

YLÄ-KARJALAN MATKAILUKYLÄT SYKSY 2018

Entra Oy

MATKAILUYRITYSTEN TUOTEKEHITYS



PIKES



maaseuturahasto



YLÄ-KARJALAN KYLÄMATKAILUN TYÖPAJA 2/10

- ▶ 16.30 aloitus ja kahvit
 - ▶ Ryhmätyönä: TOP 5 yhteistä vahvuutta
 - ▶ Verkostoista & paritreffit
 - ▶ Omien tai verkostotuotteiden rakentaminen aloitetaan
 - ▶ kohderyhmät,
 - ▶ eri tuotekortit ja niiden sisältö
- ▶ 20.30 mennessä lopetellaan

TAUSTAA KYLÄMATKAILUSTA

- ▶ Lomalaidun ry; 2 valtakunnallista hanketta
- ▶ Taustaa: Eurooppalaisia kylämatkailumalleja - kilpailuanalyysi: Italia, Irlanti ja Itävalta (2010)
- ▶ Pilottikyliä molemmissa hankkeissa, Entra Oy teki loppuhaastattelut viimeisimmässä
- ▶ Kulttuurimatkailun kehittäminen -
- ▶ ei pelkästään korkeakulttuuria , vaan osa suomalaisuutta
- ▶ kylämatkailun mahdollisuudet - "live like a local"
- ▶ maaseutumatkailu, kylämatkailu, lähimatkailu => nyt entistä ajankohtaisempaa vrt. ilmastonmuutoskeskustelu!

KYLÄMATKAILUN TOIMIJAT JA OMINAISUUKSIA

- ▶ Paletti muodostuu yrityksistä, (kylä)palveluista ja ihmisistä (yhdistykset)
- ▶ Kylämatkailun ytimessä ovat matkailuyrittäjät Kyläpalvelut täydentävät palvelutarjontaa
- ▶ Kylämatkailu avartaa kylä- ja maaseutukulttuuria
- ▶ Vahvuuksina joustavuus, nopeus, monialaisuus, osaaminen ja jopa hintakilpailukyky
- ▶ Verkostoituminen



TUOTE EI MYY SILLÄ, ETTÄ SE ON OLEMASSA!

Mieti nyt:

paljonko olet valmis panostamaan?

Aikaa, työtä ja vaivaa, rahaa?

Muista pitkäjänteisyys !

...erityisesti ulkomaan markkinoinnissa

1 - 3 - 5 vuotta!

READY - STEADY -GO

- ▶ Tuote ja tuotekuvaukset
 - ▶ Kohderyhmät
 - ▶ Myyntikuntoon saaminen
- ▶ Hinnoittelu ja ansaintalogiikka
 - ▶ Markkinointi- ja myyntikanavat
 - ▶ Markkinointimateriaalit
- ▶ Laatuksiteerit ja tuotetestaus
- ▶ Myyntitoiminnot & My Stay -tietokanta

VERKOSTOITUMISESTA

- ▶ verkostoitumisessa on kyse yhteistyöstä (vrt. networking)
- ▶ paitsi yksilöiden väliset kytkennät ja niistä muodostuvat sosiaaliset verkostot, myös vastavuoroisuus ja luottamus keskeistä
- ▶ verkostotoiminta: yhteinen tulevaisuuden näköala
- ▶ Kohteellinen verkostoituminen
 - verkoston linkit ja siteet ovat
 - toiminnallisia
 - esineellisiä ja
 - sosiaalisia

- ▶ mukana kaikki matkailutoimijat, myös matkailijat
- ▶ kehittäminen perustuu jokaisen historialliselle toimintajärjestelmälle
 - ▶ -osaaminen, ammatilliset taidot
 - ▶ -välineet
 - ▶ -tradiot
- > etsitään noista vahvimmat puolet
- ▶ vertaisarviointi mukana
- ▶ verkostosta yhtä vahva kuin sen jäsenten vahvimmat ominaisuudet (ei siis mikään "heikoin lenkki"-oletus)

VERKOSTOSTA YLEENSÄ

- ▶ Oma tahtotila (*miksi tärkeää, mitä tavoittelet, mitä valmis panostamaan*)
- ▶ Kumppanit (*kenen kanssa, taustat, toimintatavat, arvot*)
- ▶ Suunnitelma (*toimintasuunnitelma*)
- ▶ Rakenne ja johtaminen (*esim. kerroksellisuus, ydinryhmä + ulkokerros*)
- ▶ Sopimukset ja pelisäännöt
- ▶ Hengen ja innon ylläpito (*voimavarat ja tekemistavat*)
- ▶ Laatu

VERKOSTOTOIMINNAN KULMAKIVIÄ

- ▶ Jatkuva hyödyn kokeminen
- ▶ Yhteinen visio, tavoitteet ja arvot
- ▶ Johtajuus ja yhdessä sovittu päätöksenteko tapa
- ▶ Avoin ja luottamuksellinen ilmapiiri
- ▶ Verkosto oppii ja verkostosta oppii
- ▶ Erilaisuuden hallinta
- ▶ Ilon kautta tekeminen

VERKOSTOTUOTTEEN HYÖDYT

Verkostoituminen

- ▶ "Olette verkostoituneet alueen muiden tarjoajien kanssa ja pystytte verkostonne avulla tarjoamaan **monipuolisia**, tarvittaessa myös elinkeinojen rajoja ylittäviä, **palvelukokonaisuuksia ja toisiaan täydentäviä elämyksiä**.

(mm. Visit Finlandin kansainvälistymiskriteereissä)

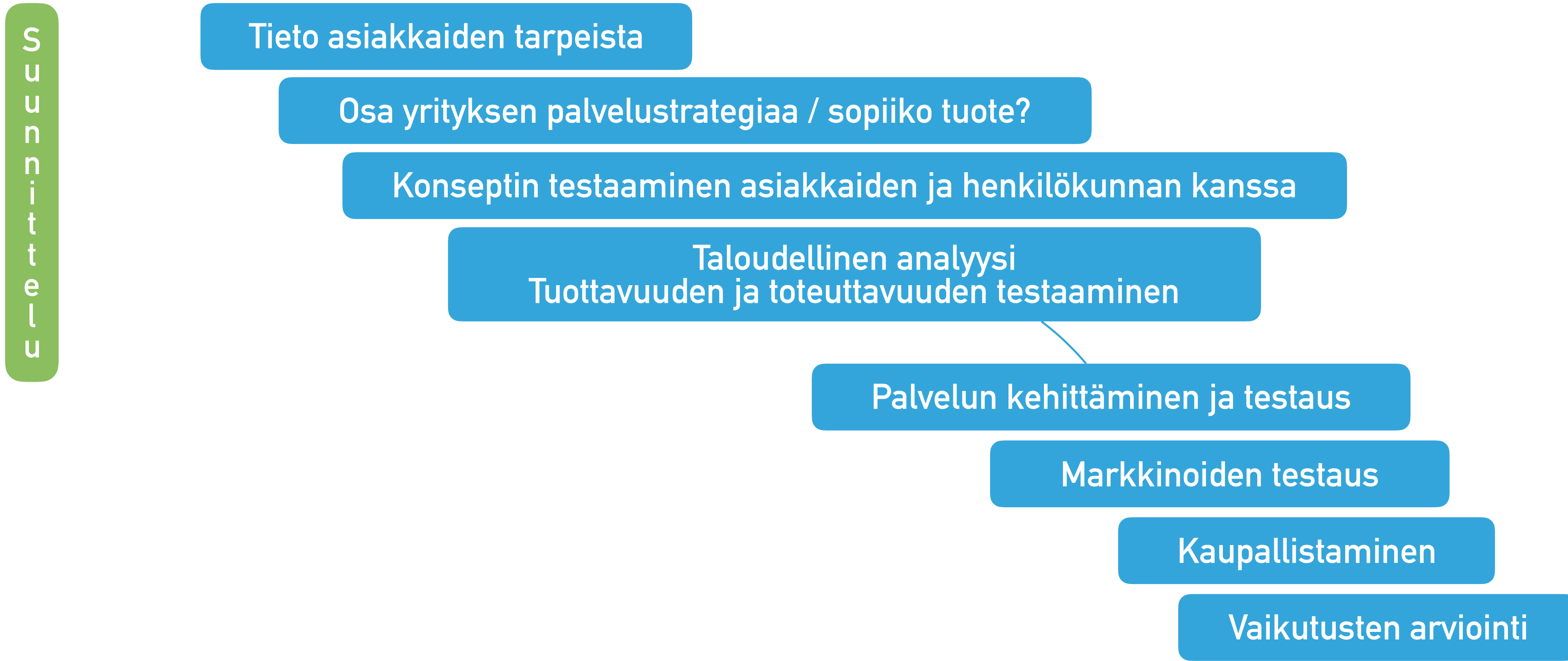
Kapasiteetti

- ▶ oman tai yhteistyöverkoston kautta tarjottava kapasiteetti takaa kattavamman palvelun omatoimimatkailijoille ja/tai ryhmämatkailijoille.

YHTEINEN MARKKINOINTI VALTTINA

- ▶ Useampi toimija
 - ▶ jokainen voi tarjota / markkinoida tuotetta omien kontaktien kautta
 - ▶ messut, myyntipäivät jne.
 - ▶ asiakaskontaktit
- ▶ Yhteiset toimenpiteet => laajempi tavoitettavuus
- ▶ Yhteiset rahoitusmahdollisuudet, yritysryhmähankkeet

(UUDEN) TUOTTEEN KEHITTÄMINEN



SISÄLTÖASIAT / KATSO MYÖS TUOTESUOSITUKSIA

- ▶ Kohderyhmä: kenelle?
- ▶ Kiinnostava tuote ?
- ▶ Sisältökuvaus
- ▶ Hintalaskelma
- ▶ Sopimukset
- ▶ Työjärjestys markkinoinnin ja myynnin osalta

- ▶ SOPIMUKSET, suositellaan kirjallista sopimusta
 - ▶ Tuotteen sisältö
 - ▶ Varusteet, kalusto
 - ▶ Aikataulut sekä tuotteen toteutuksessa että varaus- ja peruutusasioissa
 - ▶ Vastuuasiat
 - ▶ Varaus- ja peruutusehdot, riitatapauksien selvittäminen
 - ▶ Maksuliikenne

MATKAILUTUOTTEEN RAKENTAMINEN

- ▶ TEE PERUSTUS KUNNOLLA
 - ▶ kohderyhmäajattelu jo suunnittelun pohjaksi
 - ▶ kotimaa
 - ▶ ulkomaat →
 - mitkä maat?
 - palvelukielet
- ▶ POHDI KOKONAISUUTTA!

TUNNE KOHDERYHMÄSI

- ▶ Kuka on asiakkaasi, mahdollinen ostaja?
- ▶ Kiinnostaako tuote - oletko tutkinut asiaa?
- ▶ Määrittele konkreettisesti itsellesi **kenelle suuntaat tuotteen** → vaikuttaa mm. markkinoinnilliseen ilmeeseen, markkinointi- ja myyntikeinoihin ja jakelukanaviin.
- ▶ Kotimaa /ulkomaat
 - maat, kielialueet
 - millä kielillä yrityksessäsi voidaan palvella?
- ▶ Kysy asiakkailtasi myös - pyydä ideoita, ehdotuksia!

TUOTTEEN OSTAJA / KÄYTTÄJÄ

Kotimaa

- ▶ yksittäiset (perheet/lasten kanssa matkustavat, pienet ryhmät, seniorit, pariskunnat jne.)
- ▶ ryhmät
 - ▶ kokous-/yritysassiakkaat
 - ▶ järjestö-/yhdistys-/ harrasteryhmät jne.

Ulkomaat

- ▶ määrittele maat tai kielialueet
- ▶ FIT = free independent traveller
- ▶ GIT = Group Tours
- ▶ Huom! Matkanjärjestäjä-yhteistyö



TUOTE

- ▶ Mihin tarpeeseen vastaa?
- ▶ Miksi asiakas ostaisi?
- ▶ Edut ja hyödyt?
- ▶ Millaista mielikuvaa haluat viestittää?

HYVÄ TUOTEKORTTI

- ▶ Sisäinen = omaan/verkoston käyttöön
- ▶ "Ulkoinen" versio = Myyntiin tarkoitettu
 - ▶ sähköinen materiaali
 - ▶ painettu esite / flyeri
- ▶ Kiinnostava nimi
- ▶ VISUAALISUUS
- ▶ Tärkeimmät tiedot
 - ▶ tuotekuvaus
 - ▶ saatavuus
 - ▶ paikka
 - ▶ hinnat ja voimassaoloajat
 - ▶ lisäpalvelut
 - ▶ mitä hintaan kuuluu ja mitä ei
 - ▶ rajoitukset (min. ja max hlömäärät)
 - ▶ myyjä

TUOTEKORTTI

- ▶ sähköinen tai printattava/painettava

lyhyt esite/dokumentti, jossa on kirjoitettu/kuvattu tuotteen tärkeimmät tiedot kohdennetulle ryhmälle (esim. asiakkaat, myyjät).

- ▶ Erilaisia tuotekorttimalleja on olemassa useita