

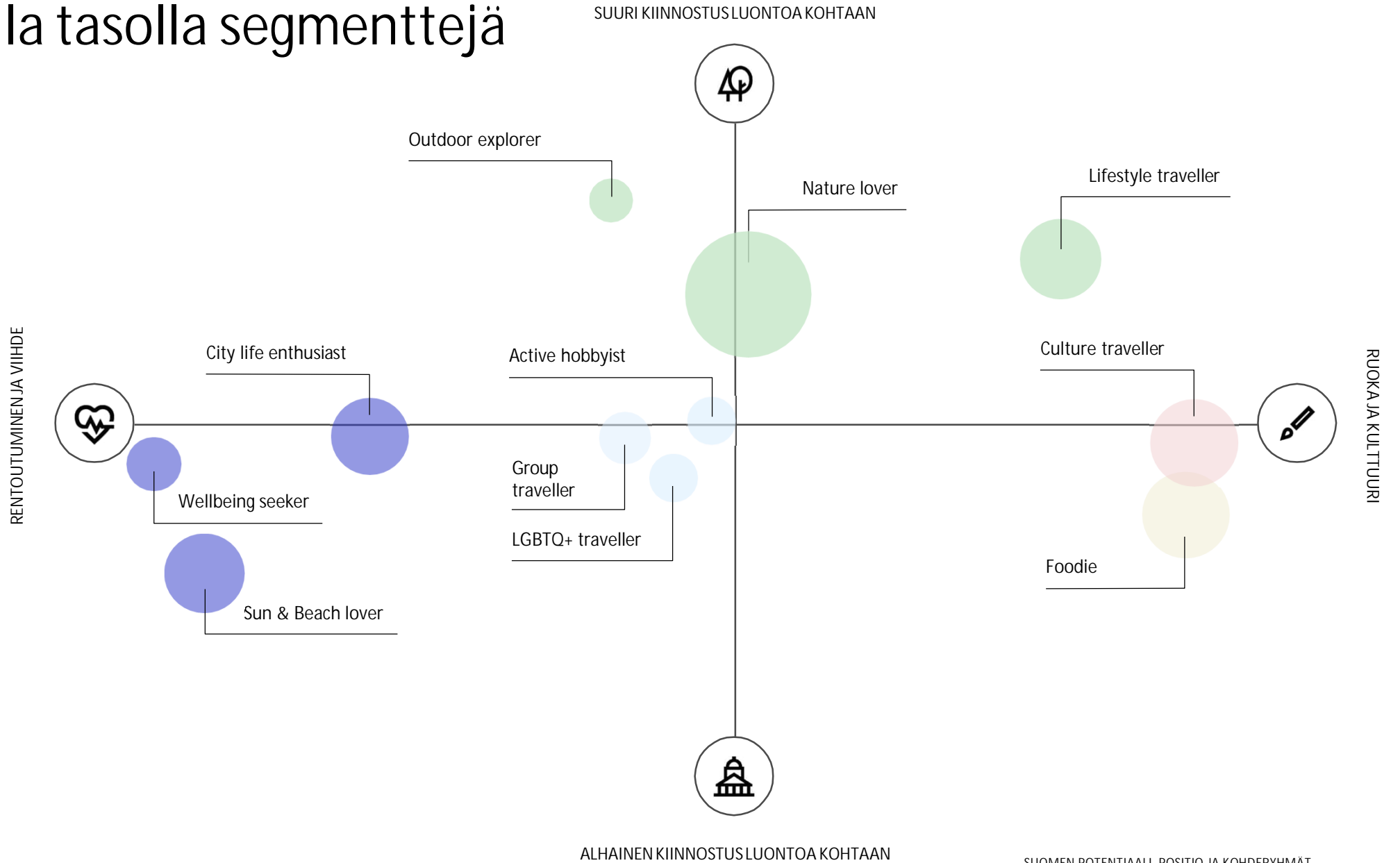


## Outdoor explorer

“Luonto ei ole paikka, jossa vierailla, vaan se on koti. Suuri ulkoilmamaailma tarjoaa loputtomasti mahdollisuuksia haastaa itsemme ja ylittää omat rajamme. Olipa kyse juoksemisesta, patikoinnista tai pyöräilystä, nämä aktiviteetit antavat meille mahdollisuuden löytää yhteyden luontoon.”



# Tarkemmalla tasolla segmenttejä on 11





# Outdoor explorer



**Aktiivisuus**

**Vaeltaminen**

**Pyöräily**

**Juokseminen**

**Aito luonto**



# Outdoor explorer

- Tämä segmentti arvostaa aitoa luontoa ja ulkoilma-aktiviteetteja. Haluaa kokea aktiivisen loman, johon voi kuulua esim pyöräilyä tai patikointia. Haluaa löytää yhteyden luontoon.
- On mielellään aktiivinen lomalla. Kulttuurikokemukset ovat vähemmän kiinnostavia.
- Välttelee mielellään tunnetuimpia turistikohdeita
- Hakee muita segmenttejä enemmän inspiraatiota matkasuunnitteluun sosiaalisesta mediasta, vaikuttajilta, matkustamiseen liittyvistä podcasteista ja mainonnasta.
- Matkustaa usein
- Osalla segmentistä on korkea tulotaso. Heidän matkabudjettinsa on yleensä keskimääräistä suurempi, mutta he etsivät myös hyviä diilejä.

## PAINOTTUU MIEHIIN

Miehiä 60% / naisia 40%

## NUOREMPI IKÄPROFIILI

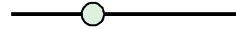
Alle 45-vuotiaita 62%

## USEIMMIN SAKSASTA TAI YHDYSVALLOISTA

Saksa 17% / Yhdysvallat 16% / Hollanti 14% / Espanja 12% / Ranska 12% / Italia 12% / Iso-Britannia 10% / Ruotsi 8%

## MATKUSTAJAPROFIILI

### SUUNNITTELU



### MATKUSTUS KOKEMUS



### KIINNOSTUS UUTEEN



### VASTUULLISUUS

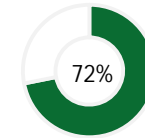


## DIGITAALISUUS

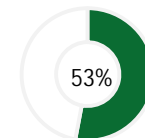
Aktiivinen erilaisten digikanavien käyttäjä. Käyttää myös uudempiä palveluja, kuten Instagram, Tik Tok ja Snapchat. Jakaa erittäin aktiivisesti kokemuksiaan sosiaalisessa mediassa (selvästi keskimääräistä enemmän).

## MATKASUUNNITTELU

Usein spontaani matkustuspäätöksissä eikä kaikkein perinpohjaisin suunnittelija. Aloittaa matkasuunnittelun tyypillisesti melko myöhään. Yli puolet segmentistä alkaa suunnitella kansainvälisiä lomia alle kolme kuukautta etukäteen.



JAKAA KOKEMUKSIAAN AKTIIVISESTI SOSIAALISESSA MEDIASSA



SUUNNITTELEE MATKOJA ALLE KOLME KUUKAUTTA ETUKÄTEEN

## MATKUSTUSUSEUS

28% matkustaa useammin kuin kerran vuodessa (koko näytteen keskiarvo 26%)

## ARVO



## POTENTIAALI SUOMELLE







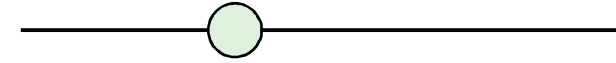
# Outdoor explorer

## Matkustajaprofiili segmentille Outdoor explorer

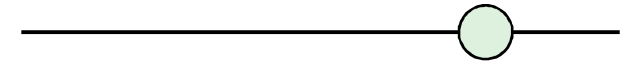
- Usein spontaani matkustuspäätöksissä eikä kaikkein perinpohjaisin suunnittelija. Aloittaa matkasuunnittelun tyypillisesti melko myöhään. Yli puolet segmentistä alkaa suunnitella kansainvälisiä lomia alle kolme kuukautta etukäteen.
- Kokeneita ja usein matkustavia. He varaavat mielellään matkansa ilman matkatoimistoa ja välttelevät kaikkein tunnetuimpia turistikohhteita
- Kohderyhmänä eivät ole kaikkein seikkailunhaluisimpia mutta kuitenkin avoimia kokeilemaan uutta
- Yksi kestävästä valinnoista kiinnostuneista segmenteistä. Noin kolmannes segmentistä on jossain vaiheessa kompensoinut lentopäästöjään.
- Majoituksen suhteen korostunut kiinnostus resort-tyyppisiä matkakohteita sekä mökkejä kohtaan verrattuna muihin segmentteihin. Käyttää keskimääräistä todennäköisemmin Trivagoa matkapalveluista
- Matkustaa todennäköisesti pienten lasten kanssa tai joskus yksin

## Matkustajaprofiili

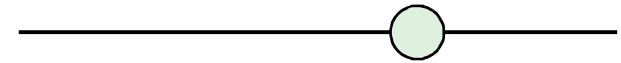
**SUUNNITTELU**



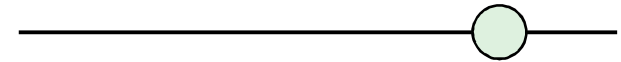
**MATKUSTUS  
KOKEMUS**



**KIINNOSTUS UUTEEN**



**VASTUULLISUUS**





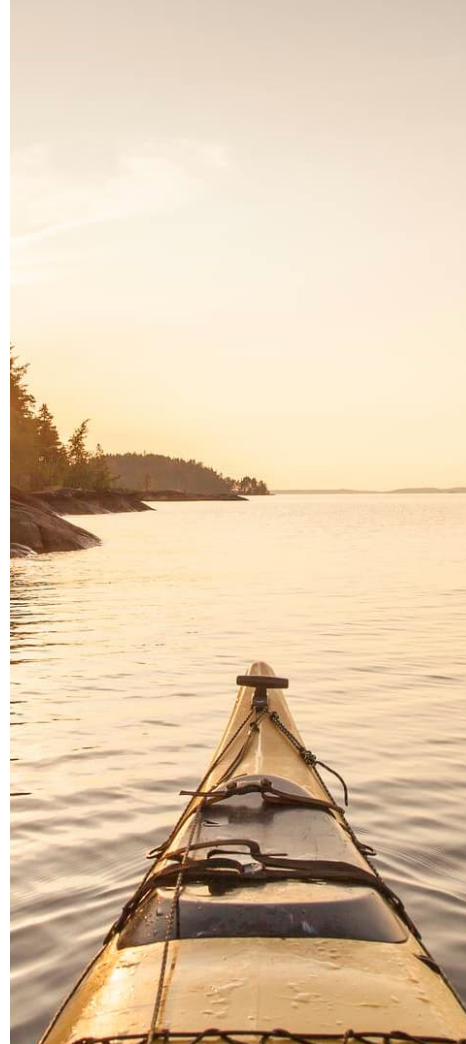
# Outdoor explorer

## Viestintä & kiinnostuksen kohteet Suomessa

Viestinnässä tulisi korostaa monipuolisia mahdollisuuksia erilaisiin aktiviteetteihin Suomen upeissa luontomaisemissa. Tuo esiin lajeja kuten patikointi, pyöräily, melonta ja hiihtäminen esimerkiksi kansallispuistossa. Kannattaa painottaa myös vaihtoehtoja, jotka sopivat perheille ja mahdollistavat sekä lasten että aikuisten nauttia niistä yhdessä.

### KIINNOSTAVAA SUOMESSA

- Aktiviteetit kuten patikointi, pyöräily, melonta tai hiihto esimerkiksi kansallispuistossa
- Luontoyhteyden vahvistaminen
- Ruskan kokeminen metsässä
- Suomalaisten järvien kokeminen





# YHTEENVETO: Outdoor Explorer -segmentin potentiaali Suomelle

- Selvästi **yksi potentiaalisimmista segmenteistä Suomelle**. Ainoa rajoite on, että segmentti vaikuttaa suhteellisen pieneltä, mikä vaikeuttaa sen tavoittamista.
- Laaja kiinnostus **aktiivisen loman viettämiseen lähellä aitoa luontoa**. Todennäköisesti tärkeä segmentti erityisesti luontokohteille.
- Suomen **ainutlaatuinen ja koskematon luonto** ovat vahvoja vetovoimatekijöitä tälle segmentille.





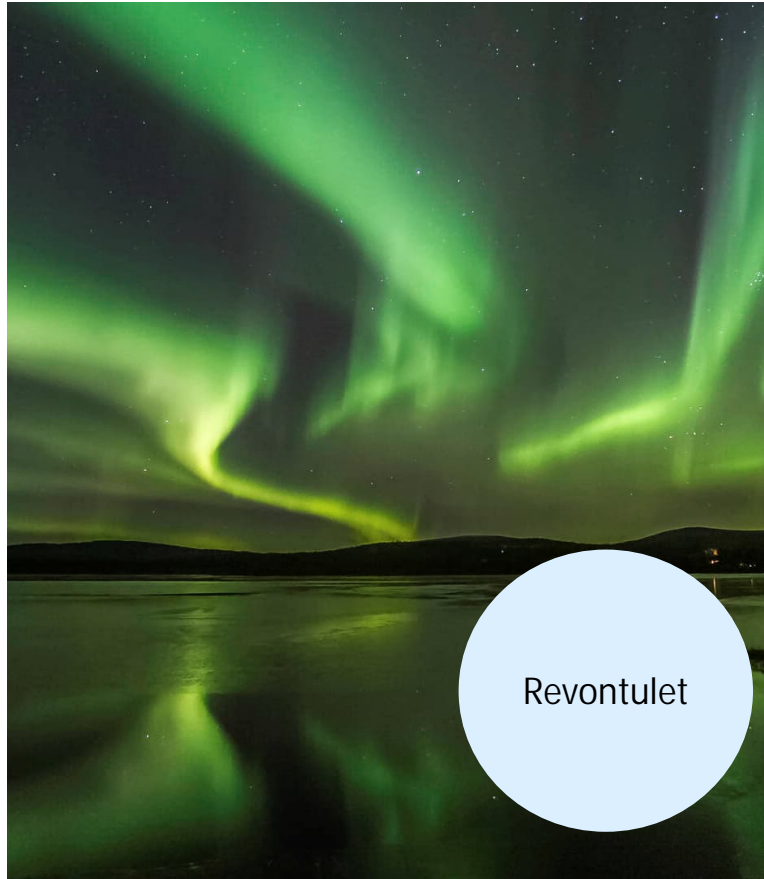
# Segmenttejä yhdistävät kiinnostuksen kohteet

RUOKA

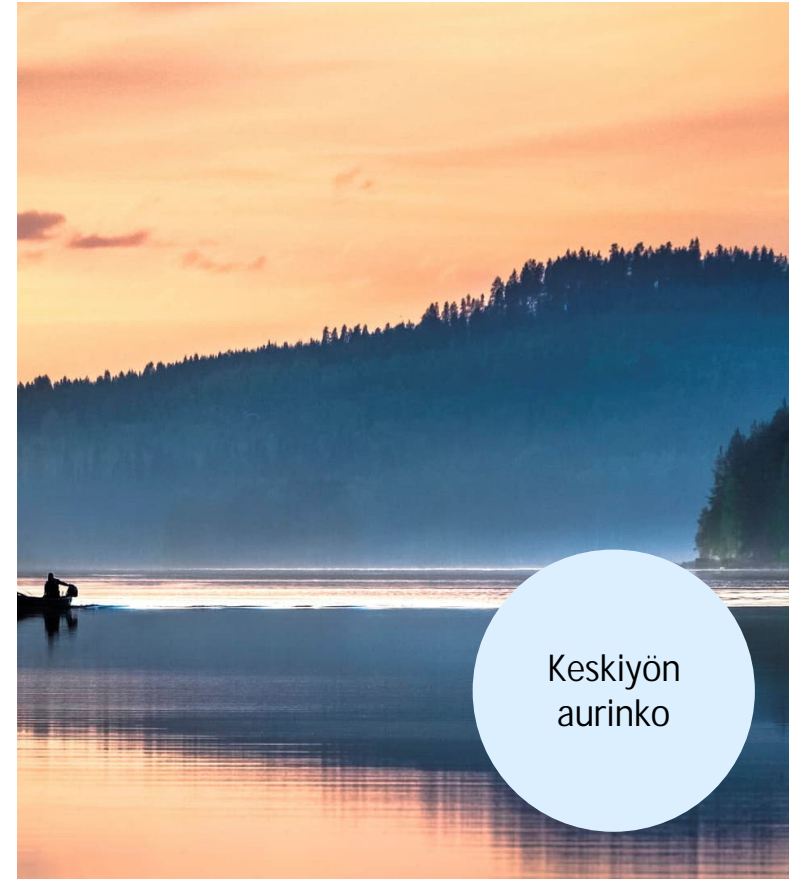


Paikallinen ruoka

LUONNONILMIÖT



Revontulet



Keskiyön aurinko