

Reise:liv - B2B

19. november 2020



Bransjebearbeidelse (B2B) 2021

Innenfor internasjonal bransjebearbeidelse (B2B) har det å skape fysiske møtearenaer hvor norske reiselivsbedrifter kan møte relevante internasjonale kjøpere av reiselivsprodukter og reiselivstjenester vært en viktig oppgave for Innovasjon Norge.

I starten av pandemien var informasjonsbehovet enormt og Innovasjon Norges viktigste rolle ble å sikre at internasjonale kjøpere fikk tilgang på relevant og nødvendig informasjon om de restriksjoner og tiltak myndighetene innførte, samtidig som norsk reiselivsnæring fikk tilgang på relevant markedsinformasjon.

Etter sommeren endret behovet seg, det ble behov for å «møtes igjen». Innovasjon Norge har gjennom høsten 2020 arrangert flere digitale møteplasser for næringen. Digitale møteplasser vil aldri erstatte fysiske møter, men vil definitivt være et bra supplement i fremtiden til fysiske messer og workshops. I første del av neste år vil det nok dessverre også være en nødvendighet.

På de neste sidene kan du lese om Innovasjon Norges overordnede tanker om B2B-aktiviteter for 2021. Usikkerheten er fortsatt stor når det kommer til neste år, noe som gjør det vanskelig å utarbeide en detaljert aktivitetsplan slik vi normal ville gjort. Vi kommer derfor til å ha en fleksibel plan for 2021 hvor vi planlegger for både digitale, hybride og fysiske aktiviteter, men i tillegg fokuserer på å ruste oss for fremtiden, til den dagen det å reise blir mulig igjen.



Foto: Einar Aslaksen/Pudder Agency

CORPORATE (Møter og insentivs)

- Sikre posisjonen av Norge som en attraktiv møte- og insentivdestinasjon internasjonalt og gi relevant markedskunnskap og markedsinnsikt til norske aktører.
- Fortsatt fokus på å bearbeide internasjonale kunder på vegne av, og i samarbeid med, norske partnere i de prioriterte markedene.
- Delta på relevante internasjonale messer/workshops på vegne av Norge og/eller sammen med partnere avhengig av hva partnerne har ressurser til.
- Tilby digitale møteplasser for MICE i regi av Innovasjon Norge: I det enkelte prioriterte marked og internasjonale møteplasser som MeetInNorway B2B Digital. Dersom mulig sent på året; gjennomføre en fysisk MeetInNorway B2B workshop/visningstur
- Utvikle og forbedre MICE-sidene på Visitnorway.com.
- Fylle den generelle verktøykassa som næringen kan dra nytte av: Film/foto/Norgepresentasjoner etc.

ARRANGEMENT

- Etablere ressurscenter hos Innovasjon Norge som skal jobbe med å få flere internasjonale arrangement til Norge, og utvikling av eksisterende arrangement
- Skape møteplasser for å dele kompetanse mellom særforbund, arrangører, idrett, kultur, det offentlige og reiselivsnæringen (digitalt, hybrid eller fysisk når mulig)
- Fortsette å bidra til arrangementer kan bli mer bærekraftige, og mer innovative i samarbeid med andre miljøer (Greener Events, Norwegian Sport Tech Federation, academia mm)
- Verktøykasse som webside, film og materiell
- Større fokus på å promotere Norge internasjonalt som vertsland, når covid-19 blir mer stabilt.
- Mer info: <https://business.visitnorway.com/b2b/arrangementsturisme>



Foto: Vidar Hoel / Finmarksløpet

KONGRESS - HOVEDFOKUS

- Fokuserer på, og bearbeide norske fag- og forskningsmiljøer / klyngemiljøene
- Skape møteplasser / nettverkssamarbeid for norske kongressaktører. Spesielt for kongressbyene skal komme i kontakt med nye kunder.
- Utnytte og koble næring med Innovasjon Norges arenaer og nettverk, regionskontorer og klynger.
- Bistå og støtte convention bureauene i planlegging og i arbeidet med etablere/drifte ambassadørprogram.
- Verktøykasse som webside, film og materiell både mot internasjonale og nasjonale kunder.
- For mer info: [Business.visitnorway.com](https://www.business.visitnorway.com)



Foto: Oslofjord Convention Center

NASJONAL KONGRESSTRATEGI

- Utviklet av kongressbyene og IN 2019/2020
- Samhandling/rollefordeling og utviklingsmuligheter med tydelig retning
- Et verktøy både for fagmiljøer og næring som ønsker å jobbe med kongresser
- Strategien ble revurdert etter Covid- 19 inntraff. Ser på ny revidering mai 2021
- Hovedmålet er å støtte kongressbyene og fagmiljøer; Jobbe smartere og mer effektivt for å tiltrekke seg flere 'riktige' kongresser der Norge har konkurransefortrinn.



NASJONAL KONGRESSTRATEGI

Strategien skal bygge opp under å skape verdensledende fagmiljøer kontra budskap om å fylle hotellsenger som er en effekt Reiselivsnæringen likevel nyter godt av.



Nasjonal kongresstrategi

FRITIDSMARKEDET

Kompetanseheving

Utvikling av nye digitale verktøy for næringen, regelmessige status oppdateringer fra markedene, markedsrapporter mm.

Bearbeidelse på markedene

Fortsette bearbeidelsen mot de relevante kundene i markedene ved bruk av ulike verktøy og arenaer (Lansering av ny E-learning platform, Webinarer, synlighet på visitnorway, deltakelse på relevante lokale messer med mer)

Salgsutløsende / Koblende aktiviteter

Tilrettelegge digitale eller fysiske arenaer for næringen.

Produktutvikling

Identifisere og jobbe målrettet mot de nye segmentene som har økt potentiale post covid_19. Tilrettelegge digitale eller fysiske arenaer hvor produktutvikling blir i fokus.



Tusen takk!
www.innovasjon norge.no