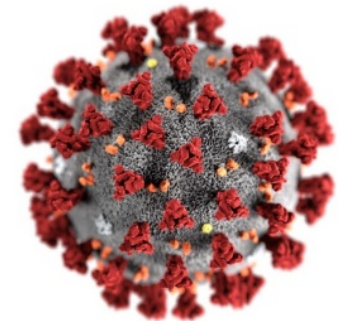
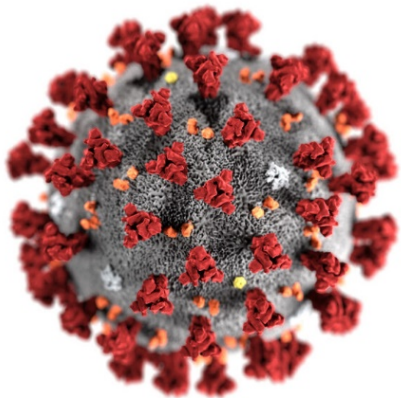


# Miten selvittää koronakriisistä?

Ajatuksia maailmalta peilattuna Varsinais-Suomeen

4.5.2020



# Turun Matkailuakatemian puheenvuoro

- Telle Tuominen, lehtori, Turun ammattikorkeakoulu
- Juulia Räikkönen, dosentti, tutkijatohtori, Turun yliopisto
- Susanna Saari, lehtori, Turun ammattikorkeakoulu



**TURKU AMK**  
TURKU UNIVERSITY OF  
APPLIED SCIENCES



 **TURUN  
YLIOPISTO**



 **SKÅL**  
INTERNATIONAL  
Connecting Tourism Globally

# SISÄLTÖ

- Megatrendit
- Matkailualueen ja yrityksen tulevaisuudenkuvat
- 4 skenaariota koronan jälkeisestä talouselämästä
- Resonanssimatkailu – tuleva trendi
- Kohde- ja yritystason lähitulevaisuuden askeleita

Matka | Kolumni

## Matkailu muuttui pysyvästi, mutta tarve liikkua ja kokea uutta säilyy – ja sen voi toteuttaa vaikka kilometrin päässä kotoa

Kymmenen viikkoa muutti matkailua enemmän kuin kymmenen vuotta, kirjoittaa Riku Rantala kolumnissaan.

Riku Rantala

Julkaistu: 28.3. 2:00 Päivitetty 28.3. 6:58

### Kysyimme käyttäytymistieteilijältä, mitä ihmiset tekevät ensimmäisenä, kun tämä loppuu – rantalomia ostellaan, läheisyyden välttely unohtuu nopeasti

Moni pääsee esimerkiksi halaamaan ikääntyneitä vanhempiaan pitkän tauon jälkeen. Kerro, mitä teet ensimmäisenä, kun pääset eroon koronan tuomista rajoituksista.

Koronavirus 28.3.2020 klo 17.28



# TUTUT MEGATRENDIT VAIKUTTAVAT JATKOSSAKIN

## STABIILIT MEGATRENDIT

- Turvallisuus
- Terveys
- Verkottuminen
- Yksilöllisyys mehengellä rikastettuna
- Globalisaatio + lokalisaatio (glockal)

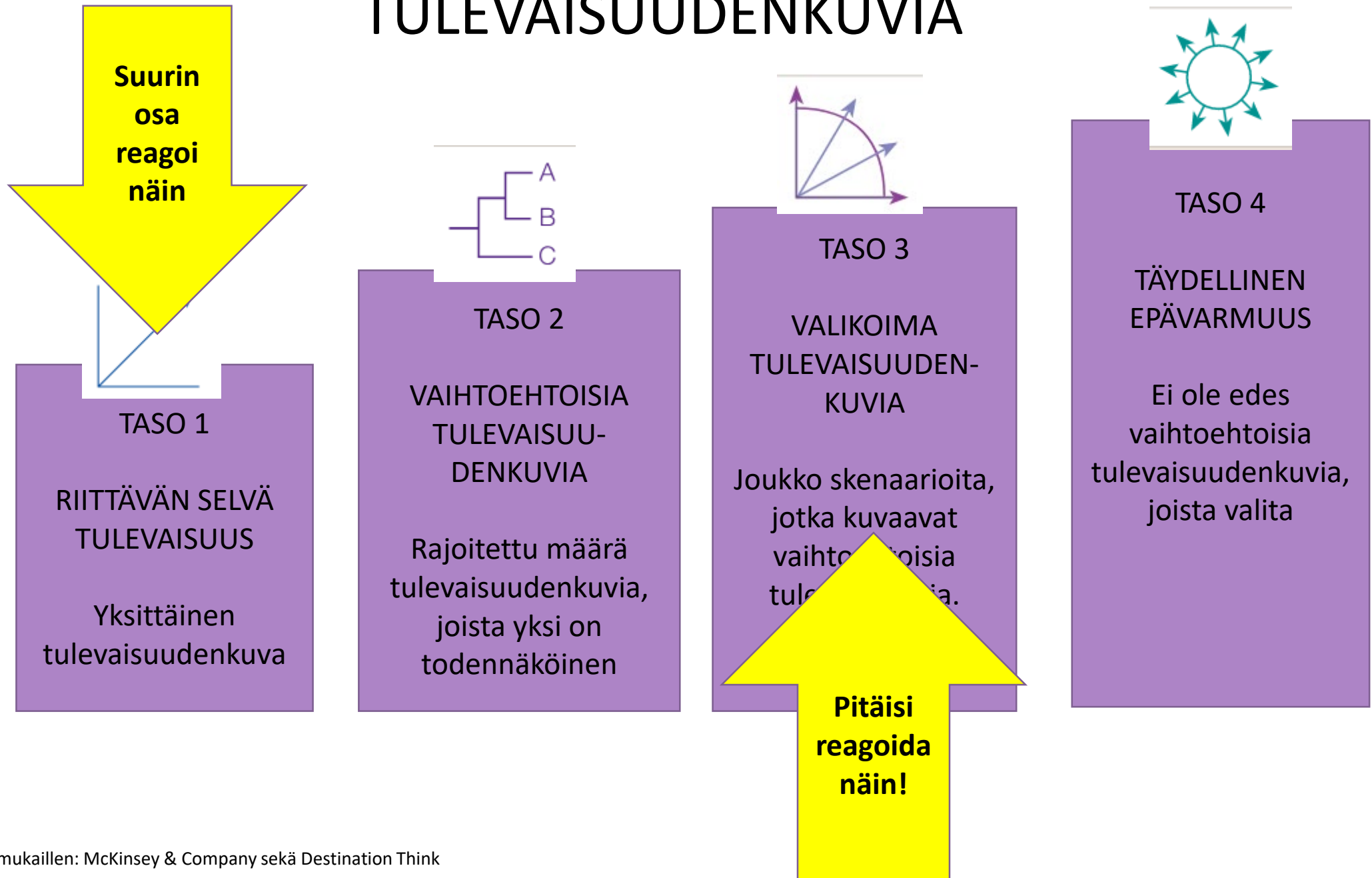
## UUSIIN LIIKETOIMINTAMALLEIHIN HAASTAVAT MEGATRENDIT

- Uudenlainen työ
- Hopeaikäisten yhteiskunta
- Uusekologia

## KORONAN RAVISTELEMAT MEGATRENDIT

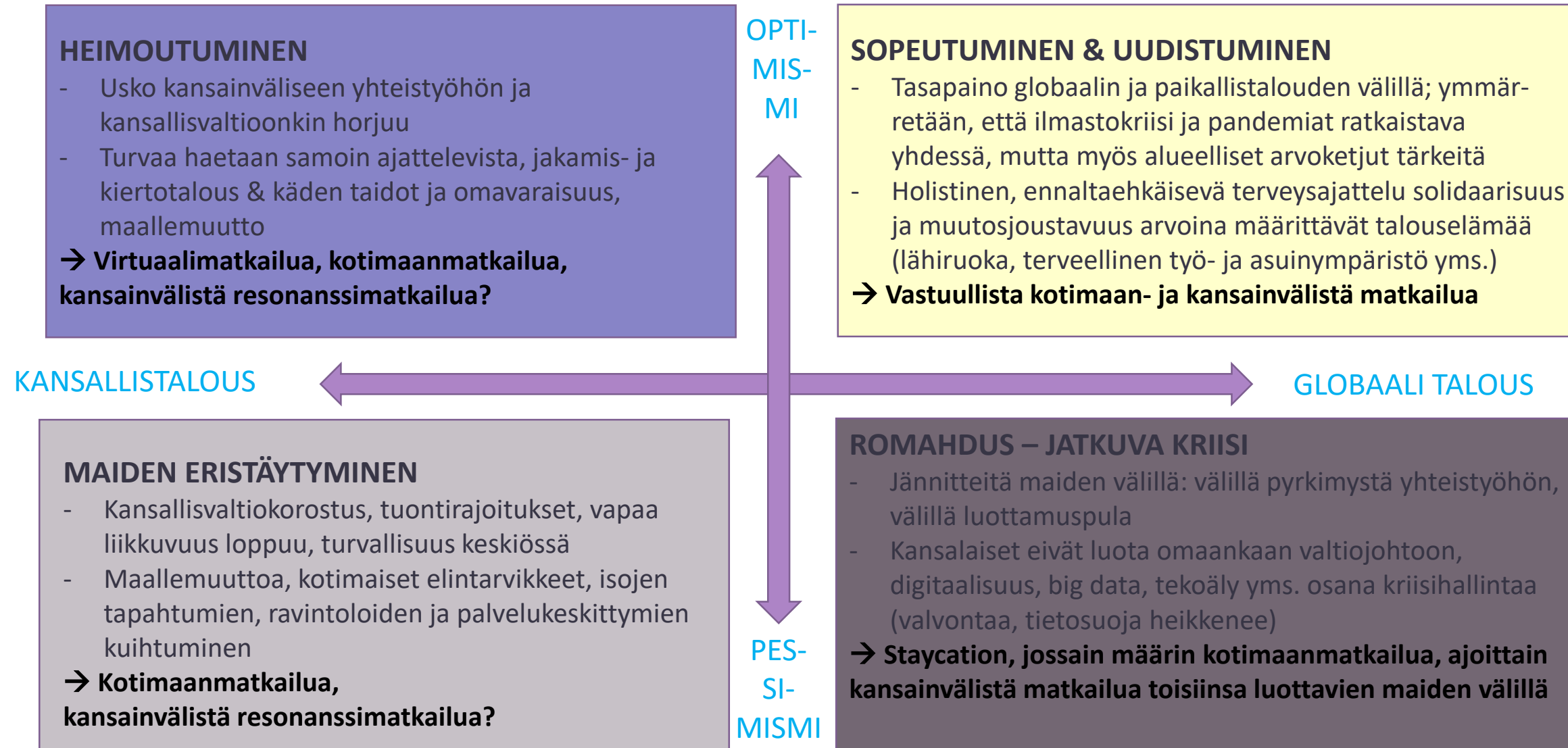
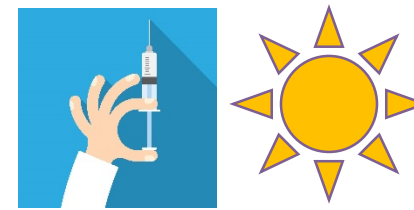
- Sukupuoliroolien muutos
- Tietokulttuuri
- Liikkuvuus
- Kaupungistuminen

# TULEVAISUUDENKUVIA



# TALOUSELÄMÄ KORONAN JÄLKEEN - 4 SKENAARIOTA

Zukunftssinsitut 2020



# MIKÄ IHMEEN RESONANSSIMATKAILU?

## TAUSTAA:

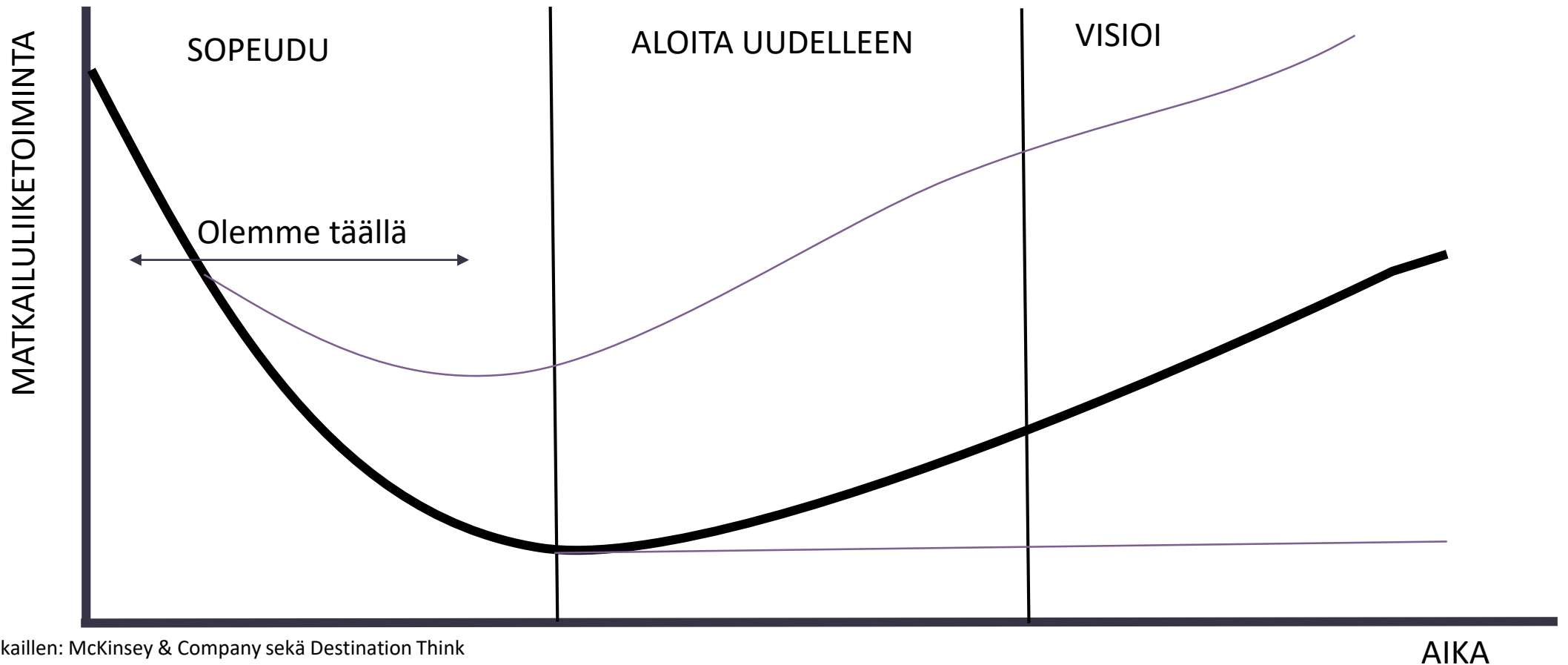
- Jo ennen koronaa matkailu kärsinyt imagon laskusta (ilmastokriisi, liikamatkailu, negatiiviset vaikutukset luontoon ja paikalliskulttuuriin ym.) ja nyt pandemia levisi hetkessä matkailun myötä
- Koronan seurauksena matkustaminen varsinkin ulkomaille muuttuneeksi hankalammaksi (pandemiaturvatoimet, matkustusrajoitukset, tartuntariskit)
- Elämystutkijat ovat jo aiemmin tunnistaneet elämishakuisissa asiakkaissa a) nautintoa, mielihyvää ja viihtymistä etsivät kuluttajat ja toisaalta b) itsensä kehittämistä ja henkistä kasvua (pitkäkestoista muutosta) tavoittelevat kuluttajat.

## RESONANSSIMATKAILU:

- Matkoja tehdään jatkossa harvemmin, kohteet valitaan huolellisemmin, etsitään uudenlaista suhdetta elämään, kanssaihmiin, luontoon - jotain, joka koskettaa, opettaa, auttaa ymmärtämään elämää.
- Jatkossa menestyvät ne toimijat, jotka toimivat **vastuullisesti, paikallisyhteisön ehdoilla ja tarjoavat elämänlaatua, holistista terveyttä, turvallisuutta, aitoa vuorovaikutusta, kasvun mahdollisuuksia ihmisenä sekä verkottumismahdollisuuksia vierailleen sekä sidosryhmilleen.**

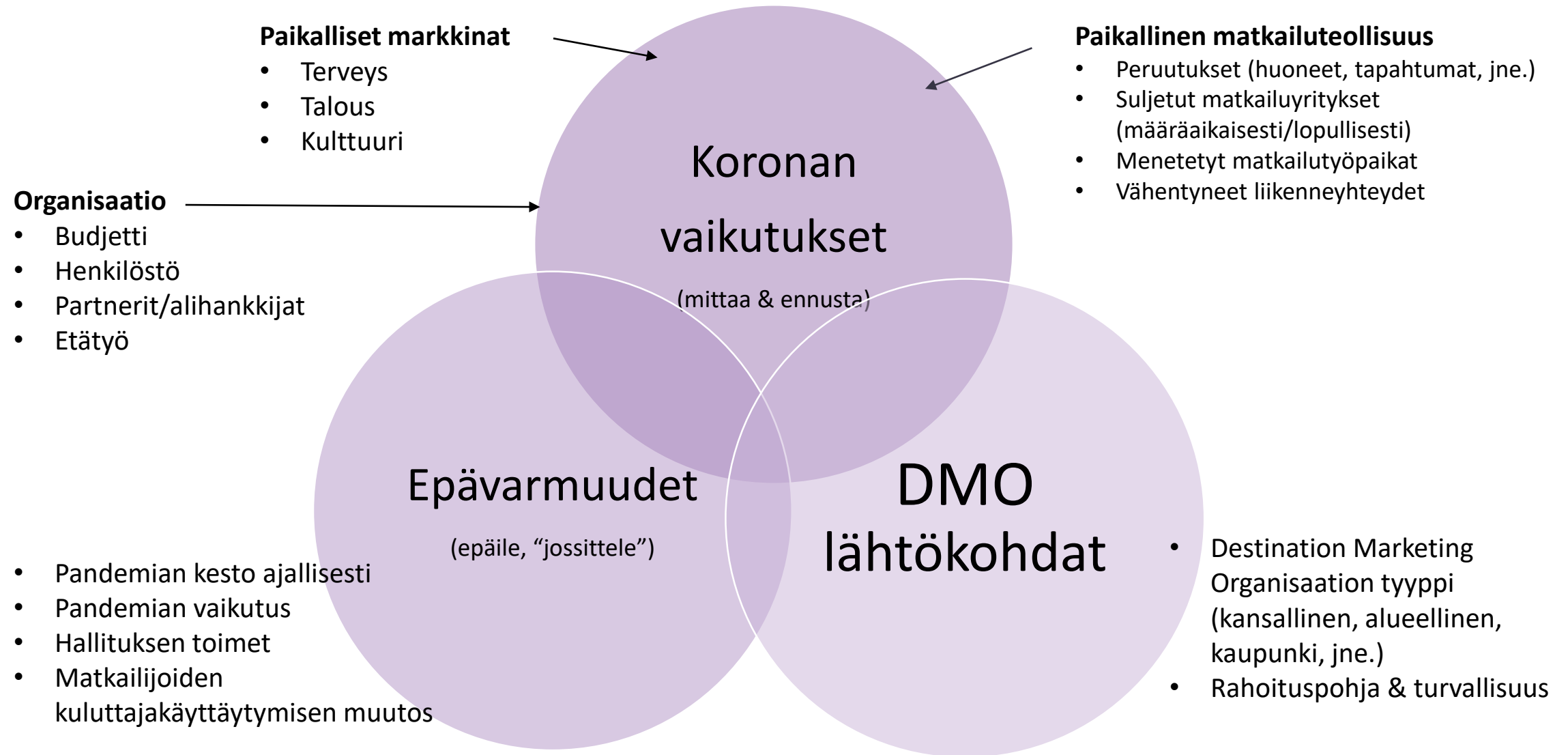
# KOLME KESKEISTÄ FOKUSPISTETTÄ KOHDEKASOLLA

- Ota johtajan rooli.
- Luo ketterät ja helposti muuttuvat suunnitelmat rajoitusten ajaksi samalla kun työstät uudelleen aloitusta ja kuvittelet matkailulle uudet tulevaisuuden vaihtoehdot.
- Toimi rajoitusten haittojen minimoimiseksi.
- Heti kun rajoitukset poistuvat pysyvästi, aloita uudelleen huomioiden, mitä palvelutuottajia on tarjolla.
- Ketkä pystyvät nopeimmin korjaamaan tilanteen luotettavasti ja talouden vetureina toimien?
- Älä oleta tilanteen olevan sama, kuin koronan alkaessa.
- Kuvittele parempi tulevaisuus matkailualalle, asukkaille ja ympäristölle.





# KOHDETASO: TEE PERUSTELTUJA RATKAISUJA POHJAUTUEN TIETOOON, TUTKIMUKSEEN, ASIAANTUNTIJOIDEN MIELIPITEISIIN JA ANALYYSIIN



# YRITYSTASO – MITEN ETEENPÄIN?

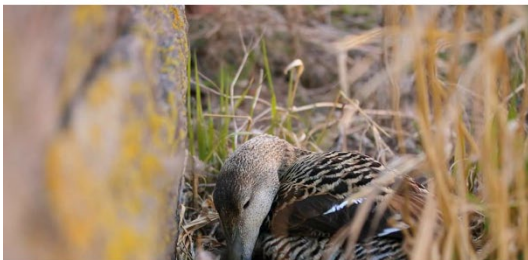
- Lähtötilanne Varsinais-Suomessa hyvä: pääosin vastuullista matkailutarjontaa, kotimainen kysyntä vahvaa
- PEP-johtaminen (purpose, education, participation) – toiminnan tarkoitus/mitä hyvää teemme yhteiskunnalle ja luonnolle, miten uudistumme & mitä meidän on opittava, sidosryhmien osallistaminen
- Tarjooman kehittäminen/muokkaaminen rajoituksiin sekä muuttuneeseen kysyntään sopivaksi, brändilupauksen tarkistus
  - kohderyhmät: kanta-asiakkaat, kotimaiset indikset, pienryhmät
  - tuotteet: etäelämykset, kävely-, retkeily-, pyöräily-, melonta-, soutu ym., ylipäänsä ulkotarjonta, take away/huonepalvelu, lahjakortit, uudenlaisia matkailupalveluyhdistelmiä
  - prosessien hiomista: hygienia- ja terveydenseurantatoimet, palvelu- ja tilaratkaisuissa huomioitava etäisyydet, asiakasmäärärajoitukset ym.
- Markkinointiviestintä:
  - anna asiakkaille aihetta unelmoida sekä positiivisia yritykseesi liittyviä tunteita, hae markkinointiyhteistyöllä enemmän näkyvyyttä, mutta informoi myös tarvittaessa koronatoimenpiteistä
  - aloita tuotemarkkinointi retargetoinnilla eli kohdentamalla esim. kotisivuillasi käyneille
  - varaudu käynnistämään liiketoiminta nopeasti rajoitusten lieventyessä, panosta avaukseen (=> puskaradio)
  - pidä yllä kv-yhteyksiä, sillä joitakin matkailukäytäviä avautunee lähimaista
- Sopimukseen ja varaukseen ”koronaehdot” (korona ei ole enää force majeure uusissa sopimuksissa)
- Muista people & nature first -ajattelu

# Yhdessä uudistuen eteenpäin

8.48 4G

X Bengtskär

This spring will be an unusual one on Bengtskär as we're not going to receive any visitors during April and May. This does not mean that the island will be empty, instead we'll focus on smaller renovation projects and looking after the eiders. We hope that everyone will respect that the island is a home and not a tourist attraction during this time. You are warmly welcome when things are back to normal! The eiders, however, continue as normal and 10 of them have already started nesting!



Kirjoita kommentti...



Radisson Blu Marina Palace Hotel, Turku

8 April at 14:54

Etätö kotona voi välillä ottaa koville ja onhan myös ihanan virkistävää pukeutua johonkin muuhun kuin kotiasuun. Haluamme tarjota mahdollisuutta muuttaa kaurapuuron tuoksuinen etätoimistosi upeisiin puitteisiin, Aurajoen rannalle. Pidä pitkä ruokatauko, laske kylpy ja nauti Grill it!! take away lounasta kera kuplien, sillä meillä on Lupa Nauttia.

Nyt se on mahdollista edulliseen päivähuone hintaan 59€/päivä. Huonehintaan sisältyy myös WLAN-yhteys sekä kahvit ja teet.

Varaa edullinen päivähuone joko suoraan hotellista, soittamalla 0201234710 tai olemalla yhteydessä myyntipalveluumme sales.turku@radissonblu.com

Pidämme hyvää huolta hygieniasta ja olemme tehostaneet siivouskäytäntöjä koko talossa, ja näin voit turvallisin mielin vieraila luonamme.

Kerro meille kun olet meillä viettämässä nautinnollista etätöypäivää niin fiilistellään yhdessä ❤️ @radissonblumarinapalce #lupanauttia



kukkakauppiajaala • Seurataan  
Turku, Finland



kukkakauppiajaala Tilaa vappuherkut kotiin! @leipomogryn luomu maalaisleipä ja meidän värikäs vappukimppu samalla kotiinkuljetuksella!

Kimppu ja maalaisleipä kotiinkuljetuksella Turun alueelle yhteensä 50e. Tilaa ennakkoon verkkokaupasta, voit valita toimituspäiväksi joko torstain tai lauantain.

Kaikki vappuviikon kotiinkuljetukset Turun alueelle 10e. Valitse verkkokaupasta "VAPPUTARJOUS". Huom. Ei koske Ruissaloa eikä Kaks kertaa.

Vappukimppu ilman leipää 35e.

5 pv

# KIITOS!

# LÄHTEITÄ JA LISÄTIETOA

- Copenhagen Institute for Futures Studies.2020. [Beyond the COVID-19, How the pandemic will shape our future.](#)
- Destination Think.2020. [https://destinationthink.com/blog/dmo-scenario-planning-possible-futures-destination/?utm\\_source=Destination+Think+web+newsletter&utm\\_campaign=3238acd577-DMO+Matters%3A+Weekly+Insights+April+1%2C+2019\\_COPY\\_01&utm\\_medium=email&utm\\_term=0\\_4a710bb967-3238acd577-156575993](https://destinationthink.com/blog/dmo-scenario-planning-possible-futures-destination/?utm_source=Destination+Think+web+newsletter&utm_campaign=3238acd577-DMO+Matters%3A+Weekly+Insights+April+1%2C+2019_COPY_01&utm_medium=email&utm_term=0_4a710bb967-3238acd577-156575993)
- EK:n Exit-ryhmä. 2020. [Suunnitelma Suomen nostamiseksi COVID-19 –kriisistä, loppuraportti.](#)
- Euromonitor International.2020. [How Is Covid-19 Affecting the Top 10 Global Consumer Trends 2020?.](#)
- Gössling, Scott & Hall.2020. [Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19.](#) In: Journal of Sustainable Tourism.
- McKinsey & Company.2020. <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/strategy-under-uncertainty>
- Skift 2020. [The Coming Future of Travel](#), In 100 Questions.
- TEMraportteja 4/2014.[Suomen matkailun tulevaisuudennäkymät, katse vuoteen 2030.](#)
- Zukunftsinstitut. 2019. Der neue Resonanztourismus.
- Zukunftsinstitut. 2020. Die Welt nach Corona – Business, Märkte, Lebenswelten – was sich ändern wird.