

Destination Sjælland

Mødeturisme

6. februar 2024

Vilcon Hotel og Konferencegaard

loop
nordic

Strategic Tourism Communication



Strategisk kommunikationsbureau specialiseret i **turisme & oplevelser**



Strategiudvikling



Visuelle & verbale
identiteter



Idé &
Konceptudvikling



Eksekvering af
kommunikation og
markedsføring

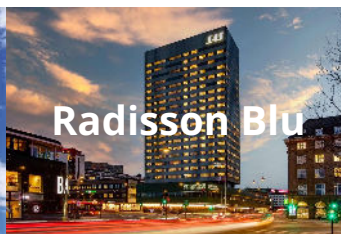


Workshops og facilitering

Min lange romance med mødemarkedet...



Hilton



Radisson Blu



Cirkusbygningen

VisitDenmark



gottlieb & co.

loop
nordic
Strategic Tourism Communication



Formål med mødet

Formål med mødet

*At dele opdateret viden om
aktuelle forretningsmæssige
behov og tendenser i
mødemarkedet*

*At tage temperaturen på
ønsker til individuelle og
tværgående aktiviteter, som
kan styrke jer på
mødemarkedet*

Introduktionsrunde



Præsenter jer selv inkl. den sticker, I har valgt.

Hvor meget fylder møder og konferencer i jeres forretning?

Sæt ord på, hvad I lægger vægt på i arbejdet med møder og konferencer.

Program



Tendenser

Hvad rør sig på mødemarkedet i den omskiftelige tid, vi står i?



'Meningsfulde forbindelser'



Natur & Outdoor



Møder og ferie blandes



Sustainability



Micro & mega events!





Energizer



Forretningsmæssige tendenser



Fem forretningsmæssige tendenser



Fleksibilitet og korte lead times



Fokus på budget og pris



Lokale oplevelser

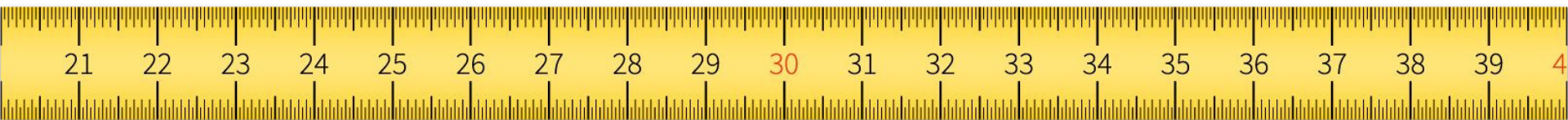
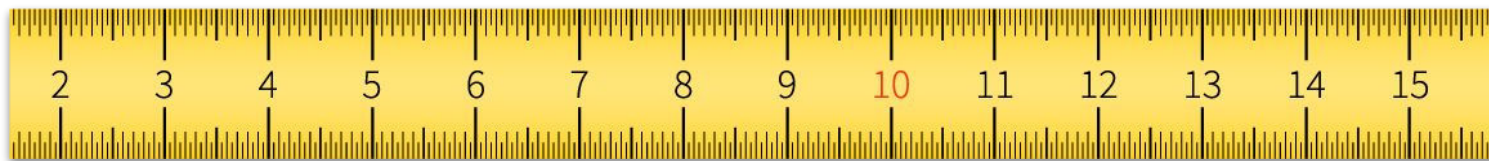


Mødernes indhold og format

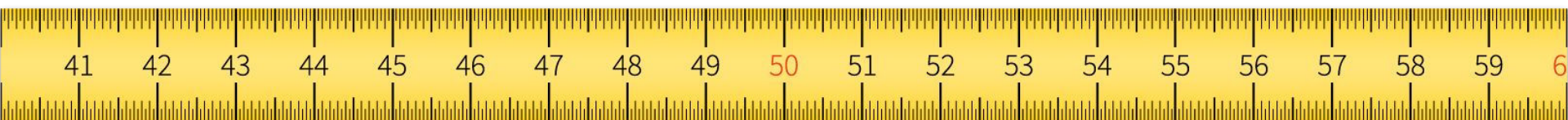


Bæredygtighed

Fleksibilitet og korte lead times



Korttidsplanlægning og behovet for mere fleksibilitet er kun blevet forstærket de seneste år – og ligner et nyt grundvilkår for branchen.



Fokus på budget og gennemsigtighed

Vi ved alle nu, at møder kan afholdes virtuelt. Arrangører og deltagere er nødt til at retfærdiggøre omkostninger og tidsforbrug ved det fysiske møde.

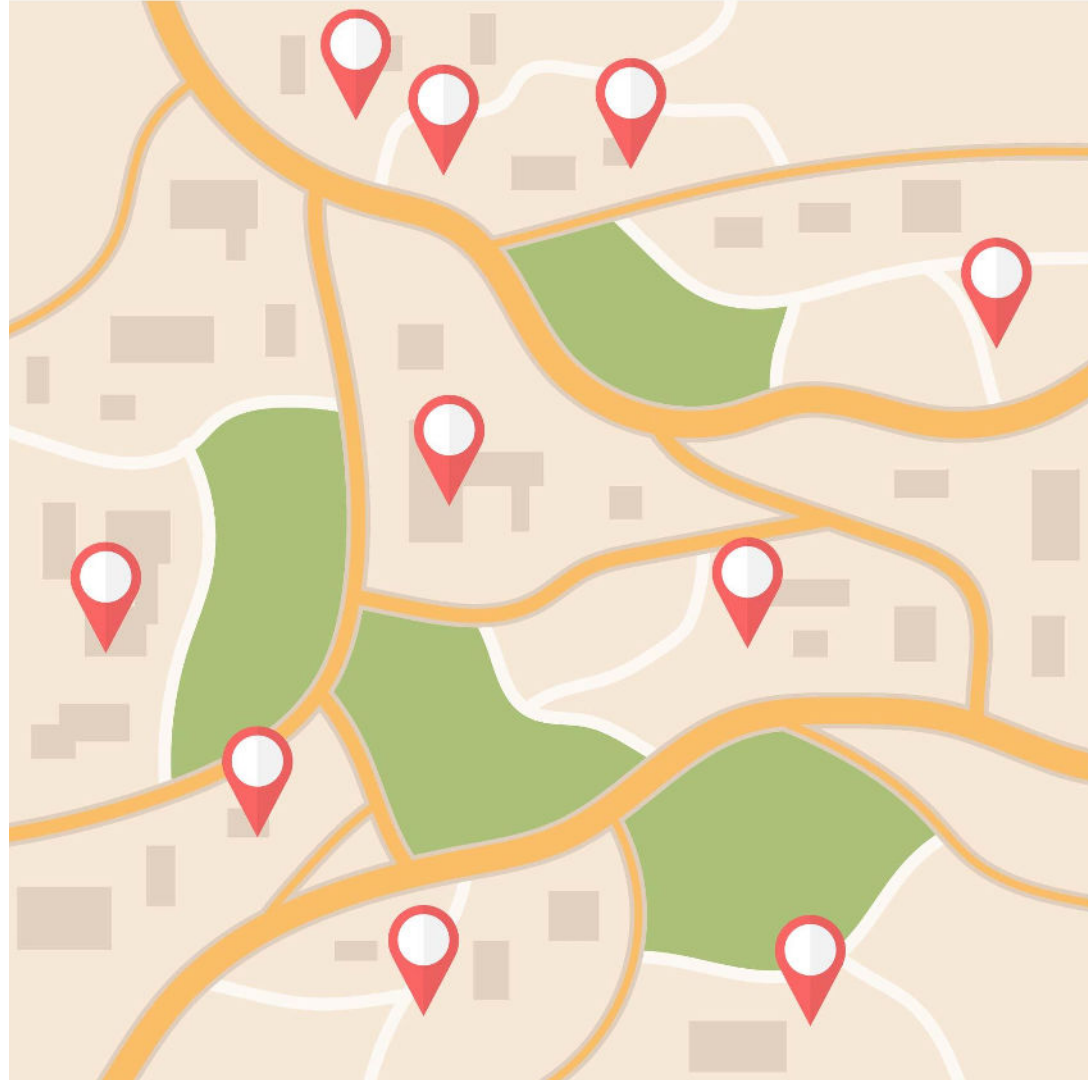
Det stiller nye krav til arrangørerne og giver både muligheder og udfordringer for branchen.



Lokale oplevelser

Flere erhvervsturister vil ikke længere bare låses ind i et mødelokale eller konferencesal.

Tværtimod vil de gerne opleve det lokale og føle sig forbundet til destinationen.



Mødernes indhold og format

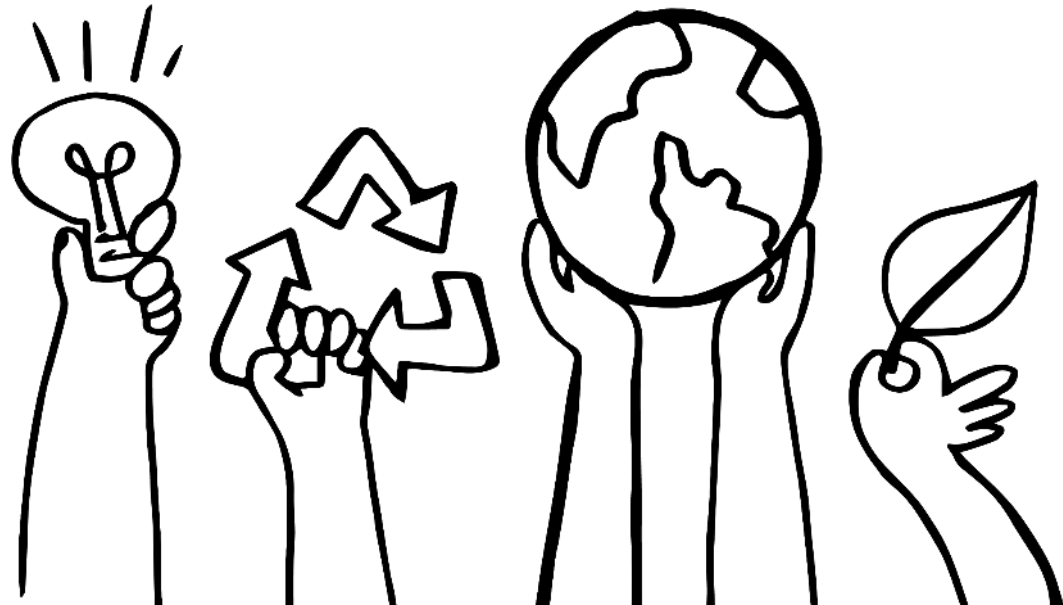
Indhold og format spiller nu en langt større rolle, når det kommer til at det fysiske møde.

Deltagerne vil have et større fagligt udbytte og det stiller nye krav til planlægning og afvikling.



Bæredygtighed ind i købsprocessen

Bæredygtighed er efterhånden blevet en integreret del af erhvervs- og mødeturismen, men fremadrettet vil flere kunder efterspørge dokumentation samt have et større fokus på social bæredygtighed.



Hvilke behov har vi - som virksomhed - for at imødekomme disse behov/trends?





Next steps

Tak for i dag



loop
nordic

Strategic Tourism Communication