

VARSINAIS-SUOMEN MATKAILUN DIGITIEKARTTA

**TYÖPAJA I
TERVETULOA!**

**SÄHKÖINEN LIIKETOIMINTA SUOMI OY
KIRSI MIKKOLA**

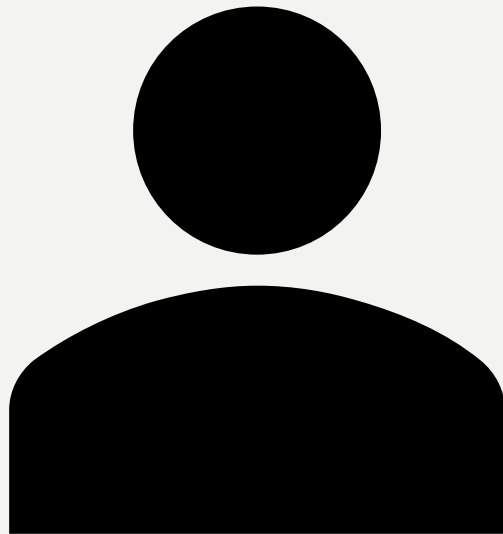
30.9.2021



OHJELMAMME TÄNÄÄN 30.9.2021

- Klo 9 – 9:30 Orientoituminen
- Klo 9:30 – 10:30 Alustus digitiekarttaan kansallisesta näkökulmasta (VF) ja alueellisesta (Varsinais-Suomi näkökulmasta matkailuliiketoiminnassa
- Klo 10:30 – 10:45 Tauko
- Klo 10:45 – 11:45 Työpajaosuus & keskustelu ja työskentely
- Klo 11:45 – 12:00 eväät seuraavaan työpajaan





KUKA OLET?

1. Tehtäväsi ja työsi tällä hetkellä?

2. Suhteesi matkailun digitalisaatioon ?

A) Henkilökohtaisesti

B) Työssäsi / Organisaatiossasi

3. Käsityksesi tämän hetken tilasta Varsinais-Suomen matkailun digitaalisen myynnin tilasta ja tavoitteista?

4. Onko sinulle jotain erityisiä toiveita työskentelyyn?

VASTUUASIAANTUNTIJA KIRSI MIKKOLA

- Kirsi on matkailun digitaalisen liiketoiminnan asiantuntija ja Sähköinen Liiketoiminta Suomi Oy:n omistaja yrittäjä vuodesta 2005.
- Kirsillä on yli 25 vuoden kokemus matkailu yritysten, resorttien, alueiden ja suuralueiden digitaalisen liiketoiminnan (atk, ict, digitalisaatio) asiantuntijatehtävistä.
- Kirsi on valmentanut ja sparrannut yrityksiä Hangosta Nuorgamiin ja saanut erittäin hyvää palautetta selkeästi esitystavasta sekä käytännönläheisestä toiminnasta.
- Kirsillä on vahva käytännön kokemus ja näkemys kotimaan ja kansainvälisen palvelun ja kaupan tilasta, digitaalisuuden käytön haasteista ja mahdollisuuksista, yritysten verkostoitumisesta ja digitaalista jakelukanavista.
- Kirsi toimii Business Finland - VisitFinland Akatemiavalmentaja ja on tuottanut Business Finland VF Kansainvälistymisoppaan vuonna 2019.
- Kirsi on suunnitellut Visit Finland matkailun Digiloikka valmennuskokonaisuuden vuonna 2020 ja toteuttaa valmennuksia aktiivisesti matkailualueilla.
- Kirsi on Ely-keskusten **Markkinointi ja Asiakkuudet ja Tuottavuus, talous ja digitalisaatio asiantuntija** sekä Business Finland **innovaatioasiantuntija**.



 <https://www.linkedin.com/in/kirsimikkola/>

ASIAANTUNTIJA PIRJO RÄSÄNEN

- Pirjo on tehnyt laajan ja monipuolisen uran matkailun **tuotteistamisen, kansainvälistymisen ja luontomatkailun** parissa.
- Hän on tuottanut paljon materiaalia Business Finlandin tietopankkiin erityisesti luontomatkailun suunnittelun näkökulmasta, useita kymmeniä tuotemanuaaleja sekä tuotteistamisoppaita.
- Pirjo on sparranut kymmeniä yrityksiä kansainvälisille markkinoille. Hänen lempiaiheitaan ovat **arvo-** ja **elämyslähtöinen tuotteistaminen, tuotteistamisklinikat, kansainvälistyminen** ja rahoitushaut yrityksille.
- Toimiminen **Outdooractiven**, Euroopan suurimman luonto- ja aktiviteettimatkailuportaalin ja software-toimittajan Suomen **myyntijohtajana** on avannut suoran kontaktin luontomatkailun kehittämiseen ja asiakaskysyntään.
- Osaamisalueet: Asiantuntijatyöt, valmennukset, kehittämissuunnitelmat, Outdooractive



<https://www.linkedin.com/in/pirjo-r%C3%A4s%C3%A4nen-419b0031/>



ASIAANTUNTIJA JOHANNES SIPPONEN

- Johannes on Visit Finland Akatemian valmentaja, **matkailuyrittäjä** ja **valokuvaaja**
- Johannes on luontomatkailun asiantuntija, jolla on vankka kokemus luontomatkailupalveluiden **tuottamisesta, kehittämisestä** ja **sisällöntuotannosta**.
- Johanneksen pitämät valmennukset ovat käytännönläheisiä ja niissä haetaan asiakkaalle konkreettisia ratkaisuja rennolla, mutta tinkimättömällä otteella.
- Euroopan suurimman aktiviteettimatkailuportaalin asiakasdata on antanut Johannekselle laajan näkemyksen siitä, mitä kansainvälisillä markkinoilla tapahtuu.
- Johannes vastaa Outdooractiven teknisestä tuesta Suomessa ja on selvittänyt useille kohteille kuinka tuottaa toimivia, omille sivuille intergoituja matkailukarttoja
- Johannes on valmentanut yrityksiä ja aluetoimijoita digitaalisesta yhteistyöstä ja näkyvyyden kasvattamisesta
- Osaamisalueet: Sisällöntuotanto, Outdooractive, valmennukset, kehittämissuunnitelmat



<https://www.linkedin.com/in/johannes-sipponen-36920528/>



DIGITIEKARTTA KÄSITTEENÄ

- Digitiiekartta on digitalisaation edistämiseksi ja digiaskeleiden määrittämiseksi laadittu suunnitelma, jonka pohjalta voidaan käynnistää toimenpiteiden valmistelut.
- Digitiiekartan tulee sisältää **missio** eli **tehtävä** ja **visio** eli **tavoitetila** sekä niihin johtavat strategiset linjaukset/valinnat.
- Digitiiekartta on alueen ja/tai yhteisön **yhteinen julkinen tahdonilmaus toimia, myydä ja markkinoida** ensisijaisesti digitaalisesti, tehdä digitaalista liiketoimintaa ja digitaalisia työvälineitä tunnetuksi, vastata asiakkaiden kulutus- ja ostotarpeisiin sekä parantaa digitaalista asiakas- ja työntekijäkokemusta.
- Digitiiekartan tulee olla yhteisesti hyväksytty.
- Alueen matkailustrategian tulee olla digitiiekartan kanssa samansuuntainen ja toisinpäin.



Kuvio 1. Suomen matkailutoimijoiden toimintaympäristön haasteet ja muutokset

4 lakia jotka vaikuttavat siihen -Järjestelmäsi, tietosuojasetus, matkukortitilisi, e-kotonaillasi	Oma kupla	Puuttuu iso näkemys mihin kaikkien kannattaa mennä		Rekrytointi vaikeaa	
				Matkailu puuharmolua	
Suomesta älykäs destinaatio, momentum nyt	Yksilönä ostaminen ja matkailu nousee – muuttaa isoihin ryhmiin tottuneiden toimintaa		Insinööriperhe, myynti ei kovin jättä	Miten digin keinoin parannetaan asiakaskokemusta?	
			Palvelut ei ole online varattavissa		
Vaikea saada osaajia alalle	Asiakastieto ei ole saatavilla	Ei ymmärrä mikä data kerätään ja miten se analysoidaan	Hanke käynnissä avoimesta datasta	Ei osata käyttää data-analytiikkaa eikä jaeta tietoa	
	Suomi voi matkailumaana hyvin	Uudet ansaintalogiikat		Perustajien pyrkimys vie kaiken ajan	
		Benchmark operaattoribusiness		Trendit osoittaa tänne, realisoidaan digillä matkailutuloksia	Digitalisaatio ei ole sama kuin markkinointibudjetti
kasvupolku tehty jo 10-vuotta sitten, mutta viesti ei mene perille	Jotkut muuttaa rohkeasti toimintaansa	Saavutettavuus		Paniikki mihin keikkaan hypätään	
	Ikäimätkä generaalit saavutettavuus			Jos ei tee nyt, 5-vuoden päästä voi olla myöhäistä	
	Liiketoiminta-osaamisen puute	Hyvä tilanne on ollut jo monta vuotta, tiedetään mitä pitää tehdä ja miten	mobili = yksilöllisyys	Työvoimapula	Suuralueyhteistyö yhtenäistää toimintaa
		K kaikkea ei tarvitse automatisoida	10-vuotta digi ollut funtsinnassa	Keskustelu on käynnissä, keskustellaan asiakkaan kanssa	
Laaja mikroyritysten kanta-isojen tilanne	Tarinat tuotteista puuttuu	Sooloillaan omaa sen sijaan, että tehdään yhdessä			

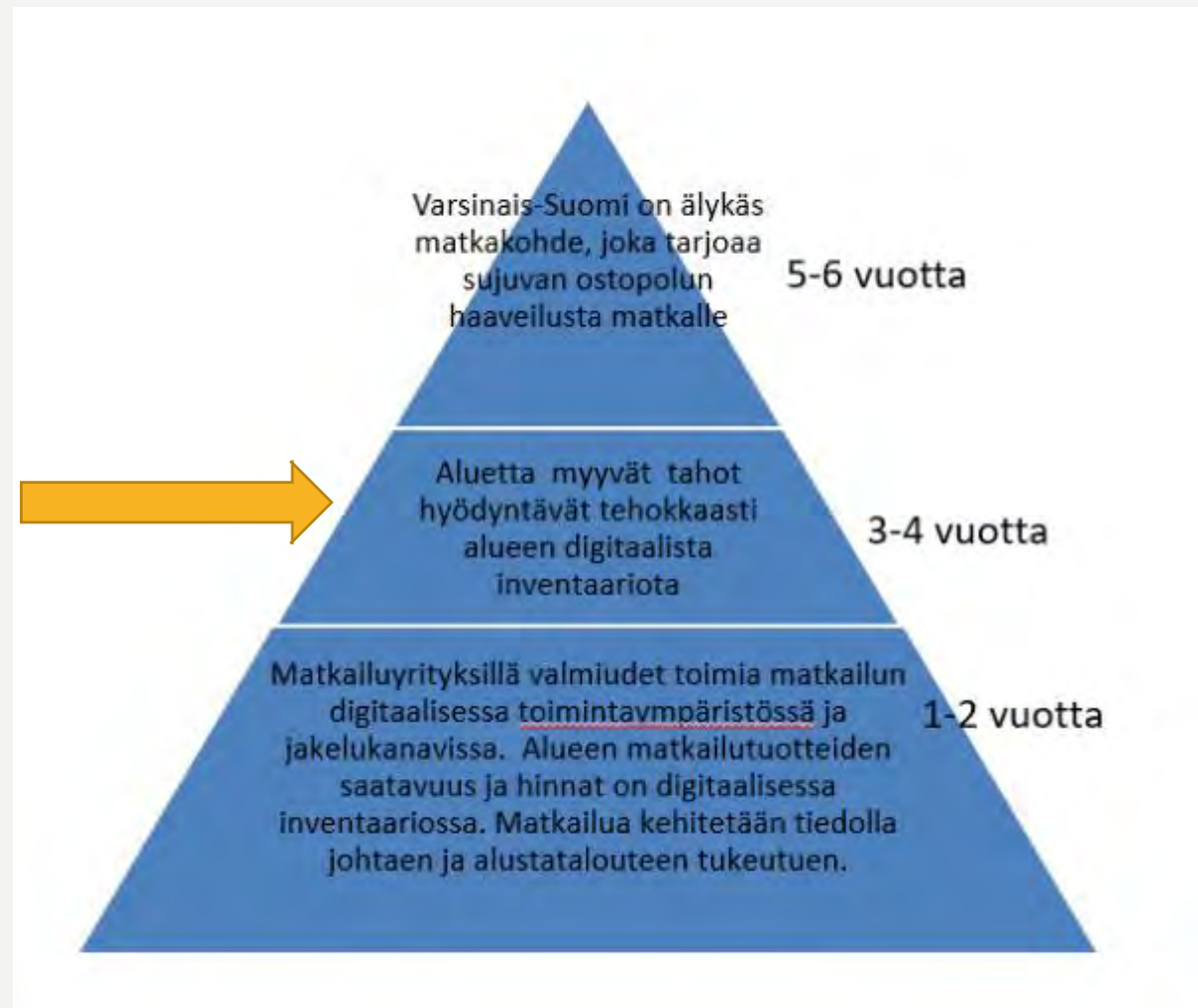
VARSINAIS-SUOMEN MATKAILUN TIEKARTTA – DIGITALISAATIO TYÖRYHMÄN ASETTAMAT TAVOITTEET

- **Tavoitteena on tehdä alueesta digitaalisesti näkyvä ja ostettavissa oleva.** Varsinais-Suomi on älykäs matkakohde, joka tarjoaa sujuvan ostopolun haaveilusta matkalle. Matkailua kehitetään tiedolla johtaen ja alustatalouteen tukeutuen. Alue systemaattisesti ja tavoitteellisesti kokoaa yhteen tiedon eri lähteistä, analysoi ja välittää tietoa yrityksille.
- **Yrityksien digitaaliset myynti- ja markkinointikanavat tuloksellisia.** Alueen matkailutuotteiden saatavuus ja hinnat on digitaalisessa inventaariossa, jota aluetta myyvät tahot paketoivat mm. digitaalisen matkareittituotteistoja kehittämällä
- **Matkailualueiden ja yritysten tukeminen digitaalisessa kehityksessä/murroksessa.** Varmistamme, että osaaminen, parhaat käytännöt, työkalut ja tukipalvelut ovat koko toimialan käytettävissä helposti ja sujuvasti. Tukeudumme kansallisesti ja kansainvälisesti käytössä oleviin teknologioihin ja tuotamme digitaalisiin kanaviin alueen brändisisältöjä, tavoitteena että kansainvälisissä digitaalisissa kanavissa (esim. Tripadvisor) Varsinais-Suomen matkailualueita koskevat sisällöt ovat ajantasaisia.

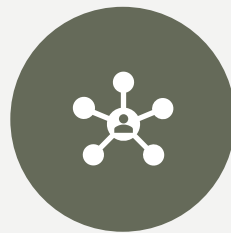
VARSINAIS-SUOMEN MATKAILUN TIEKARTTA – DIGITALISAATIO TYÖRYHMÄN ASETTAMAT TOIMENPITEET

- **2021-2022**
- Matkailualueiden ja yritysten tukeminen digitaalisuudessa. Valmennusohjelmat ja yhteiset työkalut
- Alueellinen jakelutiestrategia (myynti, markkinointi, laadunvarmistus, ylläpito, mittaaminen)
- Tarvittavien teknologioiden, alustaratkaisujen ja jakelukanavien määrittely ja käyttöönotto
- Tuoteinventaarin vienti koordinoitusti alueellisiin ja kansainvälisiin jakelukanaviin
- Sisällöntuotanto kansallisiin ja kansainvälisiin digitaalisiin kanaviin
- Lobbaukset ja yhteistyö matkaketjujen digitoimisessa
- Yhteisten digitaalisten markkinointikampanjoiden toteutus

VARSINAIS-SUOMEN MATKAILUN TIEKARTTA – DIGITALISAATIO TYÖRYHMÄN ASETTAMA AIKATAULU



MATKAILUELINKEINON
TIEKARTTA
POIMINTOJA
DIGITALISAATIO-
TYÖRYHMÄN
TULOSAINEISTOSTA

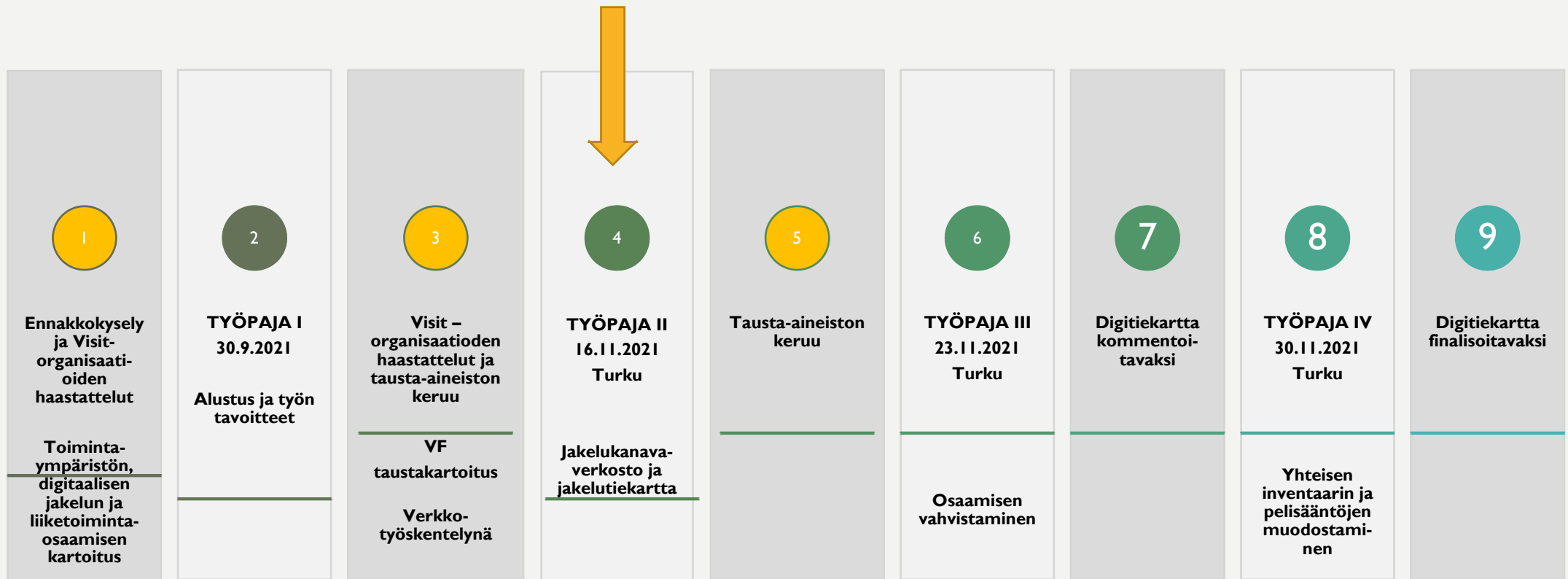


Varsinais-Suomen matkailuekosysteemin vahvistaminen sekä digitaalisen ostettavuuden edistäminen - TP 3

TP 3 TYÖPAJAT & YDINTAVOITTEET

- **Tavoitteena on**
 - **syventää yhteistä Varsinais-Suomen matkailun digitiekarttaa ja kuvata miten matkailutuotteiden inventaari käytännössä nostetaan ostettavaksi (2023-2025)**
 - **kartoittaa** Varsinais-Suomen matkailutoimijoiden ja -kehittäjien verkoston nykytilaa ja tavoitteita.
 - luoda konkreettisia **toimenpiteitä** digitaalisen kaupan sekä liiketoiminnan kehittämiseen nojaten Suomen matkailun digitiekartan ohjeistuksiin.
 - saada alueen matkailuyrityksiä tutustumaan ja kokeilemaan ohjatusti digitaalisia myyntialustoja, **inventaaari, eli tuotehallinta- ja myyntijärjestelmiä.**
 - **lisätä alueen matkailuyritysten ja sidosryhmien digitaalisen liiketoiminnan osaamista ja ymmärrystä matkailun digitaalisen jakelun ja verkostomaisen toiminnan kehittämisessä.**

VARSINAIS-SUOMEN DIGITIEKARTAN TAUSTAKSI / TYÖPAJAT JA TEHTÄVÄT



Varsinais-Suomen matkailun digitiekartta 2025 - ylläpitäminen ja kehittyminen

KESKEISIÄ AVAINKYSYMYKSIÄ KÄSITELTÄVÄKSI DIGITIEKARTTA -TYÖPAJOIHIN

- Mikä on Varsinais-Suomen digitaalisen liiketoiminnan myynnin ja markkinoinnin visio vuoteen 2025?
- Mistä osa-alueista ja tekijöistä Varsinais-Suomen matkailun **digitaalisen myynnin yhteistyön tulisi rakentua?**
- Mitä **tietoa** tarvitsemme toisiltamme, jotta voimme tehdä tuloksellista digitaalista myyntiä Varsinais-Suomessa?
- Miten mahdollistamme, että matkailupalveluja ja -tuotteita tarjoavat **yrietykset hallitsevat ja tarjoavat inventaariaan** eli tuotteitaan ja palvelujaan monikanavaisesti?
- Miten matkailijoiden on helpompi ja sujuvampi **löytää** ja **ostaa** Varsinais-Suomen matkailupalveluita digitaalisissa kanavissa?
- Miten yksityiskohtainen **asiakastieto** kotimaisista ja kansainvälisistä matkailijoista lisääntyy, miten sitä osataan hyödyntää nykyistä paremmin markkinoinnissa, myynnissä ja tuotekehityksessä yritys- ja aluetasolla?
- Miten varmistamme, että toiminta digitaalisissa kanavissa on **kustannustehokasta** ja **tuottavaa?** **Miten alueen yritykset sitoutetaan yhteistoimintaan?**
- Miten yritysten ja aluetoimijoiden **digitaalisen liiketoiminnan osaaminen ja mahdollisuuksiin tarttuminen kasvaa** ja miten resursseja ohjataan alue- kuin yritystasollekin?
- Mitä **mittareita** ja **dataa** tarvitsemme, jotta voimme johtaa digitaalista myyntiä tiedolla
- Miten turvaamme **jatkuvan kehittämisen** ja digitaalisen kaupan sekä **asiakaskokemuksen** kehittymisen?

KESKUSTELU JA KYSYMYKSIÄ TÄHÄN SAAKKA?

DIGITIEKARTTA TYÖPAJATYÖSKENTELEY

- **Datayhteistyö**
- Työpajoissa ja keskustelussa **alueen matkailulinkeino sopii yhdessä pelisäännöt ja käytänteet, miten kolmella eri tasolla** (kansallinen, alue, yritys) **kuunnellaan, kerätään, analysoidaan** sekä tulkitaan asiakkaan ostokäyttäytymistä.

Tavoite: 20 yritystä on yhdessä määrittänyt asiakkaan kuuntelujärjestelmän sekä pelisäännöt sisältötuotantoon ja verkon asiakaspalveluun. Yritykset ovat yhdessä alueen kanssa kuvanneet ekosysteemin datan keräämiseen, tallentamiseen ja hyödyntämiseen

Tavoitteet:

Varmistetaan asiakkaan saumaton ostopolku ja reaaliaikaisen reagoinnin paraneminen liiketoimintaympäristön muutoksiin.

Kansallinen taso

Data-yhteistyö mahdollistaa asiakastiedon ja avoimen datan järjestelmällisen keräyksen ja hyödyntämisen liiketoiminnan kehittämiseksi ja asiakasymmärryksen kasvattamiseksi.

Edellytykset: Yhteisten pelisääntöjen määrittäminen. Tiedon, osaamisen, työkalujen ja käytänteiden jakaminen valtakunnallisesti. Asiakastietojen aktiivinen kerääminen ja hyödyntäminen liiketoiminnan kehittämisen tukena.

Alueorganisaatiotasoa

Data-yhteistyö auttaa ymmärtämään asiakkaiden käyttäytymistä ja ostopäätöksiä. Tarjotaan alueen yrityksille tukea perustuen analyttiseen dataan.

Edellytykset: Tiedon keräämisestä ja analyysistä jatkuva prosessi. Asiakastietojen aktiivinen kerääminen ja alueellinen koordinointi.

Yritystaso

Data-yhteistyö mahdollistaa matkailijan kokemuksen parantamisen ja liiketoiminnan kehittämisen asiakaslähtöisesti hyödyntäen kansallisen ja aluetason asiakastietoa ja koulutusmahdollisuuksia.

Edellytykset: Asiakastietojen aktiivinen kerääminen ja hyödyntäminen.

DIGITIEKARTTA TYÖPAJATYÖSKENTELEY

- **Alueellisen ja valtakunnallisen yhteensovitetun inventaarin luominen rajapintojen hyödynnettäväksi**
- Varsinais-Suomen matkailutuotteet ovat **ostettavissa monikanavaisesti**”, tarkoittaa, että **matkailun yrityksissä ja alueella käytössä oleville varaus- ja taustajärjestelmille luodaan keskustelu- ja tiedonsiirtokäytäntöjä yhteisten API -rajapintojen avulla.**
- **Tavoite:** 20 yritystä on yhdessä määrittäneet yhteisen myynti- ja ristiinmyyntikanavat ja aluetason toimijat keräävät alueen matkailutuotteista kansallisen tason inventaariksi edelleen kansainvälisille markkinoille.

Tavoitteet:

Saada Suomen palvelutarjonta online-inventaariksi, jota on helppo jakaa useissa myyntikanavissa (globaalit ja paikalliset kauppapaikat) ja joka tavoittaa matkailijat ja konvertoi kauppaa. Helpottaa eri kanavien ja alustojen hallintaa matkailupalveluita tarjoaville toimijoille.

Kansallinen taso

Tuodaan suomalaisten matkailupalvelujen tuotteet yhteiseksi online-inventaariksi rakentamalla yhteiset API-rajapinnat eri varausjärjestelmien ja alustojen välille.

Edellytykset: Suositukset eri järjestelmistä ja mihin käyttöön ne soveltuvat parhaiten. Kansalliset suositukset matkailualan API-rajapintoihin. Koordinointi ja tukeminen online-inventaarin käyttöönotossa matkailualueilla ja teemallisissa matkailukokonaisuuksissa. Osallistuminen MaaS-palveluiden ja matkaketjujen kehittämistyöhön.

Alueorganisaatiotaso

Tuoteinventaarin kerääminen ja integrointi alueen markkinointiratkaisuihin.

Edellytykset: Tuoteinventaarin aktiivinen tarjoaminen ja markkinointi eri hyödyntäjätahoille ja eri konseptien kehitys. Alueen yritysten valmennus, laadun ylläpitäminen hyödyntäjätahoille, konseptien kehitys.

Yritystaso

Tuoteinventaarin paketointi ja tuottaminen myyntialustoille.

Edellytykset: Digitaalisen myynnin ja jakelun työkalujen käyttöönotto ja hyödyntäminen. Ristiinmyyntimahdollisuuksien hyödyntäminen. Asiakassuhteiden hallinta. Tuotekehitys (yrityskohtainen ja verkostoyhteistyö)

DIGITIEKARTTA TYÖPAJATYÖSKENTELEY

- **Osto-osaamisen kasvua ja kansainvälistymistä tuetaan**
- **Tavoite:** 20 yritystä osaa tuottaa palveluja digitaalisiin jakelukanaviin kansainvälisille asiakkaille ja on kypsä siirtymään kansainväliseen kauppaa VisitFinlandin kansainvälistymiskriteereiden mukaisesti.

Tavoitteet:

- Kehittää Suomesta kiinnostuneen matkailijan digitaalista asiakaspolkua ja asiakaskokemusta Visit Finlandin verkkopalveluista aluesivuille sekä yksittäisiin palveluihin siten, että se johtaa myyntiin.
- Edesauttaa yritysten välistä yhteistyötä co-opetition-hengessä
- Data-yhteistyö- ja yhteensovitettu inventaari -toimenpidekokonaisuuksien käynnistäminen ja kehittäminen yhteistyössä ohjelmaan osallistuvien kanssa
- Matkailun digitaalisuuteen liittyvän osaamistason nostaminen

Kansallinen taso

Digitaalisen markkinoinnin ja myynnin osaaminen kasvaa ja tuo kilpailuetua kv-markkinoilla. Data-yhteistyö- ja yhteensovitetun inventaarin toimenpiteiden pilotoinnilla parannetaan matkailuyritysten toimintaympäristöä. Yhdessä tekemisestä tulee oletettu toimintatapa ja päästään hyötymään skaalauksen tuomista mahdollisuuksista ja säästöistä.

Alueorganisaatiotaso

Alueorganisaatioilla ja alueen yrityksillä riittävä kyvykkyys vastata kv-asiakkaan tarpeisiin digitaalisissa kanavissa koko ostoprosessin ajan. Digitaalisuudesta arkipäivää uuden ja oudon sijaan. Osataan ostaa tarvittavat palvelut ja teknologiat. Toimivat prosessit data-yhteistyöhön ja alueellisten online-inventaarien luontiin ja kehittämiseen. Huomioidaan tekemisessä oman alueen lisäksi valtakunnalliset yhdessä tekemisen mahdollisuudet.

Yritystaso

Digitaalisuudesta arkipäivää uuden ja oudon sijaan. Osataan ostaa tarvittavat palvelut ja teknologiat. Toimitaan esimerkkinä muille yrityksille.

DIGITIEKARTTA TYÖPAJATYÖSKENTELEY

- **Aluetoimijan rooli yritysten opastamisessa ja tukitoimissa merkityksellinen**
- **Tavoite:** Yritykset määrittävät ja esittävät yhdessä, kuinka alueorganisaatiotaso voisi tukea yritystason matkailuliiketoimintaa digitaalisen kaupan ja markkinoinnin toiminnoissa ja vahvistaa yritysten osaamista ja digitaalista.

Tavoitteet:

Luodaan digitalisaation hyödyntämisestä Suomen matkailun erottautumistekijä. Ymmärrys ja kyvykkyys digitalisaation hyödyntämisessä matkailuelinkeinon toimijoilla on kasvanut ja matkailun digitaalinen ekosysteemi toimii saumattomasti luoden matkailijalle sujuvan osto- ja kokemuspolun ja alan toimijoille uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja tehokkuutta toimintaan.

Kansallinen taso

Luoda kansallisen tason näkemys, miten matkailupalvelut tulisi digitaalisessa kanavassa tuottaa parhaan asiakaskokemuksen ja kaupan varmistamiseksi. Varmistaa, että tavoitellut käytännöt huomioidaan eri kehityshankkeissa ja tukea osaamisen levittämistä sekä verkostoitumista.

Alueorganisaatiotaso

Opastaa alueen yrityksiä asiakaslähtöisempään liiketoiminnan suunnitteluun ja operointiin, tuottamaan parasta asiakaskokemusta. Alueorganisaatioilla ja alueen yrityksillä riittävä kyvykkyys vastata kv-asiakkaan tarpeisiin digitaalisissa kanavissa koko ostoprosessin ajan.

Yritystaso

Tunnistaa paremmin asiakkaan tarpeet ja muokata omaa palvelukonseptia vastaamaan tarpeisiin. Digitaalisuudesta arkipäivää uuden ja oudon sijaan. Osataan ostaa tarvittavat palvelut ja teknologiat. Hyödytään valtakunnallisesta ekosysteemistä.



ALUSTUS DIGITIEKARTTAAN JA
MATKAILUN DIGITAALISEEN JAKELUUN

**Globaali digitalisoi-
tuminen**

**Jakelukanavien
määrän kasvu**

**Avoimuus
hinnoittelussa**

**Analytiikka ja
KPI mittarit**

**Oman
suoramyyntin
kehittäminen**

**Alusta ja
jakamistalous**

**Arvo-keskeinen
liiketoiminta**

**Asiakkaan
ostokäyttäyty-
misen
muutokset**

**Yritys-
verkotot ja
alihankinta**

**MUUTOSAJURIT
MATKAILU
LIIKETOIMINNASSA**



**Kestävä ja kehitys
ja vastuullisuus**

**Sosiaalisuus ja
yhteisöllisyys**

**DMO /
DXO rooli**

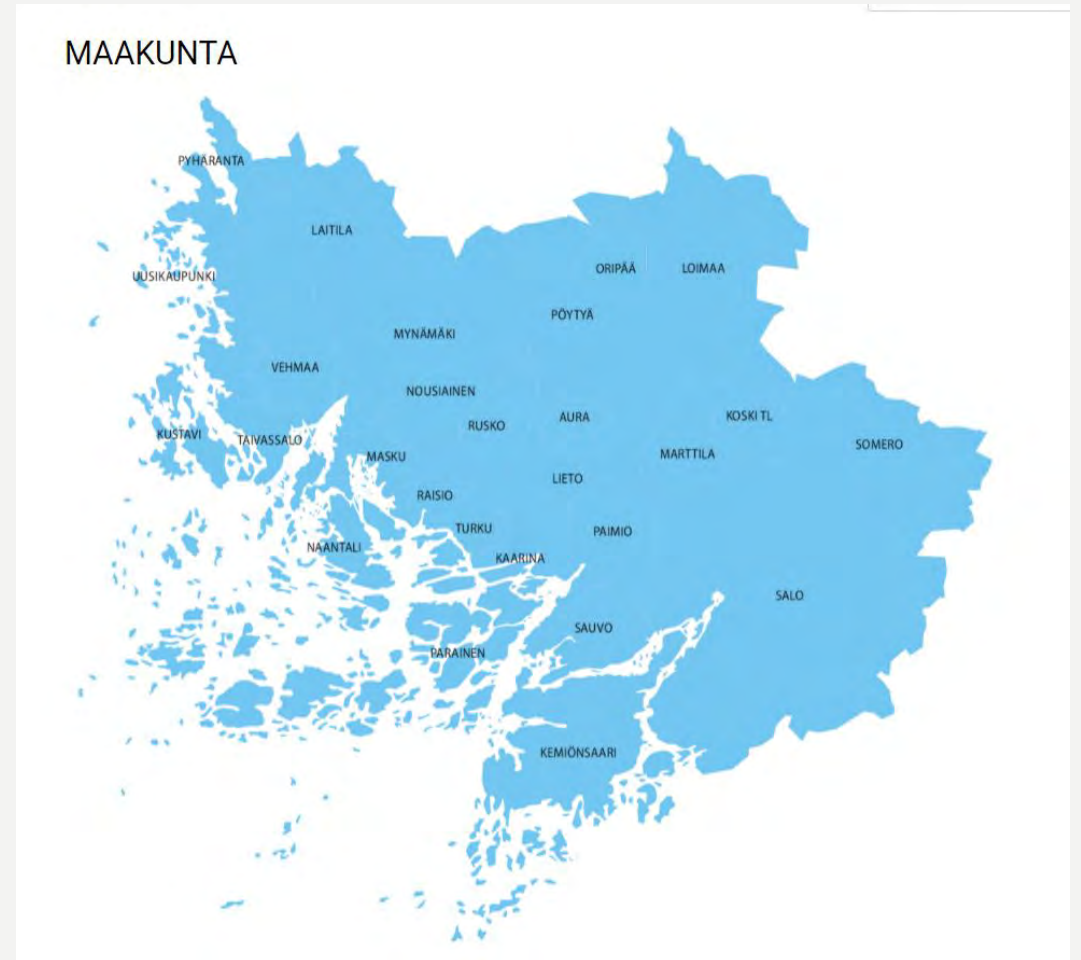
VALMIIT SELVITYKSET JA TYÖKALUT

[HTTPS://WWW.BUSINESSFINLAND.FI/SUOMALAISILLE-ASIAKKAILLE/PALVELUT/MATKAILUN-EDISTAMINEN/MATKAILUN-JULKAISUT/#DIGITAALISUUS](https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/matkailun-julkaisut/#digitaalisuus)

- Selvitys varausjärjestelmistä ja niiden rajapinnoista •
- Aktiviteettien ja elämyspalvelujen jakelukanavaselvitys •
- Alueorganisaatioiden toimintamallit selvitys •
- Digitaalisen asiakaskokemuksen käsikirja (pilottien yhteenveto, työkalu skaalaukseen) •
- Matkailuyrityksen digitaaliset perusasiat kuntoon ABC •
- Visit Finlandin uusi kansainvälistymisopas ja e-learning •
- Business Finlandin rooli valtakunnallisena toimijana Suomen matkailutiedon hallinnoinnista: Matkailutietovaranto, Matkailun tiedollajohtamispalvelut •
- Strateginen yhteistyö globaaleiden toimijoiden kanssa (OTA:t) •

SUOMEN MATKAILUN DIGITIEKARTAN VISIO JA MISSIO – MIKÄ ON VARSINAIS-SUOMEN?

- **VISIO:**
 - Suomesta älykäs matkakohde, joka tarjoaa edelläkävijänä matkailijalle sujuvimman polun haaveilusta matkalle
- **MISSIO:**
 - Digitaalisuus on valtakunnallisesti hallussa ja tukemassa Suomen matkailun kasvua yli sykliä, kestävästi



ESIMERKKI

Vuonna 2025 Pohjois-Savon matkailun perusrakenne ja johtaminen ovat kunnossa, laajasti hyväksytty sekä toiminta läpinäkyvää. Maakunnassa on yhteinen kaikille avoin digitaalisen myynnin ja markkinoinnin kanava, jossa tarjotaan asiakaslähtöisesti tuotteita kaikilta maakunnan alueilta. Kanavassa on mukana 85 % maakunnan toimijoista, jotka tarjoavat ostettaviksi riittävän kypsiä tuotteita asiakkaiden ostopolun eri vaiheisiin. Matkailua johdetaan tiedolla, jota osataan hyödyntää eritasoisesti suodattaen. Tuotteistaminen ja tiedolla johtaminen ovat jatkuvia prosesseja, joita koordinoidaan maakunnallisesti.



**VARSINAIS-SUOMEN MATKAILU
VISIT-ORGANISAATIOT JA SIVUSTOT**

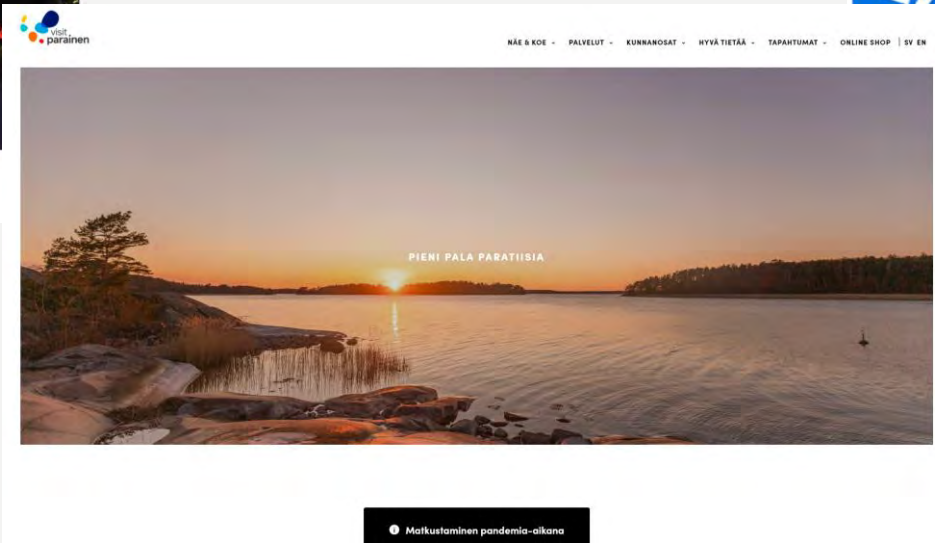
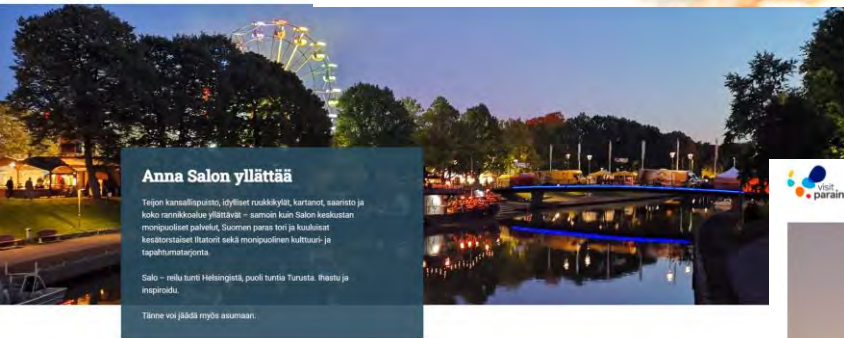
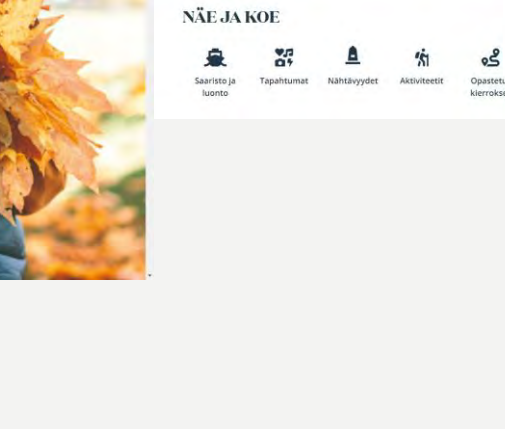
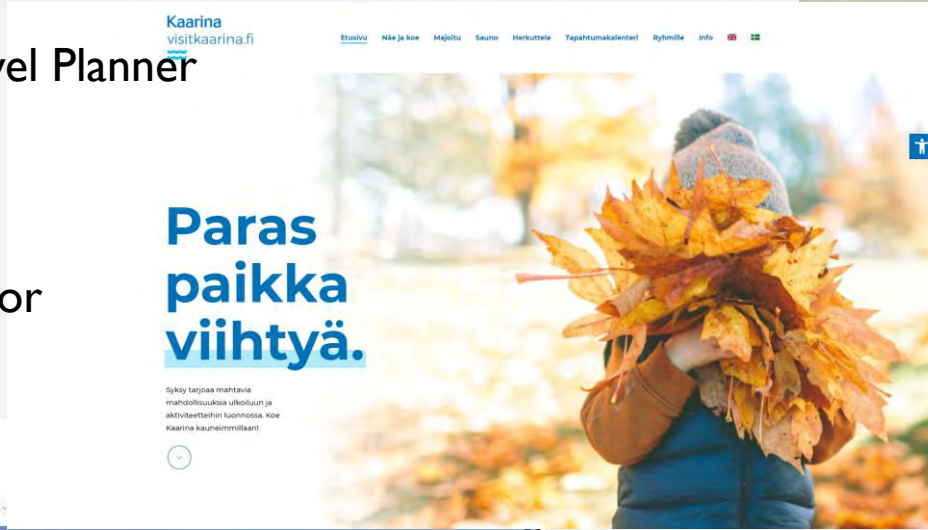
BookingPoint

Koko Travel Planner

Expedia

TripAdvisor

VisitSalo.fi



Johku

Bokun

Beds24

Travelnet

Winres

Booking.com

Expedia

Lomarengas

MATKAILUN MYYNTIKANAVAT JA JAKELUVERKOSTO



Yritykset - myynti-, varaus ja resurssinhallintajärjestelmät ja digitaaliset kalenterit, Widgetit, API rajapinnat



MATKAILUN MYYNNIN JAKELUKANAVAT

- **Myyntikanavat voidaan jaotella esimerkiksi näin:**

- GDS -järjestelmät (Global Distribution Systems), www.amadeus.com, www.sabre.com, www.travelport.com, www.worldspan.com
- Matkailumyynnin tukkumyyjät
 - TIPs <https://www.rezdy.com/blog/working-travel-wholesalers-tours/>
- OTA -kanavat (Online Travel Agents), kymmeniä ellei satoja tuhansia, kuten www.booking.com, www.getyourguide.com, www.viator.com
- Matkatoimistojen, matkanjärjestäjien ja muiden alan toimijoiden verkkosivut, <https://www.inghams.co.uk>, www.lakelandbooking.com, Koko Travel Planner / ElämysGroup
- Meta Search Engines eli superhakukoneet, www.trivago.fi, www.momondo.fi
- Keskusvaraamot, esim. www.saariselka.com
- Peer to Peer kaupat, esim. www.doerz.com
- Yritysverkostojen ja DXO / DMO:n kauppapaikat, www.bookingpoint.com, www.wildtaiga.fi, www.visitrovaniemi.fi, www.rockandlake.com
- Oma suoramyynti

➔ **KANNUSTAN SUORAMYyntIIN, jos asiakkaasi ovat individuaaleja tai omatoimisia matkailijoita!**

TYÖPAJAOSUUS

TEHTÄVÄ

" ON HELPOMPI PÄÄSTÄ PERILLE, KUN TIETÄÄ MINNE ON MENOSSA". KIINALAINEN SANANLASKU.

VISIO

- **Mikä on Varsinais-Suomen matkailun digitaalisen liiketoiminnan myynnin visio vuoteen 2025?**
- Vision tulisi olla tavoitteellinen, mutta kuitenkin realistinen.
- Kaikkien visioiden ei välttämättä tarvitse sisältää suuria kasvusuunnitelmia, mutta jokaisella tekemisellä tulisi kuitenkin olla jokin päämäärä, jota kohti toimintaa johdetaan.
- Visiossa kerrotaan millainen tavoitetilän halutaan olevan muutaman vuoden päästä tulevaisuudessa.

TEHTÄVÄ

- **Mitä elementtejä Varsinais-Suomen matkailun digitaalisen myynnin ja visiotulee sisältää vuoteen 2025?**
- Kirjaa ylös oma näkemyksesi Vision tavoitteista 5 min.
- Käydään karusellikierros yhteisestä näkemyksistä
- Kirjataan vision elementtejä vuoteen 2025

KESKEISIÄ AVAINKYSYMYKSIÄ KÄSITELTÄVÄKSI DIGITIEKARTTA -TYÖPAJOIHIN

- **Mikä on Varsinais-Suomen digitaalisen liiketoiminnan myynnin ja markkinoinnin visio vuoteen 2025?**
- Mistä osa-alueista ja tekijöistä Varsinais-Suomen matkailun **digitaalisen myynnin yhteistyön tulisi rakentua?**
- Mitä **tietoa** tarvitsemme toisiltamme, jotta voimme tehdä tuloksellista digitaalista myyntiä Varsinais-Suomessa?
- Miten mahdollistamme, että matkailupalveluja ja -tuotteita tarjoavat **yrietykset hallitsevat ja tarjoavat inventaariaan** eli tuotteitaan ja palvelujaan monikanavaisesti?
- Miten matkailijoiden on helpompi ja sujuvampi **löytää** ja **ostaa** Varsinais-Suomen matkailupalveluita digitaalisissa kanavissa?
- Miten yksityiskohtainen **asiakastieto** kotimaisista ja kansainvälisistä matkailijoista lisääntyy, miten sitä osataan hyödyntää nykyistä paremmin markkinoinnissa, myynnissä ja tuotekehityksessä yritys- ja alue- ja aluetasolla?
- Miten varmistamme, että toiminta digitaalisissa kanavissa on **kustannustehokasta ja tuottavaa? Miten alueen yritykset sitoutetaan yhteistoimintaan?**
- Miten yritysten ja aluetoimijoiden **digitaalisen liiketoiminnan osaaminen ja mahdollisuuksiin tarttuminen kasvaa** ja miten resursseja ohjataan alue- kuin yritystasollekin?
- Mitä **mittareita** ja **dataa** tarvitsemme, jotta voimme johtaa digitaalista myyntiä tiedolla
- Miten turvaamme **jatkuvan kehittämisen** ja digitaalisen kaupan sekä **asiakaskokemuksen** kehittymisen?

JATKOT – NEXT STEPS

- Kiitos kaikille!
- Nähdään seuraavassa työpajassa 16.11.2021
- kirsi.mikkola@liiketoiminta.info
- Gsm +358 40 555 1019
- Somessa: @liiketoiminta @kirsimikkola
- #matkailu #liiketoiminta #digitaalisuus

