

MARKEDSFØRINGSPLAN

2018

Nyd en dag på skønne
Samsø

Dagsbillet
Bil t/r +
5 personer
Kun 299,-
*Pris uden for sommerferien,
gælder lørdage, søndage,
helligdage og ferier i 2018

Pris i
sommerferien
499,-

Book online - tilsamsø.dk
*Dog ikke på afgang kl. 7.00 på hverdage i ferier



Halv pris i
billigperioder
fra 1. januar - 29. juni &
13. august - 31. december 2018
f.eks. bil +
5 personer
Kun 205,-
enkelttur

Du sparer
253,-

Oplev Samsø
til halv pris

Book online på tilsamsø.dk

Samsø Rederi



Gratis campingvogt
Samsø

Spar op til
391,-
per vej

Book online - tilsamsø.dk

På disse afgange, kan der være regler for ankomst og afrejse, på de enkelte campingpladser, læs mere på deres hjemmesider:
saelvigbugtens-camping.dk - feriecentersamsø.dk - klitgaardcamping.dk - ballenstrandcamping.dk

Samsø Rederi



Samsø Rederi



INDHOLDSFORTEGNELSE

| | |
|--|-------|
| 1.0 - Indledning | 3 |
| 2.0 - Metode | 4 |
| 3.0 - Planlagte triggers / produkter aktiviteter | 5 |
| 4.0 - Triggerpoints / markedsføringsaktiviteter | 6 |
| 5.0 - Oversigt - Markedsføring 2018 | 8-9 |
| 6.0 - Oversigt - Målgruppens tidsforbrug medier | 10-11 |
| 7.0 - Brandopbygning | 12 |



1.0 - INDLEDNING

PRINSESSE ISABELLA, blev indsat på ruten Samsø-Jylland primo 2015. Den større kapacitet samt rederiets og øens fælles markedsføringsaktiviteter har vist en flot stigning i trafiktal og en god omsætning på vores kampagner. Trafikstigningen siden indsættelsen af færgen har været enorm og i 2018 forventer vi os endnu mere.

Med regeringens ø-støtte og vores tilhørende markedsføringsindsats, forventer vi igen en stigning i trafiktalene for hele 2018.

Udgangspunktet i alle vores fremstød er Samsø og de muligheder der allerede findes. Her ser vi størst potetiale for mersalg og merturisme og dermed salg af flere færgebilletter.



2.0 - METODE

Primær målgruppe:

25-70 år, bosat i Østjylland, 1 times kørsel fra Hou, har bil, holder ferie og weekend ophold i Danmark.

Sekundær målgruppe:

25-70 år, bosat 2 timers kørsel fra Hou, holder ferie og weekend ophold i Danmark.

Nedestående model er udgangspunktet for vores markedsføring.

1. Trigger

Her skabes den berømte "reason to go". Før man køber en færgebillet til Samsø, skal man inspireres "trigges" til, at tænke Samsø. Inspiration kommer sjældent uopfordret. Gæsten søger ikke af sig selv. Det er disse "triggers" vi skal have fokus på i vores primære markedsføring.

2. Planlægning

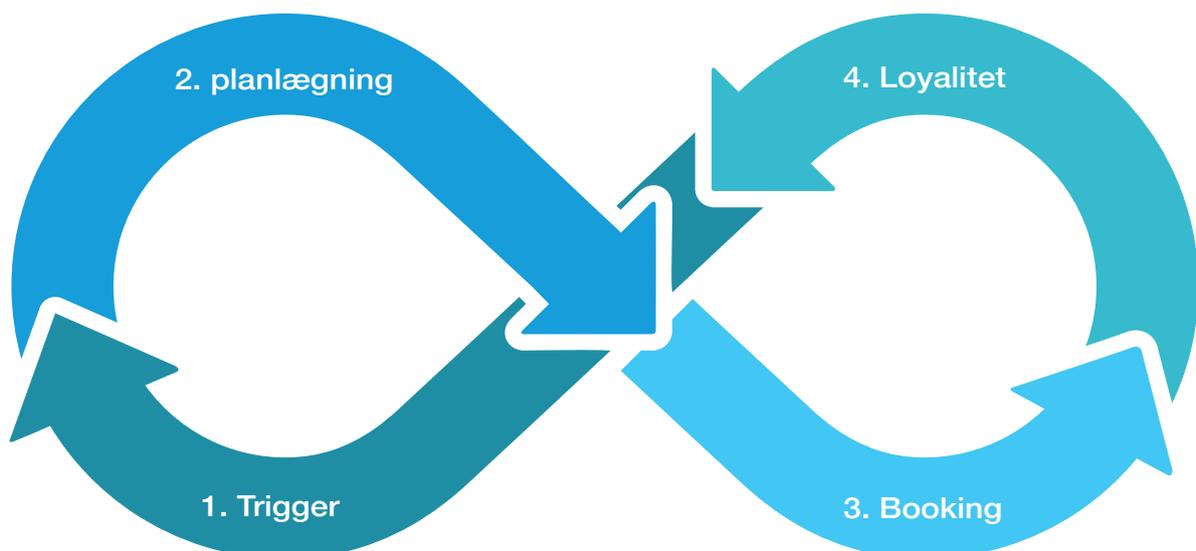
Gæsten overvejer nu sit rejsemål og samler information om destinationen. Finder gæsten informationen tilfredsstillende vælges Samsø som feriedestination. Her er vores opgave at gøre information nemt tilgængeligt for gæsten, så de får de oplysninger de søger og gør det nemt at tage deres beslutning.

3. Booking

Den konkrete booking af færgebilletten foretages. Her er vores opgave at gøre denne proces nem og overskuelig.

4. Loyalitet

Loyalitet handler om relationspleje, om at blive i gæstens "top of mind", så Samsø også vælges som feriedestinationen næste gang. Her skal Samsø Rederi bla. være synlig på de sociale medier, via nyhedsbreve mv.



3.0 - PLANLAGTE AKTIVITETER

3.1 Dagsbillet

Vi har haft vores dagsbillet siden 2015. En billig billet vi tilbyder i weekender, helligdage og ferier til bil inkl. 5 passagerer, og den har vist at være en stor succes. Denne type af billet skal ud over at øge trafikken på kort sigt, også skabe grobund for, at mange af de kunder der benytter sig af, at opleve Samsø på en endagstur, får lyst til at opleve mere af Samsø også på en ferie over flere dage.

Vi har haft massiv markedsføring af denne billettype i sommerferien 2016 og 2017, og det har givet pote og potentialet af nye kunder af denne vej fortsat stort. I sommerferien 2017 oplevede vi dog en lille nedgang i antal solgte dagsbilletter end i 2016, dette skyldes bl.a. at vores halv pris sæson er udvidet til at gælde hele året, på nær sommerferien. Så flere har f.eks. valgt at rejse udenfor sommerferien. I 2018 vil vi også tilbyde den populære dagsbillet, og med mere fokus på denne, bl.a. digitalt.

3.2 Messe i Herning

Sammen med Samsø Turist og Handelstandsforening deltager vi i messen "Ferie for alle" i Herning. Selve messen viser forrige års messetilbud giver ikke det store salg, men messen kan være med til at sætte Samsø på landkortet i forhold til valg af ferie på længere sigt.

3.4 Særtilbud

Igenem de sidste mange år er gode og stabile events udover året på Samsø blevet en vigtig del af markedsføringen af Samsø. Selvom de enkeltstående events måske ikke skaber højdespring på trafiktal, er de uden tvivl med til at øge trafikken i skuldresæsonen og også uvunderlige i forhold til den massive presseomtale de skaber. Derfor støtter vi op om flere lokale events og laver særtilbud i forbindelse med disse.

3.5 Samsø Festival

Samsø Festival er uden tvivl en af de events på Samsø der, i modsætning til det nævnt i sidste punkt, skaber et højdespring i trafiktal. Derfor indgår Samsø Rederi igen i år et samarbejde med Samsø Festival.

3.6 Dansk Ø-ferie

I løbet af 2016 blev Samsø Rederi en del af pakke-rejse portalen Dansk Ø-ferie. Dansk Ø-ferie ejes af Færgen A/S. Portalen sælger pakkerejser mv. til flere danske øer. Vi havde i løbet af 2017 lavet forskellige pakkerejsetilbud til mange forskellige målgrupper.

Golfpakker, campingtilbud, hotelophold, oplevelsesture mv. Campingrejser til Samsø har været det produkt som langt de fleste har købt i 2017, men har ikke været en ligeså stor succes i 2017, som forventet, vi vil dog fortsætte det gode samarbejde i 2018.

3.6 Samsø til halv pris

I 2016 og 2017 fik vi stor succes med kampagnen "Samsø til halv pris, som var introduktionen til vores lavere priser i forbindelse med regeringens ø-søtte. I 2017 blev vores sæson med halv pris endda forlænget til at gælde fra efter sommerferien og året ud. Denne kampagne fortsætter i 2018, hvor vi kan tilbyde halv pris hele året, på nær sommerferien.

3.7 Gratis campingvogn med færgen

Campingferie på Samsø er populært og campister vil ligesom andre gæster meget gerne rejse på de meget brugte afgangene fra både Hou og Samsø. Da den øgede kapacitet indsættelsen af PRINSESSE ISABELLA har skabt flaskehalse både i 2015 og 2016, på de populære afgangene og den eneste måde vi kan hæve kapaciteten yderligere er at flytte høje enheder til yderafgangene og gøre det attraktivt at benytte disse afgangene. Der er derfor også lagt begrænsninger for campingvogne på de populære afgangene.

Det afprøvede vi i 2017 med vores tilbud til campister, der kan få campingvognen eller autocamperen gratis til og fra Samsø og afgangene kl. 22.00 fra Hou og kl. 5.45 fra Samsø. Og man må sige at det gav pote, for vi har haft 7 gange så mange Campingvogne/høje enheder på disse afgangene i 2017. Vi har haft en generel stigning på campingvogne i 2017, på 28% i forhold til 2016.

Oplev Samsø til halv pris

Halv pris i billigerperioder
fra 1. januar - 29. juni &
13. august - 31. december 2018
f.eks. bil +
5 personer
Kun 205,-
enkelttur

Du sparer
253,-

Book online på tilsamsø.dk

Samsø Rederi

4.0 - MARKEDSFØRINGSAKTIVITETER

Vores "triggers" skal gøres synlige for potentielle kunder. Det planlægges, at blive gjort med bla. følgende "triggerpoints".

4.1 Det trykte, men også digitalt

Samsø Feriemagasin har gennem de sidste år vist sig som et af Samsøs vigtigste værktøjer i den fællesmarkedsføring. Færgen A/S gennemførte i 2012 en undersøgelse der viste at 59% af alle dem, der bestiller en færgebillet til Samsø er inspireret til deres ferie på Samsø gennem Samsø Feriemagasin. VisitSamsøs store undersøgelse i 2011 viste ligeledes at 45% af læserne af magasinet aldrig har været på Samsø før. Disse tal vidner om et markedsføringsværktøj, der har en helt enorm værdi for hele Samsø.

Men hvis man kigger på de undersøgelser der ligger idag, omkring hvor vores kunder bruger deres tid henne, så viser de at de bruger mere og mere tid på online medier end de gør på det trykte. Derfor bør vi bruge den online annoncering mere end vi gør idag. Så i 2018 er vi bl.a. gået sammen med Visit Samsø om en online kampagne igennem Jyllandsposten, herunder også poliken og ekstrabladet.

4.2 Messeaktiviteter

4.2.1 Ferie for alle i Herning

VisitSamsø deltager 26. - 28. februar i den store feriemesse, "Ferie for alle" i Herning. Samsø Rederi sponsorerer transport, betaler for en del af standen og stiller med personale fra bookingafdelingen.

4.2.3 Feriemesser i Tyskland

Samsø Feriehusudlejning deltager i 2018 i to messer i Tyskland. Samsø Rederi sponsorerer transport og har materiale med på messerne.

4.3. Annoncering

Både selv og sammen med bla. VisitSamsø og Dansk Ø-ferie vil vi i løbet af året benytte os af annoncering i forskelle dagblade, magasiner mv. i forbindelse med vores kampagner. Ligesom vores kampagner bliver fuldt op af tv-spots, radio, mv. For at opnå de bedste priser vil vi benytte os et medie-bureau til denne opgave.

4.4 Sommerkampagne

Man plejer at sige, at sommeren sælger sig selv på

Samsø. Det gør den også i høj grad. Men de sidste mange års kapacitetsproblemer på færgerne har givet et indtryk af, at det er umuligt at komme til Samsø i sommerferien, med mindre du har booket din billet lang tid i forvejen. Denne forstilling vil vi med vores sommerkampagne gerne ændre og sætte fokus på Samsø som sommerdestination også for dem, der ikke har bestilt billet i januar.

4.5 Samsø til halv pris

Det gode budskab med de billige færgepriser til Samsø skal stadig bakkes op af massiv markedsføring og det gør vi både digitalt, på tryk i tv, radio mv.

4.6 Online aktiviteter

Fordelen ved online markedsføring er, at det er forholdsvist billigt og er der hurtigt responstid. Samtidig er alle dine aktiviteter målbare og kan derfor hurtigt justeres efter modtagernes respons.

4.6.1 Facebook

Facebook er helt klart det mest anvendte sociale medie i Danmark. To ud af tre Danskere har en facebook profil.

Samsø Rederi har allerede etableret en populær og aktiv facebook side som vi bruger aktivt i vores markedsføring og brandopbygning.

Facebook annoncer er også et effektivt "triggerpoint" vi bla. vil bruge til slagtilbud mv.

Samsø Rederis facebook profil har over 4100 følgere og vores opslag har en rigtig flot rækkevidde. Desuden bruges facebook aktivt af vores kunder, der her stiller spørgsmål, kommer med gode idéer og meget mere.

4.6.2 SEO og brugervenlig hjemmeside.

En brugervenlig hjemmeside med en god SEO optimering er alfa og omega på nettet i dag. Derfor prioreres dette højt på vores hjemmeside. I løbet af foråret 2017 fik vi ny hjemmeside og i løbet af 2018, vil vi også få ny bookingside. Som især bliver optimeret til vores kunder der er på mobil, tablet/ipad. Vi kan se i analytics at vores kunder ser vores hjemmeside, ligeså meget på deres mobler og tablet/ipad's som de gør på PC. Også i Dansk statistik fra 2016 viser tallene at 4 ud af 5 mellem 16 og 89 år går på nettet via mobil.

4.6.4 YouTube

YouTubes styrke findes ikke på selve YouTube - men via indlejret videoer via vores hjemmeside og facebook, vi har ikke udnyttet dette medie tilstrækkeligt, så her er et område vi sagtens kan gøre mere ved.

4.6.5 Bannerreklamer

Bannerreklamer er en forholdsvis billig, nem og målbar målgrupperettet markedsføring, som Samsø Rederi også gør brug af i forbindelse med kampagner og slagtilbud. Vores online bannere måler bl.a. antallet af bookinger lavet som direkte respons.

4.6.5 Nyhedsbreve

I løbet af året udsender vi nyhedsbreve til interesserede. Pt. har vi over 5300 modtagere af nyhedsbrevet, og en åbningsrate på 60 %. Normalt for branchen er en åbningsrate på 16%. Dette siger noget om tilknytningsgraden af vores modtagere, og hvor mange som har tilknytning til øen. De har helt klart haft en stor betydning at vi har haft en kampagne kørende, hvor kunden modtager en mail med et spørgeskema når de har købt en standard billet, her kan de også vælge om de vil modtage vores nyhedsbrev. Siden vi startede denne kampagne i starten af 2017, har vi fået over 4000 nye tilmeldte.

4.7 Presseomtale

Igennem 2017 har vi fået stor presseomtale af Samsø Rederi og vores færge. Forholdet til medierne er godt og interessen er stor både for rederiet og Samsø generelt.

Samsø har gennem de sidste mange år været mål for mange presseture, som bl.a. VisitSamsø arrangerer, dette støtter vi selvfølgelig op omkring og vil også i samarbejde med dem arrangere presseture i 2017.

Øens mange gode events i løbet af året skaber uvurdelig presseomtale til gavn for Samsø på både kort og lang sigt.

4.8 Vejrponsorat

I 2017 sponsorerede vi maj og juni månedes vejrudsigten på TV2-Østjylland, i 2018 sponsorerer vi maj-august. .

4.9 Måling af markedsføringsaktiviteter

I 2017 sendte vi 2 dage før vores kunder (der har

købt standardbillet eller dagsbillet) en velkomst mail, hvor vi beder dem svare på 2 spørgsmål og dermed deltage i konkurrencen om færgebilletter til Samsø.

1. Hvad der formål med rejsen er
2. Hvad der har inspireret dem til rejsen

Det gav en samlet besvarelse på over 12.000
Undersøgelsen viste at:

54% havde til formål at holde ferie på Samsø, hvor august faktisk var den måned flest havde valgt.
27% skulle besøge familie og venner.
12,8% skulle til festival eller anden aktivitet.
5,6% rejste erhvervsmæssigt.

Fælles for dem alle er at langt de fleste har svaret at deres inspiration kommer fra tidligere besøg på Samsø, 68%, samt igennem familie og venner 25,7%. Så der er ingen tvivl om at de største reklameambassadører for Samsø er Øen selv, samt dets lokale befolkning.

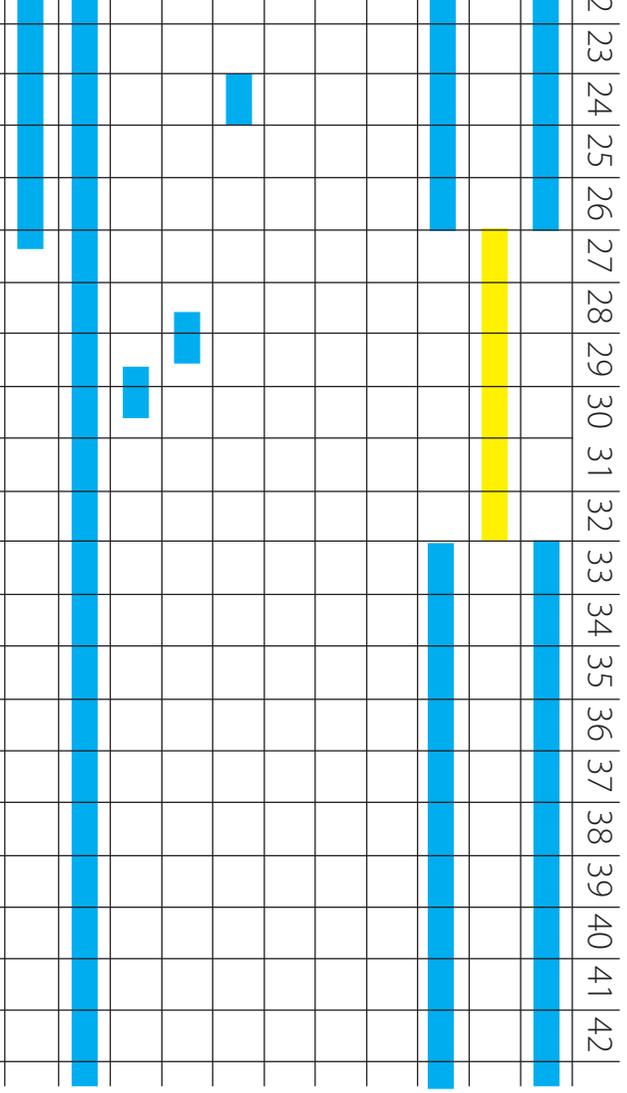
9,3% har læst om Samsø på nettet eller via sociale medier. 7,1% har læst Samsø feriemagasinet. Så vores tilstedeværelse online er helt klart en væsentlig faktor for vores kunder.

I 2018 vil vi også få oplyst hvilken kommune vores kunder kommer fra, og vores udenlandske kunder kan oplyse hvilket land de kommer fra. Det interessante bliver bl.a. at se hvilke markedsførings tiltag vi har haft kørende i netop deres område. Men også hvilke områder vi IKKE har haft markedsføring og derfor mulige nye markeder, i forhold til vores målgrupper.



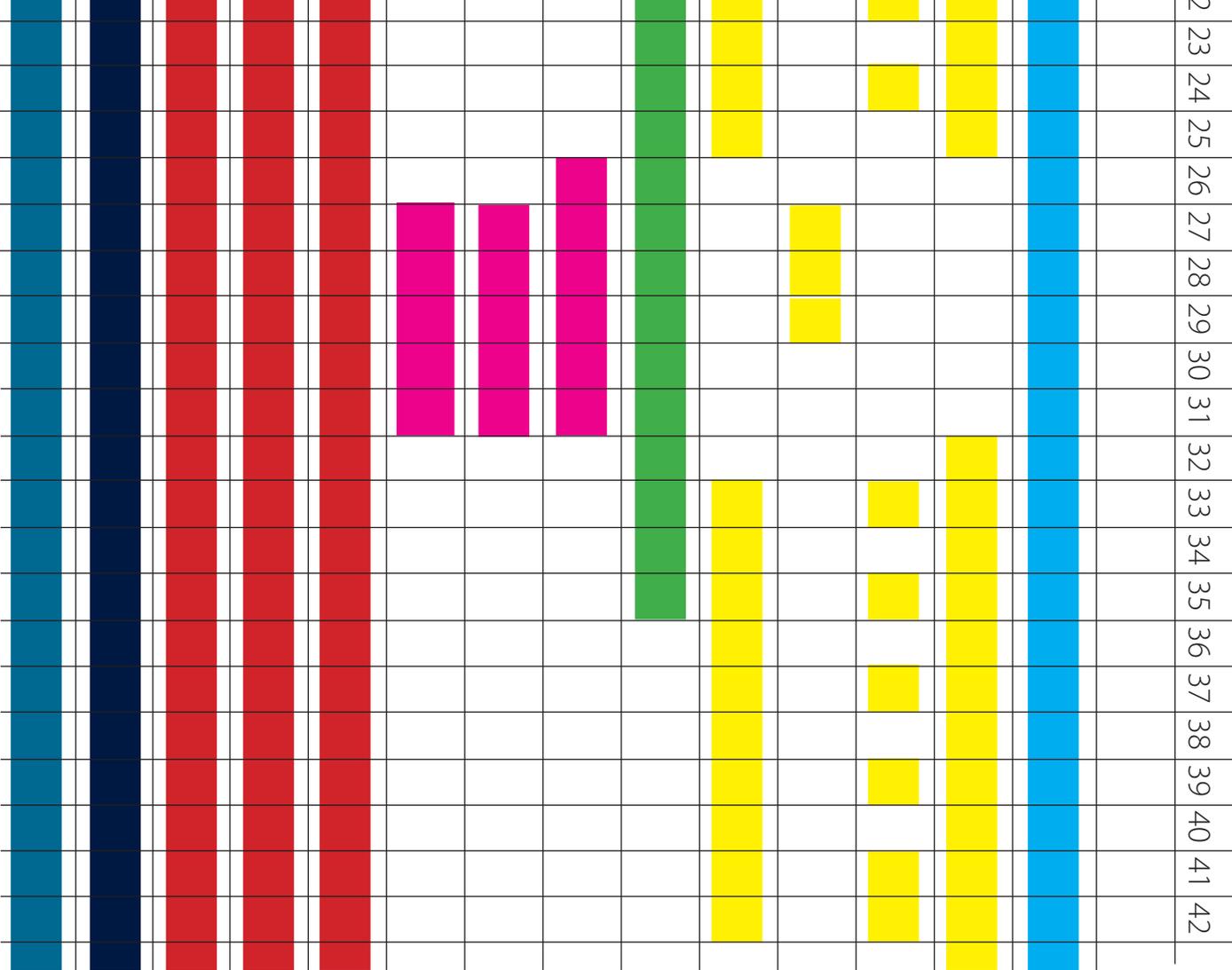
OVERSIGT MARKEDSFØRING 2018

| Produkt aktiviteter | Uge | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|------------|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 |
| Dagsbillet | [Blue bar] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Halv pris perioder | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Halv pris perioder | [Blue bar] | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Samsø Kammermusikfestival | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Samsø Cup | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Samsøs bedste kartoffelmad | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Samsø Råvarefestival | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Samsø Festival | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Samsø Jazzfestival | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Camping, golf og pakker - Dansk Ø-ferie | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Messer | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Messer | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Herning og Tyskland | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Camping Ø-ferie | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Annonce Camping fritid og online | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Halv pris kampagne - Digitalt | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Online bannee politik, JP, ekstrabladet m.m. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Halv pris kampagne - Trykte annoncer | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Aviser, dagblade, ugeblade i målgrupppeområde | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Busbagender Aarhus busser 100 stk | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Dagsbillet | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Halv pris kampagne - Tv-spots | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| TV2-Østjylland | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Veirponsorat | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| TV2-Østjylland | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sommerkampagne - Digitalt | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Online bannee politik, JP, ekstrabladet m.m. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sommerkampagne - Trykte annoncer | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Aviser, dagblade, ugeblade i målgrupppeområde | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sommerkampagne - TV-spots | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| TV2-Østjylland | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fælles markedsføring - VisitSamsø | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Pressearbejde, annoncering, turistinfo mv. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Samsø Feriemagasin | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Annonce | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Visit Samsø - Digital markedsføring | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Samsø Feriehus udlejning | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Annonce feriehusudlejnings katalog | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Nyhedsbrev | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Udsendelse af nyhedsbrev til kunder | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |



Forventet omsætning

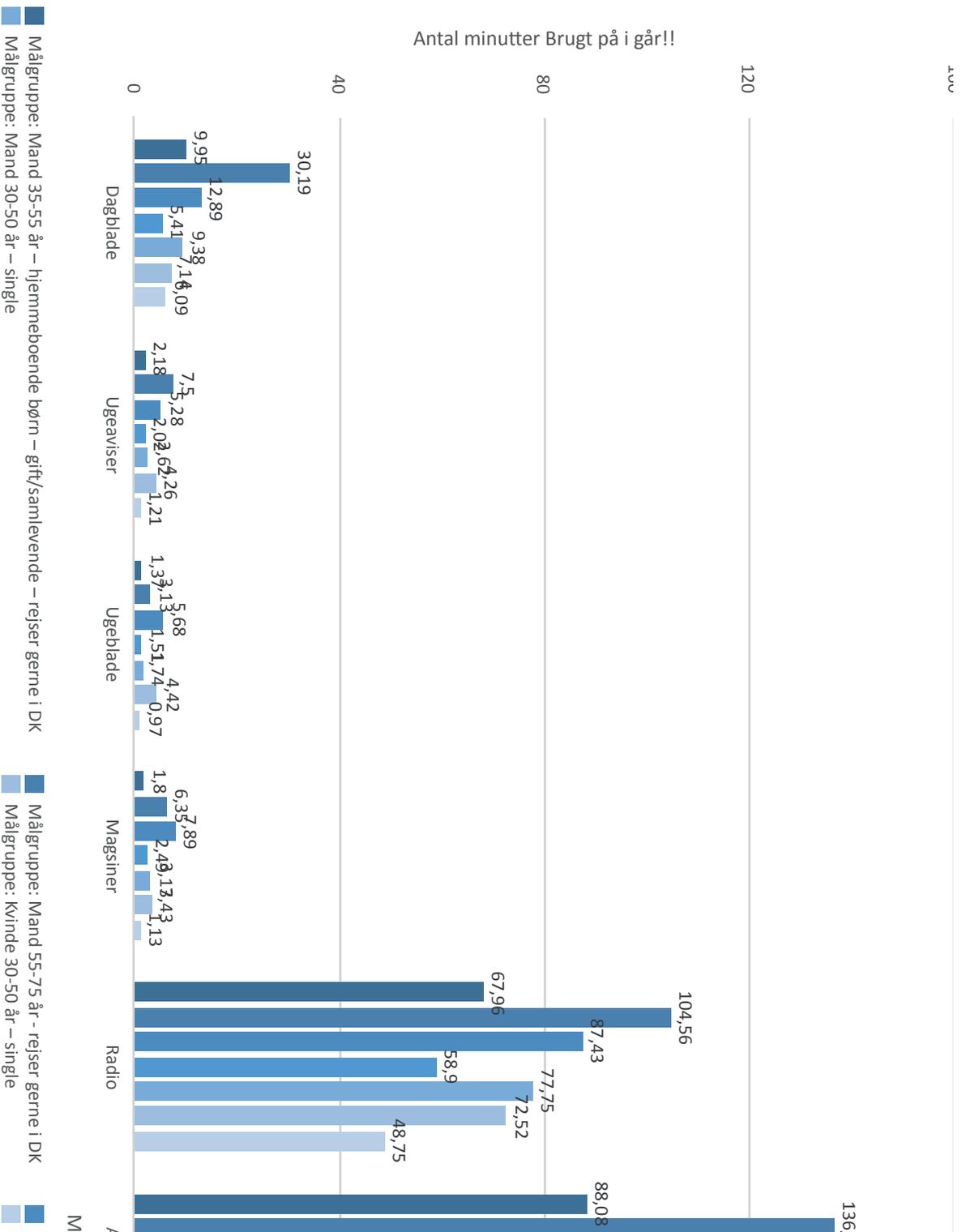
270.000,-
 470.000,-
 9.000.000,-
 20.000,-
 20.000,-
 55.000,-
 60.000,-
 5.500.000,-
 10.000,-
 500.000,-
 50.000

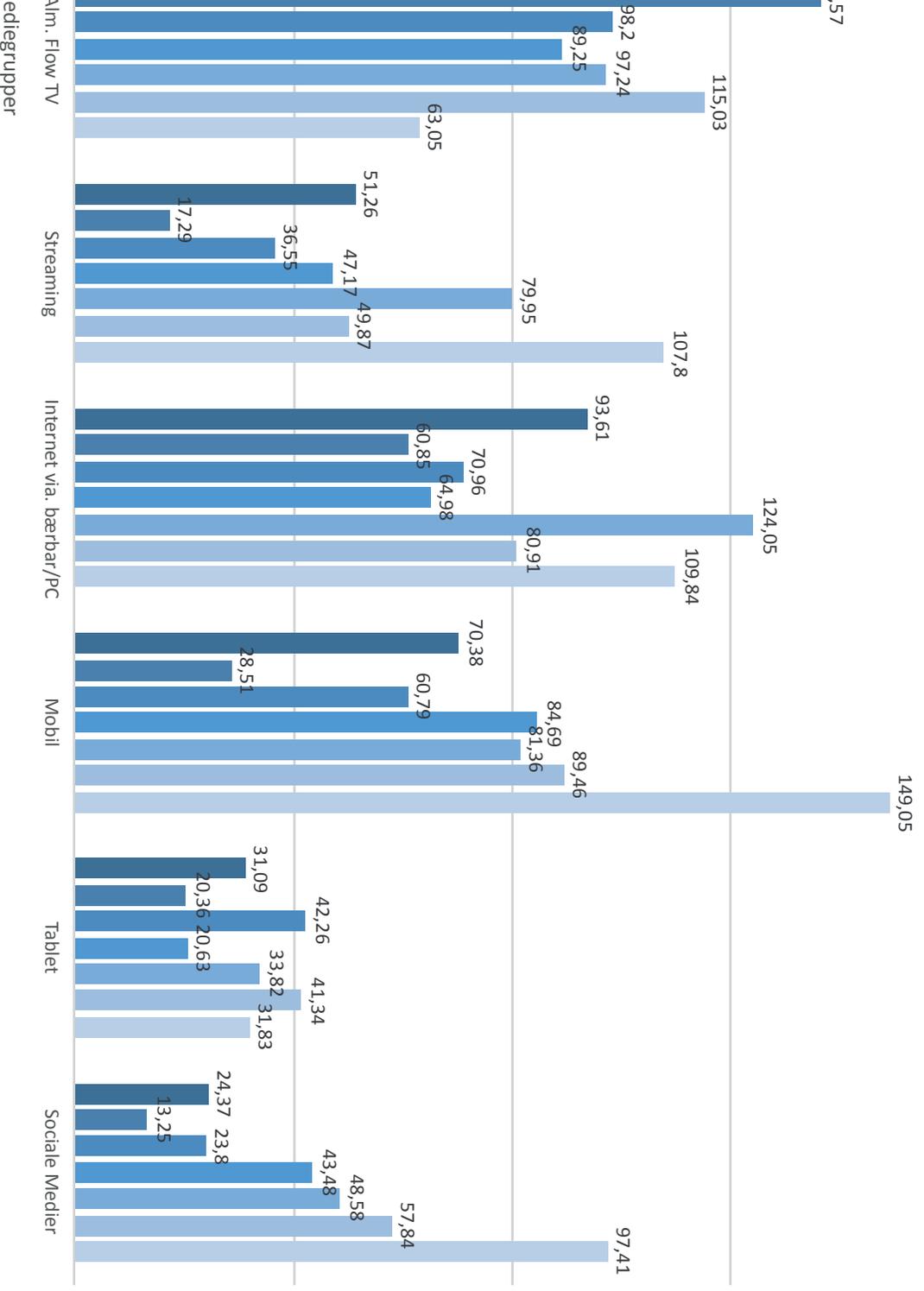


Markedsføringsbudget

6.000,-
 35.000,-
 470.000,-
 57.000,-
 435.000,-
 144.000,-
 200.000,-
 80.000,-
 170.000,-
 200.000,-
 200.000,-
 21.000,-
 125.000,-
 0,-
 5.000,-

6.0 - MÅLGRUPPENS TIDSFORBRUG





Målgruppe: Pers. 35-55 år – Aktiv ferie – rejser gerne i DK ■ Målgruppe: Kvinde 30-55 år – hjemmeboende børn – gift/samlevende – rejser gerne i DK

Målgruppe: Kvinde 25-35 år – Studerende

7.0 - BRANDOPBYGNING

5.1 Samsingernes rederi

Samsø Rederi er først og fremmest samsingernes eget rederi. Dette giver samsingerne et helt særligt forhold til rederiet. Opbakningen til rederiet på øen er stor ligesom interessen er enorm.

Som rederi skal vi værne om denne tætte tilknytning til Samsø og samsingerne, som er med til at gøre vores brand, som et lokalt rederi, stærkt. Denne tilknytning er med til at styrke Samsø som helhed, som en ø med ressourcer, visioner og lokalt engagement.

Dette gør også, at vi som lokalt rederi skal være gennemsyret af den samske mentalitet. Vi er en del af Samsø og Samsø er en del af os. De samske værdier skal derfor gennemsyre vores organisation, som et åbent, uformelt og gæstfrit rederi.

5.2 Danmarks flinkeste rederi

Samsø Rederi vil være Danmarks flinkeste rederi. Vores samske mentalitet skal her danne grundlag for Danmarks bedste kundeservice.

5.3 Lokale produkter

At Samsø Rederi er en del af Samsø skal være et genkendeligt tema i alle mulige led. Dette indebærer, at vi så vidt muligt, bruger lokale råvarer i vores produktion og sælger samske specialiteter og produkter ombord på færgen.

Samsøs brand som Danmarks køkkenhave skal her være tydeligt.

5.4 Danmarks grønne rederi

PRINSESSE ISABELLA Er Danmarks mest miljøvenlige færge. Færgen sejler på det miljøvenlige drivmiddel flydende naturgas - LNG.

Samsø har siden 1997 været Danmarks energi ø og øens boliger og virksomheder forsynes i dag 100% med vedvarende energi. Samsøs ambition er nu, at udvikle øen til fossolfri ø - og her kommer Samsøs nye færge ind i billedet.

Målet er, at færgen skal sejle på lokalt produceret biogas. Restprodukter, fra bla. øens store grøntsagsproduktionen, skal danne base for dette miljøvenlige drivmiddel. Når det lykkes bliver PRINSESSE ISABELLA verdens første CO2 neutrale færge.

Vores miljøprofil styrkes gennem valg af materialer, f.eks. er vores sejlplan lavet på 100% genbrugspapir og en stor del af de produkter der sælges ombord er økologiske.

Samsøs Rederis grønne profil er med til at styrke hele Samsøs grønne profil og skaber her en brugbar synergi, der skal bruges aktivt i vores markedsføring.

Samsk

Danmarks grønneste

Danmarks flinkeste

