

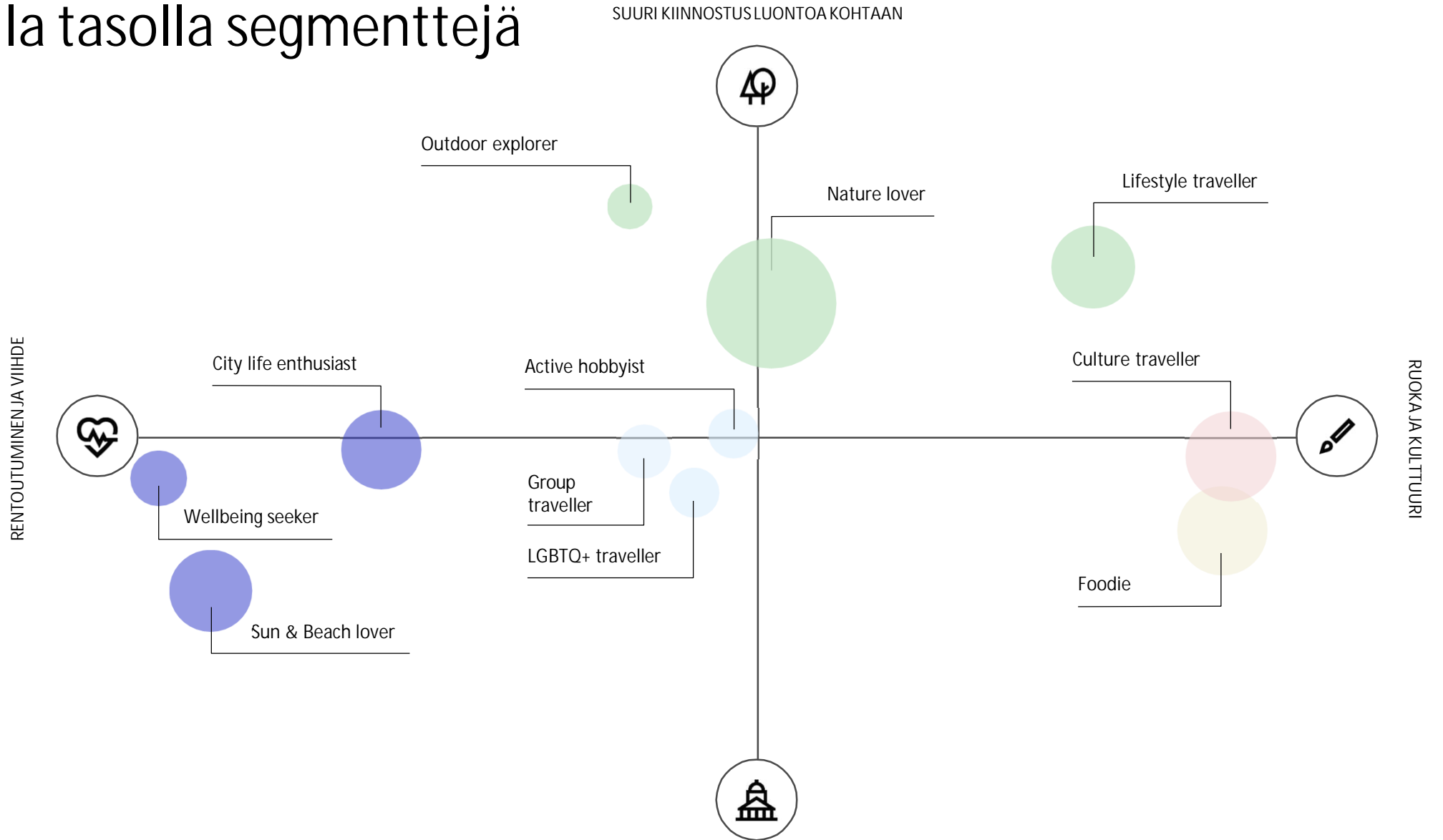


Foodie

“Ruoka on intohimoni. Rakastan hemmotella itseäni hyvällä ruualla ja tutkia paikallista ruokakulttuuria.”



Tarkemmalla tasolla segmenttejä on 11





Foodie



Ruokaelämykset

Fine dining

**Paikallinen
ruoka**

**Tislaamot / panimot /
viinitilat**



ΨP Foodie

- Matkustajasegmentti, jota kiinnostaa niin hienostuneemmat ruokaelämykset kuin paikallinen ruokakulttuurikin. Vierailu viinitilalla tai panimolla olisi myös kiinnostava.
- Ruoka on tärkeä teema kaikille segmenteille, mutta tämä segmentti matkustaa erityisesti kulinaaristen elämysten perässä
- Hakee inspiraatiota matkasuunnitteluun laajasti verkkohauista, matkailuaiheisesta kirjallisuudesta, televisiosarjoista sekä elokuvista ja artikkeleista sanomalehdissä ja aikakauslehdissä.
- Matkustaa usein
- Käyttää segmenteistä keskimäärin eniten rahaa matkoilla

PAINOTTUU MIEHIIN

Miehiä 58% / naisia 42%

VANHEMPI IKÄPROFIILI

Yli 45-vuotiaita 69%

USEIMMIN RUOTSISTA TAI ESPANJASTA

Ruotsi 16% / Espanja 15%
/ Yhdysvallat 13% / Iso-
Britannia 13% / Italia 11%
/ Ranska 11% / Saksa 11%
/ Hollanti 8%

MATKUSTAJAPROFIILI

SUUNNITTELU



MATKUSTUS KOKEMUS



KIINNOSTUS UUTEEN

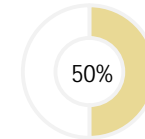


VASTUULLISUUS



DIGITAALISUUS

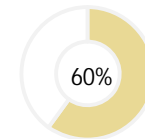
Käyttää paljon verkkohakua. Kokonaisuudessaan hieman vähemmän aktiivisia digitaalisissa kanavissa. Puolet segmentistä jakaa aktiivisesti kokemuksiaan sosiaalisessa mediassa (alle keskiarvon).



JAKAA KOKEMUKSIAAN
AKTIIVISESTI SOSIAALISESSA
MEDIASSA

MATKASUUNNITTELU

Suunnittelee lomat melko hyvin. Aikataulullisesti aloittaa matkasuunnittelun kansainvälisiä lomia ajatellen 3-6 kuukautta aiemmin



SUUNNITTELEE MATKOJA YLI 3
KUUKAUTTA ETUKÄTEEN

MATKUSTUSUSEUS

31% matkustaa useammin kuin kerran vuodessa (koko näytteen keskiarvo 26%)

ARVO



POTENTIAALI SUOMELLE





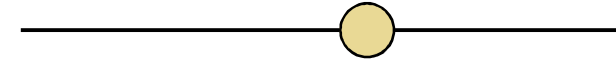
ΨP Foodie

Matkustajaprofiili segmentille Foodie

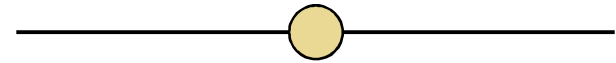
- Suunnittelee lomat melko hyvin. Aikataulullisesti aloittaa matkasuunnittelun kansainvälisiä lomia ajatellen tyypillisesti 3-6 kuukautta aiemmin
- Keskimääräisen kokenut matkaja
- Ei kovin kiinnostunut kokemaan uutta. Foodiet haluavat hemmotella itseään ja he arvostavat korkealaatuista palvelua.
- Ei ole kovin huolissaan vastuullisuuteen liittyvistä tekijöistä matkustaessaan.
- Majoitustyypeistä ketjuhotellit ovat kohderyhmälle suosituimpia. Matkapalveluista Booking.com on yleisimmin käytössä.
- Matkustaa tyypillisesti puolison kanssa. Ei yleensä matkusta lasten kanssa.

Matkustajaprofiili

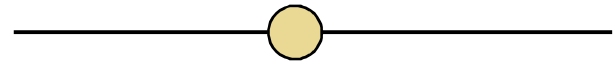
SUUNNITTELU



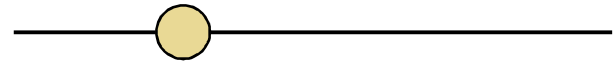
MATKUSTUS
KOKEMUS



KIINNOSTUSUUTEEN



VASTUULLISUUS





ΨP Foodie

Viestintä & kiinnostuksen kohteet Suomessa

Tämän kohderyhmän tavoittamiseksi viestinnässä tulisi keskittyä esittelemään suomalaisen ruokakulttuurin rikkautta korostaen fine dining-elämyksiä ja paikallisia erikoisuuksia. Mahdollisuus vierailuun olutpanimolle tai viinitilalle on myös kiinnostavaa tälle kohderyhmälle.

KIINNOSTAVAA SUOMESSA

- Fine dining
- Suomalainen ruokakulttuuri
- Paikalliset erikoisuudet
- Tislaamot / panimot / viinitilat





YHTEENVETO: Foodie-segmentin potentiaali Suomelle

- Foodie-segmentin **potentiaali Suomelle vaikuttaa varsin rajalliselta.**
- Foodie-segmentti kuvaa matkustajia, joille ruoka on yksi tärkeimmistä kiinnostuksen kohteista matkoilla. Tässä segmentissä tunnetut ruokamaat, kuten Italia, ovat vahvoja, **kun taas Suomen vetovoima on vielä heikko.**
- **Ruolan merkitystä ei pidä aliarvioida**, sillä se on tärkeää kaikille matkailijoille. Suomen kasvupotentiaali ruokamatkailun kohdemaana vaikuttaa kuitenkin tällä hetkellä rajalliselta.



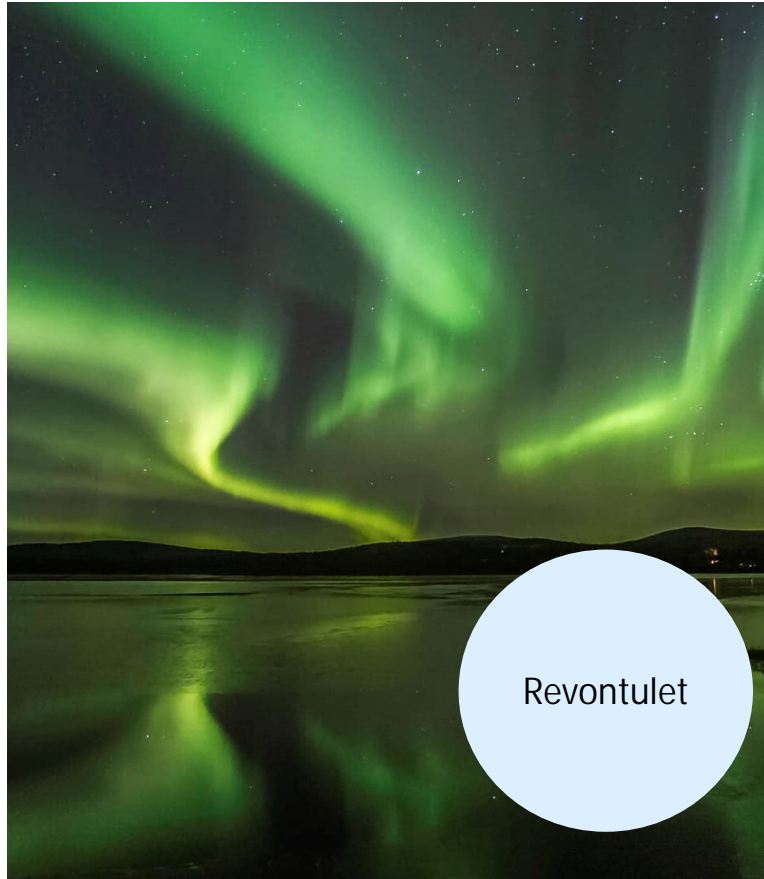
Segmenttejä yhdistävät kiinnostuksen kohteet

RUOKA

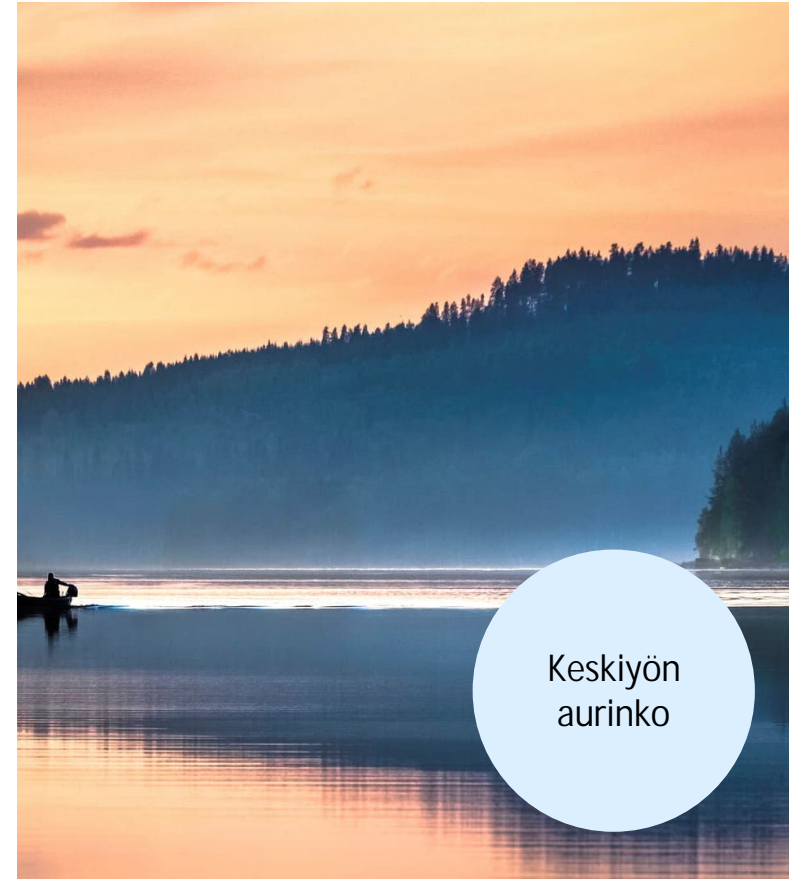


Paikallinen ruoka

LUONNONILMIÖT



Revontulet



Keskiyön aurinko