

HVAÐ GETUR SJÁVARÚTVEGURINN LÆRT AF FERÐAÞJÓNUSTUNNI?

Inga Hlín Pálsdóttir | Forstöðumaður, ferðaþjónustu og skapandi greina

Sjávarútvegsráðstefnan, 20. nóvember 2015



2008

Markaðssetning

- Náttúran í aðalhlutverki í markaðsefni
- Of mörg logó og vörumerki fyrir Ísland
- Enginn samstarfsvettvangur eða samtal um markaðssetningu erlendis
- Engin samvinna milli atvinnugreina
- Mismunandi skilaboð á milli markaða
- Litlar eða engar markaðsrannsóknir

COME AND BE
INSPIRED BY ICELAND

www.inspiredbyiceland.com

Stjórnvöld, Reykjavíkurborg, Icelandair,
Landsbankinn, Samtök ferðaþjónustunnar
og ferðaþjónustufyrirtæki

Íslandsstofa framkvæmdaaðili



INSPIRED BY ICELAND



ÍSLANDSSTOFA
PROMOTE ICELAND

GRUNNSTOÐIR MARKAÐSSETNINGAR





MARKMIÐ FYRIR ÍSLENSKA FERÐAÞJÓNUSTU 2014-2017

1

**Bætt viðhorf og
vitund um Ísland sem
áfangastað allt árið
um kring**

2

**Aukin neysla
ferðamanna og
aukning
gjaldeyrstekna**

3

**Draga úr árstíðarsveiflu
svæða, fjölga
ferðamönnum eftir
árstíðum og viðhalda
ánægju þeirra**

Leiðarljós í markaðssetningu

Ísland

Það er ekki fyrir hvern sem er.

Það er ekki fyrir þá sem fara þangað sem allir aðrir fara.
Það er ekki fyrir ferðalanga sem vilja ekki láta koma sér á óvart.
Það er fyrir þá sem ferðast um heiminn til að upplifa eitthvað
öðruvísi og snúa heim með sögu að segja og leyndarmál að
deila.

Sögurnar frá Íslandi hætta ekki að berast þegar vetrar.

Allt árið um kring, allt landið um kring, hefur Ísland að geyma
leyndarmál fyrir ævintýragjarna og upplýsta ferðamenn.

Vertu velkominn í hóp þeirra sem ferðast í anda landkönnuða
með ævintýraþrá og sköpunargleði í brjósti.

Ísland er kannski ekki fyrsta landið sem þér dettur í hug að
heimsækja en þetta verður fyrsta landið sem þú segir vinum
þínum frá.

Komdu og láttu heillast af Íslandi.

Markhópurinn hinn upplýsti ferðamaður

er skilgreindur með
eftirfarandi hætti:

Fólk á aldrinum 20 til 65 ára

- Býr í þéttbýli
- Menntun yfir meðallagi
- Tekjur yfir meðallagi
- Fjölmíðlaneysla, net- og snjallsímanotkun yfir meðallagi

Fólk sem vill standa utan við hjörðina

- Vill ferðast sjálfstætt
- Hefur áhuga á menningu, hugmyndum og lífsstíl annarra.

Fólk sem vill fara á nýja og spennandi áfangastaði

- Vill fara í frí að vetri til
- Er opið fyrir nýjungum
- Sækist eftir áskorunum
- Er tilbúið að deila upplifun sinni með öðrum



Lykilmarkaðir

Neytendamarkaður (B2C) & Viðskiptatengsl (B2B)

Pýskaland, Frakkland, Kanada
Sviss, Svíþjóð, Noregur, Danmörk,
Finnland, Bretland og Bandaríkin

Viðskiptatengsl (B2B)

Spánn, Ítalía, Belgía, Austurríki,
Holland, Kína, Japan, Rússland,
Baltíklöndin og Ísrael

SÖGUMENN & HAGSMUNAAÐILAR





SAMÞÆTT MARKAÐSSETNING

SKILABOÐIN OG SÖGURNAR



Menning



Ævintýri



Hreinleiki



Sköpunarkraftur



Sjálfbærni



Dulúð



SAMSTARFIÐ

Allir Inspired by Iceland

Mánaðarlegir fundir með þátttakendum og stjórn verkefnisins

Stefnumótun og áherslur unnar í samstarfi

Náið samstarf innan sviða Íslandsstofu

Náið samstarf við markaðsstofur landshlutanna og miðstöðvar skapandi greina



Við segjum og gerum hlutina öðruvísi...

2010 | Iceland Inspires

2011 | Iceland Invitations

2012 | Iceland by Another Name

2013-2014 | Share the Secret

2015-2016 | Secrets of the Seasons

ÍSLAND – ALLT ÁRIÐ

2011 - 2014

HVAÐ GETUR SJÁVARÚTVEGURINN LÆRT AF FERÐAÞJÓNUSTUNNI?

ÍSLAND ER OKKAR SAMEIGINLEGA SAGA!

