

2023



Marked- og aktivitetsplan



Innhold

Marked	4
Målgrupper	4
Markedsføring B2C	4
Kampanjer	4
Always on	4
Sosiale medier	5
Innholdsproduksjon.....	5
Visitnarvik.com	5
Visitnorway.no	5
Reiseguide	5
KPI og måling	5
Fokusområder.....	5
Norge på Tvers	5
Grønn reise med tog fra Sverige.....	5
Alpint og ski	6
Kampen om Narvik	6
Arctic Ice Festival.....	6
Vinter, nordlys og arktiske opplevelser	6
Vandring og midnattssol	6
Markedsføring B2B	7
Agentsalg.....	7
Nyhetsbrev	7
Kundekontakt	7
Workshops.....	7
Visningsturer/Fam trips.....	7
Salg og vertskap	8
Turistinformasjon	8
Booking og pakketering	8
Visningsturer media og influensere	8
By- og regionskart.....	8
Materiell til frontpersonell	9
Front personell opplæring	9
Arrangementskalender	9
Medlemsarbeid	9
Medlemsmøter	9
Dialogmøter	9
Kommunesamarbeid	9

Medlemsbesøk	10
Medlemsrådgivning	10
Bransjenett – Ilag	10
Nyhetsbrev medlemmer	10
Innsikt.....	10
Gjesteundersøkelsen	10
Innbyggerundersøkelse	10
Medlemsundersøkelse.....	11
Innsikt som mottas fra andre instanser	11
Kompetanse	11
Kurs	11
Møteplasser	11
Andre kompetansetiltak	12
Destinasjonsutvikling og samarbeidsnettverk	12
Rutefly og charter satsning	12
Reiselivsarena Nordland	12
NordNorsk Reiseliv	12
Norske Alpinanlegg og Fjelldestinasjoner	12
Kampen om Narvik – Filmturisme	13
NHO Reiseliv	13
Visit Norway og Innovasjon Norge Reiseliv	13
Arctic 365.....	13
Innovative Opplevelser	14
Arctic Route	14
Samarbeidsnettverk.....	14
Prosjekter	14
AURORAL	15
Masterplan for Narvik som reisemål (revidering).....	15
Regenerativ Turisme	15
Arctic Kids - bedriftsnettverk	15
Bærekraftig reisemål Narvikregionen - resertifisering	16
Interreg Aurora	16
Arctic Ice Festival – Bedriftsnettverk	16
Arctic Europe Tourism Cluster	16
Andre potensielle prosjekter	17

Marked

Visit Narvik har målrettet fokus med å forsterke felles markedsføring av Narvikregionen i de nære utenlandsmarkedene. Dette betyr bortvalg av Asia og fjerne markeder og større fokus på Norden og andre europeiske markeder, i tillegg til å prioritere regionalmarkedet og det norske markedet sterkere.

Vi skal prioritere de opplevelsene og produktene som er modne i vår markedsføring, mens de umodne produktene skal prioriteres i utviklingsprosjekter og kompetanseheving.

For mer informasjon om markedsstrategi se Visit Narvik Mål og Strategidokument for 2030.

Målgrupper

Prioritet 1	Prioritet 2	Prioritet 3
Lett aktiv i naturen	Attraksjonsjegere/Icons	Ønsker å roe ned
Aktiv i naturen	Kulturinteresserte	
Fellesskapsorienterte		

Markedsføring B2C

Kampanjer

Vi skal promotere Narvikregionen gjennom kampanjer mot utvalgte markeder i egen regi og i samarbeid med Visit Norway og andre aktører. Kampanjene skal gjennomføres i henhold til gjeldende kampanjeplan for 2023.

KAMPAJNER	JAN	FEB	MAR	APR	MAI	JUN	JUL	AUG	SEP	OKT	NOV	DES
Arctic Kids vinter												
Regionalt & Nord-Sverige	Fellesskapsorienterte, Lett aktiv i naturen											
Vårskikjøring												
Regionalt & Nord-Sverige	Aktiv i naturen											
Sommerkampanje internasjonal												
Belgia & Nederland	Attraksjonsjegere/Icons											
Arctic Kids Sommer												
Regionalt & Nord-Sverige	Fellesskapsorienterte, Lett aktiv i naturen											
Sommerkampanje nasjonal												
Nasjonalt tilreisende	Fellesskapsorienterte, Lett aktiv i naturen											
Høstkampanje regional												
Regional	Kulturinteresserte, Fellesskapsorienterte, Lett aktiv i naturen											
Nordlys og vinter internasjonal												
Belgia & Nederland	Attraksjonsjegere/Icons											
Skikampanje internasjonal												
Fellesskapsorienterte, Aktiv i naturen	Aktive i naturen, lett aktive i naturen											
Skikampanje regionalt												
Regionalt & Nord-Sverige	Aktive i naturen, lett aktive i naturen											
Kampen om Narvik Opplevelser												
Nasjonalt	Kulturinteresserte, fellesskapsorienterte, lett aktive i naturen											
Arctic Ice Festival regional												
Regional	Aktiv i naturen											

Always on

Vi skal kontinuerlig gjennom hele året jobbe med organisk og betalt kommunikasjon i ulike kanaler. Deriblant søkemotoroptimalisering og søkemotorannonsering for å understøtte aktive kampanjer og

destinasjonen generelt. Samt publisering av relevant innhold i sosiale medier og annonsering i relevante magasiner/nettsider mot våre definerte målgrupper.

Sosiale medier

Vi skal bruke sosiale medier aktivt for å inspirere til reiselyst til Narvikregionen, informere tilreisende og drive trafikk til visitnarvik.com. Innholdet i sosiale medier skal være med på å understøtte overordnet tema i innværende sesong, understøtte aktive kampanjer og drive trafikk til nettsiden. De kanalene vi vil fokusere på i 2023 er Instagram og Facebook.

Innholdsproduksjon

Vi skal kontinuerlig produsere innhold, bilder, video og tekst til visitnarvik.com og våre sosiale mediekanaler. Formålet er å inspirere og informere (potensielle) reisende til å besøke Narvikregionen.

Visitnarvik.com

Nettsiden skal være en portal for inspirasjon, informasjon og booking av aktiviteter og overnatting i Narvikregionen. Medlemmer og samarbeidskommuner skal ha god synlighet gjennom egne oppføringer og vises på relevante oversiktssider og inspirasjonsartikler. Innholdet på visitnarvik.com skal understøtte innværende årstid og oppleves som relevant av brukerne.

Visitnorway.no

Vi skal sørge for at våre medlemsoppføringer og andre aktuelle oppføringer fra Narvikregionen er synlig og oppdaterte på visitnorway.no. Slik at destinasjonen blir godt fremstilt og ivaretatt på Visit Norway sine sider.

Reiseguide

Vi skal produsere en helårlig reiseguide for Narvikregionen med et opplag på ca 15.000 eksemplarer. Reiseguiden skal promotere aktiviteter, overnatting, shopping og bespisning gjennom alle de fire årstidene. Den skal også være en inspirasjonsguide med fokus på de valgte målgruppene. Reiseguiden skal distribueres til besøkende på hoteller, flyplasser, togstasjon etc. i tillegg til lokale og andre samarbeidspartnere som promoterer Narvikregionen i sitt nettverk. Hovedmålet med reiseguiden er å øke aktivitetssalget i regionen, få gjester til å overnatte mer enn ett døgn samt inspirerer og informerer gjester og lokalbefolkningen om tilbudet i Narvikregionen.

KPI og måling

Vi skal fortløpende analysere trafikk på nettside, sosiale medier, digital annonsering og sammenfatte dette i kvartalsvis rapporter. På denne måten kan vi ta datadrevne beslutninger ang. hvilket innhold og budskap som oppnår størst effekt og justere markedskommunikasjonen vår deretter. Dette for å være mest mulig relevant for våre målgrupper og oppnå mest mulig effekt av markedsbudsjettet

Fokusområder

Våre fokusområder for 2023 som både omhandler markedsføring B2C, B2B og utvikling er følgende:

Norge på Tvers

Konseptet *Norge på Tvers* er rettet mot tre segmenter; lett aktiv i naturen, kultur og felleskap. Gjennom 2023 skal vi rette fokus mot B2C og B2B markedsføring samt bistå i produktutvikling og tilrettelegging for de kommersielle aktørene som leverer til dette konseptet.

Grønn reise med tog fra Sverige

Tog og grønn reise har et stort potensial til å bli en mye viktigere og større inngangsport til Narvikregionen for tilreisende og besøkende. Denne målgruppen som reiser med tog er også en

målgruppe som vi ønsker flere av til vår region, dette er en bevist målgruppe som setter miljø og bærekraft i fokus. VY opererer per i dag nattoget fra Stockholm og Visit Narvik skal jobbe strategisk med VY alene og sammen med andre. Målgruppen er alle definerte over.

Alpint og ski

Et av våre største fortrinn i vår region er våre naturgitte fortrinn for å kunne utøve vinter- og skiaktiviteter. Vi har også flere aktører som benytter seg av dette fortrinnet i sine kommersielle produkter og ringvirkningsanalysen utarbeidet for Narvikregionen av Menon i 2022 viser til at dette markedet og målgruppen er vårt største potensiale og det som har mest lavt hengende frukter. Vi har derfor et stort fokus på alpint, ski og vinter og ca 50% av vårt årlige markedsbudsjett legges opp til fokus på dette. Narvik er søkerkandidat for VM og i desember 2023 står et nytt leilighetshotell klart i Narvikfjellet. Narvikregionen er også en region med en svært stor tetthet av sertifiserte toppturguider. Målgruppen er aktive og lett aktive i naturen samt fellesskapsorienterte.

Kampen om Narvik

Narviksenteret har sammen med reiselivsnæringen i Narvikregionen og Visit Narvik jobbet over flere år med å øke antall reiselivsprodukter knyttet til krigshistoriske opplevelser. Visit Narvik skal gjennom tett og godt samarbeid med Narviksenteret jobbe for å skape reiselyst og attraksjonskraft til Narvikregionen gjennom dette samarbeidet. Innholdsproduksjon, digital kampanje, sosiale medier og online booking er områder Visit Narvik jobber med i dette prosjektet for å øke attraksjonskraft til Narvikregionen og ikke minst for å skape et helhetlig tilbud til denne målgruppen slik at de velger å besøke Narvikregionen over flere dager. Målgruppen er kulturinteresserte og lett aktive i naturen

Arctic Ice Festival

Arctic Mountain Adventure og Fjellkysten Gjestehus i Lavangen arrangerte denne festivalen for første gang i 2010. Og i 2022 var første året man gjennomførte Kick Off for festivalen i Lokstallen i Narvik. Dette var en suksess, selv i en tid med pandemi og restriksjoner. I 2023 utvider vi samarbeidet og Kick Off holdes over en hel helg i Lokstallen. Festivalen har fokus på målgruppen aktiv i naturen og Visit Narvik har et aktivt samarbeid med festivalen der vi bidrar med digital produksjon, kampanje, gjennomføring av Kick Off og pakketering opp mot andre aktører. Dette skal være med å sette Narvikregionen på kartet til en målgruppe som er voksende i Nord-Norge og som utøver toppturer, isklating, randonee og motsvarende med mountain biking på sommeren. Narvikregionen har alle naturgitte forutsetninger for å kunne levere til denne målgruppen og derfor har vi satt fokus på dette i arbeidet vårt. Målgruppen er aktive og lett aktive i naturen.

Vinter, nordlys og arktiske opplevelser

I følge ringvirkningsanalysen* som Menon gjennomførte for Visit Narvik våren 2022 så fremgår det at det største potensialet for vekst er vinteren. Nordlys- og arktisk vinter turisme tiltrekker seg målgrupper som gir en større verdiskapning på destinasjonene enn mange andre målgrupper. Narvikregionen har alle forutsetninger for å ta en større del av denne kaken, en kake som selv i en urolig tid vokser. Vi ser at Tromsø øker antall internasjonale flyvninger basert på denne turismen og målgruppen. For at Narvikregionen skal kunne ta en større del av denne kaken må vi ha fokus på produktutvikling, men ikke minst markedsføring. Visit Narvik skal gjennom sine kanaler, både B2B og B2C rette fokus mot denne målgruppen, gjennom både betalt og ikke betalt aktivitet. Målgruppen er lett aktive i naturen, fellesskapsorienterte og attraksjonsjegere.

Vandring og midnattssol

Et av våre største fortrinn i vår region er naturgitte muligheter for å kunne utøve friluftsliv. Sommeren byr på spektakulære vandremuligheter kombinert med uforglemmelige midnattssolopplevelser. Dette har stor attraksjonskraft på målgruppene som synes det er spesielt

viktig å være ute i naturen, og ønsker å delta på mange naturbaserte aktiviteter. Deriblant målgruppene er lett aktive i naturen, fellesskapsorienterte og attraksjonsjegere. Vi skal jobbe aktivt i våre kanaler med å skape og promotere inspirerende innhold rundt vandring og midnattssol opplevelser. Gjennom både betalt og ikke betalt aktivitet.

Markedsføring B2B

Agentsalg

Visit Narvik tilrettelegger for agentsalg igjennom et nettbasert bookingsystem (Citybreak) og arbeider strategisk med å tilknytte seg flere agenter til denne salgskanalen. Disse agentene rekrutteres gjennom direkte kundekontakt, visningsturer (Fam trips), workshops og nyhetsbrev.

Nyhetsbrev

Vi sender månedlig ut nyhetsbrev til turoperatører, agenter og DMC. Nyhetsbrevene inneholder informasjon om fremtidige tilbud og aktiviteter på destinasjonen som er relevant for B2B markedet. Alle våre medlemmer er velkommen til å sende oss informasjon de vil formidle til turoperatører gjennom dette månedlige nyhetsbrevet.

Kundekontakt

Visit Narvik har tatt i bruk ett nytt verktøy (CRM LIME) for oppfølging og strategisk bearbeiding av turoperatører og agenter. Dette vil gi oss en bedre oversikt og oppfølging av både potensielle og eksisterende kunder.

Daglig bruk av CRM i alle avdelinger betyr av vi er mindre sårbar, og får en bedre kundekontakt.

Workshops

Vi skal delta fysisk på tre workshops som er relevant for oss innenfor våre definerte markeder. Hvilke marked som prioriteres mtp. fysisk deltagelse rulleres fra år til år.

I 2023 skal vi delta på følgende:

- Norwegian Travel Workshop (NTW)
- Workshop med fokus på det Nederlandske/Belgiske markedet
- Workshop med fokus på det Engelske markedet.

I tillegg til fysisk deltagelse vil vi også delta på relevante digitale workshops.

- Eksempelvis NordEuropa 2023 arrangert av Nordic Marketing med fokus på tyskspråklige markeder

Andre workshops vil bli vurdert i tilknytning til deltakelse i ulike prosjekter og deres B2B aktiviteter.

Visningsturer/Fam trips

Visit Narvik tilrettelegger for visningsturer som arrangeres for turoperatører og incoming agenter i tillegg til at vi er medarrangør av egne visningsturer sammen med Innovasjon Norge.

Kjøpere som inviteres til deltagelse inviteres basert på de marked som vi jobber mot, og som kan tilføre oss de riktige kundene.

Selgere som inviteres til deltagelse er de med relevante produkter og som har en generell høy kvalitet og er eksportmodne. Det forventes at selgere tilbyr sine tjenester og/eller produkter uten kostnad til visningsturer.

Vi jobber fortløpende med dette og programmet for 2023 er tentativt, foreløpig er følgende visnings/fam trips satt opp for 2023:

- Pretur NTW: 15 turoperatører besøker Narvik og Tromsø. 1 ½ dag pr. destinasjon.
- Easyweeks: 13 selgere fra Italia besøker Narvik, Vesterålen og Lofoten i 6 dager.

Salg og vertskap

Turistinformasjon

Visit Narvik tar vertskapsrollen på alvor, og har en godt rustet turistinformasjon sentralt plassert i sentrum av Narvik i tillegg til at vi to satelittkontor i Ballangen og Kjøpsvik. Har kan tilreisende få nyttig informasjon og tips om hva som kan oppleves på destinasjonen. Turistinformasjonen er i kontakt med gjester både før, under og etter reisen.

Turistinformasjonen i Narvik har autorisasjonsklasse 1 (Helårsåpent kontor med grønn I). Dette betyr at vi har åpent minimum 37,5 timer i lavsesong og 55 timer i høysesong.

Turistinformasjonen i Narvik har åpent 7 dager i uken igjennom hele året med unntak av enkelte helligdager.

Kjøpsvik og Ballangen har Autorisasjonsklasse 1.1 (Satelittkontor med rød I).

Satelittkontor er sesongkontor som er faglig og driftsmessig underlagt en helårig Turistinformasjon.

Booking og pakketering

Tilrettelegging for økt salg har høy prioritet, og det jobbes kontinuerlig med å forbedre eksisterende systemer samt holde oss oppdatert på nye muligheter. Vårt mål er å ha alle relevante produkter bookbar i alle våre kanaler; visitnarvik.com, agentkanal og turistinformasjon.

Det er både naturlig og viktig at vi samtidig jobber med pakketering av relevante produkter, da dette er noe som vil forenkle både brukeropplevelsen og kundereisen.

På lengre sikt ønsker vi at innholdet i pakkene tilbys til en bedre pris enn de enkeltstående produktene hver for seg.

Visningsturer media og influensere

Visit Narvik tilrettelegger og er vertskap for flere visningsturer for media og influensere i løpet av året. Dette kan være resultater av samarbeid med Innovasjon Norge, Nord-Norsk Reiseliv, Norske Alpin og Fjelldestinasjoner, eller det er resultater gjennom ulike kontakter og samarbeid som vi knytter i vårt markeds- og kommunikasjonsarbeid. Vi jobber hele tiden for å at de medier og influensere som vi videreformidler til våre medlemmer skal være av høy kvalitet og relevante for både våre medlemmer og destinasjonen. Med dette menes at deres formidling skal være til de målgruppene som regionen, våre medlemmer og produkter har forutsetning for å levere til og er ønskelig til regionen.

By- og regionskart

Vi produserer by- og regionskart hvert år for å gjøre det enklere for besøkende å orientere seg og for å synliggjøre opplevelser i regionen. Medlemmer er representert med oppmerking og listeoppføring. I tillegg er kartet en fantastisk måte å markedsføre seg på, være seg reiselivs- eller andre bedrifter på ved å kjøpe annonse for ekstra synlighet. Kartene distribueres gratis til besøkende og vil være tilgjengelig på strategiske plasser fra Bardu i nord til Tysfjord i sør. Strategiske plasser er turistinformasjoner, bensinstasjoner, flyplasser, leiebilselskaper, togstasjon, hoteller, kjøpesenter, kafeer og restauranter. Kartet distribueres også ut til Cruise Narvik for distribusjon til cruisegjester. Totalt opplag på ca. 70 000.

Materiell til frontpersonell

I forkant av sommer- og vintersesong produserer vi en informasjonsfolder med aktiviteter og spisesteder for kommende sesong. Denne skal brukes av førstelinje-personell som ett hjelpemiddel for å informere og anbefale tilreisende om aktiviteter, opplevelser og bespising i regionen vår. Digital versjon som medlemmer selv kan printe/trykke.

Front personell opplæring

I forkant av sommer og vintersesong inviterer vi førstelinje-personell til opplæring av produkter som er tilgjengelig kommende sesong. Her får de inngående informasjon om aktiviteter, opplevelser og bespising i regionen slik at førstelinje-personell skal kunne anbefale og hjelpe gjester med booking av aktiviteter og opplevelser, og for å bli mer bevist på hva som skjer i Narvikregionen.

Arrangementskalender

Arrangementskalender er en digital kalender på visitnarvik.com der arrangementer på destinasjonen promoteres. Denne er også synlig på lokalavisen fremover.no. Medlemmer, samarbeidspartnere og andre kan tipse oss eller selv legge inn arrangementer i kalenderen. Det er helt kostnadsfritt å legge inn sitt arrangement og Visit Narvik kvalitets sikrer alle før de publiseres.

Kalenderen kan også synliggjøres på kommunenes hjemmesider.

Medlemsarbeid

Medlemsmøter

Visit Narvik arrangerer medlemsmøter for våre medlemmer to ganger i året, vår og høst. Her vil vi informere om hva vi har jobbet med siden sist møte, og informere om planlagte aktiviteter. Hensikten med møtet er å holde våre medlemmer informert om jobben som gjøres og det som planlegges, skape en møteplass for relasjonsbygging og øke kompetanse hos våre medlemmer.

Dialogmøter

Det gjennomføres dialogmøter hver høst med medlemmer innenfor de ulike bransjene i reiselivsnæringen. Dette gjøres for å kartlegge behov hos ulike kategorier av medlemmer. Innspillene vil være viktige når vi gjør markedsprioriteringer, planlegger kommende års aktiviteter og i utviklingen av våre medlemstilbud.

Markedsråd

Visit Narvik vil i løpet av Q1 iverksette et markedsråd for Narvikregionen. Markedsrådet skal være et organ som skal representere reiselivsnæringen og Visit Narvik sine medlemmer på en god og representativ måte. Arbeidet til markedsrådet er å være et organ som kan komme med innspill, råd og konstruktive tilbakemeldinger på arbeidet som Visit Narvik skal gjøre for reiselivet i Narvikregionen. Dette for å få et bedre samspill på målrettede tiltak om det er markedsstiltak, utviklingstiltak eller strategisk arbeid som går på rammevilkår for næringen. I 2023 har vi som mål å gjennomføre fire markedsrådsmøter.

Kommunesamarbeid

Vi gjennomfører besøk hos medlemskommuner to ganger i året, i tillegg til månedlige oppfølgninger. Dette gjennomføres for å opprettholde ett godt og tett samarbeid mtp ikke kommersiell informasjon og prosjekter, samt for å kartlegge andre samarbeidsarenaer kommunene ønsker at Visit Narvik skal delta i.

Medlemsbesøk

Vi gjennomfører besøk hos medlemmer basert på behov.

Medlemsrådgivning

Vi er tilgjengelig til å svare på spørsmål fra våre medlemmer innenfor markedsføring, nettsider, bildebruk, profesjonalisering, sosiale medier, segmentering, produktutvikling, bærekraftig utvikling og mye mer.

Bransjenett – Ilag

iLag er en felles kommunikasjonsplattform, som inneholder informasjon om aktiviteter, prosjekter, statistikker samt annen relevant reiselivsinformasjon fra hele Nord-Norge. Hver destinasjon har egne sider for medlemmene sine og Nord-Norsk Reiseliv har grupper for blant annet markedsinnsikt og ansvarlig markedsføring som alle som ønsker innsikt i dette kan bli medlem av. På Visit Narvik sin Ilag-side vil vi publisere presentasjoner fra medlemsmøter, medlemskalender, legge ut datoer for møter, og annen informasjon og materiell vi ønsker dele med medlemmene våre.

Nyhetsbrev medlemmer

Vi sender annen hver fredag ut nyhetsbrev til medlemmene våre. Nyhetsbrevene skal være en informasjonskanal der vi deler relevant og oppdatert info om de tiltak Visit Narvik jobber med. Vi jobber for å være en transparent og åpen medlemsorganisasjon der våre medlemmer har god innsikt i arbeidet vi gjør.

Innsikt

Gjesteundersøkelsen (Årlig) sist i 2020)

Gjesteundersøkelsen skal først og fremst gi oss viktig informasjon om våre gjesters opplevelser av reisemålet. Denne informasjonen er svært viktig for oss for videre utvikling av gode gjesteopplevelser, men også for å innfri indikatoren i fbm Standard for Merket for bærekraftig reisemål. Standarden tar utgangspunkt i at reisemålet skal innfri på denne hvert 3. år, men VN har fra nå besluttet å gjennomføre gjesteundersøkelsen på årlig basis, nettopp pga informasjonen den gir om våre gjester og besøkende.

Sammen med Nord-Norsk Reiseliv bidrar VN til å bygge en database med verdifull markedsinnsikt for reiselivet i nord. For å treffe de riktige markedstiltakene for Narvikregionen trenger vi god innsikt. Derfor driver vi kontinuerlig datainnsamling gjennom NNRs gjesteundersøkelse, som kan benyttes til målrettet og kostnadseffektiv produktutvikling og markedskommunikasjon. Gjennom kontinuerlig datainnsamling vil vi bygges en innsiktsbase slik at vi kan følge utviklingen i regionen over tid, benchmarke resultater mellom regioner, sesonger etc. Vi har plakater med QR koder ute i hele regionen, hos leverandører og kjører kampanjer i sosiale medier.

Det som er supert for Visit Narvik er at vi også kan koble på større undersøkelser, f.eks bærekraftsundersøkelsen på denne slik at man slipper å operere med flere undersøkelser. Det gjøres årlig. Videre skal VN hente ut statistikk og tallgrunnlag månedlig og dele i våre nyhetsbrevutsendelser.

Innbyggerundersøkelse (hvert 2. år) Gjennomføres i 2023 (sist i 2020)

Bakgrunnen for at VN gjennomfører innbyggerundersøkelser er behovet for innsikt i hvordan lokalbefolkningen og innbyggere i Narvikregionen lever med reiselivet og hvilket syn de har på

reiselivsutviklingen. Undersøkelsen vil kunne gi ny kunnskap og viktige innspill på videreutvikling av reisemålet, samt gi en tilbakemelding på bærekraftarbeidet.

En annen viktig faktor er å innfri indikatoren i fbm Standard for Merket for bærekraftig reisemål. Standarden tar utgangspunkt i at reisemålet skal innfri på denne 6-8 måneder før sertifisering/resertifisering. VN har nå besluttet å gjennomføre innbyggerundersøkelsen annet hvert år, med tanke på hvordan innbyggerne ser på og opplever reiselivsutviklingen.

Medlemsundersøkelse (hvert 2. år) gjennomføres 2023 (sist i 2021)

Det er behov for bred deltakelse for merking og remerking av Narvikregionen som bærekraftig reisemål. Mange må bidra med informasjon for at vi skal klare kravene, og medlemsundersøkelse er at av kravene i Bærekraftig Reisemål og Visit Narvik gjennomfører derfor medlemsundersøkelse hvert 2. år. Undersøkelsen skal gi oss innsikt i status, aktiviteter og behov hos våre medlemmer. Dette skal igjen være med på å danne grunnlag for våre leveranser og aktiviteter til våre medlemmer.

For at resultatene skal gi gode beslutningsgrunnlag og være gyldig ifbm Bærekraftig Reisemål standard er det viktig at så mange som mulig av våre medlemmer svarer på undersøkelsen, der små virksomheter er like viktig som de store.

Standarden for Bærekraftig Reisemål tar utgangspunkt i at reisemålet skal innfri på denne hvert tredje år før sertifisering/resertifisering. VN har besluttet å gjennomføre medlemsundersøkelsen annet hvert år, med tanke på hvordan medlemmene ser på og opplever reiselivsutviklingen.

Innsikt som mottas fra andre instanser

Gjennom vårt bransjenett skal vi dele og informere om innsikt som er utarbeidet for reiselivsnæringen av andre relevante instanser.

Kompetanse

Kurs

Visit Narvik skal invitere våre medlemmer til digitale kompetansekurs i egen regi kontinuerlig gjennom 2023. Dette er kurs som skal øke forståelsen og kompetansen i hver enkelt bedrift i arbeidet både med turoperatører og digital markedsføring.

I 2023 skal det gjennomføres ny medlemsundersøkelse som også vil kartlegge behovet for kompetanse og kurs hos våre medlemsbedrifter og være retningsgivende for våre leveranser.

Møteplasser

Visit Narvik skal arrangere flere møteplasser gjennom året, både dialogmøter og møteplasser for relasjonsbygging.

- Medlemsmøter
- Dialogmøter
- Markedsråd
- Årlig kick off for Reiseguide

Andre kompetansetiltak

Visit Narvik jobber for å samarbeide med andre relevante aktører som kan bidra til kompetansetiltak for reiselivsnæringen. Dette kan være gjennom samarbeidsnettverk som Bedriftsnettverk, Klynger eller Innovasjon Norge sine kompetansetiltak.

Men også gjennom samarbeid med lokale aktører som NRNF eller UIT.

Destinasjonsutvikling og samarbeidsnettverk

VN skal jobbe systematisk med å utvikle et bærekraftig, helhetlig reisemål. Dette er en prosess som krever samarbeid mellom privat næringsliv og offentlige aktører. For å sikre en bærekraftig utvikling i reiselivet skal vi involvere aktuelle reiselivsaktører i Narvikregionen. Under skisseres utviklingsarbeid, nettverk og prosjekter vi skal jobbe med i 2023 for å stadig øke forståelsen, for å nå målene og for å bli en bedre destinasjon for innbyggere og besøkende.

Rutefly og charter satsning

Gjennom samarbeid med Destination Lofoten, Visit Vesterålen, Visit Harstad og Flyplassutvalget skal Visit Narvik jobbe systematisert og målrettet for å øke direktefly og charter til Evenes Flyplass. Arbeidet forventes å resultere i et samarbeidsprosjekt i 2023 der både flyplass manual, bearbeiding av flyselskap, turoperatører og strategisk arbeid rettet mot Avinor sentral og i samarbeid med Avinor lokalt skal gjennomføres.

Cruise

Visit Narvik har startet jobben frem mot revidering av bærekraftig reisemål og de nye cruise indikatorene. Vi jobber med Narvik Havn for å få besvart cruiseindikatorene, og derigjennom holde fokus på å få Narvik Havn til å gjennomføre en prosess slik at vi får en strategi med tiltak for en satsing på Narvikregionen som en bærekraftig cruisedestinasjon.

Det skal også jobbes for å få til en bedre informasjonsflyt mellom Narvik Havn/Cruise Narvik, Visit Narvik og våre samarbeidspartnere. Vi vil i løpet av 2023 jobbe for å få på kartlagt og organisert dette i henhold til ønsker og behov fra næringen.

Reiselivsarena Nordland

Dette er et utviklings og møteplass program for destinasjonene og opplevelsesaktørene i Nordland Fylke med vekt på utvikling av opplevelsesnæringen. Visit Narvik deltar her på vegne av reiselivsnæringen i Narvikregionen. Nordland Fylke gjennomfører 2 arenamøter for reiselivet i året.

Nordnorsk Reiseliv

Nordnorsk Reiseliv formål er å etablere og videreutvikle Nord-Norge som et helårs reisemål gjennom utvikling, markedsføring og tilrettelegging for salg av nordnorske reiselivsprodukter til beste for sysselsetting, bosetting og allmenne interesser for øvrig i Nord-Norge. Visit Narvik jobber aktivt for å sette søkelyset for NNR sine aktiviteter på Narvikregionen. Gjennom dialog og oppfølging av NNR søker vi å få mest mulig ut av formålet deres for Narvikregionen som reisemål. Dette være seg gjennom ulike markeds- og utviklingstiltak.

Norske Alpinanlegg og Fjelldestinasjoner

Bransjeforeningen er til for alle som driver alpinanlegg og fjelldestinasjonsselskaper i Norge. Bransjeforeningens oppgave er å hjelpe det enkelte medlem med råd og veiledning, og behandle saker som krever samlet vurdering. Foreningen skal også fungere som et felles talerør for alpinanlegg og fjelldestinasjoner, de skal drive markedsføringstiltak, prosjekter med fokus på utvikling, og bedring

av forutsetninger og rammevilkår for alpinbransjen og tilknyttede næringer. Visit Narvik vil fra og med 2023 inngå medlemskap med Norske Alpinanlegg og Fjelldestinasjoner etter ett gratis år med prøvetid. Visit Narvik anser et medlemskap der som viktig for å drive riktig og målrettet utvikling av Narvikregionen som alpin- og skidestinasjon. Gjennom ringvirkningsanalysen som Menon gjennomførte våren 2022 fremkommer det at alpint og skiturisme er en målgruppe som er over gjennomsnittet antall dager på destinasjonen og bidrar til en høyre verdiskapning enn flere andre målgrupper.

Kampen om Narvik – Filmturisme

Visit Narvik deltar i samarbeidsnettverket for krigshistoriske opplevelser som Narviksenteret er eier av. Her har og skal Visit Narvik delta aktivt for å utvikle, tilrettelegge, markedsføre og selge konseptet, produktene og opplevelsene til valgt målgruppe. Dette skal være med på å sette Narvikregionen på kartet og øke kjennskapen til Narvik og Narvikregionen som reiselivsdestinasjon.

NHO Reiseliv

NHO Reiseliv er den største arbeidsgiver og næringsorganisasjonen for reiselivet i Norge og Visit Narvik er medlem både i der og i lokallaget. Gjennom vårt medlemskap styrkes vår gjennomslagskraft i viktige politiske næringssaker, og vi kontakter NHO ved behov for eventuelle saker som må løftes. Møteplasser, juridisk rådgivning innen arbeidsrett, tilgang til veiledere og maler for kontrakter og håndbøker er tilgjengelig for oss, samt flere andre fordeler vi får gjennom medlemskap.

Visit Norway og Innovasjon Norge Reiseliv

Visit Narvik har gjennom sin samarbeidsavtale med Visit Norway et aktivt og til tider tett samarbeid med Visit Norway, enten direkte eller gjennom landsdelsselskapene Nordnorsk Reiseliv og Norske Alpinanlegg og Fjelldestinasjoner. Visjonen bak Visitnorway er at nettstedet skal gjøre det enkelt og attraktivt å velge Norge som reisemål, og fremme en bærekraftig form for reising. Nettstedet inneholder tusenvis av oppføring fra reiselivsbedrifter i hele Norge, som kommer fra lokale turistkontor og destinasjonsselskaper. Visit Narvik har en samarbeidsavtale med Visit Norway, denne avtalen har en kostnad som inkluderer destinasjons oppføring samt per aktivitet.

Visit Narvik jobber hardt for å øke kvaliteten på informasjonen som vi lister opp hos Visit Norway fra Narvikregionen. Gjennom medlemskap hos Visit Narvik får alle våre medlemmer en inkludert listeoppføring hos Visit Norway og flere listeoppføringer kan kjøpes for en tilleggskostnad per oppføring.

Innovasjon Norge Reiseliv har også ansvar for å utvikle kampanjeaktiviteter og forbrukermarkedsføring sammen og med norsk reiselivsnæring – med mål om å få målgrupper fra hele verden til å velge oss som sitt neste reisemål. Det er særlig fokus på aktiviteter som bidrar til å utvikle reiselivsnæringen og det jobbes med då finne og lage historier som setter norsk reiseliv i et godt lys samt løftes frem med relaterte opplevelser og gjennom kommunikasjon i flere kanaler skal de bidra til at de riktige gjestene velger Norge. De jobber med sosiale medier, presse og influencere og egne kanaler. Og de koordinerer arbeidet gjennom sine kollegaer ved utekontorene, med sine kreative byrå, innholdsprodusenter, mediebyrå og næringen gjennom landsdelsselskap og destinasjonsselskap.

Arctic 365

Visit Narvik er medlem i klyngen Arctic 365 som er en videreutvikling av klyngesamarbeidet i Arena Lønnsomme Vinteropplevelser. Gjennom klyngen Arena Lønnsomme Vinteropplevelser er det bidratt til å bygge opp en ny vintersesong for deler av klyngebedriftene. Denne kompetansen, metodikken og verktøyet skal brukes for å jobbe med lavsesonger og bygge vinter for de av

klyngebedriftene som har kapasitet. Det vil også være samarbeid med sjømatprodusenter, IKT-aktører, kreative næringer og de som tilrettelegger for offentlig transport. Hovedsatsningsområdene for klyngen er:

- Innovasjon
- Internasjonalisering
- Kompetanseutvikling
- Nettverksbygging

Gjennom å dele med hverandre, utfordre hverandre og samhandle bedre skal vi øke verdiskapningen i klyngebedriftene ved å fjerne sesongsvingninger. Skal vi makte dette må vi identifisere nye gjester og skape sterke opplevelser som setter varige minner i sinn og sjel hos disse.

Innovative Opplevelser

Visit Narvik er medlem i klyngen Innovative Opplevelser som er et samarbeid mellom næringslivet ved bedriftene i klyngen, virkemiddelapparatet, og forsknings- og utdanningsinstitusjoner. Bedrifter som deltar i næringsklyngen holder til i Nordland, dvs regionene Lofoten, Vesterålen, Narvikregionen, Salten og Helgeland samt Svalbard. Visit Narvik deltar på vegne av våre samarbeidspartnere for å sette Narvikregionene på kartet og for å øke kompetanse og kunnskap for å utvikle reiselivet i Narvikregionen.

Arctic Route

Arctic Route er et transport nettverk som opererer med daglige ruter på vinterstid (1.desember – 31.mars) mellom destinasjoner i Arktis. Det skal være en trygg, komfortabel og bærekraftig måte å reise på til ulike destinasjoner og opplevelser i Nord-Norge, Nord-Sverige og Finsk Lappland.

I denne ruten inngår reise t/r Tromsø-Narvik/Narvik-Tromsø, der Visit Narvik samarbeider tett med Best Arctic som er selskapet som er eier av dette nettverket og bussene som operere i dette nettverket. Visit Narvik skal jobbe for å tilgjengeliggjøre ruten og koble på aktuelle opplevelseseaktører langs ruten samt jobbe for å øke trafikken fra Tromsø til Narvik.

Andre samarbeidsnettverk

Hovedmålet med å skape nettverk og arenaer er samarbeid med våre medlemmer, næringsliv, kommuner, og samarbeidspartnere. Vi skal nettverke for å gjøre en best mulig jobb, synliggjøre og informere hva vi jobber med, unngå parallelle løp, skape relasjonsbygging, tilgang til formidling og læring, holde oss og andre oppdatert, styrke våre kommunikasjonsegenskaper, åpne dører for nye muligheter for VN, for å bistå andre, for inspirasjon og motivasjon, for å øke synlighet og vår profesjonelle verdi, som til slutt kan bidra til å øke våre resultater og salg.

Vi jobber for å etablere faste samarbeidsmøter med::

- NRNF
- Midtre Hålogaland Friluftsråd
- Bærekraftssenteret
- Og andre relevante aktører

Prosjekter

For å nå våre mål innenfor destinasjons- og reiselivsutvikling skal Visit Narvik jobbe med strategiske prosjekter som gjenspeiler seg i vår strategi. Vi skal altså ikke jobbe med prosjekter kun for

inntektens skyld, men velge prosjekter som bidrar til innovasjon og bærekraftig utvikling av vårt reisemål. Vi enes internt - og i henhold til vår strategi - hvilke prosjekter vi skal utforme eller delta på, og søker virkemiddelapparatet og/eller kommunene samt samarbeidspartnere om tilskudd. Vi skal involvere våre medlemmer og samarbeidspartnere i gjennomføringsfasen for å heve deres kompetanse der det er naturlig, og vi skal sørge for god prosjektstyring gjennom vårt nye CRM-verktøy.

AURORAL

Visit Narvik har inngått avtale om å delta i prosjektet på timesbasis for perioden november 2022 – desember 2023. Hovedfokus skal ligge på Besøksforvaltning, og ses i sammenheng med Revidering av Masterplan/besøksforvaltningsstrategi, og bærekraftig utvikling generelt. Inn mot prosjektet bidrar Visit Narvik med viktig kompetanse i referansegruppen rundt reiselivet generelt og utviklingsfokus og muligheter. Vi har fokus på at det etter endt prosjektperiode (etter 2024) er kommet konkrete resultater eller mulighet som vi kan anvende og benytte i vårt videre arbeid i Visit Narvik.

Skiguide Bedriftsnettverk

Visit Narvik jobber med en større deltakelse i dette nettverket som allerede er etablert som et bedriftsnettverk. Hvilken rolle Visit Narvik skal ivareta i nettverket vil være på plass i løpet av Q1 2023. Det er en stor tetthet av sertifiserte tindevegledere i Narvikregionen. Gjennom et definert nettverket for samarbeid og tilrettelegge ønsker man å utvikle til riktig målgruppe samt gjøre Narvikregionen mer kjent hos denne målgruppen som ønsker å benytte seg av slike guidetjenester.

Masterplan for Narvik som reisemål (revidering)

Visit Narvik leder og eier prosessen med revidering av Masterplan for Narvik som reisemål der Narvik kommune er samarbeidspartner. Oppstart av prosjektet er høst 2022 og det skal ferdigstilles i løpet av 2023. 2469 Reiselivsutvikling AS er engasjert som prosessveileder.

Som resultat etter endt prosess skal det foreligge en revidert Masterplan gjennomført i en bred og godt forankret prosess. Planen skal ha tydelige mål for videre utvikling av et bærekraftig reiseliv, konkrete tiltak og fyrtårn, samt at den skal være forankret i Narvik kommunes næringsplan, i handlingsplan for Merket for bærekraftig reisemål og i strategien til Visit Narvik.

Regenerativ Turisme

Visit Narvik skal i løpet av 2023 gjennomføre et forprosjekt på regenerativ turisme. Dette er også i henhold til reiselivsstrategien til Nordland Fylkeskommune. Hvordan kan vi få tilreisende til å gjøre vår destinasjon bedre? Målet med forprosjektet er å identifisere tiltak, prinsipper å vurdere realismen regenerativ turisme for reiselivs/besøksbransjen. Dette skal gjøres gjennom workshops med bred involvering, som skal bunne ut i et hovedprosjekt.

Se for deg for eksempel en el-bil som bremser, den kinetiske energien som ellers ville gått tapt som varme blir nå gjenvunnet, og omdannet til elektrisk energi som kan lagres, og benyttes igjen. Du øker altså rekkevidden på bilen på denne måten. Hva hvis turistene som reiser til vår destinasjon kan bidra til å skape bedre forhold for både mennesker, dyr, natur og annet liv?

Arctic Kids – bedriftsnettverk

Visit Narvik jobber for å danne et bedriftsnettverk for leverandører knyttet til utviklingen av Arctic Kids og målet er å ha dette iverksatt i løpet av Q1 2023. Bedriftsnettverket søkes inn under Innovasjon Norges modell og virkemidler for bedriftsnettverk. Bedriftsnettverket skal jobbe for å sette leverandørene i stand til å eksportere konseptet internasjonalt. Andre aktiviteter som

nettverket skal jobbe med er; forretningsplan for konseptet, hvor eierskap og form skal vurderes, teste konseptet hos turoperatører, visningsturer og workshops. I tillegg skal vi jobbe med å utvikle et kvalitetssystem med et sett kriterier som vi kan bruke i det fremtidige arbeidet med leverandører.

Bærekraftig reisemål Narvikregionen - resertifisering

Visit Narvik og våre medlemskommuner; Narvik, Evenes, Gratangen, Lavangen og Bardu ble sertifisert som Bærekraftig Reisemål i 2022. Handlingsplan for bærekraftig reisemål er i den forbindelse revidert og vedtatt i 2022. Visit Narvik har tatt ansvar for oppfølging av de ansvarlige aktørene for gjennomføring av tiltakene i handlingsplanen og i 2023 skal vi fortsette dette arbeidet. Dette arbeidet er nødvendig og må jobbes kontinuerlig med gjennom de neste tre årene til resertifiseringen skal gjennomføres i 2025 for at vi skal kunne utvikle oss som et bærekraftig reisemål. Alle kommunen må følges opp på tiltak og gjøres bevist sitt ansvar. Kostnader knyttet til oppfølging av handlingsplan og resertifisering må finansieres gjennom de enkelte kommuners medlemskap i Visit Narvik i tillegg til midler fra virkemiddelapparatet.

Interreg Aurora

Visit Narvik vil gjennom samarbeid med Ruka Kuusamo, Sallan Kunta og Naturpolis i Nord-Finland, og Kiruna Lapland og Heart of Lapland i Sverige, søke **Interreg Aurora**-prosjektet *Nordic Wellness*. Dette er et 3-årig samarbeids og utviklings-prosjekt med Nord-Sverige og Nord-Finland hvor vi skal forsøke å tiltrekke oss en helt ny målgruppe; de velvære-fokuserte. For oss er velvære naturopplevelser, og prosjektet skal innrette seg mot dette gjennom å fremheve ansvarlig reiseliv, øke kompetansen for leverandører og tilreisende, og introdusere nye velværeprодукter i markedet. Prosjektet skal utnytte de nordiske styrkene som går på natur, kultur, sikkerhet, autentisitet og renhet. Søknadsfrist er 28. mars 2023, og oppstart er mest sannsynlig høsten 2023 dersom prosjektet innvilges.

Arctic Ice Festival – Bedriftsnettverk

Visit Narvik skal i samarbeid med Fjellkysten og Arctic Mountain Adventure se på muligheter for å søke midler til Bedriftsnettverk for leverandører knyttet til festivalen. Nettverket skal jobbe med arrangørkompetanse, målgruppe orientert utvikling, fokus på bærekraftig økonomi, og nettverk. Deltakere i nettverket vil være Fjellkysten, Arctic Mountain Adventure, Garsnes Brygge, Narvikfjellet, Vinterfestuka, Visit Narvik og eventuelle ski guider.

Arctic Europe Tourism Cluster

Arctic Europe Tourism Cluster-prosjektet er neste trinn i det grenseoverskridende samarbeidet i det Arktiske Europa (VAE). Prosjektet er estimert gjennomført i tiden desember 2022 til og med november 2023.

Prosjektets mål er å gjenopprette og fornye en mer motstandsdyktig og regenerativ turisme. Dette for å møte de fremtidige forventninger om verdiskapning og være til det beste for reiselivsnæringen, lokale samfunn og besøkende til det arktiske Europa.

For å nå dette overordnede målet er de sentrale temaene i prosjektet vil være:

- innovativ markedsføring og workshoper for å gjenoppbygge og øke attraksjon på markeder
- utvikle helårsvirksomhet
- bærekraft (sosial, økonomisk og økologisk)
- matche turisme med lokal kultur
- øke digitaliseringsnivået
- bygge kunnskap om reisende etter pandemien - atferd og behov

- forbedre tilgjengeligheten

Andre potensielle prosjekter

Visit Narvik jobber fortløpende med å koble utviklingsprosjekter og muligheter opp mot det strategiske planverket for reiselivet i Narvikregionen.