

Vastuullinen Vuokatti

**Matkailun digitaalinen monikanavainen ostettavuus
Asiakkaan digitaalinen ostopolku**

18.11.2024 klo 12-15

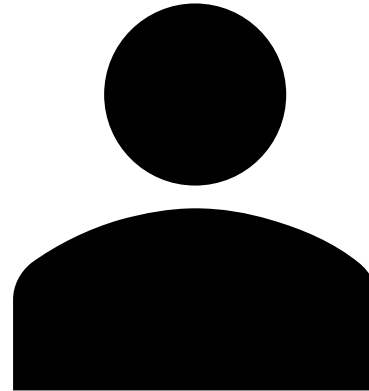
Kirsi Mikkola

HOX! Materiaalit [Vastuullinen Vuokatti](#)

(salasana: Vuokatti2023)

Tervetuloa!

- Kuka olet ja mistä tulet?
 - Miten myyt palveluja ja tuotteita?
 - Verkkokauppa?
 - Some?
 - OTA -kanavat?
 - Matkanjärjestäjä?
 - Muut kanavat?
 - Mitä myyntijärjestelmiä käytät?
- Aikataulusta: Tauot joka tunti



Valmentajan esittely



Verkostoidu: @kirsimikkola
kirsi.mikkola@liiketoiminta.info

Varaa digisparraus:
www.liiketoiminta.info/varaa-aika

- Digitaalisen liiketoiminnan asiantuntija
Yrittäjä vuodesta 2005
- Yrittäjä – partner – valmentaja – sparraaja
DigiPro Liiketoiminta, www.liiketoiminta.info
Nice Group Consulting Oy, www.nicegroup.fi
- Ravintolakokki, matkailumarkkinoinnin merkonomi,
tietojenkäsittelyn tradenomi, opettajan koulutus (OAMK),
MCSE, YJEAT, HHJ
- Business Finland - Visit Finland partner
 - Matkailuyrityksen kansainvälistymisopas, 2019 ja 2023
 - Matkailun digiloikka ABC, 2023
 - Varausjärjestelmäopas ja -vertailu, 2023
 - Visit Finland Akatemiavalmentaja



Partner with



Visit Finland



**SUOMEN VAHVIMMAT
PLATINA**

Sähköinen Liiketoiminta Suomi Oy
FI21628542 | 2019-2024



Agendalla

- **Iltapäivän aikana digitaalista jakelua ja myyntiä arkastellaan asiakassegmenttien ja digitaalisen asiakaspolun kautta:**
 - Mitä erilaiset vierailijat/matkailijat tekevät digitaalisen polun eri vaiheissa
 - Mitä kanavia käyttävät
 - Mistä kanavista ostavat
 - Miten yrityksen tuotteet voivat olla ostettavissa parhaiten asiakaspolun eri vaiheissa (unelmointi, suunnittelu, varaus/osto, kokeminen paikan päällä ja jakaminen)



Mikä digimyyynnissä askarruttaa eniten?

Skannaa QR-koodi puhelimellasi.

Jos et voi lukea QR –koodia siirry

<https://www.menti.com/alu54k1b7fns>

2884 4440

Voit antaa 3 vastausta (25 merkkiä/vastaus)
kysymykseen:

Mikä digimyyynnissä askarruttaa eniten?





Mikä digimyyynnissä askarruttaa eniten?

8 responses

alueellisen tason rooli
mistä asiakas ostaa kanavanhallinta
rajapinnat
matkanjärjelyvelvollisuudet
millä aikajänteellä
miten tuetaan yrityksiä

Digitaalinen asiakaspolku ja myynnin tekemisen pisteet

Digitaalinen asiakaspolku



UNELMOINTI



SUUNNITTELU



VARAUS



MATKALLA



MATKAN
JÄLKEEN

MONIKANAVAINEN LÖYDETTÄVYYS
LUO KYSYNTÄÄ

MONIKANAVAINEN OSTETTAVUUS
LUO MYNNIN KASVUA

Media

TV, lehdet, radio,
vaikuutajat

Hakukoneet

Google SEO, SEM
GTTD ja Google
Hotels

Sosiaalinen Media

FB, IG, LinkedIn
Snapchat, Tiktok

Matkailusivustot
VisitFinland.com
VISIT-sivustot

Markkinapaikat
OTAt, Tripadvisor

Arvostelu/vertailu

GTTD & Google
Hotels, Google
Reviews,
Tripadvisor, Yelp

Matkailuyrityksen
omat digikanavat

Kotisivut ja
verkkokauppa
VISIT-sivustot
Bookturku.fi
VisitFinland.com
Varauskanavat
OTAt

Ostokanavat

VISIT-sivustot
OTAt
Oma verkkokauppa

Meta search

Google, Kayak, Trivago

Muut jakelijat, myyjät

Tableonline,
Lomarengas,
Muut kumppanit
Matkanjärjestäjät

85% FIT asiakkaista
varaa palvelun / tuotteen
vasta matkakohteessa

Myynti kohteessa

VISIT-sivustot
Oma verkkokauppa
OTAt

Sosiaalinen Media

FB, IG,
Snapchat, Tiktok

Suosituksset / Arvostelut/vertailut

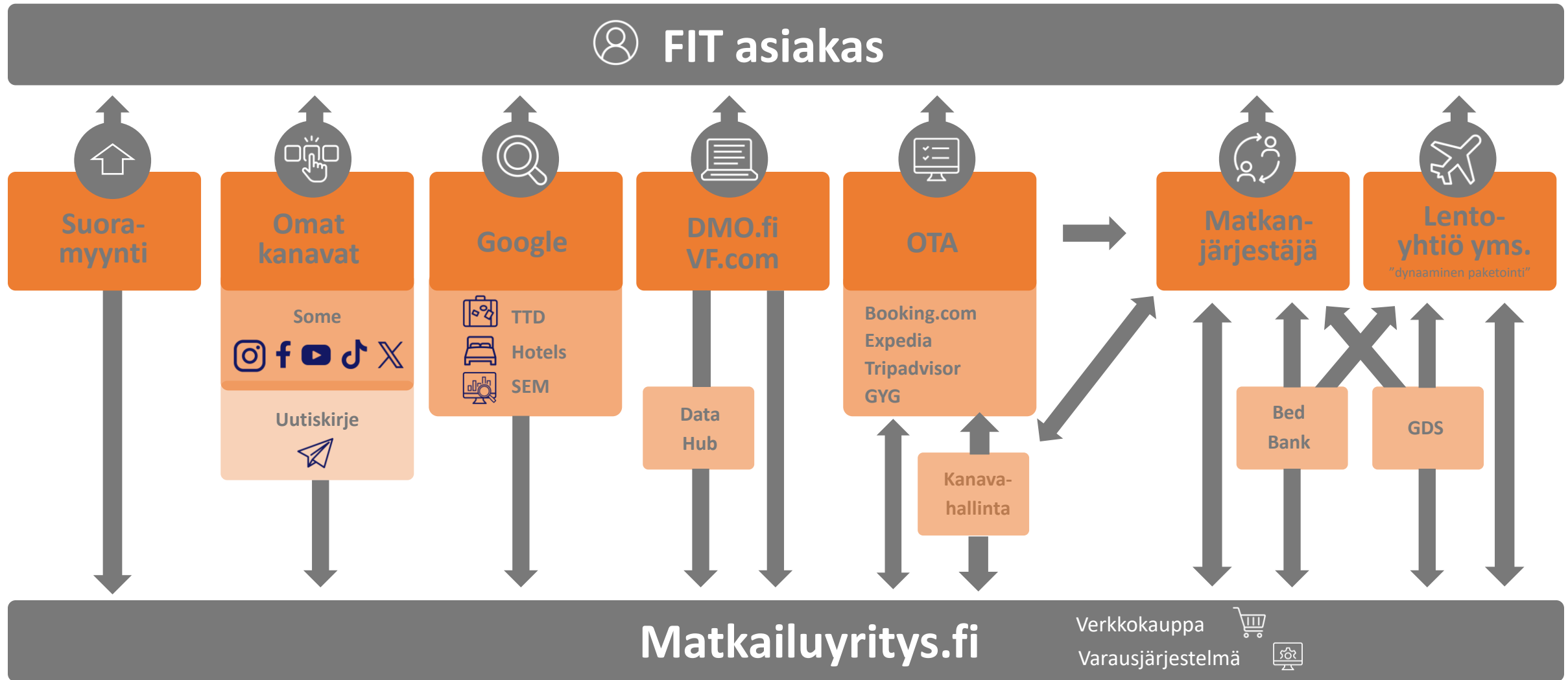
Google Reviews,
Tripadvisor, Yelp

Sitouttaminen

Uutiskirje
Kanta-asiakkuus



Matkailun digitaalinen jakelukartta



Baby Boomers – suuret ikäluokat (1945–1960)

- Pula-ajasta vaurauteen, nyt eläkkeellä, työelämään pääsi helposti
- Tietty nuukuus näkyy toiminnassa, monella todella pieni eläke, **tottuneet soittamaan**

X-sukupolvi – siirtyi opiskelemaan ja työelämään 1990-luvulla (1961–1980)

- Tyypillistä yhteisölliset kokemukset: tv-sarjat, musiikki, yksilöllinen pukeutuminen
- Toisaalta elivät lapsuuden nousukaudella, mutta aikuisuuden kynnyksellä alkanut lama vaikeutti opinnoista työelämään siirtymistä
- Matkustavat paljon ja osaavat kieliä, kiinnostutaan ilmastoasioista
- Kilpailuhenkisyys ja kiinnostus itsensä
- **Shoppailee pitkälti kivijalassa, mutta pitää myös verkkokaupan helppoudesta ja inspiroituu digikanavissa**
- Tarttuu mielellään tunnettuihin ja laadukkaisiin brändeihin.

Xenniaanit X ja Y-sukupolven välissä tunnistavat itsestään kummallekin sukupolvelle tyypillisiä piirteitä. Xenniaalit ovat eläneet analogisen lapsuuden ja digitaalisen aikuisuuden.

Y-sukupolvi –milleniaalit (1981–1997)

- Työnantaja valitaan usein tämän arvojen ja maineen perusteella
- Milleniaalit eivät välttämättä mene naimisiin. Heitä kiinnostaa itsensä kehittäminen. Heillä on yksi lapsi tai lemmikkieläin
- Arvostavat enemmän palveluita ja pääsyä palveluihin kuin omistamista.
- Odottavat nopeaa, digitaalista palvelua (lapsena kuunneltiin rätisevää modeemia)
- Panostavat elämyksiin ja kokemuksiin, ovat trenditietoisia ja kokeilunhaluisia kuluttajia, joiden sitouttaminen ei ole markkinoijalle helppo tehtävä.
- Suosivat yrityksiä, jotka jakavat heidän kanssaan saman arvomaailman. Brändit, jotka onnistuvat viestimään **ympäristöarvoista** ja **vastuullisuudesta**, voivat voittaa milleniaalin puolelleen.
- **Milleniaali on myös multitaskauksen mestari (podcastit suosiossa!)**

Z-sukupolvi – (1998-2010)

- Social creators, swaippaussukupolvi, zetat, ensimmäinen täysin diginatiivi sukupolvi
- Ovat kasvaneet tekniikan ympäröimänä, eivätkä eivät tunne maailmaa ennen älypuhelimia ja nettiä
- Zetat eivät halua tulla määritellyksi perinteisiin muotteihin
- Diversiteetti eli moninaisuus on keskeinen arvo, ja heille on tärkeää päästä toteuttamaan itseään
- Luottaa enemmän vertaisiinsa kuin markkinoijaan
- **Valtaosa on ostanut jotain somevaikuttajan suosituksesta, ja jopa 92 % suosii ystävien käyttämiä brändejä**
- Lapsuuden perheeltä periytyy seuraaville sukupolville tyypillisesti muutamia brändejä
- Globaalilla Z-sukupolvella on rajaton määrä brändejä ulottuvillaan.
- **Jos tuote ei ole saatavilla netissä, sitä ei ole olemassa**

Vauraimman sukupolven muodostavat millenniaalien lapset: sukupolvi Alfa, (2011–2025)

- Maailmaan syntyy viikoittain 2 800 000 alfa-sukupolven edustajaa, ja vuoteen 2025 mennessä alfa-sukupolvi tulee olemaan maailmanhistorian suurin sukupolvi.
- **Täydelliset diginatiivit, ei tunne maailmaan ilman virtuaalitodellisuutta**
- Tottunut yksilöllisiin kokemuksiin, matkustanut jatkuvasti ja kokenut kaikkea jo pienessä
- Ystävät ovat "maailmalla", parisuhde netistä, tasa-arvoisuus tärkeää, esim. "Greta"-tyyppiset aktivistit
- Lue lisää: <https://parcero.fi/blogi/markkinointimaailmassa-kohistaan-nyt-alfa-sukupolvesta/>

Muista sukupolvien erot

OMA MEDIA

LAINATTU MEDIA

ANSAITTU MEDIA

OSTETTU MEDIA

Mediamuotojen erot

Mainosmuoto	Kontrolli	Kustannukset	Esimerkkejä	Haasteet
Ansaattu media	Ulkopuolinen (ei yrityksen hallinnassa)	Ilmainen	Arvostelut, sosiaalisen median maininnat	Ei kontrollia, vaikea ennakoida
Oma media	Täysi kontrolli	Alkuperäiset luonti- ja ylläpitokustannukset	Verkkosivusto, blogit, sosiaalisen median tilit	Yleisön kasvattaminen voi olla hidasta
Lainattu media	Osittainen kontrolli (yhteistyö muiden kanssa)	Vaihteleva	Vieraskirjoitukset, podcast-vierailut	Ei täyttä hallintaa, näkyvyys voi olla tilapäistä
Maksettu media	Täysi kontrolli kampanjan ajan	Maksettu	Google Ads, Facebook-mainokset, display-mainonta	Kustannukset, tulosten pysyvyys riippuu budjetista

OMA MEDIA

LAINATTU MEDIA

ANSAITTU MEDIA

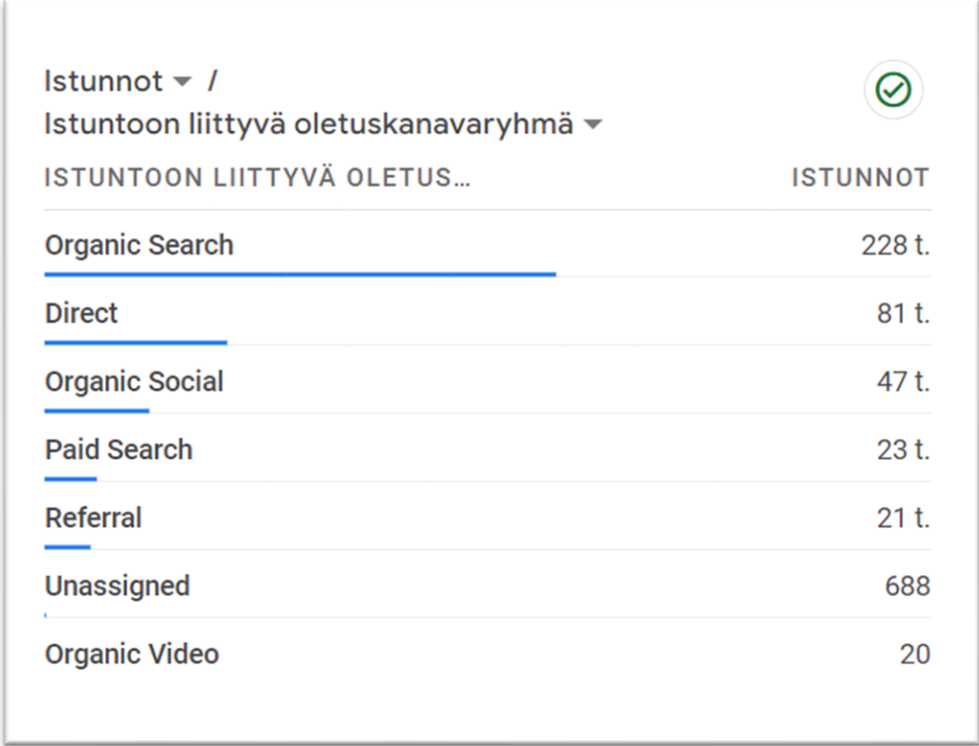
OSTETTU MEDIA

PANOSTA OMAAN MEDIAAN eli KOTISIVUIHIN

Tunnista asiakkaan polku

- Tiedätkö mistä asiakkaasi polku lähtee ja minne se päättyy?
- Miten ja mistä asiakkaat etsivät tietoa yrityksesi palveluista ja tuotteista?

Ota käyttöön Google GA4, Snoobi, Matomo tai jokin muu analytiikkaohjelma kotisivujen ja verkkokaupan kävijäliikenteen seurantaan.



The screenshot shows the Google Analytics 'Istunnot' (Sessions) report. At the top, there are filters for 'Istunnot' and 'Istuntoon liittyvä oletuskanavaryhmä'. Below this is a table with two columns: 'ISTUNTOON LIITTYVÄ OLETUS...' and 'ISTUNNOT'. The table lists various traffic sources with their corresponding session counts. Each row has a blue horizontal bar representing the session count relative to the total.

ISTUNTOON LIITTYVÄ OLETUS...	ISTUNNOT
Organic Search	228 t.
Direct	81 t.
Organic Social	47 t.
Paid Search	23 t.
Referral	21 t.
Unassigned	688
Organic Video	20

- Ota käyttöön GA4 raportointi kotisivuilla
 - ->OHJE: <https://santerikallio.com/google-analytics-4-asennus/>
- Tarkasta GA4 raportista kävijöiden tulokanavat
- Raportit -> Hankinta > Kävijöiden hankinta (Reports - > Acquisition - > User acquisition)

Käyttäjän ensimmäinen tuloskanavaryhmä ▾ +		↓ Uudet käyttäjät	Aktivoivat istunnot	Aktivoitumisprosentti	Aktivoivat istunnot käyttäjää kohden	Keskimääräinen aktivoitumisen kesto	Tapahtumien määrä Kaikki tapahtumat ▾
		4 698 100 % kokonaismäärästä	5 838 100 % kokonaismäärästä	72,48 % Ka. (0 %)	1,10 Ka. (0 %)	3 min 00 s Ka. (0 %)	154 098 100 % kokonaismäärästä
1	Referral	2 395	3 144	80,33 %	1,20	3 min 51 s	88 754
2	Direct	952	1 113	60,59 %	1,02	1 min 54 s	23 875
3	Organic Search	592	787	74,11 %	1,17	2 min 33 s	19 352
4	Cross-network	494	627	72,24 %	1,08	2 min 48 s	16 368
5	Organic Social	262	239	62,57 %	0,78	1 min 02 s	5 450
6	Paid Search	3	12	85,71 %	1,50	2 min 34 s	247
7	Unassigned	0	4	100 %	1,00	1 min 45 s	52

Kasvu johtuu osittain sukupolvien eroista ja ikäluokista, jotka vaativat digitaalista ostettavuutta ja palvelua

- Milleniaalit (1981-1995) ja Zetat (1996-2014) ovat merkittävässä roolissa tulevaisuuden matkailun markkinassa
- Social creator eli Zeta on ensimmäinen täysin diginatiivi sukupolvi
- Zetat ovat kasvaneet tekniikan ympäröimänä, eivätkä eivät tunne maailmaa ennen älypuhelimia ja nettiä
- Zetat eivät halua tulla määritellyksi perinteisiin muotteihin
- Diversiteetti eli moninaisuus on keskeinen arvo, ja heille on tärkeää päästä toteuttamaan itseään
- He luottavat enemmän vertaisiinsa kuin markkinoijaan
- **Valtaosa on ostanut jotain somevaikuttajan suosituksesta, ja jopa 92 % suosii ystävien käyttämiä brändejä**
- Lapsuuden perheeltä periytyy seuraaville sukupolville tyypillisesti muutamia brändejä
- Globaalilla Z-sukupolvella on rajaton määrä brändejä ulottuvillaan
- **Jos tuote ei ole saatavilla verkossa, sitä ei ole olemassa**



Zetat

- 90 % Zetoista käyttää sosiaalista mediaa inspiraation lähteenä: uudet trendit ja elämykset kiinnostavat
- 68% lukee vähintään 3 arvostelua ennen kommentointia/reagointia
- 28% varaa palvelun / matkat, jos sitä on suositellut jokin vaikuttaja
- 82% Zetoista luottaa enemmän yrityksiin, jotka näyttävät todellisten asiakkaiden tekemää sisältöä
- 61% on kiinnostunut kohteista, joita esitellään aktiviteetteihin perustuen
- 52% tekee päätöksen kohteesta kuvien perusteella
- 95% haluaa tehdä varauksen älypuhelimellaan
- Huom! Aasian markkina
- 76 % ei tee varausta, jos varaus pitää tehdä puhelimitse tai sähköpostitse
- 70% tutustuu matkakohteeseen älypuhelimellaan

<https://www.roller.software/blog/>



OMA MEDIA

LAINATTU MEDIA

ANSAITTU MEDIA

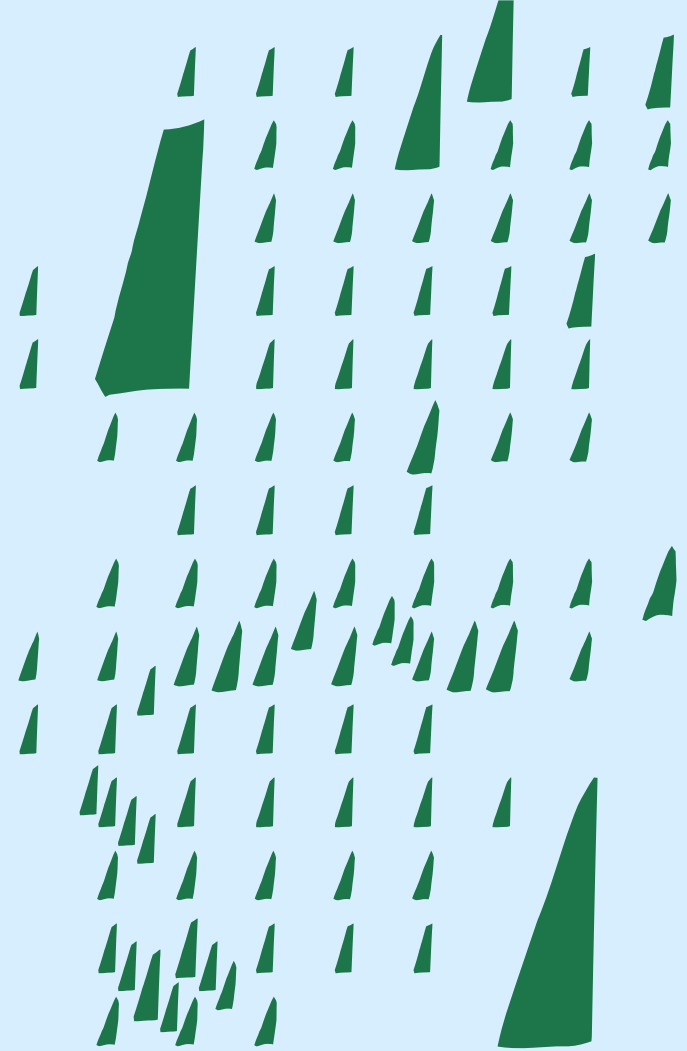
OSTETTU MEDIA

Lainattu media

Lainattu media (Borrowed Media)

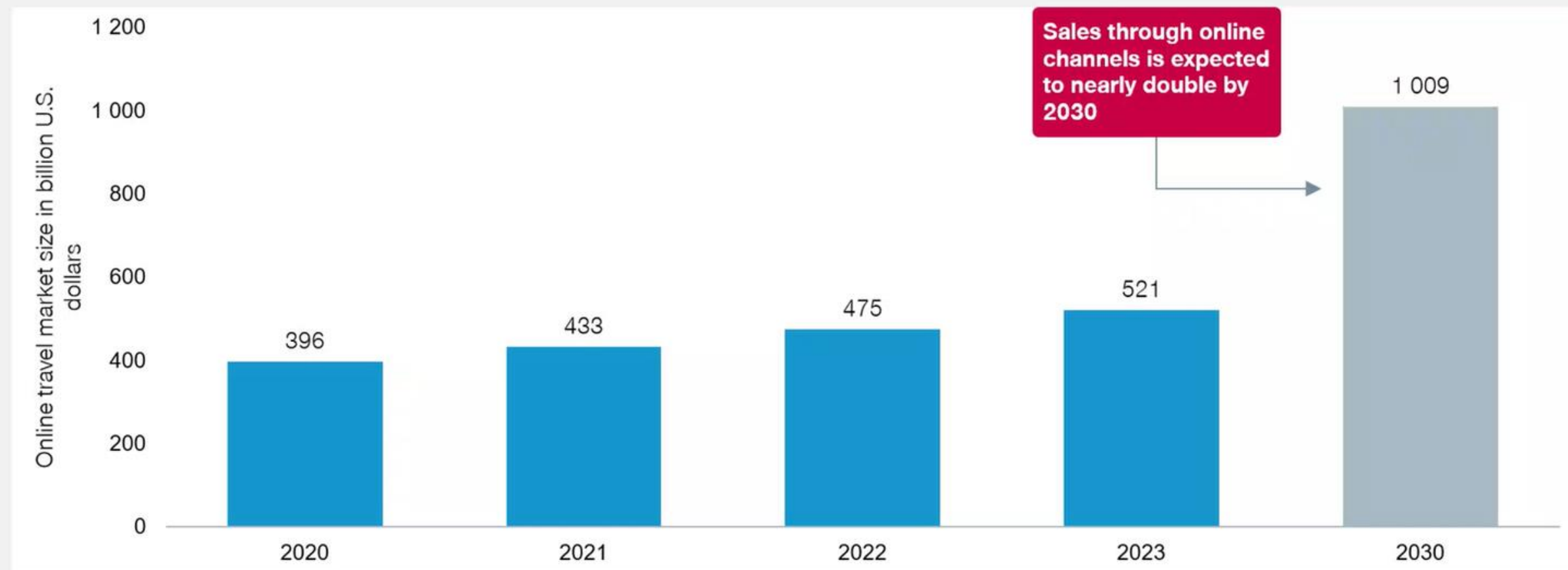
- **Määritelmä:** Lainattu media viittaa tilanteisiin, joissa yritys käyttää tai hyödyntää muiden omistamia alustoja saadakseen näkyvyyttä. Tämä voi tapahtua esimerkiksi yhteistyökuvioiden kautta, vaikuttajien kanssa työskentelyn myötä tai vierailemalla muiden ihmisten tai yritysten alustoilla.
- **Esimerkkejä:** Yrityksen edustaja kirjoittaa vieraskirjoituksen tunnetun bloggaajan sivustolle tai esiintyy podcast-vieraana. Vaikuttaja jakaa yrityksen tuotteita tai palveluja omassa kanavassaan, mutta yritys ei omista tätä sisältöä, vaan "lainaa" näkyvyyttä kyseisen vaikuttajan kanavasta.
- **Tärkeimmät ominaisuudet:** Lainattu media antaa mahdollisuuden tavoittaa laajemman yleisön nopeasti ja hyötyä jonkun toisen median vaikutusvallasta ja uskottavuudesta.
- **Haasteet:** Yritys ei hallitse täysin sisältöä tai viestin levitystä, ja näkyvyys voi olla lyhytaikaista, jos yhteistyö on kampanjakohtaista.

Visit Finlandin suosittelimat Online -jakelukanavat



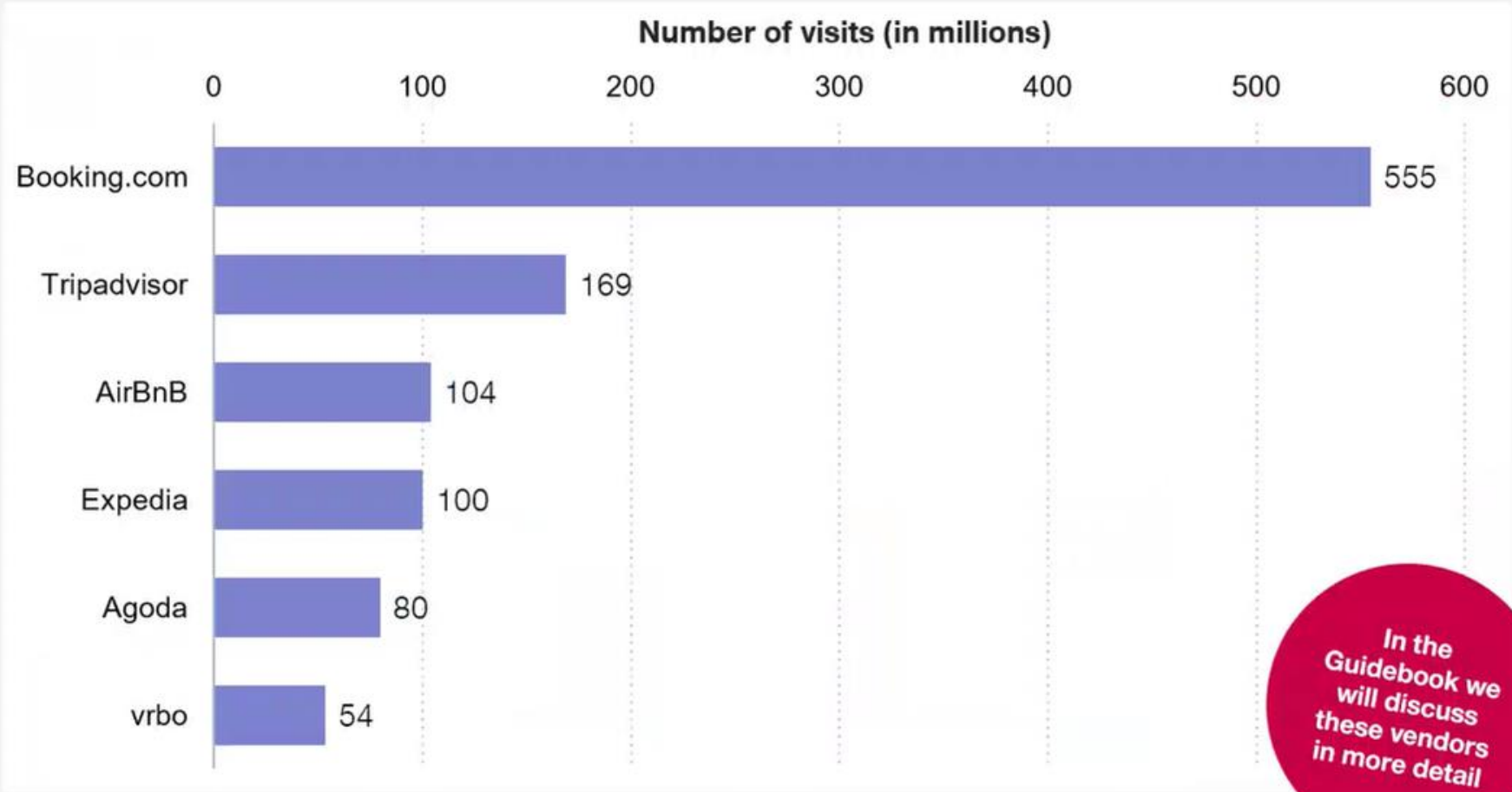
Customer growth from digital channels translates to a significant growth in sales booked online by 2030

Online travel market size worldwide 2020-2030



Global travel brands are likely to be the main winners and continue to dominate in the future

Most popular travel and tourism websites worldwide – March 2023



Key observations:

- Booking.com remains the most dominant travel website globally
- The number of visits to booking.com was over 3x larger than the 2nd ranked site, Tripadvisor
- Quality of content supplied to OTAs is very important to inspire and engage with new customers



Jakelukanavaoppaat markkina-alueittain

France



Germany



Italy



Netherlands



Spain



Sweden



United Kingdom



United States



China



India



Japan



"The Big Four"

Matkailualan suurimmat toimijat omistavat suurimman osan käytetyimmistä ja tunnetuimmista digitaalisista jakelukanavista ja brändeistä



Booking Holdings Inc.

Booking Holdings Inc. brändejä mm.

- Booking.com
- Priceline
- Agoda
- Rentalcars.com
- Kayak
- Rocketmiles
- Fareharbor
- Hotelscombined
- Cheapflights
- Momondo

Revenue: ~17 B USD

Expedia Group

Expedia Group brändejä mm.

- Expedia
- Hotels.com
- Vrbo
- Travelocity
- Hotwire
- Orbitz
- Ebookers
- Cheaptickets
- CarRentals
- Expedia Cruises
- Trivago
- FeWo Direkt

Revenue: 8.6 B USD

Airbnb Inc.

Airbnb Inc. brändejä mm.

- Airbnb
- Hoteltonight
- Luxury Retreats

Revenue: 5.99 B USD

Tripadvisor

Tripadvisor brändejä mm.

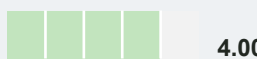
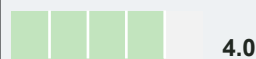
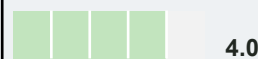
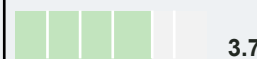
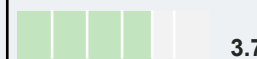
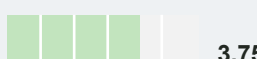
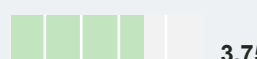
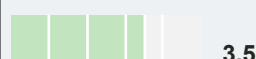
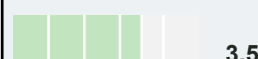
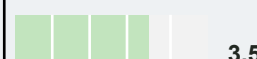
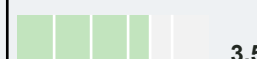
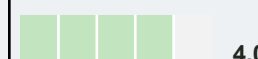
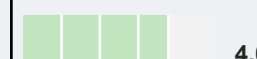
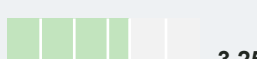
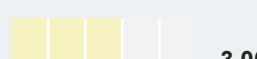
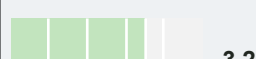
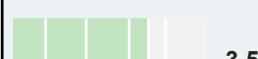
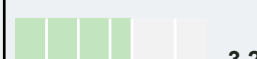
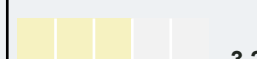
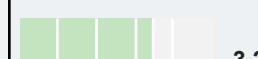
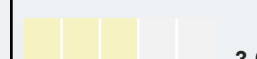
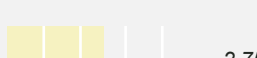
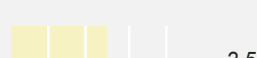
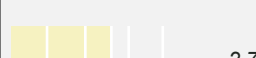
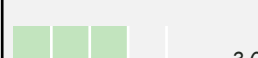
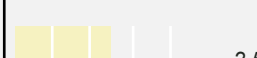
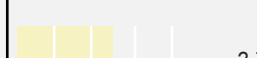
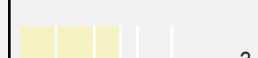
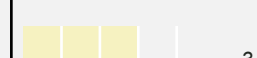
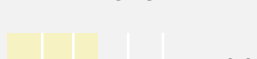
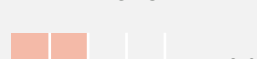
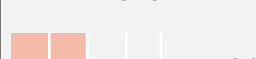
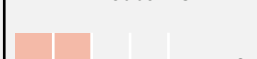
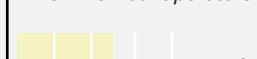
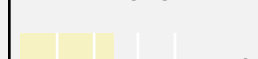
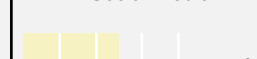
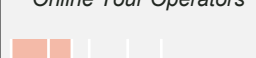
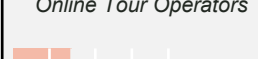
- Tripadvisor
- Viator
- Oyster
- Jetsetter
- Cruise Critic
- Seat Guru
- FlipKey
- Holiday Lettings
- Reco Trip Designers
- Bokun

Revenue: 902 M USD

Booking.com, Airbnb, Tripadvisor, Expedia, Agoda, Hotels.com, Vrbo ja Kayak kuuluvat kävijämääriltään globaalisti TOP 20 matkailualan suurimpien verkkosivustojen joukkoon

Majoitus

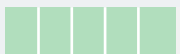
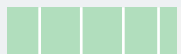
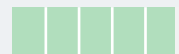
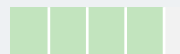
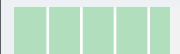
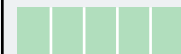
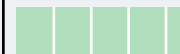
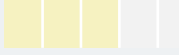
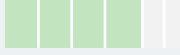
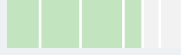
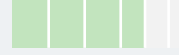
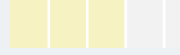
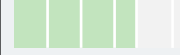
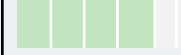
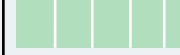
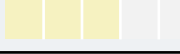
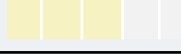
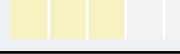
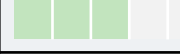
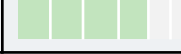
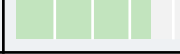
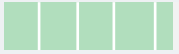
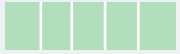
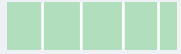
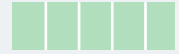
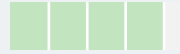
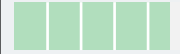
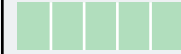
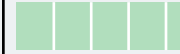
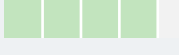
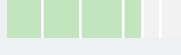
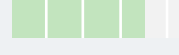
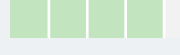
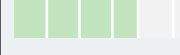
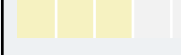
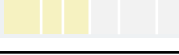
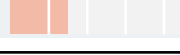
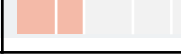
Merkittävimmät jakelukanavat markkina-alueittain

Rank	France 	Germany 	Italy 	Netherlands 	Spain 	Sweden 	UK 	USA 
1	OTAs  4.00	OTAs  4.25	Travel Aggregators  4.00	Travel Aggregators  4.00	Travel Aggregators  3.75	OTAs  3.75	OTAs  4.25	OTAs  4.25
2	Travel Aggregators  3.75	Travel Aggregators  3.75	OTAs  3.50	OTAs  3.50	OTAs  3.50	Travel Aggregators  3.50	Travel Aggregators  4.00	Travel Aggregators  4.00
3	Search Engines  3.25	Search Engines  3.00	Search Engines  3.25	Search Engines  3.50	Search Engines  3.25	Search Engines  3.25	Search Engines  3.25	GDS  3.00
4	Social Media  2.75	Social Media  2.50	Social Media  2.75	Social Media  3.00	Social Media  2.50	Social Media  2.75	Social Media  2.75	Search Engines  3.00
5	GDS  2.25	GDS  2.00	GDS  2.00	GDS  1.75	Bedbanks  2.00	Online Tour Operators  2.25	GDS  2.25	Social Media  2.50
6	Online Tour Operators  1.75	Online Tour Operators  1.75	Online Tour Operators  1.75	Bedbanks  1.50	GDS  2.00	GDS  2.00	Bedbanks  1.50	Online Tour Operators  2.00
7	Bedbanks  1.50	Bedbanks  1.50	Bedbanks  1.75	Online Tour Operators  1.25	Online Tour Operators  1.75	Bedbanks  1.75	Online Tour Operators  1.25	Bedbanks  1.75



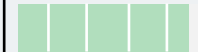
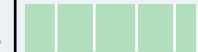
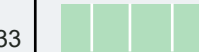
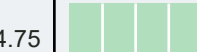
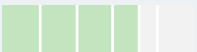
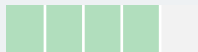
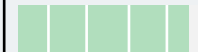
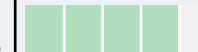
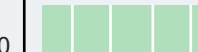
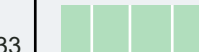
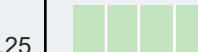
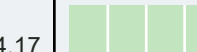
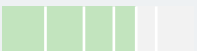
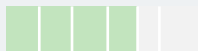
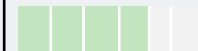
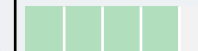
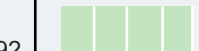
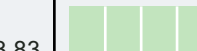
Majoitus

Merkittävimmät OTA-kanavat markkina-alueittain

Rank	France 	Germany 	Italy 	Netherlands 	Spain 	Sweden 	UK 	USA 
Hotels:								
1	Booking.com  4.25	Booking.com  4.75	Booking.com  4.42	Booking.com  4.42	Booking.com  4.17	Booking.com  4.42	Booking.com  4.67	Booking.com  4.50
2	Expedia  2.92	Expedia  3.75	Expedia  3.50	Expedia  3.42	eDreams  3.08	Expedia  3.42	Expedia  3.75	Expedia  4.33
3	Opodo  2.75	Ab-in-den-Urlaub  3.00	eDreams  3.00	Hotels.com  2.58	Expedia  3.00	Hotels.com  2.58	Hotel.com  3.41	Hotel.com  3.17
Vacation rentals:								
1	Booking.com  4.25	Booking.com  4.75	Booking.com  4.42	Booking.com  4.42	Booking.com  4.17	Booking.com  4.17	Booking.com  4.67	Booking.com  4.50
2	Airbnb  4.08	Airbnb  4.17	Airbnb  3.83	Airbnb  3.83	Airbnb  4.08	Airbnb  4.08	Airbnb  3.25	Airbnb  4.42
3	Gites  2.50	HomeToGo  2.67	Casevacanza  1.33	HomeToGo  2.08	HomeToGo  1.58		vrbo  1.75	vrbo  2.67

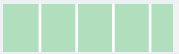
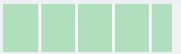
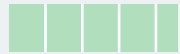
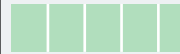
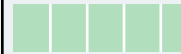
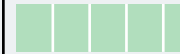
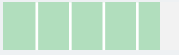
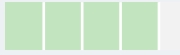
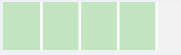
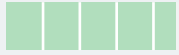
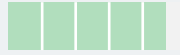
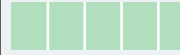
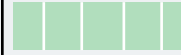
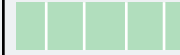
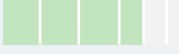
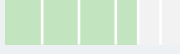
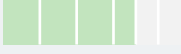
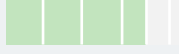
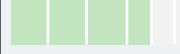
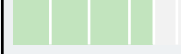
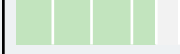
Majoitus

Merkittävimmät aggregaatit markkina-alueitain

Rank	France 	Germany 	Italy 	Netherlands 	Spain 	Sweden 	UK 	USA 
1	Google Hotels  4.92	Google Hotels  4.75	Google Hotels  4.33	Google Hotels  4.33	Google Hotels  4.33	Google Hotels  4.33	Google Hotels  4.75	Google Hotels  4.83
2	Tripadvisor  3.83	Tripadvisor  4.08	Tripadvisor  4.33	Tripadvisor  4.00	Tripadvisor  4.33	Tripadvisor  4.25	Tripadvisor  4.17	Tripadvisor  4.00
3	Skyscanner  3.58	Skyscanner  3.67	Skyscanner  3.58	Skyscanner  3.92	Skyscanner  3.92	Momondo  3.42	Momondo  3.83	Kayak  3.53

Aktiviteetit ja retket

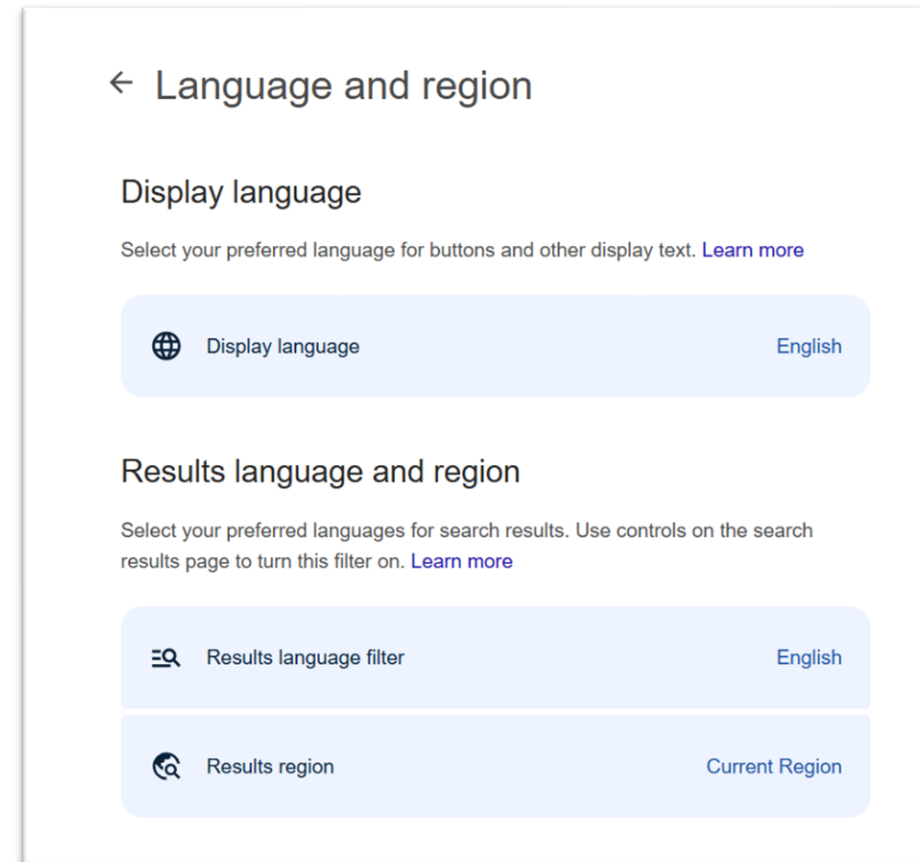
Aktiviteettien ja retkien merkittävimmät myyntikanavat

Rank	France 	Germany 	Italy 	Netherlands 	Spain 	Sweden 	UK 	USA 
1	Tripadvisor  4.50	Tripadvisor  4.50	Tripadvisor  4.50	Tripadvisor  4.50	Tripadvisor  4.50	Tripadvisor  4.50	Viator  4.75	Viator  4.75
2	Viator  4.25	Viator  4.00	Viator  4.00	Viator  4.50	Viator  4.25	Viator  4.50	Tripadvisor  4.50	Tripadvisor  4.50
3	GetYourGuide  3.75	GetYourGuide  3.50	GetYourGuide  3.50	GetYourGuide  3.75	Civitatis  3.50	GetYourGuide  3.75	GetYourGuide  3.50	GetYourGuide  3.25

Tehtävä – OMA MEDIA

Miten yrityksen palvelut löytyvät?

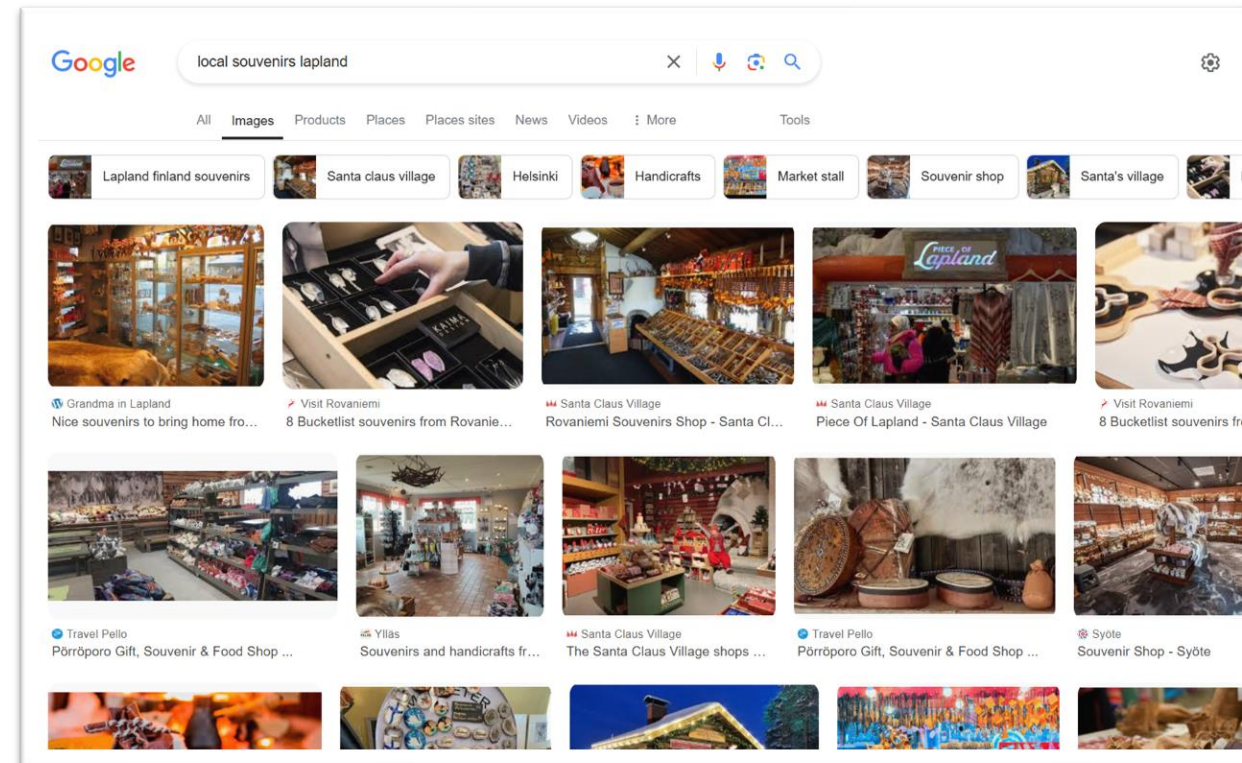
1. Ota selain ja Google.fi etusivu
2. Vaihda kieli englanniksi sekä sijainti myös muuksi kuin Suomi (esim. Englanti – Germany)
3. Avaa Google haku
4. Tee testihaku esim.
 1. accommodation Vuokatti
 2. things to do in Vuokatti
 3. local souvenirs Vuokatti
5. Mitä voidaan todeta?



Tehtävä – OMA MEDIA

Miten yrityksen palvelut löytyvät?

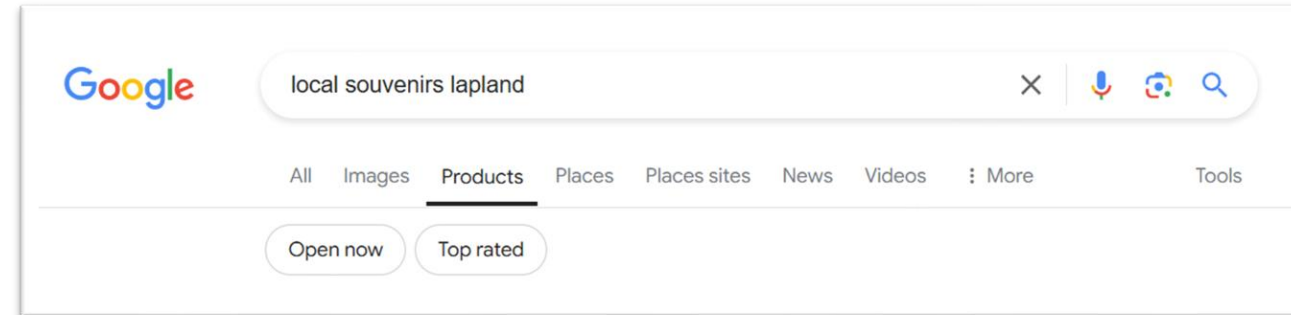
1. Ota selain ja Google.fi KUVAT haku
2. Vaihda kieli englanniksi sekä sijainti myös muuksi kuin Suomi (esim. Englanti – Germany)
3. Avaa Google haku
4. Tee testihaku esim.
 1. accommodation Vuokatti
 2. things to do in Vuokatti
 3. local souvenirs Vuokatti
5. Mitä voidaan todeta?



Tehtävä – OMA MEDIA

Miten yrityksen palvelut löytyvät?

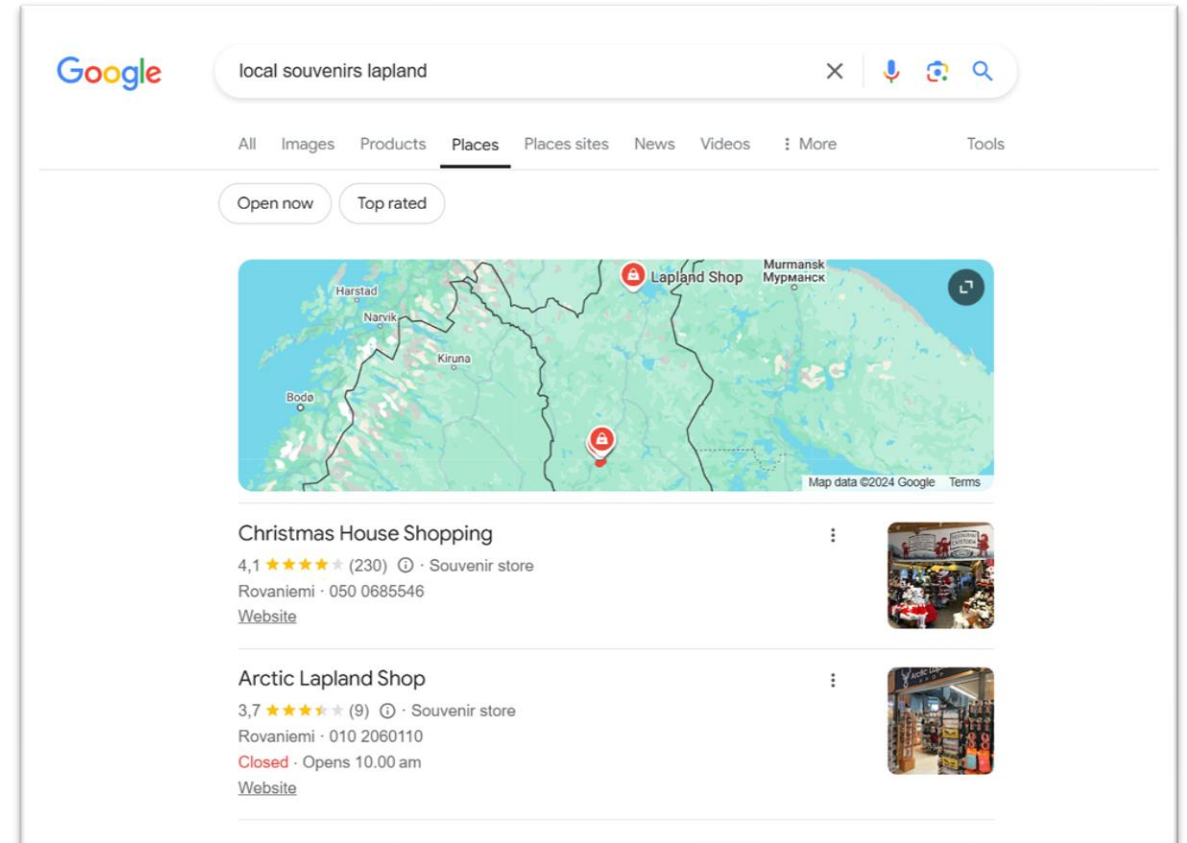
1. Ota selain ja Google.fi TUOTTEET haku
2. Vaihda kieli englanniksi sekä sijainti myös muuksi kuin Suomi (esim. englanti – Germany)
3. Avaa Google haku
4. Tee testihaku esim.
 1. accommodation Vuokatti
 2. things to do in Arctic Lakeland
 3. local souvenirs Lapland
5. Mitä voidaan todeta?



Tehtävä – OMA MEDIA

Miten yrityksen palvelut löytyvät?

1. Ota selain ja Google.fi PLACES
2. Vaihda kieli englanniksi sekä sijainti myös muuksi kuin Suomi (esim. englantia – Germany)
3. Avaa Google haku
4. Tee testihaku esim.
 1. accommodation Vuokatti
 2. things to do in Kajan
 3. local souvenirs Arctic Lapland
5. Mitä voidaan todeta?

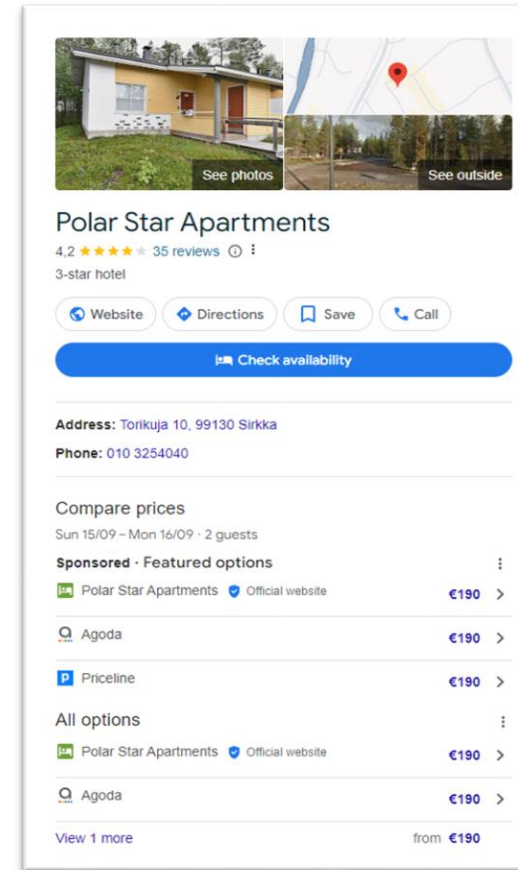
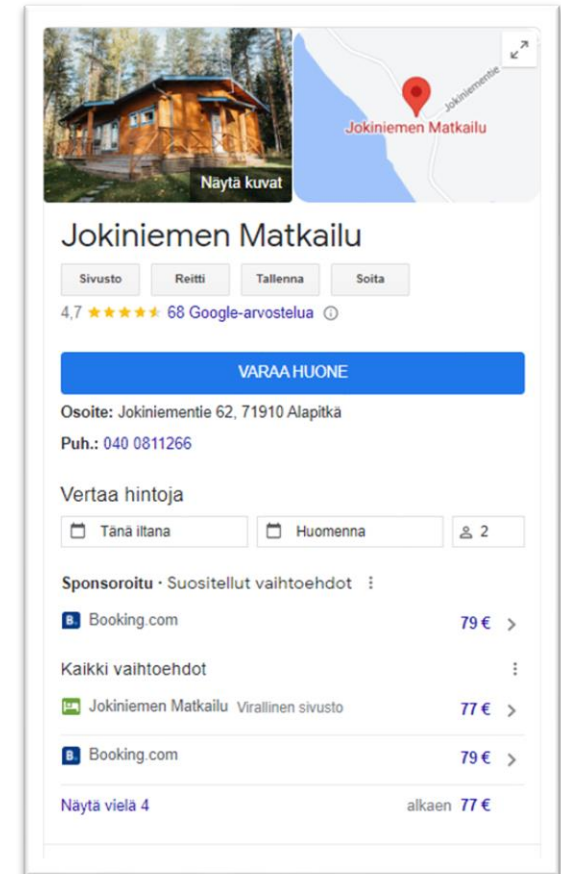


- Googlella on tärkeä rooli matkailijoiden päätöksentekoprosessissa.
 - Google on maailman käytetyin hakukone, ja se on usein avainasemassa siinä, löytääkö potentiaalinen asiakas yrityksen ja alueen palvelut.
- Googlen mukaan matkaa edeltävien 12 viikon aikana on:
 - **kahdeksan kertaa** enemmän kokemuksia kuin lentoja ja **kolme kertaa** enemmän elämyksiä kuin majoitusta koskevia hakuja
- Käyttämällä Google Things to do -palvelua yritys/alue näyttää tärkeimmät tiedot aina Googlen hakutulossivujen ensimmäisellä sivulla. Näitä voivat olla esimerkiksi live-saatavuus ja hinnoittelu.
- **Asiakkaat voivat tehdä suoria varauksia** (ilman online-matkatoimistoa).
 - Google Things to do -toimintoa voi käyttää tuotteiden, lipputietojen ja suorien varausten hintatietojen hallintaan.
- **Asiakkaat voivat tehdä epäsuoria varauksia** (online-matkatoimiston kautta).
 - Jos käytät jo OTA kanavien, tuotetiedot ja hinnat näytetään suoran varausvaihtoehdon rinnalla
- **Ei kustannuksia**
 - Google ei veloita mitään palkkiota "Things to Do"-linkistä.

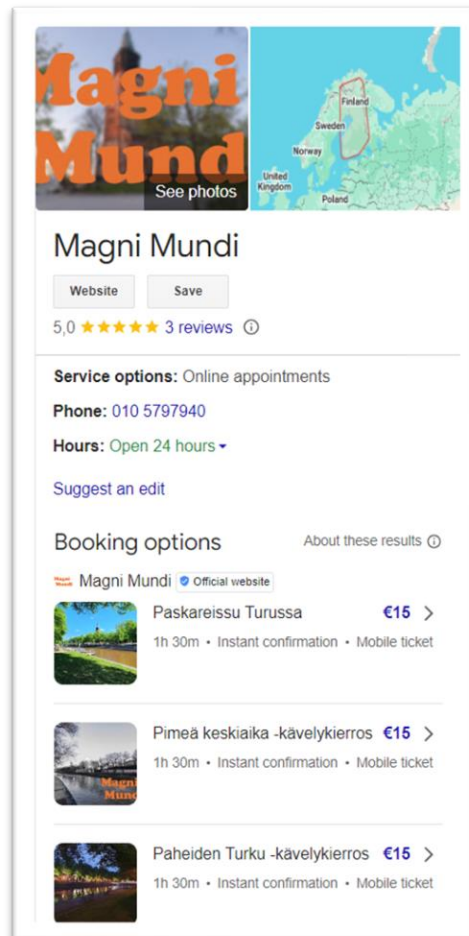
GOOGLE MY BUSINESS
<https://business.google.com>

Google yritysprofiili esimerkki - majoittaja

- Polar Star Apartments ja Jokiniemen matkailu
- Yhteystiedot
- Kuvat
- Reittiohjeet
- **Arvioinnit**
- Tapahtumat, Tarjoukset, Postaukset
 - Ilmaiset ”mainokset” yritysprofiilissa”
- Kotisivulinkki
- Varaukset ja hinnat
- Google yritysprofiilista suora linkki ”viralliselle sivustolle” eli verkkokauppaan
- Google Hotels haku
- ”Integroituminen” OTA-kanaviin
- HINNAT

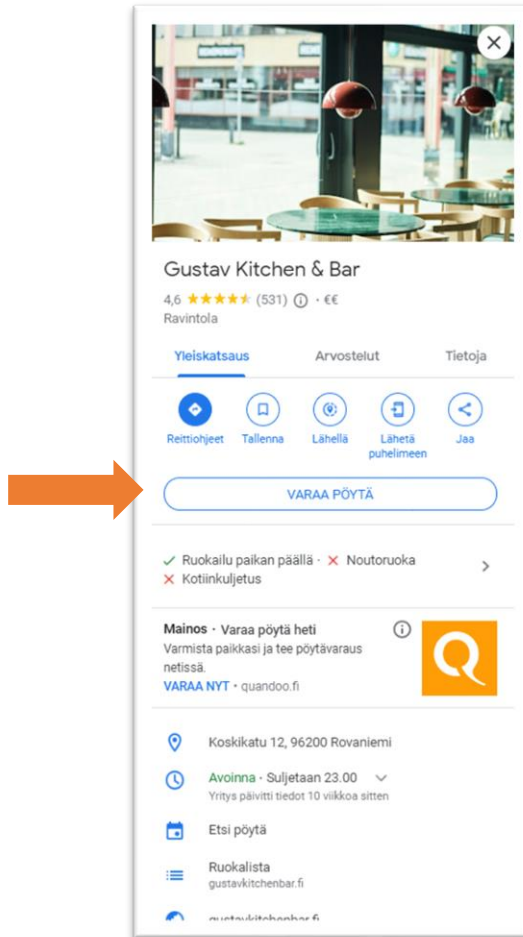


Google yritysprofiili esimerkki – aktiviteetit



- Magni Mundi ja Pirkka Lines
- Yhteystiedot
- Kuvat
- Reittiohjeet
- **Arvioinnit**
- Tapahtumat, Tarjoukset, Postaukset
 - Ilmaiset "mainokset" yritysprofiilissa
- Aktiviteetit
 - Ilmaiset "mainokset" yritysprofiilissa
- Kotisivulinkki
- Google yritysprofiilista suora linkki "viralliselle sivustolle" eli verkkokauppaan

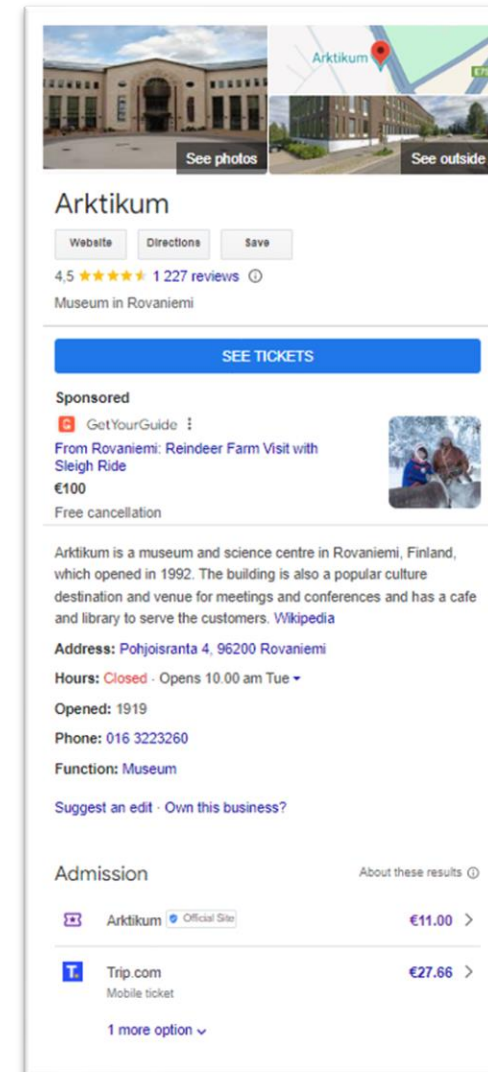
Google Yritysprofiili esimerkki - ravintola



- [Gusta Kitchen & Bar](#)
- Yhteystiedot
- Kuvat
- Reittiohjeet
- **Arvioinnit**
- Tapahtumat, Tarjoukset, Postaukset
 - Ilmaiset "mainokset" yritysprofiilissa
- Palvelut, Menut ja ruoan tilaaminen
- Kotisivulinkki
- Integroinnit pöytävarausohjelmistoihin

Google Yritysprofiili esimerkki - lipunmyynti

- [Arktikum](#)
- Yhteystiedot
- Kuvat
- Reittiohjeet
- **Arvioinnit**
- Tapahtumat, Tarjoukset, Postaukset
 - Ilmaiset ”mainokset” yritysprofiilissa
- Tuotteet ja Palvelut
- Lipunmyynti
 - Oma verkkokauppa
 - Google Things to Do
 - Ota kanavat
- Kotisivulinkki



Sponsored

= Tämä on mainospaikka

- OTA-kanavat (kuten Viator, GetYourGuide) ostavat näkyvyyttä aktiviteettituotteille.
- Yritys, joka on hyväksytty Google-partner, voi ostaa mainostilaa AdWordsistä omille tuotteilleen. Tuotteita voi nostaa AdWordsiin suoraan varausjärjestelmästä, kuten Bokun, Fareharbour (Googlen Connectivity partner)

Top sights in Turku:

= Tämä on hakutulostaus

Ilmainen hakulistaus, johon kohteen/tuotteen tiedot haetaan kohteiden Google yritysprofiilista.



Google Things to Do avulla matkailijat voivat helposti etsiä matkakohteen aktiviteettien tarjontaa, sekä vertailla tuotteita, hintoja ja saatavuutta suoraan Googlen haussa.

The screenshot shows a Google search for "things to do in turku". The search bar is highlighted with a dashed box. Below the search bar, the "Sponsored · Tickets & tours" section is highlighted with a dashed box. It displays a grid of sponsored tour cards, each with a photo, title, price, and rating. Below this, the "Top sights in Turku" section is highlighted with a dashed box. It displays a grid of sight cards, each with a photo, title, rating, and price. To the right of the sight cards, there is a map of Turku and a detailed description of the city.

Sponsored · Tickets & tours

Tour Name	Price	Rating
Moominworld Entry Ticket	€39	GetYourGuide
Turku Archipelago: Sea Kayaking...	€124	GetYourGuide 5,0 ★ (1)
Archipelago tour with Soling sailboat	€290	GetYourGuide
Turku Archipelago Kayaking...	€65	Viator 4,9 ★ (29)
Full-Day Guided Turku and Castle Tour fro...	€757	Viator 3,7 ★ (3)
Inspiring Turku - Walking Tour	€239	Viator 5,0 ★ (1)
Tour to Old Capital Turku by VIP car with...	€695	Viator 5,0 ★ (1)
Aalto in Turku walking tour	€15	Musement
PRIVATE Tour to Oldest Capital Turku from...	€685	Viator 4,0 ★ (1)

Top sights in Turku

Sight Name	Rating	Price
Turku Castle	4.5 ★ (9K)	From €14.00
Turku Cathedral	4.6 ★ (3,9K)	Free
Luostarinmäki Open-Air Museum	4.5 ★ (1,8K)	From €10.00
Aboa Vetus Ars Nova	4.3 ★ (2,1K)	From €16.00

Turku
City in Finland

Turku, a city on the southwest coast of Finland, straddles the Aura River. Dating from the 13th century, it's known for Turku Castle, a medieval fortress with a history museum, perched at the river mouth. Restaurants line the cobbled riverside streets. On the eastern bank lies the Old Great Square, a former trade hub, surrounded by grand buildings. The nearby Turku Cathedral houses a royal tomb and a museum. — Google

Google nostaa Google Business Profiiliin tekemisen tuotteita varattavaksi:

- Majoitus -tuotteet voivat sisältää hotellityyppisten majoittajien kohde-esittelyn ja linkit eri varauskanaviin (OTA:t ja oma verkkokauppa) maksutta
- Hotellin tietoja, hintoja ja varaustilannetta hallitaan Google yritysprofiilista:
<https://business.google.com> tai suoraan googlen haun tai mapsin kautta tai varausjärjestelmään tai kanavanhallintaohjelmistoon integroidun hallinnan kautta.

The screenshot shows a Google search for 'accommodation in rauma'. The results include a map of Rauma with several hotels marked with price tags: PIDESELUOTO (149 €), Rauma (110 €), Rauma (115 €), Rauma (122 €), NHA-RAL (123 €), and Scandic Rauma (117 €). Below the map, three hotel listings are shown: Hotelli Vanha Rauma Oy (4.1 stars, 308 reviews, starting at 123 €), Loft Hotel Rauma (4.9 stars, 23 reviews, starting at 149 €), and Haus Anna (4.7 stars, 44 reviews, starting at 95 €). On the right, a detailed view of Hotelli Vanha Rauma Oy is shown, including a photo of a hotel room, a 4.1 star rating (308 reviews), and a price tag of 123 €. The page also features filters for reviews, dates, and guests, and buttons for 'Sivusto', 'Reittiohjeet', 'Tallenna', and 'Soita'. A 'Hinnat' section shows the price for two guests from Saturday to Sunday. A 'Sponsoroitu' section lists Booking.com, trivago.fi, and Hotels.com.



Majoittajille (hotels toimialaluokka) Google nostaa oman verkkokaupan ja OTA-kanavat varauskanava-vaihtoehtoiksi, myös mainoksilla.

Voit lisätä yrityksesi Google Business Profiiliin aktiviteettituotteita varattavaksi:

- Aktiviteettikorttien lisääminen on maksutonta
- Sopii yksinkertaisesti hinnoitelluille tuotteille, kuten pääsyliput, tapahtumat, aktiviteetit (hinta / hlö).
- Hallitse yritysprofiilisi aktiviteetteja, ja pääsylippuja :
<https://business.google.com> tai suoraan googlen haun tai mapsin kautta

Polar Star Travel
4,4 ★★★★★ 32 Google reviews ⓘ
Tour agency in Kittilä

Website Directions Save Call

Address: Torikuja 10A, 99130 Kittilä
Hours: Open · Closes 5.00 pm ▾
Phone: 010 3254040

Suggest an edit · Own this business?

Questions & Answers
Be the first to ask a question Ask a question

Reviews from the web ⓘ
4,5/5 Facebook · 17 votes

Google reviews
4,4 ★★★★★ 32 Google reviews
Reviews aren't verified ⓘ

Send to your phone Send

Booking options About these results ⓘ
Polar Star Travel Official website
eFatbike retki 2h €89 >
2h · Instant confirmation · Mobile ticket

Amos Rex
4,4 ★★★★★ 3 784 Google reviews ⓘ
Art museum in Helsinki

Website Directions Save Call

SEE TICKETS

Located in: Glasspalace
Address: Mannerheimintie 22-24, 00100 Helsinki
Hours: Closed · Opens 11.00 am Wed ▾
Opened: 1913
Function: Art Museum
Phone: 09 6844460

Suggest an edit · Own this business?

Admission About these results ⓘ

Amos Rex Official Site	€20.00 >
Civitatis Multi-attraction pass	€56.00 >
GetYourGuide Multi-attraction pass · Free cancellation	€58.00 >



Käyntikohteille (kuten museot)
Google nostaa myös OTA-
kanavat varauskanava-
vaihtoehtoiksi.



Google Business Profile käytökohteille

Google nostaa Google Business Profiiliin tekemisen tuotteita varattavaksi:

- Tekemistä -tuotteet voivat sisältää retkiä, aktiviteetteja ja lippuja muihin paikallisiin nähtävyyksiin, jotka saattavat kiinnostaa matkailijoita
- Tuotteiden lisääminen on maksutonta
- Sopii yksinkertaisesti hinnoitelluille tuotteille, kuten pääsyliput, tapahtumat, aktiviteetit (hinta / hlö)
- Tekemisen tuotteita hallitaan Google yritysprofiilista:
<https://business.google.com> tai suoraan googlen haun tai mapsin kautta

Amos Rex

Website Directions Save Call

4,4 ★★★★★ 3 784 Google reviews ⓘ

Art museum in Helsinki

[SEE TICKETS](#)

Located in: [Glasspalace](#)

Address: Mannerheimintie 22-24, 00100 Helsinki

Hours: Closed · Opens 11.00 am Wed ▾

Opened: 1913

Function: [Art Museum](#)

Phone: 09 6844460

[Suggest an edit](#) · [Own this business?](#)

Admission [About these results ⓘ](#)

	Amos Rex Official Site	€20.00 >
	Civitatis Multi-attraction pass	€56.00 >
	GetYourGuide Multi-attraction pass • Free cancellation	€58.00 >



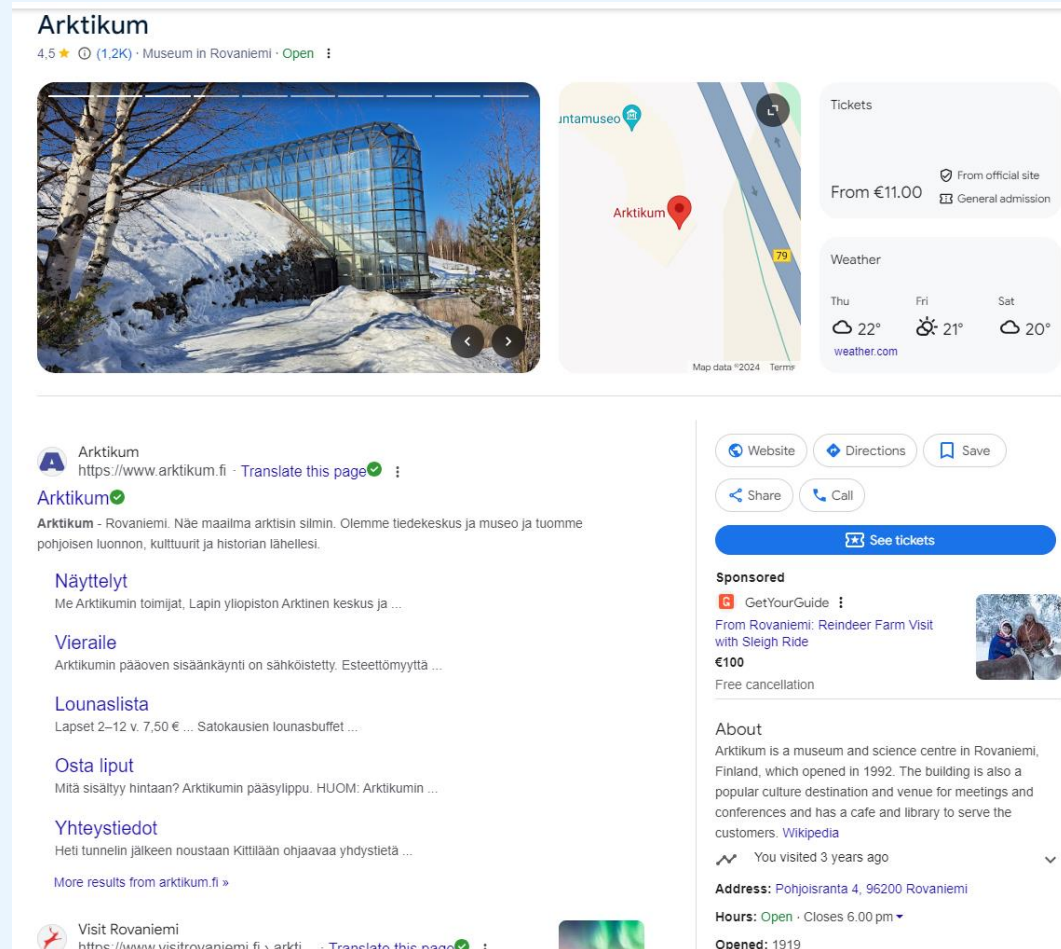
Google Things to do



Käyntikohteille (kuten museot)
Google nostaa myös OTA-
kanavat varauskanava-
vaihtoehtoiksi.

Google nostaa Google Business Profiiliin tekemisen tuotteita varattavaksi:

- Tekemistä -tuotteet voivat sisältää retkiä, aktiviteetteja ja lippuja muihin paikallisiin nähtävyyksiin, jotka saattavat kiinnostaa matkailijoita
- Tuotteiden lisääminen on maksutonta
- Sopii yksinkertaisesti hinnoitelluille tuotteille, kuten pääsyliput, tapahtumat, aktiviteetit (hinta / hlö)
- Tekemisen tuotteita hallitaan Google yritysprofiilista:
<https://business.google.com> tai suoraan googlen haun tai mapsin kautta



Koko matkailualue saa näkyvyyttä ja ostettavuus paranee. Google nostaa OTA kanavien Google Ads –mainoksia matkan suunnittelijalle.

Google Hotels ja GTTD perustana ovat

Google Business profiili
Google Hotel Center (majoitus)
Things to Do Center (aktiviteetit)
Google Adwords (maksetut mainokset)

OTA –kanavayhteistyö

[Google Partner yhteistyö](#)

Sponsored - Tickets & tours :



Bear watching evening
€120
GetYourGuide
4,9 ★ (7)



Korouoma Canyon and...
€225
Viator
5,0 ★ (2)



Ruka: River Floating
€99
GetYourGuide
5,0 ★ (2)



Arctic Adventure through Magic...
€195
Tripadvisor
5,0 ★ (2)



Into the forest with fatbikes
€69
GetYourGuide
Free cancellati...

 Ruka.fi
<https://www.ruka.fi/places-to-visit>

Top tourist attractions in Kuusamo ✓

More places to visit: · Angry Birds Activity Park · Day Spa Ruka Beauty & Wellness · Holiday Club **Kuusamon** Tropiikki Spa and treatments · Julma Ölkky · **Kuusamo** ...



 Tripadvisor
<https://www.tripadvisor.com/.../Kuusamo>

THE 15 BEST Things to Do in Kuusamo (2024) ✓

Things to Do in Kuusamo · 1. Ruka Ski Resort · 2. Palosaari Reindeer and Fishing Farm · 3. Karhunkierros Trail · 4. Kiutakongas Rapids · 5.



Top sights in Kuusamo :



Ruka Ski Resort
4,6 ★ (204)
Ski resort
[Website](#)



Julma-Ölkky
4,7 ★ (169)
Lake



Ruka Adventures
4,7 ★ (187)
Entertainment agency
[Website](#)



Palosaari Reindeer and Fishing Farm
4,8 ★ (130)
Guest Ranch
[Website](#)

More things to do ▾

Tripadvisor tarjoaa tietoa monista eri matkakohteista, ravintoloista, hotelleista,



Tavoittaa laajasti matkailijoita: Tripadvisorilla on suuret käyttäjämäärät monilla eri markkinoilla.



Arvostelut: Matkailijat ympäri maailman voivat kirjoittaa arvosteluja ja palautetta matkailupalveluista.



Varattavuus: Tripadvisorissa voi varata elämys -ja aktiviteettituotteita. Hotelleja, risteilyitä ja muita tuotteita voi selailla ja vertailla, mutta varaus tapahtuu yrityksen omassa (tai muussa) kanavassa.



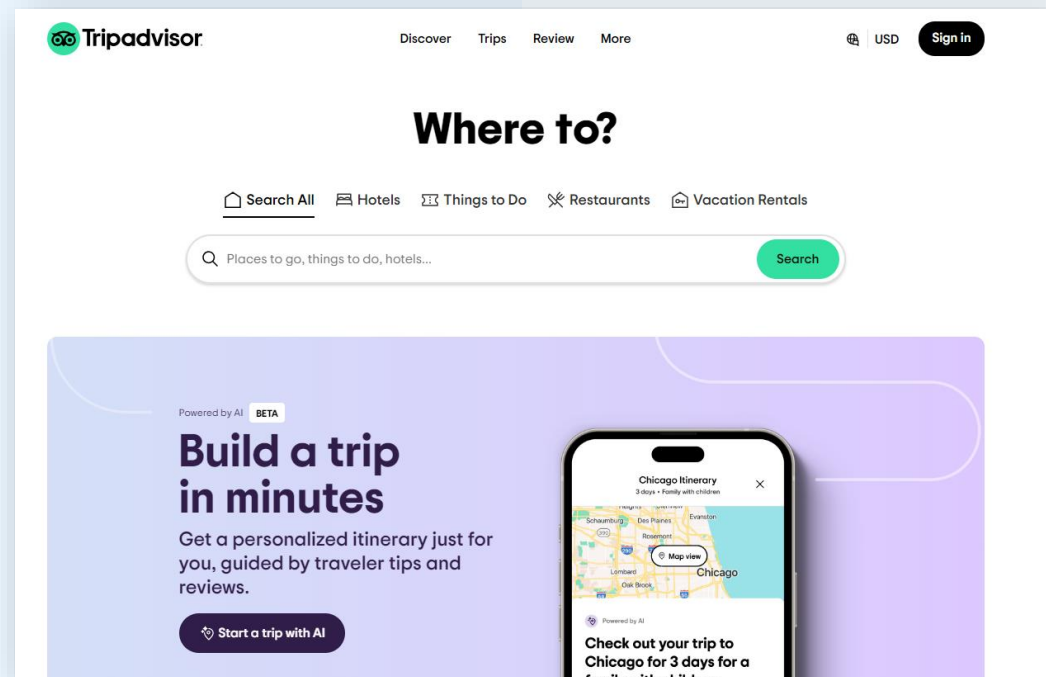
Yritykselle: Yrityksellä tulee olla oma profiili, jossa voi hallinnoida tietoja, kerätä ja vastata arvosteluihin. Yritys voi myös tuoda omia tuotteita ja palveluita varattavaksi Tripadvisoriin.

Tripadvisor Rental

Loma-asunnot ja vuokra-asunnot: tarjoaa mahdollisuuden varata ja vuokrata erilaisia loma-asuntoja, kuten mökkejä, huviloita, rannikkohuviloita, huoneistoja ja muita majoitusvaihtoehtoja.



Luotettavat arvostelut: sisältää arvosteluja ja valokuvia yli 630 000 vahvistetusta loma-asunnosta ympäri maailmaa.



Accommodation / Majoitus

<https://www.tripadvisor.com/Hotels>

Tripadvisorin majoitustilojen on täytettävä kaikki seuraavat kriteerit:

- Avoin suurelle yleisölle
- Virallinen nimi
- Virallinen osoite yhdessä pysyvässä paikassa
- Avoinna 12 peräkkäistä viikkoa vuodessa yhdessä pysyvässä paikassa.
 - Huoneita/yksiköitä tulee olla useita
 - Pystyttävä majoittamaan useampi kuin yksi vieras/vierasryhmä kerrallaan
 - Minimi perilläoloaika Ei saa olla pidempi kuin 7 yötä
 - Täytyy olla tällä hetkellä auki tai ottaa varauksia tulevaa avauspäivää varten

TripAdvisor määrittää jokaisen majoituskohteen vain yhteen majoitusluokkaan:

- Hotellit
- B&B ja majatalot
- Erikoismajoitukset

Majoituksen on täytettävä TripAdvisorin luokkavaatimukset ja tarvittavat palvelut on lueteltava majoituksen virallisilla verkkosivuilla ja minkä tahansa varauskumppanin verkkosivustolla. Majoituspaikalla tulee olla paikallishallinnon tai matkailuviranomaisen myöntämä virallinen toimilupa, joka osoittaa paikallisten viranomaisten määrittelemän tietyn majoitustyyppin.

Restaurant / Ravintola

<https://www.tripadvisor.com/Restaurants>

Tripadvisorin ravintoloiden on täytettävä kaikki seuraavat kriteerit:

- Tarjottava valmistettua ruokaa
- Palveltava yleisöä; ei voi vaatia jäsenyyttä
- Avoinna säännöllisesti
- Avoinna vähintään 12 peräkkäistä viikkoa vuodessa
- Pysyvä sijainti yhdessä kaupungissa, mutta voidaan toimittaa useisiin kaupunkeihin
- Yrityksellä on oltava verkkosivusto vahvistusta varten

Tripadvisorin ravintolaksi kelpaavat seuraavat:

- Leipomot
- Baarit ja pubit
- Kahvi & Tee
- Jälkiruokaravintolat
- Illasta paikallisen kokin kanssa – EatWithin kautta
- Ravintolat
- Pikaruokaravintolat

Listaa yrityksesi TripAdvisorin
<https://tripadvisor.com/GetListedNew>

Things to do / Ohjelmapalvelut

<https://www.tripadvisor.com/Attractions>

Tripadvisorin aktiviteettien on täytettävä seuraavat kriteerit:

- Matkustajia kiinnostava
- Perheystävällinen
- Noudatettava TripAdvisorin eläinsuojelupolitiikka
- Tällä hetkellä auki tai ottaa varauksia tulevaa avauspäivää varten
- Aktiviteetti voi olla esim.: Veneretket ja vesiupeilu, kasinot ja pelit, konsertit ja esitykset, tapahtumat, ruoka juoma, hauskat pelit, museot, luonto ja puistot, yöelämä, ulkoilu, ostokset, nähtävyydet ja maamerkit, matkat, kylpylät ja hyvinvointi, kuljetus, vesi- ja huvipuistot, eläintarhat ja akvaariot

Tripadvisorin nähtävyys/point of interest (POI) on pysyvä tai ihmisen luoma paikka luonnossa, jossa matkustajat voivat käydä. Nähtävyyksien/POI on täytettävä seuraavat kriteerit:

- Virallinen nimi
- Pysyvä osoite
- Avoin yleisön saatavilla
- Avoinna vähintään 12 peräkkäistä viikkoa vuodessa
- Nähtävyys/POI voi olla esim. kaupungit, museot, luontoalueet, patsaat

Vacation Rental / Loma-asunnot

<https://www.tripadvisor.com/Rentals>

TripAdvisor ei listaa majoituspaikkoja, jotka ovat vain yhden vieraan/ryhmän käyttöön kerrallaan. Tällaiset kiinteistöt voivat olla oikeutettuja lomavuokrauslistalle.

Vapaa-ajan majoituskohteet voivat listautua osoitteessa:

https://rentals.tripadvisor.com/en_GB/register

- TripAdvisor Rental listaa kaikkea yksityisistä huoneista linnoihin, asuntolaivoista huviloihin
- Kohteen julkaiseminen on ilmaista.
- Matkailijat varaavat ja maksavat Rental sivustolla
- Komissio varauksesta on 3 %.
- Maksu majoittajalle ja komissio veloitetaan asiakkaan kirjautuessa kohteeseen

TripAdvisor tuki majoittajalle:

<https://rentalsupport.tripadvisor.com/>

Listaa yrityksesi tiedot Loma-asuntoihin

https://rentals.tripadvisor.com/en_GB/register

Tutustu listausvaatimuksiin : https://www.tripadvisor.com/Trust-lvz7RK0Xs9UI-Listings_policies_and_guidelines.html

Viator tarjoaa tietoa monista eri matkakohteista sekä elämyksistä ja aktiviteeteista.



Tavoittaa laajasti matkailijoita: Viator tavoittaa asiakkaita pääosin USA ja Iso-Britannian markkinoilta.



Varattavuus: Viatorissa voi varata ja ostaa lippuja erilaisiin elämys- ja aktiviteetti- tuotteisiin.



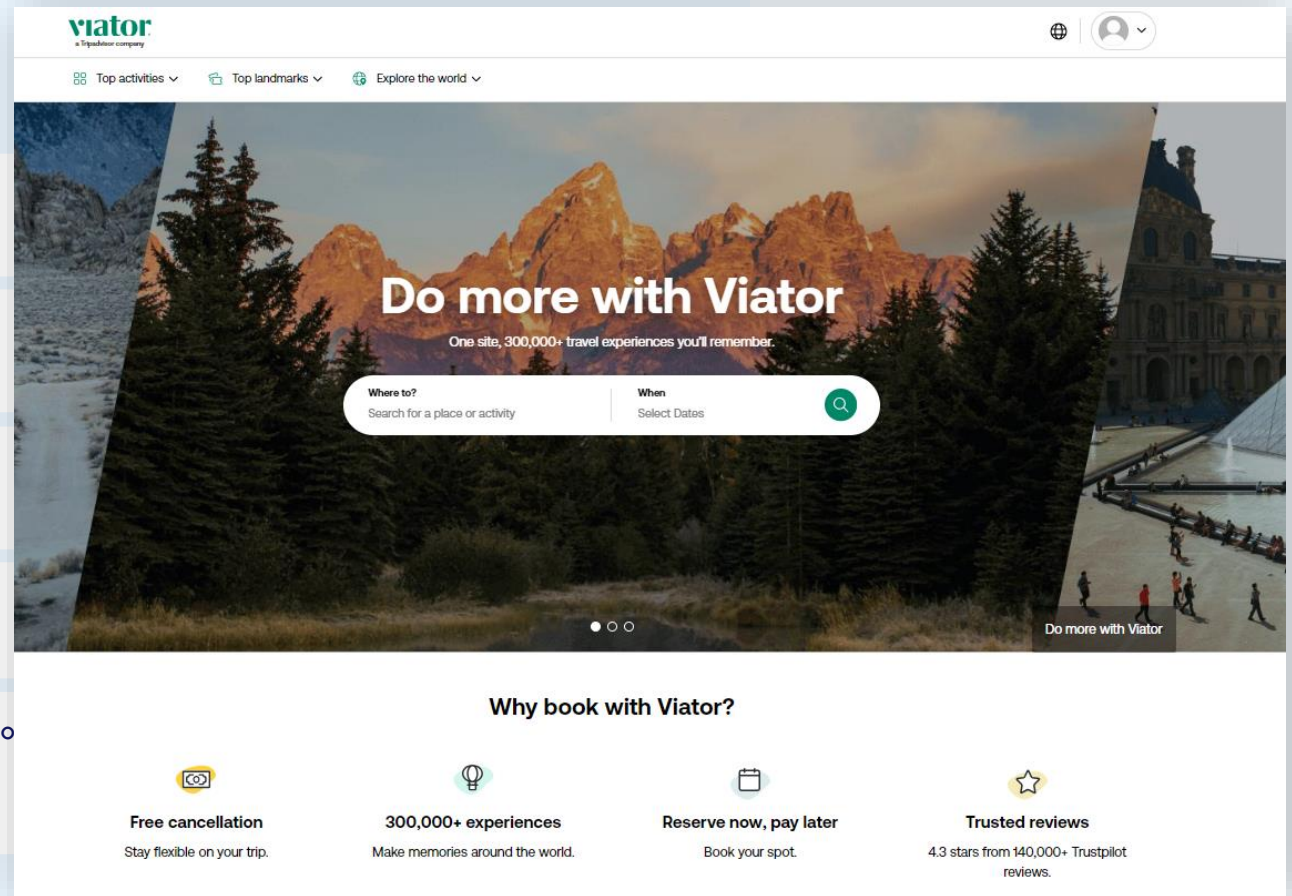
Viator on TripAdvisorin omistama – Viatorissa olevat tuotteet voi listata myös TripAdvisoriin



Jakelu muihin kanaviin: Viator jakelee tuotteita myös muihin kanaviin ja omiin affiliate –verkostoihin



Google näkyvyys: Viator panostaa erittäin paljon Googlen (Things To Do) maksettuihin mainontaan – Viator tuotteet saavat erinomaista näkyvyyttä Googlessa



Perustiedot

Komissio%	20–27%
Muut kustannukset	\$29 / listaus

Tuotetyypit

Majoitus	
Elämys&aktiviteetit	x
Lisäpalvelut	x

Inventaari

Vapaa myynti	x
Kiintiö	
Suorayhteys	x
On -Request	

Tuki yrittäjälle

Chat	x
Email	
Kieli	EN

Kanavalta saatava asiakasdata

Nimi	x
Email	eī, kontaktointi salatulla emaililla
Puhelinnumero	x

Tuotetiedot

Automaattiset käännökset	x
Peruutusmaksu yrittäjälle	ei maksua

Listausnäkyvyyteen vaikuttavat tekijät

Arvostelut	Palautteiden ja arvioiden volyymi sekä viimeaikaisuus vaikuttaa näkyvyyteen
Tuotekuvat	Kuvia min. 4 kpl / tuote. Panosta laadukkaisiin kuviin.
Tuotekuvausteksti	Kuvaus tulisi olla hakukoneoptimoitu.
Tuotteet ominaisuudet	Kyllä, vaikuttavat hakukonenäkyvyyteen
Tuotteen kohokohdat	Kuvaa tuotteen kilpailu- ja erottautumistekijät.
Muut	Viatorilla oma laatumerkki, Badge of excellence.

Parhaiten myyvät tuotteet

Kesto	
alle 3h	
3h - päivä	x
useamman päivän	

Teemat

Luonto	x
Eläimet	x
Kulttuuri / POI	x
Urheilu	x
Extreme	x
Hyvinvointi	x
Ruoka	x
Citybreak	x
Risteily	x

Hinta

alle 25€	
25–50€	x
51–100€	x
101–250€	x
251–500€	
500€–	

Linkki lisätietoihin

<https://help.supplier.viator.com/en>

Asiantuntijan vinkit!

Viator tavoittaa hyvin matkailijoita US ja Iso-Britannian markkinoilta

- Viatorissa olevat tuotteet voi listata myös TripAdvisoriin
- Viator kuratoi jokaisen uuden tuotteen tarkasti (maksu: 29 \$ / tuote)

Parhaiten myyvät tuotteet saavat eniten näkyvyyttä listauksissa.

Näkyvyyteen vaikuttavat mm. seuraavat tekijät:

Tuotokuvaus

- Tuotekuvauksen tulisi olla hakukoneoptimoitu
- Panosta laadukkaaseen kuvaukseen

Tuotekuvat

- Kuvia tulee olla min 4 kpl/ tuote
- Panosta kuvien laatuun

Palautteet ja arvostelut

- Palautteiden volyymi ja viimeaikaisuus vaikuttavat näkyvyyteen
- Vastaa aktiivisesti asiakkaittesi palautteisiin

Tuotteen kilpailukyky muihin tuotteisiin nähden

- luokitus, hinta, saatavuus
- Tuotteen suosio : CTR% (=klikkausprosentti)
 - tuotteen katselukerrat
 - hakumäärät
 - varaukset

GetYourGuide tarjoaa tietoa monista eri matkakohteista sekä elämyksistä ja aktiviteeteista.



Tavoittaa laajasti matkailijoita Euroopassa: GetYourGuide tavoittaa asiakkaita pääosin Euroopan markkinoilta.



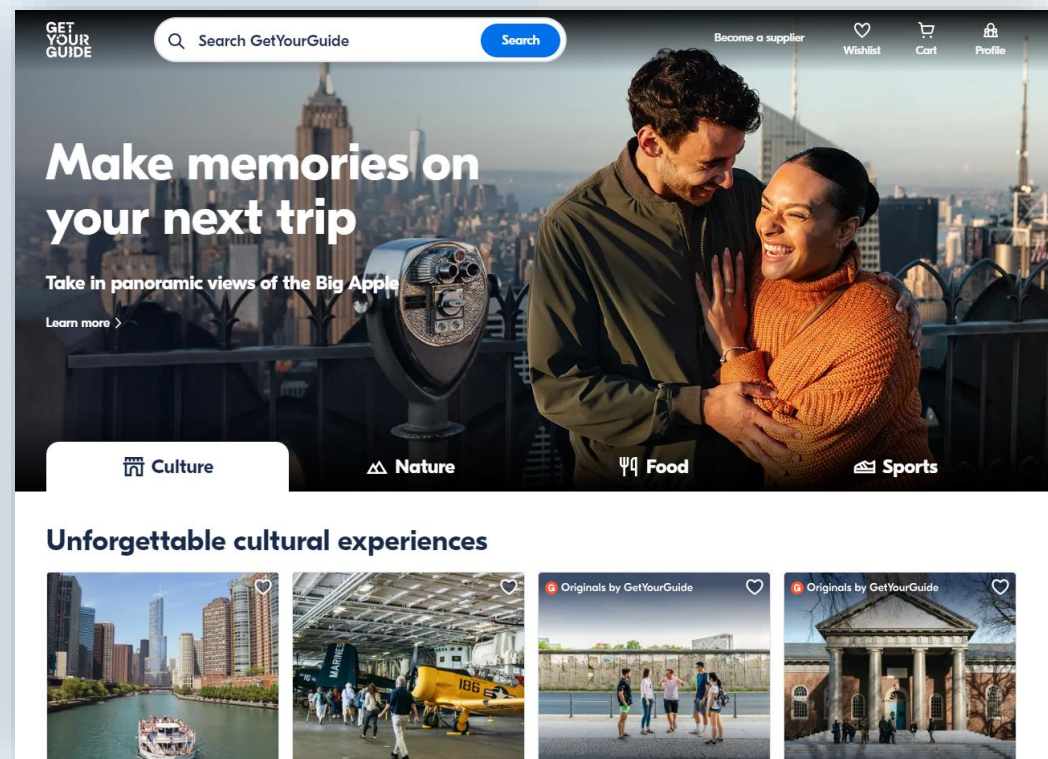
Varattavuus: GetYourGuidessa voi varata ja ostaa lippuja erilaisiin elämys- ja aktiviteetti- tuotteisiin.



Jakelu muihin kanaviin: GetYourGuide jakelee tuotteita myös muihin kanaviin ja omiin affiliate –verkostoihin



Google näkyvyys: GetYourGuide panostaa erittäin paljon Googlen (Things To Do) maksettuun mainontaan – GetYourGuiden tuotteet saavat erinomaista näkyvyyttä Googlessa



Asiantuntijan vinkit!

- GetYourGuide tavoittaa hyvin matkailijoita Keski-Euroopan markkinoilta
- Parhaiten myyvät tuotteet saavat eniten näkyvyyttä listauksissa.

Näkyvyyteen vaikuttavat mm. seuraavat tekijät:

Tuotekuvaus

- Tuotekuvauksen tulisi olla hakukoneoptimoitu
- Panosta laadukkaaseen kuvaukseen

Tuotekuvat

- Kuvia tulee olla min 4 kpl/ tuote
- Panosta kuvien laatuun

Kohokohdat "highlights"

- Tuotteella tulee olla 3-5 kohokohtaa ("highlights")
- Kohokohdat kuvaavat, mikä tekee tuotteestasi erityisen
- Asiakkaat käyttävät tätä tietoa vertaillakseen eri tuotteita,
- Panosta erottautumaan ja kerro kilpailuetusi muihin tuotteisiin nähden.

Palautteet ja arvostelut

- Palautteiden volyymi ja viimeaikaisuus vaikuttavat näkyvyyteen
- Vastaa aktiivisesti asiakkaittesi palautteisiin

Tuotteen kilpailukyky muihin tuotteisiin nähden

- luokitus, hinta, saatavuus

Tuotteen suosio:

- CTR% (=klikkausprosentti)
- tuotteen katselukerrat
- hakumäärät
- varaukset

Kirjoita asiakkaalle myös menevään varausvahvistukseen tarkat < toimintaohjeet esim. tuotteen aloitusajankohdasta ja muista tärkeistä asioista. (Ei pelkästään GyGissä näkyvään tuotekorttiin)

Perustiedot

Komissio %	20–30 %
Muut kustannukset	ei

Tuotetyypit

Majoitus	x
Elämys&aktiviteetit	x
Lisäpalvelut	

Inventaari

Vapaa myynti	x
Kiintiö	
Suorayhteys	x
On -Request	

Tuki yrittäjälle

Chat	x
Email	x
Kieli	EN

Kanavalta saatava asiakasdata

Nimi	x
Email	ei, kontaktointi salatulla emaililla
Puhelinnumero	x

Tuotetiedot

Automaattiset käännökset	x
Peruutusmaksu yrittäjälle	ei

Listausnäkyvyyteen vaikuttavat tekijät

Arvostelut	Palautteiden ja arvioiden volyymi sekä viimeaikaisuus vaikuttaa näkyvyyteen
Tuotekuvat	Kuvia min. 4 kpl / tuote. Panosta laadukkaisiin kuviin.
Tuotekuvausteksti	Kuvaus tulisi olla hakukoneoptimoitu.
Tuotteet ominaisuudet	Kyllä, vaikuttavat hakukonenäkyvyyteen
Tuotteen kohokohdat	3–5 kpl, kuvaa tuotteen kilpailu- ja erottautumistekijät.
Muut	Saatavuuden maksimointi, saatavuutta hyvä olla jopa 1 vuosi eteenpäin.

Parhaiten myyvät tuotteet

Kesto	
alle 3h	
3h - päivä	x
useamman päivän	

Teemat

Luonto	x
Eläimet	x
Kulttuuri / POI	x
Urheilu	x
Extreme	x
Hyvinvointi	x
Ruoka	x
Citybreak	x
Risteily	x

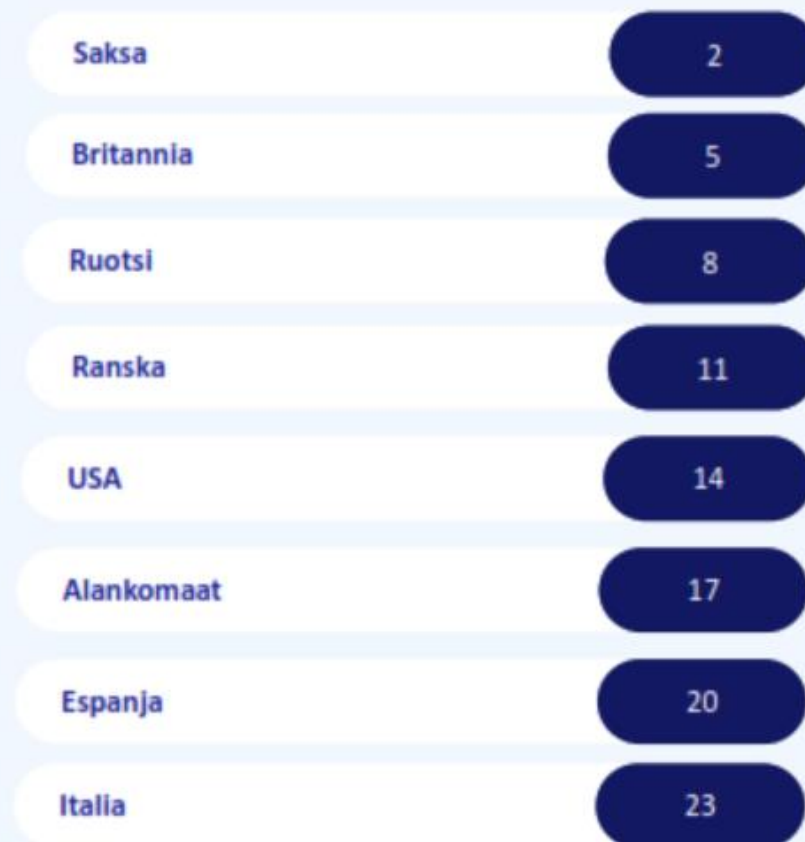
Hinta

alle 25€	
25–50€	x
51–100€	x
101–250€	x
251–500€	
500€–	

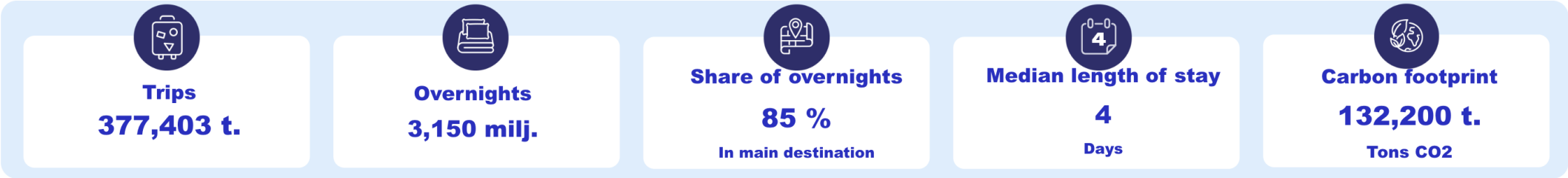
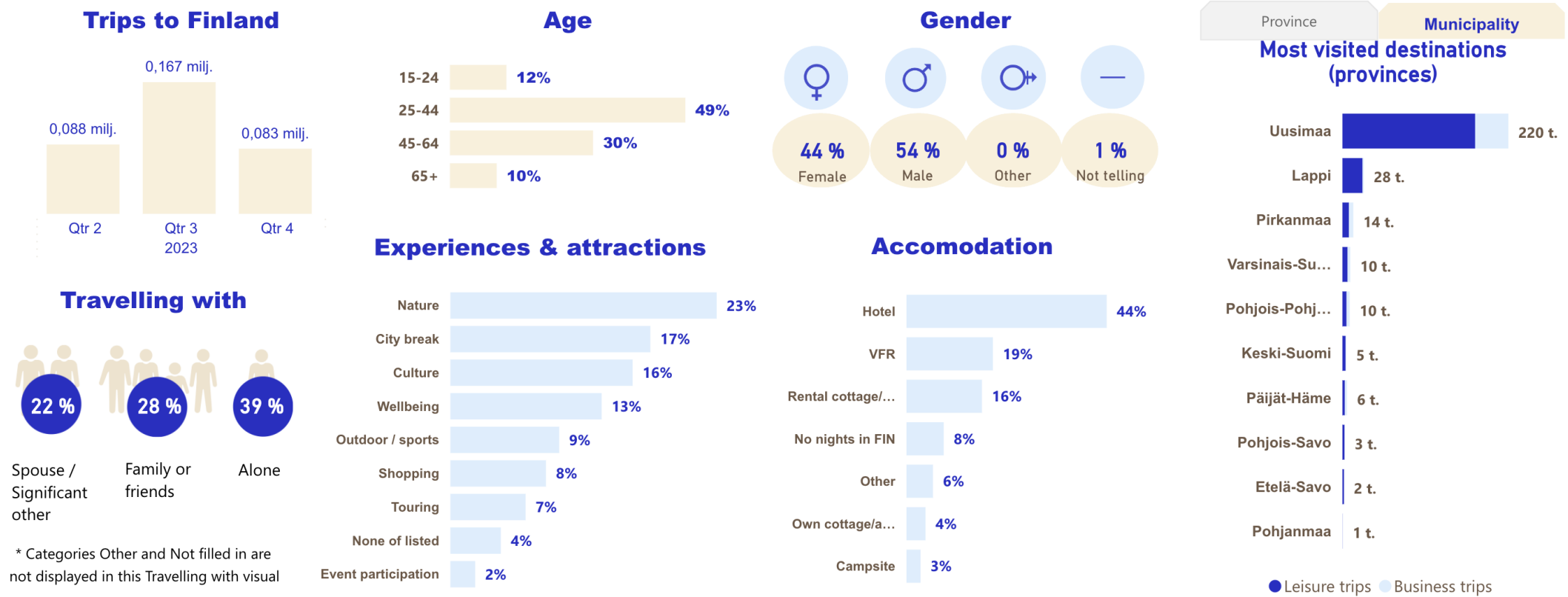
Linkki lisätietoihin

<https://supply.getyourguide.support/>

Kanavat ja segmentit



Saksa Travellers Portrait



Saksa Travellers Portrait

Profiili



Keskimääräinen
ennakkovarausaika



Valmismatkojen
osuus



2,3kk

4 %

Rahankäyttö

262 M€ , yhteensä



Per matka:

694 €

Per päivä:

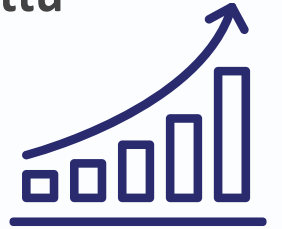
74 €

GINI-
kerroin

0,22

Markkinan ennustettu
vuosikasvu

11 %



Markkinaosuus % Pohjoismaisista yöpymisistä

Talvi 2023 (joulukuu 22–huhtikuu 23)

Kesä 2023 (kesäkuu–elokuu)

Tanska

41 %

Tanska

43 %

Ruotsi

23 %

Ruotsi

30 %

Suomi

17 %

Norja

21 %

Norja

12 %

Suomi

4 %

Islanti

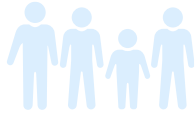
7 %

Islanti

2 %

Saksa Segmentit x Digikanavat

Segmentit



POTENTIAALI

Nature lover

Luonnon, luonnon ilmiöiden ja ihmeiden ihailija.



PROFILOIVA

Active Hobbyist

Seikkailuhakuinen eri urheilulajien harrastaja. (yöelämäkin voi kiinnostaa)



PROFILOIVA

Outdoor explorer

Luontoa arvostava aktiviteettilomailija. (esim. pyöräilyä, patikointia)



Lähde: [Visit Finland Segmentointitutkimus](#)

Digikanavat



1. Google

2. Youtube

Myös Pinterest korostuu

Varauskanavat



1. Booking.com

2. Trivago > korostuu

3. Expedia > korostuu

Lähde: [Visit Finland Segmentointitutkimus](#)

Matkailuaiheiset hakukonehaut



1. Northern Lights

2. Saunas

3. Camping

4. Cities

5. Santa Claus

Lähde: [D2 Digital Demand \(2023\)](#)

Potentiaalinen segmentti: Kuvaa segmenttiä, jossa kiinnostus Suomea kohtaan korostuu. Kiinnostus on siis tällä segmentillä korkeampi, kuin koko markkinan keskimääräinen kiinnostus.

Profiiloiva segmentti: Kuvaa sitä, miten eri segmentit korostuvat. Vaikka jokin toinen segmentti olisi kooltaan markkinalla suurempi, profiiloivan segmentin tavoittaminen onnistuu **55** osin.

Segmenttien suosimat digikanavat sekä matkansuunnitteluun ja tiedonhakuun että matkan varaamiseen.

Digitaalisen myynnin ja jakelun oppaat markkina-alueittain

<https://www.visitfinland.fi/matkailun-julkaisut#digitaalisuus>

Kiitos!

Asiakaspalante

KIITOS AIVAN MAHTAVASTA
KOULUTUKSESTA. SAATU TIETO
MENEE KYLLÄ VARMASTI HETI
KÄYTTÖÖN

