



Visit Finland



My Stay-portaalin kautta lisää kansainvälisiä asiakkaita!

Virtaa vientiin ja verkostoihin, Jyväskylä 1.9.2016

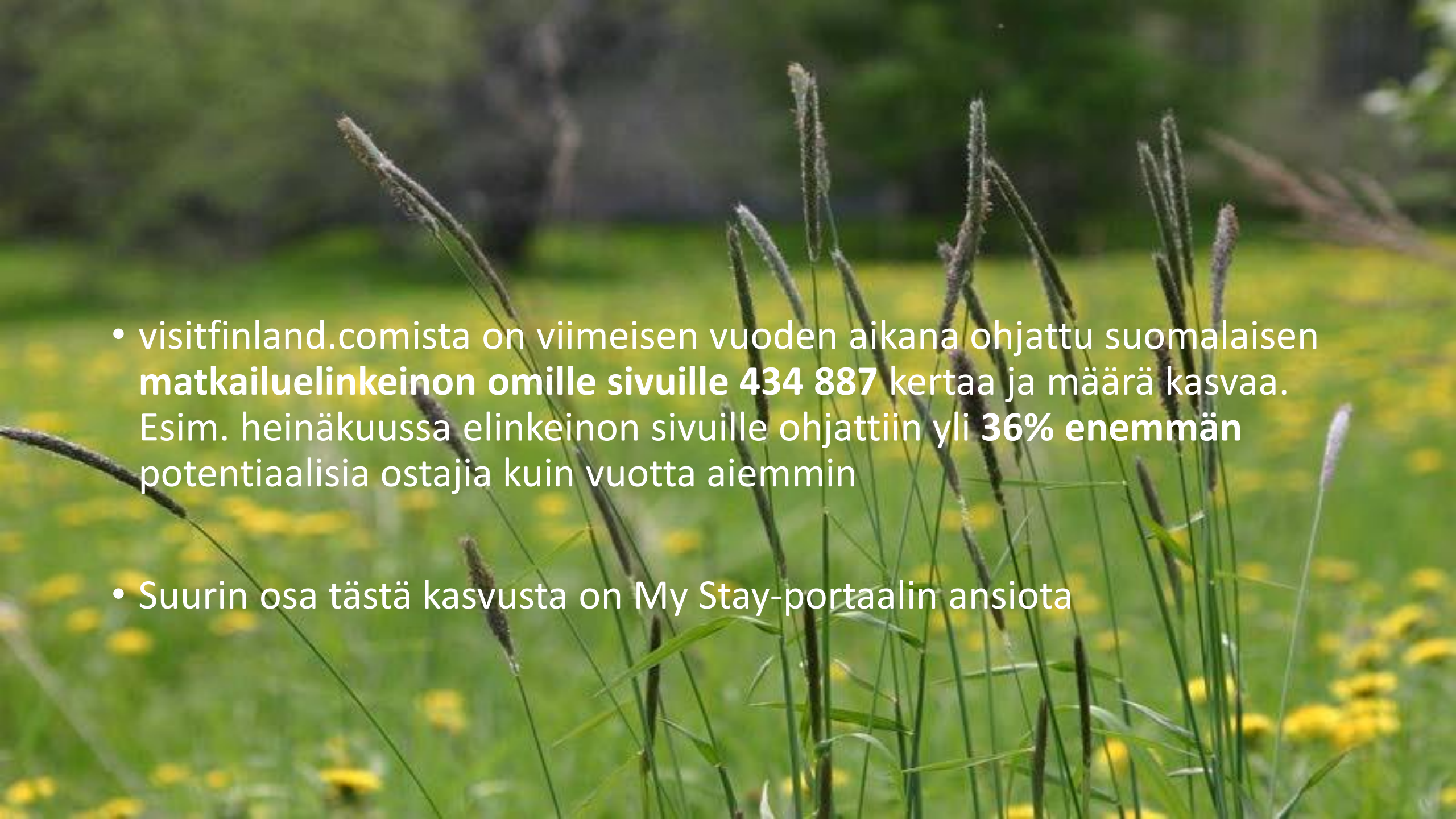
Liisa Renfors, Visit Finland

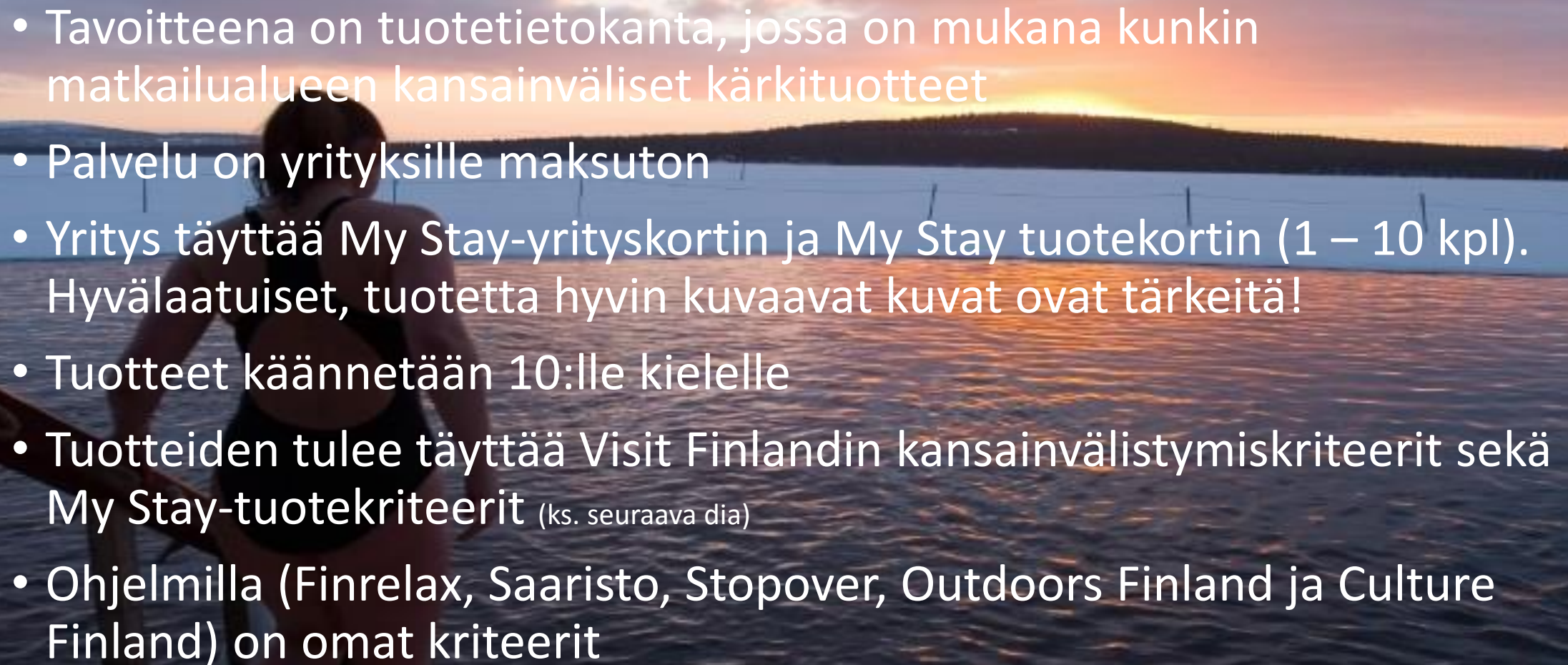
liisa.renfors@visitfinland.com

Visit Finland My Stay

- Suomen kansainvälisten matkailutuotteiden tuotetietokanta www.visitfinland.com/mystay.
- Osa Visit Finlandin verkkopalvelua www.visitfinland.com
- Vuonna 2015 visitfinland.comissa oli 8 349 856 vierailua ja 6 047 154 eri kävijää.
- Vierailujen kasvu 2011 vs. 2015 = 482 %
- Eri kävijöiden kasvu 2011 vs. 2015 = 429 %
- Kuukausittain My Stayssa käy tällä hetkellä n. 55 000 kävijää
- Katsotuimpien tuotteiden TOP 10:ssä on useampia hyvinvointituotteita (mm. Metsäkyly, Lapland Offline)
- Yrityksiltä positiivista palautetta kävijämäärien ja myynnin lisääntymisestä



- 
- visitfinland.comista on viimeisen vuoden aikana ohjattu suomalaisen **matkailuelinkeinon omille sivuille 434 887** kertaa ja määrä kasvaa. Esim. heinäkuussa elinkeinon sivuille ohjattiin yli **36% enemmän** potentiaalisia ostajia kuin vuotta aiemmin
 - Suurin osa tästä kasvusta on My Stay-portaalin ansiota

- 
- A person in a dark swimsuit stands on the deck of a boat, looking out over a large body of water at sunset. The sky is filled with soft, colorful clouds in shades of orange, pink, and blue. The sun is low on the horizon, creating a shimmering reflection on the water's surface. In the background, a dark silhouette of a forested shoreline is visible under the twilight sky.
- Tavoitteena on tuotetietokanta, jossa on mukana kunkin matkailualueen kansainväliset kärkituotteet
 - Palvelu on yrityksille maksuton
 - Yritys täyttää My Stay-yrityskortin ja My Stay tuotekortin (1 – 10 kpl). Hyvälaatuiset, tuotetta hyvin kuvaavat kuvat ovat tärkeitä!
 - Tuotteet käännetään 10:lle kielelle
 - Tuotteiden tulee täyttää Visit Finlandin kansainvälistymiskriteerit sekä My Stay-tuotekriteerit (ks. seuraava dia)
 - Ohjelmilla (Finrelax, Saaristo, Stopover, Outdoors Finland ja Culture Finland) on omat kriteerit

My Stay tuotekriteerit

Kansainvälisyys

Tuotteesi/palvelusi on ollut kansainvälisessä myynnissä ja/tai sinulla on ollut kansainvälisiä asiakkaita

Tuotteesi /palvelusi täyttää Visit Finlandin kansainvälistymiskriteerit

Internetsivusi ovat joko kohdemaan kielellä ja/tai englanniksi

Pystyt palvelemaan asiakkaita joko kohdemaan kielellä ja/tai englanniksi

FIT

Tuotteesi/palvelusi on omatoimimatkailijan varattavissa ja ryhmäkoon minimi on 1-9 henkilöä

Näkyvyys

Myytävä tuotteesi/palvelusi näky Internetsivuillasi joko kohdemaan kielellä ja/tai englanniksi

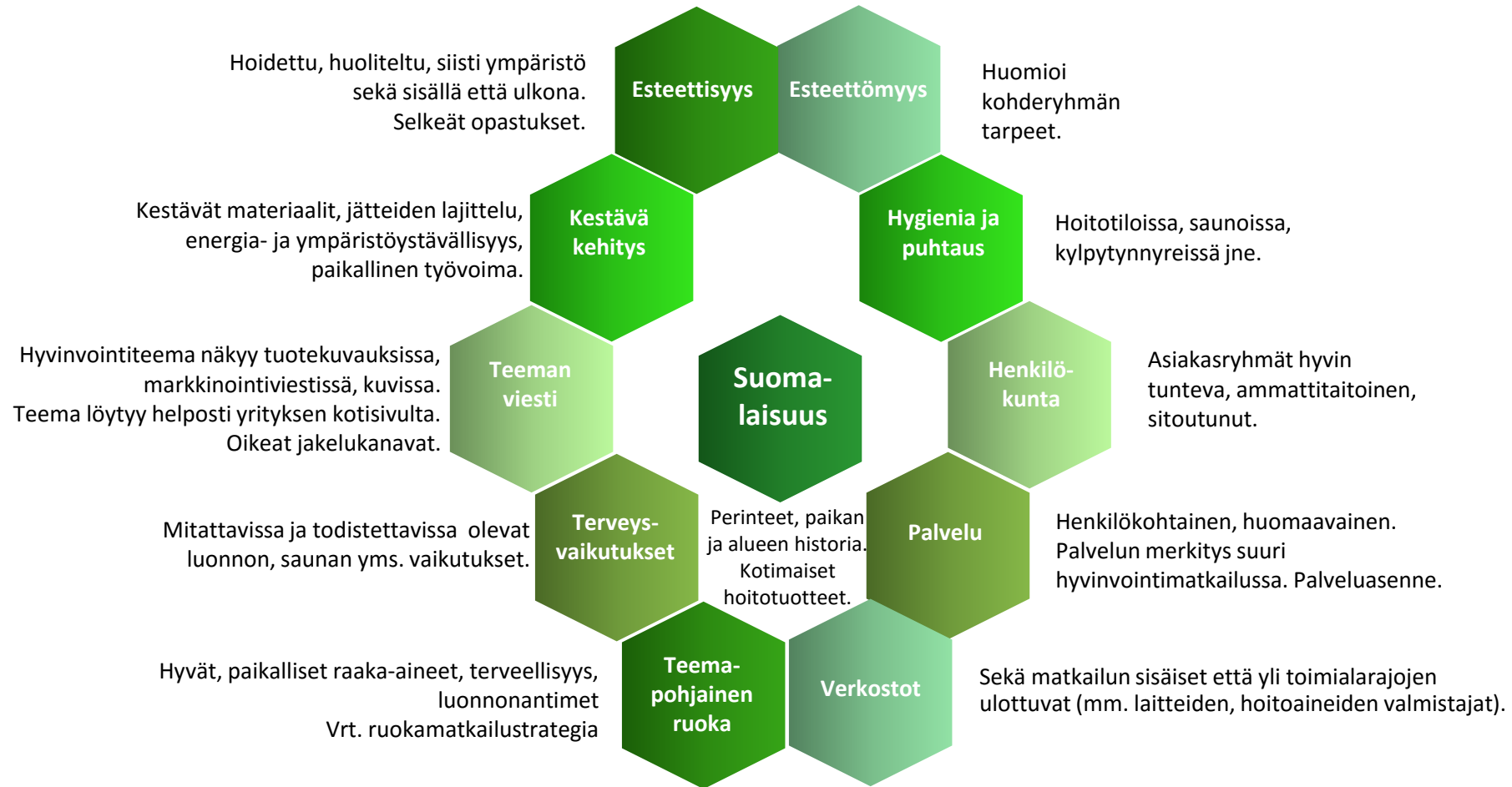
Tuotekuvauksessa on kohdemaan kielellä ja/tai englanniksi kaikki oleellinen tieto →

Tapahuma: kuvaus, ajankohta, paikka, esiintyjät ja ohjelma, lippujen hinnat ja ostopaikka

Nähtävyys: kuvaus nähtävyydestä, aukioloajat, mahdollinen sisäänpääsymaksu

Ohjelmapalvelu: kuvaus palvelusta, kesto, minimiryhmäkoko, hinta, mitä hinta sisältää

FinRelax-peruskriteerit * / Visit Finland



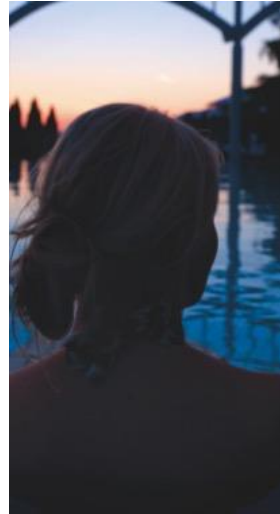
* Visit Finlandin kansainvälistymiskriteerien ohella

TUOTESUOSITUKSET: FinRelax-tuotteet

FinRelax-tuotteita ja palveluita yhdistävät luonnollinen hyvinvointi, autenttisuus ja paikallisuus sekä terveellinen lähiruoka ja –juoma.



SAUNAEÄMYS



HOIDOT



LUONNOSSA
LIKKUMINEN



HILJAISSUUS



HYVINVOINTI-
MÖKKI



VESI HYVINVOINTI-
ELEMENTTINÄ

SAUNAEÄMYS

Sauna from Finland ry:n ”Saunan laatukäsikirjan” tuotekriteerejä sovelletaan saunapalveluun (saunarakennus, hygienia, moniaistinen saunaelämys):

- Suunnittele saunapalvelusi huolella: luo saunaan tunnelmaa, kerro saunan tarina, tarjoa vilvoittelutilat jne.
- Valitse saunatiloihisi laadukkaat materiaalit ja varmista, että sauna ja sen ympäristö on siisti ja turvallinen.
- Käytä selkeitä saunaohjeita (mielellään kuvallisia).
- Esittele asiakkaalle myös oheispalveluja kuten pesijäpalvelua, hoitoja tai saunaruokaa.

SUOMALAISET HOIDOT

- Perinnehoidoja hyödynnetään hoitotarjonnassa (suomalainen jäsenkorjaus, turvehoidot, kuppaus jne.).
- Suomalaisia raaka-aineita ja tuotemerkkejä käytetään mahdollisuuksien mukaan hoitotuotteissa.
- Hoidot suoritetaan autenttisessa ympäristössä.

LUONNOSSA LIIKKUMINEN

- Asiakkaalle tarjotaan asianmukainen liikunta- ja toimintaympäristö (vrt. Outdoors Finland), joka stimuloi henkistä ja fyysistä hyvää oloa.
- Ohjelmaan sisällytetään mahdollisuuksien mukaan Suomeen selvästi liitettäviä aktiviteetteja (sauvakävely, hiihto, lumikenkäily), joihin annetaan henkilökohtainen opastus.
- Asiakkaalle tarjotaan mahdollisuus kokea luontoa kaikin aistein liikuntaharjoitteen lomassa (puhdas luonto ja vesi osana luonnossa liikkumista, puhdas ilma, metsän hyvinvointia edistävät vaikutukset jne.)
- Luonnossa liikutaan omaa kehoa kuunnellen (ei liian vaativia urheilu-urituksia).
- Lisäarvoa luonnossa liikkumiseen luodaan hyväntasoisilla, mielellään kotimaisilla varusteilla ja suomalaista teknologiaa hyödyntäen.

HILJAISUUS

- Asiakkaalle luodaan puitteet ja mahdollisuus kuunnella ja hiljentyä yksin tai ryhmässä (rauhallinen ympäristö, retriitti).
- Ei täydellinen hiljaisuus vaan ihmisen luomien äänien poissaolo.
- Hiljaisuus on osana jo olemassa olevaa palvelua (esim. hiljainen hetki hiihtoretellä, luonnossa liikkuminen metsän hiljaisuutta ihastellen, hiljaisuuden sauna jne.)
- Digital detox; rentoutuminen arjesta ilman tietoliikennevälineitä.

HYVINVOINTIMÖKKI

- Mökki sijaitsee rauhallisessa paikassa, mielellään veden äärellä.
- Mökki on varustukseltaan ja sisustukseltaan korkeatasoinen (4-5 tähteä).
- Jokaisessa makuuhuoneessa on parhaassa tapauksessa oma suihku ja wc. Vähimmäisvaatimus suihku ja wc per neljä henkilöä.
- Mökissä tulee olla sauna.
- Liinavaatteet ja loppusiivous sisältyvät mökin hintaan.
- Mökkiin on haluttaessa saatavissa myös muita palveluja ja lähistöllä on tarjolla hyvinvointipalveluja.



VESI HYVINVOINTIELEMENTTINÄ

- Uimapaikan turvallisuus on huomioitu luonnon uimapaikoilla (kesä ja talvi; vaivaton pääsy veteen jne.) ja uimahallissa/kylpylässä.
- Avantouinnin yhteydessä varmistetaan uijan terveydentila mahdollisuuksien mukaan ennen uintia ja hänelle annetaan opastetusta avantouinnin saloihin.
- Ohjelmapalveluyrittäjän tarjoamat varusteet mainitaan tuotekuvauksen yhteydessä.
- Vesiliikuntavälineet ovat korkealaatuisia ja niiden käyttöön opastetaan.
- Kylpytynnyreiden ja porealtaiden hygieniaan ja ympäristöystävällisyyteen kiinnitetään erityistä huomiota.



Yleisimmät syyt, miksi tuotetta ei hyväksytä My Stayhin

- Yrityksellä on ainoastaan suomenkielinen kotisivu
- Englanninkielisillä sivuilla ei ole riittävästi tietoa tuotteesta; esim. mallia Brief in English, joka tavallisesti kertoo hyvin yleisellä tasolla yrityksen toiminnasta ja menee harvoin - jos koskaan – tuotetasolle
- Sivulla on hankala navigoida, koska englanninkielisellä sivulla on sekaisin suomenkielisiä ja englanninkielisiä otsikoita
- Tuotetta ei ole yrityksen englanninkielisellä kotisivulla tai se ei ole sivulla tunnistettavissa My Stayhin-syötetyllä nimellä
- Tuote on ryhmätuote eli ryhmän minimikoko on 10 tai yli
- Tuotteesta puuttuu kunnollinen kuvaus, puhutaan esim. museosta, mutta ei kerrota sanallakaan, mitä museo pitää sisällään, mitkä ovat näyttelyt, miksi sinne kannattaisi mennä
- Tuotteesta puuttuu hinta. Olisi hyvä antaa asiakkaalle jonkinlainen käsitys hintatasosta eli käyttää edes suuntaa antavaa hintatietoa esimerkkituotteen avulla



- Seuraavan kerran tuotteita kerätään
10.10.2016 lähtien
- Tuotteet julkaistaan MATKA 2017-
messuihin mennessä
- Jos olette kiinnostuneita syöttämään
palvelujanne My Stayhin, antakaa
käyntikorttinne minulle tai lähettäkään
sähköpostia osoitteeseen
liisa.renfors@visitfinland.com



FINRELAX®



WinRelax

Tuunaa, kehitä, ideoi, ilmianna. Suomalaisen luonnollisen hyvinvoinnin tähtituote.

Tuotekehityskilpailu 1.10.-1.12. 2016

Palkinnot: mainetta, kunniaa ja myynnintukea

**TOP 25 –tuotetta
lanseerataan ITB
Berliinissä /
maaliskuussa 2017**

Valmiina KV-markkinoille?

Tutustu suosituksiin ja kriteereihin ja arvioi itse. Täytä kilpailulomake ja liitä mukaan haluamasi liitteet tai linkit (esim. tuotteen, videon, asiakaspalautteen URL).

Kilpailuaika:

1.10.-1.12. 2016

Arviointi ja valinta:

Esiraati, kumppanit, kuluttajakysely, julkistus Matkamessuilla 2017

Palkinnot:

Mainetta, kunniaa ja myynnin tuke (mm. Tähtituote-status Visit Finlandin MyStay-tuotehakemistossa, medianäkyvyyttä, myyntikanava-kontakteja, näkyvyys FinRelax-ohjelman markkinointitoimenpiteissä

Lisätietoja:

Kiti Häkkinen, Tel +358 (0)50 453 4720
Mail: kiti.hakkinen@visitfinland.com

Keskisuomalainen Finrelax- tähtituote

FOREST BATH 2 HOURS FROM HELSINKI-VANTAA AIRPORT

Breath and relax! The nature and surroundings of Himos gives you a memorable way to simmer down. The genuine Finnish sauna and forest are an incredible source for inner strength and relaxation – from these elements the Finns draw their famous sisu and stamina. Forest bath is a 3 day long dip to the nature of Central Finland and to the Finnish traditions.

Location:	Lakeland (Jämsä)
Theme:	Sauna & Outdoors
Duration:	4 days, 3 nights
Price:	994 € (4 people)
What's included:	Accommodation, linen and towels, sauna snack, meal at Moose Manor and guided programs (Forest bath, sauna, Moose Manor and visits to the cultural sights)
Supplements:	
Availability:	Year-round
Pax:	4+
More info:	www.himosholiday.com
Booking:	himosholiday@himosholiday.com +358 (0)20 711 9230



Finrelax – toisen ohjelmakauden toimenpiteitä

- **Tuotekehitysmallin juurruttaminen (Finrelax Akatemit / 8kpl)** : hyvinvointituotteiden ja -palveluiden konseptointi ja laadun kehittäminen
- Monikanavaisen Finrelax –teemaisen **markkinointi- ja viestintämateriaalin suunnittelu ja toteutus (mm. videot, artikkelit, esitteet, kampanjasivustot)**
- **Media-, jakelukanava- ja matkanjärjestäjäyhteistyön syventäminen:** Ostajamatkat ja mediamatkat (60 matkanjärjestäjää ja median edustajaa kohdemarkkinoilta Suomeen) – **yhteistyössä Visti Finlandin muiden kasvu- ja katto-ohjelmien kanssa.**
- **Finrelax PR ja b2b-toimenpiteet:** osallistutaan kohdemarkkinoilla Visit Finlandin organisoimiin myynti-, PR-tapahtumiin, messuille ja muihin toimenpiteisiin - **yhteistyössä muiden Visit Finlandin teema- ja kasvuohjelmien kanssa.**
- **Finrelax b2c-toimenpiteet:** (SEM, valikoidut digikanavat ja sosiaalisen median kanavat, yhteiskampanjat merkittävimpien jakelukanavien kanssa). Lisäksi osallistutaan yhdessä Merellinen Saaristo-ohjelman kanssa Visit Finlandin b2c-imagokampanjan suunnitteluun ja toteutukseen (alkaen toukokuu 2016). Lisäksi tutkitaan mahdollisuutta osallistua Saksassa Grune Woche –messuille (01/2017) yhteisosastolla MMM:n, MTK:n ja Finpron Food from Finland –ohjelman kanssa.
- **Japanissa keskitytään tuotekehitysyhteistyöhön ja yhteismarkkinointiin** valittujen matkanjärjestäjä - ja myyntikanavakumppaneiden kanssa sekä osallistutaan sekä Visit Finlandin että Stopover Finland –ohjelman b2c-kattokampanjoihin teemasisältöjen sekä ko. markkinoille soveltuvien tuotemenujen kautta.

Saksa – 2016 päämarkkina: lanseeraus ITB 2016

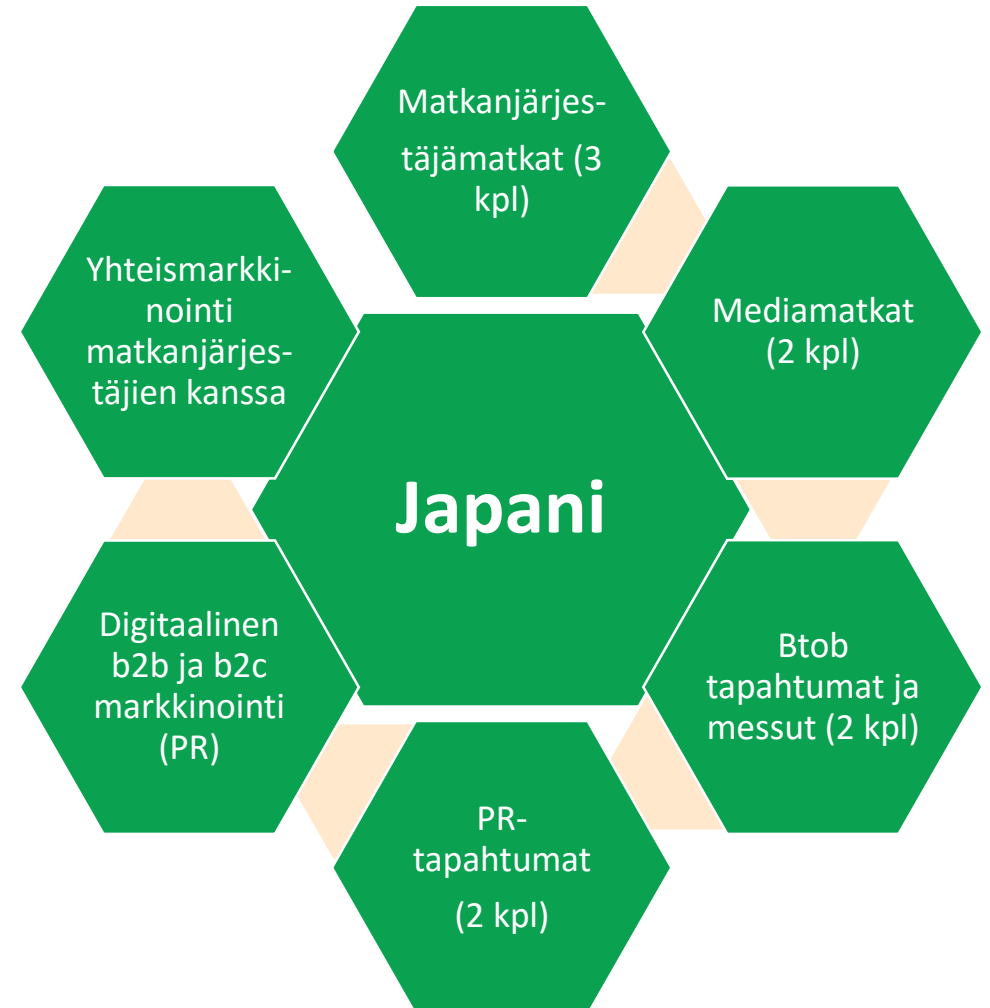
- Tähtituotteet esillä:
<http://www.visitfinland.com/travel-trade/things/finnish-wellbeing/>
- Tähtituotteet esillä esitteissä ja MyStay-hakemistossa:
<http://www.visitfinland.com/mystay/>
- FVW e-koulutusohjelma kestää 12 kk:
<http://akademie.fvw.de/wundersame-schoenheit/1/153381/19219>
- Dein Finnland Magazine : <http://www.deinfinnland.de/> .
- Tähtituotteet tuotemanuaali:
<http://www.finnland-produkt-manual.de/>.



Japani – 2016 b2b-lanseeraus; 2017 päämarkkina

FinRelax Japanissa syyskuussa

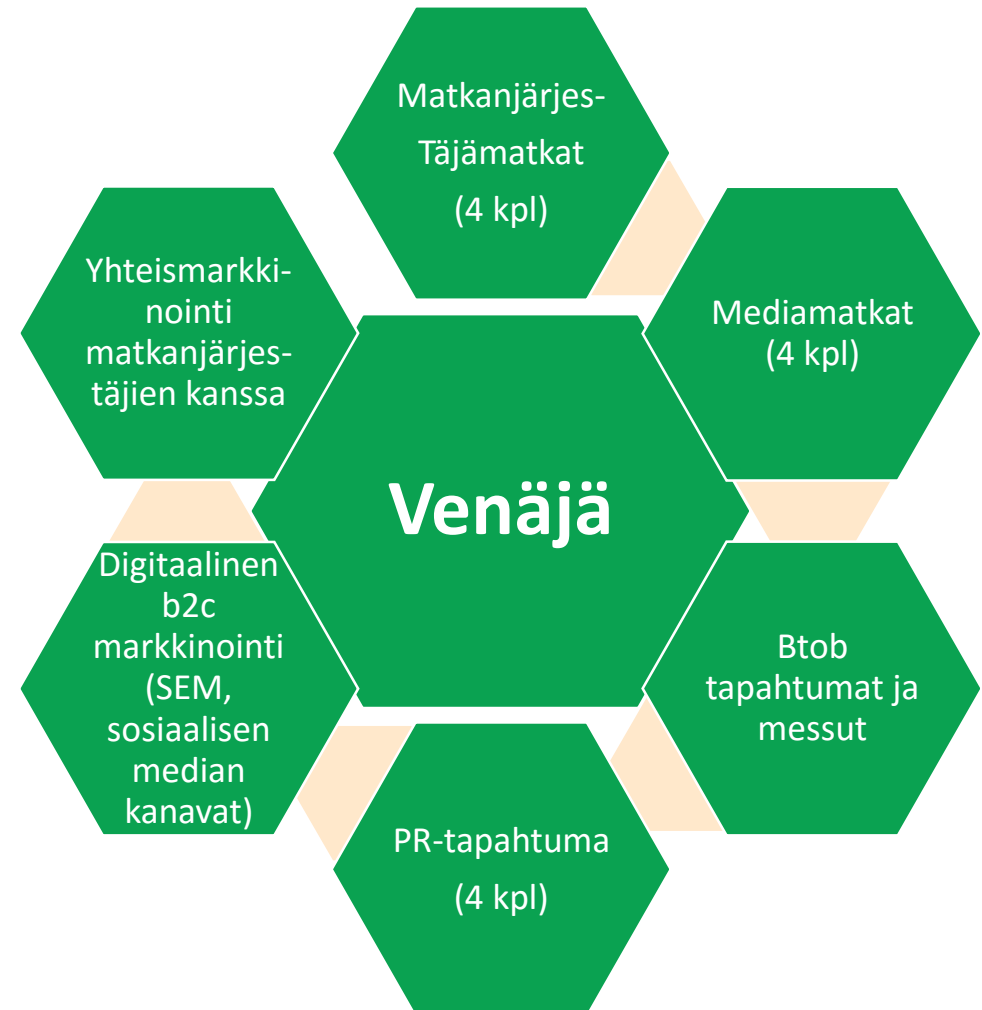
- StopOver Finland –ohjelma-yhteistyö
- Matkanjärjestäjäkoulutukset (online & offline)
- MoiMoi Roadshow
- Tourism Expo 2016



Venäjä – digitaalinen btoc-markkinointi

FinRelax markkinointiteemana

- 3-vaiheinen b2c –digikampanja (RTB, GDN, FB, IG, SEM) + radio / Pietari & Moskova
- Jatkuva VK-näkyvyys (+bloggarit, online-lehdet, portaalit/foorumit)
- PR-tapahtumat yhteistyössä suurlähetystöjen (Pietari, Moskova) kanssa
- Finnair-yhteisnäkyvyys (Sheremetyevo/ Moskova)



A person is silhouetted against a sunset sky, performing a yoga pose on a rocky shore. The sun is low on the horizon, casting a golden glow over the water and the rocks. The person is standing on a large, flat rock, with their right leg raised and bent at the knee, and their hands clasped behind their back. The sky is a mix of blue, orange, and yellow, with some clouds. The water is dark, and the rocks are wet and reflective.

#TourDeRelax

Social Media & Traditional Media



All Twitter posts can be found from here:

<https://twitter.com/search?src=typd&q=%23tourderelax>



All Instagram posts can be found from here:

www.instagram.com/explore/tags/toorderelax/

My Stay-tuote-esimerkkejä



Hyviä tuote-esimerkkejä



<http://www.upitrek.com/english/canoeing/>

Aksyt Ämmät
Majatalo Pihlajapuu

<http://www.aksytammat.fi/en/summer+tours/from+guesthouse+to+guesthouse+herbal+tour//>



<https://feelthenature.fi/en/finnish-lakeside-sauna-experience-by-nuukio-national-park/>



KIITOS!

**Liisa Renfors, tuoteasiantuntija
liisa.renfors@visitfinland.com**