



---

## Velkommen til master class 3 *Nye oplevelser i Destination Limfjorden*

---

SOS Limfjorden  
23. februar 2021



HOW GOES? skriv nummeret på billedet, der passer bedst til din tilstand i chatten 😊

PRIMUSMOTOR

1



2



3



4



5



6



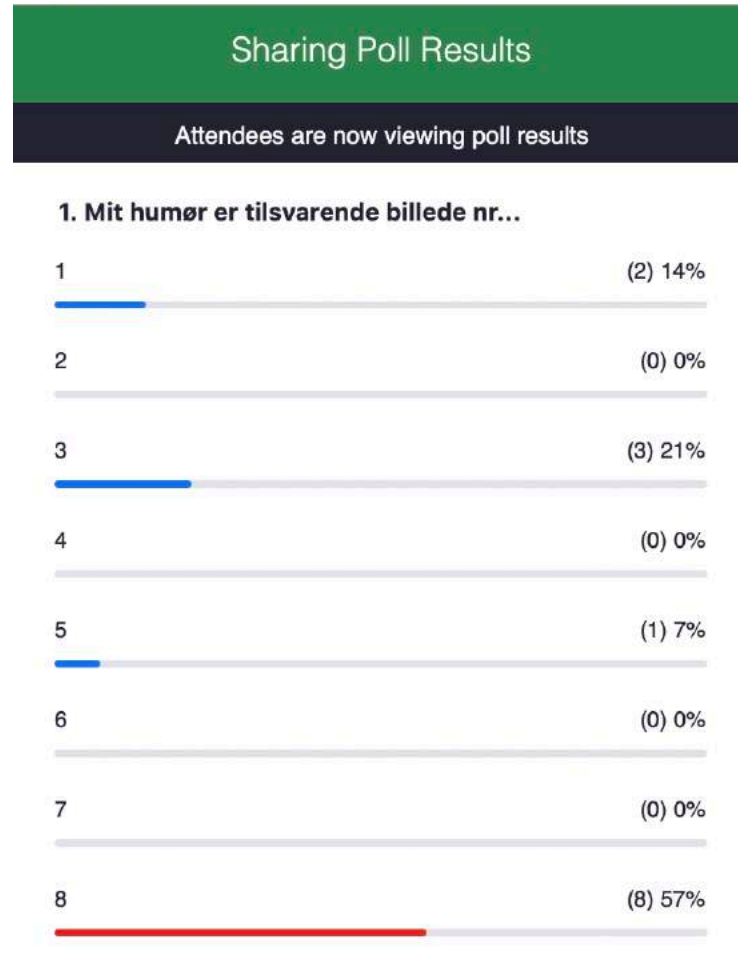
7



8



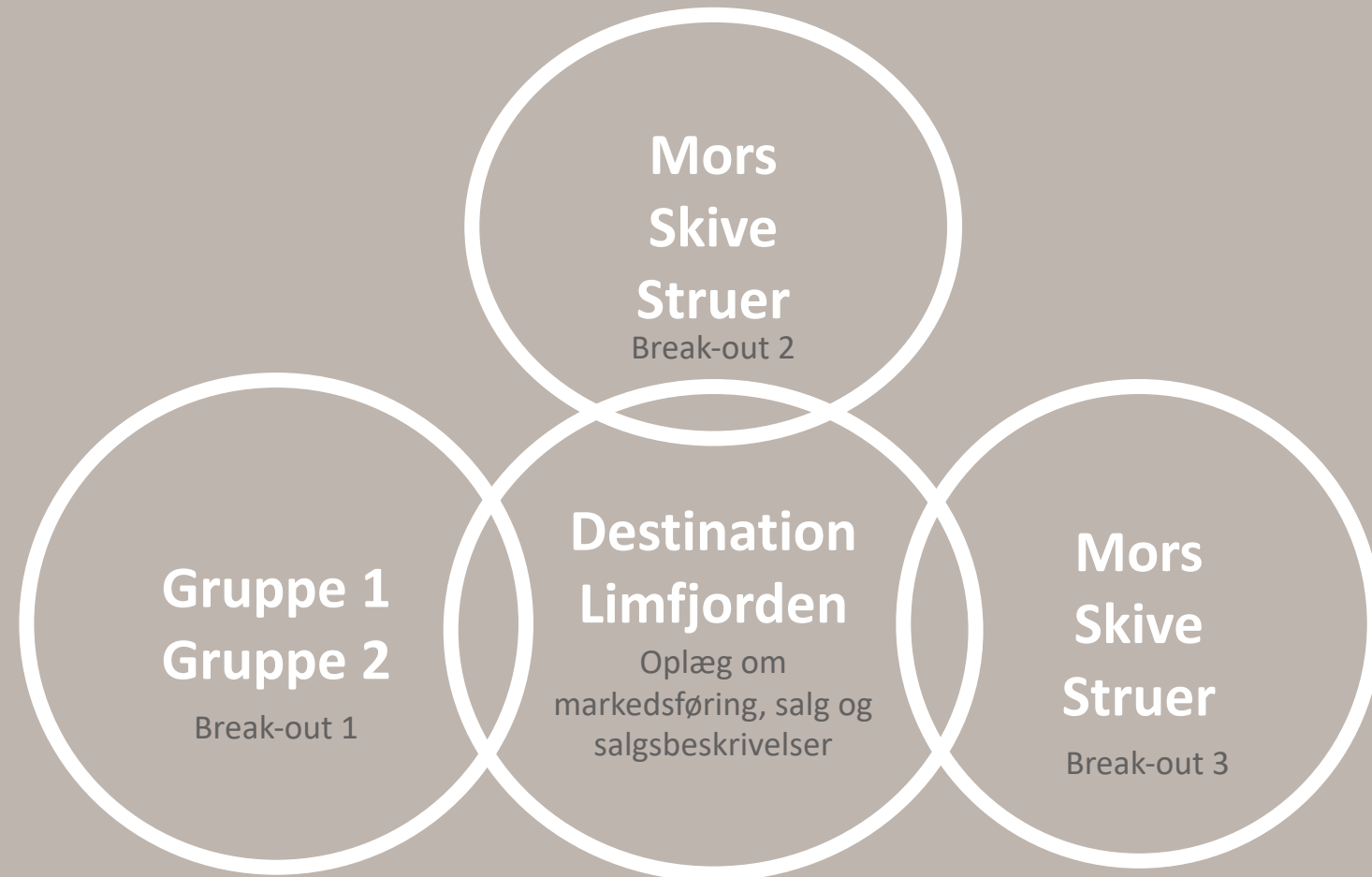
# Resultat fra fra forrige slide



# Dagens program

1. Rullende ankomst med egen kaffekop 😊 How goes?
2. 09.00  
Velkomst, gennemgang af program.
3. Siden sidst – hvad har I opnået?  
**Break-out session 1**
4. Oplæg om markedsføring og salg
5. **Bio-break**
6. **Break-out session 2:** opdelt i de tre kommuner. Udarbejdelse af intern drejebog med samarbejdspartnere
7. Opsamling fra jer
8. **Break-out session 3:** opstart og udarbejdelse af salgstekster til jeres særlige pakke/produkt
9. Kort opsamling og om tests
10. Fremadrettet planlægning og afstemning  
- og tak for i dag 😊

I dag





# Jep, det gælder stadig 😊

PRIMUSMOTOR

- Vi skal se hinanden – video er tændt 😊
- Ræk hånden op, hvis du har noget på hjertet
- Sæt "mute" til, når du ikke taler
  
- Hvis du, mod forventning, må forlade mødet – vil vi gerne vide det. Giv besked på chatten til Morten, Malene eller Kristina



# Den røde tråd...og hvor meget I har været igennem på kort tid...

PRIMUSMOTOR

## 19/1: Opstart:

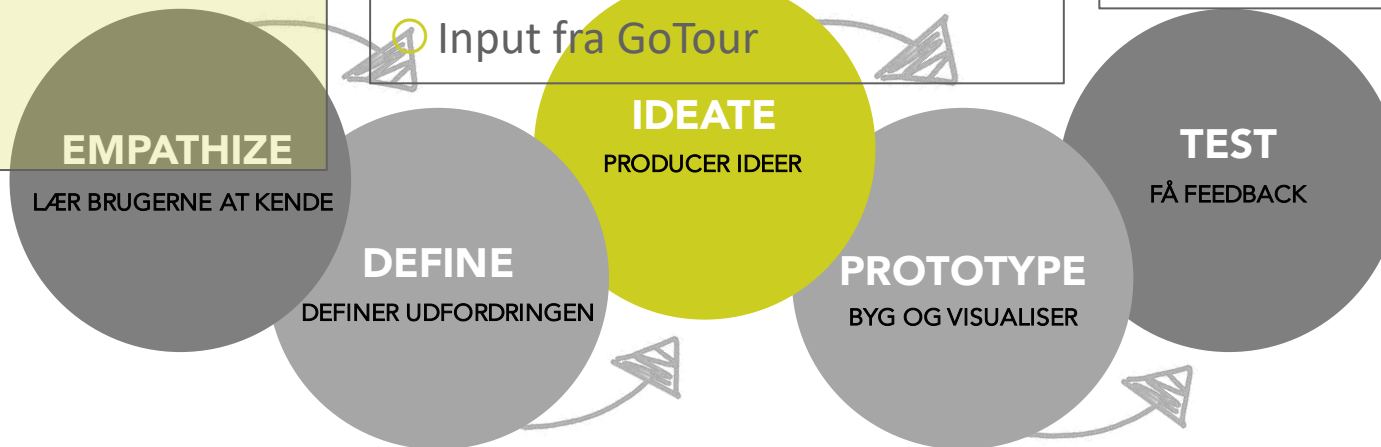
- Hvad handler det hele om?
- Jer og jeres ønsker = Skattekosten
- Destination Limfjorden, mål, styrker
- Hvad siger Topas?
- Jeres forventninger

## 2/2:

- Personaer
- Ideudvikling
- Ideark
- Trends og tendenser
- Input fra GoTour

○ Test fra april 2021

○ Lancering den 19. maj



- I dag : Konkretisering
- Klargøring til salg og markedsføring

# Vi kommer ikke helt i mål... men vi får....

**PRIMUSMOTOR**

- Overblikket over de interne detaljer for pakkerne, inkl. priserne
- Startet arbejdet med tekst til pakkerne
- Givet jer indsigt i Destinationens markedsføringsstrategi og konkrete markedsføringstiltag som jeres pakker kan nyde godt af



Masterclass 1 – Det strategiske fundament  
Jer og jeres virksomheder/attraktioner  
SKATTEKISTEN

Masterclass 2 – Skitser til  
oplevelseskoncepter

Sparring

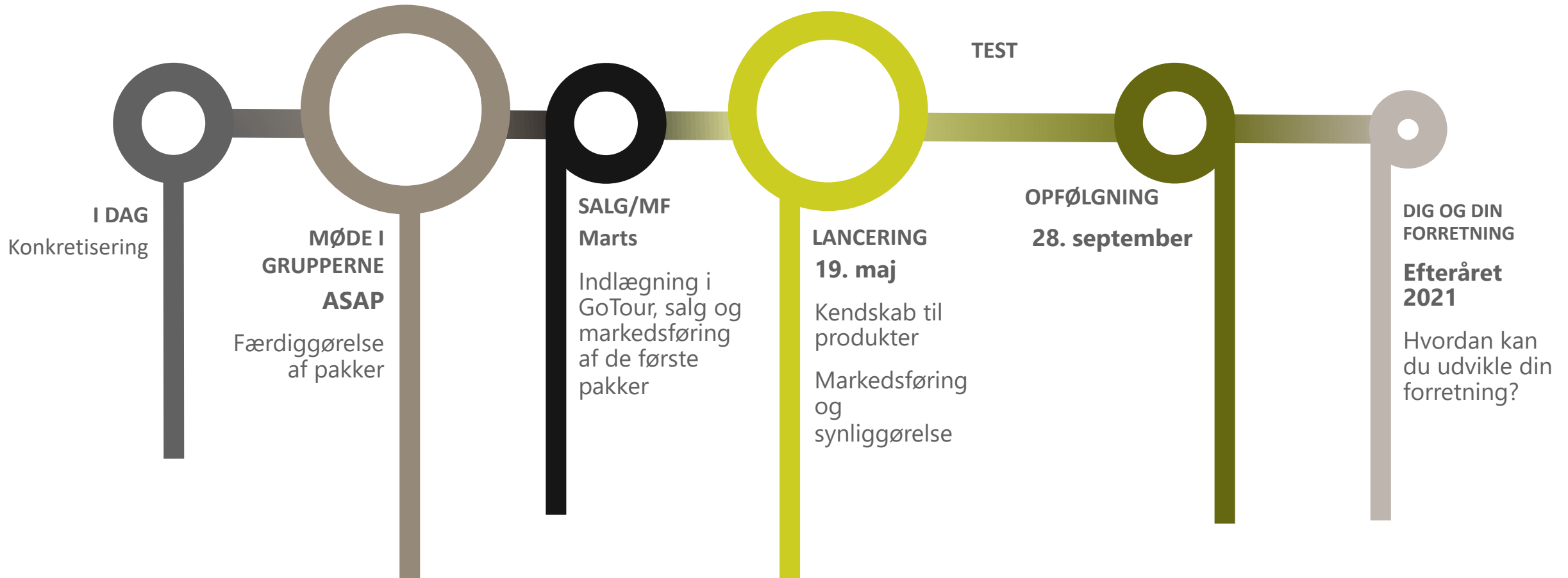
Masterclass 3 – Beskrivelser og  
prissætning

Færdige  
oplevelses-  
koncepter

Booking klar fra marts  
Lancering den 19. maj  
Test og opfølgning til  
efteråret

# Så, hvad er det der skal ske?

PRIMUSMOTOR



# Lad os høre...gruppe 1

## Pakke-/produktoversigtoversigt, kort sigt

**1. "Mandepakken"**  
(Skive GoCart)

**1. Krebs og Big Blue i Skive**  
(Jesper Krogh)

**1. Sandwich og smagninger**  
(Staarup Bryggeri)

**1. Smag på Limfjorden**  
(Sallingsund Fægekro)

**1. Lydkunst og østers**  
(Lydens by/Venø Seafood)

**1. Mad og jern**  
(Rest. Limfjorden)

**1. Lydkunst og gamle bunkere**  
(Lydens By)

# Lad os høre...gruppe 2

## Pakke-/produktoversigtoversigt, kort sigt

**2. Silent retreat**  
(Room Yoga)

<https://youtu.be/pchhwgnNbaQ>

**2. B & O Historisk rundvisning**  
(B&O og Struer Museum)

**2. 3 dages kreativt ophold**  
(Event4U)

**2. Sælsafari i kajak**  
(Tambohus)

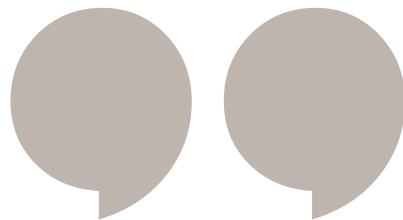
**2. Forrådsophold**  
(Tambohus)

**2. Gastro og natur på Fur**  
(Fur Event)

<https://youtu.be/eviUwesQ1MY>

**2. Glaskunst for børn m/voksne**  
på Nordmors  
(Event4U)





Hvem er målgruppen?

Hvad er kernen i jeres pakke/produkt?

Nævn de tre vigtigste aktiviteter og hvor det foregår

Hvilket behov dækker jeres produkt/pakke?

Hvad er det vigtigste I mangler for at det er færdigt?

Max. 3 minutter 😊

# Markedsføring v. Destination Limfjorden

PRIMUSMOTOR





# MARKEDSFØRING AF PRODUKTER

FEB 2021

# Oversigt

- Hjemmeside
- Facebook og Instagram
- Nyhedsbrev
- Gamification
- Influencer
- Presseture







# Hjemmeside

- Omdrejningspunktet i vores markedsføring
  - Her vil produkter være synlige, med gode billeder og godt beskrevet tekst
  - Teambaseret



# Facebook og Instagram

- Skabe opmærksomhed
- Annoncering
- Branding
- Reposte billeder
- Retargeting
- 84 % af folk på Instagram er mere tilbøjelige til at købe fra mindre virksomheder





# Nyhedsbrev

- Oprette et nyhedsbrev
- Opbygge vores brand
- Markedsføre produkter
- Fortælle historier
- Skabe salg

# Gamification

- Interagere i bestemte aktiviteter
- Fange opmærksomhed
- Modificere adfærd
- Indsamle leads, skabe engagement og loyalitet





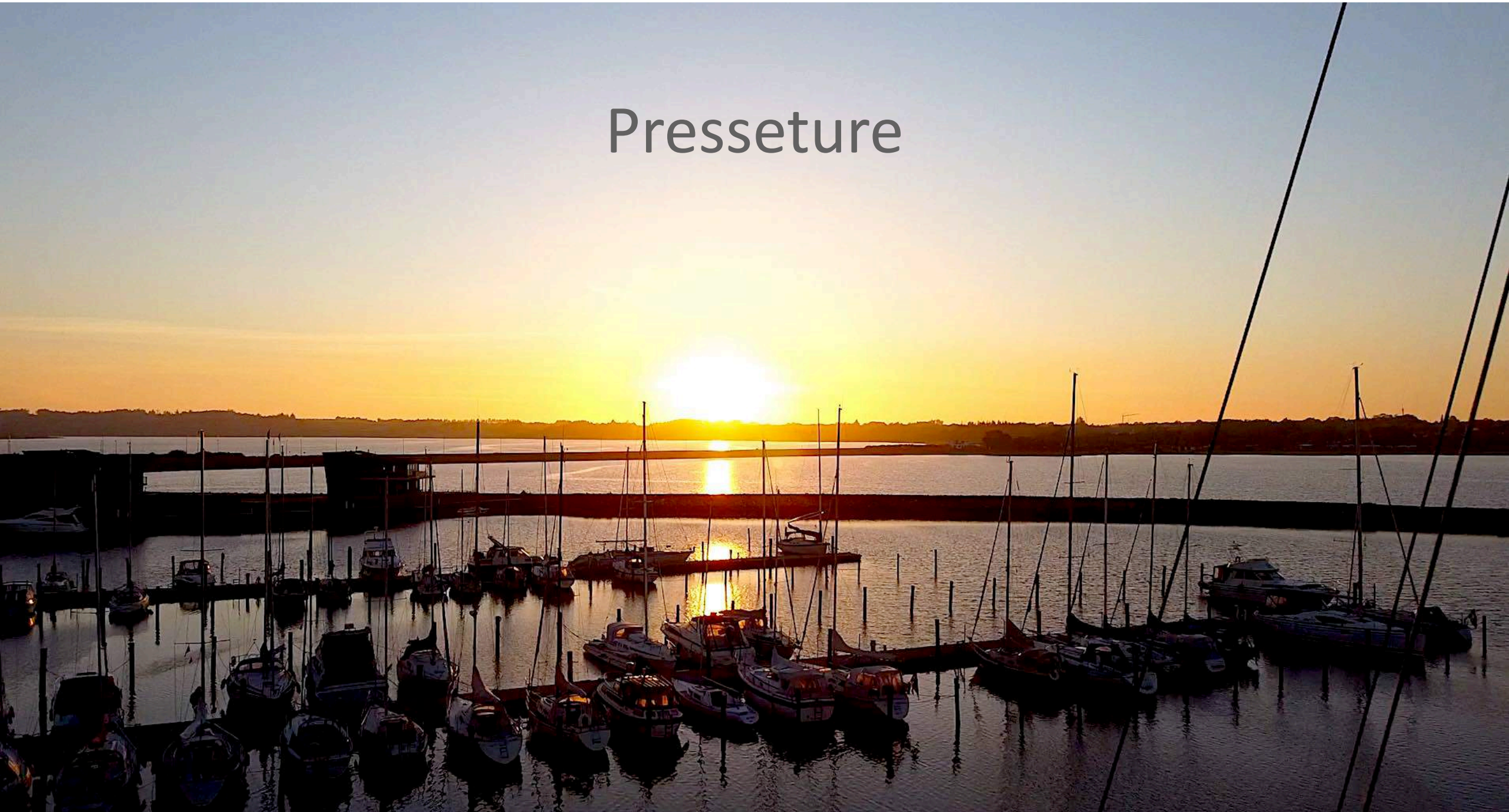
# Influencer

- Prøve produkter og reklamere
- Direkte linje til en stor følgerskare
- 74 pct. bruger sociale medier, når de skal undersøge et nyt produkt
- En ud af tre har købt et produkt på baggrund af en influencers sponsorerede indhold
- Kan fange en ny målgruppe
- Små influencers er op til 7 gange mere effektive end influencers med millioner af følgere





# Presseture



# Eksempel på jeres egen salgs- / kommunikationsplan

PRIMUSMOTOR

Mål	Aktivitet	Budskab	Målgruppe	Medie	Hvornår Tidsperiode	Ansvarlig
Salg af 20 pladser på kitesurfing-camp for kvinder	Instagram annoncer	Elsker du kitesurfing og vil du nyde friheden på vandet med andre kvinder? – Så er Kite WeeQ lige noget for dig!	Kvinder mellem 20 – 35 år  Begyndere og øvede, der ønsker en sjov og aktivitetsfyldt weekend	Instagram	April- maj 2021	Jeanette



PRIMUSMOTOR



LAD OS TAGE EN LILLE  
KAFFEPAUSE/BIO-BREAK ☺



# I kommer i tre grupper

PRIMUSMOTOR

Facilitatorer:

Kristina: Struer

Malene: Skive

Bo: Mors

**Vi skal:**

- Udarbejde et internt program/drejebog\* til samarbejdspartnere
- Se på regnearket med splitpriser



# Planlægning

**PRIMUSMOTOR**

		Oplevelse / gæsteservice	Ansvarlig	Sikkerhed, børnevenlighed, særlige forudsætninger, andet?	(Dagsetappe)	(Sværhedgrad)
DAG	Kl.	Hvilken oplevelse er der tale om? Bospising? Overnatning?	Hvem udfører opgaven?	Hvornår udføres opgaven?	Hvor langt skal der vandres / cykles / sejles den pågældende dag?	Hvad er dagsetappens sværhedgrad?
Torsdag						
Torsdag						
Torsdag						
Torsdag						
Torsdag						
Torsdag						
Fredag						
Fredag						
Fredag						

# Vi skal sikre, at I tjener penge...

## Prissætning af:

### Omkostninger:

Faste omkostninger (omkostninger der ikke er afhængig af deltagerantal)	Dag 1	Dag 2	Dag 3	Dag 4	Dag 5	Total
Transport	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr
Forplejning	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr
Overnatning	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr
Materialer	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr
Leje / indkøb af udstyr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr
Løn til personale	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr
Markedsføring	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr
<i>Andre udgifter 1 (overskriv denne tekst)</i>	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr
<i>Andre udgifter 2 (overskriv denne tekst)</i>	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr
<i>Andre udgifter 3 (overskriv denne tekst)</i>	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr
Pris interne mandetimer/ressourcer for hver enkelt partner	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr
Pris interne mandetimer/ressourcer for hver enkelt partner	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr
Pris interne mandetimer/ressourcer for hver enkelt partner	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr	- kr
<b>Total</b>	<b>- kr</b>	<b>- kr</b>	<b>- kr</b>	<b>- kr</b>	<b>- kr</b>	<b>- kr</b>



Lad os høre hvad I er kommet frem  
til



# Salgstekst til GoTour

**PRIMUSMOTOR**

## Unique Selling Proposition:

Hvad var det nu det var?

- Når man sælger en service eller et produkt, som ingen andre sælger.
- Altså, hvad er det unikke ved jeres produkt?
- **Husk at tage udgangspunkt i gæsten**



# Den gode historiefortælling

PRIMUSMOTOR

- En emotionel oplevelse af produktet frem for en funktionel:
  - "Frikadellen, der smager, som når mor laver den", Bærfolket, der laver marmelade
  - Tilføje personlighed
  - Fremkalde følelser
- Den emotionelle vinkel på en historie skaber et helt andet engagement hos brugeren og skaber en relation
- En historie kan fungere som bindeled mellem flere produkter
- Vores købsadfærd er primært drevet af følelser – ikke fornuft

[Sydesalt](#)

# Tilbage i grupperne, Skive, Struer og Mors

PRIMUSMOTOR

## Vi skal:

Starte på udarbejdelse af salgstekster til brug for viderebearbejdning til oprettelsen af jeres produkter. Planlægge næste møde.

- **Starte beskrivelsen til GoTour**
- **Overvej gerne, hvorfor jeres produkt differentierer sig fra andre produkter i samme kategori?**



# Beskrivelsen, hvad, hvordan og hvornår?

PRIMUSMOTOR

- I har tekst klar senest den 3. marts. Tekster revideres af Destination Limfjorden.
- Der udfyldes et skema til GoTour. Vi har et ønske om, at det er klar den 22. marts.
- Denne dag er det bookbart og på Destination Limfjordens hjemmeside og GoTours.
- Lancering med pakkerne er den 19. maj 2021. Vi forventer pressedækning m.v.
- NO WORRIES 😊
- Vi hjælper jer igennem det hele!





---

# Eksempel på pakke

---

[PAKKE Sydfyn](#)



# TESTS...hvad og hvordan v. Bo

PRIMUSMOTOR



# Test af oplevelser og pakker

## Vi ønsker viden om hvorvidt:

1. Produktet er attraktivt for gæsterne.
2. Produktet fungerer i praksis (kunderejsen)
3. Økonomien er bæredygtig.
4. Produktet skal overleve og gentages.

## Det vil vi vide:

1. Er produktet attraktivt for gæster?
  - NPS score
  - Klikrate på online annoncer?
  - Procent solgt i forhold til kapaciteten?
  - Hvilke segmenter købte oplevelsen?
  - Value for money?
2. Fungerer produktet i praksis?
  - Er kunderejsen ubesværet for kunden?
  - Hvad var højdepunkterne og lavpunkterne?
3. Er økonomien bæredygtig? og skal produktet tilrettes?
  - Er der tilfredsstillende overskud til de alle aktører?
  - Hvor skal der justeres fremadrettet?
  - Skal produktet leve videre?

## Sådan vil vi skaffe viden:

1. Online spørgeskema til alle deltagere.
2. Testpersoner - Vi søger testpersoner på FB.
3. Jeres vurderinger af egne produkter.
  - Senest den 28. sept., hvor vi er samlet.
  - Inviter gerne hinanden til at observere på oplevelserne.



# Det er “gratis”

I kan aflevere til [bbim@destinationlimfjorden.dk](mailto:bbim@destinationlimfjorden.dk):

- [Partnererklæring](#)
- [De minimis erklæring](#)  
Værdien af statsstøtten er beregnet til 13.000 kr.
- [Timeregistreringsskema](#)
  - Afleveres efter hvert møde/hver måned.
  - I skal bruge timer i projektet svarende til minimum 11.000 kr. (antal timer i projektet ganget med timelønnen)
- Løndokumentation
  - kopi af lønsedler for hver måned man har timer.

**Info til jer:**

- [Data Protection Notice](#)







## Partnererklæring

Jeg bekræfter ved underskrift på denne erklæring,

at jeg tegner virksomheden<sup>1</sup>:

med CVR-nr.

og p-nummer

som ønsker at deltage i projektet: SOS Limfjorden,

der har fået tilsagn om støtte fra de decentrale erhvervsfremmemidler bevilget af Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.

Jeg bekræfter, at jeg:

- Er bekendt med formålet med og indholdet af projektet,
- Er bekendt med, at jeg er økonomisk partner i projektet, fordi de udgifter, jeg via deltagelsen har til fx løn eller ekstern konsulentbistand, indgår i det samlede regnskab for projektet og dermed udgør en del af grundlaget for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses medfinansiering til projektet.
- Er forpligtet til at dokumentere rigtigheden og projektrelevansen af egne afholdte og betalte udgifter til fx ekstern konsulentbistand eller løn, herunder at lønnen faktisk er betalt til den ansatte.
- Skal videregive dokumentationen til:
  - Destination Limfjorden, som er projektets tilskudsansvarlige partner,
  - Projektets revisorHvis de anmoder om det.
- Er bekendt med Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses og projektholders behandling af mine personoplysninger, samt retsgrundlaget herfor.<sup>2</sup>

Dato:

Navn:

Underskrift:

# Partnererklæring

1. Udfyld
2. Underskriv
3. Scan ind
4. Mail til [bbim@destinationlimfjorden.dk](mailto:bbim@destinationlimfjorden.dk)

## Spørgsmål:

Tag fat i Bo på 5194 8802 og [bbim@destinationlimfjorden.dk](mailto:bbim@destinationlimfjorden.dk)

<sup>1</sup> For virksomheders vedkommende fremgår tegningsreglen af virksomhedens oplysninger i CVR-registret. Enkeltmandsvirksomheder og

## ERKLÆRING OM DE MINIMIS

### Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse

Denne erklæring skal anvendes i forbindelse med tilskud ydet som de minimis-støtte med Danmarks Erhvervsfremmebestyrelsens nationale midler. Hvis der i projektet indgår midler fra EU's strukturfonde (regionalfonden eller socialfonden), skal der anvendes en særlig erklæring.

Erklæringen udfyldes af virksomheden forud for bevillingen af støtte, når støtten anses for at udgøre statsstøtte, og hvor støtten skal ydes efter reglerne om de minimis-støtte.<sup>1)</sup>

Reglerne om de minimis-støtte indebærer, at en virksomhed over en periode på 3 år kan modtage op til 200.000 EUR som de minimis-støtte. Nogle sektorer er undtaget fra at modtage de minimis-støtte. I kan få oplysninger om disse sektorer hos Erhvervsstyrelsen.<sup>2)</sup>

Modtageren af de minimis-støtte skal have besked om, at der er tale om de minimis-støtte fra den, der yder støtten. Før at støtten ydes, skal virksomheden også have en skriftlig meddelelse om det forventede støttebeløb. Det gør det muligt for virksomheden at afgive korrekte oplysninger om tidligere modtaget de minimis-støtte og at vurdere, om den lovligt kan modtage yderligere de minimis-støtte. Oplysningerne fra virksomheden gør det også muligt for den, der yder støtten, at kontrollere om støtteleftet på 200.000 EUR overholdes.

Når I skal opgøre beløbet, skal I tage højde for følgende:

1. den de minimis-støtte, som I skal oplyse om, er den, som jeres virksomhed har modtaget, dvs. har modtaget tilsagn om, i dette og de to foregående regnskabsår, og
2. hvis jeres virksomhed kontrolleres af en anden virksomhed eller omvendt, kan virksomhederne tilsammen modtage højst 200.000 EUR som de minimis-støtte.<sup>3)</sup>

Jeg/vi bekræfter ved underskrift på denne erklæring,

at jeg/vi tegner virksomheden:

virksomhedens navn

CVR. nummer

P-nummer<sup>4)</sup>

som vil komme til at modtage støtte gennem projektet: **SOS Limfjorden**

der har fået tilskud fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelsens nationale midler.

Jeg/vi erklærer:

- i dette regnskabsår og de to foregående regnskabsår at have modtaget tilsagn om i alt:

DKK i de minimis-støtte, og

- at være bekendt med, at det ikke er lovligt at modtage mere end 200.000 EUR i de minimis-støtte inden

# De Minimis Erklæring

1. Udfyld
2. Underskriv
3. Scan ind
4. Mail til [bbim@destinationlimfjorden.dk](mailto:bbim@destinationlimfjorden.dk)

## Spørgsmål:

Tag fat i Bo på 5194 8802 og [bbim@destinationlimfjorden.dk](mailto:bbim@destinationlimfjorden.dk)

# Fra første masterclass – hvad er det nu målet er?

- At styrke destinationen og jer med nye produkter og/eller pakker. Foråret er en kort proces, da der skal være noget klar til sæsonen.
- Målet er 10 nye produkter/pakker
- At I lærer hinanden og destinationen bedre at kende, så I kan henvise til hinanden og styrke sammenhængskraften





# Hvad tager du med dig fra i dag?

PRIMUSMOTOR

- Hvad tager du med dig fra mødet i dag?
- På en skala fra 1-10, hvor klar er du til at lancere en ny pakke eller oplevelse?
- Fik du det udbytte i dag, som du besluttede dig for i morges?
- Skriv i chat eller 'unmute' dig selv 😊




Vi er snart ved første vejs ende...i denne omgang  
Husk deadline er den 3/3

# Kontakt os

**PRIMUSMOTOR**

 [primus-motor.com](https://www.primus-motor.com)

 [hello@primusmotor.com](mailto:hello@primusmotor.com)

 +45 82 30 70 00

**CVR. 30 90 15 92**

 [www.linkedin.com/company/primusmotoraps/](https://www.linkedin.com/company/primusmotoraps/)

 [www.facebook.com/PrimusMotorApS](https://www.facebook.com/PrimusMotorApS)