

VIRKSOMHETSPLAN RADA REISELIV 2024 - 2028

BESKRIVELSE AV VIRKSOMHETEN:

Rada Reiseliv er det offisielle reiselivsselskapet for «kundereisen» Stange i sør, til Hamar, Lillehammer, Gudbrandsdalen, Skjåk og Bjorli i nord. Selskapet representerer 14 kommuner og er et ikke-kommersielt selskap eid av reiselivsaktørene og kommunene i regionen.

Selskapet skal være et fagmiljø med oppdatert innsikt og kunnskap, for å identifisere og gjennomføre tiltak som sikrer utvikling av regionen, økt verdiskaping til partnere og eierne, skaper mer helårsaktivitet og tiltrekker flere besøkende med lavt klimaavtrykk til regionen.

VISJON:

«Sterkere sammen»

*Gjennom å være den ledende partneren for samarbeid, vertskap og kunnskap i hele besøksnæringen**

** For både lokalbefolkning, deltidsinnbygger og besøkende*

MISJON:

De ansatte skal gå på jobb hver dag for å skape merverdi for partnerne gjennom samarbeid om helhetlig og profesjonell destinasjonsutvikling i samspill med lokalbefolkningen, besøkende og naturen.

TILNÆRMING:

For at regionen skal være et ansvarlig reisemål må Rada Reiseliv spille på lag med lokalsamfunnet. Et godt sted å bo er et godt sted å besøke, i dag og i fremtiden. Bærekraft er et viktig premiss, både for omdømme, for å bevare naturen vi lar de besøkende oppleve og også et premiss for lønnsomhet.

For å lykkes med satsningen skal Rada Reiseliv arbeide med å utvikle vertskapskultur i hele regionen, med bredde i tilbud og aktører. Selskapet skal løfte bærekraftig reiseliv- og stedsutvikling, samt drive politisk påvirkning, PR og sikre rammebetingelser.

- Rada Reiseliv er kobleren mellom partnerne og mellom partnerne og det offentlige
- Rada Reiseliv skal skape møteplasser som inspirerer og som muliggjør helhetstenkning, samarbeid, ansvarlig markedsføring og produktutvikling for aktivitet hele året

- Rada Reiseliv skal fremme vertskapsrollen og en profesjonell besøksnæring i hele regionen, hvor aktørene fremmer hverandre til besøkendes beste

OVERORDNEDE TJENESTEOMRÅDER:

De tre tjenesteområdene vektes likt.

1) Internasjonal markedsføring

Rada Reiseliv skal bidra til å løfte, utvikle og koordinere internasjonal markedsføring sammen med partnerne fra hele opplevelsesmangfoldet i hele regionen, for å utløse reiselyst hos prioriterte segmenter. Rada Reiseliv skal kommunisere både egne og andres relevante historier, gjennom egne, kjøpte og fortjente kanaler.

Vertskapsrollen og samarbeid mellom reiselivsaktørene er avgjørende for at partnerne kan selge hverandre og sikrer mersalg, gjenkjøp og lengre oppholdstid i regionen. Godt vertskap og kjennskap til hverandre og hverandres produkter vil styrke gjestenes opplevelsesverdi og bidrar til fornøye besøkende, som igjen skaper innhold til ansvarlig markedsføring.

Rada Reiseliv skal bidra til at regionen blir en del av den nasjonale eksportsatsingen og fremtidige nasjonale satsinger og tiltak.

Bærekraft er grunnmuren i vår markedsføring og en viktig del av merkevarene.

- Strategisk mål for tjenesteområdet:

Rada Reiseliv skal kunne dokumentere økt kjennskap og kunnskap om regionen hos prioriterte markeder og segmenter.

2) Sikre konkurransedyktige rammevilkår for hele besøksnæringen

Rada Reiseliv skal gjennom å være en dialogpartner og pådriver sikre godt samspill med og forutsigbarhet fra kommuner, fylker, stat og virkemiddelapparat. Selskapet skal etablere god forståelse for reiselivets betydning gjennom å fremme og dokumentere næringens verdi som sosial infrastruktur for hele lokalsamfunnet.

Rada Reiseliv vil samarbeide bredt og inngå partnerskapsavtaler med relevante aktører for å nå selskapets visjon og mål.

- Strategisk mål for tjenesteområdet:

Rada Reiseliv har etablert en felles reiselivspolitik som styrker reiselivsselskapet som et tydelig talerør for næringen, og som gjør Rada Reiseliv til en sentral partner i prosesser knyttet til kommunenes reguleringer og planarbeid, reiselivspolitiske saker og næringens rammebetingelser.

3) Sikre tilgang til rett kompetanse for hele besøksnæringen

Kompetanseheving og rekruttering krever en samlet innsats for å skape endring.

Rada Reiseliv skal tilrettelegge for felles kompetanseheving, gode utdanningsmuligheter og rekruttering til hele næringen.

Selskapet skal bygge stolthet og formidle innsikt om verdien av besøksnæringen til opinion, myndigheter og lokalsamfunn.

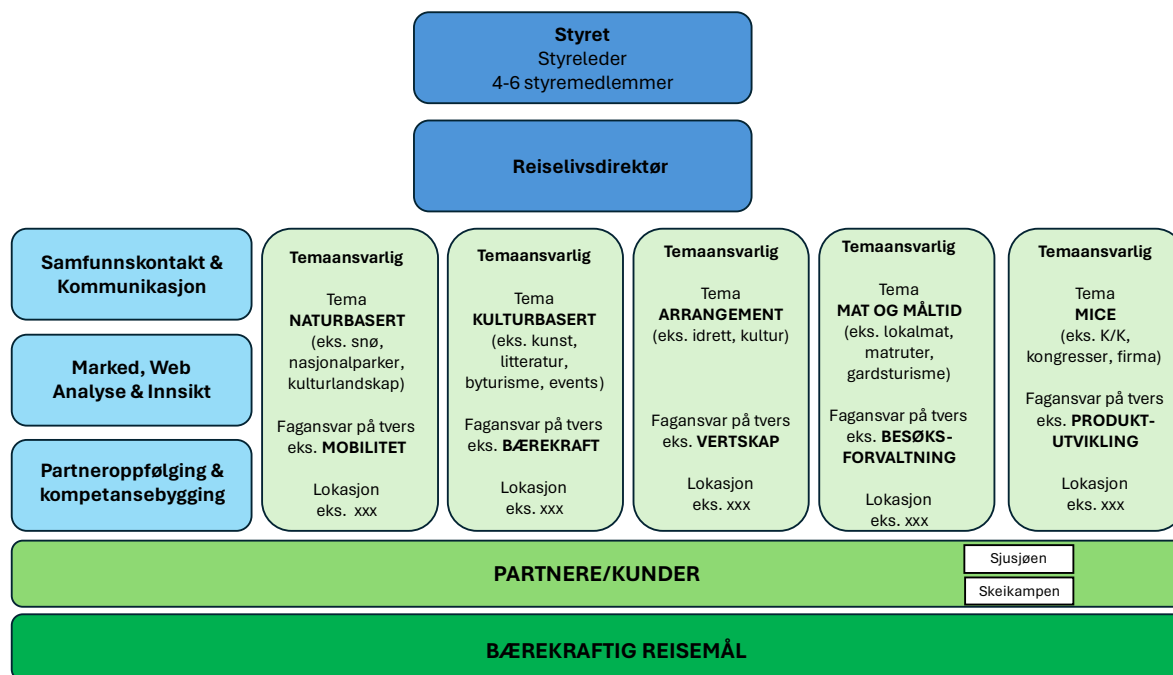
Rada Reiseliv skal sikre partnerne tilgang til et fagmiljø med oppdatert innsikt og kunnskap gjennom kontinuerlig kompetanseheving av egne ansatte.

- Strategisk mål for tjenesteområdet:

Rada Reiseliv skal kunne dokumentere at vi bidrar til utvikling av attraktive utdanningstilbud, kompetanseheving og rekruttering, som øker interessen og stoltheten til besøksnæringen som næring og arbeidsplass.

ORGANISASJONSSTRUKTUR MED RESSURS OG- KOMPETANSEBEHOV:

Rada Reiseliv vil ha skiftende oppgaver og sammensatte prosjekter der flere ressurser og oppgaver krysser hverandre. Selskapet er organisert basert på en matrisemodell, der faglige spesialistroller vil kunne fungerer i kombinasjon med temaansvarlige. Dette er en organisasjonsstruktur som også gjør det fleksibelt med tanke på å bygge selskapet større eller mindre avhengig av finansiering og resultater som skapes.



Figuren: Representerer en grovskisse for en matrisemodell. Gjenspeiler ikke antall ansatte.