

VÄSTERVIK FRAMÅT AB

VÅRA TJÄNSTER

ETABLERING

Västervik Framåt AB stöttar dig som ser möjligheterna att etablera en verksamhet i Västerviks kommun. Genom en förståelse för din verksamhet och dina behov föreslår vi olika alternativ och lösningar.

FÖRETAGSUTVECKLING

Företagsutveckling kan vara ett samtal kring affärsutveckling, fördjupat stöd vid produkt- och tjänsteutveckling genom Idéfärädling. Vi kan också vara katalysator, samordnare och projektägare när det dyker upp gemensamma behov hos flera företag.

IDÉER OCH UPPFINNINGAR

Vi erbjuder dig kostnadsfri innovationsrådgivning. Du har möjlighet att diskutera ditt projekts utvecklingssteg med en erfaren innovationsrådgivare. Kanske du har frågor om patent och mönsterskydd eller söker kontakt med företag som kan hjälpa dig med utvecklingen av din produktidé.

KOMPETENSUTVECKLING

Att ha rätt kompetens på företaget är en viktig framgångsfaktor. Vi vill göra vårt bästa för underlätta ditt företags kompetensförsörjning genom såväl kompetensutveckling som kontakter med högskolor och universitet.

STARTA FÖRETAG

Västervik Framåt AB är resursen för dig som funderar på att starta företag eller som har en intressant idé som skulle kunna bli ett företag på sikt. Vi erbjuder starta-eget-kurser och har ett nära samarbete med ALMI Företagspartner i Kalmar län.



Fokusområden-Besöksnäring

- Framtagande av vision, profil, kärnvärdet, USP, marknader/målgrupper
- Marknadsplan 2008 (VK)
- Internkommunikation (VK/VFAB)
- Kommunikationsplattform och grafiskprofil (VK)
- Marknadsbolag (VFAB/VK)
- Evenemangsstrategi (VFAB)
- Etableringsstrategi (VFAB)
- Företagsnära utvecklingsarbete - idéförädling (VFAB)

Företagsnära utvecklingsarbete

BESÖKSNÄRINGEN

Produkt Tjänst	Kommunikation	Medarbetare	Mötesplats	Etik
Produkt Tjänst Pris Logistik Kvalitet Reklamation	Grafisk profil Reklam PR Kundaktiviteter Evenemang	Säljare Servicepersonal Inköpare marknadsarbetare Ledning Säljkraft Serviceanda Utstrålning	Butik Restaurang Hotell / Vandrarhem Kontor Virtuellt mötesplats Hemsida	Miljöpolicy Närproducerat

Gemensamt för alla delar är förnyelse- och utvecklingsfokus

Produkt/paket



20-25 nya paket

Vi villkomna till en liten plats med mycket värme!

Spa Blå Rummet

En härlig heling sker på ett av våra SPA-Blå Rummet. Efter en massage med en fantastisk aromatiserad eterisk olja kommer du att känna dig som en prinsessa. Detta SPA-Blå Rummet är ett utvald rum för dig som vill njuta av en härlig massage och en fantastisk SPA-Blå Rummet. Detta SPA-Blå Rummet är ett utvald rum för dig som vill njuta av en härlig massage och en fantastisk SPA-Blå Rummet.

En härlig heling

En härlig heling sker på ett av våra SPA-Blå Rummet. Efter en massage med en fantastisk aromatiserad eterisk olja kommer du att känna dig som en prinsessa. Detta SPA-Blå Rummet är ett utvald rum för dig som vill njuta av en härlig massage och en fantastisk SPA-Blå Rummet.

En härlig heling

En härlig heling sker på ett av våra SPA-Blå Rummet. Efter en massage med en fantastisk aromatiserad eterisk olja kommer du att känna dig som en prinsessa. Detta SPA-Blå Rummet är ett utvald rum för dig som vill njuta av en härlig massage och en fantastisk SPA-Blå Rummet.

Vi villkomna till en liten plats med mycket värme!

Holidaykonferens med spa-massage

Holidaykonferens med spa-massage. En härlig heling sker på ett av våra SPA-Blå Rummet. Efter en massage med en fantastisk aromatiserad eterisk olja kommer du att känna dig som en prinsessa. Detta SPA-Blå Rummet är ett utvald rum för dig som vill njuta av en härlig massage och en fantastisk SPA-Blå Rummet.

Övernattingskonferens med ridtur

Övernattingskonferens med ridtur. En härlig heling sker på ett av våra SPA-Blå Rummet. Efter en massage med en fantastisk aromatiserad eterisk olja kommer du att känna dig som en prinsessa. Detta SPA-Blå Rummet är ett utvald rum för dig som vill njuta av en härlig massage och en fantastisk SPA-Blå Rummet.

ET AV SVERIGES BÄSTA REGNBÅGSFISKE

BOKA VÅRA POPULÄRA FISKA-BO-PAKET

LILLA PAKETET 480,-

MELLAN PAKETET 590,-

STORA PAKETET 790,-

INFO & BOKNING

Rebecka Friberg • 47-04603 330 33
www.vasternarsk.se

SENSOMMARKVÄLL KRÄFTFISKE

KRÄFTFISKE I SAMBAND MED VECKOBOENDE I CHARMIGA STUGOR

INFO & BOKNING

Rebecka Friberg • 47-04603 330 33
www.vasternarsk.se

FAMILJEÄVENTYR PÅ RISEBO

BOKA VÅRA POPULÄRA FAMILJEPAKET

FAMILJEPAKETET 590,-

INFO & BOKNING

Rebecka Friberg • 47-04603 330 33
www.vasternarsk.se

KLÖVVILTSJAKT

KLÖVVILTSJAKT ALT 2

KLÖVVILTSJAKT ALT 1

INFO & BOKNING

Rebecka Friberg • 47-04603 330 33
www.vasternarsk.se

BULLBAK MED FAMILJEN PÅ TÖFVEHULT

TÖFVEHULT

Kontoret - boende - kafé

INFO & BOKNING

Rebecka Friberg • 47-04603 330 33
www.vasternarsk.se

**SVERIGES BÄSTA REGNBÅGSFISKE
SENSOMMARKVÄLLS KRÄFTFISKE
ÖVERNATTINGSKONFERENS MED RIDTUR
SPA-MASSAGE PAKET
FÖRSOMMARNATTPADDLING MED KAJAK
SVAMPHELGER MED BOENDE, MAT OCH LOKALA
SVAMPTIPS
BULLBAK FÖR HELA FAMILJEN
GOURMETPADDLING I KAJAK MELLAN IDÖ OCH
HASSELO
FAMILJEPAKET PÅ HASSELO
YRKESFISKARE FÖR EN DAG
KAJAKPADDLING RUNT HASSELO
ÖRN & SÅLSAFARI
JAKTPAKET
FAMILJEÄVENTYR**

VÄSTERVIKS VANDRÄHEM

BOKA 575,- 600,- 715,- 940,-

FESTVÄNING

INFO & BOKNING

Rebecka Friberg • 47-04603 330 33
www.vasternarsk.se



Case

- Hasselö har fördubblat sin vinst och omsättning, Idö har ökat sin lönsamhet. Risebo får bättre betalt och ändrar sin marknadsföring, Överums Vandrarhem säljer inte bara en bädd utan tar betalt för en större upplevelse.
- Med enkla metoder har en rad turistföretag i Västervik vänt förlust till vinst. Fokus ligger på lönsamma produkter, ändrad prissättning och tydligare erbjudanden.
- För de turistföretag som jobbat med konkret affärsutveckling tillsammans med Västervik Framåt AB det senaste åren är resultaten mycket goda.
- Västervik Framåts erbjudande om affärsutveckling har hittills resulterat i att 25 företag fått verksamhet och produkter genomlysta av konsulterna Per Jiborn och Jonas Settlin. Genom tydligt fokus på tre områden har snabba resultat kunna uppnås.
- Det handlar om att affärsutveckla med kreativa och konkreta lösningar.

"Lönsamhet bästa strategin för tillväxt"

Företag med god lönsamhet har tre gånger så stor chans att uppnå hög tillväxt jämfört med företag som växer snabbt men utan vinst. □

De olönsamma snabbväxarna löper dessutom betydligt större risk att utvecklas till riktigt förlustbringande verksamheter

Analys prissättning

- Pris för hög- och lågsäsong saknas ofta
- Priset höftas/kopieras, istället för att kalkyleras fram
- Jobbar ej med målgruppsanpassad prissättning/produkter
- Ovana vid att skilja mellan olika kundgrupper som stamkunder och sporadiska gäster.
- Tänk kring provision, rabatter och erbjudanden är dåligt utvecklat.
- För pridfokuserade
- Ej förädlande produkter



Att sätta rätt pris är svårt

Faktorer som påverkar prissättning:

Interna

Företaget själva gör prissättningen. Priset sätts utifrån de kostnader som företaget har, företagets strategier och mål och de vinstkrav.

Till grund ligger en produktkalkyl och/eller tjänstekalkyl

	RIBB-CHARTER	SÅL & SÄLSAFFARI + lunchpaket	5-KAMP	KAJAK + frukost	KAJAK + grillafton	BADTUNNA	GUIDAD TUR LOTSUTKIK	MATLAGNINGSKURS
USP								
KAPACITET	24 p.	10 p.	50 p.	10 p.	10 p.	10 p.	50 p.	12 p.
PRIS/försäljning	4000 kr (10p.) + 500 kr	2000 kr (10p.) / 200 kr p.p lunch 125 p.p	1000 kr (10p.) /100 kr p.p	3500 kr (10p.) /350 kr p.p 2600 kr kajak 900 kr frukost	5500 kr (10p.) /350 kr p.p 2600 kr kajak 2950 kr grillbuffé	2000 kr (10p.) /200 kr p.p	1000kr (10p.) Max 20 personer per gång	11000 kr (10p.) /1100 kr p.p
KOSTNAD (10p.)	Personal 1 tim. 160 kr Ribbbåt 4000 kr	Personal 1 tim. 160 kr Dise: 200 kr Båt: 50 kr	Personal 2 tim. 320 kr Material: 30 kr	Personal 4 tim. 640 kr Råvaror: 300 kr Material: 30 kr	Personal 6 tim. 960 kr Råvaror 885 kr Material: 30 kr	Personal 3 tim. 480 kr Bensin: 250 kr Material: 100 kr	Personal 1 tim. 160 kr	Personal kock 6 tim. 960 kr Personal servering 4 tim 640 kr Råvaror 3000 kr
RESULTAT (10p.)	resultat: + 340 kr	resultat: + 1590 kr	resultat: + 650 kr	resultat: + 2530 kr	resultat: +4635 kr	resultat: + 1170 kr	resultat: +340 kr	resultat: +6400 kr
MERFÖRSÄLJNING	ingen	Glywine Varm choklad	försäljning 10p. exkl. moms Öl 440 kr Tapas: 500 kr	ingen	försäljning 10p. exkl. moms Öl 440 kr	försäljning 10p. exkl. moms Öl 440 kr Tapas: 500 kr ev. badrockar	drink	öl, drink, avec

Produktkalkyl

Pytt i panna på oxfilé med rödbetor och snapscremé

Ingredienser	Vikt/portion	Pris/kg/st.	Pris/portion	Vikt/portion.
Oxfilé, fryst	200g	185 kr	37 kr	160g
Potatis	180g	23 kr	4,1 kr	180g
Rödbetor	80g	40 kr	3,2 kr	50g
Cremé fraishe	50g	45k	2,5 kr	50g
Kryddor			2 kr	
Färska örter			2 kr	
Summa:			50,80 kr	460g

Utpris:

Vid 30% råvarukostnad (70% bruttovinst)

Råvarukostnaden x 3,3 x 1,25 = försäljningspriset inkl. 25% moms **209 kr**

Vid 33% råvarukostnad (67% bruttovinst)

Råvarukostnaden x 3 x 1,25 = försäljningspriset inkl. 25% moms **190 kr**

Vid 40% råvarukostnad (60% bruttovinst)

Råvarukostnaden x 2,5 x 1,25 = försäljningspriset inkl. 25% moms **158 kr**

Trogna/nya produkter

Trogna produkter - Hållbar lönsamhet

Företaget vill att kunderna ska bli trogna köpare av produkten eller tjänsten. Priset sätts på en nivå att kunderna uppfattar produkten/tjänsten som prisvärd, med andra ord tycker kunden att kvalitén, servicen mm är väl värd sitt pris.

Öka företagets lönsamhet - arbeta med att rationalisera och sänka kostnaden för produkten eller tjänsten

(ex. Risebo, inköp, logistik, kontrakt)

Öka efterfrågan/priskrig

Vanligt att företag sätter ett lågt pris för att öka sin volym.

Att ge sig in i ett priskrig som litet företag är nästan alltid dömt till misslyckande.

Nya Produkter

För att komma in på en marknad sätter många företag ett lågt pris. Tanken med detta är att få många att prova produkten eller tjänsten. Detta pris behålls bara under introduktionsfasen. Används av många nystartade företag - faran ligger bara i att det kan vara svårt att "ta sig ur" ett lågt introduktionspris. □

Strategier prissättning

Högsta möjliga vinst- justerbar prissättning

Är svårt för ett företag att veta vilket pris man ska ta för att uppnå största möjliga vinst.

Ex. En liten restaurang har ett mycket eftertraktat koncept. Varje kväll står en lång kö utanför och vill komma in. Restaurangen höjer priserna med 50 %. Köns minskar men fortfarande står några och väntar på att komma in. Det gäller alltså för ett företag att hitta ett jämviktsläge där företagets utbudsvolym stämmer överens med den efterfrågan som finns. □

Maximera under högsäsong - tillgång efterfrågan ex. Överrumsvandrarhem

Öka ex antal procent under högsäsong innebär satsningar/investeringar på lågsäsong

Imageskapande/profilprodukter

Företaget tillhandahåller en produkt eller tjänst som är image-skapande, ger status, för kunden.

Mer unikare ju högre pris. Man bör ha profilprodukter som man är känd för.

En skål i kristall från Orrefors får inte kosta för lite. Det finns ett "statusvärde" i produkten eller tjänsten och priset måste sättas därefter

Har du någon högt prissatt produkter som sticker ut - framstår de andra ofta som prisvärda

Profilprodukt tovfelhultare

Merförsäljning

Merförsäljning är en smart och enkel metod för att bedriva en fortsatt lönsam verksamhet.

Effektivt att befintliga kunder, som redan bearbetats och sålts in, fortsätter att vara kunder?

- Genomgång av besökskedjan - när finns säljtillfälle
- Tillbehör - kaffe med tryffel, upplevelser med förtäring
- Paketera - betalt för det som är gratis
- Tävlingar - fördrinkar
- Snabbt påbörja säljaffären - vid dörren, kassan, toaletten
- Biprodukter - give aways, presenter
- Sälj/informera när kunden är på plats om framtidens produkter

Profil

Finns en stor variation av möjliga strategier när det gäller att prissätta sin produkt eller tjänst. Företagets "profil" är viktig. Ett företag har svårt med sin trovärdighet om man samtidigt försöker vara ett "högprisföretag" och ett "lågprisföretag". □

En bra profil:

- Arbeta fram kärnvärlden
- Skaffa en bra logotype □
- Skaffa en grafisk profil inkluderat "företagets färg" □
- Hitta företagets bärande kommunikationsidé □
- Tjata, tjata, tjata...utifrån företagets kommunikationsidé/unikit

QuickTime och en
TIFF (okomprimerat)-dekomprimerare
krävs för att kunna se bilden.

QuickTime och en
TIFF (okomprimerat)-dekomprimerare
krävs för att kunna se bilden.

QuickTime och en
TIFF (okomprimerat)-dekomprimerare
krävs för att kunna se bilden.

QuickTime och en
TIFF (okomprimerat)-dekomprimerare
krävs för att kunna se bilden.

QuickTime och en
TIFF (okomprimerat)-dekomprimerare
krävs för att kunna se bilden.

QuickTime och en
TIFF (okomprimerat)-dekomprimerare
krävs för att kunna se bilden.

Starkt varumärke

Det är viktigt att komma ihåg att det är konsumentens uppfattning om en produkts värde som avgör vilket pris ett företag kan ta ut.

För kunden är det ointressant vad produkten kostat att tillverka. Det viktiga är hur mycket han eller hon anser den vara värd och är beredd att betala. "Värdet" påverkas av sådant som nytta, smak, status.

Tänk på ditt företag som en "persona" - Identitet, kunden vill vara kompis med dig

Starkt varumärke med tillhörighet, emotionella världen, personlighet, berättarvärde, konkurrerar ofta inte pris

Med starkt varumärke utgår prissättningen från köparen och inte från säljaren. Av samma skäl är kostnadsbaserad prissättning gammalmodig och inte särskilt marknadsanpassad.

Därför är det mycket viktigt för företaget att förstå kundens motiv till att köpa en produkt. Ibland kan ett högt pris ge produkten "rätt" värde i kundens ögon och vara en förutsättning för köp.

STORYTELLING

Varför storytelling?

Själva produkten och de rationella argumenten är lätta att efterapa.

Det krävs något mer. Historier talar till mänskliga behov som gör livet meningsfullt.

Historier involverar oss känslomässigt och stimulerar fantasi och föreställningar. Historier fastnar i minnet.

möjliggör för företag att kommunicera sina värderingar

bäddar för att de effektivt bidrar till marknadsföringen genom world-of-mouth



Konkurrera ej med pris

Sälj med emotionella värden - ej med rationella värden

Hur säljer ni - volym kontra värde

Planerat köp /impulsköp - Analysera hur dina kunder kommer till dig

Jobba med prissättning - kostnader stiger

överträffa gästernas förväntningar

Rätt pris - 10% nej 90% ja

Självförtroende - era produkter är bra!