

B2B/Salgsarbeidet

Destinasjonsselskapene i Møre og Romsdal





2025

Prosjektnavn

01/2025: NORDEUROPA (digital)

02/2025: Mid Atlantic

03/2025: Stille Natur (Sverige)

04/2025: ITB Berlin

05/2025: Norwegian Travel Workshop (Oddhild)

05/2025: Norwegian Travel Workshop (Torunn)

05a/2025: NTW Prep kurs

05b/2025: PRE tur NTW Adventure Train

06/2025: WS Spain

07/2025: Nordic Community day

08/2025: Fjord og Nord Paris

09/2025: Outdoor event Lyon

10/2025: WS London Marketforum

11/2025-Adventure Workshop MR

13/2025 Winter Event in Madrid

14/2025 Salgstur Tyskland (Frankfurt-Hamburg)

15/2025: Fjord Nord London

16/2025 Norway Connect Denmark 2025



Hva er fokuset framover?

- Rekrutteringen til Norwegian Travel Workshop i Svolvær 2026
- Vintersatsning særlig rettet mot BeNeLux
- Opprettholde og videreutvikle samarbeidet med turoperatørene
- Få ut flere vinterprodukter og reiseruter for vinter
- Planlegge møter, workshops og visningsturer for 2026
- Se Innovasjon Norges kalender! Er det noe du som leverandør vil delta på ?
- <https://reiseliv.innovasjon norge.no/artikkel/b2b-arrangementer-og-aktiviteter>



Hvorfor jobbe med turoperatører?

- 1. Du får gjester som passer produktet ditt**
- 2. Du fyller kapasiteten når du trenger det mest**
- 3. Du får mer forutsigbarhet**
- 4. Markedsføring og salg du ellers ikke ville nådd**
- 5. Bedre opplevelse for gjestene**
- 6. Økt verdiskaping lokalt**



Hva turoperatører forventer, og hva leverandørene må levere

1. Klare, pakkeklare produkter

Turoperatører trenger ferdige og tydelig definerte produkter, ikke løse ideer.

Leverandørene bør beskrive

- * Varighet
- * hva som er inkludert
- * fysisk nivå
- * maks/min antall deltakere
- * utstyr som trengs
- * pris og tilgjengelighet

Jo mer forutsigbart, jo enklere er det for turoperatøren å selge.



2. Opplevelser som er tydelig «vinter»

Turoperatører leter etter aktiviteter som gir en distinkt vinterfølelse. Eksempler kan være:

- skiopplevelser
- Kulturelle opplevelser knyttet til vinter
- Vintervandring
- fiske, trugeturer, vinterkajakk
- sauna

Poenget er at produktene må utnytte vinterens særpreg og ikke bare være sommertilbud i kaldere versjon.



3. Flexibilitet og samarbeidsevne

Turoperatører jobber med stramme tidsrammer og faste standarder.

Leverandørene bør:

- være raske på tilbakemeldinger
- holde avtaler og frister
- kunne justere produkter litt etter markedets behov

Et godt samarbeid er ofte like viktig som selve produktet.

4. Forutsigbare priser og kapasitet

Priser må være stabile og tilgjengelighet må være tydelig. Turoperatører planlegger lang tid i forveien, ofte 12–24 måneder.

Bilde- og videomateriell av høy kvalitet!