



Destination **Uppsala.**

Brita Zetterberg Blom

Marknad och kommunikation

Projektutveckling



100 nya svenska bussar

Ett treårigt samarbetsprojekt i Uppsala län.





100 nya svenska bussar

Hur började det och varför?

Destination Uppsala tidigare arbetat mot svenska bussresearrangörer, gjort en paus, och nu beslutat oss för att återuppta arbetet.

Började med research!



100 nya svenska bussar

Ville lära oss mer om bussresor och bussgrupper, vi kontaktade:

- besöksmål och hotell i Uppsala, nuläge bussgrupper
- "Buskonsult" lära oss om nuläget i branschen
- bussresearrangörer och resegrossister
- kollegor i landet.

Massor med nyttig kunskap!



100 nya svenska bussar

Brist	Beskrivning	Insats	Anteckningar	Vilken typ av organisation efterfrågar detta
Prissättning	Det upplevs otydlig med prissättningen.	Inse vikten av differentierad prissättning	Att man inte kan ta samma pris som när Uppsala universitet kräver guide åtta timmar	Svensk bussresearrangör
Webb	De olika guideföretagens webbsidor är otydliga.	Att skapa tydligare webbsidor.		Incoming, utländska reseledet, resegrossist
Att spela teater	Får inte längre stå och rabbla upp årtal	Kolla på teaterlinjen - vem kan bäst gestalta Gustav Vasa?!		Svensk bussresearrangör
Produkt	Vad erbjuder man för produkt?	Exempelvis Linné, Gösta Knutsson, Viking, Rudbeck	Ha inte för många erbjudanden som sedan inte säljs.	DMC, Incoming, resegrossist
Språk	Vad erbjuder guiderna/guideföretagerna för språk?	Finska, tyska?	Se hur man gör i Stockholm där man specificerar upp guidens kompetens.	DMC, Incoming, resegrossist
Sälj	Att ägna sig åt merförsäljning.	Kan erbjuda mer och (fler guider) produkter till resegrossister.		Incoming
Okunskap om turism	Många har inte resegrossister eller reseföretag som kunder.	Hur gör vi för att dessa ska nå varandra?		Svenska bussresearrangör
Nya sätt att möta turister	Fler av guiderna kör på som man alltid gjort.	Våga testa nytt. "Dramatisera och använd teknik".		Svenska bussresearrangör
Pelle Svanslös	att profilera Uppsalas kända varumärken För resegrossister	Att ha en ingång mot resegrossisterna för detta	Annan prissättning.	Resegrossist
Att "öppna dörrar"	Guideföretag ska kunna komma in överallt. En guide för gruppen	Besöksmålen att förstå värdet i att gruppen har en guide.		Svenska bussresearrangör
Långsiktighet	Företagen bör förstå hur reseledet fungerar. Man bokar år i förväg	Kunskap om hur resegrossister jobbar.		DMC, Incoming, resegrossist
Regional profilering	Att kunna mer än Uppsala.	Att sälja in övriga Uppland och paketera detta.		DMC, Incoming, resegrossist
Målgruppens behov	Hur ser en bussgrupp ut?	Viktigt att förstå att behoven har ändrats hos bussgrupper.	"Ej billigaste på menyn", tänk premium. Ställer högre krav på guide.	Resegrossist

Slutsats:

Vi vill förmedla till besöksnäringen det vi lärt oss om bussresearrangörer och bussgrupper.

Arbeta tillsammans i hela länet för att "Vi syns bättre tillsammans!"

- Tillsammans med kommunerna och besöksnäringen erbjuda svenska bussresearrangörer upplevelser - målgruppsanpassade - differentierat prissättning, - bokningsbara - gott värdskap hela resan.
- Ta fram en bra produktkatalog.
- Kontakta: lagom ofta, ex. genom samtal, visningsresor.



100 nya svenska bussar

Förslag, treårigt samverkansprojekt

Länets kommuner och destinationsbolag.

Arbetsgrupper

Syfte, mål, målgrupper, aktivitetsplan och budget.





100 nya svenska bussar

Syfte

Att underlätta och göra det mer attraktivt för bussresearrangörer att planera, marknadsföra, boka och arrangera resor till Uppsala län.

Målgrupper

- Svenska bussresearrangörer och grossister som erbjuder upplevelser till sina kunder/resenärer.
- Besöksnäringens företag och organisationer i Uppsala län



100 nya svenska bussar

Övergripande mål

- Bidra till besöksnäringens möjlighet till utveckling och nya affärer och därigenom skapa förutsättningar för en ökad besöksomsättning.





100 nya svenska bussar

Kvantitativa mål

- 100 nya svenska bussar till länet 2023. Nollårsmätning 2019.
- 30% ökning av antalet nedladdade kataloger fram till 2023. Nollårsmätning 2021.
- 30 besöksnäringföretag, från länet, genomgår utbildningen.



100 nya svenska bussar

Kvalitativa mål

- Ökad kunskap hos besöksnäringen i "Buskunskap", d v s om hur att ta emot grupper.
- Nöjda bussresearrangörer och besökare.

Vi mäter nöjdhetsgraden hos ett urval bussresearrangörer genom en Survey Monkeyenkät efter år 1 och 3. Målet en positiv positionsförflyttning.



100 nya svenska bussar

Aktiviteter

- Seminarier för besöksnäringen i "Buskenskap", första "Hur blir vi mer attraktiva för svenska bussresearrangörer", 85 deltagare. Fler seminarier i höst.
- Bussresekatalog
- Gemensamma säljaktiviteter





100 nya svenska bussar

Erbjudande till besöksnäringen

Att kostnadsfritt presentera sin bokningsbara

- upplevelse
- fika
- mat/logi
- shopping i vår nya katalog

UPPLEVELSER FÖR GRUPPER 2021-22



BESÖKSMÅL • AKTIVITETER • CAFÉER • RESTAURANGER • LOGI • SHOPPING

Uppsala. ENKÖPING HEBY KOMMUN





100 nya svenska bussar

Katalogen och säljkontakter

- Katalogen giltig 2021-22, distribuerar vi i maj och följer sedan upp med telefonbearbetning mm.
- Visningsresor
- Mässdeltagande (exempelvis 60+)

Uppföljning och utvärdering efter år 1

100 nya svenska bussar

Citat från Busseminariet;
Om att arrangera bussresor:

"Det här är en
underhållningsbransch.

Resenärerna vill roade,
berörda och bekräftade!"





100 nya svenska bussar

Frågor och idéer:

brita.zetterberg-blom@uppsala.se

