



# OPTI-MAASE

Utvecklare inom besöksnäringen



---

# OPTI-MAASE

## AFFÄRSKONCEPT

*“Vi ska genom vår kompetens inom besöksnäring utveckla Sveriges lanthandlare i landsbygdskommuner så att de kan dra nytta av turism i den egna verksamheten. Genom en förstärkt platskänsla och kunskap om värdskap kan de befintliga verksamheterna i området optimera besökarens upplevelse och således bidra till landsbygdsturismen.”*

---

---

## Modellens byggstenar

```
graph TD; A[Modellens byggstenar] --- B((Service Management)); A --- C((Storytelling)); A --- D((Platskännedom)); A --- E((Nätverk)); A --- F((Digital Marknadsföring));
```

**Service  
Management**

**Storytelling**

**Platskännedom**

**Nätverk**

**Digital Marknadsföring**

---

---

*”Små medel ger stor förändring”*

---

---

Det är viktigt att se sin verksamhet som en värdefull nod i turistnäringen även om den inte är direkt kopplad till turism.



Med vår modell om utveckling kan blicken höjas och möjligheter fångas in.

# Storytelling



**Besök i kommunen**

**Platsanalys**

**Utförande**

**Workshop**

**Föreläsningar**

**Uppföljning**

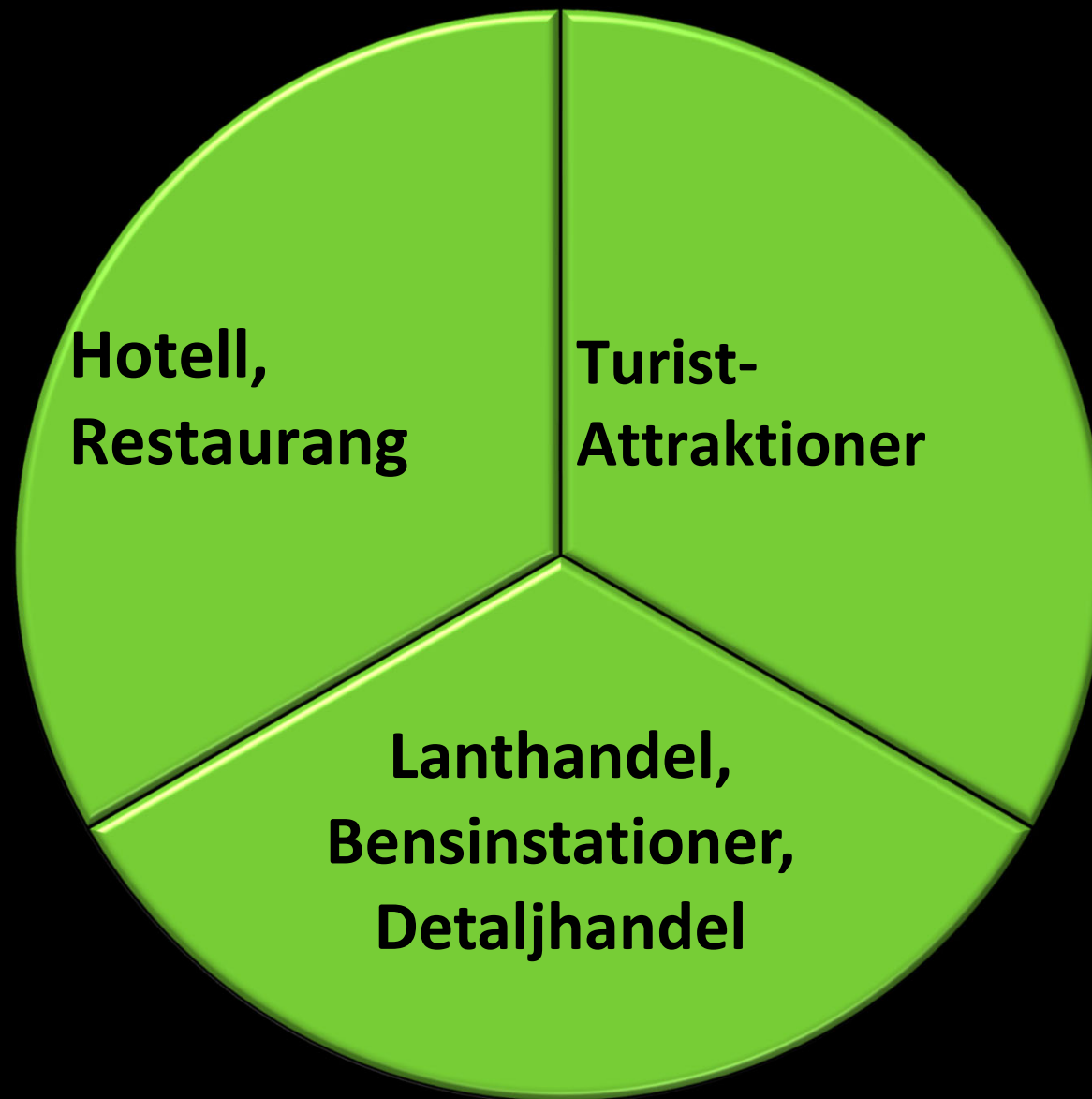


**MÅL**

**Turist-  
attraktioner**

**Hotell  
Restaurang**

**Lanthandel  
Bensinstation  
Detailhandel**



---

# OPTI-MAASE

Utvecklare inom besöksnäringen

**M**artina Fogelberg **A**manda Olofsson **A**manda Hedström **S**anna Burman **E**bba Tonnvik

---

---