Effektkæde Danske Turismekompetencer:

Input:

Baggrunden for initiativet er uddannelsesefterslæb i branchen, lav innovationsgrad og produktivitet samt politisk forventning om indfrielse af turismebranchens vækstpotentiale.

Behovsidentifikation og –erkendelse (deltagerpotentiale):

1. Analyse af virksomhedernes vækststrategier.

Proces:

Aktivitetsgennemførelse:
Visitering af virksomheder.

1. Kompetenceafdækning ift. til vækststrategiens behov
2. Gennemførelse af kompetenceudvikling for medarbejdergrupper, der skal medvirke til implementering af strategi.

Støttefunktion:
"Turismebranchen – fra potentiale til vækst via kompetencer"

Nye kompetencer og muligheder:

1. Virksomhederne har viden om hvilke kompetencer der skal tilføres hvilke målgrupper for at understøtte vækstplanerne.
2. Kompetenceudviklingsforløbene giver medarbejderne viden og værktøjer til udviklingsprocessen.

Output:

Forandring:

1. De deltagende medarbejdere er i stand til at medvirke i realisering af vækststrategien
2. Der er opnået klarhed om hvilke indsatser virksomheden skal prioritere for at opnå de ønskede resultater

Forbedring:

1. Deltagernes nye kompetencer omsættes i konkrete udviklingsinitiativer i den enkelte virksomhed.
2. Der samarbejdes internt i virksomheden og eksternt på destinationen om at skabe forbedrede / nye salgbare tilbud til prioriterede målgrupper

Outcome (effekter):

Ændringer i virksomhedernes performance:

1. Deltagernes nye kompetencer omsættes til mere effektiv drift, målrettet markedsføring og salg, bedre kunderelationer, mersalg samt markedsorienteret udvikling.
2. Der opnås en omsætningsstigning via forbedrede kunderelationer, effektivisering og innovation.
3. En del af omsætningsstigningen omsættes til øget beskæftigelse.

Afledte effekter i andre grupper af virksomheder:

1. Omsætning skabt i en af turismebranchens virksomheder betyder typisk en dobbelt så stor omsætning i andre brancher som detailhandel, andre produkter og transport.
2. Denne omsætningsstigning omsættes delvis til øget beskæftigelse.