

Destination Järvsö

Strategiska utvecklingsområden

Produktutveckling, Familj

- Komplettera utbudet av barn-/familjeaktiviteter;
 - komplettera "ishallen" med sk "Multihallsfunktion"
 - Skapa ett "äventyrsbad", med SPA del
 - Skapa ett barn-/familjekoncept med "teambuildning" fokus
 - Utveckla ett koncept á la "Barnens gård"

Natur-/kulturutbud

- Förstärk utbudet av aktiviteter och upplevelser kopplat till vår unika natur & kultur (spännande, utvecklande, interaktiva och lärande)
- Använd den nya tekniken för att fördjupa upplevelsen av våra natur- & kulturvärden
- interaktiv guidning á la Nationalmuseum
- Stärkt kultursatsning genom ev världsarv för Hälsingegårdarna, tillgängliggör och levandegöra dessa

Konferens/grupper

- Skapa arrangemang som stärker konferensens syfte och tillför mervärde
- Utveckla kvällsarrangemang och nöjen, veckoprogram
- Ta fram ett antal ramprogram som kan skräddarsys ("smörgåsbord")
- Skall prioriteras vår, höst samt söndag till torsdag under vinter

Skyltfönstret

- Forssatt utsmyckning av genomfarten
 - enhetlig skyltning och profilering
 - MF av USP och reseanledningarna kopplat till kärnvärden för olika delar av året
 - Digitala infotavlor vid infarterna
 - Spektakulär belysning av Södra backen
 - Attraktiv rastplats i centrum

Marknadsföring

- Utveckla Hemsidan till interaktiv, spännande och bokningsbar med funktionen "print on demand"
- Koppla till rätt sökmotorer och sajter "Hälsingland, Visit Sweden etc"
- Länka till rätt communities
- Ta fram attraktivt bildspel/film, cd-rom baserad (imagebyggande)

Marknadsföring

- Trycksaker
 - Imagebyggande flerårig trycksak med avsikt att skapa förväntan, nyfikenhet. Primärt bild, kärnvärden och våra USP.
 - Skall driva trafik till hemsidan och utbudsbroschyr/eventemangskalender
 - karta över området
 - print on demand

Marknadsföring

- Utveckla en tydlig evenemangsstrategi, bygger på vår profil/varumärke. Skall komplettera icke sommartid
- Marknadsföring på plats av vårt utbud under hela året
- Marknads- & säljfunktion för MICE segmentet

Intern utveckling

- Skapa samsyn kring destinationen, dess kärnvärden och USP och att det är detta som primärt skall kommuniceras
- Attitydförändring, vi-anda, Dj s gäster
- Utbildning i Värdskap, destinationen och vårt utbud
- Tillgänglighet, öppettider, samsyn på kvalitet (certifiering)

Organisation

- Stärka/utveckla en gemensam destinationsorganisation
- Tydliggöra en organisations- ägandeform
- Utveckla en finansieringsmodell
- En organisation med mandat och resurser