

Fokusområden



Målmarknader

Nationellt

- Blekinge
- Södra Sverige + 40 mil utanför Blekinge.
- Större städerna i södra och mellersta Sverige. Ex Stockholm, Göteborg



Målgrupper

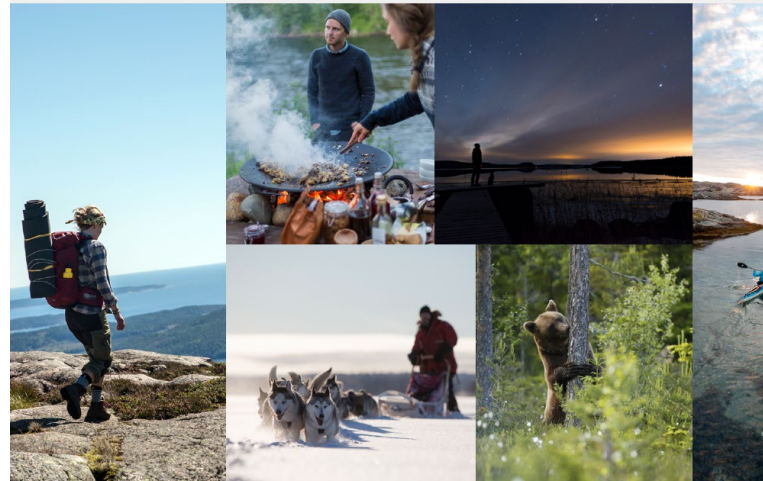
Den globala resenären, bygger på målgruppens drivkrafter.

- **Nyfikna upptäckare** Gillar att besöka städer, familje-upplevelser, bo på lyxigt hotell eller hyra stuga med service. De besöker både museum och äventyrsland och testar gärna nya saker. Är viktiga digitala spridare.
- **Aktiva naturälskare** Tar med familjen på frilufts aktiviteter, vandrar, cyklar, lättare friluftsliv, inte hardcore, hyr stuga i skogen, testar ny mat, vill resa hållbart, återvinner, miljötänk och vill njuta av lugnet och stillheten i den svenska naturen.
- **Vardagssmitande livsnjutare** Njuter gärna av god mat och dryck, spelar golf, besöker museum och åker på weekendturer. Kan även äga en husbil/ husvagn som de åker runt med. De vill koppla av, slippa rutiner och känna sig fria på sin semester. Gemenskapen är viktig, liksom att ha roligt och att uppleva nya saker tillsammans.

Nyfikna upptäckare



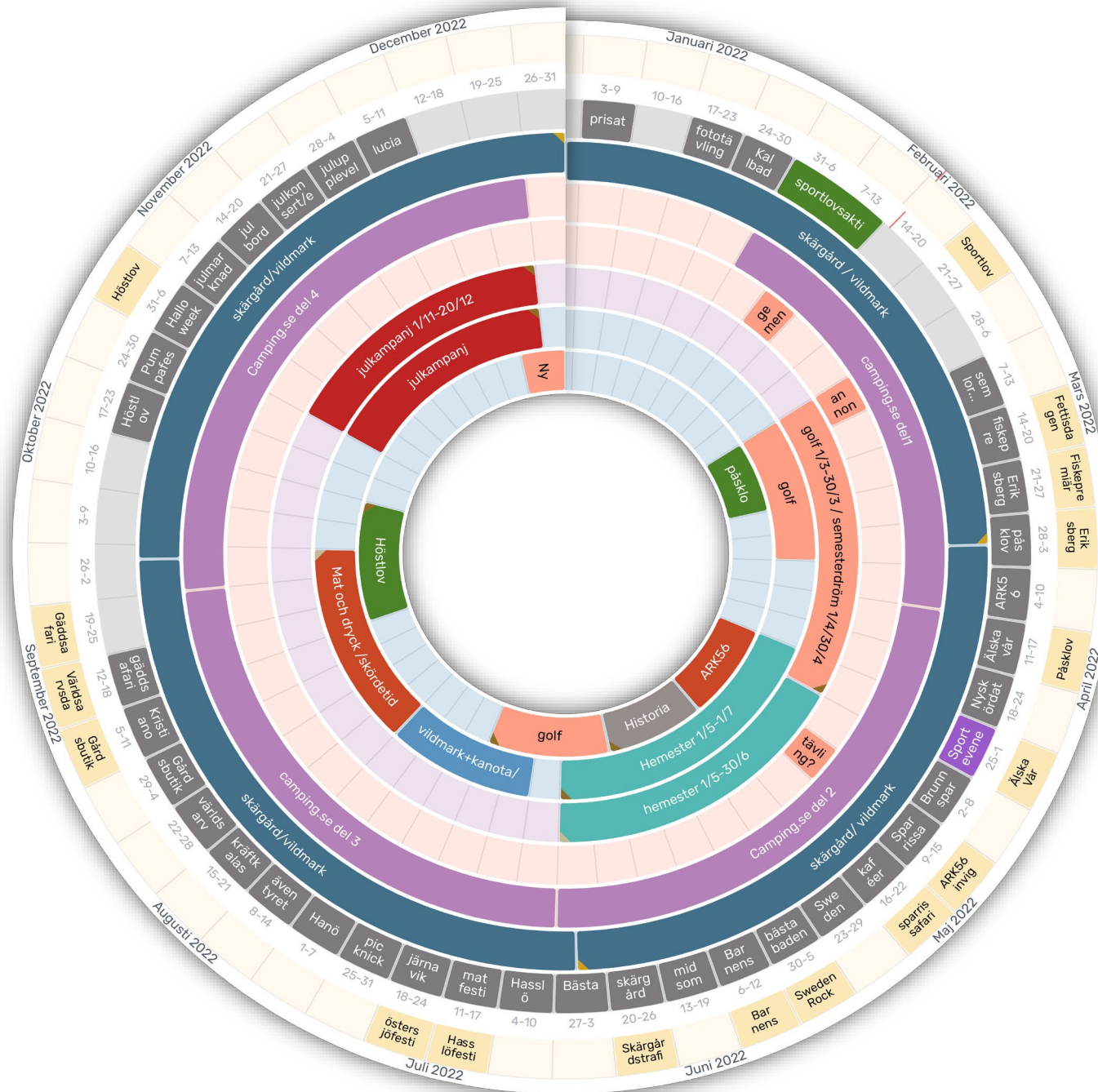
Aktiva naturälskare



Vardagssmitande livsnjutare



Årshjul 2022



Kampanjplan 2022

Always on

- Tematiskt inom skärgård & kust
- Tematiskt inom skog & sjöar

Fokuskampanjer

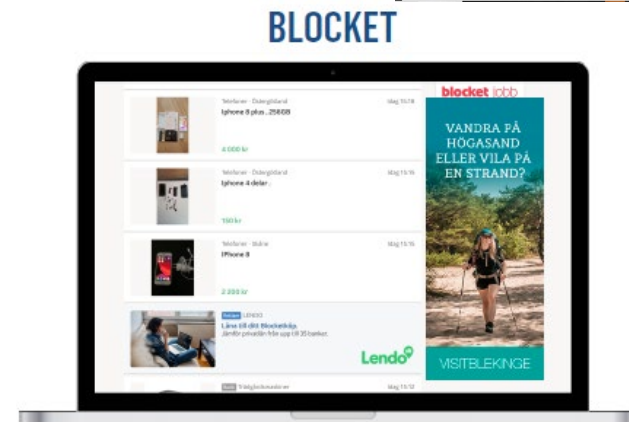
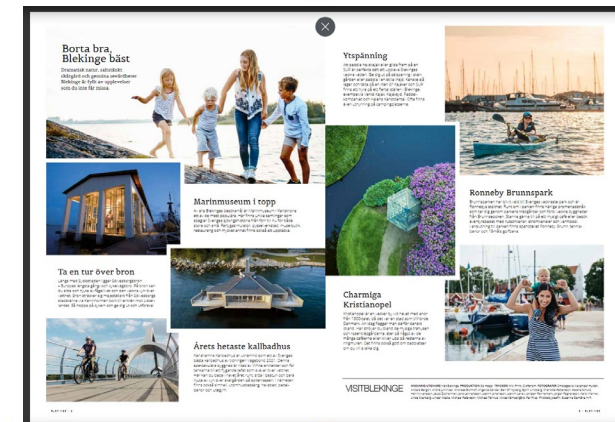
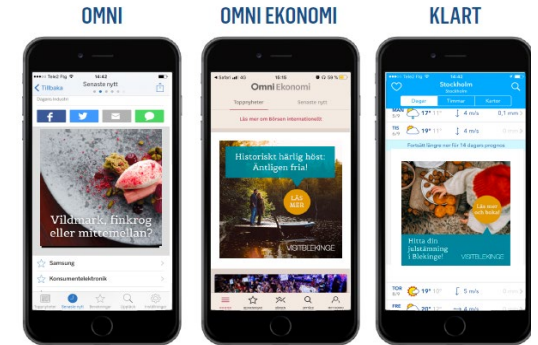
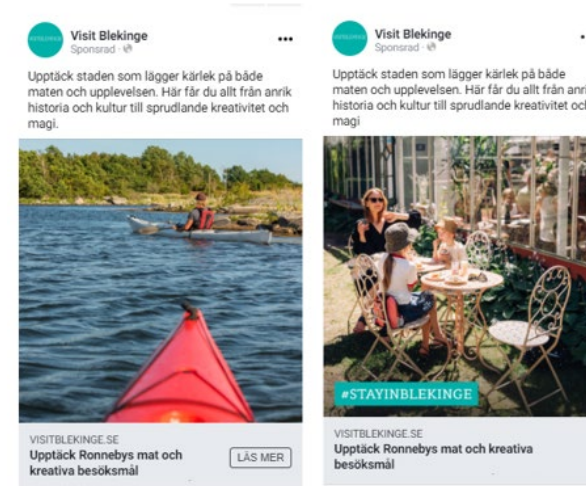
- Mars **Sveriges Golfkust öppnar upp**
- April **Påsklov och lediga dagar**
- Maj-juni **Hemester**
- Juli-aug **Vildmarksommar**
- Aug-sept **Skördetid**
- Okt **Höstlov**
- Nov-dec **Julkampanj**



Insatser 2022

Digitala och trycka insatser

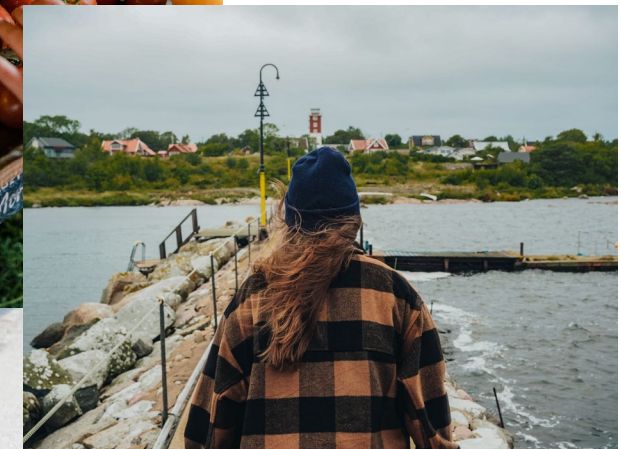
- Display banners via Shibstedt: Blocket, SvD, Aftonbladet, Klart, TV.nu, OMNI.
- Annonser i tryckt magasin samt banners på camping.se
- Upplevelseguiden, i samarbete med Visit Sweden.
- Blekingemagasinet 2022, omtryck
- Rivkarta 2022, nytryck.
- Hemesterguider i samarbete med Blekingetrafiken.



VISITBLEKINGE

Aktiviteter och övriga insatser

- PR-aktivitetet ex Fototävlingar, kajakweekend, journalistbesök.
- Samarbete med influencers, minst 2 under året.
- Inköp av film & bildmaterial, förlängd säsong och visar mångfald.
- Nyhetsbrev, 1 per månad.
- Instagram, facebook, LinkedIn, Youtube.
- Guldekens #tillsammanspris, Blekingedagen.



Verktygslåda för besöksnäringens företag

Samlad information på ett ställe

- Rapportera in och läs statistik
- Tips för SoMe och Foto, film
- GDPR – uppdaterade regler
- Värdsutbildning
- Analysera, mäta och marknadsföra
- Trender och viktiga kanaler

www.visitblekinge.se/verktygslada

