



Norsk reiseliv for dårlig på opplevelse

Kaptein Sabeltann er en stor suksess, og et hederlig unntak i et ellers slapt norsk reiseliv.

Norske destinasjoner er for dårlige til å tilby opplevelse, mener ekspertene.

AV BRITT WANG
redaksjonen@ukeavisen.no

Kaptein Sabeltann drar fulle hus, og du kan sove over hos Tobias i tårnet. Dyreparken i Kristiansand er en av vinnerne i norsk reiseliv.

– Hemmeligheten er historiefortelling og idéanalyse, sier trendforsker **Camilla Teffers** i rådgivnings- og trendanalyse-selskapet inFuture. En trendanalyse utført for HSH av Econ Pöyry og inFuture peker på at norske virksomheter fortsatt har en litt for enkel tilnærming med tanke på å skape opplevelser for sine besøkende. Teffers mener at dersom en nisje skal lykkes, må budskapet spisses og høres over støyen fra konkurrentene.

Den dårlige utviklingen for norsk hotellvirksomhet fortset-

Nordmenn på tur

■ Tall fra SSB viser at tre av fem nordmenn var på reise med overnatting i løpet av 1. kvartal 2010, noe som tilsvarer drøyt 2,1 millioner nordmenn. Antall personer på reise har økt med nesten 10 prosent sammenlignet med 1. kvartal 2009. Vi reiste 4,9 millioner ganger i løpet av årets 1. kvartal, 3,3 prosent mer enn i samme kvartal i fjor. Nesten tre fjerdedeler av turene gikk til reisemål i Norge. Både innenlandsreisene og utenlandsreisene hadde positiv vekst med henholdsvis 2,9 og 4,7 prosent. Trenden viser også at det blir stadig viktigere å tilby de besøkende opplevelser.

ter. Hotellenes omsetning falt med 5,4 prosent i 1. kvartal 2010 sammenlignet med tilsvarende kvartal i 2009. Men det er like vel håp for reiselivet.

Markedet

For markedet er der; nordmenn reiser. Minst én feriereise i året må gjennomføres før nordmenn mener at de lever det gode liv. 90 prosent av alle nordmenn deler denne oppfatningen, mens resten av Europa er tilnærmet delt i to – de som mener at de må på tur, og de som ikke synes det er så viktig

(se venstre figur under).

– Aktørene er i ferd med å finne fram til en enighet om det punktet, men skal de lykkes, er det særlig to momenter som må på plass, sier **Camilla Teffers**. Før du kan legge til rette for en opplevelse, må du ha den reisendes fulle og hele oppmerksomhet, og turisten må føle at det tilbudet du kommer med, betyr mer positiv tid og økt intensitet, for eksempel eventyrreiser og ekstremkonsepter. Her øker konkurransen for norske aktører som skal konkurrere i et globalt marked.

Nye kunder

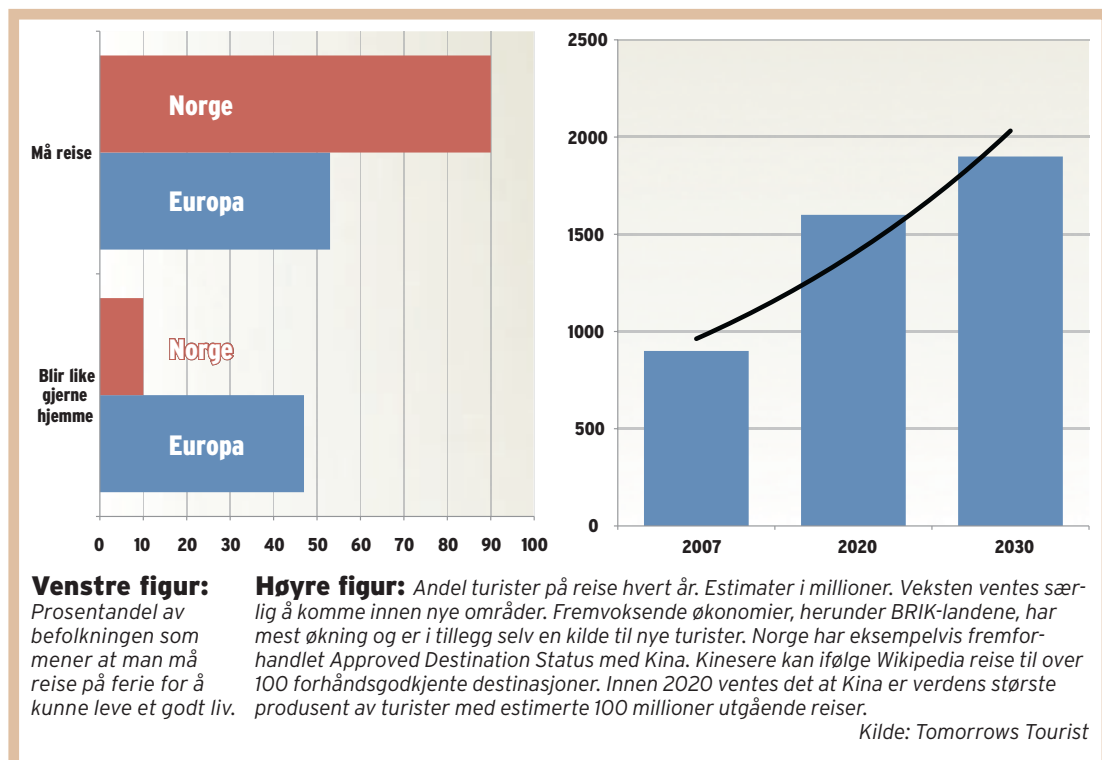
Markedsføring og tilrettelegging for kulturreiser vil søke nye kanaler, og Camilla Teffers tror en av veiene å gå er såkalt viralmarkedsføring gjennom sosiale medier.

– Viralmarkedsføring handler om å benytte sosiale nettverk til markedsføringsformål.

Begrepet refererer til hvordan datavirus sprer seg: Hver infiserte PC selv blir en spredde. Til tross for benevnelsens negative assosiasjon, kan viralmarkedsføring være svært effektivt og gi vesentlige positive effekter for avsender, sier hun.

I kjernen av viralmarkedsføring er det de reisendes egen

historiefortelling som er viktig. I fremtiden vil historiefortelling ikke bare handle om destinasjonens historie, men også de besøkendes historie til potensielle nye besøkende. Ifølge rapporten som inFuture har bidratt til, vil opplevelsen først bli fullkommen når man får delt den med andre, og dermed rekrutteres en hærskare av frivillige markedsførere. Her vil destinasjon og gjest ha samme interesse – begge ønsker å formidle hvor god opplevelse man hadde på reisen. I tillegg til å spre gode kundehistorier, gir sosiale medier på nett selvfølgelig også kundene mulighet til å fortelle om sine dårlige opplevelser.





Fagkonferansen 2010: – Fra ledelse til styring?

Fagkonferanse om styring og ledelse i offentlig, frivillig og privat virksomhet, torsdag 21. oktober 2010.

Sted: Avdeling for samfunnsfag, Pilestredet 35 (Inngang fra Holbergs plass).

- Hva er styring og ledelse?
- Hva gjør styring og ledelse med ledere?
- Hva betyr bedriftens samfunnsansvar for ledelsesansvar og styringsproblemer?
- Hvordan kan eierstyring via opsjonslønn være samfunnsmessig legitimt, eller kan den det?
- Hva betyr overgangen fra horisontal og vertikal til diagonal styring og ledelse for høyere utdanning?
- Hvordan styrer kommunene samarbeid?
- Hvordan styre og lede frivillig arbeidskraft?
- Hva innebærer utviklingen fra praktisk personaladministrasjon til strategisk kunnskapsledelse?
- Hvordan er forholdet mellom styring og ledelse?

Påmelding sendes på e-post til fagkonferansen@sam.hio.no innen **onsdag 15. september**. Merk påmeldingen om du vil følge parallellseminar I, II eller III.

Pris: kr. 600 inklusive lunch.
Inklusive: Boka Ledelse og styring

Lansering av ny bok i **LEDELSE OG STYRING**, utgis på Fagbokforlaget