

IT-dagene SØR, Grimstad 28-29 november 1995

Fra IT-plan til
Nasjonalt informasjonsnettverk (NIN)

Reiseliv

Kari Aanonsen
Forsker, Norsk Regnesentral

Norsk Regnesentral

- ❖ Forskninginstitutt med ca 100 ansatte
 - ❖ Informasjonsteknologi og statistisk-matematisk modellering
 - ❖ Oppdragsforskning
- ❖ **IMEDIA**
 - ❖ Elektronisk publisering
 - ❖ Informasjonsnettverk
 - ❖ Bredbånds multimedia
- ❖ **Reiseliv**
 - ❖ 89 Multimedia reiselivsinformasjon
 - ❖ 92-95 TIM - Tourism Information and Marketing
 - ❖ 95-96 MNET/MAT videreføringer av TIM
 - ❖ 94 Strategi for IT i reiselivet
 - ❖ 95 NIN forprosjekt - Norwegian Tourism Guide på Internett

Dokumentasjon

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

- ❖ Rapport (kan også fåes på papir)
 - ❖ Strategi for IT i reiselivet
- ❖ Foredrag
 - ❖ Norge som reisemål på WWW -Norwegian Tourism Guide
 - ❖ The Travel Industry as part of the National Information Network in Norway
- ❖ Foiler fra pågående foredragsserie for reiselivet
 - ❖ Kreativitet i Internettet
- ❖ Pekere til eksempler på reiselivsinformasjon på nettet
 - ❖ <http://www.nr.no/home/kariaa/foredrag.htm>

Innhold

- ❖ Reiselivet
 - ❖ Karakteristikk av næringen
 - ❖ Bruk av IT og nettverk
- ❖ Nettverk for samarbeid og markedsføring
- ❖ Reiselivet internasjonalt på Internett (foredrag i morgen)
- ❖ Norge som reisemål på Internett
- ❖ Norwegian Tourism Guide - et nasjonalt rammeverk

Reiselivet

- ❖ Stor geografisk spredning
- ❖ Små og mellomstore bedrifter
- ❖ Et stort antall aktører
 - ❖ Kompleks struktur med mange mellomledd
- ❖ Utenlandske markeder
- ❖ Felles innsats en forutsetning for å nå fram
- ❖ Stor variasjon i bruken av informasjonsteknologi, IT

IT og nettverk i reiselivet

- ❖ Verdens største nettverk betjener reiselivet
 - ❖ SITA - 60 000 forbindelser i 220 land
 - ❖ Business til business - reisebyråer
 - ❖ Lukkede, spesialiserte løsninger - kostbare
- ❖ Nye nettverk åpner for små aktører og konsumenter
 - ❖ Enkle standard verktøy
 - ❖ Billig teknologi
- ❖ Enkel eller ingen bruk av PC lokalt
 - ❖ fax dominere på “nettverkssiden”
 - ❖ PC på rask fremvekst, også på reisebyråer
- ❖ Et fåtall regionale systemer dominerer markedet
- ❖ Sentrale, nasjonale løsninger har bare delvis lyktes

Nettverk for samarbeid og markedsføring

- ❖ Økt tilgjengelighet og økt lønnsomhet
- ❖ Nettverk som hjelpemiddel i
 - ❖ markedsføring og salg
 - ❖ informasjonsutveksling og kommunikasjon innad i næringen
- ❖ Internett som springbrett
 - ❖ lav terskel for første skritt - posisjonering
 - ❖ andre løsninger og teknologier følges opp
- ❖ Aktiviteter innenfor satsningen
 - ❖ Strategi for IT i reiselivet 1994/95
 - ❖ Forprosjekt våren 1995 - første pilot på Internett
 - ❖ Styringsgruppe med NORTRA i spissen fra aug. 95
 - ❖ Forprosjekt pågår med deltakere fra forsknings-institutter, NORTRA og landsdelselskaper

Samarbeid og intern kommunikasjon

- ❖ Bransjerelatert informasjon
 - ❖ Markedsstatistikk
 - ❖ SSBs reisestatistikker
 - ❖ Rapporter fra forsknings- og utredningsinstitutter
 - ❖ NORTRA Nytt
 - ❖ Månedrapporter fra NORTRAs utekontorer
 - ❖ Årsrapporter, markedsplaner
- ❖ Informasjon til presse, utenlandske distribusjonsledd
 - ❖ Pressemeldinger
 - ❖ Begivenhetslister
 - ❖ Turforslag
 - ❖ Generell bakgrunnsinformasjon
- ❖ Bildemarkiver
- ❖ Gjenbruk uten ny inntasting?

Norge som reisemål på Internett

- ❖ Oslo Promotion
 - ❖ Generell informasjon om Oslo, Oslo som kongressby
 - ❖ Produktlister, enkel bestilling
- ❖ Color Line, InterNor +++
 - ❖ Profilering, produktpresentasjon og bestilling
- ❖ Thomson TravelMart
 - ❖ Ny type forretningsvirksomhet, basert på Internett
 - ❖ Salg av Last-minute-offers
- ❖ Rutebok for Norge (NRI)
 - ❖ Annonserer for produkt, priser, demo, bestilling
- ❖ Nordlysplanetarier
 - ❖ Presenterer en “opplevelse”
 - ❖ Skaper kontakt til internasjonalt fagmiljø

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**

Noen norske eksempler (forts.)

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

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, e-mail, 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
- ❖ **Presentasjon 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

- ❖ Ansvarlig nasjonal aktør
 - ❖ NORTRA - eier av innholdet, profilering og kvalitetssikring
 - ❖ Kommersiell aktør inn på driftssiden
- ❖ 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
 - ❖ landsdelselskaper, 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

Hva gjør min bedrift nå?

- ❖ Samarbeid innad i næringen er nødvendig
 - ❖ Enkeltprodukter kan fort forsvinne på nettet
 - ❖ Synergi-effekter ved felles markedsføring
 - ❖ Gjenbruk av materiale vil forenkle oppdatering
- ❖ Ha markedsføringsmateriale tilgjengelig elektronisk
 - ❖ Tekstbehandler
 - ❖ Bilder på Photo-CD
- ❖ Bidra til bruk av regionale databaser
 - ❖ Vær med i dem eller bidra til at de tas i bruk
- ❖ Bygg opp kunnskap og erfaring på nettet
 - ❖ Modem, Internett-forbindelse, e-mail og Web-leser
 - ❖ Lag en enkel presentasjon av ditt produkt

Tre C'er utvides til fire

Gilbert Archdale, UK

**Concentrate on your Customer
and your Core Business
Controle your Costs**

Controle your Content

Kvalitetssikring, profilering og
koordinering med annen markedsføring