



grassroots
young entrepreneurs in eco-health tourism

Ancient Wisdom Tour 2025

Upplevelsedesign inom ekoturism

Blaithin Sweeney, Sligo, Irland (2024)

"Transformativa resor som kopplar samman individer med sin inre kraft genom heliga platser, uråldriga metoder och djup inre läkning. Vägleda av energin i Irlands landskap och dess rika kulturarv skapar vi oförglömliga upplevelser som främjar samhörighet, förnyring och välbefinnande."

www.ecohealthforyouth.com



This resource is licensed under CC BY 4.0



Co-funded by
the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. The author is solely responsible for this publication (communication) and the Commission accepts no responsibility for any use may be made of the information contained therein. In compliance of the new GDPR framework, please note that the Partnership will only process your personal data in the sole interest and purpose of the project and without any prejudice to your rights therein 2021-2-BE04-KA220-YOU-000050778



grassroots
young entrepreneurs in eco-health tourism



Innehåll

Steg 1	Introduktion till Wisdom Warrior Tour	Sidan 4
Steg 2	Innehållsutveckling	Sidan 10
Steg 3	Utforska upplevelsen, konceptet och produktutbudet	Sidan 17
Steg 4	Kundprofiler och segmentering	Sidan 26
Steg 5	Dra nytta av regionala besöksmål	Sidan 39
Steg 6	Utveckling av resplan	Sidan 47
Steg 7	Bygg din upplevelse med syftesstyrt varumärkesbyggande	Sidan 59
Steg 8	Skapa en transformativ digital upplevelse	Sidan 79
Steg 9	Skapa en minnesvärd och omvälvande turistupplevelse	Sidan 96

www.ecohealthforyouth.com



This resource is licensed
under CC BY 4.0



Introduktion till Wisdom Warrior Tour Sligo, Irland



Ett företag i sann Grassroots anda!

Wisdom Warrior Tour (WWT) förkroppsligar de grundläggande principerna för en verksamhet som arbetar med eco-health på gräsrotsnivå – och som sömlöst integrerar välbefinnande, hållbarhet och kulturell fördjupning. Dess grund ligger i lokal egenmakt, miljöförvaltning och holistiskt välbefinnande, vilket gör den till en bra modell för många andra verksamheter inom eco-health.

Om ägaren: Blaithin Sweeney, är en ung målinriktad turismentreprenör som inte bara vill utveckla en generisk turismmodell utan en modell som resonerar med Grassroots huvudsakliga intressenter. Personer som till exempel söker meningsfulla, effektfulla och transformativa upplevelser som är bra för både människor och planeten. Detta innovativa tillvägagångssätt positionerar Blaithin som en unik researrangör och ledare inom eco-healthrörelsen, som kämpar för välbefinnande för individer, samhällen och planeten i stort.

Om mentorn: Laura Magan är Momentums ledande turismspecialist med omfattande internationell erfarenhet efter att ha arbetat i branschen i över 25 år, inklusive 10 år i Australien med Tourism Events Queensland, Southern Great Barrier Reef och på Darwins internationella flygplats.

Wisdom Warrior Tour – Ett "Grassroots" företag.

WWT har sina rötter i nordvästra Irland och visar upp autentiska irländska traditioner, sedvänjor och landskap. De arbetar med en bottom-up-strategi och prioriterar bland annat:

- Samhällsengagemang: Stödja lokala företag genom att samarbeta med lokala guider, hantverkare, musiker och livsmedelsproducenter för att säkerställa att de ekonomiska fördelarna flödar direkt till regionen.
- Kulturellt bevarande: Lyfta fram Irlands gamla läkande traditioner och heliga platser, vilket gör det möjligt att uppskatta det immateriella kulturarvet.
- Småskaliga initiativ: Upprätthålla en intim och personlig upplevelse, bygga en koppling mellan deltagarna och den lokala miljön.
- Miljöförvaltning: Genom att uppmuntra turism med låg påverkan och utbilda deltagarna om ekologiskt bevarande ger WWT ett kollektivt ansvar för att skydda den naturliga miljön.
- Personlig utveckling: deltagarna lämnar med en förnyad känsla av välbefinnande, djupare kopplingar till naturen och en större uppskattning för ett hållbart liv.

Fokus på eco-health

WWT överbryggas klyftan mellan ekologisk hållbarhet och individuellt välbefinnande, med fokus på:

- Läkning genom naturen: Utnyttja den transformativa kraften i Irlands landskap, såsom havsdopp, besök på heliga platser och vildplockning, för att återställa mentalt och fysiskt välbefinnande.
- Hållbara metoder: Använda miljövänliga metoder som att köpa lokal, ekologisk mat och minimera miljöavtrycket från turism.
- Holistiskt välbefinnande: Erbjuder upplevelser som gruppläkningsessioner, mindfulness-retreater och bastuterapi för att förnygra deltagarnas sinnen, kroppar och själar.

Steg 1: Som mentor inledde jag den här texten med fokus på sammanhang och bakgrund för att lägga en bra grund. Det är viktigt att förstå det övergripande konceptet och uppdraget du står inför om du ska organisera den här typen av aktivitet. Härnäst, börja med att "set the scene" för projektet och introducera WWT, dess uppdrag, vision och kärnvärden.

Steg 1

Introduktion till Wisdom Warrior Tour (WWT)



Kontext och Kontextanalys

Introduktion till affärsidé

Nu är det dags att sätta igång! Var börjar vi?

Upplevelsen behöver först ett sammanhang som hänvisar till den bredare miljö där en destination, upplevelse eller tjänst existerar, som omfattar dess kulturella, historiska, sociala, miljömässiga och ekonomiska dimensioner. Att förstå sammanhanget innebär att ta hänsyn till de unika egenskaperna hos upplevelsen och platsen – dess landskap, traditioner, människor och berättelser – och hur dessa element formar besökarens upplevelse. Det handlar också om att erkänna resenärernas motiv och förväntningar, de trender som påverkar turismen och de potentiella effekterna på lokala samhällen och ekosystem. Denna kontextanalys ger ramverket för att utforma autentiska och meningsfulla upplevelser som resonerar med besökarna samtidigt som destinationens identitet och resurser respekteras och bevaras.

Företagsnamn: Wisdom Warrior Tour

Typ av verksamhet: Upplevelsebaserad turism och well-being retreat

Plats: Sligo, nordvästra Irland (främst fokus på natursköna områden och kulturarv)

Grundare och manager: Blaithin Sweeney, "Your Wellbeing Warrior"

Översikt: Wisdom Warrior Tour är ett nyinrättat upplevelsebaserat turismprojekt som erbjuder transformativt välbefinnande och kulturella tillflyktsorter i de hisnande landskapen i nordvästra Irland. Denna satsning kombinerar hållbar turism, kulturell fördjupning och holistiska hälsometoder för att skapa en unik reseupplevelse för inhemska och internationella turister. Genom att blanda Irlands rika kulturarv med dess naturliga läkande landskap strävar verksamheten efter att leverera autentiska, förnyande och minnesvärda upplevelser till sina gäster.



Context Analysis

Stakeholders
(and other's actors)

External

Internal

Project Management

Roles:

Phases:

Platforms:

Mission

Vision

Utkast 1: Upplivelse, Iteration

Ancient Wisdom Tour 2025

An exclusive tour of the sacred sites of Ireland guided by energy and land healer and medicine woman, Bláithín Maeve. Learnto connect with your own indigenous healing nature and discover an aliveness that comes with knowing the land through practices of Yoga, Breathwork and Guided Meditations.



Sacred Sites

Visit sites of ceremony and unlock secrets and rituals to indigenous pre-celtic life



Ancient Practices

Experience the expansive and uplifting practices that connect to land and place and support deep inner healing.



Historic Accomodation

Embark on a journey of ancestral discovery and host your evening reflections in luxurious settings.

Small Group Tours (max 10ppl) : 6 Days - Fully guided : €2,250 pp

Includes:

- | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| ✓ Airport Transfers | ✓ Sacred Site Access Passes | ✓ Luxury 4-star accomodation |
| ✓ Daily Breakfast & Dinner | ✓ Adventure Excursions x 2 | ✓ Nature-based Meditation |
| ✓ Indoor Meditations | ✓ Sauna and Sea Dips | ✓ Eagles Flying Experience |
| ✓ Daily Yoga | ✓ Sound Bath Experience | ✓ Live-Music |
| ✓ One-to-One Energy Reading | ✓ Personalised Guidance | ✓ Experienced Tour Guides |



Wisdom Warrior Upplevelsen

Introduktion till idé och affärsidé



Värdet du skapar för målgruppen:

Wisdom Warrior Tour ger turister guidade turer som är utformade för att ge näring åt kropp, sinne och själ samtidigt som de introducerar olika deltagare för Irlands outnyttjade skatter, exempelvis:

- Besök på heliga, historiska platser med rik historieberättande och energi.
- Wellnessaktiviteter, inkluderande helande sessioner i grupp, mindfulnessövningar, havsdopp och bastubad.
- Kulturella upplevelser, inklusive levande musik, lokalt hantverk och traditionell irländsk gästfrihet.
- Miljövänliga vildplockningsupplevelser och lokala kulinariska upplevelser.

Detta skräddarsydda tillvägagångssätt säkerställer att varje besökare har en djup koppling till sig själv, miljön och Irlands arv.

Företagsprofil:

Wisdom Warrior Tour är för närvarande i sin uppstartsfas och har för avsikt att verka inom en småskalig, ägarledd verksamhet. Det leds av Blaithin Sweeney, vars expertis inom välbefinnande och storytelling utgör hjärtat i verksamheten. Verksamheten kommer att omfatta följande kärnkomponenter:

1. **Guidade turer:** Besök på ikoniska och dolda platser i nordvästra Irland.
2. **Tjänster för välbefinnande:** Meditation, healing i grupp, havssimning och avslappningsterapi.
3. **Kulturella upplevelser:** Traditionell musik, berättande och lokalt hantverksengagemang.
4. **Partnerskap för boende och gästfrihet:** Samarbeten med miljövänliga boenden och wellnessfokuserade destinationer.

Nuvarande status:

- Får hjälp av GRASSROOTS-projektet och av Laura Magan, Grassroots-projektledare från Momentum, som stöttar företaget genom upptäckts- och planeringsfasen; bland annat genom att hjälpa företaget att etablera sitt operativa ramverk, genomföra marknadsundersökningar, erfarenhetsutveckling, logistik, resor och varumärkesbyggande.
- De första erbjudandena kommer att omfatta små piloturer för att testa och förfinas upplevelsen.
- Samarbeten inleds med lokala boenden, hälsoutövare och turistbyråer för att bygga upp ett robust nätverk av stöd.

Wisdom Warrior Upplevelsen

Framtid, mission och vision



Framtida potential:

Wisdom Warrior Tour har potential att utvecklas till ett ledande varumärke inom ekoturism med focus på andlig- och energihealing, och anordnande av retreat inom välbefinnande på Irland – med möjligheter att bland annat:

- Utöka sitt utbud till att omfatta flerdagarsretreater, säsongspaket och tematiska turer (t.ex. kvinnors välbefinnande, kulturella djupdykningar eller företagsretreater).
- Etablera partnerskap med internationella resebyråer och hälsoinfluencers.
- Utveckla märkesvaror och digitala hälsoresurser (t.ex. meditationsguider, irländska healing-workshops).
- Skala upp verksamheten så att den omfattar andra regioner i Irland samtidigt som hållbarhet och autenticitet bibehålls.

Uppdragsbeskrivning: Att erbjuda transformativa resor som kopplar individer till sin inre kraft genom heliga platser, uråldriga metoder och djup inre läkning. Vägleda av energin i Irlands landskap och dess rika kulturarv skapar vi oförglömliga upplevelser som främjar samhörighet, förnying och välbefinnande.

Vision:

Att bli en erkänd upplevelse-aktör inom välbefinnande och hållbar turism i Irland, hyllad för sitt autentiska sätt, helande och kulturellt "uppslukande" upplevelser. Genom att blanda visdomen i gamla traditioner med den återställande kraften i Irlands landskap, strävar vi efter att inspirera till meningsfull förnyelse och att utnyttja den globala efterfrågan på hälsofokuserade, syftesdrivna resor och upplevelser.

Wisdom Warrior Upplevelsen

"Ge dig ut på en helig resa genom Sligo, nordvästra Irland"

Kliv in i en omvälvande upplevelse med Blaithin Sweeney, kärleksfullt känd som Your Wellbeing Warrior. Wisdom Warrior Tour bjuder in dig att utforska de hisnande landskapen och det tidlösa kulturarvet i nordvästra Irland, guidad av gamla helande traditioner, heliga platser och den kraftfulla kopplingen mellan land och andlighet.

Inspirerad av den djupa energin i Irlands naturliga skönhet och arv av holistiskt välbefinnande, blandar denna unika resa djup inre läkning, kulturell fördjupning och självinsikt. Blaithin kombinerar sin omfattande lokalkännedom, fängslande berättande och passion för att vägleda andra för att skapa en kurerad upplevelse som möjliggör restaurering, reflektion och personlig utveckling.

Genom Wisdom Warrior Tour kommer du att:

- **Låt dig uppslukas av Irlands heliga landskap** – från karga kustlinjer och orörda stränder till istidsskulpterade kullar och lugna sjöar.
- **Utforska den helande energin på heliga platser** när Blaithin avslöjar deras rika historia och andliga betydelse.
- **Återknyt kontakten med ditt inre jag** genom gruppläkningssessioner, guidade ritualer för landläkning och gamla irländska metoder.
- **Njut av lokalt inspirerade upplevelser**, inklusive vildplockning i kombination med mindfulness, närande mat från jord till bord, uppfriskande havsdopp och bastubad.
- **Fira den irländska kulturen** med kvällar med levande musik och historieberättande som visar upp regionens pulserande anda.

Wisdom Warrior Tour är en speciell reseupplevelse. Det är en helig resa som ger näring åt sinnet, kroppen och själen, vilket gör det möjligt för deltagarna att återknyt kontakten med sin inre kraft och den djupa energin i Irlands landskap.

Oavsett om du söker restaurering, självinsikt eller en djupare koppling till Irlands arv, erbjuder Wisdom Warrior Tour ett transformativt äventyr som kommer att göra dig föryngrad och inspirerad. Väck din inre krigare och ge dig ut på en helande resa genom nordvästra Irlands heliga skönhet – där uråldriga traditioner och modernt välbefinnande förenas i en oförglömlig upplevelse.

Steg 2

Innehållsutveckling

Steg 2: Att skapa engagerande innehåll är helt essentiellt, - och beskrivningar och meddelanden som är i linje med syftet av upplevelsen. När syftet och tillvägagångssättet är tydligt är det vettigt att fokusera på att skapa engagerande, meningsfullt innehåll som stöder upplevelsen och kommunicerar värdeerbjudandet.

Utveckling av innehåll är avgörande eftersom det formar hur destinationer och upplevelser uppfattas av potentiella resenärer. Välgjorda beskrivningar, titlar och texter kommunicerar det unika värdet av ett turisterbjudande, ställer tydliga förväntningar och engagerar publiken känslomässigt. Detta innehåll hjälper till att skilja en destination eller upplevelse från konkurrenterna, vilket säkerställer att besökarna förstår vad de skriver under på, oavsett om det är kulturell fördjupning, personlig utveckling eller avkoppling. Dessutom förbättrar effektivt innehåll synligheten online via sökmotorer, når en bredare publik och bygger upp förtroende och trovärdighet. I slutändan driver högkvalitativt turistinnehåll intresset, uppmuntrar till bokningar och förbättrar den övergripande besökarupplevelsen.

Innehållsutveckling – som består av beskrivningar, text och titlar – är avgörande för Wisdom Warrior Tour eftersom den formar upplevelsens identitet, kommunicerar dess unika värde och knyter an till målgruppen. Genomtänkt utformat innehåll hjälper till att förmedla turens transformativa karaktär och lyfter fram dess fokus på heliga platser, gamla helande metoder och personligt välbefinnande. Det sätter förväntningar, väcker nyfikenhet och väddar till potentiella resenärers känslor och ambitioner.

12 Mentorskapsanteckning: Varför innehåll behövs

13 Mentorskap: Vad du ska förstå och tänka på

13 Mentorskapsanteckning: Hur innehåll kan användas

14 Att sätta det man lärt sig i arbete: Namnge och beskriva upplevelsen

Anmärkning: Total Tourism Experience (TTE)

Det är resultatet av sambandet mellan sex oskiljaktiga faktorer för den kompletta turistupplevelsen:

- ❖ resan;
- ❖ Inkvartering/boende;
- ❖ återställning;
- ❖ underhållning och fritid;
- ❖ Säkerhet och hälsa.
- ❖ tillgång till kompletterande varor och tjänster.

Igi Global

Innehållsutveckling

Innehållsutveckling i olika kommunikationskanaler börjar med att namnge och beskriva upplevelsen.

Detta är viktigt av olika anledningar:

- **Differentiering:** Resemarknaden är mycket konkurrensutsatt och övertygande innehåll positionerar WWT som ett distinkt och autentiskt erbjudande.
- **Tydlighet:** Beskrivningar hjälper publiken att förstå vad turnén innehåller, vad de kan förvänta sig och det personliga och kulturella värde de kommer att få.
- **Engagemang:** Inspirerande texter och titlar drar till sig uppmärksamhet och uppmuntrar potentiella kunder att utforska mer eller boka upplevelsen.



I slutändan säkerställer välutvecklat innehåll att Wisdom Warrior Tour knyter an till sin publik, effektivt kommunicerar sitt uppdrag och bygger en känslomässig koppling som leder till meningsfulla upplevelser och lojalt förespråkande.

Vad du behöver förstå och tänka på om innehåll:

Publikens behov: Innehållet måste resonera med målgruppens känslomässiga, andliga och kulturella intressen, till exempel de som söker välbefinnande, självupptäckt eller meningsfulla resor.

Kulturell känslighet: Titlar och beskrivningar bör hedra Irlands arv, heliga traditioner och landskap, och undvika överkommersialisering eller förvrängning.

SEO och marknadsföring: Beskrivande, nyckelordsrikt innehåll hjälper till att förbättra synligheten på nätet, vilket säkerställer att turnén når en bredare publik.

Ton och språk: Tonen ska återspegla upplevelsens andliga, transformativa och helande karaktär, med hjälp av ett suggestivt och beskrivande språk.

Hur innehållet används

Reklammaterial: Titlar och beskrivningar används i broschyrer, webbplatser och sociala medier för att locka potentiella resenärer.

Deltagarnas förväntningar: Tydligt innehåll säkerställer att deltagarna förstår omfattningen av, och innehållet i upplevelsen, från aktiviteter till boende.

Varumärkesidentitet: Språket som används hjälper till att etablera WWT som en ledare inom transformativ turism, vilket skapar en bra grund för förtroende och trovärdighet.

Titel och beskrivning av upplevelsen.

Utforskning

Uppgift: Namnge upplevelsen (huvudtitel)

Exempel: Reflektera. Ladda upp. Det är din tid.

Åtgärd: Beskriv upplevelsen med ca 5 ord

Övning: Att sätta ihop olika beskrivningar, ord och namn.

Exmpelvis, vad är andra ord för Retreat? (fristad, gömställe, oas, upplevelse)

- *Den helande kraften i irländska landskap?*
- *En irländsk healing-upplevelse?*
- *En irländsk healing-upplevelse med smak av forntiden?*
- *Warrior Wisdom Tour (Helvetet och tillbaka, Kunskap, Körning)*

Bekräftat namn på upplevelsen: Ancient Wisdom Tour

Uppgift: Beskriv upplevelsen på en/två rader (undertitel/tagline)

Åtgärd: Beskriv upplevelsen i 1-2 rader

Övning: Att sätta ihop olika beskrivningar, ord och namn.

Exempel: Återställ din andes koppling till naturen på en lyxresa vid heliga platser, helande och lokal kultur.

Titel 1: Lyxig irländsk retreat för andligt välbefinnande.

Titel 2: Lyxig irländsk retreat som fördjupar sig i helig läkning och välbefinnande

Titel 3: Väck din själ i en lyxig retreat för andligt välbefinnande i nordvästra Irland

Bekräftad 1-2 rader Beskrivning av upplevelsen: Väck din själ i en lyxig retreat för andligt välbefinnande i nordvästra Irland.

Titel och beskrivning av upplevelsen.

Utforskning

Uppgift: Beskriv erfarenhet i ca 30 ord

Exempel: Häng med på Eden Health Retreat för en oförglömlig femstjärnig lyxupplevelse. Inbäddad djupt i det hisnande Gold Coast-inlandet i Currumbin Valley, upptäck magin i att koppla bort det dagliga livet och återkoppla till naturen.
<https://edenhealthretreat.com.au/>

Åtgärd: Beskriv upplevelsen med 30 ord

Övning: Att sätta ihop olika beskrivningar, ord och namn.

Återknyt kontakten med naturens helande visdom i nordvästra Irland. Besök antika platser, njut av gruppläkning, leta efter mat, njut av hälsosamma middagar, havsdopp, bastu och kvällar fyllda med levande musik i förtrollande boende.

Bekräftade beskrivningar på 30 ord: Rundtur i forntida visdom

"Återupptäck naturens terapeutiska visdom i nordvästra Irland. Utforska gamla mytomspunna platser, delta i kollektivt helande, ägna dig åt vildplockning, njut av läckra näringsrika måltider, ta uppfriskande dopp i havet, koppla av i en lugn bastu och upplev kvällar fyllda med levande musik på förtrollade platser.



Beskriv upplevelsen med ca 100 ord.

Utforskning

Exempel på beskrivning

Exempel: Ge dig ut på en omvälvande resa med Blaithin Sweeney, visionären bakom Your Wellbeing Warrior, på "Ancient Irish Healing Escape" i det hisnande nordvästra Irland. Blaithin, med sin djupa lokalkännedom, guidar dig genom regionens heliga platser och delar med sig av den rika historien och energin på varje plats. Fördjupa dig i förtrollande boenden, ta del av gruppläkningssessioner, leta efter lokala läckerheter, njut av hälsosamma middagar, delta i uppfriskande havsdopp och bastubad. Kvällarna kommer till liv med levande musik från begåvade lokala musiker, vilket fullbordar denna helt uppslukande upplevelse i den inhemska kulturen och naturens underverk i nordväst.

Bekräftad beskrivning 100 ord

För hemsida, Om-avsnitt, Sociala medier, Presentationer, E-post.

Ge dig ut på en otrolig irländsk resa med Blaithin Sweeney, "Your Wellbeing Warrior". Välkommen till [paketnamn], där jag guidar dig genom unika "Ancient Irish Healing Escapes" i nordvästra Irland. Fördjupa dig i landskap som går tillbaka till istiden – karga kustlinjer, orörda stränder och böljande kullar. Jag har omfattande lokalkännedom, avslöjar de helande krafterna hos heliga platser och berättar om deras rika historia och energi. Upplev fängslande boende, gruppläkning, vildplockning, hälsosam mat, havsdopp och föryngrande bastubad. Kvällarna genljuder av levande musik från lokala talanger, vilket skapar en helt uppslukande koppling till den inhemska kulturen och naturens underverk i nordväst. Denna transformativa resa återkopplar dig till ditt välbefinnande och dina inre krafter, vilket gör det till en verkligt berikande upplevelse.

Bekräftad beskrivning 200 ord

För webbplats om avsnittet, PR, mediefunktioner, affärsplaner

"Ge dig ut på en fantastisk irländsk transformativ resa med Blaithin Sweeney. Välkommen till [paketnamn] Jag är känd lokalt som "Your Wellbeing Warrior" för många människor som du. Att koppla ihop dig med ditt välmående och dina inre krafter är vad jag är en självklarhet på. Jag leder kommer att leda dig genom unika forntida irländska helande upplevelser i nordvästra Irland, och tar dig med på "Ancient Irish Healing Escapes" som blandar hisnande landskap, naturliga underverk och den rika irländska kulturella gobelängen. Fördjupa dig i fantastiska landskap med anor från istiden, karga kustlinjer och orörda stränder, böljande kullar, berg och pittoreska sjöar.

Upptäck den djupa kontakt du kommer att ha med dig själv när jag drar nytta av min omfattande lokala kunskap som avslöjar de helande krafterna hos heliga platser. Jag har ett kraftfullt sätt att berätta om den rika historien och energin på varje plats vi besöker. Du kommer att njuta av fängslande boende, delta i gruppläkningssessioner, utforska lokala skatter genom att leta efter mat, njuta av hälsosam mat, delta i uppfriskande havsdopp och varva ner i föryngrande bastubad. Kvällarna kommer till liv med ljudet av levande musik från begåvade lokala musiker, som kulminerar i en helt uppslukande upplevelse av den inhemska kulturen och naturens underverk i nordväst."

Steg 3: Dyk djupare in i detaljerna i WWT-upplevelsen, vad den innebär och hur den uppfyller kundernas förväntningar. Det här avsnittet måste följa innehållsutvecklingen eftersom det fokuserar på att beskriva den faktiska upplevelsen, vad den innehåller och hur den stämmer överens med det övergripande konceptet.

Steg 3

Utforska upplevelsen, konceptet och produktutbudet

Vad kommer kunderna att säga, få, känna, smaka, se, uppleva... Låt oss fortsätta att göra det minnesvärt och transformativt!

Varför det här avsnittet behövs för WWT

1. **Kundernas förväntningar:** Det hjälper till att definiera vad kunderna kommer att säga, få, känna, smaka, se och uppleva. Denna tydlighet sätter förväntningar och säkerställer att produkterbjudandet resonerar med rätt målgrupp.
2. **Differentiering:** En väldefinierad upplevelse skiljer verksamheten åt på en konkurrensutsatt marknad och ger ett unikt värde som lockar och behåller kunder.
3. **Personalisering:** Det möjliggör en djupare kontakt med kunderna genom att erbjuda dem skräddarsydda upplevelser baserat på deras intressen och behov, oavsett om det är kulturell fördjupning, läkning, äventyr eller avkoppling.
4. **Affärsframgång:** Ett tydligt koncept och erfarenhet hjälper till med prissättning, marknadsföring och marknadsföring av erbjudandet effektivt, vilket driver försäljning och affärstillväxt.

Utforska upplevelsen, konceptet och produktutbudet

Att förstå och tydligt definiera upplevelsen, konceptet och produktutbudet är avgörande för att skapa en framgångsrik turistsatsning. Det låter dig forma hela den resa som kunderna kommer att ge sig ut på, vilket säkerställer att den är uppslukande, engagerande och minnesvärd. Genom att utforska dessa element på djupet kan du anpassa affärserbjudandet till din målgrupps förväntningar och önskemål, vilket förbättrar den övergripande kundupplevelsen.

19 **Mentorskapsanmärkning: Förstå upplevelseerbjudandet: Definiera först**

21 **Att sätta lärdomar i arbete: Utforska fördelarna och anledningarna till besökarna**

22 **Att sätta lärdomarna i arbete: Utforska matupplevelsen**

23 **Att sätta det man lärt sig i arbete: Utforska vistelseupplevelsen**

25 **Att sätta det man lärt sig i arbete: Utforska ett exempel på en upplevelse**

Varför vi behöver detta:

Genom att definiera upplevelsen, konceptet och produktutbudet säkerställer vi en konsekvent produkt av hög kvalitet som håller vad den lovar.

Det är avgörande för att skapa autentiska kontakter med kunder, bygga lojalitet och sticka ut på en konkurrensutsatt turistmarknad.

Tydliga definitioner vägleder också marknadsföringsstrategierna och säkerställer att alla intressenter (personal, partners, samarbetspartners) är överens om att leverera upplevelsen som avsett.

I slutändan formar det varumärkets rykte och skapar förutsättningar för verksamheten att växa.

Förstå produktutbudet.

Vad vi behöver förstå och definiera:

Kärnupplevelsen: Vilka specifika känslor vill vi att kunderna ska uppleva? Vad kommer att få dem att känna sig intresserade av och kopplade till destinationen och aktiviteterna? Detta inkluderar de synintryck, ljud, smaker och känslor som de kommer att stöta på under resan.

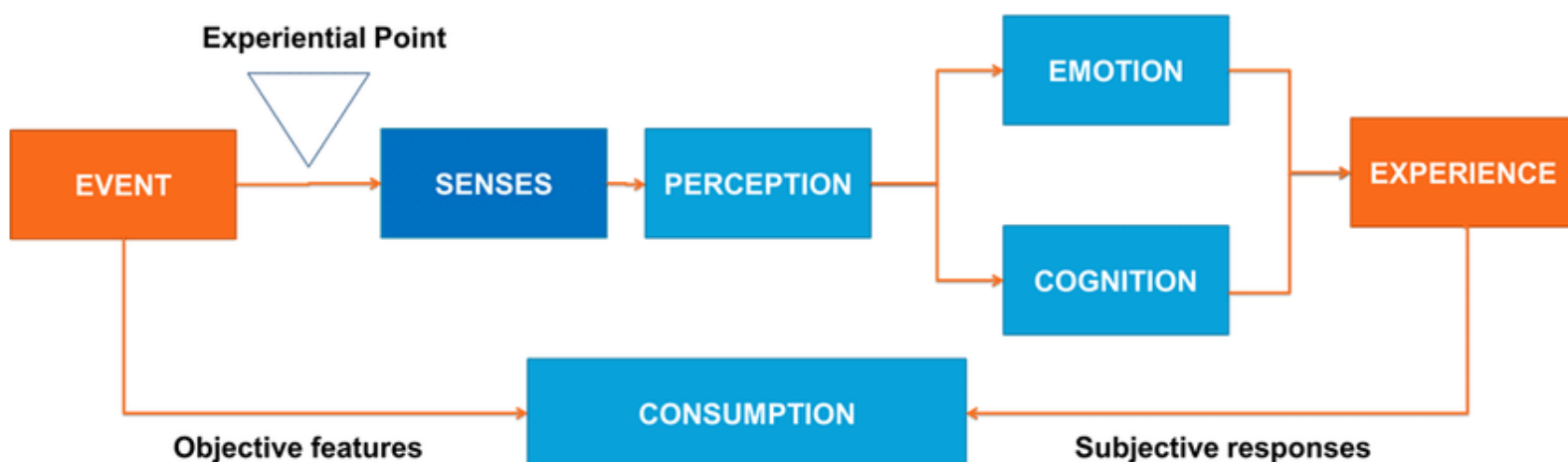
Kundfördelar: Vad kommer kunderna att få ut av upplevelsen? Oavsett om det är avkoppling, andlig läkning, kulturellt lärande eller en känsla av äventyr, hjälper förståelse för detta att skraddarsy upplevelsen för att möta deras behov.

Berättelsen: Definiera berättelsen bakom erbjudandet. Vad gör erbjudandet speciellt? Hur hänger det ihop med kulturen, historien eller naturen?

Den sensoriska upplevelsen: Tänk bortom bara fysiska aktiviteter. Vad kommer besökarna att se, smaka, höra och känna under sin resa? Alla dessa faktorer formar den holistiska upplevelsen.

En turistupplevelse är mångfacetterad och lite svår att definiera. Det är vad en besökare får ut av kombinationen av platsen, dess attraktioner, aktiviteter, människorna de möter längs vägen och de historier de delar. Failte Irland

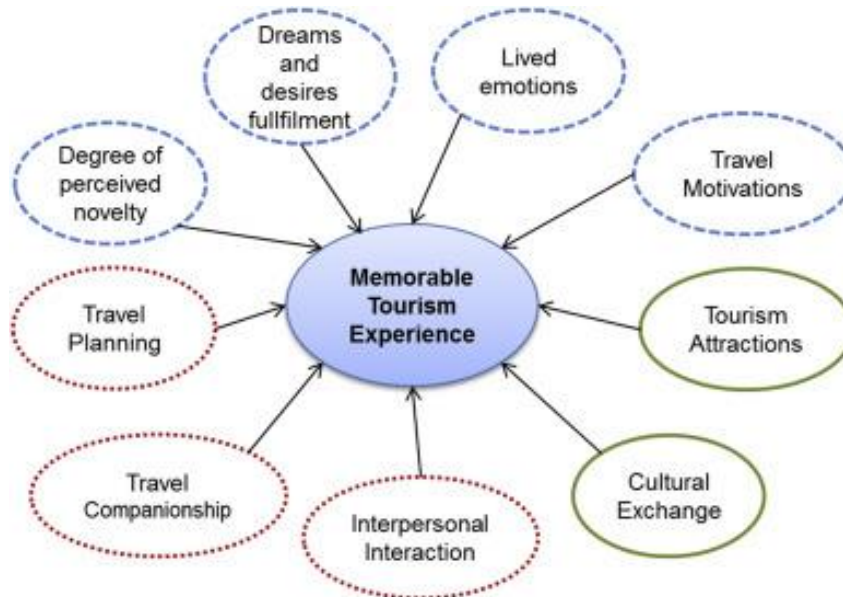
THE EXPERIENCE PROCESS



Källa

Förstå produktutbudet.

Vad vi behöver förstå och definiera:



Källa



Where?

- National and international trips
- Poor destinations and tragedy places
- Natural places and cultural events
- Self-improvement activities

Future research: Develop a typology of the most transformative destinations and travel activities.



When?

- At the beginning of the trip
- At the end of the trip
- Expected by tourists
- Surprisingly

Future research: Validate the proposed shape of the transformative experience timeline curve with higher values at trip beginning and end, and lower values in the middle.



Who?



- More experienced travelers
- Before tourism fatigue and overstated expectations
- Certain socio-demographic and personal characteristics

Future research: Introduce the need for transformation as a primary motive for travel, positioned atop existing tourism motivation pyramids.

How?



- Disoriented dilemma
- Self-reflection
- Self-changes
- Willingness to make positive actions

Future research: Longitudinal studies of sustainability of positive changes and the duration of tourists' willingness to participate in these activities.

Källa

Förstå produktutbudet.

Utforska fördelarna och skälen till att åka.

Vad kommer dina gäster att uppleva och känna?

Uppgift: Beskriv erfarenhet – fördelar, unika, anledning att delta...

Vägledning: Använd "upplevelsebaserade" ord för upplevelsedesign, t.ex. känna, röra, se, göra osv.

Lägg till beskrivningstitel

Exempel: Skäm bort dig själv med den ultimata wellness-upplevelsen

Ge dig ut på "Ancient Irish Healing Escape": En resa genom tid och välbefinnande

Lägg till beskrivning

Skäm bort dig själv eller någon du tycker om med den ultimata gåvan av hälsa och avkoppling på Eden Health Retreat. Njut av en oförglömlig upplevelse som kommer att vitalisera kroppen och föryngra sinnet. Med vårt genomtänkta program, rikliga behandlingsalternativ och fridfulla omgivningar ger ett Eden-presentkort dig eller dina nära och kära en transformativ resa mot inre harmoni.

Den här turen går utöver det vanliga, guidad av Blaithin Sweeney, en lokal expert, som ingjuter varje ögonblick med djup kunskap om landskapet, heliga platser och den lokala kulturen. Möt unika möjligheter att leta efter lokala läckerheter och delta i gruppläkningsmetoder mitt i regionens naturliga underverk. Blandningen av uråldrig visdom, modern lyx och inhemsk kultur gör detta till en unik resa.

Beskriv fördelarna med Wisdom Warrior Tour

Känn den transformativa energin i nordvästra Irland när du återknyter kontakten med naturens lugn. Fördjupa dig i lyxigt boende, där varje detalj är utformad för din ultimata komfort. Rör vid de gamla stenarna på heliga platser, absorbera den rika historien och den helande essensen. Upplev läkningssessioner i grupp, odla känslomässiga kontakter och personlig tillväxt. Smaka på smakerna av hälsosamma, lokala rätter och njut av glädjen på kvällar med levande musik. Det här är inte bara en rundtur; Det är en holistisk upplevelse som berör alla aspekter av ditt väsen.

Beskriv fördelarna med att åka till platsen, Sligo

Fly till nordvästra Irland för en veckolång upplevelse som går utöver välbefinnande. Upptäck regionens oöverträffade skönhet genom att besöka antika platser. Fördjupa dig i en noggrant utvald blandning av gruppläkning, vildplockning, hälsosam mat, havsdopp, bastubad och kvällar med levande musik. Gå utöver det vanliga och utforska hjärtat av den inhemska kulturen, med stöd av ett lokalsamhälle som brinner för att dela med sig av sina traditioner. Det här är inte bara en turné; det är en transformativ utforskning av naturen, jaget och den rika gobelängen i nordvästra Irland.

Förstå produktutbudet.

Utforskande av matupplevelsen

Vad dina gäster upplever och smakar?

Lägg till beskrivningstitel

Exempel Titel Läk din kropp inifrån

Kulinarisk odysseé: Ge näring åt din kropp, återanknyt till landskapet runtomkring

Lägg till kort beskrivning

Vår meny är omsorgsfullt skapad av våra hängivna kockar och nutritionister och serverar dig vackert presenterad, hälsosam mat.

Njut av en veckolång gastronomisk resa på Ancient Irish Healing Escape, där varje tugga är en hyllning till hälsa, ort och kulinarisk konstnärlighet. Fördjupa dig i en fusion av smaker som är utvalda för att höja ditt välbefinnande, kompletterat med unika upplevelser som engagerar alla dina sinnen.

Lägg till ytterligare beskrivningar av matupplevelsen

Hälsosamt och lokalt: Njut av det goda i lokala, ekologiska ingredienser som noggrant förädlats till läckra rätter. Vårt kulinariska team, inklusive gästkockar, är dedikerade till att se till att varje måltid är en balans mellan näring och utsökt smak. Upplev de livfulla smakerna i nordväst, som återspeglar regionens rika jordbruk.

Prisbelönt middag: Ge dig ut på kulinariska äventyr på lokala prisbelönta restauranger, där varje maträtt berättar en historia om hantverk och passion. Känn atmosfären i dessa uppskattade anläggningar när du smakar på deras signaturskapelser, vilket ger en touch av lyx till din matupplevelse.

Vildplockningsutflykt och matlagning i grupp: Delta i en unik vildplockningsutflykt som leds av experter som kommer att visa de dolda skatterna i det lokala landskapet. Klämta, lukta och samla ingredienser direkt från naturens skafferier. Delta sedan i en matlagningsupplevelse i grupp där ni blir en del av den kulinariska processen och skapar minnesvärda rätter tillsammans.

Kontakt genom mat: Upplev mer än bara måltider; Omfamna den gemensamma andan av att bryta bröd tillsammans. Känn värmen från delade berättelser och skratt och skapa kontakter som sträcker sig bortom matbordet. När du smakar på de lokala smakerna kommer du också att delta i en resa av kulturellt utbyte och samhällsbyggande.

The Ancient Irish Healing Escape handlar inte bara om att mata din kropp; det handlar om att vårda din själ genom en kulinarisk utforskning som tar dig närmare essensen av nordvästra Irland. Följ med oss på en vecka med utsökta smaker, innerliga kontakter och ett firande av den livliga matkulturen som definierar denna förtrollande region.

Förstå produktutbudet.

Utforska vistelsen

Vad kommer dina gäster att uppleva och känna?

Lägg till beskrivningstitel

Exempel: Din fristad och ditt boendeparadis

Enchanted Retreat: Avslöja din historia på Annaghmore Estate

Lägg till en beskrivning

Vila, koppla av och ladda batterierna i våra lyxiga stugor med fantastisk utsikt över Currumbin Valley.

Inbäddat i den fängslande omfamningen av Annaghmore Estate, erbjuder Ancient Irish Healing Escape mer än bara boende; Det inbjuder dig att kliva in i en värld där varje rum berättar sin egen unika historia, sammanflätad med landets rika historia och dess djupa koppling till lokalsamhället.

Skäm bort dig själv i det lugna, fängslande Annaghmore Estate som ligger inbäddat i den natursköna landsbygden i Coolaney, Sligo. Slep in dig i charmen och det antika förflutna i ett irländskt historiskt hus byggt på 1840-talet. Varje rum är hem till familjen O'Hara och har en annan stil som erbjuder en blandning av klassisk elegans och modern lyxig komfort. Du kommer att känna att du lever i en svunnen tid omgiven av vintagekaraktär och antika möbler. Under din vistelse kommer du att skapa tidlösa minnen omgiven av charmen från förr.

Individuella berättelser: Känn landskapets essens när du drar dig tillbaka till ditt gästrum, var och en med sin egen distinkta personlighet och historia. Oavsett om det är viskningar från uråldriga träd eller berättelser om samhällsband, blir ditt rum en fristad med sin egen berättelse, som erbjuder en verkligt personlig och uppslukande upplevelse.

Historia och samhällskoppling: Hör berättelserna om Annaghmore Estate komma till liv när du utforskar de sammanflätade historierna om landet och lokalsamhället. Rör vid det förflutna genom berättelser som ekar i varje hörn och skapar en koppling mellan gården och de som har kallat den hem genom tiderna.

Meditativ utforskning: Besök den närliggande floden, älvforten och gamla träd för meditativa stunder som inbjuder dig att röra vid lugnet i landet. Engagera dig i omgivningen och låt den naturliga skönheten sippra in i din själ och skapa en harmonisk balans mellan inre reflektion och den yttre förtrollningen av Annaghmore.

Central Sanctuary: Upplev bekvämligheten med Annaghmores centrala läge, strategiskt beläget mitt bland de heliga platserna av intresse. Varje dag återvänder du till gårdens välkomnande omfamning, som ger en konstant "komma hem"-känsla. Känn komforten och förtrogenheten, vilket gör Annaghmore till inte bara en plats att bo på utan en fristad som vävs in i tyget av din personliga resa.

När du vilar i de förtrollande länderna i Annaghmore Estate, kommer du att upptäcka att ditt boende inte bara är en plats övernatta på, det är en integrerad del av Ancient Irish Healing Escape, där berättelserna från det förflutna flätas samman med din nutid och skapar en uppslukande gobeläng av komfort och samhörighet. Välkommen till en retreat där varje rum är ett kapitel som väntar på att upptäckas.

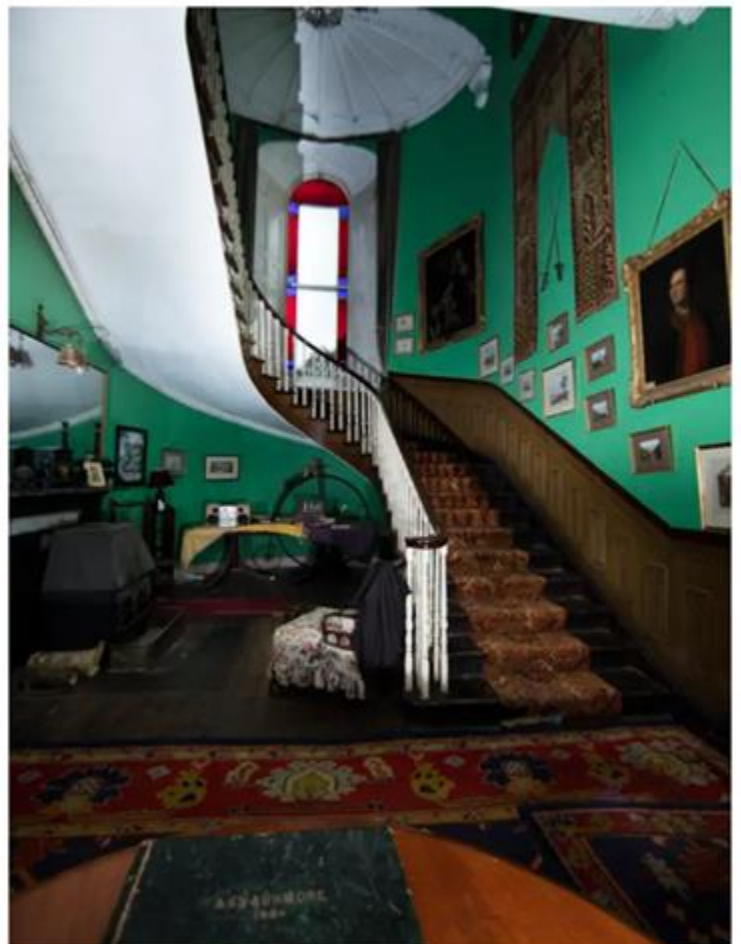
Bor: Annaghmore Estate, Sligo

Annaghmore Estate i Sligo är ett historiskt familjehem för O'Hara-klanen, som har bott på platsen i århundraden, med anor från deras status som hövdingar i Luighne. Det nuvarande huset, som byggdes på 1790-talet och byggdes ut på 1800-talet av arkitekten James Franklin Fuller, visar upp en klassisk arkitektonisk stil.

Gården återspeglar den rika historien om familjen O'Hara, känd för sina bidrag till irländsk politik, kultur och arv. Idag fungerar Annaghmore som en aktiv gård med får, skogsbruk och naturskyddsområden, samtidigt som den är värd för evenemang som bröllop och konstkurser i sin natursköna mark med utsikt över Owenmore River



<https://www.annaghmore.ie/>



Förstå produktutbudet.

Utforska ett exempel på en helhetsupplevelse

Fundera över hur dina gäster kommer att må och uppleva sin resa!

Lägg till beskrivningstitel

Exempel: Din fristad

En irländsk healing-upplevelse med smak av forntiden: En vecka av återhämtning och insikt

Lägg till beskrivning

Vila, koppla av och ladda batterierna i våra lyxiga stugor med fantastisk utsikt över Currumbin Valley.

Ge dig ut på en veckolång resa, kurerad av Your Wellbeing Warriors Blaithe Sweeney, där landets mysterier sömlöst flätas samman med ditt personliga välbefinnande. Varje dag utvecklas som en mild uppenbarelse, en harmonisk blandning av uråldrig visdom och moderna metoder, vilket inte bara garanterar återhämtning utan också verktygen för att upprätthålla en hälsosammare livsstil när du återvänder.

Lägga till andra beskrivningar

Guidad introduktion: Känn den milda vägledningen när landets mysterier och ditt personliga välbefinnande avslöjas i en sömlös dans. Ge dig ut på en resa som harmonierar med naturens rytmer och vägleder dig mot en djup känsla av balans och självupptäckt.

Helhetsinriktade hälsorutiner: Integrera protokoll som stöder god sömn i ditt dagliga schema, vilket säkerställer att din upplevelse sträcker sig bortom retreaten. Avsluta varje dag förnyad och utrustad med vanor för bibehållen hälsa och vitalitet när du kommer hem.

Olika dagliga teman: Fördjupa dig i ett spektrum av dagliga teman, från att utforska det antika förflutna till att få kontakt med din moderna familjelinje, från att utnyttja naturens helande energi till andlig återförening. Varje dag utvecklar ett unikt kapitel som erbjuder en holistisk upplevelse som berör sinne, kropp och ande.

Varierade och spännande aktiviteter: Delta i en rik gobeläng av aktiviteter, inklusive besök på heliga platser, kajakpaddling, vandring, vildplockning, havsdopp, bastubad och utforskning av den lokala staden. Känn energiskiftet med varje äventyr, skapa en dynamisk och uppslukande upplevelse.

Dagliga övningar för kropp och själ: Ge dig ut på en resa av självupptäckt och omvandling genom dagligt andningsarbete, meditation och yogaövningar. Dessa övningar är skraddarsydda för att komplettera dagens aktiviteter och ger en konstant tråd av mindfulness som grundar dig i det nuvarande ögonblicket.

Personlig utforskning: Njut av personlig tid varje dag för att utforska, skriva dagbok eller boka en-till-en-behandlingar. Få kontakt med landskapet, spela in dina reflektioner eller skäm bort dig själv med en skraddarsydd healing-session – skraddarsy upplevelsen efter dina individuella behov.

Ancient Irish Healing Escape är en speciell upplevelse; Det är en vecka med utvalda upplevelser som guidar dig till holistisk återhämtning och utrustar dig med verktyg för ett mer hållbart välbefinnande. Följ med oss på en resa bortom tid och rum – och som förbinder dig med landets uråldriga visdom och vårdar din personliga tillväxt.

Steg 4: Definiera vem kunden är, hur de kan segmenteras och de viktigaste behoven och önskemålen för varje kundgrupp. När du har landat i ditt upplevelseerbjudande definierar du kundprofiler och segmenteringar för att säkerställa att erbjudandet riktar sig till rätt målgrupp med en tydlig förståelse för deras behov.

Steg 4

Kundprofiler och segmentering

Det här avsnittet fokuserar på att förstå kunder; användare, deltagare, besökare eller turister. Att möta deras behov och leverera en värdefull upplevelse är nyckeln här. För att uppnå detta måste du förstå dina nuvarande och ideala kunder genom demografiska, geografiska, psykografiska och beteendemässiga insikter. Identifiera deras utmaningar och utforma lösningar som tar itu med dem. Genom att använda en lean startup-strategi kan du skapa ett strategiskt, differentierat värdeerbjudande.

Profilering av kunder

Att förstå kundprofiler för Wisdom Warrior Tour innebär att få djupa insikter om vem publiken är, vad som motiverar dem och vad de värdesätter mest i sina reseupplevelser. Det handlar om att identifiera dina ideala gäster, deras demografiska och geografiska egenskaper, såväl som deras psykografiska och beteendemässiga preferenser. Denna process gör att du kan känna empati för deras behov, ta itu med deras utmaningar och skraddarsy dina erbjudanden för att ge en meningsfull och minnesvärd upplevelse. Genom att ta hänsyn till deras förväntningar, smärtpunkter och önskemål kan du skapa ett värdeerbjudande som skiljer Wisdom Warrior Tour åt, vilket säkerställer att den resonerar med din målgrupp och sticker ut på en konkurrensutsatt marknad.

28

Mentorskap: Vad dagens resenärer vill ha

29

Mentorskap: deltagarnas viktigaste förväntningar

30

Att sätta lärdomar i arbete: Beskriva topp 3 profilsegment

32

Att sätta det du lärt dig i arbete: Beskriva paketinställningar för profiler

34

Att sätta lärdomar i arbete: Paketpreferenser för alla segment

35

Mentorskapsnotering: Transformativa ""hooks""!

36

Att sätta lärdomar i arbete: Transformativa ""hooks""!

37

Att sätta lärdomarna i arbete: Försäljningsargument och mervärde



Values & Objectives

Beneficiaries

Age & Gender

Demographic Segmentation

Where from?

Geographic Segmentation

Think & Feel

Psychographic Segmentation

Say & do

Behavioural Segmentation

S.M.A.R.T
Objectives

Specific, Measurable, Achievable,
Relevant, Time-bound:

Strategic Value
Proposition

Their Problems

Our Solutions

Vad dagens resenärer vill ha

Du kanske redan känner till dina potentiella kunders föränderliga resambitioner. Om inte, så finner du nedan en genomgång av den nya generationens resenärer, och dessas preferenser – som kanske kan vara till nytta för att förstå vilka upplevelser de söker efter. Dessa resenärer är mer lika än olika. Man kan segmentera på flera sätt, men i detta fall har målgruppen delats in med fokus på följande segment; solo, par, familj och besökande vänner och släktingar.

Hälsokrisen och de aldrig tidigare skådade störningarna till följd av covid-19 har haft en djupgående inverkan på konsumenternas behov, med tre viktiga förändringar inom alla segment. Dessa inkluderar högre förväntningar på hygien- och säkerhetsrutiner, att göra välbefinnande till en prioritet och behovet av värde och flexibilitet för att kompensera för ekonomiska problem, inkomstinstabilitet och fortsatta förändringar av gränskontroller/reserestriktioner.

Solo Traveller

The exhilaration of a new adventure, personal growth and freedom are what travelling solo is all about. Travel allows me to reclaim my sense of self, find purpose and be part of something greater than myself.



Planning:

- Planning is a critical, with solo travellers seeking validation from trusted recommendations to build confidence in destination of choice and selecting must-do experiences.



I seek:

- New, different and fulfilling travel experiences that allow me to reconnect with myself and forge a deeper connection with people, places and culture.
- Value for money experiences – affordable options that give me the experience I want.
- Heightened reassurance for hygiene and safety as well as booking flexibility so I can travel safely and freely.
- To connect with like-minded people who share my interests and passions and seek recommendations on what to do from locals and travellers alike.



What I avoid on my travels:

- Unnecessary risks that may impact my health, safety or wellbeing.
- Experiences that are touristy and don't have a laidback local feel.

Couple Traveller

Travel enables my partner and I to reconnect, relax, and grow and evolve together by discovering new experiences and having a deeper appreciation for people, places and culture.



Planning:

- Plans longer holidays 2-4 months in advance and balances these with impulsive short-stay getaways.



I seek:

- Unique and life-changing experiences that enable us to contribute, care for and be a part of something greater than ourselves.
- Experiences to reconnect and bond with my partner.
- To unwind on holidays, and bring balance to our busy lives.



What I avoid on my travels:

- Inauthentic travel experiences that are out of touch with the locals – gimmicky, mainstream, overcrowded.
- Any experience that may harm nature or cause damage to the environment and community.
- Service providers that do not implement sustainable operating practices.

Gör det till din uppgift att lära känna dina kunder....

- Samla in ytterligare information under bokningsprocessen, till exempel "hur hörde du talas om vår verksamhet" eller "Varför valde du oss?"
- Lägg tid på att lära känna dina kunder under deras vistelse/deltagande.
- Som en del av avskedsprocessen kan du be om feedback från dina gäster och leta efter trender i recensioner på nätet.
- Överväg att skicka en enkät till deltagarna för att bättre förstå varför de valde ditt företag, vad som är viktigt för dem och hur de upplevde sin upplevelse.
- Kontrollera regelbundet dina kunders recensioner och besvara eventuella frågor (intern kontroll)
- Prata med lokalbefolkningen, särskilt lokala restauranger och underhållningsaktörer, och se vad de vanligaste frågorna är.

Djupdykning: deltagarnas viktigaste förväntningar

Hur möter du deltagarnas förväntningar?

Dina gäster har vissa förväntningar på upplevelsen du erbjuder – vad de hoppas känna och berätta efteråt. Som arrangör ser du till att alla delar av upplevelsen hänger ihop och skapar en resa som motsvarar dessa förväntningar, stärker ditt varumärke och ger gästerna minnesvärda upplevelser.

Operator Actions	 Make it easy	 Establish a connection	 Share your story	 Take them on a journey	 Inspire them to make a difference
Guest Expectations	 Everything was easy.	 I felt comfortable.	 I feel more connected.	 I feel inspired.	 I feel empowered!
	I made all my bookings online. The information was very clear. I knew what to expect and what I needed to bring.	They were warm and friendly. It was tasteful. They cared about me, my health and safety, and my well-being. They understood my needs and my preferences. They cared about the things I cared about, including the environment.	I felt a part of something bigger. Their story and what they do - their culture, community, how they live as part of the environment - I will carry that back home with me.	I didn't know how fascinating Queensland could be. I learned something, and that has changed me. The whole experience was fantastic, but there was so much more to it - the people, the culture, the community - it's a beautiful laid-back place and I'll be back!	I feel re-energised, mentally, physically, and emotionally. I feel motivated to embrace a more active and healthy lifestyle. I feel confident and empowered. I'm changed, and I can make change happen!



Beskrivning: Topp 3 turistprofiler/segment

Vem är upplevelsen designad för?

1. Demografi: Ålder, kön, alternativt familjer, studenter, pensionärer

- **Ålder:** Främst vuxna i åldern 30–65+, vilket omfattar yngre yrkesverksamma, personer mitt i karriären och pensionärer.
- **Kön:** Balanserad attraktion för alla kön, med en liten benägenhet för kvinnor som är intresserade av välbefinnande och andlighet.

“Tourism Experience är en uppsättning aktiviteter där individer engagerar sig på sina personliga villkor, till exempel trevliga och minnesvärda platser, vilket gör att varje turist kan bygga sina egna reseupplevelser så att dessa tillfredsställer ett brett spektrum av personliga behov, från nöje till ett sökande efter mening.”

Källa

2. Geografiskt ursprung: Var de kommer ifrån, t.ex. internationellt (Amerika, Frankrike etc.), lokalbefolkningen...

- **Internationella besökare:** Starkt tilltalande för resenärer från USA, Kanada, Australien och Europa (Frankrike, Tyskland, Storbritannien). Denna publik lockas ofta av Irlands mystik, historia och orörda landskap.
- **Lokala och nationella besökare:** Irländska invånare som söker djupare kontakt med sitt kulturarv, samt ökad förståelse för hur de kan ta hand om sin egen hälsa.

3. Profiler Vilka är de? t.ex. par, familjer, ensamresenärer...

- **Par:** Söker en intim, förnyande semester på ett lyxigt boende.
- **Soloresenärer:** Särskilt de som vill arbeta med personlig och andlig utveckling
- **Professionella:** Personer med hög stress som önskar en retreat med fokus på mental klarhet och fysiskt välbefinnande.
- **Pensionärer:** Historie- och kulturentusiaster som är ivriga att utforska Irlands heliga arv samtidigt som de engagerar sig i holistisk läkning

Beskrivning: Topp 3 turistprofiler/segment

4. **Deras bakgrund (t.ex. professionell, ung äventyrssökare, par som söker efter välbefinnande tillsammans, pensionerade, historieintresserade, "expats"...)**
- **Professionella i företagsroller:** Utbrända individer som längtar efter mindfulness och balans.
 - **Hälsointresserade:** De som är intresserade av yoga, meditation och uråldriga läkningstekniker.
 - **Äventyrsentusiaster:** Människor som är ivriga att kombinera aktiva aktiviteter som kajakpaddling och vandring med reflekterande upplevelser.
 - **Kulturentusiaster:** Resenärer som söker autentiska kulturella och historiska insikter, särskilt de som är intresserade av irländsk mytologi, heliga platser och folklöre.
 - **Expats:** Återvänder till Irland för en meningsfull återförening med landet och kulturen

5. **Viktiga önskade upplevelser (t.ex. yoga, besök på arkeologiska/historiska platser, autentiska kulturella upplevelser) (inte sekundära, t.ex. boende)**

Primära upplevelser (inte boende eller mat etc. dessa är sekundära)

- Besök på heliga och arkeologiska platser för att lära dig om deras historia och helande energi.
- Övningar för kropp och själ, inklusive yoga, meditation och andningsarbete som är skraddarsydda för att komplettera de dagliga utflyktsmålen eller aktiviteterna
- Engagera dig i autentiska kulturella aktiviteter, såsom levande musik, vildplockning och berättande under ledning av lokala experter.

Sekundära upplevelser

- Boende med historisk charm och modern lyx (t.ex. Annaghmore Estate).
- Hälsofar, lokalt producerad mat, inklusive prisbelönt mat och vildplockning.
- Föryngrande aktiviteter som havsdopp och bastubad

Paketering

Turist Profiler/Segment

6. Turistprofiler/segment – Primära upplevelser och förväntningar

Wisdom Warrior Tour är i huvudsak en upplevelse med focus på forntida irländsk kultur och exempelvis healing – som troligen tilltalar en mångsidig public. Exempelvis de som söker efter transformativa resor som blandar lyx, historia och natur, med focus på meningsfulla kulturella upplevelser. Här är en mer detaljerad genomgång av hur de olika huvudprofilerna kan se ut; vad målgrupperna är intresserade av och vilka platser de skulle vilja besöka.

Hur skulle du segmentera dina turistprofiler (välj 3)? (t.ex. kulturellt nyfikna, sociala energigivare, stora rymlingar,

Att tänka på ... Tre segment har identifierats som prioriterade på de viktigaste utomeuropeiska marknaderna (Storbritannien, USA, Tyskland och Frankrike). Olika segment har olika krav – hur väl känner och förstår du din målgrupp?

- **Kulturellt nyfikna** – tenderar att vara något äldre, mycket självständigt sinnade och intresserade av att fördjupa sig i en specific plats. Intresserade av historia och kultur. Gillar god mat och service. »
- **“Social Energizers”** – tenderar att vara unga, på jakt efter nya upplevelser och spänning. Gillar stadsupplevelser med mycket att se och göra – intresserade av att festa men inte bara festa.
- **Great Escapers** – allt handlar om att komma bort från allt, förnya familjebanden och tillbringa tid tillsammans på en vacker plats. "Skonsamma" utomhusaktiviteter som promenader, cykling.

Mer information om segmentering finns på www.failteireland.ie

1. Wellness och andliga sökare

Beskrivning: Ensamresenärer, par eller grupper som söker transformation genom läkning och mindfulness.

Intressen: Yoga, meditation, kultur och självupptäckt.

Viktiga platser: Heliga platser, meditativa naturmiljöer.

2. Kulturentusiaster

Beskrivning: Turister som fascinerar av Irlands arv, mytologi och heliga traditioner.

Intressen: Historisk upptäcktsfärd, folklöre och andliga berättelser knutna till landskapet.

Viktiga platser: Arkeologiska platser, gamla träd och traditionella musikställen.

Paktering

Turist Profiler/Segment

3. Aktiva Utforskare

Beskrivning: Äventyrslystna som vill kombinera aktiva upplevelser med kulturella aktiviteter

Intressen: Paddla kajak, vandra, ta havsdopp och uppleva naturen.

Viktiga platser: Kustlandskap, karga stigar och gruppaktiviteter.



Specifika preferenser för alla segment

Genom att fokusera på dessa detaljerade beskrivningar kommer Wisdom Warrior Tour: Ancient Irish Healing Escape att tilltala ett brett spektrum av preferenser samtidigt som den innehåller SEO-vänliga nyckelord som lyxigt välbefinnande, irländsk historia, autentiska kulturella upplevelser och helande retreatar på Irland.

Mat:

- **Hälsosamt:** Lokala, ekologiska och balanserade måltider som ger näring åt kropp och själ.
- **Interaktivt:** Möjligheter att leta efter mat, laga mat eller lära sig om irländska kulinariska traditioner.
- **Prisbelönt:** Middag på kända lokala restauranger som förhöjer den gastronomiska upplevelsen.

Underhållning:

- **Autentiska irländska framträdanden:** Levande musik och berättande som speglar Irlands rika kulturarv.
- **Pedagogiska upplevelser:** Guidade turer till museer, heliga platser och kulturella landmärken.
- **Interaktiva sessioner:** Praktiska workshops i hantverk, matlagning eller traditionella irländska metoder.

Inkvartering/boende:

- **Udda och historiskt:** Unika vistelser på platser som Annaghmore Estate, där vintagecharm blandas med modern komfort.
- **Lyx:** 4-stjärniga hotell på landsbygden som erbjuder fridfull utsikt och personlig service.
- **Uppslukande miljöer:** Boende som känns som en integrerad del av retreaten, med historiska berättelser och mysiga atmosfärer.

Andra paketinställningar:

- **Små grupper:** Säkerställa personlig uppmärksamhet och intima upplevelser.
- **Dedikerad guide:** En kunnig, engagerande värd som skapar förutsättningar för deltagarna att verkligen uppleva naturen och landskapen
- **Professionella instruktörer:** Experter på yoga, meditation och kulturella traditioner för att förbättra varje upplevelse.
- **Interaktion med lokalbefolkningen:** Möjligheter att träffa lokala musiker, historiker och experter på vildplockning.
- **Balanserade aktiviteter:** En blandning av aktiva upplevelser, kultur och avkoppling skraddarsydda för olika behov.

Transformativa "hooks"!

Fånga målgruppens uppmärksamhet och inspirera till handling. Call to action: Hjälp dina kunder ta steget att boka en resa! Fokusera på säljargument, fördelar och höjdpunkter...

Transformativa "hooks" handlar om att fånga målgruppens uppmärksamhet och inspirera till handling genom att vädja till djupare känslor, önskningar eller ambitioner. De fokuserar på att skapa en koppling som går utöver en attraktion på ytnivå och erbjuder en känsla av personlig tillväxt, känslomässig resonans eller livsförändrande upplevelser. Här är varför de är viktiga:

1. Inspirera till handling genom känslor. Transformativa "hooks" utnyttjar din publiks benägenhet att ta itu med sina djupare önskemål och behov, till exempel personlig tillfredsställelse eller självförbättring.

- **Syfte:** Att väcka nyfikenhet och en känsla av brådska att lära sig, utforska eller boka.
- **Exempel:** "Lås upp kraften i uråldrig irländsk visdom för att förnya din kropp, ditt sinne och din ande."

2. Skapa en känsla av strävan. Människor dras ofta till upplevelser som lovar omvandling eller en chans att bli sitt "bästa jag". Transformativa "hooks" positionerar ditt erbjudande som en inkörsport till en bättre version av deras liv.

- **Syfte:** Att få kunderna att känna att de investerar i något meningsfullt och livsberikande.
- **Exempel:** "Väck din inre krigare när du ansluter dig till Irlands heliga energi."

3. Differentiera genom djup. Till skillnad från generiska "hooks" fokuserar Transformativa "hooks" på den personliga inverkan som din produkt eller tjänst kommer att ha. De skiljer ditt erbjudande åt genom att presentera det som en upplevelse som ger värde utöver det materiella.

- **Syfte:** Att lyfta fram de djupare fördelarna som gör ditt erbjudande unikt.
- **Exempel:** "Det här är inte bara en retreat – det är en livsförändrande resa in i irländskt andligt helande."

4. Bygg förtroende och resonans. Transformativa "hooks" bygger förtroende genom att anpassa sig till din publiks värderingar och ambitioner, visa att du förstår deras behov och erbjuder en lösning som är skraddarsydd för dem.

- **Syfte:** Att skapa en kontakt som får din publik att känna sig sedd, förstådd och glad över att engagera sig.
- **Exempel:** "Känn lugnet i orörda landskap och gå därifrån med verktygen för varaktigt välbefinnande."

5. Uppmuntra långsiktigt engagemang. Genom att betona den varaktiga effekten eller förändringen som ditt erbjudande kan medföra, leder Transformativa "hooks" till en lojalitet och uppmuntrar återkommande kunder.

- **Syfte:** Att positionera Upplevelsen som något de skulle vilja göra igen eller dela med sig av till andra
- **Exempel:** "Upptäck en retreat som inte bara transformerar din vecka, men leder till varaktig förändring långt in i framtiden"

Syftet med transformativa "hooks" är att gå bortom att bara sälja en produkt eller upplevelse – de väcker en längtan efter något djupare och livsförändrande, vilket får din målgrupp att agera samtidigt som de skapar en stark koppling till det du erbjuder.

Transformativa "hooks"!

Fem Alternativ.

1. "Återupptäck Dig Själv i Nordvästra Irland!"

Fly vardagens kaos och fördjupa dig i en vecka av enastående lyx och uråldrig visdom. Känn den helande kraften från Irlands heliga landskap, njut av wellness-aktiviteter anpassade för din själ och återvänd hem med ny energi och verktyg för ett hälsosammare liv.

2. "Uråldrig Healing Möter Modern Lyx"

Upplev en retreat som förenar storslagna landskap, helig historia och det senaste inom wellness. Bo på en historisk herrgård, avnjut ekologiska delikatesser från trakten och utforska Irlands mest spirituella platser – allt under ledning av en lokal expert som brinner för ditt välmående.

3. "En Holistisk Upplevelse Utöver Det Vanliga"

Ge dig ut på en resa av självupptäckt där lyx möter personlig utveckling. Från gruppssessioner med healing till meditativa naturvandringar och utforskning av uråldriga platser – varje ögonblick är utformat för att förnya ditt sinne, kropp och själ.

4. "Upptäck Nordvästra Irlands Bäst Bevarade Wellness-hemligheter"

Upplev hur natur, historia och gemenskap smälter samman i denna unika upplevelse. Plocka vilda örter, njut av lokala måltider och låt dig helas i Nordvästra Irlands grönska, guidat av en expert som förvandlar uråldriga traditioner till moderna, transformativa upplevelser.'

5. "Wellness Som Följer Med Dig Hem"

Det är mer än en retreat – det är en livsförändrande upplevelse. Lär dig uråldriga healingtekniker, njut av prisbelönta måltider, knyt band med likasinnade resenärer och återvänd hem med verktyg för att lyfta ditt dagliga liv långt efter att resan är över.

Egenskaper & Mervärde

Övertyga dina kunder att boka!

Syftet med försäljningsargument och mervärde är att skapa övertygande skäl för potentiella kunder att välja din produkt eller tjänst framför konkurrenternas. Tillsammans väcker försäljningsargument intresse och visar varför produkten är värd investeringen, medan mervärden skapar en känsla av större övergripande nytta, vilket uppmuntrar till snabbare beslutsfattande och ökar nöjdheten. Båda är viktiga verktyg för att effektivt marknadsföra och omvandla leads till sälj – och i förlängningen, lojala kunder. Så här kan man tänka:

Egenskaper:

1. Lyft fram viktiga fördelar: Försäljningsargument fokuserar på de utmärkande funktionerna och fördelarna med ditt erbjudande. Dessa tar upp vad som gör din produkt unik och hur den löser ett problem eller uppfyller ett behov hos kunden.

Exempel: "Bo på en historisk irländsk herrgård som blandar lyx och kulturarv."

2. Sitck ut jämfört med konkurrenterna: Det skiljer ditt erbjudande från liknande på marknaden genom att betona exklusiva aspekter, såsom din expertis, unika upplevelser eller överlägsen kvalitet.

Exempel: "Utforska Irlands heliga platser med en guide som väcker antik historia till liv."

3. "Skapa känslomässig koppling: Försäljningsargument är kopplade till det som kunden värdesätter mest, till exempel komfort, äventyr eller personlig förvandling.

Exempel: "Känn dig förnyad och inspirerad med dagliga träningsövningar som är utformade för ditt holistiska välbefinnande."

Värde du tillför:

1. Förbättra det upplevda värdet: Mervärden är extrafunktioner som ingår i paketet och som ökar erbjudandets attraktionskraft utan att nödvändigtvis öka dess kostnad. De förstärker kundens känsla av att få "mer för pengarna".

Exempel: "Tillgång till exklusiva heliga platser som inte är öppna för allmänheten."

2. "Övervinn köptvekan: Dessa kan ta bort invändningar genom att ge extra fördelar som kunderna kanske inte förväntar sig. De tippar ofta vågen till förmån för en bokning.

Exempel: "Inkluderar guidade meditationssessioner och privata hälsokonsultationer."

4. "Uppmuntra kundlojalitet: Genom att erbjuda unika bonusar eller ytterligare förmåner skapar mervärden en minnesvärd upplevelse, vilket gör kunderna mer benägna att rekommendera eller återvända.

Exempel: "Personliga hälsoprotokoll för att fortsätta din resa efter retreaten."

Egenskaper & Mervärde

Skapa en övertygande anledning till
Kunder att boka

Wisdom Warrior Tour: Försäljningsargument

Lyxigt och autentiskt: Bo i en historisk irländsk egendom där varje rum berättar en historia och blandar arv med modern komfort.

Personligt välbefinnande: Från andningsträning till skräddarsydda behandlingar, där varje detalj är utformad efter dina behov.

Oförglömliga aktiviteter: vildplockning, levande irländsk musik, meditativa havsdopp och andliga utflyktsmål gör varje dag levande med nya upptäckter.

Lokala förbindelser: Upplev hjärtat av den irländska kulturen med intima gruppmöten och guidad storytelling av passionerade personer från lokalbefolkningen.

All-inclusive-komfort: Njut av förstklassigt boende, prisbelönta restauranger och aktiviteter som tillgodoser alla aspekter av ditt välbefinnande.

Wisdom Warrior Tour: Mervärde

- Liten gruppstorlek för personlig uppmärksamhet.
- Guidade kultur- och hälsoupplevelser.
- Tillgång till exklusiva resmål och dolda pärlor.
- Dagliga yoga-, meditations- och egenvårdssessioner.
- En kurerad blandning av äventyr, avkoppling och kulturell fördjupning.

Steg 5: Diskutera hur man integrerar lokala attraktioner och regionala pärlor i planeringen, så att upplevelsen blir unik och förankrad i den lokala kulturen. Nu när du känner dina kunder är det dags att utveckla upplevelsen genom att inkludera lokala attraktioner och regionala pärlor som tilltalar målgruppen.

Steg 5

Dra nytta av lokala och regionala besöksmål.

På WAW, Sligo, Leitrim, Donegal



Genom att införliva regionala besöksmål och anpassa dem till WWT:s uppdrag kring välbefinnande och läkning kan din reseupplevelse bli mer holistisk. För Wisdom Warrior Tour (WWT) innebär detta att utnyttja det lokala arvet, heliga platser och naturliga underverk som finns i Sligo, Leitrim och Donegal, och väva in dem i en övertygande berättelse som kopplar resenärer till regionens identitet och energi.

41

Mentorskap: Utnyttja lokala och regionala besöksmål

43

Att sätta lärdomar i arbete: Utnyttja lokala och regionala besöksmål

Exempel

Lokala och regionala besöksmål hänvisar till unika, lokalt och regionalt inspirerade erbjudanden som lyfter fram de autentiska kulturella, historiska och naturliga pärlorna i en specifik region. Dessa upplevelser utnyttjar ofta ikoniska attraktioner, mindre kända skatter och dolda pärlor som resonerar djupt med både lokalbefolkningen och besökare.



Dra nytta av lokala och regionala besöksmål

Varför då?

- **Autenticitet:** Genom att införliva lokala ikoniska attraktioner och dolda pärlor från Wild Atlantic Way (WAW) ser WWT till att upplevelserna är djupt rotade i regionens arv. Detta tillför äkthet och känslomässigt djup, vilket gör resan mer meningsfull och minnesvärd för turister.
- **Varumärkesdifferentiering:** Att erbjuda regionala besöksmål som lyfter fram unika lokala attraktioner hjälper WWT att skilja sig från andra turisterbjudanden. Den betonar turnéns fokus på platsbaserade, uppslukande och transformativa upplevelser, som i allt högre grad efterfrågas av resenärer.
- **Koppling till landet och kulturen:** Regionala besöksmål gör det möjligt för turister att skapa en djup koppling till landet, dess helande traditioner och dess folk. Genom att lyfta fram heliga platser, naturliga underverk och lokala berättelser kan besökare bättre förstå regionens kulturella och andliga väsen.

Vad vi behöver förstå och definiera:

- **Lokala ikoner:** Identifiera och kurera viktiga attraktioner i Sligo, Leitrim och Donegal som inte bara är populära utan också kulturellt eller andligt betydelsefulla. Detta inkluderar heliga platser, dolda naturliga underverk och lokala upplevelser som förkroppsligar regionens anda.
- **Resenärernas förväntningar:** Förstå vad besökarna söker efter i den här typen av upplevelser – oavsett om det är historia, lugn, healing, äventyr eller kulturell fördjupning – och skraddarsy besöksmålen därefter.
- **Att integrera välbefinnande:** Definiera hur dessa lokala attraktioner och upplevelser är kopplade till välbefinnande och de andliga eller helande aspekterna av WWT. Heliga platser kan till exempel erbjuda djup meditation eller energiläkningssessioner, medan naturlandskap kan ge möjligheter till mindfulness och återhämtning.
- **Lokala partnerskap:** Etablera samarbeten med lokala guider, musiker, samlare och företag som tillhandahåller boende som är "inbäddade" i regionen och kan erbjuda autentiska upplevelser.

Dra nytta av lokala och regionala besöksmål

Varför WWT behöver regionala besöksmål

- **Hållbarhet och samhällsengagemang:** Genom att främja regionala attraktioner och arbeta med lokala företag bidrar WWT till hållbarheten i den lokala ekonomin. Det uppmuntrar ansvarsfull turism som gynnar samhällena i Sligo, Leitrim och Donegal och hjälper till att bevara deras kultur- och naturtillgångar.
- **Förbättra besökarnas upplevelse:** Regionala besöksmål ser till att besökarna får en rikare och mer engagerande resa. Dessa upplevelser ger djupare, mer personliga kopplingar till de platser de besöker, vilket gör att de kan lämna med bestående minnen och en djup förståelse för området och platsen.
- **Utvidgning av varumärkets räckvidd:** Genom att utnyttja det berömda Wild Atlantic Way och den naturliga skönheten i dessa län kan WWT nå en bredare publik som redan är bekant med regionens attraktionskraft, vilket potentiellt lockar en ny demografi som är intresserad av hälsoturism.



Källa

Beläget på Wild Atlantic Way. Regionerna Leitrim, Sligo och Donegal.

Turistprodukter och attraktioner som ligger utanför ditt paket men som ändå är anpassade till samma tema (t.ex. ikonisk kultur och kulturarvsattraktioner, välbefinnande, natur, utomhusaktiviteter, attraktioner, restauranger osv.) som också är varumärkesanpassade. Var för sig kanske dessa inte motiverar den internationella besökaren att ta sig tiden att göra en avstickare, men de är nyckeln till att besökaren ska kunna fördjupa sig i din upplevelse.

Exempel; Trappa till himlen, Queen Maeve Grave, Kesh Caves, Benbulbin Forest panoramautsikt, Eagles Rock, Mullaghmore...



Coasts, Canals & Culture

Sligo: Lokala och ikoniska attraktioner

Beläget på Wild Atlantic Way. Regionerna Leitrim, Sligo och Donegal.

Sligo.

LIVE

INVEST

VISIT

WHAT'S ON

Stunning Beaches

[Read more](#)

Ancient Landscapes

[Read more](#)

Culture

[Read more](#)

Annual Events

[Read more](#)

WB Yeats

[Visit Yeats Society Sligo ➔](#)

Activity & Adventure

[Find out what you can do here ➔](#)

Foodie Destination

[Visit Sligo Food Trail ➔](#)

Sligo och Donegal: Vilda Atlanten

Nära till andra besöksmål

12. Mullaghmore Head, County Sligo



Mullaghmore Head är en berömd surfdestination med några av de högsta vågorna i Europa. Det är ofta platsen för internationella surftävlingar. Byn Mullaghmore är en charmig fiskeby med en fungerande hamn och en vacker sandstrand med fantastisk utsikt över Benbulbin. När du går runt udden kommer du att se den imponerande synen av slottet Classibawn.

13. Slieve League, County Donegal



Slieve League (eller Sliabh Liag på iriska som betyder "Grå berg") i grevskapet Donegal är bland de högsta marina klipporna i Europa. Det finns en parkeringsplats med bänkar och picknickbord från vilken det bara är några kilometer till toppen av klipporna, på 601 meter. Utsikten på vägen upp är imponerande.

Fermanagh och Leitrim: Wild Atlantic Way

Nära till andra besöksmål



Trappan till himlen, Fermanagh. På iriska kallas den Cuilcagh Boardwalk Trail och visar upp den natursköna vildmarken på Cuilcagh Mountain – med skogar, sjöar och slingrande floder, samt förhistoriska gravar och järnåldersfort.



Creevylea Abbey, Leitrim ett franciskanerkloster som grundades 1508 av Margaret O'Brian och Owen O' Rourke, lord av Breifne. Resterna av detta omfattande kloster inkluderar kyrkan, klostret och bostadsbyggnaderna.

Steg 6

Utveckling av resplan

Steg 6: Utveckla en resplan, inklusive strukturen på ditt program, dag för dag – med nyckelaktiviteter och tillfällen som skapar en sammanhängande och tillfredsställande resa. Med alla bitar på plats (upplevelse, kunder och regionala attraktioner) utvecklar du resplanen och beskriver flödet av aktiviteter från dag till dag.



En resplan är viktig för Wisdom Warrior Tour (WWT) eftersom den ger en tydlig och strukturerad ram för resan, vilket hjälper både företaget och kunderna att förstå vad de kan förvänta sig. En väl utformad resplan säkerställer att flödet av aktiviteter, boende, måltider och upplevelser är noggrant planerat och i linje med turnéns övergripande uppdrag – välbefinnande, läkning och kulturell fördjupning.

49

Mentorskapsanteckning: Förstå varför en resplan behövs

50

Mentorskapsanteckning: Vad den behöver innehålla

51

Att sätta lärdomar i arbete: Utveckling av resplaner – grunderna

53

Att sätta lärdomar i arbete: Lista alla viktiga erfarenheter

55

Att sätta lärdomar i arbete: Utveckling av resplaner – detaljerad

Exempel på resplaner:

- **GAdventures Exempel på välbefinnande**
• <https://www.gadventures.com/travel-styles/wellness/>
- **Introducera resplan**
• <https://www.gadventures.com/trips/wellness-iceland/7120/>
- **Fullständig resplan**
• <https://www.gadventures.com/trips/wellness-iceland/7120/itinerary/>

Resplan

Viktiga aspekter att ta hänsyn till

Anledningar till varför WWT behöver en resplan:

Tydlighet och organisation: En resplan ger både researrangörerna och gästerna en bild av hela upplevelsen, vilket möjliggör smidig logistik och en resa i bra tempo. Det säkerställer att aktiviteter, såsom besök på heliga platser, healing-sessioner och kulturella upplevelser, organiseras på ett sätt som optimerar upplevelsen och undviker schemalägningskonflikter.

Kundupplevelse: Turister uppskattar att veta vad de kan förvänta sig i varje skede av resan. En resplan hjälper till att hantera kundernas förväntningar genom att beskriva schemat och aktiviteterna, skapa förväntan och minska osäkerheten. Det gör det också möjligt för turister att förbereda sig mentalt och fysiskt för varje del av upplevelsen.

Skapa förutsättningar för transformation – syftet med resan: Resplanen är nyckeln till att utforma ett flöde som stöder turnéns övergripande transformativa mål. Genom att sprida ut aktiviteter som gruppläkningssessioner, vildplockning, havsdopp och meditationer med lugn och ro, och kulturell fördjupning och upptäckande, möjliggör resplanen känslomässig och fysisk återhämtning, vilket i sin tur möjliggör långsiktiga och positiva effekter.

Marknadsföring: En resplan fungerar som ett marknadsföringsverktyg för att visa upp de unika aspekterna av turnén. Genom att lyfta fram speciella upplevelser, besök på heliga platser och regionala hjälteupplevelser hjälper det potentiella kunder att förstå värdet av resan och fatta ett välgrundat beslut att boka.

Logistisk effektivitet: Resplanen säkerställer att alla aspekter av turnén – från boende till måltider, transport och lokala samarbeten – samordnas effektivt. Detta minskar de logistiska utmaningarna och förbättrar den operativa framgången för verksamheten.

Flexibilitet och anpassning: En resplan ger struktur, men den hjälper också till att identifiera områden där flexibilitet kan behövas. Researrangören kan till exempel anpassa schemat för väderförhållanden eller oväntade möjligheter, vilket säkerställer att gästerna fortfarande får en rik och tillfredsställande upplevelse.

Resplan

Viktiga aspekter att ta hänsyn till

Resplanens innehåll

Detaljerat dagligt schema: Inklusive specifika aktiviteter, helande sessioner och regionala upplevelser.

Tid för vila och reflektion: Erbjuder balans mellan strukturerade aktiviteter och personlig fritid.

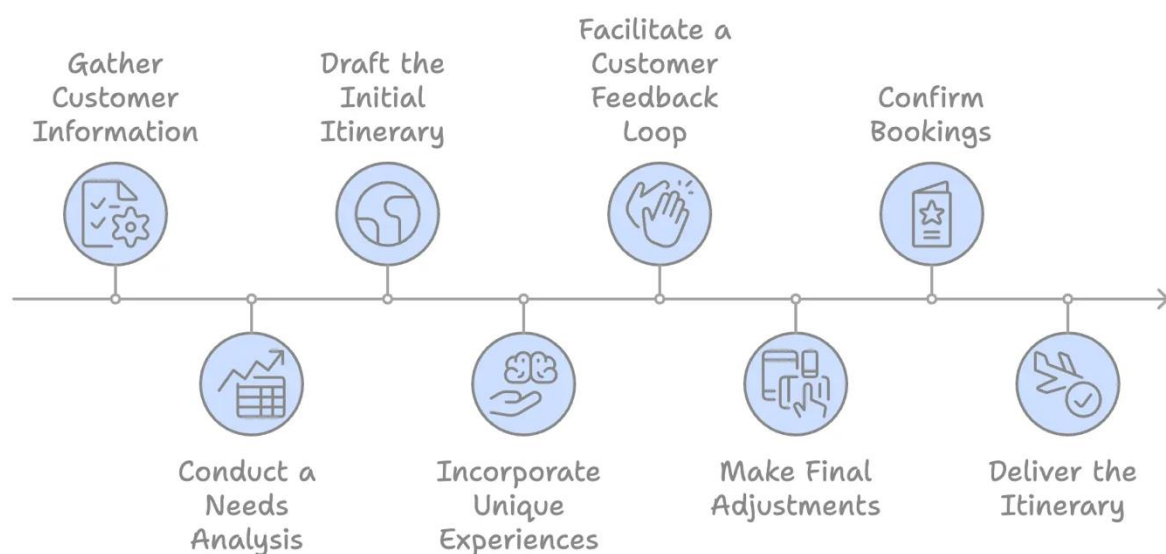
Kultur- och friskvårdsaktiviteter: Inklusive besök på heliga platser, berättande, vildplockning, havsdopp och andra hälsorelaterade upplevelser.

Boende och matdetaljer: Se till att gästerna är medvetna om var de kommer att bo och vilken mat de kommer att få.

Lokala partnerskap: Lyfta fram kontakter med lokala guider, musiker och hälsoutövare för att ge en autentisk upplevelse.

Sammanfattningsvis är en resplan för Wisdom Warrior Tour avgörande för att säkerställa en välorganiserad och transformativ upplevelse. Det hjälper till att uppfylla turnéns löften genom att skapa en balans mellan aktiviteter, vila och kulturellt engagemang, vilket säkerställer att upplevelsen blir minnesvärd, effektiv och i linje med verksamhetens mål.

Creating a Travel Package Itinerary



Resplan

Grundläggande information

Den här resplanen är utformad för att hjälpa till att blanda det gamla irländska arvet med moderna metoder för välbefinnande, och erbjuder en flykt för att återknyta kontakten med naturen, helande traditioner och personligt välbefinnande.

Titel på Experience Wisdom Warrior Tour: Ancient Irish Healing Escape

Upplevelsens längd: 9 dagar, 8 nätter

Vilka tider på året är Uplevelsen bokningsbar?

Tillgänglig året runt, med hög tillgänglighet från april till oktober för bättre vandringsförhållanden och utomhusaktiviteter.

Guide Blaithín Sweeney – En kunnig guide med expertis inom irländsk historia, gamla helande metoder och mindfulness-tekniker.

Exempel på områden som omfattas:

Sligo

Carrowkeel Megalithic Passage Tomb Utforska denna gamla neolitiska plats med andlig betydelse, som erbjuder en djup koppling till Irlands tidiga heliga och helande traditioner.

Benbulbin Mountain En vandring med fantastisk utsikt, utforska områdets folklöre samtidigt som du fokuserar på mindfulness.

Hazelwood Forest: En fridfull skogsretreat där deltagarna deltar i reflekterande promenader, meditationer och medveten andning.

Taras palatsmuseum (Sligo) Upptäck de antika artefakterna och symbolerna som är kopplade till keltiska traditioner av helande.

Exempel på aktiviteter; vandring, yoga etc

Vandring: Natursköna promenader genom gamla skogar, kullar och heliga landskap med stopp för guidad meditation och mindfulness.

Yoga: Morgon- och kvällsyogapass med fokus på avslappning, flexibilitet och kontakt med jorden.

Besök på heliga platser: Guidade turer till fornlämningar, med fokus på deras roll i irländska läketraditioner och hur dessa platser användes för andliga ritualer.

Mindfulness och meditation: Integrering av helande metoder på varje plats, undervisning i gamla irländska tekniker för inre frid och balans.

Resplan

Grundläggande information

Exempel på mat; Restaurangnamn, hälsosamt, ekologiskt?

The Organic Supermarket Café (Sligo): Erbjuder ekologiska, lokala måltider med tonvikt på rena, hälsosamma alternativ.

The Gourmet Food Parlour (Sligo): Serverar växtbaserade och hållbart framställda rätter.



Lista upplevelser/aktiviteter

Obs: Använd beskrivande nyckelord



Äventyr & Utflykter



Besök vid heliga platser



Naturbaserad healing



Bastu och havsdopp



Vattensporter



Levande underhållning



Yoga



Kultur och kulturarv

WWT Sligo

Den ultimata resplanen?



COUNTY SLIGO

The Ultimate Itinerary



irelandonabudget.com



Resdag 1-2

Ancient Wisdom Tour

Checklista före ankomst

- Telefon som kan använda internet, irländska SIM-kort kommer att delas ut vid ankomst till Sligo.
- Bestäm önskvärd transportlösning från flygplatsen - vi skickar detaljerade instruktioner/vägbeskrivningar.
- Kostbehov - All mat som serveras på plats kommer att vara växtbaserad. Köttalternativ erbjuds på förfrågan.
- Ta med så mycket information som möjligt om din släktträd.
- Ta med eventuell information du har om heliga platser närmast där du bor eller där du är född.

Dag 1: Fredag

Transport	Deltagarna anländer till Dublin, Knock eller Shannon och tar sig själva till Sligo. De får detaljerade instruktioner om hur de ska resa dit samt vilken buss/tåg de ska ta. Transport erbjuds från Sligos busstation/tågstation till Annaghmore House. Alternativt kan de välja att hyra en bil från flygplatsen, och då får de specifika vägbeskrivningar.
Mat	Deltagarna serveras middag vid ankomst, eller på önskad tid på fredagen.
Kvällsaktivitet	Välkomst "häng" vid elden. Småprata med andra deltagare eller samla tankarna framför brasan.

Dag 2: Lördag

Morgon	Circadian Start: uppdelning i grupper och ut i friska luften i 10 minuter, deltagarna kan ta med kaffe eller te om de känner för det. Därefter samling inomhus för Yoga-pass del 1 av 7 - med fokus på grunderna.
Mat	Frukost tillsammans.
Aktivitet	Samling för gruppdiskussion och presentationer
Aktivitet/Mat	Hike (Picnic & Lunch ingår) till Carrowkeel ~3 timmar "C-Grade" eller vandring för nybörjare.
FRI LEK!	
Mat	Middag tillsammans.
Aktivitet	Genomgång av karta, med utmarkerade platser. Samling vid elden, dämpad belysning och tända ljus - "Circadian Finish"

Resdagar 3-4

Dag 3: Söndag	
Morgon	Circadian Start: uppdelning i grupper och ut i friska luften i 10 minuter, deltagarna kan ta med kaffe eller te om de känner för det. Därefter samling inomhus för Yoga-pass del 2 av 7 – med fokus på flow, att röra sig i samspel med ens andetag.
Mat	Frukost tillsammans.
Aktivitet	Hike till Knocknarae ~3 timmar "C-Grade" vandring för nybörjare. Från bergets baksida (inte turiststråket), upp till toppen och ner, med utsikt över "Strandhill Village.
Mat	Lunch på Strandhill Peoples market, deltagarna bekostar lunchen själv.
Aktivitet	Blaithin håller i 90 minuters guddad meditation på Kindred Yoga Studio, med utsikt över golfbanan och atlanten.
FRI LEK	Tillbaka på Annaghmore ca 30mins – 1hr
Mat	Middag tillsammans.
Aktivitet	Family Tree Workshop
Dag 4: Måndag	
Morgon	Circadian Start: uppdelning i grupper och ut i friska luften i 10 minuter, deltagarna kan ta med kaffe eller te om de känner för det. Därefter samling inomhus för Yoga-pass del 3 av 7 – med fokus på solar plexus & motivation med en twist.
Mat	Frukost tillsammans.
Aktivitet	Guidad utflykt till Carrowmore Cairns och Stencirklarna. Därefter, utflykt till The Secret Fairy Glen för picnic lunch (ingår) och högläsning av poesi.
Aktivitet	"Ljudbad" vid Annaghmore
Mat	Middag tillsammans.
FRI LEK	Mys vid brasan, tända ljus och vilostund.

Itinerary Day 5 – 6

Dag 5: Tisdag

Morgon	Circadian Start: uppdelning i grupper och ut i friska luften i 10 minuter, deltagarna kan ta med kaffe eller te om de känner för det. Därefter samling inomhus för Yoga-pass del 4 av 7 – med fokus på att "öppna hjärtat"
Mat	Frukost tillsammans.
Aktivitet	Samtal med Blaithin om nervsystemet, och effekterna av sömn, ljus aktivitet och meditation m.m.
Lunch	Buffe – tillsammans eller var för sig, ute eller inne.
Aktivitet eller FRI LEK	Besök på Fairy Fort vid Annaghmore Estate med Blaithin. Vildplockning.
Mat	Mat baserat på vildplockat.
Aktivitet	Live musik inne i stan.

Dag 6: Onsdag

Morgon	Circadian Start: uppdelning i grupper och ut i friska luften i 10 minuter, deltagarna kan ta med kaffe eller te om de känner för det. Därefter samling inomhus för Yoga-pass del 5 av 7 – med fokus på kommunikation och sanning.
Mat	Frukost tillsammans
Aktivitet	Besök på Creevykeel
Mat	Lunch på Mullaghmore
Aktivitet	Kayakutflykt vid kusten
Mat	Midddag tillsammans vid Annaghmore
FRI LEK	Mys/avkoppling med tända ljus och brasa.

Itinerary Day 7 – 9

Dag 7: Torsdag	
Morgon	Circadian Start: uppdelning i grupper och ut i friska luften i 10 minuter, deltagarna kan ta med kaffe eller te om de känner för det. Därefter samling inomhus för Yoga-pass del 6 av 7 – med fokus på att hitta balans.
Mat	Frukost tillsammans
Aktivitet	Dagsutflykt till Loughcrew i Meath
Mat	Middag tillsammans i Annaghmore
FRI LEK	Mys/avkoppling med tända ljus och brasa.
Dag 8: Fredag	
Morgon	Frivillig Circadian Start: uppdelning i grupper och ut i friska luften i 10 minuter, deltagarna kan ta med kaffe eller te om de känner för det.
FRI LEK	
Mat	Frukost tillsammans
Aktivitet	Gruppsamtal om familjetråd, livets begynnelse, din sömncykel och vår koppling till platsen och nuet.
Mat	Buffé
Aktivitet	Rosses point: Yoga i "idet", med utsikt över Sligo Bay och Knocknarae. 7:e och sista Yoga-passet – med focus på tro, att veta och landa i det du vet. Bad i havet och bastubad.
Mat	"Finalrätt" med Fisk och Bönor.
FRI LEK	Mys/avkoppling med tända ljus och brasa.
Dag 9: Lördag	
Morgon	Frukostbuffé – lugn och ro på varje deltagares eget sätt. Att bara vara.
Transfer till flygplatsen	Deltagarna får hjälp med att ta sig till flygplatsen vid hemresa.

Steg 7: Nästa avsnitt handlar om att förklara hur man skapar en upplevelse som leder med ett syfte – med fokus på social, miljömässig och samhällsmässig hållbarhet och som anpassar varumärket till dessa värderingar. Att bygga en syftesdriven upplevelse inkluderar alla aspekter av varumärkesbyggande, att anpassa marknadsföringen och budskapet till kärnvärdena hållbarhet, gemenskap och välbefinnande, och se till att allt hänger ihop i ett holistiskt erbjudande.

Steg 7

Bygg din upplevelse

Med syftesstyrt varumärkesbyggande

Att skapa en upplevelse med avsikt att ha en positiv inverkan på samhället och planeten – och som resonerar med konsumenter som delar liknande värderingar.



Syftesstyrt varumärkesbyggande

Att bygga din upplevelse med syftesstyrt varumärke för Wisdom Warrior Tour (WWT) innebär att skapa en turistupplevelse som är avsiktligt utformad för att ha en positiv inverkan på samhället, miljön och de lokala samhällena i nordvästra Irland. Den integrerar meningsfulla principer som kulturellt bevarande, hållbarhet och personligt välbefinnande i kärnan av turnén, vilket säkerställer att varje aspekt är i linje med ett större uppdrag av helande, empowerment och ansvarsfull turism. Den här upplevelsen är noggrant utvald för att ge resonans hos medvetna resenärer som delar värderingar kring mindfulness, hållbarhet och kulturell berikning.

61

Mentorskapsanteckning: Varför WWT behöver syftesstyrt varumärke

63

Mentorskap: Varumärkeskonsistens

64

Mentorskap: Hur man öppnar hjärtan och sinnen

66

Mentorskap: Ta hand om miljön

67

Mentorskap: Få communityn att växa

69

Mentorskap: Syftesstyrt varumärkesbudskap

71

Mentorskapsanteckning: Syftesstyrt varumärke tillämpat på WWT

73

Mentorskapsanteckning: Bygga ett syftesstyrt paket för WWT

76

Att sätta lärdomar i arbete: Att bygga ett syftesstyrt paket Profiler 2 och 3

Varför syftesstyrt varumärkesbyggande är avgörande för WWT:

Genom att bädda in syfte i Wisdom Warrior Tours kärna lockar varumärket inte bara en engagerad och anpassad kundbas utan bidrar också positivt till miljön och lokalsamhällena. Det erbjuder en övertygande, holistisk upplevelse som förbinder resenärer med regionens naturliga skönhet, kultur och helande metoder, samtidigt som det stöder hållbara metoder. Syftesstyrt varumärkesbyggande positionerar WWT som ett ansvarsfullt och transformativt val på marknaden för hälsoturism, vilket banar väg för långsiktig framgång och positiv social påverkan.

Vikten av ett bra syfte: Branding

Varumärkets huvudsyfte är att ha en positiv inverkan på samhället, planeten eller specifika samhällen, vilket resonerar med konsumenter som delar liknande värderingar.

Detta tillvägagångssätt fokuserar vanligtvis på att ta itu med sociala frågor, hållbarhet, inkludering eller andra aspekter som gynnar människor eller miljön. Syftesstyrda varumärken betonar transparens, äkthet och konsekvens i sina ansträngningar, vilket säkerställer att deras handlingar är i linje med deras uppdrag och bidrar till långsiktig samhällsförändring.

Ett företag kan till exempel betona sitt engagemang för hållbarhet genom att använda miljövänliga material, stödja rättvis handel eller förespråka medvetenhet kring klimatförändringar. Konsumenter, särskilt yngre generationer, dras i allt högre grad till varumärken som speglar deras värderingar och har ett tydligt syfte utöver att bara sälja produkter eller tjänster.



Syftesstyrt varumärkesbyggande

Varför WWT behöver ett syftesstyrt varumärke

Varför WWT behöver ett syftesstyrt varumärke:

- **Resonera med medvetna konsumenter:** Dagens resenärer, särskilt de som är intresserade av wellnessturism, är mer benägna att välja upplevelser som stämmer överens med deras personliga värderingar. Genom att fokusera på syftesstyrt varumärkesbyggande kommer WWT att locka resenärer som bryr sig om hållbarhet, kulturellt bevarande och personlig utveckling, vilket säkerställer en lojal kundbas.
- **Skapa en meningsfull upplevelse:** Syftesstyrt varumärke gör det möjligt för WWT att designa en upplevelse som inte bara handlar om sightseeing, utan om personlig läkning, koppling till naturen och kulturell fördjupning. Varje del av resan – från att besöka heliga platser till att delta i healing-sessioner i grupp, eller att stödja lokala hantverkare – bidrar till en holistisk, transformativ upplevelse för deltagarna
- **Långsiktig påverkan och arv:** WWT har potential att bygga ett bestående arv i de samhällen där det är verksamt. Genom att stödja lokala företag, bevara heliga platser och bedriva sin verksamhet på ett hållbart sätt kan WWT bidra positivt till regionen i nordvästra Irland. Detta kommer att säkerställa att verksamheten blomstrar på lång sikt samtidigt som den lämnar ett positivt avtryck på både miljön och den lokala kulturen.

Vad den behöver innehålla för WWT:

- **Uppdrags- och visionsuttalanden:** Formulera tydligt WWT:s uppdrag att tillhandahålla transformativa helande upplevelser genom hållbar turism som gynnar individer och samhällen i nordvästra Irland.
- **Hållbara metoder:** Inkorporera miljövänligt boende, lokala inköp av mat, transportalternativ med låg påverkan och initiativ för att minska avfallet under hela Upplevelsen.
- **Kulturell och andlig känslighet:** Arbeta nära lokalsamhällena för att se till att upplevelserna återspeglar och respekterar regionens arv och kulturella traditioner. Detta inkluderar att samarbeta med lokala guider, musiker och hantverkare.
- **Möjligheter till social påverkan:** Ge deltagarna möjlighet att engagera sig i och stödja lokalsamhället, antingen genom kulturellt utbyte, volontärarbete eller genom att stödja lokala företag.
- **Transparent kommunikation av påverkan:** Dela de mätbara resultaten av turnéns sociala och miljömässiga initiativ, såsom bidrag till samhällsprojekt eller miljöskyddsinsatser, med deltagarna. Transparens i dessa insatser bygger förtroende och stärker varumärkets syfte.

Allt i ditt varumärke måste återspegla din upplevelse på ett konsekvent sätt

Varumärke och innehåll kommunicerar essensen av ditt företag, upplevelsen ger det liv! Genom att skapa en konsekvent upplevelse i alla dimensioner av ditt företag säkerställer du att dina gäster får den upplevelse som din webbplats, ditt varumärke, din vision och ditt innehåll lovar. Om det finns en koppling och upplevelsen inte når upp till vad som utlovas kommer det att leda till negativa recensioner och påverka ditt företag.

- 1. Börja med att få grepp om din upplevelse.** Om du bara väljer att använda en sak från den här guiden, fokusera då på själva upplevelsen. Om du kan skapa en upplevelse som är i linje med ditt syfte, och särskiljer dig från dina konkurrenter, kommer du att få positiva recensioner och förhoppningsvis fler bokningar på sikt. Fokusera först på att åtgärda smärtpunkter och förbättra höjdpunkterna i din upplevelse. Testa att implementera olika förbättringar och lär dig allt eftersom.
- 1. Anpassa varumärke och innehåll för att återspegla Upplevelsen.** När du har justerat din upplevelse och anpassat den till ett starkt syfte (kopplat till ditt varumärke), justera ditt varumärke och det innehåll du använder på din webbplats, sociala medier och kundkommunikation (t.ex. e-post), för att bättre återspegla din nya upplevelse. Utnyttja känslor och storytelling i ditt innehåll för att skapa ett starkt budskap att dela med dina kunder.
- 1. Uppdatera din webbplats och dina sociala medier.** Se till att din förbättrade upplevelse och ditt budskap återspeglas på din webbplats och i dina inlägg på sociala medier. Detta visar resenärerna vad de kan förvänta sig av upplevelsen och skapar konsekvens i hur du kommunicerar din upplevelse på de olika sätt som deltagarna läser om och interagerar med dig.

Checklista

- ☐ Levererar dina tjänster en "transformerande upplevelse"?
- ☐ Speglar ditt varumärke den upplevelse du levererar?
- ☐ Speglar din webbplats, sociala medier och kommunikation den upplevelse du levererar?
- ☐ Stämmer recensionerna som deltagarna lämnar överens med din avsedda upplevelse? Innehåller recensioner ord som "inspirerande", "kände stor gemenskap", "fick ny energi", "kultur värd namnet", "tack!"?

"Food for Thought"



Öppna hjärtan och sinnen

Målet är att öppna besökarnas hjärtan och sinnen för att de ska känna en djupare respekt för naturen och kopplingen till landskapet som mger dem.

Personifiera deltagarnas upplevelser och skapa en verklig kontakt med dem genom berättelser om landskap, kultur och lokalbefolkning så att de inte tar dessa saker för givet i deras egna liv.

Ge besökarna berättelser och kunskap som gör det möjligt för dem att knyta an till landskapet på ett autentiskt sätt utifrån lokalbefolkningens perspektiv. Att deltagarna för kunskap och insikt om landskapet och havslandet, årstiderna, växterna, djuren, folklöre, myter, legender med mera...

Erbjud dig att hålla föredrag, råd, tips till utbildning, och koppla ihop folk med andra turistnätverk, företagsorganisationer och andra turistoperatörer för att bredda räckvidden och fördelarna, i hopp om att ju mer du ger, desto mer får du tillbaka.

Sätt dig själv (om du är en reseledare) som en "beskyddare och tolk av området" där du på ett hantverksmässigt sätt delar med dig av din kunskap och ger deltagarna en förståelse för landskapet och vikten av att skydda och bevara natur- och kulturreсурserna. Överväg podcasts, bloggar, artiklar för att sprida information. Tillhandahåll bilder, text, videor, ljud och video där det är möjligt.

Fokusera på att leverera "bets practice" - leverans av upplevelser, landskapstolkning, och mäterligt berättande för att få kontakt med och inspirera besökarna. Titta på dina egna gästundersökningar, frågeformulär och feedback och använd dessa insikter för att höja kvaliteten på tolkningen och upplevelsen. Du kommer att lära dig var du har en inverkan, vad som är minnesvärt för dina gäster – aspekter som du kanske inte lagar mat till.

Se möjligheterna med ny Teknik! Överväg att förbättra din besöksupplevelse genom en app med ljud- och tolkfunktioner på olika språk för att mer effektivt engagera besökarna. En flerspråkig app ger anpassad information till deltagarna och använder GPS-position och augmented reality-teknik för att leverera en interaktiv upplevelse. Genom att gå längre än att bara tillhandahålla statisk information som besökarna kanske inte ens läser, utbilda dem genom engagemang och underhållning.

“Food for Thought”



Skapa starka kontakter och engagemang

Historiska och kulturella utflykter kan till exempel hjälpa turister och lokalbefolkning som inte har en stark koppling till varandras länder att förstå varandra. Genom den medvetenhet och förståelse som turnéerna erbjuder återupptäcker båda kanske sin egen koppling till sina egna lokalmiljöer.

Ta dig tid att ställa djupare frågor till dina gäster, ta dig tid att läsa dem och lära dig deras historia och intressen.

Om du är ett litet familjeägt företag eller arbetar i små grupper, dela hemmet och livsstilen eller den lokala puben på ett genuint och autentiskt sätt med deltagarna som en familj och vänner skulle göra. Det innebär nära och personligt, en till en, ha samtal, att sitta ner och prata, delta i personliga berättelser, ögonkontakt...

Ingen tur eller upplevelseresa ska eller kan vara exakt den andra lik, det kommer att finnas olika samtal och en samling berättelser beroende på grupp. Ta dig tid att utforska deltagarnas preferenser och anpassa dig inom rimliga gränser. De kanske vill stanna och utforska en avskild strand längre, snorkla eller campa på stranden istället för att åka tillbaka till hotellet. Gör något personligt och hälsosamt, ha en överraskningspicknick, tänd en lägereld med glögg, ge dem ett överraskningsalbum som du får personligt efter varje dag. Dessa blir enkla specialdesignade turer som definitivt kommer att överträffa deras förväntningar och lyfta deras hjärtan. Bryt ner barriärer för att kommunicera genom att använda deras eget språk och få andra att göra detsamma – så att besökarna också kan engagera sig och prata med varandra.

Se till att de får chans att verkligen uppskatta en plats. Ha för vana att förmedla en uppskattning av naturmiljön och historien på ett sätt som deltagarna förstår och blir nyfikna av. Få dem att bidra till skyddet av naturmiljön t.ex. genom att donera, plocka skräp. Använd lekmannatermer för att diskutera vetenskap och forskning om miljön och gör innehållet personligt och relevant. Deltagarna kanske kommer på en rundtur för att se stenetsningar, men de kommer därifrån med en större förståelse och uppskattning av de fantastiska landskapen och miljön runt dem. Hjälプ dem att förstå hur allt hänger ihop, t.ex. vad de tittar på – vad de ser på himlen, i marken och i historierna som berättas.

Bidra till eller bli medlem i miljöinsatser genom att arbeta tillsammans med andra organisationer med en gemensam vision för hälsa, säkerhet och bevarande av lokala naturområden. Bli en del av projekt och program som hjälper till i detta avseende.

Var ett ansvarsfullt företag som anses göra gott för andra i samhället och dina anställda. Hjälプ till att plantera träd för att kompensera för koldioxidutsläpp, ha en strategi för inkludering och mångfald, främja anställning av dem som har en funktionsnedsättning. Det finns många sätt att göra skillnad!



Ta hand om miljön

Kunden som naturens beskyddare?

Ditt företag bör drivas av ett engagemang för att skydda miljön och de platser du verkar på. Det handlar om att vara en ansvarstagande förvaltare och inspirera andra att uppskatta och ta hand om naturen. Målet är att minimera miljöpåverkan och samtidigt ge besökare en fantastisk upplevelse. För att stärka detta kan deltagarna uppmuntras att avge ett hållbarhetslöfte för att bidra till att bevara ekosystemen. Genom miljövänliga aktiviteter och unika rundturer får de lära sig mer om naturens värde och bli inspirerade att göra skillnad. De som deltar är ofta nyfikna och lösningsorienterade – de vill veta hur de kan bidra.

Dela med dig av en enkel hållbarhetsstrategi till dina gäster: "Lämna bara fotspår, ta bara fotografier." Lägg upp information på din webbplats och ge konkreta tips, som en checklista för att minska avfall genom återanvändbara produkter. Sprid även budskapet på affischer, informationsblad och digitala kanaler.

Hållbarhetstänkandet bör vara en naturlig del av alla turer – exempelvis genom att berätta om regionens geologi, det rika fågellivet eller hur betesmarkerna sköts. Aktiviteterna ska också öka medvetenheten om vikten av att minska sitt miljöavtryck. Deltagarna ska känna ansvar för sitt eget skräp och uppmuntras att hitta sätt att minska avfall och vattenförbrukning. På plats kan komposttoaletter vara ett bättre alternativ än vanliga bajamajor – de kräver inget vatten och skapar näringsrik kompost. Sätt som mål att minska och på sikt helt eliminera engångsplast, och se till att alla leverantörer tar hand om sitt eget avfall.

Evenemang du arrangerar eller deltar i bör vara en del av den växande rörelsen för hållbara event. Uppmuntra arrangörer och leverantörer att ta ansvar, och engagera din personal i att skapa evenemang med så liten miljöpåverkan som möjligt. Hållbarhet ska vara en självklar del av både planering och genomförande. Budskap om bevarande och miljöansvar bör genomsyra all kommunikation – i berättelser, innehåll och marknadsföring. Ditt team och dina gäster ska förstå och sprida kunskapen vidare. Se också till att din webbplats ger konkreta tips och inspiration för hur besökare och lokalsamhället kan hjälpa till att bevara ekosystemen för framtida generationer.



Skapa ett växande community



Arbeta med lokalbefolkningen

Att stötta och utveckla din lokala gemenskap bör vara en naturlig del av din verksamhet. När ditt företag växer ska det också bidra till lokalsamhället genom att skapa jobb. De som bor i området är ofta stolta över sin kultur och historia och delar gärna med sig av sina kunskaper och erfarenheter.

Samarbeta med personer som står utanför arbetsmarknaden, till exempel arbetslösa, hemlösa eller unga som behöver arbetslivserfarenhet. Kanske kan du jobba med en lokal organisation som stöttar ungdomar med svårigheter? Genom att koppla deras utveckling till turism, miljö och kultur kan du hjälpa dem att hitta nya möjligheter.

Engagera lokala guider som delar din passion och som kan utbildas för att få körkort och transportera besökare. De har ofta en unik kunskap om området och dess historia. Hjälp dem att utveckla sina färdigheter så att de känner sig trygga i sin roll och kan skapa en minnesvärd upplevelse för besökarna. De bör kunna läsa av sin publik, kommunicera på ett bra sätt och ta hand om gäster som inte talar engelska. Se till att både internationella och svenska besökare får en genuin koppling till platsen. Skaffa det kapital och de tillstånd som krävs för att kunna verka inom exempelvis en nationalpark.

Bygg upp ett gott rykte genom att skaffa certifieringar inom din bransch, till exempel genom att bli en Forest Well Guide. Det visar att du kan leverera högkvalitativa naturupplevelser med fokus på hållbarhet och lokalsamhällets utveckling. Tänk inte bara på miljön, utan även på sociala och ekonomiska aspekter. Använd dina turer för att utbilda både lokalbefolkningen och besökarna så att de tar med sig budskapet om bevarande och en grönare livsstil hem. Gör utbildningen inspirerande och engagerande – ditt mål är att skydda och bevara den plats du kallar hem.

Skapa en tydlig vision som både gäster och lokalbefolkning kan se och förstå. Lyft fram att samarbete inom branschen är en nyckel till att skydda vår planet, våra samhällen och naturens underverk.

Att ta hand om människor är en viktig del av hållbarhet. För att lyckas på lång sikt behöver din verksamhet vara en naturlig del av lokalsamhället. Om du bemöter människor och andra företag med respekt och omtanke, kommer de att göra detsamma för dig. Ta fram en strategi för hur du håller kontakten – kanske genom regelbundna möten, nyhetsbrev eller via din personal. Det skapar en positiv arbetsmiljö och stärker sammanhållningen. Se också till att din personal känner sig som en del av en gemenskap, inte bara som anställda. Bra arbetsvillkor och löner är viktiga för att de ska trivas och göra ett bra jobb.

Skapa ett växande community



Arbeta med lokalbefolkningen

Satsa på människor – både lokalbefolkningen och din personal – för att bygga ett gott rykte och dela dina värderingar kring samhälle och miljö. Ta hand om dem genom att till exempel erbjuda rabatter vid rekommendationer. Lyssna på personalens idéer om hur teknik kan användas för att öka hållbarheten, minska verksamhetens klimatavtryck och förbättra både utbildning och gästernas upplevelse.

Se lokalsamhället och andra turistaktörer som viktiga samarbetspartners. Behandla dem med respekt och sträva efter lösningar där alla vinner – till exempel genom att köpa lokala råvaror, beställa mat från en lokal restaurang, använda boenden i närområdet och inkludera lokala sevärdheter i dina turer. För att lyckas på lång sikt är det viktigt att anpassa sig till kunders behov och förändringar i branschen. Om du är verksam i ett litet samhälle är starka relationer avgörande för att skapa en positiv upplevelse för alla.

När du fattar beslut, prioritera det som gynnar lokalsamhället, miljön och eventuella volontärer. Du kan till exempel arrangera ett hållbart, familjevänligt evenemang som lyfter fram den lokala kulturen och stärker gemenskapen. Marknadsför inte bara staden eller byn, utan skapa en bredare attraktion som välkomnar allt från ekoturister och familjer till backpackers som reser efter sin bucket list. Om besökarna känner en stark samhörighet med platsen är chansen större att de återvänder.

Erbjud gratis biljetter till lokalbefolkningen och se till att eventuella urfolk i området är involverade. Samverka med kommunen för att få ut maximala fördelar av evenemanget. Välj lokal underhållning som kan tilltala en bred publik och skapa en minnesvärd atmosfär. För att göra evenemanget ännu mer speciellt, uppmuntra bybor att delta som volontärer och se till att de känner sig uppskattade och viktiga.

Syftesstyrd Marknadsföring



Beskriv hur du når ut till kunden med **logiska budskap**.

1. Kulturell fördjupning Låt deltagarna uppleva den rika kulturen i nordvästra Irland på djupet. Besök historiska platser, lär känna den lokala historien och delta i traditionella aktiviteter för att skapa en starkare koppling till regionen.

2. Irländsk kultur i fokus Utforska det levande kulturarvet i nordvästra Irland genom att besöka uråldriga platser, ta del av lokal historia och prova på traditionella metoder. Den här upplevelsen är utformad för att ge en djupare förståelse och en personlig relation till denna unika del av världen.

3. Lärande och välmående Erbjud en miljö för både intellektuell och andlig utveckling genom gemensamma läkningssessioner. Ge deltagarna möjligheten att kombinera uråldrig visdom med modern vetenskap för att berika sina hälsorutiner.

4. Samarbete med lokalsamhället Skapa engagemang genom att samarbeta med lokala hantverkare, musiker och andra aktörer. Uppmuntra deltagarna att upptäcka och stötta regionens unika talanger, vilket bidrar till hållbar turism och ett genuint kulturellt utbyte.

Beskriv hur du engagerar kunden **emotionellt**.

1. Känslomässig koppling Skapa en varm och inkluderande atmosfär under gruppläkningssessioner där deltagarna kan knyta starkare band till sig själva och varandra. Uppmuntra dem att dela med sig av sina egna släkthistorier och kulturella arv för en djupare gemenskap och förståelse.

2. Utforska och uppskatta kulturen Väck nyfikenhet och engagemang för den lokala kulturen genom möten med hantverkare, musiker och lokala producenter. Genom dessa upplevelser får deltagarna en genuin och hjärtevärmade kontakt med människorna och traditionerna i området.

3. Välbefinnande och återhämtning Ge deltagarna möjlighet att vårda både kropp och själ genom havsdopp, bastubad och kvällar med levande musik. Skapa en miljö som bjuder in till glädje, avkoppling och ett djupt personligt välbefinnande – minnen som varar långt efter att resan tagit slut.

Syfte: Ledd varumärkesbudskap



Beskriv hur du bidrar till en bättre miljö.

1. Hållbara metoder Vi arbetar aktivt för att minska vår miljöpåverkan genom att spara energi, minska avfall och uppmuntra medveten konsumtion under hela resan. Vårt mål är att skapa en långsiktigt hållbar upplevelse som också gynnar regionens natur.

2. Skydd av naturen Vi lyfter fram vikten av att bevara den vackra naturen i nordvästra Irland och låter deltagarna uppleva den på ett ansvarsfullt sätt. Genom aktiviteter som vildplockning, med fokus på hållbara metoder, får de en djupare förståelse och uppskattning för miljön.

3. Lokalt miljöengagemang Vi uppmuntrar deltagarna att stödja lokala miljöprojekt och delta i initiativ som främjar naturvård. Till exempel kan de följa med på ett ekologiskt kajakäventyr, där de lär sig om vikten av att skydda regionens vatten och landskap.



Beskriv hur du bidrar till ett växande community

1. Möten med lokalsamhället Vi skapar möjligheter för deltagarna att möta och interagera med lokalbefolkningen, vilket leder till både kulturellt utbyte och nya insikter. Genom dessa möten växer banden mellan besökare och invånare, och en känsla av gemenskap uppstår.

2. Stöd till den lokala ekonomin Vi samarbetar med lokala företag, hantverkare och producenter för att bidra till en hållbar ekonomisk tillväxt. Genom att prioritera lokala produkter och tjänster ser vi till att turismen gynnar områdets invånare direkt.

3. Delad kunskap och erfarenheter Vi lyfter fram den lokala kunskapen genom att involvera guider, experter och samhällsmedlemmar i reseupplevelsen. Genom att skapa en plattform för kunskapsutbyte kan både deltagare och lokalbefolkning inspireras och lära av varandra.

Syftesstyrt varumärkesbyggande

Tillämpning på WWT

Viktigt för WWT

I linje med resenärernas förväntningar: I takt med att wellnessturismen fortsätter att växa söker fler resenärer upplevelser som skapar utrymme för personlig utveckling samtidigt som de bidrar till positiv miljömässig och social förändring. WWT, med sitt fokus på forntida irländska helande metoder, heliga platser och lokal kultur, har en unik möjlighet att leda vägen inom syftesdrivet resande. Syftesstyrt varumärke gör det möjligt för WWT att få kontakt med resenärer som värdesätter hållbarhet, välbefinnande och kulturarv, vilket säkerställer att det uppfyller de föränderliga förväntningarna hos detta medvetna kundsegment.

Differentiering på en konkurrensutsatt marknad: Turistnäringen, särskilt inom hälsosektorn, blir alltmer konkurrensutsatt. Genom att betona ett syftesdrivet tillvägagångssätt – centrerat kring healing, lokal och kulturell fördjupning och miljömässig hållbarhet – kan WWT sticka ut på marknaden. Besökare letar inte bara efter en upplevelse; De letar efter en meningsfull upplevelse som bidrar till deras välbefinnande och stöder saker som de bryr sig om. Genom att integrera syfte i varje aspekt av upplevelsen skiljer sig WWT från andra alternativ inom hälsoturism.

Att bygga en stark varumärkesidentitet: Syftesstyrt varumärkesbyggande hjälper WWT att bygga en stark, autentisk varumärkesidentitet som är djupt rotad i healing, koppling till naturen och socialt ansvar. Detta skapar ett varaktigt känslomässigt engagemang med kunderna, vilket uppmuntrar varumärkeslojalitet och förespråkande.

Vad vi behöver förstå och definiera för WWT:

Kärnvärden och effektmål:

Healing och empowerment: WWT måste definiera hur turnén bidrar till personlig utveckling genom kopplingen till heliga irländska platser och gamla helande traditioner. Detta kan inkludera ett fokus på mentalt, fysiskt och andligt välbefinnande.

Hållbarhet: WWT bör prioritera miljömedvetna metoder, från att minimera sitt koldioxidavtryck till att stödja lokala, hållbara företag och köpa lokalt. Att se till att verksamheten fungerar med minimal miljöpåverkan är nyckeln till dess syftesstyrda tillvägagångssätt.

Kulturbevarande: En viktig del för WWT är ett nära samarbete med lokalsamhällena i Sligo, Leitrim och Donegal för att se till att kulturarvet firas och bevaras. Det kan handla om att stödja lokala hantverkare, guider och musiker och att främja autentiska kulturupplevelser för deltagarna.

Målgruppens värden:

WWT måste förstå målgruppens specifika värderingar – oavsett om de är mest intresserade av välbefinnande, hållbarhet, kulturarv eller miljöskydd. Genom att skräddarsy budskapet så att det återspeglar dessa värderingar säkerställer du att upplevelsen får ett djupt gensvar hos rätt demografi.

Syftesstyrt varumärkesbyggande

Tillämpas på WWT

Samhälls- och intressentengagemang:

Det är viktigt att bygga relationer med lokala företag, guider och hälsoutövare som redan finns runt Sligo, Leitrim och Donegal. Dessa intressenter kommer inte bara att bidra till verksamhetens autenticitet utan också se till att upplevelsen gynnar den lokala ekonomin och bevarar kulturella traditioner.

Tydliga varumärkesbudskap:

WWT måste definiera hur de kommunicerar sitt uppdrag till kunderna. Detta inkluderar att skapa budskap som konsekvent betonar den positiva effekten på både individen och miljön. Oavsett om det är genom storytelling, digitalt innehåll eller reseberättelser bör varumärkesbudskapet lyfta fram upplevelsens transformativa, syftesdrivna karaktär.

Sligo.

LIVE

INVEST

VISIT

WHAT'S ON

Carrowmore Megalithic Cemetery

This is the largest cemetery of megalithic tombs in Ireland and is also among the country's oldest and most important in Europe. Over 60 tombs are recorded all of which predate the pyramids of Egypt.



[Visit Website](#) ➔

Creevykeel Court Tomb

This is one of the best examples of a court tomb in Ireland, it consists of a long, trapeze shaped cairn enclosing an oval court and a burial chamber of two compartments, dating from the 4th millennium BC.



[Visit Website](#) ➔

Syftesdriven "paketering" för WWT

Engagera sinnen: Utvecklande upplevelser är känslomässiga upplevelser

Att skapa ett syftesdrivet upplevelsepaket för Wisdom Warrior Tour (WWT)

Att bygga ett upplevelsepaket för WWT handlar om att skapa en resa som gör gott – för deltagarna, miljön och lokalsamhället. Genom att utgå från kärnvärdena välbefinnande, hållbarhet och kulturellt bevarande blir turnén mer än bara en resa – den blir en meningsfull och transformerande upplevelse. Samtidigt bidrar den till den lokala ekonomin, skyddet av heliga platser och spridningen av hållbara metoder.

Varför ett syftesdrivet paket?

Att skapa ett upplevelsepaket med tydligt syfte gör att WWT inte bara erbjuder en djupgående och berikande resa för deltagarna, utan också en positiv inverkan på omvärlden. Efterfrågan på wellnessturism växer, och genom att integrera hållbarhet, kulturell fördjupning och personlig utveckling kan WWT skapa en upplevelse som lämnar ett bestående avtryck – både på individen och på platsen de besöker.

En helhetsupplevelse med mening

För att stå ut från vanliga turistaktiviteter måste WWT erbjuda mer än bara sightseeing. Dagens resenärer söker djupare upplevelser – ett tillfälle att koppla bort från vardagen och återknyta till sig själva och sin omgivning. Genom att kombinera natur, kultur och personlig utveckling kan WWT erbjuda en resa som inte bara inspirerar utan också berikar på flera plan.

Anpassat till medvetna resenärer

Många resenärer idag väljer sina resmål utifrån värderingar som hållbarhet, kulturellt bevarande och personlig utveckling. För att skapa ett paket som verkligen engagerar den här målgruppen är det viktigt att dessa värden genomsyrar hela upplevelsen – från hur resan planeras till de val av boende, mat och aktiviteter som görs längs vägen.

En resa som förändrar

Det som gör ett upplevelsepaket minnesvärt är inte bara avkopplingen eller äventyret – det är känslan av att ha förändrats. Genom att väva samman helande metoder, besök på heliga platser, mindfulness och kulturupplevelser kan WWT erbjuda en resa som är både djupgående och oförglömlig.

Syftesdriven "paketering" för WWT

Engagera sinnen: Utvecklande upplevelser är känslomässiga upplevelser

Vad som behövs för att bygga det här paketet:

Tydliga mål för syfte och effekt

WWT:s upplevelsepaket ska ha ett tydligt syfte som ligger i linje med dess kärnvärden. Det kan handla om att:

- Främja välbefinnande och personlig utveckling
- Stödja lokala samhällen och småföretag
- Bevara heliga platser och kulturella traditioner
- Minimera miljöpåverkan

Paketet ska skapa en djupgående och meningsfull resa för deltagarna, samtidigt som det gynnar lokala hantverkare, guider och hållbara företag i Sligo, Leitrim och Donegal.

Uppslukande aktiviteter och upplevelser

För att ge en helhetsupplevelse som engagerar deltagarna på flera nivåer – fysiskt, känslomässigt och andligt – kan paketet inkludera:

Besök på heliga platser – Guider berättar om platsens historia och andliga betydelse, vilket skapar en djupare koppling till områdets kultur och traditioner.

Helande aktiviteter – Gruppsessioner för hälsa och välbefinnande, havsdopp, bastubad och vildplockning, allt utformat för att stärka både kropp och själ.

Kulturell fördjupning – Möten med lokala hantverkare, traditionell irländsk mat med lokala råvaror och levande musikuppträdanden som ger en autentisk upplevelse av regionens rika kultur.

Hållbarhet och miljömedvetenhet

För att minimera miljöpåverkan och säkerställa en ansvarsfull turism kan paketet inkludera:

Miljövänligt boende – Samarbete med hållbara ekoboenden och glampingplatser som fokuserar på energieffektivitet, avfallsminskning och lokala material.

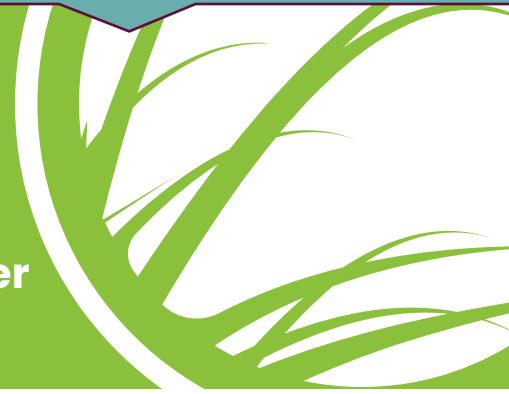
Hållbara transportalternativ – Resa med elfordon eller gemensamma transportlösningar för att minska koldioxidavtrycket.

Hållbar matupplevelse – Ekologiska, lokala råvaror som lyfter fram regionens smaker samtidigt som de stödjer småskaliga producenter och hållbart jordbruk.

Genom att kombinera dessa element skapar WWT en unik, minnesvärd och ansvarsfull reseupplevelse som gynnar både deltagarna och platsen de besöker.

Syftesdriven "paketering" för WWT

Engagera sinnen: Utvecklande upplevelser är känslomässiga upplevelser



Autenticitet och lokalt samarbete

För att skapa en genuin och meningsfull upplevelse bör paketet spegla regionens rika kulturarv. Det innebär ett nära samarbete med lokala företag, hantverkare, healers och musiker, vilket inte bara ger deltagarna en autentisk irländsk upplevelse utan också stärker den lokala ekonomin.

Lokalt engagemang – Arbeta med lokala experter, såsom traditionella healers och musiker, som kan dela med sig av områdets unika helande traditioner och kulturhistoria.

Personalisering och känslomässig koppling

För att skapa en djupare upplevelse är det viktigt att förstå målgruppens personliga behov och intressen.

Skräddarsydda inslag – Erbjud en-till-en-läkningsessioner eller anpassade upplevelser baserade på individuella önskemål, vilket skapar en starkare känslomässig koppling mellan deltagarna och platsen.

Viktiga faktorer vid utformning av paketet

Kundresa och upplevelseflöde

Planera upplevelsen från start till mål så att varje aktivitet bygger på den föregående och skapar en sömlös, transformativ resa.

→ Börja exempelvis med en välkomnande session på en helig plats, följt av en återhämtande gruppövning, och sedan en djupare kulturell förankring genom hantverksverkstäder eller musikframträdanden.

Mätning av effekt och kommunikation

För att visa på den positiva påverkan av paketet bör WWT definiera hur insatser mäts och kommuniceras:

- Spåra hållbarhetsåtgärder som avfallsminskning och koldioxidkompensation
- Dela med sig av resans påverkan genom storytelling och transparent kommunikation

Prissättning och paketstruktur

Priset ska spegla värdet av den transformation som erbjuds. Det kan vara bra att erbjuda olika nivåer:

- Exklusiva en-till-en-sessioner
- Olika boendalternativ, från glamping till mer traditionella ekovänliga boenden

Marknadsföring och budskap

Kommunicera tydligt paketets syfte och unika värden:

- Helande och personlig utveckling
- Kulturell autenticitet och djup
- Hållbarhet och positiv påverkan

Genom att nå rätt målgrupp med dessa budskap kan WWT attrahera resenärer som söker en meningsfull och syftesdriven upplevelse.

Paketering

Kundprofil 2

Engagera sinnena: Utvecklande upplevelser är känslomässiga upplevelser

Profil 2: Kulturentusiaster

Exempelpaket: Kulturell fördjupning i nordvästra Irland

Varaktighet: 4 dagar / 3 nätter

Överblick

Upplev den rika kulturhistorien i nordvästra Irland genom en resa som kombinerar historia, traditioner och levande kultur.

Det här ingår i paketet

Utforskning av heliga platser: Besök gamla irländska läkeplatser och lyssna till berättelser om deras andliga betydelse och lokala legender.

Traditionell irländsk musik och dans: Njut av liveframträdanden av lokala musiker och dansare och låt dig uppslukas av rytmen och själen i den irländska kulturen.

Guidade kulturarvsturer: Utforska pittoreska byar, gamla slott och ikoniska landmärken med kunniga guider som levandegör historien.

Hantverksverkstäder: Delta i praktiska sessioner med lokala hantverkare och lär dig traditionella hantverk som keramik eller vävning.

Kulturell matupplevelse: Njut av autentiska irländska måltider tillagade av lokala råvaror, där varje rätt speglar regionens kulinariska arv.

Boende: Charmiga, lokalt ägda pensionat med fokus på komfort och en genuin kulturupplevelse.

Pris: XXX € per person (grupprabatter tillgängliga)

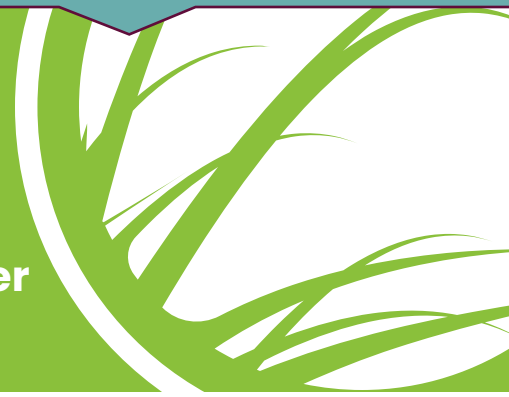
Passar för: Historieintresserade, konstälskare och alla som vill fördjupa sig i den irländska kulturens hjärta.



Paketering

Kiundprofil 2

Engagera sinnena: Utvecklande upplevelser är känslomässiga upplevelser



Profil 2: Kulturentusiaster

Vad de vill se

- Historiska landmärken och arkeologiska skatter
- Traditionella irländska föreställningar, inklusive livemusik och berättande
- Lokalt hantverk som speglar Irlands kulturarv

Vad de vill känna

- En djup förankring i den rika kulturen och historien i nordvästra Irland
- Inspiration från äktheten i berättelserna, musiken och konsten de upplever
- En känsla av samhörighet med samhället och dess traditioner

Vad de vill röra vid

- Antika möbler i sina boenden
- Handgjorda föremål från lokala marknader
- Texturen hos traditionella material som används i irländsk konst och design

Vad de vill göra

- Besöka museer, heliga platser och kulturella landmärken
- Delta i sagostunder och uppleva liveframträdanden
- Interagera med lokala experter, historiker och musiker för att få förstahandsinsikter om irländsk kultur

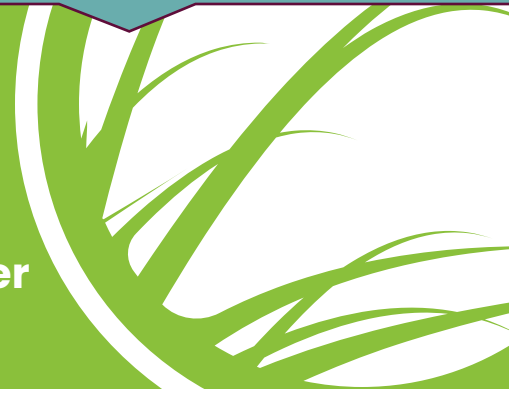
Gilla-markeringar och preferenser

- Rundturer i små grupper med kunniga, engagerande guider
- Praktiska aktiviteter som att laga irländska rätter eller skapa traditionellt hantverk
- Tillgång till exklusiva kulturupplevelser, som privata föreställningar eller guidade historiska vandringar

Paketering

Kundprofil 3

Engagera sinnen: Utvecklande upplevelser är känslomässiga upplevelser



Profil 3: Aktiva upptäcktsresande

Vad de vill se

- Fantastiska kustlandskap, bergsstigar och gamla skogar
- Djurliv och naturliga underverk, inklusive vattenfall och gömda grottor
- Panoramautsikter från vandringsleder eller kajakleder

Vad de vill känna

- Äventyrets spänning i kombination med stunder av lugn och eftertanke
- En känsla av prestation från att genomföra fysiska aktiviteter
- Gemenskap genom delade utomhusupplevelser

Vad de vill röra vid

- Naturliga texturer som släta stenar, havsvatten och mosstäckta klippor
- Utrustning för kajakpaddling, vandring eller andra äventyr
- Lokala råvaror som samlats in under vildplockningsutflykter

Vad de vill göra

- Vandra, paddla kajak eller vildplocka i hisnande miljöer
- Delta i interaktiva gruppaktiviteter som kombinerar kultur och natur
- Koppla av med meditation eller yoga efter en dag av fysisk aktivitet

Gilla-markeringar och preferenser

- Aktiva resvägar som balanserar utforskning och avkoppling
- Professionella instruktörer och guider som säkerställer trygghet och fördjupad upplevelse
- Tillgång till högkvalitativ utrustning för utomhusaktiviteter

Steg 8: Avsluta med att förklara hur man skapar en digital upplevelse. Genom att avsluta med att utveckla en digital närvaro säkerställer du att WWT:s är med på hela processen som kunden genomgår från att han eller hon upptäcker dina tjänster tills dess att kunden tryckt på köpknappen och de facto deltagit på ren resa.

Steg 8

Utveckla din digitala närvaro

Den här delen är viktig – och när den är strategiskt utformad, kan förbättra den övergripande kundupplevelsen på djupet och göra den mer omvälvande. Integreringen av digitala kontaktpunkter är avgörande för att säkerställa att upplevelsen resonerar känslomässigt, och intellektuellt med deltagarna.

Den digitala resan anspelar på den process som en kund genomgår när han eller hon interagerar med din digitala närvaro på internet, från första kontakt till genomfört köp.

81

Mentorskap: Varför den digitala resan är viktig

81

Mentorskap: Förstå dimensioner för digitala upplevelser

83

Mentorskap: Digitala beröringspunkter kontra fysiska beröringspunkter

84

Mentorskap: Digitala beröringspunkter kontra den digitala resan

85

Mentorskapsanteckning: Taktik för digital marknadsföring online

86

Att sätta lärdomar i arbete: WWT Digital Experience Building

89

Mentorskapsanteckning: Att göra den digitala upplevelsen Minnesvärd och omvälvande

90

Att sätta lärdomar i arbete: Webbplatsinspiration för WWT

Den digitala upplevelsen och resan är avgörande

Den digitala resan spelar en avgörande roll för att lyfta Wisdom Warrior Tour från en fysisk reseupplevelse till ett holistiskt, engagerande och transformativt äventyr. Genom att förstå vikten av digitala verktyg och hur de fungerar tillsammans i en sömlös upplevelse kan WWT öka engagemanget, möjliggöra djupa känslomässiga kopplingar och skapa minnen som varar långt efter att resan är slut. Genom att göra den digitala resan till en integrerad del av den övergripande upplevelsen kan WWT inte bara uppfylla förväntningarna hos dagens tekniskt kunniga konsumenter utan också skapa varaktiga och effektfulla förändringar i deras liv.

Den digitala resan

Skapa den optimala digitala resan

Varför den digitala resan är viktig

Sömlös integration med den fysiska upplevelsen

Den digitala resan förbättrar och kompletterar den fysiska upplevelsen. Genom att kombinera virtuella och fysiska interaktioner skapas en mer uppslukande och personlig rundtur. Denna blandning möjliggör ett djupare engagemang med destinationens kultur, historia och naturliga skönhet.

Tillgänglighet och räckvidd

Digitala verktyg som mobilappar, webbplatser och virtuella upplevelser gör det möjligt för deltagarna att engagera sig i rundturen före, under och efter sitt besök. Detta skapar tillgänglighet för en bredare publik och förlänger upplevelsen bortom den fysiska platsen. Deltagarna kan utforska kulturarv, heliga platser eller naturliga underverk digitalt, vilket fördjupar deras koppling till destinationen.

Personalisering

Genom att utnyttja digitala verktyg som big data och AI kan turnén anpassas efter deltagarnas preferenser, intressen och tidigare engagemang. Detta säkerställer att varje gäst upplever en skräddarsydd resa, vilket ökar den transformativa kraften i upplevelsen.

Hållbarhet

Digitala plattformar minskar behovet av fysiska material som broschyrer och trycksaker, vilket bidrar till en mer miljövänlig verksamhet. Virtuella verktyg möjliggör även dynamiskt, återanvändbart innehåll som kan delas mellan olika kundkontaktpunkter.

Den digitala dimensionen

Skapa den optimala digitala resan

Varför den digitala resan är viktig

Vad man behöver förstå om digitala upplevelser

1. Beröringspunkter Digitala beröringspunkter är de olika interaktioner och kanaler där kunden engagerar sig med varumärket och upplever den digitala resan. Exempel inkluderar:

- Webbplatsen
- Sociala medier
- Mobilappar
- VR/AR-upplevelser
- Digital skyltning
- E-postmarknadsföring
- Plattformer för engagemang efter turnén

Varje kontaktpunkt har ett specifikt syfte och bör utformas för att förbättra den övergripande kundupplevelsen.

2. Erfarenhetscykeln Kundupplevelsen sträcker sig bortom den fysiska rundturen. Digitala kontaktytor bör integreras genom hela upplevelsecykeln:

- **Förerfarenhet:** Digital marknadsföring, webbplatsinformation, sociala medier, VR/AR-förhandsvisningar.
- **In-Experience:** Mobilappar, spelifiering, interaktivt digitalt innehåll (t.ex. projektionsmappning eller AR-berättande vid heliga platser).
- **Post-Experience:** Digitala undersökningar, personligt uppföljningsinnehåll, engagemang i sociala medier och delning av användargenererat innehåll.

Den digitala dimensionen

Skapa den optimala digitala resan

3. Interaktivitet och engagemang:

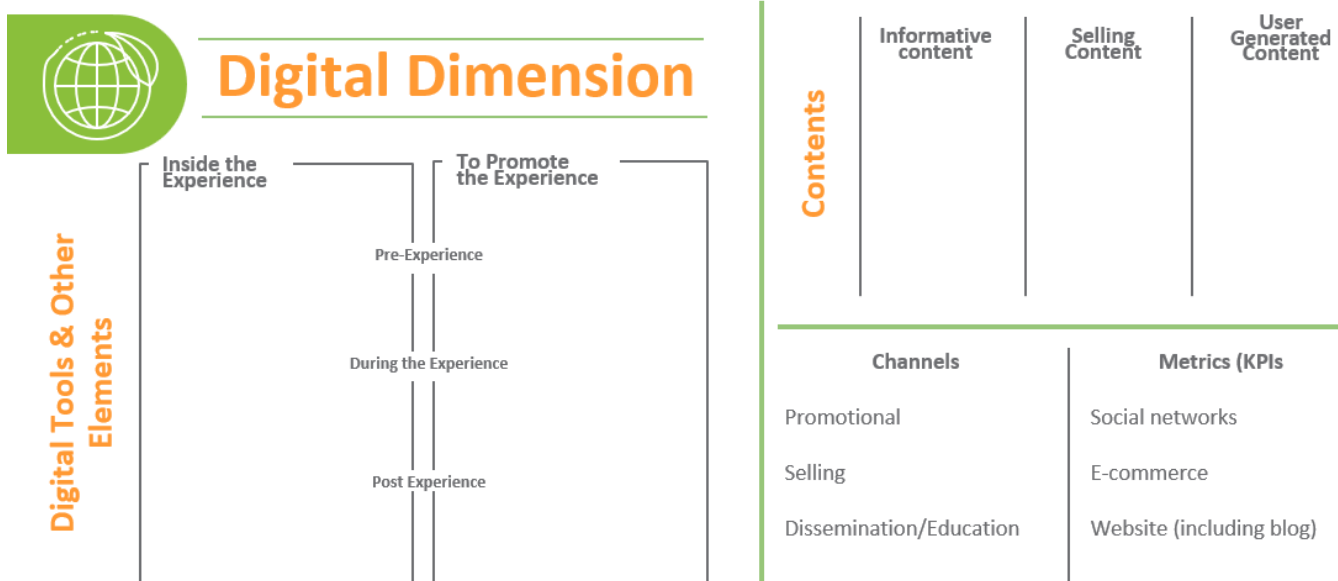
Nyckeln till en transformativ digital resa är interaktivitet. Det är viktigt att utforma digitala kontaktpunkter som uppmuntrar deltagarna att aktivt delta, lära sig, utforska och engagera sig känslomässigt. Denna interaktivitet säkerställer att upplevelsen går bortom passiv observation till aktivt lärande och deltagande, vilket möjliggör djupare kontakter och personlig transformation.

4. Sömlös övergång mellan digitalt och fysiskt:

Den digitala resan måste sömlöst övergå till den fysiska upplevelsen. Du kan till exempel använda VR eller AR för att förhandsgranska en helig plats innan du fysiskt besöker den, eller erbjuda deltagarna interaktiva upplevelser via en mobilapp när de är på platsen. Målet är att få den digitala upplevelsen att kännas som en förlängning av det fysiska rummet, inte som en distraktion.

5. Engagemang efter upplevelsen:

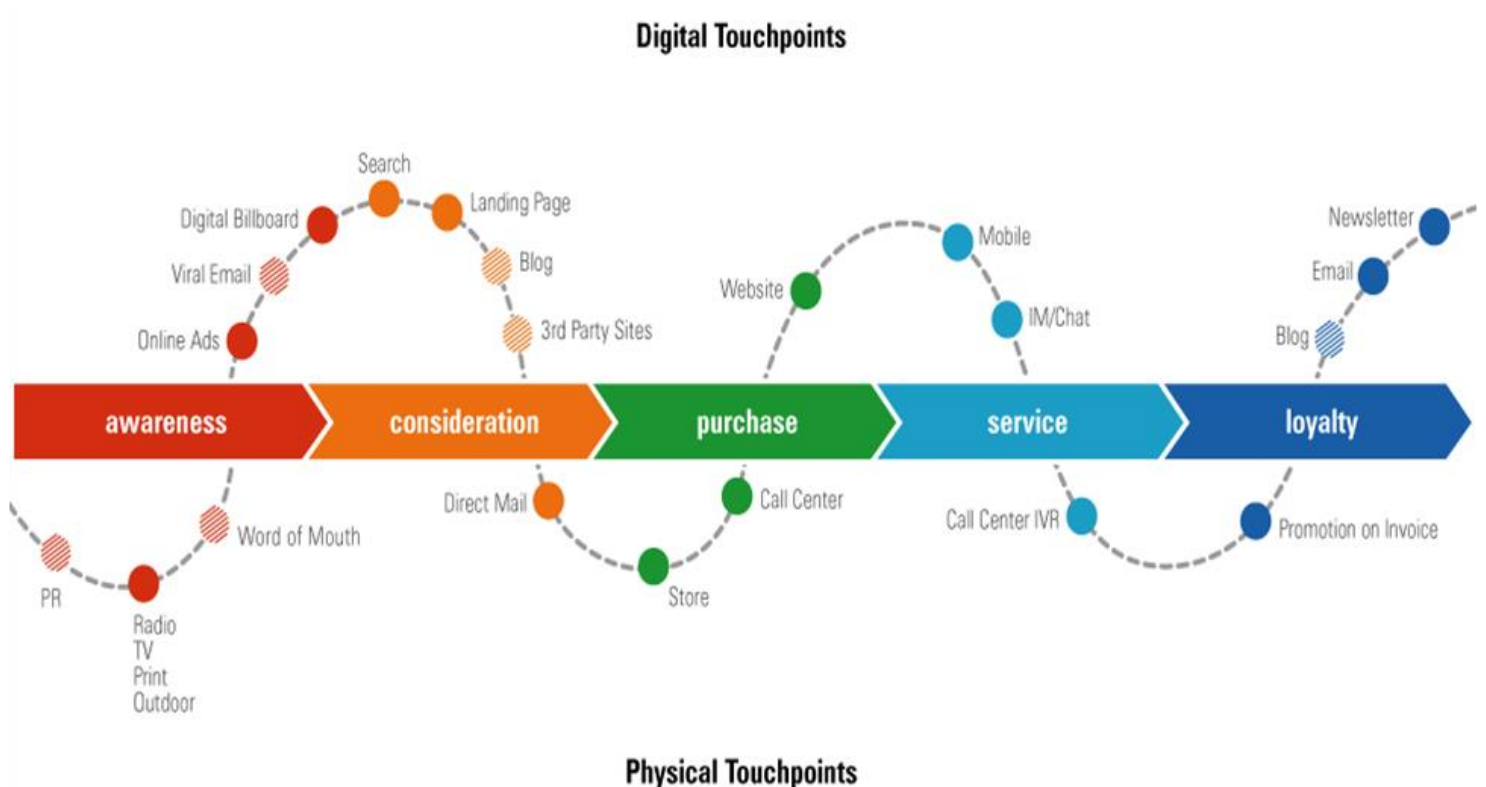
Den digitala resan tar inte slut när deltagarna går. Genom att upprätthålla engagemanget genom uppföljande e-postmeddelanden, delning av användargenererat innehåll och digitalt berättande kan minnet av upplevelsen leva vidare och inspirera till framtida besök eller delning av erfarenheter med andra.



Den digitala dimensionen

Skapa den optimala digitala resan

Kartläggning av kundresan Transformativ marknadsföring av digitala upplevelser



Den digitala dimensionen

Skapa den optimala digitala resan

Skillnaden mellan digitala beröringspunkter och den digitala resan

Digitala beröringspunkter Digitala beröringspunkter är de specifika interaktionspunkter där kunderna möter de digitala komponenterna i upplevelsen. Varje kontaktpunkt representerar en unik möjlighet att förbättra kundresan och engagera deltagarna på olika sätt.

Exempel på digitala beröringspunkter:

- **Sociala medier** – Skapar medvetenhet och bygger upp förväntningar inför upplevelsen.
- **Mobilapp** – Tillhandahåller personliga resplaner och navigeringshjälp under turen.
- **E-post efter turnén** – Engagerar deltagarna med uppföljande innehåll och inbjuder dem att dela sina upplevelser.

Den digitala resan

Den digitala resan är den övergripande processen för engagemang genom alla kontaktpunkter och faser av upplevelsen. Det är berättelsen som knyter samman förväntningar före besöket, interaktivitet under turen och reflektion efteråt. Den digitala resan skapar en sammanhängande, sömlös och känslomässigt betydelsefull upplevelse för gästen.

Den digitala dimensionen

Skapa den optimala digitala resan

Att göra den digitala resan transformativ

En transformativ digital resa går längre än att bara tillhandahålla information – den påverkar hela den emotionella och erfarenhetsmässiga processen.

Personligt innehåll

Använd AI och data för att erbjuda innehåll som matchar deltagarnas intressen och välbefinnandemål. Exempel kan vara:

- Skräddarsydda rekommendationer om lokala attraktioner och aktiviteter.
- Hälsotips och guidning inför resan.

Interaktivt lärande

AR och VR kan ge deltagarna en försmak av Irlands heliga platser och naturliga skönhet innan de ens anländer. Digitala verktyg kan även skapa engagemang i realtid genom:

- **Interaktiva guider** – Berättelser och fakta som fördjupar förståelsen av en plats.
- **Spelifierade utmaningar** – Uppdrag och aktiviteter som gör turen mer engagerande.

Reflektion och delning

Efter rundturen kan deltagarna bjudas in att dela sina reflektioner och minnen digitalt via:

- Sociala medier och digitala berättarverktyg.
- Personliga bloggar eller recensioner som stärker deras koppling till upplevelsen.

Minnesskapande

Erbjud digitala souvenirer som förlänger upplevelsen:

- Virtuella rundturer och 3D-modeller av besökta platser.
- Personliga videor och digitala minnesböcker som gästerna kan spara och dela.

En välutvecklad digital resa säkerställer att varje deltagare inte bara konsumerar information – de blir en del av upplevelsen på ett djupare och mer personligt plan.

Taktik för digital marknadsföring

- Blogg
- Publicering i sociala medier
- Granska webbplatser/Online
- Distributionskanaler
- Betald sökning (Google Analytics)
- Annonsering i sociala medier
- Nätverk av samarbetspartners
- Marknadsföring av visuellt innehåll
- Professionell webbplats
- Webbplatser med information
- Bloggar
- Sociala medier
- Sökning och SEO
- Marknadsföring av innehåll
- Granska webbplatser
- E-postmarknadsföring
- Professionell webbplats
- Bokning (online/telefon/e-post)
- Call to Action-knappar, t.ex. Boka nu
- Kalender för inventering i realtid
- Nätverk av samarbetspartners
- Agent/Reception/Ambedör
- Automatiserade e-postmeddelanden
- Information, broschyrer, priser
- Granska webbplatser
- Nyhetsbrev
- Marknadsföring via e-post
- Sociala medier



- Traditionell mediebevakning
- Mun till mun
- Tryck, TV- och radioreklam
- Broschyrer
- Broschyrer
- Mun till mun
- Bokningar, förfrågningar, möten, möten
- Broschyrer
- Exceptionell kundupplevelse
- Gratis tillägg eller paketrabatter
- Mun till mun

Taktik för offline-marknadsföring

Digital Upplevelsedesign

För att förbättra WWT-upplevelsen (Wisdom Warrior Tour) med hjälp av olika digitaliseringsverktyg måste vi fundera över hur dessa kan förbättra kundresan i varje skede av upplevelsecykeln. Detta innebär att integrera en mängd olika digitala lösningar som interagerar med kunden både före, under och efter Upplevelsen.

Digitala verktyg och teknikintegration

Genom att utnyttja innovativa digitala verktyg som virtuell och förstärkt verklighet, projektionsmappning, spelifiering, big data, artificiell intelligens, 3D-utskrift och 3D-skanning kan du addera än fler digitala lager till Wisdom Warrior Tour. Dessa verktyg kan användas på olika sätt för att berika upplevelsen:

1. Förupplevelse (före ankomst):

- Virtual Reality (VR) och Augmented Reality (AR) kan ge potentiella kunder en försmak av upplevelsen genom att låta dem virtuellt utforska heliga platser, landskap och kulturella besöksmål eller aktiviteter redan innan de anländer. Denna introduktion kan väcka nyfikenhet och skapar förväntan.
- Big Data och Artificiell Intelligens (AI) kan göra resan mer personlig för varje gäst. Genom att analysera tidigare bokningar och preferenser kan AI föreslå skräddarsydda resplaner och kulturella upplevelser, vilket gör att varje besök känns unikt och anpassat för varje individuell besökare.



Digital Upplevelsedesign

- Digitala marknadsförings- och varumärkesverktyg som sociala medier, e-nyhetsbrev och SEO/SEM-strategier bör användas för att öka medvetenheten och nå rätt målgrupp. Engagerande innehåll kan delas via dessa kanaler för att skapa intresse, medvetenhet och förväntan.
- Spelifiering kan användas för att uppmuntra engagemang och interaktion, till exempel genom en utmaning eller frågesport om irländsk kultur eller välbefinnande, och erbjuda incitament som rabatter eller exklusiva erbjudanden.

2. In-Experience (under själva upplevelsen):

- **Projection Mapping** kan ge liv åt historia och kultur på heliga platser och kulturella landmärken, lyfta fram berättande genom visuella effekter, vilket gör miljön mer interaktiv och engagerande.
- **3D-skanning** kan användas på kulturarvsplatser för att skapa interaktiva, detaljerade digitala kartor som förbättrar utbildningsupplevelser, vilket gör det möjligt för besökare att utforska och förstå arvet och naturens element på ett djupare sätt.
- **Mobilappar och spelifiering under turnén** kan berika resan med platsbaserade aktiviteter, där gästerna kan låsa upp utmaningar, lära sig mer om specifika platser eller till och med tjäna märken när de utforskar. Detta håller gästerna engagerade och ger en känsla av prestation och anslutning.
- **Interaktiva utbildningselement:** AR-verktyg kan ge ytterligare information om den lokala floran, faunan, heliga platser och kulturen när gästerna riktar sina telefoner mot vissa landmärken, vilket skapar en uppslukande inlärningsupplevelse.
- **Integration av sociala medier:** Besökare kan uppmuntras att dela sina upplevelser i realtid genom hashtaggar eller incheckningar, vilket möjliggör en känsla av gemenskap och anslutning. Detta genererar också innehåll som kan återanvändas i framtida marknadsföringskampanjer.



Digital Upplevelsedesign

3. Efter upplevelsen (efter upplevelsen):

- **Användargenererat innehåll** spelar en viktig roll för att bygga upp förtroende och förlänga upplevelsen efter resan. Genom att uppmuntra deltagarna att dela med sig av sina foton, videor och personliga reflektioner kan Wisdom Warrior Tour kontinuerligt engagera sig i sina kunders upplevelser, vilket kan leda till att minnena varar längre.
- **Undersökningar och feedback efter besöket:** Digitala undersökningar eller appar kan samla in feedback om alla aspekter av upplevelsen, från de digitala verktyg som används till kvaliteten på kulturell fördjupning och friskvårdsaktiviteter, vilket hjälper till att utveckla verksamheten och dess utbud.
- **Pedagogisk uppföljning:** Innehåll efter upplevelsen, t.ex. e-nyhetsbrev, blogginlägg eller personliga rekommendationer baserat på intressen som visats under turnén, kan hålla relationen med gästerna vid liv, uppmuntra till framtida besök eller sprida ordet.
- **Digitala souvenirer:** Gästerna kan lämna efter sig digitala fotspår, till exempel en personlig VR- eller AR-upplevelse, digitala konstverk eller en 3D-utskrift av en helig plats eller sin resa, som de kan ta med sig hem som en unik souvenir eller behålla som ett digitalt minne.



Digital Upplevelsedesign

Att skapa något minnesvärt.

Den digitala dimensionen är viktig för Wisdom Warrior Tour eftersom den möjliggör en blandning av fysiska och digitala upplevelser, vilket gör hela upplevelsen mer engagerande, interaktiv och effektiv. Tekniken underlättar större personalisering, möjliggör en djupare koppling till kultur och natur och förbättrar hållbarheten genom att minska beroendet av fysiska material. Det skapar också ett kontinuerligt engagemang med besökarna, vilket håller upplevelsen vid liv långt efter att de har lämnat. Genom att utnyttja digitala verktyg kan WWT sticka ut på den konkurrensutsatta turistmarknaden och leverera en minnesvärd och transformativ upplevelse som resonerar med kunderna före, under och efter deras resa.

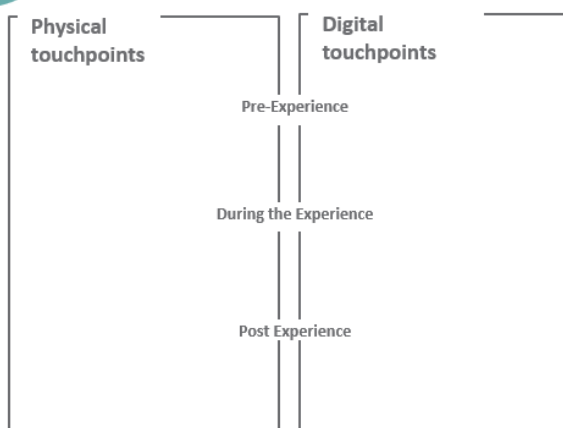
Viktiga överväganden för en minnesvärd digital upplevelse

- **Interaktivitet och lekfullhet:** Att se till att gästerna kan interagera med digitala verktyg på meningsfulla sätt ökar deras engagemang och gör att de kan ha roligt samtidigt som de lär sig.
- **Förnyelse:** Turen ska inte bara erbjuda avkoppling och läkning utan ska också skapa en känsla av personlig förändring, där gästerna känner sig stärkta och kopplade till landskapet och kulturen.
- **Tillgänglighet:** Digitala verktyg bör utformas för att säkerställa tillgänglighet för alla gäster, inklusive de med fysiska eller kognitiva funktionsnedsättningar, för att säkerställa inkludering i upplevelsen.
- **Utbildningskomponenter:** Upplevelsen bör alltid erbjuda en inlärningskomponent – oavsett om det är genom digitalt berättande, kulturella workshops eller interaktiva verktyg som fördjupar gästens förståelse för Irlands historia, helande traditioner och naturarv.



Experience Design

In the Shoes of the Beneficiaries



Rate Your Experience
From 1 to 10

Interactive Creative
0-1-2-3-4-5-6-7-8-9-10

Creative
0-1-2-3-4-5-6-7-8-9-10

Accessible
0-1-2-3-4-5-6-7-8-9-10

Playful
0-1-2-3-4-5-6-7-8-9-10

Empathic
0-1-2-3-4-5-6-7-8-9-10

Educational
0-1-2-3-4-5-6-7-8-9-10

Transformative
0-1-2-3-4-5-6-7-8-9-10

Regenerative
0-1-2-3-4-5-6-7-8-9-10

What does the beneficiary leave at the destination?

What does he/she bring home?

Inspiration – Webdesign

Designinspiration för digitala upplevelser

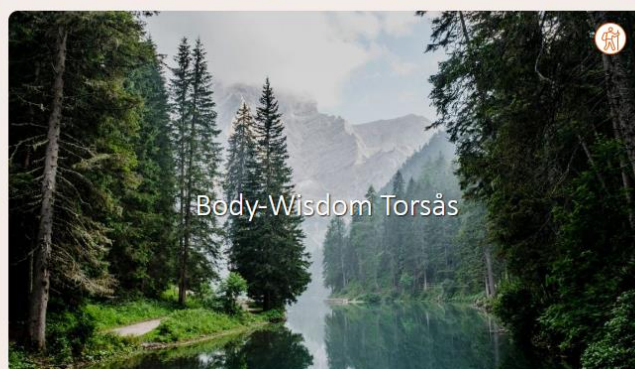
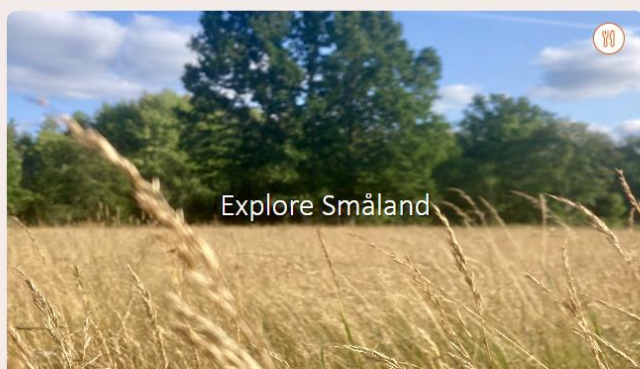
Eftersom WWT ännu inte är ett företag – och därmed saknar hemsida har vi valt att lyfta fram andra goda exempel – här är ett från Sverige (men även ett par från Kanada och Irland) som fångar delar av den essens WWT vill arbeta med.



[Home](#) [Discover Wellbeing](#) [Travel Routes](#) [Destinations](#) [For Hosts](#) [Network](#) [Login](#) 

#WELCOMETOSWEDEN

The South Baltic Region have a beautiful and magnificent nature and it is rich of cultural heritage just waiting to be explored during your next vacation, weekend or trip. Wellbeing is well doing for body, mind, soul, environment, society and for the economy – for you as well for all others!



Inspiration – Webdesign

Designinspiration för digitala upplevelser

Eftersom WWT ännu inte är ett företag – och därmed saknar hemsida har vi valt att lyfta fram andra goda exempel – här är ett från Sverige (men även ett par från Kanada och Irland) som fångar delar av den essens WWT vill arbeta med.

[Home](#)[Discover Wellbeing](#)[Travel Routes](#)[Destinations](#)[For Hosts](#)[Network](#)[Login](#)

#HOMEOFWELLBEING

A wellbeing host is aware, honest, kind, caring, and joyful.

Wellbeing Tourism is a sustainable tourism that supports harmony and balance for body, mind, and soul. If you share our values of wellbeing, you may be a Home of Wellbeing. If you are a restaurant, a hotel, a spa, a yoga-studio, or a similar business; If you care about the environment; If you work towards a prosperous local community and think about how to contribute to the wellbeing of others – then you may be part of the brand and Home of Wellbeing is also YOU. Together we can make a difference.

[Home](#)[Discover Wellbeing](#)[Travel Routes](#)[Destinations](#)[For Hosts](#)[Network](#)[Login](#)

Download your Wellbeing information

Request a digital copy of wellbeing material.

[Go to downloads](#)

Sign up to become a wellbeing company

Traveling is about experiences, recovery, enjoyment, feeling harmony, happiness, excitement but whilst feeling good you can also be doing good.

[Sign up](#)

How to become a wellbeing company

[How to Promote Wellbeing Tourism](#)[Wellbeing Assets of the South Baltic](#)[Step 1 – Sign up](#)[Step 2 – Self-evaluation test](#)[Step 3 – Upload company description](#)[Step 4 – Upload wellbeing photos](#)[The wellbeing tourism criteria](#)

Introducing Wellbeing Tourism

The purpose of this part is to introduce wellbeing tourism from the

Canadian Rockies

15 Days | Campfires, canoeing, hiking and biking in the great outdoors

★★★★★ 5 out of 5 based on 71 reviews submitted.

From **EUR €2,583**

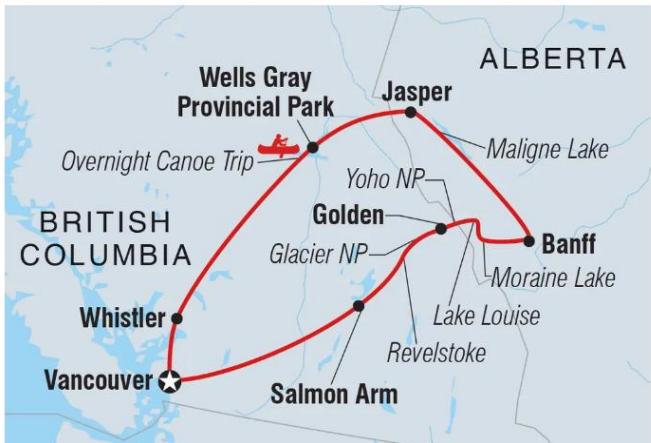
Explorer

Add to my wishlist

View dates and book



Trip overview



Start Vancouver, Canada
 Finish Vancouver, Canada
 Theme Explorer
 Destinations [Canada](#)
 Physical rating
 Style Basix
 Ages Min 15
 Group size Min 1 - Max 12
 Trip code SSOR

Itinerary

Show all



Day 1 • Vancouver

Day 2 • Whistler

Day 3 • Whistler

Day 4 • Wells Gray Provincial Park

Day 5-6 • Wells Gray Provincial Park

Day 7 • Jasper National Park

Day 8 • Jasper National Park/Maligne Lake

Wellness & Touring Ireland

WITH ILONA MADDEN – CERTIFIED TOURIST GUIDE

Services



Dublin Tours

Discover Ireland's bustling capital by foot. You will decide on your itinerary together with me, based on what your area of interest is, which highlights you want to include, how much you want or can walk. We will meet at your city centre hotel or at an arranged location in the city centre.



Full Day Tours

Discover the whole of Ireland including Northern Ireland with an experienced guide who loves to show you the real Ireland and its beauty spots. My main objective is it that you will feel well and happy throughout your holiday in Ireland and that you will create long lasting memories.



Retreats

During my retreats you will pull back from civilisation and leave the stresses of daily life behind. You will do yoga, relaxation exercises and daily meditation as well as long relaxing walks. You will also learn about good nutrition and do workshops to create new nutrition & lifestyle habits that will make

Planning Your Itinerary

Let me help you with the planning of your itinerary for your scheduled stay in Ireland.

Please note, that while I am NOT a tour operator, I can still help you with the planning of an itinerary that is enjoyable and do-able, I will make suggestions and give you links where you can book yourself, meaning you are in control of what you book. However, you might find it easier to book everything through an Irish Tour Operator, in that case, you can still ask me for my opinion or input.

I also work with all the Irish Operators and you can always request me with them as well.

[LEARN MORE](#)

The 6 Day Personal Development and Wellbeing Tour of Ireland's East and West



Enjoy a retreat at the Cliffs of Moher to encourage mindfulness and a sense of belonging. Go Fishing and meditate where the old Irish monks did between Galway and Mayo. Climb and experience an old Irish pilgrimage where St Patrick banished snakes from Ireland and self-reflect with the therapeutic sessions around the horse. Visit the home of the last kings of Ireland, self-reflect and embrace the here and now while visiting some of the most historic sites in Ireland. Ireland's Newgrange is older than Stone Henge and the pyramids, step back in time but live in the now on this Irish package tour.

► What's Included in this tour

► Day 1 – Co. Clare – Cliffs of Moher

► Day 2 – Galway – Mayo

► Day 3 & 4 – Westport – Croagh Patrick

► Day 5 – Co. Sligo – Mullaghmore – Strandhill

► Day 6 – Newgrange – Dublin



Wellbeing

Around the campfire at Charlie's Camp on the
Larapinta Trail | Graham Michael Freeman

Is your mind, body and spirit in need of some attention? Our wellbeing tours have been hand crafted to provide you with unique experiences that take you away from the stress of everyday life and teach relaxation.

These soul-detoxing trips are guided by leading holistic experts, life coaches, meditation gurus, fitness instructors and others who share a unique vision of wellbeing combined with adventure. Whether you're performing yoga as the sunrises over the Himalaya before you set out for a day's trek, or meditating atop a mountain, these trips will unify your mind, body and spirit. You'll receive advice on wellbeing and improving lifestyle for the healthiest outcomes, with opportunities to apply your learnings during the trip under the guidance of our experienced guides.

Best of all, the practises you take on will stay with you well after your trip has finished!

Read More ▾

More about Wellbeing ▾

Find your Wellbeing trip

Items: 6 ▾ Sort: Popularity ▾ 2 Trips Found



Australia

Larapinta Goddess Walk in Comfort

Activities:

Trekking & Walking Day Walks

Guided Treks & Walks

In Comfort Adventures



Australia

Cape to Cape in Luxury

Activities:

Wellbeing Trekking & Walking

Inspiration – Webdesign

Designinspiration för digitala upplevelser

Eftersom WWT ännu inte är ett företag – och därmed saknar hemsida har vi valt att lyfta fram andra goda exempel – här är ett från Sverige (men även ett par från Kanada och Irland) som fångar delar av den essens WWT vill arbeta med.

- <https://wellbeingtourism.com/for-wellbeing-hosts/>
- <https://wellbeingtourism.com/country/sweden/>
- <https://www.intrepidtravel.com/ie/canada/canadian-rockies-144869>
- <https://wellnesstourguide.ie/> (inte bra, särskilt om man riktar in sig på lyxmarknaden, webbplats och innehåll och resplan måste utstråla lyx)
- <https://wildatlantictravelco.com/product/6-day-personal-development-and-wellbeing-tour-of-irelands-east-and-west/> (inte bra, särskilt om man riktar sig till lyxmarknaden, webbplats och innehåll och resplanen måste utstråla lyx)
- <https://worldexpeditions.com/Wellbeing>

Steg 9: Lär dig och förklara de viktigaste principerna för att utforma en meningsfull, effektiv och minnesvärd turistupplevelse. Förklara filosofin bakom upplevelsen för att se till att alla förstår målet att skapa något verkligt effektivt från början till slut.

Steg 9

Lär dig hur du skapar en minnesvärd och transformativ turistupplevelse

Anmärkning: Total Tourism Experience (TTE)

Det är resultatet av sambandet mellan sex oskiljaktiga faktorer för den kompletta turistupplevelsen:

1. Resa;
2. Inkvartering/boende;
3. återhämtning;
4. Underhållning och fritid;
5. Säkerhet och hälsa.
6. Tillgång till kompletterande varor och tjänster.

Igi Global

Att göra WWT minnesvärt och transformativt

Vi tillämpar detta tillvägagångssätt för att säkerställa att Wisdom Warrior Tour ger en meningsfull resa som resonerar med besökarna långt efter att deras resa är slut. Genom att skapa en upplevelse som innehåller Irlands heliga platser, gamla helande metoder och naturlig skönhet, strävar vi efter att inspirera till djup personlig transformation och kontakt. Detta tillvägagångssätt är i linje med den växande efterfrågan på målmedvetna, hälsodrivna resor och hjälper till att positionera turnén som ett enastående erbjudande som vårdar både individuellt välbefinnande och en djup uppskattning för Irlands kulturella och miljömässiga arv.

98

Mentorskap: Skapa minnesvärda turistupplevelser

99

Mentorskap: Skapa transformerande upplevelser

100

Mentorskap: Fem stadier av transformerande resor

101

Mentorskapsanteckning: Att förstå drömstadiet + Frågor och tips

105

Att sätta lärdomar i arbete: Steg 1: Fokusera på drömstadiet – Frågor besvarade

108

Mentorskap: Fokusera på planeringsstadiet + Frågor och tips

109

Att sätta lärdomar i arbete: Steg 2: Fokusera på planeringsstadiet – Frågor besvarade

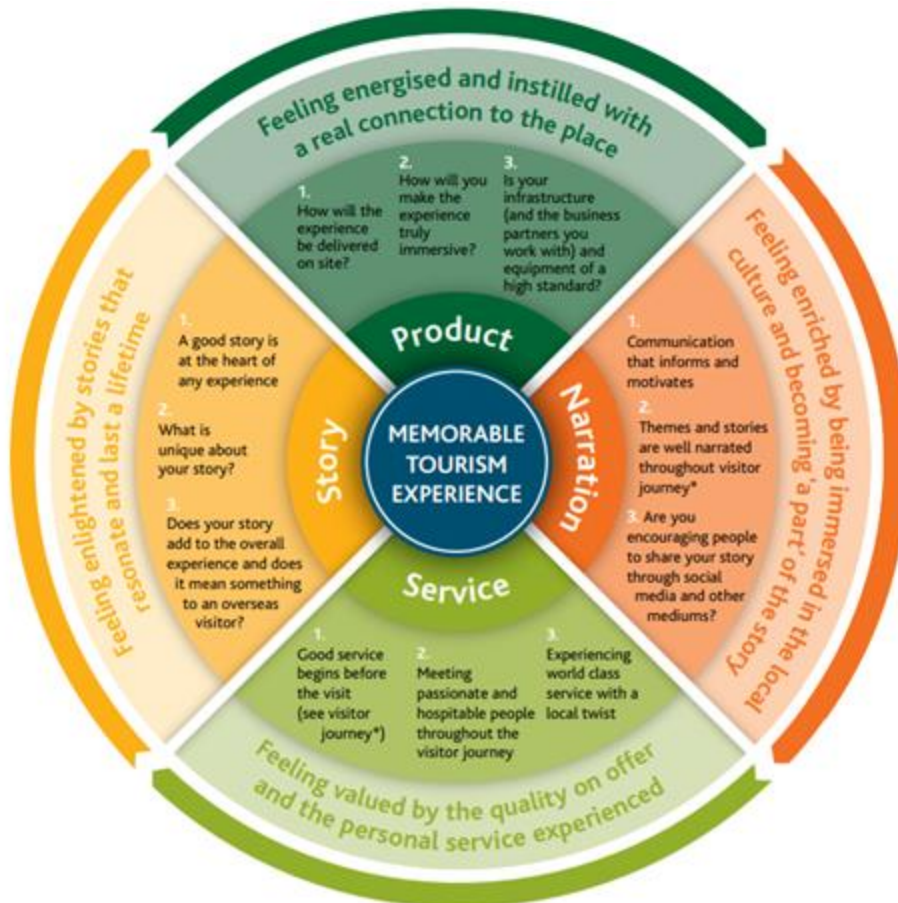
111

Att sätta lärdomar i arbete: Pilottestning (Försteg 3,4,5 Boka, uppleva och dela)

Vad innebär det att skapa en minnesvärd transformativa-upplevelse?

Att skapa en minnesvärd och transformativa turistupplevelse innebär att utforma reseerbjudanden som går utöver sightseeing genom att djupt engagera besökare på känslomässiga, kulturella och personliga nivåer. Dessa upplevelser kopplar samman resenärer med ett resmåls unika berättelser, traditioner och landskap samtidigt som de möjliggör självreflektion, tillväxt och bestående intryck. Transformativa-turism innehåller ofta element av lärande, kulturell fördjupning, personliga utmaningar och möjligheter till andlig eller känslomässig kontakt.

Skapa minnesvärda turistupplevelser



Turism – Mer än bara en plats

En produkt eller tjänst inom turism kan vara många saker – restauranger, hotell, pubar, stränder, parker eller offentliga platser. Den är ofta något konkret, det vi kan kalla "hårdvaran". Men en bra upplevelse handlar om mer än bara platsen i sig. Det är viktigt att tänka på besökarnas hela resa – från det att de börjar undersöka och boka, till själva upplevelsen på plats och hur de minns den efteråt.

Service: Nyckeln till en minnesvärd upplevelse

Service är avgörande för besökarnas upplevelse, särskilt på Irland, där gästfrihet är en av våra största styrkor. Det är människorna som gör skillnaden – en bra service kan lyfta en upplevelse, medan en dålig service kan förstöra den. Om platsen eller produkten är "hårdvaran", kan vi se servicen som "mjukvaran" – det som ger liv åt upplevelsen.

Berättelser: Det som gör upplevelsen oförglömlig

Berättelser är det som får en upplevelse att sticka ut och bli något mer än bara ett besök. Genom berättelser blir en plats levande och minnesvärd. Berättelser behöver inte alltid vara muntliga – de kan också förmedlas genom bilder, design och atmosfär.

Berättande: Hur du engagerar dina gäster

Berättande handlar om hur du kommunicerar med besökarna, både innan de kommer och under deras vistelse. Din berättelse är det unika du har att erbjuda, och sättet du delar den på avgör hur den tas emot. Ett genomtänkt berättande kan göra hela skillnaden – från en vanlig resa till en upplevelse de aldrig glömmet.

Skapa minnesvärda turistupplevelser

Syftesdrivet resande: Framtidens konkurrensfördel

Dagens konsumenter söker mer än bara en resa – de vill ha upplevelser som gör skillnad. Vi rör oss mot en syftesdriven ekonomi, där hållbarhet och balans mellan människor, plats, planet och vinst står i fokus.

En möjlighet att leda utvecklingen

Resenärers förväntningar förändras, och omvälvande resande är svaret på den trenden. Det ger en unik chans att skapa djupare, mer meningsfulla upplevelser – och samtidigt bygga en starkare konkurrensfördel i en föränderlig marknad.

Insikter från forskningen: Vad resenärer vill ha

Efter Covid har resetrenderna förändrats och format varumärkespositionen *Travel for a Good Purpose*. Viktiga insikter visar att:

- Resenärer efterfrågar varumärken som har en tydlig mening, speglar deras värderingar och bidrar till positiv förändring i samhället.
- Särskilt Gen Z och Millennials prioriterar syftesdrivna varumärken, och den trenden ser ut att fortsätta med framtida generationer.
- Europa har en unik möjlighet att stärka sin position genom att erbjuda omvälvande reseupplevelser som känns genuina och meningsfulla.

Att satsa på syftesdrivet resande är inte bara en trend – det är en väg mot en mer hållbar och framgångsrik framtid inom turism.



SELF



- Mental wellbeing.
- Grow and evolve by discovering, learning and having a deeper understanding.
- Create and innovate.



- Physical wellbeing.
- Feel energised, active, motivated and challenged.
- Encourage healthy, positive lifestyles.



- Emotional wellbeing.
- Feel a sense of belonging and connection to others.
- Contribute to something greater than yourself.

WORLD



- Make the world better.
- Promote progress, freedom, equality, diversity, tolerance.
- Eliminate poverty and discrimination.



- Participate in an engaged community based on shared positive values.
- Bring people together in an inclusive, proud and supportive society.



- Care for, contribute to and protect our natural environment.
- Educate and raise awareness to create advocacy and action.

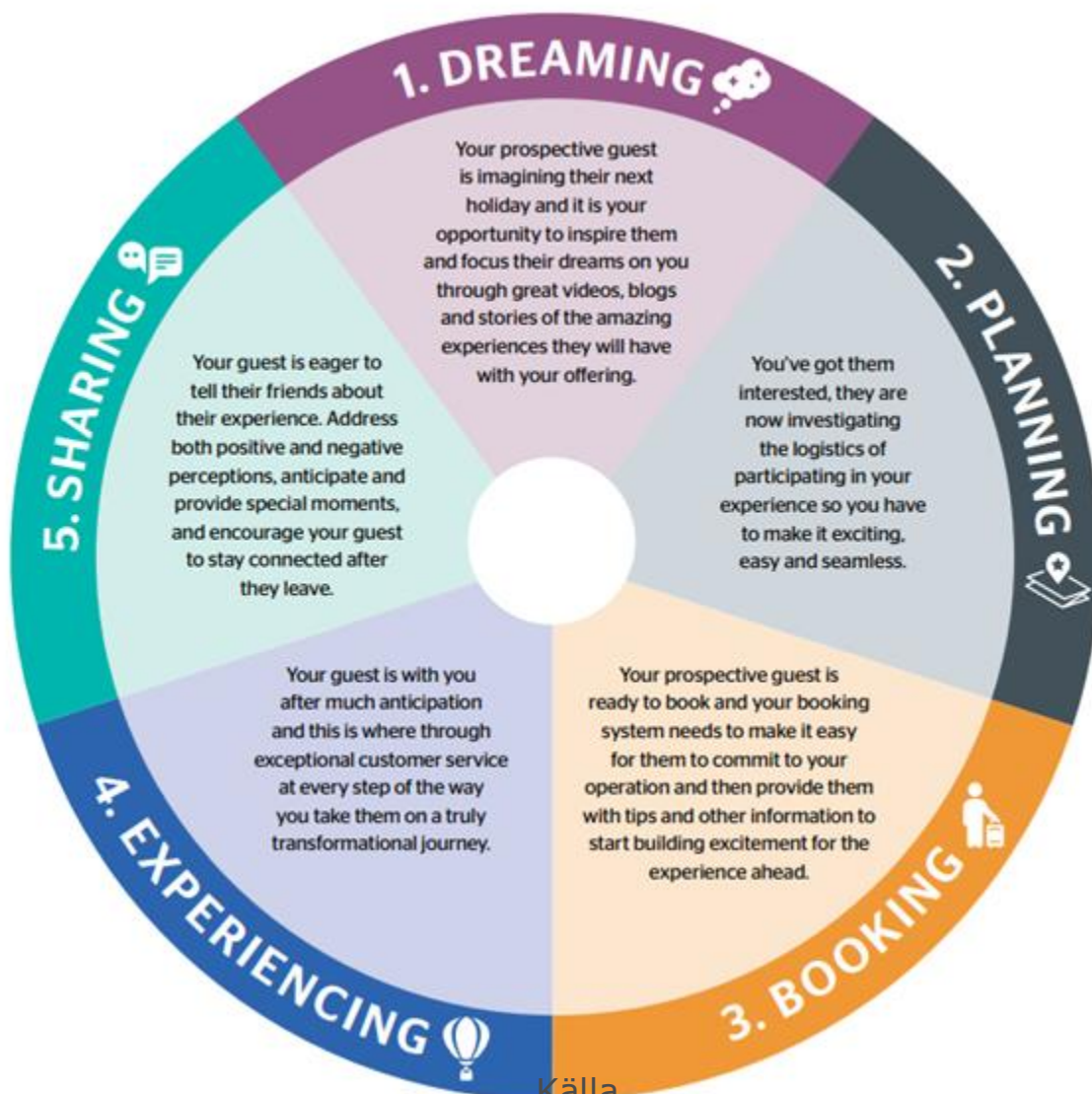
Resans beståndsdelar

De fem grundläggande förväntningar hos resenären

Dina resenärer börjar sin reseupplevelse långt innan de är med dig fysiskt. Deras resebehov kan delas in i fem steg, vilket gör att du bättre kan förstå deras behov och vad du behöver göra i varje steg för att leverera en verkligt omvälvande upplevelse. De fem viktigaste förväntningarna hos gästerna inkluderar att resan är...

- Enkel (att förstå, boka, uppleva...)
- Bekväm
- Sammanhängande
- Inspirerande och
- Stärkande

I det här avsnittet går vi igenom planerings- och drömstadierna och hur varumärket och innehållet kan utvecklas för att bli minnesvärt.



Källa

Fokusera på dröm- och planeringsfasen!

Hur företaget "walkabout cultural adventures" levererar omvälvande upplevelser under alla fem etapper av resan:

DREAMING  Dreaming is where travellers imagine or aspire to the possibility of escaping their everyday. Through simply crafted images and words, the Walkabout Cultural Adventures website and social media content communicate a feeling of warmth and genuine connection with the local Aboriginal people and their country. The central messages are the opportunities for guests to feed their minds by learning about cultural history and practices and the natural environment and the personalised approach of the tours.	PLANNING  Planning is where travellers investigate what a trip might be more concretely, although they haven't committed yet. Guests are well informed of what to expect with tour highlights and suggestions on what to bring to make the most of their experience. The website introduces the tour guides, sharing personal insights and their aspirations. This content assures guests of an authentic experience with the Kuku Yalanji people and creates a sense of anticipation for the experience ahead.
--	--

Checklista för drömmande

Starka budskap och bred räckvidd

- ☐ Vår verksamhet bygger på ett tydligt och kraftfullt varumärkesbudskap som speglar principerna för att resa med omtanke och syfte.
- ☐ För att inspirera och engagera skapar vi innehåll i olika format – text, video och foto – anpassat till relevanta språk och målgrupper.
- ☐ Vi sprider vårt innehåll på plattformar där det gör störst skillnad, från webbplatser och sociala medier till reserecensionssidor, och säkerställer att vi når rätt publik på våra globala marknader.
- ☐ Genom nära samarbete med våra branschpartners lär vi känna våra gäster bättre och stärker vår räckvidd, så att fler kan ta del av meningsfulla och berikande reseupplevelser.

Checklista för planering

En digital närvaro som inspirerar och tryggar

- ☐ Vår digitala närvaro – från webbplats till sociala medier – hjälper gäster att föreställa sig den omvälvande upplevelse de kommer att få med oss.
- ☐ Både vår digitala och fysiska närvaro speglar vårt varumärkesbudskap och syfte, där resande med omtanke och goda principer står i fokus.
- ☐ Vi säkerställer att all viktig information finns tillgänglig digitalt, så att gäster känner sig trygga i att boka hos oss – från prissättning och säkerhet till kost och packningstips.
- ☐ Vår webbplats är lätt att navigera och utformad för en smidig användarupplevelse.
- ☐ Genom sökmotoroptimering och närvaro på rätt plattformar ser vi till att våra erbjudanden når ut på de sökmotorer och kanaler som våra målmarknader föredrar.
- ☐ Vi anpassar vår digitala och fysiska närvaro efter marknadens nyanser – från språk och tonalitet till innehållsstil och kanaler – för att skapa en relevant och engagerande upplevelse för våra globala gäster.

Drömfasen *här är du*

Inspiration och strävan

Att drömma är där resenärer föreställer sig eller strävar efter möjligheten att fly från sin vardag. Resenärer hänvisar till annonser, publikationer, sociala medier, positiva ord från vänner och familj, turistwebbplatser, rese- och livsstilsprogram och minnesvärda reklamkampanjer eller innehåll som triggar deras fantasi. Du stödjer Dreaming genom de upplevelser du levererar till gäster och det innehåll du utvecklar som visar upp dessa upplevelser.

Använd ditt onlineinnehåll för att bygga din profil och inspirera genom din berättelse. Samarbeta med dina fysiska och digitala communities för att sprida budskapet.

Viktiga frågor

1. Hur får du gästerna att tänka på dig?
2. Vänder sig gästerna till dig lika mycket som dina nationella konkurrenter? Varför skulle de välja dig framför dina konkurrenter? Har du kollat dina recensioner i jämförelse med dina konkurrenter? Hur är det med dig?
3. Hur står sig dina erfarenheter jämfört med några av dina internationellt prisbelönta konkurrenter? Har ni gjort en del benchmarking på de större marknadsaktörerna? Hur kan du matcha eller gå upp i nivå?
4. Vad ska dina gäster tänka, känna, säga om dig?
5. Samarbetar du med andra i din bransch, särskilt de som kompletterar eller gör detsamma? Engagerar du dig i ditt lokala, regionala eller nationella turistnätverk?
6. Hur kan du nå fler gäster på ett sätt som resonerar med dem?
7. Hur är ni klimatmässiga, miljövänliga, socialt ansvarstagande eller hållbara? Är ditt hållbarhetsåtagande starkt genomgående i ditt innehåll?

Tips

1. **Ge din upplevelse liv:** Driv starkt digitalt innehåll och marknadsföring: sociala medier, regelbundet blogginnehåll. Förstärk ditt varumärkes syfte, fördelarna, varför du är unik genom storytelling
2. **Håll ett öga på dina kollegor och konkurrenter:** om de får fler gäster, omvärdera och förstå vad du kan göra för att få fler gäster genom din dörr. Se vad folk gillar och inte gillar eller vad som saknas genom att kolla in recensioner, vanliga frågor etc. Men fortsätt också att hitta inspiration från hur dina kollegor och konkurrenter lokalt, nationellt och utomlands driver innehåll och leta efter sätt att göra mer.

Drömfasen

Inspirera och sträva

Tips

3. **Skapa ett syftedrivet varumärkesbudskap:** definiera din varumärkesberättelse – vad du vill att dina gäster ska föreställa sig när de tänker, säger och känner för dig. Använd miljö- eller välbefinnandeprioriteringar i ditt varumärkessyfte, resa för gott, som grund (inspirera, visa hur du tar hand om miljön, växer samhället, mental hälsa, främjar mänsklighet och personlig utveckling). Injicera din egen personlighet och spela på din historia och dina värderingar.
4. **Omfamna din bransch:** arbeta med andra lokala företag, lokala råd, RTO:er, internationella handels- och mediepartners, kom i kontakt med lokala nätverk, lokala myndigheter och liknande nätverk som är relaterade till ditt företag (t.ex. miljö-, social-, ungdoms-, äventyrsnätverk) för att förstå vad dina gäster letar efter och utöka din räckvidd.
5. **Dela din profil:** leta efter möjligheter att profilera din upplevelse på turistwebbplatser (t.ex. Discover Ireland, Ireland's Hidden Heartlands eller lokala RTO-webbplatser), tidskrifter, samhällsgrupper och relevanta livsstils- eller upplevelserelaterade program och besökande journalist- och introduktionsprogram.
6. **Stöd bredare initiativ som rör ditt företag:** initiativ på regional, lokal, regional och nationell nivå som stöder din typ av mål och verksamhet för att skapa medvetenhet, öka intresset och inspirera – vilket utökar din räckvidd avsevärt



Drömfasen

Inspirera och sträva

Tips

1. **Grunderna för webbplatsen:** se till att din webbplats är smakfull och attraktiv, använder sig av bilder och är optimerad för flera plattformar och sökmotorer som är relevanta för dina målmarknader.
2. **Notera tonfallet som används på din webbplats:** det sätter gästernas förväntningar på det du erbjuder. Se till att det är välkomnande och lämpligt för din upplevelse.
3. **Gör det enkelt:** för att hitta information om din upplevelse och eventuella alternativ du erbjuder. Inkludera en "boka nu"-knapp på din webbplats för att driva gäster till bokningsfasen.
4. **Länk till recensioner:** Gör det enkelt för gäster att läsa recensioner av din tjänst. De kommer att göra detta oavsett.
5. **Vädja till dina gästers känslor:** Hjälプ dem att föreställa sig och förutse upplevelsen och hur de kommer att förändras av den.
6. **Ge upplevelsen liv:** berätta för dem vilka höjdpunkterna i upplevelsen kommer att vara. Använd känslomässigt språk, bilder och video för att hjälpa dem att känna och förutse dessa höjdpunkter och hur de kan förändras av upplevelsen. Använd citat från andra gäster för att lägga till autenticitet.
7. **Dela med dig av berättelsen om hur du är en del av en större gemenskap:** oavsett om det är regionalt eller kulturellt, och hur din upplevelse knyter an till den större gemenskapen.
8. **Berätta för dina gäster om dina värderingar och vad du gör för att stödja dem:** var genuin och autentisk och spegla dina passioner. Detta kan inkludera hållbarhet, hantering av miljön, stöd till samhället, etc. Inkludera innehåll för hur dina gäster kan engagera sig eller bidra, kanske under sin vistelse eller som en del av sitt vanliga liv.
9. **Använd sociala medier:** för att lyfta fram berättelsen om den upplevelse du erbjuder gästerna och hur det förändrar dem. Dina inlägg är mer effektiva om de speglar dina egna passioner och värderingar i linje med den upplevelse du erbjuder dina gäster. Se till att dina sociala mediekkanaler är relevanta för dina utvalda internationella målmarknader.

Drömfasen

Svar på frågor

1. Hur får du gästerna att tänka på dig?

WWT kan fånga uppmärksamheten genom att betona sina unika transformativa-upplevelser, autentiska irländska läketraditioner och sin koppling till de fantastiska landskapen i nordvästra Irland. Med hjälp av en blandning av övertygande storytelling, riktade digitala marknadsföringskampanjer och partnerskap med regionala turistbyråer kan WWT etablera sig som ett framstående alternativ för resenärer som söker välbefinnande och kulturell berikning. Engagerande kampanjer i sociala medier med bilder bakom kulisserna av rundturer, vittnesmål och visuellt slående innehåll kommer att skapa medvetenhet.

2. Ser gästerna lika mycket på dig som dina nationella konkurrenter?

WWT skapar en nisch genom att fokusera på välbefinnandeturism med ett syftesdrivet tillvägagångssätt, vilket skiljer det från många konkurrenter. Medan andra irländska researrangörer kan erbjuda kultur- eller naturupplevelser, säkerställer WWT:s fokus på läkning, välbefinnande och hållbarhet att det tilltalar en växande global publik som söker meningsfulla, återställande reseupplevelser.

3. Varför skulle de välja dig framför dina konkurrenter?

Gästerna skulle välja WWT eftersom det erbjuder:

- En unik blandning av kulturell fördjupning och personligt välbefinnande.
- Tillgång till heliga platser och gamla irländska traditioner som andra leverantörer kanske förbiser.
- Upplevelser guidade av en kunnig och passionerad lokal expert, Blaithin Sweeney, som erbjuder personlig kontakt och insikt.
- Engagemang för hållbarhet, stöd till lokala samhällen och miljövänliga metoder.

4. Har du kollat dina recensioner i jämförelse med dina konkurrenter? Hur är det med dig?

Att regelbundet övervaka och jämföra recensioner på nätet (Google, TripAdvisor och sociala medieplattformar) kommer att ge insikt i områden där WWT utmärker sig eller behöver förbättras. Positiva recensioner som lyfter fram turernas transformativa och autentiska karaktär kan visas upp, medan konstruktiv feedback kan vägleda förfining. Konkurrentrecensioner bör också analyseras för att identifiera luckor i deras erbjudanden som WWT kan fylla.

5. Hur står sig dina erfarenheter jämfört med några av dina internationellt prisbelönta konkurrenter?

Avloppsreningsverket bör jämföra sig med internationellt erkända aktörer genom att utvärdera följande:

Tematisk unikheter (turism med fokus på välbefinnande och läkning).

Kvaliteten på gästupplevelsen, inklusive storytelling, boende och aktiviteter.

Hållbarhetsinitiativ, vilket säkerställer anpassning till global bästa praxis. Även om det är mindre i skala kan WWT positionera sig som en premiumleverantör av butiker med ett hyperlokalt, personligt tillvägagångssätt för att konkurrera med större aktörer.

Drömfasen

Svar på frågor

6. Har du gjort en del benchmarking på de större marknadsaktörerna? Hur kan du matcha eller gå upp i nivå?

Benchmarking kan innebära att man studerar:

- **Kundresekartor** över konkurrenter för att förbättra digitala och fysiska kontaktpunkter.
- **Prisstrategier**, vilket säkerställer att WWT är konkurrenskraftigt prissatt samtidigt som det återspeglar dess värde.
- **Marknadsföringstekniker**, t.ex. genom att utnyttja storytelling och visuellt tilltalande innehåll. WWT kan ta sig till nästa nivå genom att integrera förstärkt verklighet för storytelling, samarbeta med hälsoinfluencers och fokusera på certifieringar för ekoturism för att locka medvetna resenärer.

7. Vad ska dina gäster tänka, känna och säga om dig?

Gästerna bör:

- **Tänk:** "WWT är en unik, syftesdriven och transformativ upplevelse".
- **"Känsla:** Avslappnade, inspirerade och kopplade till sig själva och Irlands arv.
- **Säg:** "Det här var mer än en resa – det var en helande och meningsfull resa som jag aldrig kommer att glömma."

8. Samarbetar du med andra i din bransch, särskilt de som kompletterar eller gör detsamma? Engagerar du dig i ditt lokala, regionala eller nationella turistnätverk?

Att samarbeta med lokala hantverkare, gästfrihetsleverantörer och regionala turistbyråer kommer att förbättra WWT:s rykte som ett samhällsfokuserat företag. Partnerskap med kompletterande leverantörer (t.ex. spa-resorter, yogainstruktörer) kan utöka utbudet och locka olika målgrupper. Att aktivt delta i nationella turisminitiativ som Fáilte Irelands hälsoprogram kan öka synligheten.

Drömfasen

Svar på frågor

9. Hur kan du nå fler gäster på ett sätt som resonerar med dem?

För att nå ut till gästerna på ett effektivt sätt måste man göra följande:

- **Storytelling** i sociala medier som lyfter fram personliga förvandlingar och autentiska ögonblick.
- **Samarbeten** med hälsoinfluencers som ligger i linje med WWT:s uppdrag.
- **Personliga e-postkampanjer** med exklusiva erbjudanden och innehåll bakom kulisserna.
- **Utnyttja SEO/SEM** för att se till att WWT visas framträdande i sökningar efter irländska wellness-retreats eller helande turer.

10. Hur är ni klimatismässiga, miljövänliga, socialt ansvarstagande eller hållbara? Är ditt hållbarhetsåtagande starkt genomgående i ditt innehåll?

WWT kämpar för hållbarhet genom att:

- **Inköp av lokalt producerade** varor och boende.
- **Främja resemeter** med låg miljöpåverkan och miljömedvetna aktiviteter som födosök.
- **Samarbeta med lokalsamhällen** för att direkt stödja bevarandet av kultur och kulturarv.

Detta åtagande måste uttryckligen vävas in i digitalt innehåll och visa upp initiativ som koldioxidkompensation, samhällsprojekt och vittnesmål från lokala partner. Resenärer bör se hållbarhet som en hörnsten i WWT, i linje med sina värderingar och öka sitt förtroende för varumärket.

Planeringsfasen

Undersök och fantisera

Det är i planeringen som dina potentiella gäster börjar undersöka de olika alternativen för den semester de har drömt om. Din roll är att flytta dem från "Planering" till "Bokning" genom att vädja till deras känslor: hjälp dem att föreställa sig hur du kan ge dem den ultimata omvälvande semesterupplevelsen de längtar efter.

Din webbplats, dina sociala medier och dina gästrecensioner kommer att ha störst inflytande på potentiella gäster. Om du tilltalar dina gästers önskan om omvälvande upplevelser genom din webbplats, sociala medier och recensioner är det mer sannolikt att de bokar med dig.

Exempel: "Curate your stay" är inbjudan på Calile Hotels hemsida. Innehållet och bilderna väver berättelser kring välbefinnande, ögonblick av upptäckter, oväntade äventyr och möten för att ge en känsla av förväntan om vad som är möjligt när man bor på Calile. För att inspirera gästerna att stanna ett tag erbjuder ett "friends of Calile"-program gäster som bokar direkt 10 % rabatt i ett urval av James Streets butiker och restauranger som delar en passion för kundupplevelsen.

"I ett liv som är fullt av input är ibland det bästa du kan göra att trycka på pausknappen. Vi förstår att din dag måste vara mer än bara en sekvens av nödvändiga händelser. Låt oss hjälpa dig att omvandla din stilleståndstid till drifftid."

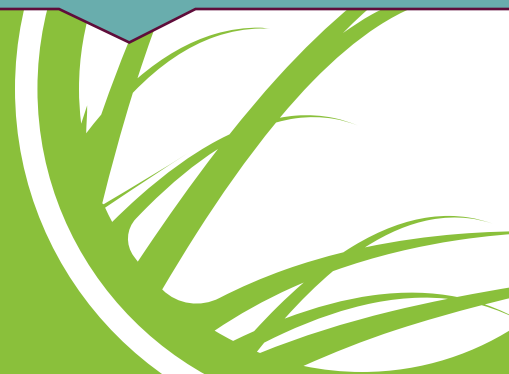
Calile är ett bra exempel på att sätta gästen i centrum för upplevelsen på ett sätt som tilltalar deras sinnen, uppmuntra till bokningar och opinionsbildning

Viktiga frågor

1. Hur vädjar du till dina gästers värderingar för att differentiera din upplevelse?
2. Hur kommunicerar du ditt unika försäljningsförslag och den verkliga smaken av Irland på en konkurrensutsatt global marknad?
3. Hur tar du itu med problem som dina gäster kan ha som skulle hindra dem från att välja dig?
4. Hur hjälper du dem att föreställa sig höjdpunkterna i upplevelsen de skulle ha med dig och hur den kommer att förändra dem?
5. Dina gäster planerar en semester, inte bara en enskild upplevelse – hur länkar du till andra lokala upplevelser för att berika deras besök och bygga upp en känsla av att de är på väg att upptäcka en gemenskap?

Planeringsfasen

Undersök och fantisera



1. Hur vädjar du till dina gästers värderingar för att differentiera din upplevelse?

WWT vädjar till gästernas värderingar genom att fokusera på äkthet, välbefinnande, hållbarhet och kulturell fördjupning. Gäster som söker meningsfulla och transformativa reseupplevelser kommer att resonera med WWT:s engagemang för att koppla dem till gamla irländska traditioner, helande metoder och miljövänliga resor. Att lyfta fram personlig tillväxt, samhällspåverkan och miljöförvaltning särskiljer WWT på en överbefolkad marknad och anpassar varumärket till medvetna resenärer som värdesätter välbefinnande och kulturell berikning.

2. Hur kommunicerar du ditt unika försäljningsförslag och den verkliga smaken av Irland på en konkurrensutsatt global marknad?

WWT:s unika försäljningsargument är dess blandning av gamla irländska läketraditioner med uppslukande kulturella upplevelser mitt i de hisnande landskapen i nordväst. Så här kommunicerar du detta:

- **Använd övertygande storytelling** i digitala kampanjer som lyfter fram personliga omvandlingar och kopplingen till Irlands heliga platser.
- **Utnyttja fantastiska bilder** av landskap, aktiviteter och boende i sociala medier, webbplatser och marknadsföringsmaterial.
- **Samarbeta med influencers** eller reseskribenter för att visa upp turnén som en exklusiv, transformativ-resa.
- **Betona den lokala anknytningen** – en autentisk guide, intimitet i små grupper och stöd för lokala företag – som ger en genuin smak av Irland.

3. Hur tar du itu med problem som dina gäster kan ha som skulle hindra dem från att välja dig?

Potentiella problem kan vara:

- **Pris:** WWT bör tydligt kommunicera värdet av sina erbjudanden, såsom personlig uppmärksamhet, unik tillgång till heliga platser och hälsoförmåner, samtidigt som de erbjuder flexibla bokningsalternativ.
- **Hållbarhet:** Lyft fram de miljövänliga metoder som är inbäddade i varje aspekt av upplevelsen.
- **Tillgänglighet:** Säkerställ inkludering genom att tillhandahålla detaljerade resplaner, ta itu med mobilitetsbehov och erbjuda alternativ för olika konditionsnivåer.
- **Förtroende:** Använd vittnesmål, fallstudier och gästrecensioner för att bygga upp förtroende. Inkludera transparenta policyer för avbokningar eller ändringar.

Planeringsfasen

Undersök och fantisera

4. Hur hjälper du dem att föreställa sig höjdpunkterna i upplevelsen de skulle ha med dig och hur den kommer att förändra dem?

För att inspirera potentiella gäster:

- **Använd uppslukande innehåll** som videorullar av besök på heliga platser, gruppläkningssessioner och kulturella upplevelser.
- **Dela berättelser** om förvandling från tidigare gäster genom bloggar, vittnesmål eller inlägg på sociala medier.
- **Skapa en resplan** för vardagen med levande beskrivningar av aktiviteter, måltider och boende, vilket hjälper gästerna att föreställa sig sin resa.
- **Lyft fram de personliga fördelarna**, som att känna sig föryngrad, få nya perspektiv och få en djup kontakt med Irlands andliga arv.

5. Dina gäster planerar en semester, inte bara en enda upplevelse – hur länkar du till andra lokala upplevelser för att berika deras besök och bygga upp en känsla av att de är på väg att upptäcka en gemenskap?

WWT kan berika gästernas resor genom att:

- **Samarbeta med lokala attraktioner** som hantverksbutiker, kulturarvscentra eller konstgallerier för att erbjuda ytterligare aktiviteter.
- **Inklusive valfria tilläggsupplevelser**, som guidade vandringar, tångplockning eller traditionella irländska musiksessioner, som kompletterar kärnturnén.
- **Marknadsföra samarbetspaket** med närliggande boenden, restauranger och andra hälsoleverantörer för att skapa sömlösa semesterplaner.
- **Skapa en digital guide** som introducerar gästerna till samhället i stort och ger rekommendationer för lokala evenemang, bondemarknader och kulturfestivaler.

Detta tillvägagångssätt hjälper gästerna att känna att de inte bara besöker, utan blir en del av en gemenskap.

De 3 sista etapperna – Boka, Uppleva och Dela

Mentorskapet avslutas här när vi förbereder oss för vårt första pilottest som kommer att inkludera 7+ gäster från profilerna. Provgästerna kommer att ge feedback, sedan planerar vi att fortsätta med de sista 3 stegen Boka, Uppleva och Dela när upplevelsen kommer till de slutliga utvecklingsstadierna så att den är redo för Boka, Uppleva och Dela. Men vi måste först få till den rätta upplevelsen. Så det här pilottestet är nyckeln till att säkerställa att vår upplevelse är i linje med vad vi och våra gäster förväntar oss att den ska vara, stryka ut eventuella problem eller utmaningar, effektivisera där vi behöver och göra andra ytterligare ändringar



ERFARENHET PÅ GRÄSROTSNIVÅ I Irland

Wisdom Warrior Tour

För: Bláithín Sweeney
Mentor: Laura Magan
Företag: Momentum, Irland
Datum: november 2024

Följ vår resa

