



**Visit Finland**

# Yhdessä olemme enemmän!

## Lakeland-yhteistyö myynnin vahvistajana Kulttuurimatkailun ajankohtaiset

21.4.2021

Kainuun matkailufoorumi

Susanna Markkola, Visit Finland  
Lakeland suuralueen aluepäällikkö,  
kulttuurimatkailun asiantuntija



# Suuralueyhteistyö – kohti kansainvälistä myyntiä

**Pitkäjänteinen ja suunnitelmallinen yhteistyö** matkailuyritysten ja -alueiden **kansainvälistymisprosessin** sujuvoittamiseksi ja suuralueen **houkuttelevuuden** lisäämiseksi.



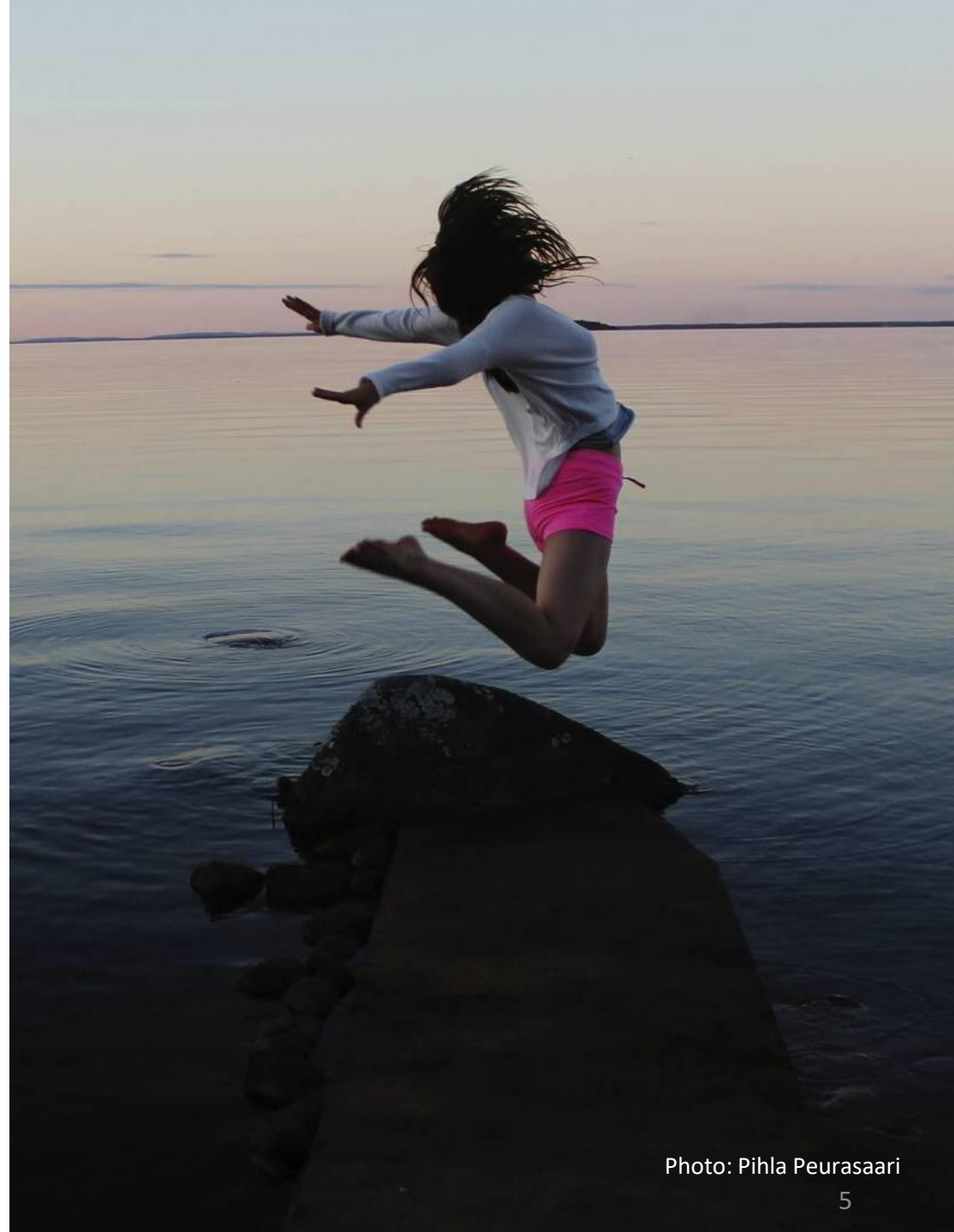


# Suuralueen visio, tavoitteet, vetovoimatekijät ja brändi

Suomi-USPit erikseen suuralueyhteistyön  
kattona, käyvät kaikille alueille.

Suuralueiden omat USPit ovat  
erottuvuustekijöitä toisiin suuralueisiin  
verrattuna.

Rakennetaan ja vahvistetaan neljä toisistaan  
eroavaa ja toisiaan tukevaa Suomi-brändin  
alabrändia.

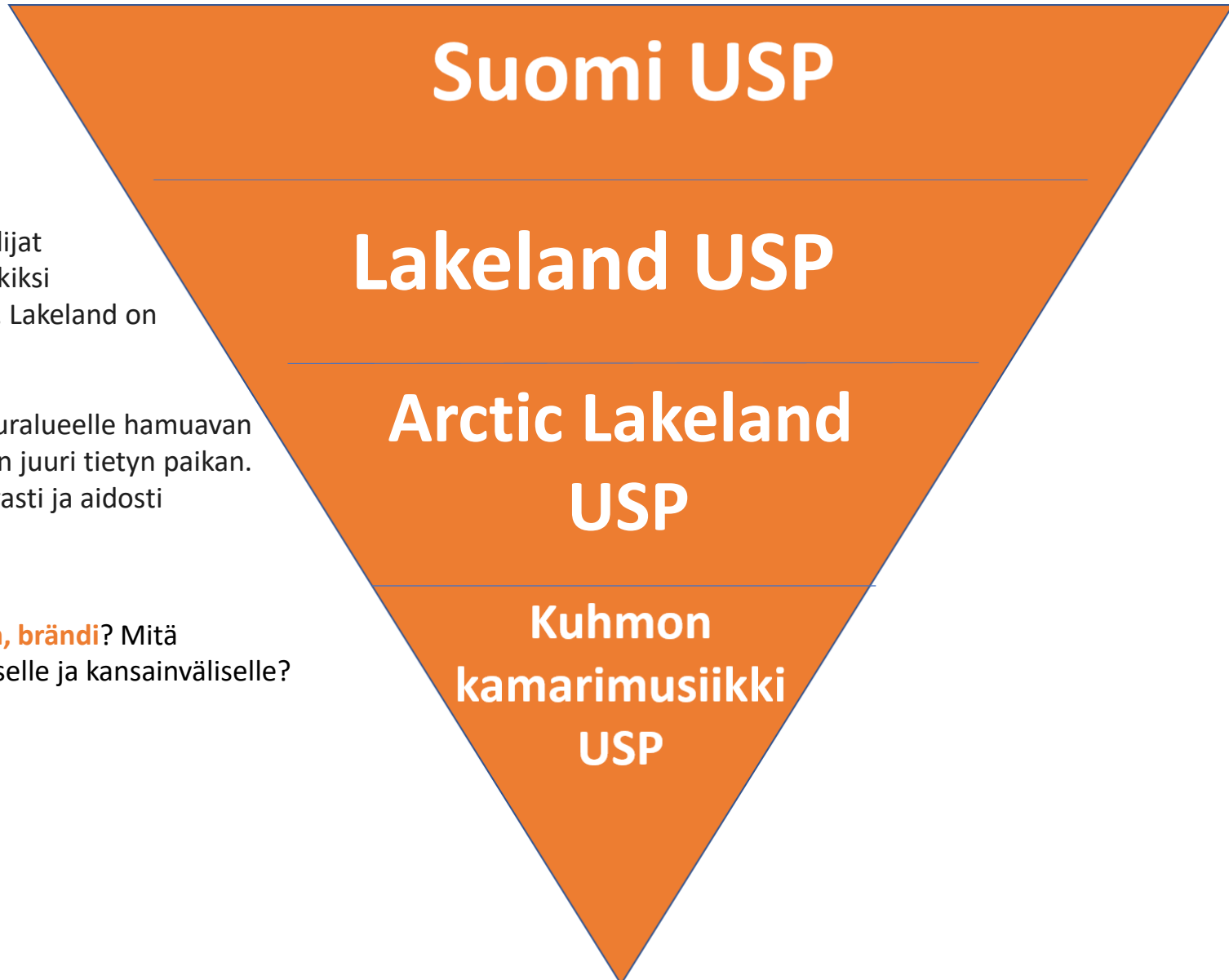


**Vahva maabrändi** luo Suomesta matkailijoita kiinnostavan mielikuvan. Suomen matkailumarkkinointi ponnistaa Suomelle omittavista erityispiirteistä, kuten puhtaasta luonnosta, onnellisuudesta ja vastuullisuudesta

**Vahva suuraluebrändi** saa Suomesta kiinnostuneet matkailijat hakeutumaan eityisesti tälle alueelle lomailemaan. Esimerkiksi Lakelandin erityispiirteitä ovat luonto, järvet ja lomamökit. Lakeland on alue, johon suomalaiset tulevat rentoutumaan.

**Vahva kaupunkibrändi / paikkakunnan identiteetti** saa suuralueelle hamuavan matkailijan valitsemaan kohteekseen ja majoituspaikakseen juuri tietyn paikan. Paikkakunnan tai kaupungin erityispiirteet ja niistä oivaltavasti ja aidosti kommunikoiminen lisäävät vetovoimaa.

Minkälainen on **kohteen, Kuhmon kamarimuusiikkijuhlien, brändi**? Mitä ainutlaatuisia se pystyy tarjoamaan matkailijalle – kotimaiselle ja kansainväliselle?



# Visit Finland's Unique Selling Points

Find your happiness –  
live like a Finn

Easy access to forests –  
reconnect with nature

To know Sauna  
is to know  
Finland

Santa Claus  
- the ambassador  
of goodwill  
from Finland

The land  
of a thousand  
lakes

Responsible travel  
is freedom to travel

# Lakeland's Unique Selling Points:

Land of a  
thousand lakes

Finnish  
National  
Landscape

To know  
Sauna is to  
know Finland

Have a  
holiday like  
the Finns do

Asiakkaat  
Markkinat  
Teemat

# Lakeland-suuralueen tavoitteiden kannalta tärkeimmät teemat, kohderyhmät ja markkinat

Määritetään ja tunnistetaan vetovoimatekijöiden mukaiset tärkeimmät sisällöt ja kohderyhmät sekä markkinat.

Tunnistetaan suuralueen kansainvälistymisen hidasteena olevat pullonkaulat ja niiden taklaamiseen tarvittavat toimenpiteet.



## PANOSTA HEIHIN

He haluavat kokea paikallista luontoa ja oikean talven. Tärkeitä ryhmiä globaalisti, sillä Suomi on heille vahva matkakohde.

## Suomen matkailun kohderyhmät

Pääkohderyhmät

Tukevat kohderyhmät

Hyödynnä näiden ryhmien kiinnostuksen kohteita viestiessäsi muillekin kohderyhmille. **Paikallinen kulttuuri** on päivän sana.

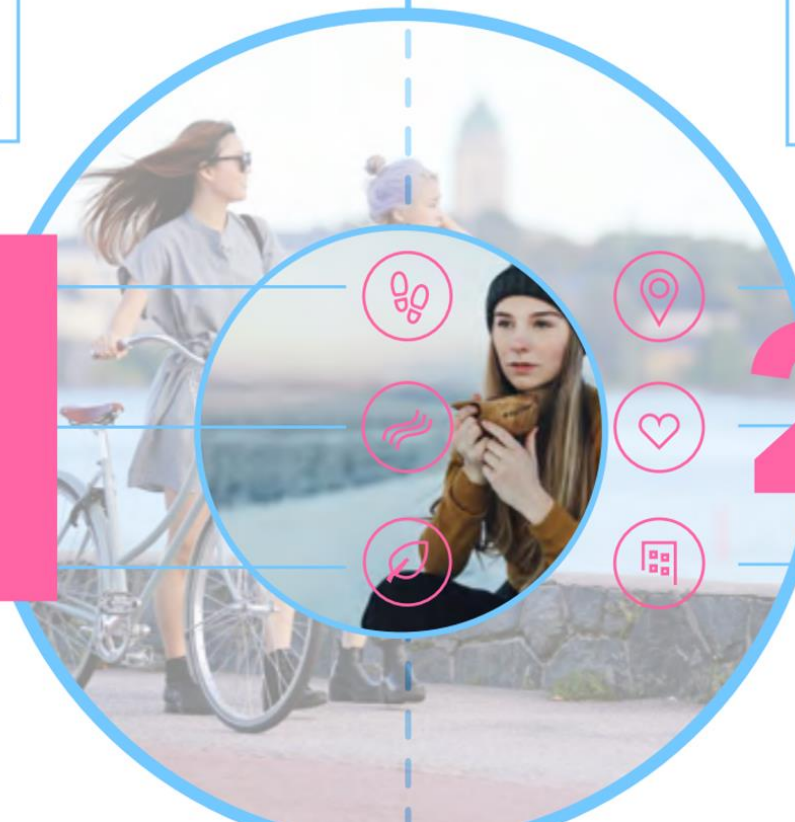
Pääkohderyhmät

Aktiiviset seikkailijat

Luonnonihmeiden metsästäjät

Luontonautiskelijat

1



Aitouden etsijät

Suomalaisen luksuksen etsijät

Citybreikkaajat

2

Tukevat kohderyhmät

## Lakeland-suuralueen kohderyhmät

Luontonautiskelijat  
Aktiiviset seikkailijat  
Aitouden etsijät

## Keskeiset teemat

Hyvinvointi  
Luontoaktiviteetit  
+ kulttuurielämykset  
+ ruokaelämykset  
+ paikallinen väri

Tunne asiakkaasi. Kohderyhmäopas matkailuyrityksille 2018, Visit Finland

[https://www.businessfinland.fi/490600/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2018/tunne\\_asiakkaasi\\_kohderyhmaopas-matkailuyrityksille\\_visit-finland.pdf](https://www.businessfinland.fi/490600/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2018/tunne_asiakkaasi_kohderyhmaopas-matkailuyrityksille_visit-finland.pdf)

Tuote-  
sisältö

# Kehitetään vetovoimatekijöistä ammentavaa laadukasta tuotesisältöä

- Kartoitetaan tuotetarjontaa
- Tehdään ja aktivoidaan tuotekehitystä ja koulutusta
- Tuotetaan yhteisiä tuotemanuaaleja
- Ammennetaan teemoista sisältöä kohderyhmäkohtaisesti



21/04/2021



Photo: Mikko Nikkinen

Liike-  
toiminnallinen  
osaaminen

# Kasvatetaan alueen toimijoiden osaamista ja valmiuksia kansainvälisen liiketoiminnan kehittämiseksi

- Digitalisaatio
- Kestävän matkailu → Sustainable Travel Finland –ohjelma ja merkki
- Tiedolla johtaminen



# Kestävä matkailu

## Paikallisyhteisön huomioiminen

- Yhteisön sietokyky
- Alueen kulttuuriperinnön vaaliminen, paikalliskulttuurin aito esittäminen
- paikallisten asukkaiden huomioiminen

## Vähähiilisyys

- uusiutuvat energianlähteet
- energian ja veden säästäminen
- jätteen määrän vähentäminen ja kierrättäminen

## Paikallistalouden tukeminen

- Paikallisten palveluiden ja tuotteiden käyttö
- Paikallisten työllistäminen

## Asiakkaiden yhdenvertainen kohtelu

- Palvelut ovat kaikkien saavutettavissa iästä, sukupuolesta, seksuaalisuudesta, uskonnosta, kulttuurista ja erityistarpeista huolimatta



**SUSTAINABLE  
TRAVEL**  
FINLAND™

## Sustainable Travel Finland –ohjelma

<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/sustainable-travel-finland>

## Kestävän matkailun periaatteet

<https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/2019/visit-finland/kestavan-matkailun-periaatteet>

# Saatavuus ja ostettavuus – DIGITAALINEN KEHITTÄMINEN

Omat verkkosivut kuntoon!

Tuote

- Tuotekuvaukset kunnossa ja selkeitä
- Soveltuvuus – kenelle
- Ostettavuus – varauskanava
- Saatavuus - sesongit
- Hinta

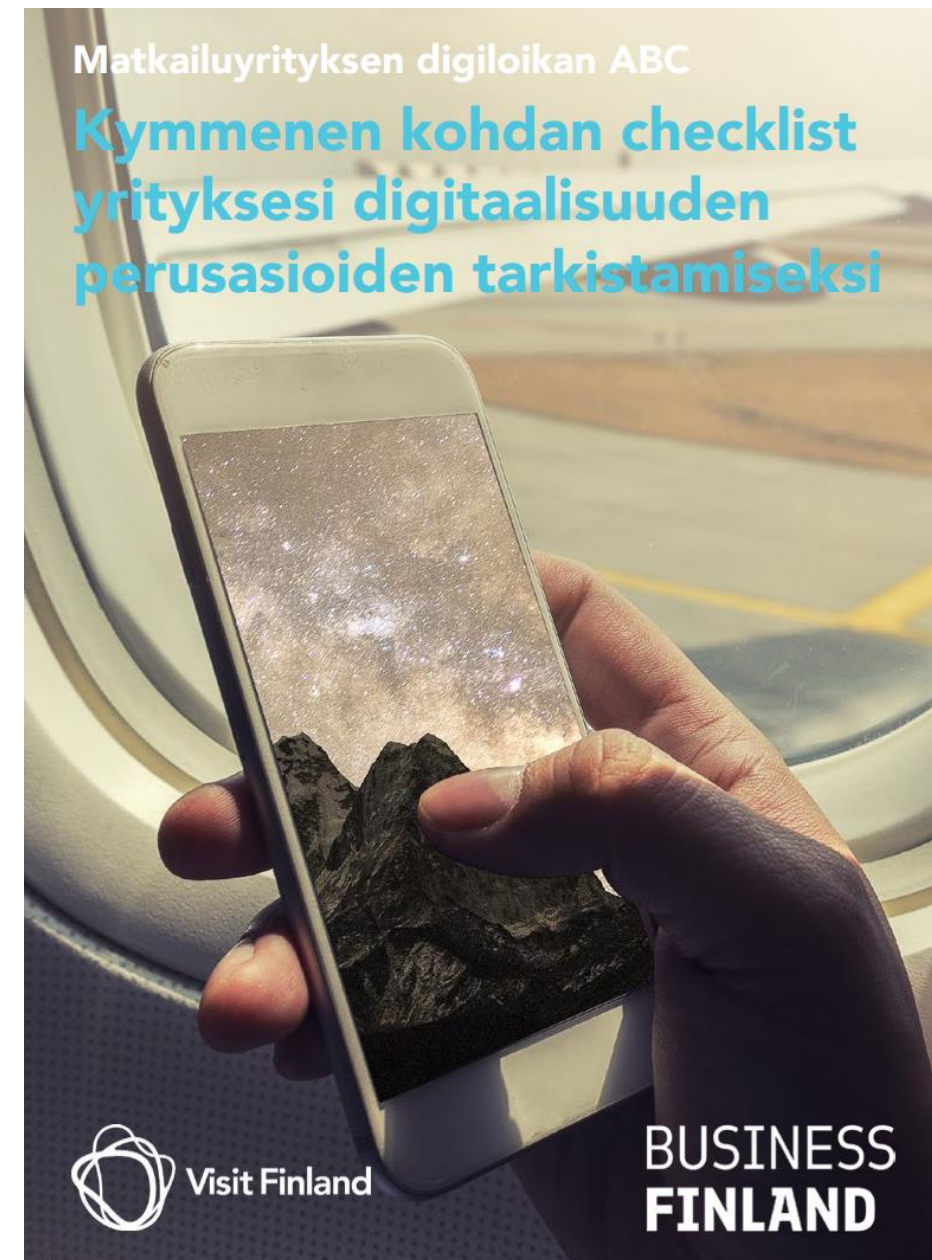
Monikanavaisuus

- Incoming-toimijat
- Matkanjärjestäjät
- OTAt (Online Travel Agency)
- Muut sähköiset varauskanavat

Online-varattavuus!

Matkailuyrityksen digiloikan ABC

<https://www.businessfinland.fi/49d175/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/matkailuyrityksendigiloikanabc.pdf>



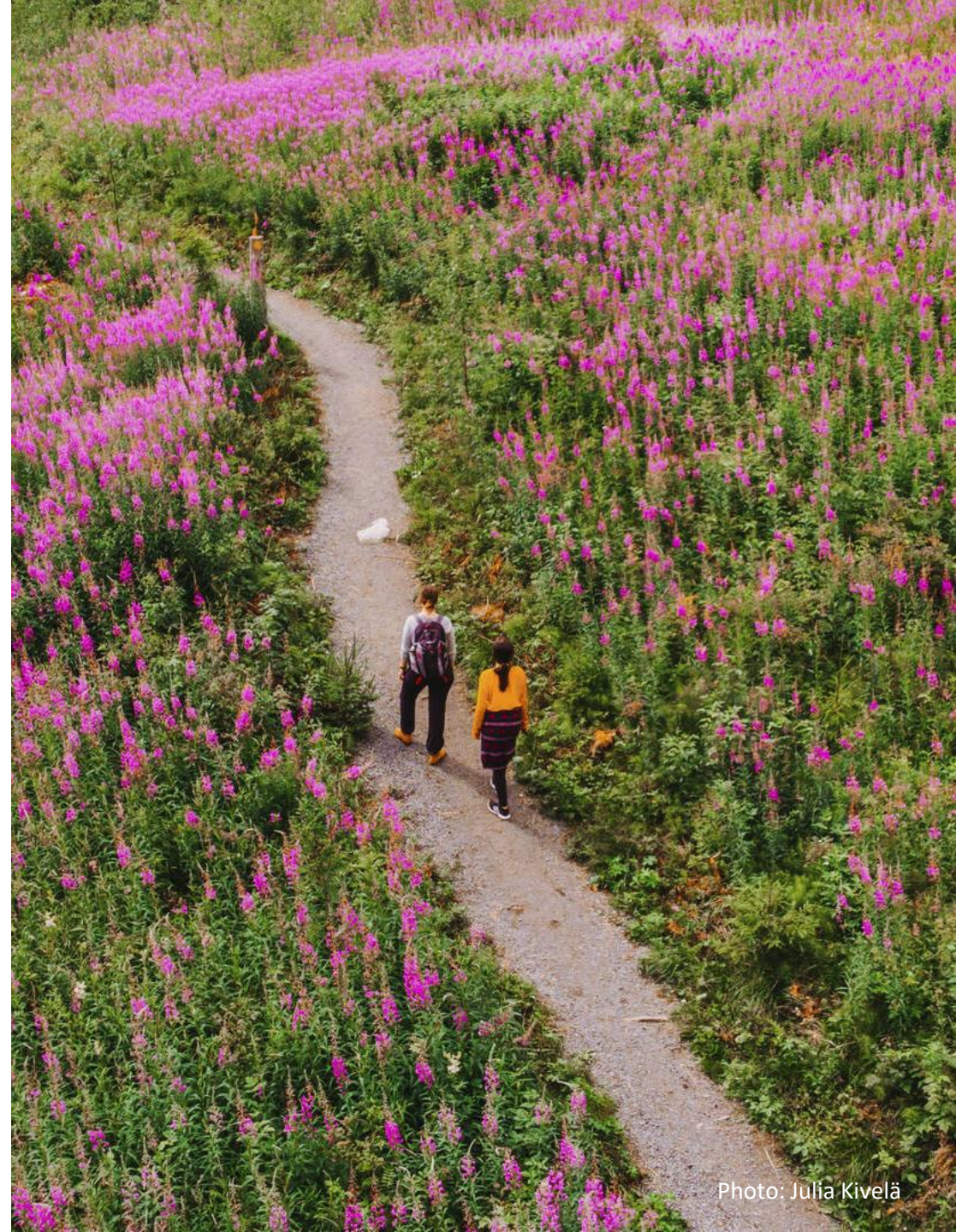
Tunnettuus

# Suuralueen näkyvyyden, houkuttelevuuden ja tunnettuuden lisääminen

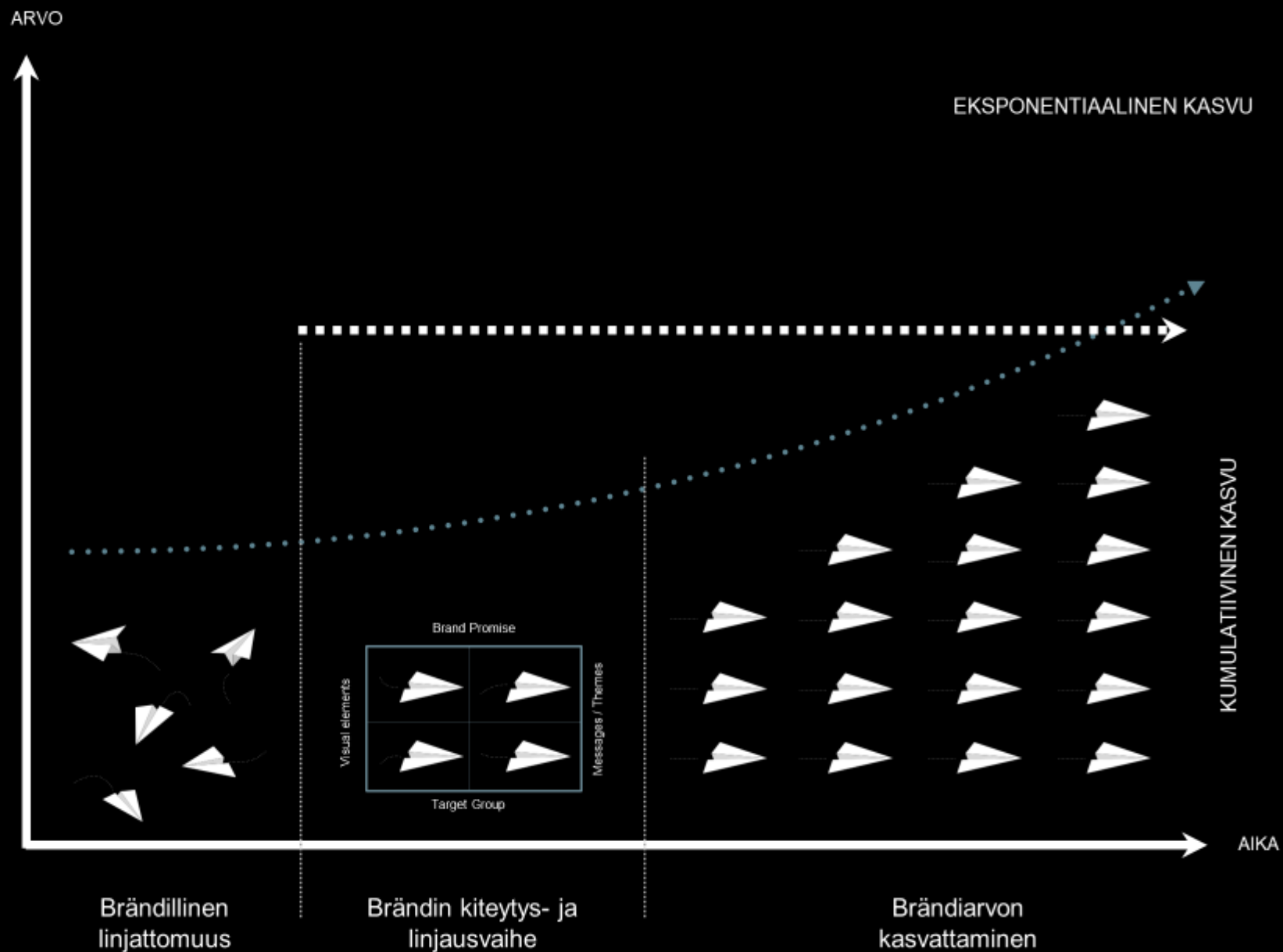
Alueen valituista teemoista ja USP:eista  
ammentaen ja tuotteisiin ulottuen

- monikanavainen viestintä
- kampanjointi
- PR-työ
- muut näkyvyystoimenpiteet

määritellyille kohderyhmille



# Kumulatiivinen brändiarvon kasvu



MYynti

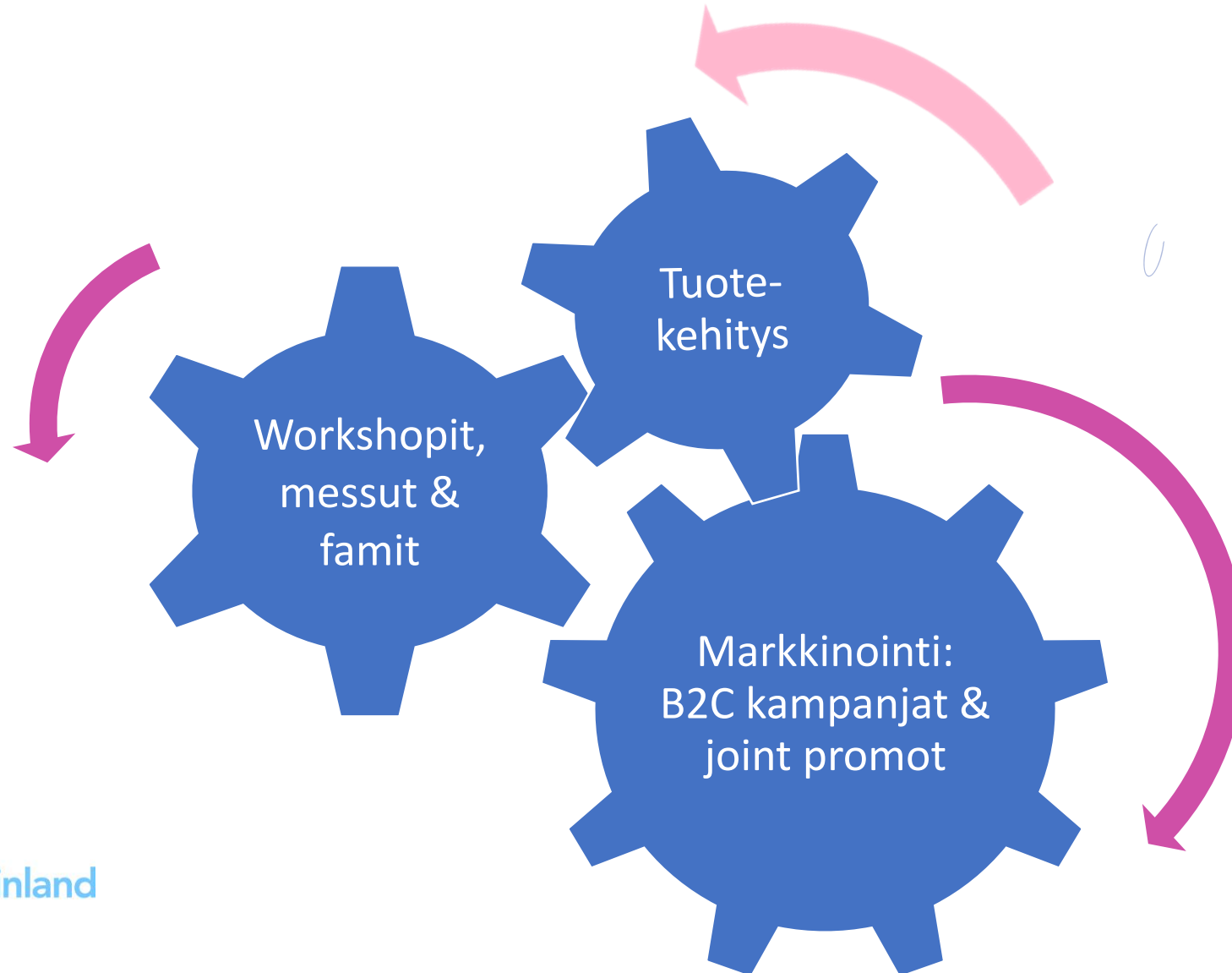
# Edistää suuralueen tuotannon pääsyä markkinoille

B2B-myyntinedistäminen, jakelukanavayhteistyön kehittäminen





# Myynti, markkinointi & tuotekehitys



# Visit Finland Kansainvälistymis- kriteerit



2021



Visit Finland

<https://www.businessfinland.fi/490341/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/vf-kansainvalistymiskriteerit-2021.pdf>



Visit Finland

# Matkailuyrittäjän kansainvälistymisopas

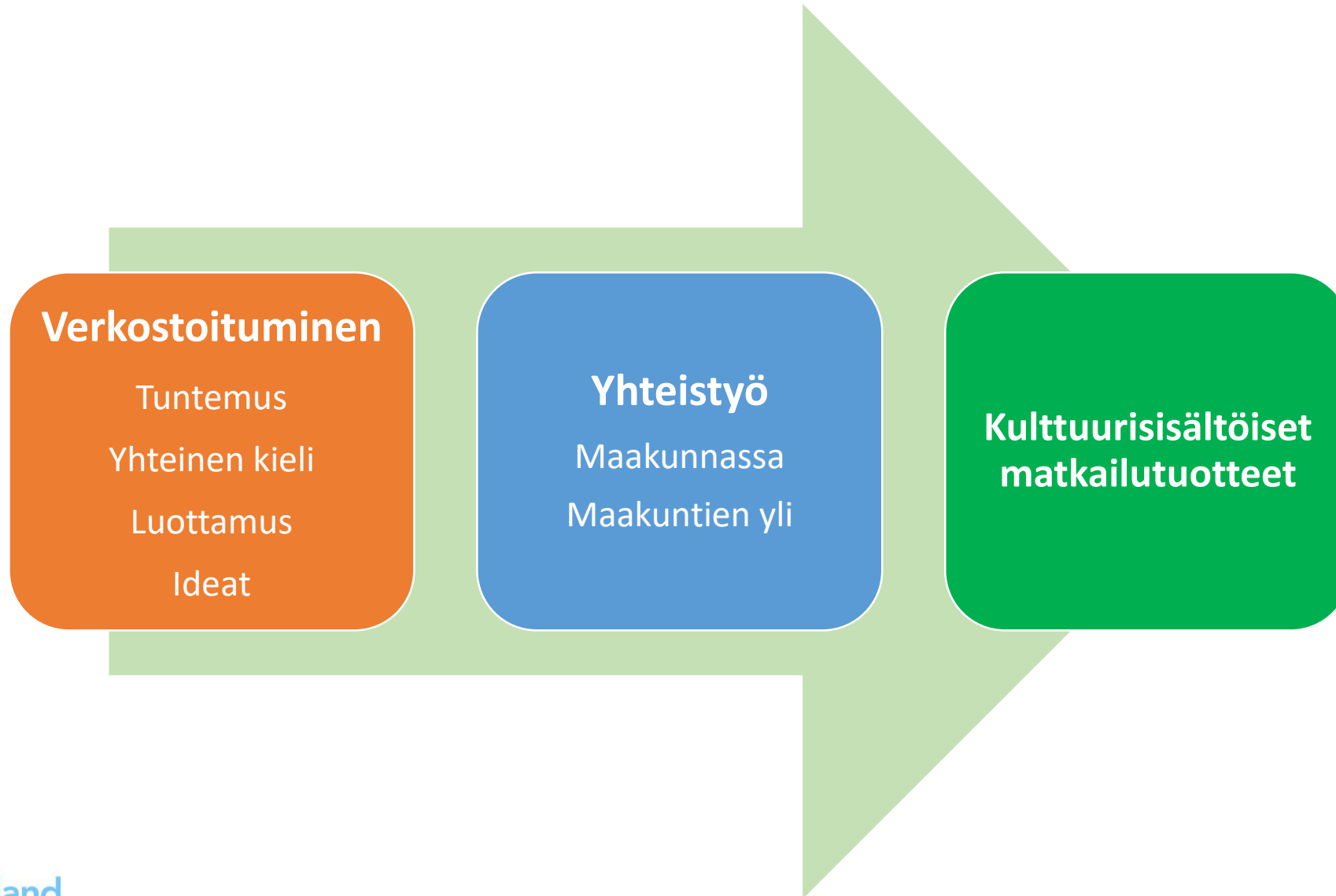


Visit Finland

[https://www.businessfinland.fi/498bfa/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2019/vf\\_kansainvalistymisopas\\_2019.pdf](https://www.businessfinland.fi/498bfa/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2019/vf_kansainvalistymisopas_2019.pdf)

# Kulttuurimatkailun ajankohtaisia

# Kulttuurimatkailun aluekoordinaatio – MIKSI?



# Tavoite 2021

## Kulttuurimatkailun toimijoiden nettisivut kuntoon

- Matkailutoimijat
- Museot
- Festivaalit ja muut tapahtumat
- Kulttuuriperintökohteet (Unesco, paikallismuseot, kädentaidot jne.)

### Mitä tarkoittaa?

- Kieliversiot, vähintään englanniksi
- Ei suoraan kääntämistä suomesta englanniksi
- Huomioidaan kohderyhmä, joka ei tunne yritystä/museota/tapahtumaa, suomalaista kulttuuria
- Päivämäärät, aukioloajat, elämyksen kuvaukset



# Työkalut

## Kulttuurimatkailun tuotesuosituksset 2021

<https://www.businessfinland.fi/492aef/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2021/vf-kulttuurimatkailun-tuotesuosituksset-2021.pdf>

### TULOSSA

#### Yhteinen polku – opas elävän perinnön vastuulliseen matkailutuotteistamiseen

- Yhteistyössä Visit Finland ja Museovirasto
- Alkusyksy 2021

#### Taide- ja kulttuurisisällöt Suomen matkailun USP-kuvastoon

- Kulttuurimatkailutuottaja Maija Sydänmaanlakka
- Kevät 2021

#### Kulttuurimatkailun ABC

- Syksy 2021

#### Kulttuurimatkailun liiketoimintamallit –infograafi

- Syksy 2021



21/04/2021

# Kulttuurimatkailun tuotesuosituksset



# Ajankohtaiset asiat

## Kulttuurimatkailun vaikuttavuus selvitys

- Käynnistyy kevät 2021

## Kulttuurimatkailun tiekarttatyö

- Kick-off 7.6. klo 12-16

## Kulttuuriperintöstrategiatyö käynnistynyt

## Kulttuurimatkailuseminaari syksy 2021 – kulttuuri & luksus

- Syksy 2021





**Visit Finland**