och förvaltar den, den är en del av ditt företag.

Mentifråga

Vilka inspirationskällor används?

Som primär inspirationskälla använder svenskarna Google, de googlar fram information om resmålet via de texter och bilder som finns tillgängliga på internet.

Vidare studerar svenskarna Google Maps för att se hur omgivningarna ser ut och läser recensioner om de olika företagen på destinationen. Detta gör de före de frågar vänner och familj. Det visar att idag börjar resan på Google och svenskarna är nu digitala och online.

Totalt använder sig 9 av 10 av någon onlinekanal som webbsidor och omdömessidor till sociala medier, i kombination med olika offline kanaler som familj och vänner, broschyrer från destinationer eller resmål tips i t ex tidningar för att hitta inspiration. Därför är drömma-fasen i kundresan idag så mycket mer komplex.



55% Vardagssmitande Livsnjutaren

- #1 Googlar fritt.
- #2 Vänner och familj.
- #3 Destinationens webbsidor.

De tittar även på resmål tips i andra medier som t ex dags- eller veckotidningar.



22% Aktiva Naturälskaren

- #1 Vänner och familj.
- #2 Googlar fritt.
- #3 Destinationens webbsidor.

De följer även resebloggar, forum/grupper som är knutna till deras specialintresse, samt resepodcasts.



17% Nyfikna Upptäckaren

- #1 Googlar fritt.
- #2 Vänner och familj.
- #3 Omdömessidor som Tripadvisor

De använder sig av sociala kanaler som t ex Youtube och speciella reserelaterade Facebookgrupper.

VISITBLEKINGE

Marknadsföring - en värld i konstant förändring.

De tre olika typerna av media:

Ägd media - egna kanaler som du själv kan styra över vilket innehåll som presenteras. Exempelvis din hemsida, din blogg, SoMe, nyhetsbrev.

Förtjänad media - förtjänad uppmärksamhet som genereras exempelvis genom omtalanden, betyg/recensioner, rekommendationer, delningar, reposts eller synlighet i sökmotorer.

Köpt media - är en uppsättning verktyg för att driva trafik till ägd media. Detta kan vara betald annonsering på sociala medier, sökordsannonsering, betalda influencers eller displayannonser.

När du förenar dessa tre kanaler och får dem att samverka, det är då det uppstår det du vill uppnå – ökade bokningar och ökad trafik till din hemsida.

Förtjänad media är den som konsumenten rankar högst, och därmed den som påverkar mest vid beslut.



Viktigt att tänka på:

- Kommuniera det allra viktigaste först!
- Prata om det ni brinner för, om din verksamhet & passion
- Våga prata om ditt syfte, dina och verksamhetens värderingar - det är en del av din historia som paketeras
- Våga sticka ut - våga bli nischade
- Våga testa nytt - våga vara förändringsbenägen
- Sätt upp en plan utifrån dina nyckeltal, följ och jobba strukturerat, se hur att öka synlighet

VISITBLEKINGE



Varje dag görs det 55 miljoner googlingar bara i Sverige, ca 5,5 googlingar per person i snitt per dag.

- 97% av alla sökningar i Sverige görs via Google.
- 4 av 10 pensionärer googlar dagligen.
- 6 av 10 personer googlar dagligen.

Google

Google är ett av världens största företag och har som mission att organisera världens information och göra den allmänt tillgänglig och användbar. För att nå potentiella resenärer som börjar sin resa på Google och kunna bemöta kundens beteende som förflyttar sig in i den digitala sfären är det därför viktigt att ha ett online-närvaro. Det är viktigt att du skapar rätt underlag för din digitala distribution genom **SEO** (sökbarhet), **bokningsbart** (online-bokning), **marknadsföring** (SoMe, PPC - pay-per-click) och **delningsbarhet** (Tags).⁵

Bra att veta:

Eftersom det inte är du som styr hur informationen sprids är en anpassning mot plattformar och hur intressenten använder dessa plattformar lika viktigt som ditt budskap eller innehåll. Och därför så behövs det en strategi hur du vill och måste kommunicera ditt erbjudande. Utifrån vad du vill uppnå och vilka du vill nå.

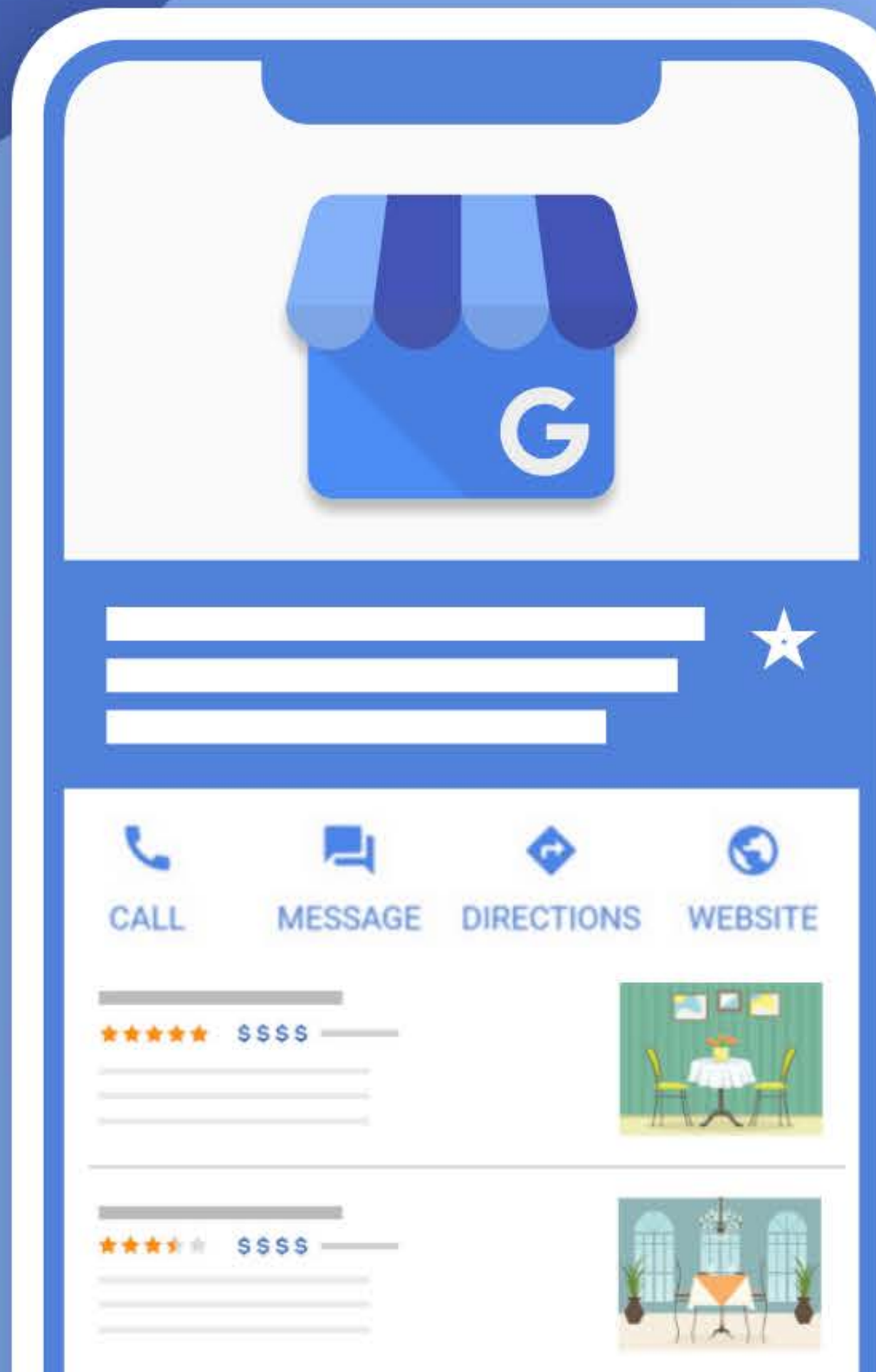
Google my Business (GMB)

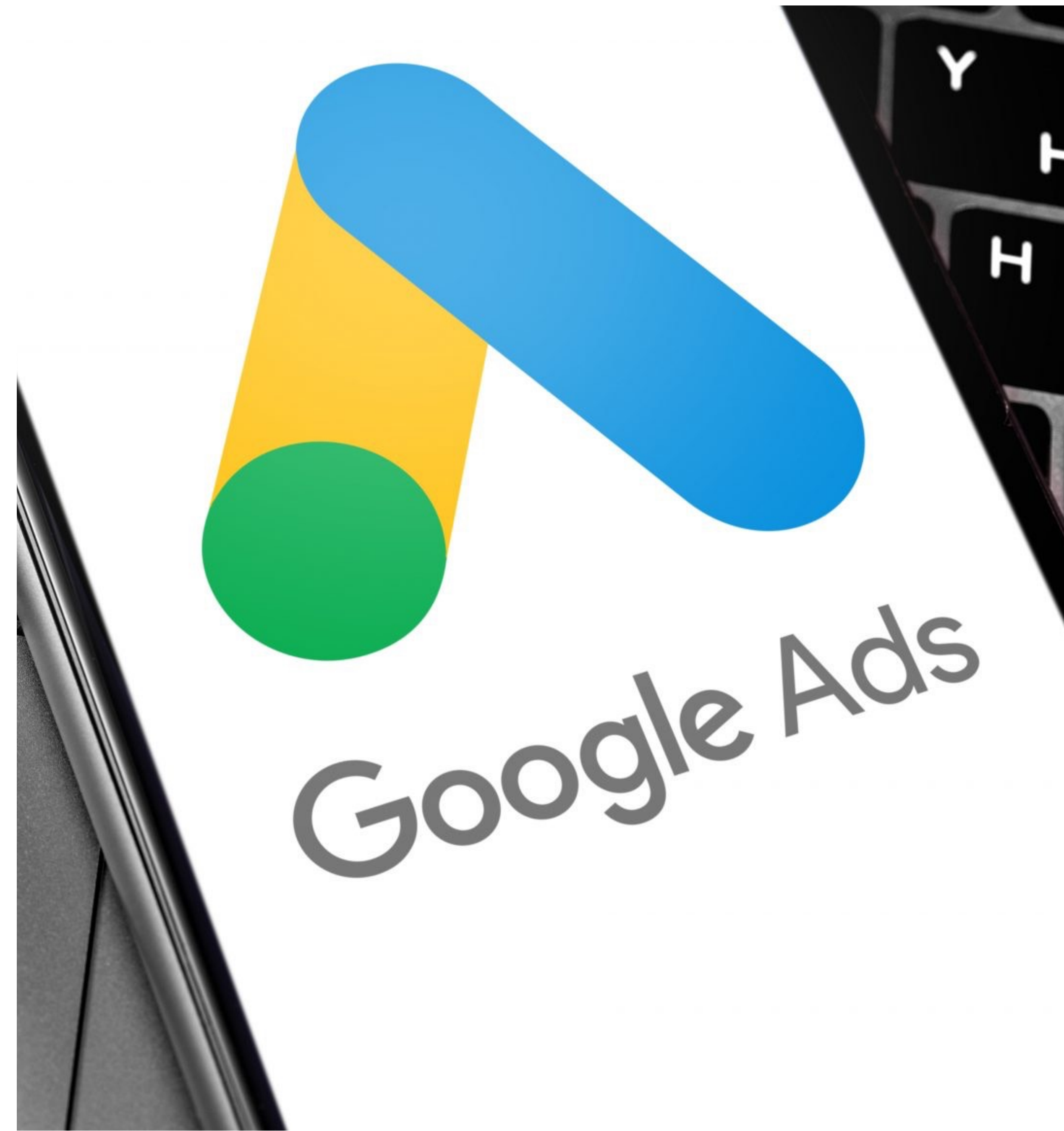
- Kostnadsfritt

Vi kan kalla det ditt skyltfönster, där du har möjlighet att publicera nyckelinformation om din verksamhet på Google. Verifiering av din verksamhet sker på Google my Business. Se till att lägga in följande information, adress (Google Maps), fysisk adress, öppettider, telefonnummer, webbadress, logotype, högkvalitativa bilder på din verksamhet, kategoritagg. Här svarar du på recensioner och framförallt så samlar du på positiva reviews.

Bra att veta:

- GMB ger ökad synlighet
- GMB ger ökad digital närvaro
- GMB ger bättre möjligheter att kommunicera med dina kunder
- GMB ger dig möjlighet och förväntan att ta emot och bemöta recensioner och omdömen





Google Ads

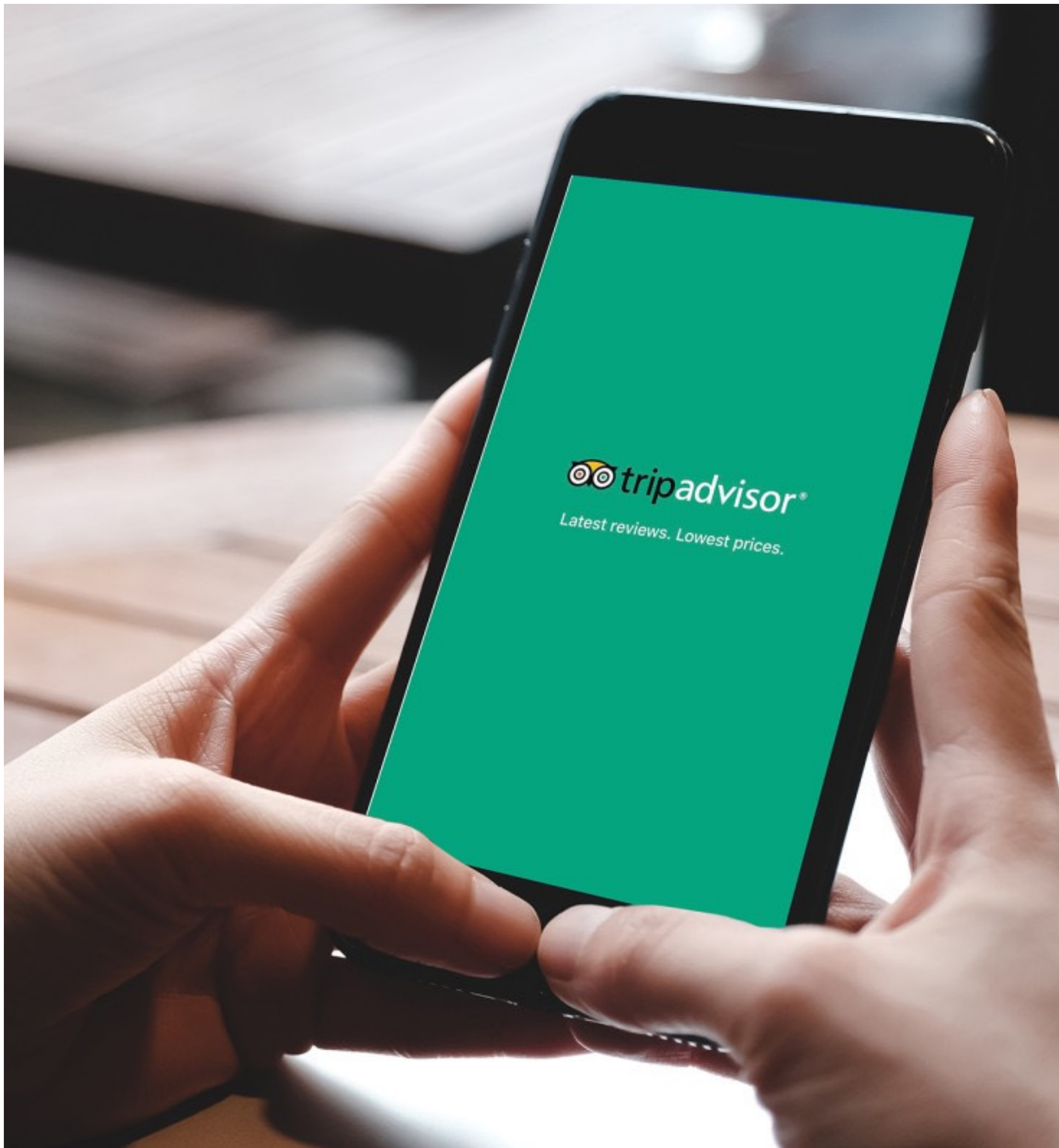
Google Ads - kostnad per interaktion

Google Ads är de annonser som syns antingen högst upp eller längst ned på Google. Till skillnad från det organiska sökresultatet så kan du betala för att synas på Google och du betalar endast när någon faktiskt klickar på din annons.

En av de största fördelarna med Google Ads är att du kan sätta en budget och sedan relativt snabbt vara igång med att synas på Google. Du kan testa en mängd olika annonser för att se vilka som fungerar bäst.

Bra att veta:

- Med Google Ads betalar du endast när någon klickar på en annons
- Bara för att någon klickar på en annons så betyder det inte att man kommer boka eller köpa något
- Google Ads är betalda annonser som syns när någon exempelvis söker efter något på Google. SEO, eller sökmotoroptimering, är organiska sökresultat som inte kostar att synas för.
- En kombination av Google Ads (SEM) och SEO är ofta fördelaktigt.
- Det är många parametrar att ta hänsyn till, ta hjälp innan du köper Google ads.



TripAdvisor - Kostnadsfritt

TripAdvisor är en av världens mest nedladdade appar och är världens största resesajt – här får miljontals resenärer hjälp med att få ut mesta möjliga av sin resa. Här finns tips från andra resenärer och ett stort utbud av resealternativ och planeringsfunktioner med direktlänkar till bokning hos företagen.

Genomsnitt har sajten fler än 390 miljoner unika besökare varje månad och över 435 miljoner omdömen och åsikter om fler än 7 miljoner boenden, restauranger och sevärdheter. Webbplatserna finns på 49 marknader och 28 språk runt om i världen.

Innehållet på TripAdvisor är användargenererat, så du tillsammans med dina gäster kan bygga upp ett starkt varumärke och därmed förtroende och sug att besöka just din verksamhet. Recensioner från tidigare besökare är viktigt för en potentiell besökare i valet av resmål, upplevelse eller restaurang.

Uppmuntra gärna dina besökare att lämna omdömen.

Genom dessa får intresserade resenären den information de letar efter och det gör även att din verksamhet rankas högre på plattformen. Alla recensioner är synliga för besökarna så får du ett dåligt omdöme är det viktigt att besvara dessa snabbt och professionellt. Bra recensioner går dessutom utmärkt att dela i era egna digitala kanaler.

TripAdvisor - hur funkar det

Digitaliseringen av det klassiska WOM-fenomenet (word of mouth) har medfört att online-recensioner och betyg från vanliga konsumenterna spelar en extremt viktig roll vid köpbeslut, därför är det viktigt att du tar ägandeskap och dra nytta av det.

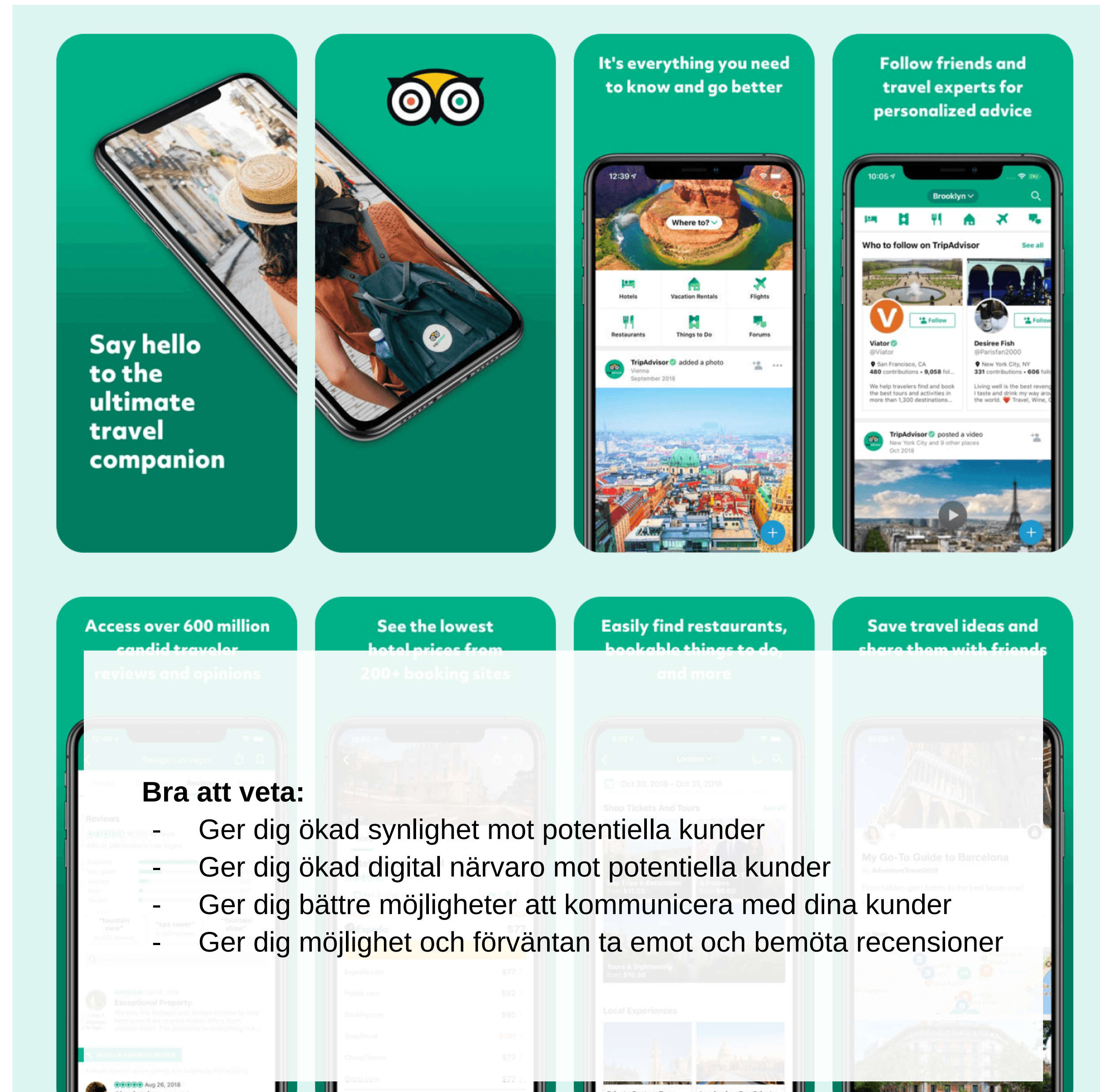
Att synas på TripAdvisor är kostnadsfritt och ger dig möjlighet att marknadsföra din verksamhet mot potentiella besökare. För att göra det behöver du registrera din verksamhet på TripAdvisor.

Mot en kostnad kan du teckna dig för Business Advantage (Företagsfördel) som ger dig ytterligare funktioner, såsom att fästa bra recensioner vid er profil för extra bra synlighet, möjliggör besökare komma kontakt med er via ett knapptryck och spåra och analysera aktivitet runt er profil.

Sidan i sin tur är kopplad till flera sajter som t ex booking.com. Kanske ligger ert företag med på TripAdvisor, kanske finns det redan omdömen om er även om ni inte registrerat er verksamhet.

Bra att veta:

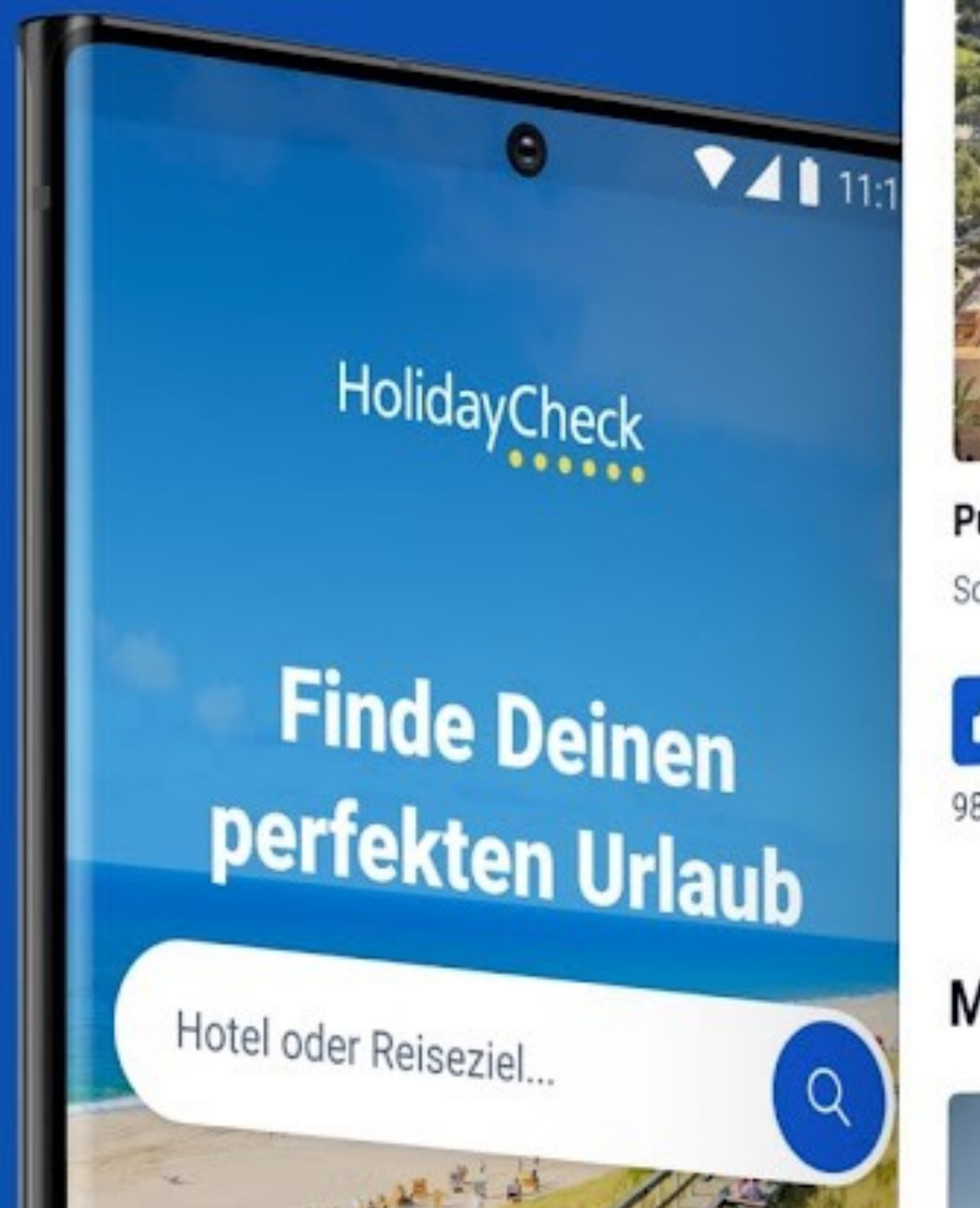
- Ger dig ökad synlighet mot potentiella kunder
- Ger dig ökad digital närvaro mot potentiella kunder
- Ger dig bättre möjligheter att kommunicera med dina kunder
- Ger dig möjlighet och förväntan ta emot och bemöta recensioner



HolidayCheck

**Finde Deinen
perfekten Urlaub**

**Über 9 Mio. geprüfte
Hotelbewertungen**



HolidayCheck - Kostnadsfritt

HolidayCheck är den tyska marknadens motsvarighet till Tripadvisor, och är den viktigaste kanalen att hålla koll på för att nå tyska turister. Närmare bestämt 25 miljoner tysktalande turister besöker webbsidan varje månad.

HolidayCheck visar endast omdömen som är max 25 månader gamla, vilket innebär att det är viktigt att ständigt få in nya positiva omdömen. Tveka inte att be dina tyska gäster lämna en recension!

Undersökningar har visat att de som blivit tillfrågade att lämna en recension i stor utsträckning också faktiskt gör det.

HolidayCheck möjliggör:

- ökad synlighet mot tysktalande kunder
- ökad digital närvaro mot tysktalande kunder
- bättre möjligheter att kommunicera med dina tysktalande kunder
- ger dig möjlighet och förväntan ta emot och bemöta recensioner och omdömen

Facebook

Även om användandet av sociala kanaler har förändrats, så är Facebook fortsatt i topp. Det är här man söker information om ett företag vid sidan om ett företags hemsida. Med en företagssida har din verksamhet möjlighet är du synlig, du kan driva trafiken vidare till din hemsida och du har möjlighet att följa upp statistik över hur du når ut.

Facebook är inte bara det största nätverket, det har även flest dagliga användare. Att unga inte är lika aktiva på Facebook vet vi sedan länge, men det som är intressant att användningen sedan ett par år mest ökar bland äldre, från 60 år och uppåt.

- 81% av svenskarna använder Facebook ibland
- 68% använder Facebook varje vecka
- 58% använder plattformen dagligen

Att tänka på:

- Se till att din verksamhetsinformation är uppdaterad och korrekt
- Se till att det inte finns dubletter av din plats
- Publicera mycket bilder
- Använd Facebooks platsinformation och tagga verksamheten där bilderna är tagna
- Dela omdömen som er verksamhet fått på TripAdvisor
- Facebook Events är en av de funktioner som finns



Instagram är det nätverk som växer snabbast. Precis som på Facebook är det framförallt äldre som nu strömmar till Instagram.

- 71% av svenskarna använder Instagram ibland
- 50% använder Instagram dagligen
- Mest frekventa användarna är i spannet 26-45 år

Instagram

Instagram ägs av Facebook och är det näst största sociala nätverket i Europa efter Facebook och är en stark visuell plattform för både bilder och filmer. Förutom att dela egna bilder använder många Instagram för att inspireras och drömma sig bort. Inläggen kan platstaggas vilket gör att många turister, resenärer, besökare researchar genom att titta på bilder andra tagit i t.ex. en restaurang man vill besöka eller en specifik stad man vill resa till.

Om din verksamhet har ett Instagramkonto bör detta vara kopplat till din Facebooksida. Förutom att dela innehåll från Instagram på Facebook kan bland annat annonsering göras tvärs över båda plattformarna från Facebook.

Att tänka på:

- Använd statistiken som finns, analysera hur många användare inläggen nått, vilken typ av material som går bäst. Det gör att du anpassa ditt innehåll genom att du förstår din målgrupp.
- Skapa bra och relevant innehåll
- Innehållet ska vara förtroendeingivande
- Platstaggas inläggen

Youtube

Sedan starten 2005 har den blivit den näst mest besökta internetsidan i världen totalt (efter Google) och den näst mest använda sidan för internetsökningar (efter Google). Varje dag tittar vi kollektivt på en miljard timmar video på plattformen. Faktum är att Youtube har vuxit från en videotjänst till världens största tv-kanal sedan starten och har idag över 37 miljoner kanaler.

Tillväxten av nya kanaler som skapats på Youtube under 2020 är över 20%. Det innebär i snitt 20.000 nya kanaler om dagen och ingenting tyder på att den siffran kommer att sjunka. Det laddas upp mer än 500 timmars video på Youtube varje minut!

Youtube är den klart största kommunikationskanalen i Sverige, med användare i alla åldrar t ex i spannet 16-55 år ligger användarna på över 90%.

- 91% av svenskarna använder YouTube ibland
- 58% använder Youtube varje vecka
- 31% använder YouTube varje dag

Att tänka på:

- Passar din produkt/tjänst i rörligt format, är det rätt strategi
- Tänk på att visa upp din produkt/tjänst på ett inspirerande sätt - använd dig gärna av storytelling.
- Tänk på videokvaliteten. Högre kvalitet premieras av användarna.
- Var noggrann med metadatan - använd dig av taggar, en tydlig beskrivning och en tilltalande thumbnail till din video.
- Publicera inte för långa klipp. Hellre kortare och mer frekvent är bättre för synligheten.



Pinterest

Pinterest började som ett visuellt inspirationsplank och är nu den globalt mest populära plattformen där människor söker inspiration medan den i Sverige fortfarande är på väg upp. Du kan se det som digital version av ett glossigt, inspirerande magasin där du kan bläddra om t ex inredning, mode, resmål, produkter, mat, typografi etc. En visuell upptäcktsmotor för att först och främst hitta inspiration, men även i många fall framtida köp. Det finns möjligheter att marknadsföra det du säljer - men det krävs att du skapar inspirerande innehåll och "pinnar" det korrekt.

Att tänka på:

- De pins som fungerar bäst är visuellt tilltalande, berättar en bra historia och gör att man vill veta mer.
- Använd vertikala bilder av hög kvalitet som sticker ut i flödet
- Sätt din logotyp på varje pin, men se till att den är diskret.
- Tydliga titlar och beskrivningar gör det enklare att hitta din pin via sökningar.

A person with short grey hair, wearing a dark grey hoodie, stands with their back to the camera, looking at a large digital information board. The board displays a map of a harbor area with various points of interest and a list of services. The background shows a harbor with a boat, a bicycle, and a building.

Digital infrastruktur: Onlinebokning en möjlighet till fler affärer

Att jag som besökare ska kunna boka mina upplevelser, boenden och restaurangbesök online ses idag som en självklarhet av de flesta. Bokningen måste vara smidigt, tydlig, korrekt och relevant information är såklart ett måste.

En av många fördelar med bokning online är att systemet arbetar för din verksamhet dygnet runt och tillåter besökarna att boka själva. En win-win. Det finns många olika system och tjänster på marknaden idag, såväl affärsupplägg, funktioner är under ständig utveckling vilket gör att specifikationer för systemen förändras och uppdateras löpande.



Onlinebokningssystem

Innebär att du kan ta emot bokningar på din egen sajt, vilket innebär att du enklare kan hantera bokningar och administration.

Många onlinebokningssystem har inbyggda funktioner för att du ska kunna koppla ihop din försäljning med OTA:s.

- **Exempel på onlinebokningssystem för aktivitetsföretag:**
iTicket, Bókun, Visit North, Rezdy
- **Exempel på onlinebokningssystem för bordsbokning:**
TheFork, easyTableBooking, Caspeco
- **Exempel på onlinebokningssystem för camping:**
Dlbookit, CompuCamp
- **Exempel på onlinebokningssystem för rumsbokning:**
Sirvoy, Visbook och Book Visit
- **Exempel på onlinebokningssystem för biljetter:**
Tickster, Nortic, Billetto, Magnet



Online Travel Agency (OTA)

Är ett samlingsnamn på sajter som marknadsför och säljer dina aktiviteter, produkter. Som en återförsäljare som säljer dina och andras tjänster online. De kallas ofta Online Travel Agencies (OTA).

På de sajterna kan du nå ut till kunder som du annars inte skulle nått ut till. Där syns du bland andra, där har kunderna tillgång till ett stort utbud, ett stort skyltfönster. Det är kostnadsfritt att lägga upp ditt utbud hos dessa OTA:s. Provision betalas först då konsumenten betalat för aktivitet, bokning, tjänst.

Kanalhanterare (Channel Manager)

En kanalhanterare gör det möjligt att sköta kontakten med onlinemarknadsplatser (OTA) på ett smidigare sätt. När du kopplar ihop ditt onlinebokningssystem med hjälp av den inbyggda kanalhanteraren till en eller flera onlinemarknadsplatser så behöver du bara hantera tillgängliga platser och bokningar i ditt eget system.

Kontakten med onlinemarknadsplatser sker mer eller mindre automatiskt. Fördelen med det är att du kan sälja via flera olika onlinemarknadsplatser men du behöver bara hantera produkter och tillgänglighet i ditt eget onlinebokningssystem.

OTA:s är under utveckling

Konkurrensen är stor om resenärernas bokningar och utvecklingen kan beskrivas inom följande områden:

OTA:er och Meta-sök som idag är etablerade inom hotell- och med resekomponenter som flyg och hyrbil, lägger fokus på så kallade tilläggsprodukter som aktiviteter och turer, så att kunder som redan handlar på plattformen kan köpa till sig flera delar till sin resa. Eller går in på nya geografiska marknader.

Exempel på aktörer är Booking, Expedia, Momondo.

Informations- och bedömningssidor som TripAdvisor förflyttar sig från informations- och marknadsföringsfunktionen till att bli bokningsportal för enskilda reseprodukter. Ingångsspunkten är då "social proofing" där andras kunders bedömningar används för att kunna göra rätt val vid bokning av olika reseprodukter.

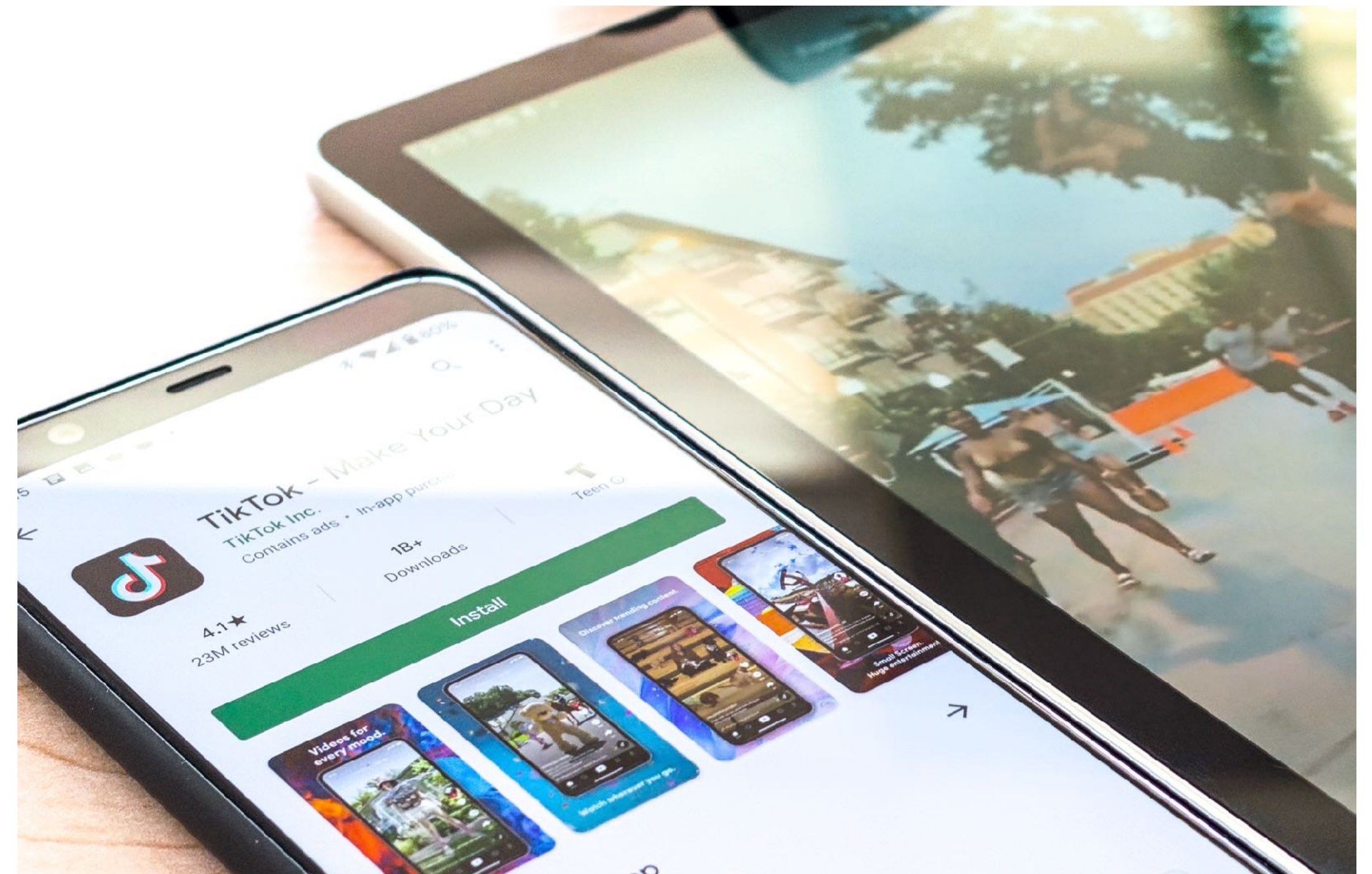


Foto: Lennart Pittja/Såpmi Nature/imagesbank.sweden.se

Sökmotorer (särskilt Google) och handelsplattformar (som Amazon) använder sig av dataunderlaget från tidigare sökningar kring ett ämne för att leda potentiella kunder till sina egna bokningsfunktioner (Google Travel, Amazon Local).

Exempel: Booking.com, Hotels.com, Expedia.com, Viator, Expedia, TripAdvisor, Airbnb Experiences.

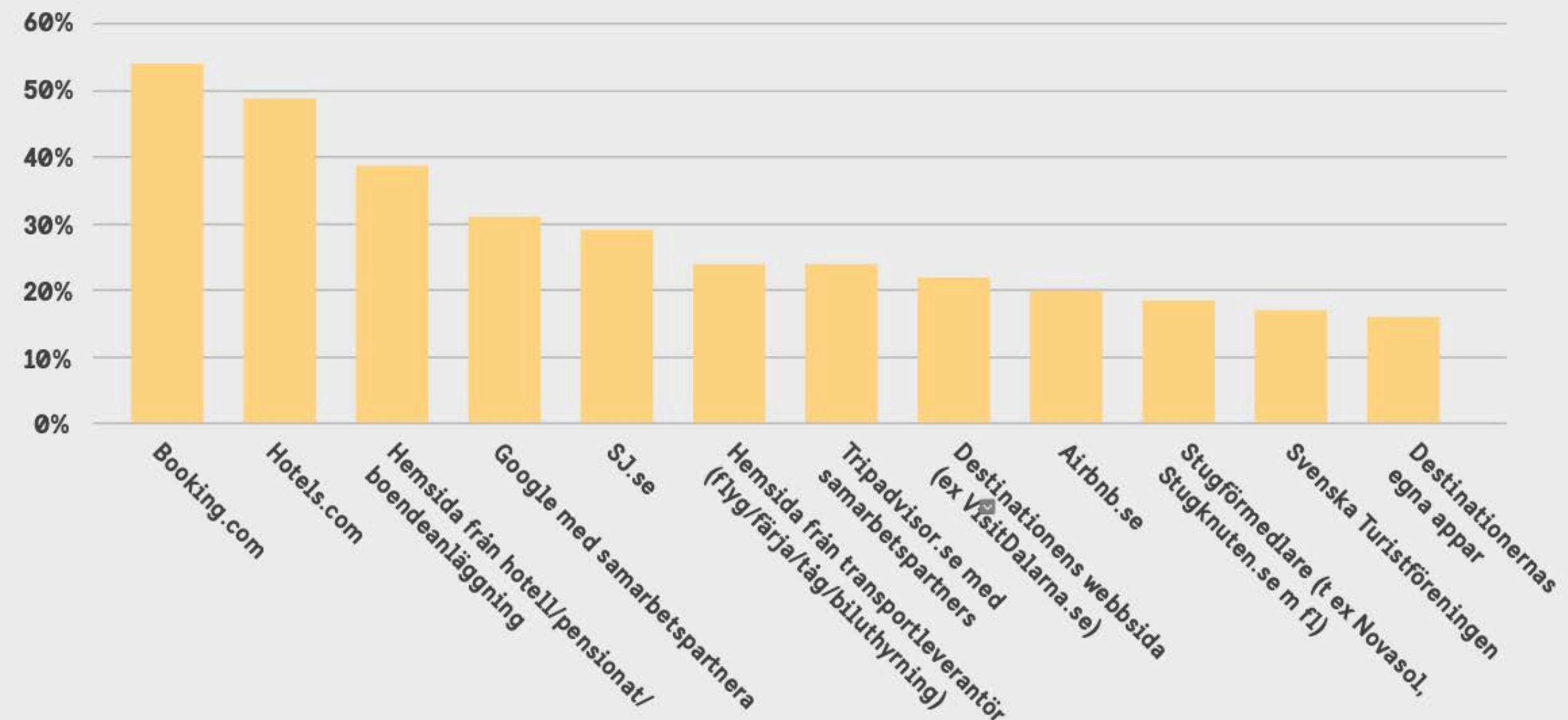
Svenskarnas populäraste bokningskanaler

Den svenska resenären vill lätt och smidigt hitta information, boka sin resa – gärna onlinebokning via mobiltelefon – och vid behov snabbt kunna komma i kontakt med företaget de bokat sin resa med eller till.

Gemensamt för alla kundsegment i den svenska målgruppen är att de allra helst bokar via OTAs dvs Online Travel Agencies som Booking.com eller Hotels.com.

Säkerställ att dina besökare lämnar omdömen

Omdömen från de som besökt dig spelar stor roll för nya, potentiella besökare. Näst efter rekommendationer från närstående är recensioner samt bilder/videos som delats via sociala medier och betygssättning/ omdömen som lämnats på Google eller bokningssajter, de faktorer som har störst påverkan på din målgrupp. Dessa faktorer har större inverkan på beslutet än vad din köpta marknadsföring har.



Diagrammet visar på vilka kanaler eller webbsidor som skulle användas av den svenska målgruppen för att boka sin semesterresa i Sverige. OTAs som Booking.com och Hotels.com är ledande före direktbokning på hotell/pensionat/boendeanläggningarnas egna hemsidor.

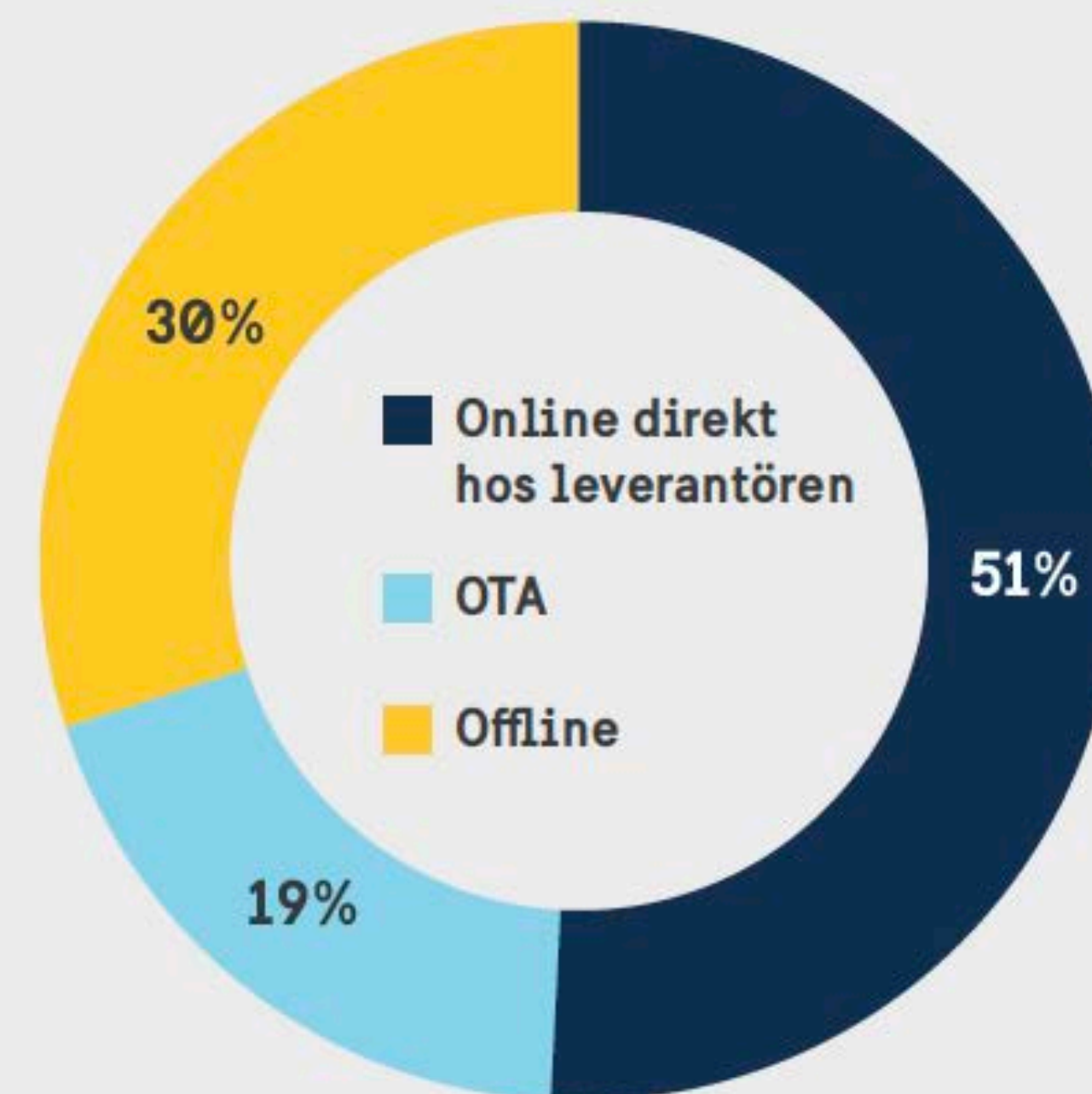
Skandinaviska resemarknadens vanor

Hälften av alla bokningar sker trots allt direkt hos leverantörerna. Även om booking.com och Hotels.com är de enskilt största bokningskanalerna så utgör OTAs enbart 19 procent av hela den skandinaviska bokningsvolymen.

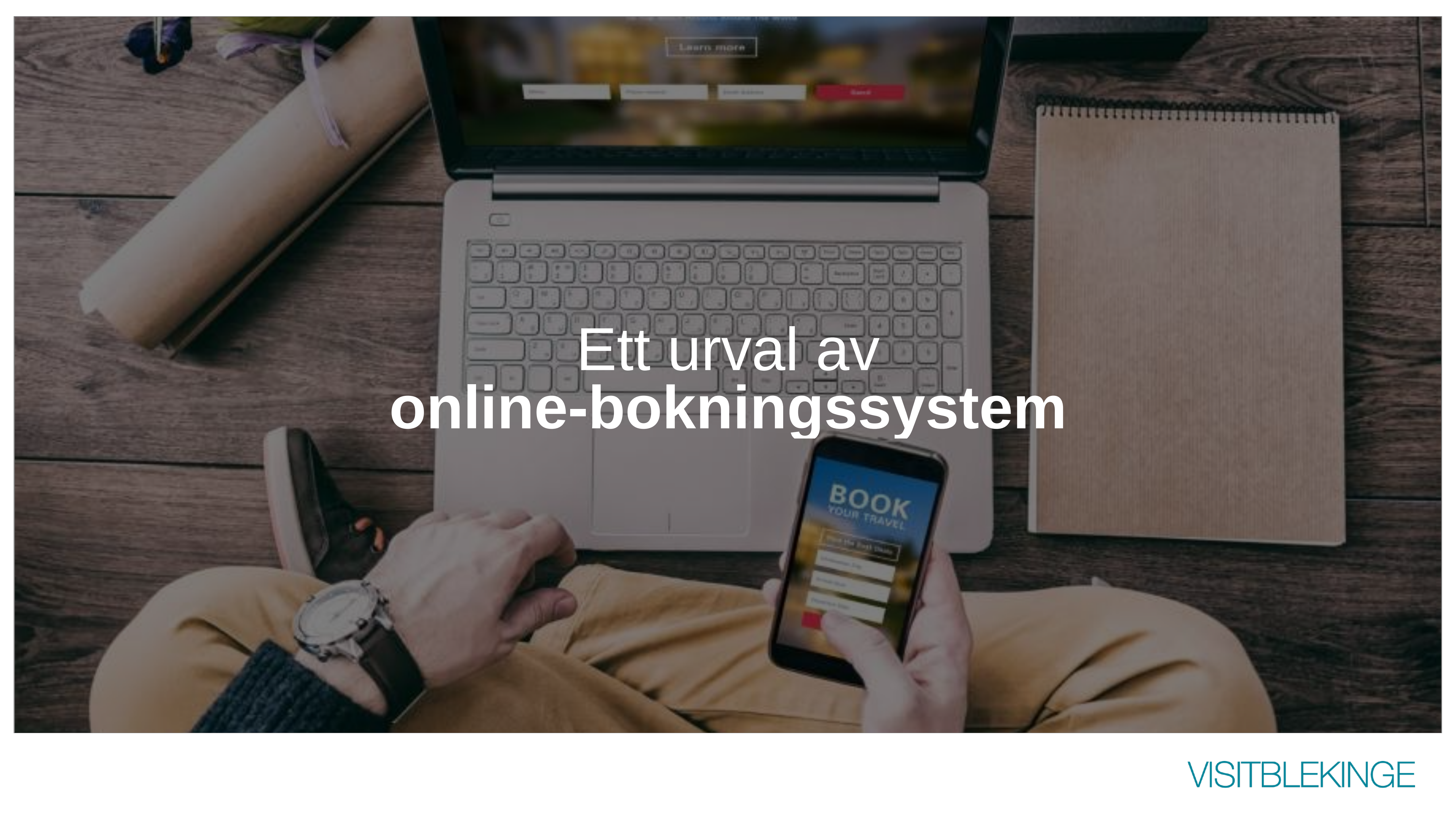
Trots att svenskar angett att OTA är deras främsta potentiella bokningskanal så sker drygt hälften av alla bokningar direkt hos leverantörer.

Onlinebokningar som sker direkt med leverantören, som omfattar hela spektrumet från boende, transport, upplevelse eller en kombination av dessa, utgör hälften av hela bokningsvolymen och 30 procent av bokningar sker fortfarande offline. Med pandemin förväntas andelen av bokningar som görs online öka. Detta pga av den större vanan av att använda digitala verktyg som pandemin lett till.

Skandinaviska resemarknaden, bokningar
fördelat på typ av bokningskanal, 2020



Diagrammet visar på vilka kanaler eller webbsidor som skulle användas av den svenska målgruppen för att boka sin semesterresa i Sverige. OTAs som Booking.com och Hotels.com är ledande före direktbokning på hotell/pensionat/boendeanläggningarnas egna hemsidor.

A person is sitting on a wooden floor, using a laptop and a smartphone. The laptop screen shows a website with a 'Learn more' button and a 'Book' button. The smartphone screen shows a 'BOOK YOUR TRAVEL' app with a 'Book the Best Deal' button and a 'Book' button. The person is wearing a watch and yellow pants. A rolled-up document and a spiral notebook are also on the floor.

Ett urval av online-bokningssystem

Vilket bokningssystem gäller?

- ✓Kampanjhantering
- ✓Kunddatabas
- ✓Resurshantering
- ✓Återförsäljarhantering
- ✓Behörighetsstyrning
- ✓Integration sociala medier
- ✓Flerspråkig
- ✓Leverantörshantering
- ✓OTA-integration
- ✓Aktivitetshantering
- ✓Kanalhantering
- ✓Rabatthantering
- ✓Flerdagsbokning
- ✓Anpassningsbara rapporter
- ✓Webbplatshantering
- ✓Sök/filtrera
- ✓Rapportering/Statistik

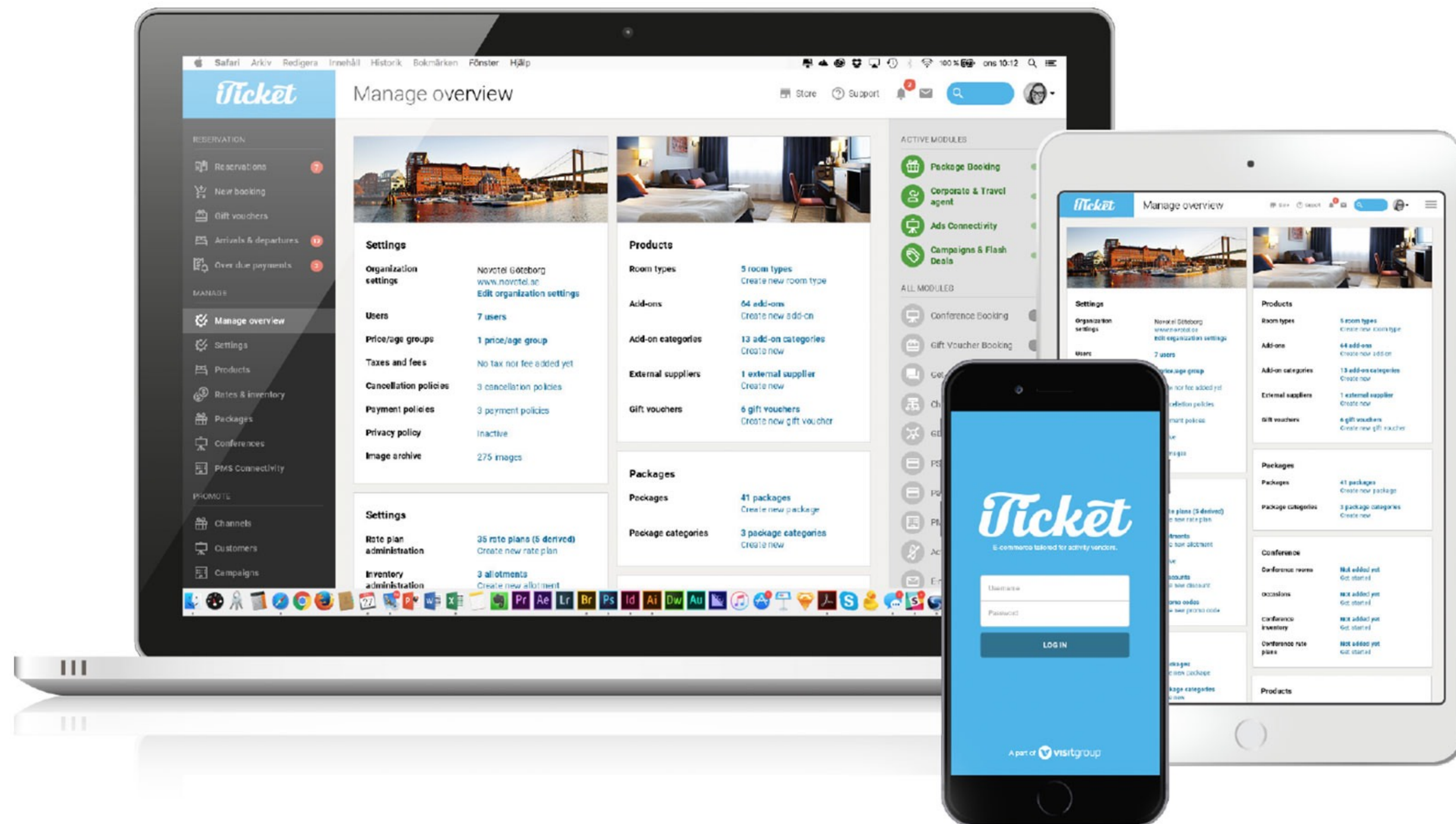
- ✓API
- ✓Aktivitetspanel
- ✓Anpassningsbar branding
- ✓Användarhantering
- ✓Elektroniska fakturor
- ✓Betalbearbetning
- ✓Bokning av aktivitet
- ✓Bokningshantering
- ✓CRM
- ✓Hantering av fakturor
- ✓Gruppreservation
- ✓Kundtjänst
- ✓Bokningsanteckningar
- ✓Redovisningsintegration
- ✓Centralt bokningssystem
- ✓Realtidsuppdatering
- ✓Kalenderhantering
- ✓Påminnelse-system
- ✓Etc, etc

Din verksamhet, dina förutsättningar och dina mål sätter scopet

- ✓Behov
- ✓Krav
- ✓Framtidsplaner
- ✓Önskemål
- ✓Budget
- ✓Typ av verksamhet
- ✓Storlek av verksamhet
- ✓Målgrupp

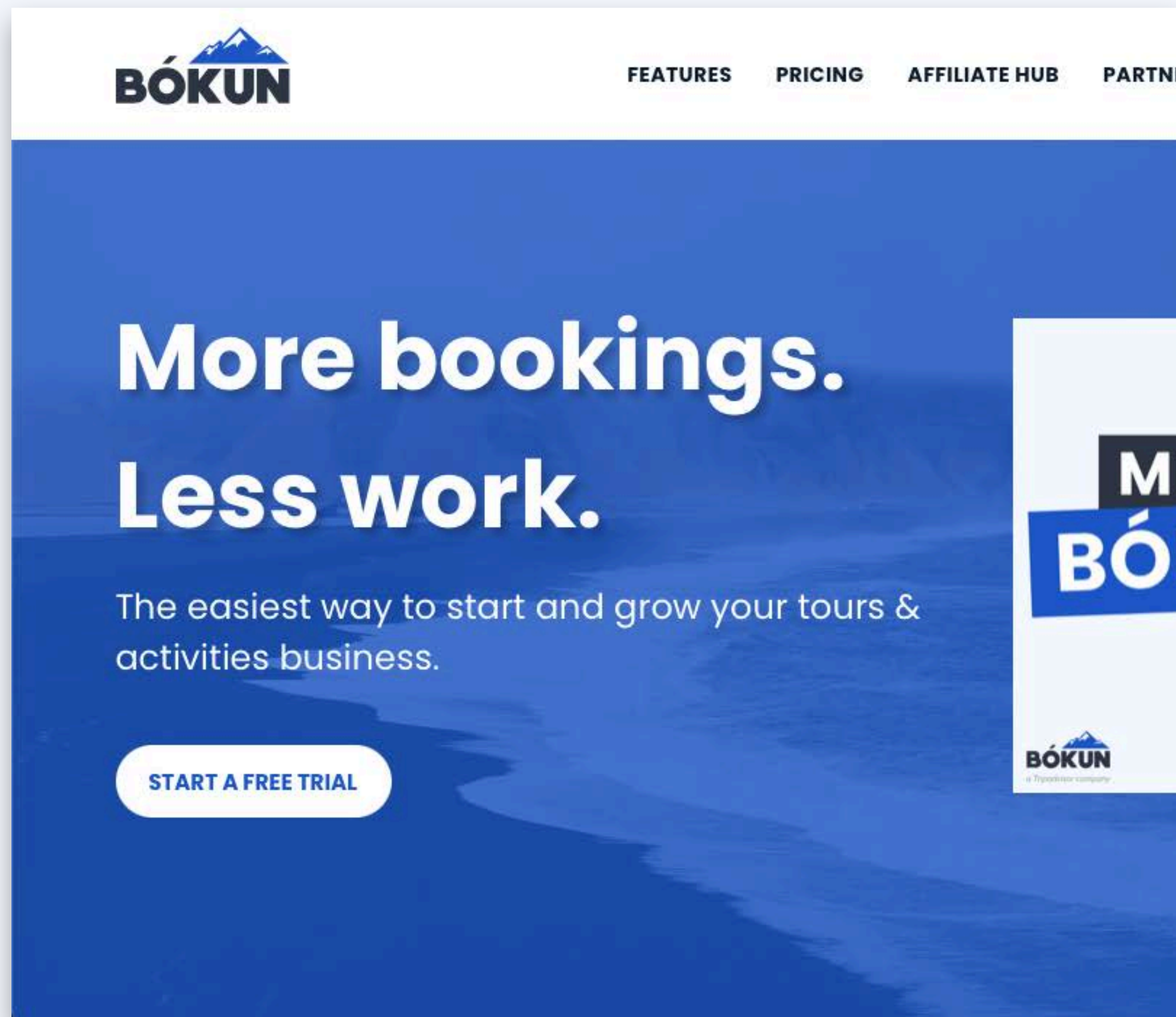
iTicket

Pris vid förfrågan



En komplett lösning för biljetthantering med fokus på resor och event. iTicket är del av svenska koncernen Visit Technologies som har flera produkter och tjänster inom besöksnärringsbranschen.

- Kopplingar mot över 1000 olika digitala försäljningskanaler/OTA:er
- Flera olika betalningsmöjligheter
- 100% flexibel för att fungera på dator, surfplatta och i mobilen
- Resursplanering och kalenderfunktionalitet där du kan skapa resemanifest
- Inventeringsfunktionalitet kopplad till lagerhantering
- Möjlighet att skapa olika prisstrukturer och -nivåer som exempelvis rabatter, paket, osv.
- Point-of-sale-funktionalitet och entrélösning med möjlighet att scanna QR-koder



Bókun

\$49 per månad + 1,5% i avgift för bokningar direkt på din webbplats

Isländska Bókun har blivit en av de större aktörerna globalt och har som ambition att alltid ha bland de mest konkurrenskraftiga priserna.

- Möjlighet att enkelt bygga din egen webbplats med egen profil och eget innehåll
- Flera olika betalningsmöjligheter såsom PayPal, Stripe, Worldpay och Bókun Pay
- Stort antal försäljningskanaler/OTA:er som du enkelt kopplar upp dig mot
- Produktkatalog som gör att du enkelt kan hålla ditt erbjudande uppdaterat
- Möjlighet till varierad prissättning baserat på antal, paket, kampanjer, osv.
- Tydlig statistik vilket gör det möjligt att hela tiden följa upp hur verksamheten går
- Enkel kalenderfunktionalitet för att hela tiden kunna se och kommunicera lediga platser, antal produkter kvar, osv.



Visit North

1,8% +1,8 SEK per bokning

Visit North är ett svenskt startup företag baserad i Stockholm, som erbjuder en helhetslösning för upplevelse- & aktivitets- leverantörer i syfte att öka deras digital synlighet och bokningsbarhet av upplevelse-produkter på internationella marknader. Den tekniska lösningen som erbjuds är Visit North App, som är utvecklad tillsammans med företag verksamma inom upplevelseindustrin och några utav Sveriges destination utvecklare.

Visit **North App** Appen är anpassad för både webbläsare och smartphones. Med hjälp av den kan du paketera, standardisera och digitalisera dina upplevelseprodukter och publicera dem på tredje parts försäljningskanaler.



har gratisversion, betalversion från \$49 per månad

I Rezdys bokningssystem väljer du en prisplan som passar ditt företags behov och storlek. Skräddarsy ditt bokningssystem genom att centralisera och automatisera din bokningsmotor genom det webbaserade gränssnittet. Acceptera bokningar via mobila enheter och Facebook, hantera dina bokningar från valfri enhet och skapa anpassade försäljningsrapporter med mera med hjälp av Rezdy.



The Fork

0 SEK/månad* , PRO+ 595 SEK/månad**

The Fork är ett TripAdvisorföretag. Lösningen möjliggör att du kan maximera synligheten, öka bordsbokningar under lågtrafikperioder och är ett kraftfullt system för att hantera gäster och sittplan.

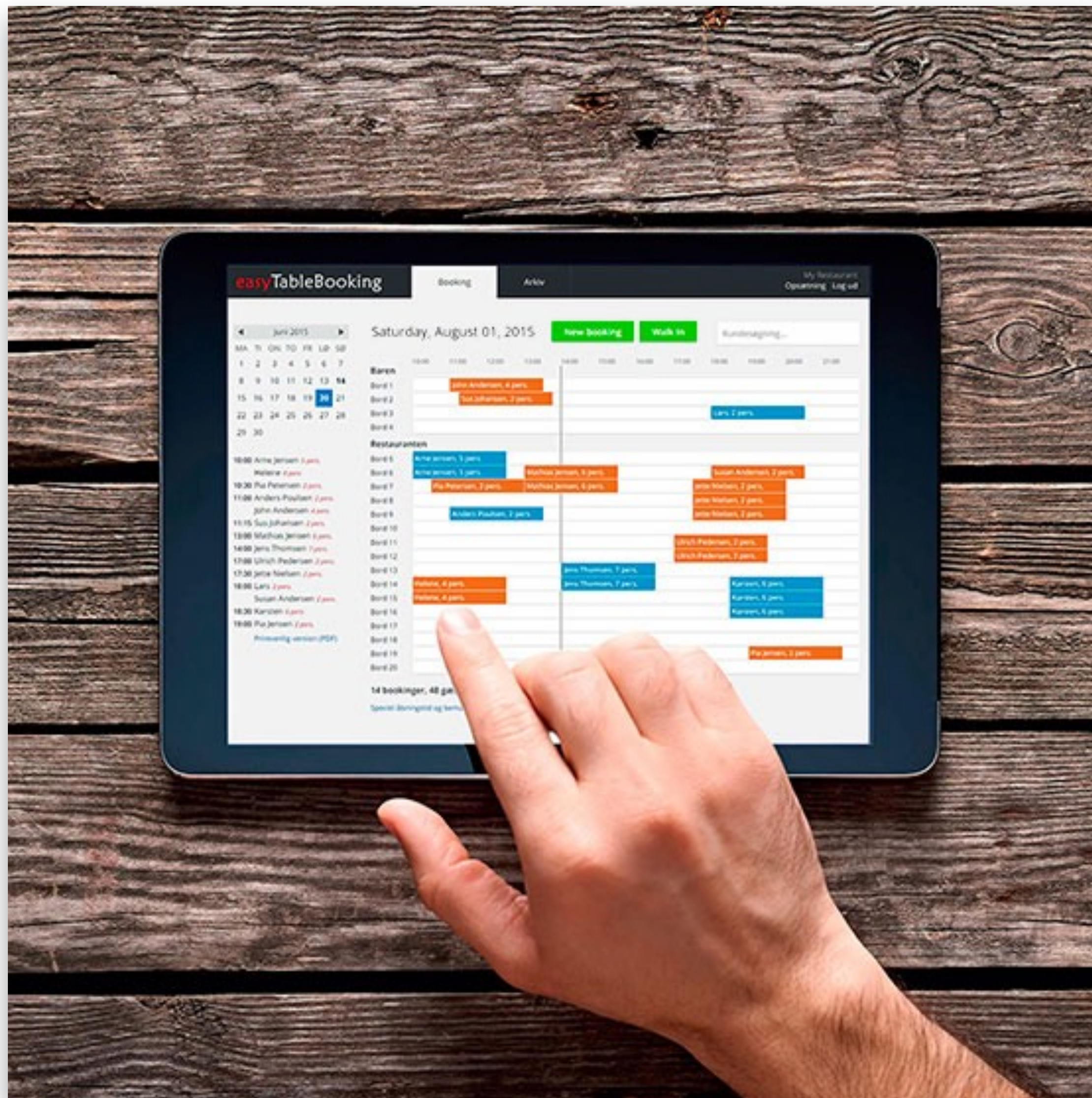
Onlinebokningar från egen hemsida är kostnadsfria. Onlinebokningar från The Forks kanaler mot en mindre avgift.

*

- Bokningsdagbok för alla dina bokningar (online, telefon, e-post ...)
- Flexibel förteckning för att lätt kunna uppdatera din tillgänglighet
- Konfiguration för flera användare
- Standardiserade e-postmeddelanden för att bekräfta/avboka
- Bokningshanteringsprogramvara tillgängligt överallt (flera enheter)
- Analytics-sida för att övervaka din aktivitet
- Hantering av kundomdömen
- Bokningswidgetar för din webbplats och dina sociala kanaler

**

- Optimera din bordshantering och bekämpa no-shows, verktyg för management och lojalitet



easyTableBooking

från 459 SEK/månad

Ett bokningssystem för restauranger och kaféer. Flexibelt och kan konfigureras på många olika sätt, beroende på de unika behov och krav som din restaurang eller café har.

Optimering

Hanterar bokningar 24/7

Bekräftelse och påminnelse via SMS

användarvänlig hantering av bordsbokningar

Flexibelt

Upprättar obegränsat antal bord och lokaler

Hanterar särskilda öppettider vid specifika datum

Organiserar bordkombinationer

Facebookintegrerad

Gäster

Översikt över alla bokningar

Nöjd-gäst undersökningar

Sparar kundinformation

Nyhetsbrev

Data lagras på server med daglig back-up

The logo for Caspeco, featuring the word "caspeco" in a white, lowercase, sans-serif font. The letters are bold and have a slight shadow effect, making them stand out against the solid blue background.

Caspeco

Pris anpassas efter verksamhet

Består av fyra system - Bokning, Kassa, Personal & Analys.
Caspeco Bokning erbjuder möjligheter för restaurang, hotell och upplevelseföretag. Lägre pris erbjuds om verksamheten väljer att använda flera av Caspecos system

Med **Caspecos bokningssystem** möjliggör du att kunden kan boka mat, dryck och aktiviteter direkt på din webb.
Och betala i förskott med kort eller Swish om du vill.

- **Koppla på menyval och mer** - boka bord, mat, dryck och till och med bowling eller någon annan aktivitet på samma gång.
- **No Show-funktion** - möjliggör att ta ut en avgift när kunden inte dyker upp – en så kallad No Show-funktion
- **Ta betalt i förskott** - ta betalt i förskott via kort eller Swish, eller att ta ut en bokningsavgift eller deposition
- **Full frihet** - Informationen i systemet är helt och hållet ert och ni äger datan. Det gör också att ni kan ändra rubriker och regler fritt, ha egna inställningar beroende på gruppstorlek – och ha olika regler för olika dagar och tillfällen



Booking.com
citybreak®

bookvisit®

Dlbookit

pris mot offert

DLBOOKIT är ett system för onlineförsäljning via din hemsida. Du kan skapa erbjudanden för logi, aktiviteter, tillägg och paket. Önskas onlinebetalning finns möjlighet att välja till det via deras partner Payex eller Netaxept.

Erbjuder stöd i hela gästens process som också är din:

Bokning - Inför ankomst - Ankomst - Vistelse - Avresa - Efter resa

- **Kassalösning** - molnbaserad, med stöd för kort och shish
- **Försäljningskanaler** - via deras API hanteras utbud och bokningar med automatik mellan Booking.com, BookVisit och Citybreak
- **Lojalitetsklubb** - möjliggör att gästen kan få poäng vid bokning

VISITBLEKINGE

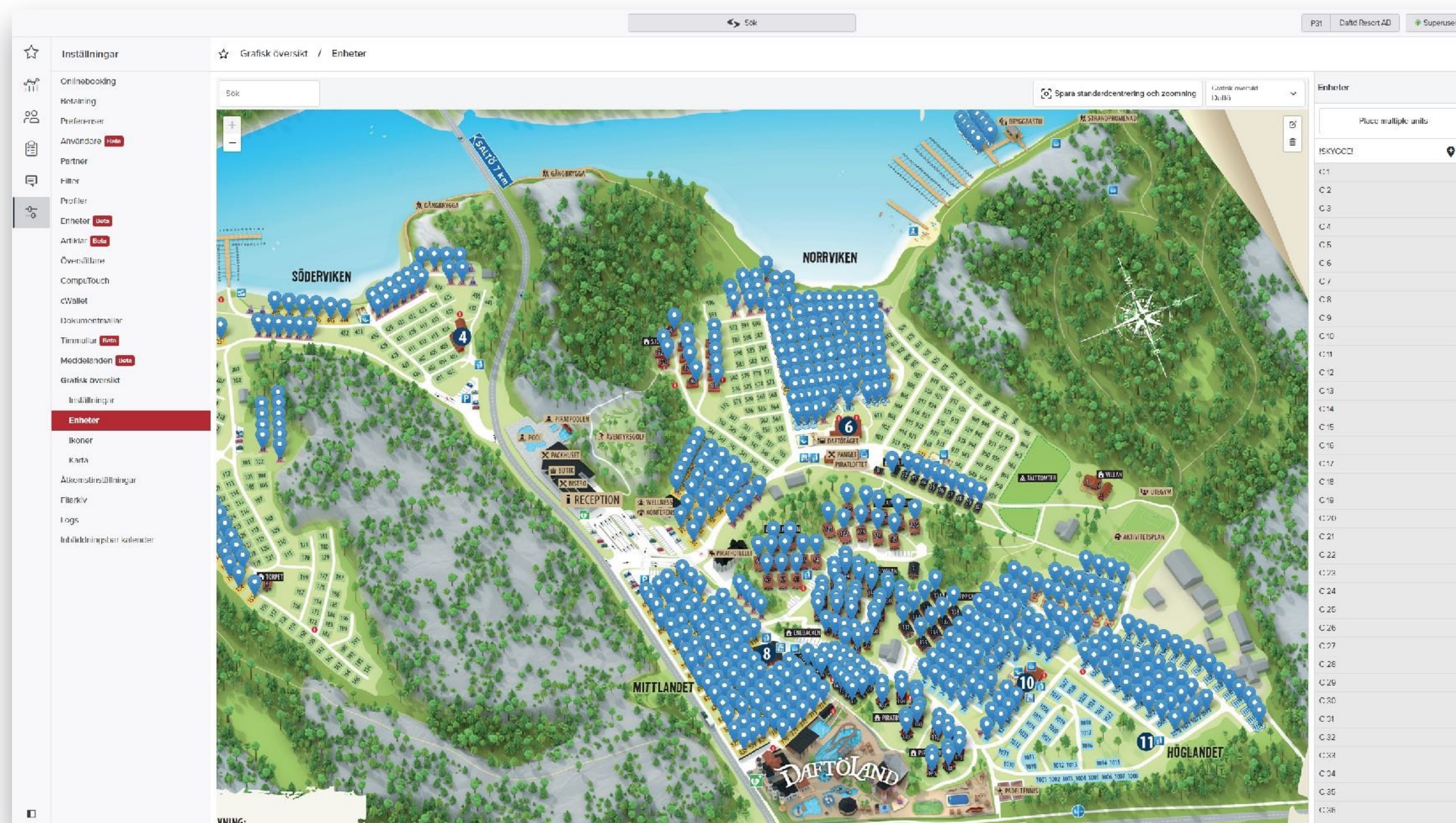
Compucamp

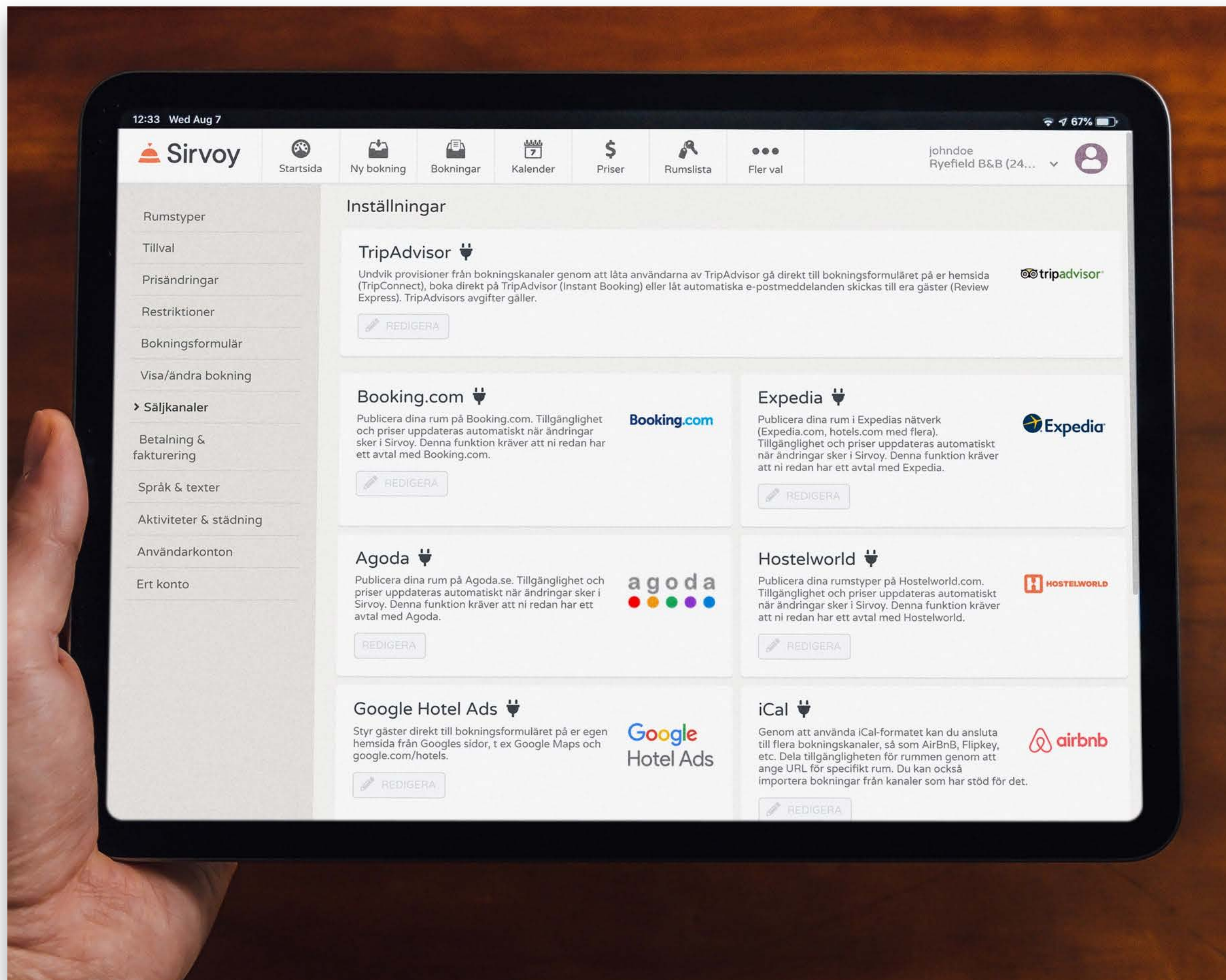
Pris vid förfrågan

Är en del av Compusoft - CompuCamp bokningssystem är ett property management system (PMS) kombinerat med customer relation management (CRM).

Som namnet antyder, fokuserar CompuCamp på den växande marknaden som är campingplatser och semesteranläggningar. Idag används plattformen av över 600 olika anläggningar och de är största aktören i Skandinavien.

- Bokningskalender online såväl som Point-of-sale vid din frontdesk genom ett intuitivt gränssnitt
- Möjlighet till gästkommunikation före, under och efter deras vistelse genom både SMS och e-post
- Snabb incheckning med hjälp av bokningsnummer eller QR-kod
- Kopplingar mot en mängd försäljningskanaler/OTA:er
- Gästprofiler för ett mer anpassat kundbemötande
- Statistik och uppföljning av data och nyckeltal samt genererande av rapporter
- Tidsbokningssystem för aktiviteter som cyklar, tennisbanor, konferensrum, osv.
- Möjlighet att lägga till lösning även för restaurang/servering med bordsbokning, hämtmat, notor, osv.





Sirvoy

299SEK i månaden i fast avgift.

Sedan 2008 har Sirvoy drivits av ambitionen att skapa världens mest kraftfulla och användarvänliga bokningssystem. Med kunder i över 100 länder, är Sirvoy idag ett verktyg fullmatat med funktioner för att din verksamhet skall vara så effektiv som möjligt.

- Fungerar lika bra för hotell, vandrarhem, stugor och lägenheter
- Inbyggd channel manager för att göra erbjudanden tillgängliga via alla större bokningskanaler
- Färdiga mallar för utskick via e-post och SMS
- Utskriftsvänliga bokningsdetaljer för kommande besök
- Möjlighet att ha flera olika administratörer med olika åtkomst
- Jobba med rabatt- och avtalskoder för justerade priser
- Möjlighet att skapa upp olika rumstyper med olika priser och förutsättningar
- Inbyggt verktyg för att bygga enklare webbplats
- Mobilanpassat bokningsformulär som enkelt läggs in på din webbplats



Visbook

Omsättningsbaserad prissättning

Visbook är bokningssystemet som numera titulerar sig "Property Management System" med tjänster för en rad delar av administrationen för dig som driver hotell, pensionat eller liknande

- Bokning och incheckning på enklaste sätt oavsett om det handlar om rum, konferens, parkering eller annat
- Ett smidigt "Point of sale" – system för dig som vill sälja på plats inom bar, restaurang, reception eller spa
- Funktionalitet för både städ och vaktmästeri – som gör att hela verksamheten i nära nog realtid vet status
- Jobba med samtliga funktioner i plattformen direkt från din mobil eller surfplatta med appen VisBook Portable
- Få statistik på allt du kan tänka dig, analysera datan och fatta nya affärsmässiga beslut
- Med hjälp av några få klick, skapar du allt nödvändigt bokföringsunderlag för uppföljning och hantering
- Bordsbokning till din restaurang med möjlighet att koppla nota till gästens rum
- Bokningshistorik, dokument och e-postkommunikation samlad på ett överskådligt sätt kring varje gäst
- Koppla samman flera anläggningar och dela information, gästdata och andra nyckeltal

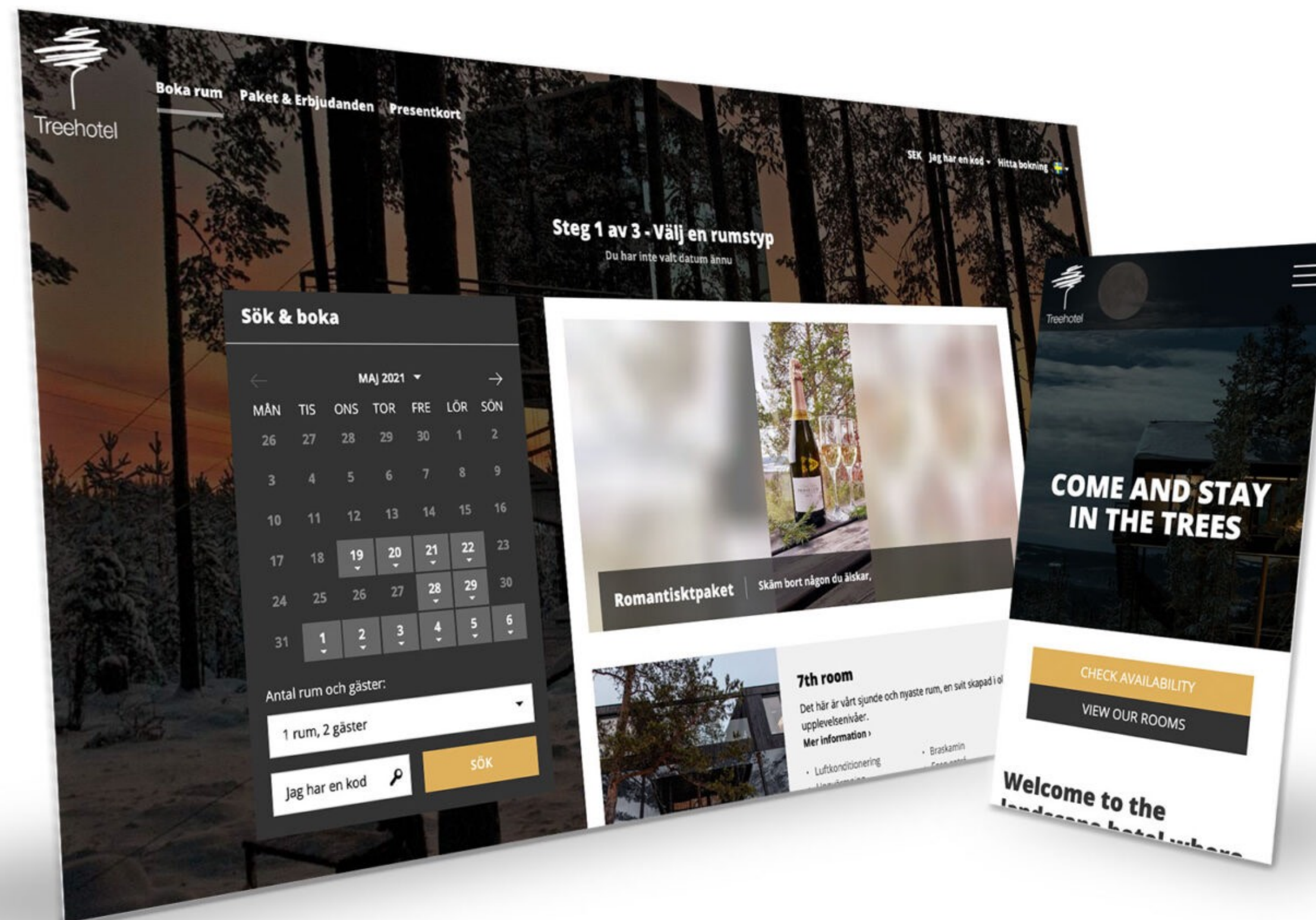


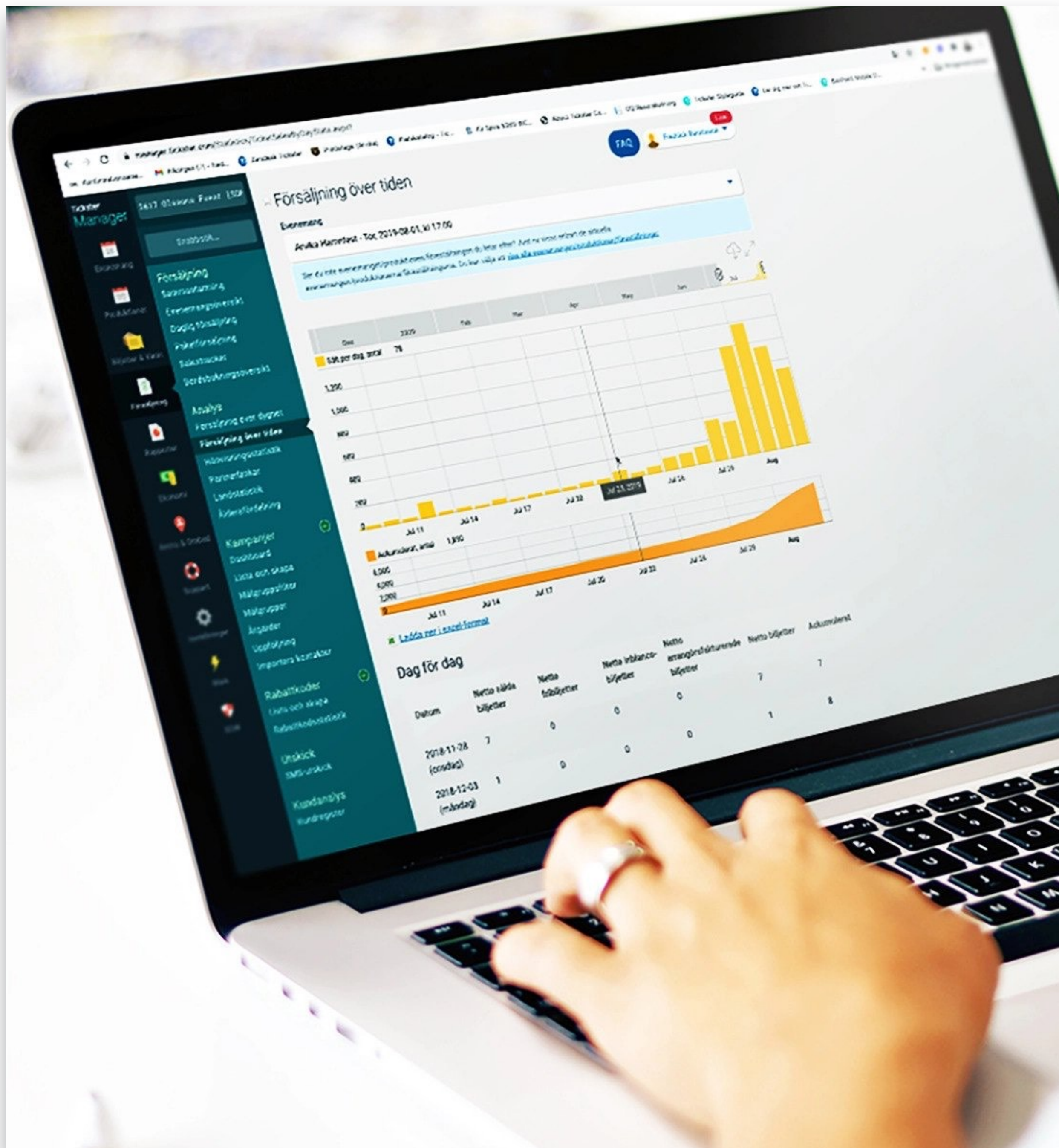
BookVisit

Pris vid förfrågan

BookVisit ingår i Visitgroup och är Nordens snabbast växande bokningsplattform, grundat 1999.

- Din hemsida och bokningslösning blir genom BookVisit en enda gemensam plattform. Channel manager med kopplingar mot flera olika försäljningskanaler (OTA:er)
- Fungerar för hotell, campingplatser, vandrarhem och många fler.
- Möjlighet att även sälja tilläggstjänster och produkter som sightseeing, transfer, presentkort och annat.
- Erbjuder CRM och kampanjhantering.



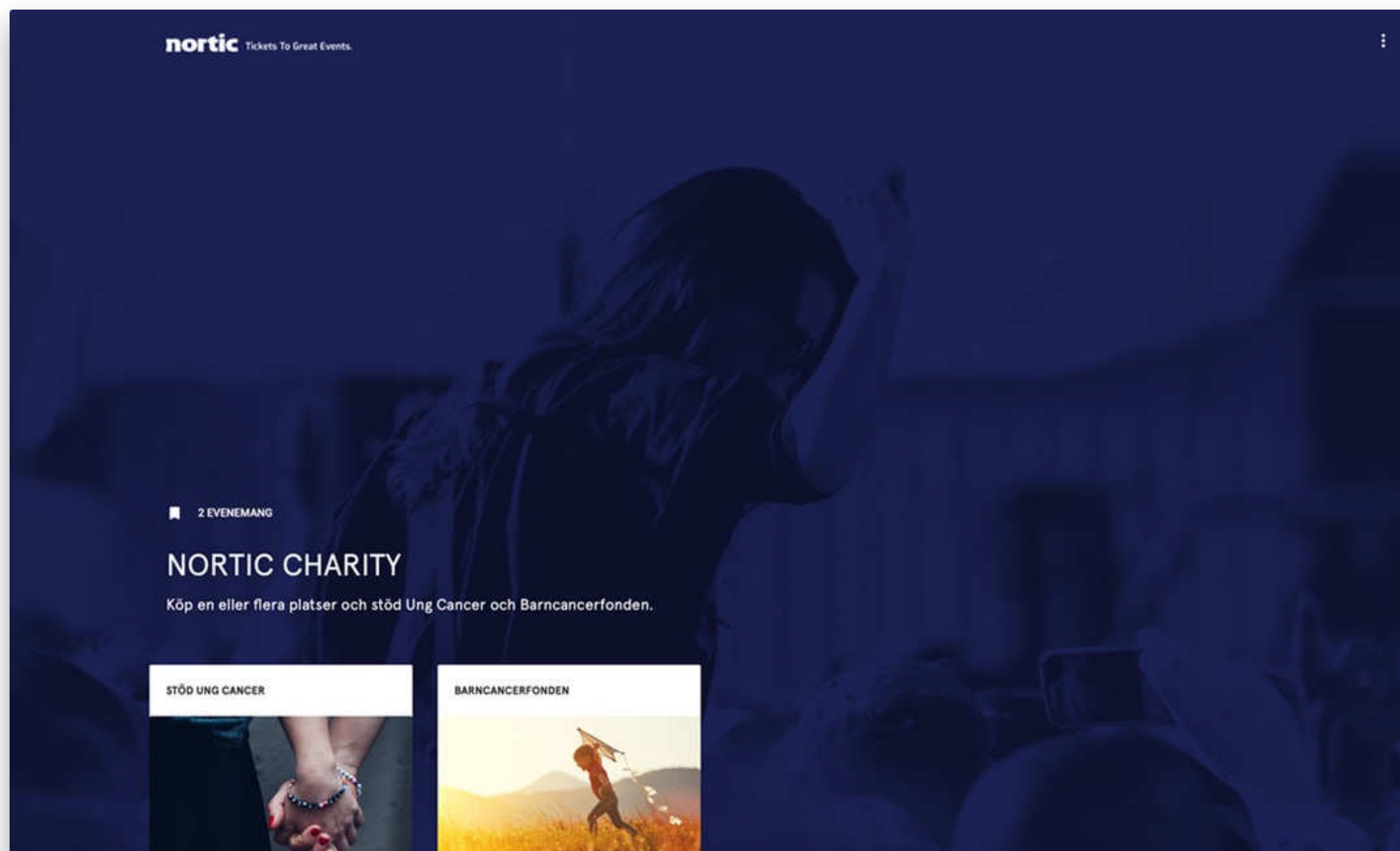


Tickster

Provisionsbaserad prisstruktur

Det svenska biljettsystem som har flest arrangörer som kunder. Inte en del av någon större koncern utan privatägt med kontor i Arvika och Göteborg. I grunden ett biljettsystem för event men idag med många fler delar och funktioner

- Möjlighet att få webblösningen för biljetter att se ut mer som ni vill med egen logotyp, färger, etc. Även möjligt att anpassa biljetter, presentkort och kvitton.
- Stort fokus på mobilitet med lösningar som laddar snabbt och är användbara i en mobil
- Smarta kopplingar till Facebook där en kalender skapas med tillgängliga biljetter
- Möjlighet att skapa paket, säsongs- eller abonnemangskort – digitala såväl som fysiska för utskick.
- Smidig lösning för entré och insläpp.
- Utöver biljetter erbjuder Tickster även ett kassasystem för restaurang och bar med exempelvis expressbeställningar samt bordsbokningslösning, "Table management", med funktioner kring tilläggspaket, uppgraderingar, allergier eller andra särskilda önskemål.



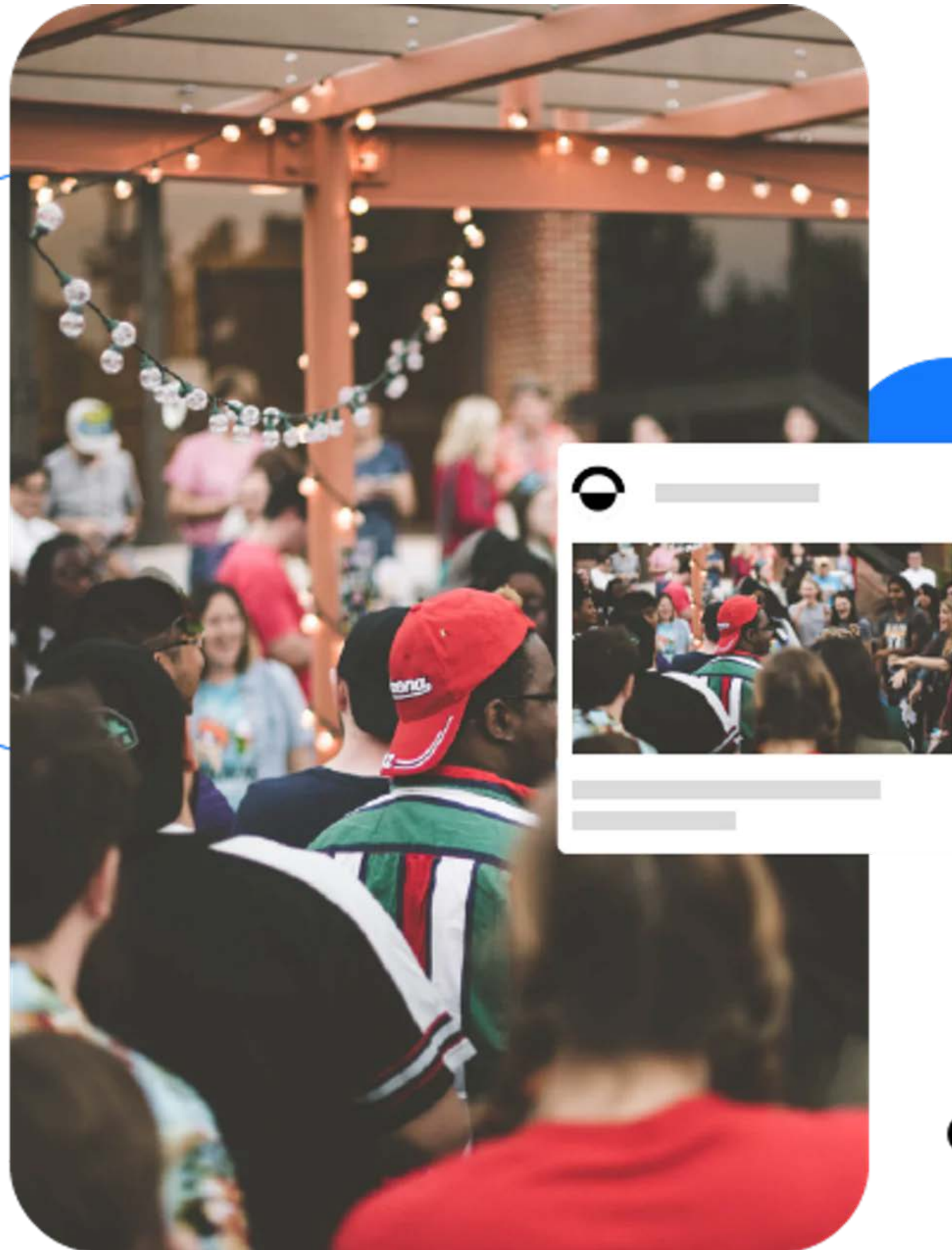
Nortic

100% provisionsbaserad

Ett svenskt biljettsystem med ursprung i Blekinge – Nortic har en lösning för alla typer av eventarrangörer.

- En egen plattform hos Nortic där samtliga dina arrangemang finns tillgängliga för dina kunder.
- Möjlighet att anpassa arrangemangsinformationen efter din grafiska profil.
- Integrerad betalningslösning via Klarna.
- Skapa olika typer av biljetter – onumrerat, platsspecifikt, årskort och med olika priskategorier.
- Mobilanpassad lösning utan behov av att kunden registrerar sig.
- Biljettleverans via mail eller SMS.
- Släpp in med hjälp av QR-koder via tilläggsappen Nortic Admit

billetterto.



Billetto

6% + 3,99 kr per biljett du säljer

Ursprung från Danmark och med bas i London men med fortsatt stort fokus på den Nordiska marknaden har Billetterto hanterat mer än 300.000 event över hela Europa. Årligen säljer de över 2 miljoner biljetter i något av de 14 länder de är verksamma inom.

- Samla in och lagra kunddata på ett och samma ställe för att kunna anpassa upplevelser efter smak
- Mobilanpassat både för besökaren och för dig som administrerar
- Scanna biljetter enkelt med hjälp av Billeto-appen
- Möjlighet att skapa kampanjer med rabatter och extra uppmärksamhet till ditt evenemang
- Stort fokus på SEO och synlighet i sökmotorer
- Smart plattform för att direkt kunna annonsera evenemang på Facebook och Instagram
- Möjlighet till både onummerade och platsspecifika biljetter
- Ge dina biljetter, bekräftelser och annan kommunikation en känsla av ditt eget varumärke
- Snabba utbetalningar till arrangören

Magnet

4 kronor per biljett du säljer

Ursprungligen framtaget av webbyrån Paloma som utvecklade verktyg för nyhetsbrev och e-postmarknadsföring, Magnet är idag en komplett lösning för all typ av biljetthantering.

- Möjlighet att anpassa bekräftelsekommunikation och anpassa designen av biljetter
- Bädde in biljettförsäljningen på din egen webbsida för att sälja direkt till de som besöker dig
- Skapa olika typer av biljetter – allt från rabatterade till reservplatser vid fullt
- En rad olika betalningsalternativ – Swish, kortbetalning, PayPal, mot faktura, etc.
- Tydlig och lättillgänglig statistik för dig som arrangerar – både vad gäller försäljning och faktiskt deltagande
- Lättanvänt och tilltalande gränssnitt för mobilanvändare
- Möjlighet till både "early bird" och tidsstyrd försäljning som villkor i din biljettförsäljning
- Mobilapplikation för att enkelt kunna checka in



Att ta med er...

- Hur kan vi öka vår synlighet i digitala kanaler – hur ser vi till att skapa större närvaro och chanser till ökad omsättning?
- Hur kan vi använda digitala lösningar för att sälja och ge service på ett mer effektivt sätt – samtidigt som vi ändå behåller allt det som är bra med oss idag?
- Hur ser vår digitala förändringsresa ut – hur skapar vi på bästa sätt planen för allt som vi kan och vill göra?
- Hur ser vi till att samla in, analysera och använda oss av all information som digitala system kan ge oss?
- Hur skall våra digitala satsningar skötas om – hur ser vi till att de mår bra och är effektiva när vi väl fått dem på plats?

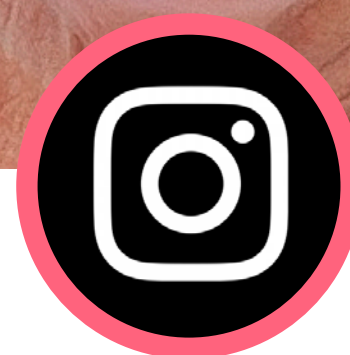
Mentifrågor

Följ oss i våra social kanaler

Långasjönäs camping
Foto: annika@preciouspeople.se



Mer om projektet och
intresseanmälan på
visitblekinge.se/cotourism



Följ **CoTourism Blekinge**
på Facebook och Instagram.
Nyheter, kommande insatser,
länkar, tips med mera.



CoTourism
GRUPPEN

En privat grupp för er som
deltar i projektet. Här kan ni
bolla idéer, ställa frågor och
dela tankar med varandra.

CoTourism

VISITBLEKINGE



REGION
BLEKINGE



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden

I SAMARBETE MED

