

Personas





Nordnorsk
Reiseliv AS

AKTIVE I NATUREN

Ekspedisjonsfareren (Expedition Planner)

Ekspedisjonsfareren ønsker å sette seg mål, teste seg selv, mestre utfordringene underveis, og til slutt nå sine mål. Selvutvikling er viktig. Hen ønsker å være litt alene. Essensielt er informasjon om mulighetene, hjelp til planlegging og forsyninger, kjentmannsskap med tips og råd, og assistanse med tanke på sikkerhet.

Viktige punkter:

For å oppnå suksess er det viktig å få snakke med noen med spisskompetanse på området eller på ekspedisjoner spesielt. Imøtekommenhet og forståelse for sære behov og detaljorientering, samt gode transporttjenester er essensielt. Det samme gjelder å ha en back-up gjennom noen som kan fikse ting om noe skjer underveis.

Smertepunkter i leveransen:

Manglende forsyninger eller utstyr, forsinkelser, dårlig service, ukjente restriksjoner fra grunneiere eller lignende som forhindrer eller forsinkes ekspedisjonen, eller problemer med grunnleggende føreforhold er eksempler på faktorer som oppleves som svært negative for Ekspedisjonsfareren. Ekstra kostnader man ikke kjente til på forhånd vil også være ødeleggende for opplevelsen.



Foto: Kristin Folsland

Markedsbudskap:

Nord-Norge er fullt av eksepsjonelle muligheter for ekspedisjoner og lengre turer.

Salgspitch:

Nord-Norge har noen av verdens siste og mest uberørte villmarksområder og alle klimasoner. Du trenger ikke reise til Sydpolen for å kjenne at du lever. Nord-Norge er nærmere og har alt du trenger for en fantastisk ekspedisjon.

Yte-Nyteren

(Outdoor adventurerer)

For Yte-Nyte er nærhet til spektakulære landskap og gode forhold for å utøve valgt utendørs aktivitet essensielt. Hen verdsetter flotte muligheter til å yte i naturen og nyte livet etterpå. Hen ønsker å bo nær naturen og ha en avslappet atmosfære inne. Ute ønsker hen å kjenne på mestringsfølelse.

Viktige punkter:

Yte-Nyte ønsker ofte å leie eller kjøpe utstyr, ha tilgang til tørkeskap, tilbud om matpakke- og termos-service, og en næringsrik frokost. Transporttjenester, kart og kjentmannstjenester, gode senger, gode ras- og værvarsler, og tilgjengelige guider vil bidra til en god opplevelse. Hen ønsker å møte lokale utøvere og andre gjester med samme interesse. Gode sosiale rom knyttet til aktivitetene er derfor viktig.

Smertepunkter i leveransen:

Yte-Nyte vil helst unngå dårlig vær og forhold. Mangel på informasjon, kart, oppdateringer, guide og wifi/dekning vil være svært ødeleggende for oppholdet. Det samme vil for dominerende innslag av gjester fra andre segmenter på overnattingsstedet. Det må være samsvar mellom kvalitet og pris.



Foto: Terje Rakke/Nordic Life

Markedsbudskap:

Nord-Norge er tilgjengelig, spektakulært og fullt av eksepsjonelle muligheter for fjellsport og trivelige møter med likesinnede.

Salgspitch:

Nord-Norge har flere og mer tilgjengelige fjell enn hele resten av Norden til sammen. I tillegg finnes gode overnattingsanlegg i alle priskategorier.

Adrenalinsøkeren

(Adrenaline kicker)

For Adrenalinsøkeren er det viktig å bo i/nært naturen eller anlegget hvor hen skal utøve sin aktivitet. God tilgjengelighet og transportløsninger er viktig. Hen ønsker tilpassede anlegg og å være sammen med likesinnede. Hen bruker ofte mer penger på utstyr og aktivitet enn på mat og overnatting.

Viktige punkter:

For en god opplevelse kreves utsikt til fjell og hav, og riktig atmosfære på stedet. Adrenalinsøkeren verdsetter tips og spesialservice fra kjentmenn, og et godt, kult og avslappet vertskap. Det er viktig med gode fasiliteter for pakking av utstyr, forberedelser, debrief og sosialt samvær.

Smertepunkter i leveransen:

Dårlige forhold, uvær, rasfare etc. er ødeleggende for opplevelsen. Fortløpende informasjon, kart og oppdateringer er derfor helt avgjørende. Mangel på tørkemuligheter på overnattingsstedet og manglende wifi og dekning på anlegget oppleves negativt. Et for dominerende innslag av gjester fra andre segmenter bør unngås.



Foto: Terje Rakke/Nordic Life – Visit Helgeland

Markedsbudskap:

Nord-Norge er tilgjengelig, spektakulært og fullt av eksepsjonelle muligheter for fjellsport og trivelige møter med likesinnede.

Salgspitch:

Nord-Norge er full av veldig tilgjengelige arenaer for å utøve adrenalinaktiviteter. Her finnes også gode overnattingsanlegg i alle priskategorier, samt overkommelige flypriser og ok reisevei fram.

Mosjonisten

(Sport eventer)

For mosjonisten står kropp og fysisk fostring i fokus. Hen er opptatt av trening, gjerne i fin natur og i nye omgivelser. Hen vil ha et tett program og utnytte tiden godt. Hen er ofte ganske konkurranseorientert og trives når hen får bryne seg mot andre. Det kan ligge ulike mål til grunn for treningen - trappe opp til konkurranse, øke kondis og styrke, eller prøve nye trenings-former. Mosjonisten er opptatt av riktige måltider til riktige tider, dusj- og garderobeforhold, oppbevaring og vedlikehold av utstyr etc, og også restitusjon. Hen er litt selvsentrert, og veldig tett på seg selv, men trener og deler gjerne erfaringer med likesinnede.

Viktige punkter:

Avgjørende for en god opplevelse er et vertskap som legger til rette for at mest mulig tid kan gå til trening og til etterfølgende restitusjon. Gode forhold, godt utstyr og god informasjon er viktig dersom det skal bli en god opplevelse.

Smertepunkter i leveransen:

For lite program, for få muligheter, mangel på garderobes og tørkeskap, feil mat og drikke, og dårlige muligheter for oppbevaring av personlig utstyr er variabler som kan ødelegge opplevelsen.



Foto: Marie Nystad – Nordnorge.com

Markedsbudskap:

Nord-Norge har landskap for spektakulær trening og god restitusjon.

Salgspitch:

Nord-Norge har landskap og anlegg som er ypperlige for spektakulære treningsferier. Disse stedene har tilrettelagt spesielt for din personlige din treningsform og treningsferie.



Nordnorsk
Reiseliv AS

LETT AKTIVE I NATUREN

Nybegynneren

(First timer)

For Nybegynneren er læring og sikkerhet sentralt. En god guide er derfor avgjørende. Hen ønsker å ha nærhet til fjell og hav, bo nær naturen og ha aktiviteter lett tilgjengelig. Hen ønsker opplæring og veiledning, samt muligheter til å leie eller kjøpe utstyr. Hen verdsetter å ha en guide / et firma som ordner alt og kan stoles på. Elementer som tørkeskap, matpakke- og termos-service, næringsrik frokost, og åpen bar ved retur fra tur bidrar til en god opplevelse.

Viktige punkter:

For Nybegynneren er nok og riktig informasjon underveis essensielt. En fantastisk guide som bidrar til en følelse av å lære og mestre mer er viktig. Nybegynnerne ønsker å være sammen med likesinnede på samme nivå, så man ikke føler seg dum. Man ønsker å kjenne på tilstedeværelse og utforsking.

Smertepunkter i leveransen:

En dårlig guide, lite læringsutbytte og følelse av lite mestring vil være ødeleggende for opplevelsen. Det samme gjelder mangel på informasjon, trygghet og tilrettelegging, samt manglende wifi og dekning. Nybegynneren vil unngå dårlig vær og forhold. Feil balanse av gjestetyper på overnattingsstedet og dårlig samsvar mellom kvalitet og pris må unngås.



Foto: Rene Bjerregaard - Visit Hammerfest

Markedsbudskap:

I Nord-Norge kan du lære å bli et friluftsmenneske. Test ulike utendørs sporter og friluftsliv i trygge rammer og møt både likesinnede og eksperter.

Salgspitch:

Nord-Norge byr på det ultimate friluftslivet på alle nivåer. Her kan du prøve deg på noe helt nytt eller å bli bedre på noe du har prøvd tidligere.

Naturelskeren

(Nature lover)

Naturelskeren setter stor pris på å være ute i fin natur, kjenne på nærhet til landskapet og nyte fin utsikt. Hen reiser gjerne med venner eller partner, men de gode naturopplevelsene og å dyrke sine friluftsinnteresser er viktigst. Hen vil gjerne ha guide eller kjentmann som gir råd, tips om utstyr, kart og ruter, samt all mulig praktisk info. Praktiske løsninger før start og underveis er viktig.

Viktige punkter:

Naturelskeren overnatter gjerne i eller nær naturen. Hen ønsker å kjenne på turatmosfære, gjerne litt hyttestemning. Gode ruter og «riktig» terreng å bevege seg i for deres smak, og trygghet gjennom lokale «fikser» verdsettes høyt.

Smertepunkter i leveransen:

Naturelskeren blir misfornøyd dersom det er mangel på informasjon, kart og oppdateringer. Hen vil unngå dårlige forhold og elendig vær. Mangel på tørkemuligheter på overnattingsstedet, dårlig guide, ubekvemme senger eller bråk som fører til dårlig søvn, og feil på utstyr ødelegger opplevelsen for Naturelskeren.



Foto: Marie Nystad – Nordnorge.com

Markedsbudskap:

Nord-Norge har fantastisk turterreng som er lett tilgjengelig, og spektakulære landskap med ruter uten høy risiko. Du trenger ikke gå langt for å være på langtur i Nord-Norge!

Salgspitch:

Nord-Norge har flere og mer tilgjengelige turområder enn hele resten av Norden til sammen, samt gode overnattingsanlegg i alle priskategorier.



Nordnorsk
Reiseliv AS

KULTURINTERESSERTE

Kulturarv-vennen

(Heritage explorer)

Kulturarv Knut/Kulturarv Kari er interessert i fortidas tradisjoner og hendelser, og ønsker å forstå og lære mer. Hen er ofte ildsjel som vil bidra til å bevare kulturarven, og formidling av høy kvalitet og med nye, interessante perspektiver er viktig. Selv om hen allerede kan mye, ønsker hen å delta aktivt i opplevelsene for å lære mer. En måte å utvide sin horisont er å dele egen kunnskap og diskutere med likesinnede. Hen liker tradisjonelt håndverk og andre historiske tradisjoner.

Viktige punkter:

For at Kulturarv-vennen skal bli fornøyd med sitt opphold, er det viktig med god forhåndsinformasjon. Det må være lange og forutsigbare åpningstider på attraksjonene, og hen må kjenne på engasjerende formidling av guider og lokale spesialister. Det må være en god blanding av relevante innholdselementer. Gode servicetjenester knyttet til attraksjonen er viktig. Dessuten må hen gis muligheter til å komme på innsiden av det lokale miljøet.

Smertepunkter i leveransen:

Stengte dører, manglende servicetjenester, og for dårlig informasjon om transport-muligheter, avstander og tidsbruk må unngås for Kulturarv-vennen. Det samme gjelder dårlig formidling, kunnskapsløse guider og for liten tid til opplevelsen.



Foto: Kjell Ove Storvik / Lofotr Vikingmuseum

Markedsbudskap:

Nord-Norge har en stor og rik kulturarv og en historie som strekker seg langt utover egne grenser.

Salgspitch:

Kulturarven i nord holdes fortsatt levende, og mange miljøer inviterer til åpen deltakelse og sosialt samvær.

På svært mange reisemål i nord finner man altså kultur og historie for alle interesser og smaker.

Kulturelskeren

(Culture lover)

Kulturelskeren er generelt kulturinteressert, og liker spesielt å gå på konserter, utstillinger o.l. Hen går også på festivaler, først og fremst for kulturinnholdets del, mens sosialt samvær kommer i andre rekke. Hen drives av sine kulturelle interesser, er vitebegjærlig og opptatt av å lære noe nytt og bli inspirert gjennom påfyll av kulturopplevelser.

Viktige punkter:

Kulturelskeren ønsker å bli berørt av interessante temaer og spennende historier, og å oppdage noe nytt. Virkelig gode guider som kan lære bort noe er essensielt, ettersom hen vil utvide sin horisont og gjerne bli overrasket underveis. Hen setter pris på å komme tett på andre, gjerne på innsiden av et lokalt miljø. Refleksjoner og nye perspektiver er viktig.

Smertepunkter i leveransen:

Kulturelskeren blir misforfornøyd hvis hen møter kjedelig, kunnskapsløs, umotivert formidling, dårlige utstillinger og uforberedte og ikke lydhøre guider.

Attraksjoner må være åpne og tilrettelagt slik at hen slipper å bruke mye tid på kø, leting etc



Foto: Arthur Arnesen

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 kultur-attraksjoner 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.

Ikke-turisten

(Local insider)

Ikke-Turisten ønsker nære møter med de lokale, og vil på innsiden av lokalsamfunnet og miljøet. Hen vil ikke oppfattes som turist eller snakkes til som turist, og vil ha «hjemme hos»-opplevelser. Hen reiser gjerne utenfor allfarvei og tar seg god tid. Hen drømmer om å utforske andre måter å leve på eller er veldig interessert i mennesker. Hen ønsker å lære om lokale språk, kultur og tradisjoner.

Viktige punkter:

Det er viktig at Ikke-Turisten får komme under huden på lokalsamfunnet, og oppleve noe som er regnet som «ikke-kommersielt» og som ikke er alle forunt.

Hen setter pris på å få delta i lokale tradisjoner eller ritualer, og virkelig få føle seg som en del av lokalsamfunnet, som en midlertidig innbygger.

Smertepunkter i leveransen:

Det å måtte føle seg som en turist ville ødelegge opplevelsen for Ikke-Turisten. Hen må slippe å bli servert kommersielle standard-opplevelser, og ikke få treffe lokalbefolkning og komme bak fasaden.



Foto: Lars Erik Martinsen

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:

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.

Den intellektuelle

(Modernist)

Den intellektuelle søker mer fordypende kunst- og kulturopplevelser. Hen kan mye, har en intellektuell tilnærming og liker å bli utfordret. Hen er opptatt av nye perspektiver, opptatt av kvalitet og mennesker som går i front. Hen vil ha kompetente guider og møte spesialister. Hen vil gjerne fortelle andre om det hen har vært med på. Hen er ofte først ute med ting og følger også sine guruer.

Viktige punkter:

For å tilfredsstille den Intellektuelle er det viktig å tilby høy kvalitet, muligheter til å fordype seg, intellektuelle utfordringer og overraskelser, og læring og inspirasjon. Personlige møter med kunstnere verdsettes høyt.

Smertepunkter i leveransen:

Den Intellektuelle blir svært misfornøyd dersom det er middelmådighet i leveransen, slurv og lavt estetisk nivå. Hen liker ikke kommersialisme, masseproduksjon og uttrykk som ikke fornyer eller begeistrer. Stengte dører, dårlige lysforhold, feil mennesker sammen i kleine situasjoner og ikke-authentisk atmosfære vil ødelegge opplevelsen for den Intellektuelle.



Foto: Terje Rakke / Nordic Life

Markedsbudskap:

Nord-Norge er som et laboratorium for kunst- og kulturinnovatører. Nå kan du følge med på hva som skjer gjennom en «abonnement» på hendelser og informasjon.

Salgspitch:

Dette er det nyskapende Nord-Norge for kunst- og kulturkjennerne.



Nordnorsk
Reiseliv AS

ANSVARLIGE REISENDE

Økosofen

(Leave no tracer)

Økosofen vil kjenne på følelsen av å bidra til en bedre verden. Hen har et sterkt ønske om å bevare planeten og leve i tråd med egen livsfilosofi om å ikke legge igjen spor. Hen vil bo i naturen, ha lavt forbruk og kjenne på det enkle liv. Hen ønsker mangfold og samspill, og trives med likesinnede. Hen kan være kompromissløse på enkelte områder, men bruker naturen med respekt. Er ofte millennials.

Viktige punkter:

Nærheten til landskap som fjell og hav, og en avslappet, enkel og ujalte atmosfære er viktig for Økosofen. Opplevelsen styrkes ved å kunne dyrke eller fange egen mat, spise naturlig, sunt og enkelt. Også ved å lære mer om natur og livsstil. Gode samtaler med likesinnede, og muligheter for å kunne misjonere eget livssyn for andre verdsettes høyt. Hen etterspør community-drevne tjenester og produkter.

Smertepunkter i leveransen:

Politisk ukorrekthet og ren kommersialisme er svært ødeleggende for opplevelsen. Økosofen liker ikke informasjon eller budskap som ikke er myntet på dem. Hen forventer ofte tilgang på vegansk / vegetariansk mat.



Foto: Emil Sollie - Visit Helgeland

Markedsbudskap:

I Nord-Norge kan du lett komme tett på og bo i uberørt natur. Spektakulære landskap og fantastisk turterreng er lett tilgjengelig.

Salgspitch:

Nord-Norge har flere og mer tilgjengelige turområder enn hele resten av Norden til sammen, samt gode overnattingsanlegg i alle priskategorier. Her kan du enkelt bruke naturen med respekt.

Idealisten

(Idealist)

Idealisten ønsker å bidra til en bedre verden, også når hen er på ferie. Hen søker prosjekter hvor hen kan bidra til et bedre miljø, redde truede dyrearter eller skape bedre bo og leveforhold for lokalbefolkning. Hen ønsker å sette seg nøye inn i ting for å forstå årsaker og resultater av sine bidrag, samt utvikle seg selv på det personlige plan. Hen er villig til å ta risiko for å oppnå sine mål, og lar seg ikke skremme av å reise til utrygge deler av verden.

Viktige punkter:

Idealisten ønsker god informasjon om muligheter og alternativer for å kunne bidra positivt, ta etisk riktige valg, og reise på en ansvarlig måte. Hen ønsker merking av bærekraftige produkter og opplevelser, og betaler gjerne mer for disse. Hen er spontan og ønsker å møte nye mennesker og skape vennskap underveis på sin ferd.

Smertepunkter i leveransen:

Falske opplevelser på feil premisser, kommersielle produkter og grønnvasking provoserer Idealisten. Dersom hen ikke føler at hen slipper til og får bidra så mye som hen ønsker, kan dette føre til misnøye og en følelse av utilstrekkelighet.



Foto: Petr Pavlek – Visit Lyngenfjord

Markedsbudskap:

I Nord-Norge kan du utforske den sårbare og uberørte Arktiske naturen og forstå hvordan folk kan bo og leve så langt nord.

Salgspitch:

I Nord-Norge kan du få en unik naturopplevelse og samtidig lære hvordan vi kan ta vare på natur og kultur, og beskytte sårbar natur og dyreliv på en bærekraftig måte.



Nordnorsk
Reiseliv AS

FELLESSKAPS ORIENTERTE

Familieforelderen

(Family memorymaker)

For familieforelderen er kvalitetstiden sammen med familien helt avgjørende. Det viktigste er at barna har det bra og gjerne lærer noe samtidig. Trygge omgivelser, sikkerhet og meningsfulle aktiviteter for hele familien er viktig. Hen verdsetter store familierom med god plass til bagasje, barnevennlige løsninger i alle leveranser, fleksible og individuelle tjenester, gode rom for felles måltider, god merking og ikke for mye krevende transport og bytting av framkomstmidler.

Viktige punkter:

Mye og relevant informasjon er essensielt for at opplevelsen skal bli god. Det forventes at vertskapet skaper god atmosfære og bygger relasjoner med familien. Flexibilitet og ekstra service, gjerne overraskelser til barna, samt hjelp til å dokumentere ferien og opplevelsene vil gjøre det lille ekstra.

Smertepunkter i leveransen:

At barnas behov ikke forstås, unødvendig stress og lite imøtekommende vertskap vil være ødeleggende for opplevelsen. Det samme gjelder unødig venting og kø, eller uheldige endringer som forstyrrer familierytmen. Det er heller ikke ønskelig å dele fasiliteter med andre kundetyper som har motstridende behov og som prioriteres framfor barnefamilien.



Foto: Marthe Nyvoll - Visit Hammerfest

Markedsbudskap:

De meningsfulle, læringsrike og opplevelsesfylte familieferiene får dere i Nord-Norge.

Salgspitch:

Vil dere oppleve noe fint sammen som familie og samtidig sikre at barna blir kjent med Nord-Norge og nordnorsk kultur og natur? Det er kort flyreise til minst 20 nordnorske reisemål der dere kan skape familieminne som varer hele livet.

Vennegjengen

(Friendship bonder)

For Vennegjengen er det viktig at alle skal med. De ønsker kvalitetstid sammen, ha det gøy, få påfyll og styrke flokken. De ønsker lette aktiviteter som passer for mange. Sosiale rom, privat avskjerming, fleksible og individuelle løsninger, felles måltider sammen i egnet lokale, rom med riktig atmosfære, rom i nærheten av hverandre, tydelig vertskap, og ikke for lang vei til flyplass / transportknutepunkt er viktig for Vennegjengen.

Viktige punkter:

Fleksibilitet og oppmerksomhet fra vertskapet verdsettes. Det samme gjelder hjelp til å dele info mellom vennene i reisefølget (smarte systemer som vips) og assistanse overfor hovedplanleggeren i gruppa. Personlige overraskelser på rommet etc. gjør det lille ekstra for en god opplevelse.

Smertepunkter i leveransen:

At ikke alle i gruppa behandles likt eller rettferdig med tanke på rom, service osv. og et lite imøtekommende vertskap påvirker opplevelsen negativt. Man må unngå unødig venting og endring i bestillingen.



Foto: Petr Pavlek – Visit Lyngenfjord

Markedsbudskap:

De utfordrende, trivelige og originale venneturene får dere i Nord-Norge.

Salgspitch:

Lei av å dra til europeiske storbyer med gjengen? Det er kort flyreise til minst 20 nordnorske reisemål som leverer fab mat og heftige opplevelser til vennegrupper som vil pleie flokken og skape felles minner. På tide med noe nytt?! Kom nordover!

Romantikeren

(Romantic Indulger)

Romantikeren søker nærhet og intimitet, tid og rom til å dyrke hverandre, romantiske måltider på eget bord, muligheter for å gi partneren morsomme overraskelser underveis, en touch av luksus og egenpleie. Lekre rom med god atmosfære, dekorasjoner og overraskelser, samt særlig oppmerksomhet i restauranten med roser og lys på bordet verdsettes høyt.

Viktige punkter:

For at opplevelsen skal bli ekstra fin bør det gis muligheter for å danse til fin musikk eller sitte foran et ildsted å prate om kvelden. Romantikeren vil gjerne ha hjelp til å overraske partneren, for eksempel med sjampanje på tur eller roomservice.

Smertepunkter i leveransen:

Man må unngå enkeltenger på et kjipt rom, skrikende unger eller andre ikke-romantiske gjester over alt, en masete spisesal der man ikke kan prate sammen, og rotete, stygge og halvskitne omgivelser.



Foto: Marie Nystad - Nordnorge.com

Markedsbudskap:

De mest romantiske øyeblikkene oppstår når dere gjør noe nytt og annerledes sammen.

Salgspitch:

Nord-Norge er som skapt for romantikk. Under nordlyset eller midnattssola blir verden som ny. Bruk Nord-Norges spektakulære landskap, unike lysfenomen og levende lokalsamfunn til å utforske hverandre. Gjerne igjen og igjen!

Jubilanten

(Jubilee Planner)

For Jubilanten er det viktig at gjesten gjøres til en helt og får oppleve magiske øyeblikk sammen med sine gjester. Hen ønsker fine festlokaler med servering som passer flere generasjoner, sosiale rom, privat avskjerming, fleksible og individuelle løsninger, felles måltider i egnet lokale, rom i nærheten av hverandre, tydelig vertskap, lette aktiviteter som passer for mange, og ikke for lang vei til flyplass / transportknutepunkt.

Viktige punkter:

Selve festen er høydepunktet og det settes pris på hjelp til ideer og assistanse til hovedplanleggeren i gruppa. Flexibilitet og oppmerksomhet overfor gjestene, og særlig jublanten, er svært viktig. Hen mottar gjerne hjelp til å pakke og oppbevare gaver. Hjelp til å dele info og betaling mellom deltakerne (smarte systemer som vips, fb etc.) oppleves også positivt.

Smertepunkter i leveransen:

Festlokalene må fungere. Unngå kluss og surr med praktiske avtaler før, under og etter besøket. Unødig venting og endringer i bestillingen skaper misnøye.



Foto: Kathrine Sørgård - Nordnorge.com

Markedsbudskap:

En felles feiring i nordnorske omgivelser er et minne for livet.

Salgspitch:

Det er ikke flere spesielle anledninger i livet enn de vi velger å feire! Og i Nord-Norge blir feiringen gjerne litt ekstra morsomme. Er du engstelig for å måtte arrangere selskapet selv, hjelper vi deg å skape en fantastisk markering.



Nordnorsk
Reiseliv AS

ØNSKER

Å ROE NED

Velværejegeren

(Wellness indulger)

Velværejegeren søker oppbyggelig egentid, og reiser gjerne med en eller få venner. Hen er mer opptatt av rekreasjonen enn å pleie flokken. Hen er opptatt av hvile og kos, energi, livslyst og fine omgivelser. God mat og drikke er viktig for den gode opplevelsen. Hen ønsker å reise og kose seg med god samvittighet, og komme hjem som en bedre versjon av seg selv.

Viktige punkter:

Et fleksibelt program med slakk er viktig. Velværejegeren ønsker rolige omgivelser, lite støy, vakre landskap med stillhet og få mennesker. Hjelp til å logge av, personlig pleie og behandlinger, øyeblikk av nytelse, og god mat og drikke i en helsebringende versjon er avgjørende for tilfredsheten.

Smertepunkter i leveransen:

Man må unngå støy og mas i leveransen. Mangel på estetikk og renslighet, dårlig senger og utrivelige rom, andre gjester med motstridende behov, og at rommet eller anlegget ikke holder det de lovte i kommunikasjonen vil være ødeleggende for den gode opplevelsen.



Foto: Terje Rakke/Nordic Life - Visit-Helgeland

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.

Velværespesialisten (Wellness specialist)

Velværespesialisten vil ha ro og riktige omgivelser for sin «greie» og sine ritualer. Detaljene er ekstremt viktige og kan velte hele leveransen om de ikke stemmer. God tid, stillhet, gode forhold for yoga og meditasjon både ute og inne er viktig. Det samme gjelder riktig mat og riktige lokaler med passende atmosfære og materialer. Velværespesialisten er opptatt av å møte likesinnede, også vertskapet må være på samme plan. De indre opplevelsene er viktigst. Hen har ofte sine guruer hen følger.

Viktige punkter:

Leveransen må være hel ved og alle detaljer ivaretatt, gjerne med noen riktige overraskelser på toppen. Klare og forutsigbare rutiner gjennom døgnet, ritualer som påvirker den indre reisen på en god måte, og tid og rom for seg selv er essensielt.

Smertepunkter i leveransen:

Feil vertskap, feil gjester, feil lokaler eller feil mat er krise. Hvis ikke alt stemmer, stemmer ingenting.



Foto: Kristin Folsland

Markedsbudskap:

Den nordnorske naturen gir deg kraft til en indre reise. Lys og kraft og storslagenhet. Energi og flow i naturen bidrar til mindfulness.

Salgpitch:

(Bør gjøres av ambassadører og communities.)

Stressless

(Unplugges)

Stressless er ofte folk som har en krevende hverdag og har behov for hjelp til å stresse ned og senke skuldrene. Hen ønsker riktig påfyll slik at hen kan fungere bedre når hen er tilbake til hverdagen. Digital detox kan være aktuelt. Hen ønsker ofte lett aktivitet som å gå tur, ro båt på stille vann eller lignende. Hen trenger ofte hjelp til full tilstedeværelse og noe meningsfullt å delta på.

Viktige punkter:

Stressless vil sette pris på en meny av aktiviteter hen kan være med på. Overnattingsstedet må ha en beliggenhet og fasiliteter som inviterer til ro og nedstressing. Vertskapet må forstå, støtte og legge til rette for riktig balanse av hvile og lett aktivitet.

Smertepunkter i leveransen:

Uønskede fristelser som alkohol, tv og arbeid vil være ødeleggende for opplevelsen til Stressless. Det samme gjelder om vertskapet ikke støtter opp om behovene, eller om hen må oppholde seg med andre gjester med ulike behov.



Foto: Kristin Folsland

Markedsbudskap:

Nord-Norge er et godt sted å samle seg, finne sin egen takt i livet og hente nye krefter.

Salgspitch:

Vi har valgt et knippe steder nær naturen som er utmerket for deg som vil samle kropp og sjel, gå i din egen takt for noen dager, finne ro til å reflektere og samle nye krefter og energi.

Slow Traveler

(Slow traveler)

Slow Traveler ønsker å «Travel less, experience more!» Hen velger meningsfulle opplevelser framfor kjente attraksjoner og kvalitet framfor kvantitet. Ligner på Local Life Lisa, men vektlegger velvære og ro underveis. Hen liker å reise med lokal transport og bruke god tid på reisen, samt snakke med lokalbefolkningen, dele et måltid med folk de treffer underveis, dele historier og lære om stedet fra de som bor her. Hen identifiserer seg ikke med turister som vil se mest mulig på korteste mulig tid. Hen er ofte opptatt av historien bak fenomener, og liker å gå litt i dybden. Slow travel er en filosofi som også handler om å omfavne de små ting i livet.

Viktige punkter:

Helt avgjørende for en god opplevelse er kos, ro og avslapning, vekk fra hverdagens mas og kjas. Det bør legges til rette for møter med lokale som gir dypere forståelse, og det er viktig å få komme på innsiden av et miljø / samfunn. Nye vennskap og å få komme hjem til folk verdsettes høyt.

Smertepunkter i leveransen:

Støy, mas og tidspress vil være svært ødeleggende for en Slow traveler. SoMe-press og snapchat-mas er fy fy. Hen liker ikke om det er mange Bucketlistere på samme sted. Hen misliker kommersialisme og ikke-autentiske tilbud.



Foto: CH www.visithelgeland.com

Markedsbudskap:

Nord-Norge oppleves best langsomt og fra baksiden av fasaden. Ta deg tid til å skape minner for livet.

Salgspitch:

Nord-Norge er stedet der tiden kommer og ikke går. Her kan du leve litt langsommere og kjenne deg bedre! Landsdelen er full av store landskap og små rariteter som er verdt en reise i sakte fart.



Nordnorsk
Reiseliv AS

ATTRAKSJONSJEGERE

Bucket Lister

(Bucket Lister)

En Bucket Lister kommer for å se kjente attraksjoner og vil ha med seg så mye som mulig på kort tid. Hen har en «best-of-tilnærming» og velger ofte hovedrutene for turister. Hen ønsker inspirasjon og tips, og har behov for ofte og kjapp informasjon, gjerne litt om gangen og på sitt eget språk. Hen kan være en litt uerfaren turist, og er veldig opptatt av å se noe bestemt de har hørt om hjemme.

Viktige punkter:

Følelsen av å ha sett eller gjort noe viktig med høy Instagram-kvalitet er viktig for en Bucket Lister. Hen verdsetter hjelp til god dokumentasjon av opplevelsen. Hen liker også tjenester og ting som er gratis, gjerne overraskelser, og eller rabatter.

Smertepunkter i leveransen:

Stengte dører til attraksjoner de vil besøke vil være svært ødeleggende. En Bucket Lister setter ikke pris på endringer i program eller ruter, unødvendig venting eller lange køer, da dette føles som å miste verdifull tid. Informasjon må derfor være tilgjengelig og forståelig, og guider må være tydelig og effektive.



Foto: Dagny Margrete Ren - Nordnorge.com

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 kjøpt, trygt og billig!

Epic Seeker

(Epic Seeker)

Epic Seeker ønsker å se fantastiske ting, og bruker gjerne mer tid og penger om hen tror det er verdt det, men hen kaster heller ikke bort tida. Hen er ofte inspirert av National Geographic, og vil ha med seg de store attraksjonene og de spektakulære landskapene. Hen vil gjerne ha ritualer og seremonier som markerer symbolske opplevelser. Hen er opptatt av trygghet for kjøp og liker å fotografere underveis. Episke ekspedisjonscruise er ofte et godt valg.

Viktige punkter:

Den ultimate opplevelsen oppnås ved å se og gjøre noe helt spesielt, som gir once-in-a-lifetime-følelsen. Epic Seeker ønsker god tilrettelegging slik at hen får tatt de beste bildene. Hen ønsker mye og god info på eget språk, og VIP-løsninger for å komme forbi køer.

Smertepunkter i leveransen:

Stengte dører til attraksjoner eller steder de vil besøke vil være ødeleggende for opplevelsen. Det samme vil endringer i program eller ruter, utilgjengelig og uforståelig informasjon, dårlig vær, oversolgte steder og guider som ikke yter det lille ekstra.



Foto: ToFoto - Nordnorge.com

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.