

# Visit Sweden

Kunskapsdag Norge – Västsverige och Göteborg

Göteborg tisdag 27. September 2018

Visit   
Sweden

# Agenda

- Konkurrenssituationen
- Norge – Västsverige och Göteborgs viktigaste marknad
- Bilden av Sverige för Norrmän
- Norge - utlandsmarknad
- Strategi för den norska marknaden
- Tips

Norge – Västsverige och Göteborgs viktigaste  
marknad

# Global konkurrens och inhemsk konkurrens



# Norge i siffror

5,3 miljoner invånare<sup>1</sup>

3,4  
miljoner

norska gästnätter i Sverige 2017<sup>4</sup>



Förändring  
gästnätter från  
Norge i Sverige

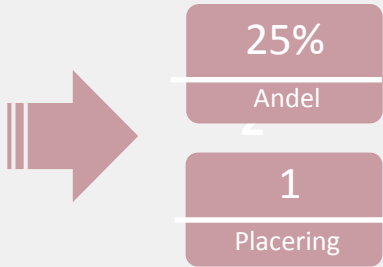
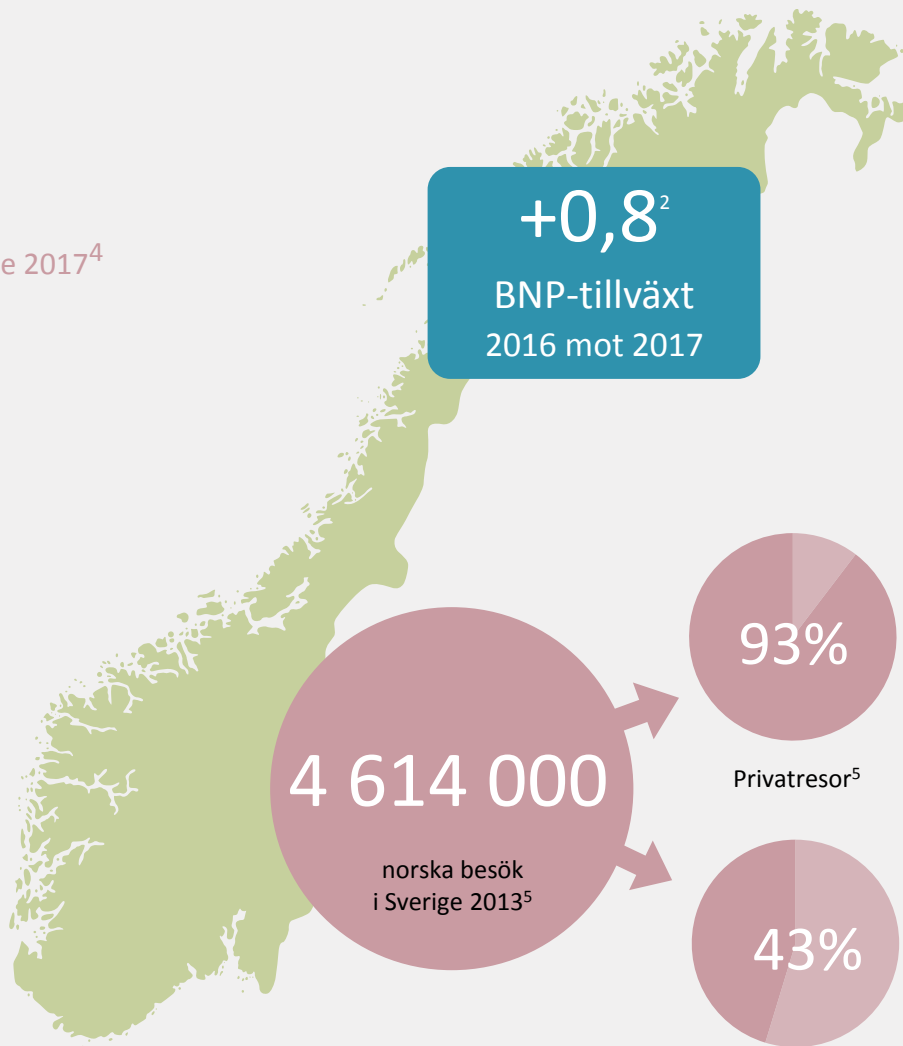


+25%

Norges förändring,  
gästnätter utomlands 2008–2017<sup>3</sup>



SEK1557  
Konsumtion  
pr dygn



Norska besök i Sverige jfr  
utländska besök totalt i Sverige  
2017<sup>5</sup>

Visit Sweden

# Västsverige – Vårt närmaste Sverige



# Göteborg – Vår närmaste storstad



# Norsk gästnatts fördelning i Sverige

- 1/3 i Norrland
- 1/3 i Västsverige
- 1/3 i resterande Sverige



# Norska gästnätter i Västsverige

Strömstad 42 %

Göteborg 21 %

Tanum 12%

Södra Bohuslän 10 %

Västergötland 10 %

Dalsland 5 %



# Resmönster

- Dagsturer
- Korta resor, weekend
- Långa resor, sommarferie



# Bilden av Sverige för Norrmän

# Bilden av Sverige



# Sverige i den norska globala resenärens ögon

Associationer till Sverige som semesterdestination

91

%

Är nöjd med aktiviteterna som de gjorde under sin senaste Sverigeresa.



89%

Lätt att resa till



83%

Ett tryggt och säkert resmål



74%

Bra resmål för en camping eller stugsemester



72%

Är en gästvänlig region



72%

Bra storstadsupplevelser



72%

Erbjuder bra shopping

Visit Sweden

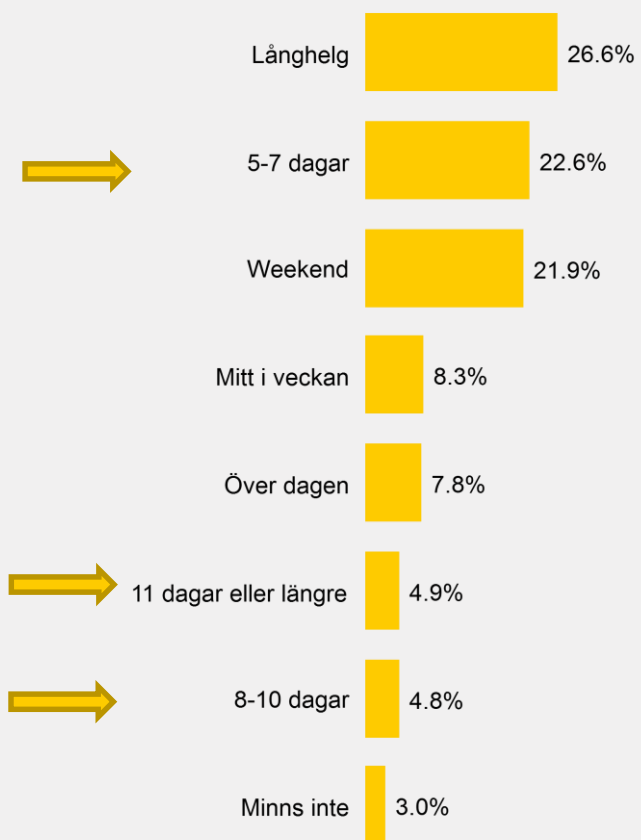




# Den senaste Sverigeresan

## Stanntiden

Hur länge varade din resa?



32,3%

■ 2018 - DGR med Sverigeintresse

## Resans art

Vad slags resa gjorde du?



■ 2018 - DGR med Sverigeintresse

63

%

Gillar att kombinera stadsresa med upplevelser utanför staden.

Visit Sweden

# Boende



Camping:  
**56%**



Hotell  
**36%**



Stugor och  
lägenheter  
(SoL): **3%**

## Boende på senaste Sverigeresan

Hur bodde du/ni under resan?



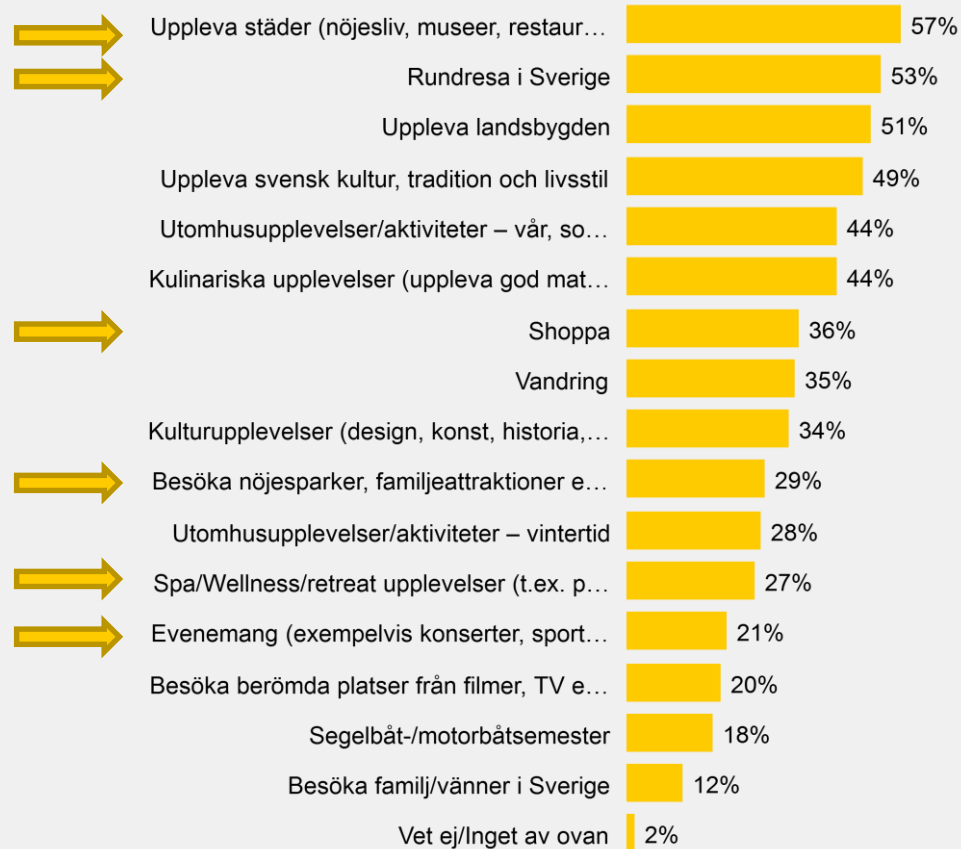
2018 - DGR med Sverigeintresse

Visit Sweden

# Aktiviteter

## Aktiviteter - potentiell resa

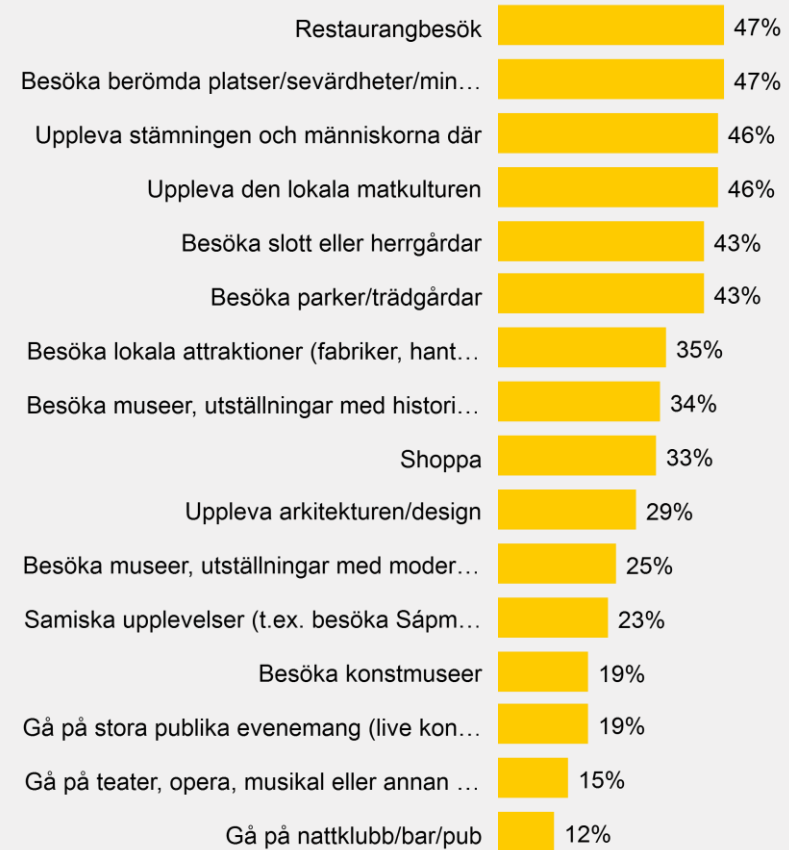
Vad av följande skulle du då vilja göra i Sverige?



2018 - DGR med Sverigeintresse

## Städer - potentiell resa

Vilka av dessa skulle du vilja uppleva/göra?



2018 - DGR med Sverigeintresse

Visit Sweden

# Summerat

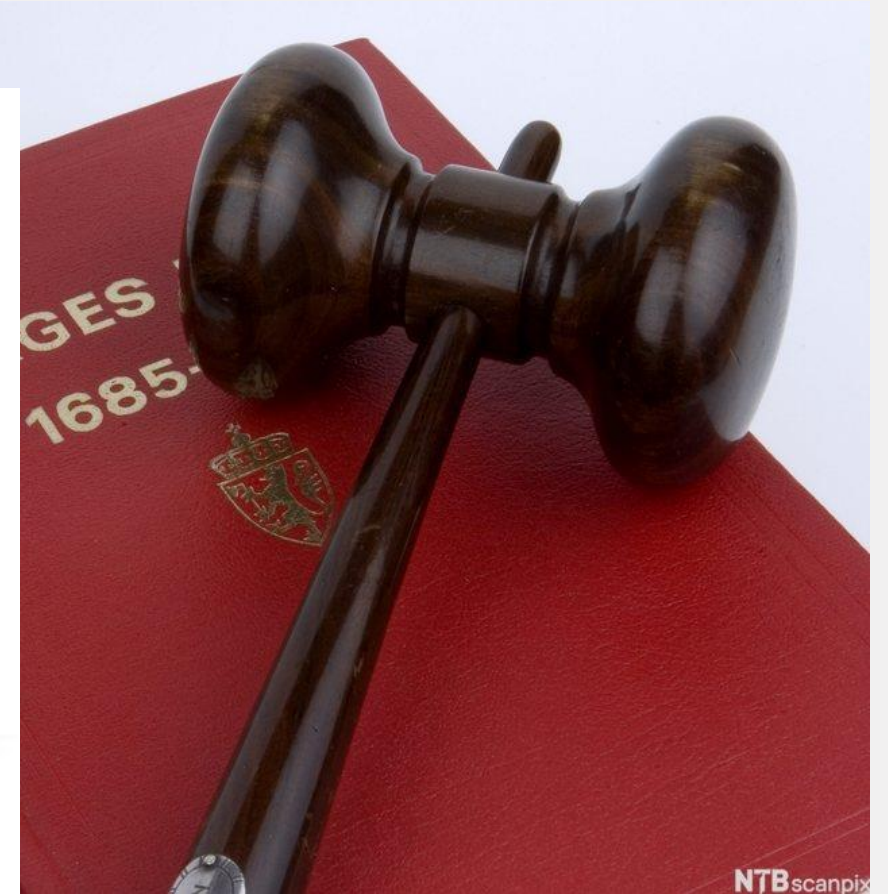
- Kännedomen om Sverige är mycket stor i Norge
- Kännedomen om Västsverige och Göteborg är hög i Norge, men delregioner och aktörer är inte lika känt
- Norge är Sveriges största exportmarknad (25%)
- 32% av resorna är 5 dagar eller längre
- Norrmän gillar att besöka flera platser på sin semester
- Norrmän vill shoppa, bo bra och besöka nöjesparker och badland
- Norrmän är nöjda med sina semesterupplevelser i Sverige



Visit Sweden

# Norrmän är vana vid regler, lagar och begränsningar

- Sockeravgifter
- Alkoholavgifter
- Tobaksavgifter
- Höga landbrukspriser
- Importtullar
- Hastighetsbegränsningar
- Dåliga vägar
- Få TV kanaler!



NTBscanpix

Visit Sweden

# Men vi får köpa billiga el-bilar....



Och vil gärna ladda gratis och slippa rushtidsavgifter...

**Visit Sweden**

# Vi gillar svenska prisnivån och shopping



Visit Sweden

# Två flaskor vin kan skapa regeringskris

## Irritererte taxfree-kunder om kvoteinnstrammingen: - Nordmenn reiser for å kjøpe røyk og drikkevarer

- Det mest dustete Norge noen gang har gjort, mener Christian Bolt fra Sandefjord.



FOTO: Olav Oisen

- Helt blåst, sier taxfree-kunde Christian Bolt om KrFs gjennomslag for å krysse vinkvoten.



FLY

21 NOVEMBER 2018

0

Taxfree-nederlag for FrP

Visit Sweden

# Den norska marinen ser inte oljetankar



«Helge Ingstad! Drei!»



Visit Sweden

# Och ofta räddar Sverige oss från stora kriser



Men vi erbjuder hjälp tillbaka när det behövs....

**Oh boy,  
for ei krise!**

Söta bror,  
hjelpen er  
på vei



Fredag 7/9 ankommer vårt kriseteam Göteborg for å dele ut Litago til alle de trengende. Kom og smak på Norges mestselgende chokladmjölk. Helt gratis og ferdig blandet!

**LITAGO**

**AFTONBLADET**

## O'boy-kris i landet – då säljs det för tusentals kronor



**NYHETER** sön 02 sep 2018

Det gapar tomt i butikshyllorna efter O'boy. Detta har gjort att flera testar att sälja sina burkar med det älskade chokladpulvret.



# Strategi

## Närmarknad Norge

# Utnyttja det starkaste i regionen

- Framhäva de starkaste resanledningarna då det är dessa som skapar volym.
- Detta ger en fördelning av attraktiva och aktuella utbud, aktiviteter och reseperioder
- Målsättningen är att säkerställa många norska besökare och förlänga vistelserna.



# Stort potential

2 av 3 Norrmän har besökt  
Sverige och är intresserade  
av att besöka Sverige igen

# Resanledningarna – dom 6 stora



Familjparker



Shopping



Spising / Mat



Natur/Skärgård



SPA



Kultur/Slott & Herrgårdar

# Västsverige – Vårt närmaste Sverige – Regionen med allt

## Res anledningar:

- Skärgård
- Camping
- Natur
- Familjparkar
- Badning
- By
- Mat
- Herrgårdar
- SPA
- Golf
- Storstad
- Shopping

## Årstid:

- Sommar
- Höst och vinter
- Vår
- Långhelger



# Göteborg – Norges närmaste storstad

## Res anledningar:

- Storstad/  
Citybreak
- Familjeparker/  
Liseberg
- Shopping
- Mat
- SPA
- Skärgård
- Events

## Årstid:

- Sommar
- Höst och vinter
- Vår
- Långhelger



# Prioritet - Rofyllda platser- Sommar



## Känsla:

Fri  
Idyllisk  
Ekte  
Varm  
Avslappende  
Nydelig  
Vakkert  
Koselig  
Stille  
Åpent

## Känt & kärt

Bohuslän:

- Strömstad
- Fjällbacka
- Grebbestad
- Smögen

Göta kanal

Koster

## Okänt

Skaraborg

Marks Kommun

Göteborgs skärgård

Dalsland

Dalslands kanal

Hornborgasjön

## Typ av resor

Stugsemester

Spa, slott/herrgård

Weekendturer

Sommarferie

Visit Sweden

# Prioritet - Pulserande städer



## Känt & kärt

Liseberg  
Shopping  
Mat och restaurant  
Stora events

## Okänt

Alfons Åbergs Kulturhus  
Universeum  
Inomhus skidåkning  
Golf

## Typer av resor

Weekendtur  
Rundresa  
Höstlov/Påsklov/Sportlov

## Känsla:

Urban  
Kul  
Moro/Morsom  
Gøyal  
Livlig  
Boblende  
Spännande  
Fartsfyllt  
Avslappande  
Interessant  
Underholdande  
Hyggelig  
Kulturellt  
Velsmakande

# Prioritet - Livliga platser - Sommar



## Känsla:

Kriblende  
Moro/Morsom  
Pirrende  
Gøyal  
Fantasieggende  
Lærende  
Livlig  
Adrenalinstinn  
Boblende  
Spennende  
Fartsfylt  
Magisk

## Känt & kärt

Liseberg  
Skara Sommarland  
Daftö

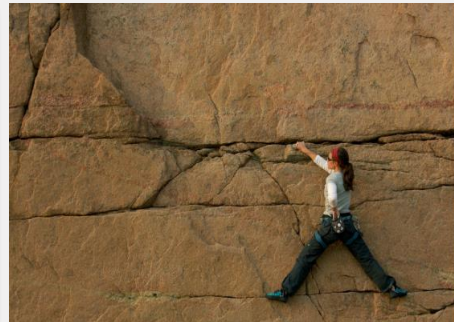
## Okänt

Universeum  
Nordens Ark  
Alfons Åbergs Kulturhus  
Borås Djurpark  
Övriga aktörer i  
Västgötaturen

## Typer av resor

Rundresor  
Campingferie  
Weekendresa  
Höstlov/Påsklov  
Familjferie

# Prioritet - Aktiva naturupplevelser - Sommar



## Känsla:

Ekte  
Autentisk  
Frihet  
Natur  
Energisk  
Storslagent  
Vakkert

## Känt & kärt

Bohuslän  
Golf i Västsverige  
Båtferie längs Svenska  
kusten

## Okänt

Kattegattleden  
Vandring i Dalsland  
Kanut i Dalsland  
Kanut i Göteborgs skärgård

## Typ av resor

Aktiv Familjferie  
Weekend  
Rundresa  
Sommarferie  
Höstlov

# Skapa en känsla för Västsverige och Göteborg



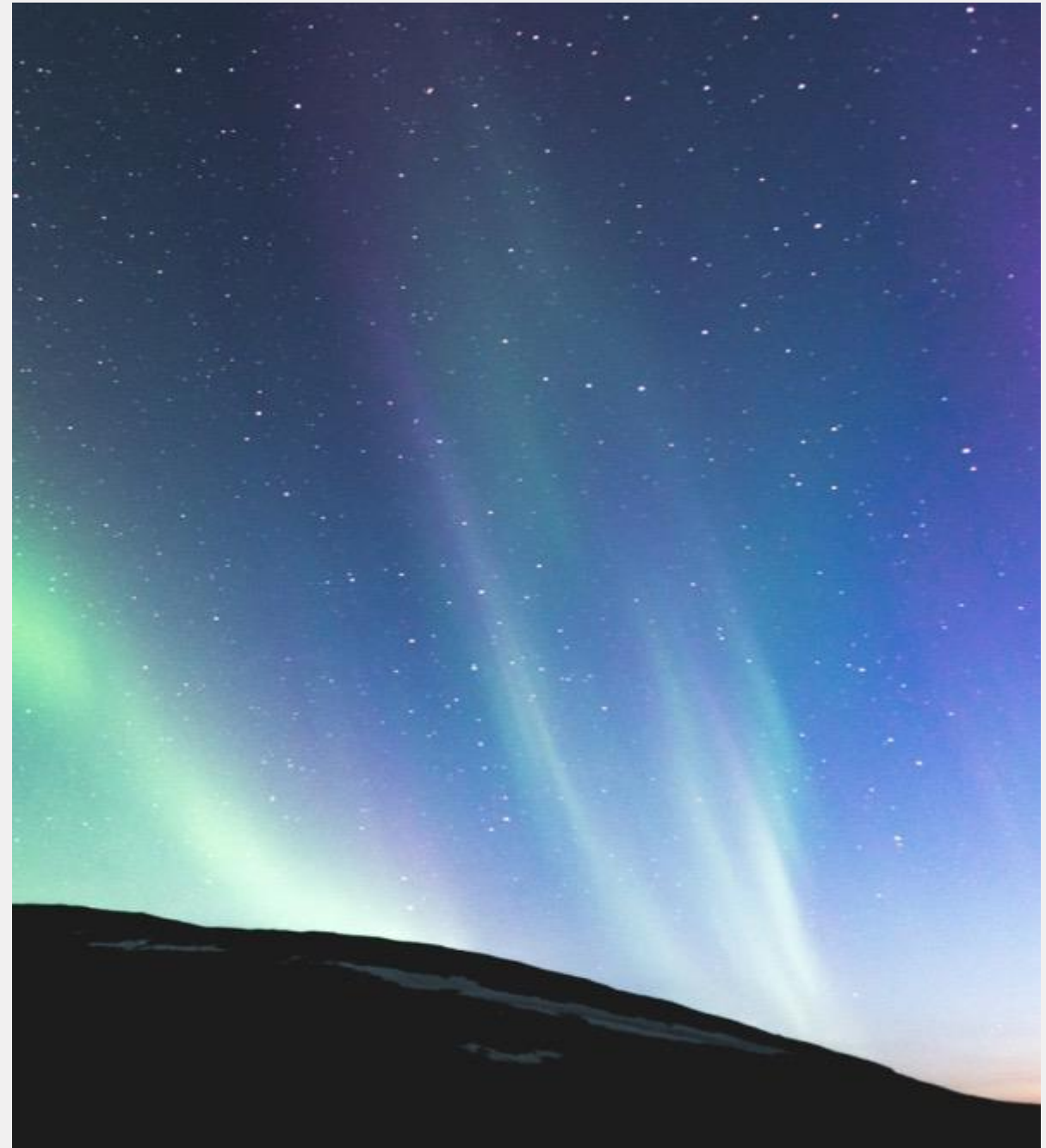


# PR och Influencers

## Viktig ingrediens i arbetet

# Medialandskapet i Norge – trender

- Stora förändringar på kort tid – ständigt föränderligt
- Influencers genomslag värderas högt
- Frilansjournalistlandskap
- Medier som inte köper material från sponsrade turer
- Influencers sitt eget varumärke
- Influencers som tar betalt vs. de som inte gör det
- Större fokus rörligt material - innehållsproduktion via influencers
- Mediehus knyter till sig influencers och är contentbyrå samtidigt – ex. United Influencers köpte Elle Norway
- Frilansjournalister ofta i kombination med egen blogg i tillägg till contentproducenter
- Förtjänad synlighet på Instagram allt viktigare kanal – influencers kan ha ha fler följare på Instagram än på blogg men i Norge har vi hittills jobbat med dem som har en blogg
- Räckvidd och kvalitetsdiskussion på Instagram, personligt respektive firmakonto, köpa följare, botar



# Så jobbar vi med PR i Norge

Samarbete Visit Sweden, Turistrådet Västsverige och Göteborg & Co: kan vara kombinerade aktiviteter eller endast för region eller stad

Årsplan övergripande teman

Detaljplanering konkreta aktiviteter

Produktion och distribution pressmeddelanden och redaktionella guider

Inbjudan press-/influencerresor grupp eller individuell – stor vikt vid anpassning till individ och media

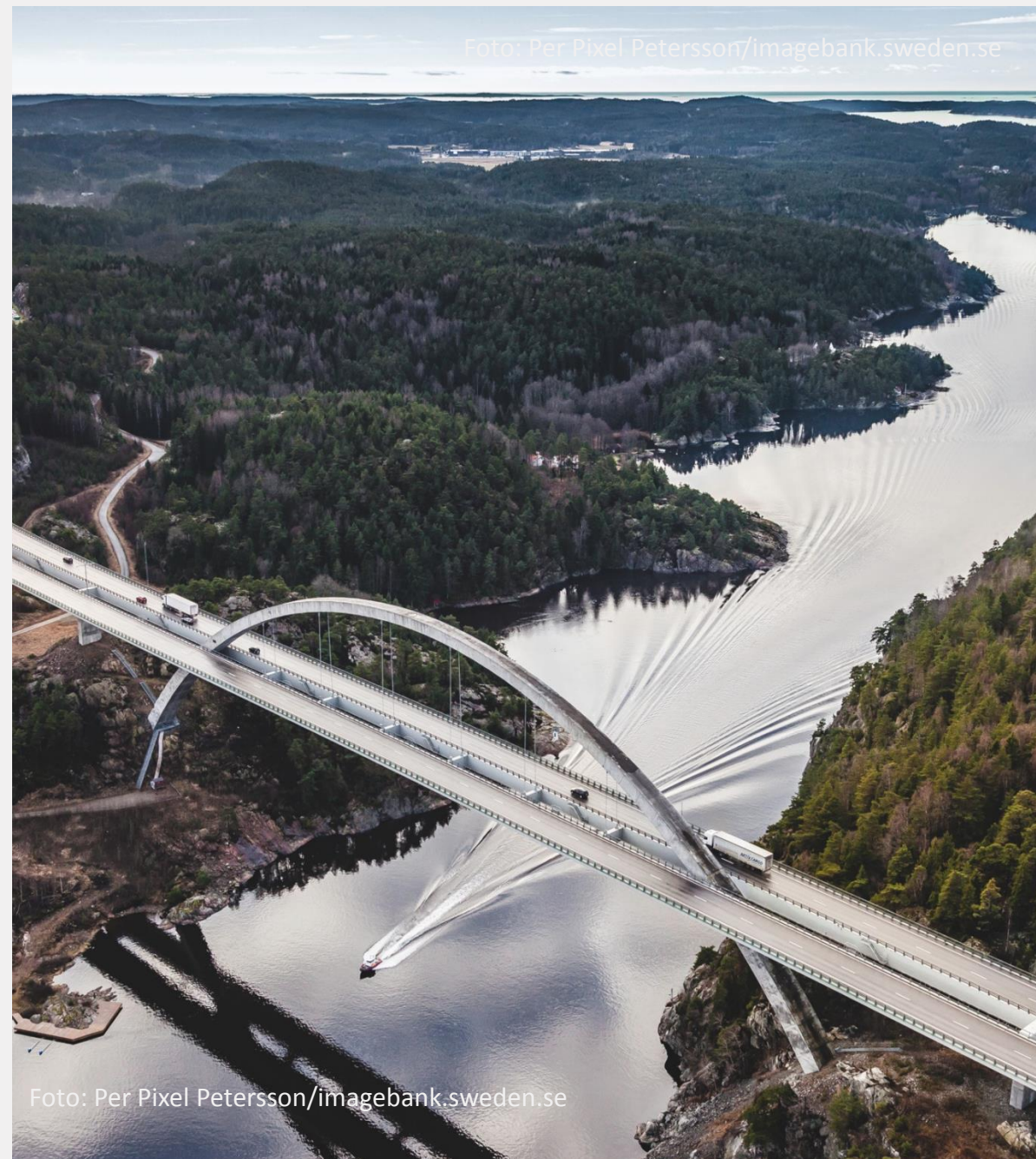
Direktkontakt journalister och förfrågningar

Ta hand om nyheter som dyker upp - flexibelt arbetssätt

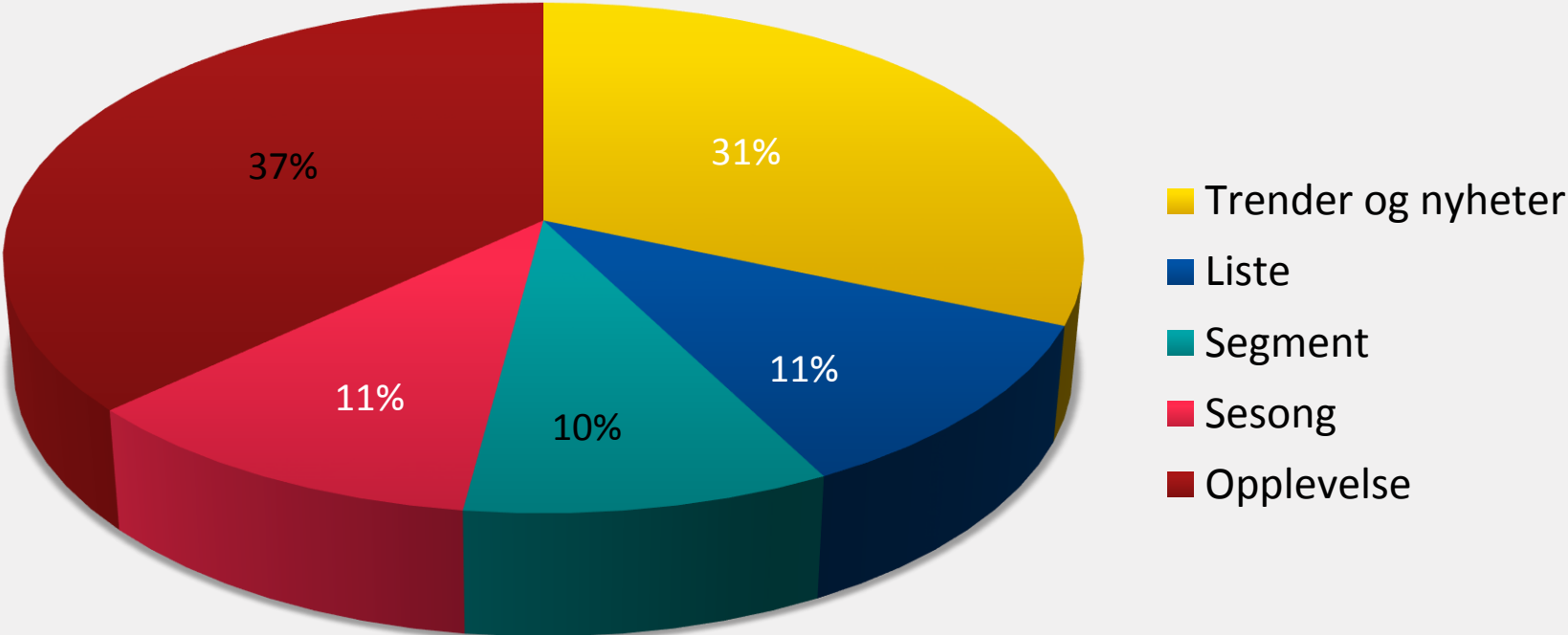
Vi jobbar både med traditionell media och influencers. Vi planerar våra aktiviteter för förtjänad och köpt synlighet, produktion av innehåll – också rörligt, där delning av blogginlägg, innehåll på site, sökord och mediaköp synkas

Utvärdering och mätning – i huvudsak PR-värde. Vi mäter PR-värde också på blogg och Instagram – men ger ett lägre värde än traditionella medier – på gång med annan mätmetod för synlighet för detta

Halvårsrapportering - Helårsrapportering



# Drivkrafter hos tradisjonell media



## Influencers nyckelfaktorer

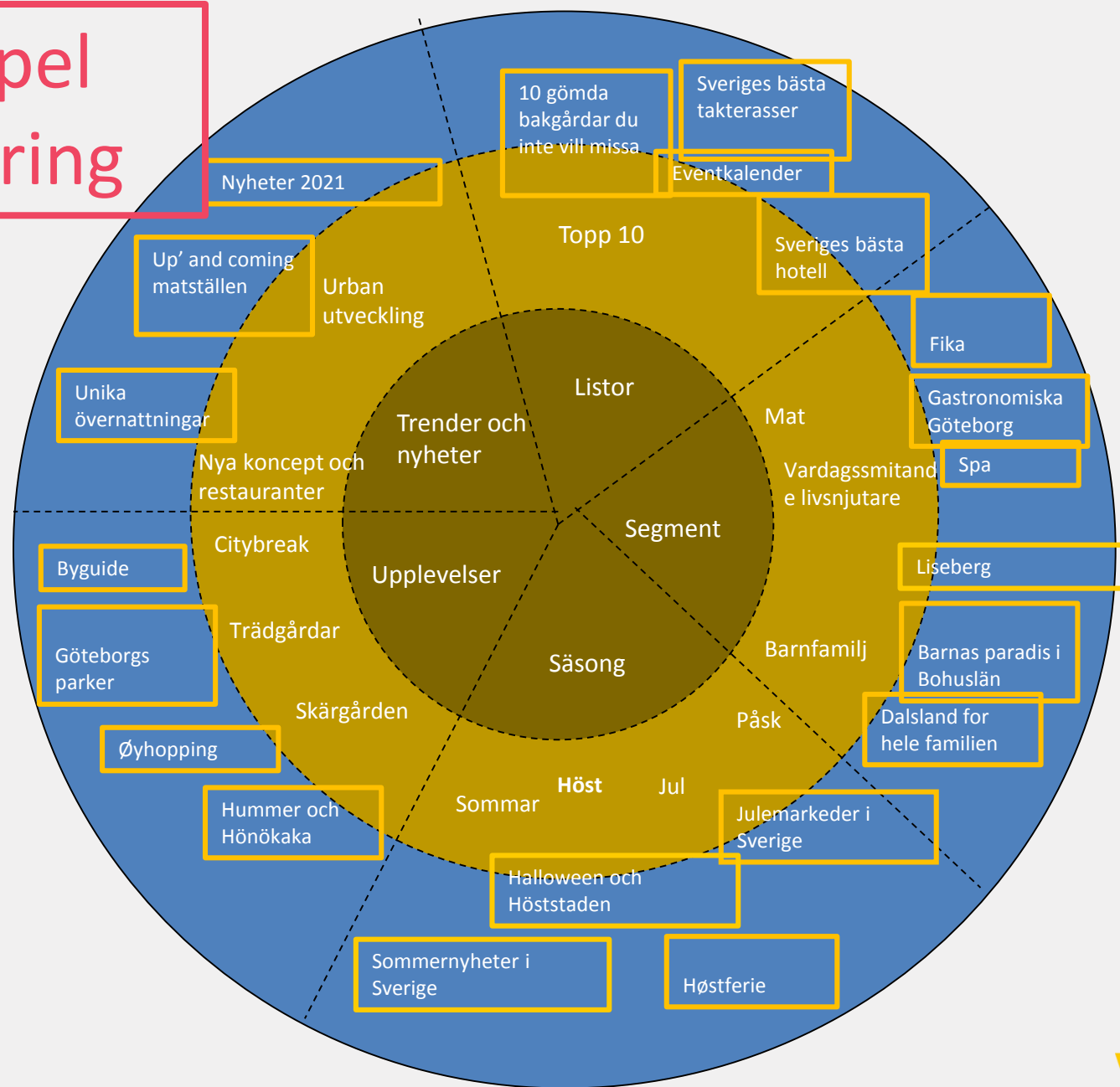
- **Upplevelser**
- **Trender**
- **Nyheter**



# Exempel planering

## Aktiviteter teman

- pressmeddelanden
- pressresor
- produktion reportage



# Aktiviteter – olika typer av synlighet

Redaktionella guider - ge synlighet i media och ge inspiration till resor/att uppleva – i sin helhet eller tipssidor, på Sverigenivå eller regionsnivå

Pressmeddelanden – ge direkt synlighet i media – med en eller flera aktörer

Pressresor – längre reportage, kan få vänta på synlighet

Influencerresor – direkt synlighet i sociala medier och ev. blogginlägg

Reportage direkt till mediapartner – ex Volvo Magazine och volvocars.no

Event eller stunts



Foto: Peter Muld/imagebank.sweden.se

# Press/influencerresor

Övergripande tema

Tät dialog i utformningen av program TRV, Göteborg & Co

Matcha upplevelser med media och influencers

Grupp eller individuell

Influencers – brandmatchning: känner intressen, personlig smak

Kan också vara med utgångspunkt i ett media eller en influencer eller vid förfrågan



Foto: Tina Stafrén/imagebank.sweden.se

# Tips!

- Skicka in nyheter som händer hos er till era kontakter på Turistrådet Västsverige och Göteborg & Co
- Ha uppdaterade bilder med hög kvalitet som är lättillgängliga
- Var påläst om vem som kommer – en influencer vill oftast uppleva mest på egen hand medan kanske journalisten i större grad vill ha lite mer information. Upplevelsen dock alltid i fokus
- Informera alla på plats om att det kommer en journalist/influencer – som gör det lilla extra i bemötandet och vet vad som te.x ingår i vistelsen
- Var själv aktiv i sociala kanaler så att influencers kan tagga dig i bilder, geo-tagga. Gilla och kommentera bilderna på instagram – det ökar också bildernas räckvidd!



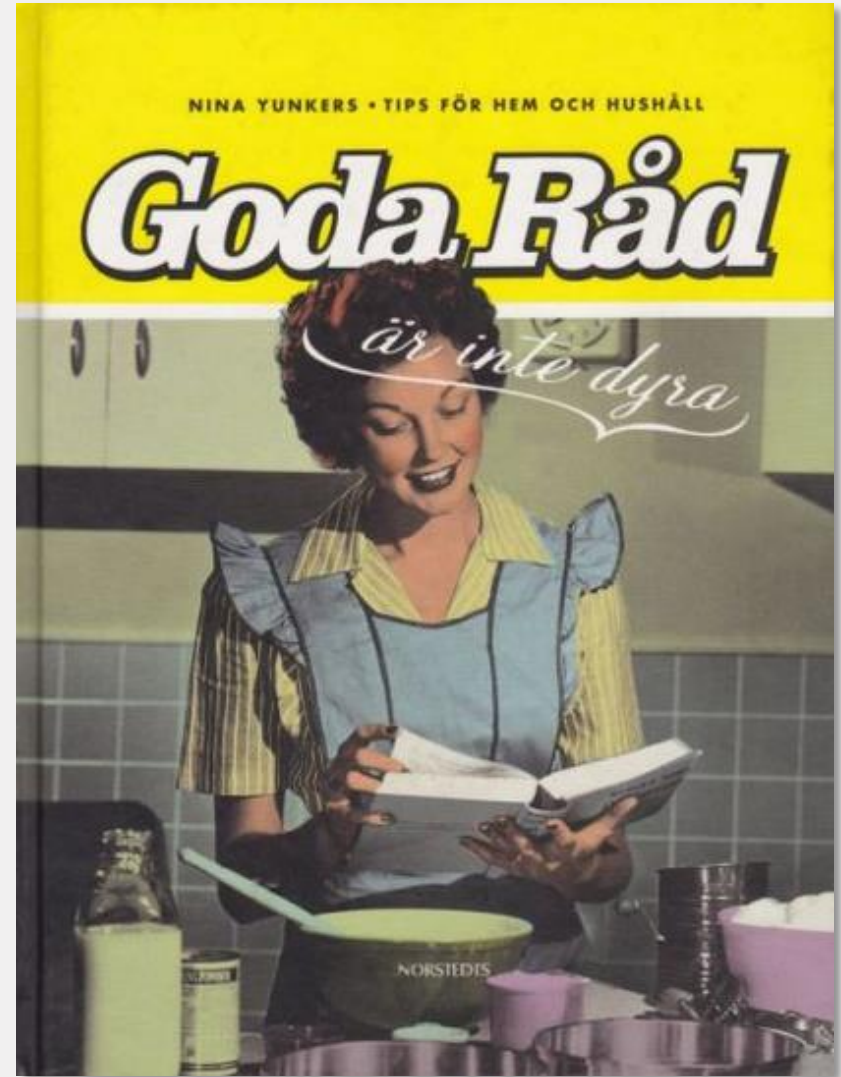
Foto: Jonas Ingman/imagebank.sweden.se

**Tips**

**Visit Sweden**

# Inte glöm

- Värdskapet vid PR /influencer resor är viktigt för upplevelsen
- Vad gör du för att möta den digitala besökaren?
- Stamgästerna i dina CRM system?
- Laddmöjligheter för elbil?
- Hur syns du i ett större sammanhang, på websidan, på Instagram, Facebook eller andra sociala medier?
- Producerar du innehåll för sociala kanaler?
- Har du uppdaterade bilder på din destination/verksamhet? Har du koll på rättigheterna?
- Har du rörligt material från din destination/verksamhet?
- Löpande informera TRV och Gbg & Co



# Ledigt i den norska skolan 2019

Januari		Februari		Mars		April		Mai		Juni	
T 1	Nyttårsdag	F 1		F 1		M 1	14	O 1	Første mai	L 1	Långhelg –
O 2		L 2		L 2		T 2		T 2		S 2	Kristihimmelfart
T 3		S 3		S 3		O 3		F 3		M 3	23
F 4		M 4	6	M 4	10	T 4		L 4		T 4	
L 5		T 5		T 5	Vinterferie: Nord-Norge	F 5		S 5		O 5	
S 6		O 6		O 6		L 6		M 6	19	T 6	
M 7	2	T 7		T 7		S 7		T 7		F 7	
T 8		F 8		F 8		M 8	15	O 8		L 8	
O 9		L 9		L 9		T 9		T 9		S 9	Første påsk Långhelg – Pinse
T 10		S 10		S 10		O 10		F 10		M 10	Andre påskedag 24
F 11		M 11	7	M 11	11	T 11		L 11		T 11	
L 12		T 12		T 12		F 12		S 12		O 12	
S 13		O 13		O 13		L 13		M 13	20	T 13	
M 14	3	T 14		T 14		S 14	Palmesøndag	T 14		F 14	
T 15		F 15		F 15		M 15	16	O 15		L 15	
O 16		L 16		L 16		T 16		T 16		S 16	
T 17		S 17		S 17		O 17		F 17	Grunnlovsdagen	M 17	25
F 18		M 18	8	M 18	12	T 18	Skjærtorsdag Påsk	L 18		T 18	
L 19		T 19	Vinterferie: Oslo	T 19		F 19	Langfredag	S 19		O 19	
S 20		O 20	Vestfold	O 20		L 20		M 20	21	T 20	
M 21	4	T 21	Østfold	T 21		S 21	Første påskedag	T 21		F 21	
T 22		F 22		F 22		M 22	Andre påskedag 17	O 22		L 22	
O 23		L 23		L 23		T 23		T 23		S 23	
T 24		S 24		S 24		O 24		F 24		M 24	26
F 25		M 25	Vinterferie: Buskerud	M 25	13	T 25		L 25		T 25	
L 26		T 26	Vestlandet	T 26		F 26		S 26		O 26	
S 27		O 27		O 27		L 27		M 27	22	T 27	Sommerferie
M 28	5	T 28		T 28		S 28		T 28		F 28	
T 29				F 29		M 29	18	O 29		L 29	
O 30				L 30		T 30		T 30	Kristi himmelfart Långhelg –	S 30	
T 31				S 31				F 31	Kristihimmelfart		

# Ledigt i den norske skolan 2019

Juli		Augusti		September		Oktober		November		December	
M 1	27	T 1		S 1		T 1	Høstferie:	F 1		S 1	
T 2		F 2		M 2	36	O 2	Oslo	L 2		M 2	49
O 3		L 3		T 3		T 3	Vestfold	S 3		T 3	
T 4		S 4		O 4		F 4	Østfold	M 4	45	O 4	
F 5		M 5	32	T 5		L 5		T 5		T 5	
L 6		T 6		F 6		S 6		O 6		F 6	
S 7		O 7		L 7		M 7	41	T 7		L 7	
M 8	28	T 8		S 8		T 8	Høstferie:	F 8		S 8	
T 9		F 9		M 9	37	O 9	Buskerud	L 9		M 9	50
O 10		L 10	Sommerferie	T 10		T 10	Vestlandet	S 10		T 10	
T 11		S 11		O 11		F 11		M 11	46	O 11	
F 12		M 12	33	T 12		L 12		T 12		T 12	
L 13		T 13		F 13		S 13		O 13		F 13	
S 14		O 14		L 14		M 14	42	T 14		L 14	
M 15	29	T 15		S 15		T 15	Høstferie:	F 15		S 15	
T 16	Sommerferie	F 16		M 16	38	O 16	Nord-	L 16		M 16	51
O 17		L 17		T 17		T 17	Norge	S 17		T 17	
T 18		S 18		O 18		F 18		M 18	47	O 18	
F 19		M 19	34	T 19		L 19		T 19		T 19	
L 20		T 20		F 20		S 20		O 20		F 20	
S 21		O 21		L 21		M 21	43	T 21		L 21	
M 22	30	T 22		S 22		T 22		F 22		S 22	
T 23		F 23		M 23	39	O 23		L 23		M 23	52
O 24		L 24		T 24		T 24		S 24		T 24	
T 25		S 25		O 25		F 25		M 25	48	O 25	Første juledag
F 26		M 26	35	T 26		L 26		T 26		T 26	Andre juledag Juleferie
L 27		T 27		F 27		S 27		O 27		F 27	
S 28		O 28		L 28		M 28	44	T 28		L 28	
M 29	31	T 29		S 29		T 29		F 29		S 29	
T 30		F 30		M 30	40	O 30		L 30		M 30	1
O 31		L 31				T 31				T 31	

**Tack for oss!**

**Visit Sweden**