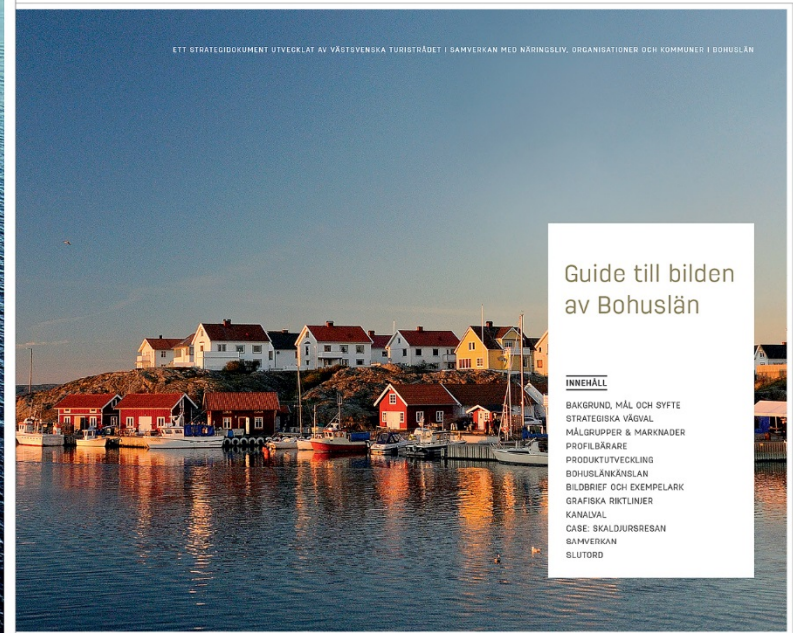


Varumärkesplattform för Västsverige och Bohuslän

Vi är på väg att skapa en tydlig bild och spännande produkter i Västsverige



Tillsammans blir vi en starkare destination!

Samarbete mellan Göteborg & Co,
VisitSweden och Turistrådet Västsverige
kring internationell marknadsföring
2015-2020

En gemensam aktivitetsplan för
10 utlandsmarknader

Flera större samarbeten mellan
destinationer och företag i Västsverige



Våra prioriterade exportmarknader – stenhård konkurrens

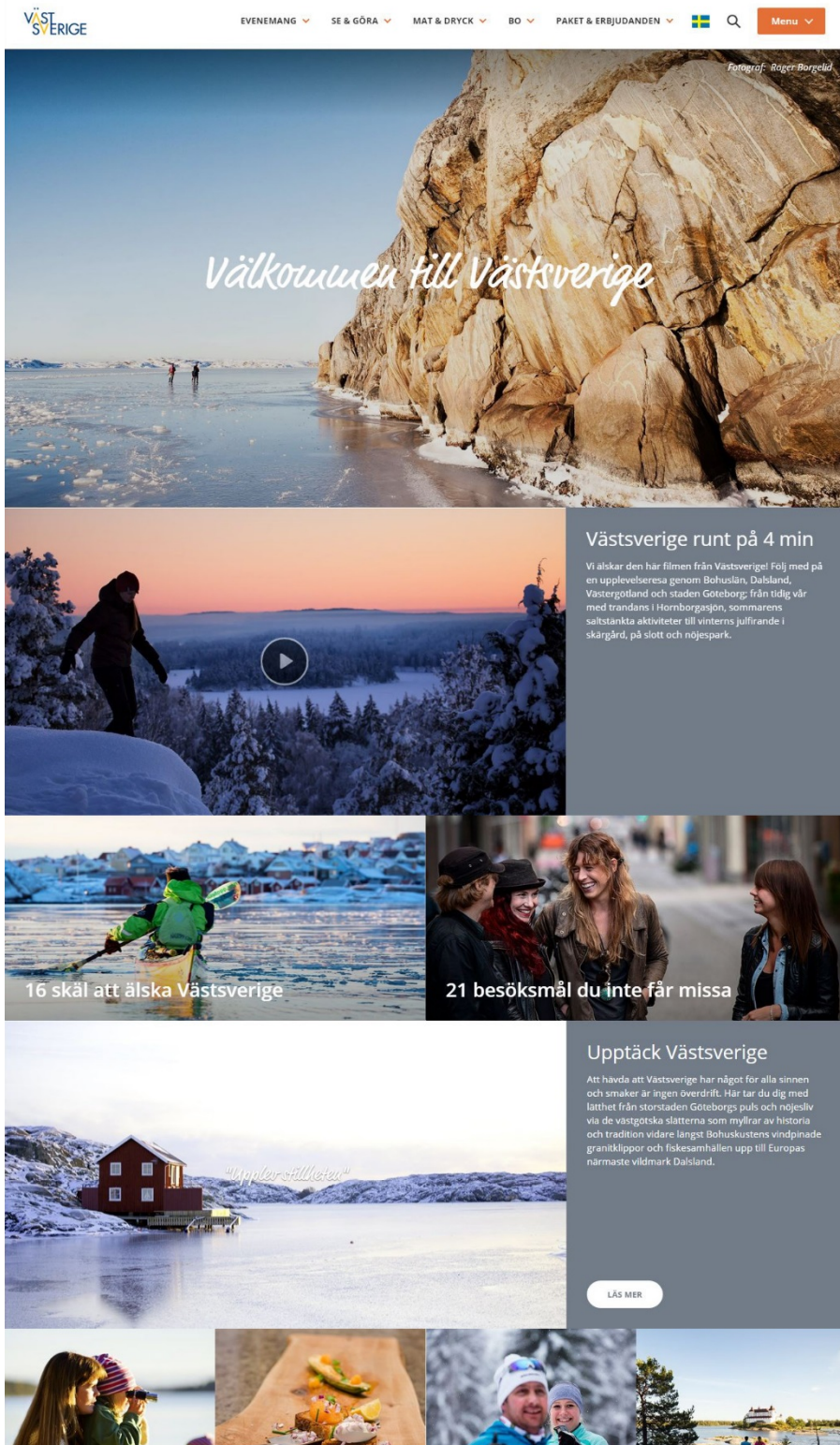


Hur når vi målgrupperna?

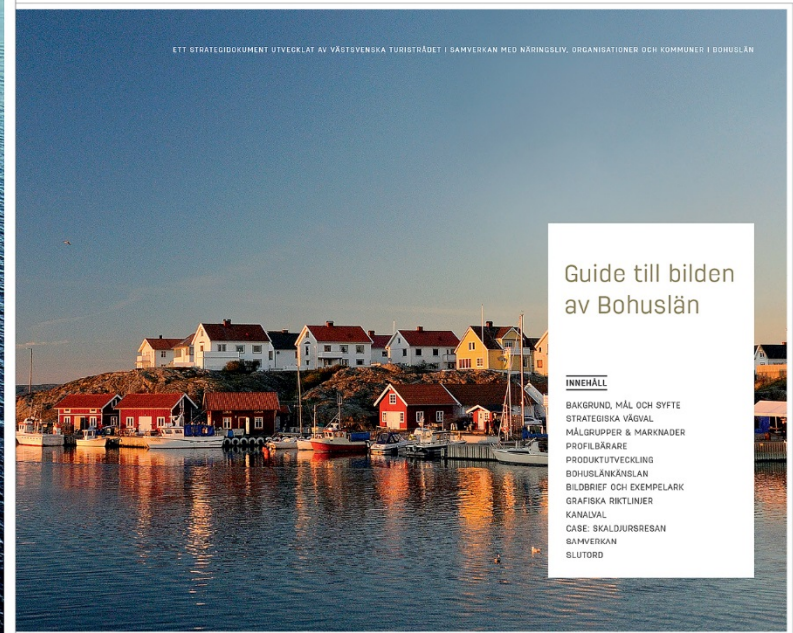
Integrerad kommunikation och exportmogna produkter

- Kampanjer
- Utländska reseledet
- Press & PR
- Sociala Medier
- Webben – hit hänvisar vi all trafik från marknadsaktiviteter





Vi är på väg att skapa en tydlig bild och spännande produkter i Västsverige

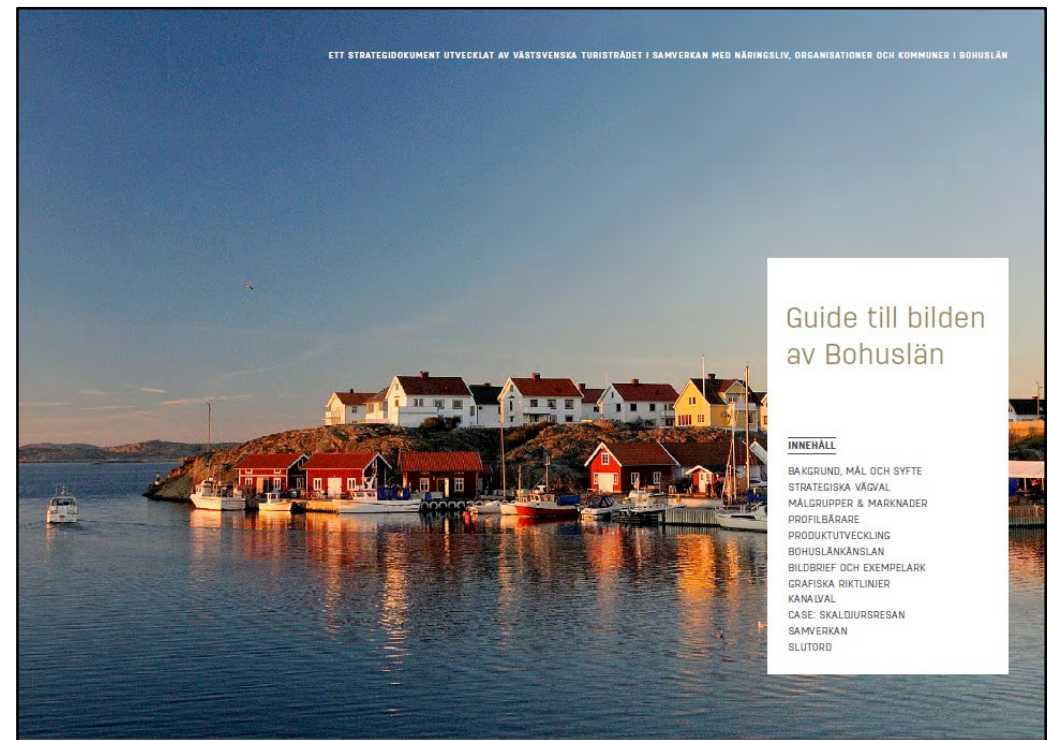




SYFTE

- Skapa tydlighet kring vad Västsverige ska kommunicera nationellt och internationellt.
- Skapa ett paraplyvarumärke som regionens aktörer kan använda för att addera värde.
- Ta fram ett verktyg som hjälper oss kommunicera enhetligt och utveckla nya produkter.

VÄGLEDANDE MATERIAL



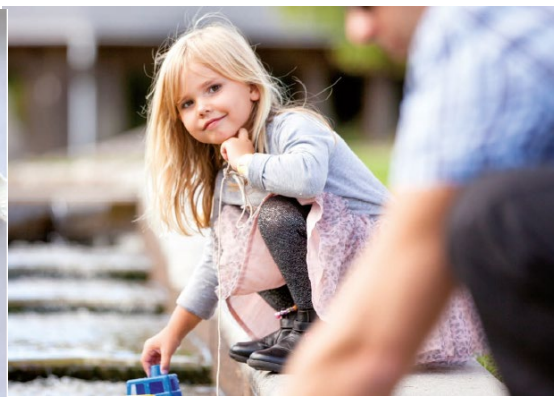
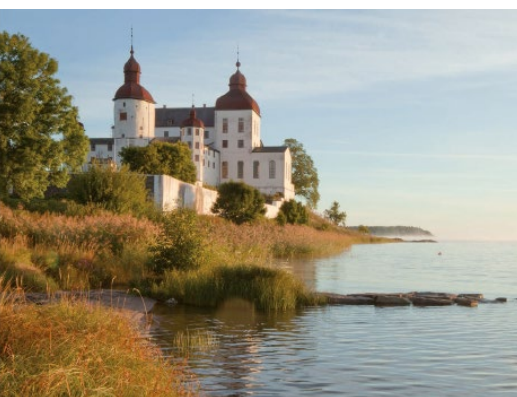
Strategiska vägval

- Från högsommar till fokus på hela året
- Från passiv till aktiv





- Visa upp alla årstider
- Inspirerande människor
- Visa hela upplevelsen



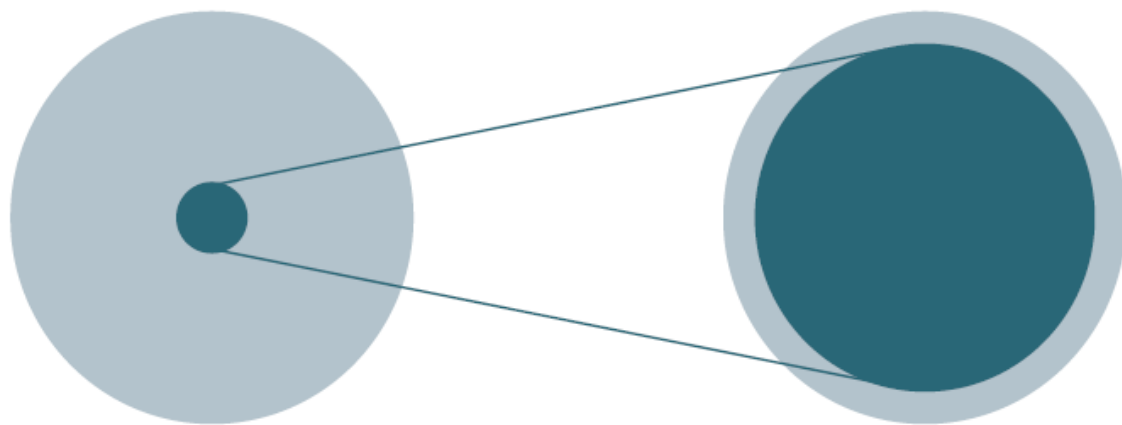
FOKUSOMRÅDEN – våra främsta reseanledningar

MÅLTID

KULTUR

NATUR

VÄLJA OCH VÄLJA BORT 10/90-PRINCIPEN VISAR VÄGEN



10 %

Vi fokuserar
varumärkesbyggandet på
de mest unika och attraktiva
delarna av utbudet.

90 %

Det säkerställer en enhetlig,
konsekvent kommunikation
som gynnar de resterande 90
procenten av utbudet som möter
besökarens alla behov under
vistelsen på platsen.



PROFILBÄRARE –

- UNIKA RÅVAROR
- MÅNGSIDIGA VATTEN
- KONTRASTRIKA NATUROMRÅDEN
- INSPIRERANDE MÄNNISKOR



UNIKA RÅVAROR



I Västsverige finns nyfångade, nyplockade och närodlade råvaror av högsta kvalitet. Besökaren får vara med från fångst och skörd ända till bordet.

EXEMPEL:

- SKALDJUREN I BOHUSLÄN
- LÖJROM FRÅN VÄNERN
- RAMSLÖK FRÅN KINNEKULLE
- LÄCKER INSJÖFISK

MÅNGSIDIGA VATTEN



Vatten i olika former omgärdar och genomskär regionen och bidrar till ett kontrastrikt och inspirerande landskap.

EXEMPEL:

- HAVET UTANFÖR BOHUSLÄN
- DALSLANDS OCH GÖTA KANAL
- VÄNERN OCH VÄTTERN
- DALSLANDS SJÖSYSTEM
- HORNBOGASJÖN

KONTRASTRIKA NATUROMRÅDEN



De stora kontrasterna i landskapen bjuder in till aktiviteter och utmaningar som passar alla. I Västsverige finns naturen runt knuten och nära tätorterna.

EXEMPEL:

- **BOHUSLÄNS KARGA SKÄRGÅRD**
- **VILDMARK SOM ÄR ENKEL ATT NÅ**
- **BÖRDIGA SLÄTTER**
- **KÄNDA PLATÅBERG**

INSPIRERANDE MÄNNISKOR



I Västsverige finns många människor som är kunniga och passionerade; kockarna som tillagar de perfekta råvarorna, företagarna och entreprenörerna som guidar till upplevelserna du gärna berättar om.

EXEMPEL:

- SIVAN
- LEIF MANNERSTRÖM
- ADRIAAN VAN DE PLASSE
- CRISTER BLÜME
- M. FL.

VÅR EGEN FORMEL FÖR PRODUKTUTVECKLING

PROFILBÄRARE

Våra tillgångar

Tänk på att alltid lyfta fram profilbärarna i produkter, erbjudanden, berättelser och kommunikation. De är våra främsta tillgångar som gör oss till ett spännande resmål.

FOKUSOMRÅDEN

Våra reseanledningar

Välj ett eller flera fokusområden för att utveckla produkter och erbjudanden. De är våra främsta reseanledningar.

STRATEGISKA VÄGVAL

Vad vi lyfter i erbjudandet

Lyft fram det aktiva Västsverige och tänk på att fokusera på hela året. Så många produkter som möjligt ska vara bokningsbara under hela året, framför allt under vår och höst då råvarorna är som bäst.

PERSONLIGHET

Hur vi kommunicerar

Vi pratar med en enhetlig röst som uttrycker en känsla för Västsverige.



Ett sammanhållande varumärke

Alla aktörer i regionen drar nytta av att varumärket Västsverige är välkänt. När företagen och kommunerna i regionen kommunicerar hjälper varumärket Västsverige till att placera oss på kartan och sätta oss i ett större sammanhang. Västsverige är ett paraplyvarumärke under vilket varje företag och turistorganisation fortsätter att bygga sina respektive varumärken och använda sina egna budskap med inspiration från detta paraply. Varumärket Västsverige har tagits fram för att alla som verkar i regionen ska känna sig hemma i innehållet och ha möjlighet att använda logotypen som en garantstämpel för minnesvärda upplevelser i en spännande region.



SPRÅKANPASSNINGAR

Att bygga ett varumärke på olika språk är ingen ovanlighet, ta bara Göteborg/Gothenburg som exempel. Det huvudsakliga varumärket är fortsatt Västsverige, men för att underlätta på viktiga marknader kommer även West Sweden och Westschweden att användas.

Västsverige används på hela den nordiska marknaden eftersom språkförbistringen är liten.



VÄST
SVERIGE

Salt, aktiv, spännande och unik. När semestern är över lever minnena kvar. Minnena som gör att man får ny energi i vardagen, djupare känslor i relationerna och en vilja och lust att återvända. Till Västsverige kommer man för att inspireras och uppleva.



Välkommen till
Västsverige

Salt, aktiv, spännande och unik. När semestern är över lever minnena kvar. Minnena som gör att man får ny energi i vardagen, djupare känslor i relationerna och en vilja och lust att återvända. Till Västsverige kommer man för att inspireras och uppleva.

VÄST
SVERIGE

Guide till bilden av Bohuslän

INNEHÅLL

BAKGRUND, MÅL OCH SYFTE
STRATEGISKA VÄGVAL
MÅLGRUPPER & MARKNADER
PROFILBÄRARE
PRODUKTUTVECKLING
BOHUSLÄNKÄNSLAN
BILDBRIEF OCH EXEMPELARK
GRAFISKA RIKTLINJER
KANALVAL
CASE: SKALDJURSRESAN
SAMVERKAN
SLUTORD

Syfte med Guide till varumärket Bohuslän

- Guiden till bilden av Bohuslän ska:
 - Förtydliga bilden av Bohuslän
 - Öka Bohusläns attraktivitet hos valda målgrupper samt bidra till att fler besökare kommer hit
- Den ska vägleda prioriteringar:
 - Produktutveckling – att få fram rätt reseanledningar
 - Kommunikation: Budskap, bildval, inriktning i aktiviteter och kampanjer





- Bohuslän och Västsverige stärker varandra genom att ha samma grafiska utformning och profil.
- Vi använder oss av samma typ av garantstrategi som för Västsverige.
- Internationellt kan Bohuslän vara en del av avsändaren
a part of West Sweden/ in West Schweden

Ett Bohuslän – tre profilbärare

- Ringar in och definierar regionens karaktär och personlighet.
- Representerar det som är specifikt för regionen och som efterfrågas av valda målgrupper.
- Regionens ”ikoner”.



Genuint, otämjt, äkta, friskt och utmanande.

Bohusläns skärgård är redan en av Sveriges ikoner



SET EDITION: U.S. | INTERNATIONAL | MEXICO | ARABIC
TV: CNN | CNN | CNN en Español | HLN

CNN Travel

Home TV & Video CNN Trends U.S. World Politics Justice Entertainment Tech Health Living

10 of the world's last great wilderness areas

By **Jini Reddy**, for CNN Travel
updated 5:34 AM EST, Wed March 6, 2013

This stretch of coastline extends to the border with Norway and is dotted with an archipelago of some 8,000 islands and islets.

7. Bohuslän coast, Sweden

HIDE CAPTION

<< 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 >>

STORY HIGHLIGHTS

- Knyrdart Peninsula often

(CNN) -- Computers, cell phones and Aeron chairs will only get you so far in life.

BOHUSLÄN

LYSEKIL



en del av
BOHUSLÄN

BOHUSLÄN



Salt, aktiv, spännande och unik. När semestern är över lever minnena kvar. Minnena som gör att man får ny energi i vardagen, djupare känslor i relationerna och en vilja och lust att återvända. Till Västsverige kommer man för att inspireras och uppleva.

a part of
**WEST
SWEDEN**

BOHUSLÄN



Salt, aktiv, spännande och unik. När semestern är över lever minnena kvar. Minnena som gör att man får ny energi i vardagen, djupare känslor i relationerna och en vilja och lust att återvända. Till Västsverige kommer man för att inspireras och uppleva.

a part of
**WEST
SWEDEN**

Exempel: Tanum



Verktygslådan

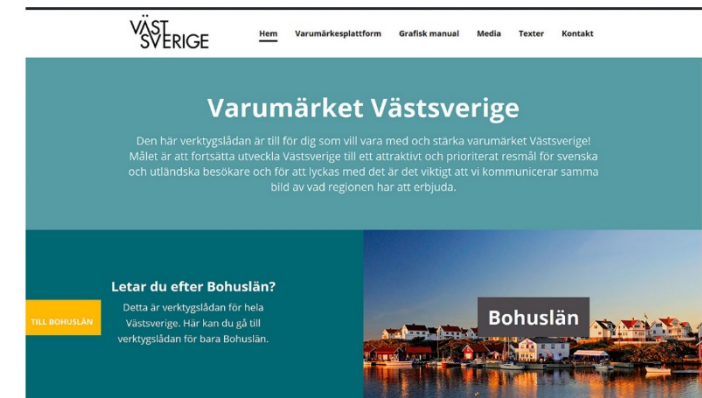
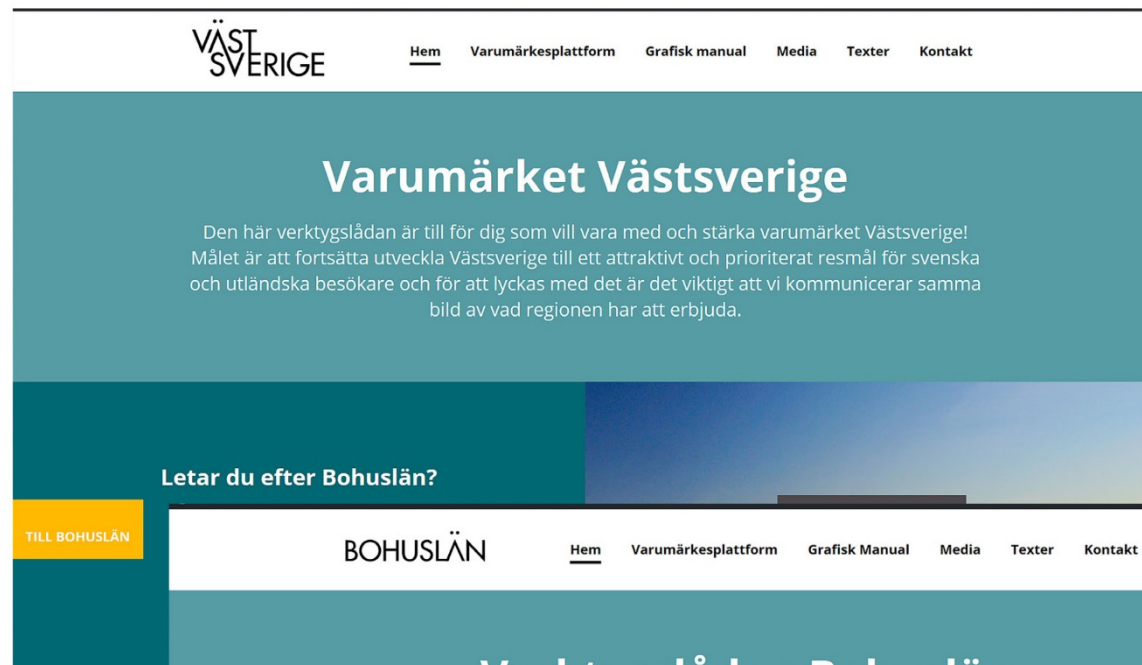
Verktygslådan

Registrering >> Ett konto för två siter

Navigering:

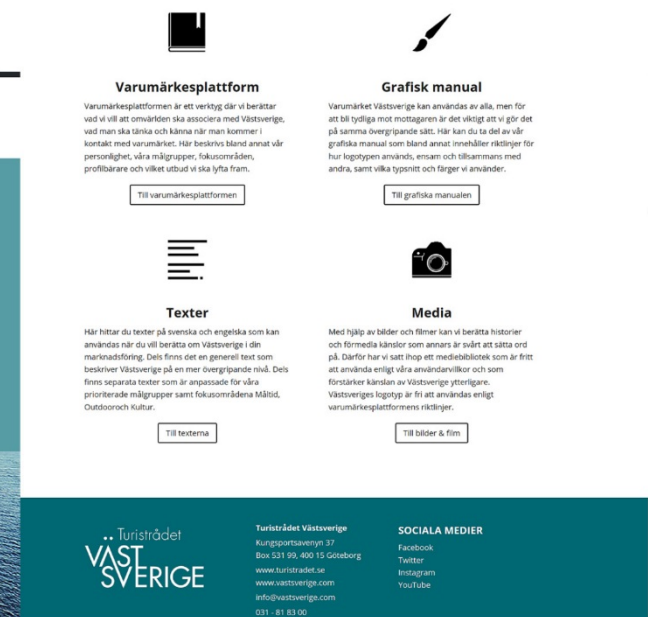
- Varumärkesplattformerna
- Grafisk manual
- Media
- Texter
- Exempel/Inspiration för användning

Letar du efter Bohuslän?



Letar du efter Bohuslän?

TILL BOHUSLÄN



VÅR BÄSTA TID ÄR NU.



WORKSHOP PÅ VÅRT VIS.

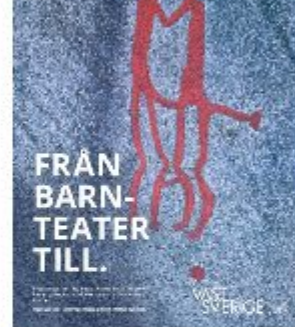
Det är något speciellt med att vinsterkonferera i Bohuslän. Särskilt när man behöver skapa engagemang och motivation. Kanske är det de salta vindarna, det oändliga havet eller den skiftande färgen på himlen som sätter fart på samarbetsvilja och kreativitet. Kanske är det årseddens vackra tomhet och de storslagna vyerna som lockar fram människors inreboende drivkrafter. Oavsett vilket, så är vi stolta över vår plats på jorden. Och vi delar gärna med oss. Vår bästa tid är nu.

På mötet i Bohuslän.se hittar du vinstens bästa och mest energifyllda konferenspaket.

BOHUSLÄN
VÅR BÄSTA TID ÄR NU.

..Turistrådet
VÄST
SVERIGE





Från barnteater till.

Klicka här för att se en större bild



Från rostad ramslök till.

Klicka här för att se en större bild



Från cykelsadel till.

Klicka här för att se en större bild

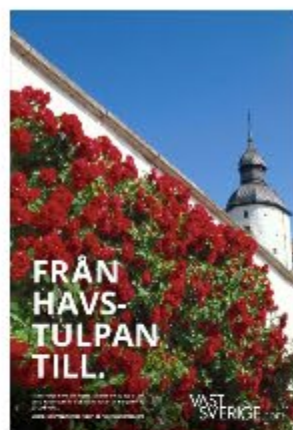
Dela och gilla tävlingar och inlägg i sociala medier

Under kampanjveckorna kommer Turistrådet Västsverige, genom tävlingar och inlägg i våra sociala medier, sätta fokus på nya vastsverige.com. Om du inte redan följer oss i våra sociala kanaler, klicka gärna i sociala medier-fältet högst upp till höger i detta nyhetsbrev. Vi ser gärna att du gillar och delar våra inlägg i dina kanaler.



Från halv special till.

Klicka här för att se en större bild



Från havstulpan till.

Klicka här för att se en större bild



Från shoppinggata till.

Klicka här för att se en större bild

Läs mer...



FRÅN SPORT- DRYCK TILL.

Upptäck kontrasternas region
på nya vastsverige.com



VAST
SVERIGE.com



FRÅN STAV TILL.

Upptäck kontrasternas region
på nya vastsverige.com

VAST
SVERIGE.com



FRÅN SEGER- DANS TILL.

Upptäck kontrasternas region
på nya vastsverige.com

VAST
SVERIGE.com



FRÅN START- NUMMER TILL.

Upptäck kontrasternas region
på nya vastsverige.com

VAST
SVERIGE.com

A man in a black jacket and beanie is hiking through a dense forest. The ground is covered in moss and fallen leaves, and the trees are tall and thin. The lighting is soft, suggesting a misty or early morning atmosphere.

FRÅN HANSEN- PLATSEN TILL.

Upptäck kontrasternas region
på nya vastsverige.com

VAST
SVERIGE.com



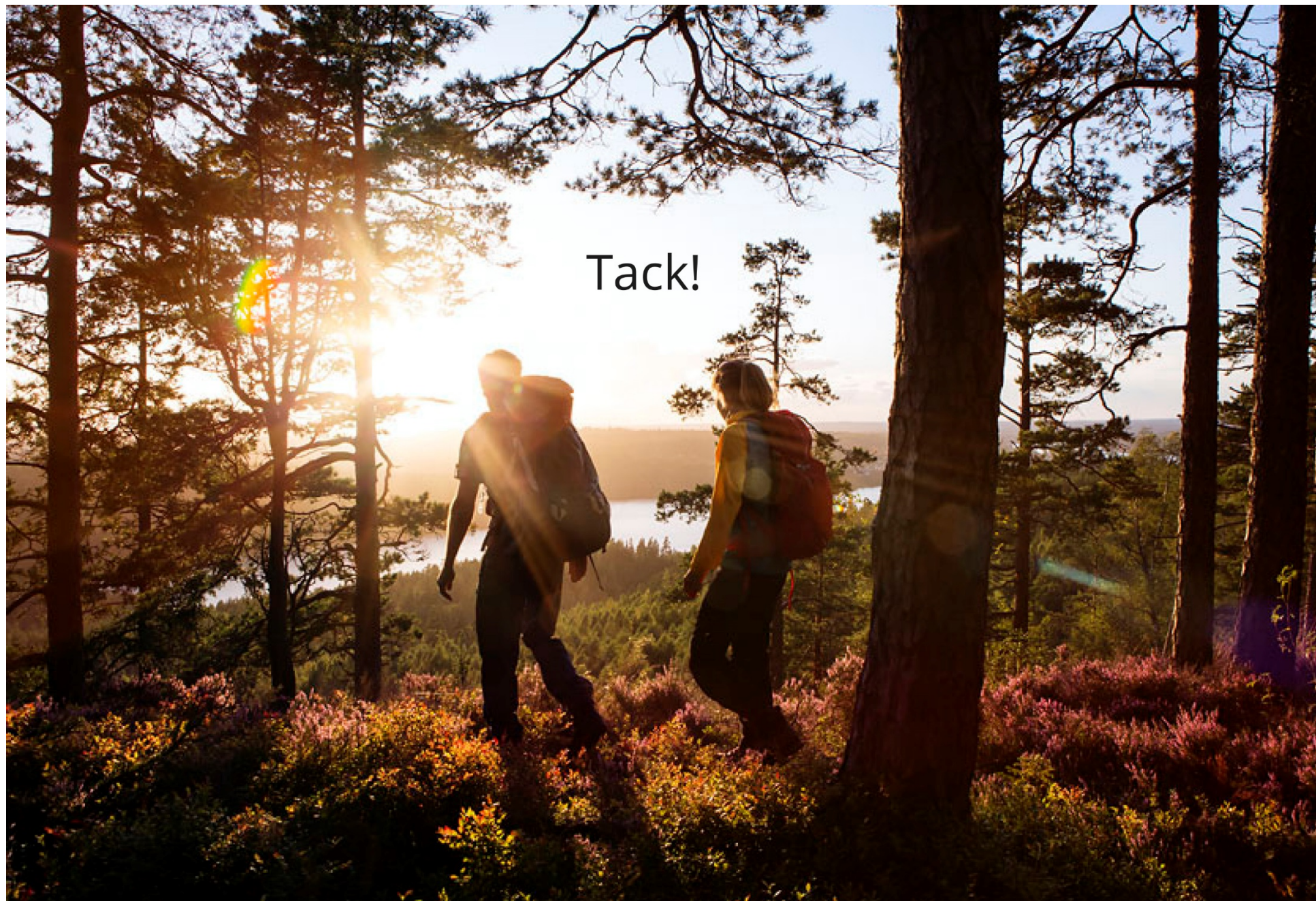
FRÅN FOLK- FEST TILL.

Upptäck kontrasternas region
på nya vastsverige.com

VAST
SVERIGE.com

VÄST SVERIGE.com

Upptäck kontrasternas region.



Tack!