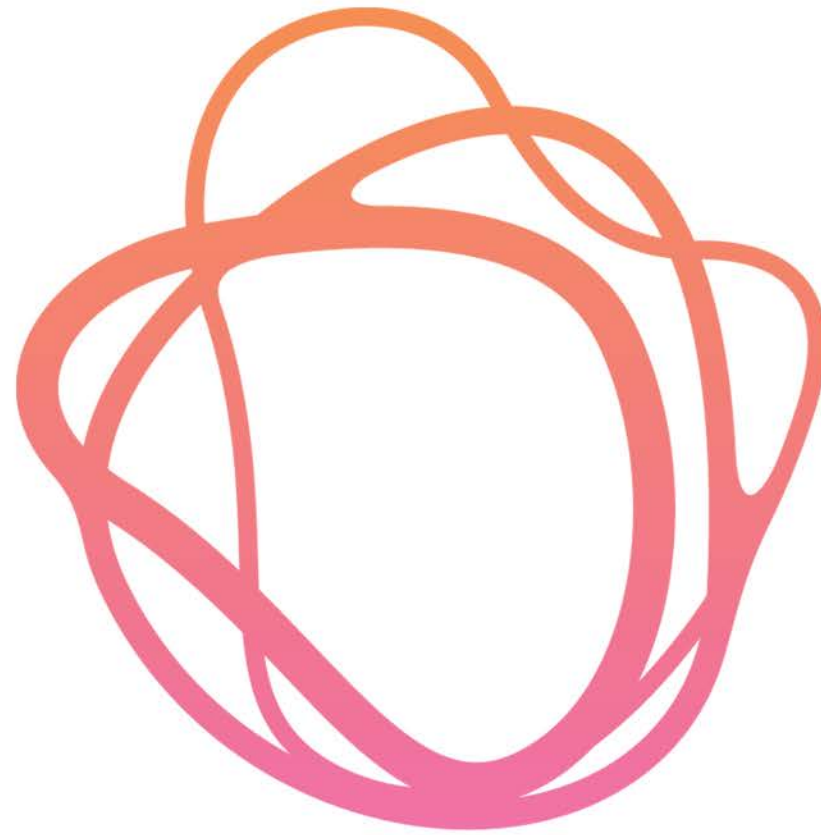


Matkailuyrittäjän kansainvälistyminen työpaja



Visit Finland





tere tulemast
Welcome
Bienvenue
Tervetuloa
Willkommen
salve
Bienvenido
välkommen

Birgitta Palmqvist



- ✓ Matkailutoimistotyö
- ✓ Matkailuopas /opaskouluttaja / tuotekehittäjä
- ✓ Kahvilayrittäjä
- ✓ Hotelli/ravintolayrittäjä
- ✓ Matkailun alueellisen yhteistyö-hankkeen vetäjä
- ✓ Matkailuverkoston luoja
- ✓ Alueorganisaation vetäjä
- ✓ Matkanjärjestäjä-yrittäjä Porvoo Tours
www.porvootours.fi
- ✓ Artistivälittäjä Artistiko www.artistiko.fi
- ✓ Birgitta Palmqvist Productions: asiantuntijatehtävät
- ✓ Kulttuuritalo Grand, johtaja www.grand.fi
- ✓ Moon River tapahtuman osatuottaja
www.moonriverporvoo.fi
- ✓ Culture Finland katto-ohjelman ohjausryhmän jäsen
- ✓ birgitta.palmqvist@artistiko.fi, LinkedIn, Facebook, Instagram



Mitä on tulossa?



Ohjelma tänään

Klo 09.00 Vientikelpoisuus - työpaja

Tuotetyypit

Hissipuhe - työpaja

Tuotekehitysprosessi

Lounas

Tuotekehitysprosessi

Kohderyhmät ja tuotekortti - työpaja

Iltapäiväkahvit

Matkailutuotteen hinnoittelu – työpaja

Seuraavan kerran ennakkotehtävät

Tilaisuus päättyy klo 15.30 mennessä

- Ensi kerralla puhutaan mm:
- Jakeluteistä
 - Sähköiset myyntikanavat
 - Myyntitilaisuudet ja messut
 - Mediavierailut ja FAMtripit
- markkinointiviestinnästä

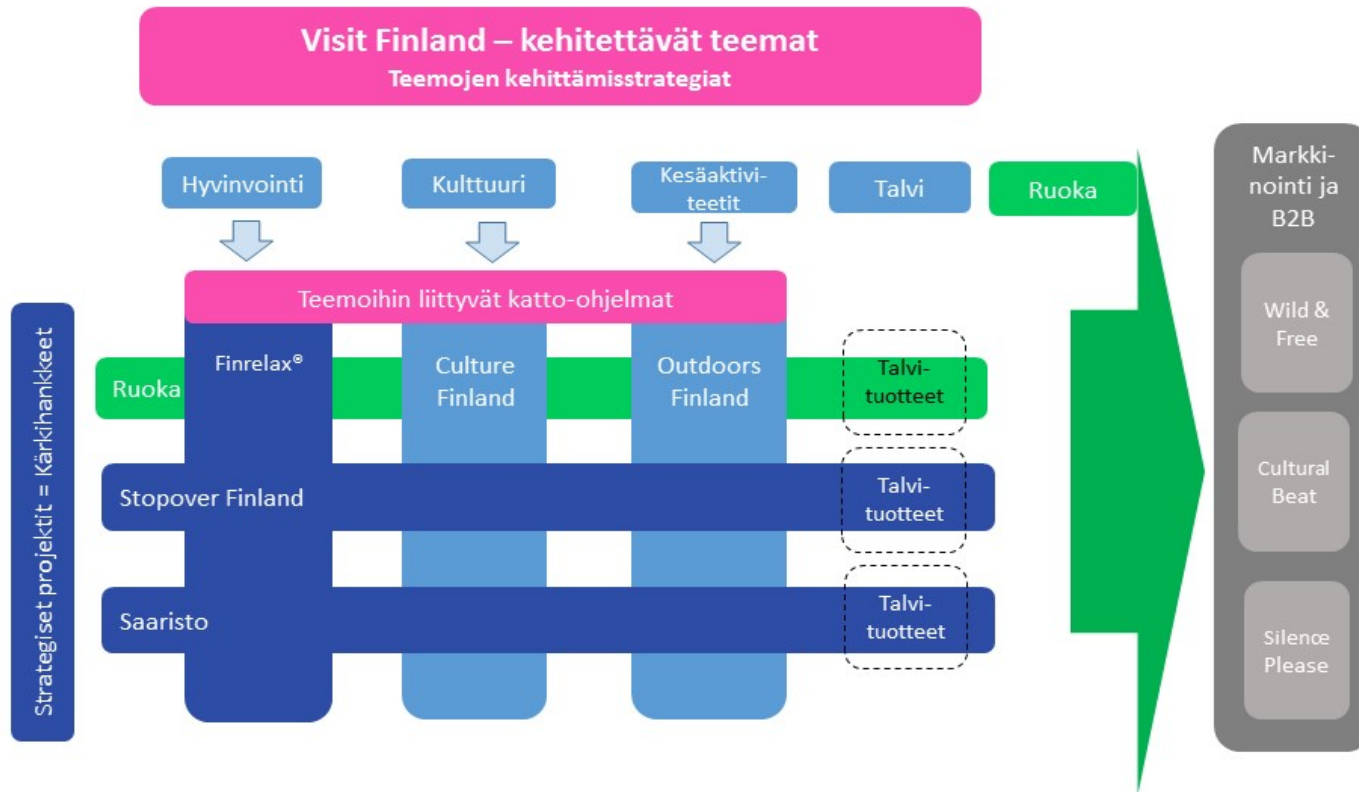


Esittelykierros



- Nimi
- Kerro kiteytetysti yrityksestä, jossa toimit
- Onko kansainvälistä toimintaa?
- Mikä on hienointa yrityksessäsi/toimipaikassasi?

Visit Finlandin teemat



VIENTIKELPOISUUS



VisitFinland.com

1. Laatu
2. Markkinatestaus
3. Kapasiteetti
4. Saatavuus
5. Saavutettavuus
6. Kielitaito
7. Asiakaslähtöisyys
8. Autenttisuus ja vetovoimaisuus
9. Verkostoituneisuus
10. Vastuullisuus
11. Turvallisuus

LISÄKSI

Verkossa myynnissä (väh englanniksi)

Hinta näkyvissä



Laadukas matkailuyritys

LAADUN PORTAAT

KILPAILUKYVYN ARVIOINTI
JA KEHITTÄMINEN



Maaseutuyritysten kilpailukykyarvio
[Excellence Finland-kehitysohjelma](#)

LAATUJOHTAMINEN



[Maakuntien parhaat-laatumerkki](#) ja auditointi
[Laatuverkko](#)-seurantaväline
[Laatutonni-ohjelma](#)

VALMIUDET KEHITTÄÄ



Turvallisuusasiakirja
Polku Laatutonniin, Laatuosaaja
Majoitustilojen luokitus ja yleisvaikutelman arviointi

PERUSTYÖKALUT



Hygienia- turvallisuus- ja alkoholipassi
EA-koulutukset, Vakuutukset

[Tee oma laatutesti](#)

- Markkinatetaus – tuotteen soveltuvuus kv markkinoille
- Saatavuus
 - Jakelukanavavalinnat –suoraan yritykseltä, matkanjärjestäjä, myyntiorganisaatio, myyntiagentti.
 - Selkeä hinnoittelu
 - Sesongit ym
- Saavutettavuus
 - Toimivien liikenneyhteyksien varrella
 - Helposti löydettävissä ja selvästi kuvattuna internetissä, tarpeellisilla kielillä
- Kielitaito
 - Vähintään englanti, kohdemaan kielet?
- Asiakaslähtöisyys
 - Kohderyhmät määritelty – niiden tarpeet huomioitu tuotteistuksessa ja palvelussa
 - Nopeus

- Autenttisuus ja vetovoimaisuus
 - Suomalaiset elementit
- Verkostoituneisuus
 - Yritys on verkostoitunut alueellaan tai teeman muuhun tarjontaan – palvelut kattavia kokonaisuuksia, verkosto täydentää
- Turvallisuus
- Vastuullisuus
 - Yhteiskuntavastuun mittarit (*Leena Köppä, Henna Hauta-Heikkilä, Maarit Hiltunen 2005*)

Taloudellinen vastuullisuus	Ympäristö- vastuullisuus	Sosiaalinen vastuullisuus
Kannattavuus, kilpailukyky, tehokkuus	Vesien, ilman ja maaperän suojele	Henkilöstön hyvinvointi ja osaaminen
Omistajien tuotto-odotuksiin vastaaminen	Ilmastonmuutoksen torjunta	Tuoteturvallisuus ja kuluttajansuoja
Yhteiskunnan taloudellisen hyvinvoinnin tuottaminen	Luonnon monimuotoisuuden turvaaminen	Hyvät toimintatavat ja yhteistyö yritysverkostossa
Taloudelliset edellytykset sosiaaliselle ja ympäristö- vastuullisuudelle	Tehokas ja säästävä luonnonvarojen käyttö	Suhteet lähiyhteisöihin ja yleishyödyllisten toimintojen tukeminen

Parikeskustelu:
Onko oma tuotteeni vientikelpoinen?
Kirjaa itsellesi miksi ja mitä on/ei ole

Mitä pitäisi tehdä?



Tuotetyypit

Pakettimatka

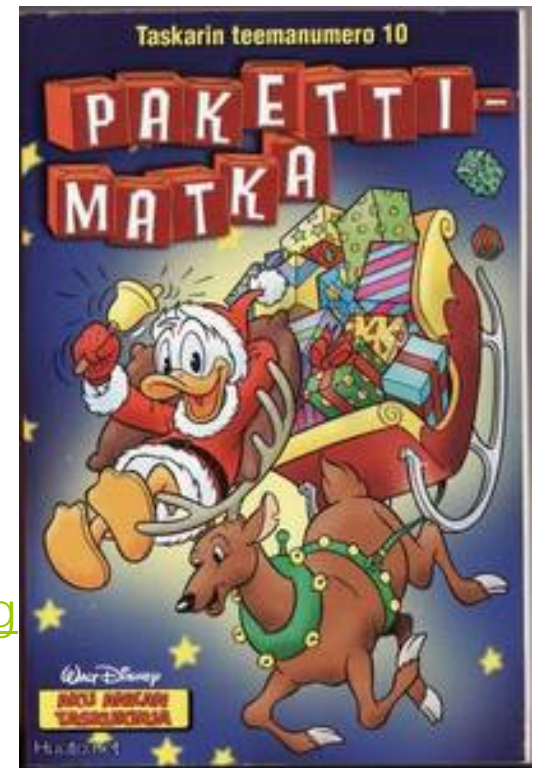
- ✓ Kokonaisuus
- ✓ Kiertomatka
 - ✓ Bussilla tai omalla autolla
- ✓ Myyjänä usein matkanjärjestäjä, esim [Fintouring](#)

On request-tuote

- ✓ Yksittäismatkailija tai ryhmä (vähimmäismäärä)
- ✓ Varaus vahvistetaan erikseen, esim [Feel the Nature](#)

Takuulähtö - guaranteed departures

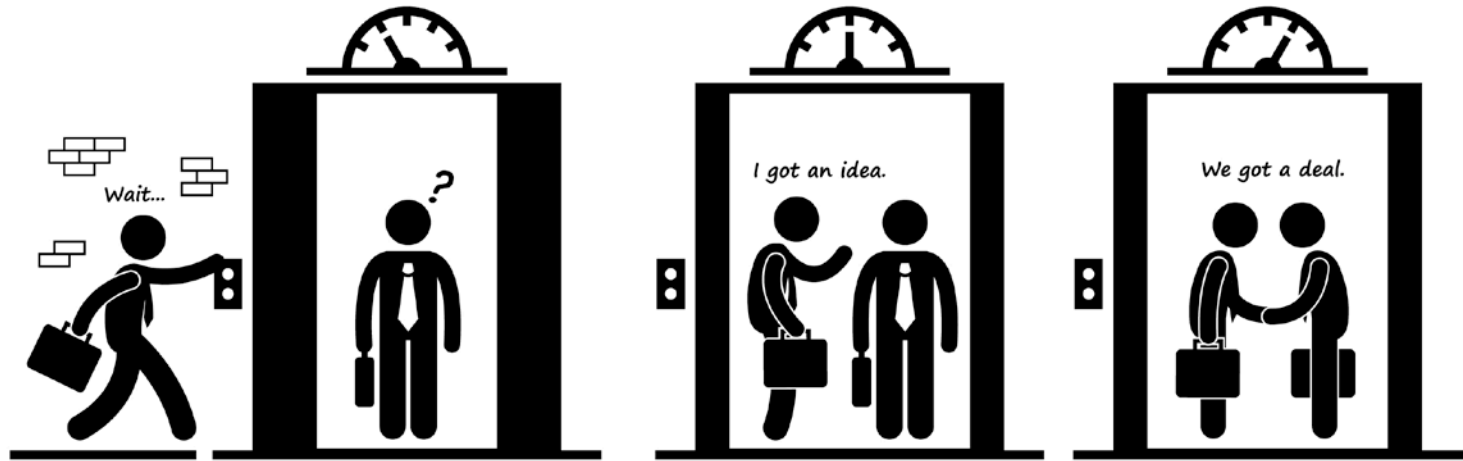
- ✓ Tuotteella on varmasti toteutettava lähtöpäivä (t)
- ✓ Ryhmä koostuu yhden tai useamman mj:n myymänä
- ✓ Suorat ostot/internet
- ✓ Esimerkki [Upitrek Finnish Border Hiking tour](#)



Omatoimituotteet

- ✓ Itsejärjestetty
- ✓ Lisäpalvelut tuotteistettuna esim. majoituksen ohkeen
- ✓ Tiedot löytyvät jo matkakohdetta valitessa
- ✓ Viikko-ohjelmat! Esim. [Ruka](#)
- ✓ Välttämättä kaikki ohjelmat eivät ole “omia”





Sitten hissipuheeseen



MIKÄ ON HISSIPUHE?

Mieti ensin USP

- ✓ 0,5 - 2 minuuttia
Ensivaikutelma ratkaisee:
- ✓ Vakuuta käytöksellä ja puhetyylillä.
- ✓ Selkeä rakenne: Kuka – Mitä – Miksi
- ✓ Mikä ongelma ratkaistaan
- ✓ Arvolupaus eli mitä iloa on tuotteesta
- ✓ Hiukan markkinapotentiaalistakin
- ✓ Miten erottaudut
- ✓ Suhtaudu omaan ideaan, arvosta itseäsi ja tuotettasi. Oma persoona ja intohimo saa näkyä

- ✓ Hyvä aloitus, tiukka lopetus
- ✓ Mieluummin tarina kuin ympäröivää selitystä
- ✓ Puhu vähemmän, käytä kuvia, jos mahdollista
- ✓ Hissipuhe on tarinankerrontaa!

MUTTA: älä unohda kuulijaa!

- ✓ **Esimerkkejä** <https://www.isolta.fi/hissipuhe-esimerkkeja/>
- ✓ http://puheenvuoro.blogspot.fi/2013/09/hyvasti-itsekas-hissipuhe_2.html

Ryhmätehtävä

- ❖ Suunnittele hissipuhe, maks. 1min pituinen yksin 10 min ja esittele pienryhmällesi
- ❖ Arviointi
- ❖ Seuraavaan kertaan stilisoitu ja harjoiteltu, englanniksi

Ryhmätyön purku

Now work
with your group!



www.3ir.net

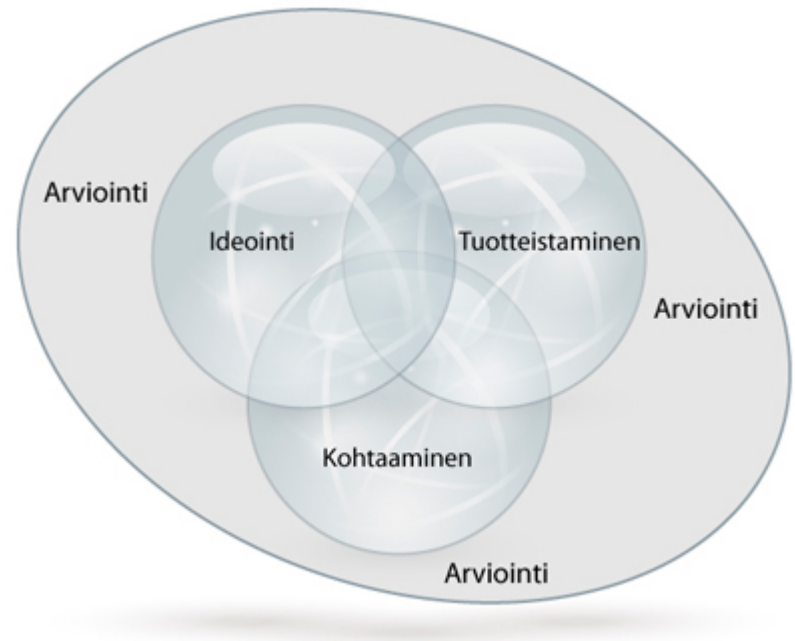




**KEEP
CALM
ITS
ALMOST
LUNCH TIME**

TUOTEKEHITYSPROSESSI

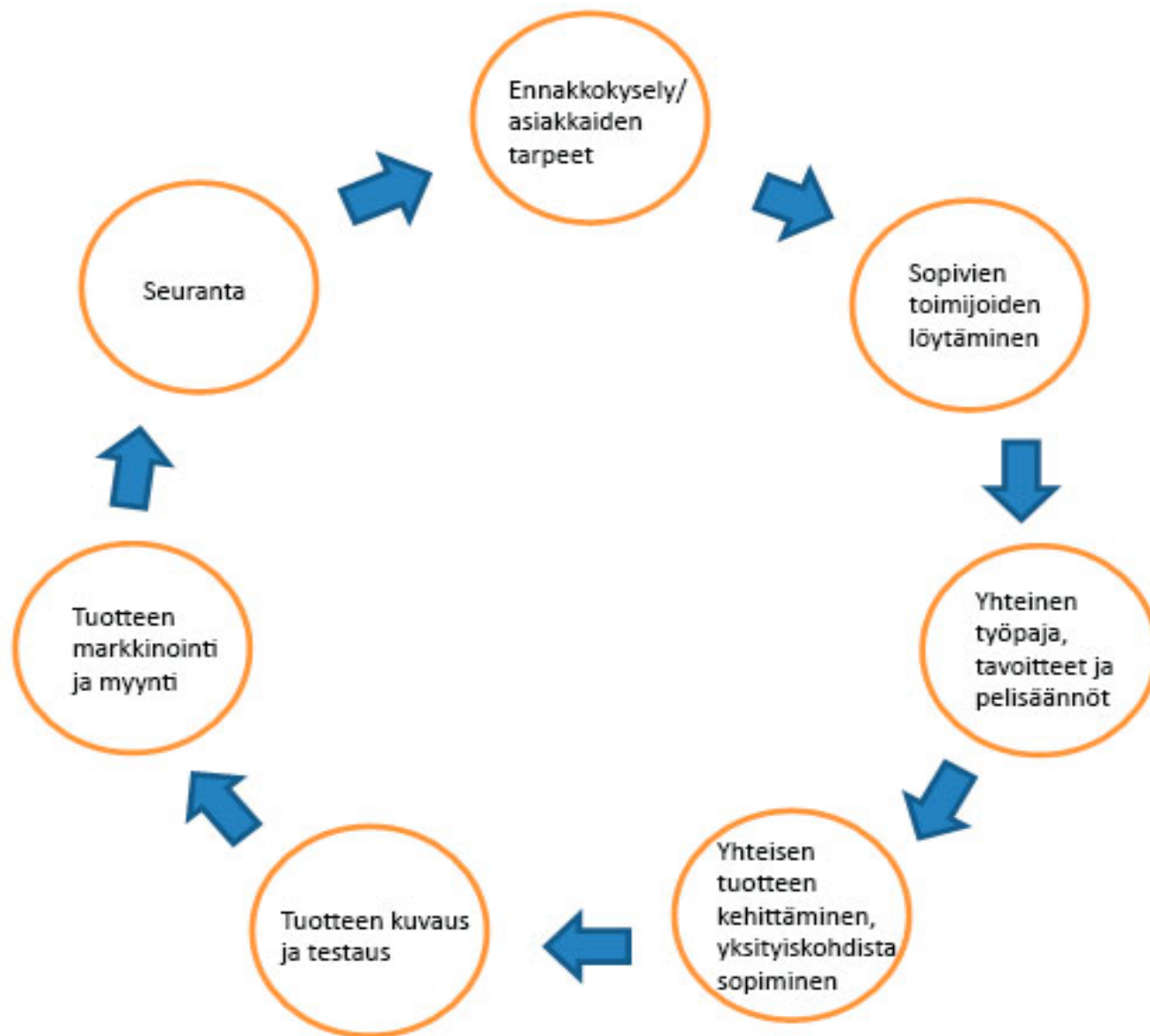
Tuotekehityksen tulisi olla kokonaisvaltainen, jatkuva prosessi ja osa toiminnan kehittämistä. Prosessi sisältää lomittain ideointia, tuotteistamista ja asiakkaan kohtaamista. Tuotekehitys voi lähteä liikkeelle mistä tahansa prosessin vaiheesta ja siihen liittyy jatkuva arviointi.



Miten alkuun?

- Oman porukan työpaja
- Konsultti
- Asiakkaiden tarpeet
- Kehitä yhtä tuotetta, tuotepakettia, yhteistuotetta, määrätyille markkinoille, määrätyle asiakasryhmälle

[Tuotekehityksen painopisteet VF](#)



Tuotekehityksen yksinkertainen malli (Haaga-Perho)

Mitä mieltä ollaan meistä?

Daily mail

A globe well travelled

Iltasanomat

KOHDERYHMÄT

- TUNNE KOHDERYHMÄSI JA ASIAKKAASI!
- Vapaa-ajan matkailijat
 - FIT (yksittäiset, pariskunnat , perheet)
 - Vapaa-ajanryhmät
- työsidonnaisen matkailun ryhmät MICE



- “Marketing has become too important to be left just to the marketers. All employees, from store clerks to IT specialists, must be engaged in it.”
Harvard business review <https://hbr.org/2014/07/the-ultimate-marketing-machine>

Kansainväliset markkinat

VisitFinland-brand tracker 2015;

-Suomi ei erotu muista pohjoismaista! Vahvistetaan tutut ja vahvat piirteet ja mielikuvat! Suomalaisuus!

http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2016/02/Visit-Finland-Brand-Tracking-2015_web.pdf?d1

- o Usein omatoiminen vapaa-ajanmatkailija
 - o Matkustaa yksin, perheen kanssa, pienryhmissä

Mistä tietoa markkinoista?

Visit Finlandin [tilastot ja tutkimukset](#)

- o Maittain
- o Uusi tilastopalvelu [Rudolf](#)

- o Matkanjärjestäjien esitteet ja verkkosivut
- o Ammattisivustot, [esim Intia](#), [world tourism organisation](#) etc etc (jatkuu)
- o Keskustelu kollegojen kanssa, seminaarit, koulutustilaisuudet
- o Messut
- o Omat tutustumismatkat

Visit Finlandin kohderyhmämäärittely

Modernit humanistit

- Vapaa-ajan antropologeja
- Arvostavat erilaisuuden löytämistä ja aidon kohtaamista
- Ei turisteille rakennettua esitystä, vaan aitoutta johon sisältyy elämyksellisyyttä
- Eivät vaan halua nähdä van ymmärtää
- Haluavat tavata paikallisen kulttuurin edustajia
- Haluavat maaseutulomia ja kiertomatkoja
- Pikkukaupunkien idylli, design, kansanperinne, arkkitehtuuri, esittävä taide
- Suomalaiset outoudet
- Elämäntapa, ruoka
- [katso tutkimuksesta lisää](#)





TUOTEKORTTI

Työväline

- Messuilla, workshopeissa, ammattilaistapaamisissa
- Jälleenmyyjille
- Henkilökunnalle/kehittäjille/myyjille
- Sisäinen ja ulkoinen tuotekortti

Sisältää myynnin kannalta tärkeimmät tuotetiedot
Mahtuu mielellään yhdelle A4:lle

TEHTÄVÄ Laadi tuotekortti palvelustasi/tuotteestasi
ensi kertaan

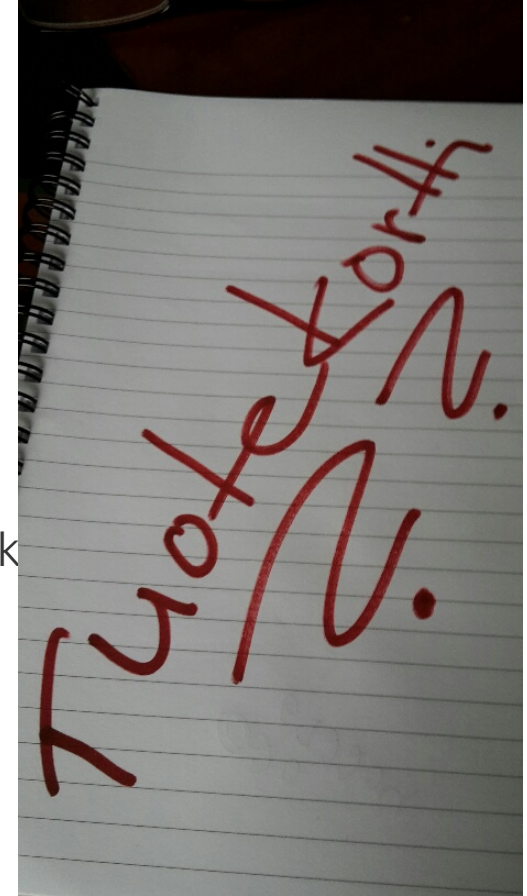


Mitä sisältää:

- ✓ Nimi
- ✓ Kuvaus ja markkinointipuhe
- ✓ Kesto, alkamisajat
- ✓ Paikka
- ✓ Henkilömäärä: yksittäisille vai ryhmille (min-mak)
- ✓ Érikoispiirteet
- ✓ Valokuvat
- ✓ Kausi
- ✓ Tuotetyyppi (on request, takuulähtö etc)
- ✓ Ohjelmakuvaus
- ✓ Hinta: (mitä sisältää) (lisämaksusta myös)
- ✓ Varaukset ja lisätiedot

Jälleenmyyjille tarkoitettu tuotekortti sisältää myös nettohinnan tai komissioprosentin.

Tuotekorttimalleja: [LUC](#) [Matkailuteos](#)

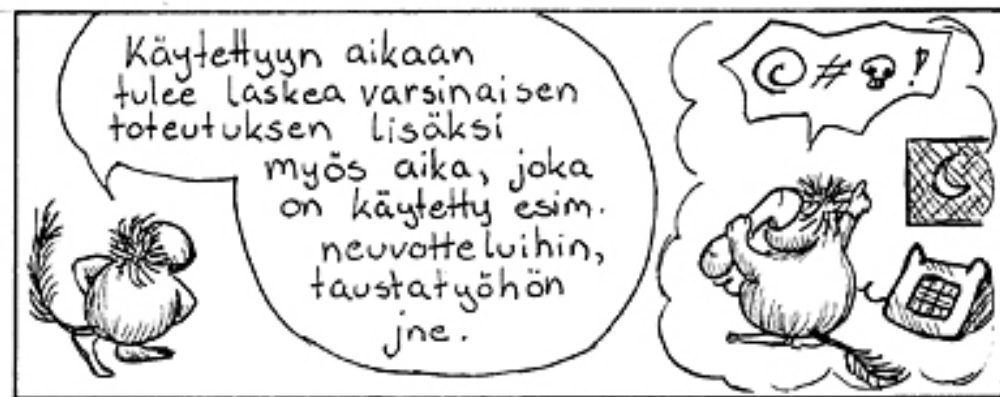


KESKUSTELUA PAREITTAIN

Katsokaa jaettuja valmiita tuotekortteja. Mielipiteemme?









MATKAILUTUOTTEEN HINNOITTELU

Katso [Matkailuteos!](#)

Hinnoittelu - elinehto, kilpailukeino, menestyksen edellytys

Hinnoittelu ilman kustannusten huomioimista on arvailua



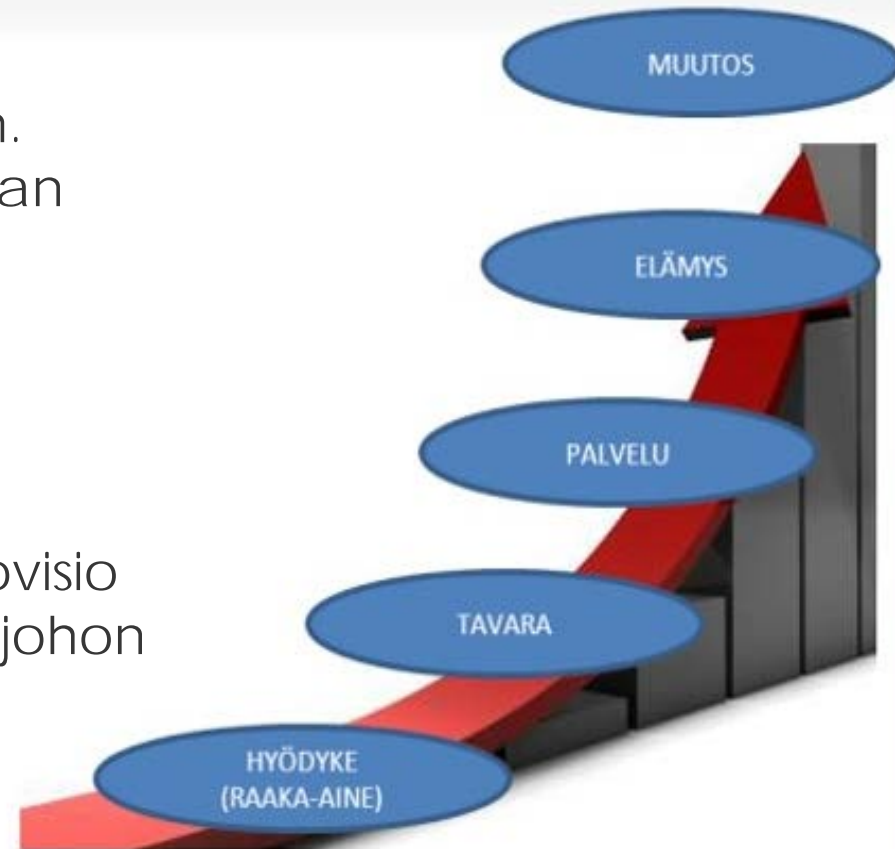
- ✓ Hinta on ainoa markkinointikeino joka tuottaa yritykseen kassavirtaa.
- ✓ Hinta vaikuttaa kassavirtaan ja tulokseen, mutta myös yrityskuvaan
- ✓ Kestävä hinnoittelu: hinta on kannattava yritykselle ja yhteistyökumppanille. Kuluttajalle tarjotaan sama hinta riippumatta ostokanavasta!

Dynaaminen ja aktiivinen hinnoittelu

- Markkinatilanne ajaa epäterveelliseen hinnoitteluun. Mieluummin paketointi kuin alennuskauppa? Brändäämällä?
- Paranna kannattavuuttasi:
 - Myy enemmän, mutta kustannukset ja hinnat samoina
 - Pidä kiinteät kustannukset kurissa
 - Nosta hintaa ja pidä kustannukset aiemmalla tasolla

Hinnoittelumalleja:

- ✓ **Tuotantokustannus+kate** –yleisin.
Omakustannusarvoon lasketaan muuttuvat kustannukset ja jyvitetään osa kiinteitä kustannuksia.
- ✓ **Jakelutiehinnoittelu.** Omaan kattelliseen hintaan lisätään provisio = matkanjärjestäjän nettohinta johon mj lisää oman provisionsa.



- ✓ **Dynaaminen hinnoittelu** -regoidaan jatkuvasti kysyntään ja varaustilanteeseen
 - ✓ Sesonkihinnointelu: suuri kysyntä - korkeat hinnat vv
- ✓ **Vertailuperusteinen hinnoittelu** – “oikea hinta”
- ✓ **Hintajohtajuus**- markkinoiden hallitseva taho määrittää markkinoille hinnan
- ✓ **Alkaen-hinta**
- ✓ **Läpinäkyvä hinnoittelu** - hinta näkyviin – helpottaa ostopäätöksen tekoa.



Sisällytätkö kaikki palvelut yhteen hintaan? Liian kallis tuote?

Myyntituotot

- Alv

= Liikevaihto

- muuttuvat kulut

= Myyntikate

- Henkilöstökulut

= Palkkakate

- Muut kiinteät kulut

=Tulos = käyttökate kertoo lopullisen kannattavuuden

Arvonlisäverokannat

-yleinen verokanta 24 %

-elintarvikkeet, ravintola 14%

-henkilökuljetus, majoitus, kulttuuri, liikunta, pääsyliput 10%

Kriittisen pisteen määrittäminen (break-even point)

Sen alle meneminen on tappiollista toimintaa.

Kriittinen piste=kiinteät kustannukset/katetuotto (katetuotto= myyntitulon ja erilliskustannusten erotus)



Tariffitermejä (hinnastotermejä) matkailualalla:

- ✓ *Listahinta- Rack rate*
julkaistu hinta, kaikkien saatavilla, esim walk.in asiakkaille, näkyvissä esim. nettisivulla. Voidaan käyttää jälleenmyyjillä jos sovitaan erikseen siitä annetusta provisiosta.
- ✓ *Ryhmähinnasto – Group inclusive rate GIT* Vain yhteistyökumppaneille (provisio 20-25%)
- ✓ *Group Rate tai Travel agency rate* – satunnaiset mj kyselyt/ryhmäkyselyt (provisio n 10%)
- ✓ *Bulkkihinta Bulk fare-* suuria eriä ostaville mj:lle. Käytetään mm kuljetusalalla.



PROVISIONI

PROVISIOTAULUKKO

Miksi maksaa provisiota?

Mitä jos en maksa provisiota?

- 0 %- et halua tehdä kauppaa
- 5% alennus online jakelukanaville ja kuluttajille
- 10% on nk. Matkatoimistoprovisio,
- 20-25 % matkanjärjestäjäprovisio- joka edistää tuotteen myyntiä, markkinoimalla tapahtumissa, mediassa, www.sivuilla. Ottavat usein myyntiin kiintiön. Tekevät sarjakauppaa

Komissiohinnoittelussa lisätään yleensä nettohintaan komissio ja sen arvonnäkövero.

Mikä on matkapaketti?

[KKV Kilpailu-ja kuluttajavirasto](#)

lento & hotelli

hotelli & matkailupalvelu kuten esimerkiksi formulalippu,
sukelluskurssi tai autonvuokraus

matkustajan toiveiden mukaan räätälöity matka

Matkatoimistorekisteri

Vakuus - kun kuluttajilta peritään ennakkomaksuja

Uusi valmismatkalaki 2018

[Valmismatkalaki](#)

[SMAL](#)

Kotitehtävät:

- ✓ Muokkaa ja stilisoi hissipuhettasi. Opettele ulkoa. Esitellään seuraavalla kerralla (mieluiten) englanniksi
- ✓ Laadi yhdestä tuotteestasi tuotekortti -kv. Jälleenmyyjälle.
Huom USP !



KIITOS

