

Suosituksia Kanta-Hämeen elämystuotteiden myyntikanaviksi

Verkkokauppa-alustat ja OTA –kanavat



Euroopan unionin
osarahoittama

Visit  Häme



Digitaaliset myyntikanavat elämyspalveluille

Suosituksia on koottu Kanta-Hämeen elämystoimijoille.

Suosituksissa on huomioitu alueen erityispiirteet, kohdemarkkinat sekä käyttäjäkokemus.

Oikeat kanavat

- Lisäävät näkyvyyttä ja tavoittavat laajemman asiakaskunnan
- Tehostavat markkinointia ja kasvattavat myyntiä
- Parantavat asiakastytyvyyttä
- Auttavat optimoimaan resurssien käyttöä ja sekä liiketoiminnan kannattavuutta

* Suositukset on koottu Maaseuturahaston rahoittamassa Elämykset Esiin –hankkeessa



Euroopan unionin
osarahoittama

Visit  Häme



Kanta-Hämeen päämarkkinat

- Päämarkkinat Saksa, Benelux-maat eli Belgiaan ja Alankomaat sekä UK ja Japani
- **Saksalaisia** kiinnostaa Suomen puhdas luonto ja kulttuuri, kiertomatkat ja mökkeily
 - Saksan markkinoille tähtäävien kannattaa erityisesti panostaa vastuullisuuteen. Saksasta on mahdollista saada ympärivuotisesti matkailijoita Suomeen.
- **Belgialaisia** ja **hollantilaisia** matkailijoita kiinnostavat Suomessa erityisesti luonnonläheiset kokemukset, aktiiviset ulkoilma-aktiviteetit, monipuoliset majoitusvaihtoehdot sekä mahdollisuus tutustua paikalliseen kulttuuriin ja elämäntapaan.
 - Kestävän matkailun arvot ovat myös nousemassa tärkeäksi tekijäksi heidän matkailupäätöksissään.
- **UK:ssa** Suomi tunnetaan erityisesti talvimatkailukohteena, mutta markkinoilta löytyy mahdollisuuksia myös ympärivuotisen matkailun lisäämiseen.
 - Britit ovat kiinnostuneita Suomen puhtaasta luonnosta, kulttuurista ja aktiviteeteista, mutta myös vastuullinen matkailu ja hyvinvointimatkailu sekä luksuskohteet kiinnostavat brittejä enenevässä määrin.
- **Japanilaisia** kiinnostaa Suomessa erityisesti suomalainen elämäntapa, sauna ja design
 - Suomi on yksi japanilaisten pääkaukokohteista
 - Japanilaisia voi houkutella kaupunkiloman ja luontoloman yhdistämisellä, autenttisilla suomalaisilla kokemuksilla, hyvällä ruoalla ja kulttuurilla

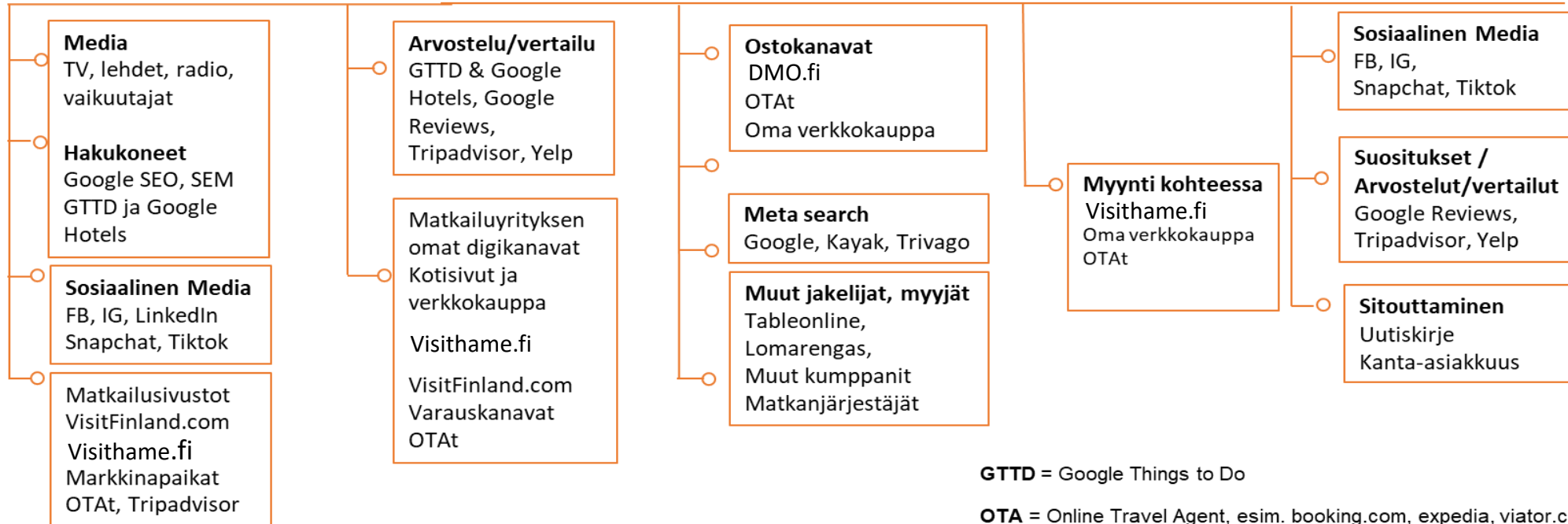


Kanta-Hämeen seurattavat kv-markkinat

- **Sveitsiläiset** matkailijat arvostavat Suomessa erityisesti luonnonläheisiä ja aktiivisia lomakokemuksia, laadukkaita majoituspalveluita sekä mahdollisuutta tutustua paikalliseen kulttuuriin ympäristöystävällisellä tavalla.
- **Sveitsiläisiä** matkailijoita kiinnostaa vaellus, samoilu, luonnon läheinen majoitus: vuokramökkit, kulttuuri ja paikalliset kokemukset
- **Yhdysvaltalaiset** matkailijat ovat hintatietoisia, he panostavat laatuun ja haluavat kokea elämyksiä ainutlaatuisissa matkakohteissa. Yhdysvalloista matkailijat etsivät Suomessa erityisesti ainutlaatuisia luontoelämyksiä, autenttisia kulttuurikokemuksia sekä turvallisia ja vastuullisia matkailupalveluita.
- **Yhdysvaltalaisia** matkailijoita kiinnostaa puhdas luonto ja tilan tuntu, luonnon ilmiöt, sauna ja hyvinvointielämykset, paikallinen ruoka ja design, kiertomatkat ja erikoismajoitukset
- **Espanjalaiset** matkailijat etsivät Suomesta erityisesti luonnonläheisiä kokemuksia, kulttuurielämyksiä sekä mahdollisuuksia rentoutumiseen ja hyvinvointiin. Suomen monipuolinen tarjonta näillä osa-alueilla tekee maasta houkuttelevan kohteen espanjalaisille matkailijoille
- **Espanjalaisia** matkailijoita kiinnostaa kansallispuistot ja retkeily, järvi-suomi ja saaristo, paikallinen elämäntapa, kaupunkikulttuuri, talvimaisemat ja aktiviteetit, sauna ja hyvinvointipalvelut
- **Ranskalaiset** matkailijat etsivät Suomesta erityisesti luonnonläheisiä kokemuksia, kulttuurielämyksiä sekä mahdollisuuksia rentoutumiseen ja hyvinvointiin. Suomen monipuolinen tarjonta näillä osa-alueilla tekee maasta houkuttelevan kohteen ranskalaisille matkailijoille
- **Ranskalaisia** matkailijoita kiinnostaa erämaat ja hiljaisuus, luonnon ja eläinten tarkkailu, paikallinen elämäntapa ja historia, kulttuuritarjonta ja design, sauna ja henkinen hyvinvointi, luontokohteet ja ekologisuus



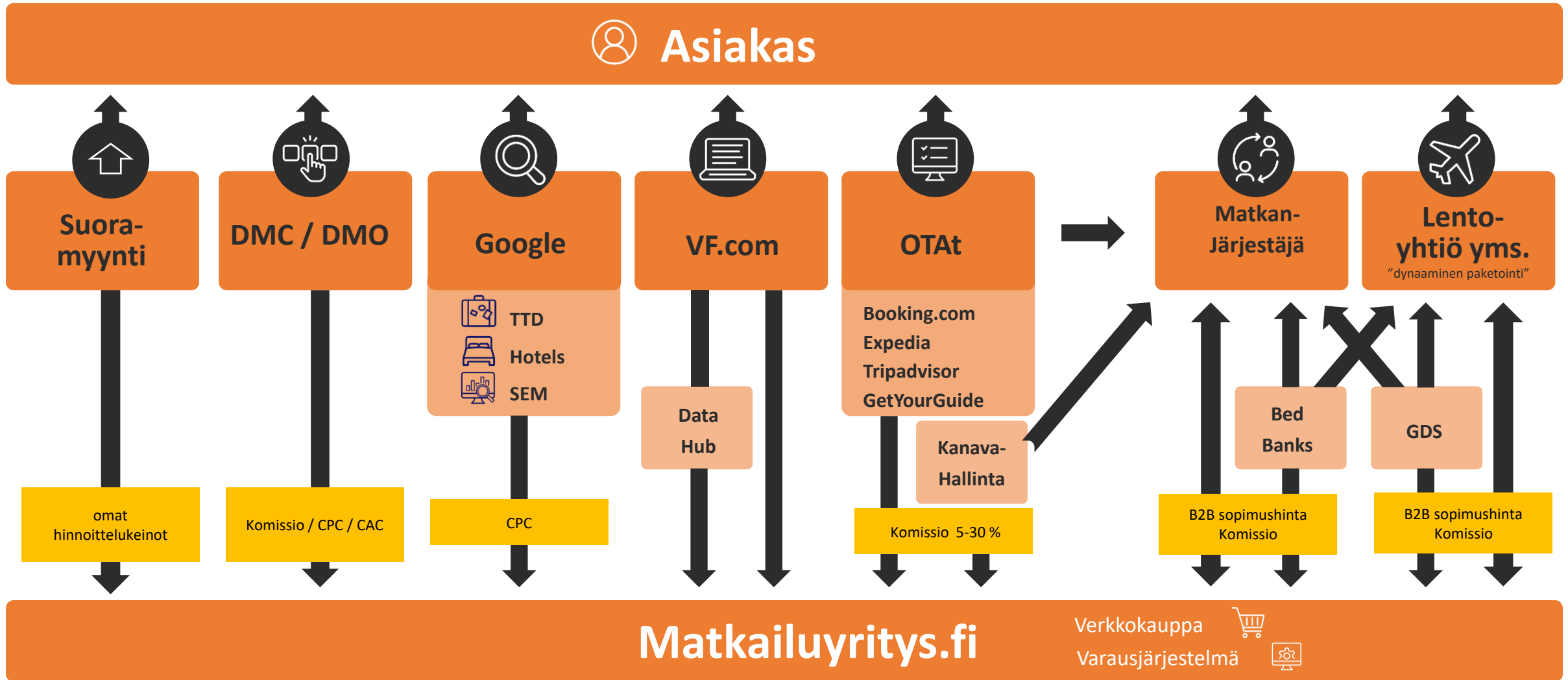
Digitaalinen asiakaspolku



GTTD = Google Things to Do

OTA = Online Travel Agent, esim. booking.com, expedia, viator.com, jne

Matkailutuotteiden digitaalinen jakelu



Verkkokauppasuosituksset Kanta-Hämeen elämystuotteiden myyjille

JOHKU ja Moder

Tee verkkokauppa JOHKUlla ja MODERilla

JOHKU.COM



Tutustu JOHKU-kauppoihin

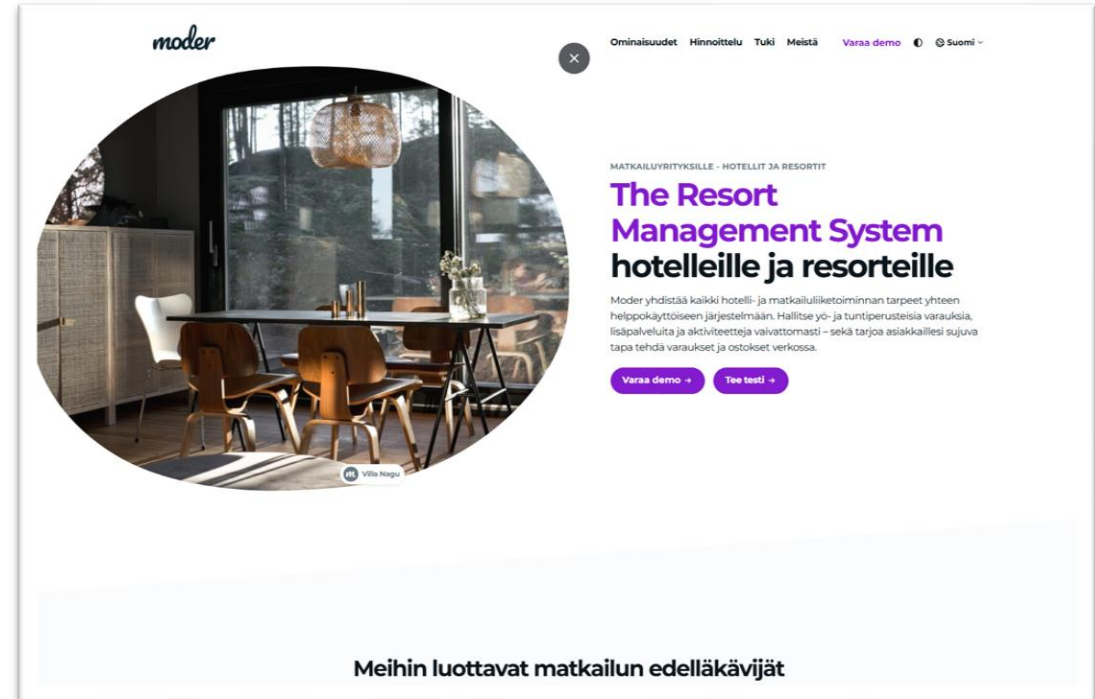
<https://www.naturaviva.fi>

<https://lakelandgte.fi/>

<https://www.metsanautti.fi/>

<https://seinajoenoppaat.johku.com/>

MODER.FI



Tutustu Moder-kauppoihin

<https://experiencepyha.fi/en>

<https://www.arcticriverresort.fi/en/>

<https://www.olocentre.com/>

<https://www.kalliokumpu.com/fi>



Ominaisuus	JOHKU	Moder
Tuotetyyppien hallinta	Soveltuu laajasti erilaisille matkailupalveluille, sisältää resurssihallinnan.	Soveltuu majoitus- ja aktiviteettituotteille, sisältää resurssihallinnan.
Asiakashallinta	Sisältää asiakasrekisterin, asiakashistorian ja asiakasviestinnän	Sisältää asiakashallinnan ja asiakasviestinnän työkalut.
Ajastetut push-viestit	Mahdollisuus lähettää tuotekohtaisia ajastettuja push-viestejä asiakkaille.	Mahdollisuus lähettää tuotekohtaisia ajastettuja push-viestejä asiakkaille.
Sisäiset prosessit	Tuotteiden ja tuoteryhmien hallinta ja hinnoittelu, tuote- ja tuoteryhmäkohtaiset sekä myyntipistekohtaiset varauskalenterit, yksittäisten ja ryhmävarausten käsittely, laskutus, laaja myyntiraportointi (ajastettu, kohdennettu), asiakasrekisteri ja asiakkaan tilaushistoria, kassa-toiminnot, verkkokauppa (widgetit).	Varauskalenteri (varauslista, laskut, ryhmävaraukset), toiminnanohjaus (aktiviteettinäkymä, kuukausinäkymä), tuotteiden ja lisäpalvelujen hallinta, asiakasrekisteri, hinnoittelu, raportit, verkkokauppa (widgetit).

JOHKU ja Moder
vertailua

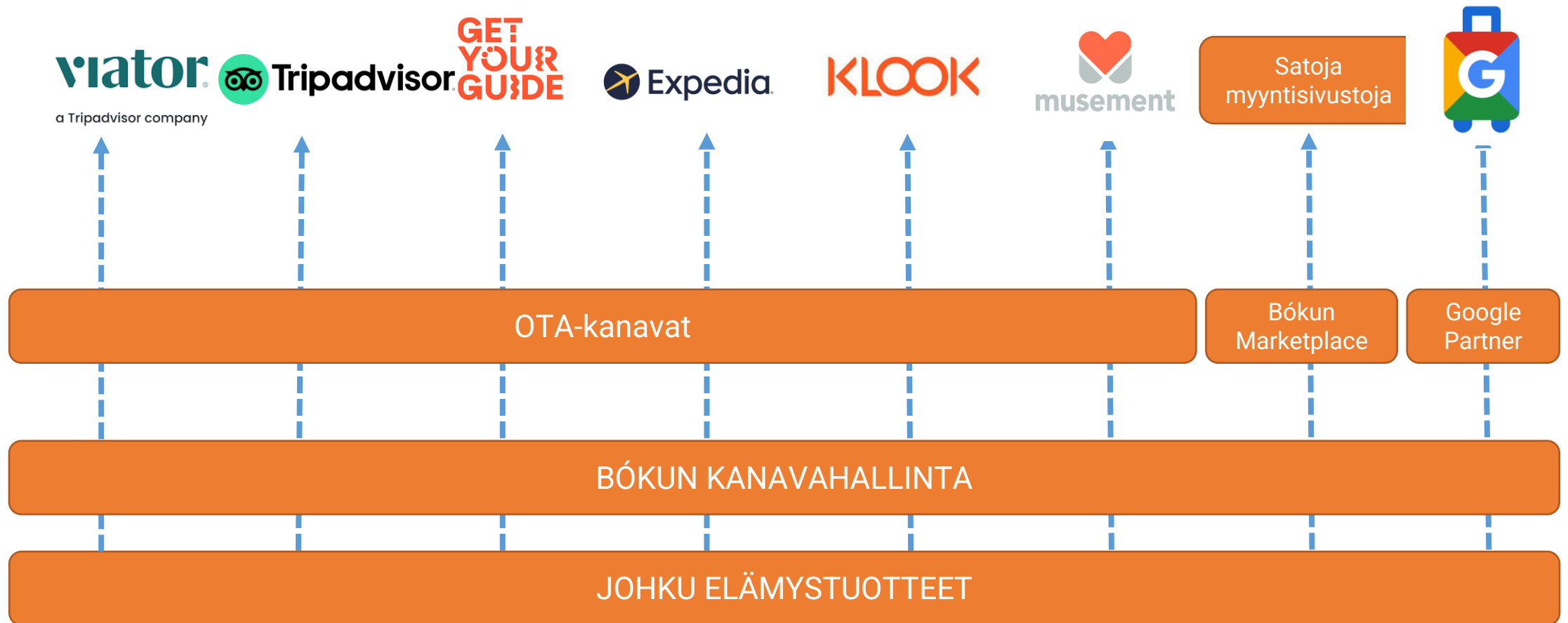
Ominaisuus	JOHKU	Moder
Verkkokauppatoiminnot	Verkkokaupan rakentaminen, monikanavainen myynti, useita kieliversioita, monipuoliset maksutavat, asiakashallinta ja viestintä.	Moderni verkkokauppa-alusta, monikanavainen myynti, yli 60 varauskanavaa, useita kieliversioita, turvalliset maksutavat, asiakashallinta ja viestintä.
Integraatorajapinnat	Integraatiot Channex.io, Bokun ja eri maksupalvelut.	Integraatiot Beds24, Bokun (tulossa 03/2025) ja maksupalvelut.
Hinnoittelu	<ul style="list-style-type: none"> - Läpimenevään myyntiin perustuva komissio: max. 2,5% - Kanavakohtainen komissio: 15-30% 	<ul style="list-style-type: none"> - Small: 2 % Moderissa kulkevasta liikevaihdosta, kuukausittainen minimilaskutus 60 € (1.4.2025 alkaen 65 €) - Medium: 1,25 % liikevaihdosta, minimilaskutus 250 € (1.4.2025 alkaen 275 €) - Large: 0,75 % liikevaihdosta, minimilaskutus 400 € (1.4.2025 alkaen 440 €) <p>Hinnat sisältävät Paytrail- tai Stripe-verkkomaksupalvelun kuukausikustannuksen.</p>

**JOHKU ja Moder
vertailua**

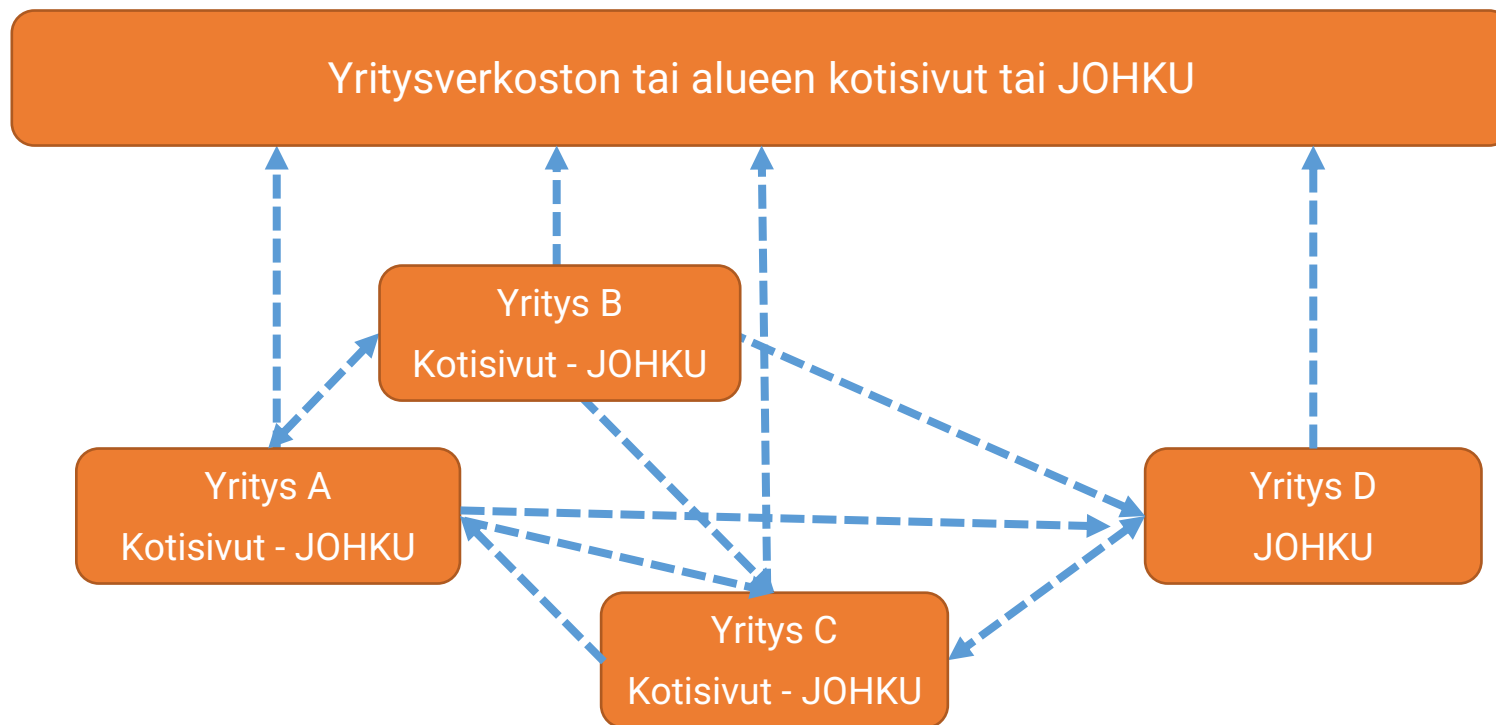
Ominaisuus	JOHKU	Moder
Tukipalvelut	Kysy & Tiedä -webinaarit, chat ja yhteisöpalsta (ecosystem.johku.com), Mighty-app, sähköposti: tuki@johku.com .	Learning Lounge -tilaisuudet, sähköpostituki (support@moder.fi), puhelinpäivystys aukioloaikojen ulkopuolella. Lisätietoja: https://support.moder.fi/support/home .
Verkkosivustot	Johku mahdollistaa verkkosivuston rakentamisen verkkokaupan yhteyteen ilman erillistä verkkosivualustaa.	Moder ei sisällä verkkosivuston rakentamistyökaluja, mutta varausjärjestelmän widgetit voidaan upottaa olemassa oleville verkkosivuille.

JOHKU ja Moder
vertailua

Elämystuotteiden monikanavainen myynti ja JOHKUSSA

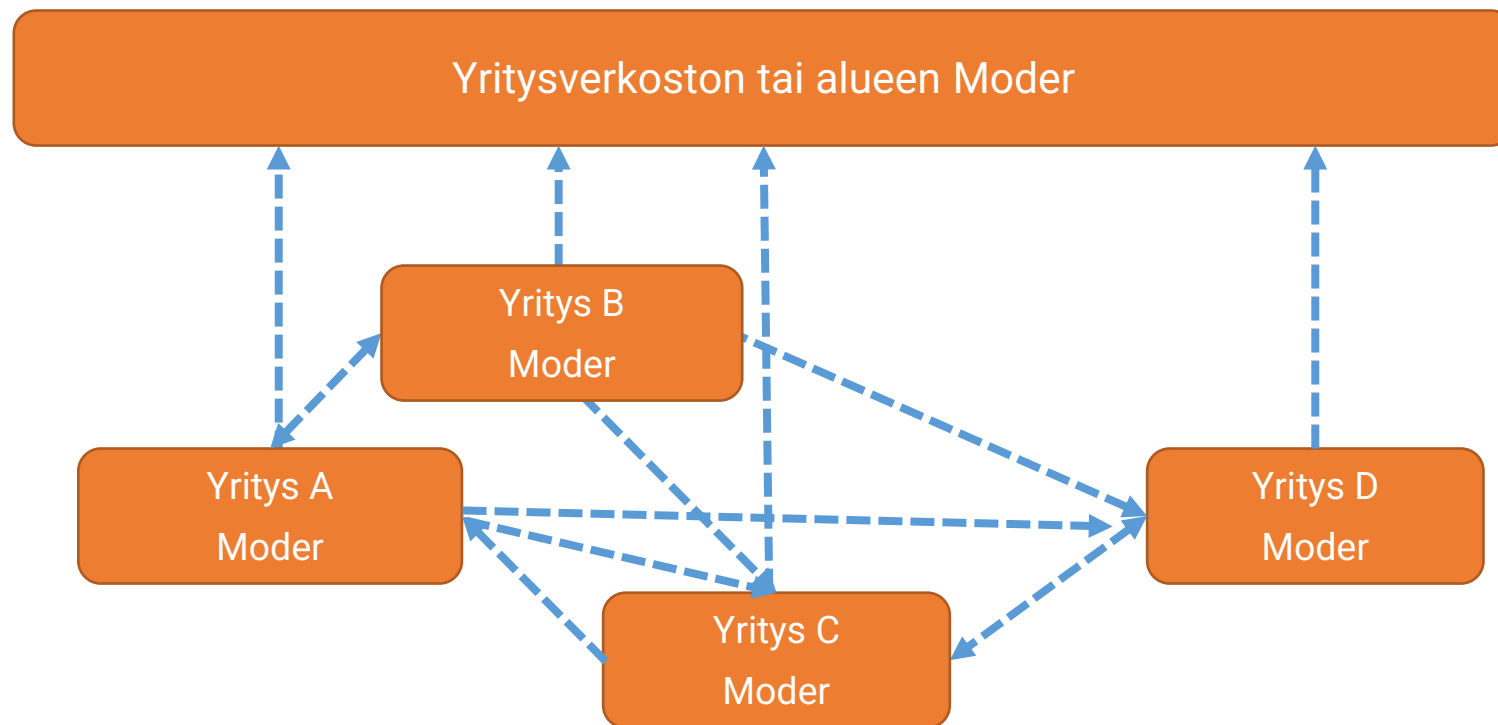


Elämystuotteiden ristiinmyynti JOHKUssa



Elämystuotteita voidaan myydä oman verkkokaupan lisäksi kumppanin JOHKU-verkkokaupassa ristiinmyynti-sopimuksilla tai yhteistyökumppanin kotisivuilla tuoteryhmä- tai tuote-widgeteillä. Digitaalinen ristiinmyyntisopimus tehdään JOHKUn asetuksissa.

Elämystuotteiden ristiinmyynti Moderissa



Eri Moderit voivat ristiinmyydä toisiaan Destinaatio-asetuksen avulla. Kyseessä on kahden eri toimijan, destinaation (= Moder-alusta, jonne kohteet tuodaan toisesta Moderista) ja partnerin (= Moder-alusta, josta kohteet viedään toiselle alustalle) välinen kirjallinen sopimus.

OTA-kanava suositukset Kanta-Hämeen elämystuotteiden myyntiin

Suositteltavat OTA-kanavat Kanta-Hämeen elämystoimijoille

	Saksa	Benelux-maat (Belgia ja Alankomaat)	Iso-Britannia	Japani
Viator/TripAdvisor	X	X	X	
GetYourGuide	X	X		
Google Things to Do (Meta-haku)	X		X	
Civitatis				
Tiquets			X	
Klook	X	X	X	X
Musement				
Rakuten Travel Experiences				X
Jalan.net				X

Suositteltavat OTA-kanavat Kanta-Hämeen elämystoimijoille

	USA	Ranska	Espanja
Viator/TripAdvisor	X	X	X
GetYourGuide	X	X	X
Google Things to Do (Meta-haku)	X	X	X
Civitatis			X
Tiquets			
Klook	X		X
Musement		X	X
Rakuten Travel Experiences			
Jalan.net			

Miksi	GetYourGuide on yksi Euroopan suosituimmista elämys- ja aktiviteettialustoista. Se tavoittaa laajan kansainvälisen yleisön ja soveltuu hyvin Kanta-Hämeen kulttuuri-, luonto- ja saunatuotteiden myyntiin.
Kohderyhmä	FIT-matkailijat, pariskunnat, perheet ja ryhmät, jotka etsivät autenttisia ja paikallisia elämyksiä. Kohderyhmään kuuluu erityisesti kulttuurista ja luonnosta kiinnostuneita matkailijoita.
Esimerkkituotteet	Opastetut kierrokset, luontoretket, historialliset ja kulttuurikohteet, saunakokemukset, ruokailuelämykset ja aktiviteetit perheille.
Vahvuudet	Vahva kansainvälinen näkyvyys erityisesti Keski-Euroopassa, laaja ja aktiivinen käyttäjäkunta, mobiiliystävälliset varaukset ja dynaaminen hinnoittelu sekä mahdollisuus viime hetken varauksiin.
Komissio	Komissio vaihtelee yleensä 20-30 % välillä, mutta tarkka komissio riippuu sopimuksen ehdoista ja tuotetyypistä.
Huomioitavaa!	On tärkeää optimoida tuotteiden kuvaukset useille kielille ja varmistaa, että yrityksellä on kapasiteettia hoitaa myös lyhyellä varoitusajalla tulevat varaukset. Asiakasarviot ovat keskeinen tekijä GetYourGuidessa, joten laadukas asiakaskokemus on tärkeä.

Miksi	Klook tarjoaa laajan kansainvälisen näkyvyyden, erityisesti Aasiassa, mutta se on kasvattanut suosiotaan myös Euroopassa ja USA:ssa. Kanta-Hämeen seudun saunat, luonto- ja kulttuurielämykset sopivat Klookin valikoimaan erinomaisesti.
Kohderyhmä	Nuoret matkailijat (millenniaalit ja Gen Z), FIT-matkailijat, pariskunnat, perheet ja työmatkailijat, jotka etsivät ainutlaatuisia ja joustavia elämyksiä.
Esimerkkituotteet	Nähtävyydet ja pääsyliput: Museot, huvipuistot, kulttuurikohteet. Opastetut retket: Luontoretket, kaupunkikierrokset, kiertomatkat. Kuljetukset: Lentokenttäkuljetukset, junaliput, kaupunkipyörät. Ruoka ja juoma: Ruokakierrokset, viinitastingit ja paikalliset ruokailukokemukset. Erikoiselämykset: Saunakokemukset, jooga luonnossa tai design-työpajat.
Vahvuudet	Dynaaminen hinnoittelu ja alennukset, mobiilivarausten helppous, laaja kansainvälinen käyttäjäkunta, yhteistyö paikallisten toimijoiden kanssa ja mahdollisuus viime hetken varauksiin.
Komissio	Komissio vaihtelee yleensä 15-25 % välillä, mutta tarkka komissio riippuu sopimuksen ehdoista ja tuotetyypistä.
Huomioitavaa	Tuotteiden kuvaukset ja hinnoittelu kannattaa lokalisoida eri markkinoille sopivaksi. On myös tärkeää varmistaa, että yritys pystyy tarjoamaan sujuvan palvelun lyhyellä varoitusajalla, sillä viime hetken varaukset ovat yleisiä Klookissa.



Tiqets.com

Miksi	Tiqets on erityisen vahva kulttuurikohteiden, museoiden ja perheystävällisten nähtävyyksien markkinoinnissa Euroopan suurimmilla matkailumarkkinoilla, kuten Saksassa, Ranskassa ja Alankomaissa. Kulttuurikohteet voivat hyötyä tästä näkyvyydestä.
Kohderyhmä	Matkailijat, jotka vierailevat museoissa, kulttuurikohteissa ja nähtävyyksissä. Erityisesti perheet, kulttuurimatkailijat ja FIT-matkailijat Euroopassa.
Esimerkkituotteet	Museot, historialliset nähtävyydet, kulttuurikierrokset, perheille suunnatut elämykset ja pääsyliput nähtävyyksiin.
Vahvuudet	Nopeat mobiilipääsyliput, jonojen ohitusominaisuus, vahva näkyvyys Euroopan suurilla markkinoilla ja laaja käyttäjäkunta erityisesti kulttuurimatkailussa.
Komissio	Komissio vaihtelee yleensä 15-25 % välillä, mutta tarkka osuus riippuu sopimuksen ehdoista ja tuotetyypistä.
Huomioitavaa	Yrityksen tulee varmistaa, että tuotteet ovat helposti varattavissa ja asiakkailta on pääsy mobiilipääsylimppuihin. Tuotteiden kuvaukset kannattaa optimoida kohdemarkkinoiden kielelle ja kulttuuriin sopiviksi.

Miksi	Viator on osa TripAdvisorin ja yksi maailman suurimmista elämystuotteiden myyntialustoista. Se tavoittaa laajan globaalin yleisön, erityisesti Euroopasta ja Yhdysvalloista tulevat matkailijat, mikä tekee siitä ihanteellisen Kanta-Hämeen kulttuuri-, luonto- ja saunatuotteiden markkinointiin.
Kohderyhmä	Kansainväliset FIT-matkailijat, perheet, pariskunnat ja ryhmät, jotka etsivät opastettuja kierroksia, kulttuurikohteita ja luontoelämyksiä. Viator on erityisen suosittu USAssa ja Euroopassa.
Esimerkkituotteet	Opastetut kierrokset, luontoretket, historialliset ja kulttuurikohteet, saunakokemukset, gourmet-ruokailut ja design-elämykset.
Vahvuudet	Maailmanlaajuinen näkyvyys TripAdvisorin kautta, laaja asiakasarviojärjestelmä, vahva asema erityisesti Yhdysvaltojen markkinoilla sekä helppo integrointi muihin TripAdvisorin palveluihin.
Komissio	Komissio vaihtelee 20-30 % välillä, riippuen sopimusehdoista ja tuotetyypistä. Tuotteiden tarkastus- eli kuratointimaksu on 29\$/tuote.
Huomioitavaa	Tuotteiden kuvaukset ja arvostelut ovat keskeisiä myynnin kannalta. On tärkeää varmistaa laadukas palvelu, sillä asiakasarviot vaikuttavat suoraan näkyvyyteen ja myyntiin Viatorissa. Lisäksi kannattaa hyödyntää TripAdvisorin tarjoamia markkinointimahdollisuuksia ja kuratointia.

Miksi	Musement on laajentunut nopeasti Euroopassa ja tarjoaa näkyvyyttä kulttuuri-, luonto- ja saunatuotteille erityisesti eurooppalaisten ja kansainvälisten matkailijoiden keskuudessa. Kanta-Hämeen historialliset nähtävyydet ja aktiviteetit sopivat hyvin alustan kohteisiin.
Kohderyhmä	FIT-matkailijat, kulttuurista kiinnostuneet pariskunnat ja perheet, sekä luontoelämyksiä ja paikallisia kokemuksia etsivät kansainväliset turistit, erityisesti Euroopasta.
Esimerkkituotteet	Museot, kulttuurikohteet, saunakokemukset, luonnonläheiset aktiviteetit, gourmet-ruokailut ja opastetut retket.
Vahvuudet	Vahva asema Euroopan suurimmilla matkailumarkkinoilla, laaja valikoima kulttuuri- ja perhekohteita sekä integrointi useisiin matkailualan varausjärjestelmiin, mikä parantaa tuotteiden saavutettavuutta.
Komissio	Komissio vaihtelee yleensä 15-25 % välillä tuotetyypistä ja sopimuksesta riippuen.
Huomioitavaa	Yrityksen on tärkeää tarjota lokalisoidut ja selkeät tuotekuvaukset, joihin sisältyy relevanttia tietoa kulttuurista ja ympäristöstä. Laadukas asiakaskokemus ja positiiviset arvostelut parantavat näkyvyyttä ja myyntiä Musementissa.

Miksi	Civitatis on espanjalainen OTA-alusta, joka keskittyy opastettuihin kierroksiin ja aktiviteetteihin. Se on erityisen suosittu espanjankielisten matkailijoiden keskuudessa, mikä tekee siitä ihanteellisen kanavan espanjalaisten asiakkaiden tavoittamiseksi Suomessa.
Kohderyhmä	Espanjalaiset FIT-matkailijat, perheet, pariskunnat ja ryhmät, jotka etsivät opastettuja kierroksia ja kulttuurielämyksiä omalla kielellään.
Esimerkkituotteet	Opastetut kierrokset, kulttuurikohteet, historialliset nähtävyydet, ruokailuelämykset ja aktiviteetit luonnossa.
Vahvuudet	Vahva asema espanjankielisillä markkinoilla, lokalisoitu käyttöliittymä ja asiakaspalvelu espanjaksi, mikä tekee siitä helpommin lähestyttävän espanjalaisille matkailijoille.
Komissio	Komissio vaihtelee yleensä 15-30 % välillä tuotetyypistä ja sopimuksesta riippuen.
Huomioitavaa	Yrityksen on tärkeää tarjota laadukkaat tuotekuvaukset ja palvelut espanjaksi. Positiiviset arvostelut ja hyvä asiakaskokemus lisäävät näkyvyyttä ja myyntiä Civitatis-alustalla.



JALAN.net

Miksi	Jalan.net on yksi Japanin suurimmista OTA-kanavista. Jalan.net on Japanin suosituimpia matkailualustoja ja tarjoaa vahvan näkyvyyden FIT-matkailijoille, perheille ja ryhmille, jotka etsivät ainutlaatuisia elämyksiä. Kanta-Hämeen sauna- ja luontokokemukset sekä kulttuurikierrokset sopivat erityisen hyvin japanilaiselle matkailijalle.
Kohderyhmä	Japanilaiset FIT-matkailijat, perheet, pariskunnat ja ryhmät, jotka etsivät kulttuurisia, luonnonläheisiä ja ainutlaatuisia matkakohteita.
Esimerkkituotteet	Saunakokemukset, luontoretket, kulttuurikierrokset, ruokailuelämykset, järviluonto ja perheystävälliset aktiviteetit.
Vahvuudet	Lokalisoitu sisältö Japanin markkinoille, suuri ja aktiivinen käyttäjäkunta, suosio erityisesti kotimaan ja kansainvälisten kohteiden varaamisessa, sekä vahva maine matkailijoiden keskuudessa.
Komissio	Komissio vaihtelee yleensä 10-20 % välillä, riippuen tuotteesta ja sopimusehdoista.
Huomioitavaa	Tuotteiden kuvaukset ja hinnoittelu kannattaa lokalisoida japanilaiseen kulttuuriin sopiviksi. Nopea asiakaspalvelu ja kyky vastaanottaa viime hetken varauksia ovat tärkeitä Jalan.netissä.

Miksi	Rakuten Travel Experiences on osa Japanin suurimpiin verkkokauppoihin kuuluvaa Rakuten-verkostoa, mikä antaa laajan näkyvyyden japanilaisille matkailijoille. Kanta-Hämeen saunat, luonnonläheiset elämykset ja kulttuurikierrokset sopivat hyvin Rakutenin kohderyhmille.
Kohderyhmä	Japanilaiset FIT-matkailijat, pariskunnat, perheet ja seniorit, jotka etsivät kulttuurielämyksiä, luontoaktiviteetteja ja hyvinvointikokemuksia. Erityisen vahva nuorten ja hyvinvointia arvostavien matkailijoiden keskuudessa.
Esimerkkituotteet	Saunominen, luontoretket, kulttuurikierrokset, ruokailuelämykset, järviolueiden aktiviteetit ja historialliset nähtävyydet.
Vahvuudet	Laaja ja luotettu asiakaspohja Japanissa, vahva integraatio Rakutenin verkkokauppaan ja brändiin, lokalisoitu sisältö ja helppo pääsy japanilaiselle kuluttajalle.
Komissio	Komissio on yleensä 15-30 % riippuen sopimuksesta ja tuotetyypistä.
Huomoitavaa	Tuotekuvaukset ja palvelut on lokalisoitava japanilaiseen kulttuuriin ja kieleen. Lisäksi yritysten on hyvä varautua tarjoamaan joustavia ja asiakaslähtöisiä palveluja, sillä japanilaiset matkailijat arvostavat korkeaa palvelun laatua ja tarkkaa tietoa kokemuksista.

OTA-kanava	Kohderyhmä	Esimerkkituotteet	Vahvuudet	Komissio (%)	Huomioitavaa yrityksille
GetYourGuide	Eurooppalaiset ja amerikkalaiset FIT-matkailijat, perheet, kulttuurin ja luonnon ystävät.	Opastetut kierrokset, luontoretket, historialliset kohteet, ruokailuelämykset.	Vahva Euroopan ja USA:n näkyvyys, joustava varaaminen ja mobiiliyhteensopivuus.	20-25	Tuotekuvaukset useilla kielillä, laadukas asiakaspalvelu ja nopea reagointi varauksiin.
Viator	Kansainväliset matkailijat, erityisesti amerikkalaiset, jotka etsivät opastettuja retkiä ja elämyksiä.	Museot, historialliset nähtävyydet, premium-kokemukset, kiertomatkat.	Maailmanlaajuinen näkyvyys TripAdvisorin kautta, erityisen vahva USA:ssa.	20-30	Asiakasarviot vaikuttavat näkyvyyteen, TripAdvisor-integraatio kannattaa hyödyntää.
Klook	Aasialaiset, eurooppalaiset ja yhdysvaltalaiset matkailijat, erityisesti nuoret aikuiset ja FIT-matkailijat, jotka etsivät joustavia elämyksiä.	Saunakokemukset, luonnonläheiset elämykset, ruoka- ja kulttuurikierrokset, sopivat nyt myös Euroopan ja Yhdysvaltojen asiakkaille.	Laajentuminen Eurooppaan ja Yhdysvaltoihin, vahva asema Aasian markkinoilla, monipuoliset paikalliset elämykset, mobiilisovellus ja viime hetken varaukset.	15-25	Tuotteet kannattaa optimoida nuorille matkailijoille ja Aasian markkinoille, huomioiden laajentunut näkyvyys Euroopassa ja Yhdysvalloissa.
Jalan.net	Japanilaiset FIT-matkailijat, perheet ja ryhmät, jotka arvostavat kulttuuria ja luontoelämyksiä.	Saunakokemukset, ruokailuelämykset, luonnon ja kulttuurin yhdistävät tuotteet.	Suosittu Japanissa, lokalisoitu sisältö ja vahva asema kotimaan matkailussa.	10-20	Japanilainen palvelukulttuuri huomioitava, tarkat tuotekuvaukset tärkeitä.
Rakuten Travel Experiences	Japanilaiset matkailijat, jotka etsivät premium-luokan elämyksiä, kulttuuria ja luonnonläheisiä kokemuksia.	Saunakokemukset, luksusluontokohteet, historialliset ja design-kohteet.	Laaja asiakaspohja Japanissa, integraatio Rakutenin ekosysteemiin.	15-30	Premium-tason palvelun laatu ja yksityiskohtainen asiakaskokemus keskeisiä.
Tiqets	Eurooppalaiset ja amerikkalaiset matkailijat, erityisesti kulttuurin ja museoiden ystävät.	Museot, pääsyliput nähtävyyksiin, historialliset kierrokset.	Eurooppalainen kulttuuripainotus, vahva museo- ja historiallisten kohteiden markkina.	15-25	Sopii erityisesti museoille ja kulttuuriperintökohteille, mobiilipääsyliput suositteluja.
Musement	Eurooppalaiset matkailijat, jotka etsivät kulttuurisia ja perheystävällisiä aktiviteetteja.	Historialliset nähtävyydet, museot, perheystävälliset elämykset.	Eryyisen vahva Euroopan suurissa kaupungeissa, perheystävällinen fokus.	15-25	Lokalisoitu sisältö ja perheystävälliset aktiviteetit menestyvät parhaiten.
Civitatis	Espanjalaiset ja latinalaisamerikkalaiset matkailijat, jotka etsivät kulttuurielämyksiä ja opastettuja retkiä.	Opastetut retket, historialliset kohteet, kulttuurikierrokset, gastronomiset elämykset.	Espanjan ja Latinalaisen Amerikan markkinoiden hallitseva toimija, vahva kohdennus espanjankielisille matkailijoille.	20-25	Kohdennus espanjankielisille matkailijoille, tuotteiden oltava kulttuurisesti ja kielellisesti sopivia.

Visit ♥ Häme