

Sisälllys

Kartoituksen esittely	2
Kalastus.....	3
Vaellus.....	9
Wildlife.....	21
Melonta	31
Pyöräily.....	39
Hevosmatkailu	43
Kylämatkailu	55
Kaikille teemoille sopivat kanavat.....	91
Useat teemat.....	119

Hämeen ELY-keskus on rahoittanut tämän julkaisun.

Kartoituksen esittely

Tämä selvitys on tuotettu Outdoors Finland – kehittämishankkeelle ja Hämeen ELY-keskus on rahoittanut tämän julkaisun. Tässä sähköisten jakelukanavien kartoituksessa on esitelty UK:n markkinoille sopivia jakelukanavia. Selvityksessä kanavat on jaoteltu eri teemojen alle ja selvityksen lopussa on esitelty kanavia, jotka sopivat usealle teemalle. Kartoituksen tilaajina ovat olleet Matkailun edistämiskeskus sekä Lomalaidun ry.

Selvityksen Iso-Britannian markkinoiden sähköisistä jakelukanavista on tehnyt Sähköinen Liiketoiminta Suomi Oy. Asiantuntijana on toiminut Sirkku Hirvonen. Kartoitus on toteutettu tutkimalla useita kymmeniä erilaisia sähköisiä jakelukanavia, jotka asiantuntija on arvioinut eri teemojen näkökulmasta. Selvitykseen on tuotu monipuolisesti jakelukanavia, joista osa edustaa sosiaalista mediaa, osa on perinteisiä matkailualan sähköisiä kanavia ja osa taas esimerkiksi internetmarkkinointiin tarkoitettuja mainospalveluita.

Ennen kuin yritykset ottavat sähköisiä jakelukanavia käyttöön, kannattaa niihin perehtyä ensin itse kuluttajan näkökulmasta ja tämän jälkeen harjoitella palvelun käyttöä, ennen kuin se otetaan tehokkaasti mukaan yrityksen markkinointiin. Tarvittaessa kannattaa hankkia asiantuntija-apua, jos esimerkiksi yrityksen tiedot ja taidot kohdealueen markkinoista on vähäiset.

Tämän kartoituksen tarkoitus on tuoda esille erilaisia vaihtoehtoja internetmarkkinointiin UK:n markkinoilla. Kanavien hyödyllisyys riippuu aina yrityksestä, joten kaikki tässä selvityksessä esitetyt kanavat eivät sovi kaikille yrityksille, vaikka teema olisikin oikea. Jos yrityksessä ollaan epävarmoja kanavien valinnassa, kannattaa aina kysyä apua asiantuntijoilta.

Kalastus

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kalastus, Visit Finland Fishing, www.visitfinland.com/web/guest/fishing/home
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Sivuston ylläpitäjät ja palveluiden tuottajat
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Koko VisitFinland.com sivustolla noin 120 000 kävijää kuukausittain.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	UK:sta tulee käyttäjiä koko sivustolle kuukausittain noin 8 000. VisitFinlandin sivuille päädytään useimmiten hakukoneista hakemalla tietoa Suomesta (englanniksi) ja kalastusosioon hakemalla tietoa kalastuksesta Suomessa.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Osa portaalista.
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Kalastus Suomessa, kalastustuotteet
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomen kilpailijoita ei sivuilla
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Sivuille voi lisätä kalastusohjelmat ja – paketit, kalastusoppaan palvelut, kartoitetut kalamökit sekä majoituskohteet, joilla on kalastuspalveluja, kalastusvälineliikkeet ja ongintalammikot sekä jatkossa voi lisätä myös kalatapahtumia (markkinat, messut, kilpailut) tapahtumasivulle ja

	alueiden ja vesistöjen sivuille. Ennen tietojen lisäämistä pitää tehdä online-sopimus osoitteessa http://bit.ly/p22eMu
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	trade@visitfinland.com .
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Sivusto on ulkomaisten matkailijoiden näkökulmasta luotettava tiedonlähde.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Kalastustuotteet kannattaa lisätä VisitFinlandin kalastusosiioon.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kalastus, Fishing.co.uk http://www.fishing.co.uk/board.php3
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjä
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Kuukausittain noin 4200 kävijää.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Kalastuksen harrastajat
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Keskustelupalsta
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	Monipuolisesti kalastuksesta: kalastusmatkat, erilaiset kalastustekniikat, erilaiset kalastusvesistöt, välineiden ja tilojen vuokraaminen jne.
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Yleisesti kalastukseen liittyvät asiat
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomi, Ruotsi tai Norja ei erotu sivustolla edukseen
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Kuka tahansa voi osallistua keskusteluun. Tunnukset foorumille voi tehdä osoitteessa www.fishing.co.uk/myfishing.php3
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Sivuston kävijämäärä ei ole kovin suuri, joten kanavaan ei kannata käyttää liikaa aikaa.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Keskusteluja kannattaa seurata esimerkiksi kerran viikossa, ja jos keskusteluissa esiintyy Suomeen liittyviä kalastuskysymyksiä, niihin

	<p>kannattaa käydä vastaamassa. Jotta keskusteluun osallistuminen näyttäisi luontevalta, kannattaa olla muillakin forumin alueilla aktiivinen. Käyttäjät, jotka kirjoittavat vain yhden viestin, tulkitaan helposti roskapostittajiksi.</p>
--	---

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kalastus, GoFishing, http://www.gofishing.co.uk/Top-navigation/Gallery/
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät ja sivuston ylläpitäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Sivustolla käy kuukausittain noin 21000 kävijää.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Kalastusta harrastavat, enimmäkseen britit. Kävijöistä noin 70 % tulee UK:sta.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asisisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Kuvagalleria (sivustolla on myös muita osioita).
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	Suuret kalat, eri kalastuslajit, kalastusneuvot jne.
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Suomesta ja Ruotsista ei löydy kuvia, Norjasta löytyi 7 kuvaa. Kuvia saattaa silti olla, mutta niiden tunnisteisiin ei ole laitettu sijaintia.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Kuka tahansa sisäänkirjautunut voi lisätä kuvia. Rekisteröinnin voi tehdä osoitteessa http://bit.ly/nPR9hl
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Sivustolla on myös mahdollista markkinoida esimerkiksi bannereilla. Internetmarkkinoinnista voi kysyä lisää osoitteella donna.harris@bauermedia.co.uk
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Ks. yllä.
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Kohderyhmä sivustolla on täysin oikea, joten sivusto on erinomainen lisä kalastusyrityksen sähköiseen markkinointiin.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen	Aluksi kannattaa käydä tutkimassa

jakelukanavaan	muiden käyttäjien lisäämiä kuvia ja suunnitella, millaisia houkuttelevia kuvia itse voisi sivustolle lisätä. Kuvien tulee olla laadukkaita, jotta kuvien vaikutus ei ole negatiivinen.
----------------	--

Vaellus

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Vaellus, Hiking in Finland, www.hikinginfinland.com
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Blogin kirjoittaja
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Kuukausittain noin 11 5000 kävijää ja 45 000 sivulatausta.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Henkilöt, jotka ovat innostuneet vaelluksesta Suomessa tai etsivät tietoa vaelluksesta Suomeen/ Suomessa.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Blogi
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Vaellusvarusteiden arvosteluja, haastatteluja, lukusuosituksia, kevyt pakkaaminen ja blogiosiossa vaeltaminen ympäri maailmaa sekä kaikki tähän liittyvät asiat. Blogin nimi perustuu enemmänkin hakukoneoptimointiin, mutta suuri osa jutuista on pohjoisesta (myös Ruotsista ja Norjasta). Kirjoittaja asuu Suomessa.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomi on muita paremmin esillä kuin Ruotsi ja Norja.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Sivuille saa bannerimainoksia maksua vastaan ja hinnoista voi kysellä alla olevasta osoitteesta. Myös muista mahdollisista markkinointiratkaisuista on mahdollista keskustella.

12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	<u>hendrik.morkel@gmail.com</u>
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Blogi löytyy todella hyvin hakukoneista ja sillä on paljon lukijoita. Tämä on vaelluspalveluja tarjoaville yrityksille todella hyvä paikka saada näkyvyyttä.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Aluksi kannattaa selvittää, onko blogin kirjoittaja tehnyt jo kirjoitusta teidän matkailualueesta ja vaelluksesta siellä. Jos hän ei ole vielä käynyt alueella, kannattaa kysyä, olisiko hänet mahdollista kutsua tutustumaan alueeseen. Myös bannerimainontaa voi kokeilla, mutta tällöin pitää muistaa seurata omasta kävijäseurantaohjelmasta, tuleeko bannerin kautta oikeasti kävijöitä ja viihtyvätkö nämä kävijät myös teidän kotisivulla (ja syntyykö kauppaa).

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Vaellus, Outdoors Magic, www.outdoorsmagic.com/forum/forumthreads.asp?UTN=44328&URN=4&SP=&V=1
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjä
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Koko sivustolla yli 200 000 kävijää kuukausittain.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Sivuston käyttäjän yleisin profiili on 32-vuotias mies, joka tienaa vuodessa noin 35 000 puntaa. Käyttäjä välittää ekologisista arvoista. 98 % sivuston tekemään kyselyyn vastanneista kertoi muiden arvioiden vaikuttavan heidän päätöksentekoon.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Keskustelupalsta. (Koko sivusto on ulkona liikkumiseen keskittyvä portaali, josta löytyy myös kuvagallerioita, blogeja, verkkokauppa, varustearvosteluja, reittejä jne.)
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	Sivustolla keskustellaan kaikesta vaellukseen liittyvästä, mutta forumissa on erillinen osio vaellusmatkailua varten ja erillinen osio matkakertomuksia varten. Matkailuosiossa kysellään vinkkejä tulevia matkoja varten.
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Koko sivustolla eniten huomioita saa Norja. Ruotsista on kirjoitettu noin puolet vähemmän ja Suomesta vielä tästäkin puolet vähemmän.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Kuka tahansa voi luoda itselleen profiilin sivustolle. Profiiliin voi tehdä osoitteessa http://www.outdoorsmagic.com/members/join.asp?v=1
12. kontaktitiedot (myynti- tai	Sivustolla voi myös markkinoida ja tähän

markkinointitarkoitukseen)	löytyy monia eri ratkaisuja sähköpostimarkkinoinnista tekstilinkkien kautta bannerimainontaan. Lisätietoja sähköisestä markkinoinnista sivulla ja hinnasto löytyy osoitteessa http://www.outdoorsmagic.com/advertise.asp?v=1 . Voit myös ottaa suoraan yhteyttä Melissa Sharpington, melissa.sharlington@magicalia.com , +44 (0)207 843 8880
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Sivustolla tavoittaa kaikkein aktiivisimpia alan harrastajia ja sivulla käy paljon käyttäjiä. Suurin osa sivustosta on kuitenkin suunnattu markkinoimaan UK:n vaelluspalveluita ja reittejä.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Kannattaa seurata etenkin matkailuosioista keskustelupalstalla, esimerkiksi kerran viikossa tai useammin. Kun palstalle tulee kysymyksiä Suomea koskien, niihin kannattaa käydä heti vastaamassa. Jotta keskusteluun osallistuminen näyttäisi luontevalta, kannattaa olla muillakin forumin alueilla aktiivinen. Käyttäjät, jotka kirjoittavat vain yhden viestin, tulkitaan helposti roskapostittajiksi. Myös matkakertomuksia kannattaa seurata. Jos matkakertomuksia Suomesta ilmestyy, niihin kannattaa ehdottomasti käydä kommentoimassa.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Vaellus, TrailDino, www.traildino.com
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Sivuston ylläpitäjät ja osittain myös käyttäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Noin 1600 kävijää kuukausittain
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Kanava tavoittaa poikkeuksellisen hyvin 45-vuotiaat ja sitä vanhemmat. Kanava on suunnattu matkailijoille, jotka etsivät tietoa vaellusreiteistä vieraista maista.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Hakemisto
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Sivustolle on kerätty tietoa maittain: maaesittely, reittien esittelyt, maan tärkeimmät sivustot, linkit ja vinkit. Lisäksi sivuilla on käyttäjien lisäämiä kuvia.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Ruotsista ja Norjasta tietoa on tarjolla hyvin kattavasti. Suomesta ja Norjasta on esillä paljon kuvia, kun taas Ruotsista kuvia ei ole ollenkaan. Reittiesittelyjä on paljon vajaina varsinkin Ruotsilla ja Suomella.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Sivustolle voi lähettää kuvia ja linkkejä, jotka sivuston ylläpitäjät päivittävät sivulle. Sivulle rekisteröidytään ensin osoitteessa http://www.traildino.com/users/login . Tämän jälkeen pääsee lisäämään haluamansa linkin. Kuvan voi lähettää osoitteesta

	http://www.traildino.com/contacts/picture .
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Ei yllä olevien lisäksi muuta myyntiä tai markkinointia. Sivuston ylläpitäjiin saa yhteyden lomakkeella osoitteessa http://www.traildino.com/contact
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Sivuston vaikutus on varsin vähäinen, koska sivustolla on niin vähän kävijöitä.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Koska linkit saa lisätä sivustolle maksutta ja ne tulevat esille tyylikkäästi, kannattaa linkki käydä lisäämässä. Mitä enemmän linkkejä kotisivuilleen johtaa, sen parempi kotisivunne on hakukoneiden silmissä (myös linkkien laadulla on merkitystä). Jos vaellusreittienne varrelta on laadukkaita kuvia, kannattaa niitäkin lisätä. Kuviin ei saa linkkiä, mutta kuvaukseen saa kirjoitettua mistä kuva on otettu.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Vaellus, Lonely Planet Trekking & Mountaineering, http://www.lonelyplanet.com/thorntree/index.jspa
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Lonely Planet
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät (ja sivuston ylläpitäjät)
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Lonely Planetin koko sivusto tavoittaa kuukausittain noin 4 miljoonaa kävijää.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Lähinnä luontomatkakohteista kiinnostuneet matkailijat ympäri maailmaa. Suurin osa kävijöistä on 18–34-vuotiaita. 24-vuotiaita on käyttäjissä kaikkein eniten.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Keskustelupalsta
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	<ul style="list-style-type: none"> < itsenäinen matkustaminen ympäri maailman < vaelluskohteet < erilaiset majoituskohteet matkustusreittien varrella < parhaat tavat matkustaa itsenäisesti
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Keskustelupalstalla on eri osioita maanosille ja maille. Suomalaisten matkakohteiden kannattaa osallistua Pohjoismaiden keskusteluosioon. Palstalla on lisäksi kokonaan oma keskustelualue vaellukselle.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Tällä hetkellä Norjalla ja Ruotsilla on Suomea enemmän näkyvyyttä keskustelupalstalla.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi;	Kuka tahansa voi rekisteröityä kanavalle ja osallistua keskusteluun. Rekisteröityminen tapahtuu osoitteessa

tapa ja hinta	https://secure.lonelyplanet.com/members/registration/new
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Sivustolle on myös mahdollista saada bannerimainoksia ja tarkemmat tiedot yhteystietoineen löytyvät osoitteesta http://www.lonelyplanet.com/advertising/
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Keskustelut sivustolla ovat vilkkaita. Valitsemalla keskustelupalstalta oikean osion (esimerkiksi vaellus), tavoittaa juuri oikean kohderyhmän, joka on varmasti kiinnostunut vaellusmatkailuun liittyvästä tarjonnasta.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Vaellukseen ja Pohjoismaihin liittyviä keskusteluosioita kannattaa seurata tiiviisti, esimerkiksi kerran viikossa (tai useammin). Aina kun keskusteluihin ilmestyy aihealue, johon yrityksellä on jotakin annettavaa, kannattaa keskusteluun osallistua. Jotta kanavalla saavutetaan lukijoiden luottamus, ei keskustelu kuitenkaan saa olla pelkkää omien palvelujen markkinointia, vaan pitää pyrkiä aidosti auttamaan muita palvelun käyttäjiä.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Vaellus, Solo's, http://www.soloholidays.co.uk/finland
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Matkanjärjestäjä
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Kuukausittain noin 4000 kävijää.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Noin 57 % sivun käyttäjistä tulee UK:sta. Sivusto tavoittaa hyvin myös 45–64-vuotiaat. Sivuston luonteesta johtuen suurempi osa käyttäjistä on lapsettomia.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Matkanjärjestäjän kotisivu
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Matkanjärjestäjä tarjoaa matkoja ennen kaikkea sinkuille. Matkatarjonnassa on mukana risteilyjä, aktiivilomia, rantalomia jne. Yhtenä aktiviteettina on mukana vaellus.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomeen on tarjolla yksi matka, Norjaan yksi matka ja Ruotsiin yksi matka.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Osoitteesta http://www.soloholidays.co.uk/contact-solos löytyy yhteydenottolomake, josta voi valita "Marketing", kun haluaa keskustella mahdollisesta yhteistyöstä matkanjärjestäjän kanssa.
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Ks. yllä.
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Yhteistyö kyseisen matkanjärjestäjän kanssa sopii sellaisille vaellusmatkanjärjestäjille, joiden

	kohderyhmään kuuluu nimenomaan sinkut. Muille kohderyhmille tämä matkanjärjestäjä ei käy.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Jos yritys on erikoistunut sinkkumatkailijoihin, matkanjärjestäjältä kannattaa tiedustella kiinnostusta tutustumaan yrityksen vaellusmatkoihin.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Vaellus, Virtual Tourist, http://www.virtualtourist.com/
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Kuukausittain sivuilla on noin 9 miljoonaa kävijää. 1,2 miljoonaa rekisteröitynyttä käyttäjää.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Käyttäjistä enemmistö on nuoria, noin 25–33-vuotiaita ja suurin osa naisia. Sivuston käyttäjät tulevat ympäri maailmaa 220 maasta ja käyttäjistä noin 7 % tulee UK:sta.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Matkailuyhteisö. Sivulla jaetaan vinkkejä muille matkailijoille arvostelujen ja kuvien muodossa.
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	Suomesta muun muassa: < Suomi < Lappi < Helsinki < Rovaniemi < Savonlinna < Tampere < Turku < Kittilä jne.
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Vinkit ja keskustelut on jaettu kuuluisiin matkakohteisiin (Helsinki, Rovaniemi, Tukholma jne.)
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palvelutarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomesta, Ruotsista ja Norjasta löytyy kaikista todella paljon tietoja ja keskusteluja.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Kuka tahansa voi rekisteröityä sivustolle ja lisätä kohteita sekä osallistua keskusteluun. Rekisteröityminen tapahtuu osoitteesta http://members.virtualtourist.com/m/i/ Kun on rekisteröitynyt kanavaan, voi

	<p>lisätä palveluun esimerkiksi vaellusretken, vaellusreitit tai majoituspaikan vaelluskohteen lähellä tai osallistua vain keskusteluun ja lisäillä kuvia ja videoita.</p>
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	<p>Virtual Tourist sivusto on toiminut jo yli 12 vuotta ja kävijämäärä on toistaiseksi kasvanut, joten sivulla on jo varsin pitkät perinteet ja aktiivinen käyttäjäkunta. Kanavassa suurin käyttäjäryhmä on kuitenkin USA:sta (noin 25 %), mutta UK:stakin käyttäjiä tulee kuukausittain noin 630 000. Verrattuna esimerkiksi Tripadvisoriin tämä kanava on huomattavasti henkilökohtaisempi. Riippuu siis yrityksen luonteesta haluaako osallistua persoonalliseen kanavaan vai pysyä asiakkaista enemmän etäällä.</p>
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	<p>Maksuttomaan kanavaan kannattaa lisätä yrityksen tiedot, kun muistaa ottaa huomioon, että muut käyttäjät voivat esittää kysymyksiä vinkkiin liittyen. Kanavaa pitää siis jäädä seuraamaan jatkossakin. Samoin on kannattavaa seurata keskustelualueille ilmestyviä kysymyksiä ja vastata niihin aina silloin, kun kokee voivansa auttaa matkailijoita, jotka ovat tulossa omalle alueelle tai ylipäätään Suomeen.</p>

Wildlife

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Wildlife, Wildlife Worldwide, http://www.wildlifeworldwide.com/home.html
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Matkanjärjestäjä
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Kävijämäärää ei pystytä arvioimaan. Sivustolla kävijät viettävät sivulla kuitenkin yli kolme minuuttia aikaa ja katsovat yleensä noin 3 sivua sivustolta.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Valmiista wildlife-matkapaketeista kiinnostuneet britit
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Matkanjärjestäjän kotisivu
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Sivustolla on esitetty erilaisia wildlife-matkakohteita ympäri maailmaa. Euroopasta löytyy matkat sekä Suomesta että Romaniasta.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Kyseinen matkanjärjestäjä ei tee matkoja Ruotsiin eikä Norjaan eli vain Suomi on näkyvillä.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Matkanjärjestäjän kanssa tulee keskustella mahdollisesta yhteistyöstä. Tällä hetkellä Suomesta tarjolla oleva matka on järjestetty Kajaanissa, josta kannattaa kysyä neuvoa, ennen neuvottelujen aloittamista.
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Matkanjärjestäjään saa yhteyden osoitteella sales@wildlifeworldwide.com .

	Muut yhteystiedot löytyvät osoitteesta http://www.wildlifeworldwide.com/information/contact_us.html
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko maassa	Matkanjärjestäjän sivut tavoittavat todennäköisesti vain hyvin pienen käyttäjäjoukon, joten suuria massoja tämän sivun avulla ei tavoiteta.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Ensimmäiseksi kannattaa tiedustella neuvoja suomalaiselta (Kajaani) yritykseltä, joka nyt jo tekee yhteistyötä kyseisen matkanjärjestäjän kanssa. Jos yhteistyö on ollut kannattavaa, yritys voi tehdä hyvin esivalmistellun ehdotuksen ja ottaa yhteyttä matkanjärjestäjään.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Wildlife, Wildlife Extra, http://www.wildlifeextra.com/go/forum/default/#cr
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Sivustolla käy kuukausittain keskimäärin 70 000 kävijää.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Wildlife safareista, lintujen, delfiinien, valaiden ja muiden villieläinten katselusta ja valokuvaamisesta kiinnostuneet henkilöt, enimmäkseen britit (70 % sivun kävijöistä).
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Nettilehti ja keskustelupalsta.
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	Aiheita muun muassa: < valokuvaaminen < safarit < tunnistaminen < parhaat katselupaikat < jne
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Sivulla keskitytään esittelemään tarkemmin lintujen, valaiden, delfiinien ja muun vesielämän tarkkailuun ja lisäksi sivustolla on esitelty suosituimpia wildlife kohteita, kuten Suomi.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palvelutarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Kohteina ei ole esitelty Norjaa eikä Ruotsia, mutta artikkeleista löytyy kirjoituksia myös näistä.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Keskusteluosioon pääsee osallistumaan klikkaamaan keskusteluissa näkyvää Join this discussion » linkkiä. Linkkiä klikkaamalla pääsee luomaan itselleen tilin sivustolle.

<p>12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)</p>	<p>Sivustolla voi myös mainostaa bannerien avulla. Hinnat vaihtelevat 50-450 puntaa kuukaudessa. Tarkemmat tiedot mainostamisesta löytyy osoitteesta http://www.wildlifeextra.com/go/pages/advertising.html. Sähköpostitse voi lähettää tiedusteluja osoitteeseen editor@wildlifeextra.com.</p>
<p>13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa</p>	<p>Sivusto on ollut toiminnassa vasta noin puolitoista vuotta ja sinä aikana se on jo saavuttanut kohtuullisen suuren kävijämäärän. Sivusto tavoittaa nimenomaan wildlife teemasta kiinnostuneet britit.</p>
<p>14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan</p>	<p>Keskustelupalstoja kannattaa seurata esimerkiksi kerran viikossa ja osallistua sellaisiin keskusteluihin, jotka voivat johtaa matkustamiseen Suomeen. Bannerimainontaa voi kokeilla aluksi esimerkiksi edullisimmalla vaihtoehdolla ja seurata tarkasti tuleeko bannerin klikkauksia tarpeeksi ja johtavatko klikkaukset haluttuihin toimenpiteisiin, kuten tarjouspyynnön lähettämiseen.</p>

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Wildlife, Discover Wildlife, http://www.discoverwildlife.com/forum/places-to-go-f16.html
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Useita keskustelunavauksia on luettu satoja kertoja ja vähemmän aktiivisiakin ketjuja kymmeniä kertoja.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Wildlife matkoja suunnittelevat henkilöt, enimmäkseen britit (noin 51 % kävijöistä.)
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Keskustelupalsta
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	Kyseinen keskustelupalstan aihe on "Places to go". Osiossa keskustellaan wildlife kohteista ympäri maailmaa, joihin kannattaisi matkustaa. Keskustelijat kysyvät vinkkejä ja kirjoittavat omista matka- ja retkikokemuksistaan.
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Kyseisessä keskustelupalstan osiossa (Places to go) on kirjoitettu vain Ruotsista ja Norjasta, mutta Suomea ei ole mainittu.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Keskustelupalstalle pääsee osallistumaan kirjautumisen jälkeen. Rekisteröinnin voi tehdä osoitteessa http://www.discoverwildlife.com/user/register
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Tiedustelut mainostamisesta sivustolla www.discoverwildlife.com voi lähettää osoitteeseen lauragibbs@bbcmagazines.com

13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko maassa	Koska www.discoverwildlife.com sivustolla ei olla erikseen keskitytty Euroopan wildlife kohteisiin, myös keskustelualueella keskustellaan vain nähän pohjoisen matkakohteista. Näin ollen sivustolta voi olla aikaa vievää löytää oikeaa kohderyhmää.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan.	Keskustelupalstaa kannattaa seurata esimerkiksi kerran viikossa/kerran kahdessa viikossa ja vastata mahdollisiin kysymyksiin Suomea koskien.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Wildlife, Lonely Planet Wildlife & Nature, http://www.lonelyplanet.com/thorntree/forum.jspa?forumID=95
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Lonely Planet
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät (ja sivuston ylläpitäjät)
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Lonely Planetin koko sivusto tavoittaa kuukausittain noin 4 miljoonaa kävijää.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Lähinnä luontomatkakohteista kiinnostuneet matkailijat ympäri maailman. Suurin osa kävijöistä on 18-34-vuotiaita. 24-vuotiaita on käyttäjistä kaikkein eniten.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Keskustelupalsta
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	Tässä osiossa keskustelupalstaa keskustellaan wilflifekohteista ympäri maailmaa. <ul style="list-style-type: none"> < katseltavat eläimet < erilaiset wildlife oppaat < wildlife kohteet < ajankohtaiset tapahtumat
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Tällä hetkellä Norjalla ja Ruotsilla on Suomea enemmän näkyvyyttä keskustelupalstalla.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Kuka tahansa voi rekisteröityä kanavalle ja osallistua keskusteluun. Rekisteröityminen tapahtuu osoitteessa https://secure.lonelyplanet.com/members/registration/new
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Sivustolle on myös mahdollista saada bannerimainoksia ja tarkemmat tiedot

	<p>yhteystietoineen löytyvät osoitteesta http://www.lonelyplanet.com/advertising/</p>
<p>13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa</p>	<p>Keskustelut sivustolla ovat vilkkaita. Valitsemalla keskustelupalstalta oikean osion (esimerkiksi vaellus), tavoittaa juuri oikean kohderyhmän, joka on varmasti kiinnostunut vaellusmatkailuun liittyvästä tarjonnasta.</p>
<p>14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan</p>	<p>Vaellukseen ja Pohjoismaihin liittyviä keskusteluosioita kannattaa seurata tiiviisti, esimerkiksi kerran viikossa (tai useammin). Aina kun keskusteluihin ilmestyy aihealue, johon yrityksellä on jotakin annettavaa, kannattaa keskusteluun osallistua. Jotta kanavalla saavutetaan lukijoiden luottamus, ei keskustelu kuitenkaan saa olla pelkkää omien palvelujen markkinointia, vaan pitää pyrkiä aidosti auttamaan muita palvelun käyttäjiä.</p>

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Wildlife, Baltic Travel Company, http://www.baltictravelcompany.com/fu/c04/Finland-holidays
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjä
4. kuka tuottaa sisältöä	Matkanjärjestäjä
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Kuukausittain noin 3500 kävijää sivustolla.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Sivuston kävijöistä noin 35 % on UK:sta. Enemmistö on nuoria, noin 25-34-vuotiaita. Tällä sivustolla käy muita sivuja enemmän myös miespuoliset käyttäjät.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Matkanjärjestäjän kotisivu.
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Matkanjärjestäjä tarjoaa matkoja Pohjoismaihin ja Baltiaan. Suomesta on tarjolla muun muassa karhunkatselumatkoja.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Sekä Suomesta, Norjasta että Ruotsista on matkoja hyvin esillä, mutta Suomi nousee hivenen muita paremmin esille wildlife kohteena.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Matkanjärjestäjän kanssa voi neuvotella mahdollisesta yhteistyöstä.
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Tiedustelut voi lähettää osoitteeseen info@baltictravelcompany.com
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Sivustolla on melko vähän kävijöitä, mutta kohderyhmä on muita matkanjärjestäjiä paremmin rajattu maantieteellisesti.

14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Matkanjärjestäjältä voi tiedustella mielenkiintoa uusiin kohteisiin. Aluksi kannattaa tiedustella olevassa olevilta yhteistyökumppaneilta, miten yhteistyö on sujunut.
---	--

Melonta

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Melonta, Song of the Paddle, http://www.songofthepaddle.co.uk/
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjä
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Kuukausittain vajaa 8000 käyttäjää.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Melontaa harrastavat henkilöt, enimmäkseen UK:sta (noin 56 % kävijöistä).
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Keskustelupalsta
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	Omat keskustelualueet melontapaikoille, oma alue Suomen melontapaikoille. Suora linkki Suomen keskustelualueeseen on http://www.songofthepaddle.co.uk/forum/forumdisplay.php?106-Paddling-Places-in-Finland
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Muilla keskustelualueilla puhutaan muista melontapaikoista, melontavälineistä, tapahtumista, melontaretkistä jne.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palvelutarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Kilpailijoista vain Suomella on oma keskustelualue.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Kuka tahansa pääsee rekisteröitymisen jälkeen osallistumaan keskusteluun. Rekisteröityminen tapahtuu osoitteessa http://www.songofthepaddle.co.uk/forum/register.php
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	

13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Sivusto on erittäin hyvä kanava tavoittaa Suomesta melontakohteena kiinnostuneet matkailijat.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Sivustolle kannattaa rekisteröityä ja osallistua aktiivisesti keskusteluihin. Tällä hetkellä sivulla on kaksi keskustelunavausta suomalaisista melontakohteista, joten niitä voi luoda myös lisää. Kyseisiä, olemassa olevia keskusteluja on luettuja tuhansia kertoja.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Melonta, Activity Holiday Guide, http://www.activityholidaysguide.com/
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät ja sivuston ylläpitäjä
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Sivusto tavoittaa kuukausittain noin 2000 käyttäjää.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Aktiivilomista kiinnostuneet matkailijat, enimmäkseen britit (noin 52 % kävijöistä).
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Hakemisto
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Sivustolle on listattu erilaisia aktiviteetteja tarjoavia yrityksiä.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomesta on esillä 2 palvelua, Norjasta 3 ja Ruotsista 4.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Sivustolle pääsee mukaan lähettämällä ensiksi alustavan tiedustelun, jonka jälkeen paluupostissa tulee tarkemmat ohjeet ja hinnat. Alustavan lomakkeen voi lähettää osoitteessa http://www.activityholidaysguide.com/advertise.php
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Ks. yllä.
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Sivustolla käy melko vähän kävijöitä. Sivustoa voidaan käyttää lisänä jo olemassa olevan verkkonäkyvyyden kasvattamisessa, mutta pelkästään tässä kanavassa näkyminen ei tuota hyvää tulosta.

14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Sivustolta voi lähettää alustavan tiedustelun ja arvioida hinnan perusteella, voisiko sivustolla näkyvyyttä testata esimerkiksi vuoden ajan, jonka jälkeen olisi helpompi arvioida, oliko kanavassa näkymisestä hyötyä.
---	---

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Melonta, Love to Escape, http://www.lovetoescape.com/
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät ja sivuston ylläpitäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Kuukausittain noin 23 000 kävijää.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Sivusto tavoittaa hyvin noin 45-64-vuotiaat, enimmäkseen naisia ja suurin osa (noin 66 %) brittejä.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Hakemisto
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Sivustolle on listattu eri teemojen alle majoituksia ja aktiviteetteja ympäri maailmaa.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Ruotsi, Norja ja Suomi näkyvät kaikki sivustolla yhtä huonosti.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Sivustolle pääsee listaamaan yrityksen perustiedot maksutta. Käyttäjät pääsevät lähettämään tiedusteluja suoraan tästä listauksesta. Tiedustelut tulevat yrityksen sähköpostiin. Kun kanavan kautta on tullut neljä tiedustelua, kanavan ylläpitäjät kysyvät, haluatteko muuttaa listauksenne maksulliseksi. Maksu on 180 puntaa vuodessa. Jos haluatte pitää listauksen maksuttomana, yhteydenottolomakkeen tilalle vaihdetaan yrityksen puhelinnumero, mutta perustiedot saavat jäädä palveluun. Tiedot pääsee

	lisäämään osoitteesta http://www.lovetoescape.com/reguser/aup.cfm
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Yritykselle voi lähettää tiedusteluja sähköpostitse osoitteella contact@lovetoescape.com
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Sivustolla käy kuukausittain melko hyvin väkeä, mutta sen teho ei ole verrattavissa esimerkiksi Tripadvisoriin.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Maksutonta näkyvyyttä voi kokeilla ja jos neljä (aitoa) yhteydenottoa tulee lyhyessä ajassa ja niistä osa johtaa kauppoihin, kannattaa maksullista näkyvyyttä harkita. Jos tiedusteluja ei synny tarpeeksi nopeasti, ei maksullista näkyvyyttä kannata ottaa.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Melonta, Canoe & Kayak, http://www.canoekayak.co.uk/forums/category-view.asp
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät ja sivuston ylläpitäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Sivusto tavoittaa kuukausittain noin 3000 kävijää.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Melontaa harrastavat, enimmäkseen briti /noin 44 % kävijöistä). Sivusto tavoittaa hyvin myös 35–54-vuotiaat ja alhaisesti koulutetut.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Keskustelupalsta
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	Keskustelupalstalla puhutaan kaikesta mahdollista melontaan liittyvästä (välineet, vinkit, kohteet, jne.)
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Norjasta löytyi keskusteluja, Ruotsista yksi ja Suomesta ei yhtään.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Kuka tahansa pääsee osallistumaan keskusteluihin rekisteröidytyään. Rekisteröinnin pääsee tekemään osoitteessa http://www.canoekayak.co.uk/forums/register.asp
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Osoitteesta andyf@warnersgroup.co.uk voi tiedustella maksullisten mainosten hintoja.
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Sivustolla on pieni käyttäjämäärä ja keskustelusta ei löydy omaa osiotaan melontamatkoille. Tämän vuoksi oikeaa kohderyhmää voi olla vaikea tavoittaa.

14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Keskustelua kannattaa seurata esimerkiksi kerran kahdessa viikossa/kerran viikossa ja tarvittaessa vastailla omaa aluetta koskeviin kysymyksiin ja keskusteluihin.
---	--

Pyöräily

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Pyöräily, 2Wheel Treks, http://2wheeltreks.co.uk
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Matkanjärjestäjä
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Sivuilla käy kuukausittain noin 2500 kävijää.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Sivun kävijöistä suurella osalla ei ole lapsia ja he ovat melko alhaisesti koulutettuja. Sivustolle päädytään useimmiten hakemalla hakusanoilla cycling holiday eli kävijät etsivät tietoa nimenomaan pyöräilymatkoista.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Matkanjärjestäjän kotisivu
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Matkanjärjestäjän pyöräilymatkat on jaettu kategorioihin: <ul style="list-style-type: none"> ◀ Freedom Holidays (asioita hoidetaan paljon matkailijoiden puolesta, kuten matkatavaroiden siirtäminen paikasta toiseen) ◀ Cruise & Cycle (pyöräily yhdistetty erilaisiin risteilyihin) ◀ Weekends & Shortbrakes (lyhytkestoiset pyöräilyretket)
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomesta on tarjolla vain yksi matka Turun saaristossa, mutta Norjasta ja Ruotsista matkoja ei ole tarjolla ollenkaan.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä	Matkanjärjestäjän kanssa voi neuvotella

edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	yhteistyöstä. Tiedustelut voi lähettää osoitteeseen info@2wheeltreks.co.uk
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Ks. yllä
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Sivustolla käy vähän kävijöitä, mutta kohderyhmä on pyöräilymatkoille täysin oikea.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Matkanjärjestäjältä kannattaa tiedustella kiinnostusta uusiin tuotteisiin ja tuote kannattaa miettiä valmiiksi ennen neuvottelujen aloittamista. Komission suuruus on myös hyvä selvittää heti neuvottelun alkuvaiheessa.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Pyöräily, Lonely Planet On Your Bike http://www.lonelyplanet.com/thorntree/forum.jspa?forumID=32
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Lonely Planet
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Lonely Planetin koko sivusto tavoittaa kuukausittain noin 4 miljoonaa kävijää.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Lähinnä luontomatkakohteista kiinnostuneet matkailijat ympäri maailmaa. Suurin osa kävijöistä on 18–34-vuotiaita. 24-vuotiaita on käyttäjistä kaikkein eniten.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Keskustelupalsta
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	<ul style="list-style-type: none"> < erilaiset pyöräilykohteet ympäri maailmaa < pyöräilyvarusteet (ostaminen ja vuokraaminen) < varusteiden kuljettaminen matkustaessa < ajankohtaiset pyöräilyuutiset jne.
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Tässä keskustelupalstan osiossa keskitytään pyöräilyyn ympäri maailmaa.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Tällä hetkellä Norjalla ja Ruotsilla on Suomea enemmän näkyvyyttä keskustelupalstalla.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Kuka tahansa voi rekisteröityä kanavalle ja osallistua keskusteluun. Rekisteröityminen tapahtuu osoitteessa https://secure.lonelyplanet.com/members/registration/new
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Sivustolle on myös mahdollista saada bannerimainoksia ja tarkemmat tiedot yhteystietoineen löytyvät osoitteesta http://www.lonelyplanet.com/advertisin

	<u>g/</u>
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Keskustelut sivustolla ovat vilkkaita. Valitsemalla keskustelupalstalta oikean osion (esimerkiksi pyöräily), tavoittaa juuri oikean kohderyhmän, joka on varmasti kiinnostunut pyöräilymatkailuun liittyvästä tarjonnasta.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Pyöräilyyn liittyvää keskusteluosiota kannattaa seurata tiiviisti, esimerkiksi kerran viikossa. Aina kun keskusteluihin ilmestyy aihealue, johon yrityksellä on jotakin annettavaa, kannattaa keskusteluun osallistua. Jotta kanavalla saavutetaan lukijoiden luottamus, ei keskustelu kuitenkaan saa olla pelkkää omien palvelujen markkinointia, vaan pitää pyrkiä aidosti auttamaan muita palvelun käyttäjiä.

Hevosmatkailu

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Hevosmatkailu, Hidden Trails, http://www.hiddentrails.com/
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivun ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Matkanjärjestäjä
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Sivuilla käy kuukausittain noin 5000 kävijää.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Hevosmatkailusta kiinnostuneet, erityisesti hieman vanhemmat (45–64-vuotiaat) naiset
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Matkanjärjestäjän kotisivu
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Enimmäkseen maastoratsastusretket ympäri maailmaa
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomesta on tarjolla yksi maastoratsastusretki (Posiolla), Ruotsista retkiä ei ollenkaan ja Norjasta tarjolla on yksi retki.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Matkanjärjestäjän kanssa voi neuvotella mahdollisesta yhteistyöstä. Yritykselle voi lähettää sähköpostia osoitteeseen info@hiddentrails.com .
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Ks. yllä.
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Sivusto on oikein kohdennettu hevosmatkailuun, mutta sivustolla käyvästä enemmistä tulee USA:sta. Mahdollisesta yhteistyöstä neuvotellessa kannattaa selvittää, kuinka suuri osa asiakkaista tulee

	suoraan UK:sta.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Kannattaa tutustua sivustolta nyt jo löytyvään tarjontaan ja arvioida, pystyisikö oma yritys tuottamaan vastaavia ja parempia palveluja. Tämän jälkeen matkanjärjestäjään voi ottaa yhteyttä valmiin ehdotuksen kanssa ja kysellä mahdollista kiinnostusta tuotteeseen.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Hevosmatkailu, Far and Ride, http://www.farandride.com/
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Matkanjärjestäjä
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Alle tuhat kävijää kuukausittain
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Hevosmatkailusta kiinnostuneet, enimmäkseen britit
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Matkanjärjestäjän kotisivu
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Enimmäkseen maastoratsastusretkiä, matkoja ympäri maailmaa
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomesta on tarjolla yksi retki (Kainuu), Ruotsista ja Norjasta ei yhtään.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Mahdollisesta yhteistyöstä voi neuvotella matkanjärjestäjän kanssa. Yritykseen voi lähettää sähköpostia osoitteeseen info@farandride.com tai käyttää yhteydenottolomaketta osoitteessa http://www.farandride.com/contact.php
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Ks. yllä
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Sivustolla käy vähän kävijöitä, mutta kävijät ovat enimmäkseen UK:sta. Kanava tavoittaa siis esimerkiksi Hidden Trailsia paremmin nimenomaan UK:n markkinat. Yritys markkinoi tuotteitaan

	<p>lisäksi Facebookissa, jossa he esiintyvät aktiivisesti ja sivulla on vajaa 4500 tykkääjää. Facebook-sivu löytyy osoitteesta http://www.facebook.com/FarAndRide</p>
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	<p>Kannattaa tutustua sivustolta nyt jo löytyvään tarjontaan ja arvioida, pystyisikö oma yritys tuottamaan vastaavia ja parempia palveluja. Tämän jälkeen matkanjärjestäjään voi ottaa yhteyttä valmiin ehdotuksen kanssa ja kysellä mahdollista kiinnostusta tuotteeseen.</p>

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Hevosmatkailu, Horse and ride UK http://www.horseandrideruk.com/forum/viewforum.php?f=36&sid=5f1c59f739c61b89eba095ca8e86537c
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Hirse & Ride –lehti
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Kuukausittain noin 8000 kävijää. Keskusteluja on luettu aktiivisesti, mutta sisältöä tuotetaan harvakseltaan. Suosituimpia keskusteluja satoja kertaa, vähemmän suosituimpia kymmeniä kertoja.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Ratsastusta harrastavat, enimmäkseen britit (noin 38 % kävijöistä).
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Keskustelupalsta
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	Kyseinen keskustelupalstan osio käsittelee hevosmatkailua ympäri maailmaa < Erilaiset hevosmatkailukohteet maailmalla < Matkakertomukset
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Palstalla on keskusteltu hyvinkin erilaisista hevostapahtumista ja -retkistä ympäri maailmaa.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palvelutarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomesta ja Norjasta ei ole tässä keskustelupalstan osiossa puhuttu, Ruotsista on oma keskustelunaloitus.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Kuka tahansa rekisteröitynyt voi osallistua keskusteluun. Rekisteröitymään pääsee osoitteessa http://bit.ly/pPH7EF
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	

13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Keskustelupalsta ei ole erikoistunut hevosmatkailuun, mutta kyseinen keskustelupalstan osio käsittelee pelkästään tätä aihetta. Sivusto ei tavoita niin paljon potentiaalisia asiakkaita, että siihen kannattaisi panostaa merkittävästi resursseja. Kanavan aktiivinen seuranta sen sijaan kannattaa.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Keskustelualueita kannattaa seurata esimerkiksi kerran viikossa tai kerran kahdessa viikossa ja vastata keskustelijoiden kysymyksiin ja muihin keskusteluihin, jotka voivat johtaa matkustamiseen Suomeen.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Hevosmatkailu, Equine Seek, http://www.equineseek.com/
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjä
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Kuukausittain noin 4000 kävijää.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Hevosista, ratsastuksesta, talleista, hevosmatkoista jne. tietoa etsivät henkilöt ympäri maailmaa.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Hakemisto, linkkikirjasto (verrattavissa esimerkiksi suomalaisen makupalat.fi sivustoon)
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Hevosmatkat, tallit, hevosiin liittyvät palvelut, varusteet, lehdet jne.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Linkkejä on lisätty lähinnä Norjasta (ratsastustalleista ja -matkoista).
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Kuka tahansa pääsee maksutta lisäämään yritysten tietoja palveluun. Palvelun tiedot pääsee lisäämään valitsemalla etusivulta oikean kategorian, tämän jälkeen oikean maan ja klikkaamalla Add site.
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Sivustolla ei ole lähes mitään merkitystä, mutta sivusto on hyvä esimerkki linkkikirjastosta (maksuttomasta), joita kannattaa hyödyntää, kun yrityksen kotisivuille kerätään ulkopuolisia linkkejä. Linkkien määrä lisää oman kotisivun uskottavuutta hakukoneiden

	silmissä.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Oman yrityksen tiedot voi käydä lisäämässä oikeaan kategoriaan.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Hevosmatkailu, Riding Tours Blog, http://www.ridingtoursblog.com/
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Blogin kirjoittajat
4. kuka tuottaa sisältöä	Blogin kirjoittajat
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Blogi, benchmarkkauskohte
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Blogissa kirjoitetaan hevosmatkailusta ja tehdyistä ratsastusretkistä.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Tämä blogi on tarkoitettu benchmarkingkohteeksi. Tätä blogia tutkimalla saa ideoita siitä, miten esimerkiksi maastoratsastusretkiä järjestävä yritys voisi kirjoittaa blogia omasta yrityksestään. Järjestetyistä matkoista voidaan kirjoittaa bloggaus kuvien kera ja välillä voidaan pyytää matkoille osallistuneita ratsastajia kirjoittamaan omista kokemuksistaan.
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	
14. Toimenpidesuositus kyseiseen	Blogia kannattaa lukea ja kerätä ideoita

jakelukanavaan	yrityksen omaan blogiin. Oman blogin voi perustaa esimerkiksi Bloggerin tai Wordpressin ohjelmilla, jotka on esitelty tässä jakeluteiden kartoituksessa.
----------------	--

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Hevosmatkailu, Wikipedia, http://en.wikipedia.org/wiki/Equestrianism
2. sivuston kieli	Enlanti
3. kuka ohjaa palvelua	Käyttäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Kyseistä Wikipedian artikkelia luetaan kuukausittain noin 30 000 kertaa.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Ratsastuksesta tietoa etsivät käyttäjät ympäri maailmaa.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Yhteisöllinen ”tietosanakirja”
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Kyseisessä Wikipedian artikkelissa on kerrottu ratsastuksesta yleensä ja artikkeli on jaettu tarkemmin pienempiin kategorioihin.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Kuka tahansa pääsee lisäämään artikkeleihin tietoja. Ensin kannattaa tehdä itselleen käyttäjätunnus osoitteessa http://bit.ly/qEAIdm . Artikkeleita pääsee muokkaamaan artikkelissa klikkaamalla artikkelissa haluamastaan kohdasta Edit. Wikipediassa ei kuitenkaan mainostaa tuotteita, joten tietojen lisääminen pitää hoitaa hienovaraisesti.
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	

13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Sivusto on hyvä houkuttelemaan lisää kävijöitä omille kotisivuille. Mitä enemmän kotisivuilla on kävijöitä, sitä enemmän hakukoneet arvostavat kotisivua.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Kannattaa ensin perehtyä Wikipedia-markkinoinnin ABC:hen ja siihen, miten Wikipediaan saa lisättyä tietoja, jotka ovat sääntöjen mukaisia ja johdattavat lisäkäynteihin omalla kotisivulla. ABC löytyy osoitteesta http://nettibisnes.info/wikipedia-markkinoinnin-abc/

Kylämatkailu

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kylämatkailu YouTube, www.youtube.com
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Googlen ja Facebookin jälkeen maailman kolmanneksi suosituin internetsivusto (myös UK:n kolmanneksi suosituin).
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Riippuen tuotetusta sisällöstä käyttäjäkohderyhmä vaihtelee suuresti. 18-24-vuotiaita on käyttäjistä 29 % ja 25-39-vuotiaita 28 %.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Videoiden jakeluun ja katseluun tarkoitettu sivusto
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Ei tiettyä teemaa
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Ei suunnattu vain matkailuun, ei voida määrittää
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Palvelu on maksuton käyttää ja sitä voi käyttää Google-tili tunnuksilla tai YouTube-tunnuksilla. Videoita katsellakseen ei tarvitse kirjautua sisään, vain videon lataaminen tai videoista keskusteleminen edellyttää kirjautumisen.
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Eri markkinointitarkoituksiin löytyy yhteystiedot http://www.youtube.com/t/contact_us

	. Yritykset voivat kuitenkin ottaa palvelun käyttöön ilman yhteydenottoa.
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Hyvin tärkeä. Kanavalla on monta positiivista puolta matkailumarkkinoinnissa (verkojalanjäljen kasvattaminen, yrityksen kotisivujen hakukoneoptimointi, itse videoiden markkinointivoima jne.)
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Palveluun kannattaa lisätä oma (laadukas) video yrityksen palveluista.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kylämatkailu, Facebook, www.facebook.com
2. sivuston kieli	Käyttäjän valitsema
3. kuka ohjaa palvelua	Facebookin ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Maailman ja UK:n toiseksi suosituin internetsivusto (lähes 30 miljoonaa brittikäyttäjää)
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	UK:n käyttäjistä 26 % on 25-34-vuotiaita ja 24 % 18-24-vuotiaita. Miehiä on 49 % ja naisia 51 %.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Sosiaalinen media
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Ei voida määrittää tiettyä teemaa
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palvelutarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Ei voida määrittellä tarkasti. Voidaan kuitenkin verrata esimerkiksi Suomen matkailun "virallista" Facebook-sivua I wish I was in Finland (noin 23 000 tykkääjää) Ruotsin sivuun (VisitSweden), jolla on noin 32 000 tykkääjää ja Norjan sivuun (VisitNorway), jolla on noin 19 000 tykkääjää. Maat ovat siis varsin tasaisia.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Kuka tahansa voi liittyä Facebookiin ja palvelu on maksuton. Palveluun liitytään osoitteessa www.facebook.com ja luodaan henkilökohtainen profiili. Kun profiili on luotu, perustetaan omalle yritykselle oma Facebook-sivu.
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Facebookiin voi luoda myös maksullisia mainoksia ja kampanjan pääsee aloittamaan osoitteessa

	http://www.facebook.com/advertising/
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko maassa	Hyvin tärkeä. Pienillä resursseilla pienikin yritys voi tavoittaa suuria kävijämääriä.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan.	Matkailuyrityksen kannattaa ensin luoda sosiaalisen median suunnitelma ja tarkastella voitaisiinko yrityksen (markkinoinnin ja myynnin) tavoitteet saavuttaa Facebookissa. Jos näin on, kannattaa Facebookiin ensin perustaa harjoittelusivu, harjoitella Facebookin käyttöä ja kun työkalu on hallussa, perustaa yritykselle oma Facebook-sivu ja jatkaa sen päivittämistä ja seuranta aktiivisesti.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kylämatkailu, Joobili, www.joobili.com
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Sisällöntuottajia sivustolla on noin 5100, mutta sivuston kävijämäärä ei ole tiedossa. Vajaa 13 % sivuston käyttäjistä tulee UK:sta. Sivustolle päädytään hakukoneista usein sellaisilla hakusanoilla, jotka viittaavat kansainvälisiin tapahtumiin (festivaalit, karnevaalit yms.)
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Aktiivisin käyttäjäryhmä on naiset (25-35 – vuotiaat) joilla ei vielä ole lapsia ja toisaalta 55-65-vuotiaat, jotka selaavat sivustoa työpaikalla ja saavat tuloja 30 000 – 100 000 dollaria vuodessa.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Tapahtumien ympärillä pyörivä yhteisö.
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Tapahtumiin liittyvä tieto (festivaalit, konsertit, kulttuuriviikot, karnevaalit, paraatit, urheilutapahtumat, markkinat, jne.)
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomesta, Ruotsista ja Norjasta oli testihetkellä yhtä monta tapahtumaa esillä.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Sivustoa pääsee käyttämään maksutta, mutta rekisteröinti vaaditaan. Yleensä sivustolle ilmoitettavalta tapahtumalta vaaditaan noin 5000 kävijää, mutta pienempiäkin tapahtumia kannattaa yrittää tarjota sivustolle. Sivustolle pääsee kirjautumana käyttäjäksi

	osoitteessa http://joobili.com/ klikkaamalla oikealta ylhäältä Sign Up.
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Tarvittaessa sivustolle saa yhteyttä osoitteesta http://joobili.com/page/contact/ , mutta rekisteröitymiseen ja tapahtuman lisäämiseen ei vaadita yhteydenottoa.
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko maassa	Tapahtumien internetmarkkinoinnissa Joobili on hyvä kanava ja sitä käytetään Alankomaiden ja USA:n jälkeen kolmanneksi eniten nimenomaan UK:ssa. Kävijämäärät eivät kuitenkaan ole kovin suuria.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan.	Kaikki suomalaiset tapahtumat olisi hyvä lisätä palveluun, varsinkin pienet tapahtumat, joilla ei välttämättä ole edes omia kotisivuja.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kylämatkailu, Zoover, www.zoover.co.uk
2. sivuston kieli	Englanti (sivustosta olemassa myös muiden maiden versioita)
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Zooverilla on noin 140 000 kirjautunutta käyttäjää (sisällöntuottajaa), mutta sivustoa käyttää huomattavasti useammat henkilöt. Vajaa 25 % sivuston käyttäjistä tulee UK:sta. Zooverin kävijämäärä on kasvanut noin kolmessa kuukaudessa 62 % eli sivusto parantaa koko ajan näkyvyyttään internetissä.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Yleisin käyttäjäryhmä on naiset (35-44-vuotiaat), joilla on yliopistotason koulutus.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Matkailupalveluiden suosittelusivusto. Sivustolla on esitelty matkailukohteita ja käyttäjät voivat itse lisätä majoituskohteita palveluun. Lisäksi käyttäjät voivat lisätä omia matkakuvia ja videoita.
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Majoituspalveluja ympäri maailmaa.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomesta on esillä 631 majoituskohdetta, Ruotsista 2047 ja Norjasta 1479.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Kuka tahansa käyttäjä voi lisätä majoituskohteita palveluun, joten yrityksen tiedot saattavat löytyä sivustolta, vaikkei yritys olisikaan niitä itse käynyt täyttämässä. Tarkempia kriteerejä majoituskohteille ei ole. Sivustolle pitää ensin rekisteröityä osoitteesta www.zoover.fi klikkaamalla

	<p>Kirjaudu sisään MyZooveriin. Kun tunnukset on luotu, pääsee lisäämään kohteen klikkaamalla Lisää majoituskohde. Kun kohde on muutaman päivän sisällä julkaista, sen saa rekisteröityä yrityksen haltuun osoitteesta http://bit.ly/roPNr0 . Palvelu on maksuton.</p>
<p>12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)</p>	<p>Osoitteesta http://bit.ly/oHXvcR pääsee lähettämään yhteydenottolomakkeen avulla viestin ylläpitäjille. Rekisteröityminen ja kohteen lisääminen ei edellytä yhteydenottoa.</p>
<p>13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko maassa</p>	<p>Zooveria tehokkaampi matkailuyhteisö UK:n markkinoilla on Tripadvisor, mutta käyttämällä molempia sivustoja, saavutetaan vielä parempi näkyvyys.</p>
<p>14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan.</p>	<p>Majoituskohteet kannattaa lisätä kanavaan, mutta ennen tätä pitää huomioida, että kanava aiheuttaa jatkossa jonkin verran ylläpitoa, koska kyseessä on matkailupalvelujen suosittelusivusto. Kohteen saamia palautteita pitää siis valvoa ja reagoida niihin mahdollisimman nopeasti.</p>

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kylämatkailu, Go Green Travel Green, http://gogreentravelgreen.com/
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Sivuston ylläpitäjät ja käyttäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Noin 16 000 lukijaa kuukausittain. Vajaa 8 % lukijoista on UK:sta.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Ekologisista matkailutavoista kiinnostuneet kuluttajat. (Yleisin käyttäjä on noin 25-34-vuotias lapseton nainen, jolla on korkea koulutus).
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Kahden henkilön ylläpitämä blogi, jossa kirjoitetaan ekologistia vinkkejä matkailijoille (ekologiset tavat matkustaa, ekologiset matkakohteet jne.)
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Ekologinen matkustaminen
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Sekä Suomi, Ruotsi että Norja ovat heikosti edustettuja, mutta Ruotsista löytyy eniten tietoja ja Suomesta vähiten.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Matkailukohteessa tulee olla jotakin aidosti ekologista, mistä blogin kirjoittavat haluavat kirjoittaa. Blogikirjoitusten lisäksi sivulle on mahdollista saada perinteisempiäkin mainoksia. Kirjoittajat yksilöivät hinnat jokaisen yrityksen tarpeiden mukaan.
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Blogikirjoittajiin saa parhaiten yhteyden lähettämällä sähköpostia osoitteeseen gogreentravelgreen@gmail.com
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko maassa	Sivuston kävijämäärä ei ole kovin suuri, mutta se tavoittaa hyvin tietyn nichen eli ekologiset matkustajat.

14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan.	Aidosti jotakin ekologista palvelua tarjoavien yritysten kannattaa ottaa yhteyttä ja kysyä yhteistyömahdollisuuksista.
--	--

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kylämatkailu, GreenTraveller, http://www.greentraveller.co.uk/
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Sivuston ylläpitäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Kuukausittain yli 17 000 kävijää. Noin 44 % kävijöistä tulee UK:sta.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Ekologisesta matkustamisesta kiinnostuneet kuluttajat
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Matkailusivusto, joka on keskittynyt esittelemään ekologistia matkakohteita.
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Ekologiset matkakohteet (majoitus, aktiviteetit, matkustaminen jne.)
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomi ja Norja on melko heikosti edustettuina, Ruotsin matkailutuotteet hieman paremmin esillä.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Sivuston ylläpitäjät ovat joko käyneet itse kohteissa tai paikallinen kontakti on käynyt tarkistamassa kohteen. Kohteilta edellytetään aitoa ekologisuuutta (sertifikaatit yms.) ja vasta tarkistuksen jälkeen kohde saadaan sivustolle näkyviin. Hinnoittelu riippuu kohteesta ja näkyvyydestä (alkaan 50 puntaa vuodessa). Osoitteesta http://www.greentraveller.co.uk/ löytyy lomakkeet, joilla kohdetta voi ehdottaa sivustolle.
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Ks. yllä.
13. oma arvio sivuston tärkeydestä	Tavoittaa ekologist matkailijat, mutta

matkailun jakelukanavana ko maassa	ei kovin laajaa yleisöä.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan.	Kannattaa lähettää sivustolle viesti tai täyttää lomake ja kysyä suoraan, sopisiko oma matkailukohde sivustolle. Listauksen hinta ei ole kovin kallis näkyvyyteen nähden.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kylämatkailu, TripAdvisor, www.tripadvisor.co.uk
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Noin 2,1 miljoonaa käyttäjää kuukausittain, UK:n 75. suosituin internetsivusto.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Sivuston yleisimpiä kävijöitä ovat naiset (25-34-vuotiaat), jotka käyttävät sivustoa työpaikalla ja ansaitsevat 30 000 – 60 000 dollaria vuodessa ja ovat korkeasti koulutettuja.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Matkailupalvelujen suosittelusivusto
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Sivustolla esitetään matkailukohteita (majoitus, ravintola, aktiviteetit) aivan laidasta laitaan.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomesta on esillä yhteensä noin 2900 kohdetta, Ruotsista 5600 kohdetta ja Norjasta noin 2600 kohdetta.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Majoituskohteissa on kriteerejä muun muassa vastaanoton ja henkilökunnan paikallaolon suhteen, mutta tämä vaikuttaa yleensä vain siihen, miten kohde listataan (onko hotelli, B&B vai Inn). Lisäksi aktiviteeteissä usein tarkastellaan onko toiminta ympärivuotista. Useimmiten kohde kuitenkin saadaan listattua, vaikkei siitä kaikkia tietoja näytetäkään. Perustietojen lisääminen palveluun on maksutonta. Lisäominaisuuksien hinnat

	<p>vaihtelevat kapasiteetin ja kohteen mukaan (esimerkiksi 8 mökin mökkikylä 350 euroa vuodessa). Aluksi sivustolle pitää kirjautua sisään osoitteessa http://www.tripadvisor.co.uk/Owners, josta pääsee myös lisäämään kohteen tiedot palveluun. Kun kohde on muutaman päivän sisällä lisätty sivustolle, se pitää vielä ottaa yrityksen haltuun kohteen omalla sivulla (Claim your property).</p>
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko maassa	<p>Tripadvisor on tällä hetkellä tärkein matkailusivusto UK:ssa.</p>
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan.	<p>Kohteen tiedot kannattaa ehdottomasti lisätä sivustolle. Maksutonkin versio riittää, kunhan kohteen saamista palautteista huolehditaan säännöllisesti.</p>

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kylämatkailu, Booking.com, www.booking.com
2. sivuston kieli	Käytössä 43 kieltä, UK:ssa englanti.
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Sivuston ylläpitäjät ja majoitusten omistajat
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Kuukausittain noin 30 miljoonaa kävijää sivustolla.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Käyttäjryhmät ovat hyvin laidasta laitaan. Yleisimmin 25-44-vuotiaat ja korkeasti koulutetut.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Myyntikanava majoituspalveluille.
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Erilaiset majoitukset kuten hotellit, hostellit, leirintäalueet, mökit ja muut mahdolliset majoituspalveluja tarjoavat yritykset.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Kaikki maat on hyvin edustettuja Booking.comissa. Tässä palvelussa maalla ei ole juurikaan väliä, koska majoituksia haetaan kaupungin nimellä eli matkailija on todennäköisesti päättänyt matkakohteensa jo ennen kuin hän käyttää Booking.com. Pienimmissä kunnissa majoitukset näkyvät myös lähimpien suurien kaupunkien tai lentokenttien listoilla.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Majoituskohteille ei esitetä tarkkoja kriteerejä. Toteutuneesta myynnistä maksetaan 15 % komissio. Mukaan pääsee täyttämällä lomakkeen osoitteessa

	www.booking.com/hotellirekisterointi
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Booking.comin yhteystiedot majoitusten omistajille löytyy osoitteesta http://bit.ly/nzBPgb
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko maassa	Booking.comissa käy kuukausittain lähes 2 miljoonaa kävijää UK:sta ja sivusto on maan 102. suosituin. Sivustolla on hyvin tärkeä merkitys majoitusten sähköisessä myynnissä.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan.	Koska Booking.comin hinnoittelu perustuu komissioon, voi kanavaa kokeilla esimerkiksi vuoden ajan, jonka jälkeen tehdään päätös oliko Booking.com jakelukanavana tarpeeksi tehokas, jotta mukanaoloa kannattaisi jatkaa. Mitään kuluja ei siis synny, jos myyntiäkään ei synny.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kylämatkailu, Google Places, www.google.com/places (maps.google.com)
2. sivuston kieli	Eri kielivaihtoehtoja, UK:ssa englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjä
4. kuka tuottaa sisältöä	Sivuston ylläpitäjä ja käyttäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Googlen karttoja käyttää päivittäin yli 10 miljoonaa käyttäjää, mutta mukanaolo Google Placessa eli Googlen kartoilla auttaa myös hakukonelöydettävyyttä eli lisättyään tietonsa palveluun yritys löytyy internetistä paremmin.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Käyttäjryhmä on täysin laidasta laitaan. Edistyneemmät käyttäjät käyttävät palvelua myös puhelimella.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Karttapalvelu.
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Yrityksiä, nähtävyyksiä, käyntikohteita, viroastoja jne. laidasta laitaan.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Koska kyseessä on hakukone, näkyy tuloksissa aina haetun kohteen yritykset ja palvelut. Esimerkiksi haettaessa "majoitus tukholma" tulee Tukholman majoituspalvelut näkyviin, kun taas haettassa "majoitus helsinki" tulevat Helsingin kohteet esille.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Ei erityisiä kriteerejä, yrityksellä tulee olla jokin fyysinen sijainti (osoite, joka voidaan merkitä karttaan). Palvelu on maksuton, mutta kohteen lisäämiseen tarvitaan Google-tilin tunnukset. Kohteen pääsee lisäämään osoitteesta

	www.google.com/places klikkaamalla Get started.
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko maassa	Erittäin tärkeä sivusto.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan.	Kaikkien yritysten kannattaa lisätä tiedot yrityksestä aivan ensimmäiseksi juuri Google Placeen.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kylämatkailu, HolidayRentals, http://www.holiday-rentals.co.uk/
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Sivuston ylläpitäjät, majoituskohteiden omistajat
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Kuukausittain noin 360 000 kävijää sivustolla.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Sivustoa käyttää tavallisesta poiketen yleisimmin hieman vanhemmat internetikäyttäjät (44-54-vuotiaat) korkeasti koulutetut ja yleisimmin naiset.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asisisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Vapaa-ajanasuntojen markkinointikanava. (Ei hotellit, hostellit yms. vaan ns. self-catering majoitukset kuten mökit, vuokra-asunnot jne.)
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Ei tiettyä teemaa.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomi 51 kohdetta, Ruotsi 405 kohdetta ja Norja 218 kohdetta.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Sivustolle pääsee self-catering majoituskohteet. Sivustolle kirjautuminen aloitetaan osoitteesta http://www.holiday-rentals.co.uk/info/advertise-with-us . Hinnat vaihtelevat kohteiden määrän mukaan, mutta esimerkiksi viiden kohteen esittely sivustolla maksaa alkaen 239 puntaa vuodessa.
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Osoitteesta http://www.holiday-rentals.co.uk/info/property-managers voi lähettää sähköisellä lomakkeella

	kysymyksiä Holiday Rentalsille.
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko maassa	Self-catering majoitusten markkinoinnissa tärkeä sivu.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan.	Sivustolla on kattavat ohjeet asuntojen vuokraajille (englanniksi). Näihin ohjeisiin on hyvä tutustua, ennen kuin tekee päätöksen. Ohjeet löytyvät osoitteesta http://www.holiday-rentals.co.uk/info/owner-resources .

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kylämatkailu, Holiday Lettings, http://www.holidaylettings.co.uk/
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Sivuston ylläpitäjät ja majoitusten omistajat
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Sivustolla on kuukausittain noin 330 000 kävijää. (Näkyvyys voidaan yhdistää myös TripAdvisoriin, jolloin kuukausittain saadaan miljoonia kävijöitä).
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Sivun käyttäjistä noin 48 % tulee UK:sta. Yleisin käyttäjä on yli 34-vuotias, korkeasti koulutettu, joka käyttää sivustoa työpaikalla. Holiday Lettingsiä käyttää poikkeuksellisen paljon myös +65-vuotiaat.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Vuokrattavien loma-asuntojen markkinointikanava. Sivustolta ohjataan ottamaan yhteyttä majoituksen tarjoajaan.
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Vapaa-ajanasunnot, joita vuokrataan.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palvelutarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Sekä Suomesta, Ruotsista että Norjasta on kustakin vain kuusi majoituskohdetta esillä.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Kanavaan käy majoituskohteet, jotka ovat vuokrattavissa. Hinnat alkaen 219 puntaa vuodessa. Kanava antaa sivustolleen takuun, jossa rahat palautetaan ellei ensimmäisen vuoden aikana kanavan kautta synny 20 varausta kohteeseen. Oman kohteen pääsee lisäämään, kun on ensin rekisteröitynyt sivulle. Rekisteröinti

	tapahtuu osoitteessa http://bit.ly/n7Gc6e
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Osoitteesta http://bit.ly/mX5Hxl voi lähettää tiedustelun markkinointia koskien.
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Yksi UK:n parhaimmista vapaa-ajan asunnon vuokraussivustoista.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Rahat takaisin -takuun vuoksi sivuston kokeilemisessa ei ole korkeita riskejä. Sivustolla mukanaoloa voi kokeilla vuoden ajan ja jos tavoitteet eivät täyty, sivustolta voi poistua.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kylämatkailu, Tripwolf, http://www.tripwolf.com/
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät, sivuston ylläpitäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Noin 1,5 miljoonaa kävijää sivustolla kuukausittain.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Sivuston käyttäjät ovat hyvin laidasta laitaan, enimmäkseen nuoria ja naisia. Käyttäjistä noin 2,5 % on UK:sta (eli noin 37 500 brittiä kuukaudessa).
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Matkailuyhteisö. Sivustolla on yritysten ylläpitämiä yritysten esittelyjä, mutta myös matkailijoiden matkakertomuksia, kuvia ja keskusteluja.
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Hyvin laajasti tietoja matkakohteista ympäri maailman.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Kaikista maista käyntikohteita hyvin kattavasti esillä.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Sivuston yhteisöpuolelle voi liittyä maksutta kuka tahansa (kuvien, kirjoitusten, paikkojen ja matkojen lisääminen), mutta jos yritys haluaa listata yrityksen tiedot palveluun, pitää aloittaa osoitteesta http://bit.ly/rllt3B . Sivuston ylläpitäjät lähettävät tämän jälkeen sivusta lisätietoja. Kohteita pääsee lisäämään myös yhteisön jäsenet, mutta varmimmin tiedot ovat oikein, kun yritys lisää ne itse.
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Ks. yllä.
13. oma arvio sivuston tärkeydestä	Verrattuna esimerkiksi Tripadvisoriin,

matkailun jakelukanavana ko maassa	tämän sivuston merkitys on varsin pieni.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan.	Sivustolle kannattaa ensin liittyä yhteisön jäsenenä ja tutkia, mitä paikkoja sivustolle on jo lisätty. Jos yrityksen listauksesta maksaminen tuntuu aluksi kannattamattomalta, voi kohteen lisätä aluksi yhteisön jäsenenä. (Etsikää kohdetta Travel Guiden hakukentällä ja jos kohdetta ei vielä löydy, klikatkaa ADD THE PLACE. Vaatii kirjautumisen sivustolle.)

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kylämatkailu, FlipKey, http://www.flipkey.com/
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Sivuston ylläpitäjät ja kohteiden omistajat
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Yhdessä Tripadvisorin kanssa kuukausittain yli 25 miljoonaa kävijää.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Kanavalla on hyvin monipuolinen käyttäjäkunta, ja kanava tavoittaa hyvin myös 45-65+ -vuotiaat.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Vapaa-ajanasuntojen myyntikanava. Tiedot siirtyvät kanavasta myös Tripadvisoriin.
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Vuokrattavat vapaa-ajanasunnot
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palvelutarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomesta on esillä 18 asuntoa, Ruotsista 43 asuntoa ja Norjasta viisi asuntoa.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Kanavaan saa listata vuokrattavia vapaa-ajanasuntoja. Palvelussa on kahden kuukauden ilmainen kokeilujakso. Tämän jälkeen palvelun käyttö maksaa 25–35 dollaria kuussa, riippuen siitä kuinka usein laskun haluaa maksaa. Maksuttoman kokeilujakson pääsee aloittamaan osoitteesta http://www.flipkey.com/list/
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Tiedustelut voi lähettää osoitteeseen membersupport@flipkey.com , mutta ensin kannattaa tutustua sivuston ohjeisiin osoitteessa http://www.flipkey.com/list/

13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko maassa	Sivuston yhteistyö Tripadvisorin kanssa antaa merkittävää apua ja kanava on yksi parhaista vaihtoehtoista vapaa-ajanasuntojen vuokraamiseen. Koska asunnot voi vuokrata suoraan kanavasta, aiheuttaa tämä vähemmän työtä kuin joistain kanavista lähetettävät sähköpostiedustelut.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan.	Palvelusta kannattaa aluksi kokeilla 60 päivän maksutonta jaksoa. Jos tavoitteet tällä aikavälillä täyttyvät, kannattaa kanavassa mukanaoloa jatkaa.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kylämatkailu, AdventureCompany, http://www.adventurecompany.co.uk/
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Sivuston ylläpitäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Sivustolla on kuukausittain noin 15 000 kävijää.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Valmiista seikkailumatkoista kiinnostuneet nuoret.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Matkanjärjestäjän kotisivu. (Valittu hyväksi jakelukanavaksi, koska löytyy hyvin hakukoneista, yhteistyöstä pitää neuvotella erikseen.)
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Valmiiksi paketoituja seikkailumatkoja.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomeen kaksi matkaa, Ruotsiin yksi matka ja Norjaan ei yhtään matkaan. Kaikki maat ovat osana pidempiä seikkailuja, joissa käydään useammassa maassa.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Matkanjärjestäjällä saattaa olla tarkkojakin kriteerejä mukaan pääsemiseen, mutta kriteereistä, hinnoista ja yhteistyön muodoista tulee keskustella erikseen yrityksen edustajan kanssa.
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Yritykseen voi ottaa yhteyttä tiedustelujen muodossa osoitteella marketing@adventurecompany.co.uk
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko maassa	Osaksi matkanjärjestäjän tarjontaa voi olla hyvinkin vaikea päästä, joten neuvotteluihin ei kannata ryhtyä ellei tarjolla ole jotakin kansainvälisesti

	merkittävää seikkailuaktiviteettia.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan.	Kannattaa ensin tutustua sivustolla jo nyt olevaan tarjontaan ja miettiä, sopisiko oman yrityksen aktiviteetit osaksi matkanjärjestäjän palveluja. Jos näin on, kannattaa ottaa yhteyttä yritykseen ja tiedustella mahdollista yhteistyötä.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kylämatkailu, World Reviewer, http://www.worldreviewer.com/
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Sivuston ylläpitäjät ja käyttäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Sivustolla on noin 30 000 kävijää kuukausittain.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Käyttäjistä noin 38 % tulee UK:sta. Käyttäjät ovat iältään yleisimmin 25-34-vuotiaita ja korkeastikoulutettuja naisia.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Artikkeleita ja matkakertomuksia.
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Sivustolla on esitelty monipuolisesti ja kattavasti todella erilaisia matkakohteita ympäri maailmaa.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomeen liittyen sivulla on 75 artikkelia ja kertomusta, Ruotsista 140 ja Norjasta 121.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Matkailijat voivat itse lähettää omia matkakertomuksiaan sivustolle. Sivulle pitää ensin luoda käyttäjätunnukset, jonka jälkeen matkakertomuksen saa lähettää osoitteesta http://bit.ly/pvb4j4 . Matkakertomusta ei kannata kirjoittaa itse, vaan pyytää alueella käynyt matkailija kirjoittamaan se, jonka jälkeen yritys voi kääntää artikkelin englanniksi ja lähettää sen sivustolle. Sivulla myös mainostaa ja tarkemmat tiedot tästä löytyy osoitteesta http://bit.ly/mOOVLX . Tarjolla on erilaisia tekstilinkkimainoksia

	ja bannereita.
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Mainoksista vastaa sivustolla yksi työntekijä, jolle voi lähettää sähköpostitse tiedustelun osoitteella hugh.graham-watson@worldreviewer.com
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko maassa	Sivusto löytyy hyvin hakukoneista ja se on oiva lisä matkailuyrityksen markkinointimixiin. Pelkästään tällä sivustolla ei yrityksen sähköistä markkinointia voi hoitaa.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan.	Ks. kohta 11.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kylämatkailu, Flickr www.flickr.com
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Sivusto on UK:n 19. suosituin internetsivu.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Käyttäjät ovat hyvin nuoria ja käyttävät sivustoa yleensä opiskelupaikan koneilta.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Kuvien jakoon ja katseluun tarkoitettu palvelu
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Monipuolisesti kuvia kaikilta elämän alueilta.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Hakusanalla Finland löytyy palvelusta noin 1,7 miljoonaa kuvaa, hakusanalla Sweden noin 1,9 miljoonaa kuvaa ja hakusanalla Norway noin 1,2 miljoonaa kuvaa.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Kaikki, jotka ovat luoneet tunnukset palveluun, voivat lisätä kuvia. Matkailuyritykset voivat lisätä kuvia vapaasti esimerkiksi majoituskohteesta, retkistä, ravintoloista jne. Kuville voi antaa erilaisia käyttöoikeuksia, jos haluaa/ei halua, että kuvat leviävät mahdollisimman laajalle.
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Yhteystietoja ei tarvita.
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko maassa	Sivusto on hyvin suosittu UK:ssa ja sitä käytetään todella paljon. Flickr on erilainen tapa saada suomalaisille matkakohteille näkyvyyttä nuorien

	kohderyhmässä.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan.	Flickrin kannattaa lisätä laadukkaita kuvia kohteesta ja ottaa huomioon myös hakukoneoptimointi eli käyttää usein alueesta haettavia sanoja kuvien otsikoissa ja kuvateksteissä.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kylämatkailu, TravelPod http://www.travelpod.com/
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät ja sivuston ylläpitäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Sivusto tavoittaa kuukausittain noin 750 000 kävijää.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Matkailusta kiinnostuneet, melko nuoret henkilöt, enimmäkseen naiset. Käyttäjistä noin 32 000 tulee kuukausittain UK:sta.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Matkailuyhteisö, blogeja.
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Matkailijoiden omat matkakokemukset ympäri maailmaa.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomesta on lisätty 1862 matkakertomusta, Ruotsista 2753 ja Norjasta 2157.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Kuka tahansa pääsee kirjoittamaan matkakertomuksia sivulle maksutta. Sivulle voi lisätä myös kuvia ja videoita. Parhaat kertomukset saadaan aikaiseksi, kun pyydetään alueella matkailevia kirjoittamaan artikkeleita. Sivustolla on myös keskustelukanava, josta löytyy paljon keskusteluja myös Suomesta http://bit.ly/qACym9
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Kirjoituksia, kuvia ja videoita voi lisätä ilman yhteydenottoa kanavaan.
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko maassa	Palvelulla on kohtuullisen paljon käyttäjiä kuukausittain ja sivustolla aktiivisimmat käyttäjät ovat hyvin

	innokkaita matkustajia. Tämän vuoksi näkyminen sivustolla on hyvä lisä muuhun sähköiseen markkinointiin.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan.	Sivustoon tutustuminen kannattaa aloittaa esimerkiksi keskusteluosiosta http://bit.ly/qACym9 ja selvittää, puhutaanko foorumilla asioista, joihin oma yritys osaisi olla vastaamassa. Lisäksi voidaan rohkaista alueella käyneitä matkailijoita kirjoittamaan sivustolle matkakertomuksia alueelta. Näihin kertomuksiin, kuviin ja videoihin voidaan linkittää yrityksen omalta kotisivulta.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kylämatkailu, ResponsibleTravel, http://www.responsibletravel.com/
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Sivuston ylläpitäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Sivustolla on kuukausittain noin 350 000 kävijää.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Vastuullisesta matkailusta kiinnostuneet kuluttajat.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Vastuullisten matkojen portaali. Sivustolle lisätään matkoja sekä sijainnin, että matkan tyyppin (esimerkiksi aktiviteetin) perusteella.
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Vastuulliseen matkailuun erikoistuneet palveluntarjoajat.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomesta löytyy 63 matkaa, Norjasta 43 matkaa ja Ruotsista 22 matkaa.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Mukana olevien yritysten tulisi tarjota aitoja kontakteja paikallisten ihmisten kanssa ja paikallisen luonnon sekä kulttuurin kanssa. Ympäristöasioista huolehtiminen on tärkeä kriteeri ja isommilta organisaatioilta vaaditaan sertifikaatteja. Pienemmiltä yrityksiltä riittää selonteot, miten he auttavat huolehtimaan ympäristöstä. Pienille yrityksille (esimerkiksi ohjelmanpalvelu tai ravintola) sivusto on maksuton, mutta majoituskohteet ja matkanjärjestäjät maksavat palvelusta alkaen 125 puntaa vuodessa. Majoituskohteen pääsee lisäämään

	osoitteesta http://bit.ly/oQZ24d , matkanjärjestäjät osoitteesta http://bit.ly/qLJqhT ja muut osoitteesta http://bit.ly/n6iH10 .
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Muuhun markkinointiin liittyvät tiedot ja yhteydenotto-osoitteet löytyvät osoitteesta http://bit.ly/pZ8arh .
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko maassa	Sivusto edustaa hyvin vahvasti tiettyä nichea ja löytyy hakukoneista hyvin tätä nichea kiinnostavilla hakusanoilla. Sopii markkinointikanavana yrityksille, jotka aidosti ovat vastuullisesta matkailusta kiinnostuneita.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan.	Palvelussa mukanaoloa voi kokeilla esimerkiksi vuoden ajan. Kanava aiheuttaa hyvin toimiessaan paljon manuaalista työtä, kun tarjouspyyntöihin vastataan sähköpostitse. Aktiivinen sähköpostin tarkkailu on siis vaatimus, jos kanavasta haluaa todella hyötyä.

Kaikille teemoille sopivat kanavat

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kalastus, Vaellus, Wildlife, Melonta, Pyöräily, Hevosmatkailu, Blogger, www.blogger.com
2. sivuston kieli	Englanti (tai käyttäjän itse päättämä)
3. kuka ohjaa palvelua	Google ja blogin kirjoittaja
4. kuka tuottaa sisältöä	Blogin kirjoittaja
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Sisällöntuottajan määrittelemä, riippuu siitä, mitä sisältöä tuotetaan
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Blogiohjelma
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Blogiohjelmalla pystyy luomaan kaikkiin teemoihin sopivan yrityksen oman blogin.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Päästäkseen käyttämään Bloggeria, pitää ensin tehdä Google-tili tunnukset. Jo olemassa olevia Google-tili tunnuksia voi tietenkin myös käyttää. Jos tunnuksia ei vielä ole, palvelu opastaa niiden luomisessa. Blogin pääsee luomaan osoitteessa www.blogger.com klikkaamalla linkkiä Aloita. Ohjelma on maksuton.
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	

13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Blogit ovat erittäin tärkeitä varsinkin pienille yrityksille, jotka kaipaavat lisääpua verkkonäkyvyyden kasvattamisessa. Blogit löytyvät oikein kirjoitettuna erinomaisesti hakukoneista ja auttavat näin yritysten palvelujen löydettävyyttä. Ohjelma on maksuton.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Blogiohjelmalla kannattaa aluksi luoda harjoitusblogi, jolla voi harjoitella itse ohjelman käyttöä. Kun kaikki ohjelman toiminnot on hallussa, voidaan perustaa yrityksen virallinen blogi. Kirjoittamisessa kannattaa ottaa huomioon hakukoneoptimointi, jotta blogi löytyy mahdollisimman hyvin. Blogger luo yritykselle automaattisesti osoitteeseen, johon sisältyy päätte blogspot.com . Jos yritys haluaa, blogi voidaan siirtää kokonaan omaan domainiin, esimerkiksi yritys.fi .

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kalastus, Vaellus, Wildlife, Melonta, Pyöräily, Hevosmatkailu, Wordpress, http://fi.wordpress.org/
2. sivuston kieli	Englanti (tai käyttäjän itse päättämä)
3. kuka ohjaa palvelua	Wordpress ja blogin kirjoittaja
4. kuka tuottaa sisältöä	Blogin kirjoittaja
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Kirjoittaja määrää itse sisällöllään kohderyhmän.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Blogiohjelma
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Blogin kirjoittaja päättää itse sisällön.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Kuka tahansa voi ladata ja asentaa maksuttoman ohjelman. Asentaminen vaatii jonkin verran tietoteknisiä taitoja ja usein mainostoimistoilta pyydetäänkin apua blogin pystyttämiseksi. Kun blogin pohja on asennettu, sitä pystyy päivittämään itsenäisesti eikä sisällöntuotantoon tarvita tämän jälkeen ulkopuolista apua.
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Blogit ovat erittäin tärkeitä varsinkin pienille yrityksille, jotka kaipaavat lisäapua verkkonäkyvyyden

	<p>kasvattamisessa. Blogit löytyvät oikein kirjoitettuna erinomaisesti hakukoneista ja auttavat näin yritysten palvelujen löydettävyyttä. Ohjelma on maksuton.</p>
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	<p>Osoitteessa http://wordpress.org/showcase/ kannattaa käydä tutustumassa erilaisiin sivuihin, jotka on tehty käyttäen WordPress ohjelmaa. Esimerkeistä saa hyvin käsityksen siitä, miten monipuolisia sivuja WordPressillä on mahdollista toteuttaa. WordPressiä voidaan suositella käytettäväksi myös kotisivujen sisällöntuotantoon, ei pelkästään blogin ylläpitoon. Jos ohjelma vaikuttaa esimerkkien jälkeen hyvältä, kannattaa ottaa yhteyttä mainostoimistoihin ja pyytää muutama tarjous WordPressin asentamisesta ja sivupohjan luomisesta.</p>

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kalastus, Vaellus, Wildlife, Melonta, Pyöräily, Hevosmatkailu, Wikitravel, http://wikitravel.org/en/Main_Page
2. sivuston kieli	Englanti (myös muut kieliversiot olemassa)
3. kuka ohjaa palvelua	Käyttäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Kuukausittain yli miljoona käyttäjää
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Sivustoa käyttävät ihmiset ympäri maailmaa hakiessaan tietoa internetissä. Sekä Wikipedian että Wikitravelin artikkelit nousevat hyvin esiin hakukoneiden hakutuloksissa.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Yhteisöllinen ”tietosanakirja”
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Wikitravelissa on keskitytty kertomaan matkailukohteista ympäri maailmaa. Matkakohteiden artikkelit on jaoteltu erilaisiin osioihin, kuten majoitus, nähtävyydet, ruokapaikat ja kohteen yleisesittely.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Kaikista maista on lisätty matkakohteita hyvin kattavasti.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Kuka tahansa pääsee päivittämään artikkeleita. Aluksi kannattaa luoda käyttäjätunnus sivustolle osoitteessa http://wikitravel.org/wiki/en/index.php?title=Special:Userlogin&type=signup . Tämän jälkeen sivun hakutoimintoa käyttäen etsitään oikea matkailualue,

	esimerkiksi Turku. Sivun vasemmasta laidasta löytyy eri kieliversiot ja UK:n markkinoita ajatellen kannattaa valita englanti. Artikkelia pääsee muokkaamaan klikkaamalla haluamastaan kohdasta Edit (muokkaa artikkelin tekstiä) tai Add listing (lisää yrityksen tiedot).
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Sivusto on erittäin hyödyllinen lisä yrityksen internetmarkkinoinnissa.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Yritysten kannattaa vähintään käydä lisäämässä oman yrityksen tiedot sopivaan artikkeliin (vähintään englanninkieliseen artikkeliin).

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kalastus, Vaellus, Wildlife, Melonta, Pyöräily, Hevosmatkailu, Google Adwords, www.adwords.google.com
2. sivuston kieli	Sivuston kielen voi valita, käyttäjille näkyy automaattisesti heille suunnattu kieli
3. kuka ohjaa palvelua	Google
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Google on maailman suosituin hakukone ja tällä palvelulla voi tehdä hakusanamainontaa Googlen hakukoneeseen
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Kohderyhmä muokkautuu aina niiden hakusanojen mukaan, joita kulloinkin käytetään
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Hakukoneen lisätyökalu, jolla tehdään hakusanamainoksia
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Kuka tahansa voi luoda itselleen Google-tilin, jolla pääsee käyttämään Google Adwords työkalua. Hakusanamainokset ovat maksullisia ja yleensä niistä maksetaan muutamasta sentistä muutama kymmeneen senttiin per klikkaus. Käyttäjät voivat itse päättää, millaisella budjetilla mainoksia näytetään. Google Adwords mainoksia voi tehdä itse, mutta jos käyttäjä ei ole tottunut tekemään

	internetmarkkinointia, kannattaa pyytää sähköisen liiketoiminnan ja markkinoinnin osaja avuksi, jotta mainoksista tulee oikeasti tehokkaita.
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Osoitteessa www.adwords.google.com pääsee luomaan itselleen tilin ja osoitteesta löytyy muuta tarvittavaa tietoa palvelusta.
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko maassa	Sivusto on todennäköisesti tärkein sähköisen markkinoinnin palvelu, jos yritys ei muuten löydy hakukoneista.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan.	Jos yrityksellä on vaikeuksia löytyä hakukoneista, kannattaa tutustua palveluun. Samalla pitää muistaa, että jos palvelu löytyy hyvin työkoneelta haettaessa, se ei tarkoita sitä, että käyttäjä UK:sta löytäisi palvelun. Jos palvelu näyttää ensivilkaisulta liian vaikealta käyttää, kannattaa pyytää apua mainosten tekemiseen. Palvelussa on monia pieniä seikkoja, jotka täytyy huomioida, varsinkin ulkomaille markkinoidessa.

15. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kalastus, Vaellus, Wildlife, Melonta, Pyöräily, Hevosmatkailu, Flickr www.flickr.com
16. sivuston kieli	Englanti
17. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
18. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät
19. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Sivusto on UK:n 19. suosituin internetsivu.
20. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Käyttäjät ovat hyvin nuoria ja käyttävät sivustoa yleensä opiskelupaikan koneilta.
21. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Kuvien jakoon ja katseluun tarkoitettu palvelu
22. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
23. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Monipuolisesti kuvia kaikilta elämän alueilta.
24. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palvelutarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Hakusanalla Finland löytyy palvelusta noin 1,7 miljoonaa kuvaa, hakusanalla Sweden noin 1,9 miljoonaa kuvaa ja hakusanalla Norway noin 1,2 miljoonaa kuvaa.
25. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Kaikki, jotka ovat luoneet tunnukset palveluun, voivat lisätä kuvia. Matkailuyritykset voivat lisätä kuvia vapaasti esimerkiksi majoituskohteesta, retkistä, ravintoloista jne. Kuville voi antaa erilaisia käyttöoikeuksia, jos haluaa/ei halua, että kuvat leviävät mahdollisimman laajalle.
26. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Yhteystietoja ei tarvita.
27. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Sivusto on hyvin suosittu UK:ssa ja sitä käytetään todella paljon. Flickr on

	erilainen tapa saada suomalaisille matkakohteille näkyvyyttä nuorien kohderyhmässä.
28. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Flickriin kannattaa lisätä laadukkaita kuvia kohteesta ja ottaa huomioon myös hakukoneoptimointi eli käyttää usein alueesta haettavia sanoja kuvien otsikoissa ja kuvateksteissä.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kalastus, Vaellus Wildlife, Melonta, Pyöräily, Hevosmatkailu, Facebook, www.facebook.com
2. sivuston kieli	Käyttäjän valitsema
3. kuka ohjaa palvelua	Facebookin ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Maailman ja UK:n toiseksi suosituin internetsivusto (lähes 30 miljoonaa brittikäyttäjää)
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	UK:n käyttäjistä 26 % on 25-34-vuotiaita ja 24 % 18-24-vuotiaita. Miehiä on 49 % ja naisia 51 %.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Sosiaalinen media
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Ei voida määrittää tiettyä teemaa
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palvelutarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Ei voida määrittellä tarkasti. Voidaan kuitenkin verrata esimerkiksi Suomen matkailun "virallista" Facebook-sivua I wish I was in Finland (noin 23 000 tykkääjää) Ruotsin sivuun (VisitSweden), jolla on noin 32 000 tykkääjää ja Norjan sivuun (VisitNorway), jolla on noin 19 000 tykkääjää. Maat ovat siis varsin tasaisia.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Kuka tahansa voi liittyä Facebookiin ja palvelu on maksuton. Palveluun liitytään osoitteessa www.facebook.com ja luodaan henkilökohtainen profiili. Kun profiili on luotu, perustetaan omalle yritykselle oma Facebook-sivu.
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Facebookiin voi luoda myös maksullisia mainoksia ja kampanjan pääsee

	aloittamaan osoitteessa http://www.facebook.com/advertising/
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Hyvin tärkeä. Pienillä resursseilla pienikin yritys voi tavoittaa suuria kävijämääriä.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Matkailuyrityksen kannattaa ensin luoda sosiaalisen median suunnitelma ja tarkastella voitaisiinko yrityksen (markkinoinnin ja myynnin) tavoitteet saavuttaa Facebookissa. Jos näin on, kannattaa Facebookiin ensin perustaa harjoittelusivu, harjoitella Facebookin käyttöä ja kun työkalu on hallussa, perustaa yritykselle oma Facebook-sivu ja jatkaa sen päivittämistä ja seurantaan aktiivisesti.

15. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kalastus, Vaellus, Wildlife, Melonta, Pyöräily, Hevosmatkailu, Tripwolf, http://www.tripwolf.com/
16. sivuston kieli	Englanti
17. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
18. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät, sivuston ylläpitäjät
19. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Noin 1,5 miljoonaa kävijää sivustolla kuukausittain
20. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Sivuston käyttäjät ovat hyvin laidasta laitaan, enimmäkseen nuoria ja naisia. Käyttäjistä noin 2,5 % on UK:sta (eli noin 37 500 brittiä kuukaudessa).
21. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Matkailuyhteisö. Sivustolla on yritysten ylläpitämiä yritysten esittelyjä, mutta myös matkailijoiden matkakertomuksia, kuvia ja keskusteluja.
22. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
23. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Hyvin laajasti tietoja matkakohteista ympäri maailmaa
24. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Kaikista maista käyntikohteita hyvin kattavasti esillä
25. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Sivuston yhteisöpuolelle voi liittyä maksutta kuka tahansa (kuvien, kirjoitusten, paikkojen ja matkojen lisääminen), mutta jos yritys haluaa listata yrityksen tiedot palveluun, pitää aloittaa osoitteesta http://bit.ly/rILt3B . Sivuston ylläpitäjät lähettävät tämän jälkeen sivusta lisätietoja. Kohteita pääsee lisäämään myös yhteisön jäsenet, mutta varmimmin tiedot ovat oikein, kun yritys lisää ne itse.
26. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Ks. yllä.

27. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Verrattuna esimerkiksi Tripadvisoriin, tämän sivuston merkitys on varsin pieni.
28. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Sivustolle kannattaa ensin liittyä yhteisön jäsenenä ja tutkia, mitä paikkoja sivustolle on jo lisätty. Jos yrityksen listauksesta maksaminen tuntuu aluksi kannattamattomalta, voi kohteen lisätä aluksi yhteisön jäsenenä. (Etsikää kohdetta Travel Guiden hakukentällä ja jos kohdetta ei vielä löydy, klikatkaa ADD THE PLACE. Vaatii kirjautumisen sivustolle.)

15. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kalastus, Vaellus, Wildlife, Melonta, Pyöräily, Hevosmatkailu YouTube, www.youtube.com
16. sivuston kieli	Englanti
17. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
18. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät
19. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Googlen ja Facebookin jälkeen maailman kolmanneksi suosituin internetsivusto (myös UK:n kolmanneksi suosituin)
20. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Riippuen tuotetusta sisällöstä käyttäjäkohderyhmä vaihtelee suuresti. 18–24-vuotiaita on käyttäjistä 29 % ja 25–39-vuotiaita 28 %.
21. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Videoiden jakeluun ja katseluun tarkoitettu sivusto
22. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
23. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Ei tiettyä teemaa
24. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Ei suunnattu vain matkailuun, ei voida määrittää
25. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Palvelu on maksuton käyttää ja sitä voi käyttää Google-tili tunnuksilla tai YouTube-tunnuksilla. Videoita katsellakseen ei tarvitse kirjautua sisään, vain videon lataaminen tai videoista keskusteleminen edellyttää kirjautumisen.
26. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Eri markkinointitarkoituksiin löytyy yhteystiedot http://www.youtube.com/t/contact_us . Yritykset voivat kuitenkin ottaa palvelun käyttöön ilman yhteydenotto.

27. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Hyvin tärkeä. Kanavalla on monta positiivista puolta matkailumarkkinoinnissa (verkkojalanjäljen kasvattaminen, yrityksen kotisivujen hakukoneoptimointi, itse videoiden markkinointivoima jne.)
28. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Palveluun kannattaa lisätä oma, laadukas video yrityksen palveluista.

15. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kalastus, Vaellus, Wildlife, Melonta, Pyöräily, Hevosmatkailu, Go Green Travel Green, http://gogreentravelgreen.com/
16. sivuston kieli	Englanti
17. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
18. kuka tuottaa sisältöä	Sivuston ylläpitäjät ja käyttäjät
19. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Noin 16 000 lukijaa kuukausittain. Vajaa 8 % lukijoista on UK:sta.
20. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Ekologisista matkailutavoista kiinnostuneet kuluttajat. (Yleisin käyttäjä on noin 25-34-vuotias lapseton nainen, jolla on korkea koulutus).
21. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Kahden henkilön ylläpitämä blogi, jossa kirjoitetaan ekologistia vinkkejä matkailijoille (ekologiset tavat matkustaa, ekologiset matkakohteet jne.)
22. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
23. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Ekologinen matkustaminen
24. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Sekä Suomi, Ruotsi että Norja ovat heikosti edustettuja, mutta Ruotsista löytyy eniten tietoja ja Suomesta vähiten.
25. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Matkailukohteessa tulee olla jotakin aidosti ekologista, mistä blogin kirjoittavat haluavat kirjoittaa. Blogikirjoitusten lisäksi sivulle on mahdollista saada perinteisempiäkin mainoksia. Kirjoittajat yksilöivät hinnat jokaisen yrityksen tarpeiden mukaan.
26. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Blogikirjoittajiin saa parhaiten yhteyden lähettämällä sähköpostia osoitteeseen gogreentravelgreen@gmail.com
27. oma arvio sivuston tärkeydestä	Sivuston kävijämäärä ei ole kovin suuri,

matkailun jakelukanavana ko. maassa	mutta se tavoittaa hyvin tietyn nichen eli ekologiset matkustajat.
28. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Aidosti jotakin ekologista palvelua tarjoavien yritysten kannattaa ottaa yhteyttä ja kysyä yhteistyömahdollisuuksista.

15. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kalastus, Vaellus, Wildlife, Melonta, Pyöräily, Hevosmatkailu, TravelPod http://www.travelpod.com/
16. sivuston kieli	Englanti
17. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
18. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät ja sivuston ylläpitäjät
19. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Sivusto tavoittaa kuukausittain noin 750 000 kävijää.
20. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Matkailusta kiinnostuneet, melko nuoret henkilöt, enimmäkseen naiset. Käyttäjistä noin 32 000 tulee kuukausittain UK:sta.
21. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Matkailuyhteisö, blogeja.
22. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
23. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Matkailijoiden omat matkakokemukset ympäri maailmaa
24. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomesta on lisätty 1862 matkakertomusta, Ruotsista 2753 ja Norjasta 2157.
25. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Kuka tahansa pääsee kirjoittamaan matkakertomuksia sivulle maksutta. Sivulle voi lisätä myös kuvia ja videoita. Parhaat kertomukset saadaan aikaiseksi, kun pyydetään alueella matkailevia kirjoittamaan artikkeleita. Sivustolla on myös keskustelukanava, josta löytyy paljon keskusteluja myös Suomesta http://bit.ly/qACym9
26. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Kirjoituksia, kuvia ja videoita voi lisätä ilman yhteydenottoa kanavaan.
27. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Palvelulla on kohtuullisen paljon käyttäjiä kuukausittain ja sivustolla

	aktiivisimmat käyttäjät ovat hyvin innokkaita matkustajia. Tämän vuoksi näkyminen sivustolla on hyvä lisä muuhun sähköiseen markkinointiin.
28. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Sivustoon tutustuminen kannattaa aloittaa esimerkiksi keskusteluosiosta http://bit.ly/qACym9 ja selvittää, puhutaanko foorumilla asioista, joihin oma yritys osaisi olla vastaamassa. Lisäksi voidaan rohkaista alueella käyneitä matkailijoita kirjoittamaan sivustolle matkakertomuksia alueelta. Näihin kertomuksiin, kuviin ja videoihin voidaan linkittää yrityksen omalta kotisivulta.

15. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kalastus, Vaellus, Wildlife, Melonta, Pyöräily, Hevosmatkailu, GreenTraveller, http://www.greentraveller.co.uk/
16. sivuston kieli	Englanti
17. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
18. kuka tuottaa sisältöä	Sivuston ylläpitäjät
19. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Kuukausittain yli 17 000 kävijää. Noin 44 % kävijöistä tulee UK:sta.
20. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Ekologisesta matkustamisesta kiinnostuneet kuluttajat
21. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Matkailusivusto, joka on keskittynyt esittelemään ekologiaa matkakohteita.
22. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
23. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Ekologiset matkakohteet (majoitus, aktiviteetit, matkustaminen jne.)
24. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomi ja Norja ovat melko heikosti edustettuina, Ruotsin matkailutuotteet hieman paremmin esillä.
25. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Sivuston ylläpitäjät ovat joko käyneet itse kohteissa tai paikallinen kontakti on käynyt tarkistamassa kohteen. Kohteilta edellytetään aitoa ekologisuuutta (sertifikaatit yms.) ja vasta tarkistuksen jälkeen kohde saadaan sivustolle näkyviin. Hinnoittelu riippuu kohteesta ja näkyvyydestä (alkaen 50 puntaa vuodessa). Osoitteesta http://www.greentraveller.co.uk/ löytyy lomakkeet, joilla kohdetta voi ehdottaa sivustolle.
26. kontaktitiedot (myynti- tai	Ks. yllä.

markkinointitarkoitukseen)	
27. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko maassa	Tavoittaa ekologiset matkailijat, mutta ei kovin laajaa yleisöä
28. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan.	Kannattaa lähettää sivustolle viesti tai täyttää lomake ja kysyä suoraan, sopisiko oma matkailukohde sivustolle. Listauksen hinta ei ole kovin kallis näkyvyyteen nähden.

15. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kalastus, Vaellus, Wildlife, Melonta, Pyöräily, Hevosmatkailu, TripAdvisor, www.tripadvisor.co.uk
16. sivuston kieli	Englanti
17. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
18. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät
19. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Noin 2,1 miljoonaa käyttäjää kuukausittain, UK:n 75. suosituin internetsivusto
20. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Sivuston yleisimpiä kävijöitä ovat naiset (25–34-vuotiaat), jotka käyttävät sivustoa työpaikalla ja ansaitsevat 30 000 – 60 000 dollaria vuodessa ja ovat korkeasti koulutettuja.
21. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Matkailupalvelujen suosittelusivusto
22. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
23. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Sivustolla esitetään matkailukohteita (majoitus, ravintola, aktiviteetit) aivan laidasta laitaan.
24. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomesta on esillä yhteensä noin 2900 kohdetta, Ruotsista 5600 kohdetta ja Norjasta noin 2600 kohdetta.
25. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Majoituskohteissa on kriteerejä muun muassa vastaanoton ja henkilökunnan paikallaolon suhteen, mutta tämä vaikuttaa yleensä vain siihen, miten kohde listataan (onko hotelli, B&B vai Inn). Lisäksi aktiviteeteissä usein tarkastellaan onko toiminta ympärivuotista. Useimmiten kohde kuitenkin saadaan listattua, vaikkei siitä kaikkia tietoja näytetäkään. Perustietojen lisääminen palveluun on

	<p>maksutonta. Lisäominaisuuksien hinnat vaihtelevat kapasiteetin ja kohteen mukaan (esimerkiksi 8 mökin mökkikylä 350 euroa vuodessa). Aluksi sivustolle pitää kirjautua sisään osoitteessa http://www.tripadvisor.co.uk/Owners, josta pääsee myös lisäämään kohteen tiedot palveluun. Kun kohde on muutaman päivän sisällä lisätty sivustolle, se pitää vielä ottaa yrityksen haltuun kohteen omalla sivulla (Claim your property).</p>
26. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	
27. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko maassa	<p>Tripadvisor on tällä hetkellä tärkein matkailusivusto UK:ssa.</p>
28. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan.	<p>Kohteen tiedot kannattaa ehdottomasti lisätä sivustolle. Maksutonkin versio riittää, kunhan kohteen saamista palautteista huolehditaan säännöllisesti.</p>

15. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kalastus, Vaellus, Wildlife, Melonta, Pyöräily, Hevosmatkailu, AdventureCompany, http://www.adventurecompany.co.uk/
16. sivuston kieli	Englanti
17. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
18. kuka tuottaa sisältöä	Sivuston ylläpitäjät
19. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Sivustolla on kuukausittain noin 15 000 kävijää.
20. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Valmiista seikkailumatkoista kiinnostuneet nuoret
21. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Matkanjärjestäjän kotisivu. (Valittu hyväksi jakelukanavaksi, koska löytyy hyvin hakukoneista ja kanavasta löytyy kyseisiä aktiviteetteja, yhteistyöstä pitää neuvotella erikseen.)
22. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
23. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Valmiiksi paketoituja seikkailumatkoja
24. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomeen kaksi matkaa, Ruotsiin yksi matka ja Norjaan ei yhtään matkaan. Kaikki maat ovat osana pidempiä seikkailuja, joissa käydään useammassa maassa.
25. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Matkanjärjestäjällä saattaa olla tarkkojakin kriteerejä mukaan pääsemiseen, mutta kriteereistä, hinnoista ja yhteistyön muodoista tulee keskustella erikseen yrityksen edustajan kanssa.
26. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Yritykseen voi ottaa yhteyttä tiedustelujen muodossa osoitteella marketing@adventurecompany.co.uk
27. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Osaksi matkanjärjestäjän tarjontaa voi olla hyvinkin vaikea päästä, joten

	neuvotteluihin ei kannata ryhtyä ellei tarjolla ole jotakin kansainvälisesti merkittävää seikkailuaktiviteettiä.
28. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Kannattaa ensin tutustua sivustolla jo nyt olevaan tarjontaan ja miettiä, sopisiko oman yrityksen aktiviteetit osaksi matkanjärjestäjän palveluja. Jos näin on, kannattaa ottaa yhteyttä yritykseen ja tiedustella mahdollista yhteistyötä.

15. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kalastus, Vaellus, Wildlife, Melonta, Pyöräily, Hevosmatkailu, World Reviewer, http://www.worldreviewer.com/
16. sivuston kieli	Englanti
17. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
18. kuka tuottaa sisältöä	Sivuston ylläpitäjät ja käyttäjät
19. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Sivustolla on noin 30 000 kävijää kuukausittain.
20. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Käyttäjistä noin 38 % tulee UK:sta. Käyttäjät ovat iältään yleisimmin 25–34-vuotiaita ja korkeastikoulutettuja naisia.
21. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Artikkeleita ja matkakertomuksia
22. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
23. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Sivustolla on esitelty monipuolisesti ja kattavasti todella erilaisia matkakohteita ympäri maailmaa.
24. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomeen liittyen sivulla on 75 artikkelia ja kertomusta, Ruotsista 140 ja Norjasta 121.
25. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Matkailijat voivat itse lähettää omia matkakertomuksiaan sivustolle. Sivulle pitää ensin luoda käyttäjätunnukset, jonka jälkeen matkakertomuksen saa lähettää osoitteesta http://bit.ly/pvb4j4 . Matkakertomusta ei kannata kirjoittaa itse, vaan pyytää alueella käynyt matkailija kirjoittamaan se, jonka jälkeen yritys voi kääntää artikkelin englanniksi ja lähettää sen sivustolle. Sivulla myös mainostaa ja tarkemmat tiedot tästä löytyy

	osoitteesta http://bit.ly/mOOVLX . Tarjolla on erilaisia tekstilinkkimainoksia ja bannereita.
26. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Mainoksista vastaa sivustolla yksi työntekijä, jolle voi lähettää sähköpostitse tiedustelun osoitteella hugh.graham-watson@worldreviewer.com
27. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Sivusto löytyy hyvin hakukoneista ja se on oiva lisä matkailuyrityksen markkinointimixiin. Pelkästään tällä sivustolla ei yrityksen sähköistä markkinointia voi hoitaa.
28. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Ks. kohta 11.

Useat teemat

15. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kalastus, Wildlife, Melonta, Pyöräily, Hevosmatkailu, Joobili, www.joobili.com
16. sivuston kieli	Englanti
17. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
18. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät
19. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Sisällöntuottajia sivustolla on noin 5100, mutta sivuston kävijämäärä ei ole tiedossa. Vajaa 13 % sivuston käyttäjistä tule UK:sta. Sivustolle päädytään hakukoneista usein sellaisilla hakusanoilla, jotka viittaavat kansainvälisiin tapahtumiin (festivaalit, karnevaalit yms.)
20. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Aktiivisin käyttäjäryhmä on naiset (25–35-vuotiaat) joilla ei vielä ole lapsia ja toisaalta 55–65-vuotiaat, jotka selaavat sivustoa työpaikalla ja saavat tuloja 30 000 – 100 000 dollaria vuodessa.
21. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Tapahtumien ympärillä pyörivä yhteisö
22. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
23. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Tapahtumiin liittyvä tieto (festivaalit, konsertit, kulttuuriviikot, karnevaalit, paraatit, urheilutapahtumat, markkinat, jne.)
24. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palvelutarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomesta, Ruotsista ja Norjasta oli testihetkellä yhtä monta tapahtumaa esillä.
25. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Sivustoa pääsee käyttämään maksutta, mutta rekisteröinti vaaditaan. Yleensä sivustolle ilmoitettavalta tapahtumalta vaaditaan noin 5000 kävijää, mutta pienempiäkin tapahtumia kannattaa

	yrittää tarjota sivustolle. Sivustolle pääsee kirjautumana käyttäjäksi osoitteessa http://joobili.com/ klikkaamalla oikealta ylhäältä Sign Up.
26. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Tarvittaessa sivustolle saa yhteyttä osoitteesta http://joobili.com/page/contact/ , mutta rekisteröitymiseen ja tapahtuman lisäämiseen ei vaadita yhteydenottoa.
27. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Tapahtumien internetmarkkinoinnissa Joobili on hyvä kanava ja sitä käytetään Alankomaiden ja USA:n jälkeen kolmanneksi eniten nimenomaan UK:ssa. Kävijämäärät eivät kuitenkaan ole kovin suuria.
28. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Kaikki suomalaiset urheilutapahtumat (myös paikalliset, pienemmät) olisi hyvä lisätä palveluun.

15. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kalastus, Wildlife, Melonta, Hevosmatkailu, Google Places, www.google.com/places (maps.google.com)
16. sivuston kieli	Eri kielivaihtoehtoja, UK:ssa englanti
17. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjä
18. kuka tuottaa sisältöä	Sivuston ylläpitäjä ja käyttäjät
19. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Googlen karttoja käyttää päivittäin yli 10 miljoonaa käyttäjää, mutta mukanaolo Google Placessa eli Googlen kartoilla auttaa myös hakukonelöydettävyyttä eli lisättyään tietonsa palveluun yritys löytyy internetistä paremmin.
20. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Käyttäjäryhmä on täysin laidasta laitaan. Edistyneemmät käyttäjät käyttävät palvelua myös puhelimella.
21. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Karttapalvelu.
22. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
23. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Yrityksiä, nähtävyyksiä, käyntikohteita, viroastoja jne. laidasta laitaan.
24. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Koska kyseessä on hakukone, näkyy tuloksissa aina haetun kohteen yritykset ja palvelut. Esimerkiksi haettaessa "majoitus tukholma" tulee Tukholman majoituspalvelut näkyviin, kun taas haettassa "majoitus helsinki" tulevat Helsingin kohteet esille.
25. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Ei erityisiä kriteerejä, yrityksellä tulee olla jokin fyysinen sijainti (osoite, joka voidaan merkitä karttaan). Palvelu on maksuton, mutta kohteen lisäämiseen tarvitaan Google-tilin tunnukset.

	Kohteen pääsee lisäämään osoitteesta www.google.com/places klikkaamalla Get started.
26. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	
27. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Erittäin tärkeä sivusto
28. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Kaikkien yritysten kannattaa lisätä tiedot yrityksestä aivan ensimmäiseksi juuri Google Placeen.

15. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kalastus, Wildlife, HolidayRentals, http://www.holiday-rentals.co.uk/
16. sivuston kieli	Englanti
17. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
18. kuka tuottaa sisältöä	Sivuston ylläpitäjät, majoituskohteiden omistajat
19. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Kuukausittain noin 360 000 kävijää sivustolla
20. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Sivustoa käyttää tavallisesta poiketen yleisimmin hieman vanhemmat internetin käyttäjät (44–54-vuotiaat) korkeasti koulutetut ja yleisimmin naiset.
21. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Vapaa-ajanasuntojen markkinointikanava. (Ei hotellit, hostellit yms. vaan ns. self-catering majoitukset kuten mökit, vuokra-asunnot jne.) Kanavaan voi lisätä esimerkiksi mökkejä, jotka sijaitsevat hyvien kalastusvesien tai karhumetsien lähellä.
22. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
23. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Ei tiettyä teemaa.
24. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomi 51 kohdetta, Ruotsi 405 kohdetta ja Norja 218 kohdetta.
25. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Sivustolle pääsee self-catering majoituskohteet. Sivustolle kirjautuminen aloitetaan osoitteesta http://www.holiday-rentals.co.uk/info/advertise-with-us . Hinnat vaihtelevat kohteiden määrän mukaan, mutta esimerkiksi viiden kohteen esittely sivustolla maksaa alkaen 239 puntaa vuodessa.
26. kontaktitiedot (myynti- tai	Osoitteesta <a 125="" 92="" 935="" 951"="" data-label="Page-Footer" href="http://www.holiday-</td> </tr> </table> </div> <div data-bbox="> 123

markkinointitarkoitukseen)	rentals.co.uk/info/property-managers voi lähettää sähköisellä lomakkeella kysymyksiä Holiday Rentalsille.
27. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Self-catering majoitusten markkinoinnissa tärkeä sivu.
28. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Sivustolla on kattavat ohjeet asuntojen vuokraajille (englanniksi). Näihin ohjeisiin on hyvä tutustua, ennen kuin tekee päätöksen. Ohjeet löytyvät osoitteesta http://www.holiday-rentals.co.uk/info/owner-resources .

15. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kalastus, Wildlife, FlipKey, http://www.flipkey.com/
16. sivuston kieli	Englanti
17. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
18. kuka tuottaa sisältöä	Sivuston ylläpitäjät ja kohteiden omistajat
19. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Yhdessä Tripadvisorin kanssa kuukausittain yli 25 miljoonaa kävijää.
20. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Kanavalla on hyvin monipuolinen käyttäjäkunta, ja kanava tavoittaa hyvin myös 45-65+ -vuotiaat.
21. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Vapaa-ajanasuntojen myyntikanava. Tiedot siirtyvät kanavasta myös Tripadvisoriin.
22. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
23. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Vuokrattavat vapaa-ajanasunnot, sopii hyvin esimerkiksi kalastus- ja metsäkämppeiden markkinointiin ja vuokraamiseen.
24. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomesta on esillä 18 asuntoa, Ruotsista 43 asuntoa ja Norjasta viisi asuntoa.
25. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Kanavaan saa listata vuokrattavia vapaa-ajanasuntoja. Palvelussa on kahden kuukauden ilmainen kokeilujakso. Tämän jälkeen palvelun käyttö maksaa 25–35 dollaria kuussa, riippuen siitä kuinka usein laskun haluaa maksaa. Maksuttoman kokeilujakson pääsee aloittamaan osoitteesta http://www.flipkey.com/list/
26. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Tiedustelut voi lähettää osoitteeseen membersupport@flipkey.com , mutta ensin kannattaa tutustua sivuston

	ohjeisiin osoitteessa http://www.flipkey.com/list/
27. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko maassa	Sivuston yhteistyö Tripadvisorin kanssa antaa merkittävää apua ja kanava on yksi parhaista vaihtoehtoista vapaa-ajanasuntojen vuokraamiseen. Koska asunnot voi vuokrata suoraan kanavasta, aiheuttaa tämä vähemmän työtä kuin joistain kanavista lähetettävät sähköpostitiedustelut.
28. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan.	Palvelusta kannattaa aluksi kokeilla 60 päivän maksutonta jaksoa. Jos tavoitteet tällä aikavälillä täyttyvät, kannattaa kanavassa mukanaoloa jatkaa.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kalastus, Vaellus, Melonta, Pyöräily, iExplore, http://www.iexplore.com/
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Sivuston ylläpitäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Tavoittaa kuukausittain yli 1,3 miljoonaa kävijää.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Seikkailumatkoista kiinnostuneet nuoret, enimmäkseen naiset, korkeakoulutetut henkilöt
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Matkanjärjestäjän kotisivu. Valittu hyvän hakukonelöydettävyyden vuoksi. Tarjonnasta löytyy kalastusta, vaellusta, melontaa ja pyöräilyä.
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Tarjonnasta löytyy kalastusta, vaellusta, melontaa ja pyöräilyä
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomeen tarjolla 7 matkaa, Ruotsiin 6 matkaa ja Norjaan 7 matkaa.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Matkanjärjestäjä on kiinnostunut ehdotuksista ja niitä voi lähettää lomakkeen avulla osoitteesta http://bit.ly/nxWjhs
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Ks. yllä
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Sivuston kävijämäärä on varsin vakuuttava, joten yhteistyön mahdollisuudet kannattaa selvittää.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Kiinnostuneiden yritysten kannattaa ottaa yhteyttä yllä olevalla osoitteella ja selvittää, millaista yhteistyötä yrityksen kanssa olisi mahdollista tehdä.

15. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Vaellus, Wildlife, Melonta, Pyöräily, Hevosmatkailu, ResponsibleTravel, http://www.responsibletravel.com/
16. sivuston kieli	Englanti
17. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
18. kuka tuottaa sisältöä	Sivuston ylläpitäjät
19. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Sivustolla on kuukausittain noin 350 000 kävijää.
20. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Vastuullisesta matkailusta kiinnostuneet kuluttajat
21. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Vastuullisten matkojen portaali. Sivustolle lisätään matkoja sekä sijainnin, että matkan tyypin (esimerkiksi aktiviteetin) perusteella.
22. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
23. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Vastuulliseen matkailuun erikoistuneet palveluntarjoajat
24. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomesta löytyy 63 matkaa, Norjasta 43 matkaa ja Ruotsista 22 matkaa.
25. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Mukana olevien yritysten tulisi tarjota aitoja kontakteja paikallisten ihmisten kanssa ja paikallisen luonnon sekä kulttuurin kanssa. Ympäristöasioista huolehtiminen on tärkeä kriteeri ja isommilta organisaatioilta vaaditaan sertifikaatteja. Pienemmiltä yrityksiltä riittää selonteot, miten he auttavat huolehtimaan ympäristöstä. Pienille yrityksille (esimerkiksi ohjelmapalvelu tai ravintola) sivusto on maksuton, mutta majoituskohteet ja matkanjärjestäjät maksavat palvelusta alkaen 125 puntaa vuodessa.

	<p>Majoituskohteen pääsee lisäämään osoitteesta http://bit.ly/oQZ24d, matkanjärjestäjät osoitteesta http://bit.ly/qLJqhT ja muut osoitteesta http://bit.ly/n6iH10.</p>
26. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	<p>Muuhun markkinointiin liittyvät tiedot ja yhteydenotto-osoitteet löytyvät osoitteesta http://bit.ly/pZ8arh.</p>
27. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	<p>Sivusto edustaa hyvin vahvasti tiettyä nicheä ja löytyy hakukoneista hyvin tätä nicheä kiinnostavilla hakusanoilla. Sopii markkinointikanavana yrityksille, jotka aidosti ovat vastuullisesta matkailusta kiinnostuneita.</p>
28. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	<p>Palvelussa mukanaoloa voi kokeilla esimerkiksi vuoden ajan. Kanava aiheuttaa hyvin toimiessaan paljon manuaalista työtä, kun tarjouspyyntöihin vastataan sähköpostitse. Aktiivinen sähköpostin tarkkailu on siis vaatimus, jos kanavasta haluaa todella hyötyä.</p>

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kalastus, Vaellus, Wildlife, Melonta, Pyöräily, Activities Abroad, http://www.activitiesabroad.com/
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Sivuston ylläpitäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Sivusto tavoittaa kuukausittain noin 3500 kävijää.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Valmiista seikkailupaketeista kiinnostuneet 35–54-vuotiaat, yleensä naiset ja korkeasti koulutetut, jotka käyttävät sivustoa yleisimmästä poiketen kotoa käsin.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Matkanjärjestäjän kotisivu.
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Erilaiset aktiviteettimatkat.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomesta, Ruotsista tai Norjasta ei ole tarjolla yhtään kesäaktiviteettimatkaa. Talvisia matkoja kilpaileviin maihin löytyy.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Mahdollisesta yhteistyöstä voi neuvotella matkanjärjestäjän kanssa.
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	info@activitiesabroad.co.uk josta voi pyytää ohjaamaan oikein henkilön luo.
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Sivustolla on huomattavasti vähemmän käyttäjiä kuin esimerkiksi iExplore.comilla, mutta tässä kanavassa olisi erittäin helppoa erottua Pohjoismaista.

14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Kanavalle voi lähettää sähköpostia valmiin ehdotuksen muodossa. Yrityksen henkilöstö on käynyt vierailmassa jokaisessa kohteessa, joten tämä kannattaa ottaa huomioon jo heitä lähestyttäessä.
---	--

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Vaellus, Melonta, Hevosmatkailu, Adventure Travel, http://adventure-travel.co/
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjä
4. kuka tuottaa sisältöä	Sivuston ylläpitäjä, palvelun tarjoajat
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Kuukausittain noin 2 000 kävijää.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Henkilöt, jotka hakevat tietoa seikkailumatkoista. 40 % sivun kävijöistä tulee UK:sta.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Hakemisto
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Sivustolla on esitelty matkakohteita, joissa pääsee kokeilemaan erilaisia aktiviteetteja. Sivulle on listattu yhteensä yli 50 aktiviteettiin liittyviä tuotteita ympäri maailmaa.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Norjasta on lisätty tuotteita ja arvioita jo jonkin verran, Ruotsista ja Suomesta vain muutama tuote ja arvioita ei ollenkaan.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Sivustolle pääsee maksutta lisäämään aktiviteettiyrityksen perustiedot. Laajemmat tiedot saa näkyviin maksamalla 149 dollaria vuodessa. Lisäksi tarjolla on erilaisia mahdollisuuksia sponsoroida jonkin aktiviteetin (esimerkiksi vaelluksen) sivua maksamalla vuosittain 600 dollaria tai kuukausittain 55 dollaria. Mukaan pääsee lähettämällä sähköpostia alla

	olevaan sähköpostiosoitteeseen.
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	contact@adventure-travel.co
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Sivusto on uusi ja vasta keräämässä käyttäjiä ja sisältöä. Vaikutus ei ole siis vielä kovinkaan suuri, mutta sivusta voi silti hyötyä.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Koska maksuttomassakin listauksessa sivustolla saa linkin yrityksen omalle kotisivulle, tiedot kannattaa käydä lisäämässä. Mitä enemmän kotisivuillenne tulee linkejä muualta, sen parempi. Lyhyeen esittelytekstiin ei kannata kopioida tekstiä suoraan kotisivuiltanne tai muualta internetistä vaan tälle sivulle kannattaa kirjoittaa kokonaan uusi, lyhyt kuvaus. Näin hakukoneisiin ei tule päällekkäistä sisältöä.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Vaellus, Kalastus, Wildlife, TravelBlog, http://www.travelblog.org
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjät
4. kuka tuottaa sisältöä	Käyttäjät ja sivuston ylläpitäjät
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Kuukausittain noin 3 miljoonaa kävijää.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Suurin osa käyttäjistä on nuoria, noin 18-35-vuotiaita. Käyttäjistä noin 5 % tulee UK:sta (kuukausittain noin 180000).
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Blogisivusto. Sivulla on tarjolla ohjelma, jolla voi kirjoittaa matkablogia. Samalla sivulle kerääntyy muiden kirjoittamia matkablogeja.
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	Sivustolla on myös oma keskustelupalsta, josta löytyy oma osio Euroopalle. Osiossa on kuitenkin kaikki Eurooppaa koskevat keskustelut sekaisin eli niitä ei ole lajiteltu esimerkiksi maittain tai aktiviteettien mukaan.
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Blogeja kirjoittavat matkailijat ympäri maailmaa ja he kirjoittavat matkoistaan, jotka ovat suuntautuneet minne tahansa päin maailmaa.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Sekä Suomesta, Ruotsista että Norjasta löytyy valtavasti keskusteluja ja blogikirjoituksia.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Sivustolle voi rekisteröityä kuka tahansa osoitteessa http://www.travelblog.org/join.php .
12. kontaktitiedot (myynti- tai markkinointitarkoitukseen)	Sivustolla voi mainostaa bannerien avulla. Mainokset voi kohdentaa sivustolle Google Adwordsin kautta, jolloin budjetti voi olla juuri niin iso kuin itse haluaa. Suurimmissa budjeteissa (yli 1000 dollaria

	<p>kuussa) pyydetään ottamaan yhteyttä suoraan sivustolle. Tarkemmat tiedot ja yhteydenottolinkki löytyvät osoitteesta http://www.travelblog.org/advertising.html.</p>
<p>13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa</p>	<p>Vaikka prosentuaalinen osuus UK:n kävijöistä on varsin pieni, käy kanavassa kuitenkin noin 180 000 UK:n käyttäjää kuukausittain. Viestin oikea kohdentaminen sivulla on hankalaa, joten oman kohderyhmän tavoittaminen ei onnistu ehkä niin helposti, kuin paremmin ”teemoitetuilta” sivustoilta.</p>
<p>14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan</p>	<p>Sivustoon kannattaa ensin tutustua lukemalla muiden kirjoittamia matkablogeja ja keskustelualueita. Jos yrityksessä syntyy hyvä idea, miten joko alueen matkailijat tai yrityksen henkilökunta saisi kirjoitettua houkuttelevaa matkablogia alueen kohteista, kannattaa ensin laittaa harjoittelublogi pystyyn. Kun työkalun käyttö on teknisesti hallussa, perustetaan virallinen matkablogi. Keskustelupalstoja kannattaa seurata ja vastata matkailijoiden kysymyksiin aina tilanteen tullen.</p>

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Kalastus, Wildlife, Melonta, Hevosmatkailu, Mighty Fine, http://www.mightyfinecompany.com/
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjä
4. kuka tuottaa sisältöä	Matkanjärjestäjä
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Sivulla käy kuukausittain noin 2000 kävijää.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Sivuston kävijöistä noin 70% tulee UK:sta, enemmistö heistä on naisia ja kanava tavoittaa hyvin myös 45-54-vuotiaita.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Matkanjärjestäjä
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Sivustolla markkinoidaan valmiita matkapaketteja, jotka sisältävät erilaisia aktiviteetteja, kuten karhunkatselua, kalastusta, ratsastusta ja melontaa.
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomesta on tarjolla 52 matkapakettia, Ruotsista 15 ja Norjasta 37.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Yritys on kiinnostunut tekemään yhteistyötä uusien suomalaisten yritysten kanssa. Yritys on erityisesti kiinnostunut epätavallisista kesätuotteista. Minimissään yritys veloittaa 20 % komission. Kiinnostuneet voivat lähettää sähköpostia osoitteeseen webmaster@everything-travel.co.uk ja viesti ohjataan oikealle ihmiselle.
12. kontaktitiedot (myynti- tai	Ks. yllä.

markkinointitarkoitukseen)	
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Sivustolla käy suhteellisen vähän väkeä, mutta kohderyhmä on oikea. Sivulle tulijat ovat kiinnostuneita aktiivilomista oikealla maantieteellisellä alueella.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Jos yritys on kiinnostunut yhteistyöstä brittiläisen matkanjärjestäjän kanssa, tästä yrityksestä on hyvä aloittaa, koska yritys on valmiiksi ilmaissut kiinnostuksensa uusiin, suomalaisiin kesätuotteisiin. Matkapakettiehdotus kannattaa miettiä melko pitkälle valmiiksi, ennen kuin aloittaa neuvottelut. Kannattaa myös tutustua jo sivulta löytyvään tarjontaan ja pyrkiä tarjoamaan jotakin erilaista, mitä Suomesta ei vielä löydy.

1. Teema, kanavan nimi ja URL-osoite	Vaellus, Wildlife, Pyöräily, Exodus, http://www.exodus.co.uk/cycling?cid=ThomsonActive
2. sivuston kieli	Englanti
3. kuka ohjaa palvelua	Sivuston ylläpitäjä
4. kuka tuottaa sisältöä	Matkanjärjestäjä
5. sivuston kävijämäärä tai muu mittari (arvio) sivuston tehokkuudesta ja tunnettuudesta	Sivuilla käy kuukausittain noin 25 000 kävijää.
6. tarkemmin käyttäjäkohderyhmä (palvelun tuottajan määrittelemä tai jos ei tiedossa, oma analyysi)	Sivun kävijöistä noin 30 % tulee UK:sta. Sivuille päädytään usein hakusanoilla kuten: exodus travel tai adventure holidays. Kävijät hakevat siis seikkailulomia.
7. sivuston luonne; portaali, myyntikanava, mainospaikkoja, keskustelupalsta, blogi, sos.media, muu teemakohtainen informaatio (asiasisältö ja/tai tuotesisältö esimerkein)	Matkanjärjestäjän kotisivu
8. minkälaisista asioista keskustellaan (keskustelupalstoilta pääaiheet hakusanoin)	
9. teemakohtainen suuntautuminen, minkä tyyppistä tarjontaa sivulla	Sivulla on osiot: <ul style="list-style-type: none"> < Discovery < Walking < Cyckling < Winter < Polar < Family < Schools
10. suurimmat/tärkeimmät sivustolla näkyvät palveluntarjoajat Suomen kilpailijoiden näkyminen	Suomesta on tarjolla kuusi matkapakettia, Norjasta 12 ja Ruotsista kaksi.
11. kriteerit sivustolle pääsyyn (mitä edellytetään tuotteelta), hinta - miten itse mukaan palvelujen tarjoajaksi; tapa ja hinta	Matkanjärjestäjän kanssa voi neuvotella yhteistyöstä. Tiedustelut voi lähettää osoitteeseen info@exodus.co.uk
12. kontaktitiedot (myynti- tai	Ks. yllä

markkinointitarkoitukseen)	
13. oma arvio sivuston tärkeydestä matkailun jakelukanavana ko. maassa	Exodus on suosittu ja luotettava matkanjärjestäjä.
14. Toimenpidesuositus kyseiseen jakelukanavaan	Matkanjärjestäjältä kannattaa tiedustella kiinnostusta uusiin tuotteisiin ja tuote kannattaa miettiä valmiiksi ennen neuvottelujen aloittamista. Komission suuruus on myös hyvä selvittää heti neuvottelun alkuvaiheessa.