

Matkailun tulevaisuuden trendit 26.2.2019

Coastal Bootcamp kick-off, Kankirautavarasto, Mathildedal
Yhteenveto ryhmäyöskentelystä

Ryhmä 1: Vastuullinen ja kestävä toiminta: kustannuserä vai kilpailuvaltti?

- Valtavan suuri kokonaisuus, hyvä havaita
 - o Taloudellinen
 - o Ekologinen
 - o Sosiaalinen
 - o Miten mitataan?
- Luonto on toiminnan keskiössä nyt ja tulevaisuudessa → Ympäristö on valtti nr. 1
 - o Kaikki toiminnot suunnitellaan niin, että säilytetään mahdollisuus tulevien sukupolvien elämään/toimintaan
- Vastuullisuus ja pienet valinnat
 - o Jätteiden lajittelu & kierrätys
 - o Paperipyyhe/pyyhe → ekologisuus ei ole niin yksinkertaista (pyyhkeen valmistus ja pesettäminenkin kuluttaa ympäristöä)
 - o Hanojen kuristimet veden kulutuksen vähentämiseksi
 - o Valaistukseen liiketunnistimet/himmentimet
 - o Kertakäyttöastioiden käytön vähentäminen
 - o Ekologiset pesuainevalinnat
 - o Paikallis- ja lähituotteiden suosiminen
 - Paikallisuus voi olla kalliimpaa, mutta takaisin voi tulla enemmän
- Vastuullisuus kantaa pitkällä aikajänteellä, ei kvartaalitaloudessa
- Vastuullisuus & taloudellinen tuottavuus eivät ole ristiriidassa
- Vastuullisuuden sertifiointi ja todentaminen → voivat tuoda lisäarvoa asiakkaalle, jos tuodaan esiin

Ryhmä 2: Miten oma maakunta/alue erottuu kilpailijoista?

- Autenttisuus
- Saaristo & merellisyys
- Kansallispuistot
- Kyläyhteisöt → yhdessä ollaan enemmän!
- Rauhallisuus
- Kulttuuritarjonta
- Alkutuottajat
- Palvelutarjonta
- Elämystuotteita ja palveluita

Ryhmä 3: Miten eri kohderyhmät voisi huomioida paremmin, kun mietitään matkailu- ja palvelutarjontaa?

- Pitää löytää "me"-henki
- Saavutettavuus ja valmiiksi räätälöidyt paketit (esim. all inclusive)
- Palveluiden löytäminen → online-myynti ja paikanpäältä ostaminen
- Erilaiset tuotteet eri kohdetyhmille
- Vuodenaikojen huomiointi, markkinoidaan uusia ajankohtia, esim. etelänruska
- Vuokrauspalvelut (esim. asianmukaiset vaatteet & varusteet)

Ryhmä 4: Majoitus- ja ravitsemusalan trendit

- Kaiken pohjana on: turvallisuus, vastuullisuus, esteettisyys, puhtaus, hinta/laatusuhde, ekologisuus
- Valttikorttimme: suomalaiset raaka-aineet, perinneruoka, kausiruoka, kasvisruoka, lähituotteet, eettinen liha (riista), kausiteemat (blini-ilta, lipeäkalailta, rapujuhlat jne)
- Kehitettävää: Selkeys ja yksinkertaisuus, ruokailun mahdollisuus myös myöhemmin illalla, elävää musiikkia tai muuta ohjelmaa
- Uusia tuotteita
 - o Paketit: majoitus, tapahtuma/elämys, ruokailu
 - o Majoituselämys luonnon keskellä (esim. havu"iglut")
 - o Luontoretki: piknik-korien myynti, elävä tuli
 - o Luonnossa ruokailuun luksusta mukaan (pöydät valkoisine pöytäliinoineen katettu metsän siimekseen)
 - o Elävä tuli: nuotiot, avotakat
 - o Elämykselliset vaihtoehdot:
 - Glamping
 - Luksusmajat
 - Jurtat
 - Veneet/laivat
 - o Lainsäädännön rajoitukset/haasteet Suomessa
 - Airbnb vs. hotellit
 - o Pop-up –majoitukset esim. Storbåten



Ryhmä 5: Aktiviteettien ja ohjelmapalveluiden trendit

- Kotimaiset kaupunkilaiset lapsiperheet
 - o Pimeä metsä
 - o Leivänleivonta
 - o Lintubongaus oppaan johdolla
 - o Selviytyjät Salossa
 - o Ruskametsä
 - o Satupolku
- Nuoret aikuiset / työikäiset (kotimaiset)
 - o Fatbike-reitistö
 - o Syksyinen kauhukierros
- Seniorit/eläkeläisryhmät (kotimaiset)
 - o Ruukkitarinat
 - o Kirkolta kirkolle -kierros
 - o Historian polulla: Salo → elektroniikkamuseo, Parainen → kalkkitehdas, Kemiönsaari
 - o Tarinalliset kulttuurikierrokset: taide, museot, kartanot
 - o Liikunnalliset palvelut
- Ulkomaiset luontomatkailijat
 - o Pimeän avaran merituulen kokemus
 - o Sieni- ja marjaretket
 - o Lumikenkäkävely (pimeässä metsässä) tai suokävely lumikengillä
 - o Suo-teema: suokävely, turvekylpy, pitkospuukävely, suomarjat ruoassa

Toimijat ovat jo olemassa → tarvitaan lisää yhteistyötä & verkostoitumista + yhteinen myyntialusta

Ryhmä 6: Liikennepalveluiden/ kulkuvälineiden uudet trendit

- Ympärivuotisuus
- Infra kunnossa
- Julkinen liikenne (toimiva joukkoliikenne on kaiken a ja o), kutsuliikenne → paikalliset kuljetusyrittäjät
- ”Opastajaksi” #suosittelen → markkinointikoulutusta taksikuskeille
- Risteilyt saaristoon → ekologisuus huomioitava
- Päivätretket saaristoon → paketit ja yhteistyö
- Julkinen rahoitus → yhteys poliittikkoihin
- Paljon kohderyhmiä! (ammattitaitoinen ja turvallinen opas)
- Vuokrauspalvelu + kuljetuspalvelut

Ryhmä 7: Kulttuurimatkailun uudet trendit

- Mitä kulttuurimatkailu on?
 - o Tapahtumat
 - Teatterit
 - Konsertit ja musiikkijuhlat, keikat
 - Markkinat
 - Torit (elämys)
 - o Places to visit
 - Kirkot
 - Kartanot
 - Museot
 - o Suomalainen elämäntapa
 - Saaristolaiskulttuuri
 - Saunakulttuuri
 - Ruokakulttuuri
 - o Asiakassegmentit
 - Sinkut Konsertit, places to visit
 - Pariskunnat Konsertit, ruoka
 - Perheet Lasten ehdoilla
 - Nuoret milleniaalit Places to visit
 - Seniorit (60 +) Teatterit



- Hissipuhe
 - o Eloisa pikkukaupunki rannikolla
 - o Idyllisiä pieniä kyliä, joissa koet olevasi osa yhteisöä
 - o Puhdasta lähiruokaa
 - o Vaihtelevaa saaristoa ja merta
 - o Historian havinaa ja monipuolista paikalliskulttuuria
- High lightit!
- Kotimaan kulttuurimatkailun Swot-analyysi:

Vahvuudet (S)	Heikkoudet (W)
<ul style="list-style-type: none">- Mahdollisuus yhdistää kulttuuri ja luontomatkailu → monipuolinen kohde- Lyhyet välimatkat, sijainti, saavutettavuus- Matkailuyritysten yhteistyö- Live like a local → vastaisku massaturismille	<ul style="list-style-type: none">- Tuotteistus vähäistä- Myynti-kaupallisosaaminen- Markkinointi/viestintä/sähköinen saavutettavuus- Alueen tunnettuus/vetovoima heikko
Mahdollisuudet (O)	Haasteet (T)
<ul style="list-style-type: none">- Yritysyhteistyö- Kiinnostus paikalliseen ruokaan vallitsevana trendinä- Kiinnostus suomalaiseen elämäntapaan vallitsevana trendinä- Mahdollisuus tuotteistaa pidempiä "lomiohjelmiä"- Tuotteistus eri asiakasryhmille	<ul style="list-style-type: none">- Viipymän pidentäminen- Kokonaisuus jää helposti hahmottumatta- Kilpailu kotimaan markkinoilla (Lappi, Hki)