

Suomi-Seuran Matkatoimisto Oy:n Internet-sivujen uudistaminen

Emilia Puranen

Tekijä tai tekijät Emilia Puranen	Ryhmätunnus tai aloitusvuosi 2007
Opinnäytetyön nimi SUOMI-SEURAN MATKATOIMISTON INTERNET-SIVUJEN UUDISTAMINEN	Sivu- ja liitesivumäärä 27 + 10
Ohjaaja tai ohjaajat Hannele Hillu-Kuitunen	
<p>Suomi-Seuran Matkatoimisto Oy on kaukomatkoihin erikoistunut matkatoimisto. Matkatoimisto halusi uudistaa markkinointimateriaalinsa ja uudistaminen aloitettiin Internet-sivuista. Vanhat Internet-sivut olivat vanhanaikaiset ja hankalat käyttää, eivätkä ne antaneet matkatoimistosta toivottua kuvaa.</p> <p>Internetin käyttäjien osuus suomalaisista on kasvanut viime vuosina ja kasvaa edelleen. Internet on nykyisin yksi matkatoimistojen tärkeimmistä markkinointikanavista ja yhä useampi matkustaja etsii matkaideoita ja matkapaketteja Internetistä. Internet-sivut ovat helpot ja nopeat päivittää, joten niiden voidaan olettaa sisältävän ajankohtaista tietoa. Sivujen ylläpitäminen on myös huomattavasti edullisempää kuin muut markkinointikanavat.</p> <p>Internet-sivujen suunnittelussa on lähdettävä siitä, että sivujen visuaalinen ilme ja rakenne antavat oikeanlaisen ja halutun kuvan yrityksestä. Mahdollisimman helppokäyttöiset ja selkeät sivut palvelevat asiakkaita parhaalla mahdollisella tavalla. Suomi-Seuran Matkatoimisto halusi täysin uudet internet-sivut niin visuaalisesti kuin rakenteellisesti.</p> <p>Projekti aloitettiin syksyllä 2010 ja uudet sivut julkaistiin kesällä 2011. Sivujen suunnittelu oli melko helppoa ja nopeaa, mutta sivujen rakentamiseen, yksityiskohtien hiomiseen ja sivujen korjailuihin kului paljon aikaa. Lopputuloksena saatiin kuitenkin visuaalisesti miellyttävät ja nykyaikaiset sivut, joilta tarvittavat tiedot löytyvät helposti. Jatkossa sivuja on tarkoitus päivittää ja muokata useammin, jotta ne eivät jäisi enää ajastaan jälkeen.</p> <p>Sivut löytyvät osoitteesta www.suomiseuranmatkat.fi.</p>	
Asiasanat WWW-sivut, markkinointiviestintä, sähköinen viestintä	

Degree programme in Tourism Management

<p>Authors Emilia Puranen</p>	<p>Group or year of entry 2007</p>
<p>The title of thesis THE NEW WEBSITE OF FINLAND SOCIETY TRAVEL LTD</p>	<p>Number of pages and appendices 27 + 10</p>
<p>Supervisor(s) Hannele Hillu-Kuitunen</p>	
<p>Finland Society Travel Ltd is a Finnish travel agency which is specialized in long-haul vacations. The travel agency expressed a wish to renew its marketing material and the renewal was started with the website. The travel agency's previous website was outdated and difficult to use. Furthermore, it did not give a desirable image of the travel agency.</p> <p>In Finland the use of internet has quickly increased in the past few years and it keeps increasing. Internet is nowadays one of the most important marketing channels for travel agencies, moreover, a growing number of travelers search ideas and travel packages on the Internet. The website is easy and quick to update, thus consumers may assume that it contains the latest information. Finally, the maintenance of a website is also significantly more affordable compared to other marketing channels.</p> <p>Designing a new website begins with planning the accurate and desirable image the travel agency wants to create by the visual appearance and structure of its website. Accordingly, an easy-to-use and simple website serves customers most efficiently. Finally, Finland Society Travel Ltd wanted to create a completely new website with a new visual look and structure.</p> <p>The project began in September 2010 and the new website was published in the summer 2011. Designing the website was a fairly easy and quick process, whereas the actual construction of the site, checking the details and perfecting the site took a lot of time. Yet, the completed version of the new website is appealing and modern, where the necessary information is easily found. Finally, in the future the website will be updated more often in order to keep it up-to-date and modern.</p> <p>The new website is found at www.suomiseuranmatkat.fi.</p>	
<p>Key words Website, marketing communication, electronic communication</p>	

Sisällys

Tiivistelmä

Abstract

1	Johdanto	1
2	Markkinointiviestintä	2
2.1	Matkailumarkkinointi.....	2
2.2	Markkinointiviestinnän kilpailukeinot	3
2.3	Yrityksen imago	4
2.4	Sähköinen markkinointiviestintä	6
2.5	Markkinointiviestinnän suunnittelu	7
3	Matkailuyrityksen Internet-sivut ja Internet-mainonta.....	9
3.1	Internetin merkitys mainosvälineenä	9
3.2	Yrityksen verkkopalvelun suunnitteleminen.....	11
3.3	Internet-sivujen markkinointi	11
4	Suomi-Seuran Matkatoimisto Oy:n Internet-sivujen uudistamisprojekti	12
4.1	Suomi-Seuran Matkatoimisto Oy.....	12
4.2	Lähtökohta	12
4.2.1	Suomi-Seuran Matkatoimiston vanhat Internet-sivut.....	13
4.2.2	Kilpailijoiden Internet-sivujen vertailu	13
4.3	Projektisuunnitelma	16
4.3.1	Tehtävän määrittely ja tavoitteiden tarkentaminen	16
4.3.2	Organisaation kuvaus ja alustava aikataulu	17
4.3.3	Riskit.....	17
4.4	Prosessikuvaus	18
4.4.1	Visuaalinen ilme.....	18
4.4.2	Sivujen rakenne ja sisältö	19
4.4.3	Facebook-sivut.....	23
4.4.4	Uusien sivujen kokeilu ja arviointi	23
4.4.5	Sivujen ylläpito	24
5	Pohdintaa.....	25
	Lähteet	28

Liitteet.....	30
Liite 1. Suomi-Seuran Matkatoimisto Oy:n vanhat Internet-sivut.....	30
Liite 2. Suomi-Seuran Matkatoimisto Oy:n uudet Internet-sivut	32
Liite 3. Facebook-fanisivut.....	39

1 Johdanto

Suomi-Seuran Matkatoimisto Oy on kaukomatkoihin erikoistunut matkatoimisto. Matkatoimiston omistaa Suomi-Seura ry, joka on maailmalla olevien, sinne lähtevien ja sieltä palaavien suomalaisten etu-, asiantuntija- ja palvelujärjestö. Suomi-Seura lennätti ensimmäisen tilauslennon Yhdysvaltoihin vuonna 1959. Tällöin matkustajilta vaadittiin seuran jäsenyys, mutta vuonna 1979 Suomi-Seuran Matkatoimisto eriytettiin seuran muusta toiminnasta. Nykyisin matkoja järjestetään ympäri maailmaa eikä matkustajilta vaadita enää seuran jäsenyyttä. (Suomi-Seuran Matkatoimisto Oy 2010.)

Suomi-Seuran Matkatoimisto on asteittain uudistamassa koko markkinointimateriaalinsa visuaalista ilmettä nykyaikaisemmaksi ja laajempaa asiakaskuntaa miellyttävämmäksi. Uudistaminen aloitettiin matkatoimiston Internet-sivuista, sillä vanhat sivut olivat sekavat ja vanhanaikaiset. Internet on nykyisin matkatoimistojen yksi tärkeimmistä markkinointikanavista ja yhä useampi matkustaja etsii ideoita ja matkapaketteja matkatoimistojen Internet-sivuilta. Modernisointi ja sivujen ilmeen virkistäminen oli tarpeellista, sillä vanhoilta sivuilta oli vaikea löytää etsimäänsä eikä se palvellut asiakkaita toivotulla tavalla. Tavoitteena oli luoda helppokäyttöiset ja nykyaikaiset Internet-sivut, joiden avulla saadaan houkuteltua entistä laajempaa ja monipuolisempaa asiakaskuntaa.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selventää tarkemmin Internet-sivujen uudistamisprojektin tavoitteita sekä perustella projektin hyödyllisyys. Tarkoituksena on perehtyä markkinointiviestintään sekä erityisesti sähköiseen markkinointiin matkatoimistojen näkökulmasta. Työssä pohditaan myös Internetin merkitystä nykymaailmassa ja sen vaikutusta ihmisten jokapäiväiseen elämään. Itse projektin vaiheet kuvataan mahdollisimman tarkasti suunnitteluvaiheesta lopullisten uusien sivujen arviointiin ja niiden ylläpitämiseen.

2 Markkinointiviestintä

Markkinointiviestinnän avulla yritys luo itselleen tunnettuutta ja rakentaa imagoa, antaa tietoa tuotteista, hinnoista ja ostopaikoista sekä pyrkii osaltaan vaikuttamaan kysyntään. Markkinointiviestinnässä on tärkeää löytää ne mainonnan muodot ja mainosvälineet, jotka parhaiten tavoittavat halutun kohderyhmän. Viestintäkeinojen painotus vaihtelee kohderyhmän, yrityksen, toimialan ja myytävän tuotteen mukaan. Kulutushyödykkeitä markkinoitaessa käytetään usein joukkoviestimiä, kun taas markkinointi yrityksiltä yrityksille tapahtuu yleensä suoramainonnalla ja henkilökohtaisella myyntityöllä. (Bergström & Leppänen 2007, 273–281.)

2.1 Matkailumarkkinointi

Yritysten markkinointi on asiakaslähtöisesti suunniteltu erilaisten toimintojen kokonaisuus, jonka keskeisenä lähtökohtana ovat nykyisten ja mahdollisten tulevien asiakkaiden toiveet ja tarpeet. Markkinointi ei ole pelkkää mainontaa ja myyntityötä, vaan asiakastytyväisyyden luomista, kehittämistä ja hyödyntämistä. Asiakastytyväisyydellä ohjataan ja suunnitellaan markkinointia sekä mitataan sen onnistumista. (Bergström & Leppänen 2007, 9-13.)

Matkailutoimialalla myytävä tuote on palvelu, elämys tai mielihyvä eli aineeton kokemus. Tuote eli matka on luonteeltaan tekojen ja tapahtumien sarja, jossa laadun arvioiminen on hankalaa, koska sen arvo perustuu asiakkaan omiin kokemuksiin. Palvelutuotteen hinnoittelu ja markkinointi on siis vaikeampaa kuin jonkin konkreettisen tavaran myynti. Jokaiselle asiakkaalle matka on omanlainen elämys, ja matkan ydinarvo syntyy jo matkaa ostettaessa asiakaspalveluprosessin alkuvaiheessa. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 188–190.)

Matkailutuotteen oikeanlainen tuotteistaminen on matkailuyrityksen tärkein markkinoinnin kilpailukeino. Tuoteajattelun avulla asiakas ymmärtää, mitä ja minkälaista palvelua on ostamassa. Toisaalta tuotteistaminen selkeyttää myös yrityksen kilpailuetua, kun vertailu helpottuu. Markkinointiviestinnällä tuotteesta on annettava oikeanlainen kuva, jotta se palvelee asiakkaan tarpeita ja toiveita. Asiakas odottaa saavansa sitä, mitä

esitteissä ja Internet-sivuilla on luvattu. Siksi tuotteen on oltava selkeästi kuvattu ja oikeille kohderyhmille suunnattu. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 220.)

Internet on helpottanut matkailutuotteiden ”varastoimista”, sillä verkossa informaatio ja mielikuvat ovat säilytettävissä sekä muunneltavissa. Markkinointimateriaalin tuottaminen verkkoon on edullista ja helppoa. Internet on helpottanut huomattavasti tiedonhankintaa kohteista, kulkuyhteyksistä ja majoitusvaihtoehdoista, ja yhä useampi matkailija suunnittelee ja varaa itse matkansa. Erilaisten järjestelmien kehittyessä matkailutuotteiden varaus- ja ostaminen on nopeaa, ja kommunikointi palveluntarjoajan ja asiakkaan kanssa vaivatonta. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 280–281.)

2.2 Markkinointiviestinnän kilpailukeinot

Markkinointiviestinnän kilpailukeinoja ovat henkilökohtainen myyntityö, mainonta, myynninedistäminen ja suhdetoiminta. Markkinointiviestinnällä ei pyritä vaikuttamaan pelkästään kuluttajiin, vaan myös muihin sidosryhmiin sekä yrityksen omaan henkilöstöön. Sidosryhmille markkinoitaessa pyritään luomaan kannattavia sopimuksia, jotka palvelevat yritystä parhaalla mahdollisella tavalla. Nykyisessä markkinointiajattelussa myös yrityksen sisäinen markkinointi on huomioitu eli yrityksen tuotteet ja palvelut yritetään myydä omalle henkilöstölle. (Vuokko 2003, 15–17.)

Mainonta on maksettua julkista viestintää, joka on suunnattu suurelle kohderyhmälle. Mainonnalla ei luoda henkilökohtaisia suhteita ja vuorovaikutusta, vaan sillä halutaan tuoda tuote ja yritys tunnetuksi markkinoilla sekä luoda ja vahvistaa imagoa. Tavoitteena on saada viesti suoraan perille ns. AIDA-mallin mukaan: Attention – huomio, Interest – mielenkiinto, Desire – ostohalu ja Action – toiminta eli ostaminen. Nykyisin mainonta enemmän informoivaa kuin tyrkyttävää, jotta asiakas tuntisi itsensä tärkeäksi ja saisi tehdä ostopäätöksensä omien kriteereidensä mukaan. (Vuokko 2003, 193; Sipilä 2008, 135.)

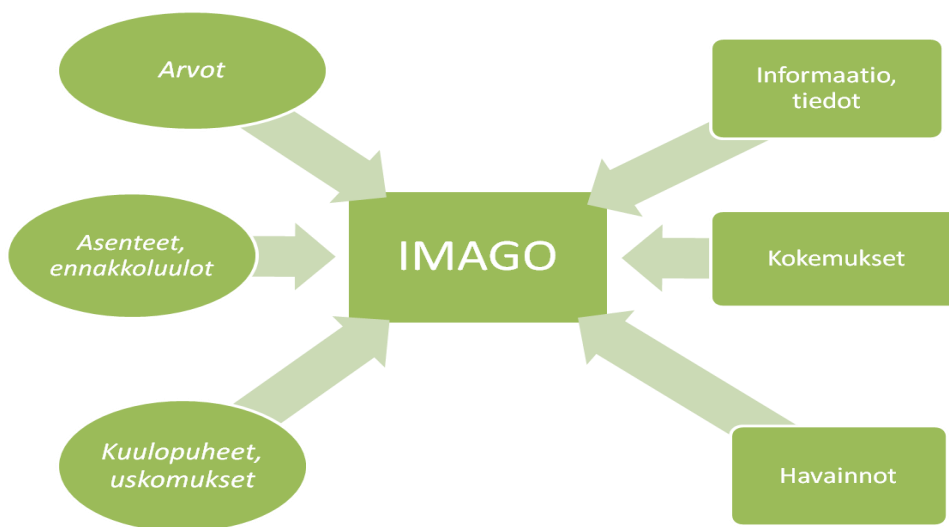
Markkinoinnissa suhdetoiminnalla eli PR:llä (eng. Public Relations) on tärkeä merkitys, sillä sen avulla luodaan ja vaikutetaan yrityksen imagoon. Suhdetoiminnan tavoitteena on luoda ja ylläpitää pitkäaikaisia suhteita yrityksen kannalta tärkeisiin sidosryhmiin. Suhdetoiminta voidaan jakaa kahteen luokkaan: yrityskuvan luomiseen ja ylläpitoon liittyvään suhdetoimintaan sekä tuotteen tai palvelun markkinointiin liittyvään suhdetoimintaan. Asiakassuhdemarkkinoinnilla (CRM, Customer Relationship Marketing) pyritään luomaan ja ylläpitämään suhteita asiakkaisiin. Markkinointi pyritään räätälöimään ja kohdistamaan erilaisena eri asiakkaille, jotta se olisi henkilökohtaisempaa. Yksi esimerkki asiakassuhdemarkkinoinnista on kanta-asiakasohjelmat, joilla asiakasta palkitaan ja muistetaan asiakkuudesta eri tavoin. (Bergström & Leppänen 2007, 407–409; Vuokko 2003, 279.)

Matkailuyritykset kilpailevat keskenään palveluilla eivätkä konkreettisilla tuotteilla, sillä tuotteet ovat usein samoja tai samankaltaisia kaikissa matkailuyrityksissä. Niinpä markkinoinnissa pelkkä ulkoinen eli massamarkkinointi ei riitä, vaan tarvitaan myös asiakkaan toteuttamaa markkinointia, myyntipaikkamarkkinointia, vuorovaikutteista markkinointia ja yrityksen sisäistä markkinointia. Myyntipaikkamarkkinoinnissa palvelua markkinoidaan esitteillä, mainoksilla ja julisteilla, kun taas vuorovaikutteisessa markkinoinnissa pyritään henkilökohtaisempaan viestintään. Yrityksen sisäinen markkinointi on palveluyrityksessä erittäin tärkeää, sillä motivoitunut ja sitoutunut henkilökunta on tuloshakuisempi ja palvelee asiakkaita paremmin. (Ahola, Koivumäki & Oinas-Kukkonen 2002, 27–28.)

2.3 Yrityksen imago

Yrityksen imago eli mielikuva yrityksestä vaikuttaa hyvin vahvasti asiakkaan ja muiden sidosryhmien päätöksentekoon ja valintoihin. Imagolla on myös merkitystä henkilöstölle, sillä hyvällä imagolla yrityksen on helpompi saada hyviä ja motivoituneita työntekijöitä. Asioista ja organisaatioista voi syntyä mielikuvia, vaikkei niistä tietäisikään kuin hyvin vähän. Ennakoasenteet ja yleistyksen voimat voivat myös vaikuttaa mielikuviiin. Yritys ei siis voi itse päättää omaa imagoaan, mutta se voi vaikuttaa siihen markkinointiviestinnän keinoin. (Vuokko 2003, 104–105.)

Yrityksen imagon tietoinen rakentaminen aloitetaan tavoiteimagon määrittelyllä. Imagon rakentaminen ja ylläpitäminen vaatii kaikkien markkinointiviestinnän kilpailukeinojen kokonaisvaltaista hyödyntämistä. Kaikki mitä yritys tekee ja sanoo tai miltä yritys näyttää, vaikuttaa mielikuvaan. Mainonta on helppo luoda halutun imagon mukaiseksi, mutta henkilöstön käyttäytyminen vaikuttaa asiakkaiden kokemuksiin ja sitä kautta mielikuviin. Niinpä sisäisellä markkinoinnilla ja suhdetoiminnalla on myös suuri merkitys mainonnan lisäksi. (Vuokko 2003, 111–116.)



Kuvio 1. Yrityskuvan elementit (Vuokko 2003, 111).

Yrityksen mielikuvan luomisessa on sen visuaalisella ilmeellä oma vaikutuksensa. Internet-sivut, logot, käyntikortit ja toimistojen sisustus viestittävät yrityksen ideologiasta ja vahvistavat ihmisten käsityksiä yrityksestä ja sen toiminnasta. Imagoa rakennettaessa olisi siis hyvä miettiä, mitä ympärille halutaan viestiä yrityksen arvoista ja päämääristä. Visuaalisen ilmeen tulisi olla samankaltainen kaikissa yrityksen julkaisuissa sekä kaikessa näkyvässä, kuten kylteissä ja henkilökunnan työasuissa. (Sipilä 2008, 204–206.)

2.4 Sähköinen markkinointiviestintä

Markkinointiajattelu on muuttunut asiakaskeskeisempään suuntaan Internet-aikakaudella. Nykyisin markkinointi tarkoittaa laajempaa käsitystä koko yrityksen liiketoiminnasta ja se kohdistetaan yhä pienemmille kohderyhmille. Perinteinen mainonta ei tavoita enää yhtä suurta joukkoa kuin ennen, ja massamedian merkitys on pienentynyt. Markkinointi muuttuu yhä enemmän suhdeajatteluksi, jossa tavoitteena on herättää kiinnostusta ja saada aikaan vuorovaikutusta yritysten, asiakkaiden ja eri sidosryhmien välille. (Juslén 2009, 4.)

Markkinointikanavana Internet tarjoaa monia mahdollisuuksia, sillä se pystyy varastoi-
maan ja julkaisemaan suunnattoman määrän tietoa. Esimerkiksi esitteiden painattami-
nen ja päivittäminen on hankalampaa paperiversiona kuin Internetissä. Myös kommu-
nikointivälineenä yrityksen ja asiakkaan välillä Internet tarjoaa mahdollisuuksia ja help-
poutta. Kotisivujen ansiosta asiakas saa tarvitsemaansa informaatiota päivästä ja kel-
lonajasta riippumatta. Internet-sivut ovat myös helpot ja nopeat päivittää, joten niiden
voidaan olettaa sisältävän ajankohtaista tietoa. (Ahola ym. 2002, 38–40.)

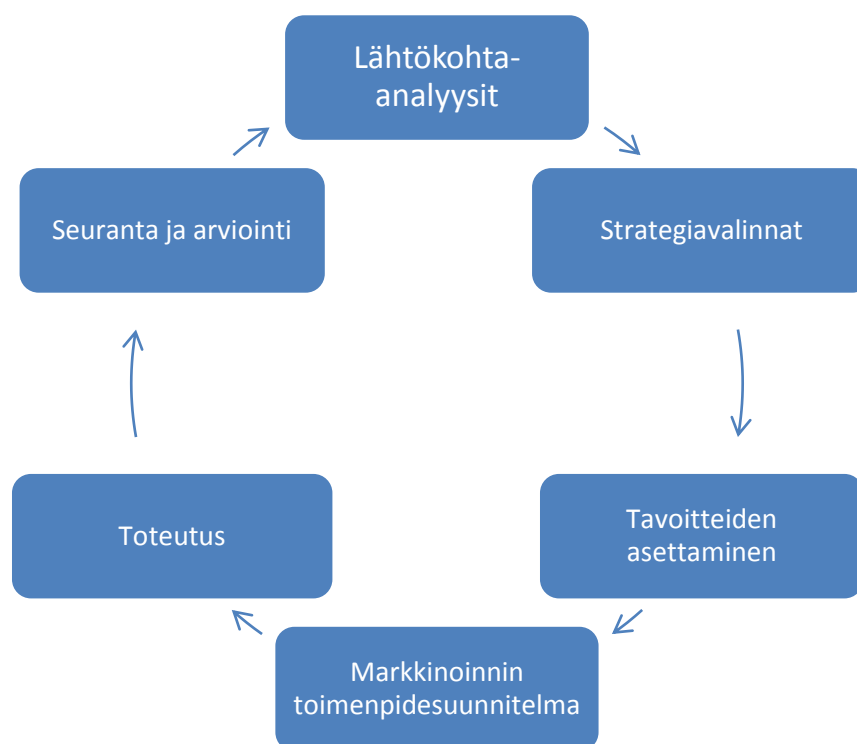
Internet eroaa muista markkinointikanavista siinä, ettei sen kustannuksia lasketa mai-
nostilan tai -ajan mukaan kuten esimerkiksi lehdissä ja televisiossa. Tietoa voi siis tarjo-
ta rajattomasti ja ympäri vuorokauden. Verkossa on myös mahdollista jäljittää käyttäji-
en liikkumista ja vuorovaikutusta, jolloin asiakkaista saadaan kerättyä tarkempaa tietoa
ja mainonta voidaan kohdistaa tietyille ryhmille. Asiakassegmenttien mukaan suunnitel-
tujen mainoskampanjoiden avulla asiakkaat saadaan osallistumaan yrityksen markki-
nointiprosessiin. Kun viestintä yrityksen ja asiakkaan välillä tuntuu henkilökohtaisem-
malta, saadaan myös palautetta helpommin ja markkinointiviestintää voidaan kehittää
yhä lisää. (Ahola ym. 2002, 144.)

Suhdemarkkinoinnissa asiakas ja myyjä ovat interaktiivisessa vuorovaikutuksessa kes-
kenään. Internetissä suhdemarkkinointia ovat käytännössä mm. sähköpostit, uutisryh-
mät ja postituslistat sekä yrityksen sisäisessä markkinoinnissa intranet. Ideana on pystyä
tydyttämään asiakkaan yksilölliset tarpeet ja sitä kautta lisäämään asiakkaan uskalli-
suutta. Kun asiakas luottaa yritykseen ja uskaltaa antaa tietoa sähköisessä muodossa,

voidaan markkinointiviestintää räätälöidä ja personoida asiakkaan tarpeiden mukaisesti. (Ahola ym. 2002, 153–162.)

2.5 Markkinointiviestinnän suunnittelu

Yrityksen markkinointisuunnitelmassa määritellään tietyn aikavälin tavoitteet yrityksen markkinoinnista. Suunnitelman on lähtökohtaisesti perustuttava yrityksen arvolupaukseen ja oltava käytännönläheinen. Suunnitelma alkaa nykyisen markkinatilanteen analysoinnista ja SWOT-analyysistä sekä asiakassegmenttien määrittelystä (kuvio 2). Markkinointisuunnitelmassa on tärkeää asettaa myös markkinoinnin tavoitteet eli miten sen halutaan vaikuttavan myyntiin ja markkinaosuuteen. Lopuksi tehdään toimintasuunnitelma, jolla näihin tavoitteisiin päästään tietyssä aikataulussa. Markkinointisuunnitelmassa voidaan sopia myös jatkotoimenpiteet, joilla arvioidaan tavoitteiden toteutumista ja kehitetään markkinointitoimenpiteitä jatkossa. (Sipilä 2008, 40–43.)



Kuvio 2. Markkinoinnin suunnitteluprosessi (Puustinen & Rouhiainen 2007, 57).

Markkinointiviestinnän suunnittelu pohjautuu yrityksen markkinointisuunnitelmaan, jota tarkennetaan ja yksityiskohtaistetaan eri viestintäkeinojen mukaan. Markkinointiviestinnän suunnittelua voidaan lähestyä eri suunnista. Suunnitelma voidaan tehdä joltain tiettyä viestintäkeinoa, yksittäistä kampanjaa tai vaikka kohderyhmää varten. Ensin on määriteltävä ongelma ja mahdollisuudet, jonka jälkeen voidaan määritellä tavoitteet ja kohderyhmät. Kun on päätetty, mitä markkinointiviestinnän keinoja käytetään, tehdään niiden osalta vielä omat, yksityiskohtaisemmat suunnitelmat. (Vuokko 2003, 133–134.)

3 Matkailuyrityksen Internet-sivut ja Internet-mainonta

Internetin käyttäjien osuus suomalaisista on kasvanut viime vuosina ja kasvaa edelleen. Varsinkin matkailualalla Internetillä on suuri merkitys tiedonhakupälineenä niin matkailualan ammattilaisille kuin matkustajille. Internetistä on helppo löytää tietoa erilaisista matkakohteista sekä tehdä hintavertailuja. Nykyisin matkat myös usein ostetaan Internetin välityksellä, ja matkailutuotteet ovatkin verkkokaupan suosituin tuote. Houkuttelevat Internet-sivut antavat matkatoimistoille mahdollisuuden tavoittaa myös ne asiakkaat, joita se ei ole ennen tavoittanut. (Ellonen 2009, 2–5.)

3.1 Internetin merkitys mainosvälineenä

Tärkein mediamainonnan muoto Suomessa on painettu viestintä. Sanomalehtien suosio on Suomessa hyvin suuri, ja laajojen levikkien ansiosta ne ovat mainosvälineenä kannattavia. Sanomalehdissä mainonta voidaan helposti kohdistaa tietyille kohderyhmille mm. alueittain tai lehden sisällön ja teemojen mukaan. Esimerkiksi Helsingin Sanomissa ilmestyy kerran viikossa matkailuosio, joka on täynnä matkailuyritysten mainoksia ja tarjousilmoituksia. Lehtien jälkeen tärkein mainosväline on televisio. Se tavoittaa nopeasti suuret kohderyhmät, mutta on mainostajalle melko kallis vaihtoehto. (Bergström & Leppänen 2007, 284–298.)

Jakelukanavana ja markkinapaikkana Internetillä on paljon suurempi merkitys kuin sen syntyäikoina osattiin kuvitella. Välikäsiä ei enää tarvita, kun kuluttajat osaavat etsiä haluamansa netistä itse ja ostaa suoraan valmistajalta tai palveluntuottajalta. Suurin vaikutus Internetillä onkin markkinointikanavana sen tehokkuuden ja mahdollisuuksien takia. Perinteiseen painettuun viestintään verrattuna kustannukset ovat huomattavasti pienemmät ja laskevat koko ajan. Internetin suosiosta huolimatta painetun mainonnan hinta on pysynyt samana. (Haverila 2004, 184.)

Taulukko 1. Internetin käytön ja eräiden käyttötapojen yleisyys 2010, % -osuus väestöstä (Tilastokeskus 2010).

	Käyttänyt Internetiä viim. 3kk aikana	Käyttää yleensä useita kertoja päivässä	Käyttänyt sähköpostia viim. 3kk aikana	Etsinyt tietoa tavaroista tai palveluista viim. 3kk aikana	Ostanut verkon kautta viim. 3kk aikana	Rekisteröitynyt yhteisöpalvelun käyttäjäksi
16–24v	99	76	91	80	46	83
25–34v	100	78	96	94	64	76
35–44v	96	65	89	84	58	44
45–54v	92	53	79	80	42	29
55–64v	75	43	61	60	25	15
65–74v	43	19	35	32	9	5
Miehet	87	59	76	76	41	40
Naiset	85	54	78	70	42	43
Yht.	86	56	77	73	41	42

Tilastokeskuksen tekemän tutkimuksen mukaan jo 86 prosenttia suomalaisista käyttää Internetiä. Nuoremmissa ikäluokissa lähes kaikki käyttävät nettiä, mutta vanhemmissa ikäluokissa kasvu on ollut suurinta. 65–74 -vuotiaiden osuus kasvoi vuodessa 10 prosenttiyksikköä. Internetiä käytetään myös useammin kuin ennen, sillä yli 70 prosenttia suomalaisista käyttää sitä päivittäin. (Tilastokeskus 2010.)

Sosiaalisen median kasvu on tuonut yrityksille lisää mahdollisuuksia Internet-mainontaan. Erilaiset yhteisöpalvelut, kuten esimerkiksi Facebook, kasvattavat käyttäjiään jatkuvasti kaikista ikäluokista (taulukko 1.). Yhteisössä on mahdollista luoda yritykselle oma käyttäjäprofiili tai fanisivut, joiden kautta voi tavoittaa uusia asiakkaita sekä jakaa mainoksia ja informaatiota kätevästi. Mainosten kohdistaminen suoraan omalle kohderyhmälle on myös mahdollista sosiaalisen median sivustoilla. Lisäksi asiakkaat jakavat sivustoilla tietoa ja mielipiteitä yrityksistä keskenään, jolloin suusta suuhun -markkinointi on hyvin nopeaa. Tämä on yrityksen kannalta sekä hyvä että huono asia, sillä hyvät ja huonot kommentit leviävät yhtä nopeasti. (Ellonen 2009, 31–34.)

3.2 Yrityksen verkkopalvelun suunnitleminen

Laadukas verkkopalvelu on suunniteltu asiakkaan tarpeiden mukaan ja se vastaa asiakkaan odotuksia. Internet-sivut ovat osaltaan luomassa yrityksen imagoa, joten niiden täytyy olla persoonalliset ja yrityksen muun markkinointimateriaalin mukaiset. Asiakkaan kannalta on tärkeää, että sivut ovat yksinkertaiset käyttää, sillä asiakkailta on usein vähän kärsivällisyyttä. Sivujen tulee siis toimia hyvin ja ilman ruuhkia, koska miellyttävät sivut antavat luotettavan ja laadukkaan kuvan yrityksestä. (Peelen 2005, 323–327.)

Verkkosivujen suunnittelun pääkohteet ovat palvelun sisältö, graafinen ilme, käyttöliittymä ja tekninen toteutus. Sisältö on palvelun keskeinen elementti, jota graafinen ilme vahvistaa ja tukee. Koska sivut tehdään ensisijaisesti asiakkaita varten, on suunnittelu ja testaus tehtävä huolellisesti. Testauksilla varmistetaan sivujen toimivuus ja helppokäyttöisyys. Suunnittelussa ja toteutuksessa voidaan käyttää ulkopuolista konsulttia, jos henkilökunnalla ei ole tarvittavaa osaamista. Sivuja pystytään useimmiten kuitenkin ylläpitämään ja päivittämään omatoimisesti. (Koskinen 2004, 198–199.)

3.3 Internet-sivujen markkinointi

Omalle verkkopalvelulle voi saada lisää kävijöitä mm. mainostamalla sivujen osoitetta. Internet-sivuja voi mainostaa kaikilla markkinointikanavilla, joilla yritys mainostaa muutenkin. Sivujen osoitteen tulisi löytyä mahdollisimman monesta paikasta, kuten Internetin hakupalveluista ja toimialaan liittyviltä muilta sivuilta sekä kaikesta yrityksen markkinointimateriaalista. Kaikkiin mainoksiin kannattaa siis merkitä Internet-sivujen osoite. Omia sivuja voi mainostaa myös toisilla sivuilla pop-up mainoksena, joka ilmestyy sivun avautuessa ja toimii linkkinä omalle sivulle. (Peelen 2005, 318–321.)

Hakukonemarkkinointi ja hakukoneoptimointi ovat eräitä markkinointivälineitä, joilla sivujen käyttäjämäärää voidaan kasvattaa. Yritys voi itse vaikuttaa siihen, millaisilla hakusanoilla sen sivuille ohjaututaan. Tämä on kohderyhmäajattelun kannalta erittäin hyödyllistä, sillä tällöin sivuilla vierailevat vain ne asiakkaat, jotka ovat aidosti kiinnostuneita yrityksestä tai sen tuotteista. Hakusanat kannattaa valita tarkkaan, jottei tule väärinymmärryksiä ja jotta sivut varmasti tavoittavat oikean kohderyhmän. (Sipilä 2008, 157–159.)

4 Suomi-Seuran Matkatoimisto Oy:n Internet-sivujen uudistamisprojekti

Tämän raportin tarkoituksena on selventää Suomi-Seuran Matkatoimiston Internet-sivujen uudistamisprojektin taustaa, tavoitteita sekä perustella projektin tarpeellisuutta. Raportissa on kuvattu projektin eteneminen suunnitteluvaiheesta uusien sivujen toteutukseen ja julkaisuun. Lopuksi arvioidaan projektin tulos sekä pohditaan ylläpito- ja kehittämisehdotuksia tulevaisuudelle.

4.1 Suomi-Seuran Matkatoimisto Oy

Suomi-Seuran Matkatoimisto Oy on pieni suomalainen matkatoimisto, joka on erikoistunut kaukomatkoihin. Matkatoimisto on perustettu vuonna 1959, jolloin se oli osa Suomi-Seura ry:tä. Suomi-Seura järjesti matkoja suomalaisille siirtolaisille ja heidän sukulaisilleen ja suurin osa matkoista lennettiin Pohjois-Amerikkaan. Vuonna 1979 Suomi-Seuran Matkatoimisto kuitenkin eriytettiin seuran muusta toiminnasta, ja vuonna 1997 matkatoimistosta tuli itsenäinen osakeyhtiö. Matkoja myydään nykyisin kaikille eikä ostaminen edellytä seuran jäsenyyttä. Suomi-Seuran Matkatoimisto Oy kuuluu SMALiin, on IATA-valtuutettu sekä PATAn (Pacific Asia Travel Association) Suomen osaston jäsen. Matkatoimistossa työskentelee 8 matkailualan ammattilaista, jotka räätälöivät matkoja yksilöllisesti asiakkaiden toiveiden mukaan. (Suomi-Seuran Matkatoimisto Oy 2010.)

4.2 Lähtökohta

Suomi-Seuran Matkatoimisto halusi uudistaa koko markkinointimateriaalinsa sekä tehostaa Internet-markkinointia. Koko uudistusprojekti aloitettiin uusien Internet-sivujen suunnittelulla ja toteutuksella. Ideoita uusiin sivuihin haettiin muiden vastaavien matkatoimistojen Internet-sivuilta mm. Ruotsista ja Englannista. Näiden pohjalta alettiin suunnitella sivuille omannäköistä teemaa väreistä ja rakenteesta. Matkatoimiston vanhoista sivuista ei haluttu säilyttää mitään, vaan sivut uudistettiin täysin.

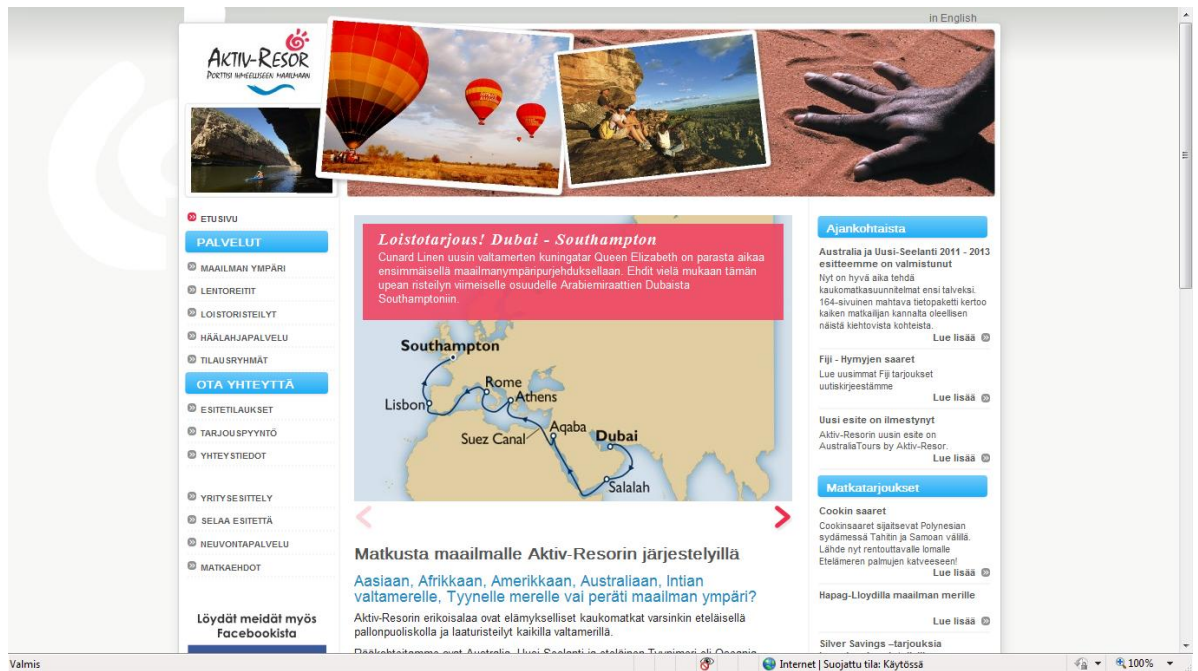
4.2.1 Suomi-Seuran Matkatoimiston vanhat Internet-sivut

Suomi-Seuran Matkatoimiston aiemmat Internet-sivut (liite 1) eivät antaneet oikeanlaisia kuvia matkatoimistosta. Sivujen visuaalinen ilme oli vanhanaikainen, eikä se viestittänyt ammattimaisesta toiminnasta. Matkatoimiston kilpailuetuna on henkilökohtainen palvelu, jolla taataan asiakkaille yksilölliset, räätälöidyt matkapaketit. Internet-sivujen tulisi viestiä näitä samoja arvoja ja ylläpitää matkatoimiston imagoa. Tylsät ja ajastaan jäljessä olevat Internet-sivut eivät houkuttelleet tarpeeksi uusia asiakkaita eivätkä antaneet matkatoimistosta haluttua imagoa.

Aiempiä sivuja oli myös hankala käyttää. Esimerkiksi etusivu jatkui pitkälle alas ja sivua sai rullata kauan. Yläpalkista pääsi kätevästi tarjouspyyntölomakkeisiin sekä yrityksen yhteystietoihin, mutta jos halusi takaisin matkakohteisiin, oli palattava etusivun kautta. Etusivun vasemmassa laidassa oli listattuna kaikki matkakohteet ja -teemat sekä tarjoukset. Jokaisen linkin alta löytyi vielä lisää linkkejä, joten lista oli melko pitkä ja sekava. Kohdesivut olivat myös epäyhdenmukaiset, sillä osasta kohteista oli pieni info ja toisista pelkät hinnastotaulukot. Kaikista kohteista taas ei ollut hinnastoa ollenkaan. Hinnastoissa oli myös mainittuna tietyn paketin hotelli, mutta hotellista ei ollut kerrottu mitään.

4.2.2 Kilpailijoiden Internet-sivujen vertailu

Ideoita uusiin Internet-sivuihin haettiin muiden vastaavien matkatoimistojen sivuilta. Muilta sivuilta yritettiin löytää niitä piirteitä, jotka sopisivat antamaan toivottua mielikuvaa Suomi-Seuran Matkatoimistosta. Suomalaisten kilpailevien matkatoimistojen Internet-sivut ovat kaikki hyvin erilaisia ja omannäköisiä. Esimerkiksi Aktiv-Resorin (kuva 1) sivut ovat visuaalisesti melko vaatimattomat. Etusivuilla näkyy kaikki kohteet, tarjoukset sekä ajankohtaiset uutiset. Helin Matkojen sivut (<http://www.helinmatkat.fi>) ovat informaatiotäyteiset. Kuvia sen sijaan on käytetty melko vähän. Kaleva Travel on taas halunnut kaiken etusivulle: paljon tekstiä ja linkkejä sekä pieniä kuvia (<http://www.kalevatravel.fi>). Kaikilla matkatoimistoilla sivut ovat kuitenkin omannäköiset ja väriteema on yhdenmukainen.



Kuva 1. Aktiv-Resor (<http://www.aktiv-resor.fi>).

Mielenkiintoisempia ja modernimpia sivuja löytyi ulkomaalaisilta matkatoimistoilta. Esimerkiksi Prestbury World Wide Resorts sivujen (kuva 2) selkeys ja väritys miellyttivät. Sivulla on paljon kuvia ja matkahakukone, joten unelmaloma on helppo löytää. Matkahakukone oli samantyyppinen, jollaisen halusimme myös Suomi-Seuran Matkatoimiston uusille sivuille.



Kuva 2. Prestbury World Wide Resorts (<http://www.prestburyworldwideresorts.co.uk>).

Ruotsalaisen World Travel Teamin (<http://www.worldtravelteam.se>) sivut ovat myös hauskat, mutta taustalla olevat logot hieman häiritsevät. Fieldwood Travelin Internet-sivujen etusivulla (<http://www.fieldwood.se>) on yksi iso kuva, joka vaihtuu muutaman sekunnin välein. Sivujen värimaailma on muuten yksinkertaisesti musta, joskin hieman synkkä eikä ehkä niin houkutteleva. Vaihtuvaa kuvaa on myös Pan Pacific Travelin sivuilla (<http://www.panpacifictravel.se>).

Yhdysvaltalaisen häämatkoihin erikoistuneen Romance Travel Conciergen Internet-sivujen rakenne (kuva 3) oli lähellä sitä, mitä myös Suomi-Seuran Matkatoimiston sivuille haluttiin. Etusivulla on yksi iso vaihtuva kuva ja sen alla tärkeimmät linkit. Välisivuille siirryttäessä yläosan sekä sivun alalaidan linkit pysyvät, mikä helpottaa sivujen selaamista.



Kuva 3. Romance Travel Concierge (<http://www.romancetravelconcierge.com>).

Sivujen sisältö oli melko perinteinen kaikilla sivuilla: esillä olivat matkakohteet, ajan-kohtaiset tarjoukset sekä matkatoimiston yhteystiedot. Sivuilta löytyi myös mm. varaus- ja maksuehdot sekä lyhyt esittely yrityksestä. Kohdetiedot vaihtelivat hieman yritysten välillä, sillä toiset matkatoimistot myivät räätälöityjä matkoja ja toiset valmiita matkapaketteja. Räätälöityjä matkoja myyvien matkatoimistojen kohde-esittelyt olivat lyhyitä. World Travel Teamin sivuilla oli vain suorat linkin kohteen virallisille matkailusivuille.

4.3 Projektisuunnitelma

Internet-sivujen uudistamisprojektin ensimmäisessä projektikokouksessa luotiin alustava projektisuunnitelma, jossa määriteltiin tavoitteet sekä alustava aikataulu. Samalla hahmoteltiin sivujen visuaalista ilmettä ja pohdittiin Facebook-sivujen luomista. Kun rakenne ja ilme olivat valmiit, aloitettiin kuvien hakeminen sekä tekstien ja kohdetietojen kirjoittaminen.

4.3.1 Tehtävän määrittely ja tavoitteiden tarkentaminen

Projektin tarkoituksena oli luoda Suomi-Seuran Matkatoimistolle täysin uudet Internet-sivut vastaamaan tämän päivän tarpeita. Sivujen sisältö haluttiin uusiksi sekä sivujen graafista ja visuaalista ilmettä virkistää. Uudistettavana oli myös koko ajatusmaailma sivujen rakenteesta sekä mahdollinen interaktiivinen toiminta sivuilla. Tavoitteena oli luoda helppokäyttöiset, visuaalisesti houkuttelevat ja modernit Internet-sivut, joiden avulla pystytään houkuttelemaan entistä laajempaa asiakaskuntaa.

Uudet Internet-sivut haluttiin uusilla teknisillä ratkaisuilla:

- uusi ilme - ostohaluja herättävä - selkeä, helppo rakenne
- mahdollisimman visuaalinen, ei kuitenkaan liian paljon liikkuvia palasia
- viimeisimmät tekniset ratkaisut
- helppo ylläpitää - joustavat ja helposti muuteltavat
- hyvä ja helppo päivitysmahdollisuus, myös hintataulukot joko siirtona Excel-
taulukoista tai päivitys järjestelmässä
- uutiskirjetilaus tai vastaava (ryhmäsähköposti)
- jonkinlainen matka-automaatti (nykyisen tarjouspyyntölomakkeen tilalle)
- yhteyksiä varausmoottoreihin (esim. autoja, hotelleja)
- hakusanaoptimointi
- Facebook-sivut

Sivuihin haluttiin saada myös kaupallisuus mukaan sekä matkatoimiston ideologia ”Luomme unelmia ja tarjoamme palveluita”.

4.3.2 Organisaation kuvaus ja alustava aikataulu

Projektin suunnittelu alkoi alkusyksyllä 2010 ja itse projekti marraskuussa 2010. Opin-
näytetyöntekijä oli projektissa mukana alusta asti. Lisäksi projektin organisaatioon kuu-
lui Suomi-Seuran Matkatoimiston toimitusjohtaja Riikka Kailaheimo sekä tuotteista
vastaava Seppo Anttila. Yhteistyökumppanina ja sivujen teknisenä toteuttajana oli Off
Road Promotion & Management Oy. Sivujen visuaalinen ilme, värimaailma ja rakenne
hahmoteltiin ja suunniteltiin yhdessä Off Roadin kanssa.

Aikataulu

Marraskuu 2010:	- Sivujen visuaalinen ilme sekä rakenne - Sisällön hahmottelua
Joulukuu 2010:	- Visuaalinen ilme ja rakenne valmiiksi
Tammi-, helmi- ja maaliskuu 2011:	- Sisältö
Huhtikuu 2011:	- Sivujen viimeistely ja muokkaaminen - Sivujen kokeilua ja arviointi
Toukokuu 2011:	- Sivut julkaistaan - Projektin arviointi ja jatkotoimenpiteet

4.3.3 Riskit

Suurimpana riskinä projektissa oli aikataulujen yhteensovittaminen sekä aikatauluissa
pysyminen. Loppuvuodesta 2010 matkatoimiston omaa henkilökuntaa työllistivät Mat-
ka 2011 -messujen järjestäminen, joten sivujen suunnitteluun ja sisällön tuottoon ei
jäänyt paljoa aikaa. Siksi alkuperäinen tavoite saada sivut valmiiksi ennen messuja hylät-
tiin jo hyvissä ajoin ja realistisemmaksi tavoitteeksi asetettiin kevät 2011. Projektin toi-
sena riskinä voidaan pitää tavoitteiden toteutumista eli sivujen helppokäyttöisyyttä. Si-
vut sisältävät niin paljon materiaalia, että niiden jäsenteleminen selkeästi voi olla hanka-
laa.

4.4 Prosessikuvaus

Suomi-Seuran Matkatoimiston uusien Internet-sivujen suunnittelu aloitettiin rakenteen ja visuaalisen ilmeen hahmottamisella. Sivuihin haluttiin helppokäyttöiset ja modernit luomaan matkatoimistolle uutta ammattitaitoista ja kiinnostavaa imagoa. Sivujen sisältö eli tekstit, hotelli- ja hintatiedot sekä kuvat suunniteltiin ja etsittiin jokaiselle kohteelle sekä matkapaketille erikseen. Uusien Internet-sivujen lisäksi matkatoimistolle avattiin fanisivut yhteisöpalvelu Facebookiin.

4.4.1 Visuaalinen ilme

Visuaalisen ilmeen ja värien suunnittelussa käytettiin lähteenä mm. Helsingin Sanomien tutkimusta ”Semioottinen analyysi, matkailuilmoitukset” (Matkailumainonnan semioottinen analyysi Valores Consult / lokakuu 2010). Tutkimuksessa on analysoitu matkailumainosten värien, myyttien, kuvien, tekstin sekä taiton merkitystä kohderyhmän tavoittelussa. Tutkimuksen mukaan esim. sininen ja valkoinen väri viestivät kirkasta säätä, raikasta ilmaa ja vettä, vuoristoa, purjehtimista tai lumilomaa. Ne ovat fyysisesti rentouttavia värejä. Kirkas sininen symbolisoi uskoa, toivoa, henkisyttä ja ajattomuutta. Myös kuvien valinnalla on merkitystä, sillä esim. maisemakuvat viestivät levosta, rauhasta ja ylellisyydestä kun taas kuvat, joissa on paljon ihmisiä viestittävät hauskanpidosta, liikkumisesta ja huvittelusta.

Visuaalisen ilmeen suunnittelu ja toteutus oli helppoa, sillä kaikilla projektiin osallistuvilla oli melko samankaltainen käsitys siitä, millaiset sivut halutaan. Vaikutteita ja ideoita haettiin muiden matkatoimistojen sivuilta ja niiden avulla saatiin syntymään omanlainen visuaalinen maailma. Tärkeimpinä elementteinä pidettiin houkuttelevuutta ja raikasta väritystä. Etusivulle haluttiin saada kaikki tarpeelliset linkit, matkahakukone, yrityksen yhteystiedot sekä ajankohtaiset tarjoukset (liite 2). Ilmeestä haluttiin kuitenkin selkeä ja yksinkertainen. Värikkäillä kuvilla sivuista saatiin houkuttelevat ja kaupalliset.

Suomi-Seuran Matkatoimiston vanha sini-vihreä logo uusittiin myös nykyaikaisemmaksi. Uudessa logossa on sininen tausta, jossa lukee valkoisella Suomi-Seuran Matkat, Est. 1959. Vanhassa logossa ei ollut tekstiä, vaan teksti oli logon vieressä. Suomi-Seuran Matkatoimiston vanhoissa markkinointimateriaaleissa ja Internet-sivuilla oli ollut ennenkin paljon sinistä, joten se oli luonteva valinta logon väriksi. Uudella logolla toivotaan saatavan lisää tunnettuutta sekä erottuvuutta kilpailijoihin. Logon on tarkoitus olla esillä kaikessa matkatoimiston markkinointimateriaalissa.



Kuva 4. Suomi-Seuran Matkatoimiston uusi logo.

Internet-sivujen pääväriksi valittiin samanlainen sininen kuin logossa, jotta yrityksen visuaalinen teema olisi yhtenäinen. Sininen on rentouttava väri ja se henkiä ajattomuutta. Sinisellä pohjalla myös värikkäät kuvat pääsevät hyvin esiin. Etusivulla on yksi iso, vaihtuva kuva sekä maapallokartta. Isoilla vaihtuvilla kuvilla mainostetaan ajankohtaisia tarjouksia, suosituimpia kohteita tai muuta kiinnostavaa (kuva 5). Maapallokarttaan on merkitty pienillä punaisilla pisteillä matkatoimiston kohdemaat. Pisteet ovat samalla linkkejä kohdesivuille.

4.4.2 Sivujen rakenne ja sisältö

Sivujen rakenne haluttiin mahdollisimman helppokäyttöiseksi ja asiakasystävälliseksi. Lähdimme siitä, että etusivulla on oltava kaikki tarpeelliset linkit sekä tiedot tarjouksista ja ajankohtaisista matkakohteista. Tarkoituksena on, että sivuilla vieraileva löytää haluamansa jo etusivulta ja pääsee suoraan linkillä tarvitsemiinsa tarkempiin tietoihin. Etusivulla on myös pieni info yrityksestä sekä yhteystiedot. Sivuille haluttiin siis paljon tavaraa, mutta yleisilme haluttiin pitää yksinkertaisena ja selkeänä.

Sivun ylälaudassa on matkatoimiston puhelinnumero sekä pikalinkit Facebookiin ja uutiskirjeen tilaukseen. Ylälaudassa on myös tärkeimmät linkit alisivuille kuten matkakoh-teisiin, tarjouksiin, yritysinfoon ym. Samat linkit löytyvät sivun alareunasta, jonne on myös eritelty jokaisen linkin alaotsikot. Nämä elementit ovat pysyviä, toisin sanoen si-vujen ylä- sekä alaosa ei muutu vaikka sivuilla liikkuisikin alisivusta toiseen. Tämä hel-pottaa sivujen selaamista edestakaisin, kun jokaisen alisivun jälkeen ei tarvitse palata etusivulle. Sivun ylälaudassa on myös linkki tarjouspyyntölomakkeeseen.



Kuva 5. Uusi etusivu (<http://www.suomiseuranmatkat.fi/>).

Suomi-Seuran Matkatoimiston vanhoilla sivuilla alisivut oli jaoteltu maanosien, matka-kohteiden, matkateemojen ja tarjouskohteiden mukaan, niin että kaikki linkit olivat se-kalaisessa järjestyksessä yhdessä listassa. Uusille sivuille halusimme yksinkertaistaa tätä, joten loimme kohde- ja teemajaon uudestaan. Matkakohteet jaoteltiin seuraaviin suu-rempiin alueisiin: Australia ja Oseania, Pohjois-Amerikka, Karibia, Etelä-Amerikka, Aasia, Afrikka, Lähi-itä, Intian valtameren saaret ja Eurooppa. Jokaisen kohteen alta avautuu lisälinkkejä tiettyihin maihin, kaupunkeihin tai tiettyjen teemojen mukaisiin matkoihin. Samat kohteet on merkitty etusivun karttaan, jonka pisteet toimivat linkkei-nä kohdesivuille.

Matkateemat jaoteltiin seuraavasti: ranta, romanttisesti kahden, perheen kanssa, opastetut matkat, kaupunki ja kulttuuri, luonto ja safari, autoilu ja moottoripyöräily, risteily, golf sekä laskettelu. Maailman ympäri -matkat löytyvät Kiertomatkat -alaotsikon alta. Jokaisen teeman alla on luokiteltuna ne kohteet, joihin järjestetään teeman mukaisia matkoja. Matkoja voidaan hakea siis joko kohteen tai teeman mukaan. Näin sivut linkittyvät ristiin ja asiakkaan on helppo löytää etsimänsä.

The screenshot shows the website 'SUOMI-SEURAN MATKAT' with a phone number '09-74228800'. The main content area is titled 'Golfia Baliilla' and features a large image of a golf course. Below the image, there is a search filter for 'Bali' with a temperature of 27°C and a 'Hae matkoja' section with dropdown menus for 'Valitse alue' (Eurooppa), 'Valitse maa' (Unkari), 'Valitse teema' (Kaikki), and 'Valitse lesto' (Kaikki). The package details include: 'Varaa matkasi yhteyteen golfpaketti Baliille!', 'Kolme golfkierrosta 7 yön matkapakettiin, lisämaksu 505 €/henkilö', and 'Kuusi golfkierrosta 12 yön matkapakettiin, lisämaksu 995 €/henkilö'. A list of destinations is provided: 1. Nirwana Bali, 2. Nusa Dua, 3. Bali Handara, 4. New Kuta Golf. The footer contains navigation links: 'Matkakohteet', 'Teemamatkat', 'Lisäpalvelut', 'Hyvä tietää', and 'Suomi-Seuran Matkat'.

Kuva 6. Golfia Balilla.

Matkoja voi etsiä sivuilta siis monella tapaa: sivun ylä- tai alalaidasta matkan teeman tai kohteen mukaan, etusivun maapallokartasta kohteen mukaan tai etusivun matkahakukoneella, jolla matkoja voidaan hakea sekä kohteen että teeman mukaan. Joistain kohteista ja teemoista on myynnissä myös valmiita matkapaketteja. Kaikista kohteista, teemoista ja valmiista paketeista on kirjoitettu pienet infot omille sivuilleen sekä sivun yläkulmassa näkyy senhetkinen kohteen säätieto. Kohdeinfoista pyrittiin tekemään mahdollisimman lyhyet, sillä ajatuksena oli, ettei sivuilla olisi liikaa tekstiä. Ajattelimme, että Internet-aikakaudella monet asiakkaat etsivät matkatoimistojen sivuilta lähinnä hotelli- ja hintatietoja, kun taas kohdeinfoa löytyy monilta muilta sivuilta.

The screenshot shows the website for Suomi-Seuran Matkat. At the top left is the logo with the text 'SUOMI-SEURAN MATKAT' and '1959'. Next to it is the phone number 'Soita 09-74228800'. On the right, there is a search bar and a Facebook link. Below the header is a navigation menu with items: 'Etusivu', 'Pyydä tarjous', 'Kiertomatkan varaus', 'Kaikki kohteet', 'Teemamatkat', 'Kiertomatkat', 'Lisäpalvelut', 'Hyvää tietää', and 'Yritys'.

The main content area is titled 'Karibia' and features a large image of a sea turtle. Below the image is the heading 'Karibia' and a paragraph of text: 'Ota irtiotto arjesta, ja lähde Karibialle kokemaan stressikapaa loma sikkisten hiekkarantojen ja turkoosin meriveden ympäröimänä. Karibianmeren sadoista saarikohteista voi jokainen valita mieleisensä. Vaikka alueelta löytyvät kiistämättä vertaansa vailla olevat rantalomakohteet, on saarilla paljon tarjottavaa myös niille, jotka viettävät lomansa mieluusti hieman aktiivisemmin, vaikkapa vesiturheilun tai golfin merkeissä. Tutustu Karibian kohde-esimerkkeihimme tai ota yhteyttä [asiakaspalveluumme](#)>>'. Below the text is a smaller image of a yellow church building.

On the left side, there is a sidebar with a list of regions: 'Australia ja Oseania', 'Tyynen valtameren saaret', 'Pohjois-Amerikka', 'Karibia' (highlighted), 'Antigua', 'Aruba', 'Curacao', 'Barbados', 'Dominikaaninen tasavalta', 'Jamaica', 'Kuuba', 'Martinique', 'St. Martin', 'Trinidad ja Tobago', 'Lennot', 'Risteilyt', 'Majoitus', 'Etelä-Amerikka', 'Aasia', 'Afrikka', 'Intian valtameren saaret', 'Eurooppa', and 'Lähi-itä'.

On the right side, there is a 'Hae matkoja' panel with dropdown menus for 'Valitse alue' (Eurooppa), 'Valitse maa' (Unkari), 'Valitse teema' (Kaikki), and 'Valitse kesto' (Kaikki), followed by a 'Hae' button.

Kuva 6. Esimerkki kohdesivusta, Karibia.

Suomi-Seuran Matkatoimiston matkat räätälöidään pääasiassa jokaiselle asiakkaalle yksilöllisesti. Halusimme korostaa tätä palveluajatusta sivuilla ja päätimme luopua hinnastotaulukoista, sillä asiakkaiden on hankala lukea ja ymmärtää niitä. Jokaisesta kohteesta ja hotellista laskettiin alkaen -hintaa tietylle aikavälille. Näin asiakas saa edes jonkinlaisen käsityksen matkan hintatasosta, mutta ymmärtää, etteivät hinnat ole välttämättä tarkalleen sitä mitä Internetissä on kerrottu. Myös valmiista matkapaketeista on mainittu esimerkkihinta.

Jotta Internet-sivut palvelisivat asiakkaita parhaalla mahdollisella tavalla, lisäsimme sivuille Hyvä tietää -alaotsikon. Otsikon alta löytyvät mm. matkaehdot sekä lista asioista, jotka kannattaa ottaa huomioon ennen matkaa ja matkan aikana. Yritimme laittaa sivuille kaiken tarpeellisen, mitä oletimme asiakkaiden olevan hyvä tietää. Koska suurin osa matkoista suuntautuu kaukomaihin, laitoimme myös linkin Ulkoministeriön sivuille. Ulkoministeriön matkustustiedotteissa on hyödyllistä tietoa matkakohteiden turvallisuustilanteista ja linkit eri maiden suurlähetystöjen sivuille, joista voi tarkistaa kohde- maan passi- ja viisumivaatimukset.

4.4.3 Facebook-sivut

Suomi-Seuran Matkatoimistolla ei aiemmin ollut Facebook-fanisivuja, ja niiden perustaminen tuli ajankohtaiseksi uusien Internet-sivujen suunnittelun yhteydessä, kun pohdittiin Internetin markkinointimahdollisuuksia. Nykyisin Facebook on monelle yritykselle tärkeä markkinointikanava, sillä sitä kautta tavoittaa suuria asiakasryhmiä. Lähes kaikilla kilpailevilla matkatoimistoilla, joiden sivuilla vierailimme, on omat Facebook-sivut. Suomi-Seuran Matkatoimiston Facebook-fanisivut avattiin tammikuussa 2011 juuri ennen Matka 2011 -messuja.

Facebookissa markkinointi on helppo kohdistaa oikeille kohderyhmille, sillä viestit menevät vain niille, jotka ovat liittyneet Suomi-Seuran Matkatoimiston faneiksi. Etusivulla on tietoa ajankohtaisista tarjouksista sekä mahdollisista kilpailuista ja niiden osallistumisohjeista. Facebook-sivujakin täytyy mainostaa, jotta sivuille saadaan enemmän kävijöitä ja tiedot tarjouksista leviäisivät laajemmalle. Maaliskuuhun 2011 mennessä sivuilla oli noin 260 fania.

4.4.4 Uusien sivujen kokeilu ja arviointi

Jo Internet-sivujen tekovaiheessa sivuja kokeiltiin jatkuvasti, jotta viat saataisiin heti korjattua. Kaikki sivut ja alisivut käytiin yksitellen läpi ja jokainen yksityiskohta tarkastettiin. Halusimme varmistaa, että sivut toimivat asiakkaan näkökulmasta hyvin ja että kaikki teksti ja esimerkkihinnat on esitetty selkeästi ja ymmärrettävästi. Myös linkkien toimivuutta testattiin jo sivujen valmistusvaiheessa.

Projektin aikataulu petti loppuvaiheessa pahasti, sillä kevät oli Suomi-Seuran Matkatoimistossa kiireinen ja Internet-sivujen tekeminen jäi hieman taka-alalle. Hintoja ei saatu laskettua tarpeeksi nopeasti ja sisältöä lähetettyä Off Road Promotion & Management Oy:lle. Niinpä opinnäytetyön valmistuttua sivuja ei vielä voitu arvioida kunnolla. Demo-versiota arvioitaessa ja kokeiltaessa olimme kuitenkin itse tyytyväisiä sivujen visuaaliseen ilmeeseen ja rakenteeseen. Sivujen julkaisun jälkeen sivuja ja koko projektia arvioidaan vielä varsinaisessa projektin loppukokouksessa.

Sivut saadaan julkaistua kesän 2011 aikana osoitteessa www.suomiseuranmatkat.fi. Syksyllä sivuja olisi tarkoitus alkaa markkinoida ja pyytää palautetta asiakkailta. Jotta sivuille saataisiin mahdollisimman paljon kävijöitä, on suunnitelmissa järjestää pieni arvonta, jossa voi voittaa lentoliput. Asiakaspalautteen avulla sivuja voidaan jatkossa päivittää ja muokata vielä asiakasystävällisemmiksi ja helppokäyttöisemmiksi. Loppujen lopuksi vasta käytössä huomataan, miten sivut ovat onnistuneet ja ovatko projektin tavoitteet saavutettu.

4.4.5 Sivujen ylläpito

Suomi-Seuran Matkatoimiston uudet Internet-sivut on tehty teknisesti niin, että matkatoimiston henkilökunnan on helppo päivittää niitä itse. Jotta sivut olisivat aina ajan tasalla ja palvelisivat asiakkaita mahdollisimman hyvin, on sivuja päivitettävä koko ajan. Varsinkin hintatiedot muuttuvat varsin lyhyessä ajassa ja vanhojen hintojen näkyminen sivuilla antaa matkatoimistosta epäammattimaisen kuvan. Internet-sivuilta on löydettävä nopeasti ja helposti kaikki mm. Facebookissa mainostetut tarjoukset sekä ajankohittaiset uutiset. Facebook-sivuja on myös ylläpidettävä jatkuvasti.

Suomi-Seuran Matkatoimisto haluaa jatkaa yhteistyötä Off Road Promotion ja Management Oy:n kanssa, sillä sivut halutaan pitää moderneina jatkossakin. Teknologia ja Internet kehittyvät koko ajan, ja matkatoimisto haluaa käyttää myös tulevaisuuden uusia teknologisia ratkaisuja. Sivujen julkaisun jälkeen Off Roadin kanssa pidetään projektin päätöspalaveri, jossa käydään läpi projektin onnistuminen ja sovitaan yhteistyöstä jatkossa.

5 Pohdintaa

Yrityksen imago eli mielikuva yrityksestä vaikuttaa suuresti asiakkaan valintoihin. Imago muodostuu kaikesta mitä yritys tekee, miten se toimii ja miltä se näyttää. Imagoa ei voi itse päättää, mutta markkinointiviestinnän avulla voidaan rakentaa haluttu imago, jolla vaikutetaan asiakkaiden mielikuviin. Matkailutoimialalla yrityksen imagolla on suuri vaikutus asiakkaiden ostopäätöksiin. Matkatoimistot kilpailevat palveluilla eivätkä yksittäisillä tuotteilla tai hinnoilla. Myytävä tuote on aineeton kokemus, ja sen laadun arvioiminen on hankalaa. Niinpä asiantuntevuus ja luotettavuus ovat niitä asioita, joita matkatoimistojen kannattaa tuoda markkinoinnissaan esiin.

Nykyisin markkinointiajattelu on asiakaskeskeisempää kuin ennen. Markkinointi ei enää ole vain mainontaa ja massamediaa, vaan se tarkoittaa laajempaa käsitystä koko yrityksen liiketoiminnasta. Internetin avulla ihmiset pääsevät etsimään tietoa lähes mistä tahansa mihin vuorokauden aikaan tahansa. Ihmisistä on tullut kriittisempiä, mikä on vähentänyt massamedian merkitystä. Asiakkaat yritetään pitää tyytyväisinä asiakassuhdemarkkinoinnin keinoin mm. imagoa luomalla ja kohdistamalla markkinointia pienemmille kohderyhmille.

Suomi-Seuran Matkatoimiston uusia Internet-sivuja suunniteltaessa nämä asiat yritettiin ottaa huomioon. Sivuihin haluttiin yhdenmukaiset ja selkeät, ja jatkossa yrityksen muu markkinointimateriaali on tarkoitus uudistaa samankaltaiseksi luomaan imagoa. Vanhojen sivujen myyntiajatus on muutettu asiakaskeskeisemmäksi. Uusilla sivuilla on keskitytty enemmän visuaaliseen maailmaan ja kohteiden sekä hotellien markkinointiin. Matkojen hintatiedot eivät ole enää niin suuressa osassa, vaan sivuilla korostetaan yrityksen palveluajatus, jossa matkat ja hinnat räätälöidään jokaiselle asiakkaalle toiveiden mukaisesti.

Internetin käyttäjien osuus on kasvanut viime vuosina ja kasvaa edelleen. Varsinkin matkailualalla Internetillä on suuri merkitys tiedonhakuvälineenä niin ammattilaisille kuin matkustajille. Nykyisin moni matkustaja etsii ja varaa matkansa itse suoraan Internetistä, ja matkailutuotteet ovatkin verkkokaupan suosituin tuote. Suomi-Seuran Matkatoimiston sivuilta ei voi suoraan ostaa matkoja, vaan sivujen kautta voi lähettää tar-

jouspyynnön, johon matkatoimisto vastaa. Sivujen merkitys on siis puhtaasti markkinoida matkatoimistoa ja sen palveluita.

Verkkosivujen suunnittelun pääkohteet ovat sisältö, graafinen ilme, käyttöliittymä ja tekninen toteutus. Koska sivut tehdään ensisijaisesti asiakkaita varten, on suunnittelu ja testaus tehtävä huolellisesti. Suomi-Seuran Matkatoimiston uusien Internet-sivujen suunnittelu aloitettiin tavoitteiden määrittelyllä: uusista sivuista haluttiin helppokäyttöiset, visuaalisesti houkuttelevat ja modernit uusimmilla teknisillä ratkaisuilla. Tarkoitus oli saada mahdollisimman asiakasystävälliset sivut, josta on helppo löytää unelmien loma. Matkatoimistolla oli aiemmin vanhanaikaiset Internet-sivut, jotka eivät vastanneet nykypäivän sivuja niin visuaalisesti kuin rakenteellisesti. Sivut olivat sekavat, värittömät ja hankalat käyttää.

Sivujen suunnitteluvaihe eteni nopeasti ja visuaalinen ilme saatiin luotua juuri sellaiseksi kuin haluttiin. Uudella etusivulla on kaikki tarpeellinen tieto selkeästi jäsenneltynä. Myös rakenne saatiin hahmoteltua nopeasti. Projektin aikaa vievin osa oli sisällön tuottaminen eli matkakohdetietojen ja kuvien etsiminen ja lisääminen. Opinnäytetyöntekijän osuus projektissa oli lähinnä ideoida sivujen rakennetta ja sisältöä sekä auttaa materiaalin etsimisessä. Matkatoimiston oma henkilökunta loi varsinaisen sisällön ja hintatiedot. Suomi-Seuran Matkatoimisto myy matkoja ympäri maailmaa, joten kohteita ja teemoja on paljon. Sivut oli alun perin tarkoitus julkaista toukokuussa 2011, mutta aikataulu ei pitänyt ja sivujen julkaisu siirtyi kesään.

Sosiaalisen median kasvu on tuonut yrityksille lisää mahdollisuuksia Internet-mainontaan. Erilaisissa yhteisöissä on mahdollista luoda yritykselle oma käyttäjäprofiili tai fanisivut, joiden kautta voi tavoittaa uusia asiakkaita sekä jakaa mainoksia ja informaatiota kätevästi juuri omalle kohderyhmälle. Suomi-Seuran matkatoimistolle avattiin Facebook-fanisivut tammikuussa 2011 osana Internet-sivujen uudistamisprojektia. Facebookissa matkatoimisto mainostaa tietyn väliajoin ajankohtaisia tarjouksia sekä muuta mielenkiintoista.

Uusista Internet-sivuista tuli modernit ja visuaalisesti houkuttelevat sekä helppokäyttöiset ja loogisesti rakennetut. Sivut antavat nyt Suomi-Seuran Matkatoimistosta ammattimaisen ja nykyaikaisen kuvan. Sivuja on nyt helppo päivittää itse, joten ne pysyvät moderneina jatkossakin eivätkä jää enää ajastaan jälkeen. Sivujen markkinointi aloitetaan syksyllä 2011, ja jotta sivuille saadaan paljon kävijöitä, on suunnitelmassa järjestää kilpailu, jossa voi voittaa lentoliput. Syksyn aikana Suomi-Seuran Matkatoimiston Internet-markkinointia on muutenkin tarkoitus tehostaa niin kotisivujen, Facebook-sivujen sekä hakukoneoptimoinnin osalta.

Projektia voidaan siis sanoa onnistuneeksi lukuun ottamatta aikataulussa pysymistä. Internet-sivuja olisi alusta asti pitänyt tehdä aktiivisemmin ja organisoidummin, jotta ne eivät olisi unohtuneet taka-alalle muiden projektien joukkoon. Tähän olisi ehkä auttanut selkeämpi työnjako ja yksityiskohtaisempi aikataulu. Sisällön tuottamiseen meni huomattavasti kauemmin aikaa kuin osasimme aluksi kuvitella. Opinnäytetyön valmistuttua sivut olivat suurelta osin vielä kesken juuri kohdetietojen osalta. Niinpä projektin kokonaistulosta ei saatu arvioitua eikä asiakkaiden palautteita analysoitua.

Tulevaisuudessa Suomi-Seuran Matkatoimisto Oy:n olisi hyvä tehdä markkinointitutkimus, josta selviäisi mitkä markkinointikanavat ovat yritykselle tärkeimmät ja mitä kehitettävää markkinoinnissa on. Markkinointitutkimuksessa voidaan selvittää myös matkatoimiston suurimmat asiakasryhmät ja niiden tarpeet, joten myös Internet-sivujen kehittäminen onnistuisi paremmin vastaamaan asiakassegmenttiä. Samalla voitaisiin tutkia yrityksen antamaa imagoa, jotta pystytään arvioimaan antaako markkinointi todella oikeanlaista kuvaa yrityksestä. Suomi-Seuran Matkatoimistolla on hyvät edellytykset lisätä kilpailukykyään tehostamalla markkinointiviestintää. Uudet Internet-sivut ovat ensimmäinen askel eteenpäin yrityksen markkinointiviestinnän uudistamisessa.

Lähteet

Ahola, H., Koivumäki, T. & Oinas-Kukkonen, H. 2002. Markkinointi, liiketoiminta, digitaalinen media. WSOY. Helsinki.

Aktiv-Resor 2010. Etusivu. Luettavissa: <http://www.aktiv.resor.fi>. Luettu 20.12.2010.

Bergström, S. & Leppänen, A. 2002. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 7. painos. Edita. Helsinki.

Ellonen, A. 2009. Internet-markkinoinnin tietopankki. Internet-markkinoinnin opas matkailualan yrittäjille. Opinnäytetyö. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. Porvoo.

Fieldwood Travel 2010. Etusivu. Luettavissa: <http://www.fieldwood.se/>. Luettu 20.12.2010.

Haverila, M. 2004. Marketing in the Digital and Information Age. Tammer-Paino. Tampere.

Helin Matkat 2011. Etusivu. Luettavissa: <http://www.helinmatkat.fi/>. Luettu 15.1.2011.

Juslén, J. 2009. Markkinointi Internetin aikakaudella. Luettavissa: http://www.box.net/services/ipaper_by_scribd/102/260244646/829664/Markkinointi_Internetin_Aikakaudella/shared/gpfyds4f11. Luettu: 26.11.2010.

Kaleva Travel 2011. Etusivu. Luettavissa: <http://www.kalevatravel.fi>. Luettu 23.1.2011.

Koskinen, J. 2004. Verkkoliiketoiminta. Edita Prima Oy. Helsinki.

Peelen, E. 2005. Customer Relationship Management. Ashford Colour Press Ltd. Gosport.

Prestbury World Wide Resorts 2010. Etusivu. Luettavissa:
<http://www.prestburyworldwideresorts.co.uk>. Luettu 20.12.2010.

Puustinen, A. & Rouhiainen, U-M. 2007. Matkailumarkkinoinnin teorioita ja työkaluja. Edita. Helsinki.

Romance Travel Concierge 2010. Etusivu. Luettavissa:
<http://www.romancetravelconcierge.com/>. Luettu: 20.12.2010.

Sipilä, L. 2008. Käytännön markkinointi. Nyt. Otavan Kirjapaino Oy. Keuruu.

Suomi-Seuran Matkatoimisto Oy 2010. Yritys / yhteystiedot / info. Luettavissa:
<http://www.suomiseuranmatkat.fi/?n=14769>. Luettu 27.12.2010.

Tilastokeskus 2010. Jo joka toinen suomalainen käyttää Internetiä useasti päivässä. Luettavissa: http://www.stat.fi/til/sutivi/2010/sutivi_2010_2010-10-26_tie_001_fi.html. Luettu 2.12.2010.

Valores Consult 2010. Matkailumainonnan semioottinen analyysi. PDF-tiedosto.

Vuokko, P. 2003. Markkinointiviestintä merkitys, vaikutus ja keinot. WS Bookwell Oy. Porvoo.

World Travel Team 2010. Etusivu. Luettavissa: <http://www.worldtravelteam.se/>. Luettu 14.1.2011.

Liitteet

Liite 1. Suomi-Seuran Matkatoimisto Oy:n vanhat Internet-sivut.

Etusivu.

Suomi-Seuran Matkat
Yksilöllisiä matkoja jo vuodesta 1979 • soita 09-74228800

Etusivu | Varaa/pyydä tarjous | Tilaa ryhmämatka | Kiertomatkan varaus | Esite ja/tai uutiskirje | Yritys / yhteyshetket / Info

- Yhdysvallat
- Kanada
- Karibia
- Latinalainen Amerikka
- Afrikka
- Intian Valtameren saaret
- Kaukoita
- Australia
- Uusi-Seelanti
- Tyynenmeren saaret
- Lähi-itä
- Maailman ympäri
- Golfia ja elämyksiä
- Eurooppa
- Suomeksi opastetut KIERTOMATKAT
- JOULUNAJAN MATKAT 2011
- RISTEILYT
- Ota MATKAVAKUUTUS
- Vuokraa AUTO
- Varaa HOTELLI
- Erityismatkaehdot
- SUOMI SYDÄMESSÄ

Lue vinkkimme [Kalifornian viinimatkaksi](#)

Ajankohtaista
Lennot Australiaan alk. 1100 €
Yhdistele Kaukoitö ja Australia
Karibialle - Tobagon matkoista alennus 100 €
Risteilyt - myynnissämme eri varustamot
Haluatko ansaita risteilyrahaa 500 euroa /henkilö? Nyt se on mahdollista
Silversean luksuristeilyillä!

Olemme nyt myös Facebookissa
Uutta: ROUTE 66 - arkea ja glamouria
Opastettu matka halki Pohjois-Amerikan
7.-20.6.2011 3330€ - Lue lisää
Muutama paikka jäljellä - toimi pian!
Varaa [jouluamatka](#) ajoissa!

Häämatka, perhe- tai hemmotteluloma

Tutustu suomeksi opastettuihin kiertomatkoihimme

hemmotteluloma
BALI [Lue lisää](#) MAURITIUS [Lue lisää](#)
KARIBIA [Lue lisää](#) HAVAJI [Lue lisää](#)

kiertomatkoihimme
kohteina Eurooppa, Afrikka, Australia, Uusi-Seelanti, Kanada, USA [Lue lisää](#)

Pohjois-Amerikka
Pohjois-Amerikka tarjoaa paljon matkavaihtoehtoja, rantaelämästä autoilu- tai moottoripyöräilömaan, laskettelusta golffaamiseen. Lue lisää [USAn](#) ja [Kanadan](#) matkoista


Australia ja Uusi-Seelanti
Autamme matkansuunnittelussa, neuvoimme ja varaamme. Lennot, hotellit, autot, asuntoautot, kiertomatkat. Lue lisää [Australian](#) ja [Uuden-Seelannin](#) matkoista.

Matkat Afrikasta Australiaan, Balilta Barbadoselle, Havajilta Kalliovuorille
Meille on tärkeää matkojen sisältö. Varaamme palvelut ympäri maailmaa, pyydä tarjouksemme vaikka koko ryhmälle! Matkamme toteutetaan reittilennoin, yksilöllisin toivein. Autamme matkan suunnittelussa, neuvoimme ja varaamme, oli sitten kysymys loma-, rentoutumis-, kokous- tai esiintymismatkasta. Lupaamme matkoillemme hyvän hintalaatusuhteen. **Nimistämme huolimatta matkatoimistomme tarjoaa palvelua kaikille eikä vaadi minkään seuran jäsenyyttä.** Voimme sanoa luntevamme maailman syrjäisemmätkin nurkat melko hyvin.

Toimistomme on avoinna maanantaista perjantaihin klo 09.00 - 17.00, heinäkuussa palvelemme klo 09 - 16.30 tai sopimuksen mukaan.
Soita 09 - 74228800, service@suomiseuranmatkat.fi
Tervetuloa! Marjankatu 8, Kruunuhaka, Helsinki.

IATA PATA


Suomi-Seuran Matkatoimisto Oy | Marjankatu 8, 00170 Helsinki | Puhelin 09-74228800 Fax 09-278 3144



Suomi-Seuran Matkat
Yksilöllisiä matkoja jo vuodesta 1979 ☎ soita 09-74228900

Etusivu
Varaapyydä tarjous
Tilaa ryhmämatka
Kiertomatkan varaus
Esite ja/tai uutiskirje
Yritys / yhteystiedot / info

- Yhdysvallat
 - Florida
 - Havaiji
 - Los Angeles
 - New York**
 - San Francisco
 - Muut matkapaikat
 - Lennot
 - Busimatkat
 - Autot ja autolupakit
 - Opastettu Route 66 7.-20.6.2011
 - San Francisco, Havaiji ja Los Angeles 28.11.-8.12.2011
 - Moottoripyöräily, erillispaketti
 - Lento-moottoripyöräpaketti
- Kanada
- Karibia
- Latinalainen Amerikka
- Afrikka
- Intian Valtameren saaret
- Kaukoita
- Australia
- Uusi-Seelanti
- Tyynenmeren saaret
- Lähi-itä
- Maailman ympäri



Etusivu >> Yhdysvallat >> New York

NEW YORK MATKAPAKETIT

New York 4 vrk

Hotelli	alk. €/hlo	lisävrk	voimassa
Edison***	931	89	1.1.-31.3.2011
	964	97	1.4.-18.6./16.-31.8.2011
	1233	97	19.6.-15.8.2011
	1035	116	1.9.-31.10.2011
New York Helmsley**1/2	1052	121	3.1.-31.3./16.8.-5.9.2011
	1087	130	1.4.-18.6.2011
	1355	130	19-29.6.2011
	1320	121	30.6.-15.8.2011
	1218	165	6.9.-31.10.2011
Le Parker Meridien****	1111	136	14.12.2010-31.3.2011
	1294	185	1.4.-15.5./22.5.-18.6.2011
	1715	297	16.-21.5.2011
	1563	185	19.-26.6.2011
	1442	153	27.6.-15.8.2011
	1174	153	16.-31.8.2011

	1442	153	27.6.-15.8.2011
	1174	153	16.-31.8.2011
	1443	225	1.-7.9./30.9.-31.10.2011
	1880	341	8.-29.9.2011

Hintaan sisältyy lennot, lentoverot, majoitus 2-hengen huoneessa ja palvelumaksu.
Hinnat ovat alkaen €/hlo/2hk. Matkalla täytyy olla vähintään lauantain ja sunnuntain välinen yö.

Ohjelmalliset paketit - helppo tapa matkustaa

Broadway for a Song, 3 yötä

hotelli	alk. €/3 yötä	lisävrk	voimassa
Edison***	534	99	1.1.-31.3.2011
	414	98	1.4.-31.8.2011
	445	117	1.9.-31.10.2011

Hintaan sisältyy majoitus 3 yötä 2-hengen huoneessa, Broadway musikaalilippu*, englanninkielinen Manhattan Midtown & Downtown kiertöajelu tärkeimpien nähtävyyksineen, Planet Hollywood ateriapuolli ja palvelumaksu. Hinnat ovat alkaen €/hlo/2hk.

* Musikaalit paikkatilanteen mukaan mm. Beauty and the Beast, Chicago, Phantom of the Opera, Mamma Mia, The Producers, Lion King

Lento + auto New York 7 vrk

alk. €/hlo	lisävrk/hlo	voimassa
759	34	1.12.2010-18.6.2011/16.8.-31.10.2011
1027	34	19.6.-15.8.2011

Hintaan sis. lennot New Yorkiin, lentokenttäverot, palvelumaksu, Avis autonvuokraus - rajoittamaton kilometrimäärä, kolarivakuutus, kolmannen osapuolen vastuuvakuutus, paikalliset verot ja maksut, tankillinen polttoainetta sekä ajolupa yhdelle lisäkuljettajalle. Kuljettajien on oltava vähintään 25-vuotiaita.
Lisämaksu autonvuokraus ajalla 15.7.-20.8.2011 47 €/vko ja 10 €/lisävrk


Suomi-Seuran Matkatoimisto Oy | Mariankatu 8, 00170 Helsinki | Puhelin 09-74228900 Fax 09-278 3144

KUMMELLI GROUP

Liite 2. Suomi-Seuran Matkatoimisto Oy:n uudet Internet-sivut

Uusi etusivu

The screenshot shows the homepage of Suomi-Seuran Matkatoimisto Oy. At the top left is the company logo, a blue circle with 'SUOMI-SEURAN MATKAT' and '1959'. To its right is the phone number 'Soita 09-74228800'. Further right is a search bar with the text 'Tilaa uutiskirjeemme' and a Facebook icon. Below these are navigation links: 'Etusivu', 'Pyydä tarjous', 'Kiertomatkan varaus', 'Kaikki kohteet', 'Teemamatkat', 'Kiertomatkat', 'Lisäpalvelut', 'Hyvää tietää', and 'Yritys'. The main banner features a sunset over a beach with silhouettes of people, and the text 'Bali on maanpäällinen paratiisi!' with a 'Lue lisää' button. Below the banner are three tabs: 'Upea Bali', 'New York', and 'Vietnam'. The 'Kohteemme' section includes a world map with red location markers. To the right of the map is a 'Hae matkoja' form with dropdown menus for 'Valitse alue' (Eurooppa), 'Valitse maa' (Unkari), 'Valitse beema' (Kaikki), and 'Valitse kesto' (Kaikki), followed by a 'Hae' button. To the right of the map is a 'Yritys' section with text about the company's history and a 'Yhteystiedot' section with contact information: 'Suomi-Seuran Matkatoimisto Oy', 'Mariankatu 8, 00170 Helsinki', 'Puhelin: 09-74228800', 'Faksi: 09-2783144', and 'Calle: 09-74228800'.



Soita 09-74228800

Tilaa uutiskirjeemme  Facebook

[Etusivu](#)
[Pyydä tarjous](#)
[Kiertomatkan varaus](#)
[Kaikki kohteet](#)
[Teemamatkat](#)
[Kiertomatkat](#)
[Lisäpalvelut](#)
[Hyvää tietää](#)
[Yritys](#)



Tarjouspyyntö

Tarjouspyyntöjä koskien voit soittaa **09-74228800** tai lähettää sähköpostia osoitteeseen **service(a)suomiseuranmatkat.fi**.

Alla olevalla lomakkeella voit myös tehdä tarjouspyynnön. Annathan meille mahdollisimman tarkat tiedot ja toiveet, sillä matkamme toteutetaan yksilöllisten toiveiden mukaisesti. Vastaamme tarjouspyyntöönne mahdollisimman pian.

Samalla lomakkeella voit tehdä tarjouspyynnön myös ryhmämatkoista!

Autamme matkan suunnittelussa, neuvomme ja varaamme, on sitten kysymys loma-, rentoutumis-, kokous-, opinto- tai valikapa esiintymismatkasta. Voimme sanoa tuntevarme maailman syrjäisetkin kulmat melko hyvin. Yhteyshenkilö: Ritva Wikman, puhelin 044-7373221, ritva.wikman(at)suomiseuranmatkat.fi

(*-merkityt tiedot ovat pakollisia)

- * Matkakohte /-reitit
- * Ensimmäinen mahdollinen lähtöpäivä
- * Viimeinen mahdollinen paluupäivä
- * Matkan kesto
- Hotellin nimi / taso
- Huonebyyppi (esim. 2-hengen huoneisto, villa, huoneisto)
- * Matkabudjetti/hlö
- Lisätiedot ja toivomukset
- * Etu- ja sukunimi
- * Katuosoite
- * Postinumero ja postitoimipaikka
- * Puhelin
- * Sähköposti

Lähetä

Hae matkoja

Valitse alue

Valitse maa


Valitse teema

Valitse kesto


Hae

<p>Matkakohteet</p> <ul style="list-style-type: none"> Australia ja Oseania Tyminen valtameren saaret Pohjois-Amerikka Karibia Etelä-Amerikka Aasia Afrikka Intian valtameren saaret Eurooppa Lähi-itä 	<p>Teemamatkat</p> <ul style="list-style-type: none"> Ranta Romanttisesti kahden Perheen kanssa Opastetut matkat Kaupunki ja kulttuuri Luonto ja Safarit Autollu ja moottoripyörät Risteily Golf Lasiittelu Joulu 2011 	<p>Lisäpalvelut</p> <ul style="list-style-type: none"> Auton vuokraus Hotellin varaus Matkavakuutus 	<p>Hyvä tietää</p> <ul style="list-style-type: none"> Matkaehdot Maksutavat Varausohje Ennen matkaa ja matkan aikana UM ja suurliheystöt 	<p>Suomi-Seuran Matkat</p> <ul style="list-style-type: none"> Yhteystiedot Yritys lyhyesti Historia Palautte Uutiskirje
---	--	---	--	---


Kiertomatkan varaus



Soita 09-74228800

Tilaa uutiskirjeemme  Facebook

Etusivu
Pyydä tarjous
Kiertomatkan varaus
Kaikki kohteet
Teemamatkat
Kiertomatkat
Lisäpalvelut
Hyvää tietää
Yritys



Kiertomatkan varaus

- * Kiertomatka
- * Etunimi
- * Sukunimi
- * Osoite
- * Postinumero
- * Postitoimipaikka
- * Sähköpostiosoite
- Puhelinnumero
- 2. Matkustaja
- 3. Matkustaja
- 4. Matkustaja
- Lisätietoa

Hee matkoja

Valitse alue


Valitse maa

Valitse teema


Valitse kesto

Hae

Kaikki kohteet – Aasia




Soita 09-74228800

Tilaa uutiskirjeemme  Facebook

Etusivu
Pyydä tarjous
Kiertomatkan varaus
Kaikki kohteet
Teemamatkat
Kiertomatkat
Lisäpalvelut
Hyvää tietää
Yritys

- Australia ja Oseania
- Tyynen valtameren saaret
- Pohjois-Amerikka
- Karibia
- Etelä-Amerikka
- Aasia
- Indonesia
- Intia
- Japani
- Kambodža, Laos ja Myanmar
- Kiina
- Malesia
- Singapore
- Thaimaa
- Vietnam
- Afriikka
- Intian valtameren saaret
- Eurooppa
- Lähi-itä



Aasia

Saisiko olla loma silkkisillä hiekkarannolla? Ostosmatka maailman suurimpiin ostosparatiiseihin - tai ehkä kalpaat kiertelvä pienemmissä baasareissa? Valinta on sinun! Haluata matkastasi kulttuurilla lyllästetyn aktiiviloman tai deladenttisen hemmotteluretken, tarjoaa Kaukoit vierailleen vain parasta. Jokainen matkailija löytää omansa Kaukoiden kohteistamme, joista jokalista suosittelemme lämpimästi ja vuosien kokemuksella kaukomatkojen järjestäjänä.

Hee matkoja

Valitse alue

Valitse maa

Valitse teema

Valitse kesto

Hae

Matkakohteet

- Australia ja Oseania
- Tyynen valtameren saaret
- Pohjois-Amerikka
- Karibia
- Etelä-Amerikka
- Aasia

Teemamatkat

- Ranta
- Romanttisesti kahden
- Perheen kanssa
- Ossatetut matkat
- Kaupunki ja kulttuuri
- Luento- ja esitys-

Lisäpalvelut

- Auton vuokraus
- Hotellin varaus
- Matkavakuutus

Hyvää tietää

- Matkaehdot
- Maksutavat
- Varausohje
- Ennen matkaa ja matkan aikana
- UM ja suurlähetystöt

Suomi-Seuran Matkat

- Yhteystiedot
- Yritys lyhyesti
- Historia
- Palaute
- Uutiskirje

Soita 09-74228800

Tilaa uutiskirjeemme Facebook

Etusivu Pyydä tarjous Kiertomatkan varaus
Kaikki kohteet
Teemamatkat
Kiertomatkat
Lisäpalvelut
Hyvää tietää
Yritys

- Australi ja Oseania
- Tyynen valtameren saaret
- Pohjois-Amerikka
- Karibia
- Etelä-Amerikka
- Aasia
- Indonesia
- Bali
- Hotellit
- Villat
- Golfa-Bali
- Java - Bali Overland
- Intia
- Japani
- Kambodža, Laos ja Myanmar
- Kiina
- Malesia
- Singapore
- Thaimaa
- Vietnam
- Afrikka
- Intian valtameren saaret
- Eurooppa
- Lähi-itä

Bali

27 °C Puolipivista
Tuuli: Kaakko nopeudella 4 m/s

Hae matkoja

Valitse alue
Eurooppa

Valitse maa
Unkari

Valitse beema
Kaikki

Valitse kesto
Kaikki

Hae

Bali

Tervetuloa viimeiseen maanpäälliseen paratiisiin!

Bali tunnetaan saarivaltio Indonesian kauneimpana saarikohteena, helmenä keskellä kauneinta Kaukoitää. Saari on luontomatkailijan paratiisi vehreine palmulehtoineen ja riisipengermineen, ja kulttuurinmäälinen nauttii paikallista seremonioista, juhlista ja nähtävyyksistä, kuten Gunung Batur -tulivuoren-kaatterilta avautuvasta, hengästyttäväkkaunistu maisemasta. Kuta ja Legian ovat Balin yoeämän keskipisteitä, ja eteläinen Bali tunnetaan myös erinomaisena surffaus- ja sukelluskohteena. Golfarctkin viihtyvät Balin lukuisilla golfkentillä mainiosti - sanotaanhan Le Meridien -hotellin yhteydessä olevaa kenttää vaatimattomasti yhdeksi Aasian parhaaksi kentäksi. Monipuolinen Bali sopii lomematkohteeksi niin perheille, pareille kuin harrastus- tai kaveriporukoillekin.

[Lue lisää golfpaketeista >>](#)

[Ota yhteyttä >>](#)



Soita 09-74228800

Tilaa uutiskirjeemme  Facebook

Etusivu
Pyydä tarjous
Kiertomatkan varaus
Kaikki kohteet
Teemamatkat
Kiertomatkat
Lisäpalvelut
Hyvää tietää
Yritys

- Australia ja Oseania
- Tyynen valtameren saaret
- Pohjois-Amerikka
- Karibia
- Etelä-Amerikka
- Aasia
- Indonesia
- Bali
- Hotellit
- Retket
- Villat
- Golfia Ballia
- Java - Bali Overland
- Intia
- Japani
- Kambodja, Laos ja Myanmar
- Kiina
- Malesia
- Singapore
- Thaimaa
- Vietnam
- Afrikka
- Intian valtameren saaret
- Eurooppa
- Lähi-itä

Hotellit ja matkapaketit

Hotellit ovat saatavilla myös muina ajankohtina kuin alla mainittuina hinnan voimassaoloaikoina. Hinnat vaihtelevat sesongin ja saatavuuden mukaan.

7 vrkn paketti sisältää kolme kansainvälistä retkeä (2 kokopäivän ja 1 puolikkaan päivän retkeä) englanninkielisellä opastuksella.

12 vrkn paketti sisältää viisi kansainvälistä retkeä (3 kokopäivän ja 2 puolikkaan päivän retkeä) englanninkielisellä opastuksella.

[Lue lisää retkistä >>](#)

Bumas Hotel **+

Hotelli	Alk. € / hlö	Voimassa
Bumas Hotel **+	1148 / 7 vrk	9.3. - 20.6.2011
Sanur	1232 / 12 vrk	16.8. - 9.12.2011



[Täältä löydät lisätietoja hotellista >>](#)

Hintoihin sis. lennot, lentoverot, lentokenttäkuluksukset, majoitus (2hh), aamiaiset ja palvelumaksu.
Hinnat alk. €/hlö/2hh. Lisävuorokaudet 19-89 €/hlö/vrk.

Bali

27 °C Puolipilvistä
Tuuli: Kaakko nopeudella 4 m/s

Hae matkoja

Valitse alue

Valitse maa

Valitse teema

Valitse kesto

Hae

Sativa Sanur Cottages ***

Hotelli	Alk. € / hlö	Voimassa
Sativa Sanur Cottages ***	1176 / 7 vrk	16.8. - 9.12.2011
Sanur	1288 / 12 vrk	



[Täältä löydät lisätietoja hotellista >>](#)

Hintoihin sis. lennot, lentoverot, lentokenttäkuluksukset, majoitus (2hh), aamiaiset ja palvelumaksu.
Hinnat alk. €/hlö/2hh. Lisävuorokaudet 19-89 €/hlö/vrk.

Aston Bali Resort ****

Hotelli	Alk. € / hlö	Voimassa
Aston Bali Resort: ****	1241 / 7 vrk	9.3. - 20.6.2011
Benoa/Nusa Dua	1427 / 12 vrk	
Turquoise All Inclusive*	1577 / 7 vrk	
	1968 / 12 vrk	

(*) Aston Bali Resortin Turquoise-paketti sisältää mm. kaikki ateriat ja juomat (rajoitettu valikoima) sekä kuntosalin ja höyryhuoneen vapaan käytön. 25% alennus kylpylä- ja pesulapalveluista sekä internetin käytöstä. Tilattavissa on myös kattavampi Onyx-paketti. Lisätiedot toimistoltamme.



Hyvä tietää - Ennen matkaa

Ennen matkaa

Suunnitteletko yksilöllistä matkaa?

Mitä enemmän annat meille tietoja matkavarauksen yhteydessä, sen helpompi meidän on palvelia sinua.

Ø Sinun budjettisi

- o Mieti valmiiksi, mikä on sinun tapasi matkustaa. Valikoimissamme on eritasoisia palveluita kaikille budjetille turistiluokasta businessluokkaan, edullisista majoituksista korkeatasoisiin luksushoteleihin.

Ø Matkan pituus

- o Riippuen matkakohteesta saatavaa matkaa mennä jopa vuorokausi tai yli. Lisäksi aikaerot aiheuttavat päänavaa. Mikä on kokonaismatka-aika, jonka haluat käyttää matkaan?

Ø Toivotut matkapäivät

- o Lentojen hinnat saattavat vaihdella päivän ja kellonaikojen mukaan. Jousto matkapäivissä antaa enemmän mahdollisuuksia edullisten lentotohtojen löytämiseen.

Ø Matkareittitoivomukset

- o Kaukomatkalla on usein mahdollista pysähtyä mielenkiintoisissa kaupungeissa matkan varrella. Kerro toivomuksesi jo matkavarauksen yhteydessä.
- o Esim. Australiaan matkustettaessa on useita reittimahdollisuuksia, esim. Hongkong, Singapore, Bangkok tai esim. Uuden-Seelannin matkaan on helppo yhdistää lepoloma Fidzilla. Tai Havajille mennessä on helppo pysähtyä Los Angelesissa tai San Franciscossa.

Ø Lipun muutostarve

- o Joidenkin hintatyyppien matkallippuja voi muuttaa maksamalla muutoskuluja. Yleensä: Mitä edullisempi lippu, sen vähemmän muutosmahdollisuuksia.

Ø Majoitus

- o Onko toiveita majoituksen sijaintipaikan suhteen?
- o Millälaisen huoneen haluaisi? Hotellissa on paljon erilaisia huonetyppejä.
- o Esim. rantakohteissa voi taata itselleen lisämaksua vastaan merinäköalan. Perhematkoilla voi toivoa väliloivellisia huoneita tai tilata isomman huoneiston.

Ø Lentokenttäkuljetukset ja mahdolliset retket matkakohteessa

- o Usein on helppoa, joskus jopa suositeltavaa, että kuljetus kentältä hotelliin on valmiiksi varattuna
- o Jos haluat suunnitella matkan ohjelman valmiiksi, välitämme myös paikallisia kiertomatkoja ja retkiä eri kohteissa

Ø Vuokra-auto

- o Vuokrausaika, kokoluokka
- o Otto ja jättöpaikka
- o Erityisvarustus (navigaattori, automaattivaihteet yms)

Kaikki matkat myös opastetut kiertomatkat

Kaikki matkat (myös opastetut kiertomatkat)

Ø Kansalaisuus

- o Jos matkustaja ei ole suomenkansalainen, saattaa se vaikuttaa tarvittaviin matka-asiakirjoihin.

Ø Liityntälennot ja -majoitus kotimaassa

- o Usein kotimaan liityntälennot voidaan kirjoittaa muun lentolipun yhteyteen, joten kannattaa jo varausvaiheessa ilmoittaa lähtökaupunki. Varaamme myös majoitusta esim. Helsinki - Vantaan kentän läheisyydestä.

Ø Matkavakuutus

- o Matkavakuutus on syytä hankkia jo heti matkavarauksen yhteydessä. Matkan hintaan ei sisälly vakuutusta. Vakuutus on syytä hankkia matkalla sattuvien yllättävien sairauksien tai tapaturmien johdosta. Matkavakuutus korvaa matkakuluja, jos matka peruuntuu oman tai lähimaisen sairautumisen johdosta. Vakuutusyhtiöiden ehdot vaihtelevat. Oman vakuutuksen kattavuus kannattaa tarkistaa. Matkavakuutuksen voi ostaa [shulltamme](#).

Ø Matkavaluutta

- o Aina kannattaa vaihtaa jo kotimaassa edes vähän paikallista valuuttaa. Lisätietoja matkavaluutasta saat pankistasi tai esim. Forexista. Yleensä paikansäällä matkavaluuttaa voi nostaa automaattista luottokortilla (tunnusluku) tai vaihtaa pankissa tai hotelleissa.

Ø Mallinkeruukortit

- o Kerro matkavarauksesi yhteydessä mallinkeruukortin numeron, niin lisäämme sen valmiiksi lentovaraukseen.

Ø Ateriat lennoilla

- o Joillakin lennoilla tarjotaan aterioita lennon aikana. Ilmoittamalla ruokavaliosi esim. vegaani, laktoositon yms. voimme lentoyhtiöstä riippuen tilata lennoille erikoisaterian.

Ø Matkatavarat

- o Matkatavaroiden kuljetuksessa sovelletaan ko. kuljetusyhtiöiden voimassaolevia määräyksiä, jotka ovat saatavilla pyynnöstä.

Ø Käsimatkatavarat

- o Ohjeet saattavat vaihdella lentoyhtiöittäin, mutta tässä on Suomesta lähtevät Finavian tuottamat ohjeet <http://www.Finavia.fi/lentomatkustajille>

Ø Passi


- o Tarkista hyvissä ajoin ennen matkaa, että passi on voimassa ja kaikki sivut täysin kiinni passin selkämässä. (Eriyisesti, jos passinne on myönnetty vuosien 1999 ja 2005 välisenä aikana). Joihinkin maihin matkustettaessa vaaditaan, että passi on voimassa vielä 6 kk. matkan jälkeen.

Ø Viisumi


- o Joihinkin maihin matkustettaessa tarvitaan viisumi. Autamme viisumin hankinnassa mahdollisuuksien mukaan. Matkustajan on itse huolehdittava matkalla tarvitsemiensa asiakirjojen hankkimisesta ja niiden kustannuksista.

Ø Rokotukset

- o ...



Soita 09-74228800

Tilaa uutiskirjeemme  Facebook

[Etusivu](#) [Pyydä tarjous](#) [Kiertomatkan varaus](#) [Kaikki kohteet](#) [Teemamatkat](#) [Kiertomatkat](#) [Lisäpalvelut](#) [Hyvää tietää](#) [Yritys](#)

Uutiskirje

Tästä voit tilata uutiskirjeemme. Jättäessänne myös postitietonne, postitamme teille n. kerran vuodessa kirjallisen esitteemme.

* Etunimi

* Sukunimi

* Sähköposti

Postiosoite

Postinumero

Postitoimipaikka

Hee matkoja

Vallitse alue

Vallitse maa

Vallitse teema

Vallitse kesto

Matkakohteet <ul style="list-style-type: none">Australia ja OseaniaTyynen valtameren saaretPohjois-AmerikkaKaribiaEtelä-AmerikkaAasiaAfrikkaIntian valtameren saaretEurooppaLähi-itä	Teemamatkat <ul style="list-style-type: none">RantaRomanttisesti kahdenPerheen kanssaOpastetut matkatKaupunki ja kulttuuriLuento ja SafariAutotalli ja moottoripyörätRisteilyGolfLasketteluJoulu 2011	Lisäpalvelut <ul style="list-style-type: none">Auton vuokrausHotellin varausMatkavakuutus	Hyvää tietää <ul style="list-style-type: none">MatkuehdotMaksutavatVarausohjeEnnen matkaa ja matkan aikanaUM ja suurlähetystöt	Suomi-Seuran Matkat <ul style="list-style-type: none">YhteystiedotYritys lyhyestiHistoriaPalautteUutiskirje
--	--	--	---	--

Liite 3. Facebook-fanisivut

The screenshot displays the Facebook profile of 'Suomi-Seuran Matkat'. The page features a blue header with the Facebook logo and navigation links. The profile picture is a circular logo with the text 'SUOMI SEURAN MATKAT 1959'. The cover photo shows a collage of travel destinations. The main content area contains several posts:

- Post 1:** 'Suomi-Seuran Matkat' with a photo of a tropical beach. The text reads: 'Paljon uusia opastettuja kiertomatkoja: Parisi, Havaiji, Kiina. Kanadan kiertoon on vielä tilaa syyskuussa. Tai lähde Tansanian safarille marraskuussa.' It includes a link to 'Suomi-Seuran Matkat: kiertomatkat' and a comment from Sirpa Helena Hyytiä-Hallenberg.
- Post 2:** 'Suomi-Seuran Matkat' with a photo of a Canadian city. The text reads: 'Kanada on monipuolinen kesäkohti. Valinnan varaa riittää autolipaketeista suomeksi opastettuun kiertomatkkaan! Whistler on loistava vaihtoehto esim. patkonnille. Kokemuksen arvoisen kohde!' It includes a link to 'Suomi-Seuran Matkatoimisto: Kanada' and a comment from Sirpa Helena Hyytiä-Hallenberg.
- Post 3:** 'Suomi-Seuran Matkat' with a photo of a tropical beach. The text reads: 'Haaveiletko matkasta Karibialle? Tobagon matkoista saat nyt alennusta 100 euroa per henkilö. Tämä lomaparatiisi sijaitsee Venezuelan pohjoispuolella hurrikaanivapaalla vyöhykkeellä ja sen takia sinne voi matkustaa läpi vuoden. Saari on puhtas, vesi turkoosin kirkas ja hiekka valkoinen. Kaivisto, eläimistö on runsas ja värikäs. Ilmasto on trooppisen lämmin. Pääkielenä on englanti. Keitto on monipuolinen.' It includes a link to 'Suomi-Seuran Matkatoimisto: Tobago' and a comment from Esa Männistö.
- Post 4:** 'Suomi-Seuran Matkat' with a photo of a city. The text reads: 'Nyt suosittu Budapestin tarjousmatkat taas myynnissä. Alkaen vain 182€/henkilö, 2 yötä perillä sisältäen lennot ja majoituksen!' It includes a link to 'Suomi-Seuran Matkatoimisto: Budapest' and a comment from Sirpa Helena Hyytiä-Hallenberg.
- Post 5:** 'Suomi-Seuran Matkat' with a photo of a city. The text reads: 'Oletko joskus harkinnut unelmalomaa luksusristeilykksellä? Nyt se kannattaa sillä saatte kaupunkia 500 euroa lavarahaa risteilyn ajaksi. Sis. molemmat!' It includes a link to 'Suomi-Seuran Matkatoimisto: Silversea, risteilyt, Silversea, risteilyt, risteilyt'.

The right sidebar contains sponsored advertisements for 'Globen Ögonklinik utför Brigen 1000-tals ögonoperationer', 'Tavla med Tipsmästaren', and 'FRAKTRITT HELA SOMMAREN'.