

**BUSINESS
FINLAND**



Matkailija 2030 -skenaariot

Rethinking Travel: Matkailija 2030 -skenaariotyöpajojen tulokset

Visit Finland, joulukuu 2020

JOHDANTO

Visit Finland järjesti joulukuussa 2020 [akatemiavalmentaja-](#) ja [alueasiantuntijaverkostonsa](#) jäsenille työpajat, joissa luotiin Visit Finlandin kansainvälisen verkoston havaitsemien matkailun toimintaympäristön muutosilmiöiden pohjalta Matkailija 2030 –skenaarioita. Skenaariot ovat kuvauksia mahdollisista ja vaihtoehtoisista tulevaisuuksista vuonna 2030. Niiden avulla ei pyritä tulevaisuuden ennustamiseen vaan ajattelun ja näkemyksellisyyden kehittämiseen.

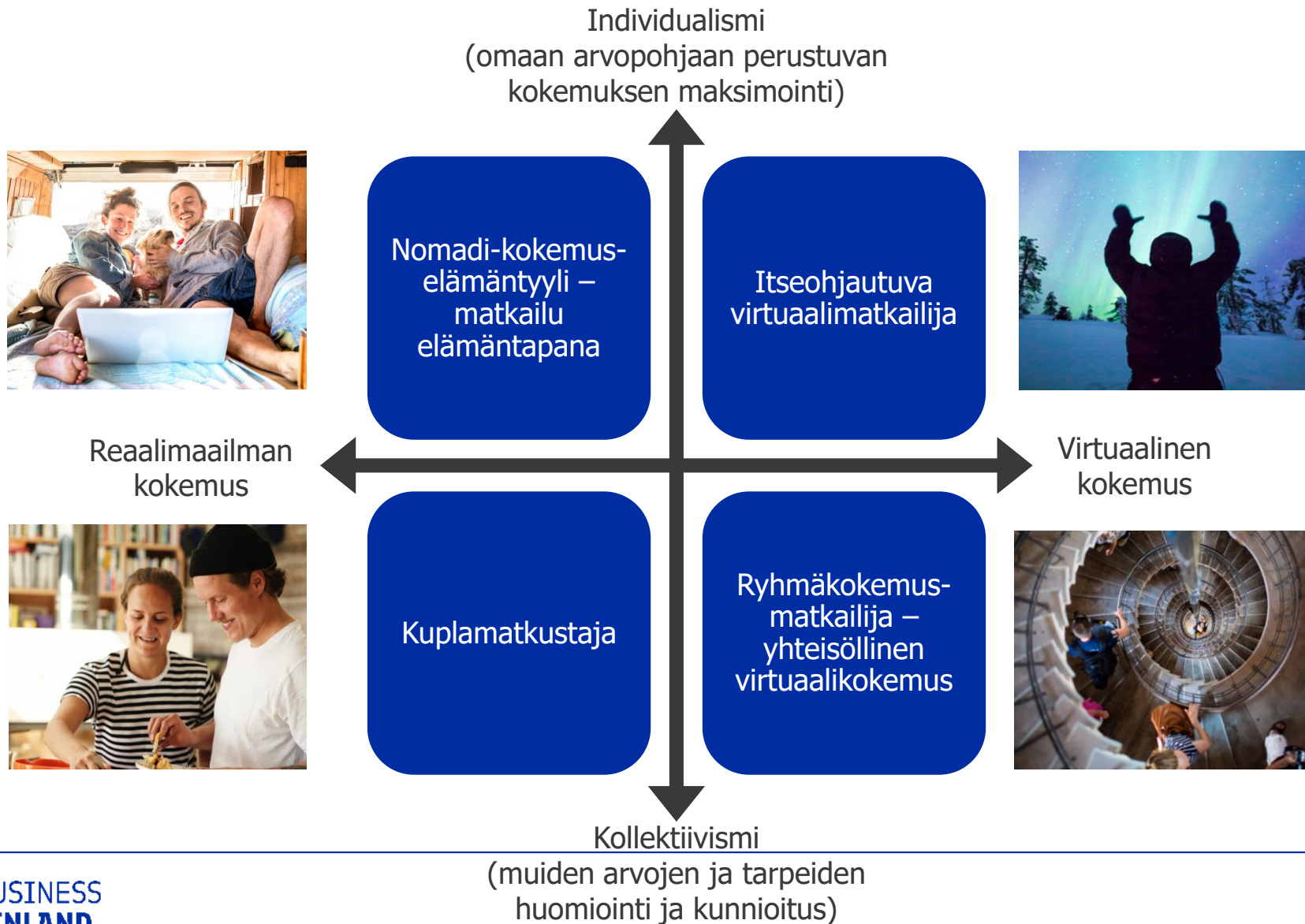
Osallistujat muodostivat intuitiiviseen logiikkaan perustuen nelikenttiä mahdollisista tulevaisuuden maailmoista ja matkailijoista. Nelikenttien akselit kuvaavat osallistujien merkittävimpinä pitämien kansainvälisten muutosilmiöiden kokonaisuuksia, joilla on vaikutusta tulevaisuuden matkailuun. Skenaarioiden pohjalta muodostettiin käsityksiä kunkin matkailijatyypin tarpeista ja niiden synnyttämistä liiketoimintamahdollisuuksista (ongelman ratkaisu ja arvolupaus). Työpajoissa työstettyjen kuuden pienryhmän tulokset löytyvät tästä dokumentista.

MATKAILIJA 2030 -SKENAARIOISSA KOROSTUVAT YKSILÖLLISYYS, VASTUULLISUUS JA VIRTUAALISUUS

Useammassa matkailija 2030 –skenaarioissa korostuivat yksilölliset, uniikit kokemukset, vastuullisuus arvovalintoina sekä virtuaalisuus. Myös hyvinvointi ja turvallisuushakuisuus tulivat esille tulevaisuuden kysynnän moottoreina. Erityisesti virtuaalisuus ja turvallisuus osana matkailupalveluita voisivat synnyttää uudenlaisia liiketointamahdollisuuksia suomalaisille matkailuyrityksille, mutta miten näiden ilmiöiden mukanaan tuomat mahdollisuudet muutetaan Suomen matkailun tulovirroiksi; millaisella ansaintalogiikalla virtuaalipelaaja Gerald the Gamer (ryhmä 3) tai turvallisuushakuinen Veera Varovainen (ryhmä 2) mahdollistavat matkailuyrityksille kannattavan liiketoiminnan?

Joidenkin skenaarioiden mukaan kuluttajat yhdistävät sujuvasti työskentelyä ja vapaa-aikaa, esimerkkinä Hybridihedonisti (ryhmä 4). Toisille, kuten Salla Sulautujalle (ryhmä 3), matkailu merkitsee eskapistista pakoa arjesta, aitoja kohtaamisia ja digipaastoa. Myös perinteisempi, Terttu Tuomiokirkon (ryhmä 5) kaltainen massamatkailija, on edelleen olemassa vuoden 2030 skenaarioissa. Vastuullisuus puhutti paitsi kysynnän osalta, esimerkkinä Responsible Traveller (ryhmä 6), myös matkailupalveluiden tuotannon näkökulmasta: miten tuottaa palveluita taloudellisesti, sosiaalisesti ja ympäristön kannalta kestävästi myös niille matkailijasegmenteille, kuten Luksusindividualistille (ryhmä 4), joille kestävyys itsessään ei tuo lisäarvoa?

MATKAILIJA 2030 -SKENAARIOT, RYHMÄ 1



- Yksilöllisyyttä ja reaali maailman kokemuksia arvostavan matkailijan näkökulmasta tulevaisuuden matkailu voi olla elämäntyyli, jossa eletään tiettyjen omien tarpeiden ohjaamana matkakohteessa (nomadi kokemuselämäntyyli). Kysyntää syntyy niche-tarpeisiin vastaaville, itsenäisesti varattaville ja rakennettaville matkailutuotteille ja -palveluille.
- Itseohjautuvalle virtuaalimatkailijalle virtuaalimatkailusta tulee tavanomaista ja jopa edellytys reaali maailmassa matkustamiselle.
- Ryhmäkokemusmatkailijalle matkailu kytkeytyy yhä voimakkaammin pelien pelaamiseen, mikä voi tarjota matkailulle uudenlaisia liiketoimintamahdollisuuksia, jossa matkailu on osa pelaamiskokemusta.
- Turvallisuus nousee keskeiseksi tekijäksi kuplamatkustajalle. Digitaaliset varauskanavat ja jakamistalous kukoistavat.

Nomadi-kokemuselämäntyyli -matkailu elämäntapana

- Nomadin palveluiden valinnan perusteena on vastuullisuus ja kestävyys.
- Matkustaa kotimaassa tai lähialueilla.
- Eristäytymisen mahdollisuus on tärkeä - pienet, itsenäiset kohteet.
- Lääketieteellinen turismi suosiossa: kotimaan terveyshuolto ei riitä kattamaan omia tarpeita, siksi mennään ulkomaille tai haetaan ulkonäköön pohjautuvia korjauksia edullisemmin. Ennakoiva terveydenhuolto on myös tärkeä ajuri lääketieteelliselle turismille.
- Glamour-retkeilyn houkutus: lähiluksus kasvattaa suosiotaan.
- Workcation: työn ja vapaa-ajan raja hämärtyy: mikä on työtä ja mikä matkailua? Kaikki on yhtä elämää, eikä pysyvää asuinpaikkaa välttämättä ole. Asuminen on muuttunut matkailuksi.
- Matkaillaan harrastuksen vuoksi: oma harrastus ohjaa matkailua.
- Slow life & flight shame, luodaan oma elämä yhteen paikkaan.

Tarpeet / haasteet:

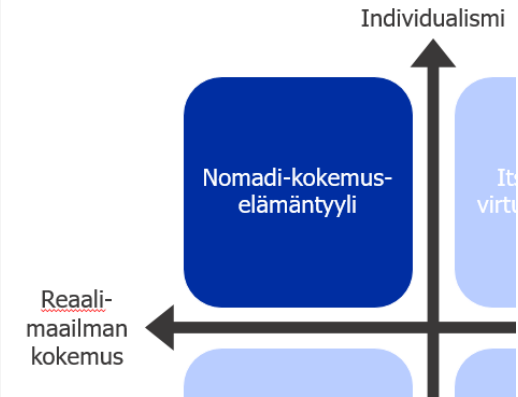
- Joustava suhtautuminen työhön ja vapaa-aikaan.
- Kustannustehokkaat ratkaisut.
- DIY - Digitaalinen varaaminen: helppo ja käyttäjäystävällinen.

Ongelman ratkaisu:

- Omien yhdistelmien tekeminen on mahdollista, palveluntuottaja ei olekaan enää paketoija.
- Voimakas unelmien inspiraatioiden esittely.
- Mahdollistaa matkailijan tarinan rakentamisen.

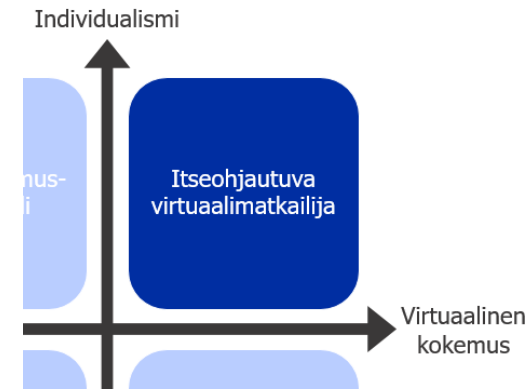
Arvolupaus:

- Niche-tarpeisiin vastaavat arvot.
- “Rakenna oma tarinasi meidän palveluidemme avulla”.
- Rakenna oma tunnekokemuksesi/-maailmasi.



Itseohjautuva virtuaalimatkailija

- “Sama viesti kaikille” -lähestymistapa muuttuu hyvin henkilökohtaiseksi ja yksilökeskeisyys nousee tärkeäksi tekijäksi.
- Virtuaalinen kokemus on saatava ensin, matkapäätös perustuu siihen.
- Tunnematkailusta tulee arkipäivää.
- Oppiminen matkailun kasvavana motiivina.
- Ääri-ilmiöksi voi muodostua eri aisteja stimuloiva virtuaalimatka kotisohvalta.
- Hyvä itsekeskeisyys on sallittua ja toivottua: sitä suorastaan vaaditaan.



Tarpeet / haasteet:

- Hyvälaatuiset mielenkiintoiset virtuaalisällöt.
- Toimintavarmuus; palvelu “ei jää jumiin”.

Ongelman ratkaisu:

- Sisällön tuotanto niche -arvoja vastaavaksi.
- Eri ryhmien tarpeiden mukaisia ratkaisuja, josta henkilö itse voi kerätä halutun kokonaisuuden

Arvolupaus:

- Niche-tarpeisiin vastaavat arvot.
- Oman tunnekokemuksesi/-maailmasi rakentaminen on mahdollista.
- ”matkailu-platform”



Kuplamatkustaja

- Kuplamatkustaja valitsee vastuullisia, kestäviä ja turvallisia palveluita ja kohteita. Kuplassa matkustettaessa tärkeitä myös perhekeskeiset matkailupaketit, riskiryhmäkeskeiset ratkaisut.
- Kontaktivapaat ryhmämatkat suosiossa: päästään fyysisesti liikkeelle, kun minimoidaan kontaktin määrä (hanskat, maskit, yms.).
- Jakamistalouden vahvuus: asunnot, talot, liikkumisvälineet (sähköpyörät, pyörät, sähköautot) hoidetaan paikallisten ja matkailijoiden välillä.

Tarpeet / haasteet:

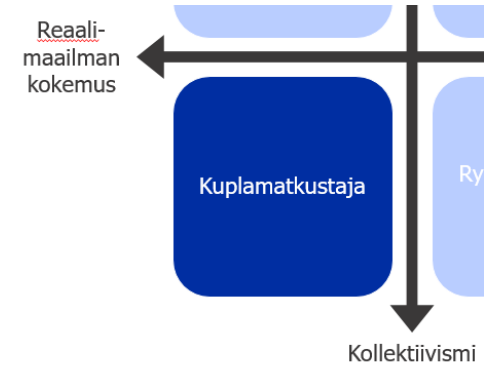
- DIY: Digitaalinen varaaminen.
- Toimivat matkaketjut, joissa “turvallisuus-terveystakuu”.
- Turvalliset ja puhtaat sharing economy palvelut.

Ongelman ratkaisu:

- Pieni ryhmä, oma kupla (läheiset, ystävät, harrastusporukka).

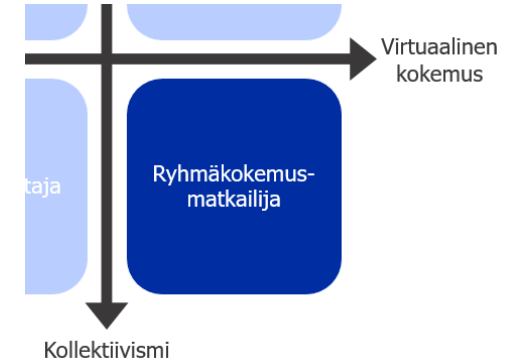
Arvolupaus:

- Räätylöity matkapaketti läheisillesi.
- Vastuullisuus ja varmistettu turvallisuus.



Ryhmäkokemusmatkailija - yhteisöllinen/ jaettu virtuaalikokemus

- Ryhmäkokemusmatkailija hakee kontaktivapaita virtuaalimatkoja, jotka toteutetaan yhdessä muiden kanssa
- Kiinnostuksen aihe tai harrastus ohjaa matkan valintaa, mikä vaatii syvää asiantuntemusta matkanjärjestäjältä.
- Ryhmäkokemusmatkailijalla on vankka arvopohja: halutaan tuoda arvot esiin myös matkailuvalintojen kautta.
- Pelillistäminen nousee kunniaan: ryhmätehtävät, pelilliset matkailupaketit yhteisöllisyyden luojana.
- Erilaiset juhlat tuotetaan matkailupaketteina.
- Ihmiset haluavat Teams-palavereilta enemmän: jotakin yhdessä koettua, jaettua ja erilaista.



Tarpeet / haasteet:

- Virtuaaliset ryhmät ja niihin pääsy.
- Helppo yhteistyö
- Matkanjärjestäjän/ palveluntuottajan syvälinen asiantuntemus.

Ongelman ratkaisu:

- Yhdessä kokeminen.
- Matkailu pelimaailmassa: mahdollisuudet?
- Yhteistyössä peliyrityksien kanssa: uudet konseptit?

Arvolupaus:

- Pelillistäminen: toimiva pelialusta.
- Yhteinen kokemus, vaikka ollaan fyysisesti eri paikoissa
- Matkailu pelikokemuksena



MATKAILIJA 2030 -SKENAARIOT, RYHMÄ 2

Wellbeing
Harmony



Heikki Helpponen

Helppoa matkustamista perheen kanssa.

Experience Mainstream



Veera Varovainen

Isolla porukalla virtuaaliyoogassa. Kaiken pitää olla halpaa ja turvallista.

Tytti Tiedostaja

Yksilöllisyyttä ja harmoniaa elämyksellisistä kokemuksista.



Experience Unique

Yvonne Yksinäinen

Yksilöllisiä kokemuksia omassa kuplassa.



Wellbeing
Fear

- Matkailukysyntää ohjaavat hyvinvointi ja kuluttajien odotukset koskien kokemusten yksilöllisyyttä. Heikki Helpponen kuluttaa mielellään toimivia ja edullisia, hyvinvointia edistäviä massamatkailutuotteita.
- Tytti Tiedostaja sen sijaan hakee yksilöllisiä high-end-palveluita, joissa säilyy aitous.
- Veera Varovainen on hyvin turvallisuushakuinen matkailija, joka kuluttaa hyvinvointipalveluita enimmäkseen verkossa.
- Yvonne Yksinäinen viihtyy omiensa joukossa ja odottaa yksilöllistä palvelua.

Heikki Helpponen - Matkailija haluaa päästä helpolla, matkustaa perheen kanssa, ei halua säätää

- Heikki Helpposta ajatellen on oltava tarjolla mahdollisimman monelle soveltuvia hyvinvointimatkailutuotteita, jotka tuntuvat yksilöllisiltä, mutta oikeasti ovat massamaisia.
- Yksinkertaisia tuotteita, joita suuret ihmismassat voivat kuluttaa.
- Autenttisuus on kuitenkin vaarassa.

Tarpeet / haasteet:

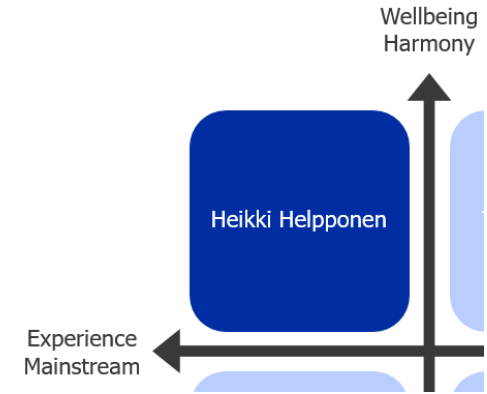
- Tuotteen on oltava helposti ostettava ja saavutettava.
- Hinta on tärkeä tekijä.
- Tuotteen on oltava helposti markkinoitava.

Ongelman ratkaisu:

- Tuotteet ostetaan verkosta.
- Vain määrättyjen alueiden tuote, joissa infrastruktuuri toimii.
- Monistettava ja tasalaatuinen tuote.
- Räätelöity massamarkkinointi.
- Bulkkius ei saa tulla läpi: annettava yksilöllinen vaikutelma.

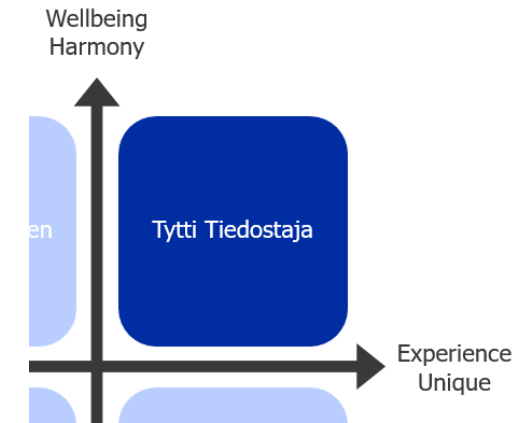
Arvolupaus:

- Sujuva ja helppo kokemus.
- Tasalaatuisuus taattu.
- Arvoa rahalle



Tytti Tiedostaja - Haetaan yksilöllisyyttä ja harmoniaa elämyksellisistä kokemuksista

- 100% aitous tärkeää Tytille: hakee arvoa rahalleen.
- Palvelut hyvin yksilöllisiä: kohderyhmät, joille tuote saatavilla, ovat pieniä.
- Miten osataan varmistaa, että riski ei ole liian suuri.
- Arvot korostuvat tälle matkailijalle, mutta toisaalta voi olla rahakkaita kohderyhmiä, jotka lentävät omilla koneillaan
- ”Affordable luxury”, mutta toisaalta myös ”Suomi-luksus”: Erilaista luksusta kuin valtavat palatsimaiset hotellit ja ornamentit.



Tarpeet / haasteet:

- Vaaditaan uniikki elämys.
- Matkailu identiteetin vahvistajana.
- Tarkkaan kohdistettu markkinointi on välttämätöntä.

Ongelman ratkaisu:

- Hinnoittelu kohdilleen: kannattavuus otettava huomioon.
- Palvelun laatuun ja kilpailukykyyn panostettava
- Kohderyhmä on tunnettava erittäin hyvin: mitä ovat arvot
- Hyvin henkilökohtaista markkinointia tällä ryhmälle.

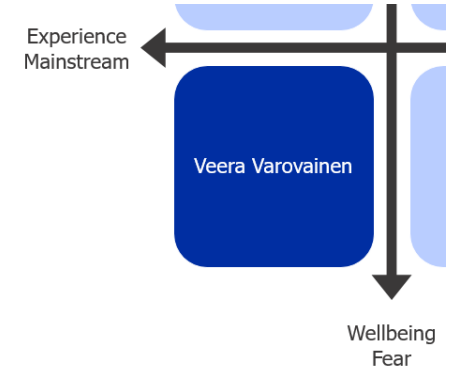
Arvolupaus:

- Korkeatasoinen kokemus.
- Kestävää sekä autenttista matkailua.
- Luontoarvot on huomioitu palvelutuotannossa.



Veera Varovainen - isolla porukalla virtuaalijoogassa. Kaiken pitää olla halpaa ja turvallista.

- Veera Varovaisten kaltaisiin matkailijoihin liittyy taloudellinen riski, sillä matkailun kannalta munat ovat samassa korissa: saatetaan ajatella että matkaileminen ei ole turvallista.
- Virtuaalielämykset korostuvat tälle matkailijatyypille.
- Paljon hyvinvointipalveluja verkossa, jotka kilpailevat fyysisten kohteiden kanssa.
- Autenttisuus kärsii ja hinta keskeisenä tekijänä korostuu.



Tarpeet / haasteet:

- Turvallisuus ja hinta keskeisiä tekijöitä.
- Tarvitsee paljon vahvistusta omille päätöksilleen: suosittelukulttuurin merkitys kasvaa.
- Verkossa tapahtuva toiminta: verkkojen riskit voivat realisoitua.
- Onko tämä kohderyhmä Suomen matkailuelinkeinolle kannattava?

Ongelman ratkaisu:

- Turvallisuus viestinnässä esillä sen verran kuin se voi olla.
- Asiakasarviot tukemaan turvallisuudentunnetta.
- Kulurakenteen oltava todella kevyt.
- Palveluiden tekninen laadukkuus on varmistettava.

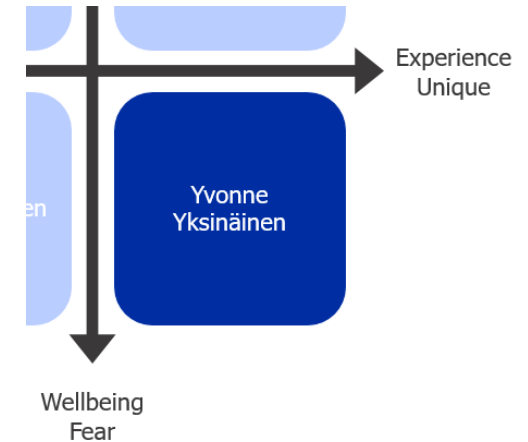
Arvolupaus:

- Tule tänne, me pidämme sinusta huolen.
- Älä pelkää.
- Muutkin ovat uskaltaneet, kyllä sinäkin uskallat: sinäkin voit tehdä päätöksen.
- Olet osa trendiä.



Yvonne Yksinäinen - yksilöllisiä kokemuksia omassa kuplassa.

- Yvonne odottaa henkilökohtaista ohjausta verkon yli: esim. jooga.
- Virtuaalisesti välitettyä tunnetasoa ei kuitenkaan välttämättä koeta niin arvokkaaksi.
- Aitous koskevat kysymykset tulevat tärkeiksi.
- Pienet ryhmäkoot keskeisenä tekijänä – esim. yksittäiset perheet.
- Halutaan välttää massojen tuomaa riskiä sairastua.
- Volyymit ovat pieniä ja matkustelu tapahtuu omassa kuplassa.



Tarpeet / haasteet:

- Asiakkaan tavoittaminen voi olla haastavaa.
- Pienet heimot, joita hankala tavoittaa: oikea markkinointikanava?
- Elinkeinolle kannattava?
- Tunnettaanko tarpeeksi hyvin tämä segmentti?

Ongelman ratkaisu:

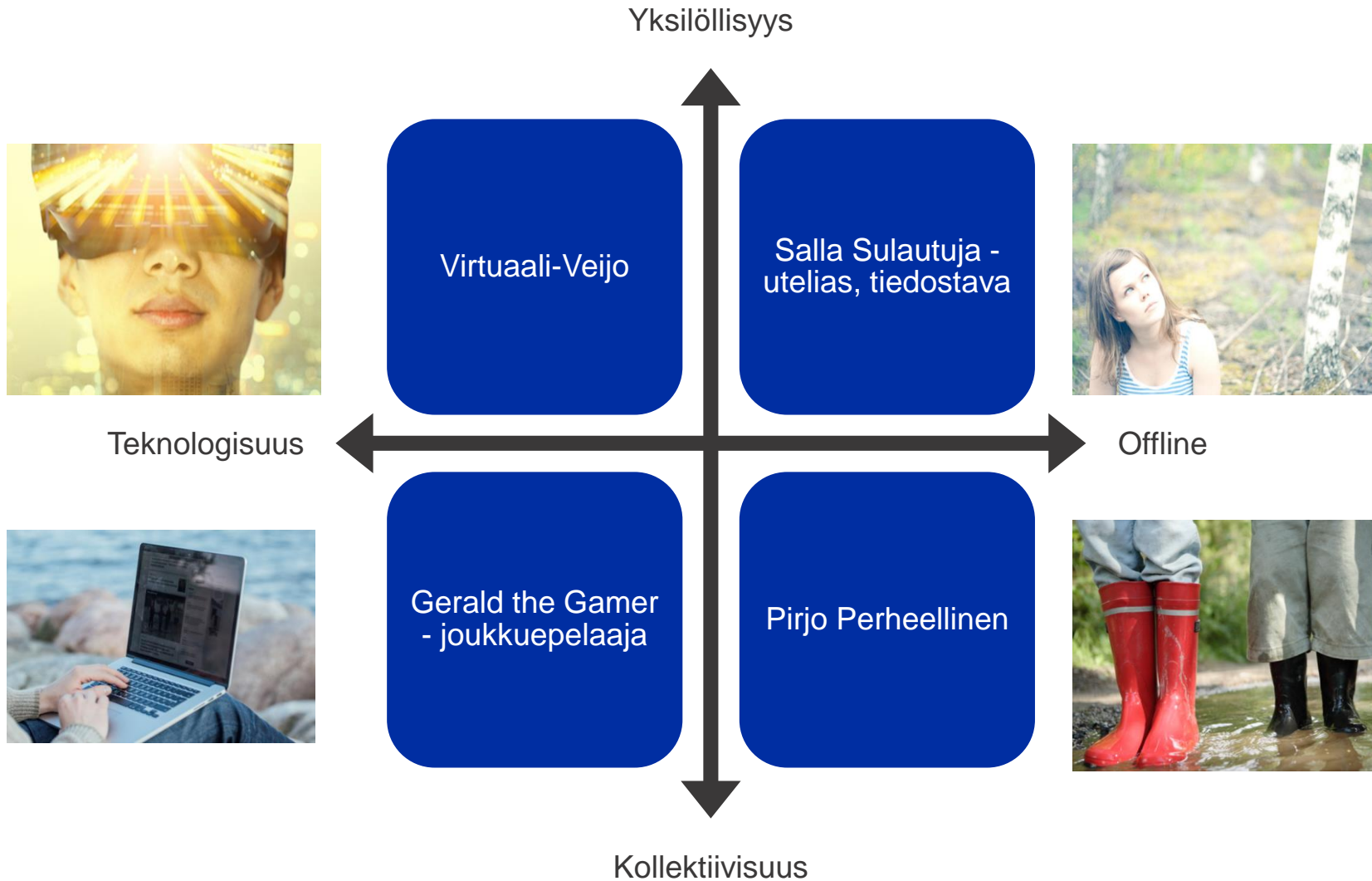
- Pelien ympärille syntyvät heimot: näiden tavoittaminen oikeiden mielipidevaikuttajien avulla.

Arvolupaus:

- Uniikki tuote: vain sinulle.
- Pienille heimoille tuote, jolla vahvistetaan identiteettiä, huomioidaan tuotteissa heimojen kiinnostukset.
- Eksklusiivinen, erityinen juttu erityiselle ryhmälle.
- "Isolated tourism".



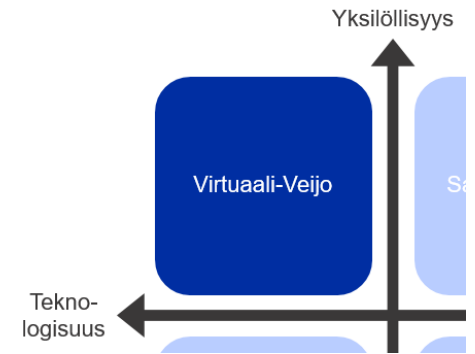
MATKAILIJA 2030 -SKENAARIOT, RYHMÄ 3



- Yksilöllisiä kokemuksia arvostava ja teknologiaa hyödyntävä Virtuaali-Veijo räätälöi matkapakettinsa itse, käy virtuaalimatkoilla ja toimii kohteessa omana oppaanaan.
- Salla Sulautuja arvostaa aitoja, paikallisia kohtaamisia ja toivoo matkaltaan digipaastoa ja pakoa arjesta.
- Gerald the Gamer on virtuaalipakettimatkailija, joka pelailee ja matkaillee oman heimonsa seurassa.
- Pirjo Perheellistä kiinnostaa perinteinen, turvallinen pakettimatkailu.

Virtuaali-Veijo

- Virtuaalimatkailu räätälöidään yksilön tarpeiden ja omien valintojen mukaan.
- Varauskanavia hyödynnetään myös yksilöllisesti.
- ”Self-guided”-matkat nousevat suosioon, samoin virtuaalinen check-in, appien käyttäminen matkapuhelimella tai kellolla.
- Oma matkailukupla korostuu.



Tarpeet / haasteet:

- Haluaa valita itse
- Kaipaa laajaa tarjontaa
- Haluaa jotakin uutta ja erilaista
- Oppiminen osa matkailua: haluan oppia jotakin uutta virtuaalimatkani aikana

Ongelman ratkaisu:

- Tarjoaman tulee olla hyvin esillä
- Ei vaadi liikaa aikaa, on pilkottu eripituisiin paketteihin/palasiin, joita voi yhdistellä itselleen sopivaksi kokonaisuudeksi
- Helposti ostettavissa netissä.

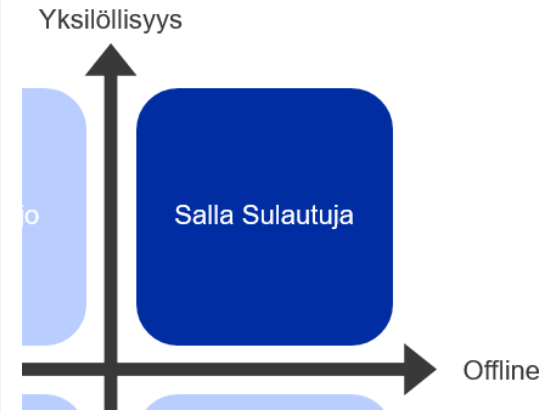
Arvolupaus:

- Helppokäyttöisyys on taattu ja tarjoama on laaja.
- Kaikki palaset sopivat yhteen, yhdistely on helppoa ja luontevaa
- Omannäköinen matka: voit oppia uutta tai kokea jotakin erilaista



Salla Sulautuja

- Sallalle tärkeitä ovat henkilökohtaiset kohtaamiset paikallisten kanssa: "live like a local", persoonallinen henkilökohtainen palvelu arvossaan, sekä räätälöidyt palvelut matkanjärjestäjältä.
- Teknologia yritetään häivyttää ja otetaan loma siitä: nautitaan elämästä ilman häiriöitä.
- Diginatiivius on tämän matkailijapersoonan oletustausta: hetkeksi eroon digitaalisesta maailmasta, digivieroitus.



Tarpeet / haasteet:

- Haetaan eskapismia, personoituja elämyksiä, läsnäoloa ja aitoja kokemuksia

Ongelman ratkaisu:

- Tarjoama digitaalisesti hyvin esille ja esitetään selkeät räätälöintimahdollisuudet.
- Hyvä palveluverkosto ja henkilökohtainen palvelu.

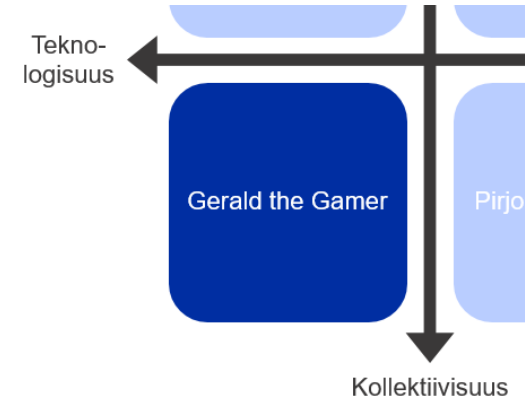
Arvolupaus:

- Helppo ostettavuus
- Autenttiset matkailupalvelut, joiden avulla pääsee pois digiarjesta.



Gerald the gamer: “virtuaalinen joukkuepelaaja”

- Geraldille virtuaalikokoukset ja pelitapahtumat ovat tärkeitä kiinnostuksenkohteita.
- Virtuaalilennot ja muut innovatiiviset palvelut pääsevät esille.
- Matkailijaryhmiä ohjaavat applikaatiot.
- Helppokäyttöisyys tärkeä arvo: kaikille ikäryhmille voidaan tarjota jotain.



Tarpeet / haasteet:

- Samanhenkisten ihmisten löytäminen voi olla haastavaa.
- Helppokäyttöisen alustan pitäisi olla olemassa.
- Oman heimon kanssa matkailua: helposti ja heti

Ongelman ratkaisu:

- Tarjotaan alusta, joka kokoaa yhteen samanhenkiset ihmiset.
- Yhteinen kiinnostuskohde: harrastuksien mukaiset virtuaalimatkapaketit

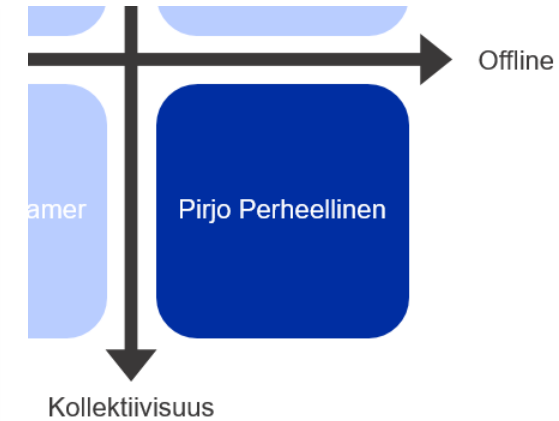
Arvolupaus:

- Houkutteleva käyttäjäystävällinen, sopivan hintainen alusta, joka tuo yhteen samoista asioista kiinnostuneet virtuaalimatkailijat.
- Yhteistyö pelifirmojen kanssa?



Pirjo Perheellinen

- Pirjo on kiinnostunut perinteisistä pakettimatkoista.
- Terveystiedon vaatiminen ja maakohtaisten rajoitusten huomioiminen, sekä terveystiisumit ovat tärkeitä tälle matkailijatyypille.
- Matkailu halutaan toteuttaa omassa kuplassa lähipiirin kanssa.



Tarpeet / haasteet:

- Turvallisuus on keskeinen tekijä, kuin myös valmiit vaihtoehdot, jotka on helppo varata.

Ongelman ratkaisu:

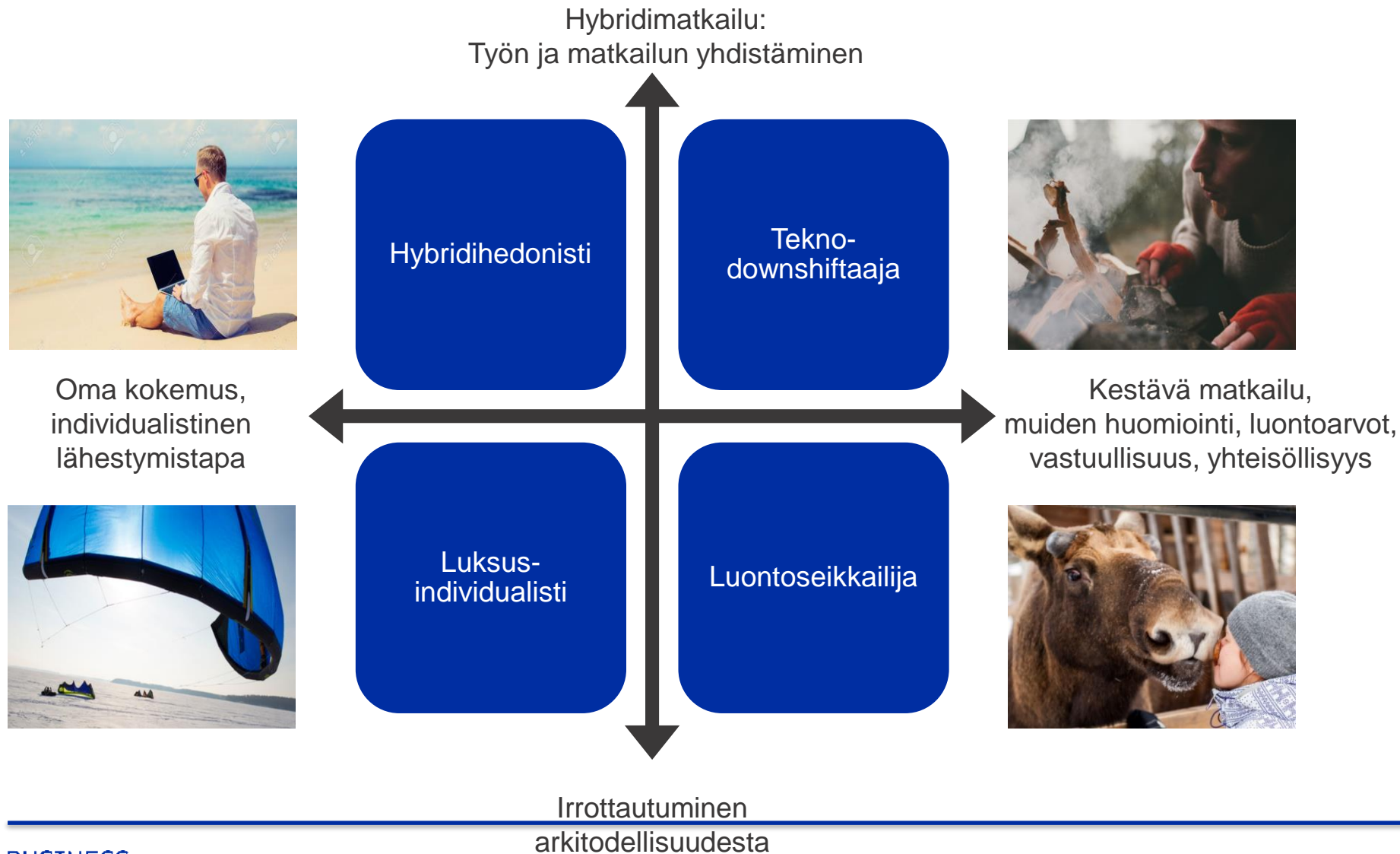
- Tarjotaan valmiita, turvallisia paketteja, jotka on tuotettu ajan (terveys)turvallisuuden vaatimusten mukaan.

Arvolupaus:

- Valmiit, turvalliset vaihtoehdot ja palveluketjut, sekä tilanteisiin nopeasti reagoivat toimijat.



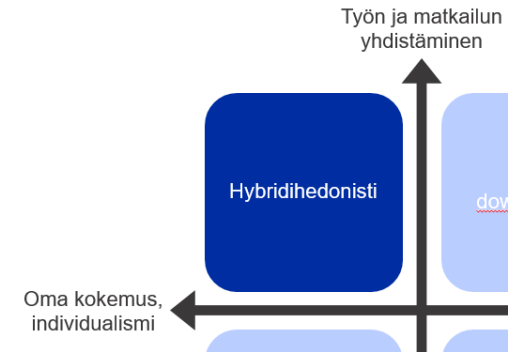
MATKAILIJA 2030 -SKENAARIOT, RYHMÄ 4



- Työtä ja matkailua yhdistävälle Hybridihedonistille työ on intohimo. Hän hakee laadukkaita, yksilöllisiä matkailupalveluita.
- Teknodownshifterille työ ja matkailu ovat osa omannäköistä, vastuullista elämäntapaa. Hän arvostaa hyvää, hidasta arkea ja eksoottisuutta sekä yhteisöllisyyttä.
- Äärimmäisten, uniikkien matkailukokemusten keräily on tärkeää luksusindividualistille. Palveluiden tuotannossa hyödynnetään teknologiaa ja otetaan huomioon kestävyysnäkökulma.
- Luontoseikkailija haluaa irrottautua arjesta ja tehdä vastuullisia valintoja sekä kokea merkityksellisyyttä esimerkiksi osallistumalla vapaaehtoistyöhön lomallaan. Hän arvostaa laatua ja luksusta.

Hybridihedonisti

- Hybridihedonistille työmatkailu on jatkuvaa, sillä työ on elämäntapa ja intohimo.
- Työmatkalla käytetään myös paikallisia matkailu- yms. palveluita kyseenalaistamatta niiden vaikutuksia.
- Oma harrastus tai intohimo ohjaa myös matkustamista.
- Hybridihedonistin elämäntapa on lähtökohtaisesti monipaikkainen.



Tarpeet / haasteet:

- Matkustamisen haasteina ovat korona ja kestävyys.
- Intohimon kohde saattaa olla suunnattu kotimaahan.
- Hybridihedonisti pyrkii paikkaamaan matkustamisen jättämää aukkoa.

Ongelman ratkaisu:

- Lyhytjänteinen matkailu muuttuu pysyvämmiksi ratkaisuiksi, joissa työ ja intohimo yhdistyvät.
- Alueet voivat houkutella korkeatasoisilla puitteilla toteuttaa harrastusta työn ohessa.
- Yksilöity palvelutarjonta nousee tärkeäksi.

Arvolupaus:

- Laadukasta ja yksilöllistä palvelua, joka joustaa palvelutarpeen mukaan.
- Tarjolla on etätyönteon ja tasokkaan asumisen yhdistäviä palvelukonsepteja.
- Aina hyvä saavutettavuus.



Teknodownshifteri

- Teknodownshifterin tyypiesimerkkinä olisi Googlen Pohjois-Karjalaan muuttanut johtaja.
- Teknodownshifteri haluaa elää ja työskennellä vastuullisesti "eksoottisessa" ympäristössä.
- Arvostetaan hidasta elämää ("slow life") ja hölläämistä ("downshifting").
- Taustalla on myös halu kuulua useampaan yhteisöön.

Tarpeet / haasteet:

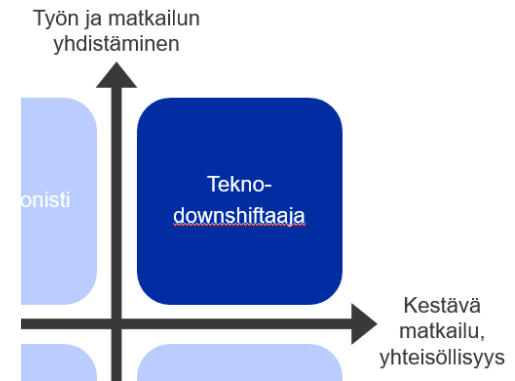
Löytää maailmasta paikka, jossa omat tarpeet täytetään ja voi elää omannäköistä elämää hyvinvoinnin ja vastuullisuuden raameissa.

Ongelman ratkaisu:

- Helppo maahanmuutto ja oleskeluluvat pidemmäksi ajaksi.
- "Oma" kantapöytä ja asunto - pysyvämmät puitteet - lomaosaketyyppinen ratkaisu.
- Mahdollisuus sitoutua paikallisesti.

Arvolupaus:

- Hyvä arki.
- Laadukkaat palvelut ja asuminen.
- Yhteisöllisyys.



Luksusindividualisti

- Luksusindividualisti hakee huippueskapismia.
- Luksusmatkailu ja elämysten keräily tärkeitä asioita tälle matkailijatyypille.
- Luksusindividualisti on myös avoin virtuaalikokemuksille ja peleille.
- Nuorille olisi kohdistettava omat matkailupaketit.

Tarpeet / haasteet:

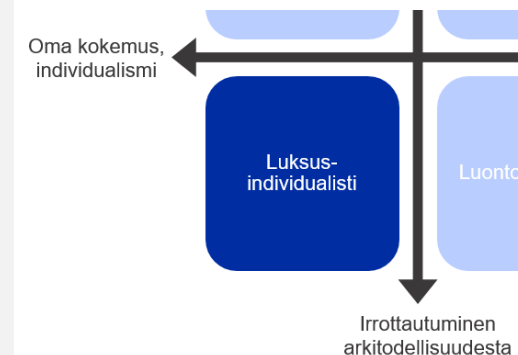
- Tavallinen elämys ei riitä, vaan haetaan jotain äärimmäistä.
- Uusia ja ihmeellisiä kohteita voi olla haasteellista löytää.
- Vastuullisuuden ja kestävyys näkökulmien noudattaminen voi myös tuottaa haasteita.

Ongelman ratkaisu:

- Virtuaalimatkailun mahdollisuudet otettava käyttöön, kuten myös matkailukäytävät/kuplat.
- Digitaalisuus (VR & AR) fyysisten kokemuksen laajentamisessa.
- Kestävyys muokkaaminen luksukseksi.

Arvolupaus:

- Poikkeukselliset kokemukset.
- Kestävästi luodut luksuskokemukset
- CO2 kompensaatit.



Luontoseikkailija

- Luontoseikkailija haluaa tehdä vapaaehtoistyötä lomallaan.
- Kestävästi toteutetut luksustuotteet ja –matkat ovat lähellä luontoseikkailijan sydäntä.
- Eksoottinen luontomajoitus, kuten iglut, puumajat yms. ovat tämän matkailijan kiinnostuksenkohteita.
- Luontoseikkailijat ovat usein myös reppureissaajia.

Tarpeet / haasteet:

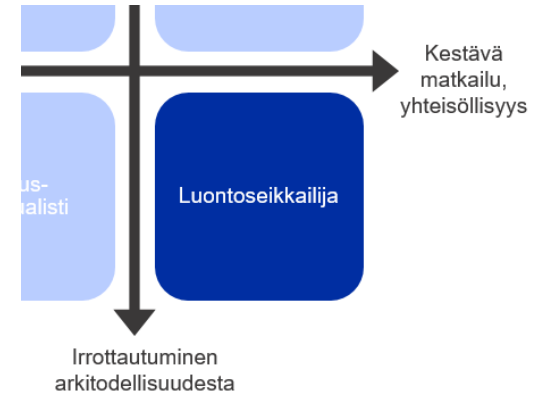
- Halu tehdä lomalla jotain hyvää ja merkityksellistä.
- Kokea kohde kestävästi toteutettujen palveluiden kautta.
- Yöpyä eksoottisesti ja luonnonläheisesti, mutta kuitenkin luksustasoisesti.
- Vapaus vaeltaa kohteessa ja yksilöllisyys.

Ongelman ratkaisu:

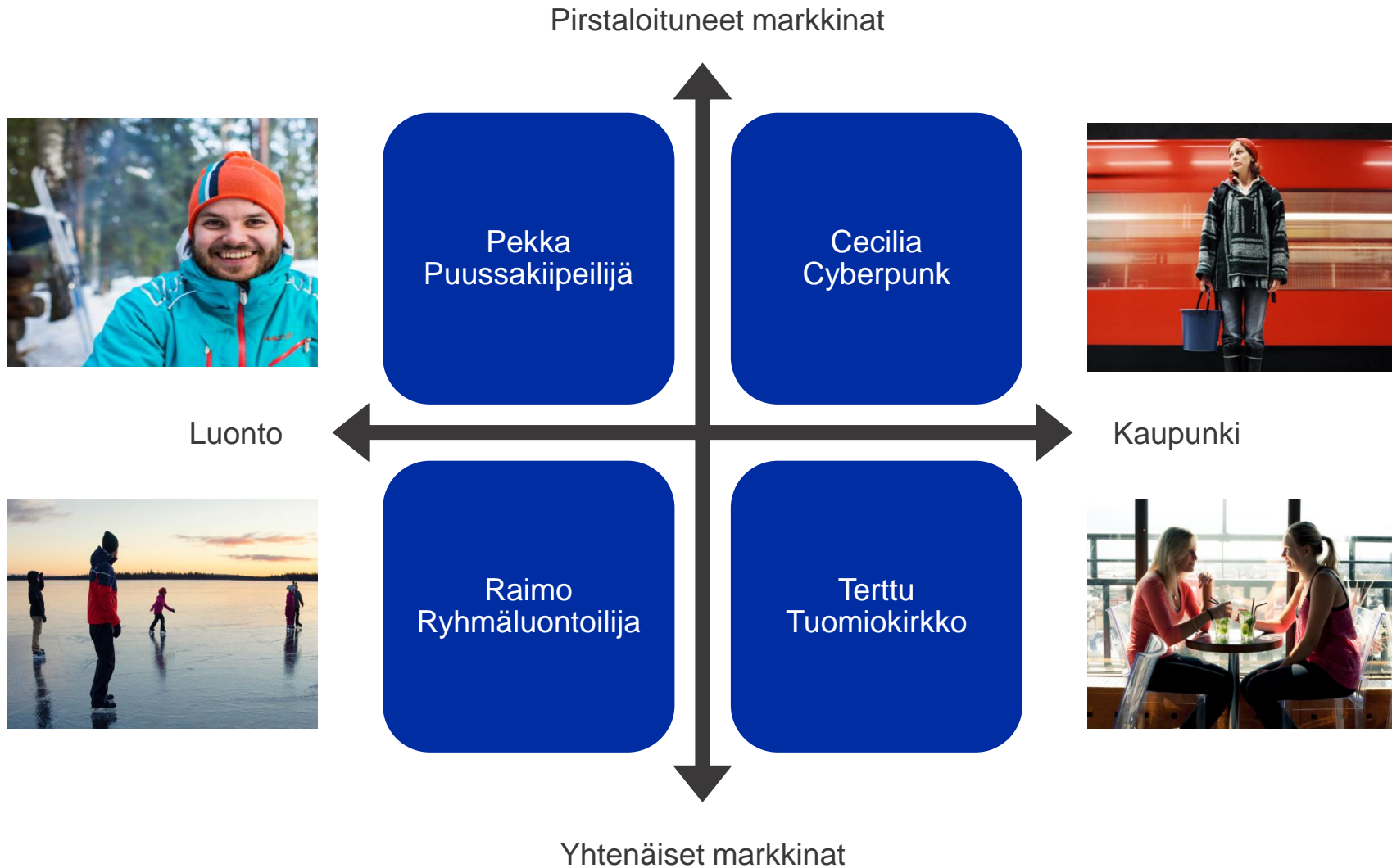
- Tarjotaan paikalliseen kulttuurin tutustumista, yhdessä tekemistä: “talkoita”.
- Toteutetaan palvelut kestävästi: laatusertifiointi, tuotemerkit, ja vahvat brändit.
- Tarjotaan erikoista, laadukasta majoitusta.
- Omatoimitutustumista myös järjestettävä tarjolle.

Arvolupaus:

- Meillä voit kokea paikallisen kulttuurin ja tuntea merkityksellisyyttä, sekä tehdä hyviä tekoja.
- Meillä ovat kohtaaminen, luonnonrauha ja merkityksellisyys kantavina arvoina.
- Autetaan kokemaan elämän syvempiä arvoja.



MATKAILIJA 2030 -SKENAARIOT, RYHMÄ 5



- Markkinoiden pirstaleisuus ja kiinnostus luontoa kohtaan määrittävät Pekka Puussakiipeilijää matkailijana. Häntä kiinnostavat monipuoliset ja räätälöidyt luontomatkailupalvelut.
- Kaupunkimatkailija Cecilia Cyberpunkia kiehtovat erilaiset alakulttuurit, paikallisuus ja eksoottisuus. Hän hyödyntää mielellään jakamistalouden palveluita.
- Massamatkailija Raimo Ryhmäluontoilija matkustaa mielellään siellä missä muutkin. Palvelutuotannossa tulee huolehtia luontokohteiden kestävydestä.
- Terttu Tuomiokirkkoa kiinnostavat perinteiset kaupunkikierrokset ja tunnetut kohteet.

Pekka Puussakiipeilijä

- Pekkaa kiinnostavat räätälöidyt (luonto)palvelut.
- Vaatii monipuolista yrityskenttää ja matkailupalvelutarjontaa.
- Sekä luonnon että kulttuurin kestävyys joutuvat koetukselle, jos kysyntää alkaa olla paljon.
- Monipuoliset luontokohteet tulee ottaa tarjontaan.

Tarpeet / haasteet:

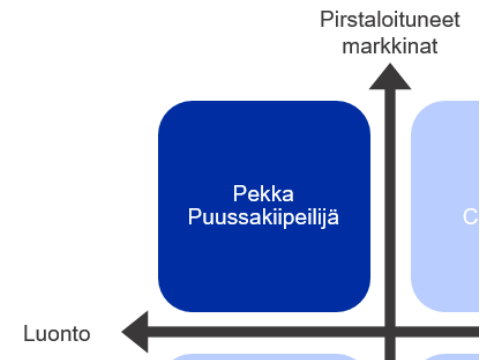
- Kohteen ja palveluiden löydettävyys keskeinen kysymys, samoin kuin myös fyysinen ja digitaalinen saavutettavuus.
- Infrastruktuurihaasteet.
- "Hidden treasures".
- Suosittelumarkkinoinnin voima ja logistiikan rajoitukset.

Ongelman ratkaisu:

- Vaihtoehtojen esiintuominen.
- Helppo ostettavuus.
- Poikkitoimialallisuus.
- Tarjotaan alustat vertaisviestintään.

Arvolupaus:

- Aina oma puu.
- Tuttu kallio, tuttu järvi.
- "melkein oma mökki", jonne voi varata jokavuotiset matkat



Cecilia Cyberpunk

- Erilaiset tekemisen tavat kaupungeissa ovat Cecilialle tärkeitä.
- Kummalliset alakulttuurit vetoavat tähän matkailijaan, mikä on etu Suomelle.
- Eksoottisuus johtavana tekijänä: "live like a local".
- Jakamistalouden käyttö kukoistaa tämän ryhmän sisällä.

Tarpeet / haasteet:

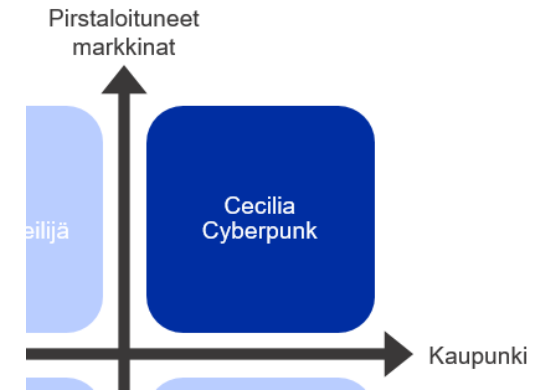
- Sisällön suomenkielisyys voi olla haaste.
- Palveluinventaarin näkyvyys.
- Tiedon saaminen ajoissa palvelutarjonnasta.
- Logistiikan kysymykset.

Ongelman ratkaisu:

- Kieliversioiden huomioiminen.
- Hyvät alueelliset verkkosivut.
- Informaation saaminen ja sisällön tuottaminen tehokkaasti.

Arvolupaus:

- Parasta uniikkia pinnan alla.



Raimo Ryhmäluontoilija

- Raimolle ja hänen tyyppisilleen matkailijoille toimivat suuret volyymit ja massatuotteet.
- Luonnon ja reittien kestävyys voi joutua koetukselle, jos matkailijamäärät kasvavat suuriksi.
- Joulupukki, revontulet, Karhunkierros, Lappi: keskittyminen yhteen teemaan kerrallaan riittää tälle matkailijatyypille.
- Kansallispuistot voivat toimia esimerkkinä, jossa pyritään ohjaamaan massoja.
- Hallittavuus on hyvällä tasolla.

Tarpeet / haasteet:

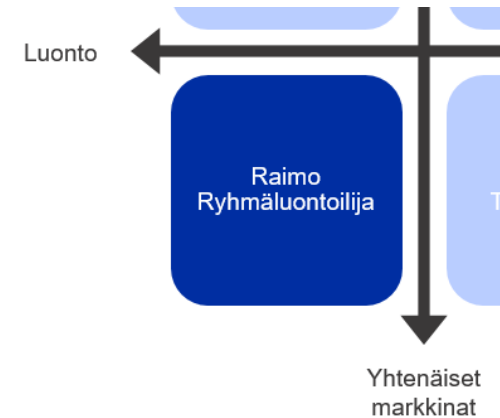
- Volyymi vs. infrastruktuuri.
- Valmiit reitit oltava hyvin tarjolla.
- Opastuksen oltava kunnossa.
- Paketointi on tärkeää.
- Palvelutarjonnan löydettävyys on oltava hyvällä tasolla, jotta matkailu olisi turvallista.

Ongelman ratkaisu:

- Infrastruktuurin luominen siten, että massat mahtuvat.
- Opasteet, löydettävyys nostettava keskiöön. Oppaita oltava saatavilla.
- Yritysten aktivointi osaksi toimintaa.
- Lähtöjen yhdistäminen ja viikko-ohjelma-ajattelu.

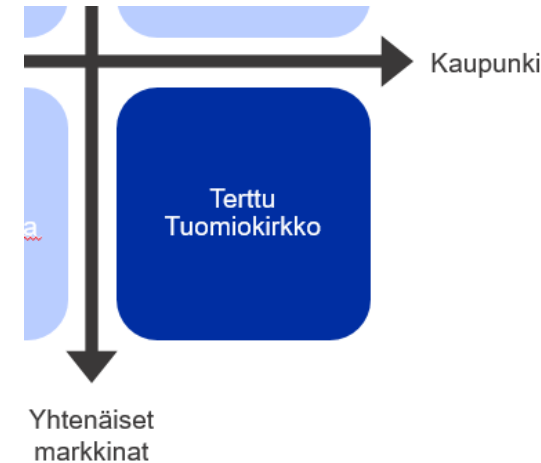
Arvolupaus:

- Korkean hygieniatason vaatimukset täyttyvät, koko matka on mietitty turvallisena polkuna: Turvallisesti yhdessä luontoon.
- Mielellään pienissä ryhmissä, jotka ovat arjessa muutenkin tekemisissä keskenään (esim. perheet, sukulaiset, yms.)



Terttu Tuomiokirkko

- Terttua kiinnostavat opastetut bussiryhmät kaupungeissa.
- Hyödyt Tertun kaltaisista matkailijoista menevät pienelle joukolle yrityksiä.
- Tietyt nähtävyydet ovat tärkeitä massoille (esim. Suomenlinna).
- Kohteen kantokyky voi olla koetuksella suurten ihmismäärien saapuessa paikalle.
- Tietyt tapahtumat edellyttävät massoja, esimerkiksi festarit.



Tarpeet / haasteet:

- Riittääkö merkittäviä kohteita?
- Osaavat oppaat asiansa?
- Operaattoritarjonta, liikennöitsijät ym. tarpeellisella tasolla?

Ongelman ratkaisu:

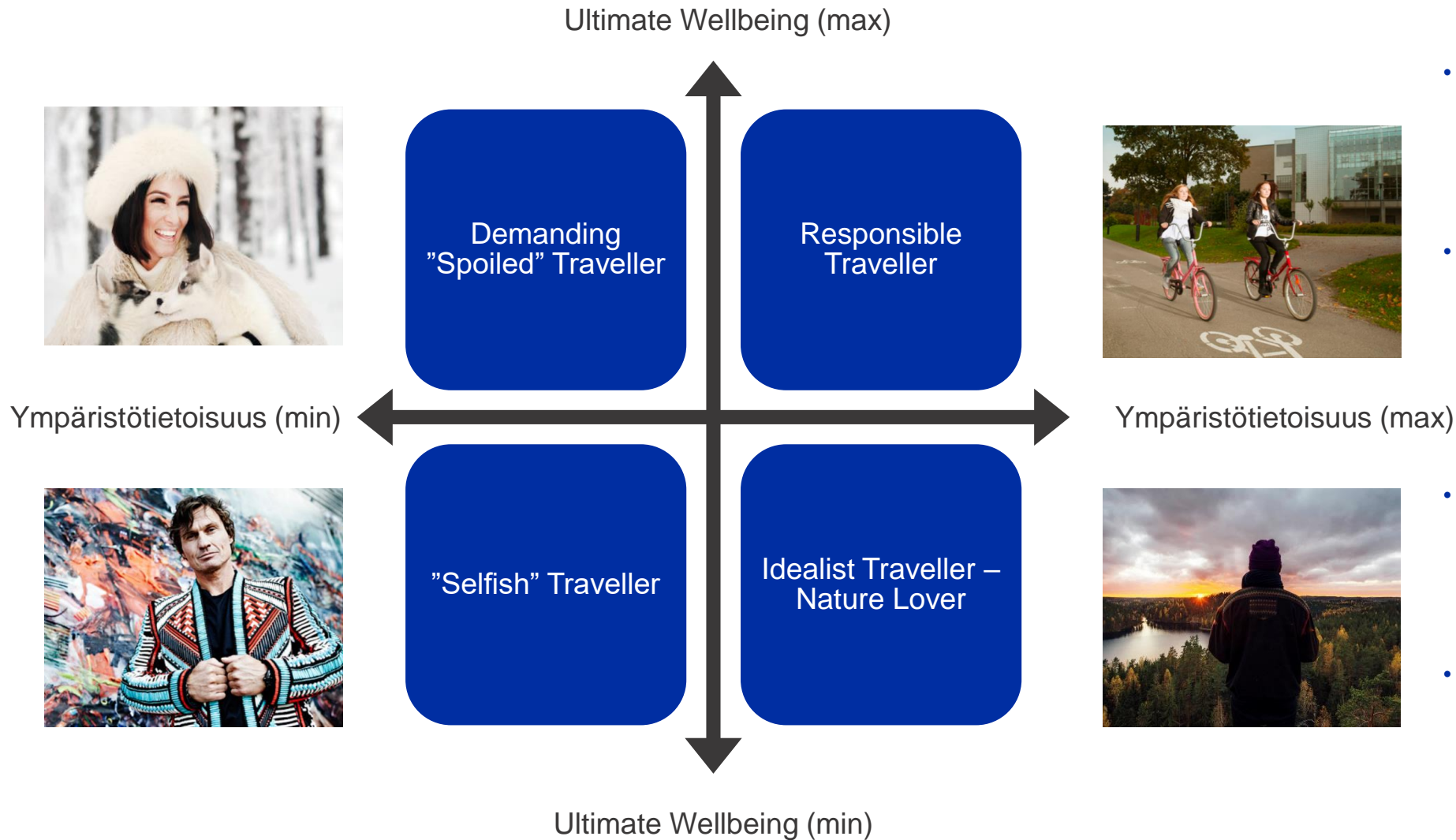
- Alueiden välinen yhteistyö.
- Luodaan teemallisia reittejä.
- Opaskoulutusta saatava tarjolle.

Arvolupaus:

- Yhdessä kärkikohteet kiertäen.
- Pienissä ryhmissä kaikkiin kuuluisiin kulttuurikohteisiin.



MATKAILIJA 2030 -SKENAARIOT, RYHMÄ 6



- Kokonaisvaltaista hyvinvointia arvostava, vaativa matkailija odottaa matkaltaan korkeaa laatua ja räätälöityjä palveluita. Ympäristö ei ole hänelle merkittävä arvo.
- Responsible Traveller huolehtii niin ikään omasta hyvinvoinnistaan, mutta myös ympäristön hyvinvoinnista. Hän on individualisti, joka arvostaa laadun ohella aitoja kohtaamisia, luontoelämyksiä ja tahdin hidastamista.
- "Selfish" Traveller harrastaa all inclusive –matkailua, jonka keskiössä on oman nautinnon maksimointi. Hän ostaa edullisia pakettimatkoja ja haluaa kokea paljon matkallaan.
- Idealist Traveller rakastaa luontoa ja on valmis maksamaan ympäristöteoista matkaillessaan. Hän arvostaa aitoutta ja mahdollisuutta vaikuttaa.

Demanding “Spoiled” Traveller

- Tämä matkailijatyyppeä vaatii tasokkuutta: ”high-end fitness camp”-tyyppiset ratkaisut nousevat kärkeen.
- Haluaa kaiken parhaan, juuri hänelle räätälöidyssä paketissa.
- Vaatii ammattitaitoa kaikessa, on tarkka lopputuloksesta, vaatii huomiota, antaa paljon palautetta.
- Terveysmatkailu esittää myös keskeistä osaa tälle matkailijalle: esim. kauneusleikkausmatkat.
- Hedonismi ohjaavana tekijänä tässä ryhmässä.

Tarpeet / haasteet:

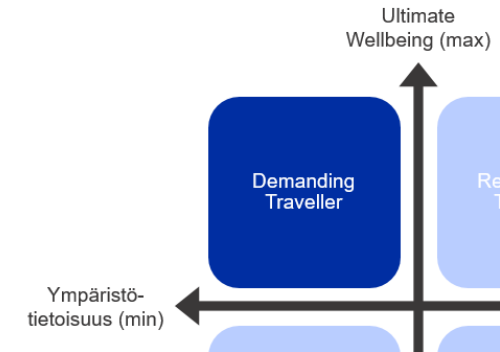
- Oman hyvinvoinnin edistäminen tärkeää.
- Palveluiden löytäminen, varaaminen ja sovittaminen omaan aikatauluun.
- Riittävän tasokkaat / laadukkaat palvelut.
- Eksklusiivisuus / ainutlaatuisuus.

Ongelman ratkaisu:

- Selkeä palvelutarjonta ja varausmahdollisuudet.
- Palvelukuvaukset ja palvelutarjoajien sitoutuminen hyvään laatuun.
- Saavutettavuus ja kuljetukset kohdilleen.
- Palvelut eri kielillä.

Arvolupaus:

- Aidot luonnonläheiset terveys- ja hyvinvointipalvelut.
- Kokonaisvaltainen hyvinvointipalvelu.
- Positiivinen kehonkuva ja kokonaisvaltainen oman hyvinvoinnin edistäminen (ravinto, liikunta jne.).



Responsible Traveller

- Vastuullinen matkailija viipyy pitkään yhdessä kohteessa.
- Matkailija arvostaa monipuolista hyvinvointia: lähiruokaa, liikuntaa, keuhonhuoltoa.
- Tämä matkailijatyyppe on individualisti ("Free Independent Traveller"): hänelle omat arvot ja valinnat ovat merkityksellisiä.
- Tärkeitä ovat myös omat hengenheimolaiset.
- Terveysmatkailu on suosittua, mutta ympäristö ja luonto huomioiden.
- Maaseutumatkailu lähikohteisiin nostaa myös suosiotaan.

Tarpeet / haasteet:

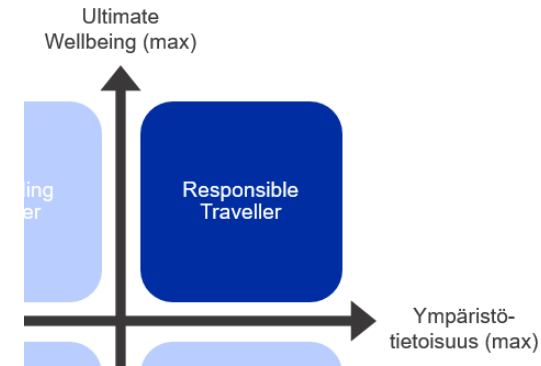
- Vastuullisuus / hiilijalanjälki tiedostetaan.
- Osallistumisen mahdollisuudet tärkeitä.
- Aitous ja alkuperäisen arvostaminen.
- Paikallisten arvostus ja kohtaaminen.
- Arvostaa aitoja elämyksiä - yhdessä tekemistä ja oppimista.

Ongelman ratkaisu:

- Vastuullisuus ja ympäristövaikutukset selkeästi esillä: sertifikaatit yms. kunnossa.
- Laadukkaat ja aidot palvelut saavutettavissa ja hyvin varattavissa / ostettavissa.

Arvolupaus:

- Luontoelämys joka herättää rakkauden luontoon ja elämään.
- Kiireettömyys - irti kiireestä ja vaatimuksista - suvanto ja hiljaisuuden hetket.
- "Slow life"-mahdollisuudet.
- Luomu/eko-hyvinvointipalvelut.



“Selfish” Traveller

- ”All Inclusive”-matkailu on keskipisteessä: tältä matkailijalta ei heru juuri arvostusta ympäristölle, eikä hyvinvoinnille.
- Minä-keskeisyys on ajavana elementtinä tässä ryhmässä: oma oikeus matkustaa seurauksista piittaamatta.
- Tämä matkailija ei etsi luontoyhteyttä eikä hänellä ole juurikaan arvostusta luontoa kohtaan. Pyrkii oman nautinnon ja kokemuksen maksimointiin.

Tarpeet / haasteet:

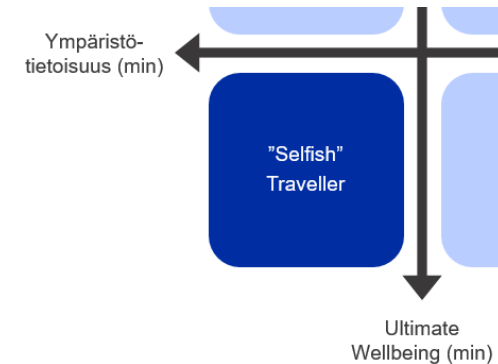
- Tämä ryhmä jo matkaillee jo Suomessakin täyttäen putiikit Porvoossa, muttei osta mitään.
- Lapissa he laittavat hiihtopaikalla sukset jalkaan ja ottavat selfieitä.

Ongelman ratkaisu:

- Nopeat ratkaisut, edulliset paketit.
- Tiiviit viikonloppupaketit pienille ryhmille.
- Paljon aktiviteetteja

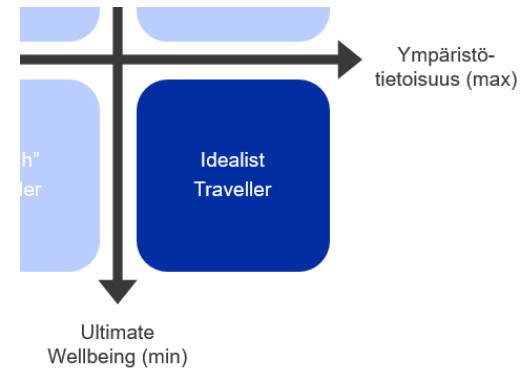
Arvolupaus:

- Monta kokemusta samalla reissulla.
- Kohteita, jotka ovat somessa suosittuja.
- Sukellus uuteen ja erilaiseen, irtautumistauko arjesta.



Idealist Traveller – Nature Lover

- Idealistiset, luontoa rakastavat matkailijat haluavat osallistua ympäristötekoihin ja ovat jopa valmiita maksamaan siitä.
- Luontoarvot ovat tärkeitä tälle matkailijatyypille: oma hiilijalanjälki halutaan kompensoida.
- Työkomennuksella ulkomailta kestävyys nousee keskeiseksi arvoksi.



Tarpeet / haasteet:

- Luonto ja ympäristö menevät kaiken edellä.
- Valmius maksaa mahdollisuudesta tehdä hyvää luonnon eteen tai osallistua talkoisiin.
- Saattaa olla hyvin kriittinen ja omata vahvat arvot.
- Arvostaa aitoja elämyksiä

Ongelman ratkaisu:

- Linkitys luotettaviin tahoihin ympäristön ja luonnon hyvinvoinnin kannalta: esim. luonnonsuojelusäätöt tms.
- Autenttisuus nostettava tärkeäksi tekijäksi.

Arvolupaus:

- Aidot mahdollisuudet osallistumiseen luonnon ja ympäristön hyvinvoinnin edistämiseen.
- Autenttiset palvelut.
- Kestävät liikkumisen palvelut.
- Co2 kompensatiot.

