

# Gold of Lapland bygger en växande destination i Västerbotten!

Att få fler att upptäcka vilket smörgåsbord av upplevelser som finns i Västerbotten och att skapa ambassadörer för den lokala turismen – det är några av uppgifterna som projektet Gold of Lapland ägnar sig åt.

Gold of Lapland är en medlemsägd ekonomisk förening där ett åttiotal företag i Lycksele, Malå, Norsjö, Robertsfors och Skellefteå ingår. Tillsammans med kommunerna och Region Västerbotten driver föreningen ett projekt för att stärka destinationsutvecklingen i sitt område, öka attraktionskraften nationellt och internationellt och ge turistföretagen möjlighet att göra bättre resultat. En del av vägen till målet är att öka samverkan – både mellan företag och mellan kommuner. En annan del är att tydliggöra varumärket "Gold of Lapland" för att nå en större marknad.

Projektet har tagit fram en varumärkesstrategi för att skapa tydlighet och en plan för framtiden. Prioriterade målgrupper och marknader har definierats och nu i maj lanseras en ny grafisk profil. För att ytterligare stärka varumärket kommer Gold of Lapland att synas i tv-reklam i Västerbotten. Tanken med det är att få fler att upptäcka vilket smörgåsbord av aktiviteter och upplevelser som finns och att skapa ambassadörer för den lokala turismen. Projektet har också investerat i ett bokningssystem där kunder kan boka boende och aktiviteter dygnet runt på den nya webbplatsen.

Sture Andersson är vd på Ostens Hus i Burträsk. Han är väldigt nöjd med det nya bokningssystemet och menar att samverkan mellan turistföretagen är ett måste.

– Att samla delar av en region till en destination gör att man syns mer på en större arena. Ensam är aldrig stark och genom Gold of Laplandsprojektet har vi turistföretag

fått möjlighet till gemensam marknadsföring, säger han. Vi syns på mässor, i nya marknadskanaler och kan annonsera gemensamt.

## **Stort engagemang hos företagen**

Ett tydligt bevis för att projektet engagerar är att antalet medlemsföretag i Gold of Lapland mer än fördubblats från 40 till dryga 80 företag sedan projektstarten.

För att öka turismen är det inte bara marknadsföring som gäller, lika viktigt är att hålla en god kvalitet på vad man erbjuder och ge besökarna ett gott värdskap. Gold of Lapland har tillsammans med VästerbottensTurism och EU-projekten URTurism och Hemavan-Tärnaby startat ett pilotprojekt som utbildar värdschapscoacher inom femton turistföretag. Sammantaget har Gold of Laplands projekt nått ca 300 personer inom turistnäringen genom en mängd olika projektaktiviteter som kvalitetsutbildningar, paketeringsutbildningar, seminarier och studieresor.

## **Uppmärksamhet internationellt**

Gold of Laplands projekt har deltagit på en emigrantmässa i Holland vilket gett positiva effekter på den holländska turismen i länet. Deltagandet på mässan har även lett till att Gold of Lapland blivit utsedd till gästregion på en stor europeisk värdschapskonferens sommaren 2010. Detta kommer ytterligare att stärka varumärket Gold of Lapland. Dessutom skapar det internationell uppmärksamhet och intresse för att besöka regionen!