

# KORTLÆGNING, MARKEDSSURVEY & GAPANALYSE STRATEGIC MARKETING ALLIANCE - ZEALAND

## SPØRGSMÅL & SVAR VEDR. UDBUDET

Hvordan skal formatet være til kortlægningen?

Vi har ikke lagt os fast på et format, men det er vigtigt at der bygges videre på eksisterende kortlægninger og at der fokuseres på, hvad der har relevans for markedet og den senere markedsføring. Vi ser meget gerne at kortlægningen præsenteres visuelt og er håndgribelig at benytte i senere dele af projektet. Det vigtigste ved kortlægningen er dog også, at den kan være med til at strukturere identifikationen af mangler og gaps i forhold til markedets efterspørgsel.

Er der krav til antal sider i tilbuddet?

Nej

Hvad skal der forstås ved forretningsudvikling?

Denne analyse og proces er en del af arbejdspakke 1 i et større SMA-Z projekt. En af de andre trin omhandler forretningsudvikling med Erhvervshus Sjælland og Hovedstaden, hvor vi skal bruge viden, insights, analyse fra dette udbud til at arbejde videre med relevante virksomheder, som deltager i forretningsudviklingsforløb. Forløbene vil have stort fokus på bæredygtighed generelt, men de kan fokusere på mange dele af forretningsudvikling hos den konkrete virksomhed.

Hvor vigtig er facilitering og proces for udbuddet?

Fordi vi er samlet en relativ stor række destinationer og partnere, så er det essentielt at der tages grundig stilling til proces og facilitering og involvering af arbejdsgruppen i udformning af leverancerne i projektet. Processen frem til at få realiseret leverancerne er (sat på spidsen) næsten lige så vigtige som selve leverancen.

Hvad forstås med Wonder Workshops?

Wonder Workshops laves af VisitDenmark. Nogle af destinationerne har allerede været igennem dem, imens andre skal igennem dem her i løbet af november 2023. Her arbejder destinationen med deres lokale "wonders", som samles i en stor oversigt til brug i markedsføring og presse fremadrettet. I kan læse mere om VisitDenmarks Wonder koncept her: <https://www.visitdenmark.dk/corporate/om-os/nyheder/brandguide-land-everyday-wonder>

**Skal markedsføringsmedarbejdere involveres i processen fx i workshops?**

Ja. Vi ser meget gerne en tidlig involvering af relevante medarbejdere fra destinationer og VisitDenmark, så vi sikrer en analyse, som er brugbar for den senere markedsføringsproces.

**Er det afgrænset allerede nu, hvor meget af Tyskland, som der skal laves analyser i?**

Nej ikke endnu. Vi forventer det skal afgrænset, men det er en del af inddragelsesprocessen at få dette afklaret yderligere.

**Har I links til eksempler på eksisterende analyser, som kan bistå arbejdet med kortlægning?**

Ja, fx er der lavet denne her i forbindelse med Udviklingsplanen for Sjælland og Øerne:  
<https://www.kystognaturturisme.dk/dansk-kyst-og-naturturisme/vidensbank/udviklingsplan-sjaelland-og-oerne>

Flere analyser vil gives ved indgåelse af kontrakt.