

Bucket lister (Bucketlist-Betty)

Travel style:

Kjerneaktivitet:

Sesong:

Vanlig tidsbruk:

Prissensitivitet:

Booker oftest:

Kulturfiltre:

**Markedsprioritet
(2019):**

Icons (Må ses)

Se kjente attraksjoner mm

Peak sommer og vinter

Liten tid på hvert sted

Høy til lav

Via turoperatører

Obs på Asia

A (januar-mars)

A (mai-august)

A (oktober-november)



Markedsbudskap:

Se det Nord-Norge du har hørt om og sett bilder av.
Besøk det klassiske Nord-Norge.

Salgspitch:

Dette bør du oppleve før du dør! Her får du de store attraksjonene pakket smart. Vi gir deg det beste kjapt, trygt og billig!

Typiske behov og ønsker

Kommer for å se kjente attraksjoner. Vil ha med seg mye på kort tid. Har en «best-of-tilnærming». Velger ofte hovedrutene for turister. Vil ha inspirasjon og råd. Trenger ofte og kjapp informasjon, gjerne litt om gangen. Er ofte en litt uerfaren turist. Er veldig opptatt av å se noe bestemt de har hørt om hjemme.

Typiske hjertepunkter i leveransen

- Følelsen av å ha sett eller gjort noe viktig med høy Instagram-kvalitet
- Hjelp til god dokumentasjon av opplevelsen
- Tjenester og ting som er gratis (gjernere overraskelser)
- Mye og god info på eget språk
- Smarte gruppeløsninger og rabatter

Typiske smertepunkter i leveransen

- Stengte dører til attraksjoner de vil besøke
- Endring i program eller ruter
- Unødvendig køing eller venting, følelse av å miste verdifull tid.
- Uforståelig eller ikke tilgjengelig informasjon
- guider som aldri blir ferdig....

Viktige temaer i kommunikasjonen

- De kjente attraksjonene
- Høyest, nordligst, best, artigst etc
- Hvorfor attraksjonen bør stå på bucketlisten og referanser til andre sammenlignbare attraksjoner i verden.
- Tilrettelegging for å rekke mye på kort tid
- Value for money

Produkteksempler:



Se Europas ytterpunkt!

<http://www.nordkapp.no/no/>



Se nordlyset før du dør!

www.visittromso.no