

NO

DA

DESIGN LØNNER SEG

*Skap et bedre reiselivsprodukt
med kunden i fokus*

Michele Renée Widerøe
Leder i NODA

Kyrre Kalseth
Designer, Erlikpluss

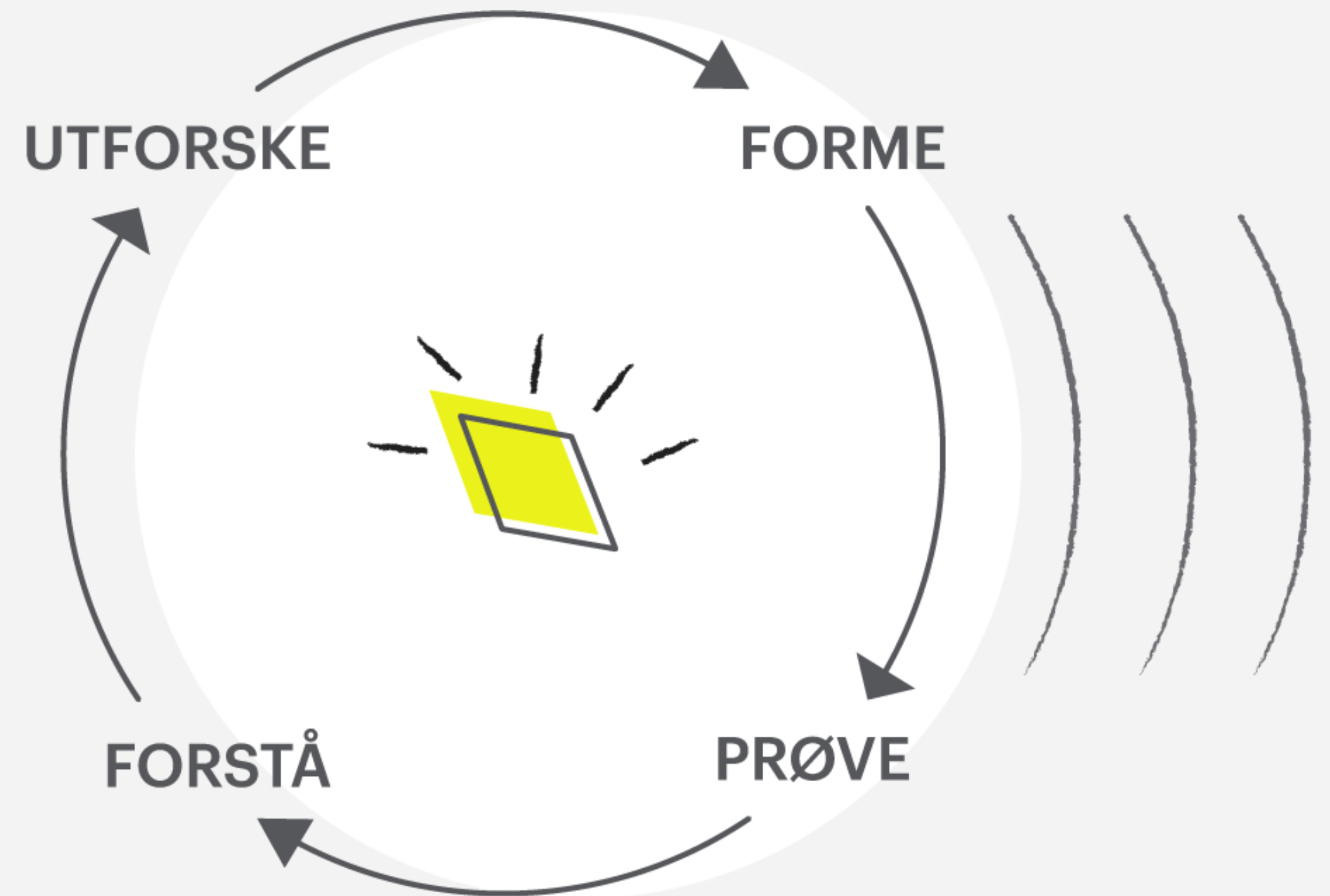
N O
D Δ

Hvorfor design?

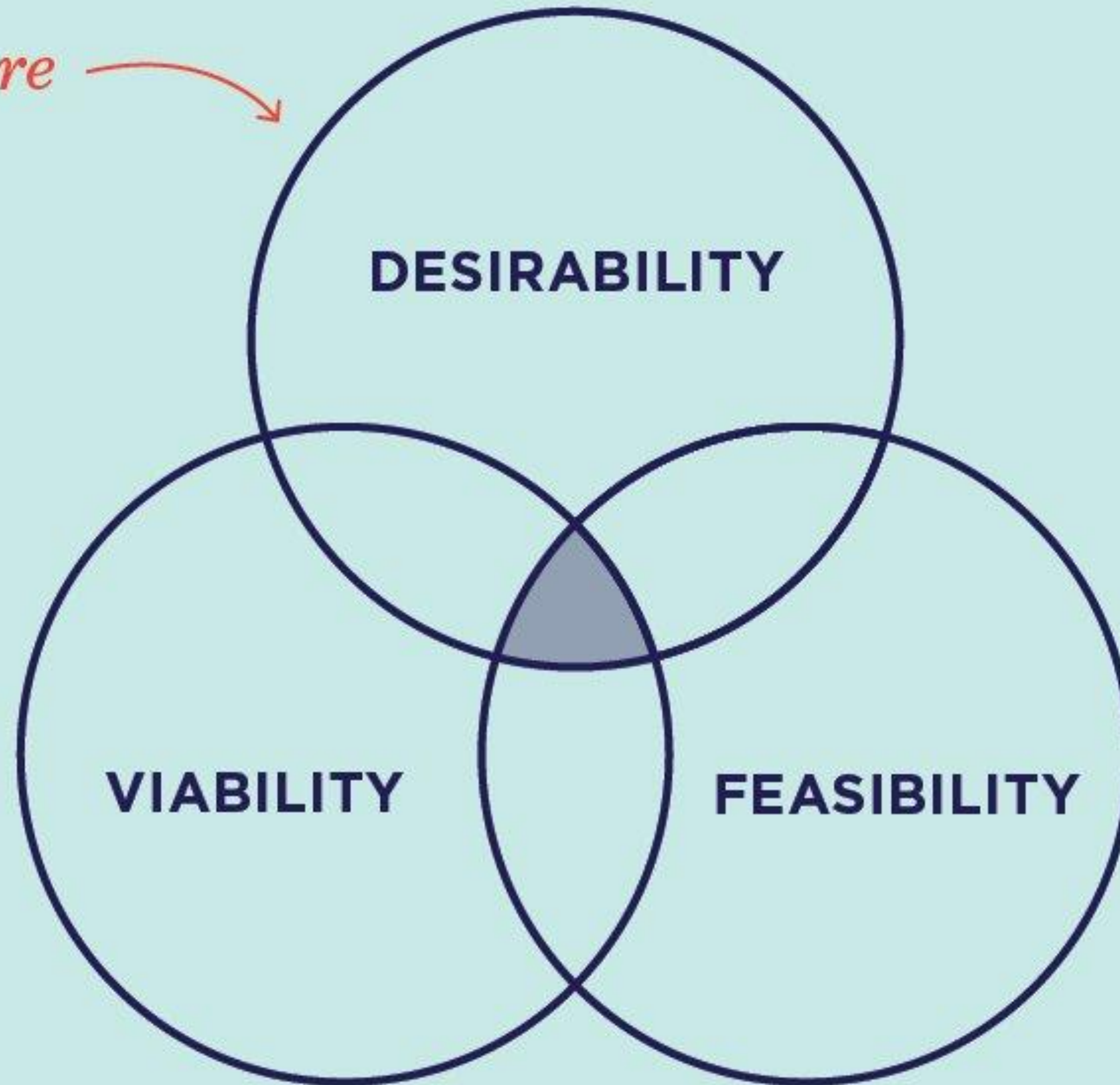
NO
D△

HVA ER DESIGN?

Design som begrep beskriver en systematisk prosess og veien frem mot å skape et ønskelig resultat ut i fra et sett med utfordringer eller muligheter i en gitt kontekst.



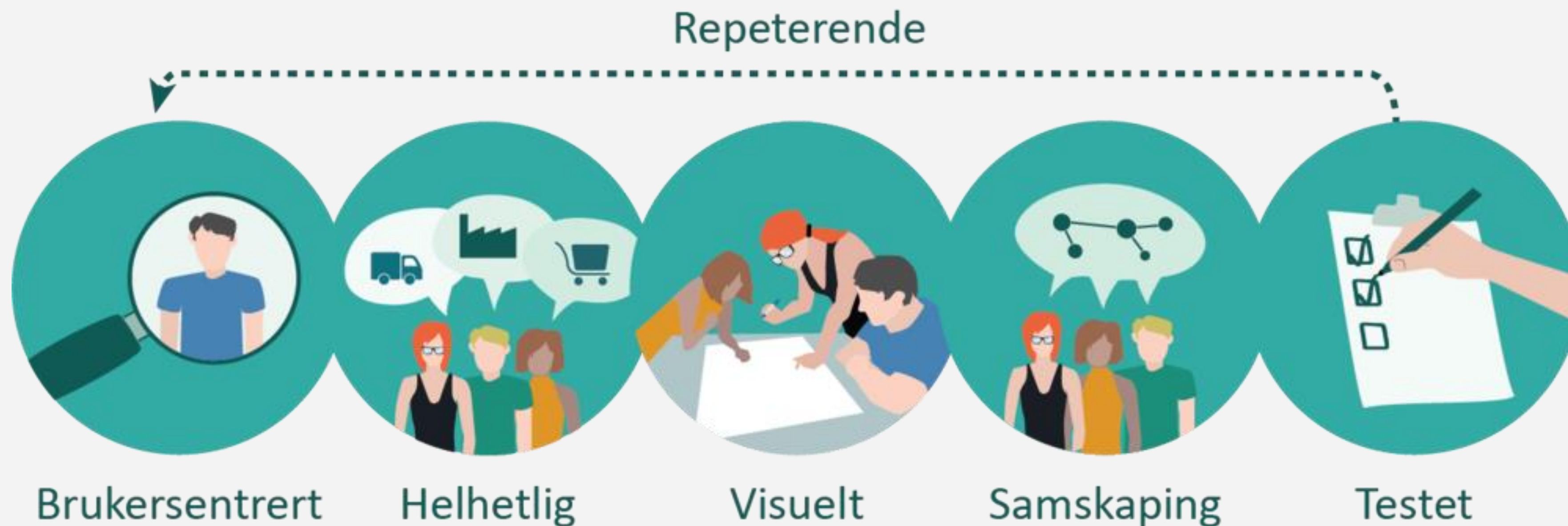
Start Here



NO
D△

HVA ER GOD DESIGN?

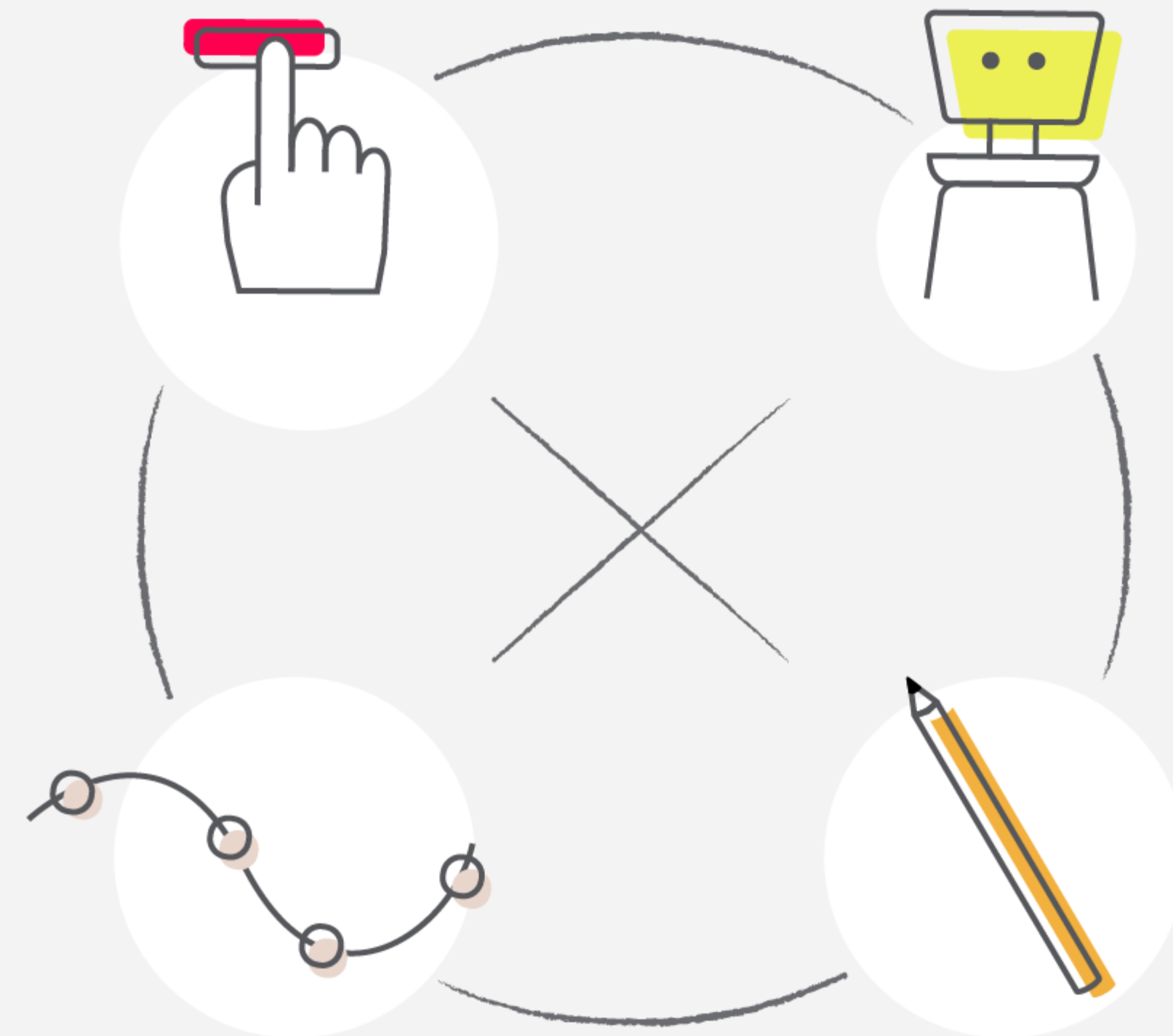
- + Brukeren i fokus
- + Tverrfaglig og helhetlig
- + Respekt for mennesker og natur
- + visuelt og inspirerende
- + kontinuerlig testing og forbedring
- + integrert del av en bedriftskultur



HVA ER VERDIEN AV DESIGN?

85% av bedrifter sier design som verktøy gir økt kundetilfredshet og styrker merkevaren.

72% mener design bidrar til å selge flere produkter og tjenester.



NO
D Δ

67% av norske bedriftsledere mener at design vil bidra til å styrke bedriftens resultat de neste fem årene.

Det viser en undersøkelse DOGA nylig har gjennomført.

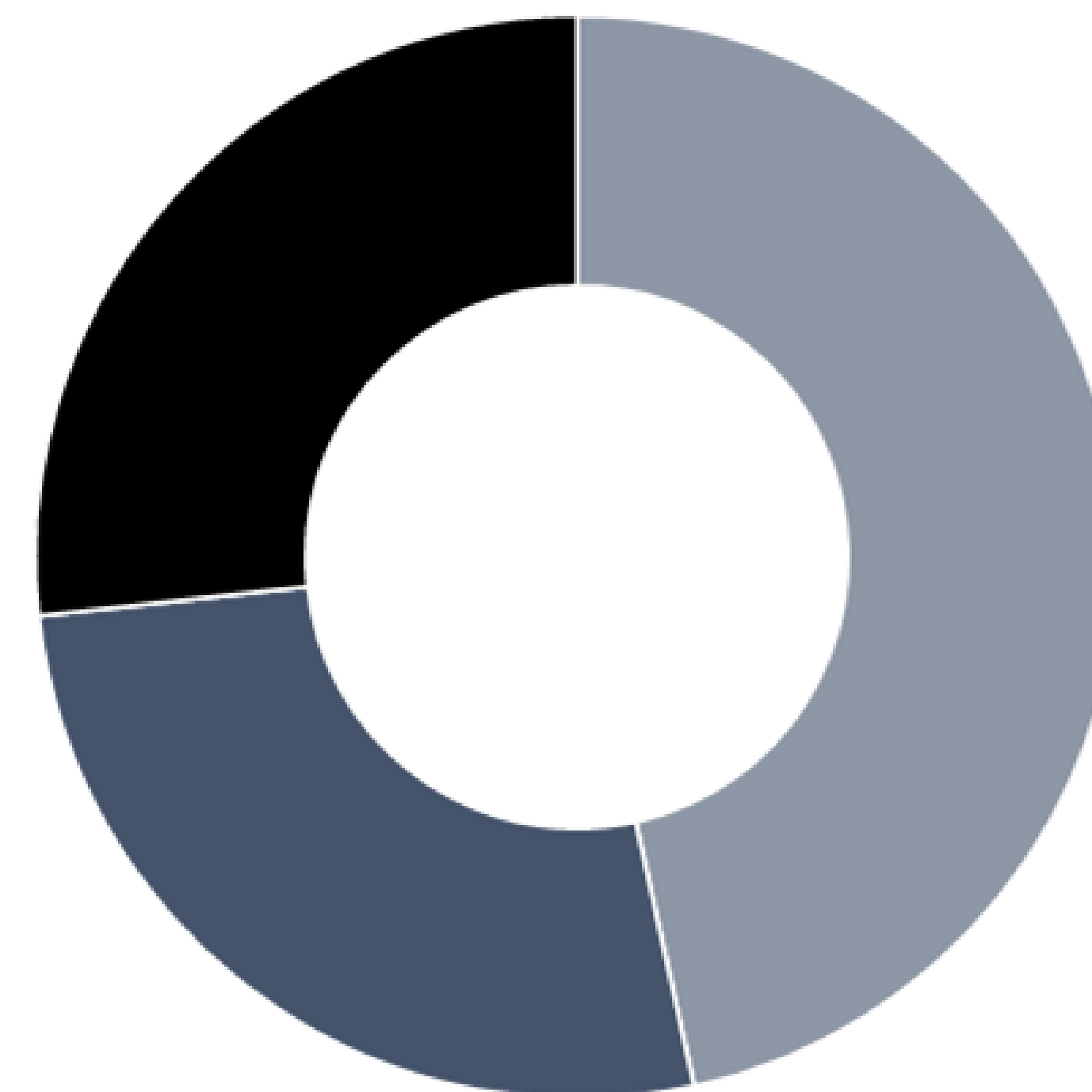


Sammenhengen mellom design og lønnsomhet

I undersøkelsen ble svarene fra 332 norske bedriftsledere koblet med regnskapstall fra 2016. Funnene fra denne sammenkoblingen tyder på at bedrifter som har design integrert i sin strategi har bedre lønnsomhet enn dem som bare bruker design til pynt.

47 prosent av bedriftene i undersøkelsen mener det er en stor eller meget stor sammenheng mellom lønnsomhet og design.

I hvilken grad mener du design har innvirkning på lønnsomheten i din virksomhet?



- I stor grad eller meget stor grad
- Til en viss grad
- I liten eller meget liten grad

Stokkøya Sjøcenter

Årets Reiselivsaktør 2006, 2014.



“Stokkøya Sjøcenter skaper en virkelighet folk har lyst til å leve i”

- NHO Reiseliv

N O
D Δ

Stokkøya Sjøsenter

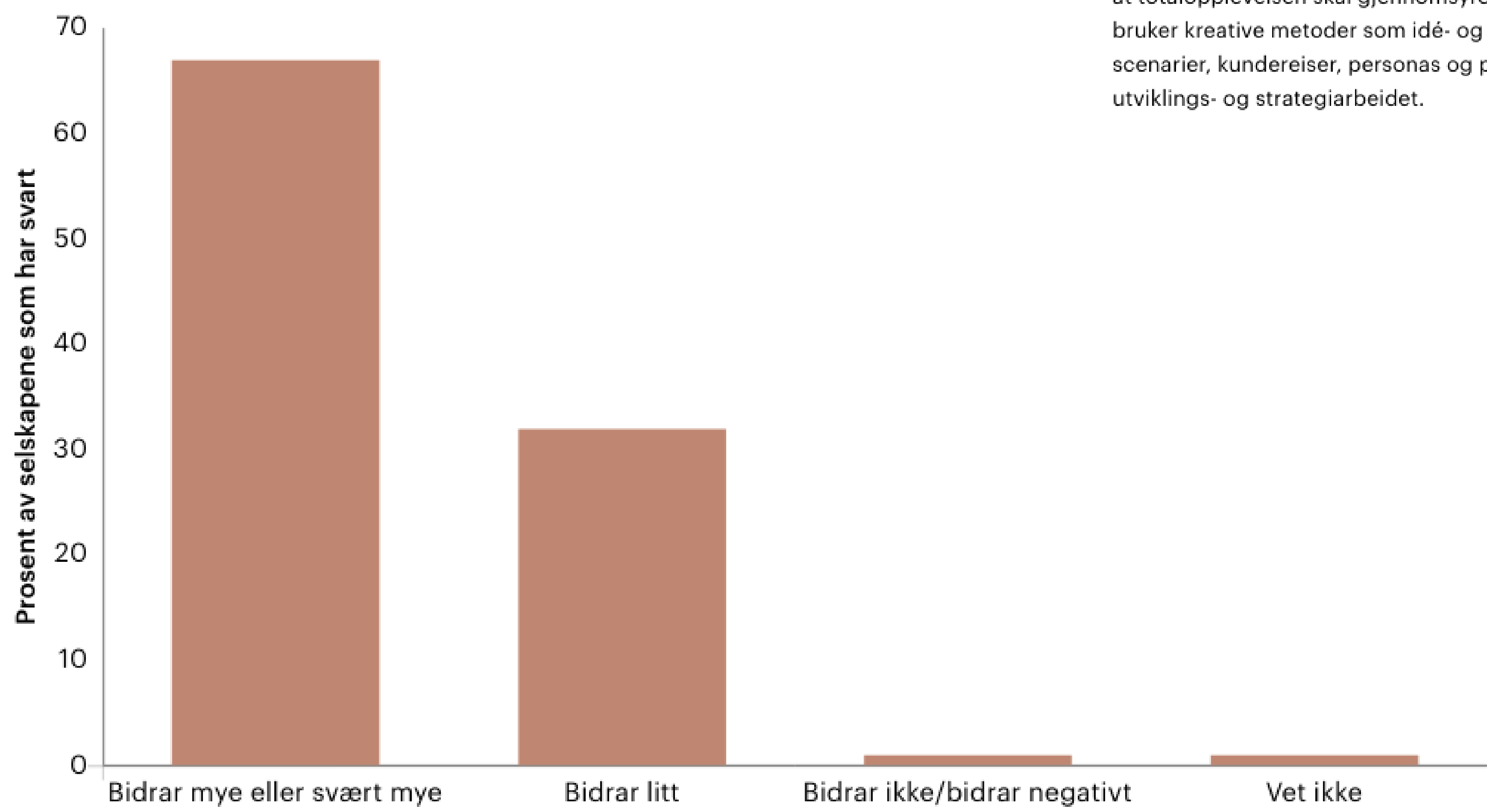
Årets Reiselivsaktør 2006, 2014.



Strategisk bruk av design og arkitektur for å skape en best mulig opplevelse for besøkende.

NO
D△

"Design bidrar til lønnsomhet innen fem år"



Bedriftene som satser mest på design jobber systematisk med at totalopplevelsen skal gjennomsyre hele organisasjonen og bruker kreative metoder som idé- og konseptutvikling, visuelle scenarier, kundereiser, personas og prototyper i både utviklings- og strategiarbeidet.



SALT ART & MUSIC

Oslo sin nye kulturarena



NO
D△

SALT ART & MUSIC

SANDHORNØY 2014



NO
D△

SALT KOLLAPS

SANDHORNØY 2014



= NYE MULIGHETER

NO
D△

SALT OSLO

2015-2021



ØNSKER
& VISJONER

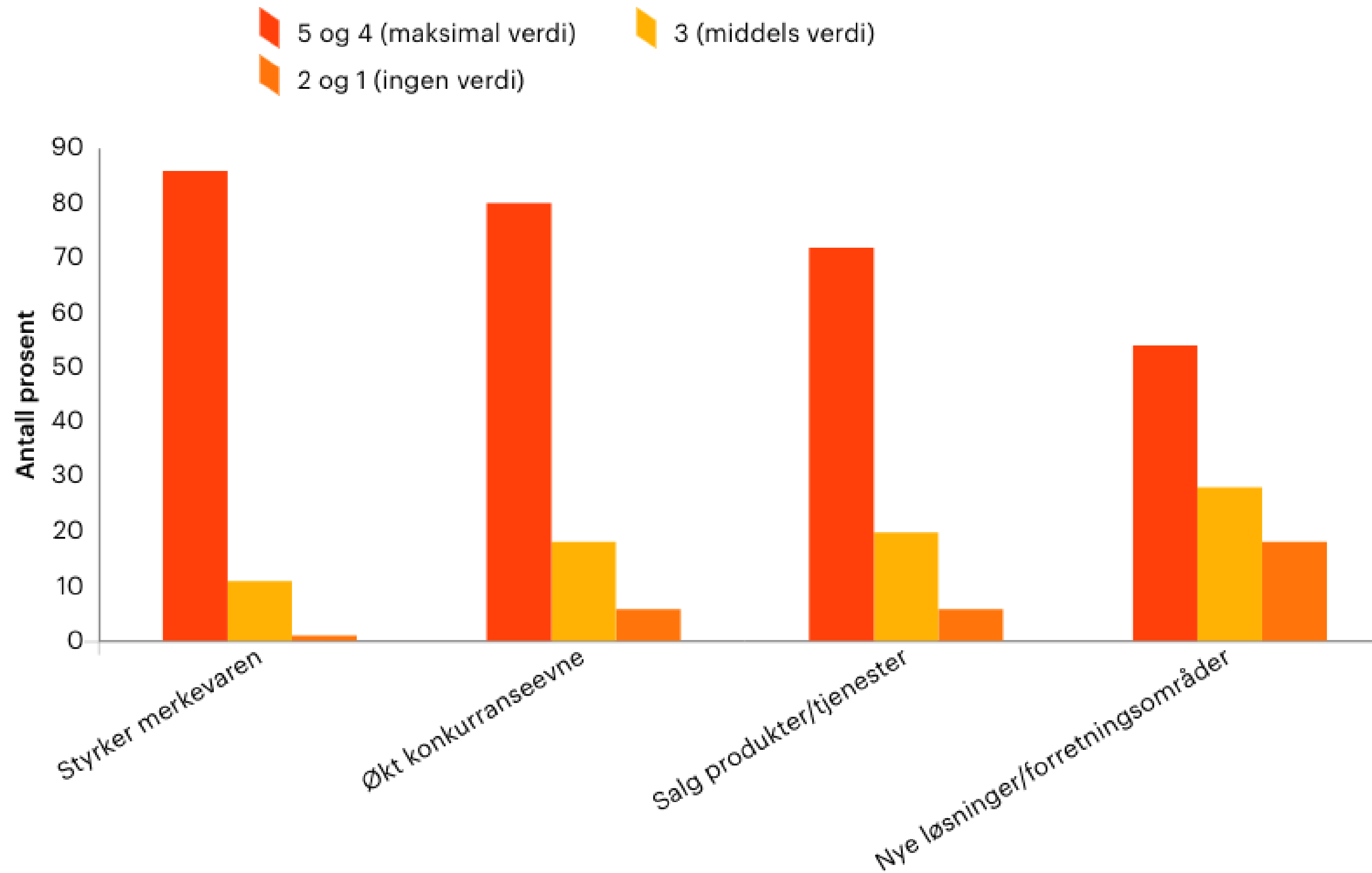
PLANER
& STRATEGIER

REALISERING
& TESTING

N O
D Δ

Design skaper verdi for dem som tar det i bruk

Hvordan gir bruken av design verdi for bedriften?



NORDKAPP

REDESIGN GJENNOM DIP - PROGRAM

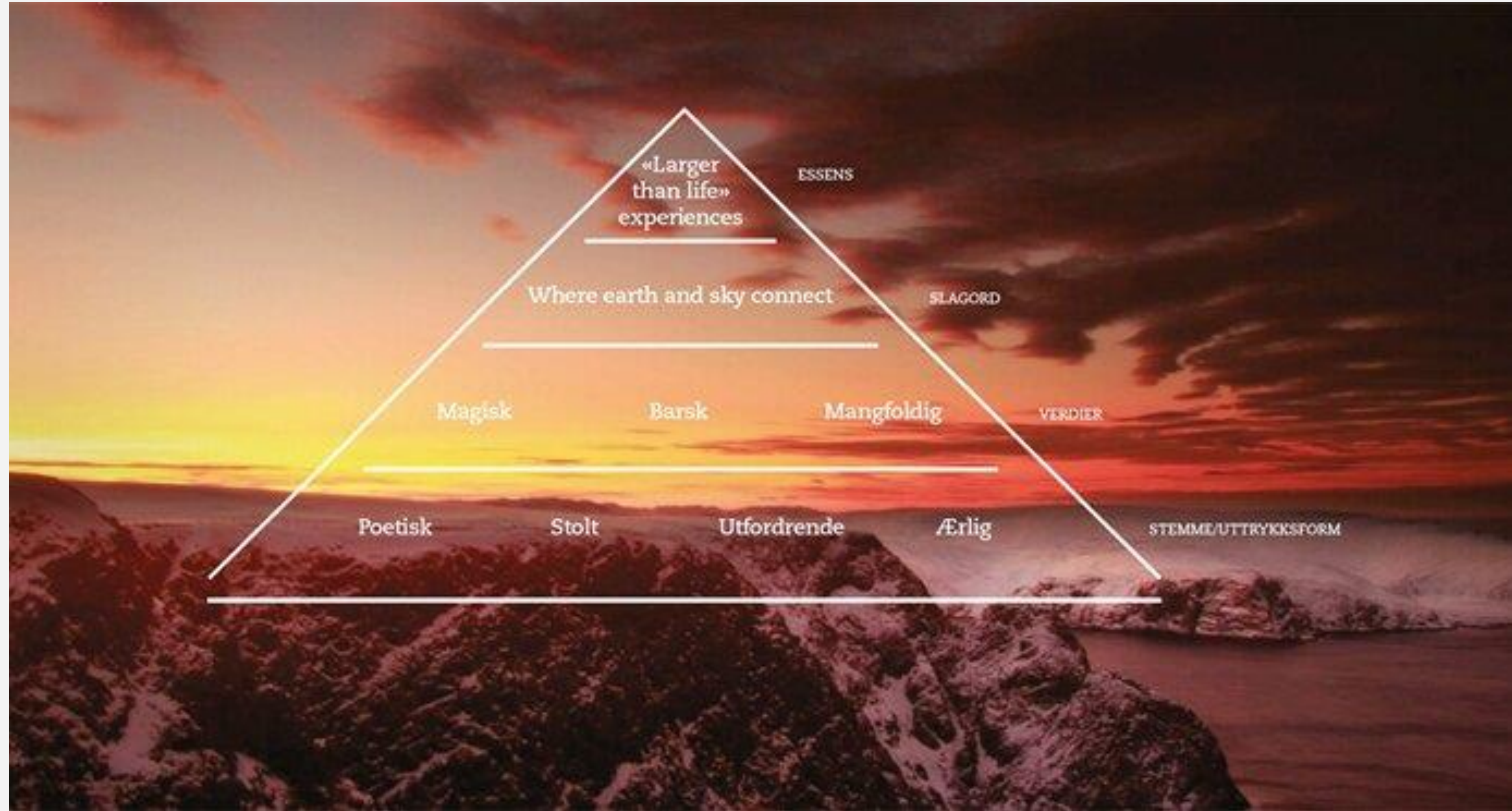


UTFORDRING:
Nordkapp som destinasjon fremsto som fragmentert og uten en tydelig identitet.

NO
D△

NORDKAPP

REDESIGN GJENNOM DIP - PROGRAM



Bruk av designkompetanse for å skape en felles merkevareplattform

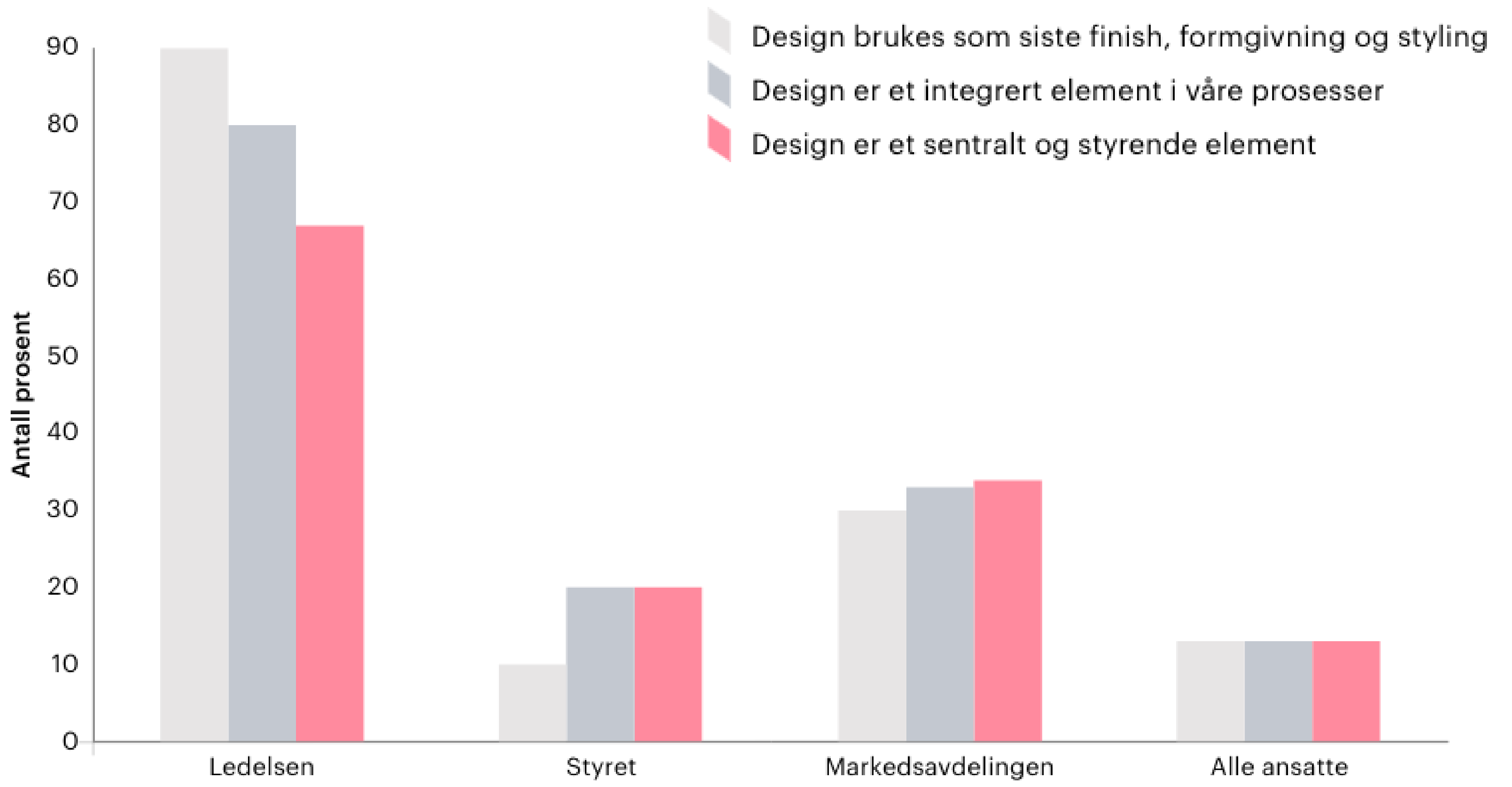




Prosjektet resulterte i en mer helhetlig tilnærming til Nordkapp som destinasjon og la grunnlaget for å bygge en felles merkevare.

Ideene og innsiktene som kom frem i prosjektet er nå et styringsverktøy for alle aktørene som er involvert, noe som gjør det enklere for dem å utvikle tjenester og produkter som bygger opp under merkevaren.

N O
D Δ



FLEINVÆR



NO
DΔ

SNOLKEHYTTA

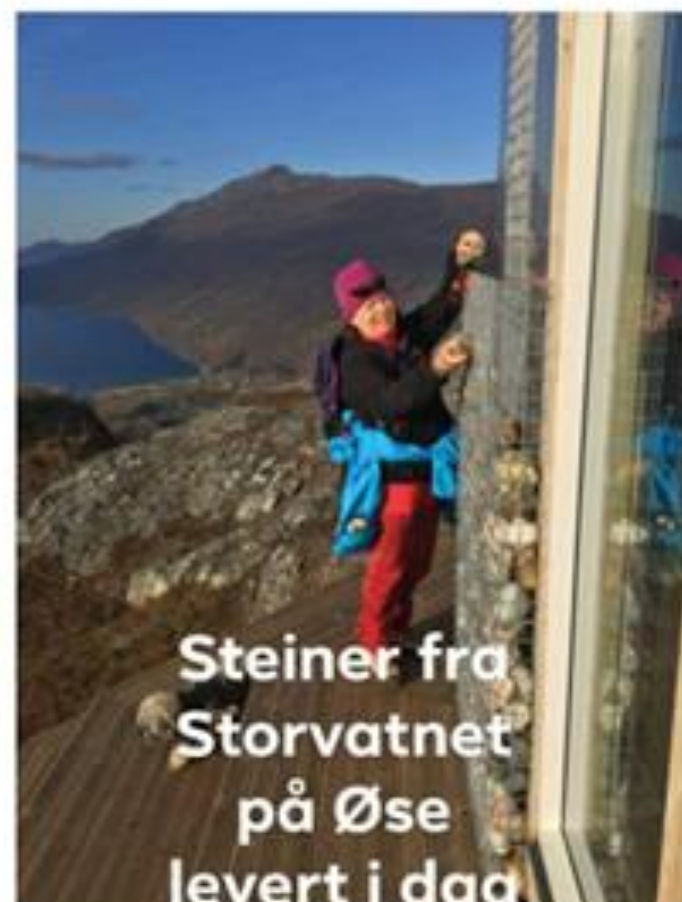
GRATANGSFJELLET SOM BÆREKRAFTIG DESTINASJON



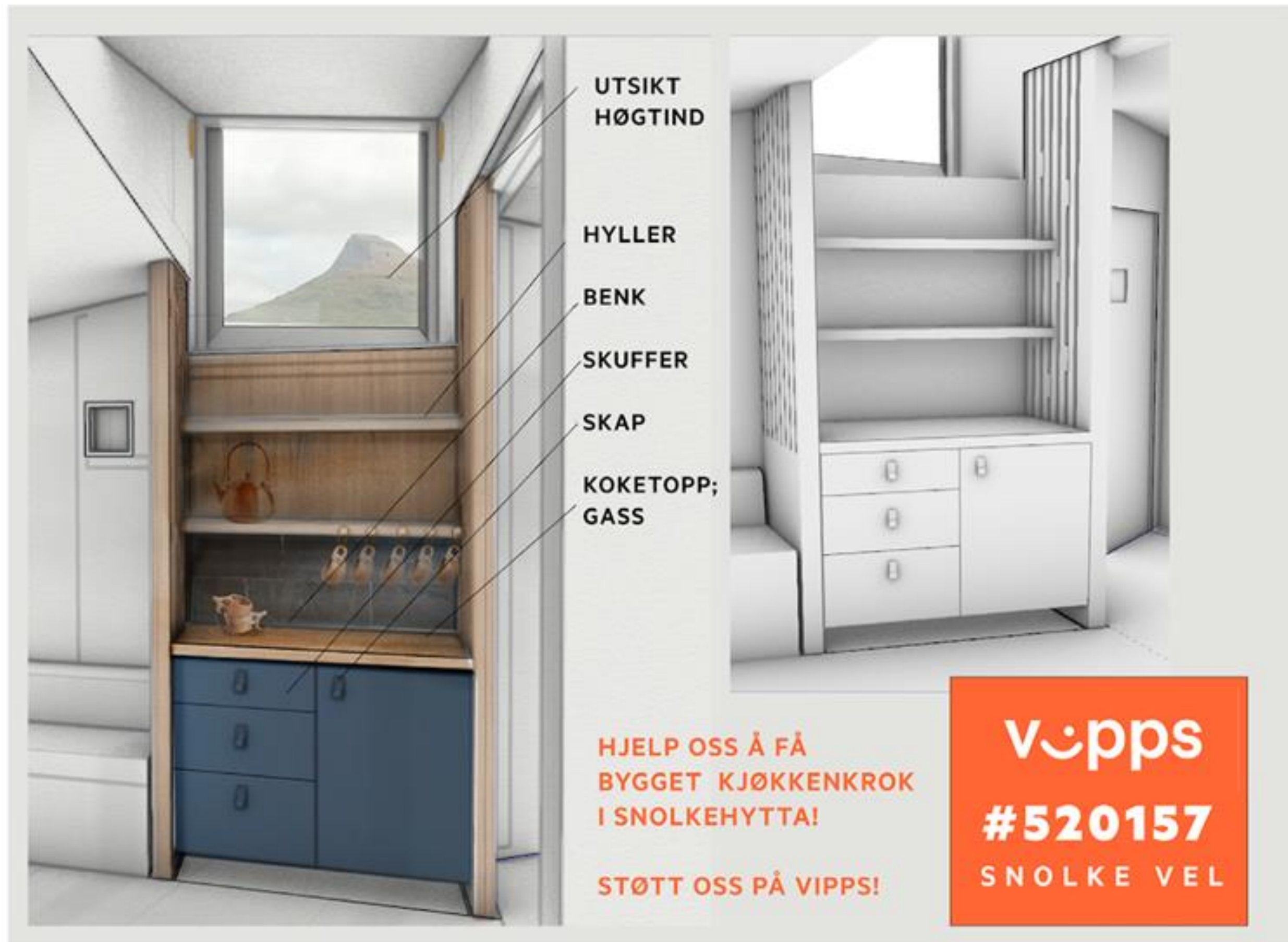
Bevisst bruk av design og arkitekturfaglig kompetanse med brukermedvirkning og samarbeid mellom det offentlige og private.

NO
D△

FORANKRE EIERSKAP GJENNOM ARKITEKTUR = BYGGE SAMMEN, STEIN PÅ STEIN



DYRKE FELLESKAPET - KOLLEKTIVT BIDRAG OG ANSVAR = VARIG VERDI OG BIDRAG TIL FOLKEHELSE

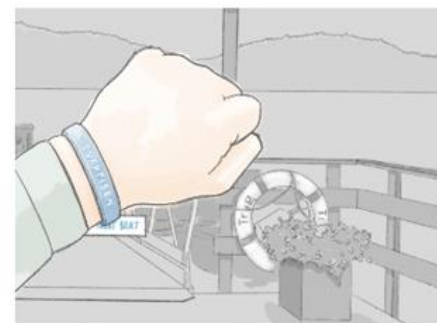


Svartisen



HOLANDSVIKA

Det er vertskap i Holandsvika som organiserer parkering, gir informasjon, hjelper med booking, selger billetter til båten og organiserer kø og ombordstigning i båten.



Du betaler litt ekstra som bidrag til Svartisens venner og får f.eks. armbånd som billett.

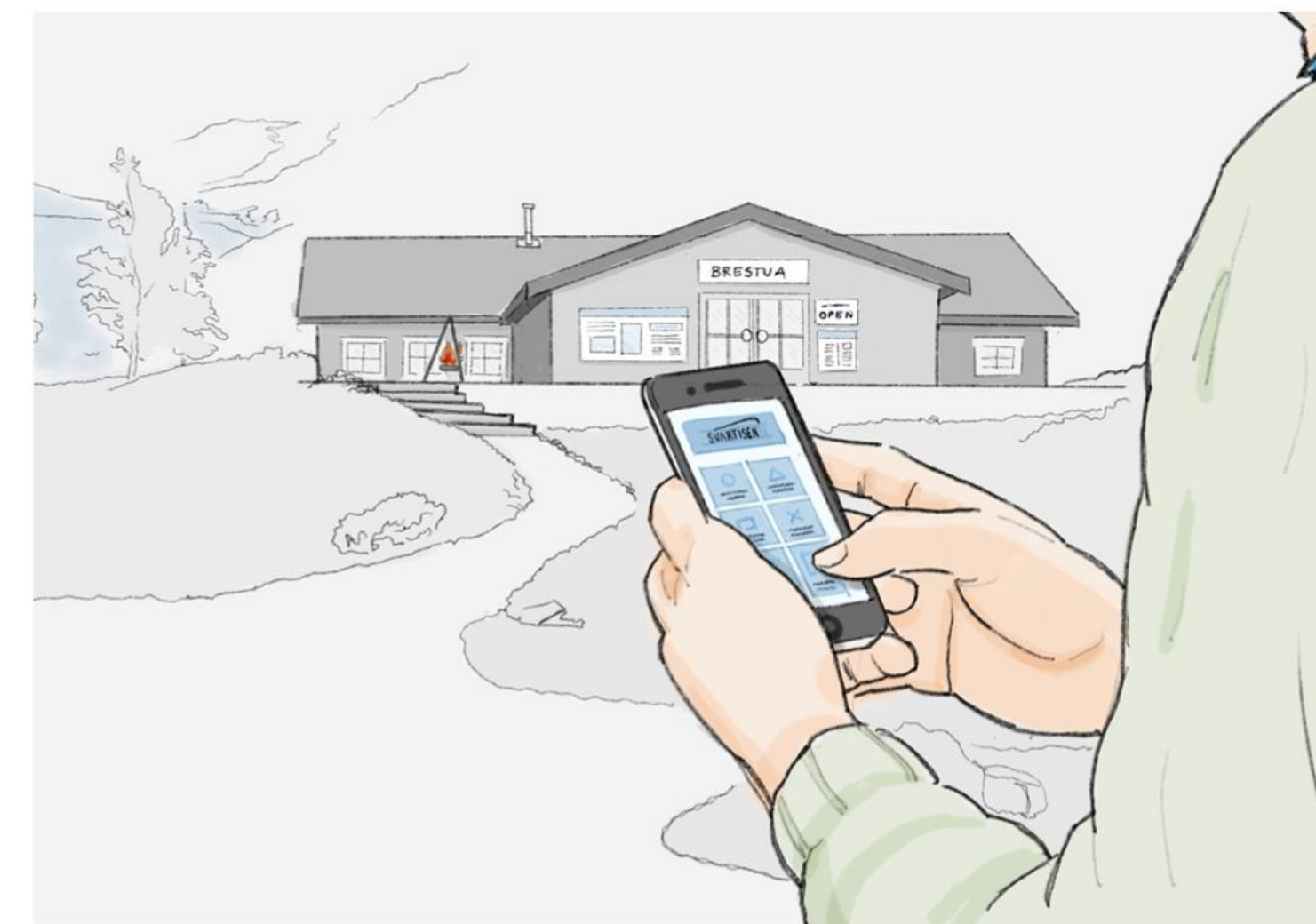


HOLANDSVIKA

Du er fremme i Holandsvika i god tid før båten skal gå. Det er god informasjon på flere relevante språk, og båtbilletten er tilgjengelig i fysisk format. Svartisen er tydelig som avsender på alle flater med egen visuell identitet.



Du velger å bruke nettsiden/app etter å ha lest at det er gratis wi-fi (beacon-løsning?) for formidling i området.

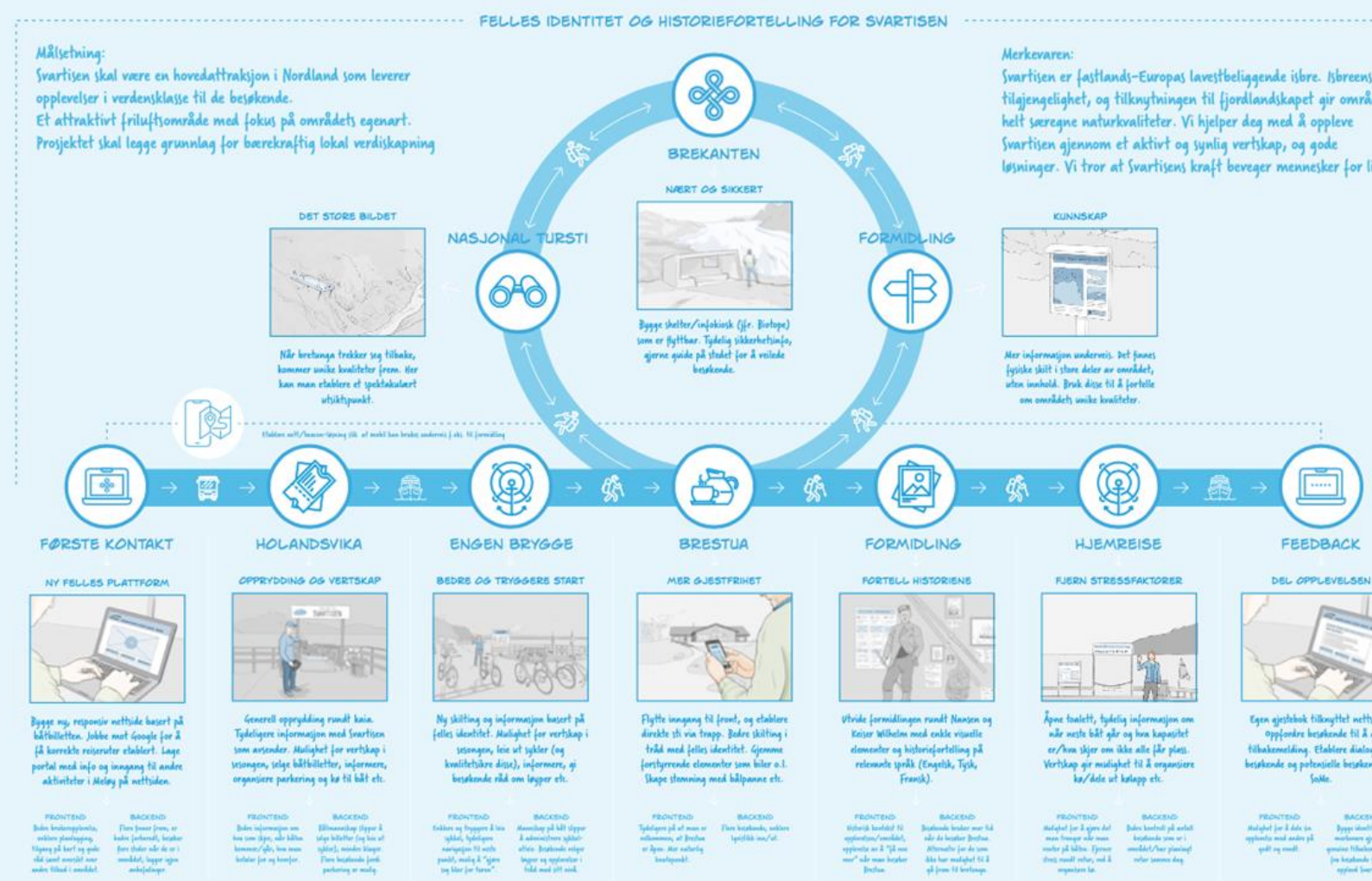


BRESTUA

Ved Brestua sjekker du meny etc. via nett/app når du er der. Du velger å gå til brekanten først når du har sjekket åpningstidene til Brestua.



På Brestua er det formidling av fakta om breen, og historiene om Nansen og Keiser Wilhelm, og deres tilknytning til Svartisen.



N O
D Δ

Flakstad

Flakstad kommune

Utvikling av Fredvang som base for besøksforvaltning rundt Lofotodden nasjonalpark.



Lofoten Seaweed



NODAs designprogram

Skap et bedre reiselivsprodukt med kunden i fokus

10 reiselivsbedrifter
Samlingsbasert program
Tromsø
Første samling 1: 2 dager
Andre samling 2: 1,5 dag
Tredje samling 3: 1,5 dag
Klyngen søker midler til Innovasjon Norge Arktisk
En liten egnandel per bedrift

N O
D Δ