

# Ruuasta elämyksiä

Työpaja 3

19.4.2023 klo 8:30-11:30

Riikka Nurmi & Minna Elomaa



# Työstetyt ruokamatkailutuotteet

## **Valmiit Turun Ruokaviikkoihin mennessä:**

1. Salon oma siiderielämys / Brinkhall Sparkling / Tapani
2. Laidunpiknik – Rikalanmäki / Eija
3. Kartanoillallinen – Rikalanmäki / Eija
4. Taidebrunssi – Wiurila/Rikalanmäki / Eija
5. Koko perheen herkkuretki – jäätelökioskilta kioskille / Jellow Factory / Jonas ja Taija
6. Kontti Turun Ruokaviikolla 5.18.6.2023 / Salon kaupunki/Henna
7. Lähituottajapakkaukset, 3 hintakategoriaa / Voima-Papu/Katriina

## **Henna kontaktoi ja varmistaa näiden tilanteen:**

- Aito Siiderifestifaali Mathildedalissa / Lepola / Emmi
- Herrakunnan lammastilan piknikkori – Herrankunnan Lammas / Sari
- Kukkapeltopiknik / Pohjolan Tila / Minna
- Elämystasting luonnossa/Oluttasting / Mathildedalin Kyläpanimo / Jonas
- Olemassa olevat / päivitys: Artesaaniretki ja Alpakkapiknik Mathildedalissa

## **Kehitettävä tuote:**

- Luokkaretki/päiväkotiretki/senioriretki – Rikalanmäki / Eija

# Kommentit tuotekortteihin

**VARMISTETTAVAT, ETTÄ PÄIVITETÄÄN VISITSALO.FI SIVUSTOLLE / HENNA**

**Herrankunnan lammastilan piknikkori** – yhteys jotta saadaan tuotekuvaus valmiiksi. Tuote valmiina

**Luokkaretki, päiväkotit, senioriryhmät / eija**

- › Mtk rahoittanut maatilavierailuita kouluille. Lammastilan esittely – 5 pistettä
- › Rahoituslähteet selvitettävä ensin

**Alpakkapiknik** – on jo myynnissä

**Artesaanikierros** päivitetty- myynnissä jo

**Siiderifestivaalit** – kaikki tuottajat mukana – konsepti etenee suunnitellusti

Tuotteet toimivat myös kansainvälillä markkinoilla. Näitä voisi nostaa myös **kansainväliselle turisteille**.

# Kommentit tuotekortteihin

## SALON SIIDERIREITTI / TAPANI

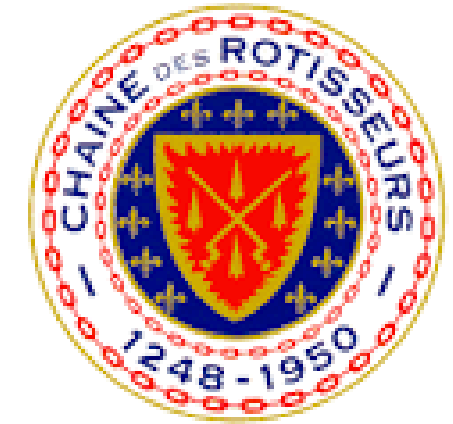
- › 2 erilaista tuotetta
- › 1. siiderireitti : 4 tuottajaa ja kartta, nettisivusto. Omatoimisesti kiertely.
  - › Kartalle pisteet – kierroksen matka noin 100 km
  - › Ruokapaikat kartalle – Rikala jne – siidereille sopivia annoksia – tasting voisi olla ruokapaikassa
  - › Kuvauksessa jokaisen paina henki ja erilaisuus esille
- › 2. Ohjattu paketti
  - › Isommille ryhmille ennakoilmoittautuminen – ohjatun kierroksen paketti
  - › Bussikuljetus, koulutettu vetäjä. 1. omenatarhasta, 2. käyminen 3. jääsiideri jne - tunnin pysähdys per paikka
  - › Siiderinreitin tarina kirjoitetaan ylös myös yksinmatkaaville
  - › Nostetaan esille Salo Suomen suurin maataloustoimija ja Salo Suomen siideripääkaupunki
- › Turun Ruokaviikolla 2 päivää
- › Ristiinmarkkinointi – kartalle 4 paikkaa – ruokapaikat läheltä, jotka ottavat tuotteet myyntiin tai tasting – siiderireitti suosittelee tätä ruokaa, lisäksi voisi olla.
- › Rikalassakin voisi olla tasting – lasinalunen missä printattuna siiderireitti / tieto yrityksestä
- › Reitin kohdekortin/verkkosivuston rakentaminen
  - › Oma alisivu VisitSalo.fi –sivustolle ja OutdoorActive - karttanäkymä- Sanna Lammervolta varmistus onnistuuko/Maija Pirvola osaa auttaa OA:n kanssa
  - › Domain varaaminen ja siitä ohjaus VisitSalon sivulle
  - › Salon ammattioppilaitoksen kanssa mahdollisuudet kartan visualisointiin / jari.porri@sskky.fi
- › Tarinan kitetyttäminen – visuaalinen markkinointimateriaali
  - › Kohteet
- › Kuljetusten sopiminen/ bussiyhtiö
- › Valitut 3-5 ravintolaa, johon tuotteistettava selkeä tasting setti / siidereihin sopiva ruoka
  - › 1 kauppa ja majoituspaikka mukaan - linkitykset
- › Priorisointi niin, että Turun Ruokaviikolle paketti kasassa, sekä ryhmä ja omatoimikierrros
  - › Launokorpi kuljetukset
  - › Kierrokset englanniksi
- › Somesisällön rakentaminen

# Kommentit

## PATIKKARETKI JA PIKNIK LAMMASLAITUMELLA

- › Reitin testaus 20.4
- › Varmistettava kaupungilta, että niittyä voi käyttää maksulliseen toimintaan
- › Tekstiin muokkaus
  - › Jylhiin perinnemaisemiin
  - › Alatekstiin; kohderyhmänä: kaikille, perheille, kesälomaretkeläiset, eläinten ystävät
  - › Varaudu kävelyvarustein – saappaat jalkaan – kuinka pitkä kävely?
  - › Päivien tarkennus niin että 2 olisi Ruokaviikolle, kellonajat voisivat olla aina samat
  - › Sivuille minimi 4 henkilö
- › Kuva piknikkorista ja sen sisältö kuvauksena: lähituotteet
  - › Voiko piknik korista olla 2 erisisältöä – perhehenkilöä / 2 henkilön kori
- › Lisätietoa lukijalle jos saatavissa- linkki Pepin sivuille, Pepin tilasta, koirista tietoa, maisemista tietoa, lampaista
- › Ristiinmyynti Pepin sivulle
- › Ennakkotilattavissa ryhmille – myös joustavasti
- › **Maksun suorittamisen tapa mietittävä**

## YLELLINEN ILLALLINEN WIURILAN AATELISKARTANOSSA



- › Kuvauksessa päärakennuksen korostaminen – sekä hyvät kuvat myös sisältä
- › Linkitykset kartanon historiaan
- › Keittiömestari nimellä ja kuvalla (Rôtisseurs LOGO)
- › Lisätään kesälle yksi arkipäivä
- › Linkki majoitusta tarjoaville sivuille, esim. Fjalar
- › Tilauksista ryhmille / kv puoli
- › Medianäkyvyyden pohdinta
- › Vanhan tuvan ankkaa on myös tarjolla Gaalassa
- › Markkinoinnin aloittaminen mahdollisimman pian – äitienpäivälahjasesonki
- › Brikhallin kartanoillallinen 15.6 – koordinointi yhteen

# Kommentit

## TAIDETTA JA BRUNSSIA WIURILASSA

- › Lisätään herkulliset kuvat
- › Hinta, saatavuus korttiin mukaan
- › Kellonaika syytä täsmentää näyttelyn aukiolon kanssa
- › Ehdotus klo 11-14 – musiikki klo 12
- › Brunssin menu sivuille näkyviin
- › Wiurilan Ann-Marien kanssa keskustelu museon aukioloista kesäsunnuntaisin + mahdolliset opastukset

## JÄTSKIHETKIRETKI

- › Kartan työstäminen – [jari.porri@sskky.fi](mailto:jari.porri@sskky.fi)
  - › Jäätelöpassin yhdistäminen kartan toiselle puolelle
- › Lapsen suusta siepattuna video jossa sanotaan ”jätskihetkiretki” huonolla ärrällä
- › VisitSalo sivuille tuotekortin vieminen ja hyvät kuvat idyllisistä kioskeista ja hienoista maisemista
- › Kohderyhmänä: pienet lapset
- › VisitSalon Fillarinreittien reittikortteihin jätskikioskit karttaan mukaan – tieto [sanna.lammervo@salo.fi](mailto:sanna.lammervo@salo.fi)
- › Lanseerata vappupäivälle jäätelö 6 eri makua → samalla markkinoida kioskikarttaa
- › Rikalanmäen torin terassille pehmiskone (ei sisälle) / pop up

# Kommentit

## LÄHIRUOKAKONTTI TURUN RUOKAVIIKOILLA

- › Kauppias Jonas Jokilehto
- › Kontin paikka ruokatorin ytimessä
- › Yrityssalo järjestää välivaraston
- › Kontti ei ole ilmastoitu, sähkökontissa – kolmivaihevirta/Henna varmistus
- › Alustavia tuotteita konttiin
  - › Pehmispiste, Antsun sinappi, mehu, lakupallot Desing Hill
  - › 3 pakkausta Salotuotetta – myyntiin konttiin – Katriinan kontaktointi
  - › Sähköpostilla haetaan lisää kiinnostuneita konttiin tuotteiden saamiseen
  - › Miten tehdä helpoksi tuoda tuotteet paikan päälle tai Salossa paikka määritellä hinta
- › Brinkhall 8.-18.6. torilla – selvitys onko mahdollista saada sijainti kontin viereen/lähistölle
  - › Brinkhall ja Henna koodinoivat sijainnit torilla
- › **Perjantaina 20.4. aamukahvitilaisuus kaupungin kanssa**

## LÄHIRUOKAPAKETIT / KATRIINA

- › 15, 20 ja 30 euron paketit lähiruokatuotteista
- › Myyntipaikkamahdollisuudet
  - › Myyntiin omaan Voima-Pavun verkkokauppaan
  - › **Brinkhallille saa myös myyntiin – kontakti Tapaniin**
  - › Paketit myyntiin konttiin, torin matkailuinfoon, Lossiranta
  - › Mahdollisuus myydä myös kesäkahvilaan, hotellit jne. (yrittäjän omaa myyntityötä)

# Priorisoidut kanavat myyntiin ja näkyvyyteen

## Yritysten omat verkkosivut, verkkokauppa ja somekanavat

- Hashtagit ja avainsanat (jaettavuus ja hakukoneoptimoitu sisältö)
- Koukuta ja houkuta otsikoilla, kuvilla, kilpailuilla ja sisällöllä
- Muista ristiinmyynti muiden yritysten kanssa!

## Visitsalo.fi / BookingPoint.fi

## Muut alustat ja kampanjat saada näkyvyyttä

- Salon kaupungin matkailukampanjat
- Turun Ruokaviikot <https://www.lyyti.fi/reg/turunruokaviikot>
- Ruokamatkailukilpailu <https://www.hungryforfinland.fi/ruokamatkailukilpailu/>

## Suosittelu- ja näkyvyyspalvelut

- TripAdvisor
- Google MyBusiness

## Soveltuvin osin tietojen syöttö Visitfinland DataHub



# Toimenpiteitä näkyvyyteen

Myynti- ja markkinointi-kanavat	Tehtävät/koordinoija	Mihin mennessä
Kaupungin matkailusivusto VisitSalo.fi	Voi syöttää itse linkistä sivustolle (tarvittaessa Sanna Lammervo/Salon kaupunki auttaa <a href="mailto:sanna.lammervo@salo.fi">sanna.lammervo@salo.fi</a> <a href="https://visitsalo.fi/yhteistyokumppaneille/#ac_visitsalo.fi">https://visitsalo.fi/yhteistyokumppaneille/#ac_visitsalo.fi</a> Lähiruokasivuston päivitys / Sanna	Viikko 17 tuotekuvaukset
Salo 2023	Jos päivitystarpeita matkailuesitteen (printti) tietoihin <a href="mailto:sanna.lammervo@salo.fi">sanna.lammervo@salo.fi</a> ASAP!	20.4.
Reitit Outdoor Active	Siiderireitin reittikortin rakentaminen VisitSalo-sivustolle Valmis reittikuvauksen OutdoorActiven hyödyntämissä apua <a href="mailto:maija.pirvola@yrityssalo.fi">maija.pirvola@yrityssalo.fi</a> / Sanna auttaa reittikortin luomisessa VisitSalo.fi sivustolle	Viikko 17
Turun Ruokaviikot	Ilmoita tuotteesi viikoille <a href="https://www.turku.fi/ruokakaupunki/turun-ruokaviikot">https://www.turku.fi/ruokakaupunki/turun-ruokaviikot</a>	14.5.
Ruokamatkailukilpailu	Ilmoita <a href="https://www.hungryforfinland.fi/ruokamatkailukilpailu/">https://www.hungryforfinland.fi/ruokamatkailukilpailu/</a>	1.5–31.7.2023
Paikalliset lehdet ja kesäjakelut	Miettikää, miten olette paikallisissa medioissa näkyvissä kesän aikana, esim. SSS kesäasukasjakelu kotiosoitteisiin	Jaetaan 24.5.
Kaupungin yhteiset	Kaupungin viestinnän kanssa läpikäynti yhteistoimenpiteistä/Henna informoi yrittäjiä	20.4
Kv-asiakkaat sopiville tuotteille	Kieliversiot kansainvälisille matkailijoille / VisitSalo.fi sivustolle VisitFinlandin DataHub – tietojen täyttö – ilmainen – tätä käyttävät myös kansainväliset toimijat	
Koulutus	Johanna Rintala – hakukoneoptimointi ja instagram – syksyllä alkaa teamsvalmennus 24.10 alkaa <a href="https://sskky.fi/koulutukset/sisallon-tuottaminen-ja-hakukoneoptimointi/">https://sskky.fi/koulutukset/sisallon-tuottaminen-ja-hakukoneoptimointi/</a>	

# Tee oman tuotteen lanseeraussuunnitelma

Asiakasryhmä	Tavoitteet (kpl/€/näkyvyys)	Myynti- ja markkinointikanavat	Tehtävät ja sisällöt	Aikataulu valmista

Valitse toimenpiteet, jotka oikeasti on mahdollista toteuttaa! Varaa aika tekemiselle.

# Työpajan materiaalit

# Työpaja 3. ohjelma

8:30

Tuotteistettujen palvelupakettien läpikäynti

Työpajojen tuloksena tulisi syntyä alueelle vähintään 4 ruokamatkailutuotetta ja 1 ruokareitti!

10:00



Digitaalinen polku

- Näkyvyys Visitsalo.fi – tuotekortit ja sähköiset kartat / Sanna Lammervo
  - Mitkä palveluista Turun Ruokaviikoille?
  - Yhteismarkkinoinnin toimenpiteet / kaupunki ja yrittäjät
- Lanseeraussuunnitelma

11:30

<b>Tuotteen houkutteleva nimi</b> Otsikko/tuotteen nimi. Noin 30-65 merkkiä, ei enempää	<b>Salon Siiderireitti</b>	
<b>Tuotteen elämyksellinen ingressiteksti</b>		
<b>Mikä on meidän lupaus elämäksestä?</b> Kenelle? Miksi asiakas tulisi? Millaisen elämyksen asiakas kokee? 3-4 lausetta. Lauseita, jotka kuvaavat tuotteen pääasiat.	KENELLE: Yksittäiset ihmiset, pariskunnat, perheet, kaveriporukat, työporukat, juhlaporukat, läheltä ja kaukaa MIKSI: Tutustuminen aitoon siideriin, makuelämykset, ajanvietettä lomapäivään, hauskanpitoa, oppi ja ymmärrys aiheesta, ostokset (juomat), erilaisten tuotantopaikkojen, valmistusmenetelmien ja tekijöiden näkeminen ELÄMYS: Siiderin tarina maistaen, haistaen, nähden ja kuullein, ehkä kokeillenkin -	
<b>Missä? Mikä tekee meistä erityisen?</b> Mistä meidän alue tai yritys on tunnettu? 3-4 lausetta	Suomen Siideripääkaupunkin - siideri ollut väärin ymmärretty tuote > nouseva siideritrendi? - Pienellä alueella neljä erilaista tuottajaa - Helppo tapa nähdä suuri osa suomalaisista tuottajista, nähdä missä omenat kasvavat - Lähiruoka - Yhdistääkö aluetta jokin (merellisyys, maaperä, ilmasto, lajikkeet, tekotavat)?	
<b>Mikä on tuotteen sisältö ja kulku pääpiirteittäin?</b> Avaa sisältö (menu, reitti). Jos useamman päivän ohjelma avaa päivien sisällöt. 3-4 lausetta. Kuvaa kronologisessa järjestyksessä kuvataan se, mitä lukija matkan aikana näkee ja kokee ja mistä matka koostuu. Kirjoita aktiivimuodossa ja vältä tylsien faktojen toistoa aistielämysten sijasta. Puhuttele lukijaa suoraan!	Kierrosten paikkojen palveluvalikoima ja aukioloajat yms. avattava > kartta > minkälaista sisältöä ja miten? > punainen lanka / tarina, joka yhdistää kohteet? OHJATTU KIERROS: kuljetusfirman toteuttamana (valmis paketti heille)	
<b>Saatavuus</b> Esim. vuoden ympäri	<b>Kesto</b> Lähtöaika ja päättymisaika	<b>Sijainti</b> Lähtö- ja päättymispaikka
Vuoden ympäri, painottuen kevät-kesä-syksyyn.	puolipäivää / oman valinnan mukaan / kokonaisvaltaisesti kaksikin päivää - koko kierros 100 km - toteutettavissa 1-2 päivässä	Salu - Siiderituottajat, lähtö ja päätyminen mistä haluaa. Miten saadaan houkutelua koko kierrokselle? > kunkin paikan eritvisuus
<b>Ryhmäkoko ja rajoitukset</b> Minimi/maksimiosallistujamäärä, esteettömyys, lapset, erityistarpeet	<b>Välineet ja varusteet</b> Esim. sään mukainen varustus, jalkineet	<b>Mahdolliset lisäpalvelut</b>
Kerralla onnistuu bussillinen - Omatoimimatkailijat vaikka yksin / ei ole esteetön / isommat ryhmät suositellaan	Säänmukainen, kuljetaanko tarhalla?	Tastingit - Reitin varrella ravintoloita, joilla kattaus siidereitä (esim. min 3/4) sekä niihin sopivaa syötävää? Polkupyörävuokrausta. Linja-
<b>Hinta (brutto)</b> Sis.komission ja verot. Aikuiset, lapset.	<b>Peruutusehdot</b> Kuvaus kohderyhmälle sopivalla tavalla	<b>Varaukset ja tiedustelu</b> Mistä voi varata? Kuka on vastuullinen toteuttaja? Nimi ja yhteystiedot
<b>Matkanjärjestäjän hinnoittelema / voidaanko vaikuttaa?</b>	Matkanjärjestäjän ehdot	Ohjattu kierros matkanjärjestäjältä. Omatoiminen: Infot nettisivuilla / samat infot kaikilta tuottajilta

# Elämispaketit Wiurila & Rikalan Krouvi

## Patikkaretki ja piknik Lammaslaitumella

Tule seikkailulle Halikon joen ylhiin maisemiin, tutustu lampaiden maisemanhoitotyöhön lampurin seurassa.

LUE LISÄÄ



## Illallinen Wiurilan kartanossa

Wiurilan yksityiskartano Salon Halikossa avaa ovensa yleisölle illallisen merkeissä. Wiurilan kartano edustaa historian merkittäviä koukeroita, jotka linkittävät tämän kauniin rakennuksen Napoleon I:n hoviin Ranskaan.

LUE LISÄÄ



## Taidebrunssi Wiurilassa

Tule ja koe Wiurilan kesän upea nykyaikaisen 10-vuotisjuhlanäyttely ja vietä näyttelykierroksen jälkeen brunssihetki tunnelmallisessa kabinetissa tai aurinkoisella terassilla.

LUE LISÄÄ



<https://wiurilansigrid.fi/elamispaketit/>

# Kontti Turun Ruokaviikoilla 5.-18.6.2023

- Kaupunki on varannut kontin lähiruokapuoti tms. käyttöön ja ohessa toki myös matkailuesitteet yms.
- Kaupunki kustantaa sekä kontin kuljetukset Turkuun torille ja takaisin sekä maksaa kauppatorin vuokran (700 €).
- Mahdollisesti kaupungilta voi tulla miehitysapua, mutta tästä ei ole vielä tarkemmin sovittu.
- Ruokaviikkoihin yms. liittyvistä muista asioista palaveri 20.4. klo 9-10 kaupunki/Henna
- Henna ja Joonas rakentavat sisällön kuntoon ja kontaktoivat lähiruokayritykset
- <https://www.turku.fi/ruokakaupunki/turun-ruokaviikot>



# Ohjeistus tuotteistusten läpikäyntiin

- 5 min esittely ja pohdituttavat asiat
- 5 min kommentointi ja viimeiset vinkit



# Matkailutuotteen tsekkilista

#	Hittituotteen tunnusmerkit	Muista!
1	Täsmäongelma/ <b>haluttu elämys tai kokemus</b> kuvattu	Elämys - myy asiakkaalle tunnelma - mitä asiakas kokee Tarinallisuus - sitoo palvelun yhteen - vetoaa järkeen ja tunteeseen Soveltuvuus - määrittele selkeästi kenelle tuote sopii parhaiten - yksittäiselle matkailijalle vai ryhmälle
2	Törkeä lupaus	Palvelusta ainutlaatuisuus
3	Tömäkkä takuu	Suosittelut, referenssitarinat
4	Helppo hinta	Ilmoita hinta yksiselitteisesti ja selkeästi
5	Selkeä sisältö	Riittävän yksityiskohtainen tuotekuvaus - mitä sisältää, mitä ei - asiakas voi arvioida soveltuvuutta itselleen Ostettavuus - ohjaa selkeästi tuotteen lunastukseen - mitä kautta tuotteen voi ostaa tai varata Saatavuus - milloin tuote on saatavilla - esim. kesäisin vai talvisin
6	Tarttuva nimi	Mieleenpainuva Tuotetyyppi - retki, reitti, tasting... Tunnistettava sijainti (monikanavaisessa myynnissä tärkeä)

# Tarinallisuus

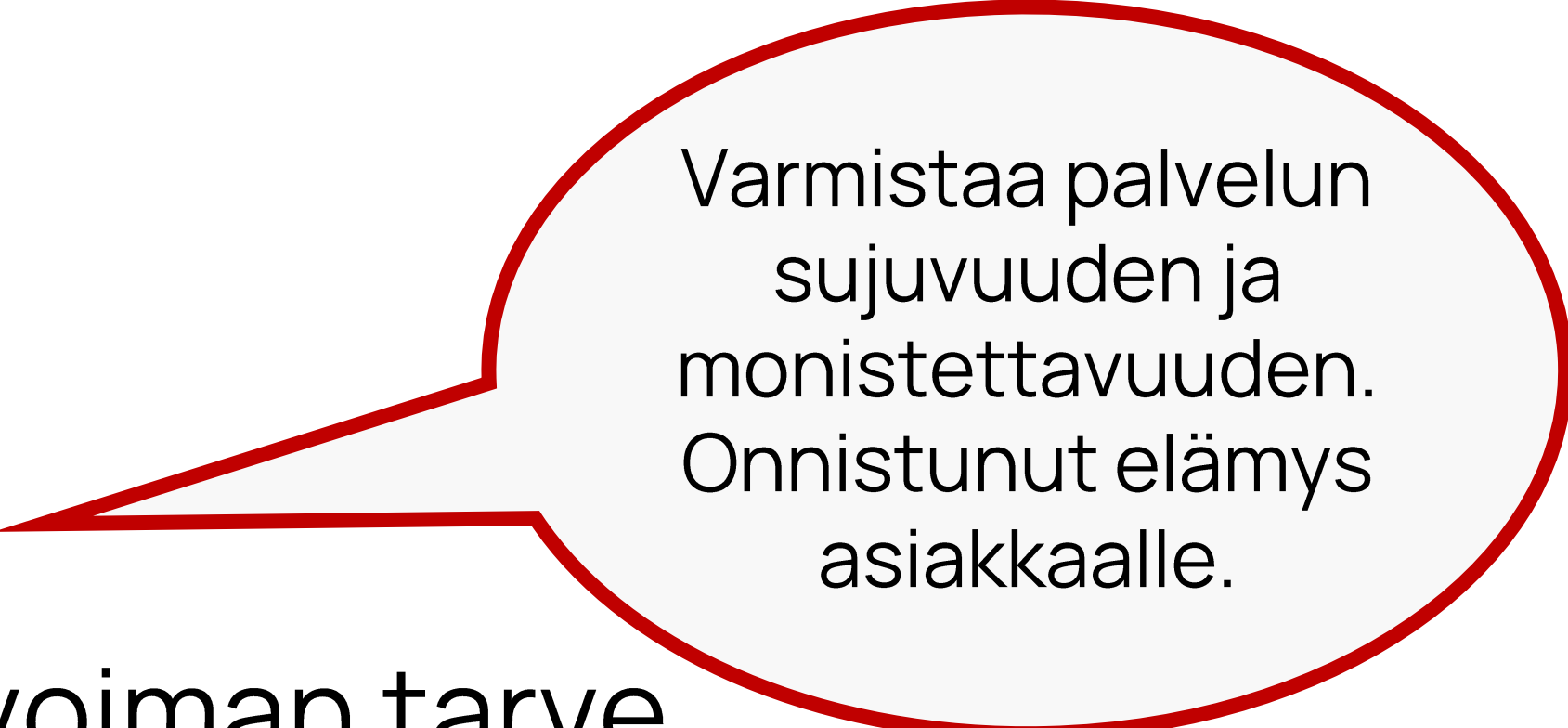
- Herättää asiakkaan kiinnostuksen – oho – millainen kokemus olisi tarjolla! Tämän haluan kokea itse!
- Sitoo palvelun eri vaiheet toisiinsa
- Hyvä tarina vaikuttaa järkeen ja tunteisiin
- Hyvässä tarinassa on rakenne eli alku, keskikohta ja loppuhuipennus
- **Hyvä tarina on tuotteen juoni! Kuvat tukemaan tarinaa!**
- **Onko jotain lisäinformaatiota, mihin asiakas voi tutustua ennakkoon?**

# MARKKINOINNILLINEN TUOTEKORTTI

<b>Tuotteen houkutteleva nimi</b> Otsikko/tuotteen nimi. Noin 50-85 merkkiä, ei enempää		
<b>Tuotteen elämyksellinen ingressiteksti</b>		
<b>Mikä on meidän lupaus elämyksestä?</b> Kenelle? Miksi asiakas tulisi? Millaisen elämyksen asiakas kokee? 3-4 lausetta. Lauseita, jotka kuvaavat tuotteen pääasiat.		
<b>Missä? Mikä tekee meistä erityisen?</b> Mistä meidän alue tai yritys on tunnettu? 3-4 lausetta		
<b>Mikä on tuotteen sisältö ja kulku pääpiirteittäin?</b> Avaa sisältö (menu, reitti). Jos useamman päivän ohjelma avaa päivien sisällöt. 3-4 lausetta. Kuvaa kronologisessa järjestyksessä kuvataan se, mitä lukija matkan aikana näkee ja kokee ja mistä matka koostuu. Kirjoita aktiivimuodossa ja vältä tylsien faktojen toistoa aistielämysten sijasta. Puhuttelee lukijaa suoraan!		
<b>Saatavuus</b> Esim. vuoden ympäri	<b>Kesto</b> Lähtöaika ja päättymisaika	<b>Sijainti</b> Lähtö- ja päättymispaikka
<b>Ryhmäkoko ja rajoitukset</b> Minimimaksimiosallistujamäärä, esteettömyys, lapset, erityisruokavaliot	<b>Välineet ja varusteet</b> Esim. sään mukainen varustus, jalkineet	<b>Mahdolliset lisäpalvelut</b>
<b>Hinta (brutto)</b> Sis.komission ja verot. Aikuiset, lapset.	<b>Peruutusehdot</b> Kuvaus kohderyhmälle sopivalla tavalla	<b>Varaukset ja tiedustelu</b> Mistä voi varata? Kuka on vastuullinen toteuttaja? Nimi ja yhteystiedot

Varmistaa myynnin ja markkinoinnin onnistumisen. Tekee ostamisesta helppoa!

# Sisäinen tuotekortti



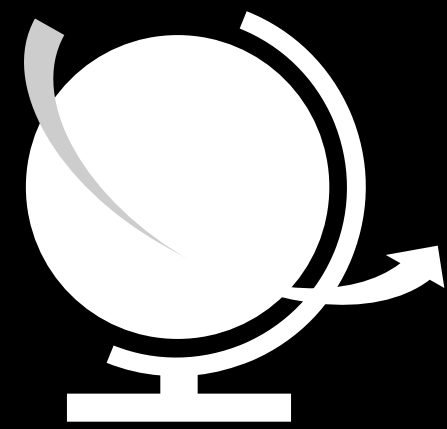
Varmistaa palvelun  
sujuvuuden ja  
monistettavuuden.  
Onnistunut elämys  
asiakkaalle.

- Tiimin jäsenet, palvelun tuottajat
- Työnjako ja vastuut - Myös palkattavan lisätyövoiman tarve, sijaisjärjestelyt?
- Työsuunnitelmat - Työn vaiheet, tavoitteet, aikataulutus
- Budjetti ja hinnoittelu - Perusta, osuudet ja tavoitteet
- Sopimukset ja luvat
- Välineet ja hankinnat
- Turvallisuus
- Laatuksiteerit - Yhdessä sovitut linjaukset: esim. millainen on laadukas esitys, millaista on laadukas asiakaspalvelu?
- Toimijoiden sitoutuminen - Onko tuotteella jatkuvuutta?

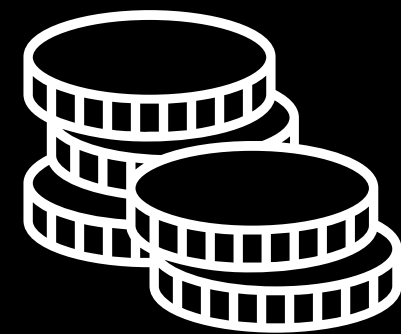
= > **Täytettävä ja tulostettava word-pohja**

# Digitaalinen polku

# Miten varmistamme digitaalisen asiakaspolun? Sisällöt ja kanavat.



**Unelmointi ja tutkiskelu**  
Ennen matkakohteen valintaa



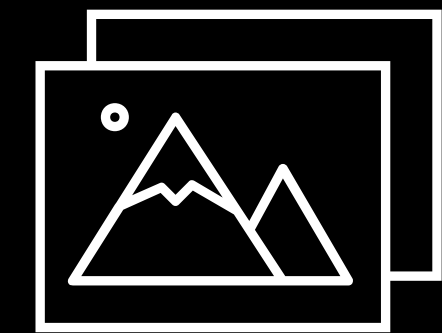
**Harkintavaihe**  
Tarkempien tietojen haku.  
Vertailu.



**Ennen matkaa**  
Lisää suunnittelua ja vinkkejä



**Matkan aikana**  
Digitaaliset palvelut, esim. kartat  
Kokemusten jako verkossa



**Matkan jälkeen**  
Muistojen ja kokemusten jako muiden kanssa.  
Suosittelet.

Digitaalisen asiakaspolun ja eri kanavien avulla luodaan kysyntää, kasvatetaan myyntiä ja sitoutetaan asiakkaista.

# Lanseeraus- suunnitelma

**Näkyvyys Visitsalo.fi – tuotekortit ja sähköiset kartat**

**Yhteismarkkinoinnin toimenpiteet / kaupunki ja yrittäjät**

**Mitkä palveluista Turun Ruokaviikoille?**



# Näkyvyys VisitSalo.fi – kohdekortit ja sähköiset kartat

- Matkailuyrittäjä voi itse syöttää kohteen sivuille ja käyttää olemassa olevia tunnuksiaan
- Tietojen syöttö: [https://visitsalo.fi/yhteistyokumppaneille/#ac\\_visitsalo.fi](https://visitsalo.fi/yhteistyokumppaneille/#ac_visitsalo.fi)
- Reittikortin sisällöt voi laittaa myös [sanna.lammervo@salo.fi](mailto:sanna.lammervo@salo.fi)
- Lähiruoka sivun kehittämiseen ideoita ja sisältöä yrittäjiltä <https://visitsalo.fi/lahiruoka/>
- Nyt nousee esille kohdekortit joissa 'lähiruokatäppä'.

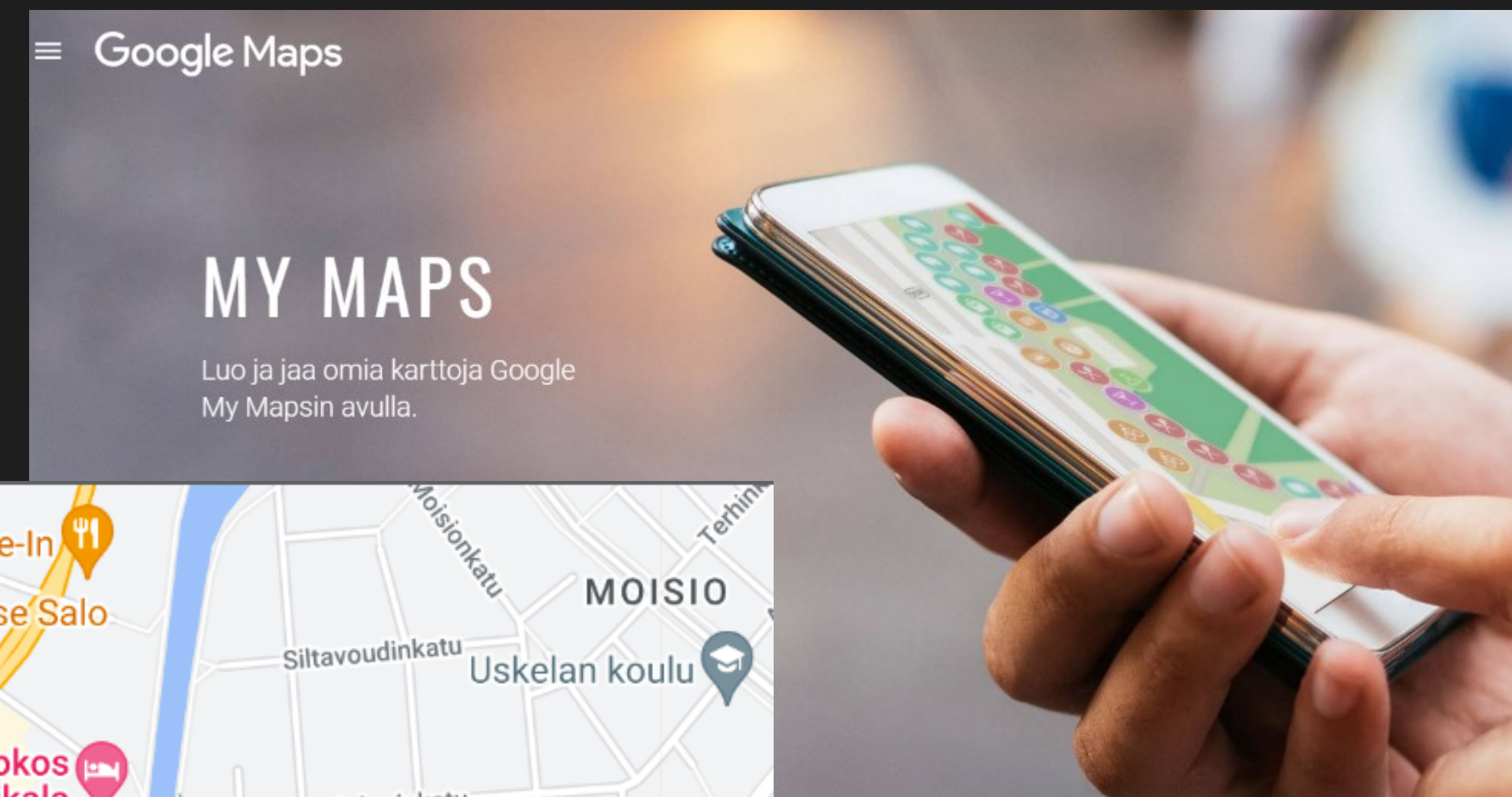
# Helppo ostettavuus VisiSalo.fi sivustolta

- › Jos tarvitset uuden verkkokaupan, Johku paras ratkaisu saada tuotteet VisiSalo.fi sivulle myyntiin (integraatio BookingPointiin)
  - › Johkun kautta kulkeva liikevaihto, jos alle 10 000 **komissio 2.5% alv (0) 250 Euroa**
  - › Jos asiakas varaa Kauppa- sivuilla <https://visitsalo.fi/kauppa/> olevan Bookingpoint.fi linkin kautta, silloin myynnistä otetaan **8% komissio**
  - › Jos asiakas varaa linkin kautta ja linkitys asiakkaan omaan verkkokauppaan niin sitten Bookingpoint.fi komissiota ei mene
- › Jos yrittäjällä on jo verkkokauppa (joka ei ole integroitavissa ) eikä pysty/halua investoida uuteen, niin ruokamatkailutuotteiden kuvaukset syötetään VisiSalo.fi sivuille, linkitetään yrityksen verkkokauppaan, jossa ostotapahtuma tehdään
- › Yrittäjällä ei ole verkkokauppaa, eikä halua/ei ole mahdollista perustaa, linkitys yrittäjän verkkosivuille ja siellä palvelun varauslomakkeeseen
- › Venuu myös hyvä myyntikanava, jos tarjolla on elämys- ja kokous/juhlatilapalveluita ryhmille: yritysten tykypäivät, kokoukset tiloineen, polttariporukat, häät jne

# OutdoorActive.fi

- OutdoorActiven kartan saa upotettua VisitSalon kohdekortille
- OutdoorActivesta saa tulostettua reitin, mutta pitää olla kirjautuneena sisään.  
<https://www.outdooractive.fi/fi/knowledgepage/miten-tulostan-reitin-/51214231/>
- Lisätiedot Maijalta
- <https://visitsalo.fi/reitit/>
- <https://kohteet.visitsalo.fi/koe-salon-kulttuurin-helmia-kulttuurireitti/>

# Google MyMaps

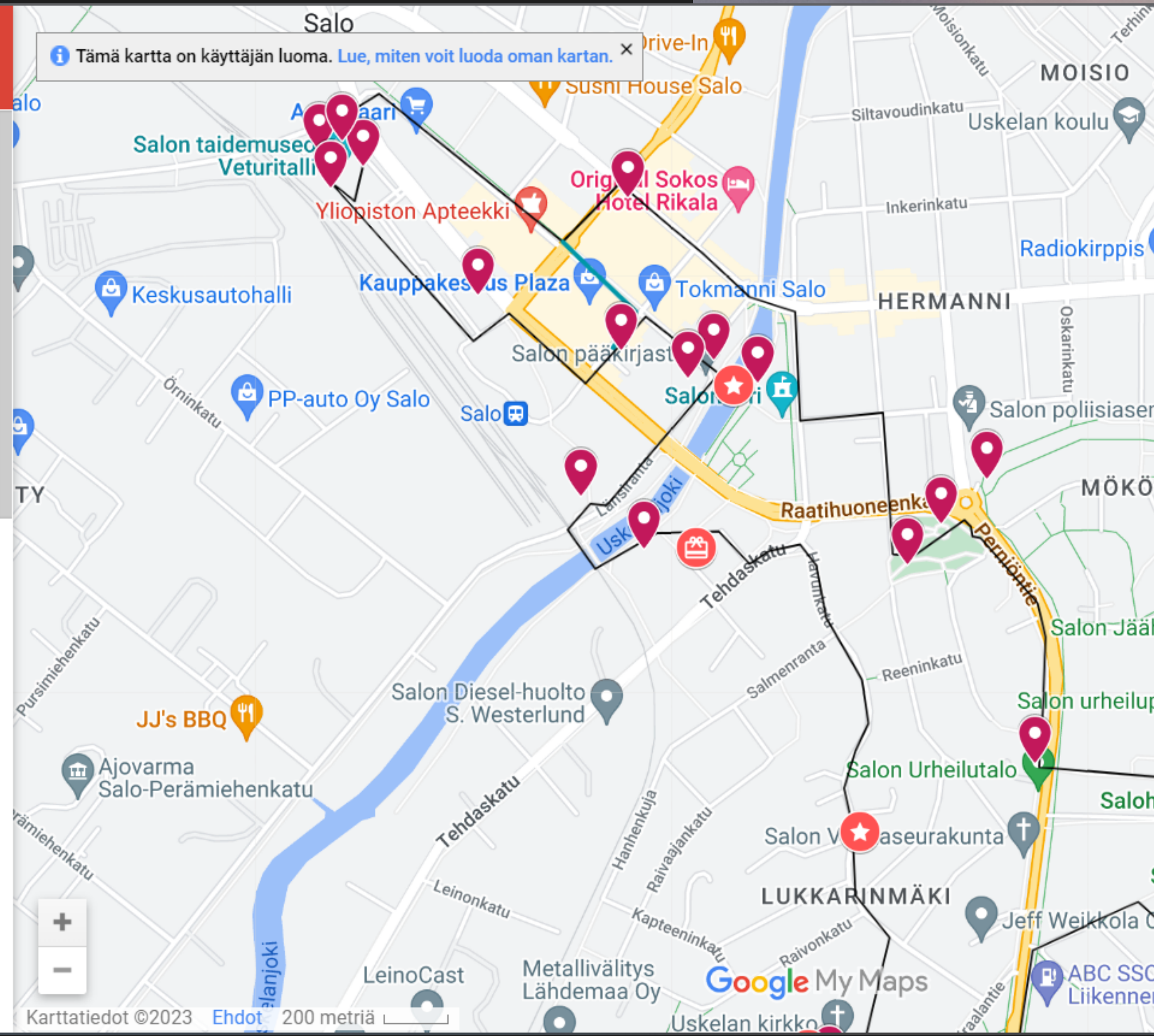


**Kultturelli Kaupunkikävely**

Kaupunkimaisemia ja julkista taidetta  
169 126 näyttökertaa  
Julkaistu 10. helmikuuta 2021  
JAA

Kultturelli Kaupunkikävely

- Kävelyreitti
- Bertel Jung : Vapaussodan sankarihauta
- Ben Renvall : Marjatta
- Vesisäiliö : Kaupunkinäkö
- Lukkarinmäki
- Kulttuuritalo Villi
- Sirkka Kiviranta : Rantaradan muistomerkki
- Armas Hutri : Kahlehtija
- Salon palon muistolaatta
- Uskelanjoki
- Ben Renvall : Seppä Lauri
- Jarkko Roth : Tiedon voima
- Jukka Hakonen : Repo Lauri



- Jako linkillä / URL
- Printtaus
- Upotus verkkosivuille (julkinen kartta/reitti)

# Lanseerauksen todo

#	Tehtävä	Muista!
1	Ihannesiakas	Ketkä ovat ensimmäiset asiakkaat? Kenelle uutuusarvo voisi olla merkittävä? Helppo saada asiakkaaksi? Ketkä voisivat olla meille hyviä suosittelijoita ja "markkinoijia"?
2	Tavoitteet	Mitkä ovat näkyvyys, kävijä ja/tai myyntitavoitteet, jotta olemme tyytyväisiä? (tunnettuus, sisäänheittotuote, katetta tuova palvelu)
3	Testaus	Testaa palvelua käytännössä (sisäinen tuotekortti apuna) Testaa markkinointiviestinnän ymmärrettävyys ja houkuttelevuus
4	Lanseeraus-suunnitelma	Missä ollaan esillä? Mitä aiot viestiä? Kuinka usein?

# Oma Lanseeraussuunnitelma

Asiakasryhmä	Tavoitteet (kpl/€/näkyvyys)	Myynti- ja markkinointikanavat	Tehtävät ja sisällöt	Aikataulu valmista
Lapsiperheet Pariskunnat .....	Tapahtumapäivän aikana 10 perhettä = > xxx €	Visitsalo.fi BookingPoint.fi  Omat verkkosivut Omat somekanavat  Päiväkodit ja alakoulut  SSS/Kesälehti/Salonseudun sanomat	Tuotekuvaus  Tuotesivu, UKK Suunnittele 5 postausta ja aikatauluta  Sähköpostilla kontaktointi  Lehtien kontaktointi (SSS kesäasukasjakelu kotiosoitteisiin 24.5.)	1.5. Kesäkuu  1.5.

Valitse toimenpiteet, jotka oikeasti on mahdollista toteuttaa! Varaa aika tekemiselle.

**Lisämateriaalia**

	Sisältää	Ominaisuuksia	Käytettävyys	Hinnoittelu
<b>Johku</b>	<b>Tekninen ratkaisu</b> <b>Johku Travel, Event, Retail, Services</b> Erilaisia paketoitteja tarpeisiin: Verkkokauppa Kauppapaikka sivusto Varauskalenteri Kassajärjestelmä Toiminnanohjausjärjestelmä (mm tilaukset, varaukset, asiakasjärjestelmä)	+Kotimainen +Moderni myynnin työkalu, +Tuotteet helppo saada myyntiin omaan verkkokanavaan ja kumppanialustoille (mm Gofinland, Retkipaikka) +Työkalut palveluiden, tuotteiden ja tapahtumien myyntiin ja markkinointiin +Ristiinmyynti muiden Johkukauppioiden kanssa	<b>Yhteensopiva matkailualustojen kanssa mm. BookingPointin ja Tripadvisor Experiencen kanssa</b>  <b>Kasvaa yrittäjän toiminnan laajentumisen myötä, monipuolinen</b>	Johkun kautta kulkeva liikevaihto, jos alle 10 000 <b>komissio 2.5% alv (0) 250 Euroa</b> (komissio vaihtelee 2,5-0,1%) Hinta sisältää kaikki peruspalvelut
<b>BookingPoint</b>	<b>Matkailualusta</b> Natura Viva ja Johku vastaavat toteutuksesta. Käyttää Johkun verkkokauppa- alustaa	+ Johkun ominaisuudet käytössä +Jo 15 kuntaa mukana (PKS, Salo, Kemiönsaari, Lohja, Raasepori ...) käyttö laajenemassa +Myös englanninkielinen versio olemassa kv matkailijoille	<b>+Kunnat ja matkailuyrittäjät samalla alustalla</b> <b>+Kotimaan matkailupalveluiden varausalusta</b> <b>+Salon kaupungilla käytössä - Visit Salo</b>	Verkkokaupasta tapahtuvasta myynnistä <b>8% komissio</b> kumppanikuntien alueella toimivilta yrityksiltä. Jos ei ole kuntakumppanuutta niin komissio 10%
<b>Doerz</b>	<b>Matkailualusta ja tekninen ratkaisu</b> -Jokaiselle alueelle räätälöity landing page -Maksujen automaattinen välitys palveluntarjoajalle, <b>ei tarvitse erillistä verkkokauppaa</b> -Käyttäjätuki, raportointi -Hakukoneoptimointi -Markkinointipaketti	+Kaupungeille, elämysten tarjoajille ja loppuasiakkaille (mm. Helsinki, Turku, Rauma, Tampere) +Nopeakäyttöinen sivusto, jonne jokainen voi lisätä omat tuotteet	+Helppokäyttöinen <b>+Alueen etusivu kokoaa koko alueen elämystarjonnan hyvin yhteen</b> <b>+Jokaisella tuottajalla oma sivu, josta asiakas voi ostaa aktiviteetit</b> <b>+alustalla voidaan välittää myös yksityishenkilöiden palveluita</b>	Alustan käyttö maksuton Jos kaupunki mukana komissio toteutuneista myynneistä jopa 5%. <b>Muutoin 8%. Ei muita kuluja -aikaisemmin komissio 20%-nyt ovat poistamassa</b>
<b>Venuu</b>	<b>Alusta ja myyntikanava:</b> Tilat ja elämykset yritys- ja yksityistilaisuuksiin kuten juhliin, kokouksiin, illallisiin, lounas- ja aamiaistilaisuuksiin, saunailtoihin, kesäjuhliin sekä pikkujouluihin. N. 5000 tilaa, potentiaalisia asiakkaita noin 150 000 / kk käy sivustolla.	+Ei edellytä verkkokauppaa tai integraatioita yrittäjältä. +Palvelut syötetään alustalle, jossa käydään asiakasviestintä myös laskutustietojen osalta -Venuun kanssa tehdään sopimus alustalle päästystä: tietyt kriteerit toiminnalle, sijainti, ryhmät jne	<b>+ Elämykset, jotka tarkoitettu ryhmille: esim. yritysten tykypäivät, polttariporukka, häät, syntymäpäiväjuhlat</b> -Ei sisällä palveluita yksittäisille kuluttajille ja perheille ( pl. juhlat ja tilaisuudet) -Ei alueen koontisivustoa	<b>Aloituskasvu 390 Euroa + alv</b> (tiedot, kuvat ja toiminnan käynnistys) 15% toteutuneista alustan kautta tulevasta myynnistä



	Sisältää	Vahvuudet	Käytettävyys	Hinnoittelu
<b>Bokun</b>	<b>Tekninen ratkaisu ja matkailualusta</b> Verkkokauppa Markkinapaikka – alueen tarjoajien kanssa Kanavanhallinta Tuotehallinta Raportointi	+Nopea käyttöönotto +Ei vaadi omaa varausjärjestelmää tai sen ylläpitoa + <b>Sopii erityisen hyvin kv matkailijoita palvelevia yrityksiä ja yrittäjiä</b> +Ulkomaiset matkanjärjestäjät etsivät kumppaneita sen verkostoitumistyö-kalujen kautta + <b>Toimii Tripadvisor experience alustana</b> + Varaukset kootaan Expedia, Viator, GetYourGuide + muilta alustoilta	+Monipuolinen myyntikanava erityisesti kv matkailijoille +Helppokäyttöinen - tuotepaketit luodaan järjestelmässä, ajastetaan hinta- ja varauskalenterit ja palvelu antaa upotuskoodin omille verkkosivuille	<b>Bokun Pro 49 \$ / kk (n. 550 Euroa/vuosi) + 1,5% myynnistä b2b markkinapaikka</b>
<b>Tripadvisor experiences</b>	Mahdollistaan tuotteiden luonnin ja myynnin Tripadvisorissa jo olevalle yleisölle. (Viator=Tripadvisor experiences)	+Integrointi yrityksen omaan varaus-järjestelmään (Bokun, Johku)		Näkyvyys Tripadvisorissa ilmaista <b>Varaus ja myynti maksullinen experience ominaisuus 20% myynnistä</b>
<b>Travius</b>	Monipuolinen monipalveluyritykselle: hotelli, ravintola ja ohjelmapalvelut- kaikki yrityksen toiminnot henkilöstön resurssien hallintaan asti. Sopii myös yrittäjäverkoston resurssinhallintaan		Eryteisesti Pohjois-Suomen matkailuyritykset käyttävät tätä. Liian 'järeä' ruokamatkailuyrittäjien tarpeeseen	
<b>Atflow</b>	<b>Matkailun verkkokauppa ja matkailuportaali</b> Varauskalenterit, Laajat palveluiden ja tuotteiden markkinointi- ja hinnoittelumahdollisuudet Mahdollisuus automatisoituun laskutukseen Raportointityökalut: laskut varaustilanne jne	+ Toimii ulkopuolisten varaushallinta-järjestelmien kanssa Smoobu, Bokum ja Booking + Mahdollisuus asiantuntijapalvelut verkkopalveluiden ja digimarkkinoinnin kehittämiseen	Verkkokauppa skaalautuu matkailuportaaliksi, joka tuo useita matkailutoimijoita yhteen ja palvelee asiakkaita yhden verkkopalvelun alla. Hallinnointi on mahdollista hoitaa keskitetysti jonkun toimesta, tai kukin omansa.	Hinnoittelu tapauskohtaisesti. Karkea hintahaitari Pienet matkailutoimijat, hinta <b>alkaan noin 4500€</b> Monikauppiasmalli, hinta arviolta välillä 10.000 € - 30.000€ Ylläpitomaksu on 45€/kk, ja monikauppiasmallissa 45€/yrittäjä/kk. Hintoihin lisätään alv 24%.

	Sisältää	Vahvuudet	Käytettävyys	Hinnoittelu
<b>Visit Finland MyStay / DataHub</b>	<b>Matkailutuotteiden tietokanta</b> MyStay poistunut käytöstä – tilalla Visit Finland DataHub	<b>Rajapinnan kautta yritys- ja tuotetietoa voi jakaa useisiin eri julkaisukanaviin mm VisitFinland, alueelliset sivut, kaupalliset toimijat</b>	<b>Tietokanta, johon kannattaa liittyä, jos haluaa palvelutiedot eri julkaisukanaviin.</b> -Ei tuotteiden ja palveluiden myyntiä	<b>DataHubin hyödyntäminen on ilmaista</b>
<b>Smartum</b>	<b>Työsuhde-edut</b> Palveluntarjoajaverkoston liittymällä ilmaiseksi voi vastaanottaa Smartum maksuja	+ Smartumin etuja käyttää jo 700 000 suomalaista +Verkoston liittymisen maksutonta	-Ei toimi ruokamatkailualustana +Soveltuu lounas- ja ravintola-palveluihin Verovapaaseen <b>kulttuuri-toimintaan ei kuulu ruoka- tai juomakulttuuri, kuten kokkurssit/viinimaistiaiset</b>	4-4,5%
<b>Holvi</b>	<b>Talouselusta yrittäjälle</b> Yritystili, -kortti, laskutus, verkkolaskut. Verkkokauppa ja kirjanpitoalvelut	+Edullinen +Helppokäyttöinen talouselusta yrittäjälle	<b>-Ei matkailualusta</b> <b>+Toimiva ja näppärä verkkokauppasovellus yrittäjälle omien tuotteiden ja palveluiden myyntiin.</b> soveltuu parhaiten digituotteiden ja palveluiden myyntiin	9-79 Euroa / kk Hinta riippuu kirjanpitoalveluiden ja Alv- ilmoitusten ja –maksujen laajuudesta

# Lisäksi erilaisia tilavuokraus- ja elämysalustoja kasvavassa määrin

- › Tripadvisor
  - › näkyvyysalustana erinomainen
  - › Ilmainen
- › Google my business
  - › Profiilin päivitys ja kuvat kuntoon
  - › ilmainen
- › Happens.fi
  - › Kokoukset, tilat, elämykset ja aktiviteetit yrityksille ja kuluttajille
  - › Hinnoittelu aloitusmaksu 99-199€ plus 59-99€/kk
- › Elämyskauppa:
  - › Alkoholia sisältäviä elämyksiä ei voida suoraan markkinoida, mutta esim. tutustumista tuotantoon voidaan tehdä.
  - › Komissio neuvoteltavissa. Keskimäärin 30%
- › Kokemuskauppa.com ja Gift4you
  - › Lahjakorttienverkkokauppoja
- › Gofinland.fi
  - › valtakunnallinen Suomen mökkilomailuun keskittynyt markkinapaikka, kokoaa vuokramökkitarjonnan sekä aktiviteetit alueellisesti
  - › Johku toimii verkkokauppa-alustana

# Tripadvisor - suosittelumarkkinointi kasvaa

- › Toisten matkailijoiden antamat arvostelut tuotteista ja palveluista
- › **Tripadvisor on matkailijan mekka ja matkailuyrityksille pakollinen.**
- › **Peruskäytössä yrityksille maksuton**
  1. Tee selkeä, lyhyt kuvaus palvelustasi asiakkaan näkökulmasta
  2. Kuvat tuotteesta ja palvelusta tärkeitä – enemmän kuvia enemmän huomioita. Kannusta asiakkaitasi lisäämään kuvia
  3. Kerro profiilistasi matkailijoille. Tripadvisor tarra oven pielessä - ja pyydä kirjoittamaan kokemuksesta tai antamaan suositukset
  4. Jos saat palautetta niin reagoi siihen – myös negatiiviseen asiallisesti. Älä toista negatiivista palautetta, koska se nousee uudestaan esille → voit tilata myös arvostelusta viestin sähköpostiisi niin tiedät mitä tapahtuu – eikä tarvitse roikkua

# Google MyBusiness

- › Muuta Google Hausta ja Mapsista yrityksesi löytäneet käyttäjät asiakkaiksesi maksuttomalla kauppasi tai palvelualueesi Yritysprofiililla. Tee profiilistasi yksilöllinen muun muassa kuvien, tarjousten ja postausten avulla.

