

OUR VISION

A

WORLD-CLASS
NORDIC HOTEL
COMPANY



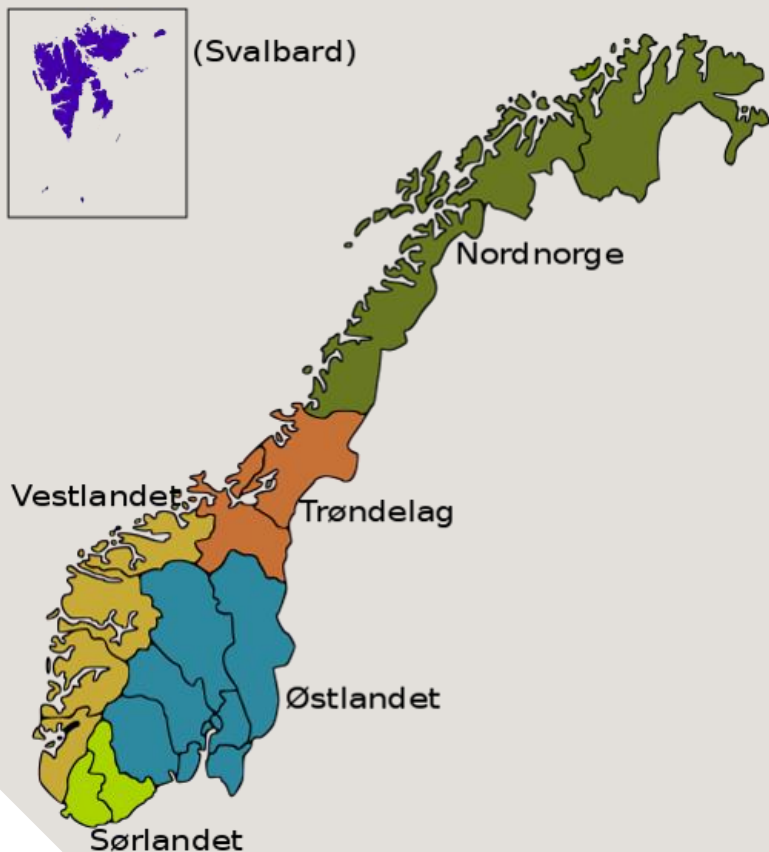
Scandic



Gode serviceopplevelser!

Kan offentlig og kommunal sektor lære noe av hotellbransjen?

Paralleller – hotellbransjen versus offentlig og kommunal sektor



- Førstelinjetjenester – sentralbord, servicetorg, informasjon, resepsjon
- Veiledning om ulike tjenester, tilbud
- Kunnskap om anskaffelser, HMS, skjenkebevillinger, aktiviteter lokalt, severdigheter, arrangementer
- Informasjon på nettet, sosiale medier, web kommunikasjon, bestillinger på nett
- Velkomstpakker, media, idrett, kultur, billetter
- Håndtering av mennesker fra vugge til grav



Hva bidrar til god service?
Tilstedeværelse • engasjement • glød • smil • empati
glede • inkludering • kommunikasjon

Strategisk kommunikasjon

- på lag med de som vil oss vel



Hvilken rolle har kommunikasjon spilt for utmerkelsene Scandic Elgstua har fått, og hva gjør vi for å yter god service?



Hvordan møter vi hverandre, gjesten, kunden og omverden?



- **Vi kommuniserer aktivt**
 - vi møter blikket, vi sier hei, velkommen, god morgen, hyggelig å se deg, kan jeg hjelpe
 - forteller om våre tjenester, om vår regionen, vi svarer, er proaktive
 - vi er lyttende, vi viser omsorg, vi er tilstedeværende, synlig, hjelpsomme
 - vi stiller opp og byr på vår kunnskap
- **Vi er ærlig i vår kommunikasjon**

Internkommunikasjon



Managing by walking around

- Informasjon og involvering
- Personalprat hver dag
- Vi kommuniserer til og ikke om
- Driftsmøter, avdelingsmøter og allmøter – her gir vi informasjon, involverer og kvalitets sikrer
- Kurs og opplæring der alle kan delta
- Åpen dør

Kjedekommunikasjon – opp mot «storebror»

De med markedsuskler hjelp oss



Vi benytter alltid mulighetene

- Vi er «på» ovenfor de som vil oss vel
- Vi informere og involver
 - Vi sørger for at de som er viktige for oss vet hva vi tilbyr
 - Hva vi står for, og hva vi gode på
 - Vi forteller hva vi gjør for fellesskapet, deler med oss og inkluderer
 - Vi svarer på mail, vi er aktive, vi ber om råd, vi takker for svar, gir feedback, vi stiller opp, vi inviterer og deler

God kommunikasjon med samarbeidspartnere



DORA THORHALLSDOTTIR KOMMER
- GJØR DU?

DAMENES AFTEN

SCANDIC ELGSTUA TORSDAG 16. APRIL KL 18.30

Dora har satt opp kritikerroste «Det var ikke sånn det skulle bli», på Latter, Aker Brygge. Showet har gått for fulle hus både der og ute på Norgesturné. Hun ble også nominert som årets stand-up komiker for Komiprisen på NRK i 2014. Dora er søster til Elverumsvennen Bjørg Thorhallsdottir.

Vi får oppleve fantastisk foredragsholder og en sprudlende konferansier.

FOREDRAG • MOTEVISNING • SALGSSTAND • BOBLER I GLASSET • KANAPEER • GEVINSTER TREKES PÅ BILLETEN • SKYSS HJEM I NÆROMRÅDET FOR DE SOM ØNSKER DET

Kr 395 pr pers. Billettsalg Scandic Elgstua.

Scandic
ELGSTUA

VÅRE SAMARBEIDSPARTNERE

madame chic ELVERUM SPORT BILSALE AS ELVERUM HUDPLEIE MADONNA FRISØRNE AS

SportsClub VITA ELVERUM HÅNDBALL ELVERUM FOTBALL 1907 Presis

TILBORDS Norwegian Expedition kitch'in AMFI ELVERUM

Samarbeid på tvers av bransjer

- Hvordan kan vi sammen bidra til å fylle Elverum
- Arrangementer; Damenens aften, fagseminar, mat- og vinkvelder
- Samarbeidspartnere; museum, hotell, kjøpesenter, høyskole, politi, brannvesen, foreninger, andre kommuner og fylker
- Hvem gjør noe vi kan lære av?

Kommunikasjon gjennom annonsering og redaksjonell omtale



Spis frokosten hos oss eller kanskje kombinere møtet ditt med frokost?

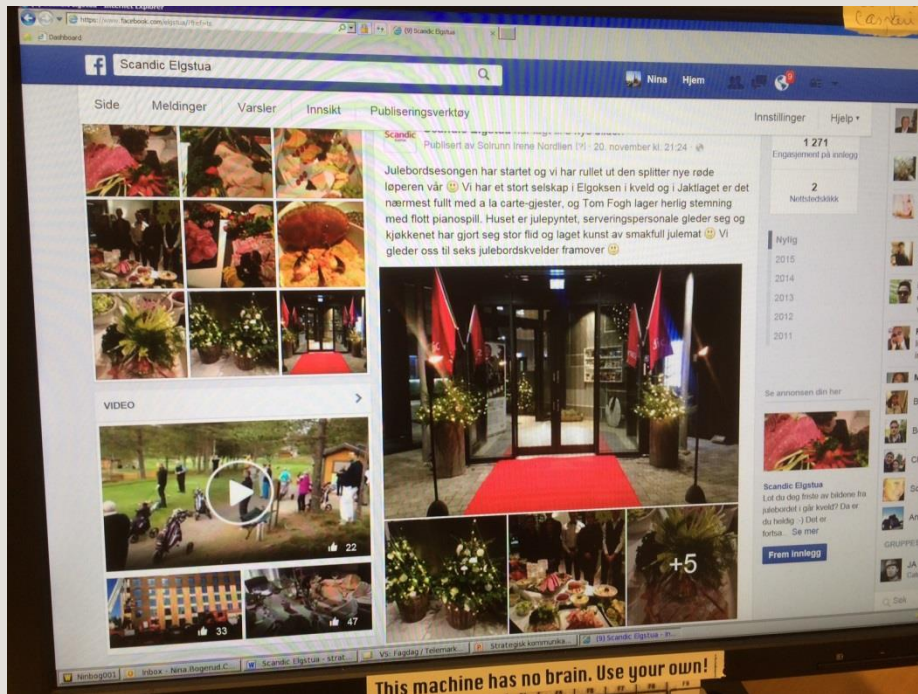
Scandic
ELGSTUA

Lite - men målrettet annonsering

- Aviser
- Magasiner - fagblader
- Arrangementsannonsering
- Vi bruker lokal og regional presse
 - Der vi annonserer, forteller vi ALLTID om hva vi er gode på
 - Vi bruker superlativer som; herlig, nydelig, spennende, smakfull, gode, festlig, lekre, beste - fordi vi mener det

Scandic

Sosiale medier – ekstern og intern glede



Kommunikasjon for unge og eldre

- Kommunikasjon i sosiale medier er viktig, men ikke for mye
- Engasjerende innslag som fenger – «gladsaker», fornøyde ansatte, Norges..., Hedmark..., Elverums beste
- Vi har intern facebook-gruppe – her kommuniseres skryt, bilder, salgsresultater, vi inkluderer og viser action

Lokal og nasjonal medieomtale er viktig



The winning team

- Alle vil ta del i «the winning team»
- Positiv kommunikasjon gir kunden lyst til å prøve produktet
- Det gir ansatte lyst til å gjøre en god jobb
- Det gir potensielle arbeidssøkere lyst til å jobb hos oss
- Det gir positiv oppmerksomhet
- Det gir et troverdig budskap

Spiller på lag med de som vil oss vel

Positive og aktive bidragsytere



Nyanserte, proaktive, kreative



Scandic

Sponsorkommunikasjon gir «B2B»



«Bredde og topp» er like viktig

- Gjennom aktiviteter i regi av partnere når vi felles kunder
- Det gir oss mulighet til å kommunisere vårt budskap til idrett og kultur: golf, håndball, fotball, hockey, sangkor, barneidrett m.m.

Kommunikasjon gjennom markedsaktiviteter

ALLTID

med, positiv, et budskap, på, engasjert, smilende



- Midt i matfatet
- Reiselivsmesse
- Jakt- og fiskedager
- Kommuneaktiviteter
- Workshops
- Scandic kjedeaktiviteter
- Frokostmøter
- Håndball, fotball, golf
- Smaksfestivalen

Sosialt engasjement gir positiv kommunikasjon



Gjør de riktige tingene – fortell hva du gjør

- NAV, TEPAS, Tunet
- NHO – Ringer i vannet
- Flyktninger – språkutvikling
- Redd Barna, Kreftaksjonen

Markedsmateriell



Fortell det glade budskap - på alle arenaer

...snik det inn...

- På flyere, i annonser, på roll-ups
- I egne lokaler, på messer, idrettsarenaer, i konferansesal, i butikker, på kjøpesenter, på Kiwi, i kommunehuset, hos frisøren, i postkassen til naboen, ved kundebesøket

Ansatte – den viktigste ressurs for å lykkes



La de ansatte vite at de gjør forskjellen

- Ambassadører
 - Opparbeid en god «stammekultur»
 - Positive og stolte
 - Involver, premier og gi ansvar
 - «Døtt» dem foran der de vil
 - Vær bevist i all kommunikasjon
 - Del gleden, stoltheten og suksessen

Offentlig og kommunal sektor – hva nå ? Det er bare å gjøre det !



OUR MISSION

CREATE
GREAT
HOTEL
EXPERIENCES
FOR THE
MANY
PEOPLE



Scandic