

Turisme for alle

Gæsterejser

Få et indblik i din gæsts rejse
fra planlægning til besøg



Turisme for alle

Gæsterejser med lang planlægningshorisont

Se gæstens vej til en god oplevelse

Gæster med tilgængelighedsbehov har en noget anden og meget længere gæsterejse end den 'klassiske'.

Behovet for information er langt større. Og den skal være tilgængelig langt tidligere. Nøglen for dig er at få hele gæsterejsen til at hænge sammen. Fra første opslag på sociale medier til sidste indtryk ved afrejse.

Ved at kende og bruge gæsterejsen får du flere muligheder for at sikre dine gæster en god oplevelse.

Har du blik for hele rejsen, skaber du større tryghed og mindre frafald - og får flere gæster.

Sådan bruger du gæsterejserne

1. **Find dine ømme tæer:** Hvor i gæsterejsen risikerer du at miste nogen?
2. **Skab fælles forståelse:** Del gæsterejsen med kollegaer – og brug den som udgangspunkt for dialog.
3. **Bliv inspireret:** Brug værktøjet til at få øje på nye løsninger, der gør oplevelsen bedre for flere.

Fakta:

Du skal kende gæsternes planlægningshorisont for at sikre den rette timing i dine kampagner.

Den 'klassiske' vs den tilgængelige rejse

Før opholdet

Klassisk:

Kort og fleksibel planlægning - før-vinduet bliver stadigt kortere. Gæster benytter mange kilder og accepterer overraskelser undervejs.

Den tilgængelige rejse:

Lang og detaljeret planlægning. Søger præcis, verificeret info og anbefalinger fra andre i online grupper. Løbende kontakt og opfølgning med stedet.

Under opholdet

Klassisk:

Plads til spontane valg og fleksibilitet afhængigt af humør.

Den tilgængelige rejse:

Hele kæden skal fungere (transport, parkering, toiletter, ophold). Personale spiller en vigtig rolle for et godt ophold og gode oplevelser.

Efter opholdet

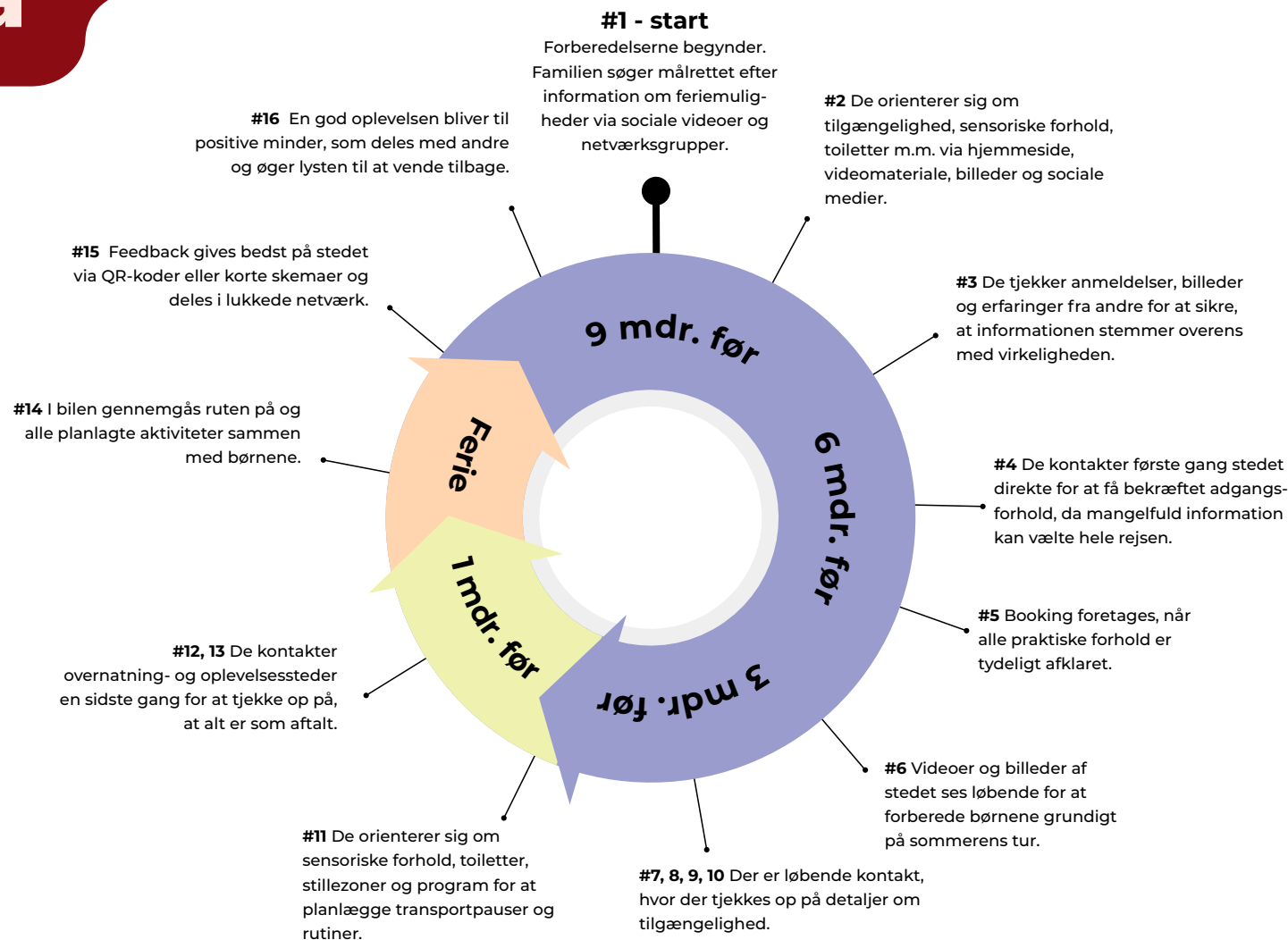
Klassisk:

Deler oplevelser på SoMe.

Den tilgængelige rejse:

Deler anbefalinger i online grupper og netværk for andre med samme behov. Gode ferieoplevelser gentages.

Laaaang planlægningshorisont: Ferien starter længe før, vi kører hjemmefra



Gæster med tilgængelighedsbehov starter ofte deres planlægning i god tid og bruger markant mere tid på at planlægge end gennemsnittet. De leder efter tydelig, opdateret og ærlig information.

Hvis informationen mangler – eller noget virker usikkert – vælger de ofte stedet fra.

Gæsterejse for forældre med særlige behov

Behov fra, at gæsten planlægger og booker sin rejse, til ophold/oplevelse samt evaluering

Eksempel på en generaliseret gæsterejse

FØR BESØG Beslutningsvindue

Gæstens perspektiv (front office)

I Familien søger visuel og tydelig information om stedet via videoer, kort og netværksgrupper for at kunne forberede børnene grundigt.

II De undersøger andre oplevelsestilbud i dit område og transportmuligheder for at planlægge alle rejsens enkeltelementer.

III De kontakter dig direkte for at få bekræftet adgangsf forhold, da mangelfuld information kan vælte hele rejsen. De booker først, når alle praktiske forhold er tydeligt afklaret.

I Gennemfør screening af jeres sted. **Opdatér jeres hjemmeside** med information om tilgængelighed. Skriv kort og retvisende. Vis stedet med billeder og gerne video.

II **Sørg for at være en del af et samlet udbud** af oplevelser. Find partnere som matcher dit sted og den tilgængelighed, du tilbyder. Dine gæster vil både sove, spise og opleve.

III **Klæd frontpersonale** på til at give klare, faktuelle svar på spørgsmål om tilgængelighed i forbindelse med booking.

UNDER BESØG Aktivitetsvindue

IV Ankomsten skal være enkel og overskuelig, med tydelig skiltning og personale, der spørger fremfor at antage behov.

V De værdsætter lydhørhed og en helt naturlig service, hvor personalet støtter uden at overtage eller overdrive.

IV **Træn jeres frontpersonale** i inkluderende velkomst og kommunikation samt brug af åbne spørgsmål.

Lav evt. oversigtskort over dit sted, som kan hjælpe familien med at orientere sig.

VI Måden, du tager mod dine gæster på, kan være vigtigere end dine fysiske rammer. Gæsterne skal mærke, at de er velkomne. Vær oprigtigt interesseret i deres behov.

V **Skab en kultur for relationel service**, hvor gæsten får lov til at styre tempoet, og hvor gæstens ønsker prioriteres fremfor overhjælp.

VI **Brug gæsten som ekspert** på sine egne behov. Hør, hvad der har fungeret godt og hvilke oplevelser i jeres område, at dine gæster ville anbefale til andre gæster med særlige behov. Brug disse tips i din markedsføring af næste sæson.

EFTER BESØG Evalueringvindue

VII Oplevelsen forankres gennem genkendelige og positive minder, som øger lysten til at vende tilbage.

VIII Feedback gives bedst på stedet via QR-koder eller via korte skemaer. Oplevelsen deles i egne netværk og -grupper.

VII **Husk efterkommunikation**, der fastholder oplevelsen, fx via opslag på sociale medier, opsamlinger eller visuelle hilsner.

VIII **Tilbyd enkle feedbackmuligheder** via spørgeskema, QR/app, og brug inputtet aktivt til at juster jeres rammer. Sæt fokus på lavthængende frugter: Hvad kan gøres her og nu og hvad er langsigtede gevinster.

Dit perspektiv
(back office)

Turisme for Alle

Vil du vide mere?

Hvis du vil tættere på dine gæsters behov, så se dokumentet: **Kend din gæst**. Her finder du 6 forskellige personaer, som dækker en række gæster med forskellige behov.

Kunstig intelligens (så som ChatGPT) kan hjælpe dig med at:

- få overblik over din hjemmeside og den information, du giver dine gæster.
- formulere tydelig og tryk information om tilgængelighed.
- omsætte din screening til konkret indhold, der gør det lettere for gæster at vælge dig.

Bliv klogere på, hvordan du kan bruge kunstig intelligens i netop din virksomhed. Tag fat i dit destinationsselskab og få sparring og konkrete input til, hvordan AI kan understøtte dit arbejde med turisme for alle og strategisk gæsteservice.

