

**flowhouse**

**TIEDOLLA JOHDETTU  
KYMENLAAKSO -TYÖPAJA**

Kymenlaakson matkailuparlamentti 7.11

Wellamo, Kotka





# Työpajan tavoite ja tehtävät

**Työpajan tavoitteena on saada yhteistä näkemystä matkailualue Kymenlaaksoon liittyvän tiedon kokoamiseen, tiedolla johtamiseen sekä sen hyödyntämiseen.**

- Tehtävä 1: Tietotarpeet
  - Mitä tai millaista matkailualue Kymenlaaksoa koskevaa tietoa tarvitset, joka auttaisi organisaatiotasi toiminnan ennakoinnissa, suunnittelussa, toimenpiteissä ja päätöksenteossa
- Tehtävä 2: Unelmien Kymenlaakso-dashboard
  - Mitkä ovat ryhmänne mielestä tärkeimpiä tietotarpeita? Entä miten teemoittaisitte syntyneitä tietotarpeita/huomioita. Millainen määrittely/teemoittelu syntyisi teidän huomioista?
- Tehtävä 3: Parhaat tavat tiedon jakamiseen ja hyödyntämiseen. Palautetta, ehdotuksia Tiedolla johdettu Kymenlaakso - jatkotyöhön
- Työpajan toteutti FlowHouse, kumppanisi matkailumarkkinoinnin suunnittelussa ja toteuttamisessa sekä matkailukohteiden kehittämisessä. Ratkaisuja matkailun kasvuun



# Tietotarpeet ja unelmien Kymenlaakso -dashboard

## Tehtävä 1: Tietotarpeet

- Mitä tai millaista matkailualue Kymenlaaksoa koskevaa tietoa tarvitset, joka auttaisi organisaatiotasi toiminnan ennakkoinnissa, suunnittelussa, toimenpiteissä ja päätöksenteossa

## Tehtävä 2: Unelmien Kymenlaakso -dashboard

- Mitkä ovat ryhmänne mielestä tärkeimpiä tietotarpeita? Entä miten teemoittaisitte syntyneitä tietotarpeita/huomioita? Ohessa on esimerkki määritellyistä tietotarveteemoista ja niihin liittyvistä tekijöistä. Millainen määrittely/teemoittelu syntyisi teidän huomioista?

Tehtävien 1 ja 2 tulokset on koottu yhteen seuraaville dioille. Ensimmäisenä on ryhmien tuottamien tietotarpeiden määrittelyn pohjalta laadittu yhteenvetokuva teemoista. Nämä teemat on koottu ja yhdistelty työpajoissa esiin tulleista teemoista työryhmien koosteiden ja FlowHousen näkemyksen perusteella. Teemat ovat: *Kiinnostus, Kysyntä, Asiakastuntemus, Markkinointi ja T&K, Liikkuminen/saavutettavuus*. Seuraavilla dioilla on kuvattu tarkemmin ko. teemojen alle listattuna työryhmien määrittelemät tietotarpeet.



# Yhteenveto tietotarpeisiin liittyvistä teemoista



Kymenlaakso Dashboard

KIINNOSTUS

KYSYNTÄ

ASIAKASTUNTEMUS

MARKKINOINTI JA  
T&K

LIKKUMINEN /  
SAAVUTETTAVUUS

## KYSYNTÄ

### Kysyntä

- Mistä alueemme asiakkaat tulevat? Ja keitä he ovat?
- Maatilamatkailupaikkojen suosio suhteessa hotelleihin?
- Tieto siitä milloin on matkustajia tulossa ja kuinka paljon seudulle?
- Mitkä myyntikanavat vetävät?
- Mitkä ovat myydyimmät tai trendikkäimmät tuotteet esim. luontokohteiden osalta? Jotta osataan suunnitella ja toteuttaa omalle segmentille sopivia tuotteita & mikä on keskiarvohinta.
- Tietoa potentiaalisten markkinoiden koosta eri maissa?
- Yksityiset matkailijat suhteessa ryhmämatkailijoihin?
- Kuinka paljon ostetaan verkkokaupasta suhteessa perinteiseen matkamyyntiin?
- Mistä asiakkuudet tulevat Kymenlaakson seudulle?
- Mistä tulevat? Tarkemmin lähtökaupunki / maaseutu, onko lapsiperhe vai eläkeläinen?
- Nähtävyysskohteiden kävijämäärät? (Sesonki ja viikkotasolla)
- Kuinka paljon matkailijoista on päiväkävijöitä?
- Keskimääräinen yöpymismäärä Kymenlaakson alue?
- Miten matkailijat käyttävät aikansa kohteessa / alueella?

### Rahankäyttö

- Paljonko euroja tulevat matkailijat ovat valmiita käyttämään? Paljonko käyttivät?
- Asiakkaiden budjetti?
- Venäläisten matkailijoiden rahankäyttö?
- Mikä on sopiva hinta? Voiko eri maihin laittaa eri hintoja?
- Matkan sopiva hinta?
- Mitä eri asioita asiakkaat paketoivat yhteen? Muut tästä kiinnostuneet olivat kiinnostuneita myös..?
- Sesonkihinnointelu?
- Mikä on alueen keskihinta yöpymisissä ja yleisimmissä palveluissa?
- Ostopäätöksen päättäminen ja siihen vaikuttavat seikat?
- Kuinka asiakkaan viipymää voisi pidentää?
- Kuinka paljon matkailijoiden käyttämät euromäärät vaihtelevat vuodenaikojen mukaan?

## ASIAKASTUNTEMUS

### Motivaatio ja tarpeet

- Millaisia aktiviteetti / kokemushaluja tulevilla matkailijoilla on?
- Toiveet maatilamatkailutilojen suhteen?
- Onko matkan motiivina työ / vapaa-aika?
- Venäläisten matkailijoiden majoitustarpeet / tottumukset?
- Ymmärrys omasta asiakasryhmästä, eli kuka meidän asiakas on ja onko se sama joka se oikeasti on datan verkossa kuin se kenelle me kuvittelemme puhuvamme tai kenelle haluaisimme myydä?
- Miten ja mistä potentiaaliset asiakkaat etsivät tietoa? Onko luontokohteet, historia, kulttuuri jne.?
- Asiakkaiden tarpeet? Syyt käyttää palvelua?
- Mikä tuo asiakkaan alueelle?
- Minkälainen huonevarustelun tulee olla?
- Onko tapahtumakalenterille kysyntää?
- Asiakassegmenttien omat sesongit?
- Useampien alueen tuotteiden yhteen paketointi (mukaan lukien yhteishinnat paketeille?)
- Mitä palveluita tai tuotteita asiakkaat kaipaisivat eniten lisää alueelle?
- Vastaako nykyinen tarjonta asiakkaiden odotuksia?
- Mitkä tekijät vaikuttavat vierailun ajankohtaan?
- Mitä asiakkaat halusivat viedä mukanaan matkamuistona?

### Asiakasymmärrys

- Lapset kohderyhmänä / perheet
- Pyörämatkailijoiden määrät + profiili? Mistä, Miksi, mitä tekevät, mitä tarvitsevat?
- Miksi Saksalainen pyöräilijä tulee ja mikä on matkareitti? KV-pyöräilijöiden profiili Suomessa?
- Kohderyhmien kiinnostus eri teemoihin ja palveluihin – asiakasymmärryksen syventäminen asiakaslähtöisesti
- Voisiko harkita muuttavansa paikan päälle?
- Ruokailutottumukset- ja toiveet
- Eri kansallisuuksien intressit (aktiviteetit, majoitus, ruokailu jne..)
- Mitkä ovat asiakkaiden arvot matkallaan? Mitä he arvostavat?
- Kuinka paljon arvot ohjaavat matkailijan päätöksentekoa?
- Lisää tietoa eri kansallisuuksien juhlapyhistä sekä loma-ajoista.
- Seniorikarjalalaiset ovat nykyään täysin unohdettu kohderyhmä

### Asiakaspalaute

- Mitä kautta palaute nykyään annetaan matkasta Kymenlaaksoon?
- Kerätään nykyistä enemmän asiakaspalautetta ja yritetään selvittää mitä asiakkaat haluaisivat parantaa.
- Miten saisin asiakkaan palaamaan uudestaan?
- Kannustammeko asiakasta antamaan palautetta alueesta ja suosittelemaan sitä muille matkailijoille?



## MARKKINOINTI JA T&amp;K

**Markkinointi, kampanjat, tiedonjako**

- Millä aikataululla tuotteita ja palveluita valitaan? -> Koska eri tuotteita olisi oltava tarjolla aikataulullisesti
- Kesto kampanjasta ostopäätökseen -> Kampanjoiden optimoiminen eri kohderyhmille
- Yhteiskampanjat: Yritykset + alueorganisaatiot
- Milloin tulee Kymenlaakson oma myyntikanava matkailutuotteille?
- Miten saataisiin asiakaspolku yksinkertaisemmaksi?
- Miten laajalle alueelle nykyinen markkinointi yltää?
- Kokoustilojen markkinointi / tarve alueella Hamina, Kotka, Kouvola

**Yritysten nykytila ja järjestelmät:**

- Yritysten käyttämät ohjelmat & sovellukset? Kanavat?
- Yksinkertaisempia järjestelmiä joita käyttää
- Rajapinnat yhteensopiviksi
- Asiakslähtöisyys tulee huomioida

**Infran kehittäminen**

- Pieneläinpihan perustaminen Hamina?
- Pyöräreittien kehittäminen

**Datan hyödyntäminen yrityksissä**

- Tulee määrittää oikeat ”mittarit” ja vielä ymmärtää myös analyytiikkaa kehittäväällä tavalla.
- Mitä tietoa seurata?
- Mitkä ovat mittarit mitä seurata? esim. googleanalyysien osalta ja mitä niiden tulisi olla?
- Analytiikka ja niiden hyödyntäminen -> yritysten nykytila?
- Miten tavoitetaan omat kohderyhmät? Esim. Kiinalaiset. Millaisia vaatimuksia se asettaa esim. laitteille suunniteltaessa verkkosivuja, appoja ja some-kanavia.
- Miten analytiikka voidaan hyödyntää parhaiten?
- Ovatko myyntikanavamme – ja kumppanuutemme kunnossa?
- Tukea alueorganisaatiolta alueen tuotteiden ja palveluiden myyntiin digitaalisissa kanavissa
- Mistä kanavista löytäisi helpoiten uusia kohderyhmiä joille myydä alueen palveluita / tuotteita?
- Voisiko säädatan avulla nostaa tiettyjä tuotteita automaattisesti esille?

**Yhteistyö**

- Kuka voisi tarjota lisäpalveluita (majoitus)toiminnalleni? Esim. Aktiviteetit?
- Jälkimarkkinointi majoittujille -> seuraavat teemat / tapahtumat

## KIINNOSTUS

**Hakuvalinta**

- Mitkä ”istunnot” johtavat kauppaan?
- Mistä järjestelmästä useimmiten yöpymiset / majoitukset varataan?
- Mistä asiakkaat hakevat tietoa?
- Mikä mainos verkossa saa klikkauksia?
- Millaiset valmiudet käyttää / minkä verran käytössä ”älylaitteita”?
- Mitkä ovat tärkeimmät oston syyt?
- Mitä kanavia pitkin varaukset tehtäisiin kaikista mieluiten?
- Mitä kautta asiakkaat löysivät mihin kanaviin?
- Mitä kautta asiakas saa tiedon alueesta / kohteesta?
- Millä hakusanoilla asiakkaat etsivät tietoa ja mitä heidän halutaan etsivän?
- Miksi kauppa ei syntynyt? Mitä muita asioita asiakas haki samalla istunnolla?
- Ison juhlatilan markkinointi kohderyhmä lämmintila n. max 200 asiakaspaikkaa
- Analytiikkaa esim. Some-Hausta?
- Millä laitteella haku ja varaus tehty?
- Rajatilastot ajankohtaisesti
- Mistä asiakas on löytänyt tiedon tulla alueelle?
- Digitaalisuuden ulkopuolinen maailma on unohdettu kokonaan?
- Kuka, mistä, milloin ja mitä tietoa meistä haetaan?
- Löytyykö tarvittava info tarpeeksi monella eri kielellä?
- Toimivatko chat-palvelut vai ärsyttävätkö ne?
- Kuinka hyvin Tripadvisoria hyödynnetään alueella?
- Kuinka paljon aluetta koskevia hakuja tehdään tällä hetkellä? Ulkomailta? Suomesta?
- Onko aluetta / kohdetta koskeva tieto helposti saavutettavissa eri kohderyhmille? Eri julkaisualustoilla jaettavan tiedon looginen liittyminen toisiinsa?

**Mielikuvat**

- Netin tunnelmakuvat, mitkä puhuttelevat?
- Mielikuvat alueesta?
- Millaisia kiinnostuksen kohteita alueelta voidaan nimetä vaikka juuri ei varattaisikaan?
- Mistä heräte kiinnostua alueesta / kohteesta? Erottautuminen.
- Yhtenäinen viesti kaikille. Kävijäkohteet edellä.
- Pidetään paikan ”aito” maine
- Suosittelija-verkostojen hyödyntäminen – miten tuoda esiin aidosti?
- Arvomaailman muutos kuluttajilla otettava huomioon
- Mikä olisi Kotkan alueellinen mahdollinen ”Niche”?
- Koko alueen matkailupalveluiden visuaalisesti esille tuominen -> esim. näin pienennät hiilijalanjälkeä
- Alueen markkinointiin liittyvä yhteinen kuvapankki käyttöön

## LIKKUMINEN/SAAVUTETTAVUUS

**Liikkuminen / saavutettavuus:**

- Retkien järjestäminen eri kohteisiin omalla kuljetuksella esim. salpamuseo, zsar, bastion yms.”
- Yhteistyökumppanit, esim. Kuljetukset?
- Tavoitettavuus / kulkuyhteydet.
- Yleiset liikenneyhteydet?
- Kulkuvälineiden vuokraus?
- Tuleeko omalla ajoneuvolla? Tai pyörällä?
- Tarvittaisiinko Shuttlea?
- Lisää karttoja helpommin saataville alueesta esim. saaristo ja muut luonnon kohteet
- Reitin pitää jäädä mieleen, vertaa esim. Turku Rengastie
- Vuokrapyörien käyttöaste?
- Millaisia alueelle saapumisen esteitä on olemassa?
- Millä tavoin alueelle saavutaan / saavutettiin mieluiten?

# Parhaat tavat tiedon jakamiseen ja hyödyntämiseen

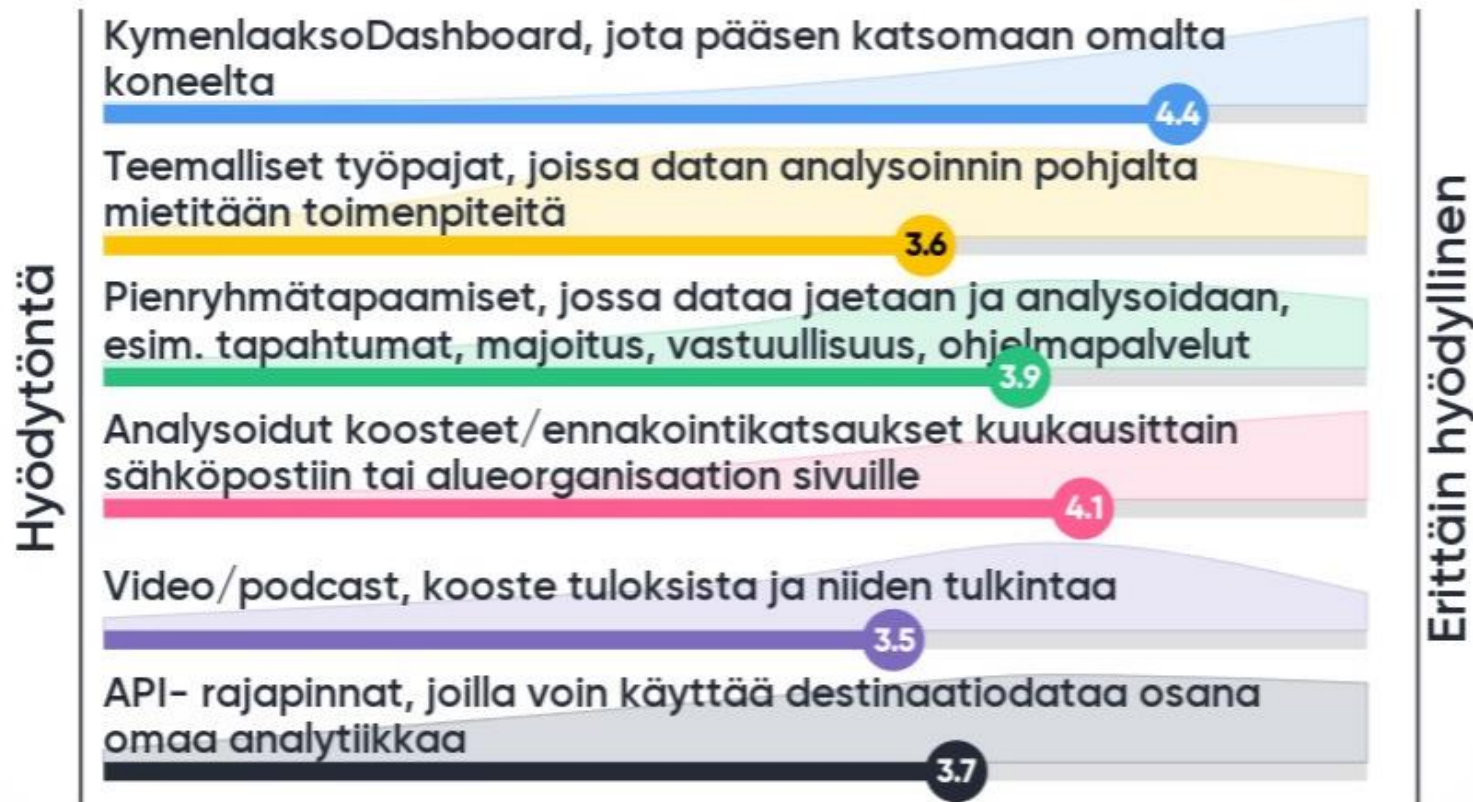
**Tehtävä 3:** Parhaat tavat tiedon jakamiseen ja hyödyntämiseen. Palautetta, ehdotuksia Tiedolla johdettu Kymenlaakso –jatkotyöhön

Hyödynnettiin Mentimeter-työkalua, jossa osallistujien tuli antaa näkemyksiä siihen miten tietoa haluttaisiin saada hyödynnettäväksi.

1. Arvioi viisi erilaista tapaa tiedon hyödyntämiseen (höydytön-erittäin hyödyllinen). 71 vastausta osallistujilta
2. Anna palautetta, kommentteja, ehdotuksia Tiedolla johdettu Kymenlaakso –jatkotyöhön. 46 vastausta osallistujilta



# Miten sinä hyödyntäisit mieluiten Kymenlaaksoa koskevaa tietoa?





# Toiveita, palautetta ja ehdotuksia Tiedolla johdettu Kymenlaakso-jatkotyöhön

Konkretiaa.	Konkreettisia toimia tarvitaan	Asiakasymmärryksen lisäselvittäminen
Konsolidoituja ratkaisuja yli kehitysyrityö- ja kaupunkirajojen.	Jotain näkyvää eikä liian vaikeasti ymmärrettävää jotta työstä on oikeasti hyötyä.	Toivottavasti tästä saadaan selkeä roadmap, mitä ja milloin aletaan tekemään.
Hyvää yhteistyötä alueella	Työniloa!	Dataa kehiin!

 46



# Toiveita, palautetta ja ehdotuksia Tiedolla johdettu Kymenlaakso -jatkotyöhön

Ohjeita, mitä tehdä seuraavaksi ja tulosten läpikäyntiä säännöllisesti

Jatkoa tarvitaan.

Yhteistapaamisia tietojen analysoinnin avaukseksi ja tueksi.

Toivottavasti tämä starttaa todellisen seudullisen yhteistyön. S kipataan poliitikot.

Tehdään konkreettisia toimenpiteitä pienissä palasissa.

Tärkeä aihe ja iso juttu on miten tietoa hyödynnetään omassa johtamisessa ja asiakaspinnassa

Nyt tarvitaan oikeaa toimintaa. Tietoa pitää jakaa ja yrittäjät pitää ottaa mukaan suunnitteluun ja toteuttamiseen. Yhteistyössä on voimaa.

Tsemppiä sinne! Hieno juttu että tätä kehitetään ja tehdään yhdessä alan toimijoiden kanssa! Hieno juttu 😊

Yhteistyötä!



 46



# Toiveita, palautetta ja ehdotuksia Tiedolla johdettu Kymenlaakso -jatkotyöhön

Analysoitua datatietoa laajassa yhteistyössä tarvitaan. Se kannattaa yhteisresurssoida!

Toivon että alueen myyntiä kehitetään yhdessä asiakkaan näkökulmasta.

käytettävyys jatkossa

Ruohonjuuritaso on hyvä ottaa mukaan joka vaiheessa

Kerätty tieto pitäisi saada todelliseen jatkokehitykseen pöytälaatikon sijaan.

Toteutukseen johtaneiden toimenpiteiden esittely tulevaisuudessa. Nähdään oliko tilaisuudesta konkreettista hyötyä.

Miten flowhouse jakaa työn tulokset tekijöille?

Esitetty diasarja jakoon. Tämän päivän yhteenveto ja tulokset sekä jatkotoimenpiteet ja ehdotukset jakoon kaikille.

Kiitos mielenkiintoisesta päivästä ja toivottavasti myös iltapäivällä vähintään yhtä paljon annettavaa. Mukavaa Marraskuun ja talven jatkoa!



# Toiveita, palautetta ja ehdotuksia Tiedolla johdettu Kymenlaakso -jatkotyöhön

Kaikenlaista dataa tarvitaan, mutta pidetään kokonaisuus simppeleinä kuitenkin :)

Yhteistyötä ja enemmän tietoa alueen mahdollisuuksista kaikille alueen toimijoille.

Matka ketjujen yhdistämisen ja matkustamisen modernit ja vähäpäästöiset ratkaisut

Työpajan dashboardien pohjalta määritetyt teemat ja kehitysalueet varmasti tukevat alueellista matkailutuotteistamista!

Yhteinen hanke+rahoitus elinkeinoyhtiölle kehittämään datan keräämistä ja analysointia

Koko Kymenlaakson matkailuala tarvitsee aitoa ja epäitsekkästä yhteistyötä, josta lopulta hyötyy kaikk. Tämä tilaisuus on mainio, ja vastaavia toivottavasti tulee lisää.

Tapaamisia kasvotusten. Mahdollisia valmiiden kokonaisuuksien esittelyjä. Nousiko esiin mikä Kymenlaaksossa kiinnostaa.

Tapahtumien jaksottamista tasaisemmin, niin ei tarvitse myydä ei oota.

perusdata avoimeksi kaikille. Maksullisten työkalujen kautta tarkempaa ja räätälöitävää analytiikkaa.

# Toiveita, palautetta ja ehdotuksia Tiedolla johdettu Kymenlaakso -jatkotyöhön

Yksittäisen matkailutoimijan puolesta ajateltua, hyvästä matkailun kokonaisnäkemyksestä ponnistavaa ja nopeasti haltuunotettavaa tietoa, kiitos. :) Tästä tulee hyvä!

Palaute tästä pureksittuna.

Teemakohtaiset, säännölliset työpajat

yhteistoiminta sivuston luominen ja osittainen uusien idoiden osittainen jakaminen

Toivomuksena tarkempaa alueellista tilastotietoa matkailijamääristä, yöpymisistä, viipymästä jne.

Alueellista tiedonvaihtoa, uusista kysyntäpiikeistä, resurssien tasaamiseksi ja varautumisen mahdollistamiseksi.

Kiitos

Hyvää toimintaa

Jakaa tietoa yrityksiin datan keräämisestä, ja miten sitä voisi mahdollisimman hyvin hyödyntää omassa liiketoiminnassa!

Yhteinen extranet koko Kymenlaaksossa yrittäjät+matkailutoimijat, jossa olisi tiedonvaihtoa mm kärkitapahtumat, matkailutrendit, matkailuteemat, koulutukset yms.



# flowhouse

**MATKAILUMARKKINOINTIA &  
DESTINAATIOIDEN KASVUA**

@flowhouse | #sydäntäsöseen | [www.flowhouse.fi](http://www.flowhouse.fi)

045 1253 405

Gummeruksenkatu 9 B 9 | 40100 Jyväskylä

Y-tunnus: 2169806-5

