

Aktivitetsplan 2022

**Visit
Bodø**

Vi leverer markedsførings-, kompetanse-, nettverks- og utviklingstjenester til reiselivsnæringen i Bodø & Salten

Vi skal bidra til økt lønnsomhet, bærekraft og sysselsetting for deg som medlem, partner og til kommunene i Salten. Vi skal bidra til flere besøkende til Bodø & Salten gjennom omdømmebygging, ansvarlig markedsføring, opinionspåvirkning, bærekraftig utvikling og innovasjon, innsikt, kompetanse, vertskap og samarbeid.

I Visit Bodøs aktivitetsplan for 2022 er det fokus på følgende aktiviteter

01
Markedsføring



02
Vertskap



03
Innsikt

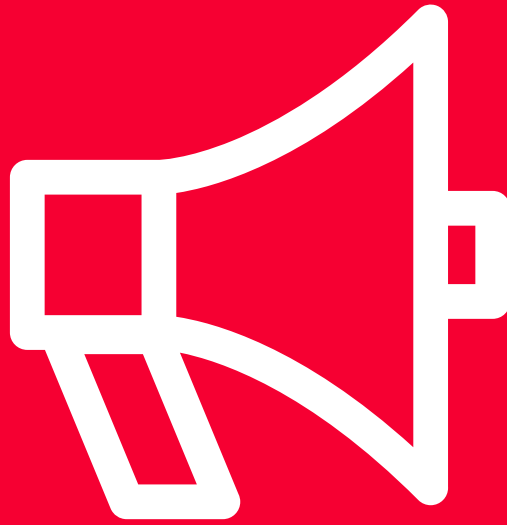


04
Kompetanse



05
Utvikling og
nettverk





01 Markedsføring



Markedsføring B2C.

I 2022 fortsetter vi med samme tilnærming til markedsaktivitetene som vi testet for første gang i 2021. Vi ser at denne metoden har fungert svært godt, og fortsetter å jobbe med å gi Bodø & Salten en sterkere og tydeligere posisjon som foretrukket kultur- og naturdestinasjon i Europa. Vi skal prioritere innholdsproduksjon og historiefortelling som systematisk kommuniseres ut til utvalgte målgrupper basert på en kontinuerlig kampanjeorganisering.

Kampanjer

Årshjulet for innholdsproduksjon med artikler til visitbodo.com og innhold til sosiale medier skal i løpet av 2022 følge en kampanjeplan som løper gjennom hele året. Året og kampanjeplanen deles inn etter de fem sesongene presentert i søknaden om Europeisk Kulturhovedstad 2024. Fem sesonger gir fem kampanjer:

Desember – januar: Here comes the sun (vinterkampanje)
Februar – mars: Spring optimism (vårkampanje)
April – juli: Mid-summer madness (sommerekampanje)
August – september: Autumn storm (høstkampanje)
Oktober – november: Arctic light (julekampanje)

Innholdsproduksjon

Vi produserer kontinuerlig innhold (bilder, video og tekst) til visitbodo.com og sosiale medier. Formålet er å inspirere og informere (potensielle) reisende til Bodø & Salten. Innholdet på visitbodo.com endres og produseres fortløpende i henhold til ulike sesonger, interesser, målgrupper og kampanjeplan. Innholdet i sosiale medier skal være i tråd med det som finnes på visitbodo.com og skal drive trafikk inn til siden.

Web - visitbodo.com

Visitbodo.com skal være en portal for inspirasjon og informasjon til potensielle og faktiske gjester i Bodø og Salten. Portalen skal fungere som en reiseguide der brukerne får oversikt over tilbudene i regionen. Det som primært publiseres er inspirerende innholdssaker for utvalgte målgrupper, produktoppføringer og reiseinformasjon. Medlemmer og samarbeidskommuner skal få god synlighet både gjennom egne undersider/produktoppføringer og i innholdssakene. I 2022 jobbes det med utvikling av ny webplattform som skal gi brukeren en enda bedre opplevelse. Å få på plass en enda bedre nettside blir en av de viktigste jobbene innenfor marked i 2022.

Sosiale medier

Vi bruker sosiale medier aktivt for å promotere destinasjonen; kommunisere med besøkende; skape trafikk til vår og medlemmenes nettsider og øke engasjement. Det jobbes kontinuerlig for å øke antall følgere og spre kjennskap til og kunnskap om Bodø & Salten. Kanalene som benyttes er Facebook, Instagram, YouTube, TikTok og Twitter.

Annonsering

Vi skal ha en "always on"-tilnærming, der vi kontinuerlig gjennom året benytter betalt annonsering. Vi skal både bruke annonsering i sosiale medier, Google Ads og programmatisk annonser. Den digitale annonseringen skal gjennomføres i tilknytning til kampanjehjulet som er planlagt for 2022.

Måling

Vi skal løpende gjennom året gjøre målinger av sosiale medier, visitbodo.com og digital annonsering. På denne måten kan vi analysere hvilket innhold og hvilke budskap som treffer best, og dermed hva vi skal produsere mer/mindre av til ulike målgrupper. Slik kan vi hele tiden tilpasse oss og være relevant for brukerne.

Analoge flater

I kampanjeperiodene kan det være aktuelt å benytte analoge flater som store skjermer på kjøpesenter, trykte plakater etc. Dette vurderes fortløpende fra kampanje til kampanje.

Presse og influensere

Presse- og ambassadørarbeid er en viktig del av arbeidet med å skape reiselyst til regionen, og for å skape større nasjonal og internasjonal kjennskap og kunnskap om Bodø & Salten. Gode artikler, TV-programmer, videoer og SoMe-innlegg kan gi fantastisk eksponering til en brøkdel av kostnadene ved annonsering i tilsvarende medier. I samarbeid med Visit Norway og Nordnorsk Reiseliv skal vi fortsette å arrangere presseturer i den grad det lar seg gjennomføre innenfor smittevernsregler. Vi skal i tillegg jobbe med å "mate" reiselivspresse med nyheter og informasjon fra Bodø & Salten slik at de har oss i tankene når de skriver sine saker.

Vi ønsker også å bruke folk på reiser til å vise frem regionen vår – både kjente og ukjente fjes. Vi vil gi dem tilgang til vår instagram slik at de kan publisere ekte innhold fra ekte turer og opplevelser i regionen vår.



Markedsføring B2B

Ferie- og Fritid.

Markedsaktiviteter for B2B er fortsatt uklare med tanke på pandemien. Vi forholder oss til aktiviteter foreslått og anbefalt av Innovasjon Norge, og de har foreløpig avlyst sine fysiske møteplasser for første del av 2022. Vi er i løpende dialog med dem og vil oppdatere våre planer i henhold til deres anbefalinger.

Verktøykasse

For å være forberedt både til messer og workshops og på ulike henvendelser om presentasjonsmateriell for Bodø og Salten skal det utvikles en verktøykasse med innhold tilpasset ulikt bruk. Dette inkluderer følgende:

Digital produktmanual

I forbindelse med utvikling av ny webplattform skal det opprettes en egen side med oppdatert informasjon til turoperatører. Her presenteres produktsortimentet som Bodø & Salten har å tilby for ferie- og fritidsmarkedet, basert på medlemmenes produktportefølje.

PowerPoint-presentasjoner

Det skal utarbeides flere standard presentasjoner i powerpoint. Disse tematiseres slik at man kan velge den som er aktuell ut fra hva fokus skal være. For eksempel mat og kultur, natur, arkitektur, urbant byliv, med mer.

Videopresentasjoner for ulike målgrupper/tema

Det skal utarbeides et utvalg standard presentasjonsfilmer. Dette kan være en digital fam-trip eller tematiserte filmer ut fra samme fokusområder som nevnt over.

Profilering på stands

Ved deltakelse på bransjemesser og workshops vil det være behov for nytt materiell som banners, rollups og andre kreative utforminger som understreker kulturprofilen vi ønsker å ha.

"Forglem-meg-ei" fra Bodø & Salten

Det er behov for relevante "giveaways" til visningsturer, kundearrangement, messer og workshops. Disse bør være i tråd med profil, bærekraft og lokal tilhørighet.

Kundekontakt

Markedsdialogen på ferie og fritidsmarkedet i 2022 foregår for det meste gjennom de arrangementer vi deltar på; enten det er messer, workshops, digitale fam trips eller annet som er kommet til i løpet av pandemien. Noen operatører tar direkte kontakt for å få nyheter og det vurderes også å sende ut generelt nyhetsbrev til alle aktuelle operatører når oppdatert verktøykasse er på plass.

Visningsturer/kundearrangement

For å vise frem Bodø & Salten til turoperatører, arrangeres det visningsturer. Ved starten av året er det planlagt to visningsturer. Vi får løpende forespørsler fra Innovasjon Norge og Nordnorsk Reiseliv gjennom året, og flere visningsturer og arrangement kan komme i 2022.

Pretur NTW

Gjennom Innovasjon Norge har vi blitt forespurt om å tilby en pretur for turoperatører som skal delta på NTW (Norwegian Travel Workshop) i Kristiansand 2022. Dette har vi takket ja til og sendt inn forslag til program på. Turen er planlagt til helgen før NTW.

Fjord/Nord London

Gjennom Nordnorsk reiseliv er vi invitert til et event i London i februar. Dette er et arrangement for å markedsføre ny flyrute fra Bergen til London. Det markedsføres som fjord og nord og involverer aktører fra disse regionene som vil møte turoperatører og presse på et kveldsarrangement i London.

Bransjemesser/workshop

Pr desember har hverken Innovasjon Norge eller Nordnorsk reiseliv sine aktivitetskalendre med markedsaktiviteter for 2022 klare. Innovasjon Norge vil presentere sine aktiviteter på kick-off i mars, og Nordnorsk reiseliv planlegger ut fra denne.

Store aktiviteter som NTW er lansert og vil bli prioritert av Visit Bodø. Andre prioriteringer gjøres etter oppsatte aktiviteter på ulike markeder. Gjennom vår deltakelse i Visit Arctic Europe (VAE) kjenner vi også til at det blir en avsluttende workshop for det europeiske markedet. Dette gjennomføres i Alta i juni og vil være det siste arrangementet i regi av VAE-prosjektet.



Markedsføring B2B MICE.

Vi er i løpende dialog med Innovasjon Norge og nasjonalt nettverk for kongressbyene (Oslo, Bergen, Stavanger, Trondheim, Kristiansand, Tromsø og Bodø), og vil fortløpende vurdere markedsaktiviteter som tilbys.

Definisjon MICE

Meetings = møter, kurs og seminarer for bedrifter

Incentives = belønningsturer og teambuildingaktiviteter

Conferences = konferanser i regi av en bedrift / bedriftsnettverk

Congresses = kongresser i regi av en organisasjon / forening (f.eks. Legeforeningen)

Events = arrangementer innen kultur og idrett

Exhibitions = messer og utstillinger

Verktøykasse

For å være forberedt til messer og workshops og på ulike henvendelser om presentasjonsmateriell for Bodø og Salten skal det videreutvikles en digital verktøykasse med innhold tilpasset ulikt bruk. Denne verktøykassen er også veldig viktig i oppfølgingsarbeidet i etterkant av workshops. Dette inkluderer følgende:

Digital produktmanual

I forbindelse med utvikling av ny webplattform skal det opprettes en egen side med oppdatert informasjon til byråer og arrangører. Her presenteres produktsortimentet som Bodø & Salten har å tilby for MICE-markedet, basert på medlemmenes produktportefølje.

PowerPoint-presentasjoner

Det skal utarbeides flere standard presentasjoner i powerpoint. Disse tematiseres slik at man kan velge den som er aktuell ut fra hva fokus skal være. For eksempel mat og kultur, natur, arkitektur, urbant byliv, med mer.

Videopresentasjoner for ulike målgrupper/tema

Det skal utarbeides et utvalg standard presentasjonsfilmer. Dette kan være en digital famtrip eller tematiserte filmer ut fra samme fokusområder som nevnt over. Disse kan brukes i innsalget av konferanser eller arrangement av byråer.

Profilering på stands

Ved deltakelse på bransjemesser og workshops vil det i noen tilfeller være behov for nytt materiell som banners, rollups og andre kreative utforminger som understreker profilen vi ønsker å ha.

"Forglem-meg-ei" fra Bodø & Salten

Det er behov for relevante "giveaways" til visningsturer, kundearrangement, messer og workshops. Disse bør være i tråd med profil, bærekraft og konsepter.

Kundekontakt

Vi opprettholder kontakt med markedet gjennom Innovasjon Norges utekontorer og vårt opparbeidede nettverk nasjonalt og internasjonalt. Dette gjøres gjennom sosiale medier, nyhetsbrev, personlig kontakt og andre digitale muligheter. Vi vil prioritere fysisk og digital kontakt med nasjonale byråer og DMGer.

Visningsturer/kundearrangement

Vi ønsker å prioritere visningsturer i regi av Innovasjon Norge i 2022. Det er nærliggende å tro at det fortsatt vil være utfordringer knyttet til reising for ansatte, så vi tilrettelegger også for digitale løsninger i 2022.

Bransjemesser/workshop

På dette området jobber vi tett opp mot Innovasjon Norge. Det er for tiden fortsatt stor usikkerhet til fysiske møteplasser internasjonalt. Det planlegges deltakelse på følgende møteplasser i 2022:

Møte- og Eventbørsen

26. april 2022 i regi av HSMAI

MeetInNorway

Arrangeres i Bodø 19.-21.oktober av Innovasjon Norge. 25-30 internasjonale kjøpere møter 25-30 nasjonale selgere.

IBTM Barcelona

Det gjøres løpende vurdering om deltakelse på IBTM Barcelona November 2022.

Sosiale medier

Vi ønsker å etablere egne kanaler for MICE på LinkedIn og Facebook. Budskapet og målgruppene innenfor MICE er forskjellige fra ferie- og fritidsmarkedet vi tradisjonelt kommuniserer mot, og ved å etablere egne kanaler vil vi kunne nå ønsket målgruppe med riktig budskap.

Facebook

Målet er å etablere profil, herunder avklare navn og logo. Deretter er målet først og fremst inspirasjon og synliggjøre mulighetene innenfor MICE i Bodø og Salten, for dermed å drive trafikk inn til de nye MICE-sidene på visitbodo.com. I løpet av 2022 skal vi også skaffe oss erfaring for å kunne sette realistiske mål for 2023.

LinkedIn

Målet er å teste LinkedIn som kanal og bli kjent med hvordan best kommunisere som bedrift mot et B2B-marked. En viktig ting vi vil teste er hvordan vi kan måle effekt av kanalen, herunder rekkevidde, engasjement og klikk videre til visitbodo.com.

Vi vil publisere relevante artikler, nyheter knyttet til MICE og inspirerende innhold fra de nye MICE-sidene på visitbodo.com.



Markedsføring B2B Cruise.

De siste seks årene har det vært en fast gruppering av bedrifter som har deltatt på cruisesatsingen, men det presiseres at det er mulig for alle medlemmer som har et ønske om å satse på cruisesegmentet å delta i cruisesatsingen.

Markedsaktiviteter for 2022 er klare både hos Cruise Europe, Cruise Norway og Cruise Northern Norway og Svalbard. De er alle tilbake med sine faste aktiviteter som vil bli gjennomført fysisk så fremst ikke Covid-19 setter en ytterligere stopp for det. Vår prioritering er å delta på et par arrangementer som anses som viktige.

Kundekontakt

Markedsdialogen for cruise har gjennom 2021 vært utfordrende. Svært mange cruisereiderier har vært preget av permitteringer og etterhvert utskifting av personell. Dette gjør at dialogen må tas opp på nytt gjennom de organiserte aktiviteter som er planlagt i 2022. Her kan man knytte nye bekjentskaper og knytte kontakter.

Bransjemesser/workshops

Prioriterte arrangementer i 2022 er Norway Day i London og Hamburg hvor mulighetene er gode for direktesamtaler med rederier. I tillegg prioriteres verdens største cruisemesse; Seatrade cruise global i Miami.

Visningsturer/kundearrangement

Det er for 2022 ikke planlagt noen visningsturer til Bodø og Salten i regi av Cruise Norway eller Cruise northern Norway og Svalbard.

I forbindelse med Norway Day i London og Hamburg inviteres aktuelle rederier til å møte alle destinasjoner som deltar. Det vil både bli mulighet for en til en møter og til felles mingling.

I forbindelse med Seatrade Cruise Global gjennomfører Cruise Norway og Cruise Baltic en felles get together med inviterte rederier.

Det er ikke planlagt egne kundearrangement utover dette for 2022.

Verktøykasse

For å være forberedt både til messer og workshops og på ulike henvendelser om presentasjonsmateriell for Bodø som cruisehavn skal det utvikles en verktøykasse med innhold tilpasset ulikt bruk. Dette inkluderer følgende:

Digital produktmanual

I forbindelse med utvikling av ny webplattform skal det opprettes en egen side med oppdatert informasjon til cruiseagenter. Her presenteres produktsortimentet som Bodø & Salten har å tilby for Cruisemarkedet, basert på medlemmenes produktportefølje.

PowerPoint-presentasjoner

I forbindelse med utvikling av ny webplattform skal det opprettes en egen side med oppdatert informasjon til cruiseagenter. Her presenteres produktsortimentet som Bodø & Salten har å tilby for Cruisemarkedet, basert på medlemmenes produktportefølje.

Video

Det er utarbeidet en ny destinasjonsfilm for cruise som skal brukes på messer og workshops samt sendes til agenter og rederier. Denne er også aktuell på visningsturer.



02 Vertskap



Arrangementskalender.

Vi legger til arrangementer i arrangementskalenderen "Hva skjer" på vår webside. I tillegg blir de lagt til på Visit Bodøs Facebookside. Denne tjenesten er primært for våre medlemmer. Ved spesielle hendelser, for ideelle lag og foreninger o.l. gjør vi unntak.

visitbodo.com

På visitbodo.com lages det en oversikt over alle festivaler og større arrangement som holdes i 2022. Listen er dynamisk og oppdateres fortløpende og endres ved behov. I 2022 får vi ny nettside og publiseringsløsningen på arrangementskalender blir dermed endret. Vi vil ikke lengre ha mulighet til å legge til arrangementer på nettsiden vår via Facebook, slik vi gjør i dag. Løsningen for den nye kalenderen er ikke bestemt enda, men vi heller mot en løsning der arrangørene selv må legge inn arrangementer via et skjema som ligger tilgjengelig på visitbodo.com. Visit Bodø vil da måtte kvalitetssikre og publisere innholdet. Det vil samtidig vurderes om kalenderen skal åpnes for alle - spesielt fremover mot kulturhovedstadsåret når vi vet at det vil være ekstra mange arrangementer i regionen.

Facebook-kalender

Vi legger til medlemmers Facebook-arrangement på Visit Bodøs Facebook-side. De vil i tillegg vises i kalender på visitbodo.com.

Destinasjonsguider og kart.

For å bistå gjestene i reiseplanlegging og orientering skal vi tilby tjenester og løsninger som gjør det enkelt å være gjest. Dette er i form av både trykte og digitale hjelpeverktøy.

Bykart og regionskart

Vi skal tilby fysiske og digitale kart over regionen til besøkende. Kartene skal inneholde oversikt over aktuelle aktører og severdigheter med informasjon om avstand og transportmuligheter. Det vil gjøre det enklere for besøkende å orientere seg og velge opplevelser.

Trykte guider

Visit Bodø skal produsere trykte guider som enkelt kan puttes i lomma og benyttes av gjestene når de er her. Disse skal gi god informasjon om de ulike tilbudene som finnes, og gi synlighet til medlemsbedrifter og store attraksjoner. Innhold, antall og språk vurderes fra år til år.



03 Innsikt



Innsikt.

Å få den riktige innsikten er helt avgjørende for å bli mer treffsikker i kommunikasjonen og forstå gjestenes adferd. Dersom vi forstår hvordan målgruppene tenker kan vi planlegge gode, brukervennlige løsninger som treffer. Innsiktsarbeidet er ment for å avdekke utfordringer og behov som vil gi retning og grunnlag for videre arbeid. Dette skal brukes som inspirasjon til å skape meningsfulle og relevante aktiviteter og tjenester som dekker reelle behov og skaper verdi for alle parter. Noe innsiktsarbeid henter vi selv via SSB, noe gjøres nasjonalt av Innovasjon Norge og andre faginstanser og blir delt ned på destinasjonsnivå. Annet må kjøpes på bestilling ut fra interesse, mens noe gjøres gjennom pågående utviklingsprosjekter i bedriften og/eller i kommunen. Mye må også hentes inn fra den enkelte bedrift.

Spørreundersøkelser.

Gjennom merkeprosessen Bodø som bærekraftig reisemål er det gjennomført tre ulike spørreundersøkelser som alle gir verdifull innsikt til videre utvikling av Bodø som reisemål.

Innbyggerundersøkelsen gir oss innsikt i innbyggernes holdninger til reiselivsutviklingen i kommunen. Dette skal gjøres kjent både for medlemmer og offentlige instanser og er også viktig i prosessen med revidering av masterplan for reiseliv i Bodø.

Bedriftsundersøkelsen har gitt oss verdifull informasjon om hvordan våre medlemmer jobber med bærekraft og utvikling i egne bedrifter.

Gjesteundersøkelsen er tiltenkt besøkende i regionen som skal gi verdifull informasjon om hvordan de oppfatter reisemålet. Dessverre ble det svært lav svarprosent på denne undersøkelsen, noe som kan skyldes ulike restriksjoner grunnet Covid-19. Det vurderes om undersøkelsen skal gjenopptas sommeren 2022 hvis man finner tilstrekkelig finansiering til dette.

Markedsinnsikt.

Målgruppekunnskap

- Ferie og fritid
- Cruise
- Meetings – MICE
- Kultur- og idrettsarrangement
- Fokus på kulturinteresserte gjester
- Besøksprofiler, målgrupper og geografiske markeder
- Ruteutvikling – hva skal til for å få inn første direkte incomingrute til Bodø?

Digitale avtrykk

Vi følger jevnlig med og monitorerer statistikken i våre digitale kanaler. Dette danner grunnlag for videre jobb og gir en pekepinn på hva som fungerer og ikke. Følgende kanaler fører vi jevnlig statistikk på:

- Nettsted
- Instagram
- Facebook

Trafikk- og gjestedøgnstatistikk.

Offisiell statistikk

Vi samler inn relevante og tilgjengelige tall fra SSB, og monitorerer den offisielle statistikken som er aktuell for vårt område. Vi fører månedlig opp statistikk på:

- Kommersiell gjestedøgn for hver kommune i Salten
- Formål med oppholdet
- Ankomne gjester filtrert på geografi (land)
- Åpne bedrifter

Benchmark Alliance

Vi benytter Benchmark Alliance for å holde oss oppdatert på de viktigste nøkkeltallene innefor hotellene i Bodø sentrum inklusive tall med sammenlignbare arrangementsdestinasjoner.



Bransjeinnsikt.

Medlemsundersøkelser

Jevnlig gjennom året vil vi gjennomføre medlemsundersøkelser for å få innsikt i status, aktiviteter, tilfredshet og behov hos våre medlemmer og næringen generelt i Bodø & Salten. Innsikten som skaffes gjennom disse undersøkelsene vil presenteres for medlemmene og danne grunnlag for våre leveranser og aktiviteter.

Innspillsmøter

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

Ringvirkninger

Arrangementskalkulator

Innovasjon Norge har utviklet en nasjonal arrangementskalkulator som har som mål å estimere regional verdiskaping som følge av et arrangement. I 2022 skal det måles to lokale arrangement gjennom denne kalkulatoren

Ringvirkningsanalyse

Et av kravene som må oppfylles for å bli godkjent som bærekraftig reisemål er at man gjør en analyse av ringvirkningene på reisemålet; både av direkte og indirekte konsum. Gjennom en slik analyse vil man kunne få svar på flere indikatorer som er viktige i videre utvikling av reisemålet. Vi tar høyde på å få utført denne analysen for første gang i 2022.



04 Kompetenz



Kurs og møteplasser.

Vi tilbyr kompetanseheving i form av kurs, møteplasser og rådgivning til våre medlemmer og samarbeidskommuner. For 2022 er følgende aktiviteter planlagt:

Kurs

Vi arrangerer jevnlig kurs gjennom året, og disse vil bli presentert fortløpende så snart de er klare.

Foreløpige kurstema for 2022:

- Cruise Future – i regi av Cruise Northern Norway & Svalbard (CNNS)
- Sosiale medier, digital annonsering, SEO og andre relevante kurs innen digital markedsføring. Dato bli presentert fortløpende.
- Produktutvikling/-tilpasning (eks. kulturopplevelser)

Saltenkonferansen

Saltenkonferansen arrangeres i løpet av første halvår, og skal være en arena for nettverksbygging og faglig påfyll for reiselivsbransjen i Bodø & Salten. Programmet på konferansen skal være tema som er aktuelle på destinasjonsnivå og at medlemsbedrifter får presentert sine produkter og satsinger. Det hentes inn innspill fra medlemsbedriftene og øvrig næringsliv med tanke på aktuelle tema til konferansen.

Møteplasser

I løpet av året vil vi invitere til flere møteplasser.

- Kickoff: 2. februar kickstarter vi året med å avsløre hva vi skal fokusere på i 2022
- Vertskapsmøter i mai/juni med informasjon til førstelinjepersonell
- Innspillsmøter fordelt på bransje holdes i november
- Julecocktail i begynnelsen av desember

Medlemsrådgivning

Vi bistår våre medlemmer med rådgivning ift. sosiale medier, nettsider, markedsføring, profesjonalisering og mer innenfor vår spisskompetanse. Vi kan bistå med rådgivning ift. marked, segmentering, målgruppetenkning, produktutvikling og mye mer.

Bransjeinfo.

Vi skal jevnlig holde kontakt med og informere reiselivet i regionen. Dette gjør vi gjennom ulike digitale plattformer.

Bransjenett

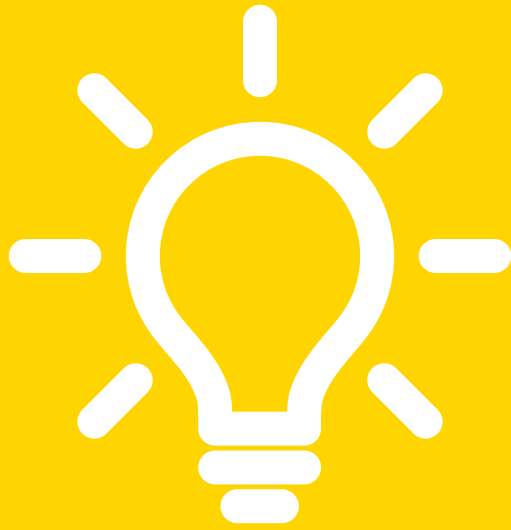
Vi har en egen side kalt bransjenett på visitbodo.com. Her deler vi planer for året, dokumenter, opptak av markeds møter, rapporter og annen viktig informasjon til våre medlemmer.

Bransjeforum Bodø & Salten på Facebook

Vi deler regelmessig informasjon på Facebook til våre medlemmer og til andre samarbeidspartnere gjennom gruppen «Bransjeforum Bodø & Salten på Facebook». Dette skal være en lavterskel-kanal hvor også medlemmene og samarbeidspartnere kan dele egen informasjon og innhold. På Facebook vil vi informere om våre prosjekter, nyheter i reiselivsbransjen, trender i reiselivet, aktiviteter hos oss og hos våre medlemsbedrifter m.m.

Infomail

Vi sender regelmessig ut e-poster med aktuell informasjon til medlemmer og samarbeidspartnere. Dette kan være informasjon om våre prosjekter, oppdateringer fra markedene, oppdateringer om reiserestriksjoner, aktuelle kurs og webinarer og annen informasjon av interesse for våre medlemmer. Frekvensen på nyhetsbrevene vil variere, men det vil sendes ut 1 - 2 ganger i måneden. Mye av den samme informasjonen legges også ut på bransjeforumet til Visit Bodø på Facebook.



05 Utvikling & nettverk



Bærekraftig reisemål Bodø

Prosjektet bærekraftig reisemål fase 2 ble startet opp 01.10 2020 med varighet på 1,5 år. Målet med prosjektet er at Bodø skal bli merket som bærekraftig reisemål innen 30.mars 2022. Dette vil være et fortrinn som Bodø kan bruke i mange sammenhenger og som også er et krav innen flere av våre satsinger.

Som et ledd i vår satsing på bærekraft har vi vært så heldige å bli valgt som samarbeidspartner når Untited states tour operators association (USTOA) skal arrangere sin første konferanse med fokus på bærekraft; SIR Summit. De ønsker å gjennomføre konferansen i Norge ettersom Norge anses som et foregangsland innen bærekraftsatsing i reiselivet. Konferansen arrangeres i mai 2022 med rundt 50 internasjonale deltakere fra reiselivsnæringen fra hele verden.

Kontaktperson
Carina Dreyer Salater // carina@visitbodo.com

Destinasjonsdesign.

Treårig prosjekt med hensikt å videreutvikle og forsterke merkevaren Bodø & Salten. En tett kobling opp mot Europeisk Kulturhovedstad og veien mot det nasjonale merket «Bærekraftig reisemål» vil stå sentralt. I 2025, etter kulturhovedstadsåret, skal regionen ha oppnådd en tydelig og varig posisjon som attraktivt reisemål for reisende som ønsker å oppleve både natur, kultur og vårt moderne samfunn. Prosjektet skal også etablere samhandling mellom reiseliv, kommuner, offentlige utviklingsaktører, frivillige organisasjoner og regionale myndigheter.

Hovedaktivitetene i prosjektet vil være:

- Design av merkeelementer for destinasjonen
- Konseptutvikling og brukeropplevelse
- Innholdsproduksjon og digital historiefortelling
- Ansvarlig markedsføring

Kontaktperson
Julie Abelsen // julie@visitbodo.com

Attraktive opplevelser hele året i Bodø & Salten.

Treårig satsing med oppstart september 2020. Satsingen skal bidra til at flere ferie- og fritidsgjester, individuelt reisende og i grupper, besøker Salten. Satsingen skal være helårs, men ha et særskilt fokus på å utvikle den definerte vintersesongen.

Hovedaktivitetene vil være:

- Samarbeid, profesjonalisering og kompetanse
- Produkt-, opplevelses og konseptutvikling
- Markedsutvikling og testing
- Samferdsel, inn Bodø ut i Salten

Kontaktperson
Raymond Limstrand Jakobsen // raymond@visitbodo.com

Cruisesatsing

De siste seks årene har det vært en fast gruppering av bedrifter som har deltatt på cruisesatsingen, men det presiseres at det er mulig for alle medlemmer som har et ønske om å satse på cruisesegmentet å delta i cruisesatsingen. Cruise har vært et satsingsområde i mange år og har som formål å øke antall cruiseskip som besøker Bodø. Strategien for satsingen skal gjennomgå i tråd med dagens krav til miljø, bærekraft, smittevern og antallsbegrensninger.

Hovedaktiviteter i cruisesatsingen i 2022:

- Revidering av strategi
- Aktiv markedsføring av Bodø og Salten som cruise-destinasjon
- Segmentering av rederi gjennom økt markedsinnsikt
- Produktutvikling i tråd med satsing på bærekraft
- Kursing av aktører i cruisesatsingen gjennom CNNS sitt kurs Cruise Future
- Profesjonalisering av markedsmateriell/verktøykasse

Satsingen er et plussprodukt som kommer i tillegg til fast medlemskontingent og markedsbidrag. Ta kontakt for informasjon om satsingen.

Kontaktperson
Carina Dreyer Salater // carina@visitbodo.com



MICE-satsing.

De siste årene har det vært en fast gruppering av bedrifter som har deltatt på arrangementssatsingen, men det presiseres at det er mulig for alle medlemmer som har et ønske om å satse på målgruppene innenfor MICE å delta i MICE-satsingen i henhold til egen prisliste for 2022.

- Temabaserte webinarer
- Møteplasser for medlemmer
- Bærekraftige arrangement

Satsingen er et plussprodukt som kommer i tillegg til fast medlemskontingent og markedsbidrag. Ta kontakt for informasjon om satsingen.

Kontaktperson

Raymond Limstrand Jakobsen // raymond@visitbodo.com

Ambassadørprogram og arrangørservice.

Vi vil i 2022 arbeide for å etablere ambassadørprogrammet inklusive arrangørservice. Ambassadørprogrammet med lokale døråpnere skal ha tilgang til arrangørservice og -støtte i sin jobb for at nettopp «deres» fagarrangement og -konferanser blir lagt til nettopp Bodø / Salten.

Gjennom ambassadørprogrammet skal det skapes en kultur der det er naturlig å foreslå Bodø og Salten som vertskap for arrangementer og konferanser.

Hovedaktiviteter i prosjektet vil være:

- Etablere en arbeidsgruppe bestående av representanter fra aktuelle næringer, organisasjoner og fagmiljø.
- Legge til rette for kompetansebyggende møteplasser for lokale ambassadører og ildsjeler.
- Utvikle egen merkevare og profil for ambassadørprogrammet.
- Utvikle presentasjonsmateriell til ambassadører.
- Arrangere en prisutdeling på tvers av ulike typer arrangement, for å sette pris på personer som har klart å få arrangement til Bodø og Salten.

Kontaktperson

Raymond Limstrand Jakobsen // raymond@visitbodo.com

Forprosjekt arrangementsturisme (kultur og idrett).

Arbeidet med arrangementsprosjektet har lagt grunnlaget for et svært godt samarbeid lokalt og regionalt for å tiltrekke oss større kultur og idrettsarrangementer. Når det gjelder idretten har Bodø idrettsråd lagt en strategi for å tiltrekke seg store nasjonale og internasjonale idrettsarrangement. I den sammenheng er det behov for å ytterligere konkretisere arbeidsmetodikk og det lokale/regionale partnerskapet for å lykkes med dette. Dette gjelder også de øvrige kommunene i Salten for å kartlegge behov og muligheter. I tillegg kan det være aktuelt å se på samarbeid og nettverk som en del av Nordlandssamarbeidet mellom destinasjonene i Nordland.

Kontaktperson

Raymond Limstrand Jakobsen // raymond@visitbodo.com

Visit Bodø 2022

Ann-Kristin Rønning Nilsen

Reiselivssjef

(+47) 901 19 671

Ann-Kristin@visitbodo.com

Raymond Limstrand Jakobsen

Prosjektleder

Meetings & events

(+47) 932 54 586

Raymond@visitbodo.com

Lisbeth Ingebrigtsen

Prosjektmedarbeider

Meetings & events

(+47) 992 79 008

Lisbeth@visitbodo.com

Carina Dreyer Salater

Prosjektleder Cruise &

Bærekraft

(+47) 934 30 090

Carina@visitbodo.com

Julie Abelsen

Markedssjef

(+47) 482 17 876

Julie@visitbodo.com

Otelie Knædal

Innholdsprodusent &

medlemsansvarlig

(+47) 411 75 621

Otelie@visitbodo.com

Hanna Grav Hartvigsen

Vikar Innholdsprodusent &

medlemsansvarlig

(+47) 404 88 345

Hanna@visitbodo.com

**Visit
Bodø**

visitbodo.com