

Yhtenä rintamana maailmalle – alueyhteistyön mahdollisuudet

Kiti Häkkinen, Manager, Regional
Partnerships, Visit Finland / Business Finland



Visit Finland

Partneriyhteistyön tavoitteet: kiinnostuksen ja myynnin kasvu

Kansainvälistyminen edellyttää yhteistyötä ja työnjakoa

Visit Finland

Kansainvälistymisen edistäminen ja tuki
Erottuvat, vetovoimaiset aluebrändit
Markkinakohtaiset strategiat alueiden
tarjoaman myynninedistämiseksi
Yhteisten markkinointi- ja
myyntitoimenpiteiden koordinointi
Rahallinen panostus yhteisiin
toimenpiteisiin



Visit Finland

Aluepartnerit

Alueen USP't, yhteisistä arvoista syntyvä
yhteinen asiakaslupaus
Kokonaisvaltainen asiakasymmärrys ja yhteinen
laatukäsite
Monipuoliset, saatavat/saavutettavat, tuotteet
Avoin yhteistyö yli rajojen & sitoutuminen
yhteisiin tavoitteisiin
Rahallinen panostus yhteisiin toimenpiteisiin

Hyviä käytänteitä ja työkaluja yhteistyöhön

Suuraluekohtainen brändistrategia

Yhteinen tuotekehitys: Visit Finland Akatemit + kärkituotekilpailut eri teemoille

E-koulutukset per suuralue/teema b2b-ostajille

MegaFAM-matkat ja myyntiworkshopit valikoiduille ostajille

Jakelukanavakartoitukset

Product.manual.com –tuotemanuaali matkanjärjestäjille

Yhteiset brändi- ja tuotekampanjat markkinoilla



Visit Finland

Pilotteina Coast & Archipelago- ja Lakeland -yhteistyö

N.1500 MyStay-tuotetta, 200 tuotetta Product Manualissa, 77 FAM matkaa, 69 mediamatkaa ... (Merellinen Saaristo & FinRelax –kasvuohjelmat)

Coast & Archipelago (2015->)

Lakeland East (fokus: Kiina, 2017 ->)

Lakeland West (fokus: Japani, Keski-Eurooppa, 2018 ->)

Lakeland North (Neuvottelut käynnissä, 2018->)



Visit Finland

Tuotteistaminen ja paketointi

VF:n markkinaedustajat ja Business Intelligence: tutkimus ja markkinatieto
VF Akatemia ja valmentajaverkosto
Markkinakohtaiset tuotetimantit ja ekosysteemit
Tiivis DMC- ja Incoming toimisto –yhteistyö



Visit Finland



Myynninedistäminen (b2b)

Yhteisnäkyvyys ja -tuotteet valikoiduissa b2b-myyntitilaisuuksissa ja -kanavissa

Esim. ITB China/Shanghai 2018: Lakeland -pääyhteistyökumppanuus

MegaFAMit ja myyntiworkshopit per suuralue

Yhteiset Joint-promotion –kampanjat (VF, partnerialueet, jakelukanava)

Myyntikierrokset ja tutustumismatkat

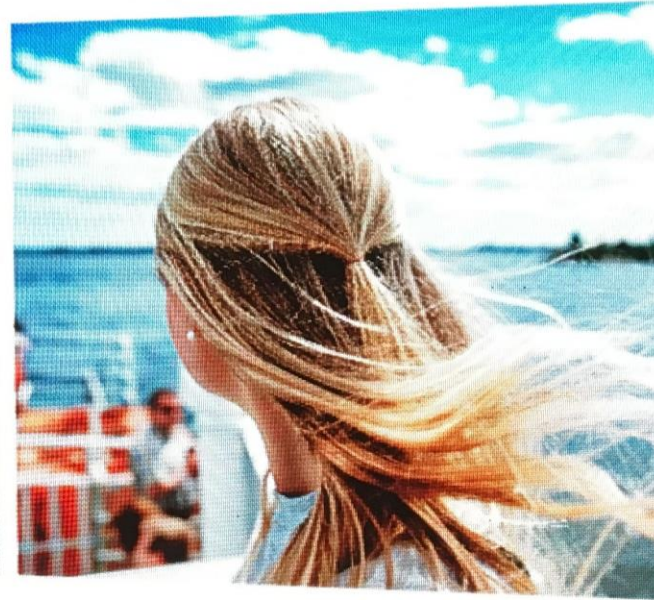


Visit Finland



芬兰国家旅游局2018中国路演 · 上海站

Visit Finland China Roadshow 2018 · Shanghai



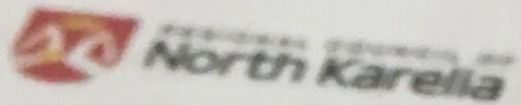
Markkinointi (b2c)

Yhteinen PR-strategia ja toimenpiteet per markkina
Medianäkyvyys, ansaittu & ostettu
Yhteisnäkyvyys valikoiduissa b2c-kanavissa ja kampanjoissa (VF ja partnerit)
Esim. Expedia 2018 tai Slow Down –kampanja (05/2018) Saksassa
European Travel Commission: China Tourism Year 2018 –yhteiskampanja
(LakelandEast)



Visit Finland

**EUROPEAN
TRAVEL
COMMISSION**



SOUTH SAVO
REGIONAL COUNCIL



Pohjois-Savon Littera
Regional Council of Pohjois-Savo

**REGIONAL
COUNCIL
OF SOUTH
KARELIA**

CONTRACT

BETWEEN

Development Company SavoGrow
Regional Council of South Savo
Regional Council of South Karelia
Regional Council of South Karelia

Brändityö

Erottuva, vetovoimainen brändi per suuralue
Tavoitteena tarjota asiakkaalle yhteinen elämys- ja laatulupaus
Kiinnostavat sisällöt, elämykset ja ostettavat tuotteet
Brändi = asiakkaan, eri kohtaamisten kautta luoma, mielikuva ja kokemus



Visit Finland

Yhteistyöterveisin!

kiti.hakkinen@businessfinland.fi



Visit Finland

