

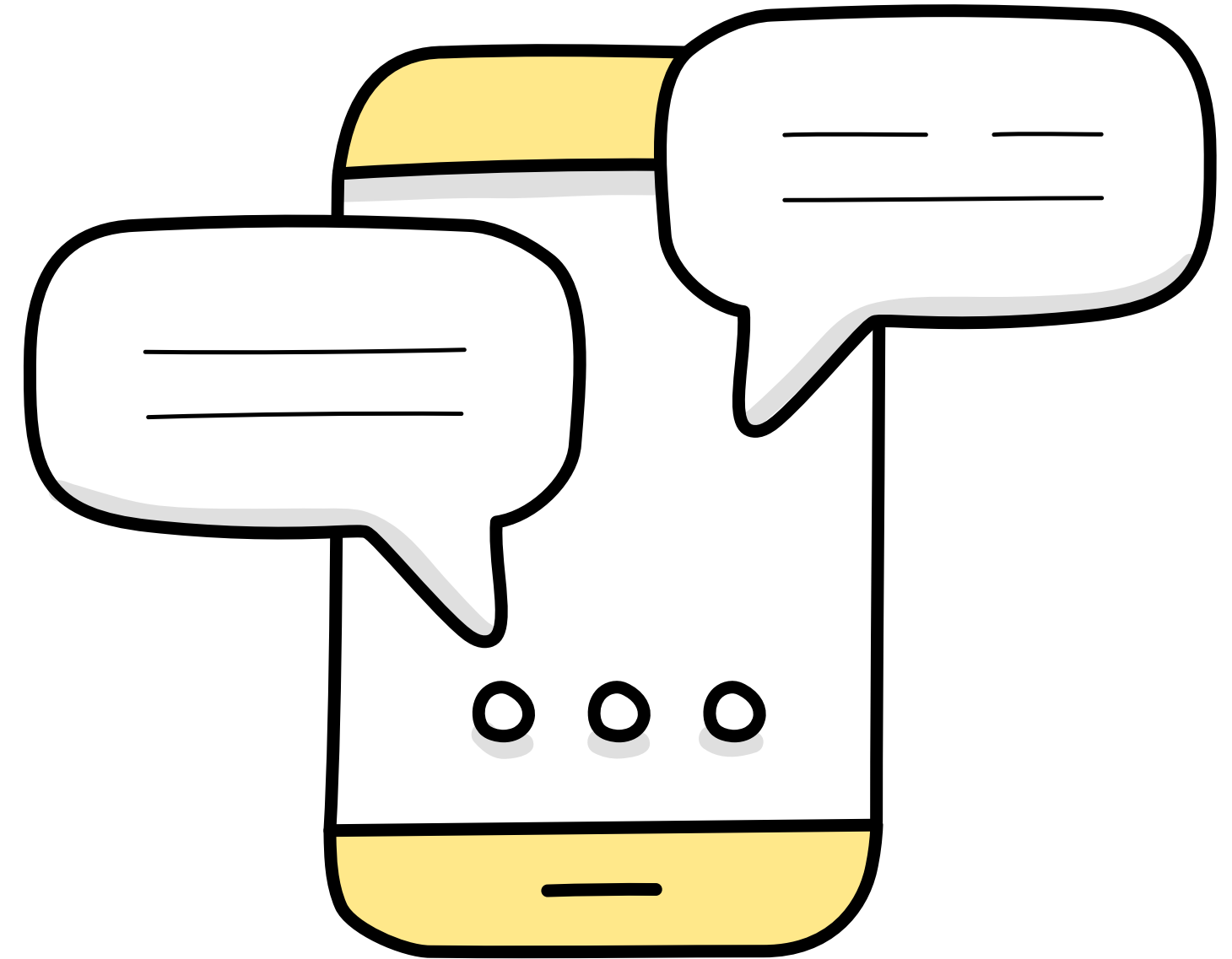
Elämys- ja ohjelmapalveluiden digitaalinen ekosysteemi ja myyntijärjestelmät

29.4.2026

Kirsi Mikkola

Tavoitteet

- Osallistuja osaa tunnistaa digitaalisen ja manuaalisen toimintaympäristönsä heikkoudet ja vahvuudet, osaa vertailla elämystuottajan myyntijärjestelmiä ja ymmärtää miten automatisoidut toiminnot helpottavat myyntiä.



Ohjelma

Aika	Sisältö ja pääteemat	Toiminta ja menetelmät
09:00-10:30	Digitaalinen toimintaympäristö: Matkailun elämystuottajan digitaalisen ekosysteemin muodostuminen.	Mentimeter-tehtävä ja käytännön Case -esimerkit elämystuotannon yrityksistä, keskustelua. Käytännön Case -esimerkit elämystuotannon yrityksistä.
10:30-10:45	Tauko	
10:45-12:15	Oma digitaalinen ekosysteemi AI ja automaatio: Mahdollisuudet hyödyntää tekoälyä rutiinitehtävien automatisoinnissa.	Harjoitustehtävä: Kuvaus omasta digitaalisesta ekosysteemistä avulla. Valmentajan sparraus ja esimerkit
12:15-12:30	Yhteenveto: Päivän kooste ja palaute sekä kotitehtävä.	Kehityskohteiden kirjaus.



Jatkotyöskentely (klinikka): Ryhmässä toteutettava etäklinikka sparraukseen ke 6.5.2026 klo 14.00–16.00.

Kirsi Mikkola

- Matkailun digitaalisen liiketoiminnan asiantuntija, valmentaja, sparraaja
- Yrittäjä vuodesta 2005
- DigiPro Liiketoiminta / Sähköinen Liiketoiminta Suomi Oy, www.liiketoiminta.info
- Nice Group Consulting Oy, www.nicegroup.fi
- Visit Finland Partner
- Yhteistyö matkailun asiantuntijaverkoston kanssa: tuotteistaminen, hinnoittelu, tarinallistaminen, vastuullisuus, myynti ja markkinointi sekä tiedolla johtaminen / yritystaso ja DMOT
 - Business Finland – Visit Finland partner
 - Matkailuyrityksen kansainvälistymisopas, 2019 ja 2023
 - Matkailun digiloikka ABC, 2023
 - Varausjärjestelmäopas ja –vertailu, 2023
 - Elämystuotteiden digitaaliset myyntikanavat, 2024
- Visit Finland Akatemiavalmentaja
- Varausjärjestelmä- ja verkkokauppakouluttaja, kuten JOHKU, Bókun, Moder, Fareharbor, jne.
- OTA-kanavakouluttaja, kuten GetYourGuide, TripAdvisor, Viator, Booking.com, jne.

Verkostoidu:

@kirsimikkola

@digiproliiketoiminta

kirsi.mikkola@liiketoiminta.info



Tervetuloa ja esittelyt

- Kiva kun tulit
- Millä myyt?
 - myynti- tai varausjärjestelmä
- Miten hoidat varauksia?
- Entä asiakastietoja?
 - missä asiakastiedot on tallessa





Mikä on
haasteellisinta oman
yrityksen
digitaalisen arjen
pyörittämisessä?

Enter a word

25

You may submit multiple responses

Submit



Osoita puhelimen
kameralla QR-koodia ja
klikkaa linkkiä sekä
vastaa kysymykseen, kiitos.



Teköäly
VR/AR

Globaali
digitalisoi-
minen

Jakelukana-
vien määrän
kasvu

Tiedolla
johtaminen

?

Avoimuus
hinnoittelussa

Alustatalous

Sosiaalisuus ja
yhteisöllisyys

Yhteisöllinen
kaupankäynti

Suoramyynti =
verkkokauppa

Arvo-
keskeisyys

Integroitavuus

Vastuullisuus

Tiedostava
ostaja

Yritysverkosto-
yhteistyö

Henkilö-
kohtaisuus

Paikallisuus

Näistä puhutaan matkailutuotteen
ostettavuuden yhteydessä
Mitä lisäisit?

Termejä

- POS = point of sales, kassajärjestelmä
- PMS = property management system, tilojen varausjärjestelmä, hotellivarausjärjestelmä
- ERP = enterprise resource planning, toiminnanohjausjärjestelmä
- CRS = central reservation system, varausjärjestelmä
- CRM = customer relationship management, asiakkuuden hallintajärjestelmä
- CMS = content management system, sisällönhallintajärjestelmä
- HRS = Human resources system, henkilöstöhallintajärjestelmä
- DISTRIBUTION CHANNEL = jakelukanava
- MULTICHANNEL = monikanavainen
- API = application programming interface, ohjelmointirajapinta



Ota avuksi AI

Yrityksen digitaalinen ekosysteemi

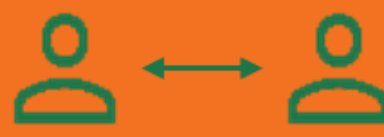
Case-esimerkit

Case-esimerkki

Käyttäjä / Asiakas



Käyttäjä / Asiakas



Kotisivut
Verkkokauppa

Sosiaalinen media: META, LinkedIn
Uutiskirje, maksettu mainonta, push viestit

YRITYS

?

Kotisivujen
päivityssovellus

Sähköposti

?

Asiakasrekisteri

Liikekirjeet ja
asiakirjat

Laskutus ja
kirjanpito



Palkanlaskenta

Suunnitteluvihkot

Ravintoola-kassa

Vastaanotto

Tilauskirjanpito

Varasto-
seuranta

OTA kanavat

Jäileenmyyjät

Aluesivustot
Visit Finland
DataHub

Case: Pk-yritys, perheyritys
Resurssit 4 + sesonkityövoima
Liikevaihto n. 0,5 milj. €
Sijainti n. 80 km LÄHIMMÄLTÄ lentokentältä ja juna-
asemalta keskellä ei mitään
Asiakkaina kotimaiset ja keski-eurooppalaiset
yksilömatkailijat sekä matkanjärjestäjät

Yhteydenpito: sähköposti, puhelin

Yhteydenpito



Elämystuotteiden myynti- ja varausjärjestelmän valinta

Varausjärjestelmä = myyntijärjestelmä

HUOM! varausjärjestelmä sisältää yleensä myös verkkokaupan ja kotisivujärjestelmän

Huomioitavaa valinnassa:

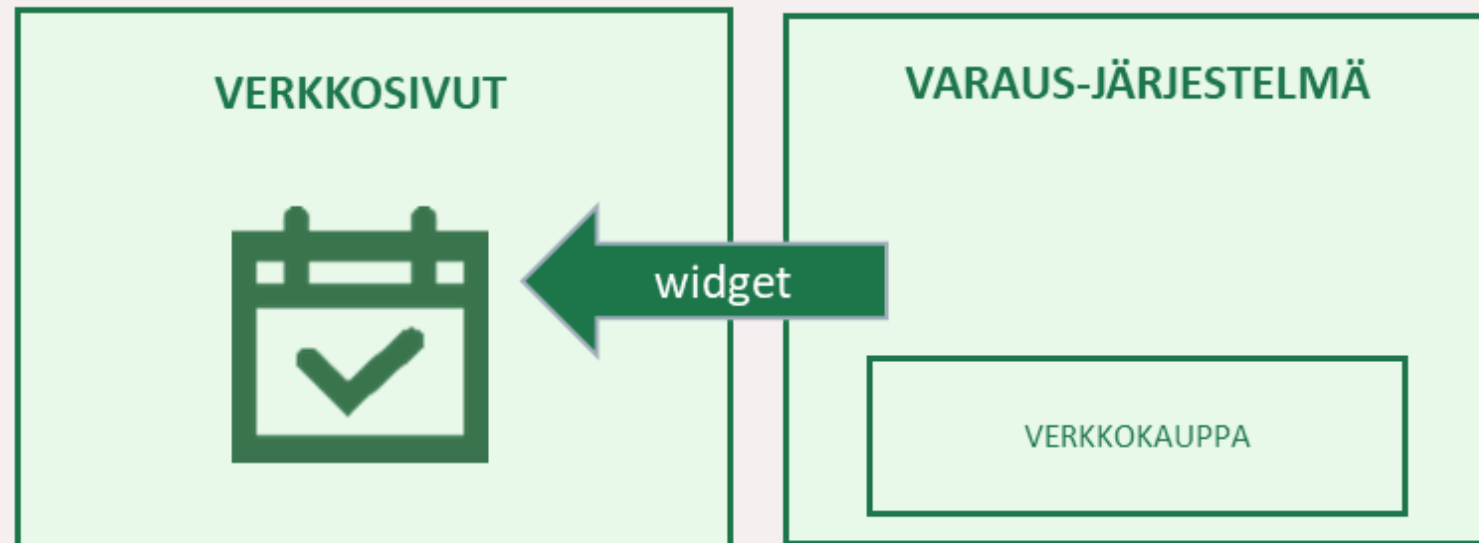
- Millainen on yrityksen nykyinen manuaalinen ja digitaalinen toimintaympäristö ja kumppanuusverkosto?
- Kohderyhmät ja ostajaprofiilit, kenelle tuotteita myydään?
 - Toimitaanko kotimaassa vai kv-markkinassa?
- Palvelu, fyysinen tuote vai molemmat – mitä myydään ?
 - majoitus, ravintolapalvelut, aktiviteetit ja retket, hyvinvointipalvelut, vuokratuotteet, kuljetuspalvelut, lahjakortit, fyysiset tuotteet, jne.
- Jakelukanavavalinnat – missä jakelukanavissa myyntiä tehdään?
 - Oma verkkokauppa
 - OTA-kanavat
 - Matkanjärjestäjät ja välittäjät
- Kannattaako kauppa yksin vain yhdessä ?
 - Yritysverkostot, resortit, suuralueet, Suomi, globaali, ristiinmyynti
- Riittääkö oma osaaminen? Mistä saan apua?
- Mitä jää kassaan – tulos vai ulos?
- Miten järjestetään kivijalkamyynti ja verkkokauppamyynti käytännössä, kun käytössä on samat resurssit? Miten integroidaan taloushallinta, asiakkuuksien hallinta ja muut tarvittavat järjestelmät



ESIMERKKEJÄ

Varausjärjestelmän widgetit upotetaan verkkosivuille

VAIHTOEHTO 1

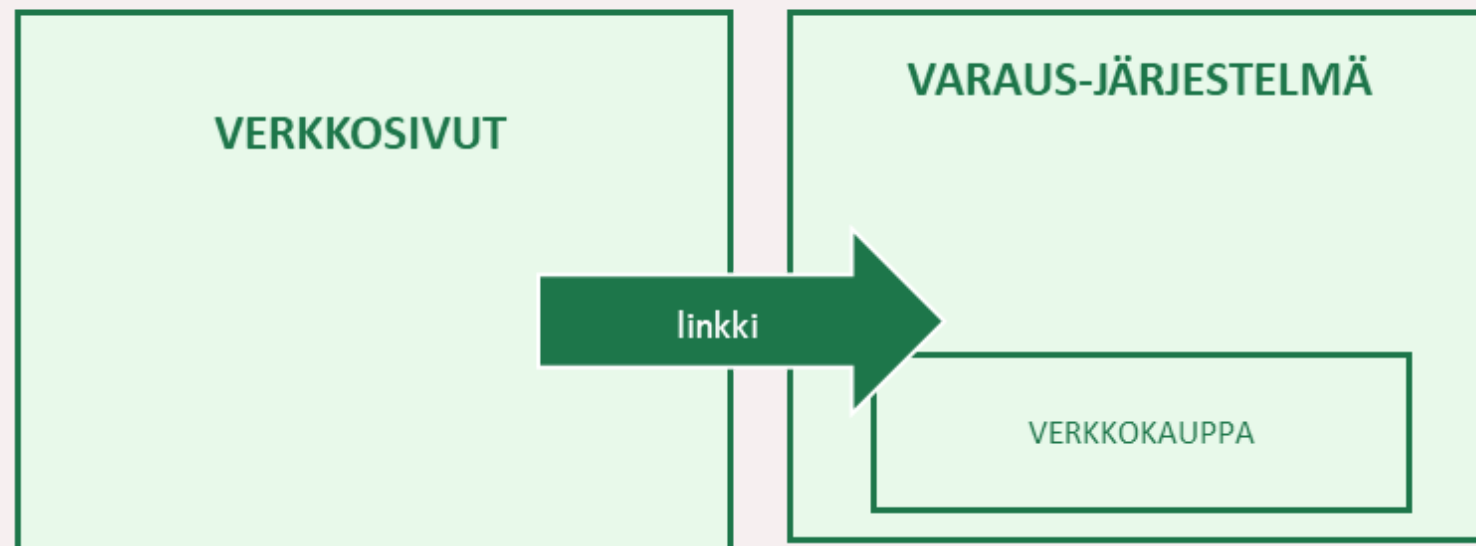


Monet varausjärjestelmät mahdollistavat sisältöjen (widget) upottamisen varausjärjestelmästä yrityksesi verkkosivuille. Esimerkiksi tuotekortit, tuotelistan, varauskalenterin.

Esim. www.ruskalaukka.fi tai www.munpolku.fi (Bókun)

Verkkosivut ja varausjärjestelmä omissa osoitteissaan

VAIHTOEHTO 2



Yrityksesi verkkosivuilta ohjataan linkillä verkkokauppaan, jolloin kotisivut ja verkkokauppa toimivat erillisinä sivustoina omissa osoitteissaan.

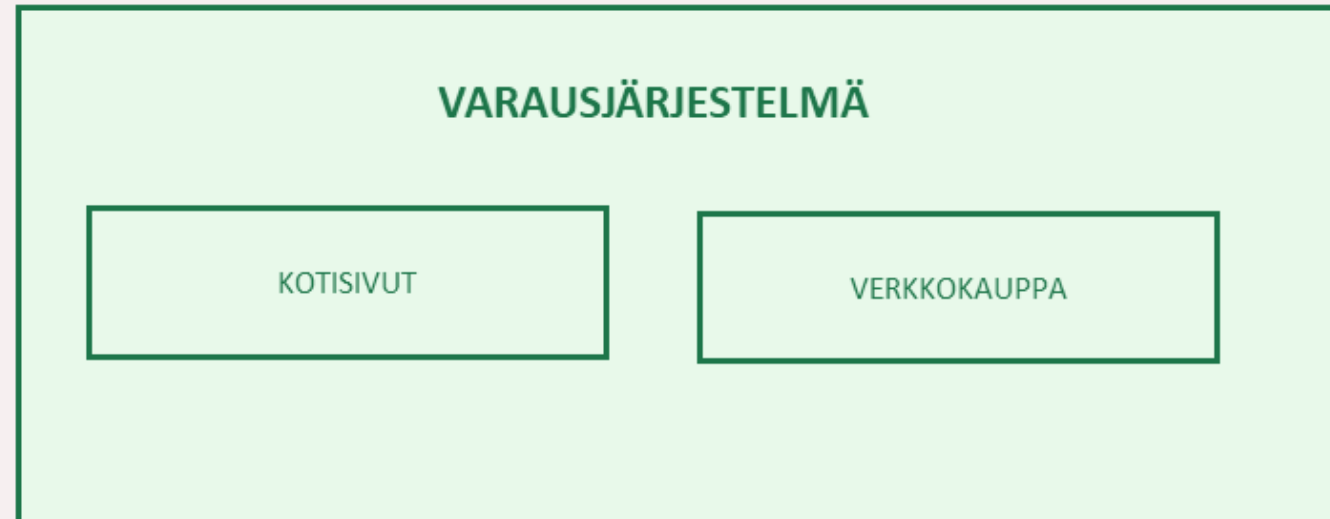
Esim. www.apukkaresort.fi (Fareharbor) tai <https://www.visitoro.fi/> (JOHKU)

ESIMERKKEJÄ



Verkkosivut rakennetaan varausjärjestelmän editorilla

VAIHTOEHTO 3



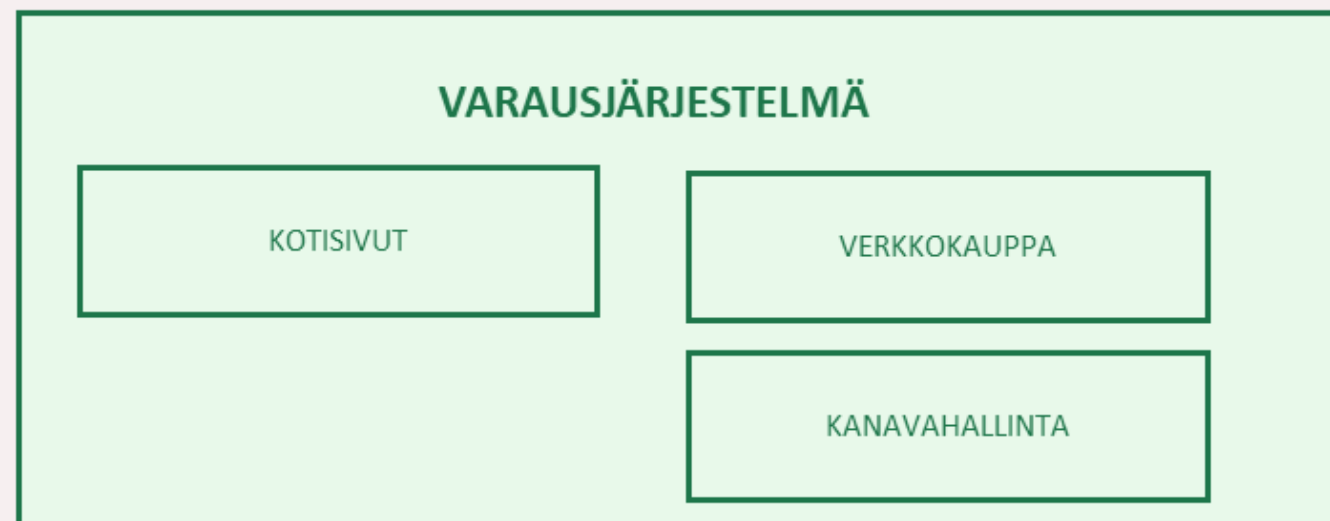
Osa varausjärjestelmistä sisältää kotisivueditorin, jolla voit rakentaa varausjärjestelmän yhteyteen kotisivut ja verkkokaupan. Etuna on, että kotisivut ja verkkokauppa julkaistaan samassa verkko-osoitteessa ja voit hoitaa kotisivujen päivitykset varausjärjestelmästä käsin.

Esim. <https://www.hanhenlento.fi>, <https://luontovoittaaina.johku.com/> (JOHKU)



Varausjärjestelmällä verkkosivut, verkkokauppa ja kanavahallinta

VAIHTOEHTO 4



Markkinoilta löytyy myös varausjärjestelmiä, joilla voit hoitaa kotisivut, varausjärjestelmän, verkkokaupan ja digitaaliset jakelukanavat. Jos myyntistrategiasi on löytyä ja myydä mahdollisimman monessa jakelukanavassa, voi tämä vaihtoehto olla yrityksellesi sopiva. Esimerkiksi <https://lakelandgte.fi/> (JOHKU), <https://www.naturaviva.fi> (JOHKU), <https://bbpajula.fi/> (MODER)



Elämystoimijan myynti- ja varausjärjestelmät monikanavaiseseen myyntiin





Visit Finland

Varaus- ja verkkokauppa-järjestelmäopas

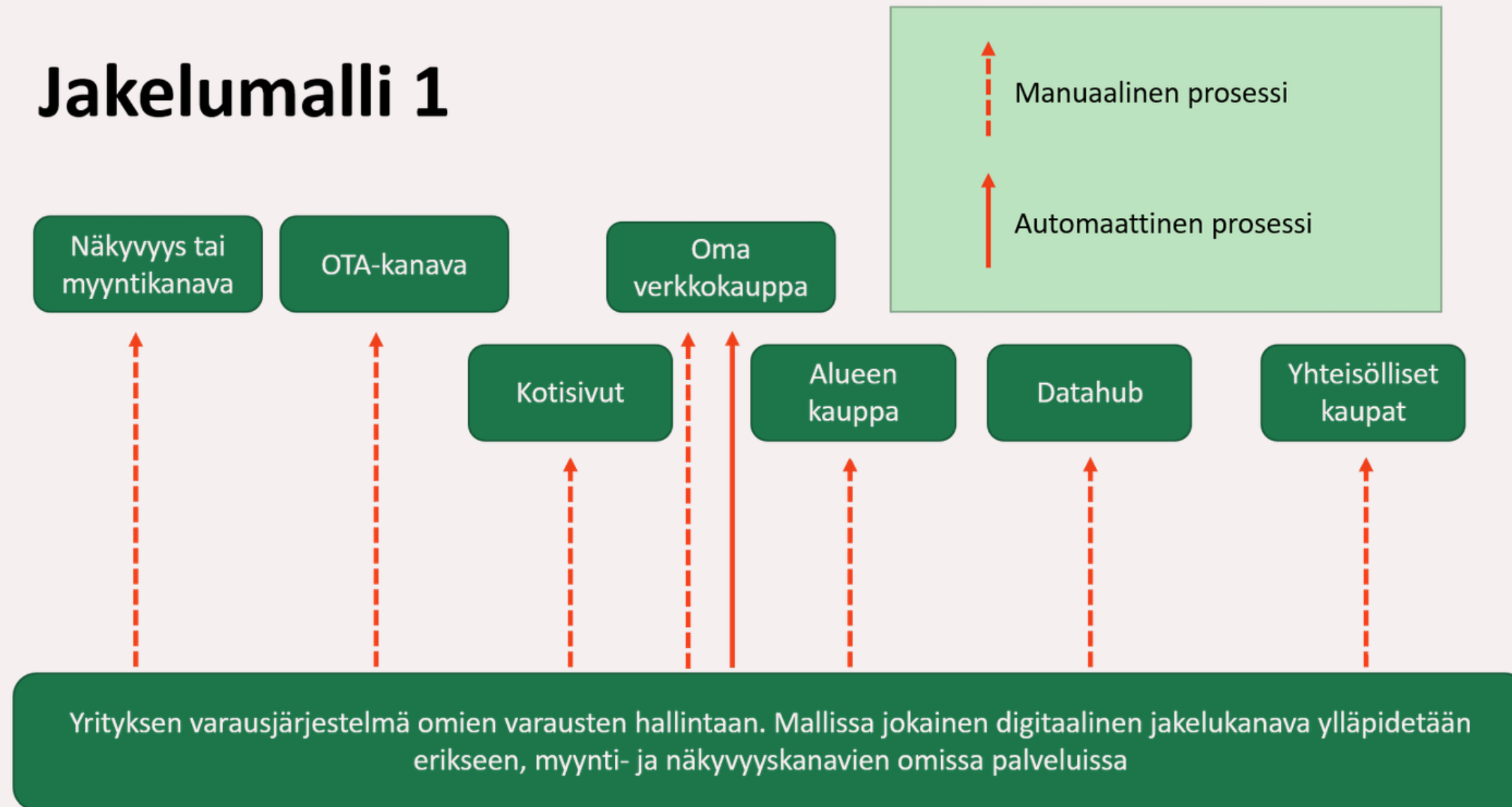


Opas majoitus- ja aktiviteettituotteiden, sekä välinevuokraukseen soveltuviin varaus- ja verkkokauppajärjestelmin suomalaiselle matkailuyritykselle

Päivitetty 14.3.2023

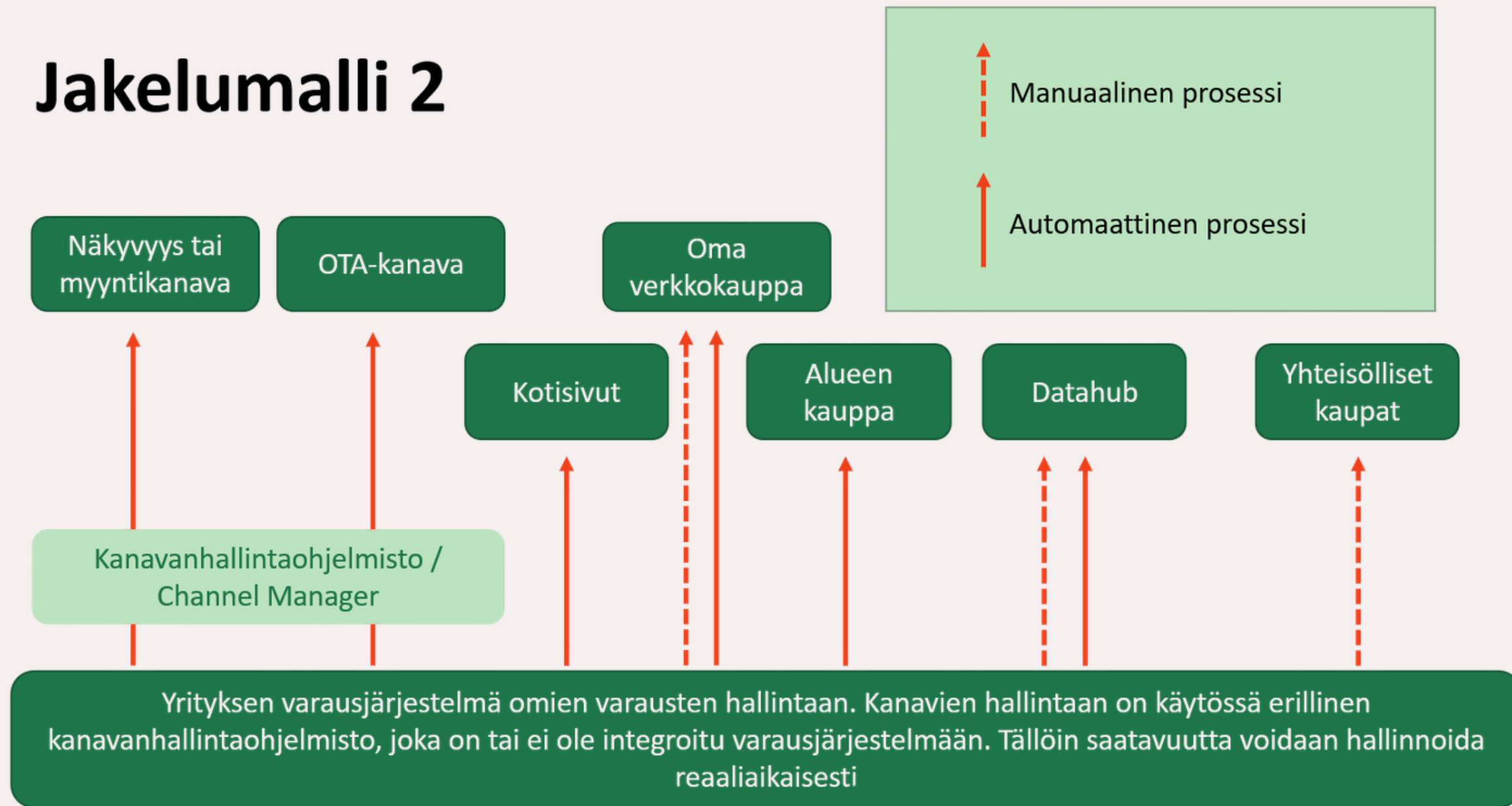
Monikanavainen myynti ja jakelu

Jakelumalli 1



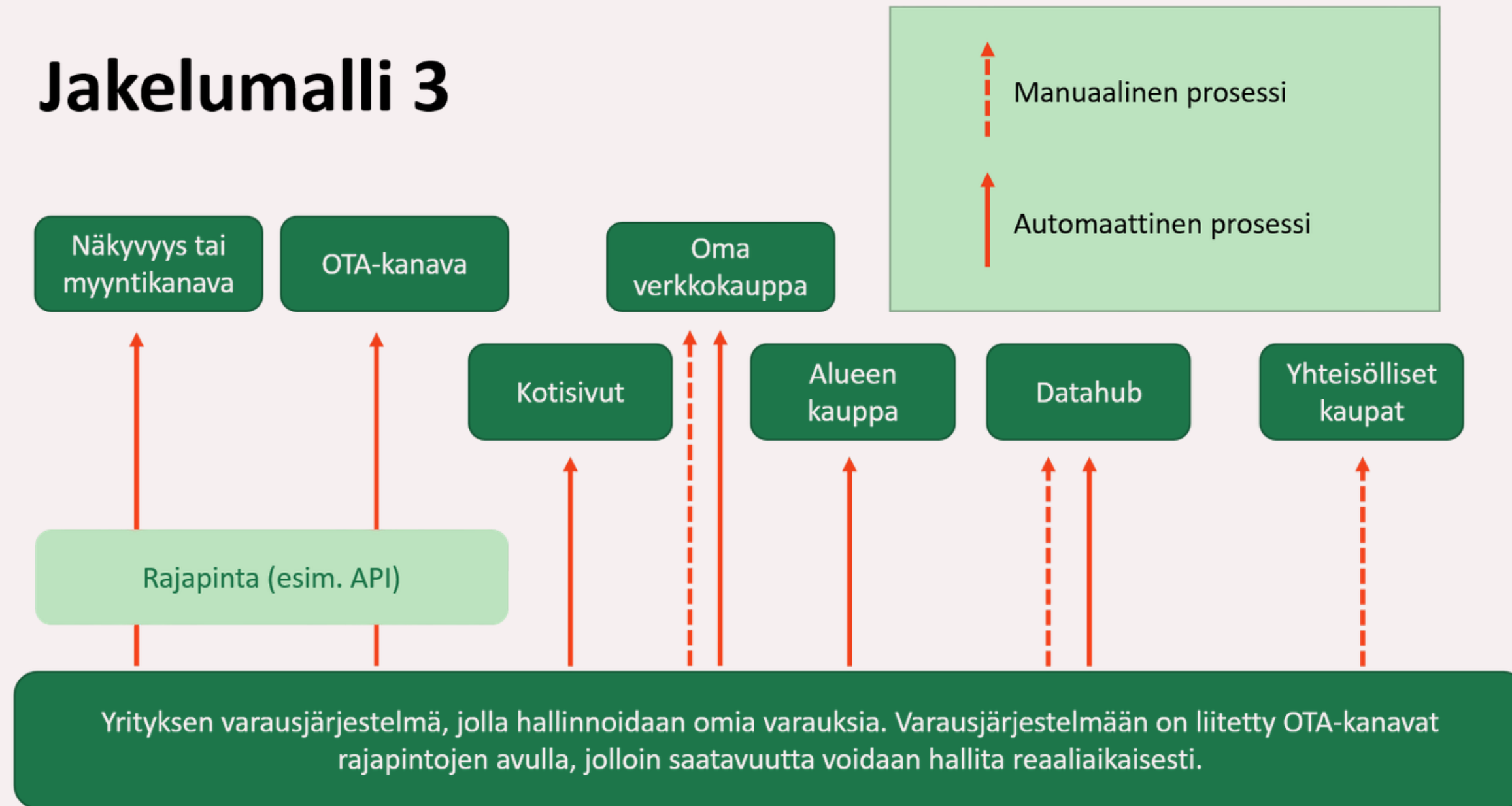
Monikanavainen myynti ja jakelu

Jakelumalli 2



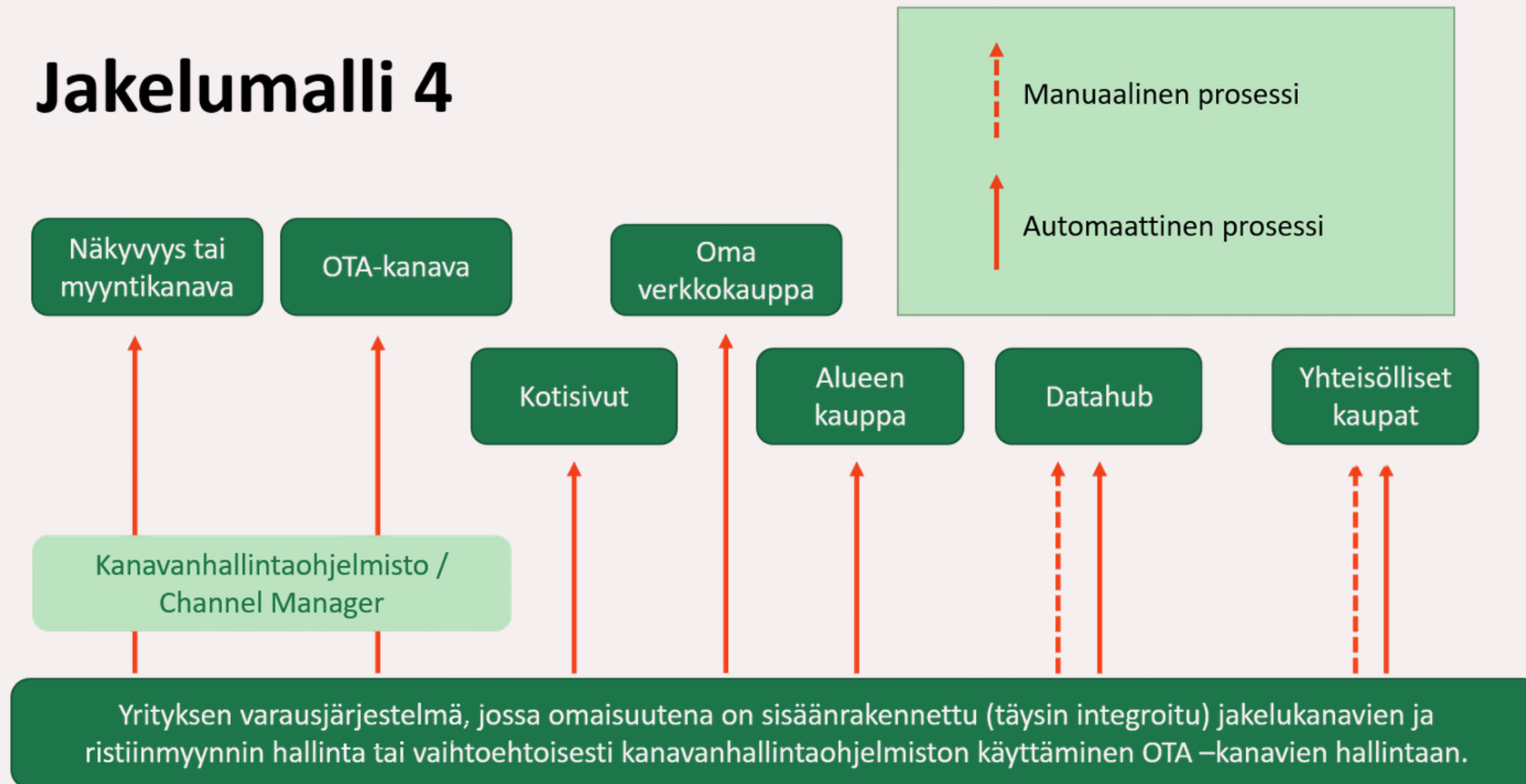
Monikanavainen myynti ja jakelu

Jakelumalli 3



Monikanavainen myynti ja jakelu

Jakelumalli 4



Harjoitukset: Elämys- tai ohjelmapalvelun digitaalinen ekosysteemi ja ostamisen sujuvuus

Tehtävän tavoite

Osallistuja arvioi yhden oman elämys- tai ohjelmapalvelutuotteensa digitaalista myyntipolkua tekoälyn avulla ja tunnistaa konkreettiset kehityskohteet verkkosivulla, varausjärjestelmässä ja asiakasviestinnässä.

Tehtävän lopputuloksena jokaisella osallistujalla on:

- kuvaus omasta digitaalisesta ekosysteemistä
- lista tärkeimmistä ostamisen esteistä tai kehityskohteista
- yksi AI:n avulla parannettu tuotekuvaus tai CTA-teksti
- yksi valmis automaattiviestin luonnos asiakkaalle
- kolme konkreettista seuraavaa toimenpidettä omaan järjestelmään

Valitse yksi oma tuote tai palvelu

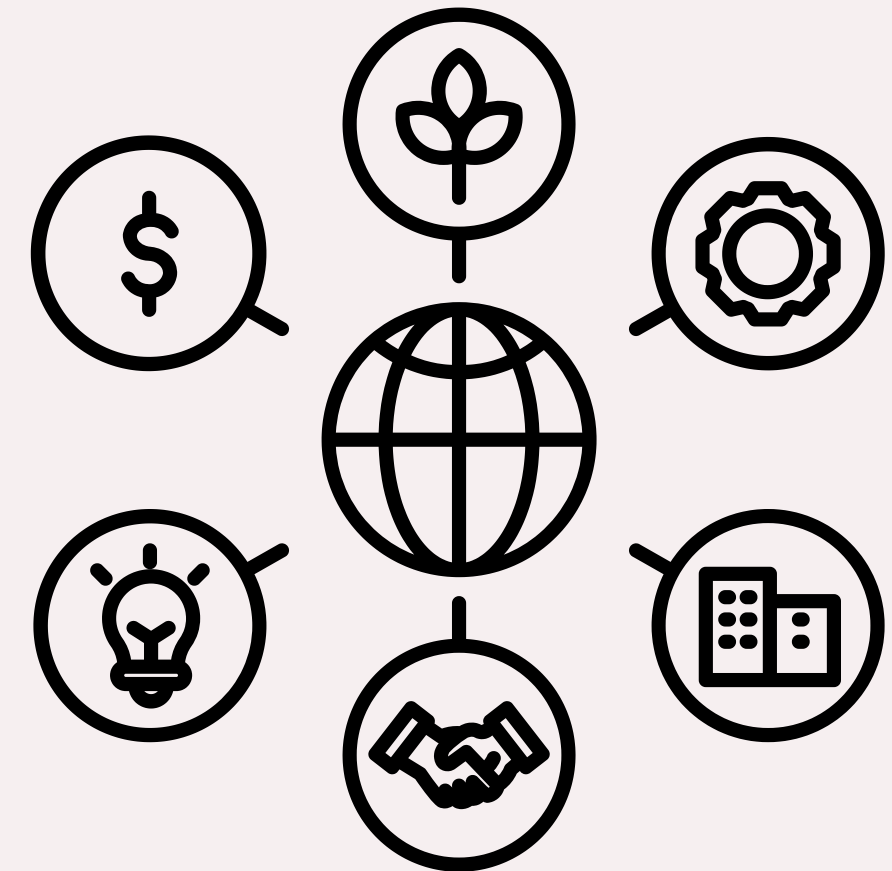
- Valitse yksi elämys-, aktiviteetti-, retki- tai ohjelmapalvelutuote, jota myyt tai haluaisit myydä verkossa.

Esimerkiksi:

- opastettu retki
- luontoelämys
- ruokailua sisältävä ohjelmapalvelu
- eläin-, hyvinvointi- tai kulttuurielämys
- ryhmille myytävä palvelu
- yksittäisille asiakkaille ostettava aktiviteetti

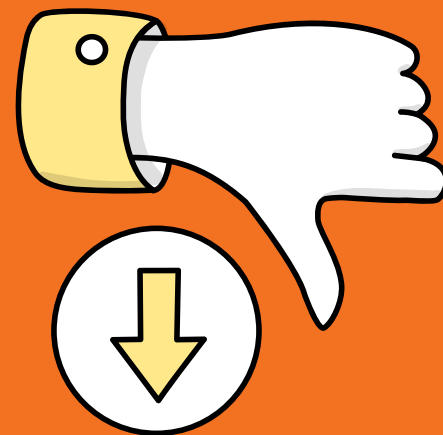
Kotitehtävä

- Kuvaa yrityksesi digitaalinen ja manuaalinen ekosysteemi
 - Voit tehdä kuvauksen teksti tai kuvamuodossa.
- Mieti ja nimeä mitkä käytännön toiminnot vaativat automatisointia, vievät aikaa ja aiheuttavat tuplatyötä.
- Laadi listaus viidestä ensimmäisestä prosessista, jotka ovat liiketoiminnan kannalta tärkeimpiä automatisoida eli muuttaa manuaalisesta digitaalseksi.
 - Esim. varausten vastaanotto, automaattiviestit asiakkaalle, tilausten käsittely, taloushallinto, asiakastietojen kerääminen ja hallinta, jne.
- Ota ekosysteemikuvaus ja prosessilistaus mukaasi seuraavaan valmennuspäivään, puramme se yhdessä.



Palaute

- Kiitos, arvostan palautettasi, voit antaa sen skannaamalla QR-koodin



<https://bit.ly/EOP-29042026>

**Kiitos
Q&A**