

# Markedsføring og samarbejde



*Konkrete forslag til hvordan en feriefond markedsføres og hvordan samarbejdet mellem feriefondene kan udbygges.*

*Kataloget er udarbejdet med baggrund i Kragelund Kommunikations tilbagemeldinger på gruppearbejder, interviews mv. i forbindelse med Parasollens årsmøder i 2016 og 2017.*



*Luk døren op - og lad dig inspirere af de mange forslag til, hvordan jeres feriefond kan markedsføres og samarbejde med andre feriefonde.*

*M.v.h.*

*Parasollens bestyrelse.*

*Denne brochure er udarbejdet  
i forbindelse med Parasollens  
Seminar den 12.-13. april 2018.*

## Indholdsfortegnelse

*Idékatalog til:*

*Markedsføring af feriefonde*

*Forbedret samarbejde mellem feriefonde*

Indledning	Side 4
<u>Del 1 - Markedsføring</u>	Side 6
Tema 1: Flere lejere af ferieboligerne	Side 6
Tema 2: Udvikling og forbedring af markedsføringsmateriale	Side 8
Tema 3: Udvikling af hjemmeside/bookingportal	Side 10
Tema 4: Udvikling og drift af ferieboliger	Side 11
<u>Del 2 - Forbedret samarbejde mellem feriefonde</u>	Side 12
Samarbejde og deling af produkter	Side 12
Tema 5: Vidensdeling og samarbejde på tværs af feriefonde	Side 13
Samarbejde og Vidensdeling på OneDrive	Side 14
Opbygningen af OneDrive	Side 14
Hvordan OneDrive anvendes	Side 15
Referencer (på katalogets bagside)	Side 16

# Indledning

Vedtagelsen af den nye ferielov, betyder bl.a. at Feriefondenes indtægt i form af uhævet feriegodtgørelse vil blive reduceret til et væsentligt mindre beløb end det, som vi kender i dag. Det indebærer, at der i de kommende år - iht. Parasollens opfattelse - skal fokuseres på markedsføring og samarbejde i et større omfang, end det hidtil er sket.

Det har resulteret i dette inspirationskatalog udarbejdet af en af "Parasollen" nedsat arbejdsgruppe \*). Kataloget udgives i forbindelse med årsmødet i 2018. Her følger arbejdsgruppens tanker om kataloget og hvordan fondene kan anvende det.

Inspirationskataloget er inddelt i 2 dele:

Del 1 - markedsføring - indeholder konkrete ideer til hvordan I kan styrke markedsføringen og driften af jeres fond.

Del 2 - samarbejde - indeholder ideer til hvordan vi kan styrke samarbejdet mellem feriefondene. Både hvad Parasollen kan gøre som organisation og hvad den enkelte feriefond kan/bør gøre for at bakke op om Parasollens initiativer.

Initiativerne til markedsføring og forbedret samarbejde er opstillet i nogle kategorier, som afspejler de emner, der er blevet arbejdet med på årsmøderne. De forskellige kategorier overlapper en del, men vi håber, at opdelingen alligevel hjælper til at skabe en form for systematik og overblik.

## Feriefonde har ligheder og forskelle

Feriefonde har nogle fælles træk, men er også meget individuelle. Her er eksempler på forskelle:

- Nogle fonde har medarbejderne samlet på få lokaliteter, andre er spredt over flere lokaliteter i en hel kommune, region eller over hele landet.
- Nogle fonde er meget godt funderet i medarbejdersegmentet – andre er det ikke.
- Nogle fonde har f.eks. alle medlemmer i bookingsystemet og kan sende alle en E-mail - andre har ikke den mulighed.

Og sådan kunne man blive ved med at nævne forhold hvor fondene varierer. For at iværksætte de initiativer, der giver bedst muligt resultat er det nødvendigt med:

### En ny strategi og handleplan.

Det er vigtigt at forstå, hvor jeres feriefond er "stærk" og hvor den er "svag". Dermed kan I udnytte styrkerne og forbedre nogle af svaghederne. Nogle af forholdene kan I gøre noget ved, og andre må I bare leve med og få det bedste ud af.

Det anbefales at I snarest drøfter handleplan og strategi i jeres bestyrelse, og gerne med baggrund i dette inspirationskatalog.

Vi har derfor i det følgende valgt at nævne mange punkter under hvert tema, da listerne skal læses som inspiration og ikke som en ”facitliste”. Der er ikke en feriefond for hvem alle punkter er relevant, men vi håber, at I kan finde de guldkorn, som passer ind i jeres feriefond.

### **Del 1: Markedsføring af feriefonde:**

Tema 1: Flere lejere af ferieboligerne

Tema 2: Udvikling og forbedring af markedsføringsmateriale

Tema 3: Udvikling af hjemmeside/bookingportal

Tema 4: Udvikling og drift af ferieboliger

### **Del 2: Forbedret samarbejde mellem feriefonde:**

Tema 5: Vidensdeling og samarbejde på tværs af feriefonde



*Den gode idé står ikke alene, men består af en underskov af idéer, som samlet set gør en idé god. Sjældent er nye idéer noget, som automatisk bliver en del af feriefonden. De skal indarbejdes og justeres, indtil de passer sig selv, og det tager nu en gang noget tid.*

*\*)*

*Efter to årsmøder i træk, hvor Parasollen har haft markedsføring og vidensdeling på programmet med efterfølgende gruppearbejder, blev det af bestyrelsen besluttet at Kragelund Kommunikation skulle lave en skriftlig opsamling af alle de ideer, som fremkom fra deltagerne, dels i gruppearbejdet og dels i plenum.*

*Efter årsmødet i 2017 blev der nedsat en arbejdsgruppe, som efterfølgende har bearbejdet Kragelund Kommunikations tilbagemeldinger for at tilvejebringe dem i en form, som Parasollens medlemmer kunne anvende konkret i det daglige arbejde. Arbejdsgruppen bestod af:*

*Nils Pedersen, Pia Banche og Pia Petersen fra Parasollens bestyrelse, desuden deltog Martin Pedersen fra ISS Facility Services Feriefond og Bent Munk fra Roskilde Feriefond.*

## Del 1 - Markedsføring:



*Markedsføring er en forudsætning for, at jeres feriefond bliver kendt på markedet og at I får skabt et mersalg. Markedsføring er en bred betegnelse for alle de aktiviteter I kan foretage jer for at afsætte en idé, et produkt eller en serviceydelse på et givent marked.*

### **Tema 1: Flere lejere af ferieboligerne**

#### **A. Idéer til at tiltrække nye lejere, som ikke lejer i forvejen:**

Generelt for dette punkt: Hav fokus på initiativer, der rammer de personer, som ikke lejer boligerne i forvejen.

Info på medarbejdermøder

Flyers i forbindelse med intro-samtaler

Brug nyheder/PR, som når ud til de der ikke lejer i forvejen

Få tillidsrepræsentant til at informere og oplyse

Folder eller lille notits ifm. Julegaver

Info om fond med lønseddel

E-Boks-markedsføring (1 kr. pr. styk)

Brug intranet til: teaser, billeder, lodtrækning, åbner for booking

Facebook-side (virksomhedsside). Mange muligheder: Læg reklame op, månedens historie/billede. Får brugerne til at lægge historier/billeder op

## Side 7

Informere på infotavler, intranet, mail, roll ups mv.

Foldere udsendes til målrettede afdelinger og/eller via tillidsrepræsentanter

Månedligt (jævnligt) nyhedsbrev, så man er i folks bevidsthed, bruge folks mailadresser  
Stand i forbindelse med personaleløb og lign.

Ny lejeboliger, giver nye brugere/opmærksomhed på fonden. Nye brugere vil leje andre boliger.

Markedsfør den nye lejebolig som et fyrtårn. Hvis ”fyrtårnet” er lejet ud, lejes de andre huse i stedet for.

Plancher til fordeling i alle afdelinger/institutioner

På infoskærme, f.eks. på skoleområdet – Skolekom

Målrettet markedsføring til pensionister efter lodtrækning

En lille husker på lønsedlen – ”nu er det tid til ansøgning”

Indlæg fra brugere på hjemmeside og bookingside

Efterlønnere/pensionister: Skrive til dem, når de bliver 60 år/samarbejde med HR-afd.

E-Boks per CPR-nummer én gang om året eller via lønsystemet som bilag til lønsedler

Mail til alle med arbejdsmail én gang om året – Nyhedsbreve

Let tilgængelig hjemmeside, let at booke husene/lejlighederne

Service – tilgængelighed vedrørende spørgsmål

Samarbejd med Personaleafdeling

### **B. Idéer til at fastholde eksisterende lejere:**

Mange af punkterne fra ”Idéer til at tiltrække nye lejere” kan også anvendes til at fastholde lejere. Desuden følgende punkter:

Få to mailadresser på alle så deres private e-mail også står i booking-systemet

Elektronisk gæstebog i husene – alle kan optage en besked, som de næste gæster kan afspille. Elektronisk gæstebog opprioriteres på siden

Tilfredsmåling og/eller Præmier for at dele historier

Takke-mail, med info om ny bookingmulighed og evt. spørgeskema

Forskellige rabatmodeller: 2 uger for 1½ uge, booking 10 dage før, få 25 % rabat

Konkurrencer (fx ”find nissen” eller ”send dit feriefoto” mv)

Tilfredshedsanalyse, og/eller Afdække nye ønsker til lejemaal

Én uges gratis leje ved at være ambassadør, via konkurrence

Gøre lejer til ”ambassadør” i en periode = en gulerod



*Udlejningen kan ofte optimeres, såfremt der tilbydes rabatordninger af forskellig art.*

## **Tema 2: Udvikling og forbedring af markedsføringsmateriale**

Markedsføring er en bred betegnelse for alle de aktiviteter, en virksomhed kan foretage sig for at fremme afsætningen af en idé, et produkt eller en serviceydelse.

Betegnelsen dækker over fx produktplanlægning, markedsundersøgelse, produktudvikling, prisfastsættelse, distribution, konkurrentanalyse, reklame, PR, emballage, tryksager, merchandise, kampagner, og meget andet.

### **Vi har medtaget følgende inspirationspunkter:**

Drop tykt katalog med mange detaljer, brug i stedet simpel folder med blikfang

Husk segmenteret markedsføring og mere sælgende beskrivelser af feriehusene

Tydeliggørelse af boligens kvaliteter og faciliteter

Sælg boligen til forskellige segmenter (par, familie etc.)

Bedre og mere sælgende fotos og Plantegninger og/eller ”Videoer” af feriehusene

Inspirationsmateriale om oplevelser på egnen



Konkurrence om gode ideer

Plakater til ophæng samt Flyers

Definér ”plusser” for feriefonden

Husk: Mund til mund – god reklame

Folder med i velkomstpakker - Professionelle foldere

Visitkort til bestyrelsesmedlemmer, ”ambassadører” mv.

Nyheder på Facebook m.v. samt Links til lokale aktiviteter (turistcentre)

Interaktivt markedsføringsmateriale (Contool)

Inspirationskatalog/appetitvækker i husene

Lavsæson prioritering? Forskellige rabatmodeller

Grafisk materiale om husene med i lønsedlerne

Plakater som lederne bliver forpligtet til at hænge op, så også dem uden adgang til intranet ser opslag

Fælles mediemedarbejder mellem feriefondene



*Benyt altid en professionel fotograf, når der skal tages nye billeder af jeres feriebolig. Amatørbilleder kan eventuelt benyttes til konkurrencer blandt lejerne. Præmiering for årets bedste sommerferiebillede eller ferieoplevelse. Evt. rabat ved næste booking.*

## Tema 3: Udvikling af hjemmeside/bookingportal

Nogle af disse punkter skal eventuelt ske i samarbejde med feriefondens bookingfirma (Bookhus eller Contool), men skal også tænkes sammen med arbejdsstedets intranet, såfremt man har adgang til dette.



*Det er vigtigt, at I som feriefond holder jeres hjemmeside opdateret med nyheder. En hjemmeside, der ikke er foranderlig mister hurtigt interessen hos brugerne.*

### **Vi har medtaget følgende inspirationspunkter:**

Godt billedmateriale

Info om lokalområdet med links

Gæstebog på bookingportal

Man skal kunne læse info om boliger, og hvad der er ledigt, derefter booke

Bedre søgning efter ferietyper, faciliteter m.v.

Infoskærme om aktiviteter

Tæt dialog med bookingfirmaet, og pres leverandøren til at udvikle systemet

Systemerne udvikles løbende og hold siderne opdateret

Bonusordning i bookingsystem, fx 5 %.

Gæstebog: Få de gode historier frem

## Tema 4: Udvikling og drift af ferieboliger

Under dette punkt henledes opmærksomheden på, at alle initiativer skal ske iht. den til enhver tid gældende Bekendtgørelse om Drift af feriefonde mv.

### Vi har medtaget følgende inspirationspunkter:

Renovering/opdatering af lejemål

Fælles indkøbsaftaler og/eller Samarbejde om entreprisen på mindre opgaver

Anbefalinger fra andre feriefonde

Feriefonde slår sig sammen om at vedligeholde udendørs, hvis man har huse i nærheden af hinanden, f.eks. vinduespudsning

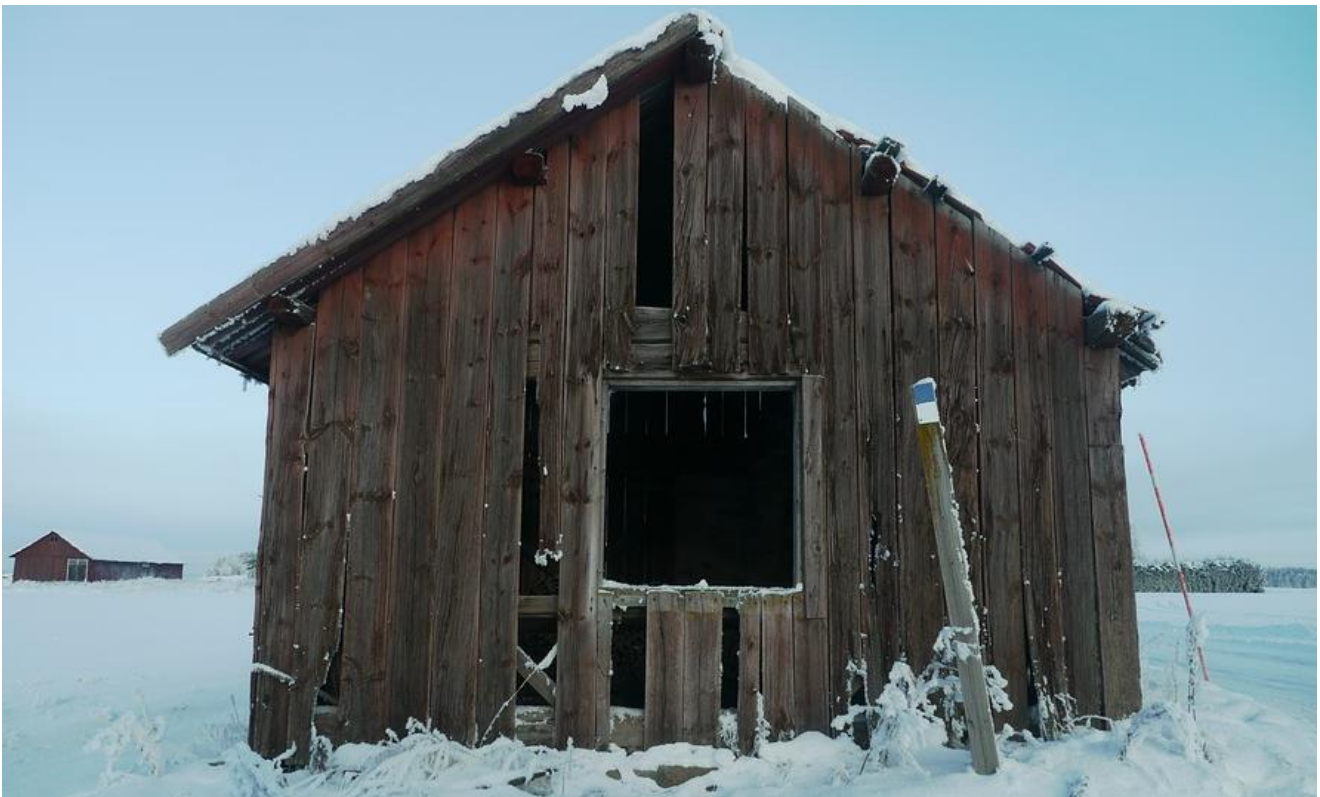
Netværksmøder om at hjælpe hinanden, f.eks. med havemand, rengøring m.v.

Netværksdannelse - Bruge netværk for at høre, hvordan tilsyn fungerer

Aftale med professionelle - Anvende firma til det hele

Let tilgængelig og brugervenlig portal kan give vidensdeling

Sørg for at husene er lette at rengøre (få reolen m.v. op at hænge)



*Det er vigtigt løbende at vedligeholde ferieboligerne, så de lever op til brugernes krav.*

## Del 2 - Forbedret samarbejde mellem feriefonde



*Vidensdeling handler om at blive bedre til at udnytte den viden, der allerede eksisterer, og dette gøres ved at sikre, at den der har behov for viden får adgang til viden.*

### **Samarbejde og deling af produkter**

Det er arbejdsgruppens opfattelse, at hver enkelt feriefond - med baggrund i inspirationspunkterne under de 5 temaer - er bedst til selv at definere, hvad det giver mening at iværksætte for den enkelte fond.

Dette kan enten gøres som en samlet bestyrelse og/eller i en mindre lokalt nedsatte markedsførings-/PR-grupper. Når denne proces er afsluttet opfordres fondene til at dele hvilke initiativer de planlægger at arbejde med på Parasollens Hjemmeside.

Således kan de fonde, som ønsker at arbejde med det samme tema, eventuelt finde sammen og undersøge, om der er mulighed for at slå sig sammen og være flere til at gøre arbejdet (eller betale for det). Endelig kan den ene fond lade sig inspirere af, hvad andre fonde arbejder videre med.

Når der er et produkt, som andre fonde kunne have glæde af at se, så opfordres fondene til at dele deres produkter. Delingen kan med fordel også foregå på OneDrive. Herved kan andre feriefonde låne og lade sig inspirere af, hvad andre fonde har lavet.

Se mere om "Samarbejde og Vidensdeling på One Drive" på side 14.

## Tema 5: Vidensdeling og samarbejde på tværs af feriefonde

Arbejdsgruppen har valgt at medtage nedennævnte forslag til aktiviteter.

### **A. Aktiviteter som parasollen har ansvaret for at iværksætte, men som feriefondene skal bakke op om:**

Info med telefonnummer til feriefonde på Parasollens hjemmeside

Optimering af Parasollens hjemmeside

Let tilgængeligt forum for medlemmer

Facebookgruppe - Parasollen som aktiv facilitator

Liste over fonde og feriehuse

Deltagerlister fra møder med kontaktdetaljer

Flere specifikke temadage

Nedsættelse af workshops med tilmelding på emner (f.eks. tilsyn, regnskab, bestyrelsesarbejde, m.m.)

Afholdelse af webinar/korte seminar, annonceres i god tid

### **B. Aktiviteter som feriefonde kan iværksætte og bidrage til, idet alle skal tage ansvar for at bruge forummet, både spørgsmål og svar:**

Etablere Erfagrupper, fysiske, lokale, regionale

Dele login til hjemmeside med andre fonde

Erfagrupper om temaer, fysisk, webinar, temadage, etc.

Fælles idébank

Tilbage til græsrodderne, set i lyset af de udfordringer, vi kommer til at stå over for de kommende år

Gå sammen om elektronisk oplevelseskatalog

Samarbejde med nærliggende feriefonde

Regionsmøder, én gang årligt landsmøde

Lokal viden på tværs så det enkelte ferieområde kan blive beskrevet så spændende som muligt

Ved køb af nyt hus hører/kontakter feriefonden i det påtænkte område om hvad og hvorfor man skal købe i netop det område

## Samarbejde og Vidensdeling på One Drive

Parasollens hjemmeside ikke er det rette forum til "Samarbejde og deling af produkter", og derfor har bestyrelsen taget skridt til at etablere et nyt forum til denne aktivitet. Valget er faldet på Microsofts "OneDrive", som er velegnet til dette formål.

Det har været et udtalt ønske, at Parasollens medlemmer kan udveksle oplysninger fonde imellem, f.eks. adresser, kontaktpersoner, E-mail osv. Desuden har der været et udtalt ønske om at kunne se de enkelte fondes størrelse med hensyn til antal ferieboliger og deres beliggenhed.

Forudsætningen for at de enkelte medlemmer af Parasollen kan etablere denne vidensdeling og dermed udveksle idéer og oplysninger er, at der er det nødvendige forum til stede. Her tænkes på et fuldstændigt udbygget "kontaktforum" i form af den nye kontaktlister, som Parasollen har etableret på OneDrive.

Ud over at etablere en kontaktlister på OneDrive, som Parasollens medlemmer selv skal vedligeholde, er der oprettet de nødvendige mapper, ligeledes på OneDrive, hvor medlemmerne kan formidle, dels egne inspirationspakker og dels inspirationspakker, der er udviklet i samarbejde med andre.

Den enkelte fond skal derfor registrere sine oplysninger på OneDrive. Ved oprettelse/ændringer af registreringen af dine feriehusoplysninger mv. skal du gøre følgende:

**Klik på linket herunder:**

<https://onedrive.live.com/about/da-dk/login/>

1. Klik på Log på (øverst til højre)
2. Skriv mailadressen: *parasollen.net@gmail.com* - klik på Næste
3. Indtast adgangskode. Skriv: *para2017* - og klik på Log på
4. Venstreklik på mappen: *1.1 Kontaktlister over Parasollens medlemmer*
5. Her kommer evt. en Pop-up, hvor du angiver den konto du vil bruge - klik på Næste

**Det er nu vigtigt at du åbner regnearket i Excel og ikke i Excel Online**

6. Dette gøres ved at højreklikke på filen: *Parasollen - Medlemsregistrering 3.xlsx*
7. Derefter venstreklikkes på "Åbn i Excel" i det åbne "rullegardin"

Nu skulle du gerne være nået ind på regnearket, hvor du skal registrere dine medlemsoplysninger. Hvis du ved en fejl har åbnet regnearket i Excel Online, skal du blot lukke siden igen, da du ikke kan registrere dine oplysninger i denne version. Gå tilbage til pkt. 6 og følg anvisningen herfra.

Nu er du klar til at registrere dine medlemsoplysninger.

## **Opbygningen af OneDrive:**

### **1.1 Kontaktliste over Parasollens medlemmer**

Parasollen - Medlemsregistreringer.xlsx (kontaktlisten)

### **1.2 Etablering af Erfagrupeer**

Pt. ingen filer

### **1.3 Parasollens idekatalog**

Markedsføring og samarbejde - Parasollen.pdf (dette katalog)

### **1.4 Vejledninger til OneDrive mv.**

Parasollens vejledning til OneDrive.pdf

Generel vejledning til OneDrive.pdf

### **2.0 Inspiration til markedsføring af feriefonde**

2.1 Tema 1 - Flere lejere af ferieboligerne (A)

2.1 Tema 1 - Flere lejere af ferieboligerne (B)

2.2 Tema 2 - Udvikling og forbedring af markedsføringsmateriale

2.3 Tema 3 - Udvikling af hjemmeside/bookingportal

2.4 Tema 4 - Udvikling og drift af ferieboliger

### **3.0 Inspiration til Forbedret samarbejde mellem feriefonde:**

2.5 Tema 5 - Vidensdeling og samarbejde på tværs af feriefonde

## **Hvordan OneDrive anvendes**

Når alle feriefonde/medlemmer har registreret deres oplysninger vil Parasollen foretage den nødvendige sortering på regnearket, således at de enkelte fondes oplysninger om ferieboliger sorteres på arkene:

”Sortering (DK-NO-SE)”, der omfatter ferieboliger i Danmark, Norge og Sverige

”Sortering (ØVRIGE)”, der omfatter ferieboliger i det øvrige Europa

Herefter kan den enkelte feriefond let finde oplysninger om de øvrige feriefondes kontaktoplysninger og hvor de enkelte feriefondes ferieboliger er beliggende.

Husk også, når en fond har et produkt, som andre fonde kunne have glæde af at se, at uploade produktet på OneDrive. Produktet (gerne en PDF-fil) placeres under punktet 2.0 Inspiration til markedsføring mv. Placér det under det rette Tema. Herved kan feriefonde låne og lade sig inspirere af, hvad andre fonde har lavet (se Side 6).

Arbejdsgruppen har også lavet en udførlig vejledning (brochure) til OneDrive, som naturligvis kan findes på OneDrive. Se i øvrigt opbygningen på OneDrive øverst på siden.

Til sidst skal vi pointere at OneDrive er et supplement til Parasollens Hjemmeside. Den skal fortsat anvendes som det primære forum og informationskilden for medlemmerne.



*Alle billeder i idékataloget er downloadet fra: <https://pixabay.com/da/>*

**Referencer:**

***Materiale fra seminar 2016:***

Ændringer i forbrugeradfærden skabt af den digitale/ mobile transformation v/ Henrik Rewes, fa. Nørgaard Mikkelsen, [www.normik.dk](http://www.normik.dk). Slides: [Feriefonde-Henrik-Rewes](#)

Kunderejsen på baggrund af interview med udvalgte Feriefonde/administratorer v/ Poul Kragelund, [www.kragelund-kommunikation.dk](http://www.kragelund-kommunikation.dk). Slides: [Feriefonde-Kragelund-slides](#)

***Materiale fra seminar 2017:***

Kunderejsen 2 - interview med udvalgte Feriefonde/administratorer. [Indlæg til årsmøde vedr. udvalgte feriefondes hjemmesider](#). Baggrunds-papir v/Poul Kragelund.

Slide show: [Kragelund-seminar-Brædstrup-2017-Parasollen](#)