

## VEDLEGG 1 - Kravspesifikasjon

Innovasjon Norge gjennomførte segmenteringsundersøkelser forrige gang i 2017. Segmenteringsundersøkelsene er tilgjengelige på Innovasjon Norges nettsider: [Målgruppeinnsikt \(visitnorway.com\)](http://Målgruppeinnsikt.visitnorway.com).

Innovasjon Norge har nå behov for å få utført nye og oppdaterte segmenteringsundersøkelser til dagens situasjon. Overordnet er det særlig behov for oppdatert innsikt i følgende momenter:

- Motivsegmentene, holdninger til å reise på en utenlandsferie og barrierer for å reise. Forbrukernes holdninger til bærekraft og andre forbrukertrender.
- Merkevarer Norges posisjon og konkurransesituasjon.

Segmenteringsundersøkelsene skal gi svar på følgende spørsmål:

- Er størrelsen på motivsegmentene endret?
- Hvordan er Norges posisjon og hvordan ser konkurransesituasjonen ut?
- Hvilke holdninger har man til en utenlandsferie, hvilke hygienefaktorer må en destinasjon ha og hvilke barrierer er det for å reise?
- I hvor stor grad er forbrukeren opptatt av å ta bærekraftige valg når de reiser og er det andre forbrukertrender vi må ta hensyn til?

Tidligere segmenteringsundersøkelser har vært svært nyttig for å forstå turistenes behov og Norges posisjon, både i forhold til konkurrenter og turistenes oppfatninger av Norge. Leverandøren skal sammenligne nye segmenteringsundersøkelser med resultatene fra tidligere segmenteringsundersøkelser. Formålet er at Innovasjon Norge og reiselivsnæringen skal kunne identifisere utviklingstrekk over tid. Leverandøren må benytte en metodisk tilnærming som muliggjør sammenligning med tidligere motivbasert- segmenteringsundersøkelser og identifisering av sentrale utviklingstrekk. Det er ikke et krav at leverandøren benytter identisk lik metode som har blitt benyttet i tidligere segmenteringsundersøkelser.

### Markeder

Forrige undersøkelse ble gjennomført i Danmark, Sverige, Nederland, Tyskland, Frankrike, Italia Spania, Storbritannia, USA og Kina. Oppdragsgiver forplikter seg ikke til et bestemt antall markeder eller hvilke markeder. Per nå tar Innovasjon Norge sikte på at undersøkelser blir gjennomført i Danmark, Sverige, Storbritannia, Tyskland, Nederland, Frankrike, Spania, Italia og USA. I tillegg kan andre europeiske markeder komme til i løpet av kontraktsperioden

### Rapportering

Resultatene brukes bredt. Både internt og av næringen, konsulent- og reklamemiljøer. Derfor er det avgjørende å tilgjengeliggjøre resultatene på en god måte. Hvert av markedene undersøkelsen gjennomføres i skal ha en egen landrapport, i tillegg til en hovedrapport som tar for seg hovedfunn på tvers. Det er også ønskelig at Leverandør tilgjengeliggjør resultatene digitalt (eventuelt bidrar til), slik at brukeren lett kan navigere mellom ulike motivsegmenter og hva som kjennetegner dem, sammen med Norges posisjon, konkurransesituasjon o.l.