



RØROS & ØSTERDALEN

Medlems- og eiermøte Visit Røros og Østerdalen SA

Røros og Koppang

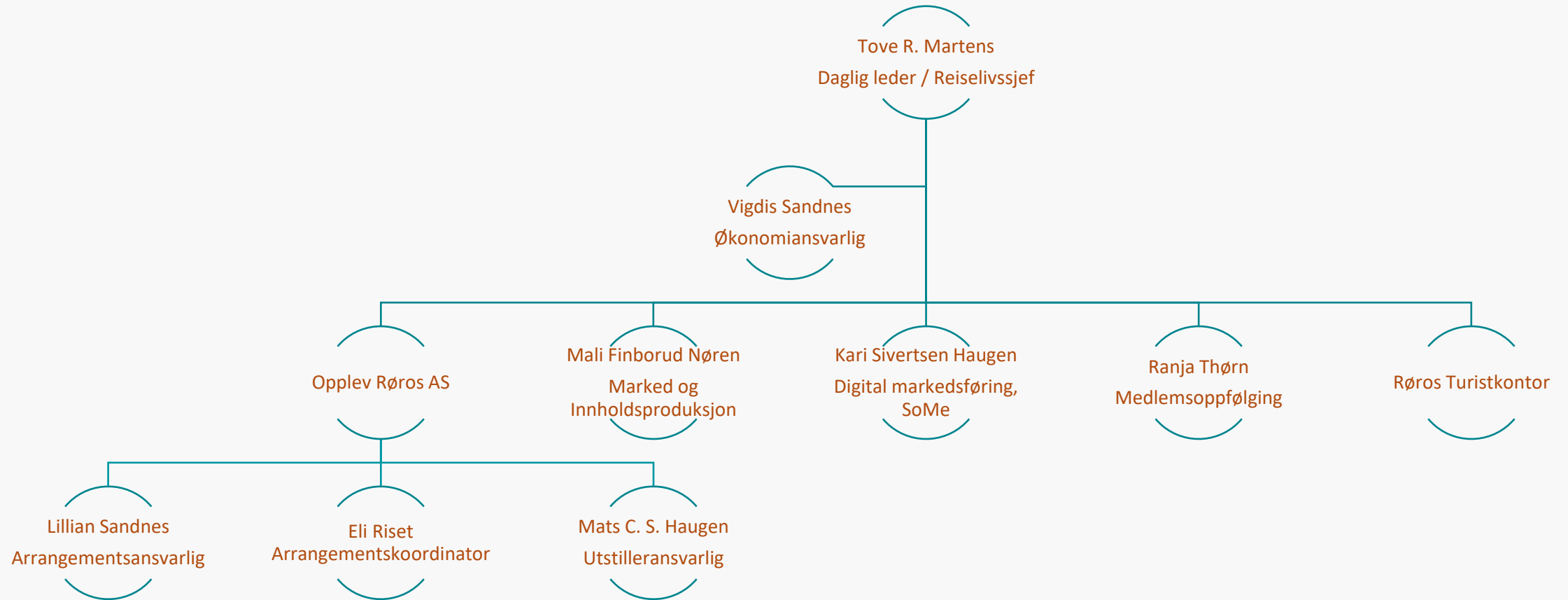
19.10.23

RØROS &
ØSTERDALEN

- 14:00 – 14:15 Velkommen m/mingling
- 14:15 – 14:30 Visit Røros og Østerdalen: organisasjon, medlemmer/ og medeiere
- 14:30 – 14:50 Med strategien som kompass og markedsplanen som kart
- 14:50 – 15:10 Medlemsundersøkelse, resultater og forslag til tiltak v/Tove
- 15:10 – 15:30 Pause med smørbrød og frukt
- 15:30 – 15:50 Markedsarbeid, statistikk og resultater 2023 v/Mali
- 15:50 – 16:30 Mentimeter med temaer fra medlemsundersøkelsen
- 16:30 – 16:45 Digital synlighet: Hvordan får vi mest mulig synlighet sammen v/Kari
- 16:45 – 17:00 Pause med kaffe og biteti
- 17:00 – 17:30 Tolga kommune v/ordfører Bjørnar Tollan Jordet:
Tolgas blikk på kommunenes rolle i reiselivssatsingen og det regionale reiselivssamarbeidet
- 17:30 – 17:45 NTW 2024 – Norge eksporterer reiseliv, internasjonalt salgssamarbeid viktig
- 17:45 – 17:55 Kahoot med premie (!)
- 17:55 – 18:00 Oppsummering, eventuelt og vel hjem

Visit Røros og Østerdalen: organisasjon, medlemmer og medeiere

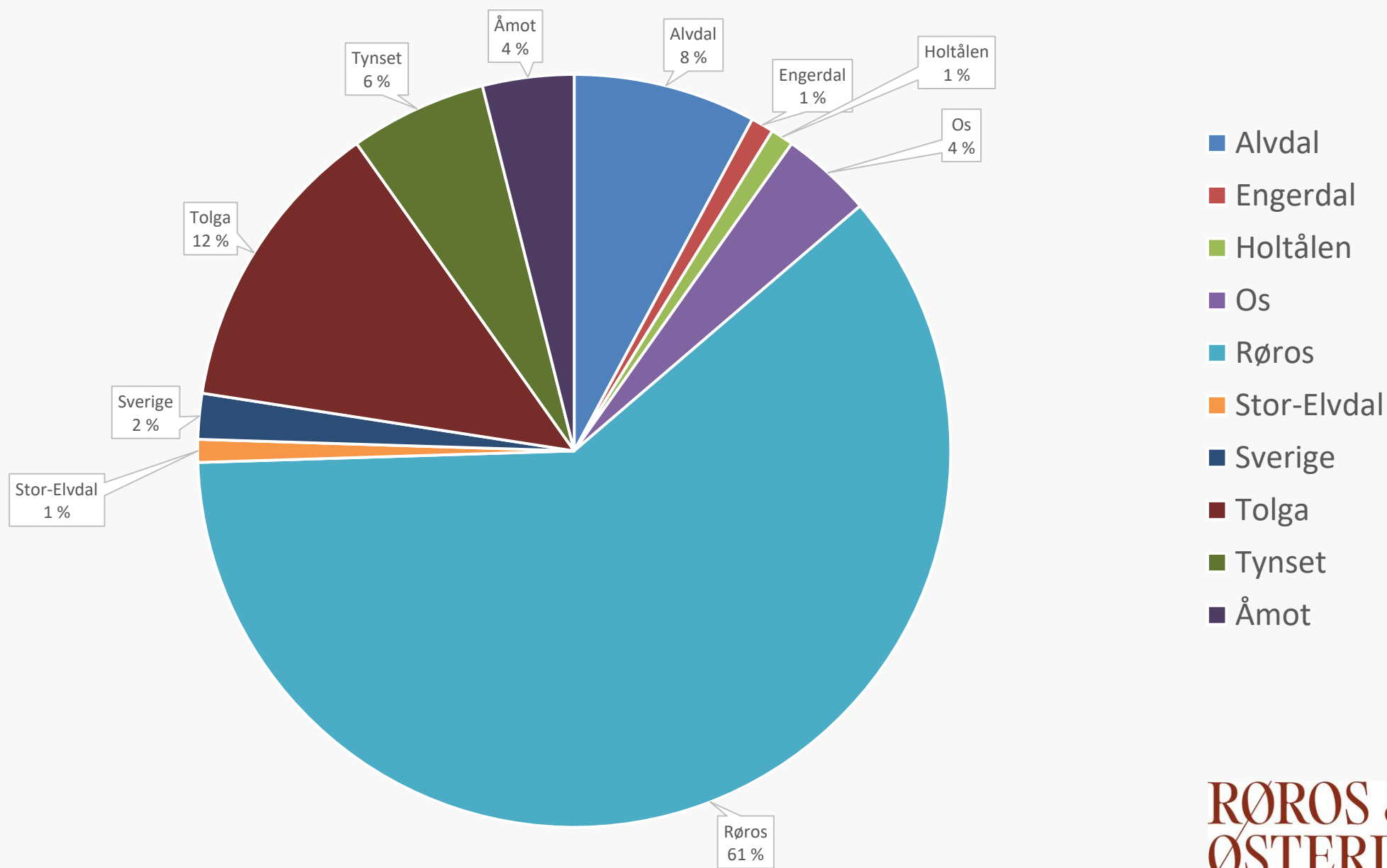
Visit Røros og Østerdalen



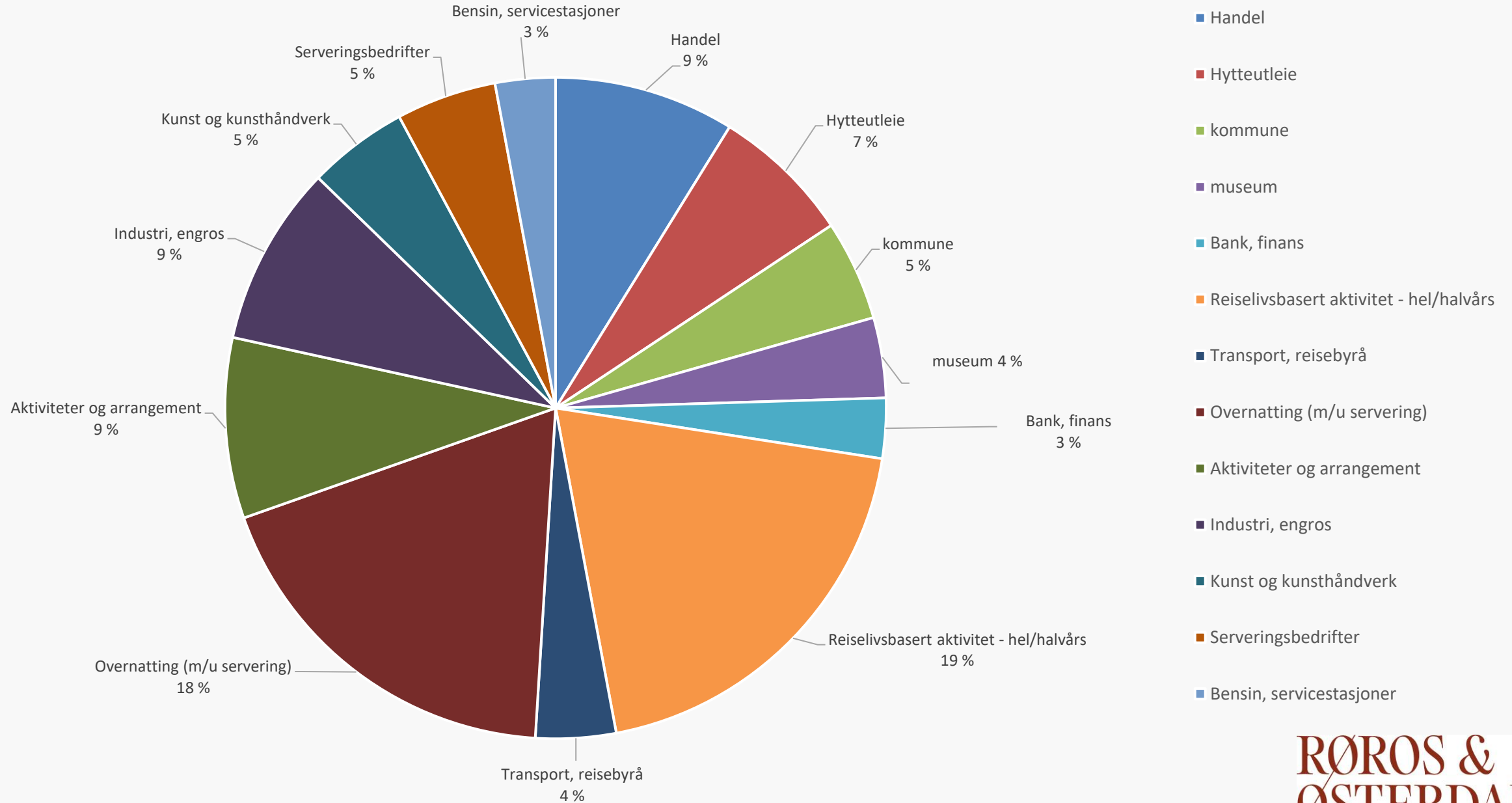
Medlemsoversikt pr kommune og bransje

Medlems- og eieroversikt pr kommune

Totalt 103 stk



Medlemsoversikt pr bransje



Med strategien som kompass og markedsplanen
som kart



RØROS &
ØSTERDALEN



Visit Røros og Østerdalen

Strategi 2023- 2026

“Oppdag Røros og Østerdalen – unike opplevelser laget lokalt”

Strategisk verdigrunnlag

Med omtanke for naturen og stolthet over kulturarven, er vi rause og inkluderende fordi vi vet at vi er bedre sammen.

**RØROS &
ØSTERDALEN**

Strategien oppsummert

Oppdraget tydeliggjør hva vi skal fokusere på og hva vi skal være for våre medlemmer/medeiere og samarbeidspartnere

Verdigrunnlaget hvordan vi skal opptre i arbeidet med å nå målene våre

Oppdraget

Visit Røros og Østerdalen SA skal skape reiselyst til vår del av landet gjennom målrettet samarbeid, kommunikasjon og markedsføring.

Vi skal styrke verdiskapningen i regionen(*) gjennom våre merkevarer, profil og synlighet.

Dette innebærer:

- å målrettet løfte fram og bygge eksisterende og nye merkevarer i hele selskapets nedslagsfelt på en måte som styrker regionen som helhet
- å målrettet bygge, videreutvikle og ivareta merkevaren Røros og Røros sin attraksjonskraft for reiselivet i regionen
- å etablere og utvikle Østerdalen som en sterkere merkevare i reiselivssammenheng

Visit Røros og Østerdalen SA skal synliggjøre verdiskapningen besøksnæringen bidrar til.

Gjennom det overstående skal vi også være samlende for regionen på tvers av kommune- og fylkesgrenser, og fremme våre interesser i reiselivssammenheng.

Verdigrunnlag

Med omtanke for naturen og stolthet over kulturarven, er vi raus og inkluderende fordi vi vet at vi er bedre sammen.

Strategien oppsummert forts.

<i>Innsatsområder</i>	Marked, kommunikasjon og tilrettelegging for salg	Reiselivs- og opplevelsesutvikling	Reisemålsledelse og samarbeid
<i>Hovedmål</i>	Visit Røros og Østerdalen skal styrke omdømmet og posisjonen til regionen som reisemål. Dette skal gjøres gjennom langsiktig merkevarebygging, målrettet profilbygging og salgsutløsende markedskommunikasjon.	Visit Røros og Østerdalen skal alltid være en relevant samarbeidspartner for reiselivs- og opplevelsesutvikling. Vi er dette gjennom å skape og tilby arenaer som stimulerer til samarbeid og utvikling.	Visit Røros og Østerdalen skal ta en aktiv og ledende rolle overfor reiselivsaktører, kommuner og alle andre som tar del i den verdiskapningen besøksnæringen bidrar til.

- Vi har tre innsatsområder som er delt opp i hovedmål og delmål.
- Delmålene peker igjen på noen tiltak som overordnet konkretiserer områdene vi skal ha fokus på

- Markedsarbeidet vil alltid være helt sentralt i det vi gjør
- Det er når vi forener krefter at markedsføringen veier tyngre og vi blir mer synlige
- Størrelsen på markedsbudsjettet defineres av inntektene fra våre medlemmer/medeiere
- Det er markedsføringen som gir synlighet og til slutt skaper salg hos den enkelte

Markedsrådet i Visit Røros og Østerdalen:

Eivind Biong – Salg- og markedssjef, Røros Hotellgruppen

Kenneth Ericson – Direktør og medeier, Bergstadens Hotel

Odd Sletten – Verdensarvkoordinator, Røros kommune

Marit Eggen – Operabonde, Opera di Setra

Hilde Bergebakken – Daglig leder, Huset Aukrust

Siri Harper – Eier og driver, Nordpå Fjellhotell

Fra administrasjonen:

Mali Finborud Nøren og Tove R. Martens

Markedsplan:

Markedsrådet utvikler markedsplanen

Markedsplanen vår har typisk fokus på disse temaene

Denne planen ferdigstilles til jul og vil gjelde for de neste 12-18 mnd.

Sammendrag.....
Vår målsetting (utdrag fra strategidokumentet)
Oppdraget vårt oppsummert.....
Situasjonsbeskrivelse pr september 2023
KPI-er – våre tall og mål
Nøkkelbudskap
Markedssituasjon.....
Målgrupper og personas.....
Markeder
Kanaler
Salgsfremmende aktiviteter.....
SWOT-analyse
Årshjul og publiseringsplan.....
Ressurser.....

Hvor er vi med å levere på strategien?

Marked, kommunikasjon og tilrettelegging for salg

<i>Hovedmål</i>	Visit Røros og Østerdalen (R&Ø) skal styrke omdømmet og posisjonen til regionen som reisemål. Dette skal gjøres gjennom langsiktig merkevarebygging, målrettet profilbygging og salgsutløsende markedskommunikasjon.
<i>Delmål: Marked</i>	<p>R&Ø skal arbeide målrettet og strategisk med relevante markeder, basert på den regionen og de produktene selskapet representerer.</p> <p>Tiltak:</p> <ul style="list-style-type: none">• Sikre eierbedriftene tilgang til fakta og bidra til kunnskap ved å kommunisere trender og utvikling i markedet, samt invitere til dialog om utviklingsmuligheter for regionen som reisemål og for enkeltaktørene.• Arbeide i henhold til oppdaterte markeds- og kommunikasjonsplaner.• Videreutvikle et årshjul som reflekterer regionens tilbud i ulike sesonger.• Arbeidet vårt skal være omdømmebyggende ved å arbeide i tråd med vår egen merkevareplattform og hele tiden være oppdatert på nasjonale føringer på området.
<i>Delmål: Synlighet</i>	<p>R&Ø skal styrke synligheten som forsterker profilen til regionen.</p> <p>Tiltak:</p> <ul style="list-style-type: none">• Utvikle regionens attraksjonskraft gjennom strategisk arbeid med presse/media/film.• Videreutvikle og oppdatere R&Ø's digitale flater gjennom målrettet arbeid med digital innsikt.• Tilby kunnskap om relevant markedsføring og distribusjon til eierbedrifter.• Arrangere visningsturer for relevante aktører nasjonalt og internasjonalt.• Tilrettelegge for kjøp av digital innsikt på aktørnivå fra R&Øs digitale flater.
<i>Delmål: Salg</i>	<p>R&Ø skal bidra til at salget hos eierbedriftene styrkes.</p> <p>Tiltak:</p> <ul style="list-style-type: none">• Representere regionen på relevante og utvalgte salgsmesser nasjonalt og internasjonalt.• Tilby aktørene økt synlighet ved hjelp av online booking.• Legge til rette for relevant salgstrening på aktørnivå.

Hvor er vi med å levere på strategien?

Reiselivs- og opplevelsesutvikling

<i>Hovedmål</i>	Visit Røros og Østerdalen (R&Ø) skal alltid være en relevant samarbeidspartner for reiselivs- og opplevelsesutvikling. Vi er dette gjennom å skape og tilby arenaer som stimulerer til samarbeid og utvikling.
<i>Delmål: Helårig</i>	R&Ø skal sammen utvikle regionen som reisemål hele året. Tiltak: <ul style="list-style-type: none">• Identifisere behov for produktutvikling som bidrar strategisk til attraksjonssammensetningen.• Arrangere workshop/kurs for å forsterke mulighetene som ligger i sesongene.• Bygge tematiske merkevarer som forsterker regionens mangfold og særpreg.
<i>Delmål: Bærekraft</i>	R&Ø skal arbeide med målrettet besøksforvaltning som understøtter målet om bærekraftige reisemål Tiltak: <ul style="list-style-type: none">• Delta aktivt i relevante fora som Verdensarvråd, nasjonalparkstyre, jernbaneforum, Lufthavnråd mm.• Jobbe for at alle medlemskommuner blir merket som bærekraftig reisemål.• Stimulere til lengre opphold i regionen gjennom målrettet markedskommunikasjon.• Fremme lokal mat og produkter.• Opprette egen stilling knyttet til bærekraft i selskapet.
<i>Delmål: Reisemålsutvikling</i>	R&Ø skal være aktive på arenaer som fronter regionen innen infrastruktur og besøksforvaltning. Herunder transportløsninger til og fra, og internt i regionen Tiltak: <ul style="list-style-type: none">• Videreutvikle «Bo og Leve» på roros.no for å bidra til regionens attraktivitet som bosted, arbeidssted og reisemål.• Jobbe mot tog (SJ) og fly (Widerøe) for å bedre intern samferdsel. Dette handler blant annet om avgangstider og stoppe/startsteder.• Hensynta sårbarhetsanalyser i forhold til arrangement og tilpasse dette i markedskommunikasjon.• Tilrettelegge for leiebil og andre kollektive løsninger som alternativ transport internt i regionen.

Hvor er vi med å levere på strategien?

Reisemålsledelse og samarbeid

<i>Hovedmål</i>	R&Ø skal ta en aktiv og ledende rolle overfor reiselivsaktører, kommuner og alle andre som tar del i den verdiskapningen besøksnæringen bidrar til.
<i>Delmål: Ledelse</i>	R&Ø skal bidra til bærekraftige, levedyktige og robuste lokalsamfunn. Tiltak: <ul style="list-style-type: none">• Være en aktiv bidragsyter til reisemålsledelsen.• Ha en dedikert ressurs som arbeider mot eierbedriftene.• Tilstedeværelse fra R&Ø i hele regionen etter behov.• Stimulere til innbyggerdialog gjennom felles møteplasser digitalt og fysisk.• Inspirere til å oppleve og utforske egen region.
<i>Delmål: Samarbeid</i>	R&Ø skal stimulere til aktivt samarbeid på tvers av eierbedriftene og kommunene som bidrar til kontinuerlig utvikling av regionen som reisemål. Tiltak: <ul style="list-style-type: none">• Synliggjøre effekten av å stå sammen og tyngden i felles markedsføring.
<i>Delmål: Forutsigbarhet</i>	R&Ø skal være regionens langsiktige reiselivssatsing. Tiltak: <ul style="list-style-type: none">• Etablere leveranseavtaler med tydelig forventningsavklaring mellom eierbedrift/kommune og R&Ø.• Samarbeide tett med kommunene i forhold til reisemålsledelse og behovet for langsiktighet i samarbeidet.• Arbeide aktivt med å innlemme flere kommuner (som naturlig hører til regionen) i samarbeidet.• Arbeide aktivt for å innlemme flere eierbedrifter i samarbeidet.• Fremme regionens interesser i reiselivssammenheng nasjonalt og internasjonalt.

Oppsummert status fra de siste 4 månedene:

- Lagt krefter i digital synlighet
- Styrke vår digitale innsikt og sørge for en nettside som gir oss topplasseringer på Google
- Ferdigstille merkevareplattform
- Iverksette bærekraftsarbeidet i form av å avklare om vi kan få hele regionen merket som bærekraftig reisemål i løpet av 2024 – 2025
- Samferdsel –Avinor, SJ, Lufthavnråd
- Lokalmatsamarbeid
- Styrke kommunikasjonen med dere gjennom regelmessige oppdateringer (nyhetsbrev, Facebook, medlemsundersøkelse)

Strategi 2023 -2026

Medlemsundersøkelse 2023

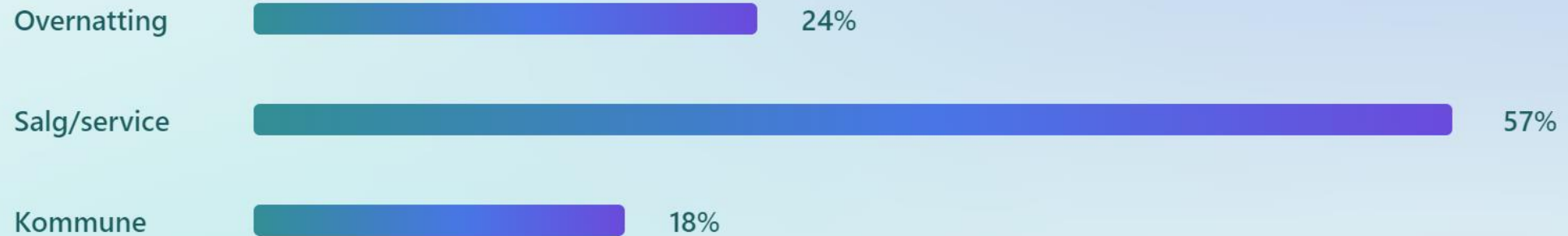
Fakta om undersøkelsen

- Undersøkelsen ble sendt til samtlige av våre medlemmer, med en oppfordring om at en person pr bedrift besvarte undersøkelsen.
- Totalt 103 bedrifter fikk mulighet til å besvare
- Vi mottok 61 besvarelser
- Dette gir en svarprosent på drøyt 59%

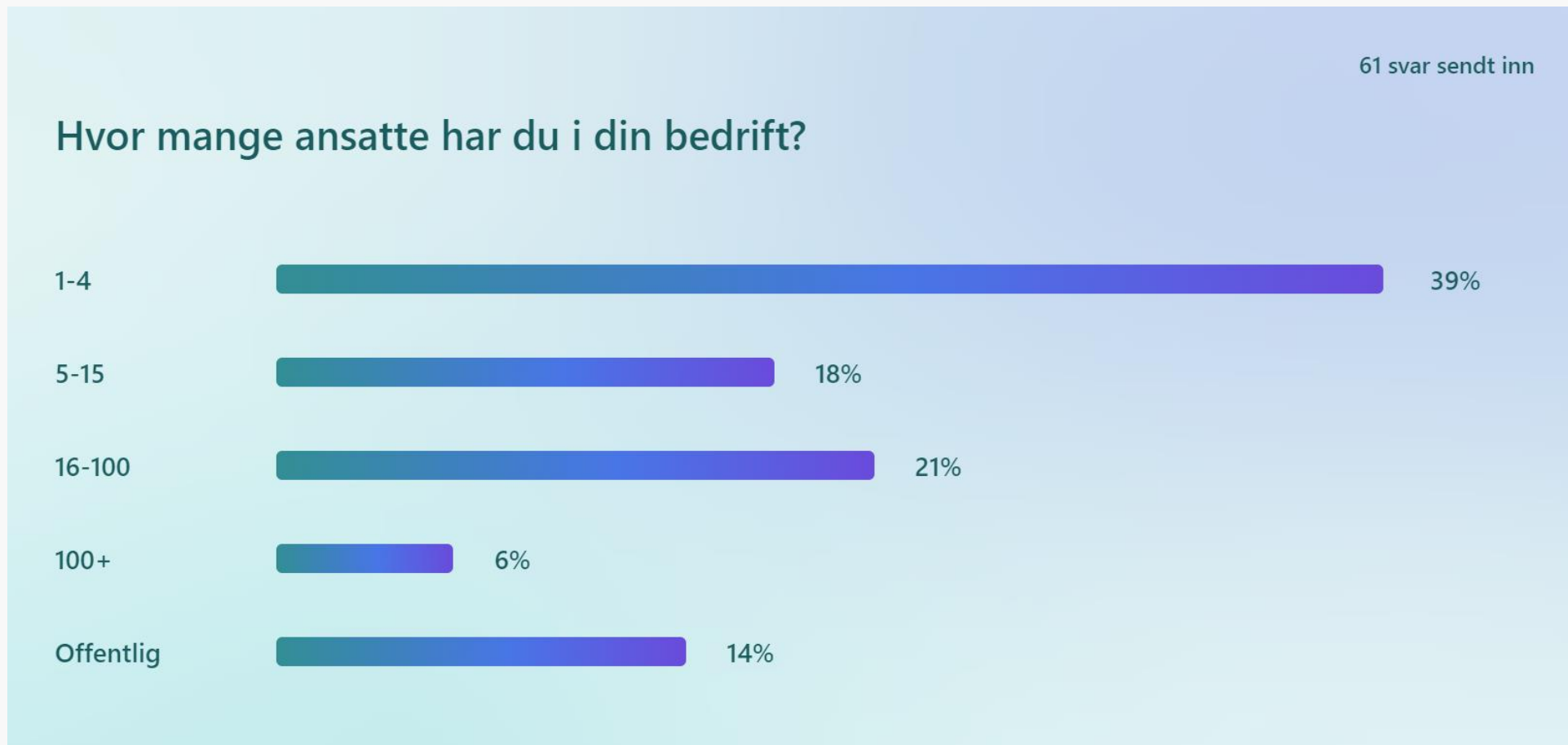
Spm 1

61 svar sendt inn

Hvilken bransje representerer du?



Spm 2



Spm 3

61 svar sendt inn

Leser du medlemsinfo som blir sendt ut hver mnd?

Ja



86%

Nei



13%

Spm 4

61 svar sendt inn

Hvor leser du det?

Epost



78%

Link på medlemssidene på Facebook



21%

Spm 5

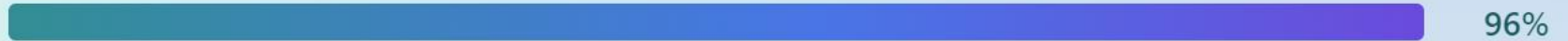


Spm 6

61 svar sendt inn

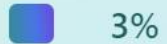
Har du Facebook

Ja



96%

Nei

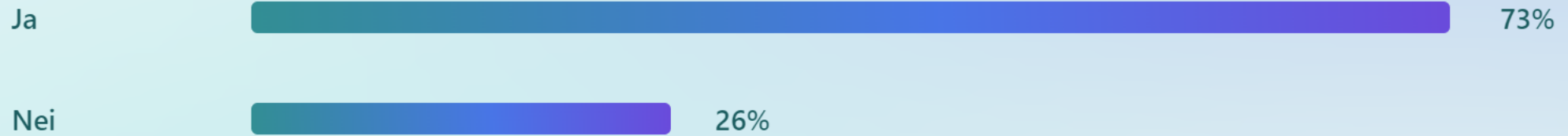


3%

Spm 7

61 svar sendt inn

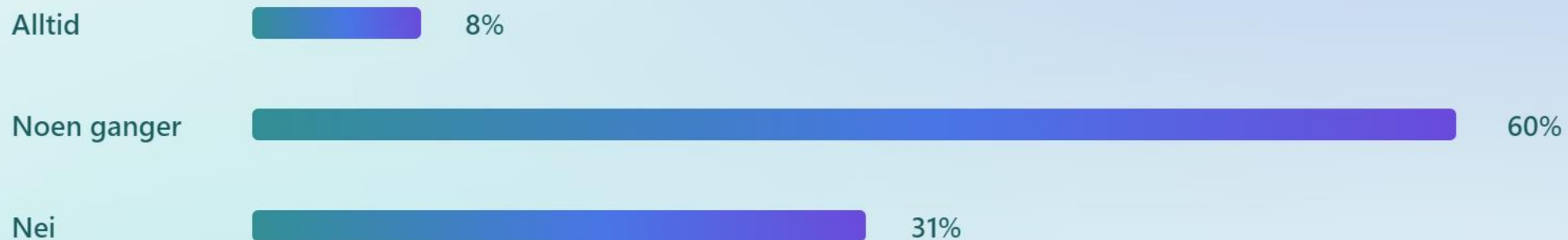
Har du Instagram



Spm 8

61 svar sendt inn

Tagger du Røros og Østerdalen på relevante innlegg



Spm 9

61 svar sendt inn

Hvilken plattform er du mest aktiv på?

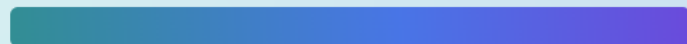


Spm 10

61 svar sendt inn

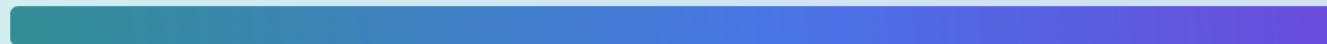
Når oppdaterte du medlemsoppføringen hos Visit Røros og Østerdalen sist?

1-3 måneder siden



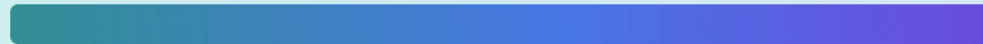
22%

Mer enn 3 måneder siden



44%

Ikke siden jeg ble medlem

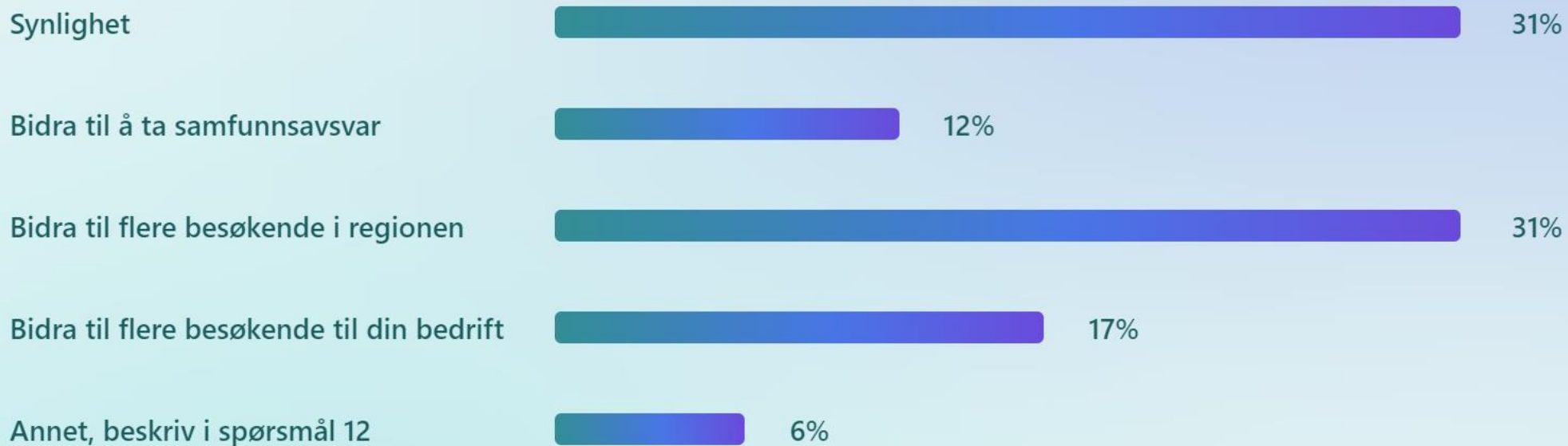


32%

Spm 11

61 svar sendt inn

Hva er den viktigste jobben Visit Røros og Østerdalen kan gjøre for deg og din bedrift og kommune?



Spm 12 –

Hva er den viktigste jobben Visit Røros og Østerdalen kan gjøre for deg og din bedrift og kommune? Åpne svar

"Frivillige lag/organisasjoner som arrangerer større arrangement. Dessuten "selge" våre tilbud til turister/besøkende"

"Spre at de aktørene som er medlemmer blir synlig ovenfor de aktuelle kundegruppene til dem."

"Det er viktig å ha en profil som bygger opp om bærekraft."

"Jeg er takknemlig for all den innsatsen dere legger ned. Jeg bidrar så godt jeg kan og benytter Facebook aller mest. Sammen blir vi best 😊"

"Å være med å synliggjøre oss og gjerne sammen med andre "

"Få oss synlige "

"Øke publikums interesse for Røros som destinasjon.«

"Viktig for oss at kommunen blir synlig med sine aktiviteter og attraktivitet. "

"Gjøre hele regionen synlig, og binde den sammen"

"bidra til flere betalende brukere, være med å informere om at det ikke er kommunen som kjører og vedlikeholder skispor som mange andre steder"

"Jeg synes dere er gode til å hjelpe meg når jeg ber om hjelp"

"Promotere regionen som helhet med fokus på destinasjoner!"

"Føler vi har mistet noe av dialogen og oppfølgingen fra destinasjonsselskapet sammenlignet med det vi hadde tidligere. «

«Markedsføring av lokalmatprodusenter er viktig for destinasjonen, da vi også genererer besøkende hit. "

"Gjøre oss synlig for å få flere besøkende hit "

Spm 12 –

Hva er den viktigste jobben Visit Røros og Østerdalen kan gjøre for deg og din bedrift og kommune? Åpne svar

"Vi kommuner er ikke proffe nok på markedsføring/synlighet og trenger litt veiledning og råd"

"At besøkende blir fordelt over hele regionen."

"Skape økt reiselyst til regionen for hele året"

"Ordet bærekraft savnes i ekstern markedsføring av regionen"

"For oss er det aller viktigste at VIRØ bidrar til økt synlighet og flere besøkende til Røros og regionen forøvrig. Jeg synes også aktivitetsskalenderen med "HVA SKJER" er veldig viktig"

"Markedsføre regionen for å få flere besøkende"

"Håper på økt synlighet som kan gi økt oppmerksomhet og trigge til deltagelse til våre arrangement"

"Vi tror på et kontorsamarbeid e.l. som gjør Visit Røros Østerdalen fysisk synlig og tilgjengelig rundt i regionen!"

"Øke synlighet av Røros"

«Vi er opptatt av vårt samfunnsansvar og har en fane for dette på vår hjemmeside, og dette temaet bør også løftes i destinasjonsselskaper"

"Koordinering av ulike aktører som samlet kan bidra til et bedre reiselivsprodukt og mer verdiskaping i regionen."

"Særlig arrangementer"

"Få Røros på kartet til nye målgrupper i inn og utland"

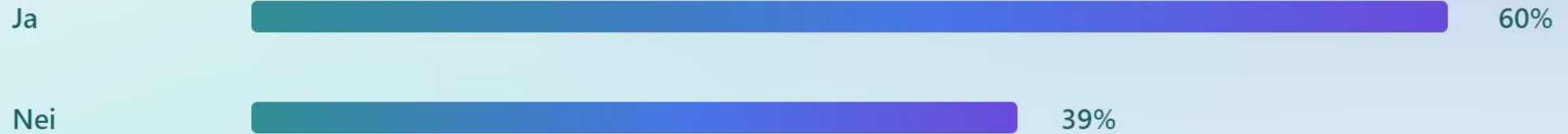
"Flere besøkende er hovedmålet"

"Fortsette med påminnelser om arrangement og huske oss når det er fullt på Røros."

Spm 13

61 svar sendt inn

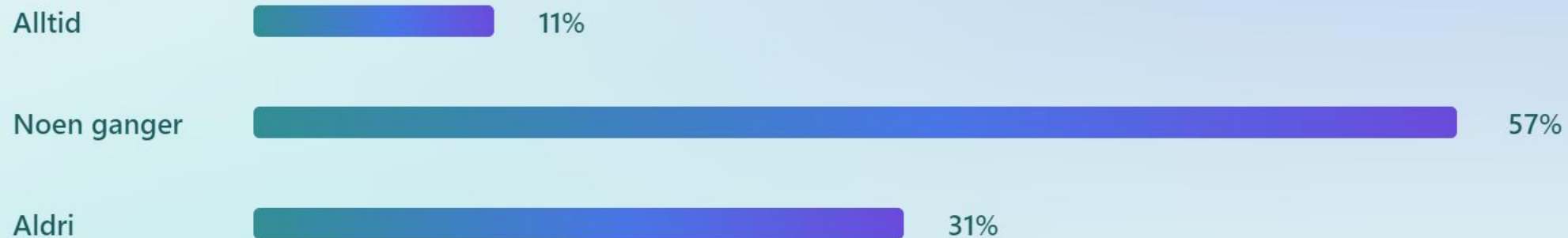
Ser du på medlemsoppfølgingen din som en viktig del av salgsverktøyet til din bedrift?



Spm 14

61 svar sendt inn

Bruker du "hva skjer" kalenderen på roros.no?



Spm 15

61 svar sendt inn

Hvilke tjenester kunne du tenkt deg å kjøpe av Visit Røros og Østerdalen?

Tekst/innhold



Foto



Digital synlighet og potensialet for vekst



Spm 16

61 svar sendt inn

Hvor engasjert er DU som medlem?

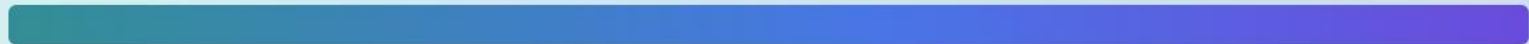


Spm 17

61 svar sendt inn

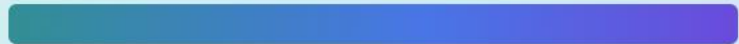
Vi ønsker å ha hyppigere medlemsmøter, digitalt. Kommer du til å delta?

Ja



67%

Nei



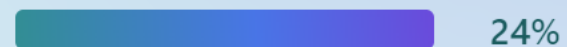
32%

Spm 18

61 svar sendt inn

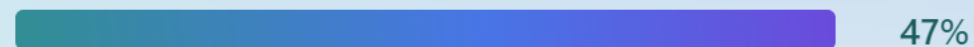
I hvilken grad har du gjort deg kjent med Strategidokument 2023-2026 Visit Røros og Østerdalen?

Lest hele dokumentet og kjenner det godt



24%

Sett gjennom dokumentet, men kjenner det ikke veldig godt



47%

Ikke lest

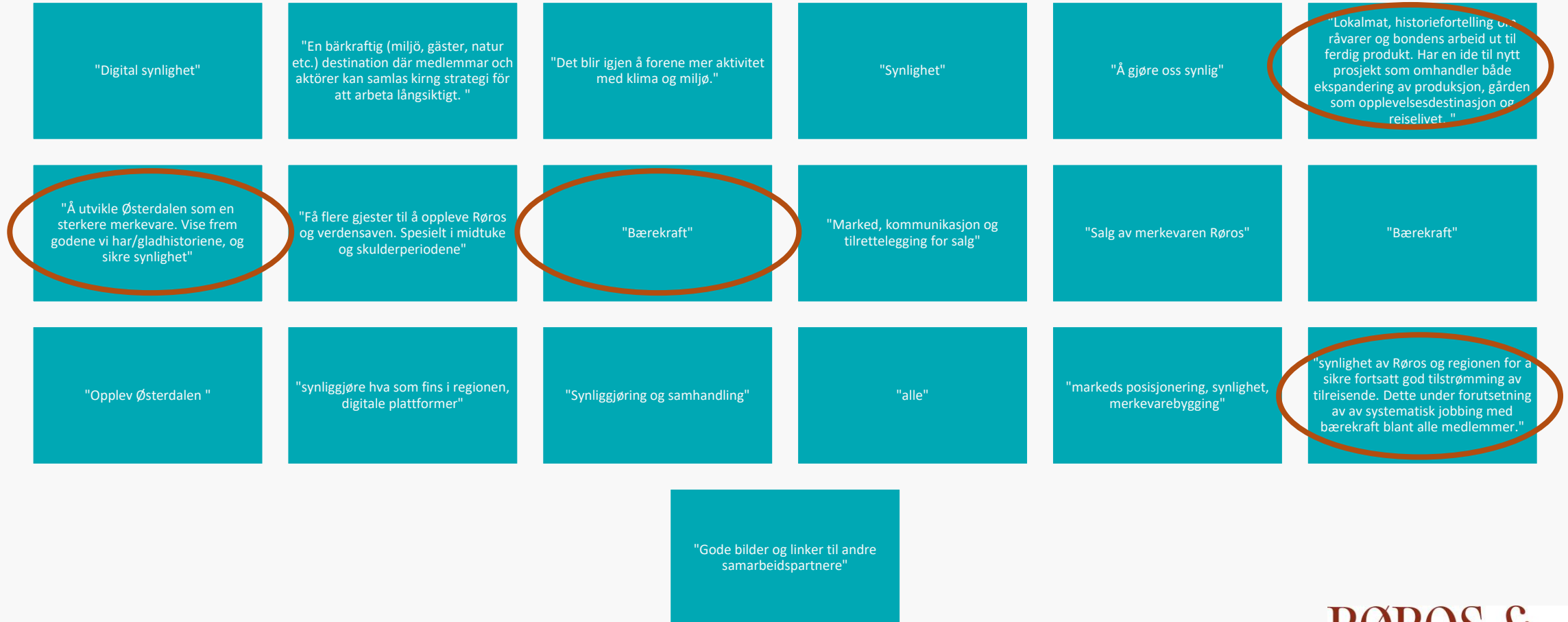


27%

Spm 19

Hvilke innsatsområder tenker du er spesielt viktige for deg i strategien?

Åpne svar



Spm 20

Hva kan Visit Røros og Østerdalen gjøre for å engasjere deg/dere i større grad? Åpne svar

"Mere engasjement i nord østerdal"	"I grunden fortsätta som planerat. För vår del bra med om vissa möten kan vara digitalt. Fortsätt sprida information. "	"Det å drive en så stor butikk med tusenvis av varer og med tanke om bedre inntekter til en hver tid krever meg så mye så jeg har mere en nok med mitt..beklager."	"Ta kontakt, det er enklere å sette av tid når andre tar kontakt for et møte i en hektisk hverdag."	"Å ta direkte kontakt, det blir lite blir ikke prioritert i travle perioder. Om dere tar personlig kontakt vil jeg prioritere dette."	"Bra med flere medlemsmøter og bra med besøk av og til!"
"Være kontaktsøkende til eksisterende medlemmer, ikke kun for å få inn nye. "	"Foreslå/være litt til hjelp/proaktive for oss omkring hva vi bør gjøre for å bli betydelig mer synlig etc"	"Bidra til at flere drar i samme retning. Skape reiselyst til regionen og vise frem den store variasjonen vi kan tilby for alle ulike aldersgrupper"	"Inkludere kulturopplevelsene bedre"	"Legge til rette for møter og kompetanseutveksling / diskusjoner med andre medlemmer / eiere."	"Spille på lag og oppsøke/kontakte oss for innhold"
"Vi er en liten bedrift og har sjelden anledning til å delta på møter fysisk. Digitale møter er mer fleksibelt, og noe vi gjerne vil delta på. "	"Følge opp østerdalsatsningen"	"Savner mer faglig innhold og oppdateringer, flere muligheter til å treffe andre medlemmer ++"	"Prøv å legg møter utenfor tider hvor det er hektisk i reiselivsbransjen:)"	"Effektiv synliggjøring"	"frokostmøter med relevante tema, presse og turoperatører"
"tilby oss gjerne foto, film, digital synlighet"	"Systematisk jobbing mot omforente mål og en jevnlig oppdatering på fremdrift - innen ulike satsningsområder."	"Følge strategien som er lagt og å holde et godt tempo i kommunikasjonen. Hver bedrift må bli mer flinke til å legge ut spesielle begivenheter, det igjen trekker oppmerksomhet til andre aktører "	"TA opp aktuelle temaer som berører småbedrifter! Feks innkjøpsavtaler, bankavtaler, betalingsløsninger, osv."	"Det er heller meg som burde bare gjøre det..."	"Medlemsmøter digitalt"

NTW 2024 og internasjonalt arbeid

Norsk reiseliv valgt som en av regjerings eksportsatsinger

[Nyhet, Politikk](#)
Publisert 07.09.2023



Bergen: Næringsministeren annonserte 7. september at reiselivsnæringen blir den femte nasjonale eksportfremmesatsingen under «Hele Norge eksporterer». Fra venstre Anders Nyland, reiselivsdirektør i Bergen, byrådsleder Rune Bakervik (Ap) og næringsminister Jan Christian Vestre. Foto: Bhanuja Rasiah

RØROS &
ØSTERDALEN

NÅ! Kahoot... 😊