

dTour - Digitalisering för att främja små och medelstora företag inom turism och besöksnäring

II01: En Inledande Analys och Riktmärke för Nuvarande Digitala Verktyg Inom Turism och Besöksnäring



Om dTour-projektet

Europa är världsledande inom internationell turism och gästfrihet och är en viktig drivkraft för Europeiska unionen. I dag använder mer än 95 procent av resenärerna digitala resurser under sin resa. Enligt World Economic Forums initiativ för digital omvandling förväntas digitaliseringen inom flyg, resor, turism och besöksnäring mellan 2016 och 2025 skapa upp till hundratals miljarder euro för branschen genom ökad lönsamhet, omvandling från traditionella aktörer till nya konkurrenter och skapa enorma fördelar för kunderna och samhället i stort. Det framgår tydligt av ovanstående att digital innovation är nyckeln till konkurrenskraft inom turistnäringen.

I detta sammanhang verkar europeiska små och medelstora turistföretag (SMF) sakna förmåga att använda ny teknik, eftersom de är fångade i ett "traditionellt" sätt att leverera tjänster, enligt EASME:s rapport om digitalisering inom turismen (2018).

Syftet med dTour-projektet är att utbilda och certifiera personer som arbetar inom turism- och hotellsektorn med innovativa digitala färdigheter för att kunna tillhandahålla högkvalitativa digitaliserade tjänster till små och medelstora företag med mer fokus på hotell och boende.

Projektet strävar efter att utveckla ett utbildningsprogram tillsammans med ett certifieringssystem som kommer att bidra till certifiering av färdigheter och kunskaper hos rådgivare inom turismens digitalisering (dTour-rådgivare), som kommer att bli kvalificerade för att stödja små och medelstora företag.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Mål för Projektet

Projektet syftar till att utbilda och certifiera yrkesverksamma inom turism och besöksnäring med aktuell digital kompetens, nämligen dTour-rådgivarna, för att öka de små och medelstora företagens resultat inom turism och besöksnäring.

Rådgivarna kan vara personer som redan har arbetat inom turism- och besöksnäringen och som vill förbättra sin kompetens och sina anställningsmöjligheter. De kan också vara ägare och operatörer av små och medelstora företag som förstår behovet av digitalisering och vill föra in sin egen verksamhet i den nya digitala eran, företagskonsulter som redan arbetar eller är intresserade av att samarbeta med små och medelstora företag inom sektorn osv.

Dessutom ger projektet små och medelstora företag inom turism och besöksnäring möjlighet att navigera genom ny digital teknik och nya digitala verktyg som de skulle kunna använda i sin verksamhet och förstå hur de kan dra nytta av dem.

Målgrupp

De rådgivare som deltar i dTour kan vara:

- Ägare och chefer - antingen nuvarande eller framtida anställda i små och medelstora företag inom turism- och besöksnäringen som vill utöka sin verksamhet.
- Konsulter inom affärsverksamhet och sociala medier som redan arbetar eller är intresserade av att samarbeta med små och medelstora företag inom sektorn och som vill lägga till den specifika kompetensen i sin portfölj för att tillhandahålla konsulttjänster inom digitalisering inom turism.
- Personer med examen inom turism som behöver förbättra sina färdigheter.

dTour rådgivare

Huvuduppgiften för dTour-rådgivaren är inte bara att hantera de digitala verktygen, utan snarare att utveckla en plan enligt företagets behov som hjälper de små och medelstora företagen att utnyttja de nya digitala trenderna och den nya tekniken inom sektorn, så att de kan användas för verksamhetsstyrning och förbättrad gästupplevelse.

INTRODUKTION TILL STUDIEN - IO1



Denna sammanfattning bygger på den transnationella rapporten som skapats av fem nationella rapporter från Grekland, Cypern, Storbritannien, Spanien och Sverige. De nationella rapporterna har tagits fram för att utvärdera turism- och besöksnäringens nuvarande tillstånd i vart och ett av de ovannämnda länderna när det gäller digitalisering för små och medelstora företag. De nationella rapporterna har utarbetats i syfte att fastställa vilka nyckelkunskaper och kompetenser som krävs för att någon ska kunna bli en dTour-rådgivare och vilka verktyg en dTour-rådgivare behöver för att lyckas med detta arbete. I denna sammanfattning sammanställs de övergripande slutsatserna från alla nationella rapporter i ett försök att representera trenderna och behoven inom Europeiska unionen när det gäller digitaliseringsnivåerna för små och medelstora turistföretag. Undersökningar har genomförts för att analysera den nuvarande situationen för turism- och besöksnäringen i varje land och mer specifikt om befintliga digitala verktyg som används inom turism- och besöksnäringen (vilka egenskaper de har, om de kan användas av små och medelstora företag och hur de kan användas, god praxis i relation till dTour etc.).

Två olika frågeformulär utformades inför fältundersökningarna. Det första riktade sig till dTour-målgrupperna och syftade till att kartlägga deras kunskapsnivå i förhållande till dTour-rådgivarrollen. Det andra frågeformuläret riktade sig till små och medelstora företag för att få en bättre uppfattning om vad de förväntar sig av en dTour-rådgivare.

Övergripande slutsatser

Den transnationella rapporten innehåller all information som samlats in under alla de processer som ägde rum inom ramen för Intellectual Output 1 (IO1) i dTour-projektet.

Informationen härrör från en skrivbordsundersökning och en fältundersökning (enkätundersökning med hjälp av frågeformulär) som ägde rum samtidigt i de fem länderna i dTour-konsortiet, nämligen Grekland, Cypern, Storbritannien, Spanien och Sverige. Partner från vart och ett av de ovannämnda länderna har utarbetat en nationell rapport vars syfte var att kartlägga det aktuella läget för turistindustrin i deras land när det gäller digitalisering och mer specifikt när det gäller små och medelstora företag i branschen (skrivbordsforskning). Samtidigt har efterforskningarna undersökt kunskapsnivån hos de personer som är verksamma i branschen när det gäller digitalisering samt deras intresse och vilja att lära sig mer och utvecklas inom detta ämne (fältforskning). De nationella rapporterna innehåller resultaten av både skrivbordsundersökningen och fältundersökningen i varje partnerland.

Denna process hjälpte dTour-konsortiet att lära sig mycket om det ämne som är av intresse för projektet, men den väckte också en del frågor hos konsortiet. Även om de slutliga slutsatserna inte var så tydliga som förväntat har de nationella rapporterna gett konsortiet värdefull information som kan användas i projektets nästa steg och vägleda parterna för att uppnå projektets syfte och mål.

Gemensamma resultat för de fem partnerländerna

Genom ovan nämnda process har dTour-konsortiet kommit fram till många överlappande resultat i de fem partnerländerna.

En av de viktigaste slutsatserna handlar om vilka områden som ska prioriteras och vilka tekniker en dTour-rådgivare bör använda när hen kontaktar ett litet eller medelstort företag.

De fem nationella rapporterna är eniga om att små och medelstora turistföretag kan dra nytta av digitaliseringen inom de fyra kategorierna nedan:

- Förbättra kundupplevelsen
- Hitta nya kunder
- Internationalisering, samt
- Förbättringar av den interna kvaliteten genom resurs- och personalförvaltning.

När det gäller tekniker för dTour-rådgivare har man i de nationella rapporterna enats om följande:

1. Diagnostik och åtgärdsplanering.
2. Användning av digitalisering för att förbättra företagsnätverken.
3. Bedömning av alternativ (digitaliseringsalternativ, modeller, standardalternativ).

Skillnader i resultaten mellan de fem partnerländerna

De fem nationella rapporterna har också visat på vissa skillnader mellan länderna i konsortiet.

Enligt de insamlade frågeformulären verkar de svarande i de olika länderna föredra blandade utbildningsmetoder för att förbättra de digitala färdigheterna. I Grekland föredrar de flesta av de svarande att genomföra utbildningar genom en onlinekurs, där utbildning på arbetsplatsen kom på andra plats bland deras önskemål. De flesta av de cypriotiska respondenterna föredrar utbildning på arbetsplatsen, medan självstudier var det näst mest föredragna valet i Cypern. Två tredjedelar av de brittiska respondenterna föredrog lärande på arbetsplatsen eller självstudier, medan endast en tredjedel av respondenterna föredrog undervisning i klassrum eller nätbaserad utbildning. I Spanien föredrog de svarande undervisning i klassrum, medan utbildning på jobbet också fick höga poäng. Även i Sverige var undervisning i klassrum det mest föredragna valet bland de svarande.

En blandad inlärningsmetod kommer att användas så att konsortiet kan tillgodose behoven hos målgruppen i de olika länderna och deras olika preferenser.

En annan punkt som skiljer sig från person till person men också från land till land är människors inställning till digitalisering.

Turistbranschen är en enorm bransch som kan delas in i många olika områden, t.ex. sevärdheter, boende, resebyråer osv. På grund av denna mångfald av områden kan de digitala verktygen också variera från område till område. Trots att sociala medierna och den digitala marknadsföringen har vissa gemensamma egenskaper finns det många digitala verktyg som är utformade specifikt för vissa typer av organisationer och som inte är tillämpliga på andra.

dTour-rådgivarens roll kan utformas på ett sådant sätt att den ger den flexibilitet beträffande olika områden i branschen, alternativt ett extra fokus vid en specifik del.

Detta är något som den transnationella rapporten inte har kunnat bringa klarhet i.

Slutligen, den viktigaste skillnaden mellan de olika respondenterna är deras nuvarande kunskapsnivå när det gäller digitalisering. Vissa små och medelstora företag använder endast sociala medier, medan andra går över till mer avancerad teknik. En dTour-rådgivare bör kunna diagnostisera de små och medelstora företagens nivå när det gäller digitalisering för att identifiera deras behov.

I resan mot digitalisering beskrivs de olika nivåer som ett litet eller medelstort företag kan befinna sig på när det gäller digitalisering och dessa nivåer delas in i fyra kategorier enligt följande

Denna transnationella rapport har gjort det tydligt för konsortiet att olika organisationer befinner sig på olika nivåer när det gäller digitalisering. Det är viktigt för en dTour-rådgivare att kunna identifiera digitaliseringsnivån i den organisation som han/hon har att göra med. De fyra nivåerna eller kategorierna är följande:

- **Traditionella aktörer:** Traditionell affärsverksamhet, låg grad av digitalisering med fokus på intern verksamhet och på att skapa värde för turisterna.
- **E-företag:** Digitalisering som förbättrar den interna verksamheten, effektivare engagemang via digital marknadsföring och nätbutiker.
- **E-handel:** Ökad sammankoppling, integrering av olika mellanhänder, innovation i försörjningskedjor, B2B, B2C och C2C-transaktioner.
- **"Smart turism":** Små och medelstora företag som köper in visionen om smarta destinationer, hög innovationsnivå, realtidsförbindelser, nya innovativa produkter, affärsmodeller, anslutning till globala värdekedjor.

Frågor som uppstått

Den transnationella rapporten har väckt några viktiga frågor. Dessa frågor kommer att hjälpa konsortiet att gå vidare till nästa steg i projektet.

1. Vad bör dTour-rådgivaren fokusera på?
2. På vilket digitaliseringsområde bör detta fokus ligga?
3. På vilket område inom turism- och besöksnäringen bör detta fokus ligga?
4. Vilken roll bör dTour-rådgivaren ha?
5. Bör dTour-rådgivaren fokusera på personer från branschen som har en särskild kunskapsnivå om digitala verktyg?
6. Vilken nivå av EQF bör det utbildningsmaterial som kommer att tas fram ha för att det ska kunna täcka branschens behov i alla länder?

Övergripande förslag för yrkesprofilen



Målgruppen dTour Rådgivare:

- Personer med examen inom turism vid universitet och yrkesutbildningsinstitutioner;
- Turistföretagare som redan har konsoliderat sina företag;
- Framtida turistföretagare som vill starta egna företag och som redan ingår i partnerorganisationers nätverk tack vare sin nuvarande verksamhet;
- Företagskonsulter som vill lägga till kompetenser i sin portfölj för att tillhandahålla konsulttjänster inom digitalisering inom turism;
- NEETs (personer som inte har någon anställning, utbildning eller genomför praktik) som försöker hitta en ny väg;
- Personer som är engagerade inom- och har erfarenhet från turistsektorn;
- Personer som ser ett värde i de digitala verktygen och är intresserade av att lära sig mer;
- Personer som är intresserade av att dela med sig av kunskapen från dTour till andra personer i sitt nätverk (inom och utanför sin organisation);
- Personer med sakkunskap om användningen av aktuella digitala verktyg;
- Personer som kan lära sig att använda sådana verktyg;
- Personer som kan ge lösningar på företagsproblem;
- Personer som kan identifiera möjligheter;
- Personer med sakkunskap om digitala verktyg i allmänhet;
- Personer med sakkunskap inom turistbranschen (attraktioner, boende, resebyråer osv.);
- Akademiker (inom turismstudier).
- Personer som är involverade i små och medelstora företag (inom turistsektorn).

Demografi:

- Ålder: 24-39 och 40-55
- Arbetslivserfarenhet: Aktivt involverad i turistbranschen, och med kunskap eller erfarenhet inom turistbranschen.
- Storlek på den organisation som de arbetar för: Små och medelstora företag.

Kompetenser:

- Kommunikationsförmåga (muntlig och skriftlig)
- Kunskap om den lokala turism- och hotellsektorn
- Fokus på kundupplevelse
- Uppfattning om och kunskap om IoT
- Kompetens inom e-ledarskap
- Kreativitet
- Flexibilitet och anpassningsförmåga
- Problemlösning
- Teamwork
- Ansvarskänsla
- Affärsmässighet
- Organisatorisk kompetens, samt
- Vilja att lära.

Deltagarnas intressen:

- Turism
- Digitala verktyg
- Innovation
- Entreprenörskap
- Utforskning av nya möjligheter
- Kunskapsökning

Attityder:

- Öppet sinne
- Flexibel
- Kommunikativ
- Positiv
- klar, koncis och målinriktad, samt
- Identifiera och prioritera "kundens" mest brådskande krav.

Kunskaper och Färdigheter:

- Flerspråkighet
- Dokumenterade kunskaper om digitala färdigheter
- Kunskaper om marknadsföring av e-turism (utveckling av planer, planering av e-marknadsföring och e-branding, kampanjutveckling)
- Kunskaper om marknadsföring i sociala medier
- Marknadsföring i sökmotorer SEM och digital marknadsföring
- Kunskap om turism- och hotellsektorn och arbetslivserfarenhet inom sektorn
- Insamling, redigering och presentation av turiststatistik
- Content management, maximering och uppdatering av den digitala närvaron på nätet
- Analys av "Big data"
- Dokumenterade pedagogiska färdigheter
- Lokalkännedom om turism- och hotellsektorn
- Förståelse för hur man förmedlar information, råd och vägledning
- Flexibilitet i sitt tillvägagångssätt för att hantera olika små och medelstora företag med olika digital kompetens och mål;
- Goda kunskaper om befintlig digital teknik och dess tillämpning inom turism- och besöksnäringsssektorn
- Sakkunskap om användningen av digitala lösningar på olika plattformar
- Förmåga att identifiera möjligheter inom verksamheten och förmedla relevant och aktuell information för att stödja digitala lösningar
- Förmåga att förmedla information på ett tydligt och kortfattat sätt
- Förmåga att utveckla utbildning och förmedla information till stöd för små och medelstora företag
- Diagnostiska färdigheter

Övergripande förslag till läroplanen



Kursplanen bör innehålla följande:

- **Grundläggande marknadsföring inom sociala medier**
- Mer specialiserade **digitala verktyg**
- **Mjuka värden**
- **Sfärisk kunskap om de digitala verktygen** inom sektorn
- **Tillgängliga digitala verktyg** (med anknytning till turistmarknaden): Vilka är de? Hur får man tillgång till dem? Hur kan de användas? Vad kan de erbjuda? Möjligheter i samband med dessa verktyg? Kostnader och eventuell avkastning från investeringen i dessa verktyg.
- **God förståelse för aktuella digitala verktyg för potentiella dTour-rådgivare:** Hur använder man dem? Hur får man tillgång till dem? Hur håller man jämna steg med konkurrenterna? Vad händer på andra mest avancerade områden? Information om de aktuella digitala verktygen. Vilka är fördelarna? När och hur kan de hjälpa små och medelstora företag? Hur kan man implementera dem inom en organisation? Beräkning av fördelarna med dessa verktyg.

Läroplanen bör även omfatta:

- **Tekniker** beträffande: coachning, hur man reagerar på "motstånd mot förändring" och hur man förstår sin publik.
- **Träning** i att utveckla verktyg för behovsanalys och utbildningsplaner för att se till att informationen delas med företagen på ett integrerat sätt för att stödja deras behov.
- **Digitala verktyg och resurser** för framgångsrik ledning.
- **Tillhandahållande av avancerade kundtjänster.**
- **Behovsanalys och utveckling av skräddarsydda planer för små och medelstora företag.**

Övergripande förslag till läroplanen



Utbildningen bör:

1. ges genom blandad lärmiljö. De mest föredragna metoderna som identifierats är: Klassrumsundervisning, synkron onlineutbildning, asynkron onlineutbildning och utbildning på arbetsplatsen;
2. baseras på läroplanen;
3. bygga på ett flexibelt tillvägagångssätt;
4. Pågå mellan två och fyra dagar;
5. Ge kunskaper som är mer praktiska än teoretiska.

Övergripande förslag för navigeringsguiden



Navigationsguiden bör:

- Vara **Open Source**
- vara **tillgänglig online**
- innehålla information om de **aktuella digitala verktygen** (Vad? Hur? Varför? Vilka finns tillgängliga? etc.)
- innehålla **god praxis** för tillämpningen av dessa verktyg (exempel på användning)
- **uppdateras regelbundet**
- Innehålla information om **hur man får tillgång till utbildningen** för att bli en dTour-rådgivare
- Inkludera information om **hur man hittar en dTour-rådgivare**
- Inkludera en "**bloggsektion**" så att aktiva användare kan dela med sig av sina erfarenheter av användningen av dessa **digitala verktyg**
- Anpassa de nya digitala verktygen till de **små och medelstora turismföretagens behov**
- Presentera dTour-rådgivarens **kompetens** och **fördelarna** med att arbeta som dTour-rådgivare
- Inkludera de **grundläggande stegen** för att **utbilda en dTour-rådgivare**
- Informera om **huruvida de små och medelstora företagen** kan använda verktygen utifrån deras **skalbarhet**.
- informera företagen om **när de kan använda verktygen**.



Coordinator:



Partners:



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

