

# Yhteinen Finnish Archipelago 2025 –hanke

- Seitsemän Visit-organisaation yhteinen sähköisen kaupankäynnin hanke, jolla tuetaan Varsinais-Suomen ja Satakunnan matkailustrategioiden toteuttamista ja kehitetään yhteistä matkailutuotteiden ostettavuutta
- Mukana Visit Pori, Visit Rauma, Yrityssalo/Visit Salo, Paraisten kaupunki, Kemiönsaaren kunta, Visit Turku ja Visit Naantali
- Näiden alueiden yhteenlaskettu matkailutulo 2018 oli 1 mrd. € ja työllistävyys 5470 htv
- Hankeaika 1.11.2020-31.12.2021
- Hallinnoija Visit Naantali
- Hankkeen arvo 240.000 e, josta TEM:n osuus 190.000 e

# Muuttunut maailma

- Maailmamme on muuttunut ja tulee muuttumaan;
  - suosittelumarkkinoinnin merkitys kasvaa, verkkomyynti kasvaa ja kansainvälisten online-matkatoimistojen rooli vahvistuu
  - monikanavaisuus korostuu, asiakas maksaa siitä mitä arvostaa (kestävyys, turvallisuus), tietosuoja- ja lainsäädännölliset vaatimukset lisääntyneet (GDPR)
  - yhä suurempi osa matkailijoista suunnittelee ja haluaa ostaa matkailupalvelut digitaalisten kanavien kautta, mutta tarjolla on vain manuaalisesti toteutettavia matkapaketteja, joiden tuotteistaminen, myynti ja jakelu on hankalaa ja tehotonta
  - Online mahdollistaa palveluiden helpon löydettävyyden ja ostettavuuden
  - Alue ja sen yritykset on saatava digitaalisesti ostettavaksi

# Tavoite 1- yhteinen liiketoimintamalli

## Alueellisen matkailuliiketoiminnan toimintaympäristön ja vahvan verkoston kehittäminen ja liiketoimintamallin luominen koronan jälkeiseen aikaan

- Resurssien yhdistäminen; yhteismarkkinoinnista alueiden kehittämiseen, tuotteistukseen, matkareitistöjen kokoamiseen, yhteisen tiedollisen alustan käyttöönottoaminen. Määritellään alueen tarina ja sitä tukevat yritykset tuotteineen.
- Kartoitetaan alueiden yritysten digitaaliset valmiudet (rajapinnat)
- Kehitetään niiden yritysten valmiutta tulla mukaan digitaaliseen kaupankäyntiin, joilta se vielä puuttuu
- Tavoitetaan kuluttajat ja matkanjärjestäjät helpommin, kun on yhteinen tahtotila ja yhteinen maali, mihin pyritään (enemmän ja helpommin ostettavaa verkossa toimivissa kanavissa)
- autetaan ja kannustetaan yrityksiä saamaan lisää kauppaa

# Tavoite 2 - tiedolla johtaminen

- Tiedolla johdetun digitaalisen asiakaspolun hallinta kertoo miten asiakas on kohdattu varauksen ennakkoinformaatiota annettaessa, varauksen tekovaiheessa, kohteessa viihtymisessä jne. Rakennetaan asiakaskokemusta riippumatta siitä, missä hänet kohdataan.
- Tukee tavoite 1 yhteisen liiketoimintamallin rakentamisessa
  - miten pääsemme eroon tiedon hakemisesta eri alustoilta (sähköiset kanavat, asiakaskyselyt, verkkosivut jne.)? Miten saatavilla oleva tieto saadaan helposti ymmärrettävään muotoon?
  - kerääntynyttä dataa analysoidaan ja hyödynnetään myynnissä ja markkinoinnissa
  - ajankohtainen tieto auttaa yrityksiä ja alueorganisaatioita sisältöjen kehittämisessä ja suunnittelussa
  - Kriittisten menestystekijöiden määrittely polun eri vaiheissa, missä voimme onnistua vieläkin paremmin

# Tavoite 3 – matkareitistöjen luominen

- **Matkareittituotteiston kehittäminen;** kehitetään seudullisia, digitaalisia ja teemoitettuja matkareittituotteistoja eli Finnish Archipelago-laajuinen matkatuotteisto, joka varmistaa yritysten ja kohteiden saavutettavuuden muuttuneessa maailmassa
- Luodaan uusia ja houkuttelevia sisältöjä ja kaupallistetaan ne digitaaliseen muotoon
- Luodaan tällä tavoin uutta liiketoimintaa ja kasvatetaan myyntiä digitaalisen myynnin avulla
- Haetaan jakelupilotit yksittäisille kuluttajille, matkatoimistoille ja matkanjärjestäjille sekä OTA-kanaviin
- Kartoitetaan ja valitaan yhteinen alusta, jonne matkareitit syötetään, ylläpidetään alustaa ja markkinoidaan sitä alueorganisaatioiden kanavissa, sähköisesti, yritysten kanavissa jne.
- Matkareitit jaetaan sähköisiin OTA-kanaviin ja matkanjärjestäjiin

# Mikä on tilanne 31.12.2021?

## Tulokset

- Alueorganisaatioiden kasvava rooli myynnissä on selkeytynyt; ne koordinoivat reittien palasia, joista on muodostettu ja muodostetaan koko ajan lisää matkareittejä (jatkossa mahdollisuus kattaa koko Suomi yhdessä muiden alueiden kanssa)
- Alueen yhteinen visio ja USP:t (unique selling points) on määritelty
- Yritysten on line -valmiudet tiedetään, niille on jo tullut kauppaa
- Uusia yrityksiä on valmennusten avulla saatu mukaan
- Kansainvälisten asiakkaiden asiakaspolut on määritelty (saapumispisteet, alueen sisällä olevat kohteet) ja niihin on reagoitu
- Tuotepaketteja eli moduleita on kehitetty ja niistä on muodostettu jakelualustalle digitaaliseen muotoon matkareitistöjä, joita asiakkaiden on helppo varata
- Sopimukset kaupallisten toimijoiden ja operoijien kanssa on tehty

# Digitaalisen ostettavuuden kehittäminen

## Lisätietoja mielellään antavat

- Pori, Maria Suomivirta, [maria.suomivirta@visitpori.fi](mailto:maria.suomivirta@visitpori.fi), p. 04407017920
- Rauma, Irene Villanen, [irene.villanen@rauma.fi](mailto:irene.villanen@rauma.fi), p. 040 1809786
- Salo, Maija Pirvola, [majja.pirvola@yritysvalo.fi](mailto:majja.pirvola@yritysvalo.fi), p. 044 5157637
- Kemiönsaari, Benjamin Donner, [benjamin.donner@kimitoon.fi](mailto:benjamin.donner@kimitoon.fi), p. 040 6623833
- Parainen, Niina Aitamurto, [niina.aitamurto@parainen.fi](mailto:niina.aitamurto@parainen.fi), p. 040 488 6093
- Turku, Olli Ylioja, [olli.ylioja@turku.fi](mailto:olli.ylioja@turku.fi), p. 040 6372403 ja Satu Hirvenoja, [satu.hirvenoja@turku.fi](mailto:satu.hirvenoja@turku.fi), p. 040 1836690
- Naantali (hankkeen hallinnoija), Tarja Rautiainen, [tarja.rautiainen@visitnaantali.com](mailto:tarja.rautiainen@visitnaantali.com), p. 040 7478847 ja Joonas Katajisto, [joonas.katajisto@visitnaantali.com](mailto:joonas.katajisto@visitnaantali.com), p. 044 7866513