

ASIAKASSEGMENTOINTI

Maiseman näkökulmasta luodut matkailijasegmentit auttavat tunnistamaan palvelusi kohderyhmät.

TUNNE ASIAKKAASI PAREMMIN

Asiakassegmentoinnin avulla ymmärrät paremmin asiakkaittesi haluja ja tarpeita. Parempi asiakasymmärrys ja kohderyhmän tarkka määrittely auttavat kohdentamaan palvelusi markkinointia ja tunnistamaan palvelusi vahvuuksia sekä potentiaalisia markkinoita.

AKTIIVISET SEIKKAILIJAT (ACTIVITY ENTHUSIASTS)

haluavat kokea luontoa ja kauniita maisemia aktiviteettien kautta. Tämä on eniten Suomeen matkustamisesta kiinnostunut ryhmä.

LUONTONAUTISKELIJAT (NATURE EXPLORERS)

haluavat kokea luontoa, mutta heidän matkustusmotiivina on akkujen lataus ja luonnonrauhan kokeminen. Sienestys ja marjastus kiinnostaa tätä kohderyhmää.

LUONNON IHMEIDEN METSÄSTÄJÄT (NATURE WONDER HUNTERS)

hakevat ainutlaatuisia luontokokemuksia. Heitä kiinnostavat erityisesti Suomen metsät ja kansallispuistot, revontulet ja yötön yö. Tälle ryhmälle tärkeintä on nähdä luonnonihmeitä, ikuistaa niitä ja jakaa kuvia kokemuksistaan. Heillä on hyvin tarkka motiivi matkustamiskohteiden valinnassa.

AITOUDEN ETSIJÄT (AUTHENTIC LIFESTYLE SEEKERS)

haluavat tutustua paikalliseen elämäntapaan. Tämä ryhmä liikkuu niin kaupungissa kuin maaseudulla. He nauttivat luonnosta ja suosivat erikoismajoituksia.

SUOMALAISEN LUKSUKSEN ETSIJÄT (COMFORT SEEKERS)

ovat kiinnostuneita kevyistä liikunta-aktiviteeteista luonnossa, hyvinvointipalveluista sekä erikoismajoituksista. He hakevat kokonaisvaltaista hyvinvointia ja aikaa itselle.

Aktiiviset seikkailijat, luontonautiskelijat ja luonnon ihmeiden metsästäjät haluavat kokea paikallista luontoa ja oikean talven. Heillä kaikilla on omanlaisensa suhde luontoon.

Aitouden etsijät ja suomalaisen luksuksen etsijät haluavat kokea kulttuuria ja paikallista elämäntapaa. Suomalainen luonto ja maisema voivat kuitenkin olla tärkeä osa heidän matkustuskokemusta.

KOHDERYHMÄ

Mitkä kohderyhmät ovat tärkeimpiä toiminnassasi?

Mikä kohderyhmä voisi olla potentiaalinen tulevaisuudessa?

Miten viestit palvelustasi asiakkaille?

Miten huomioit eri kohderyhmät ja kansallisuudet viestinnässä?

Millä perusteella asiakas valitsee palvelusi?