



NordNorsk
Reiseliv AS

Retning og struktur

NordNorsk Reiseliv AS

November 2022

Overordnede prioriteringer for selskapet

Gjennom overordnede målsettinger skal vi bidra til helårsturisme og økt verdiskaping i nord:

1. Vi skal være den viktigste samarbeidspartner for destinasjonsselskapene og andre partnere i nord innenfor kunnskapsbasert markedsføring og profilering.
2. Vi skal skape reiselyst for prioriterte målgrupper, og gjennom dette være et foretrukket reisemål.
3. Vi skal være det ledende kompetansemiljøet innenfor markedsinnsikt, kunnskapsbasert markedsføring og profilering av reiselivsnæringen i nord.

Hvilke nøkkelaktiviteter skal NNR levere på?

Innsikt og analyse (til bruk for selskapet, destinasjoner og partnere)

- Kontinuerlige gjesteundersøkelser og tilhørende analyser
- Innbyggerundersøkelser
- Kampanjemålinger og resultatmålinger for markedsarbeid
- Overvåke og tilgjengeliggjøre relevant markedsdata og statistikk for Nord-Norge

Forbrukermarkedsføring (B2C)

- Nordnorge.com – felles utstillingsvindu for Nord-Norge
- Kampanjer, nasjonale og internasjonale for utvalgte markeder og målgrupper
- Sosiale medier
- Nyhetsbrev – direkte markedsføring mot mulige gjester
- PR og pressearbeid
- Innholdsproduksjon – Tekst, bilde, video for alle flater

Markedsføring (B2B)

- Visningsturer for turoperatører
- Deltakelse på messer og workshops
- Tilrettelegge og distribuere informasjon til internasjonale turoperatører
- Partnersamarbeid

Kjernekompetanse NNR må inneha

Markedsføring

Fremover blir det spesielt viktig å ha spisskompetanse på digital markedsføring, hvilke kanaler man skal bruke, samt utforming og måling knyttet til de ulike kanalene.

Digital kompetanse

Generell digital forståelse er en forutsetning for å kunne utføre mandatet på en effektiv måte.

Som organisasjon må NNR være i stand til å skaffe informasjon om utviklingen av digital software, evaluere hva som er hensiktsmessig å ta i bruk, implementere og lære opp ansatte og næring for daglig bruk.

Innholdsproduksjon

Innholdsproduksjon er den viktigste innsatsfaktoren i markedsføring.

God innholdsproduksjon kjennetegnes ved at man tilpasser innhold til ulike målgrupper og markeder for best mulig effekt av markedsføringen.

Innholdsproduksjon som ikke treffer relevante målgrupper, vil bli oppfattet som irrelevant i en stadig økende konkurransesituasjon.

Analyse og innsikt

I en verden med stadig større informasjonsflyt er analyse og innsikt en forutsetning for å utarbeide effektive markedsføringsstrategier og nå de målgruppene man ønsker, samt måle effekter av de markedstiltakene NNR utfører.

Uten slik innsikt og tilhørende analyser vil det være vanskelig å utarbeide effektive markedsføringsstrategier og nå de målgruppene man ønsker.

Prosjektledelse

Prosjektlederkompetanse vil hjelpe NNR med å kontrollere fremdriftsplaner og kostnader, holde seg til bestemte målsettinger, se og håndtere utfordringer i planlegging og gjennomføring, forbedre kommunikasjon med interessenter og håndtere en stadig økende endringshastighet.

Ny struktur NordNorsk Reiseliv AS



NordNorsk
Reiseliv AS

Adm. direktør

Trond Øverås

Business Controller

Lyses ut

Rasmus Ramstad – t.o.m 311222

Forbrukermarkedsføring (B2C)

Fagleder forbrukermarkedsføring

Siw Sandvik

Markedsrådgiver forbrukermarkedsføring

Rigmor Myhre

Web-ansvarlig

Roger Johansen

Kommunikasjonsansvarlig B2C

Ellen Kachel – t.o.m 310323

Innholdsansvarlig web

Knut Hansvold – t.o.m 310323

Markedsføring/tilrettelegging for salg Travel Trade (B2B)

Fagleder Travel Trade

Jan Roger Eriksen

Markedsrådgiver Travel Trade

Lyses ut

Senior Bransjeansvarlig Turoperatører og Partnere

John-Steve Linløkken – t.o.m 300423

Turoperatøransvarlig

Gøril Ovesen – t.o.m 300423

Markedsanalytiker

Agnete Stensland

Medieprodusent

Marie Nystad

Forbrukermarkedsføring med funksjoner konsentrert til Bodø.
Travel Trade med funksjoner konsentrert til Alta.
Fellesfunksjoner med funksjoner konsentrert til Tromsø.

FORRETNINGSMODELL

Vårt oppdrag og formål

Hvilken verdi leverer vi, og til hvem?

Visjon

Rett gjest, på rett sted, til rett tid

Oppdrag

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.

Verdier

Innovativ, profesjonell, inspirerende

Overordnede målsettinger

Gjennom overordnede målsettinger skal vi bidra til helårsturisme og økt verdiskaping i nord.

Vi skal være den viktigste samarbeidspartner for destinasjonsselskapene og andre partnere i nord innenfor kunnskapsbasert markedsføring og profilering samt tilrettelegging for salg.

Vi skal skape reiselyst for prioriterte målgrupper, og gjennom dette være et foretrukket reisemål.

Vi skal være det ledende kompetansemiljøet innenfor markedsinnsikt, kunnskapsbasert markedsføring og tilrettelegging for salg for reiselivsnæringen i nord.

Leveranseløfte

Hvem skaper vi verdi for og på hvilken måte?

Reisende (internasjonale og norske)

Vi skal inspirere og formidle informasjon om Nord-Norge gjennom relevante kanaler til riktige ferie- og fritidsreisende fra hele verden (hele kundereisen).

Destinasjonsselskaper / reiselivsaktører (primært via dest selskaper, klynger og nettverk) / andre partnere og organisasjoner (tilstøtende næringer) og lokalsamfunn i nord

Vi skal være en veiviser og det ledende kompetansenavet innen markedsanalyse- og innsikt, ansvarlig markedsføring og tilrettelegging av salg slik at vi bidrar til bærekraftig og helårlig reiselivsutvikling i Nord-Norge.

Turoperatører

Gjennom relasjonsbygging og andre tiltak/aktiviteter skal vi levere kunnskap om destinasjoner og aktuelle reiselivsaktører og koble disse mot relevante turoperatører.

Nøkkelkompetanse

Hvilken nøkkelkompetanse trenger vi?

Markedsføring

Digital kompetanse

Innholdsproduksjon

Analyse og innsikt

Prosjektledelse

Reiseliv

Nøkkelaktiviteter

Hvilke nøkkelaktiviteter kreves av verdiforslaget vårt?

Hvilke aktiviteter er mest nødvendig?

Innsikt og analyse (til bruk for selskapet, destinasjoner og partnere)

Kontinuerlige gjesteundersøkelser og tilhørende analyser

Innbyggerundersøkelser

Kampanjemålinger og resultatmålinger for markedsarbeid

Overvåke og tilgjengeliggjøre relevant markedsdata og statistikk for Nord-Norge

Forbrukermarkedsføring (B2C)

Nordnorge.com – felles utstillingsvindu for Nord-Norge

Kampanjer, nasjonale og internasjonale for utvalgte markeder og målgrupper

Sosiale medier

Nyhetsbrev – direkte markedsføring mot mulige gjester

PR og pressearbeid

Innholdsproduksjon – Tekst, bilde, video for alle flater

Markedsføring (B2B)

Visningsturer for turoperatører

Deltakelse på messer og workshops

Tilrettelegge og distribuere informasjon til internasjonale turoperatører

Partnersamarbeid

Inntektskilder

Troms og Finnmark fylkeskommune

Nordland fylkeskommune

Innovasjon Norge

Sametinget

Nøkkelpartnere

Hvem er våre nøkkelpartnere?

Samarbeidspartnere

1. Destinasjonsselskaper m/kommuner
2. Statsforvalter / Sametinget
3. IN Norge (Visit Norway), IN Arktis, IN Nordland
4. NHO Reiseliv/Arktis/Nordland
5. Nord Universitet, UIT
6. Innovative Opplevelser, Arctic-365
7. Swedish Lapland Visitors Board, LME
8. Norsk Reiseliv

Finansiør- og samarbeidspartnere

- Troms og Finnmark fylkeskommune
- Nordland fylkeskommune

Hovedleverandører

Innovasjon Norge/Visit Norway, Mindshare, Dekode, Seria

Kostnadsstruktur

Hva er de viktigste kostnadene for å levere på verdiforslaget?

Oppfølging av turoperatører

Markedskampanjer

Digitale plattformer

Oppfølging av media

Analyser og innsikt

Personal

Kommunikasjonskanaler

Gjennom hvilke kanaler ønsker våre partnere/kunder å bli møtt?

Nettside

Communityplattform

Sosiale medier

Samarbeidsforum

Media/presse

Foredrag

Nyhetsbrev

KPI'er

Hvilke tilknyttede målsettinger og KPI'er gjelder? I prosess.