handle with love

BLEKINGE

Besöksnäringsstrategi 2030

Handlingsplan

Med detta verktyg kan du som enskild aktör själv utforma din handlingsplan utifrån strategins vision, mål och prioriteringar.

Strategin tar sin utgångspunkt i en regenerativ besöksnäring som handlar om att lämna platsen i bättre skick än du fann den och bidrar till positiva effekter för människor, företag och livsmiljöer.

Prioriterad målgrupp är den närande resenären, som bidrar positivt till platsen.

Blekinges vision:

Kom närmare Blekinge.
En av Sveriges mest regenerativt växande destinationer, för företag, människor och livsmiljöer.

Min verksamhets vision:

Blekinges besöksnäringsstrategi

Mål	Utvecklingsområde med prioriteringar

Mål: Blekinge är 2030 en internationellt erkänd hållbar destination där platsens och människornas bästa är av högsta prioritet.

En hållbar destination att längta till året runt

- ☐ Blekinge bedriver ett aktivt och mätbart hållbarhetsarbete med nära koppling till forskning, utveckling och innovation.
- ☐ Destinationen upplevs attraktiv 365 dagar om året.
- ☐ Ett breddat sätt att resa utvecklas med anpassade transporter och infrastruktur.
- ☐ Blekinge arbetar systematiskt och konsekvent med värdskap, stolthet och ambassadörskap.
- ☐ Balanserade besöksströmmar med en utjämnad kurva över året och länet.

Mål: Modiga satsningar har lett till spännande innovationer, attraktiva erbjudanden och tillväxt, med nya sätt att bo, resa och uppleva Blekinge, 365 dagar om året.

Ett växande näringsliv med attraktiva erbjudanden

- ☐ Aktivt arbeta för fler ekonomiskt rubusta aktörer, med nära koppling till innovations- och företagsfrämjande system.
- ☐ Blekinge ska vara en given destination att samverka med kring internationella målmarknader.
- ☐ Verka för fler investeringar och nyetableringar.
- ☐ Förbättra processer och tillämpning för och med näringen, för ett enklare och jämlikare företagande.
- ☐ Destinationsutveckling ses som en nyckelfaktor för sammankoppling och uppskalning av erbjudanden och temaområden.
- ☐ Besöksnäringen ska både vara en attraktiv bransch att arbeta inom och lätt att kompetensförsörja.

Mål: Samhandling har uppnåtts och strategins intressenter arbetar tillsammans och självständigt med insatser för att nå den gemensamma visionen.

Att verka tillsammans

- ☐ En långsiktig och stark struktur för samskapande.
- ☐ Främja öppna och dynamiska mötesplatser och hubbar, inom besöksnäringen samt tvärsektoriellt mellan olika branscher och områden.
- ☐ Samarbete, samt i strategiska allianser såväl geografiskt som med andra näringar.
- ☐ Både insatser och uppföljning av strategin har ett högt medskapande från samtliga aktörer.

Mål: Marknadsföring och kommunikation används för att attrahera besökare som bidrar positivt till en hållbar destination för företag, människor och livsmiljöer, året runt.

Marknadsföring som säljer och håller det vi lovar

- ☐ Kommunikation och marknadsföring sker strategiskt och den närande resenären prioriteras.
- ☐ Blekinge är en attraktiv part att samverka med.
- ☐ Besöksnäringsaktörerna arbetar aktivt med sin egen marknadsföring.
- ☐ Utveckling och positionering av starkare besök- och reseanledningar för unga.
- ☐ Blekinge ligger i framkant inom digital marknadsföring.
- ☐ Alla som lever i och besöker Blekinge är stolta ambassadörer.

Min handlingsplan

Tänk SMART: **S**pecifikt – **M**ätbart – **A**ccepterat – **R**ealistiskt – **T**idsbestämt

Göra	Mäta

Såhär **firar** vi:

Såhär **firar** vi:

Såhär **firar** vi:

Såhär **firar** vi:

Egna anteckningar/ mitt första steg