

Lektionsplanering

Årskurs: Gymnasiet

Ämne eller kurs: Reseproduktion och försäljning

Tema: Marknadsföring av resor

Koppling till styrdokument

Centralt innehåll

Denna lektion fokuserar på marknadsföringsstrategier som används i resebranschen, inklusive traditionella och digitala marknadsföringsmetoder. Centralt innehåll omfattar hur man riktar sig till olika målgrupper, marknadsföringskanaler och trender inom resemarknadsföring samt vikten av varumärkesbyggande.

Kunskapskrav

Eleven ska kunna ge exempel på olika marknadsföringsstrategier för resor och diskutera fördelar och nackdelar med dessa metoder. Eleven ska också kunna beskriva hur man anpassar marknadsföringen efter målgruppens behov och preferenser.

Lärarledda instruktioner

Översikt av marknadsföring i resebranschen (10 min)

- Definition av marknadsföring och dess roll i reseproduktionen
- Skillnader mellan traditionell och digital marknadsföring
- Översikt av marknadsföringskonceptet "4 P" (Produkt, Pris, Plats, Påverkan)

Målgruppsanalyser (15 min)

- Genomgång av hur man identifierar och segmenterar målgrupper
- Exempel på olika målgrupper inom resebranschen (familjer, äventyrare, affärsresenärer)

- Diskutera hur kommunikationen bör anpassas beroende på målgrupp

Gruppdiskussion och idéutbyte (15 min)

- Dela in klassen i grupper och ge varje grupp en specifik målgrupp
- Varje grupp ska diskutera och komma på idéer för hur man kan marknadsföra resor till sin tilldelade målgrupp
- Grupperna presenterar sina idéer för klassen

Avslutning och sammanfattning (10 min)

- Sammanfatta lärdomarna från diskussionerna
- Diskutera vikten av att förstå sin målgrupp för framgångsrik marknadsföring
- Ställ frågor för att säkerställa att eleverna förstod koncepten som presenterats

Aktivitet

Eleverna uppmanas att skapa en marknadsföringskampanj för en specifik typ av resa riktad till en vald målgrupp. De ska inkludera affischdesign, en kort text till sociala medier, och ett exempel på en digital annons. Fokus ska ligga på att använda insikter om målgruppen för att skapa en engagerande kampanj. Kampanjerna diskuteras och presenteras för klassen.

Exit-ticket

- Vad är en viktig faktor när man planerar en marknadsföringskampanj för resor?
Svar: Att förstå målgruppen och deras behov.
- Nämn två exempel på marknadsföringskanaler.
Svar: Sociala medier och traditionell reklam (TV, radio).
- Vad innebär "4 P" inom marknadsföring?
Svar: Produkt, Pris, Plats, Påverkan.
- Hur kan man anpassa budskapet för olika målgrupper?
Svar: Genom att använda olika språk, bilder och erbjudanden som tilltalar just den gruppen.
- Varför är det viktigt att segmentera målgrupper?
Svar: För att kunna skrädarsy marketingstrategier som är mer effektiva och relevanta för varje grupp.

Hemuppgift

Eleverna ska välja en resa och skapa en marketingstrategi för den. De ska skriva en rapport som inkluderar målgruppsanalys, valda

marknadsföringskanaler och förväntade resultat av kampanjen. Rapporten ska också innehålla hur man kan mäta kampanjens framgång.

Skriv "Hemuppgift" så tar jag fram en hemuppgift åt dig.

Citat

M.v.h. Isak Skogstad

Tags: [Lektion](#)