

Från kunskap till lönsamhet

Utbildningar och stöd som ger

- fler kunder
- ökar din lönsamhet
- stärker ditt varumärke



Vårdskaps- -utbildning

Kursens olika delar

ATT GÅ VÅRDSKAPSUTBILDNINGEN	DET BREDA VÅRDSKAPET	DET MÄNSKLIGA MÖTET
DET DIGITALA MÖTET	DESTINATIONSKUNSKAP	STRATEGIN FÖR BESOKSNÄRINGEN

MoVe

Ditt företags
guide till
nästa steg!

Fyll i redan idag

Få svar direkt!

Kostnadsfritt!

Blekinges nya platsvarumärke

Kom närmare
livet.

BLEKINGE. Kom närmare.

VISITBLEKINGE

Workshop: Visit Blekinges utbildningsbibliotek
Lotta Johansson, projektansvarig Visit Blekinge

VISITBLEKINGE



750 deltagare
120 företag

CoTourism

Ett paket fyllt av nyttigheter.
Valj dina godbitar!

**Förena lönsamhet och långsiktighet,
miljöhänsyn och socialt engagemang**

CoTourism
VISITBLEKINGE



750 deltagare
120 företag

CoTourism

Ett paket fyllt av nyttigheter.
Valj dina godbitar!



- Implementera digitala lösningar och öka digital kompetens
- Utveckla, paketera och skapa digitalt säljbara produkter
- Skapa gemensamma hållbara erbjudanden och samarbete

CoTourism
VISITBLEKINGE



Utbildningar

3. Inspelade utbildningar

Många av projektets insatser har spelats in och kan fortfarande beställas av företagen.

Premiär fri tillgång!



Lösenord: Blekinge4ever

UTBILDNINGAR



EKONOMI & LÖNSAMHET

Praktisk prissättning, kalkylering, goda exempel och fallgropar.



PAKETERING

Paketering för svenska och utländska marknaden. Konkreta tips och verktyg, om paketsäljare och researrangörer och goda exempel.



WEBBAKUTEN

Lär dig hur du maxar din webbplats genom att presentera dig på ett eget och säljande sätt för din målgrupp.

FÖRELÄSNINGAR



HEMESTERTREND

Utmaningar och styrkor. Om den svenska resenären och hemester som trend.



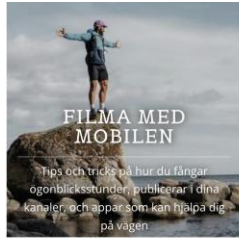
HÅLLBARHET

Om hur du paketerar erbjudanden, för både samhälle och plånbok.



MARKNADSFÖRING

Om hur du lockar naturlisökande besökare och stärker din digitala närvaro.



FILMA MED MOBILEN

Tips och tricks på hur du fångar ögonblickstunder, publicerar i dina kanaler, och appar som kan hjälpa dig på vägen.



FOTA MED MOBILEN

Tips och tricks på hur du fångar ögonblickstunder, publicerar i dina kanaler, och appar som kan hjälpa dig på vägen.



GOOGLE ANALYTICS

Olika metoder och tekniker för att få din webbsida att synas högt uppe på sökmotorerna.



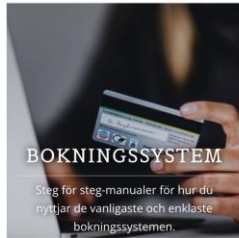
PAKETERING & FÖRSÄLJNING

Vad är ett paket? Vilka lagar & regler gäller? Tips på hur du bygger paket och



DIGITALA SYSTEM

Planering och rapport av olika digitala kanaler och system.



BOKNINGSSYSTEM

Steg för steg-manualer för hur du nyttjar de vanligaste och enklaste bokningssystemen.



GOOGLE ADS

Hur du optimerar kundens köpresa och tar bort friktion längs vägen.



GOOGLE MY BUSINESS

Sätt ditt företag på kartan och byt trovärdighet hos de som hittar till via Google.



MARKNADSFÖRING I FACEBOOK OCH INSTAGRAM

Hur du når ut med dina budskap så kostnadseffektivt som möjligt.

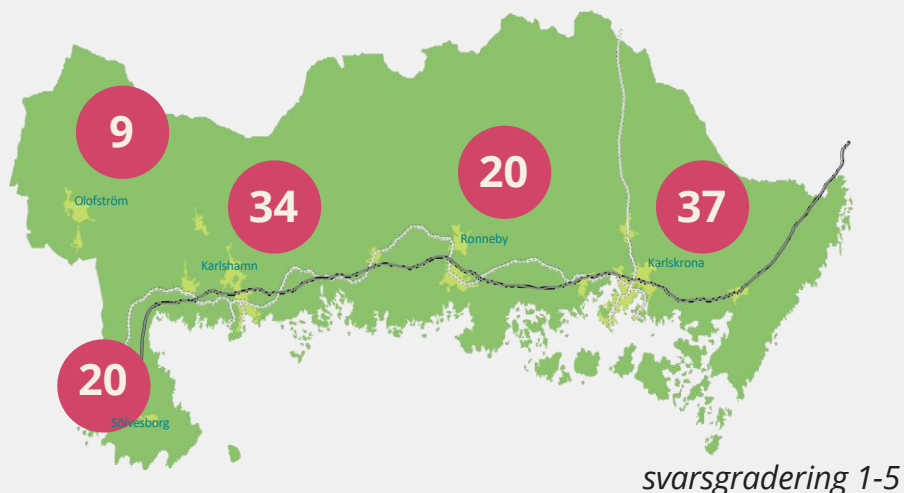


TRIP ADVISOR OCH HOLIDAYCHECK

Utveckla din närvaro och öppna nya utbudsvinklar i de mest populära bokningssajterna.



114 respondenter på **insatsernas utvärderingar**
= ca 20% svarsfrekvens



svarsgradering 1-5

Hur var nivån på utbildningen: **2,3**

(1 toklätt och 5 för svårt)

Har insatsen gett dig ökad kunskap: **4,3**

Kommer du få användning av de nya kunskaperna: **4,3**

Har du fått möjlighet till utbyta erfarenheter/utveckla kontaktnät: **3,8**

Utvärdering av insatserna Vad har varit bra?

Den här utbildningen tar jag med mig överallt och i allt jag gör.
– **Fota med mobilen**

Mycket jag inte alls visste, så jättebra utbildning – **Webbakuten**

Bra med konkreta exempel och diskussion kring bildval – **Tripadvisor**

Bra vägledning till hur man kan mäta specifika kampanjer och se hur resultatet blir – **Google Analytics**

Jag har redan lagt ut annonser och bilder :-D – **Google Business Profile**

Vem, var, känsla, hur osv – ger en mycket bra sammanfattning av det man ska tänka på – **Filma med mobilen**

Fick upp ögonen för hur vi kan tänka när det gäller hur vi ska arbeta med våra olika verksamheter – **Google Ads**

Bra med mall för uträkning av pris samt förtjänst
– **Ekonomiföreläsning**

Tanken att hitta partners både på nära och långt håll ger mig inspiration att komma vidare och se en helhetsbild av kundens resa – **Sälja dina paket**

CoTourism
VISITBLEKINGE



Utvärdering av helhet

Vad har varit bra och vad kan bli bättre?

Bra med stort nätverk. **Bra att vi arbetar med att lyfta hela Blekinge tillsammans.** Det ger större tyngd och anledning att besöka olika platser i Blekinge. **Väldigt bra med biblioteket** där man kan ta del av insatser när det funkar för en själv. Toppen med nätverksaktiviteterna och kanske särskilt den där man byter material. En tredje toppengrej är att **platserna för fysiska träffar ambulerat** runt och att ni kunnat hjälpa till med kontakter för samäkning.

Inspirerande som gav många och **värdefulla tips** om hur vi ska marknadsföra våra verksamheter på bästa sätt. Mycket bra och givande och ser gärna fler sådana utbildningar framöver. (10/10 möjliga poäng!)

Ett fantastiskt projekt som gett oss **mycket ny kunskap och värdefulla verktyg** att arbeta med en lång tid framöver. **Många bra erbjudanden** om träffar/utbildningar. De har varit väldigt aktiva och proffsiga.

Väldigt bra att kunna **välja att delta i utbildningen** om det passar med tiden eller att kunna hämta hem den inspelade utbildningen digitalt för att se den vid senare tillfälle. Även bra att kunna använda de **inspelade utbildningarna** om man vill repetera något. Vi upplever att projektet är väldigt **professionellt genomfört** både vad gäller projektledare och utbildare/föredragshållare/rådgivare. **Kvalitet och tydlighet** rakt igenom helt enkelt! För oss kändes det som **väldigt mycket förmedling av information/kunskap komprimerat** under en viss tidsperiod - även om den var ganska lång. Det fanns också så många intressanta/lockande utbildningar mm så det var svårt att avstå något :-)

Mkt bra, det **bästa jag varit med om under 25 år i besöksnäringen.** Efter lite **små justeringar i början**, så hamnade projektets alla delar **rätt på gräsrotsnivå och blev målgruppsanpassat**

För vår del kom projektet **helt i rätt tid!** Som nystartade har det varit väldigt värdefullt med **kunskap, inspiration och kontakter** via projektet. Vissa insatser var precis vad vi behövde **och överträffade förväntningar.** Några insatser gav inte så mycket, men det kanske också berodde på att vi hade för **högt ställda förväntningar.** Det absolut bästa är nog ändå att man fått ansikten på så många aktörer inom besöksnäringen i Blekinge **och byggt ett kontaktnät.** Hoppas verkligen att vi kan fortsätta att träffas även när projektet är slut!

Att det blev ett besöksnäringssprojekt är väldigt positivt! Genomförandet har varit **ytterst bra!** Synd bara att jag inte hann vara med på allt!

Ingen aning, **troligtvis slöseri med gemensamma skattemedel**

Det har varit **givande kurser och ett bra nätverk** och just att de varit digitala är **tidseffektivt** och uppskattas mycket .

Att träffas och ha en **gemensam plattform på facebook.**

Ert mycket bra nätverk och **en bra variation** av utbildningar. Särskilt värdefullt som ny företagare. Regelbundna träffar

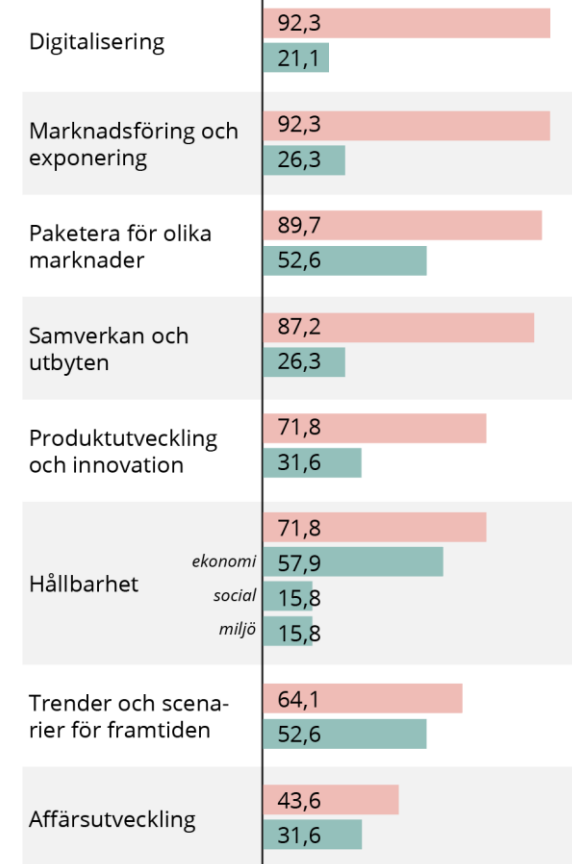
Lättsamt, konstruktivt och berikande med nya kontakter

Vad känner du att ni behöver bli bättre på/vidareutvecklas inom?

Staplarna visar procent.

2021 40 respondenter

2023 29 respondenter



CoTourism

VISITBLEKINGE



EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska regionala utvecklingsfonden



Värds-kaps- -utbildning

Kursens olika delar

ATT GÅ
VÄRDSKAPSUTBILDNINGEN

DET BREDA VÄRDSKAPET

DET MÄNSKLIGA MÖTET

DET DIGITALA MÖTET

DESTINATIONSKUNSKAP

STRATEGIN FÖR
BESÖKSNÄRINGEN

Värds-kapsutbildning

**Maxa era besökares upplevelse,
stärk ditt team och skapa fler affärer!**

Studier visar att det främsta skälet till val av semesterort är **bemötandet**. Genom att ge besökare en välkomnande och minnesvärd upplevelse **ökar chansen för återbesök och positiva recensioner**. Dessutom bidrar det till ett **positivt arbetsklimat** som skapar **stolthet** och **motivation** bland medarbetarna. Det är en win-win för alla!

- **Kostnadsfri värds-kapsutbildning**
- **Kräver inga licenser**
- **Fristående, korta utbildningar**
- **När det passar dig, dina kollegor och din verksamhet bäst**
- **Passar både privat sektor och offentlig verksamhet**



Utbildningen finns här:

<https://www.visitblekinge.se/vards-kapsutbildning>

Kursens olika delar

ATT GÅ
VÄRDSKAPSUTBILDNINGEN

DET BREDA VÄRDSKAPET

DET MÄNSKLIGA MÖTET

DET DIGITALA MÖTET

DESTINATIONSKUNSKAP

STRATEGIN FÖR
BESÖKSNÄRINGEN

Vägen till ett ännu
bättre värdskap



Det mänskliga mötet

Att designa kundresans
upplevelser

Core Meaning
Utmaningar
Förväntningar

Att möta människor i olika
värdskaftssituationer

Paula Gullbing

Samtal om och konkreta tips på vad du bör tänka på i mötet med människor.

Tips och tankar för att bli bäst på
värdskap

Paula Gullbing & Cajsia Augustzén
Paula Gullbing & Paraply

Att skapa en meningsfull
upplevelse

Tim Logan
Kaospilot Experience Design

Det personliga mötet

Paula Gullbing

Förväntningar och upplevelser
hänger ihop

Tim Logan
Kaospilot Experience Design

Det finns inte en lösning som passar allt och alla - lär dig om hur olika människor och situationer kräver olika värdskap och bemötande.

Move

- ditt företags guide till nästa steg!
Ett unikt mognadsanalys-verktyg som ger dig:

1. En klar bild av ditt företags potential

Tydlighet i företagets styrkor och utvecklingsområden för att kunna ta nästa steg.

2. Feedback direkt i inkorgen

Sammanställning och åtgärdsförslag inom t ex marknadsföring, digital tillgänglighet och hållbart företagande.

3. Mätbar utveckling över tid

Svara årligen och mät ditt företags framsteg.

4. Tyngd i strategisk planering

Främjandesystemet får förståelse för vad du som företagare behöver.

Fyll i
redan idag

Få svar
direkt!

Kostnads-
fritt!



MoVe

- ditt företags guide till nästa steg!
Ett unikt mognadsanalys-verktyg som ger dig:

Marknad och produkt

Den här informationen hjälper oss att förstå ett erbjudande till våra gäster. Frågorna är självklarhetsfrågor och svaralternativen offererar mönster den inredning i rutor som Visi Blekinge har tagit fram för den här typen av utvärdering. Svaren på frågorna ska inte vara tillräckligt för att förstå alla detaljer i ditt företag.

14. Bearbetar ni den svenska marknaden proaktivt för att locka gäster? *

- 3. Ja vi har ett strukturerat sätt att arbeta med den svenska marknaden med anpassade erbjudanden, kommunikation, detaljerad aktivitetplan och budget.
- 2. Ja med anpassade erbjudanden och kommunikation, men utan strukturerad plan eller utvärdering.
- 1. Nej vi fokuserar på att ta hand om de som själva hittar oss av sig själva eller som kommer tillbaka år efter år.

15. Tar ni emot internationella gäster? *

- 3. Ja och majoriteten av våra gäster kommer från andra länder än Sverige.
- 2. Ja men majoriteten av våra gäster kommer från Sverige.
- 1. Nej i princip endast Svenska gäster kommer till oss.

16. Bearbetar ni internationella marknader proaktivt för att locka gäster? *

- 3. Ja vi har ett strukturerat sätt att arbeta med internationella marknader med anpassade erbjudanden, kommunikation, detaljerad aktivitetplan och budget.
- 2. Ja med anpassade erbjudanden och kommunikation, men utan strukturerad plan eller utvärdering.
- 1. Nej vi arbetar inte proaktivt med att locka internationella gäster.

17. Har ni etablerat kontakt med resarrangör eller incoming-byrå? *

- 3. Ja vi har etablerat kontakt med flera resarrangörer.
- 2. Ja vi har diskussioner med en eller flera resarrangörer eller är intresserade av att göra det.
- 1. Nej vi är inte intresserade av kontakt med resarrangörer.

18. Erbjuder ni något som kan betraktas som typiskt för Blekinge? *

- 3. Ja och vi är en etablerad resanvändning som vi lyfter själva och som också lyfts av andra verksamheter.
- 2. Ja och vi beskriver det tydligt i vår kommunikation.
- 1. Nej vi beskriver inte det så tydligt eller det är inte relevant för oss.

19. Attraktioner i närområdet - vilket av följande alternativ stämmer bäst in på er? *

- 3. Vi bygger utbudet utifrån erbjudanden på resanvändning eller attraktioner som en tematiserad bilaga och beskriver det tydligt i vår kommunikation och bokningsprocess.
- 2. Vi bygger utbudet utifrån erbjudanden på resanvändning eller attraktioner som en tematiserad bilaga men beskriver det inte så tydligt i vår kommunikation.

Digitalisering

Den här delen hjälper oss att förstå hur du arbetar med data och digitala kanaler.

23. Information om er verksamhet - vilket av följande alternativ stämmer bäst in på er? *

- 3. Vi har en egen webbplats med information om vår verksamhet på svenska, engelska och minst ett språk till.
- 2. Vi har en egen webbplats eller sociala medier med information om vår verksamhet på svenska och engelska.
- 1. Vi har någon form av närvaro på nätet och endast på svenska.

24. Erbjudanden - vilket av följande alternativ stämmer bäst in på er? *

- 3. Vi har en egen webbplats med information om våra erbjudanden på svenska, engelska och minst ett språk till.
- 2. Vi har en egen webbplats eller sociala medier med information om våra erbjudanden på svenska och engelska.
- 1. Vi har någon form av närvaro på nätet och endast på svenska.

25. Bokningsarbete - vilket av följande alternativ stämmer in bäst in på er? *

- 3. Vi har bokning och betalning via bokningssystem på vår hemsida eller i våra sociala medier.
- 2. Vi har bokning men inte betalning på vår hemsida eller i våra sociala medier.
- 1. Vi har varken bokning eller betalning på vår egen hemsida eller i våra sociala medier.

26. Är ni bokningsbara via ämnesföreläsare på nätet som till exempel Hotels/Expedia/Booking/TripAdvisor/Latour/Foodora/Uber eats etc? *

- 3. Ja och vi har bra koll på beredda och nya kanaler för försäljning.
- 2. Ja men inte tillräckligt stor utvärdering.
- 1. Nej dessa kanaler är inte intressanta för vår verksamhet.

27. Svarar ni på feedback, kommentarer och recensioner i sociala medier? *

- 3. Ja på både positiva och negativa kommentarer och recensioner.
- 2. Ja ibland.
- 1. Nej vi svarar inte eller tiller inte feedback, kommentarer eller recensioner.

Avsnitt 4

Hållbarhet - ekonomisk, ekologisk och social

28. Hållbarhetsplanering - vilket av följande alternativ stämmer bäst in på er? *

- 3. Vi har en eller flera strukturerade årliga planer som vi följer, utvärderar och uppdaterar regelbundet som innehåller både social, ekonomisk och miljömässig hållbarhet.
- 2. Vi har rådet och uppdaterat rådet form av budget men ingen årlig plan.
- 1. Vi arbetar utan plan eller budget.

29. Affärsplanering - vilket av följande alternativ stämmer bäst in på er? *

- 3. Vi har en strukturerad årlig plan som vi följer, utvärderar och uppdaterar regelbundet.
- 2. Vi har rådet och uppdaterat rådet form av budget men ingen årlig plan.
- 1. Vi arbetar utan plan eller budget.

30. Produkt- och tjänstekvalitet - vilket av följande alternativ stämmer bäst in på er? *

- 3. Vi har en eller flera produkter och tjänster som vi utvärderar och uppdaterar regelbundet.
- 2. Vi har en budget för hela verksamheten där våra produkter och tjänster går ut som resultat.
- 1. Vi arbetar utan att tänka på enskilda produkter och tjänster.

31. Ekonomisk er verksamhet - vilket av följande alternativ stämmer bäst in på er? *

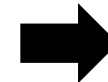
- 3. Verksamheten gör minst ett normalt år. (alla kostnader är medräknade inklusive löner för företagets ledare, investeringar, avskrivningar och finansella kostnader)
- 2. Verksamheten gör minst ett normalt år och förklarar ett resultat år efter år. (alla kostnader är medräknade inklusive löner för företagets ledare, investeringar, avskrivningar och finansella kostnader)
- 1. Verksamheten gör minst ett normalt år. (alla kostnader är medräknade inklusive löner för företagets ledare, investeringar, avskrivningar och finansella kostnader)

32. Marknadsplanering - vilket av följande alternativ stämmer bäst in på er? *

- 3. Vi har en strukturerad årlig plan inklusive budget för marknadsbudget som vi följer, utvärderar och uppdaterar regelbundet.
- 2. Vi har rådet och uppdaterat rådet form av budget för marknadsbudget men ingen årlig plan.
- 1. Vi arbetar utan plan eller budget.

33. Lednings- och styrinsatser - vilket av följande alternativ stämmer bäst in på er? *

- 3. Vi har ett utvärderat och styrinsatser med tydlig efterföljning mellan ledare, styrelse och VD samt kunniga personer i styrelsen som inte arbetar i verksamheten.
- 2. Vi har ett utvärderat lednings- och styrinsatser men inte tydlig efterföljning mellan ledare, styrelse och VD samt kunniga personer i styrelsen som inte arbetar i verksamheten.
- 1. Vi har inte ett utvärderat lednings- eller styrinsatser.



Direkt svar via epost

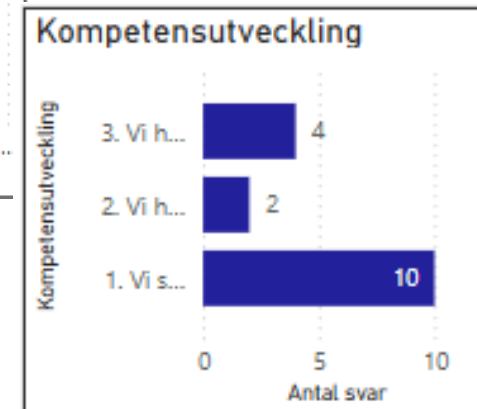
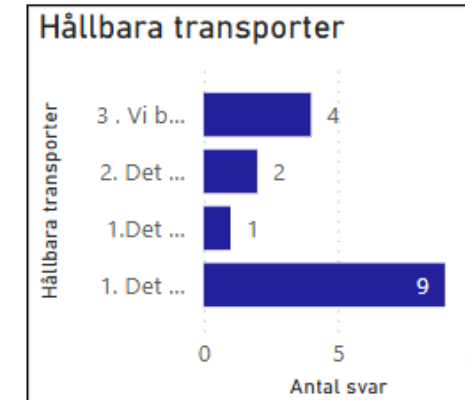
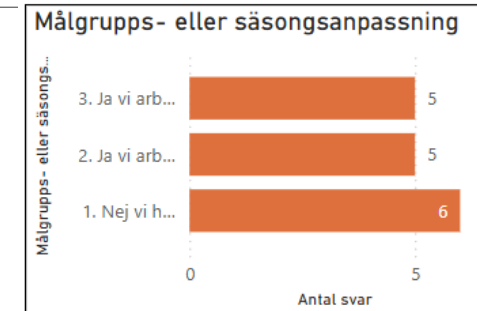
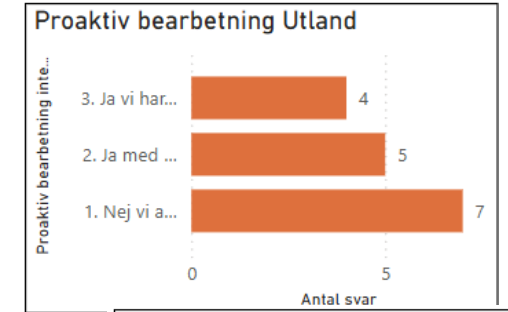
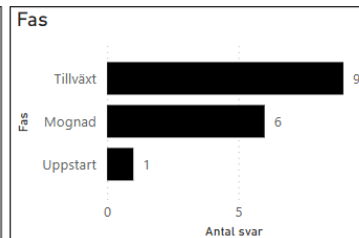
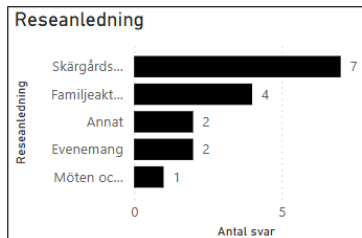
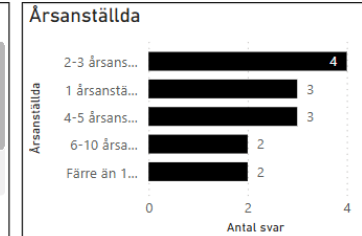
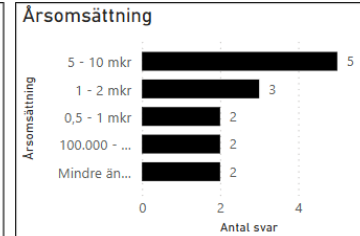
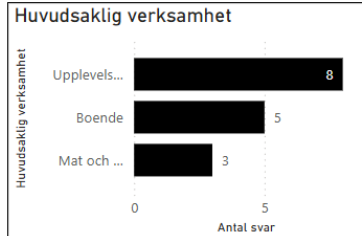
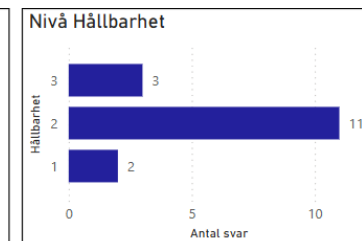
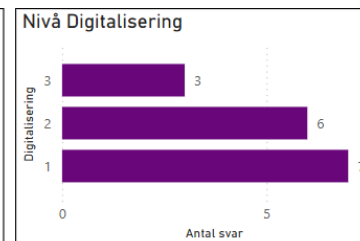
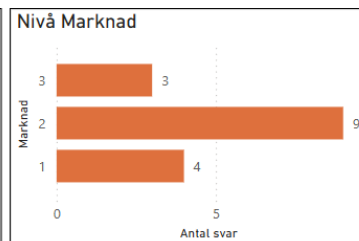
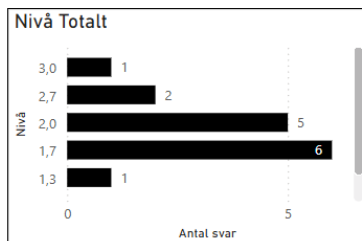
MOVE

- ditt företags guide till nästa steg!
Ett unikt mognadsanalys-verktyg som ger dig:

Visit Blekinge
Dashboard för mognadsanalys

Antal svar | 16 Nivå | 1,9

Marknad | 1,94 Digitalisering | 1,75 Hållbarhet | 2,06



Blekinges nya platsvarumärke



BLEKINGE. Kom närmare.

VISITBLEKINGE

BLEKINGE. Kom närmare.

Blekinge är en plats full av möjligheter. Här möts bra livskvalitet, innovationskraft och karriärmöjligheter med attraktiva livsmiljöer. Våra expansiva företag söker nya talanger, och tillsammans kan vi vända trenden av minskande befolkning. Vi har utvecklat ett platsvarumärke för att stärka Blekinges position och attrahera fler invånare, medarbetare, studenter, företag och besök. Använd platsvarumärket i er kommunikation och marknadsföring – tillsammans kan vi visa världen allt Blekinge har att erbjuda!

[Verktogsåda](#)[Kontakt](#)[Q&A](#)[Film från lanseringen](#)

Trafik (4 mån)

2200

har sett sidan
(ex via sök eller skroll)

1500

unika besökare

12 000

händelser;
interaktioner, nedladdningar
etc.

OBS

utan sökmotorsoptimering
(SEO)
eller sökmotorsmarknadsföring
(SEM)

Verktogsåda

Verktogsådan är fri att använda för vem som helst som vill stärka sitt eget och Blekinges varumärke. Här finns inspiration, tillämpningsmallar och riktlinjer. Klicka på de olika delarna nedan. Verktogsådan utvecklas dessutom med tiden, så höll ögonen öppna här framöver!

01. PLATSVARUMÄRKESPRESENTATION

Från kärnvärden till budskap

02. TILLÄMPNINGSMALLAR

Mallar för hur du skapar dina egna
marknadsföringsinsatser

03. BILD OCH FILMMANÉR

Riktlinjer för foto, film och ljud

04. PLATSBERÄTTELSE OM BLEKINGE

Kärnan i Blekinges identitet och personlighet

05. PRESENTATION OM BLEKINGE

En hisspitch som sätter din plats i ett
sammanhang (*Kommer under hösten 2024*)

06. RÖSTER FRÅN PROCESSEN

Aktörer från processen berättar om
platsvarumärke

07. FILM FRÅN LANSERINGEN

Se filmen från lanseringen.

08. FILM

Inspirerande film med glimtar från Blekinge

09. BLEKINGES KULTURKÄLLA ♥

Hjälp oss tipsa kring ex mat, böcker och musik.

10. VÄRDSKAPSUTBILDNING

Om det mänskliga mötet, fysiskt och digitalt
värdskap, kundresa, upplevelsedesign,
Blekingekunskap och hållbar turism.

11. MÄSSMATERIAL

Montermaterial för konferenser och mässor.

Platsvarumärket – goda exempel



Sydostlänken – viktig för Sverige!

BLEKINGE. Närmare möjligheterna.



BLEKINGE. Kom närmare.

BLEKINGE. Närmare Europa.



Söker du nytt läge?

BLEKINGE. Närmare Europa.



14 HELA DENNA BILAGA ÄR EN ANNONS FRÅN REGION BLEKINGE



Hitta ditt drömliv i Blekinge

I Blekinge kan du hitta den perfekta kombinationen av att kunna bo i ett vackert hus i skärgården, eller på en gård i avskild natur, samtidigt som du inte behöver göra avkall på intressanta karriärmöjligheter.

TEXT: BRITT-MARIE MELIN FOTO: ANDERS BLOMÖRF

Här kan du både hitta jobb i världens ledande företag, upp och ned och också vilken form av karriär du vill ha. I Blekinge får du tillgång till 50 000 bevägare från både när och fjärran över till annat än produktutveckling. Det är ett stort utbud av jobb och du kan ofta ta både tydeligt och väl betalt för det som du gör. Blekinge är ett område som växer snabbt och du kan ofta ta både tydeligt och väl betalt för det som du gör. Blekinge är ett område som växer snabbt och du kan ofta ta både tydeligt och väl betalt för det som du gör.



Gott liv + gröna gräs

Grafisk profil
En grafisk profil är ett viktigt redskap för att skapa tydlighet och enhetlighet i ditt varumärke. Vi kommer att hjälpa dig att skapa en grafisk profil som passar ditt företag och ditt varumärke. Detta är ett viktigt redskap för att skapa tydlighet och enhetlighet i ditt varumärke. Vi kommer att hjälpa dig att skapa en grafisk profil som passar ditt företag och ditt varumärke.

Ronneby & Blekinge

Välkommande i Blekinge - Sparviken - Framtiden
I Ronneby och Blekinge erbjuder vi goda möjligheter och bra förutsättningar som företagare och företag. Vi erbjuder dig att starta ett företag i Blekinge och vi erbjuder dig att starta ett företag i Blekinge. Vi erbjuder dig att starta ett företag i Blekinge och vi erbjuder dig att starta ett företag i Blekinge.

Platsvarumärket

Platsvarumärket hjälper oss att bli framgångsrika och att bli framgångsrika. Vi erbjuder dig att bli framgångsrika och att bli framgångsrika. Vi erbjuder dig att bli framgångsrika och att bli framgångsrika. Vi erbjuder dig att bli framgångsrika och att bli framgångsrika.

Läs mer om Platsvarumärket - Ronneby den moderna staden

ANNONS



Kom närmare hemkänslan.

När du möts av lugnet. När du blir sedd för den du är. När du hittar din lilla vrå och ditt större sammanhang. Då är du hemma.

VI MÅN VILLER spela golf har man ännu inte gått till Ronneby och Blekinge. Det är ett område som växer snabbt och du kan ofta ta både tydeligt och väl betalt för det som du gör.

Många besökare är intresserade av världsarvet.



Ronneby & Blekinge



Kom närmare hemkänslan.

När du möts av lugnet. När du blir sedd för den du är. När du hittar din lilla vrå och ditt större sammanhang. Då är du hemma.

Här finns jobben

Företagen i TechTank-Industrikluster ligger regionaliserat ut i olika delar av Blekinge och Ronneby. Det är ett område som växer snabbt och du kan ofta ta både tydeligt och väl betalt för det som du gör.

Läs mer om TechTank-Industrikluster



Kom närmare hemkänslan.

När du möts av lugnet. När du blir sedd för den du är. När du hittar din lilla vrå och ditt större sammanhang. Då är du hemma.

Ronneby



Närmare drömkarriären.



Kom hem till framtiden!

Satsa på en karriär i Blekinges industri- och teknikföretag
Många av Blekinges industri- och teknikföretag leder utvecklingen i sin bransch. De står vägen och satsar helhjärtat på en hållbar framtid. Inom de närmaste åren behöver företagen anställa flera tusen nya medarbetare inom en rad olika yrken. Vi hoppas att du är en av dem!

Här finns jobben
Företagen i TechTank-Industrikluster ligger regionaliserat ut i olika delar av Blekinge och Ronneby. Det är ett område som växer snabbt och du kan ofta ta både tydeligt och väl betalt för det som du gör.

Läs mer om TechTank-Industrikluster



Ronneby är vi tillsammans.

300 SJÖAR
40

Att bo är mer än fyra väggar

I Ronneby är det enkelt att hitta sig. Blekinge är ett område som växer snabbt och du kan ofta ta både tydeligt och väl betalt för det som du gör.



Kom närmare hemkänslan.

Beachflagga



Kom närmare historien.

Mer information om ditt besök: marinmuseum.se

MARINMUSEUM KARLSKRONA

FRI ENTRÉ FÖR BARN (0-18 ÅR)



Instagram

via@regionblekinge

BLEKINGE. Närmare havet.

via@regionblekinge
Välkommande i Blekinge - Sparviken - Framtiden
Blekinge är en härlig plats, både att besöka och som livsplat!



Instagram

via@regionblekinge

BLEKINGE. Närmare äventyret.

via@regionblekinge
Välkommande i Blekinge - Sparviken - Framtiden
Blekinge är en härlig plats, både att besöka och som livsplat!

VISITBLEKINGE

Vänta inte, börja redan idag!

Passa på
att ställ
frågor!

Foto: Hanna Franzén, Kreativum

	Jan	Feb	Mar	Apr	Maj	Juni	Juli	Aug	Sept	Ok	Nov	Dec
Utbildningar												
Eleverna & lärarna												
Handboken												
Google Analytics												
Första året med barn												
Första året med barn												
Barnprogrammet												
Google Ads												
Google business profil												
Personaler												
Personer - en utbildningsform												
Hälsoboken som utbildning												
Hälsoboken som utbildning												
Personer i grupp												
Utbildningsplan - en guide till kursplan												
Utbildningsplan - en guide till kursplan												
Utbildningsplan - en guide till kursplan												
Utbildningsplan - en guide till kursplan												
Utveckling												
Utveckling - en utbildningsform												
Utveckling - en utbildningsform												
Utveckling - en utbildningsform												
Utveckling - en utbildningsform												

Fyll i handlingsbladet

Vilka utbildningar bör ni prioritera?
Vilka delar bör vara grundläggande för alla?
Kan vi fördela vissa delar inom personalen?
När under året/i arbetsprocessen görs vad?
När onboardar vi personalen?



Värds kapsutbildningarna

Titta in på de olika kursdelarna.
Vissa har även bifogade stöd och verktyg.



Utbildningsbiblioteket

Lösenord: Blekinge4ever
Vad verkar intressant och vad är viktigast att prioritera?



Platsvarumärket

Vad i verktygslådan har du nytta av när du skapar egna produkter eller gör beställningar?



Move - analysverktyget

Planera in när du vill genomföra den! Och få svar direkt!
[Mognadsanalys - Verktyg | Visit Blekinge](#)

Reflektion och diskussion

Gruppdiskussion

Diskutera vilka områden i din verksamhet som skulle kunna dra nytta av utbildningarna?

Frågor att reflektera över

- Vilka utmaningar står din verksamhet inför idag?
- Vilka utbildningar eller insatser tror du skulle ha störst effekt på att lösa dessa utmaningar?

I helgrupp

Varje grupp delar en eller två insikter från diskussionen.

Fortsätt nätverka på Facebook!

