

Kartotek kort personas

Icons (Må ses)

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 (gjern 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

Epic seeker (Epic Eric)

Travel style:

Kjerneaktivitet:

Sesong:

Vanlig tidsbruk:

Prissensitivitet:

Booker oftest:

Kulturfilter:

Markedsprioritet

(2019):

Icons (Må ses)

Se kjente attraksjoner mm

Peak sommer og vinter

Liten tid på hvert sted

Middels til lav

Via turoperatører

Obs på Asia

B (juli-august)

B (oktober-desember)



Foto: Roy Magersnes

Markedsbudskap:

Nord-Norge har storslåtte landskap og en unik beliggenhet. Vi vet hvordan du får oppleve det beste av det beste.

Salgspitch:

Dette bør du oppleve før du dør! Her får du de store attraksjonene og episke reisene. Vi hjelper deg å finne det som virkelig er av kvalitet.

Typiske behov og ønsker

Vil se fantastiske ting og bruker gjerne mer tid og penger om de tror det er verdt det. Men kaster heller ikke bort tida. Inspirert av National Geographic. Vil ha med seg de store attraksjonene og de spektakulære landskapene. Vil gjerne ha ritualer og seremonier som markerer, symbolske opplevelser som å bade under midnattssola. Opptatt av trygghet for kjøp og liker å fotografere underveis. Episke ekspedisjonscruise er ofte et godt valg for Eric.

Typiske hjertepunkter i leveransen

- Å ha sett og gjort noe helt episk, once-in-a-lifetime-følelsen.
- Tilrettelegging for å få tatt de beste bildene
- Mye og god info på eget språk
- Gjøre noe spektakulært i spektakulære landskap, gode historier.
- Vip-løsninger for å komme forbi køer etc

Typiske smertepunkter i leveransen

- Stengte dører til attraksjoner eller steder de vil besøke
- Endring i program eller ruter
- Uforståelig eller ikke tilgjengelig informasjon
- Dårlig vær, tåke eller oversolgte steder

Viktige temaer i kommunikasjonen

- De store, episke attraksjonene og landskapene.
- Ikke for alle, høy kvalitet
- Value for money gjennom ivaretatt kvalitetssikring og planlegging
- Trygt og leverandører til å stole på.

Produkteksempler:



Episke cruise i nord
www.hurtigruten.no



Hvalsafari i midnattssol
www.whalesafari.no