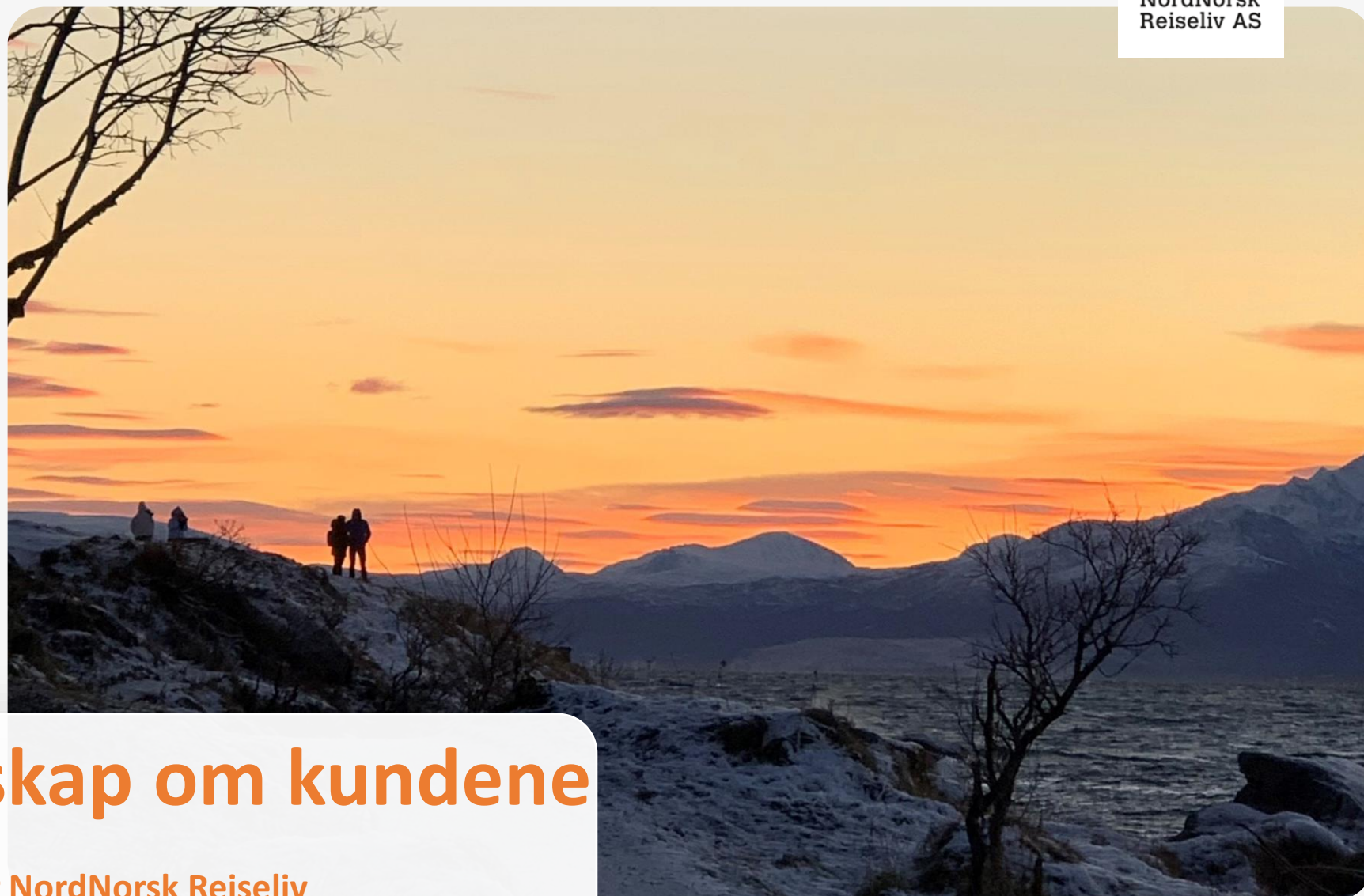




NordNorsk
Reiseliv AS



Bruk av ny kunnskap om kundene

Klyngesamling 29.11.2022

Agnete Stensland, Markedsanalytiker NordNorsk Reiseliv



Nordnorsk
Reiseliv AS

Hvorfor målgruppetilnærming?

- Lettere gjøre prioriteringer
- Mer effektiv ressursbruk
- Tilpasset produktutvikling
- Mer målrettet markedskommunikasjon
- Mer tilfredse gjester
- Høyere lønnsomhet

Samkjørte analyser

NordNorsk Reiseliv

- Helårlig for Nord-Norge og Svalbard
- Interesse for ferie generelt
- 1 000 respondenter per marked



Arctic-365

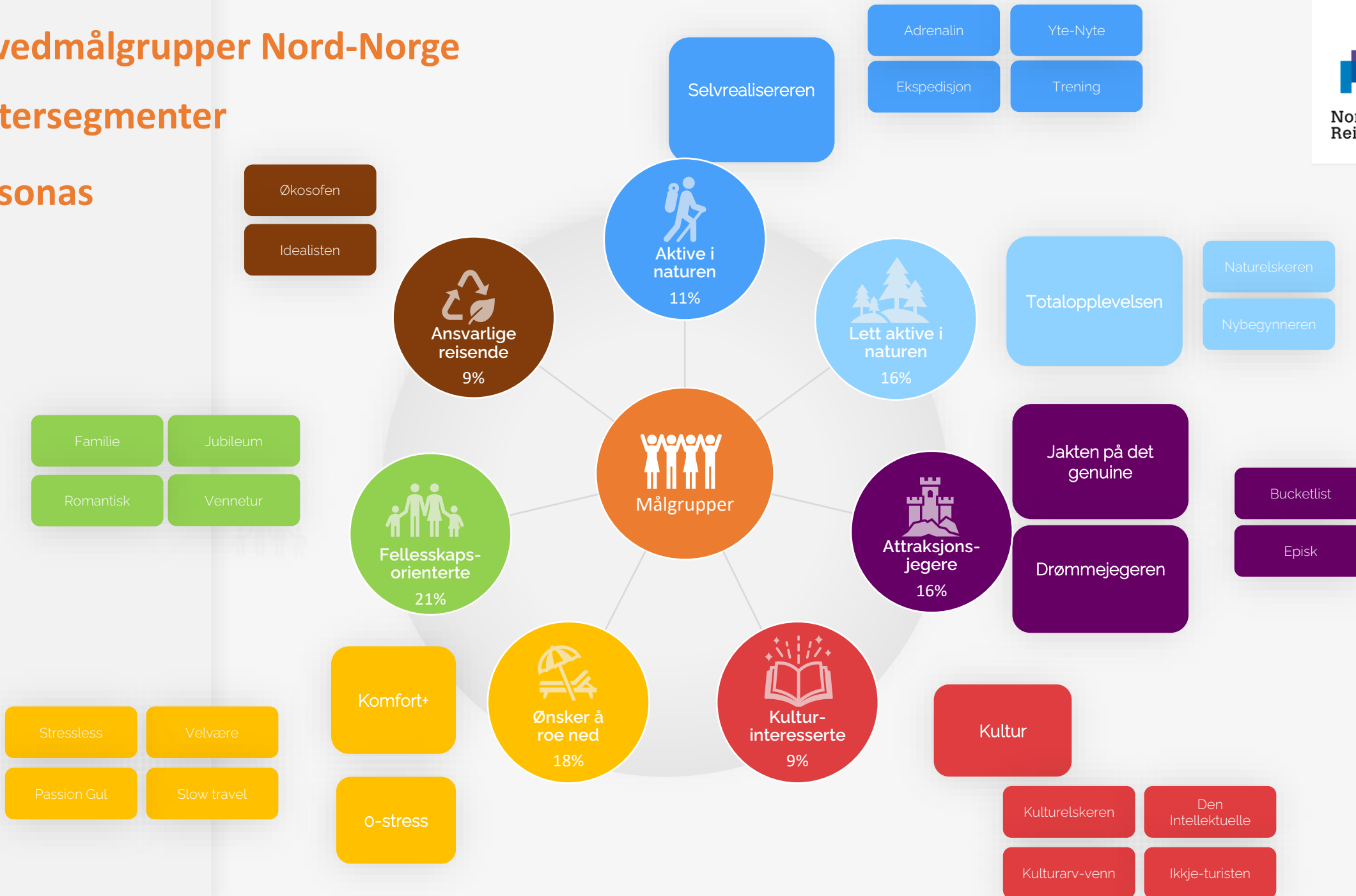
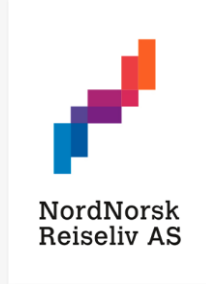
- Nord-Norge vinter
- Feriereise til Nord-Norge, min. 3 netter, budsjett > NOK 10 000
- 400 respondenter per marked



Hovedmålgrupper Nord-Norge

Vintersegmenter

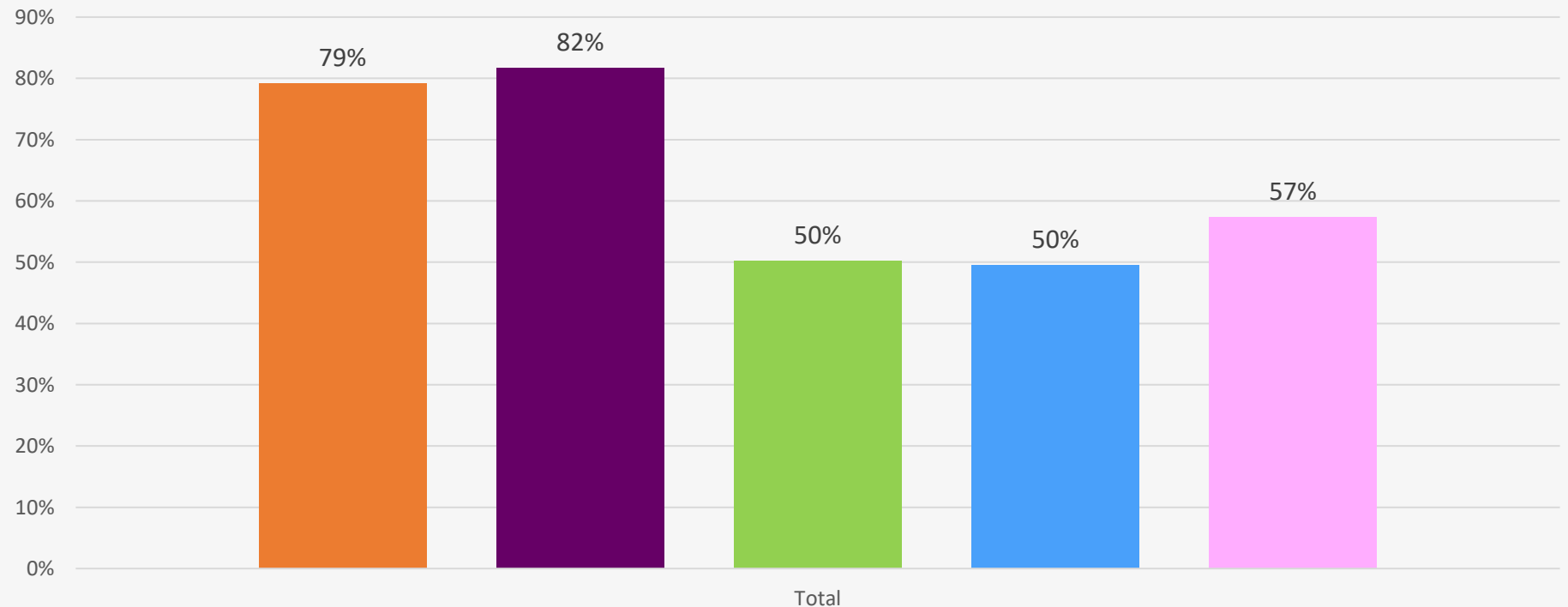
Personas



Hoveddrivere for reise til Nord-Norge - alle målgrupper

Andel “Veldig interessert”

- Spektakulær natur (f. eks fjell og fjord)
- Naturfenomener (f. eks nordlyset, midnattsol)
- Naturbaserte sommer aktiviteter (f. eks fjellturer, sykling, fiske)
- Naturbaserte vinteraktiviteter (f. eks hundekjøring, hvalsafari, ski)
- Lokal kultur (f. eks Samekultur, kysten)



Natur og
naturfenomener
viktigst for alle

Noen variasjoner
for aktiviteter og
kultur

De viktigste enkeltmotivene vinter



Hvis jeg skulle vurdere en vinterferie i Nord-Norge i perioden oktober til april, vil det være viktig eller mindre viktig for meg/oss:



1. Å se og oppleve Nordlyset (Aurora Borealis)



2. Å oppleve dyrelivet i nord (hval, reinsdyr, isbjørn mv)



3. Å oppleve nye steder jeg ikke tidligere har besøkt



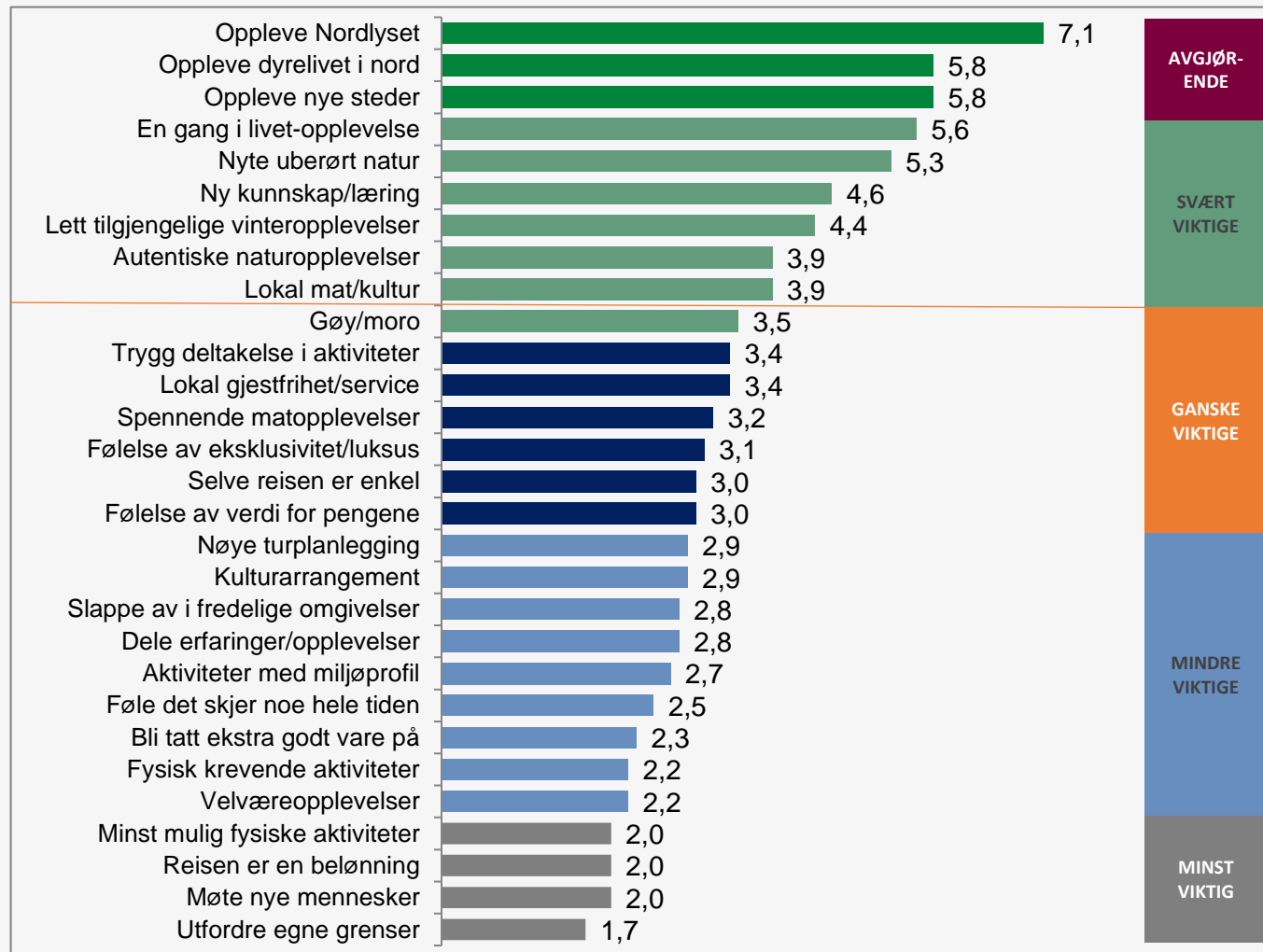
4. Å få oppfylt og erfare en "en gang i livet" opplevelse



5. Å kunne nyte av uberørt natur i stillhet og ro



6. Med ny kunnskap og læring - om stedet, historie, naturen etc.

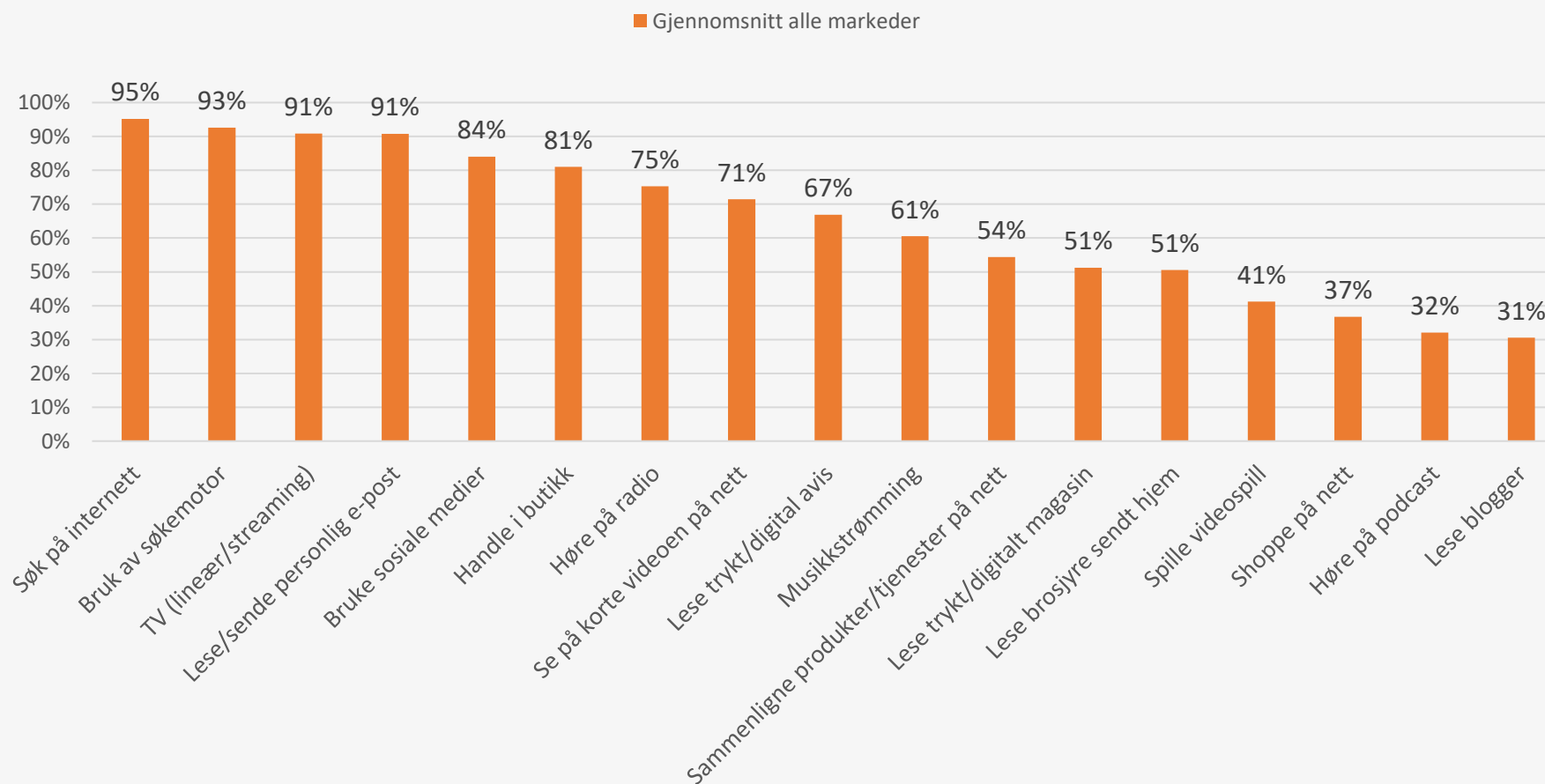


Generelle medievaner



Nordnorsk
Reiseliv AS

Generelle medievaner (%andel)

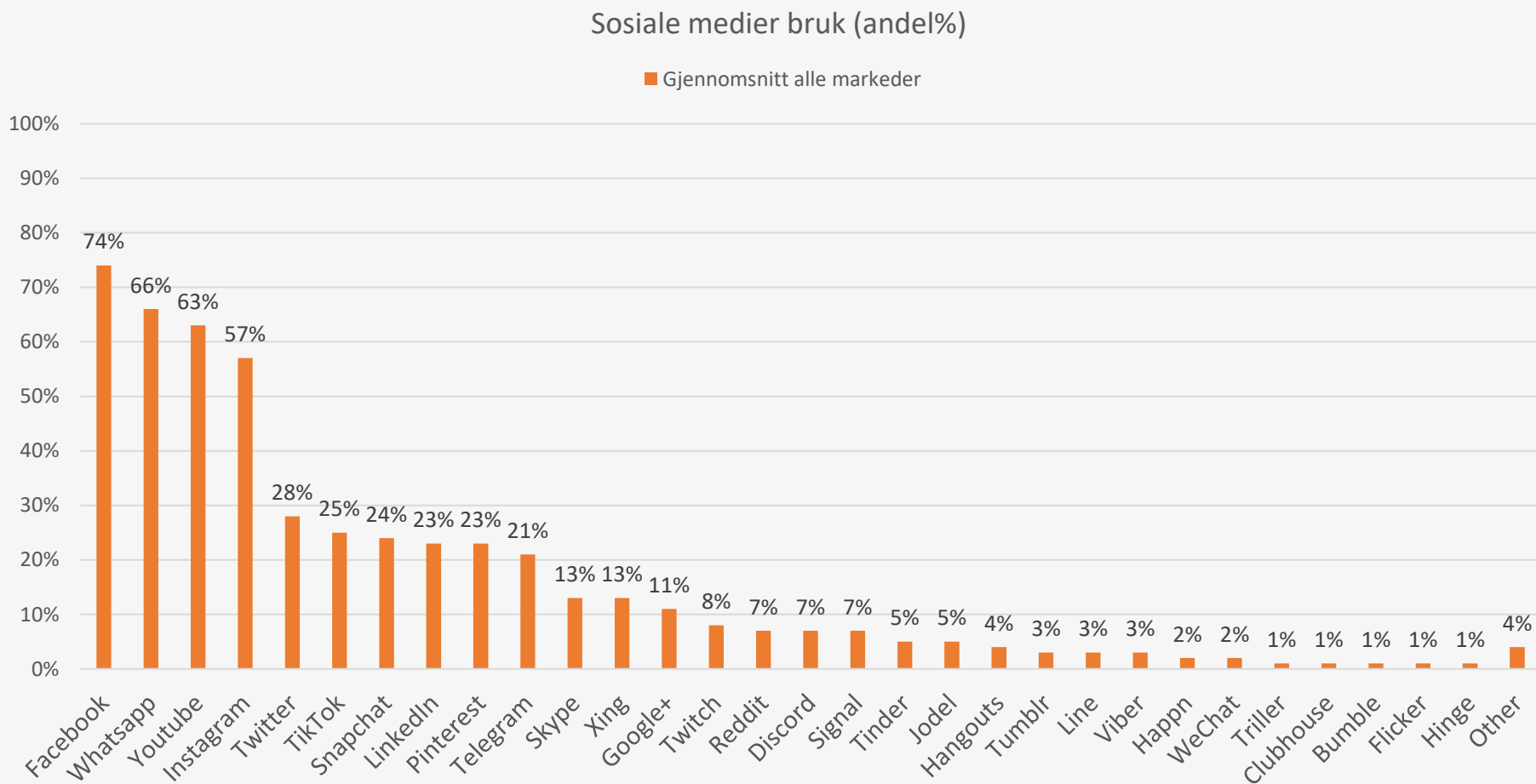


Gjennomsnitt av de 9 markedene. Ukentlig bruk

Sosiale medievaner

Forskjeller
mellom
markeder og
aldersgrupper

Små forskjeller
mellom
målgruppene



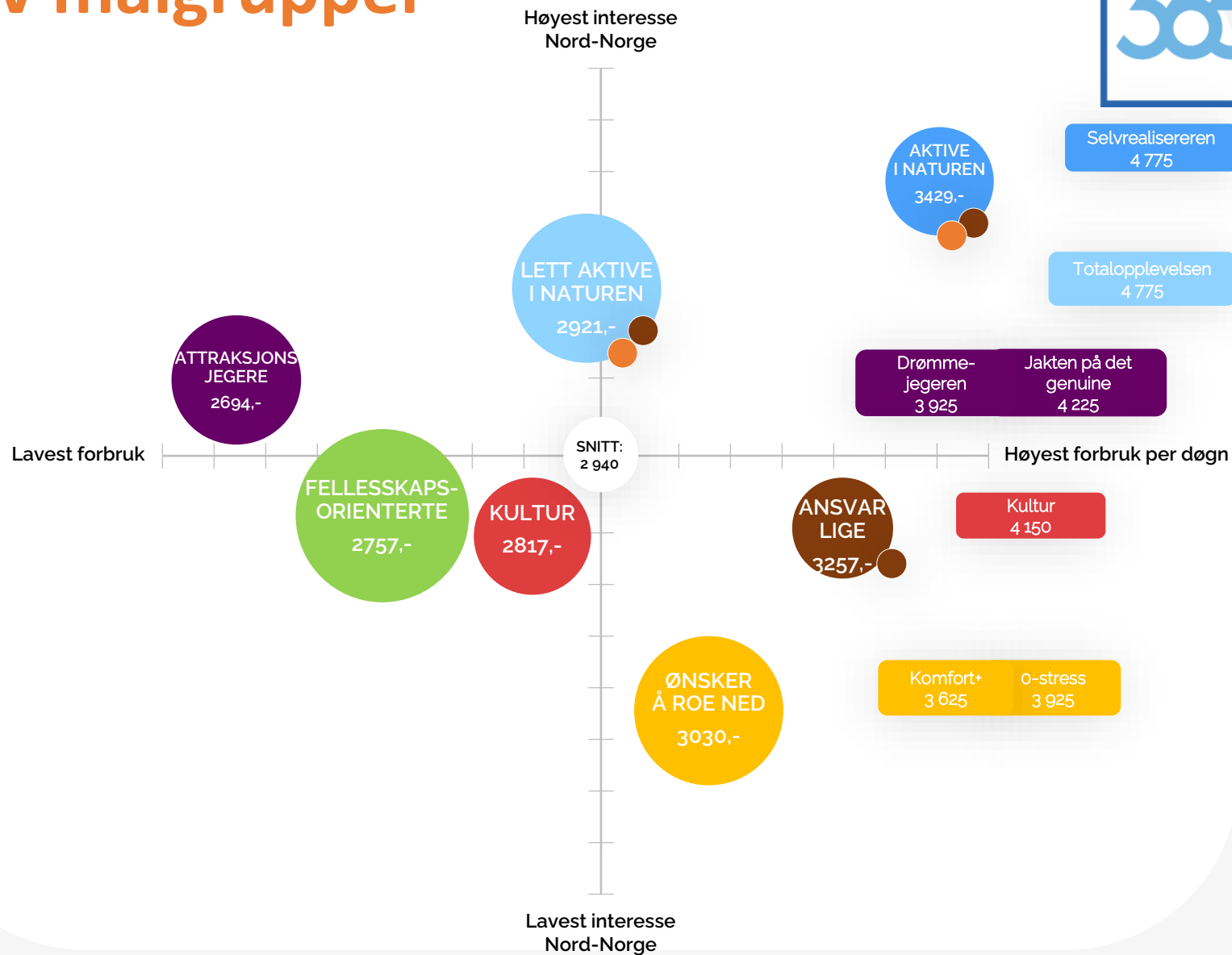
Gjennomsnitt av de 9 markedene. Den totale andelen som enten bruker sosiale medier daglig, ukentlig eller månedlig.

Prioritering av målgrupper

Høyere forbruk
vinter
Snitt 4.200,-



NordNorsk
Reiseliv AS



● Bærekraft
● Konkurranseskraft

Andel av markedspotensial

(sannsynlighetspotensial)

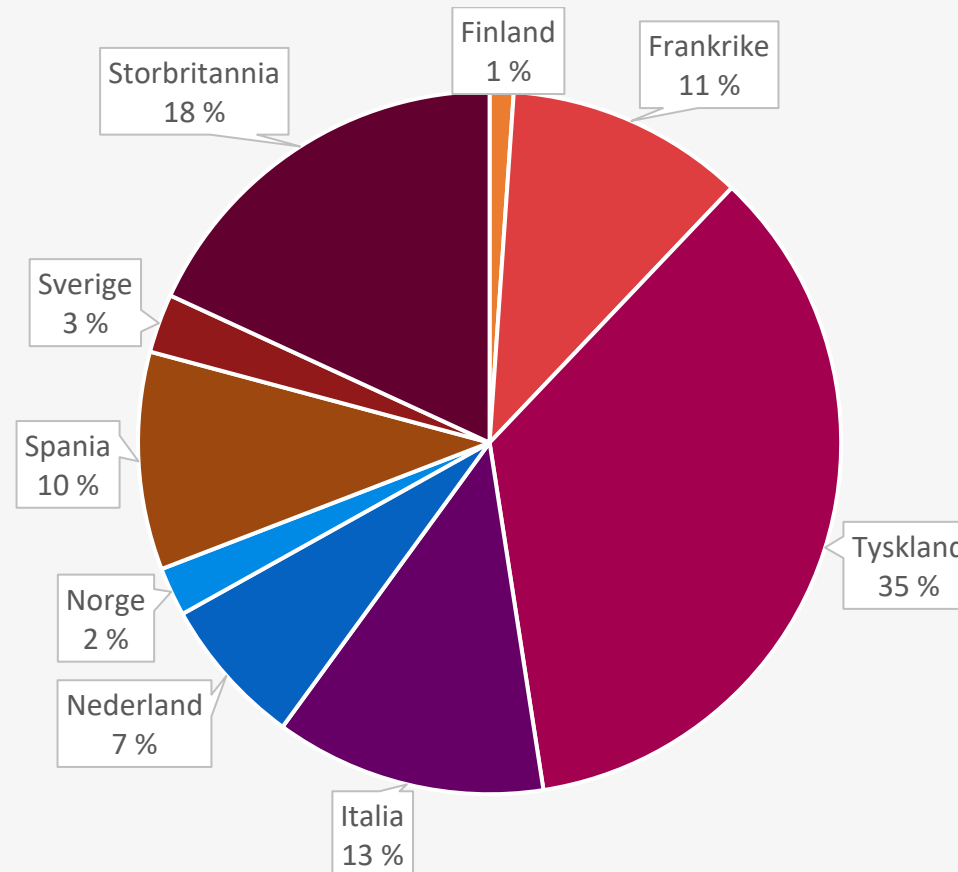


NordNorsk
Reiseliv AS

Antall interesserte x
antall døgn x
forbruk





















Justert for barrierer

Nord-Norge



Segmentfordeling per land - vinter



							
	Total	Tyskland	UK	Frankrike	Nederland	Italia	USA
<i>Antall intervju</i>	2435	402	405	414	406	401	407
Selvrealisereren  	24 %	24 %	12 %	21 %	41 %	25 %	23 %
Totalopplevelsen  	20 %	14 %	16 %	12 %	28 %	23 %	29 %
Drømmejegeren  	19 %	24 %	22 %	27 %	17 %	19 %	7 %
Jakten på det genuine  	17 %	25 %	22 %	29 %	1 %	21 %	2 %
Kultur  	8 %	1 %	10 %	3 %	1 %	5 %	28 %
0-stress  	6 %	11 %	5 %	5 %	9 %	4 %	3 %
Komfort +  	5 %	2 %	14 %	3 %	3 %	2 %	8 %

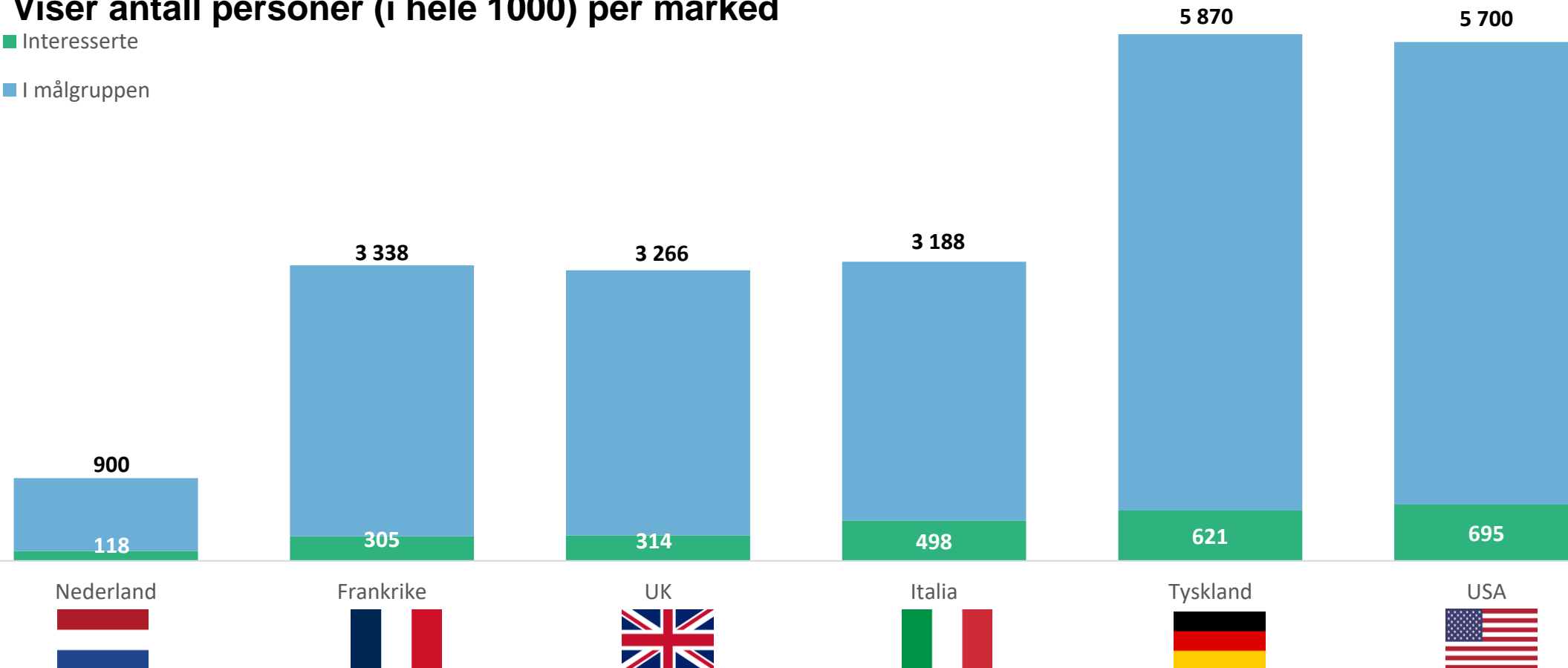
Potensielle reisende per marked vinter



Viser antall personer (i hele 1000) per marked

■ Interesserte

■ I målgruppen



Innhold, rekruttering og rapportering



NordNorsk
Reiseliv AS

- Behov – Kjøpsprosess – Reisemønster – Tilfredshet

https://response.questback.com/nordnorskreiseliv/guest_survey

Plakater med QR-kode

Rapportering:

- Kvartalsvis
- Live på iLag <https://ilag.nordnorge.com/wiki/6339/>

TELL US..

HOW WAS YOUR JOURNEY?

Image: Emil Sævi, Drivton Frames / Helgeland Reiseliv

Please help us improve by answering our questions, and become the lucky winner of a gift card of 10 000 NOK!
The survey takes approximately 8-10 minutes.

Thank you!
Northern Norway Tourist Board

Please scan the QR-code to access the survey:

Kontakt



Agnete Stensland

Markedsanalytiker

agnete@nordnorge.com

922 61 436

Mer info

iLag –

<https://ilag.nordnorge.com/>