

AGERSØ & OMØ



Hvordan kommer en
lille bitte ø frem i verden?

Strategisk kommunikationsbureau specialiseret i turisme & oplevelser



Strategiudvikling



Visuelle & verbale
identiteter



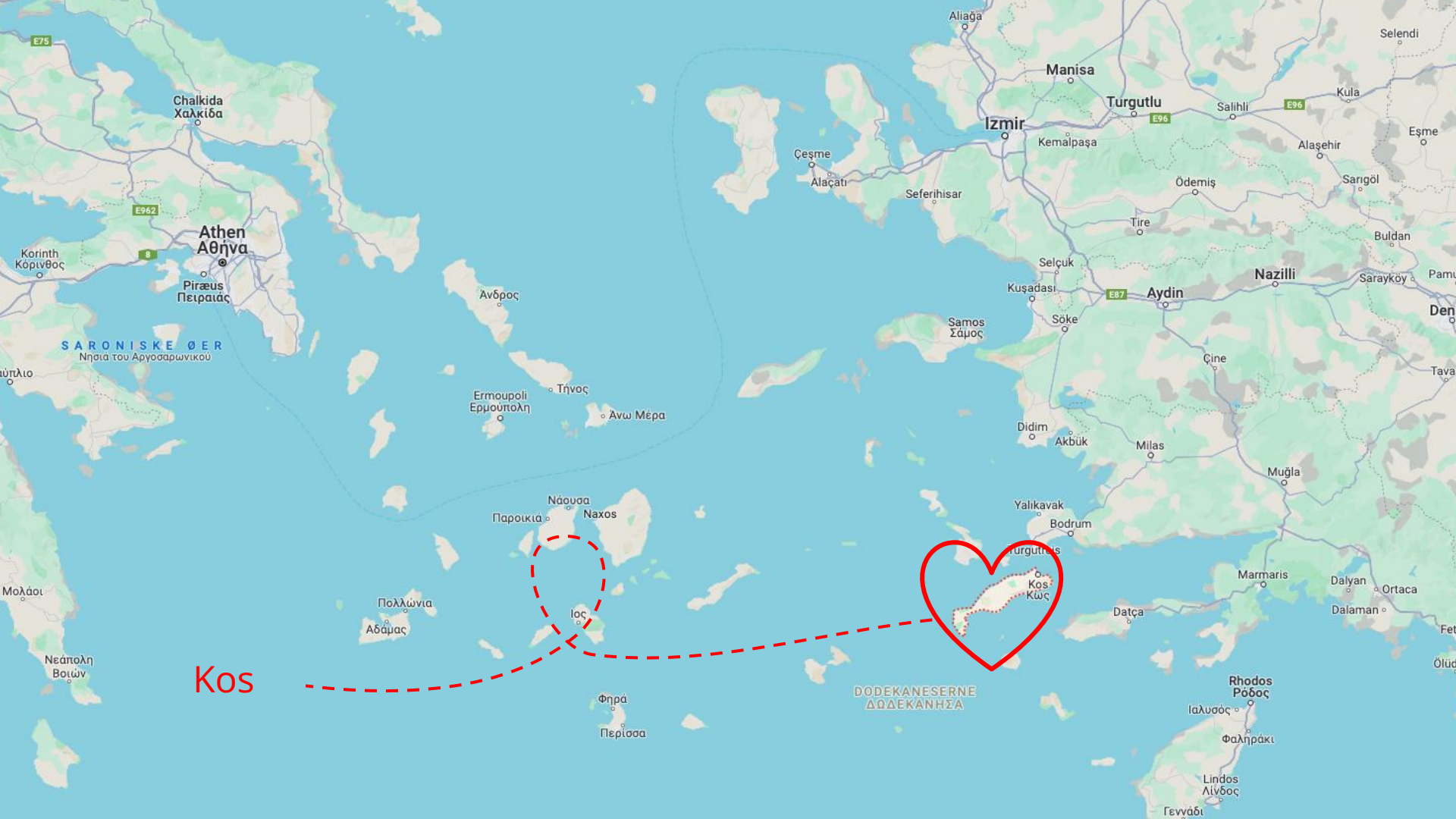
Idé &
Konceptudvikling



Eksekvering af
kommunikation og
markedsføring



Workshops og
facilitering



Kos

Det nye turisme-paradigme

Fra mål  til middel

Turisme på småøer

Der er en vedvarende global interesse i ø-turisme, med en særlig stigning i efterspørgslen efter autentiske og bæredygtige oplevelser.

UNWTO

Tendenser



Meningsfulde oplevelser...

(Autentiske & Transformativ)



Ud i naturen...



Mad, mad, mad...

Tips til småøer

1



Stil skarpt på øens
DNA

2



Lær jeres
målgruppe at
kende

3



Gør det nemt at
vælge jeres ø

4



Konkretiser
oplevelsestilbudet

5



Tænk i
totaloplevelsen

Tips til småøer

1



Stil skarpt på øens
DNA



1. Stil skarpt på øens DNA



Æbleøerne – Askø, Fejø og Femø
Fælles kernefortælling



ASKØ · FEJØ · FEMØ
ÆBLEØERNE

Tips til småøer

2



Lær jeres
målgruppe at
kende



2. Lær jeres målgruppe at kende

Vi skal arbejde med det, vi har -
til de målgrupper, der gerne vil have det.



3. Gør det nemt at vælge jeres ø

Hvad sker der i turistens købsrejse?

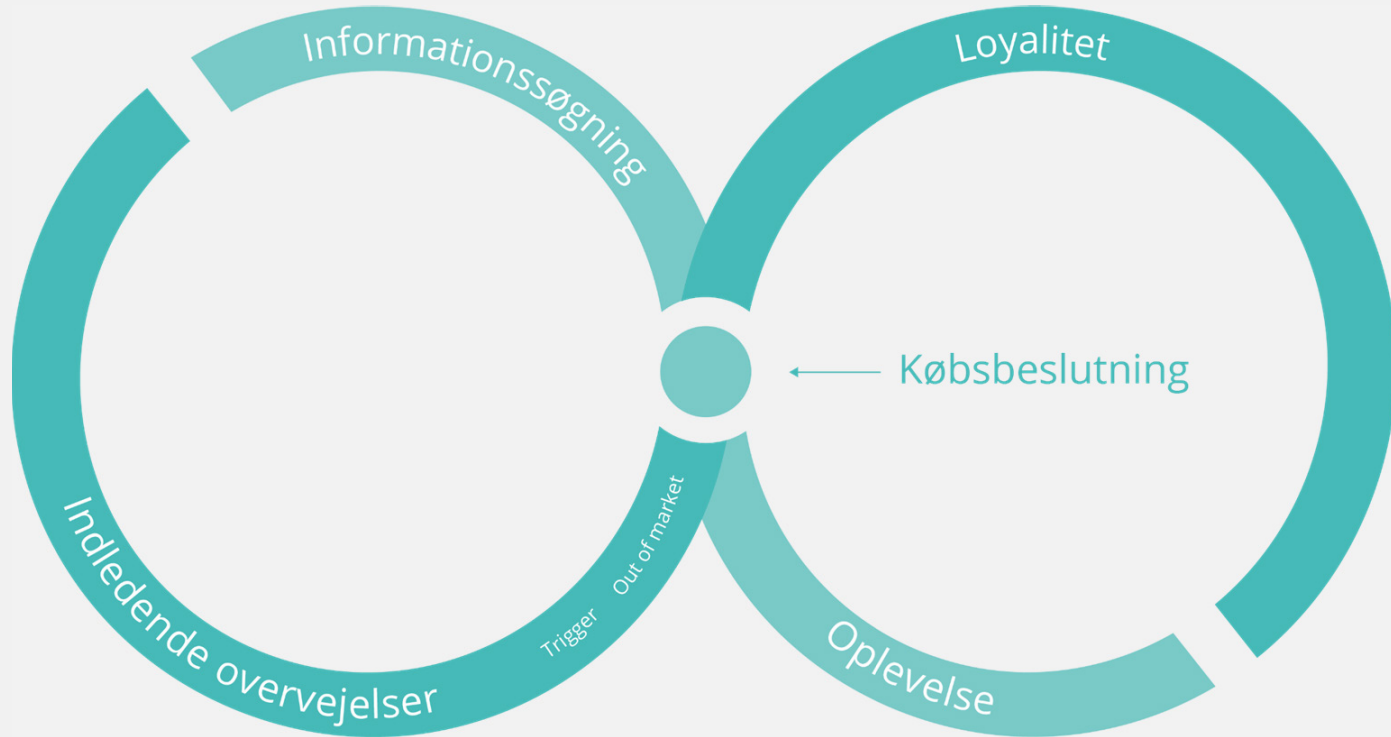


Add to cart





3. Gør det nemt at vælge jeres ø



Tips til småøer

3



Gør det nemt at
vælge jeres ø

3. Gør det nemt at vælge jeres ø - skab kendskab



Færøernes UN-brand





3. Gør det nemt at vælge jeres ø - skab kendskab

Kommunikationsstrategi

→ Digital tilstedeværelse

- ◆ Website
- ◆ Sociale medier
- ◆ Destinationens website

→ Presse

→ Events

→ Kampagne?

Tips til småøer

4



Konkretiser
oplevelsestilbudet



4. Konkretisér oplevelsestilbudet



Case:
Hideaway Vingård på Fejø



HVIDTFELDT
GUNDERSEN
Hideaway Vingård

Tips til småøer



5



Tænk i
totaloplevelsen

Udvikling må godt tage tid, hvis det til gengæld skaber en god balanceret turisme og øliv.

En turisme, der er til at leve af og med.

Tak for nu!



A woman with dark hair in a ponytail is hanging upside down from a wooden structure, possibly a lifeguard stand, on a sandy beach. She is smiling and looking towards the camera. The structure is made of light-colored wood. The background shows the ocean and a clear sky. A large, stylized teal logo is overlaid on the right side of the image.

Brandingrådgiver & Ejer

Anja Hartung Sfyrla

Telefon: +45 25 64 31 32

Email: ahs@loopnordic.com

loopnordic.com

loop
nordic

Strategic Tourism Communication