

# The Icelandic Tourist Board / Visit Faroe Islands

## Digital Media Marketing in Tourist Industry

March 2020

Reproduction or dissemination of any information contained herein is granted only by contract or prior written permission from Market and Media Research Ltd. (Markaðs- og miðlarannsóknir ehf).  
MMR is a corporate member of ESOMAR.

Copyright ©2006 Markaðs- og miðlarannsóknir ehf.  
All rights reserved.



<b>3</b>	<b>Fieldwork and Sample</b>
<b>RESULTS</b>	
<b>5</b>	<b>Use of Webpage and Social Media</b>
<b>14</b>	<b>Bookings</b>
<b>23</b>	<b>Digital Analytics</b>
<b>26</b>	<b>Marketing Budget</b>
<b>31</b>	<b>Digital Media Training</b>
<b>42</b>	<b>Background</b>
<b>51</b>	<b>Appendix</b>

## FIELDWORK

### Client

Icelandic Tourist Board  
Geirsgata 9  
101 Reykjavík

### Fieldwork period

18th February– 5th of March 2020

### Methodology

Online

### Sample

3396 companies and organizations which works in the tourist industry in Iceland or Faroe Iceland. Emails contributed by the Icelandic Tourist Board and Visit Faroe Islands.

### Number of respondents

**577**

## RESPONSE STATISTICS

	n	%
<b>Sample size</b>	3396	
Iceland	3339	
Faroe Island	57	
<b>Invalid e-mails or company not in tourist industry</b>	-87	-3%
Iceland	-86	-3%
Faroe Island	-1	-2%
<b>Endanlegt úrtak</b>	3309	
Iceland	3253	
Faroe Island	56	
<b>Answers</b>	577	<b>17%</b>
Iceland	549	<b>17%</b>
Faroe Island	28	<b>50%</b>

## ABOUT THE REPORT

The results for each question are shown in two pages. On the first page the main results are shown along with a table with statistics. On the second page the results are broken down by following variables:

**Country:** Results by which country sample the respondent belongs to.

**Company's operation?:** Results by the respondents answer on the question: *Which of the following best describes your company's operation? (multiple question)*

**Number of employees?:** Results by the respondents answer on the question: *How many employees does your company have?*

**Years in travel industry?:** Results by the respondents answer on the question: *How long has your company been operating in the travel industry?*

**Role in company?:** Results by the respondents answer on the question: *What is your role in the company?*

**Company webpage?:** Results by the respondents answer on the question: *Does your company have a web page?*

**Social Media marketing strategy?:** Results by the respondents answer on the question: *Does your company have a Social Media marketing strategy for its activities and content?*

**Offer direct bookings?:** Results by the respondents answer on the question: *Do you offer direct bookings through webpage and/or telephone?*

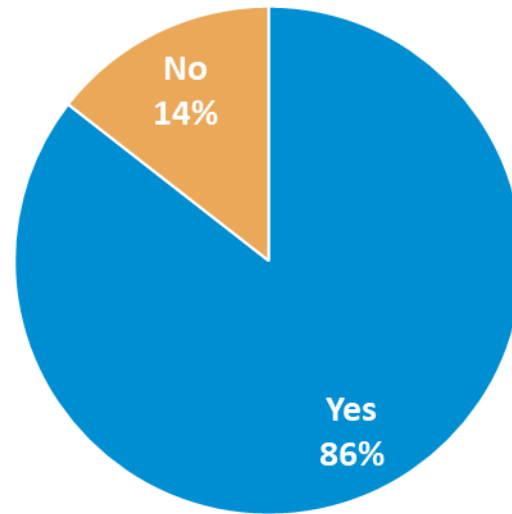
**Works with Online Travel Agents?:** Results by the respondents answer on the question: *Do you work with Online Travel Agents (for example Booking, Expedia, TripAdvisor)?*

**Uses digital analytics tools?:** Results by the respondents answer on the question: *Do you use any digital analytics tools, such as Google Analytics?*

**Have a marketing budget?:** Results by the respondents answer on the question: *Do you have a marketing budget?*

## Results | Use of Webpage and Social Media

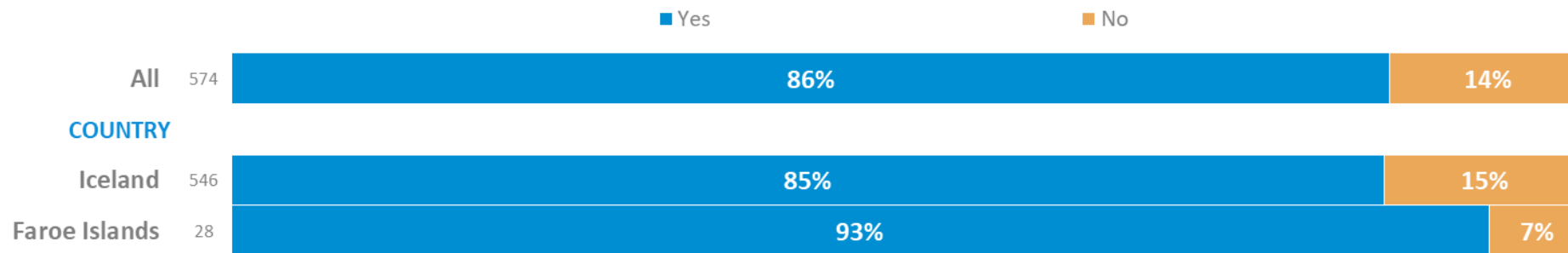
## ANSWER DISTRIBUTION

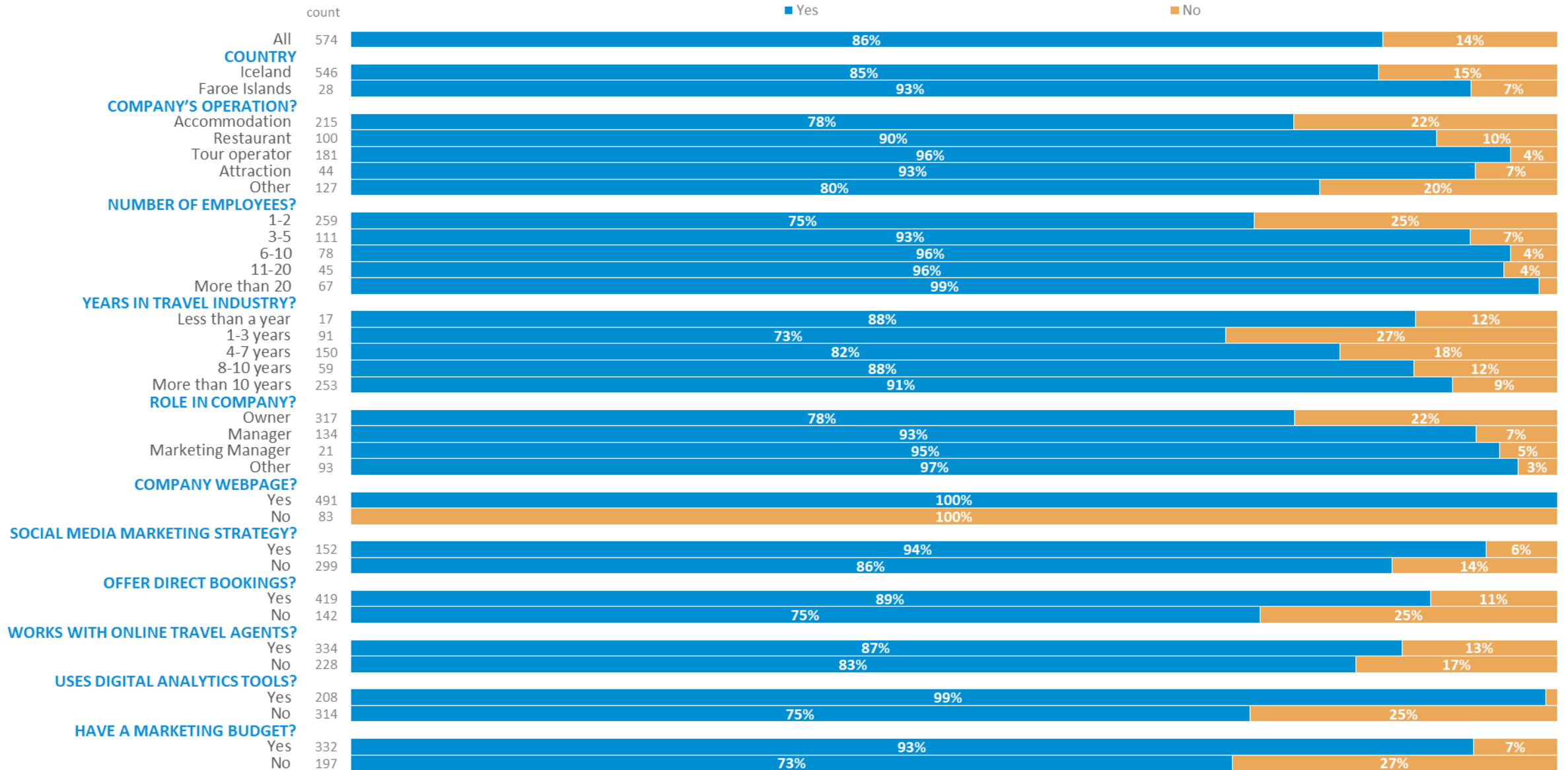


Answers	n	%	± 95% conf.int.
Yes	491	85,5%	2,6%
No	83	14,5%	2,6%
<b>Total</b>	<b>574</b>		
Answered	574	99,5%	
Refused**	3	0,5%	
<b>No. respondents</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	
Asked*	577	100,0%	
Not asked	0	0,0%	
<b>No. participants</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	

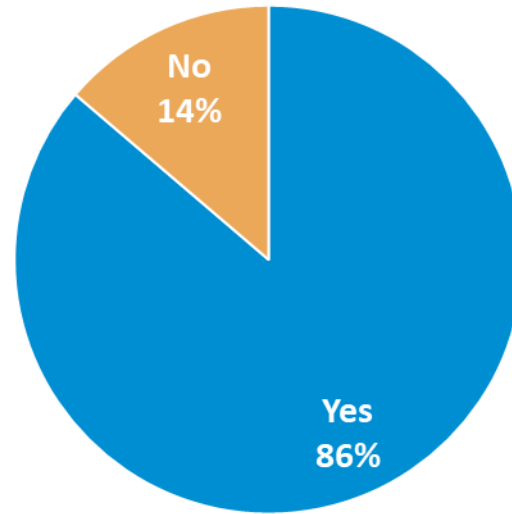
\*All participants were asked  
 \*\*Those who refused were those who answered 'Don't know' or 'Do not wish to answer'

## COMPARISON





## ANSWER DISTRIBUTION

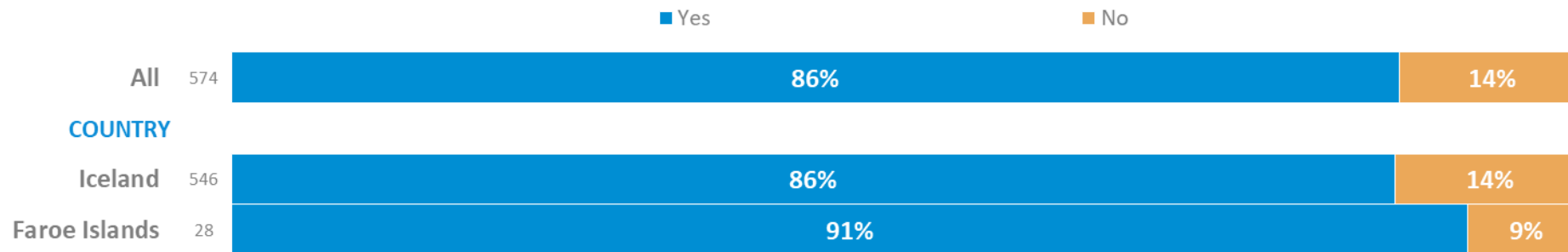


Answers	n	%	± 95% conf.int.
Yes	364	86,3%	3,0%
No	58	13,7%	3,0%
<b>Total</b>	<b>422</b>		
Answered	422	85,9%	
Refused**	69	14,1%	
<b>No. respondents</b>	<b>491</b>	<b>100%</b>	
Asked*	491	85,1%	
Not asked	86	14,9%	
<b>No. participants</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	

\*Those who said their company had a webpage

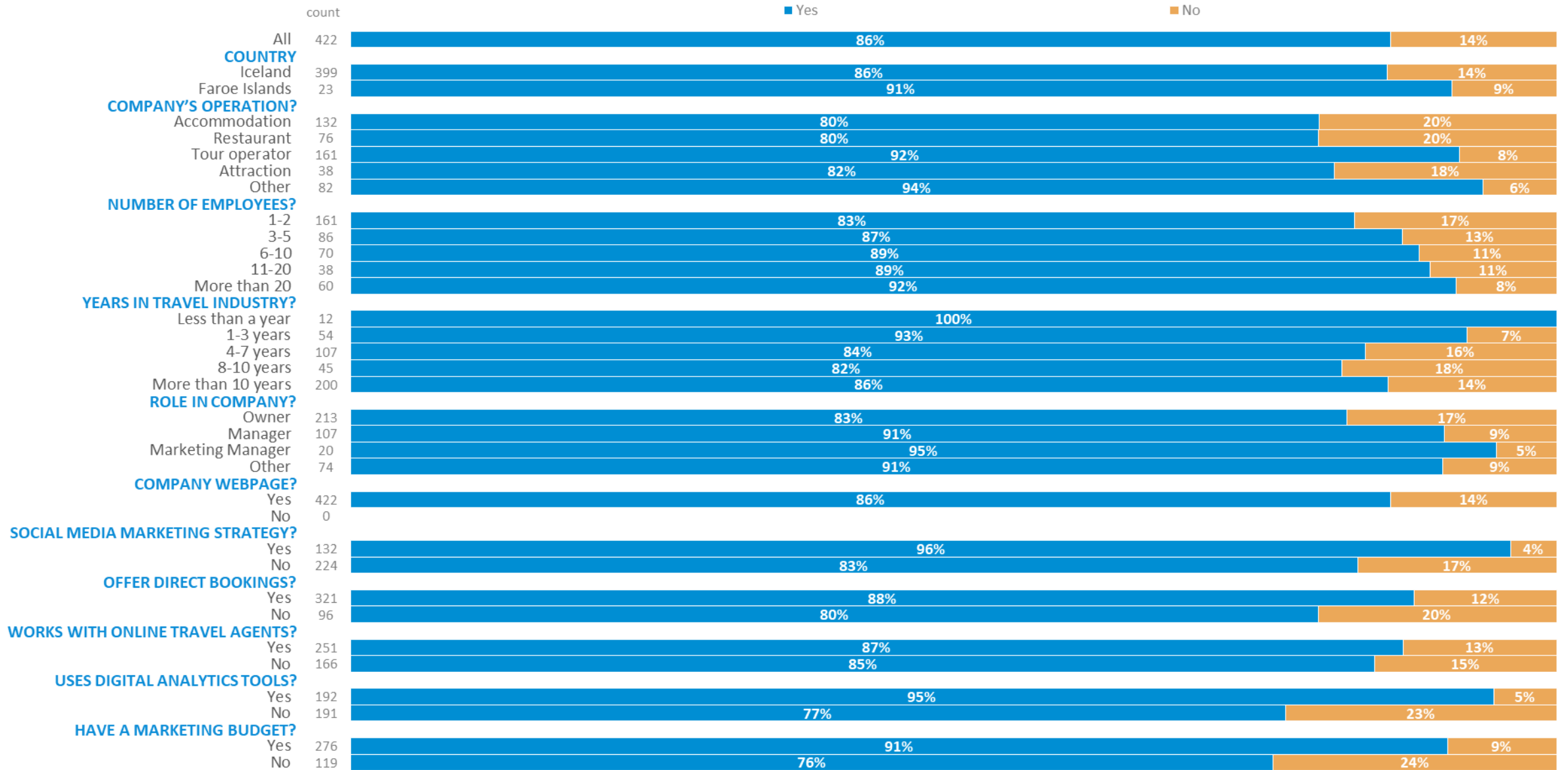
\*\*Those who refused were those who answered 'Don't know' or 'Do not wish to answer'

## COMPARISON



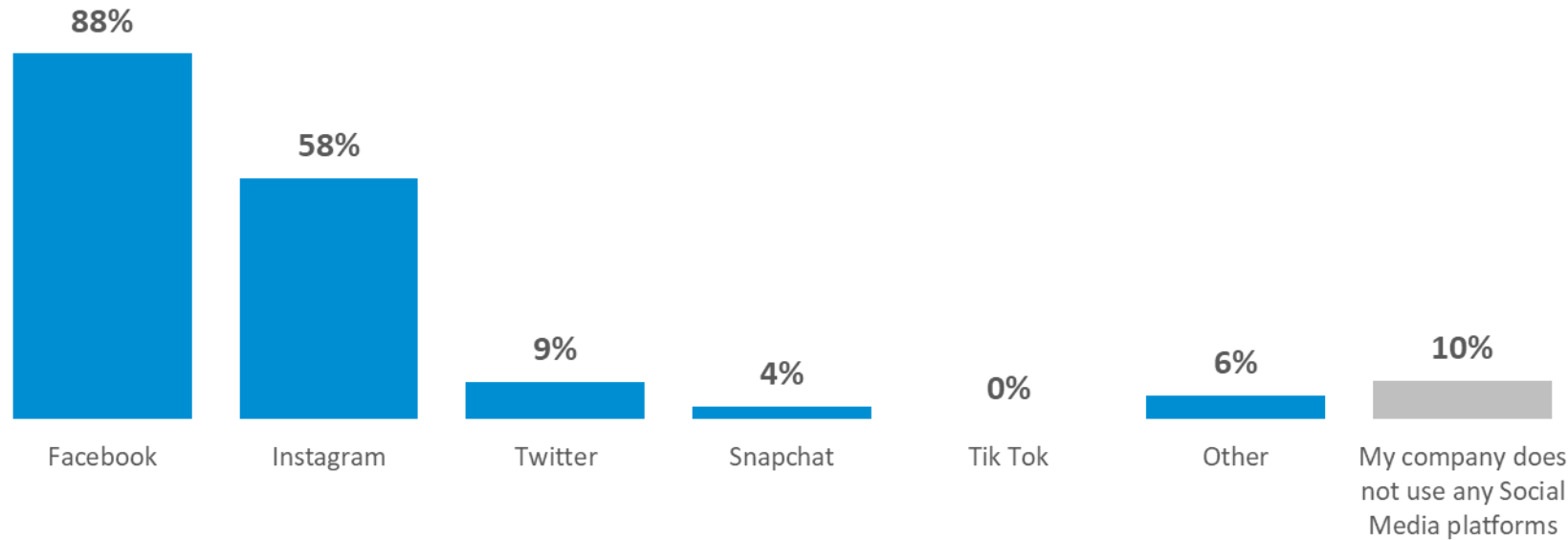


# Is your company's web page optimized for mobile devices?



# Which of the following Social Media platforms, if any, does your company use?

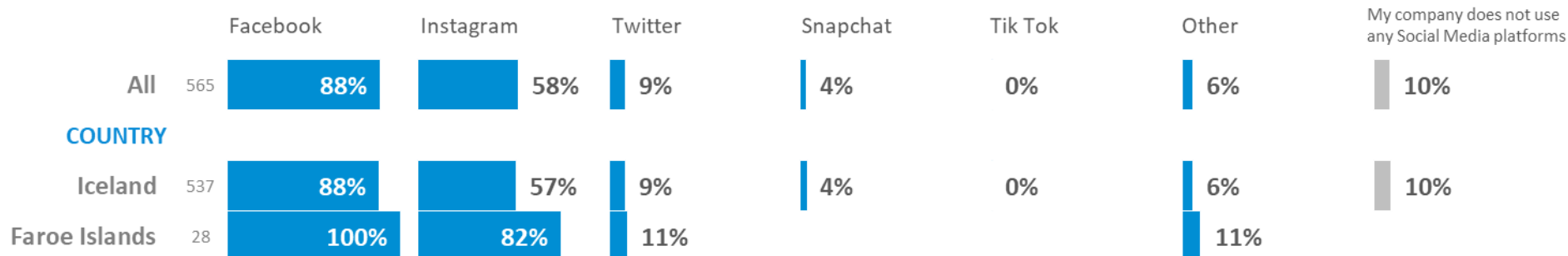
## ANSWER DISTRIBUTION



Answers	n	%	± 95% conf.int.
Facebook	498	88,1%	2,4%
Instagram	328	58,1%	3,7%
Twitter	53	9,4%	2,2%
Snapchat	21	3,7%	1,4%
Tik Tok	1	0,2%	0,3%
Other	36	6,4%	1,8%
My company does not use any Social Media platforms	55	9,7%	2,2%
<b>Total</b>	<b>565</b>		
Answered	565	97,9%	
Refused**	12	2,1%	
<b>No. respondents</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	
Asked*	577	100,0%	
Not asked	0	0,0%	
<b>No. participants</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	

\*All participants were asked  
 \*\*Those who refused were those who answered 'Don't know' or 'Do not wish to answer'

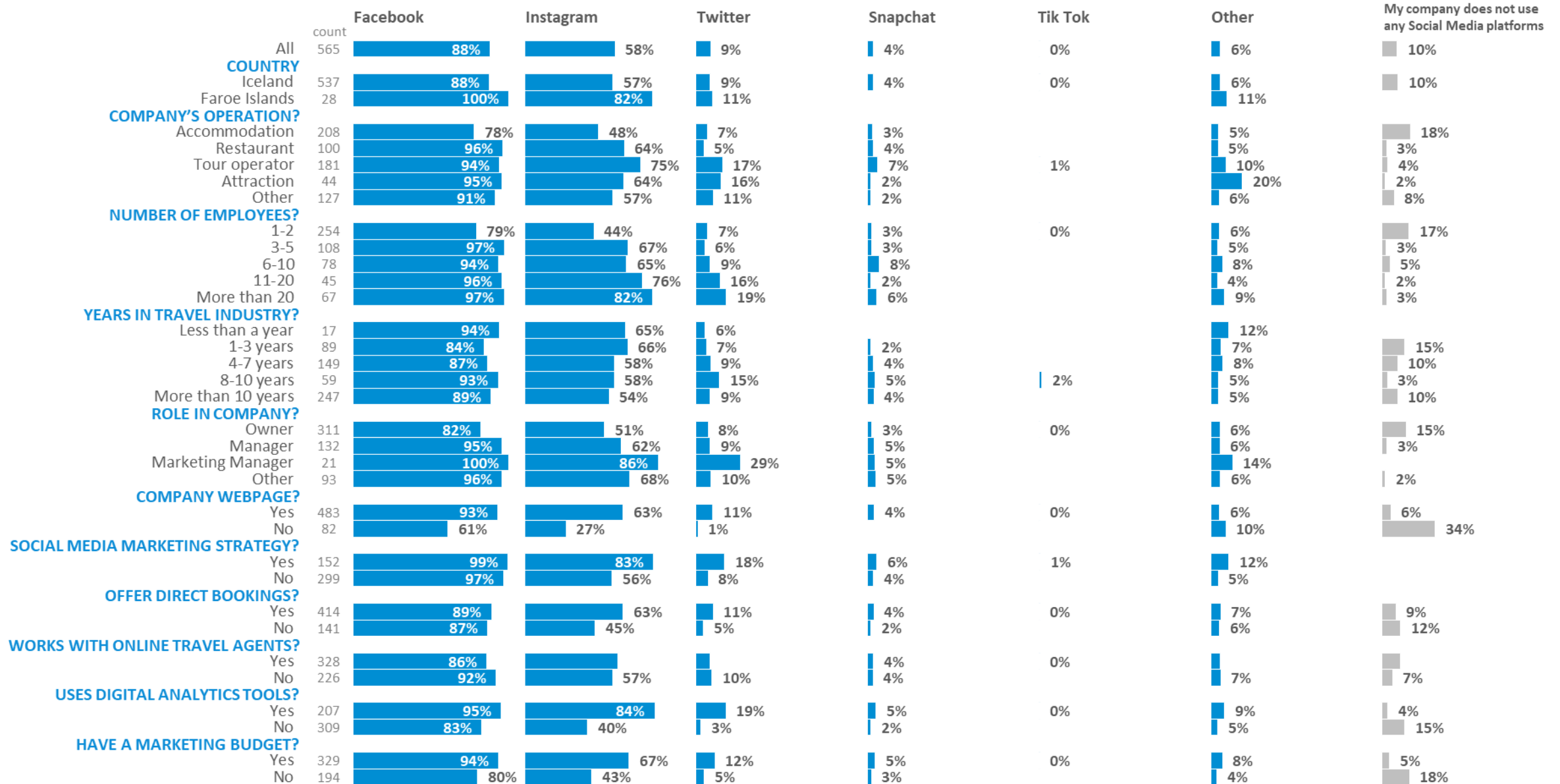
## COMPARISON



[See Other mentions](#)



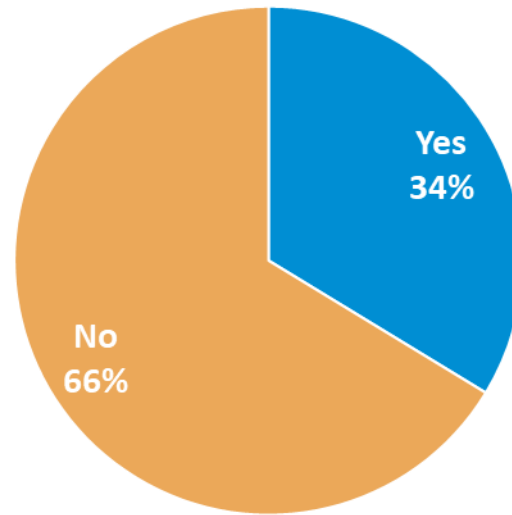
# Which of the following Social Media platforms, if any, does your company use?



NB: The question was a multiple-choice question, so respondents were able to choose one or more of the options

# Does your company have a Social Media marketing strategy for its activities and content?

## ANSWER DISTRIBUTION

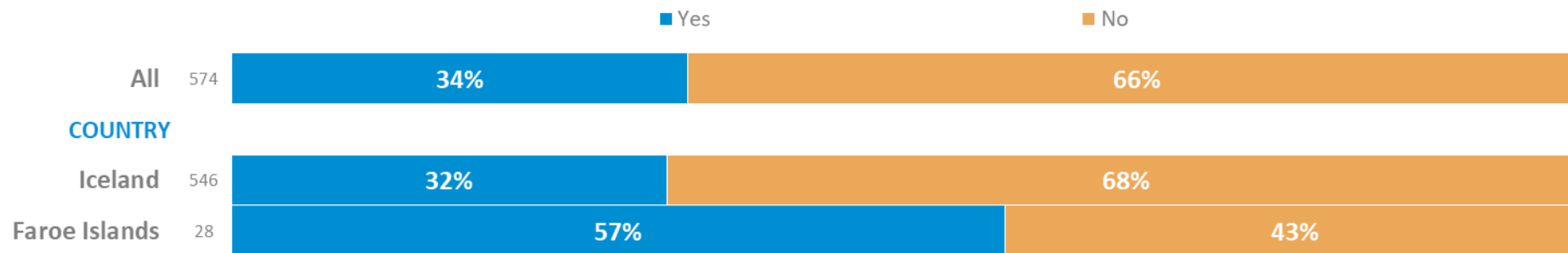


Answers	n	%	± 95% conf.int.
Yes	152	33,7%	4,0%
No	299	66,3%	4,0%
<b>Total</b>	<b>451</b>		
Answered	451	88,4%	
Refused**	59	11,6%	
<b>No. respondents</b>	<b>510</b>	<b>100%</b>	
Asked*	510	88,4%	
Not asked	67	11,6%	
<b>No. participants</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	

\*Those who mentioned a Social Media platform were asked

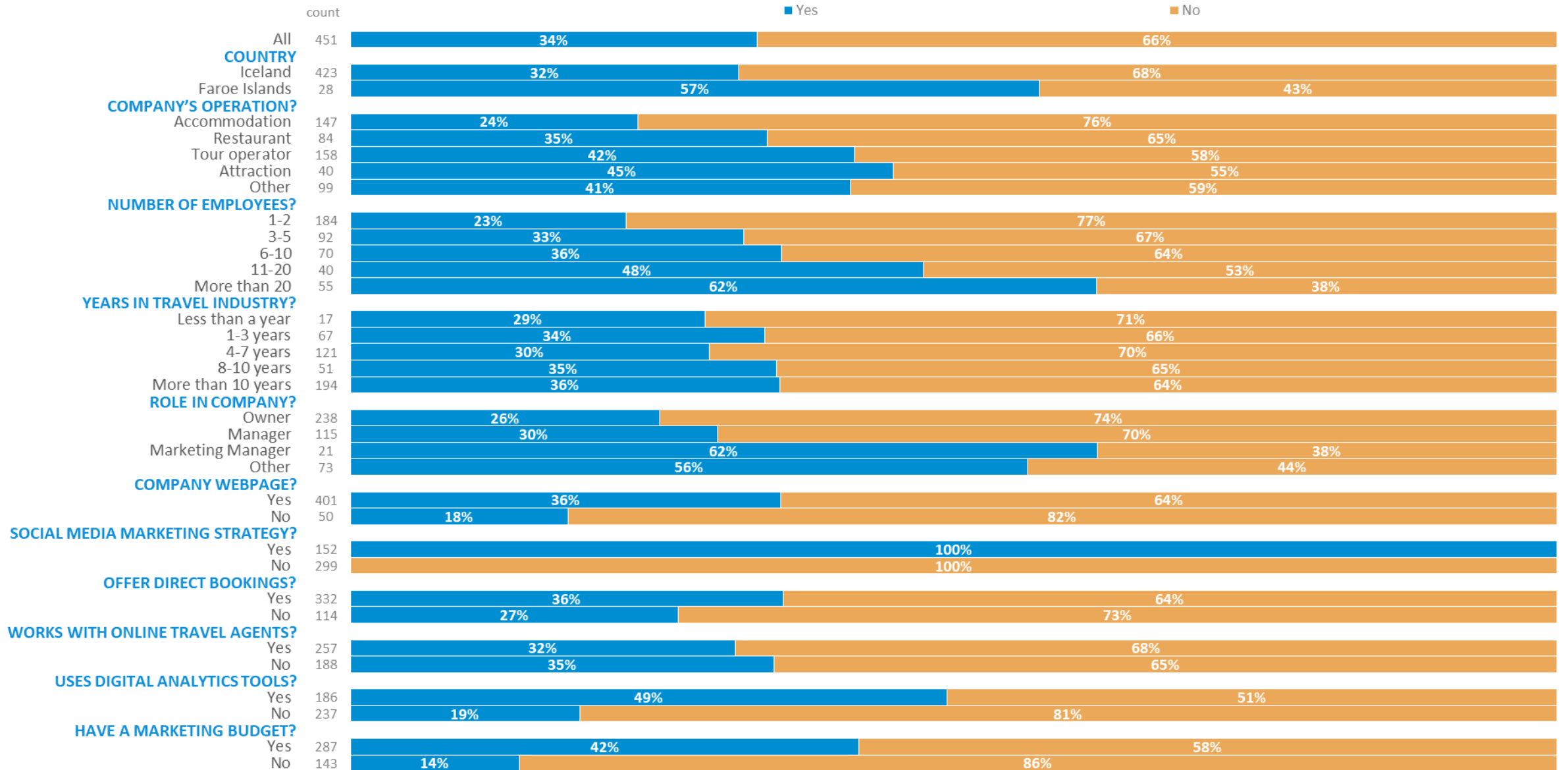
\*\*Those who refused were those who answered 'Don't know' or 'Do not wish to answer'

## COMPARISON





# Does your company have a Social Media marketing strategy for its activities and content?

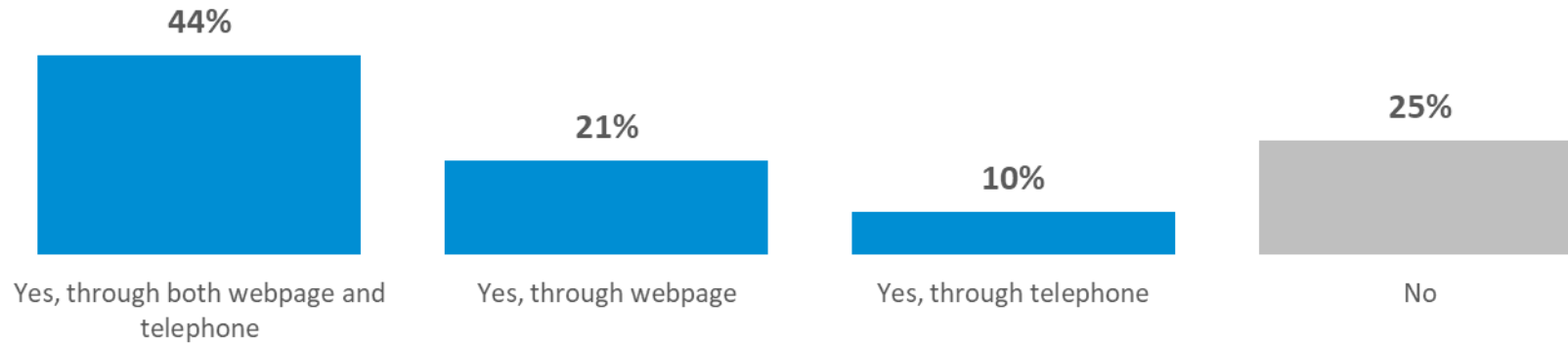


## Results | Bookings



# Do you offer direct bookings through webpage and/or telephone?

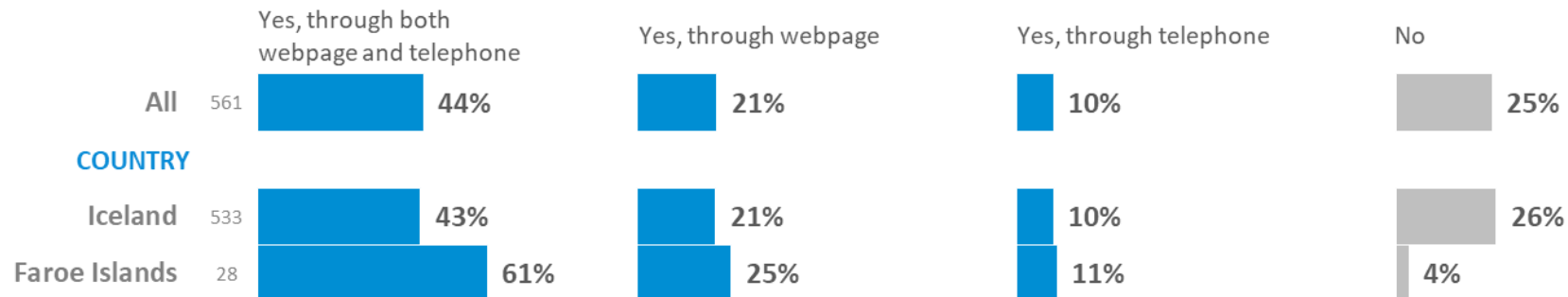
## ANSWER DISTRIBUTION



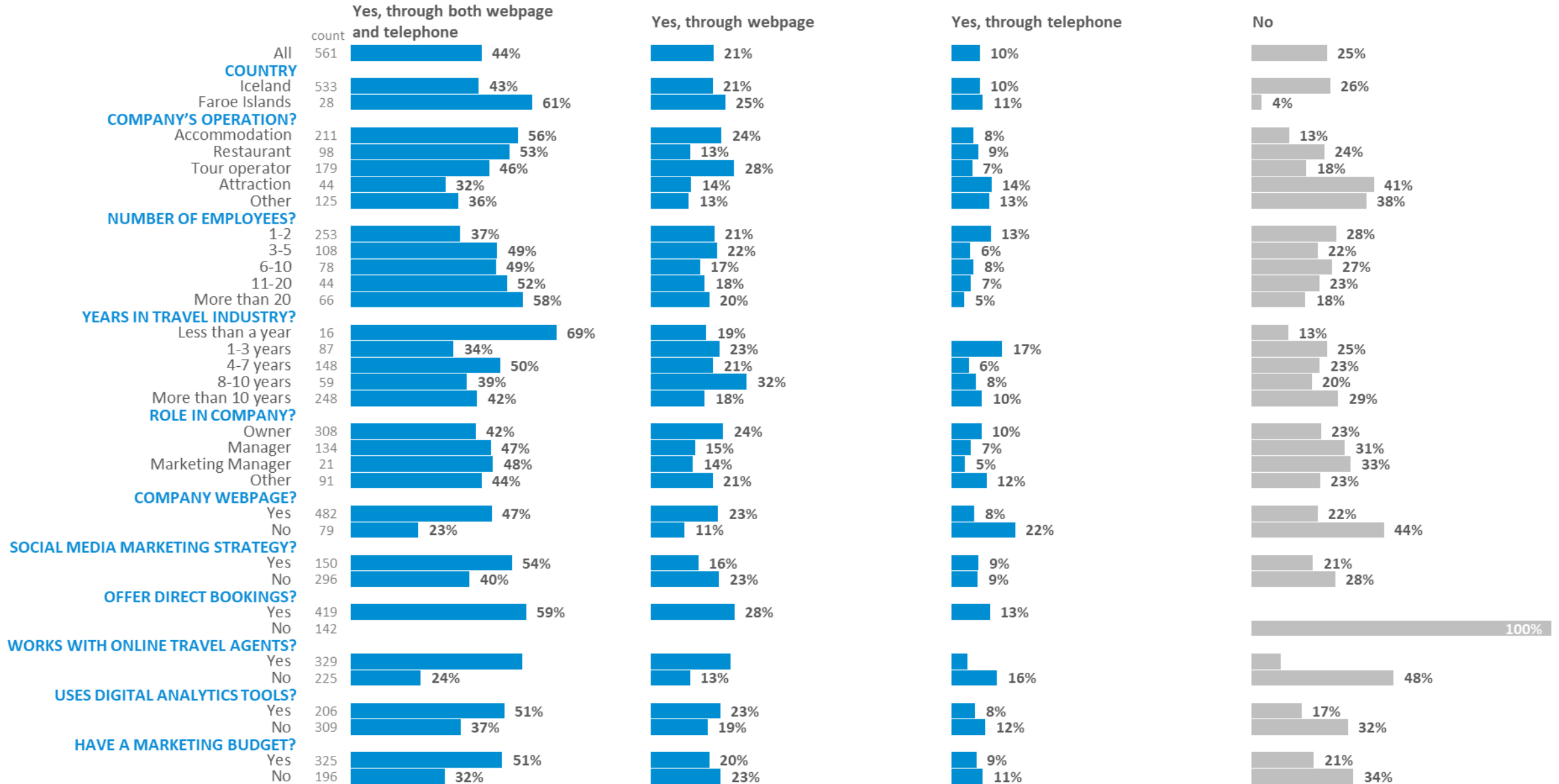
Answers	n	%	± 95% conf.int.
Yes, through both webpage and telephone	246	43,9%	3,8%
Yes, through webpage	118	21,0%	3,1%
Yes, through telephone	55	9,8%	2,2%
No	142	25,3%	3,3%
<b>Total</b>	<b>561</b>		
Answered	561	97,2%	
Refused**	16	2,8%	
<b>No. respondents</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	
Asked*	577	100,0%	
Not asked	0	0,0%	
<b>No. participants</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	

\*All participants were asked  
 \*\*Those who refused were those who answered 'Don't know' or 'Do not wish to answer'

## COMPARISON



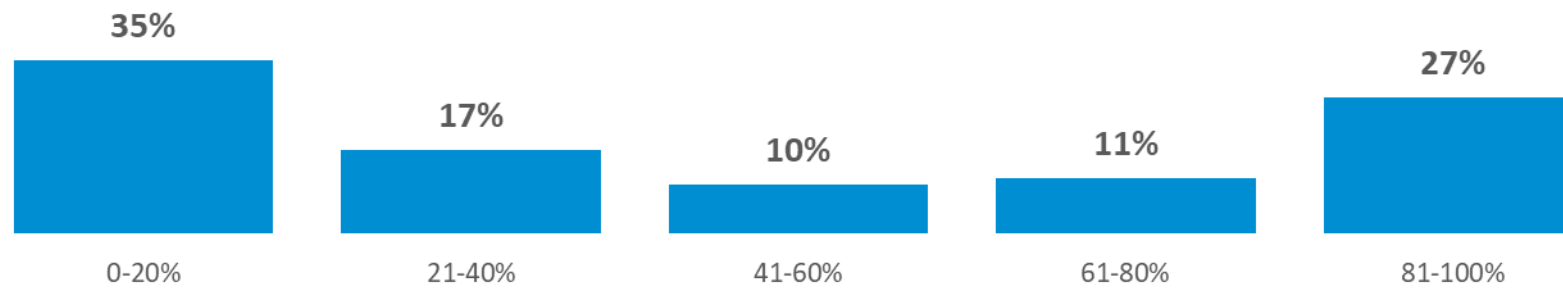
# Do you offer direct bookings through webpage and/or telephone?





# What percentage of your company's bookings are direct bookings (through webpage and/or telephone)?

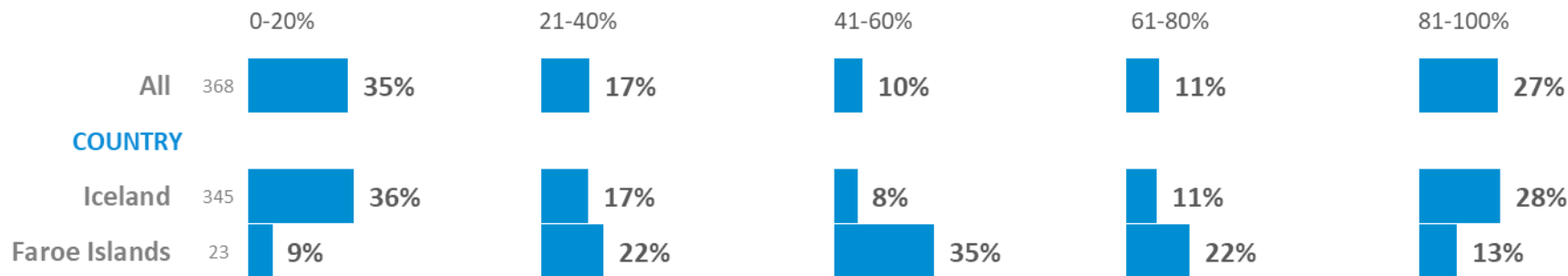
## ANSWER DISTRIBUTION



Answers	n	%	± 95% conf.int.
0-20%	127	34,5%	4,5%
21-40%	62	16,8%	3,5%
41-60%	37	10,1%	2,8%
61-80%	42	11,4%	3,0%
81-100%	100	27,2%	4,2%
<b>Total</b>	<b>368</b>		
Answered	368	87,8%	
Refused**	51	12,2%	
<b>No. respondents</b>	<b>419</b>	<b>100%</b>	
Asked*	419	72,6%	
Not asked	158	27,4%	
<b>No. participants</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	

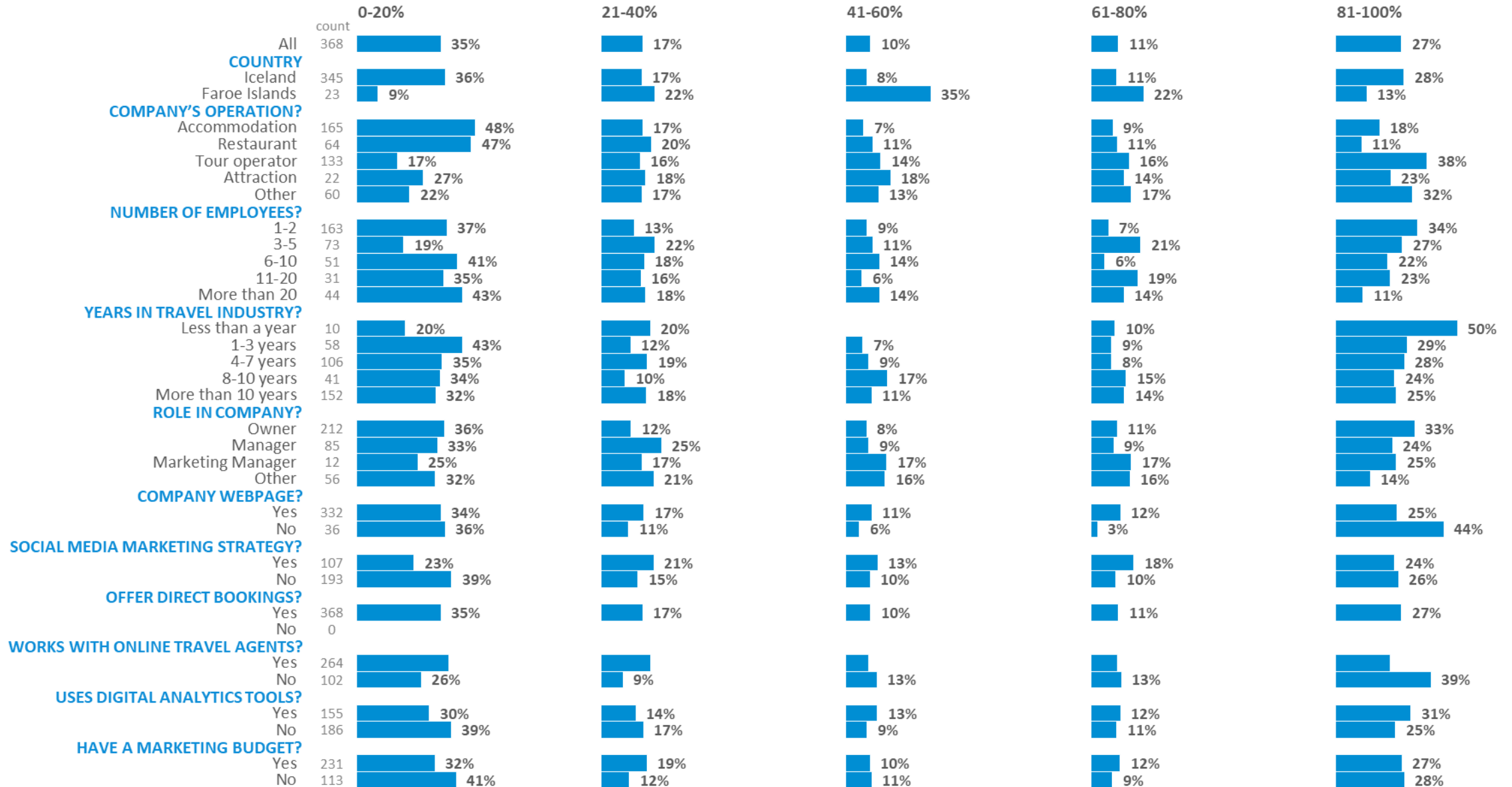
\*Those who said their company offers direct booking  
 \*\*Those who refused were those who answered 'Don't know' or 'Do not wish to answer'

## COMPARISON



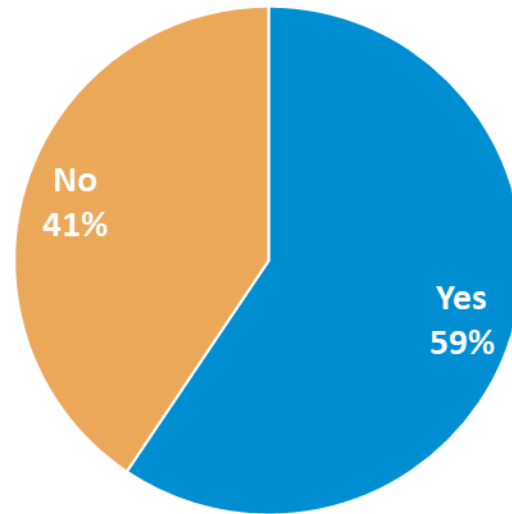


# What percentage of your company's bookings are direct bookings (through webpage and/or telephone)?



# Do you work with Online Travel Agents (for example Booking, Expedia, TripAdvisor)?

## ANSWER DISTRIBUTION

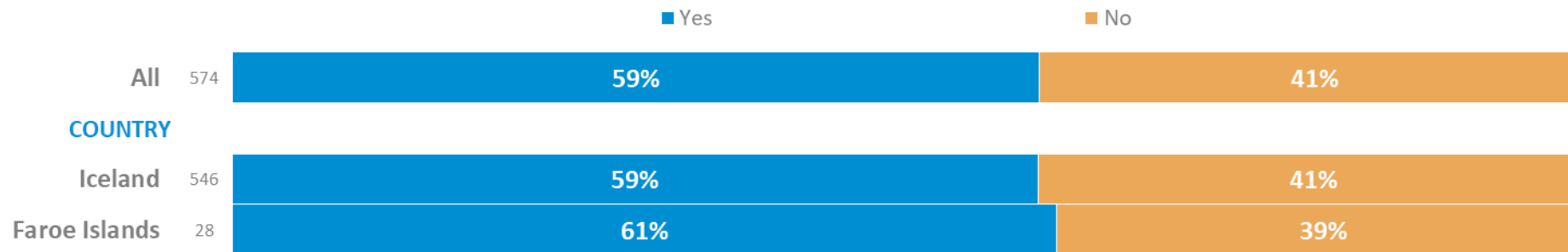


Answers	n	%	± 95% conf.int.
Yes	334	59,4%	3,7%
No	228	40,6%	3,7%
<b>Total</b>	<b>562</b>		
Answered	562	97,4%	
Refused**	15	2,6%	
<b>No. respondents</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	
Asked*	577	100,0%	
Not asked	0	0,0%	
<b>No. participants</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	

\*All participants were asked

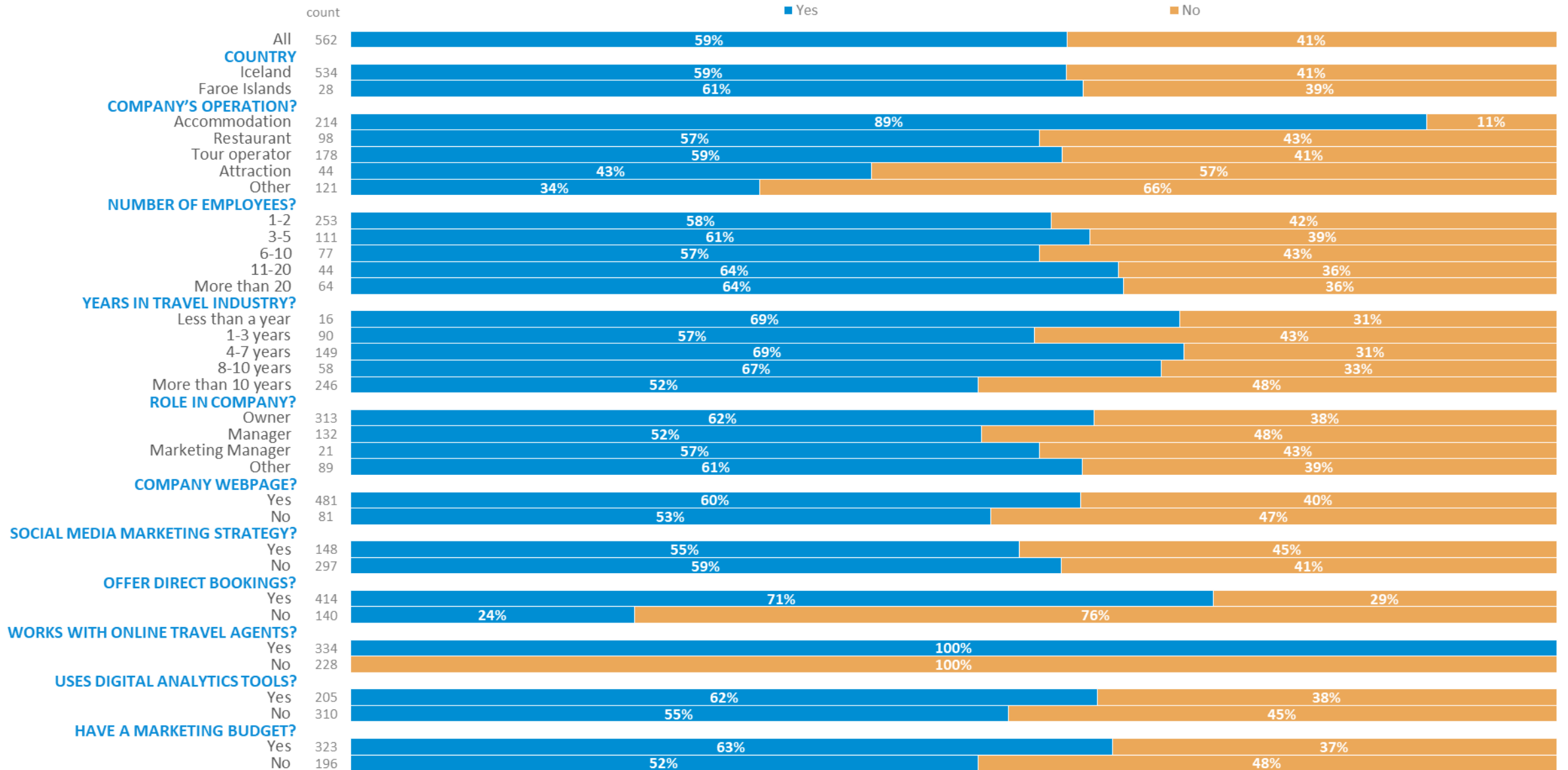
\*\*Those who refused were those who answered 'Don't know' or 'Do not wish to answer'

## COMPARISON



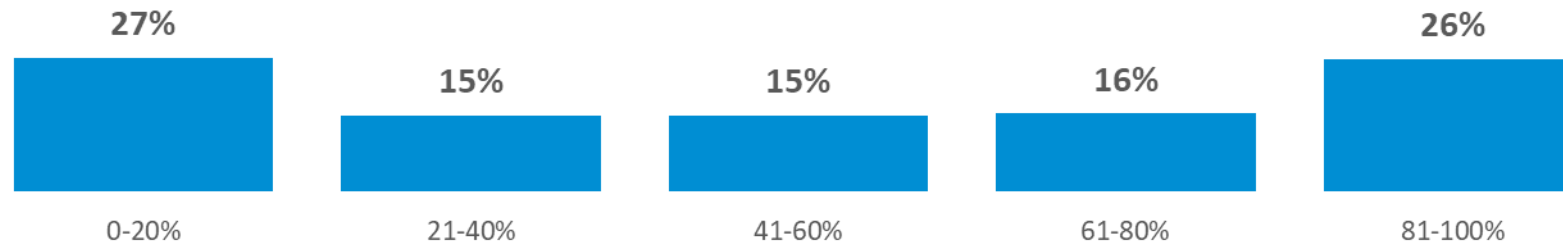


# Do you work with Online Travel Agents (for example Booking, Expedia, TripAdvisor)?



# What is the percentage of bookings that you get through Online Travel Agents (for example Booking, Expedia, TripAdvisor)?

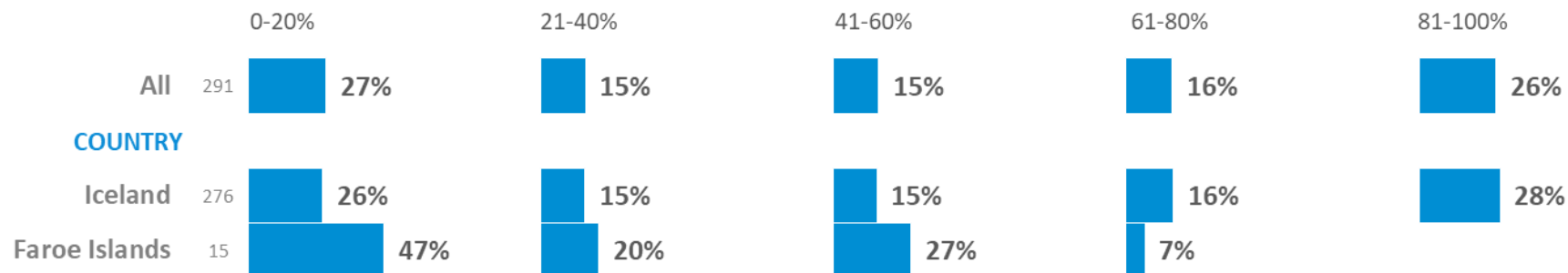
## ANSWER DISTRIBUTION



Answers	n	%	± 95% conf.int.
0-20%	78	26,8%	4,7%
21-40%	45	15,5%	3,8%
41-60%	45	15,5%	3,8%
61-80%	46	15,8%	3,9%
81-100%	77	26,5%	4,7%
<b>Total</b>	<b>291</b>		
Answered	291	87,1%	
Refused**	43	12,9%	
<b>No. respondents</b>	<b>334</b>	<b>100%</b>	
Asked*	334	57,9%	
Not asked	243	42,1%	
<b>No. participants</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	

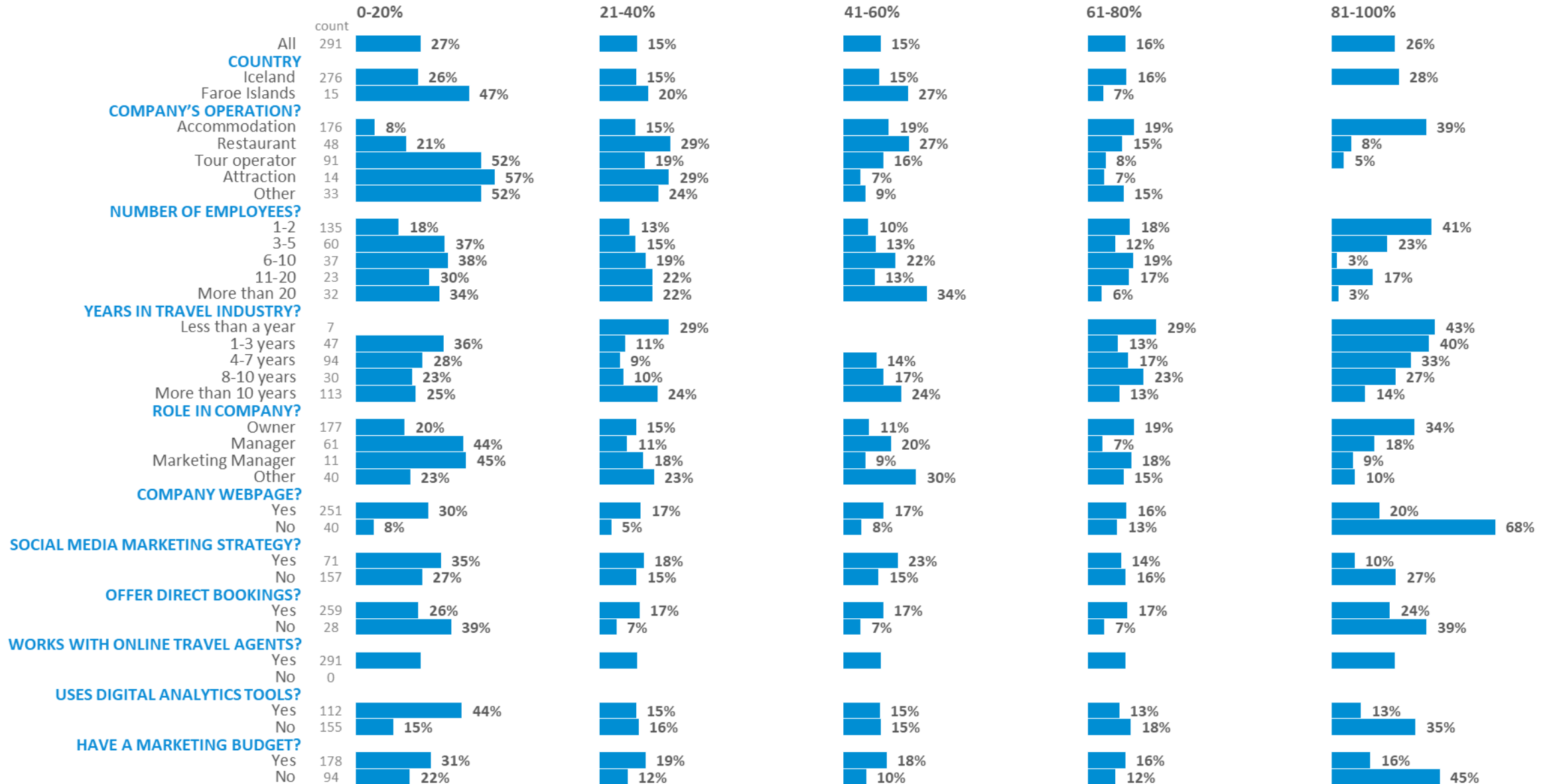
\*Those who said their company offers direct booking  
 \*\*Those who refused were those who answered 'Don't know' or 'Do not wish to answer'

## COMPARISON





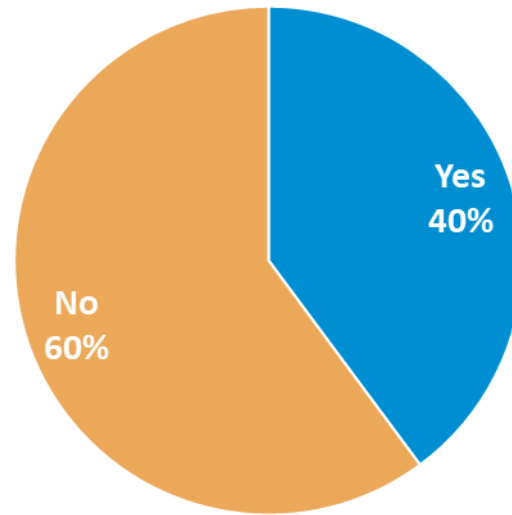
# What is the percentage of bookings that you get through Online Travel Agents (for example Booking, Expedia, TripAdvisor)?



## Results | Digital Analytics



## ANSWER DISTRIBUTION

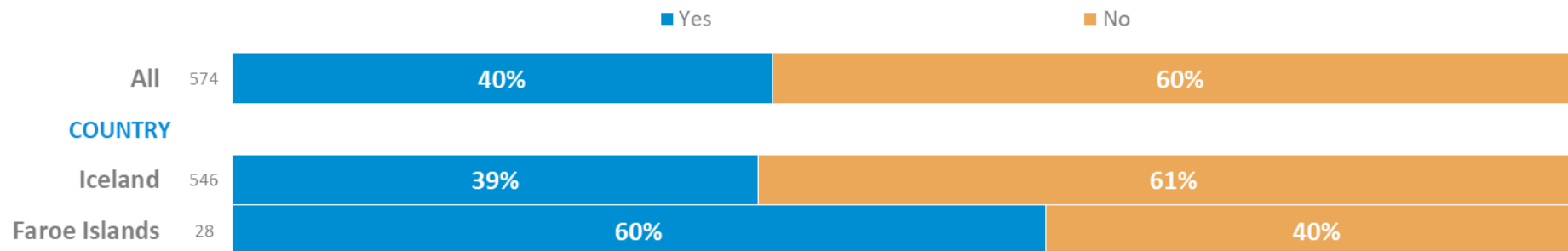


Answers	n	%	± 95% conf.int.
Yes	208	39,8%	3,9%
No	314	60,2%	3,9%
<b>Total</b>	<b>522</b>		
Answered	522	90,5%	
Refused**	55	9,5%	
<b>No. respondents</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	
Asked*	577	100,0%	
Not asked	0	0,0%	
<b>No. participants</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	

\*All participants were asked

\*\*Those who refused were those who answered 'Don't know' or 'Do not wish to answer'

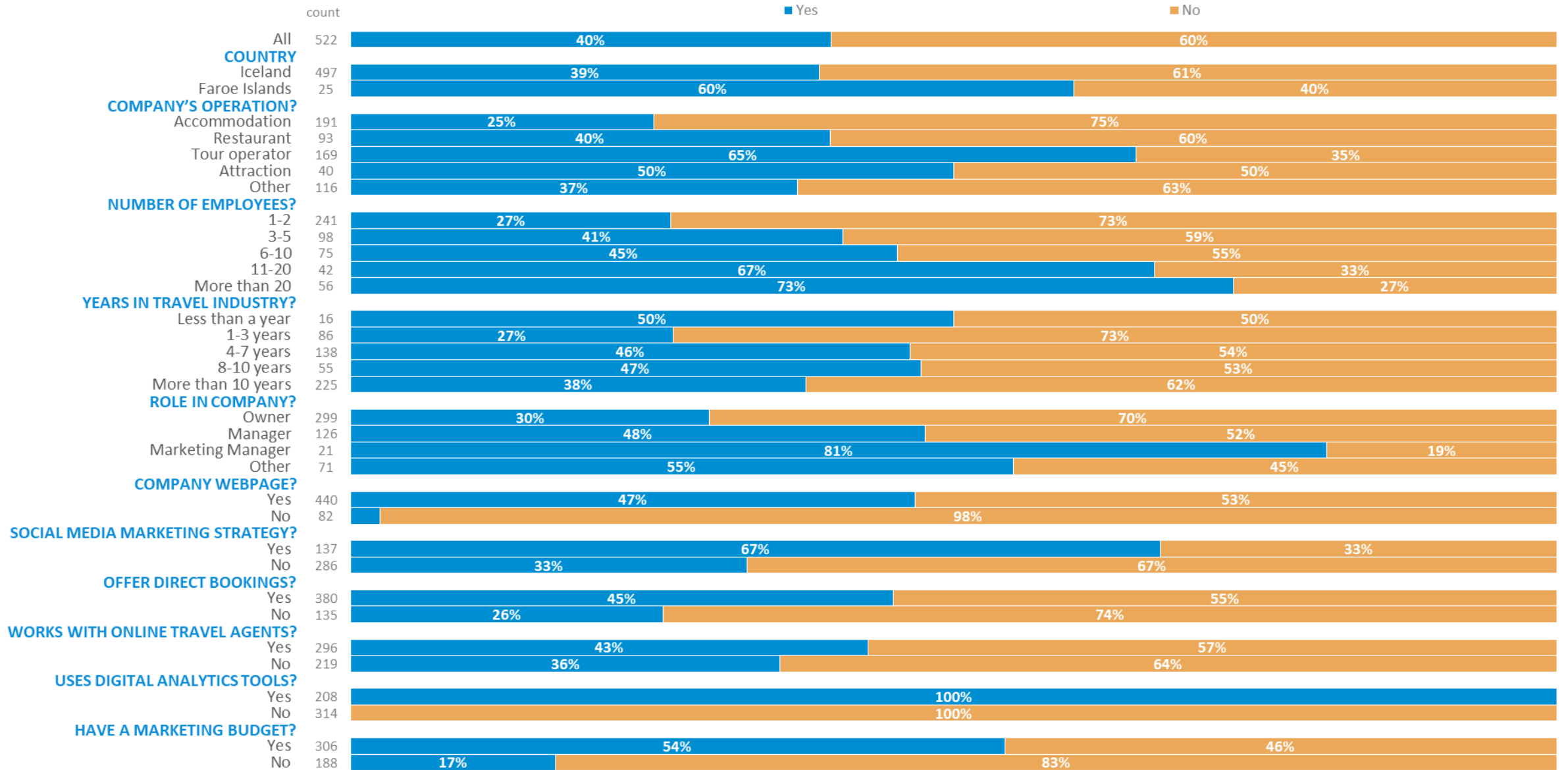
## COMPARISON







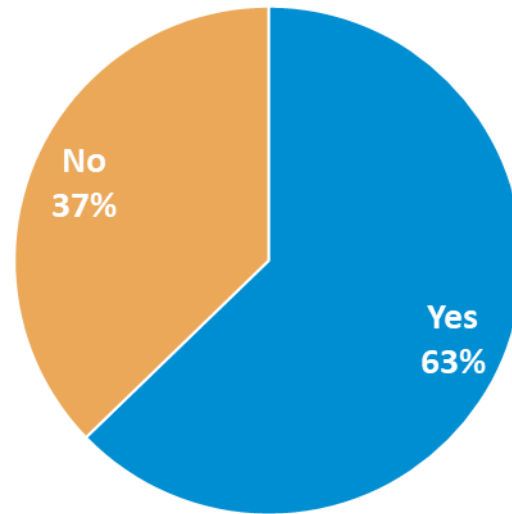
# Do you use any digital analytics tools, such as Google Analytics?



## Results | Marketing Budget



## ANSWER DISTRIBUTION

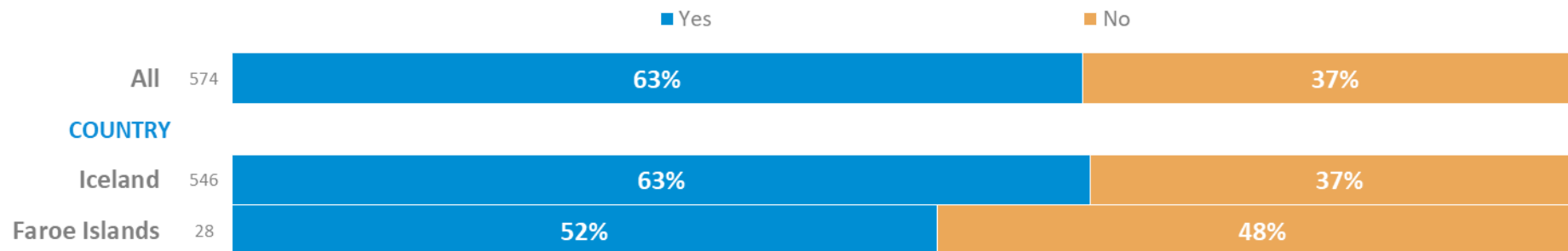


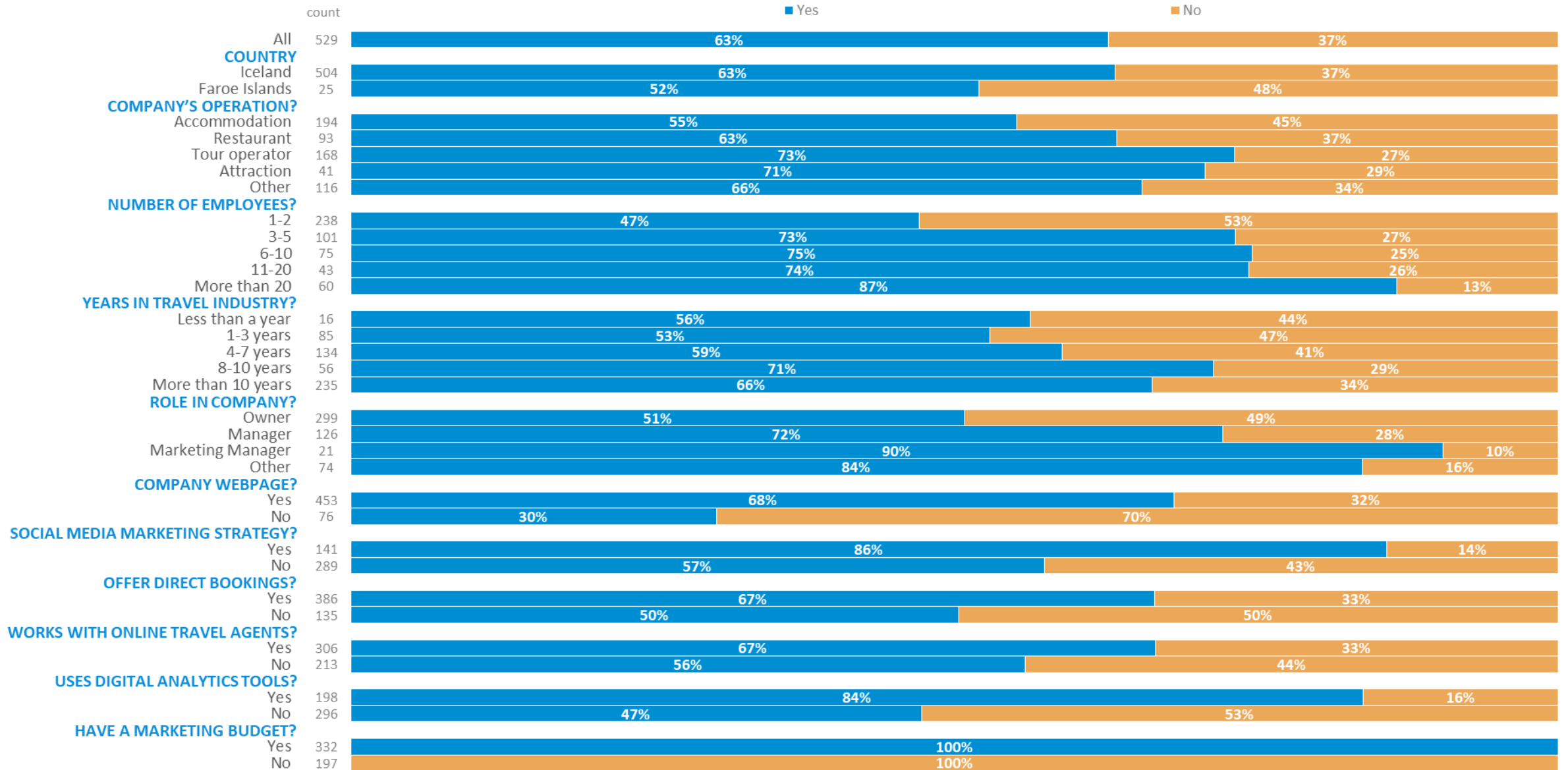
Answers	n	%	± 95% conf.int.
Yes	332	62,8%	3,8%
No	197	37,2%	3,8%
<b>Total</b>	<b>529</b>		
Answered	529	91,7%	
Refused**	48	8,3%	
<b>No. respondents</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	
Asked*	577	100,0%	
Not asked	0	0,0%	
<b>No. participants</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	

\*All participants were asked

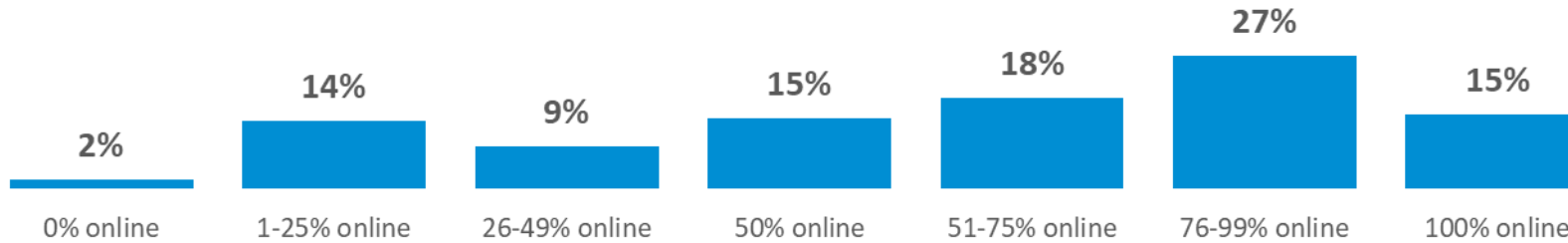
\*\*Those who refused were those who answered 'Don't know' or 'Do not wish to answer'

## COMPARISON





## ANSWER DISTRIBUTION

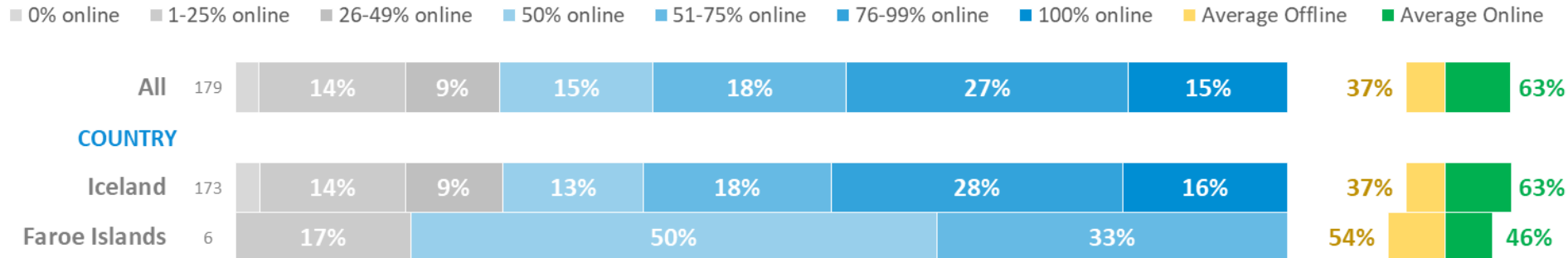


Answers	n	%	± 95% conf.int.
0% online	4	2,2%	2,1%
1-25% online	25	14,0%	4,8%
26-49% online	16	8,9%	4,0%
50% online	26	14,5%	4,9%
51-75% online	33	18,4%	5,4%
76-99% online	48	26,8%	6,2%
100% online	27	15,1%	5,0%
<b>Total</b>	<b>179</b>		
Answered	179	53,9%	
Refused**	153	46,1%	
<b>No. respondents</b>	<b>332</b>	<b>100%</b>	
Asked*	332	57,5%	
Not asked	245	42,5%	
<b>No. participants</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	

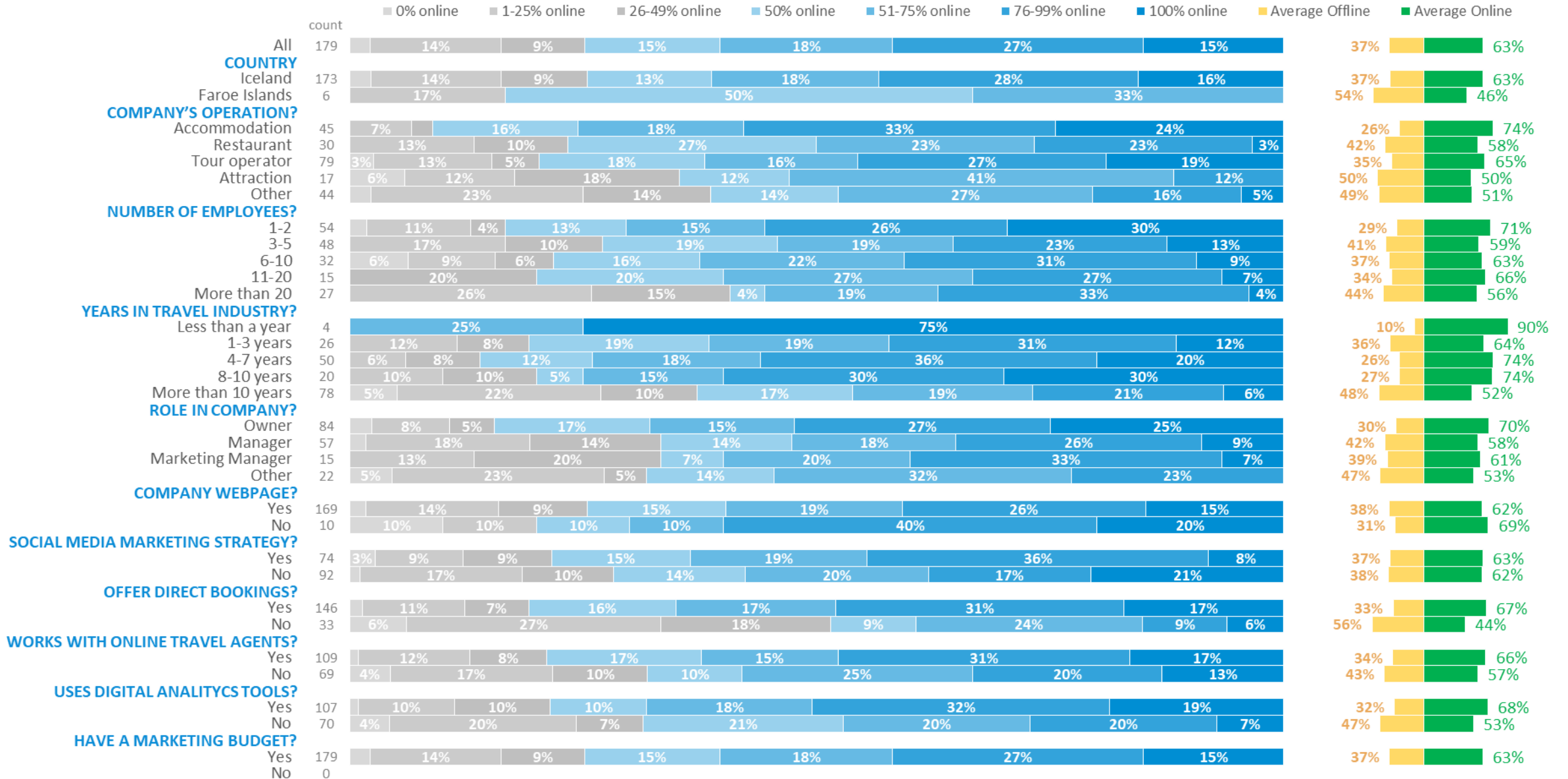
\*Those who said their company have a marketing budget

\*\*Those who refused were those who answered 'Don't know' or 'Do not wish to answer'

## COMPARISON



# What is the marketing budget share, in percentages, for offline and online marketing?

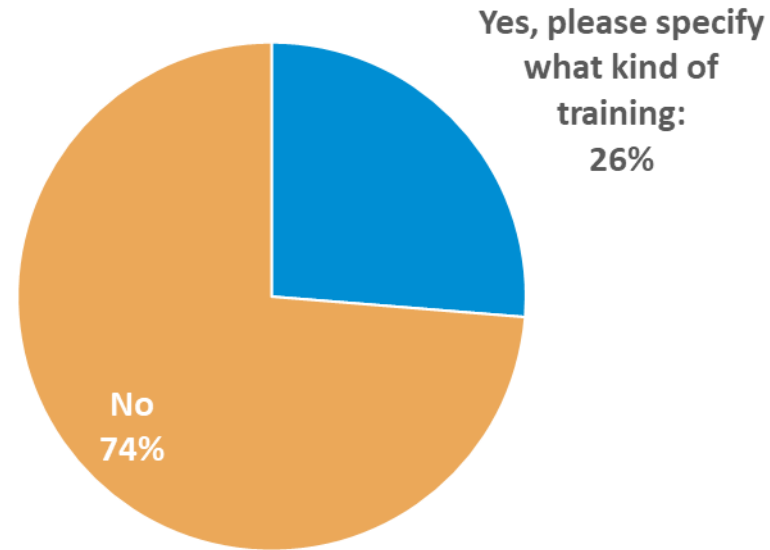


NB: : The question was open-ended (that is, the respondents wrote their online and offline budget) and the answers then grouped by the above options

## Results | Digital Media Training



## ANSWER DISTRIBUTION



Answers	n	%	± 95% conf.int.
Yes, please specify what kind of training:	138	26,3%	3,5%
No	387	73,7%	3,5%
<b>Total</b>	<b>525</b>		
Answered	525	91,0%	
Refused**	52	9,0%	
<b>No. respondents</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	
Asked*	577	100,0%	
Not asked	0	0,0%	
<b>No. participants</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	

\*All participants were asked

\*\*Those who refused were those who answered 'Don't know' or 'Do not wish to answer'

## COMPARISON

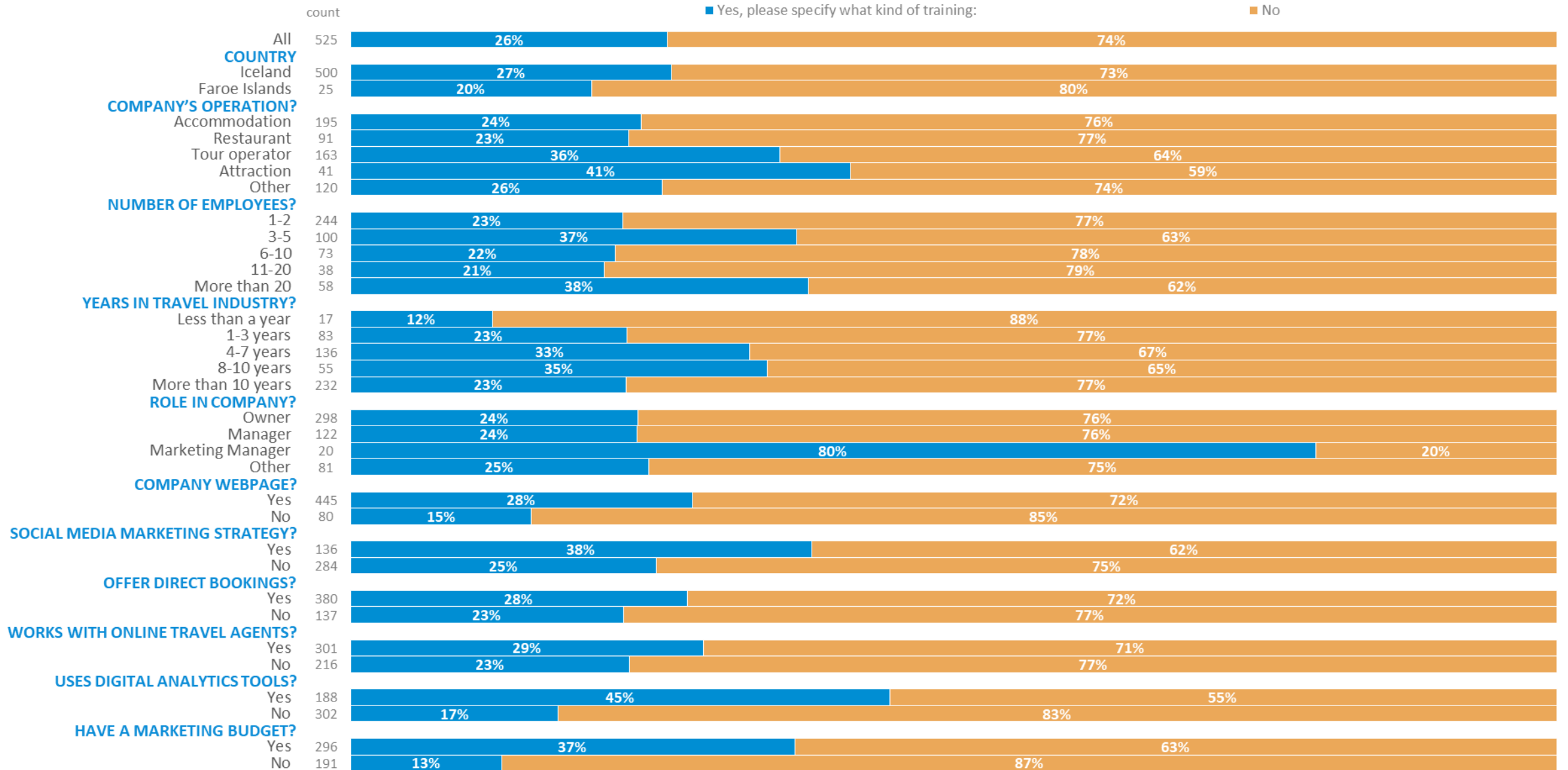
■ Yes, please specify what kind of training: ■ No



See Yes, please specify mentions

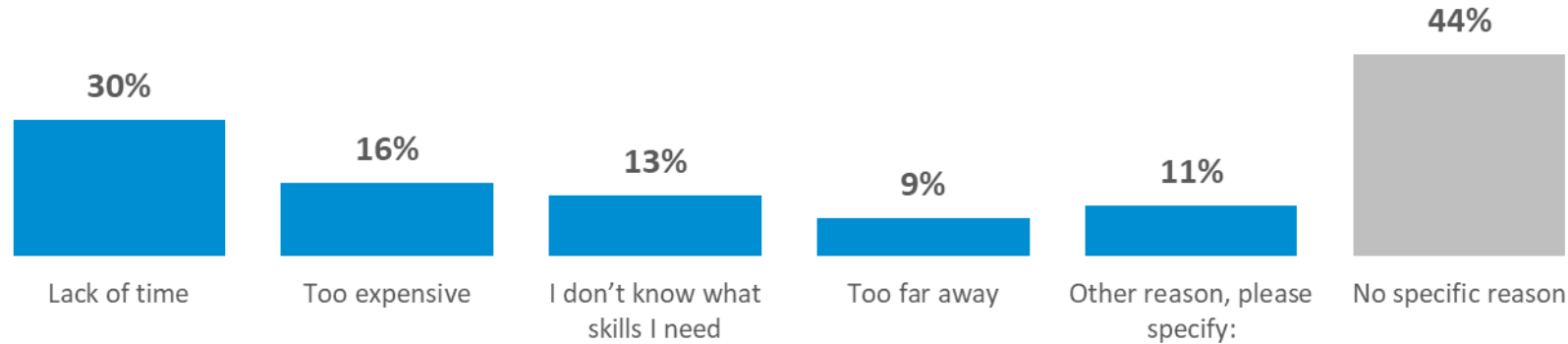


# Have you acquired any training in the use of digital media?



# Can you point to any specific reason (or reasons) for why you have not acquired any training in the use of digital media?

## ANSWER DISTRIBUTION

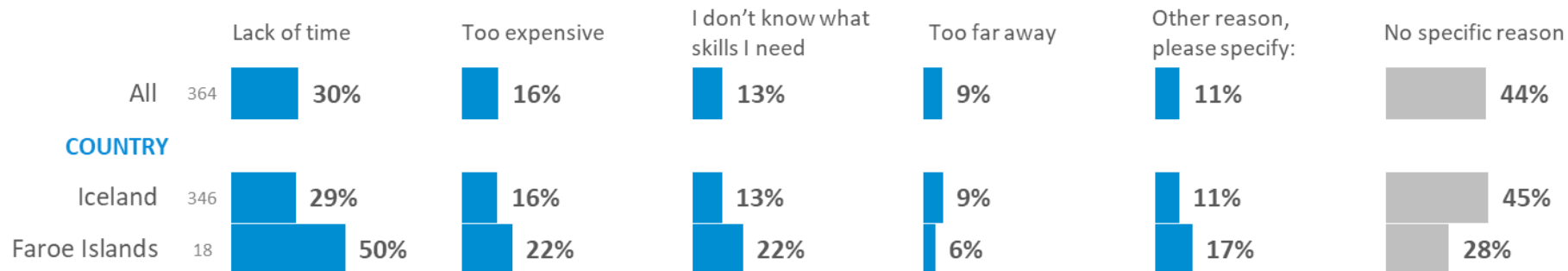


Answers	n	%	± 95% conf.int.
Lack of time	108	29,7%	4,3%
Too expensive	59	16,2%	3,5%
I don't know what skills I need	49	13,5%	3,2%
Too far away	31	8,5%	2,6%
Other reason, please specify:	41	11,3%	3,0%
No specific reason	160	44,0%	4,7%
<b>Total</b>	<b>364</b>		
Answered	364	94,1%	
Refused**	23	5,9%	
<b>No. respondents</b>	<b>387</b>	<b>100%</b>	
Asked*	387	67,1%	
Not asked	190	32,9%	
<b>No. participants</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	

\*Those who said they had not acquired any training in use of digital media

\*\*Those who refused were those who answered 'Don't know' or 'Do not wish to answer'

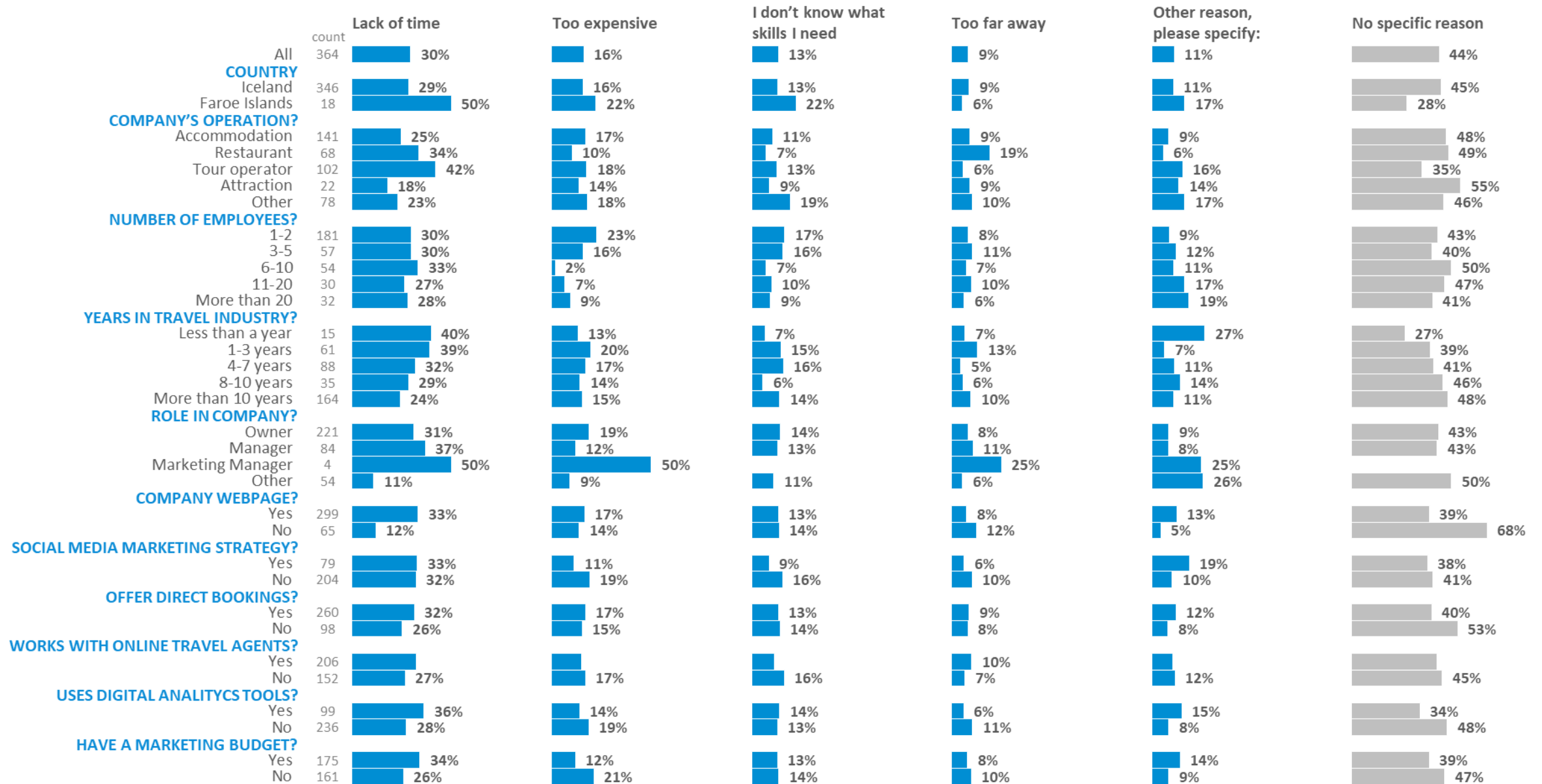
## COMPARISON



See Other, please specify mentions

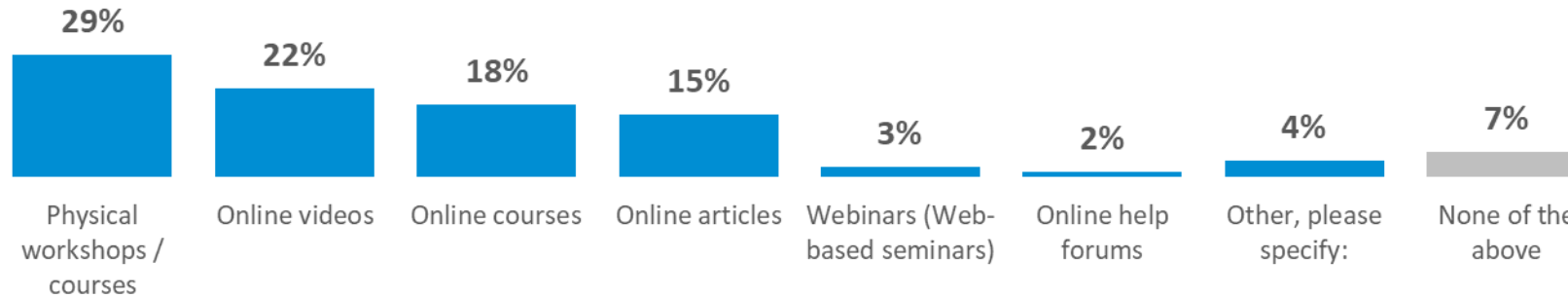


# Can you point to any specific reason (or reasons) for why you have not acquired any training in the use of digital media?



NB: The question was a multiple-choice question, so respondents were able to choose one or more of the options

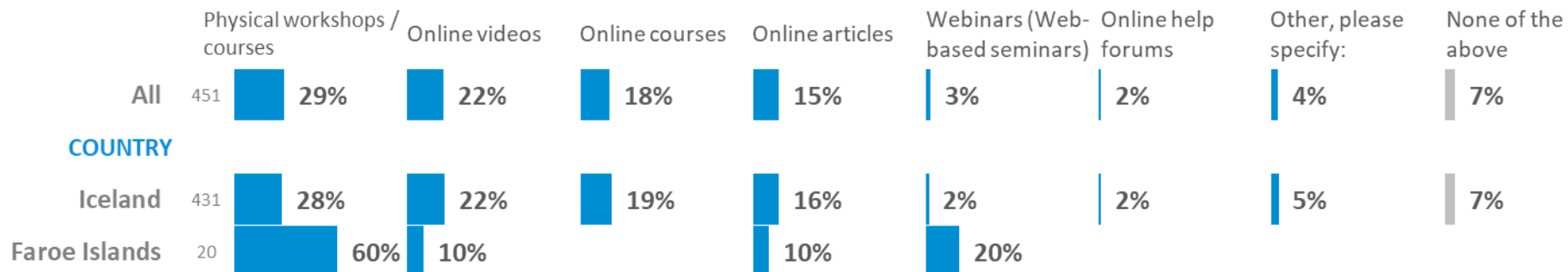
## ANSWER DISTRIBUTION



Answers	n	%	± 95% conf.int.
Physical workshops/courses	133	29,5%	3,9%
Online videos	97	21,5%	3,5%
Online courses	80	17,7%	3,3%
Online articles	69	15,3%	3,1%
Webinars (Web-based seminars)	14	3,1%	1,5%
Online help forums	8	1,8%	1,1%
Other, please specify:	20	4,4%	1,8%
None of the above	30	6,7%	2,1%
<b>Total</b>	<b>451</b>		
Answered	451	78,2%	
Refused**	126	21,8%	
<b>No. respondents</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	
Asked*	577	100,0%	
Not asked	0	0,0%	
<b>No. participants</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	

\*All participants were asked  
 \*\*Those who refused were those who answered 'Don't know' or 'Do not wish to answer'

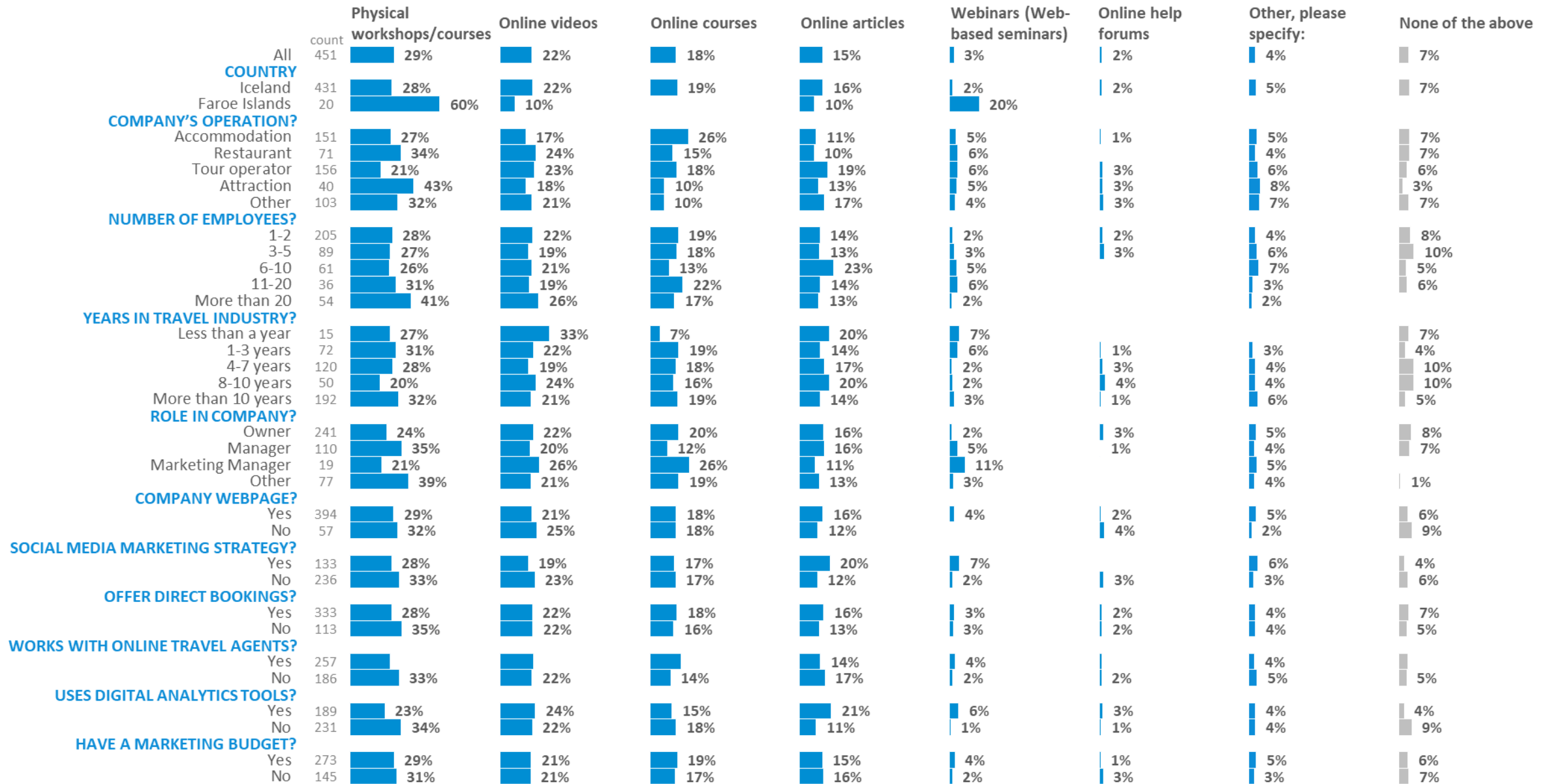
## COMPARISON



See Other, please specify mentions



# What is your preferred method of knowledge acquisition?



## Open answers from Iceland (1 of 3)

- Að gera áætlun fyrir árið
- Að læra að setja fram efni á vefnum
- Að sjá hversu sýnileg við erum, og hversu víðtækt og hvað er hægt að gera eitthvað auðvelt ? Fyrir litlar gistingar :)
- Aðstoð með uppsetningu og tengingu á google ads.
- Aðstoð varðandi samfélagsmiðla.
- Almenn kennsla um það sem er í boði
- Allt sem snertir stafræna miðlun
- Allt sem snýr að Google sýnileika.
- Allt sem tengist bókunarkerfum og svo helst að vera á undan með nýjungar.
- Auglýsingar á Facebook
- Auglýsingar á samfélagsmiðlum.
- Bakgrunnur hinna ýmsu þjóða. Ferðamannastaðagagnagrunnur í nágrenninu. Sameiginleg svæði ferðaþjónustuaðila á samskiptamiðlum.
- Baking
- Bein markaðssetning
- Bein sala
- Bestun eltiherferða á samfélagsmiðlum
- Bókunarkerfi
- Bókunarkerfi
- Calender fyrir gistiðstöðu sem hægt er að aðlaga fullkomlega eftir eigin þörf
- Content skrif
- Customer Service and Communication skills
- Ef ég er að leita mér upplýsinga þá þarf allt að byrja á 0 og svo koll af kolli, er afskaplega kassalaga
- Efni um: Upplýsingastjórnun (hvernig fyrirtækið á samskipti frá pre-sales til post-tour á opinberum og óopinberum snertiflötum (óopinberir teljast bókunarstaðfestingar, miðar, kvittanir etc). Haldgóð fræðsla um TripAdvisor og best practices. Það er

- óþægilega mikið um misnotkun viðskiptavina á TA og það væri gott að hafa aðgang að staðreyndum aðferðum við að t.d. meðhöndla erfiða viðskiptavini allt niður í hreina fjárkúgara. Við eyðum of miklum tíma í hvert eitt tilvik þar sem viðskiptavinur er óánægður. Í norðurljósum sérstaklega vill brenna við að viðskiptavinur láti ánægju sína velta á upplifun sinni af norðurljósunum þó fyrirtæki geti aldrei meira en hannað umgjörð og þjónustu sem svarar til þess verðs sem hún er seld á. Væntingastjórnun eins og hægt er að taka á henni í þeim upplýsingum sem fyrirtæki senda frá sér er annar mikilvægur þáttur. Einkum í norðurljósaferðum. Tékklisti yfir atriði sem þarf að huga að við stofnun og uppsetningu fyrirtækis/þjónustu. S.s. skylda til að hafa fyrirtækisupplýsingar í síðufæti, auðkenni leyfa sem verða a vera sýnileg o.s.frv.. Það er erfitt að fá réttar upplýsingar um þetta jafnvel hjá stofnunum sem leggja þessar kvaðir á fyrirtæki.
- Ekkert sem mér dettur í hug eins og er.
- Er með Mastersgráðu í ferðamálafræðum frá erlendum háskóla
- Er þetta ekki allt til á netinu?
- Ég væri til í að vita meira um möguleikana Instagram.Ég væri líka til í að sjá fleiri möguleika á Facebook sem ég þekki ekki
- FB marketing og Google marketing
- Ferðatilhögun
- Fjármál og rekstur minni fyrirtækja.
- Fræðsla um breytta ferðahegðun
- Gerð myndbanda/auglýsinga og betri grunnkennsla á Instagram
- Getting cheapest hotel prices
- Google analytics
- Gæðamál. Tímastjórnun
- Hard skills and tools for tourism: analytics for tourism, google ads for tourism, facebook ads for tourism
- Have more visibility.

- Have no idea. I'm technically challenged :)
- How to make ads
- How to reach clients
- Hvað virkar?
- Hvaða efni og hvernig er best að fanga áhuga tilvonandi gesta
- Hvernig á að ná sem bestum árangri í bókunum. Þ.e. með að gera tilboð og þess háttar.
- Hvernig á að ná til ferðamannana á svæðinu
- Hvernig á að nálgast viðskiptavini
- Hvernig á að nota verkfærin
- Hvernig á að vinna efni fyrir alla miðla.
- Hvernig er best að kynna fyrirtæki sínu og með hvaða hætti. Nýta sér stafrænum miðlum og sameiginlegur vettvangur til kynningar
- Hvernig hægt væri að ná til fleiri ferðamanna og kennslu á markaðssetningu á netinu
- Hvernig ná má til ferðamanna sem eru í íhugunar/skipulagningar ferlinu varðandi ferð til Íslands
- Hvernig nota á samfélagsmiðla. Hvern miðil fyrir sig. Bókunartól sem taka á flóknum bókunum. s.s. ekki bara á bókun fyrir gistingu eða bara fyrir borðabókun heldur fleiri möguleika með sem tvinnast t.d. inn í borðabókun. Nýjungar í vefmálum er varðar heimasíðugerð. Yfirlit yfir hönnuði vísvegar um landið sem taka að sé lítil verkefni fyrir lítil fyrirtæki úti á landi. Að þurfa ekki alltaf að leita til stóru fyrirtækjanna
- Hvernig nýta má Tripadvisor eða aðrar upplýsinga-/bókunarsíður á sem bestan hátt.
- Hvernig og hvað eigi að birta á vefsíðunni, almenn aðstoð við vefsíðugerð, kennsla á að birta greinar, myndir, búa til viðburði ofl.

## Open answers from Iceland (2 of 3)

- Kannski tæki sem gæti sent á alla miðla í einu og samræmt kynningarstarfið, ef þú setur eitthvað á -vefsíðuna þína þá fer það á aðra miðla sem þú ert með og svo öfugt.
- Kennslumyndbönd
- Kínversk digital marketing, Data analytics, ppc, ota's best practicis
- Kynning á greiðsluleiðum beint inn á reikning gegnum snjalltæki (ekki gegnum greiðslukort).
- Kynning á samfélagsmiðlum. Google Ads auglýsingar.
- Leiðbeiningar: -við gerð og viðhald vefsíðu, -við vefi Google, -við að finna og nota hjálplega vefi með litlum kostnaði.
- Leiðir til að auka sjálfvirkni
- Leitarbestun fyrir vefsíður. Auglýsingastjórnun Instagram/Facebook
- Leitarvélabestun
- Leitarvélabestun og gerð heimasíðu
- Leitarvélabestun, áhrifarík markaðssetning á samfélagsmiðlum
- Markaðsetning
- Markaðsetning á netinu
- Markaðsfræði
- Markaðsfærsla og tengslanet - lang stærsta vandamálið
- Markaðsmál
- Markaðsmál og bókanir
- Markaðsmál, hönnun og framsetning auglýsinga
- Markaðssetning [x3]
- Markaðssetning á Facebook, Instagram, Whatsapp og Tripadvisor. Hvernig er best að nýta fjármagn í auglýsingum í netheimum.
- Markaðssetning á netinu [x2]
- Markaðssetning á netinu, tól til að koma skilaboðum til þíns markhóps sem best
- Markaðssetning á samfélagsmiðlum
- Markaðssetning gegnum Google og Facebook.
- Markaðssetning og bókanir
- Markaðssetning og grunnur að öryggisáætlunum
- Markaðssetning, ná til kúnna
- Markaðstækifæri
- Market trends, statistics
- Mastera praktísku atriðin þegar t.d. er verið að gera campaign.
- Miðlun korta með gps hnífum vegna leiðsagna
- Náms efni um leitarvélabestun og "best practices in webdesign"
- Networking strategies
- No, í believe in humans not in machines
- Nýjustu straumar og stefnur í samfélagsmiðla markaðssetningu og AI
- Pöntunarforit
- Samfélagsmiðlar [x3]
- Samfélagsmiðlar og SEO
- Selling strategies, complaint management
- SEO [x2]
- SEO leitarvélabestun, Google Analytics, TripAdvisor, samfélagsmiðlar
- SEO og tenging við content marketing
- SEO, áætlanir, marhópagreiningar o.fl.
- SEO, best practice for small companies / small budget, marketing for travel business
- SEO, Facebook Ads
- Símanúmer hjá aðila sem gæti séð um þetta fyrir mig
- Sinni ekki þessum málum í mínu starfi
- Skil ekki spurninguna.
- Stafræn markaðssetning, ljósmyndun o.fl.
- Stafræn markaðssetning.
- Stjórnun samfélagsmiðla. Einföld heimasíðugerð og stjórnun, pantanir á netinu sem hluti heimasíðu
- Tengingar vefmiðla og bókunarsíðna.
- Umbætur á heimasíðu. Markaðssetning á Facebook og öðrum samfélagsmiðlum. Markaðssetning á Google
- Uppsetning heimasíðu, bókunarkerfi
- Uppsetning og viðhald á vefsíðu og bókunnarsíðu. Tripadvisor.
- Vefmiðlar
- Vefsíða fyrir okkur
- Vefsíðugerð og utanumhald, einnig kennsla í stafrænu efni (bókanir og kynning á fyrirtækinu)
- Verð greining á markaði - er til staðar hjá expedia og booking.com en hef ekki komist til lags með að nóta almennilega
- Við erum í beinu sambandi við ferðaskrifstofur í Kína varðandi bókanir.
- Vinnsla með heimasíðu fyrirtækisins ekki spurning, en við eigum langt í land og þar af leiðandi eru erlendar síður að taka út úr landinu miklar fjárhæðir á hverju ári undanfarin 15-20 ár án þess að nokkur hafi áhuga á því að breyta því, ÍSLAND er eyja langt úti í hafi. AFHVERJU ERUM við háð booking.com/ Expedia.com/ airbnb.com hef rætt þetta á fundum með ráðherrum öllum já ÖLLUM er alveg sama um þessa milljarða sem fara úr landi. Hvernig væri nú að ferðapjónustan myndi bretta upp ermar og loka á allar þessar síður og myndum búa til eina sem er fyrir allt Ísland og opin öllum ágóði færi í uppbyggingu á ferðamannastöðum og jafnvel þjóðvegum. Klikkuð hugmynd en ætti fyrir löngu síðan að vera á teikniborðinu og komin jafnvel í framkvæmd.

## Open answers from Iceland (3 of 3):

- Vísa í heimasíðu, spyrjast fyrir um budget, afþreyingu, gerð gististaða til að nefna eitthvað
- Wordpress, instagram, google business, facebook, for dummies sem reka fyrirtæki og vilja nota þessa miðla
- Það eru örar breytingar hjá Facebook, Instagram og Google. Þegar maður er búinn að ná tökum á því hvernig er best að auglýsa á þessum miðlum þá gera þeir breytingar. Það væri gott að fá námskeið frá grunni um gerð auglýsingarherferðar og að upplýsingarnar væru svo uppfærðar eftir því sem breytingar eru gerðar hjá þessum fyrirtækjum svo maður lendi ekki aftur á núllpunkti. Tek það fram að stafræn markaðssetning er bara einn þáttur í starfinu og ekki alltaf mikill tími til að sinna slíku með öllu öðru. Upplýsingarnar þurfa því að vera aðgengilegar og uppfærðar reglulega.
- Þar sem þekking mín er takmörkuð, þá á ég erfitt með að segja hvað það er sem er mest viðkomandi, ætli það sé ekki flest allt.
- Þarf að vera auðlesíð á Íslensku
- Þetta einfalda, facebook, snapchat, instagram og aðrir raunmiðlar
- Þjónusta við hótél gesti.



## Open answers from Faroe Island:

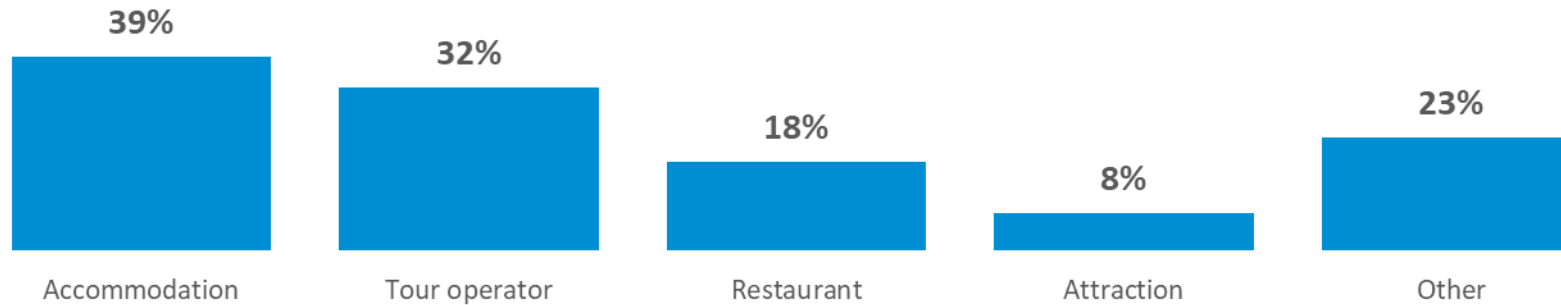
- App development, Adwords, Website development, Social media, Finanancé
- I don't know but i would be interested
- Online sales, marketing and content marketing. Google ads, FB and Instagram ads
- Promotion and giving interesting content
- Sala og markaðsetning
- Social media marketing
- The use of social media
- We would like to know what the most important platforms are, as we have limited work force in the office. We also need more knowledge regarding how to spend our money best

## Results | Background



# Which of the following best describes your company's operation??

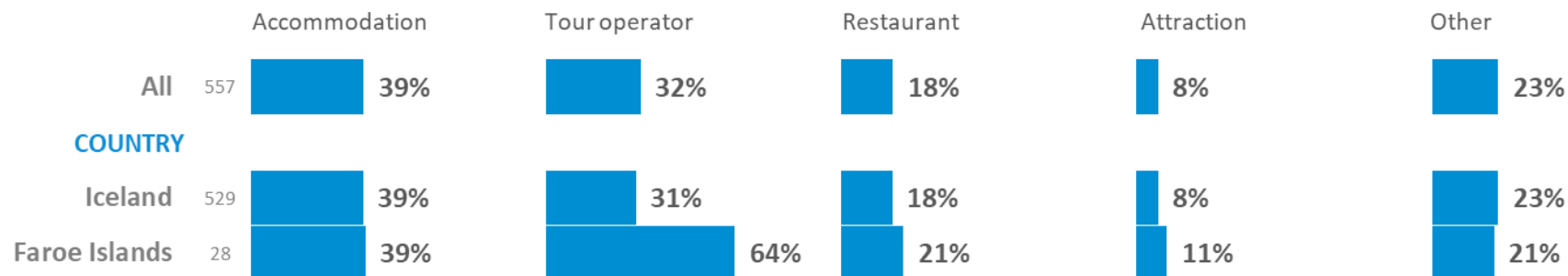
## ANSWER DISTRIBUTION



Answers	n	%	± 95% conf.int.
Accommodation	215	38,6%	3,7%
Tour operator	181	32,5%	3,6%
Restaurant	100	18,0%	2,9%
Attraction	44	7,9%	2,0%
Other	127	22,8%	3,2%
<b>Total</b>	<b>557</b>		
Answered	557	96,5%	
Refused**	20	3,5%	
<b>No. respondents</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	
Asked*	577	100,0%	
Not asked	0	0,0%	
<b>No. participants</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	

\*All participants were asked  
 \*\*Those who refused were those who answered 'Don't know' or 'Do not wish to answer'

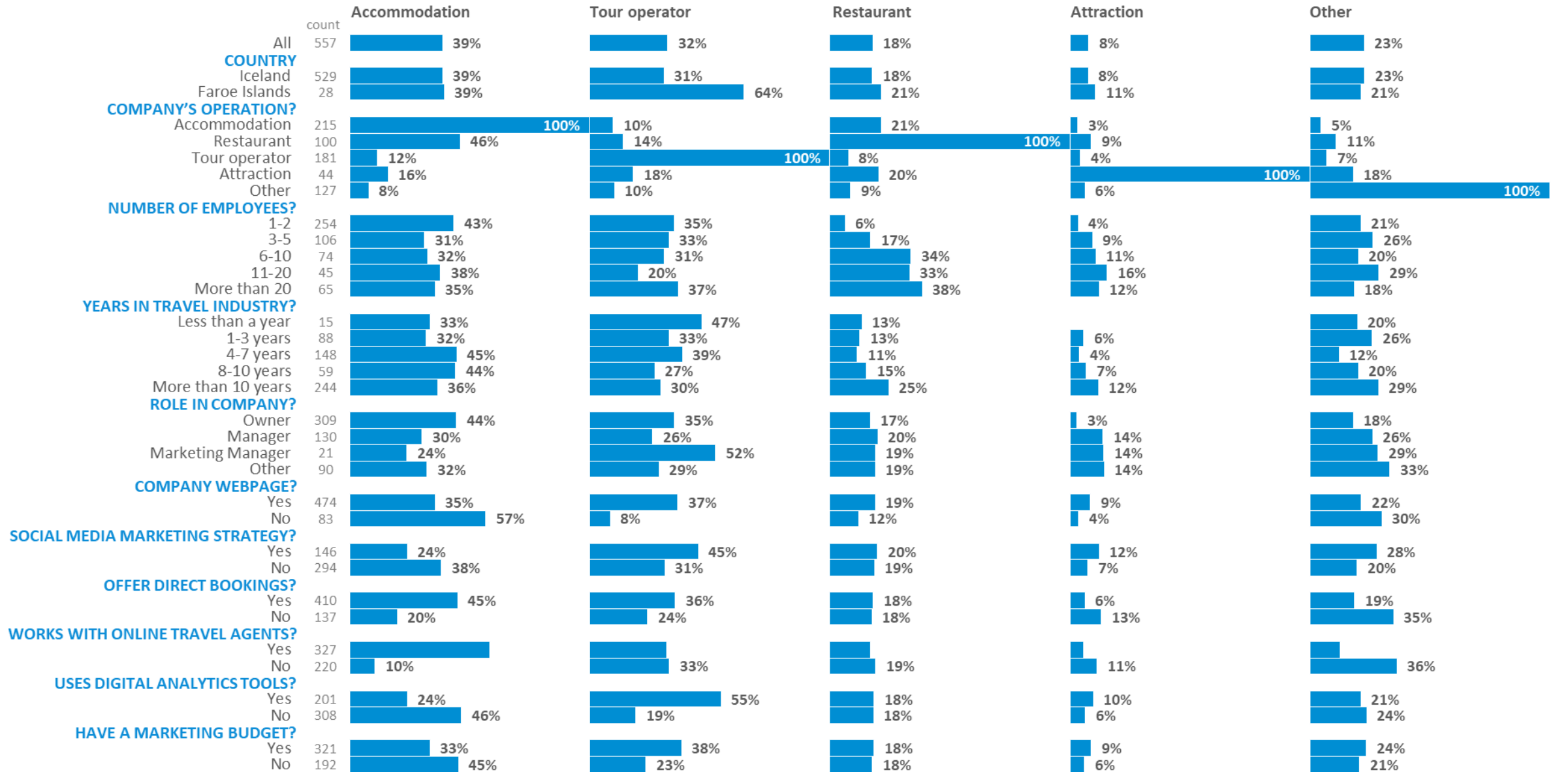
## COMPARISON



[See Other mentions](#)

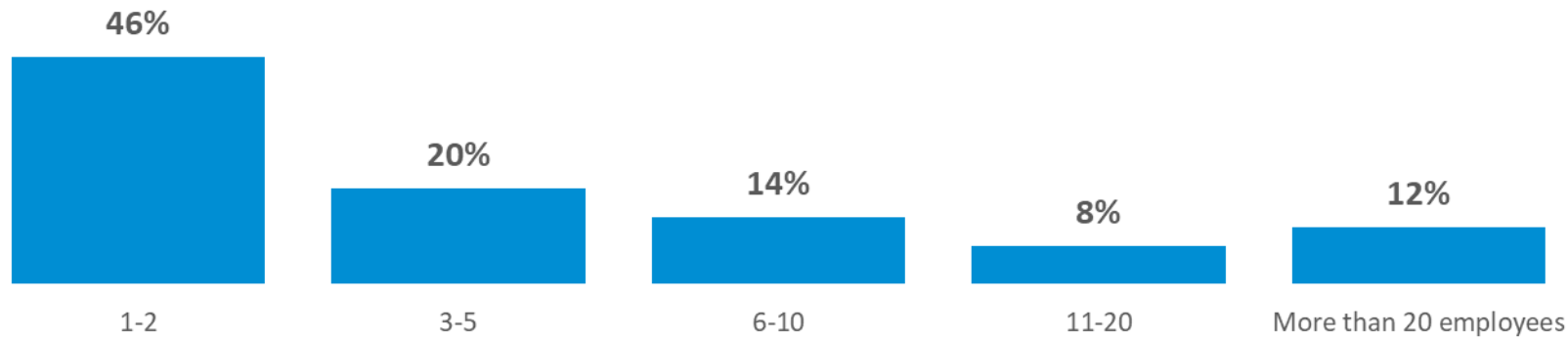


# Which of the following best describes your company's operation??



NB: The question was a multiple-choice question, so respondents were able to choose one or more of the options

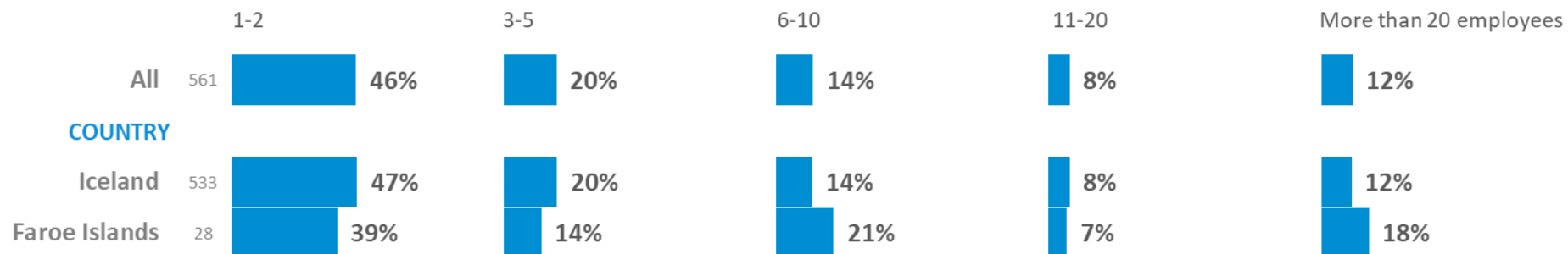
## ANSWER DISTRIBUTION

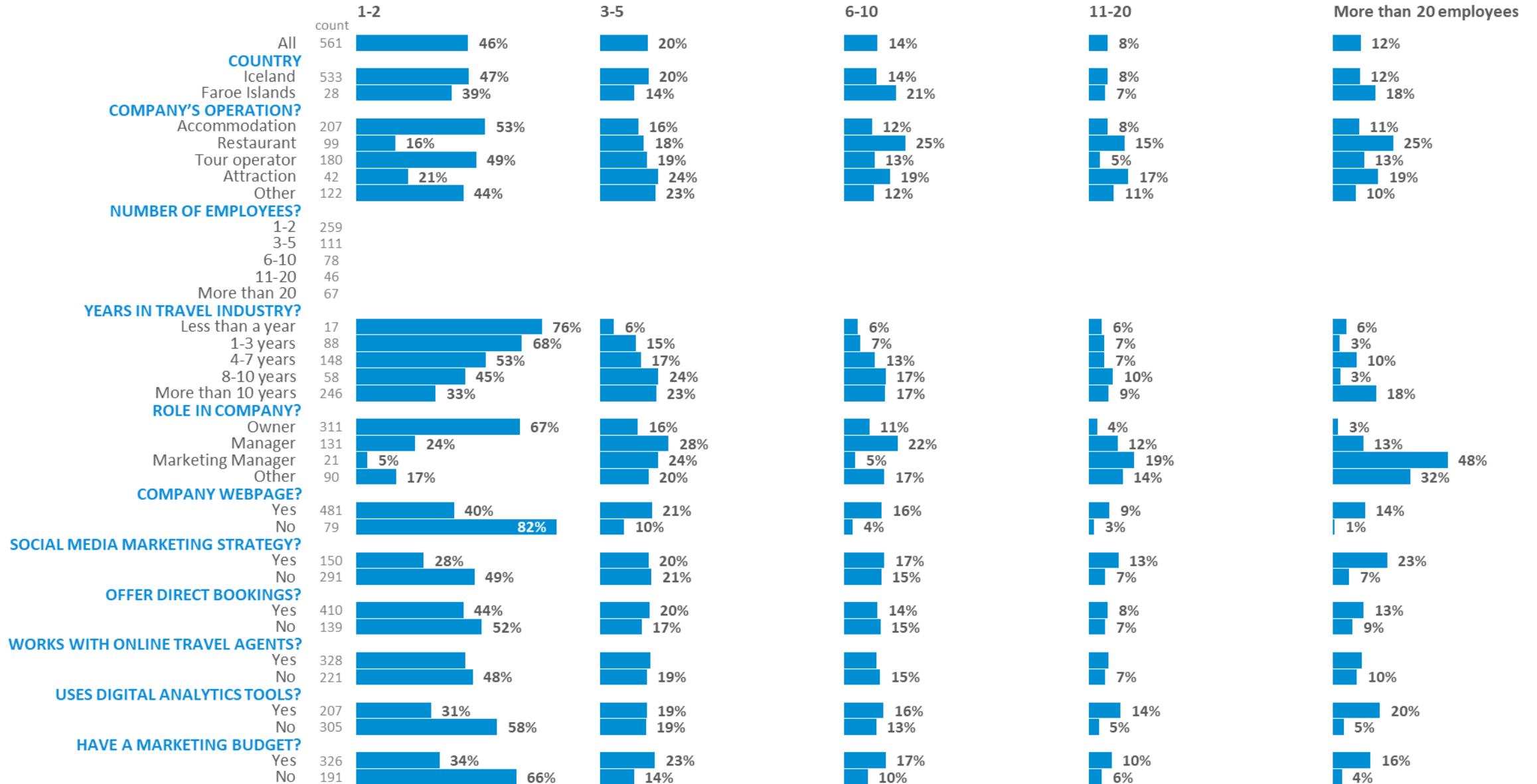


Answers	n	%	± 95% conf.int.
1-2	259	46,2%	3,8%
3-5	111	19,8%	3,0%
6-10	78	13,9%	2,6%
11-20	46	8,2%	2,1%
More than 20 employees	67	11,9%	2,5%
<b>Total</b>	<b>561</b>		
Answered	561	97,2%	
Refused**	16	2,8%	
<b>No. respondents</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	
Asked*	577	100,0%	
Not asked	0	0,0%	
<b>No. participants</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	

\*All participants were asked  
 \*\*Those who refused were those who answered 'Don't know' or 'Do not wish to answer'

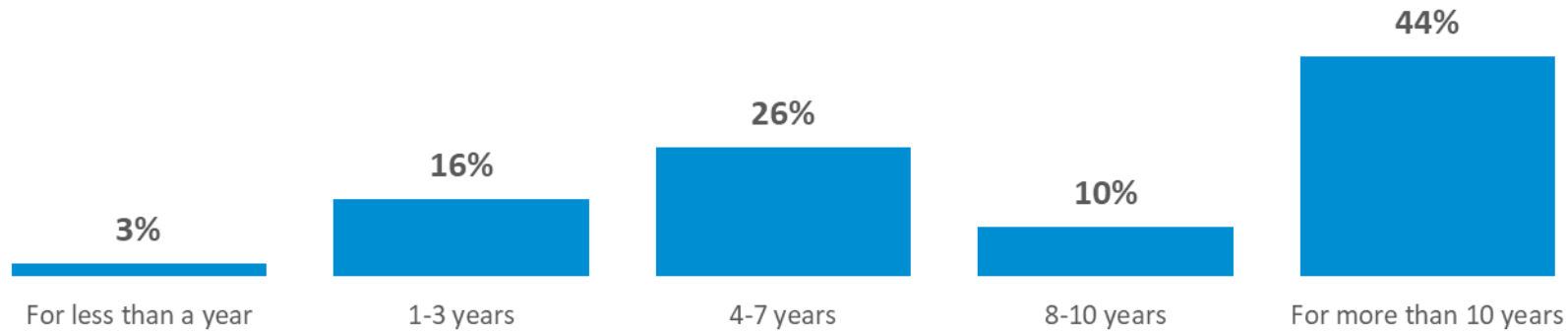
## COMPARISON





# How long has your company been operating in the travel industry?

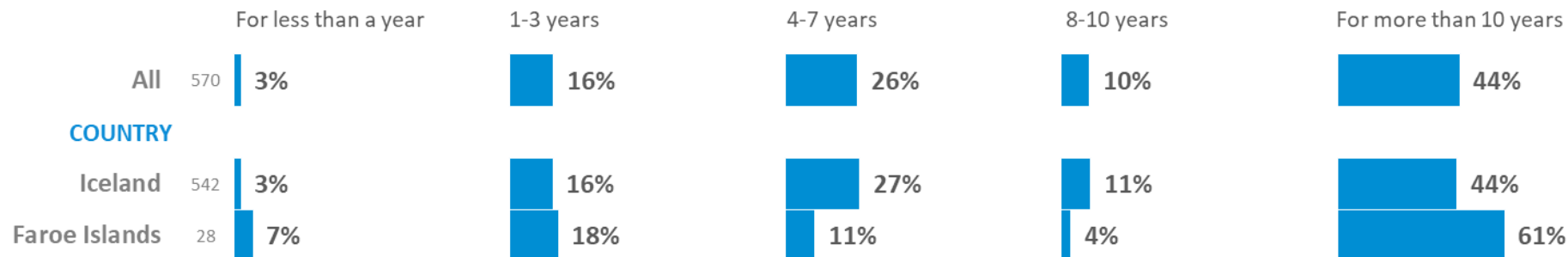
## ANSWER DISTRIBUTION



Answers	n	%	± 95% conf.int.
For less than a year	17	3,0%	1,3%
1-3 years	91	16,0%	2,7%
4-7 years	150	26,3%	3,3%
8-10 years	59	10,4%	2,3%
For more than 10 years	253	44,4%	3,7%
<b>Total</b>	<b>570</b>		
Answered	570	98,8%	
Refused**	7	1,2%	
<b>No. respondents</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	
Asked*	577	100,0%	
Not asked	0	0,0%	
<b>No. participants</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	

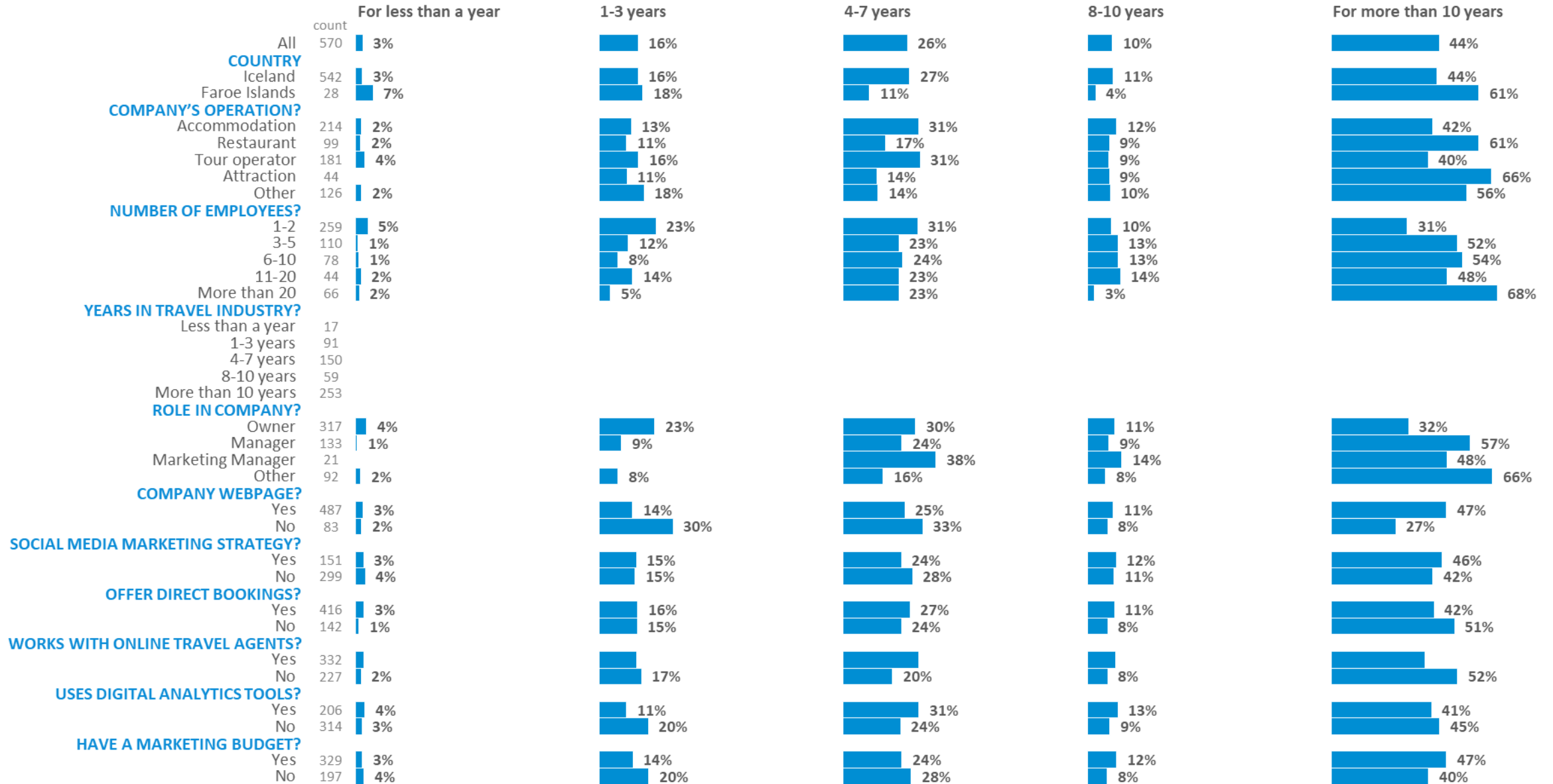
\*All participants were asked  
 \*\*Those who refused were those who answered 'Don't know' or 'Do not wish to answer'

## COMPARISON



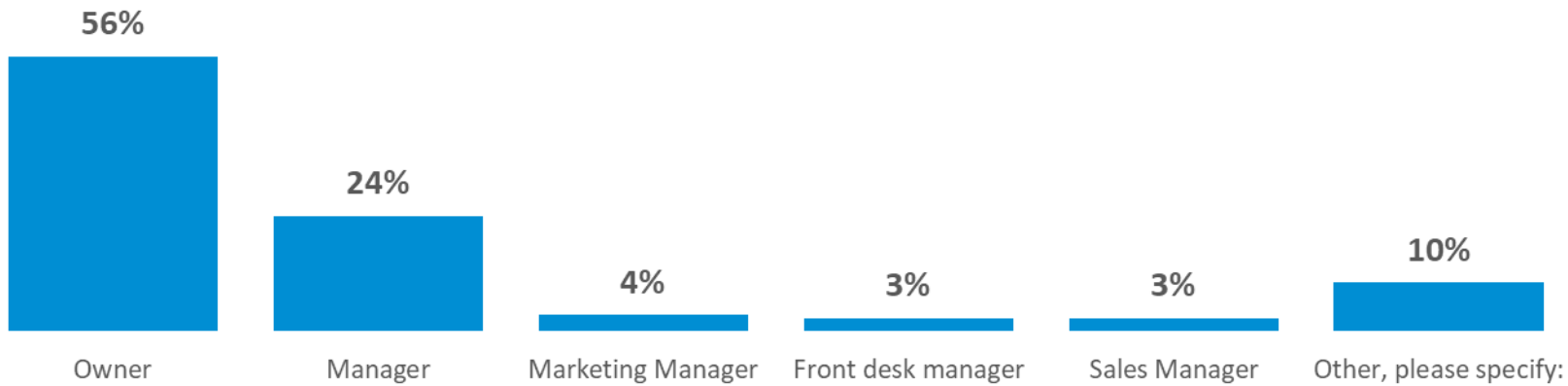


# How long has your company been operating in the travel industry?





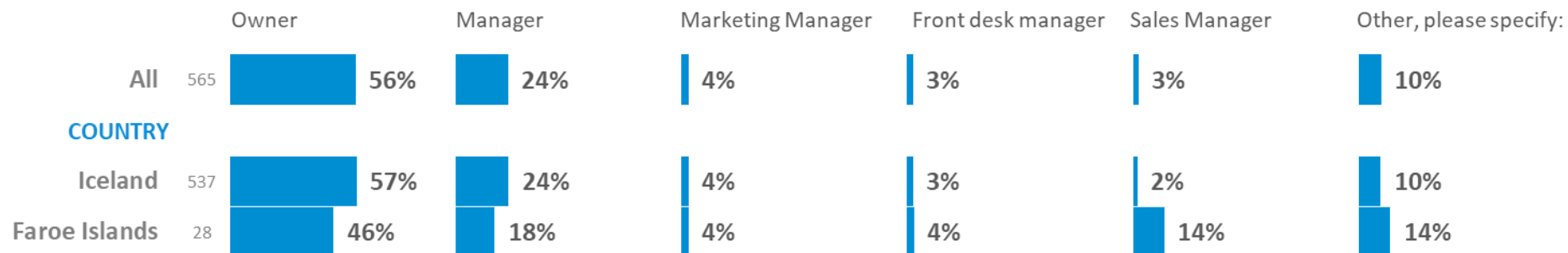
## ANSWER DISTRIBUTION



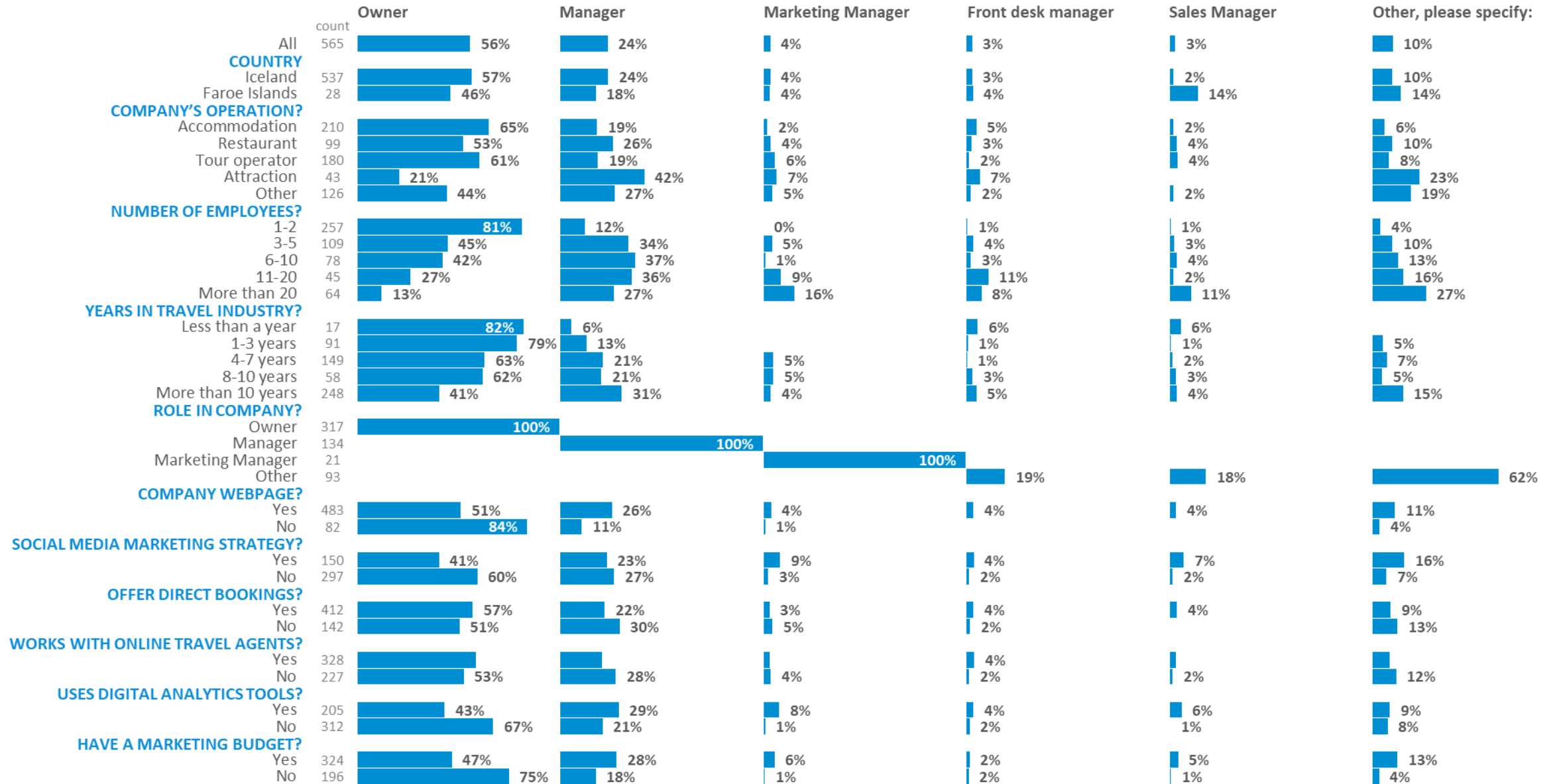
Answers	n	%	± 95% conf.int.
Owner	317	56,1%	3,7%
Manager	134	23,7%	3,2%
Marketing Manager	21	3,7%	1,4%
Front desk manager	18	3,2%	1,3%
Sales Manager	17	3,0%	1,3%
Other, please specify:	58	10,3%	2,3%
<b>Total</b>	<b>565</b>		
Answered	565	97,9%	
Refused**	12	2,1%	
<b>No. respondents</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	
Asked*	577	100,0%	
Not asked	0	0,0%	
<b>No. participants</b>	<b>577</b>	<b>100%</b>	

\*All participants were asked  
 \*\*Those who refused were those who answered 'Don't know' or 'Do not wish to answer'

## COMPARISON



See *Other, please specify* mentions



# APPENDIX



## Other, please specify:

## Iceland responses:

- Airbnb [x3]
- Booking og Airbnb
- Google
- Google skráningu
- Google, LinkedIn
- Heimasíðu [x3]
- LinkedIn [x3]
- Netsíða
- Pinterest [x3]
- Póstlista
- Sérhæðir samfélagsmiðlar fyrir hvern markað.
- SnapChat
- Starfsemi ekki hafin
- TripAdvisor
- TripAdvisor. Slæmt að undanskilja það í svarmöguleikum þar sem það er miðill með samfélagsvidd og gríðarlega mikilvægur.
- Vefsíða í vinnslu-líka fyrir snjalltæki
- WeChat [x2]
- YouTube [x5]
- Youtube og Pinterest

## Faroe Island responses:

- Google business
- Google My business
- Newsletters

## Yes, please specify what kind of training:

### Iceland responses:

- 2 námskeið
- 2 námskeið í Facebook
- Af netinu
- Allskonar
- Allskonar námskeið o.fl.
- Allskyns námskeið
- Á háskólastigi
- Á námskeiðum, t.d. Ratsjáinn
- BS í tölvunarfræði
- Continuing Higher education and online training
- Endurmenntun HÍ
- Facebook námskeið fyrir löngu
- Farið á námskeið.
- Farið á tvo námskeið/fyrirlestra
- Ferðamálafræði
- Fór á námskeið í notkun Facebook
- Frum þjálfun
- Google
- Google ads
- Google Ads Certificate, online training programs og þjálfun í starfi
- Háskólamenntun [x2]
- Háskólanám [x3]
- Háskólanám / nokkur áföng
- Hef sótt námskeið
- I studied International Marketing
- IT nám og námskeið ýmiskonar, UT í HÍ
- Í gegnum námskeið
- Litla á námskeiðum

- Markaðssetning á FB
- Markaðssetning á netinu
- Marketing
- Með notkun
- Menntuð
- Menntun [x2]
- Microsoft Office
- Nám [x3]
- Nám í markaðssetningu
- Nám í notkun stafrænna miðla
- Námskeið [x39]
- Námskeið á Facebook, Instagram og Google analytics
- Námskeið á netinu
- Námskeið á netinu, greinar, sjálflært
- Námskeið hjá Kapal
- Námskeið hluti af MBA námi
- Námskeið í google ads
- Námskeið í HR
- Námskeið í stafrænni notkun
- Námskeið Maríönnu Friðjónsdóttur
- Námskeið notkun fjölmiðla
- Námskeið o.fl.
- Námskeið og áhugi.
- Námskeið og leiðbeiningar frá sérfræðingum
- Námskeið og nám
- Námskeið og ráðgjöf [x2]
- Námskeið og sjálfsnám
- Námskeið: Auglýstu á Facebook
- Net
- Nokkur námskeið [x2]

- Notkun Facebook
- Nýsköpunarmiðstöð - námskeið í markaðssetningu á samfélagsmiðlum
- Online
- Online marketing
- Part of becoming certified professional photographer
- Ráðgjöf frá sérfræðingi
- Reynsla
- Reynslu af mörgum síðum sem ég hef stýrt
- Self learning
- Sjálflærður
- Skólaganga
- Smá kennslu
- Smávegis
- Stafræn markaðssetning hjá HR
- Starfað í greininni.
- Stutt námskeið [x3]
- Styttri námskeið
- Unnið við uppsetningu slíkrar notkunar og nota sjálf
- Vefstjóri
- Vefstjórn
- Word, Outlook,
- Word Press
- Ýmis námskeið [x4]
- Ýmislegt

### Faroe Island responses:

- Course in Facebook
- Courses [x3]
- Several years of practical use

## Other reason, please specify:

## Iceland responses:

- Aðrir sem sjá um þessi mál
- Aðrir sjá um það
- Annar sem sér um þau mál
- Áhugaleysi
- Einfalt að læra sjálfur á Netinu
- Ekki mikil notkun í stafrænum miðlum og því ekki eytt tíma í það, ennþá
- Ekki mín staða í fyrirtækinu
- Er að vinna í þeim málum
- Er heildsali og markaðset ekki fyrirtækið á almennum markaði
- Er með snillinga í vinnu sem sjá um þetta
- Erum með markaðsdeild sem heldur utan um þessi mál.
- Erum með online deild
- Ég hef leitað mér þekkingarinnar sjálf
- Ég sé ekki um samfélagsmiðlanna, aðrir innan fyrirtækisins sem sjá um það
- Ég vissi ekki að það væri í boði
- Framtaksleysi
- Geri ekki ALLT sjálfur :)
- Hard access
- Hef að mörgu leiti sjálfmenntað mig í notkun stafrænna miðla. Erum með mjög lítið gistiheimili og reynum að komast hjá öllum aukakostnaði.
- Hef aðra starfsmenn í að sinna slíku.
- Hvar ?
- I have enough bookings
- I'll hire someone with the knowledge
- Kann þetta
- Kaupum visku
- Krakkarnir mínir hafa hjálpað okkur

- Learn by doing hefur reynst mér vel
- Lesblinda
- No interest/understanding by management that this should be offered
- Of lítið fyrirtæki fyrir þann kostnað.
- Slæma reynslu/fælni
- Söfn tóku seint við markaðssetningu á stafrænum miðlum.
- Út fyrir mitt verksvið
- Vantar námskeið fyrir stafrænna miðla á norðurlandi
- Við erum félagasamtök og sjálfboðaliðar og erum ekki rekin í hagnaðarskyni
- Yfirleitt full bókað hjá okkur 3-6 mánuðum á undan.
- Önnur fyrirtæki sjá um þetta fyrir okkur

## Faroe Island responses:

- Newly started in the company and all our social media are yet not up and running
- No need
- We use a person for this purpose

**Other, please specify:****Iceland responses:**

- Að skoða það sem best gerist
- Allt ofan talið
- Allt ofan talið, fer eftir því hvaða þekkingu ég er að afla.
- Allt þetta
- Bland af myndböndum og greinum
- Bland í poka af ofan skráðu
- Blanda af ofangreindu
- Bækur, blöð og tímarit
- Ég get aflað mér þekkingar hjá fjölskyldumeðlimum
- Google
- Háskólanám
- Maður á mann
- Margt af þessu - opin fyrir öllu
- Myndi velja fleira en eitt s.s. Myndbönd, greinar námskeið á netinu
- Námskeið
- Reynsla
- Sambland af öllu
- Spjall
- Spjall við aðra ferðapjónustuaðila.
- Unglingurinn á heimilinu

**Faroe Island responses:**

- No responses

## Other, please specify:

## Iceland responses:

- Aðstoð með ferðir til Ungverjalands
- Afþreying [x8]
- Afþreying á jökli
- AirBNB
- Akstur
- Baðstaður
- Baðsvæði
- Bakari
- Bílaleiga [x7]
- Bókasafn
- Bus company
- Café
- Dagsferðir [x4]
- Dagsferðir / Fjöldagaferðir.
- Dagsferðir á jeppa
- DMC
- Ferðaleiðsögn
- Ferðir
- Ferja
- Flugfélag
- Framleiðsla - kynningar
- Fræðslusetur
- Gallery
- Gisting og bar
- Golf
- Gönguferðir [x2]
- Handverk
- Heimsókn inn á heimili
- Hestaferðir [x2]
- Hestaleiga [x3]

- Hestamiðstöð
- Hestatengd ferðaþjónusta
- Húsdýragarður
- Íslenskt handverk
- Keyri eigi bíl fyrir bandaríska ferðaskrifstofu
- Kvikmyndasýningar, leiðsögn
- Leiðsögumaður
- Leigubílar
- Leigubílaþjónusta
- Listasafn
- Listviðburðarrými
- Lítill sumarhústaður
- Markaðsskrifstofa
- Matarminjagripir
- Matvinnsla
- Matvörur
- Menning
- Menningarsetur [x2]
- Menningarstofnun
- Menningartengd ferðaþjónusta; söfn/setur
- Miðasala á viðburði
- Minjasafn [x2]
- Opinber stjórnsýsla (information center)
- Rekstur golfvallar
- Restaurant Bar Kaffi
- Safn [x13]
- Safn//setur
- Sigling
- Skoðunarferðir á sjó
- Sundlaug [x2]
- Sundlaug/tjaldsvæði

- Sveitarfélag
- Tjaldsvæði [x6]
- Tour Operator
- Tourist attraction
- Tourist information center
- Tölvuþjónusta
- Upplifunar og afþreyingarferðaþjónusta
- Upplýsingamiðstöð [x5]
- Útgáfa
- Veitingasala og Sögusýningar
- Verktaki
- Viðburðafyrirtæki
- Þjóðgarður
- Þjónustumiðstöð
- Þjónustustöð-Grill

## Faroe Island responses:

- Bus company
- Fifty stile hotel, home care like atmosfære
- Homedining
- MICE
- Music
- Transport



## Other, please specify:

## Iceland responses:

- Aðstoðarfrkvstj.
- Allt er eini starfsmaðurinn
- Allt hérna að ofan
- Allt þetta
- Allt, eini starfsmaður
- Bæði að leiðsegja í gegnum sýningu ásamt því að taka þátt í móttöku gesta, sölu frá minjagripabúð og kaffihúsi.
- COO
- Eigandi ásamt eiginkonu minni
- Eigandi og starfsmaður
- Félagi í félagasamtökum
- Fjármál
- Fjármálastjóri
- Flotastjórn og umsjón tjóna
- Forstöðumaður [x5]
- Front desk
- Front Desk Supervisor
- Leiðsögn
- Leiðsögn og bílstjóri
- Markaðsmál
- Menningar og frístundafulltrúi
- Netsölustjóri / Markaðssetning
- Operating
- Prófkúruhafi
- Reception staff
- Rekstrarstjóri
- Safnstjóri
- Sjálfboðaliði - meðlimur í stjórn
- Skrifstofustjóri [x2]
- Starfsmaður [x2]

- Starfsmaður og eigandi
- Stöðvarstjóri
- Sviðsstjóri
- Sölu og markaðsmál
- Sölu og markaðsstjóri [x2]
- Umsjónaraðili
- Útibús og Verslunarstjóri
- Verkefnastjóri [x8]
- Verkefnastjóri fræðsluviði
- Verslunarstjóri
- Þjónustuver

## Faroe Island responses:

- CEO
- Marketing director
- Owner, manager, cook, friend, helper
- Secretary



MMR / Markaðs og miðlarannsóknir  
MMR / Market and Media Research

Ármúla 32  
108 Reykjavík

[info@mmr.is](mailto:info@mmr.is)  
[www.mmr.is](http://www.mmr.is)

