



Historius

Travel Style:	Bli berika – local living
Konsept:	Dedikert historie- dyrker – historiske Trøndelag
Kjerneaktivitet:	Historiske opplevelser
Sesong:	Hele året
Vanlig tidsbruk:	2-7 dager
Prissensitiv:	Høy til lav
Booker oftest:	Direkte eller via turoperatør
Kulturfilter:	Referanser til Norge eller ikke
Prioritet i TRL:	Utland A/Norge A

Markedsbudskap:

Trøndelag er en uoppdaget perle når det kommer til Norges historie og vikinghistorie. Norges historiske vugge. Her kan du fordype deg i historien og vi tilrettelegger for å dyrke din interesse.

Salgspitch:

Imponerende og spennende historie finnes overalt i Trøndelag. Her kan du utvide din historiske horisont gjennom en rekke ulike opplevelser.

Typiske behov og ønsker:

Møte eksperter, lære og forstå, fakta og autentisitet. God tilgjengelighet og fleksible åpningstider, tilgjengelighet til gode spisesteder og optimale transportløsninger. Spissede interesseområder, gjerne møte lokale. Reiser gjerne utenfor allfarvei for å finne de gode historiene.

Typiske hjertepunkter i leveransen:

- Interaksjon
- Aktiv guide, få vite noe som ikke alle andre vet
- Føle seg spesiell
- Skape wow-opplevelsen
- Føle at de får noe ekstra pga kunnskapsrik guide (funfacts).
- God info om åpningstider
- Ting som er lett tilgjengelig
- Tilgjengelighet til stedet

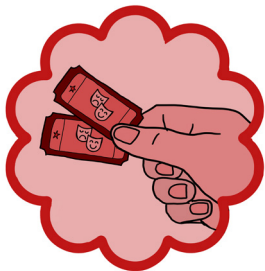
Typiske smertepunkter i leveransen:

- En del av en gruppe med bare monolog
- For store grupper
- Ikke plass til spørsmål
- Andre i gruppen med andre interesser og spørsmål
- En guide uten innlevelse, som ramser opp historien uten det lille ekstra
- Stengte dører
- Kø og lite tilgjengelighet mtp åpningstider

Viktig i kommunikasjonen:

- Skape nysgjerrighet til tema
- Gi et inntrykk av eksklusivitet
- Gjerne noe uoppdaget
- Bli invitert inn i en hemmelig verden
- Fokus på den gode guiden
- Interaksjon
- God informasjon om åpningstider, billetter, tidspunkt for guiding, priser, osv.

BÆREKRAFT: 1-10
1,2, 5, 6, 8 (9), 10



Kulturelskeren



Travel Style: Bli berika – det lokale liv

Konsept: Kulturopplevelser

Kjerneaktivitet: Attraksjoner, fomidling og kulturelle events

Sesong: Hele året

Vanlig tidsbruk: 2-5 dager

Prissensitiv: Høy til lav

Booker oftest: Direkte eller via operatør

Kulturfilter: Kulturer uten referanser til Norge

Prioritet i TRL: utland B/Norge A

Markedsbudskap:

Trøndelag, en uoppdaget kulturell skatt. Helårs festivalregion med variert og sammensatt kulturelt program. Kulturopplevelser for alle som både inspirerer og gir kunnskap.

Salgspitch:

Trøndelag er verdensmester i festivaler, events og spel. Fortellinger, fengslende historier og lokal kunst og kultur finnes overalt, og vil garantert gi opplevelser som setter spor. Utforsk og utvid din egen horisont.

Typiske behov og ønsker:

Generelt kulturinteressert, liker å gå på konserter, utstillinger, og events. Gjerne formidling gjennom forestillinger som spel. Går på festivaler og reiser med venner eller partner, men drives av sine kulturelle interesser/kulturinnholdet. Er opptatt av artisten/eller formidleren mer enn det sosiale. Er vitebegjærlig og opptatt av å lære noe nytt og bli inspirert. Får påfyll av kulturopplevelser.

Typiske hjertepunkter i leveransen:

- Lære noe nytt, utvide egen horisont
- Komme på innsiden av kulturen, lokalsamfunnet
- Gode guider med god kunnskap
- Gode kulturopplevelser og god underholdning
- Bli berørt – skape endring
- Få det lille ekstra og oppdage nye ting
- God stemning og overraskelser
- Komme tett på andre med samme interesse

Typiske smertepunkter i leveransen:

- Kjedelig formidling
- Dårlig lyd og mye støy på arenaen
- Dårlig kvalitet på utstillinger, eventet, forestillingen
- Dårlig tilgjengelighet og stengte dører
- Kjøståing og dårlig «sikt»
- Kunnskapsløse guider/formidlere

Viktig i kommunikasjonen:

- Interessante tema
- Estetikk og helhet
- Funfacts eller overraskende fakta
- Nytelse – påfyll
- Gjestfrihet, komme bak fasaden

BÆREKRAFT

1, 2, 5, 8



Kulturspesialisten



Markedsbudskap:

Trøndelag er et eldorado for kunst- og kulturinteresserte. Mangfoldig og inkluderende kulturregion, for liten og stor.

Salgspitch:

Mangfoldig kulturregion med alt fra tradisjonelt kunst- og kunsthåndverk til det litt mer nyskapende, innovativ og mer edgy.

Travel Style: Bli berika – local life

Konsept: Kunst og kultur

Kjerneaktivitet: Unike kunst- og kulturopplevelser

Sesong: Hele året

Vanlig tidsbruk: 2-5 dager

Prissensitiv: Høy til lav

Booker oftest: Direkte

Kulturfilter: Ingen spesielle

Prioritet i TRL: Utland C/Innland C

Typiske behov og ønsker:

Liker å bli utfordret kulturelt og intellektuelt, opptatt av ny kunnskap og kan gjerne være med på litt mer kunst- og kulturopplevelser som utfordrer. Opptatt av nye perspektiver og kvalitet. Vil ha kompetente guider og møte spesialistene. Gjør gjerne ting først, og liker å fortelle andre hva de har vært med på. Rom for å dele erfaringer/diskusjoner, gjerne med enkel servering.

Typiske hjertepunkter i leveransen:

- Kompetente guider
- Servicetjenester rundt stedet er viktig
- Liker å dele sin kunnskap og diskutere temaet med andre
- Ny kunnskap
- Vil gjerne integreres i et kulturelt miljø de beundrer
- Arena/rom for for å diskutere, dele erfaring

Typiske smertepunkter i leveransen:

- Masseproduksjon
- Stengte dører og kø
- Ikke autentisk miljø og følelse
- Slurv i leveransen og kunnskapsløse guider
- Feil sammensetning av gruppe/ mennesker
- Støy
- Ikke estetisk

Viktig i kommunikasjonen:

- Unike og nye kunst- og kulturopplevelser
- Fordypning innenfor tema
- Innovativt og nyskapende
- Annerledeshet
- Ekstra

BÆREKRAFT

1, 2, 8, 10



Gastronauten



Markedsbudskap:

Trøndelag er rik på lokal mat og lokale spesialiteter som strekker seg fra sjø til fjell. Norges lokalmat region, og kvalitet på øverste hylle.

Salgspitch:

Som foodie tar du mat på alvor, og kvalitet og autentisitet er viktig. Som lokale innsidere vil vi koble deg med de riktige menneskene og introdusere deg til våre ekte mat- og drikkelopplevelser fra lokale tradisjoner til nordisk gastronomi men alltid med fokus på de gode lokalernåvarene.

Travel Style: Berikelse – lokal kultur

Konsept: Matopplevelser/for foodies

Kjerneaktivitet: Lokalmatopplevelser

Sesong: Hele året

Vanlig tidsbruk: 1-13 dager

Prissensitiv: Middels til høy

Booker oftest: direkte og via operatør

Kulturfilter: Asiaterne – pause fra lokal mat

Prioritet i TRL: Utland A/Norge A

Typiske behov og ønsker:

Søker nye matopplevelser, rene råvarer og kvalitetsmat, vil møte spesialistene. Lokale mattradisjoner, destinasjons-spesifikke mat og drikkeopplevelser; cider og håndverkøl, smaksprøver, matlagingklasser, måltider med lokalbefolkningen, gårdsbesøk/-opphold, Michelin-restauranter, matfestivaler, gode arenaer for måltidsopplevelser. Gode transportløsninger og overnatting av høy kvalitet og opptatt av miljø. Lokal kunst, kultur, arkitektur, design og korte fotturer eller enkle aktiviteter i naturen som avbrekk.

Typiske hjertepunkter i leveransen:

- Skreddersydde aktiviteter/ opplevelser
- Autentisitet i leveransen og matopprinnelse
- Lokal kultur og identitet knyttet til mat
- Spisskompetanse om råvarer
- Godt vertskap og følelsen av individualitet

- Enkle tilleggsopplevelser, lett tilgjengelig

Typiske smertepunkter i leveransen:

- Mat som ikke oppleves autentisk, der opprinnelsen ikke kan spores
- Generelle aktiviteter
- Dårlig kunnskap om råvarene
- Å føle seg som en turist blant alle andre
- Ikke få «se» bak fasaden
- Masseproduksjon

Viktig i kommunikasjonen:

- Restaurantanbefalinger
- Mulighet for å delta aktivt
- Unike smaker
- Ren og kortreist mat
- Fortellinger om matkultur
- Fortelling opp opprinnelsen til mat
- Gode måltidsopplevelser
- Møte med ekspertisen

BÆREKRAFT

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