

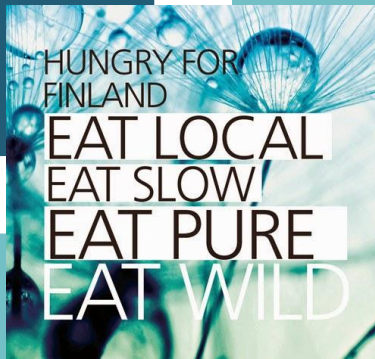


**Visit Finland**

# Neljä (+ yksi) strategista teemaa

Kulttuuri

Hyvinvointi



Kesä

Talvi

# Kehittämisstrategiat 2014 - 2018

- Kehittämisstrategiat ohjaavat Visit Finlandin tuotekehitystyötä ja linjaavat kansallisella tasolla koko elinkeinon kehittämistyön suuntaviivat ja päämäärän.
- Luotu laajassa yhteisymmärryksessä elinkeinon kanssa; asiantuntijaryhmät per teema



# Kehittämisstrategiat 2014 - 2018

- Tiivistettyjä PP-esityksiä voi vapaasti käyttää <http://www.mek.fi/tuoteteemat-ja-tyokalut/kehittamisstrategiat/>
- Strategia jakautuu:
  - Taustat, heikkoudet ja haasteet, mahdollisuudet ja vahvuudet
  - Tavoitteet, painopisteet, ydinviesti
    - Painopisteet: asioita, jotka teemassa jatkossa tärkeitä, mutta vaativat kehittämistä. Teemojen tulisi näkyä kehittämisessä esim. rahoitettujen hankkeiden aiheina ja myöhemmin teeman markkinoinnissa.
- Kehittämisaalueet ja toimenpiteet:
  - Aihealueita, joihin kehittämistahojen esim. hankevalmistelijoiden ympäri Suomea tulisi tarttua hankesuunnitelmissa.
    - Sitouttaminen
    - Katto-ohjelmat toteuttavat suurta osaa toimenpiteistä.
- Kaikkia toimenpiteitä tai painopisteitä ei tarvita kaikkialla, alueen valittava omansa.

# Temaattiset painopistealueet - KULTTUURI

- Suomalainen ruokakulttuuri
- Lähirooka
- Vlliruoka
- Matkailijan osallistaminen
- Elämyksellisyys



## Suomalainen elämäntapa



- Live like a local
- Paikan tuntu
- Luontosuhde
- Sosiaaliset käytännöt
- Tutustuminen suomalaisiin, paikallisuuteen, kulttuuriin, kulttuuriperintöön ja tarinoin elämyksellisellä tavalla, maalla ja kaupungissa

Kulttuuriset elementit  
Individuaali-matkailijalle  
Culture in Nature

- Muotoilu
- Muoti
- Arkkitehtuuri ja sen vaikutukset eri elämänalueissa



## Luovan talouden nousevat alat



- Musiikki
- Käden taidot
- Sarjakuva
- Elokuva
- Peliteollisuus



# Temaattiset painopistealueet - LUONTOAKTIVITEETIT

- Yrittäjäyhteistyö
- Valikoidut kansallispuistot, valikoidut kärkireitit
- Puiston palvelulupaus
- Vastuullisuus



- Suomen luonto on Euroopan puhtain
- Puhdas vesi, puhdas ilma
- Puhtaat eksoottiset metsät
- Laatu ja turvaallisuus

- MoHu-kohderyhmä
- Helppotasoista; helposti löydettävää, saavutettavaa, ostettavaa, kulutettavaa
- Lyhytkestoista - helppo lisätä matkaohjelmaan omatoimisesti tai mj:n tarjoamana
- Majoituskohteet mukaan



- Metsien hyvinvointivaikutukset
- Elämyksellinen ruokailu luonnossa ja luonnon antimet
- Suomalaisen luontosuhde ja luontoon liittyvä kulttuuriperintö
- Kohdennetusti (lapsiperheet, seniorit)

# Temaattiset painopistealueet - HYVINVOINTI

- Suomalainen saunaelämys kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin edistäjänä; ennen saunaa, saunassa ja saunan jälkeen
- Saunomistavat ja -perinteet
- Hiljaisuuden sauna
- Saunapalvelut: Saunayoga, turvesauna jne.
- Oheispalvelut (ruoka, kulttuuri tms.)



**Suomalainen sauna**



**Puhdas luonto**

- Liikkuminen luonnossa
- Puhdas vesi, ilma
- Hyvinvointi metsästä
- Hiljaisuus
- Tila
- Valo, kaamos
- Rauhallisuus
- Vuodenajat: ruska, lumi ja jää jne.
- Turvallisuus

- Kalevalainen jäsenkorjaus
- Kajavahoito
- Method Putkisto
- Suomalaiset hoitotuotteet
- Suomalaiset välineet



**Suomalaiset hoidot**



**Ruoka**

- Terveellinen ruoka
- Lähiruoka
- Luomuruoka
- Erikoisruokavaliot
- Suomen luonnon antimet
- Ruoan kerääminen ja omaehtoinen tai ohjattu valmistaminen

# Temaattiset painopistealueet - TALVI

- Revontulet
- Safarit
- Lumi- ja jäätuotteet
- Talven tapahtumat
- Kilpailijoista erottuvat, monipuoliset talven elämystuotteet
- Hiljaisuus

## Monipuoliset talven elämykset



## Elämäntapa



- Matkailijan kokemat arkielämän talviset ratkaisut
- Autenttisuus
- Saamelaisuus

## Erämaa palveluilla

- Monipuoliset luontokokemukset kulttuurielämyksillä rikastettuna
- Teemoja yhdistävät palvelupaketit

## Luonto kulttuurilla maustettuna



## Ruoka



- Lähiruoka
- Sesongin ainekset
- Juhlapyhien ruokaperinne (joulu, pääsiäinen)
- Asiakkaan osallistaminen



# Kehittämistä vaativat mm.

## 1. Tuotekehitys

- Suomalaisen elämäntavan kokeminen
- Culture in nature, wellbeign in nature
- Kulttuurireitit
- Yhteinen laatukäsite
- Laadun parantaminen
- Asiakastuntemus, uudet markkinat
- Asiakaslähtöisiä uusia tuotteita ja innovaatioita
- Tuotteistus myyntikelpoiseksi
- Yhteistyö yli toimiajarajojen
- Työkaluja tuotteistamisen edistämiseksi

# **Kehittämistä vaativat mm.**

## **2. Myynti- ja markkinointikanavat ja näkyvyys**

- Näkyvyyden lisääminen
- Myynti- ja välittäjäportaan toiminnan kehittäminen
- Tuotetarjonta jakelukanaviin
- Saavutettavuus
- Innovatiivinen markkinointi
- Koko maan tuotetarjonnan näkyvyys
- Jakelukanavaosaamisen kohentaminen
- Sähköiset myyntikanavat

# Katto-ohjelmat



- Päätehtävänä koordinoida alueellisia kehittämishankkeita. Lisäksi ohjelmat tuottavat tutkimustietoa ja työkaluja hankkeiden ja yritysten käyttöön sekä ohjaavat alueellisten kehittäjien verkostoja
- Outdoors Finland I 2009-2012 ja Outdoors Finland II 2012-2014 Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahasto
- Culture Finland 2012, 2013, 2014 - Opetus- ja kulttuuriministeriö
- Molemmille jatkokaudet haussa: painopiste yritysten kansainvälistämisessä, myynnin ja markkinoinnin tehostamisessa



# Kasvuohjelma: Finrelax®

- Suomella luontaiset edellytykset teeman mallimaaksi
- Tuotetarjonta olematonta tai vain kotimaisille matkailijoille kohdennettua
- Isommatkaan toimijat, kuten kylpylät, eivät täytä kansainvälisten matkailijoiden kriteerejä
- Käynnistetään kehittäminen laaja-alaisesti ja valtakunnallisesti
- Katto-ohjelma Outdoors Finlandin ja Culture Finlandin tapaan
- Tärkeimmät kohdemarkkinat Venäjä, Saksa ja Japani
- Tavoitteena n. 70 yrityksen verkosto



# Kasvuohjelma: Stopover Finland

- Helsinki merkittävä vaihtoliikenne-hub jo nyt; n. 2 miljoonaa transitmatkaa Helsinki-Vantaan kautta
- Suomi hyötyy vaihtomatkailesta toistaiseksi hyvin vähän
- Valmiilla, helposti ostettavilla matkapaketeilla pysäytetään matkailijat Suomeen muutamaksi tunniksi tai päiväksi
- Edellyttää suurten toimijoiden mukanaoloa (Finnair, hotelliketjut, vastuullinen matkanjärjestäjä). Kaiken kaikkiaan tavoitteena 50-60 yrityksen verkosto



# Kasvuohjelma: Merellinen saaristo kansainvälisesti tunnetuksi

- Lapin lisäksi Suomi tarvitsee tunnettuja ja vetovoimaisia matkailubrändejä
- Yrittäjäkenttä erityisen hajanainen ja yritykset kooltaan hyvin pieniä
- Saavutettavuus ydinkysymys ja siksi tuotteet vaativat paketoitua ja yritysverkostoja
- Kansainvälinen myynti ja markkinointi mahdollista ns. saariston porttien myötä
- Tärkeimmät kohdemarkkinat Keski-Eurooppa (Saksa, Sveitsi, Ranska ja Italia) sekä myös Kiina ja Japani
- Tavoitteena n. 50 pk-yrityksen kattava verkosto



# Pk-yritykset mukaan

Ohjelmien kohderyhmä: pk-yritykset, joiden matkailutuotteet soveltuvat tai joilla on valmius kehittää matkailupalveluja ja -tuotteita kansainvälisille matkailijoille

- Tuotteiden ja matkailupalvelujen täytyy sijaita kansainvälistä matkailijaa kiinnostavissa kohteissa, olla kansainvälisen matkailijan saavutettavissa ja koko sesongin voimassa sekä räätälöitävissä valittujen kohdemarkkinoiden matkailijoille.
- Ohjelmien aikana tehdään markkina- ja kohderyhmäselvitykset sekä määritellään ja koulutetaan niiden pohjalta tarkemmat tuotekriteerit.
- Yritysten täytyy olla valmiita panostamaan ja sitoutumaan tuotekehitykseen ja markkinointiin ohjelmien jälkeen.
- Markkinointitoimenpiteistä sovitaan yhdessä ohjelmien aikana koottavan markkinointiverkoston kanssa.
- Järjestämme ohjelmien aikana valmennusta yritysryhmille. Kustannus on n. 300 euroa per yritys.





# Alueorganisaation rooli ja tehtävät

1. Oman alueen yritysten tarjonnan tuntemus – teemat
  - [VisitFinland.com](http://VisitFinland.com) Your Stay
2. Yritysten rekrytointi ja aktivointi mukaan katto- ja kasvuohjelmiin
  - Co creation –työpajat
  - Valmennustyöpajat
3. Kehittämistoiminnan ohjaus
  - Matkailustrategiat
  - Alueelliset hankkeet
  - Rahoituspäätökset – maakuntien liitot, ELY:t, kehitysyhtiöt
  - Koulutus



# Alueorganisaation rooli ja tehtävät

## 4. Markkinoinnin ja myynnin varmistaminen

- Myyntimateriaalit
- Löydettävyys, ostettavuus, saavutettavuus
- Paketointi
- Markkinointitoimenpiteiden suunnittelu ja toteutus (fomit, messut yms.)

## 5. Valtakunnallisen matkailun edistämisen koordinointi

- Viestintä ja tiedonvälitys yrityksiin
- Yhteistyö VF:ään
- Alueen sisäinen ja aluiden välinen verkostoituminen



# KIITOS

