

Tämä on rinnakaistallennettu versio alkuperäisestä julkaisusta.

Tämä on julkaisun kustantajan pdf.

Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Tuominen, T. 2018. Matkanjärjestäjäyhteistyö voi poikia asiakkaita vuosiksi eteenpäin. Teoksessa T. Tuominen. (toim.) Maaseutumatkailuyrityksen tietoreppu: Opas kilpailukyvyyn ja elämyksellisyyden kasvattamiseksi. Turun ammattikorkeakoulun oppimateriaaleja 111. Turku: Turun ammattikorkeakoulu, 27.

URL: <http://julkaisut.turkuamk.fi/isbn9789522166593.pdf>

Kaikki julkaisut Turun AMK:n rinnakaistallennettujen julkaisujen kokoelmassa Theseuksessa ovat tekijänoikeussäännösten alaisia. Kokoelman tai sen osien käyttö on sallittu sähköisessä muodossa tai tulosteena vain henkilökohtaiseen, ei-kaupalliseen tutkimus- ja opetuskäyttöön. Muuhun käyttöön on hankittava tekijänoikeuden haltijan lupa.

This is a self-archived version of the original publication.

The self-archived version is a publisher's pdf of the original publication.

To cite this, use the original publication:

Tuominen, T. 2018. Matkanjärjestäjäyhteistyö voi poikia asiakkaita vuosiksi eteenpäin. In T. Tuominen. (ed.) Maaseutumatkailuyrityksen tietoreppu: Opas kilpailukyvyyn ja elämyksellisyyden kasvattamiseksi. Course material from Turku University of Applied Sciences 111. Turku: Turku University of Applied Sciences, 27.

URL: <http://julkaisut.turkuamk.fi/isbn9789522166593.pdf>

All material supplied via TUAS self-archived publications collection in Theseus repository is protected by copyright laws. Use of all or part of any of the repository collections is permitted only for personal non-commercial, research or educational purposes in digital and print form. You must obtain permission for any other use.

Matkanjärjestäjäteistyö voi poikia asiakkaita vuosiksi eteenpäin

MATKAILIJOIDEN online-varaaminen kasvaa vauhdilla, mutta joissakin maissa on edelleen tapana ostaa etenkin ulkomaanmatkoja matkatoimistosta tai matkanjärjestäjältä. Visit Finlandin tutkimuksessa vuonna 2017 verrattiin ostokäyttäytymistä eri lähtömarkkinoilla, ja sen mukaan Saksassa vasta 43 % matkoista varattiin verkossa. Saksankielisellä alueella onkin paljon matkanjärjestäjiä, joista osa on erikoistunut Suomeen suuntautuviin matkoihin. Myös Alankomaissa on yli 20 Suomi-lomia tarjoavaa yritystä.

Vaikka matkailuyrityksesi on saattanut saada satunnaisia ulkomaalaisia asiakkaita, voi kynnys lähteä yksin markkinoimaan palveluita ulkomaisille matkanjärjestäjille olla korkea. Ensimmäiseksi pitää huolehtia, että yrityksesi täyttää Visit Finlandin määrittämät [kansainvälistymiskriteerit](#). Sen jälkeen voi tiedustella mahdollisuuksia osallistua jonkun isomman yrityksen, matkailun alueorganisaation tai Visit Finlandin ulkomaanmarkkinointitoimiin.

SuoMa-hankkeessa kansainvälistymisvalmiuksia tuettiin järjestämällä Saksan matkalla (vrt. tämän julkaisun artikkeli ”Miten valmistautua ITB-matkamessuille”) kaksi työpajaa, joissa yrityksillä oli mahdollisuus keskustella kuuden matkanjärjestäjän kanssa. Etukäteen yritykset olivat valmistautuneet mm. hissipuheeseen, matkanjärjestäjille annettaviin myyntipalkkioihin sekä tarpeeseen antaa kiintiötä ja hintoja parin vuoden päähän.

SuoMa-hankkeessa toteutettiin kaksi matkanjärjestäjien tutustumismatkaa eli FAM tripiä. Alueorganisaatioiden kanssa valittiin kohteet, joihin Visit Finlandin FAM tripit eivät olleet vielä suuntautuneet ja jotka vastasivat osallistuneiden matkanjärjestäjien kiinnostuksen kohteita. Puolalaisen kalastusmatkailuun erikoistuneen Eventurin tiimi tutustui SuoMa-hankkeessa mukana oleviin yrityksiin Nauvossa ja Kustavissa. Saksalaiset Club Aktiv ja Tujareisen,

sveitsiläinen Glur Reisen sekä hollantilainen SNP Nature Travel lähettivät edustajansa reitille Turku-Naantali-Kustavi-Uusikaupunki-Sastamala-Jämsä-Toivakka-Jyväskylä. Matkailuyritykselle FAM tripin kohteeksi pääseminen on suuri mahdollisuus – se voi poikia ulkomaalaisia asiakkaita useiksi vuosiksi. Sveitsiläinen matkanjärjestäjä kiinnostui ainakin keskusomalaisesta melontapaketista ja puolalainen matkanjärjestäjä saariston kalastustuotteesta.

Matkanjärjestäjien edustajat kiittelivät maisemia, rauhaa, luonnon ja historian yhteyttä, ruokaa, saunomista ja vieraanvaraisuutta. Matkanjärjestäjät antoivat täsmäpalausta, jota monet matkailuyritykset voivat hyödyntää. Puolalaisille kalastusmatkailijoille hyvät kalavedet, veneet 2–3 hengelle vähintään 10 hevosvoiman moottorilla, mahdollisuus saada kalastusopas ensimmäiseksi päiväksi sekä keittonurkkauksella varustettu mökki ovat tärkeitä. Kylpyhuonetta ei välttämättä tarvita, kunhan tarjolla on sauna. Hollantilaiset luontomatkailijat voivat harkita majoitusta ilman omaa kylpyhuonetta, kun taas saksankielisten matkanjärjestäjien pääkohderyhmä, yli 50-vuotiaat pariskunnat, haluaa tasokasta majoitusta omalla kylpyhuoneella. Edustajat muistuttivat yrityksiä tarkastelemaan palvelupolkua asiakkaan silmin: ovathan tilat ja piha siistejä, onko huoneessa riittävästi hyllyjä ja naulakoita sekä tietoa vähintäänkin englanniksi yrityksen palveluista sekä lähialueen aktiviteeteista ja ruokailumahdollisuuksista.

Lisätietoa: http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2016/09/FAM-ohjeistus_WEB1.pdf
<http://www.visitfinland.fi/studies/matkailuyrittajan-kansainvalistymisopas/>

