



HEMAVAN TÅRNABY



Kommunikationsplan

- DE VIKTIGASTE VERKTYGEN -

Därför en kommunikationsplan

Om vi ska nå målen vi satt upp, att dubbla antalet gäster till 2020, behöver vi driva volymer av människor. Vi behöver förutom alla stamgäster även attrahera nya volymer. Så utöver att rikta oss mot skid- och skoteråkare, vandrare m. fl. behöver vi anpassa vårt språk, vad vi berättar om och hur vi berättar det så att fler vill och vågar testa en resa till oss.

Vi vill hjälpa mottagaren förstå hur hen kan vara en del av upplevelsen och guida rätt. Vi ska i vårt sätt att kommunicera aldrig förutsätta att gästerna har förkunskap om Hemavan Tärnaby eller vet hur och vad som finns.

Det här är ett utdrag med de viktigaste verktygen du behöver i det dagliga arbetet med kommunikation. Den fullständiga kommunikationsplanen kan du få från oss på Visit Hemavan Tärnaby.

Hälsningar,
Marianne Lindgren
Marknadsansvarig Visit Hemavan Tärnaby AB
marianne.lindgren@hemavantarnaby.se
0954-104 50
www.hemavantarnaby.se

En potentiell gäst ska ...

Veta

Övergripande:

- "Riktiga fjäll".
- Storslagen natur, kalfjäll.
- Tillgängligt, "snällt" för hela familjen.

Känna

- Inkluderande, vilja vara en del av.
- Äkta och genuint. "Disneyfritt".
- Lust och längtan.
- Må bra.

Göra

- Ta redan på mer.
- Starta resan mot ett köp.

Reseanledningar + Målgrupper

SNÖ-PERIOD

RESEANLEDNING:

Skidåkning
Skoter

MÅLGRUPP:

Aktiva familjer

LOCKAS AV:

Riktiga fjäll

Det som förenar

Riktiga fjäll

BAR-MARK

Vandring/naturupplevelse
Fiske

Par utan barn



Tonalitet

Tonalitet handlar om hur vi kommunicerar våra budskap. Det är den språkliga delen av varumärkets personlighet och påverkas av ordval, form och stil och är minst lika viktig som det visuella.

Så här pratar Hemavan Tärnaby:

- Entusiasmerande och smittande.
- Stolt.
- Personligt. Vi bryr oss och hjälper alltid till. Det märks att det finns personer bakom, till exempel skriver vi under med våra namn så långt det är möjligt och passar.
- Proffsigt.

Grundstenar

Vi bygger vår kommunikation på 4 grundstenar, de är våra viktigaste och mest grundläggande budskap som vi vill förmedla. Inspireras och/eller stäm av dina idéer, texter och inlägg mot dem.

- 1.** Personligt.
- 2.** Storslagen natur.
- 3.** Närhet (lättillgängligt).
- 4.** Så kan man ta del av, bli delaktig och köpa.



Checklista ...

... inför publicering. Tag för vana att stämma av innan du trycker på knappen.

Innehåll

- ✓ Guida.
- ✓ Hjälp gästen förstå.
- ✓ Visa hur man tar del av/köper.

Bilder

- ✓ Bra bilder!
- ✓ Tala om var. Kan man peka ut på karta?
- ✓ Sätt i sammanhang.
- ✓ Gärna aktuellt, nytaget.
- ✓ Var konsekvent med budskapet.
(Se "Veta").

Budskap - Riktiga fjäll

Snöperiod:

- ✓ Fantastisk skid- och skoteråkning.
- ✓ Storslagen natur, kalfjäll.
- ✓ Tillgängligt, "snällt" för hela familjen.

Barmark:

- ✓ Storslagen natur & kalfjäll.
- ✓ Kungsleden & Drottningleden.
- ✓ Fiske.



Exempel ...



Visit Hemavan Tärnaby har delat Vindelfjällens Naturreservats album

den 1 oktober kl. 11:14

Oktoberfärger! Gnistrande klart och en explosion av färger. Kallt oktoberljus och första snön. Fångade två vandrare på bild på Kungsleden bara 10 minuters promenad från Hemavan. Missa inte våra 3 tips på kortare turer som passar hela familjen. <http://hemavantarnaby.se/kungsleden/>



- Storslagen natur
- Personligt
- Närhet
- Ta del/delaktig
- Hur man köper

Fler exempel hittar du i den fullständiga kommunikationsplanen som du kan få från Visit Hemavan Tärnaby.

