

Abstract

The world of business changes rapidly and it becomes more and more important for companies to use proficient solutions for marketing. Market segment is what firms define as their target for marketing. Service is becoming more and more important part of today's business. Quality is the one most important thing about marketing service and it is very difficult to maintain it. The marketing mix is the foundation of all marketing. In the last few years the Internet has become more and more widely used media for marketing. Promotion is about giving promises and keeping them. It is important that the customer gets what he expects. Tourism is a set of actions based around making and planning a trip. Tourists have influence on every place they visit. Therefore there has been more emphasis on sustainable tourism in the last few years. The number of foreign visitors to Iceland has multiplied in the last decades and that development will likely continue in the next decades. The herring museum in Siglufjörður is one of a kind and has a strong image. It has a number of acknowledgements both from home and internationally. In the next years there will be built a road tunnel between Siglufjörður and Ólafsfjörður which will significantly improve the way of transport to Siglufjörður. This improvement in transport will in turn, raise the number of tourists there.

Keywords: *Marketing, Herring, Museum, Promotion, Siglufjordur*

Útdráttur

Viðskiptaumhverfið verður sífellt flóknara og það er stöðugt þörf á því að fyrirtæki í samkeppni skipuleggi starfsemi sína betur og skilgreini sig á markaðnum með nákvæmari hætti. Markhópur er hópur viðskiptavina með sameiginlegar þarfir eða kauphegðan. Með miðaðri markaðssetningu er auðveldara að skilgreina markhópa og hvernig skuli nálgast þá. Stefnumótandi markaðsáætlun er tæki til að tvinnna saman starfsemi fyrirtækis og stefnu þess við markaðsstarfið og bregðast við breytingum á markaðnum. Þjónusta er sífellt mikilvægari í viðskiptum fyrirtækja. Það eru nokkur grundvallaratriði sem skilja að sölu á vöru og sölu á þjónustu eins og til dæmis óvaranleiki hennar og óstöðugleiki. Gæðin eru mikilvægasti hluti þjónustu og helsta vandamálið er hversu erfitt er að viðhalda þeim þar sem mannlegi þátturinn er stór hluti. Þess vegna þarf sífellt að endurskoða alla þjónustuferla og gæðastýringu. Sölu ráðarnir fjórir eru grunnurinn að öllu markaðsstarfi og hæfileg blanda þeirra er líklegasta leiðin til að ná árangri við sölu á vöru eða þjónustu. Þótt þjónusta sé í eðli sínu óáþreifanleg, þá eru margir áþreifanlegir þættir sem snerta hana. Frammistaða starfsmanna er mikilvægur þáttur í þjónustu og því verða fyrirtæki að kappkosta þjálfun og upplýsingamiðlun til þeirra. Á síðustu árum hefur internetið verið notað í ríkum mæli við að markaðssetja þjónustu. Með því er auðvelt að ná til viðskiptavina og koma upplýsingum til þeirra, auk þess sem hægt er að færa hluta þjónustunnar heim til þeirra. Kynning á þjónustu snýst um að veita loforð og efna þau síðan. Það er mikilvægt að viðskiptavinurinn fái það sem hann býst við en það er alltaf erfitt að meta það í þjónustu þar sem það er oft upplifun viðskiptavinarins sem er mælikvarði. Ímynd fyrirtækja er afar mikilvæg í öllu markaðsstarfi. Ferðamennska er röð athafna sem tengjast ferðalagi og upplifun þess. Ferðamenn hafa áhrif á það umhverfi sem þeir heimsækja í efnahagslegum, samfélagslegum og umhverfislegum skilningi. Vegna þessa hefur sjálfbær og menningartengd ferðamennska vaxið mjög á undanföllum árum. Fjöldi ferðamanna á Íslandi hefur margfaldast á síðustu áratugum og sú þróun mun halda áfram. Síldarminjasafnið á Siglufirði hefur mikla sérstöðu og sterka

ímynd og hefur hlotið fjölmargar alþjóðlegar og innlendar viðurkenningar en markaðsstarf hefur verið lítið. Á næstu árum verða samgöngubætur við Siglufjörð sem munu auka ferðamannastraum þangað. Með þessum bótum er rutt úr vegi helstu ógnuninni sem safnið stendur frammi fyrir markaðslega séð. Í því liggur tækifæri til að fá fleiri gesti en áður. Markhópur safnsins eru innlendir ferðamenn og erlendir ferðamenn í menningartengdum ferðum. Það sem helst skortir er að samvinna starfsemi safnsins annarri ferðaþjónustu í bænum eins og veitingasölu og gistiþjónustu. Ýmsir aðrir möguleikar eru til afþreyingar. Safnið þarf að fá öflugan vef fyrir kynningarstarfsemi og koma inn umfjöllun í ferðahandbækur. Með því að vinna að samstarfi aðila í ferðaþjónustu á Siglufirði getur safnið markaðssett sig með áhrifaríkum hætti á komandi árum.

Lykilorð: *Markaðssetning, síld, safn, kynning, minjasafn*