

Matkailuyrityksen digiloikan ABC

Kymmenen kohdan checklist yrityksesi digitaalisuuden perusasioiden tarkistamiseksi

1 Mobiilioptimointi

- Nettisivun olisi hyvä olla mobiiliin optimoitu ja käännetty kokonaisuudessaan vähintään englanniksi tai muulle fokusmarkkinan kielelle. Jos palvelu on vain englanniksi, sisältöjä ei kannata kääntää lukuisille kielille.
- Pidä nettisivujesi tiedot ajan tasalla (huomioithan aukioloaikojen ja yhteystietojen täsmäämisen Google Busineksessa; tästä lisää alla). Sivuilla kannattaa olla runsaasti tietoa palvelustasi ja kohteesta.

2 Huolehdi online-varausjärjestelmästä

- Toimiva online-varausjärjestelmä, joka mahdollistaa oman verkkokaupan sekä myynnin myös muissa kauppapaikoissa, kuten kansainvälisillä online-jakelukanavilla sekä paikallisilla kauppapaikoilla, on olennainen seikka.
- Ristiinmyynti muiden alueesi yritysten kanssa on myös suositeltavaa.

3 Online-jakelukanavat kuntoon

- Ole mukana useammassa sinulle relevantissa online-jakelukanavassa (esimerkkeinä [Expedia](#), [Viator](#), [Klook](#) sekä paikalliset kauppapaikat) – näin kauppasi on auki ympäri vuorokauden kv-markkinalla. Muista myös seurata, käykö kauppa!
- Sopiva määrä kanavia sekä niiden relevanttius on kunkin yrittäjän itse määriteltävä.
- Kysy vinkkejä alueorganisaatioltasi, Visit Finlandilta tai muilta yrityksiltä.

4 Verkkopresenssin laajentaminen

- Valikoi kanavat, joissa haluat näkyä ja joita myös ylläpidät aktiivisesti. Sosiaalinen media, kuten Facebook, Instagram ja videokanava YouTube, sekä esimerkiksi vieraskynäartikkelit muilla nettisivuilla nostavat verkkopresenssiäsi.
- Huomaathan, että päivittämätön some-profiili vaikuttaa epäilyttävältä. Muista myös, että asiakkaat voivat kysyä kysymyksiä tai haluta tehdä kauppaa somen kautta.
- Sosiaalinen media on erittäin suositeltava markkinointikanava, sillä kampanjat ovat suhteellisen edullisia ja oikeaan yleisöön kohdennus on helppoa.

5 Tripadvisor-profiilin hallinta

- Ota hallintaan yrityksesi [TripAdvisor-profiili](#), eli päivitä kuvia, vastaa palautteisiin, niin hyvin kuin huonoihinkin, ja kannusta asiakkaitasi antamaan arvio.
- Esimerkiksi UK-markkinalla peräti 80% matkailijoista käy tutustumassa yritysten TripAdvisor-profiiliin, joten tämän tärkeyttä ei kannata vähätellä.

6 Google Business -tilin hallinta

- Huolehdi myös yrityksesi Google Business -tili kuntoon, eli varmista, että yrityksen tiedot ovat ajan tasalla sisältäen kuvat, yhteystiedot, arvosteluihin tulleet kysymykset ja muut vastaavat, tärkeät asiat.
- Muista, että lähes kaikki matkailijat käyttävät Googlea. Googlen palvelussa voit julkaista myös tarjouksia ja päivittää ajankohtaisia asioita.



Visit Finland

7 Erotu eduksesi

- Muotoile palvelusi online-kanaviin sopiviksi (Visit Finlandin MyStay-palvelun kriteerit vastaavat yleisiä online-tuotekriteerejä esim. tuotetietojen, kuvien ja tekstien osalta eli vinkkejä saat [täältä](#)). Huomaathan, että online-jakelukanavissa asiakas on yleensä yksittäismatkailija).
- Jakelukanavat vaativat tarkat tuotetiedot, kuten tuotteen lähtöpaikka, vaativuus, varusteet jne. Nämä tiedot ovat osa tuotekehitysprosessia ja niiden tulee olla tuotteessa valmiiksi mietittynä.
- Erotu massasta! Jos samassa myyntikanavassa on 20 vastaavaa tuotetta, tekee asiakas valinnan hinnan perusteella. Jos palvelusi on ainutlaatuinen ja houkutteleva, ei hinta kuitenkaan ole ainoa määräävä tekijä.

8 Tunne asiakkaasi

- Seuraa verkkosivujesi kävijäanalytiikkaa säännöllisesti ja määritä mittarit, minkä perusteella tiedät onnistuneesi tai löydät kehitettävät kohteet.
- Hyviä mittareita matkailualan yritykselle ovat esimerkiksi verkkokaupan konversion seuraaminen eli kuinka suuri osa sivukävijöistä konvertoituu kaupaksi. 4% on jo oikein hyvä konversio, alle prosentin konversiossa on kehittämisen varaa.
- Muita seurattavia asioita ovat esimerkiksi sivukävijöiden määrä, mistä liikenne tulee (onko kyseessä maksettu vai orgaaninen liikenne; ohjaus partnereilta kuten Visit Finlandilta) ja jos konversio on heikko, missä kohtaa ostopolku katkeaa.

9 Panosta sisältöön

- Sisältö on edelleen kuningas - mieti, mikä tekee sinun palvelustasi ainutlaatuisen!
- Kerro tarinasi rohkeasti nettisivuillasi ja huolehdi, että sisältösi on laadukasta ja inspiroivaa. Tämä ihastuttaa sivukävijää ja potentiaalista asiakasta ja mikä tärkeintä, hakukoneet suosivat laadukasta sisältöä.

10 Konsultoi

- Pyydä ulkopuolinen arvio verkkosivujesi ja kauppapaikkasi käyttökokemuksesta. On helppo sokeutua omalle tekemiselleen.