

# Local insider (Local Life Lisa)

## Travel style:

**Kjerneaktivitet:**

**Sesong:**

**Vanlig tidsbruk:**

**Prissensitivitet:**

**Booker oftest:**

**Kulturfilter:**

**Markedsprioritet  
(2019):**

## Culture (Inn i kulturen)

Henge med de lokale

Hele året

3 dager til 1 år

Høy til lav

Via spesialister eller kjente

Nasjonler uten norske referanser

A (januar-mars)

C (april-juni)

C (september og desember)



Foto: Arne Sklett Larsen

## Markedsbudskap:

Nord-Norge er litt annerledes, og samtidig kjent for sin gjestfrihet. Her kan du komme bak fasaden og på innsiden av den lokale kulturen.

## Salgspitch:

I Nord-Norge kan du henge med de lokale og prøve ut en litt annen livsstil. Lev ut livet som innfødt i Nord-Norge, i mørketida eller i de lyse sommermånedene.

## Typiske behov og ønsker

Nære møter med de lokale. Vil på innsiden av lokalsamfunnet eller miljøet. Vil ikke oppfattes som turist eller snakkes til som turist. Vil ofte ha «hjemme-hos»-opplevelser. Reiser gjerne utenfor allfarvei og tar seg ganske god tid. Drømmer om å utforske andre måter å leve på eller er veldig interessert i mennesker. Vil delta selv.

## Typiske hjertepunkter i leveransen

- Komme under huden på lokalsamfunnet
- Få oppleve noe som er regnet som «ikke-kommersielt» og som ikke er alle forunt.
- Lære om lokal språk, kultur og tradisjoner
- Ta til seg noen lokale tradisjoner eller ritualer
- Bli transformert til en som hører hjemme på stedet.
- Blend in, naboskap, midlertidig innbygger.

## Typiske smertepunkter i leveransen

- Å føle seg som en turist blant alle andre
- Å bli avspist med kommersielle standard-opplevelser
- Å ikke treffe lokalbefolkning og komme bak fasaden.

## Viktige temaer i kommunikasjonen

- Gjestfrihet, komme bak fasaden
- Lokalt liv, lokale tradisjoner, lokal kultur
- Fortellinger om hvordan det er å leve på dette stedet i nord.
- Hvor og hvordan får du det til!

## Produkteksempler:



Bo på en lokal hundegård!

<http://huskyfarm.de/no/overnatting/>