

# Visit Finland Internationaliserings- kriterier

---



2022



Visit Finland

---

## Kära läsare,

Ett långsiktigt engagemang inom produktutveckling och kvalitetssäkring hjälper resebolagen att få nöjdare kunder, bättre lönsamhet och en konkurrenskraftig tjänsteportfölj.

Visit Finlands internationaliseringskriterier bidrar till att hjälpa finska reseprodukter och -paket avsedda för den internationella marknaden att hålla tillräckligt hög kvalitet för att vara konkurrenskraftiga och förmånliga för internationell tillväxt.

Med ökad konkurrens på resemarknaden är hållbara metoder, utnyttjande av nya digitala möjligheter, datadriven kundförståelse och utveckling av tjänster året runt viktiga framgångsfaktorer.

Läs kriterierna nedan och se till att dina tjänster uppfyller internationella kunders krav och lever upp till sina egna i hård konkurrens.

Vänliga hälsningar

### **KRISTIINA HIETASAARI**

Senior Director, Travel/Visit Finland,  
Business Finland Ltd.

# 1. Kvalitet

---

Du övervakar kundnöjdheten och utvecklar kvaliteten på dina tjänster baserat på den feedback du får. Du är särskilt uppmärksam på renlighet, estetik och omsorg om detaljer.

Du har definierat dina kundgrupper och tagit deras behov i beaktande både när det gäller dina tjänster och din kommunikation.

(Inkluderar produktutveckling samt kommunikationen med din målgrupp)

Du har studerat Finlands internationella målgrupper. Du använder ett kvalitetsledningssystem för att förbättra kvaliteten på dina tjänster och spåra kundrecensioner (t.ex. på TripAdvisor). Du använder feedback för att förbättra dina tjänster och svarar omedelbart på recensioner vid behov. Du följer principerna för kunskapsbaserad förvaltning, inklusive användning av forskning och trendprognoser för att hålla jämna steg med dina målgrupper. Du förbättrar din kundupplevelse genom att vara uppmärksam på renlighet och använda lämpliga estetiska element.

# 2. Service

---

Du erbjuder ett sömlöst servicepaket till dina kunder. Din personal känner kundgruppen, har goda språkkunskaper samt är engagerad och kompetent.

Kundorientering och betoning på service är hörnstenarna i tjänsteutvecklingen. Du fokuserar på kunden från första början och ger den din odelade uppmärksamhet. Du strävar efter att möjliggöra deras önskemål efter bästa förmåga och utan dröjsmål.

Du måste utbilda din personal så att de förstår företagets kundgrupper, kontinuerligt utveckla deras professionalism och språkkunskaper (inklusive andra språk än engelska, om det behövs) och säkerställa deras engagemang för företaget och sitt arbete.



### 3. Hållbarhet

---

Som ansvarsfull operatör främjar du principerna om hållbart resande: du tar hänsyn till lokalsamhället och miljön och dess behov i din verksamhet, du stöder den lokala ekonomin genom dina val och behandlar alla kunder lika.

Du vill att din region ska vara en bra plats att bo och besöka – nu och i framtiden – så dina beslut måste vara hållbara även för kommande generationer. Du leder ditt företag mot en mer hållbar och ansvarsfull verksamhet och tar hänsyn till de direkta och negativa effekterna på det omgivande samhället och miljön. Din verksamhet äventyrar inte regionens naturliga kapacitet eller samhällets goda vilja som bidrar till att skapa en grund för ett gott liv och bevarandet av ren natur. I ditt arbete med att bekämpa klimatförändringarna strävar du efter att begränsa ditt koldioxidavtryck genom att använda förnybar energi, spara energi och vatten, minska avfall och utnyttja återvinning. Du främjar kulturell hållbarhet genom att stötta kulturarvet och den lokala kulturen i din region. Genom att anställa lokalbefolkningen och använda lokala tjänster och produkter samt ta hänsyn till lokalbefolkningen i din verksamhet bidrar du till regionalt välstånd. Du ser också till att alla djur är väl omhändertagna och behandlas med värdighet inom din verksamhet. Du informerar dina kunder om dina värderingar och hjälper dem att göra ansvarsfulla val. Du har undertecknat löftet om hållbart Finland och följer riktlinjerna i Sustainable Travel Finland.

Du ser till att dina tjänster är tillgängliga för alla oavsett ålder, sexuell läggning, religion, kultur, särskilda behov eller funktionshinder. Du främjar jämlik gästfrihet och utvecklar din verksamhet så att dina kunder oberoende och självständigt kan få så olika reseupplevelser som möjligt. En öppen reseprodukt är tillgänglig för alla men service design gör det lämplig också för särskilda grupper. Du utbildar, vägleder och uppmuntrar din personal att agera ansvarsfullt och att möta dina kunder som jämlikar. Icke-diskriminerande, inkluderande resor bidrar till ett öppet, inkluderande och jämlikt samhälle och stöder hållbar utveckling.

### 4. Säkerhet

---

Du säkerställer säkerheten för din personal och dina gäster genom efterlevnad av lagar, förordningar och officiella rekommendationer. Din verksamhet utgör inte heller någon fara för lokalbefolkningen.

Enligt konsument säkerhetslagen ska operatörerna bedöma de faror som är förknippade med deras tjänster och vidta nödvändiga åtgärder för att undanröja dem. Dina tjänster är kompatibla med säkerhetsrutiner och riktlinjer i branschen. Kom ihåg att skapa ett säkerhetsdokument för dina tjänster om det behövs. Även avseende hälsa. Säkerhet bör inkluderas i din kommunikation och marknadsföring.



## 5. Kapacitet och nätverk

---

Du har bildat nätverk med de andra researrangörerna i din region.

Din kapacitet eller den kapacitet som erbjuds via samarbete inom ett nätverk utgör ett attraktivt och omfattande servicepaket för oberoende resenärer och/eller grupper.

Internationella resenärer kommer inte till Finland för en enda tjänst, så försök att skapa omfattande servicepaket som tilltalar din kundbas och utnyttja andra lämpliga tjänster i din region så gott du kan. Kom ihåg att det krävs ett nära samarbete med din regionala reseorganisation för att underlätta internationella resor.

## 6. Tillgänglighet

---

Platsen där du har din verksamhet har goda förbindelser med hjälp av allmänna kommunikationer eller så kan du arrangera transport från närmaste buss- eller tågstation eller flygplats.

Försök att föreställa dig hur det är att ta sig till platsen för din verksamhet för en internationell resenär. Ge detaljerade instruktioner för dem på din webbplats, exempelvis. Förklara alla sätt att nå fram: tidtabeller, priser och restider. En smidig ankomst hjälper till att skapa en positiv helhetsupplevelse. Tänk också på inkludering (se avsnitt 3, Hållbarhet).

## 7. Tillgång och möjlighet till köp

---

Du utvecklar ständigt nya digitala lösningar. Dina produkter och tjänster är tydligt beskrivna och prissatta på företagets hemsida, på den avsedda marknadens språk eller engelska. Dina produkter kan enkelt hittas och köpas via flera kanaler, till exempel researrangörer eller andra försäljningsorganisationer, din webbplats eller andra digitala bokningskanaler.

Onlinebokning är en förutsättning för framgång med internationell försäljning. Visit Finlands DataHub-plattform rekommenderas som en del av Visit Finlands verksamhet och som en inkörsport till framgång med internationell reseförsäljning. DataHub förenklar också hanteringen och distributionen av din produktkatalog via olika kanaler.

Se till att dina produktbeskrivningar innehåller alla relevanta fakta. Instruktioner för att skriva produktbeskrivningar finns till exempel i Visit Finlands Internationaliseringsguide.

## 8. Autenticitet och attraktion

---

För produktutveckling och marknadsföring använder du autentiska finska upplevelser och ingredienser baserade på unika tillgångar, traditioner, kultur och livsstil i din region.

Tänk på dina viktigaste Unique Selling Points (USP), liksom även Finlands och den region där du har din verksamhet. Kom ihåg att engagera resenären, inkludera berättelser som kompletterar upplevelsen och förklara en del av historien: finska kulturikoner exempelvis är mestadels okända för utlänningar. Att utveckla året runt-tjänster kommer att stärka ditt företags attraktion och lönsamhet. [Titta på temaspecifika produktrekommendationer](#) för att ytterligare förbättra autenticiteten och attraktionen av dina tjänster.

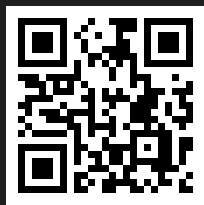
## 9. Affärsmål

---

Din verksamhet är professionell och lönsam, du känner till de lagar som reglerar branschen och du har definierat en internationaliseringsstrategi med budget i din affärsplan.

Ditt företag har förutsättningar för lönsam tillväxt och du söker aktivt efter internationella kunder. Du utnyttjar din konkurrenskraft och du känner till den internationella resehandelns vedertagna regler, dina försäljningskanaler och gängse praxis för distributionskanaler.

Läs alla turism  
publikationer här:



[visitfinland.fi](https://www.visitfinland.fi)



Visit Finland