

D  
R  
O  
P  
S

Et program for reiselivsbedrifter i Øvre Buskerud som vil utvikle opplevelser på gjestenes premisser på tvers av hele kundereisen

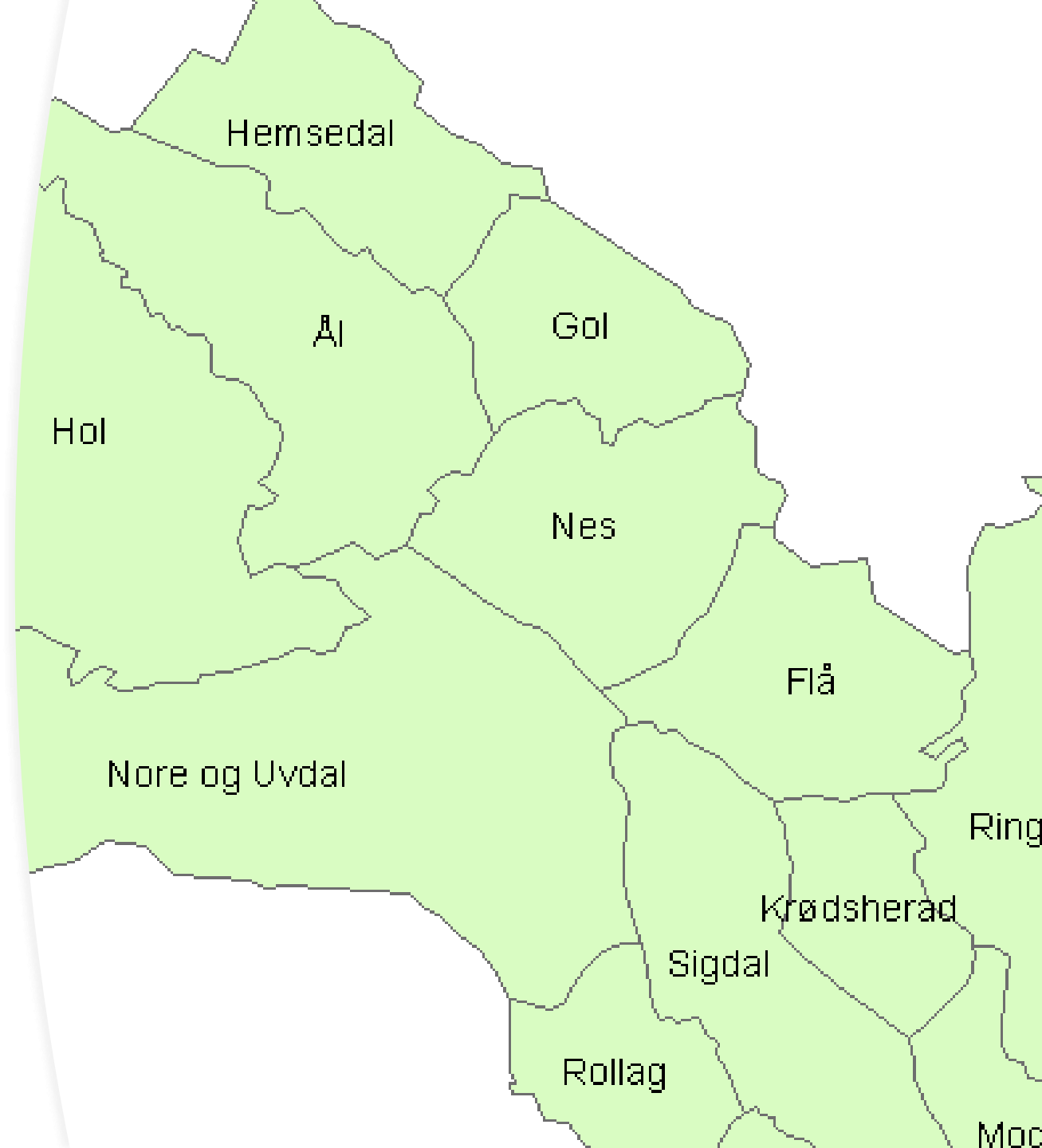


Et program for reiselivsbedrifter i Øvre Buskerud, som vil utvikle opplevelser på gjestenes premisser i hele kundereisen

[Accommodation](#)[Things To Do](#)[Events](#)[Getting Here](#)[Blog & News](#)[Weather & Cams](#)[Packages & Deals](#)

## Hvem kan delta?

- Etablerte reiselivsbedrifter i Øvre Buskerud
- Kan stille med minimum to personer på webinar og veiledning
- Frist for å melde interesse er 1. november



# Hvorfor delta?

**DROPS** er for alle:

Praktiske verktøy og konkrete oppgaver

Webinar og veiledning, steg for steg

Læringspartnere som utfordrer og hjelper hverandre

Fysisk workshop med veileder og læringspartner

# Hva skal til for at du får effekt av DROPS

- Sette av tid til å delta på 5 webinarer, digital veiledning og en heldags fysisk workshop med veileder og læringspartner i uke 5
- Sette av tid til å gjøre oppgavene mellom samlingene
- Være åpen og nysgjerrig – ta imot og gi ærlige tilbakemeldinger
- Være en aktiv læringspartner – engasjere deg i læringspartneres tilbud og utfordringer, dra på et besøk til læringspartner
- Ta imot læringspartner og veileder slik at de kan oppleve tilbudet ditt og komme med sine tilbakemeldinger
- Gjennomføre et besøk hos minst en læringspartner, en såkalt «tjenestesafari».

# Mål

**DROPS** skal gi deg økt kundeempati slik at du bedre kan leve deg inn i gjestenes situasjon. Da kan du regissere opplevelser som gir gjestene økt verdi. På denne måten kan vi øke både betalingsvilje og verdiskaping.

**10.november**

9.00-10.30 Webinar

**INTRODUKSJON**

Introduksjon til DROPS

**17. november**

9.00-11.00 Webinar

**MODUL 1  
BRUKERPERSPEKTIV –  
PÅ KUNDENS PREMISS**

Verktøyene og kundereisen – et overblikk  
Sannhetens Øyeblikk 1:  
Gjestenes anledninger og behov, valg av  
brukerperspektiv

**24.november**

**MODUL 1**

Digital veiledning og oppstart med  
læringspartnere.

**30.november**

09.00-11.00 Webinar

**MODUL 2  
I OPPLEVELSEN**

Kartlegging av egne tilbud og opplevelser: Sannhetens Øyeblikk 5-8  
5. Første fysiske møte – førsteinntrykk av stedet/aktøren  
6. Å være i opplevelsen – Opplevelser som gjør inntrykk  
7. Avslutning og avreise – Den viktige avslutningen  
8. Minner fra opplevelsene – hva husker gjestene, hva snakker de om, hva deler de?

**8.desember**

**MODUL 2**

Digital veiledning og diskusjon med  
læringspartnere

**12. januar**

9.00-10.30 Webinar

**MODUL 3****hele kundereisen sett utenfra  
TJENESTESAFARI**

hvordan gjennomføre en tjenestesafari

Sannhetens Øyeblikk 2-4:  
Inspirasjon, valg og planleggingAlle skal gjennomføre en tjenestesafari hos  
læringspartnere og dokumentere  
opplevelsene i verktøyene**19. januar****MODUL 3**Digital veiledning i gjennomføring av  
tjenestesafari**Uke 5**Heldagssamling med læringspartnere og  
veileder**MODUL 4**Ferdigstille dagens kundereise  
Ferdigstille styrker og svakheter  
Definere utfordringer og muligheter  
Fulle på bruttolisten med ideer  
Skisse fremtidig kundereise med ambisjoner  
og prioriteringer for mindre justeringer og  
større endringer**16.februar**

09.00-11.00 Webinar

**MODUL 5****Teste og evaluere**Uforme brukertester for prioriterte  
endringer (som kan gjennomføres  
raskt) og evaluere resultatet**23.februar****MODUL 5**Digital veiledning og sparring med  
læringspartnere og veileder rundt  
utvikling av tester**UKE 8/9:****MODUL 5**Testperiode  
gjennomføre tester  
med faktiske gjester**UKE 11****MODUL 6**Evaluere tester og oppsummere. Dele  
erfaringer  
Evaluere tester og avslutning av  
programmet  
Evaluering av programmet  
Dele innsikt, refleksjoner og erfaringer



# Mer om innholdet i modulene

## INTRODUKSJON

Hva er en kundereise? Hvordan bruker vi den som verktøy til å jobbe med utvikling av egen bedrift? Hvem er de andre som deltar? Bli kjent, danne nettverk og finne læringspartnere.



## Modul 1

### BRUKERPERSPEKTIV

Hvilke kunder er viktigst for dere, nå og fremover? Hvilke behov har de i ulike anledninger? Velger ut en kundegruppe/anledning som du skal jobbe med gjennomgående i programmet. Intervjue tidligere kunder.



## Modul 2

### I OPPLEVELSEN

Gå seg selv i sømmene, slik de kundene du har valgt opplever det. Hvordan er det første møtet, hvordan er det å være i opplevelsen og hvordan er det å avslutte og dra?

## Modul 3

### Tjenestesafari – fysisk og digital

Veileder og læringspartner tester opplevelsen fra første klikk til minnene etterpå. Vi melder tilbake om høydepunkter, minneverdige øyeblikk, styrker og svakheter. Før, under og etter oppholdet



## Modul 4

### Heldagssamling med veileder og læringspartner

Vi går igjennom hele kundereisen fra A til Å. Deler innsikt, refleksjoner, ideer og forslag til forbedringer. Du prioriterer endringsbehov. Lager skisse til fremtidig kundereise.



## Modul 5

Prioriterte endringer skal testes på reelle kunder, er det attraktivt, blir det enklere, gir det merverdi? Deretter skal brukertestene evalueres



## Modul 6

Evaluere testene  
Evaluere programmet – dele erfaringer refleksjoner

**Hilde Søråas Grønhovd**

Prosess- og prosjektleder,  
innovasjonsveileder og forretningsutvikler.

**Urda Ljøterud Høglund**

Erfaren forretningsutvikler i mange bransjer  
– spesielt reiseliv, eiendom og landbruk.  
Prosjektleder, bonde og gründer.

**Lars Erik Eide**

Gründer av News Lab og Filtermedia,  
journalist og ekspert på digital  
markedsføring og reiselivsmarkedsføring.

**Sigrid Oterholm Hoem**

Ekspert på kundebehov, merkevare og  
opplevelsesutvikling i reiselivet

Hilde



Urda



Lars



Sigrid



# Praktisk

## Omfang og varighet

- Oppstart 10. november 2020
- Gjennomføring av modul 1-6 fram til april 2021

## Pris

10 000,- per bedrift + kostnader for å ta imot læringspartnere og veiledere på «Tjenestesafari».

**Frist for å melde interesse:  
1. november 2020**

[Test om DROPS passer for deg her](#)