



NordNorsk  
Reiseliv AS

# Markedstiltak 2024

# INNHOOLD



NordNorsk  
Reiseliv AS

**01**

Rammer og  
føringer

**02**

Markedsinnsikt  
Markedskonsepter  
Produksjon

**03**

Distribusjon  
Forbruker-  
markedet  
B2C

**04**

Distribusjon  
Travel Trade  
markedet  
B2B

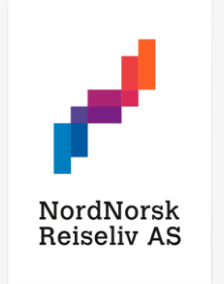
**05**

Bransje i nord  
B2B

# RAMMER



## Viktige rammer og føringer for markedstiltak 2024:



- Vårt oppdrag med å videreutvikle Nord-Norge som et bærekraftig og helårlig reisemål gjennom **kunnskapsbasert markedsføring og profilering samt tilrettelegging for salg** av nordnorske reiselivsopplevelser. Til beste for sysselsetting, bosetting og almene interesser for øvrig.
  - Arbeidet skal være med forankring i:
    - De respektive fylkers reiselivsstrategi og oppdragsbrev fra fylkene i Nord-Norge
    - Selskapets strategi og markedsstrategi (2023 – 2025)
    - Den nasjonale reiselivsstrategien
    - Masterplaner for destinasjoner i Nord-Norge og på Svalbard
    - Besøksstrategier

## To hovedstrategier i vårt arbeid

### Mersalg

Få de som allerede er  
interessert til å bruke mer

### Et døgn ekstra!

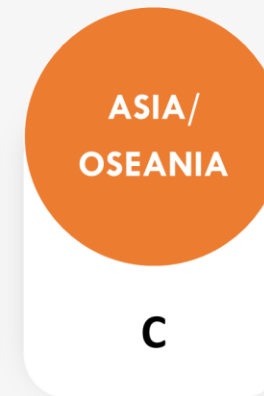
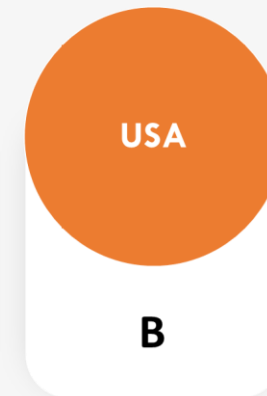
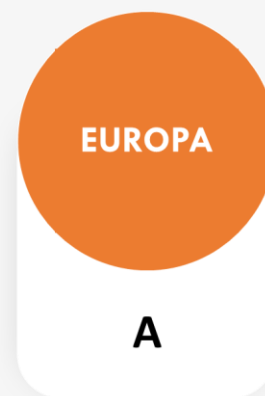
Ved å få gjester til å bli et døgn ekstra  
vil det både være positivt  
knyttet til bærekraft og verdiskaping.

### Skap et helårlig reiseliv

### Prioriterte målgrupper



### Prioriterte markeder



- Natur, landskap, lys og mørke trekker
- Lett aktive eller aktive
- Kultur, historie og mat er alltid med oss
- Bærekraft stadig viktigere



Bærekraft + lokal kultur, historie og mat



# Målgruppene

Hva er viktig når man reiser på ferie

Hva kan vi tilby / Våre konkurransefordeler

Betydning av naturen



Definert ut fra hva som er viktig når man reiser på ferie generelt

# RAMMER



## Ekstra fokus 2024:

- **Eksternt:**
- Bodø 2024 – europeisk kulturhovedstad
- Videreført Visit Arctic Europe – gjennom prosjektet AETC (Arctic Europe Tourism Cluster)
- Fjord & Nord
- Samisk reiselivsstrategi
- Arktiske matopplevelser koblet til målgruppemodell og prioritering
- Hvordan sikre «Rett gjest, på rett sted til rett tid» på en bedre måte?
  - Hvordan måle at vi er på riktig kurs
- Infrastruktur utenfra og inn, og internt i landsdelen
- Hvordan tar vi «Always on» strategi/modell videre? META versus Google universet
- Etablering av markedsgruppe for større aktører/partnere, næring i nord + internasjonalt
- Formidling av målgruppemodell til næring i nord



NordNorsk  
Reiseliv AS



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.

# INNHOOLD



NordNorsk  
Reiseliv AS

**01**

Rammer og  
føringer

**02**

Markedsinnsikt  
Markedskonsepter  
Produksjon

**03**

Distribusjon  
Forbruker-  
markedet  
B2C

**04**

Distribusjon  
Travel Trade  
markedet  
B2B

**05**

Bransje i nord  
B2B

# Markedsinnsikt 2024

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 ALTA?				BÆREKRAFT KIRKENES?							
BÆREKRAFT NARVIK											
BÆREKRAFT LOFOTEN											
		ARIVAL 360 + ITB CONVENTION			DELTAGELSE PÅ ANBEFALING FRA TT ??			NORDIC SYMPOSIUM TOURISM RESEARCH		World Travel Market?	
KONTINUERLIGE MARKEDSOPPDATERINGER PÅ ILAG - KUNNSKAPSBASEN											

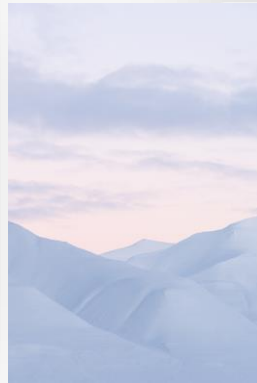
# Nye sesongkonsepter implementert fra 2023



NordNorsk  
Reiseliv AS



MØRKETIDS-  
VINTER



SOL-VINTER



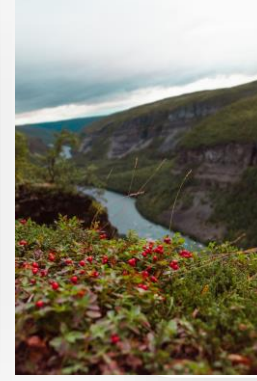
VÅRVINTER



VÅRDAGAN



SOMMER



HØSTing



MØRKETIDS-  
HØST

# WEB

JAN	FEB	MARS	APRIL	MAI	JUNI	JULI	AUG	SEPT	OKT	NOV	DES
INNHOLDSPRODUKSJON M/ OVERSETTELSER											
KONTINUERLIG TEKNISK OPPFØLGING AV WEB , ILAG OG MEDIABANK											
KVARTALS -MØTER DEKODE			KVARTALS- MØTE DEKODE				KVARTAL- MØTE DEKPDE			KVARTALS- MØTE DEKODE	
ARKTISK MAT / TYSKE NETTSIDER (JUSTERING FØR OG ETTER IGW)											
BRUKEROPPLEVELSE ILAG (EGET ARK)											
OPPDATERE INNHOLD PÅ MEDIEBANK											
SEO OG GOOGLE ANALYTICS (ROGER)											
GOOGLE ADS OG TAG MANAGING (NY DIGITAL MARKEDSFØRER)											

# INNHOOLD



NordNorsk  
Reiseliv AS

**01**

Rammer og  
føringer

**02**

Markedsinnsikt  
Markedskonsepter  
Produksjon

**03**

Distribusjon  
Forbruker-  
markedet  
B2C

**04**

Distribusjon  
Travel Trade  
markedet  
B2B

**05**

Bransje i nord  
B2B



# Kampanjer (Interne og eksterne)

	JAN	FEB	MARS	APRIL	MAI	JUNI	JULI	AUG	SEPT	OKT	NOV	DES
?	2023 -> Last of the snow											
200 000	2023 -> Winter fun					Winter fun / Snow 'n sun					Winter fun / Snow and sun	
80 000	Frankfurt – Hålogaland (Summer in the Timeless society)											
?		Harstad city										
200 000		The land of the Northernmosts – This is Arctic								The land of the Northernmosts – This is Arctic		
?				Tromsø city							Tromsø city	
		+1 dag Senja og Lyngenfjord?										
400 000				Arctic Autumn – The best time								
?					Arctic Autumn – The best time (Troms)							
300 000						Northern lights winter						
?						Northern lights outside of Tromsø						
	Tromsø – Narvik ?											
100 000	Bodø European Capital of Culture? (Synlighet/lenker til relevante artikler)											
200 000						Nordlyshøst-kampanje ?						
					VISIT NORWAY		TROMS		NNR		Justeres løpende.	

# Pressemeldinger/mediesaker/MyNewsDesk

JAN	FEB	MARS	APRIL	MAI	JUNI	JULI	AUG	SEPT	OKT	NOV	DES
PRESSEMELDINGER VIA MYNEWSDESK											
NYHETSARTIKLER – MYNESDESK											
PRESSERESULTAT til destinasjoner		PRESSERESULTAT til destinasjoner			PRESSERESULTAT til destinasjoner			PRESSERESULTAT til destinasjoner		PRESSERESULTAT til destinasjoner	
FÅ PÅ Plass PRESSE PÅ iLag ?											

# Presse

JAN	FEB	MARS	APRIL	MAI	JUNI	JULI	AUG	SEPT	OKT	NOV	DES
INDIVIDUELL PRESSE – HELE ÅRET											
BODØ 2024 PR OG PRESSEAREID											
	ÅPNING BODØ 2024		ITALIENSK GRUPPE, SPIN - OFF QUERINI ?								
B2B2C VOIGT TRAVEL		SAMISK MAT/KULTUR GRUPPE / IGW					INT GRUPPETUR MED VISIT NORWAY / SAMISK FOKUS?			IN, FJORD, NORD OG WIDERØE B2B2C- EVENT SØREUROPA	
PRESSE MED FJORD, NORD OG WIDERØE											
DIREKTERUTE PRESSE OG PR-ARBEID EVENES, TROMSØ OG BODØ + EVENTUELT ALTA											
PRESSE MØTE/SAMARBEID VISIT NORWAY								PRESSE MØTE/SAMARBEID VISIT NORWAY			
MARKEDSAVTALE VAGABOND REISELYST – 6 PRINTANNONSER + 4 ONLINEBANNERE + REPORTASJETURER											

# INNHOOLD



NordNorsk  
Reiseliv AS

**01**

Rammer og  
føringer

**02**

Markedsinnsikt  
Markedskonsepter  
Produksjon

**03**

Distribusjon  
Forbruker-  
markedet  
B2C

**04**

Distribusjon  
Travel Trade  
markedet  
B2B

**05**

Bransje i nord  
B2B

# Travel Trade

## Strategiske fokusområder

### 2024 – 2025

- WORKSHOPS
  - NTW
  - IN Workshop
  - Andre workshops
  - Egne Tematiske workshops
- VISNINGSTURER
  - NTW
  - INT
  - EGNE
- ROADSHOWS & EVENTS, Pilot
- SPESIALTILTAK
  - HIGH END
  - FJORD & NORD
  - GRUNE WOCHE, B2B
- TRAVEL TRADE PLATTFORM
  - SUPPLIERS + PRODUKTER
  - BUYERS
- CRM SYSTEM – KVALITETSSIKRE INNHOLD → MONDAY
- ACCESSABILITY, FLY OVERSIKT
- B2B's TJENESTER – SERVICES
  - NYHETSREVY B2B
  - WEBINAR
  - DIGITAL TEMA WORKSHOP, Fisketurisme
  - MEDIABANKEN
- TRAVEL TRADE INNSIKT & TRENDER
- BESKRIVE B2B MARKEDSFØRINGSPROSESS I NNR
- B2B ACADEMY
  - DS OG TILBYDERE
  - BUYERS
- FAGLIG UTVIKLING TRAVEL TRADE TEAMET
- AETC
- B2B's PRESENTASJONER – KVALITETSSIKRES OG REVIDERES
- UTVIKLE ET RAPPORTERINGSSYSTEM FOR TRAVEL TRADE
- MARKEDSMØTER STORE PARTNERE
- GDPR vs TRAVEL TRADE (B2B)



# Workshop – Events - Messer

JAN	FEB	MARS	APRIL	MAI	JUNI	JULI	AUG	SEPT	OKT	NOV	DES
KONTINUERLIGE WORKSHOPER						KONTINUERLIGE WORKSHOPER					
			NTW TRONDHEIM								
		RAPPORT WORKSHOP			RAPPORT WORKSHOP				RAPPORT WORKSHOP		RAPPORT WORKSHOP
	FJORD & NORD EVENT DUBLIN									FJORD & NORD EVENT	FJORD & NORD EVENT

# Markedsmøte B2B, Nyhetsbrev, LinkedIN, CRM-Travel Trade

JAN	FEB	MARS	APRIL	MAI	JUNI	JULI	AUG	SEPT	OKT	NOV	DES
	B2B Nyhetsbrev		B2B Nyhetsbrev		B2B Nyhetsbrev			B2B Nyhetsbrev		B2B Nyhetsbrev	
Markeds- møte Travel Trade		Markeds- møte Travel Trade		Markeds- møte Travel Trade			Markeds- møte Travel Trade		Markeds- møte Travel Trade		Markeds- møte Travel Trade
		KVARTALS- RAPPORT			KVARTALS- RAPPORT			KVARTALS- RAPPORT			KVARTALS- RAPPORT
									SURVEY TRAVEL TRADE 2024		
KONTINUERLIGE MARKEDSOPPDATERINGER SUPEROFFICE & MATCHPOINT – KVALITETSIKRING OG ANSVARLIG MARKEDSFØRING											
LinkedIN - KONTINUERLIG MARKEDSOPPDATERINGER											
										REISE:LIV 2024/IN	
										FAGDAG INCOMING 2024/IN	
				MARKEDS- RÅD TEAM TRAVEL TRADE/IN						MARKEDS- RÅD TEAM TRAVEL TRADE/IN	

# INNHOOLD



NordNorsk  
Reiseliv AS

**01**

Rammer og  
føringer

**02**

Markedsinnsikt  
Markedskonsepter  
Produksjon

**03**

Distribusjon  
Forbruker-  
markedet  
B2C

**04**

Distribusjon  
Travel Trade  
markedet  
B2B

**05**

Bransje i nord  
B2B

## «iLag» og Facebook bransje

JAN	FEB	MARS	APRIL	MAI	JUNI	JULI	AUG	SEPT	OKT	NOV	DES
ÅPNE NYHETS BOLKEN PÅ ILAG U/ INNLOGG.		ANDRE JUSTERINGER ?									
POSTING AV NYTHETER (ÅPENT? PÅ ILAG OG FB BRANSJE) - ROGER & DE ANDRE											
SENDE OPPDATERING/INFO TIL BRUKERNE AV ILAG JEVNLIG ?											
KONTINUERLIGE MARKEDSOPPDATERINGER KUNNSKAPSBASEN - AGNETE											

## Markedsmøter / nyhetsbrev

JAN	FEB	MARS	APRIL	MAI	JUNI	JULI	AUG	SEPT	OKT	NOV	DES
MÅNDLIGE MARKEDSMØTER MED DESTINASJONENE						MÅNDLIGE MARKEDSMØTER MED DESTINASJONENE					
NYHETSREVIU TIL NÆRINGEN I NORD						NYHETSREVIU TIL NÆRINGEN I NORD					
				FYSISK MARKEDSRÅDSMØTE DESTINASJONER							