

# Visit Finland webinaari 9.9.2020

## Kysymykset ja vastaukset

### 1. Kotimaan matkailun virtuaalinen edistäminen? Kuka sitä hoitaa?

Sanna: En ole varma mitä kaikkea tällä virtuaalisella tarkoitetaan, mutta kotimaan matkailun kehittämistä ja edistämistä ei ole vastuutettu koordinoitavaksi kenellekään toimijalle samalla tavalla kuin Visit Finlandille on Business Finland –lain mukaisesti vastuutettu Suomeen suuntautuvan matkailun edistäminen. Tällä hetkellä meillä on kuitenkin toimenpiteitä kotimaan matkailun kehittämiseen liittyen eli Suoma ry:n kautta toteutettavia toimenpiteitä, 100 syytä matkustaa Suomeen –portaali, on koko ajan käytettävissä. Lisäksi nyt hallituksen lisärahoituksen myötä myös on avattu vinkkipankki 100+, josta löytyy suoraan kuluttajien ostettavissa olevia matkailutuotteita ja palveluita. Eli ne ovat tällä hetkellä saatavilla. Meillä on tulossa myös tämän vuoden aikana selvitystä kotimaan matkailun kohderyhmistä eli tarkastellaan sitä minkälainen potentiaali ja markkina nämä meidän kotimaan matkailijat ovat ja heidän matkustuskäyttäytymistään. Siitä ei ole toistaiseksi muuta kerrottavana kuin, että selvitys on käynnistymässä.

### 2. Onko TEM:llä arviota mistä matkailu ensimmäiseksi starttaa Suomeen?

Sanna: Hei, tässä on useampi näkökohta huomioitavana. Ensinnäkin rajapäätökset; mistä ja millä edellytyksillä erityisesti vapaa-ajan matkustaminen sallitaan. Toiseksi miten matkailuyritykset (Visit Finlandin tuella) saavat vakuutettua matkanjärjestäjät ja matkailijat, että matkustaminen on terveysturvallista ja maahan todellakin pääsee. Kolmanneksi on tietysti vielä matkailijan oma päätös lähteä matkalle ja päätöksen realisoituminen ostamiseen ja matkustamiseen asti. Ministeriönä osallistumme tiiviisti rajapäätöskeskusteluihin ja pyrimme vaikuttamaan siihen, että matkustamista koskevat rajoitukset lievenisivät ja mahdollistaisivat omalta osaltaan matkustamisen. Visit Finland luonnollisesti on valmistautunut toimimaan matkailuyritysten tukena heti kun rajat avautuvat.

### 3. VF:n webinaarit syksyn osalta ei ole toistaiseksi webinaarisivustolla - ovat varmaan tulossa?

Hei, webinaarit eivät tosiaan ole vielä webinaarisivustollamme - mutta lisätietoa ja aikataulut ovat sinne kyllä tulossa.

### 4. Onko tämä Oxford Economicsin raportti saatavilla jostain kokonaan?

Se on tulossa nettisivuillemme.

### 5. Ennusteet todella huonoja -miten yritykset selviävät? Tarve uusille innovaatioille?

Uusia innovaatioita tarvitaan varmasti ja palvelumuotoilulla on vastattava muuttuneeseen kysyntään ja matkailijoiden käyttäytymiseen. Mutta yritysten kyky investoida innovaatioihin on nyt tietysti erittäin heikko.

### 6. @Kaisa - onko jo tiedossa mihin markkinointikanaviin hubin kautta voi päästä?

A: Kanavia tullaan lisäämään kun itse ratkaisu on livenä ja palveluja siellä saatavilla, mutta tarkoitus on tehdä suora integraatio Facebookiin, Google MyBusinekseseen ja Tripadvisoriin pikimmiten ja Visit Finlandin MyStay portaaliin sekä Helsingin MyHelsinkiin sekä asteittain muita Visit sivuja, matkanjärjestäjiä jne. sitä mukaa kun kiinnostuneita kanavia tulee. Kanavat voivat siis hakea

mukaan ja myös aktiivisesti haemme kanavia. Ihan ensin pitää saada yritykset ja tuotteet palveluun ennen kuin alusta kiinnostaa kanavia.

**7. Pääseekö DataHubiin tiedostoja selaamaan kouluttajat ja kehittäjät ja voiko sitä käyttää esim. opetuksessa**

Kyllä pääsee! Sinne voi kirjautua datan hyödyntäjänä ja selailla sisältöä.

**8. Millä aikataululla alueorganisaatioita ja yrityksiä koulutetaan hubin käyttöön?**

Pyrimme saamaan verkko-oppisisällöt valmiiksi lokakuun aikana eli noin lokakuun lopusta eteenpäin.

**9. Ovatko pilotissa mukana olleet yritykset automaattisesti mukana datahubissa vai pitääkö liittyä uudelleen?**

Pilottiyritysten syöttämät tuotetiedot voidaan hakea suoraan datahubiin, mutta yrityksen tulee kirjautua uudestaan ja hakea tieto (import from file) eli ei tarvitse syöttää uudestaan.

**10. Data hub koti vai kv markkinoille?**

Koska Business Finland ja Visit Finland ovat lainmukaisesti kv-markkinaa fokuksittuneita, niin kv-puoli on pääosassa, mutta alusta palvelee myös kotimaan markkinaa koska ratkaisu on suomen ja englannin kielinen ja sisällöt voi syöttää myös suomeksi eli dataa voi hyödyntää myös kotimaiset kanavat ja digipalvelut.

**11. DataHub: Millä perusteella yrityksiä/alueita otetaan mukaan Sof Launch-vaiheeseen? Kutsutaanko heitä vai ilmoittautumisen perusteella?**

Viestimme meidän kanavissa (uutiskirje, uutiset) kun soft launch alkaa ja mukaan pääsee kaikki kiinnostuneet. Alueorganisaatiot voi myös ilmoittautua jo ennakkoon [asta.laaksonen@businessfinland.fi](mailto:asta.laaksonen@businessfinland.fi) jos haluatte koordinoitunutta käyttöä. Huomio kaikille ihan ensi vaiheessa mukaan tuleville, että palvelu vaatii vielä hiomista joten soft launchissa mukana olevilta toivomme hieman halukkuutta yhteiskehittämiseen ja palautteen antamiseen.

**12. Tämä (DataHub) on siis tarkoitettu kansainvälisten myynti- ja markkinointikanavien lisäksi kotimaisille jakelukanaville**

Palvelee myös kotimaisia kanavia vaikka pääfokus on kv-markkinalla.

**13. @Kaisa - Suomessa on edelleen paljon pienyrityksiä, joille englanninkieli saattaa olla ongelma. Ei omassa arjessa ja palvelussa, mutta dataa käsitellessä ja ohjelmissa. Kieli ja sanat on aivan eri kuin arjen palvelutilanteessa. Miten tähän on varauduttu?**

Palvelu on suomeksi ja englanniksi. Demossa oli esillä vain englanti.

**14. Kuka omistaa hubin datan? Pystyykö yritys tuomaan tiedot jostain toisesta palvelusta tms automaattisesti?**

Lähtökohtaisesti ei, vaan ajatus on, että datahub on se master data. MyStay- portaalista ja DataHubin protosta tuomme tuotetiedot niin että yritys voi ns. automaattisesti importata tiedot DataHubiin. Yksi kehityspolku voi olla, että mietimme miten yritys voisi tuoda tietoja muualta suoraan datahubiin. Siitä on keskusteltu, mutta ei ole ollut ensivaiheessa prioriteetti.

**15. Eli My Stay poistuu tätä myötä kokonaan ja sieltä ei mitään siirry automaattisesti tänne vaan kaikki tiedot syötetään uusiksi?**

MyStayn tuotetiedot yritys voi tuoda suoraan DataHubiin ja jatkossa MyStay tulee hyödyntämään DataHubin dataa eli tietoja ylläpidetään DataHubissa ja MyStay on yksi kanava missä data näkyy.

**16. @Laura - Kauanko uuden tuotteen lisääminen keskimäärin kestää? Silloin kun kaikki tiedot ja kuvat täytetään ohjeiden mukaan?**

Sanoisin Lauran puolesta, että noin 5-10 minuuttia. Riippuu toki paljon, onko tuote miten valmiiksi mietitty kuvineen.

**17. @kaisa Miten järjestelmä keskustelee esim. Bokunin kanssa?**

Bokunin kanssa keskustelu ei ole vielä edennyt, mutta tavoitteena on että jossakin kohtaa Bokun voisi hyödyntää DataHubin tuotetietoa. Vielä ei siis mitään konkreettista heidän kanssaan ole.

**18. Datahub - aukioloajat, esillä keskusteluissa on ollut muuttuvat aukioloajat, voiko tuotteelle asettaa erilliset aukioloajat eri ajanjaksoille vai pitääkö tällöin luoda sama tuote eri aukiolotiedoin ja eri kausin erikseen?**

Hyvä huomio! Tällä hetkellä aukioloaika ei ole sesonkikohtainen, mutta ihan varmaan asia mikä tulee nousemaan esiin, joten hyvin todennäköisesti ominaisuus mikä pitää kehittää. Lähdemme liikkeelle melko yksinkertaisella ratkaisulla ja laajennamme sitä mukaa tuotetietoja, kun konkreettinen tarve nousee.

**19. Näkyvätkö B2B tuotteet vain matkanjärjestäjille?**

Näkyvät kaikille ketkä haluavat niitä hakea, mutta ovat tarkoitettu matkanjärjestäjille erityisesti. Pitää toki olla avoimeen dataan jaettu, että näkyy kenelle tahansa tai sitten yrityksen pitää hyväksyä eri B2B kanavia keille haluaa tiedon näkyvän.

**20. Tuleeko tuotehinnoitteluun tietoa, onko netto vai bruttohinta vai hinta ilman alv.?**

Ihan ensi alkuun hinta on brutto esimerkkihinta, mutta olemme tietoisia, että hintavaihtoehtoja pitää laajentaa paljon. Tarkoituksella lähdemme liikkeelle hyvin yksinkertaisella ja hiomme saamamme kehityspalautteen mukaan eteenpäin.

**21. @laura Tuotteen lisäämisessä on kohta Product link - onko määritelty millä alustalla tuotekuvauksen tulee olla?**

Ei ole määritelty mihin linkin pitää viedä.

**22. Ymmärränkö oikein että Datahubista ei voi tuotetta ostaa?**

Ymmärrät oikein. Alusta on B2B alusta josta tietoja voi viedä eri kuluttajakanaviin ja itse datahubin data ei sisällä verkkokaupparatkaisua eli kuluttajakanavan pitää joko integroida dataan ostomahdollisuus tai sitten tuotteesta on vain linkki kyseisen yrityksen omaan verkkokauppaan/verkkosivuille.

**23. Ymmärsinkö oikein; alueilla voi olla useita toimijoita esim. alueorganisaatio, yrityskehittäjät ym. toimijat/kehittäjät, jotka pääsevät samaan alueelliseen näkymään?**

Tästä pitää hieman sopia aluekohtaisesti, että kuka ottaa alueellista vastuuta vaiko kaikki yhdessä. Kumpikin malli toimii.

**24. Voiko mikä tahansa yritys lisätä tietoja? Vrt. alueorganisaatiot, joissa joku jäsenyyisperuste eli kaikki yritykset eivät ole toimijoina.**

Kaikki yritykset voivat lisätä tietoja. Jos alue ei halua kuratoida ei jäsenten tietoja niin Visit Finland kuratoi ne.

**25. @Laura - uiko päivitetty tieto myös toisinpäin? Eli aloitusvaiheessa, voiko esim. yrittäjä valita, että DataHub imaisee kaiken, vaikka Facebookissa päivitettyinä olevan tiedon Datahubin pohjaksi ja siitä lähdetään jatkamaan. Vai onko tuotteet lisättävä juuri DataHub:iin yksitellen käsin?**

Lähtökohtaisesti yrityksen toivotaan syöttävän sisällöt suoraan DataHUbiin joskin MyStayn tuotetiedot yritysten on mahdollista importata DataHubiin. Useampi on kysynyt tuontimahdollisuutta, joten se voisi olla asia mitä kehitämme eteenpäin, mutta MVP vaiheessa tätä ei vielä ole.

**26. @kaisa Miten Koko Travel Planner toimii DataHubissa?**

Heidän kanssaan on ollut keskustelua yhteistyöstä, mutta asia realisoituu vasta kun DataHub käytössä.

**27. Onko kokoustilat/kannustematkojen ohjelmat tulossa Datahubiin tulevaisuudessa?**

Kumpikin on noussut mahdollisena kehityskohtana jo aikaisemmin eli mahdollisesti. Ei ihan ensi vaiheessa ainakaan, mutta toivottavasti jatkossa.

**28. Laura & Kaisa: Kiitos mielenkiintoisesta esityksestä. - mitkä kaikki kanavat / rajapinnat ovat mukana DataHubissa, vai ovatko yrityskohtaisia valintoja? - mikä on alue- / yritysکوhtainen liittymiskustannus? - Sisältyykö toimintoihin myös kohdetietojen saavutettavuus - miten matkailija pääsee joustavasti, kestävästi matkakohteeseen?**

Tulemme integroimaan/ottamaan kanavia mukaan asteittain ja luonnollisesti kanavia liittyy mukaan vasta kun itse palvelu on käytössä ja dataa jaettavissa. Kanavaksi voi hakea ja yritykset itse valitsevat missä kanavissa haluavat näkyä. Yritykset voivat myös toivoa uusia kanavia. Julkaisemme myös avoimen rajapinnan mistä tietoa voi hyödyntää muutkin kuin hyväksytyt kanavat ja halutessaan yritys voi valita, että jakaa tietonsa avoimeen dataan.

Liittyminen on yrityksille ja alueille ilmaista eli me ylläpidämme ja kehitämme alustaa meille suunnatulla rahoituksella. Käännökset yritykset tai alueet maksavat itse.

**29. DataHub: Miten ohjeistetaan toimijoita / yrityksiä hinnan suhteen? Esitetäänkö hinta alv:n kanssa vai ilman? Miten komissiokäytänteet näkyvät täällä ja miten ne pitää huomioida, kun tuotteita ja palveluja palveluun lisätään?**

Tarkennamme DataHubiin ohjeistusta hinnoitteluun liittyen ja tässä vaiheessa hinta sisältää alvin eli on esimerkkihinta kuluttajille. Hinnoittelu on ihan tarkoituksella nyt alussa hyvin yksinkertainen ja sitä tullaan laajentamaan. Komissioita ei huomioida esimerkkihinnoissa eli on bruttohinta kuluttajalle ja varsinaiset komissioneuvoittelut/nettohintaneuvottelut ovat sitten yrityksen ja matkanjärjestäjän välisiä. Jos ilmenee tarvetta tarkentaa palveluun B2B mielessä hinnoittelua, niin se tehdään saamamme palautteen mukaan.

**30. Kaisan aiempaan vastaukseen liittyen: Jos DataHubista saadaan tiedot Tripadvisoriin, missä suhteessa se on mahdolliseen Bokun-integraatioon? Tuleeko datahubista tietoja joita Bokunista ei saada?**

ks. vastaus kysymykseen numero 17.

**31. Oliko Kiinan Knowledge Bankissa pohjalla datahub?**

Tässä vaiheessa ei vielä ole. Datahubin valmistuessa ja sen kehittyessä saamme sen jatkossa myös kv. myynninedistämisen työn käyttöön.

**32. Pääseekö kouluttajat ja kehittäjät mm. katsomaan minkälainen tuo menestyvä matkailukohde analyysi on?**

Digitaalisuusjulkaisut löytyvät täältä: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/matkailun-julkaisut/#digitaalisuus> Alimpana Menestyvän matkakohteen johtamisen analyysityökalu.

**33. Onko tästä kehitysohjelmasta englanninkielistä materiaalia saatavilla**

Ei toistaiseksi.

**34. Voiko Datahubissa kiinnittyä teemoihin vai vain alueorganisaatioihin? Olisiko sisällön mukainen kategorisoiminen tärkeämpi kuin kuntatasoinen? Ehkä tästä mainittiinkin, saattoi mennä minulta ohi.**

Kuntatasoinen kiinnittyminen on ratkaisu liittyen kuratointiin. Tuotteet linkittyvät kategorioiden kautta myös tuoteteemoihin.

**35. @Mervi - vähän jälkijunassa, mutta kuinka Kiinan knowledge bankin sisältö on koottu? Tuleeko siis mystaysta ja kuinka on päätetty mitä tuotteita siellä näkyy?**

Knowledge bankissa tässä vaiheessa reilut 100 tuotetta Suomesta jotka soveltuvia Kiinan markkinoille ja toimijoita, jotka aktiivisia Kiinan markkinoita kohtaan. Jatkossa tavoitteena integraatiot soveltuvien osin datahubiin.

**36. Digikehitysohjelma-teemaan: Koulutusorganisaatioiden rooli!? Erityisesti ammattikorkeakoulujen, joiden keskeisenä tehtävänä aluekehitys**

Alueen Digitekartan toteutuksessa koulutusorganisaatiolla on varmasti roolia, koulutusorganisaatioita on myös osallistunut myös työpajoihin

**37. Suomi matkailun digiosaamisen ja -hyödyntämisen mallimaaksi? Lähdemmekö kuitenkin takamatkalta suhteessa kilpailijoihin? Hyvä, että nyt panostetaan, mutta riittääkö osaaminen?**

Emme lähde takamatkalta. Moni muu maa mieltää meidät itseasiassa edelläkävijänä. Matkailuelinkeino koostuu kaikkialla hyvin paljon pienistä ja keskisuurista yrityksistä joilla pienet kehittämisresurssit, joten muualla kamppaillaan ihan samojen haasteiden kanssa kun meilläkin digitaalisuuden suhteen. Osaamisessa on samoin kaikkialla kehitettävää ja toki meillä on paljon tehtävää. Matkailukoulutuskin kehittyy asteittain yhä enemmän huomioimaan digitaalisuutta ja uudet yrittäjät toimivat lähtökohtaisesti hyvin digitaalisesti, joten isoja harppauksia on käynnissä.

**38. Miten digikehitysohjelmaan voi liittyä? Entä Menestyvän matkakohteen analyysiin? Ovatko ne ostettavia tuotteita?**

Digikehitysohjelmaan on resurssoitu ensivuodelle neljä aluetta ja kiinnostuksen voi osoittaa [kaisa.kosonen@businessfinland.fi](mailto:kaisa.kosonen@businessfinland.fi) sekä [asta.laaksonen@businessfinland.fi](mailto:asta.laaksonen@businessfinland.fi) ja käymme digitiimin kanssa keskustelua mitkä olisivat seuraavat sopivat kohteet. Ohjelma sopii parhaiten alueille, joilla on jo jonkin verran digitaalista ymmärrystä, mutta tarvitsevat konkreettisempaa suunnitelmaa mihin tartutaan ja miten. Menestyvän matkakohteen analyysi on kaikille alueille käytössä ja löytyy täältä: [https://www.businessfinland.fi/497f30/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/menestyvan-matkakohteen-johtaminen---analyysityokalu\\_2020.pdf](https://www.businessfinland.fi/497f30/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/menestyvan-matkakohteen-johtaminen---analyysityokalu_2020.pdf)

### **39. Oliko Datahubiin jokin linkki vai kuinka sinne pääsikään "kirjautumaan"?**

Ei vielä ole. Juuri nyt sinne on pääsy vasta kehitystiimillä Siililtä ja Visit Finlandilta. Datahubiin pääsy avataan ensimmäisille käyttäjille arviolta lokakuussa ja siitä viestitään kanavissamme sekä tietysti tulee löytymään sivuiltamme.

### **40. Suuralueyhteistyön tehtävä: Miten 6 kohdan tekemistä mitataan?**

Vielä ei ole systemaattista mittausohjelmaa. Kun jokaisen suuralueen kanssa on muodostettu tiekartta/vuosikello siitä, mitkä ovat yhteiset tekemiset mihin jatkossa ensisijaisesti paneudutaan, siinä yhteydessä katsotaan askelmerkit, miten edistymistä seurataan. Yhteistä mallia seurantaan/mittaamiseen ei ole eikä ole tarkoitus rakentaa, se tehdään kunkin suuralueen kohdalla, kun yhteisistä toimenpiteistä on sovittu.

### **41. @Anne - Lakeland alueella USP:t ei sisällä kulttuuria missään muodossa mutta kulttuurimatkailu on kuitenkin matkailijavirroissa kolmosena?**

(Kristiina Hietasaari vastasi) Kulttuurista ja sen vetovoimatekijöistä on keskusteltu paljon Lakelandin toimijoiden kesken. Kulttuuri on siinä mielessä mielenkiintoinen, että jokaisella alueella on omanlaisensa kulttuuri. Puhutaanko esim. karjalaisesta kulttuurista Pohjois-Karjalan kohdalla, vai hämäläisestä kulttuurista Pirkanmaan/Hämeen kohdalla - kaikilla on erilaisia ilmenemismuotoja. Viitatessani pitkään listaan vetovoimatekijöistä, joita järvi-Suomen kohdalla alun perin oli, siellä oli paljon kulttuurillisia sisältöjä. Kun tavoitteena oli löytää yhteisiä nimittäjiä kaikille tämän ison järvialueen sisällä, niin sieltä aika paljon kulttuurisisältöjä tipahti pois juuri sen takia, että ne olivat ominaisia vain jollekin maakunnalle/alueelle. Mutta tämä ei tarkoita sitä, etteikö niitä nosteta esille sitten kunkin alueen omasta toimesta. Ja varmasti kun Visit Finland markkinoi kulttuurisisältöjä niin nämä pääsevät esille. Mutta ne eivät ole suuraluutekemisen keskiössä.

### **42. Kuka omistaa hubin datan ja minne kaikkialle yrityksen tai alueen syöttämä tietoa jaetaan?**

Datan omistaa kukin yritys itse. Yritys valitsee missä DataHubin kanavissa haluaisi näkyvyyttä ja lisäksi yritys voi valita haluaako jakaa tietonsa avoimeen rajapintaan jolloin ns. konekäyttäjät eli eri toimijat jotka ovat kiinnostuneita hyödyntämään dataa matkailuun liittyen, mutta eivät ole DataHub kanavia voivat myös hyödyntää dataa.

### **43. Suuralue toimenpiteissä voisi ja tulisi ehkä miettiä miten Tuotekehitys ja myynti saataisiin korkeammalle listassa - ja miten olemassa olevat ulkomaiset sitoutuneet myyjät saada mukaan suunnitelmaan ja osallistumaan.**

Erittäin hyvä huomio, nämä esille nostetut asiat ovat keskiössä meidän suuraluutekemisessä. VF:n sisäisesti on mietitty, millä tavalla tuotekehitystä ja myyntiä pystyttäisiin enemmän nopeuttamaan/edistämään, tehdään siihen varmasti ratkaisuja liittyen - nyt jokaisella suuralueella on nimettynä yksi suuraluepäällikkö, jonka tueksi on suunniteltu tuotekehitysvastaavaa mukaan. Alun alkaen tarkoituksena on ollut hakea strategisia jakelukanavakumppaneita kullekin suuralueelle, jotta työ jatkuu ilman muuta.

### **44. Missä tilassa data-alusta on STF:n mittariston osalta. Onko toteutus jo lähes valmis?**

STF mittaristoa ei sinällään käytetä DataHubissa, mutta DataHubiin integroidaan tieto, onko jollakin yrityksellä STF label jolloin kyseisen yrityksen tuotteet saavat DataHubissa STF labelin käyttöönsä. Tämä ei ole vielä valmis, vaan kehityslistalla loppuvuodelle.

**45. Tuleeko datahub ja STF:n mittariston data-alusta olemaan yhtä ja samaa vai täytyykö yrittäjän kirjata tiedot jokaiseen palveluun erikseen?**

Vastaan DataHubin osalta, että STF alustalta tullaan integroimaan tieto, onko yrityksellä STF merkki Datahubiin niin että kyseisen yrityksen tuotteet saavat merkin datahubissa. Varsinainen kirjautuminen tehdään toistaiseksi kumpaankin alustaan erikseen, mutta on suunnitteilla yhdistää Business Finland tasolla eri palveluiden kirjautumisia jossakin kohtaa.

**46. Yritys omistaa datan, mutta missä ja miten selkeästi yritykselle selvitetään mitä yrityksen tiedolla tehdään?**

DataHubin yhteisösäännöissä ja käyttöehdoissa selitetään kaikki hyvin yksityiskohtaisesti ja käyttäjäystävällisesti. Jokaisen käyttäjän pitää lukea ja hyväksyä ehdot. Vielä en voi niitä tähän jakaa koska niitä hiotaan vielä.

**47. Onko mietitty, kuinka moneen eri alustaan jatkossa matkailuyrittäjän pitää päivittää tietonsa vai onnistuuko yhteen?**

DataHubin tavoite on että se nimen omaan vähentää sitä alustojen määrää koska sen kautta dataa jaetaan lukuisiin eri kanaviin. Ihan varmasti toki joitakin muitakin alustoja on edelleen, mutta DataHubin päätarkoitus on nimenomaan karsia sitä määrää.