

Wellness lover (Velvære-Wenche)

Travel style:	Your time (Tid til deg selv)
Kjerneaktivitet:	Rekreasjon
Sesong:	Hele året
Vanlig tidsbruk:	2-5 dager
Prissensitivitet:	Høy til lav
Booker oftest:	Direkte eller via operatør
Kulturfilter:	Ikke så relevant
Markedsprioritet (2019):	B (oktober-november) C (januar-februar) C (mai-september)



Foto Kjell Fredriksen

Markedsbudskap:

Nord-Norge er et godt sted å finne ro, hvile og hente nye krefter.

Salgspitch:

Nord-Norge er et sted du kan få kropp og sjel til å henge sammen. Ren luft, sunn og god mat, vakkert landskap og lite mennesker gir ny kraft.

Typiske behov og ønsker

Vil ha oppbyggelig egentid. Reiser gjerne med en eller få venner, men mer opptatt av rekreasjonen enn å pleie flokken. Opptatt av hvile og kos, energi, livslyst og fine omgivelser. God mat og drikke. Vil reise og kose seg med god samvittighet og komme hjem som en bedre versjon av seg selv. Må ha fleksibelt program slakk.

Typiske hjertepunkter i leveransen

- Vakre landskap med stillhet og få mennesker
- Rolige omgivelser, lite støy
- Hjelp til å logge av
- Personlig pleie og behandlinger
- Øyeblikk av nytelse
- God mat og drikke i en helsebringende versjon

Typiske smertepunkter i leveransen

- Støy og mas
- Mangel på estetikk og renslighet
- Andre gjester med motstridende behov
- At rommet eller anlegget ikke holder det de lovte i kommunikasjonen
- Dårlig senger og utrivelige rom

Viktige temaer i kommunikasjonen

- Ro, stillhet, nytelse
- Sunn og god mat
- Muligheter for frisk luft og lett bevegelse
- Estetikk og skjønnhet
- Gode grunner til å pleie seg selv.

Produkteksempler:



Velvære ved

Saltstraumen

<https://saltstraumenho>

[tell.no/Nyheter](https://saltstraumenho.tell.no/Nyheter)