



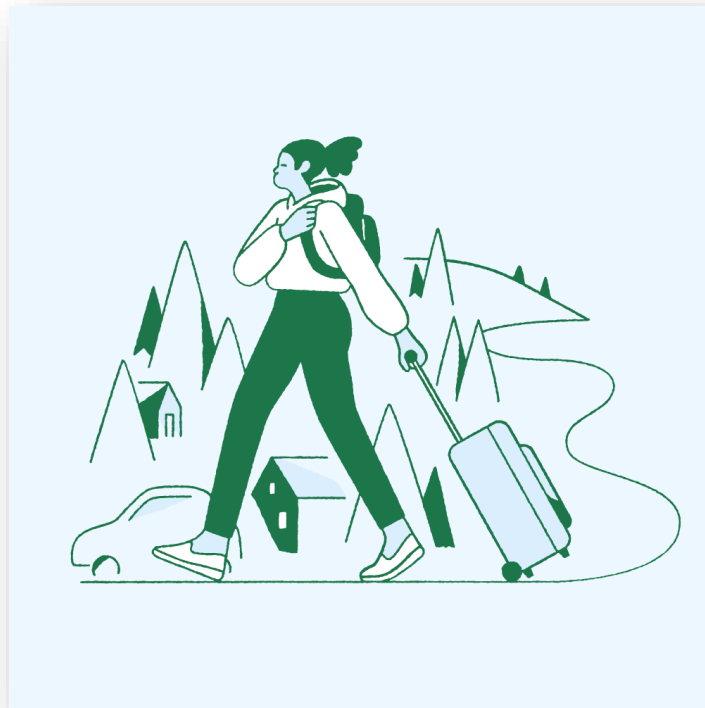
Visit Finland

Yritysten kilpailukyvyn kasvattaminen kansainvälisillä markkinoilla

13.2.2023, Salo

Hanna Muoniovaara Manager, Regional Partnerships

Matkailija nyt.



Booking.com's 2023 Travel Predictions

Booking.com

How travellers will be planning trips in 2023

68%

will seek better value for money



61%

will plan trips in advance

53%

will consider off-season destinations



55%



plan to take longer vacations

51%

plan to explore lesser-known cities



Kestäville palveluille ja tuotteille on kysyntää

- 81% maailman matkailijoista pitää kestävästä matkustamisesta elintärkeänä
- Yli puolet sanoo, että pandemia ja ilmastonmuutos on saanut heidät haluamaan matkustaa tulevaisuudessa kestävämmmin
- 57% matkailijoista valitsisi mieluummin majoituspaikan, jolla on kestävydestä kertova sertifikaatti



71%

of travelers want to make more effort in the next year to travel more sustainably (up 10% from 2021)



53%

are more determined to make sustainable travel choices when they travel now than a year ago.



40%

confirm they have seen a sustainable place to stay on an online travel site over the past year



38%

actively look for information about the sustainability efforts of a property before they book

Which are the most relevant trends from your market perspective?

Western perspective:

Top-voted Content

SPRING 2022

Order of appearance: total count > "+"voices > alphabetical order

Luxury Travel	8
Experience more	7
Mindful Life	5
Health & Wellbeing in Travel	4
Expressing empathy	4
Flexible Booking and Cancellation Policies	4
Meaningful travel	4
Nature and Food as Remedies	4
Sustainability in Travel	4
Travelling closer to home	4
FIT travel	3
Mobile Travel Experiences	3
Nature & Outdoors Travel	3
Pensioner Tourism	3
Rise of the Responsible Traveller	3
Arctic Resources Race	2
Cottage Holidays Comeback	2
Disinformation	2
From Products to Relationships	2
Healing Travel to Break Routines	2
Hometels	2
Live Like a Local & Lifestyle	2
Me, Myself and I	2
Mid-Sized Cities Prosper	2
Mono-Destination Travel	2
Reconnection with relatives and friends	2
Socio-Cultural Sustainability in Travel	2
Sustainability to Lead the Tourism Industry Policies	2

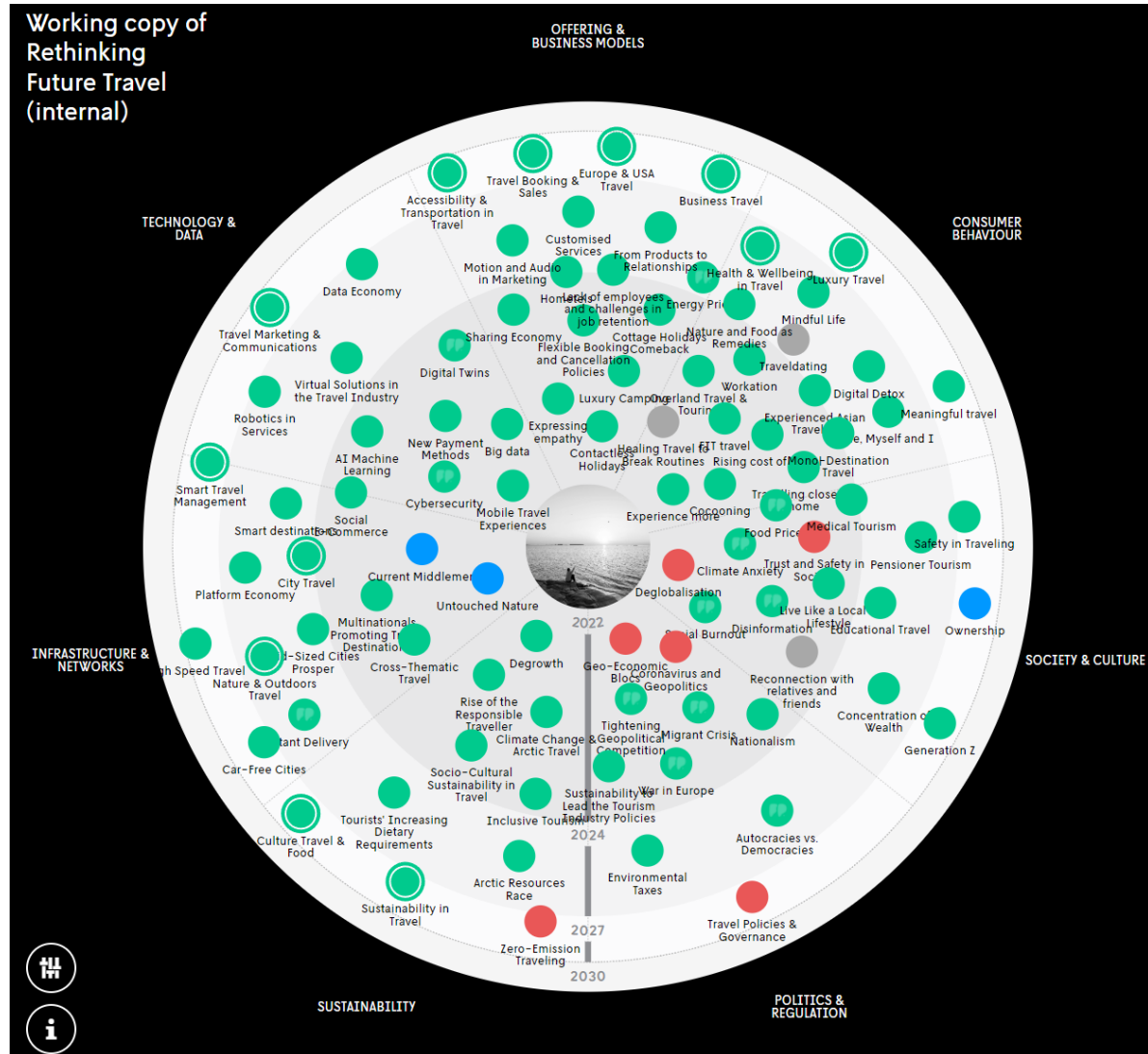
Eastern perspective:

Top-voted Content

AUTUMN 2022

Order of appearance: total count > "+"voices > alphabetical order

Accessibility & Transportation in Travel	7
Flexible Booking & Cancellation	6
Disinformation	5
Experience More	5
FIT Travel	5
Meaningful & Mindful Travel	5
Business Travel	4
Customised Services	4
Educational Travel	4
Geo-Economic Blocs	4
Lack of Employees and Job Retention	4
Luxury Travel	4
Mono-Destination Travel	4
Motion and Audio in Marketing	4
Nationalism	4
Nature & Outdoors Travel	4
Sharing Economy	4
Smart Destinations	4
Smart Travel Management	4
Sustainability in Travel	4
Tightening Geopolitical Competition	4



Working copy of
Rethinking
Future Travel

8

1. Luxury Travel
2. Experience More
3. Mindful Life
4. Health & Wellbeing in Travel
5. Expressing Empathy

7

1. Accessibility & Transportation in Travel
2. Flexible Booking & Cancellation
3. Disinformation
4. Experience More
5. FIT travel

4

4

2

2

2

2

i

POLITICS & REGULATION


FUTURES PLATFORM

Visit Finlandin strategia 2021–2025



MUUTOKSET TOIMINTA- YMPÄRISTÖSSÄMME

Digitalisaatio ja data

Kuluttajien arvomaailma ja
kestävyysvaatimukset

Covid-19-pandemia




TALOUDEN KASVU

1. KYSYNNÄN
KASVATTAMINEN


KESTÄVÄ KEHITYS

2. MATKAILUN KESTÄVÄ
KEHITYS


KILPAILUKYKY

3. DIGITAALISAATIO

.....

4. TIEDOLLA JOHTAMINEN

.....

5. VAIKUTTAVAT VERKOSTOT JA
KUMPPANIT



VISIO

Suomi on johtava kestävän
matkailun kohdema. Luomme
lisäarvoa yhteiskunnalle ja
asiakkaillemme ainutlaatuista
luontoamme ja kulttuuriamme
vaalien.

Suomi on tiedostavan
matkailijan ykkösvalinta.



Visit Finlandin markkinointistrategia 2021–2025

MITÄ?

VAHVISTAA JA YLLÄPITÄÄ SUOMEN
TUNNETTUUTTA YMPÄRIVUOTISENA
MATKAKOhteena

EDISTÄÄ JA AKTIVOIDA MIELIKUVAA
SUOMESTA TERVEYSTURVALLISENA
MATKAKOhteena
– SUOMESSA ON TILAA

KASVATTA Tietoisuutta ja Suomen
TUNNETTUUTTA KESTÄVÄNÄ
MATKAKOhteena

SUOMEN AINUTLAATUISET EROTTAUTUMISTEKIJÄT JA VAHVUUDET

MITEN?

TEKEMISEN KESKIÖSSÄ

- Innovatiiviset ja inspiroivat, Suomen matkailullista maakuvaa ja tunnettuutta vahvistavat toimenpiteet,
- Paikallista elämäntapaa arvostavat ja matkailijoina jo kokeneet ”Moderni Humanisti”-kohderyhmä. Tavoitteena yöpymisten ja viipymän kasvattaminen koko maassa.
- Kestävän kehityksen tietoisuuden vahvistaminen kaikkien markkinointitoimien yhteydessä (asiakaslähtöisyys, aitous, lisäarvo).

VAHVA MARKKINOINNIN KONSEPTI

Toimimme pitkäjänteisesti ja johdonmukaisesti. Kasvatamme kumulatiivista arvoa pohjaamalla kaikki toimenpiteet kattavaan markkinointikonseptiin:

Autamme ihmisiä löytämään sisäisen rauhallisuuden ja onnellisuuden.

Kehitämme kumppanuuksia ja toteutamme yhteismarkkinointia vahvistaaksemme Suomen yhtenäistä viestiä matkailumaana.

VAIKUTTAVUUDEN ASKELMERKIT

- Kaikki markkinointitoimenpiteet tähtäävät lisäarvon tuottamiseen, sekä matkustajille, että toimialalle.
- Teemme vaikuttavaa markkinointia. Mittaamme tuloksia ja opimme niistä.
- Suunnittelemme tulevaa, mutta olemme valmiina toimimaan ja sopeuttamaan suunnitelmia jatkuvasti muuttuvassa toimintaympäristössä.
- Kehitämme digitaalisia alustoja vastaamaan paremmin matkailijan asiakaspolkua
- Olemme relevantteja, aitoja ja tehokkaita





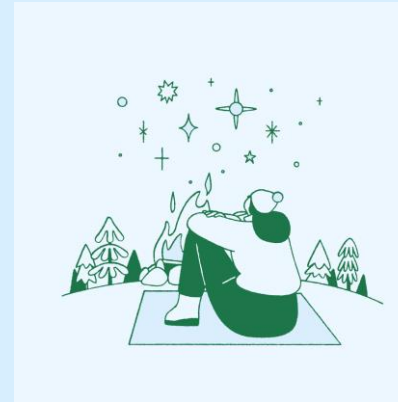
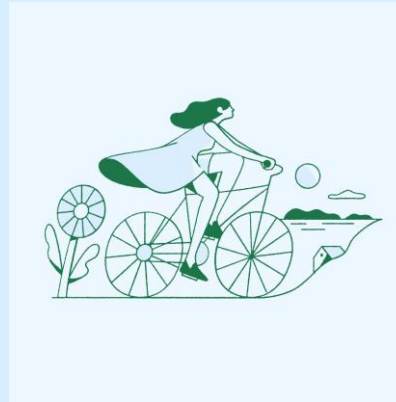
Moderni humanisti - kohderyhmä

- Suomen matkailun kohderyhmänä ovat ihmiset, joiden arvoihin sopii matkailu Suomessa: Modernit humanistit.
- Moderni humanisti välttää massaturismia ja suosittuja matkailukohteita. Hän on kokenut matkailija, joka valitsee massakohteiden sijaan paikallisia kokemuksia.
- Modernit humanistit haluavat tutkia uusia paikkoja, seikkailla omilla ehdoillaan ja räätälöidä matkan omien mieltymystensä mukaan. Tässä ryhmässä on keskimääräistä korkeammat koulutus- ja tulotasot sekä kiinnostus kestävästä kehityksestä, uusista kulttuureista ja paikallisista ihmisistä kohtaan.

Segmentit

Modernien humanistien eri segmentit matkustusmotiivien perusteella:

- **Luontonautiskelijat**
- Luonnonihmeiden metsästäjät
- **Aktiiviset seikkailijat**
- **Aitouden etsijät**
- Suomalaisen luksuksen etsijät
- Citybreikkaajat



Rannikko-saaristo alueen myyntivaltit

A photograph of a person sitting on a wooden bench against a dark wooden wall. A thick, coiled rope is draped over the bench. The image is used as a background for the text blocks.

World's
largest
archipelago

Sea-faring
towns &
artisan villages

The calm and
the storm
– Lighthouses

Sea as a way
of living

Coast and Archipelago USPs

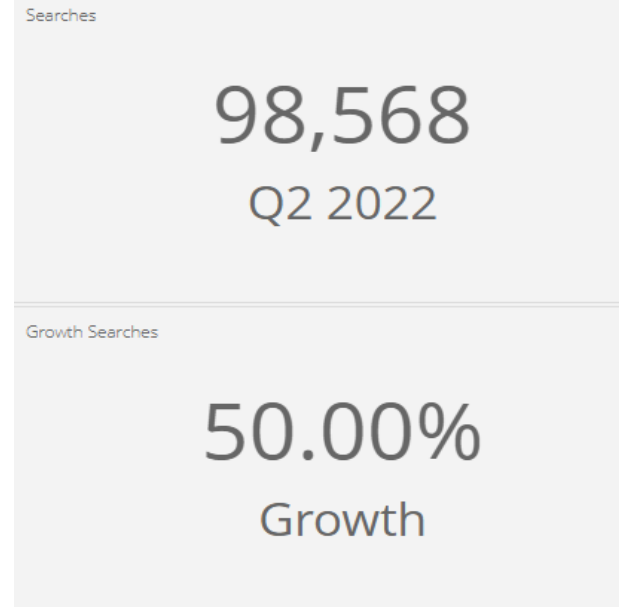
Q1/2022



Top5

Japan
Germany
USA
France
Estonia

Q2/2022

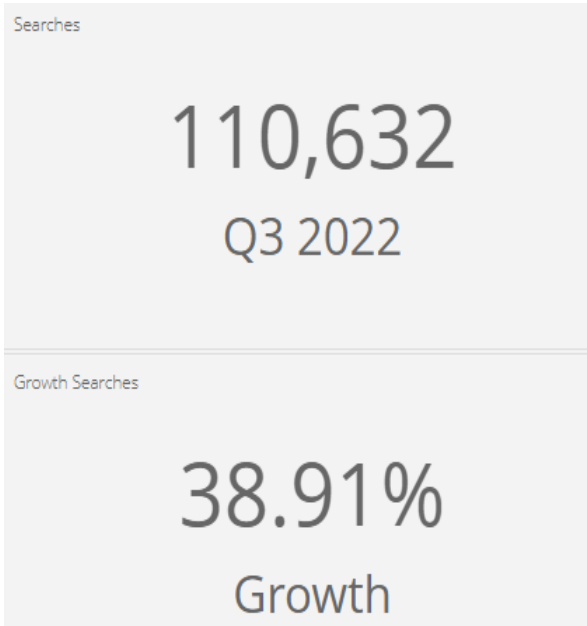


Top5

Japan
Germany
USA
Sweden
France

Coast and Archipelago USPs

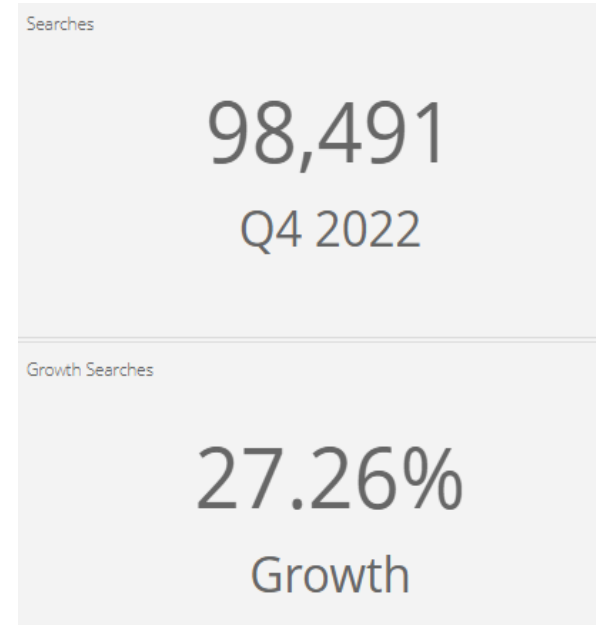
Q3/2022



Top5

Germany
Japan
USA
Sweden
France

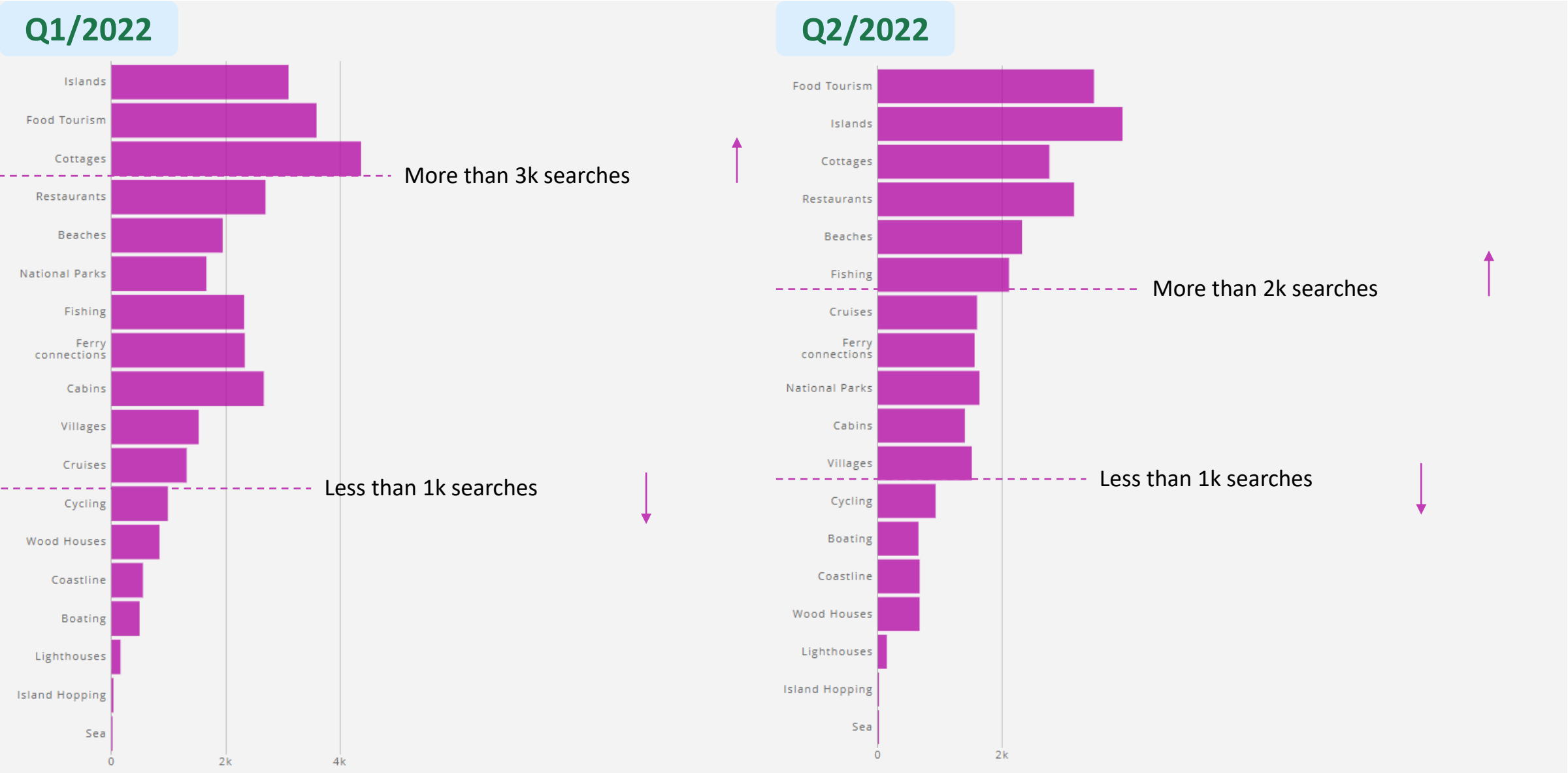
*Q4/2022



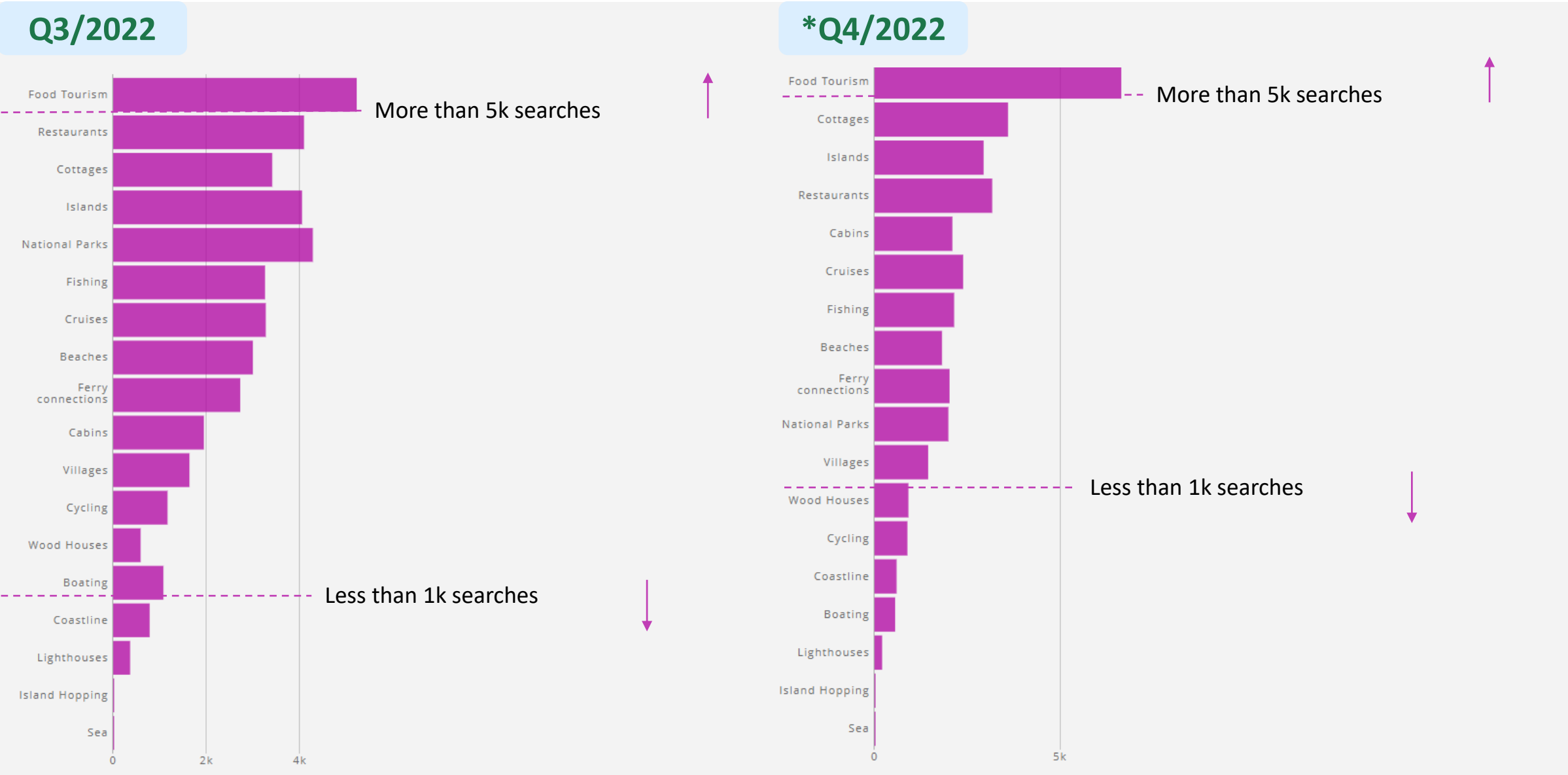
Top5

Japan
Germany
USA
France
UK

Coast & Archipelago USPs-themed Single Topics (Q1-Q2 2022)

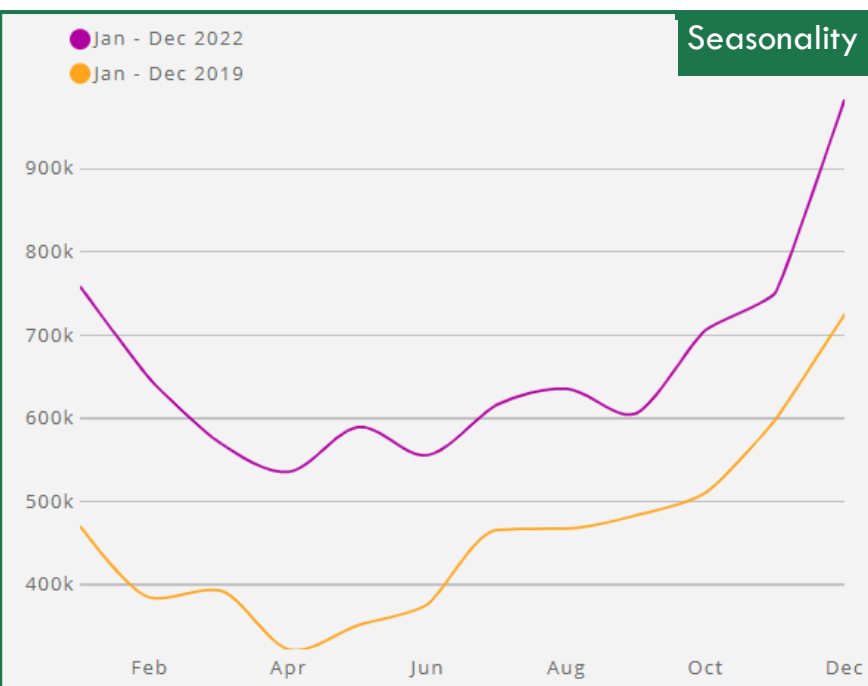


Coast & Archipelago USPs-themed Single Topics (Q3-Q4 2022)



NATIONAL USPS-THEMED SEARCHES

***2022: 2,5M**
2019: 1,7M



National USPs *2022

Sauna

716K

Cities
Northern
Lights

468K

361K

Lakes

120K

Santa Claus

176K

Skiing

97K

Camping

87K

Golf

70K

Food Tourism

57K

Ski Resorts

52K

Cottages

40K

Midnight Sun

39K

Restaurants

38K

Regions

35K

Forests

33K

National USPs *2022

Fishing

29K

National
Parks

26K

Cabins

23K

Hiking

21K

Cycling

12K

Glamping

7.8K

Boating

8.1K

*Preliminary result, changes may occur

Coast and archipel...

803,895

Cumulative foreign nights spent

448,469

Cumulative YoY change

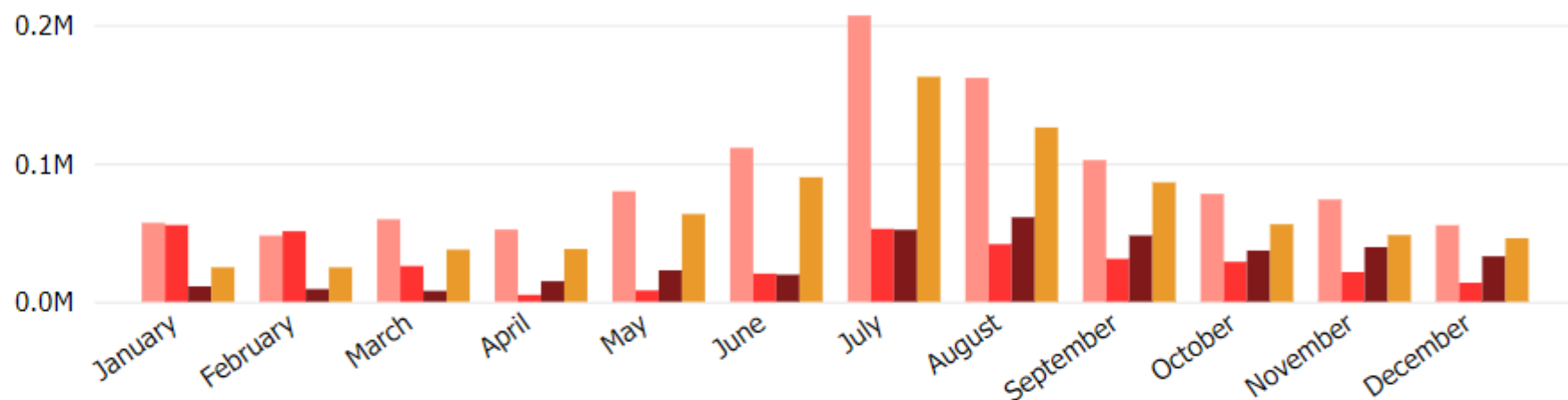
126

Cumulative YoY change (%)



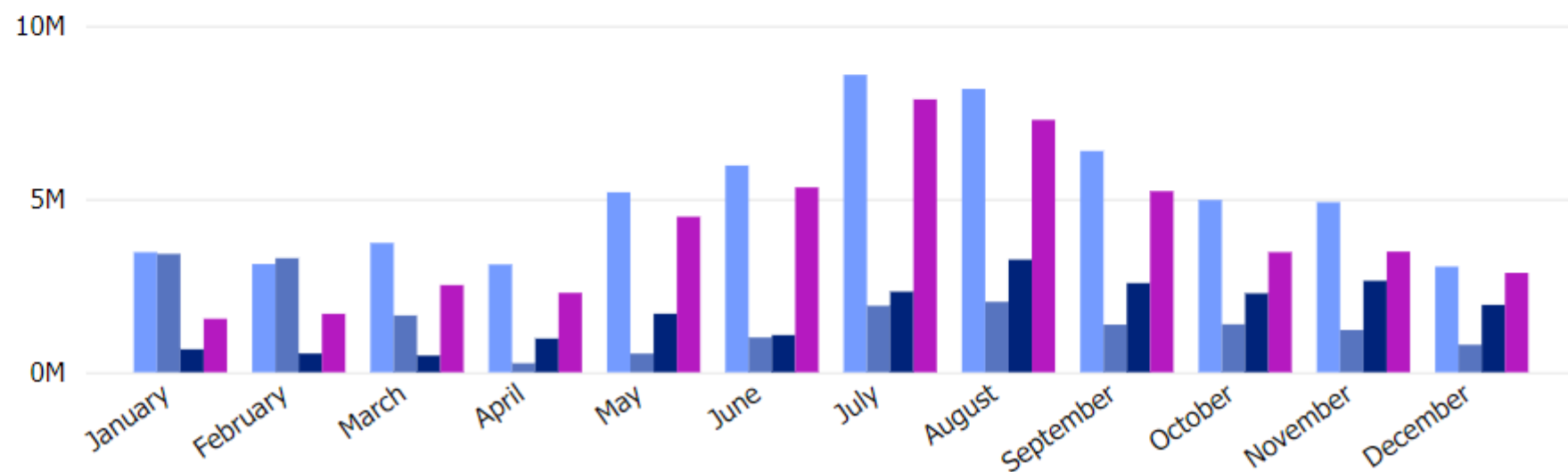
MONTHLY OVERNIGHTS BY FOREIGN VISITORS

2019 2020 2021 2022

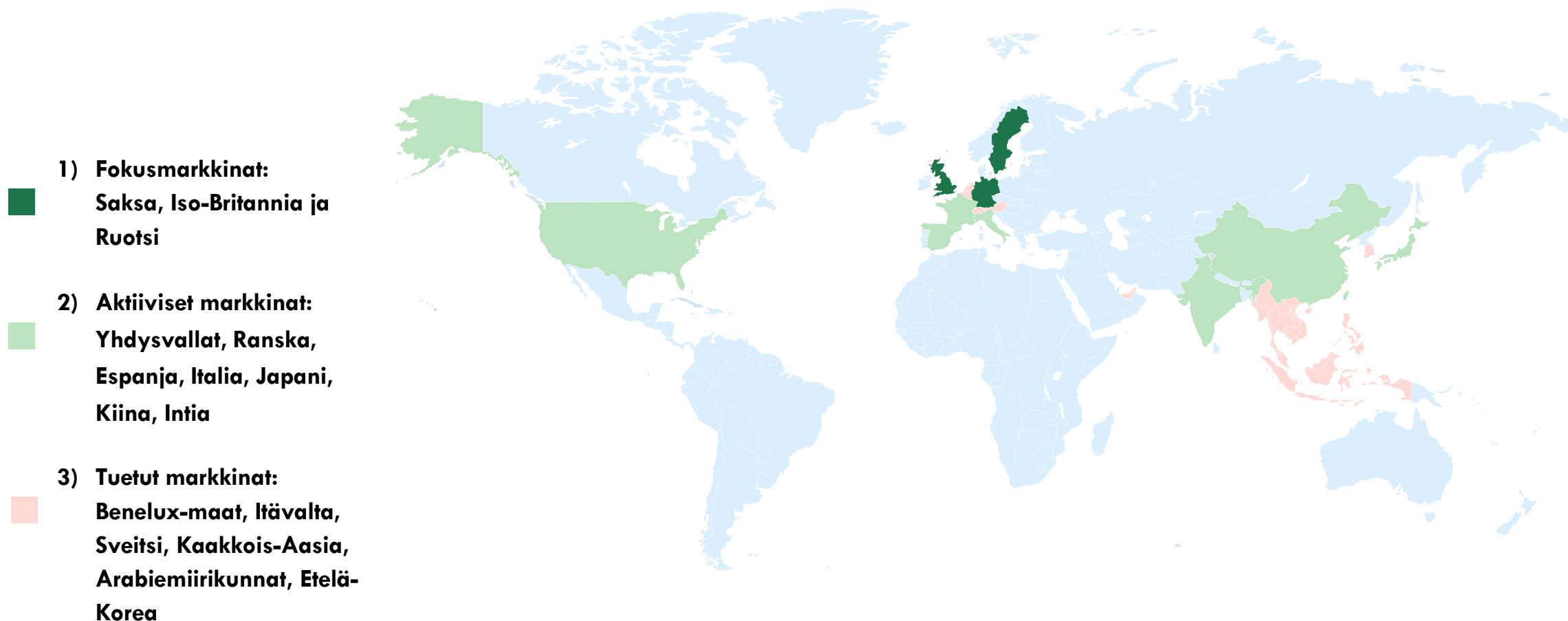


MONTHLY FOREIGN ACCOMMODATION REVENUE

2019 2020 2021 2022



Visit Finlandin markkinat 2023



Viestit markkinoilta

Ruotsi

- Alue ei toistaiseksi laajasti tunnettu Ruotsissa
- Matkanjärjestäjillä vähäinen merkitys
- Kiinnostavia sisältöjä ja tarinoita

DACH-alue

- Fly & Drive paketit, kiertomatkat
- Paikallinen historia ja kulttuuri tärkeitä
- Päiväretket Helsingistä potentiaalisia
- Hinta on tärkeä, samoin mahdollisuus suunnitella asiat ennakoon ja saada tietoa konkreettisista tuotteista

Iso-Britannia

- Yhteistyö matkanjärjestäjien kanssa tärkeää, mutta moni britti matkustaa myös itsenäisesti etenkin kesäaikaan
- Citybreak-tyyppiset matkat, esim. Helsinki + 1-2 päivää alueella
- Outdoors (soft), kulttuuri ja ruokakulttuuri kiinnostavia matkan elementtejä.

Etelä-Eurooppa (Ranska, Italia, Espanja)

- Etelä-Euroopasta saapuvat ovat vaativampia majoitustason suhteen vrt. muut Euroopan markkinat
- Potentiaalia voisi olla:
 - Fly & Drive paketit omatoimimatkailijoille

Viestit markkinoilta

Yhdysvallat

- Matkanjärjestäjillä suuri rooli, samoin OTA-kanavilla ja travel advisor-palveluilla
 - Expedia suurin OTA-kanavista
 - “Matalan kynnyksen” kanava
- Matkailijat hyvätuloisia ja vaativia
 - Kohteen kyettävä tarjoamaan myös erityispalveluita, esim. laukkujen kantaminen

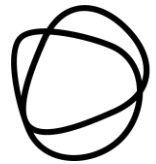
Aasian markkinat

- Matkailu Aasian maista Eurooppaan elpyy toistaiseksi hitaasti
- Yhteistyö matkanjärjestäjien kanssa erityisen tärkeää
 - Tällä hetkellä huomio kohdistuu jo tuttuihin kohteisiin
- Aasian markkinoita kannattaa pohtia vasta sen jälkeen kun matkailu alkaa näyttää selviä elpymisen merkkejä
- Aasian markkinat vaativat paljon erityisosaamista

**Hyödynnä Visit Finlandin palvelut!
Yhdessä olemme enemmän.**

Johtava kestävän matkailun kohtemaa 2025

Tiedostavan matkailijan ykkösvalinta



VisitFinland.com



SUSTAINABLE
TRAVEL
FINLAND™

Finland
Travel Pro



Visit Finland



**Digitaaliset jakelukanavat
-selvitys**



Tuotteet ja palvelut
ovat ostettavissa kanavissa, joissa
potentiaaliset asiakkaat ovat.



MatkailijaMittari
Visit Finland

**Suomen positio, potentiaali ja
Segmentointimalli
-tutkimus**



Visit Finland

Sustainable Travel Finland

Kansallinen kestävän matkailun ohjelma

- Mukana 1000 matkailutoimijaa
- Merkin saanut
 - 232 yritystä
 - 2 destinaatiota



Kestävin matkakohde
2025

CO2 puolitettu
2030

Hiilineutraali
2035

Seitsemän askeleen polku matkailun kestävään kehitykseen

Askel 1.
Sitoutuminen



Askel 2.
Osaamisen kasvattaminen



Askel 3.
Kehittämissuunnitelma



Askel 5.
Sertifiointi



Askel 4.
Vastuullisuusviestintä



Askel 6.
Todentaminen ja mitattavuus

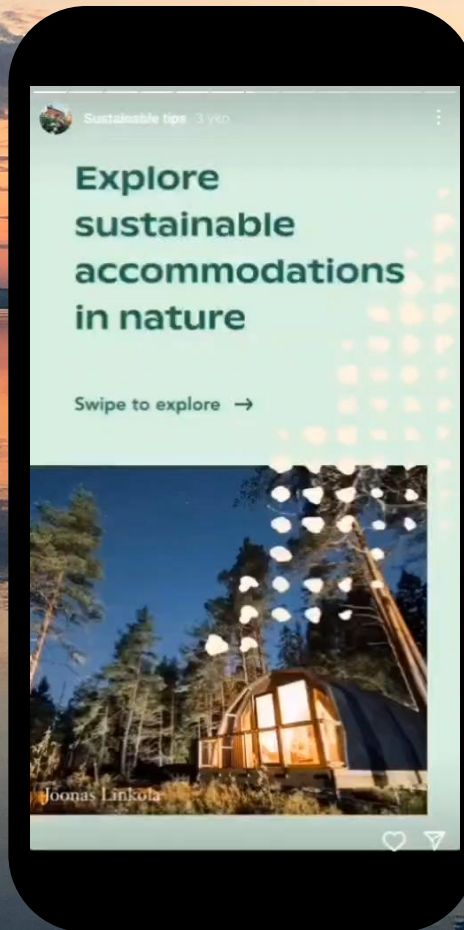


Askel 7.
Sopimus ja jatkuva kehittäminen

VF edistää kestävää matkailua monikanavaisesti

Kasvattaa Suomen tunnettuutta kestävänä ja houkuttelevana matkakohteena

- Visitfinland.com
- KV - PR & media
- B2B viestintä
- Tapahtumat & tilaisuudet
- Jäsenyydet
- Kotimaan viestintä
- Finland Convention Bureau
- FAM matkat
- Sosiaalinen media



B2B myyntitilaisuudet

- Globaali myyntitilaisuus:
Sustainable Travel Finland WebiWorkshop
16.2.2023, online
- DACH-markkinoiden myyntitilaisuus
Sustainable Travel Finland Live Sales Event
30.-31.3.2023, Düsseldorf

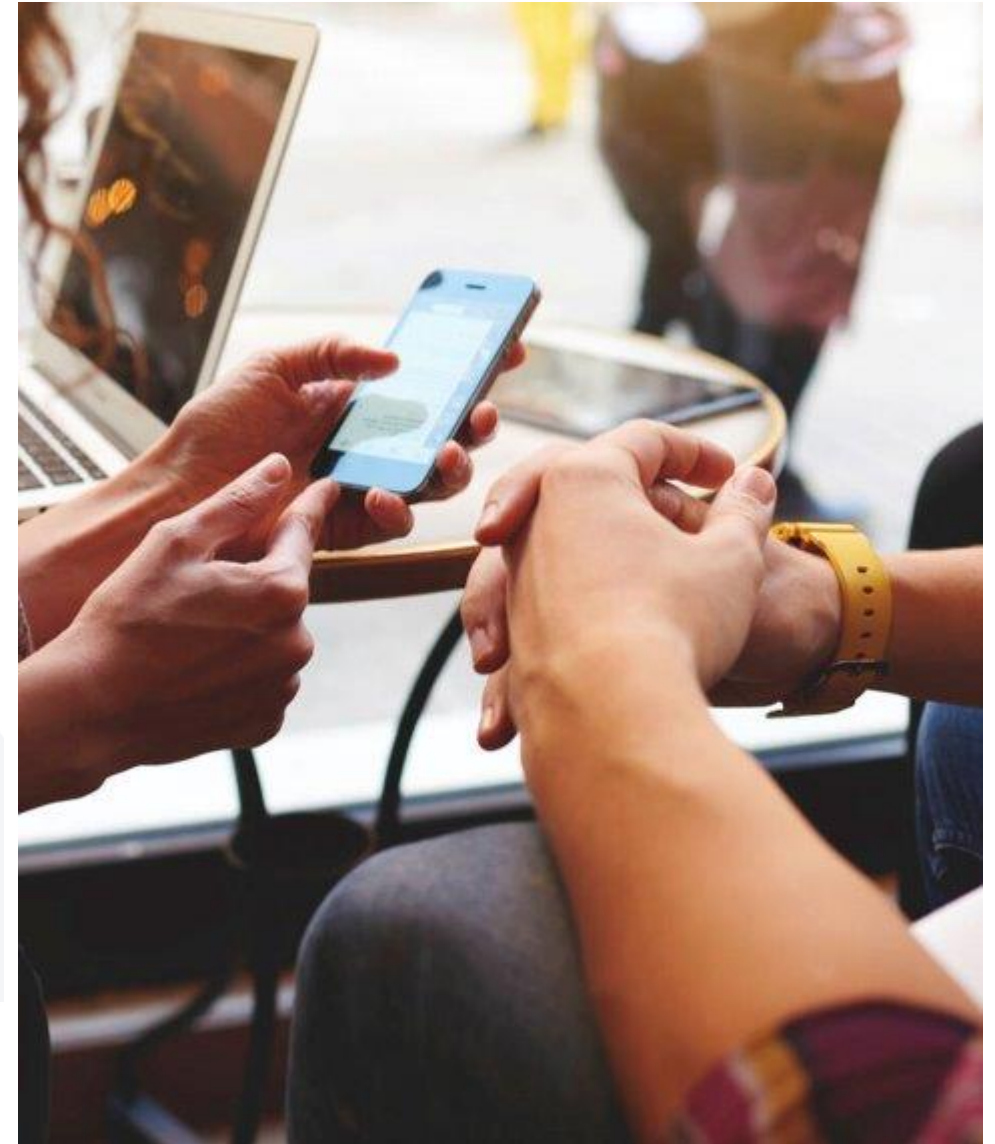
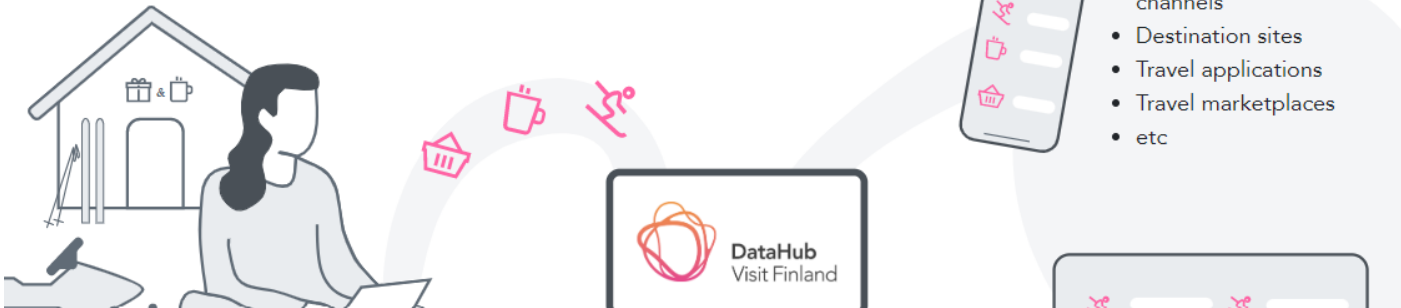
STF-merkki ja DataHub tuotteet numeroina

Vertailua ympäryskuntiin

Destinaatio	STF-merkkejä/232	Julkaistua tuotetta DataHubissa/5386
Espoo	10	60
Kemiönsaari	2	18
Lohja	0	18
Parainen	2	159
Raasepori	0	26
Salo	0 (Natura Viva)	31
Turku	15	69
Helsinki	24	252

Mikä on DataHub?

- ✔ Tietokanta, johon suomalaiset matkailualan yritykset voivat tallentaa tiedot yrityksestään sekä tarjoamistaan tuotteista ja palveluista.
- ✔ Rajapinnan kautta yritys- ja tuotetietoa voidaan hakea moniin eri kanaviin, kuten Visit Finlandin verkkosivuille ja B2B-kanaviin, alueellisille verkkosivuille, kaupallisille toimijoille ja moniin muihin kanaviin.
- ✔ DataHubin hyödyntäminen on ilmaista sekä matkailuyrityksille että datan hyödyntäjille.



Rekisteröidy datahub.visitfinland.com



- ✓ Tuotteiden syöttäminen on helppoa DataHubissa olevan lomakkeen kautta.
- ✓ Kun tuotetietosi ovat yhdessä paikassa, monet eri verkkojulkaisut voivat hakea ne omille sivuilleen.
- ✓ DataHubin käyttö on sinulle ilmaista.

Bókun ja Johku -käyttäjille hyviä uutisia!

Onko sinulla tuotteita Bókunissa tai Johkussa ja haluaisit tuoda ne helposti DataHubiin? Nyt se onnistuu!



Valitse tuotteet Bókunissa tai Johkussa ja liity Visit Finlandin DataHub-myyntikanavaan.



Tämän jälkeen tuotteet voi tuoda DataHubiin.



Rekisteröidy ja lue lisää miten voit tuoda tuotteita Bókunista tai Johkusta.

DataHubista näkyvyys visitfinland.com

Places to go

Things to do

Practical tips

o

pijo Ironworks
llage

Salo

Holiday Home
Keisarlinna

Salo

Holiday Home
Keisarlinna

Curated journeys

Here are a few sample journeys through Finland with suggestions for what to see, eat and do. When you find something you like, click the heart icon to save it.

Snowy activities at Lake Saimaa

Meet Santa Claus at his home in...

Unique saunas in Lakeland – from north to...

Family-friendly adventures by the South coast

Saimaa Gastronomy tour

Summer highlights in Rovaniemi

Visit Finland

Tuotteet TravelProssa

Finland
Travel Pro



Visit Finland

Search for a product

Salo

Filter by City

Filter by Product Type

Filter by Tags

Filter by Season

Filter by Target Group

Additional Filters:
☐ Sustainable Travel Finland
☐ Accessible

Reset Filters >



Hotel Mathildedal

Hotel Mathildedal

 Salo

Accommodation



Förby Marina

Karl Forsström Ab

 Salo

Attraction



Hotel Fjalar

Hotel Fjalar

 Salo

Accommodation



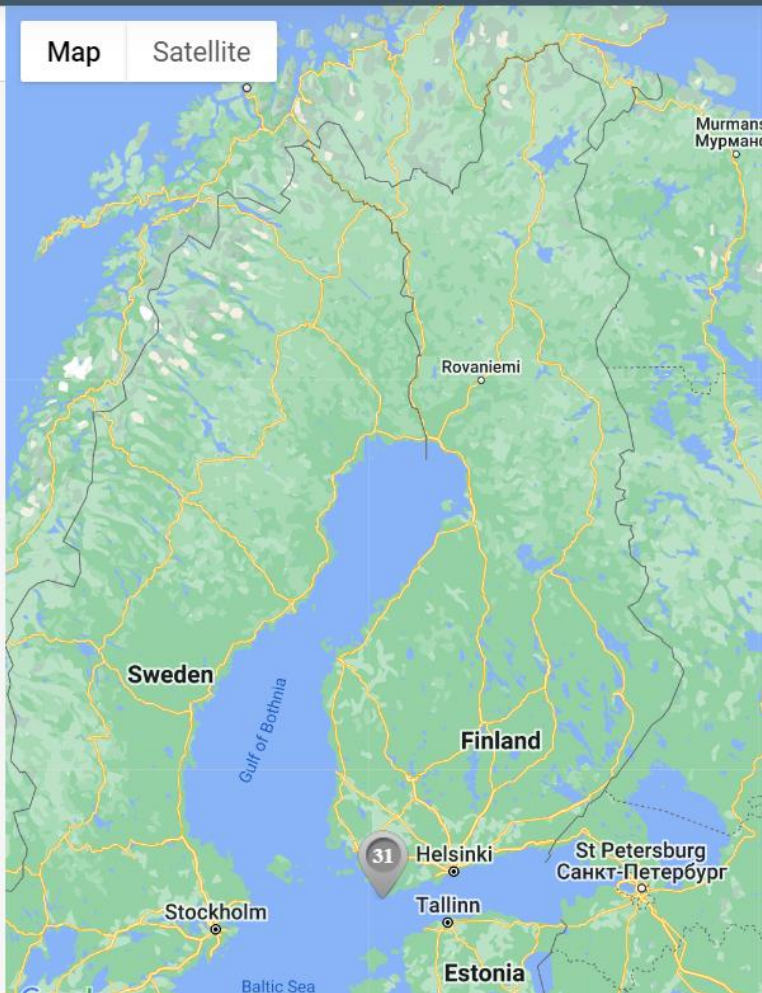
Mathildan Marina Hotel

Mathildan Marina

 Salo

Accommodation

Map Satellite



Vinkkejä.

- **Miksi kv-matkailija saapuisi kohteeseeni?**

- Mitkä ovat kohteesi vetovoimatekijät kv-matkailijoiden näkökulmasta, mitä palveluita he ostavat?
 - Tunne asiakkaasi- tiedä kenelle myyt!
- Kohdista kv-matkailijoille suunnatut viestit oikein oikeissa kanavissa. Muista, että heidän Suomi-tuntemus ei ole itsestäänselvyys.
- Markkinakohtainen tuotekehitys!
- Tarjoa kv-matkustajalle selkeää tietoa ja ole tarpeeksi konkreettinen (esim. kohteen etäisyys lentokentältä)

- **Yhteistyössä on voimaa!**

- Pohdi, miten oma palvelusi voi olla kytkettävissä muihin alueen matkailupalveluihin
- Tutustu muihin alueesi yrittäjiin, tee yhteistyötä matkanjärjestäjien & incoming-toimistojen kanssa
- Hyödynnä koulutukset ja verkostot!

- **Ole aktiivinen**

- Käytä paikallisen matkailuorganisaation ja Visit Finlandin markkinatuntemusta hyväksi
- Ehdota uusia ideoita ja kerro omat havaintosi eteenpäin – tieto auttaa kehittymään yhdessä

Digitalisaatio

Uusia valmennuksia!

- **Digiloikan tehospurtissa** parannetaan alueen ja sen kansainvälisesti toimivien yritysten digitaalista löydettävyyttä ja varattavuutta valituissa kanavissa. Sisältö: alkukartoitus, jossa perehdytään nykytilaan ja oleellisiin kanaviin. Tehospurttipäivä, johon kutsutaan yrityksen mukaan ja tavoitteena lisätä näkyvyyttä ja myytäviä tuotteita valittuihin kanaviin. Seuraavat askeleet ja jälkikartoitus. Miten tilanne on muuttunut? Tuleeko uutta kauppaa ja leadeja?
- **Digikanavista kasvua matkailuun 2023-24 -ohjelmassa** sparrataan DMOita ja matkailuyrityksiä digitaalisessa myynnissä ja kansainvälisessä kasvussa. Tulossa erittäin mielenkiintoisia workshopeja, seminaareja, asiantuntijoiden puheenvuoroja, menestys-caseja Suomesta ja maailmalta!
- **DataHub valmennukset jatkuvat** (<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/toiminta-suomessa/matkailun-tapahtumat>)

Hyödyllisiä linkkejä

- [Kansainvälistymistyökalut & tuotekehitys](#)

- e-learning, tuotekehitys- ja kv-oppaat, teemat, yhteystiedot

- [Vastuullinen matkailu](#)

- sertifikaattivertailu, ohjeet ja oppaat

- [Digitaalisuus](#)

- DataHub, varausjärjestelmien ominaisuusvertailu, e-learning, eri selvityksiä

- [Webinaarikoulutukset eri aiheista](#)

- Seminaarien satoa mm. oman verkkokaupan perustaminen, pitkäaikaiset trendit, vastuullisuustyökalut

- [Tietoa kohdemarkkinoista](#)

- runsaasti markkinatietoa Visit Finlandin markkinoista

- [Visit Finlandin julkaisut](#)

- Työkaluja ja oppaita matkailualan yrittäjille

Kiitos!

Visit Finland www.visitfinland.com

Facebook
facebook.com/visitfinland

Instagram
instagram.com/ourfinland/

Twitter
twitter.com/OurFinland

Youtube
youtube.com/user/VisitFinland