



UTVIDET DATABASEANALYSE FOR KANALEN

WWW.FJORDNORWAY.COM

RANDI RANSET

INNHold

KVALITET PÅ INFORMASJON - LITT HISTORIE	3
KONSEKVENSER SOM FØLGE AV LAV KVALITET PÅ INFORMASJON	3
BAKGRUNN FOR ANALYSEN	4
ANALYSEN OG PARAMETER	5
Produktkategori	5
Bilder	5
Beliggenhet	8
Kontaktinformasjon	9
Språk	10
Sesong og åpningstider	11
Priser	12
Sosiale medier / eksterne systemer	16
Avstander	17
AKTUALITET	18
KONKLUSJONER - VEIEN VIDERE	19

KVALITET PÅ INFORMASJON – LITT HISTORIE

tellUs har i mange år jobbet for å øke kvalitet på informasjon som destinasjonsselskapene legger inn i GM Destinator. Flere kvalitetsverktøy er utviklet, registrene oversatt til mange språk, og vi har snakket om kvalitet på informasjon på utallige kurs, seminarer og konferanser.

Det har imidlertid ikke vært tilstrekkelig, og vi har flere hypoteser på hvorfor det å tilby kvalitetsverktøy ikke påvirker kvaliteten i særlig grad.

For det første har ikke næringa vært enige om definisjonen på «god kvalitet» på informasjon, hva er godt nok på kort og lang sikt.

For det andre har mange destinasjonsselskaper noen utfordringer når det gjelder personell. Det er ofte høy «omløpshastighet» på ansatte i destinasjoner. De ansatte har veldig mange og ulike oppgaver og det medfører at det tar tid å bli god på alle områder. Kombinasjonen av disse to faktorene får følger for kvalitet på informasjon. Videre får vi stadig signaler om at det generelt blir satt av for lite tid i destinasjonene til å jobbe med informasjon og kvalitet. Dette er arbeid som krever mye kommunikasjon med medlemsbedrifter og som til tider er meget tidkrevende.

Kvalitet på informasjon er et ansvarsområde som til nå helt og holdent har blitt overlatt til de som registrerer og eier informasjonen (som regel destinasjonsselskaper). Kanalene som har mottatt informasjon har ikke hatt mulighet til verken å påvirke kvalitet, eller sette krav til kvalitet.

Kanskje tiden nå er inne for å balansere dette «maktforholdet» litt?

KONSEKVENSER SOM FØLGE AV LAV KVALITET PÅ INFORMASJON

Tellus og således fellesskapet har de siste årene mistet viktige distribusjonskanaler som følge av lav kvalitet på informasjon. Dette er et problem man må ta tak i og rette opp i mens man fortsatt har tid og anledning.

Det har de siste årene vært en endring i hvordan turisten innhenter informasjon. Tidligere «leverte turistkontoret ut informasjon». Nå «henter turisten informasjon selv», og den må finnes der han/hun forventer å finne den, og de aksepterer ikke hvilken som helst kvalitet.

Med bakgrunn i står vi i fare for at destinasjonene kan miste troverdigheten som «den beste informasjonsleverandøren til turisten». Der man tidligere har hatt et slags «monopol» på relevant og objektiv informasjon til turisten, seiler det nå opp konkurrenter. Sosiale medier som TripAdvisor, Wikipedia og andre kilder til brukergenerert innhold leverer mye og god turistinformasjon, levert av engasjerte og dedikerte «forfattere». Dette er vi nødt til å ta inn over os og sikre destinasjonenes posisjon ved å fortsette å levere den beste informasjonen en turist har behov for.

BAKGRUNN FOR ANALYSEN

NCE Tourism – Fjord Norway initierte høsten 2012 en arbeidsgruppe for å se på utfordringene rundt kvalitet på informasjon. Arbeidsgruppen består av representanter fra Fjord Norge regionen, Fjell Norge regionen, Visit Oslo, Visit Norway, NCE Tourism og tellUs IT AS.

Som utgangspunkt for første møtet til arbeidsgruppa ble det laget en relativt enkel database analyse. Database analysen ble gjort opp mot alle databaser i Norge, og opp mot kanalen www.visitnorway.com. Vi ønsket å få et «grovt» bilde på situasjonen totalt sett i Norge.

Det ble valgt noen få og enkle parameter for analysen:

- Produktnavn på norsk
- Produktnavn på engelsk
- Tekst (hovedbeskrivelse) på norsk
- Tekst (hovedbeskrivelse) på engelsk
- Minst ETT bilde på minimum 800px
- Kartkoordinater

Resultatet var som fryktet, kvaliteten er generelt lav når man bruker ovenstående, enkle parameter.

Dersom man hadde innført disse kravene på kanalen www.visitnorway.com, ville mer enn 50% av produktene forsvinne fra kanalen.

Kategori «Arrangement» var da utelatt fra analysen, ettersom det for denne kategorien er snakk om «ferskvarer» og man bør kanskje ikke ha like strenge krav til denne type data/produkter.

Med denne enklere database analysen som utgangspunkt, ønsket arbeidsgruppen å se nærmere på kvaliteten på informasjon hos kanalene som er representert i arbeidsgruppen. Vi ønsket også å måle flere parameter, for å få en best mulig oversikt over situasjonen i de ulike regionene/kanalene.

En utvidet analyse ble foretatt, med denne rapporten som resultat.

Basert på funnene i rapporten er målet å komme frem til hvilke parameter man skal velge for en fremtidig kvalitetskontroll for kanalen www.fjordnorway.com.

ANALYSEN OG PARAMETER

Databaseanalysen ble utført mot en rekke parameter. Selve analysen ligger som vedlegg til rapporten. Under følger en oversikt over de ulike parameterne, en beskrivelse av hva som faktisk ble målt, samt resultat pr parameter.

PRODUKTKATEGORI

Her har vi gjort en total opptelling av produkter på kanalen www.fjordnorway.com, antall produkter på kanalen pr hovedkategori, samt hvor mange produkter som har mer enn en subkategori.

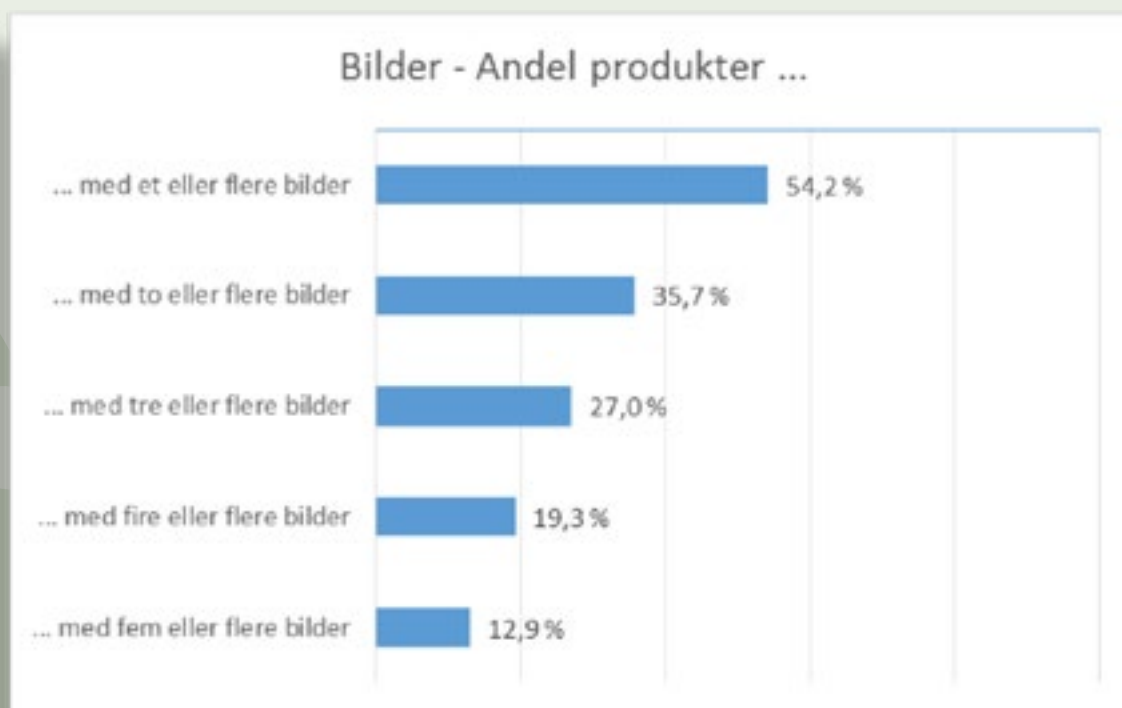
Det ligger i dag 4801 produkter totalt på kanalen. www.fjordnorway.com

Kategori	Antall	% vis andel med mer enn 1 subkategori
Overnatting	826	65 %
Servering	361	67 %
Forretninger-service	132	75 %
Aktiviteter	1462	77 %
Arrangement	1034	44 %
Attraksjoner	880	65 %
Transport	106	53 %

BILDER

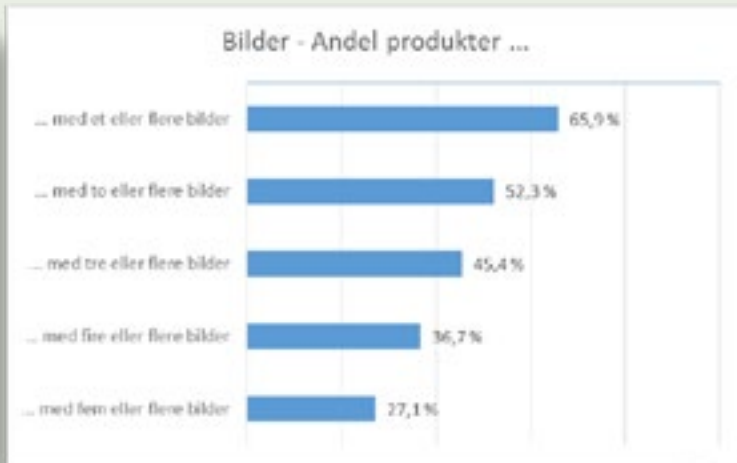
Her er akseptert minimumsstørrelse på bilder satt til 800px. Bilder som er mindre enn dette er ikke godkjent kvalitet. Vi har sjekket hvor mange produkter som har 1,2,3,4,5 eller fler bilder som tilfredsstillt kravet på 800px.

Generelt for alle kategorier og produkter på kanalen er for delingen som følger:



Fordelingen på de ulike kategorier følger i diagrammene under:

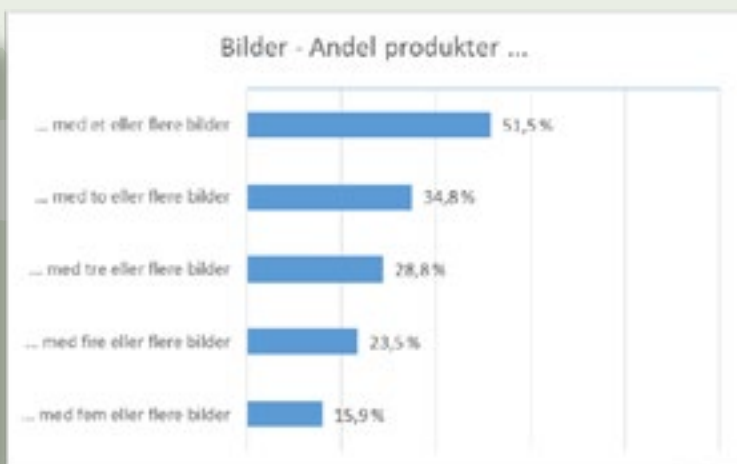
OVERNATNING:



SERVERING:



FORRETNING - SERVERING:



AKTIVITETER:



ATTRAKSJONER:



KONKLUSJON «BILDER»:

Det varierer fra kategori til kategori hvor flinke man er til å bruke bilder med god nok kvalitet. Men, gjennomsnittlig er det hele 45,8 % av produktene som ikke har ett eneste bilde av god nok kvalitet.

Den første utfordringen man bør ta tak i ser derfor ut til være å skaffe ETT bilde med kvalitet som tilfredsstillende kvalitetskravene.

Når det gjelder beste kategori på parameter «bilder» (Aktiviteter), mangler fortsatt 32 % bilde av god nok kvalitet.

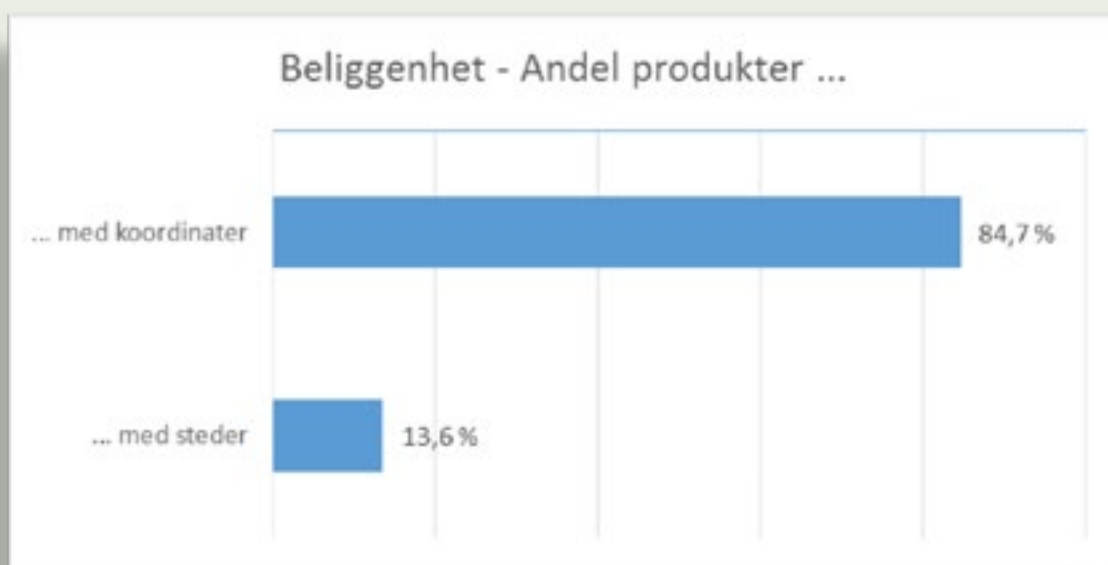
Selv dette tallet er alt for høyt!

I forhold til fremtidig validering synes vi at krav om ETT bilde minimum 800px bør innføres som valideringskrav i fase 1. I en senere fase bør man øke til f.eks 2 eller 3 bilder.

BELIGGENHET

Under «beliggenhet» har vi vurdert to parametere. Det ene er kart koordinater som er spesielt viktig i forhold til mobile applikasjoner og «vis i nærheten søk». Det andre er om produkter ligger inne med informasjon fra feltet «Steder» i GM Destinator.

Resultatene av måling på «beliggenhet» varierer veldig lite fra kategori til kategori, og totalen her er bra. Det er bare ca. 15 % av alle produkter som mangler kartkoordinater. Resultatet for bruk av «steder» har motsatt resultat, under 15 % av alle produkter har informasjon registrert i bolken «steder».



KONKLUSJON «BELIGGENHET»:

Man bør være rimelig fornøyd med at 85 % av alle produkter på kanalen er kart koordinert. Man bør likevel tilstrebe at 100 % av produktene er merket med kart koordinater, uavhengig av kategori. Kart koordinater er like viktig for alle produkter, uansett hvilken kategori de faller innenfor.

Når det gjelder «steder» er vi ikke overrasket over det lave antallet med informasjon i denne bolken. Muligheten for å legge inn informasjon i dette feltet ble lansert for kun ett år siden, og denne typen registre tar tid for destinasjonene å bygge opp.

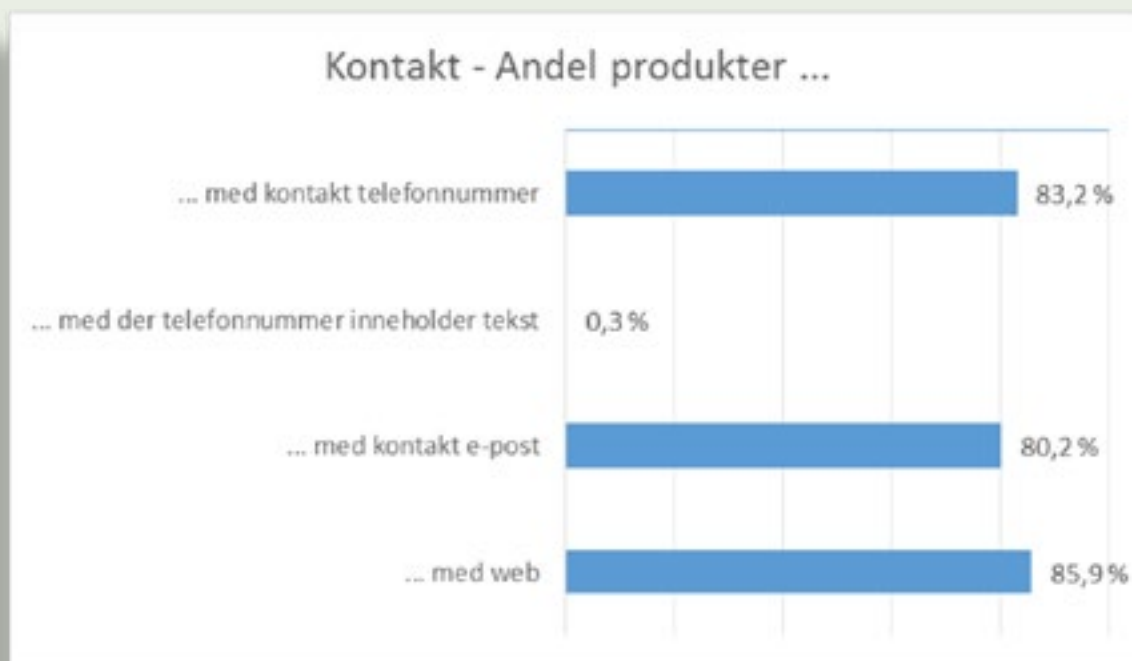
I forhold til fremtidig validering synes vi at kartkoordinater bør være valideringskrav i fase 1. «Steder» som valideringskrav er derimot såpass mangelfullt at det eventuelt bør vurderes i en senere fase.

KONTAKTINFORMASJON

Her har vi målt hvor mange produkter som er registrert med telefonnummer, epostadresse, webadresse. I tillegg har vi sjekket hvor mange produkter som har telefonnummer som inneholder tekst i tillegg til eller i stedet for selve telefonnummeret. Tekst i telefon nummer bolken gir feilmeldinger i en rekke kanaler.

Tekst i telefonnummer er så å si et ikke-eksisterende problem på kanalen www.fjellnorway.com. Gjelder kun for 14 produkter totalt, hvilket tilsvarer 0,003 %.

Det er et høyt antall produkter som har kontaktinformasjon, og tallet er høyt for alle 3 typer; telefon nummer, epost og webadresse. Som for beliggenhet, er det også for kontaktinfo kun små variasjoner i forhold til kategorier.



KONKLUSJON «KONTAKTINFORMASJON»:

Gjennomsnittlig har over 80 % av alle produkter, uansett kategori, kontakt info av alle slag. Dette er et bra tall, men man bør tilstrebe 100 % også på denne bolken. Kontaktinfo dekker et essensielt informasjonsbehov, og dette bør man være gode på.

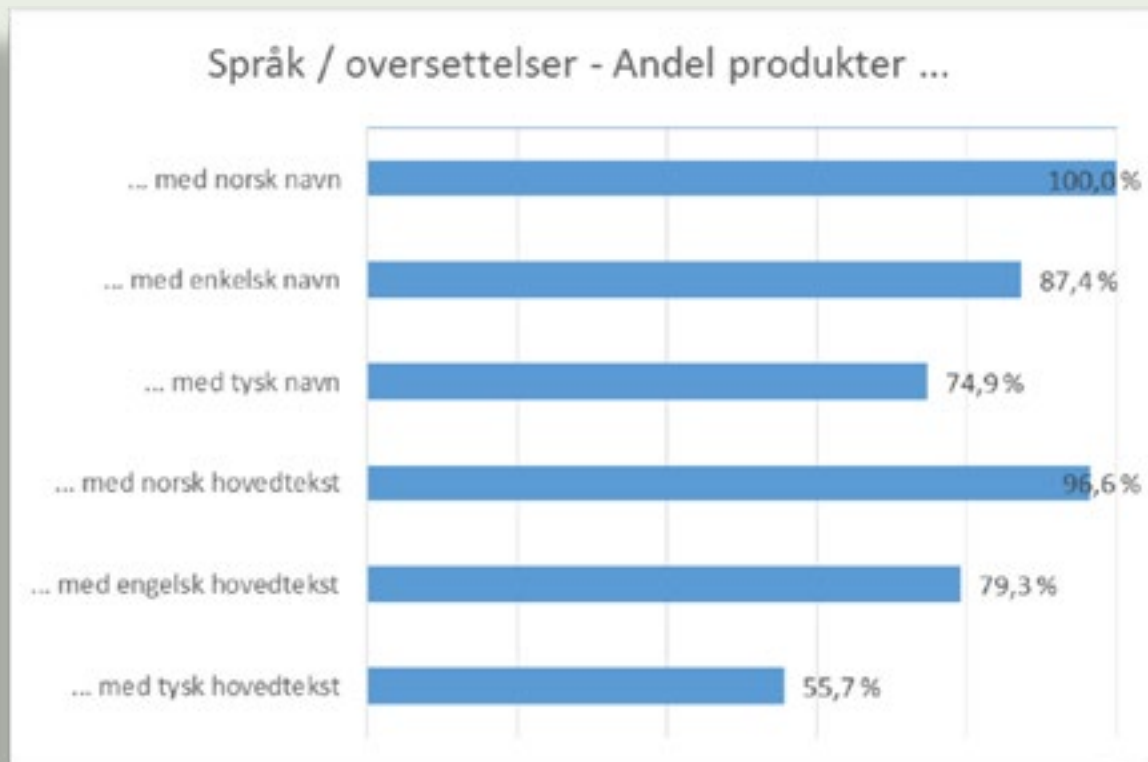
I forhold til fremtidig validering synes vi at kontaktinfo, alle typer, bør være valideringskrav i fase 1.

SPRÅK

Under denne bolken har vi sjekket hvor stor andel av produktene som ligger registrert med produktnavnet oversatt til engelsk og tysk, samt hvor mange produkter som er registrert med tekst (hovedbeskrivelse) på norsk, engelsk og tysk.

Her har 100 % av alle produkter norsk tittel, 87 % engelsk tittel og 75 % tysk tittel.

Når det gjelder tekst har 96,6 % av produktene norsk tekst, 79,3 % har engelsk tekst og 55,7 % tysk tekst.



KONKLUSJON «SPRÅK»:

Engelsk og norsk er veldig bra representert jevnt over, tysk språk er litt tynnere.

Analysen viser at det i grove trekk er kategori «Arrangement» som trekker ned snittet her, både for «tittel» og «tekst».

Det er ikke veldig stor variasjon blant de andre kategoriene.

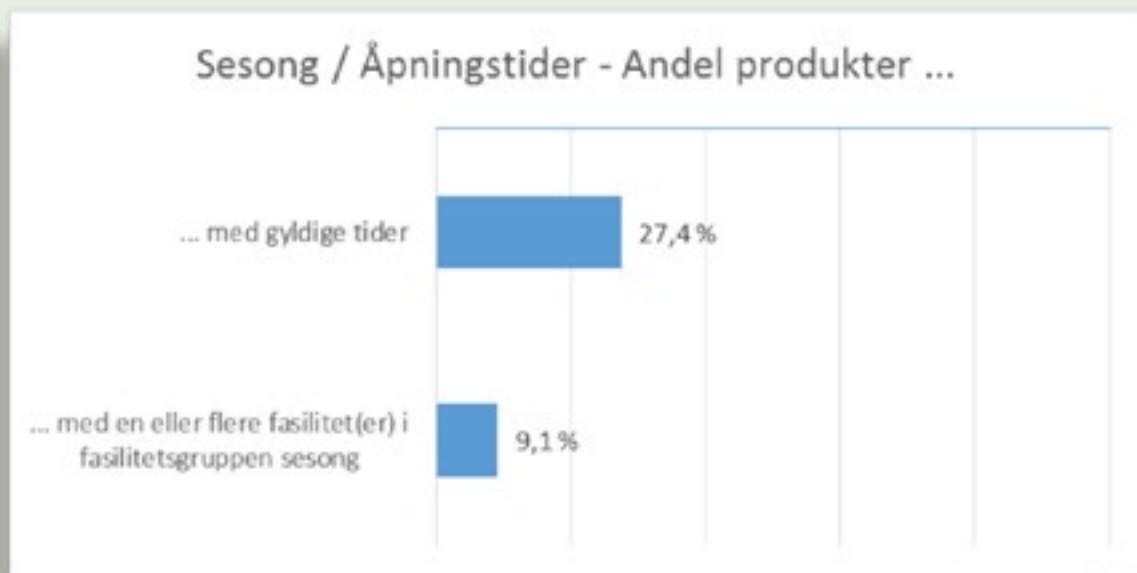
Derfor vil vi foreslå at engelsk + norsk tittel og tekst blir valideringskrav i fase 1, mens tysk kommer i fase 2. Videre tenker jeg at krav om engelsk og tysk bør ekskluderes fra kategori «arrangement» ettersom «arrangement» er ferskvare, og man ikke bør ha like strenge krav til denne typen produkter.

SESONG OG ÅPNINGSTIDER

Her har vi sjekket hvor mange produkter som ligger registrert med gyldige åpningstider (gyldig tid = dato/klokkeslett frem i tid). I tillegg har vi sjekket hvor hyppig fasilitetene under fasilitetsgruppen «sesong» blir brukt.

Her er tallene svært lave. Gjennomsnittlig har 27,4 % av alle produkter registrert en gyldig åpningstid, mens kun 9 % er registrert med fasilitet under gruppen «sesong».

Her er det åpenbart at kategori «Arrangement» drar snittet opp, ettersom tid er helt avgjørende for å kunne besøke et arrangement. Dersom vi ekskluderer kategori «arrangement» er det kun 8 % av alle produkter som har gyldig åpningstid registrert.



KONKLUSJON «SESONG/ÅPNINGSTIDER»:

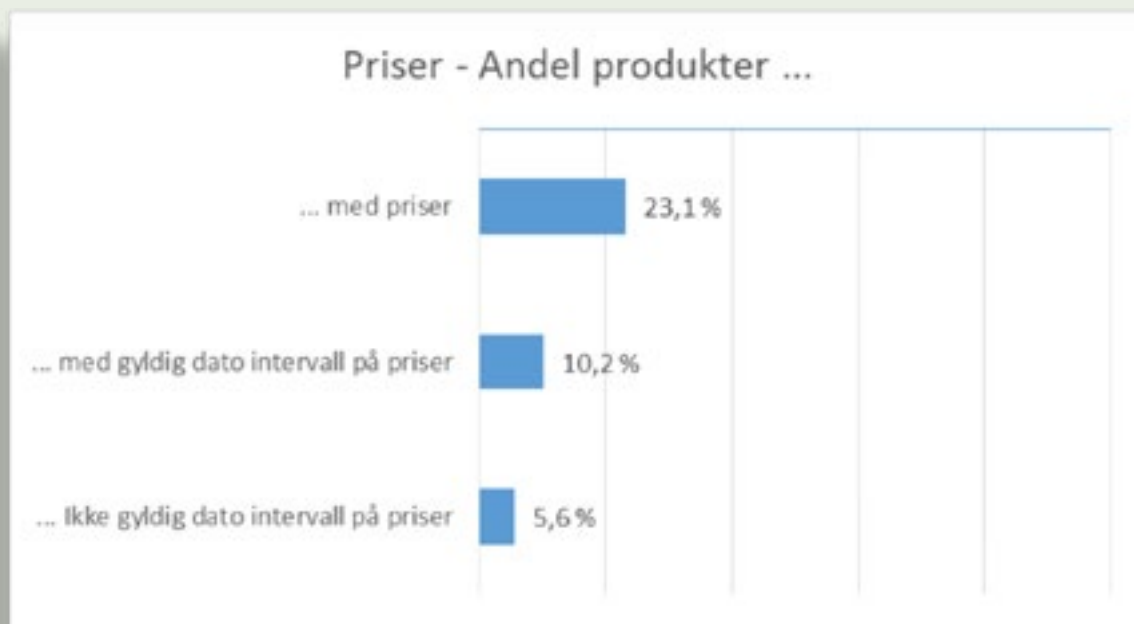
Eftersom tallene her er svært lave vil jeg ikke anbefale å bruke «tid» eller «sesong» som valideringskrav. Konsekvensen ville vært at destinasjonene ville få u hensiktsmessig mye jobb med å oppdatere produkter. Validering på «tid» kan eventuelt komme i en senere fase.

Alternativt kan man sette «tid» som valideringskrav kun under kategori «arrangement», ettersom et arrangement ikke gir noen mening på web uten tid og sted.

PRISER

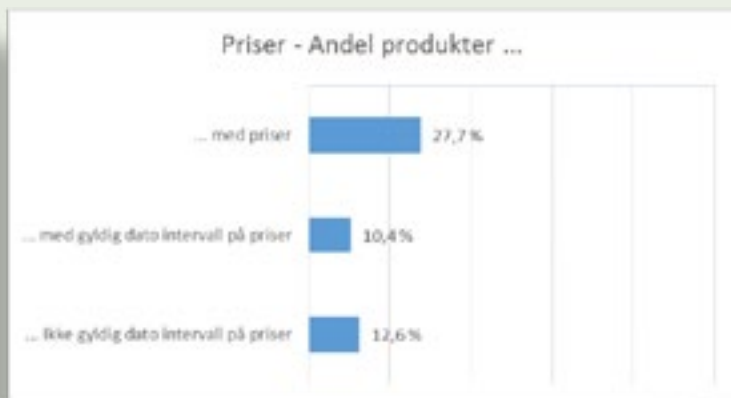
På denne parameteren har vi sjekket totalt antall produkter registrert med «pris». Vi har dessuten sjekket hvor mange produkter registrert med pris som i tillegg har gyldig datointervall på prisen (gyldig datointervall = dato frem i tid). Tilsvarende er gjort i forhold til produkter registrert med pris og ugyldig datointervall.

Her er andelen produkter med denne typen info veldig lav, og det varierer mye pr kategori. For noen kategorier er pris helt meningsløs informasjon, som for eksempel kategoriene «Forretninger-Service», «Servering» m.fl. Disse kategoriene trekker i stor grad snittet ned.



Priser - fordelt på kategori:

OVERNATTING:



SERVERING:



FORRETNINGER - SERVICE



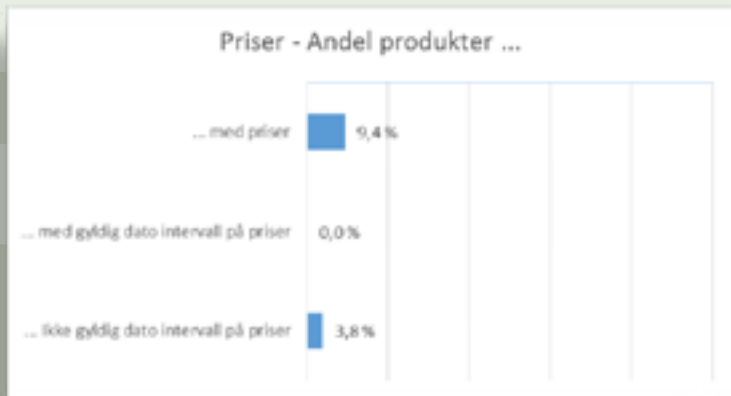
AKTIVITETER:



ATTRAKSJONER:



TRANSPORT



KONKLUSJON «PRISER»:

Det er veldig varierende om «priser» registreres i det hele tatt, totalt gjennomsnitt er lavt og på enkelte kategorier er «priser» meningsløs informasjon.

Når det gjelder overnatting -> hotell vil valideringskrav på pris være svært tidkrevende for destinasjonene ettersom hoteller i stadig større grad har flytende priser. Man vil i beste fall da ha mulighet til å legge inn «rack rate» som ofte vil være misvisende informasjon i forhold til den aktuelle prisen.

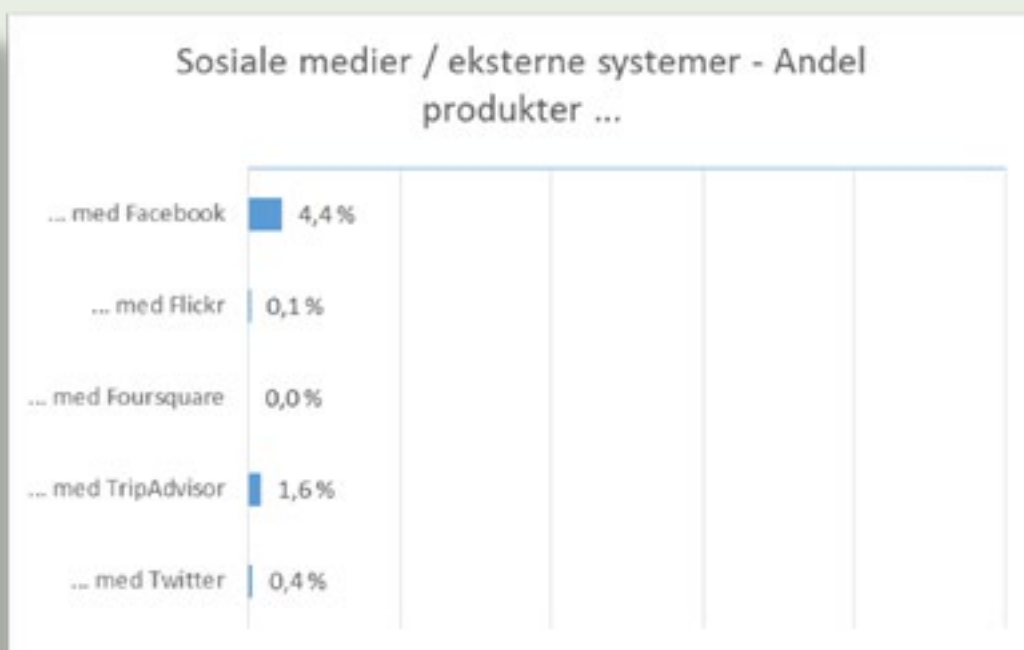
Dersom man skal innføre pris som valideringskrav bør dette vurderes nøye av kanaleier, både i forhold til hva man faktisk ønsker å oppnå, hvor mye jobb det er for de som registrerer, hvor relevant pris er for de ulike kategoriene, og ikke minst hvor enkelt eller vanskelig det er å få tak oppdatert informasjon på pris.

For kanalvalidering fase 1 vil jeg fraråde validering på pris.

SOSIALE MEDIER / EKSTERNE SYSTEMER

Her har vi sjekket hvor mange produkter som er koblet mot en eller flere sosiale medier. I tillegg har vi sjekket hvor mange produkter som er koblet til følgende sosiale medier: Facebook, Flickr, Foursquare, TripAdvisor, Twitter. Også på parameter «Sosiale medier / eksterne systemet» det det lav score.

Dette var ikke overraskende, ettersom denne bolken kun har vært i bruk i litt over ett år. Variasjon mellom kategorier er liten, men generelt sett er Facebook den koblingen flest benytter seg av.



KONKLUSJON «SOSIALE MEDIER / EKSTERNE SYSTEMER»:

Etttersom svært få bruker bolken «Eksterne systemer» er ikke dette noe man bør basere en validering på. Det vil få for store konsekvenser for destinasjonene, i form av antall produkter som må oppgraderes.

I de neste fasene av validering kan man vurdere «Trip Advisor» som valideringskrav for kategori «overnatting». Dette fordi Visit Norway etter hvert skal implementere Trip Advisor evalueringer på sin web, og dette vil være en pådriver for destinasjonene generelt å legge til denne typen informasjon.

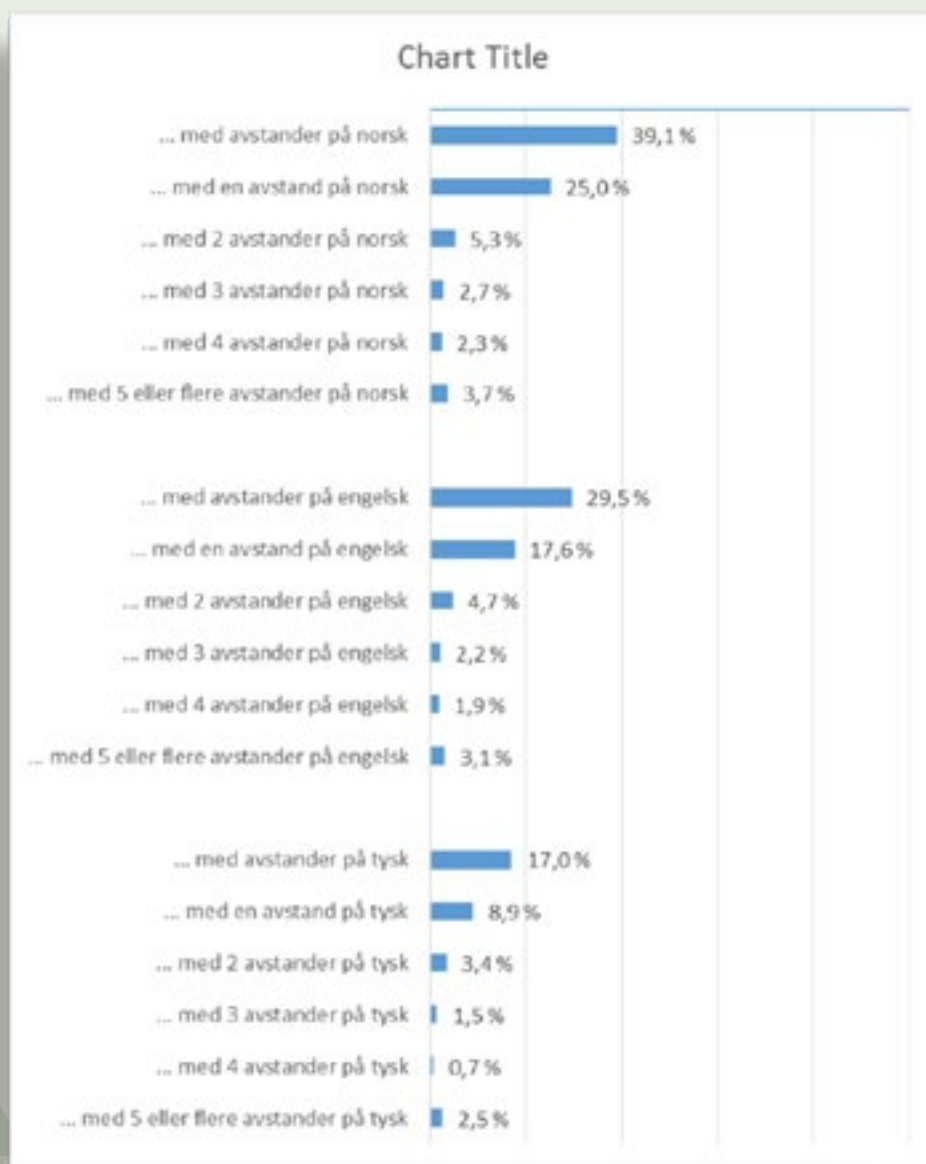
AVSTANDER

Bolken avstander er i GM Destinator språkstyrt.

Vi har derfor valgt å vise hvor mange produkter som viser hvor mange avstander pr språk; norsk, engelsk og tysk.

Det er stor variasjon i bruken av «avstander», både i forhold til kategori og språk. Variasjonene er såpass store at det er vanskelig å gi noe generelt bilde.

Gjennomsnittet er likevel lavt for alle kategorier og språk.



KONKLUSJON «AVSTANDER»:

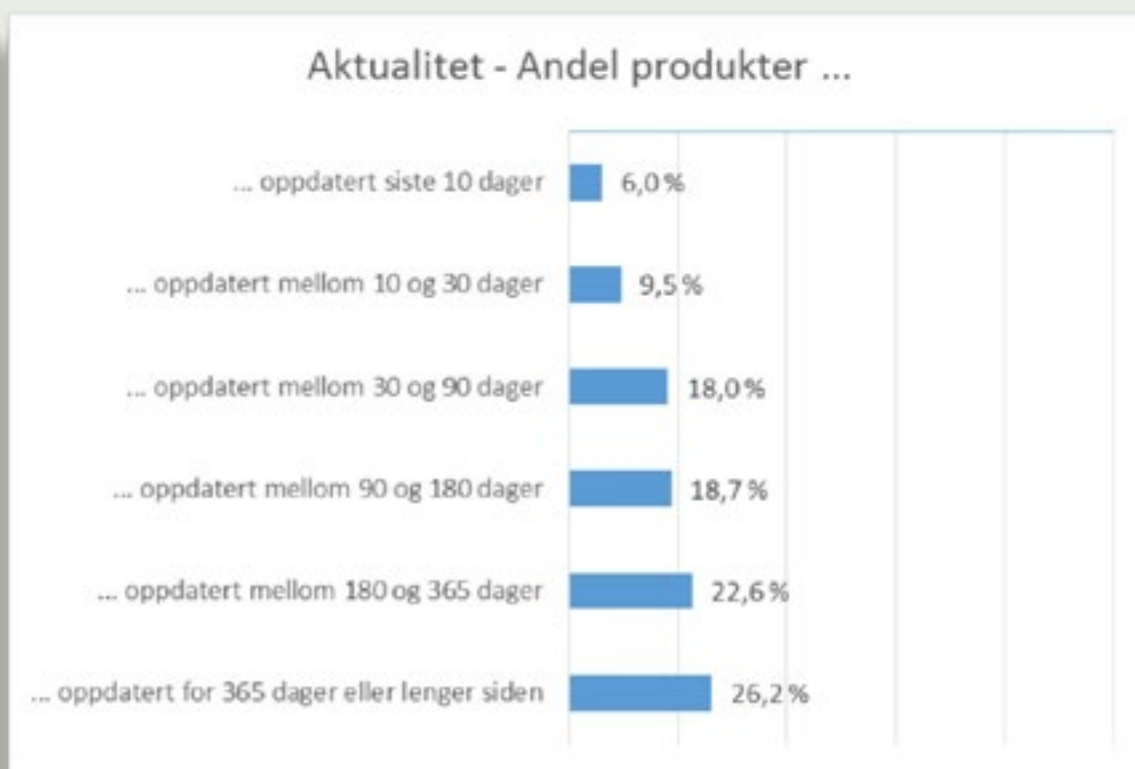
Eftersom bruk av feltet er veldig varierende, gjennomsnittet både for kategori og språk er lavt og nytteverdien av informasjonen diskutabel, anbefaler vi ikke å bruke «avstander» som valideringskrav i første fase.

AKTUALITET

Kvalitet handler også om at produkter er «up to date». Vi har derfor målt hvor mange produkter på kanalen www.fjordnorway.com som er oppdatert siste 10, 30, 90, 180 og 365 dager. I tillegg sjekket vi hvor mange produkter som siste ble oppdatert for MER enn 365 dager siden.

Det er en viktig parameter, ettersom kvalitet på informasjon henger tett sammen med om informasjonen er «up to date» eller ikke.

Totalt sett er ca 75 % av produktene oppdatert i løpet av siste 12 måneder.



KONKLUSJON «AKTUALITET»:

Dersom man ønsker å bruke «aktualitet» som valideringskrav, bør man i fase 1 kun kreve at produktene er oppdatert i løpet av de siste 365 dager.

Dersom man bruker kortere intervall, vil det på kort sikt medføre mye merarbeid for destinasjonene.

I fase 2 av valideringen kan man stramme inn på det som har med aktualitet å gjøre, samt tilpasse dette i forhold til de ulike kategoriene. Ulike kategorier krever ulike intervaller for oppdatering.

KONKLUSJONER - VEIEN VIDERE

Under hvert analysepunkt har jeg vurdert hva som etter min mening er akseptable valideringskrav i fase 1 av kanalvalidering for www.fjordnorway.com.

Hva som er «akseptable valideringskrav» er vurdert ut fra hvor hyppig et felt er brukt, hvor mye tid destinasjonene måtte påregne for å oppgradere informasjon i forhold til de ulike elementene, samt hvor nyttig hvert felt er for sluttbruker.

Mine anbefalinger er at man i fase 1 vurderer følgende valideringskrav:

- Norsk tittel
- Engelsk tittel (med unntak av kategori «Arrangement»)
- Norsk tekst
- Engelsk tekst (med unntak av kategori «Arrangement»)
- Kartkoordinater
- ETT bilde minimum 800 px
- Kontaktinformasjon
 - Telefon
 - Epost
 - Webadresse
- Eventuelt kan aktualitet legges til som krav, men da oppdatering de siste 365 dager.

Selv om jeg har kommet med noen anbefalinger og synspunkter, er det til syvende og sist kanaleier som må ta den endelige vurderingen om hvilke valideringskrav som bør velges.

Man bør imidlertid ikke innføre for mange krav i første fase, ettersom hvert krav vil medføre registrerings- eller oppdateringsjobb for destinasjonene. Det er sannsynligvis bedre å innføre en begrenset mengde krav i første fase, og heller kjøre fase to innen rimelig tid.

Når ønskede krav er innført på kanalen, vil kvaliteten automatisk forbedres i forhold til de krav som er satt.

Neste fase vil være å hente ut ny database analyse for så å vurdere hvilke krav man eventuelt skal legge på kanalen i fase 2. Her bør man også ta hensyn til markedsplaner. Hvilke markeder man ønsker å posisjonere seg i vil påvirke hvilken informasjon som bør legges til, spesielt med tanke på språk.

TOTALT

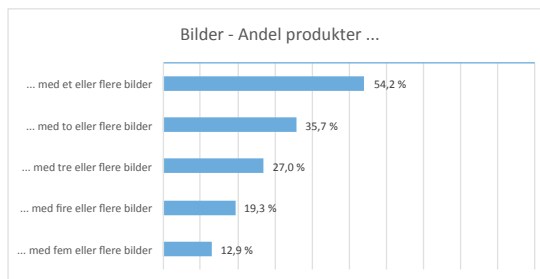
Generelt

Kategori
Antall produkter totalt

Overnatting, Servering, Forretnings-Service, Aktiviteter, Arrangement, Attraksjoner, Transport
4 801

Bilder

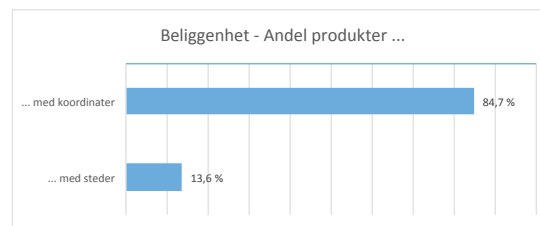
... med et eller flere bilder	2 600	54,2 %
... med to eller flere bilder	1 715	35,7 %
... med tre eller flere bilder	1 294	27,0 %
... med fire eller flere bilder	925	19,3 %
... med fem eller flere bilder	621	12,9 %



Vurdering

Beliggenhet

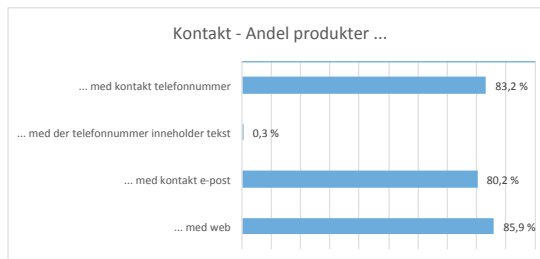
... med koordinater	4 066	84,7 %
... med steder	652	13,6 %



Vurdering

Kontakt

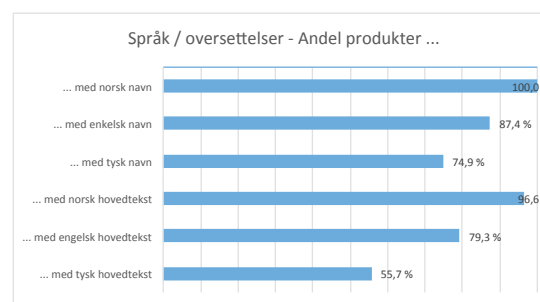
... med kontakt telefonnummer	3 995	83,2 %
... med der telefonnummer inneholder tekst	14	0,3 %
... med kontakt e-post	3 852	80,2 %
... med web	4 122	85,9 %



Vurdering

Språk / oversettelser

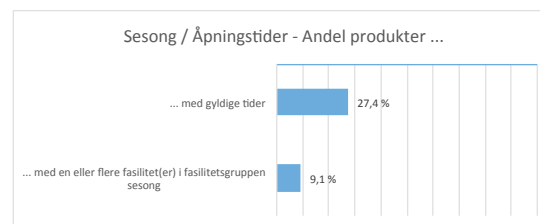
... med norsk navn	4 801	100,0 %
... med engelsk navn	4 196	87,4 %
... med tysk navn	3 594	74,9 %
... med norsk hovedtekst	4 636	96,6 %
... med engelsk hovedtekst	3 807	79,3 %
... med tysk hovedtekst	2 674	55,7 %



Vurdering

Sesong / Åpningstider

... med gyldige tider	1 317	27,4 %
... med en eller flere fasilitet(er) i fasilitetsgruppen sesong	437	9,1 %



Vurdering

TOTALT

Generelt

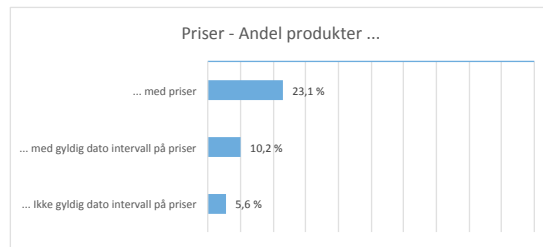
Kategori
Antall produkter totalt

Overnatting, Servering, Forretnings-Service, Aktiviteter, Arrangement, Attraksjoner, Transport
4 801

Priser

... med priser	1 110	23,1 %
... med gyldig dato intervall på priser	490	10,2 %
... Ikke gyldig dato intervall på priser	269	5,6 %

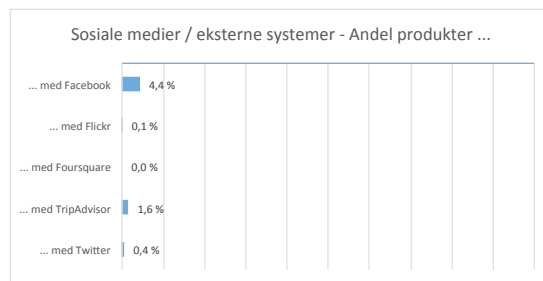
Vurdering



Sosiale medier / eksterne systemer

... med Facebook	209	4,4 %
... med Flickr	3	0,1 %
... med Foursquare	-	0,0 %
... med TripAdvisor	77	1,6 %
... med Twitter	21	0,4 %

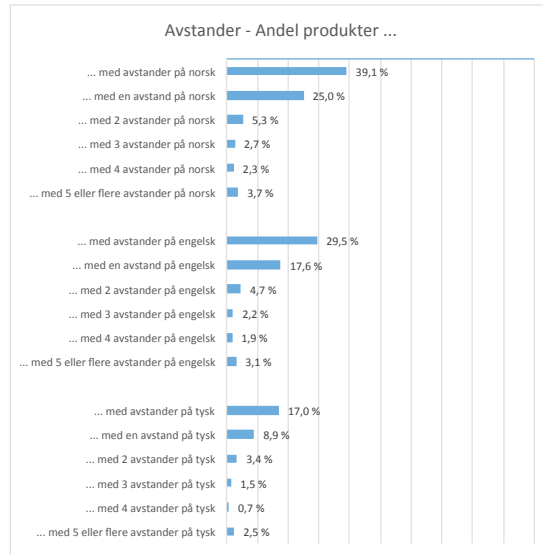
Vurdering



Avstander

... med avstander på norsk	1 875	39,1 %
... med en avstand på norsk	1 202	25,0 %
... med 2 avstander på norsk	253	5,3 %
... med 3 avstander på norsk	131	2,7 %
... med 4 avstander på norsk	112	2,3 %
... med 5 eller flere avstander på norsk	177	3,7 %
... med avstander på engelsk	1 415	29,5 %
... med en avstand på engelsk	846	17,6 %
... med 2 avstander på engelsk	226	4,7 %
... med 3 avstander på engelsk	105	2,2 %
... med 4 avstander på engelsk	90	1,9 %
... med 5 eller flere avstander på engelsk	148	3,1 %
... med avstander på tysk	817	17,0 %
... med en avstand på tysk	428	8,9 %
... med 2 avstander på tysk	163	3,4 %
... med 3 avstander på tysk	72	1,5 %
... med 4 avstander på tysk	34	0,7 %
... med 5 eller flere avstander på tysk	120	2,5 %

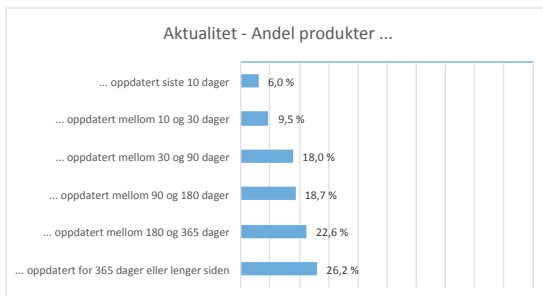
Vurdering



Aktualitet

... oppdatert siste 10 dager	288	6,0 %
... oppdatert mellom 10 og 30 dager	456	9,5 %
... oppdatert mellom 30 og 90 dager	864	18,0 %
... oppdatert mellom 90 og 180 dager	899	18,7 %
... oppdatert mellom 180 og 365 dager	1 085	22,6 %
... oppdatert for 365 dager eller lenger siden	1 258	26,2 %

Vurdering



OVERNATTING

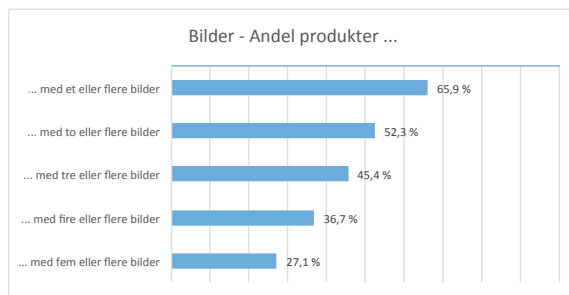
Generelt

Kategori	Overnatting
Antall produkter totalt	826

Bilder

... med et eller flere bilder	544	65,9 %
... med to eller flere bilder	432	52,3 %
... med tre eller flere bilder	375	45,4 %
... med fire eller flere bilder	303	36,7 %
... med fem eller flere bilder	224	27,1 %

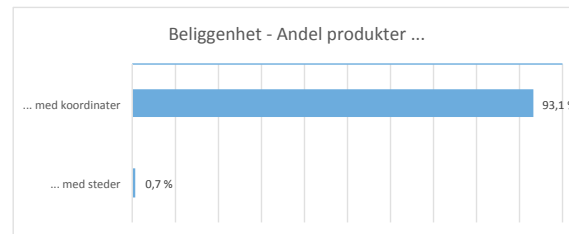
Vurdering



Beliggenhet

... med koordinater	769	93,1 %
... med steder	6	0,7 %

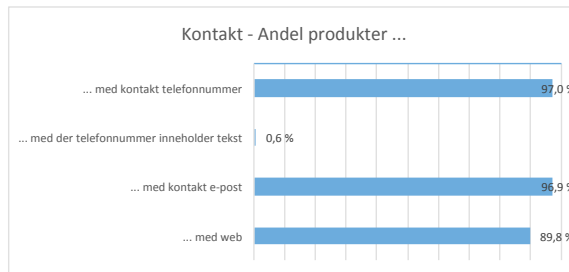
Vurdering



Kontakt

... med kontakt telefonnummer	801	97,0 %
... med der telefonnummer inneholder tekst	5	0,6 %
... med kontakt e-post	800	96,9 %
... med web	742	89,8 %

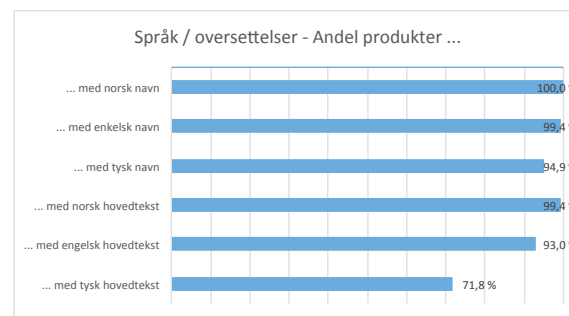
Vurdering



Språk / oversettelser

... med norsk navn	826	100,0 %
... med engelsk navn	821	99,4 %
... med tysk navn	784	94,9 %
... med norsk hovedtekst	821	99,4 %
... med engelsk hovedtekst	768	93,0 %
... med tysk hovedtekst	593	71,8 %

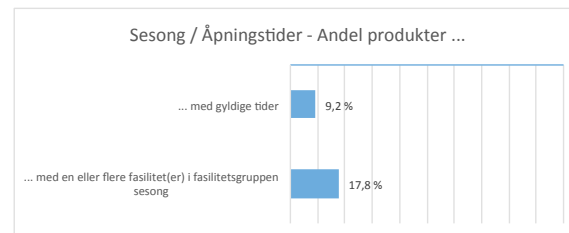
Vurdering



Sesong / Åpningstider

... med gyldige tider	76	9,2 %
... med en eller flere fasilitet(er) i fasilitetsgruppen sesong	147	17,8 %

Vurdering



OVERNATTING

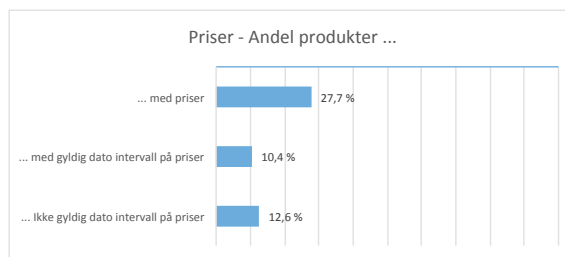
Generelt

Kategori	Overnatting
Antall produkter totalt	826

Priser

... med priser	229	27,7 %
... med gyldig dato intervall på priser	86	10,4 %
... ikke gyldig dato intervall på priser	104	12,6 %

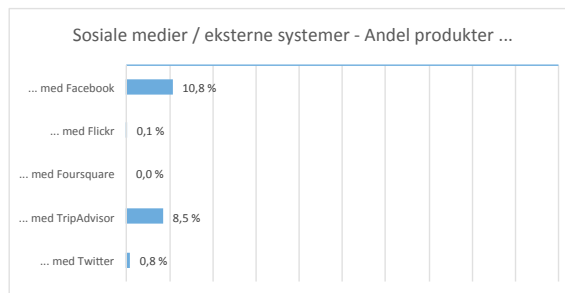
Vurdering



Sosiale medier / eksterne systemer

... med Facebook	89	10,8 %
... med Flickr	1	0,1 %
... med Foursquare	-	0,0 %
... med TripAdvisor	70	8,5 %
... med Twitter	7	0,8 %

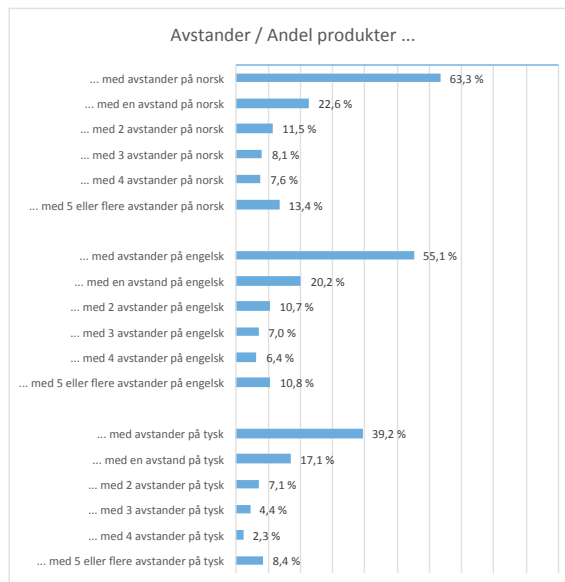
Vurdering



Avstander

... med avstander på norsk	523	63,3 %
... med en avstand på norsk	187	22,6 %
... med 2 avstander på norsk	95	11,5 %
... med 3 avstander på norsk	67	8,1 %
... med 4 avstander på norsk	63	7,6 %
... med 5 eller flere avstander på norsk	111	13,4 %
... med avstander på engelsk	455	55,1 %
... med en avstand på engelsk	167	20,2 %
... med 2 avstander på engelsk	88	10,7 %
... med 3 avstander på engelsk	58	7,0 %
... med 4 avstander på engelsk	53	6,4 %
... med 5 eller flere avstander på engelsk	89	10,8 %
... med avstander på tysk	324	39,2 %
... med en avstand på tysk	141	17,1 %
... med 2 avstander på tysk	59	7,1 %
... med 3 avstander på tysk	36	4,4 %
... med 4 avstander på tysk	19	2,3 %
... med 5 eller flere avstander på tysk	69	8,4 %

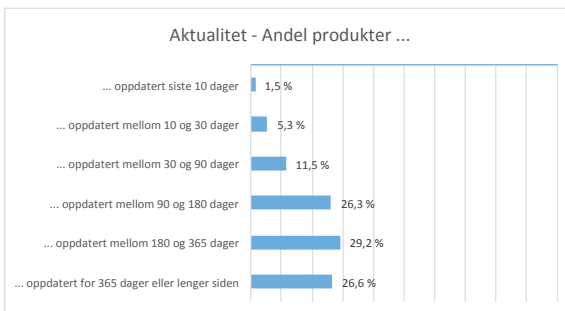
Vurdering



Aktualitet

... oppdatert siste 10 dager	12	1,5 %
... oppdatert mellom 10 og 30 dager	44	5,3 %
... oppdatert mellom 30 og 90 dager	95	11,5 %
... oppdatert mellom 90 og 180 dager	217	26,3 %
... oppdatert mellom 180 og 365 dager	241	29,2 %
... oppdatert for 365 dager eller lenger siden	220	26,6 %

Vurdering



SERVERING

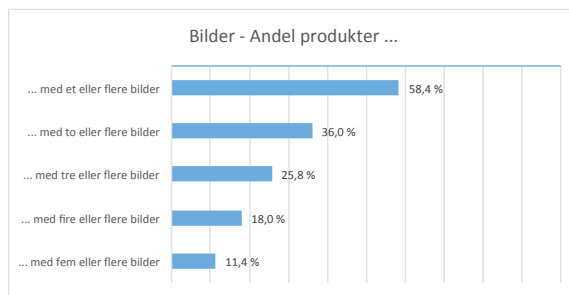
Generelt

Kategori		Servering	
Antall produkter totalt		361	

Bilder

... med et eller flere bilder	211	58,4 %
... med to eller flere bilder	130	36,0 %
... med tre eller flere bilder	93	25,8 %
... med fire eller flere bilder	65	18,0 %
... med fem eller flere bilder	41	11,4 %

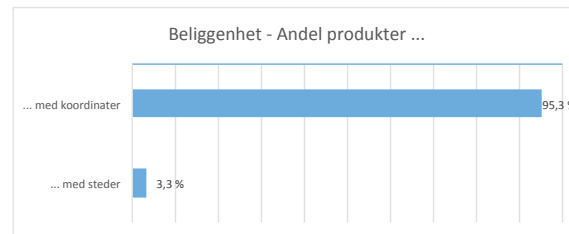
Vurdering



Beliggenhet

... med koordinater	344	95,3 %
... med steder	12	3,3 %

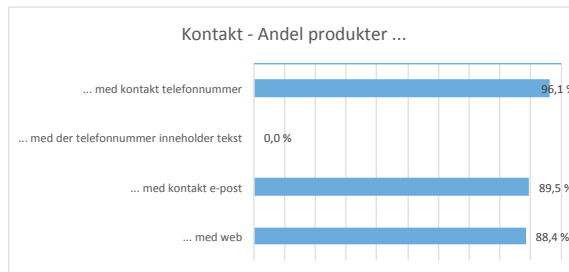
Vurdering



Kontakt

... med kontakt telefonnummer	347	96,1 %
... med der telefonnummer inneholder tekst	-	0,0 %
... med kontakt e-post	323	89,5 %
... med web	319	88,4 %

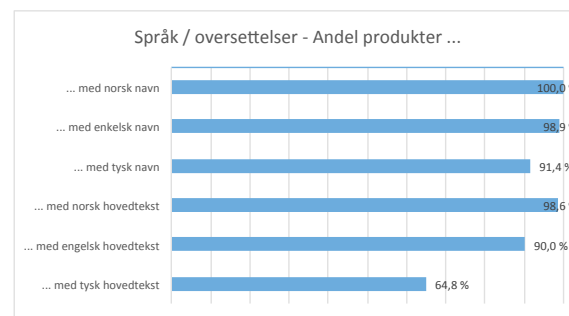
Vurdering



Språk / oversettelser

... med norsk navn	361	100,0 %
... med engelsk navn	357	98,9 %
... med tysk navn	330	91,4 %
... med norsk hovedtekst	356	98,6 %
... med engelsk hovedtekst	325	90,0 %
... med tysk hovedtekst	234	64,8 %

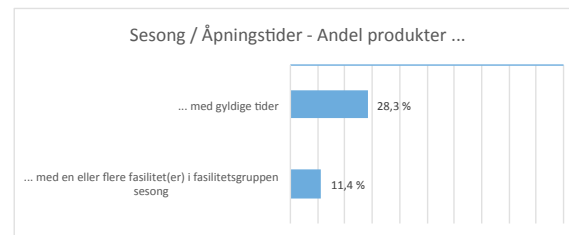
Vurdering



Sesong / Åpningstider

... med gyldige tider	102	28,3 %
... med en eller flere fasilitet(er) i fasilitetsgruppen sesong	41	11,4 %

Vurdering



SERVERING

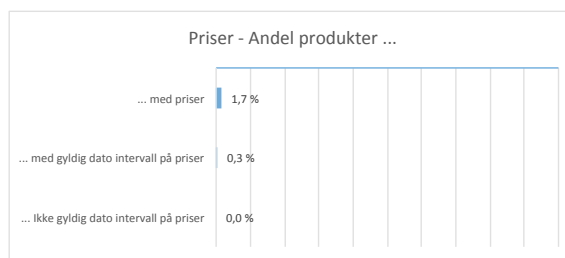
Generelt

Kategori	Servering
Antall produkter totalt	361

Priser

... med priser	6	1,7 %
... med gyldig dato intervall på priser	1	0,3 %
... ikke gyldig dato intervall på priser	-	0,0 %

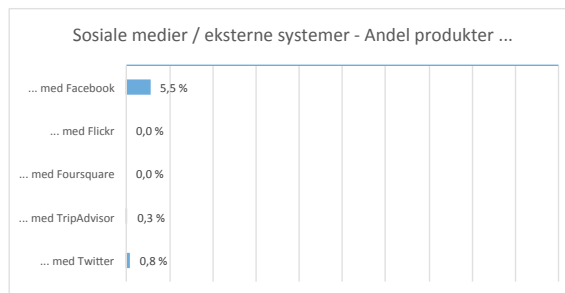
Vurdering



Sosiale medier / eksterne systemer

... med Facebook	20	5,5 %
... med Flickr	-	0,0 %
... med Foursquare	-	0,0 %
... med TripAdvisor	1	0,3 %
... med Twitter	3	0,8 %

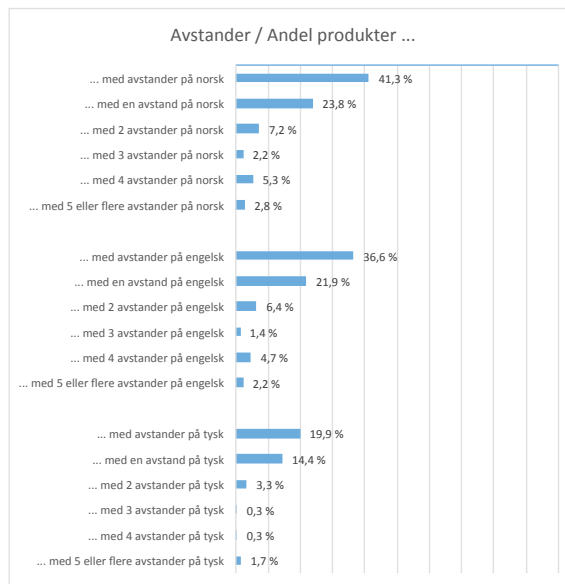
Vurdering



Avstander

... med avstander på norsk	149	41,3 %
... med en avstand på norsk	86	23,8 %
... med 2 avstander på norsk	26	7,2 %
... med 3 avstander på norsk	8	2,2 %
... med 4 avstander på norsk	19	5,3 %
... med 5 eller flere avstander på norsk	10	2,8 %
... med avstander på engelsk	132	36,6 %
... med en avstand på engelsk	79	21,9 %
... med 2 avstander på engelsk	23	6,4 %
... med 3 avstander på engelsk	5	1,4 %
... med 4 avstander på engelsk	17	4,7 %
... med 5 eller flere avstander på engelsk	8	2,2 %
... med avstander på tysk	72	19,9 %
... med en avstand på tysk	52	14,4 %
... med 2 avstander på tysk	12	3,3 %
... med 3 avstander på tysk	1	0,3 %
... med 4 avstander på tysk	1	0,3 %
... med 5 eller flere avstander på tysk	6	1,7 %

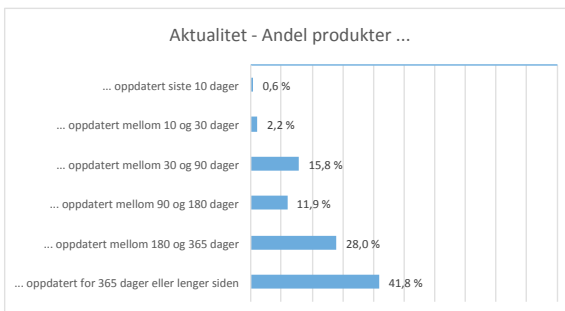
Vurdering



Aktualitet

... oppdatert siste 10 dager	2	0,6 %
... oppdatert mellom 10 og 30 dager	8	2,2 %
... oppdatert mellom 30 og 90 dager	57	15,8 %
... oppdatert mellom 90 og 180 dager	43	11,9 %
... oppdatert mellom 180 og 365 dager	101	28,0 %
... oppdatert for 365 dager eller lenger siden	151	41,8 %

Vurdering



FORRETNINGER – SERVICE

Generelt

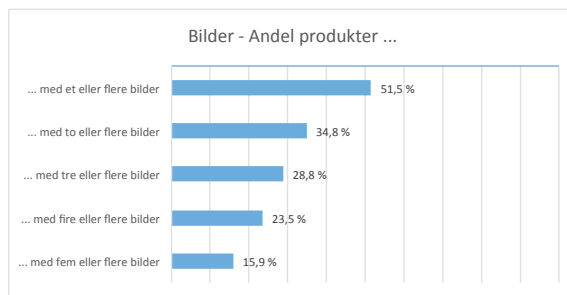
Kategori
Antall produkter totalt

Forretninger-Service
132

Bilder

... med et eller flere bilder	68	51,5 %
... med to eller flere bilder	46	34,8 %
... med tre eller flere bilder	38	28,8 %
... med fire eller flere bilder	31	23,5 %
... med fem eller flere bilder	21	15,9 %

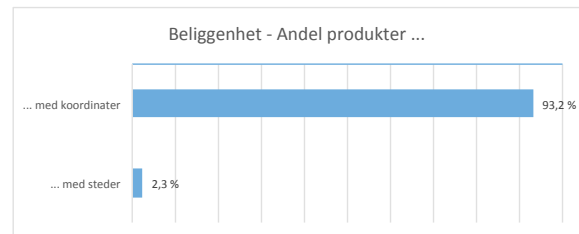
Vurdering



Beliggenhet

... med koordinater	123	93,2 %
... med steder	3	2,3 %

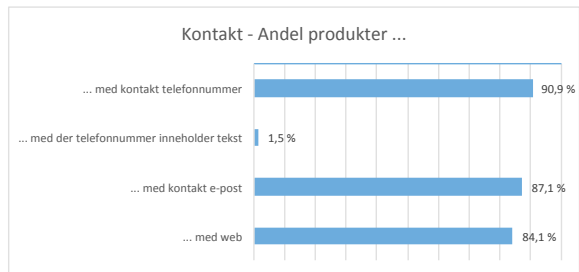
Vurdering



Kontakt

... med kontakt telefonnummer	120	90,9 %
... med der telefonnummer inneholder tekst	2	1,5 %
... med kontakt e-post	115	87,1 %
... med web	111	84,1 %

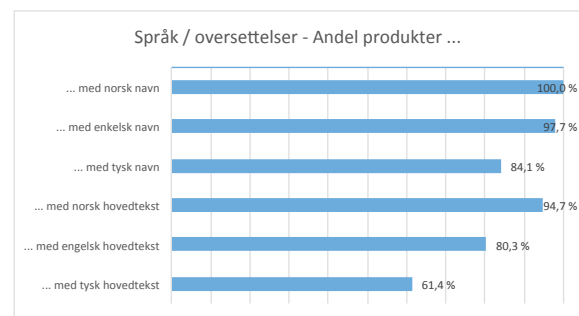
Vurdering



Språk / oversettelser

... med norsk navn	132	100,0 %
... med engelsk navn	129	97,7 %
... med tysk navn	111	84,1 %
... med norsk hovedtekst	125	94,7 %
... med engelsk hovedtekst	106	80,3 %
... med tysk hovedtekst	81	61,4 %

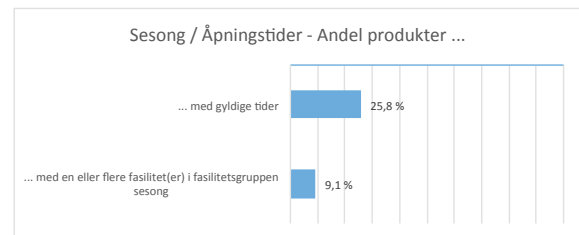
Vurdering



Sesong / Åpningstider

... med gyldige tider	34	25,8 %
... med en eller flere fasilitet(er) i fasilitetsgruppen sesong	12	9,1 %

Vurdering



FORRETNINGER – SERVICE

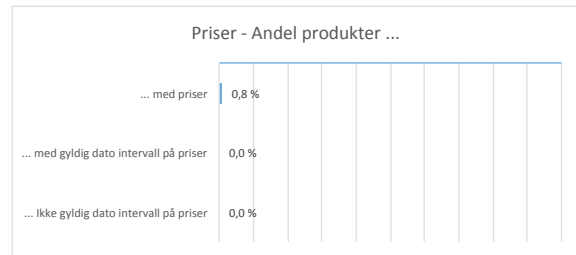
Generelt

Kategori	Forretninger-Service	
Antall produkter totalt	132	

Priser

... med priser	1	0,8 %
... med gyldig dato intervall på priser	-	0,0 %
... Ikke gyldig dato intervall på priser	-	0,0 %

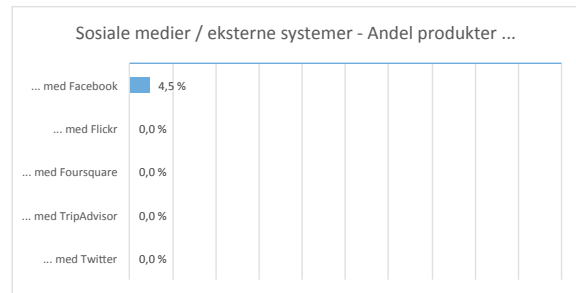
Vurdering



Sosiale medier / eksterne systemer

... med Facebook	6	4,5 %
... med Flickr	-	0,0 %
... med Foursquare	-	0,0 %
... med TripAdvisor	-	0,0 %
... med Twitter	-	0,0 %

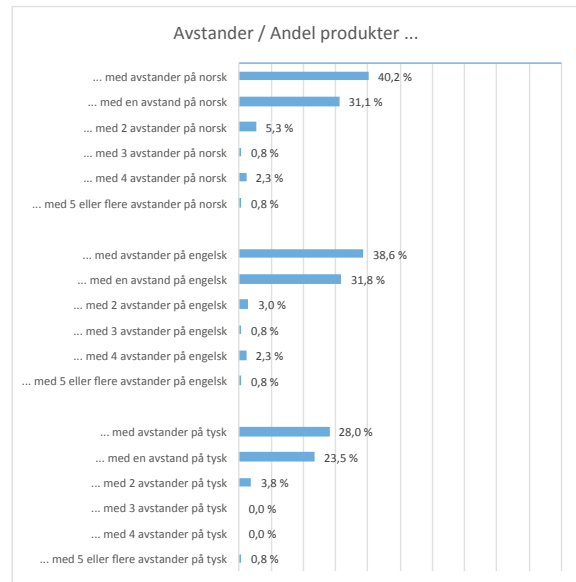
Vurdering



Avstander

... med avstander på norsk	53	40,2 %
... med en avstand på norsk	41	31,1 %
... med 2 avstander på norsk	7	5,3 %
... med 3 avstander på norsk	1	0,8 %
... med 4 avstander på norsk	3	2,3 %
... med 5 eller flere avstander på norsk	1	0,8 %
... med avstander på engelsk	51	38,6 %
... med en avstand på engelsk	42	31,8 %
... med 2 avstander på engelsk	4	3,0 %
... med 3 avstander på engelsk	1	0,8 %
... med 4 avstander på engelsk	3	2,3 %
... med 5 eller flere avstander på engelsk	1	0,8 %
... med avstander på tysk	37	28,0 %
... med en avstand på tysk	31	23,5 %
... med 2 avstander på tysk	5	3,8 %
... med 3 avstander på tysk	-	0,0 %
... med 4 avstander på tysk	-	0,0 %
... med 5 eller flere avstander på tysk	1	0,8 %

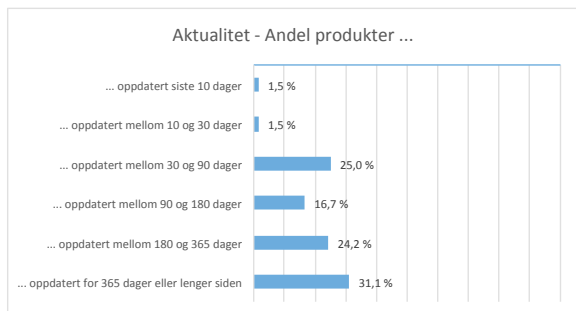
Vurdering



Aktualitet

... oppdatert siste 10 dager	2	1,5 %
... oppdatert mellom 10 og 30 dager	2	1,5 %
... oppdatert mellom 30 og 90 dager	33	25,0 %
... oppdatert mellom 90 og 180 dager	22	16,7 %
... oppdatert mellom 180 og 365 dager	32	24,2 %
... oppdatert for 365 dager eller lenger siden	41	31,1 %

Vurdering



AKTIVITETER

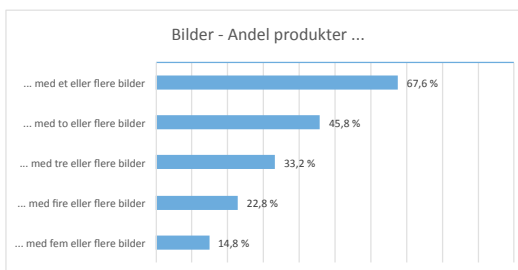
Generelt

Kategori	Aktiviteter
Antall produkter totalt	1 462

Bilder

... med et eller flere bilder	988	67,6 %
... med to eller flere bilder	670	45,8 %
... med tre eller flere bilder	486	33,2 %
... med fire eller flere bilder	334	22,8 %
... med fem eller flere bilder	216	14,8 %

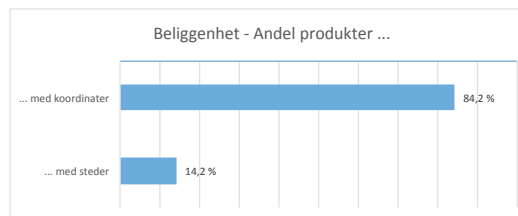
Vurdering



Beliggenhet

... med koordinater	1 231	84,2 %
... med steder	207	14,2 %

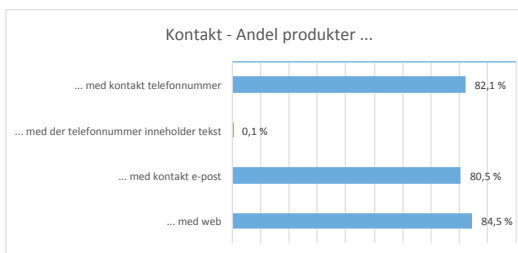
Vurdering



Kontakt

... med kontakt telefonnummer	1 201	82,1 %
... med der telefonnummer inneholder tekst	2	0,1 %
... med kontakt e-post	1 177	80,5 %
... med web	1 236	84,5 %

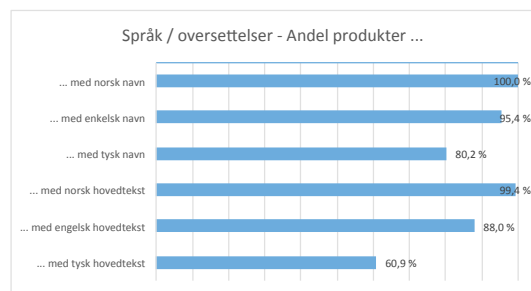
Vurdering



Språk / oversettelser

... med norsk navn	1 462	100,0 %
... med engelsk navn	1 395	95,4 %
... med tysk navn	1 173	80,2 %
... med norsk hovedtekst	1 453	99,4 %
... med engelsk hovedtekst	1 286	88,0 %
... med tysk hovedtekst	890	60,9 %

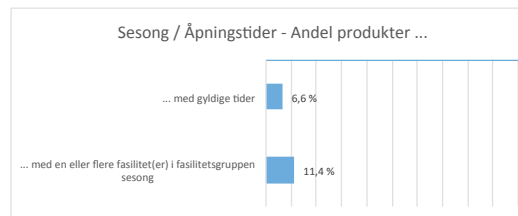
Vurdering



Sesong / Åpningstider

... med gyldige tider	96	6,6 %
... med en eller flere fasilitet(er) i fasilitetsgruppen sesong	166	11,4 %

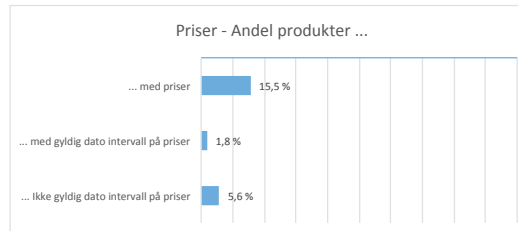
Vurdering



Priser

... med priser	227	15,5 %
... med gyldig dato intervall på priser	26	1,8 %
... Ikke gyldig dato intervall på priser	82	5,6 %

Vurdering



AKTIVITETER

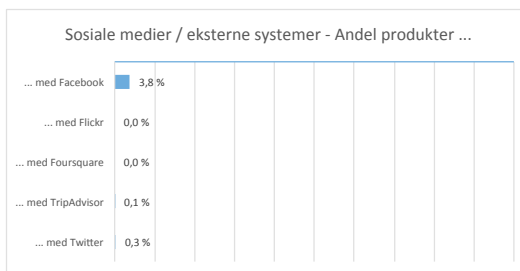
Generelt

Kategori		
Antall produkter totalt		1 462

Sosiale medier / eksterne systemer

... med Facebook	56	3,8 %
... med Flickr	-	0,0 %
... med Foursquare	-	0,0 %
... med TripAdvisor	1	0,1 %
... med Twitter	4	0,3 %

Vurdering



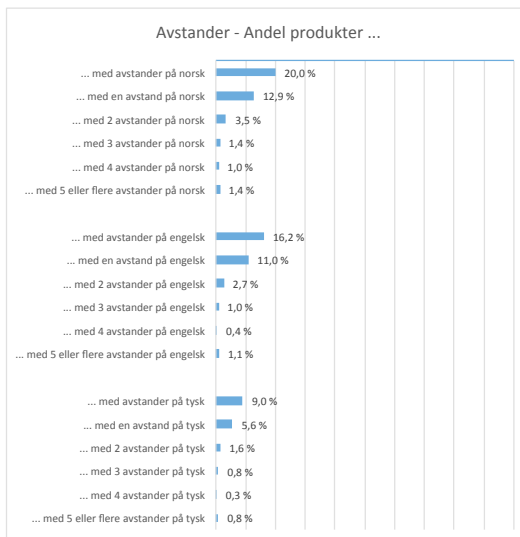
Avstander

... med avstander på norsk	293	20,0 %
... med en avstand på norsk	188	12,9 %
... med 2 avstander på norsk	51	3,5 %
... med 3 avstander på norsk	20	1,4 %
... med 4 avstander på norsk	14	1,0 %
... med 5 eller flere avstander på norsk	20	1,4 %

... med avstander på engelsk	237	16,2 %
... med en avstand på engelsk	161	11,0 %
... med 2 avstander på engelsk	40	2,7 %
... med 3 avstander på engelsk	14	1,0 %
... med 4 avstander på engelsk	6	0,4 %
... med 5 eller flere avstander på engelsk	16	1,1 %

... med avstander på tysk	132	9,0 %
... med en avstand på tysk	82	5,6 %
... med 2 avstander på tysk	23	1,6 %
... med 3 avstander på tysk	12	0,8 %
... med 4 avstander på tysk	4	0,3 %
... med 5 eller flere avstander på tysk	11	0,8 %

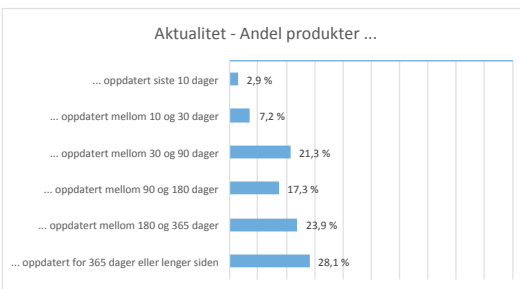
Vurdering



Aktualitet

... oppdatert siste 10 dager	43	2,9 %
... oppdatert mellom 10 og 30 dager	105	7,2 %
... oppdatert mellom 30 og 90 dager	312	21,3 %
... oppdatert mellom 90 og 180 dager	253	17,3 %
... oppdatert mellom 180 og 365 dager	349	23,9 %
... oppdatert for 365 dager eller lenger siden	411	28,1 %

Vurdering



ATTRAKSJONER

Generelt

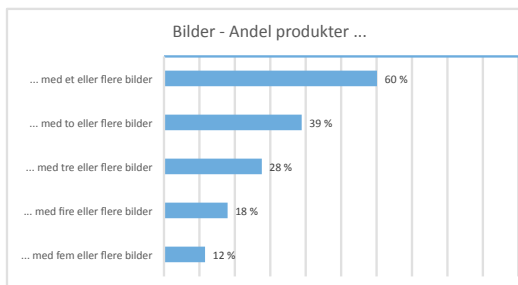
Kategori
Antall produkter totalt

Attraksjoner
880

Bilder

... med et eller flere bilder	529	60,1 %
... med to eller flere bilder	342	38,9 %
... med tre eller flere bilder	243	27,6 %
... med fire eller flere bilder	158	18,0 %
... med fem eller flere bilder	102	11,6 %

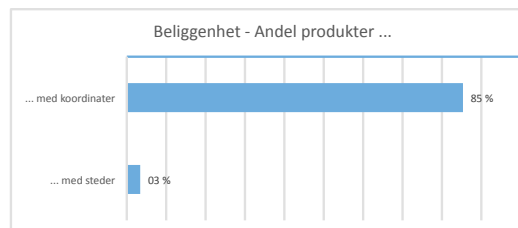
Vurdering



Beliggenhet

... med koordinater	751	85,3 %
... med steder	30	3,4 %

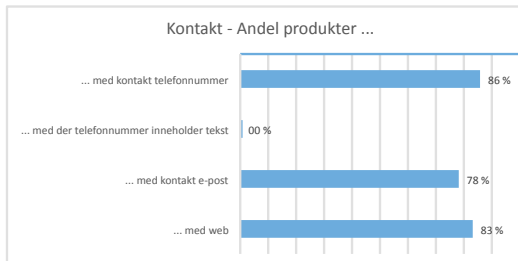
Vurdering



Kontakt

... med kontakt telefonnummer	755	85,8 %
... med der telefonnummer inneholder tekst	1	0,1 %
... med kontakt e-post	688	78,2 %
... med web	732	83,2 %

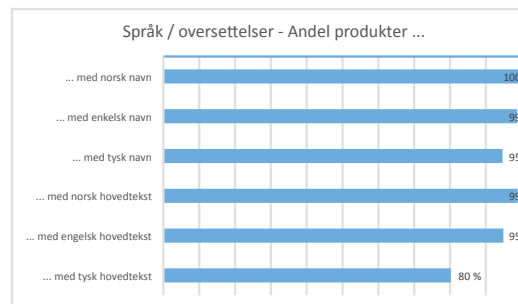
Vurdering



Språk / oversettelser

... med norsk navn	880	100,0 %
... med engelsk navn	869	98,8 %
... med tysk navn	833	94,7 %
... med norsk hovedtekst	870	98,9 %
... med engelsk hovedtekst	835	94,9 %
... med tysk hovedtekst	706	80,2 %

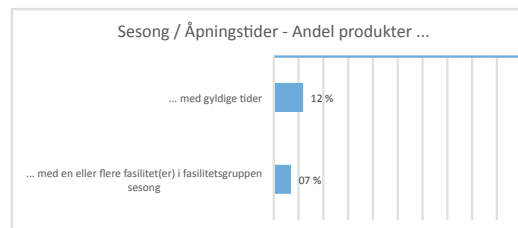
Vurdering



Sesong / Åpningstider

... med gyldige tider	104	11,8 %
... med en eller flere fasilitet(er) i fasilitetsgruppen sesong	61	6,9 %

Vurdering



ATTRAKSJONER

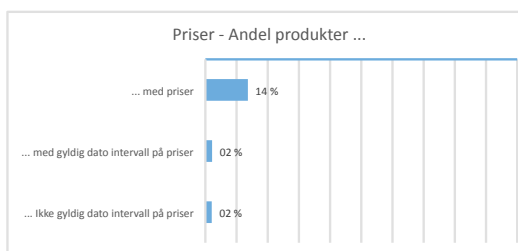
Generelt

Kategori		
Antall produkter totalt		880

Priser

... med priser	120	13,6 %
... med gyldig dato intervall på priser	19	2,2 %
... ikke gyldig dato intervall på priser	18	2,0 %

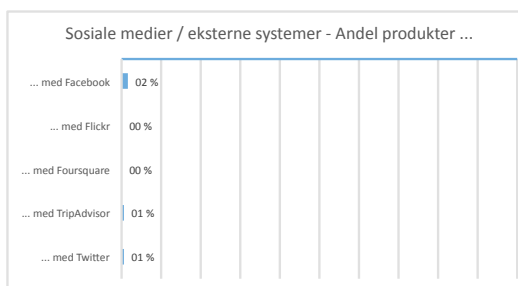
Vurdering



Sosiale medier / eksterne systemer

... med Facebook	14	1,6 %
... med Flickr	-	0,0 %
... med Foursquare	-	0,0 %
... med TripAdvisor	5	0,6 %
... med Twitter	5	0,6 %

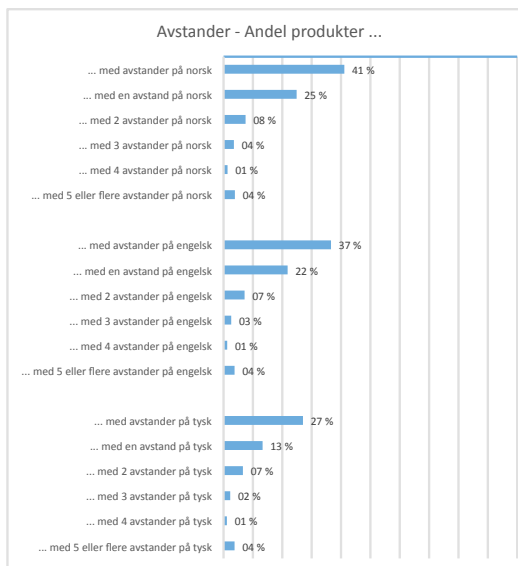
Vurdering



Avstander

... med avstander på norsk	362	41,1 %
... med en avstand på norsk	219	24,9 %
... med 2 avstander på norsk	66	7,5 %
... med 3 avstander på norsk	31	3,5 %
... med 4 avstander på norsk	12	1,4 %
... med 5 eller flere avstander på norsk	34	3,9 %
... med avstander på engelsk	322	36,6 %
... med en avstand på engelsk	192	21,8 %
... med 2 avstander på engelsk	63	7,2 %
... med 3 avstander på engelsk	23	2,6 %
... med 4 avstander på engelsk	11	1,3 %
... med 5 eller flere avstander på engelsk	33	3,8 %
... med avstander på tysk	238	27,0 %
... med en avstand på tysk	117	13,3 %
... med 2 avstander på tysk	58	6,6 %
... med 3 avstander på tysk	20	2,3 %
... med 4 avstander på tysk	10	1,1 %
... med 5 eller flere avstander på tysk	33	3,8 %

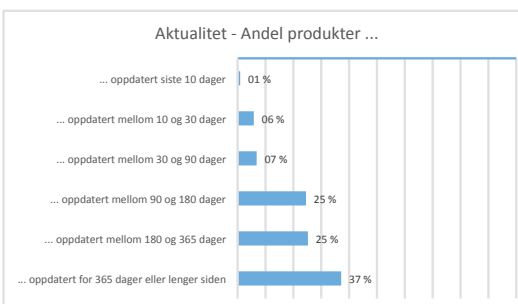
Vurdering



Aktualitet

... oppdatert siste 10 dager	8	0,9 %
... oppdatert mellom 10 og 30 dager	51	5,8 %
... oppdatert mellom 30 og 90 dager	60	6,8 %
... oppdatert mellom 90 og 180 dager	216	24,5 %
... oppdatert mellom 180 og 365 dager	222	25,2 %
... oppdatert for 365 dager eller lenger siden	327	37,2 %

Vurdering



TRANSPORT

Generelt

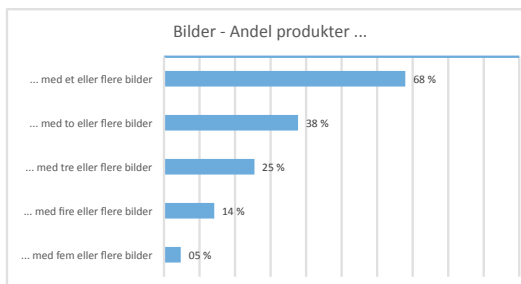
Kategori
Antall produkter totalt

Transport
106

Bilder

... med et eller flere bilder	72	67,9 %
... med to eller flere bilder	40	37,7 %
... med tre eller flere bilder	27	25,5 %
... med fire eller flere bilder	15	14,2 %
... med fem eller flere bilder	5	4,7 %

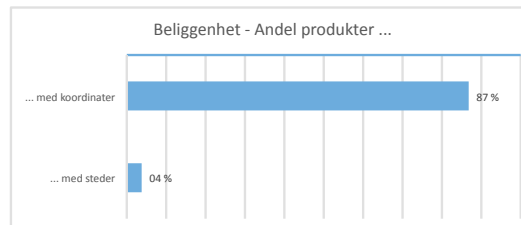
Vurdering



Beliggenhet

... med koordinater	92	86,8 %
... med steder	4	3,8 %

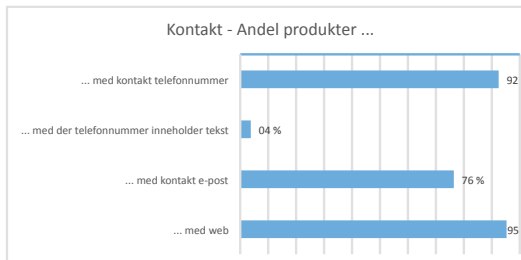
Vurdering



Kontakt

... med kontakt telefonnummer	98	92,5 %
... med der telefonnummer inneholder tekst	4	3,8 %
... med kontakt e-post	81	76,4 %
... med web	101	95,3 %

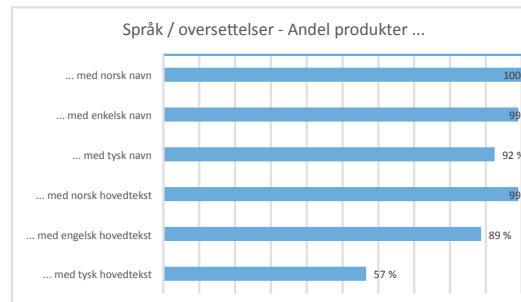
Vurdering



Språk / oversettelser

... med norsk navn	106	100,0 %
... med engelsk navn	105	99,1 %
... med tysk navn	98	92,5 %
... med norsk hovedtekst	105	99,1 %
... med engelsk hovedtekst	94	88,7 %
... med tysk hovedtekst	60	56,6 %

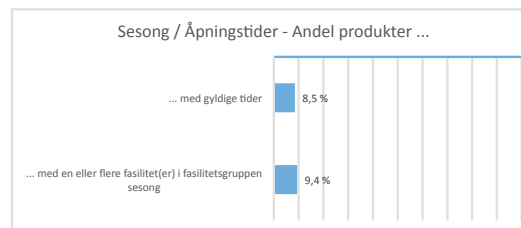
Vurdering



Sesong / Åpningstider

... med gyldige tider	9	8,5 %
... med en eller flere fasilitet(er) i fasilitetsgruppen sesong	10	9,4 %

Vurdering



TRANSPORT

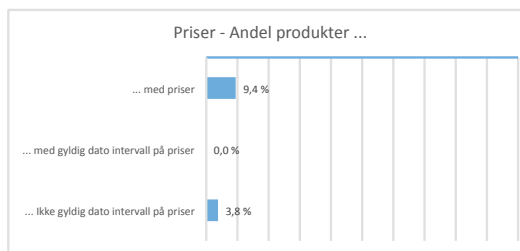
Generelt

Kategori	Transport
Antall produkter totalt	106

Priser

... med priser	10	9,4 %
... med gyldig dato intervall på priser	-	0,0 %
... Ikke gyldig dato intervall på priser	4	3,8 %

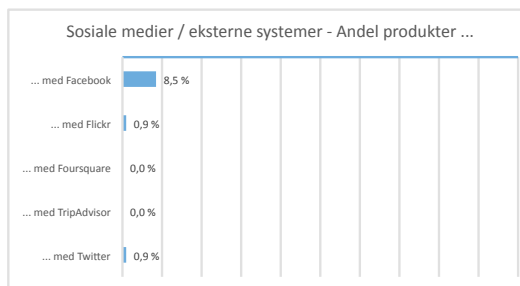
Vurdering



Sosiale medier / eksterne systemer

... med Facebook	9	8,5 %
... med Flickr	1	0,9 %
... med Foursquare	-	0,0 %
... med TripAdvisor	-	0,0 %
... med Twitter	1	0,9 %

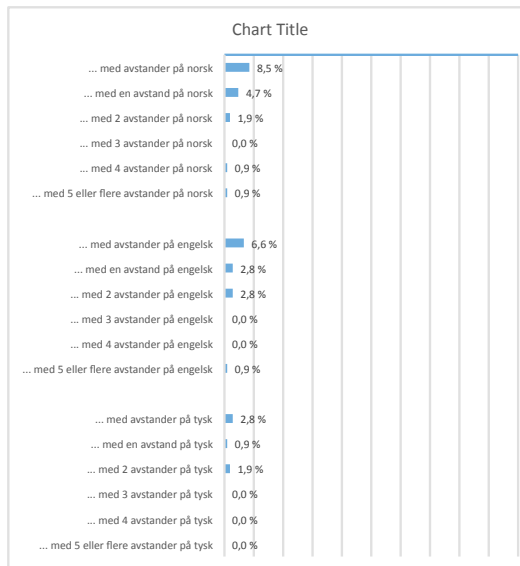
Vurdering



Avstander

... med avstander på norsk	9	8,5 %
... med en avstand på norsk	5	4,7 %
... med 2 avstander på norsk	2	1,9 %
... med 3 avstander på norsk	-	0,0 %
... med 4 avstander på norsk	1	0,9 %
... med 5 eller flere avstander på norsk	1	0,9 %
... med avstander på engelsk	7	6,6 %
... med en avstand på engelsk	3	2,8 %
... med 2 avstander på engelsk	3	2,8 %
... med 3 avstander på engelsk	-	0,0 %
... med 4 avstander på engelsk	-	0,0 %
... med 5 eller flere avstander på engelsk	1	0,9 %
... med avstander på tysk	3	2,8 %
... med en avstand på tysk	1	0,9 %
... med 2 avstander på tysk	2	1,9 %
... med 3 avstander på tysk	-	0,0 %
... med 4 avstander på tysk	-	0,0 %
... med 5 eller flere avstander på tysk	-	0,0 %

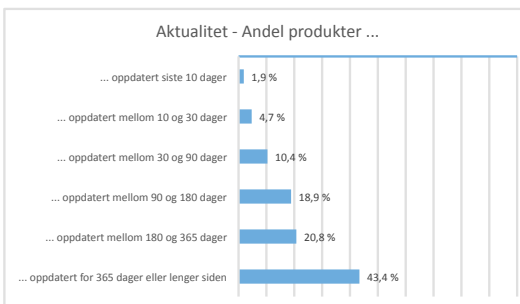
Vurdering



Aktualitet

... oppdatert siste 10 dager	2	1,9 %
... oppdatert mellom 10 og 30 dager	5	4,7 %
... oppdatert mellom 30 og 90 dager	11	10,4 %
... oppdatert mellom 90 og 180 dager	20	18,9 %
... oppdatert mellom 180 og 365 dager	22	20,8 %
... oppdatert for 365 dager eller lenger siden	46	43,4 %

Vurdering





NCE Tourism - Fjord Norway
Lodin Leppsgt. 2b
NO-5003 BERGEN
NORWAY

Tel: +47 55 30 26 40
Fax: +47 55 30 26 50
nce tourism.com

Følg oss på:
facebook.com/nce tourism



Norwegian Centres of Expertise
NCE Tourism Fjord Norway