

Aktiviteter flera marknader 2016						Ansvar VT: Ulrika och Ulf
Marknad	Tyskland, Nederländerna, England, Norge, Finland m.fl.					
Målgrupp	Internationella resebloggare, Bussresearrangörer och länets företag					
Teman	Outdoor vinter och sommar, Livsnjutare och kulturarv					
Syfte	Nå ut med Destinationernas och Västerbottens budskap och reseanledningar Varumärkesbyggande					
Tidpunkt	Aktivitet	Total kostnad	Västerbottens Turisms andel	Destinationernas andel	Partners	Vem gör vad?
Busssworkshop						
Oktober (andra halvan av oktober)	Workshop och visningsresa för bussresearrangörer genomförs på plats i Västerbotten	90000	15000	15000 Hemavan Tärnaby 15000 South Lapland 15000 Gold of Lapland 15000 Visit Umeå 15000 Visit Skellefteå	Destinationer	Västerbottens Turism och Destinationerna samordnar
TBEX Europe						
14-16 juli	Workshop Stockholm Waterfront för 1000 resebloggare från hela världen	25000	25000		Destinationer Visit Sweden	Västerbottens Turism tillsammans med VisitUmeå samordnar. På plats föreslås Hanna från Umeå och Saleta från Skellefteå som god erfarenhet av från blogg världen och denna typ av arrangemang
17-19 juli	PostTour i Västerbotten för resebloggare Destinationerna tar kostnaden för resor, logi mat och visningar	50000		10000 Hemavan Tärnaby 10000 South Lapland 10000 Gold of Lapland 10000 Visit Umeå 10000 Visit Skellefteå	Destinationer Visit Sweden	Västerbottens Turism tillsammans med VisitUmeå samordnar. Deltagande destinationer svarar för resekostnader och kostnader på plats på destinationen, aktiviteter, mat, logi.
England						
Våren	Webbinarium tillsammans med VisitSweden				Visit Sweden	Västerbottens Turism med hjälp av Visit Skellefteå samordnar
Uppföljning						
Sommar och vinter	Uppföljning av resultat genomförda aktiviteter sker genom kund- och marknadsundersökningar på plats på exempelvis på event som Rewell Center och Stormässan. Aktiviteter på webb och sociala medier och printannonser följs upp, räckvidd, antal besök, länkningar mm. Den totala utveckling avseende samtliga marknader, gäst och marknadsundersökningar	Den totala kostnadsbilden är ännu inte klar. Se under Vem gör vad?	Medel för analys på länsnivå och uppföljning av kampanjer mm. finns budgeterade hos Västerbottens Turism	?	Destinationer	Västerbottens Turism följer upp och redovisar. En plan för uppföljning av beslutade marknadsaktiviteter tas fram i samband med detaljplanering av respektive aktivitet. Arbete med definiering av destinationernas behov och en plan uppföljning av den totala utveckling avseende samtliga marknader, gäst- och marknadsundersökningar mm. pågår i samarbete mellan analysansvarig hos VT och ansvarig på respektive destination.
SUMMA		165000	40000	125000		

Norge 2016						Ansvarig hos VT: Ulf
Marknad	Trondheim, Nordland, Troms flyken och Finnmark.					
Målgrupp	Fokus Active family, Whops och Dinks. Livsnjutare, Nyfikna upptäckare och Aktiva naturälskare					
Tema	Outdoor, Livsnjutare och Kulturarv					
Syfte	Nå ut med Destinationernas och Västerbottens budskap och reseanledningar till valda målgrupper och målmarknader					
Tidpunkt	Aktivitet	Total kostnad	Västerbottens andel	Destinationernas andel	Partners	Ansvar
Annonsering						
Februari-mars	Förslag på digitala kampanjaktiviteter tas fram i samband med att en ny digital strategi tas fram för Västerbottens webben visitvasterbotten.se					Västerbottens Turism i samråd med destinationerna/ marknadsgruppen Nedanstående exempel på kampanjaktiviteter kan komma att justeras och ändras när ny digitalstrategi och mer detaljerade kampanjförslag finns framme. Här nedan avsätts ett ekonomisk utrymme som en beredskap för gemensamma insatser på marknaden
Mars-april Septemner	Vi bygger kampanj/ temasidor på visitvasterbotten.se inför sommar respektive vinter	20000	20000			Västerbottens Turism samordnar Destinationer levererar underlag
April-juni	Print och webbannonser i exempelvis A-media Nords tidningar inför sommaren. En annons för inland/ fjäll respektive en annons för kust och stad produceras. Införande 2 ggr per annons i print och på webb. Annonsering sker också i sociala media som facebook. Erbjudande i kundklubbar Rana Blad, Avis Nordland m.fl.	100000	50000	10000 Hemavan Tärnaby 10000 South Lapland 10000 Gold of Lapland 10000 Visit Umeå 10000 Visit Skellefteå	RanaBlad Avisa Nordland	Västerbottens Turism samordnar Destinationer levererar underlag
Oktober-januari	Print och webbannonser Nord Norge samt annonsering och aktiviteter i sociala media inför vintersäsongen	100000	50000	10000 Hemavan Tärnaby 10000 South Lapland 10000 Gold of Lapland 10000 Visit Umeå 10000 Visit Skellefteå	RanaBlad Avisa Nordland	Västerbottens Turism samordnar Destinationer levererar underlag
Road Shows						
Inför sommar- och vintersäsong	Event, besök på torg, köpcenter, besök hos Mice köpare			Destinationer		Genomförs av destinationer varför sig eller flera tillsammans
SUMMA		220000	120000	100000		

Finland 2016						Ansvarig hos VT: Ulrika
Marknad	Österbotten					
Målgrupp	Researrangörer och privatresenärer. Fokus på så väl Active family Whops och Dinks, Nyfikna livsnjutare, vardagssmitande upptäckare och aktiva naturälskare. Olika tyngdpunkt beroende på säsong, sommar eller vinter och mellan destinationerna.					
Teman	Outdoor, Livsnjutare och kulturarv					
Syfte	Nå ut med Destinationernas och Västerbottens budskap och reseanledningar till valda målgrupper och målmarknader. Varumärkesbyggande					
Tidpunkt	Aktivitet	Total kostnad	Västerbottens Turisms andel	Destinationernas andel	Partners	Vem gör vad?
Mässor, events						
22 april	Event för bussrese- och konferensarrangörer resebyråer. Införsäljning weekend- och rundresor, konferenser, ruskaresor mm.	20000	10000	10000 delas av deltagande destinationer	Destinationer Wasaline	Västerbottens Turism, VisitUmeå och Wasaline syr ihop programmet, tar fram en lista över vilka som ska bjudas in.
23-24 april	Deltagande på Stormässan i Vasa	60000	10000	10000 Hemavan Tärnaby 10000 South Lapland 10000 Gold of Lapland 10000 Visit Umeå 10000 Visit Skellefteå	Destinationer	Västerbottens Turism bokar upp monter. Destinationerna deltar på plats och samordnar de aktiviteter som sker på plats.
September	Studentski på båten. Resa med Wasaline för målgruppen studenter. Destinationerna informerar ombord studenterna om sitt utbudet, reseanledningar mm.	36000	18000	6000 Hemavan Tärnaby 6000 South Lapland 6000 Visit Umeå	Wasaline Destinationer Studentföreningar	Västerbottens Turism samordnar. Destinationer svarar för aktiviteter ombord. Wasaline tar kostnad för båtresa mm.
15 oktober	Event inför vintersäsongen i köpcentret Rewell Center i Vasa.	15000		15000 delas av deltagande destinationer	Destinationer Wasaline	Genomförs av Destinationerna. Destinationerna svarar för arbetet på plats i Rewell Center. Västerbottens Turism och Destinationerna planerar tillsammans marknadsföringen.
19-20 november	Inför vintersäsongen deltagande på Köpmannamässan i Jakobstad	40000	8000	8000 Hemavan Tärnaby 8000 South Lapland 8000 Gold of Lapland 8000 Visit Umeå	Destinationer Wasaline	Genomförs av Destinationerna. Destinationerna svarar för arbetet på plats i Jakobstad. Västerbottens Turism och Destinationerna planerar tillsammans marknadsföringen.

Tidpunkt	Aktivitet	Total kostnad	Västerbottens Turisms andel	Destinationernas andel	Partners	Vem gör vad?
Trycksak, digitalt						
14 mars	Trycksak. Folder med reseanledningar, rundresor mm sommar tas fram. Klar till Stormässan. Språk svenska och finska. Lägggs också in på webb.	195000	195000			Västerbottens Turism samordnar och tar fram material. Destinationer levererar underlag i form av bilder mm.
15 april sommar 1 oktober vinter Löpande spridning	Nya artiklar mm. inför sommar respektive vinter klart på finska. Spridning av artiklar om upplevelser och reseanledningar från Västerbotten via webb och sociala kanaler	30000	30000			Västerbottens Turism håller i med inspel från destinationer och aktivt deltagande från Redaktionsrådet
Annonsering						
Inför vinter- och sommarsäsong samt deltagande på Stormässan och Köpmanmässan	Samannonsering inför vinter- och sommarsäsong. Inspirera till resande och bokning. Varumärkesbyggande. Västerbottens Turism tar 4 advertorials (hel/halvsidor) 2 vinter och två sommar. Destinationerna följer upp med produkt erbjudanden mm.	420000	135000 Västerbottens Turism tar 50% av kostnad för advertorials	30000 Hemavan Tärnaby 30000 South Lapland 30000 Gold of Lapland 30000 Visit Umeå 30000 Visit Skellefteå	Tillkommer här gör Wasalines insats. Wasaline tar 50% av kostnad för advertorials	Annons i form av en Advertorial, redaktionell annons tas av Västerbottens Turism och annonsering sker i samband med inledningen av sommar- respektive vintersäsong och en bit in på säsongen. Destinationerna följer upp med annonser som bygger på produkt erbjudanden och reseanledningar. Här upptagen kostnad/ andel för destinationerna är en uppskattning. Destinationerna avgör själva storlek, hur många produktannonser som de vill ha. En förutsättning är dock att destinationer deltar med produktannonser. Annonsering ske i samarbete med Wasaline Wasaline (har 50% rabatt i Wasabladet Pohjalainen Ilkka m.fl. vilket vi nyttjar)
SUMMA		816000	406000	275000		

Tyskland 2016						Ansvarig hos VT: Ulf
Marknad	Tyskland, Schweiz, Österrike					
Målgrupp	Researrangörer och privatresenärer. Fokus på Whops, den nyfikne upptäckaren och den aktive naturälskaren					
Teman	Outdoor, Kulturarv och livsnjutare					
Syfte	Öka omsättning och kunskapen i besöksnäringen i regionen genom att utveckla och erbjuda exportmogna produkter till tyskspråkiga researrangörer					
Tidpunkt	Aktivitet	Total kostnad	Västerbottens Turisms andel	Destinationernas andel	Partners	Vem gör vad?
Marknadsföring arrangörsbearbetning						
Januari - december	Deltagande i Affärssamarbete B2B Tyskland. Syfte att öka omsättning och kunskapen i besöksnäringen i regionen genom att utveckla och erbjuda exportmogna produkter till tyskspråkiga researrangörer. Samarbete med researrangörer, marknadsföring av produkter och reseanledningar	Se under rubriken vem gör vad?		Tar kostnad för underlag som texter, bilder mm. och kostnader på plats på Destinationen i samband med möten, besök av arrangörer mm.	Visit Sweden Researrangörer Destinationer Företag	Västerbottens Turism samordnar, destinationer och företag deltar i arbetet med produktutveckling och ta fram underlag för marknadsföring, texter, bilder, visningsresor mm. Samarbetsavtal för perioden år 2014-16 upphör den 31 dec. Periodens resultat utvärderas och eventuellt deltagande från Västerbottens sida för en kommande period får sedan diskuteras och förhandlas. Kostnaden för deltagande i en ny period belastar i så fall år 2017.
Januari - december	Förstärkt satsning på arrangörsbearbetning och marknadsföring i samband med satsning på Charter till Västerbotten sommardag med större plan, 150 seaters. Chartern kan komma att leverera gäster från Tyskland, Schweiz, Österrike, Nederländerna, Italien, Frankrike	650000	650000	Tar kostnad för underlag som texter, bilder mm. och kostnader på plats på Destinationen i samband med möten, besök av arrangörer mm.	Charterways Researrangörer Destinationer Företag	Västerbottens Turism samordnar, destinationer och företag deltar i arbetet med produktutveckling och ta fram underlag för marknadsföring, texter, bilder, visningsresor mm.
December-maj	Utveckling av vintersäsongen. Inleda samarbeten och produktutveckling tillsammans med researrangörer. En summa avsätts som stöd till marknadsföring av produkter och reseanledningar	100000	100000	Tar kostnad för underlag som texter, bilder mm. och kostnader på plats på Destinationen i samband med möten, besök av arrangörer mm.	Researrangörer Destinationer Företag	Västerbottens Turism samordnar, destinationer och företag deltar i arbetet med produktutveckling och ta fram underlag för marknadsföring, texter, bilder, visningsresor mm.
25-26 april	Swedish Workshop i Jönköping Deltagaravgift VT	25000	25000	Kostnad för destination tas av respektive	Visit Sweden	Västerbottens Turism samordnar, destinationer och företag deltar i arbetet med produktutveckling och ta fram underlag för marknadsföring, texter, bilder, visningsresor mm.
Maj-juni, augusti-september	Visningsresor. Rundresa i Västerbotten för researrangörer och återförsäljare	25000	25000	Kostnader på plats på Destinationen	Destinationer Researrangörer	Västerbottens Turism samordnar och tar resekostnaden för rundresa i länet. Destinationer och företag arrangerar aktiviteter på plats på sin destination och tar kostnaden för detta, aktiviteter, mat, logi etc.
Helår	Driva trafik till språksidor på visitvasterbotten.se	25000	25000			Västerbotten Turism och Redaktionsråd
SUMMA		825000	825000			