

Culture lover (Kulturelsker-Kristin)

Travel style:

Kjerneaktivitet:

Sesong:

Vanlig tidsbruk:

Prissensitivitet:

Booker oftest:

Kulturfiltre:

Markedsprioritet

(2019):

Culture (Inn i kulturen)

Attraksjoner, formidling etc

Hele året

2-5 dager

Høy til lav

Direkte eller via operatør

B (juli-august)

B (oktober-november)



Foto: Bjørn Erik Olsen

Markedsbudskap:

Nord-Norge er en uoppdaget skatt når det gjelder kulturopplevelser. Her er det masse flotte og inspirerende events å være med på og utstillinger og kulturattraksjoner å besøke.

Salgspitch:

Fantastiske fortellinger fra nord finner du over alt. Her kan du både utforske og utvide egen horisont gjennom en rekke ulike kulturopplevelser.

Typiske behov og ønsker

Liker å gå på konserter, utstillinger etc og er generelt kulturinteressert. Er også på festivaler, og da først og fremst for kulturinnholdets del (å pleie flokken er mer underordnet). Reiser gjerne med venner eller partner, men drives av sine kulturelle interesser. Er vitebegjærlig og opptatt av å lære noe nytt og bli inspirert. Får påfyll av kulturopplevelser.

Typiske hjertepunkter i leveransen

- Interessante temaer og spennende historier
- Å oppdage noe nytt om livet eller historien
- Virkelig gode guider som kan lære bort noe
- Bli berørt av et tema eller en historie
- Utvide egen horisont, bli overrasket
- Lære noe nytt, refleksjon, nye perspektivet
- Komme på innsiden av et lokalt miljø / samfunn
- Komme tett på «de andre»
- Nyte opplevelsen.

Typiske smertepunkter i leveransen

- Kjedelig, kunnskapsløs, umotivert formidling
- Dårlige utstillinger
- Uforberedte og ikke lydhøre guider
- Stenge attraksjoner
- Å bruke mye tid på kø, leting etc

Viktige temaer i kommunikasjonen

- Gode historier, interessante temaer
- Overraskende fakta som motiverer til læring og nye oppdagelser
- Påfyll gjennom nytelse
- Trivelige miljøer
- Estetiske kvaliteter

Produkteksempler:



Konserter på fjelltopper

<https://www.nrk.no/nordland/-det-storste-jeg-har-opplevd-1.12487345>