

Visit Sognefjord jobba ekstra hardt i 2020, og vil jobbe like hardt i 2021.

Visit Sognefjord er eit av få reisemålsselskap som har klart å halde like høgt aktivitetsnivå i 2020 som i 2019. Bakgrunnen for dette er at medlemsbedriftene og kommunane har heldt fram med å betale marknadsbidraget som tidlegare, i tillegg til kostnadsutt og prosjektstøtte frå Vestland fylkeskommune, kommunane og Sparebankstiftinga Sogn og Fjordane. Vidare har medlemsbedriftene som deltek i prosjekt som t.d. MICE365 bidrege med eigen innsats i form av timar og tenester i staden for direkte økonomisk prosjektbidrag.

Det høge aktivitetsnivået gjer at Sognefjorden tek marknadsandeler i den norske marknaden, at Sognefjorden framleis er godt synleg internasjonalt via digital bransjebearbeiding og kampanjar fram mot grenseopning, og at me held liv i viktige prosjekt som MICE365, Lokalmatsatsinga, Sognefjord active 365, Masterplanen for Sogn i tillegg til omfattande næringspolitisk arbeid for å sikre rammehøve og politisk prioritering av reiselivsnæringa.

Vidare høgt aktivitetsnivå i 2021 og 2022 er avgjerande for at Visit Sognefjord skal halde fram alle dei gode fellestiltaka for reiselivsnæringa og kommunane i gjenoppbyggingsarbeidet etter pandemien.

Med bakgrunn i dette har me lagt opp til like høg aktivitet i 2021 som i 2020. For å kunne gjere dette er me heilt avhengig av at medlemsbedriftene kan bidra med marknadsbidraga i år på same måte som i fjor, til trass for utfordringar knytt til pandemien. Investeringane via marknadsbidraga til Visit Sognefjord skal sikre at Sogn som reisemål kjem tilbake til minst like stor omsetning i næringa som i 2019 innan 1-2 år. Dette krev tung fellessatsing på dei oppgåvene Visit Sognefjord er sett til i løyse. Dette er tiltak som gir direkte positive effektar for medlemsbedriftene, og som bedriftene einskildvis ikkje har moglegheit til å gjere utanom ei felles regional satsing.

Me legg opp til eit høgt aktivitetsnivå på vegne av medlemsbedriftene våre, og oppsummerer kort nokre av dei mest sentrale tiltaka nedanfor. Fleire av desse er nye tiltak som me sette i gong i 2020 og 2021 for å redusere dei negative verknadene for næringa som følgje av pandemien. Sjå også vedlagt presentasjonen frå marknads møte 11. mars i år.

Me jobbar hardt kvar dag for å gi medlemsbedriftene våre størst mogleg omsetning og best mogleg rammehøve – Sognefjorden skal bli ein av vekstvinnarane etter pandemien!

Ståle Brandshaug



Reiselivsdirektør, Visit Sognefjord AS

Nokre sentrale tiltak i 2020

	TILTAK	KOMMENTAR
NYTT	Virtual fam trip.	Ny film, bilde og innhald til bruk i digitale fam trips. Første fam trip vart gjennomført i juni 2020 med 30 turoperatørar, 28 medlemsbedrifter og meir enn 170 ein-til-ein møte. Konseptet vert brukt vidare i fleire andre digitale fam trips i 2020 og 2021.
NYTT	Bilde og filmarkiv	Kjøp og etablering av Imageshop Visit Sognefjord med bilde og film som medlemsbedriftene kan bruke fritt online.
	Media og PR	Pandemien opna moglegheitene mot fleire, større medieaktørar som ynskte å skrive om Norge og Sognefjorden, t.d. Lonely Planet, National Geographic, Culture Trip, Condé Nast Traveler, New York Times m.fl.
NYTT	Digitale salstiltak	VS har teke initiativ til fleire digitale salstiltak på eiga hand og saman med Fjord Norge og Visit Norway, bl.a. i Italia, Russland og Tyskland, i tillegg til auka bearbeiding av turoperatørar direkte via epost, telefon og videomøte.
NYTT	Norgeskampanje sommaren 2020	VS gjennomførte tre ulike kampanjeløp frå 15. mai – 15. august med Schibsted (vg.no), Schibsted (alle kanalar, samarbeid med Sunnfjord, Fjordkysten og Nordfjord) og retargetingkampanje med Visit Norway. Kampanjane ga oss meir enn 10 mill. klikk og over 3 mill. unike brukarar, og Sognefjorden vart ein av vekstvinnarane i den norske marknaden i 2020 med 125% vekst/90.000 gjestedøgn og +2% marknadsandeler. Berre Lofoten hadde større vekst enn Sogn. Kampanjen blir vidareført i 2021.
NYTT	Haustkampanje	VS laga eiga landingsside for hausten med tilhøyrande haustkampanje saman med Fjord Norge og Schibsted i september – oktober. Det vart legre resultat på denne kampanjen samanlikna med sommar-kampanjen på grunn av ny nedstenging i oktober. Kampanjen blir vidareført i 2021.
NYTT	Vinterkampanje	VS gjennomførte utvida vinterkampanje mot den norske marknaden frå 18. desember – 14. mars «Den beste snøen – den beste utsikten» med fokus på skianlegga, toppturar og aktivitetar utan ski. Kampanjen fekk meir enn 400.000 klikk og over 250.000 unike brukarar. Kampanjen blir vidareført i 2021. I tillegg var me på Fjord Norge sin vinterkampanje i same periode.
	Fjord Norge samarbeidet	Samarbeidet med Fjord Norge vart opprettholdt så langt som mogleg i forhold til B2C kampanjar og B2B tiltak i 2020, med overføring av nokre tiltak til 2021, mellom anna satsingar som «Always on» i Norge og nærmarknadene via Native og SoMe + søk, «Adventures in the Fjords» alle marknader heile året og planlegging av utsette satsingar som «Break from the Great», «Nytt vårkonsept» og «Fjord secrets». Visit Sognefjord er ein av dei største investorane i marknadsarbeidet til Fjord Norge.
NYTT	Næringspolitikk	VS har nytta særskilt mykje tid til arbeidet med rammehøve og politisk prioritering av reiselivsnæringa i 2020 knytt til pandemien. Dette arbeidet held fram i 2021 så lenge som nødvendig. VS har vore med på å få gjennomslag for viktige støttetiltak og politiske prioriteringar saman med bl.a. NHO reiseliv, Virke reiseliv, Norsk Reiseliv og direkte mot Stortingspolitikarar og departementa.

Nokre sentrale tiltak i 2021

	TILTAK	KOMMENTAR
NYTT	Vinterkampanje - toptur	Eigen toptursatsing mot den norske marknaden med Finansavisen og sosiale media frå 15. februar – 15. april, i tillegg til vinterkampanjen frå 18. desember – 14. mars. Resultata er ikkje klare enno.
NYTT	Digitale salstiltak	VS har teke initiativ til fleire digitale salstiltak på eiga hand og saman med Fjord Norge og Visit Norway, bl.a. Ski workshop, USA event, eige Sognefjord webinar og workshop i Spania og Fjord Norge event i USA med Iceland Air. Vidare i 2021 er det planlagt virtual fam trip med operatørar i Italia, Frankrike og Nederland, i tillegg til Fjord Norge event i Spania, Tyskland, Nederland og Asia. Vidare held me fram auka arbeid mot turoparetpørar direkte via epost, telefon og videomøte, og planlagde tiltak som t.d. NTW, Norway connect (NL), workshop i Madrid og Barcelona og Incoming workshop i CPH.
	Media og PR	Ekstra satsing på media i samarbeid med mellom anna Fjord Norge og eigne kontaktar. Pandemien opna moglegheitene mot fleire, større medieaktørar som ynskte å skrive om Norge og Sognefjorden, og VS satsar tyngre på dette i 2021 for å utnytte moglegheitene.
	Norgeskampanje vår/sommar/haust	VS vidarefører den nasjonale kampanjesatsinga frå 2020 i perioden 26. mars – 1. august med påfølgande planlagt haustkampanje. I tillegg til kanalane frå 2020 vert det jobba med utvida digital satsing ved bruk av personas, Inbound marketing og kundeoppfølging.
NYTT	Digital kampanje Europa	I tillegg til norgessatsinga vert det lagt opp til kampanjearbeid direkte mot nokre nærmarknader i Europa i juli – september, gitt at grensepasseringa er open. Den digitale satsinga og kompetansen frå norgeskampanjen vert nytta til å teste direkte kampanjering i utvalde kundesegment i utvalde land.
NYTT	Bilde og film	Det vert lagt opp til å ta fleire nye bilde og film sommaren/hausten 2021 til bruk i alt sals- og marknadsarbeidet, og som kan delast med medlemsbedriftene via det digitale bildearkivet. Vidare vert det sett av ressursar i 2021 til å lage fleire korte filmar ut frå eksisterande materiale, mellom anna frå filminga til fam tripen i 2020. I tillegg har VS laga ein eigen YouTube kanal med kategoriserte filmar frå Sogn.
NYTT	Nye sognefjord.no	VS utarbeider heilt ny nettside som skal lanserast i oktober.
	FjordMap 2.0	FjordMap.no vert vidareutvikla i 2021, og ein forbetra versjon er allereie publisert. Det vil kome fleire funksjonar og bruksområde til etter kvart, og tanken er at også medlemsbedriftene skal kunne bruke kartet til eigne produkt og reiseruter.
NYTT	Workation Sognefjord	VS har i samarbeid med bl.a. Sogn næring etablert ei ny heilårleg satsing på «workation» i Sogn for å tiltrekke oss digitale nomadar og andre som vil kombinere jobb & fritid i kortare og lengre periodar.
NYTT	Motimate	VS lanserer nytt vertskapskurs i «Motimate»-verktøyet i mai. Motimate kan nyttast av medlemsbedriftene til utvikling av eigne kurs.
NYTT	Fly BGO	VS er med i samarbeidet med Avinor i Bergen om satsing på ruteutvikling for auka aktivitet til Bergen og Sogn etter pandemien.
	Fjord Norge samarbeidet	Samarbeidet med Fjord Norge vert vidareført i forhold til B2C kampanjar og B2B tiltak i 2021, med mellom anna satsingar som «Always on» i Norge og nærmarknadene via Native og SoMe + søk, «Adventures in the Fjords» alle marknader heile året, «Break from the Great», «Nytt vårkonsept» og «Fjord secrets». VS er ein av dei største investorane i marknadsarbeidet til Fjord Norge i 2021.

Prosjekt og anna arbeid i 2020 – 2021

	TILTAK	KOMMENTAR
	MICE365	Satsinga på kurs, konferanse, incentive- og arrangementsmarknaden held fram i 2021. Dette er det siste prosjektåret med Innovasjon Norge finansiering, og Visit Sognefjord bidreg med økonomisk eigeninnsats saman med Amazing Fjords. Prosjektbedriftene bidreg med tenester og timar i staden for økonomisk bidrag i 2020 og 2021.
	Sognefjord Active 365	Prosjektet er finansiert av Innovasjon Norge, og bygg opp kompetanse på digital marknadsføring med bruk av verktøy for Inbound marketing, kampanjestyringsverktøy, samling av kundedata, kundeoppfølging og booking, i tillegg til etablering av «knutepunkt» for aktivitetsbedrifter i kommunane. Visit Sognefjord bidreg med økonomisk og time-basert eigeninnsats i prosjektet.
	Lokalmatprosjektet	Prosjektet er finansiert av fylkeskommunen, og inneheld satsing på lokalmatdistribusjon, utvikling av matprofil for Sogn og gode besøksstader for lokalmat. Visit Sognefjord bidreg med eigeninnsats og økonomisk bidrag i prosjektet.
	Masterplan for Sogn	Masterplanarbeidet starta i 2017 og skal ferdigstillast inn i «frå ord til handling»-fasen hausten 2021. Prosjektet har vore finansiert av Innovasjon Norge, men i 2021 er det Visit Sognefjord som står for ressursbruk og finansiering av arbeidet.