

Visit  
Häme

Kansainvälistymiskriteerit



Opas yhteistyöhön kansainvälisten matkanjärjestäjien kanssa

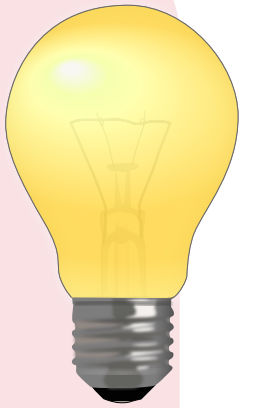


# Alkusanat

Kun matkailuyrityksesi haluaa suuntautua kansainvälisille markkinoille ja tavoitella yhteistyötä kansainvälisten matkanjärjestäjien kanssa, on tärkeää varmistaa, että kaikki peruskriteerit ovat kunnossa. Tämä opas auttaa sinua rakentamaan vahvan pohjan yhteistyölle ja poistamaan mahdolliset esteet menestyksekkääseen kansainvälistymiseen.

Tässä oppaassa esittelemme keskeiset kriteerit, joiden avulla voit tehdä yrityksestäsi houkuttelevan kumppanin kansainvälisille matkanjärjestäjille:

- 1 Tunne kohdemarkkinasi ja asiakastarpeet**
- 2 Varmista monikielisyys ja sujuva viestintä**
- 3 Tee tuotekorteistasi selkeät ja houkuttelevat**
- 4 Hinnoittele kilpailukykyisesti ja huomioi komissiot**
- 5 Verkostoidu ja luo tuotekokonaisuuksia**
- 6 Panosta vastuullisuuteen – erotu ja houkuttele kumppaneita**
- 7 Kerää asiakaspalautetta ja kehitä jatkuvasti**



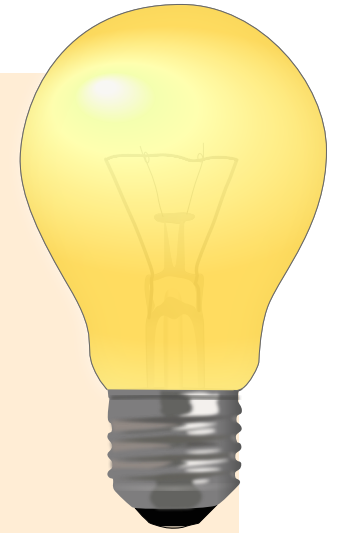
*Seuraa näitä kriteerejä ja olet askeleen lähempänä onnistunutta kansainvälistä yhteistyötä!*

# Kriteeri 1: Tunne kohdemarkkinasi ja asiakastarpeet

- **Asiakkaan tarpeet edellä:** Tuotteista ja tuotekehityksestä aina asiakasta ajatellen. Segmentointityö auttaa matkailupalveluiden tarjoajia tunnistamaan ja palvelemaan eri asiakasryhmiä paremmin. Hyvä segmentointi tukee tuote- ja palvelukehitystä sekä viestinnän suunnittelua.
- **Segmentoinnin hyödyt matkanjärjestäjille:** Tuo esiin hyöty matkanjärjestäjälle kertomalla, miten palvelunne sopii matkanjärjestäjän tarjontaan ja tuo lisäarvoa heidän asiakkailleen.



## Vinkki:



**Tutustu Visit Finlandin  
segmentointitutkimukseen ja -  
oppaaseen**





## Kriteeri 2: Varmista monikielisyys ja sujuva viestintä

- **Monikieliset verkkosivut ja asiakaspalvelu:** Varmista, että yrityksen verkkosivut ja markkinointimateriaali ovat saatavilla vähintään englanniksi, ja tarvittaessa muilla tärkeillä kielillä, jotta kansainväliset kumppanit voivat navigoida sivuilla helposti. Yrityksen tuotteista ja palveluista pitää olla kattavat kuvaukset verkkosivuilla englanniksi.
- **Henkilöstön kielitaito:** Kansainväliset matkanjärjestäjät arvostavat sujuvaa ja ammattitaitoista viestintää. Huolehdi, että henkilöstö pystyy hoitamaan viestintää englanniksi ja muilla kohdemarkkinoiden kielillä, sekä ennen matkaa, sen aikana ja myös matkan jälkeen.





# Kriteeri 3:

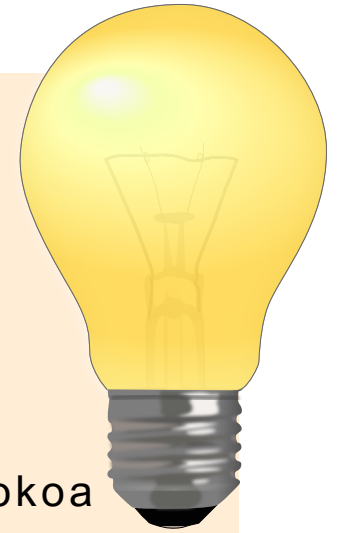
## Tee tuotekorttiasi selkeät ja houkuttelevat

Hyvin suunnitellut tuotekortit tarjoavat kansainvälisille matkanjärjestäjille kaikki tarvittavat tiedot ja helpottavat päätöksentekoa. Tuotekortin tarkoitus on vastata kaikkiin kysymyksiin, joita matkanjärjestäjällä voi olla, ja näin helpottaa yhteistyön aloittamista.

### Tuotekortin check-list

Tarjoajan nimi ja yhteystiedot	<input type="checkbox"/>	Saatavuus (sesonki, takuulähtö jne.)	<input type="checkbox"/>
Mahdollinen yritykseen liittyvät tarina, historia	<input type="checkbox"/>	Lisäpalvelut hintoineen	<input type="checkbox"/>
Perustettu, henkilökunta, palvelukielet	<input type="checkbox"/>	Kohderyhmä (fit, group, family jne., min/max ryhmäkoko)	<input type="checkbox"/>
Sijainti, saavuttavuus, parkkipaikat	<input type="checkbox"/>	Transferit	<input type="checkbox"/>
Tuotteen nimi, tuotekuvaus + USP tekijät (mitä tuote sisältää)	<input type="checkbox"/>	Hinta ja komissio tai nettohinta	<input type="checkbox"/>
		Vastuullisuus	<input type="checkbox"/>

## Muista:



- **Helppokäyttöinen kuvapankki:** Kokoa selkeä ja järjestetty kuvapankki, jossa kuvat on nimetty englanniksi ja kuvat soveltuvat jaettaviksi matkanjärjestäjien käyttöön. Hyvä visuaalinen materiaali auttaa kumppaneita edistämään tuotteitasi tehokkaammin.
- **Käyttöoikeudet kunnossa:** Varmista, että kuvien käyttöoikeudet sallivat niiden jakamisen edelleen kolmansille osapuolille, jotta matkanjärjestäjät voivat käyttää niitä markkinoinnissaan.



# Kriteeri 4:

## Hinnoittele kilpailukykyisesti ja huomioi komissiot

Kilpailukykyinen hinnoittelu ja selkeä komissiomalli ovat perusta menestykselle yhteistyölle kansainvälisten matkanjärjestäjien kanssa. Näin luot houkuttelevan tarjouksen ja varmistat pitkäjänteisen kumppanuuden.

### Kilpailukykyinen hinnoittelu:

- Laadi selkeä ja houkutteleva hinnasto, joka kannustaa matkanjärjestäjiä tekemään yhteistyötä kanssasi.
- Hinnaston tulisi olla riittävän yksityiskohtainen ja sisältää tiedot sesonkihintoista, lisäpalveluista ja muista hinnoitteluun vaikuttavista tekijöistä.

### Komissioiden ymmärtäminen:

- Kansainvälisillä markkinoilla yhteistyö perustuu yleensä komissioihin tai nettohintojen käyttöön.
- Matkanjärjestäjät ansaitsevat palkkion markkinointi- ja myyntityöstään. Ilman riittävää komissiota (15–30 %) matkailuyrityksesi kansainvälinen yhteistyö jää toteutumatta.
- Nettohinnat eivät sisällä jälleenmyyjän komissiota. Jälleenmyyjä lisää oman komissionsa nettohintaan ja hinnoittelee lopullisen kuluttajahinnan. Nettohinnastot ovat yleisiä esimerkiksi majoitustoimijoilla, joiden tuotteet sisältyvät usein laajempiin matkailukokonaisuuksiin.

## Muista:

**Muista, että komissioiden tulee olla selkeitä ja kilpailukykyisiä!**  
**Keskimääräinen komissio on 15–30 %.**

*Esimerkki: Havainnollistava nettohintalaskelma (esim. "Nettohinta: 100 €, jälleenmyyjän komissio: 20 %, kuluttajahinta: 120 €")*





## Kriteeri 5: Verkostoidu ja luo tuotekokonaisuuksia

Kansainvälisten matkanjärjestäjien kanssa menestyminen edellyttää vahvaa yhteistyöverkostoa ja laajempien matkailukokonaisuuksien tarjoamista. Tämä tekee tuotteistasi houkuttelevampia ja helpottaa yhteistyötä.

### Tuotekokonaisuudet:

- Verkostoidu muiden paikallisten toimijoiden kanssa ja rakenna valmiita ohjelmakokonaisuuksia, joita yhteistyökumppanisi voivat hyödyntää.
- Matkanjärjestäjät suosivat usein räätälöityjä matkailupaketteja, jotka koostuvat useammasta palvelusta, kuten majoituksesta, aktiviteeteista ja ruokailuista.
- Tarjoa esimerkkipaketteja, jotka matkanjärjestäjä voi helposti mukauttaa ja ottaa myyntiin heidän tarpeidensa mukaan.

### Matkapakettilaki:

- Huomioi, että varsinaisten matkakokonaisuuksien tai pakettien myynti edellyttää **matkanjärjestäjäoikeuksia**.
- Voit kuitenkin tarjota esimerkkiohjelmia ja suosituksia, jotka tukevat matkanjärjestäjiä heidän tuotteistamisessaan ja räätälöinnissään.



**Huomioi:**

**Matkakokonaisuuksien  
myynti edellyttää  
matkanjärjestäjä-  
oikeuksia!**



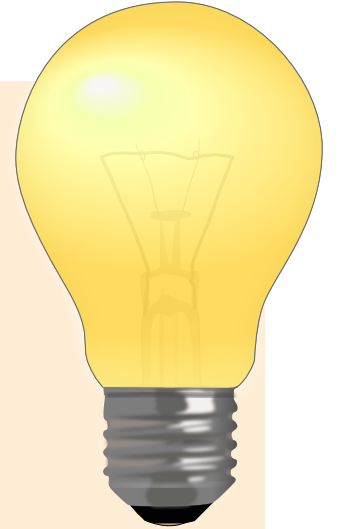
# Kriteeri 6: Panosta vastuullisuuteen – erotu ja houkuttele kumppaneita

- **Vastuullisuus myyntivalttina:** Viesti vastuullisista toimintatavoistasi verkkosivuilla ja nostakaa esille mahdolliset sertifikaatit tai vastuullisuusohjelmat, joita yrityksessänne on käytössä. Tämä lisää yrityksesi houkuttelevuutta vastuullisuuteen panostavien matkanjärjestäjien silmissä.
- **Sertifikaatti vastuullisuuden todentamiseksi:** Sustainable Travel Finland merkki kannattaa, jos haluat olla esillä mm. Visit Finlandin kanavissa ja kampanjoissa.



## Vinkki:

**Aloita STF-ohjelmasta!**





# Kriteeri 7: Kerää palautetta ja kehitä jatkuvasti

Asiakaspalautteen kerääminen on tehokkain tapa ymmärtää, miten yrityksesi tuotteet ja palvelut vastaavat kansainvälisten asiakkaiden odotuksiin. Hyödynnä palaute toimintasi ja yhteistyön kehittämisessä.

- **Palautetta matkanjärjestäjiltä:** Kehitä jatkuvasti yhteistyötä kansainvälisten matkanjärjestäjien kanssa keräämällä palautetta heidän kokemuksistaan. Tämä auttaa parantamaan palveluitasi ja varmistamaan, että tuotteesi ja hinnoittelumallisi vastaavat heidän tarpeitaan.
- **Palautetta kansainvälisiltä matkailijoilta:** Kerää aktiivisesti palautetta myös suoraan kansainvälisiltä matkailijoilta. Tämä auttaa sinua ymmärtämään, miten yrityksesi palvelut ja tarjonta kohtaavat matkailijoiden odotukset, ja voit hyödyntää tätä tietoa palvelujen kehittämisessä ja markkinoinnin kohdentamisessa.



**Vinkki:**

**Palautteen avulla kehität tuotteitasi, vahvistat yhteistyötä ja parannat asiakaskokemusta.**



**Visit**  
 **Häme**

**Onnellisten ihmisten sydänmaa**

Lähellä, mutta kaukana arjesta.

2024 NordicMarketing