

Efnisyfirlit

Inngangur	1
1 Ferðaþjónusta á Íslandi	3
1.1 Ferðavenjur Íslendinga.....	5
2 Hvalasafnið á Húsavík	9
2.1 Markaðsstarf	10
3 Markaðssetning	13
3.1 Markaðsmiðun	13
3.1.1 STP greiningarlíkanið	14
3.2 Markaðsstefna og setning markmiða	15
4 Umhverfisgreining	17
4.1 Ytra umhverfi	17
4.2 Innra umhverfi	21
4.2.1 Fimm krafta líkan Porters	23
4.3 SVÓT greining.....	25
4.4 Næstu skref	26
5 Núverandi staða Hvalasafnsins	27
5.1 Greining ytra umhverfis	27
5.1.1 Lýð- og landfræðilegt umhverfi	27
5.1.2 Efnahagslegt umhverfi	28
5.1.3 Náttúrulegt umhverfi.....	29
5.1.4 Tæknilegt umhverfi.....	30
5.1.5 Pólitískt umhverfi.....	30
5.1.6 Samfélags/menningarlegt umhverfi	31
5.2 Greining innra umhverfis	32
5.2.1 Samkeppnismuhverfið samkvæmt Porter	33
5.2.2 Helstu samkeppnisaðilar	34
5.2.3 Markaðurinn og viðskiptavinir	35
5.3 SVÓT greining fyrir Hvalasafnið	37
5.3.1 Styrkleikar	37

5.3.2 Veikleikar.....	39
5.3.3 Ógnanir	40
5.3.4 Tækifæri.....	41
5.3.5 Samantekt á SVÓT greiningu	42
6 Markaðssetning Hvalasafnsins.....	44
6.1 Markhópar safnsins og staðfærsla.....	44
6.2 Verðstefna	46
6.3 Kynningarstefna	46
6.4 Markmið með kynningarstarfinu	47
6.5 Tillögur að markaðsaðgerðum	48
6.5.1 Verkáætlun	48
6.5.2 Tímaáætlun	52
7 Eftirfylgni.....	54
8 Niðurstöður	56
Heimildaskrá	59
Viðaukar.....	64
Viðauki 1	64

Myndayfirlit

Mynd 1 – Erlendir ferðamenn til Íslands á árunum 1990 – 2006	3
Mynd 2 – STP greiningarlíkanið.....	14
Mynd 3 – Ytra umhverfi fyrirtækja	18
Mynd 4 – Innra umhverfi fyrirtækja	21
Mynd 5 – Fimm krafta líkan Porters.....	23
Mynd 6 – Gestafjöldi á Hvalasafnið frá 1997-2006	36

Töfluyfirlit

Tafla 1 – Niðurstöður úr könnun um ferðavenjur innlendra ferðamanna 2003	6
Tafla 2 – Tölvu- og internetnotkun Íslendinga árið 2006	30
Tafla 3 – Samantekt á SVÓT greiningu.....	42