

# BUSINESS FINLAND

VISIT FINLAND

2.11.2020

Kristiina Hietasaari



Visit Finland

# Elpymisen eväät

- Kestävä matkailu
- Digitalisaatio
- Turvallisuus
- Saavutettavuus
- Markkinointi
- Tiedolla johtaminen



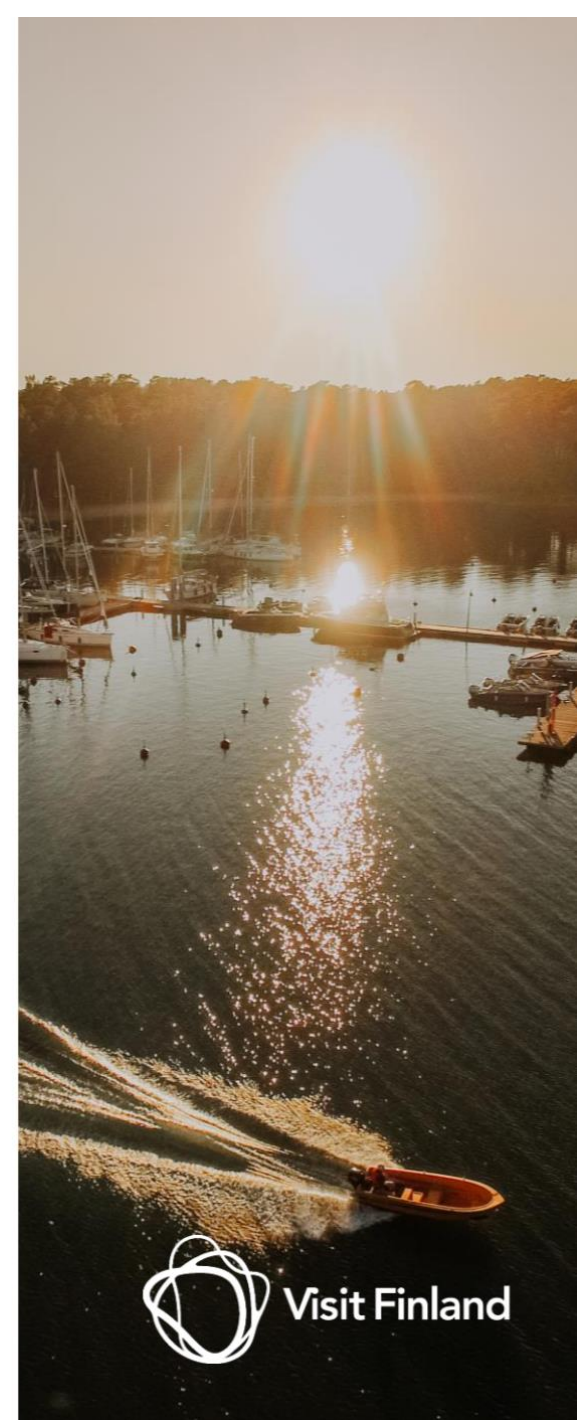
# NTO ja DMO toimijoiden uudistuva rooli

On tunnistettu globaalisti tarve kehittää matkailun markkinointi organisaatioiden rooli (DMO) kohti destinaation kehittämis- ja johtamisroolia (DXO/ DMMO) tavoitteena kehittää kohteista älykkäitä matkakohteita (Smart destination).

Ohjeistuksia ja esimerkkejä:

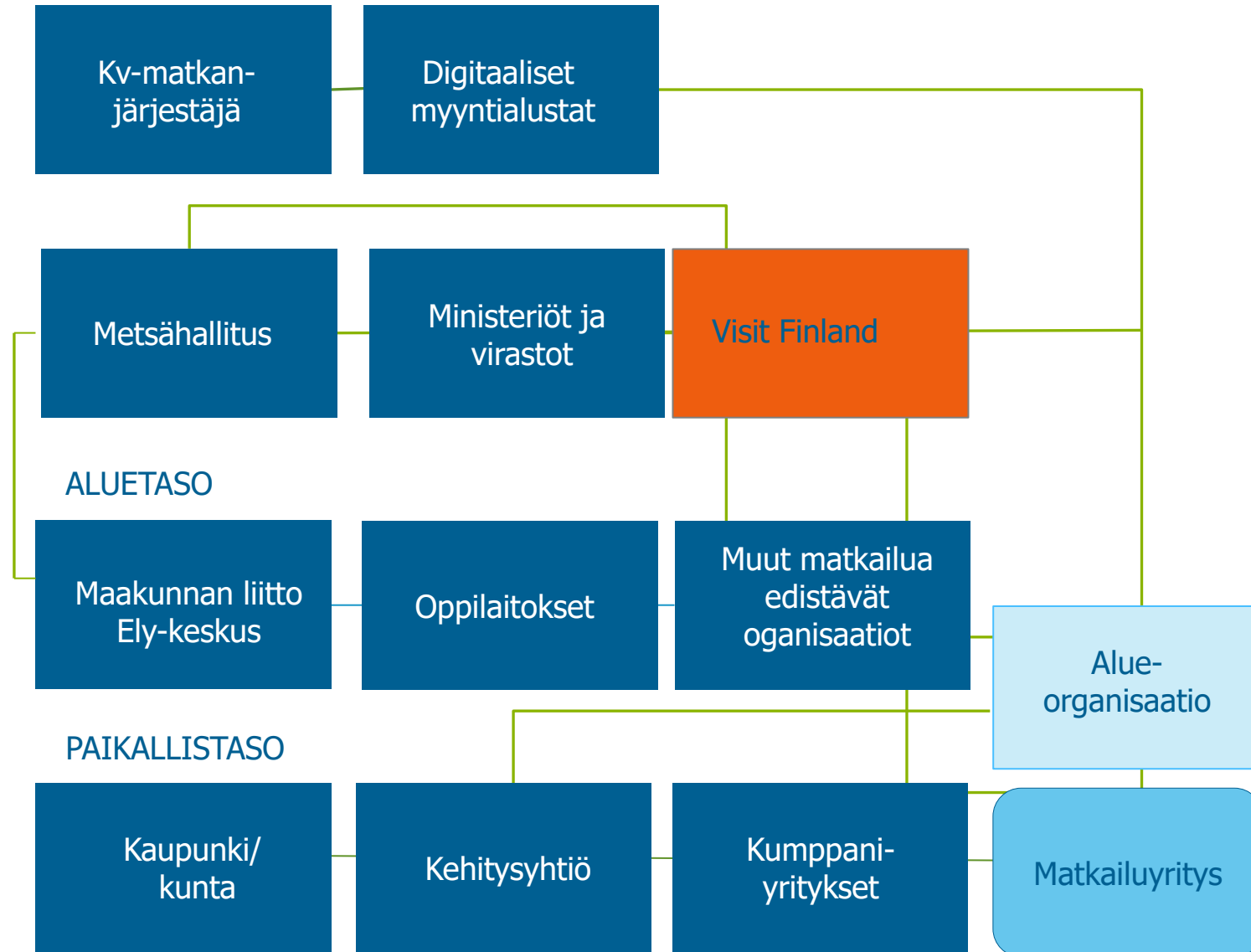
- UNWTO
- Segitur Spain
- Digital Tourism Think Tank
- Destination Think
- OECD Tourism Trends report (Mar 2020)

Visit Finland on kehittämässä Suomeen räätälöityä ohjeistusta ja yhteisiä toimintamalleja Menestyville matkakohteille.



# Matkailun kehittämisessä ja edistämisessä mukana olevia organisaatiota

KANSAINVÄLINEN TASO



# Selvitys Suomen matkailuorganisaatioiden toimintamalleista: yhteenvetoa haastatteluista

Himmeliorganisaatioita: yhdistyksiä, osakeyhtiöitä, kunnan omistamia ja niiden yhdistelmiä

Pääosa organisaatioiden yhteistyöstä epävirallista, jolloin useinkin lyhykestoista hankkeeseen tai henkilökohtaisiin suhteisiin perustuvaa

- Saimaa-sopimus, matkailu hyvä esimerkki yhteistyön ”virallisuudesta”
- Samoin kauppakamarien matkailuvaliokunnat (ei kaikilla alueilla)

Organisaatiot tekevät liian vähän yhteistyötä keskenään

- Toinen ei tiedä mitä toinen tekee
- Maaseudun matkailun kehittäjät kuten ProAgria ja Leader huonosti mukana

Kehitysyhtiöt ottaneet vahvemmin matkailunkin kehittämisen roolia

- Osassa alueita toimivat hyvin, osassa toimivat itsenäisesti, erillään alueorganisaatioista

Strategista pitkántähtäimen suunnittelua, joka perustuu tutkimuksiin on vähän

- Kokonaisvaltainen matkailun kehittäminen ja toimijoiden roolit ja vastuut osin epäselvät
- Ketju: kehittäminen (tuotteistus, maankäyttö, investoinnit, tutkimus, osaaminen, kestävä matkailu), markkinointi ja myynti ei ole yhtenäinen

Myynti on ”uusia” tehtäviä ja kivijalkamatkailuneuvonnasta luopuminen mietinnässä

# Yritykset toivovat



- Lisää avoimuutta, yhdessä suunnittelua
- Lisää kehittämistoimien konkreettisuutta
- Aktiivisempaa ja avoimempaa otetta alueellisen yhteistyön mahdollistajana
- Viestinnän parantamista
- Eri kokoisten yritysten parempaa huomiointia
- Lisää resursseja, jotta yritys yhteistyö onnistuisi
  - Ei saada yhteyttä, vaikka on yritetty
- Digi -myyntikanavaa

# Matkailun edistämisen kulmakivet

- Sitoutuneet, aktiiviset ja ammattimaisesti toimivat yritykset
- Lisäarvon tuottaminen yritysten liiketoiminnan kehittymiseen
- Selkeät työnjaot ja roolit eri toimijoiden kesken
  - Määritelty yhteistyö
- Avoin asioiden valmistelu, osallistaminen
- Kehittämisen (yleinen, tuotekehitys), markkinoinnin ja myynnin katkeamaton ketju
- Tiedolla johtaminen
- Pitkäjänteisyys ja suunnitelmallisuus

# 9 suositusta





# Menestyvän matkakohteen johtamisen tehtävät ja kyvykkyydet- **DRAFT**

– Kestävä, kannattava ja kilpailukykyinen elinkeinolle, - inspiroiva, vastuullinen ja toimiva destinaatio matkailijoille ja paikallisille.



# 2020 Pilotit

- Destinaatioiden digikehitysohjelmat: Oulu, Espoo, Ruka-Kuusamo, Inari-Saariselkä, Tampere
- Maakuntatason pilotit: Varsinais-Suomi, Etelä-Savo
- Maakuntatason pilotissa mukana:
  - Maakunnan liitto
  - Visit-organisaatiot
  - Kunnat
  - ELY-keskus
  - Oppilaitokset
  - Kehitysyhtiöt



**Visit Finland**