

Digitiekartta – pilottien opit pakettiin

Kaisa Kosonen, Visit Finland
Miikka Raulo, FlowHouse
Olli Ylioja, Visit Turku

Yhteenvedo etenemisestä

Kaisa Kosonen



Missio Visio

Digitaalisuus
valtakunnallisesti hallussa
ja tukemassa Suomen
matkailun kasvua yli
sykliä, kestävästi.

Suomesta älykäs
matkakohde joka tarjoaa
edelläkävijänä matkailijalle
sujuvimman polun
haaveilusta matkalle.



Ratkaisut

Data-yhteistyö

“Saumaton asiakkaan ostopolku ja reaaliaikainen reagointi liiketoimintaympäristön muutoksiin”

Yhteensovitettun inventaarin luonti ja rajapintojen hyödyntäminen

“Suomalaiset matkailutuotteet ostettavissa monikanavaisesti online”

Digipilotti –ohjelma:

1. vaihe: Rajatun ryhmän käynnistys

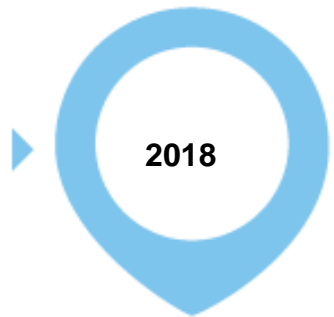
“Digitaalinen osaamisen ja palveluiden kehittäminen ketterästi ja kustannustehokkaasti yhteistyöllä”

2. vaihe: Skaalaus kansalliseksi toiminnaksi

“Digitalisaation hyödyntämisestä Suomen matkailun erottautumistekijä”

Matkailun digitiekartta

- Digitiekartta julkaistiin

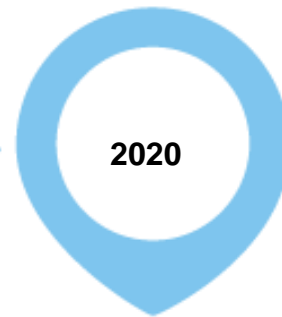


- Digipilotit
- Selvityksiä, työkaluja



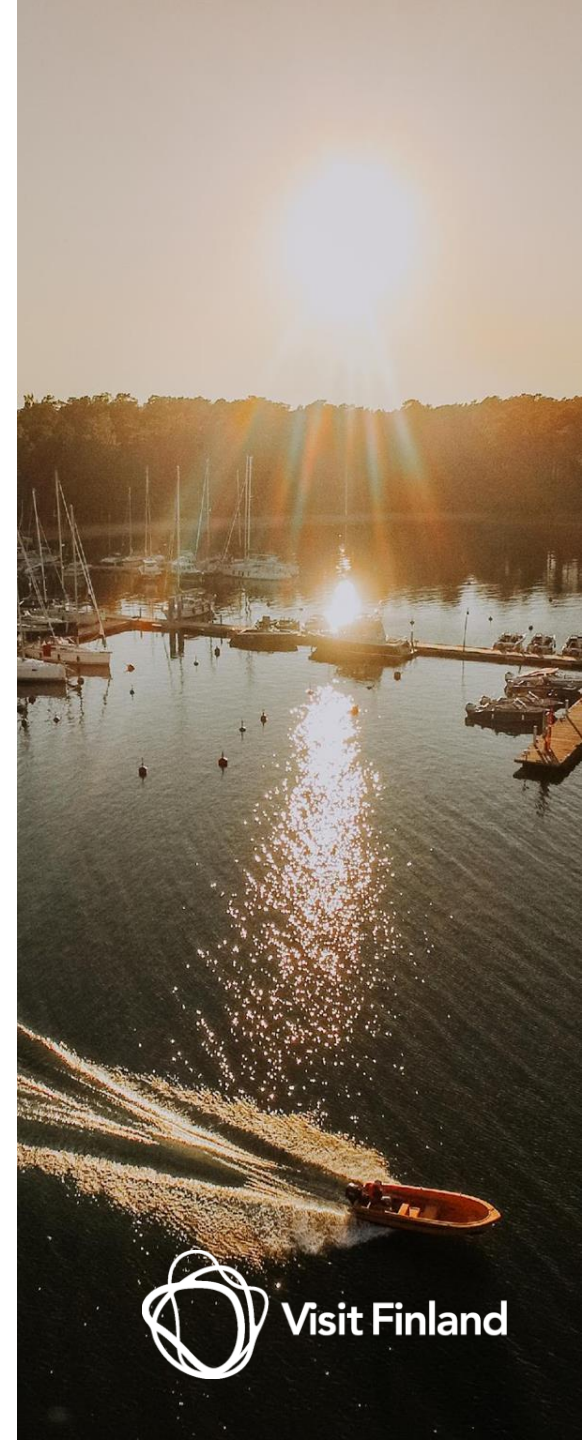
- Digipilottihaku ja pilotit käynnistyivät

- Digitiekartan päivittäminen, skaalaus toimenpiteet



Skaalaus

Digitaalisesta asiakas-kokemuksesta erilaistava strategia ja kilpailutekijä



Selvitykset ja työkalut

- Selvitys varausjärjestelmistä ja niiden rajapinnoista
- Aktiviteettien ja elämyspalvelujen jakelukanavaselvitys
- Alueorganisaatioiden toimintamallit selvitys
- Digitaalisen asiakaskokemuksen käsikirja (pilottien yhteenveto, työkalu skaalaukseen)
- Matkailuyrityksen digitaaliset perusasiat kuntoon ABC
- Visit Finlandin uusi kansainvälistymisopas ja e-learning
- Business Finlandin rooli valtakunnallisena toimijana Suomen matkailutiedon hallinnoinnista: Matkailutietovaranto, Matkailun tiedollajohtamispalvelut
- Strateginen yhteistyö globaaleiden toimijoiden kanssa (OTA:t)

Digipilottiohjelmalla

Miikka Raulo

Digipilotti-ohjelma

- Fokuksessa matkailijan digitaalisen asiakaspolun ja asiakaskokemuksen kehittäminen

Tavoitteet:

- Alueen oman pilotticasen tavoitteellinen toteuttaminen
- Kehittää Suomesta kiinnostuneen matkailijan asiakaspolkua ja asiakaskokemusta kokonaisvaltaisesti Visit Finlandin verkkopalveluista ja työkaluista aina alueorganisaatiotason toimintaan ja sitä kautta alueilla toimivien yritysten päivittäiseen arkeen.
- Digitaalinen asiakaskokemus -kehitysohjelman rakentaminen ja pilotointi. Toimintaa skaalataan myöhemmin koko matkailuelinkeinon käyttöön.

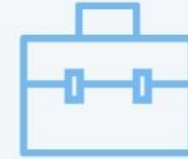


Pilottien auditointi

- Sähköinen kysely ja auditointipäivä alueen toimijoille.
- Haasteiden tunnistaminen, suositukset ja yhteenveto kriittisistä tekijöistä, joihin kehityspanostukset tulee suunnata pilotticasessa ja miten se voidaan kustannustehokkaasti toteuttaa.

Digitaalinen asiakaskokemus - teemapäivät

- Datastrategia ja tiedolla johtamisen -teemapäivä.
- Digitaalinen inventaari -teemapäivä.
- Asiakaspolku -teemapäivä.



Pilotticasojen ja kansallisten ratkaisujen kehittäminen

- Tuki pilotticasen toteuttajille käynnistämisessä/ toteutuksessa.
- Kansallisten ratkaisujen kehittäminen.

Skaalaus Suomen matkailuelinkeinolle

- Asiakaskokemus-käsikirja
- Kehityspolku - Työkalut - Menetelmät - Mittarit
- Valmennukset- Tapahtumat- Verkkoympäristö



Alueella yhteinen ymmärrys nykytilasta ja toimintaympäristön muutoksesta



Osaamisen kasvattaminen ja yhteisten ratkaisujen ideointi



Ratkaisujen jalostaminen



Opit parhaan asiakaskokemuksen ja kaupan varmistamiseksi

Pilotit

Olli Ylioja ja Miikka Raulo

CASE: SAARISTON SAAVUTETTAVUUS

- Turun saaristolla valtava potentiaali - esteenä useita haasteita, mm:
 - Kohteet ja palvelut levällään laajalla alueella
 - Hankalat kulkuyhteydet
 - Ostettavuuden haasteet
- ”Haluan saaristoon, mutta miten sinne pääsee ja mitä siellä voi tehdä?”
- Ratkaisuksi saariston mahdollisuuksia avaava ja sen hahmottamista helpottava digitaalinen palvelukokonaisuus

1. Inspiraatio ja haaveilu




Matkakokemusten jakaminen -

2. Reittisuunnittelu - karttapalvelu

3. Ostettavuus - verkkokauppa

VISIT TURKU DIGIPILOTTISSA

- Lähdettiin suunnittelemaan verkkopalvelukonseptia – ja sitä päästään myös toteuttamaan
 - Tärkein anti on lopulta ollut oppi ja ymmärrys – tieto lisää tuskaa ja tuska pakottaa muutokseen
-  Digitaalisuus mullistaa ympäristön, missä toimimme, joten meidän on mullistettava se, miten toimimme.

VISIT TURKU DIGIPILOTTISSA

- Lähdettiin suunnittelemaan verkkopalvelukonseptia – ja sitä päästään myös toteuttamaan
- Tärkein anti on lopulta ollut oppi ja ymmärrys – tieto lisää tuskaa ja tuska pakottaa muutokseen



Digitaalisuus mullistaa ympäristön, missä toimimme, joten meidän on mullistettava se, miten toimimme.



VISIT TURKU DIGIPILOTTISSA

- Lähdettiin suunnittelemaan verkkopalvelukonseptia – ja sitä päästään myös toteuttamaan
- Tärkein anti on lopulta ollut oppi ja ymmärrys – tieto lisää tuskaa ja tuska pakottaa muutoksiin



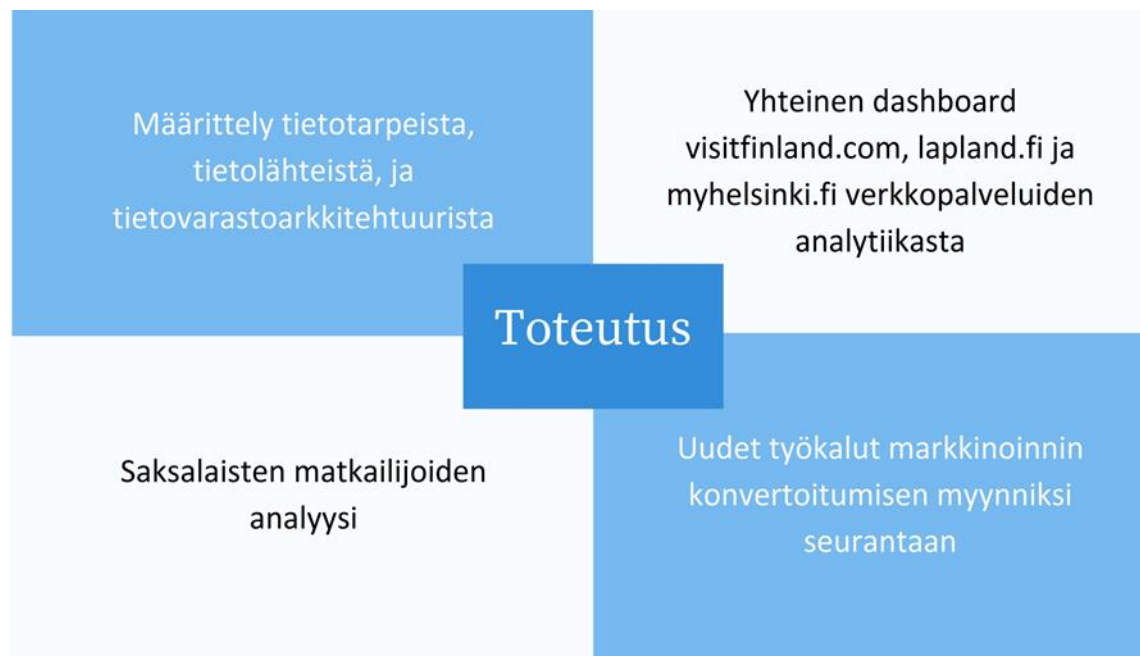
Digitaalisuus mullistaa ympäristön, missä toimimme, joten meidän on mullistettava se, miten toimimme.



Helsinki ja House of Lapland

Tavoite:

- Kehittää matkailualueen tiedolla johtamisen prosesseja ja osaamista.
- Tilastojen, datan ja tutkimuksen tehostaminen sekä parempi hyödyntäminen.
- Tavoitteena saada parempi kokonais käsitys matkailun vaikutuksista alueelle ja toisaalta tehtyjen toimenpiteiden tehokkuudesta.



Visit Rovaniemi

Tavoite:

- Alueen yritysten aktiviteetit myyntiin yhteen paikkaan -> visitrovaniemi.fi.
- Yritysten oman myynnin digitalisoituminen omassa, alueen yhteisessä ja kansainvälisissä kauppapaikoissa sekä tuotetarjonta digimuotoon sopivaksi.
- Pitkällä tähtäimellä yritysten ja alueen toimintojen digitalisoituminen

Aktiviteettien myynnin integrointi osaksi visitrovaniemi.fi-sivustoa

Rovaniemen tuoteinventaarion laajentaminen Bokunissa yrityksiä neuvoen, auttaen, kannustaen

Toteutus

Visit Rovaniemen analytiikan ja raportoinnin kehittäminen

Visit Rovaniemen markkinoinnin rakentaminen ostoon ohjaavaksi mm. hyödyntäen Visit Finlandin tavoittamia kohdeyleisöjä

Lake Saimaa

Tavoite:

- Konsepti alueen yhdistävälle verkkopalvelukokonaisuudelle, joka hyödyntää yhteistä tietovarastomallia.
- Tavoitteena että tietovaraston tietosisältöjä voidaan hyödyntää yhteisessä verkkopalvelussa, paikallisissa Visit-sivustoilla ja teemasivustoilla sekä 3. osapuolen palveluissa.

Lakesaimaa.fi verkkopalvelun
suunnittelu, kilpailutus ja toteutus

Toteutus (siirretty syksylle 2019)

Kansallisen tietovarastomallin
testaaminen MyStay-sisällöillä

Kokemuksia ja huomioita pilottialueilta



Ison kuvan
kirkastaminen
oleellista



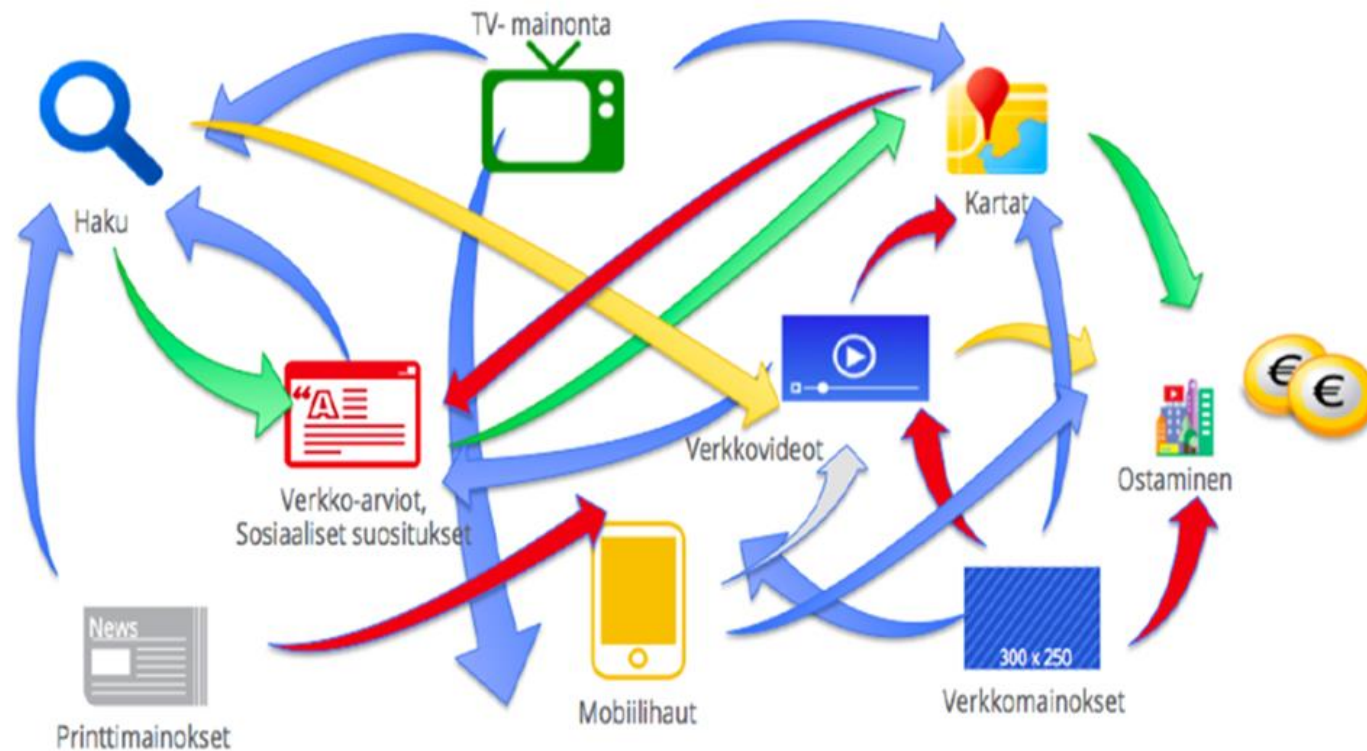
Lähdettävä
perusasioista, alueet
motivoituneita



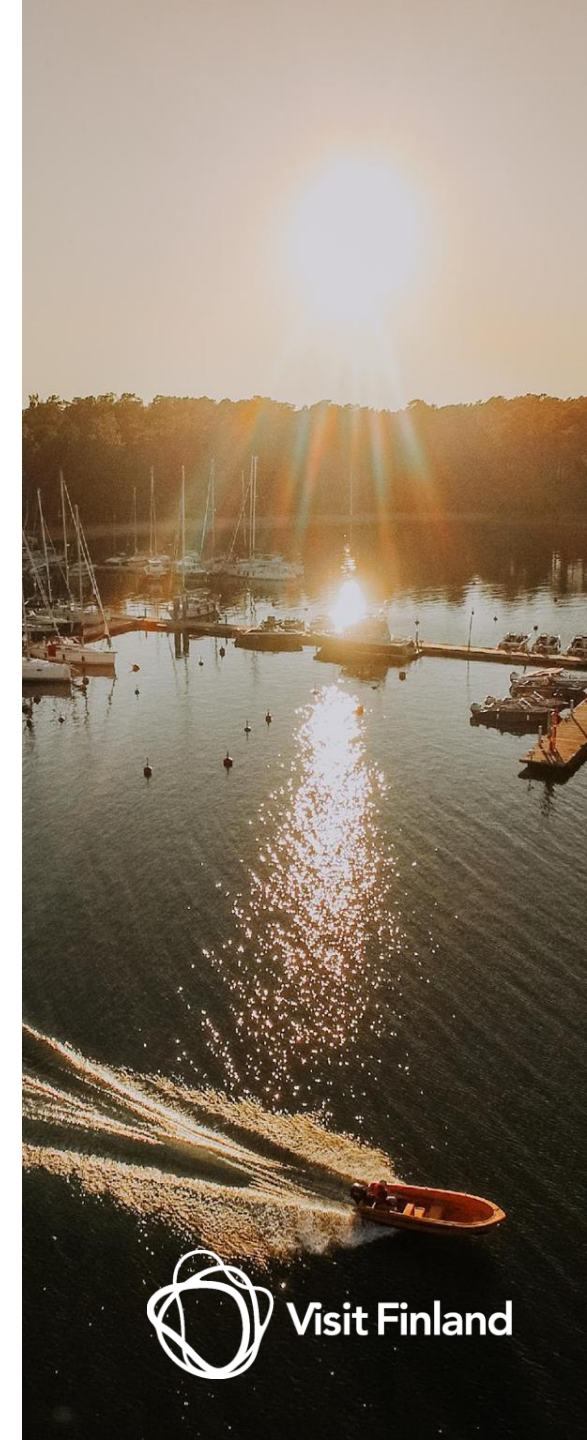
Globaalisti kehitys
tapahtuu OTA-
vetoisesti vauhdilla

Digipilottiohjelman skaalaus

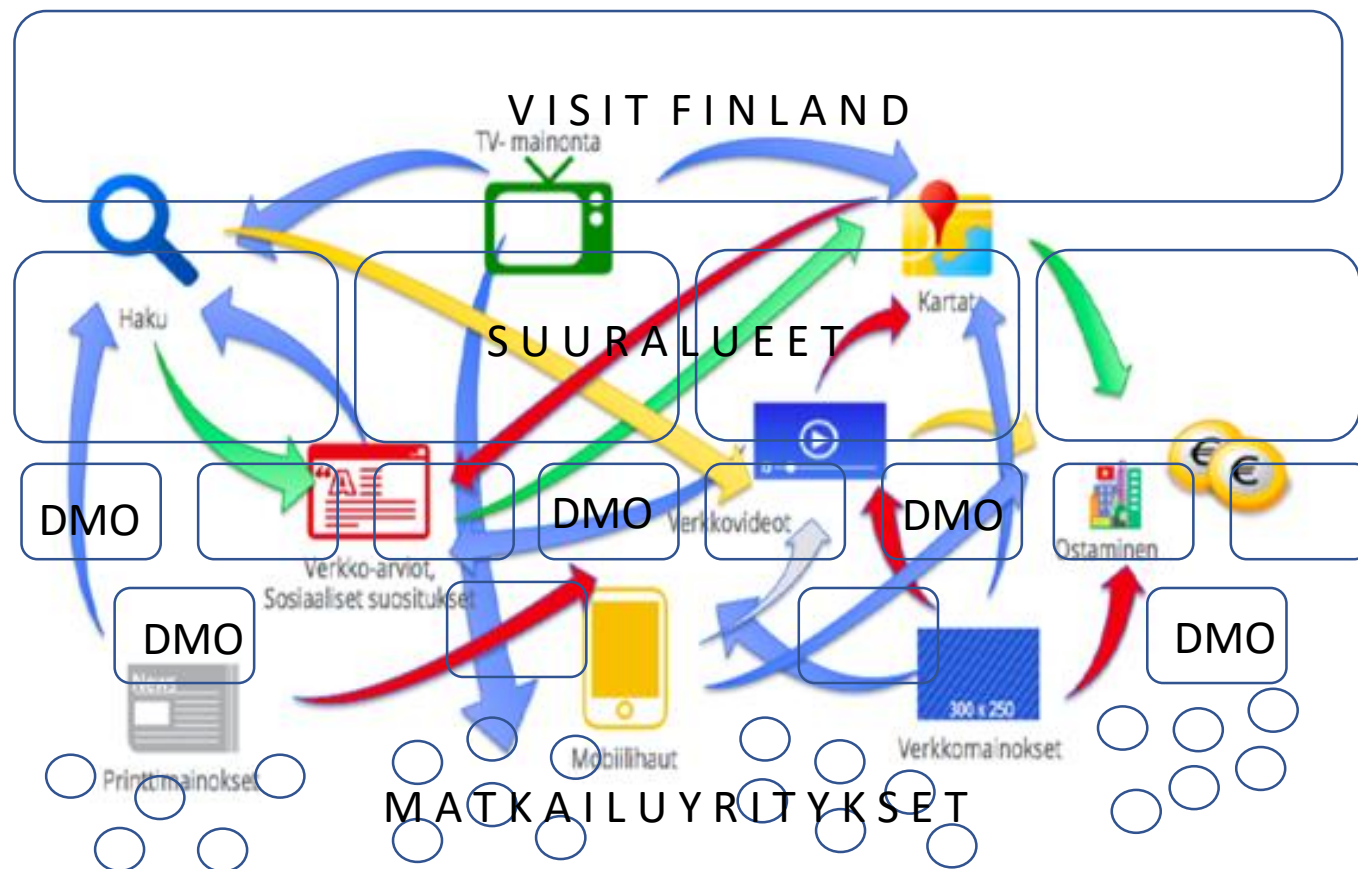
Matkan ostajan reitti haaveilusta ostoon on monimutkainen



Source: Compete Clickstream (Travel online activity 90 days prior to travel booking) – Google Finland



Miten edesautamme yritysten ja matkailijan kohtaamista uudistuneessa toimintaympäristössä?



Alustava suunnitelma skaalauksesta

Kyky toimia 2020-luvun matkailun globaalissa ekosysteemissä menestyksellisesti. Tiedot, taidot ja välineet kunnossa.

VISIT FINLAND 2.0

- Kansallinen tietovaranto / Tiedolla johtamisen työkalut / Kansallisia lisenssejä
- Globaalit toimijat yhteistyö
- Digitaalisuus vahvasti osana suuraluestrategioita
- Global sales-työssä digitaaliset kanavat merkittävässä roolissa

DMO 2.0

- Kehityspolku
Työkalut - menetelmät - mittarit
- Henkilöstö voi toimia edelläkävijänä, yritysten tukena

YRITYS 2.0

- Kehityspolku
Työkalut - menetelmät - mittarit

DMO rooli avustaa / mahdollistaa

JALKAUTTAMINEN

Yritykset:

- Työkalut digitaalisessa muodossa, Asiakaskokemus-käsikirja ja koulutusohjelma Visit Finland Akatemia/verkkoympäristö, tapahtumat

Alueorganisaatiot:

Matkailun asiakaslähtöinen yhteistyö VF-valmennus.

- Suuraluekohtainen johdon valmennus
- Työkalut digitaalisessa muodossa, Asiakaskokemus-käsikirja

Suomen matkailun isoin haaste on tällä hetkellä tiedolla johtaminen - tai sen puute. Booking.comilla on joka hetki 1000 eri testiä käynnissä nettisivuilla, joiden avulla se pyrkii kehittämään mahdollisimman tehokasta myyntiprosessia. Meillä matkailualueet seuraavat rekisteröityjä yöpymisiä. Tarvitsemme laajaa yhteistyötä Suomessa, jotta voimme rakentaa sellaisia työkaluja, joiden avulla voimme vastata kansainväliseen kilpailuun. Tulevaisuudessa ei voida vain arvata esimerkiksi kohderyhmiä. Ja miten kestävyyttä tai overtourism -ilmiötä mitataan?

Keskiössä ketterä digikokeilu ja digitekeminen, eli puheesta tekoihin. Isossa kuvassa tähtäimenä matkailualan digitaalisuuden kehittäminen. Digi säteilee nyt Visit Rovaniemen kaikkeen markkinointiviestintään ja on mm. muuttanut perinteisten painotuotteiden (koontiesitteet/tuote) sisältöä, painotuksia, aikataulutusta ja painosmääriä.

Digipilotissa lähdimme tekemään yhteistyötä Helsingin, Lapin ja Visit Finlandin kanssa Google Analyticsin datan avaamisen osalta. Opimme sen, että tahtoa yhteistyöhön on, tarvetta datalle on, mutta sen toteuttaminen vaatii resursseja. Suomen matkailun kehittämisen resursseista - oli ne Visit Finlandissa, TEM:ssä tai matkialualueilla - tulisi laittaa valtaosa jatkossa tiedolla johtamisen kehittämiseen. Vain siten voimme kehittää oikeita asioita ja olla tulevaisuudessa Pohjoismaiden johtava matkailumaa.

Visit Finlandin
visio

SUOMI ON POHJOLAN HOUKUTTELEVIN
MATKAILUMAA
VUOTEEN 2025
MENNESSÄ.

BUSINESS
FINLAND



KIITOS!

**KAISA
KOSONEN
VISIT FINLAND**
+358 40 749 4904
kaisa.kosonen@
businessfinland.fi

**MIIKKA RAULO
FLOWHOUSE**
+358 40 731 0022
miikka.raulo@
flowhouse.fi

**OLLI YLIOJA
VISIT TURKU**
+358 40 637 2403
olli.ylioja@
turku.fi