

LISÄÄ LIIKEVAIHTOA JA UUSIA ASIAKKAITA VENÄLÄISISTÄ MATKAILIJOISTA PALVELUMUOTOILUN JA RUNET MARKKINOINNIN AVULLA

Miikka Raulo

Matkailun ja elämystuotannon OSKE



n. 70 %

Pietarilaisista ei vielä ole käynyt Suomessa.

3,4 milj.

Venäläisten suomeen vuonna 2012 tekeminen matkojen määrä.

37 %

Suomeen suuntautuvista matkoista on lomamatkoja. Ostosmatkoja 57%, tuttavavierailuja 15%, työmatkoja 9%.

$\frac{3}{4} \times €$

Osuus rahasta, jonka venäläiset matkailijat käyttävät ostoksiin. Vain $\frac{1}{4}$ käytetään tällä hetkellä palveluiden ostoon.

22 %

Venäläisistä matkailijoista käy tällä hetkellä vierailullaan kulttuurikohteissa. Kiinalaisista 88%, puolalaisista 60%.

4,3

(asteikolla 1-5)

Venäläisten matkailijoiden tytyväisyys kaupan alan palveluihin Suomessa.

1 000 000

Suomen Pietarin-pääkonsulaatin vuonna 2011 myöntämät viisumit.

4,8 milj.

Pietarin asukasluku.

>50 000

Rajanylityksiä päivässä vuoden vaihteen vilkkaimpina päivinä.

19 %

Venäläisten matkojen määrän kasvu tammi-elokuussa 2012 verrattuna vuoteen 2012.

660 €

Pietarissa asuvan henkilön keskimääräiset käytettävissä olevat tulot kuukaudessa. Suomessa 1494 €/hlö/kk.

Merkityksellinen kokemus

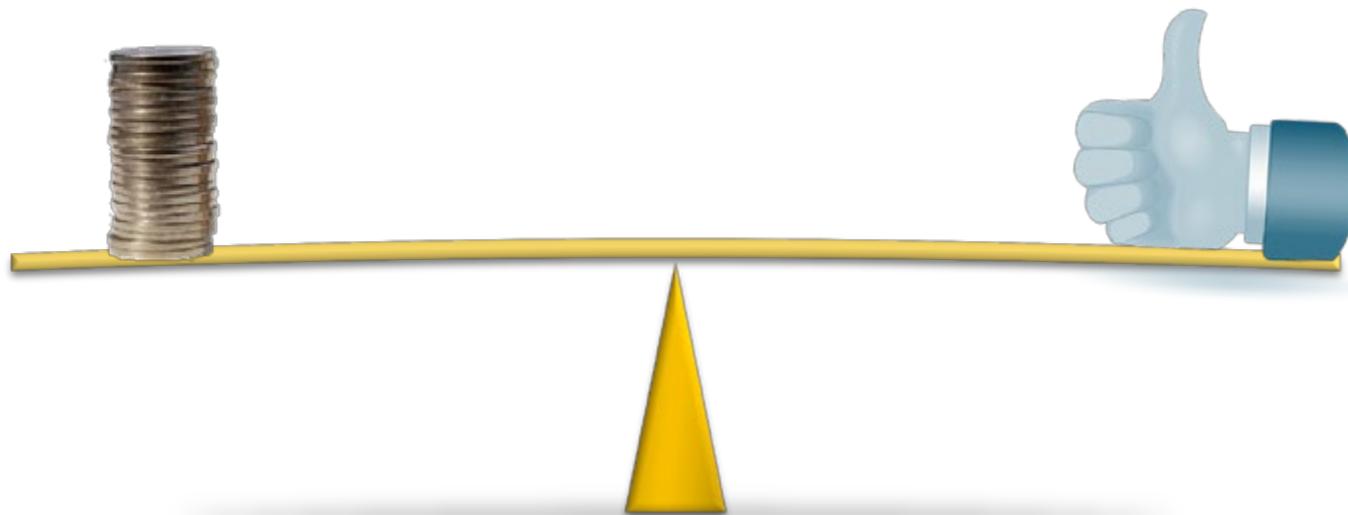


Asiakasarvo

Suosittelu

Asiakasarvo määrittelee:

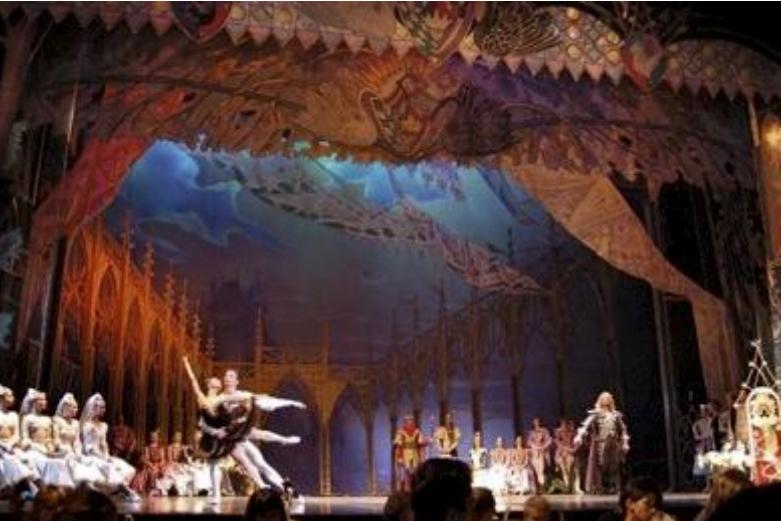
- 1. Kuinka paljon asiakas on valmis maksamaan*
- 2. Kuinka usein hän ostaa*
- 3. Suositteeko hän tuotetta tai palvelua*





Venäläisten matkailijoiden **tarpeet ja tavoitteet** palveluiden ja uuden liiketoiminnan kehittämisen lähtökohtana

Arki Pietarissa



Kirkko Lappeenrannassa



Kirkko Helsingissä



Yksi Pietarin 145:stä kirkosta



Arki Lappeenrannassa

LAPPEENRANNAN PAIKALLISLIIKENTEEN REITIT

- 1 KIISKINMÄKI – YLIOPISTO
- 2 HOVINPELTO – KIVISALMI
- 3 YLIOPISTO – KESKUSTA – KIVISALMI
- 3K KIVISALMI – KESÄMÄKI
- 4 KARHUVUORI - KUUSELA
- 5 YLIOPISTO – MATKAKESKUS
- 9 PIKISAARI - KARINIEMI



Arki Helsingissä



Arki Pietarissa



Arki Lappeenrannassa

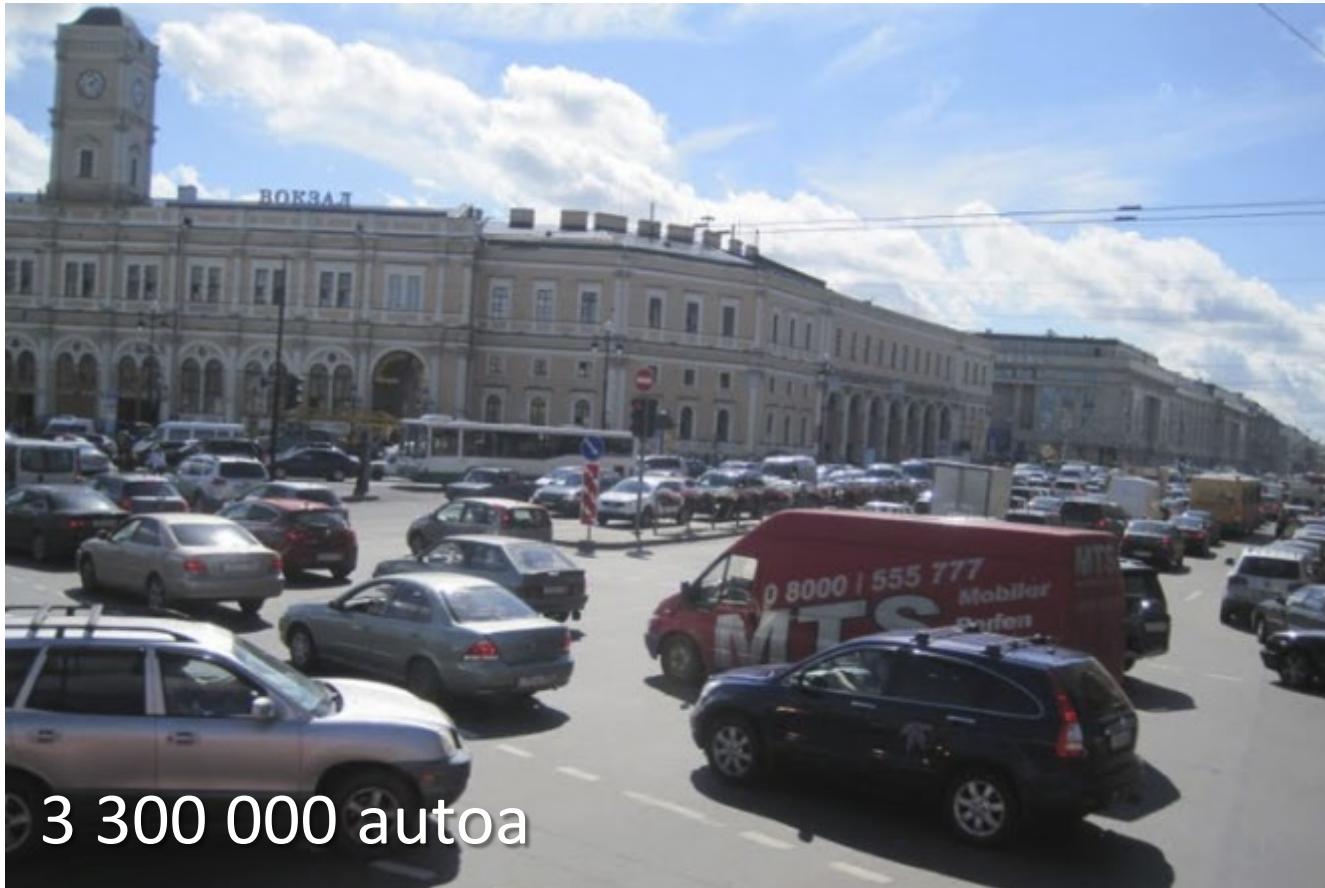


Arki Helsingissä

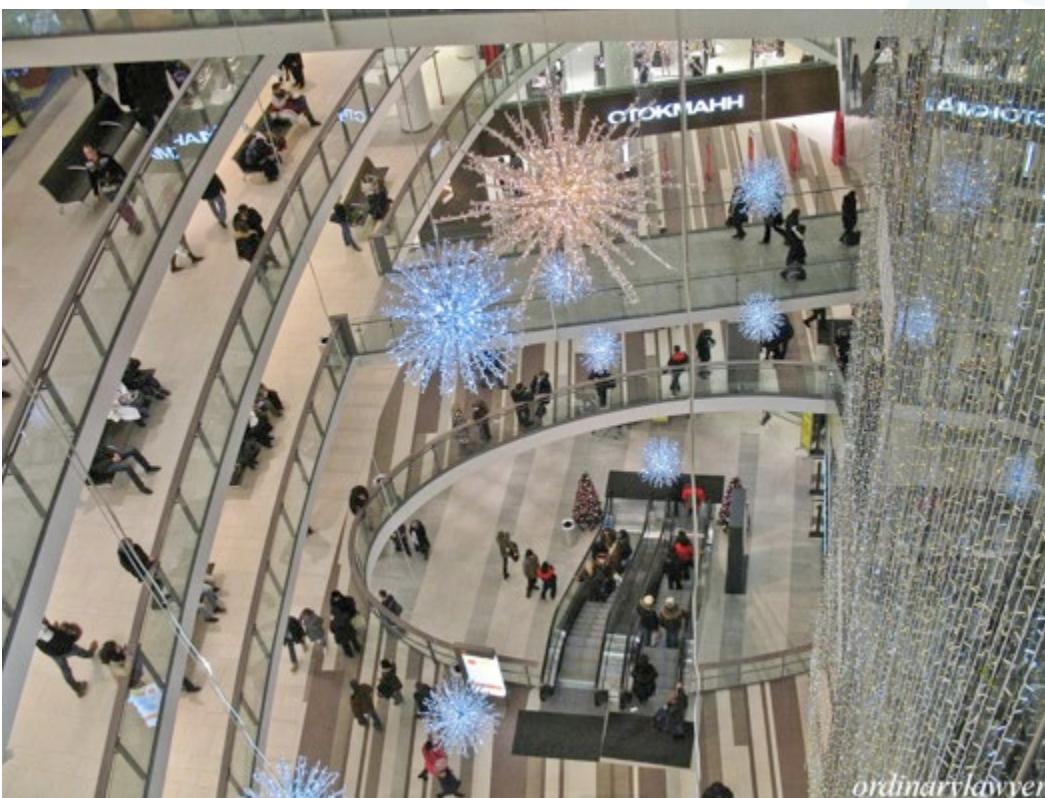


270 000 autoa

Arki Pietarissa



3 300 000 autoa



ordinarylawyer

Rucola (Russian Consumer Latent Needs)

Matkailuyritykset ryntäävät Venäjän sosiaaliseen mediaan

Venäläisiä matkailijoita houkutellaan Suomeen sosiaalisen median avulla.

Juho Maijala

SUOMALAISET matkailuyritykset avasivat kiirellä profiileja Venäjän sosiaaliseen mediaan. Eturintamassa VR-kontaktissa oli VK.comin op-

Phone or email:

Password:

Forgot your password?

Description: «Тюхомки» - это парк по величине пятое место в Финляндии. Отель вмещает 300 номеров с различными приватами.

OSKE tutki pietarilaisten käyttäytymismallia Suomessa

■ Matkailun ja elämystuotannon klusteriohjelma OSKE tutki venäläisten matkailukuvaa maaاستامme. Tutkimuksen mukaan venäläisiä houkuttelee Suomeen puhtaus, hyvä infrastruktuuri, luottavuus ja maiden läheisyys.

Pettymyksiä aiheuttivat esimerkiksi aukioloajat ja maan tylyys. Tutkimus telitti syväanalyysinä venäläiselle sosiaaliseen mediaan ja haastateltustutkimuksena Pietarin. Pietarilaisista matkailijoista saattiin neljä erilaista käyttäytymismallia. Niistä lukeutuvat kohdeborgari, vähyyttetävä, löytöretkeilijä ja kesäasukas.

Kohdeborgari

Tehokas kohdeborgari on lomailija, joka haluaa nähdä merkittävinä kohteet. Hänen odotuksensa ovat korkeita ja niitä on vakaana yltää. Matkailija vertaa nähtävyyksiä ja kulttuuritarjoantaa muuhun Eurooppaan ja Pietariin. Tyyp-

dytettävä tavoittelee lomaltaan aktiivista lepoa, seikkailua ja irrottautumusta. Seura on kohdetta tärkeämpi.

Löytöretkeilijä

Löytöretkeilijä nauttii herättelemällä kulttuuria ja elämänsä. Hän on kiinnostunut kulttuuriesta ja tavallisten ihmisten arjeesta. Tyypillinen matka on noum kolmen päivän kiertomatka Itä-Suomessa. Loman merkitys kietoutuu hilkeeseen,



vaihtelehuun, uusiin maisemiin ja kulttuuriin, johon hän haluaa osallistua. Hän arvostaa pieniä ja yksilöllisiä kokemuksia.

Etusivu Uutiset Sää Uutisinfo Viesti Katsomo TV-ohjelmat AVA Koti Makua Matkailu Luokki

Kotimaa

Venäläisturistik ihmettelevät: Miksi kaikki sulkevat kello 18?

Suomessa venäläiset viileilleet ilmapiiristä venäläiset pitivät Suomea sattuneen tyhjänä maana. Välikä maaenne vetiä venäläistä puoleensa etäisyyden turville itämaapuolesta - arvoiloiden mukaan tässä varassa tienoja saapui tältä välittömästi - venäläiset eivät ole paremminkin.

Matkailua ja elämystuotannon osaamiskenttä (OSKE) tutki venäläisten matkailukuvaa Suomessa.

Hänen mielestään Suomi on ihanaan puusta ja harjuineen maastikosta tyhja. Palkat menneet aikoina kirkas, talvelta on kylmä ja kulttuurimainostyypistä ei löydy tietoa.

- Jos matkailija tullee esimerkiksi helkkosota Pietariin, minne hän tietää kattaa illatpoodit; mitä sekoi kattaa?

Helsingissä on paljon esimerkiksi musiikkiteattereita, mutta missäni ei ole mistä tietoa, kertoo OSKE:n kehitysyhtiö Mäki-Rousi.

Venäläiset ovat vakuuttavissa siitä, että Suomi on vakuuttava matkailu, joka tuo venäläiset torille Suomen lomaleille jo osoitettu.

Mainos Tykkää

Matkajutut

Tuor eimmat



Disneyland teki historiallisen päätoisko - olutta matkalistolle



E tavaraa: Naita et pakkaa, vaikka pitäisi

Mitardin tuntematkin raja riiki tällä vuonna



Railakasta menoa Oktoperifestillä - katso kuvat!



Venäläisturistik arvostelevat Suomea:

Tylsä maa, missä palvelut?

Keskivalkko 22.2.2012 klo 12.48

Suomi näyttää venäläiselle usein tylsänä maana. tuoreesta tutkimuksesta.



laiset eivät saa tarpeeksi tietoa kulttuuritarjonnasta. JOHN PAUL

laiset matkailijat löytävät Suomesta lukuisia hyviä puolia, ja kriittikki pesee.

on hyvä utiset: Suomessa venäläisiä kiehtoo puhtaus, hyvästrukturi, luottavuus ja maleden läheisyys.

in kritikkilin: Pyyhkeitä saamme palvelun puuteellisuudesta evät aikaisin kiinni, talvella on kylmä, eivätkä venäläiset sää suomalaisista kulttuurinähtävyysistä ja erilaisista iltaan ni koetaan myös kalliiksi. Esimerkiksi hotellit eivät venäläiset hinnasta huolimatta vastaa eurooppalaista tasoa.

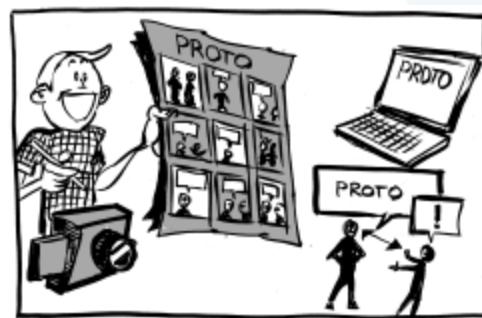
en kaikkaan venäläiset haluaisivat tutustua paremmin suuriin ja elämäntyyliin.

venäläiset haluaisivat käyttää enemmän ohjelma- ja kulttuuri- ja niitä eikö ole tai niitä ei löydetä, toteaa kehitysyhtiö ja tutkimuksen takana olevasta Matkailun ja elämystuotannon klusteriohjelma OSKEsta.

ta syistä Suomi näyttää venäläisille tylsänä maana.

Mistä tulokset tulevat?

RUCOLA-PROJEKTI: YRITYKSILLE TYÖKALUJA PAREMPIEN PALVELUIDEN SUUNNITTELUUN



TARPEIDEN YMMÄRTÄMINEN

- Yhdessä valitut teemat ja rajaaukset: mitä haluamme ymmärtää?
- Laadullinen tutkimustyö Pietarissa ja Muurmanskissa; haastattelut
- Sosiaalisen median monitorointi ja tutkimus

YMMÄRRYKSEN JÄSENTÄMINEN

- Palveluiden ostoprosessi
- Mitä venäläiset tavoittelevat ja haluavat kokea?
- Mikä estää Suomeen saapumista ja hyvää kokemusta?

LÖYDÖSTEN SOVELTAMINEN

- Jalkautustyöpajat matkailualueilla
- Päälöydökset vs. valittu kehityshaaste
- Työkalut palveluiden kehittämiseen



**”Kaikki toimii, mutta
mikään ei järjesty”**

Venäläismatkailijana Suomessa

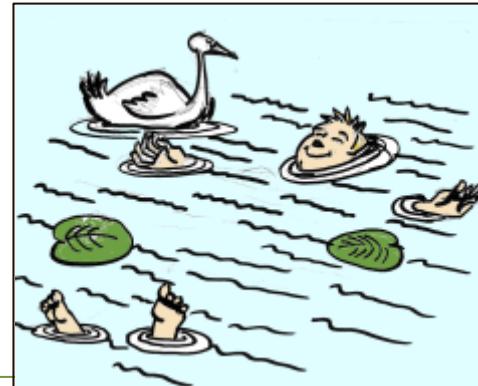
Pietarilainen matkailija

Päällimmäiset suomeen liittyvä mielikuvat



Siellä on tylsää ja autioita...

- "Jos Suomi olisi kauempana, sinne ei olisi mitään syytä mennä"
- "Suomesta puuttuvat kiinnostavat kohteet"
- "Tekemisen löytäminen vaatii työtä ja perehtymistä"
- "Vain pääkohteista on tarjolla tietoa"
- "Suomi on hyvä vain liikunnasta ja ulkoilmaktiviteeteista kiinnostuneelle"
- "Tunnetaan lähinnä Lappeenranta, Imatra, Helsinki"
- "Suomalaiset ovat pidättyväisiä, tavallisesti ihmisiin on vaikea luoda kontaktia"



...mutta puhdasta, hiljaista, rauhallista ja turvallista

- "Suomessa mieli ja hermot lepää ja saa positiivista energiaa"
- "Suomessa on luonto on äärimmäisen puhdas, aito ja villi"
- "Suomessa ei ole kiirettä, ruuhkaa tai liikaa ihmisiä"
- "Suomalaiset noudattavat sääntöjä tarkasti ja kaikki on järjestyksessä"
- "Suomalaisiin voi luottaa ja Suomessa kaikki toimii"
- "Suomessa voi tehdä laadukkaita ostoksia halvalla"
- "Suomi on Pietarilaiselle helppo ensimmäinen matkakohde"

Miksi tulla suomeen?

"Suomi on houkuttelevan lähellä ja Pietarilaisen on tosi helppo saada viisumi"



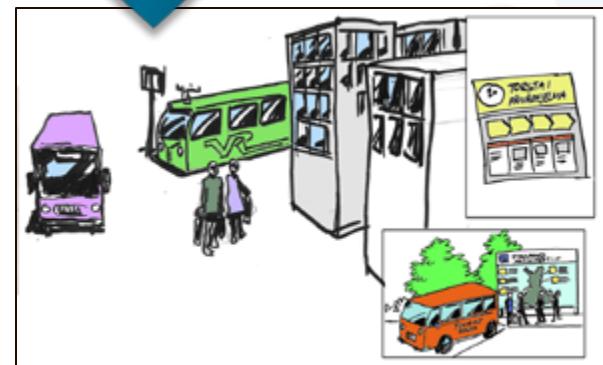
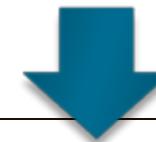
Ostosmatkat
Viisumin avaaminen

"Suomi on hiljaisen loman maa"



Mökkeily
Pidempi loma Suomessa

Paljon hyödyntämättömiä mahdollisuuksia...



Muutaman päivän matkat
Kiertomatkailu
Aktiviteetit
Kaupunkilomat
Luontomatkailu
...

Tärkeimmät syyt tulla suomeen

"Matkustamme Rovaniemelle ostoksille. Se on lähempänä kuin muut ja siellä on kolme suurta ostoskeskusta."

"Rovaniemi tietenkin houkuttelee, koska Joulupukki on siinä aivan lähellä."

"Menimme Saariselälle hiihtämään, koska rinteet ovat mukavampia kuin meillä Venäjällä. Ja myös palvelu on parempaa."

"Käymme Oulussa ja Inarissa kesäisin. Olemme käyneet jo usein ja menemme jatkossakin. Venäläisiä ei ole paljon ja se on meille tärkeää."

Ostokset, shoppailu, palvelut

Tunnetuissa turistikohteissa vierailu, erityisesti Joulupukki

Rentoutuminen, rauhoittuminen, loma luonnon helmassa ja veden äärellä, esim. mökit, leirintä



Läpikulkumatka Ruotsiin, Norjaan, Pietariin....

"Pidän enemmän Ruotsista. Siellä ihmiset ovat energisiä. He osaavat heittäytyä ja pitää hauskaa, pitävät tanssimisesta kuten mekin. Suomalaiset ovat lainkuuliaisia ja rauhallisia."

Pietarilaisten matkailijoiden käyttäytymismalleja

Missä
on seuraava
nähtävyys?

- Katselija
- Shoppailija
- Vaativa
- Diiva
- Statushakuinen
- City-turisti
- Ryhmämatkailija



KOHDEBONGARI

Ihania
käsitöitä!

- Fiilistelijä
- Enakkoluuloton
- Herätematkailija
- Tutkimusmatkailija
- Itsenäinen seikkailija
- Bileturisti
- Sohvasurffaaja



LÖYTÖRETKEILIJÄ

Illalla
grillataan!

- Reissukaveri
- Opportunisti
- Huoleton
- Tapahtumaturisti
- Toimintahakuinen
- Cowboy



VIIHDYTETTÄVÄ

Varustelu ja
hyvä sijainti
vaikuttivat..

- Optimoija
- Lomanrakentaja
- Huolellinen
- Tukikohtamatkalainen
- Varautuja
- Emigrantti



KESÄASUKAS

Kohdebongari

Tehokas lomailija, joka haluaa nähdä merkittävät peruskohteet. Odotukset usein korkeita ja vaikeita ylittää. Vertaa nähtävyys- ja kulttuuritarjontaa muuhun Eurooppaan ja Pietariin. Tällä hetkellä tyypillinen vierailu Suomessa on pikainen shoppailumatka tai viikko laskettelukeskuksessa.

Loman merkitys

Uusi ympäristö, latautuminen, meri, nähtävyyydet, status

Tavoitteet lomalle

Haluaa nähdä ne jutut, jotka kuuluu nähdä - ja vaikuttua kokemastaan

Arvostukset

- Osoitetut nähtävyyydet
- Monipuolin tarjonta
- Palvelun laatu
- Mukavuus
- Loman tehokkuus
- Terve skeptisyyss/varauksellisuus

Missä ovat vetonaulat?

*Missä voi kokea asioita,
joita en voi tehdä kotona?*

Miksi tulisin uudestaan?



Löytöretkeilijä

Nautiskeleva herätematkailija, joka kerää mielellään pieniä paikallisia herkuja ja elämyksiä. Kiinnostunut kulttuurista ja tavallisten ihmisten arjesta. Tällä hetkellä tyypillinen vierailu Suomessa voi olla vaikkapa kolmen päivän kiertomatka eri paikkakunnilla Itä-Suomessa.

Loman merkitys

Liike, vaihtelu, uudet maisemat ja kulttuuri, mahdollisuudet

Tavoitteet lomalle

Haluua sulautua osaksi kulttuuria ja/tai luontoa, "local flavor"

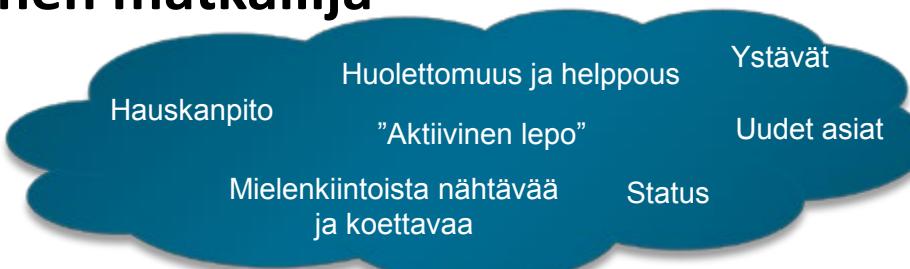
Arvostukset

- Pieni on kaunista
- Yksinkertainen luksus
- Kulttuuriset erot
- Tutkiminen, kätkettyjen juttujen löytäminen
- Huokeat vaihtoehdot

Miten paikalliset rentoutuvat ja viettävät vapaa-aikaa? Mistä saan uusia ideoita ja vinkkejä?



Murmanskilainen matkailija



*Iso ryhmä, jonka voisi ottaa
haltuun paremmin.
Paljon kasvupotentiaalia.*



Passiivinen
suunnittelija

- Käy Suomessa harvemmin
- Tekee lyhyempiä matkoja
- Yleensä ystävien mukana
- Löytää vain kaikkein mainostetuimpiin kohteisiin
- Ei jaksa nähdä paljon vaivaa tai valmistella: kaipaa helppoa tapaa saada tietoa yhdestä paikasta
- Ohjautuu suositusten mukaan

*Erityisesti Joulupukki,
mutta mitä muuta?*



Kasvava ryhmä



Miksei ole suurempi?



**Irtiotto arjesta &
itsenäisen matkailijan tarpeet
"discovery tourism"**

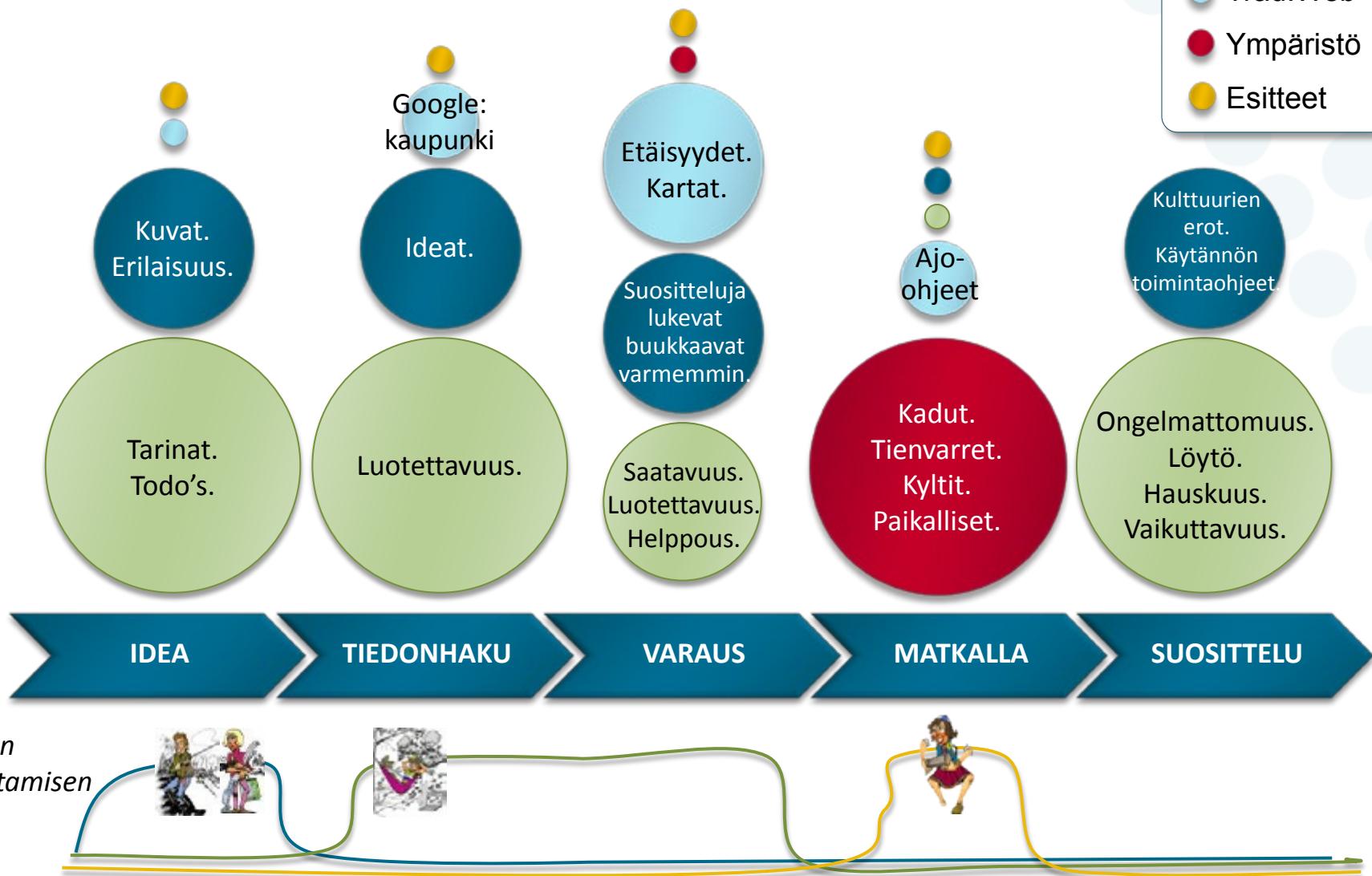
Aktiivinen
suunnittelija

- Käy Suomessa melko usein
- Tekee pidempiä matkoja
- Tuntee paikat ja tavat paremmin
- Etsii itsenäisesti kohteita, jotka eivät ole niin tunnettuja
- Käyttää paljon internettiä matkan suunnittelussa
- Suosii paikkoja, joissa vähemmän venäläisiä
- Suosittelee kohteita ystävilleen



“Suomi kilpailee vain itsensä kanssa.”

Ostoprosessi ja kanavan merkitys



Työpajat



Tuotetuunaustyöpajat

Lisää liikevaihtoa ja uusia asiakkaita venäläisistä matkailijoista

- Mikä saa venäläisen matkailijan suosittelemaan palvelua?
- Mikä vaikuttaa siihen, mitä palveluita venäläinen matkailija ostaa?
- Miten voisim palvella venäläisiä paremmin?
- Mitä uutta voisim kehittää venäläisille matkailijoille?

Työpajapäivän tavoitteet:

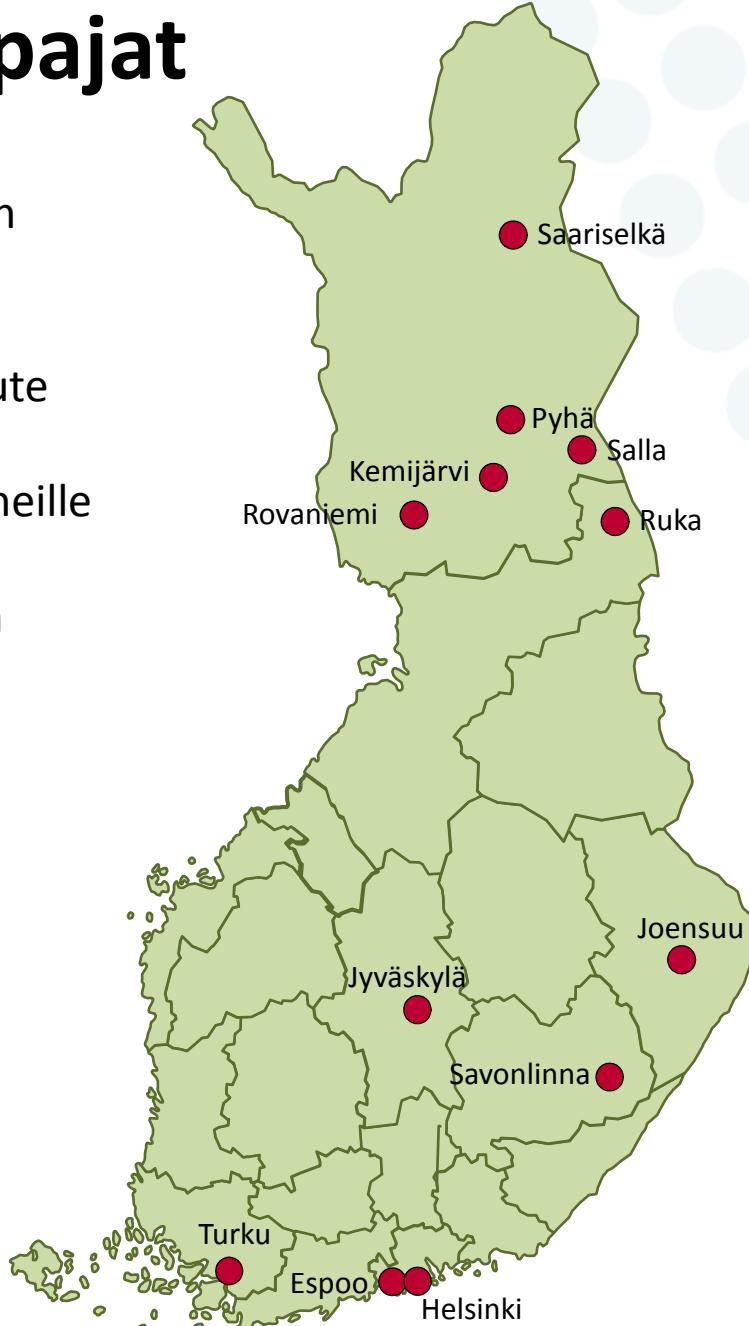
- Jakaa palvelukehitykseen vaikuttavaa ymmärrystä venäläisten matkailijoiden tavoitteista ja tarpeista
- Tunnistaa, ideoida ja priorisoida jokaisen osallistuvan yrityksen palvelutuotteen kehityskohteita, joita voidaan pilotoida
- Antaa käytännön esimerkin kautta malli siitä, miten asiakasymmärrystä ja työkaluja voi käyttää omien palvelutuotteiden kehittämiseen ja uusien palveluiden suunnitteluun
- Päivän pääteeksi jokaisella yrityksellä on konkreettinen kehitysidea, jota voi testata käytännössä nopeasti

Venäjän internetmarkkinointi ja sosiaalinen media -työpaja

- Jaetaan Internet markkinointiin ja myyntiin vaikuttavaa ymmärrystä venäläisten matkailijoiden tavoitteista ja tarpeista
- Opitaan miten verkkoviestintää voi kehittää nopeasti ja helposti paremmin venäläisten tarpeita vastaavaksi
- Näytetään käytännön esimerkit ja työkalut, joita voi käyttää omien palveluiden markkinointiin ja asiakkaiden tutkimiseen Internetissä ja sosiaalisessa mediassa
- Rakennetaan yritykselle Venäjän internetmarkkinoinnin kehittämисуunnitelma

Työpajat

Yli 200 suomalaista yritystä rakensi venäläisen matkailijan tarpeisiin vastaavia palvelukokonaisuksia sekä uudenlaisia markkinointikonsepteja | valmennusten palaute 4.0/5 | 50 uutta palvelua markkinointiin ja alueiden yhteinen Some –kampanja lapsiperheille kesällä 2012 | MEKin Venäjä - markkinointikampanja 2013 | Matkailualueen mobiiliratkaisujen kehittäminen



Muutamia esimerkkejä uusista palveluista

Terassista talveksi
jääbaari lisäämään
ruokatuotteet
houkuttelevuutta ja
keskiostosta

Tsaarien
jalanjäljillä -
teemakierros
saaristossa

Leirikoulutuote
venäläislapsille
kesäksi, ja lisä-
paketti aikuisille

Suomalainen
iltaravintolassa

Modulaarinen all-
inclusive palvelu-
paketti syntymä-
päivien juhlintaan
kaveriporukalla

Saunapassi:
kerää viisi
erilaista
saunaelämystä

Naistenpäivän
upgrade;
lisämyynti ja
erikoisversiot
palveluista

Elämysdiplomi,
kerää nämä
kokemukset

Polkupyöräretki
kohteisiin, joista
illan lähiruoka on
"kotoisin"

Kuvallinen kartta
ilmaisiin ja
maksullisiin
elämyksiin, joita voit
kokea vain täällä

Ohjelmapalvelu-
tuotteista tunnin
pikaversioita, joita
helppo myydä
täytteeksi ja jatkeeksi
pidempään ohjelmaan

Tärkeitä oppikokemuksia

- Yrittäjille on usein hämmentää kysynnän määrä. Suurin ongelma ei ole palveluiden puute, vaan se, että palvelut ovat piilossa tai niitä on vaikea ostaa spontaanisti. Useilla alueilla on alettu tosissaan toimiin, joilla palvelut saataisiin paremmin esille paikkoihin, joissa venäläiset asiovat ja liikkuvat. **Kaupan alan ja matkailuyrittäjien yhteistyö** erityisesti pienillä paikkakunnilla on nopea tapa korjata nykyistä tilannetta.
- Palveluiden miettiminen venäläisen impulsiivisen ostajan näkökulmasta on lähes aina havahduttanut yrittäjät siihen, että heidän palvelunsa ostaminen nopeasti ei ole helppoa. **"Kyllä järjestyy"** -ajattelumalli ja varausmaksun ottaminen välittömästi ovat helppoja tapoja napata kiinnostunut asiakas heti haaviin.
- Suurin osa yrittäjistä on ollut sitä mieltä, että yksi tärkein anti työpajasta on ollut se, että nyt viimein ollaan yhdessä miettimässä alueen tarjontaa ja palveluiden paketointia asiakasnäkökulmasta yhdessä. Viipymän pidentäminen lähtee siitä, että luovutaan kateudesta ja suositellaan toisiamme.
- Ensimmäinen lähtökohta verkostomaiselle palvelukehitykselle, ristiinmyyynille, suosittelulle ja yhteiselle paketoinnille on se, että alueen **yritykset tuntevat toistensa palvelut**. Usealla alueelle työpajan seurausena on syntynyt päätös, että nyt oikeasti käydään tutustumassa toisimme, jotta voidaan alkaa suositella.

Tärkeitä oppikokemuksia

- Yrittäjille on ollut usein iso oivallus se, miten isosta kuvasta venäläiset katsovat Suomea. Tekemistä voidaan lähteä etsimään huomattavien matkojen päästä eikä suosittelu saisi rajoittaa vain omalle alueelle. Matkailija haluaa käydä useissa kohteissa eri paikkakunnilla, ja kohteiden pitäisi oppia suosittelemaan toisiaan myös ristiin.
- Useilla yrityksillä on jo paljon kokemuksia venäläisistä asiakkaista. Työpaja on motivoinut yrittäjiä keskustelemaan näiden asiakkaiden kanssa ja hankkimaan sitä kautta lisää asiakasymmärrystä, joka auttaa oman palvelun kehittämisessä.
- Suosittelun merkitys matkapäätökseen ja ostopäätöksiin vaikuttamisessa on ollut iso yhteenen oivallus. Nykyisten asiakkaiden rooli suosittelijoina tulee helposti unohdettua, vaikka se on usein halvinta markkinointi. Kaikki Suomesta kotiin kuljetettu materiaali, joka auttaa matkan suunnittelussa, on venäjällä kovaa kauppatavaraa. Monet yritykset ovat lähteneet testaamaan erilaisia pieni toimenpiteitä, joilla nykyiset asiakkaat saataisiin kertomaan tarinoita tuttavilleen ja tuomaan sitä kautta uusia asiakkaita kohteisiin.

Kesäkampanja lapsiperheille

Узнай Финляндию лучше поделись ссылкой.
понедельник 18

А вам встречались олени на дорогах Финляндии?

Не пуганные олени
www.youtube.com

Мне нравится · Комментировать · Поделиться
3 пользователям это нравится

Ксия Чанчикова Олени, лоси, лисы, зайцы, куропатки и волки! :)
понедельник в 18:06 с помощью мобильного · Больше не нравится
181

Алена Альпина Все вышеуказанные, минус волки, плюс фазаны.
Вчера, в 0:50 · Мне нравится
Оставить комментарий...

164 человека посмотрели эту запись

Узнай Финляндию лучше
понедельник 18

Турку

<http://www.facebook.com/knowfinland>

Мне нравится · Комментировать · Поделиться
21 пользователь это нравится
Оставить комментарий...

222 человека посмотрели эту запись

В КОНТАКТЕ Р Понят 50 · люди сообщества игры музыка помощь выход

Моя Страница ред.
Мои Друзья
Мои Фотографии
Мои Видеозаписи
Мои Аудиозаписи
Мои Сообщения
Мои Группы
Мои Новости
Мои Закладки
Мои Настройки

Приложения
Документы
Объявления
Реклама

Instagram

Напоминание
Завтра день рождения Анастасии Воробьевой, Вероники Филипповой.

Напоминание
Сегодня состоится встреча Афиша: Стокгольм,...

Только в Рольф Карлайн!
rolf-food.ru

Страница
Узнай Финляндию лучше
Туризм

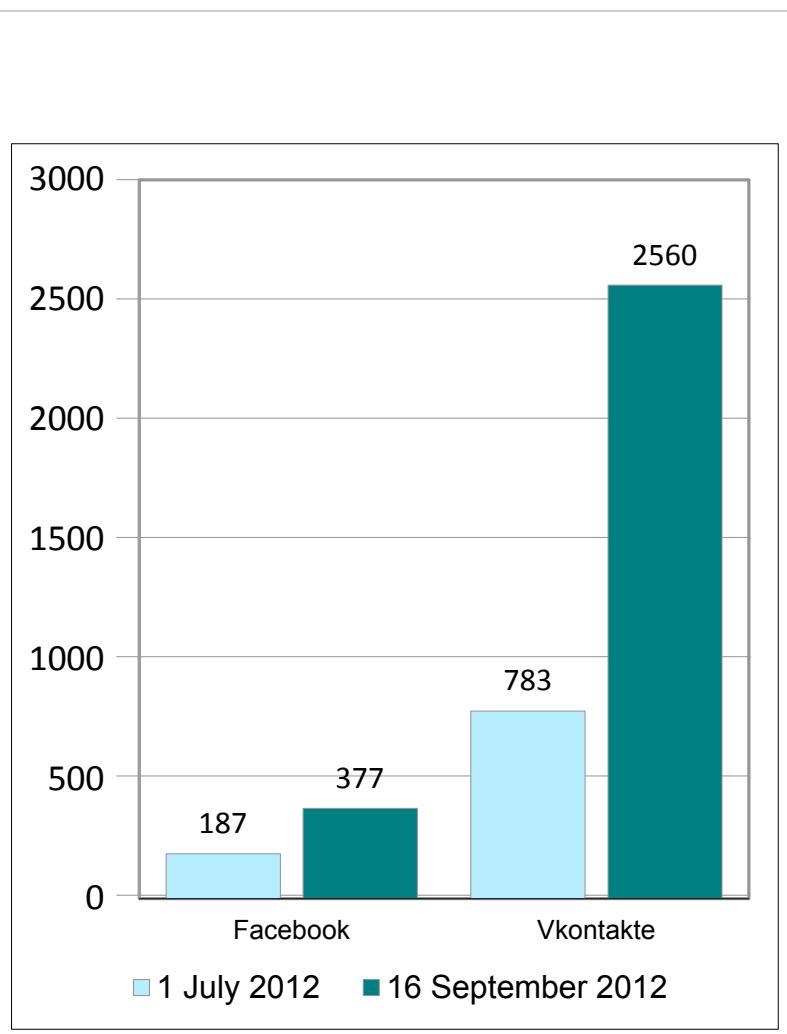
В зоопарке Рануа еще в прошлом году родился первый детеныш белого медведя. А имя ему придумали только недавно, в честь места, где он родился - Ranzo (Ranua Zoo) Медвежонок уже весьма подрос - смотрите видеоролик о его жизни.
Осенью зоопарк в Рануа работает с 10.00 до 16.00 ежедневно.
<http://www.ranuazoo.com>

Ranua Zoo polar bear cub
- 9 months old
Ranuan eläintaraston jääkarhun poikanen
- 9 kuukauden ikäinen

Ranua Zoo Polar Bear Cub 9 months (Lapland Finland) 1:41
вчера в 21:27 · Мне нравится 6
Перейти к записи · 515 сообщений · есть предложенные новости

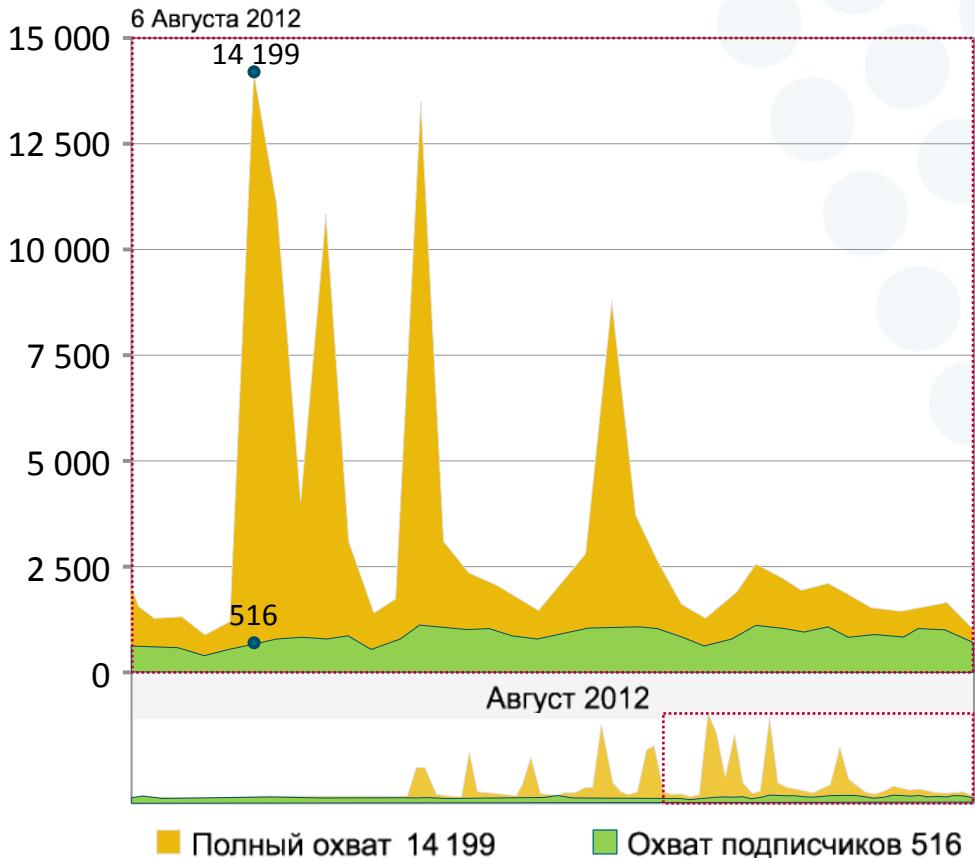
<http://vk.com/knowfinland>

Kesäkampanja lapsiperheille



Охват аудитории

На этом графике учитываются пользователи, просмотревшие записи сообщества на стене или в разделе "Мои Новости".



Facebook

Узнай Финляндию лучше · 378 это нравится
12 августа в 10:20 ·

Веселого завтрака:)

Мне нравится · Комментировать · Поделиться

Это понравилось Ольга Henriksson и еще 20 пользователям.

Margo Naumova haha angry birds :)
23 августа в 0:07 · Мне нравится

Написать комментарий ...

Эту публикацию видели 310 человек

Узнай Финляндию лучше · 378 это нравится
9 августа в 12:38 ·

только очень маленько: лестницы, комнаты, кроватки, и даже фотографии детстве.

Воспользоваться билетами можно в период до 26 августа 2012 (время работы парка с 10:00 до 18:00). Сайт парка "Страна Муми-троллей": <http://www.muumimaailma.fi/en/home>

Мне нравится · Комментировать · Поделиться

Olga Henriksson, Ольге Жосану и еще 39 пользователям это нравится.

Написать комментарий ...

Эту публикацию видели 8 400 человек

Узнай Финляндию лучше · 378 это нравится
9 августа в 12:38 · Мне нравится

Отгадайте, где такую картину можно увидеть?

Мне нравится · Комментировать · Поделиться

Это понравилось Marjut Leitinen и еще 12 пользователям.

Анна Платова В Лапландии
9 августа в 12:40 · Мне нравится · 1

Posts	Reach	Likes	Share	Comments
Riddle	420	13	1	5
Promo with Mummitrolls	8400	41	21	0
Funny picture	310	21	1	1

<http://www.facebook.com/210247732385966/posts/357806310963440>

<http://www.facebook.com/210247732385966/posts/356580571086014>

<http://www.facebook.com/210247732385966/posts/356854137725324>

Maatuska.fi

MAATUSKA – Miltä Suomi näyttää venäläisille silmin.

Kategoriat

- Juuri nähni! -palvelubongaukset (23)
- Mita ihmetta? -palvelubongaukset (14)

Tehtävät

- Tehtävä 1: Miten sinä kehittäisit palveluasi tai tuotettasi?
- Tehtävä 2: Mistä näitä venäläisiä oikein tulee?
- Tehtävä 3: Hulluja ne suomalaiset?
- Tehtävä 4: Mita uutta sinä testaat tänä kesänä?
- Tehtävä 5: Mita sinusta puhutaan?
- Tehtävä 6: Haastavan protiilin tunnistaminen

Lähetä case-kuvaus

Lähetä sivuston kautta oma case-kuvausse. Case-kuvausten tarkoituksena on avata palvelukehityksen onnistumisia ja sudenkuppia ja jakaa käytännön kokemuksia.

- Suomen parhaita ja kehnoimpia palvelukokemuksia venäläisen asiakkaan näkökulmasta.
- Konkreettisia palvelukehitystyökaluja ja tehtäviä
- Haastekampanja, lyhyiden ja ketterien haastevastauksilla viedään matkailupalveluita nopeasti läheemmäs venäläisen asiakkaan tarpeita.

TEE/MUISTA AINAKIN NÄMÄ

- Venäläinen matkailija on spontaani ja toimii impulsivisesti. Pidä huoli, että matkailija löytää palvelusi ja voi ostaa sen halutessaan heti.
- Rakenna palvelustasi hyvä tarina. Kerro ylpeästi, miksi se on jotain, joka pitää ehdottomasti kokea. Opastus venäjänkielellä on madaltaa ostamisen kynnystä.
- Suosittelu on helppo tapa lisätä arvoa omaan palveluusi. Anna vinkkejä tekemisestä, aktiviteeteista ja päiväohjelmista. Aarrekartan antajaa ei unohdeta.
- Venäläinen matkailija haluaa heittäytyä ja pitää lomalla hauskaa. Jos et voi itse järjestää juhlia, kerro missä suomalaiset juhlivat ja miten.
- Anna asiakkaalle syy palata uudestaan ja suositella palveluasi tuttavilleen. Kerro tulevista tapahtumista, muista vuodenajoista, palkitse palaava asiakas, koukuta eduilla ja paketeilla. Muista myös jälkimarkkinointi. Nykyiset asiakkaasi ovat halvin ja usein tehokkain markkinointikanava.



Mitä seuraavaksi? Rucola Plussa

Tavoitteet

- Venäjän markkinoilla jo toimivien ja sieltä kasvua hakevien edelläkävijäyritysten myynnin kasvu venäläisissä kohderyhmissä 20-30%
 - Tavoittamalla valitut kohderyhmät kustannustehokkaasti ja houkuttelevasti venäläisten matkailijoiden käyttämissä sähköisissä medioissa ja jakelukanavissa
 - Luomalla strategia internet- markkinointiin ja myyntiin sekä toteutuskeloinen suunnitelma sen saavuttamiseksi
 - Kehittämällä yritysten kärkituotteita paremmin venäläisten matkailijoiden tarpeita ja arvostuksia vastaaviksi.

Tuloksekasta sähköistä markkinointia ja myyntiä venäläisten matkailijoiden tarpeita ja arvostuksia vastaan.

ICT infra & sisältö

Online-palvelut

Markkinointitoimet

Jakelukanavahallinta

- www-infra
- some-infra
- sisällön määrä & laatu

- transaktio ja myynti (maksutavat)
- asiakaspalvelu
- tuki & jälkimark.

- kampanjat
- landing-sivut
- display-mainonta
- hakusanamainonta

- Asiakaskontakti
- SoMe kanavana
- Hakukone-optimoinnit

kehityskohteet | tavoitteet | mittaaminen | toteutustapa |
työvälineet | resurssit | vastuu | aikataulut

Kärkituotteet paremmin venäläisten matkailijoiden tarpeita ja arvostuksia vastaaviksi.



Kiinnostuitko?

Seuraa: www.experiencebusiness.fi

www.twitter.com/experiencebiz ja tilaa uutiskirje

Miikka Raulo

| Matkailun ja elämystuotannon osaamisklusteri |
Jyväskylä Innovation Oy | miikka.raulo@jklinnovation.fi |
040 731 0022

