

Målgruppeforståelse og markedsføring til lystfiskere

Begynderkursus for turistbranchen



Målgruppeforståelse

- Hvem er det der vil besøge Sjælland?

Kvalitet og værdi

- Hvordan sikrer vi de får en god
oplevelse?

Markedsføring

- Hvordan lokker vi dem hertil?

Min baggrund for udtalelser

BØRSEN. SØNDAG

SØNDAG 27. OKTOBER
NR. 39 / 2013



Milliarder på krogen

Gordon P. Henriksen har gjort en glødende passion for lystfiskeri til sit levebrød. De danske farvande, søer og vandløb er nøglen til et turistmarked på næsten 3 mia. kr., og han revser kommuner og turistorganisationer for ikke at plukke de lavthængende frugter. **Side 6-11**

Foto: Thomas Ly

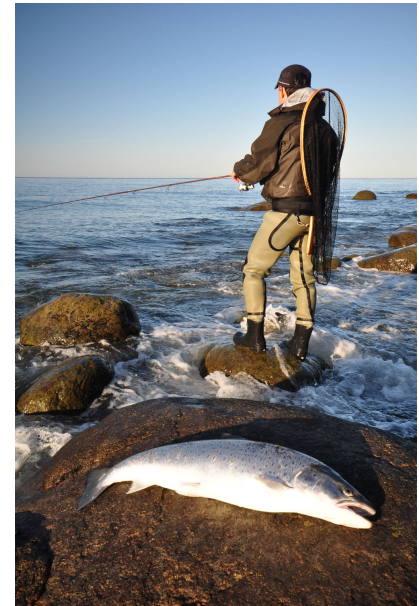
Læs også Bordeaux's prestigevine under pres ■ Pas på livrente-fælden ved tidligt dødsfald ■ Luksus med døden som indsats ■ Den sorte gryde: Ringe spindoktore eller ringe politikere?

Målgruppen

- Lystfiskere er en blandet flok!
- Fluefiskere, spinnefiskere, trollingfiskere osv.
- Madfiskere til 100% Catch and Release
- Fiskebumser til dyre drenge
- Forskellige folk med forskellige formål
- De har store forventninger og krav

Kernemålgruppe - kystfiskerne

- Drømmer om en dansk vild havørred
- Drømmer om en stor havørred
- Har fokus på oprindelige bestande
- Ved det ikke er nemt
- Er klar til at bruge tid på at fange den
- Er klar til at bruge penge på at fange den
- Stiller krav til smuk natur
- Har fokus på bæredygtighed
- Stiller krav til information
- Har sandsynligvis fisket efter ørred mange andre steder i verden
- Vil måske ha ørred med hjem – vil måske ikke



Andre kernemålgrupper

- Predatorfiskerne
- P&T-fiskerne
- Havfiskerne
- Familiefaren



Hvordan lokker vi dem hertil?

- Skarp identitet er vigtig
- PR & Medieomtale
- Mund til mund – pga. andres successer
- Succes for lystfiskerne – fokus på dem der besøger området

Succes?

- Gode rammer
- Den gode historie
- Flere fangster = mere succes
- Flere fisk!
- Hjælp til at fange dem, hvis nu fisken ikke hugger...

Hjælp til at fange dem

- Information, information, information
- Hjælpe dem på vej
- Fiskeguider med lokal forståelse og erfaring
- Beskrivelse af konkrete pladser
- Beskrivelse af konkrete teknikker
- Hjælp fra grejbutikker m. fingeren på pulsen

Markedsføring

Markedsføring - Klassiske fejl

- Flotte billeder m børn
- Generelle og ligegyldige tekster
- Forfejlet fokus på fryserplads og rensbord
- Mangel på fleksibilitet i forhold til måltider
- At man ikke føler sig velkommen
- Tydelig uvidenhed om lystfiskere

Hvad virker?

- Identitetskabende eksponering på nettet, tv, radio og magasiner osv.
- Nyheder om store fangster
- Fokus på konkret information eller identitet
- Artikelguides til fiskeriet i magasiner eller bogform
- Journalist besøg – af seriøse lystfiskermedier
- Events – men ikke for traditionelle
- Udvikle og understøtte fiskeguider
- Udnyt sociale medier
- Film på youtube, vimeo osv.
- Tænk gerne kreativt, anderledes og nyt

Tror ikke rigtig på det...

Foldere der skal lokke

Annoncer (med få undtagelser)

Lokkende tekster og fotos på turistinformations sider

Information fra turistfolk uden forstand på lystfiskeri

Messestande

Vi kigger fremad

- Samarbejde mellem grejbutikker, virksomheder, guider, turistråd, lystfiskerforeninger osv.
- Klar identitet
- Eksponering i medierne
- Fokus på flere fisk – miljøarbejde
- Eksempler