

ETELÄPOHJALAISEN
MATKAILUN DIGITIEKARTAN
TOIMENPITEET
2019 - 2021

EST 2008

10 VUOTTA

DIGITAALISEN LIIKETOIMINNAN
ASiantuntijapalvelut

 SÄHKÖINEN
LIIKETOIMINTA
LIIKETOIMINTA.INFO

 ETELÄ-POHJANMAAN LIITTO
REGIONAL COUNCIL OF SOUTH OSTROBOTHNIA

 SeAMK 
SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Eteläpohjalaisen matkailun digitiekartta ja toimenpide-ehdotukset 2019-2021

Eteläpohjalainen matkailun digitiekartta toteutettiin Digi-EP Eteläpohjalainen matkailu näkyväksi -hankkeessa, jota rahoittivat Etelä-Pohjanmaan liitto AIKO-rahoituksella ja Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Hankkeen toteutusaika oli 1.10.2018-30.4.2019.

Digitalisaatio ja kuluttajakäyttäytymisen muutos haastavat matkailuliiketoimintaa. Alustatalous sekä lukuisat sähköiset myynti- ja jakelukanavat mahdollistavat matkailupalveluiden ja –kohteiden vertailun entistä helpommin. Löydettävyyttä sähköisissä kanavissa on ensiarvoisen tärkeää kilpailtaessa asiakkaista.

Eteläpohjalaisen matkailun digitiekartassa on huomioitu Visit Finlandin kesäkuussa 2018 julkaistun Suomen matkailun digitiekartan ohjeistukset sekä TEM:m visiot ja tavoitteet matkailun kehittymiselle ja kasvuksi.

Hankkeen aikana kartoitettiin maakunnallisten matkailutoimijoiden ja –kehittäjien verkoston nykytilanne. Tunnistetusta verkostosta valittiin projektiryhmä, joka asiantuntijavetoisena työryhmätyöskentelynä laati Eteläpohjalaisen matkailun digitiekartan toimenpide-ehdotuksineen. Asiantuntijaksi valittiin Kirsi Mikkola, Suomen Sähköinen Liiketoiminta Oy. Projektiryhmä kokoontui 4 kertaa. Projektiryhmän työskentelyn tuloksena syntyi Eteläpohjalaisen matkailun digitiekartta ja toimenpide-ehdotukset 2019-2021.

EST 2008

10 VUOTTA

DIGITAALISEN LIIKETOIMINNAN
ASIAANTUNTIJAPALVELUT

**SÄHKÖINEN
LIIKETOIMINTA**
LIIKETOIMINTA.INFO

 **ETELÄ-POHJANMAAN LIITTO**
REGIONAL COUNCIL OF SOUTH OSTROBOTHANIA

SeAMK 
SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Eteläpohjalaisen matkailun digitiekartta ja toimenpide-ehdotukset 2019-2021

Eteläpohjalaisen matkailun digitiekartassa on annettu toimenpide-ehdotukset kuinka eteläpohjalaista matkailua voidaan kehittää tavoitteellisesti.

Ensisijaisena toimenpiteenä on matkailustrategian päivittäminen ja strategiatyön koordinoinnin suunnittelu tavoitteiden toteuttamiseksi. Eteläpohjalainen matkailu tarvitsee myös maakunnallisen matkailubrändin visioineen ja missioineen. Digitiekartta ottaa kantaa myös alueorganisaation liiketoiminnan määrittämiseen. Alueellisen matkailun kehittymistä voidaan seurata vain, jos sitä varten tehdään toimiva analysointi- ja mittaamisympäristö matkailustrategian alkuvaiheista alkaen.

Digitaalisen liiketoiminnan kehittymiseksi Etelä-Pohjanmaalla digitiekartassa on esitetty neljä toimenpide-ehdotusta, jotka ovat:

- 1) analysointi,
- 2) osaamisen kehittäminen,
- 3) matkailutuotteiden saaminen kansainvälisille markkinoille kansainvälisten jakelukanavien kautta sekä
- 4) tukipalvelut matkailun digitaalisen liiketoiminnan kehittämiseen, verkostoitumiseen ja käytännön haasteisiin.

Toimenpide-ehdotuksissa on mietitty kenelle toimenpiteet on suunnattu, mitä toimenpiteet sisältävät, miksi toimenpiteet tulisi tehdä ja miten ne toteutetaan, kuinka tulokset hyödynnetään ja joiltain osin kuinka toimenpiteet ovat rahoitettavissa.

EST 2008

10 VUOTTA

DIGITAALISEN LIIKETOIMINNAN
ASIANTUNTIJAPALVELUT

SÄHKÖINEN
LIIKETOIMINTA
LIIKETOIMINTA.INFO



ETELÄ-POHJANMAAN LIITTO
REGIONAL COUNCIL OF SOUTH OSTROBOTHANIA

SeAMK

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Työryhmässä todettiin, että ”Etelä-Pohjanmaan maakuntaohjelmassa mainitaan matkailuala ja kirjataan toimia edistämiseksi mutta niiden toteuttamista ei ole vastuutettu kenellekään, eikä resursseja ohjattu toimialan kehittämiseksi”.

Uudistuva palvelu- ja elämystuotanto

Matkailun uusien vetovoimatekijöiden täysimittainen hyödyntäminen ja kokonaisuuksien rakentaminen

Maakunnan matkailuelinkeinolla on positiiviset näkymät ja voimakasta kehitystä. Ala uudistuu ja investoi. Maakunnan matkailun kärkiyritykset ovat jo pitkään tehneet yhteistyötä markkinoinnissa. Uusia vetovoimatekijöitä ollaan synnyttämässä olemassa olevien rinnalle, muun muassa Ähtärin eläinpuiston Pandat, GeoPark-suunnitelmat Suupohjassa tai Kraatterijärven (Lappajärven) ympärille rakentuva kokonaisuus.

Maakuntaohjelmakaudella tavoitteena on varmistaa suunnitelmien jouhevaa toteutumista ja kokonaisuuksien rakentumista ja tuotteistamista sekä tukea toimialan yritysten ja muiden toimijoiden verkostoitumista ja yhteistyötä. Tärkeää on varmistaa johdonmukainen ja koordinoitu kehitystyö sekä lisätä yhteistä näkyvyyttä niin, että matkailun uusiin avauksiin kytkeytyvät liiketoimintamahdollisuudet pystytään hyödyntämään mahdollisimman täysimääräisesti. Kesään painottuvan sesongin rinnalle tulisi löytää uusia ympärivuotista matkailua edistäviä keinoja.

Kansainvälisiä matkailijoita tavoiteltaessa kielitaito, kulttuurien tuntemus ja saavutettavuus ovat avainasioita. Sähköiset palvelut ja varausmahdollisuudet kieliversioineen ovat välttämättömyys. Kaikki tämä edellyttää matkailun parissa toimivien osaamisen vahvistamista.

Matkailustrategian päivittäminen (kansainväliset markkinat ja kohderyhmät) ja strategiakoordinointi tulee varmistaa prioriteetilla 1.



1 DigiAnalyysi

DIGITAALISEN LIIKETOIMINNAN ANALYYSI

Kohderyhmät:

- matkailuyritykset
- tukipalveluja tuottavat yritykset
- Yritysneuvojat ja kehittäjät

Sisällöt

Digitaalisen liiketoiminnan osaaminen
ATK (backoffice, frontoffice)
Tavoitteet kehitymiselle
Mittarit seurantaan

SeAMK



DigiLakeus I sisällöt
"tasoluokitus"
"Digikätilön" palkkaus

2 DigiLakeus I

DIGITAALISEN LIIKETOIMINNAN OSAAMISEN KEHITTÄMINEN

- Tuotteistus digitaalisiin jakelukanaviin
- Vastuullisuus ja laatu jakelukanavissa
- BackEnd ja FrontEnd ratkaisut
- Jatkuva parantaminen

Leader

Yrittäjäjärjestöt

SeAMK



Tutkintoon johtava tai täydennyskoulutus
Yritysryhmähankkeet
Yritysten kehittämispalvelut

3 DigiLakeus II

ETELÄPOHJALAINEN MATKAILU KV-MARKKINOILLE

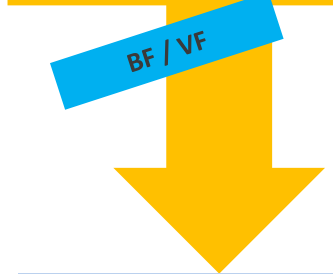
- Visit Finland KV-ohjeiden mukaan
- Visit Finland digitiekartan toimenpiteillä

Alueorganisaatio edellä integroituen suuraluetoimenpiteisiin (Rannikko vs. Lakeland)

Alueorganisaatio

Ely-keskus

BF / VF



Eteläpohjalaiset kärkituotteet kansainvälisiin jakelukanaviin

4 DigiTutor

ETELÄPOHJALAISEN MATKAILUN DIGITAALISEN LIIKETOIMINNAN TUKIPALVELUT

Leader yritysryhmähankkeet
Elyn yritysten kehittämispalvelut
BF rahoitusinstrumentit
Digitalkkarit
Digikätilöt
Matkailuakatemia ja -parlamentti

Alueorganisaatio

SeAMK

Ely-keskus / Leader



Eteläpohjalaiset kärkituotteet kansainvälisiin jakelukanaviin

Matkailustrategian päivitys ja toimeenpano

Alueen brändistrategia ja työ

Alueorganisaatiomalli, liiketoiminta ja koordinoitumisen käynnistäminen

Mittaaminen

DIGIANALYYSI

■ KENELLE:

Matkailuyritykset, tukipalveluja tuottavat yritykset, yritysneuvojat ja kehittäjät

■ MITÄ:

Digitaalisen liiketoiminnan osaaminen, toimintaympäristön analyysi

■ MIKSI:

Analyysi tuottaa aineistoa, jonka avulla voidaan määrittää, suunnitella ja toteuttaa digitaalisen liiketoiminnan osaamisen vahvistamisen pidempikestoisen valmennusohjelma

Aineiston avulla matkailuyritykset voidaan luokitella osaamistason ja toimintaympäristön toiminnan mukaan sekä tarjota yrityksille täsmälliset valmennuspolut ja tukitoiminnot (Digikätilö)

■ MITEN:

SeAMK toteuttaa analyysivaiheen

■ TULOKSIEN HYÖDYNTÄMINEN

SeAMK suunnittelee yhdessä elinkeinon edustajien kanssa DigiLakeus I pitkäkestoisen (vähintään 12 kk) digitaalisen valmennuskokonaisuuden

■ RAHOITUS

AVOIN

DIGILAKEUS I SATEENVARJO HANKE

■ KENELLE

Eteläpohjalaiset matkailuyritykset ja matkailuliiketoiminnan tukitoimijat sekä matkailukehittäjät

■ MITÄ

Digitaalisen liiketoiminnan osaamisen kehittämisen valmennusohjelma, perustuen **Analyysi**-vaiheessa saatuun pohjatietoon.

Teemoina ovat mm. tuote ja tuotteistus, hinta ja hinnoittelu, jakelu ja markkinointi sekä vastuullisuus.

■ MIKSI

Valmennusohjelman tavoitteena on eteläpohjalaisten matkailuyrityksien digitaalisen liiketoiminnan osaamisen nostaminen ja maakunnan kilpailukyvyyn ylläpitäminen kansainvälisillä ja kotimaan matkailumarkkinoilla.

■ MITEN

Kokonaiskoordinaatiohanke, jota koordinoidaan SeAMKin toimesta ja jonka rahoittamiseen, viesintään ja yritysten sparraamiseen osallistetaan myös Leaderrahoittajat ja yrittäjäjärjestöt. Instrumentteina voidaan käyttää tutkintoon johtavaa tai täydennyskoulutusta sekä Leader-yritysryhmähankkeita.

■ TULOKSIEN HYÖDYNTÄMINEN

Yritysten digitaalisen osaamisen nostaminen näkyy matkailutulon ja erityisesti matkailun online-myyntin kasvussa, toimivien ja vastuullisten matkailutuotteiden määrän kasvussa ja yhteistoiminnan sekä yhteisten tuotteiden operoinnissa.

■ RAHOITUS

E-P liitto, ESR, Leader-rahoitus

DIGILAKEUS II ETELÄPOHJALAINEN MATKAILU KV-MARKKINOILLE

■ KENELLE

Kansainväliseen matkailuliiketoimintaan siirtyvät ja sitä tavoittelevat matkailuyritykset

■ MITÄ

Kansainvälisen matkailuliiketoiminnan valmennusohjelma Visit Finland KV-ohjeiden mukaan

ja integroituen alueorganisaatio edellä suuraluetoimenpiteisiin (Rannikko vs. Lakeland)noudattaen Visit Finland digitiekartan toimenpiteitä

■ MIKSI

Tavoitteena on kasvattaa eteläpohjalaisten matkailuyritysten kansainvälisen matkailuliiketoiminnan ja ekosysteemin osaamista.

Tavoitteena on saada eteläpohjalainen matkailutuotanto kansainvälisiin jakelukanaviin.

■ MITEN

Alueorganisaation koordinoimana toteutettava kokonaisuus, jossa hyödynnetään Business Finlandin ja Visit Finlandin kansainvälistyvän yrityksen viitekehystä ja rahoitusinstrumentteja sekä Ely-keskuksen yritysten kehittämisspalveluja. Kehittämistoimet ajoittuvat vuodelle 2020-2021.

■ TULOKSIEN HYÖDYNTÄMINEN

Yritysten kansainvälisen matkailuliiketoiminnan osaamisen nousu näkyy kansainvälisen kiinnostuksen, matkailutulon ja erityisesti matkailun online-myyntin kasvussa, yhteistoiminnan sekä yhteisten tuotteiden operoinnissa.

■ RAHOITUS

Ely-keskuksen yritysten kehittämisspalvelut vuoteen 2021

Business Finland kansainvälistyville matkailuyrityksille suunnatut rahoitusinstrumentit

DIGITUTOR

■ KENELLE

Etelä-Pohjamaan matkailuyrityksille, matkailutoimialaa kehittäville tahoille

■ MITÄ

Tukipalvelut matkailun digitaalisen liiketoiminnan kehittämiseen, verkostoitumiseen ja käytännön haasteisiin. Tukipalveluja tuotteistetaan eri tasoisesti eri tarpeisiin.

■ MIKSI

Yritysten digitaalisen liiketoiminnan kehittäminen on suurimmalta osin osaamisen kehittämistä. Tukitoiminnot vahvistavat kokeilemaan digitaalisen liiketoiminnan käyttöönottoa käytännössä ja kehittämään digitaalisen liiketoiminnan prosesseja tehokkaammin.

■ MITEN

Osana matkailun alueorganisaation toimintaa tuotteistettuna, kaupallistettuna ja kiinteänä osana korkeakoulujen opetustoimintaa ja projektisisältöjä.

■ TULOKSIEN HYÖDYNTÄMINEN

Hyöty jalkautuu suoraan alueen yrityksille.

■ RAHOITUS

AVOIN

MATKAILU- STRATEGIAN PÄIVITYS JA TOIMEENPANO

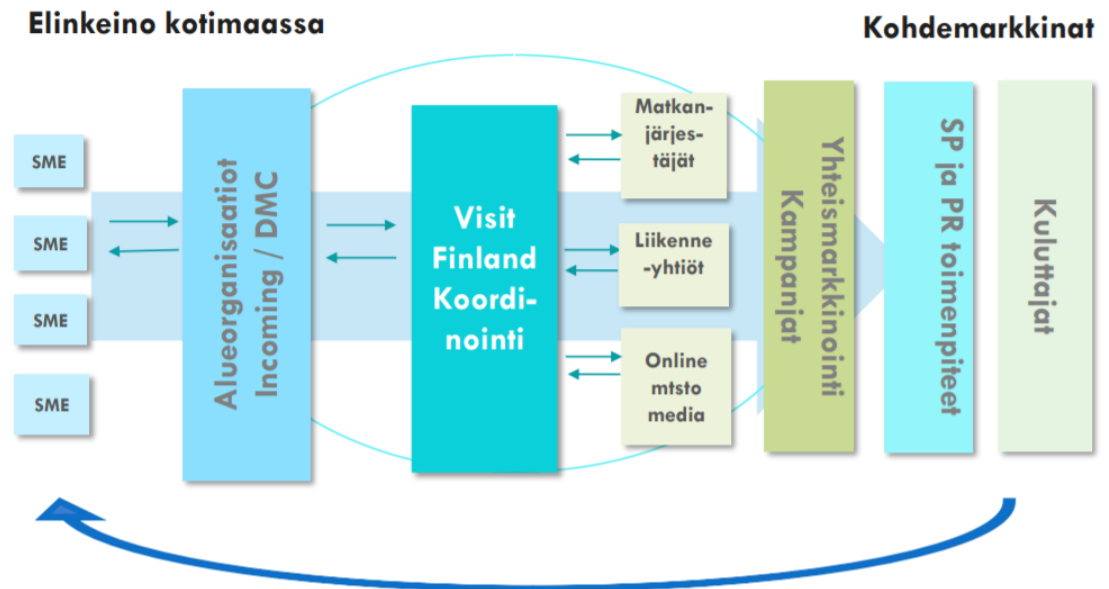
- Etelä-Pohjanmaan matkailustrategian päivitys voidaan laskea kehittämistoiminnoista prioriteettiin I.
- Strategian toteutumisen varmistamista, vaikutusten seuranta ja muutosten ennakoitua on tehty vuoteen 2015 saakka Seinäjoen ammattikorkeakoulun MATKO3 – Matkailun koordinointi Etelä-Pohjanmaalla hankkeen työnä.
- Tavoitteena oli, että maakunnallisessa matkailuparlamentissa seurataan strategian toteutumisentilannetta, keskustellaan merkittävimmistä muutostekijöistä sekä tarkistetaan tarvittaessa tavoitteita ja toimenpiteitä.
- MATKO3-hanke päättyi vuoden 2015 lopussa, minkä jälkeen vastuu strategian seurannasta on ollut Etelä-Pohjanmaan liitolla osana maakuntastrategian seuranta.
- Päivitystyö on välttämätöntä, jotta maakunnan matkailulle mahdollistetaan kestävä kasvu ja kehitys. Matkailua ohjaavat globaalit muutosajurit, joiden vaikutukset ulottuvat väistämättä eteläpohjalaiseen matkailuun.
- Päivitystyössä erittäin tärkeässä roolissa ovat maakunnan yritykset, mutta myös matkailustrategiaa koordinoiva ja toteuttava organisaatio (alueorganisaatio)
- Strategiatyöprosessi tulisi käynnistää heti vuoden 2019 keväällä.

BRÄNDISTRATEGIA JA TYÖ

- Eteläpohjalainen matkailu tarvitsee yhteisen vision, mission, brändin ja brändin jalkauttamisen toimenpiteet
- Brändistrategia ja -työ tulee käynnistää välittömästi matkailustrategian päivitystyön jälkeen ja osana matkailustrategiatyötä
- Brändistrategian jalkautus alueelle tulee tapahtua hallitusti ja näin ollen sekä Etelä-Pohjanmaan liitolla ja matkailun alueorganisaatiolla on merkittävä rooli brändityön toteuttamisessa

ALUEORGANISAATIOMALLI JA LIIKETOIMINTA

- Matkailustrategiassa linjattujen toimenpiteiden toteuttamiseen tarvitaan koordinoitua yritysten ja Visit Finlandin ja edelleen matkanjärjestäjä portaan kanssa yhdessä toteutettaviin operaatioihin
- Alueorganisaation liiketoiminnan määrittämiseen tulee osallistua niin alueen matkailuyritykset, korkeakoulut, kunnat ja elinkeinotoimet ja – yhtiöt
- Määrittämisen yhteydessä tulee avata roolit, vastuut, pelisäännöt, joiden myötä alueorganisaatio toimii työvälineenä alueen yrityksille
- Alueorganisaation rooli on merkittävä koordinoivana tahona Visit Finlandiin, kansainvälisiin matkanjärjestäjiin ja myyjiin päin niin B2B kuin B2C markkinoilla.



MITTAAMINEN JA ANALYSOINTI

- Eteläpohjalainen matkailu tarvitsee kehittyäkseen toimivan analysointi- ja mittaamisympäristön
- Mittaamisen tarkoituksena on mahdollistaa matkailun kasvusta seuraavien tai johtuvien muutosten tasapainottaminen
- Seurattavat ja mitattavat kohteet ja asiat tulee määrittää mahdollisimman aikaisessa vaiheessa, jotta vaikuttavuutta voidaan seurata matkailustrategian alkuvaiheista alkaen
- Mittaaminen ja analysointi kuuluisi luontevasti korkeakoulujen toimintakenttään

TAVOITE

**ONLINE-MYYNTI ON
ETELÄPOHJALAISILLE
MATKAILUYRITYKSILLE
ARKIPÄIVÄÄ**

2.4.2019

EST 2008

10 VUOTTA

DIGITAALISEN LIIKETOIMINNAN
ASiantuntijapalvelut

 **SÄHKÖINEN
LIIKETOIMINTA**
LIIKETOIMINTA.INFO

 **ETELÄ-POHJANMAAN LIITTO**
REGIONAL COUNCIL OF SOUTH OSTROBOTHNIA

SeAMK 
SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES