Turistrådet VÄST SVERIGE

West Sweden

West Sweden
tourism industry turnover
29 000
full time equivalent workers in the tourist industry
9.9 million
guest nights in hotels, holiday villages, hostels and campsites
Turistrådet
VÄST SVERIGE

What is the West Sweden Tourist Board?

- Develops and markets West Sweden as a destination
- Our clients are businesses in the tourist industry
- Collaboration platform
- Owned by Region Västra Götaland
- Office in Göteborg
- 35 employees

What counts as West Sweden?

Västergötland

Bohuslän

Dalsland

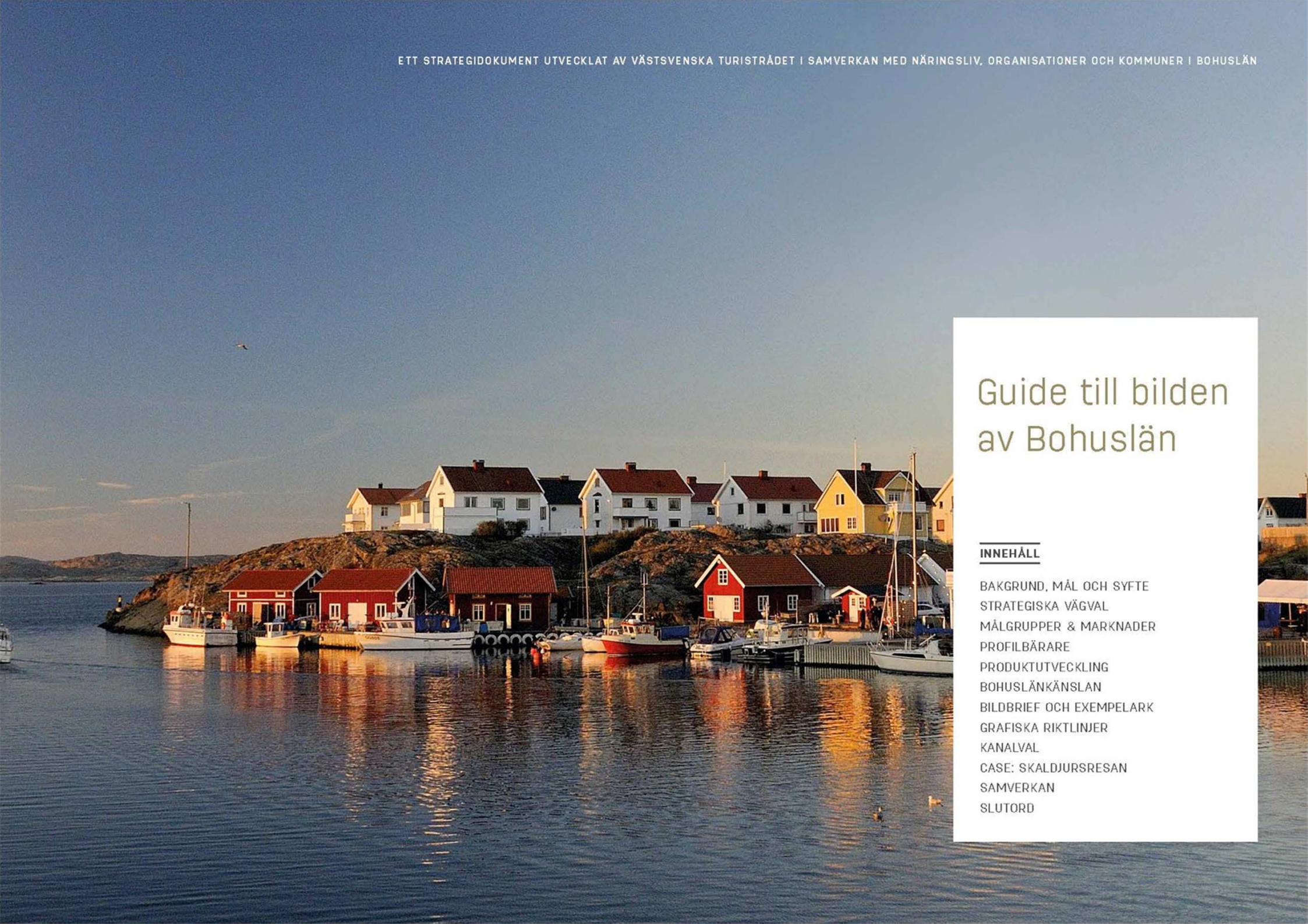
Gothenburg

Turistrådet VÄST SVERIGE

VARUMÄRKESPLATTFORM & KOMMUNIKATIONSGUIDE

FÖR DESTINATION VÄSTSVERIGE.

Turistrådet
VÄST SVERIGE



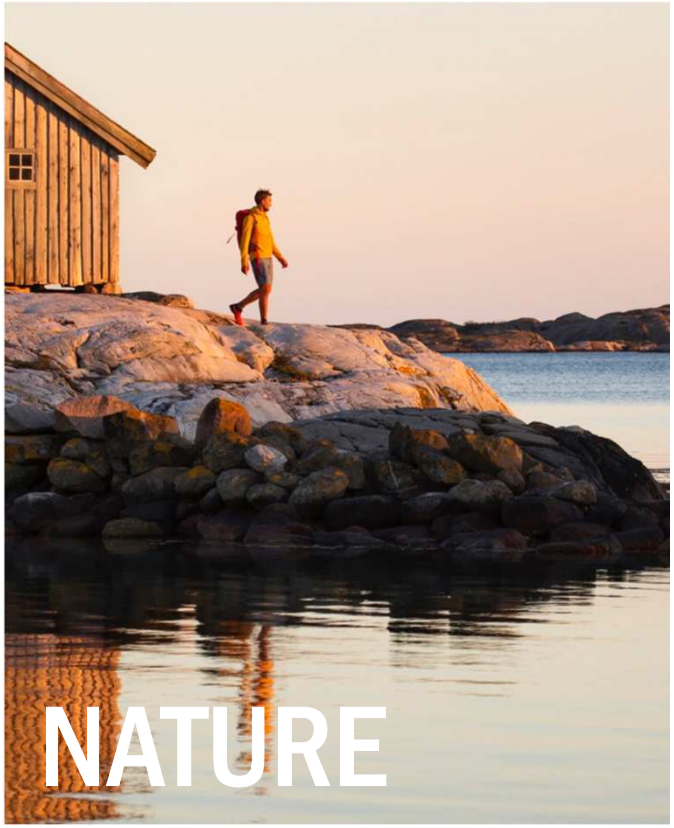
Guide till bilden av Bohuslän

INNEHÅLL

BAKGRUND, MÅL OCH SYFTE
STRATEGISKA VÄGVAL
MÅLGRUPPER & MARKNADER
PROFILBÄRARE
PRODUKTUTVECKLING
BOHUSLÄNKÄNSLAN
BILDBRIEF OCH EXEMPELARK
GRAFISKA RIKTLINJER
KANALVAL
CASE: SKALDJURSRESAN
SAMVERKAN
SLUTORD

What is there in West Sweden that attracts visitors?

- Restaurants, cafes, farm shops
- Fish and shellfish
- Local producers
- Fika culture



- The archipelago
- Nature areas
- Boating
- Hiking
- Cycling
- Paddling
- Fishing
- Golf
- Skiing

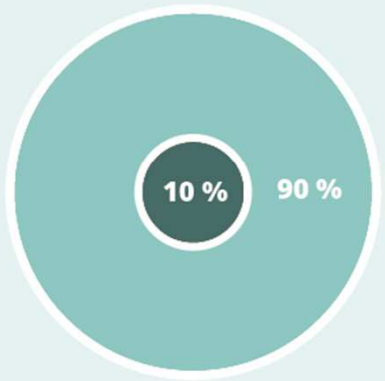
- Swedish lifestyle
- Design and fashion
- Castles and fortresses
- Gardens
- Theme parks
- Museums

Turistrådet VÄST SVERIGE

TEMAN OCH PRIORITERADE RESEANLED-NINGAR.

10/90-PRINCIPEN:

Vi brukar likna destinationen Västsverige vid en butik med reseanledningar, där 10 % av utbudet placeras i skylt-fönstret och resten utgör butiken. När vi väljer vilka reseanledningar som ska vara prioriterade har vi alltid ”welcome to something else” i fokus.



10 %

Regionens mest unika och attraktiva reseanledningar lyfter vi genom varumärkesbyggande kommunikation. Direkt riktad mot målgruppen. Det är dessa vi placerar i skyltfönstret.

90 %

Genom att fokusera marknads-föringen på de prioriterade 10 % gynnar vi även de resterande 90 % av utbudet.

TEMAN:

Våra teman är mat, kultur och natur. Genom dessa kan vi lyfta fram och marknadsföra de reseanledningar som bäst positionerar oss i jämförelse med andra. Vissa reseanled-ningar har bredd och attraherar året runt, medan andra är mer nischade och säsongsbetonade.

MAT

Äta gott och må bra
Fisk och skaldjur

KULTUR

Svensk livsstil och möten med människor
Design och mode
Slott och fästningar
Trädgårdar
Temaparker
Utvalda museer

NATUR

Skärgård, öar och fiskesamhällen
Nationalparker och naturområden
Båtliv
Vandring
Cykling
Paddling
Fiske
Golf
Skidåkning

Turistrådet VÄST SVERIGE

Markets

- Our main markets are Sweden, Norway, Germany, UK and Denmark
- Some campaigns in Holland, France and Italy
- Smaller number in USA and China

Turistrådet
VÄST SVERIGE

Our marketing strategy

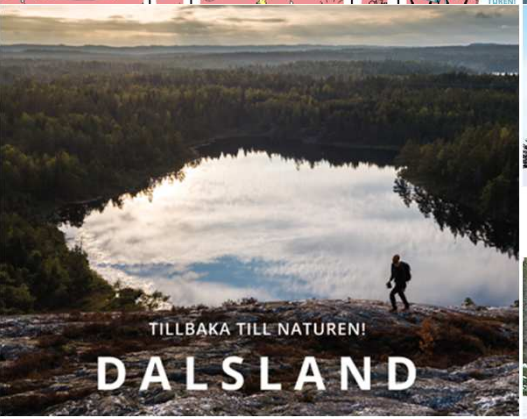
Own channels

- Vastsverige.com/westsweden.com/westschweden.com
- Facebook (Swedish and English)
- Instagram (Swedish and English)
- Newsletters (B2B, B2C and English)

Others' channels

- Tourism businesses channels
- Partners channels
  - Visit Sweden
  - Göteborg & Co
- Influencers
- Media, press visits
- Travel agents

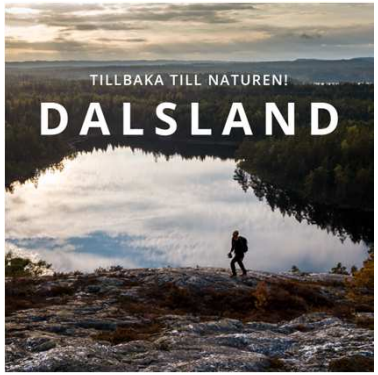
KONCEPT & SAMARBETEN



Turistrådet
VÄST SVERIGE

Joint campaigns

- Collaboration with local authorities, tourism organisations and tourism businesses
- Market demand in combination with industry initiatives
- Participants use material in their own channels e.g. social media, newletters and adverts

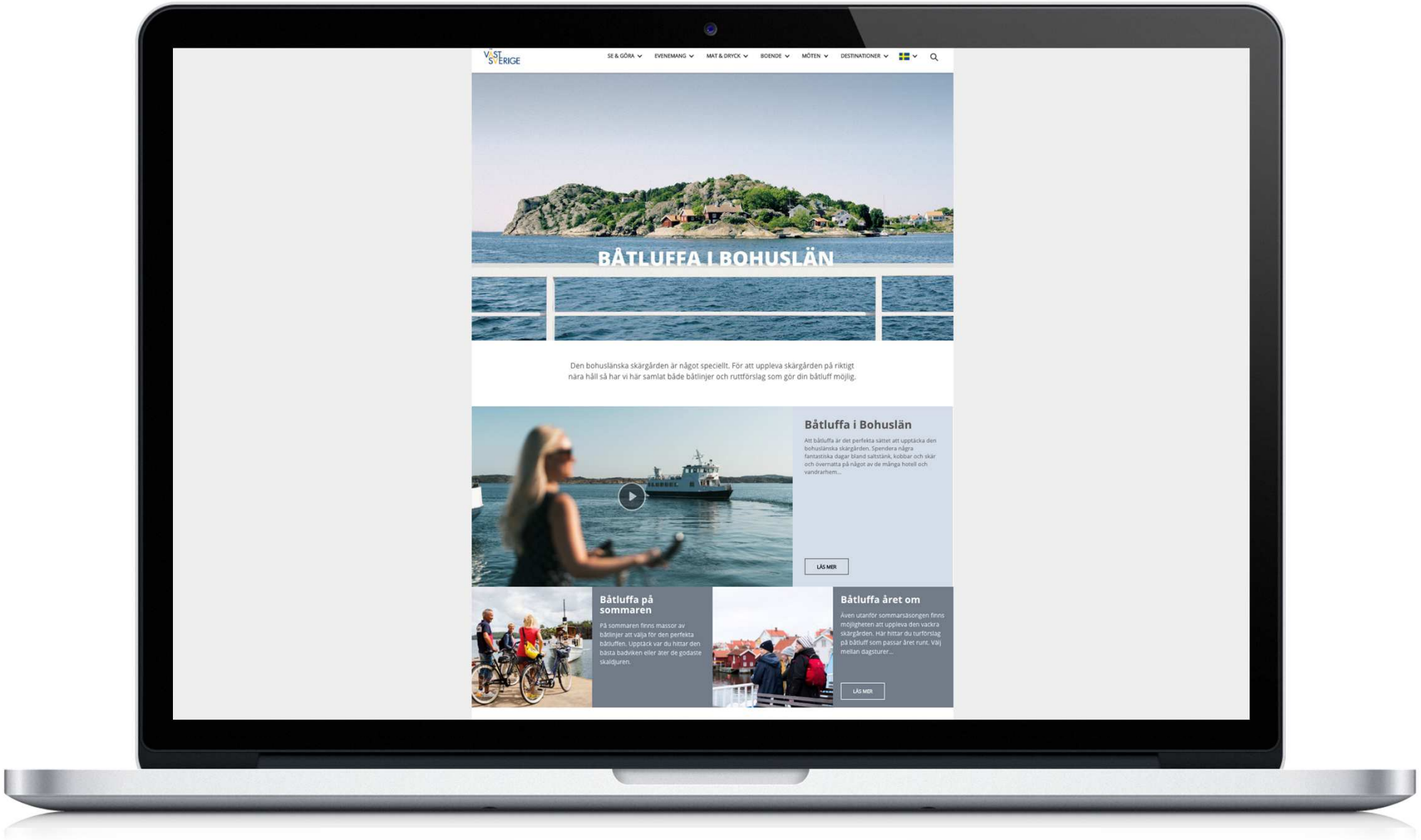


SKIDORTEN ULRICEHAMN

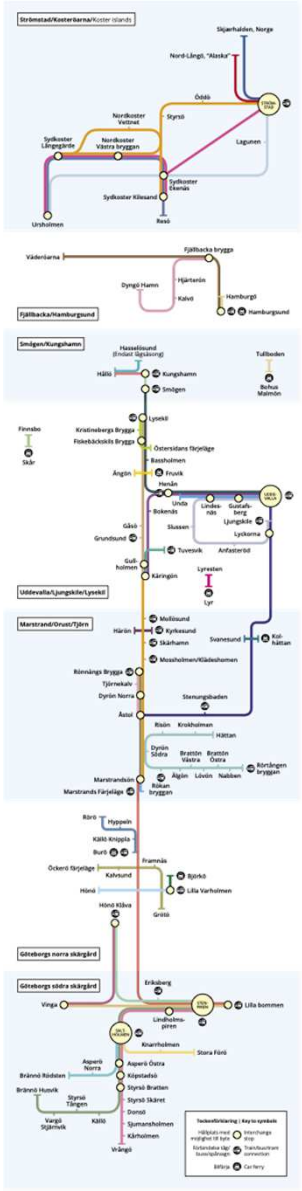
Turistrådet VÄST SVERIGE

RESEANLEDNING: BÅTLUFFA

Turistrådet VÄST SVERIGE



Turistrådet VÄST SVERIGE



BÅTLINJE-GUIDE TILL VÄSTKUSTEN

Lorem ut ipsum dolor vel elit sit amet, consectetur vel adipiscing vel tincidunt. Nam ut vel hendrerit nisi ut sed porttitor sollicitudin pellentesque. Ut aliquet tristique nisl vitae volutpat.

Allt om rutter, sevärdheter och boenden hittar du på båtluffaibohuslän.se

OBS! För detaljer kring förbokning, året-runt-hållplatser och bryggor för på- och avstigning, läs rederiernas aktuella tidtabeller.

For all about accommodation, routes and attractions go to: westsweden.com/island-hopping

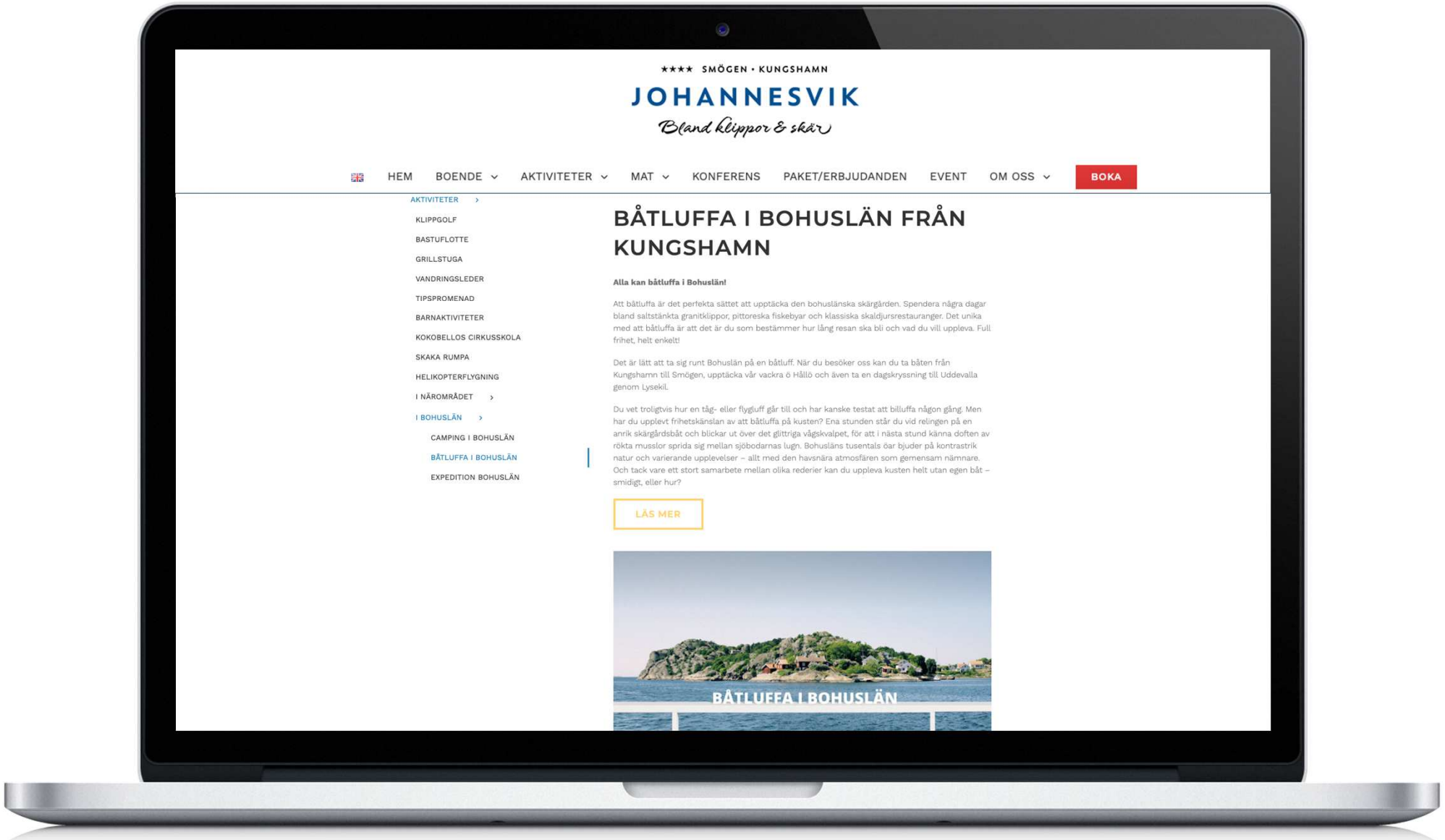
NB: Read the current timetable for the ferry or boat line for bookings, year-round stops, pick-up and drop-off stops.

Strömstad/Kosteröarna/Koster islands

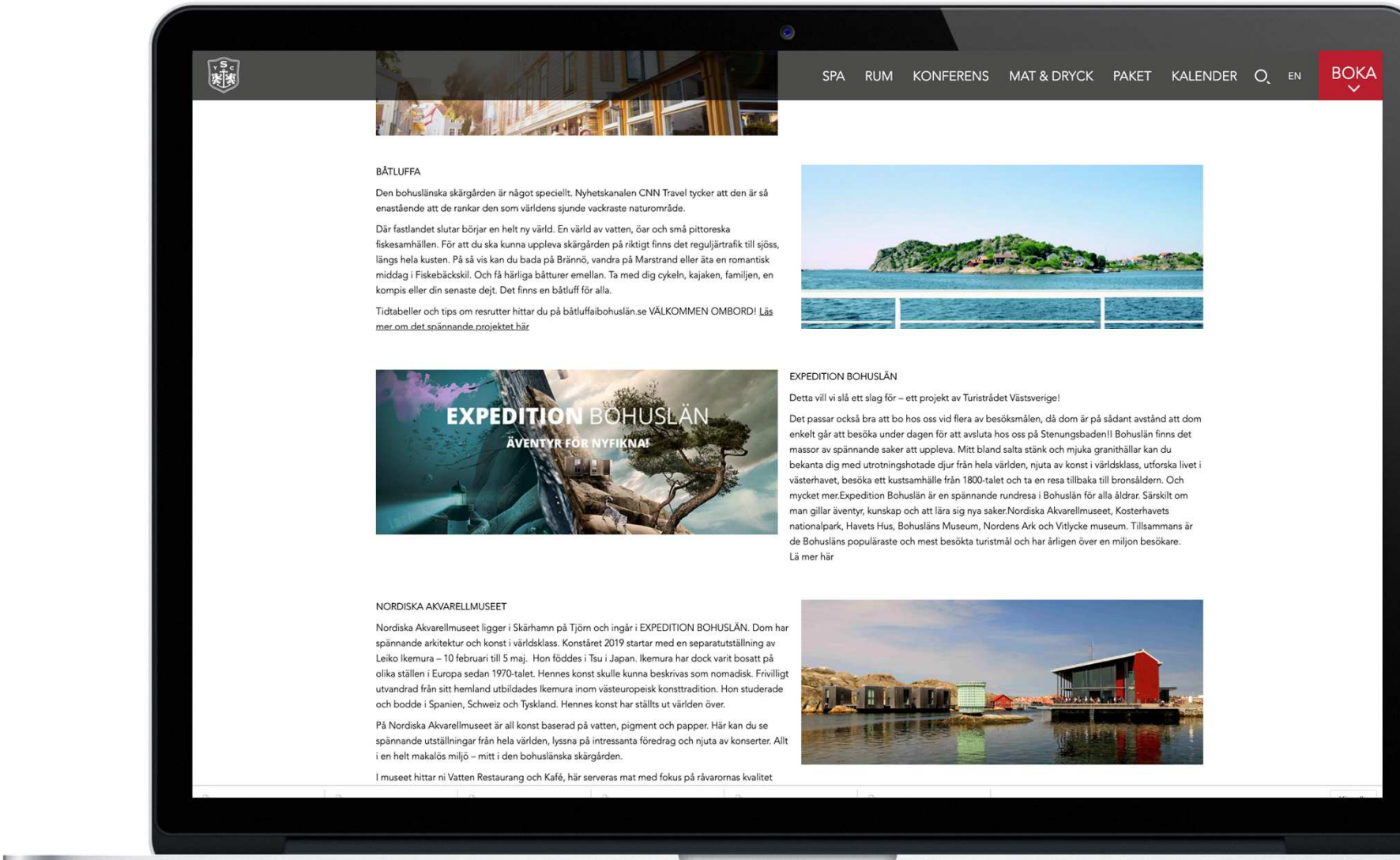
Båtlinjer/Ferry lines	Operatör:	Information:
Strömstad-Kosteröarna	Västtrafik	vasttrafik.se
Strömstad-Skjärhalden, Norge	Kustevent	hvalerfjordcruise.no
Strömstad-Ursholmen	Kustevent	kustevent.com
Strömstad-Ursholmen	Selin charter	selincharter.se
Strömstad-Nord-Långö (Alaska)	Selin charter	selincharter.se
Resö-Ursholmen	Selin charter	selincharter.se

Fjällbacka/Hamburgsund

Båtlinjer/Ferry lines	Operatör:	Information:
Hamburgsund-Väderöarna	Väderöarnas Värdshus	vaderoarna.com
Fjällbacka brygga-Dyngö Hamn	Västtrafik	vasttrafik.se
Hamburgsund-Hamburgö	Trafikverket	trafikverket.se



Turistrådet VÄST SVERIGE

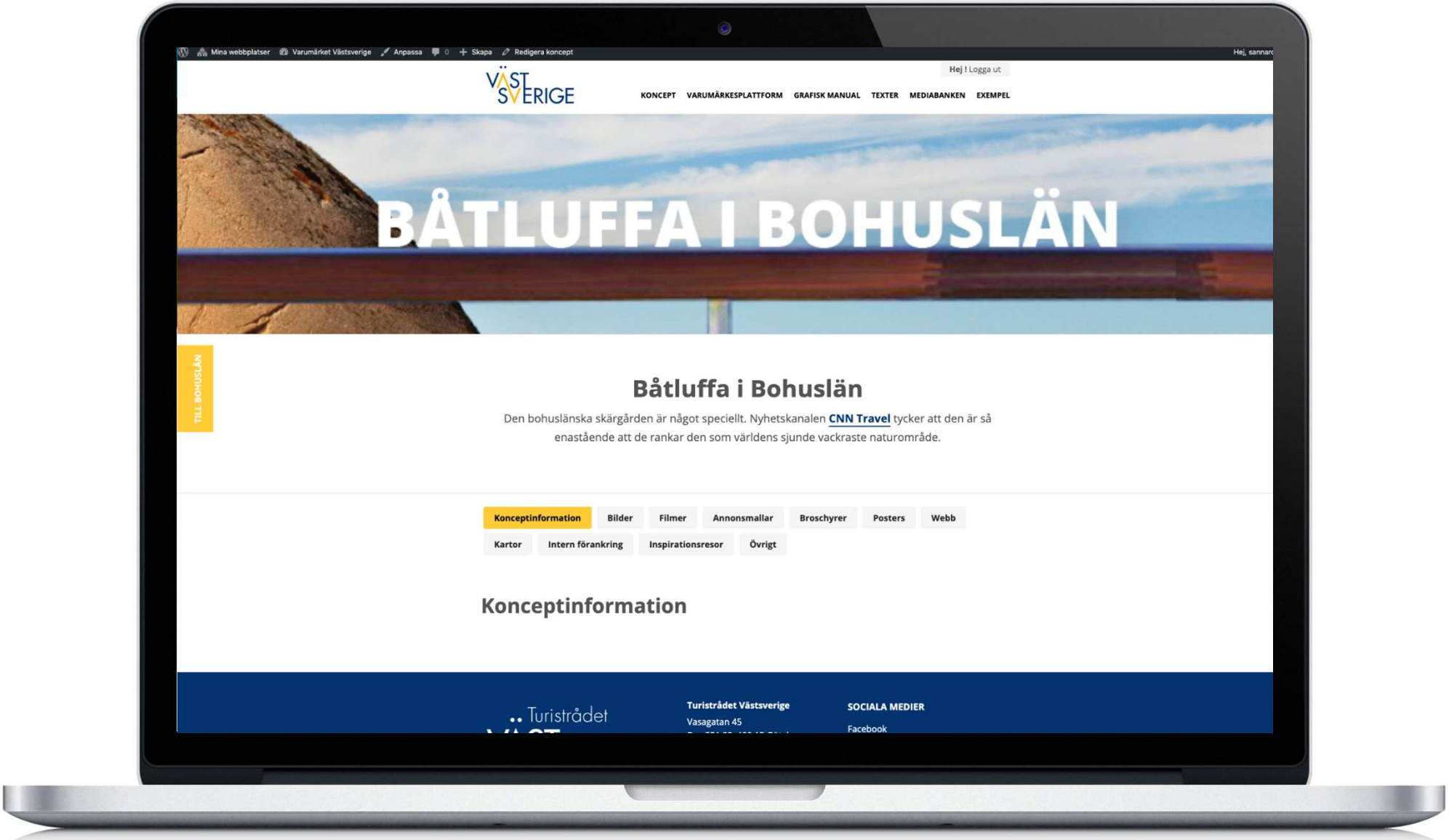


Turistrådet VÄSTSVERIGE

Digitala verktygslådan: **varumarket.vastsverige.com**

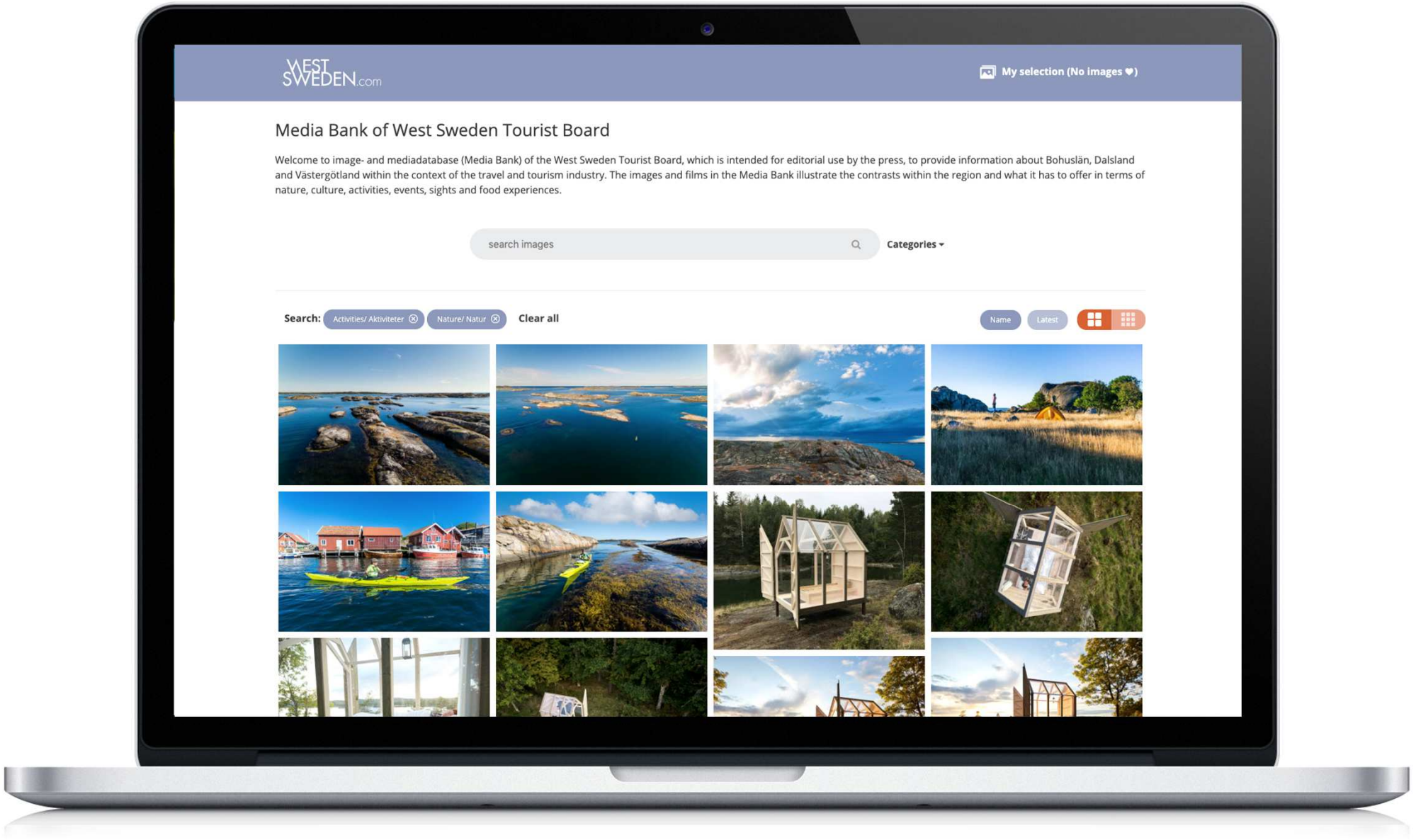
Turistrådet VÄST SVERIGE

Digitala verktygslådan: Koncept Båtluffa



Turistrådet VÄST SVERIGE

Mediabanken: **mediabank.vastsverige.com**



Turistrådet VÄST SVERIGE

Event partners

European Oyster Opening Championships

World Cup Ulricehamn

Gothenburg Horse Show

Lysekil Women's Match

Women's WorldTour Vårgårda

Dalsland Canoe Marathon

Icebug Xperience

Porcelain Festival, Lidköping

Scandinavian Invitation Golf

Sweden Outdoor Festival

Island of Light, Smögen

BUT, it’s not enough to just look fantastic.
There have to be businesses that are ready to welcome visitors
Turistrådet
VÄST SVERIGE

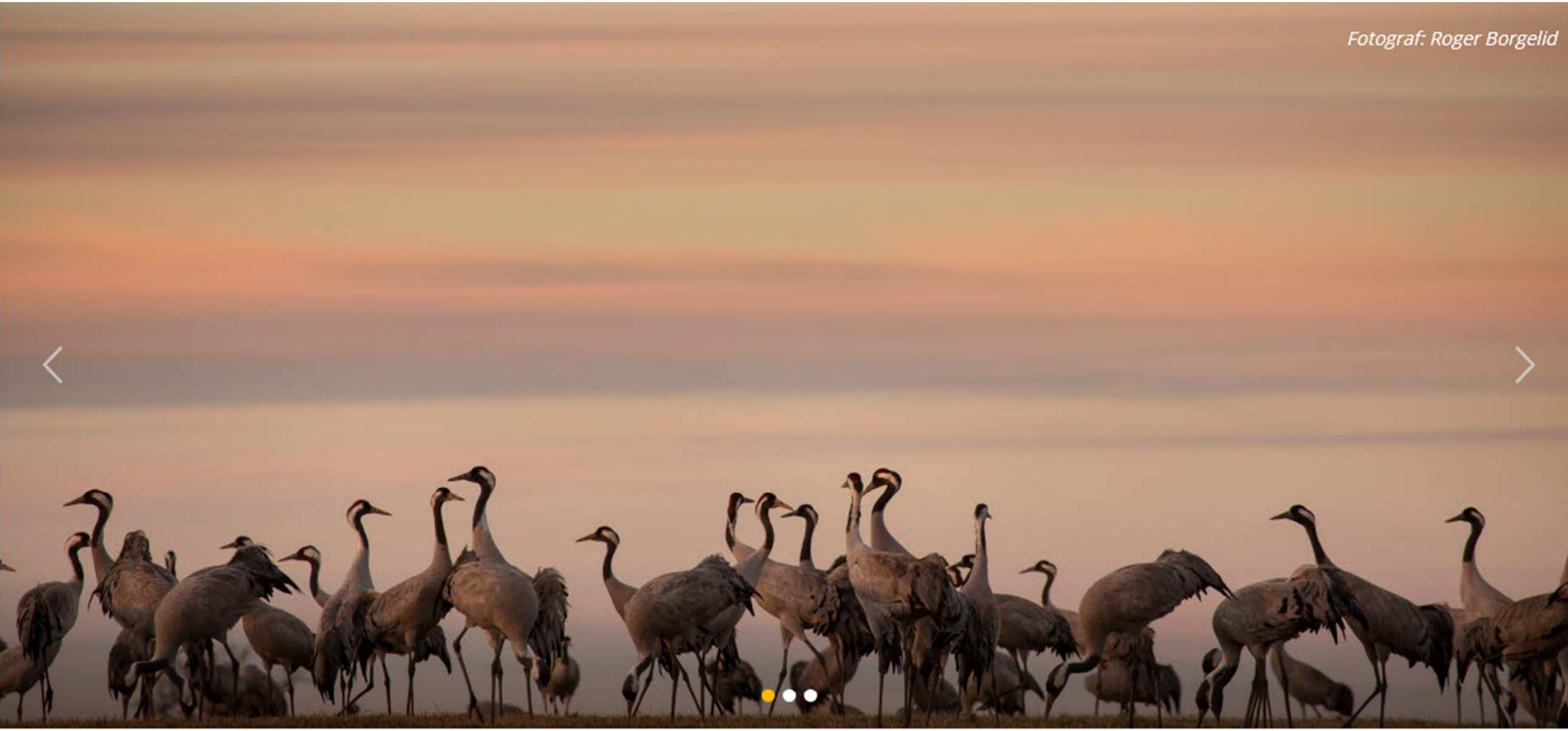
Strategic development

Turistrådet
VÄST SVERIGE

Turistrådet
VÄST SVERIGE

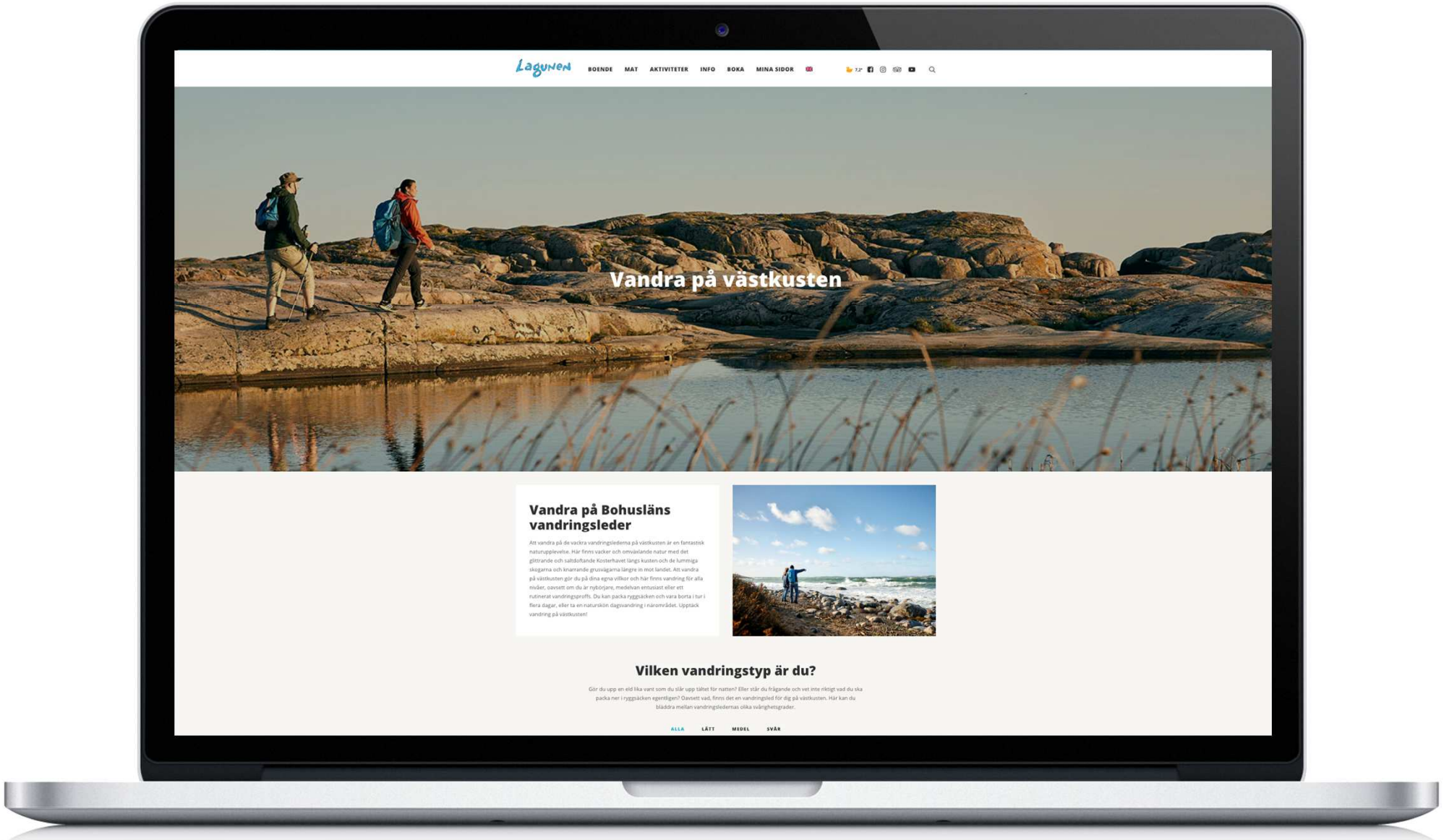
Fotograf: HENRIK TRYGG

PILGRIMSVANDRA I VÄSTSVERIGE



PILGRIMSLEDEN SKARABORG

Falköping - Hornborgasjön - Varnhem



Turistrådet VÄST SVERIGE

Business development

SVERIGE - NORDEN - VÄRLDEN

Conditions

Steg 1 – Sverige

1.1 Lagstadgade krav

1.2 Egen hemsida eller annan informations-kanal på internet

Steg 2 – Norden

1.1 Lagstadgade krav

1.2 Egen hemsida

1.3 Snabbt svar

1.4 Förse Turistrådet med material

1.5 Onlinebokning

1.6 Hållbarhet

Steg 3 – Världen

1.1 Lagstadgade krav

1.2 Egen hemsida

1.3 Snabbt svar

1.4 Förse Turistrådet med material

1.5 Onlinebokning

1.6 Hållbarhet

1.7 Google My Business

1.8 Tripadvisor

1.9 Facebook och/eller Instagram

1.10 Översatt Information

1.11 Professionalitet i samband med visningsresor

1.12 Medverka vid uppföljning och utvärdering

1.13 Erbjuda ett gott värdskap

Benefits

Steg 1 – Sverige

2.1 Utbildningar

Steg 2 – Norden

2.1 Utbildningar

2.2 Analys av företagets digitala närvaro

2.3 Exponering på vastsverige.com

Steg 3 – Världen

2.1 Utbildningar

2.2 Analys av företagets digitala närvaro

2.3 Exponering på vastsverige.com

2.4 Exponering i Turistrådets övriga kommunikationskanaler

2.5 Medverkan i kampanjer och koncept

2.6 Exponering vid visningsresor

2.7 Swedish Welcome

2.8 Kontaktperson

Turistrådet VÄST SVERIGE

Digital Presence

STEP 1 Questionnaire based interview

STEP 2 Digital analysis using checklist

STEP 3 Feed back with a follow-up plan

STEP 4 Follow up

STEP 5 More training in digital marketing

- Own website
  (incl. booking and SEO)
- Google My Business
- Facebook
- Instagram
- Tripadvisor

+ swedish welcome + Värdskap Västsverige

Turistrådet Västsverige

Adventure Travel World Summit 2019

- Adventure Travel Trade Association ATTA
- Around 800 delegates – journalists, travel agents, eco-friendly travel companies and others
- 16-19 September 2019 at Clarion Hotel Post in Gothenburg
- Visit Sweden project owner. Collaboration with the Swedish Agency for Economic and Regional Growth and other regions in Sweden
- Theme – ”Omtanke – the way forward”
- The West Swedish Tourist Board is organising a welcome banquet in Eriksbergshallen, morning activities for delegates and a Day of Adventure
- Day of Adventure 16 September 2019
  - Around 40 experiences to choose from
  - 4-30 delegates per activity
  - All activities take place in West Sweden

Turistrådet VÄST SVERIGE

Turistrådet
VÄST SVERIGE

MANY THANKS!
TACK!
Turistrådet
VÄST SVERIGE