

# Elämys- ja ohjelmapalvelujen kehittäminen Pohjois-Savossa

*– näkökulmia Tahkon Safarit yrittäjän Marko Turusen kokemuksiin perustuen*

Pohjois-Savon matkailu elää murroksessa, jossa elämyksellisyys, asiakaslähtöisyys ja kansainvälisyys korostuvat vahvasti. Tahkon alueella toimivan ohjelmapalveluyrityksen yrittäjän Marko Turusen haastattelu avaa konkreettisesti, millaisista elementeistä kilpailukykyiset elämystuotteet rakentuvat ja mitä kehittämistarpeita alueella edelleen on.

## Elämyksellisyyttä teeman ja laadun kautta

Elämysmatkailussa pelkkä aktiviteetti ei enää riitä, vaan ratkaisevaa on kokonaiskokemus. Esimerkiksi paintball-tyyppinen kesätuote on kehitetty ja rakennettu Tahkolla kokonaisvaltaiseksi elämykseksi. Esimerkiksi kentät ovat teemallisia (esim. metsä, kaupunki tai hylätty kylä -teema), ympäristöön on tuotu rekvisiittaa ja rakenteita ja turvallisuus on viety korkealle tasolle (suojaverkot, varusteet, ohjeistus).

Asiakkaat, erityisesti polttari-, kaveri- ja työporukat, hakevat elämyksiä, joissa yhdistyvät toiminta, tarina ja yhdessä tekeminen. Parhaimmillaan aktiviteetti muuttuu tiimipeliksi, jossa strategia ja vuorovaikutus ovat keskiössä.



Kuva: Tahko Safarit

## **Kesätuotteiden kasvu ja painopisteet**

Kesämatkailu on selvästi kasvussa, ja tuotteistuksessa näkyy kysynnän muutos. Sähköpyöräily on noussut keskeiseksi tuotteeksi ja perinteisten pyörien kysyntä on vähentynyt merkittävästi, ohjatut maastopyöräretket räätälöidään ryhmän tason mukaan ja päiväretket ovat tyypillisesti 2 – 3 tunnin tai 15 – 30 km mittaisia. Sen sijaan esimerkiksi gravel-pyöräily nähdään marginaalina, joka ei juuri tuota liiketoimintaa ohjelmanpalveluyrityksille, koska harrastajilla on usein omat välineet.

## **Vesistöjen mahdollisuudet ja pullonkaulat**

Tahko Safareilla on myynnissä veneretkiä sähköveneillä. Tahkon vesistö tarjoaa merkittävää potentiaalia, mutta kehitystä jarruttavat perusrakenteiden puutteet. Rantautumispaikat ja laiturit puuttuvat monin paikoin ja tämä vaikeuttaa kanootti-, vene- ja melontatuotteiden kehittämistä. Yrittäjän mielestä infrastruktuurin kehittäminen nähdään enemmän julkisen sektorin vastuuna. Ilman toimivia taukopaikkoja ja rantautumisratkaisuja vesielämykset jäävät vajaiksi, vaikka kysyntää olisi. Kalastustuotteiden kehittämistä ei Tahko Safareilla tässä vaiheessa nähdä kannattavaksi, koska ne vaatisivat suuria investointeja ja erikoisosaamista.

## **Kansainvälisyys kasvun moottorina**

Yksi keskeisimmistä havainnoista on kansainvälisen matkailun merkitys. Tahko Safareilla jopa **75 % talvikauden asiakkaista** on kansainvälisiä ja asiakkaita tulee laajasti eri maista ja myös Tahkon ulkopuolelta (esim. Kuopiosta ja Ylä-Savosta). Tahko Safarien ohjelmanpalvelut palvelevat koko aluetta, eivät vain yhtä matkailukeskusta.

Kasvun este ei ole niinkään tuotteiden puute, vaan volyyymi, sillä ilman riittävää kansainvälistä asiakasvirtaa palveluliiketoiminta ei kasva merkittävästi.

## **Jakelukanavat ja digitaalinen myynti**

Moderni ohjelmanpalveluyritys toimii useissa myyntikanavissa. Tahko Safareilla on käytössä oma varausjärjestelmä, verkkokauppa ja kansainvälisiä myyntikanavia. Valittu järjestelmä on Fareharbor, jossa ei ole kuukausimaksuja, vaan provisio perustuu toteutuneeseen myyntiin. Tuotteet rakennetaan osittain palveluntarjoajan toimesta. Järjestelmä mahdollistaa reaaliaikaisen varausseurannan, kapasiteetin hallinnan ja myyntikanavien seurannan sekä näiden lisäksi dynaamisen hinnoittelun ja asiakasdatan hyödyntämisen.

Kansainvälisissä myyntikanavissa korostuu tuotteiden selkeä tuotteistaminen, koska kansainväliset myyntikanavat esim. Get Your Guide hyväksyvät vain tarkasti määritellyjä ja erottuvia tuotteita.

## **Resurssit ja henkilöstö – alan haaste**

Yksi suurimmista haasteista on osaavan henkilöstön saatavuus. Oppaat työskentelevät usein keikkaluonteisesti ja kysynnän vaihtelu tekee resursoinnista haastavaa. Laadun

varmistaminen vaatii jatkuvaa perehdytystä ja turvallisuuskoulutusta. Henkilöstötilanne on haaste koko matkailualalla ja vaikuttaa suoraan palveluiden saatavuuteen ja laatuun. Myös kysyntä ja varaaminen ovat muuttuneet lyhytjänteiseksi ja varaukset tulevat hyvin lyhyellä varoitusaikalla, mikä hankaloittaa ennakoitavuutta henkilöstön käytössä.

### **Kehittämisen suunta: vähemmän, mutta paremmin**

Keskeinen oppi liittyy tuotevalikoimaan. Liian laaja tarjonta voi olla harhaanjohtavaa, kaikkia tuotteita ei voida toteuttaa laadukkaasti ja fokus kannattaa pitää tuotteissa, joilla on kysyntää ja kannattavuutta. Laadukas ja toimiva ydinvalikoima on tärkeämpi kuin laaja, mutta vajaasti toteutuva tarjonta.

### **Tulevaisuuden mahdollisuudet**

Haastattelussa nousi esiin myös kehittämisideoita. Tahko Safarien tavoitteena on kehittää elämyksellisiä sauna- ja hyvinvointituotteita (esim. korpisauna). Myös vahvempi verkostoyhteistyö, alihankkijamallit ja alueellinen yhteistyö yli kuntarajojen tukee alalla toimimista. Keskeinen viesti on, että matkailua tulisi kehittää kokonaisuutena, ei vain yksittäisinä tuotteina tai kohteina.

Tahko Safarien esimerkki osoittaa, että potentiaalia on paljon, mutta kasvun realisoituminen edellyttää systemaattista kehittämistä, rohkeita investointeja ja tiivistä yhteistyötä eri toimijoiden välillä. Samalla nostetaan esiin käytännön näkökulma: asiakkaiden siirtäminen ei ole merkittävä ongelma, vaan luonnollinen osa matkailupalvelua. Usein helpompaa on siirtää asiakas kuin kalusto, mikä tulisi huomioida palveluiden suunnittelussa.

Kirjoittanut Maija Rissanen

