



Vores Mission

- VORES MISSION ER AT SKABE ET FAMILIÆRT FRIRUM FOR AKTIV SJOV SAMVÆR
- VI SKABER MINDER





Kort om processen

- Gæster i Sommerland Sjælland (og danske forlystelsesparker generelt) klager særligt over usund mad og ringe madtilbud under besøget.
- Mange savner kvalitet og sunde råvarer frem for fastfood, alternativ til madkurven
- Mulighed for at komme med i et tilskudsprojekt
- Smagen af Sommer blev født 2012





Smagen Af Sommer 2012





Hensigten med Smagen

- Fremme det kvalitetsbevidste og i stigende grad sunde valg ved besøget
- Knytte en rød tråd mellem Sommerland Sjælland og Odsherred som regionalt område
- Øge salg af lokale egnsprodukter generelt. Både i parken samt ved at gæster fx tager visitkort med hjem på enkeltleverandører, kører forbi slagteren hjem, finder ud af der ligger en særlig gårdbutik et sted de ellers ikke ville komme forbi etc.
- Nye gæster – Tjene penge
- Afledte effekter i parken
 - Cafeburger
 - Kålburger
 - Friske Sandwich



God ide men....

- Der er stor forskel på hvad gæsten siger og gør... "vi har ferie faktor"
- Der er praktik som gør det svært
- Kræver en ny type medarbejder/træning
- Giver løft og gæstekredit på den korte bane,,,, sætter forventninger og dermed hæver barren på længere sigt – ikke dårligt....bare dyrt...



Personer

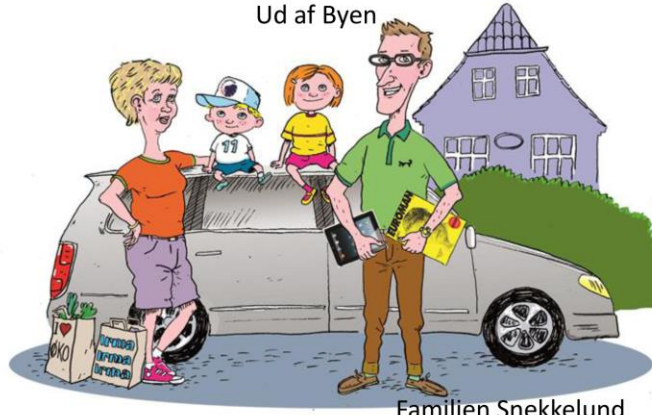
Søren Østergaard Sørensen: Hvem er vores kunder
Markedsføringsplan - hvordan kommunikerer vi?

En smuttur fra sommerhuset



Hanne og Palle Jørgensen

Ud af Byen



Familien Snekkelund

Ud af Byen



Martin Thørgren

De lokale og nære



Lis og Søren Thomsen

På tur med Bedste



Lise og Peter Hansen

Familien Danmark på Udflugt



Familien Holst Sørensen





Personer

Søren Østergaard Sørensen: Hvem er vores kunder
Markedsføringsplan - hvordan kommunikerer vi?

En smuttur fra sommerhuset



Hanne og Palle Jørgensen

Ud af Byen



Ud af Byen



Stine Thorgren

De lokale kunder



Lis og Søren Thomsen

Udflugt



Lise og Peter Hansen



Familien Holst Sørensen

Det er SPELTMOR der bestemmer





Hvordan ser fremtiden ud?

- Vi er gode til at være små og værne om traditionerne
- Målet er et årligt besøgstal på ca. 250.000. Sidste år havde vi 170.000
- Vi er kendt som en innovativ, helstøbt og varieret oplevelsesplatform med forskelligartet underholdning, teknologi og natur af uformel, men høj kvalitet.

