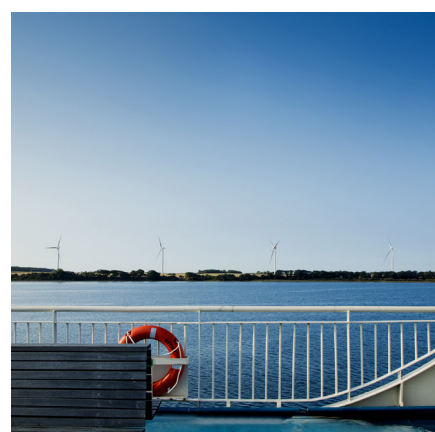


# SAMSØ

## MARKEDSFØRINGSSTRATEGI

### 2018-2025



## FORMÅL

Markedsføring og branding af Samsø har til formål at øge antallet af gæster på øen samt skabe mere vækst og flere arbejdspladser på Samsø, således at Samsø også fremover er et bæredygtigt helårssamfund.

Forbedrede trafikale vilkår skal omsættes til mere vækst såvel i hovedsæsonen som i ydersæsonen. Markedsføringen skal synliggøre mulighederne ved større færgekapacitet, flere overfarter og lavere priser til udvidelse af sæsonen, flere gæster samt generel vækst og jobskabelse på øen.

Markedsføringsstrategien skal medvirke til at virkeliggøre Samsø Kommunes vision for Samsø som en attraktiv kommune, der sammen med borgere og erhvervsliv sikrer ambitiøse rammer for trivsel, udvikling og vækst. Alle indsatser på vej mod visionen vil have fokus på social, økonomisk og miljømæssig bæredygtighed.

## VISION

Samsø vil være kendte og anerkendte i ind- og udland for det, vi har og det, vi kan. Samsø skal opfattes som et attraktivt feriested. Vi kalder det branding, der begejstrer.

## MISSION

Vi gennemfører en målrettet og effektiv markedsføring af Samsø med udgangspunkt i det, vi har og det, vi kan. Vi arbejder for at øge gæstemængden og udvide sæsonen.

Vi følger den nationale strategi for dansk turisme, der har defineret et pejlemærke om vækst på en tredjedel i antallet af turismeovernatninger fra 2015-2025.

Vores pejlemærke hedder vækst på en tredjedel i antallet af gæster fra 2015-2025.

Heraf skal 2/3 genereres i skuldersæsonen og 1/3 i højsæsonen.

Med 228.240 gæster i 2015 betyder det, at vi i 2025 har en målsætning om at nå 303.500 gæster.

I 2017 rundede vi allerede en milepæl med 272.600 gæster.

### Vi har:

- Fantastiske råvarer og gode smagsoplevelser
- Mange events og arrangementer inden for kultur, smagsoplevelser, motion, miljø og natur.
- Skønne strande – smuk og spændende natur.
- Autentiske og idylliske landsbyer.
- Hyggelig og ægte atmosfære.
- Folkelighed og gæstfrihed.

### Vi er kendte for:

- Vedvarende energi og bæredygtig omstilling.
- Gode grøntsager og Samsø-kartofler.
- Fantastiske smagsoplevelser.
- Muligheder for store naturoplevelser og aktiviteter i naturen.
- Venlighed og gæstfrihed.

## STRATEGISKE FOKUSOMRÅDER

Gennem markedsføring skal kendskabsgrad og antallet af gæster til Samsø øges fra både ind- og udland. Gennem markedsføring skal antallet af gæster i særligt skuldersæsonerne øges. Vi skal bygge videre på brands inden for bæredygtighed, kartofler og grøntsager. Vi skal udbygge kendskabet til destinationen som stedet for store smagsoplevelser samt oplevelser inden for kultur, aktiv velvære, motion, ro og friluftsliv.

Vi vil i markedsføringen af Samsø tage udgangspunkt i en **række strategiske fokusområder**:

- Samsøbranding i alle vores aktiviteter.
- Høj prioritering af pressearbejde.
- Få, store, innovative og slagkraftige markedsføringsindsatser.
- Tæt interaktion med turisterne på de digitale platforme.
- Skarpe og brugbare analyser

## MÅLGRUPPER

Samsø har og vil fortsat arbejde på at fastholde en stabil, geografisk vægtning af feriegæster, som udgøres af 80% fra Danmark, 10% fra Tyskland, mens de resterende 10% kommer fra hhv. Norge, Sverige, Holland, England samt øvrige lande.

I markedsføringen af Samsø som destination koncentrerer vi os om tre målgrupper:

**Sjov, Leg og Læring** er både attraktionslystne familier på ferie i højsæsonen og familier med små børn, som ikke er afhængige af skoleferier samt familier, der rejser sammen i flere generationer. Målgruppen motiveres af børnevenlige rammer, hvor familien kan være sammen.

**Unge og voksne par uden børn** holder ferie, for at nyde livets gode stunder og koble af fra hverdagen: En lækker gourmetmiddag, gåtur i solnedgangen eller en hyggelig shoppingtur. De beagejstres af den danske natur og de mange kulturelle og historiske seværdigheder.

**Special interests** dækker over enkeltpersoner, familier, par og grupper, der i væsentlig grad vælger destination ud fra særlige interesser og behov, f.eks. golf, fødevarer, energi, musik, fester, kurser og andre virksomhedsarrangementer, motion, stævner/træf, lystfiskeri, yoga etc.

## ARBEJDSPRINCIPPER FOR STRATEGIEN

Vi har valgt tre arbejdsprincipper som pejlemærker for, hvordan vi ser strategien, og hvordan målene realiseres:

**Sammen står vi stærkere.** Sammenhold og fællesskab er en del af den måde, vi tænker og arbejder på på Samsø. Det betyder, at målene i strategien skal realiseres via samarbejde, nye partnerskaber, inddragelse af øens ildsjæle og fokus på fællesskab – lokalt, regionalt, nationalt og internationalt.

**Fra mere til bedre.** Vi ønsker ikke blot mere markedsføring, men bedre markedsføring. Det betyder, at realiseringen af målene i strategien kalder på en innovativ tilgang og åbenhed over for nye måder at gøre tingene på. Så vi ikke bare gør mere af det, vi plejer, men også hele tiden søger at gøre det bedre.

**Altid i bevægelse.** En strategi er et pejlemærke, og mens vi arbejder, forandrer verden sig løbende. Derfor skal vores strategi være fleksibel og give plads til nye muligheder eller problemstillinger, der viser sig undervejs.

## FRA STRATEGI TIL HANDLING

For at sikre, at strategi bliver til handling, udarbejdes der hvert år en markedsføringsplan for den brede markedsføring med konkrete indsatser, der ønskes gennemført med henblik på at gøre vision til virkelighed. Samsø Markedsføringsudvalg har ansvaret for de årlige markedsføringsplaner og tilser, at de er i overensstemmelse med strategiens visioner.