



Jyväskylän ammattikorkeakoulu
Tiedote 26.1.2009

Keskisuomalaiset matkailuyritykset Suomen internet-markkinoinnin edelläkävijöiksi

Tervetuloa kuulemaan matkailun internet-markkinoinnin nykytilasta ja mahdollisuuksista Suomen johtavalta matkailun sähköisen markkinoinnin asiantuntijalta, Ilkka Kauppiselta Joensuun yliopiston eCompetence Center Finland:sta.

Kauppinen vetää samansisältöiset työpajat Jyväskylässä ja Himoksella. Työpajoissa kuullaan myös Himoksen matkailukeskuksen ja Jyväskylän seudun matkailuyrittäjien kokemuksia internet-markkinoinnista: Miten yritys saadaan näkymään hakukonelistan kärjessä? Tai miten matkailijoiden sosiaaliseen mediaan tuottamaa sisältöä voidaan hyödyntää matkailumarkkinoinnissa?

- Jyväskylän työpaja, torstai 29.1.2009 klo 10.30, Ravintolaidea, kabinetti, Piippukatu 3, Jyväskylä
- Himoksen työpaja, perjantai 30.1.2009 klo 11.30, Ravintola Patapirtti, Uusi-Yijälän tila, Jyväskyläntie 848, Jämsä

Työpaja jatkuu lounaalla, jonka aikana toimittajilla on mahdollisuus haastatella osallistujia lisää.

Työpajat ovat osa Matkailun ja elämystuotannon osaamisklusterin ja Jyväskylän ammattikorkeakoulun sekä Jyväskylän Seudun Matkailun, Jämsekin ja HimosMaailman järjestämää työpajakokonaisuutta. Työpajat johdattavat 30 matkailutoimijaa kohti sähköisen matkailumarkkinoinnin saloja.

Edelläkävijät vastaavat asiakaskäyttäytymisen muutokseen

Asiakaskäyttäytyminen muuttuu jatkuvasti. Matkailijat hakevat tukea matkapäätöstensä tekoon www-sivuilta, blogeista ja virtuaaliryhteyksien keskusteluista.

Internet-markkinoinnista on tullut olennainen osa nykyaikaista matkailumarkkinointia. Kotimaisen matkailutoimialan valmiudet käyttää hyväkseen moderneja tietojärjestelmiä ja internetiä ovat kuitenkin vielä huonot. "Suomen sähköinen matkailumaailma laahaa useita vuosia muuta maailmaa jäljessä", työpajan vetäjä Ilkka Kauppinen huomauttaa. "Internet on matkailussakin media, ei teknologia. Paraskaan teknologiajärjestelmä ei pysty tuomaan asiakkaita kauppapaikalle, vaan heidät on houkuteltava sinne markkinoinnin keinoin. Internet-markkinointi on kaikista eri markkinointikeinoista kustannustehokkain tapa saada kohderyhmään kuuluvia kävijöitä sähköiselle myyntipaikalle", Ilkka Kauppinen jatkaa.

Työpajassa valmennetaan yrityksiä siinä, kuinka he itse voivat saada kotisivuilleen kävijöitä ja kävijöistä vakituisia asiakkaita hyödyntämällä edullisia - ja usein ilmaisia - internetin mahdollistamia työkaluja.

Työpajaan osallistuu joukko matkailuyrityksiä, jotka ovat omassa toiminnassaan havainneet asiakaskäyttäytymisen muutokset ja internetin tarjoamat mahdollisuudet.



"Netti tarjoaa oikein kohdennettuna pienemmällä rahalla lähes rajattoman tuntuiset ja monipuoliset mahdollisuudet yrityksen markkinointiin ja kaupan tekemiseen. Olin jo aiemmin kiinnostunut blogeista ja tutustunut facebookiin ja myspaceen, mutta niiden tarjoamat kaupalliset potentiaalit alkoivat toden teolla raottua minulle vasta työpajassa. Pienessä yrityksessä pitää yrittää rahallisesti järkevällä tavalla saada tuloksiakin aikaan ja netti tuntuu tämän päivän ja tulevaisuuden väylältä siihen. Asiakaskontakteista enemmistö tulee netin kautta", Riitta Halttunen Taulun Kartanosta kommentoi.

"Lomalaiset, kokousasiakkaat ja ryhmät etsivät enemmän ja enemmän tietoa palveluiden tarjoajista netistä. Paperiesitteitä ei juurikaan enää meiltä tilata", Tanja Kaliste Peurungasta kertoo. "Siksi on tärkeää, että nettisivumme ja palvelumme löydetään ja asiakas kiinnostuu meistä. Nettisivujen on oltava sellaiset, että ne houkuttelevat ja saavat asiakkaan tekemään varauksen, tarjouspyynnön tai ottamaan muuten yhteyttä. On hyvä, että meitä herätellään netin mahdollisuuksista", Tanja Kaliste jatkaa.

"Internet-markkinointi ja sähköinen kaupankäynti ovat äärimmäisen mielenkiintoisia ja yritystoiminnalle aivan uusia mahdollisuuksia avaavia toimintatapoja, jotka ovat mielestäni välttämättömiä meidän mittakaavassamme", Raija Etelä HimosLomilta korostaa. "Miten optimoida oma toimintansa, mistä saada tietoa ja miten pysyä tässä kehityksessä mukana? Miten ottaa huomioon eri kohderyhmät ja eri markkina-alueet internet-markkinoinnissa? Nämä kysymykset ovat meillä päivittäisessä toiminnassamme jatkuvasti esillä, osana toimintaa ja kehityksen kohteena".

Työpajassa käyttöön otettavat uudet internet-markkinoinnin työkalut tarjoavat keski-suomalaiselle matkailulle mahdollisuuden ottaa etumatkaa kilpailijoihinsa nähden.

Lisätiedot

Miikka Raulo, kehityspäällikkö, 040 731 0022, Jyväskylän ammattikorkeakoulu, Matkailun ja elämystuotannon osaamisklusteri, miikka.raulo@jamk.fi, www.jamk.fi/elamystuotanto

Ilkka Kauppinen, projektipäällikkö, 050 347 9811, Joensuun yliopisto eCompetence Center Finland, ilkka.kauppinen@joensuu.fi, <http://ecompetence.joensuu.fi>

Matkailun ja elämystuotannon osaamisklusteri tekee innovaatioista liiketoimintaa ja lisää yritysten kansainvälistä kilpailukykyä uudenlaisen yhteistyömallin avulla. Ohjelmaa toteuttavat Lapin, Savonlinnan seudun, Uudenmaan, Varsinais-Suomen ja Jyväskylän seudun osaamiskeskukset. Matkailu ja elämystuotanto on osa valtakunnallista osaamiskeskusohjelmaa, jota koordinoi työ- ja elinkeinoministeriö. www.experiencebusiness.fi