

Yhteistyömalli alueen suuryritysten ja matkailuyritysten kanssa

Kasvua ja kansainvälistymistä vastuulliseen matkailuun –hanke

Toteuttanut: NordicMarketing Finland Oy



Euroopan unionin
osarahoittama



Pohjois-Savon liitto



IISALMI



Sisällysluettelo

- 01** Johdanto
 - 02** Tausta ja nykytila
 - 03** Benchmarking
 - 04** Suuryrityksien tarpeet ja toiveet
 - 4.1 Yhteenveto haastatteluista
 - 05** Matkailuyrityksien toiveet ja tarpeet
 - 5.1 Yhteenveto haastatteluista
 - 06** Suuryrityksien palvelutarpeiden ja matkailuyrityksien tarjonnan kohtaaminen ja toimijoiden sitouttaminen
 - 6.1 Yhteenveto työpajasta
 - 07** Johtopäätökset ja ratkaisuehdotukset
 - 7.1 Yhteenveto tunnistetuista ongelmakohdista ja ratkaisuehdotukset
 - 08** Tulos: Käytännönläheinen yhteistyömalli alueen yritysten ja matkailuyritysten välillä
 - 09** Jatkoaskeleet
- Liitteet:
Liite 1: Lista haastateltavista
Liite 2: Haastattelurunko suuryritykset
Liite 3: Haastattelurunko matkailuyritykset
Liite 4: Asiakaspersoonat

1 Johdanto

Iisalmen kaupungin hallinnoima Kasvua ja kansainvälistymistä vastuulliseen matkailuun -hanke toteutti ostopalveluna alueen verkostoyhteistyömallin palveluiden ostajien ja tuottajien välille, osana hankkeen työpakettia 1. Verkostoyhteistyömalli on osa työpakettiin 1 kuuluvaa Verkostojohtamisen mallia, joka toteutettiin rinnakkain verkostoyhteistyömallin kanssa.

Kasvua ja kansainvälistymistä vastuulliseen matkailuun -Hankkeen keskeisenä tavoitteena on tukea Ylä-Savon matkailualan yritysten kasvua vahvemman verkostoitumisen, organisoitumisen ja yhteistyön kautta. Vastuullinen tuotteiden ja palveluiden kehittäminen sekä asiakaskokemuksen parantaminen kaikilla tasoilla luo yritys kohtaista kasvua ja kannattavuutta sekä edistää kestävän matkailun tavoitteita. Hankkeen toiminta-aika on 1.1.2024-30.6.2026.

Toimeksiannon tavoitteena oli luoda alueen teollisten kärkiyritysten (myöhemmin suuryritykset) ja matkailualan yritysten/toimijoiden välille yhteistyömalli, jotta alueen suuryritysten palvelutarpeet ja matkailuyritysten tarjonta kohtaisivat paremmin. Lisäksi tavoitteena oli, että matkailualan toimijat tunnistavat alueen kärkiyritysten asiakkaat/liikematkailijat yhtenä kohderyhmänä sekä pystyvät laadukkaasti ja vastuullisesti tuottamaan heille palvelujaan.

Yhteistyömallin tavoitteena on edistää tiivistä yhteistyötä eri toimijoiden välillä ja yhteistyön kehittämisen avulla pyritään vahvistamaan matkailualan verkostoja ja luomaan synergiaetuja.

Toteutussuunnitelmana oli kartoittaa alueen suuryritysten sekä matkailuyritysten toiveet ja tarpeet yhteistyön tiivistämiseksi. Työmenetelmänä oli yrityskohtaiset haastattelut, joita toteutettiin toimeksiannon aikana yhteensä 13. Haastatteluihin osallistui kaikkiaan 15 henkilöä. Lisäksi kartoitettiin suuryritysten kysynnän ja matkailuyrityksien palvelutarjonnan kysynnän kohtaamista. Työmenetelmänä oli työpajan toteuttaminen, johon osallistui 3 suuryrityksen edustajaa ja 20 matkailuyrityksen edustajaa.

Toimeksiannon lopputulokseen vaikuttivat käytettävissä olevat lähtöaineistot, haastatteluiden ja työpajan tulokset sekä asiantuntijoiden aluetuntemus, osaaminen ja kokemus aiheeseen liittyen.

Selvitystyö toteutettiin ostopalveluna NordicMarketing Finland Oy:n toimesta. Asiantuntijoina toimivat Suvi Ahola ja Greta Tanskanen. Toteutusaika oli huhti-kesäkuussa 2024.

Yhteistyömalli alueen teollisten suuryrityksien ja matkailuyrityksien välillä

Toteuttamiskuvauk





2 Taustaa ja nykytila

Iisalmi ja tienoot on alueellinen matkailumarkkinointitoimija. Virallisesti se on Iisalmen kaupunkialueen kehittämissyhdystys Iiden ry:n alaisuudessa toimiva matkailujaosto, jonka toiminnan tavoitteena on alueen houkuttelevuuden lisääminen, matkailun kehittäminen ja yrittäjien yhteistyö sekä verkostoituminen alueella ja maakunnassa.

Kun tarkastellaan Iisalmi ja tienoot verkoston ja yhteistyön nykytilaa, voidaan tunnistaa useita eri tason verkostoja, joiden kanssa yhteistyötä tehdään tai pitäisi tehdä. Huomioitavaa on, että Iisalmi ja tienoot matkailuverkosto toimii koko matkailunkentän ytimessä ollen tärkein yhteistyötaho paikallisille matkailutoimijoille sekä muille tahoille, jotka välillisesti matkailusta hyötyvät ml. teolliset kärkiyritykset.

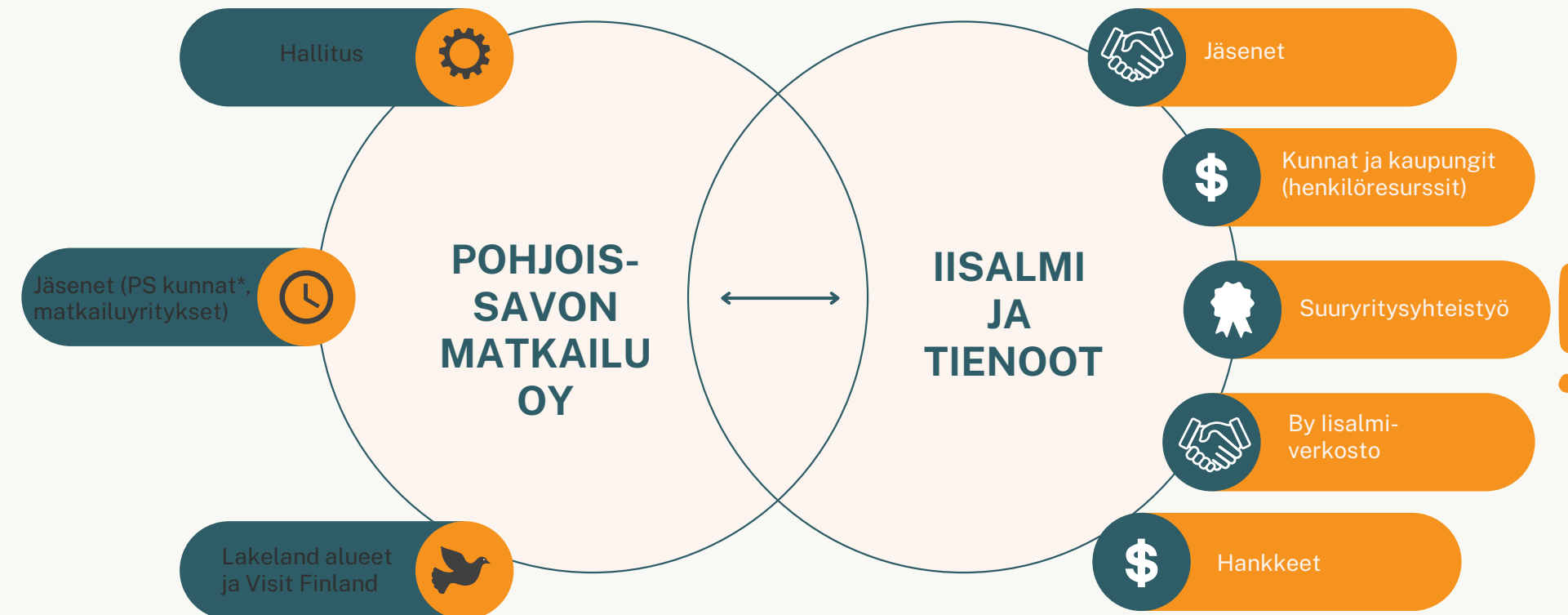


Yhteistyö paikallisten suuryrityksien ja matkailuyrityksien välillä on merkittävä ja ainutlaatuinen lisä Iisalmi ja tienoot verkoston toiminnassa. Suuryritysyhteistyön yhtenä tavoitteena on luoda konkreettista liiketoiminnallista hyötyä jäsenistölle ja parantaa palveluiden ja tuotteiden laatutasoa myös kv-asiakkaat huomioiden.

Yhteistyötä matkailuyrityksien ja teollisten suuryrityksien kanssa tehdään jo, mutta siinä on havaittu selkeitä haasteita ja ongelmakohtia, joita on pyritty tämän toimeksiannon myötä ratkaisemaan. Ongelmakohtat ja ratkaisuehdotukset on kuvattuna kohdassa O7.

Kaikkien toimijoiden yhteisenä tavoitteena on yhteistyön tiivistäminen sekä kärkiyritysten palvelutarpeiden ja matkailuyritysten tarjonnan parempi kohtaaminen.

Verkostojohtamisen malli Verkostoon kuuluvat tahot



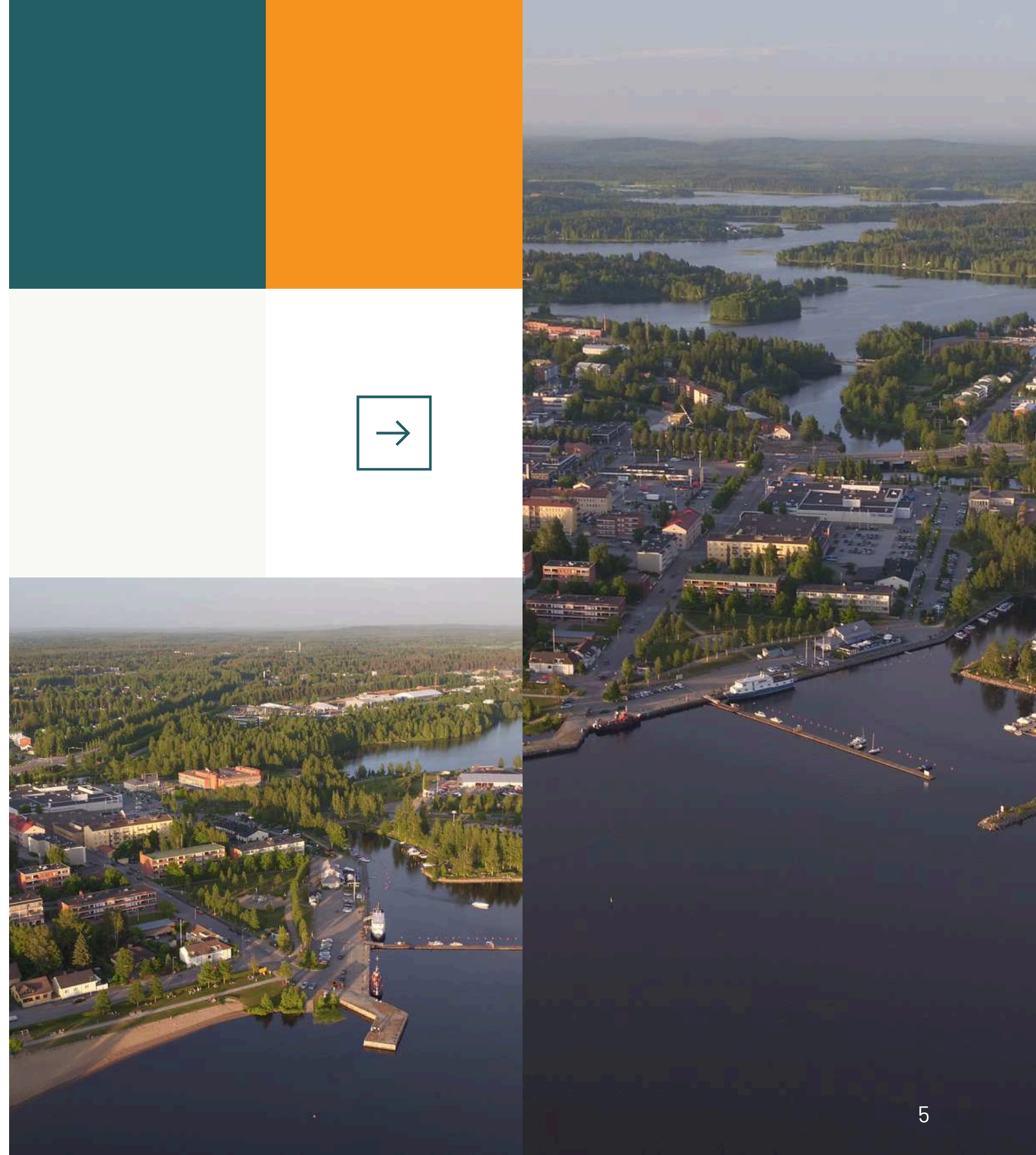
*pois lukien Varkaus ja Joroinen

3 Benchmarking

Case: Työmatkailu, teollisuusmatkailu, koulutusmatkailu, technical visits

Tässä benchmarkingissa nostettiin esille esimerkkejä muista matkailumuodoista kuin perinteisestä vapaa-ajan matkailusta ja etsittiin yhtymäkohtia eri matkailumuotojen välillä. Tavoitteena on lisätä ymmärrystä matkailun merkityksestä ja hyödyistä kokonaisvaltaisesti matkailun muodosta riippumatta.

Esimerkeiksi nostettiin työmatkailu, teollisuusmatkailu, koulutusmatkailu sekä technical visits, joiden kasvattamiseen ja kehittämiseen myös Ylä-Savon seudulla on paljon potentiaalia.



Esimerkkejä eri matkailun muodoista



01

Työmatkailu

Työmatkailu liittyy ammatillisiin tarkoituksiin, kuten kokouksiin, seminaareihin ja koulutuksiin. Se voi olla sekä kansallista että kansainvälistä.

Ylä-Savon seudulla on paljon työmatkailua, josta matkailutoimijat hyötyvät esimerkiksi majoitus- ja ravintolapalveluiden tarjoamisen muodossa. Laajentamalla yhteistyötä esim. erilaisten ohjelmapalveluiden puolelle matkailuyritykset voivat hyötyä työmatkailijoista vielä nykyistä enemmän.

02

Teollisuusmatkailu

Teollisuusmatkailu keskittyy yritysten toimintaan ja tuotantoprosesseihin. Esimerkiksi tehdaskierrokset ja tekniset vierailut ovat osa tätä matkailumuotoa.

Teollisuusmatkailu ja sen kehittäminen voisivat tarjota myös Ylä-Savon seudulle mahdollisuuden laajentaa matkailupalveluita perinteisen vapaa-ajan matkailun ulkopuolelle. Teollisuusmatkailu voisi tuoda alueelle uusia liiketoimintamallisuuksia ja uusia kohderyhmiä.

03

Koulutusmatkailu

Koulutusmatkailu voi olla ammatillista koulutusta tai opiskelijavaihtoa. Se voi liittyä mm. kielenopiskeluun, kulttuurin tuntemiseen tai alan erikoistumiseen. Myös yritysvierailut ja teollisuuskierrokset voivat olla osa koulutusmatkailua. Ammatillaiset tai opiskelijat voivat vierailla yrityksissä, tehtaissa tai muissa työpaikoissa oppiakseen enemmän toimialasta, teknologioista tai liiketoimintakäytännöistä.

Ylä-Savon seudulla on jo jonkin verran koulutusmatkailua, joka koostuu paikallisten suuryrityksien henkilökunnasta ja heidän kouluttamisestaan.

04

Technical visits

Technical visit (tekninen vierailu) tuotteessa järjestetään vierailuja teknisiin kohteisiin, kuten teollisuuslaitoksiin, tutkimuskeskuksiin, tuotantolaitoksiin, energia-alan yrityksiin tai muihin teknologisesti merkittäviin paikkoihin. Vierailut on suunnattu erityisesti ammattilaisille, opiskelijoille, tutkijoille ja muille, jotka ovat kiinnostuneita syventämään tietämystään tietyistä teknologioista, prosesseista ja teollisuudenaloista.

Technical visit on esimerkki matkailutuotteesta, jossa kaupunki/kunta, teollisuus ja matkailuyritykset tekevät usein yhteistyötä.

Yhtymäkohdat vapaa-ajan matkailuun:

- Asiakkaiden tunnistaminen: Kaikissa matkailumuodoissa on tärkeää tunnistaa asiakkaiden tarpeet ja odotukset.
- Verkostoyhteistyö: Yhteistyö muiden toimijoiden kanssa parantaa matkailupalveluiden laatua ja monipuolisuutta.
- Palveluiden räätälöinti: Matkailijoiden yksilölliset tarpeet huomioon ottava palvelu on tärkeää niin vapaa-ajan kuin muidenkin matkailumuotojen kohdalla.
- Laadunhallinta: Laadukkaat palvelut ovat olennainen osa kaikkea matkailua. Hyvä laatu lisää asiakastytyväisyyttä ja houkuttelee uusia matkailijoita


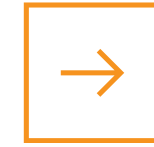

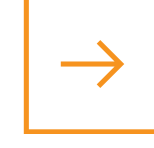
Hyödyt: matkailuyritykset & teollisuusyritykset



Miten matkailuyritys voi hyötyä seudun teollisuusyrityksistä?

-  **Ympärivuotisen matkailun kasvattaminen**
Yhteistyö teollisten yritysten kanssa antaa mahdollisuuden ympärivuotisen matkailun kasvattamiseen.
-  **Erilaisten asiakasryhmien palveleminen**
Teollisten yritysten vieraiden palveleminen nostaa matkailuyrityksen ymmärrystä ja osaamista eri asiakasryhmistä ja heidän tarpeistaan.
-  **Tuotekehitys ja tuoteinnovaatiot**
Yhteistyö teollisten yritysten kanssa edesauttaa asiakaslähtöistä tuotekehitystä ja voi synnyttää tuoteinnovaatioita, joita voidaan hyödyntää myös perinteisessä vapaa-ajan matkailussa.
-  **Yritysvierailut ja teollisuusturismi**
Matkailuyritykset voivat järjestää vierailuja teollisuusyrityksiin, kuten tehtaisiin ja tuotantolaitoksiin. Tämä voi houkutella matkailijoita, jotka ovat kiinnostuneita oppimaan lisää teollisuuden prosesseista ja innovaatioista. Matkailuyritykset voivat sisällyttää vierailut osaksi matkailupakettejaan.
-  **Paikallistalous ja infrastruktuuri**
Teollisuusyritykset voivat parantaa paikallistaloutta ja infrastruktuuria, mikä hyödyttää matkailualaa. Parempi infrastruktuuri, kuten tieverkosto, julkinen liikenne ja palvelut, tekee matkailukohteista helpommin saavutettavia ja houkuttelevampia.

Miten teollisuusyritys voi hyötyä seudun matkailusta/matkailijoista?

-  **Yhteistyö paikallisten palveluntarjoajien kanssa**
Paikalliset matkailuyritykset voivat olla kumppaneita tarjoten majoitus-, ravintola- ja oheispalveluja.
-  **Työnantajamielikuva**
Paikallisten teollisuusyritysten osallistuminen matkailutoimintaan voi parantaa niiden imagoa työnantajina.
-  **Brändin tunnettuus**
Teollisuusyritykset voivat käyttää matkailijoita osana markkinointistrategiaansa.
-  **Yritysvierailut ja teollisuusturismi**
Tarjoamalla opastettuja kierroksia tuotantolaitoksiin ja esittelemällä yrityksen toimintaa, teollisuusyritykset voivat lisätä kiinnostusta toimialaansa ja edistää teknologian ja osaamisen ymmärrystä.
-  **Paikallistalous ja infrastruktuuri**
Matkailu voi tuoda alueelle taloudellista kasvua, joka hyödyttää myös teollisuusyrityksiä. Parantunut infrastruktuuri, kuten tieverkosto ja palvelut, voi helpottaa logistiikkaa ja työntekijöiden liikkumista.

4 Suuryrityksien toiveet ja tarpeet

Alueen suuryrityksien tarpeita ja toiveita matkailuelinkeinon suuntaan selvitettiin henkilökohtaisilla haastatteluilla. Kysymykset painottuivat nykytilaan, suurimpiin haasteisiin ja toiveisiin sekä yhteistyön resursointiin.

4.1 Yhteenveto haastatteluista

Tämä on asiantuntijan laatima yhteenveto kaikista haastatteluista, yksittäisiä vastauksia ei raportoida luottamukselliseen toimintatapaan viitaten. Haastatteluista tehtiin yhteensä neljä ja ne toteutettiin Teams haastatteluina sähköistä kyselyrunkoa noudattaen. Kysymyksiä ei lähetetty haastateltaville etukäteen. Suuryrityksille ja matkailuyrityksille oli omat erilliset kysymykset.

Ensimmäiset kysymykset koskivat liikematkavieraita/vierailuita mm. määrää, viipymää, sesonkia ja motiiveja.

Yhteensä yrityksissä käy liikematkavieraita vuositasolla useita tuhansia, keskimäärin 1–4 ryhmää kuukaudessa per yritys. Vierailijat ovat pieniä ryhmiä, yleisin ryhmä koko oli 2–10, yhdellä yrityksellä ryhmäkoko vaihteli välillä 2–20. Vierailijoita on ympärivuotisesti ja niiden viipymä on keskimäärin 1–3 vuorokautta. Kaikilla vastaajista vieraita on ympäri maailman, mutta kolmella vastaajista tärkeimmäksi markkina-alueeksi nousi Eurooppa. Muita markkina-alueita mainittiin mm. Aasia, Skandinavia, Baltian maat, Etelä-Amerikka ja Lähi-Itä. Vierailuiden pääasialliset syyt vaihtelivat vastaajista riippuen, syiksi mainittiin mm. Linja- ja tuotantomalleihin tutustuminen, auditoinnit, tehdasvierailut, kokoukset ja koulutukset sekä yritykseen, toimintatapoihin, toimintaympäristöön ja ihmisiin tutustuminen. Pääasiallisesti vieraat yöpyvät joko hotellissa tai suuryritysten omissa vieraistaloissa. Suurimmalle osalle vierailijoista järjestetään oheisohjelmaa suuryrityksen edustajan toimesta.

Kysyttäessä kokemuksia aiemmasta yhteistyöstä matkailutoimijoiden kanssa haastateltavat vastasivat, että yhteistyö on sujunut hyvin, mutta haasteita on palveluiden saatavuudessa sekä tasalaatuisuudessa. Koettiin, että yhteishenki on hyvä ja verkostoituminen on mennyt parempaan suuntaan. Huomiona kuitenkin se, etteivät kaikki tunne vielä kaikkia eikä näin ollen palvelutarjontaa tunneta riittävän hyvin.

Suurimmiksi tunnistetuiksi haasteiksi yhteistyössä koettiin seuraavat asiat:

- Ostettavuus
 - puutteelliset tuotekuvaukset
 - kieliversioiden puute
 - selkeä hinta
 - tieto saatavuudesta
 - tieto saavutettavuudesta
- Laatuasoia
 - Vaihteleva laatuaso
 - Kielitaito
- Markkinoinnin puuttuminen
 - Markkinointi yrityksiltä suuryrityksen suuntaan olisi toivottavaa

Yhteistyön edistämiseksi listattiin seuraavia asioita:

- Selkeät ja riittävän tarkat tuotekuvaukset myös englanniksi
- Yhteystiedot selkeästi esille
- Saatavuustiedot tärkeitä
- Tuote-esimerkkejä räätälöinnin tueksi, enemmän vaihtoehtoja (helpompi ostaa) ja selkeästi yhdestä paikasta ostettavissa
- Laajemman verkoston aktiivisuutta toivotaan
- Ymmärryksen lisääminen yhteistyön hyödyistä
- Ideoiden ja ajatusten konkretisointia

Kaikilla haastateltavilla on tahtotila siihen, että paikallisia toimijoita ja Iisalmi ja tienoot -verkostoa pystyisi hyödyntämään ja suosimaan tulevaisuudessa nykyistä enemmän. Kaikki myös vastasivat, että yhteistyön tiivistämiseksi voisi löytyä myös aikaa/henkilöresurssia, mikäli asioista sovitaan hyvissä ajoin.

Kysyttäessä onko mielessä jokin tietty palvelu tai tuote, mikä puuttuu markkinoilta ja mille olisi selkeä tarve, saatiin seuraavanlaisia vastauksia:

- Vesistöön liittyvät tuotteet
- Paikallisuuteen, arjen ympärille rakennetut tuotteet
- Lähiruoka, paikallisuus
- Paikallinen "isännöinti/emännöinti"
- Moottorikelkkailu
- Maatilavierailu
- Kokonaiset matkapaketit ostettaviksi
- Huomioitava, että usein vierailulla ei ole sopivia varusteita, joten se jo pelkästään ostamisen este
- Historian hyödyntäminen
- Säästä riippumaton paikka keskustassa

Avoimissa kommentteissa nousi esille uudelleen se, että tahtotila yhteistyön tiivistämiseen ja paikallisten toimijoiden hyödyntämiseen on olemassa. Pidettiin hyvänä asiana, että yhteistyön kehittämiseen panostetaan. Lisäksi toivottiin lisää resursseja Iisalmi ja tienoot -verkoston pyörittämiseen. Uusia tuotteita pitää kehittää: potentiaalia luonnossa, vesistöissä, ja esim. leirikouluissa. Digitaalisuuteen tulisi myös panostaa.

Kaikki kysymykset ovat nähtävissä liitteenä olevasta haastattelurungosta.

5 Matkailuyrityksien toiveet ja tarpeet

Alueen matkailuyritysten tarpeita ja toiveita suuryrityksien suuntaan selvitettiin henkilökohtaisilla haastatteluilla. Kysymykset painottuivat nykytilaan, kv-valmiuksiin, suurimpiin haasteisiin ja toiveisiin sekä yhteistyön resursointiin.

5.1 Yhteenveto haastatteluista

Tämä on asiantuntijan laatima yhteenveto kaikista haastatteluista, yksittäisiä vastauksia ei raportoida luottamukselliseen toimintatapaan viitaten. Haastatteluja tehtiin yhteensä yhdeksän ja ne toteutettiin Teams haastatteluina sähköistä kyselyrunkoa noudattaen. Kysymyksiä ei lähetetty haastateltaville etukäteen. Matkailuyrityksille ja suuryrityksille oli omat erilliset kysymykset.

Suurin osa vastaajista on tehnyt suuryritysten kanssa yhteistyötä, mutta painotus on ollut kotimaisissa asiakkaisissa ja/tai suuryritysten henkilöstössä. Yhteistyö kansainvälisten vieraiden osalta on ollut toistaiseksi melko vähäistä ja se on painottunut majoitus- ja ruokailupalveluihin. Vastaajilla ei ollut tarkkaa tietoa millaisia kansainvälisiä vieraita suuryrityksillä käy. Suurin osa vastasi, että pieni aavistus tai pinnallista tietoa on, mutta kaikki toivoivat saavansa vieraista tarkempaa tietoa.

Suurimmiksi tunnistetuiksi haasteiksi yhteistyössä koettiin seuraavat asiat:

- Ei tiedetä ketä kontaktoida
- Ei pystytä vastaamaan kysyntään
- Ei tunneta suuryritysten tarpeita ja toiveita eikä suuryritykset tunne matkailuyrityksien tarjontaa
- Kokemuksen puute isojen ryhmien kanssa toimimisesta
- Yhteistyö ei ole kovin vuorovaikutteista

Yhteistyön edistämiseksi listattiin seuraavia asioita:

- Selkeä kontaktihenkilö
- Yhteistä ideointia tarjontaan vastaamaan kysyntään
- Toivotaan, että yritykset tulisivat tutustumaan tuotteisiin
- Yhteiset tilaisuudet ja tutustuminen
- Yritysten tarpeiden tunnistamista
- Avoin vuorovaikutus
- Luottamuksen rakentaminen ja laadun varmistaminen

Kaikki kysymykset ovat nähtävissä liitteenä olevasta haastattelurungosta.



6 Suuryrityksien palvelutarpeiden ja matkailuyrityksien tarjonnan kohtaaminen ja toimijoiden sitouttaminen

Suuryritysten palvelutarpeiden kysynnän ja matkailuyritysten tarjonnan kohtaamista selvitettiin haastatteluiden lisäksi työpajan avulla, johon osallistui sekä suuryritysten edustajia että matkailuyrityksiä. Työpajassa tavoitteena oli myös toimijoiden sitouttaminen entistä tiiviimpään yhteistyöhön.

Työpajassa keskityttiin yhteistyön nykytilaan, esteisiin/haasteisiin sekä näiden ratkaisuihin ja yhteistyön kehittämiseen jatkossa. Lisäksi työpajassa profiloitiin nykyiset ostajat eli suuryrityksen edustajat sekä suuryritysten asiakkaat asiakaspersooniksi tuotekehitystyön perustaksi.



6.1 Yhteenveto työpajasta

Työpajassa työskenneltiin neljässä eri ryhmässä. Kahdessa ensimmäisessä ryhmässä työstettiin asiakaspersoonia työpohjan mukaisesti: suuryrityksen ostaja/edustaja (RYHMÄ 1) sekä tyypillisin suuryrityksen kv-vieras (RYHMÄ 2).

Asiantuntijat jatkojalostivat näitä työpajassa syntyneitä persoonia, jotka ovat liitteenä.

Ryhmä 1

**Tehtävänä:
Suuryritysten ostaja /
edustaja**

TULOS: Anna Virtanen

Ryhmä 2

**Tehtävänä:
Tyypillisin suuryrityksen
kv-vieras**

TULOS: Thomas Muller

Lisäksi työpajassa pohdittiin yhteistyön tiivistämistä kahden ryhmän voimin (ryhmät 3-4), joissa tunnistettiin esteet/haasteet ja etsittiin niihin ratkaisuja työpohjan mukaisesti.

RYHMÄ 3:

Matkailuyritys esteet/haasteet	Ratkaisu
Ei tunneta kontaktihenkilö yrityksessä	Verkostoitumistapahtumat ja kontakti-listat
Suuryrityskohtaisten tarpeiden kuunteleminen ja palveluiden muokaaminen sen mukaan	
Kielitaito	Rallienglanti riittää ja yleensä yrityksellä oma emäntä mukana
Suuryritykset esteet/haasteet	Ratkaisu
Tuotteistaminen ja paremmat tuotekuvaukset	
Helpompi ostettavuus (saatavuus, hintatiedot yms.)	
Ohjelmaan käytettävä aika on rajallinen ja iltapainoitteinen=saatavilla olevat valmiit tuotteet usein päivällä. Tuotteita mukautettava. Varusteet-->liti hallinnoi?	Tuotteita mukautettava vastaamaan kysyntää



RYHMÄ 4:

Yhteistyö jatkossa (ryhmä 3-4):

- **Säännölliset yrityskierrokset**
- **Tutustuminen puolin ja toisin, yritysvierailut**
- **Yhteen hiileen puhaltaminen, ei jumita omiin nurkkiin. Koskee molempia osapuolia**
- **Rakennetaan tuotteet yhdessä kumppanien kanssa, vaatii verkostoitumista**

Matkailuyritys esteet/haasteet	Ratkaisu
Suuryritykset ei tiedä mitä tarjolla	Markkinointi
Tarkat tuotekuvaukset ja tarpeet (kesto, hlömäärä, budjetti jne)	Vuoropuhelu
Erialaisten kohderyhmien tarpeiden tunnistaminen	Asiakaspersoonat
Ei olla riittävän hyviä	Ainakin luullaan niin
Ei pystytä itse tuottamaan koko pakettia	Tiiviimpi yhteistyö matkailuyrityksen välillä, mutta mistä kaverit?



7 Johtopäätökset ja ratkaisuehdotukset

Haastatteluiden ja työpajojen myötä tunnistettiin yhteisesti yhteistyön haasteita, joihin yhdessä etsittiin ratkaisuja. Jo pelkästään näillä seuraavaksi esitetyillä toimenpiteillä uskotaan olevan positiivisia vaikutuksia osapuolten väliseen yhteistyöhön sekä yhteishengen ja luottamuksellisen yhteistyön rakentamiseen. Seuraavilla sivuilla on yhteenveto tunnistetuista ongelmakohtista ja ratkaisuehdotuksista.

7.1 YHTEENVETO TUNNISTETUISTA ONGELMAKOHDISTA JA RATKAISUEHDOTUKSET | Suuryritykset

Haaste	Ratkaisu	Vastuu
Ei tunneta matkailutoimijoita eikä palvelutarjontaa riittävän hyvin	Tutustumiskäynnit ja esittelytilaisuudet matkailuyrityksissä vuosittain, online ja kasvokkain.	Iisalmi ja tienoot toiminnan vetäjä koordinoi toimenpiteet.
Ostettavuus (tuotekuvaukset, hinta, saatavuus, kieliversiot, ostopaikka)	Kannustetaan matkailuyrityksiä panostamaan ostettavuuden kehittämiseen. Laaditaan Iisalmi ja tienoot "standardi" tuotekorttimalli, jossa huomioitu vaadittavat asiat ostettavuuden helpottamiseksi. Iisalmi ja tienoot verkkosivuille oma osio b2b - palveluille. Edunvalvonta	Iisalmi ja tienoot toiminnan vetäjä, yritykset
Laajemmat tuotepaketit ja tuotteiden mukauttaminen tarpeita vastaaviksi	Säännöllinen vuorovaikutus matkailuyritysten ja suuryritysten välille, jotta kysyntä ja tarjonta kohtaavat paremmin. Tarvelähtöinen tuotteistaminen ja esimerkkejä laajemmista ohjelmista esille, joita ostaja voi itse koota. Muodostetaan "tuotteistamisen työryhmä" suuryrityksien ja matkailuyrityksien edustajista ja varmistetaan säännöllinen työskentelytapa esim. 2 krt/vuodessa.	Suuryritykset ja matkailuyritykset, Iisalmi ja tienoot toiminnan vetäjä koordinoi
Laatutaso (tasalaatuisuus, kielitaito)	Säännölliset tuotetestaukset ja auditoinnit matkailuyrityksissä esim. 1 krt/vuodessa. Suositus laatujärjestelmistä matkailuyrityksille ja systemaattisesta asiakkaan kuuntelusta sekä suositusten nostamisesta esille. Täsmäkoulutukset yrityksille kielitaidon parantamiseksi.	Iisalmi ja tienoot toiminnan vetäjä, matkailuyritykset, suuryritykset
Markkinoinnin puuttuminen	Kannustetaan matkailuyrityksiä markkinoimaan suoraan omia palveluitaan myös suuryrityksille. Huolehditaan, että matkailuyritykset päivittävät verkkosivunsa ajantasaisiksi ja sisällöt ovat houkuttelevia ja vastaa kysyntää.	Matkailuyritykset

henkilöresurssit



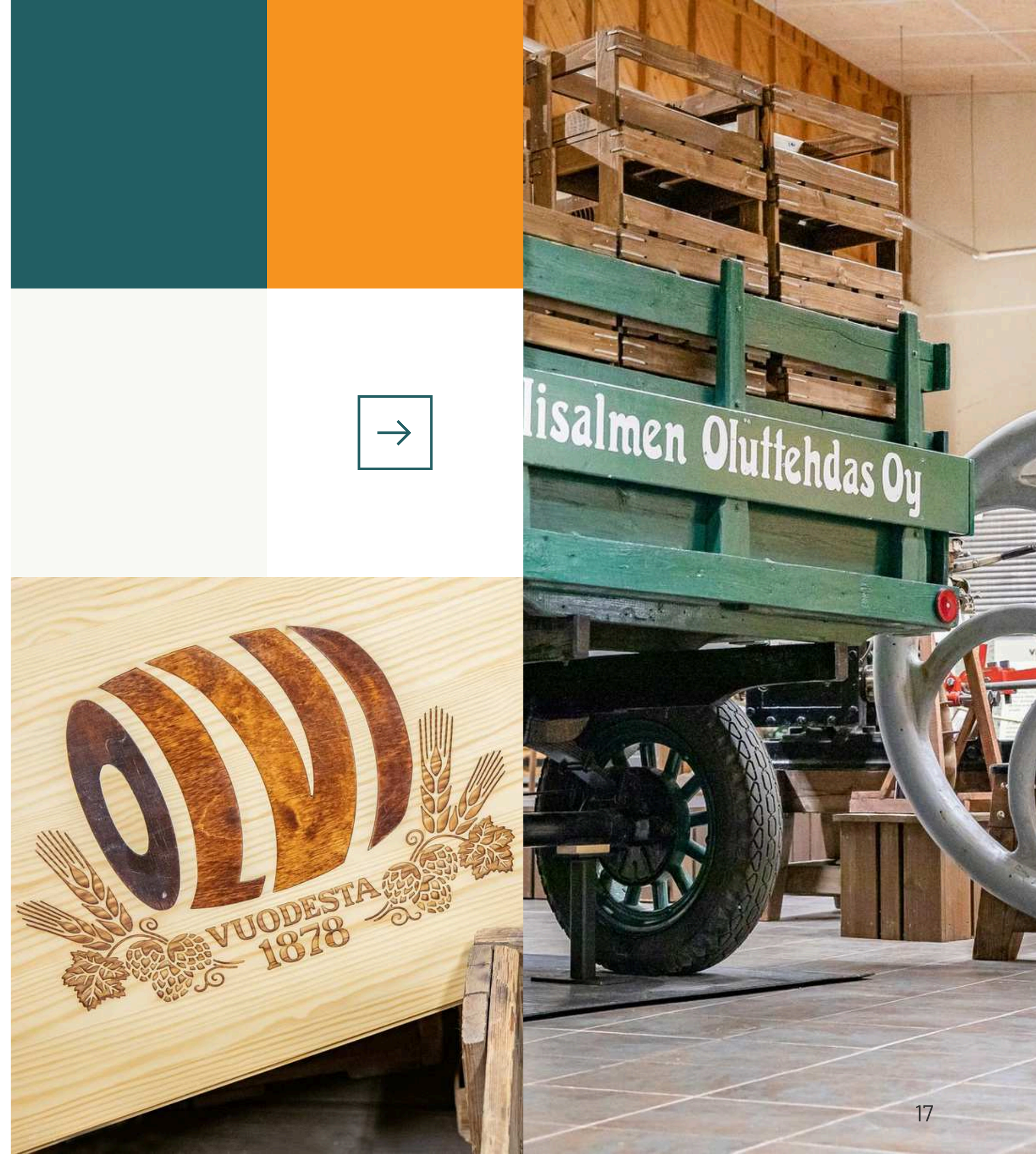
7.1 YHTEENVETO TUNNISTETUISTA ONGELMAKOHDISTA JA RATKAISUEHDOTUKSET | **Matkailu yritykset**

Haaste	Ratkaisu	Vastuu
Ei tiedetä ketä kontaktoida/kuka on oikea kontaktihenkilö	Nimetään jokaisesta suuryrityksestä vastuuhenkilö ja lisätään yhteystietolista yhteisesti matkailu yritysten saataville.	Iisalmi ja tienoot toiminnan vetäjä
Ei tunneta suuryritysten tarpeita ja tunne siitä, ettei ei pystytä vastaamaan kysyntään	Säännölliset verkostoitumistilaisuudet, tutustumiskäynnit ja esittelytilaisuudet matkailu yrityksissä vuosittain. Tarvelähtöinen tuotteistaminen tai laajempien ohjelmien esittely. Muodostetaan "tuotteistamisen työryhmä" suuryrityksien ja matkailu yritysten edustajista ja varmistetaan säännöllinen työskentelytapa esim. 2 krt/vuodessa.	Suuryritykset ja matkailu yritykset, Iisalmi ja tienoot toiminnan vetäjä koordinoi
Yhteistyö ei ole vuorovaikutteista	Yhteystietolistat ja säännölliset verkostoitumistilaisuudet, jotta tutustuminen ja vuorovaikutuksen lisääminen on mahdollista.	Suuryritykset ja matkailu yritykset, Iisalmi ja tienoot toiminnan vetäjä koordinoi
Kokemuksen puute isojen ryhmien kanssa toimimisesta	Kysynnän parempi tunnistaminen (Suuryritysten kv-vieraat ovat pieniä ryhmiä). Asiakaspersoonien muodostaminen.	Iisalmi ja tienoot toiminnan vetäjä
Riittävä kielitaito	Täsmäkoulutukset yrityksille kielitaidon parantamiseksi ja/tai kielitaitoisten harjoittelijoiden/opiskelijoiden rekrytointi.	Matkailu yritykset, Iisalmi ja tienoot toiminnan vetäjä koordinoi
Erilaisten kohderyhmien tunnistaminen ja tarkat tuotekuvaukset vastaamaan näiden tarpeita	Asiakaspersoonien muodostaminen. Muodostetaan "tuotteistamisen työryhmä" suuryrityksien ja matkailu yritysten edustajista ja varmistetaan säännöllinen työskentelytapa esim. 2 krt/vuodessa.	Matkailu yritykset, suuryritykset, Iisalmi ja tienoot toiminnan vetäjä koordinoi
Tuotteistamisessa ei riittävästi yhteistyötä houkuttelevien pakettien rakentamiseksi	Säännöllinen vuorovaikutus matkailu yritysten ja suuryritysten välille, jotta kysyntä ja tarjonta kohtaavat paremmin. Rääpäköitävien pakettien kehittäminen yhteistyössä. "Tuotteistamisen työryhmä"	Suuryritykset ja matkailu yritykset, Iisalmi ja tienoot toiminnan vetäjä koordinoi

8 Tulos: Käytännönläheinen yhteistyömalli alueen yritysten ja matkailuyritysten välillä

Yhteistyömallin rakentaminen edistää yhteistyön tiivistymistä seudun matkailutoimijoiden ja suuryritysten välillä. Yhteistyön toteuttamiseen tulee säännönmukaisuus ja selkeät yhteiset toimenpiteet vuositason tasolla. Toimenpiteiden myötä toimijat oppivat tuntemaan toisensa sekä toistensa tarpeet ja palvelutarjonnan paremmin. Tämä kannustaa suuryrityksiä hyödyntämään seudun matkailuyrityksiä aktiivisemmin ja matkailuyrityksiä puolestaan tuotteistamaan palvelutarjontaa vastaamaan yritysten tarpeita. Näin saadaan suuryritysten kansainväliset vierat pysymään seudun palveluiden äärellä ja mahdollisesti myös palaamaan seudulle uudelleen.

Yhteistyömalli synnyttää myös välillisiä hyötyjä alueella, kun alueen matkailuyrityksien yleiset kansainvälistymisvalmiudet ja kansainvälinen osaaminen vahvistuu ja kasvaa. Samalla alueen matkailupalveluiden laatu kasvaa, mikä lisää asiakkaiden asiakastyytyväisyyttä ja alueen yleistä houkuttelevuutta kansainvälisten asiakkaiden silmissä. Kun kansainvälinen osaaminen on yritysten keskuudessa riittävän korkealla tasolla ja alueella on tarjolla riittävän laadukkaita kansainvälisille asiakkaille soveltuvia tuotteita myös alueen kiinnostavuus kansainvälisten matkanjärjestäjien keskuudessa kasvaa.





Yhteistyömalli

Mitä?

- Tahtotilasopimus sisältäen roolit ja vastuut sekä toimenpiteet tiiviimmän yhteistyön syntymiseksi. Sopimuksesta laadittiin tässä toimeksiannossa runko, jonka suuryritykset ja lisalmi ja tienoot verkoston vetäjä allekirjoittavat.

Kuka?

- Seudun matkailutoimijat ja teolliset suuryritykset, lisalmi ja tienoot johtaa verkostojen välistä yhteistyötä.

Miten?

- Yhteisesti sovitut toimenpiteet vuosittain, vastuut määritellään toimenpidekohtaisesti.

Millä resursseilla?

- Matkailutoimijoiden ja suuryritysten määritellyt yhteyshenkilöt, lisalmi ja tienoot toiminnan vetäjä.

MITÄ, KUKA, MITEN, MILLÄ RESURSSILLA?

NÄIN TEEMME YHTEISTYÖTÄ JATKOSSA!

TAHTOTILASOPIMUS

Lisätään osapuolten verkostoitumista ja tietoisuutta toistensa tarpeista, parannetaan palveluiden laatua ja tehostetaan niiden käyttöä!



SUURYRITYKSET

SOVITUT TOIMENPITEET

1. Yhteyshenkilöt
2. Säännölliset yritysvierailut ja verkostoituminen
3. Tuotteistamisen työryhmä
4. Ostettavuus ja suosittelu



MATKAILUTOIMIJAT

LAATU

TEHOKKUUS

TULOS

1. Yhteistyö tiivistyy, palvelut ja laatu kehittyvät, ja vastaa kysyntää
2. Alueen vetovoima kasvaa
3. Alataloudelliset vaikutukset paranevat



9 Jatkoaskeleet

- Jatkokeskustelut toimeksiannon tuloksesta
- Yhteistyösopimus hyväksytetään ja osapuolet sitoutetaan
- Yhteistyö käyntiin sovituilla vastuilla
- Säännöllinen seuranta ja yhteistyömallin muokkaaminen tarvittaessa

LIITE 1: LISTA HAASTATETAVISTA



TEOLLISET SUURYRITYKSET

Olvi Oyj, Iisalmi
Normet Oy, Iisalmi
Ponsse Oyj, Vieremä
Profile Vehicles Oy, Iisalmi



MATKAILUYRITYKSET

Hanhenlento
Hotel Golden Dome
Jokiniemen Matkailu
Madfest
Nuorisokeskus Metsäkartano
Oivallusvaara/Vaarojen majat
Ravintola Iltalypsy
Ruukin Tupa
Sokos Hotel Koljonvirta

LIITE 2: HAASTATTELURUNKO SUURYRITYKSET (1/3)

KYSYMYS	VASTAUS/VASTAUSVAIHTOEHDOT	KYSYMYS	VASTAUS/VASTAUSVAIHTOEHDOT
Nimi ja organisaatio, työpisteen sijainti		Mihin vuodenaikaan vierailut painottuvat? (kevät, kesä, syksy, talvi)	
Mikä on kansainvälisten liikematkavieraiden määrä (yhteensä) vuodessa, tai kuinka paljon teillä käy ryhmiä esim. kuukaudessa?		Millaisia vierailijat ovat: ryhmä vai yksittäisiä henkilöitä (FIT)? Jos ryhmiä, minkäkokoisia?	
Miltä markkina-alueelta kansainväliset asiakkaanne tulevat? (3 tärkeintä)		Missä vieraat pääasiallisesti yöpyvät? (hotelli, jokin muu majoitusmuoto)	
Mikä on vierailun pääasiallinen syy? (1-3 tärkeintä)		Kuinka suurelle määrälle vieraista järjestetään muuta oheisohjelmaa?	
Kuinka pitkään vieraat keskimäärin viiptyvät? (vrk)		Millaisia aktiviteetteja ja elämyksiä ohjeisohjelma yleensä pitää sisällään? Mitkä ovat tarpeet?	

Myös avoimet kommentit olivat haastatteluissa tervetulleita.

LIITE 2: HAASTATTELURUNKO SUURYRITYKSET (2/3)

KYSYMYS	VASTAUS/VASTAUSVAIHTOEHDOT	KYSYMYS	VASTAUS/VASTAUSVAIHTOEHDOT
Kuka pääasiallisesti hoitaa majoitus- ja oheishjelmajärjestelyt? Suuryrityksen edustaja vai vieras itse?		Etsittekö matkailupalveluita/aktiviteetteja Iisalmi & tienoot verkkosivustolta? (kun järjestätte ohjelmaa vierailenne)	<ul style="list-style-type: none">• Kyllä• Ei• Muu
Saavatko vieraat ennakkomateriaalia alueesta ja sen mahdollisuuksista vierailua varten? Jos saavat, millaista?		Toiveet/odotukset matkailutoimijoiden suuntaan (miten yhteistyön tekeminen olisi helpompaa teidän näkökulmasta?)	
Aikaisempi kokemus yhteistyöstä paikallisten matkailutoimijoiden kanssa: onko yhteistyötä jo tehty ja miten se on sujunut?		Onko lähtökohtaisesti tahtotilaa siihen, että paikallisia toimijoita pystyisi hyödyntämään tulevaisuudessa nykyistä enemmän?	<ul style="list-style-type: none">• Kyllä• Ei• En osaa sanoa• Muu
Mitkä ovat suurimmat haasteet/esteet yhteistyölle paikallisten matkailutoimijoiden kanssa?	<ul style="list-style-type: none">• Laatu• Ostettavuus (valmiit ostettavat tuotteet tuotekuvauksineen ja hintoineen)• Digitaalinen ostettavuus• Kielitaito• Kieliversioiden puute• Hintataso• Tuotteiden saavutettavuus/kuljetusmahdollisuus• Tieto saatavuudesta/aukioloajoista• Muu	Näettekö, että Iisalmi & tienoot -verkostosta voisi olla teille hyötyä: suositaan ja nostetaan esiin paikallisia toimijoita (esim. mahdollinen ajansäästö jos ei matkustetakaan oman seudun ulkopuolella, edullisemmat kustannukset jne.)?	Kaupunkien matkailu

Myös avoimet kommentit olivat haastatteluissa tervetulleita.

LIITE 2: HAASTATTELURUNKO SUURYRITYKSET (3/3)

KYSYMYS

Resurssit: löytyykö aikaa ja henkilöresurssia yhteistyön tiivistämiseksi esim. tuotekehitys?

Onko mielessä jokin tietty palvelu tai tuote mikä puuttuu markkinoilta, mutta mille olisi selkeä tarve? (Hankkeessa tulossa erillinen tuotteistamisosio, jossa voidaan etsiä konkreettisia ratkaisuja esitettyihin tarpeisiin)

Onko muita toiveita esim. Iisalmi ja tienoot -verkostolle? Jotain muuta jaettavaa/kommentoitavaa aiheeseen liittyen?

VASTAUS/VASTAUSVAIHTOEHDOT

Kyllä
Ei
En osaa sanoa
Muu

Kaupunkien
henkilöresurssit

Myös avoimet kommentit olivat haastatteluissa tervetulleita.



LIITE 3: HAASTATTELURUNKO MATKAILUYRITYKSET

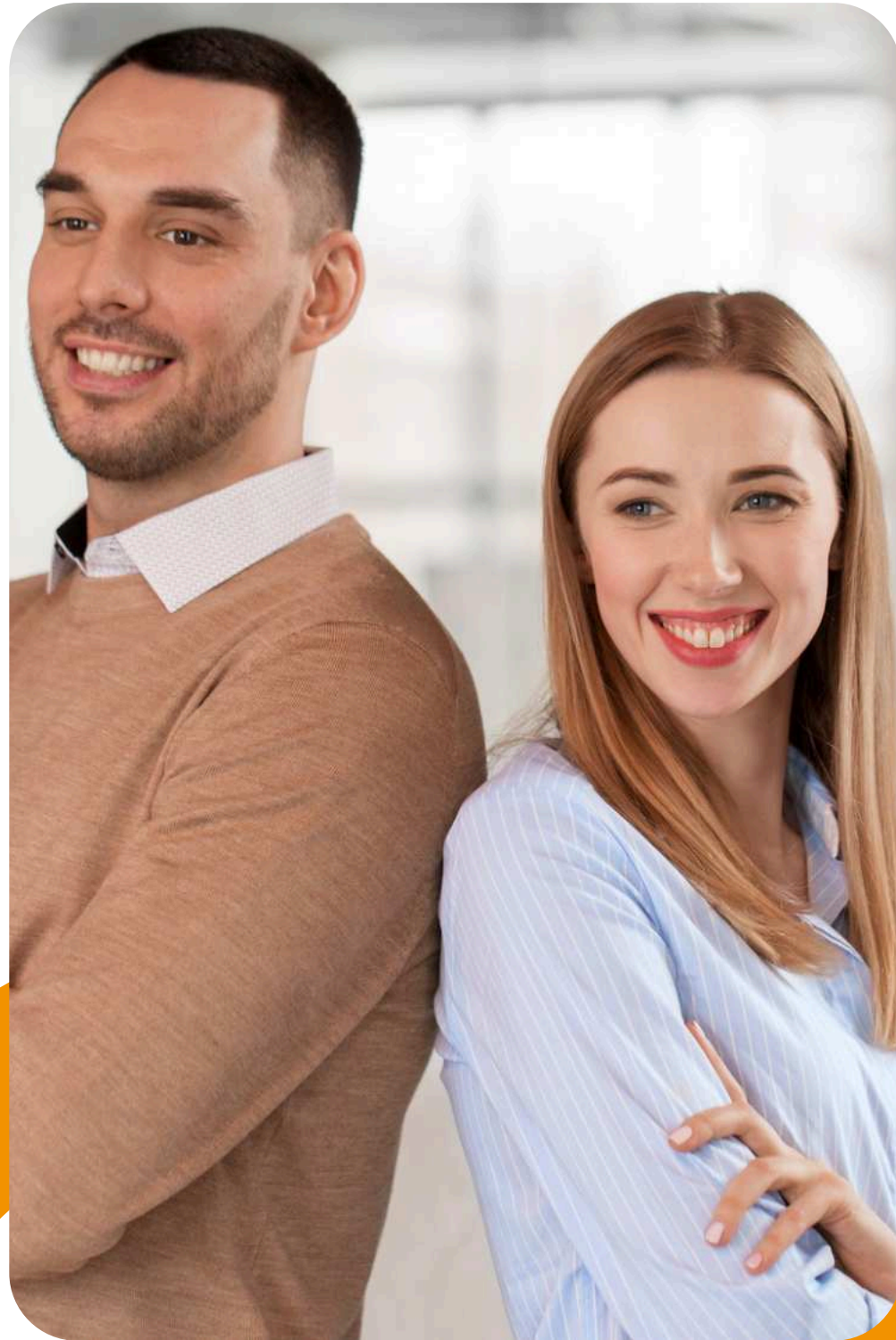
KYSYMYS	VASTAUS/ VASTAUSVAIHTOEHDOT	KYSYMYS	VASTAUS/VASTAUSVAIHTOEHDOT
Nimi ja yritys		Toiveet/odotukset suuryrityksien suuntaan (miten yhteistyön tekeminen olisi helpompaa sinun/ matkailuyrityksen näkökulmasta?)	
Aikaisempi kokemus yhteistyöstä paikallisten suuryrityksien kv vieraiden kanssa? Onko yhteistyötä jo tehty ja miten se on sujunut?		Jotain muuta jaettavaa/kommentoitavaa?	
Tiedätkö minkälaisia kv asiakkaita paikallisten suuryrityksien vieraana käy? (asiakkaiden tarpeet, kiinnostus tietynlaisiin tuotteisiin jne.)			
Suurimmat haasteet/esteet yhteistyölle suuryrityksien kanssa?	<ul style="list-style-type: none">• Ei tiedetä ketä kontaktoida• Ei tunneta suuryrityksien tarpeita/ei tunneta heidän asiakkaita• Ei pystytä vastaamaan kysyntään nykyisellä tarjonnalla• Kielitaidon puute/kieliversioiden puute materiaaleissa/verkkosivuilla• Muu		Kaupunkien matkailu- ja viikkilehti

Myös avoimet kommentit olivat haastatteluissa tervetulleita.

Esittelyssä asiakaspersonat

Presented by: NordicMarketing





Mistä persoonissa on kyse?

Tässä dokumentissa esitellään kaksi keskeistä asiakaspersonaa, joiden menestystä, viihtyvyyttä ja onnistumista halutaan tulevaisuudessa tukea. Ensimmäinen päättäjänä on paikallisen suuryrityksen yritysvierailuja koordinoiva henkilö, joka pyrkii toteuttamaan ikimuistoisia vierailuja lisälmen seudulla. Toinen on kansainvälinen yritysvieras, jonka kiinnostuksen kohteita, palvelutason laatua sekä keinoja sitouttaa ja ilahduttaa on tärkeää ymmärtää syvällisesti. Tavoitteena on, että hän viihtyy, saa energiaa ja virkistyy työmatkansa aikana, on halukas solmimaan onnistuneita yhteistyösopimuksia paikallisen suuryrityksen kanssa ja palaa takaisin seudulle myös vapaa-ajan viettoon perheensä kanssa.

Demografiset tiedot
Nimi: Anna Virtanen
Ikä: 38 vuotta
Työnimike: Key Account Manager
Koulutus: KTM
Sijainti: Iisalmi
Perhe: Naimisissa, kaksi lasta
Harrastukset:
Jooga, matkustelu, viinitasting



LIITE 4: ASIAKASPERSONAT

Kuka on Anna?

Anna on kokenut ammattilainen, joka hallitsee useiden vuosien kokemuksella suurten yritysvierailujen suunnittelun ja toteutuksen. Hän uskoo, että huolellinen suunnittelu ja korkealaatuiset palvelut ovat avain onnistuneisiin liiketoimintasuhteisiin.

Luonteenpiirteet

- Organisoitunut
- Tarkka
- Yhteistyökykyinen
- Kielitaitoinen

Ongelma

Anna ei tiedä riittävästi paikallisista palveluntarjoajista ja heidän tarjontansa laadusta, mikä vaikeuttaa onnistuneiden yritysvierailujen järjestämistä Iisalmen seudulla.

Haasteet

- Ei tietoa alueen palveluista
- Ei tietoa palveluiden laadusta
- Aikataulupaine
- Ei kontakteja ja luottamusta
- Kommunikointi ja yhteistyö eri kielillä

Tavoitteet

- Järjestää onnistuneita ja viihtyisiä vierailuja kansainvälisille liikekumppaneille
- Luoda positiivisia kokemuksia, jotka edistävät liiketoimintasuhteita

Tarpeet

- Laadukkaat ja luotettavat palvelut, jotka voivat vastaanottaa kansainvälisiä ryhmiä
- Selkeät ja helposti saatavilla olevat tiedot paikallisista matkailupalveluista
- Valmiit paketit, helppo ostettavuus ja proaktiivisuus

LIITE 4: ASIAKASPERSONAT



Ongelma: Anna ei tiedä riittävästi paikallisista palveluntarjoajista ja heidän tarjontansa laadusta, mikä vaikeuttaa onnistuneiden yritysvierailujen järjestämistä Iisalmen seudulla.



Haaste	Ratkaisu
Ei tunneta matkailutoimijoita eikä palvelutarjontaa riittävän hyvin	<ul style="list-style-type: none">Tutustumiskäynnit ja esittelytilaisuudet matkailuyrityksissä vuosittain, online ja kasvokkain.Tuotestaus, jolla varmistetaan laatu.
Ostettavuus (tuotekuvaukset, hinta, saatavuus, kieliversiot, ostopaikka)	<ul style="list-style-type: none">Iisalmi ja tienoot "standardi" tuotekorttimalli, jossa huomioitu vaadittavat asiat ostettavuuden helpottamiseksi.Iisalmi ja tienoot verkkosivuille oma osio b2b -palveluille.
Aikataulupaine	<ul style="list-style-type: none">Nopea reagointi matkailuyrityksen edustajien osalta, oikeat kontaktihenkilöt tiedossaEsimerkkejä laajemmista matkaohjelmista esille, joita ostaja voi itse koota
Kommunikointi ja yhteistyö eri kielillä	<ul style="list-style-type: none">Koulutusta paikallisille palveluntarjoajille liiketoiminta- ja asiakaspalvelutaidoissa.Selkeät kommunikointikanavat, joilla varmistetaan sujuva yhteistyö Annan kanssa.



Demografiset tiedot
Nimi: Thomas Müller
Ikä: 45 vuotta
Työnimike: Koneinsinööri,
liiketoiminnan kehitysjohtaja
Koulutus: Diplomi-insinööri (DI)
Sijainti: Maaseutu, Saksa
Perhe: Naimisissa, kaksi lasta
Harrastukset:
Koneet, tekniikka,
maaseutumatkailu, historia



**"Onnistunut liikematka
yhdistää tehokkaat
neuvottelut ja
unohtumattomat elämykset."**

LIITE 4: ASIAKASPERSONAT

Kuka on Thomas?

Thomas on kokenut koneinsinööri ja liiketoiminnan kehitysjohtaja, joka arvostaa korkealaatuisia palveluita ja ainutlaatuisia elämyksiä. Hän etsii tehokkaita ja luotettavia ratkaisuja, jotka tukevat hänen liiketoimintatavoitteitaan.

Luonteenpiirteet

- Analyyttinen
- Tarkka
- Yhteistyökykyinen
- Tavoiteorientoitunut
- Innovatiivinen
- Utelias
- Rento

Ongelma

Thomas tarvitsee liikematkallaan tasapainon työn ja vapaa-ajan välillä. Virkistäytyäkseen ja tutustuakseen liikekumppaneihinsa hän tarvitsee mieluisaa ohjelmaa. Hänen kokemustaan ovat haitanneet paikallisten palveluntarjoajien puutteellinen englanninkielentaito ja kulttuurierot,

Haasteet

- Lyhyt vierailuaika ja tehokas ajankäyttö
- Korkeat odotukset palveluiden suhteen
- Tarve ymmärtää paikallista kulttuuria ja toimintatapoja
- Kommunikaatio-ongelmat ja kulttuurierot

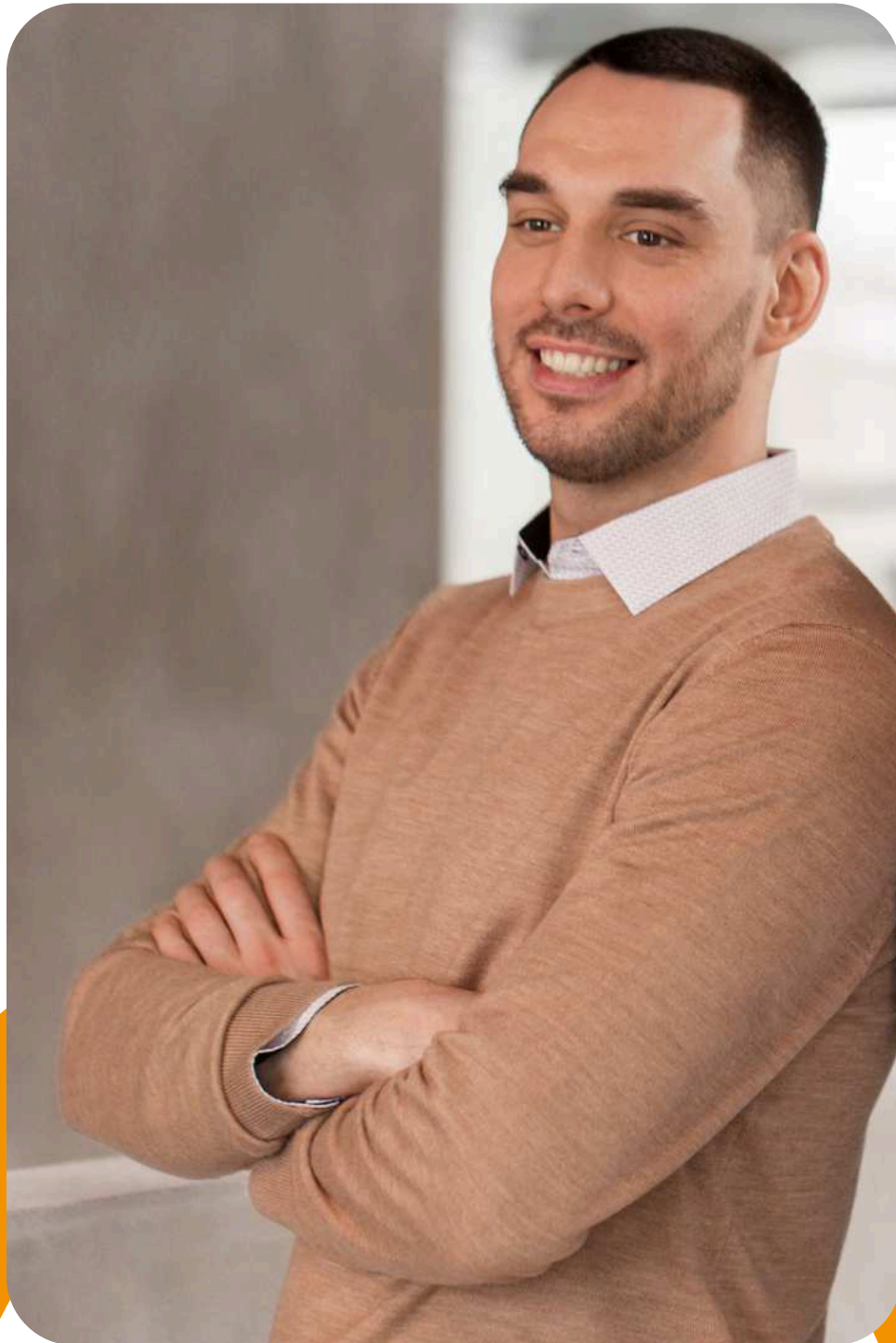
Tavoitteet

- Solmia onnistuneita liiketoimintasopimuksia ja verkostoitua tehokkaasti.

Tarpeet

- Viihtyisä ja rentouttava ympäristö
bisnesneuvottelujen ulkopuolella.

LIITE 4: ASIAKASPERSONAT **Tavoite: Thomasin tavoite on onnistua neuvotteluissa ja oppia liikekumppanin kulttuurista. Hän tarvitsee tasapainon työn, levon ja virkistävän ohjelman välillä. Onnistuneet elämykset lisäävät hänen hyvinvointiaan ja parantavat vuorovaikutusta, mikä edistää neuvottelujen sujuvuutta.**



Haaste	Ratkaisu
Lyhyt vierailuaika ja tehokas ajankäyttö	<ul style="list-style-type: none">Selkeitä ja tehokkaita matkaohjelmapaketteja, jotka maksimoivat ajan hyödyntämisen.
Korkeat odotukset palveluiden suhteen	<ul style="list-style-type: none">Tuotetestaukset ja säännölliset auditoinnit vierailuiden järjestäjien toimesta, jotta voidaan varmistaa korkealaatuiset palvelut.
Kommunikaatio-ongelmat ja kulttuurierot	<ul style="list-style-type: none">Sovitut kontaktihenkilöt ja tapa kommunikoidaKoulutus matkailuyrittäjille
Virkistävän ja kiinnostavan ohjelman puute	<ul style="list-style-type: none">Monipuolinen ja laadukas tuotteistaminen, yhteistyö ja paketointi