

An aerial photograph of a coastal village built on a rocky island. The houses are primarily red with white trim and red roofs. Several boats are docked at a pier in the foreground. The water is a deep blue, and the sky is filled with soft, white clouds. The overall scene is peaceful and scenic.

Hållbarhetsklivet Digital Närvaro

Caroline Brügge

DIGITALA ANALYSEN

- Hemsidan
- Facebook
- Instagram
- Google My Business
- Tripadvisor



DIGITALA ANALYSEN

— Hemsidan:

- Är sidan responsiv (fungerar i mobilen)
- Hur ser bilderna ut?
- Nämnar man något om destinationen ?
- Berättar man om hur man jobbar kring hållbarhet?
- Uppmuntras man att boka in sig hos er?
- Kan man boka? Fungerar bokningen?
- Har man länkar till sina sociala kanaler? Fungerar de?
- Länkar ni till samarbetspartners?
- Vi undersöker era metatilar, metabeskrivningar
- Hur ni syns i söket på google



DIGITALA ANALYSEN

— Facebook & Instagram

- Har ni ett eller flera konton?
- Har ni fyllt i alla kontaktuppgifter man ska?
- Har ni ett företagskonto eller vänkonto?
- Hur jobbar ni de olika kanalerna?
- Testat stories?



Länken kanske är trasig eller sidan kan ha tagits bort.



DIGITALA ANALYSEN

— Google My Business:

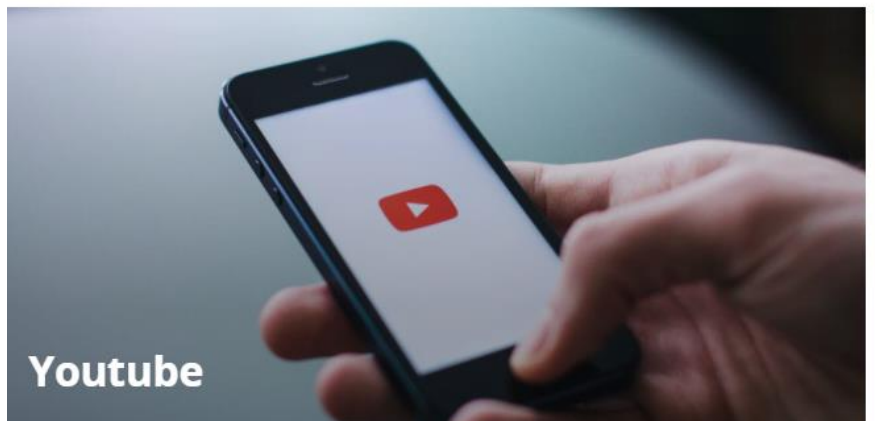
- Har ni kontroll på ert konto?
- Har ni uppdaterat med nya bilder?
- Svarar ni på gästernas omdömen?

— Tripadvisor

- Har ni kontroll på ert konto?
- Svarar ni på gästernas omdömen?

- Rapport skapas





— Turistrådet Digital Närvaro



BOKNING ONLINE

Det finns många olika system och tjänster på marknaden för bokning av rum, bord, paket och aktiviteter online. Här nedan tar vi upp en del begrepp samt ger exempel på olika sätt att finnas bokningsbar online.

Fördelar med att finnas bokningsbar online:

- Service. Idag förväntar sig besökare att det skall vara enkelt och smidigt att boka.
- Intern hjälp. Vissa system som hjälper verksamheter att bli bokningsbara online är också byggda för att hjälpa till med hantering och fördelning av rum, betalning och allt annat administrativt kopplat till bokningar.
- Synlighet. Du blir synlig i olika kanaler, som Booking.com och TripAdvisor.

BOKNING ONLINE PÅ DEN EGNA HEMSIDAN

Bokningssystem som man kommer åt via internet kallas för onlinebokningssystem. Dessa hjälper dig hantera dina rum, bokningar och administrationen kring det.

Några exempel på hur ett bokningssystem kan hjälpa dig:

- Översikt. Du ser tydligt vilka gäster som skall checka in de kommande dagarna och vilka som skall lämna.

Exempel på onlinebokningssystem för bordsbokning:

[TheFork](#), [Bookatable](#), [Caspeco](#) och [Superb](#)

Exempel på onlinebokningssystem för aktivitetsföretag:

[iTicket](#), [Bókun](#), [Rezdy](#), [Visit North](#) och [Adventurehero](#)

Exempel på onlinebokningssystem för biljetter:

[Tickster](#), [Ticketmaster](#), [TicketCo](#) och [Nortic](#)

KANALHANTERARE

En kanalhanterare hjälper dig hålla koll på tillgänglighet på ett och samma ställe. Bokningar från din egen hemsida och andra kanaler (till exempel Booking.com) hämtar tillgängliga rum i kanalhanteraren, vilket minskar risken för dubbelbokningar.

Exempel på kanalhanterare för boende:

[Sirvoy](#) och [Book Visit](#) (Citybreak). Dessa fungerar både som bokningssystem och kanalhanterare. Systemen har direktkopplingar till större bokningskanaler som Booking.com, Expedia.com, Hotels.com med mera.

Exempel på kanalhanterare för aktiviteter:

[iTicket](#), [Visitnorth](#), [Rezdy](#), [Bókun](#), [Treksoft](#), [Checkfront](#).

Dessa fungerar både som bokningssystem och kanalhanterare för aktivitetsföretag. Systemen har direktkopplingar till större bokningskanaler för aktiviteter som Viator.com, Expedia.com, Getyourguide.com med mera.

METATITEL OCH METABESKRIVNING

Metatiteln är rubriken som syns i listan över sökresultat på vald sökmotor. Den får vara högst 70 tecken lång och ska vara en uppmaning till besökaren att klicka sig in på hemsidan.

Metabeskrivningen är texten under metatiteln. Den bör vara 135-155 tecken lång, annars riskerar den att klippas av mitt i meningen. En metabeskrivning är en sammanfattande text om vad besökaren kan förvänta sig att finna för information på sidan.

En av de viktigaste aspekterna inom sökmotoroptimering är att varje sida man publicerar måste vara unik. En bra

tumregel för att se om sidorna är unika är att titta på metatitlar och metabeskrivningar och se om många av dem är identiska eller inte. Du vill inte att varje publicerad sida har en identisk metatitel och metabeskrivning eftersom sökmotorerna då anser att sidorna är för lika varandra för att bli indexerade.

Genom att använda Screaming Frog för att crawla din hemsida kan du se om du hittar några identiska metatitlar eller metabeskrivningar. Välj att filtrera HTML-sidorna efter deras meta-element i bokstavsordning- det gör du genom att klicka på "title 1".

För ytterligare information om SEO, ta gärna del av vår fördjupade [SEO-handbok](#).

Metatitel	Hotell, Konferens & vandrarhem Strandflickorna i Lysekil
Metabeskrivning	www.strandflickorna.se/ ▼ Mitt i Lysekil på Västkusten och precis intill havet ligger Strandflickornas hotell, konferens och vandrarhem. Vi erbjuder upplevelser året runt.

TRIPADVISOR

Tripadvisor är världens största resesajt. På Tripadvisor finns många miljoner listade verksamheter så som boenden, flygbolag, upplevelser och restauranger. Sidan är kopplad till flera andra sajter som exempelvis booking.com. Innehållet på TripAdvisor är användargenererat, så tillsammans med dina gäster kan du bygga ett förtroende online. På tripadvisor.se finns information om allt man kan göra på TripAdvisor.

REGISTRERA DIN VERKSAMHET

Klicka här för att [registrera din verksamhet](#) eller [här](#) om verksamheten finns upplagd av resenär och inte av dig.

GOOGLE MY BUSINESS

Se till att lägga in följande information:

- Adress (Google Maps)
- Fysisk adress
- Öppettider
- Telefonnummer
- Hemsida
- Logotyp
- Bilder på anläggning
- Kategoritagg

SVAR PÅ RECENSIONER PÅ GOOGLE MY BUSINESS

Glöm inte bort att svara på dina kunders recensioner – både positiva och negativa. Tänk på er nästkommande gäst när ni svarar, den som läser kommentaren ska känna sig trygg att boka hos er. Håll samtalstonen trevlig men inte för personlig. Kort och koncist är ett bra mått.

För att hålla dig uppdaterad om vad dina kunder tycker om din verksamhet kan du koppla din e-postadress till GMB. Då får du alltid ett meddelande varje gång du får en ny recension.

FACEBOOK

ANNONSERA PÅ FACEBOOK

För att nå din befintliga eller en ny målgrupp kan du använda dig av annonsering på Facebook. Att annonsera och marknadsföra inlägg är ett måste för att företag ska nå ut på ett effektivt sätt till befintliga och potentiella följare via Facebook. Här tar vi upp två olika sätt att annonsera: Marknadsföra inlägg och Annonsering via Ads manager.

Marknadsföra inlägg

Om du är nybörjare på annonsering på Facebook så är att marknadsföra inlägg det enklaste att börja med. Detta görs via ett befintligt inlägg i ditt flöde och används för att nå dina följare och deras vänner eller en vald målgrupp (här kan du välja mellan geografiskt område, kön, ålder samt intressen för målgruppen). Ett marknadsfört inlägg är bra för att öka engagemang som likes, delningar och kommentarer. Det kan även vara ett erbjudande eller en nyhet som du vill nå ut med. Obs! Under automatiska placeringar är alltid Instagram förvalt. Du måste aktivt gå in här och klicka ur för att inte det marknadsförda inlägget ska visas i instagramflödet samt stories.

Länktips! Facebook- [Så här marknadsför du dina inlägg](#)

INSTAGRAM

ANVÄND INSTAGRAM PÅ BÄSTA SÄTT

- Ditt Instagramkonto ska vara ett företagskonto. En företagsprofil på Instagram hjälper dina följare att ta kontakt med ditt företag. Ett företagskonto ger dig också möjlighet att lägga till telefonnummer, e-postadress och företagets fysiska adress. Ditt användarnamn (ex @ramsvikstugby) och namn (ex Ramsvik Stugby & Camping) kan vara olika. Genom att ha en företagsprofil får du även tillgång till Instagram-statistik.

Länktips! [Skapa ett företagskonto](#)

- Tänk på att din profil och ditt flöde är första intrycket av företaget för en potentiell kund. Ett tilltalande konto/flöde ökar chanserna att man börjar följa kontot eller blir inspirerad till ett besök. Din profilbild ska vara anpassad till den cirkulärformade mallen.

- Leta upp och följ konton som kan vara intressanta för ditt företag, din målgrupp eller din bransch. Då får du se vad de publicerar och kanske följer de dig tillbaka. Att följa andra konton ger inspiration och förslag på innehåll och typer av inlägg.

- Filmrullar/Reels är en funktion, där man kan skapa och titta på 15 sekunder långa videoklipp med olika typer av effekter och musik. Läs mer om hur du skapar Reels [här](#).

- Instagram Stories – här visas ditt innehåll under 24 timmar. Stories från dom konton man följer visas ovanför flödet. Länktips! [Så här fungerar Stories](#)

- Lägg till plats i inlägget för att följarna ska kunna se var bilderna är tagna. Har du lagt till en plats blir bilden även sökbar på Instagram via "Platser".

- Skapa en hashtag (#) för ditt företag och använd alltid # i dina inlägg. Följarna kan söka reda på bilder genom att bara skriva in en hashtag via "Taggar".

FRAMMÅT EFTER ANALYSEN

- Återkoppling
- Ta fram underlag för utbildningar som vi ser behövs
- Caroline.brugge@vastsverige.com

