

Abstract

This essay is a final thesis towards a B.Sc. diploma in Faculty of Management at the University of Akureyri. It focuses on the possibilities of the tourist region, the North of Iceland, during the low- season. A marketing plan is created describing the region as an interesting tourism destination outside the high season. A special focus is put upon one target market abroad, France.

The research questions that are put forward in the beginning are:

1. Is Iceland a fashionable choice for foreign tourists during the wintertime?
2. What is the status of the North of Iceland based on activities and other services for foreign tourists during the low- season?
3. What attracts French tourists to the North of Iceland over the low- season?

The situation of the tourism in Iceland is analysed generally, along with a further analysis of North of Iceland. Interviews are used in order to clarify the current situation of the tourism in the area. The results indicated that the target market group that has visited the area most frequently during the wintertime, and the one that the area really wants, is French. Incentive tourism and adventure tourism are activities in which they most participate, and this is where the greatest opportunities are to be found. The situation of the North of Iceland in terms of activities and other services is generally not very good. There is a lack of diversity and a strong financial support. The interest in Iceland, as a destination during the wintertime, seems to be growing.

Keywords

- Marketing
- Tourism during the low- season
- The North of Iceland
- France
- Marketing plan

Útdráttur

Verkefni þetta er lokaverkefni til B.Sc. gráðu í rekstrar- og viðskiptafræðum við Háskólan á Akureyri. Í því er fjallað um möguleika ferðamannasvæðisins Norðurland til að auka ferðamannastraum yfir tímabilið veturna, vor og haust. Markaðssáætlun er gerð fyrir ferðaþjónustu á svæðinu utan háannatíma og einskorðast við eitt markaðssvæði erlendis, það er Frakkland.

Þær rannsóknarspurningar sem lagðar eru upp í byrjun eru eftirfarandi:

1. Er Ísland fýsilegur kostur fyrir erlenda ferðamenn yfir vetrartímann?
2. Hver er staða Norðurlands með tilliti til afþreyingar og annarrar þjónustu fyrir erlenda ferðamenn utan háannatímans?
3. Hvað dregur Frakka til Norðurlands utan háannatímans?

Almenn úttekt á ferðaþjónustu á Íslandi er gerð þar sem farið er yfir stöðu hennar. Eftir að hafa greint ferðamannasvæðið Norðurland nánar eru tekin viðtöl við fimm aðila sem tekið hafa þátt í ferðaþjónustu á svæðinu til að gera grein fyrir núverandi stöðu ferðaþjónustunnar þar. Kom í ljós að sá markhópur sem mest hefur sótt til svæðisins yfir vetrartímann, og menn vilja sjá, eru Frakkar. Þeir sækja hvað mest í hvataferðir og ævintýraferðir og þar liggar helsti vaxtarbroddur ferðaþjónustunnar. Staða Norðurlands með tilliti til afþreyingar og annarrar þjónustu er almennt séð ekki nógu góð þar sem helst virðist vanta fjölbreytni og fjársterkari aðila. Áhugi ferðamanna á Íslandi sem áfangastað yfir vetrartímann, virðist fara vaxandi en erfitt er að segja til um hvað hefur áhrif þar á.

Lykilord

- Markaðssetning
- Ferðaþjónusta utan háannar
- Norðurland
- Frakkland
- Markaðssáætlun