

TYSKLAND – SVEITS – ØSTERRIKE



Ulrike Katrin Peters
B2B-spesialist
ulpet@innovationnorway.no



Ulrike Sommer
B2B-spesialist
ulsom@innovationnorway.no

Identifiserte segmenter i markedet og påvirkning av vår B2B-arbeid

- Adventures in the world of natural beauty
- Broadening my cultural horizon
- Escape



Innenfor dette segmentet vil vi fortsette vår godt samarbeid med turoperatørene, med fokus på skuldresesonger og fylle naturen med opplevelser.

Våre kunder & type reiser

Resultat fra turoperatørkartlegging 2018

Antall TO relevant for Norge: ca. 400
(Kartleggingen gjennomføres - ongoing)

Antall TO med potensiale for vekst:
Kartleggingen gjennomføres - ongoing)

Type reiser:

- ✓ Individual leisure travel
- ✓ Group leisure travel
- ✓ Group business travel
- ✓ Incentives & seminars

Andre type kunder vi skal ha fokus på:

- ✓ «Independent agents»
- ✓ MICE-agenter
- ✓ Incoming-operatører
- ✓ Forum Anders Reisen
- ✓ Atmosfair
- ✓ TourCert
- ✓ Organisasjoner som jobber med bærekraft
- ✓ Willy-Scharnow- Stiftung: Stiftelse som gir kunnskap til salgsgenter
- ✓ German Hiking Association
- ✓ German Cycling Association
- ✓ Deutscher Reiseverband
- ✓ VIR Verband Internet Reisevertrieb: Internet travel distribution

Produkt typer vi vil ha fokus på:

Produkttyper	Detalj	Vår	Sommer	Høst	Vinter
Vandring			✓	✓	
Fiske		✓		✓	
Sykling			✓	✓	
Ski					✓
Soft adventure		✓	✓	✓	✓
Kulturelle opplevelser		✓	✓	✓	✓
High End					✓
Bærekraftig og miljøsertifiserte produkter		✓	✓	✓	✓

Våre mål 2019-2021

Produktutvikling

- Kunnskapsoverføring om det tyske markedet til norske partnere for å kunne koble sammen relevante partnerne.
- Øke kunnskapen på markedet om de **norske bærekraftige reisemålene** for å få in nye produkter i turoperatørens porteføljer.

Bearbeidelse av salgsagenter

I 2019: markedsføring av E-learningen på det tyske markedet har vært intens de 3 siste årene og vi ønsker nå å bruke nye metoder for å lære opp salgsagentene i samarbeid med turoperatørene.

Antall salgsagenter som vi skal nå: 2019: 1000
2020: 1000
2021: 1000



Tusen takk!
www.innovasjon norge.no

DANMARK

Birgitte Ellyton

B2B-spesialist

biell@innovationnorway.no



Identifiserte segmenter i markedet og påvirkning av vår B2B arbeid

- Escape
- Sharing & Caring



Innenfor disse segmentene har Norge den største konkurransefordelen i forhold til Danmark. Fremvise produkter overfor turoperatørene som kan styrke Norges posisjon innenfor disse segmentene.

- Energy



I dette segmentet ser vi stort potensiale, hvor vi setter fokus på nye og ukjente destinasjoner og attraksjoner som kan gi den danske turisten nye opplevelser.

Våre kunder & type reiser

Resultat fra turoperatørkartlegging 2018

Antall TO relevant for Norge: 110

Antall TO med potensiale for vekst: 55

Andre type kunder vi skal ha fokus på:

- ✓ MICE-agenter
- ✓ Ski- og sykkelklubber (primært MTB)
- ✓ Incoming-operatører

Type reiser:

- ✓ Individual leisure travel
- ✓ Group leisure travel
- ✓ Group business travel
- ✓ Incentives & Seminars

Produkt typer vi vil ha fokus på :

Produkttyper	Detalj	Vår	Sommer	Høst	Vinter
Vandring	Alle typer		✓	✓	
Sykling	Alle typer		✓	✓	
Ski	Alle typer	✓			✓
Soft adventure		✓	✓	✓	✓
Bærekraftig og miljøsertifiserte produkter			✓	✓	✓
Vinter	Uten ski, for eks. Nordlys		✓	✓	✓
Kulturelle opplevelser		✓	✓	✓	✓
Escape	Yoga/Well being	✓	✓	✓	✓

Våre mål 2019-2021

- Escape, Sharing & Caring, Energy: **Posisjonere Norge som toppdestinasjon i turoperatørens portefølje innenfor disse segmentene.**
- Kartlegging og bearbeidelse av incoming-operatører som er basert i Danmark. De selger alle nordiske land, hvor Norge er ofte den som fyller mest. Vi vil aktivt bearbeide disse og finne nye produkter som kan være med å variere deres portofolio. Fokus på «Hele Norge – hele året», fremvise produkter som kan flytte turisten til andre sesonger enn sommeren.
- Miljøsertifiserte destinasjoner: Norge, et land som er nær Danmark, har stor potensiale for å jobbe mot denne nisjen. Vi ønsker å posisjonere Norge som nummer 1 destinasjon innenfor bærekraftig reiseliv.
- Danmark er ikke et marked hvor arbeidet mot salgsagenter er prioritert. Vi fokuserer mest på produktutvikling og har god kontakt med våre relevante turoperatører som vi inviterer på workshops og famtrips.



Tusen takk!
www.innovasjon norge.no

SPANIA

Luca Bocci

B2B-spesialist

luboc@innovationnorway.no



Identifiserte segmenter i markedet og påvirkning av vår B2B arbeid

- Adventures in the world of natural beauty
- Escape
- Control
- Broadening my cultural horizon

Jobbe med å selge Norge hele året:
Få **nye produkter** inn i turoperatørens portefølje slik at de kan selge Norge hele året.

Identifisere operatørene innenfor nisjer som **sykling, vandring, arkitektur og kultur**.

Jobbe mer målrettet med disse operatørene slik at de får de **relevante produktene** i deres porteføljer.

Våre kunder & type reiser

Resultat fra turoperatørkartlegging 2018

Antall TO relevant for Norge: 63

Antall TO med potensiale for vekst: 15

Type reiser:

- ✓ Individual leisure travel
- ✓ Group leisure travel
- ✓ Incentives & seminars

Andre type kunder vi også skal ha fokus på:

- ✓ MICE-ageners for incentive reiser
- ✓ Reisebyråer
- ✓ «Independent agents»

Produkt typer vi vil ha fokus på :

Produkttyper	Detalj	Vår	Sommer	Høst	Vinter
Vandring		✓	✓	✓	
Sykling		✓	✓	✓	
Ski		✓			✓
Soft adventure		✓	✓	✓	✓
Kulturelle opplevelser		✓	✓	✓	✓
High End		✓	✓	✓	✓
Bærekraftig og miljøsertifiserte produkter		✓	✓	✓	✓
MICE		✓	✓	✓	✓
Gastronomi		✓	✓	✓	✓

Våre mål 2019-2021

Produktutvikling

- Aktivt bearbeidelse av MICE-operatører, nytt for 2019.
- Opprette prosjekter på produktutvikling innenfor tre segmenter: Kultur (inkl. Pilegrimsleden), gastronomi og bærekraft.
- 20 nye produkter i turoperatørens porteføljer innenfor trekking, kulturarrangementer, kulturelle reiser, og gastronomi.
- 10 nye produkter på vintersesongen hos de viktigste turoperatørene som per i dag tilbyr ingen vinterturer.

Bearbeidelse av salgsagenter

I Spania selger ikke turoperatørene direkte til kunder og de må via reisebyråer for selge produktene sine. Det finnes ca. 5 500 reisebyråer og vi kommer til å aktivt bearbeide salgsagenter i disse samt salgsagentene hos turoperatørene. Vi skal nå følgende antall agenter:

2019: 200

2020: 250

2021: 300



Tusen takk!
www.innovasjon norge.no

FRANKRIKE

Anne Lisbet Tollånes


B2B spesialist

antol@innovationnorway.no




Identifiserte segmenter i markedet og innvirkning på vårt B2B-arbeid


- Adventures in the world of natural beauty
- Broadening my cultural horizon
- Escape
- Nisjer: for eksempel Ski touring, foto og fauna, pilgrimsreiser



Optima-undersøkelsen peker ut disse segmentene som prioritert satsing i Frankrike. Avbrekk med spektakulær natur forblir en hovedmotivasjon for reiser til Norge med soft adventur- aktiviteter som f.eks. kajakk og sykling, samt vandring i alle former.



Vi vil fokusere på bykultur, historiske severdigheter og museer samt lokal kultur, historie og livstil i regionene. Vi vil ha gjennomgående fokus på lokal mat.



Byene er høyt prioritert i våre segmenter i kombinasjon med naturopplevelser. Vi vil prioritere citybreaks, særlig til byer hvor vi har direkteruter med fly.

Samordning av vårt B2C- og B2B-arbeid skal påvirke produktutvikling og salg.

Våre kunder og reiser

Resultat fra turoperatørkartlegging 2018

Antall TO/agenter som er relevant for Norge:
2860 aktører, lokale og regionale gruppespesialister (deriblant CE (subsidierte ferietilbud i store selskaper) og bussoperatører.

Antall TO med potensiale for vekst i våre satsningsområder og nisjer: 262

Andre typer kunder vi også skal ha fokus på:

- ✓ MICE-agenter som organiserer incentive-reiser
- ✓ Incoming-operatører

Type reiser:

- ✓ Individual leisure travel
- ✓ Group leisure travel
- ✓ Incentives & seminars

Produkttyper vi vil ha fokus på :

Produkttyper	Detalj	Vår	Sommer	Høst	Vinter
Vandring	Både soft- og hardcore	✓	✓	✓	
Sykling	Landevei og halv- og dagstur også i by	✓	✓	✓	
Ski	Ski touring				✓
Soft adventure	Eks. kajakk, sykling, insentiv-aktiviteter	✓	✓	✓	✓
Kulturelle opplevelser	Arkitektur, museer, historie i by. Lokal historie og kultur. Lokal mat og tradisjoner	✓	✓	✓	✓
High End	Overnatting og service	✓	✓	✓	✓
Bærekraftig og miljøsertifiserte produkter	Proritere destinasjoner og produkter som åpent satser på bærekraft.	✓	✓	✓	✓
Nisje produkter – kun på forespørsler (ikke aktiv bearbeidelse)	Fototurer / fugletitting/ pilgrimsleden / fiske	✓	✓	✓	✓

Våre mål 2019-2021

Produktutvikling

- Bearbeide turoperatører og incoming-operatører som allerede selger Norge, til å inkludere nye og bærekraftige destinasjoner og produkter, i hele Norge hele året.
- Målrettet arbeid med å inkludere lokal mat og kultur som definert ovenfor, i turoperatørens Norgesportefølje.
- Kartlegging av nye operatører som jobber innenfor de identifiserte segmentene og prioriterte nisjene

Bearbeidelse av salgsagenter

E-learning er et viktig verktøy for agenter i det franske markedet.

I samarbeid med viktige turoperatører, Hurtigruten og flyselskap vil vi aktivt bearbeide deres salgsagenter for å øke kunnskap om Norge og utløse salg.

Vi vil organisere seminarer rundt ulike temaer (f.eks. bærekraft, kultur og gastronomi, skuldersesonger og segmenter i forbindelse med bransjearrangement og/eller i samarbeid med norske partnere.

Vi ønsker å nå følgende antall salgsagenter:

2019: 200

2020:

2021:



Tusen takk!
www.innovasjon norge.no

ITALIA

Marco Bertolini

B2B-spesialist

maber@innovationnorway.no



Identifiserte segmenter i markedet og påvirkning av vår B2B arbeid

- Adventures in the world of natural beauty
- Broadening my cultural horizon
- Escape
- Energy



Fortsette arbeidet med å markedsføre og selge Norge med sin flotte natur (som fortsatt er første «Reason To Go»).

Men vi skal krydre dette med andre opplevelser - **aktiv, unik og kulturell**.

Samtidig som vi skal ha fokus på **lokal mat** og **avslapning**.



Mer fokus på aktiviteter samt aktivt bearbeidelse av nisje-turoperatørene for at de skal inkludere Norge i sin produktportefølje.

Våre kunder & type reiser

Resultat fra turoperatørkartlegging 2018

Antall TO relevant for Norge: 535

Antall TO med potensiale for vekst: 344

Andre type kunder vi skal ha fokus på:

- ✓ Reisebyråer
- ✓ Incoming-operatører

Type reiser:

- ✓ Individual leisure travel
- ✓ Group leisure travel

Produkt typer vi vil ha fokus på :

Produkttyper	Detalj	Vår	Sommer	Høst	Vinter
Vandring	Fokus på lette vandreturer	✓	✓	✓	
Sykling	Fokus på flerdagers sykling med og uten guide	✓	✓	✓	
Soft adventure		✓	✓	✓	✓
Kulturelle opplevelser		✓	✓	✓	✓
Bærekraftig og miljøsertifiserte produkter		✓	✓	✓	✓
Foto turer			✓	✓	✓

Våre mål 2019-2021

Produktutvikling

- Bearbeide turoperatører som allerede selger Norge til å inkludere flere produkter i **lav sesong** samt inkludere **nye destinasjoner** i programmene deres.
- Øke antall turoperatører som selger Norge.
- Få turoperatørene til å tenke mer og mer på **bærekraftig reiseliv** og inkludere **miljøvennlige produkter** i deres produkt porteføljer.
- Velge ut relevante turoperatører innenfor **nisjesegmenter** og få Norge til å være et naturlig valg for deres turer.

Bearbeidelse av salgsagenter

Vi kommer til å bearbeide salgsagentene i reisebyråene på markedet, men også ha en opplæring av turoperatørene sine egne salgs og booking agenter.

Vi håper på å nå følgende antall salgsagenter:

2019: 200

2020: 250

2021: 250



Tusen takk!
www.innovasjon norge.no

NEDERLAND OG BELGIA

Floor Bregman

Industrispesialist

flbre@innovationnorway.no



Identifiserte segmenter i markedet

- Broadening my cultural horizon



For Belgia ser vi potensiale for utvikling innenfor dette segmentet. Det er et lite marked med økt interesse for Norge og Skandinavia. De er betalingsvillige for gode opplevelser, og søker blant annet **kulturelle opplevelser og byferier**.

- Adventures in the world of natural beauty
- Escape
- Energy



Det nederlandske markedet er preget av interesse for **aktivitet og utendørsopplevelser**. Alle fire segment har vekstpotensiale.

Våre kunder & type reiser

Resultat fra turoperatørkartlegging 2018

Antall TO til Norge: 170
(*Selger Norge per i dag*)

Antall potensielle TO til Norge: 80
(*Selger ikke Norge per i dag*)

Andre type kunder vi skal ha fokus på:

- ✓ «Independent agents»
- ✓ MICE-agenter (*selger både leisure og incentive*)

Type reiser:

- ✓ Individual leisure travel
- ✓ Group leisure travel
- ✓ Individual business travel
- ✓ Group business travel
- ✓ Incentives & seminars

Produkt typer vi vil ha fokus på :

Produkttyper	Detalj	Vår	Sommer	Høst	Vinter
Vandring		✓		✓	
Sykling	Alle typer sykling	✓		✓	
Ski	Alpint. Noe nisje interesse for Ski & Sail				✓
Soft adventure		✓	✓	✓	✓
Kulturelle opplevelser	Gastronomi, byreiser, museer	✓	✓	✓	✓
High End		✓	✓	✓	✓
Bærekraftig og miljøsertifiserte produkter		✓	✓	✓	✓
Golf		✓	✓		

Våre mål 2019-2021

Produktutvikling

- Utvikling av **nye og ukjente regioner** for det nederlandske og belgiske markedet, som for eks. Trøndelag, Telemark, Øst-Norge.
- Utvikling av **nye sesonger i alle regionene**, for eksempel sommer i Nord-Norge.
- Fremme muligheten for å komme seg rundt i Norge med **lokal transport og e-mobility**.

Bearbeidelse av salgsagenter

I 2019: Fokus på «independent agents» og opplæring av salgsagenter i form av B2B-markedsføring i digitale blader, newsletters, webinars, presentasjoner i workshops.

Langsiktig arbeid: Styrke og utvikle et sterkt B2B-nettverk, med individuell tilpasning ifølge kundens behov.

Antall agenter som vi skal bearbeide i årene som kommer på markedet: 2019: 100
2020: 150
2021: 100



Tusen takk!
www.innovasjon norge.no

RUSSLAND

Olga Philippenko

B2B-spesialist

olphi@innovationnorway.no



Identifiserte segmenter i markedet og påvirkning av vår B2B arbeid

- Sharing & Caring
- Energy



Disse segmentene kan vi nå via våre aktiviteter på vinter og skiferie, spesielt i våre B2C-kampanjer.
Energy nås spesielt med arbeidet vi gjør mot fiskeoperatører.

- Adventures in the world of natural beauty
- Broadening my cultural horizon



Disse kan nås via rundreiser for både grupper og FIT's som tilbys av turoperatører som bearbeides på markedet.

Våre kunder & type reiser

Resultat fra turoperatørkartlegging 2018

Antall TO relevant for Norge: 172

Antall TO med potensiale for vekst: 113

Type reiser:

- ✓ Individual leisure travel
- ✓ Group leisure travel
- ✓ Incentives & seminars

Andre type kunder vi også skal ha fokus

på:

- ✓ MICE-agents for incentive-reiser
- ✓ Incoming operatører
- ✓ Reisebyråer

Produkt typer vi vil ha fokus på :

Produkttyper	Detalj	Vår	Sommer	Høst	Vinter
Fiske	Hele året	✓	✓	✓	✓
Vandring	Kun lette vandreturer		✓	✓	✓
Ski	I følge sesongen, alpint	✓			✓
Soft adventure	Hele året	✓	✓	✓	✓
Kulturelle opplevelser	Hele året	✓	✓	✓	✓
Bærekraftig og miljøsertifiserte produkter	Hele året	✓	✓	✓	✓

Våre mål 2019-2021

Produkt utvikling

Vårt langsiktige ambisjon er som følger:

- Posisjonere Norge som en helårig destinasjon med fokus på bærekraft, adventure, kultur- og skiprodukter.
- Skape en god og enhetlig historie rundt Norge som destinasjon
- Øke kjennskap til Norge blant turoperatører og reisebyråer.
- Øke antall rundreiser til Norge.

Bearbeidelse av salgsagenter

Vi ønsker å nå følgende antall salgsagenter gjennom bearbeidelsen: 2019: 500
2020: 500
2021: 500



Tusen takk!
www.innovasjon norge.no

SVERIGE

Sandra Olsson
B2B-spesialist
saols@innovationnorway.no



Identifiserte segmenter i markedet og påvirkning av vår B2B arbeid

- Escape
- Broadening my cultural horizon
- Energy



Styrke Norge sin posisjon som en destinasjon innenfor disse segmentene hos de viktigste turoperatørene med å vise frem nisje-produktene som tilsvarer disse.

- Adventures in the world of natural beauty



Åpner for markedsføring av nye og lite/ukjente destinasjoner og attraksjoner som kan gi svenskene nye opplevelser i Norge.

- Busopertører, generelle TOs



Fokus på nye og ukjente destinasjoner og sesonger, spre turisttrafikken fra buss-operatørene og generelle turoperatører til "Hele Norge - hele året", og jobbe for et mer variert utbud av Norgesprodukter.

Våre kunder & type reiser

Resultat fra turoperatørkartlegging 2018

Antall TO relevant for Norge: 547

Antall TO med potentiale for vekst: 160

Andre type kunder vi skal ha fokus på:

- ✓ Buss-operatører
- ✓ Grossister
- ✓ Incoming operatører

Type reiser:

- ✓ Individual leisure travel
- ✓ Group leisure travel
- ✓ Group business travel
- ✓ Incentives & Seminars

Produkt typer vi vil ha fokus på :

Produkttyper	Detalj	Vår	Sommer	Høst	Vinter
Vandring	Alle typer	✓		✓	
Sykling	Alle typer			✓	
Ski	Alle typer	✓			✓
Soft adventure		✓	✓	✓	✓
Kulturelle opplevelser		✓	✓	✓	✓
Bærekraftig og miljøsertifiserte produkter		✓	✓	✓	✓
Escape	(yoga/well-being)	✓	✓	✓	✓

Våre mål 2019-2021

- Energy, Escape and Broadening my cultural horizon: **Sette Norge på kartet** hos turoperatører som jobber mot nisjesegmenter.
- Adventures in the world of natural beauty: **Tilby destinasjoner og attraksjoner som kan gi svenskene en «wow»-opplevelse:** «Små perler»/ «off the beaten tracks», men også andre sesongopplevelser.
- Bussgrupper: **Finne nye produkter som kan være med å variere turoperatørens portefølje.** Det svenske markedet er modent nok til å ta imot hittil ukjente norske reiselivsprodukter.
- Bærekraftmerkede destinasjoner: Norge, et land som er nær Sverige, har stort potensiale for å jobbe mot denne nisjen. **Vi ønsker å posisjonere Norge som nummer 1 destinasjon innenfor bærekraftig reiseliv.**
- Sverige er ikke et marked hvor arbeidet mot salgsagenter er prioritert. Vi fokuserer derfor mer på **produktutvikling** og samarbeider med våre grossister og turoperatører når det gjelder opplæring av deres salgsagenter. **Sammen med grossister vil vi definere hva vi ønsker for å øke salget.**



Tusen takk!
www.innovasjon norge.no

STORBRITANIA

Sandra Martinsson

B2B-spesialist

samar@innovationnorway.no



Identifiserte segmenter i markedet og påvirkning av vår B2B arbeid

- Adventures in the world of natural beauty



For UK-markedet, er dette det sterkeste segmentet, der vi allerede har et godt forankret posisjon. Vi skal forsterke denne med å få inn nye turoperatører og ved å få inn nye produkter i porteføljen til eksisterende kunder.

- Broadening my cultural horizon



Få inn nye kulturelle produkter i porteføljen til eksisterende kunder, samt kartlegge og bearbeide nye nisje-operatører, spesialisert innenfor kulturreiser.

- Energy



Dette segmentet er viktig når det gjelder ski- og vandringsproduktene. Vi vil se om det er potensiale innenfor fiske.

- Escape



Dette segmentet trenger ikke B2B-salgssleddet på samme nivå som de andre gjør. Derfor er denne ikke prioritert i vårt arbeid, men vi fortsetter å jobbe med overnattingssteder som for eksempel Novasol.

Våre kunder & type reiser

Resultat fra turoperatør kartlegging 2018

Antall TO relevant for Norge: 164

Antall TO med potentiale for vekst: 84

Type reiser:

- ✓ Individual leisure travel
- ✓ Group leisure travel
- ✓ Incentives & seminars

Andre type kunder vi skal ha fokus på:

- ✓ Reisebyråer
- ✓ MICE-agenter
- ✓ Incoming operatører
- ✓ Medlemsorganisasjoner

MICE er fremdeles en satsning på UK-markedet og vi vil fortsette bearbeidelsen gjennom et separat MICE-prosjekt.

Produkt typer vi vil ha fokus på :

Produkttyper	Detalj	Vår	Sommer	Høst	Vinter
Vandring		✓	✓	✓	
Sykling	Alle typer sykkelturner	✓	✓	✓	
Ski	Alpint				✓
Soft adventure		✓	✓	✓	✓
Kulturelle opplevelser	Gastronomi, byreiser, museer	✓	✓	✓	✓
High End		✓	✓	✓	✓
Bærekraftig og miljøsertifiserte produkter		✓	✓	✓	✓
Fugletitting		✓	✓	✓	

Våre mål 2019-2021

Produktutvikling

- Sesongutvidelse i programmene til turoperatørene, for eksempel sommer i Nord-Norge og Fjord Norge i en annen sesong ved å vise turoperatører nye steder.
- Økt fokus på produkter som byer og kulturelle opplevelser gjennom hele året.
- Utvide og styrke vår egen kundeportefølje med relevante turoperatører innenfor de identifiserte segmentene.

Bearbeidelse av salgsagenter

Vi skal markedsføre e-learning, Norway Expert, via Online Travel Training, for deres 95 000 salgsagenter, turoperatører og andre reiselivsbedrifter i UK.



Tusen takk!
www.innovasjon norge.no