



**dark sky
ecotourism**

www.darkskytourism.eu

VISTVÆN MYRKURGÆÐA FERÐAÞJÓNUSTA

Fræðslupakki 3

Að ná til þinna gesta

Dark Sky Ecotourism VET
Programme © 2023 by Dark Sky
Ecotourism Consortium is licensed
under [CC BY-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



Námsmarkmið fyrir fræðslupakka 3

Þessi fræðslupakki mun hjálpa þér að læra hvernig á að ná til þinna gesta. Það er mikilvægt að skilja þarfir og óskir viðskiptavina þinna, hér munum við hjálpa þér að skapa sérstöðu og markaðssetja fyrirtæki þitt gagnvart neytendum þínum og heildarmarkmiðið að skapa vistvæna myrkurgæðaferðaþjónustu.

.

EFNISYFIRLIT

- 01** Inngangur
- 02** Að ná til þíns markaðar
- 03** Trekt markaðsáætlun
- 04** Gagnastjórnun endurgjafa gesta

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



Kafli 01

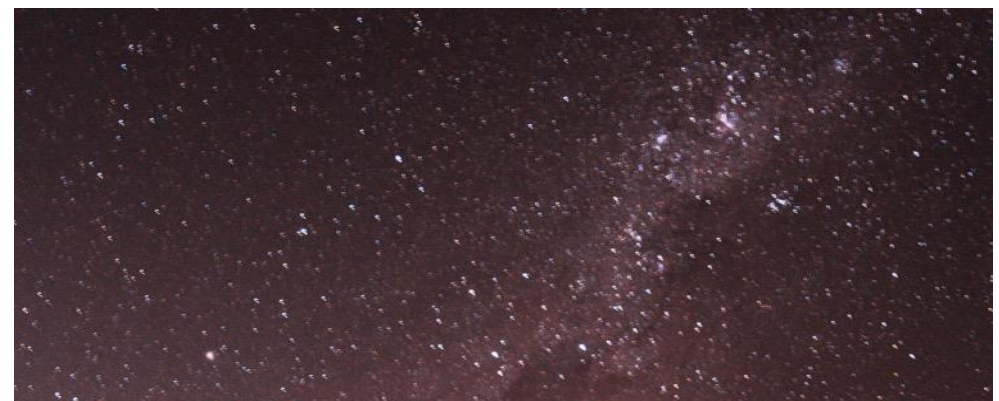
INNGANGUR



Inngangur

Gagnastjórnun endurgjafa gesta gengur lengra en einföld söfnun upplýsinga. Það snýst um getu til að skipuleggja, greina og draga marktækar ályktanir af gögnum sem safnað er frá viðskiptavinum. Þessi fræðslupakki mun leiða þig í gegnum grundvallarhugtök gagnastjórnunar viðbragða gesta og veita þér verkfærin og þekkinguna sem þú þarft til að nýta þessa dýrmætu auðlind til fulls.

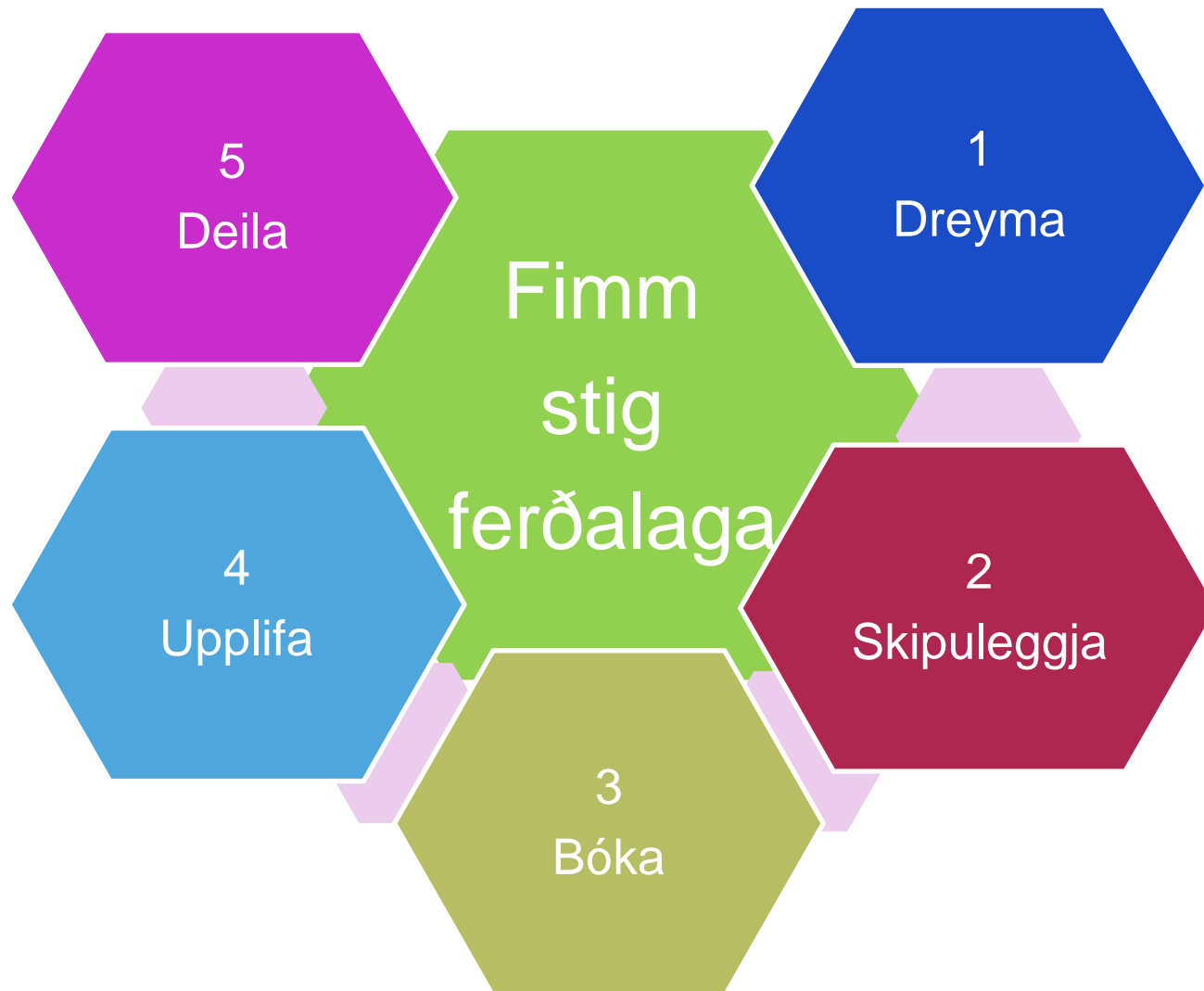
Við munum kanna mikilvægi þess að safna nákvæmum og tímanlegum endurgjöfum og gefa þér ráð um hvernig á að hvetja viðskiptavini þína til að deila reynslu sinni. Þú munt læra hvernig á að skipuleggja og setja upp endurgjafargögn á áhrifaríkan hátt, sem gerir þér kleift að bera kennsl á mynstur, stefnur og styrkleika og veikleika í ferðabjónustufyrirtækinu þínu.



KAFLI 02

Að ná til þíns markaðar





Þegar þú hugsar um hvernig á að ná til markaðarins þíns er gagnlegt að hugsa um fimm stig ferðalaga.

Þessi fimm stig eru svipuð þremur skrefum upplifunarhönnunar

Hvort tveggja er hugsunarháttur og aðferð við vörupróun sem hjálpar til við að sjá hvernig best er að tengjast væntanlegum gestum þínum.

Æfingardæmi:

Taktu fimm stiga ferðalíkanið og notaðu það til þess að sjá hvernig þú nærð til gesta þinna. Finndu út hvort þú sért að ná til allra fimm stiganna

Að ná til þíns markaðar – “hvernig á að” gátlisti

1. **Skilgreindu markmarkaðinn þinn:** Finndu hverjir eru tilvaldir hugsanlegir viðskiptavinir þínir. Hugleiddu þætti eins og aldur, tekjur, áhugamál og ferðaval. Þetta mun hjálpa þér að búa til markvissa stefnu til að ná til þeirra.
2. **Notaðu stafræna markaðssetningu:** Nýttu möguleika stafrænnar markaðssetningar til að ná til nýrra hugsanlegra viðskiptavina. Búðu til aðlaðandi og upplýsandi vefsíðu fyrir ferðapjónustufyrirtækið þitt og notaðu leitarvélabestun (SEO “search engine optimisation) tækni til að auka sýnileika á netinu. Nýttu þér líka samfélagsmiðla, auglýsingar á netinu og markaðsherferðir í tölvupósti til að ná til breiðari markhóps.
3. **Samstarf við áhrifavalda og ferðabloggara:** Náðu til breiðari markhóps með því að vinna með áhrifavöldum og ferðabloggurum. Bjóddu þeim að upplifa þjónustu þína og deila reynslu sinni á samfélagsmiðlum sínum eða bloggum. Þetta getur hjálpað þér að ná til nýrra hugsanlegra viðskiptavina sem fylgja þessum áhrifavalda.

Æfingardæmi:

Finndu ferðaáhrifavald sem þú heldur að henti vel þínu ferðapjónustufyrirtæki. Spyrðu sjálfan þig hver væri ávinningurinn og hver væri kostnaðurinn, sjá lið 3 á gátlistanum.

Að ná til þíns markaðar – “hvernig á að” gátlisti

- Bjóða upp á kynningar og afslætti:** Hvetjið mögulega viðskiptavinum til að prófa ferðapjónustuna þína með því að bjóða upp á kynningar, afslætti eða sérstaka pakka. Þú getur notað tímatakmörkuð tilboð eða bókunarafslátt til þeirra sem bóka snemma til að skapa tilfinningu að nú liggi á og hvetja til bókunar.
- Próaðu stefnumótandi samstarf:** Leitaðu að samstarfi við önnur fyrirtæki eða stofnanir sem bæta við þína tegund af ferðapjónustu. Til dæmis gætir þú átt í samstarfi við ferðaskrifstofur, flugfélög, hótél eða veitingastaði á svæðinu til að kynna þjónustu gagnkvæmt. Þetta getur hjálpað þér að auka þína útbreiðslu og ná til nýrra hugsanlegra viðskiptavina.
- Fínstilltu orðspor:** Gakktu úr skugga um að ánægðir viðskiptavinir þínir séu sendiherrar þíns vörumerkis. Bjóddu einstaka þjónustu og frábæra upplifun viðskiptavina svo að þeir séu líklegri til að mæla með ferðapjónustufyrirtækinu þínu við vini sína, fjölskyldu og samstarfsmenn. Þú getur líka innleitt tilvísunaráætlanir eða hvatningu til að efla jákvætt orðspor meðal þinna gesta.

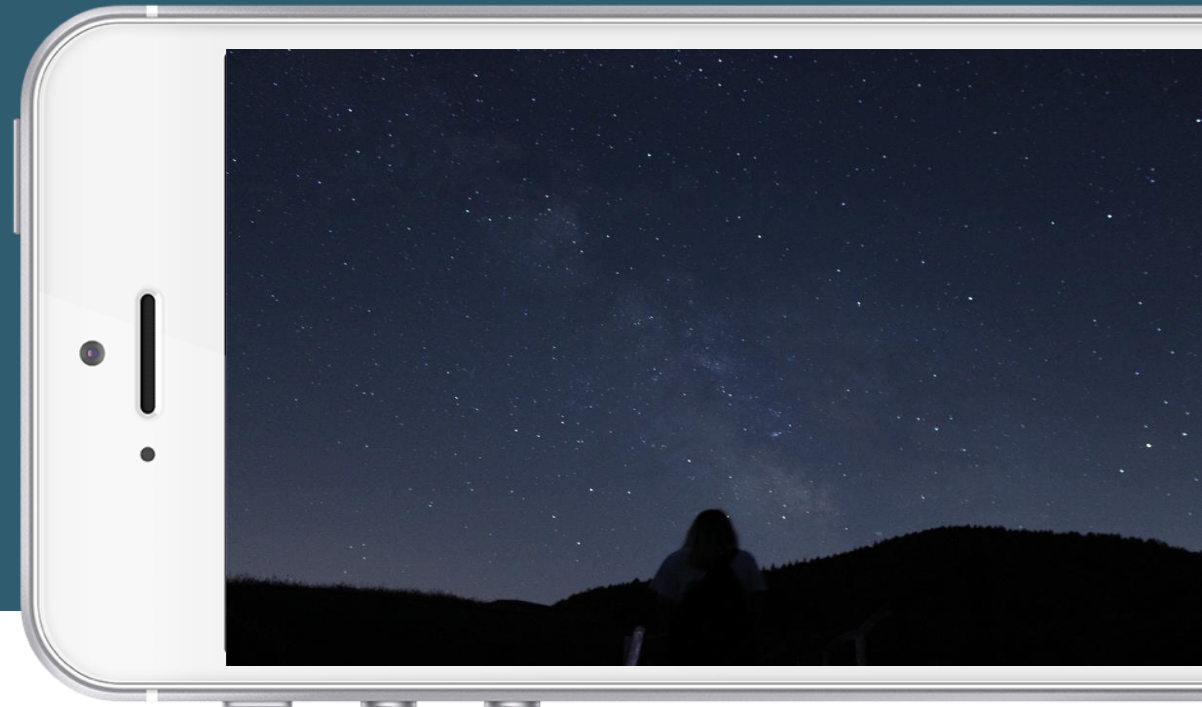
Að ná til þíns markaðar – nokkur dæmi

- **Fræðsluefni:** Þróaðu upplýsandi efni sem útskýrir mikilvægi myrkur himins, áhrif ljósmengunar og vistfræðilega þýðingu þess að vernda hann.
- **Aðlaðandi vefsíða:** Búðu til sérstaka vefsíðu eða vefsíðu sem undirstrikar þína vistvænu myrkurgæðaferðaþjónustu, þar á meðal staðsetningu, upplifanir og bókunarupplýsingar.
- **Töfrandi myndefni:** Notaðu grípandi myndir og myndbönd af stjörnuþjórtum næturhimni, atburðum á himni og dýralífi að næturlagi til að veita mögulegum gestum innblástur



Að ná til þíns markaðar – nokkur dæmi

Samfélagsmiðlaherferðir: Deildu grípandi myndum af næturhimni, staðreyndum og upplifun gesta á samfélagsmiðlum til að tengjast og fræða þína gesti.



Virgni og umskipti

1. Þegar gögnunum hefur verið safnað skal skipuleggja og flokka þau á kerfisbundinn hátt. Þú getur notað viðskiptavinastjórnunarverkfæri (CRM “customer management tools”) til að geyma og greina gögn viðskiptavina á áhrifaríkan hátt. Þessi verkfæri gera þér kleift að fylgjast með óskum viðskiptavina, tengiliðaupplýsingum, fyrri bókunum og öðrum viðeigandi upplýsingum. Þannig hefurðu skýra yfirsýn yfir viðskiptavinum þínum og getur sérsniðið tilboðin eftir því.
2. Notaðu gögn viðskiptavina til að búa til ítarlega prófíla og skiptu áhorfendum þínum í samræmi við sérstakar viðmiðanir eins og aldur, áhugamál, ferðaval eða eyðsluhegðun. Þessi skipting gerir þér kleift að senda persónuleg og viðeigandi skilaboð til ákveðinna hópa viðskiptavina. Þú getur sent sértíla boð, kynningar eða einkapakka sem uppfylla þarfir og óskir mismunandi viðskiptavinahópa og auka þannig líkurnar á umskiptum.
3. Að auki gerir greining á gögnum viðskiptavina þér kleift að bera kennsl á þróun og hegðunarmynstur. Þú getur fundið út hvaða upplifun viðskiptavinir þínir meta mest, hvaða þjónusta krefst mestrar umbóta eða hverjar eru helstu hvatir þeirra fyrir því að velja fyrirtæki þitt. Þessi innsýn mun hjálpa þér að taka stefnumótandi ákvarðanir byggðar á staðreyndum og þar með leiðbeina þér um þróun ferðaþjónustufyrirtækisins þíns.

Virgni og umskipti

4. Að lokum er mikilvægt að fylgjast stöðugt með skilvirgni markaðsherferða þinna út frá gögnum viðskiptavina. Mældu lykilmælikvarða, svo sem opnunarhlutfall tölvupósts, viðskiptahlutfall eða endurgjöf viðskiptavina, til að meta árangur frumkvæðis þíns. Notaðu þessi gögn til að gera stöðugar umbætur á markaðsaðferðum þínum, aðlaga tilboð út frá óskum viðskiptavina og endurgjöf.

5. Með því að safna og nota gögn viðskiptavina á beittan hátt getur þú skapað persónulega og grípandi upplifun fyrir viðskiptavinum þínum, aukið ánægju þeirra og tryggð við vörumerkið þitt. Gagnastjórnun endurgjafa gesta er öflugt tæki til að laga ferðapjónustufyrirtækið þitt að breyttum þörfum viðskiptavina og halda áfram að vera samkeppnishæf á ferðapjónustumarkaði..

Að ná til þíns markaðar – nokkur dæmi

- **Upplifanir undir næturhimni:** Þróaðu einstaka næturupplifun eins og stjörnuskoðunarferðir með leiðsögn, næturljósmyndavinnustofur eða skoðun villtra dýra að næturlagi.
- **Samfélagsþátttaka:** Styðja viðleitni sveitarfélaga með því að styðja frumkvæði um verndun myrkurgæða, náttúruverndarverkefni og vistvænar venjur.
- **Vitnisburður viðskiptavina:** Hvetjið ánægða gesti til að deila reynslu sinni og umsögnum til að byggja upp trúverðugleika og laða að fleiri ferðamenn.

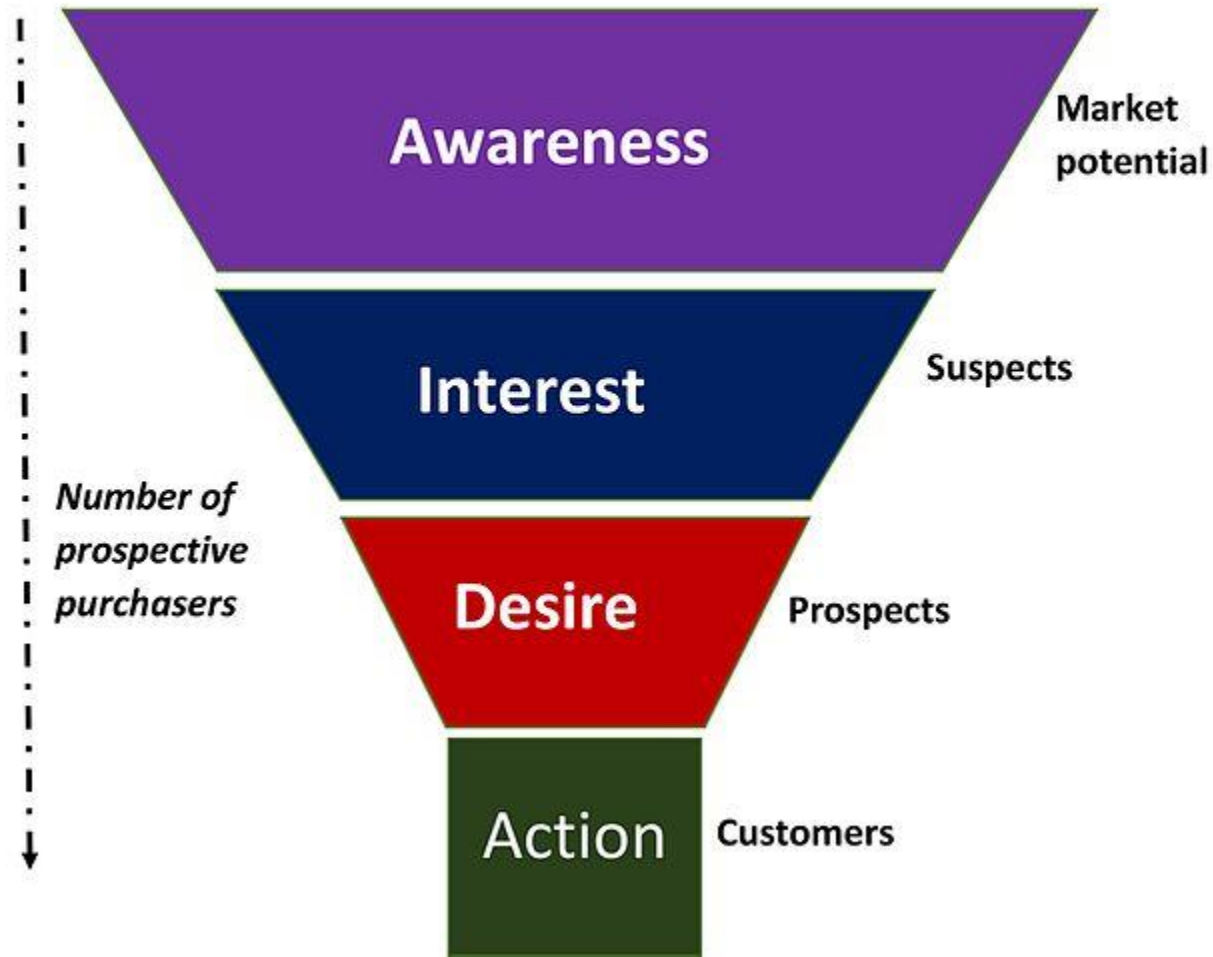


KAFLI 03

Trekt markaðsáætlun
“Funnel marketing strategy”



The Purchase Funnel



Trekt markaðsáætlunar líkanið felur í sér að sníða markaðsskilaboðin þín að því tiltekna stigi kaupanna sem viðskiptavinur er núna á.

Það leggur áherslu á 360 gráðu ferðalag viðskiptavina, aðgerðir til að hlúa að viðskiptasamböndum og byggja upp betri vörumerkjaupplifun.

Trekt markaðsáætlun / Funnel marketing strategy

Vera vakandi:

- Að búa til áhugavert og gagnlegt efni, svo sem bloggfærslur, ferðahandbækur, myndbönd og myndir, til að vekja athygli markhópsins.
- Notkun SEO (“search engine optimisation”) til að hámarka stöðu leitarvéla og laða að lífræna umferð á vefsíðuna.
- Markvissar auglýsingaherferðir á samfélagsmiðlum og leitarvélum til að ná til hugsanlegra viðskiptavina sem hafa áhuga á ferðalögum.

Vekja áhuga:

- Bjóða upp á meira ítarlegra og grípandi efni til að vekja áhuga áhorfenda og vekja áhuga á ferðapjónustunni þinni.
- Notkun vefnámskeiða, hlaðvarpa eða sýndarviðburða til að veita nákvæmar upplýsingar um þjónustu þína og skapa tilfinningalega tengingu við þína gesti.
- Að fanga tækifæri með eyðublöðum þar sem gestir fylla út samskiptaupplýsingar eða sérstökum tilboðum í skiptum fyrir tengiliðaupplýsingar hugsanlegra viðskiptavina.

Trekt markaðsáætlun / Funnel marketing strategy

Mat (taka til skoðunar):

- Sýndu gestum sérkenni og kosti þinnar ferðapjónustu samanborið við samkeppnina.
- Dragðu fram reynslusögur, umsagnir og velgengissögur frá ánægðum viðskiptavinum til að byggja upp traust og sýna fram á gæði þjónustu þinnar.
- Bjóddu upp á einstaklingsmiðaða ráðgjöf eða ókeypis verðtilboð til að hjálpa mögulegum viðskiptavinum að meta möguleika sína.

Ákvörðunartaka:

- Búa til sértilboð, kynningarpakka eða afslætti til að hvetja til bókunar eða kaupa á ferðapjónustunni þinni.
- Einfaldar bókunar- eða kaupferlið með því að bjóða upp á leiðandi og notendavænan netvettvang.
- Notaðu sannfærandi skilaboð og skýrt ákall til aðgerða til að ýta hugsanlegum viðskiptavinum til aðgerða og bóka þjónustu þína..

Trekt markaðsáætlun / Funnel marketing strategy

Aðgerðir:

- Bjóddu upp á þægilega bókunar- eða kaupupplifun með því að veita tafarlausan stuðning ef upp koma spurningar eða vandamál.
- Sendu sérsniðnar bókunarstaðfestingar og nákvæmar upplýsingar um bókaða þjónustu til að fullvissa viðskiptavini.
- Bjóðaðu upp á orðspors hvatningu, svo sem tilvísunaráætlanir/hvatningu til að núverandi gestir efli jákvætt orðspor meðal þinna framtíðargesta eða afslátt fyrir framtíðarbókanir, til að hvetja til tryggðar viðskiptavina.

Hollusta:

- Haltu sambandi við viðskiptavini með fréttabréfum, uppfærslum á samfélagsmiðlum og sértíloboðum sem eru frátekin fyrir tryggja viðskiptavini.
- Biddu viðskiptavini um endurgjöf til að bæta þjónustu þína stöðugt og sýna hversu mikla áherslu þú leggur á skoðun þeirra.
- Bjóddu upp á vildarkerfi, einkaafslátt eða sérstaka upplifun fyrir viðskiptavini sem snúa aftur til að bóka hjá þér.

KAFLI 04

Gagnastjórnun endurgjafa gesta



Gagnastjórnun endurgjafa gesta

Safnaðu viðbrögðum með fyrirbyggjandi hætti: Biddu viðskiptavini þína um að veita endurgjöf um upplifun sína með könnunum, spurningalistum eða matseyðublöðum. Þú getur sent þessar kannanir í tölvupósti eftir dvöl þeirra eða útvegað matseyðublöð á staðnum.

Svaraðu strax: Gakktu úr skugga um að þú svarir öllum athugasemdum viðskiptavina eins fljótt og auðið er. Fólk kann að meta skjót viðbrögð og að finna að rödd þeirra heyrir. Svaraðu bæði jákvæðum og neikvæðum viðbrögðum á faglegan og kurteisan hátt.

Sýndu þakklæti fyrir jákvæð viðbrögð: Þakkaðu viðskiptavinum sem skilja eftir jákvæð viðbrögð og láttu þá vita að þú metur þann tíma sem þeir tóku til að deila reynslu sinni. Þetta mun hjálpa til við að skapa jákvæð tengsl við viðskiptavini þína og hvetja þá til að veita meiri endurgjöf í framtíðinni.

Taktu á móti neikvæðum viðbrögðum á uppbyggilegan hátt: Taktu neikvæð viðbrögð alvarlega og reyndu að skilja ástæðuna fyrir vonbrigðum viðskiptavinarins. Bregðast við á rólegan og faglegan hátt, bjóða upp á lausn eða tækifæri til að leysa vandamálið. Sýndu athugasemdum þeirra áhuga og vertu opinn fyrir umbótum.



Ráð til að stjórna endurgjöf

Mundu að sérhver endurgjöf viðskiptavina er tækifæri til að bæta ferðapjónustufyrirtækið þitt.

Taktu allar athugasemdir alvarlega og notaðu þær til að skapa betri upplifun fyrir viðskiptavinum þínum!

Æfingardæmi:

Íhugaðu hvernig og hvar þú safnar endurgjöf viðskiptavina. Er það meðan á upplifuninni stendur, rétt eftir hana eða kannski með tölvupósti nokkrum vikum eða mánuðum síðar?

Gagnastjórnun endurgjafa

Notaðu endurgjöf til að bæta þig: Greindu vandlega endurgjöf viðskiptavina og notaðu þær til að finna hvað má bæta. Safnaðu upplýsingum um algenga strauða í endurgjöf og gerðu ráðstafanir til að leiðrétta endurtekin vandamál.

Deildu niðurstöðum með teyminu: Gakktu úr skugga um að þú deilir endurgjöf viðskiptavina með teyminu þínu. Þetta mun hvetja starfsfólk til þátttöku í umbótum á þjónustu og hjálpa til við að halda stöðugri áherslu á ánægju viðskiptavina.

Fylgstu með umsögnum á netinu: Skoðaðu umsagnir reglulega á vefsvæðum og samfélagsmiðlum. Svараðu á viðeigandi hátt öllum umsögnum, jákvæðum eða neikvæðum. Reyndu að takast á við öll vandamál sem komu fram í umsögnum til að sýna fram á áframhaldandi skuldbindingu til umbóta.

Innleiða áframhaldandi endurgjafarkerfi: Til viðbótar við kannanir eftir dvöl skaltu íhuga að innleiða áframhaldandi endurgjafarkerfi, svo sem tillögukassa eða gestabók, þar sem viðskiptavinir geta gefið endurgjöf hvenær sem er meðan á dvöl þeirra stendur.

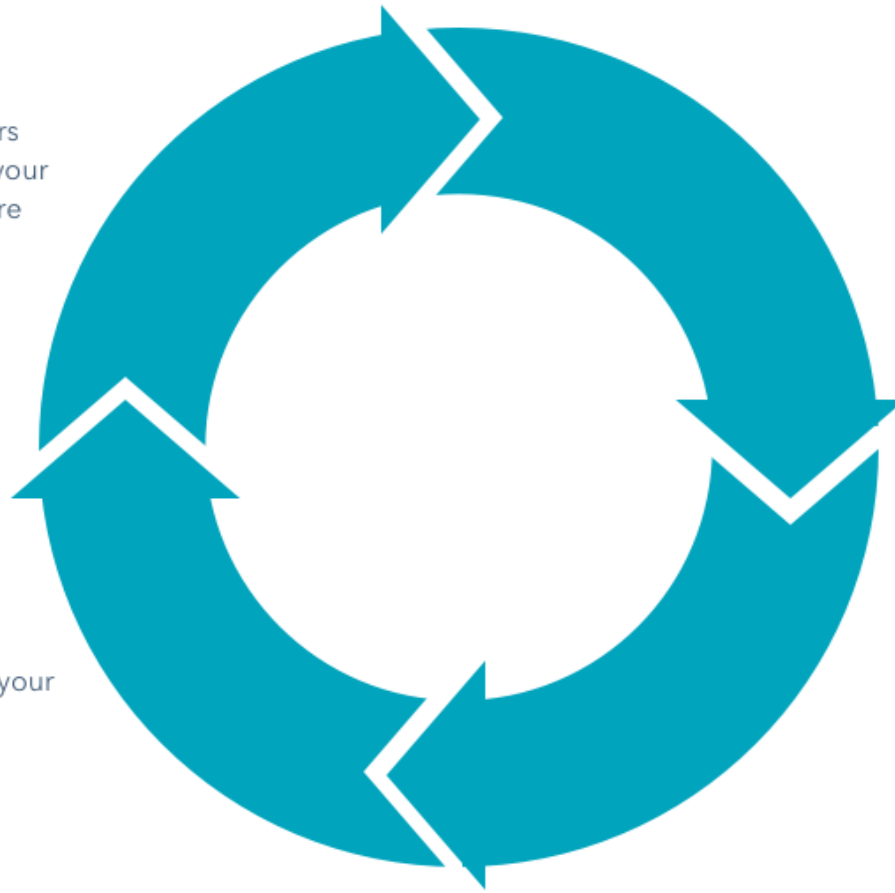
The A.C.A.F. Customer Feedback Loop

4. Follow-up

Follow-up with customers who gave feedback on your plans so they know you're truly listening.

3. Act

Act on the feedback by sharing it with others at your company who can implement changes.



1. Ask

Ask your customers for feedback on your product or service.

2. Categorize

Categorize the feedback into different buckets that are meaningful to your business.

Þessi fjögur skref hjálpa þér við gagnastjórnun endurgjafa.

Með því að setja upp hringrásarferli og færa gögnin inn í fyrirtækið þitt, er líklegra að þú bætir viðskiptatengsl þín á virkan hátt.



Ályktanir

Mikilvægi gagnastjórnunar endurgjafa og viðhorfsgreiningar í ferðaþjónustu er óumdeilt. Viðbrögð viðskiptavina veita verðmætar upplýsingar til að bæta ferðaupplifunina, bera kennsl á styrkleika og veikleika fyrirtækisins og mæta betur þörfum viðskiptavina.

Með rétttri söfnun, skipulagningu og greiningu gagna um viðskiptavinum er hægt að bera kennsl á þróun, meta ánægju viðskiptavina, bera kennsl á sársaukapunkta og taka stefnumótandi ákvarðanir byggðar á staðreyndum. Viðhorfsgreining gerir þér kleift að skilja hvap viðskiptavinum finnst um fyrirtækið þitt og bregðast við þörfum þeirra og áhyggjum tímanlega.

Með því að nota innsýn sem fæst með gagnastjórnun endurgjafa og viðhorfsgreiningu geturðu innleitt markvissar leiðréttingaraðgerðir, búið til sérsniðin tilboð, bætt skilvirkni markaðsaðferða og búið til góða hringrás stöðugra umbóta.

Í ferðaþjónustunni, þar sem upplifun viðskiptavina er í fyrirrúmi, skapar nýting allra mögulegra endurgjafar viðskiptavina með skilvirkri gagnastjórnun samkeppnisforskot sem getur leitt til aukinnar tryggðar viðskiptavina, einstakrar ferðaupplifunar og langtíma velgengni ferðaþjónustufyrirtækisins.



**dark sky
ecotourism**

Fylgstu með ferðalagi okkar hérna

www.darkskytourism.eu



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

