




**flowhouse**

**DIGITAALINEN ASIAKASKOKEMUS  
KYMENLAAKSOSSA**

#visitflowhouse  @flowhouse



flowhouse

TAUSTA

Selvitystyön tarkoituksena oli hahmottaa Kymenlaakson matkailuyritysten digitaalisen asiakaskokemuksen nykytaso, tunnistaa kehittämiskohteet sekä mittarit, joilla kehitystä voidaan ohjata.

Työn toteuttamisesta vastasi FlowHouse Oy yhdessä Tridea Oy:n kanssa.

#visitflowhouse  @flowhouse



# TOIMENPITEET

## MATKAILU- JA PALVELUALAN YRITYKSET

- Bislenz asiakaskokemuskysely jokaisen halukkaan yrityksen saataville – saadaan vastaukset ko. yritysten asiakkailta ja verkkovierailijoilta
- SEO/SEM-analyysi 6 valitusta yrityksestä
- Haastattelu 6 yrityksen edustajan kanssa
- Pika-analyysi 80 nimetyn yrityksen verkkosivun ja somekanavien osalta (ml. Google MyBusiness ja Tripadvisor)

## VISIT KOUVOLA JA VISIT KOTKAHAMINA

- Etätyöpajat 2 x kummankin alueorganisaation kanssa (Asiakaskokemuskartta, kosketuspisteet, tavoitteet, mittarit)
- Bislenz-asiakaskokemuskyselyiden käyttöönotto ja analyysi
- Bislenz – käyttöönotto ja analyysi asiakaspolkunäkökulman osalta
- Verkkosivustojen syväanalyysi ja pika-analyysi somekanavien käytöstä





**flowhouse**

MATKAILU- JA  
PALVELUALAN  
YRITYKSET

#visitflowhouse  @flowhouse



# PIKA-ANALYYSIN SISÄLTÖ

- Asiantuntija selasi läpi 80 matkailuyrityksen verkkosivut ja some-kanavat
- Sivustoa tutkittiin loppuasiakkaan silmin, kuinka helppoa oli hahmottaa yrityksen tarjonta sivustolta, miten käyttäjää ohjattiin kohti ostoa
- Somekanavista selvitettiin, mitkä kanavat kullakin yrityksellä on käytössä, sekä miten aktiivista niiden käyttö on
- Kunkin yrityksen osalta käytettiin analytiikkaohjelmistoja selvittämään sivuston hakukonekyvykkyyttä ja teknistä käytettävyyttä
  - Neilpatel, Site Checker Pro ja Seoptimer
- Tulokset on dokumentoitu taulukkoon





# DIGITAALINEN ASIAKASKOKEMUS KYMENLAAKSOSSA

n=80

## HAAVEILU

FB-sivu: 76  
Aktiivinen: 39

Instagram: 63  
Aktiivinen: 30

Twitter: 12  
Aktiivinen: 1

## SUUNNITTELU

### Verkkosivusto

Uudenaikainen 28  
Toimiva 28  
Selkeä 39

Vanhanaikainen 12  
Sekava 4  
Vanhahko 8  
Ei toimivat 3

Google Analytics 52

## OSTO

Online varaus  
40

Varauslomake  
8

## KOKEMINEN

Google MyBusiness  
14 800  
arvostelua

Tripadvisor  
1700  
arvostelua

## JAKAMINEN

Google MyBusiness  
69 tiliä  
45 aktiivista

Tripadvisor  
45 tiliä

# VERKKOSIVUT

- Yleisesti verkkosivut olivat toimivat
  - Ei juurikaan linkkejä/painikkeita jotka eivät nopealla vilkaisulla toimineen
  - Tärkeimmät tiedot löytyivät usein suhteellisen helposti
- Jotkut sivuista suhteellisen vanhanaikaisia - ymmärrettävää tosin, että kaikilla ei halua päivittää verkkosivuja jatkuvasti → voi kuitenkin vaikuttaa kävijöihin, jotka etsivät tietoa nimenomaan verkosta
- Verkkosivujen kuvat ja niiden laadukkuus yllätti
  - Useimmilla sivuilla kuvat houkuttelevat ostamaan/varaamaan tuotteen
- Useilla yrityksellä myös verkkosivut englanniksi
  - Tai ainakin tärkeimmät tiedot myös englanniksi, jos ei kokonaisia sivuja käännetty



# OSTETTAVUUS - VERKKOKAUPAT

VARAUSJÄJESTELMÄ	KOUVOLA	KOTKAHAMINA
Johku	4	1
Booking.com	2	3
Webia	1	2
Woocommerce	3	-
Hotellinx	1	1
Lippu.fi	1	1
Ticketmaster	1	1
Nexgolf	1	-
Selz	-	1

VARAUSJÄJESTELMÄ	KOUVOLA	KOTKAHAMINA
Littlehotelier		1
Varaamo		1
Sportum	1	-
Nettimökki		1
Avoinna24	1	-
Huvila.net	1	-
Flowvy	1	-
Ei tunnistettu	1	8





# ANALYTIikka JA LÖYDETTÄVYYs

- Yritykset löytyivät yleensä todella helposti hakukoneista → testattu niin yrityksen nimellä kuin verkkosivulla (esim. Tokusa Oy/Kouvolan Upseerikerho)
  - Näissä tapauksissa ilmoitettu parempi sijoitus (yrityksen nimellä usein löytyy lähinnä asiakastieto yms. muita yrityssivuja → ei omia verkkosivuja)
- Analytics yhdistetty sivuun n. 50 yrityksellä
  - Tähän kannattaa kiinnittää huomiota → vaikka ei itse seuraisi paljoa kävijöitä, esimerkiksi markkinoinnissa tärkeä hyödyntää
- HUOM: Pitää kuitenkin muistaa, että loppuasiakas etsii yritystä usein tuotteen ja/tai palvelun nimellä ja yrityksen sivujen sijoitusta pitäisi tarkastella niillä hakusanoilla, joilla yrityksen halutaan näkyvän ja löytyvän

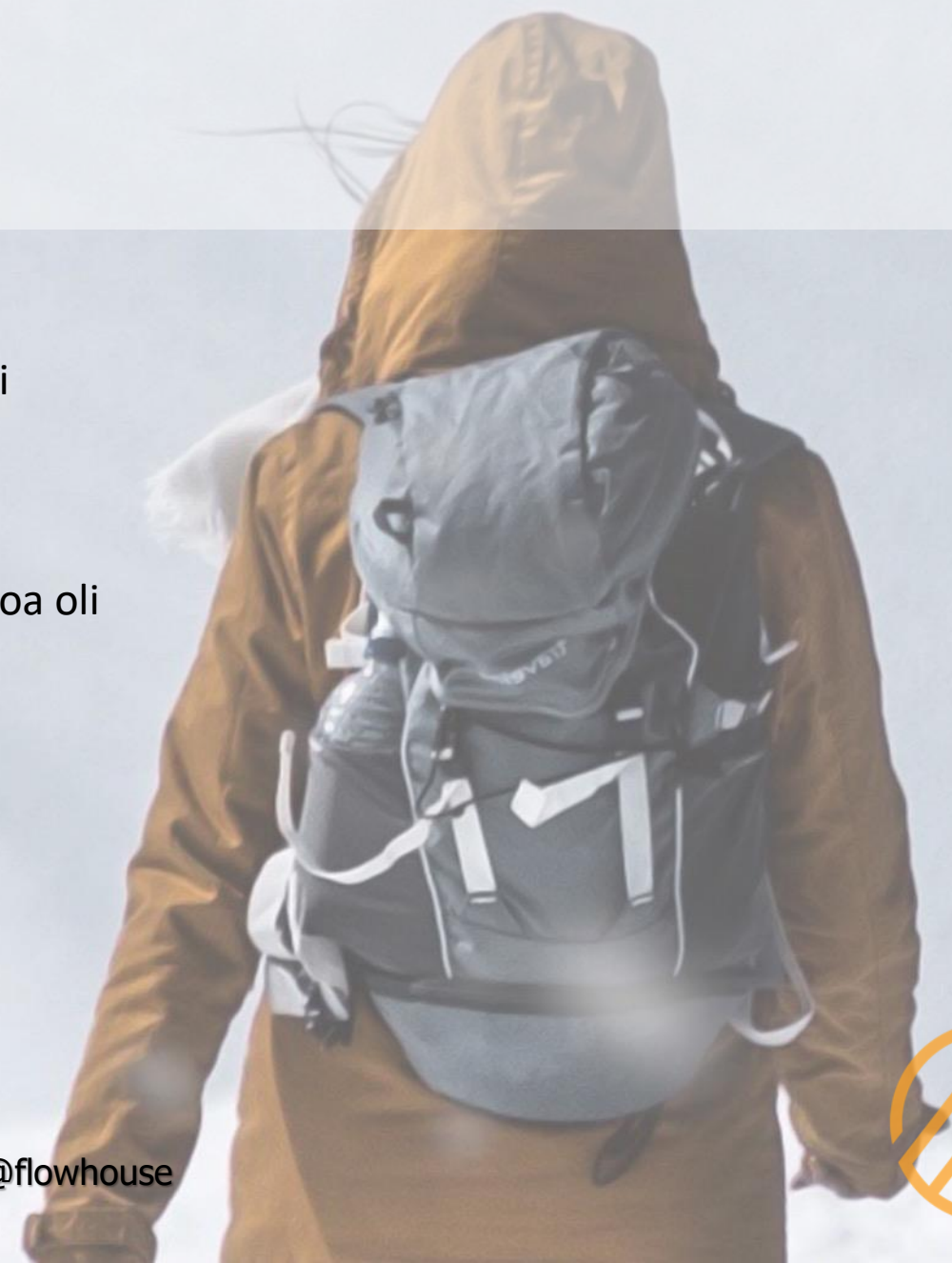


# KIELIVERSIOT

KIELI	SIVUSTOJA KPL
Englanti	50
Venäjä	29
Ruotsi	7
Saksa	2
Espanja	1
Viro	2
Ranska	1
Kiina	1

Suomen lisäksi löytyi 8 eri kieliversiota vaihtelevasti jakautuneena

Kuitenkin peräti 30 sivustoa oli vain suomenkielisiä!



# SEOPTIMER ANALYYSIN YHTEENVETO

	A	B	C	D	F
SEO	21	21	17	18	3
USABILITY	35	23	18	4	
PERFORMANCE	16	13	31	10	10
SOCIAL	1	6	3	14	56
SECURITY	55			7	18

- Puolella yrityksistä hakukonenäkyvyys on hyvällä tasolla
- Tekninen käytettävyys on hyvää tasoa kolmella neljästä tutkitusta
- Latausnopeudessa on parantamista valtaosalla yrityksiä, erityisesti mobiilissa
- Somelinkkejä on sivuilla harvakseltaan
- Tietoturva-asiat on pääsääntöisesti hyvin hoidossa

Tutkituista yrityksistä 30:llä (37,5%) oli GDPR-asetuksen edellyttämä tietosuojaseloste omilla sivuillaan





# SEO

- Yrityksillä todella vaihtelevia tuloksia
  - Yleisin huomio, että yksinkertaisimmat sivut saavat yleensä hyviä tuloksia SEO-osioista, mutta esimerkiksi käytettävyydestä huonompia
    - Sivuilla ei paljoa isoja kuvia → lataa nopeasti
    - Sivut koostuvat pääosin tekstistä → hakukoneet käyttävät tekstiä tulkitessaan sivuja
    - Eivät yleensä sovellu hyvin mobiiliin → ei hyvä käytettävyys, käyttäjät siirtyvät koko ajan enemmän ja enemmän mobiiliin, kannattaa kiinnittää huomiota
  - Vastakohtana taas että uudenaikaiset ja modernit sivut ovat yleensä hieman hitaampia, mutta saavat hyvät tulokset esimerkiksi sosiaalisen median kanavien yhdistämisestä ja turvallisuudesta
  - Monilla sivuilla ei https-yhteyttä (tietoturva) → tai jos https-yhteys löytyy, sivu ei kuitenkaan ohjaa sille automaattisesti
    - Vaikuttaa asiakkaiden luottamukseen. Lisäksi google huomio paremmin sivut, jotka ovat tietoturvalliset.



# SOSIAALINEN MEDIA

- Joiltakin yrityksiltä löytyi somet sekä yritykselle että tuotteelle tai muuten epäselvä onko tili sama kuin yritys (näissä laitettu maininta, mitä tiliä tutkittu)
- Erityisesti Facebook hyödynnetty lähes kaikissa yrityksissä hyvin. Mielenkiintoisia nostoja, hyviä kuvia ja tekstejä
- Myös Instagram pääosin hyvin käytössä
  - Näissä tosin vaihtelevaa päivitysaktiivisuutta
  - Monet myös päivittävät samat asiat Instagramiin ja Facebookiin
    - Kannattaa miettiä mitkä kunkin kanavan tavoitteet ja kohderyhmät
  - Monilla hyvät kuvaukset yrityksestä ja linkkaus verkkosivulle kunnossa
- Twitter ei juurikaan käytössä yrityksillä
  - Muutamilta se löytyi, mutta twiittaaminen todella epäaktiivista (pl. pari aktiivista yritystä)
  - Kannattaa miettiä halutaanko ko. kanavaa hyödyntää → ei välttämättä parasta mainosta yritykselle tili, jolla vain muutama seuraaja ja edellinen twiittaus vuosia sitten
- Tripadvisor myös hyödynnetty hyvin
  - Tätä ei kuitenkaan ole linkattu monenkaan yrityksen sivuille, toisin kuin esimerkiksi FB ja Instagram





# GOOGLE MYBUSINESS

- Tämäkin löytyi useimmilta yrityksiltä ja hyödyntäminen onnistunut pääosin hyvin
  - Kannattaa rohkaista hyödyntämään tätä → helppo käyttää vaikka ei juurikaan muuten tekisi teknologian kanssa töitä
  - Ilmainen ja helppo tapa lisätä yrityksen näkyvyyttä → yhteystiedot helposti löydettävissä googlaamalla yritys





# HAASTATTELUIDEN ANTIA

- Asiakaskokemuksen merkitys hahmotettiin hyvin eri tavalla, vaikka haastateltuja oli vain 6 kpl
  - Olennaisimmasta kilpailutekijästä 'hölynpölyyn'
- Asiakaspalautteen keruu ja käsittely on harvemmin järjestelmällistä
  - Eri kanavien ja vaihtoehtojen kirjo häiritsee
- Digitaalisten kanavien seurannasta puuttuu tavoitteellisuus ja säännöllisyys
  - Kanavien hyödyntämistä ei ole selkeästi roolitettu alunperinkään

Yritysten haasteena on hahmottaa 2020-luvun toimintaympäristöä, digikanavien ja kehittyvien asiakastarpeiden näkökulmasta.

Tuotelähtöistä ajattelua tulisi muokata kohti asiakaslähtöistä.





**flowhouse**

KEHITTÄMISKOHTEET  
JA MITTARIT

#visitflowhouse  @flowhouse



# KEHITTÄMISKOHTEET

## SISÄLLÖT

- Hakukonenäkyvyyden kehittämiseksi erityisesti etusivuille lisää tesktiä ja metatiedot kuntoon

## MOBIILIKÄYTETTÄVYYS

- Usean aluesivuston mobiilikäytön osuus on jo yli 60%, erityisesti kiinnitettävä huomiota latausnopeuteen

## SIVUSTON LUOTETTAVUUS

- Jos sivustolla ei ole https-yhteyttä näyttäytyy se käyttäjälle ei-turvallisena

## GOOGLE MYBUSINESS

- Aktiivinen päivitys kertoo, että ollaan olemassa, erityisen tärkeää nyt kun toimiala on kriisissä

## ASIAKASYMMÄRRYS

- 2020-luvun liiketoiminnassa asiakaslähtöisyys on onnistumisen edellytys, tulee panostaa asiakasymmärryksen kehittämiseen ja siihen, että ymmärretään asiakaspalautteen arvo

## TIEDOLLA JOHTAMINEN

- Sinnikästä ja järjestelmällistä työtä perustan luomiseksi

## ASIAKASKOKEMUKSEN JOHTAMINEN

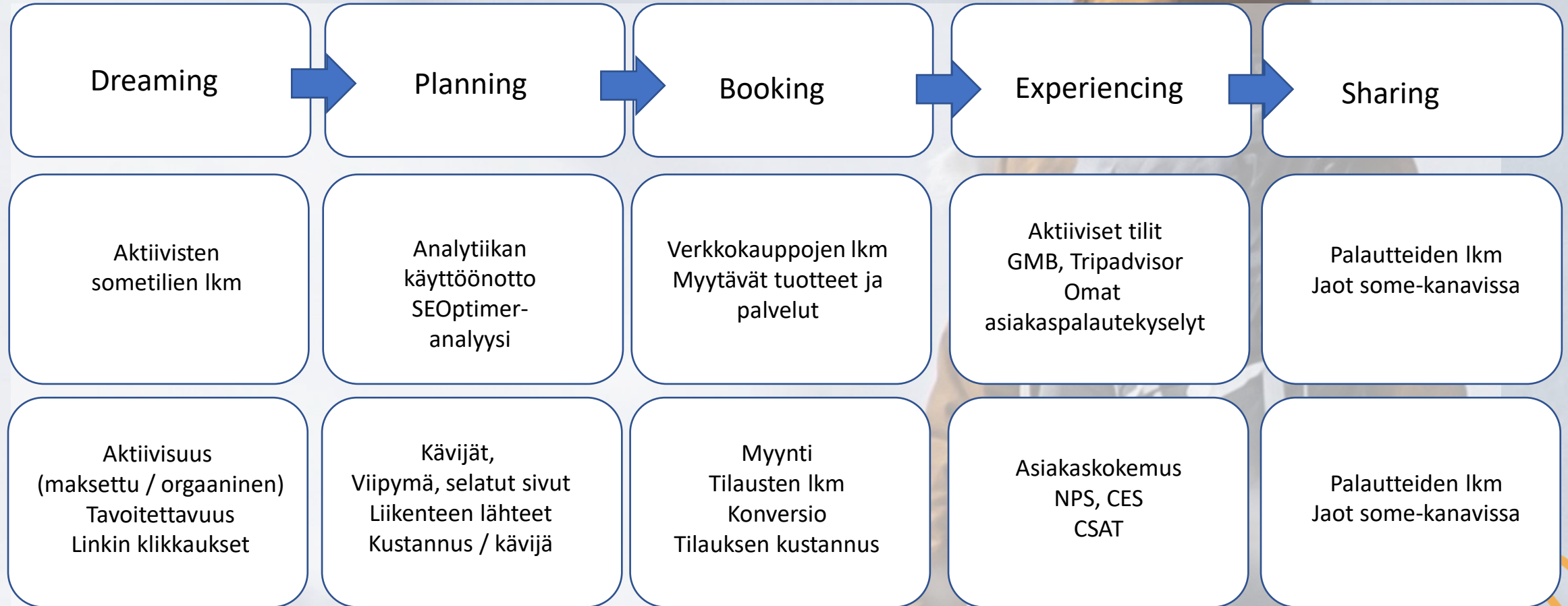
- Asiakaskokemuskartan päivitys, kosketuspisteiden tunnistaminen ja seuranta





# MITTARIT

A  
L  
U  
E  
  
Y  
R  
I  
T  
Y  
S



# TYÖKALUT SEURANNAN TUKENA

PERUSANALYTIikka	Google Analytics	Ilmainen	Verkkosivuston asiakaskäyttäytymisen seurannan perustyökalu
	Google Tag Manager	Ilmainen	Eri analytiikkatyökalujen käyttöönottoa (tagitystä) helpottava työkalu
SEO, MOBIILIKÄYTTÖ SUORITUSKYKY	Google Search Console	Ilmainen	Hakusanakäyttöä analysoiva työkalu
	Google Page Speed Insights	Ilmainen	Sivuston suorituskykyanalyysi, erityisesti mobiilissa
	Seoptimer	Ilmainen / maksullinen	Pika-analyysi hakukonenäkyvyydestä, nopeudesta, käytettävyydestä, somekyvykkyydestä ja tietoturvasta



# TYÖKALUT SEURANNAN TUKENA

DASHBOARDIT	Google Data Studio	Ilmainen / maksullinen	Yhdistää useat datalähteet yhteen raportointinäkömään
	Bislenz	Maksullinen	Asiakaskokemuksen ja tiedolla johtamisen alusta
MARKKINADATA	Google Trends	Ilmainen	Hakusanakäyttäytyminen ympäri maailman
	Visitory	Maksullinen	Majoitustilastot yms.
	Salmi Platform	Maksullinen	Matkailijoiden rahankäyttö alueella
	Rudolf	Ilmainen	Visit Finlandin tietopalvelu
	Visit Finland DataHub	Ilmainen	Visit Finlandin uusi data-alusta (julkaistaan pian)







**flowhouse**

#visitflowhouse @flowhouse

www.flowhouse.fi · 045 1253 405 · Gummeruksenkatu 9 B 9 · 40100 Jyväskylä · Y-tunnus 2169806-5