

KYLÄT AITOJEN ELÄMYSTEN AARREAITTA



Original Lapland
Along the River to the Arctic



AITOJEN ELÄMYSTEN METSÄSTYS

Matkailija ei halua olla enää ns. turisti, vaan haluaa kokea aitoa paikallisten elämää. Mitä aitous matkailussa sitten tarkoittaa? Yksinkertaisesti se voi tarkoittaa alueen todellista elämäntapaa ja kulttuuria, mutta lopulta aitouden määrittelee asiakas itse. Jos asiakas kokee tuotteen uskottavana ja aitona, se on aito - vaikka se olisi täysin keksittykin. Olennaista tässä aitouden peräänkuuluttamisessa on se, että aitous luo kysyntää, jossa tuotteen sisältö ja sen merkitys menevät hinnan edelle.

Tähän aitouden kokemisen tarpeeseen vastaus voi löytyä meidän kylistämme. Matkailija haluaa hetkeksi pois omasta arjestaan tutustumalla kyläläisten arkeen. Live like a local -periaatteella tapahtuvassa kylämatkailussa matkailija pääsee kiinni tavallisen kyläläisen elämään.

Hiljeneville kylille kylämatkailu on yksi varteenotettava keino ylläpitää ja kehittää kylän palveluja. Kylämatkailulla tarkoitetaan kylän yritysten, yhdistysten, seurojen ja aktiivisten kyläläisten panosta matkailun kehittämiseksi kylällä kylän vahvuuksia hyödyntäen - tavoitteena luoda tuottavaa matkailuliiketoimintaa kyliin, kylien elävöittäminen ja hyvinvoinnin lisääminen. Tämä luo mahdollisuuden muillekin kyläläisille lisäansioihin ja sivuelinkeinon alueen matkailuyritysten lisäksi.

Monella kylällä talkoillaan paljon - pidetään yllä kylätaloja, järjestetään erilaisia tapahtumia ja harrastustoimintaa sekä vaalitaan perinteitä. Kylämatkailuun liittyy vahvasti tarinallisuus alueen merkkihenkilöistä, luontokohteista tai muuten vain kylille merkittävistä kohteista tai tapahtumista. Kylän toimijoilla on erikoisosaamista niin paikalliskulttuurista, historiasta kuin ympäröivästä luonnostakin. Tätä osaamista ja kylätapahtumia voidaan hyödyntää kylämatkailutuotteissa.

Kaikki perinteiset taidot, kuten vaikka rieskan leivonta, voin kirnuaminen tai erilaiset käsityöt voisivat toimia hyvin matkailutuotteina. Jo pelkkä kotivierailukin kiinnostaa matkailijoita. Paikallisten harrastuksetkin, kuten vaikka karaoke- ja bingo- illat voisivat kiinnostaa matkailijoita. Erilaisissa kylätapahtumissa matkailijat pääsevät lähemmäs paikallisia ihmisiä. Kylistä voitaisiin ammentaa paljonkin sisältöä matkailuun, mutta tässä tarvitaan vielä paljon apua ja yhteistyötä matkailuyritysten kanssa.

Matkailualaa voi tänä päivänä kokeilla helpostikin. Erilaiset online-myyntikanavat mahdollistavat yksityisillekin pääsyn maailman markkinoille. Oman kotinsa, metsästysseuran mökin tai vaikkapa kylätalon voi vuokrata Airbnb:n kautta majoituskäyttöön. Paikalliset voivat tarjota matkailijoille myös elämyksiä mm. sähköisen Doerz alustan kautta - kuten vaikka opastetun eväsretken lempipaikalleen.

Elämykset ovat tämän päivän matkailun ydin ja epäaitous lisää aitojen elämysten kysyntää entisestään. Tässä ajassa, kun tiede pystyy selittämään ja luomaan virtuaalisesti melkein kaiken, ei mikään tunnu enää miltään. Tarvitaan jotain ainutkertaista, mystistä ja salaperäistä, suurta ja ihmeellistä, kuten revontulien suosio voi osoittaa.

Talvi on monelle kaukaa saapuvalla matkailijalle se kaikista eksoottisin vuodenaika, mutta kyllä Lapin valoisat kesäyöt keskiyön aurinkoineen tarjoavat varmasti monelle mieleenpainuvia elämyksiä. Sen ihmeellisyyden kuvaileminen ja markkinointi on vain haasteellisempaa kuin revontulien tai lumisten maisemien. Maailma kun on täynnä upeita paikkoja, joissa voi ihastella kauniita kesäisiä maisemia ja auringonlaskuja. Mutta miten kertoa kuvin tai videoin, että yhdessä hetkessä voi nähdä auringon laskun ja nousun, vuorokauden vaihtumisen suoraan edessään? Tai miten mystisiä ja unenomaisia meidän valoisat kesäyömmme voivatkaan olla.

Yksi suuri syy talvimatkailun menestykseen on sen tehokas ja onnistunut tuotteistaminen. On tarjolla erilaisia safareita (poro-, husky-, kelkka-), lumikenkä- ja pilkkiretkiä tai revontulten bongauksia jne.

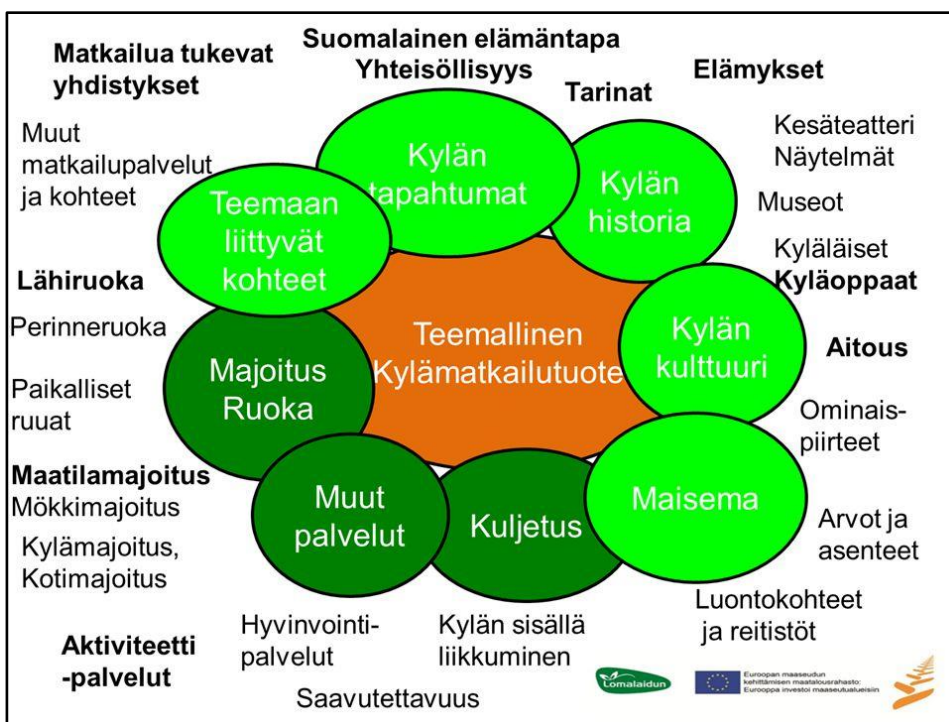
Jotenkin meidän pitää nyt osata havainnollistaa ja tuotteistaa myös tämä kesäyön taika. Meidän on vain ensin itsekin herättävä näkemään kesän elämysarvo, jotta voimme kehittää kesätuotteista aidosti elämyksellisiä ja parantaa näin meidän kilpailukykyämme.

Moni muinoin jo kuopattu kulttuuriimme tai arktisiin oloihin liittyvä tapahtuma tai matkailuidea, joka ei silloin lähtenytkään lentoon, voisi toimia tänä päivänä vähän tuunattuna. Kiinnostusta ei tarvitse nyt luoda tyhjästä, vaan se on maailmalla jo valmiina.

KYLÄMATKAILUTUOTE JA -PALVELU

Lomalaidun ry:n kokoamassa Kylämatkailun ABC-oppaassa

<http://www.vuonis.net/sivut/2015/KylamatkailunABC.PDF> kylämatkailutuotteeksi määritellään sellaiset tuotteet, joissa matkailupalveluiden lisäksi osatekijöinä ovat kylän historia, kulttuuri, tapahtumat, ihmiset ja maisema. Tuote voi olla yhden tai useamman yrittäjän, yhdistyksen tai kyläläisen yhteistuote.



Kyliä kehittämistä katsotaan konkreettisten osa-alueiden kautta, joita ovat

Verkostoituminen/yhteistyö	Verkon luominen kylän sisällä sekä kunnan ja muiden alueen matkailutoimijoiden kanssa
Tuotekehitys	Tuotteistamistyöpajat, uusien tuotteiden luominen ja tuotetestaus, kiertomatkatuotteet
Laatu	Laadun kehittäminen, palautejärjestelmä, osallistuminen laatujärjestelmiin
Liiketoiminnallisuus	Liiketoiminnan perusteiden hallinta, hinnoittelu/ komissiokäytänteet, sähköinen liiketoiminta
Markkinointi ja myynti	Yhteisiä markkinointitoimenpiteitä, markkinoinnin ja myynnin kehittäminen, jakelukanavat

VERKOSTOITUMINEN

Kylämatkailun kehittämisen ytimessä on yhteisöllisyys ja verkoston luominen niin kylän sisällä kuin alueen muiden matkailutoimijoiden kesken. Parhaiten kylämatkailussa ovat menestyneet ne kylät, jotka ovat järjestäytyneet (esim. matkailuyhdistys, osuuskunta tai kylämatkailujaosto) ja luoneet kylämatkailun kehittämissuunnitelman tai mallin. Alueen matkailuyritykset ovat tärkeä yhteistyökumppani ja myyntikanava.

TUOTTEISTAMINEN

Kylämatkailutuotteita ja -palveluita suunniteltaessa on huomioitava teeman mukainen kohderyhmä. Kenelle tuote suunnataan. Visit Finlandin tutkimuksen (v.2018) mukaan Suomen kannalta kuusi merkittävää asiakassegmenttiä ovat: luonnon ihmeiden metsästäjät, luontonautiskelijat, aktiiviset seikkailijat, "suomalainen luksus", city-breikkaajat ja aitouden etsijät. Segmentointi perustuu laajaan kuluttajatutkimukseen, jossa kartoitettiin Suomeen liitettäviä vetovoimatekijöitä päämarkkinoillamme Kiinassa, Saksassa, Iso-Britanniassa ja Japanissa. Erityisesti revontulet ja luonto sekä talvielämykset voivat parhaiten erottaa Suomen kilpailijamaistaan.



**Nature Wonder
Hunters**

Luonnon
ihmeiden
metsästäjät



**Nature
Explorers**

Luonto-
nautiskelijat



**Activity
Enthusiasts**

Aktiiviset
seikkailijat



**"Comfort
Seekers"**

"Suomalainen
luksus"



**City
Breakers**

City-
breikkaajat



**Authentic
Lifestyle
Seekers**

Aitouden
etsijät

Näistä kohderyhmistä aitouden etsijät sopivat parhaiten kylämatkailun kohderyhmäksi, mutta periaatteessa kohderyhmäksi sopivat myös kaikki muutkin paitsi City-breikkaajat.

Kehittämissuunnitelman laatiminen on hyvä pohja tuotteistamiselle. Mitkä ovat kylän yhdessä pohditut matkailulliset teemat, visiot ja tavoitteet.

Tuotteesta tai palvelusta laaditaan selkeä tuotekuvaus, josta selviää mm. sijainti, kesto, toteutusaika, erityisehdot, toteutuksen kielivaihtoehdot, hinta, voimassaolo, myyjän tiedot. Hyvät ja aidot kuvat palvelusta ovat tärkeitä! Tuotekortti on tärkeä työkalu niin toteuttajille kuin myyjille, ja sitä tulee päivittää säännöllisesti. Alla yksi esimerkki. Ennen tuotteen markkinoinnin aloittamista tuote on testattava ja mahdolliset esille nousevat epäkohdat korjattava.

Tuotekortti-työkalu

Tuotteen nimi:	
Kuvaus:	
Kohderyhmä:	
Kesto:	
Sijainti:	
Ryhmäkoko:	Min _____ Max _____
Saatavuus:	
Ohjelman opastuskielet:	
Hinta:	
Hintaan sisälty:	
Komissio:	<input type="checkbox"/> ei sisälly <input type="checkbox"/> sisältää _____% komission
Saavutettavuus:	
Varaukset:	
Yhteystiedot:	
Sähköposti:	
Puhelin:	
Lisäpalvelut:	
Varaus- ja peruutusehdot:	

HINNOITTELU

Oikean hinnoittelun tärkeimpänä tavoitteena on saada tuotteita myydyksi. Hinnoittelun on oltava kestävä, että hinta on kannattava niin yrityksille kuin yhteistyökumppaneille. Hinnoittelussa on huomioitava aina lakien ja asetusten mukaiset verotuskäytänteet sekä selkeät maksu- ja peruutusehdot. Jälleenmyyjien komissio (välityspalkkio) on määriteltävä silloin, kun tuotteita myydään erilaisten jakelukanavien kautta.

Hinnoittelu-esimerkkejä:

1. Kustannusperusteinen: tuotteen hinta muodostuu sen kuluista ja lasketusta katteesta.
2. Vertailuperusteinen: tuotteita verrataan muihin matkailutuotteisiin ja hinnoitellaan niiden mukaan. Tappiolla ei voida myydä, mutta pyritään löytämään mahdollisimman yhtenäinen taso.
3. Arvoperusteinen: mikä on tuotteen arvo asiakkaalle

MARKKINOINTI JA MYYNTI

Lähialueen matkailuyritykset ovat paras myyntikanava kylämatkailutuotteille. Heidän kanssaan on tärkeä verkostoitua ja perehdyttää kylän tarjoamiin mahdollisuuksiin. Heidän asiantuntemustaan on hyvä käyttää myös tuotteistamisessa, tuotetestauksessa ja hinnoittelussa.

Tänä päivänä digitaalinen näkyvyys on mahdollista pienilläkin panoksilla. Erilaiset online-myyntikanavat, kuten esim. Airbnb tai Doerz tarjoavat edullisen maailmanlaajuisen näkyvyyden yksityistenkin tarjoamille matkailutuotteille ja -palveluille. Sosiaalisen median hyödyntäminen on myös todella tärkeä matkailumarkkinoinnin väline tänä päivänä. Esimerkiksi Facebook tarjoaa hyvän markkinointialustan tapahtumien järjestäjille.

LAATU

Laadun takaamiseksi jokaisesta tuotteesta on laadittava tuotekortti ja tuotteiden on täyttävä nämä määritelmät. Tuotekortteja päivitetään säännöllisesti. Matkailupalvelujen ja -tuotteiden laatua tarkkaillaan ja kehitetään mm. keräämällä asiakaspalautteita. Tuote tai palvelu on laadukas silloin, kun se ylittää asiakkaan odotukset.

MATKAILUA KOSKEVIA LAINSÄÄDÄNTÖASIOITA

Matkailuyritysten on tärkeää tuntea omaa palvelua tai tuotetta koskevat lait ja säännökset ja noudattaa niitä. Lainsäädäntö auttaa vastuukysymysten ratkaisemisessa ja dokumentaatiolla voi tarvittaessa todentaa väitteensä. Alla olevasta taulukosta voi tarkistaa, mitä keskeisimpiä lakeja matkailupalvelun tai -tuotteen tulee noudattaa ja mitä keskeisimpiä lupia ja ilmoituksia tulee tehdä.

LAIT	MAJOITUSPALVELUT	RAVINTOLAPALVELUT	OHJELMAPALVELUT	LISÄPALVELUT
Pelauslaki	x	x	x	x
Työturvallisuuslaki	x	x	x	
Terveystieteiseläkelaki	x			
Maankäyttö- ja rakennuslaki	x	x	x	
Elintarvikkelaki		x		
Tartuntatautilaki		x		
Alkoholilaki		x		
Kuluttajaturvallisuuslaki			x	x
Tietosuoja	x	x	x	x
Matkapakettilaki	x	x	x	x
LUVAT JA ILMOITUKSET	MAJOITUSPALVELUT	RAVINTOLAPALVELUT	OHJELMAPALVELUT	LISÄPALVELUT
Turvallisuusasiakirja			x	x
Pelaussuunnitelma	x	x	x	x
Rakennuslupa	x	x	x	
Elintarviketoiminnan omavalvontasuunnitelma		x		
Ilmoitus elintarvikehuoneistosta		x		
Alkoholianniskelun omavalvontasuunnitelma		x		
Annikkelulupa		x		
Terveystieteiseläin 13 §:n mukainen ilmoitusmenettelyn soveltamisohje	x			
Matkustajailmoitus	x			

Hyödyllistä tietoa sisältäviä sivustoja ja linkkejä kylämatkailun kehittäjille ja toimijoille:

APUA KYLÄMATKAILUN KEHITTÄMISEEN

Rural Finland hankkeen työstämiä matkailun kehittämisen työkaluja

<http://ruralfinland.karelia.fi/tyoekalut>

Kulmat.fi tarjoaa tietoa matkailun, kulttuurin ja luovien alojen toimijoille. Sivustolle on koottu mm. tutkimustietoa, asiantuntijakontakteja, koulutusvaihtoehtoja, kehittämishankkeiden tuloksia, rahoituslinkkejä ja työvälineitä oman liiketoiminnan kehittämiseen. www.kulmat.fi

TUNNE ASIAKKAASI

Visit Finlandin Kohderyhmäopas

https://www.businessfinland.fi/4910e5/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/tunne_asiakkaasi_kohderyhmaopas-matkailuyrityksille_visit-finland.pdf

TUOTTEISTAMINEN

Matkailuteos - Kulttuurimatkailutuotteen luomisen tuska

<https://www.businessfinland.fi/49182b/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/cf-matkailuteos-2012.pdf>

Maisema hyvinvointipalveluna <https://media.sitra.fi/2017/02/23231630/MaisemanTarina.pdf>

Paikallisuuden tuotteistaminen matkailussa

https://drive.google.com/file/d/1FPBvJHzb4VG_nzt9J53xiSSSD8XdbXBv/view

Visit Finlandin tuotemanuaali-pohja

https://www.lyyti.fi/reg/product_card

Ruokamatkailun tuotesuosituksiset

http://hungryforfinland.fi/sites/hungryforfinland.fi/files/RM_tuotesuositus_netti_high_7.1.2015.pdf

Pyöräilyn tuotesuosituksiset

<https://www.businessfinland.fi/491348/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/tuotesuosituksiset-of-pyoraily.pdf>

Kalastuksen tuotesuosituksiset

<https://www.businessfinland.fi/491348/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/tuotesuosituksiset-of-kalastus.pdf>

Melonnan tuotesuosituksiset

<https://www.businessfinland.fi/491348/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/tuotesuosituksiset-of-melonta.pdf>

Vaelluksen tuotesuosituks

<https://www.businessfinland.fi/491348/globalassets/finnish-customers/O2-build-your-network/visit-finland/julkaisut/tuotesuosituks-of-vaellus.pdf>

Hevosmatkailun tuotesuosituks

<https://www.businessfinland.fi/491348/globalassets/finnish-customers/O2-build-your-network/visit-finland/julkaisut/tuotesuosituks-of-hevosmatkailu.pdf>

Eläinten katselu ja kuvaus matkailun tuotesuosituks

<https://www.businessfinland.fi/491348/globalassets/finnish-customers/O2-build-your-network/visit-finland/julkaisut/tuotesuosituks-of-wildlife.pdf>

Elämystuottajan käsikirja

<http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/elmystuottaja%20käsikirja.pdf>

Palvelumuotoilusta

<http://www.kulmat.fi/tutkimustietoa/palvelumuotoilu>

Tunnelmamuotoilusta

<https://www.avi.fi/documents/10191/7329829/Marjo+Rantanen,%20tunnelmamuotoilu/68f716c4-9543-4f6b-98a1-d6e79eba8b19>

TARINALLISTAMINEN eli tarinalähtöinen palvelumuotoilu

https://drive.google.com/file/d/1_6WwDBuzBUycOSgZLZvpj4VWhmh01XF/view

HINNOITTELU

Visit Finlandin ansaintaopas

<https://www.businessfinland.fi/4accdb/globalassets/finnish-customers/O2-build-your-network/visit-finland/julkaisut/of-ansaintaopas.pdf>

OHJEITA KOTIMAJOITUSTA TARJOAVILLE

https://www.businessfinland.fi/4913a6/globalassets/finnish-customers/O2-build-your-network/visit-finland/julkaisut/3_2016_ohjeita_kotimajoitusta_tarjoavalle_25042016_web.pdf

MYYNTI JA MARKKINOINTI online-kanavia esim.

Doerz – Live like a local - on alusta ja yhteisö, joka rakentaa yhteyden matkustajien ja paikallisten välille. Sekä yritykset että yksityishenkilöt voivat tarjota aktiviteetteja. <https://fi.doerz.com/>

Kotimajoituksen ja elämysten välityssivusto www.airbnb.fi

Suomen laajin kylämatkailusivusto www.kyilaan.fi

Maaseutumatkailun palvelu- ja markkinointisivusto <https://www.matkamaalle.fi/>

MARKKINOINNIN TUEKSI VALMIITA MATERIAALEJA

Väylänvarren yhteinen tarina videona

Suomeksi https://www.youtube.com/watch?v=AbcBBjZ_DjQ

Englanniksi <https://www.youtube.com/watch?v=DB-rWbn8lh8>

Original Lapland -kylämatkailuvideot alueittain

Tornion seutu <https://www.youtube.com/watch?v=GfMhovdTPv0&t=21s>

Ylitornion seutu <https://www.youtube.com/watch?v=5GridiA5HOc&t=11s>

Pellon seutu <https://www.youtube.com/watch?v=SWW7ypoh7YE&t=27s>

KEVYTYRITTÄJYYS -palveluista esimerkkejä

OP Kevytyrittäjäpalvelu [https://op-](https://op-kevytyrittaja.fi/?gclid=EAlalQobChMI4b6co7DK5wVU6qaCh1ATgU7EAAAYASAAEgl4EPD_BwE)

[kevytyrittaja.fi/?gclid=EAlalQobChMI4b6co7DK5wVU6qaCh1ATgU7EAAAYASAAEgl4EPD_BwE](https://op-kevytyrittaja.fi/?gclid=EAlalQobChMI4b6co7DK5wVU6qaCh1ATgU7EAAAYASAAEgl4EPD_BwE)

UKKO <https://www.ukko.fi/>

OMAPAJA <https://omapaja.fi/>

DIGITAALISUUS

Matkailuyrityksen digiloikan ABC <https://www.businessfinland.fi/49d175/globalassets/finnish-customers/O2-build-your-network/visit-finland/julkaisut/matkailuyrityksendigiloikanabc.pdf>

LAATU

Työkaluja parempaan palveluun <https://media.sitra.fi/2017/02/26194723/Kasvunvara.pdf>

MAASEUTUMATKAILUN VERKOSTOT JA KEHITTÄJÄT

Lomalaidun ry <https://www.lomalaidun.fi/>

Suomen Maaseutumatkailuyrittäjät ry <https://www.smmmy.fi/>

Aurana Oy <https://www.aurana.fi/>

MAASEUTUMATKOJA KOSKEVAT SOPIMUSEHDOT (v. 2011)

http://ruralfinland.karelia.fi/images/Tiedostot/Sopimusehdot/Maaseutumatkoja_koskevat_sopimusehdot_2011.pdf

VASTUULLISUUS JA KESTÄVÄ MATKAILU

Visit Finlandin kestävä matkailun periaatteet

<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/kestavan-matkailun-periaatteet/>

Sustainable Travel Finland -ohjelma

<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/sustainable-travel-finland/>

Kestävän kehityksen yritysopas

https://www.businessfinland.fi/48e735/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/kestavan_kehityksen_yritysopas_a4-v5_web.pdf

Työkaluja vastuullisuuteen

https://www.businessfinland.fi/490600/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2018/tyokaluja_vastuullisuusviestintaan_a5_web_21012019.pdf

Vastuullisuus sitoumus

<https://www.visitfinland.com/sustainable-finland-pledge/>

KANSAINVÄLISTYMINEN

Visit Finlandin Kansainvälistymisopas

https://www.businessfinland.fi/498bfa/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2019/vf_kansainvalistymisopas_2019.pdf

Visit Finlandin kansainvälistymiskriteerit

https://www.businessfinland.fi/4aa4f9/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/vf_kansainvalistymiskriteerit_low.pdf

KOSKEEKO MATKAPAKETTILAKI SINUA? TARKISTA TÄLLÄ TESTILLÄ

<https://matkapakettiapuri.fi/>

Toteutettu hankkeessa:

Väylänvartta tunturiin ja takaisin – Alkuperäinen Lappi (55366)


**Outokaira
tuottamhan**



**Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin**