

# Sommarkampanjer 2024

VISIT  
NORDVEST  




A part of  
Fjord  
Norway

# Innhold i denne presentasjonen



- Marknadsstrategi for destinasjonsselskapa
- Kampanje A: Ro og råskap utan kø
- Kampanje B: Ville og velsmakande Valldal
- Komande kampanjer

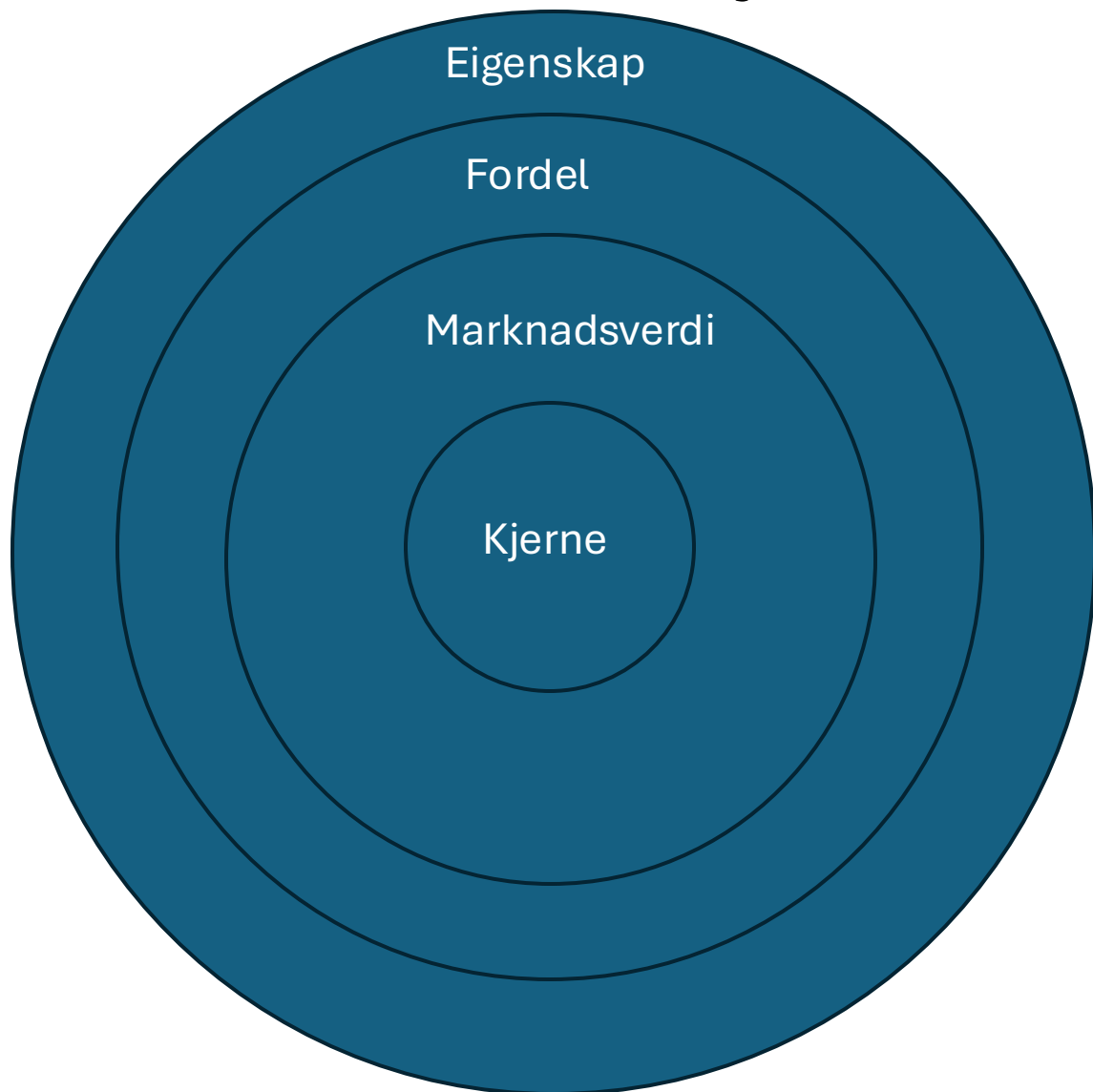
# Indre ro. Ytre råskap.

Marknadsstrategi for Destinasjon Ålesund & Sunnmøre og Visit Nordvest

# Marknadsstrategi for destinasjonsselskapa

- Felles strategi for Visit Nordvest og Destinasjon Ålesund & Sunnmøre
- Dannar grunnlag for felles visuell identitet, digital annonsering og videre utvikling av tilbudet
- Del av Adventure 2030-prosjektet
- Vekt på storytelling og kommunikasjon

# Merkevarehjulet

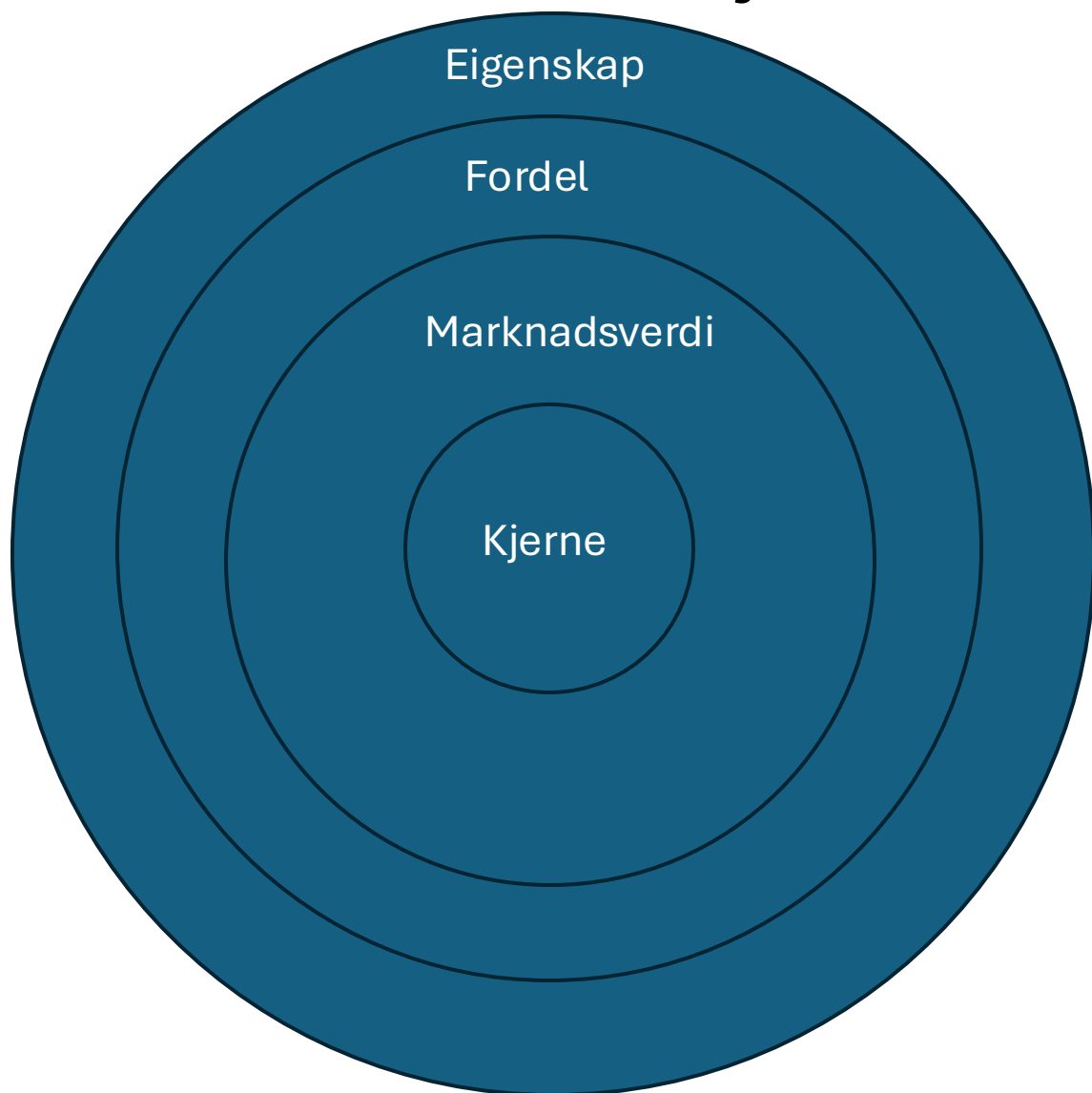


## **Eigenskap**

Destinasjon Ålesund & Sunnmøre og Visit Nordvest sørger for at dei riktige gjestene finn spennande opplevingar i fylket vårt. Det betyr at dei rundt 400 medlemene, og det dei har å tilby, blir ettertrakta.

I tillegg til dette, arrangerer dei samlingar og nyttige kurs for å auke kunnskap og forståing for medlemene.

# Merkevarehjulet

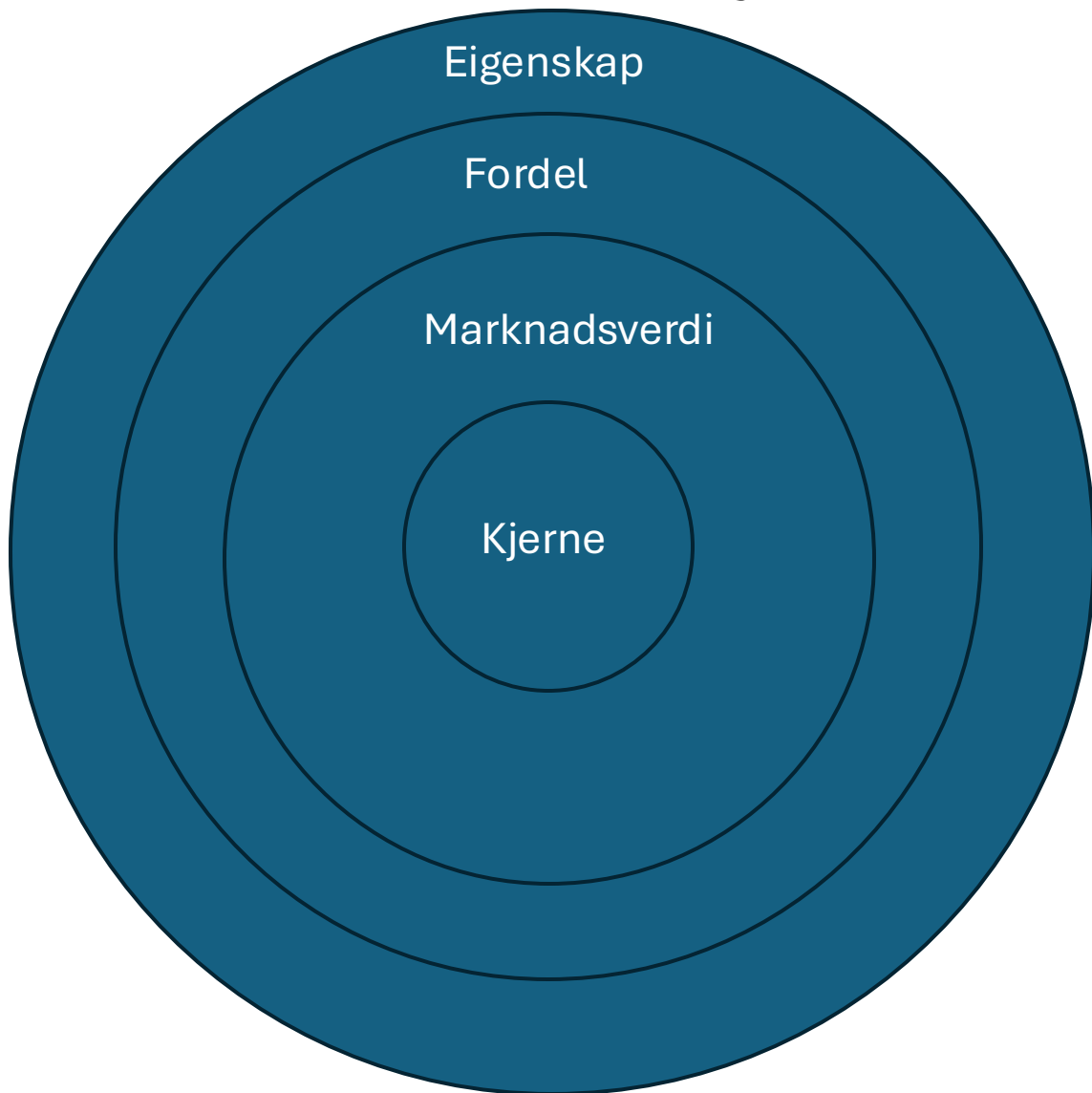


## **Fordel**

Destinasjon Ålesund & Sunnmøre og Visit Nordvest lagar engasjerande kommunikasjon som får fram det beste med Møre og Romsdal. De viser variasjonen av landskap, besøksstader, aktivitetar, overnatting, mat, kultur og anna. Altså alt frå det rolige til det rå. På få mil kan vi oppleve rått og roleg, høg fjell og djupt hav.

Måten dette blir gjort på, syner krafta og fordelene med å vere éin samla og attraktiv destinasjon.

# Merkevarehjulet



## Marknadsverdi

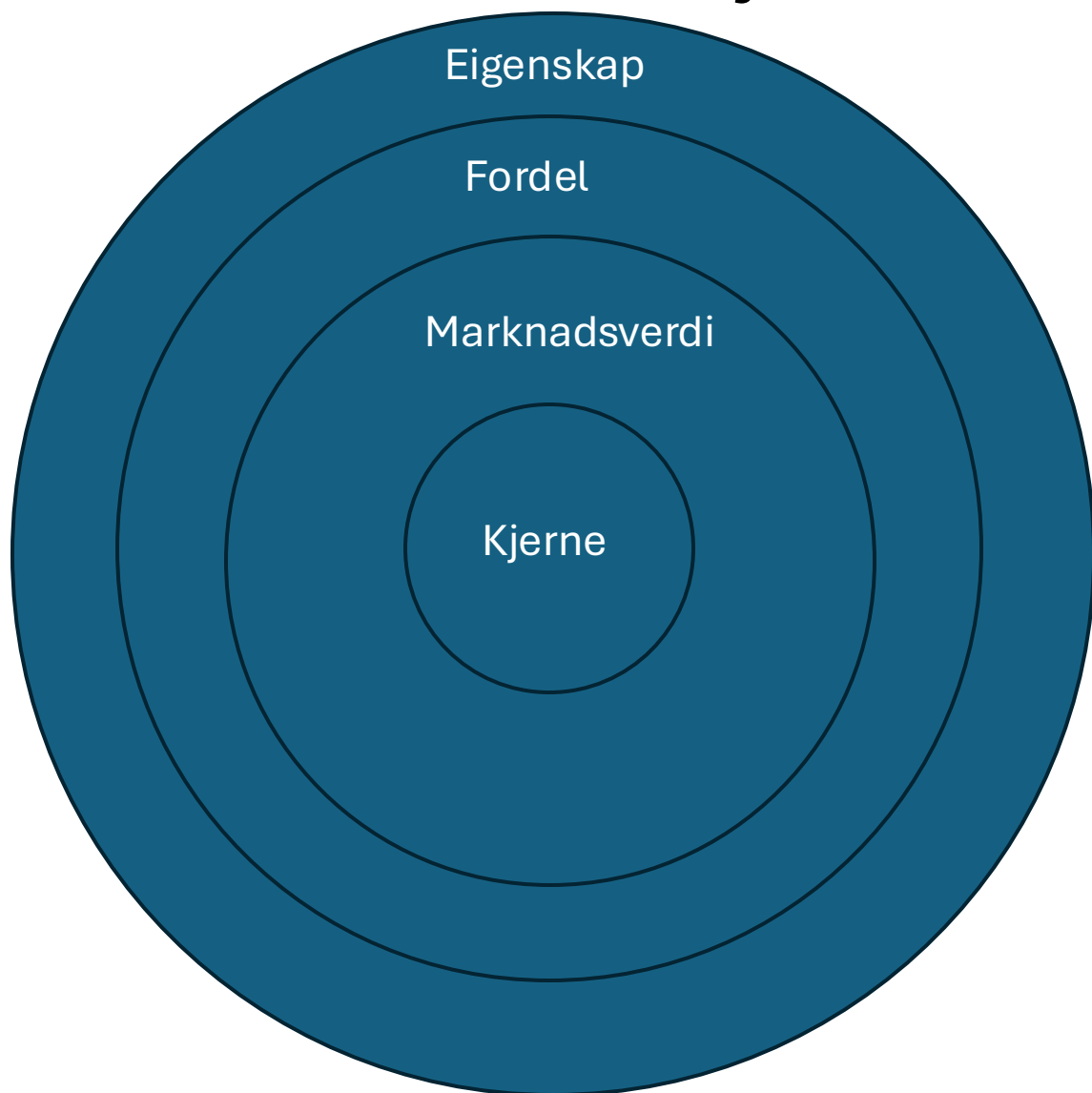
Gjestene:

«Kommunikasjonen til Møre og Romsdal skilte seg positivt ut, og trigget nysgjerrigheten min. Det er mange vakre og bærekraftige steder rundt om, men historiene de forteller gjorde at jeg valgte de foran andre. Og opplevelsene jeg fikk, gjorde at jeg også ble litt lenger enn planlagt. Jeg kommer garantert tilbake. Gjerne på en annen årstid også».

Medlem:

«Det er trygt og inspirerende å være medlem. Jeg føler meg som en viktig partner i reiselivsarbeidet. Destinasjonsselskapene bidrar til at gjestene finner oss, og jeg får tid til å ta vare på gjestene mine. I tillegg får jeg tilsendt presentasjoner som viser hvordan kampanjene går - og jeg får deltatt på samlinger som utvider mitt nettverk».

# Merkevarehjulet



## **Kjerne**

Indre ro. Ytre råskap.

«Velkommen til kontrastene. Til stormene. Til det blikkstilte. Her hvor folk holder seg fast i både fjellvegger og svaberg. Her hvor man kan kjede seg ved en sildrende elv eller få hakeslepp på en klippe høyt over alt annet. Her hvor du finner de beste råvarene. Her hvor du finner en imponerende rikholdig historie og svært lovende fremtid. Her, hvor du finner indre ro og ytre råskap.»



# Grunnlaget for all kommunikasjon

Merkeløfte

Indre ro. Ytre råskap.

Verdiar

Forfriskande

Ekte

Kontrastfylt

# Konsept for bilde, video, tekst og anna kommunikasjon

«Indre ro. Ytre råskap» syner variasjonane, kontrastane, og er eit godt springbrett for historieforteljing.

«Indre ro. Ytre råskap» er inkluderande, for alt det medlemene tilbyr fell innafor «ro», «råskap» eller begge delar. Og av og til midt i mellom.

«Indre ro. Ytre råskap» kan vise utvendig, innvendig, høgt og lågt. Dette handlar om opplevingar og produkt, men også kjenslene vi skapar i hovudet og magen. Eller adrenalinet som boblar over på utsida.

Etter å ha besøkt Møre og Romsdal kjem du heim utkvilt, men svolten på meir. Du har nemleg opplevd indre ro og ytre råskap.

# Stort rom for ro og råskap

Kampanje A, juli og august 2024

# Stort rom for ro og råskap – 10 tips til Norgesferien

## MÅLSETNING

1. Vise fram mangfaldet av destinasjonar i Møre og Romsdal denne sommaren
2. Tydelegare felles merkevarebygging for heile Møre og Romsdal med «Indre ro. Ytre råskap.» i fleire kampanjar framover.
3. Bidra til å styrke salet av reiselivsprodukt i Møre og Romsdal.

## MARKNADER

**Norge:** Møre og Romsdal, nabofylka (Trøndelag, Innlandet, Vestland) og større fylke 1–2 overnattingar unna: Oslo, Rogaland.

**Timing:** juni–september

## MARKNADSMIKS

**Digital kampanje** i sosiale medium (snapchat, instagram og Facebook) for å få mest mogleg synlegheit ut frå pengane.

### **Fjordnorway.com**

Trafikk frå digital kampanje blir sendt til landingssida. Det er kort veg vidare til destinasjonane og kommersielle aktørar herre frå

### **Våre og aktørane sine SoMe-kanalar**

Posting av relevante saker og innhald til kampanjene.

## ANNONSERINGSPERIODE

juli og august 2024

# Bakgrunn frå VIRKE Reisepulv 2024

- Sommarferien i Norge er gjerne «kortreist»
- Målgruppe er dei som allereie er i Møre og Romsdal, Trøndelag, Innlandet, Vestland, Rogaland og Oslo
- Dei som planlegg sommarferie i Noreg er ofte
  - Oslofolk
  - Høgt utdanna (3+ år)
  - Høg inntekt (1+ million)
  - Sambuar/gift med og utan barn, single
  - Aldersgruppene under 30, 30–39, 40–49
- Reisande ønskjer å bruke ferien til
  - Samvær med familie og vener
  - Rekreasjon, soling, bading
  - Aktivitetar som fottur, sykling, utøvande aktivietar, eigne interesser
  - Nyte mat, drikke, restaurantopplevingar
  - Opplive nye stader

# Bakgrunn frå DÅS/VNV/Peil

- Mange destinasjonar i fylket er populære og sel i stor grad seg sjølv om sommaren
- Vi kan lokke dei som er her til å bli her lenger, prøve fleire aktivitetar
- Vi kan lokke andre til å kome til destinasjonar som er mindre besøkte, og rolegare enn høgdepunkta
- Vise moglegheitene som finst her når det er ruskevêr

# Heispitch

- Det finst opplevingar som gir deg ro i sjela eller adrenalinkick, også om du går litt utanfor dei mest brukte rutene. Denne kampanjen skal opne auge for nordmenn på Noregsferie for ulike reisemål i Møre og Romsdal.

# Stort rom for ro og råskap

## Bakgrunn

- Reisemål:  
Tafjord/Valldal  
Åndalsnes  
Kristiansund/Molde  
Søre Sunnmøre  
Nordmøre
- Språk:  
Nynorsk
- Format:  
Videoannonse  
Artikkel
- Kanalar:  
Facebook, Instagram og Snapchat

## Webside struktur

### 10 tips til Norgesferien

1. Unik overnatting og villmark i Aure og Tustna
2. Både fuglekikking og havhopping på Runde
3. Tog og tindar på Åndalsnes
4. Toppar og forteljingar på Søre Sunnmøre
5. Oppdagingsferd ved Atlanterhavsvegen
6. Elleville Valldal
7. Røff natur for tøffingar i Tafjord
8. Klippfisk og havgap ved Kristiansund
9. Buldrande fossar og ro i fjella på Nordmøre
10. Småbyferie i Molde



# Hovudtekstar

## AnnONSE

- Hovudtekst:  
Indre ro. Ytre råskap.
- CTA  
**10 ferietips**
- Header (25)  
Fjordferie på Vestlandet
- Caption (40)  
10 tips mellom Geiranger og Atlanterhavsvegen.  
Eller  
**Du finn både zen og adrenalin i Møre og Romsdal.**
- Statustekst (125)  
Vil du oppdage ein hemmelegheit? 🤔 Vi har tips til dei beste stadene med rå opplevingar og god plass i sommar.

## Website tittel og ingress

- Stort rom for ro og råskap
- Fjordane ventar på deg i Nordvest. Mellom fjordane i Møre og Romsdal finn du høge toppar, holmar og hav, søte jordbær, dyktige guidar og artige aktivitetar både for deg som er svolten på opplevingar, og deg som vil bli mett på lokal mat og rolege sommardagar.

# Annonse

11:27

visitnorthwest.no med Visit  
Ålesund & Sunnmøre.  
Sponset · 🌐

Vil du oppdage ein hemmelegheit? 🤔 Vi har tips til dei beste stadene med rå opplevingar og god plass i sommar.

Tustna

Indre ro

www.fjordnorway.com

**Fjordferie på Vestlandet** Finn ut mer

10 tips mellom Geiranger og Atlan...

Kommenter som Tori...

An aerial photograph of a traditional wooden boat (a 'ro') on a calm lake. The boat is a simple wooden frame with a flat deck, and several people are visible inside. The surrounding area is lush with green trees. A yellow location tag 'Tustna' is overlaid on the image. The text 'Indre ro' is written in a green, serif font at the bottom of the image. The overall scene is peaceful and scenic.

Landingsside:

[www.fjordnorway.com/no/reiseinspirasjon/stort-rom-for-ro-og-raskap-10-tips-til-sommarferien](http://www.fjordnorway.com/no/reiseinspirasjon/stort-rom-for-ro-og-raskap-10-tips-til-sommarferien)

# Ville og velsmakande Valldal

Kampanje B, juli og august 2024

# Ville og velsmakande Valldal

## MÅLSETNING

1. Vise fram Valldal som destination
2. Tydelegare felles merkevarebygging for heile Møre og Romsdal med «Indre ro. Ytre råskap.» i fleire kampanjar framover.
3. Bidra til å styrke salet av reiselivsprodukt i Møre og Romsdal.

## MARKNADER

**Norge:** Møre og Romsdal, nabofylka (Trøndelag, Innlandet, Vestland) og større fylke 1–2 overnattingar unna: Oslo, Rogaland.

**Timing:** juni–september

## MARKNADSMIKS

**Digital kampanje** i sosiale medium (snapchat, instagram og Facebook) for å få mest mogleg synlegheit ut frå pengane.

### **Fjordnorway.com**

Trafikk frå digital kampanje blir sendt til landingssida. Det er kort veg vidare til destinasjonane og kommersielle aktørar herre frå

### **Våre og aktørane sine SoMe-kanalar**

Posting av relevante saker og innhald til kampanjene.

## ANNONSERINGSPERIODE

juli og august 2024

# Bakgrunn frå VIRKE Reisepulv 2024

- Sommarferien i Norge er gjerne «kortreist»
- Målgruppe er dei som allereie er i Møre og Romsdal, Trøndelag, Innlandet, Vestland, Rogaland og Oslo
- Dei som planlegg sommarferie i Noreg er ofte
  - Oslofolk
  - Høgt utdanna (3+ år)
  - Høg inntekt (1+ million)
  - Sambuar/gift med og utan barn, single
  - Aldersgruppene under 30, 30–39, 40–49
- Reisande ønskjer å bruke ferien til
  - Samvær med familie og vener
  - Rekreasjon, soling, bading
  - Aktivitetar som fottur, sykling, utøvande aktivietar, eigne interesser
  - Nyte mat, drikke, restaurantopplevingar
  - Opplive nye stader

# Bakgrunn frå DÅS/VNV/Peil

- Deler av Trollstigen er stengt ut 2024, men Trollstigplatået, aktivitetane og opplevingane finst framleis.

# Heispitch

- Valldal har alt frå jordbær til juving, og det i mellom. Det er ingen grunn til å legge om ruta sjølv om Trollstigen er stengt. Du kan sjå ut over vakre vegar, besøke Trollstigplatået via Valldal og oppleve alt det ville og velsmakande Valldal har å by på.



# Ville og velsmakande Valldal

## Bakgrunn

- Reisemål:  
Valldal (Tafjord)
- Språk:  
Nynorsk
- Format:  
Videoannonse  
Artikkel
- Kanalar:  
Facebook, Instagram og  
Snapchat

## Webside struktur

### Ville og velsmakande Valldal

1. Kajakk eller SUP på fjorden
2. Guida fjellturar eller på to hjul til Trollstigen utkikspunkt
3. Juving og rafting
4. Klatring, grottetur og rapellering
5. Valldal Aktivitetspark
6. Tafjordfjella og Reinheimen Nasjonalpark
7. Smak på fruktbygda Valldal
8. Slik legg du opp ruta til Trollstigplatået og Valldal

# Hovudtekstar

## AnnONSE

- Hovudtekst:  
Ytre råskap. Indre ro.
- CTA  
**Jordbær & juving**
- Header (25)  
Vill utsikt og aktiv ferie
- Caption (40)  
Valldal har fjord, fjell og fantastiske aktivitetar for alle.
- Statustekst (125)  
Valldal kan by på søte jordbær, vill utsikt og fleire elleville opplevingar, anten du er leiken, vil vere med ein guide på fjellet eller i kajakk, eller du tør å hoppe ut i juvet.

## Webside tittel og ingress

- Ville og velsmakande Valldal
- Opplev Trollstigplatået og ein stor meny av spennande aktivitetar i sommar. Reis til Valldal, eller jordbærbygda som ho også er kjent som – midt mellom Trollstigen og Geiranger. I tillegg til smakfull frukt får du her servert ein verdsarvfjord og spektakulære fjell. I desse omgivnadane står aktivitetstilboda i kø for heile familien.

# Annonse

17:01 4G

visitalesund  
Sponset

Valldal



*Ytre råskap*

Video: Utoguden/Veri Media

Finn ut mer >

❤️ 💬 📍 📌

👤 Følges av torunndyrkorn og 21,6 k andre

visitalesund Avslapping i fjøra eller action i elva og tretoppane? Kom innom Valldal i sommar. Bonus: Vi har skikkeleg gode jordbær 🍓

🏠 🔍 + 📺 👤

Landingside:

[www.fjordnorway.com/no/reiseinspirasjon/elleville-valldal](http://www.fjordnorway.com/no/reiseinspirasjon/elleville-valldal)

# Komande kampanjer

2024

# Vidare annonsering

- Google søkeordsannonsering i samarbeid med Aursjøvegen frå juli
- Kongeriket Romsdal fortsett: 1. august – 1. september
- Romantikk i rå landskap: 14. august – 30. september
- Brandingkampanje: ca. 1. september – 30. november
- Vinterkampanje – Adventure 2030: ca. 1. september – 30. november