

Visit
Häme

Kansainvälistymisaskleet



5 askelta kansainvälistymiseen

5 askelta kansainvälistymiseen

Kun matkailuyritys haluaa kansainvälistyä ja tavoitella kansainvälisiä asiakkaita, on tärkeää suunnitella eteneminen huolellisesti ja varmistaa, että kaikki olennaiset asiat otetaan huomioon. Tässä on viisi keskeistä askelta, jotka auttavat onnistumaan kansainvälisillä markkinoilla:



- 1 Asetu asiakkaan saappaisiin
- 2 Verkkosivuille tiedot englanniksi
- 3 Ostettavissa oleva tuote
- 4 Markkinointi
- 5 Vastuullisuus

1 Asetu asiakkaan saappaisiin

Kun haluat palvella myös kansainvälisiä asiakkaita varmista, että omat palvelut toimivat myös heille. Asetu asiakkaan saappaisiin ja pohdi tarvitseeko kansainvälinen asiakas jotain lisätietoa, mitä kotimainen asiakas ei välttämättä tarvitse. Miten kannattaa selittää esim. saapuminen kohteeseen tai itse elämyksen kokeminen, jos ei osaa suomea.

Voit myös valita tietyn kohdemarkkinan tai segmentin. Tämä auttaa sinua pohtimaan asiakkaan kokemusta sekä uusia palveluita. Voit miettiä ja kehittää palveluita, jotka ovat suunnattu erityisesti kansainvälisille asiakkaille.



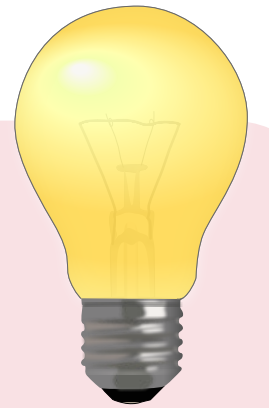
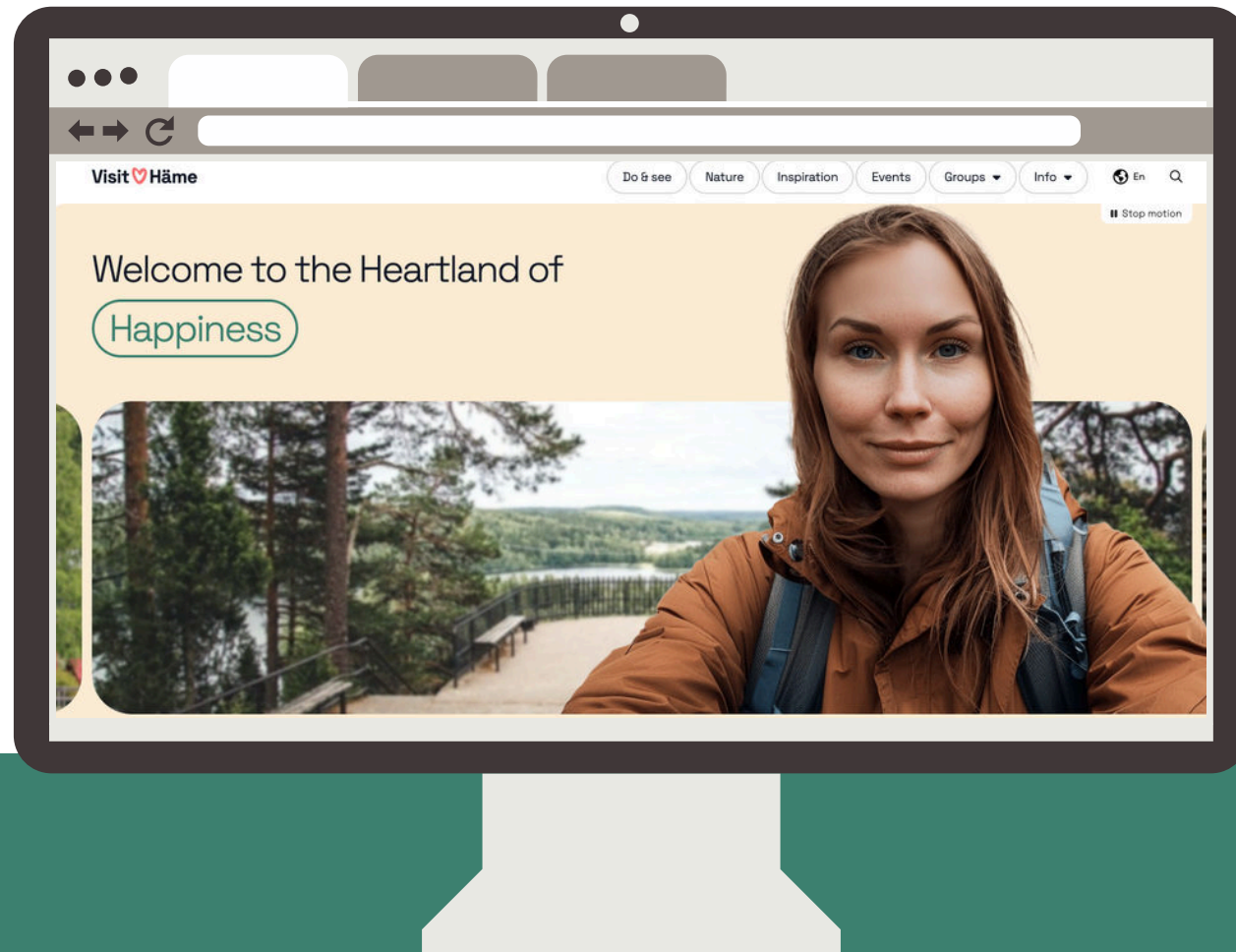
Vinkki:

- Arvioi sopivatko nykyiset tuotteesi kansainväliselle asiakkaalle: mieti miten tuotteen tai palvelun sisältöä voisi muokata ja miten sen tulisi erota esim. kotimaiselle matkailijalle tarjottavasta tuotteesta.
- Kerää palautetta kansainvälisiltä asiakkailta ja käytä sitä palveluiden parantamiseen ja kehittämiseen. Palautteita kannattaa käydä läpi säännöllisesti.

2 Verkkosivuille tiedot englanniksi

Varmista, että verkkosivuilla on vähintään yksi sivu englanniksi, josta löytyy minimissään kuvaus kohteesta ja palveluista hintoineen, yhteystiedot ja saapumisohjeet.

Varmista että henkilöstö pystyy palvelemaan kansainvälisiä asiakkaita englanniksi. Pidä huolta, että myös ruokalistat, hinnastot, ohjeet tms. ovat saatavilla englanniksi.



Vinkki:

- Käy verkkosivusi läpi kansainvälisen asiakkaan silmin: ymmärtääkö asiakas mitä olet myymässä, missä sijaitset ja miten teille pääsee? Oletko käyttänyt sellaisia termejä mitä myös kansainvälinen matkailija ymmärtää?
- Jos haluat keskittyä Saksaan markkinana tai johonkin muuhun maahan, kannattaa verkkosivuille tehdä myös yksi sivu saksaksi tai kohdemarkkinan kielellä.
- Tee somepäivityksiä myös englanniksi ja tägää @visithame.

3 Ostettavissa oleva tuote

Hyvin laadittu tuotekuvaus eli tuotekortti selkeyttää tuotteen tai palvelun ominaisuudet, mikä helpottaa asiakkaan ostopäätöstä. Tuotekortin tarkoitus on vastata kaikkiin niihin kysymyksiin mitä potentiaalisella asiakkaalla voi olla. Tuotteet/tuotekortit tulisi olla omilla verkkosivuilla kokonaisuudessaan osana sisältöä, vaikka omaa verkkokauppaa ei olisikaan.

Käytä laadukkaita kuvia tuomaan esille tuotteiden ja palveluiden houkuttelevuus ja luomaan positiivinen ensivaikutelma.



Varmista, että tuotekuvauksissa on mukana vähintään viisi tärkeää elementtiä:

1. **Selkeä kuvaus tuotteesta:** Mitä palvelu sisältää.
2. **Kenelle tuote sopii:** Esimerkiksi yksittäisille matkailijoille, perheille tai ryhmille (min. ja max. ryhmäkoko).
3. **Mistä ostaa:** Onko tuotteesi saatavilla verkkokaupassasi tai muissa kanavissa?
4. **Milloin saatavilla:** Sesonki, päivämäärät ja kellonajat.
5. **Hinnoittelu:** Selkeä ja ymmärrettävä hinta.

Vinkki:

- Pohdi mikä tekee palvelustasi ainutlaatuisen ja miten se erottuu kilpailijoista.
- Eri jakelukanavat ottavat oman välityspalkkion eli komissionsa, tämä kannattaa huomioida tuotteen hinnoittelussa.
- Lisää korkealaatuiset, monipuoliset ja yksityiskohtaiset kuvat verkkosivuille tuotekuvauksien yhteyteen, joissa on mielellään ihminen mukana. Näin asiakas pystyy samaistumaan ja kuvittelemaan itsensä kohteeseen paremmin. Kuvia on hyvä olla useampi!



4 Markkinointi

- Lisää tuotteet [Visit Finlandin DataHubiin](#) vähintään suomeksi ja englanniksi, sieltä ne tulevat muun muassa Visit Häme sivuille, Visit Lakeland Finland sivuille ja Visit Finlandin sivuille ja monille muillekin sivustoille, joista kansainvälinen matkailija voi ne löytää.
- Varmista, että yrityksesi tiedot ovat Google Business profiilissa ajan tasalla.
- Lisää yrityksesi TripAdvisoriin.
- Pyydä asiakkailta arvioita yllä oleviin palveluihin, jotta näkyvyytesi kasvaa.
- Tee somesisältöä, niin että kirjoitat tekstit suomeksi ja englanniksi. Lisää myös englanninkielisiä hästägejä ja tägää @visithäme.



Tutustu hyödyllisiin lisämateriaaleihin:

- [Digiloikan ABC: Kymmenen kohdan checklist yrityksesi digitaalisuuden perusasioiden tarkistamiseksi](#)
- [Varaus- ja verkkokauppapaikkojen vertailu](#)



Vinkki:

- Varmista, että verkkosivusi on mobiilioptimoitu: merkittävä osa matkailijoista hakee tietoa mobiililaitteilla.
- Osallistu alueen matkailutilaisuuksiin ja verkostoidu muiden toimijoiden kanssa. Yhteistyöllä ja toisia suosittelemalla voimme saada suurempia palvelukokonaisuuksia ja tyytyväisempiä asiakkaita.
- Voit tehdä itsellesi oman verkkokaupan tai voit myös laittaa palvelusi myyntiin erilaisiin jakelukanaviin. Tähän saat hyviä vinkkejä alueesi kehitysyhtiöstä. Verkkomyynnin tai varauksen avulla tiedät ennakkoon, onko elämykseen tai palveluun tulossa asiakkaita, lisäksi saat rahaliikenteen sujuvasti hoidettua ja asiakkailta maksut ennakkoon. Yrityksen kassavirta helpottuu ja asiakkaiden peruutukset vähenevät.
- Tutki, mitkä kansainväliset jakelukanavat toimivat parhaiten kohdemarkkinoissasi ja nimenomaan sinun palvelujesi kohdalla (esim. majoitus vs. aktiviteetti) ja kohdenna markkinointia tehokkaasti. ([Eri markkinoiden jakelukanavaoppaat löydät Visit Finlandin sivuilta](#))

5 Vastuullisuus

Toimimalla vastuullisesti houkuttelet arvopohjaisesti matkustavia kansainvälisiä asiakkaita ja luot positiivista ja kestävästä vaikutuksesta matkailualueella. Vastuullisuus tarjoaa kilpailuetua ja tuo matkailijoille syvempiä, merkityksellisiä kokemuksia. Kansainväliset matkailijat arvostavat mahdollisuutta tutustua kohteeseen autenttisesti ja kestävästi.

Kerro asiakkaille vastuullisuudesta ja opasta heitä vastuulliseen toimintaan matkakohteessa. Tämä lisää asiakkaiden luottamusta ja sitoutumista.

Vinkki:



- Vaikka sinulla ei vielä olisikaan vastuullisuussertifikaattia, toimit varmasti jo monin tavoin vastuullisesti. Muista kertoa näistä teoista sekä verkkosivuilla että sosiaalisessa mediassa.
- Aloita Sustainable Travel Finland (STF) ohjelma ja pyri saavuttamaan Sustainable Travel Finland -merkki, joka osoittaa yrityksesi sitoutumisen kestäväan matkailuun ja toimii kilpailuvalttina kansainvälisillä markkinoilla. Visit Finland nostaa esimerkiksi omilla sivuillaan ja kampanjoissaan kaikki STF-merkin omaavat yritykset kärkeeseen ja samoin merkki näkyy tuotteissa myös muilla sivustoilla.
- Kannattaa seurata ja osallistua alueellisiin (ja valtakunnallisiin) vastuullisen matkailun valmennuksiin ja infotilaisuuksiin, joissa saa lisätietoa vastuullisesta toiminnasta ja STF-merkin suorittamisesta.

Visit
 **Häme**

Onnellisten ihmisten sydänmaa

Lähellä, mutta kaukana arjesta.

2024 NordicMarketing



**Euroopan unionin
osarahoittama**

Dokumentin on laatinut NordicMarketing yhteistyössä Linnan Kehitys Oy:n, Forssan Yrityskehitys Oy:n ja Riihimäen Tilat ja Kehitys Oy:n kanssa. Se on toteutettu Maaseuturahaston rahoittamassa Elämykset esiin -hankkeessa.