

BILAG TIL Handlingsplan

FONDEN SYDDANSK **TURISME**



Forretningsudvikling - Analyse - Marketing – Inspiring DENMARK

FORRETNINGSUDVIKLING – VIDEN OG ANALYSE*"I Syddanmark sejler turistvirksomhederne i blå oceaner."***Målsætninger:**

De tre målsætninger for Syddansk Turismes indsats i forhold til Forretningsudvikling har fokus på virksomhedernes bundlinje og innovationsevne. Syddansk Turisme skal arbejde for:

1. At give de syddanske virksomheder (og kommuner og organisationer) et bedre beslutningsgrundlag
2. At give de syddanske virksomheder (og kommuner og organisationer) mulighed for sund vækst i indtjeningen.
3. At give de syddanske virksomheder mod på udvikling og innovation

Resultatmål:

Syddansk Turisme definerer i forbindelse med hvert nyt regnskabsår et antal resultatmål indenfor Forretningsudvikling, som relaterer sig til årets handlingsplan og budget.

1. Måling af performance på udvalgte kriterier (effektmåling) f.eks. antal overnatninger, omsætning, indtjening, belægningsprocenter for regionen, destinationer og kommuner. Måling af performance på egne indsatser. Relevante KPI'er udvælges sammen med væsentlige samarbejdspartnere.
2. Fortsatte undersøgelser af markedspotentialer, målgrupper og forretningsmodeller
3. Gennemførelse af minimum 1.000 branchespecifikke kursisdage pr. år med tilfredsscore på minimum 3,6 (max. 5)
4. Gennemførelse af minimum 5 tværgående og 10 virksomhedsspecifikke produktudviklingsforløb pr. år. Tilfredshedsscore på minimum 3,6.
5. Hjælp-til-selvhjælp"-værktøjer til forretningsudvikling til rådighed online
6. Identifikation af kapitalrejsningsmuligheder udefra, der kan støtte væksten

Indsatsfelter:

Syddansk Turisme arbejder med fire indsatsfelter indenfor Forretningsudvikling:

Viden og analyser

Syddansk Turisme måler effekten af turisterhvervets og egne indsatser. Vi undersøger, hvor fremtidens markeder er, målgruppernes kendetegn og egnede forretningsmodeller. Det skal medvirke til at give virksomheder (og kommuner og organisationer) et bedre beslutningsgrundlag.

Kompetenceudvikling

Syddansk Turisme sætter sammen med 27 uddannelsesinstitutioner sig for at give hele branchen et kompetenceløft med fokus på strategi og ledelse, forretningsudvikling og service. Indsatsen er værktøjsorienteret og praksisnær og skal medvirke til at gøre virksomheder (og kommuner og organisationer) sikrere i deres beslutningsproces.

Produktudvikling og innovation

Syddansk Turisme arbejder fortsat på i samarbejde med relevante samarbejdspartnere at opbygge innovationskonsortier til gavn for de syddanske turistaktører. Her foregår målrettede produktudviklingsforløb, hvor afsættet er i den nyeste viden, og de bedste værktøjer anvendes til at udvikle morgendagens udbud.

Rådgivning og konsulenthjælp

I samarbejde med Væksthus Syddanmark udvikles værktøjskasser til forretningsudviklere, der er specielt udviklet til turismens forskellige sektorer. Hvor forudsætningerne er opfyldt, gives mulighed for 1:1 rådgivning. Der kan peges på kapitalrejsningsmuligheder.

Projekter:

Syddansk Turisme arbejder indenfor Forretningsudvikling med udgangspunkt i den strategi for den syddanske turisme ”Samvær med indhold”, som Syddansk Vækstforum har godkendt. Der er etableret projekter i gang indenfor alle strategiske områder. Destinationsudvikling er dog i skrivende stund stadig under behandling.

Igangværende:

1. Leg og læring – kids & tweens lifestyle

Start	Slut	Pulje	Type	Budget	Aktiviteter
Start 06.2009.	Slut 12.2012.	Regionalfondsprojekt i samarbejde med Spinderihallerne og pt. ca. 80 partnere.	Koncept- og produktudvikling.	Ca. kr. 16,5 mio. ud af kr. 31,3 mio.	Har egen handlingsplan med milepæle og resultatmål.

2. Oplevelsernes Academy

Start	Slut	Pulje	Type	Budget	Aktiviteter
-------	------	-------	------	--------	-------------

Start 01.2010.	Slut 08.2013.	Socialfondsprojekt i samarbejde med Tietgen CompetenceCenter, 26 skolepartnere og pt. 130 virksomheder.	Kompetenceudvikling.	I alt 47 mio. kr.	Har egen handlingsplan med milepæle og resultatmål.
3. Hærvejen					
Start	Slut	Pulje	Type	Budget	Aktiviteter
Start 09.2008	Slut 10.2010.	Regionalfondsprojekt i samarbejde med Region Midtjylland og kommuner, turistbureauer og virksomheder langs Hærvejen.	Produktudvikling.	Ca. kr. 5 mio.	Har egen handlingsplan med milepæle og resultatmål.
4. Preserve					
Start	Slut	Pulje	Type	Budget	Aktiviteter
Start 01.2009.	Slut 06..2013	Interreg IVC projekt i samarbejde med flere europæiske destinationer.	Destinationsudvikling.	Syddansk Turismes andel er ca. kr. 0,5 mio. pr år	Har egen handlingsplan med milepæle og resultatmål.
5. Coast Alive					
Start	Slut	Pulje	Type	Budget	Aktiviteter
Start 01..2009.	Slut 12.2012	Interreg IVB projekt i samarbejde med flere destinationer ud til Nordsøen..	Destinations- og produktudvikling. Marketingudvikling.	Syddansk Turismes andel er ca. kr. 0,5 mio. pr. år	Har egen handlingsplan med milepæle og resultatmål.
6. WellCome (styregruppe)					
Start	Slut	Pulje	Type	Budget	Aktiviteter
Start 01.2009.	Slut 06.2011.	Regionalfondsprojekt med VisitVejle som projektejer og deltagelse af ca. 75 partnere.	Koncept- og produktudvikling.	I alt ca. kr. 15 mio.	Har egen handlingsplan med milepæle og resultatmål.

<u>På vej:</u>			
Emne	Pulje	Samarbejdspartnere	Niveau i kr.
1. Destinationsudvikling i Syddanmark	Regionalfonden	22 kommuner og tilhørende turist- og destinationsbureauer, samt turisterhverv og brancheorganisationer	Ca. kr. 32 mio.
2. Grøn wellness og sundhedsturisme	Evt. Interreg IVA	VisitVejle og WellCome-partnergruppen, plus relevante tyske partnere, herunder den meget interessante sammenslutning Kompetenzzentrum Gesundheitstourismus Schleswig-Holstein	Ca. 20 mio. kr.
3. Haveturisme	Evt. Interreg IVA	Odense Kommune og Foreningen af Park & Vej chefer, erhvervspartnere fra såvel turistbranchen som havebranchen, turoperatører, plus relevante tyske partnere	Ca. 25 mio. kr.
4. 1:1 oplevelsesinnovation med hjælp-til-selvhelp værktøjskasser	Evt. via Forsknings- og Innovationsstyrelsen under Videnskabsministeriet og deres serviceinnovationspuljer	Væksthus Syddanmark og andre aktører med fokus på innovation og forretningsudvikling	Ca. 15 mio. kr.

HANDLINGSPLAN - MARKETING

<p>Mål for Handlingsplanen:</p> <p>1. Marketing: Syddansk Turisme skal være kendt og anerkendt som turisterhvervets foretrukne samarbejdspartner i den syddanske region.</p>
<p>Økonomiske mål:</p> <p>2. At udvikle marketingafdelingen til et selvstændigt forretningsområde i Syddansk Turisme med en stigende andel af organisationens omsætning og indtjening</p>
<p>Kriterier for om målet er opnået:</p> <p>1</p> <p>At skabe et godt Syddansk Turisme-image blandt vore samarbejdspartnere med en partnertilfredshed på 3,5 på en skala på 5</p> <p>At "sælge" tillid og loyalitet til Syddansk Turisme</p> <p>At udvikle nye produkter og aktiviteter til glæde og gavn for den syddanske turisme</p> <p>At styrke den syddanske turismes attraktivitet via markedsføring og produktudvikling for derigennem at blive den foretrukne feriedestination for turisten</p> <p>2</p> <p>Egenfinansiering: 2010: Kr. 500.000 2011: Kr. 2.500.000 2012: kr. 5.000.000</p> <p>3</p> <p>Delmål for marketingafdelingen primo 2011 når "Handlingsplan Fyn" er på plads</p>
<p>Aktiviteter 2010: (oktober, november, december)</p> <p><u>HP 2011</u></p> <p>Indsalg magasin, produktion, Messer 2011 (planlægning) Koordinering, deltagelse i møder etc.</p> <p><u>Havørred Fyn</u></p> <p>Indsalg magasin, produktion, Messer 2011 (planlægning, deltagelse) www.seatrout.dk daglig drift</p> <p><u>MICE</u></p> <p>Produktion af InspiraCion, Spørgeskemaundersøgelse, Partnerhvervning, Produktion roll-up</p>

Nyhedsbrev

Julenummer, indsamling af materiale, produktion

Hjemmeside

www.syddanskturisme.dk (ASP-løsning) Produktion, drift og vedligehold.

Presseture

Hollands TV, Fyn og Sønderjylland.

Cykelindstik

Kommunikationsstrategi

Internt/eksternt

Aktiviteter 2011

HP2011

HP2011 (hvis vi får opgaverne). Messer 2011 (forberedelse/planlægning).Annoncekampagne online magasin. Lystsejlsbrochure www.visitfyn.com (ASP-løsning) Udvikling (cykel, krydstogt, gourmet, guidekorps, EXPO)Koordinering Kampagnesite On/Off 2012

Havørred Fyn 2011

Messer 2011 (forberedelse/deltagelse), Presse, Annoncering, Salg af merchandise, Guideservice. www.seatrout.dk daglig drift www.seatrout.dk produktion. Indsalg til 2012 magasin, Produktion af 2012 magasin

Turkalender

Koordinering heraf samt produktion.

MICE

Partnerhvervning, Produktion af Bids, Presse, Produktion af div. Materiale, Rådgivning

Fond for Turismemarkedsføring i den syddanske Region

60 millioner fra erhvervet

Projekterne Leg og Læring /Oplevelsernes Academy

Partnerhvervning, Rådgivning/sparring, Produktion af div. materiale, Presse

Syddansk Turisme

Kommunikationsstrategi internt/eksternt, Online profilmagasin, Presse nationalt, imageskabende, Pressedure, www.syddanskturisme.dk
Web: drift og vedligehold, domæner, udv. Tal & Tendenser, Nyhedsbreve (koordinering/produktion), Billedarkiv (drift og vedligehold)
Grafiske – ad hoc, Distribution, Administration, Salg (havørred, cykel m.v.)

Havkajak

Administration/distribution, Salg

Nye aktiviteter 2011

Brand Inspiring Denmark implementeres i Marketingaktiviteter for Leisuremarkedet

Indgåelse af aftaler

Omkring sponsorater i forbindelse med presseture/messer

Pressedækning

Opprioritering af national pressedækning opdyrkning af kontaktnet, lave arrangement for pressen

Udvikling af nye temaer til presserejser,

Distributionsaftaler

Indgåelse af aftale omkring distribution af lokalbrochure

Produktkatalog

Udvikling af produktkatalog (web, videoproduktion, online marketing, PR, kommunikationsrådgivning, interaktive kort, kurser i billedbehandling m.v.)

Tal og Tendenser

Salg af viden (Tal & Tendenser), Specialkørsler, benchmarking

VisitDenmark

Skabe tættere kontakt til VDK, undersøge hvad der er af kampagner på vore primære markeder med henblik på videresalg.

Udvikling af pakkerejser

Havørred, cykel, wellness, børnefamilier. Marked: NO, SE, DE, DK, NL

Best practice

Invitere til netværksmøder 4 gange/år med andre regioner som gør det godt, (fx Nordjylland)

Studieture

Udvikling af studieture i samarbejde med Oplevelsernes Academy Leg og Læring

Aktiviteter 2012 (i overskrifter)

Produktkatalog

Markedsføring og opsøgende salg af ydelser fra produktkatalog. Videreudvikling af ydelser

Havørred Fyn

Salg af pakkerejser. Videreudvikling af pakkerejser

VisitDenmark

Videresalg af VDK-kampagner.

Salg af viden

Udvikling af analyser med henblik på salg. Særsomt produktkatalog

Diverse – samlet oversigt

Distributionsaftaler Opgaver for MICE, LOL, OA Det fynske Samarbejde/destinationsudvikling, Markedsføringspuljer/destinationsudvikling i Trekantområdet, Sønderjylland, SVUF.

Effektmåling

Dokumentation:

- Der skal løbende være evalueringer på de enkelte aktiviteter samt dokumenteret effekt

Effektmåling og analyser:

- Der skal udarbejdes konkrete analyser og dokumentationsværktøjer

Målemetoder:

- Danmarks Statistik med opsamlende analyser, Syddansk Turisme's analyseafdelings måleværktøjer herunder PDA'er

Kritiske Succesfaktorer

Turismeerhvervet

- Øget salg
- Styrket image
- Øget synlighed
- Udvikling af kompetencer

Syddansk Turisme

- Styrket image/profil
- Øget synlighed - region
- Øget salg
- Udvikling af kompetencer

Syddansk Turismes økonomi

- Øget indtjening
- Bedre egenkapital
- Profitcenter

INSPIRING DENMARK

HANDLINGSPLAN 2010-2013

Internationale aktiviteter									
Aktivitet	Mål*	Tidspunkt	Beskrivelse	Output A-partnere					
Spørgeskemaundersøgelse - Udsendelse af ca. 1.500 spørgeskemaer	- 225 svar - 18 leads - Forventet omsætning: DKK 6.000.000 2.400 døgn	September-november 2010	Udsendelse af spørgeskemaundersøgelse til regionens vidensinstitutioner, herunder sygehuse, OUH, SDU, University Colleges m.fl., samt private virksomheder. Formål: at afdække potentielle værter og deres forbehold ifm. værtskab. Efterfølgende bearbejdning mhp. at tiltrække nye konferencer til regionen samt klarlægning af, hvad der skal til for at vi i fællesskab kan gøre det mere attraktivt for dem at ville værtskaber! Resultater og informationer fra spørgeskemaundersøgelsen opsamles i database, som danner grundlaget for det videre arbejde	Konkrete konferencer					
Viden og værtskab Opsøgende salgsarbejde over for videnspersoner	<table border="1"> <tr> <td>2010</td> </tr> <tr> <td>- 0</td> </tr> <tr> <td>2011</td> </tr> <tr> <td>DKK 7.500.000 3.000 døgn</td> </tr> <tr> <td>2012</td> </tr> </table>	2010	- 0	2011	DKK 7.500.000 3.000 døgn	2012	2010-2012	Salgsindsats overfor videnspersoner mhp. tiltrækning af konkrete konferencer. Formål: flere videnskabelige konferencer til regionen.	Konkrete konferencer + afledt effekt i form af flere mindre såvel danske som internationale videnskabelige konferencer
2010									
- 0									
2011									
DKK 7.500.000 3.000 døgn									
2012									

	DKK 12.000.000 4.800 døgn			
Repræsentation på workshops i MeetDenmark-regi <i>- Antallet af inviterede organisationer varierer fra by til by – ca. 350-550</i>	2010	2010	InspiringDENMARK-repræsentant sælger A-partnere på workshops i udlandet arrangeret af VisitDenmark Formål: at profilere region Syddanmark som konferencedestination overfor internationale organisationer	Produkt med i mappen + mulige leads Synlighed af region Syddanmark som konferencedestination i kraft af invitationskampagne
	- Profilering af region Syddanmark som konferencedestination overfor internationale organisationer	September (Paris) Oktober (Bruxelles)		
	2011	2011		
	- Profilering af region Syddanmark som konferencedestination overfor internationale organisationer	Wien, Geneve eller Bruxelles (endnu ikke endelig afklaret)		
	2012	2012		
	- I 2012 skal der findes nyt finansieringsgrundlag for MeetDenmark-samarbejdet. Dette arbejdes der allerede på nuværende tidspunkt på at finde en løsning for			
2 x Kongressernes Dag Hhv. version Fyn/Jylland	2011	2011	Inspirationskonference for regionens videnspersoner med	Direkte adgang til potentielle kunder "Ny" målgruppe
	DKK 4.500.000	Januar/febru		

A-partnere: 1 stand med hver én repræsentant - Konferencer for ca. 50 videnspersoner	1.800 døgn	ar	spændende oplæg, fremvisning af regionens mødesteder og networking. Formål: at inspirere og motivere til værtskab samt at informere om vigtigheden af værtskab og hvorledes Inspiring Denmark kan hjælpe.	Konkrete konferencer
	2012	2012		
Ambassadørrangement A-partnere: 1 stand med hver én repræsentant - Konferencer for ca. 50 videnspersoner	2011	2011	Socialt og fagligt inspirationsarrangement for regionens ambassadører med spændende oplæg, fremvisning af regionens mødesteder og networking. Formål: at inspirere og motivere til værtskab samt at informere om vigtigheden af værtskab og hvorledes Inspiring Denmark kan hjælpe.	Direkte adgang til potentielle kunder "Ny" målgruppe Konkrete konferencer
	DKK 4.500.000 1.800 døgn	Efterår		
	2012	2012		
	DKK 4.500.000 1.800 døgn	Efterår		
Technical Visits Tiltrækning af faglige studieture til region Syddanmark	2010	2010	I tæt samarbejde med en arbejdsgruppe er inspiratingDenmark i gang med at igangsætte samarbejder med udvalgte incoming bureauer. Der vil desuden blive udarbejdet inspirationsmateriale på både færdigpakkede ture og emneområder i samarbejde med incoming bureauerne til brug i	Overnatninger i forbindelse med internationale delegationers besøg i regionen
	- Hvervning af virksomheder i partnerkommuner - Indgåelse og igangsætning af samarbejde med udvalgte incoming bureauer	Sensommer/ efterår		

	2011	2011	deres salgsarbejde og ved konkrete forespørgsler. Formål: at profilere region Syddanmark som destination for technical visits	
	DKK 500.000 225 døgn	Løbende		
	2012	2012		
	DKK 1.100.000 450 døgn	Løbende		
Nationale aktiviteter				
<i>Aktivitet**</i>	<i>Mål*</i>	<i>Tidspunkt</i>	<i>Beskrivelse</i>	<i>Output partner</i>
Workshop Partnerbidrag á DKK 12.000 Betales særskilt i 2010 - <i>Invitation af ca. 2.000 kundeemner + via eksterne medier</i>	2010	2010	Inspirerende workshop. Hver partner stiller med én sælger – ingen styring. 1/1 dag inkl. inspirerende foredrag og aktiviteter for mødeplanlæggere. Destinationsopdelt: Fyn, Trekantområdet, Sønderjylland. Formål: at skabe en fælles platform for de syddanske konferencестeder, hvor københavnske og sjællandske mødeplanlæggere kan hente ny inspiration til mødeafvikling i Syddanmark.	Direkte adgang til salg overfor ca. 150 potentielle kunder Synlighed i kraft af direct mail-invitation
	- Forventet omsætning: DKK ca. 800.000 525 døgn <i>Forventet 18 partnere</i>	18. november på Carlsberg Museum, Valby		
Workshops Inspirerende workshop - <i>Invitation af ca. 2.000 kundeemner + via eksterne medier</i>	2011	2011	Inspirerende workshop. Hver partner stiller med én sælger – ingen styring. 1/1 dag inkl. inspirerende foredrag og aktiviteter for mødeplanlæggere. Destinationsopdelt: Fyn,	Direkte adgang til salg overfor ca. 150 potentielle kunder Synlighed i kraft af direct mail-invitation.
	DKK ca. 1.500.000 1.000 døgn <i>Forventet 28 partnere</i>	November		

	<p>2012</p> <p>DKK ca. 1.500.000 1.000 døgn <i>Forventet 28 partnere</i></p> <p>2013</p> <p>DKK ca. 1.500.000 1.000 døgn <i>Forventet 28 partnere</i></p>	<p>2012</p> <p>November</p> <p>2013</p> <p>November</p>	<p>Trekantområdet, Sønderjylland.</p> <p>Formål: at skabe en fælles platform for de syddanske konferencesteder, hvor københavnske og sjællandske mødeplanlæggere kan hente ny inspiration til mødeafvikling i Syddanmark.</p>	
<p>Klassisk workshop</p> <p>- <i>Invitation af ca. 2.000 kundeemner</i></p>	<p>2011</p> <p>DKK ca. 1.500.000 1.000 døgn <i>Forventet 28 partnere</i></p> <p>2012</p> <p>DKK ca. 1.500.000 1.000 døgn <i>Forventet 28 partnere</i></p> <p>2013</p> <p>DKK ca. 1.500.000 1.000 døgn <i>Forventet 28 partnere</i></p>	<p>2011</p> <p>April</p> <p>2012</p> <p>April</p> <p>2013</p> <p>April</p>	<p>Klassisk intensiv workshop. Hver partner stiller med én sælger – 15 min. dialog pr. partner/kunde</p> <p>Destinationsopdelt: Fyn, Trekantområdet, Sønderjylland.</p> <p>Formål: at skabe en fælles platform for de syddanske konferencesteder, hvor de jyske og fynske mødeplanlæggere kan hente ny inspiration til mødeafvikling i Syddanmark.</p>	<p>Direkte adgang til salg overfor ca. 50-70 potentielle kunder</p> <p>Synlighed i kraft af direct mail-invitation</p>
<p>Besigtigelsesture</p> <p>Partnerne bidrager med forplejning og overnatning</p> <p>- <i>Invitation af ca. 2.000 kundeemner</i></p>	<p>2011</p> <p>DKK 2.300.000 1.500 døgn</p>	<p>2011</p> <p>Februar-maj og september-november</p>	<p>Mødeplanlæggere inviteres til fremvisning hos A+B-partnere</p> <p>Turene krydres med inspirerende aktiviteter</p>	<p>Adgang til direkte salg</p> <p>Mulighed for at give kunderne 'smagsprøver' på produkterne</p> <p>Synlighed i kraft af direct mail-invitation</p>

- Deltagelse af ca. 10-20 kunder på hver tur	2012	2012		
	DKK 2.300.000 1.500 døgn	Februar-maj og september-november		
	2013	2013		
	DKK 2.300.000 1.500 døgn	Februar-maj og september-november		
Markedsføring i weekender/ skulderperioder/lavsæsoner og dialog markedsføring - Budget pr. år: DKK 225.000	2011	2011	Periode, medier og målgruppe aftales i samarbejde med Advisory Board	Synlighed og markedsføring med mulighed for konkrete konferencer
	DKK 3.000.000 2.000 døgn	Aftales med Advisory Board		
	2012	2012		
	DKK 3.000.000 2.000 døgn	Aftales med Advisory Board		
2013	2013			
DKK 3.000.000 2.000 døgn	Aftales med Advisory Board			
Mødedagen Partnerbidrag á DKK 18.000 - Kursuslex inviterer ca. 4.500 mødekøbere. - Ca. 1.000 danske og svenske mødekøbere forventes at deltage	2011	2011	InspiringDENMARK etablerer én stor fællesstand - destinationsopdelt: Fyn, Trekantområdet, Sønderjylland. Deltagende partnere stiller med egen sælger	Direkte adgang til potentielle kunder Markedsføring Samhørighed med øvrige aktører i regionen
	DKK ca. 1.000.000 675 døgn	Marts		
	2012	2012		
	DKK 2.500.000 1.700 døgn	Marts		
	2013	2013		

	DKK 2.800.000 1.900 døgn	Marts		
Aktivitet	Mål	Tidspunkt	Beskrivelse	Output partner
Præsentation på hjemmeside - Etablering af ny hjemmeside (faktasite) på dansk og engelsk målrettet mødebookere og PCO'ere - Etablering af inspirations-site målrettet videnspersoner og internationale organisationer	2011	Inspirationssite fra oktober 2010	Præsentation med tekst og fotos	Synlighed med mulighed for konkrete konferencer
	- Forventet omsætning: DKK ca. 800.000 525 døgn	Faktasite fra januar 2011		
	2012	1670		
	DKK 2.300.000 1.500 døgn			
	2013			
	DKK 2.500.000 1.700 døgn			
Udsendelse af nyhedsbreve til danske mødebookere - 8 nyhedsbreve pr. år - Udsendes til ca. 2.000 mødebookere	2011	2011	Løbende udsendelse af nyheder, der inspirerer mødeplanlæggere	Synlighed Nyheder og tilbud til kunder med mulighed for direkte kontakt til konferencестeder => konkrete konferencer
	DKK ca. 800.000 525 døgn	Løbende		
	2012	2012		
	DKK ca. 1.600.000 1.100 døgn	Løbende		
	2013	2013		
	DKK ca. 2.300.000 1.500 døgn	Løbende		
Udsendelse af nyhedsbreve til videnspersoner og ambassadører	Synlighed	2011	Formidling af nyheder, der informerer potentielle værter om nye tiltag	Nyheder fra partnere og dermed synlighed
		Forår og efterår		
		2012		
		Forår og efterår		

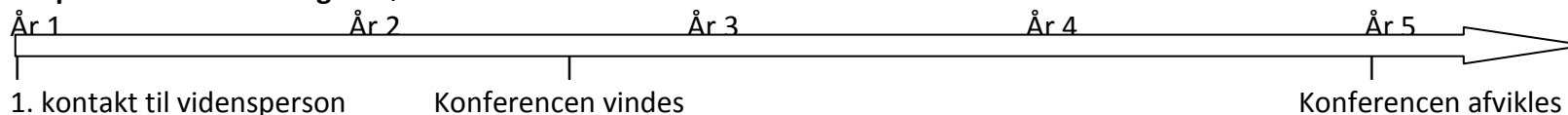
Site inspections for internationale beslutningstagere <i>- Site Inspections er et værktøj, der indgår i arbejdet med at tiltrække internationale konferencer til regionen</i>	2010	Ad hoc	Fremvisning af faciliteter for beslutningstagere og potentielle værter i forbindelse med konkrete bids	Mulighed for besøg og direkte synlighed
	- 0			
	2011			
	- 3 site inspections			
	2012			
	- 4 site inspections			
Help Desks på udvalgt(e) vidensinstitution(er) <i>- Help desks er et værktøj, der indgår i arbejdet med at tiltrække internationale konferencer til regionen</i>	2010	Ad hoc	Tilstedeværelse af et par timers varighed på udvalgt(e) vidensinstitution(er). Formål: at besvare spørgsmål fra videnspersoner og sekretærer vedr. tiltrækning og afvikling af kongresser.	Produkt med i mappen, synlighed + mulige leads
	- 0			
	2011			
	- 5			
	2012			
	- 10			

<p>Supplerende tiltag</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formidling af nyheder via Kursuslex´ nyhedsmail - Bannerannoncer - Indrykning af annonce i Kursuslex Håndbog - Adgang til rapporter og statistikker fra ICCA og MPI - Partnermøder og nyhedsformidling 		<p>Løbende</p>		<p>Synlighed med mulighed konkrete konferencer Ny viden om tal og trends</p>
---	--	----------------	--	--

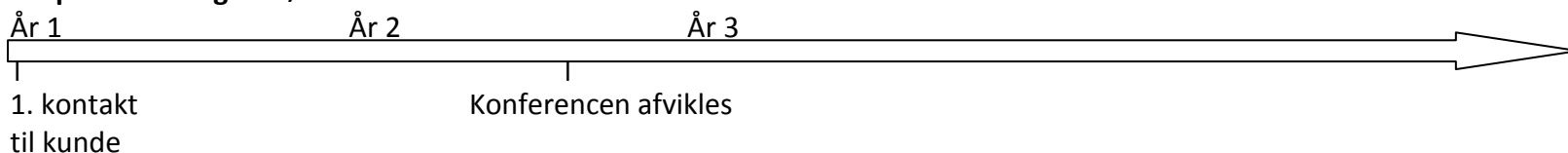
Dagmøder, marked Danmark: Aktiviteterne på det danske marked forventes yderligere at generere dagmøder til en samlet værdi af DKK 4 mio. i perioden 2011-2013.

* Målene for vundne konferencer er et udtryk for hvor mange konferencer, der på sigt genereres via de enkelte aktiviteter. Dog er det ikke et udtryk for, at konferencerne skal vindes eller afvikles det samme år, som aktiviteten finder sted.

Ex. på internationalt salgsforløb:



Ex. på dansk salgsforløb:



** Generering af leads og antallet af konkrete konferencer afhænger i høj grad af vore partners indsats ifm. de enkelte aktiviteter.

Beregningsmodel pr. konference, internationalt: <ul style="list-style-type: none">- Gennemsnitligt deltagerantal: 200- Gennemsnitlige antal døgn: 3- Døgnforbrug: DKK 2.500	Beregningsmodel pr. Technical Visit, internationalt: <ul style="list-style-type: none">- Gennemsnitligt deltagerantal: 15- Gennemsnitlige antal døgn: 3- Døgnforbrug: DKK 2.500	Beregningsmodel pr. konference, Danmark: <ul style="list-style-type: none">- Deltagerantal: varierende- Gennemsnitlige antal døgn: 1,5- Døgnforbrug: DKK 1.500
---	---	--