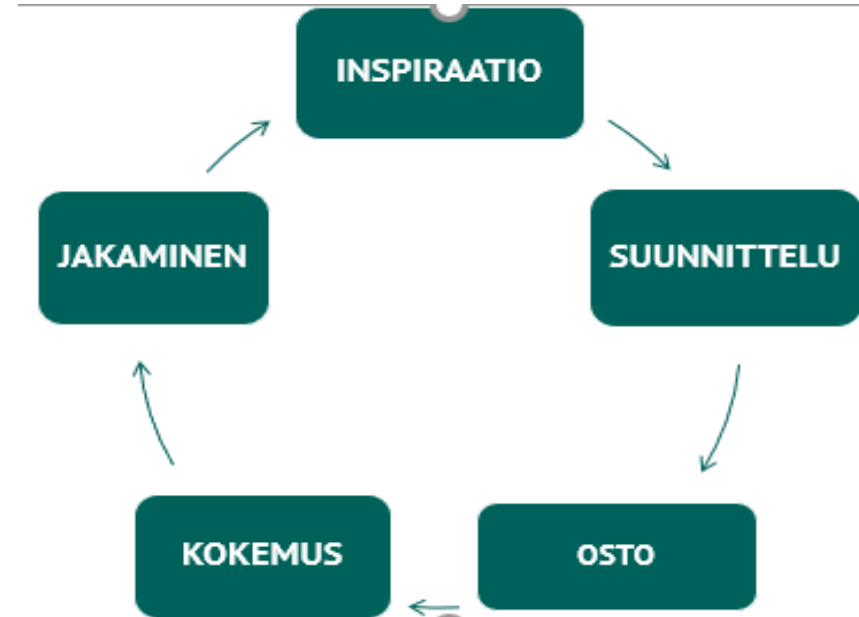




Millainen on matkailualan uusi normaali?

6.10.2020 Telle Tuominen, telle.tuominen@turkuamk.fi

SISÄLTÖMARKKINOINTI JA DIGITAALINEN ASIAKASKOKEMUS KESKIÖSSÄ



- Monikanavainen, ajantasainen markkinointi
- Eri kanaviin, eri asiakaspolun vaiheisiin, eri kohderyhmille sovitettu markkinointisisältö
- Henkilökohtainen palvelu
- Tehokkuus ja nopeus, mutta samalla empaattisuus
- Selvitä oman tarjonnan sekä markkinointiviestinnän merkitystä asiakkaan koko matkassa

KRIISIAJAN MARKKINOINTI- VIESTINTÄ

- Anna asiakkaille **aihetta unelmoida** sekä positiivisia yritykseesi liittyviä tunteita, hae positiivista **näkyvyyttä**
- Mikäli tiukat rajoitukset estävät liiketoiminnan, **empatiaviestit sekä informatiiviset viestit koskien rajoituksia sekä yrityksesi aukioloa** ovat paikallaan, mutta kovaa myyntiä saatetaan karsastaa.
- Kriisin helpottaessa aloita tuotemarkkinointi retargetoinnilla eli **kohdentamalla viestit esim. kotisivuillasi käyneille.**
- Varaudu käynnistämään markkinointitoimet sekä liiketoiminta nopeasti rajoitusten lieventyessä, sillä **patoutunutta kysyntää on paljon, panosta avaukseen** (=> puskaradio)
- Liiketoiminnan taas käynnistyessä viesti selkeästi **viranomaismääräyksistä liittyen turvallisuuteen & hygieniaan sekä konkretisoi, miten yritys reagoi käytännössä määräykseen**
- Pidä yllä **kv-yhteyksiä**, sillä joitakin matkailukäytäviä voi avautua
- **Sopimuksiin ja varauksiin joustavat ”koronaehdot”** – mahdollista varauksen helppo siirto eteenpäin

KRIISIAJAN (MARKKINOINTI)VIESTINTÄ

Jatkuvuus – näkyvyys – informatiivisuus - elämyksellisyys

Ajankohtaista

Toimistomme on suljettu kauden peruuntumisen takia.
Tavoitat meidät osoitteesta
toimisto@samppalinnanteatteri.fi

Nähdään kesällä 2021!

Samppalinnan Kesäteatteri siirtää Mielensäpahoittaja-mussikaalin esitykset kesälle 2021. Haluamme omalta osaltamme ottaa kaikki varotoimet huomioon koronaviruspandemian leviämisen ehkäisemiseksi, ja päätöksemme perustuu vallitsevaan poikkeustilanteeseen ja viranomaisten asettamiin suosituksiin tapahtumien järjestämisestä.

Jos olet ostanut lippusi Lippupisteen kautta, Lippupiste tiedottaa lippujen vaihto- ja palautusprosessista sähköpostilla lähipäivinä.

Yksityiskohtaiset ohjeet lippujen vaihtoon tai palautukseen löydät **täältä**.

AJANKOHTAISTA KESÄKAUDESTA 2020

30.03.2020

Zoolandian kesäkauden 2020 aloitus piti olla 6.6, mutta maailmalla vallitsevan koronatilanteen vuoksi puuhapuiston avaaminen onnistuu kun se on viranomaisohjeiden ja terveystilanteen mukaisesti mahdollinen.

Ilmoitamme nettisivuilla puiston aukeamisesta heti, kun saamme tietää varmistetut aukioloajat.

Tällä hetkellä touhuamme aluetta loistokuntoon tulevaa kautta varten ja teemme töitä sen eteen, jotta kaikilla on kiva viettää aikaa Zoolandiassa.

Turvallista Kesää odotellessa.



ENNAKOINTI JA MUUTOSJOUSTAVUUS

- **Ennakoi riskejä ja pohdi eri skenaarioita tulevasta:** miten eri tilanteissa pyrit **sopeuttamaan sekä uudistamaan** toimintaa ja viestimään asiakkaille ja muille sidosryhmille.
- Tiukka strategian seuraamisen sekä maksimaaliseen tehokkuuteen pyrkimisen aika on toistaiseksi ohi.
- Kriisi on aina myös mahdollisuus päästää jostain vanhasta irti ja luoda jotain uutta. Paluusta **”vanhaan normaaliin” sellaisenaan ei kannata haaveilla.**
- PEP-johtaminen (purpose, education, participation) – toiminnan tarkoitus eli **mitä hyvää teette yhteiskunnalle ja luonnolle, miten uudistutte, mitä teidän on opittava, mitä voitte opettaa asiakkaille, miten osallistatte sidosryhmiä**
- Henkilöstön kehittämisessä kannattaa **panostaa muutosjoustavuuteen, luovuuteen, vastuullisuusosaamiseen, monialaisen osaamisen kasvattamiseen sekä verkostoihin.**
- ”Muutoskykyinen ja joustava organisaatio on dialoginen ja sitä luonnehtii myös yhteisöllinen päätöksentekokyky” (VTT 2017).

ENNAKOINTI JA MUUTOSJOUSTAVUUS

- Normaalioloissakin, mutta erityisesti nyt tulee **kehittää uutta/uudistaa tarjontaa ja viestiä aktiivisesti uudistumisesta.**
- Uutta luotaessa on usein kustannus- ja aikatehokasta hyödyntää **verkostoja.**
- Tuotekehityksessä valttia ovat **ketterät kokeilut.** Niihin kannattaa osallistaa asiakkaita ja **viestiä kokeiluista.**
- Kohderyhmät: kanta-asiakkaat, kotimaiset indikset, pienryhmät, paikalliset
- Tuotteet: etäelämykset, retkeily-, pyöräily-, melonta-, soutu-, rospuuttokauden tuotteet, hyvin varustellut mökit, vapaaehtoistyötuotteet ym., ylipäänsä ulkotarjonta, take away-ruoka/huonepalvelu, lahjakortit, uudenlaiset palveluyhdistelmät (esim. etätyöviikot + harrastus; ruokapalvelut + käden taitojen oppiminen)



HYGIENIA TÄRKEÄ OSA UUTTA NORMAALIA

- Palveluprosessien ja tilaratkaisujen hiomista vastaamaan turvallisuussuosituksia (etäisyydet, asiakasmäärärajoitukset, käsienpesupisteet, kuumemittaukset ym.)
- Touchless (esim. automaattihanat, maksusovellukset, Foodduck-leviteannostelija)
- Desinfioiva siivous & ilmanpuhdistimet (esim. SOL:n siivous vetyperoksidikuiva-höyrytyksellä, AirO-ilmanpuhdistin)
- Antibakteeriset pinnat (esim. ISKU+)



[Turvallisuuteen yms. liittyviä ohjeita](http://ruralfinland.karelia.fi/ajankohtaista)
<http://ruralfinland.karelia.fi/ajankohtaista>

Aktiviteetteihin liittyen, ks. esim.
https://www.adventuretravel.biz/COVID19guidelines/?fbclid=IwAR1Gw5JcHFbUjVqLdqtys3qfYb9Sei5lGRlG_hqM69ADOrOcBL6fatsGdzs

MEGATRENDI: RESONANSSIMATKAILU

TAUSTAA:

- Jo ennen koronaa matkailu kärsinyt imagon laskusta (ilmastokriisi, liikamatkailu, negatiiviset vaikutukset luontoon ja paikalliskulttuuriin ym.) ja nyt pandemia levisi hetkessä matkailun myötä
- Koronan seurauksena matkustaminen varsinkin ulkomaille muuttuu hankalaksi
- Elämystutkijat ovat jo aiemmin tunnistanee elämishakuisissa asiakkaissa a) nautintoa, mielihyvää ja viihtymistä etsivät kuluttajat ja toisaalta **b) itsensä kehittämistä ja henkistä kasvua (pitkäkestoista muutosta) tavoittelevat kuluttajat.**



RESONANSSIMATKAILU:

- Ulkomaanmatkoja tehdään jatkossa harvemmin, kohteet valitaan huolellisemmin, etsitään uudenlaista suhdetta elämään, kanssaihmisein, luontoon - jotain, **mikä koskettaa, opettaa, auttaa ymmärtämään elämää.**
- Jatkossa menestyvät ne toimijat, jotka toimivat **vastuullisesti, paikallisyhteisön ehdoilla ja tarjoavat elämänlaatua, holistista terveyttä, turvallisuutta, aitoa paikan tarinaa sekä aitoa vuorovaikutusta, kasvun mahdollisuuksia ihmisenä sekä verkottumismahdollisuuksia vierailleen sekä sidosryhmilleen.**

KYSYMYKSIÄ?
KOMMENTTEJA?
KIITOS!

