

## **MARKNADSPLAN 2010**

Markedsplanen byggjer på dei strategiske føringar som er gitt i "Reiselivsplan for Sunnhordland 2010 – 2015".

Visjon: "Sunnhordland skal vera den mest foretrukne regionen for tematiserte aktivitetar i Fjord Norge".

Val av **marknader/segment** skal vera i tråd med Innovasjon Norge og Fjord Norge sine langsiktige satsingar. Srs skal i første rekke jobbe mot ferie-fritidsmarknaden. Fylgjande land er prioritert: Norge, Tyskland og Nederland. Srs skal jobbe mot segmenter og marknader som me finn i Fjord Norge sine prioriteringar.

Eksterne forhold/samarbeidspartnere i marknadsarbeidet

### **Innovasjon Norge – marknadsføring**

IN skal koordinera og samle næringa til hovudsakeleg internasjonal marknadsføringa v Norge. IN gjer og nokre tiltak på den norske marknaden.

### **Fjord Norge**

Landsdelsselskap som primært driv med internasjonal marknadsføring av dei fire vestlandfylka. Samarbeidsrådet er aksjonær i Fjord Norge. Fjord Norge deltek i fleire av IN sine tiltak.

### **Hordaland fylkeskommune og dei andre destinasjonane i fylket**

HFk kanaliserar midlar til felles Hordalandssamarbeid på marknadsføring. Dette har blitt brukt på felles deltaking i IN sin Norgeskampanje. I tillegg har det blitt gjort gjennom utarbeiding av kortferiebrosjyre og andre felles marknadsprosjekt for fylket (eks. Fly Bgo).

## **INTERNETT OG BOOKING**

---

### **Internett**

Samarbeidsrådet for Sunnhordland har ansvar for å utvikle og drifte [www.visitsunnhordland.no](http://www.visitsunnhordland.no) som er Sunnhordland sin offisielle reiselivsportal. Sfs har med [www.visitsunnhordland.no](http://www.visitsunnhordland.no) målsetjing å gje turistar informasjon om flest mogleg små og store næringsktørar i Sunnhordland (kommersielle og ikkje.-kommersielle produkt). Dei kommersielle aktørane kan kjøpe seg presentasjon.

Vår database (Tellus) er felles med Fjord Norge og Innovasjon Norge (visitnorway) og oppdatering av Sunnhordland sine produkt vert styrt gjennom Samarbeidsrådet. I 2009 fekk Sunnhordland og ny publiseringsplattform gjennom å inngå samarbeid med FjordNett. No er heile vestlandet samla gjennom same løysing. Løysinga krev ein kontinuerleg oppdatering, både av produktinformasjon i Tellusbasen, samt andre produktnyhende. I perioden 1.juni – 31.12 2009 hadde nettstaden [www.visitsunnhordland.no](http://www.visitsunnhordland.no) 32 424 besøk og 25 384 unike besøkande. Visitsunnhordland har og oppretta eiga Facebook og Twitterside. Oppdatering/utlegging av nyhende her skjer kontinuerleg.

Målgruppe: Nasjonalt og internasjonalt. Individuelle, turoperatører, reisebyrå mv som planlegg å reise til Sunnhordland eller er allereie her.

Tidspunkt: Heile året

Kostnad: 123 000,- årleg drift (Tellus Destinator og Fjordnettløysinga)

### **Biletbase på internett**

Visualisering av regionen i form av gode bilete er ein viktig oppgåve. Bilete er heilt avgjørande for å marknadsføre reiser og ferieopplevingar. Samarbeidsrådet har dei siste åra bygd opp eit biletarkiv bestående av over 500 bilete, der me har bruksrettigheter til ikkje-kommersiell bruk ved marknadsføring av Sunnhordland. Fotoarkivet er og knytt til Fjord Norge sitt arkiv og vert nytta av turoperatører, media mv i inn- og utland. Me vil i 2010 jobbe for å ta nye bilete, samt få lagt ut fleire bilete i basen.

Målgruppe: Turoperatører, reisebransje, media, verksemder og kommunar i Sunnhordland.

Tidspunkt: Heile året

Kostnad: 16 000,- drift/programvare.

### **Online booking**

Stadig fleire kundar føretrekk å bestilla direkte på nettet. Heile Hordaland og Fjord Norge har no slutta seg til same administrasjons- og bookingsystem. Systemet er lagt til rette for små og store reiselivsaktørar.

Bookingportalen under [www.visitsunnhordland.no](http://www.visitsunnhordland.no) har som hovudmål å leggja til rette for at flest mogleg av reiselivsaktørane i Sunnhordland skal gjerast bookbare på Internett. Dette fordi besøkjande på [www.visitsunnhordland.no](http://www.visitsunnhordland.no) skal få eit så komplett bilete av tilboda i Sunnhordland som mogleg. Samstundes skal bookingportalen opne for nye distribusjonskanalar. Systemet legg til rette for booking på [www.fjordnorge.no](http://www.fjordnorge.no) og [www.visitnorway.com](http://www.visitnorway.com) I løpet av våren 2010 vil det og vera mogleg med kryssbooking (booke Sunnhordland i Bergen, Oslo, Hardanger osv).

Srs har ansvar for kvalitetssikring, opplæring og support for tilbydarne. I 2009 var det 7 tilbydare bookbare i portalen. Det var ein total omsetnad i bookingportalen på 470 175,- .

Me vil for 2010 intensivera arbeidet og få med fleire verksemder. Me vil og sjå på moglegheiten for å nytte systemet i større grad eks til sal av fiskekort, billetter osv.

Tidspunkt: Heile året

Kostnad: 75 000,-

---

## **PUBLIKASJONAR/BROSJYRAR**

---

### **Sunnhordlandsguide 2010**

Den offisielle guiden for Sunnhordland er hovudbrosjyra som vert gitt ut av Srs. Guiden inneheld nyttig informasjon om attraksjonar, aktivitetar, arrangement, overnatting, servering og transport. Vert distribuert i Sunnhordland, naboregionar, innfartsårer, på ferger, hurtigbåtterminaler, Frescohallen, messer/workshops, utsendingar osv. Vert laga på tre språk i 60 000 eks. Det bør bestillast egne brosjyrestativ som vert nytta i regionen.

#### *Målgrupper*

Individuelle turistar, grupper og andre besøkande som planlegg å reise til Sunnhordland, er på veg til eller er allereie i Sunnhordland. Turoperatørar og reisebyrå som planlegg gruppe-, buss-, møter og andre reiser til Sunnhordland.

Tidspunkt: Ferdig medio januar

Kostnad: 220 000,-

### **Produktmanual**

Produktmanual er eit verktøy for bransjen, og distribuerast utelukkande til turoperatørar og reisebransje nasjonalt og internasjonalt. Produktmanualen er på mange måter ein utvida Sunnhordlandsguide med skildring av alle tilbod, inklusiv oppdaterte nettopriser på hotell mv. Produktmanualen vert produsert på engelsk.

Målgruppe. Turoperatørar og incoming-operatørar.

Tidspunkt: Ferdig medio april.

Kostnad: 5 000,-

### **På sykkel i Sunnhordland**

Srs har gjennom prosjektet ”Sykkelturisme i Sunnhordland” utarbeida brosjyre med oversikt over sykkelturar i Sunnhordland. Det er dei regionale rutene som har vore presentert. I tillegg har det vore oversikt over syklistvelkommen bedrifter, sykkelutleige og pakketurar. Denne har behov for å oppdaterast.

Målgruppe: Turoperatørar og individuelle.

Tidspunkt: April 2010

Kostnad: 15 000,-

### **Profileringsmateriell/roll-ups**

Det er laga standmateriale med Sunnhordlandsbilete, kart mv som nyttast av Samarbeidsrådet på messer, workshops osv. Det vert og lånt ut til andre aktørar som skal profilera regionen. I 2010 vil ein lage nye t-skjorter for bruk på messer med den nye logoen, samt kart.

Tidspunkt: Vert nytta på ulike arrangement

Kostnad: 10 000,-

## **MESSER/WORKSHOPS/PRESSE**

---

### **Reiseklar Bergen 2010**

Her deltek Samarbeidsrådet og i 2009. Messa har om lag 15000 besøkande. For 2010 vil messa flytte tilbake til Grieghallen. Samarbeidsrådet deltek saman med næringsaktørar og kommunane (som er med og står på stand).

Målgruppe: Individuelle, grupper, Bergensmarknaden

Tidspunkt: 22. – 24. januar 2010

Kostnad: 40 000,-

### **NTW**

**Norwegian Travel Workshop, Molde:** Dette er den viktigaste salsarenaen kor det vert lagt til rette for møter mellom norske og utanlandske reiselivsaktørar. Samarbeidsrådet vil delta med ½ stand (dvs. 1 person) i 2010. Samarbeidsrådet står saman med resten av Fjord Noreg regionen, og vil dele stand med Stord Hotell i 2010.

Målgruppe: Utanlandske turoperatørar og norske incoming –operatørar.

Tidspunkt: 26.-29. april i Molde

Kostnad: 20 000,- (inkl. leige av ½ stand for 1 person, deltaking i avtalesystem)

### **Workshop Fløien**

Bergen Reiselivslag arrangerer kvart år i mai ein informasjonskveld for å oppdatera frontpersonell i overnattingsbedrifter, trafikkterminalar, attraksjonar, turistinformasjonar, etc. før sesongstart. Dette er ein effektiv og grei måte å nå mange på kort tid. Samarbeidsrådet vil delta i 2010. Arrangementet samlar fleire hundre deltakare kvart år.

Målgruppe: Frontlinjepersonell i Bergen.

Tidspunkt: Medio mai 2010

Kostnad: 3000,-

### **Monter Fresohallen**

Fresohallen har om lag 500 000 vitjande og er ”heile fylkets turistinformasjon” med mellom anna eiga Hordalandsskanke. Ein stor del av dei vitjande er utanlandske. For Sunnhordland er det sers viktig å koma i inngrep med turistar som er komen til Hordaland, me har difor leigd presentasjonsmonter.

Målgruppe: Individuelle turistar som er på besøk i Bergen.

Tidspunkt: Heile året

Kostnad: 18 000,-

## ANNONSER OG KAMPANJAR

---

### **Fjord Norge reiseguide**

Fjord Noreg sin reiseguide som vert laga i 400 000 eksemplar på 9 språk. Reiseguiden fungerer som planleggingsverktøy for turistar både før og under reisen. Samarbeidsrådet vil ha annonse i 2010.

Målgruppe: Individuelle turistar

Kostnad: 50 000,- (1/2 side).

Tidspunkt: Materiellfrist august 2009

### **Bergensguiden**

Bergen Guide er hovedbrosjyren for Bergen. Den vert laga i 600 000 eksemplar på 4 språk. Meir enn halvparten av Bergens Guide opplag vert distribuert utanfor Bergen (30 % utanlands), som som stadfestar verdien av Bergen guide og som eit salsverktøy.

Me vil for 2010 kjøpe annonse i Bergens Guide.

Målgruppe: Norske og utanlandske turistar som er i Bergen

Kostnad: ½ side kr. 40 000,-

Tidspunkt: Materiellfrist september året før guiden gjeld

### **Rundturguide for Bergen og fjordane m/kart**

Viser rundturmoglegheiter ut frå Bergen med offentleg transport og/eller eiga kjøretøy, med særleg vekt på fjordturtilbod. Rundturguiden nyttast i stort omfang i Turistinformasjonen. I tillegg vert den nytta av personalet i ein rekke forretningar, overnattingsverksemdar etc i Bergensområdet. Alle turpresentasjonar vert lagt ut på [www.visitbergen.com](http://www.visitbergen.com)

Målgruppe: Individuelle turistar som vitjar Bergen.

Tidspunkt: Materiellfrist september 2009

Kostnad: 8 000,-

### **Annonsen på [www.visitbergen](http://www.visitbergen.com)**

Portalen [www.visitbergen.com](http://www.visitbergen.com) har stort besøk kvart år. Bergen er den viktigaste innfallsport til Sunnhordland. Me vil kjøpe bannerannonse på portalen.

Målgruppe: Norske og utanlandske turistar som planlegg å reise til Bergen eller er i Bergen og som dermed er potensielle gjester i Sunnhordland.

Tidspunkt: Heile året

Kostnad: 8 500,-

## Nasjonal marknadføring

### 1. Norgeskampanjen IN

Innovasjon Norge si satsing vil i 2010 ha stor fokus på å marknadføre Norge som ferieland og få nordmenn til å bli bedre kjent med alt det spanande som vert tilbode. Med ekstra midlar frå Hordaland fylkeskommune, vil vi og i år delta på ein større marknadskampanje felles i Hordaland retta mot den norske marknaden.

Samarbeidsrådet for Sunnhordland tek i mot bestillingar og koordinerar for Sunnhordland. Følgjande element er i kampanjen:

1. Norges DM - Magasin: Utgiving: Påske (veke 13). Opplag 1 mill. Distribusjon: Ilegg i Atfenposten + Posten (5 største byar).
2. Print - annonsering. Tilstade i prioritert media ut september med ekstra trykk før og etter påske.
3. Web - annonsering
4. "Kva skjer spalte". Ekstra moglegheit for profilering førehaldt annonsørane i DM/prinsannonsering.
5. PR- kampanje; Input av mediesaker for heile Hordaland.

I tillegg gjekk heile Hordaland i 2009 saman om å lage eit 60 siders magasin "Hordaland & Bergen" som vert distribuert på alle Norwegian sine fly frå 11.mai og 4 veker frametter. Det er ikkje avgjort kva for tiltak ein elles vil gjera felles for Hordaland i år, bortsett frå Norgeskampanjen.

Målgruppe: Norske ferie.-/fritidsreisende

Tidspunkt: Frå påske til ut september

Kostnad: 100 000,-

### Annonsering på nett (Google adwords)

Internett er ein av dei viktigaste informasjonskanalane for innhenting av informasjon. Vi bør vere på topp når det gjelder ein rekke søkeord i vår region. Gjennom å bruke midlar på søkemotorannonsering vil vi kunne treffe dei som aktivt søker etter informasjon på nett. Google representerar nærare 80% av alle norske søk. Google AdWords er tekstannonsane (sponsored links) som ofte visast på høgre side og øvst i søkeresultatet når du gjer søk i Google. Google AdWords styres slik at du kan vise ulike annonsetekster for ulike søkeord. AdWords er basert på bodgiving, slik at dine bod, saman med andre faktorar, avgjer kor prominent den enkelte annonsa visast. Ein betalar pr. klikk.

Målgruppe: Dei som aktivt søker etter produkt på nettet.

Tidspunkt: Heile året.

Kostnad: 60 000,-