



Livsnyteren



Markedsbudskap:

Lade batteriene og nyte livet med god mat og drikke, egenpleie og enkle aktiviteter i avslappende omgivelser.

Salgpitch:

Trøndelag er stedet du kan nyte ren luft, få ny energi, og nyte god mat og drikke i vakkert landskap. Få kraft av energien i lyse netter, stillhet, eller det spesielle blålyset om vinteren.

Travel Style: Nytt livet – personlig påfyll

Konsept: Velvære

Kjerneaktivitet: Koble av, nyte det gode liv

Sesong: Hele året

Vanlig tidsbruk: 2-5 dager

Prissensitiv: Middels til høy

Booker oftest: Direkte eller via operatør

Kulturfilter: Mindre relevant

Prioritet i TRL: Utland B/Innland A

Typiske behov og ønsker:

Rømme fra en hektisk hverdag, lette aktiviteter. Opptatt av hvile og kos, energi, livslyst og fine omgivelser. God mat og drikke. Vil kose seg med god samvittighet. Fleksibelt program, og rom for egentid. Pleier gjerne kroppen, velvære og spa. Reiser gjerne med en eller noen få venner. Går gjerne korte turer, eller besøker galleri e.l. Vil ha et ikke-krevende program. Velger gjerne miljøvennlige løsninger hvis tilgjengelig.

Typiske hjertepunkter i leveransen:

- Rolige omgivelser uten støy
- Detox fra hektisk hverdag
- Nytelse og magiske øyeblikk
- Mulighet for velvære
- Enkle aktiviteter
- God mat og drikke
- Komfort og renhet
- Vertskap som er akkurat passe påkoblet

Typiske smertepunkter i leveransen:

- Omgitt av folk som ikke har samme formål for reisen
- Logistikken fungerer ikke slik den burde
- Ikke god nok standard på anlegget eller rommene
- Støy
- For høyt tempo
- Mangel på renhold og estetikk
- Dårlige senger
- Vertskap som ikke er tilstede

Viktig i kommunikasjonen:

- Ro og nytelse
- Stillhet
- God mat og god drikke
- God stemning
- Gode grunner til å pleie seg selv
- Enkle aktiviteter som er gode for kropp og sjel
- Helhet og skjønnhet

BÆREKRAFT

2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10



Silence seeker



Travel Style: Nytt livet – personlig påfyll

Konsept: Indre ro og energipåfyll

Kjerneaktivitet: Avkobling

Sesong: Hele året

Vanlig tidsbruk: Langhelg til 10 dager

Prissensitiv: Høy til lav

Booker oftest: Operatør eller gjennom ambassadører/allianser

Kulturfilter: Mindre relevant

Prioritet i TRL: Utland A/Norge B

Markedsbudskap:

Trøndelag – stedet du kan finne ro, hvile og hente nye krefter. Trøndelag, god plass, ren luft, og perfekt for å lade batteriene.

Salgspitch:

Behagelig natur, ro, lite folk, god plass, stillhet, ren og trygg mat.

Typiske behov og ønsker:

Avkobling fra hverdagen, rolig tempo, stresse ned, kortvarig endring, pause fra støy og forurensning. Gjerne byfolk som har behov for avkobling. God og sunn mat, fine omgivelser og lett tilgjengelig. Vertskapet må ha et godt balansepunkt, gi ro, men nok veiledning. Vil ha egentid. Rekreasjon. Opptatt av miljø og reiser gjerne kollektivt.

Typiske hjertepunkter i leveransen:

- Opplevelsen av at det skjer en mental endring
- Føle at batteriene blir ladet
- Lukt av ren luft (sjø eller fjell)
- Lett tilgjengelig natur, for korte og enkle aktiviteter
- Mindfulness
- Estetisk pent, rent
- Balsam for sjelen
- Nyter fin utsikt og god sunn mat

Typiske smertepunkter i leveransen:

- Store folkemengder
- Støy
- For krevende aktiviteter
- For tett program
- Barnefamilier
- Skitne og lite estetiske omgivelser
- Andre type gjester

Viktig i kommunikasjonen:

- Komme seg vekk fra mas og kjas
- Finne roen
- Nyte naturen og stillheten
- Mindfulness
- Balsam for kropp og sjel
- Sunnhet
- Ren luft, vakre omgivelser
- Overnatting, rom og anlegg - estetikk
- Kommunikasjonen må innfri til forventninger

BÆREKRAFT

1, 2, 3, 4, 7



TERAPilegrimen



Markedsbudskap:

Livet beveger seg til fots, rekreasjon og balsam for sjelen. En pilegrimsvandring inviterer til refleksjon og rom for å stille spørsmål til seg selv.

Salgspitch:

Målet er Nidaros, sted for ro, historiske spor, gå på historiske stier, rens kropp og sjel.

Travel Style:	Nyt livet – personlig påfyll
Konsept:	Rense kropp og sjel
Kjerneaktivitet:	Pilegrimsvandring
Sesong:	Sommer og høst
Vanlig tidsbruk:	2-3 dager eller lengre vandringer 2-4 uker
Prissensitiv:	Lav til middels
Booker oftest:	Booker selv eller gjennom operatør
Kulturfilter:	Mindre relevant
Prioritet i TRL:	Utland A/Innland A

Typiske behov og ønsker:

Hovedaktiviteten er vandring, og vil rense kropp og sjel, refleksjon. Går gjerne alene eller i små grupper. Besøker steder for stillhet, ettertanke og/eller meditasjon. Enkel overnatting, alt må ikke planlegges, greit å få næringsrik og sunn mat, behov for alenetid. Vil gjerne bevege seg og gå/vandre bestemte strekk som har en spesiell mening, møter gjerne likesinnede, besøke viktige eller «hellige» steder.

Typiske hjertepunkter i leveransen:

- Riktig balanse mellom hvile og vandring
- God merking og kartløsninger
- Vertskap som hjelper og støtter om det trengs
- Rom for gode samtaler
- Anlegg som tilrettelegger for ro, hvile, refleksjon
- Gode «hvilepunkt» med rolig stemning

Typiske smertepunkter i leveransen:

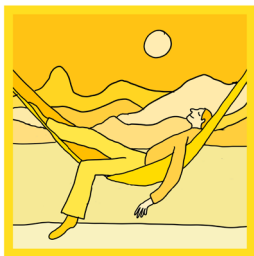
- Liker ikke fest og fyll
- Rot med ruter og kart
- Vertskap som ikke støtter opp
- Andre gjester med andre motiver
- Mange gjester og mye støy
- tidspres

Viktig i kommunikasjonen:

- Personlige møter med andre pilegrimer eller lokalbefolkning/vertskap
- Ikke noe stress og mas
- Fortellinger om de nære ting
- Taktskifte i livet
- Ro, stillhet
- Natur og omgivelser som gir ro
- Refleksjon i ulike «rom»

BÆREKRAFT

1, 2, 3, 4, 5, 6, 8



Naturelskeren



Travel Style:	Nyt livet – personlig påfyll
Konsept:	Tilbake til naturen – reise i lavt tempo
Kjerneaktivitet:	Rundreise med naturen som soverom
Sesong:	Hele året, men peak sommer
Vanlig tidsbruk:	4-14 dager
Prissensitiv:	Høy til lav
Booker oftest:	Booker ofte direkte
Kulturfilter:	Mindre relevant (obs utland planlegging)
Prioritet i TRL:	Utland A/innland A

Markedsbudskap:

Trøndelag er et godt sted å finne sitt eget tempo og hente nye krefter i natur og små lokalsamfunn.

Salgspitch:

Lev livet langsomt og i takt med naturen i Trøndelag. Landsdelen er kompakt og det er kort vei mellom natur, opplevelser og små lokalsamfunn. Lange lyse dager.

Typiske behov og ønsker:

Reiser gjerne som venner eller par. Ønsker å oppdage nye ting og mestringer hos seg selv gjennom korte turer og enkle aktiviteter i naturen, men nær lokalsamfunn. Ønsker å finne tilbake til naturen, og tester gjerne en natt eller flere ute i naturen, eller ligger i telt. Reiser helst med lokal transport og bruker tid på reisen. Liker verdifulle opplevelser og møter med mennesker mer enn besøk på attraksjoner. Ønsker å snakke med lokalbefolkningen, og lære om stedene de er på. Koser seg rundt måltider, gjerne med folk de treffer undervegs.

Typiske hjertepunkter i leveransen:

- Møte med menneskene
- Komme på innsiden av samfunnet
- Nye vennskap
- Tid til å absorbere
- Autentiske samfunn og opplevelser
- Kos og hygge
- Flott natur

Typiske smertepunkter i leveransen:

- Villmark
- Ingen folk eller for mange folk
- Mye trafikk, mas og støy
- Avvisende vertskap/ lokalbefolkning

Viktig i kommunikasjonen:

- De gode møtene
- Åpne lokalsamfunn
- Tid til å være
- Stemning
- Autentiske samfunn og opplevelser
- Lett tilgjengelig natur

BÆREKRAFT

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10