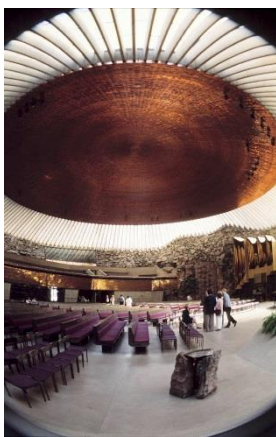


Tuotesuosituksset: Kulttuurimatkailutuotteet



TAPAHTUMAT



KÄYNTIKOhteet



KÄDENTaidot



TAIDEAKTIVITEETIT



**SUOMALAINEN
ELÄMÄNTAPA**



**ARKKITEHTUURI
& DESIGN**



RUOKA

TAPAHTUMAT

Tapahtuman/festivaalin varsinaisen pääkohderyhmän lisäksi matkailijat ovat vartenotettava kohderyhmä, josta voi tulla potentiaalisia, uusia alan harrastajia ja festivaalin yleisöä. Matkailijat hakevat kohteissa uusia kokonaiselämyksiä, jolloin festivaalin yksittäiset esiintyjät tai ohjelma eivät välttämättä ole ostopäätöksen ratkaisevia tekijöitä. Suomalainen festivaali tai paikallistapahtuma voi toimia yhtenä houkuttimena matkakohteen valinnassa. Kansainväliset matkailijat saapuvat festivaalillesi joko omatoimisesti tai osana valmiiksi suunniteltua ryhmämatkaa. Joillekin ostopäätös saattaa syntyä vasta paikkakunnalla, kun kohde on valittu jonkin muun vetovoimatekijän pohjalta, ja kohteessa satutaan olemaan samaan aikaan tapahtuman kanssa.

- tapahtuma / festivaali on vuosittain toistuva kulttuurisisältöinen tapahtuma
- vuosittainen ajankohta ja teema tiedossa vähintään puoli vuotta aikaisemmin / julkistetaan edellisvuoden tapahtumassa
- tapahtumaympäristössä on huomioitu suomalaisuus ja alueellinen kulttuuri
- tapahtuman ruokatarjonnassa on myös paikallista (lähi)ruokatarjontaa
- tapahtuman viestinnässä nostetaan esille rohkeasti sen erityispiirteet ja kokonaiselämys matkailijalle houkuttelevalla tavalla; sekä visuaalisesti että tarinoiden kautta
- tapahtuma-alueella on huomioitu ulkomaalaiset asiakkaat opasteissa ja viestinnässä (vähintään englanninkielellä / kohdemarkkinoiden kielellä /symbolit / mobiilisti ladattava aluekartta opasteineen)
- tapahtuma on tuotteistettu kansainvälisille asiakkaille myytäväksi matkailutuotteeksi (paketoitu matkailupalvelun yhteyteen esim. majoitus ja liput tai asiakkaalle tarjotaan dynaamisen paketoinnin vaihtoehto); tapahtuman yhteydessä voidaan tarjota laajempia matkailutuotteita (tapahtuman aikaisten palvelujen lisäksi tarjotaan mahdollisuus kokea tapahtuman yhteydessä/ennen tai jälkeen jokin muu matkailuelämys)

KÄYNTIKOhteet

Valtaosa käyntikohteidemme tarjonnasta on suunnattu kotimaisille vierailijoille. On lukuisia kohteita, jotka voivat kiinnostaa myös ulkomaalaisia matkailijoita, joko yhtenä vierailukohteena tai tietyn kohderyhmän keskuudessa jopa pääasiallisena matkan vetovoimatekijänä. Kansainväliset matkailijat saapuvat käyntikohteeseen joko omatoimisesti tai osana valmiiksi suunniteltua ryhmämatkaa. Joillekin ostopäätös saattaa syntyä vasta paikkakunnalla, hänen valittuaan alueen matkakohteeksi jonkin muun vetovoimatekijän pohjalta.

- käyntikohteessa on mietitty mikä kohteessa kertoo erityisesti suomalaisesta kulttuurista /elämäntavasta ja kohteen opastuksessa kerrotaan, miksi se on merkityksellinen, mikä on kohteen linkitys Suomen / alueen historiaan, jne.
- museoiden kokoelmista / näyttelyiden tarjonnasta on poimittu mielenkiintoisimmat ja elämyksellisimmät kohdat esiteltäviksi kansainvälisille asiakkaille. Esittelyssä on huomioitu ulkomaalaisen asiakkaan ennakkotietämys/tietämättömyys asiasta.
- henkilöiden merkitys avataan kontekstissa Suomen historiaan, kulttuurielämään, yhteiskunnalliseen vaikuttavuuteen. Kuuluisat suomalaiset ovat harvoin tuttuja ulkomaalaisille asiakkaille.
- opastuksissa ei tuoda esille yksityiskohtia, vaan esitellään suuria linjoja, matkailijoita kiinnostavien TARINOIDEN kautta
- kohteessa on saatavilla myös vieraskielistä opastusta (live, mobiili, printti-käsikappaleet) vähintään englanniksi (tai kohdemarkkinoiden kielellä). Kohteessa on saatavilla live-opastuksia ulkomaalaisille ryhmille tilauksesta ja individuaaleille esim. sesonkiaikoina tiettyinä ajankohtina (muulloin mobiili tai käsikappaleet).
- kohteen vieraskielinen esittelymateriaali on kieliasultaan virheetöntä ja käsikappaleiden siisteys tarkistetaan säännöllisesti.
- kohteella on säännölliset ja selkeät aukioloajat; huomioitu matkailijoiden liikkuminen ja sesonkiajat (esim. keskieurooppalaisen lomakauden kesto elo-syyskuulle), kohteen aukioloajat linkitetty lähialueen muihin kohteisiin ja tapahtumiin
- kohteella on vähintään englanninkieliset nettisivut ja vaihtuvista näyttelyistä tiedot ajankohtineen esillä vähintään ½ vuotta aikaisemmin. Näyttelyn vaihdot huomioitu myös aukioloajoissa.
- kohteen ympäristössä huomioitu mahdollisuuksien mukaan suomalaisuus ja alueellinen kulttuuri
- kohteen kahvila- ja ruokatarjonnassa sekä muissa oheispalveluissa (esim. museokauppa) huomioitu paikallisuus/suomalaisuus/kohteen tai näyttelyn teema
- käyntikohde on tuotteistettu myös kansainvälisille asiakkaille myytäväksi matkailutuotteeksi (paketoitu jonkin matkailupalvelun yhteyteen, asiakkaalle tarjotaan dynaamisen paketoinnin vaihtoehto, lippuja saatavilla alueen majoitus- tai muista matkailukohteista)

KÄDENTAITDOT

Paikalliset käsityöt ja kädentaidot ovat matkailijoiden suosiossa, erityisesti suosiotaan kasvattavat tuotteet, joihin matkailija voi osallistua ja pääsee itsekin tekemään pelkkien työnäytösten sijaan. Matkailija haluaa osallistua, kokea uutta ja saada onnistumisen elämyksiä uusilta aloilta – tehdä vaikkapa itse oman matkamuistonsa. Aktiivinen tekeminen houkuttelee uudenlaisia kävijöitä käsityökohteisiin. Käsityöntaitaja voi rohkeasti kehittää uusia tapoja esitellä matkailijoille - myös ei-käsityöharrastajille – omaa tarjontaansa tekemisen kautta. Vierailijan ymmärrys ja arvostus kädentaiteja kohtaan lisääntyy ja se edistää myös myynnissä olevien tuotteidesi menekkiä.

- käsityöläisen / kädentaiteijan tuotteilla on kulttuurinen (suomalaisuus, paikallisuus) merkitys ja historia
- käsityöläisen tuotteiden esittely on tuotteistettu ja tarinallistettu matkailutuotteeksi. Kädentaiteija kertoo käsityön erityispiirteistä Suomessa, avaa käsityön merkitystä suomalaisten elämässä historiallisesti ja nykypäivässä, sekä kertoo omakohtaisia kokemuksia ja oman tarinansa kädentaiteijana.
- matkailijoille on tarjolla työnäytöksen/tuote-esittelyn lisäksi osallistava kokemus sekä käsityön ja mahdollisesti myös välineiden ostomahdollisuus
- opastus ja tekemisen ohjeistus annetaan vähintään englanninkielellä (kohdemarkkinoiden kielellä), kuvallinen ohjeistus voi täydentää selostusta, jos tuote on monimutkainen
- kädentaidot-tuotteesta on räätälöity omatoimimatkailijalle ja ryhmille omat tuotteensa
- toteutustila on siisti ja riittävän tilava
- käytettävät työvälineet ovat siistejä ja turvallisuustekijät on huomioitu
- tuotteen saatavuus on turvattu vähintään vuodeksi eteenpäin

TAIDEAKTIVITEETIT

Erilaiset taide-aktiviteetit ja esittävän taiteen teokset voivat tarjota matkailijalle elämyksen suomalaiseen taiteeseen ja kulttuuriin eri muodoissaan. Matkailijaa osallistavat taideinstallaatiot tai esimerkiksi suomalaiseen luontoon ja kulttuuriin nivottu taideaktiviteetti voi parhaimmillaan antaa matkailijalle ikimuistoisen kulttuurimatkailuelämyksen Suomesta.

- taidemuodolla on kulttuurinen (suomalaisuus, paikallisuus, elämäntapa) merkitys tai historia
- taide (esitys, tuotos) on tuotteistettu matkailutuotteeksi ts. tuote on selkeästi myytävä kokonaisuus
- tuotteen toteutuksessa ja/tai esittelyssä tulee selkeästi esille suomalaisen taiteen erityispiirteet (mikä tekee esityksestä/ taidemuodosta suomalaisen)
- taide-elämys/tuote tulee olla toistettavissa ja mahdollisesti toteuttavissa myös tilauksesta
- mikäli tuote on tiettyyn paikkaan tai aikaan sidottu, tulee tuotteen toteutusvarmuus olla selvillä vähintään ½ vuotta aikaisemmin
- tuotesisällön avaaminen (esim. esittävä taide: käsiohjelma, osallistava taideaktiviteetti: ohjeistus) vähintään englanninkielellä
- toteutusympäristössä suomalaisuus ja kulttuuri luontevasti ja aidosti esillä; turvallisuus, siisteys, välineistö asianmukaiset
- tuotteesta olemassa englanninkielinen (tai kohdemarkkinoiden kielellä) tuotekuvaus / esittely
- taiteilija tekee yhteistyötä alueen matkailutoimijoiden kanssa → tuotteella on olemassa myyntikanava
- tuotteen saatavuus on turvattu vähintään vuodeksi eteenpäin

SUOMALAINEN ELÄMÄNTAPA

Visit Finlandin ydinkohderyhmä, modernit humanistit, odottavat Suomen kulttuuritarjonnalta erityisesti elämäntapaa, suomalaisuutta, kulttuuriperintöä ja ruokakulttuuria sisältävää näkemistä ja tekemistä – ns. arkikulttuurinkokemuksia, live like a local -teemaan sopivien tuotteiden avulla. Matkailijalle kurkistus suomalaiseen arkipäivään, kuten kotivierailut, yhteinen ruokailu isäntäväen kanssa ja yleensä paikallisten ihmisten tapaaminen heidän arkiympäristössään, on matkailijoiden keskuudessa globaalisti kasvava trendi.

- kurkistus suomalaiseen arkipäivään on tuotteistettu myytäväksi matkailutuotteeksi; tuotteella on aika, paikka, hinta, kesto, sisältö; ts. matkailutuotteen tunnusmerkit täyttyvät ja tuote on toistettavissa (jatkuvuus)
- palvelua tarjoava perhe / henkilö kertoo illan/tuotteen aikana suomalaisuuden erityispiirteistä, avaa kulttuuristen ja suomalaisten arkielämäntapojen ja tapojen merkitystä suomalaisten jokapäiväisessä elämässä, myös historiallisesti ja nykypäivässä, sekä kertoo omakohtaisia kokemuksia ja myös omaa tarinaansa
- arkikulttuuri on tuotteistettu teemakohtaisesti ja tuotteen sisältö noudattelee kokonaisuudessaan teemaa kaikilta tuotteen osilta (esim. kotiruokailu → suomalaisen ruoan lisäksi suomalaiset astiat, kattaustekstiilit, puhdas kraanavesi, jne.)
- toteutusympäristössä suomalaisuus ja alueen kulttuuri tulee luontevasti ja aidosti esille
- toteutustila (vierailupaikka kuten koti, mökki) on siisti ja riittävän tilava tuotteen mukaiselle maksimi henkilömäärälle
- isäntäväki / palveluntarjoaja pystyy kommunikoimaan vieraiden kanssa vähintään englanninkielellä
- tuotteen toteutukseen mahdollisesti liittyvät työvälineet ovat siistejä ja turvallisuustekijät on huomioitu (esim. kesämökkivierailu joka sisältää kalassa käynnin veneellä; pelastusliivit, kalastus- ja perkausvälineet, jne.)
- tuotteesta olemassa englanninkielinen (tai kohdemarkkinoiden kielellä) tuotekuvaus / esittely
- palveluntarjoaja tekee yhteistyötä alueen matkailutoimijoiden kanssa → tuotteella on olemassa myyntikanava
- tuotteen saatavuus on turvattu vähintään vuodeksi eteenpäin
- jos kyseessä esim. kotimajoitustoiminta, toimintaa koskevaa lainsäädäntöä noudatetaan (TEM julkaisu Ohjeita kotimajoitusta tarjoaville)

ARKKITEHTUURI JA DESIGN

Suomalaisessa arkkitehtuurissa ja designissa on helmiä, jotka ovat maailmankuuluja. Esimerkiksi Alvar Aalto, Muumit tai Marimekko tunnetaan maailmalla suomalaisina taidonnäytteinä. Alan ammattilaisille, opiskelijoille ja harrastajille suomalainen arkkitehtuuri ja design ovat usein päävetovoimatekijä matkustaa Suomeen. Design ja arkkitehtuuri kiinnostavat myös tavallisia matkailijoita, kunhan tarjonta on esillä ja helposti tutustuttavissa. Arkkitehtuurin ja designin harrastajille / ammattilaisille tarjonta tulee olla syvällisempää ja saman teeman ympärillä tarjottavat tuotekokonaisuudet, esim. teemapohjaiset reittiehdotukset, palvelevat alan harrastajia ja ovat hyvä keino tutustua mestareiden alkuperäisiin luomuksiin Suomessa. Tavallisille matkailijoille arkkitehtuurimme ja designin helmet tulee tuotteistaa laajempina kokonaisuuksina ja esimerkiksi tarinallistettujen opastusten avulla.

- kansainvälisesti kiinnostavat ja tunnetut arkkitehtuuriset kohteet ja design-tuotteet on tuotteistettu matkailijoille tarjottaviksi tuotteiksi siten, että tuotteen sisältö on suunniteltu kohderyhmän (pro-harrastaja / vapaa-ajanmatkailija) tarpeiden pohjalta
- arkkitehdin / suunnittelijan tarjonnasta on poimittu mielenkiintoisimmat ja elämyksellisimmät kohdat esiteltäviksi kansainvälisille asiakkaille. Esittelyssä on huomioitu ulkomaalaisen asiakkaan ennakkotietämys/tietämättömyys asiasta.
- henkilöiden ja kohteiden merkitys avataan kontekstissa Suomen rakennuskulttuuriin ja muotoiluun, suomalaisten elämään sekä mahdollisesti historiaan ja yhteiskunnalliseen vaikuttavuuteen. Kaikki Suomessa kuuluisat arkkitehdit ja suunnittelijat eivät ole tunnettuja ulkomaalaisille asiakkaille.
- vapaa-ajanmatkailijoille tarjottavissa opastuksissa ei korosteta yksityiskohtia, vaan esitellään suuria linjoja matkailijoita kiinnostavien tarinoiden kautta. Ammattilaisasiakkaille tarjottavissa tuotteissa lähestymiskulma on rakennettu kohderyhmän mukaan.
- kohteessa on saatavilla myös vieraskielistä opastusta (live, mobiili, printti-käsikappaleet) vähintään englanniksi (kohdemarkkinoiden kielellä). Kohteessa on saatavilla live-opastuksia ulkomaalaisille ryhmille tilauksesta ja individuaaleille esim. sesonkiaikoina tiettyinä ajankohtina.
- kohde / suunnittelija tekee yhteistyötä alueorganisaation ja matkailutoimijoiden kanssa → tuotteella on myyntikanava

RUOKA

Paikallinen ruoka ja ruokamatkailu kiinnostavat poikkeuksetta matkailijoita. Ruoka on keskeinen osa matkailuelämystä ja sen avulla matkailija pääsee kokemaan moniaistisesti suomalaisuutta ja paikallisuutta. Tapahtuman tai kulttuurikohteen ravintoloissa ja kahviloissa tarjottava ruokatuote voi kuvastaa teemana olevan taiteilijan/merkkihenkilön mieliruokia ja niiden raaka-aineita, tai tarjonnassa voidaan nostaa esiin näyttelystä nousevia teemoja ruokaa ja taidetta yhdistäen esim. visuaalista ilmettä toistavaa väritystä hyödyntäen. Uusi nouseva trendi on yhdistää suomalainen ruoka ja elämäntapa ja tuotteistaa siitä matkailijoita osallistavia paikalliseen kulttuuriin liittyviä ruoanvalmistustuotteita (esim. leipominen, marjanpaiminta, kalastus ja kalan savustaminen).

- tuotesisällön perusta on paikallinen lähiruoka ja suomalaisen ruoan ja raaka-aineiden alkuperä ja perinteet; tuotesisällössä korostuu suomalaisia ruoanlaittotapoja, ruokaperinteitä, elämyksellisyys, luonnonantimet
- ruokakulttuuri on tuotteistettu esim. tekemisen kautta teemakohtaisesti ja tuotteen sisällössä sekä toteutusympäristössä suomalaisuus, alueen kulttuuri, lähiruoka ja puhtaus tulee luontevasti ja aidosti esille
- palveluntarjoaja kertoo kyseisen raaka-aineen / ruokalajin erityispiirteistä Suomessa, avaa merkitystä ja kulttuurista taustaa historiallisesti ja nykypäivässä, sekä kertoo tarinoita tai omakohtaisia kokemuksia kyseiseen ruokaan / ruoanvalmistukseen / kulttuuriteemaan liittyen
- toteutustila (keittiö, leipomatila, säilöntä- tai perkaustila) on siisti ja riittävän tilava tuotteen mukaiselle maksimihenkilömäärälle, luontoympäristössä toteutettavissa tuotteissa oikeanmukainen varustus/vaatetus sekä hygienia on huomioitu
- isäntäväki / palveluntarjoaja pystyy kommunikoimaan vieraiden kanssa vähintään englanninkielellä ja kertomaan ruokalajin / raaka-aineen kulttuurisesta merkityksestä
- turvallisuus-, laatu- ja hygieniaiseikat ovat kunnossa
- ruoan valmistukseen ja ruokailuun liittyvät välineet, tarjoiluastiat, kattaustekstiilit ja somisteet ovat teeman mukaisia ja suomalaista alkuperää