

# MARKEDSFØRINGSPLAN

2020



Samsø Rederi



# INDHOLDSFORTEGNELSE

<b>1.0</b>	<b>INDLEDNING</b>	<b>SIDE 3</b>
<b>2.0</b>	<b>METODE</b>	<b>SIDE 4</b>
<b>3.0</b>	<b>PLANLAGTE TRIGGERS</b>	<b>SIDE 5</b>
<b>4.0</b>	<b>MARKEDSFØRINGSAKTIVITETER</b>	<b>SIDE 7</b>
<b>5.0</b>	<b>OVERSIGT MARKEDSFØRING HOU-SÆLVIG</b>	<b>SIDE 10</b>
<b>5.1</b>	<b>OVERSIGT MARKEDSFØRING AARHUS-SÆLVIG</b>	<b>SIDE 12</b>
<b>6.0</b>	<b>MÅLGRUPPENS TIDSFORBRUG</b>	<b>SIDE 14</b>
<b>7.0</b>	<b>MEDIEPLAN HOU-SÆLVIG</b>	<b>SIDE 18</b>
<b>7.1</b>	<b>MEDIEPLAN AARHUS-SÆLVIG</b>	<b>SIDE 20</b>
<b>8.0</b>	<b>BRANDOPBYGNING</b>	<b>SIDE 23</b>



# 1.0 - INDLEDNING

2020 bliver et historisk år for Samsø og Samsø Rederi. Vi indsætter en ny hurtigfærge og har nu hele to færger, at fylde op med glade gæster og samsinger.

PRINSESSE ISABELLA, blev indsat på ruten Sælvig - Hou 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. I 2019 var vi 733 passagerer fra at nå 500.000 passagerer. Til sammenligning havde vi i 2015 lige over 400.000 passagerer.

I februar 2019 vedtog kommunalbestyrelsen på Samsø, at der i 2020 indsættes en hurtigfærge mellem Aarhus C - Sælvig. Det er nu virkelighed og færgen bygges lige nu i Kina. Færgen indsættes på ruten 15. juni 2020.

Opstarten af den nye rute giver for hele Samsø ekstra opmærksomhed og den synergieffekt, har vi udnyttet i vores markedsføring i 2019. Hvor en "teaser" til hurtigfærgen har indgået i næsten alt vores markedsføring. På den måde har vi fortalt den gode historie tidligt og forberedt markedet. Synergieffekten mellem de to ruter, vil vi også udnytte fremadrettet.

Med den nye rute, er der et stort uudnyttet potentiale af nye kunder, specielt i Aarhus centrum. I vores markedsføring vil vi derfor gøre opmærksom på den nye rute især i Aarhus midtby.

Ud fra overstående og med regeringens fortsatte ø-støtte, der giver os mulighed for at køre med billige billetter det meste af året, og vores tilhørende markedsføringsindsats, forventer vi igen en stigning i trafiktallene for 2020.

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

# 2.0 - METODE

## MÅLGRUPPER RUTEN HOU-SÆLVIG:

Par i Østjylland, 50+, uden hjemmeboende børn

Personer i Østjylland, med hjemmeboende børn på 0-6 år

Personer i Østjylland, med hjemmeboende børn på 7-15 år

## MÅLGRUPPE RUTEN AARHUS-SÆLVIG:

Personer bosat i Aarhus kommune

Personer bosat i Aarhus kommune med hjemmeboende børn på 7-15 år

Cykelturister bosat i Aarhus kommune

Nedestående model er udgangspunktet for vores markedsføring.

### 1. TRIGGER

Før man køber en færebillet 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

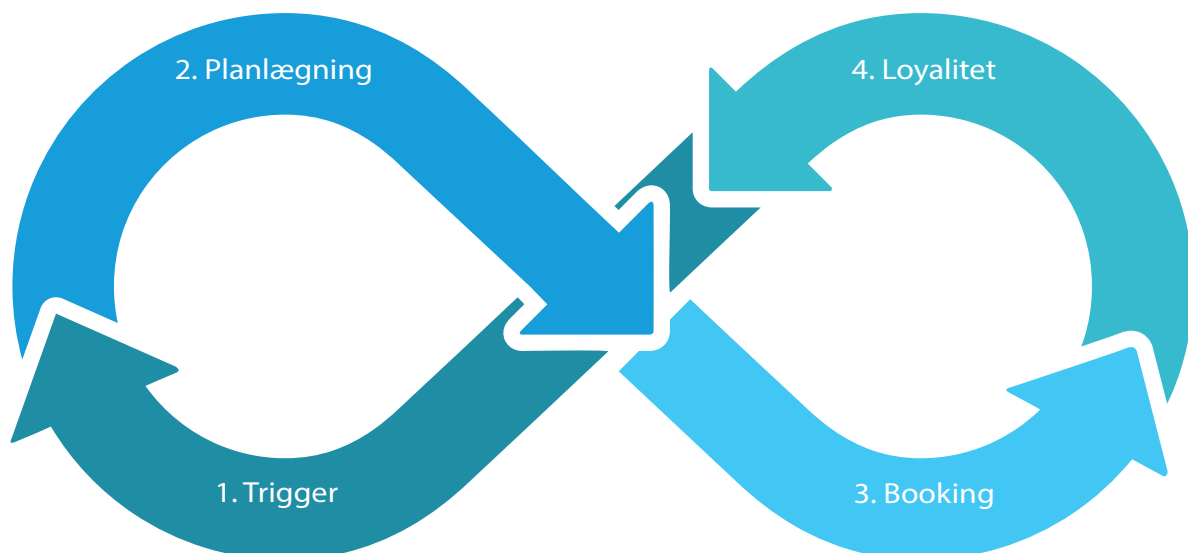
Gæsten overvejer nu sit rejsemål og samler information om destinationen. Finder gæsten information tilfredsstillende vælges Samsø som feriedestination. Her er vores opgave at gøre information nemt tilgængeligt for gæsten, så de får de oplysninger de søger og gør det nemt at tage deres beslutning.

### 3. BOOKING

Den konkrete booking af færebilletten 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 TRIGGERS

For at trigge målgruppen til at købe en færgebillet til Samsø, er der bla. planlagt følgende triggers.

### 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. Vi vil også tilbyde dagsbilletter på den nye hurtigfærge.

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 de sidste 3 år, og det har givet pote og potentialet af nye kunder af denne vej er fortsat stort. Dagsbilletten er ligeledes blev markedsført i større grad i billigperioderne, hvor der har været gode "reasons to go", dette primært digitalt. I 2019 solgte vi hele 33,5% flere dagsbilletter i billigperioderne, men havde dog en lille nedgang i sommerferien på 4,5%, en nedgang der nok kan tilskrives det svigtende sommervejr i forhold til sommeren 2018.

### 3.2 MESSE I HERNING

Sammen med Samsø Turist og Handelstandsfor-ening deltager vi i messen "Ferie for alle" i Herning. Selve messen 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. I 2019 havde vi fokus på vores 3 gode "tilbud": Samsø til under halv pris, gratis campingvogn og dagsbilletten. I 2020 har vi fokus på samme produkter, men også i den grad fokus på vores nye hurtigfærge og de muligheder den giver. Messen er derudover vigtig relationspleje og pressepleje.

### 3.4 SÆRTILBUD

Igennem 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 sætter fokus på dem i vores markedsføring også i 2020, hvor de bakkes op af bla. tilbud om dagsbilletter. En ny eventkoordinator er også 2020 blevet ansat ved Samsø Erhvervs- og Turistcenter, så fokus på events bliver alt andet lige større.

### 3.5 SAMSØ FESTIVAL

Samsø Festival er uden tvivl en af de events på Samsø, der i modsætning til dem nævnt i punkt 3.4, er et event der skaber højdespring i trafiktal. Derfor indgår Samsø Rederi igen i år et samarbejde med Samsø Festival. En del af samarbejdet er udlodning af konkurrencer på facebook, som giver rigtig mange interaktioner, der altid ligger med en rækkevidde på over 20.000.

### 3.6 BILLIGE FÆRGEbilletter

De sidste par år har vi haft stor succes med kampagnen "Samsø til under halv pris", som var introduktionen til vores lavere priser i forbindelse med regeringens ø-søtte. Denne kampagne fortsætter i 2020, hvor vi igen kan tilbyde under halv pris hele året, på nær i sommerferien på ruten Hou-Samsø. Også på hurtigfærger vil der være billige billetter det meste af året. Det skal der ligeledes gøres opmærksom på.

### 3.7 FRA STORBYEN TIL SAMSØ PÅ 60 MIN.

Med den nye hurtigfærge er tilgængeligheden til Samsø for byfolket i Aarhus og turister der besøger smilets by pludselig en hel anden. Budskabet om den nye tilgængelighed til Samsø skal ud og her spiller vores markedsføring og et samarbejde med VisitAarhus ind.

### 3.8 FRA SAMSØ TIL STORBYEN PÅ 60 MIN.

Med den nye hurtigfærge er tilgængeligheden til Aarhus fra Samsø også blevet en anden. Dagsturister fra Samsø til Aarhus er en ny mulighed, som vi skal sætte fokus på. En regnvejrsdag på Samsø kan skiftes ud med en dagstur med besøg på f.eks. Aros. Den første lørdag i måneden til og med oktober sejler vi endda den sidste afgang 23.30 istedet for kl. 20.00, så det er muligt at få en hel aften i storbyen

### 3.9 GRATIS CAMPINGVOGN

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

Det afprøvede vi for første gang i 2017 med vores tilbud til campister, der kan få campingvognen gratis til og fra Samsø og afgangene kl. 22.00 fra Hou og kl. 5.45 fra Samsø. I 2018 havde vi stigning på 17% på campingvogne på disse afgangene. I 2019 havde vi på disse afgangene dog et lille fald på 4,5%. Dog er der en lille stigning i sommerferien på 13,5%.

### 3.10 NYHEDSVÆRDIEN

Den gode historie om vores nye hurtigfærge skal fortælles. Ingen, især i Aarhus og omegn, skal være i tvivl om, at der kommer en hurtigfærge fra Aarhus C - Samsø juni 2020. Færgen giver en helt ny adgang til Samsø for en helt nyt målgruppe. Samsø er "lige på den anden side af vandet" og pludselig tilgængelig for aarhusianere. Dagsturen til Moesgaard eller Friheden kan nu blive en dagstur til solskinsøen Samsø.

For at udnytte nyhedsværdien planlægges forskellige aktiviteter optil opstarten af ruten. Lige nu planlægges:

Åben skib i Aarhus d. 6. juni

Gratis færgeture 13. - 14. juni (færgen indsættes i rigtig drift 15. juni).

### 3.10 SYNERGIEFFEKTEN

Ligesom vi i 2019 introducerede hurtigfærgen i vores markedsføringsaktiviteter for ruten Sælvig - Hou, skal vi i 2020 også udnytte den oplagte mulighed for at skabe synergieffekt mellem de to ruter, der jo i høj grad henvender sig til to forskellige kundegrupper.



# 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 mange 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 fægebillet 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 bruger vi i 2020 endnu flere markedsføringskroner på digital markedsføring.

I 2019 kan vi aflæse et køb fra vores online markedsføring på 26.443. I 2019 var det tal vi kunne aflæse 15.808 køb. Udover en direkte målbar stigning i antal køb, giver den online annoncering selvfølgelig andre konverteringer end dem vi kan aflæse. Men ligesom med trykte annoncer, tv-spots og det meste anden markedsføring, så kan virkningen aflæses i stigende trafiktal og det må vi sige at vi kan.

## 4.2 MESSEAKTIVITETER

### 4.2.1 Ferie for alle i Herning

Samsø Turist- og Handelstandsforening delager 21. - 23. 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 2020 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 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 mv. For at opnå de bedste priser, vil vi benytte os et mediebyrå til denne opgave.

## 4.4 TV-SPOT

Igen i år bruger vi en stor del af markedsføringsbudgettet på tv-spots på TV2-Østjylland. Budskabet er, som de andre år, det samme: Billige billetter og dagsture til skønne idylliske Samsø på ruten Sælvig - Hou. I 2019 brugte vi også tid i spottet til at sætte fokus på hurtigfærgen. I 2020 vil vi også køre selvstændige spots på hurtigfærgen i ugerne op til indsættelsen.

## 4.5 ADDRESSABLE SPOTS

Udover direkte tv-spots i flow tv-formatet vælger vi i 2020, at køre flere spots direkte adresseret til kvindelige TV2 Play brugere bosat i Østjylland. Andelen der streamer tv er kraftigt stigende og især blant den yngre del af målgruppen.

## 4.6 BIOGRAFREKLAME

Som noget nyt i 2019 vidste vi vores TV-spot også i aarhusianske biografteater, dette selvfølgelig for igen, at få gang i hurtigfærgen i den aarhusianske bevidsthed. Det fortsætter vi med i 2020.

## 4.7 RADIO-SPOTS

I 2020 reklamerer vi for hurtigfærgen via Radiospots på de 5 hverdage hvor der jo primært høres radio. Det gøres for at ramme vores målgrupper i Aarhus på et medie undersøgelser viser, de bruger tid på.

## 4.8 BUSREKLAMER

I 2020 har vi busreklamer på aarhusianske busser. De sidste par år har vi udelukkende kørt bagsider, for at ramme billister med PRINSESSE ISABALLA og det gør vi også i 2020. Men i forhold til hurtigfærgen har vi valgt at køre med højresider, som vender ind mod fortovet, dette for at ramme de gående trafikanter i byen.

## 4.9 ABRIBUS

For at gøre opmærksom på hurtigfærgen i nærmiljøet omkring Dokk1, som er der hurtigfærgen lægger til, indkøbes plads på de såkaldte Abribus - plakatsøjler / buslæskærme. Her vælges lokationer placeret på Letbanens stationer der fører ned mod Dokk1, samt i gågaden og Park Allé.

## 4.10 SOMMERKAMPAGNE

Man plejer at sige, at sommeren sælger sig selv på Samsø. Det gør den også i høj grad. Mange års kapacitetsproblemer på færgerne, før indsættelsen af PRINSESSE ISABELLA, har dog 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 bla. med vores sommerkampagne gerne ændre og sætte fokus på Samsø som sommerdestination også for dem, der ikke har bestilt billet i januar. Især vores dagsbilletter vil være i fokus i sommerkampagnen, da de afgangene der typisk benyttes til det, stadig har kapacitet.

Den nye hurtigfærge giver også mulighed for at nå en hel ny form for sommerturister både aarhusianere og turister i smilets by, der pludselig kan nå Samsø bla. på dagsture.

## 4.11 BILLIGE FÆRGEbilletter

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

## 4.12 ONLINE AKTIVITETER

En af fordelene ved online markedsføring er, at det er forholdsvist billigt og der er hurtigt responstid. Samtidig er en del af dine aktiviteter målbar og kan derfor hurtigt justeres efter modtagernes respons.

### 4.12.1 Facebook

Facebook er helt klart det mest anvendte sociale medie i Danmark. To ud af tre danskere har en facebookprofil. Samsø Rederi har allerede etableret en populær og aktiv facebookside som vi bruger aktivt i vores markedsføring og brandopbygning.

Samsø Rederis facebookside har i skrivende stund 5192 følgere, en stigning på 13% i forhold til samme tid sidste år. 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.

### 4.12.2 SEO og brugervenlig hjemmeside.

I foråret 2017 fik vi ny hjemmeside og i slutningen af 2018, fik vi også få ny bookingside. Med udsigten til en rute mere her i 2020 og set i lyset af, hvor hurtigt udviklingen går på nettet, er det i 2020 igen tid til en ny hjemmeside. Den er især blevet 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 Danmarks statistik viser tallene at 4 ud af 5 mellem 16 og 89 år går på nettet via mobil. Mange foretager dog stadig køb via deres pc, selv om de bliver inspireret til købet via mobilen.

### 4.12.4 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.

### 4.12.5 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 bla. antallet af bookinger lavet som direkte respons og afledte konverteringer i op til 30 dage i 2020.

### 4.12.5 Instragram

I 2020 kommer Samsø Rederi på instragram. Undersøgelser viser at brugen af facebook for første gang er faldet i 2018, mens brugen af Instragram stiger. Selvom facebook dog fortsat er langt det mest brugte sociale medie i vores målgrupper. Men ikke desto mindre kan instragram, som er et socialt medie, hvor der deles film og fotos, give vores kunder mulighed for at interagere med hinanden og os på en anden måde.





#### 4.12.6 Nyhedsbreve

I løbet af året udsender vi nyhedsbreve til interesserede. I skrivende stund har vi 10.628 modtagere af nyhedsbrevet, en stigning på 26% i forhold til samme tid sidste år. Desuden har vi en helt fantastisk åbningsrate på over 50%. Normalt for branchen er på 16%. Dette siger noget om tilknytningsgraden af vores modtagere, og hvor mange som har tilknytning til øen.

#### 4.13 PRESSEOMTALE

I gennem 2019 har vi fået stor presseomtale af Samsø og Samsø Rederi. Forholdet til medierne er godt og interessen er stor både for rederiet og Samsø generelt. Historien om den nye hurtigfærge har i den grad hjulpet den gode omtale på vej.

Samsø har gennem de sidste mange år været mål for mange presseture, som bla. VisitSamsø arrangerer, dette støtter vi selvfølgelig op omkring og vil også i samarbejde med dem arrangere presseture i 2020.

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

#### 4.13 VEJRSPONSORAT

I 2019 sponsorerede vi vejret på TV2-Østjylland i april ved udsendelserne kl. 18.15 og 19.30. Fra maj og til og med slutningen af august rykkede vores sponsorat til kl. 22.00. Dette gjorde vi da målinger viser, at seertallene ved de tidligere nyheder er lave, når vejret er godt. I 2020 sponsorerer vi igen vejret. Denne gang ved udsendelserne kl. 18.15 og 19.55 i maj og juni og til 22.00 udsendelsen april, juni og august.

#### 4.14 SAMSØ-AMBASSADØRER

I samarbejde med den samske forening Samsø - Aarhus forbindelsen vil vi i 2020 sætte fokus på den nye hurtigfærge. Der skal laves events i Aarhus, få samske ambassadører i Aarhus til at fortælle den gode historie, skabes presseomtale og meget mere. Foreningen har gode kompetente frivillige kræfter.

Dette er et kæmpe potentiale for rederiet og for at få sat hurtigfærgen godt i søen. Andre Samsø-ambassadører vi ønsker at aktivere er unge samsinger bosat i Aarhus.

#### 4.15 MÅLING AF AKTIVITETER

I 2019 sendte vi, ligesom de tidligere år, to dage før vores kunder (der har købt standardbillet eller dagsbillet) en velkomst mail, hvor vi beder dem svare på 5 spørgsmål og dermed deltage i konkurrencen om færgebilletter til Samsø.

1. I hvilken måned de rejser til Samsø?
2. Hvad der formål med rejsen er?
3. Hvad der har inspireret dem til rejsen?
4. Hvilket land de bor i?
5. Hvilken kommune de bor i?

Det gav en samlet besvarelse på lidt over 10.000 personer.

Undersøgelsen viste bla. at:

54% havde til formål at holde ferie på Samsø.

25% skulle besøge familie og venner.

11% skulle til festival

10% skulle til et event eller anden aktivitet.

Fælles for dem alle er at langt de fleste (70%) har svaret, at deres inspiration kommer fra tidligere besøg på Samsø, samt igennem familie og venner (27%). Så der er ingen tvivl om at de største reklameambassadører for Samsø er øen selv og samsingerne. 8% har læst om Samsø på nettet eller via sociale medier. 4% var inspireret af et tv-spot eller andet indslag på tv og 5% har læst Samsø Feriemagasin.

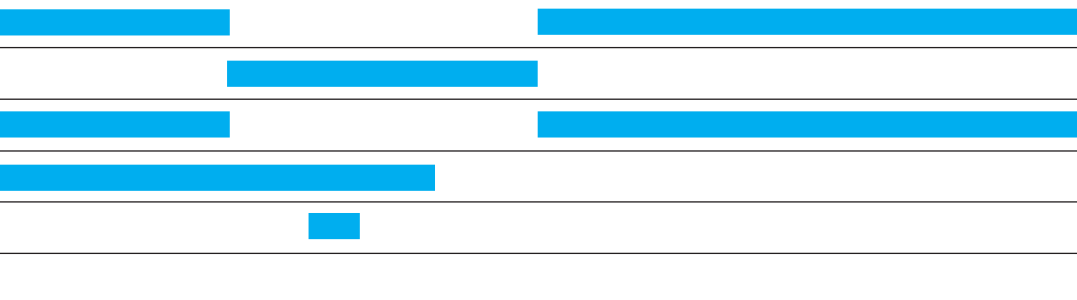


## 5.0 - OVERSIGT MARKEDSFØRING RUTEN HOU-SÆLVIG 2020

<b>PRODUKT AKTIVITETER</b>	<b>UGE</b>	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	
Dagsbillet - billigperioder		■															
Dagsbillet - sommerferien																	
Billige billetter		■															
Samsø Events																	
Samsø Festival																	
Messer		■															

<b>MARKEDSFØRINGSAKTIVITETER</b>	<b>UGE</b>	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	
Messer Herning og Tyskland		■															
Digitale bannerreklamer		■															
Trykte annoncer		■ ■ ■ ■ ■															
Busbagender Aarhus busser 100 stk																	
Tv-spots TV2-Østjylland		■															
Vejrsponsorat TV2-Østjylland		■															
TV2 Play - tv-spot		■															
Biografreklamer		■															
Fælles markedsføring - VisitSamsø Pressearbejde, annoncering, turistinfo mv.		■															
Samsø Feriemagasin Annonce		■															
Samsø Feriehusudlejning Annonce i feriehusudlejningens katalog		■															
Nyhedsbrev Udsendelse af nyhedsbrev til kunder		■															

2 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42



**FORVENTET OMSÆTNING**

400.000,-  
600.000,-  
9.500.000,-  
100.000,-  
5.500.000,-  
50.000,-

2 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42



**MARKEDSFØRINGSBUDGET**

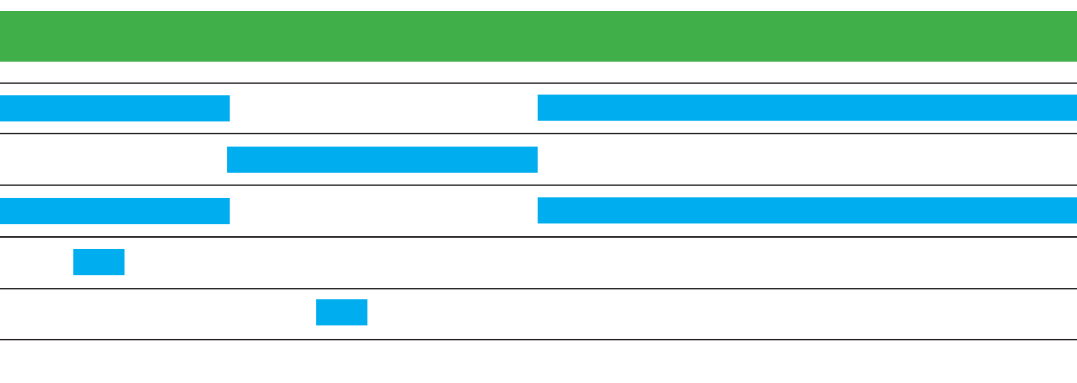
50.000,-  
900.000  
415.000,-  
65.000,-  
392.500,-  
117.000,-  
122.900,-  
122.900,-  
210.000,-  
21.000,-  
0,-  
5.000,-

## 5.1 - OVERSIGT MARKEDSFØRING RUTEN AARHUS-SÆLVIG 2020

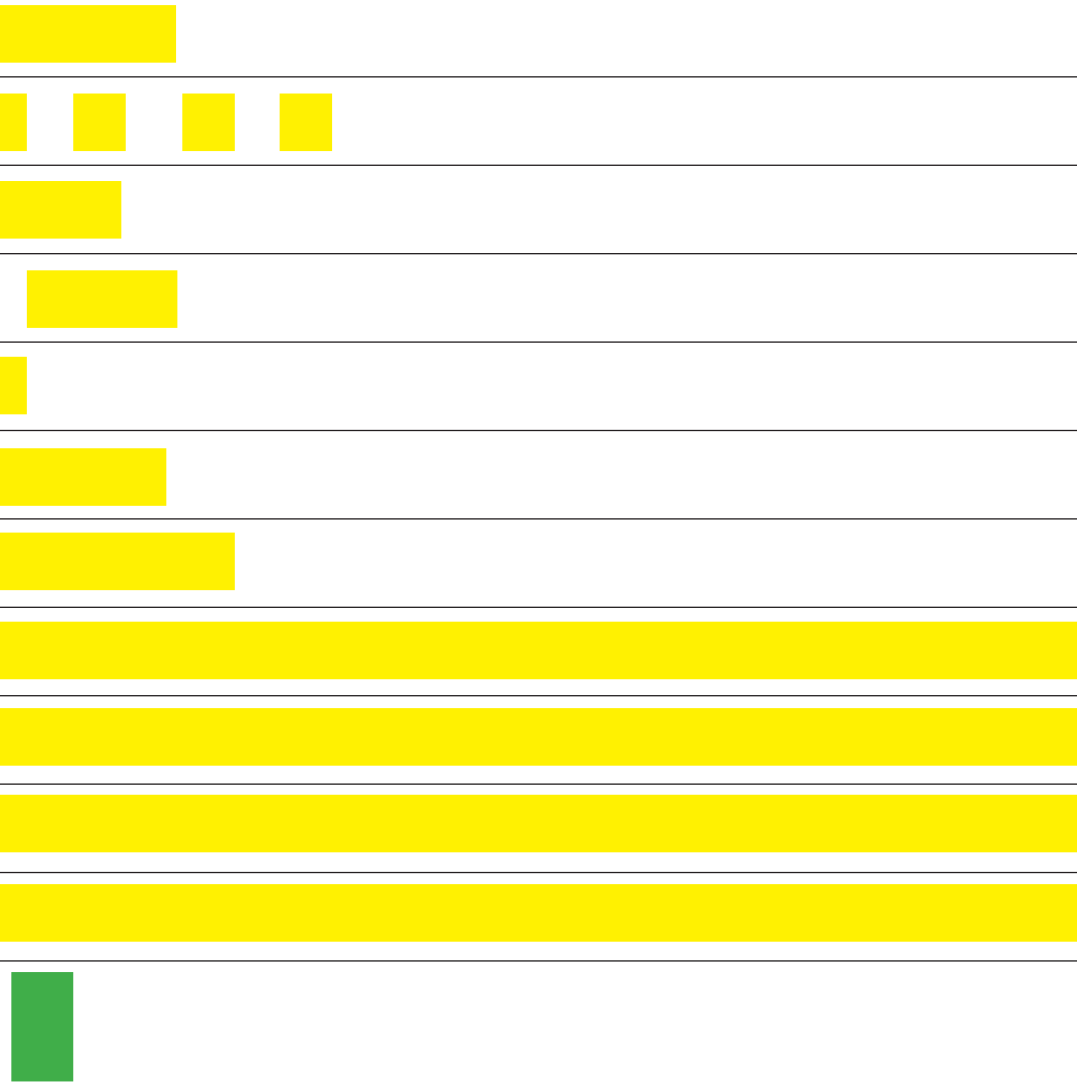
PRODUKT AKTIVITETER	UGE	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	
Ny færge til Samsø		■															
Dagsbillet - billigperioder		■															
Dagsbillet - sommerferien		■															
Billige billetter		■															
Samsø Events		■															
Samsø Festival		■															
Messer		■															

MARKEDSFØRINGSAKTIVITETER	UGE	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	
Digitale bannerreklamer													■				
Trykte annoncer													■		■		
Buslandsider - højresider Aarhus 30 stk.													■				
Tv-spots TV2-Østjylland													■				
Vejrsponsorat (deles med Hou-Sælvig) TV2-Østjylland													■				
Radio-spots													■				
Abribus - plakatsøjler													■				
Fælles markedsføring - VisitSamsø Pressearbejde, annoncering, turistinfo mv.		■															
Samsø Feriemagasin Annonce		■															
Samsø Feriehusudlejning Annonce i feriehusudlejningens katalog		■															
Nyhedsbrev Udsendelse af nyhedsbrev til kunder		■															
Opstarts event		■															

2 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42



2 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42

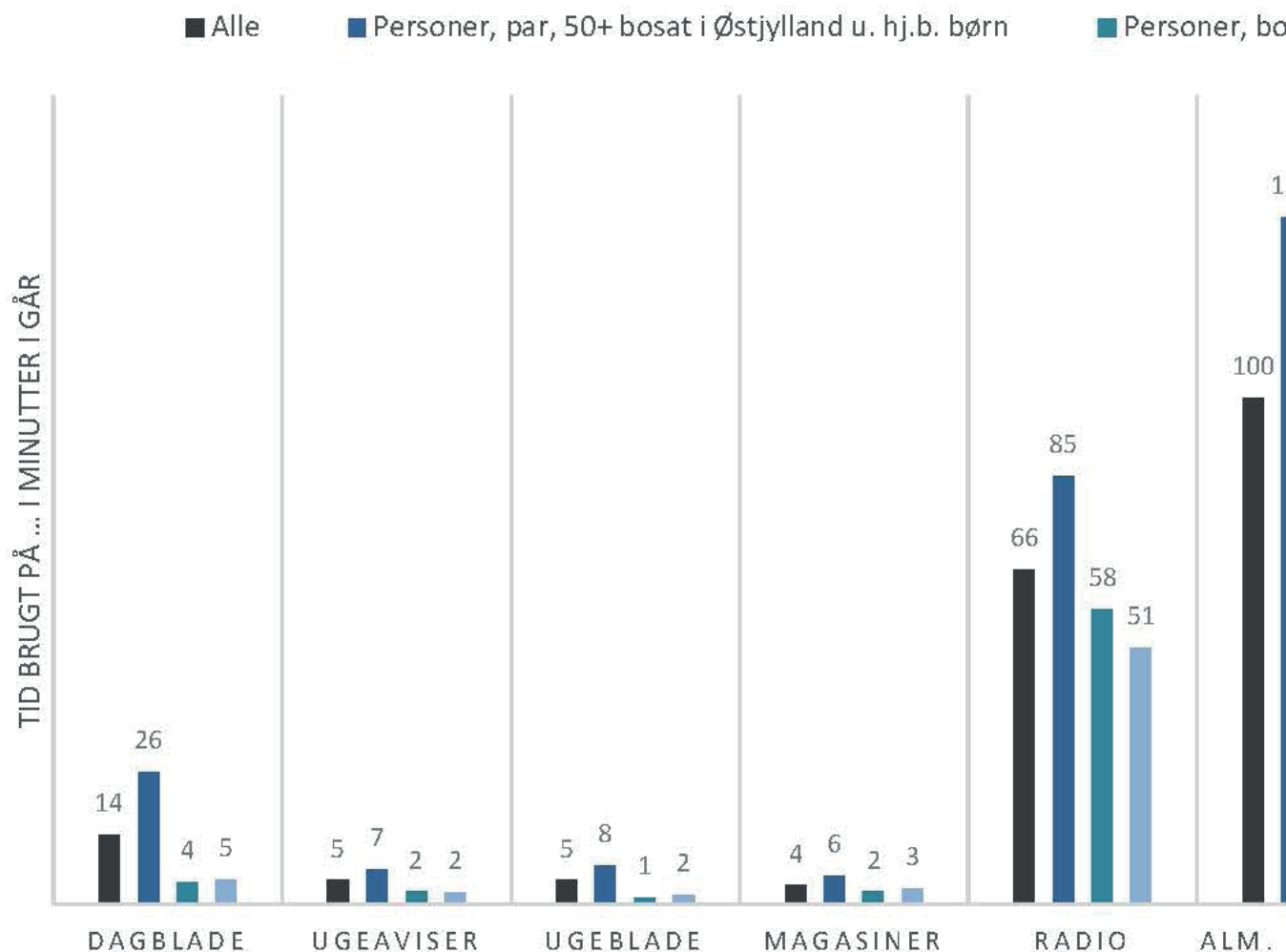


**MARKEDSFØRINGSBUDGET**

150.000,-  
27.600,-  
66.000,-  
63.700,-  
45.000,-  
29.000,-  
118.000,-

# 6.0 - MÅLGRUPPERNES TIDSFORBRUG

## Hvor fanger vi målgruppen...



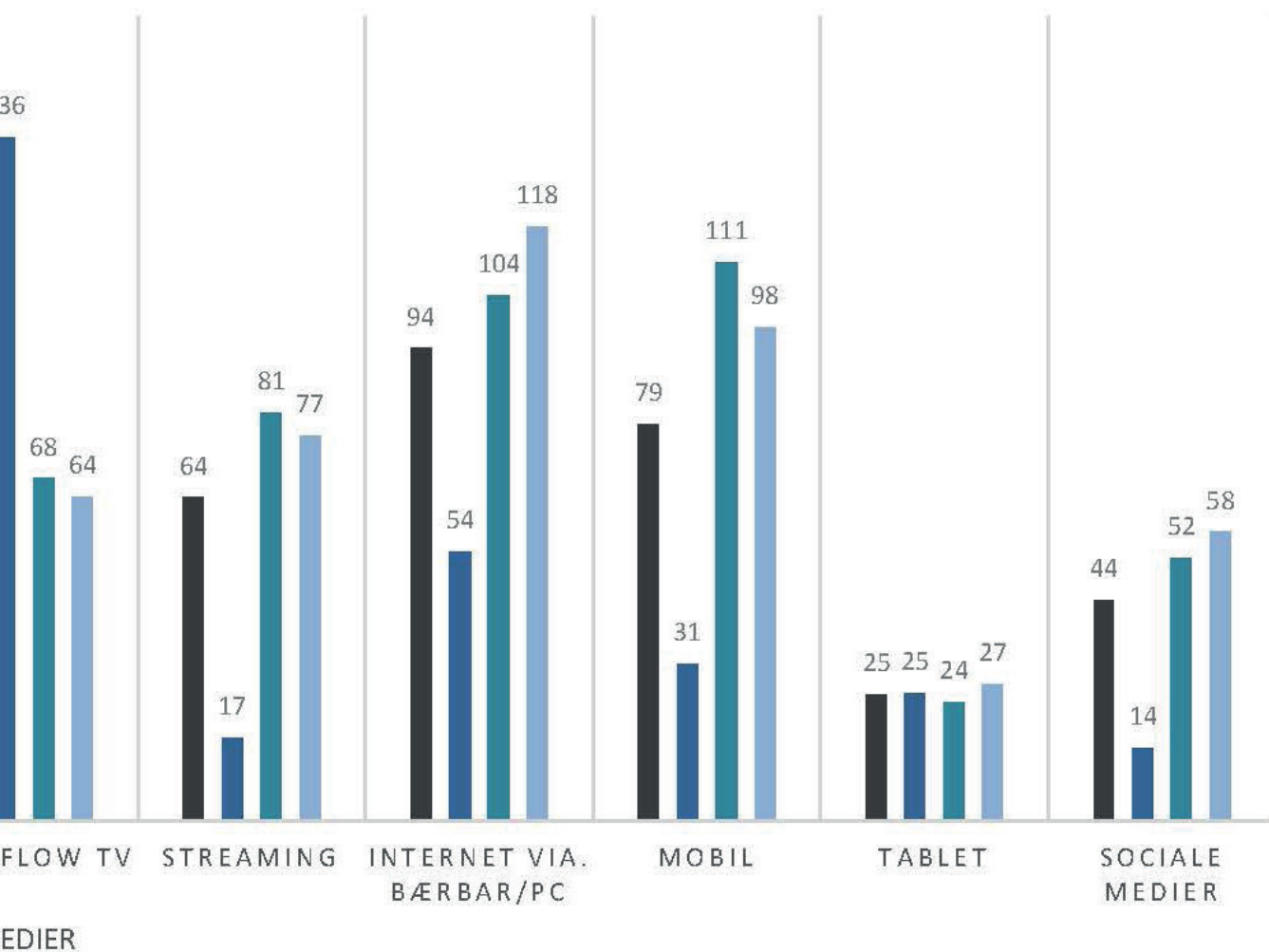
Her ser vi på det gennemsnitlige minutforbrug, på en enkelt dag, på forskellige mediegrupper. Målgruppen 50+ bruger væsentligt mere tid end gennemsnittet på Dagblade (og de andre medier) og online.

Målgrupperne med børn er næsten omvendte - de er i høj grad tilstede på online medier og print medierne og klassisk flow TV.

Kilde: Gallup Index Danmark 2H 2018 + 1H 2019

Personer, bosat i Østjylland hj.b. børn 0-6 år

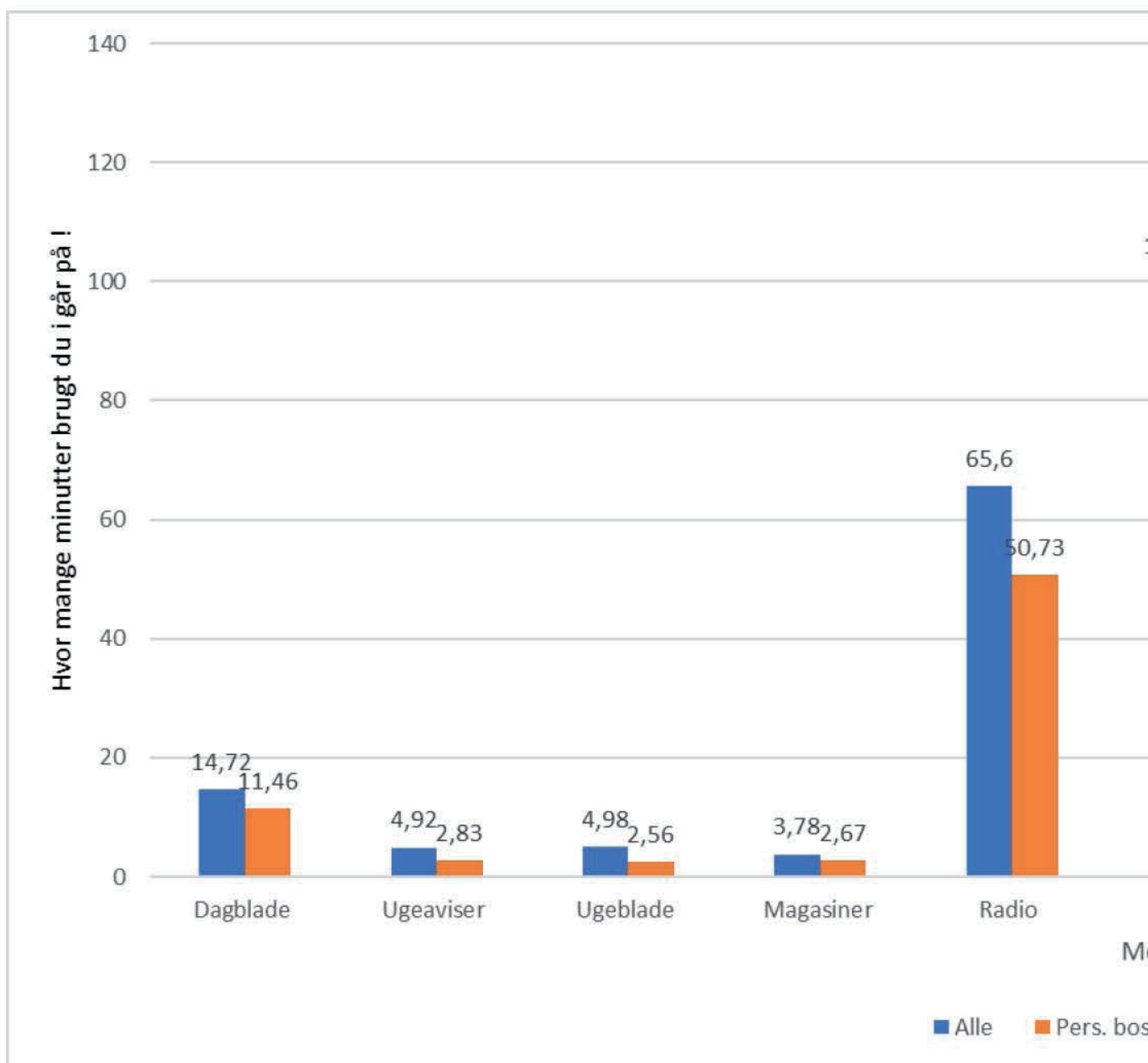
Personer, bosat i Østjylland hj.b. børn 7-15 år



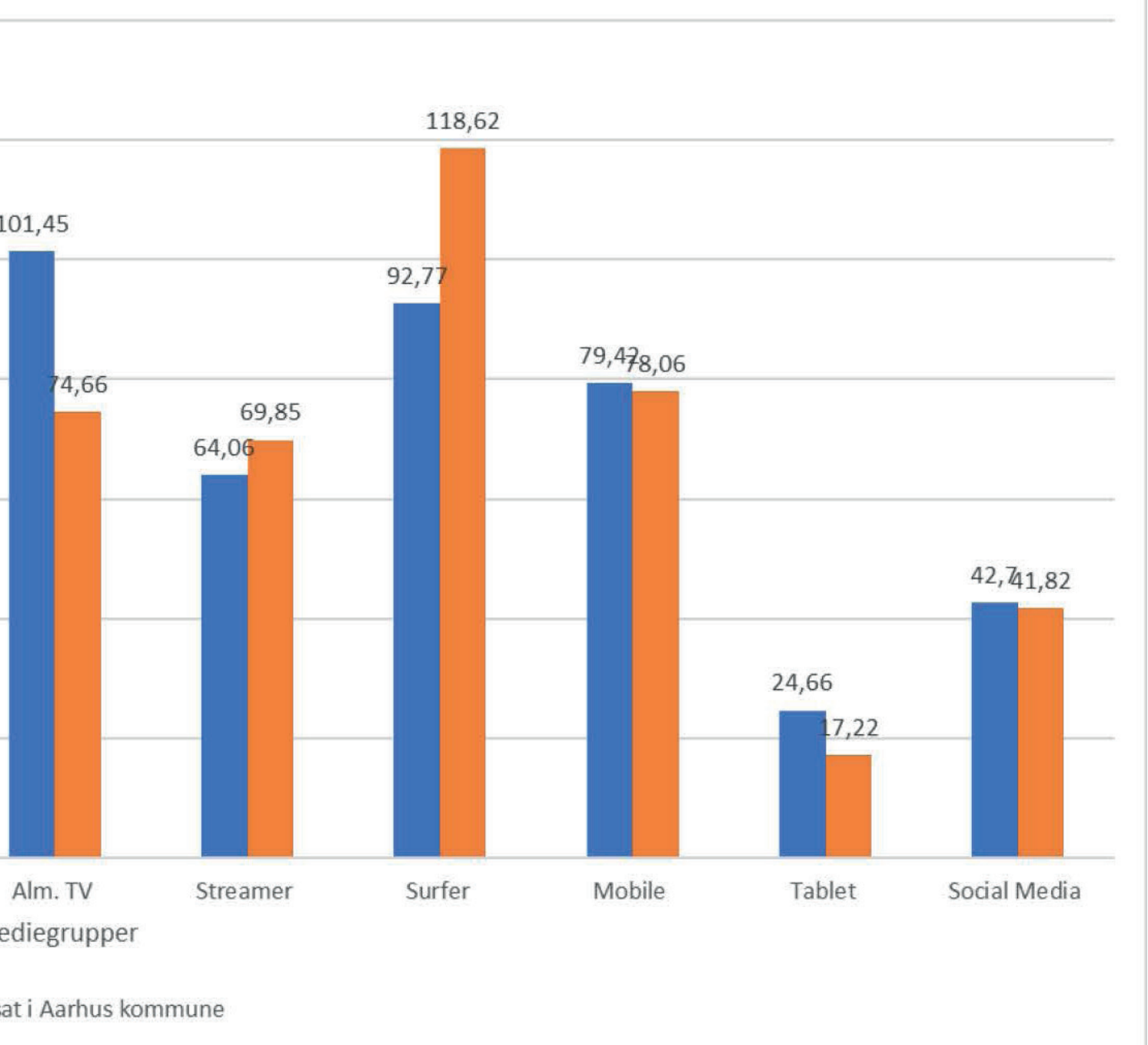
upper.  
re printmedier), Radio og Flow TV, men er i noget lavere grad tilstede  
rne, f.eks. Streaming og på sociale medier, men bruger mindre tid på



## Hvor bruger forbrugerne tid ?










# 7.0 - MEDIEPLAN FOR RUTEN HOU-SÆLVIG

Media	Format	Placering	Brutto	R
Digitalt		se vedlagte oplæg - Inkl. JP.d	900.000	
Dansk Reklame Film	20 sek.	Alle film. inkl. Familierullen	190.549	
Jysk Fynske + Sjællandske Tillæg/Dagbladet Holstebro-Struer-Lerwig	1/2 høj - Tema Sommer i Danmark	Tekstside - Plac. venl. god hø		
Jysk Fynske + Sjællandske Tillæg/Dagbladet Køge	1/2 høj - Tema Sommer i Danmark	Tekstside - Plac. venl. god hø		
Jysk Fynske + Sjællandske Tillæg/Dagbladet Ringkøbing-Skjern	1/2 høj - Tema Sommer i Danmark	Tekstside - Plac. venl. god hø		
Jysk Fynske + Sjællandske Tillæg/Dagbladet Ringsted	1/2 høj - Tema Sommer i Danmark	Tekstside - Plac. venl. god hø		
Jysk Fynske + Sjællandske Tillæg/Dagbladet Roskilde	1/2 høj - Tema Sommer i Danmark	Tekstside - Plac. venl. god hø		
Jysk Fynske + Sjællandske Tillæg/Fredericia Dagblad	1/2 høj - Tema Sommer i Danmark	Tekstside - Plac. venl. god hø		
Jysk Fynske + Sjællandske Tillæg/Frederiksborg Amts Avis	1/2 høj - Tema Sommer i Danmark	Tekstside - Plac. venl. god hø		
Jysk Fynske + Sjællandske Tillæg/Fyens Stiftstidende	1/2 høj - Tema Sommer i Danmark	Tekstside - Plac. venl. god hø		
Jysk Fynske + Sjællandske Tillæg/Fyns Amts Avis	1/2 høj - Tema Sommer i Danmark	Tekstside - Plac. venl. god hø	38.528	
Jysk Fynske + Sjællandske Tillæg/Horsens Folkeblad	1/2 høj - Tema Sommer i Danmark	Tekstside - Plac. venl. god hø		
Jysk Fynske + Sjællandske Tillæg/JydskeVestkysten	1/2 høj - Tema Sommer i Danmark	Tekstside - Plac. venl. god hø		
Jysk Fynske + Sjællandske Tillæg/Lerwig Folkeblad	1/2 høj - Tema Sommer i Danmark	Tekstside - Plac. venl. god hø		
Jysk Fynske + Sjællandske Tillæg/Nordvestnyt	1/2 høj - Tema Sommer i Danmark	Tekstside - Plac. venl. god hø		
Jysk Fynske + Sjællandske Tillæg/Randers Amts Avis	1/2 høj - Tema Sommer i Danmark	Tekstside - Plac. venl. god hø		
Jysk Fynske + Sjællandske Tillæg/Sjællandske	1/2 høj - Tema Sommer i Danmark	Tekstside - Venl. plac. langt		
Jysk Fynske + Sjællandske Tillæg/Vejle Amts Folkeblad	1/2 høj - Tema Sommer i Danmark	Tekstside - Plac. venl. god hø		
Jysk Fynske + Sjællandske Tillæg/Viborg Stifts Folkeblad	1/2 høj - Tema Sommer i Danmark	Tekstside - Plac. venl. god hø		
Jysk Fynske + Sjællandske Tillæg/Århus Stiftstidende	1/2 høj - Tema Sommer i Danmark	Tekstside - Plac. venl. god hø		
Jysk Fynske Medier Ugeaviser/Horsens Posten	3 x 365	Tekstside - Venl. plac. langt		
Jysk Fynske Medier Ugeaviser/Odder Avis	3 x 365	Tekstside - Venl. plac. langt		
Jysk Fynske Medier Ugeaviser/Randers Onsdag	3 x 365	Tekstside - Venl. plac. langt	422.620	
Jysk Fynske Medier Ugeaviser/Ugeavisen Vejle MU	3 x 365	Tekstside - Venl. plac. langt		
Jysk Fynske Rejser (P1)/Dagbladet Holstebro-Struer-Lerwig	1/2 høj - Ferie sektionen	Tekstside		
Jysk Fynske Rejser (P1)/Dagbladet Ringkøbing-Skjern	1/2 høj - Ferie sektionen	Tekstside		
Jysk Fynske Rejser (P1)/Fredericia Dagblad	1/2 høj - Ferie sektionen	Tekstside		
Jysk Fynske Rejser (P1)/Fyens Stiftstidende	1/2 høj - Ferie sektionen	Tekstside		
Jysk Fynske Rejser (P1)/Fyns Amts Avis	1/2 høj - Ferie sektionen	Tekstside		
Jysk Fynske Rejser (P1)/Horsens Folkeblad	1/2 høj - Ferie sektionen	Tekstside	110.202	
Jysk Fynske Rejser (P1)/JydskeVestkysten	1/2 høj - Ferie sektionen	Tekstside		
Jysk Fynske Rejser (P1)/Randers Amts Avis	1/2 høj - Ferie sektionen	Tekstside		
Jysk Fynske Rejser (P1)/Vejle Amts Folkeblad	1/2 høj - Ferie sektionen	Tekstside		
Jysk Fynske Rejser (P1)/Viborg Stifts Folkeblad	1/2 høj - Ferie sektionen	Tekstside		
Jysk Fynske Rejser (P1)/Århus Stiftstidende	1/2 høj - Ferie sektionen	Tekstside		
Morgenavisen Jyllandsposten, JP	6 x 365	Tekstside	876.790	
Out of Home Media	100 stk. - Købes som late sale	Busbagender 100 stk. min 25 i	416.048	
POLA Mediepakke 22 aviser/Adresseavisen Syddjurs	3 x 365	Tekstside - Venl. god højresid		
POLA Mediepakke 22 aviser/Lokalavisen Favrskov	3 x 365	Tekstside - Venl. god højresid		
POLA Mediepakke 22 aviser/Lokalavisen Midtdjurs	3 x 365	Tekstside - Venl. god højresid	290.120	
POLA Mediepakke 22 aviser/Ugebladet Skanderborg	3 x 365	Tekstside - Venl. god højresid		
POLA Mediepakke 22 aviser/Århus Onsdag	3 x 365	Tekstside - Venl. god højresid		
TV2 Østjylland - Sponsorat	Deles med Samsø/Århus	vejr sponsor 18.15 + 19.55	90.000	
TV2 Østjylland - Sponsorat		Vejr sponsor 22.00	132.000	
TV2 Østjylland Regional	20 sek.	Primært prime-time placeringer	392.522	
TV2.dk	20 sek.	Adr. TV - Østjylland - Kvinder	100.000	
Hilmar & Høgsberg		Fast pris for kampagne 2019	75.000	
A				
B				
C				
Planlagt				
Booket				
Faktureret				
Brutto				
Netto				



## 7.1 - MEDIEPLAN FOR RUTEN AARHUS-SÆLVIG

Media	Format	Mål	Placering	Brutto
Digitalt			se vedlagte oplæg	150.
AFA JCDecaux	15 stk.		Abribus - særplaceret	245.
Out of Home Media	30 stk.		Buslandsider - højresider	340.
Classic.fm	20 sek.		5 hverdage	35.
Radio go! FM A/S	20 sek.		5 hverdage	23.
TV2 Østjylland - Sponsorat	Spons	Deles med Samsø Hou	vejrsponsor 18.15 + 19.55	90.
TV2 Østjylland Regional	20 sek.		100% Primetime	63.
Århus Onsdag	3 x 365	131 x 365 mm	Tekstside	73.
A				
Planlagt				
Booket				
Faktureret				
Brutto				
Netto				
etc				

					2020												
o	Rabat %	Netto	Netto/Indrykning	ctc	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28		
000	0,00	150.000	150.000	150.000	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A			
738	51,83	118.379	118.379	118.379			A	A	A	A	A	A					
384	80,55	66.208	66.208	66.208		A	A	A	A	A	A	A	A	A	A		
354	63,11	13.043	13.043	13.043			A	A	A	A							
258	31,21	16.000	16.000	16.000				A	A	A	A						
000	50,00	45.000	45.000	45.000	A	A	A	A	A								
780	0,00	63.780	63.780	63.780					A	A	A						
450	62,43	27.595	5.519	27.595			A		A		A		A		A		
Ny Rute - Samsø - Aarhus																	
1 021 964 DKK																	
500 005 DKK																	
500 005 DKK																	





PRINCESSE ISABELLA  
SELVIG

# 8.0 - BRANDOPBYGNING

## 8.1 SAMSINGERNES REDERI

Samsø Rederi er først og fremmest samsingernes eget rederi og samsinger et helt særligt forhold til rederiet. Opbakningen er stor på øen 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.

## 8.2 DANMARKS FLINKESTE REDERI

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

## 8.3 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.

## 8.4 DANMARKS GRØNNE REDERI

PRINSESSE ISABELLA er Danmarks mest miljøvenlige færgen. 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 fossilfri ø.

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.

## 8.5 LIGE PÅ DEN ANDEN SIDE...

En af de barrierer vi ofte støder på i forhold til at sælge Samsø er, at Samsø i folks bevidsthed er langt væk, det er besværligt at komme hertil, færgen er tit udsolgt og det tager lang tid.

Det er de barrierer vi har brugt og stadig bruger kræfter på at bryde ned med vores markedsføring. Med beslutningen om at indsætte en hurtigfærgen mellem Aarhus C - Samsø har tilgængeligheden og enkeltheden i at komme til Samsø taget et kvantespring og det er et mål for Samsø Rederi, at nedbryde de nævnte barrierer.

Samsø skal i folks bevidsthed være "lige på den anden side" af vandet. Uanset om du skal med PRINSESSE ISABELLA eller hurtigfærgen.

Samsø skal være så nært, at du kan se det. Så tilgængeligt, at du kan tage på impulsture. Så hurtigt, at timen ombord bare er hyggelig. Så nemt at du blot køber billet med din telefon. Så behagelig at vores gode færger fortsat bliver rost af vores passagerer.



Tlf. 70225900  
tilsamsoe@samsoe.dk  
**tilsamsø.dk**

**Samsø Rederi** 