

# HF-BROBYGNING

## SERVICE- OG OPLEVELSESØKONOMI, KØGE

### "Forbedring af Gæsteoplevelsen på Bella Sky gennem Oplevelsesøkonomi"

#### Baggrund:

Bella Sky er et middelstort hotel beliggende i en populær turistdestination = København. Hotellet har oplevet et fald i gæstetilfredsheden og søger nu at forbedre den samlede oplevelse for sine gæster ved at integrere oplevelsesøkonomi i deres serviceudbud. Målet er at skabe unikke og mindeværdige oplevelser, der øger kundetilfredsheden og loyaliteten.

#### Læringsmål:

- Forstå og anvende centrale teorier og modeller inden for oplevelsesøkonomi.
- Indsamle og anvende data om kundetilfredshed og kundeadfærd i forhold til hotellets service- og oplevelsesydelser.
- Udvikle kreative og økonomisk bæredygtige løsninger baseret på analysen af gæsteoplevelser.
- Håndtere udviklingsorienterede situationer med fokus på at skabe ekstraordinære oplevelser.

#### Dag 1: Introduktion til Oplevelsesøkonomi og Dataindsamling

##### 1. Introduktion til casen og målsætningerne (1 time)

- Præsentation af Bella Sky og dets aktuelle udfordringer.
- Gennemgang af læringsmål og forventninger til opgaven.

##### 2. Teori om Oplevelsesøkonomi (2 timer)

- Introduktion til Pine & Gilmore's "The Experience Economy".
- Diskutér de fire oplevelsesdomæner: underholdning, uddannelse, æstetik og eskapisme.
- Forklaring af værktøjer som Experience Realms og Experience Mapping.

##### 3. Gæsteforståelse og Dataindsamling (2 timer)

- Teoretisk oplæg om gæsteforståelse og anvendelse af Servqual-modellen til at måle servicekvalitet.
- Design af et spørgeskema til at evaluere gæsternes tilfredshed og deres oplevelser på Bella Sky.
- Praktisk øvelse: Indsamling af data fra hypotetiske gæster (rollespil).

##### 4. Analyse af Kundetilfredshed og Oplevelseskvalitet (1 time)

- Bearbejdning og analyse af de indsamlede data.
- Identifikation af nøgleområder for forbedring med fokus på oplevelseskvalitet.

## Dag 2: Strategisk Udvikling og Implementering af Oplevelsesøkonomi

### 1. Strategiske Tilgange til Oplevelsesforbedring (1 time)

- Introduktion til strategiske modeller som eksempelvis Blue Ocean Strategy.
- Diskussion af, hvordan disse modeller kan anvendes til at udvikle nye oplevelsesbaserede serviceydelser.

### 2. Udvikling af Oplevelsesorienterede Løsningsforslag (2 timer)

- Workshop: Brainstorming og udvikling af konkrete forslag til oplevelsesforbedringer baseret på dataanalysen fra dag 1.
- Grupperefleksion: Vurdering af forslagene ved hjælp af cost-benefit-analyser og vurdering af deres gennemførelighed.

### 3. Implementering og Evaluering af Oplevelsesforbedringer (2 timer)

- Udarbejdelse af en handlingsplan for implementering af de valgte oplevelsesforbedringer.
- Diskutér metoder til at evaluere effekten af de implementerede ændringer (feedback loops, nye dataindsamlinger).
- Præsentation af handlingsplanerne i grupper og feedback fra resten af klassen.

### 4. Afslutning og Refleksion (1 time)

- Samlet refleksion over læringsudbyttet.
- Diskussion af, hvordan teorierne og metoderne kan anvendes i andre kontekster inden for service og oplevelser.

## Dag 3: Business Model Canvas og Implementering

### 1. Introduktion til Business Model Canvas (1 time)

- Gennemgang af de ni byggesten i Business Model Canvas: Kundegrupper, værditilbud, kanaler, kunderelationer, nøgleaktiviteter, nøglepartnere, ressourcer, indtægtsstrømme og omkostningsstruktur.
- Eksempler på hvordan Business Model Canvas kan anvendes i oplevelsesøkonomien.

### 2. Opsætning af Business Model Canvas for Bella Sky (2 timer)

- Gruppearbejde: Opsætning af et Business Model Canvas for Bella Sky baseret på de udviklede oplevelsesforbedringer.
- Fokus på at identificere nye og eksisterende kundegrupper, værdiforslag, og hvordan disse oplevelser kan leveres.

### 3. Udvikling af Implementeringsstrategi (2 timer)

- Planlægning af hvordan Business Model Canvas kan omsættes til konkrete handlinger.
- Identificering af nøglepartnere, ressourcer og aktiviteter, der er nødvendige for at implementere de oplevelsesbaserede tiltag.
- Vurdering af omkostningsstrukturen og indtægtsstrømmene for at sikre økonomisk bæredygtighed.

### 4. Præsentation og Feedback (2 timer)

- Grupperne præsenterer deres Business Model Canvas og implementeringsstrategi for klassen.
- Feedback fra underviseren og medstuderende.
- Diskussion af potentielle udfordringer og løsninger i implementeringsprocessen.

### 5. Afslutning og Evaluering (1 time)

- Samlet evaluering af de tre dages arbejde.
- Refleksion over, hvordan Business Model Canvas kan anvendes til at strukturere og implementere oplevelsesøkonomiske tiltag.
- Afsluttende bemærkninger og opsummering af læringsmålene.

## Afsluttende Spørgsmål:

1. Hvordan kan Pine & Gilmore's Experience Realms anvendes til at skabe en integreret oplevelse for gæsterne på Bella Sky?
2. Hvilke økonomiske og strategiske overvejelser skal der tages højde for ved implementering af oplevelsesøkonomiske tiltag i hotelbranchen?
3. Hvordan kan Business Model Canvas hjælpe med at strukturere og implementere oplevelsesøkonomiske tiltag i andre brancher?
4. Hvilke nøglefaktorer skal Bella Sky overveje for at sikre succesfuld implementering af deres nye oplevelsesbaserede forretningsmodel?

Case ansvarlig – Daniel Præstbro Nielsen – [dani@zealand.dk](mailto:dani@zealand.dk)