

 **hallingdal reiseliv**

◀ fjell & fjord

Markedskampanje sommer 2012



 **hallingdal reiseliv**

● Markedssatsning 2012

Fordeling markeder:

Norge: 10 %

Utland: 90 %

- Tyskland
- Nederland
- Danmark
- Tema: Vandring og sykling



Målgrupper

Norge: Aktive barnefamilier som etterspør aktiviteter i naturen

Utland: - I tråd med Innovasjon Norge
Tyskland, Nederland og Danmark:
Aktive voksne som etterspør opplevelser i naturen
40 + segmentet (med store barn: Fra 8 år)



Brosjyre

6 sider fold out med fokus på kart og opplevelser. Drive-to-web.

4 språk: Norsk, Engelsk, Tysk, Nederlandsk

Opplag 2012 (samme som 2011) : 95 000

25 000 norske
(hvorav 6 000 distribueres i Danmark)
30 000 tyske
15 000 engelske
25 000 nederlandske

Hva sitter destinasjonene igjen med?

Distribusjon: Skal vi ha en felles runde igjen?
Knut Ringnes: Kr 25 000,-



Kampanjer Innovasjon Norge

- **Kampanjene med Innovasjon Norge inneholder markedsaktiviteter som:** Vedlegg av spesial produsert blad (DM) i magasin/avis, drive to web annonsering, markedsføring på visitnorway.com/dk/d/nl/n (tot. 10 mill unike besøkende pr år), pressearbeid, messer, turoperatørarbeid.
- **Tyskland: 200 000,-** (Utvidet grunnpakke, venter endelig tilbud)
I tillegg til normal aktiviteter er det presse, Norges pakken evt. interaktivt kart i tillegg
- **Danmark: 110 000,-**
- **Nederland: 125 000,-**
Tilleggskampanjer:
 - 50 + : 45000,-
 - *Avtalene forhandles individuelt med IN*
- **Norgeskatalogene:** 46 666,- (1/2 side 23 333,-) Ordinær pris 27 000
- **Markedskampanje vandring/sykling (Tyskland, Nederland) Budsjett kr: 710 000.**



Ny markedsmulighet - vandrekampanjen 2012



- Fjell-Norway v/daglig leder Oddbjørn Dahl er interessert i et markedssamarbeid spesifikt på den utvidede vandrekampanjen 2012.
- De ønsker og legge inn **kr 200 000** i kampanjen og få synlighet i den interaktive brosjyren samt drive to web aktiviteter. Interessert i markedene Nederland og Tyskland.
- Dvs at vi inkl matching fra Innovasjon Norge får økt kampanjen med **kr 400 000**.
- Totalt budsjett kr:1.110.000 (Inkl. våre andre aktiviteter, se forrige side)

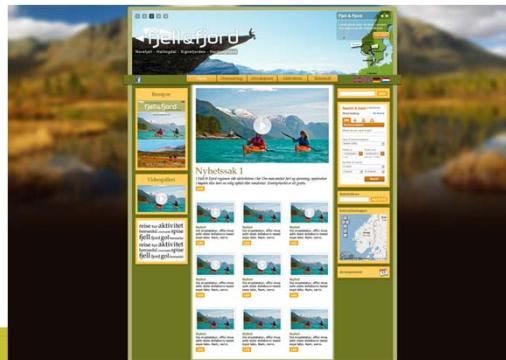
Norgeskampanjen - Eventyrkortet (egenfinansiert)



- Kampanje Innovasjon Norge: Kr 75 000,-
- Kort: 22000 norske, 13 000 engelske, ca Kr 60 000,-
- Google adwordskampanje (kommer an på deltakelse - Kr 50 000,- i adwords 2011)
 - Dekkes av kampanjedeltakere
- Alt distribuert - 35 000 – hva er igjen ute hos destinasjonene?

Internett

- Oppgradert nettside i oktober , da også med nederlandsk versjon
- Oversettelse ute hos destinasjonene.
- Sosiale media – 2012
- White label – 1. kvartal 2012
- Film
- Fjell & Fjord 360



Internettmarkedsføring

- **Visitnorway:**
- Annonsepakke Visitnorway alle sider (40 000,-)
 - 3 bilder forsidekarusell (1mill visninger)
 - Trippelbanner høyre sidespalte (350 000 visninger)
- **Google:**
- Svært positivt møte med google og Bedre Søk. Google bekrefter og roser Bedre Søk for veldig god administrering og anbefaler sterkt ett videre samarbeid.
- Google legger nå opp en plan i forhold til samme budsjett som 2011 – Kr 250 000,-, denne gang med displaymarkedsføring oktober –desember med konverteringssporing for å få frem de beste søkeordene. Annonser på utvalgt av googles samarbeidspartnere, segmentert. Betaler også her bare per klikk.
- Deretter tøff adwordsannonsering fra januar da de fleste booker.
- Over en lengre periode enn i 2011: oktober – september
- **Nyhetsbrev** sendes ut månedlig til vårt eget register
 - Ca 5000 potensielle gjester Kr 25 000,-
- **Andre**

