

Få fler kunder med AI

Webinar

1 juni 2026

— VÅRT UPPDRAG

Främja turism och besöksnäring



Stärka bilden av Skåne



Samverkan med andra



Sträva efter hållbar utveckling



— OM OSS

Vårt varför

I Skåne ska turismen bidra till ett bättre samhälle. Besökarna ska känna sig välkomna, men också visa hänsyn och ta ansvar.

Att skapa förutsättningar för detta är hjärtat i våra uppdrag som destinationsbolag, liksom att verka för ökad innovationskraft och ett starkt skånskt varumärke.

Visionen *Skåne – where tourism matters* visar oss vägen.





skåne

WHERE TOURISM MATTERS



skåne

WHERE AI MATTERS

Angelica Gustafsson

- Strategiskt ansvarig för digitalisering, Visit Skåne
- Arbetar med hur **digitaliseringen påverkar turismen** och hur vi kan använda den för att **skapa värde**
- Tidigare marknadsförare
- Egenföretagare på fritiden



svt NYHETER Lokalt

/ KULTUR



48 sek

Hör artisten Niklas Strömstedt tankar om att varumärkesskydda sin röst från AI-bedrägerier: "Man vill ju ha ensamrätt på sig själv" Foto: Chris Young/AP/TT, SVT

Taylor Swift vill varumärkesskydda sin röst från AI-bedrägerier

PUBLICERAD 28 APRIL 2026

NyTeknik Logga in



USA:s försvarshögkvarter Pentagon ratar Anthropic i en upphandling av AI-tjänster. Arkivbild. Patrick Sison/AP/TT

Pentagon tecknar avtal med AI-bolag – men fortsätter utesluta Anthropic

USA:s försvarshögkvarter Pentagon har tecknat avtal med sju ledande ai-bolag om militär användning av deras teknik. Men företaget Anthropic utesluts.

DAGENS NYHETER.

Nyheter Sverige Världen Ekonomi

Böcker Kulturdebatt Film Konst Musik Scen

BÖCKER

Desperata illustratörer rasar mot AI: "Stöldgodset används för att ersätta oss"

Publicerad 2026-05-02



Foto: Ng Han Guan/AP

Artificiell intelligens som tränats på svenska illustratörers arbete tar allt fler

START SPORT PLUS HEJ NÖJE

Nyheter / It-säkerhet

Professorn: Farliga AI:n ett "reellt hot"



AI-modellen Claude Mythos kan hacka it-system på egen hand. Nu varnar experter för att tekniken utgör ett samhällshot. "Det handlar om månader snarare än år för att förbereda oss", säger Pontus Johnson, professor i it-säkerhet.

EXPRESSEN Prenumerera

Ekonomi / Tech / Chat GPT

Chat GPT:s flipp – blev besatt av sagoväsen

Uppdaterad 4 maj 2026 kl 13.40
Publicerad 3 maj 2026 kl 16.35

Chat GPT fick en flipp.

Helt plötsligt blev AI-tjänsten besatt av det mystiska sagoväsendet.

"Goblingate" gick så långt att Open AI nu tvingas agera, rapporterar [Wall Street Journal](#).

DN. SVERIGE

Forskare hittade på sjukdom – sedan började chattbotarna ställa diagnoser

Uppdaterad 2026-04-16 Publicerad 2026-04-16



När en forskare hittade på en ögonsjukdom med namnet "bixonimania" tog det inte lång tid innan den dök upp i olika AI-chattar. Foto: Alexander Mahmoud

En forskare hittade på en ögonsjukdom och publicerade två uppenbart fejkade studier om den.

Snart gav AI råd till människor om att de skulle kunna ha "bixonimania". Dessutom

DN. Prenumerera Logga in

KULTUR

Tiktok pausar kritiserat AI-verktyg: "Obehagligt"

Publicerad 12:41



Foto: Sean Kilpatrick/AP

Tiktoks nya AI-funktion "Meme remixer" lanserades i april – utan att användarna informerades. Det väckte snabbt kritik från kreatörerna. Nu har Tiktok valt att pausa funktionen.

AFTONBLADET

START SPORT PLUS

Nyheter

AI bättre än läkarna på akuten

TT

Publicerad 2026-05-01 18.28

Mejla Dela Spara



Vad menar vi med AI?

Generativ AI = AI som kan skapa innehåll

Tjänster som ChatGPT, Claude, CoPilot, Gemini

Klassiskt sök - Google

- Byggs på mest verifierade resultat
- Hittar och listar saker
- Bäst för fakta, direkt information, länkar till pålitliga källor
- Finns det inte så syns det inte
- Fortfarande du som tolkar och verifierar resultatet

AI - Large Language Models

- Byggs på mönster, sannolikhet och logik
- Bearbetar och skapar saker som inte finns
- Bäst för kreativa uppgifter och resonemang
- Kan hitta på och hallucinera
- Fortfarande du som tolkar och verifierar resultatet

AI-agenter

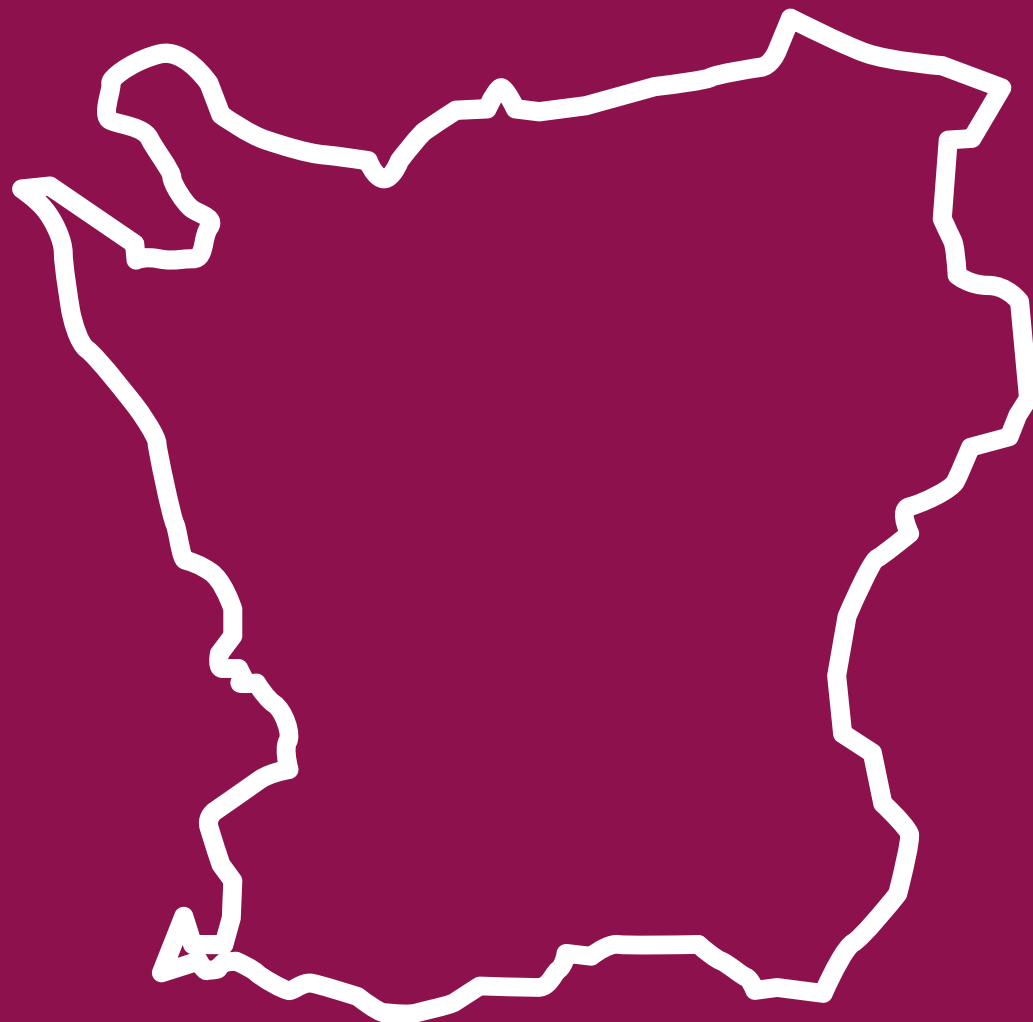
En AI-agent är en mjukvara som kan förstå ett mål, lista ut hur man uppnår det och utföra uppgifter i flera steg.



Var i AI-resan är ni?

menti.com

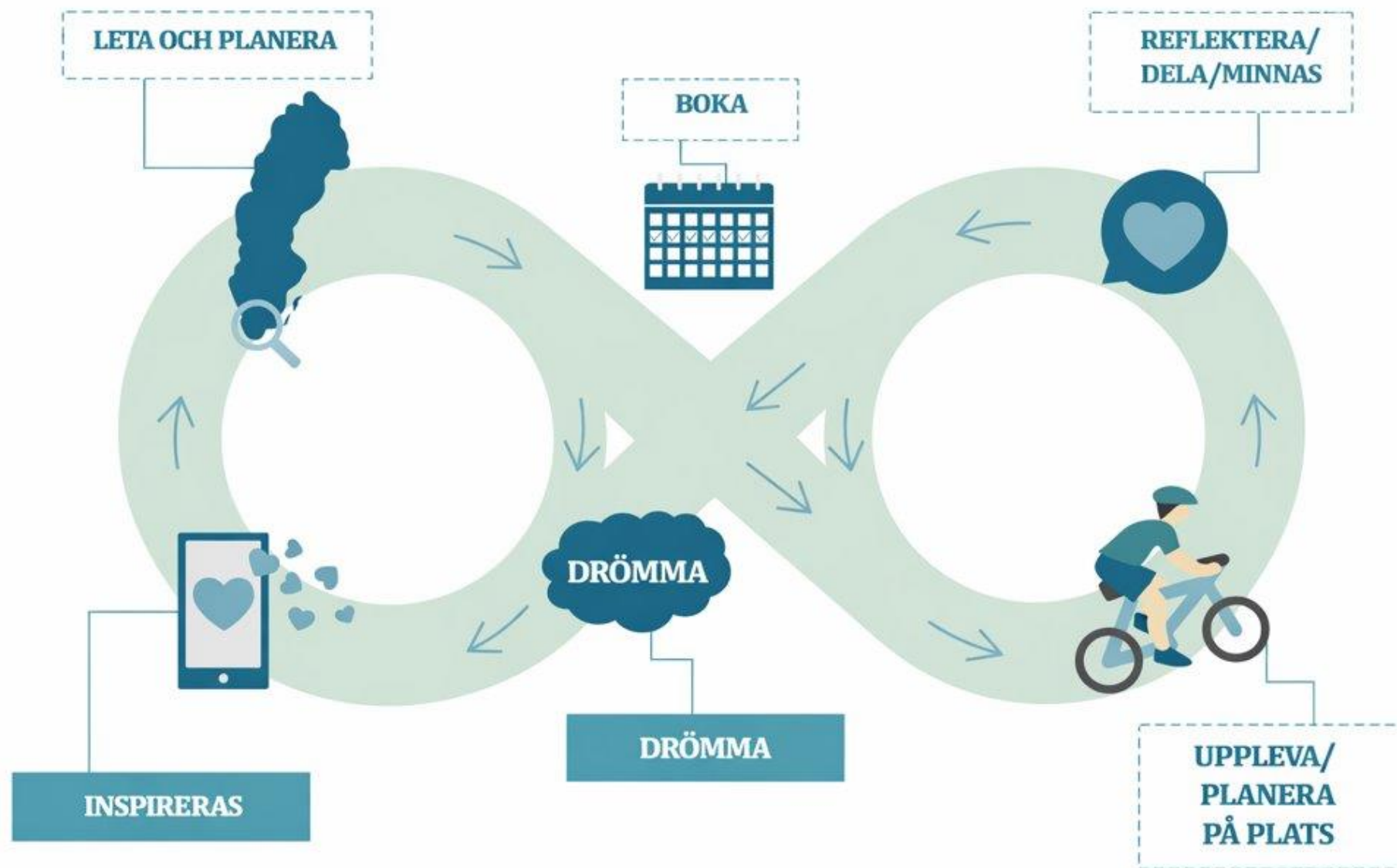
kod 2576 0052



AI förändrar resecykeln

- Turismen förändras snabbare än någonsin. Inte en trend – en strukturell förändring
- Nästa stora skifte - Från turistbyråer till OTA:er och sociala medier till AI
- Förändrar hur resenärer söker, bokar, interagerar och recenserar





Resecykeln med AI

Inspiration Från passiv inspiration → till aktiv utforskning
gästen går från "det där ser härligt ut" till att direkt fråga AI

Planering - Dialog istället för sök
Från att pussla själv → till att få en färdig plan
Resrutt, tider, mat, boende och aktiviteter sätts ihop på sekunder

Bokning - Kortare beslutsväg
Från att jämföra brett → till att välja bland få alternativ
AI filtrerar bort det mesta

Upplevelse Från generell information → till personlig guidning
rekommendationer anpassas efter situationen

Efter Från att dela minnen → till att påverka nästa gäst
innehåll och beteende blir träningsdata för nästa beslut



Från sök till beslut utan klick

Förr (SEO)

Resenären sökte på Google
"mysiga hotell Ystad"
"att göra i Österlen"

Google visade länkar

Aktörer konkurrerade om klick

Nu (GEO)

Resenären ställer en fråga *"Jag vill ha en tredagarsplan för min resa till Österlen"*

AI sammanställer en färdig resplan

Dialog istället för sök

Webb = validering + bokning

Vad betyder det?

Gamla världen:

Synas → få klick → konvertera

Nya världen:

Bli vald av AI – innan klick

Du konkurrerar om att bli svaret

Hur:

Trovärdighet

Narrativ

Strukturerad data

Det som inte är digitalt –
existerar inte



Vanliga källor

- **Din webbplats** – särskilt textinnehåll som är tydligt formulerat.
- **Din Google Business-profil** – information om öppettider, recensioner, länkar m.m.
- **Bokningsplattformar** – t.ex. Tripadvisor, Booking eller Expedia.
- **Andra externa källor** – som nyhetsartiklar, bloggar eller reseguider.

Ju mer tydligt, uppdaterat och relevant innehåll du har på nätet – desto större chans att AI-plattformarna föreslår just dig.



Så hittas du i AI-sök

- **Strukturera innehållet tydligt.** Använd underrubriker, punktlister och klara beskrivningar. Tydlig struktur hjälper AI att tolka vad du faktiskt erbjuder.
- **Håll informationen aktuell.** Uppdatera säsongsinformation, kommande evenemang, priser, tillgänglighet och kontaktuppgifter. AI prioriterar färsk information.
- **Skriv med dina gästers ord.** Använd begrepp som dina kunder faktiskt söker efter – som ”fika med utsikt”, ”hundvänligt boende” eller ”bastu vid sjön”. Matcha AI-användarnas formuleringar.
- **Optimera din digitala närvaro – inte bara din hemsida.** Tänk brett, Google Business-profilen, Tripadvisor, sociala medier och samarbetspartners är också viktiga delar i att synas i AI-tjänster.



AI är ingen egen kanal – men en viktig förlängning

AI är en **förstärkare** av din befintliga digitala närvaro -
inte som en ny plattform du behöver "synas på"

Arbeta smart med din synlighet, dina texter och dina
externa profiler – så att AI kan föreslå dig, både i
chattbotar och i framtidens sökresultat

**Ju bättre du förklarar vad du erbjuder, desto större
chans** att det är just din gård, kajaktur eller
kulturupplevelse som blir det självklara valet.



Här är kaféet med AI som chef: ”Hon beställer mycket konstigt”



AI i besöksnäringen

Administration

Rapportering, arbetsflöden, prognoser, uppföljning

Kundservice

Tillgänglighet i tid & språk
Bokning, feedback

Marknadsföring

Ta fram content, mikrokampanjer, analys, AI SEO, omvärld

Interna processer

Inköp, schemaläggning, uppföljning, bokning

Skräddarsydda upplevelser

Personliga paket, säsonger, guest management

Kapacitet och beläggning

Besöksströmmar, optimering kapacitet/resurs

Prissättning

Personaliserat/dynamiskt
Konkurrensbevakning
Intäktsoptimering

AI i besöksnäringen

Kundservice

Svara snabbare, utan att jobba mer

AI-lösningar:

Skapa en "AI-assistent" som:

- Svarar på mejl

- Formulerar svar på DM

- Hanterar vanliga frågor (öppettider, parkering, hundar etc.)

Exempel:

"Svara vänligt på ett mejl där en gäst undrar om de kan checka in sent och ta med hund"

👉 Ger ett färdigt, professionellt svar direkt

Effekt:

- Sparar tid varje dag

- Jämn kvalitet i kommunikationen

- Snabbare svar = nöjdare gäster



AI i besöksnäringen

Prissättning

Våga justera smartare

AI kan hjälpa till att:

Analysera efterfrågan (helger, säsong, event)

Föreslå prisnivåer

Identifiera när du kan ta mer betalt

Enkel användning:

“Här är mina bokningar från förra sommaren – vilka perioder hade jag kunnat höja priset?”

👉 AI hittar mönster du missar

Effekt:

Ökad lönsamhet utan fler gäster

Bättre beslut, mindre magkänsla



AI i besöksnäringen

Hitta fler gäster – tänk nytt

AI kan hjälpa att:

Identifiera nya målgrupper

Skapa innehåll för internationella gäster

Testa nya vinklar snabbt

Exempel:

“Vilka målgrupper borde ett naturboende i Skåne rikta sig mot som vi ofta missar?”

”Hjälp oss att anpassa vårt erbjudande för att nå danskar”

Effekt:

Fler bokningar utan att “göra mer av samma”

Bredare marknad



AI i besöksnäringen

Marknadsföring

Spara tid & nå fler gäster

Konkreta AI-användningar:

Generera **veckovis sociala medier-inlägg** på 5 minuter

Skriva **nyhetsbrev** baserat på säsong, väder eller event

Anpassa texter till olika målgrupper (barnfamiljer, tyskar, par, foodies)

Exempel:

“Skriv 3 Instagram-inlägg för ett gårdshotell i Skåne i maj – fokus på lugn, natur och lokal mat”

👉 Resultat: färdiga texter + hashtags

Effekt:

Sparar timmar varje vecka

Mer kontinuitet = större synlighet = fler bokningar



AI i besöksnäringen

Inköp & svinn

AI kan hjälpa att:

Analysera flera faktorer samtidigt

- Tidigare försäljning
- Bokningsläge
- Väderprognos
- Event i närområdet

Input: "Förra helgen sålde vi 120 bullar, 80 smörgåsar, 150 kaffe. Nu har vi +20% bokningar, soligt väder och en marknad i närheten."

Effekt:

Mindre svinn
Färre slutsålda produkter
Bättre marginaler
Mindre stress



AI handlar inte om att ersätta det personliga i besöksnäringen – det handlar om att frigöra tid så att ni kan lägga mer energi på just det som gästerna faktiskt kommer hit för: upplevelsen

Att fundera på

- Vilken bild visar AI upp av din destination?
- Vad fattas?
- Hur AI-säker är er marknadsföringsstrategi?
- Hur kan ni skapa ett gemensamt narrativ?



Öka chansen att bli vald av AI

- Ta ett grepp kring er hemsida – strukturera infon, se till att tydliga beskrivningar finns Uppdatera öppettider, priser och bokningslänkar.
- Skriv med gästens ord.
- Besvara vanliga frågor på webben.
- Se över Google Business och externa profiler.
- Skapa innehåll för konkreta resplaner.

Det som inte finns digitalt – finns inte för AI. Det som är otydligt digitalt – blir svårt för AI att rekommendera.



Sugen på mer?



INTERNET 
STIFTELSEN

Tack!

Håll kontakten med oss:

corporate.visitskane.com

visitskane.com

Mejla mig på angelica.gustafsson@skane.se

Prenumerera på vårt nyhetsbrev →



VISIT | skåne