

Kriterier för en exportmogen destination

Exportmognad kännetecknas av kunskap om den internationella målgruppens behov och drivkrafter för att kunna anpassa den egna verksamheten och erbjuda produkter och tjänster som matchar efterfrågan.

Kriterierna utgår från marknadens och målgruppens krav och behov där dessa kan variera mellan olika nationer, marknader och målgrupper och även med t ex säsong. Detta innebär att en destination som är exportmogen på en marknad i relation till en viss målgrupp inte behöver vara det på en annan marknad. Nedanstående kriterier ska därför ses som en utgångspunkt för det arbete som en destination alltid bör göra men då satt i relation till de specifika marknader och målgrupper som är aktuella. För samtliga punkter gäller att det finns en marknadsanalys som ligger till grund för anpassningen efter den internationella besökarens behov. Listan bygger på de kriterier som VisitSweden formulerat i sin roll som kommunikationsbolag för att marknadsföra Sverige utomlands. För fördjupad kunskap och samarbete hänvisas till VisitSweden eller annan part med motsvarande kompetens.

- Destinationen kan erbjuda 2–5 dagars helhetsupplevelse (bo, äta, göra, resa)
- Destinationens erbjudande är samlat, paketerat och köpbart
- Kommunikationen är språkpassad
- Destinationens tillgänglighet är god
- Det finns en lokal organisation med ansvar för destinationens gemensamma affärsplan utifrån kunskap om marknad, målgrupp, produktutbud, resurser och värdskap
- Det finns en gemensam prioritering av marknader och målgrupper samt en gemensam varumärkesplattform där hållbarhet är en självklar del

Källa: VisitSweden