

Elämys- ja ohjelmapalveluiden kehittäminen Pohjois-Savossa –hanke
kick-off 10.2.2025

Kohti kansainvälisiä markkinoita

”Matkustan kokeakseni elämyksiä”

Valmentaja

Pirjo Räsänen

- Visit Finland Akatemian valmentaja, CMC –konsultti
- Ellare Oy, toimitusjohtaja
- Outdooractive AG, maajohtaja
- Nice Group Consulting Oy, partneri

Työura:

- konsultti- ja yrittäjätaustaa kohta 25 v
- Visit Finlandille useita matkailualan suunnitteluoppaita
 - [Luontoaktiviteettien tuotesuosituks](#)
 - [Inklusiivisen matkailun suunnitteluopas](#)
 - Matkailuyrityksen kansainvälistymisopas



Nykyään teen enimmäkseen kehittämissuunnitelmia, rahoitushakuja, kasvun ja kansainvälistymisen sparrausta ja valmennusta

Kohti kansainvälisiä matkailumarkkinoita

- Kansainvälistyminen on aina strateginen päätös
- [Visit Finlandin Kansainvälistymisopas](#)

- 1 Määrittele tahtotila ja tavoitteet
- 2 Valitse markkina-alueet ja kohderyhmät
- 3 Kartoita kumppanuusverkosto ja yhteistyömahdollisuudet
- 4 Panosta kestävään kehitykseen ja vastuullisuuteen
- 5 Määrittele kilpailuetusi
- 6 Tuotteista ja muotoile palvelusi oikein
- 7 Hinnoittele kannattavasti
- 8 Kohdenna markkinointi ja myynti
- 9 Hallitse digitaalinen toimintaympäristö ja tiedolla johtaminen
- 10 Kartoita riskit ja hanki rahoitusta

Tahtotila ja tavoitteet

- Mitä tavoitteita asetat kansainvälistymiselle? Esimerkiksi:
 - Keskioston kasvattaminen
 - Ympärivuotisuuden kehittäminen
- Vaikuttaa esimerkiksi siihen:
 - Mille markkinoille keskityt
 - Mitä tuotteita ja palveluita tarjoat
 - Millaisia yhteistyökumppaneita tarvitset
 - Mitkä kanavat on otettava haltuun
 - Millaista osaamista tarvitset

Resurssoi

- Rahoitus
- Työ
- Aika
- Osaaminen
- Yhteistyö

Aikaa pitää varata oman kilpailuedun määrittelyyn, kohdemarkkinoiden ja -ryhmien tunnistamiseen sekä oikeiden kontaktien etsimiseen.



Osaamista tarvitaan niin tuotteistamiseen, asiakaskokemuksen rakentamiseen kuin markkinointiin ja myynninedistämiseenkin.

Taloudelliset panostukset ovat edellytys kaikkien toimenpiteiden toteuttamiseen.

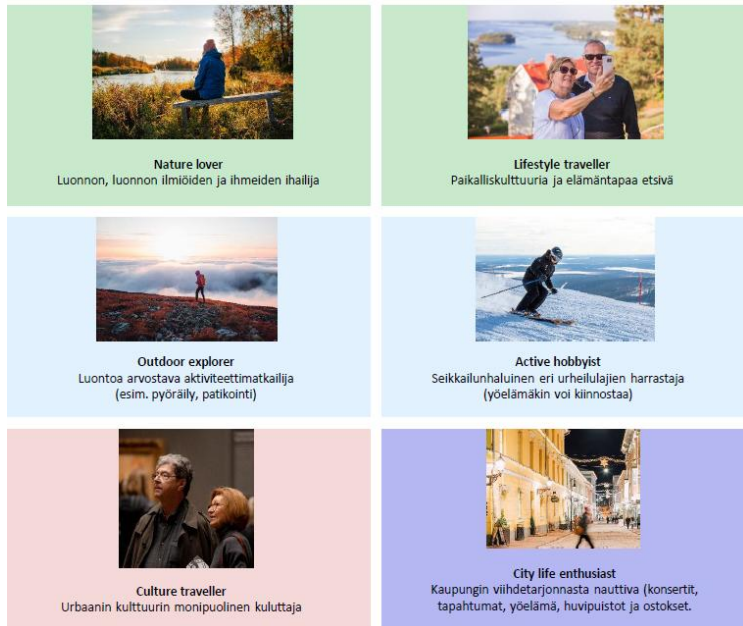
Tärkeää on, että teet realistisen arvion riskeistä ja tarvittavista rahoituksista.

Digitaalinen pelikentän muutos on jatkuva

Esimerkkejä

- Elämysten OTA –kanavat Viator, GetYourGuide and Klook hallitsevat elämysten myyntiä
- Uusia tulee koko ajan: esimerkiksi Civitatis, Kkday, Headout
- Laajempi matkailua tukevat kanavat haluavat myös osansa elämysteollisuuden kasvusta
- Nuorempi sukupolvi etsii matkansa TikTokista ja Instagram Reelseistä.
- UGC: käyttäjien luoman sisällön merkitys kasvaa “autenttisia kokemuksia”
- AI: sekä palveluntuottajan että matkailijan apuri

Tunnista trendit, asiakkaat ja asiakkaiden tarpeet

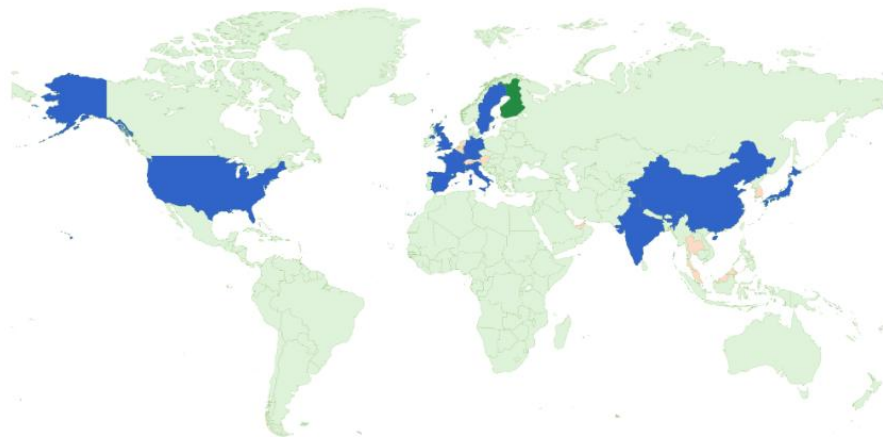


- **Private Tours & VIP Experiences**
- **Community-Driven Tourism:** “Tour or experience with a local” was the second most popular tour type for 55+ travelers (after “sightseeing”)
- **Special Interest, Niche Travel:** fex. women-only trips, photography-specific tours
- **Countering Tech Fatigue**
- **Calmcations** (Rauhoittumismatkat)
- **Noctourism (Yömatkailu)**
(Lähde: Arival 2025)

Yhteistyössä

Tunnista markkinat

Visit Finlandin markkinat 2024

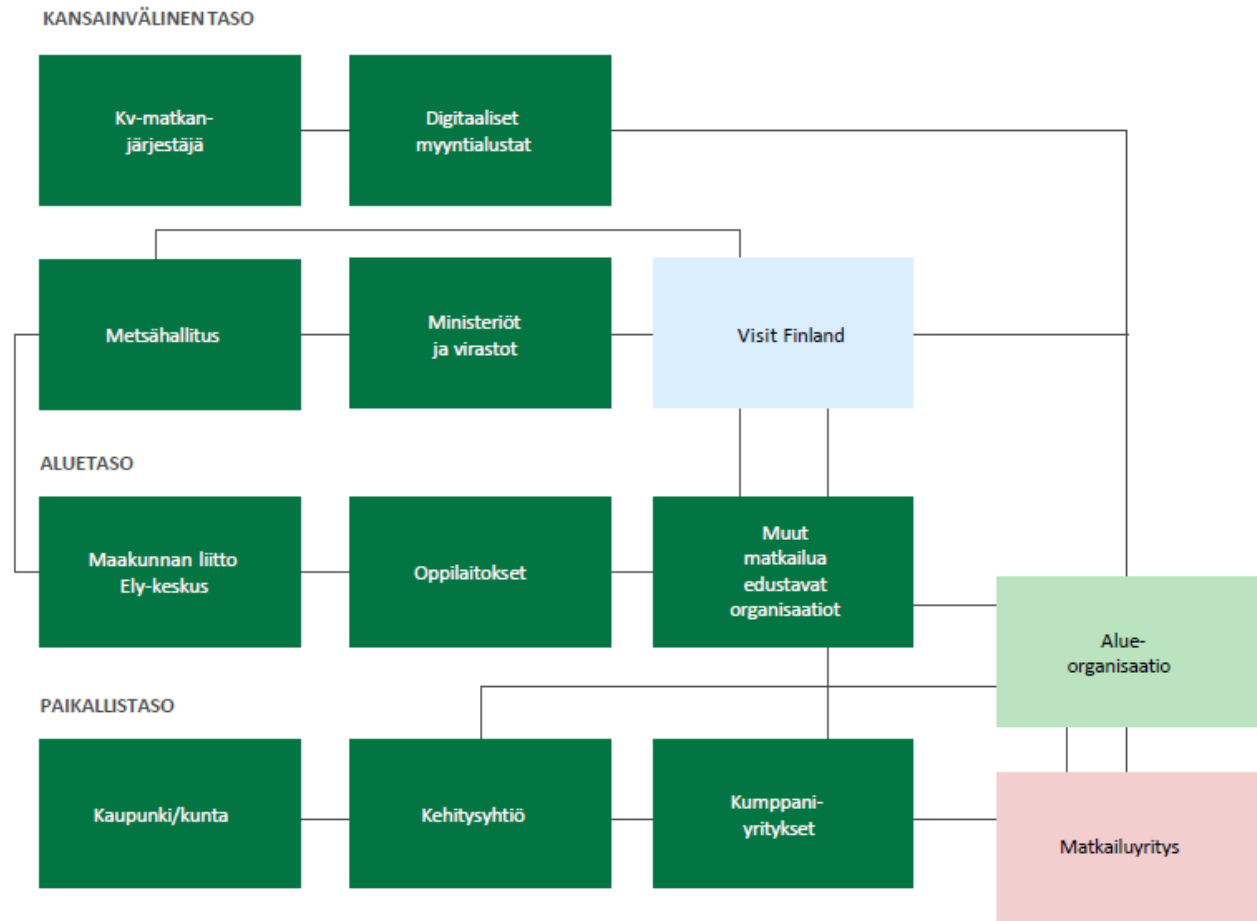


■ VF kohdemarkkinat
■ Tuetut markkinat

- Matkailijaprofiilit: matkailijaprofiili ja määrä, kulutus- ja ostotottumukset, matkustuskäyttäytyminen, matkatyypit
- Markkinan saavutettavuus: liikenne ja logistiikka, kieli ja kulttuuri, myyntikanavat, tuotetyypit
- Kilpailutilanne: kenen kanssa kilpailet markkinoilla
- Kulttuuri: liiketoiminta- ja hallintokulttuuri, kulttuurinen yhteensopivuus, oma valmius palvella ja tehdä liiketoimintaa kyseisessä maanosassa ja maassa
- Markkina-alueriskit: poliittiset ja taloudelliset riskit, markkinoiden vakaus
- Panos-tuotossuhde: mitä kyseisille markkinoille meno maksaa ja millainen tuotto-odotus on

Yhteistyössä

Tee yhteistyötä



Tee yhteistyötä

- Paras jälleenmyyjäsi voi olla paikallinen hotelli tai kilpailijasi
- Kaikkien ei tarvitse osallistua kansainvälisiin messu- ja myyntitapahtumiin mutta pitäisikö sinun myydä tuotteesi taholle, joka osallistuu niihin?
- Jos myyt kapasiteettisi täyteen niin voisitko ohjata asiakkaasi kilpailijalle?
- Yhteismarkkinointi kasvattaa kohteen tunnettuutta ja vetovoimaa
- Myyntiyhteistyö
- Tuote- ja palvelutarjonnan laajentaminen
- Yhteismarkkinointi
- Resurssien ja osaamisen kasvattaminen
- Riskien minimoiminen
- Vertaistuki

*Menestyksestä matkaa kansainvälisille
markkinoille*

Kiitos