

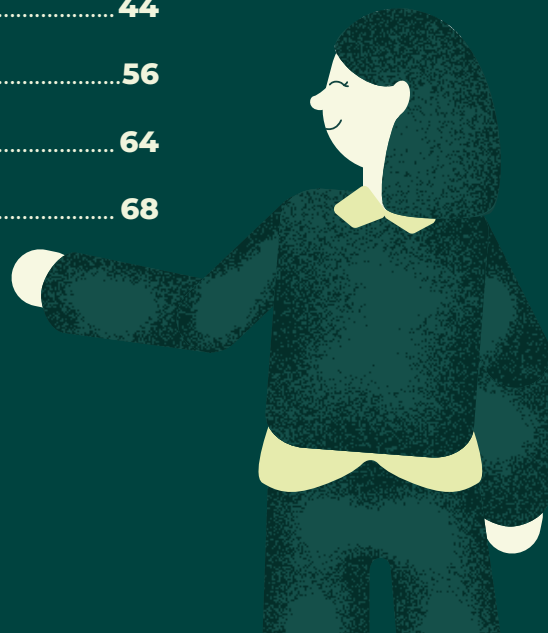


Her starter oplevelsen

Som medarbejder i turistinformationen skaber du møder, der huskes – hver dag, året rundt

Indholdsfortegnelse

Historien bag Turistinformationerne.....	4
Samarbejdsaftaler	16
Værtskabet	20
Det får du	34
Dagligdagen i din turistinformation.....	44
Brochurer	56
Stay updated.....	64
Afslutning – Skab gode oplevelser for alle gæster.....	68



Velkommen til turistinformationsnetværket på Sydsjælland & Møn

Dette hæfte er din introduktion til arbejdet med at være turistinformation i Visit Sydsjælland & Møn og til den rolle, du spiller i mødet med destinationens gæster. Her får du et overblik over historien, strategien frem mod 2030 og de samarbejder, der binder destinationen sammen – men også helt konkrete redskaber til din hverdag i turistinformationen.

Du kan læse om værtskab, kropssprog, konflikthåndtering, netværk, kurser, VIP-kort og brochurer. Alt sammen med ét formål: at klæde dig godt på til at skabe gode gæsteoplevelser.

For turistinformation handler ikke kun om at give svar. Det handler om at gøre en forskel. Om at løfte gæstens humør en lille smule og inspirere gæsterne til at blive lidt længere eller komme retur, fordi der er så meget at opleve.

Brug hæftet som inspiration eller opslagsværk og husk:

**Tænk som gæst – optræd som vært.
Oplevelsen starter hos dig.**

Udgivet af

Visit Sydsjælland & Møn
Teatergade 6, 4700 Næstved
info@vism.dk • sydsjaellandmoen.dk

Tryk

Sangill Grafisk ApS



Historien bag Turistinformationerne

Historien om Visit Sydsjælland & Møn

Visit Sydsjælland & Møn A/S blev grundlagt i 2015 som et tværkommunalt destinationsselskab, ejet af de fire kommuner Næstved, Vordingborg, Stevns og Faxe, med et ønske om at styrke og udvikle turismen i destinationen. Visit Sydsjælland & Møn er en såkaldt DMO - "Destination Management Organization".

Visit Sydsjælland & Møn - i daglig tale og i resten af dette hæfte kaldet VISM - blev oprettet med det formål at vende en stagnation i turismen og markedsføre Sydsjælland & Møn som en attraktiv destination nationalt og

internationalt. Udover markedsføringen skulle samarbejdet sikre en bedre udvikling og turismeservice i det sydsjællandske turistområde.

Hvem er vi?

VISM har kontor i Næstved og har ni ansatte. Derudover samarbejder vi med eksterne eksperter. Retningen for selskabet sættes af bestyrelsen, der består af fire kommunalbestyrelsesmedlemmer – én fra hver kommune, fire erhvervsfolk – én fra hver kommune, samt to personer, som VISM selv udpeger.

De nye turistinformationer

En af de allerførste opgaver i det ny-stiftede destinationsselskab var at formulere en fælles strategisk retning. Det arbejde mandede ud i Masterplan 2020, som satte en ny dagsorden for turismeudviklingen på Sydsjælland & Møn. Her blev værtskabet gentænkt og løftet til et helt nyt niveau.

I masterplanen blev ambitionen om en service og turistinformation i særklasse tydeligt formuleret, både i mødet med gæsterne og gennem digitale løsninger. For at realisere denne ambition blev den daværende turismeservice reorganiseret, så turistinformationen ikke længere kun var

samlet ét sted, men i højere grad blev udbredt til destinationens samarbejdspartnere.

Tanken var, at destinationen skulle være mere opsøgende og til stede dér, hvor turisterne befandt sig, med relevant service og viden og på den måde inspirere gæsterne til at besøge flere attraktioner, spisesteder m.m. og blive lidt længere. Målet var ambitiøst: I 2020 skulle antallet af ekspeditioner være firedoblet i forhold til 2015.

Hvor står vi i dag?

Her 10 år efter er fokus stadig på både værtskab og udvikling, men med flest midler til markedsføring af destina-

tionen, både gennem partnerskaber med større lokale turismeaktører og også i samarbejde med øvrige regionale og nationale aktører.

VISM's mission er, at vi skal kendes som en af Nordens dygtigste organisationer for turisme og samarbejde mellem branchens aktører. Vi vil være organisationen, hvor der altid bliver tænkt nyt og strategisk på destinationens og turismeerhvervets vegne. Vigtigst af alt skal der være kort vej fra den gode idé til det konkrete projekt, som både skaber værdi for vores samarbejdspartnere og for borgerne på Sydsjælland & Møn.



© Mads Tolstrup



Turismeformlen – Strategien frem mod 2030

I 2025 blev Visit Sydsjælland & Møns tredje strategi lanceret, og med den sættes turismen på formel. Den nye strategi frem mod 2030, Turismeformlen, er udviklet i tæt dialog med de fire ejerkommuner og en bred kreds af aktører i turisterhvervet. Samtidig bygger den videre på erfaringerne fra den tidligere strategi, Turismekollektivet (2021–2024), samt på indsigter fra turismens udvikling på Sydsjælland & Møn gennem det seneste årti.

Strategien bygger både på lokale og nationale planer for turismeudvik-

ling og tager højde for kommende muligheder som Femern Bælt-forbindelsen. Med blikket rettet mod 2030 peger Turismeformlen på en turisme i balance – hvor der skabes værdi for både lokale borgere og virksomheder, og hvor flere danske og internationale gæster får øjnene op for Sydsjælland & Møn som et attraktivt sted at besøge.

Turismestrategien har flere mål. For turistinformationerne er især mål #2 i strategien relevant. Læs om dette på næste side.

Centralt i formelen for en Turisme i Balance er Erhvervets interesser plus Borgernes interesser multipliceret med Markedsføring:

$$TiB = (Ei + Bi) \times M$$

Turisme i Balance = (Erhvervets interesser + Borgernes interesser) x Markedsføring



Mål 2 i VISMs strategi: Autentisk og digitalt værtskab

Vores værtskab skal opleves som nær-værende, lokalt forankret og med et højt internationalt informationsniveau, lige der, hvor gæsterne færdes. Vi vil vise, at værtskab i øjenhøjde også kan leveres og højnes i samspil med nye teknologiske muligheder. Vi vil arbejde for målsætningen med følgende initiativer:

Fintmasket netværk af turist informationer

Gæsteservice er vi sammen om på Sydsjælland & Møn. Vi vil videreudvikle vores fintmaskede netværk af

lokale turistinformationer med nye værktøjer og kurser, så gæsterne kan møde mennesker med forståelse for værdien af god service og det lokale værtskab.

Kunstig intelligens

AI er allerede ved at revolutionere rejsesektorens levering af turistinformation, søgemønstre, guider og anbefalinger. Vi vil organisere en indsats, som ikke alene skal bringe vores egen turismeservice i front med de nye muligheder, men også tilbyde ny viden og muligheder for vores samarbejdspartnere.

"Bot" for bedre turisme

Vi vil arbejde med integration af AI-værktøjer og teknologier i vores daglige arbejde og følger nøje udviklingen for at styrke vores egne digitale platforme og internationale synlighed – dels i leverancen af information og turforslag, dels til anvendelse i analysen af besøgsoplevelser og feedback fra gæster fra ind- og udland.

Borgere som videnbank

Når alt kommer til alt, er lokale borgere de bedste ambassadører for vores oplevelser, særlige steder og livskvalitet. Vi vil i de kommende år arbejde med ideer til, hvordan ildsjæle og lokale foreninger kan involveres endnu mere i værtskabet.

**Hele strategien kan du
læse eller lytte til her**



Det danske turismelandskab

Det danske turismelandskab består af mange lag. Som destinationsselskab er vi selvstændige men samarbejder meget med de andre destinations-selskaber i Danmark. Men måden alle DMO'erne arbejder med turisme på, er meget forskellig fra destination til destination.

For at gøre det lidt lettere at gennemskue de mange lag, kommer her en kort beskrivelse af udvalgte af dem:

Turistinformationerne

- Frontlinjen i gæsteservice
- Formidler viden fra både lokale og nationale aktører
- Bidrager med lokalkendskab og har kontakten til turisterne

Danske Destinationer

- Interesseorganisation for destinations-selskaber i Danmark
- Arbejder for fælles interesser på vegne af DMO'erne
- Videndeling, kompetenceudvikling og strategisk koordinering

Destinationsselskaberne

(fx Visit Sydsjælland & Møn)

- Lokal/tværkommunal turismeudvikling
- Markedsføring af destinationen
- Produkt- og oplevelsesudvikling
- Værtsskab og gæsteservice
- Samarbejde med lokale turismevirksomheder
- Samarbejder med Dansk Kyst & Natur-turisme, MeetDenmark, VisitDenmark m.fl.

Nationale turismeaktører (strategi og markedsføring)

VisitDenmark

- International markedsføring af Danmark
- Nationale kampagner og markedsindsatser
- Videncenter med turismeanalyser og markedsdata
- Fælles digital infrastruktur (VisitData, GuideDenmark)

Dansk Kyst- & Naturturisme

- National udviklingsorganisation med fokus på kyst- og naturturisme
- Destinationsudvikling, bæredygtighed og investeringer
- Projekter i samarbejde med kommuner, destinationer og erhvervet

MeetDenmark

- Nationalt udviklingsselskab for møde- og erhvervsturisme
- Tiltrækker konferencer og erhvervsbegivenheder
- Arbejder med bæredygtige løsninger for mødeindustrien

Kommunerne

- Infrastruktur, planlægning og lokal udvikling
- Medfinansiering af destinationsselskaber
- Understøtter erhvervsudvikling og investeringer





Fysisk placering

De første otte år af VISMs levetid var kontoret placeret i Vordingborg, men vi flyttede i december 2023 til Næstved. I VISM lægger vi dog meget vægt på at komme rundt i alle fire kommuner, så når vi inviterer til kursusdage m.m., vil du opleve, at det afholdes på skift mellem alle fire ejerkommuner. Og skulle du have et møde, hvor det er relevant at vi deltager, så sig endelig til, for vi kører gerne på tværs af destinationen – den er jo smuk at opleve på alle årstider!

Netværket

Turistinformationsnetværket blev lanceret og opstartet i efteråret og vinteren 2015/2016 og de første turistinformationer i destinationen var til Kick-Off på sæsonen i foråret 2016. Gennem de seneste 10 år er netværket vokset fra ca. 30 turistinformationer i 2016 til 59 turistinformationer i 2026. Tallet har de seneste år været stabilt og kun et par stykker skiftes ud årligt. Størstedelen af de originale turistinformationer tilbage fra 2016 er stadig med i netværket.

Løbende udvikling

VISM udvikler hele tiden på de tilbud der er til turistinformationerne. For os er det vigtigt, at det personale, der møder gæsterne, også har de værktøjer, der behøves, for at kunne inspirere til at opleve resten af destinationen. Så har du en god idé, så tag endelig fat i os.

Kender du en aktør, der gerne vil være en del af turistinformationsnetværket, så er du også meget velkommen til at kontakte os. Så tager vi en snak om mulighederne og laver en samarbejdsaftale.



Samarbejdsaftaler

Aftalen

For at blive en officiel turistinformation hos Visit Sydsjælland & Møn med lov til at bruge "Det Grønne I", skal man som virksomhed nemlig underskrive en samarbejdsaftale. Aftalen træder i kraft med virkning fra aftalens underskrift og løber herefter indtil opsigelse fra én af parterne. Den kan opsiges med tre måneders varsel, dog ikke i perioden januar til august, medmindre aftalen væsentlig misligholdes eller der er enighed om opsigelsen.





Turistinformationen skriver under på at de kan og vil gøre følgende

- Den ansvarlige medarbejder skal besidde viden og personlige færdigheder i at udføre god service- og informationsbetjening
- Værter i turistinformationen skal besidde bred viden om hele destinationen, herunder seværdigheder, aktiviteter, overnatnings- og bospisnings muligheder og transport
- Værter i turistinformationen skal besidde basisviden om danske samfundsforhold, historie og større danske natur- og kulturseværdigheder og større kommercielle attraktioner
- Der skal skiltes synligt med "Det Grønne I"
- Evt. udfyldelse af spørgeskemaer (udarbejdes af VISM) om turisternes besøg
- Deltagelse i løbende evalueringer
- Turistinformationen skal levere uvildig turistinformation
- Der skal leveres en kvalificeret service- og informationsbetjening på min. dansk og engelsk
- Virksomheden skal linke fra egen hjemmeside til relevante sider på VISMs hjemmeside

Til gengæld tilbyder VISM

- Retten til at bruge "Det Grønne I" i egen markedsføring
- Skilte og klistermærker med "Det Grønne I"
- Gratis deltagelse på workshops/kurser afholdt af VISM (pt. 3 årligt)
- Præsentationsmateriale og brochurer fra destinationen
- Opdateringer via nyhedsbreve i sæsonen om destinationens aktuelle tilbud/events
- Ekstra synlighed på VISMs hjemmeside
- Et kompetent netværk af værter
- VIP-kort til frontpersonalet, som er gyldigt til udvalgte attraktioner m.m. i destinationen
- Brochureholdere

Henvisning til andre i netværket

Det er vigtigt at du som turistinformation henviser til en omkringliggende turistinformation, når du selv holder lukket. Dette kan gøres meget let ved at sætte et skilt i døren eller vinduet med link til VISMs hjemmeside og måske med tekst om, hvor den nærmeste turistinformation ligger og hvilke åbningstider, den har. Her vil det også være god stil at sætte en QR-kode med link til VISMs hjemmeside. Vil du gerne have fat i sådan et skilt, så udarbejder vi det gerne til dig.



Værtskabet

Tænk som gæst – optræd som vært

I turistinformationerne på Sydsjælland & Møn kalder vi bevidst alle kunder for gæster. Ligegyldigt hvor du arbejder, så prøv at tænke på at alle, der kommer ind ad jeres dør, er gæster I selv har valgt at invitere. Dermed bliver enhver, som passerer jeres dør til jeres gæst. Og tænker du på dine kunder som gæster og dig som vært, så er budskabet ret enkelt. Er man vært, så er der ingen tvivl om, hvem der skal være noget for hvem. En vært er nemlig oprigtig interesseret i at gøre sine gæster tilpas. Budskabet ”Tænk som gæst – optræd som vært” går ud på at tage udgangspunkt i gæsten, og få

gæsten til at føle sig rigtig godt tilpas. Det lyder meget let og enkelt og det er det også. Det kræver dog, at du er villig til at investere en del af dig selv i arbejdet. Din holdning smitter nemlig af på dine handlinger.

Værtskab handler om oplevelser

Værtskab handler i bund og grund om at skabe oplevelser – små eller store – der vækker følelser hos gæsten og bliver husket. Det er ikke kun venlighed eller service, men om, hvordan kontakten gør gæsten gladere, mere tryk eller begejstret.

Oplevelserne kan inddeles i tre typer: PLUS, OK og MINUS

PLUS-oplevelser

Det er de oplevelser, vi alle stræber efter. Det er dem, gæsten husker med glæde og gerne fortæller videre. Forestil dig, at en gæst i din butik spørger efter en vare, du ikke har på hylden. I stedet for bare at beklage dig, tager du telefonen, ringer til et andet sted og finder varen – og skaffer den til gæsten. Eller at en gæst i caféen får den kaffe, gæsten elsker, serveret med et smil og et lille personligt tip om dagens kage. En plus oplevelse kan også være, at du bevidst tager en

snak med din gæst inden du sender dem videre. I denne snak kan du – når du finder frem til hvad gæstens næste mål er – inspirere med noget ekstra. Det kunne være at fortælle gæsten om den bedste vej videre, eller om det lækre spisested i nærheden. Det kan også være at du finder ud af at gæsten elsker middelalderhistorie og du så inspirerer til et besøg på en attraktion, der matcher gæstens interesse. Disse små ekstra ting gør dagen bedre og overstiger gæstens forventninger.

OK-oplevelser

Dette er hverdagens oplevelser, som de fleste gæster får flest af. De skuf-

fer ikke, men de begejstrer heller ikke. Tænk på det som en almindelig leverpostejmad uden pynt – den gør ingen skade, men bliver heller ikke husket. Under OK-oplevelser er de helt almindelige dage hvor du gør alt det, du plejer at gøre.

MINUS-oplevelser

Disse oplevelser skuffer gæsten og kan give negativ omtale. Forestil dig, at du står i kø i en butik, og medarbejderen er uopmærksom eller uhøflig – det skaber frustration og dårlig stemning. MINUS oplevelser ligger under gæstens forventninger og skal undgås.





Humørbarometeret

Tænk på gæstens humør som et lille barometer: Det har et niveau, når gæsten træder ind, og ændrer sig, når gæsten går. Selv en lille stigning til det bedre betyder, at du har været en rigtig god vært.

De små ting gør en stor forskel

Ofte er det ikke de store gestusser, men detaljerne, der skaber PLUS-oplevelser. Et smil, en hurtig hjælp, en personlig kommentar eller at huske små ting om gæsten kan gøre hele forskellen. Hvis du observerer, når du selv er gæst, vil du opdage, hvad der virker godt, og hvad der virker mindre godt.

Notér oplevelserne – det er ofte de små detaljer, der skaber de mindeværdige oplevelser. Du kan også tale med dine kollegaer om, hvad der er særligt ved lige netop jeres turistinformation og hvilke små, ekstra tiltag I kan gøre, for at sende gæsten afsted med "det lille ekstra", som skaber gode minder.

Kropssprog – den usynlige nøgle til gæstfrihed

Når en gæst træder ind i en turistinformation, er det første, de lægger mærke til, ikke hvad du siger, men hvordan du står, smiler og bevæger dig. Kropssprog er en ofte overset, men central ingrediens i værtskab. Faktisk viser forskning, at størstedelen af et indtryk af en person skabes uden

ord. Et venligt blik eller en åben holdning kan derfor være forskellen mellem, at gæsten føler sig velkommen eller føler sig overset.

Smil

Et smil fungerer som en lille invitation. Når en gæst træder ind med spørgsmål, kan et ægte smil straks skabe tryghed og imødekommenhed. Omvendt kan et fravær af smil, selv hvis du er fagligt kompetent, få gæsten til at føle sig overset. Smilet kan åbne døren til en positiv oplevelse.

Åbenhed

Kropsholdningen sender signaler, længe før ordene. Krydsede arme kan ubevidst signalere afstand, mens en

åben holdning viser tilgængelighed. Når du vender kroppen mod gæsten, bruger hænderne naturligt og læner dig let frem, skaber det en oplevelse af engagement og nærvær. Selv små ændringer i kropssprog kan forvandle et neutralt svar til en oplevelse, hvor gæsten føler sig guidet og forstået.

Øjenkontakt

Øjenkontakt viser, at du lytter, og at gæsten tages alvorligt. Den skal være regelmæssig, men aldrig stiv. Små nik og bekræftende lyde som "ja" eller "mmh" kan understøtte følelsen af nærvær. Når en gæst føler, at øjnene møder deres, øges trygheden, og det

bliver lettere for dem at stille flere spørgsmål og dele deres behov.

Spejling

Spejling handler om subtilt at matche gæstens energi og gestusser. Når en gruppe glade gæster træder ind med høj energi, kan du møde denne energi med smil og let engagement. Den lille tilpasning i kropssproget skaber hurtigt en positiv stemning, som gør interaktionen behagelig og mindeværdig, uden at det virker påtaget.

Afsked

Et møde slutter ikke, når gæsten forlader skranken. En venlig afsked, et smil eller et lille vink kan efterlade følelsen

af, at besøget var personligt og imødekommende. Små afslutningsgestusser kan være det, gæsten husker bedst – den sidste note i oplevelsen, der sætter sig i hukommelsen.

Kropssprog er ikke blot et supplement til ord – det er selve hjertet af værtskab. Smil, åbenhed, øjenkontakt, spejling og en varm afsked kan forvandle en almindelig informationsudveksling til en mindeværdig oplevelse. Som værter har vi den usynlige nøgle, der gør, at gæsterne føler sig set, trygge og velkomne – uden at et eneste ord behøver at blive sagt.



© Mads Tolstrup



Det gode værtskab – året rundt, hele tiden

At være vært er mere end blot at tilbyde en service – det er en livsstil, en bevidsthed om, at hver eneste gæsteoplevelse tæller. Gode værter ved, at gæstens oplevelse ikke må variere fra begyndelsen til slutningen af sæsonen; uanset om det er højsæsonens travlhed eller lavsæsonens ro, skal kvaliteten af mødet, stemningen og opmærksomheden forblive konstant.

Vælg værtskabet – hver dag

Gode værter træffer et valg hver dag: de vælger at møde gæsterne med energi, engagement og nærvær. Dette valg kræver intention og selvindsigt. Det handler ikke kun om at levere et produkt eller en service; det handler om at skabe mindeværdige øjeblikke, hvor gæsten føler sig set, velkommen og værdsat. Men det kræver mere end bare vilje – det kræver energi. At være på hele tiden kan være krævende, og det er ikke en svaghed at indrømme træthed. Tværtimod er det en nødvendighed at kende sine egne grænser og finde måder at lade op på, så du altid kan give gæsterne den oplevelse, de fortjener.





Skab rytmer, der holder

For at kunne levere det gode værtskab hele året, er det vigtigt at skabe personlige og organisatoriske rytmer:

Planlæg hvile og restitution

Sørg for pauser, rotation af opgaver og tid til refleksion. Selv små, strukturerede pauser kan gøre en stor forskel.

Vedligehold din passion

Husk, hvorfor du blev vært. Lad de små øjeblikke med gæsterne minde dig om glæden ved at skabe oplevelser.

Lær af hver sæson

Brug lavsæsonen til at justere, forbedre og innovere. Hver sæson er en mulighed for at udvikle både dig selv og gæsteoplevelsen.

Konsistens skaber tillid

Når gæster oplever det gode værtskab gentagne gange, skabes tillid. De ved, at de kan forvente det samme høje niveau af nærvær og kvalitet, uanset tidspunkt på året eller hvem de møder. Dette kræver, at du som vært arbejder klogt – at du finder balancen mellem energi og restitution, mellem fokus på gæsterne og fokus på sig selv.

Værten som rollemodel

Et konstant godt værtskab smitter. Hvis lederen hilser gæsten med smil og hjælper med information, inspirerer det medarbejderne til at gøre det samme. Det er ikke nok at instruere – det handler om at vise vejen.

At vælge det gode værtskab året rundt betyder derfor at vælge nærvær, kvalitet og energi – hver dag. Det betyder at tage ansvar for både gæstens oplevelse og egen trivsel. For i sidste ende er det balancen mellem passion og pleje af sig selv, der gør oplevelsen mindeværdig – både for gæsterne og for dig selv som vært.





Konflikthåndtering – kunsten at bevare roen

Som vært vil du opleve, at ikke alle situationer altid går glat. Konflikter kan opstå – mellem gæster, mellem medarbejdere, eller mellem gæster og personale. Evnen til at håndtere dem på en respektfuld og effektiv måde er en af de vigtigste færdigheder i godt værtskab.

1. Mød konflikten med ro

Det første skridt i konflikthåndtering er at bevare roen. Når tonen hæves, kan det være fristende at reagere følelsesmæssigt – men som vært er din rolle at sætte rammen for dialogen. Tag et dybt åndedrag, lyt aktivt, og vis, at du tager situationen seriøst.

2. Lyt før du taler

En konflikt handler ofte lige så meget om følelser som om fakta. Lad den anden part få plads til at fortælle deres oplevelse, uden afbrydelser. Ved at lytte aktivt signalerer du respekt, og du får samtidig vigtig information, som hjælper dig med at finde en løsning.

3. Find løsninger frem for at pege fingre

Når du har lyttet, kan du begynde at navigere mod en løsning. Det handler ikke om at “have ret” – det handler om at finde en løsning, som alle kan acceptere. Stil spørgsmål som:

“Hvad kan jeg gøre lige nu for at løse dette?”

“Hvad ville gøre situationen bedre for dig?”

4. Bevar værdigheden

Konflikthåndtering handler også om respekt – både for gæsten og for dig selv. Undgå at eskalere med kritik eller skældud. Hold tonen neutral og professionel, og sæt ord på, hvad der kan gøres, fremfor hvad der er galt. Hvis du når dertil, hvor du ikke føler at du selv kan gøre mere, så er det helt ok at få en kollega til at tage over. Det kan nogle gange give det pusterum der gør, at situationen ikke eskalerer.

6. Den rolige vært smitter

Når du som vært håndterer konflikter med ro, empati og professionalisme, skaber du tryghed – både for gæsterne og dine kolleger. Din måde at reagere på bliver et eksempel, der sætter standarden for hele stedet.

Konflikthåndtering er derfor ikke bare problemløsning. Det er en mulighed for at styrke relationer, opbygge tillid og vise, at godt værtskab ikke kun handler om smil og service – men også om integritet, nærvær og respekt, selv når situationen er svær.

5. Refleksion og læring

Efter konflikten er løst, er det værdifuldt at reflektere: Hvad kan vi lære af situationen? Er der rutiner, vi kan justere? Kan vi forebygge lignende situationer i fremtiden? Konflikter er ikke kun udfordringer – de er også muligheder for udvikling, både for dig som vært og for teamet omkring dig.

Og så er det vigtigt at huske på, at det typisk ikke er dig personligt gæsten er sur på. Det kan være dem selv eller en rejsemakker de er sure på, eller at de føler sig magtesløse i situationen.

Vil du have flere gode råd til konflikt-håndtering så besøg evt. denne hjemmeside om konflikttrappen





© Mads Tolstrup

Det får du

VIP-kortet

Som frontmedarbejder i en turistinformation, har du adgang til et digitalt VIP-kort. Kortet er personligt og giver gratis adgang til en række attraktioner i destinationen, mulighed for at afprøve nogle af destinationens aktiviteter samt kaffe eller andet ekstra i forbindelse med spisning på udvalgte restauranter.

VIP-kortet er din mulighed for at blive endnu klogere på det turismetilbud, vi har til vores gæster. For hvordan skal du kunne henvise til de mange attraktioner og oplevelser, hvis du ikke selv kender til det? Derfor er det din mulighed for at blive endnu bedre

klædt på til at gøre destinationen større og henvise til alle de mange gode oplevelser, vi kan tilbyde vores gæster.

Det er den daglige leder af turistinformationen der kan give dig adgang til kortet i samarbejde med VISM. Alle i turistinformationen, der har berøring med gæster på den ene eller anden måde, kan få adgang til VIP-kortet. Bemærk at kortet er personligt og kun gyldigt, så længe du er ansat i en virksomhed, der er autoriseret turistinformation.

Ønsker du selv at bidrage med et tilbud fra din virksomhed til frontpersonalet i de andre turistinformationer, så tag endelig fat i os.

Jo flere tilbud og muligheder for at afprøve det produkt vi tilbyder vores gæster, jo bedre.



Kursusdage kun for turistinformationerne

Hvert år bliver der afholdt tre kursusdage for turistinformationerne og det er gratis at deltage. Det drejer sig om følgende kursusdage:

Kick-Off

Kick-off-dagen afholdes som opstart på sæsonen, hvor der er mulighed for at tilmelde op til to medarbejdere fra hver turistinformation. Kurset fokuserer altid på relevante emner, f.eks.: Den kommende sæson, årets markedsføring og gæsteservice, destinationen helt generelt, netværk m.m.

Produktkendskabstur

Produktkendskabsturen afholdes hvert forår med udgangspunkt i destinationen. Her kan der være fokus på et specielt emne, eller geografi. Det er muligt at tilmelde én medarbejder fra hver turistinformation. Turen varer fra tidlig morgen til sen eftermiddag/aften og indeholder besøg på attraktioner og ture i det fri, derudover er der morgenmad, frokost samt kaffe & kage og evt. aftensmad.

Evalueringsdag

I efteråret afholdes den årlige evalueringsdag, som tager udgangspunkt i sæsonen der er gået. Her er der mulighed for at tilmelde to medarbej-

dere fra hver turistinformation. Denne dag fokuseres der bl.a. på: Evaluering af den afsluttede sæson, informationer om den næste sæson, inputs fra deltagerne omkring deres netop overståede sæson, gæsteservice m.m. Typisk vil der på denne kursusdag også være en ekstern oplægsholder.

Workshops generelt

I løbet af året er der også mulighed for at deltage på forskellige kompetenceworkshops som VISM afholder. Her er der fokus på udvalgte emner indenfor digital udvikling, markedsføring og værtskabsaktiviteter. Det er gratis at deltage på disse workshops, men der opkræves et gebyr på kr. 500,-, hvis du udebliver eller aflyser senere end 48 timer før afvikling.

Klar til sparring

Vi sparrer gerne, når der opstår spørgsmål eller behov for at vende tingene med nogen udefra. Det kan være alt fra værtskab og gæsteoplevelser til samarbejde, trivsel, mar-

kedsføring eller de små udfordringer i hverdagen.

Som en del af et større netværk af turistinformationer kan vi også facilitere sparring sammen med en anden turistinformation, som har erfaring med netop det, I efterspørger. På den måde får I både nye perspektiver og konkrete idéer fra dem, der har prøvet det før.

Øget digital synlighed

Som turistinformation sørger vi for at give jer ekstra synlighed på vores kortmateriale, men også digitalt. På vores hjemmeside står I nævnt som turistinformation, ligesom vi flere ste-

der linker til jer, for at synliggøre jeres virksomhed.

Alle virksomheder på Sydsjælland & Møn, der er relevante for turister, har ret til en gratis profilvisning på VISM's hjemmeside. Her samler vi alle de seværdigheder, attraktioner, overnattingssteder mm. der ligger i destinationen. Har din virksomhed ikke allerede en profilvisning, er du mere end velkommen til at kontakte os. Har du allerede en profilvisning, anbefaler vi at du tjekker at oplysningerne er relevante og opdaterede mindst én gang årligt.





Nyhedsbreve til turistinformationerne

Ved lejlighed udsender VISM nyhedsbreve til netværket af turistinformationer omhandlende nye tiltag, tilbud om workshops, information om kursusdage m.m. Hvis du har gode idéer til værtskab, nye tilbud til gæsterne eller andet, du synes bør deles med dine kollegaer på de andre turistinformationer, er du meget velkommen til at tage fat i os. Så vil vi meget gerne dele via vores nyhedsbreve. Det kan også være en god oplevelse med gæster, et initiativ, der har virket super godt eller en idé om skiltning, holdere eller andet. Husk, at dele dette med andre, så vi kan gøre vores gæsteservice endnu bedre, til fordel for alle.

Turistinformationsnetværket som kompetenceløft

Når en virksomhed bliver en del af turistinformationsnetværket, styrkes ikke kun indsatsen overfor destinationens gæster, men også arbejdet med virksomhedens egne gæster. Rollen som turistinformation giver en daglig træning i at møde forskellige gæster med forskellige behov, og det skærper forståelsen for kundesegmenter, målgrupper og formidling. Du bliver bedre til at lytte, stille de rigtige spørgsmål og præsentere tilbud på en måde, der opleves relevant og vedkommende – kompetencer, der direkte kan overføres til mødet med egne gæster. Netværket giver adgang til viden og sparring,

som går ud over den enkelte virksomhed. Gennem nyhedsbreve, kursusdage og snak med andre aktører får man en bedre forståelse af lokalområdet og af destinationen som helhed. Den fælles viden gør det nemmere at se sammenhængen og giver gæsteservicen mere dybde, sammenhæng og troværdighed. Turistinformationen bliver på den måde ikke bare en opgave, man skal løse, men noget der hjælper med at gøre arbejdet bedre i hverdagen.

Derfor vælger mange virksomheder ikke kun at blive en del af netværket, men også at forblive i det. Værdien ligger ikke kun i at blive synlig eller



hjælpe gæsterne, men i den viden og de erfaringer, man får, som styrker arbejdet i egen virksomhed. Turistinformationen bliver dermed en naturlig del af det professionelle værtskab, hvor læring og drift går hånd i hånd.

Vidensbank

VISM stræber efter at alle turistinformationer er "klædt godt på" til arbejdet med destinationens gæster. Derfor har vi udarbejdet en underside på vores hjemmeside, hvor du kan lære meget mere om vores målgrupper, læse mere om I-skilte, VIP-kort og brochuredistribution m.m. Vi har forsøgt at samle en masse viden til dig, så du

altid kan bruge siden som et opslagsværk. Fremover vil vi også benytte nye værktøjer til at udarbejde læringsvideoer, som du kan bruge til dig selv og dine kollegaer, og dermed blive endnu skarpere til at være turistinformation for destinationens gæster.

**Find VISMs
vidensbank her**





Dagligdagen i din turistinformation

Mysteryshopping

At levere god gæsteservice kræver mere end vilje; det kræver indsigt i, hvordan dine gæster faktisk oplever mødet med virksomheden. Her er mysteryshopping et værdifuldt værktøj. Ved at lade en uvildig "gæst" opleve og evaluere servicen, får du konkrete og ærlige input på alt fra bemanning, imødekommenhed og faglig viden til præsentation, formidling og stemning.

Værdien ligger ikke kun i at afdække, hvad der kan gøres bedre, men også i at bekræfte, hvad virksomheden allerede gør rigtigt. Mysteryshopping viser, hvordan gæsten oplever

virksomheden – ofte på detaljer, som medarbejdere og ledelse ikke selv lægger mærke til i dagligdagen. Feedbacken bliver derfor både en guide til forbedring og et værktøj til at styrke medarbejdernes faglige stolthed og forståelse for gæstens perspektiv. For mange virksomheder er mysteryshopping også en kilde til inspiration. Når evalueringerne drøftes i teamet, skabes læring på tværs af medarbejdere og funktioner, og konkrete ideer til forbedring omsættes til praksis. På den måde bliver mysteryshopping ikke blot en kontrolmekanisme, men et redskab til løbende udvikling af gæsteservice, kvalitet og professionalisme – både i

mødet med gæsterne til turistinformation og virksomhedens egne gæster. VISM har med stor succes brugt mystery shopping på udvalgte turistinformationer, og erfaringerne har vist, hvor værdifuldt det er både som læring og udviklingsværktøj. Har du lyst til, at din virksomhed får en uvildig gennemgang fra en "gæsts" perspektiv? Så kontakt os endelig – det er en oplagt mulighed for at få konkrete input, inspiration og ny indsigt, som kan styrke den samlede gæsteoplevelse.

Gå i gæstens fodspor

En af de mest værdifulde øvelser som turistinformation eller virksomhed/

forretning i det hele taget er at gå i gæstens fodspor – bogstaveligt talt. Det handler om at opleve virksomheden, udstillingen eller attraktionen, som gæsten gør det, uden forudgående kendskab eller insiderforståelse. Hvordan føles det at træde ind første gang? Er skiltene klare? Er ruten logisk? Føles oplevelsen sammenhængende og indbydende? Og er der rent?

Der er mange små detaljer, som kan gøre en stor forskel. Er der sæbe og papir på toilettet? Fungerer garderoben, og er den nem at finde? Kan gæsten forstå udstillingen uden for-kundskab? Er skiltene tydelige, og

er ruten gennem rummet logisk? Får gæsten de nødvendige informationer, og er personalet tilgængeligt og imødekommende?

For at være sikker på dette, bør du løbende tage turen i gæstens fodspor og rette til. Brug evt. også nye medarbejdere/kolleger til at tage turen og være ærlige om det de oplever. På den måde er du sikker på, at de ikke har nogen insiderforståelse, der forstyrrer deres oplevelse af det, de ser.





Gæstetilfredshed – hvordan ved vi, at vi gør en forskel?

At levere god service handler ikke kun om at gøre vores bedste i mødet med gæsterne – det handler også om at vide, om vi lykkes. Som turistvirksomhed er det vigtigt løbende at måle gæstetilfredsheden, så du kan justere indsatsen, optimere oplevelserne og sikre, at gæsterne forlader dig glade, trygge og inspirerede. Udover Mysteryshopping med en købt gæst kan du også måle gæstetilfredshed på andre måder.

1. Spørgeskemaer og feedbackformularer

En enkel måde at få direkte input fra gæsterne er via kort feedback, enten fysisk eller digitalt via QR-koder. Spørgsmålene kan fokusere på gæstens oplevelse af venlighed, hjælpsomhed og relevansen af de oplysninger, de har fået.

2. Online anmeldelser og sociale medier

Kommentarer på Google, TripAdvisor eller sociale medier giver ofte spontan feedback. Det er en kilde til at fange både positive oplevelser og områder, hvor gæsterne oplever udfordringer.

3. Opfølgende samtaler og telefoninterviews

For særlige grupper af gæster, fx VIP-gæster eller deltagere i events, kan korte opfølgende samtaler give dybere indsigt i, hvad der har gjort oplevelsen god, og hvad der kunne forbedres.

4. Internt team-overblik

Saml feedback fra alle medarbejdere, som møder gæsterne i det daglige. De oplever direkte gæsternes reaktioner, spørgsmål og kommentarer, og deres observationer kan hjælpe med at spotte mønstre og forbedringsmuligheder.

Tips til brug af feedback

Del resultaterne med hele teamet, så alle kan se, hvordan deres indsats påvirker gæsterne.

Brug feedbacken til at justere procedurer, skiltning, brochurer og digitale løsninger.

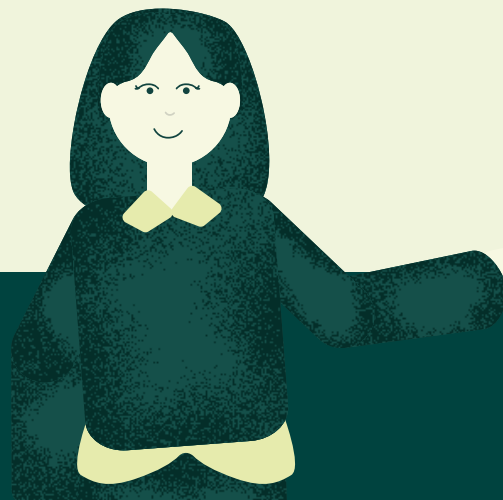
Fejr de positive resultater – det motiverer alle til fortsat at skabe PLUS-oplevelser.

Måling af gæstetilfredshed er ikke blot kontrol, men et værktøj til læring og udvikling. Når vi forstår gæsternes oplevelse, kan vi målrettet styrke vores værtskab og sikre, at alle gæster forlader os med et smil – klar til at udforske resten af Sydsjælland & Møn.

Det Grønne I – et synligt tegn på værtskab

Som en del af destinationens turistinformationsnetværk forpligter man sig til at vise "Det Grønne I" frem. Skiltet er nemt at afkode uanset nationalitet og er et tydeligt signal til gæsterne om, at de kan forvente kvalificeret information og en varm velkomst. Skiltet findes i flere varianter, så du kan vælge den løsning, der passer bedst til din virksomhed:

- Alu-skilt i flere størrelser til væg eller galge
- Klistermærke
- Plakater
- Beachflag og flag til flagstang – og det kan også fås digitalt, så det kan bruges på egne producerede vejvisningsskilte,
- Brochuremateriale og andre trykte eller digitale materialer



Hvor meget skiltning du ønsker, bestemmer du selv, og VISM bestiller det, du har behov for og dækker også omkostningerne.

Det er vigtigt løbende at holde skiltene pæne og indbydende – sørg for, at flag ikke er flossede i kanterne, og at skilte fremstår rene og tydelige. Har du brug for nye skilte, er det altid muligt at få dem – det eneste, du skal gøre, er at kontakte VISM. På den måde forbliver "Det Grønne I" et klart og professionelt signal til vores gæster om gæsteservice i topklasse.

Samarbejde og lokal viden

Som turistinformation er aktivt samarbejde og opdateret lokal viden nøglen til en stærk gæsteservice. Det handler ikke kun om at kende sin egen attraktion, men også om at have fingeren på pulsen i nærområdet. Gode anbefalinger om spisesteder, overnatningsmuligheder eller andre oplevelser gør gæstens besøg mere komplet – og når anbefalingerne matcher virksomhedens egen målgruppe, bliver oplevelsen både relevant og personlig.

Samarbejde med andre aktører i området giver endnu større værdi. Andre turistinformationer, lokale virk-

somheder og attraktioner kan være uvurderlige sparringspartnere, når det handler om at udveksle viden, idéer og konkrete samarbejdsmuligheder. Det giver også mulighed for at henvise gæster til hinanden – både når gæsten fysisk besøger stedet, men også via hjemmesider, sociale medier eller brochurer. Måske kan I endda udvikle fælles tiltag, pakker eller ruter, der tiltrækker flere gæster og skaber en bedre samlet oplevelse?

Det vigtigste er at være nysgerrig. Spørg ind til andres tilbud, hold dig opdateret på nye muligheder, og vær åben for at dele din egen viden. Jo mere aktivt du og dine kollegaer

arbejder med netværk og lokal indsigt, desto stærkere bliver virksomhedens rolle som troværdig, vidende og engageret turistinformation – til gavn for både gæster og lokalsamfund.

Morgenrutine – tjekliste ved åbning af turistinformationen

Morgenen er kommet, solen kaster lys ind gennem vinduerne, og stille lyde fra omverdenen udenfor markerer starten på en ny dag. Det er tid til at åbne dørene for dagens gæster – men inden de træder ind, er der noget, du skal have styr på. For at skabe et professionelt og indbydende førstehåndsbild er det vigtigt at have styr på både de store og små detaljer,

så alt fremstår ryddeligt, opdateret og klart fra første øjeblik. En struktureret morgenrutine hjælper både nye og erfarne medarbejdere med at få overblik, sikre, at intet overses, og give gæsterne den bedst mulige oplevelse allerede fra de første skridt indenfor. Se tjeklisten på næste side.



© Thomas Ix



Tjekliste ved åbning



Udvendigt og synlighed

- Sæt flag, beachflag og skilte korrekt frem – tjek at de er pæne og ikke flossede
- Sørg for at skilte med åbningstider er opdaterede og tydelige
- Er indgangen udefra ryddelig og indbydende?



Brochurer og informationsmateriale

- Fyld brochureholdere op, så alle brochurer er tilgængelige og opdaterede
- Tjek at brochurer på skranker og udlagte materialer er i pæn stand og relevante
- Fjern plakater, flyers eller andet materiale om arrangementer, der allerede er afholdt
- Sæt nye eller opdaterede materialer frem, hvis noget mangler



Fysiske faciliteter

- Er toiletter og badeværelser rene, med sæbe og papir?
- Er garderober og opbevaringsmuligheder tilgængelige og funktionsdygtige?
- Er siddepladser og andre publikumsområder ryddelige og indbydende?



Ekstra tjekpunkter

- Er åbningstider korrekt vist både fysisk og digitalt (skilte, brochurer, hjemmeside, sociale medier)?
- Tjek, om der er specielle arrangementer eller ændringer, gæsterne skal informeres om. Tjek evt. begivenhedskalenderen på Visit Sydsjælland & Møns hjemmeside.
- Giv kolleger besked om særlige opgaver eller praktiske, relevante ting, som gæster kan spørge om



Rydelighed og orden

- Tjek at alle områder er ryddelige og rene
- Er skranker og borde ryddet og klar til gæster?
- Tøm skraldespande, og kontroller at affaldsposer er sat i
- Tjek lamper og pærer – fungerer alt belysning korrekt?



Denne tjekliste fungerer som en fast morgenrutine, der sikrer, at både små og store detaljer er på plads, så gæsterne får et godt første-håndsindtryk, og medarbejderne har styr på dagens opgaver. Du kan altid selv skrive yderligere punkter ind, som er relevante for lige

netop jeres virksomhed. Og nej, vi forventer ikke at I gennemgår listen fra start til slut hver dag – det er blot tænkt som en rettesnor, som I kan tilpasse til jeres egen turistinformation.



Brochurer

Brochuredistribution til turistinformationerne

Selv om Visit Sydsjælland & Møn er tilnærmelsesvist 100 % digitale markedsføringen, så er der dog stadig en ting vi trykker, nemlig kortmateriale. Hvert år trykker vi to forskellige slags kort, et destinationskort og et kort med cykel- & vandreruter indtegnet. Begge kort kan turismevirksomheder købe annonceplads på. For at få delt dem rundt til alle turistinformationerne, har vi opstartet en distributionsaftale med en lokal distributør, som udover vores eget kortmateriale også tager andre relevante kort og brochurer med rundt. Det betyder, at man som turistvirksomhed kan tilkøbe sig plads

på distributionsturene og dermed få distribueret sit materiale direkte til turistinformationerne i destinationen.

For dig som turistinformation betyder den fælles distribution, at du får mange af dine brochurer leveret direkte til døren helt gratis. Vores distributør kører 5 gange over sæsonen, med den første tur inden påske og den sidste tur inden efterårsferien.

Planen for årets kørsel kan du finde her, under brochuredistribution eller på næste side.



Marts			April			Maj			Juni			Juli			August			September		
Uge 10	SØ	1	Uge 14	ON	1	Uge 19	FR	1	Uge 23	MA	1	Uge 27	ON	1	Uge 32	LØ	1	Uge 36	TI	1
	MA	2		TO	2		LØ	2		TI	2		TO	2		SØ	2		ON	2
	TI	3		FR	3		SØ	3		ON	3		FR	3		MA	3		TO	3
	ON	4		LØ	4		MA	4		TO	4		LØ	4		TI	4		FR	4
	TO	5		SØ	5		TI	5		FR	5		SØ	5		ON	5		LØ	5
	FR	6		MA	6		ON	6		LØ	6		MA	6		TO	6		SØ	6
	LØ	7		TI	7		TO	7		SØ	7		TI	7		FR	7		MA	7
Uge 11	SØ	8	Uge 15	ON	8	Uge 20	FR	8	Uge 24	MA	8	Uge 28	ON	8	Uge 33	LØ	8	Uge 37	TI	8
	MA	9		TO	9		LØ	9		TI	9		TO	9		SØ	9		ON	9
	TI	10		FR	10		SØ	10		ON	10		FR	10		MA	10		TO	10
	ON	11		LØ	11		MA	11		TO	11		LØ	11		TI	11		FR	11
	TO	12		SØ	12		TI	12		FR	12		SØ	12		ON	12		LØ	12
	FR	13		MA	13		ON	13		LØ	13		MA	13		TO	13		SØ	13
	LØ	14		TI	14		TO	14		SØ	14		TI	14		FR	14		MA	14
Uge 12	SØ	15	Uge 16	ON	15	Uge 21	FR	15	Uge 25	MA	15	Uge 29	ON	15	Uge 34	LØ	15	Uge 38	TI	15
	MA	16		TO	16		LØ	16		TI	16		TO	16		SØ	16		ON	16
	TI	17		FR	17		SØ	17		ON	17		FR	17		MA	17		TO	17
	ON	18		LØ	18		MA	18		TO	18		LØ	18		TI	18		FR	18
	TO	19		SØ	19		TI	19		FR	19		SØ	19		ON	19		LØ	19
	FR	20		MA	20		ON	20		LØ	20		MA	20		TO	20		SØ	20
	LØ	21		TI	21		TO	21		SØ	21		TI	21		FR	21		MA	21
Uge 13	SØ	22	Uge 17	ON	22	Uge 22	FR	22	Uge 26	MA	22	Uge 30	ON	22	Uge 35	LØ	22	Uge 39	TI	22
	MA	23		TO	23		LØ	23		TI	23		TO	23		SØ	23		ON	23
	TI	24		FR	24		SØ	24		ON	24		FR	24		MA	24		TO	24
	ON	25		LØ	25		MA	25		TO	25		LØ	25		TI	25		FR	25
	TO	26		SØ	26		TI	26		FR	26		SØ	26		ON	26		LØ	26
	FR	27		MA	27		ON	27		LØ	27		MA	27		TO	27		SØ	27
	LØ	28		TI	28		TO	28		SØ	28		TI	28		FR	28		MA	28
	SØ	29	Uge 18	ON	29		FR	29		MA	29		ON	29		LØ	29		TI	29
	MA	30		TO	30		LØ	30		TI	30		TO	30		SØ	30		ON	30
	TI	31					SØ	31					FR	31		MA				

Distributionsplan i 2026

Almindelig tur
(kun turistinformationer)

Stor tur
(alle)

Materiale deadline
inden næste kørsel

Pris for distribution*

Alm. flyers (én tur)
1.500 DKK

Alm. flyers (alle ture)
4.500 DKK

Kataloger (én tur)
2.000 DKK

Kataloger (alle ture)
5.500 DKK

* Alle priser er eks. moms

Hvilke brochurer skal jeg have?

Udvalget af brochurer på din turistinformation er et vigtigt redskab i mødet med gæsterne. Det er her, du er med til at inspirere, guide og skabe overblik over de mange oplevelser, destinationen og nærområdet byder på. Der findes ikke en fast liste over brochurer, som skal være til stede – men der er enkelte brochurer, som altid skal være tilgængelige.

Destinationskortet og kortet med cykel- og vandreruter er et "must have" og skal findes på alle turistinformationer. De to kort er fundamen-

tet for mange gæsters ophold og bruges ofte som udgangspunkt for både spørgsmål, anbefalinger og videre dialog og er dermed også et vigtigt arbejdsredskab for dig.

Derudover er det en klar fordel, at du har brochurer og foldere fra de største attraktioner, aktuelle events i nærområdet samt overnatnings- og spisesteder i nærheden af din turistinformation. Hvilke materialer der giver mest værdi, afhænger dog af netop dine gæster. Du kender dem bedst – deres spørgsmål, behov og interesser

– og derfor er det også dig, der bedst kan vurdere, hvilke brochurer der bør prioriteres.

Ligger din turistinformation tæt på en anden destination, for eksempel Lolland-Falster eller Køge, kan det være en stor fordel også at have deres kataloger liggende. På den måde kan du guide gæsterne videre og inspirere til oplevelser ud over destinationens egne grænser – noget mange gæster sætter stor pris på, da de netop ikke rejser efter kommunegrænser, men blot efter mulighederne i nærheden.

I forbindelse med vores fælles distribution køber de fleste større attraktioner

sig ind og du får dermed deres foldere leveret på distributionsturene. Øvrige brochurer skal du selv rekvirere. Vi står dog altid klar til en dialog om udbudet og hjælper gerne med sparring eller kontaktoplysninger på de aktører, du ønsker foldere fra.

Kort sagt: Brug brochurerne aktivt som en del af din værktøjskasse – og husk, at det er din lokale viden og dit kendskab til gæsterne, der gør forskellen.

Andre distributionsselskaber

Vil du have brochurer fra andre steder i Danmark eller selv distribuere dine foldere andre steder end i vores destination, kan VISM give info om mulig-

heder og samarbejdspartnere som FerieDanmark og HDH Distribution. Selve bestillingen og distributionen står I selv for.

Brochureholdere – metal, plast eller noget helt tredje?

Brochureholderne i din turistinformation er både praktiske og en del af gæsternes oplevelse. Der findes ikke en fast løsning, da vi synes at det skal kunne passe ind i den stil, der er på stedet, som turistinformationen er en del af. Derfor er den bedste løsning tilpasset netop dine rammer og måde at arbejde med gæsteservice på. VISM dækker udgifterne til brochureholdere, og du kan selv vælge, hvad





du har brug for – bordholdere, vægophæng, gulvstandere eller en kombination. Når du har fundet en løsning, der passer til din virksomhed og interiøret, tager du blot kontakt, så gennemgår vi indkøb og økonomi sammen. Vi har tidligere købt brochureholdere fra flere forskellige leverandører, blandt andet Skiltex.dk, Displaylager.dk, ShopSign.dk og Gerdmans.dk. Hvis du ønsker en samlet vægløsning, hvor mange brochurer kan samles ét sted, har vi tidligere anvendt en vægmonteret brochureholder med både A4- og A6-fag fra Gerdmans. Den type løsning kan være oplagt, hvis pladsen er begrænset, eller hvis du ønsker et mere stramt og overskueligt udtryk.

Der er også plads til kreative løsninger. Nogle turistinformationer har f.eks. haft succes med at genbruge tallerkenholdere, fordi det passede til deres indretning. Vi er åbne for det, så længe det fungerer i praksis og gør det nemt for gæsterne at finde information.

Det er vigtigt, at brochureholderne altid fremstår pæne og indbydende. Slidte, knækkede eller beskadigede holdere giver ikke et godt førstehåndsidtryk og kan gøre det sværere for gæsterne at finde den information, de søger, samtidig med at det ikke gør det bedste indtryk. Ser du, at en holder er gået i stykker, er blevet ustabil eller ikke længere fungerer efter hen-

sigten, skal du derfor kontakte os, så vi sammen kan finde en løsning og få den udskiftet.

Kort sagt: Tænk brochureholderne som en aktiv del af din turistinformation – både funktionelt og visuelt. Du har friheden til at vælge den løsning, der passer bedst til jer.



Stay updated

Opdateret viden – nøglen til god gæsteservice

At være opdateret sikrer, at du kan give gæsterne korrekt og relevant vejledning. Som medarbejder i turistinformation er du ofte gæstens første kontakt til destinationen. Derfor er det vigtigt, at du altid er opdateret – både på de klassiske attraktioner og events, men også på nye tiltag, aktuelle ændringer og andre forhold i nærområdet, som kan påvirke gæstens oplevelse. At være opdateret giver dig mulighed for at give kvalificeret vejledning, svare hurtigt på spørgsmål og guide gæsterne på den bedst mulige måde.

Der er mange måder at holde sig opdateret på – og heldigvis behøver du ikke gøre det alene:

Dine egne netværk

Tal med kolleger, lokale aktører og frivillige i området. De kender ofte nyheder og små ændringer, som endnu ikke er offentligt kendt.

Turistinformationsnetværket

Netværk med andre turistinformationer giver indsigt i, hvad der sker i nærliggende områder, og hvordan andre guider deres gæster.

Se flere råd på næste side.

VISMs kampagner og projekter

Vi arbejder løbende med kampagner, projekter, analyser og spil, som kan give dig inspiration og opdateret viden, du kan dele med gæsterne.

Analyser fra VISM

Statistikker og analyser kan hjælpe dig med at forstå tendenser, gæsteprofiler og efterspørgsel – viden, der gør dig endnu bedre rustet til at vejlede og inspirere gæsterne.

Vær nysgerrig

Gå selv ud og oplev dine omgivelser. Brug dit VIP-kort og besøg attraktioner, events og overnatningssteder i nærområdet. Jo bedre du kender

stedet fra egen oplevelse, desto mere autentisk og engageret kan du vejlede og inspirere gæsterne.

KultuNaut

Brug KultuNaut til at finde information om kulturtilbud og arrangementer i nærområdet. Du kan printe en aktuel kalender med events fra KultuNaut fra VISMs hjemmeside.

Lokale nyhedsmedier og Facebook-grupper

Hold dig orienteret via aviser, nyheds-sites og lokale sociale medier, hvor aktuelle events og ændringer ofte bliver annonceret først.

VISMs hjemmeside

Find opdateringer om kampagner, projekter, analyser og nye initiativer. Du kan også bruge denne side til at søge seværdigheder, overnatningssteder m.m. frem til dine gæster.

B2B-nyhedsbreve fra VISM

Få relevante nyheder, opdateringer og inspiration direkte i din indbakke, så du altid er på forkant med, hvad der sker.

At holde sig opdateret kræver ikke, at du kan alt på én gang – men det handler om at være opmærksom, nysgerrig og bruge de mange muligheder, der allerede findes.

Små, regelmæssige opdateringer giver dig den viden, som gør forskellen mellem at være en god og en fremragende turistinformation.





Afslutning – Skab gode oplevelser for alle gæster

I dette hæfte har du lært om VISM og historien bag turistinformationerne, og hvordan frontpersonalet i destinationens turistinformationer gennem årene har arbejdet for at inspirere, vejlede og skabe oplevelser for gæsterne. Du har også fået indsigt i, hvordan vi måler og følger op på gæstetilfredshed, så vi kan sikre, at alle besøgende får en positiv oplevelse.

Som afslutning vil vi give dig en quick-guide til arbejdet i turistinformationerne, som samler de vigtigste pointer om dit værtskab og hverdagen i informationscentre:

Dit værtskab i turistinformationen

1. Du er måske gæstens første kontaktpunkt, så husk

- Smil og vær imødekommende – det skaber tryghed.
- Lyt aktivt og forstå behovet, før du giver svar.

2. Kommunikation

- Brug enkelt og klart sprog – undgå fagudtryk.

Vær positiv, selv når du afviser eller henviser.

Digital kommunikation skal være opdateret og hurtig.

3. Kendskab til lokalområdet

- Kend attraktioner, restauranter og overnatningssteder.
- Opdater dig løbende på åbningstider, priser og events.

4. Samarbejde

- Netværk med lokale aktører – skab win-win situationer.
- Deltag i kurser og møder for at udvikle kompetencer.
- Del viden internt, så hele teamet kan levere ensartet kvalitet.

5. Evaluering og udvikling

- Reflekter over gode og udfordrende situationer.
- Indsaml feedback fra gæster og kolleger.

Tilpas løbende processer og værtskab for bedre oplevelser.

6. Husk: små gestusser betyder meget

- Et smil, et godt råd eller en ekstra indsats kan gøre dagen mindeværdig både for dig og din gæst.

Dit værtskab skaber gæstens oplevelse – og gæsten husker dig.



Tak for indsatsen – og velkommen i rollen som vært!

Vi håber, at hæftet har givet dig både viden og inspiration – fra historien om Visit Sydsjælland & Møn og turistinformationerne til konkrete værktøjer i hverdagen. Husk, at hver gæst, du møder, er en mulighed for at gøre en forskel.

Små gestusser, et smil, et godt råd eller en ekstra indsats kan skabe store oplevelser, som gæsterne husker og deler videre. Dit engagement, din nysgerrighed og din lokale viden er det, der gør turistinformationen levende

– og det er det, der gør arbejdet både meningsfuldt og sjovt.

Du kan gøre en forskel med dit værtskab og dine gæster vil elske det!

**Tænk som gæst – optræd som vært.
Oplevelsen starter hos dig.**

SYDSJÆLLAND  MØN