



Visit Finland

Visit Finland & Venäjän markkinat

Aleksandra Shakhnovich
Sales Promotion Specialist, Visit Finland

Visit Finland

- Visit Finland vastaa yhdessä matkailutoimialan kanssa ulkomailta Suomeen suuntautuvan matkailun edistämisestä
- Visit Finland luo kansainvälisesti kuvaa Suomesta haluttavana matkakohteena ja tukee valtakunnallisesti alan yrityksiä ja yritysryhmiä kansainvälisille markkinoille tarkoitettujen matkailupalvelujen kehittämisessä ja markkinoinnissa.
- Visit Finland on osa Business Finlandia ja toiminta rahoitetaan valtion budjetista.



Visit Finland lyhyesti

- Ydintehtävät:
 - Suomen matkailullisen imagon kehittäminen maailmalla yhteistyössä alan yritysten, muiden vienninedistäjien ja Team Finland-verkoston kanssa
 - Markkinatiedon tarjoaminen matkailuelinkeinon tarpeisiin
 - Matkailualan yritysten ja alueiden kansainvälistymisen, tuotekehityksen ja tuotteistamisen tukeminen sekä markkinointi

Visit Finland lyhyesti

- Valituilla kohdemarkkinoilla:
 - Visit Finland -tehtäviä hoitavat matkailutoimialan asiantuntijat tai Visit Finland -edustajat.
 - Tehtävät ovat markkinointi, myynninedistäminen, markkinoiden seuranta ja tiedonvälitys analysointia varten
 - Myynninedistämisen tiimi Helsingissä koordinoi kaikkia toimenpiteitä Visit Finlandin kohdemarkkinoilla
- Kotimaassa:
 - Alueellisen ja teemallisen yhteistyön rakentaminen ja toimivien yritysverkostojen muodostaminen
 - Yhteisten työkalujen tuottaminen, digitalisaatio, neuvontaa ja valmennusta kansainvälistymisen edistämiseksi
- Visit Finland on osa Business Finlandia. Visit Finlandissa työskentelee noin 60 henkilöä.

Kehitettävät teemat ja tavoitteet

Kohti kestävää, ympärivuotista matkailua matkailun kaikilla neljällä suuralueella

Poikkileikkaavina

- Ympärivuotisuus
- Digitaalisuus
- Vastuullisuus

Kesäaktiviteetit

Suomen luonto tuotteistetaan houkutteleviksi paketeiksi tai päiväretkeiksi.

Koulutus

Matkanjärjestäjien ohjelmistoon ympärivuotista tuotetarjontaa Suomesta

Kulttuuri

Suomalainen kulttuuri on matkailullisesti vetovoimaista ja kysyttyä kansainvälisillä markkinoilla.

Luksus

Suomesta löytyy luontoelämyksiä ja "erilaista luksusta"

Ruoka

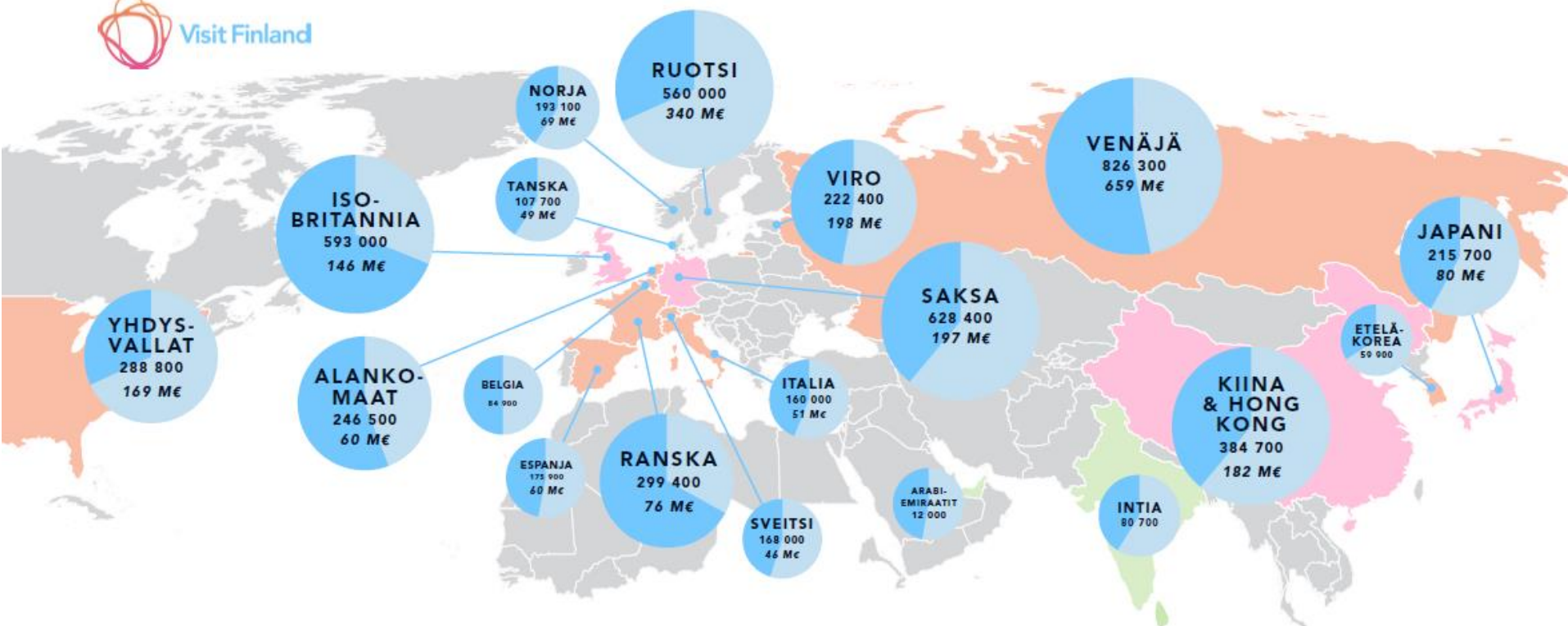
Ruokamatkailu elämykselliseksi osaksi Suomen matkailumaakuvaa!

Terveys

Suomalaisten terveyspalveluja tarjoavien ja välittävien yritysten kansainvälistyminen.

Urheilu

Lisätä Suomen tunnettuutta ympärivuotisena kohteena urheiluharrastajien keskuudessa.



VISIT FINLANDIN KOHDE-MARKKINAT JA MUUT SUOMEN MATKAILULLE MERKITTÄVÄT MARKKINAT

Yöpymiset ja matkailutulot Suomessa 2018

- YÖPYMISET 2018 KESÄKAUSI
- YÖPYMISET 2018 TALVIKAUSI
- PÄÄMARKKINAT
- VAKAAN KASVUN MARKKINAT
- NOPEASTI KASVAVAT & UUDET MARKKINAT

Ulkomaisia yöpymisiä 6,8 miljoonaa.

Matkailuvienti 4,6 mrd € (ennakko 2017).

Kotimaisia yöpymisiä 15,4 miljoonaa.

Kotimaiset matkailutulot 10,4 mrd. € (ennakko v. 2017).

Lähteet: Tilastokeskus - Visit Finland, tilastopalvelu Rudolf

Matkailu Suomessa kasvoi vuonna 2018

KANSAINVÄLISTEN MATKAILIJOIDEN
YÖPYMISET 2018

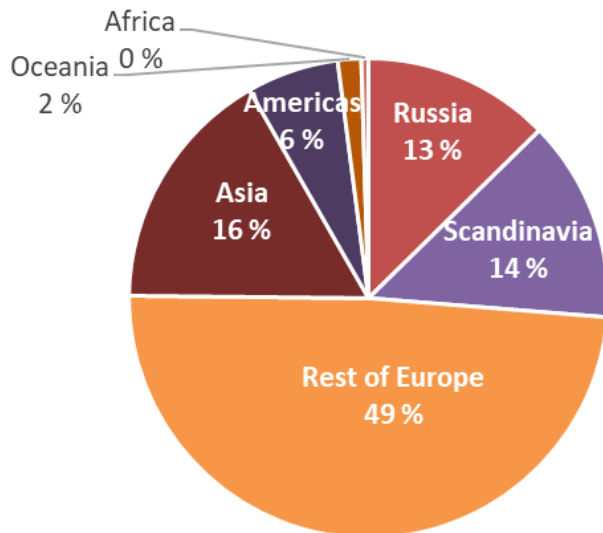
6.8 miljoonaa

+1% kasvua vrt. 2017

KV-YÖPYMISTEN KEHITYS

■ Foreign overnights in total

Foreign overnights from different regions
to Finland in 2018



7 000 000

6 000 000

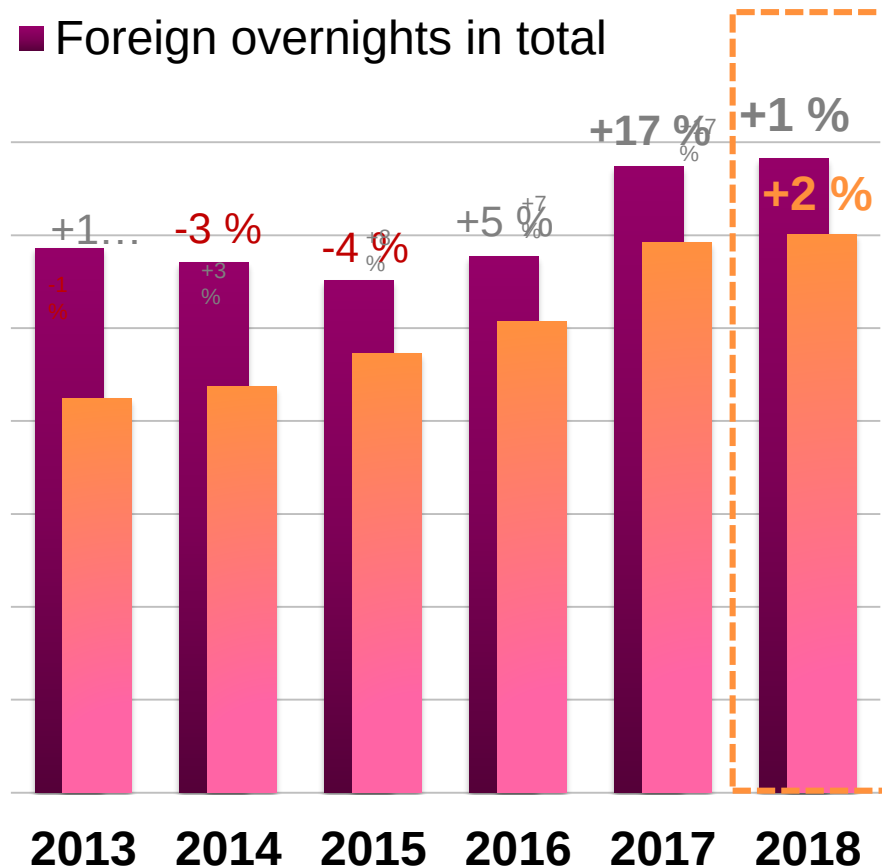
5 000 000

4 000 000

3 000 000

2 000 000

1 000 000



Talvimatkailun kasvu siivitti vuoden 2018 positiiviseen tulokseen, kesä- ja talvimatkailu nyt tasavahvoja

TALVI 3,4 miljoonaa, +9 %

50 % yöpymisistä

KESÄ 3,4 miljoonaa, -3 %

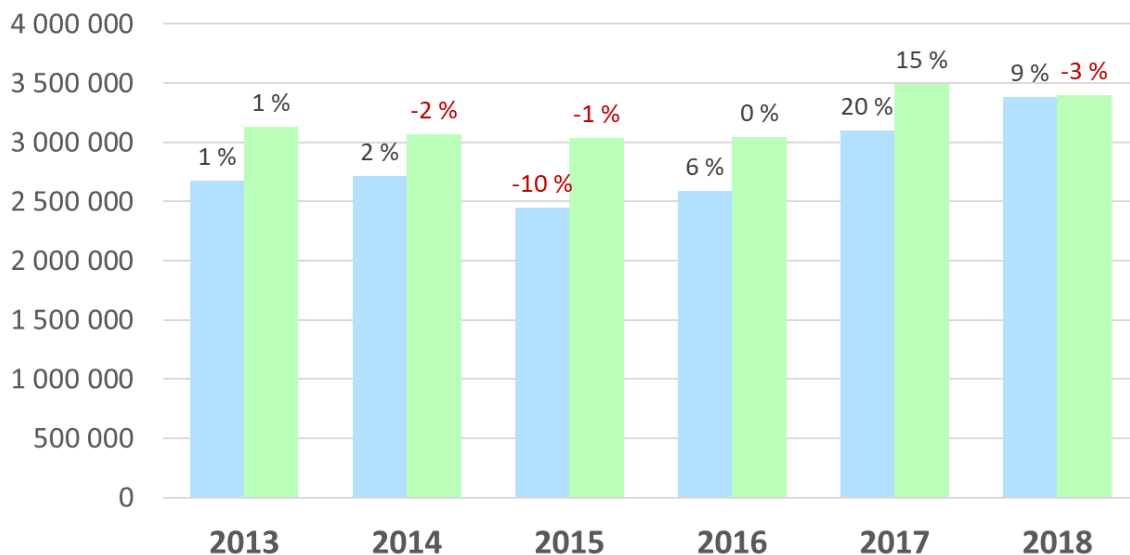
50 % yöpymisistä

Talvimatkailu Suomeen jatkoi kasvuaan, kun taas kesän osalta jäätiin vuoden 2017 kesää heikommalle tasolle. Niinpä yöpymismäärät talvi- ja kesäkaudella olivat lähestulkoon identtiset. Talvikauden yöpymismäärien lisäys oli noin 280 000 (+9 %) ja kesäkauden vähennys noin 97 000 (-3 %).

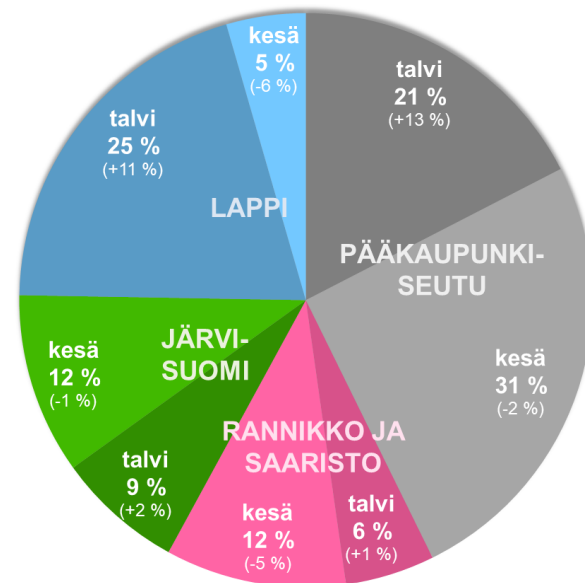
Yöpymiset lisääntyivät kaikilla matkailun suuralueilla talvikaudella ja toisaalta vähenivät kesäkaudella. Eniten kasvua kertyi talvikaudella Pääkaupunkiseudulla (+13 %) sekä Lapin alueella (+11 %).

Ulkomaiset yöpymiset talvi- ja kesäkaudella 2013-2018 sekä muutos edelliseen vuoteen

■ Talvikausi (11-04) ■ Kesäkausi (05-10)



Ulkomaisten yöpymisten osuudet alueittain ja sesongeittain 2018



SUOMEN TOP-20 LÄHTÖMAATA

MAA	YÖPYMISET	MUUTOS 2017/2018
1. Russia	816 200	-1%
2. Germany	628 100	+1%
3. United Kingdom	594 600	+2%
4. Sweden	560 000	-6%
5. China & Hong Kong	384 600	+6%
6. France	299 300	+7%
7. United States	288 600	+7%
8. Netherlands	246 400	+8%
9. Estonia	222 600	+1%
10. Japan	215 700	-10%
11. Norway	192 900	-3%
12. Spain	175 700	+8%
13. Switzerland	168 000	0%
14. Italy	159 800	+3%
15. Denmark	107 700	-5%
16. Poland	105 300	-10%
17. Australia	94 000	+14%
18. Belgium	84 900	+21%
19. India	80 600	+3%
20. Austria	70 300	-1%

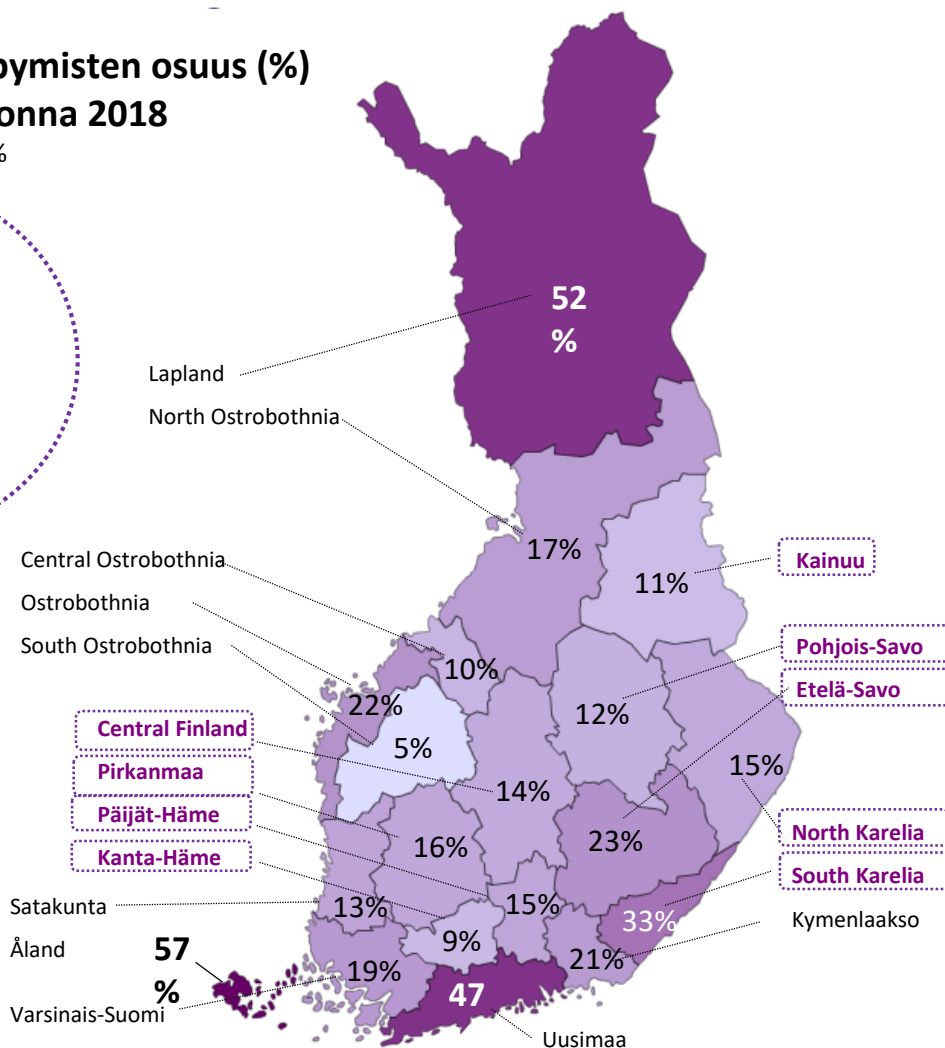


Visit Finland

Ulkomaisten yöpymisten osuus (%) maakunnissa vuonna 2018

Kukin maakunta = 100 %

Koko Suomessa kirjattiin yhteensä **6,8 miljoonaa** ulkomaista yöpymistä vuonna 2018



Lakeland: Main countries of origin

	Nights spent	Change 2018/2017	Country's share of foreign nights
Foreign, total	1 188 700	1 %	
Russia	398 700	0 %	34 %
Germany	111 300	-3 %	9 %
Estonia	65 500	-2 %	6 %
Sweden	59 300	-1 %	5 %
China & Hong Kong	41 200	60 %	3 %
United Kingdom	37 000	-7 %	3 %
Netherlands	34 500	8 %	3 %
France	34 100	-1 %	3 %
Italy	24 900	12 %	2 %
United States	24 800	-6 %	2 %
Switzerland	24 200	-2 %	2 %
Poland	19 400	-15 %	2 %
Spain	18 000	-6 %	2 %
Norway	15 600	-27 %	1 %
Denmark	15 200	-19 %	1 %
Latvia	15 100	-22 %	1 %
Austria	12 800	-22 %	1 %
Thailand	12 400	-3 %	1 %
Japan	11 900	0 %	1 %
Korea, Republic Of	10 800	255 %	1 %
Lithuania	10 700	11 %	1 %

Lähde: Visit Finland tilastopalvelu Rudolf, Tilastokeskus

Top 5 lähtömaat matkailualueittain ja osuus kaikista alueen ulkomaisista yöpymisistä:



2,9 milj.

1.Venäjä	9 %
2.Saksa	8 %
3.Kiina & Hongkong	8 %
4.USA	7 %
5.Britannia	7 %



1,0 milj.

1.Ruotsi	27 %
2.Saksa	11 %
3.Venäjä	8 %
4.Viro	6 %
5.Britannia	4 %



1,2 milj.

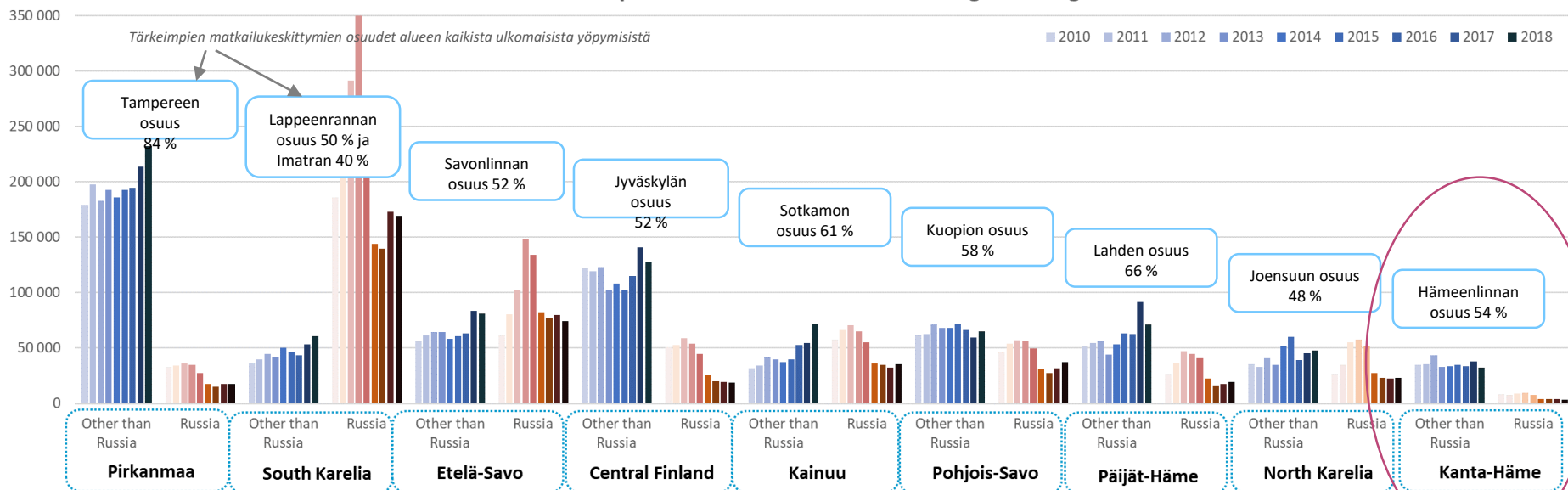
1.Venäjä	33 %
2.Saksa	10 %
3.Viro	6 %
4.Ruotsi	5 %
5.Kiina & Hongkong	5 %



1,7 milj.

1.Britannia	19 %
2.Saksa	10 %
3.Ranska	10 %
4.Alankomaat	7 %
5.Venäjä	6 %

Lakeland counties: Development of Russian and other foreign overnights 2010-2018



Pirkanmaa:

1. Ruotsi
2. Saksa
3. Venäjä
4. Viro
5. UK
6. USA

Etelä-Karjala:

1. Venäjä
2. Thaimaa
3. Etelä-Korea
4. Viro
5. Saksa
6. Ruotsi

Etelä-Savo:

1. Venäjä
2. Saksa
3. Viro
4. Sveitsi
5. Italia
6. Ruotsi

Keski-Suomi:

1. Viro
2. Venäjä
3. Saksa
4. Alankomaat
5. Ruotsi
6. Ranska

Kainuu:

1. Venäjä
2. Kiina (& HK)
3. Ranska
4. Saksa
5. Ukraina
6. UK

Pohjois-Savo:

1. Venäjä
2. Saksa
3. Viro
4. Ruotsi
5. UK
6. Kiina (& HK)

Päijät-Häme:

1. Venäjä
2. Saksa
3. Ruotsi
4. Viro
5. UK
6. Norja

Pohjois-Karjala:

1. Venäjä
2. Saksa
3. Viro
4. Ruotsi
5. Puola
6. Sveitsi/Alankomaat

Kanta-Häme:

1. Ruotsi
2. Saksa
3. Venäjä
4. Viro
5. UK
6. Italia/Kiina

Lähde: Visit Finland tilastopalvelu Rudolf, Tilastokeskus

Kunkin maakunnan tärkeimmät lähtömaat vuonna 2018

Kohderyhmät

- Suomi erottuu Pohjoismaista talvimatkailumaana ja luontokohteena

6 asiakassegmenttiä*



**Nature Wonder
Hunters**

**Luonnon
ihmeiden
metsästäjät**



**Nature
Explorers**

**Luonto-
nautiskelijat**



**Activity
Enthusiasts**

**Aktiiviset
seikkailijat**



**"Comfort
Seekers"**

**"Suomalainen
luksus"**



**City
Breakers**

**City-
breikkaajat**



**Authentic
Lifestyle
Seekers**

**Aitouden
etsijät**

*) Segmentointi perustuu laajaan kuluttajatutkimukseen, jossa kartoitettiin

Suomeen liitettäviä vetovoimatekijöitä päämarkkinoillamme Kiinassa, Saksassa, Iso-Britanniassa ja Japanissa.

SUURALUEEN YHTEISET SISÄLLÖT (USP)

Suomi-viestin keskeiset sisällöt:

- National Parks
- UNESCO –world heritage sites
- Special accommodation
- Wildlife
- Sauna
- Local Culture

Kaikissa sisällöissä huomiodaan:

Kestävyys, turvallisuus, puhtaus,
tasa-arvoisuus, rehellisyys

”Only in Lakeland” -tuotesisältö:

- Wildlife (saimaannorpat, karhut, ahmat)
- Cottages + lakeshore sauna culture
- Lake Cruises
- Water activities
- Charming Accommodation (Boutique hotels, Manor houses)

→ My Stay

→ Nostot artikkelisisältöihin

”Only in Lakeland” - brändielementit:

- Purest fresh water reserves
- Europe’s largest lake district 188 000 lakes, 180 000 islands
- Industrial cities turned into cultural hubs
- Easily accessible from Helsinki – Gateway to Finnish Lakeland with city flair and lively city culture and authentic Finnish people
- Slavic influence (Orthodox monasteries)
- The Eastern most corner of EU
- Karelia/Kalevala
- Harjumaisemat/vaaramaisemat

Strengths

- * Wild & pure lake nature (most of the national parks in Lakeland)
- * Local food culture (eg. food farms & producers)
- * New destination
- * Undertourism
- * Active regional development

Weaknesses

- * Underdevelopment in product inventory
- * Short summer season (Finns populate)
- * Sales promotion
- * Lack of consistent infrastructure
- * Group product focus, FIT products missing
- * Not enough holiday resorts

Lakeland

Opportunities

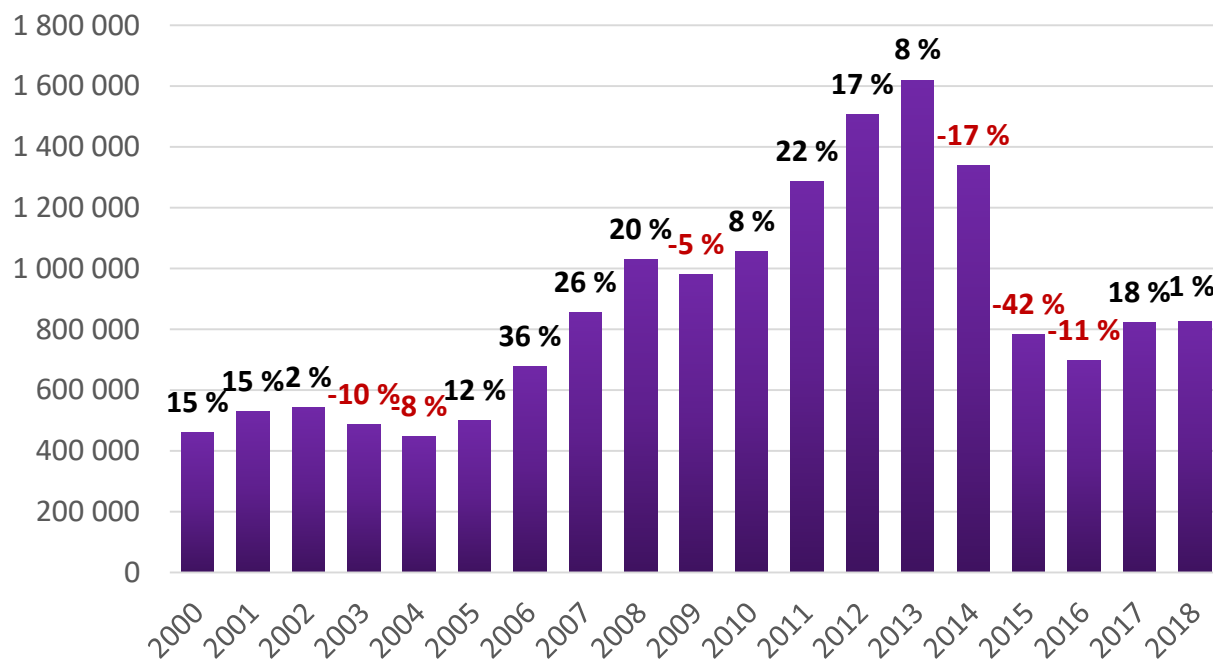
- * Outdoors/water activities
- * Hidden gem / unpolished diamond
- * Sustainable growth
- * StopOver potential
- * Cottage/Sauna + services

Threats

- * No consistent product development
- * Underdevelopment of infrastructure
- * Stagnation vs. dynamism

Venäläiset matkailijat - #1 Suomessa

Russian overnights in Finland



Spending per trip
€235



Share of overnights by regions 2018



Year 2018 (preliminary)

1st in country rankings
with a 12% share of foreign
overnights

Average change 2000-2018: +6%

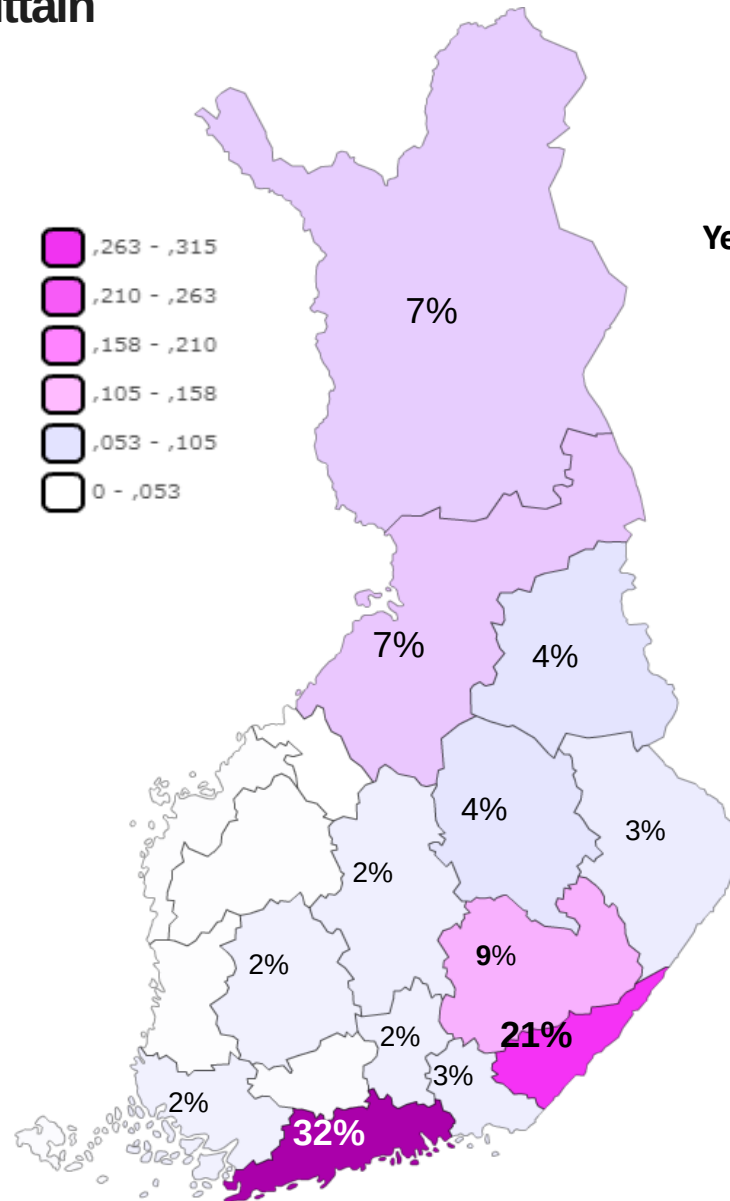
Change 2018 compared to 2000: +79%

No. 1 in travel receipts

€659 million, +43% (Statistics Finland
2017)

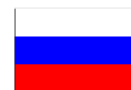
€650 million, -11% (Visit Finland Visitor
Survey 2018)

Yöpymiset maakunnittain



Year 2018: 826 300 (+1%)

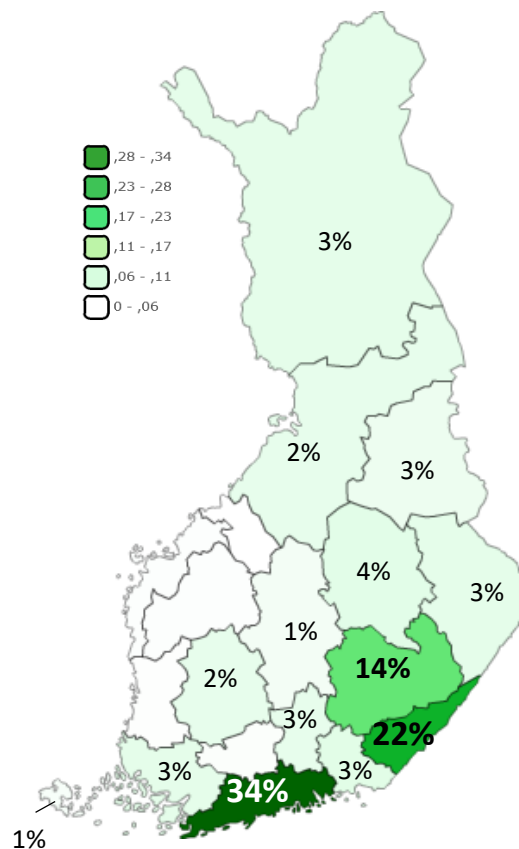
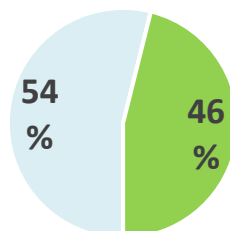
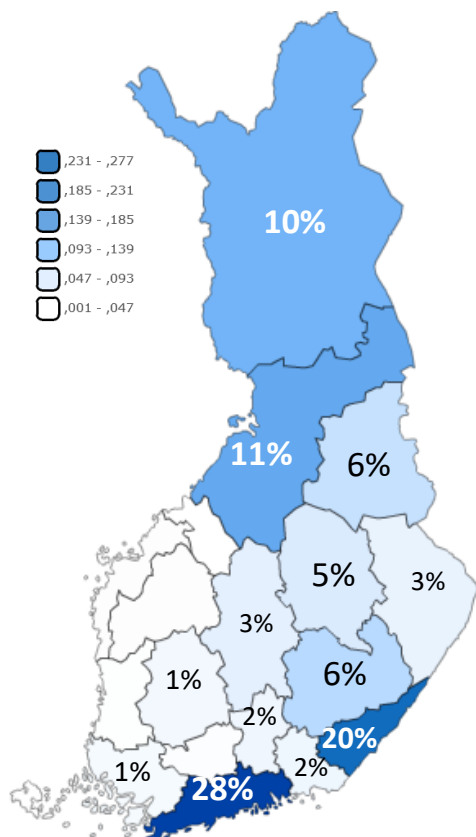
Talvi vs. Kesä (2018)



Russia

Winter (Nov-Apr): 432 100 (+18%)

Summer (May-Oct): 369 000 (-3%)

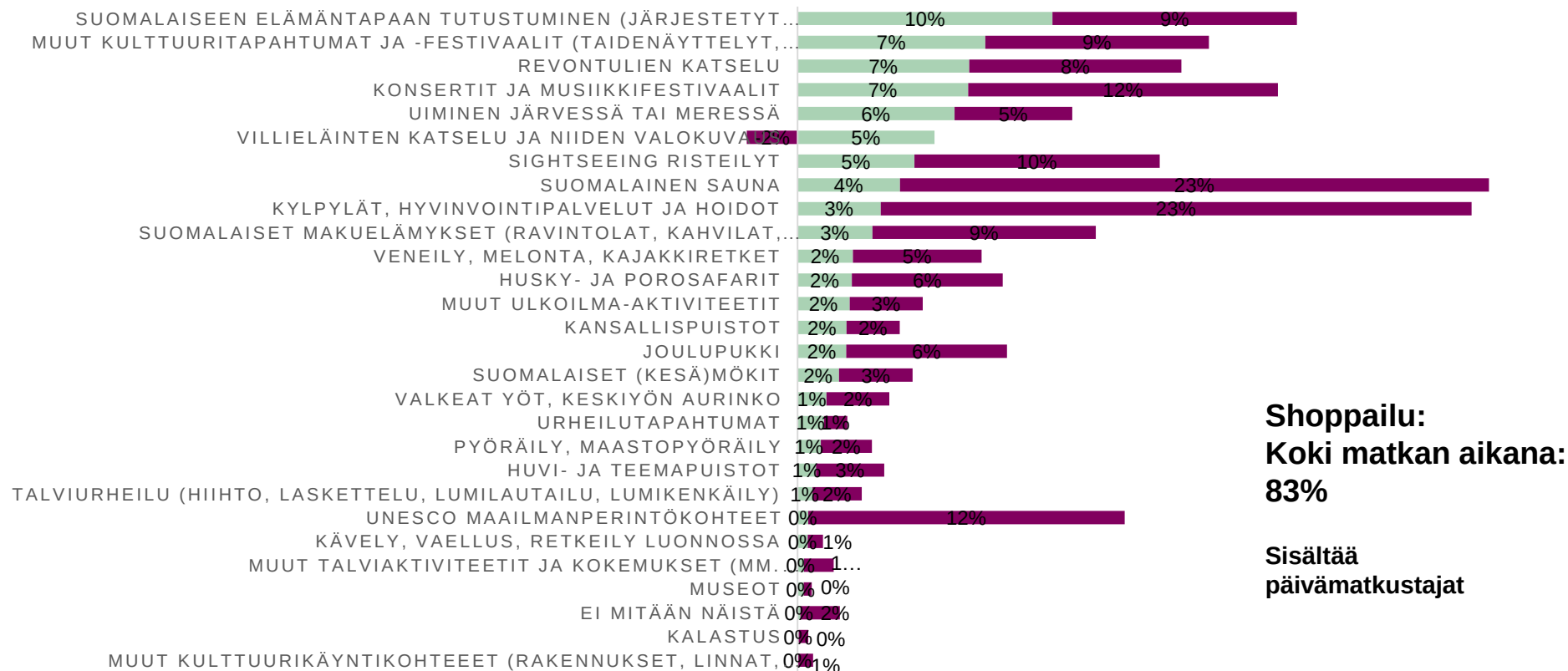


Sources:
e Rudolf, Statistics Finland
D2 Digital Demand

Ulkomaisten matkailijoiden kiinnostuksen kohteet - Venäjä

ULKOMAISTEN MATKAILIJOIDEN KIINNOSTUKSEN KOHTEET: VENÄJÄ

■ Koki matkan aikana ■ Kiinnostaa (ei kokenut)

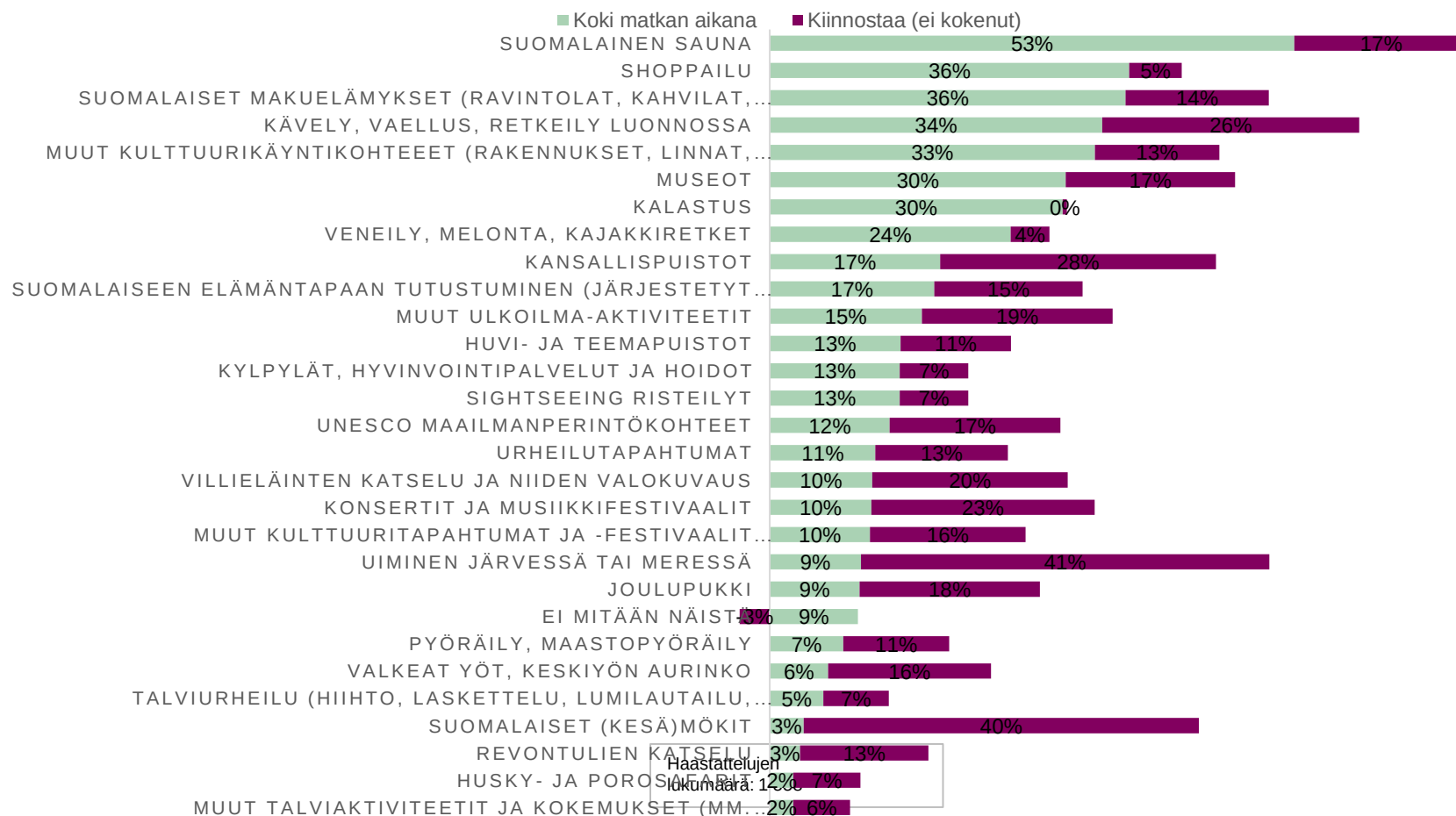


Shoppailu:
Koki matkan aikana:
83%

Sisältää
päivämatkustajat

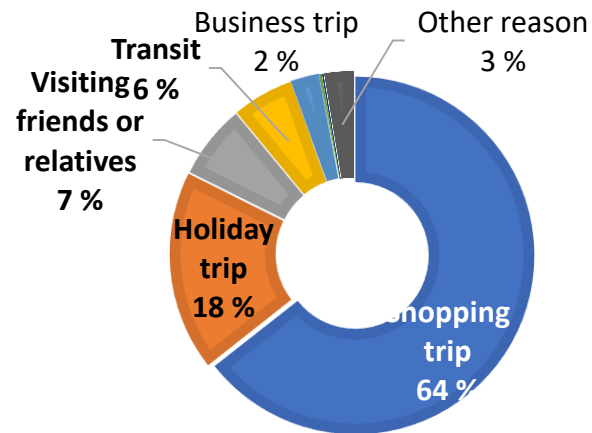
Ulkomaisten matkailijoiden kiinnostuksen kohteet – ilman Venäjää

ULKOMAISTEN MATKAILIJOIDEN KIIINNOSTUKSEN KOHTEET, ILMAN VENÄJÄÄ



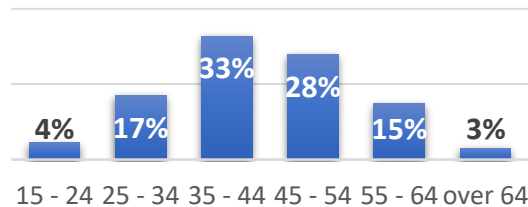
Russian visitors in Winter (Nov-April)

PURPOSE OF TRAVEL



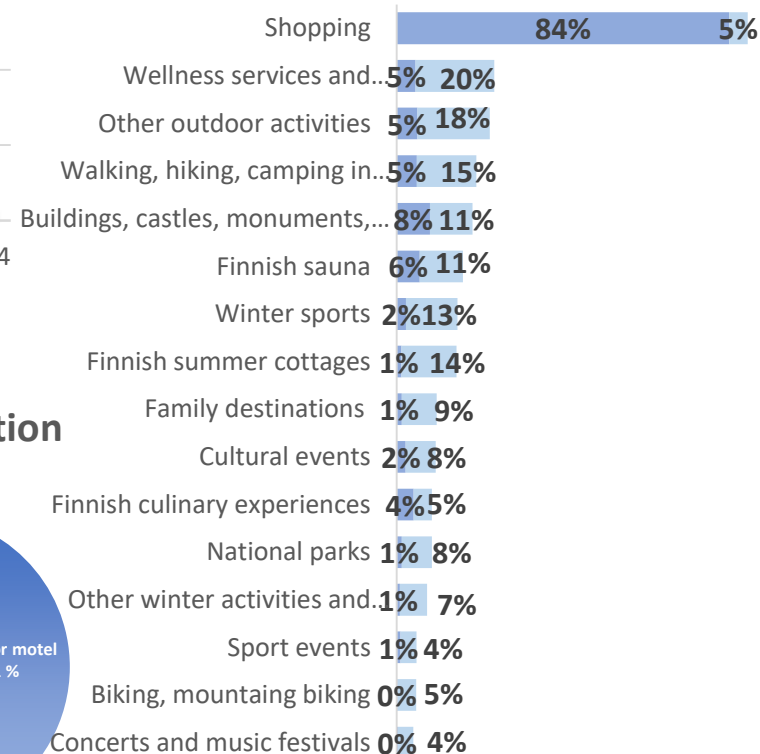
A Russian traveler spends on average €235 per trip during winter.

Age group

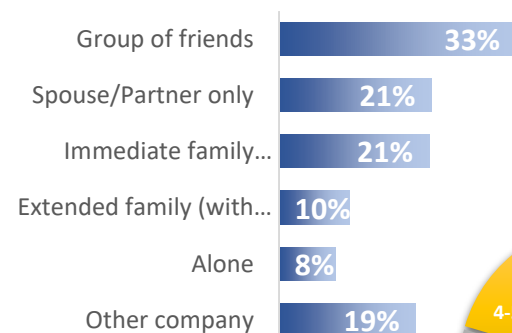


Russian visitors' activities and interests, Winter (Nov-April)

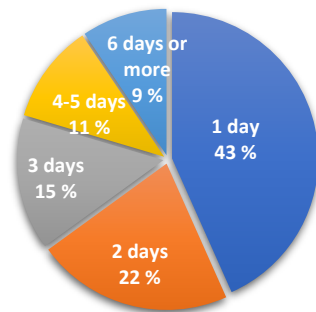
■ Experienced during the trip
■ Interested but did not experience during the trip



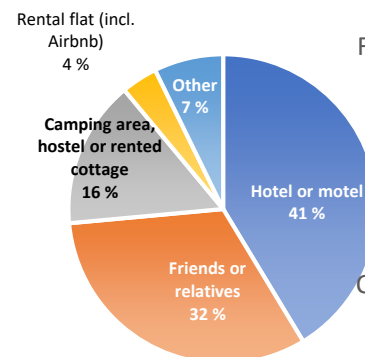
TRAVEL COMPANY



Duration



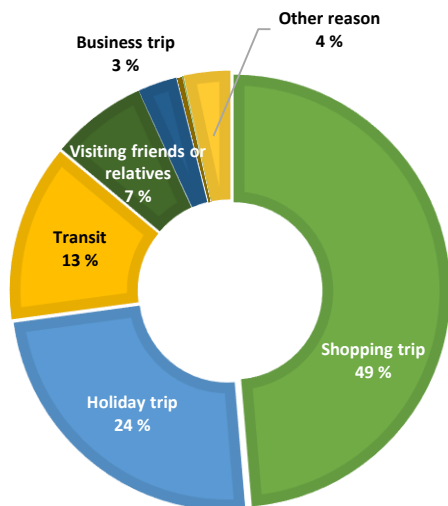
Accommodation



Winter N=3 206

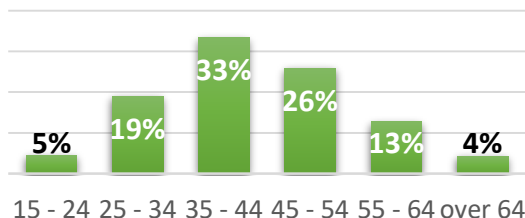
Russian visitors in Summer (May-Oct)

PURPOSE OF TRAVEL



A Russian traveler spends on average €234 per trip during summer.

Age group

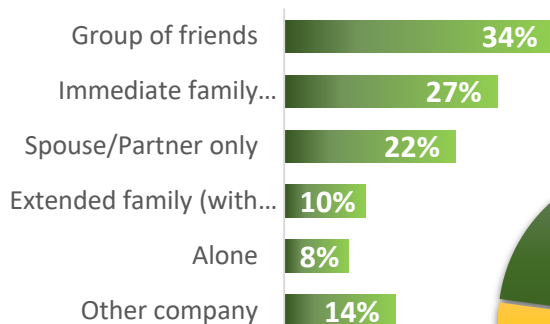


Russian visitors' activities and interests, Summer (May-Oct)

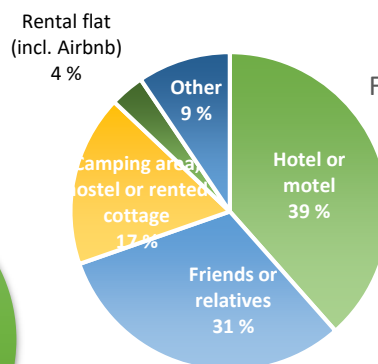
■ Experienced during the trip
■ Interested but did not experience during the trip



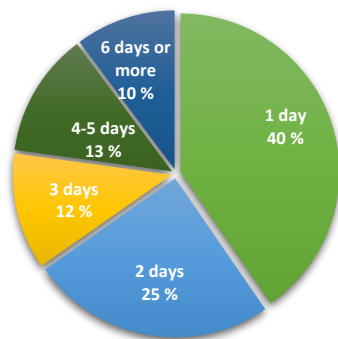
TRAVEL COMPANY



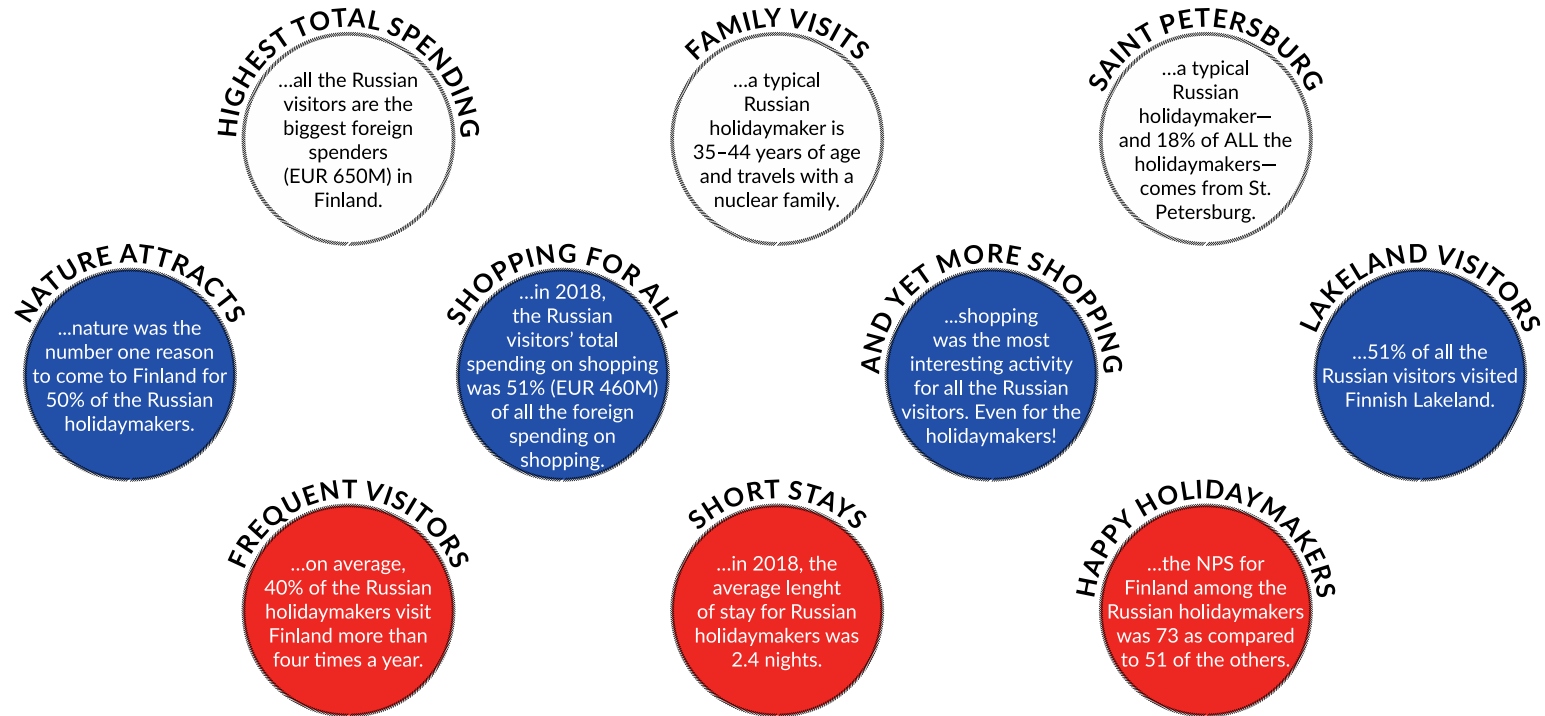
Accommodation



Duration



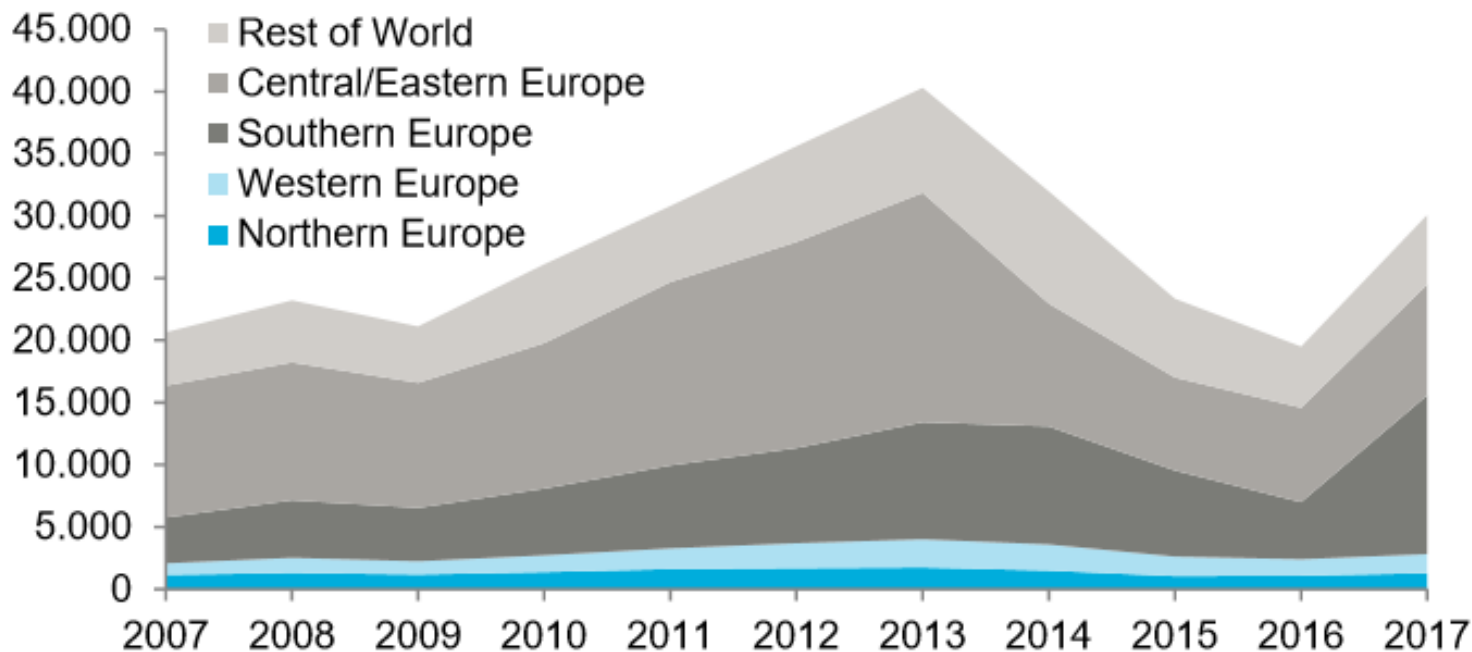
Did You Know, for Example, That ...



Pohjoismaat vs. koko maailma

Russia Long Haul* Outbound Travel

Visits, 000s



*Long haul defined as tourist arrivals to all destinations

Source: Tourism Economics

The geographies of Europe are defined as follows:

Northern Europe is Denmark, Finland, Iceland, Ireland, Norway, Sweden, and the UK;

Western Europe is Austria, Belgium, France, Germany, Luxembourg, Netherlands, and Switzerland;

Southern/Mediterranean Europe is Albania, Bosnia-Herzegovina, Croatia, Cyprus, FYR Macedonia, Greece, Italy, Malta, Montenegro, Portugal, Serbia, Slovenia, Spain, and Turkey;

Central/Eastern Europe is Armenia, Azerbaijan, Bulgaria, Czech Republic, Estonia, Hungary, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Latvia, Lithuania, Poland, Romania, Russian Federation, Slovakia, and Ukraine.

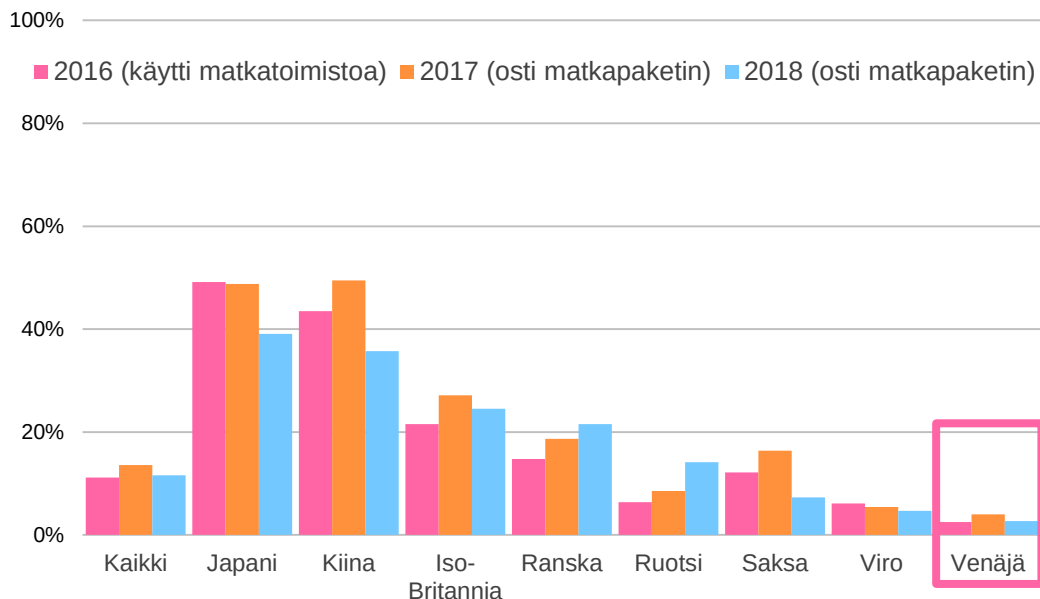
Central & Baltic Europe is Bulgaria, Czech Republic, Estonia, Hungary, Latvia, Lithuania, Poland, Romania, and Slovakia;

ETC+4 is all ETC members plus France, the Netherlands, Sweden, and the United Kingdom

Source: Tourism Economics

Matkan järjestäminen

Joka kahdeksas matka ostetaan pakettina, lomamatkoista joka neljäs



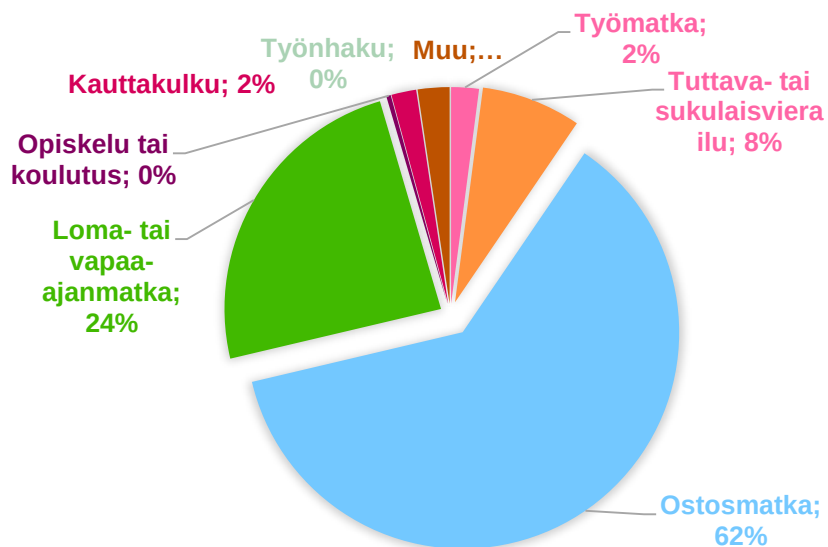
Noin 12 prosenttia Suomessa vierailleista matkailijoista osti matkansa pakettina matkatoimistosta siten, että hintaan kuului matkan lisäksi myös vähintään majoitus tai jotain muita palveluita Suomessa. Lomamatkalla olleista matkapaketin oli ostanut 25 prosenttia matkailijoista. Aasian maissa ja Saksassa pakettimatkojen osuus pieneni selvästi. Vuonna 2016 kysymyksenasettelu oli hieman toisenlainen, joten luvut eivät ole täysin vertailukelpoisia vuosien 2017 ja 2018 lukuihin.

Vuonna 2016: Käytti matkatoimistoa apuna matkan järjestämisessä
Vuosina 2017–18: Osti matkapaketin, johon kuului matkalippujen lisäksi vähintään majoitus tai muita palveluita matkakohteessa

	2016		2017		2018	
	kaikki	lomamatka	kaikki	lomamatka	kaikki	lomamatka
Viro	6 %	4 %	5 %	5 %	5 %	9 %
Ruotsi	6 %	8 %	8 %	12 %	14 %	25 %
Saksa	14 %	20 %	16 %	24 %	7 %	13 %
Iso-Britannia	22 %	40 %	25 %	49 %	25 %	49 %
Ranska	17 %	32 %	18 %	28 %	22 %	36 %
Tanska	5 %	2 %	7 %	8 %	6 %	0 %
Italia	19 %	28 %	8 %	14 %	23 %	34 %
Alankomaat	4 %	16 %	22 %	32 %	12 %	27 %
Espanja	14 %	28 %	17 %	26 %	19 %	37 %
Puola	7 %	9 %	16 %	29 %	16 %	29 %
Belgia	1 %	3 %	9 %	20 %	9 %	20 %
Liettua	11 %	28 %	7 %	4 %	12 %	8 %
Latvia	7 %	11 %	4 %	1 %	2 %	2 %
Muut EU-maat	9 %	18 %	20 %	28 %	15 %	27 %
Venäjä	3 %	7 %	4 %	9 %	3 %	7 %
Norja	7 %	10 %	11 %	27 %	7 %	10 %
Sveitsi	14 %	27 %	29 %	52 %	14 %	22 %
Muu Eurooppa	15 %	26 %	16 %	38 %	12 %	21 %
Yhdysvallat	7 %	9 %	13 %	19 %	10 %	16 %
Kanada	8 %	14 %	8 %	16 %	11 %	12 %
Latinalainen Amerikka	18 %	24 %	22 %	31 %	21 %	27 %
Japani	47 %	52 %	45 %	53 %	39 %	50 %
Kiina	48 %	52 %	48 %	55 %	36 %	44 %
Etelä-Korea	43 %	55 %	49 %	58 %	34 %	45 %
Intia	37 %	44 %	45 %	60 %	21 %	38 %
Muu Aasia	28 %	39 %	26 %	31 %	22 %	33 %
Afriikka	2 %	0 %	1 %	4 %	8 %	35 %
Australia	28 %	39 %	20 %	25 %	38 %	51 %
Muu Oseania	11 %	33 %	24 %	34 %	30 %	40 %
Kaikki	11 %	21 %	13 %	25 %	12 %	25 %

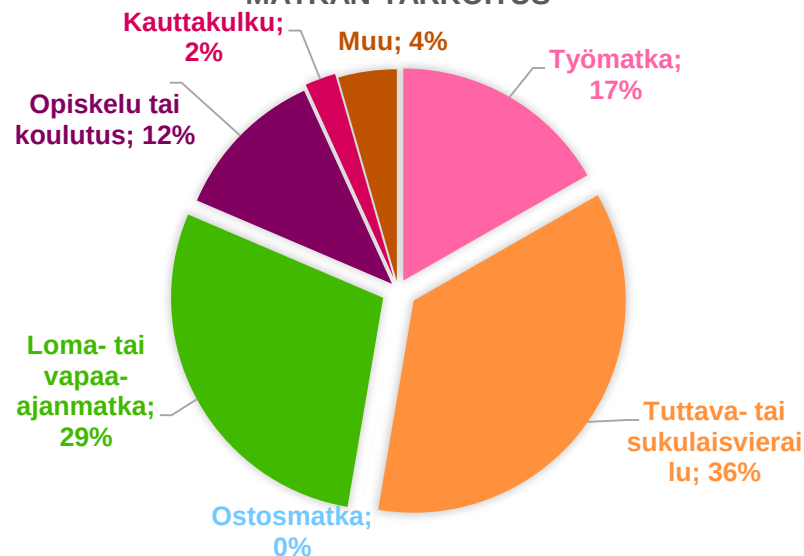
Ulkomaiset matkailijat: Matkan tarkoitus

ULKOMAISET MATKAILIJAT, VENÄJÄ: MATKAN TARKOITUS



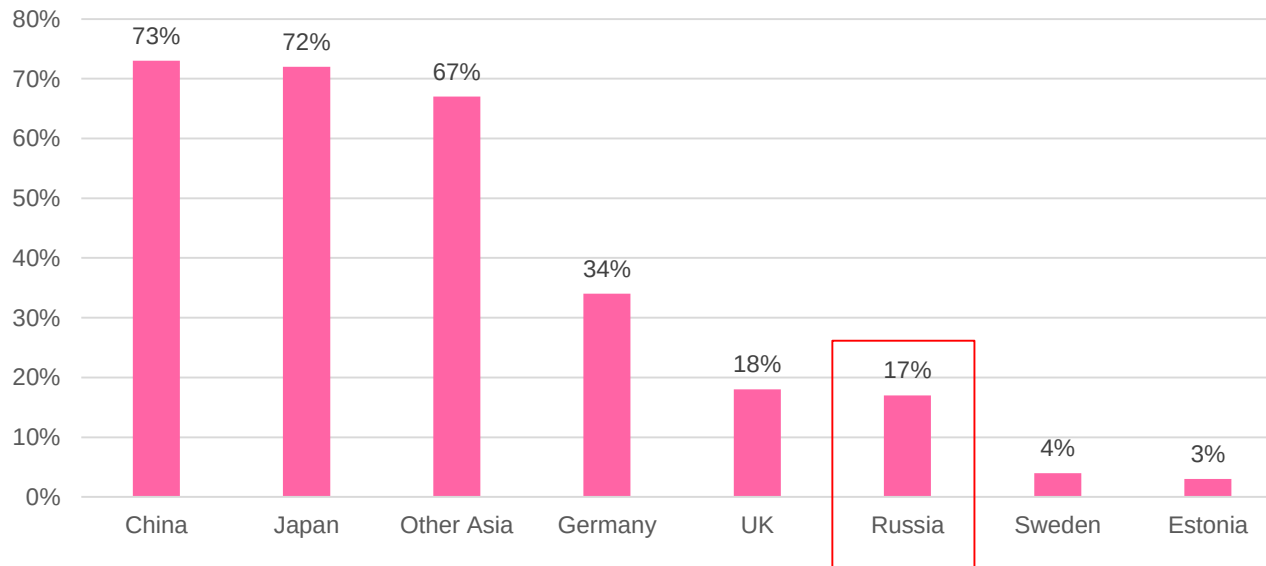
Haastattelujen
lukumäärä: 4 519

ULKOMAISET MATKAILIJAT ILMAN VENÄJÄÄ: MATKAN TARKOITUS



Haastattelujen
lukumäärä: 1 558

Lomamatkalaiset: Käy tai aikoo käydä muissa maissa tämän matkan aikana

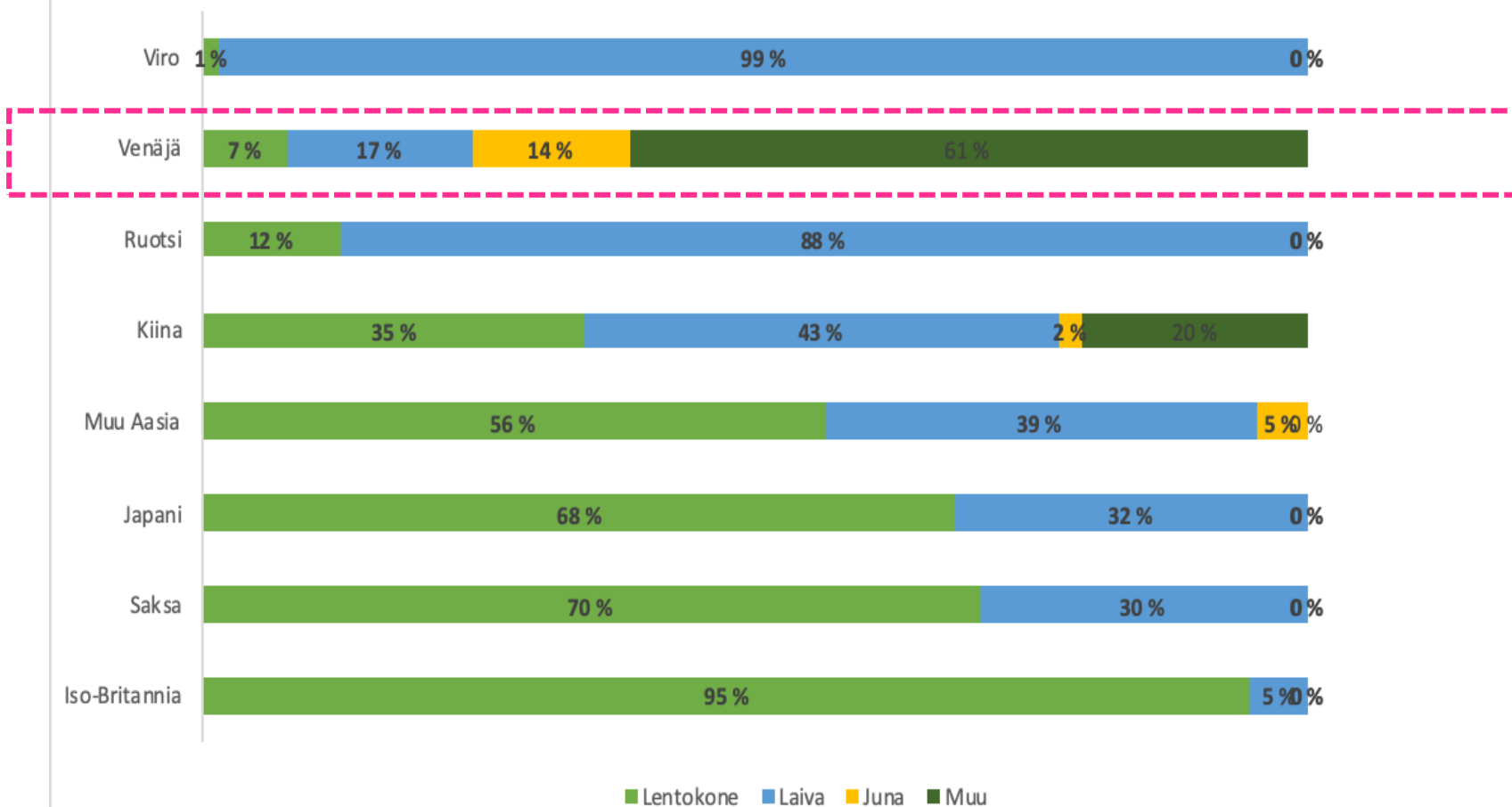


VISIT FINLAND MATKAILIJATUTKIMUS 2018

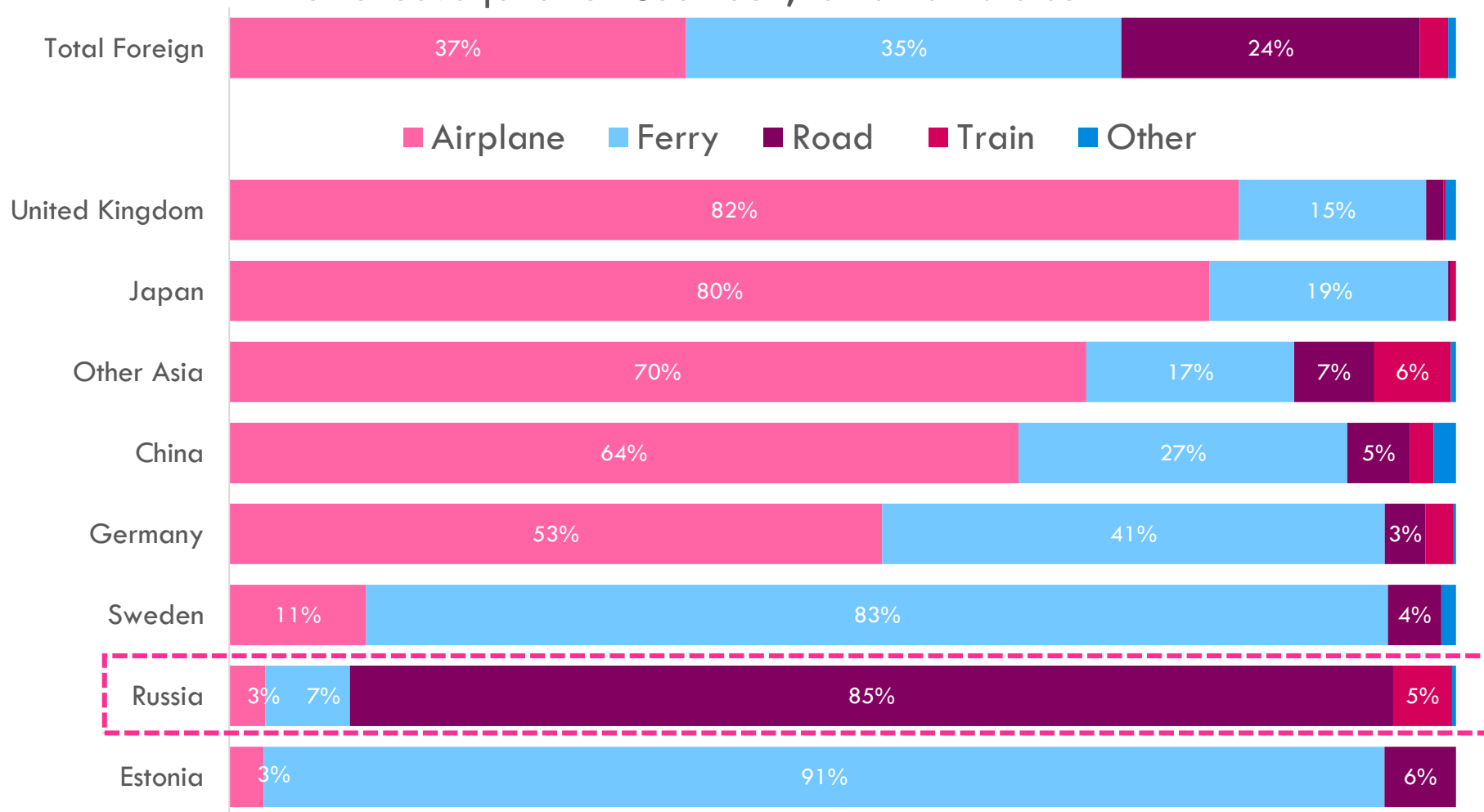
TUTKIMUS- JA ANALYSOINTIKESKUS TAK OY



Lomamatkalaiset: Kulkuneuvo, jolla tuli Suomeen



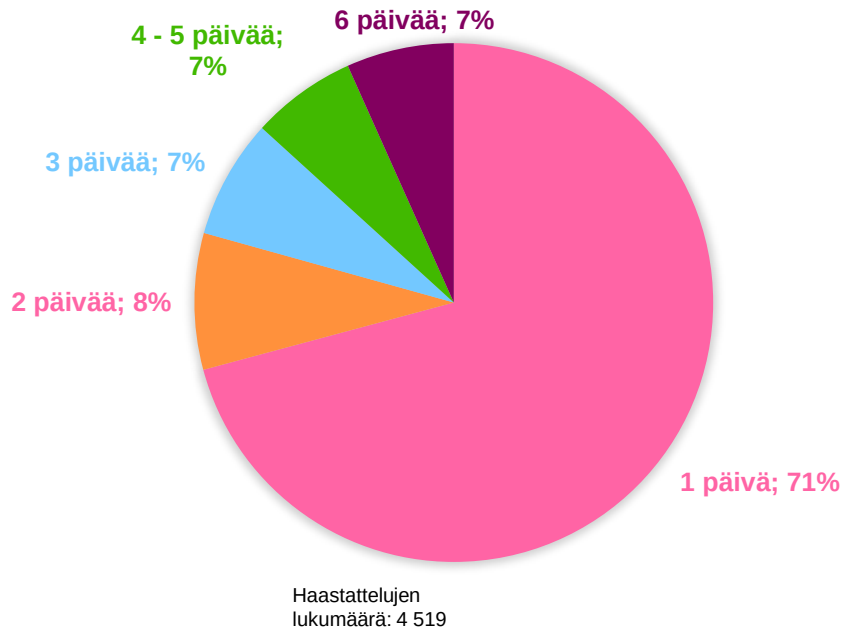
Kulkuneuvo jolla tuli Suomeen, lomamatkalaiset



Lähde: Visit Finland Matkailijatutkimus 2017

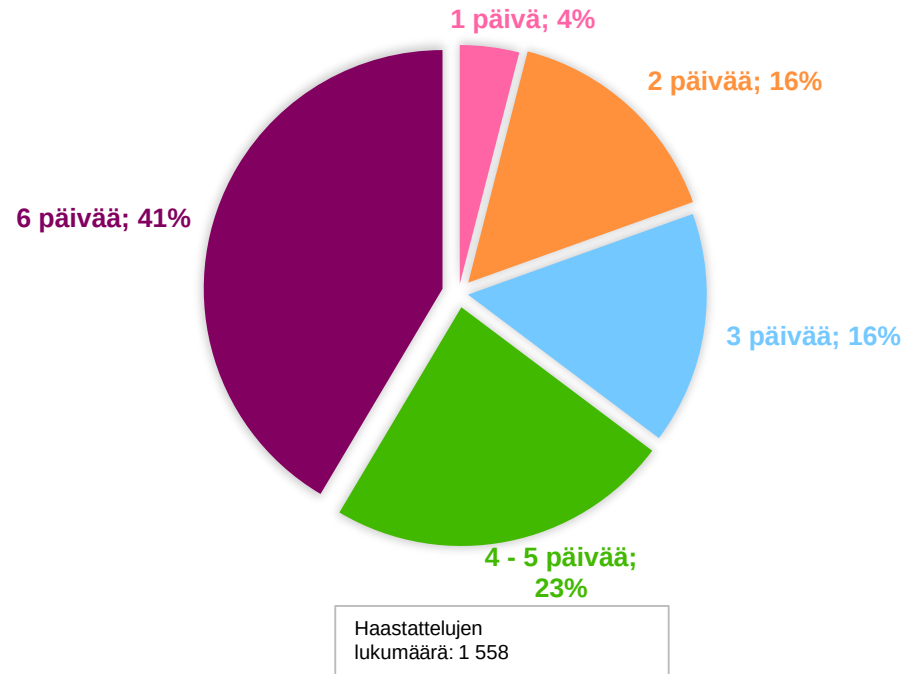
Ulkomaaiset matkailijat: Matkan kesto

ULKOMAISET MATKAILIJAT: VENÄJÄ: MATKAN KESTO



VISIT FINLAND MATKAILIJATUTKIMUS 2018

ULKOMAISET MATKAILIJAT ILMAN VENÄJÄÄ: MATKAN KESTO

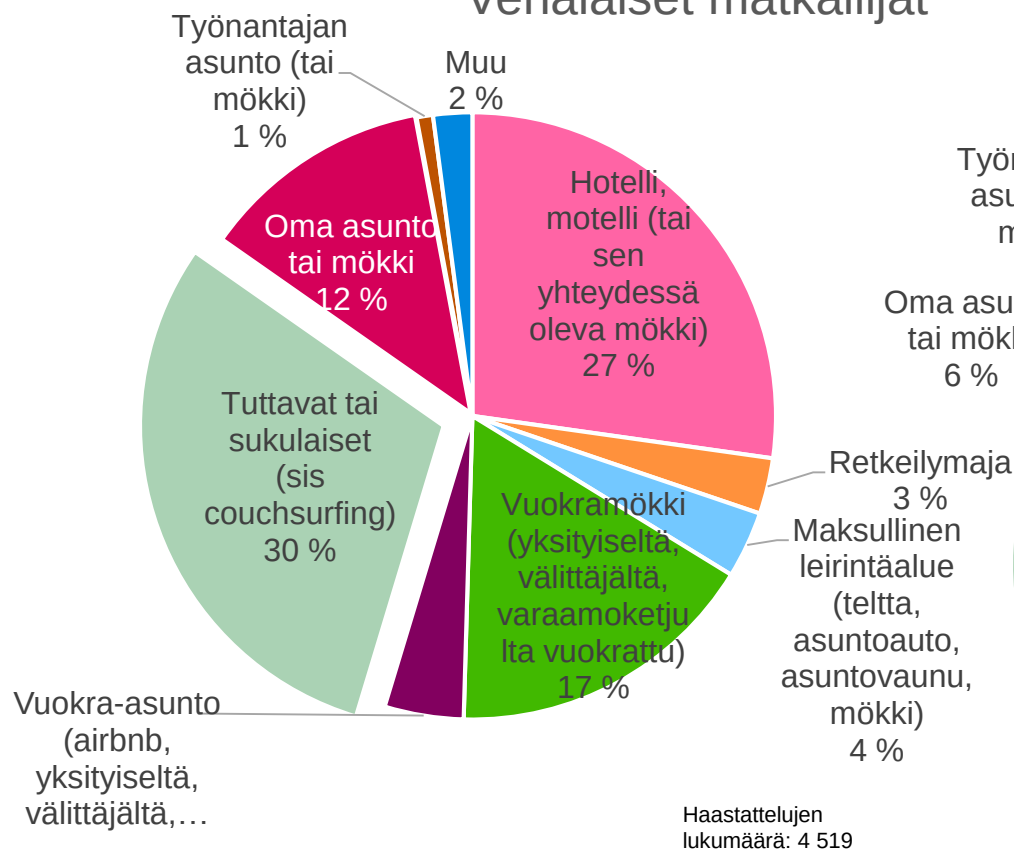


TUTKIMUS- JA ANALYSOINTIKESKUS TAK OY

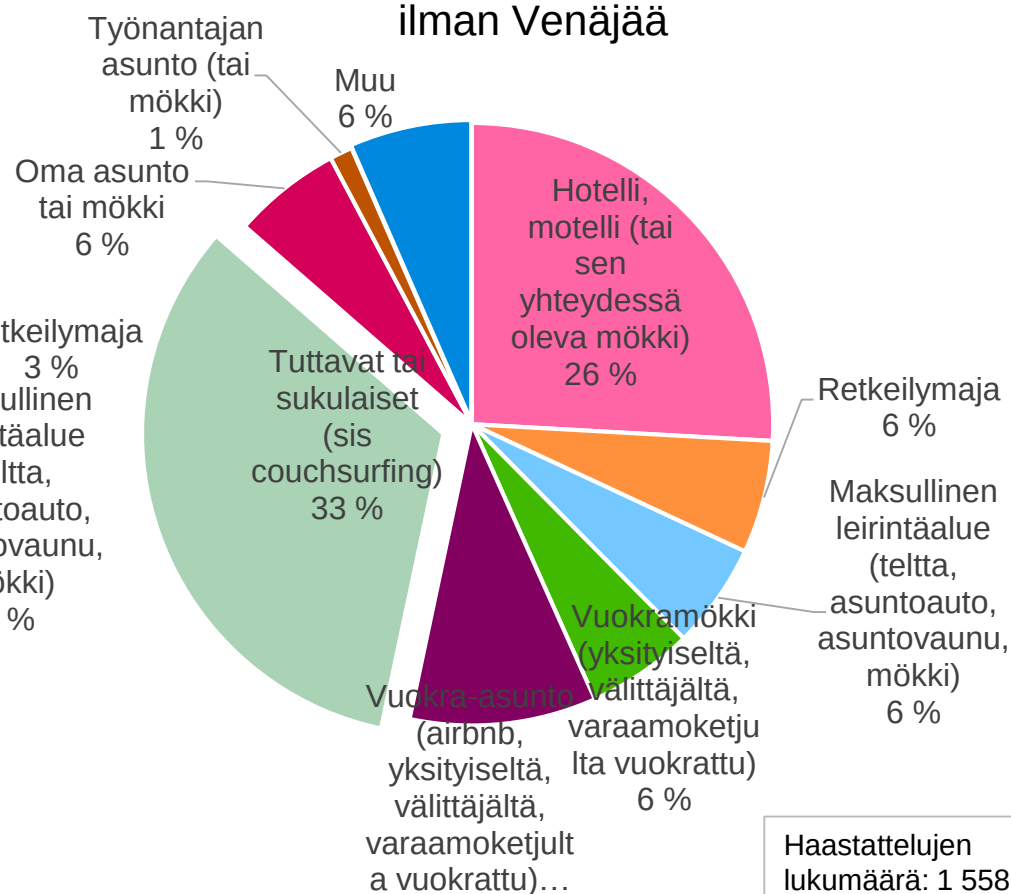


Ulkomaaiset matkailijat: Yöpymismuoto

Venäläiset matkailijat

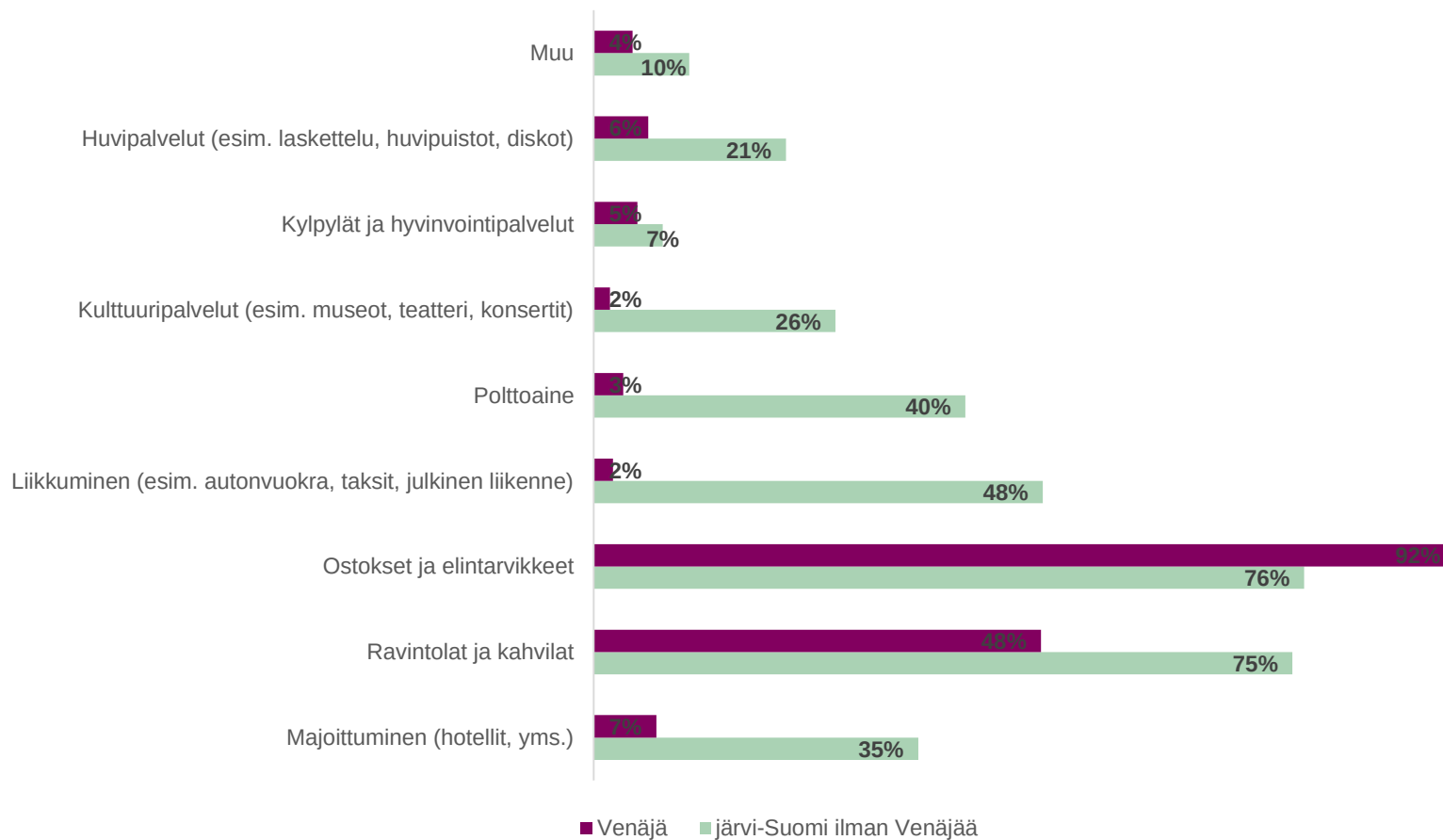


Ulkomaaiset matkailijat ilman Venäjää



Ulkomaiset matkailijat: Rahankäyttö

Ulkomaiset Matkailijat: Rahankäyttökohteet



Haastattelujen lukumäärä Venäjä: 4 519
Muut: 1 558



Visit Finland

VISIT FINLAND MATKAILIJATUTKIMUS 2018

TUTKIMUS- JA ANALYSOINTIKESKUS TAK OY



Venäläisten lomasesongit

- **Talvi & kevättalvi**

- Uusi Vuosi
- Venäläinen jouluku 7.1
- ”Kevätjuhlien” ja kevätlomien aika, 23.2-30.3

- **Kevät**

- Vappu 1.5
- Voiton päivä 9.5

- **Kesä**

- 12.6 Venäjän kansallispäivä
- Varsinainen lomasesonki: heinä- ja elokuu syyskuun alku

- **Syksy**

- 4.11 Venäjän yhtenäisyyden päivä
- Teemamatkat, vkl-matkat

Mistä kysyntä riippuu?

- Ruplan vaihtokurssi ja sanktiot
- Matkustusrajoitukset, Suomen mediahuomio
- Muoti, puskaradio

Mikä avuksi?

- Jatkuva näkyvyys
- Edulliset paketit, erikoistarjoukset
- Positiivinen mediahuomio
- Erinomainen, aito asiakaspalvelu

Hämeen vahvuudet ja mahdollisuudet Venäjän markkinoilla

- Suomella hyvä imago Venäjällä
- Hämeessä paljon hyviä venäläisiä asiakkaita kiinnostavia kohteita
- Hämeen(linnan) etäisyys Helsingistä ja Venäjän rajalta
 - Liikenneyhteydet eivät kuitenkaan parhaita mahdollisia?
- Mahdollisuus tasaiseen matkailijavirran kasvuun
- Mahdollisuus kehittää matkailua venäläisten kannalta ”uusilla” tuotteilla
- Matkailun kehittäminen maakunnissa ylipäätään

Hämeen seudun heikkoudet ja uhat Venäjän markkinoilla

- Hämeen alue ei tarpeeksi tunnettu Venäjällä
 - Venäläiset matkailijat matkustavat pääosin rajan lähellä sijaitseviin kohteisiin
 - Palvelut eivät ole saatavilla 24/7 tai palvelutarjonta muuten heikko
 - Palvelujen ja majoituksen hinnat Suomessa melko korkeat
-
- Ruplan heikko kurssi ja taloustilanteen epävarmuus
 - Venäjän kotimaan-matkailuun investoidaan paljon
 - Kilpailu venäläisistä matkailijoista on kiristynyt

Näin palvelet venäläistä asiakasta

- Erikoisalennukset, paketit
 - ”Early bird”, ”Osta 2 maksa 1”, ”Alennus perheen nuorimmille”
 - Komissio matkatoimistoille 10-20%
- Venäjänkielinen työntekijä ~~≠~~ automaattisesti hyvä asiakaspalvelija
- Varaudu venäjänkielisillä materiaaleilla:
 - Ohjeet perillä (esim. mökin infokansio)
 - Esitteet ja tietoa lähialueen palvelutarjonnasta
- Hymyile, ole aito ja ole läsnä – toimii asiakkaan kuin asiakkaan kanssa 😊

Myyntikanavat

- Booking.com & vastaavat
- Alueorganisaatiot
- Matkanjärjestäjät
- Omat nettisivut
- SoMe
- Venäläiset Suomi-portaalit

Seasonality of travel-related Internet searches concerning Finland



Matkailutrendejä Venäjällä

- Ruokamatkailu & Kulttuuri
 - Valmiit paketit alueella, retket → vaatii saumatonta yhteistyötä !
 - Yhdessä kokkaaminen tai muu lokaali tekeminen, ”master class”
- Nuoriso
 - Kulttuuri ja oppiminen → kielileirit, vaihto-opiskelu
 - Palveluiden oltava edullisia
- Special Interest Groups
 - Matkan tarkoitus: tietty teema
 - Arkkitehtuuri & historia, jooga-retriitti, osallistuminen festivaalille
 - Seniorit: hyvinvointi + kulttuuri, edullisesti

Yrittäjän tarkistuslista

- Ovatko ko. markkinat oikeasti Sinulle kannattavat?
 - Vastaavatko tuotteesi kysyntää?
 - Tiedätkö, miten palvella ko. markkinoiden asiakkaita?
- Missä myyntikanavissa haluat olla mukana?
- Voitko saada apua alueelliselta matkailuorganisaatioltasi?
- Voitko tehdä yhteistyötä muiden paikallisten yritysten kanssa?
- Ja TÄRKEIN: löytyykö Internetissä tarpeeksi tietoa yrityksestäsi muulla kielellä kuin suomeksi??

Yrittäjän tarkistuslista: yhteistyö matkanjärjestäjien kanssa Venäjällä

- **Oletko valmis myöntämään provisiota?**
 - Komission oltava vähintään 10%, mielellään 15-20%
 - Matkanjärjestäjien on saatava edullisempi hinta kuin suoraan netistä varattaessa.
 - Jos et ole valmis muokkaamaan omia tuotteita ylläolevan mukaisesti, ällä tee yhteistyötä
- **Oletko valmis tekemään viikko-ohjelman tai muuta erikoista?**
 - Mielenkiintoinen viikko-ohjelma sesonkikaudelle takaa tyytyväiset asiakkaat
 - Olennainen niin matkanjärjestäjän, kuin myös loppuasiakkaan näkökulmasta
 - Yhteistyö muiden paikallisten yritysten kanssa erittäin tärkeää
- **Oletko valmis ad hoc-tiedusteluihin ja nopeisiin muutoksiin?**
 - Venäläisten tapa tehdä yhteistyötä eroaa suomalaisesta

Visit Finlandin toimenpiteet Venäjällä

B2B

- yleinen neuvonta, uutiskirjeet
- 2-5 omaa myyntitapahtumaa
- tutustumismatkat Suomeen
- yhteinen markkinointi alueiden kanssa
- osallistuminen matkailualan tapahtumiin
- toimenpiteitä Ukrainassa + Valko-Venäjällä

B2C

- SoMe-kanavat
- SEM
- mediamatkat
- bloggaajamatkat
- mielipidevaikuttajamatkat
- lehdistötiedotteet
- ”Day of Finland” festivaali
- yhteistyö kuluttajabrändien kanssa

Visit Finlandin palvelut

ULKOMAALAISILLE

- Suomi-neuvonta
- Mediapankki
- Eri Suomi-aiheiset tapahtumat

SUOMALAISILLE

- Tuotekehitys
- KV-neuvonta
- Eri myyntitilaisuuudet

TILASTOT

Lakeland in VF's Themes

- Health Travel
 - Several destinations/companies – for more information see "Health Travel Product Manual", contact paivi.antila@businessfinland.fi
- Educational Travel
 - Several companies – for more information see "Finland –Learn like never before" –product manual, contact paivi.antila@businessfinland.fi
- Culture & Luxury
 - Several destinations and attractions – for more information contact susanna.markkola@businessfinland.fi - culture
liisa.renfors@businessfinland.fi - luxury

Kiitos!

Kysymyksiä?

Kommentteja?

aleksandra.shakhnovich@businessfinland.fi

+358 50 577 27 88

<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/verkot/matkailu/toiminta-markkinoilla/venaja/>

<https://www.businessfinland.fi/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/travel/studies/visit-finland-matkailijatutkimus-2017-venaja-tiivistelma-ppt.pdf>