



Nordnorsk  
Reiseliv AS

# Markedstiltak 2023



Nordnorsk  
Reiseliv AS

# Suksesskriterier



Sikre verdiskaping og økt  
lønnsomhet i  
regionen



Tiltak og prioriteringer som  
gir et bærekraftig reiseliv.  
  
I dag og i fremtiden.



Synliggjøre  
konkurransefortrinnene til  
Nord-Norge og  
kommunisere det som  
kjennetegner landsdelen  
(«sånn er vi»)



Styrke Nord-Norge ved å  
aktivt jobbe med  
rett gjest på rett sted  
til rett tid.  
  
Sesong, destinasjonenes  
tilbud og målgruppens  
behov



NordNorsk  
Reiseliv AS

# Suksesskriterier



Sikre verdiskaping og økt lønnsomhet i regionen

## Hvordan?

Prioritering av målgrupper.  
Helårsturisme, et døgn ekstra, samarbeid med relevante partnere.



Tiltak og prioriteringer som gir et bærekraftig reiseliv.

I dag og i fremtiden.

## Hvordan?

Helårsturisme, et døgn ekstra, samarbeid med relevante partnere.



Synliggjøre konkurransefortrinnet til Nord-Norge og kommunisere det som kjennetegner landsdelen («sånn er vi»)

## Hvordan?

Konkurransefortrinnet vårt er:  
Natur, kultur, kulturarv, nordlys, midnattssol, trygg destinasjon, rent og frisk, sjømat.



Styrke Nord-Norge ved å aktivt jobbe med rett gjest på rett sted til rett tid.

Sesong, destinasjonenes tilbud og målgruppens behov

## Hvordan?

Gjennom analyser, ansvarlig markedsføring og prioritering av målgrupper.

# ANSVARLIG MARKEDSFØRING



NordNorsk  
Reiseliv AS

## Rett gjest, på rett sted, til rett tid.

Ansvarlig markedsføring ligger til grunn for alt markedsarbeid vi gjennomfører. Forenklet kan man si at ansvarlig markedsføring handler om å skape samsvar mellom leveranse og kommunikasjon. Dette krever et tett samspill mellom lokalsamfunnets strategier og ønsker, og valg av utviklings- og markedtiltak. Fordi bolyst og reiselyst går hånd i hånd, forutsetter dette en bærekraftig opplevelsesnæring som bidrar til gode lokalsamfunn å bo i og besøke. For å oppnå dette må vi ha en strategi for rett gjest, på rett sted, til rett tid. Derfor handler ansvarlig markedsføring om mer enn markedsføring.

## Bærekraftsmål som er spesielt viktige for oss i 2023:

8

Verdiskaping

Helårsturisme og  
lengre opphold

11

Besøksforvaltning

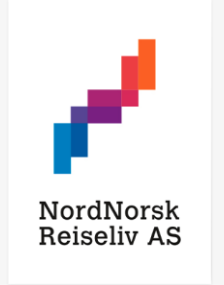
Bevare lokalsamfunnet

17

Samhandling

Ett Nord-Norge

# SOME



**Instagram brukes primært til daglig reposting av bilder og videoer fra Nord-Norge, og omfavner alle målgruppesegmenter, med spesielt fokus mot aktive og lett aktive.**

Vi jobber for å ha jevn geografisk innholdsspredning fra Svalbard, Finnmark, Troms og Nordland. I 2023 vil vi fortsette å legge ut egenprodusert innhold, i tillegg til reposting av bilder og video. Alle postene som legges ut inneholder relevante tags for å øke synlighet og få størst mulig spredning. Instagram og Facebook

Vi ønsker å fortelle og inspirere følgere med reiselivsopplevelser, destinasjoner og tilbydere i Nord-Norge. Sosiale medier består i all hovedsak av Facebook og Instagram, og smått på TikTok. Facebook brukes daglig til å spre videoinnhold, bildeserier og deling av egenproduserte artikler.

På Facebook har vi en noe eldre følgerskare, og publiserer her mer dyptgående innhold. Også her jobber vi for en bred geografisk dekning. Det vi produserer av eget innhold, skal deles på Facebook.

Rundt 80% av følgerene våre på Facebook og Instagram er utenlandske, så vi kommuniserer konsekvent på engelsk, og forsøker å være en inngangsdør mot destinasjonene.

Nytt fra 2023 er at vi vil kjøre flere markeds kroner til å annonsere via Meta, og utnytte datafangsten vi har opparbeidet. Mer om det under Digital Strategi.

# Digital strategi og distribusjon

## **Skape felles resultater innen digital markedsføring.**

Nordnorsk reiselivs visjon for digital distribusjon er å fortsette å ha sterk påvirkningskraft i sosiale kanaler, som en markedsføringsmotor for Nord-Norge. Vår strategi i sosiale kanaler bygger på «Always on»-praksis. Det innebærer kontinuerlig kommunikasjon spisset mot våre definerte målgrupper.

Vi skal fortsette utviklingen av målgrupper i egen database, skape trafikk til reisemål og bedrifter samt holde landsdelen sammen som én enhet på markedet.

I markedsføring på sosiale medier konkurrerer vi med store selskaper om oppmerksomheten, og per nå konkurrerer vi også med samarbeidspartnere om synlighet på digitale flater, mens vi har samme mål.

Sammen er vi sterkere. Hvis vi slår markedsføringen vår sammen, vil vi nå ut til et større og mer relevant publikum.

### **Kanalvalg:**

Annonseringen vil foregå på Facebook og Instagram (Meta), da de i dag er de største plattformene i våre utvalgte markeder. De er også de eneste som har et annonsesenter som gjør det mulig å gjennomføre en felles struktur, hvor vi kan dele data mellom oss og samarbeidspartnere.

### **Målsetninger:**

- Forsterke merkevaren Nord-Norges posisjon på digitale flater
- Økt rekkevidde hos utvalgte målgrupper
- Redusert kostnad per resultat
- Jevn kommunikasjonsflyt i sosiale kanaler
- Økt salg til Nord-Norske bedrifter via digitale kanaler
- Bygge en langsiktig, felles digital strategi.

# Presse og PR



NordNorsk  
Reiseliv AS

Hovedmålet med mediearbeidet er å øke kunnskapen om Nord-Norge og posisjonere landsdelen som ett attraktivt reisemål som tilbyr spennende kulturopplevelser og aktiviteter i vakker natur for prioriterte målgrupper. Pressearbeidet skal være en integrert del i det totale markedsføringsarbeidet av Nord-Norge som reisemål, og har som mål å støtte og forsterke markedsføringsinnsatsen B2C og B2B.

## Tiltak 2023:

- ✓ 1 – 2 gruppepresseturer i samarbeid med Visit Norway
- ✓ Gruppe og individuell presseturer i samarbeid med Fjord&Nord og Widerøe
- ✓ PR og pressearbeidet underbygger definerte satsinger og temaer hele året og gode dialoger med destinasjoner legger grunnlaget for PR og pressearbeidet
- ✓ Større fokus på individuelle pressebesøk i 2023
- ✓ Bodø som Europeisk Kulturhovedstad i 2024 vil ha stor fokus i 2023
- ✓ NordNorsk Reiseliv har sammen med Visit Norway og andre partnere løpende dialog med norske og internasjonale medier.
- ✓ Mynewsdesk vil være en viktig kanal for økt digital synlighet samt kommunisere målrettet, spesielt internasjonalt
- ✓ Initiere pressebesøk sammen med destinasjonene
- ✓ Felles for alt pressearbeid er at det skal være en gjensidig synliggjøring av pressesamarbeidet i alle flater og i kommunikasjon med media, næringen og virkemiddelapparatet (eks. fylkeskommuner, Visit Norway, Innovasjon Norge, kommuner, eiere). Dette gjelder også for de bedriftene som vi besøker på turene.

# Fjord Norge- & Nord-Norge



NordNorsk  
Reiseliv AS

## Liker du Fjord - Liker du Nord

NordNorsk Reiseliv, Fjord Norge og Widerøe har inngått internasjonalt samarbeid. Å fronte fjord og nord snakker også rett inn i strategien vår om å få folk til å bli lengre i landet og oppleve mer utenom høysesongene. Dette samsvarer med en økende interesse om å oppleve mer når de først er på reise. **Det ivaretar arbeidet til å nå vårt prioriterte bærekraftsmål nr. 8: Verdiskapning, helårsturisme og lengre opphold.**

Den internasjonale satsingen retter seg mot de markeder som har direkte forbindelse til Bergen. Målsettingen med samarbeidet er å sette fokus på de gode kombinasjonsmulighetene med Widerøes direkteruter mellom Bergen og Bodø, Evenes og Tromsø.

## SAMARBEIDET OMFATTER:

### Arrangementer:

- Med turoperatører og presse i Tyskland og UK.

### Pressetur:

- Til både fjord og nord i samarbeid med Visit Norway og Widerøe.

### B2B:

- Visningstur: FAM trip Fjord & Nord.

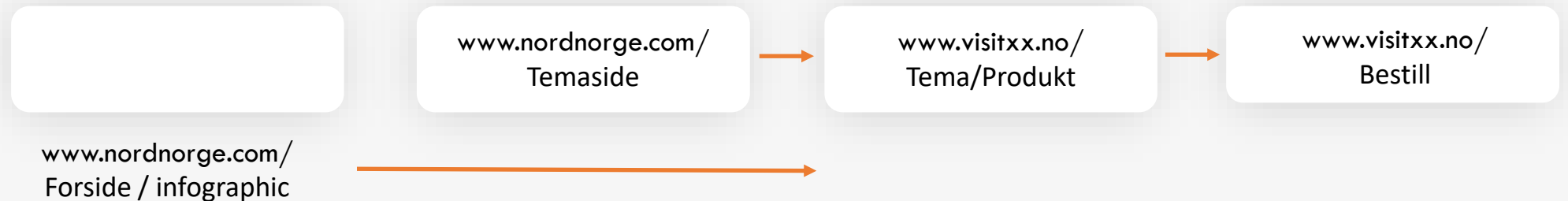
### E-post:

- Kontinuerlige nyhetsartikler fra Fjord og Nord.

# WEB

## Nordnorge.com oppgraderes og kobles tettere på sosiale medier / målgrupper

- Målet er å få publikum til å:
  - Relevante målgrupper inspireres i digitale media (organisk og annonsert fra SoMe og søkemotorer), og klikker videre til tematiserte sider på nordnorge.com (SHOW)
  - Løfte fram ulike konsepter til ulike årstider (se regneark) med tilhørende artikler (TELL)
  - Trykke seg videre til relevante sider hos destinasjonene (SELL)
- Hvordan?
  - Nytt grafisk kart (infographic) med tydeligere lenker til destinasjonenes sider
  - Gradvis oppgradering / clustring av (nye) tema og konsepter med tilhørende innhold
  - Overordnede tema og destinasjonsinfo på nordnorge.com, mens detaljert informasjon om steder, opplevelser og USP ligger hos de ulike destinasjonene



# Travel Trade B2B



NordNorsk  
Reiseliv AS

Aktivt bidra til å fremme Nord-Norge og Svalbard som en attraktiv opplevelses-destinasjon for **ferie- og fritidsmarkedet** gjennom B2B arbeidet

Det er viktig å ha et langsiktig fokus når man jobber mot B2B-segmentet – Relasjon og nettverksbygging

Målrettet arbeid for å identifisere og segmentere FIT turoperatører og incoming aktører som matcher våre prioriterte målgrupper

B2B er indirekte markedsføring- og distribusjonskanal for å nå forbrukermarkedet. Målet er å etablere flere distribusjons- og kommunikasjonskanaler ut i forbrukermarkedet for reiselivsnæringen i Nord-Norge og Svalbard

Bygge og forsterke merkevaren Nord-Norge og Svalbard med forankring i merkevareplattformen gjennom B2B arbeidet

Skape og delta på fysiske og digitale B2B workshops og webinarer for å fremme reiselivsprodukter i Nord-Norge og Svalbard

Kunnskaps- og kompetanseoverføring både fysisk og digitalt til turoperatører, incoming og presse/media på vegne av reiselivsnæringen

Bidra med B2B innsikt til reiselivsnæringen (trender/statusmøter/webinarer/ fagdager)

Nyhetsbrev til turoperatører, incoming og andre partnere

Visningsturer (Famtrip) for turoperatører, incoming og presse/media i egen regi, og i samarbeid med destinasjonsselskapene og Visit Norway

# Markedsaktiviteter B2B

Date	Visningsturer B2B	Where	Market	Physical / Digital
28.01-01.02	FR - IN og Air France	Tromsø/Kilpis	France	Fysisk
20.04-24.04	NTW – Pretour	Narvik/Tromsø	Internasjonal	Fysisk
Juni - TBA	INT – fam trip	Lofoten/Vesterålen	Internasjonal	Fysisk
TBA	Digital visningstur	Alta - Kauto - Karasjok	Internasjonal	Digital
TBA	Digital Visningstur	Kirkenes - Varanger	Internasjonal	Digital
Feb.	Vianova - på egenhånd	Tromsø, Vesterålen, Lofoten	Tysk	Fysisk

# Markedsaktiviteter B2B

	Date	Workshops	Where	Market	Physical / Digital
Februar	08.-09.	NordEuropa - Nordic Marketing		DACH, Benelux, ...	Digital
	20.-21.	<u>Nordic Marketplace</u> - ETOA	Copenhagen	International, Nordic & Baltic	Physical
Mars	07.-09.	<u>ITB Berlin 2023</u>	Berlin	International	Physical
	20.-23.	Nordic workshops	Paris/Milan	Italy and France	Physical
	21.	North America 2023 - ETOA	USA/Canada	Nord Amerika	Digital
	TBA	Munchen airport, Wideroe	Munchen	Germany	Physical
April	24.-27.	<u>NTW-Norwegian Travel Workshop</u>	Oslo	International	Physical
Juni	05.-09.	<u>Adventure Seekers Workshop</u>	Paris & Lyon	France	Physical
	13.	<u>Digital day of Competence</u>	Digital	Germany	Digital
Sept	TBA	<u>Workshop Norway Connect</u>	Asia	International	Digital
	TBA	<u>Nordic Workshop</u>	Frankfurt	Germany	Physical



Nordnorsk  
Reiseliv AS

## Prioriterte målgrupper:



**1**



**2**



**3**

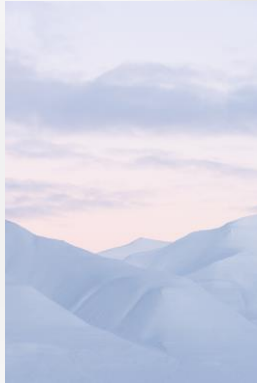
# SESONGKONSEPTER - overordnet



NordNorsk  
Reiseliv AS



MØRKETIDS-  
VINTER



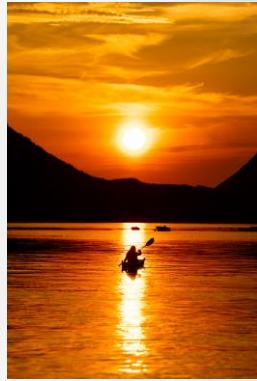
SOL-VINTER



VÅRVINTER



RØ'DAGAN



SOMMER  
24/7



HØSTing



NORDLYS-HØST

Fokusområder – endringer kan oppstå.

JAN	FEB	MARS	APRIL	MAI	JUNI	JULI	AUG	SEPT	OKT	NOV	DES
MØRKETIDA	SOLVINTER		VÅRVINTER	RØ'DAGAN	MIDNATTSSOL		HØST <sub>(ING)</sub>		NORDLYSHØST		MØRKETIDA
	Hundekjøringsekspedisjon		Tryggere skikjøring i midnattssol		Brevandring						
	Utendørs overnatting				Terrengsykling						
	Alpin				Fjellturer						
	Krysse vidda				Kajakk-ekspedisjon						
	Topptur				Vandring						
	Snøskuter				Båttur						
	Nordlys jakt				Hvalsafari, spermhval				Nordlys jakt		
Hvalsafari, spekkhogger	Vinterfiske		Fuglefjell		Bading/strand						Hvalsafari, spekkhogger
			Dyreriket/naturen våkner								Hundekjøring
	Hundekjøring		Byferie (før alle andre)		Vandring - Midnattssol						Reinsdyrsslæde
	Reinsdyrsslæde				Tursykling		Hundekjøring på hjul				
Fotografering											
Nordlys		Nordlys +solnedgang		Midnattssol		Nordlys +solnedgang		Nordlys		Nordlys	
Blåtid								Blåtid			
Lofoten				Lofoten							
Nordkapp											
Lys i mørket				Utendørsfestivaler		Sanking/mat/matfestivaler				Lys i mørket	
Skrei/-mølje								By/kulturelle innslag		Jul	
Samisk uke		Finnmarksløpet	Påskefestival	Museum/attraksjoner - langåpent							
Hygge				Kulturvandring							
						Hygge/bål					
Bodø 2024											

# VINTEREVENTYRET

Reasons to go:
Hundekjøringsekspedisjon
Alpin
Utendørs overnatting
Krysse vidda
Topptur
Snøskuter
Nordlys jakt
Hundekjøring
Reinsdyrssløde
Blåtid
Nordlys+solnedgang
Nordkapp
Fotografering
Samisk uke
Påskefestival
Finmarks løpet



# DET STORE VINTERFISKE

## Reasons to go:

Vinterfiske

Båttur

Hvalsafari, spekkhogger

Hval-safari, spermhval

Fugle-fjell

Skrei/-mølje

Lys i mørket

Hygge

Blåtid

Nordlys

Lofoten

Fotografering



# WHITE SPRING

Reasons to go:

Krysse vidda

Alpin

Tryggere skikjøring i midnattssol

Dyreriket/naturen våkner

Nordlys+midnattssol

Lofoten

Fotografering



# FRESH SPRING

## Reasons to go:

Kajakk-ekspedisjon

Vandring

Båttur

Kajakk

Fuglefjell

Hvalsafari, spermhval

Dyreriket/naturen våkner

Nordlys+midnattssol

Lofoten

Fotografering

Byferie (før alle andre)

Kulturvandring



Marten Bril



# MOT DET YTTERSTE NORD

Reasons to go:
Vandring
Fuglefjell
Museum/attraksjoner - langåpent
Kulturvandring
Midnattssol
Nordkapp
Fotografering



## NORDKYN

DER  
NATUREN  
RÅR



## SUMMERTIME IS MOUNTAINTIME

Reasons to go:
Vandring
Vandring - Midnattssol
Brevandring
Fjellturer
Utendørsfestivaler
Sanking
Midnattssol
Fotografering



# SKJÆRGÅRDSSOMMER

## Reasons to go:

Kajakk-ekspedisjon

Bading/strand

Vandring - Midnattssol

Tursykling

Båttur

Hvalsafari, spermhval

Vandring

Fuglefjell

Kulturvandring

Museum/attraksjoner - langåpent

Utendørsfestivaler

Sanking

Midnattssol

Fotografering



# VILLMARKSSOMMER

Reasons to go:
Terrengsykling
Vandring - Midnattssol
Fiske
Kajakk
Sanking
Midnattssol
Fotografering



# GNISTRENDE HØSTTUR

Reasons to go:
Terrengsykling
Fjellturer
Vandring
Båttur
Kajakk
Nordlys jakt
Hvalsafari, spermhval
Hundekjøring på hjul
Sanking
Hygge/bål
Fotografering
Nordlys
Gylden blåtid



## BY-HØST

### Reasons to go:

Vandring

Båttur

Nordlys jakt

Hundekjøring på hjul

Hygge

Lys i mørket

Kulturelle innslag

Jul

Mat-/festivaler

Fotografering

Nordlys

Gylden blåtid



# Kampanjekonsepter – always on

Kampanjekonsepter – Always on												
JAN	FEB	MARS	APRIL	MAI	JUNI	JULI	AUG	SEPT	OKT	NOV	DES	
MØRKETIDA	SOLVINTER		VÅRVINTER	RØ'DAGAN	MIDNATTSSOL		HØST <sub>(ING)</sub>	NORDLYSHØST		MØRKETIDA		
	Hvit vår		Hvit vår									
		Frisk vår	Frisk vår									
		Mot det ytterste Nord			Mot det ytterste Nord							
			Villmarkssommer		Polarsommer/Villmarkssommer							
			Skjærgårdseventyret		Skjærgårdseventyret							
			Fjelltursommer		Fjelltursommer							
					Gnistrende høsttur		Gnistrende høsttur					
							By-ferie					
							By-ferie					
	Vintereventyret										Vintereventyret	
	Det store vinterfiske							Vintereventyret				
										Det store vinterfiske		
SESONGKONSEPT		NÅR ANNONSERES DET?			NÅR ER DET SESONG?			Justeres løpende.				



# Markedsinnsikt 2023

JAN	FEB	MARS	APRIL	MAI	JUNI	JULI	AUG	SEPT	OKT	NOV	DES
GJESTEUNDERSØKELSE											
REISEFEBER – MÅNEDLIG OPPDATERING											
		KVARTALS- RAPPORT GJESTEUSK			KVARTALS- RAPPORT GJESTEUSK			KVARTALS- RAPPORT GJESTEUSK			KVARTALS- RAPPORT GJESTEUSK
BÆREKRAFT NARVIK											
MARKEDSUNDERSØKELSE USA, AUSTRALIA, SINGAPORE, THAILAND, INDONESIA											
KONTINUERLIGE MARKEDSOPPDATERINGER PÅ ILAG - KUNNSKAPSBASEN											