

*Multimedia i reiseliv og museer '96*

# *Norge presentert på det elektroniske markedet*

Kari Aanonsen

Forsker

Norsk Regnesentral

<http://www.nr.no/home/kariaa>



Norsk Regnesentral  
ANVENDT DATAFORSKNING

# *Norsk Regnesentral*

- ❖ Forskningsinstitutt med ca 100 ansatte
  - ❖ Informasjonsteknologi og statistisk-matematisk modellering
  - ❖ Oppdragsforskning
- ❖ GEM - Gruppe for Elektronisk Marked
  - ❖ Informasjonsnettverk
  - ❖ Elektronisk handel
  - ❖ Betalingsformidling over Internett
- ❖ Reiseliv
  - ❖ 89 Multimedia reiselivsinformasjon
  - ❖ 92-95 TIM - Tourism Information and Marketing
  - ❖ 95-96 MNET, MAT, SAM ulike fortsettelser av TIM
  - ❖ 94 Strategi for IT i reiselivet
  - ❖ 95 NIN - Norwegian Tourism Guide på Internett

# *Innhold*

- ☞ Det elektroniske markedet
- ☞ Elektroniske medier - ikke bare Internett?!?
- ☞ Internett - eksempler på norske aktører
- ☞ Norge sett fra utlandet
- ☞ utfordringer for regioner og bedrifter
- ☞ Nasjonalt Informasjonsnettverk - NIN

# *Det elektroniske markedet*

- ❖ Trefase modell (Bead Schmid, University of St.Gallen)
  1. Information gathering
    - ◆ Tilbud og etterspørsel møtes
  2. Negotiations - trading
    - ◆ Finne partner, forhandle, lage kontrakt (inngå en handel)
  3. Settlement
    - ◆ Realisere handelen, utveksle varer og betaling
- ❖ Streng definisjon
  - ◇ Systemer som støtter hele prosessen
- ❖ Liberal definisjon
  - ◇ Systemer som støtter en eller flere av aktivitetene i prosessen
- ❖ Trend
  - ◇ Åpne systemer som gir flere aktører tilgang; forbruker inn
  - ◇ Nye roller, hva med mellomleddene?

## *Elektroniske medier* - internasjonale nettverk

- ❖ Lukkede kommersielle systemer og nettverk
  - ❖ Amadeus/SMART, START, SABRE, Galileo .....
  - ❖ Online booking for profesjonelle brukere
  - ❖ Hotellkjeder, Hotellbanken, NSB, Hurtigruta, Oslo-pakken
  - ❖ Kostbare, høy terskel
  - ❖ Må tenke nytt - åpner seg mot forbrukere
- ❖ “Åpne” kommersielle nettverk
  - ❖ CompuServe, America Online, Microsoft Network ....
  - ❖ Individuelle abonnementer, betaling via tellerskritt og kredittkort
  - ❖ Informasjon og salg via et sentralt punkt
  - ❖ EasySabre, Travel Shopper, American Express (AOL)
- ❖ Teletekst - franske Minitel, tyske BTX
- ❖ Lukkede systemer på åpne nettverk (ISDN, ATM)
  - ❖ TIM - forskningsprosjekter i EU-regi

# *Elektroniske medier*

- ❖ **CD-ROM, CD-I**
  - ❖ Høy lagringskapasitet - 250 000 sider med tekst
  - ❖ Velegnet til bilder, lyd, videoklipp, animasjoner
  - ❖ Noenlunde statisk informasjon
  - ❖ Bildearkiver - Photo-CD
  - ❖ 100-talls presentasjoner av reisemål for de reisende (Star Tour)
  - ❖ Museer - Kon-Tiki
  - ❖ LeisurePlan - produktinformasjon for profesjonelle brukere
  - ❖ Dan Sommer i Tyskland, 100 000 kataloger, 25% ville ha CD
- ❖ **Interaktiv TV**
  - ❖ Tekst TV
  - ❖ “Set-top” - bokser eller PC?
  - ❖ Kabler med meget høy overføringskapasitet
  - ❖ Video-on-demand

# McKinsey (.95)

ref. Gisle Hannemyr, Schibsted

	1995	2000	2002
Husstand med PC	30 %	45 %	60 %
PC m/modem	5 %	30 %	60 %
On-line abonnement	-	300 000	600 000
Markedsstørrelse		500 mill	1.1 mrd

# *Ikke bare Internett - norske systemer*

- ❖ Infobox
  - ❖ Informasjonskiosk for konsument - booking via telefon
- ❖ Portier (Tellus Informasjonssystem)
  - ❖ skrankeverktøy for profesjonelle - booking via fax
- ❖ Aurora (Tellus Informasjonssystem)
  - ❖ brosjyreproduksjon - markedsføring via Internett
- ❖ Reiseplanleggeren
  - ❖ Rutebok for Norge på PC
- ❖ Bell Boy
  - ❖ “Telefonsentral” - kun hotell med ledig kapasitet
- ❖ Norway Presentation - Telenor Privat
  - ❖ Videoklipp fra hele landet
  - ❖ Messer, informasjonskiosker?



# *Internett*

- ❖ Samme prinsipp som det internasjonale postsystemet
- ❖ Nettverk av nettverk
  - ❖ Ingen eier på toppen
  - ❖ Alle eier sitt nett og har avtale med “naboen”
  - ❖ “Naboer” som lever av å selge avtaler, er Internett-leverandører
  - ❖ Enkleste avtale er å få ringe opp en leverandør via modem
  - ❖ Du betaler for forbindelsen til leverandøren, resten er “gratis”
- ❖ E-post og World Wide Web (WWW) mest brukt
  - ❖ epost-adresse: Kari.Aanonsen@nr.no
  - ❖ WWW-adresse eller URL: <http://www.nr.no/index.html>
- ❖ WWW består av “sider” med tekst og bilder
  - ❖ Hopp til neste side via uthevede ord (vanligvis blå) i teksten
  - ❖ Bak ordene ligger en WWW-adresse
  - ❖ Disse kalles link’er

## *Internett (2)*

- ❖ Alle kan legge inn informasjon og tilby sine produkter
- ❖ Betaling foregår stort sett utenfor nettet
- ❖ Nye forretningsmuligheter med betalingsformidling
- ❖ Det meste av informasjonen er nå gratis
- ❖ Fra markedsplass til børser?
  - ❖ Innhold (informasjon) blir viktig forretningsområder
  - ❖ Differensierte ordninger for adgang til informasjon

# *Internett som elektronisk marked*

- ❖ Det elektroniske markedet kjennetegnes av
  - ❖ 24 timers åpningstid
  - ❖ “Verdensomspennende”
  - ❖ Reduserte transaksjonskostnader
- ❖ Noen drivkrefter bak næringens satsning
  - ❖ Suppliers are scrutinizing distribution costs
  - ❖ Technology is becoming more accepted by consumers
  - ❖ More electronic commerce is being done on the Internet
    - Eric Speck, Vice president of product marketing, SABRE
- ❖ Dagens satsing preges av
  - ❖ Utprøving, læring, begynnende posisjonering
  - ❖ Mest informasjon, noe booking
  - ❖ Usikkerhet om nye roller
  - ❖ Reiselivsinformasjon populært for nye aktører

## *Noen norske eksempler*

- ❖ Oslo Promotion
  - ❖ Generell informasjon om Oslo
  - ❖ Produktlister, enkel bestilling
- ❖ Syd Norge
  - ❖ Basis informasjon om området og produkter, flerspråklig
- ❖ Color Line
  - ❖ Profilering, produktpresentasjon og bestilling
- ❖ Nordlysplanetariet
  - ❖ Presenterer en “opplevelse”, kontakt til internasjonalt fagmiljø
- ❖ Thomson TravelMart
  - ❖ Last-minute-offers, forretningsvirksomhet basert på Internett
- ❖ Rutebok for Norge (NRI)
  - ❖ Annonserer for produkt, priser, demo, bestilling

**Aust Agder**

Informasjon om severdigheter, servicetilbud, overnattingssteder m.m.

**Bardu Kommune****Bergen****Bergen Guided Nightlife Tour****Bli med Fullriggeren Sørlandet på tokt**

Presentasjon og seilingsplan for Fullriggeren Sørlandet høsten 1995 og våren 1996.

**Bodø****Color Line / M/S Color Festival**

Presentasjon av linjen Oslo-Hirtshals og skipets fasiliteter. Rutetider, priser på ulike produkter, kurs og konferanse, e-mail booking m.m.

**Destinasjon Sørlandet**

Informasjon om spennende gjøremål i Kristiansand og omegn!

**Det Grønne Arktis**

En presentasjon av Nord-Norge og Nord-Trøndelag i tekst og bilder - Engelsk versjon finnes på URL: <http://www.neti.no/arktis/arctic.html>

**Drammen****Drøbak****Dyrskuet i Lyngdal****Dyrøy Hotell**

Presentasjon av Dyrøy Hotell samt nærliggende severdigheter og opplevelsesmuligheter.

**Eidsvoll Kommune****Finnmark sommerguide****Fjord Norway****Forlagsentralens reiselivsside**

# *Norske aktører - store bedrifter*

- ❖ Flyselskaper
  - ❖ SAS
- ❖ Reisebyråer
  - ❖ Berg Hansen
- ❖ Hotellene
  - ❖ Top Hotels, Inter Nor, Nettverk's hotelliste
- ❖ Turoperatører
  - ❖ Tjæreborg, Star Tour, PLUSreiser
- ❖ Transport/Cruise
  - ❖ Colorline
  - ❖ Hurtigruta
  - ❖ Norway Cruise Line
  - ❖ Fylkesbåtene (med ledighet?)

# *Norske aktører - fellesfunksjoner*

- ❖ Felles “offentlig” profilering
  - ❖ Syd Norge
  - ❖ Oslo Promotion
  - ❖ Norges ambassade i Washington
  - ❖ UD - generell Norgesinfo
  - ❖ Enkelte byer
- ❖ De nye aktører
  - ❖ Telenor Media - Origo
  - ❖ Schibsted Nett - Norway Link
  - ❖ Nettvik - Promenaden
  - ❖ Telenor Online - SOL
- ❖ Travel Expo

## *Noen norske eksempler (forts.)*

- ❖ Mange legger ut reiselivsinformasjon
  - ❖ Nov. 95: 64 på en norsk liste, 140 på en annen
  - ❖ Feb. 96: 83 på en norsk liste, 312 på en annen
- ❖ Varierende tilknytning til reiselivet
  - ❖ Private entusiaster
  - ❖ Enkeltbedrifter innen reiselivet
  - ❖ Kommuner
  - ❖ Bedrifter med produkter og tjenester basert på Internett
  - ❖ Bedrifter som selger andre produkter og tjenester
- ❖ Noen spørsmål
  - ❖ Profilerings?
  - ❖ Kvalitetssikring?
  - ❖ Søkbarhet?



## *Nettet som kanal for booking*

- ❖ Annonse med telefon- og faxnummer
- ❖ Epost til mellomledd, automatisk fax til produsent
  - ❖ “Fjord Norway”
- ❖ Epost til mellomledd (allotment/bookingsentral)
  - ❖ Oslo Promotion
  - ❖ Thomson Travel Mart
- ❖ Epost direkte til produsent
- ❖ Direkte kopling til et bookingsystem
  - ❖ PCTravel
  - ❖ Internet Travel Network (Apollo/Galileo)
  - ❖ TravelLogix

## *Utfordringer og kritiske suksessfaktorer*

- ❖ Er min målgruppe på nettet?
  - ❖ Hvem er på nettet?
- ❖ Hvordan sikre at målgruppen blir nådd?
  - ❖ Nettet overstrømmes med alle typer reiselivsinformasjon
- ❖ Betalingsformidling og sikkerhet
  - ❖ Vil kundene kjøpe over nettet?
- ❖ Kvalitetssikring
  - ❖ Hvordan sikre at informasjon er korrekt til enhver tid?
- ❖ Standardisering
  - ❖ Hvordan gjøre produkter søkbare og sammenlignbare?
- ❖ Profilering
  - ❖ Hvordan kombinere Internett med øvrig markedsføring?
  - ❖ Hvem profilerer Norge på nettet?

## *Hvordan nå målgruppen?*

- ❖ På nettet blir det: Hvordan når målgruppen meg?
- ❖ Få peker til din presentasjon
  - ❖ på viktige steder
  - ❖ og mange steder
- ❖ Internasjonale markeds plasser for reiselivet
- ❖ Norske markeds plasser
  - ❖ Noen er gratis - Kvasir og Origo
  - ❖ Noen koster - Schibsteds markeds plass, Scandinavia Online, Telenor Media? ++++
- ❖ Norwegian Tourism Guide
- ❖ Markedsfør adressen både på nettet og utenfor
- ❖ Profiler med tydelige stikkord

## *Norge sett fra utlandet*

- ❖ Det norske konsulatet i New York - NOIS
- ❖ Skandinavien Direkt (Nordis - tysk)
- ❖ Nederlandsk turoperatør
- ❖ MNS network
  - ❖ Norwegian Cruise Line, SkiWeb - Norway - Hemsedal
- ❖ Generelle søkesystemer
  - ❖ Alta Vista (Norway and Tourist And Information, sort by Norway
- ❖ Newsgroups FAQ om Norway sos.culture.nordic
- ❖ CIA World Fact book
- ❖ ‘New entrants’ - redaktører av pekerlister

City Net  
Rough Guides - ALPHABETICAL CATALOGUE  
YPN: NetTravel  
WorldHotel's TravelScope  
Ten-IO  
Dr. Memory's Favorite Travel Pages  
TravelWeb - THISCO  
Hotel Reservasjon San Fransisco  
NEPTUNE, The Travel Industry Network  
AstraNet Travel Home Page  
The Avid Explorer Home Page  
Travel & Culture (fra GNN)  
GNN Travel Center Home Page  
OTHER TRAVEL RELATED SITES  
Entertainment:Travel:Specific Destinations  
The Internet Sleuth - Travel  
Hotels and Travel on the Net  
Where To  
Digital Tourism & Travel homepage  
Travel Agents International Home Page  
TravelFile EZ Destination Search  
<http://www.digimark.net/rec-travel/air-travel/c...>  
Traveller's Diary  
Welcome to Travel Wiz by WIZCOM!  
World Wide Travel Services, Inc

# *City Net - Norway*

*<http://www.city.net/countries/norway/>*

## Cities

Ålesund	Hamar	Tromsø
Andenes	Kristiansand	Trondheim
Arendal	Lillehammer	
Bergen	Oslo	

## Counties

Nesodden County

## Territories

Jan Mayen Svalbard

## Arts and Entertainment

Norwegian Music Information Centre

## Country Information

1995 World Factbook: Norway (U.S. CIA)

The Nordic Pages

Welcome to Little Norway (World Wide Vikings)

## Culture and Language

Languages of Norway (Ethnologue Database)

Norwegian for Travellers (M. C. Martin)

## Education

Norway Colleges and Universities (International Universities)



Norsk Regnesentral  
ANVENDT DATAFORSKNING

# *City Net - Norway (forts.)*

## **Events**

**Norway Technology Events (The Computer Events Directory)**

## **Maps**

**Map of Baltic Sea Area (U.S. CIA)**

**Map of Norway (U.S. CIA)**

## **News and Weather**

**Aurora Borealis Page (M.T. Dolan)**

**Dagbladet - Largest Daily Newspaper in Norway (Norwegian)**

**Norwegian News from Aftenposten (Norwegian)**

## **Sports**

**Norwegian Skiing and Mountain Sports (English & Norwegian; Fjellsportbasen)**

## **Transportation**

**A WWW Railway Page for Norway (T. Knudsen)**

**Color Line Ferries (Norwegian and some English)**

## **Travel and Tourism**

**Destination Norway (Lonely Planet)**

**Norwegian Krone daily exchange rate (European Union's Echo service)**

**Travel Advisory: Norway (U.S. State Department)**

**Western Europe Traveler's Health Information (U.S. CDC)**



# *Nasjonal satsing innenfor NIN*

- ❖ Offentlig initiativ på norsk Information Superhighway
- ❖ Nasjonalt Informasjonsnettverk, NIN
  - ❖ Del av statsbudsjettet for 96 med planer for de neste tre årene
- ❖ Prosjekter innen mange samfunnsområder
- ❖ Reiselivet valgt som et av områdene
  - ❖ Forprosjekter i regi av forskningsrådet i 1995
  - ❖ Styringsgruppe med NORTRA i spissen fra aug. 95
  - ❖ Forprosjekt pågår med deltakere fra forsknings-institutter, NORTRA og landsdelselskaper
  - ❖ Forhandler med allianse partner sentralt
- ❖ Veien videre?



# *Nettverk for markedsføring og samarbeid i reiselivet*

- ❖ Økt lønnsomhet, økt tilgjengelighet
- ❖ Nettverk som hjelpemiddel i
  - ❖ Markedsføring og salg
  - ❖ Informasjonsutveksling og kommunikasjon innad i næringen
- ❖ Internett som springbrett
  - ❖ Lav terskel - høy motivasjon
  - ❖ Legge grunnlaget for videre satsing på IT
- ❖ Nasjonal møteplass for reiselivsinformasjon
  - ❖ Profilerings
  - ❖ Produktinformasjon
  - ❖ Markedsinformasjon - statistikk, kompetansesenter
  - ❖ Nyheter - løpende informasjon

## *Norwegian Tourism Guide*

- ❖ Felles inngang til turistinformasjon om Norge
  - ❖ felles sider med menyer og søkestrukturer
- ❖ Rammeverk for informasjon fra ulike aktører
  - ❖ NORTRA, regionale organer, destinasjoner, produsenter
- ❖ Bredde og omfang
  - ❖ Basis-info fra regionale mellomledd
- ❖ Dybde og egen profilering
  - ❖ Linker til egne "hjemmesider"/presentasjoner
- ❖ Direkte kommunikasjon med konsumenter og andre
  - ❖ Booking - fax fra nettet, epost, kopling til lokale bookingsystem

# *Samarbeid innenfor næringen*

- ❖ Ledes av NORTRA
  - ◆ Profilering og kvalitetssikring
  - ◆ Drift i samarbeid med kommersiell aktør
- ❖ Informasjon produseres og vedlikeholdes lokalt
  - ◆ Tilknytning via lokal nettverksleverandør
- ❖ Regionale mellomledd vil bli ansvarlig for områder
  - ◆ Koplinger til regionale databaser for basis produktinfo og linker til produktpresentasjoner
- ❖ Felles maler, ikoner og formater
  - ◆ Trade-off mellom lokal og sentral kontekst
  - ◆ Konkurransen

# *Basis elementer*

- ❖ **Rammeverket**
  - ❖ Forside for Norge, menyer, kart, søkesider
  - ❖ Opplegg for å søke på produkter over hele landet
  - ❖ Ikoner, verktøy og retningslinjer for utforming av presentasjoner
- ❖ **Profilering av områder og steder**
  - ❖ Generell informasjon
    - ◆ profilering, felles attraksjoner, praktiske opplysninger etc
- ❖ **Produkter og tilbud - søkbar basisinformasjon**
  - ❖ Sammenlignbare faktaopplysninger
    - ◆ Type produkt (kategori), stikkord, navn, adr, kort beskr.
- ❖ **Presentasjon av de enkelte produktene**
  - ❖ Annonse - egen profilering
    - ◆ Booking

# *Kritiske suksessfaktorer*

- ❖ **Nasjonal aktør**
  - ❖ NORTRA - eier av innholdet, profilering og kvalitetssikring
  - ❖ Kommersiell aktør inn som alliansepartner
  - ❖ Viderutvikling sentralt - samordning, markedsinfo, komp.senter
- ❖ **Bred forankring i reiselivet**
  - ❖ Akseptanse for modellen - organisatorisk samspill, finansiering
  - ❖ Lokale leverandører - nettverksforbindelse og utforming av pres.
- ❖ **Regionale aktører som tar ansvar for sine regioner**
  - ❖ landselskaper, destinasjonsselskaper, lokale reislivslag etc.
  - ❌ Verktøy for basis regional informasjon
- ❖ **Standardisering av basis reiselivsinformasjon**
  - ❖ felles grunnleggende datamodell - Nasjonal speildatabase
- ❖ **Konkurransedyktig og profesjonell utforming**
  - ❖ Markedsføring på nettet

# *Utførelse for reiselivsbedrifter*

- ❖ Samarbeid innad i næringen er nødvendig
  - ❖ Enkeltprodukter kan fort forsvinne på nettet
  - ❖ Synergi-effekter ved felles markedsføring
  - ❖ Gjenbruk av materiale vil forenkle oppdatering
- ❖ Gjør markedsføringsmateriale tilgjengelig elektronisk
  - ❖ Tekstbehandler
  - ❖ Bilder på Photo-CD
- ❖ Etabler regionale Destination Information Systems
  - ❖ Vær med i dem eller bidra til at de tas i bruk
  - ❖ Vil være viktige kanaler inn til felles nasjonale løsninger
- ❖ Bygg opp kunnskap og erfaring på nettet
  - ❖ Modem, Internett-forbindelse, e-mail og Web-leser
  - ❖ Lag presentasjon av eget produkt