



UNNT. OFF. §23

STYRESAK 31/18

MARKEDSSTRATEGI

Går til

Styrets medlemmer

Styremøte

7. mai 2018

Saksbehandler

Inger Marie Pedersen

Kun selve markedsplanen er unntatt offentlig §23, ikke saksfremlegget.

Saksfremlegg

Saken er unntatt offentlighet, da markedsplaner/markedsstrategi er en viktig del av museets konkurransegrunnlag. Museet er gjennom USUS opptatt av å dele erfaringer og kompetanse med andre, samtidig som vi er opptatt av å vite med hvem og hva vi deler.

Markedsstrategien bygger på museets Strategiske plan (2015 – 19) og legger til grunn visjon, verdier og overordnede mål som er vedtatt i denne. Markedsstrategien redegjør videre for museets styrker, muligheter og utfordringer, samt hvordan disse ønskes utnyttet/møtt.

Markedsstrategien danner grunnlaget for en årlig markedsplan og implementeres i avdelingenes årsplaner.

Markedsstrategi og produkt henger tett sammen. Museet har utfordringer ved flere av sine avdelinger knyttet til infrastruktur/publikumsflyt som påvirker muligheten for økt besøk og mersalg. Dette er f.eks. knyttet til universell tilrettelegging i Mandal.

Toalettfasiliteter er en utfordring mange steder (Mandal, Kanonmuseet, Kristiansand

museum og Setesdalsbanen). Fasiliteter for matservering er varierende. Disse forholdene, kombinert med ressursituasjonen, gjør at museet fremover vil prioritere markedsføringen av "helheten", men ut over det prioritere noen avdelinger som har et størst potensiale for publikumsvekst/inntjening og så innarbeide de andre avdelingene etter hvert som grunnlaget der øker.

Forslag til vedtak

Styret vedtar fremlagte markedsstrategi.

Vest-Agder-museet IKS