

samk



Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Satakunta University of Applied Sciences

KIIA LAAKSONEN

# **Tekoäly matkailun markkinoinnissa**

MATKAILUN TUTKINTO-OHJELMA  
2025

## TIIVISTELMÄ

Laaksonen, Kiia: Tekoäly matkailun markkinoinnissa  
Opinnäytetyö, AMK  
Matkailun tutkinto-ohjelma  
Toukokuu 2025  
Sivumäärä: 38

Opinnäytetyössä etsittiin vaihtoehtoja, miten voi käyttää tekoälyä matkailun markkinoinnissa. Tavoitteena oli selvittää, miten tekoälyä voidaan hyödyntää yritysten markkinoinnissa ja valikoida kohdeyritykselle soveltuvia työkaluja. Teoria osuudessa käsitellään tekoälyn kehitystä ja sen vaikutusta matkailuun. Toimeksiantajana opinnäytetyössä oli Matkailun kehittämiskeskus.

Opinnäytetyö oli toiminnallinen, jossa tuotoksena oli tekoäly kielimallin (Chat-GPT) käyttöohje. Aineistonkeruumenetelmänä opinnäytetyössä oli kaksi haastattelua. Haastatteluissa oli matkailualan yritys ja asiantuntija. Opinnäytetyön teoriaosuudessa oli tekoälyn kehityksestä ja sen vaikutuksesta matkailuun.

Tuloksia tuotosta varten saatiin haastatteluista. Yrityksen haastattelusta saatiin tietoa yrityksestä, jota varten ohjeet tehtiin. Asiantuntija haastattelusta saatiin tietoa ohjeen rakenteeseen ja rajattua ohjeen sisältöä.

Avainsanat: Matkailu, tekoäly, markkinointi

## ABSTRACT

Laaksonen, Kiia: Artificial intelligence in tourism marketing

Bachelor's thesis

Tourism

May 2025

Number of pages: 38

The thesis explored solutions how to use artificial intelligence in tourism marketing. The goal was to find how to use artificial intelligence in businesses marketing and find right tools for the target company. The theoretical part discusses the development of AI and its impact on the tourism industry. The thesis was commissioned by Matkailun kehittämiskeskus.

The Thesis was practice-based approach, with the final product being Artificial intelligences language model (ChatGPT) user guide. Data collection was conducted with two interviews, one with a tourism business representative and the other with industry expert.

The interviews gave basis to the content of the guide. The interview with tourism company gave information about the business for which the guide was made. The expert interview contributed to the structure and scope of the guide, helping to refine and focus its content.

Keywords: Tourism, Artificial intelligence, AI, marketing

# SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	5
2 AIHE JA TAVOITTEET .....	6
3 TEKOÄLYN ALKU JA NYKYAIKA.....	8
3.1 Tekoälyn historiaa ja taustaa .....	8
3.2 Tekoäly nykyajan älykkäänä avustajana.....	9
4 TEKOÄLYN EETTISET HAASTEET .....	11
5 TEKOÄLY MATKAILUSSA.....	12
5.1 Tekoälyn hyödyt matkailualalle .....	12
5.2 Tekoälyn tarjoamat mahdollisuudet matkailualalle .....	13
6 TUTKIMUSOSION TOTEUTUS .....	16
6.1 Haastatteluiden tavoitteet .....	16
6.2 Haastatteluiden menetelmät .....	16
7 HAASTATTELUJEN TULOKSET .....	17
8 TEKOÄLYOHJEISTUS.....	19
9 POHDINTA.....	20
9.1 Kohdeyrityksen palaute ohjeesta .....	21
9.2 Toimeksiantajan palaute .....	21
LÄHTEET .....	22
LIITE1: OHJE .....	26

## 1 JOHDANTO

Tässä opinnäytetyössä kartoitetaan mahdollisuudet, miten voi hyödyntää tekoälyä matkailualan markkinoinnissa. Idea opinnäytetyöhön tuli harjoittelussa, jossa tehtiin matkailun markkinoinnin ja viestinnän työtehtäviä. Opinnäytetyölle ehdotettiin toimeksiantajaksi Matkailun kehittämiskeskusta, jossa heillä on ÄLYÄ matkassa – Satakunnan älykkään ja kestävän matkailun kehittämishanke. He pitivät opinnäytetyön aiheesta, jonka jälkeen rajattiin aihe ja miten opinnäytetyö tehdään. He ehdottivat yritystä, jolle tehtäisiin toiminnallinen case opinnäytetyö. Ajatuksena oli erilaisten tekoälyalustojen kautta etsiä mitä ja miten käyttää sitä työssä niin, että se on eettistä ja tekee työstä tehokkaampaa.

Matkailuteollisuuden kannalta olisi aiheesta hyötyä, koska se auttaa löytämään välineitä markkinointiin tekoälyn avulla. Opinnäytetyöstä on apua yritykselle tekoälyn käytön aloittamisessa. Työstä olisi apua yrityksessä auttamaan markkinoinnintyön tehostamisessa käyttäen tekoälyn alustoja. Tekoälyn käyttö on kasvamassa mitä enemmän se kehittyy, jonka takia aiheeni on ajankohtainen yritykselle.

Toimeksiantaja hyötyy tästä, koska heillä on tavoitteena hankkeessa edistää älykästä ja kestävää matkailuliiketoimintaa. Tekoäly on ajankohtainen ja markkinoinnissa sen hyödyntäminen on etu. Opinnäytetyö on ajankohtainen myös, koska siinä kartoitetaan sopivat tekoälyn alustat, joista yritys hyötyisi markkinoinnissa. Lisäksi siitä hyötyvät muut matkailuyritykset, joille tekoäly ei ole niin tuttu.

## 2 AIHE JA TAVOITTEET

Tehtävä on kehittää matkailualan markkinointia. Toisena tutkimuskysymyksenä on miten tekoälyä voi hyödyntää sosiaalisen median markkinoinnissa, jotta saadaan tavoitettua kohderyhmä parhaiten.

Tarkoituksena olisi tuoda esille toimintoja, joita tekoäly tarjoaa markkinoinnin tueksi. Esimerkiksi ChatGPT on hyvä alusta markkinoinnin työtehtäville, koska siellä saa luotua esimerkiksi tekstejä, kyselyitä ja kuvia.

Aihe on ajankohtainen, koska nykyisten tietokoneiden tehokkuus ja saatavilla oleva datan määrä ovat vaikuttaneet tekoällyn kehitykseen. Lisäksi tekoäly on lisääntynyt arjen käytössä merkittävästi, esimerkiksi Alexa, Siri ja Google Assistant ovat kehittyneet ja tuonut sitä osaksi arkea. Lotan (2023) mukaan tekoäly kehittyy koko ajan lisää ja se yleistyy enemmän arkeen, jonka takia on hyvä yritykselle löytää työkalut, joita voi hyödyntää työssä.

Markkinoinnissa tekoäly on tullut uutena hyödynnettävänä alustana markkinointiin, ja sen myötä se on muuttanut paljon sitä. Vaikka markkinointi jatkuvasti kehittyy, luova tekoäly tehnyt suuren muutoksen siihen. Luovan tekoällyn avulla voimme luoda sisältöä, joka on räätälöity ja henkilökohtainen, mutta myös skaalautuva. Tämän tarkoittaa, että voimme tuottaa suuria määriä korkealaatuisia sisältöä nopeasti ja tehokkaasti. (Sirén, 2024.)

Toimeksiantaja Matkailun kehittämiskeskus löysi opinnäytetyöhön yrityksen, jolle luotiin tekoälyopas. Ohjeen tavoitteena oli saada matkailun markkinointityöstä tehokkaampaa tekoälyalustan avulla. Opinnäytetyö tehtiin ÄLYÄ matkassa - Satakunnan älykkään ja kestävän matkailun kehittämishankkeelle, jossa oli matkailualan yritys esimerkkinä. Tekoällyn käytön kartoittamisen tavoite oli tuoda yritykselle menetelmiä, jotka tekevät markkinoinnista tehokkaampaa. Ohjeeseen huomioitiin myös eettisyys, jolla on iso merkitys tekoällyn käytössä, koska se on tuonut paljon kysymyksiä tekoällyn kehittyessä ja sen

käytön lisääntyessä. Matkailualan yritys valittiin opinnäytetyöhön esimerkiksi, jotta ohjeesta saadaan selkeä rakenne ja yksityiskohtaisempi.

Tavoitteena oli myös saada tekoälyoppaasta hyödyllinen, jotta sitä pystyy hyödyntämään toimeksiantaja sekä yritys tulevaisuudessa. Dokumentti sisältyy ohjeista, miten hyödyntää tekoälyä matkailun markkinointityössä. Ohjeet perustuvat yrityksen omaan markkinointiin ja haastattelussa kerättyihin tietoihin.

Toimeksiantaja on Matkailun kehittämiskeskus, jolla on ÄLYÄ matkassa – Satakunnan älykkään ja kestävän matkailun kehittämishanke. Hankkeen päätaavoitteena on edistää älykästä ja kestäväää matkailuliiketoimintaa Satakunnassa. Tuotettua tietoa ja osaamisen lisäämisestä hyötyvät matkailuyritykset. Hankkeessa on toiminnallisena yhteistyökumppanina Visit Satakunta.

Opinnäytetyössä oli esimerkkinä yritys, jolle tehtiin tekoälyn hyödyntämiseen ohjeet. Yritys vuokraa kalustettuja asuntoja, juhlatiloja ja mökkejä. Vuokrattavissa olevat asunnot ovat tarkoitettu myös pidempään majoitukseen.

Opinnäytetyön menetelmä on toiminnallinen. Toiminnallisessa opinnäytetyössä on olemassa oleva tehtävä, johon etsitään ratkaisua. Sen lopputuloksena on tuotos, jota voidaan hyödyntää työelämässä. (Karelian ammattikorkeakoulu, 2024.) Opinnäytetyön tuotoksen tavoite on ratkaista, kuinka tekoälyä voidaan hyödyntää matkailun markkinoinnissa, jotta työstä tulee tehokkaampaa.

Opinnäytetyön konkreettisena tuotoksena on ohjeistus kohdeyritykselle tekoälyn käytöstä matkailun markkinoinnissa. Tuotoksessa sisällytetään ohjeita ja vinkkejä sen käyttöön, miten tekoäly auttaa markkinoinnissa. Yritykselle tehdään haastattelu, jonka pohjalta luodaan ohjeet tuotokseen. Ohjeiden luomiseen käytetään myös tietoperustaa ja haastatteluita.

Opinnäytetyössä käytetään tekoälyä kieliopin tarkistamiseen ja ideointiin. Ideoinnilla tarkoitetaan rakennetta opinnäytetyössä. Kieliopin tarkistamisessa katsotaan vain virheet, jotka ovat löytyneet opinnäytetyössä kirjoitetusta tekstistä.

## 3 TEKOÄLYN ALKU JA NYKYAIKA

### 3.1 Tekoälyn historiaa ja taustaa

Tekoälyn moderni historia alkaa jo 1950-luvulla, josta on lähdetty tekemään kaikenlaisia tekoäly kokeiluja. Alkuaikoina vaikutti paljon koneet ja niiden rajattu tehokkuus. 1980 Syväoppiminen alkaa kasvattaa suosiotaan ja rakentaa pohjaa koneoppimisen kehittymiselle. (Tampereen yliopisto, 2024).

Salon (2023) mukaan syväoppiminen on neuroverkkojen sovellus, jossa on kerroksia eri verkkoja, joilla se oppii monimutkaisempia piirteitä datasta. Se on tehokas esimerkiksi kuvien tunnistamisessa ja luonnollisen kielen käsittelyssä.

Samalla kun löydettiin syväoppiminen niin neuroverkotkin löytyivät. Ne toimivat samalla tavalla kuin ihmisen aivojen toiminta neuronien avulla. Niiden avulla se oppii tunnistamaan datasta kaikkia erilaisia kielimalleja ja kuvioita. Esimerkiksi kuvia, ääniä ja tekstejä, jonka pohjalta se pystyy tekemään ennusteita.

Turingin testi on menetelmä, jolla voidaan tutkia, onko tekoäly kykenevä ajattelemaan kuin ihminen. Testi on nimetty sen kehittäjän Alan Turingin mukaan. (St. George, 2024.) Turingin testissä on kolme osallistujaa, jotka ovat kaksi ihmistä ja yksi tietokone. Toinen ihmisistä kysyy kysymyksiä ja tietokone ja toinen ihmisistä vastaa kysymyksiin.

Tavoitteena on, että kysymyksien vastauksien perusteella ihminen osaisi arvata kumpi on tietokone ja kumpi ihminen. Testissä osallistujat ovat erillään. Testi suoritetaan useampaan kertaan, jos ihminen ei osaa arvata oikein tietokonetta vastaajaksi vähemmän kuin puolet kerroista niin tietokonetta voidaan pitää ihmisen kaltaisena.

Turingin testin merkitys näkyy vieläkin, koska sitä pystytään käyttämään tekoälyn kykyä imitoida ihmisen luomaa tekstiä. On mahdollista, että ihminen voi

epäonnistua Turingin testissä, jos testin tuomari arvioi ihmisen olevan kone tai jos ihminen ei pysty kommunikoimaan yhtä sujuvasti ja vakuuttavasti kuin tekoäly. (Numminen, 2023).

### 3.2 Tekoäly nykyajan älykkäänä avustajana

Salon (2023) mukaan luova tekoäly nousi 2000-luvulla ja siihen kuuluu ChatGPT. Nykyajan tietokoneet keräsivät itse dataa ja loivat sillä uusia polkuja. Tässä kohtaa tietokoneen rooli muuttui ongelman ratkaisijasta taiteen, kirjoittamisen ja muun luovien alojen suuntiin. Esimerkiksi se pystyy luomaan kuvia ja runoja. Niiden luomisessa on tärkeää huomata antaa selkeät ohjeet tekoälylle, jotta saa siltä oikeanlaisen vastauksen.

Lut Academic Libraryn (2023) mukaan kielimallit hyödyntävät hakukoneita. Niihin kuuluvat ChatGPT, Bing Chat, Perplexity ja Google Bard. Kielimalli tulkitsee kysymyksen ja sen perusteella hakee hakukoneelta tietoa. On tärkeää silti muistaa tarkistaa tekoälyn tiedon lähde koska se saattaa tulkita sen väärin. Tämän takia on myös tärkeää tehdä sivustoille näkyvyyttä, jotta tekoäly osaa sitä käyttää lähteenä kysymyksiin.

ChatGPT on OpenAI:n kehittämä tekoälyjärjestelmä, joka on laitettu koekäyttöön vuonna 2022. (Open AI, 2024). Se osaa monella eri kielellä keskustella ihmisen tavoin. Keskustelu ChatGPT:n kanssa perustuu täysin siihen mitä ihminen sille kirjoittaa. Sitä voi käyttää monenlaisiin eri tarkoituksiin esimerkiksi tiedonhankintaan, artikkeleihin ja runoihin. Kolarin ja Kallion mukaan (2023) tietoa hankkiessa on tärkeää tarkistaa tieto, koska se saattaa hallusinoida ja antaa väärää tietoa koska sillä ei ole sitä.

OpenAI (2024) mukaan ChatGPT on mahdollista käyttää ilmaiseksi, mutta siinä on rajoitettu GPT4 versio. Maksullisessa on enemmän ominaisuuksia esimerkiksi DALL-E kuvanluonti ja verkkoselain lähteet.

DALL-E on myös OpenAI:n luoma tekoäly ominaisuus, joka on yhteydessä ChatGPT keskusteluissa. Sitä voi pyytää luomaan kuvia, kun antaa sille lauseen, jolla kuvastaa mitä kuvassa pitäisi sisältää. DALL-E 3 on saatavilla maksullisessa ja ilmaisessa DALL-E 2.

DALL-E:a on mahdollista hyödyntää kuvien muokkaamiseen ja luomaan kuvia. Sillä pystyy tekemään erilaisia ominaisuuksia kuviin esimerkiksi kertomalla tyylin, jota voi hyödyntää omassa teoksessa. Sillä voi myös yhdistää kuvista kokonaisuuksia ja esimerkiksi majoituksessa sitä voisi hyödyntää yksittäisiin kuviin, joiden avulla tekoäly yhdistää ja luo tilasta kokonaiskuvan.

Bing chat on samankaltainen tekoälyalusta kuin ChatGPT, mutta niissä on silti merkittäviä eroja. ChatGPT käyttää opetettua tietoa, kun taas Bing chat hakee tietonsa suoraan verkkosivuilta. Bing chat on Microsoftin luoma tekoäly alusta, joka on suunniteltu käyttöön Edge selaimelle. (Microsoft Copilot studio, 2024.)

Bing chatiltä saa selkeämmän vastauksen, koska se kysyy tarkentavia kysymyksiä sekä antaa vaihtoehtoja enemmän. Tietenkin sen antama tieto täytyy myös tarkistaa. Lisäksi se on hyödyllinen, koska se löytyy suoraan selaimesta. Tekoäly alustaa valitessa täytyy tietenkin huomioida mitä on tekemässä, koska eri alustoilla on erilaista tarjontaa, joista täytyy valita sopiva tilanteisiin.

Microsoft Copilottiin on tekoälyavustaja, joka sopii parhaiten työkäyttöön. Sen avulla säästää aikaa, lisää tuottavuutta ja pystyy kasvattamaan liiketoimintaa. (Microsoft, 2024.) Microsoft Copilot toimii samalla tavalla kuin ChatGPT ja Bing chat. Erona kuitenkin on erilaiset toiminnot, jotka soveltuvat yrityksille ja yksityishenkilöille. Lisäksi jos tietokoneessa on Windows 11-käyttöjärjestelmä niin se on saatavilla selaimen lisäksi käyttöjärjestelmässä.

Erona muista tekoälyalustoista on, että Microsoft Copilottiin pystyy yhdistämään myös Microsoft 365-sovelluksia. Muuten siinä on samoja toimintoja kuin muissakin tekoälyalustoissa. Jos sitä vertailee esimerkiksi OpenAI:n ChatGPT niin Microsoft Copilot antaa paremmin lähteitä, koska se etsii tietoa selaimesta.

## 4 TEKOÄLYN EETTISET HAASTEET

Tekoäly on herättänyt aina eettisiä kysymyksiä, jotka ovat muuttaneet muotoaan, mitä enemmän tekoäly on kehittynyt. Kysymykset ovat aina keskittyneet, miten tekoäly tulee vaikuttamaan ihmisen toimintaan. Tampereen Yliopiston (2024) mukaan tekoälyn vastaukset ja tieto perustuu algoritmeihin, joiden perusteella se vastaa ja siitä voi tulla ongelma, ettei sen luoja enää tiedä mistä tieto on peräisin tai miten tekoälyn algoritmit toimivat.

Salon (2023) näkemys on, että tekoälyn käytön lisääntyessä on tullut esille paljon eettisiä kysymyksiä, jotta sen käyttö olisi turvallista ja oikeudenmukaista. Esimerkiksi miten sen keräämää dataa säilytetään, jotta sen käyttö on turvallista ja milloin sen käyttö on kiellettyä, jotta se ei luo epäoikeudenmukaisia tilanteita. Eettisiin kysymyksiin kuuluu esimerkiksi tekoälyn vaikuttaminen työelämään ja talouteen.

Salon (2023) perustaa näkemyksensä siihen, että tekoäly kehittyy koko ajan, jonka takia sitä on helppo käyttää arjessa ja työelämässä, mutta onko se tasa-arvoista muita kohtaan, jotka tekevät ilman tekoälyä työnsä. Taloudellisessa hyödyssä tekoälyn tekemä työ voi vaikuttaa moneen tai yhteen henkilöön, josta saattaa tulla taloudellista epäarvoisuutta.

Myllymäen mukaan (2024) eettisiin näkökulmiin tekoälyä käyttäessä kuuluu myös, kuinka paljon siinä kuluu energiaa. Tekoäly ja sen keräämä data kuluttaa todella paljon energiaa. Yksittäisen ChatGPT kyselyn kulutus on 1,7–2,6 Wh. Yksittäinen kyselyn energian kulutus ei kuullosta paljolta, mutta jos miljoonista käyttäjistä aloitetaan laskemaan, niin sähkön kulutuksen määrä on huomattavasti suurempi. Tähän ongelmaan pystytään vaikuttamaan, miettimällä tarvitseeko kaikkea kysyä tekoälyltä ja jättää turhat kysymykset pois.

Mitä enemmän tekoäly kehittyy ja sen käyttö lisääntyy, herää kysymys mikä osuus ihmisellä on enää, kun se osaa jo luoda luovaa sisältöä. Tekoälyn

liiallinen käyttö voi olla myös haitallista siinä mielessä, että ihmisen oma luovuus kärsii ja uuden tiedon oppiminen jää pois.

## 5 TEKOÄLY MATKAILUSSA

### 5.1 Tekoälyn hyödyt matkailualalle

Tommolan (2024) mukaan digitalisaatio ja teknologian kehitys 2000-luvulla on jo tehnyt ison muutoksen matkailualalle. Tekoälyä on hyödynnetty matkailussa asiakasdatan keräämiseen ja analysointiin, markkinointiin ja asiakaspalveluun. Sen avulla matkailun yrittäjä tai kehittäjä on pystynyt parantamaan toimintaansa nopeuttamalla työn prosessia. Sen avulla on myös löydetty uusia ideoita tuotteiden ja palveluiden kehittämiseen.

Tekoälyn hyödyntäminen markkinoinnin automaatiassa on avain tehokkuuden maksimointiin. Automatisoimalla toistuvat ja aikaa vievät tehtävät, kuten asiakasviestinnän, markkinointikampanjoiden seurannan ja analysoinnin, yritykset voivat vapauttaa resurssejaan luovempiin ja strategisempiin tehtäviin. (Almiten, 2025).

Efimovan (2024) mukaan matkailussa tekoäly on vaikuttanut paljon asiakaspalveluun sekä markkinointiin. Sen keräämä data on myös vaikuttanut paljon, koska se pystyy ehdottamaan asiakkaalle matkakohteita, jonka avulla säästyy aikaa. Se hyödyttää monesta eri näkökulmasta matkailun alaa. Esimerkiksi asiakaspalvelussa, kun se on paljon monipuolisempaa ja helpommin lähestyttävä. Negatiivinen vaikutus sillä on ollut datan säilytyksessä ja siihen liittyvissä turvallisuus riskeissä. Tekoäly kerää paljon dataa, jonka takia on huolen aiheena, että sitä joutuu väärin käsiin. Lisäksi huoleen aiheena on myös, kuinka paljon tekoäly toiminnoista vie ihmisten töitä.

Generatiivisella tekoälyllä toimivat keskustelu avustajat mullistavat matkustajien vuorovaikutuksen palveluntarjoajien kanssa, tarjoten välitöntä tukea ja henkilökohtaisia suosituksia. Nämä voivat käsitellä tiedusteluja, tehdä matkavarauksia ja tarjota matkaneuvoja, joka vähentää merkittävästi työntekijöiden työtä ja parantaa asiakastytyvääisyyttä. (Vass, 2024). Keskustelu avustajia käyttäessä on myös tärkeää, että asiakkaat tietävät puhuvansa tekoälylle.

Visit Finlandin (2024) mukaan tekoälyllä voi tehostaa työprosessia laittamalla sen tekemään esimerkiksi kassaraporttien analysointia ja tarkistamista, mutta sitä tarvitsee myös itse seurata. Sille voi myös keskustella ideoista, joita on käyttämässä esimerkiksi markkinointiin. Tekoälyn kanssa suunnittelu tekee ideoinnista tehokkaampaa, koska se tekee ehdotuksia idean parantamiseksi.

Digiympäristössä asiakkaasta saadaan kerättyä yhä yksilöidympää dataa, jota yritykset voivat hyödyntää palvelussa, tuotteistuksessa ja myynnissä. Luvat tiedon keräämiseen ja hyödyntämiseen on tärkeää muistaa kysyä heti alkuvaiheessa. Myöskään yrityksen omia kriittisiä tietoja, vaikkapa nimitietoja sisältäviä dokumentteja tai liiketoimintaan liittyviä tietoja, ei tule jakaa tekoälylle sillä niistä tulee silloin käytännössä julkisia. (Visit Finland 2024).

Tommolan (2024) mukaan datan kerääminen asiakkaista on muuttunut, koska tekoälyn avulla pystytään keräämään sitä eri tavalla kuin aikaisemmin. Dataa pystytään keräämään isoja määriä sekä luomaan sen avulla esimerkiksi markkinointi suunnitelmia. Tekoälyn keräämän datan avulla pystytään myös hyvin hahmottamaan, kuinka markkinointi menestyi ja mikä siinä toimi. Myös datan avulla pystytään rakentamaan kuluttajille ja kohderyhmille räätälöityjä palvelu paketteja.

## 5.2 Tekoälyn tarjoamat mahdollisuudet matkailualalle

Heinosen (2024) mukaan matkailualalla on keskitytty parantamaan matkailun asiakaspalvelua. Chatbotit ovat hyvin yleisiä verkkosivustoilla, jotka palvelevat asiakkaita vuorokauden ympäri. Lisäksi sitä on hyödynnetty datan

keräämisessä ja analysoinnissa, jotta on saatu kerättyä asiakkaan käyttäytymisestä tietoa ja personoitua palveluita oikealle asiakasryhmälle. Tämän avulla on matkailun yritykset saanut parannettua myyntiään. Personoiduilla palveluilla tarkoitetaan esimerkiksi mainoksia kohteilta, joita datan perusteella asiakas on katsonut. Pelkästään näillä toiminnoilla saadaan hyvin edistettyä asiakaspalvelua, koska se kohdistuu suoraan asiakkaan tarpeisiin.

Personointi on keskeinen tekijä nykypäivän markkinointi strategiassa, ja tekoälyn rooli tässä yhteydessä on korvaamaton. Tekoälyn avulla yritykset voivat räätälöidä markkinointiviestinsä ja tarjouksensa vastaamaan jokaisen yksittäisen asiakkaan tarpeita ja mieltymyksiä. Tämä ei ainoastaan paranna asiakaskokemusta vaan myös tehostaa markkinointikampanjoiden tuloksellisuutta. (Almiten, 2025).

Visit Finlandin (2024) moderoimassa matkatieto-seminaarissa matkamessuilla 2024 keskusteltiin paneelissa, millaisia mahdollisuuksia tekoäly tarjoaa matkailun alalle. Tekoälyä voidaan hyödyntää monella tavalla, erityisesti tekstin, kuvien ja videoiden muokkaamisessa, mikä voi parantaa sisällön löytymistä hakukoneoptimoinnin avulla.

Älykäs tekoäly (AI) on parantanut järjestelmien suorituskykyä monilla eri alueilla ja tuonut vuorovaikutteisempia henkilökohtaisia agenteja. Vaikka tekoälyä hyödynnetään laajasti eri aloilla, matkailualalla ei ole kehitetty yhtä paljon tekoäly ratkaisuja. (Duarte, Torres, Ribeiro & Moreira, 2020)

Uutena trendinä on noussut UAIGC (User AI-Generated Content), jossa brändit, markkinoijat ja kuluttajat hyödyntää tekoälyä tuomalla lisää luovuutta ja luomaan uusia tarinoita. (Kurio,2024). Esimerkiksi markkinoinnissa käytetään kuvaa, joka on luotu tekoälyllä. Tätä pystyy hyvin hyödyntämään tekemällä siitä omaan brändiin sopivan ja saada markkinoinnista näkyvämpi.

Visit Finlandin (2024) näkemys oli, että tekoälyllä saa helposti murrettua kieli-  
muureja asiakaspalvelu tilanteissa tai pelkästään tuomalla markkinointiin monikielisempää viestintää. Tätä pystyy hyödyntämään helposti syöttämällä

tekstin käännettäväksi esimerkiksi ChatGPT, jossa se kääntää koko tekstin ja tekee siitä tehokkaampaa kuin kääntämällä sen itse. Tietenkin on tärkeää tarkistaa, että se on käännetty oikein, jotta ei tule väärinymmärrystä.

Tekoälyn ansioista matkustajien ei enää tarvitse käydä matkatoimistoimistoissa varatakseen lentoja tai etsiäkseen majoitusta. Tekoälyassistentit ja älykkäät chatbotit ovat nyt syrjäyttäneet matkatoimistot, joiden avulla matkustajat voivat varata lentoja ja majoitusta sekä vuokrata ajoneuvoja verkossa. Näitä chatbotteja käytetään sosiaalisessa mediassa kuten Facebook Messengerrissä, Skypeissä, WhatsAppissa ja Viberissä, jotta käyttäjille voidaan tarjota henkilökohtaisempi varauskokemus. (Izchak, 2021). Tekoälyassistenttien avulla saadaan matkailualan työntekijöiden työstä tehokkaampaa, koska heillä on enemmän aikaa tehdä luovaa työtä tai palvella asiakkaita, jotka ovat paikan päällä.

Tekoälyä pystytään hyödyntämään myös lentokentillä niin, että siitä hyötyy matkustaja ja henkilökunta. Matkatavaroiden käsittelyssä, tekoäly voi optimoida matkatavaroiden käsittelyjärjestelmiä seuraamalla yksittäisiä laukkuja RFID-tunnisteiden (radio frequency identification) tai viivakoodinlukijoiden avulla. Koneoppimisalgoritmit voivat analysoida dataa ennustaakseen matkatavaroiden virtausta, ennakoidakseen ruuhkautumiskohdat ja tunnistaakseen mahdolliset ongelmat, kuten väärin sijoitetut tai väärin käsitellyt laukut. Parantamalla matkatavaroiden käsittelyn tehokkuutta voidaan vähentää viivästyneiden ja kadonneiden laukkujen riskiä, mikä johtaa sujuvampaan matkustuskokemukseen matkustajalle. (AISeddiqi, 2024).

Tällä hetkellä tekoäly on sisällytetty moniin matkailu ja matkailualan osa-alueisiin, mikä helpottaa matkailijoiden elämää ympäri maailmaa. Esimerkiksi lentokentillä on nykyään joitain laajalti käytettyjä tekoälymuotoja, kuten kasvojen-tunnistusjärjestelmä ja lentokenttien turvaskannauslaitteet. (Izchak, 2021).

## 6 TUTKIMUSOSION TOTEUTUS

### 6.1 Haastatteluiden tavoitteet

Haastatteluiden tavoite oli tuottaa tietoa ja aineistoa ongelman ratkaisua varten. Haastattelukysymyksillä on suuri vaikutus siihen kuinka tarkan vastauksen saa. Tämän takia on tärkeää rajata ja muotoilla kysymykset, jotta saa tarvittavan vastauksen. Käytännössä haastattelijan kysymysten sisältämällä rajauksilla, muotoiluilla ja tyyllillä on suuri vaikutus siihen millaisia vastauksia ja keskusteluja aineistoon saadaan. (Hyvärinen, Suoninen & Vuori, 2024).

Yrityksen haastattelussa tavoitteena oli kerätä tietoa, jotta ohjeista tulisi heille hyödylliset. Ilman tietoja, joita kerättiin haastattelusta ei olisi voitu tehdä tarkkoja ohjeita, jotka sopisivat yritykselle ja auttaisi tekoälyn käytössä markkinointityössä. Haastattelua on muokattu niin, ettei yrityksen nimi tai yhteiskumppanit näy opinnäytetyössä.

Asiantuntijahaastattelussa oli tavoite saada ajankohtaista ja asiantuntevaa tietoa, joka tukisi tietoperustaa sekä auttaisi ohjeiden rakentamista ja suunnittelua. Lisäksi haastattelun tavoitteena oli rajata tekoäly alustoja, joita ohjeissa tulitaisiin käyttämään.

Ohjeet perustuivat haastatteluissa annetuista tiedoista. Haastattelu on tärkeä osa opinnäytetyötä, koska sen avulla saatiin ohjeisiin alku, josta niitä aloitettiin tekemään yritykselle. Haastatteluiden tavoite oli saada tietoa yrityksen omista markkinoinnin tavoitteista ja tekoälyn hyödyntämisen tarpeesta sekä saada asiantuntija haastattelusta tietoa, joka vahvistaa opinnäytetyön tietoperustaa.

### 6.2 Haastatteluiden menetelmät

Haastattelut toteutettiin kvalitatiivisena tutkimuksena. Laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus on tieteellisen tutkimuksen menetelmäsuuntaus, jossa pyritään

ymmärtämään kohteen laatua, ominaisuuksia ja merkityksiä kokonaisvaltaisesti. (Jyväskylän yliopisto, 2025.)

Ensimmäisenä haastateltiin yritystä x, johon ohjeet tekoälyn käyttöön rakennetaan. Haastattelun kysymykset tehtiin teemahaastattelun tyyllillä. Teemahaastattelu on keskustelunomainen tilanne, jossa käydään ennalta suunniteltuja teemoja. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, 2006). Haastattelussa kysymykset liittyivät yritykseen, sen markkinointikanaviin, kohderyhmään sekä tekoälyn käytöstä ja mihin he sen kokevat tarpeelliseksi. Kysymykset muotoiltiin ennen haastattelua, mutta niitä kysyttiin haastattelussa eri muodoissa. Kysymykset keskittyivät eri osa-alueisiin yrityksen toiminnasta, jotta haastattelusta saataisiin tarvittava tieto ohjeita varten.

Toisena haastatteluna oli asiantuntijahaastattelu, jossa haastateltiin Ville Niemijärveä tekoäly yrittäjää. Asiantuntijoita haastatellaan sen tiedon vuoksi, jota heillä oletetaan olevan tutkittavasta aiheesta. (Hyvärinen, Nikander, Ruusuvoori & Aho, 2017). Haastattelua ennen tehtiin kysymykset. Kysymykset esitettiin teemahaastattelun tyyllillä. Kysymykset perustuivat tekoälyn matkailualalla, jotta saatiin tietoa ja saavutettiin haastattelun tavoitteet. Niitä rajattiin eri osa-alueisiin, jotta saatiin tarvittavaa tietoa eri näkökulmista.

## 7 HAASTATTELUJEN TULOKSET

Yrityksen x edustajan haastattelussa saatiin tietoa heidän markkinointinsa kanavista ja mitä he siellä mainostavat. Lisäksi tietoa tuli kohderyhmästä ja yrityksen toiminnasta. Haastattelussa tuli myös esille, kuinka paljon he ovat käyttäneet tekoälyä markkinoinnissa. Tämä auttaa ohjeiden tekemisessä, koska tiedetään, kuinka laajat ohjeiden tarvitsee olla. Niitä varten saatiin myös tietoa mihin he voivat tekoälyä käyttää markkinoinnin apuna.

Asiantuntijan eli Niemijärven haastattelussa tuli ilmi, kuinka tekoälyn kehitys on nopeaa, jonka takia ei kannata tehdä suuria hankintoja tekoälyn kanssa. Lisäksi siinä mainittiin kuinka pienempien yritysten kannattaa hyödyntää valmiita tekoäly ratkaisuja. Tämän ja muun tiedon perusteella on helpointa tehdä ohjeet ChatGPT:lle, koska sen avulla pääsee yritys jo eteenpäin tekoälyn käyttöönotossa matalalla kynnyksellä. Sekä yrityksen ei tarvitse sijoittaa tekoäly toimintoihin paljoa rahaa, koska heidän ei tarvitse maksaa kuin palvelumaksuja. Haastattelu auttoi myös ohjeiden laatimisessa, koska siinä tuli hyvin esille asioita, jotka voidaan huomioida paikallisen yrityksen näkökulmasta. Haastattelusta oli todella paljon hyötyä, koska asiantuntijalla oli paljon kokemusta tekoälystä matkailualalla.

Itse toiminnoista, joita tekoälyn avulla yrityksen kannattaa tehdä, liittyvät tekstien parantamiseen, ideointiin esimerkiksi markkinoinnissa tai kampanjoissa ja analysoinnissa. Näistä sai tietoa haastattelussa, jossa asiantuntija toi esille kuinka tärkeää on luoda silti tekstiä, joka on brändinsä mukainen, koska tekoäly luo liian yliampuvia tekstejä välillä. Tämän takia on myös tärkeää tarkistaa tekstit, joita tekoäly luo.

Lisäksi eettinen näkökulma, joka tarvitsee huomioida ohjeissa, on kuinka paljon tekoäly käyttää energiaa. Energian käyttö huomioidaan tarkoilla ohjeilla, joiden avulla saa vastauksia tekoälyltä, joita halutaan. Haastattelussa tuli myös tärkeää tietoa tietosuojasta. Tämä on hyvä myös sisällyttää ohjeisiin, jotta ne huomioidaan, jos on tarve.

Haastatteluiden perusteella ohjeita lähdettiin laatimaan ChatGPT:n, jossa yritys pystyy kaikkia tarvittavia toimintoja tekemään. Ohjeissa sisältö perustuu markkinointiin sosiaalisen median kanavissa, nettisivuilla ja lisäksi kerätyn datan analysointiin. Ohjeisiin sisällytetään haastatteluista kerätyn tiedon avulla ohjeet tekstin parantamiseen, ideointiin, analysointiin sekä kuvien muokkaamiseen.

## 8 TEKOÄLYOHJEISTUS

Ohje sisälsi osioita, joissa käsitteli kuvien muokkaamiseen, tekstien muokkaamiseen, ideoihin ja kerätyn datan analysointiin. Lisäksi ohjeessa on eettiset näkökulmat tekoälyn käytöstä. Ohjeessa huomioitiin yrityksen lähtökohta tekoälyn käytöstä. Se tehtiin Canvalla. Väriksi valittiin neutraaleja värejä, jotta sitä on helppo lukea. Ohje löytyy opinnäytetyöstä liitteenä.

Ohjeen alussa kerrotaan valitusta tekoälyalustasta ChatGPT. Se oli olennainen osa ohjetta, koska se perustuu siihen tekoälyalustaan. Ohjeessa on tietoa ChatGPT ja linkki sivustoille, josta saa tietoa hinnastosta. Linkki laitettiin ohjeeseen, koska hinnastot saattavat muuttua niin tieto on ajankohtaisempaa siitä.

Tekstien parantamisen osiossa käsiteltiin, kuinka tärkeää on tarkastaa tekoälyn tekemä teksti ja tieto, jotta se soveltuu yrityksen brändiin ja tieto on oikeaa. Tässä osiossa painotettiin kuitenkin, että on tärkeää silti itse luoda ja tekoälyllä voidaan parantaa tekstiä.

Kuvien muokkaamiseen ohjeet keskittyvät huoneiston kuviin koska yritys kuvaa huoneistoja ja tekoälyn avulla niistä saa luotua laajemmalla kuvalla koko huoneiston. Tekoälylle voi syöttää kuvia huoneesta ja se liittää ne yhdeksi, josta saadaan laajempi kuva koko huoneesta. Kuvien muokkaamista yritys ei kokenut tarpeelliseksi koska se ei ollut onnistunut niin kuin oli haluttu, mutta ohjeisiin sisällytettiin juuri sen takia, jotta siitä voisi yritykselle olla myös hyötyä.

Ideoinnissa ja suunnittelu osio ohjeesta keskittyi siihen, kuinka tekoäly voi olla avustajana kampanjoiden tai uusien ideoiden luomisessa. Siinä on myös, kuinka voidaan luoda sisältöä, joka tavoittaa halutun kohderyhmän parhaiten.

Sosiaaliselle medialle on oma osio ohjeissa, joiden avulla tavoitetaan yritykselle mahdollisuutta saada tavoitettua laaja kohderyhmänsä. Siihen tehtiin esimerkki, jossa tuotiin esille millä avainsanoilla tekoälyltä saa parhaiten tietoa tai

tekstiä. Sosiaalisen median ohjeet keskittyivät enemmän kohderyhmän tavoittamiseen, koska tekstien parantamisen osiossa oli jo sosiaaliseen mediaan liittyviä asioita.

Eettisyys on tärkeä osa ohjetta, koska tekoälyn käyttö on helppoa ja uutta niin on tärkeää tuoda esille asiat, jotka kannattaa huomioida sitä käyttäessä. Tämän takia ohjeeseen sisällytettiin eettiset kysymykset.

## 9 POHDINTA

Opinnäytetyössä tutkimuskysymyksenä oli miten käyttää tekoälyä matkailun markkinoinnissa. Sitä pystyy hyödyntämään monella eri tavalla, mutta opinnäytetyössä tehtiin ohjeet yritykselle, jonka takia niissä keskityttiin tekstien muokkaamiseen, kuvien muokkaamiseen, kohderyhmän tavoittamiseen ja tekstin luomiseen.

Ohjeiden perustana oli haastattelut ja tietoperusta, joilla saatiin rajattua tekoälyalusta, minne ohjeet perustuivat. Haastattelun avulla saatiin rajattua ohjeiden sisältöä yritykselle sopivaksi. Ohjeet luotiin Canvan avulla, josta löytyi sopiva väriskaala. Siihen valittiin neutraalit värit, jotta sitä olisi mukava lukea ja helppo tulkita.

Aineistonkeruumenetelmänä haastattelut olivat hyvä vaihtoehto koska sai ajantasaista ja tarpeellista tietoa. Litterointi oli isoin haaste haastatteluissa. Siihen kului paljon aikaa, mutta siitä oppi uutta.

Opinnäytetyössä onnistuttiin haastatteluissa tiedon keräämisessä, koska ilman sitä ohjetta ei olisi saatu tehtyä. Tietoperustassa onnistuttiin löytämään ajankohtaista tietoa. Haasteena opinnäytetyössä oli saada tieto ajankohtaisena, koska tekoäly kehittyy koko ajan nopeaa vauhtia, niin tieto vanhenee

nopeasti. Myös haasteena oli, ettei ohje tule vaikuttamaan ihmisen omaan luovuuteen, koska tekoälyä on helppo hyödyntää, mutta ohjeen tarkoitus ei ole vaikuttaa ihmisen omaan luovaan tekemiseen.

### 9.1 Kohdeyrityksen palaute ohjeesta

Opinnäytetyöstä saimme hyvin ideoita kohteen markkinointiin somessa, somepäivityksiin, videopostauksiin ja hakukoneoptimoituihin hashtageihin.

### 9.2 Toimeksiantajan palaute

Opinnäytetyön aihe, tekoälyn hyödyntäminen matkailuyrityksen toiminnassa, on erittäin ajankohtainen ja tarjoaa runsaasti mahdollisuuksia käytännön sovelluksiin. On myönteistä, että työssä on valittu konkreettinen kohdeyritys ja työssä näkyy tekijän omaehtoinen ote sekä kiinnostus aihetta kohtaan. Teoriaosa jäi kuitenkin melko suppeaksi, eikä aiheeseen ollut syvennytty aivan siinä määrin kuin olisi toivottavaa.

Kaiken kaikkiaan työ tarjoaa hyvän lähtökohdan aiheen jatkotarkasteluun ja osoittaa käytännönläheistä ajattelua, josta on hyötyä työelämässä.

Kiitos työn tekijälle!

## LÄHTEET

Almiten (2025) Tekoälyn hyödyntäminen markkinoinnissa: mahdollisuudet ja edut yritykselle <https://www.aimiten.fi/tekoalyn-kayttokohteet/markkinointi>

AlSeddiqi, M (2024) The power of AI and machine learning for airport operations <https://www.internationalairportreview.com/article/222537/the-power-of-ai-and-machine-learning-for-airport-operations/>

Diamond, S. (2023). Digital marketing all-in-one for dummies (Second edition.). John Wiley & Sons, Inc.

Diginyt (2023) Miltä tekoäly näyttää nykypäivänä ja mikä on tekoälyn tulevaisuus?, artikkeli <https://diginyt.fi/milta-tekoaly-nayttaa-nykypaivana-ja-mika-on-tekoalyn-tulevaisuus/>

Duarte L, Torres J, Ribeiro V & Moreira I (2020) Artificial Intelligence systems applied to tourism: A Survey [https://www.researchgate.net/publication/344945162\\_Artificial\\_Intelligence\\_Systems\\_applied\\_to\\_tourism\\_A\\_Survey](https://www.researchgate.net/publication/344945162_Artificial_Intelligence_Systems_applied_to_tourism_A_Survey)

Efimova, D (2024) Artificial Intelligence in tourism, artikkeli <https://startups.epam.com/blog/artificial-intelligence-in-tourism-and-travel-in-dustry>

Heinonen, J. (2024) Tekoäly matkailualalla ja sen opetuksessa, Lab focus, LAB university of applied sciences <https://blogit.lab.fi/labfocus/tekoaly-matkailualalla-ja-sen-opetuksessa/>

Hyvärinen M, Nikander P, Ruusuvoori J & Aho A (2017). Tutkimushaastattelun käsikirja, Vastapaino

Hyvärinen M, Suoninen E & Vuori J (2024) Tietoarkisto, Haastattelut <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/laadullisen-tutkimuksen-aineistot/haastattelut/>

Izchak, O (2021) 6 Examples how AI is used in the Travel Industry [https://mize.tech/blog/6-examples-of-how-ai-is-used-in-the-travel-industry/?utm\\_source=chatgpt.com](https://mize.tech/blog/6-examples-of-how-ai-is-used-in-the-travel-industry/?utm_source=chatgpt.com)

Jyväskylän yliopisto (2025) Laadullinen tutkimus <https://sites.apptest.jyu.fi/mehu/fi/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus#:~:text=Laadullinen%20eli%20kvalitatiivinen%20tutkimus%20on%20tieteellisen%20tutkimuksen,Laadullista%20tutkimusta%20voidaan%20toteuttaa%20monella%20erilaisella%20menetelmällä.>

Karelia ammattikorkeakoulu (2024) Karelian opinnäytetyön ohje: Opinnäytetyön eri muodot <https://libguides.karelia.fi/c.php?g=679019&p=4901221>

Kolari, J. & Kallio, A. (2023). Tekoäly 123: Matkaopas tulevaisuuteen. Docendo.

Kurio (2024) Socialmedia marketing trends 2024, raportti <https://kurio.fi/v2/wp-content/uploads/2024/01/Social-Media-Marketing-Trends-2024-Report-by-the-networkone-x-kurio.pdf>

Lotta (2022) University of Eastern Finland, How content producers can use AI in digital marketing <https://www.tourismmarketingandmanagement.com/2022/12/20/ai-in-content-production/>

LUT Academic Library (2023) Tekoäly tiedonhankinnan apuna [https://libguides.lut.fi/tekoaly/chatgpt\\_kielimallit](https://libguides.lut.fi/tekoaly/chatgpt_kielimallit)

Microsoft (2024) sivusto <https://www.microsoft.com/fi-fi/microsoft-365/copilot/copilot-for-work>

Microsoft copilot studio (2024) ChatGPT vs Bing Chat: Unveiling who leads the race <https://www.communicationsquare.com/news/chatgpt-vs-bing-chat-comparison/>

Myllymäki, R. (2024) Tekoäly ja data kuluttavat järjettömästi energiaa, Tivia <https://tivia.fi/uutiset/uutiset-3/tekoaly-ja-data-kuluttavat-jarjettomasti-energia-1903>

Numminen, L (2023) Mikä on Turing testi eli Turing koe, Finnish up <https://www.finnishup.com/mika-on-turing-testi/>

OpenAI (2023) ChatGPT, verkkosivusto haettu 2024 <https://openai.com>

Saaranen-Kauppinen A & Puusniekka A (2006) Menetelmäopetuksen tietovaranto, KvantimOTV [https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L6\\_3\\_2.html](https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_2.html)

Salo, I. (2023). Luova tekoäly mullistaa kaiken: ChatGPT näyttää tietä (1. painos.). Kauppakamari.

Sirén, S. (2024) Luova tekoäly mullistaa markkinoinnin, Uhma , artikkeli <https://uhma.io/luova-tekoaly-mullistaa-markkinoinnin/>

St. George, B (2024) What is turning test?, Techtargget <https://www.techtarget.com/searchenterpriseai/definition/Turing-test>

Srivastava, H. M. & Srivastava, G. & Mago, V. (2022). Recent Advances in Social Data and Artificial Intelligence 2019. MDPI - Multidisciplinary Digital Publishing Institute.

Tampereen yliopisto, Kaupunkiseudun ihmiskeskeiset tekoälyratkaisut (KITE) (2024) Tekoälyn historia, verkkosivusto <https://projects.tuni.fi/kite/tekoalysta-yleisesti/tekoalyn-historia/>

Tommola, P. (2024) Tekoälyn hyödyntämisestä matkailualalla, LAB University of Applied Sciences <https://blogit.lab.fi/labfocus/tekoalyn-hyodyntamisesta-matkailualalla/>

Valli, R.& Aarnos, E. (2018). Ikkunoita tutkimusmetodeihin: 1, Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle (5., uudistettu painos.). PS-kustannus.

VASS (2024) AI in Tourism: Revolutionizing Travel experiences <https://vasscompany.com/en/insights/blogs-articles/ai-tourism/>

Venkatesan, R. & Lecinski, J. (2021). The AI marketing canvas: A five-stage road map to implementing artificial intelligence in marketing. Stanford Business Books.

Visit Finland (2024) 10 vinkkiä tekoälyn hyödyntämiseen matkailuyrityksissä ja alueilla <https://www.visitfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/2024/10-vinkkia-tekoalyn-hyodyntamiseksi-matkailuyrityksissa-ja-alueilla>

## LIITE1: OHJE



**TEKOÖLY OHJE**  
**matkailualan**  
**MARKKINOINTIIN**

# ChatGPT



- Chatgpt on tekoälyjärjestelmä, joka osaa keskustella ihmisen tavoin.
- Se osaa esimerkiksi luoda tekstiä, kääntää kieliä, hakea tietoa ja muokata kuvia
- Sitä voi käyttää ilmaiseksi, mutta maksullisessa on enemmän ominaisuuksia.
- Lisätietoa hinnastosta  
<https://openai.com/chatgpt/pricing/>





# Eettisyys tekoälyä käyttäessä

- Tekoälyn käytössä kuluu paljon energiaa, jonka takia on tärkeää ettei käytä sitä kuin tarvittaessa.
- Sen käytössä kannattaa miettiä kärsiikö oma luovuus tai yrityksen brändi.
- Tekoälylle ei kannata syöttää yrityksen omia henkilökohtaisia tietoja, koska siitä tulee julkista tietoa.
- Jos yrityksellä on käytössä chatbot, täytyy asiakkaiden tietää keskustelevansa tekoälyn kanssa.



# Tekstien muokkaus



- Tekstiä muokkaamassa täytyy tarkistaa tieto ja teksti jotta siitä tulee yrityksen brändiin sopiva.
- Tekoälylle tarvitsee selkeästi sanoa mitä ja miten tekstiä tarvitsee muokata.
- Tekoälylle ei kannatta syöttää henkilökohtaisia tietoja
- Tekstiä luodessa tekoälylle voi kertoa minkälainen teksti ja mihin markkinointikanavaan se tulee.
- ChatGPT kysyy vastauksen jälkeen tarkentavia kysymyksiä muokkausta varten, joiden avulla voi tehdä tarkemmin tekstistä sopivamman.



# Esimerkki


## Luo teksti vuokrattavalle mökille yrityksen nettisivuille

ChatGPT:n vastaus:


Tässä on ehdotus vuokramökkiä esitteleväksi tekstiksi yrityksen nettisivuille. Se on kirjoitettu myyvästi mutta informatiivisesti, sopien hyvin esimerkiksi matkailu- tai majoitusyrityksen sivuille:

Vietä unohtumaton loma luonnon rauhassa

Tervetuloa rentoutumaan viihtyisälle vuokramökillemme, joka sijaitsee rauhallisella paikalla kirkasvetisen järven rannalla – vain reilun tunnin ajomatkan päässä kaupungin hälinästä. Mökki tarjoaa täydelliset puitteet niin perheiden, pariskuntien kuin ystäväporukoiden kesälomalle.


 Mökin varustelu

- Tilaa 4–6 hengelle
- Hyvin varusteltu keittiö (jääkaappi, liesi, mikroaaltouuni, kahvinkeitin)
- Erillinen puulämmitteinen sauna
- Laituri ja soutuvene käytettävissä
- Takka ja grilli
- Oma ranta ja piha-alue
- Ilmainen Wifi
- Lemmikit tervetulleita

 Elämyksiä jokaiselle

Olamu alkaa lintujen laululla ja kahvihetkellä laiturilla. Päivisin voit uida, kalastaa tai lähteä pienelle retkelle lähimetsiin marjastamaan tai sienestämään. Illalla lämmitetään sauna ja nautitaan ilta-auringosta järven tyrnyssä.

Mökki sopii myös etätööhön – täällä yhdistät työn ja levon ainutlaatuisella tavalla.

 Varaa oma lomasi

Mökki on vuokrattavissa toukokuusta syyskuuhun viikkohinnoittelulla (pe–pe tai su–su).

Tutustu vapaisiin ajankohtiin ja varaa helposti alla olevan lomakkeen kautta tai ota meihin suoraan yhteyttä!

# Esimerkki

## Tee sosiaalisen median tekstistä parempi lomamökki rannalla

Chatgpt:n vastaus

Totta kai! Tässä paranneltu esimerkki sosiaalisen median tekstiksi, joka houkuttelee ihmisiä vuokraamaan lomamökin rannalta:

 Unelmiesi lomamökki odottaa! 

Etsitkö täydellistä paikkaa rentoutumiseen veden äärellä? Tämä viihtyisä mökki rannalla tarjoaa kaiken, mitä tarvitset unohtumattomaan lomaan:

 Oma ranta

 Sauna ja grilli

 Tilava mökki perheelle tai ystäväporukalle

 Rauhallinen sijainti luonnon keskellä

Herää aaltojen ääneen, nauti aamukahvit laiturilla ja päätä päivä nuotion loimussa. Vapaata vielä kesäksi – varaa oma aikasi nyt!


 **17** Katso vapaat ajankohdat ja kysy lisää viestillä!

 [Paikkakunnan nimi tai alue]

 Kuvia ja tunnelmia profiilissa!



# Kuvien muokkaaminen

- ChatGPT:n avulla voi tehdä laajemman kuvan huoneistosta yhdistämällä kuvia.
  - Se tekee kuvien avulla koko huoneesta kuvan jota voi hyvin hyödyntää esimerkiksi nettisivuilla.
  - Lähetä kuvat ChatGPT keskustelussa ja lisää siihen tekstiksi yhdistä ja tyyli millä haluat sen muodostavan kuvat.
  - Muista laittaa kuvat oikeassa järjestyksessä ChatGPT:n jotta se yhdistää ne oikein.
- 

# Ideointi ja suunnittelu




- Tekoälyä voidaan hyödyntää markkinoinnin ideoinnissa tai kampanjoiden suunnittelussa.
- Esimerkiksi siltä voi kysyä ehdotuksia julkaisulle sosiaaliseen tai kampanjoihin joilla tavoittaa halutun kohderyhmän
- Tärkeää on tehdä tarkka kuvaus tekoälyltä mitä haluaa jotta se osaa vastata oikein



# Esimerkki

**Ehdota kesän mökki vuokraukseen sopivia julkaisuja**

ChatGPT:n vastaus:

 Visuaaliset ja tunnelmalliset julkaisut

1. "Kesäunelma odottaa"

Kuva laiturista, auringonlasku taustalla.

Teksti:


Pakene arkea ja nauti luonnon rauhasta. Vuokrattavana tunnelmallinen mökki järven rannalla — kesän parhaat hetket syntyvät täällä.

2. "Herää lintujen lauluun"

Kuva mökin ikkunoista avautuvasta aamumaisemasta.

Teksti:

Olamu kahvi laiturilla, puusauna iltaisin – vuokraa kesän paras piilopaikka nyt!

 Käytännölläheiset ja informatiiviset julkaisut

3. "Kaikki mukavuudet keskellä luontoa"

Listaa varustelut: sauna, laiturit, soutuvene, Wifi, lemmikit sallittu jne.

Teksti:

Moderni mökki luonnon helmassa – mukavuudet arjesta, maisemat lomasta. Varaa viikkosi nyt.

4. "Vielä vapaita viikkoja!"

Teksti:

Heinäkuussa vielä vapaita aikoja! Varaa pian ennen kuin kalenteri täyttyy.

 Elämykselliset julkaisut

5. "Kesämuistoja koko perheelle"

Kuva lapsista uimassa tai grillaamassa.

Teksti:

Uimista, onkimista, makkaranpaistoa – mökkielämä on parhaimmillaan koko perheen kanssa.

6. "Romanttinen irtiotto arjesta"

Kuva kynttilöistä ja saunasta ilta-auringossa.

Teksti:

Pariskuntien suosikki: hiljaisuutta, saunahetkiä ja omaa rauhaa. Varaa romanttinen mökkiloma.

 Nopeat ja kevyet somesisällöt

7. Kysymyspostaus:

"Missä sinä viettäisit mieluiten kesäillan – laiturilla vai nuotion äärellä?"

Lisää kuva molemmista ja CTA: "Katso meidän mökki ja varaa oma iltasi!"

8. Videopostaus (Reels/TikTok):

Nopea 15 sekunnin video mökistä: aamukahvi, järvi, sauna, ilta-aurinko.

Teksti: "Tältä näyttää täydellinen kesäpäivä. Vuokraa omasi nyt!"



# Sosiaalinenmedia

- ChatGPT:n avulla voi löytää oikeat hashtagit jotta saa tavoitettua oikean kohderyhmän
- Hashtageja pyytäessä tarvitsee antaa tietoa tavoiteltavasta kohderyhmästä ja kohteesta jotta ChatGPT saa luotua sopivat hashtagit
- Tässäkin kohtaa on tärkeää muistaa ettei syötä mitään tietoja joita ei halua julkiseksi tiedoksi



# Esimerkki

**Tee hashtag joilla tavoittaa perhematkailijat sosiaalisessa mediassa vuokra mökki julkaisulla**

ChatGPT:n vastaus

Tässä on kokoelma tehokkaita hashtageja, joilla voit tavoittaa perhematkailijoita sosiaalisessa mediassa vuokramökkijulkaisulla. Hashtagit on suunniteltu vetoamaan erityisesti lapsiperheisiin, kotimaan matkailijoihin ja mökkielämästä kiinnostuneisiin:

Suomeksi:

#Perheloma #LapsiperheenLoma #KotimaanMatkailu #Vuokramökki  
#Mökkielämää #Mökkiloma #LomaSuomessa #Luontoloma  
#Mökkiarki #PerheRetkellä  
#LastenKanssaReissuun#Lapsiystävällinen

Englanniksi (jos haluat tavoittaa myös kansainvälistä yleisöä):

#familyTravel #familyCabinGetaway #CabinLife #KidfriendlyTravel  
#NatureVacation #ScandinavianGetaway #TravelWithKids  
#CozyCabin

Voit yhdistellä esimerkiksi näin:

"Kesäloma mökillä koko perheen voimin! 🌲🚶 #Perheloma  
#Vuokramökki #Mökkielämää #LapsiperheenLoma #Luontoloma"