



Sverige - Norden - Världen

Företagskategorisering för ökad exportmognad

Västsvenska Turistrådet



Sverige – Norden – Världen

Västsvenska Turistrådet (VT) arbetar, sedan 1999, med affärsutveckling och marknadsföring av besöksnäringen i Västsverige.

VT tillhandahåller idag ett brett spektrum av stöd och hjälp till företagare inom besöksnäringen både när det gäller utveckling av verksamheten och när det gäller marknadsföring.

För att tydliggöra vilka insatser VT erbjuder och vad som krävs av ett företag för att ta del av dessa insatser har ett system kallat Sverige-Norden-Världen tagits fram. Målet är att systemet ska resultera i att fler företag i Västsverige blir exportmogna.

Genom systemet säkerställer vi att ditt företag har möjlighet att ingå i rätt kampanjer, marknadsföringsaktiviteter och andra sammanhang baserat på den exportmognadsgrad du själv har valt att ligga på.

Sverige-Norden-Världen är inget nytt märkningssystem. Det kommer alltså inte att kommuniceras ut till kund vilken nivå ett företag ligger på. Systemet kommer endast att användas i kommunikationen mellan VT och det aktuella företaget.

Det är lika lätt för ett litet som för ett stort företag att nå upp till de olika nivåerna. Systemet är i grunden kostnadsfritt, dock krävs en stor egen insats av tid samt en vilja att utvecklas.

Systemet ska inte förväxlas med det arbete som Västsvenska Turistrådet bedriver i samarbete med Tillväxtverket för att arbeta fram ett system för hållbarhets- och kvalitetssäkring. Detta är ett komplement till det.





Förutsättningar

Nedan följer en beskrivning av de förutsättningar som krävs av dig som företagare för att nå upp till en viss nivå. Därefter presenteras den hjälp, de verktyg och de marknadsföringsinsatser som erbjuds företag på de olika nivåerna.

Steg 1 – Sverige	Steg 2 – Norden	Steg 3 – Världen
1.1 Lagstadgade företagskrav	1.1 Lagstadgade företagskrav	1.1 Lagstadgade företagskrav
1.2 Branschkrav	1.2 Branschkrav	1.2 Branschkrav
1.3 Aktiv i Basetool	1.3 Aktiv i Basetool	1.3 Aktiv i Basetool
1.4 Kompletta produktblad	1.4 Kompletta produktblad	1.4 Kompletta produktblad
	1.5 Översatt material	1.5 Översatt material
	1.6 Onlinebokningsbar	1.6 Onlinebokningsbar
	1.7 Miljö- och kvalitetsaktiv	1.7 Miljö- och kvalitetsaktiv
		1.8 Tillgänglighetsinventerad
		1.9 Öppethållande
		1.10 Professionellt arbete med säljledet
		1.11 Professionellt mottagande av PR/media
		1.12 Kommenterafunktion
		1.13 Följa destinationens profil och värdegrund
		1.14 Destinationsambassadör



1.1 Lagstadgade företagskrav

- Beroende på vilken juridisk form företaget har skall man följa de krav som finns uppställda. Exempel: Inneha f-skattsedel, registrerad och aktiv för moms, registrerad som arbetsgivare.

1.2 Branschkrav

- Beroende på vilken bransch och ev. organisation man tillhör skall man följa dess uppsatta regler och krav. Ex. från SHR, SVIE, STF eller SCR.
- För boendeanläggningar med mer än 5 rum skall inrapporteringen till SCB göras.
- Om man erbjuder och säljer paket skall en godkänd resegaranti vara utställd.

1.3 Aktiv i Basetool

- Man skall vara inloggad i Basetool minst en gång var 3e månad.

1.4 Kompletta produktblad

- Samtliga 6 punkter på produktbladet skall vara korrekt ifyllda enl. anvisning i Basetoolmanual.
- Material i Basetool samt ev. Citybreak skall vara korrekt och aktuellt.
- Priser och bilder skall vara aktuella.

1.5 Översatt material

- Produktblad i Basetool skall vara översatt och aktuellt för avsedd marknad.
- Grundkravet är att huvudproduktbladet skall vara översatt till engelska.

1.6 Onlinebokningsbar

- Aktuella produkter och/eller paket som skall medverka i t.ex. kampanjer skall vara bokningsbara online via t.ex. Citybreak eller motsvarande.
- Förse onlinebokningssystemet med god tillgänglighet (bäddar eller ex. platser på båten) till bokningsbara produkter vid aktuell period.
- Företag har möjlighet att bli bokningsbara via samarbetspartner. Exempelvis om du är en båtoperatör kan du medverka i ett paket tillsammans med ett hotell som i sin tur lägger upp paketet bokningsbart online.

1.7 Miljö- och kvalitetsaktiv

- Aktivt och officiellt arbeta med att förbättra sina produkter ur ett miljö- och kvalitetsperspektiv. Västsvenska Turistrådet kommer under 2011 att, på uppdrag av Tillväxtverket, arbeta fram ett system för kvalitets- och hållbarhetssäkring. Detta system kommer på sikt att ligga till grund för denna punkt.
- Exempel på befintliga system för företag inom besöksnäringen är t.ex. Svanen, Naturens Bästa, Gröna Nyckeln, KRAV m.fl.

1.8 Tillgänglighetsinventerad

- Man skall ha en aktuell och uppdaterad (vartannat år) tillgänglighetsinventering för människor med funktionsnedsättning. Länk till inventeringen ska finnas på företagets hemsida. Mer information om databasen finns på www.tillganglighetsdatabasen.se



1.9 Öppethållande

- Utifrån verksamhetens möjligheter och förutsättningar skall man verka för att skapa säsongförlängning och nya säsonger.
- Majoriteten av året skall verksamheten vara öppen för spontanbesök.

1.10 Professionellt arbeta med sälj- och researrangörsledet

- Det är frivilligt att jobba med säljledet. För varje enskild marknad samt för mötesindustrin finns en tydlig lista med de krav som gäller för företag som jobbar med researrangörer. Bl.a. ska nedanstående punkter uppfyllas:
 - o Förståelse för hur säljledet fungerar.
 - o Svara inom 24 timmar.
 - o Uppföljning inom ”rimlig” tid efter gemensamma workshops/säljaktiviteter.
 - o En kontaktperson gentemot VT. Om denna ej kan närvara vid t.ex. en visning skall en ersättare utses.
 - o Ha färdiga och aktuella priser vid den tidpunkt som arrangören önskar.
 - o Kunna leverera användbara bilder av hög kvalitet.

1.11 Professionellt mottagande av PR/media

- Professionellt mottagande av PR/media från VT eller annan organisation.
- Ha färdigt material, bilder och priser att förmedla.
- Produkterna som visas skall vara köpbara.
- Stå för kostnaderna vid en arbetande journalists övernattnings på den egna anläggningen.
- Stå för 50% av kostnader för mat och aktiviteter på den egna anläggningen .
- En kontaktperson gentemot VT. Om denna ej kan närvara vid t.ex. en visning skall en ersättare utses.

1.12 Kommenterafunktion

- Inte ha avaktiverat kommenterafunktionen på sina produktblad i den virtuella turistbyrån.
- Aktivt arbeta med att professionellt bemöta eventuella positiva och negativa kommentarer.

1.13 Följa destinationens profil och värdegrund

- För vissa geografiska områden/destinationer har en profil och värdegrund utarbetats. Detta beskriver vilka värden området/destinationen står för och ska marknadsföra sig med. Man skall aktivt arbeta för att på olika sätt stärka den profil och värdegrund som området/destinationen står för och använda det rekommenderade materialet synbart via sina olika marknadsföringskanaler och produkter.

1.14 Destinationsambassadör

- Medverka vid olika nätverk eller workshops som inspiratör och ambassadör för att stärka och utveckla sin destination.



Förmåner

Nedan följer en beskrivning av vilka förmåner som erbjuds företag på de olika nivåerna.

Steg 1 – Sverige	Steg 2 – Norden	Steg 3 – Världen
2.1 Exponering Sverige	2.1 Exponering Sverige	2.1 Exponering Sverige
2.2 Onlinebokningssystem	2.2 Onlinebokningssystem	2.2 Onlinebokningssystem
2.3 Basutbildningar	2.3 Basutbildningar	2.3 Basutbildningar
2.4 Gruppen Västsverige	2.4 Gruppen Västsverige	2.4 Gruppen Västsverige
2.5 Nätverkande & workshops	2.5 Nätverkande & workshops	2.5 Nätverkande & workshops
	2.6 Exponering Norden	2.6 Exponering Norden
	2.7 Vidareutbildningar	2.7 Vidareutbildningar
	2.8 Cross selling	2.8 Cross selling
	2.9 Kampanjmedverkan	2.9 Kampanjmedverkan
		2.10 Exponering internationellt
		2.11 Exponering via samarbetspartners
		2.12 Exponering vid visningsresor
		2.13 PR/Media
		2.14 Mötesindustrin
		2.15 Individuell affärsutveckling
		2.16 Träffar



2.1 Exponering Sverige

- Möjlighet att få sina produkt- och paketblad synbara på www.vastsverige.com och vissa andra regionala sajter. Så som ex. www.bohuslan.com

2.2 Onlinebokningssystem

- Möjlighet att teckna sig för Västsvenska Turistrådets ramavtal inom säljplattformen och onlinebokningssystemet Citybreak.

2.3 Basutbildningar

- Möjlighet att medverka på basutbildningar så som Basetool, Citybreaks grundutbildning, ekoturism osv.

2.4 Gruppen Västsverige

- Tillgång till Gruppen Västsveriges innehåll där du bl.a. kan hitta analyser, undersökningar om olika målgrupper eller verktyg för affärsutveckling. Gruppen Västsverige finns i kommunikations- och marknadsföringsverktyget Basetool.

2.5 Nätverkande & workshops

- Möjlighet att medverka i något av de olika affärsutvecklingsnätverk som bedrivs. Ex. Kosterhavet eller ”Bohusluffa”
- Möjlighet att medverka vid workshops och träffar där du ex. kan få den senaste informationen om olika marknader och verktyg.

2.6 Exponering Norden

- Möjlighet att bli synbar på Västsvenska Turistrådets nordiska sajter.

2.7 Vidareutbildningar

- Möjlighet att medverka vid fördjupande och/eller mer kunskapskrävande utbildningar, ex. Citybreaks paketutbildning.

2.8 Cross-Selling

- Möjlighet att via säljsystemet Citybreak koppla upp sina produkter och paket för Cross-Selling så att man säljer sina kollegors utbud till de gäster som redan finns på plats på destinationen. OBS! Kommer på sikt.

2.9 Kampanjmedverkan

- Möjlighet att medverka i marknadsföringskampanjer så som ex. Danmark- och Norge i kubik.

2.10 Exponering Internationellt

- Möjlighet att bli synbar på Västsvenska Turistrådets internationella sajter samt vissa regionala sajter så som www.skaraborg.nu.



2.11 Exponering via samarbetspartners

- Möjlighet att få exponering via Västsvenska Turistrådets partners webbsidor så som ex. Visit Sweden och olika reseagenter efter eventuell avtalsteckning.

2.12 Exponering vid visningsresor

- Möjlighet att visa upp sin verksamhet och sina produkter vid Västsvenska Turistrådets visningsresor för researrangörer eller agenter.

2.13 PR/Media

- Möjlighet att visa upp sin verksamhet och sina produkter för besökande journalister.
- Möjlighet att medverka som ambassadör för regionen och/eller Sverige vid olika marknadsförings- och PR-arrangemang.
- Möjlighet att lyftas fram med sina produkter och paket vid ex. pressmeddelande.
- Möjlighet att få extra marknadsföring för attraktiva produkter och paket, ex. via puffar och kampanjer.
- Möjlighet att få exponering via olika sociala medier ex. Västsveriges facebooksidea.

2.14 Mötesindustrin

- Möjlighet att ingå i Västsvenska Turistrådets arbete med att utveckla och marknadsföra företagsmöten.

2.15 Individuell produkt- och affärsutveckling

- Möjlighet att få tillgång till Västsvenska Turistrådets produkt- och affärsutveckling för ökad exportmognad.

2.16 Träffar

- Möjlighet att medverka på de träffar som genomförs varje år för steg 3- Världen företagen. På träffarna får man bl.a. ta del av de senaste nyheterna i regionen samt får möjlighet till erfarenhetsutbyte med liknande företag.



Lexikon

Här har vi samlat förtydliganden och förklaringar till tidigare använda fack- eller branschuttryck i dokumentet.

Basetool: Basetool, som även benämns ”samverkansplattformen”, ligger bakom www.vastsverige.com och är det verktyg som används för att administrera företagens produktblad. I Basetool finns också möjligheten att kommunicera med andra aktörer inom turismnäringen i Västsverige samt att ta del av information, utbildningsmaterial m.m som finns upplagt i den så kallade Gruppen Västsverige. Inloggningsuppgifter krävs för att få tillgång till Basetool. Dessa kan man själv beställa via nätet. www.basetool.se

Basetoolgrupp: En privat eller allmän grupp i Basetool som behandla ett visst tema, ämne eller nätverk. En allmän grupp är tillgänglig för samtliga användare i Basetool.

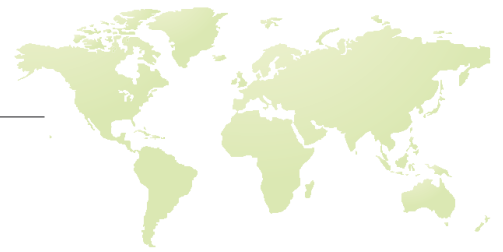
Citybreak: Citybreak är ett webbaserat bokningssystem. Ett avtal krävs för att medverka. Genom avtalet kan företagen vara bokningsbara online genom att koppla sitt produktblad (se produktblad) i Basetool till den onlinefunktion som finns på portalen www.vastsverige.com. Med hjälp av Citybreak kan företagen bl.a. administrera sina bokningar, sin tillgänglighet och sina priser samt ha tillgång till sin kunddatabas, rapportera direkt till SCB och ha tillgång till en bokningsfunktion på den egna hemsidan m.m. Bokning sker genom att kunden bokar en produkt/ett paket på www.vastsverige.com alternativt på företagets hemsida. Betalning av produkt/paket sker då kunden är på plats. En prestationsbaserad provision på 1,9 % utgår till systemägaren Visit Technology Group.

Cross Selling: Cross Selling är en samarbets- och merförsäljningsmöjlighet vilken ligger som en online-funktion i Citybreak. Cross Selling-systemet innebär att avtalsknutna företag har möjlighet att boka varandras produkter och tjänster till en provisionsbaserad intäkt på 5 % (nivån avser år 2010 och kan förändras). Detta stimulerar till merförsäljning för företagen och ger bättre service till besökaren som redan är på plats. Exempelvis kan boendeanläggningen A själv gå in och se ledig kapacitet hos kajakföretaget B. Finns lediga kajaker kan boendeanläggning A själv boka upp det antal kajaker som kunden önskar. Betalning sker då kund kommit till kajakföretaget B. Boendeanläggning A får 5 % i provision för införsäljningen.

Cross selling-systemet är för närvarande under utveckling.

Destination: En specifik plats, ort eller område, som besöks vid en resa. Begreppet kan definieras som den mest avlägsna platsen som besöks (distance destination), den plats där mest tid spenderas (main destination), eller den plats som av resenären betraktas som den primära anledningen till resan (motivating destination).





Hållbar utveckling: Den vedertagna definitionen av hållbar utveckling antogs i Brundtlandkommissionen 1987 och lyder:

”Hållbar utveckling är en utveckling som tillgodoser våra behov idag utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillgodose sina.” Hållbar utveckling innefattar tre dimensioner, ekologisk, ekonomisk och social utveckling, vilka av World Tourism Organization (WTO) beskrivs som följer:

Ekologisk hållbarhet: Att optimera användningen av de naturresurser som utgör en nyckelfaktor för turistisk utveckling på ett sätt som bibehåller viktiga ekologiska processer och bidrar till att skydda natur- och kulturarvet och den biologiska mångfalden.

Social hållbarhet: Att respektera den sociala/kulturella äktheten hos den lokala regionen, vidmakthålla regionens skapade och levande kulturella arv och traditioner samt bidra till interkulturell förståelse och tolerans.

Ekonomisk hållbarhet: Säkerställa tillförlitlig, långsiktig ekonomisk verksamhet som ger samhälls-ekonomiska och rättvist fördelade fördelar för alla berörda parter, inkluderande stabila anställningar och inkomstmöjligheter samt social service till den lokala regionen och bidrag till att lindra fattigdom.

Hållbar utveckling av besöksnäringen i Västra Götalandsregionen är en prioriterade del av Västsvenska Turistrådets arbete från och med hösten 2009.

Leverantör: En leverantör är en aktör som utför en prestation (till exempel en utförd tjänst eller vara) mot en motprestation (i regel mot överenskommet pris). Exempelvis boendeföretag A som säljer ett rum till kund.

Paketresa - Följande hamnar inom ramen för paketresa:

- Resor bestående av minst två av de tre tjänsterna transport, inkvartering och turisttjänst
- Paketreseliknande resor bestående av transport och inkvartering
- Transporter som sker tillsammans med paketresor, s.k. stolsförsäljning
- Utbildningsvistelse med inkvartering och transport, s.k. skolår

Mer information finns hos Kammarkollegiet.

Produkt: En vara eller tjänst, alternativt en kombination av de två, vilken kan köpas av kund.

Produktblad: En sida där ett företag, en produkt, ett paket och/eller ett evenemang presenteras på www.vastsverige.com. Administreras genom Basetool. Se även Basetool.





Tillgänglighetsdatabasen: Tillgänglighetsdatabasen (TD) är ett system för att beskriva den fysiska tillgängligheten till exempelvis turistföretag och kommunala verksamheter. Varje verksamhet beskrivs så väl att besökare med funktionsnedsättningar själva kan fatta beslut om de kan besöka platsen eller inte. Informationen är uppdelad utifrån fem svårigheter: svårt att röra sig, svårt att höra, svårt att se, svårt att bearbeta och tolka information samt svårt att tåla vissa ämnen. Anläggningar har möjlighet att själva inventera sina lokaler och registrera inventeringen i Tillgänglighetsdatabasen som därefter länkas till den egna hemsidan. Det finns också möjlighet att anlita VT till självkostnadspris för att få hjälp med inventeringen.

Gruppen Västsverige: Gruppen Västsverige är skapad för att turistföretagare i Västsverige enkelt ska kunna hitta information om t.ex. olika utländska marknader och målgrupper, nya rapporter och undersökningar, statistik och information om hur man blir bokningsbar on-line. Innehållet presenteras i form av korta artiklar, filmer och filer som man enkelt kan ladda ner och spara på sin dator. Gruppen Västsverige är utvecklad inom ramen för EU-projektet MetU. Gå in på www.basetool.se

www.vastsverige.com: Den officiella hemsidan för Västsverige med alla dess undersidor, kommuner och temasidor. Här har turisten möjlighet att söka information utifrån sitt intresseområde och boka boende/paket/aktiviteter online. Sammanlagt hade sidan 3 500 000 besökare under 2008. Sidan går även under namnet Virtuella Turistbyrå.

Alla de ord och begrepp som vi ovan har beskrivit är hämtade från rapporter, hemsidor, lagtexter etc. Här nedan hittar ni hänvisningar till hemsidor och rapporter där ni kan hitta mer information.

FörTur –www.turism.se

Kammarkollegiet –www.kammarkollegiet.se

Tillgänglighetsdatabasen –www.tillgangligt.se

Tillväxtverket –www.tillvaxtverket.se

Västsverige.com –www.vastsverige.com

World Tourism Organization (WTO) –www.unwto.org/index.php

Nutek (2008) Fakta om svensk turism och turistnäring

Turistdelegationen (1995) Turismens begreppsnyckel: En översikt över internationellt rekommenderade begrepp





Referenser och kontakter

Om ni har frågor om Sverige-Norden-Världen och Västsvenska Turistrådets arbete, kontakta:

Bohuslän och Dalsland

Anders Nykvist, anders.nykvist@vastsverige.com
tel: 031-81 83 46

Skaraborg och Sjuhärad

Klara Börjesson, klara.borjesson@vastsverige.com
tel: 031-81 83 41



EUROPEISKA UNIONEN



VÄSTSVENSKA
TURISTRÅDET