

Asiakaslähtöinen tuotteistaminen ja palvelumuotoilu

Paketointi

Tuotekortit

Suvi Ahola - NordicMarketing Finland Oy

Anu Nylund - Mood of Finland Oy

Kiuruvesi 9.10. 2024

Mistä kokonaisuudessa on kyse?



- Kasvua ja kansainvälistymistä vastuulliseen matkailuun - hanke, jonka hallinnoinnista vastaa Iisalmen kaupunki. Hankkeen yhteyshenkilönä toimii projektipäällikkö Kirsi Piirainen.
- **Työpaketti A: Vastuullinen tuotteistaminen**
 - Työpaja 1: Asiakaslähtöinen tuotteistaminen 9.10.2024
 - Työpaja 2: Vastuullisuus tuotteistamisessa ja vastuullisuusviestintä 30.10.2024
 - Työpaja 3: Digitaalisuus ja ostettavuus 20.11.2024
 - Työpaja 4: Esteettömyys tuotteistamisprosessissa 30.1.2025
 - Lisäksi sparraukset yrityksille (pienryhmät/yrityskohtainen)
- **Työpaketti B: Matkailuyrityksien kansainvälistyminen**
 - Toimenpiteet/työpaja 2025

3 ERI POLKUA

Eri kohderyhmät, eri tarpeet



- POLKU 1: Kotimaa
- POLKU 2: Suuryritysyhteistyö
- POLKU 3: KV

Voit kulkea vain yhtä polkua, useampaa tai kaikkia riippuen omista tavoitteistasi.

3 ERI POLKUA

Mihin polku johtaa?



- POLKU 1: Kotimaa
 - Parannellut/uudet tuotteet omilla verkkosivuilla/ verkkokaupassa + Johkussa
- POLKU 2: Suuryritysyhteistyö
 - Parannellut/uudet tuotteet nimenomaan tälle kohderyhmälle (fi+eng)
 - Voi lähettää suoraan suuryrityksien ostajille
 - Julkaistaan iisalmijatienoot.fi (online esittely 01/2025)
- POLKU 3: KV
 - kv polut, digi, b2b yhteistyö/testaus
 - Työpaketti B, tulee myöhemmin 2025

PÄIVÄN SISÄLTÖ



- Kyselyn tuloksien yhteenveto (Suvi)
- Palvelumuotoilu & tuotteistaminen, paritehtävä (Anu)
- Paketointi (Anu)
- Tuotekortit ja tuotekorttiesimerkit, suuryritysyhteistyö (Suvi)

PÄIVÄN AIKATAULU



- Klo 10 aloitus
- Klo 10-12 palvelumuotoilu
- Klo 12-12.45 lounas
- Klo 12.45-13.15 paketointi
- Klo 13.15-15.00 tuotekortit
- Klo 15.00-15.15 päivän päätös & palaute

TYÖKOKEMUS

- NordicMarketing Finland Oy, Key Account Manager 2014-
- goSaimaa Oy (DMO), eri positiot 2007-2017 (viimeiset 3 vuotta ostopalveluna Management roolissa)
- Visit Finland Akatemia valmentaja: erikoisosaamisena kansainvälistyminen, tuotteistaminen, myynti ja markkinointi, FAM trip valmennukset.

Työskennellyt matkailun ja markkinoinnin parissa 20 vuotta.

- Pitkä kokemus alueorganisaatioyhteistyöstä ja yhteismarkkinoinnista (suunnittelu sekä toimenpiteiden käytännön toteutus, yritysverkostojen rakentaminen ja sitouttaminen), kansainvälisestä ja kotimaan markkinoinnista sekä tuotteistamisesta. Etelä-Karjalan maakunnan matkailumarkkinointi -organisaatiossa Ahola toimi yhteensä 10 vuoden ajan, organisaation perustamisesta asti (gosaimaa.com).
- Toiminut myös pienten yritysten matkailun kehittämisen ja konsultoinnin parissa. EU-rahoitteiset hankkeet ja projektityöskentely kuuluvat myös vahvuuksiin. Lisäksi toiminut projektipäällikkönä useissa eri matkailualan hankkeissa sekä toimeksiannoissa.

SUVI AHOLA

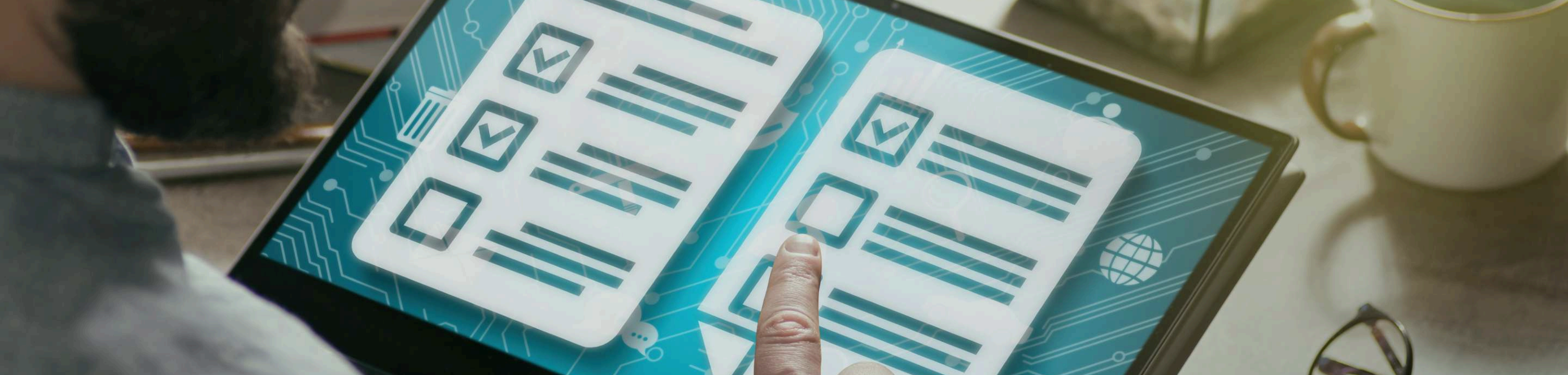


[LINKEDIN](#)

LYHYT ESITTELYKIERROS

NIMI
YRITYKSEN NIMI
PAIKKAKUNTA
MITÄ MYYT?

A group of five wooden human figures of varying heights and a glowing green globe are arranged on a blue background. The figures are positioned around the globe, which is the central focus of the lower half of the image.

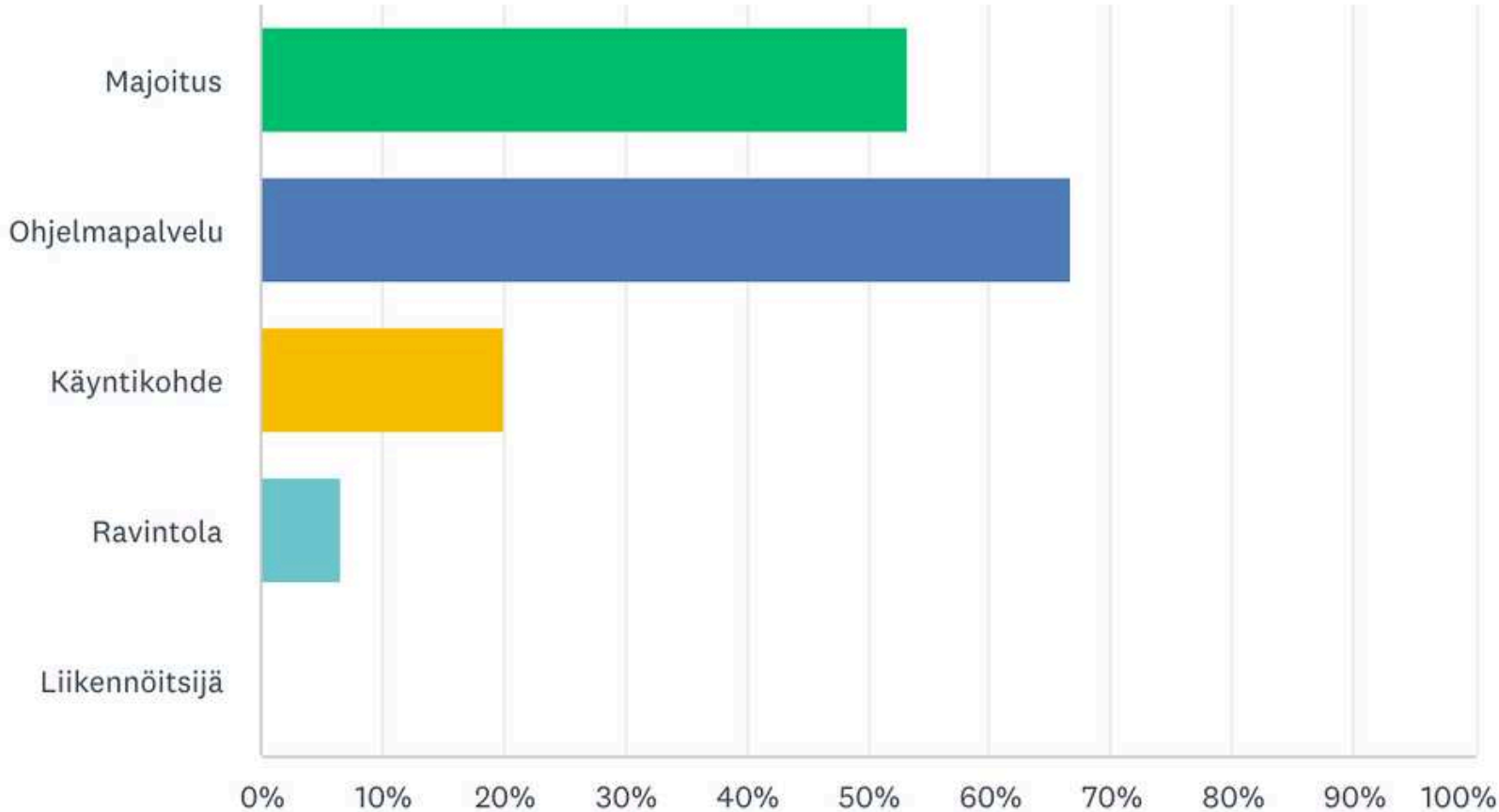


KYSELYN TULOKSET

Vastauksia 15 kpl

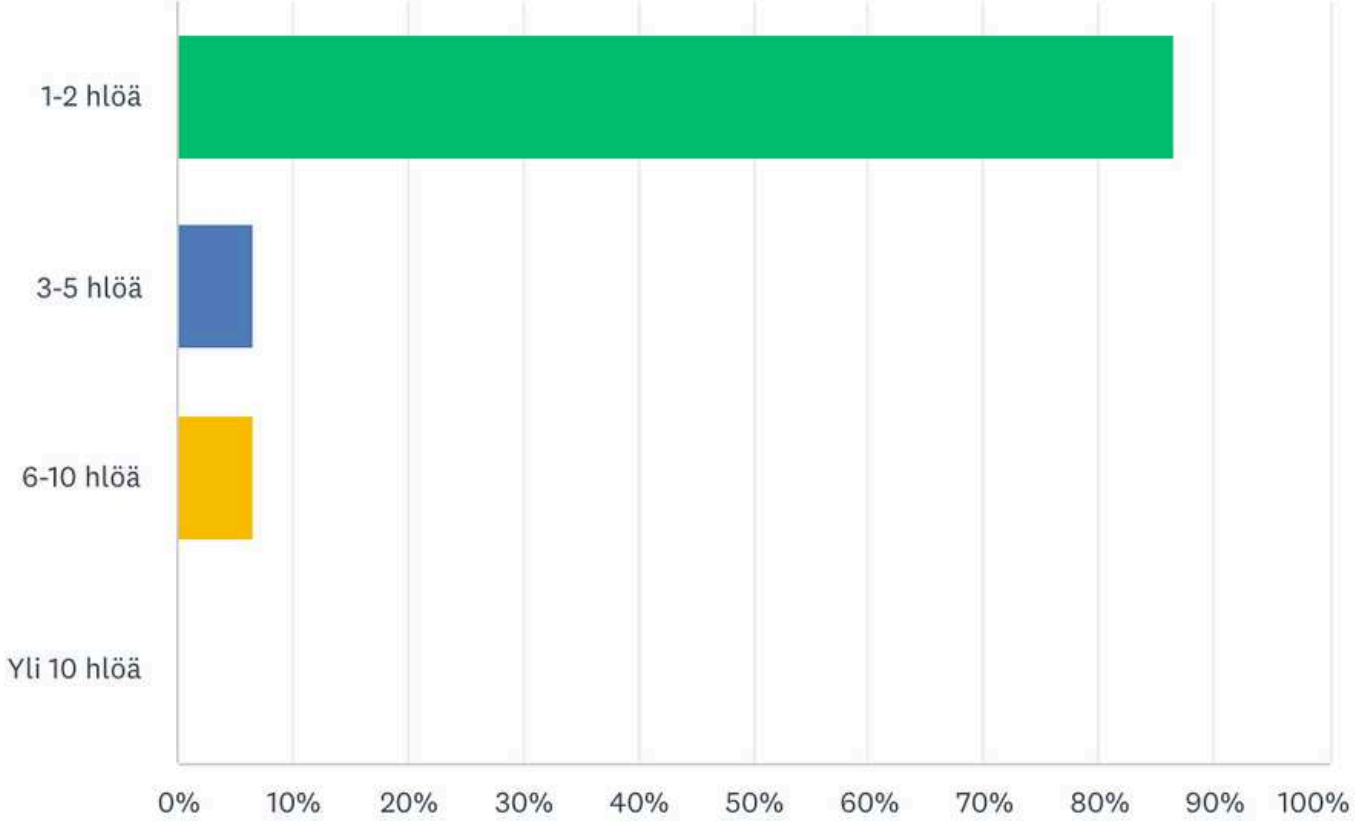
Yrityksen toimiala (voit valita useamman):

Vastattu: 15 Ohitettu: 0



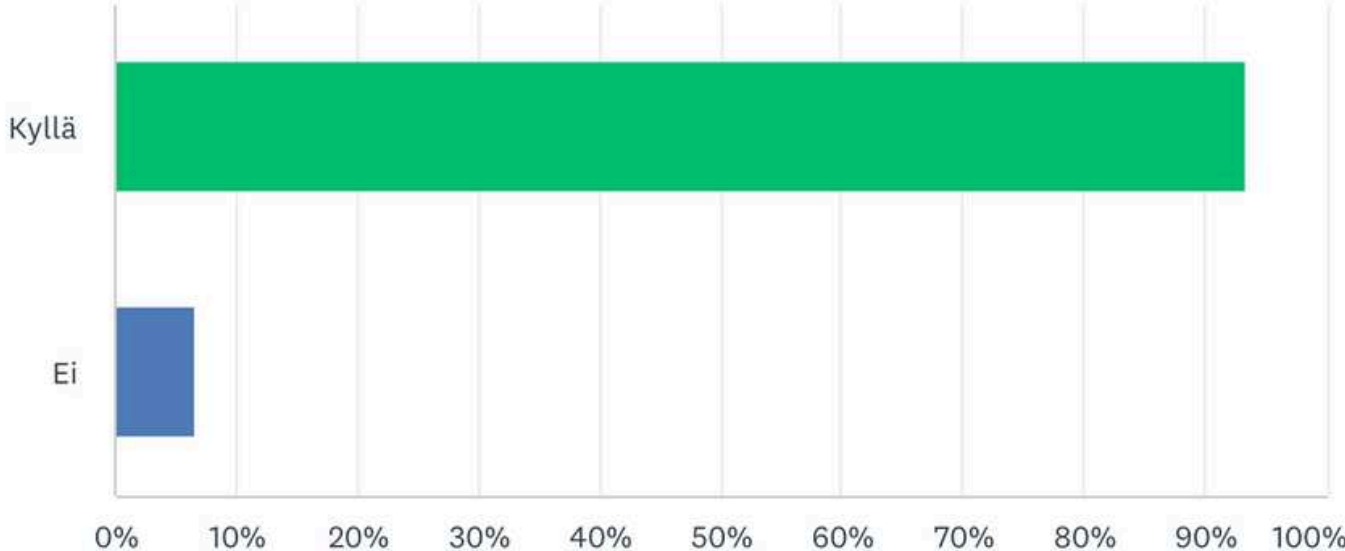
Henkilöstön määrä:

Vastattu: 15 Ohitettu: 0



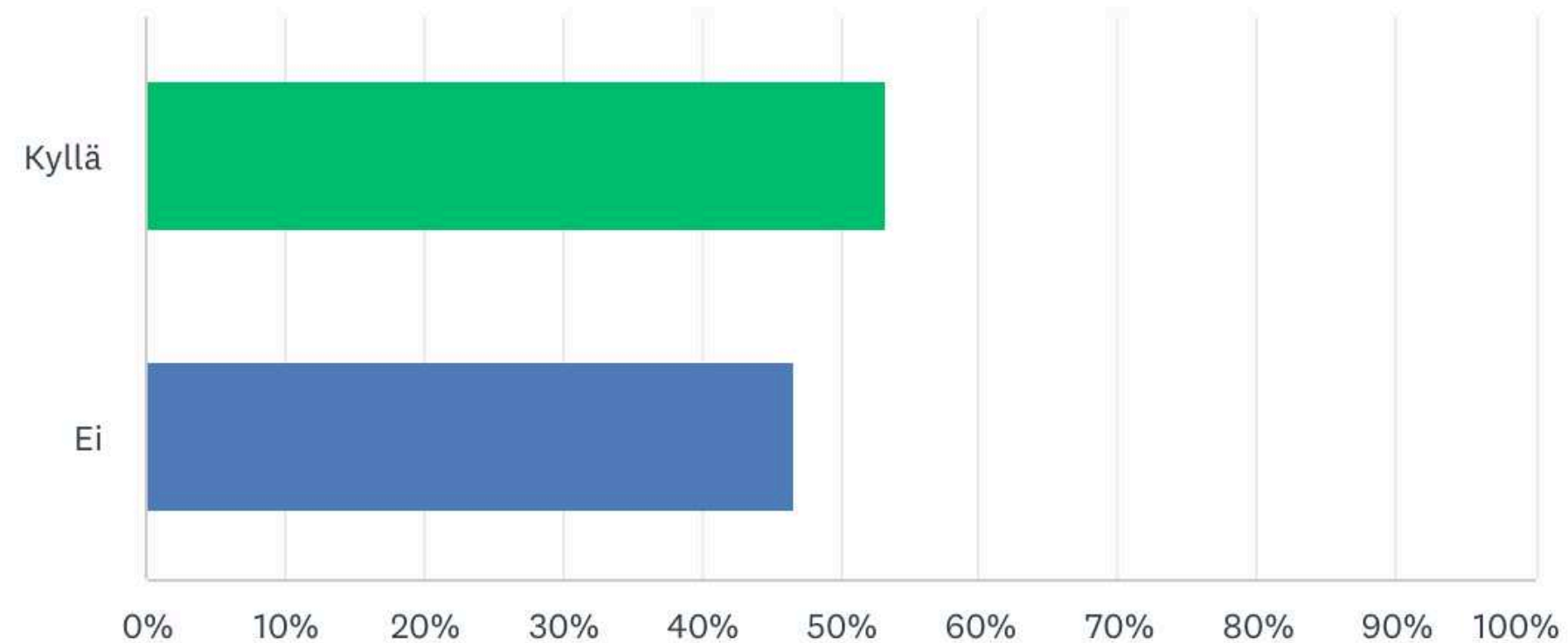
Toimintamme on ympärivuotista:

Vastattu: 15 Ohitettu: 0



Yrityksemme tuotteet/palvelut on kuvattu kattavasti verkkosivuilla ja/tai verkkokaupassa esim. tuotekorttimuodossa hintoineen:

Vastattu: 15 Ohitettu: 0



Avoimet kommentit:

Verkkosivut on ketjuohjeistuksen mukaiset

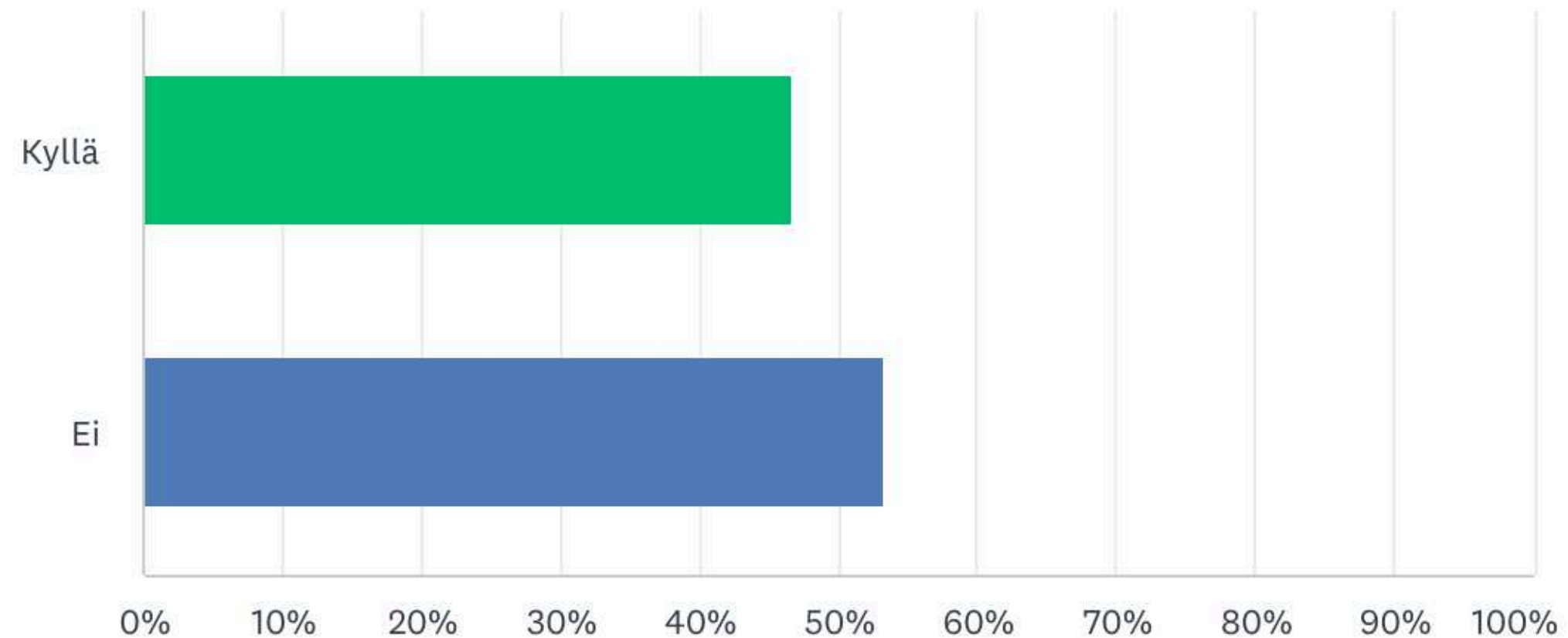
Uudet tuotteet ovat vasta ideatasolla

Osasta tuotteista löytyy tuotekortit, osasta puuttuu hinnat

Uusi yritys, ei vielä tuotteita/verkkokauppaa

Ovatko yrityksen tuotteet varattavissa tai ostettavissa verkossa:

Vastattu: 15 Ohitettu: 0



Avoimet kommentit:

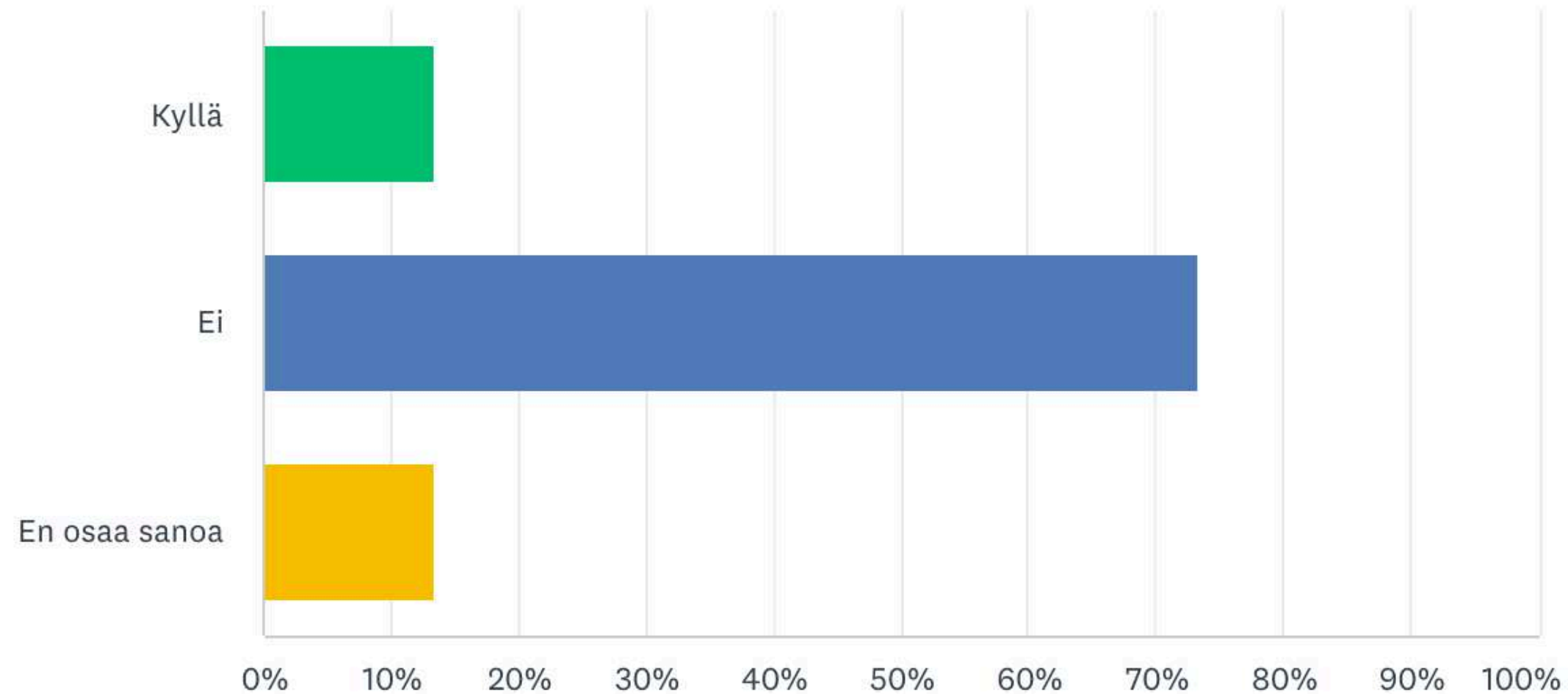
Mökki varattavissa verkossa, muut vuokrattavat tilat ei
Suunnitteilla Johku
Vain yksi tuote ostettavissa verkkokaupasta
Ei vielä

Missä kanavissa:

Oma verkkokauppa
Nettiajanvaraus vellossa
Oma johku-verkkokauppa sekä booking.com
Iisalmi ja tienoot johku- verkkokauppa

Ovatko yrityksen tuotteet esillä Visit Finlandin Datahubissa:

Vastattu: 15 Ohitettu: 0



Tutustu omatoimisesti: Visit Finland Datahub

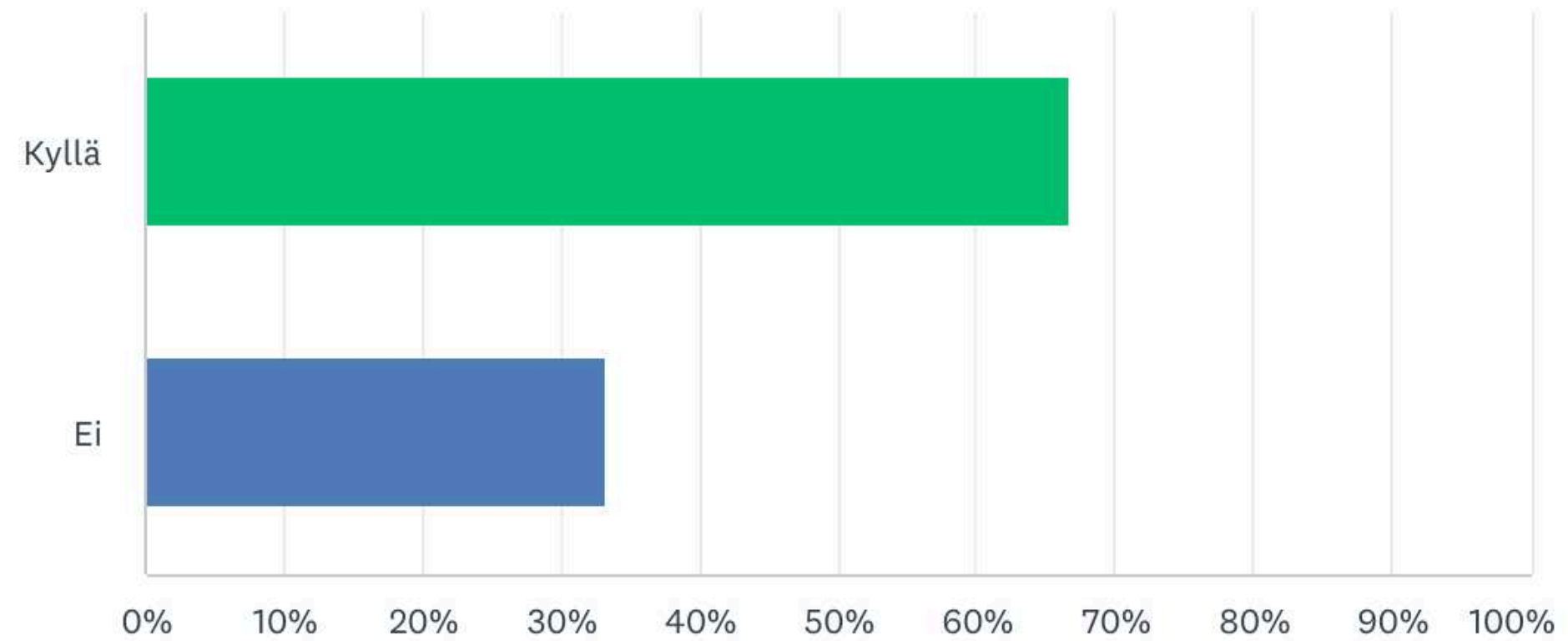
Tietokanta, johon suomalaiset matkailupalveluja tuottavat yritykset voivat rekisteröityä ja tallentaa tietoa yrityksestään sekä tarjoamistaan tuotteista ja palveluista.

DATAHUB

DataHubista kotimaiset ja ulkomaiset toimijat voivat hakea yritys- ja tuotetietoa omiin kanaviinsa. DataHub mahdollistaa suomalaisen matkailualan yritys- ja tuotetiedon jakamisen yhdestä paikasta.

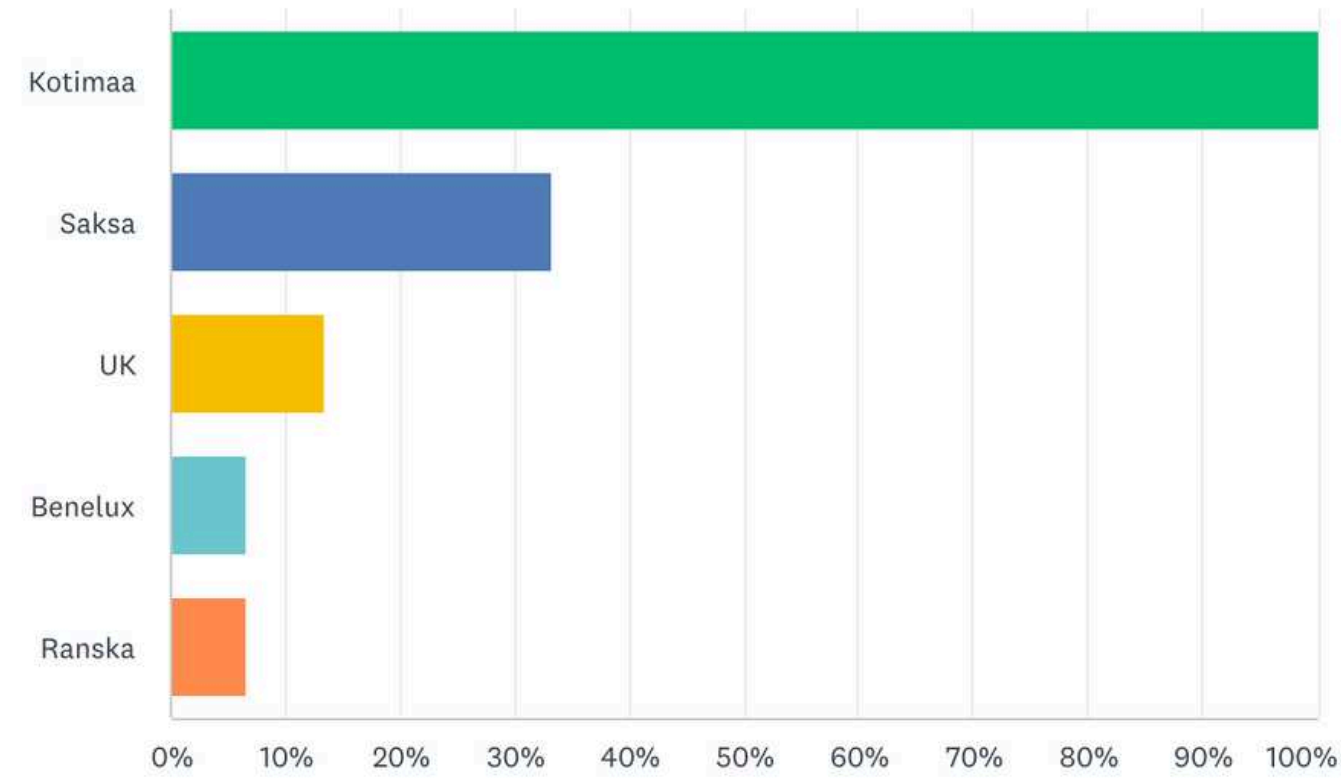
Teemme yhteistyötä muiden alueen toimijoiden kanssa ja/tai tarjoamme yhteisiä tuotepaketteja:

Vastattu: 15 Ohitettu: 0



Nykyiset markkina-alueet (valitse kaikki mitkä sopii teille):

Vastattu: 15 Ohitettu: 0



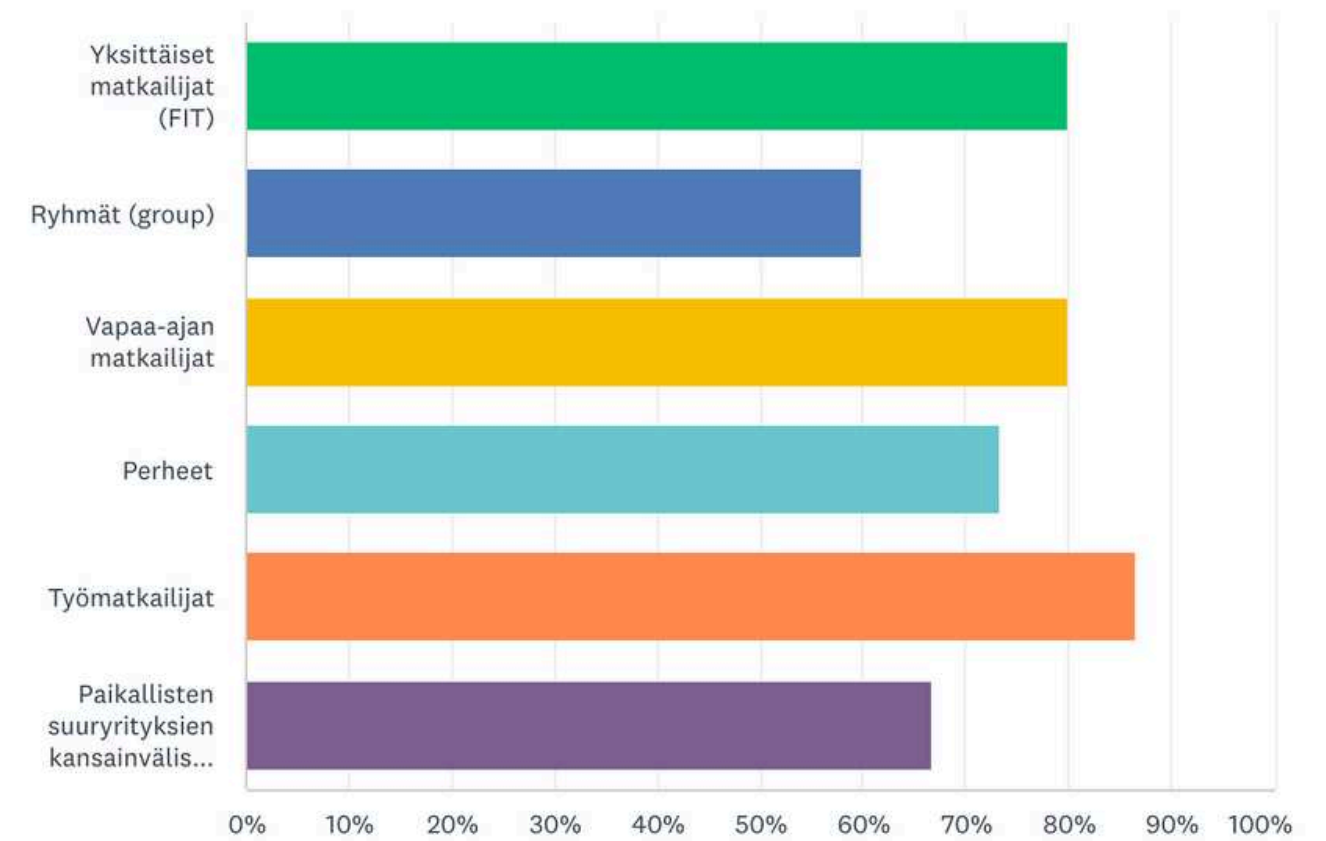
Avoimet kommentit:

Sveitsi

Viro

Yrityksemme kohderyhmät (valitse kaikki mitkä sopii teille):

Vastattu: 15 Ohitettu: 0



Avoimet kommentit:

Pienet ryhmät

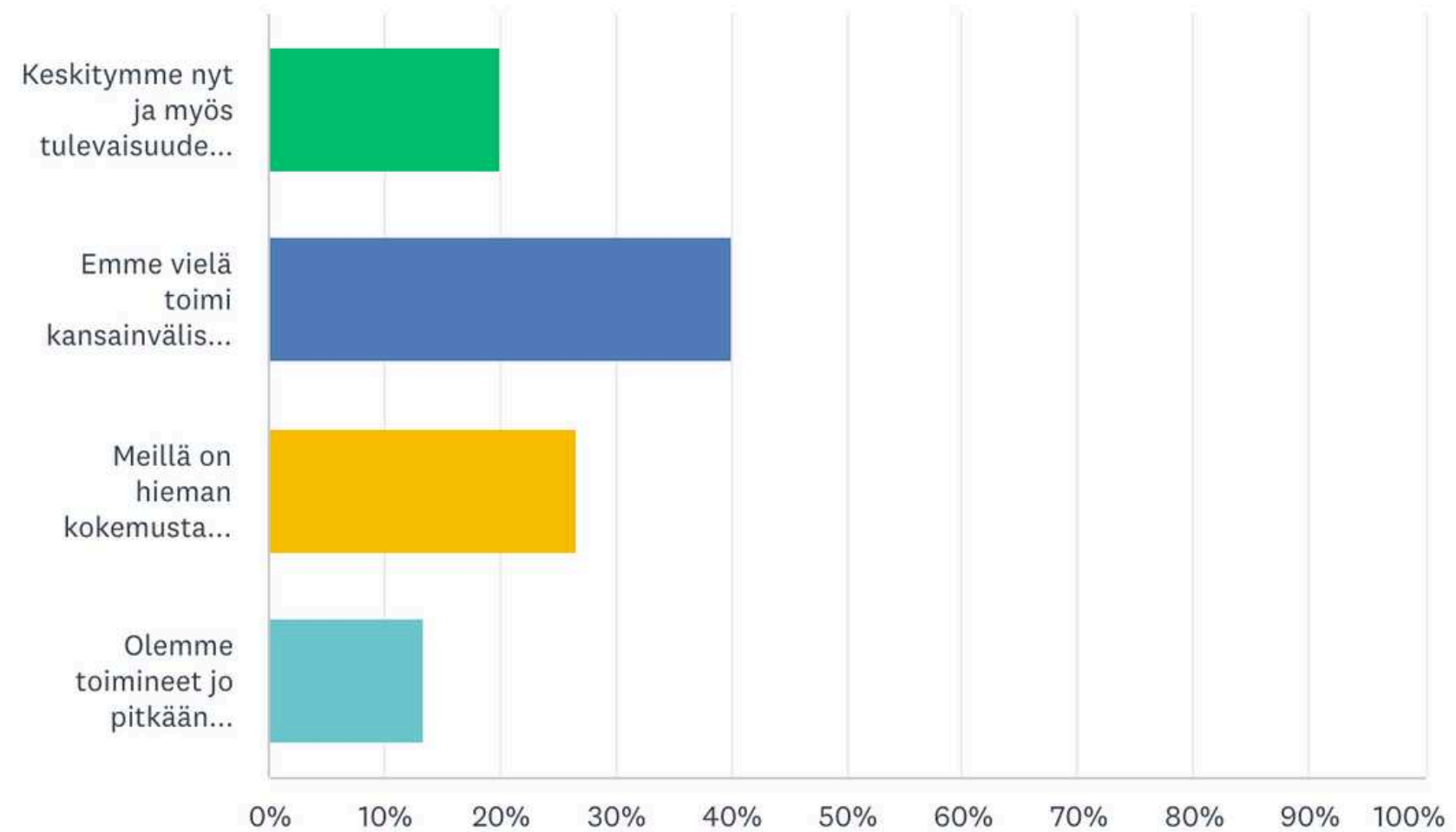
Kv ryhmät jatkossa (tarpeet)

Perheille, vapaa-ajan matkailijoille ja työmatkalaisille meillä on tarjolla majoitusta, muille maatilavierailua ja ohjelmapalvelua.

Yritysryhmät

Yrityksemme fokus ja kiinnostus nyt ja tulevaisuudessa?

Vastattu: 15 Ohitettu: 0



VASTAUSVAIHTOEHDOT	VASTAUKSET
▼ Keskitymme nyt ja myös tulevaisuudessa kotimaan markkinoihin. Emme ole kiinnostuneita kansainvälisistä markkinoista.	20,00 % 3
▼ Emme vielä toimi kansainvälisillä markkinoilla, mutta olemme siitä kiinnostuneita kotimaan markkinoiden lisäksi.	40,00 % 6
▼ Meillä on hieman kokemusta kansainvälisistä markkinoista. Olemme kiinnostuneet lisäämään kansainvälisen kaupan osuutta.	26,67 % 4
▼ Olemme toimineet jo pitkään kansainvälisillä markkinoilla ja se on tärkeä osa liiketoimintaamme.	13,33 % 2
YHTEENSÄ	15

OLEMASSA OLEVAT TUOTTEET MITÄ HALUTAAN KEHITTÄÄ 1/2



- Elämismajoitus leijuvassa teltassa
- Majoitus leijuvassa puuteltassa
- Liikunnalliset ohjauspalvelut
- Luontopalvelut
- Kokonaisvaltainen rentoutus
- Herbalife
- Tyhy- ryhmien vastaanottaminen
- Matkailuryhmien vastaanottaminen

OLEMASSA OLEVAT TUOTTEET MITÄ HALUTAAN KEHITTÄÄ 2/2



- Kulttuurimatka Ylä-Savoon
- Ylä-Savo -ajo 2025
- Mielen Metsä-työhyvinvointi
- Koulukumpu (majoitus)
- Terveysmetsähetket ja Terveysmetsäretket
- Luontoliikunnan ohjaus
- Lammasniemi (hirsihuvila, 117 m2, 4 makuuhuonetta)

YHTEISET OLEMASSA OLEVAT TUOTTEET MITÄ HALUTAAN KEHITTÄÄ



- Yö riippumatossa omalla rannalla
(Jokiniemen Matkailu)
- Mielen Metsä (Kalliorannan luontopalvelut + OSIA - työnohjaus- ja valmennus)
- Tentsile Ruukin Tupa (Oivallusvaara + Ruukin Tupa)
- + Muita ei selkeästi nimettyjä

UUDET/IDEATASON TUOTTEET 1/2



- "Floating eco camp" (kv-matkailun asiakkaille suunnattu leiri, jossa mahdollista majoittaa iso kv-asiakasryhmä)
- Hölinä-keijun esiintymispalvelut, lapsiryhmät/lasten tapahtumat, ympärivuotinen
- Ohjelmapalvelut, työyhteisöt, erilaiset ryhmät, ympärivuotinen
- Kansainvälisten asiakkaiden tutustuttaminen Suomen luontoon, kv-asiakkaat, ympärivuoden
- Koiran kanssa retkeily, retkeilevät koiraihmiset, kevät-syksy
- Eläkeläisryhmien vierailukohde (ei talvella)
- Perhepäivä/ -leiri (ympärivuoden)
- Päiväleiri erityisryhmille (ympäri vuoden)
- Kalastusleiri lapsille / perheille
- Mönkijäsafari

UUDET/IDEATASON TUOTTEET 2/2



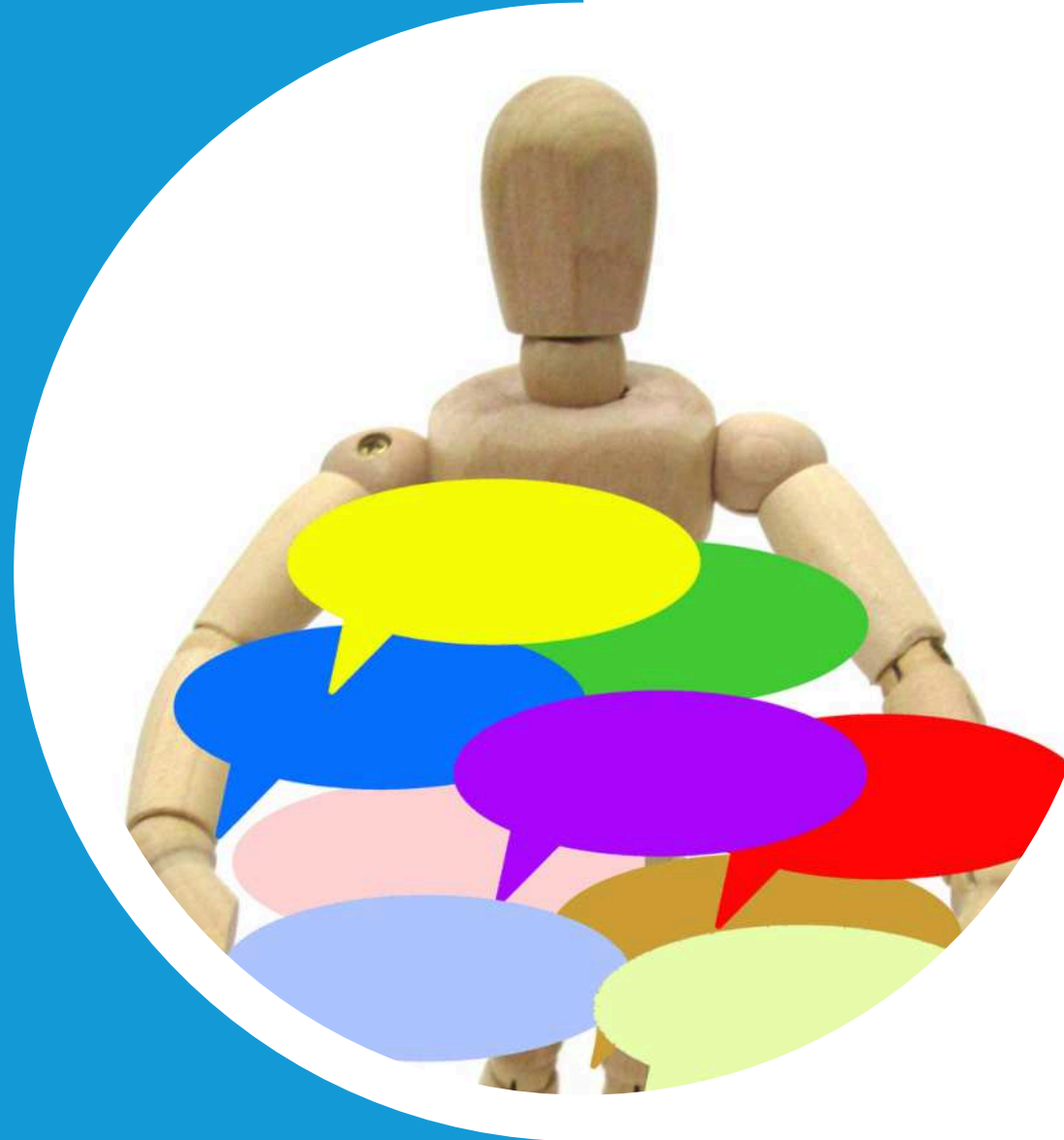
- KV kiertomatkaileijoiden palveleminen ja tavoittaminen sopivalla tuotesisällöllä
- Ylä-Savon pyöräilyreitit (myös suuryritysten vieraille)
- Iisalmen keskusta Taidereitti
- Savolainen metsähetki, KV, ympäri vuoden (yhteistyössä)
- Kaupunkiseikkailu (Iisalmi), KV, kotimaa, ympäri vuoden
- Opaspalvelu (opastettu kierros tai retki luonto/kulttuurikohteeseen, kotimaa, KV, ympäri vuoden)
- Savon Seikkailu (toiminnallinen palvelu), KV, kotimaa, huhti-lokakuu
- Maatilavierailu, suuryritysten vieraat
- Reki- / kärryajelu, suuryritysten vieraat, ympärivuotinen
- Metsämieli ja mindfulness-oheistuote kokouspaketteihin
- Hellitä hengittäen -tauko oheistuote kokouspaketteihin

MUUT KOMMENTIT: YHTEISTYÖ



- Mielellämme tekisimme uusia tuotepaketteja, tarvitsemme niihin sisältöä, koska meillä on tarjota hyvät puitteet. Esim. ohjelmaa, ruokailua tiloissamme.
- En tunne Savon alueen retkikohteita kovin hyvin, mutta voin vetää/ ohjata kv-asiakkaita (englanti), joten olen kiinnostunut yhteistyömahdollisuuksista.
- Olen kiinnostunut kehittämään myös tuotteita, joille kysyntää/ tarvetta. Minua kiehtoo erityisesti luonto, liikunta, elämykset, hyvinvointi, seikkailu, tarinat, yrittäjäyhteistyö.
- Uudet tuotteet etenkin ohjelmapalvelut voisivat hyvinkin olla yhteistyössä muiden yritysten kanssa, olen kiinnostunut kehittämään uusia palvelukokonaisuuksia erilaisille ryhmille.

KYSELYN TULOKSIEN YHTEENVETO



- Paljon erilaisia tuotteita
- Paljon erilaisia ideoita
- Paljon eri kohderyhmiä
- Osa tuotteista nimetty tarkalla tasolla ja kohderyhmä määritelty, osa hyvin yleisellä tasolla - vaatii tarkennusta "mikä on ostettavissa oleva tuote"
- **Rajaaminen: mihin tuotteisiin keskityt työpajassa/työpajoissa/hankkeen aikana?**
- Tavoitteena viedä tuotteistamisen opit yhdestä tuotteesta KOKO tuotetarjontaan
- Askel askeleelta: työpaja 1 ns. perustiedot, työpaja 2 teemalla vastuullisuus, työpaja 3 teemalla digi, työpaja 4 teemalla esteettömyys

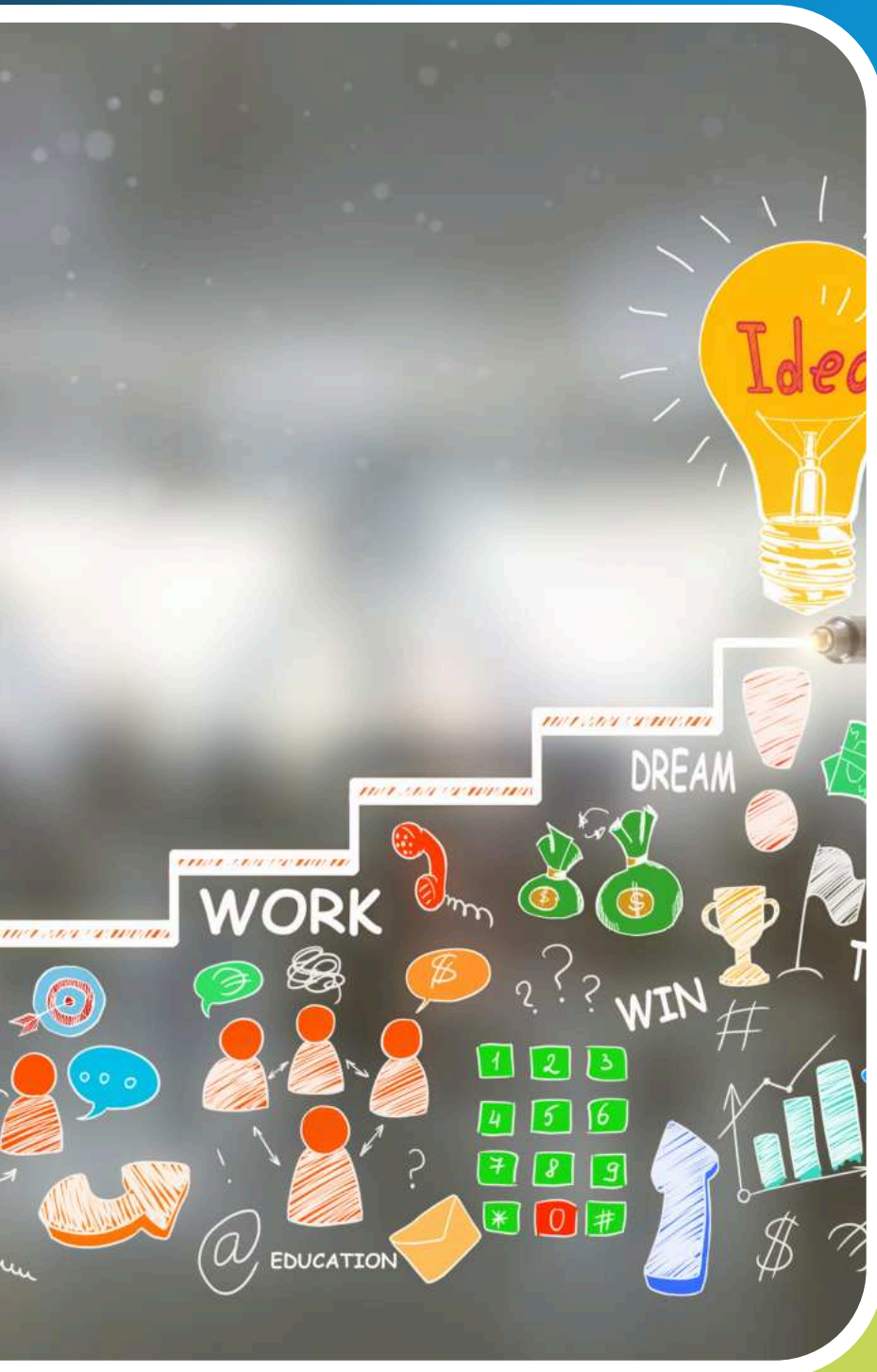


Tuotteistaminen

Tuotekortit

Tuotekorttimallit

Vinkit



MITÄ ON TUOTTEISTAMINEN?

Uuden tuotteen ideointi tai olemassa olevan tuotteen kehittäminen

01

Kohderyhmän ja tarpeiden tunnistaminen

02

Tuoteidean kehittäminen ja määrittely

03

Tuotteen konseptointi ja muotoilu

04

Palvelun paketointi ja lisäarvon luominen

05

Hinnoittelu ja kaupallistaminen

06

Markkinointi ja myyntikanavat, materiaalit

07

Asiakaskokemuksen suunnittelu (palvelupolku) ja laadunhallinta

08

Testaus ja jatkuva kehittäminen





Tuotekuvaus/tuotekortti



Tuotekortin tehtävä on vastata kaikkiin niihin kysymyksiin mitä ostajalla voi olla

Tuotekorttitietoja B2C-esimerkki

RAKENNA TUOTTEESI NÄIN:

Tuotekuvaus

Esittele tuote riittävän yksityiskohtaisesti, jotta asiakas ymmärtää mitä se sisältää.

Soveltuvuus

Määrittele kenelle tuote sopii parhaiten - yksittäiselle matkailijalle vai ryhmille.

Ostettavuus

Ohjaa selkeästi tuotteen lunastukseen - mitä kautta tuotteen voi ostaa tai varata.

Saatavuus

Kerro milloin tuote on saatavilla - esim. kesäisin vai talvisin.

Hinta

Ilmoita hinta yksiselitteisesti ja selkeästi.

Valokuvat

Lisää korkealaatuiset, monipuoliset ja yksityiskohtaiset kuvat, joissa mielellään ihminen mukana. Näin asiakas pystyy samaistumaan ja kuvittelemaan itsensä kohteeseen vahvemmin.

ESIMERKKEJÄ TUOTEKORTTITIEDOISTA B2B

- Destinaatio
- Yritys
- Majoitus
- Aktiviteetti/
ohjelmapalvelu
- Ravintola
- Käyntikohde

- Tarjoajan nimi ja yhteystiedot
- Tarina
- Perustettu, henkilökunta
- Palvelukielet
- Sijainti, saavuttavuus, parkkipaikat
- Tuotteen nimi
- Tuotekuvaus + USP
- Saatavuus (sesonki, takuulähtö)
- Kohderyhmä (fit, group, family jne.)
- Transferit
- Hinta ja komissio
- Vastuullisuus
- Valokuvat, kuvapankki

- Kapasiteetti
- Min/max ryhmä koko
- Aktiviteetin lähtöpaikka ja aika
- Aktiviteetin kesto
- Aktiviteettiin/palveluun sisältyy/ei sisälly
- Vaatetus, varusteet
- Soveltuvuusvaatimukset (fyys. kunto tms.)
- Opastus (kieli?)
- Ruokailu? Välipala?
- Optiot, lisäpalvelut (hintaa)
- jne.



USP Unique Selling Point

Ainutlaatuinen myyntiväittäjä/argumentti

Miten vakuutat potentiaalisen ostajan?

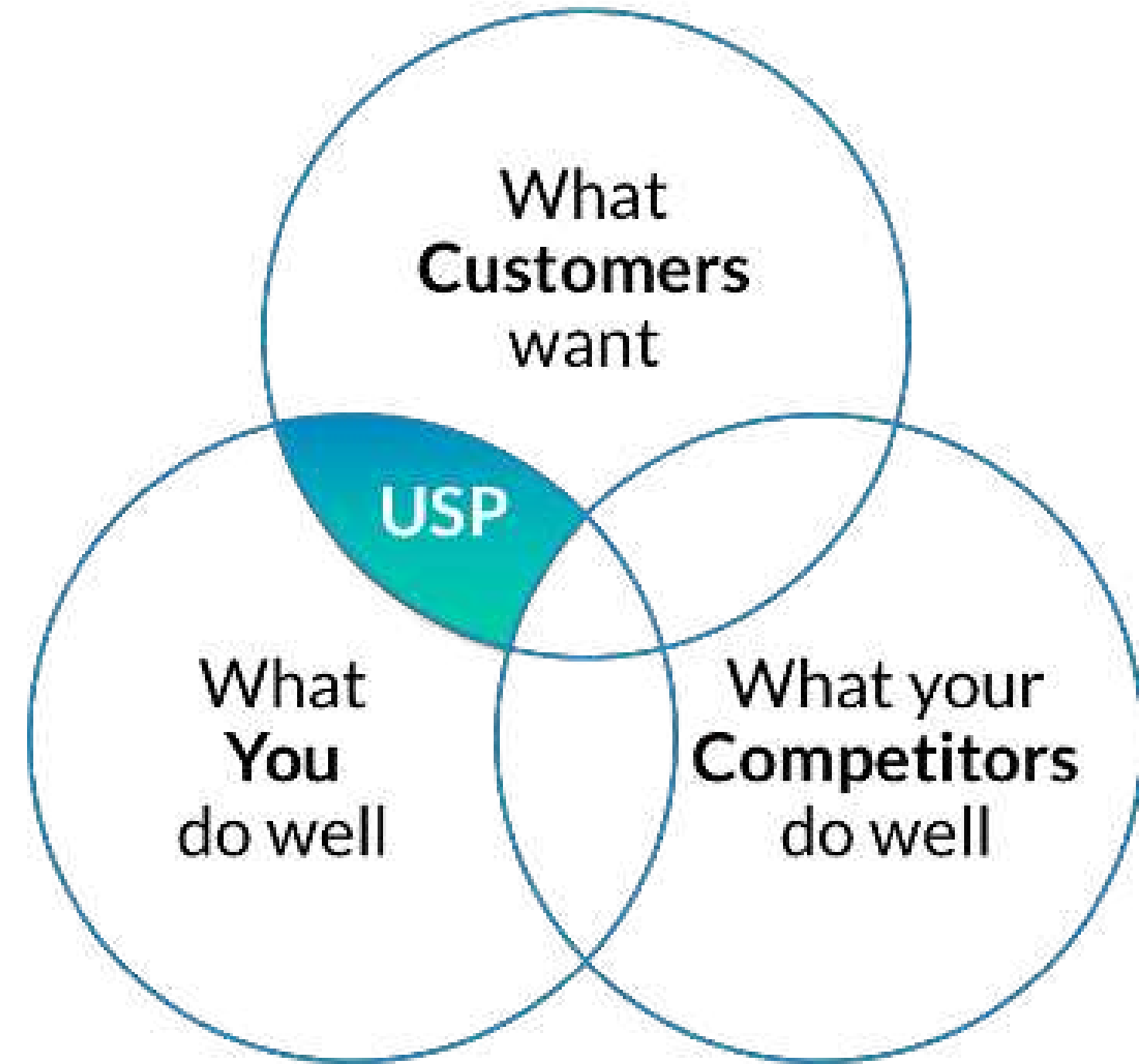
Miten erottaudut eduksesi?

A dense field of yellow butterflies with black outlines, with one blue butterfly in the center. The butterflies are arranged in a pattern that fills the entire frame. The blue butterfly is positioned in the center, standing out from the sea of yellow. The text "EROTUTKO MASSASTA?" is overlaid on the image in a white, bold, sans-serif font, centered horizontally and slightly above the vertical center.

EROTUTKO MASSASTA?

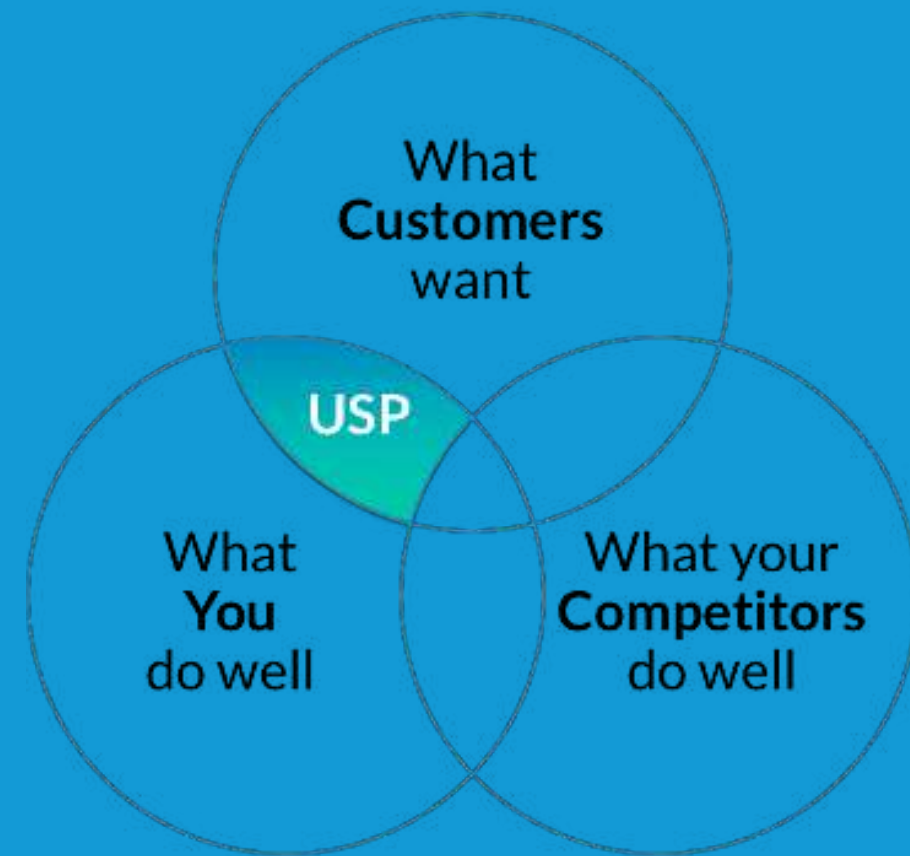
AUTA

**Kuluttajaa tai
yhteistyökumppania
ymmärtämään miksi
kannattaa ostaa juuri
sinulta!**



KÄYTTÄ USP MÄÄRITTELYSSÄ

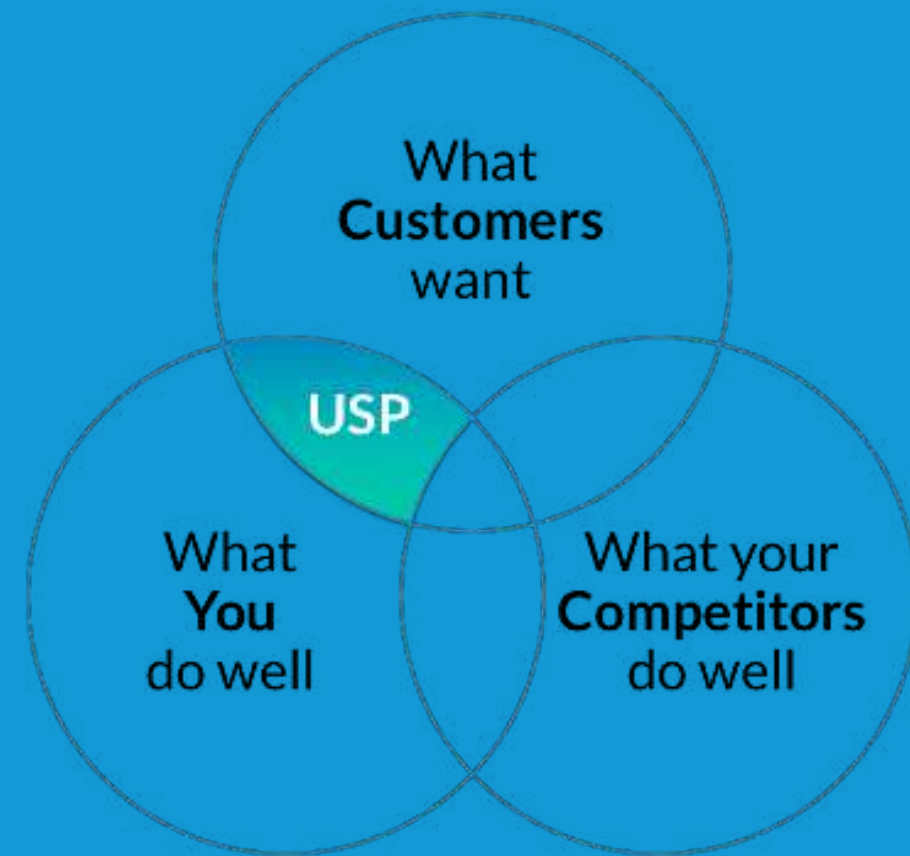
APUNA SEURAAVIA KYSYMYKSIÄ



- Mieti, mitkä ovat yrityksesi vahvuudet, joihin voit perustaa USP:t?
- Voitko erottautua esim. tarinalla tai palvelujen personoinnilla/räätälöinnillä?
- Mitä sinun tuotteesi tekee, jota kilpailijan tuotteet eivät tee?
- Mitä sellaista voit luvata, mitä kilpailijasi ei lupaa?
- Miksi asiakkaan pitäisi ostaa juuri sinulta, eikä keneltäkään muulta?

Selkeä, ytimekäs ja asiakkaalle merkityksellinen USP

USP MÄÄRITTELY



- Kerää palautetta: Jatkossa voit kysyä myös asiakkailta mitä he arvostavat ja mikä tekee sinun yrityksestäsi ainutlaatuisen
- Seuraa markkinatilannetta: Testaa, kehitä ja mukauta

[Lue blogi aiheesta NordicMarketing verkkosivuilta --\)](#)

MISSÄ USPEJA TARVITAAN?



- Verkkosivut
- Sosiaalinen media
- Esitteet, flyerit
- Tuotekortit, tuotekuvaukset
- Messut, myyntitilaisuudet/workshopit
- Esittelytilaisuudet (FAM tripit, esittely kohteessa asiakkaille)
- Muita?

AA

levi.fi



ACCOMMODATION

PERFECT HOLIDAY IS WAITING.

Levi is unique, easy to reach, all-year-round destination in Finnish Lapland.

SEARCH AND BOOK

TERVETULOA

HOTEL MATHILDEDAL

Hotel Mathildedal

Hotel Mathildedal Teijon kansallispuiston kämmenellä Salon Mathildedalissa tarjoaa elämyksellisen vierailun kutsuen nauttimaan ylellisen hotellin pehmeistä unista ja taianomaisesta ympäristöstä.

[Lue lisää...](#)



TÄÄLLÄ TEHDÄÄN LOMAMUISTOJA, LUONNOLLISIA LOMIA JUURI SINULLE.

Äksyt Ämmät on Pohjois-Karjalainen matkatoimisto, matkanjärjestäjä ja verkkokauppa.

Tarjoamme laadukkaita, vastuullisia ja turvallisia tuotteita, joista huokuu kiireettömyys ja luonnosta nauttiminen.

Autamme sinua löytämään ainutlaatuiset elämykset, käyntikohteet ja lomapaketit.

Löydä oma lomasi tai pyydä meitä suunnittelemaan räätälöity lomapaketti juuri sinulle.

Tervetuloa meille!

#kestäväkehitys #vastuullisuus #luontomatkailu #suomenluonto #kareliaalacarte





Vinkkejä eri tyyppisille palveluntarjoajille

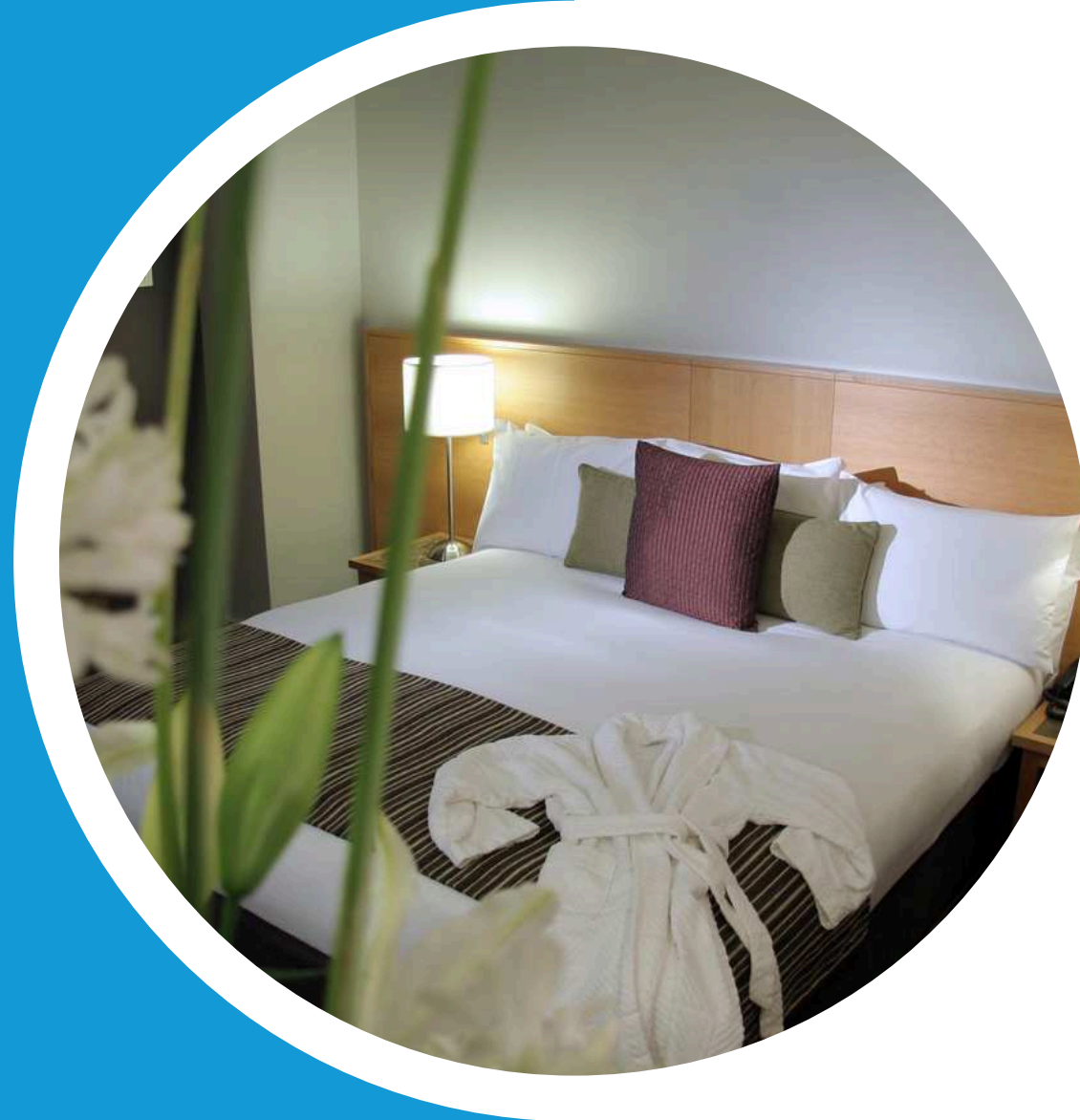
**Mitä esim. incoming toimistoille tai matkanjärjestäjille kannattaa kertoa tuotefaktojen lisäksi?
Osa vinkeistä sopii myös kuluttajille!**

Vinkkejä majoitustoimijat 1/2



- Tyypit ja tilat: Esittele eri majoitusvaihtoehtot, niiden varustelutaso ja mahdollinen esteettömyys. Onko tarjolla huoneita vai mökkejä, onko majoitustiloissa parivuode vai kaksi erillistä vuodetta, onko lisävuoteita tai perhehuoneita saatavilla?
- Onko huoneissa tai mökeissä omat kylpyhuoneet ja saunat, vai onko tietyt tilat yhteiskäytössä?
- Tarjoatteko veloitusettoman wifin? Voiko mökeissä laittaa ruokaa, miten aamiainen tarjoillaan hotellissa? Onko lemmikit sallittu?
- Onko huoneissa oma parveke vai pääsy suoraan pihalle? Onko pysäköinti maksullinen vai veloituseton? Onko vastaanotto auki 24h? Tarjoaako kohde omatoimisen sisäänkirjautumisen?
- Ympäristö: Retkeilyreitit / hiihtoladut, lähellä järven rantaa tai jokea, etäisyys seuraavasta kylästä/kaupungista, lähin ruokakauppa?
- Laatu: Onko kohteesi tähtiluokitukseen nähden perustasoa vai korkeatasoinen? Rakennus- / remontointivuosi: Milloin majoitustilat on rakennettu? Onko tiloja kunnostettu tai suunnitellaanko uudistamistöitä lähitulevaisuudessa?

Vinkkejä majoitustoimijat 2/2



- Kapasiteetti: Mikä on tarjolla oleva majoituskapasiteetti ja vuodepaikkojen määrä? Kerro minkälainen majoitus sopii parhaiten yksittäisille matkailijoille ja mikä puolestaan ryhmille.
- Saatavuus: Kerro milloin majoituspalvelut ovat saatavilla - ympäri vuoden, vain kesällä vai onko tiettyjä aikoja, jolloin majoitus on suljettu? Mitkä ovat ruuhkaajat, onko aikoja, joissa käyttöaste on jo korkea? Onko lentokentältä tai juna-asemalta kuljetuspalvelua kohteeseesi julkisin yhteyksin vai erikseen sovittavana etukäteen tilattuna palveluna?
- Palveluvalikoima: Majoituskohteet tarjoavat usein myös vapaa-ajan- sekä ravintolapalveluja. Mitä aktiviteetteja tarjoatte, löytyykö viikko- ohjelmaa, entä välinevuokraus?
- Yhteistyö: Teetkö yhteistyötä alueen muiden toimijoiden kanssa, esim. ohjelmapalvelujen osalta? Pystyykö aktiviteetit varaamaan suoraan sinulta?

Vinkkejä aktiviteetit/ohjelmapalvelut 1/2



- **Yritys:** Asiantuntemus ja persoonallinen ote: Onko yritys ollut toiminnassa jo useamman vuoden ajan vai oletko uusi toimija alalla? Onko sinulla mielenkiintoinen tarina kerrottavana yrityksen perustajiin tai perustamiseen liittyen?
- **Omistus ja johto:** Onko yrityksen omistaja itse mukana operatiivisessa toiminnassa vai oletteko mahdollisesti perheyritys? Kuinka mones sukupolvi on tällä hetkellä vetovastuussa?
- **Erikoistuminen:** Mikä ovat päätuotteesi / -palvelusi, missä olet paras?
- **Kohderyhmä:** Sopivatko aktiviteettisi erityyppisille kohderyhmille? Sopivatko ne vain ryhmille vai myös yksittäisille matkailijoille? Entä perheet? Edellyttääkö osallistuminen aikaisempaa kokemusta vai sopiiko tarjontasi myös aloittelijoille? Vaatiiko osallistuminen tiettyä fyysistä suorituskykyä/kuntotasoa vai sopivatko aktiviteettisi kaikille?
- **Vaatimukset:** Tarvitaanko osallistumiseen ajokortti, kalastuslupa tms.
- **Saavutettavuus:** Kuinka paikan päälle pääsee? Toimivatko julkiset liikenneyhteydet? Vai tarjoatteko asiakkaille kuljetus- / noutopalvelua?
- **Kausi / saatavuus:** Milloin palvelusi ovat saatavilla: ympäri vuoden vai tiettyinä vuodenaikoina? Voiko aktiviteetin ostaa paikan päällä vai vaatiiko se ennakkovarauksen?

Vinkkejä aktiviteetit/ohjelmapalvelut 2/2



- **Palvelukielet:** Millä kielillä pystytte palvelemaan asiakkaita? Jos oppaasi puhuvat esim. saksaa kannattaa se ehdottomasti mainita!
- **Oppaat:** Mistä oppaat tulevat ja kuinka ammattitaitoisia ja kokeneita he ovat? Onko heillä pätevyys tietynlaisiin aktiviteetteihin?
- **Vastuullisuus:** Miten huomioitte vastuullisuuden toiminnassanne? Oletteko mukana jossain kestävän matkailun ohjelmassa tai suorittaneet jonkin asiaan liittyvän sertifikaatin?

Kun esittelet jotain tiettyä aktiviteettiä, huomioi myös nämä:

- **Kesto:** Kuinka kauan aktiviteetti kestää? Miten joustavasti tuotetta voidaan muokata asiakkaiden pyynnöstä?
- **Osallistujat:** Min. ja max. osallistujamäärä per aktiviteetti: voiko aktiviteetit varata myös yksittäiselle matkailijalle (FIT) vai vain ryhmille?
- **Saatavuus:** Onko teillä takuulähtöjä tai viikko-ohjelmaa? Vai ovatko aktiviteetit varattavissa joustavasti eri ajankohdille?
- **Hintaan sisältyvät palvelut:** Opas, varusteet, ateriat, kuljetus jne.?
- **Optiot lisämaksusta:** Mitä lisäpalveluita voit tarjota lisämaksusta?
- **Jotain, mikä parantaa tuotetta tai itse asiakaskokemusta?**

Vinkkejä ravintolat



- Tausta tai tarina: Onko ravintolalla tai rakennuksessa missä se sijaitsee mielenkiintoinen historia? Onko yritys perheyritys?
- Tarjonta: Aamiaisesta illalliseen? Buffet-tyyli vai à la carte?
- Saatavuus: Avoinna päivittäin, myös viikonloppuisin, vai vain sopimuksen mukaan ennakkovarauksella? Voiko paikan päälle saapua ilman varausta vai ainoastaan varauksen kera?
- Erikoisuus: Onko ravintola tunnettu jostain tietystä ruokalajista tai erikoisuudesta? Ainesosien alkuperä: Mistä ainesosat tulevat? Käytäkö paikallisia, kausiluonteisia tai reilun kaupan tuotteita? Vai kasvatatko vihanneksia tai keräät yrtejä luonnosta itse? Vai tunnetko henkilökohtaisesti maanviljelijän, joka toimittaa lihasi ja kalastajan, joka toimittaa kalasi? Kerro tarina.
- Vastuullisuus: Miten huomioitte vastuullisuuden toiminnassanne? Oletteko mukana jossain kestävän matkailun ohjelmassa tai suorittaneet jonkin asiaan liittyvän sertifikaatin?
- Palvelukielet: Millä kielillä pystytte palvelemaan asiakkaita? Onko ruokalista saatavana englanniksi/saksaksi?

Vinkkejä käyntikohteet



- Kohderyhmä: Kenelle käyntikohde on suunnattu? Mitkä ovat sopivat kohderyhmät? Sopiiko käyntikohde erityisesti perheille vai kulttuurinnälkäisille?
- Saatavuus: Avoinna ympäri vuoden vai tiettyinä aikoina? Tai avoinna vain tilauksesta?
- Teema: Onko olemassa tietty teema, esim. luonnonmukaisuus? Pysyviä tai väliaikaisia näyttelyjä/erikoisuuksia?
- Opastettu kierros: Tarjotaanko opastettuja kierroksia? Millä kielellä? Kuinka monelle hengelle (min. ja max. ryhmäkoko)?
- Palvelukielet: Onko kohteessa opasteita tai audio guidea, millä kielillä?
- Suositukset: Suositeltu vierailuaika/sesonki, mitkä ovat kärkituotteet/asiat? Erityiset tapahtumat, joihin kannattaa osallistua?
- Sisäänpääsymaksu: Sisäänpääsy veloitukseton? Ryhmille oma hinnoittelumalli?

A woman with dark hair and a bright smile is the central figure. She is wearing a white, long-sleeved button-down shirt. She holds a clipboard in her left hand and a gold pen in her right hand, as if ready to take notes. The background is a dense wall of various international flags, including the United States, United Kingdom, and many others, creating a vibrant and multicultural atmosphere. The lighting is warm and focused on the woman.

Suuryritysyhteistyö (aikaisempi selvitys/haastattelut)

SUURYRITYKSIEN VIERAAT (aikaisemmat haastattelut)



- 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 yrityksistä ryhmäkoko vaihteli välillä 2–20.**
- Vierailijoita on **ympäri vuotisesti** 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.**

SUURYRITYKSIEN ESIIN NOSTAMAT ASIAT (aikaisemmat haastattelut)



Suurimmiksi tunnistetuiksi haasteiksi yhteistyössä koettiin seuraavat asiat:

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

SUURYRITYKSIEN ESIIN NOSTAMAT ASIAT (aikaisemmat haastattelut)



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 lisämi ja tienoot -verkostoa pystyisi hyödyntämään ja suosimaan tulevaisuudessa nykyistä enemmän.

MINKÄLAISILLE TUOTTEILLE KYSYNTÄÄ? (aikaisemmat haastattelut)



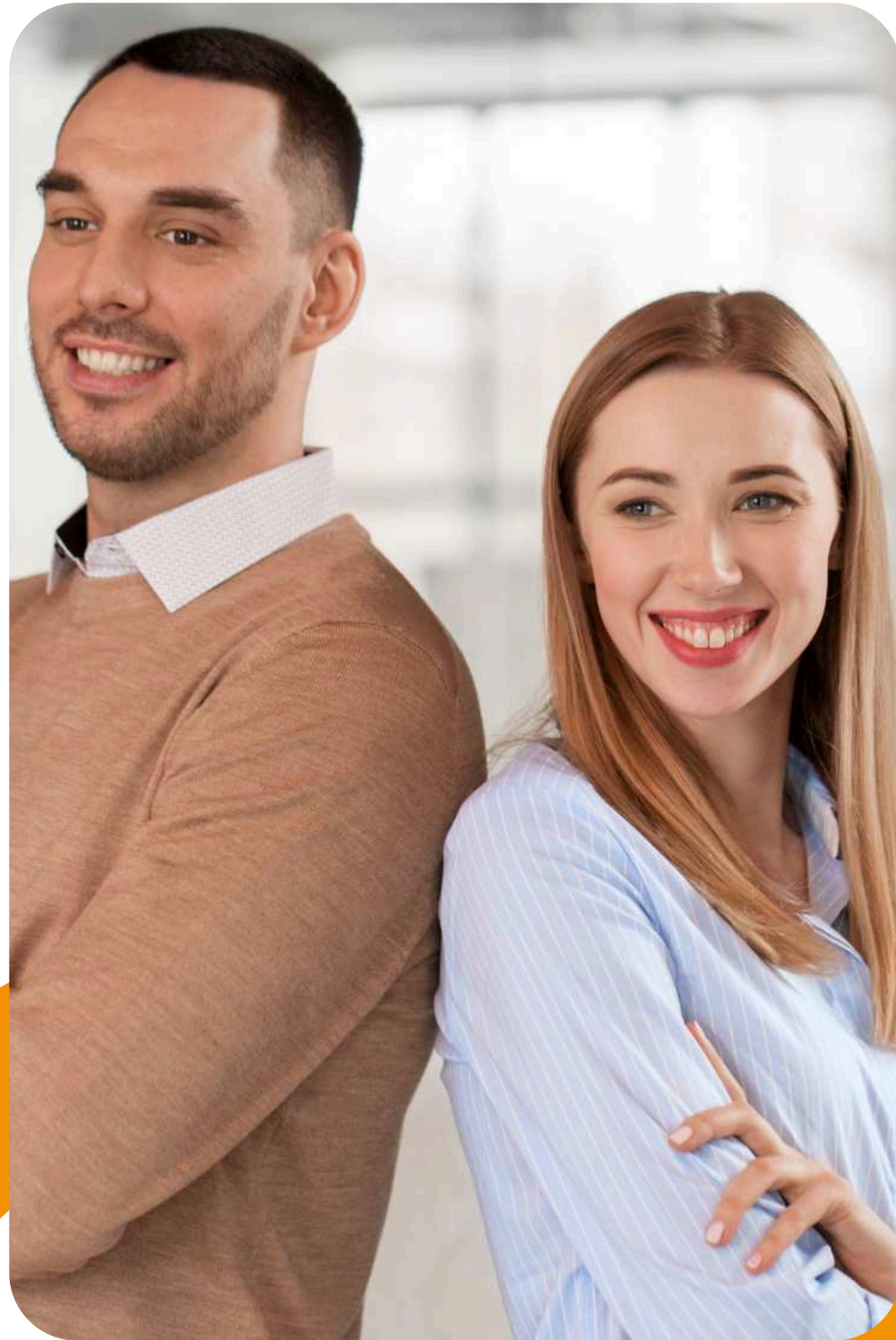
Kysyttäessä onko mielessä jokin tietty palvelu tai tuote, mikä puuttuu markkinoilta ja mille olisi selkeä tarve, saatiin seuraavanlaisia vastauksia:

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

Esittelyssä asiakaspersoonat

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



"Onnistunut vierailu ei ainoastaan paranna liiketoimintaa, vaan myös luo kestäviä suhteita."

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 lisälmen 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">lisalmi ja tienoot "standardi" tuotekorttimalli, jossa huomioitu vaadittavat asiat ostettavuuden helpottamiseksi.lisalmi 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

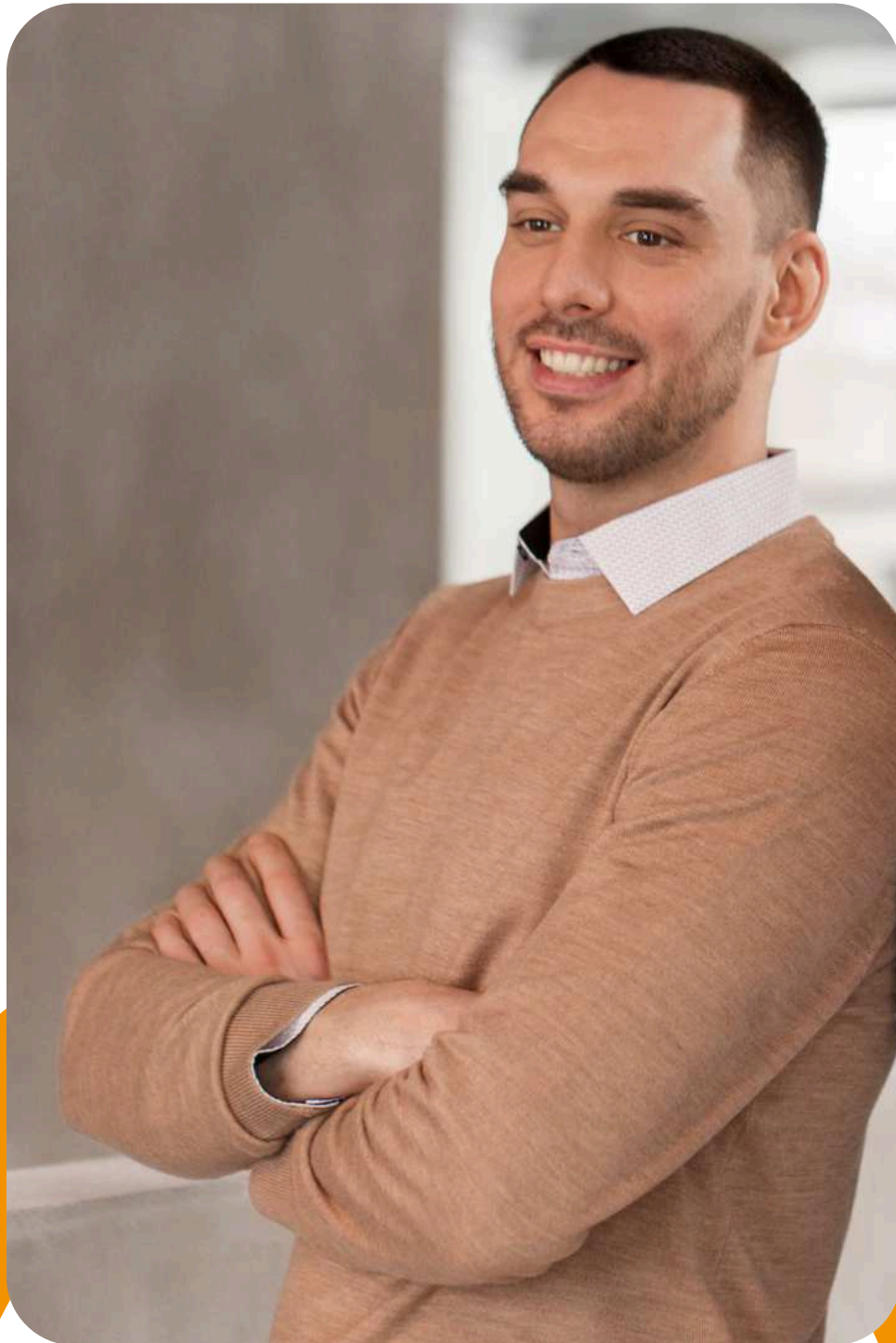
Tavoitteet

- Solmia onnistuneita liiketoimintasopimuksia ja verkostoitua tehokkaasti.

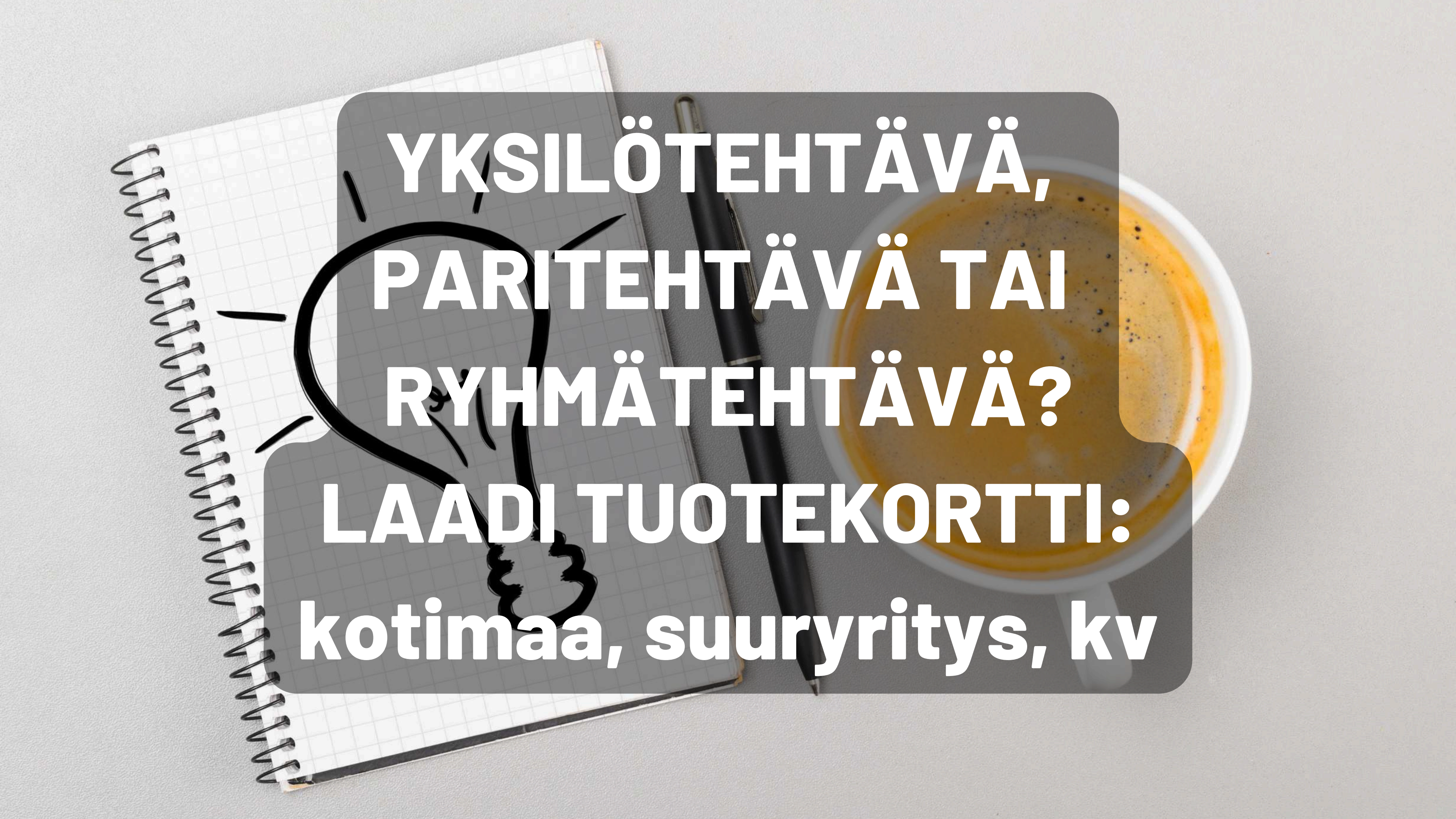
Tarpeet

- 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



**YKSILÖTEHTÄVÄ,
PARITEHTÄVÄ TAI
RYHMÄTEHTÄVÄ?
LAADI TUOTEKORTTI:
kotimaa, suuryritys, kv**



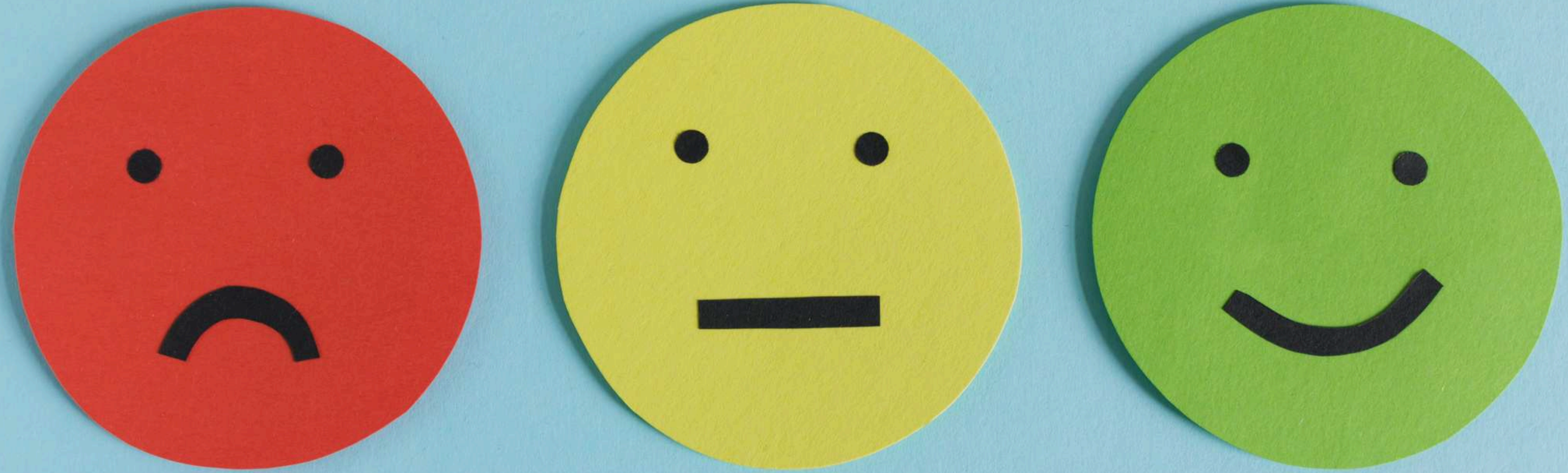
KOTITEHTÄVÄ

Viimeistelemme:

1-2 tuotekorttia hyödyntäen annettuja tuotekorttimalleja:

arviointi joko ryhmäsparrauksessa tai kirjallisesti riippuen millä polulla olet

LISÄTIEDOT: Kirsi toimittaa!



LOPPUKESKUSTELU & PALAUTE

-Mitä opitte?

Palautelomake:

Kati/Kirsi lähettää

A top-down view of a desk with a silver keyboard, a white mouse, a magnifying glass, a pink highlighter, and several documents. One document features a bar chart with categories like 'Auto', 'Food', 'Travel', and 'Other', and a pie chart with various colored segments. The text is overlaid on a dark grey background.

BONUSTEHTÄVÄ

**jos haluat kilpailija-analyysin
avulla miettiä esim. USP tekijöitä ja
benchmarkata kilpailijoita**

KILPAILIJA-ANALYYSI KANNATTA



- Tunne oma toimintaympäristö
- Mikä erottaa yrityksesi muista, vai hukutko massaan?
- Omat menestystekijät (USP) ja kehittämiskohteet
- Kilpailijat vs. uudet liiketoimintakumppanuudet

Kilpailuanalyysi ja erottautumistekijät



NYKYISET KILPAILIJAT

Keitä ovat nykyisiä kilpailijoitasi? Nimeä 3:

1

2

3

KILPAILIJOIDEN VAHVUUDET

Millaisia vahvuuksia nykyisillä kilpailijoillasi on? Millä kyvyillä tai eduilla he kilpailevat, myyntiargumentit?

1

2

3

KILPAILIJOIDEN HEIKKOUEDET

Mitkä ovat kilpailijoidesi heikoimmat kohdat?

1

2

3

TULEVAISUUDEN UHAT

Mitä mahdollisia tulevaisuuden lisähaasteita kukin kilpailija tuo toimintakenttään?

1

2

3

Mitä kunkin kilpailijan vahvuuksista tai heikkouksista seuraa?

1

2

3

MITEN EROTTAUDUN NYKYISISTÄ KILPAILIJOISTANI?

1

2

3

MITEN EROTTAUDUN OMILLA VAHVUUKSILLANI?

1

2

3

MITEN VOISIN HYÖDYNTÄÄ KILPAILIJOIDEN HEIKKOUEDET?

1

2

3

MITEN OLEN MUKANA TULEVAISUUDEN KILPAILUSSA?

1

2

3

KILPAILIJAT	KILPAILIJA A	KILPAILIJA B	KILPAILIJA C
Verkkosivut +/-			
Somekanavat +/-			
Hinta			
Hyöty asiakkaalle, asiakaslupaus			
Arvot			
Muut huomiot			

KIITOS

S u v i A h o l a

s u v i . a h o l a @ n o r d i c m a r k e t i n g . f i





***Make the most of the one
opportunity and more opportunities
come your way.***

~James Clear ~



**NORDIC
MARKETING**

@NordicMarketing 2023