

Markedsaktiviteter Q2 og Q3 2025





Foto: Simon Fossheim/Visit Helgeland

Innhold

- Innsatsområder
- Kampanjer Q2 og Q3
- Google Ads – «Always on»
- Planlagte datoer
 - Markedsråd og kurs
 - Poppopp
 - Bookingløsning
- Travel Trade
- MICE

Innsatsområder

| April | Mai | Juni | Juli | August | September |
|--|--|--|--|--------|-----------|
| «Travel like the locals» (Kystriksveien, NEX, Tog) | Kulturopplevelser (Historie, levende lokalsamfunn, UNESCO) | | Kulturopplevelser (båtbyggertradisjon, samisk kultur, fjellvandring) | | |
| Eventyrlige fjell | Matopplevelser | | Sagnet om eventyrfjellene på Helgeland | | |
| | Festivaler | | Matopplevelser (lokalmat, sanking, viltkjøtt, fiske) | | |
| | Unike overnattingssteder | Nasjonalparkene (jakt, vandring, guidede turer, lettsekketur, nordlandsruta) | | | |
| | | Isbreer (Svartisen x 2, Okstindbreen) | | | |
| | Midnattssol | | | | |

Vi vil ha løpende fokus på

- Arrangementer med månedlige oppdateringer i SoMe om hva som skjer.
- Aktiviteter som kan tilknyttes innsatsområdene

Kampanjer Q2

For å maksimere effekten av våre kampanjer, oppfordrer vi våre partnere til å forsterke disse med egne, salgsfokuserte annonser. [Les om hvordan vi kan bistå dere med dette her](#)

| | Segment | Tema og kanal | Kanal | Beskrivelse | Stikkord | Marked og målgruppe |
|---------------------|---------|------------------------|---------------------------|-----------------------------|--|---|
| April og mai | B2C | Travel like the locals | Meta | (kjøres i påsken og utover) | Levende lokalsamfunn, øyhopping, reise langs Nordlandsbanen. (Eventyrlige fjell) | Nordmenn. Kultur og natur |
| April/mai | B2C | Travel like the locals | NordNorsk Reiseliv / Meta | | Levende lokalsamfunn, øyhopping, reise langs Nordlandsbanen. Særlig fokus Polarsirkelen. | Tyskland (München-ruta) Kultur og natur |
| Juni | B2C | Skjulte perler | Meta | | Hidden Gems | Nordmenn. Kultur og natur + Stille natur |

Kampanjer Q3

| | Segment | Tema | Kanal | Beskrivelse | Stikkord | Marked og målgruppe |
|-------------------------|---------|-------------------|---------------------------------|---|------------------------------------|--|
| Juli | B2C | Destinasjonssider | Meta | Lokal målretting mot besøkende i regionen. | «Hei og velkommen» | Norske og utenlandske besøkende. Alle |
| Juli | B2C | Matopplevelser | Meta | Lokalmat, unike spisesteder. | | Nordmenn. Alle |
| August/September | B2C | Eventyrfjell | Google Ads | Koordineres mot Visit Norways kampanje. Sjekker ut hvilke markeder vi bør ha synlighet i. | Torghatten, Syv Søstre, Hestmannen | Nasjonalt og internasjonalt |
| September | MICE | Julebordssesong | Google Ads, Meta eller LinkedIn | | | Nasjonalt |

Google Ads

«Always on»

- Betalte søkeordsannonser mot Tyskland, Nederland og UK.
- Koordineres med fokusområder Travel Trade
- Pr nå: Polarsirkelen, Kystriksveien, Svartisen og «Top Attractions».



Planlagte datoer:

Markedsråd og kurs

| Type | Sted | Dato |
|---------------------|-------------|--------|
| Pressekurs | Brønnøysund | 2.apr |
| Pressekurs | Mo i Rana | 3.apr |
| Markedsråd | Digitalt | 4.apr |
| Kurs: Tekst og foto | Digitalt | 7. mai |
| Markedsråd | Digitalt | 6.mai |
| Markedsråd | Digitalt | 10.jun |
| Markedsråd | Digitalt | 26.aug |

Påmelding pressekurs Brønnøysund

Påmelding pressekurs Mo i Rana

Påmelding markedsråd 4. april

Vi sender også ut invitasjoner i egen e-post.



Foto: Jan Inge Larsen/Visit Helgeland

Planlagte datoer:

Poppopp-kontor

Vi ønsker å møte så mange av dere som mulig, og derfor arrangerer vi jevnlig poppopp-kontorer rundt om i regionen.

Her vil både marked- og reisemålsutvikling være til stede.

Vi håper dere tar dere tid til å komme innom!

[Oversikt over planlagte poppopp-kontor finner du her](#)



Planlagte datoer:

Bookingsløsning

Visit Helgeland har inngått et partnerskap med GoTo HUB for å tilby booking.

Dette gir reiselivsaktører muligheten til å øke salget gjennom en felles plattform, hvor de kan markedsføre og selge egne og hverandres produkter.

Løsningen strømlinjeformer kundereisen og åpner for nye mersalgsmuligheter. Vi inviterer til informasjonsmøter fremover for å vise hvordan du kan bli bookbar gjennom det digitale økosystemet.

[Oversikt over planlagte webinarer finner du her](#)



Foto: Emilie Solbakken/Visit Helgeland



Foto: Liv Lund

Travel Trade

Nedenfor en oversikt over planlagte aktiviteter pr mars 2024. Endringer vil kunne forekomme.

| Dato | Sted | Hendelse |
|---------------------|-----------|---|
| 31. mars - 2. april | Bodø | NTW |
| 23.april | Digitalt | Webinar |
| 29.april | Dublin | Fjord & Nord Norway Workshop & Market Forum |
| 10.-11. juni | London | Forum |
| 17.juni | Paris | Fjord & Nord Event |
| 2.-4. september | Inari | AETC sales workshop |
| 10.september | London | Fjord & Nord Event |
| 24.-25. september | Frankfurt | Nordic Workshop |



Foto: Carl Filip Olsson

MICE

Nedenfor en oversikt over planlagte aktiviteter pr mars 2024. I tillegg til dette kjøres kampanjer mot MICE-markedet som vist i kampanjeoversikten. Endringer vil kunne forekomme.

| Dato | Sted | Hendelse |
|-----------|-----------|-----------------------|
| 23.apr | Oslo | Event Nord-Norges Hus |
| August | Helgeland | Visningstur |
| September | Oslo | Event Nord-Norges Hus |