

PRESSMEDDELANDE 2000-01-13

nxt etablerar funktion för Destinationsmarknadsföring

nxt inrättar nu en ny funktion i bolaget som har som avsikt att bistå kommuner och andra destinationer i arbetet med att på ett integrerat, riktat och mätbart sätt arbeta med destinationsmarknadsföringen på ett mer professionellt sätt.

Att framgångsrikt och långsiktigt marknadsföra en destination eller region är något av det mest komplexa som finns inom marknadsföring och sammantaget omsätts uppskattningsvis minst 15 miljarder i Sverige på olika marknadsföringsansatser som syftar till att stärka olika destinationer.

"En destinations värde och innehåll är summan av alla de delar som antingen arbetar åt samma håll eller motverkar varandra. För att få en destination att utvecklas måste därför samtliga dessa delar vara kända av aktörerna själva, av omgivningen och av de som driver utvecklingen framåt" säger Björn Masuhr, VD nxt eventmarketing AB.

Ett stort problem är att ingen tar ett strategiskt helhetsgrepp på marknadsföringen av en destination på samma professionella sätt som man i övriga näringslivet tar sig an lanseringen av ett industriellt varumärke.

"Anledningen till att nxt inrättar en funktion i stället för ett affärsområde är att en funktion som denna bättre kan hjälpa destinationer att få en strategisk helhetssyn genom att vi redan då vi närmar oss uppdraget ser på det ur en övergripande strategisk vinkel. På detta sätt vill vi också markera att frågan om effektiv destinationsmarknadsföring inte bara är en fråga om logotyper, utformning av broschyrer eller reklamfilmer". säger Tomas Sundberg, rådgivare nxt communication AB.

Att marknadsföra en destination är närmast jämförbart med att etablera och vidareförädla ett varumärke. Uppgiften är att skapa, eller snarare utnyttja befintliga, immateriella värden kring orten, som bygger på ett antal känslor och värderingar som målgruppen kan tänkas tycka om. Ett starkt varumärke kommer att ge både de offentliga och de enskilda marknadsinvesteringarna en bättre avkastning än om alla jobbar var för sig.

Två uppdrag kring destinationsmarknadsföring

nxts funktion för destinationsmarknadsföring är nu engagerad i två uppdrag där nxt skall se till helheten i att stödja regionen/orten i att marknadsföra sig som destination. Båda uppdragen kommer att kräva integration mellan både statliga, kommunala och privata resurser i arbetet mot målet att etablera ett starkare varumärke för respektive ort.

För mer information kontakta:

Björn Masuhr, har tidigare bland annat arbetat i 11 år som marknadschef för Strömma Turism & Sjöfart, bland annat med varumärket Strömma Kanalbolaget och dess destinationer och i tre år varit ordförande i Rese- och turistindustrins marknadsförening - hsma.

Tel: 08-566 350 55, mobil: 0708-716 111

Tomas Sundberg, Rådgivare nxt communication group AB, Tel: 08-566 350 16, mobil: 0708-58 58 81