



eTOURISM ROUNDTABLE

**Matkailun sähköisen liiketoiminnan
ajatushautomo työskentelyn yhteenveto**

Matkailun ja elämys tuotannon klusteriohjelma (OSKE)
Lokakuu 2010

SISÄLLYSLUETTELO

TIIVISTELMÄ

1. STRATEGIATYÖN TAUSTAA JA TAVOITTEITA

2. ETOURISM ROUNDTABLE -KESKUSTELUN PÄÄKOHDAT

2.1. KEHITYKSEN JARRUJA JA VETUREITA

2.2. VISIO

2.2.1. Neljä näkökulmaa visioon

2.2.2. Vision rakennusaineekset

2.2.3. Visiolauseke

3. TYÖRYHMÄN SUOSITUKSET

3.1. VISION JALKAUTUKSEN EDELLYTYKSIÄ

3.2. TOIMENPIDE-EHDOTUKSET

4. KIITOKSET TYÖRYHMÄÄN OSALLISTUNEILLE

TIIVISTELMÄ

Matkailun ja elämäystuotannon osaamisklusterin vuoden 2009-2010 aikana koodinoiman eTourism Roundtable -prosessin tavoitteena oli tunnistaa matkailualan sähköisen liiketoiminnan kehityksen pullonkauloja ja mahdollisuuksia sekä tarjota konkreettisia toimenpide-ehdotuksia yrityksille, julkiselle sektorille ja sähköisen liiketoiminnan asiantuntijatahoille.

Keskeisimmiksi sähköisen liiketoiminnan kehityksen haasteiksi nostettiin tietoisuuden, osaamisen, toimintastrategian sekä yhteisten standardien puuttuminen. Lisäksi toimialalla ei hyödynnetä riittävästi laadukkaita ja avoimia rajapintoja hyödyntäviä ICT-ratkaisuja.

Osaamiseen ja liiketoiminnan strategioihin liittyviksi kehityksen vetureiksi työryhmä esitti muun muassa seuraavaa:

Yrittäjillä on oltava valmius hyödyntää tieto- ja viestintäteknologiaa ja ymmärtää sähköisen liiketoiminnan koko ketju: kilpailukyvyyn edellytyksenä on, että yritykset panostavat sähköisen liiketoiminnan osaamiseen ja että sähköisten palveluiden kehitys kytketään selkeään ansaintalogiikkaan. Asiakas-kohderyhmät on määriteltävä ja tarkennettava strategian perustaksi. Palveluketjun on toimittava saumattomasti jakelukanavasta riippumatta. Yrittäjien ja sisällöntuottajien on ymmärrettävä ja osattava hyödyntää sosiaalisen median mahdollisuuksia.

Työryhmä kiteytti yhteisen vision seuraavasti:

”Sähköisen liiketoiminnan huippuosajina suomalaiset matkailualan palveluyrittäjät ja virtuaaliset asiakasheimot verkostoituvat ja luovat yhdessä globaaleja, kustomoituja palveluita sähköisiä liiketoimintatyökaluja hyödyntäen. Korkealuokkaisista palvelukokonaisuuksista ja menestyksellisistä liiketoiminta-verkostoista rakentuu vahvoja kansainvälisiä brändejä ja menestystarinoita, jotka takaavat Suomen matkailuelinkeinolle kestävän kilpailuedun.”

Vision toteutuminen edellyttää työryhmän mukaan, että:

1. matkailuelinkeinon toimijaverkoston yhteistoimintaa kehitetään
2. korkeakoulut tiivistävät yhteistyötään ja verkostoituvat matkailun sähköistä liiketoimintaa koskevan opetuksen kehittämiseksi ja kehittämistoimenpiteet liitetään tiiviiksi osaksi kansainvälisiä osaajaverkostoja
3. synnytetään uusia matkailun sähköistä liiketoimintaa edistäviä ja tukevia palveluyrityksiä
4. suunnataan julkista rahoitusta järjestelmien sijaan digitaaliseen sisällöntuotantoon ja tuotteistamiseen sekä sähköisten liiketoimintavalmiuksien kehittämiseen

5. lisätään tietoisuutta tuomalla esiin matkailun sähköisen liiketoiminnan menestystarinoita ja ”uutuuksia”
6. nostetaan kestävä kehitys ja ekologisuus on punaiseksi langaksi myös sähköisessä liiketoiminnassa
7. luodaan pitkäjänteinen markkinointistrategia ja karkiosaaminen tuotteistetaan ja kaupallistetaan ratkaisuiksi kansainvälisille markkinoille.

Työryhmän esittämät käytännön toimenpide-ehdotukset vision saavuttamiseksi löytyvät raportin [kappaleesta 3.2.](#)

1. STRATEGIATYÖN TAUSTAA JA TAVOITTEITA

eTourism Roundtable: asiantuntijaryhmä matkailun sähköisen liiketoiminnan strategisten linjausten hahmottamiseksi

eTourism Roundtable on matkailun ja elämystuotannon osaamisklusterin (OSKE) vuoden 2009-2010 aikana koordinoima prosessi, jonka tavoitteena oli tunnistaa kehityksen pullonkauloja ja mahdollisuuksia sekä luoda verkostoja jatkotoimenpiteiden toteuttamiseksi.

Työryhmään kutsuttiin avoimella kutsulla ja suositusten perusteella asiantuntijoita, jotka ovat keskeisessä roolissa Suomessa matkailun sähköisen liiketoiminnan kehittämisessä. Työryhmä toimi asiantuntijapaneelina, joka auttoi tunnistamaan matkailun sähköisen liiketoiminnan kehittämismahdollisuuksia ja priorisoimaan toimenpiteitä.

Työryhmän kutsui koolle ja työskentelyä avusti osaamiskeskusjohtaja Pellervo Kokkonen Savonlinnan seudun osaamiskeskuksesta. Työ liittyi olennaisesti myös työ- ja elinkeinoministeriön (TEM) tekemään Suomen matkailustrategian päivitystyöhön.

Vuonna 2009 alkanut prosessi koostui neljästä tapaamisesta, joista ensimmäinen oli kansainvälisten asiantuntijoiden kanssa Rovaniemellä 24.4. 2009. Keskustelun alustajina olivat Anna Pollock (Desticorp, UK) ja Stephen Joyce (Rezgo, Kanada). Lisäksi keskustelua käytiin vilkkaasti myös nettifoorumilla ([http://matkaalkaa.ning.com/group/etourismroundtable/ forum](http://matkaalkaa.ning.com/group/etourismroundtable/forum)).

Asiantuntijafoorumissa kuunneltiin toimijoiden ääntä ja pohdittiin, millä toimenpiteillä matkailualan yrityksiä voitaisiin parhaiten auttaa vahvistamaan osaamistaan ja kilpailukykyään sähköisen liiketoiminnan alueella. Työryhmän raportin toivotaan tarjoavan näkökulmia ja konkreettisia toimenpide-ehdotuksia matkailualan yritysten ja julkisen sektorin toimijoiden lisäksi myös sähköisen liiketoiminnan asiantuntijatahoille.

Tämä raportti on yhteenveto työryhmän esille nostamista matkailutoimialan sähköiseen liiketoimintaan liittyvistä näkemyksistä sekä analyysistä koskien kehityksen jarruja ja mahdollisuuksia.

Työryhmän esittämä toivetilä kiteytyy visiossa. Raportin päätteeksi on koottu lista visioon tähtäävistä käytännön toimenpide-ehdotuksista.

Kehittäjätahojen toivotaan tukevan sähköisen liiketoiminnan kehittämistä esimerkiksi keskusteluissa ja yhteistyössä teleoperaattoreiden ja tietoliikenneinfrastruktuurista vastaavien toimijoiden kanssa.

Sähköisessä liiketoiminnassa ei ole kyse teknologiasta vaan siitä mitä teknologialla on mahdollista saavuttaa.

Uusien internet-teknologioiden ja käyttöliittymäsuunnittelun kehittyminen on lisännyt asiakkaan ja kuluttajan valtaa: tehokkaat vaikuttamisen välineet ovat kaikkien ulottuvilla. Kun vielä pari vuotta sitten tietojärjestelmähankkeissa puhuttiin satojen tuhansien eurojen budjeteista, nyt kuka tahansa voi markkinoida ja myydä tuotteita ja palveluita tarkasti rajatulle kohderyhmälle eri puolille maailmaa huomattavasti pienemmin kustannuksin. Tarkasta kohdentamisesta huolimatta kohderyhmän koko saattaa helposti nousta satoihin tuhansiin. Tällaisen asiakaspotentiaalin saavuttamiseen tarvittavat välineet saa käyttöön kohtuullisin kustannuksin tai jopa ilmaiseksi.

Suomessa on yksi maailman kehittyneimmistä viestintäteknologian infrastruktuureista ja huippuosaamista erityisesti viestintäteknologian alalla. Matkailuliiketoiminnassa näiden vahvuuksien hyödyntäminen on kuitenkin jäänyt toistaiseksi vähäiseksi. Sähköisten jakelukanavien ja asiakas- ja mediavetoisen markkinan syntyminen myötä matkailun liiketoiminnan logiikka on muuttunut. Yritysten haasteena on vastata näihin muutoksiin uudistamalla liikeideaansa, toimintamallejaan ja strategiaansa. Yleinen ongelma näyttäisi olevan, että sähköistä myyntiä ja markkinointia pidetään hyvin yleisesti vain ”teknologiana” tai työkaluna eikä sitä mielletä oleelliseksi osaksi yrityksen pitkäjänteistä kehittämistä ja liiketoimintastrategiaa.

Matkailuyrittäjällä ei ole varaa olla tuntematta ja käyttämättä internetin luomia sosiaalisia ilmiöitä ja medioita.

Yhä useammat asiakkaat hakevat haluamansa tuotteen tai palvelun internetistä, kytkeytyvät käyttäjäyhteisöihin, vertailevat kokemuksia ja ovat suoraan yhteydessä esimerkiksi matkailupalvelun tuottajaan. Merkittävä osa kuluttajista arvioi yrityksiä, tuotteita ja palveluita ja tekee ostopäätöksiä yhteisöllisten medioiden suositusten perusteella. Matkailuyrittäjän on huolehdittava myönteisestä näkyvyydestään näissä yhteisöissä, sillä perinteisten jakelukanavien ja medioiden merkitys vähenee koko ajan.

Perinteinen myyjä-ostaja-suhde on murenemassa ja se korvautuu pikemminkin kuluttajan, ostajan ja palvelun tarjoajan välisellä kumppanuudella. Käyttäjän rooli muuttuu passiivisesta käyttäjästä sisällön luojaksi. On tärkeää tunnistaa ja ennakoida, miten käyttäjien luomat sisällöt hyödynnetään liiketoiminnan rakentamisessa.

Yrityksille on usein haasteellista puhutella haluttuja kohderyhmiä oikein ja oikeilla foorumeilla. Sirpaloituneita viestikanavia pitkin surffaavia alayhteisöjä on vaikea tavoittaa. Panostamalla yhteisöjen synnyttämiseen mobiili- ja/tai internet-ympäristöissä Suomi voi muuttua kiinnostavaksi matkakohteeksi myös uusille nuorempien sukupolvien 'nomadi-heimoille'.

2. ETourism Roundtable -keskustelun pääkohdat

2. 1. Kehityksen jarruja ja vatureita

Keskusteluissa keskeisimmiksi sähköisen liiketoiminnan kehityksen haasteiksi nostettiin tietoisuuden, osaamisen, toimintastrategian sekä yhteisten standardien puuttuminen. Lisäksi toiminnan kehittymistä rajoittaa asiantuntijoiden mukaan laadukkaiden ja avoimia rajapintoja hyödyntävien tieto- ja viestintäteknologian sovellusten puuttuminen matkailutoimialalla.

Työryhmä nosti esille sekä osaamiseen että liiketoiminnan strategioihin liittyviä kehityksen vatureita seuraavasti:

Yrittäjillä on oltava valmius ymmärtää ja hyödyntää tieto- ja viestintäteknologiaa sähköisen liiketoiminnan koko ketju.

- Kilpailukyvyyn edellytyksenä on panostus yrityksen sähköisen liiketoiminnan osaamiseen ja sähköisten palveluiden kehitys on kytkettävä selkeään ansaintalogiikkaan.
- Asiakaskohderyhmät on määriteltävä ja tarkennettava strategian perustaksi.
- Yritysten on panostettava palvelujen saavutettavuuteen jakelukanavasta riippumatta ja palveluketjun saumattomuuteen.
- Yrittäjien ja sisällöntuottajien on ymmärrettävä ja otettava käyttöön sosiaalisen median mahdollisuudet.

2.2. VISIO

2.2.1. Neljä näkökulmaa visioon



Työryhmän tunnistamat sähköisen liiketoiminnan haasteet ja mahdollisuudet voidaan kiteyttää neljään päänäkökulmaan: strategiseen, asiakas-kumppanuuden, palvelumuotoilun ja osaamisen näkökulmaan.

Strateginen näkökulma

Yritysten tuotekehitys, tuotestrategia ja toimintakonsepti perustuvat entistä enemmän suoraan vuorovaikutukseen asiakkaiden kanssa sähköisellä alustalla.

Strateginen johtajuus syntyy elinkeinon piiristä. Yritykset luovat itselleen strategiset tavoitteet ja linjaavat kehittämistoimenpiteet, joiden toteutumista seurataan. Toimiala kokonaisuutena tukee yrityksiä tavoiteasetannassa ja seuraa kehitystä.



Asiakaskumppanuusnäkökulma

Yritykset viestivät ja vuorovaikuttavat jatkuvasti asiakkaiden ja käyttäjäryhmien (heimojen) kanssa sähköisiä välineitä hyödyntäen.

VisitFinland.com on eDestination-ajattelun runko, jonka avulla luodaan Suomen näkyvyys, läsnäolo ja hyvä saavutettavuus matkakohteena asiakkaille.



Palvelumuotoilun näkökulma

Asiakkaat osallistuvat lisäarvon tuottamiseen tuotantoketjun eri vaiheissa (co-creation).

7

Palvelut ovat (massa)kustomoituja - suurillekin määrille asiakkaita pystytään tarjoamaan yksilöllistä palvelua.

Palveluja tuottavat uudenlaiset liiketoimintaverkostot, joissa toimivat sisällöntuottajat, jakelijat ja mahdollistajat.

Tuotantoprosesseja hallitaan ja optimoidaan sähköisiä menetelmiä hyödyntäen.

Jakelu ei ole kanavariippuvaista vaan kohdentuu yksilöllisesti kanavasta riippumatta.

Brändin rakentamisen ja markkinoinnin toimenpiteet kulkevat palveluiden sisällöllisen ja toiminnallisen suunnittelun rinnalla.

Osaamisen näkökulma

Panostetaan yrityksissä osaamisen kasvattamiseen teknologian kehittämisen sijaan.

Lisätään sähköisen arvoketjun osaamista yritysten johdossa.

Osaamisen näkökulma

Panostetaan yrityksissä osaamisen kasvattamiseen teknologian kehittämisen sijaan.

Lisätään sähköisen arvoketjun osaamista yritysten johdossa.

2.2.2. VISION RAKENNUSAIKAKAUKA

Matkailijoiden kokemus laajennetaan monikanavaiseksi ja hyödynnetään suomalaisten mobiiliteknologian kehitysoaamista

→ digitaalinen kokemusympäristö toimii pääasiallisena liiketoimintaympäristönä.

→ mobiilipalvelut ovat valtavirtaa ja kaikkien saatavilla.

Virtuaaliyhteisöt osallistuvat omien, niille suunnattujen tuotteiden ja konseptien luomiseen.

Asiakkaat segmentoituvat uudelleen (mm. yksilöt, heimot, ulkoperheet, yhteisöperheet, avoimet sosiaaliset perheet)

Suomi nousee matkailun sähköisen liiketoiminnan kehityksessä ja osaamisessa Euroopan kärkeen -> sähköinen osaaminen on kansalaisten ja matkailutoimijoiden perustaito.

2.2.3. VISIOLAUSEKE

Sähköisen liiketoiminnan huippuosaajina suomalaiset matkailualan palveluyrittäjät ja virtuaaliset asiakasheimot verkostoituvat ja luovat yhdessä globaaleja, kustomoituja palveluita sähköisiä liiketoimintatyökaluja hyödyntäen. Korkealuokkaisista palvelukokonaisuuksista ja menestyksellisistä liiketoimintaverkostoista rakentuu vahvoja kansainvälisiä brändejä ja menestystarinoita, jotka takaavat Suomen matkailuelinkeinolle kestävän kilpailuedun.

3. TYÖRYHMÄN SUOSITUKSET

3.1. VISION JALKAUTUKSEN EDELLYTYKSIÄ

1. Matkailuelinkeino on Suomessa tiivis toimijaverkosto – yhteistoimintaa kehittämällä voidaan olla ketteriä toimimaan ja reagoimaan.
2. Korkeakoulut toimivat tiiviissä yhteistyössä ja verkostoituvat matkailun sähköistä liiketoimintaa koskevan opetuksen kehittämiseksi (tutkintokoulutus ja täydennyskoulutus). Kehittämistoimenpiteet liitetään tiiviiksi osaksi kansainvälisiä osaajaverkostoja.
3. Synnytetään uusia matkailun sähköistä liiketoimintaa edistäviä ja tukevia palveluyrityksiä.
4. Julkinen rahoitus suunnataan teknologian sijasta ensisijaisesti digitaaliseen sisällöntuotantoon ja tuotteistamiseen sekä sähköisten liiketoimintavalmiuksien kehittämiseen.
5. Tuodaan esiin matkailun sähköisen liiketoiminnan menestystarinoita ja ”uutuuksia” tietoisuuden lisäämiseksi.
6. Kestävä kehitys ja ekologisuus ovat punaisena lankana myös sähköisessä liiketoiminnassa.
7. Hyödynnetään kärkeisaamista entistä paremmin tuotteistamalla ja kaupallistamalla sitä kansainvälisen tason ratkaisuksi.

3.2. TOIMENPIDE-EHDOTUKSET

eRoundtable-työryhmä ehdottaa, että toisiaan tukevien käytännön toimenpiteiden toteuttamiseksi käynnistetään kehittämisprosessi seuraavasti:

A) Keskeisten toimijat ja avaintahot sitoutetaan yhteiseen visioon

- tunnistetaan asiakas- ja palvelulähtöisesti toimivat edelläkävijäyritykset
- valjastetaan/motivoidaan kärkiyritykset ja "heimot" etourism-verkostoihin

B) Tunnistetaan käyttäjä- ja asiakasyhteisöt

- analysoidaan näiden toimintaan kuuluvat asiakassegmentit
- luodaan ja opetellaan virtuaaliyhteisöjen kanssa uusia toimintamalleja ja hankitaan tietoa niiden jäsenten kulutuskäyttäytymisestä
- kootaan laadullisesti arvioitu ja ajankohtainen kuluttajatutkimus yhteen, helposti löydettävään ja käytettävään paikkaan
- tunnistetaan heimo-osaajat ja hyödynnetään heitä myös matkailutoimialalla

C) Tunnistetaan parhaat käytännöt

- kartoitetaan kansainväliset ja kansalliset liiketoimintamallit
- arvioidaan kansainvälinen kilpailu ja osaamistaso
- levitetään ja hyödynnetään parhaita käytänteitä ja palvelukonsepteja matkailuliiketoiminnan alueella
- tuetaan toimialarajat ylittävää yhteistyötä (esim. matkailutoimijat, viihdetollisuus, ICT) välineinä mm. pitkäkestoinen ja vakaa rahoituspohja, tiedon ja osaamisen siirtämisen mekanismit (seminaarit, konsultointi, yhteistyöprojektit, yhteinen infrastruktuuri yms.), yhteiset tutkimus- ja kehityshankkeet.

D) Kartoitetaan teknologiaratkaisujen ja toiminnan edellytykset

- benchmarkataan muiden toimialojen ja kansainvälistä teknologia ja T&K –toimintaa ja kootaan parhaat käytänteet
- varmistetaan toimivat verkkoyhteydet (laajakaista, mobiili) kaikille matkailuyrittäjille

E) Luodaan konkreettinen, integroitu liiketoimintamalli verkostoituneelle teemapohjaiselle matkailupalvelujen tuotannolle

- tarjotaan yrittäjille ja verkostoille toiminnan alusta lähtien kansainvälistä markkinoinnin ja brändin rakennuksen tukea ja luodaan kansallisia välineitä ja kanavia brändien viestintään ja markkinointiin.
- luodaan yrityksille & verkostoille toimintaympäristö ja työkalut, joiden avulla niiden toimintaa fasilitoidaan ja tuetaan menestykseen
- luodaan räätälöity laatuohjelma tai hyödynnetään olemassa olevia laatuohjelmia tasaisen palvelulaadun ja asiakaskokemuksen yhtenäistämiseksi sähköisessä palveluympäristössä
- kehitys-, tutkimus-, ja rahoitustuki suunnataan sähköisen liiketoiminnan osamisen lisäämiseen ja päivittämiseen

F) Pilotointi, käyttökokemusten koonti ja toiminnan kehittäminen ja arviointi

- kehitystoimintaa peilataan jatkuvasti kansainväliseen kilpailuun ja erottaudutaan siitä tutkimalla ja tunnistamalla matkailuliiketoiminnan ja yleisen talouden trendit kehityssuunnat, teknologiat ja ilmiöt
- luodaan systemaattinen laadunkehitys- ja seurantakäytäntö, esim. kansallinen sähköinen toimintaympäristö, jossa asiaan liittyvä tieto ja tuki on saatavilla
- luodaan "visiomittaristo", jolla seurataan vision toteutumista ja arvioidaan käytänteitä sen seurannalle ja kehittämiselle
- luodaan välineitä ja käytäntöjä, joilla arvioidaan luotujen sähköisten palveluiden laatua ja laatukokemuksia (miten kootaan, arvioidaan ja hyödynnetään käyttäjäyhteisön palaute)

G) Hyödynnetään Visitfinland -maaportaalia ja kehitetään sitä systemaattisesti yhteiseksi 'toriksi'.**I) Luodaan kattava ja yhtenäinen koulutusstandardi ja sitoutetaan yhteistyökumppanit**

- teknologia- ja koulutusosaaminen päivitetään ja varmistetaan sen tasalaatuisuus
- standardoidaan nettilukutaito
- jaetaan ja siirretään osaamista ja tietoa avoimesti yhteistyöverkostossa.

LÄMMIN KIITOS TYÖHÖN OSALLISTUNEILLE

Elisa Aunola	Haaga-Helia Oy Ab
Anneli Harju-Autti	"Lapin elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus"
Petri Hollmén	Rymättylän Herrankukkaro Oy
Tuija Hyvärinen	Blue1 Oy
Lea Häyhä	Työ- ja elinkeinoministeriö
Tommi Immonen	Haaga-Helia Oy Ab
Stephen Joyce	Sentias Software Corp.
Ilkka Kauppinen	Kodja Consulting
Polina Kiviniemi	FCG Finnish Consulting Group Oy
Pellervo Kokkonen	Savonlinnan seudun kuntayhtymä (Savonlinnan innovaatiokeskus Oy)
Helena Lehtimäki	Mix Media Finland Oy
Jaakko Lehtonen	Matkailun edistämiskeskus
Mariya Loginova	Savonlinnan seudun kuntayhtymä (Savonlinnan innovaatiokeskus Oy)
Jaakko Löppönen	Travelneer Oy
Kirsi Mikkola	KM Consulting
Teija Mikkola	Rovaniemen Kehitys Oy
Risto Mäkiyry	Tekes-tekniikan ja innovaatioiden kehittämiskeskus
Ritva Ohmeroluoma	Nordia Management Oy
Petteri Paloheimo	Hotellinx Finland Oy
Outi-Maaria Palo-Oja	Itä-Suomen yliopisto
Rami Peltonen	Rymättylän Herrankukkaro Oy
Anna Pollock	DestiCorp Ltd
Miikka Raulo	Jyväskylän ammattikorkeakoulu
Mika Saloheimo	Kajaanin ammattikorkeakoulu
Pauli Santala	FCG Finnish Consulting Group Oy
Kristian Sievers	Culminatum Innovation Oy Ltd
Inkeri Starry	Matkailun edistämiskeskus
Marja Tiainen	Savonlinnan Matkailu Oy
Jouko Tiihonen	CodeGem Oy
Nina Vesterinen	Matkailun ja elämystuotannon osaamisklusteri

Kuinka matkailuyrittäjä voi saavuttaa kannattavasti kansainväliset asiakkaat, jotka ovat jakaantuneet elämäntapaheimoihin, yhä pieneneviin asiakassegmentteihin, kansainvälistyneet ja jatkuvasti muuttavat kulutustottumuksiaan?

eTourism Roundtable-raportissa sähköisen liiketoiminnan asiantuntijat nostavat matkailualan kilpailukyvyn edellytykseksi sen, että matkailualan yritykset panostavat sähköisen liiketoiminnan osaamiseen ja että sähköisten palveluiden toteutus kytketään yrityksen ansaintalogiikkaan. Kilpailukyvyn edellytys on kyky puhutella kuluttajia ja viestiä heille suoraan.

Raportissa esitetään käytännön toimenpide-ehdotuksia, joiden avulla Suomen matkailuelinkeino voi saada kestäväää kilpailuetua.

Matkailun ja elämystuotannon klusteriohjelma (OSKE) tuo alalle uusia avauksia, vahvistaa kasvuhakuisten yritysten osaamista ja auttaa niitä luomaan kestäviä, käyttäjäkeskeisiä liiketoimintamalleja, joissa hyödynnetään sähköisen liiketoiminnan tarjoamia mahdollisuuksia. Sähköiset liiketoimintaratkaisut yhdessä elämyksellisten tuotteiden ja käyttäjälähtöisen palvelujen suunnittelun kanssa ovat niitä aineksia, joista menestyksekkäin matkailuliiketoiminta rakennetaan.

Ohjelmaa toteuttavat Lapin, Savonlinnan seudun, Uudenmaan, Varsinais-Suomen ja Jyväskylän seudun osaamiskeskukset. Valtakunnallista OSKE-ohjelmaa hallinnoi työ- ja elinkeinoministeriö.

Lisätietoja:

Osaamiskeskusjohtaja Pellervo Kokkonen
Savonlinnan seudun osaamiskeskus
[pellervo.kokkonen \(at\) savonlinnaseutu.fi](mailto:pellervo.kokkonen@savonlinnaseutu.fi)



www.experiencebusiness.fi/etourism