

Seminar DLK – Destination Nord

Opstartsseminar - Mandag d. 14/02-2021 Ved Line Boel Larsen, Destination Nord, Lars Funck, Heidi Dich og Anders Nørgård, UCN - Act2learn



16. august 2021
Anders Nørgård
UCN act2learn Erhverv

Program

- 08.30 - 09.00 : Indtjekning og morgenmad
- 09.00 – 09.15 : Velkomst og præsentation af dagens seminar, ved Line, Lars, Anders og Heidi
- 09.15 – 10.00 : Præsentation af jeres virksomhed og styr på formalia, herunder startskema, Deminimis etc.
- 10.00 – 10.15 : Pause
- 10.15 - 11.00: Oplæg omkring digitale forretningsmuligheder med fokus på markedsføring og SoMe, Ved Lars Funck
- 11.00 – 12.00: Gruppearbejde: Fokus på egen virksomhed, herunder 1-1 sparring med Heidi og Anders
- 12.00 – 12.45 Frokost
- 12.45 – 13.00 Inspirationsoplæg ved Lars Funck
- 13.00 – 14.00 Gruppearbejde og fortsat 1-1 sparring (5-10 min pr. virksomhed)
- 14.00 – 14.15 Pause
- 14.15 – 14.30 Inspirationsoplæg 2, Lars Funck
- 14.30 – 15.30 Afsluttende gruppearbejde, samt 1-1 sparring med virksomheder
- 15.30 – 15.45 Afslutning og tak for i dag, herunder introduktion til netværksdag og kommende seminardag omkring markedsføring

Velkommen

- Hvem er vi?



I korte træk

Præsentation af jer:

1. Hvad hedder I og hvor I kommer fra😊
2. Hvad skal vi vide om jeres virksomhed?
3. Hvad er I optaget af lige nu?



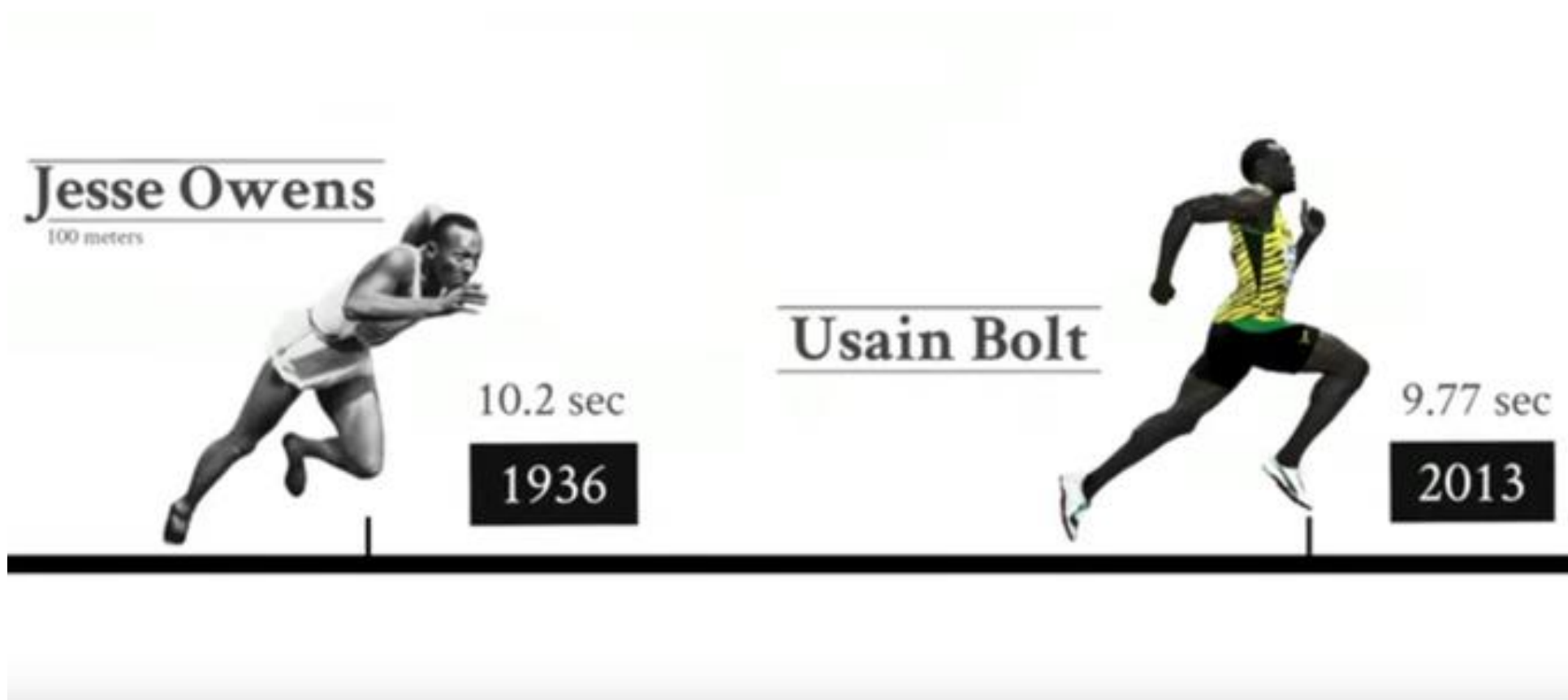
Eliud Kipchoge løb i 2019 et maraton på 1:59:40



Her er OL vinderen fra 1904, Thomas Hicks, ved at blive hjulpet i mål i tiden 3:28:53



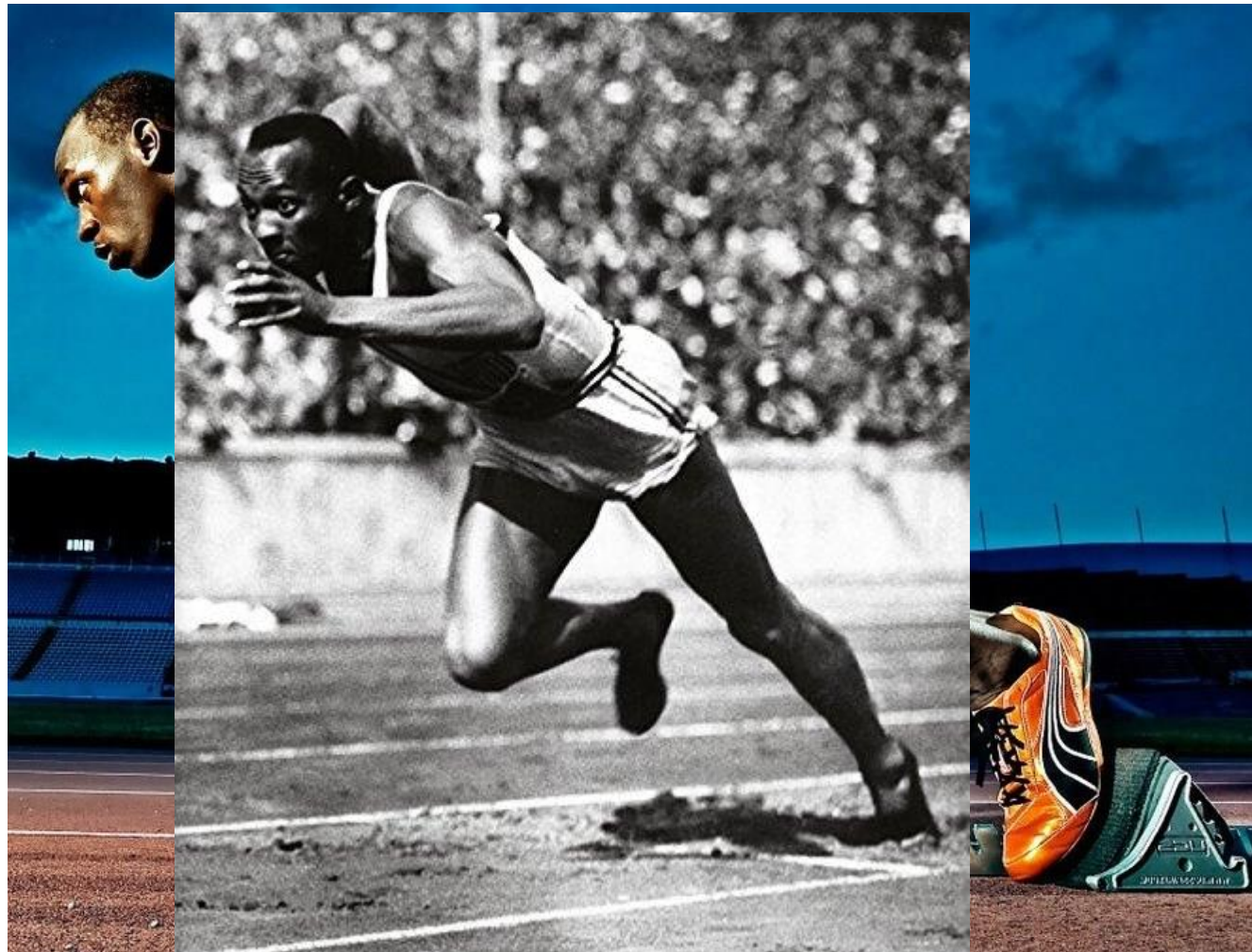
Havde Jesse Owens løbet mod Usain Bolt, så havde han været 4 meter bagefter

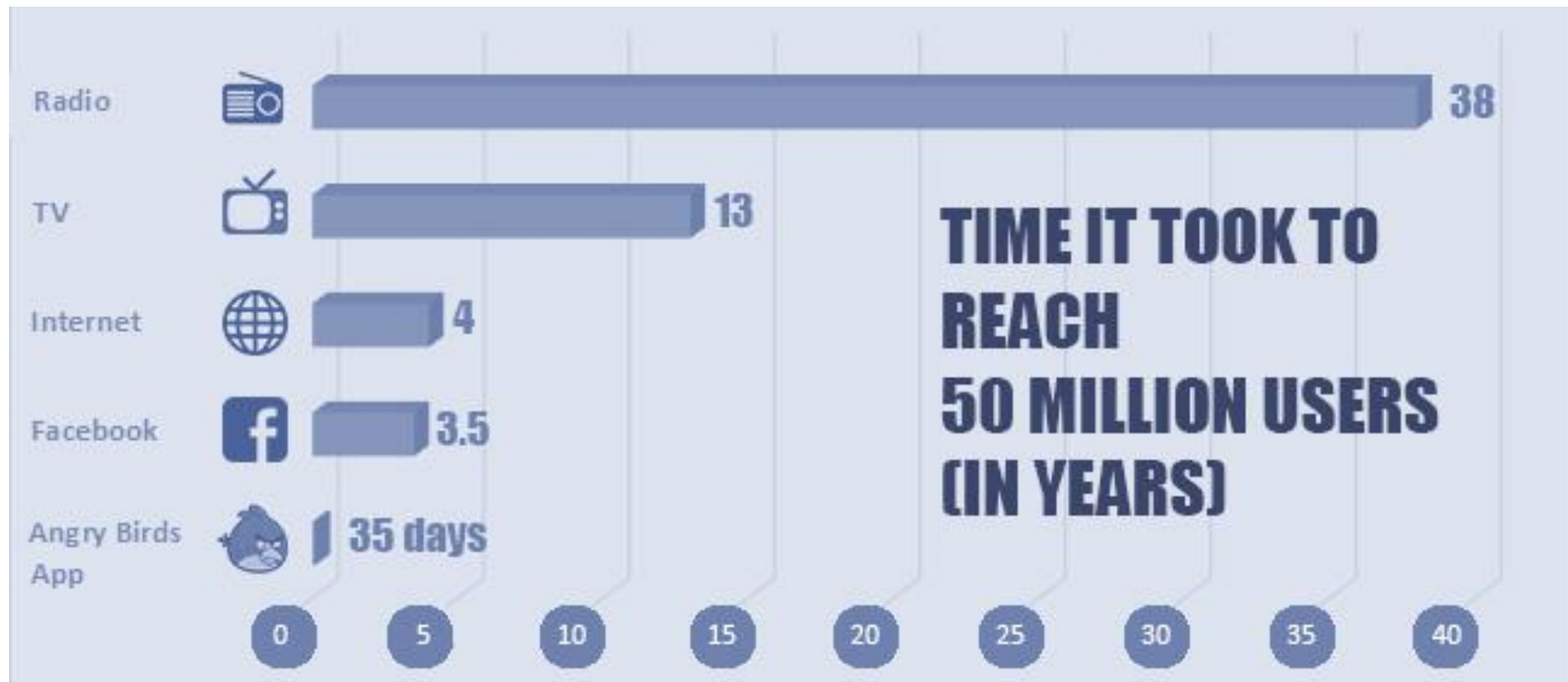


Eliud Kipchoge er ikke en officiel verdensrekord, fordi han løb i et par Nike sko, der vurderes at give ham en fordel.

Jesse Owens løb på en cindersbane, mens Usain Bolt løb på en bane, der var designet til løb.

Hvor Usain Bolt havde en startblok designet til at overføre al muskelkraft til fremdrift havde Jesse Owens en haveskovl, så han kunne grave et hul.





Trends slår igennem hurtigere og hurtigere

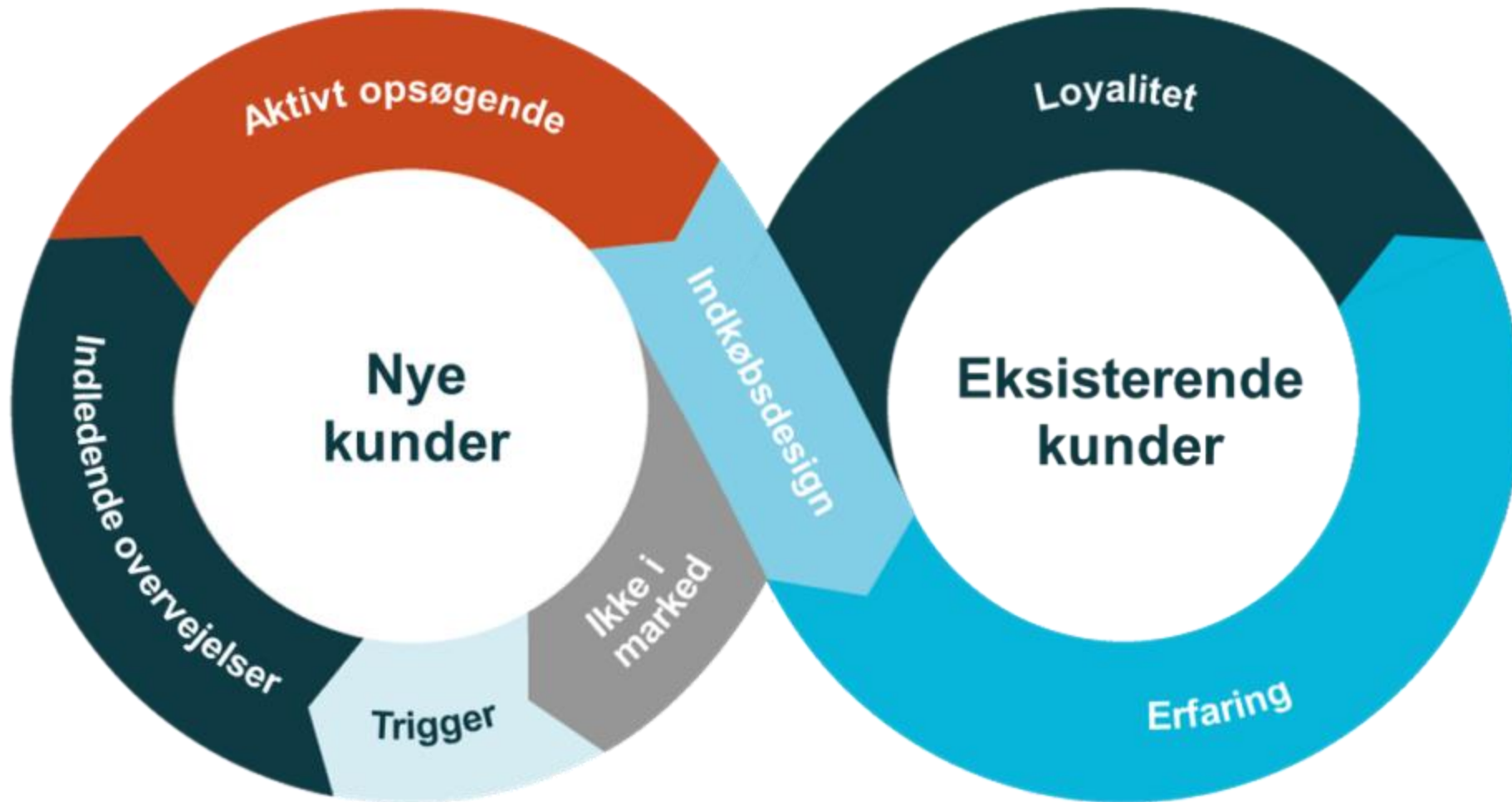
At planlægge 3-5 år ud i fremtiden giver næppe mening

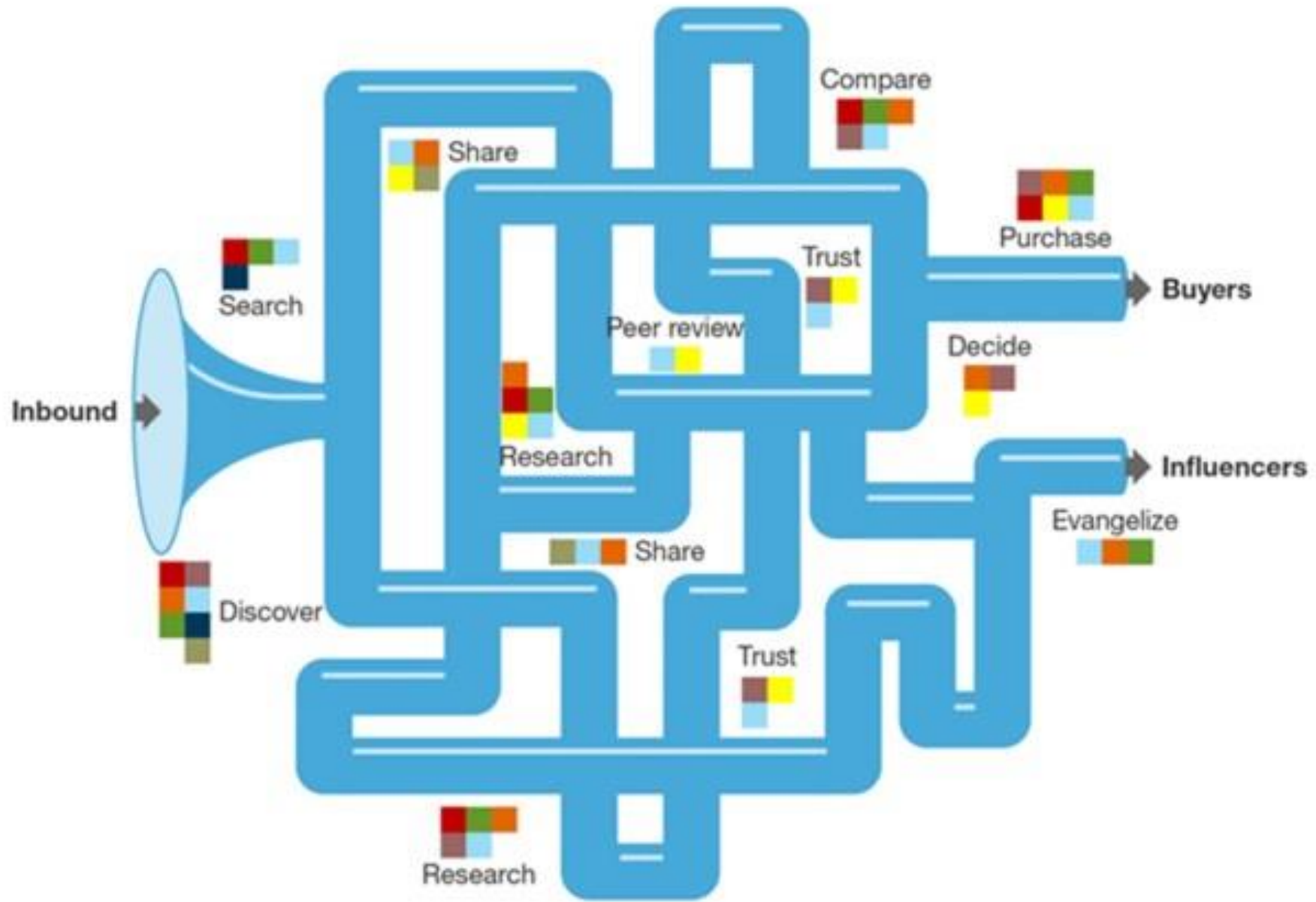
Kunderejsen har ændret sig

Hvor den før ofte blev set som en relativt lineær process er dette ikke længere dækkende



Kunderejsen





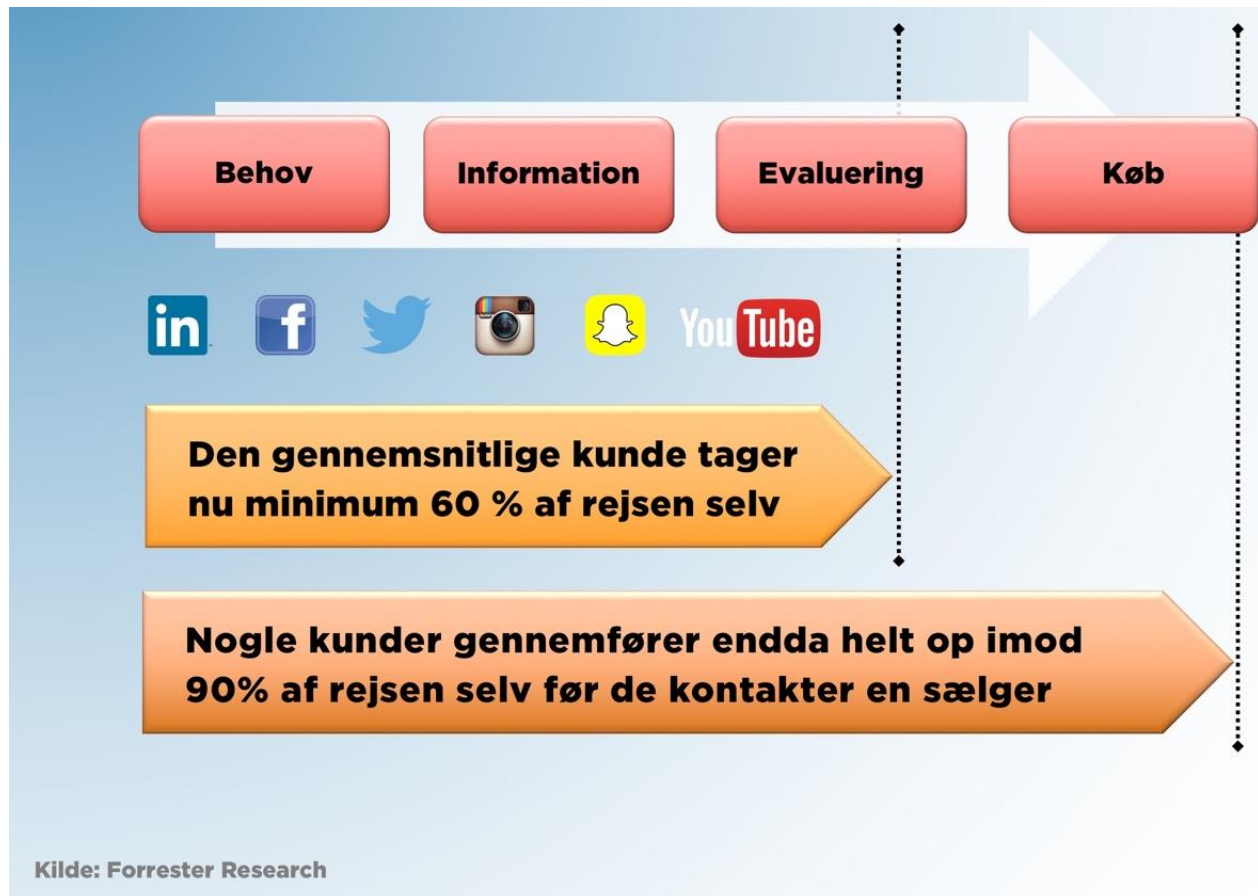
Kundens måde at få information

Før



Nu





Five Generations Working Side by Side in 2020



TRADITIONALISTS

Born 1900-1945

Great Depression
World War II
Disciplined
Workplace Loyalty
Move to the 'Burbs'
Vaccines



BOOMERS

Born 1946-1964

Vietnam, Moon Landing
Civil/Women's Rights
Experimental
Innovators
Hard Working
Personal Computer



GEN X

Born 1965-1976

Fall of Berlin Wall
Gulf War
Independent
Free Agents
Internet, MTV, AIDS
Mobile Phone



MILLENNIAL

Born 1977-1997

9/11 Attacks
Community Service
Immediacy
Confident, Diversity
Social Everything
Google, Facebook



GEN 2020

After 1997

Age 15 and Younger
Optimistic
High Expectations
Apps
Social Games
Tablet Devices

2011



~150

2012



~350

2014



~1,000

2015



~2,000

2016



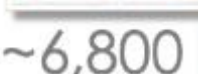
~3,500

2017



~5,000

2018



~6,800

2019



~7,000

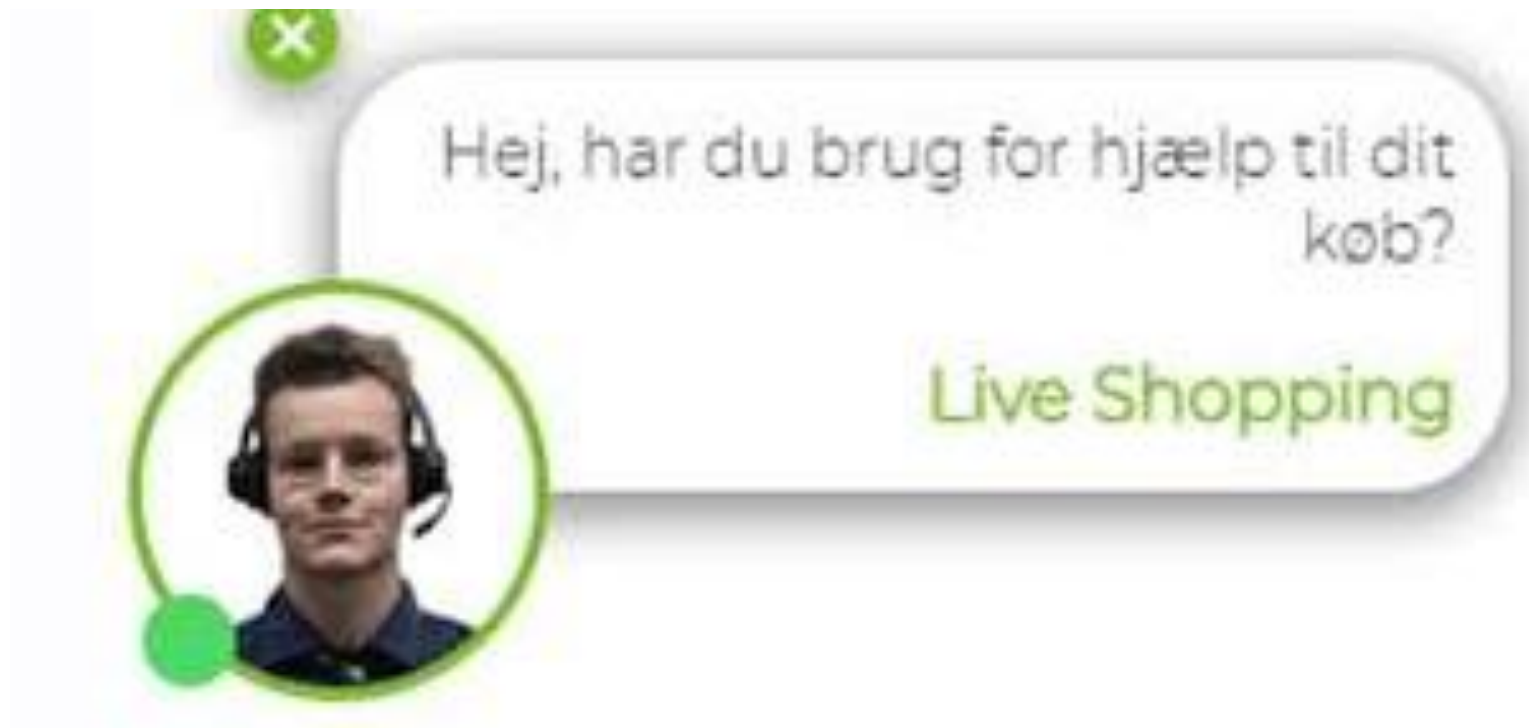
2020



8,000

Mængden af værktøjer stiger

Lad kunderne se jer







act2learn


DESTINATION NORD

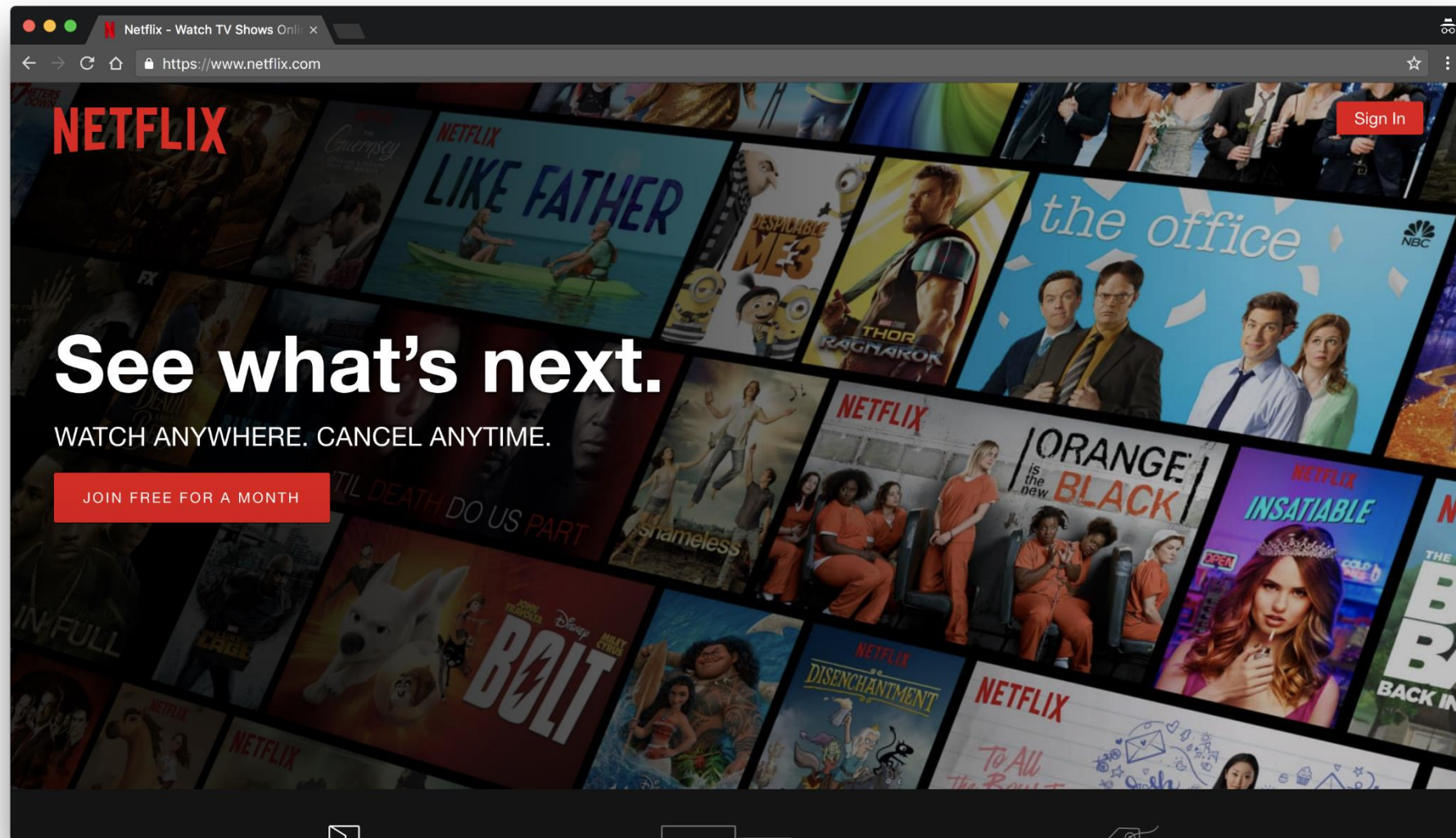
DEN EUROPÆISKE UNION



Den Europæiske Socialfond

Vi investerer i din fremtid





act2learn



DEN EUROPÆISKE UNION



Den Europæiske Socialfond

Vi investerer i din fremtid

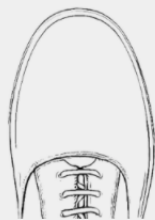
Start designing
by choosing your base model



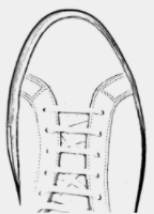
Undandy '48
Heritage and Traditional



Undandy '15
Elegant, Italian Flair



Undandy '92
Dress Sneaker



Undandy '01

[Switch base model](#)





PLAN YOUR TRIP



act2learn

 **DESTINATION NORD**

DEN EUROPÆISKE UNION



Den Europæiske Socialfond

Vi investerer i din fremtid

Skræddersyede skjorter, jakkesæt og mere

Opdag sand individualitet



4.5 ud af 5



Trustpilot



act2learn

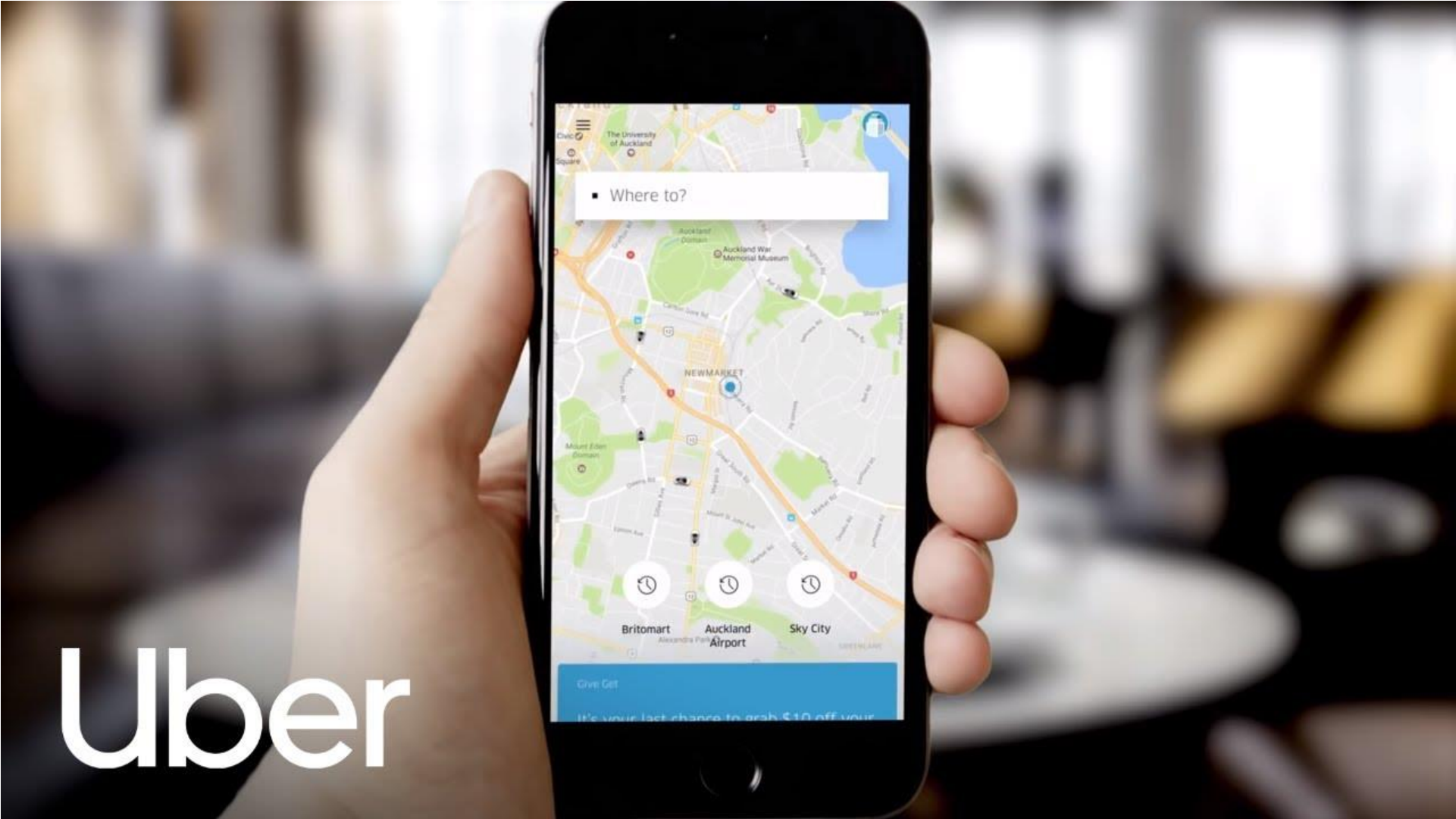

DESTINATION NORD

DEN EUROPÆISKE UNION

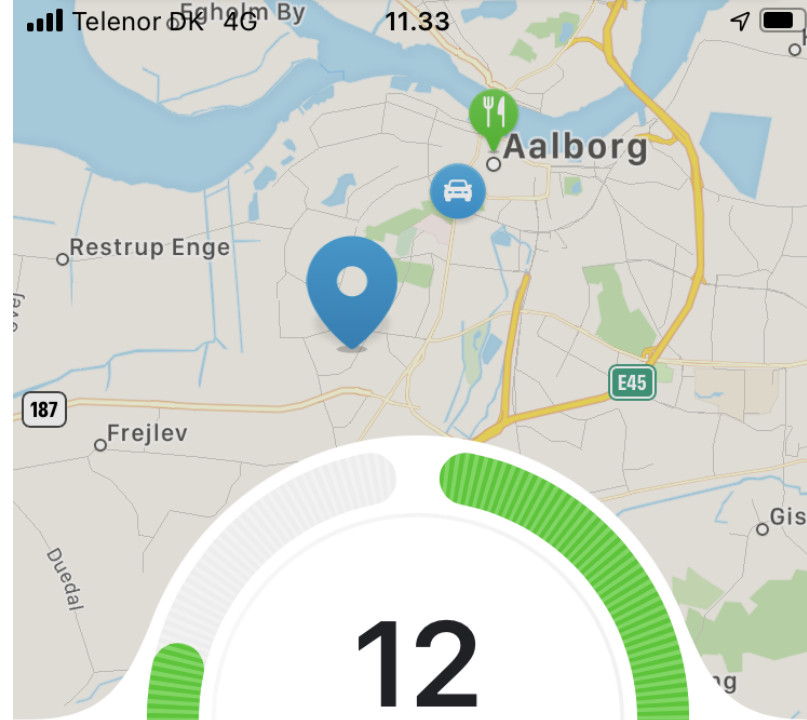


Den Europæiske Socialfond

Vi investerer i din fremtid



Uber



12

minutter
Indtil leveret



Penny Lane

**Færdig! Din bestilling er klar og bliver
nu leveret.**

Estimeret leveringstid:
11.44

[Skjul bestillingsstatus](#)

Turisterne har taget den teknologiske udvikling til sig - Før – Under – Efter

Før

- Research
- Anmeldelser
- Visuelle indtryk
- Sociale medier
- Mund til mund metoden

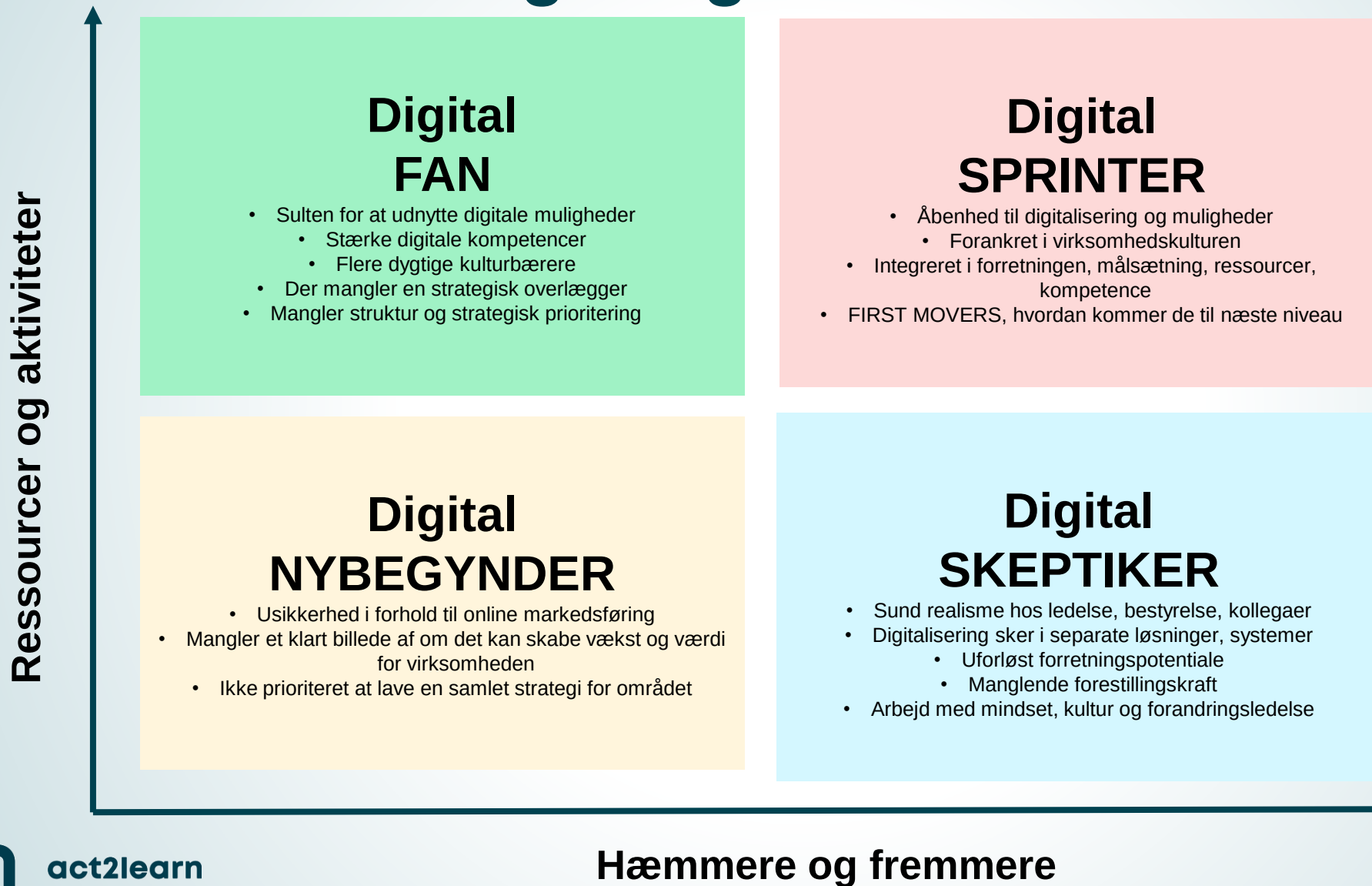
Under

- Oplevelser
 - Service
- Visuelle indtryk
 - Guiding
- Den ekstra oplevelse
- Nærvær

Efter

- Anmeldelser
- Mund til mund metoden
- Siden sidst
- Husker du?
- Gå ikke glip af...

Screening i Digital Ledelseskultur



Er vi klar
til at nå
kunderne
digitalt?

DIGITAL NYBEGYNDER

Karakteristika:

- En vis usikkerhed ifht. Online markedsføring og digitale værktøjer
- **Har ikke et klart billede af om digitalisering kan skabe vækst og værdi for virksomheden**
- Digitaliseringen og det online er blevet nedprioriteret ifht. Andre opgaver
- Er nysgerrige på mulighederne – skal dog gøres konkrete og relevante

Udfordringer:

- Den største udfordring er – det mentale mindset (tilgangen)
- Viden ligger hos den enkelte i deres hoveder
- Værdien af samarbejde på tværs omkring digitalisering virker uoverskueligt

Næste skridt:

- Tage afsæt i deres nysgerrighed
- **Skabe tryghed i, at digitalisering kan styrke udviklingen i virksomheden**
- Digitalisering er et værktøj, der kan udvikle sig og gøre det nemmere at videndele, bruge data, og løse opgaverne.

DIGITAL SKEPTIKER

Karakteristika:

- Digitalisering sker i separate separat, måske lagt ud til eksterne
- **Der er velvilje og opbakning til digitale tiltag specielt, når de understøtter eksisterende arbejdsgange.**
- Ofte 'stand alone' løsninger, der optimerer lokalt mere end tværorganisatorisk.
- En lineær tilgang til digitalisering med en lav grad af risikovillighed.

Udfordringer:

- Den største udfordring er – en strategisk forankring af de digitale indsatser
- Manglende struktur på tilgangen til data og viden.
- Ledere og medarbejdere har ikke mindsettet ifht. At udfordre egne idéer og løsninger.

Næste skridt:

- Udnytte det store potentiale, der er tilstede for at komme videre med digitalisering
- **Ledelsen skal højne deres risikovillighed og sætte ekstra fokus på forandringsledelse.**
- Styrke de interne kompetencer og automatisere manuelle arbejdsgange.

DIGITAL FAN

Karakteristika:

- Sulten efter at udnytte digitale muligheder og iværksætter ofte nye initiativer
- **Har stærke digitale kompetencer inhouse – dygtige kulturbærere**
- Naturligt at se digitalisering som en del af forretningstilgangen.
- **Stort potentiale og tør sætte den enkelte fri og løbe med nye idéer.**

Udfordringer:

- Den digitale nysgerrighed er positiv, men skal følges til døren og implementeres
- Digitalisering opfattes ofte som en hurtig løsning og ses IKKE som en del af en langsigtet plan
- Kan have tendens til at være forelsket i proces og teknik mere end formål og resultater

Næste skridt:

- Naturligt at imødekomme ressourcer med digitale løsninger – se hvad der er?
- Iværksætte organisatoriske forandringer, der løfter de nye krav, digitaliseringen afføder.
- **Forankre de digitale erfaringer i praksis og strategisk**

DIGITAL SPRINT

Karakteristika:

- **Generel åbenhed og velvilje overfor digitalisering.**
- Digitalisering er integreret i virksomhedskulturen, forretningen og strategien
- Virksomheden har en positiv indstilling til og har de rigtige kompetencer til at skabe og fastholde en fælles tilgang til brug af data

Udfordringer:

- Øget nysgerrighed for digitalisering betyder barrierer specielt ifht. Organisation og struktur
- Øget digitalisering kræver forandret organisation, klar ansvarsfordeling og opnåelse af nye kompetencer
- Møder større krav ifht. Opdatering af systemer, IT og evt. investeringer.

Næste skridt:

- Fokus på den øgede kompleksitet og udfordringer der følger med digitalisering.
- **Fastholde og udvikle på de positive effekter digitaliseringen har skabt.**
- Flere digitale innovationsprocesser og forretningsmodeller

Hvor befinder I jer som virksomhed?

Digital FAN

- Er I sultne på at udnytte digitale muligheder?
 - Har I stærke digitale kompetencer?
 - Har I flere dygtige kulturbærere?
- Har I en strategi for arbejdet med digitalisering?
- Hvordan er jeres struktur og strategisk prioritering?

Digital SPRINTER

- Hvordan er jeres åbenhed i forhold til digitalisering?
 - Hvordan er jeres digitalisering forankret i virksomhedskulturen?
- Hvor integreret er digitaliseringen i forretningen, målsætning, ressourcer, kompetencer?
- Ofte FIRST MOVERS, så hvordan kommer I til næste niveau?

Digital NYBEGYNDER

- Er I usikre på, hvordan I skal forholde jer til digitalisering?
 - Mangler I et klart billede af, om digitalisering kan skabe vækst og værdi for virksomheden?
- Har I prioriteret at lave en samlet strategi for arbejdet med digitaliserings området?

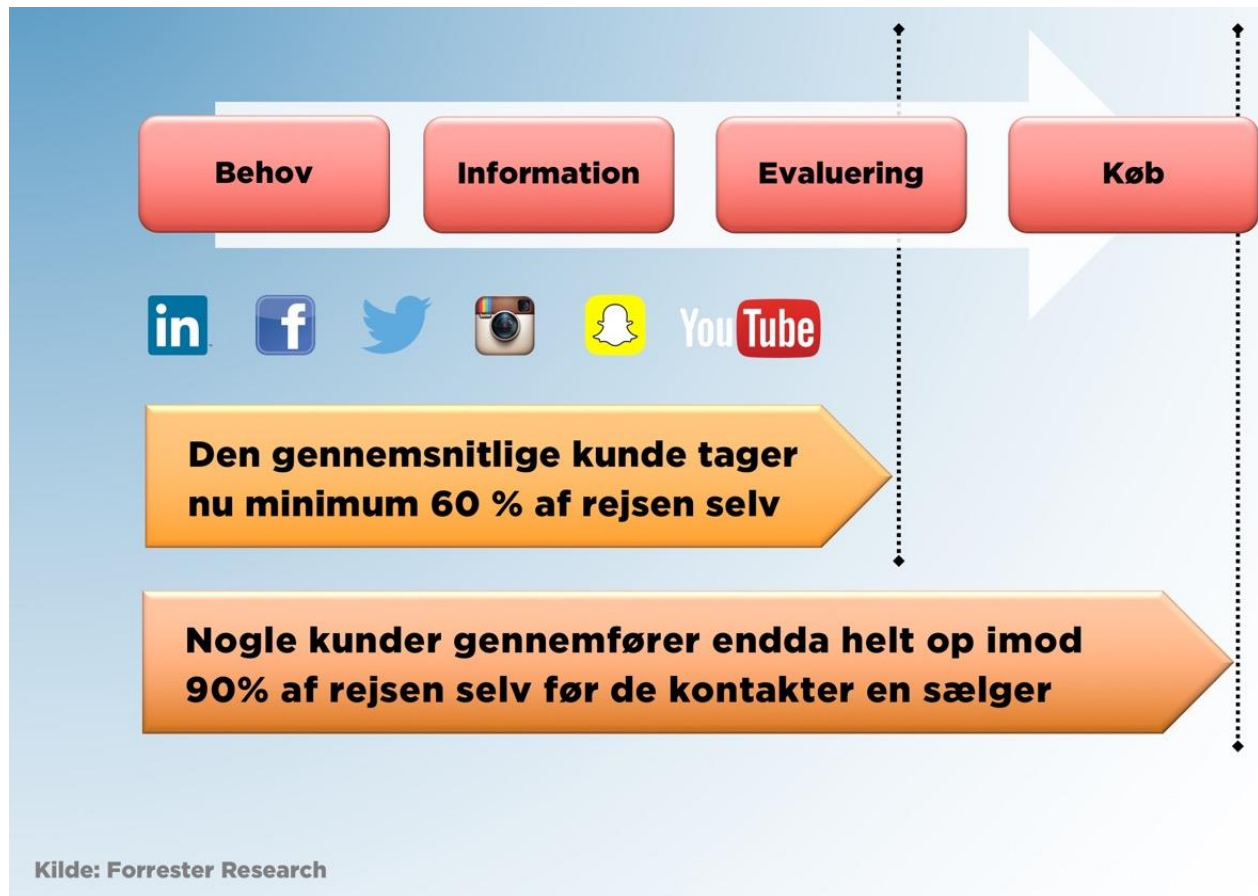
Digital SKEPTIKER

- Har I en sund realisme hos ledelse, bestyrelse, kollegaer ifht. Integrering af digitale systemer?
 - Sker jeres digitaliserings tiltag i separate løsninger, og systemer?
 - Har I uforløst forretningspotentiale?
 - Kan I forestille jer fremtidens muligheder?
- Har I fokus på jeres mindset, kultur og forandringsledelse?

Inspirationsoplæg 1

Kunderejsen år 2022





BRANDING

MARKETING

Lömmel

Marketing er noget vi laver, mens vores brand er noget vi “er”

Marketing kan være en afdeling, mens branding er et mindset

...ansatte der er rekrutteret for deres glimt i øjnene og trænet til at levere en faglighed og en gæsteoplevelse med ægte fokus på den enkelte familiegæsts oplevelse i praksis.

- NPS på 84+
- e-NPS på 88
- 2600 ansøgninger til 100 årligt ledige stillinger
- Sygefravær under 1%
- 150.000 følgere på Facebook
- 25.000 følgere på Instagram



Clients do not come first.
Employees come first.
If you take care of your
employees, they will take
care of the clients.

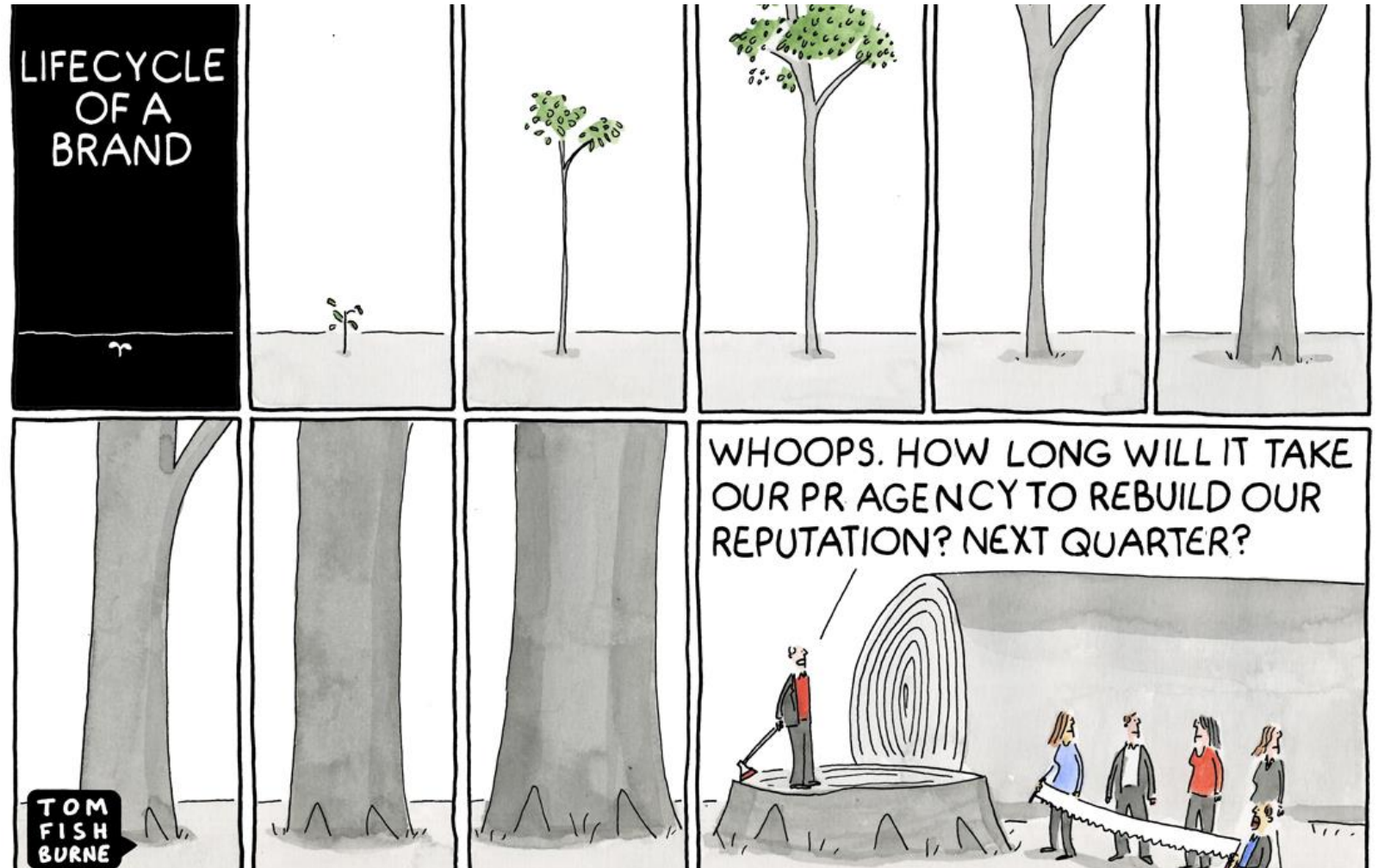
- Richard Branson



Det digitale dilemma

Det har aldrig været lettere for os at nå vores kunder med vores budskaber

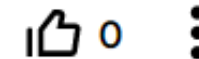
Men omvendt har det aldrig været lettere for de dårlige historier at få deres eget liv.





Michelle K

1 bidrag



En rigtig øv oplevelse

jul. 2020 • Par

Min kæreste og jeg var i zoologisk have i går, en fin zoo med nogle smukke dyr. Men der var ingen omkring os der respekterede COVID-19 reglerne. De gik ind i os, maste sig ind foran, åndede os i nakken osv. det ødelagde hele oplevelsen for os. Vi tog meget hurtigt hjem igen. Vi brugte sprit ved alle standerne, men på turen rundt så vi ingen andre bruge det eller holde afstand. Da vi gik igennem ved krokodiller og slangerne holdte personalet ikke engang afstand, med det sagt var det næsten heller ikke muligt for dem, da man stod pakket som sild i en tønde.

Giv svar til de dårlige anmeldelser



act2learn



DESTINATION NORD

DEN EUROPÆISKE UNION



Den Europæiske Socialfond

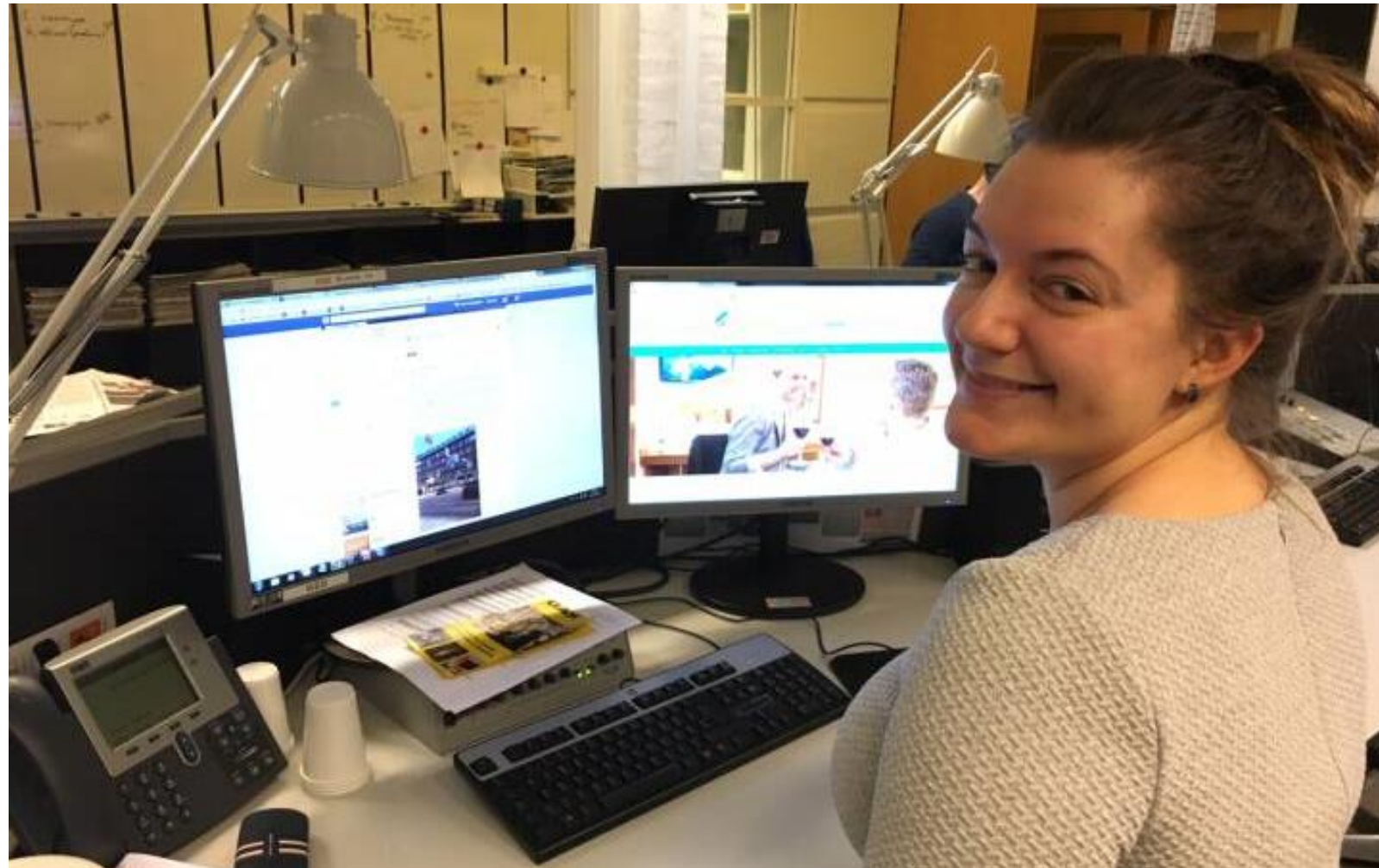
Vi investerer i din fremtid

Hotel Chagal

Truet med shitstorm af vred
gæst

Valgte at være proaktive, og
fik super positive respons

Det er vigtigt, at lade
menneskene skinne
igennem. Tænk Jensens
Bøfhus mod Jensens
Fiskerestaurant





INFLUENCERS



Had eller kærlighed

Influencers er en af de markedsføringsformer med størst potentiale.

Er svært at forstå

Svært at måle den direkte effekt

Klart værd at overveje... også selvom det er svært



- Gruppearbejde

Det digitale fylder meget, men er bestemt ikke det eneste

Den gode oplevelse med at være kunde/gæst hos jer bliver mere vigtig

Hvordan arbejder I med branding hos jer? Hvad kunne I gøre anderledes og endnu bedre?

Hvad er de quick-wins I kan gå efter og hvad er jeres must-win-battles?

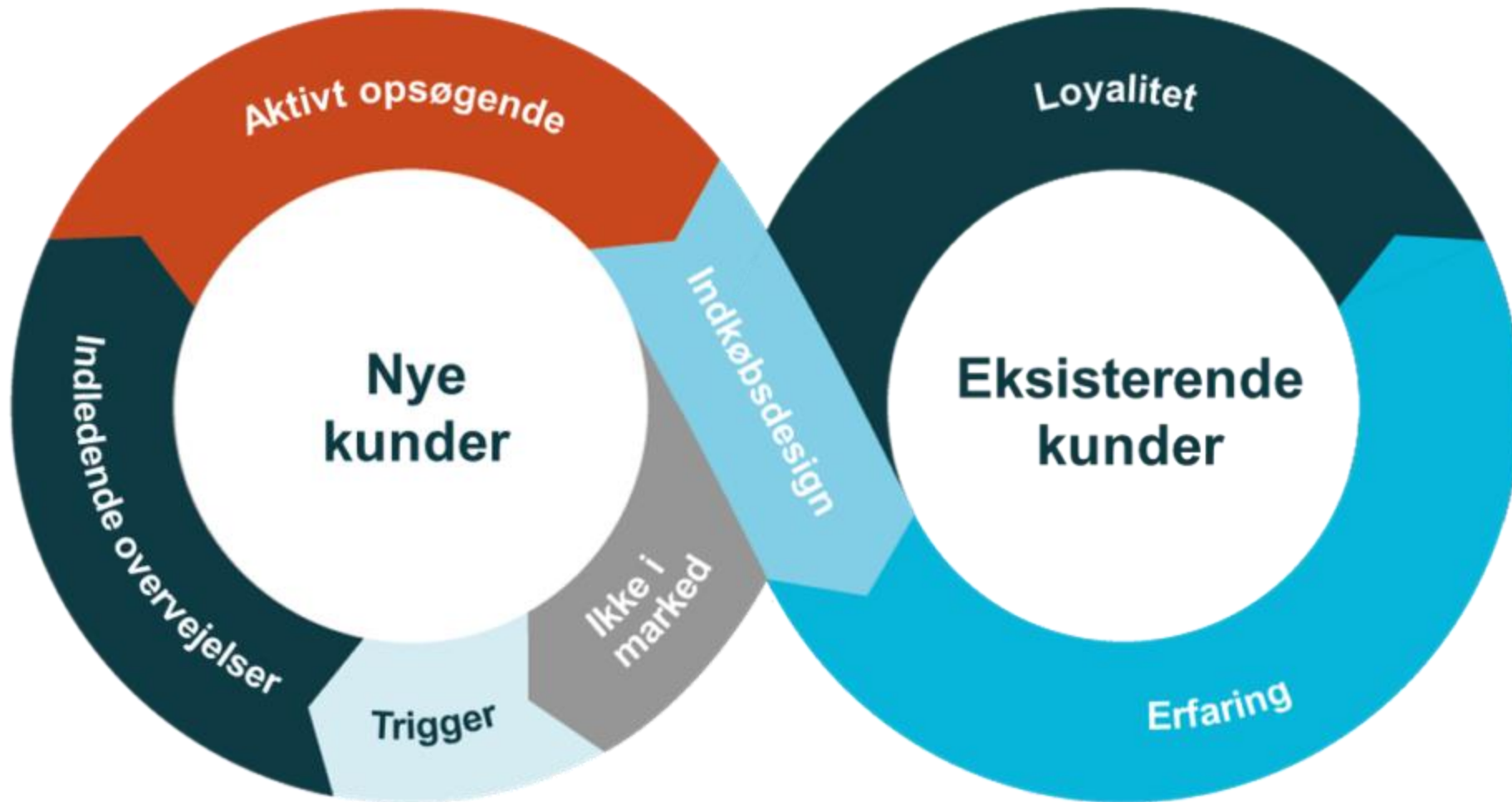


Inspirationsoplæg 2

Kædens svageste led

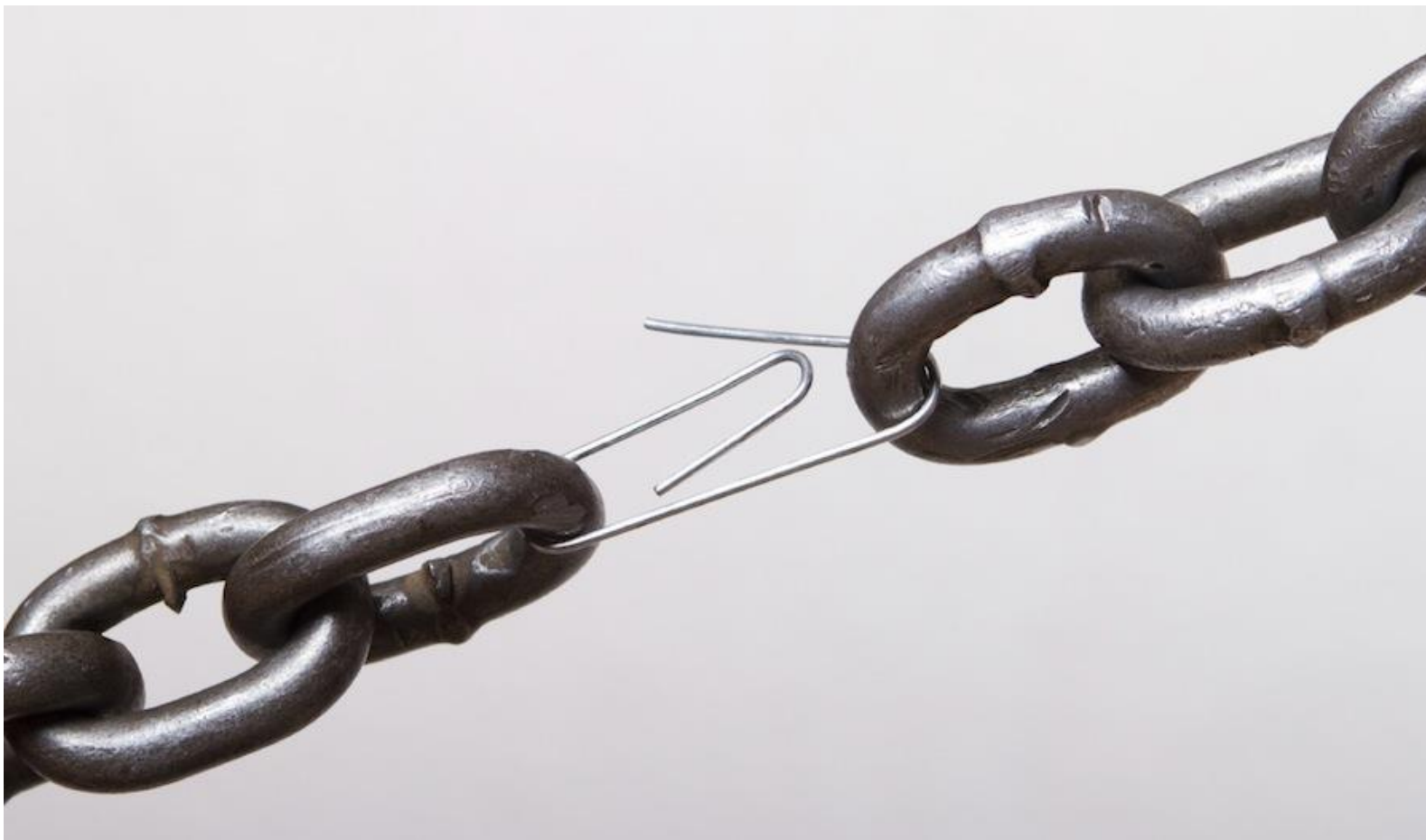


Kunderejsen





Spot hvor kæden er svagest og sæt ind der.

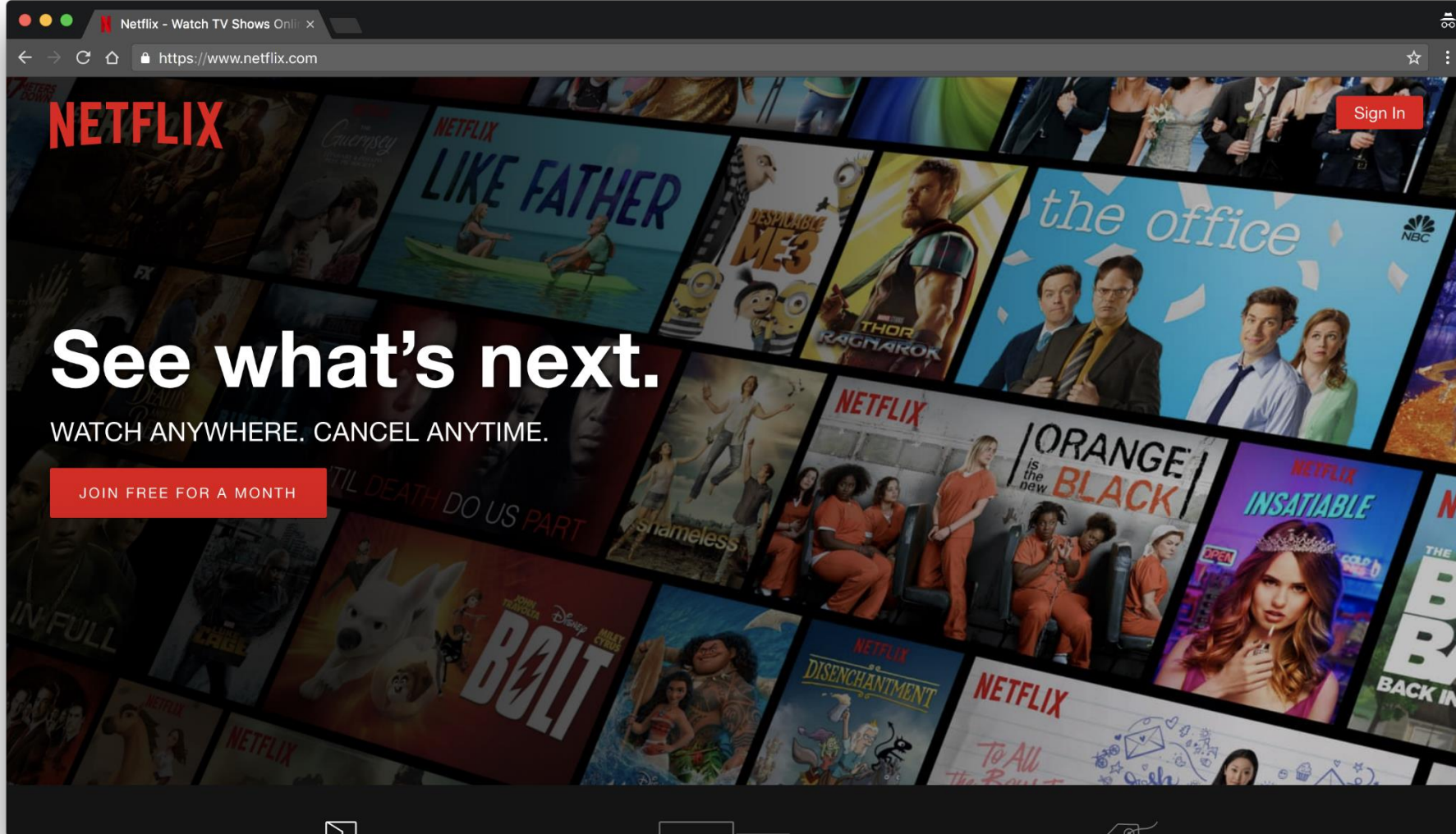


TOO BUSY FOR IMPROVEMENTS?





HERMANN





www.ARNGREN.net



[el-biler til barn](#)

[Index](#)

(Fra 07.11.2004)

< [Frithjof i sin Fly-Bil](#)

Search

[el-retur](#)

[Slik Betaler du](#)

[23 Butikker](#)

[Teknologi & Gadgets](#)

Index

- [Akvarium](#)
- [Alarm](#)
- [Alkotester](#)
- [ATV \(el.\)](#)
- [Bildefliser](#)
- [Bil \(elektrisk\) gas](#)
- [Bilbane](#)
- [Conrad-elektronik](#)
- [Digital-Kikkert](#)
- [Disko-Lys](#)
- [Dummy-Kamera](#)
- [DVD-Spiller](#)
- [Elektronikk & DAB](#)
- [EL-Scooter & Bil](#)
- [Figurer](#)
- [Golf-biler \(m/skilt\)](#)
- [Hobby & RC](#)
- [Hoverpod](#)
- [HP-Måler \(Bil\)](#)
- [Isbitmaskin](#)
- [Kamera \(trådløst\)](#)
- [Kino \(bærbar\)](#)
- [Kompass \(Bil/Båt\)](#)
- [Laser-Jamer \(Bil\)](#)
- [Luft-Jekk](#)
- [Lykt \(oppladbar\)](#)
- [Mobil-telefon-1, 2](#)
- [Motorsykel-Mini](#)
- [Omformer \(110V\)](#)
- [Oversetter \(44 språk\)](#)

Solcelle-pakker

Nyhet!

6.998,-

Se alle våre el-Kjøretøy til Barn og Ungdom. Norges største utvalg

el-biler til barn

Nyhet!

12V
24V
48V

4WD

fra kr. 1.798,-

3-hjul Cargo-el-Bike

Ingen alders-grense

el-scooter

PEDALS

Alle **Produktene** på denne siden lagerføres hos **ARNGREN** i Oslo. Se Lagerkoden etter Prisene (lev. 2 - 5 dager) :

- Er på Lager
- Kommer før 3 uker
- Lengre enn 3 uker

- **Elektriske-Kjøretøy**
- **Elektrisk-ATV** - **Robot**
- **el-biler til barn/ungdom**
- **Solcelle-produkter**
- **Forbruker Elektronikk**
- **Batterier & Ladere, etc**
- **Fjernstyrte produkter**
- **Disko-Lys** - **Rakett**

EI-ATV til Barn & Voksne.

fra kr. 3998,-

4.998,- **3.998,-** **4998,-**

el-ATV **el-scooter** **BMW-i8**

Mercedes SUV m/ Gummi-Hjul fra kr. 2998,-

el-ATV **Bensin-ATV** **EI-Biler til Barn, Ungdom & Voksne**

G-Tog

Nyhet

4WD

el-Bil ; Cross-Rider

fra kr. 89.998,-

4WD

79.998

el-ATV med skilt (16 år)

19.998,-

el-ATV

el-moped med skilt (16 år)

19.998,-

el-bil (16 år & moped-Lappen) fra kr. 34.998,-

Lyd, Røk, Lys

el-bil kr. **89.998,-**

elsykel

Fatbike-1500w

Video **Video** **el-ATV**

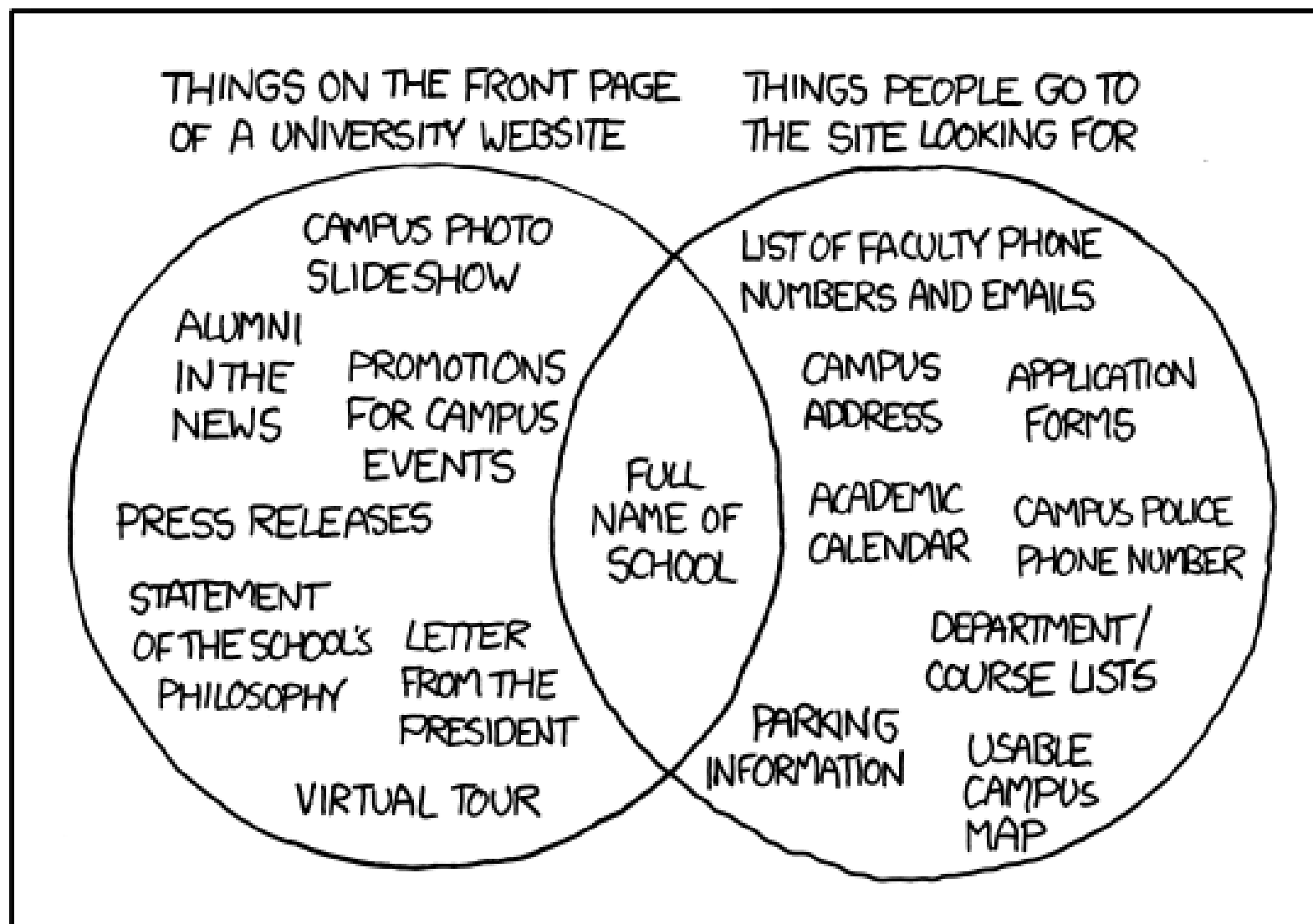
Roboter Elektronikk

el-jeep 9998,-

100km/t

Taler din hjemmeside også mest om det I ønsker at sige?

Eller tager I udgangspunkt i det jeres besøgende leder efter?



26. sep. 2019 - 27. sep. 2019

1 gæst

Udforsk Boston



Ophold



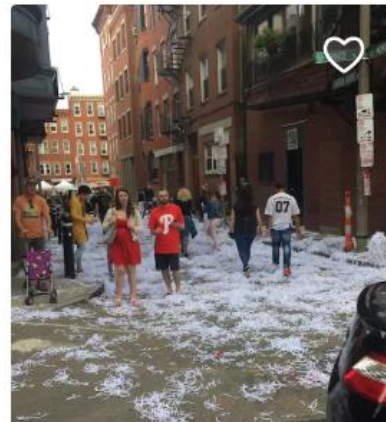
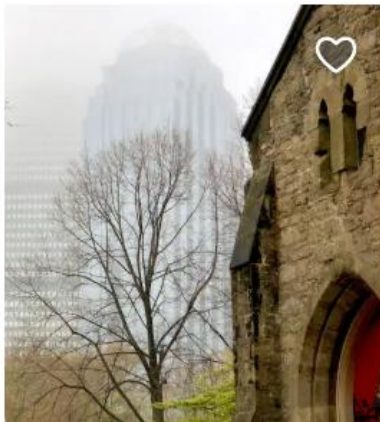
Oplevelser



Restauranter

Populære oplevelser

Book aktiviteter anført af lokale værter på din næste rejse



Opgave

Hjælp hinanden med at sætte nogle kritiske (men anerkendende) øjne på kunderejsen. Start med at slå det andet firma op. Ser det fornuftigt ud på Google? Giver det dig lyst til at klikke på linket?

Kom ind på siden. Giv hinanden en opgave. Eg, kan jeg på dette hotel få værelse med havudsigt? Kan dette spørgsmål besvares uden at ejeren af siden guider den besøgende? Find selv lignende udfordringer.

Er den overskuelig? Kan du som potentiel kunde finde den information der er vigtig for dig?

