

Lektionsplanering för Receptions- och konferensservice

Årskurs: Gymnasiet

Ämne eller kurs: Receptions- och konferensservice

Tema: Marknadsföring av konferens- och receptionsservice

Koppling till styrdokument

Centralt innehåll

Denna lektion fokuserar på de olika marknadsföringsstrategier som används inom konferens- och receptionsservice. Centralt innehåll omfattar hur man identifierar målgrupper, olika marknadsföringskanaler, och hur man effektivt kommunicerar sitt erbjudande till kunder.

Kunskapskrav

Eleven ska kunna identifiera och beskriva olika marknadsföringsstrategier för receptions- och konferensservice samt analysera hur val av kanaler och budskap påverkar kundernas intresse. Eleven ska också kunna planera en marknadsföringskampanj.

Lärlädda instruktioner

Översikt av marknadsföring och dess betydelse (10 min)

- Definition av marknadsföring och dess roll inom receptions- och konferensservice
- Diskutera vikten av att ha en tydlig marknadsföringsstrategi för att nå rätt målgrupp
- Exempel på framgångsrika marknadsföringsinsatser inom branschen

Identifiera målgrupper (15 min)

- Genomgång av hur man identifierar och segmenterar målgrupper för

konferens- och receptionsservice

- Diskutera olika typer av kunder (företagskunder, privatgäster, eventarrangörer, etc.)
- Vikten av att anpassa marknadsföringsinsatser baserat på målgruppens behov och preferenser

Marknadsföringskanaler (15 min)

- Presentation av olika marknadsföringskanaler: sociala medier, e-post, webbplatser och traditionell annonsering
- Diskutera fördelar och nackdelar med varje kanal
- Exempel på hur man kan använda dessa kanaler för att nå specifika målgrupper

Avslutning och sammanfattning (10 min)

- Sammanfatta lärdomarna från lektionen om marknadsföring och dess betydelse för verksamheten
- Diskutera hur eleverna kan tillämpa dessa strategier i framtiden
- Frågor för att säkerställa förståelse av koncepten

Aktivitet

Eleverna delas in i grupper och får i uppdrag att planera en marknadsföringskampanj för en fiktiv konferens eller receptionsservice. De ska inkludera målgruppsanalys, val av marknadsföringskanaler och en kort budget för kampanjen. Grupperna presenterar sina kampanjer för klassen.

Exit-ticket

- Vad är syftet med marknadsföring i receptions- och konferensservice?
Svar: Att attrahera kunder och öka försäljningen av tjänster.
- Nämn två sätt att identifiera målgrupper.
Svar: Genom marknadsundersökningar och analys av tidigare kunder.
- Ge exempel på två marknadsföringskanaler.
Svar: Sociala medier och e-post.
- Varför är det viktigt att anpassa budskapet utifrån målgrupp?
Svar: För att öka chansen att budskapet blir relevant och intressant för mottagaren.
- Vad kan en framgångsrik marknadsföringskampanj leda till?
Svar: Ökad medvetenhet, fler bokningar, och bättre kundrelationer.

Hemuppgift

Eleverna ska skapa en marknadsföringsplan för en valfri konferens eller

receptionservice. Planen ska inkludera en målgruppsanalys, val av marknadsföringskanaler, och förslag på kampanjinnehåll. De ska också reflektera över hur de valet av kanaler och budskap kan påverka kampanjens resultat.

M.v.h. Isak Skogstad

Tags: [Gymnasiet](#), [Marknadsföring](#), [Receptions- och konferensservice](#)