

# Paketering och förädlingsmetoder

Caroline Jönsson

Svensk Destinationsutveckling AB

# Idag kommer vi gå igenom

---

- Vad innebär en paketering?
- Identifiera produktens värde
- Nya behov och krav på marknaden
- Kreativ paketering & stödmall
- Förädling av produkter
- Vad är viktigt att tänka på ?



# Paketera ett erbjudande

---

- Skapa ett nytt attraktivt erbjudande med hjälp av mervärden och andra erbjudanden
- Två typer av paketeringar
- Det ska underlätta för kunden att ta ett köpbeslut och bidra till merförsäljning
- Kortare beslutsprocess, win-win för er och för kund
- Tänk alltid kundnytta- bra sätt att öka värdet och priset på!



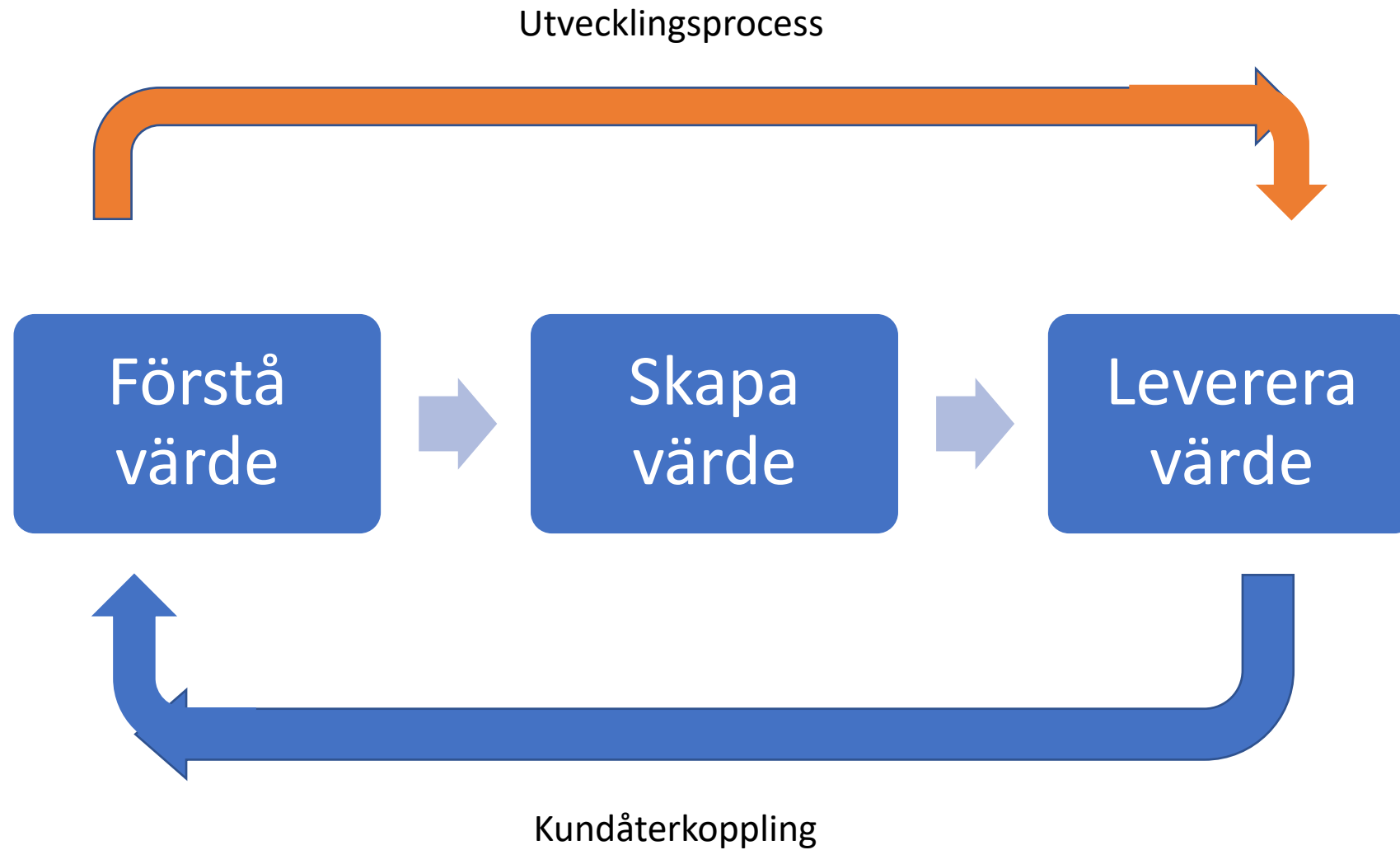
Varför köper  
kunden din  
produkt?

---



# Kundens värdeuppfattning





Figur, Kundvärdeprocessen (Näslund, Olsson och Karlsson, 2006)

Fråga 1, På vilka sätt arbetar du  
med kundvärdet idag?

Nya behov och krav från marknaden  
påverka hur vi behöver tänka kring  
våra produkter



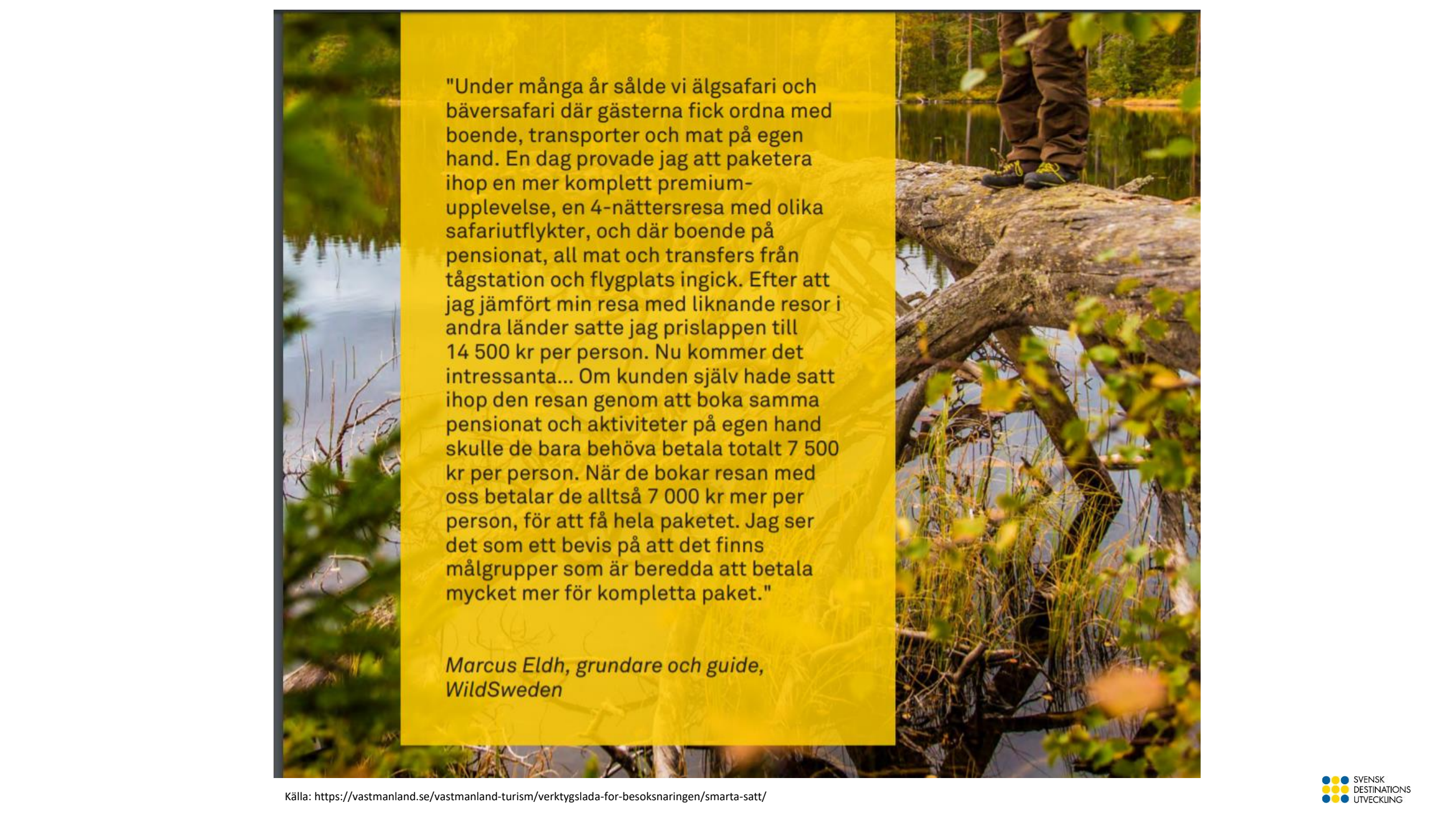
Paus!

# Vad behövs under resan?

---

- Aktivitet
- Mat
- Boende
- Transport
- Information

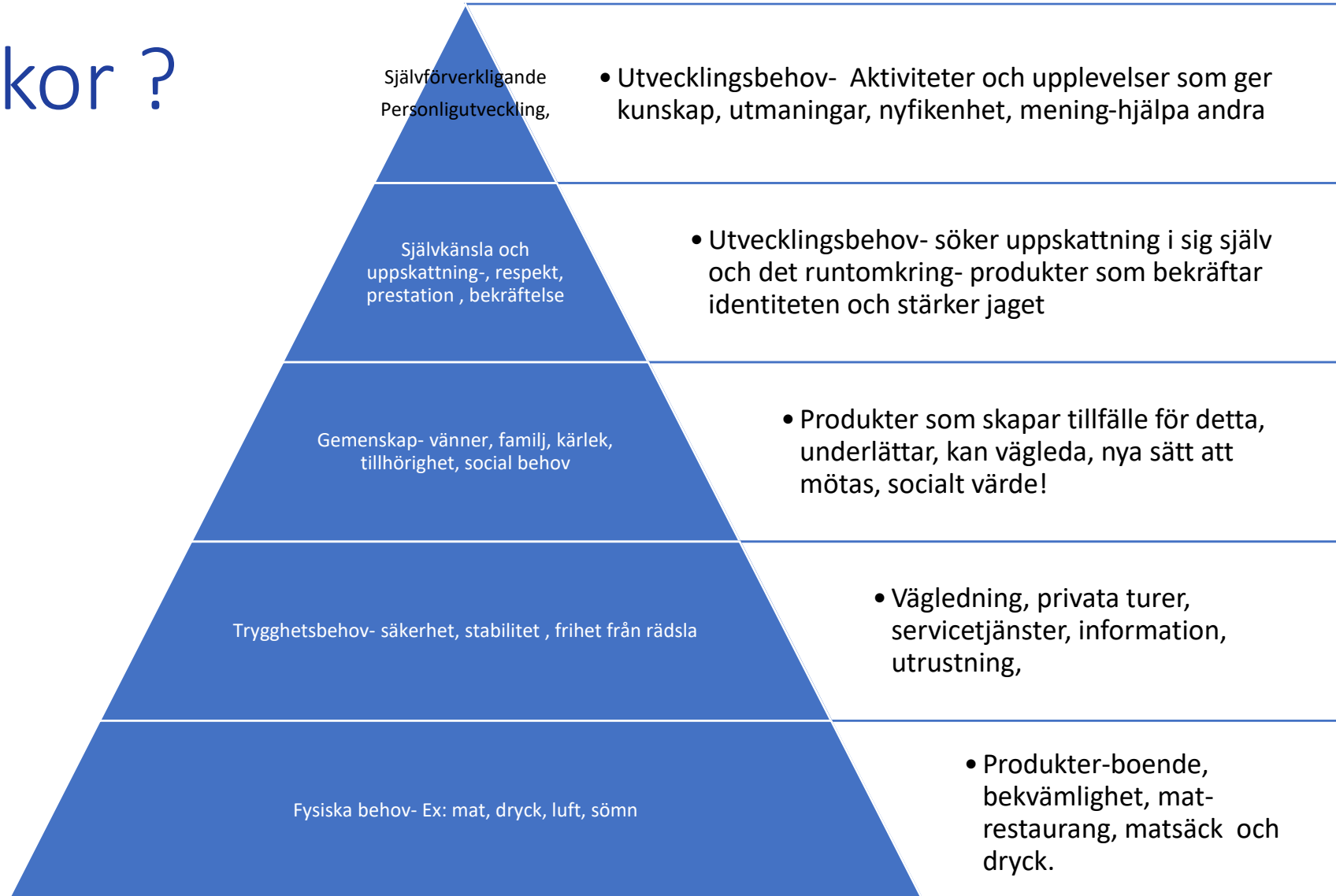


A photograph of a person standing on a large, mossy log in a forest. The person is wearing dark pants and shoes. The background shows a calm lake reflecting the surrounding greenery and trees. The scene is peaceful and natural.

"Under många år sålde vi älg safari och bäversafari där gästerna fick ordna med boende, transporter och mat på egen hand. En dag provade jag att paketera ihop en mer komplett premium-upplevelse, en 4-nättersresa med olika safariutflykter, och där boende på pensionat, all mat och transfers från tågstation och flygplats ingick. Efter att jag jämfört min resa med liknande resor i andra länder satte jag prislappen till 14 500 kr per person. Nu kommer det intressanta... Om kunden själv hade satt ihop den resan genom att boka samma pensionat och aktiviteter på egen hand skulle de bara behöva betala totalt 7 500 kr per person. När de bokar resan med oss betalar de alltså 7 000 kr mer per person, för att få hela paketet. Jag ser det som ett bevis på att det finns målgrupper som är beredda att betala mycket mer för kompletta paket."

*Marcus Eldh, grundare och guide,  
WildSweden*

# Vad behöver människor ?



# Storulvån - Familjefjäll på egen hand

STF STORULVÅN FJÄLLSTATION



Naturen är en fantastisk lekplats, ta med familjen ut och upptäck vad fjällvärlden har att erbjuda! Tillsammans skapas fantastiska fjällminnen och upplevelser som ni tar med er för resten av livet.

På Storulvåns familjära fjällstation omges ni av milsvid utsikt över den Jämtländska fjällvärlden med både spetsiga fjäll och mjuka runda höjder, perfekta att utforska tillsammans. Här är barnen och fjället i fokus!

ICEHOTEL [BOOK ROOM](#)

MY PAGE

## NORTHERN LIGHTS DINNER



## HEMESTER LONGSTAY



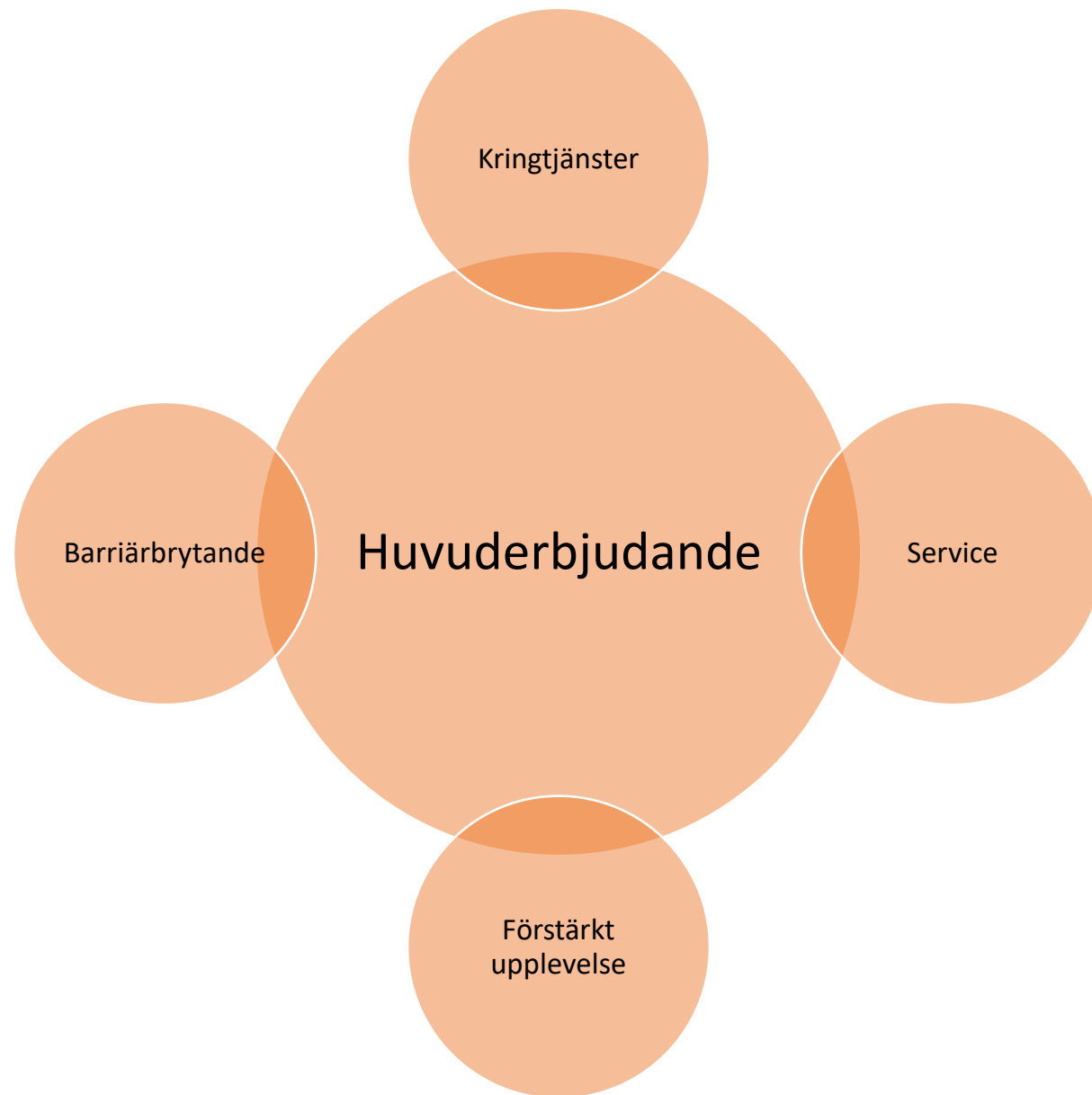
# Metoder för paketering

---

- Kundresan -ett bra verktyg!
- Platsens förutsättningar – tillgångar och utmaningar
- Paketera tillsammans- sätt en nivå.
- Stödmail- egen paketering och med leverantörer



# Stödmodell



# Stödmodell

## Barriärbrytande mervärden

Vilka typ av hinder möter vår kund? Hur kan vi underlätta för de? Vad behöver kunden göra själv? Vad kan vi göra åt dem ?

*Ex: Tidsbrist, underlätta tillgänglighet & spara tid, hitta och få information, prismodell*

## Kringtjänster

Vilka övriga behov har vår kund när de kommer till oss? Vilka tjänster tillför värde för vår kund och uppfyller deras övriga behov? Vad vill kunden ha för helhetslösning? Vad behövs/ fattas för att erbjuda det?

*Ex: Information, önskar smidighet och trygghet, avkoppling, kunskap, äventyrsbehov, aktiviteter, möten boende, utrustning*

## Huvuderbjudande

## Förstärkt upplevelse

Hur framhäver vi kvalitet i erbjudandet? Vad kan förstärka kundens upplevelse? Vad kan bevara minnet från oss? Vad kan skapa lojalitet i vårt erbjudande?

*Ex: sinnesintryck, design, hållbarhetsvärdet, förväntningar och associationer, souvenir, bilvänligt, överraskningar, lojalitetserbjudande (stärkta det upplevda värdet-efter)*

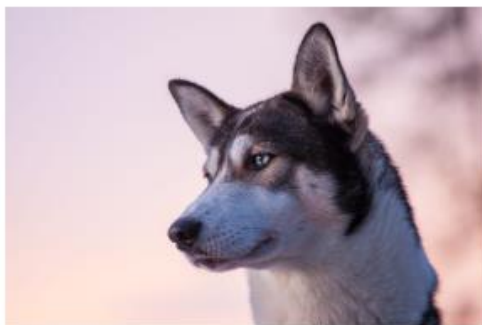
## Service

Vad för typ av service uppskattar vår kund? Vad behöver vår kund stöd i?

*Ex: Transportservice, bagage, tillgång till tvättmöjligheter, vägledning, hyra, personligt bemötande, övriga servicetjänster*



Denna hundspannstur rekommenderar vi varmt till alla som vill få en lättare natur och hundspannsupplevelse.



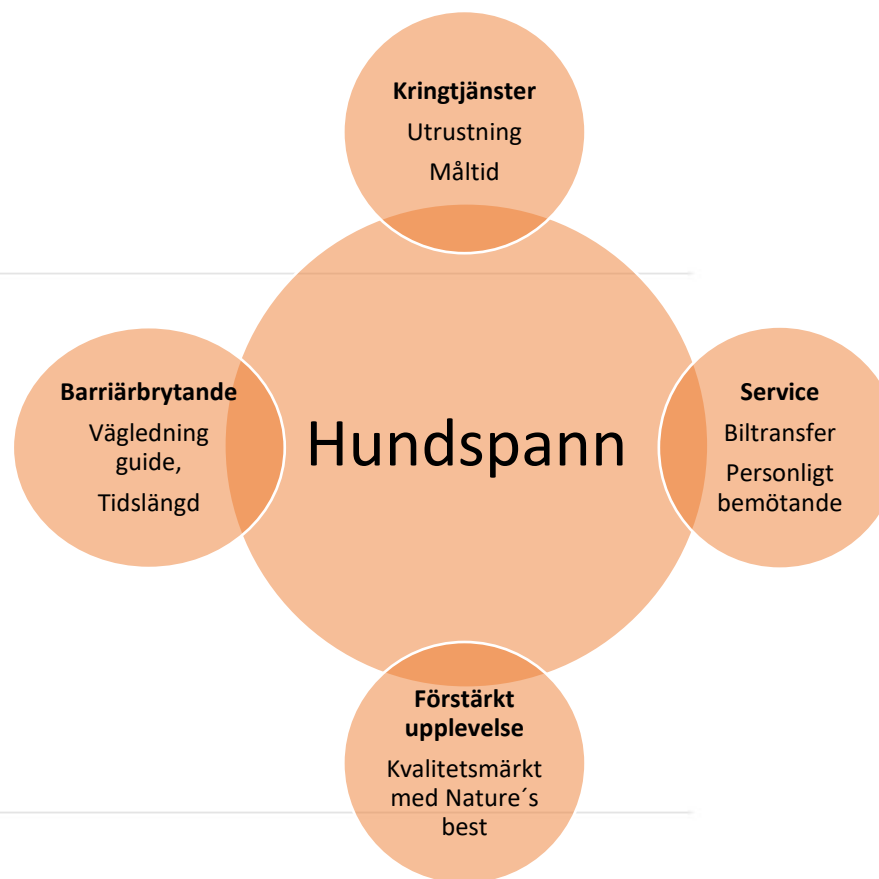
## PLATS

Jokkmokk

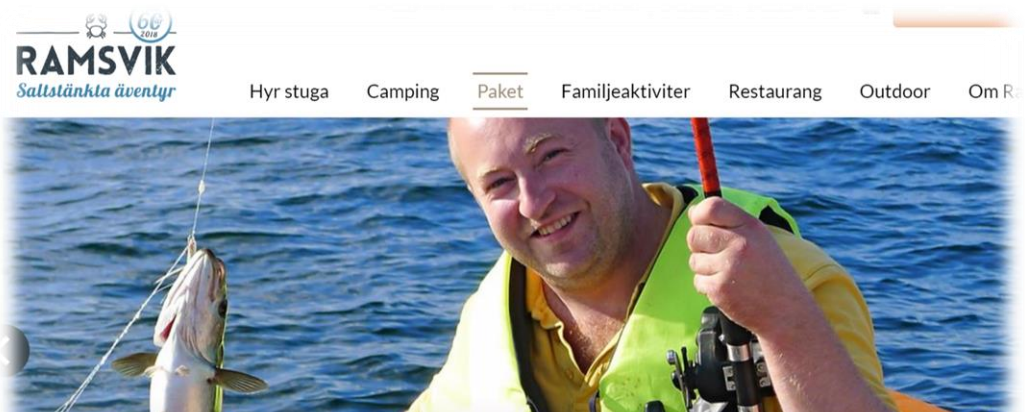
## I PRISET INGÅR:

- ✓ Kunnig hundspannsguide
- ✓ Overall, varma stövlar, mössa och vantar
- ✓ Lättare måltid och fika
- ✓ Plats på hundsläde (4 platser/släde)
- ✓ Biltransfer från/till kenneln och Jokkmokk centrum
- ✓ Turen varar ca 3 timmar

Källa: <https://jokkmokkguiderna.com>



# Exempel fiskepaket



## Vårt vandringpaket innehåller

- ☑ Övernattning(ar) i stuga
- ☑ Middag
- ☑ Lakanset med handdukar
- ☑ Lunchpaket att ta med på vandringen
- ☑ Folder med Bohusläns 111 vanligaste växter
- ☑ Tips på platser att besöka
- ☑ Frukostbuffé
- ☑ Slutstädning
- ☑ Bastu
- ☑ Kartor över Ramsvikslandets vandringsleder
- ☑ Lån av gå-stavar
- ☑ Tillgång till tvättmaskiner och torktumlare

## Fisketur

### Kringtjänster

Frukost & middag  
Övernattning-  
sjöbodstuga  
Bastu  
Havsfiskefolder  
Båt och bensin

### Barriärbrytande

Tidslängd , 2 dagar  
Samla information  
åt kund

### Service

Sjökort med  
markerade  
fiskeplatser  
Slutstädning  
Fiskinfrysning  
Lakan & handdukar

### Förstärkt upplevelse

Design /inredning  
boende  
Märke på båten  
Havsfiskefolder  
med arter och  
teknik

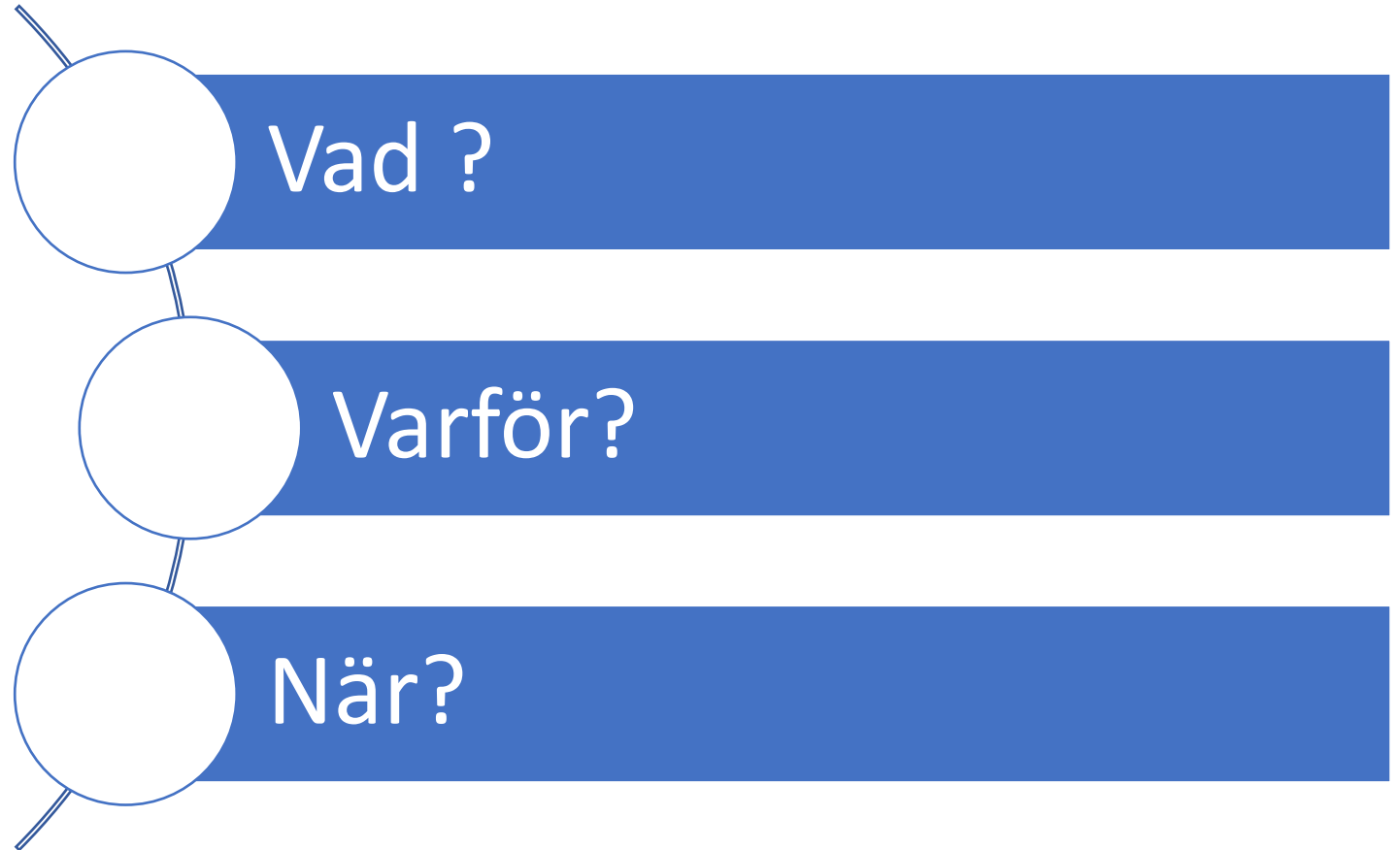
Fråga 2, Vad anser du är viktigt att tänka på när du ska paketera?

Forma en  
paketering och  
dess innehåll  
attraktivt

---

Paus!

Förädling





Hur?

# Värdekedjan



## DOG SLEDDING TO KIRUNA AIRPORT



Fråga 3, Vilka aktiviteter kan du börja arbeta med idag för att förädla er produkt?

# Lagar och juridiska aspekter



# Sammanfattningsvis

- Vilka värden ger din produkt? – var tydlig
- Kundperspektiv hela vägen!
- Kolla över befintliga produkten- vad är relevant och värdefullt just nu för kunden?
- Kollar över era målgrupper- nya och befintliga
- Kundnytta och verksamhetsnytta hänger ihop- paketeringar ska vara en win-win
- Utgå från ett huvuderbjudande att paketera kring (ta hjälp av mallen, kundresan och frågeställningarna)
- Bestäm vilken kvalitetsnivå du vill befinna dig på och hitta samarbeten som möter detta
- Vem är produktägare och vem är leverantörer? – hur ska ert samarbete se ut?
- Kolla upp hur du behöver förhålla dig till lagarna
- TESTA, UTVÄRDERA, TESTA IGEN!

# Tack för att du lyssnade!

[Caroline.jonsson@svedest.se](mailto:Caroline.jonsson@svedest.se)

070 63 671 46