



Visit Finland



Euroopan unionin
rahoittama
NextGenerationEU

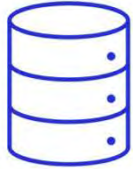
Yhdessä enemmän

– Matkailun tiedolla johtamisen yhteistyömalli

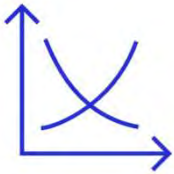


VI Tiedolla johtamisen DMO –päivä, 3.12.2024

Tavoitteena vetovoimainen Suomi yhteistyön voimalla, tietoa hyödyntäen

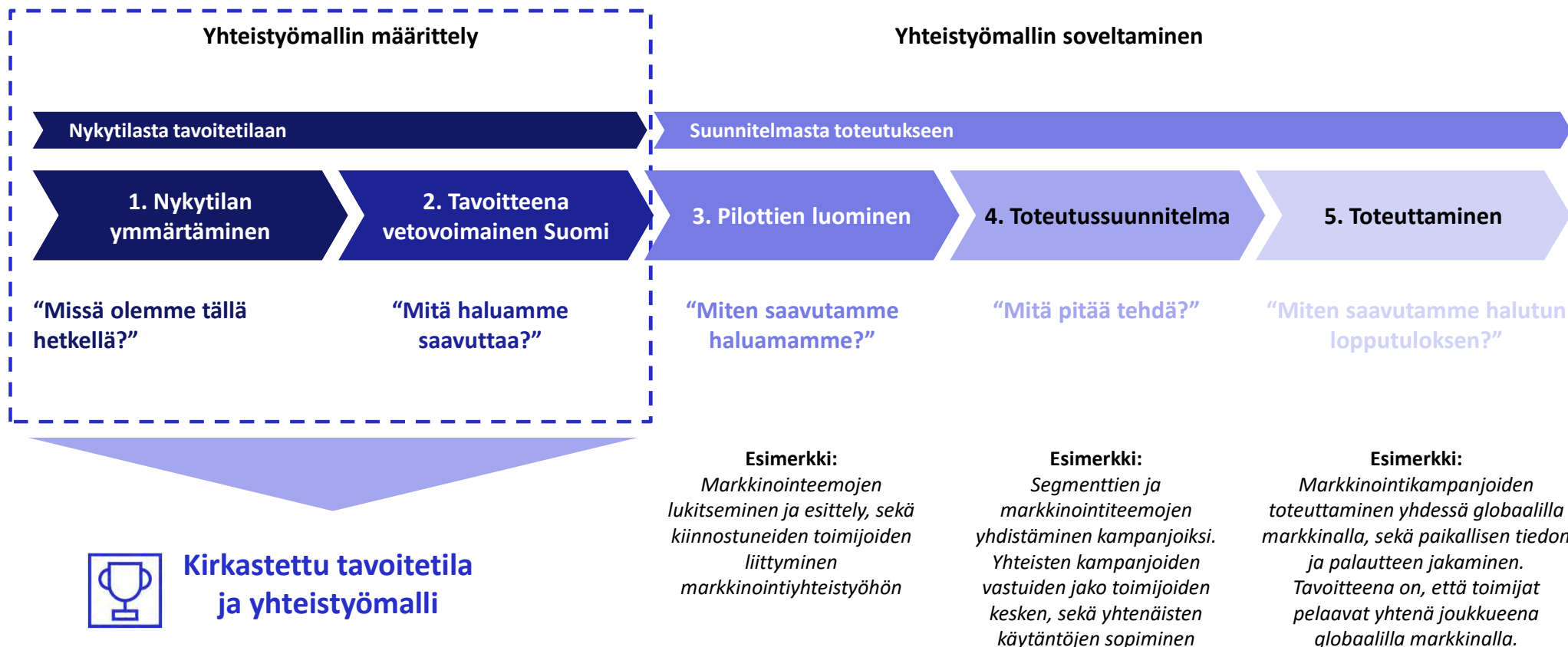


- Vuoden 2021 toimintamallista matkailun tiedolla johtamisen ekosysteemi on kehittynyt harppauksin. **Teknistä kyvykkyyttä on kehitetty merkittävästi eri alueilla.** Esimerkkejä yhteistyön voimasta ovat DataHub ja STFHub, joihin ovat sitoutuneet niin alueorganisaatiot kuin yrityksetkin. Yhteistyön avulla näihin kohdistetuilla resursseilla on saatu koko matkailun ekosysteemiä hyödyttäviä palveluita.



- 2024 toimintamallin **ohjaava tavoite on kysynnän lisääminen ja kannattava kasvu.** Yksinkertaistetusti malli kuvaa, miten matkailun ekosysteemin kannattaisi toimia, jotta Suomi näyttäytyy mahdollisimman vetovoimaisena kohteena ulkomaalaiselle matkailijalle. Toimintamalli pyrkii nostamaan yhteistyön tuottavuutta kohdistamalla sitä ja mahdollistamalla töiden yhteensovittamisen toimintamallin eri osa-alueilla ja niiden välillä. Toimintamalli tarjoaa rakenteita ja malleja yhteistyön koordinoimiseksi, ohjaa tiedolla johtamisen integrointia muuhun toimintaan matkailuviennin kasvattamiseksi, mahdollistaa tiedon hyödyntämisen toimenpiteitä suunnitellessa ja parantaa innovointikykyä. Tiedolla johtamisen roolin määrittämiseksi on kuvattu koko yhteistyömalli, jonka muita osa-alueita suositellaan täydennettäväksi osa-alueittain.

Vetovoimainen Suomi luo yhteisen tavoitteen yhteistyömallille – Seuraava askel on aiheiden pilotointi ekosysteemin kanssa



Toimenpidesuosituksset

Osio	Toimenpide
Kansallinen yhteistyömalli	Kansallisten markkinointiteemojen lukitseminen
	Roolit ja vastuut yhteistyömallin osa-alueittain (esimerkkinä markkinointiteema): <ul style="list-style-type: none">• Matkailijat: markkinointiteemojen kampanjointi segmenteille• Asiakaspolku: matkailijan kontaktoinnin roolit ja vastuut asiakaspolun eri vaiheissa• Palveluntarjoajat: tarjooman kytkeminen markkinointikokonaisuuksiksi tai teemoiksi• Tietopalvelut: koostetun datan analysointi markkinointiteemojen muodostamiseksi• Data-alustat: tunnistetun kansallisen ja alueellisen datan hyödyntäminen• Tietolähteet: kansallisen ja alueellisen datan tunnistaminen markkinointisuunnitteluun
	Mittarieriararkian yhteiskäytöstä ja mittarien määrittelystä sopiminen
	Toimenpiteiden määrittely tietoon pohjautuen yhteistyömallin mukaisesti
Visit Finland sisäinen yhteistyömalli	Yhteistyömallin rooli VF:n strategian toteutuksessa
	Visit Finlandin vastuiden ja resurssien käytön määrittely yhteistyömallissa

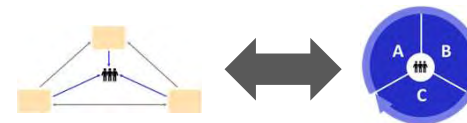
Toimintamallin yhteenveto



Sisällysluettelo

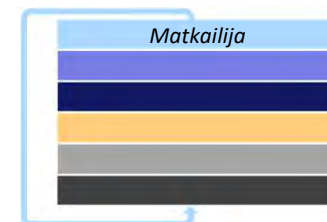
Yhteistyömallin edellytykset

- Toiminnan keskiössä on ulkomainen matkailija
- Yritykset ja julkiset toimijat lisäävät kysyntää markkinoimalla Suomea dataan pohjautuvilla aiheilla
- Matkailun yritykset, kansalliset ja alueelliset toimijat palvelevat matkailijaa sidosryhmien tukemana
- Matkailun tiedolla johtaminen on itseään vahvistava sykli matkailu- ja matkailijatiedon sekä toimenpiteiden välillä



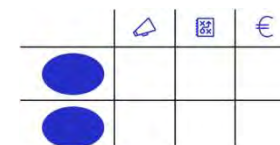
Kansallinen yhteistyömalli

- Matkailijasta kertyy matkailudataa, ja matkailijalle pyritään datan avulla tarjoamaan kiinnostavia palveluita ja kokemuksia
- Tiedolla johtamisessa lähtee yhteisestä tavoitteesta, johon mittarit perustuvat
- Yhteistyömallilla mahdollistetaan tehokas tiedon jakaminen ja hyödyntäminen kysynnän lisäämiseksi
- Datastrategian ja vastuun tavoitteina on luoda yhteiset raamit tiedolla johtamiselle

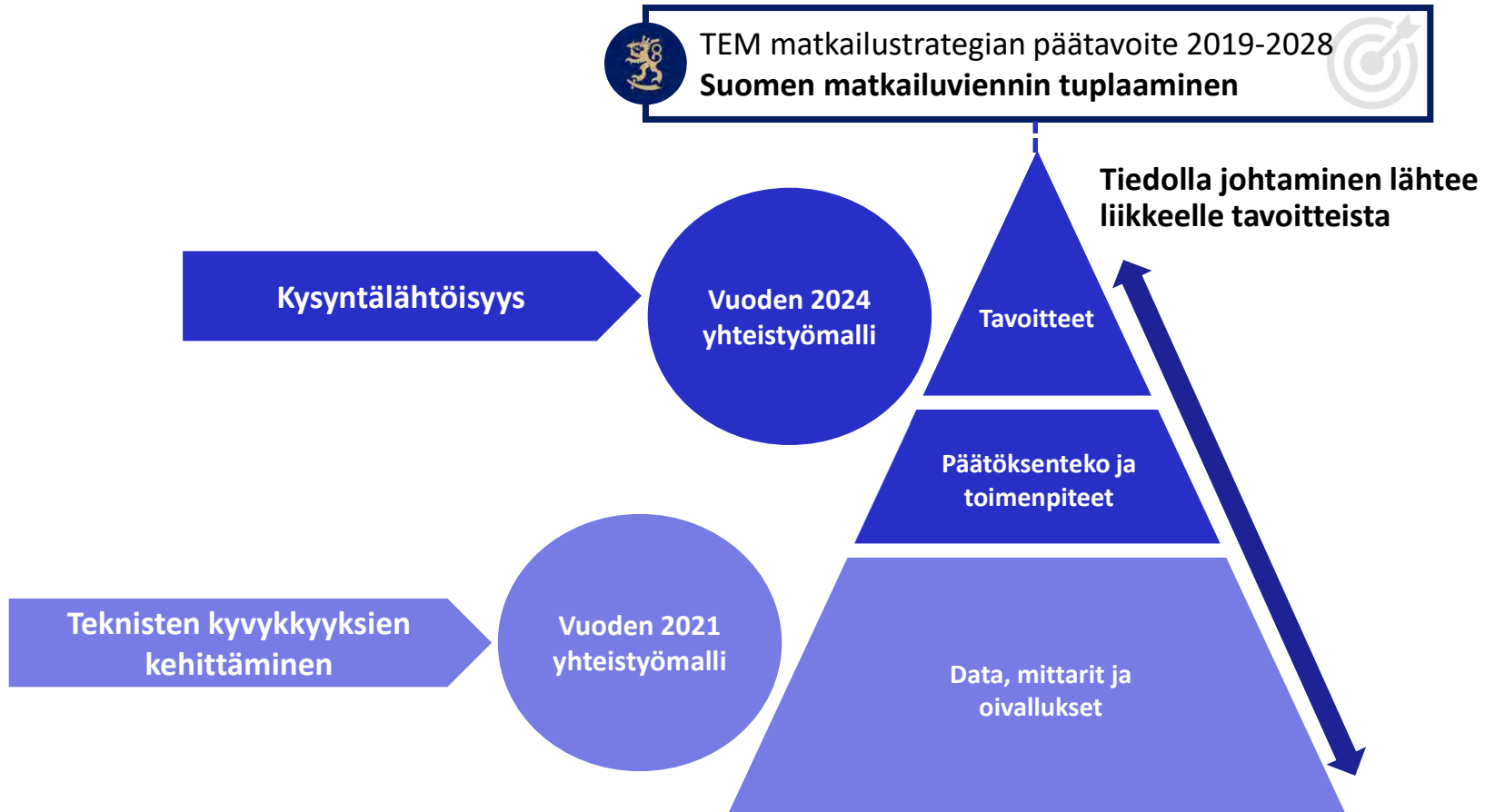


Visit Finlandin yhteistyömalli

- Matkailun kansainvälinen näkyvyys, strateginen ohjaaminen ja kustannustehokkuus ovat Visit Finlandin ydintehtäviä
- Visit Finlandin olemassa olevia palveluita voidaan hyödyntää matkailun kysynnän lisäämiseen ja tarjonnan kehittämiseen
- Matkailun ekosysteemiä tuetaan tietopalveluilla ja sekä markkinoinnilla, myynninedistämällä ja muulla yhteistyöllä



Kysyntälähtöisyys on yhteistyömallin ytimessä

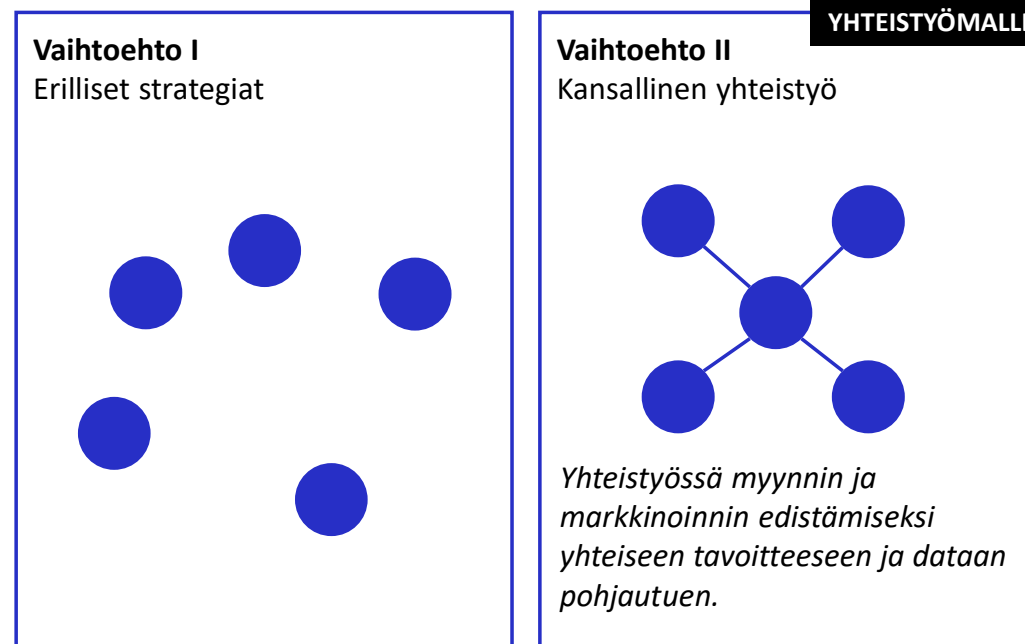


Yhdessä enemmän – yhteistyötä saman tavoitteen edistämiseksi

TEM laatii yhteistyössä Suomen matkailustrategian



Yhteistyömalli perustuu matkailustrategiaan



Yhteistyömallin edellytykset



Sisällysluettelo

Yhteistyömallin edellytykset

1. Kansallisen yhteistyön tavoitteet
2. Tiedolla johtamisen palvelut alkavat matkailun ymmärtämisestä, joka johtaa matkailijan ymmärtämiseen, mahdollistaen kysynnän lisäämisen
3. Matkailu on osa vientiteollisuutta – Ulkomailta tulevat eurot hyödyttävät laajasti kansantaloutta
4. Matkailun yhteistyömallin ekosysteemin ytimessä on ulkomaiset matkailijat, joille palveluita tarjoavat yritykset ja julkiset toimijat yhteistyötä hyödyntäen
5. Ulkomaiset matkailijat on segmentoitu kansallisella tasolla kysynnän lisäämiseksi
6. Tiedolla johtaminen tukee markkinointia ja myynninedistämistä
7. Matkailija kiinnostuu Suomesta globaalisti resonoivien aiheiden kautta – Tiedolla johtaminen toimii parhaiten yhteisten tavoitteiden kautta



Kansallinen yhteistyömalli

Visit Finlandin sisäinen yhteistyömalli

Kansallisen yhteistyön tavoitteet



TEM matkailustrategian päätavoite 2019-2028
Suomen matkailuviennin tuplaaminen



Yhteistyömallin operatiiviset tavoitteet toimivat strategisen päätavoitteen mahdollistajana

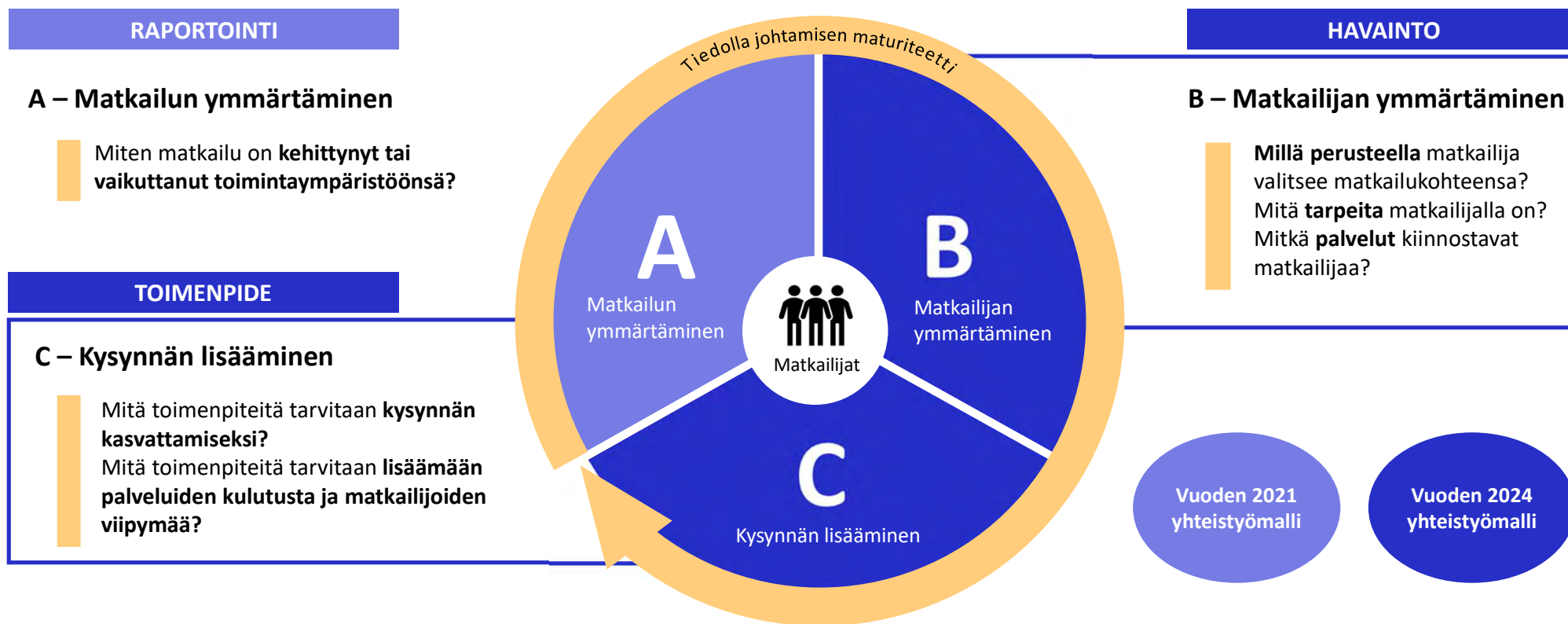
Strateginen kehitys ja etenemissuunnitelma

- Yhteiseen tavoitteeseen sitoutuminen
- Varmistaa, että malli tukee matkailun kestäväää ja vastuullista kasvua
- Huomioida avoimen datan, datatalouden ja edistyneen analytiikan merkitys

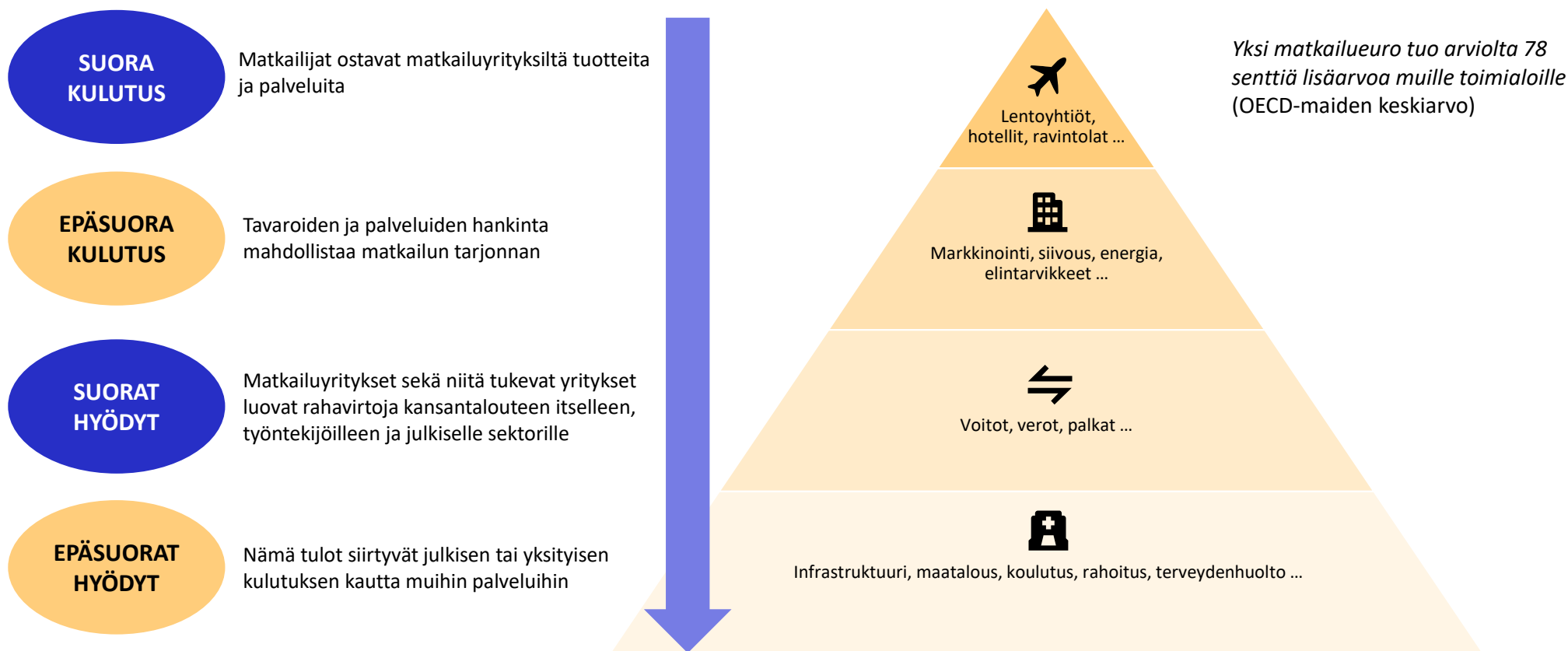
Työnjako ja tiedon hyödyntäminen

- Määrittää valtakunnallisten ja alueellisten tietoalustojen työnjako ja yhteistyö
- Tehostaa eri hankkeissa ja projekteissa saadun tiedon ja oppien laajaa käyttöä
- Kilpailukyvyyn kasvattaminen yhteistyön kautta

Tiedolla johtamisen palvelut alkavat matkailun ymmärtämisestä, joka johtaa matkailijan ymmärtämiseen, mahdollistaen kysynnän lisäämisen



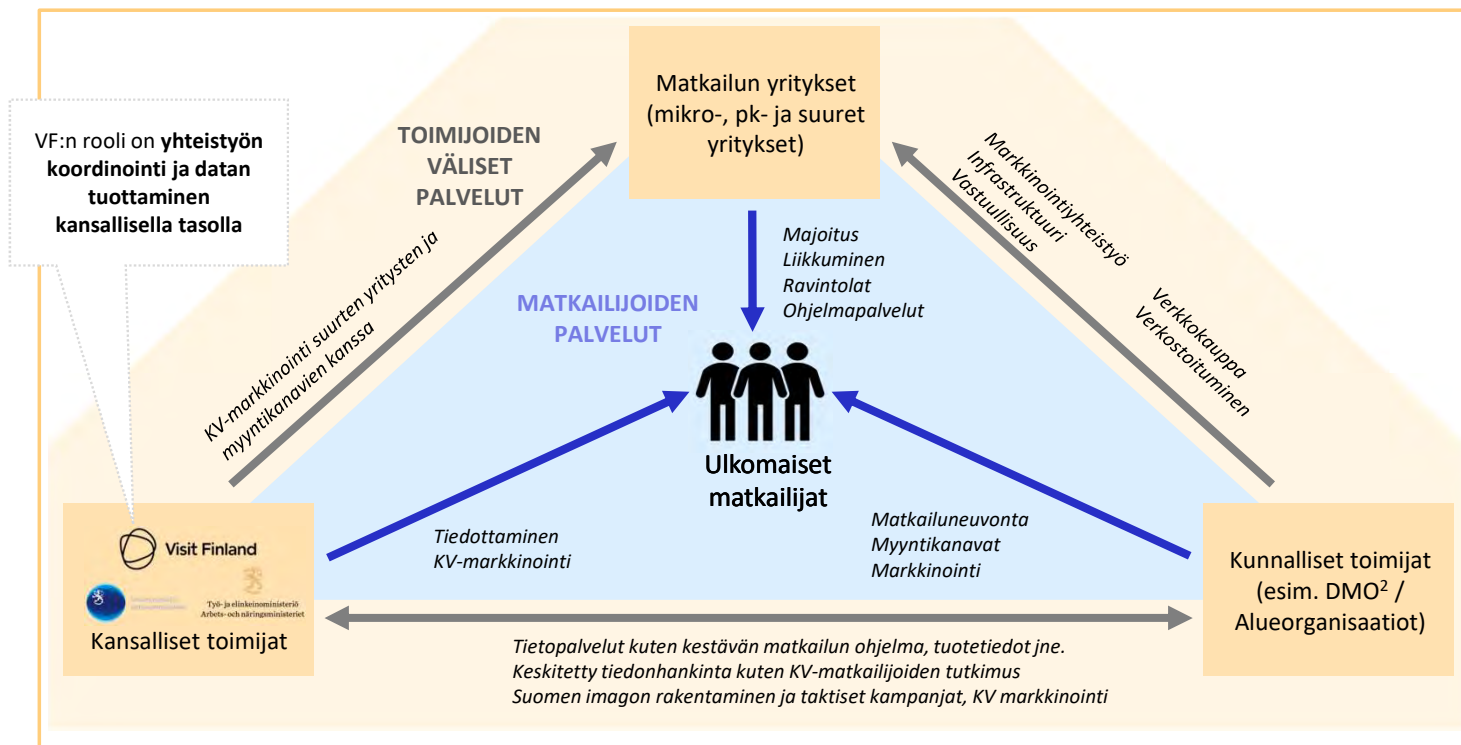
Matkailu on osa vientiteollisuutta – Ulkomailta tulevat eurot hyödyttävät laajasti kansantaloutta



Lähteet: World Travel & Tourism Council (WTTC), OECD Tourism Trends and Policies

Matkailun yhteistyömallin ekosysteemin¹ ytimessä on ulkomaiset matkailijat, joille palveluita tarjoavat yksityiset ja julkiset toimijat yhteistyötä hyödyntäen

Ydintoimijat – matkailun markkinointi ja palvelujen tuotanto




Sidosryhmät ja niiden roolit

Julkiset rahoittajat	Toiminnan mahdollistamisen tuki
Sijoittajat	Toiminnan kehittämisen rahoitus
Alueviranomaiset ja kunnat	Infrastruktuuri- ja kehityshankkeet
Sääntelyviranomaiset	Reunaehtojen asettaminen
Järjestöt	Edunvalvonta ja vaikuttajaviestintä
Järjestelmätoimittajat	Teknologiset ratkaisut
Asiantuntijapalvelut	Päätöksenteon tukeminen
Korkeakoulut	Tutkimus, koulutus ja innovaatiot
Media	Tiedon jakaminen ja näkyvyys

¹ Ekosysteemiin kuuluvat myös toimialakohtaiset organisaatiot, sähköiset tieto- ja kauppapaikat ja hankkeet

² Destination Management Organisation - markkinointi ja hallinnointi kohdetta houkuttelevana matkakohteena

Ulkomaiset matkailijat on segmentoitu kansallisella tasolla kysynnän lisäämiseksi – Segmenteille tarjoamat muodostetaan tietoon perustuen...



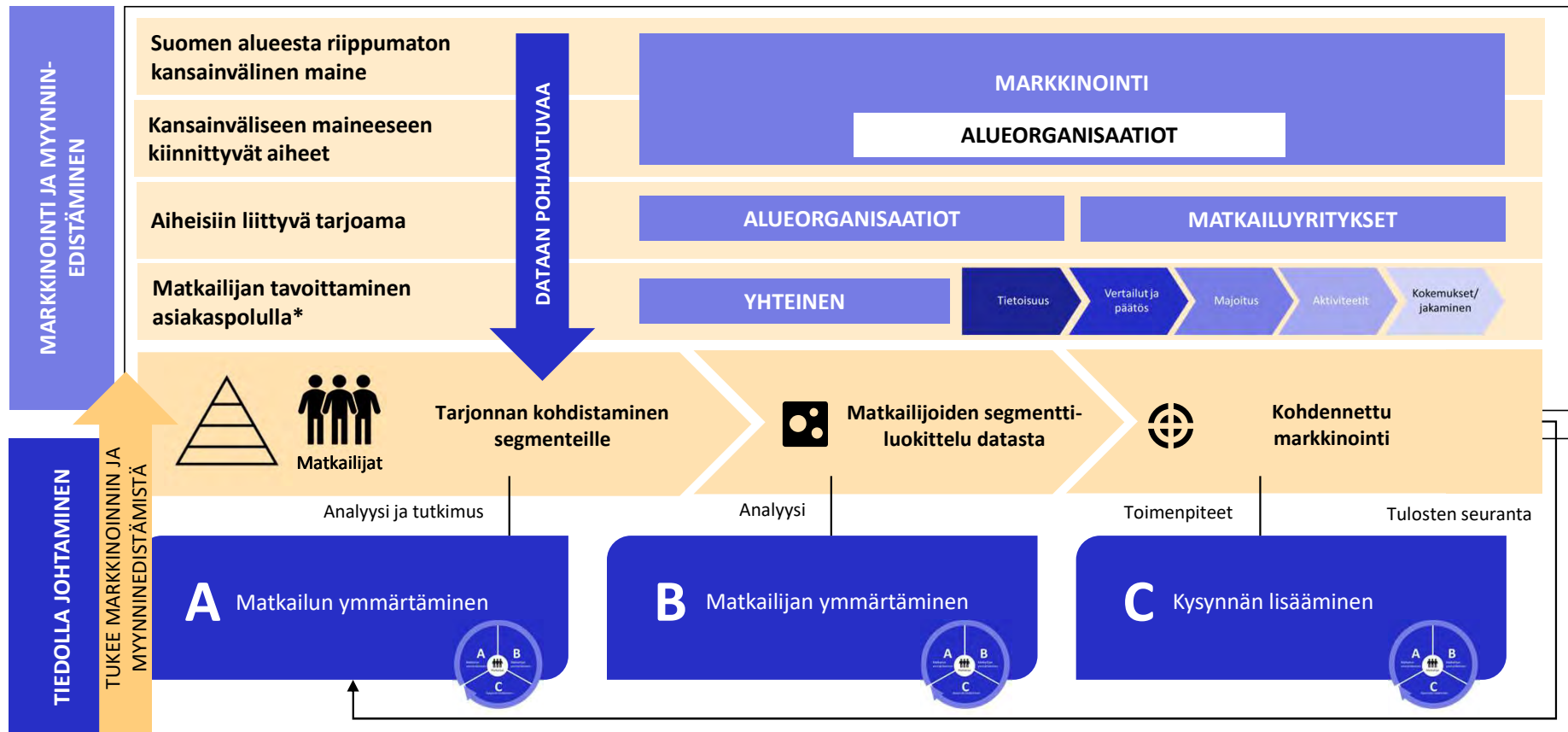
Ulkomainen matkailija

Segmentti	Teemat	Havainnollistavat esimerkit		
		Kulttuuri	Ruoka	Coolcation
YDINSEGMENTIT	Nature lover	Kansallispuistot	Marjat ja sienet	Revontulet, retkeily, luontoaktiviteetit
	Lifestyle traveller	Suomalainen elämäntapa, Saunat	Kotiruoka	Saunat, mökit
	Culture traveller	Museot, galleriat, historialliset kohteet	Perinteiset ruuat ja kotiruoka	Kulttuuritapahtumat
	Outdoor explorer	Kansallispuistot, eräretket	Retkiruokailu	Melonta, vaellus
TUKI-SEGMENTIT	Active hobbyist	Perinteiset lajit, talviurheilu, vaellus	Paikalliset ruokafestivaalit	Urheilutapahtumat, hyvinvointi
	City life enthusiast	Kaupunkirakennukset, yöelämä, kulttuuriaktiviteetit	Kahvilat ja gourmet-ravintolat	Festivaalit

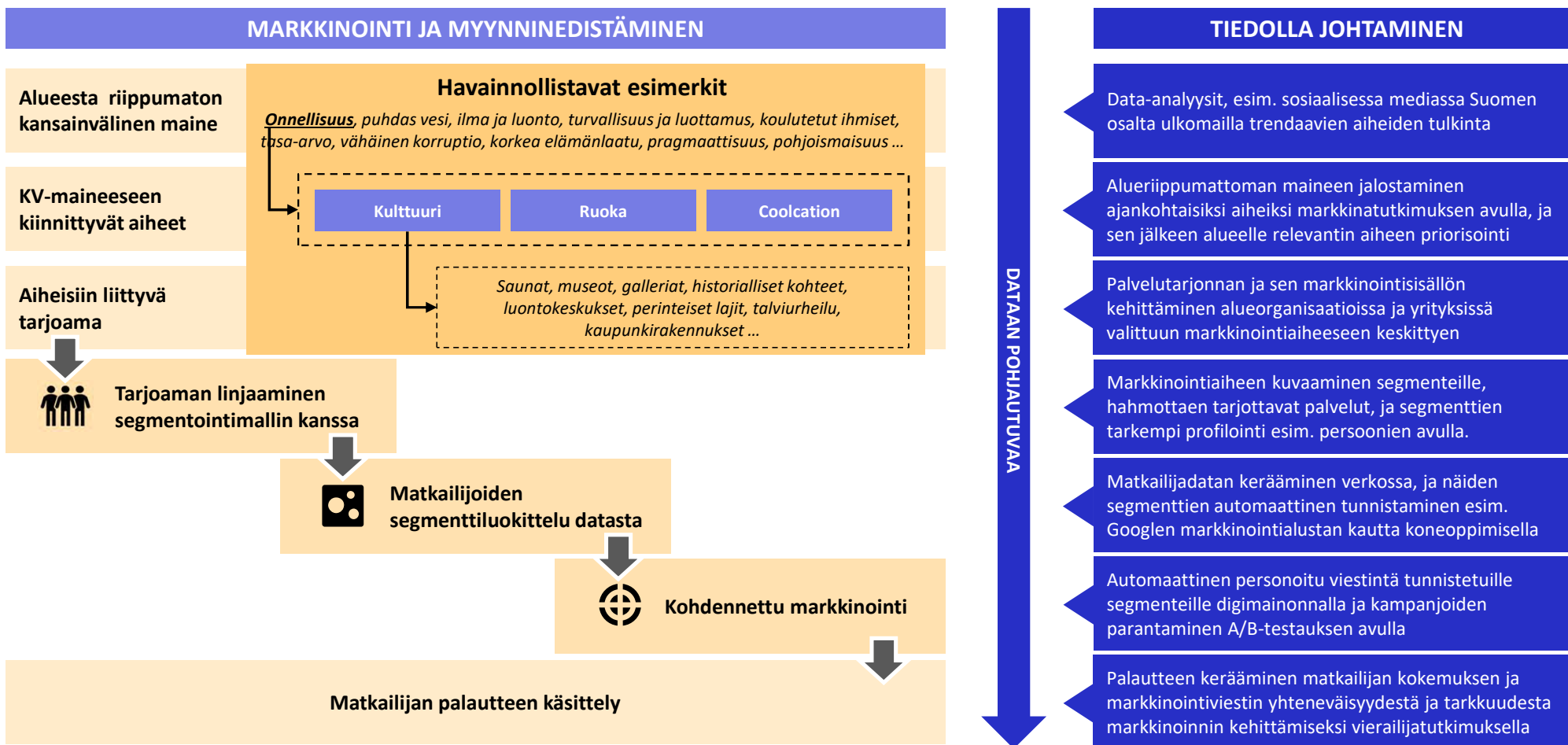
Ulkomaisen matkailijan segmenttejä on kuvattu Visit Finlandin 2025-2026 matkailun markkinointiteemoja vasten hahmottamaan millaista tarjoomaa voidaan markkinoida kuhunkin segmenttiin aina tiettyyn teemaan nojautuen

Tiedolla johtaminen tukee markkinointia ja myynninedistämistä

Matkailuviennin merkittävä kasvu tapahtuu vain, jos toimijat asettautuvat yhteisen toimintatavan taakse ja tavoittelevat samoja asioita. Tiedolla johtamisen niukat resurssit mahdollistavat vain harkitut tavoitteet.



Matkailija kiinnostuu Suomesta trendaavien aiheiden kautta – Tiedolla johtaminen toimii parhaiten yhteisten tavoitteiden kautta



Kansallinen yhteistyömalli



Sisällysluettelo

Yhteistyömallin edellytykset

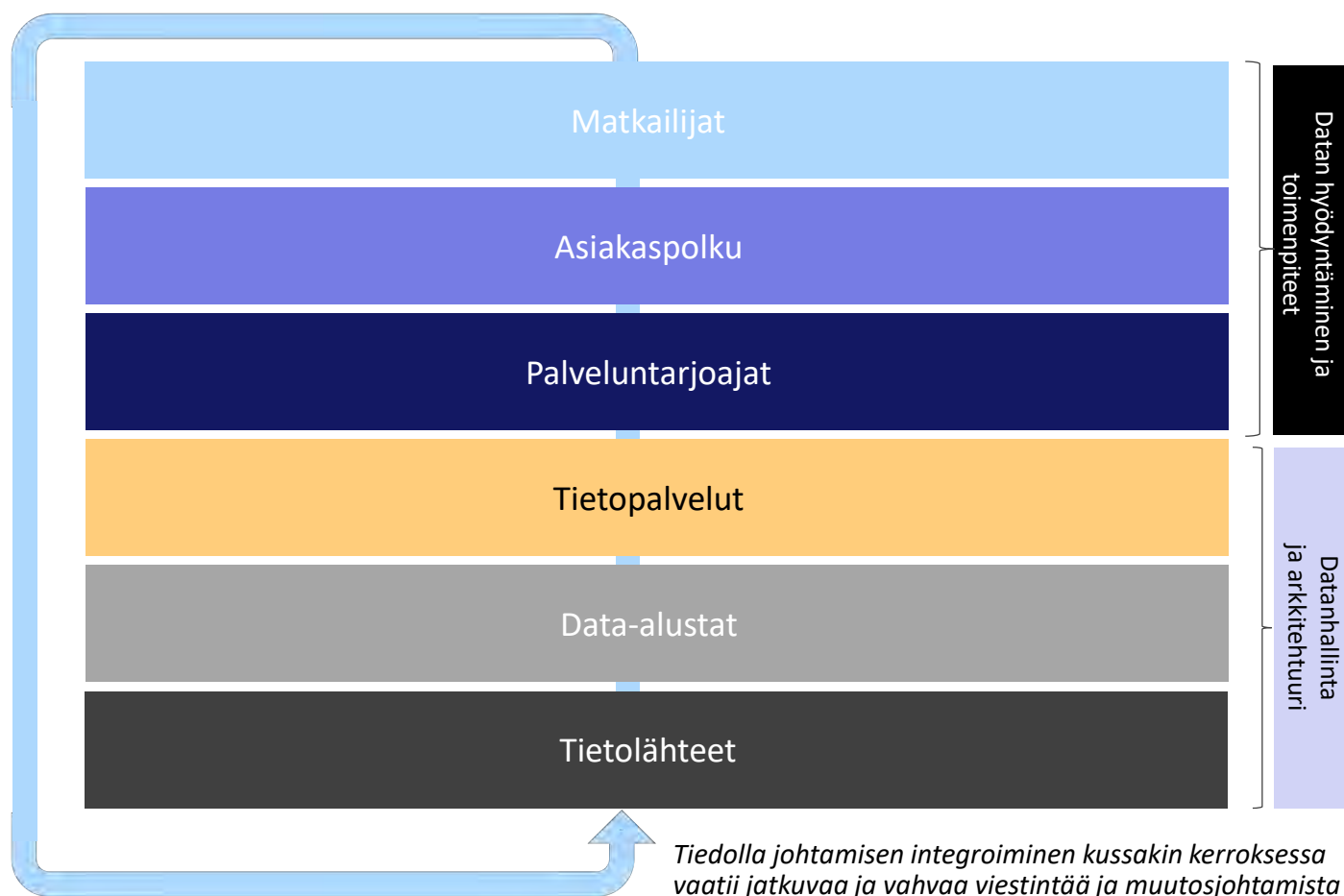
Kansallinen yhteistyömalli

1. Kansallisessa yhteistyömallissa matkailija nostetaan toiminnan keskiöön
2. Ulkomaisen matkailijan kiinnostuksen herättäminen ajankohtaisten aiheiden kautta
3. Visit Finland ja alueorganisaatiot muodostavat tukiverkon yrityksille, minkä tavoitteena on tuoda lisää matkailijoita Suomeen
4. Tiedolla johtamisella on keskeinen rooli toiminnan ohjauksessa
5. Tiedolla johtaminen lähtee liikkeelle strategisista tavoitteista ja ohjaa toimintaa sen mukaan
6. Mittarihierarkia rakentuu strategisesta tavoitteesta ja siihen perustuvista arvotekijöistä, joista siirrytään käytäntöön
7. Tiedolla johtamisen yhteistyömalli mahdollistaa tehokkaan tiedon jaon ja hyödyntämisen kysynnän lisäämiseksi
8. Datastrategian tavoitteena on luoda yhteiset raamit datanhallintaa ja käyttöä varten
9. Yhteistyömallin vastuujaako määritellään kerroskohtaisesti – yhteistyön lisäämiseksi eri tasoilla
10. Suomen matkailualan julkiset toimijat kuuluvat yli 60 eri foorumiin



Visit Finlandin sisäinen yhteistyömalli

Kansallisessa yhteistyömallissa matkailija nostetaan toiminnan keskiöön



Kansallisen mallin tasot

- 1. Matkailijat:** Vapaa-ajanmatkailijat ja liikematkailijat. Segmentoinnin kautta heille pystytään tarjoamaan sopivampia palveluita. Matkailijat myös generoivat lähes kaiken matkailualan datan.
- 2. Asiakaspolku:** yhdistää matkailijan palveluntarjoajaan B2C&B2B-kanavassa.
- 3. Palveluntarjoajat:** alueorganisaatiot ja matkailuyritykset kotimaassa sekä ulkomailla, media ja viranomaiset jotka käyttävät Visit Finlandin tietopalveluita.
- 4. Tietopalvelut:** B2C&B2B-toimijoille jalostetut tietopalvelutyypit kuten DataHub.
- 5. Data-alustat:** Data-alustoihin rakennettavat työkalut tarjoavat historiallisen, reaaliaikaisen ja ennustavan datan kerroksia, jotka sisältävät sekä avointa ja ilmaista dataa, että maksullista dataa. Data-alustoja ylläpitävät Visit Finland, yritykset ja alueorganisaatiot, ja ne mahdollistavat strukturoidun datan jakamisen keskenään.
- 6. Tietolähdetyypit:** vastuu eri tietolähdekokonaisuuksien koostamisesta ja jakamisesta jaetaan eri toimijoille. Data ajetaan eri alustoille.

Ulkomaisen matkailijan kiinnostuksen herättäminen ajankohtaisten aiheiden kautta

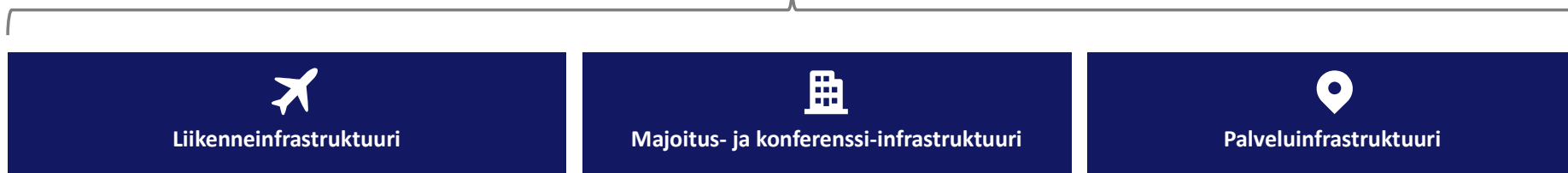


Lähteet: Visit Finland, PwC analyysi

Visit Finland ja alueorganisaatiot muodostavat tukiverkon yrityksille, minkä tavoitteena on tuoda lisää matkailijoita Suomeen



Ulkomaiset matkailijat



Toimijat

- | | | |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Alustat: Skyscanner, Booking.com ... • Kansainvälinen saavutettavuus (lento- ja meriliikenne): Finnair, Finavia, Tallink Silja, Viking Line, Helsingin satama ... • Alueellinen saavutettavuus (maaliikenne): VR, HSL, Matkahuolto, Hertz, Taksi Helsinki ... | <ul style="list-style-type: none"> • Alustat: Booking.com, Airbnb, Tripadvisor ... • Hotelliketjut: Scandic, Sokos, Strawberry, IHG Hotels, Holiday Club, Radisson, Lapland Hotels ... • Kongressi- ja yritystapahtumat • Retkimajoitus ja vuokranantajat | <ul style="list-style-type: none"> • Alustat: Tripadvisor, Google Reviews ... • Ravintolat, kahvilat ja kaupat • Ohjelmapalvelut • Oheispalvelut kuten tietoliikenne-, hyvinvointi-, kulttuuri-, pankki-, turvallisuus- ja konsulipalvelut |
|--|---|---|

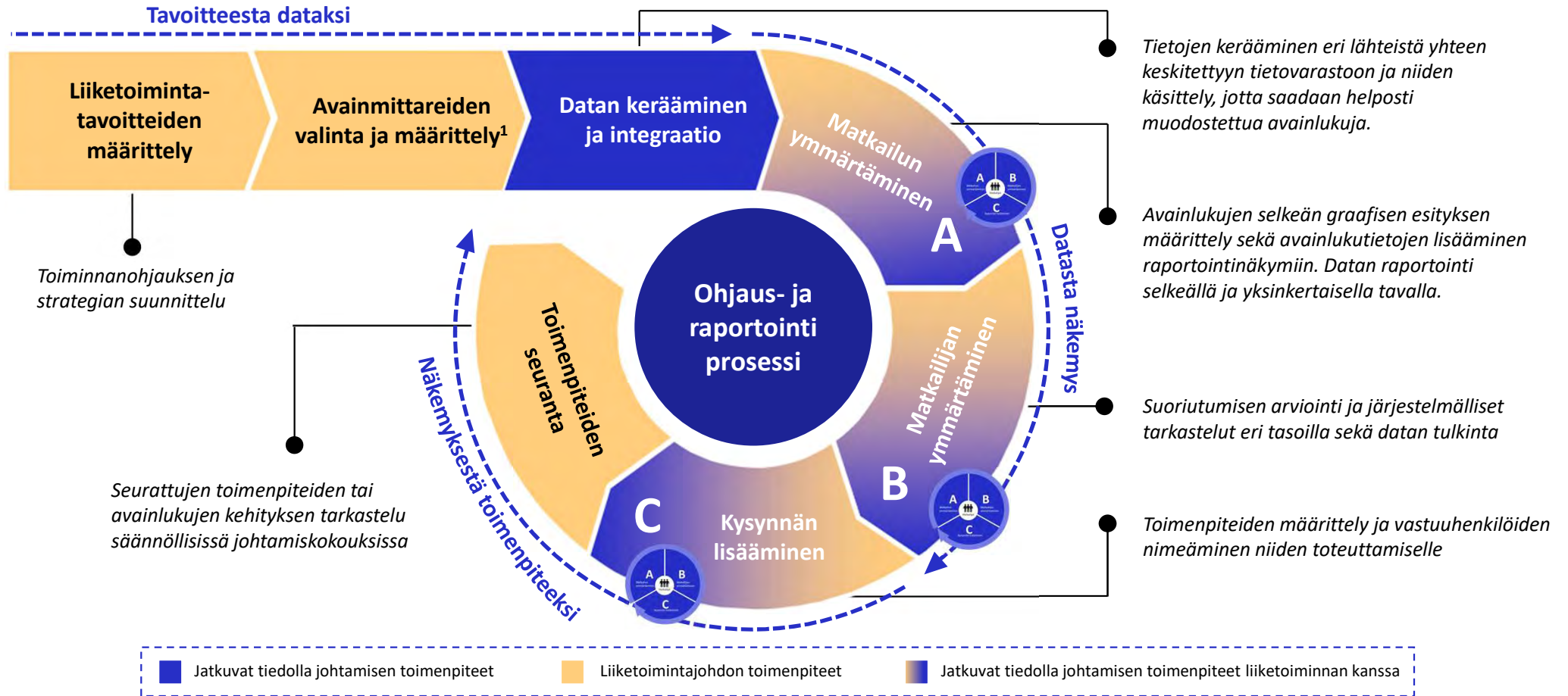
Matkailun yksittäisten toimijoiden määrä kasvaa ja koko pienenee

Tukipalvelut

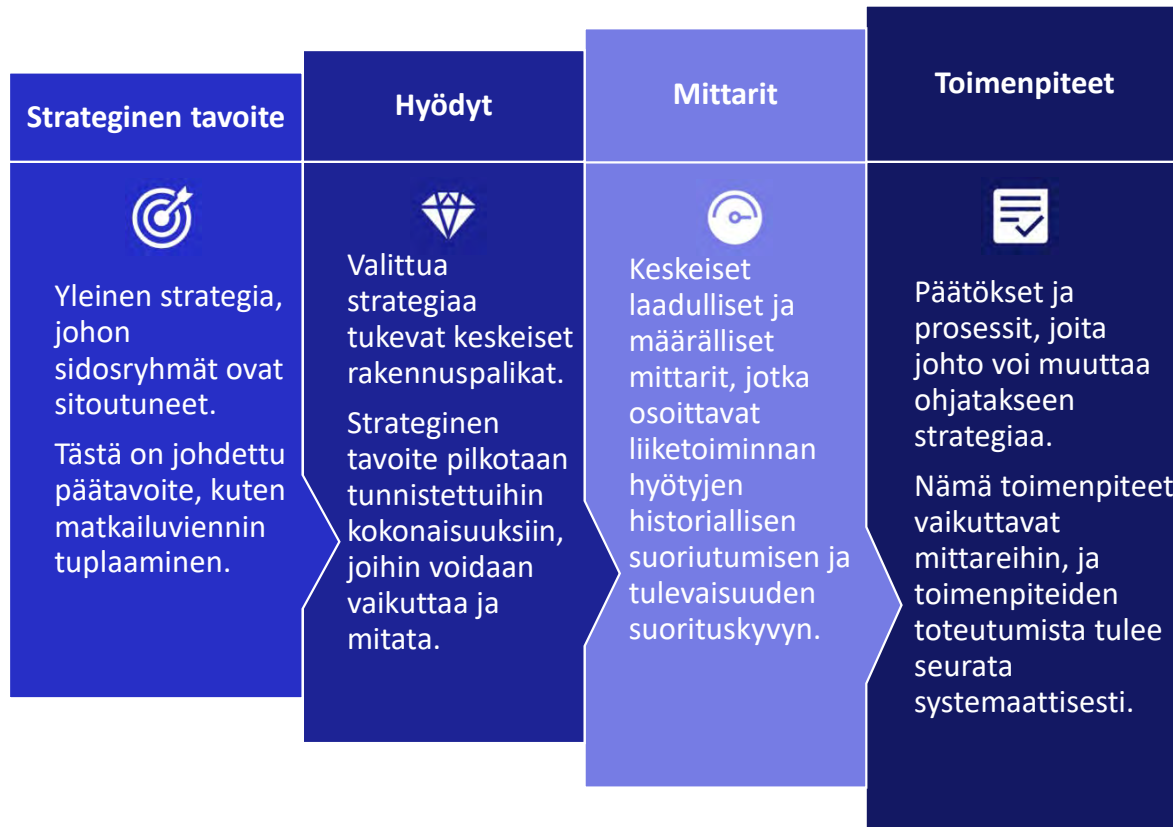
- Visit Finland
- Alueorganisaatiot
- Ulkomaiset toimijat

Markkinointiyhteistyö, myynninedistäminen	Markkinointiyhteistyö, sekä koulutus ja resurssit markkinoinnin ja palveluiden kehitykseen	Koulutus ja resurssit markkinoinnin ja palveluiden kehitykseen
Informaatio, reittisuunnittelu, markkinointiyhteistyö, myynninedistäminen	Markkinointiyhteistyö, koulutus	Tapahtumien järjestäminen, koulutus, verkostoituminen
Markkinointiyhteistyö, erikoistarjoukset	Majoitusvaihtoehdot, erikoistarjoukset	Tapahtumien järjestäminen, erikoistarjoukset

Tietoon perustuva toiminta lähtee tavoitteista, mikä määrittää datan, näkemykset, toimenpiteet ja seurannan



Tiedolla johtaminen lähtee liikkeelle strategisista tavoitteista ja ohjaa toimintaa sen mukaan

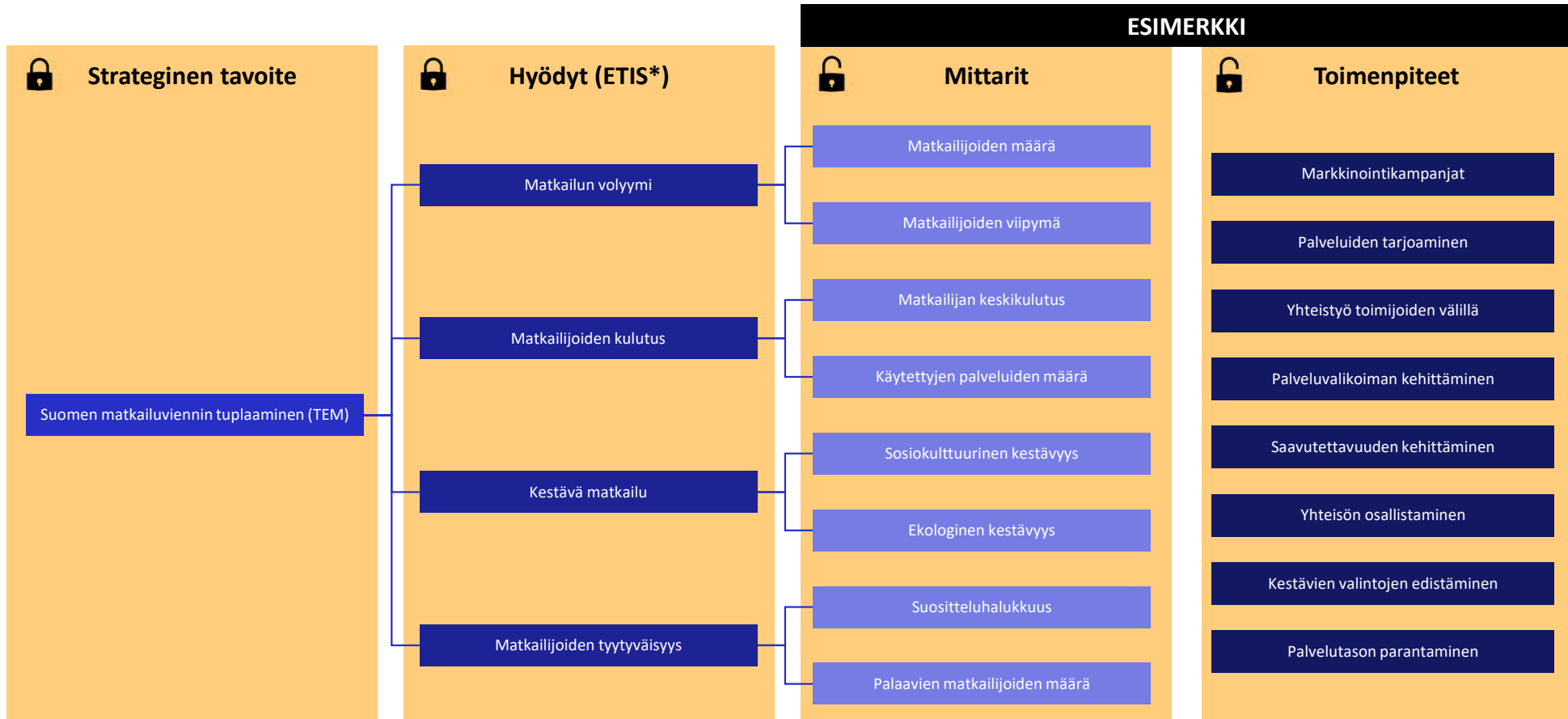


Mittarin valinnan tulee perustua strategisen tavoitteen seuraamiseen. Mittarin ja tavoitteen välinen yhteys tulee olla selkeä ja perustua tavoitteelle arvoa luovaan tekijään.

Mittaritulosten kohentamiseen ja strategisen tavoitteen edistämiseen kehitetään toimenpiteitä, joiden syy-seuraussuhde mittareiden kanssa pyritään tunnistamaan. Yhteistyö konkretisoituu toimenpiteiden hallinnassa.

Maturiteetin kasvaessa tunnistetaan vaikuttavimmat toimenpiteet ja jaetaan niistä tietoa, mikä lisää tuottavuutta ja matkailuvientiä.

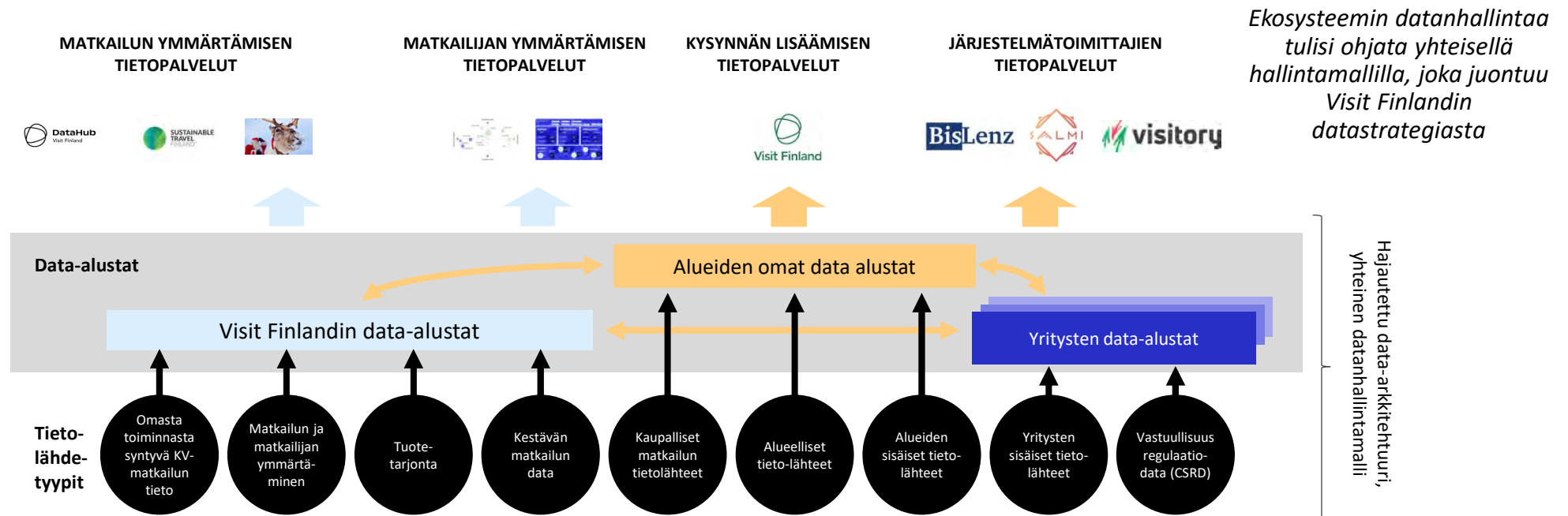
Mittarihierarkia rakentuu strategisesta tavoitteesta ja siihen perustuvista hyödyistä, joista siirrytään käytäntöön



* ETIS-järjestelmään perustuva jako (European Tourism Indicators System)

Tiedolla johtamisen yhteistyömalli mahdollistaa tehokkaan tiedon jaon ja hyödyntämisen kysynnän lisäämiseksi

Suomen matkailu-alan hajautettu data-arkkitehtuuri tarvitsee yhteisen hallintamallin, jotta tiedon jakaminen, vertailukelpoisuus ja yhteiset käytännöt parantavat datan hyödynnettävyyttä ekosysteemissä



Datastrategian tavoitteena on luoda yhteiset raamit datanhallintaa ja käyttöä varten



Liiketoiminnan tarpeet

Julkishallinnon tarpeet

- Strateginen yhtenäistäminen
- Käyttötapausten ja palveluiden priorisointi
- Kysyntälähtöisyys
- Tavoitteet ja kehityskartta
- Edunvalvonta













- Mittareiden tarkoituksenmukaisuus
- Datan vertailukelpoisuus
- Datan määrämuotoisuus
- Tiedonhankinnan koordinointi

- Tehostettu datan jalkauttaminen osaksi päätöksentekoa
- Ekosysteemin yhteistyö ja data-avaruudet
- Käytänteiden luominen ja toimeenpano

Yhteistyömallin vastuujako määritellään kerroskohtaisesti – Jotta vastuut yhteistyössä on selkeät

	Visit Finland	Alueorganisaatiot*	Matkailuyritykset
		Helsinki Keskiuudet Pienet	Liikenne Majoitus Palvelu
Matkailijat	Suomi-brändin ja tunnettuuden rakentaminen matkailumaana dataan perustuen	Alueen maineen rakentaminen dataan pohjautuen. Suuremmat toimijat rakentavat myös maabrändiä	Dataan pohjautuva matkailijan ohjaaminen ja palveluiden kehittäminen
Asiakaspolku	Matkailijan inspiointi ja informointi Suomessa matkailusta	Matkailijan inspiointi, ja ohjaaminen alueellisiin kohteisiin, palveluihin ja näiden informaatioon	Matkailijalle markkinointi, informaatio ja asiakaspalvelu
Palvelutarjoajat	Kansainvälinen markkinointi ja myynninedistäminen yhteistyössä toimijoiden kanssa	Kansainvälinen ja kansallinen myynninedistäminen ja kehittäminen yritysten ja alueorganisaatioiden kanssa	Tarjoavat suoraan matkailijoille tuotteita ja palveluita. Myynti ja markkinointi yhteistyössä
Tietopalvelut	Kansalliset tietopalvelut ja raportit	Alueelliset tietopalvelut ja raportit	Kansallisen, alueellisen ja oman datan ja tietopalveluiden hyödyntäminen
Data-alustat	Kansalliset data-alustat ja toimintatavat	Alueelliset ja kansalliset data-alustat	Yritysten omat tietojärjestelmät
Tietolähteet	Kansallisen matkailun analysointi	Kansallisen matkailudatan täydentäminen alueellisella matkailudatalla kuten kävijämäärillä	Yritysten oma asiakas- ja myyntidata

Suomen matkailualan julkiset toimijat kuuluvat yli 60 eri foorumiin – runsaasti mahdollisuuksia kansalliseen tiedon jakamiseen

	Foorumikategoria	Kuvaus	Asema	Osallistajat	Esimerkkejä foorumeista*
1	Verkostoituminen ja yhteistyö	Yleisin kategoria. Fokuksena on kansainvälinen verkostoituminen, koordinointi ja hankeyhteistyö, sekä liiketoiminta-mahdollisuuksien ja kontaktien edistäminen.	Useimmiten maksullinen	Visit Finland ja alueorganisaatiot	  
2	Tiedon ja osaamisen jakaminen	Toiseksi yleisin kategoria. Fokuksena matkailutiedon, tilastojen ja osaamisen jakaminen. Foorumeilla laajennetaan matkailun tietopohjaa vertaisoppimisella, koulutuksilla ja työpajoilla.	Yleisluontoinen ja useimmiten ohjattu	Visit Finland, TEM, alueorganisaatiot ja Tilastokeskus	  
3	Poliittinen tai yhteiskunnallinen muutos	Matkailun yhteiskunnallisen vaikuttavuuden sekä kestävyystavoitteiden edistäminen politiikan ja yhteiskunnallisen vuoropuhelun kautta.	Yleisluontoinen ja yhteiskunnallinen	Visit Finland, TEM ja alueorganisaatiot	  
4	Kehitys ja innovaatiot	Keskittyvät matkailualan uusien toimintatapojen ja teknologisten ratkaisujen kehittämiseen. Useimmiten projektiluontoisen yhteistyön kautta julkisten ja yksityisten toimijoiden välillä.	Funktionaalinen ja useammin kokoontuva	Visit Finland, TEM ja alueorganisaatiot	  

Lähteet: Visit Finland & PwC matkailun KV-foorumikysely

*) Foorumijärjestöt voivat myös tehdä yhteistyötä keskenään ja kuulua useaan eri kategoriaan, koko foorumilista liitteissä sivulla 40

Visit Finlandin sisäinen yhteistyömalli



Sisällysluettelo

Yhteistyömallin edellytykset

Kansallinen yhteistyömalli

Visit Finlandin sisäinen yhteistyömalli

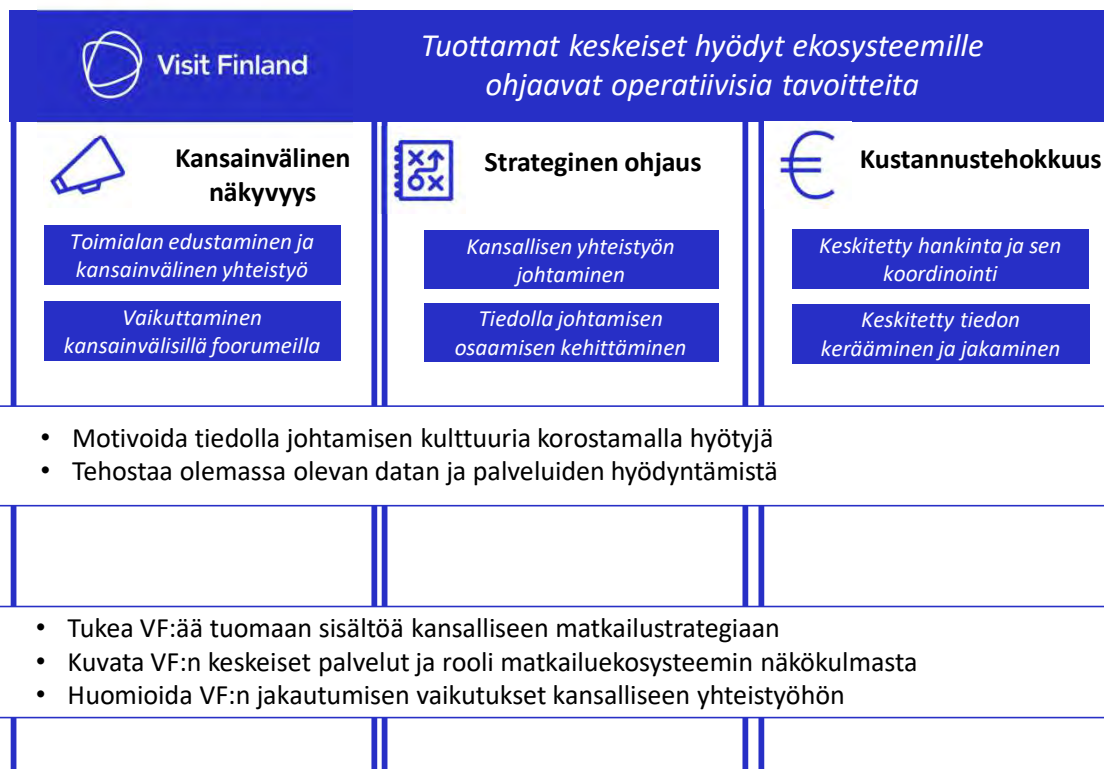
1. Visit Finland sisäisen yhteistyömallin tavoitteet
2. Strategisen kehityksen tiimit ovat rakentaneet kattavat tietopalvelut ja keränneet dataa, mutta jatkossa organisoidutaan kasvua tukevien palveluiden ympärille
3. Visit Finland tuottaa kustannustehokkaasti tietopalveluita eri toimijoille, lisää kansainvälistä näkyvyyttä sekä ohjaa ekosysteemiä, jotta matkailuvienti kasvaa
4. Visit Finland tukee kansallista matkailun tiedolla johtamista usealla tietotuotteella keskittyen kysynnän lisäämiseen ja tarjonnan kehittämiseen
5. Visit Finland tuottaa laajasti tietopalveluita matkailun ekosysteemille
6. Visit Finlandin tiedolla johtamisen ydintehtävät luovat merkittäviä hyötyjä matkailun ekosysteemille



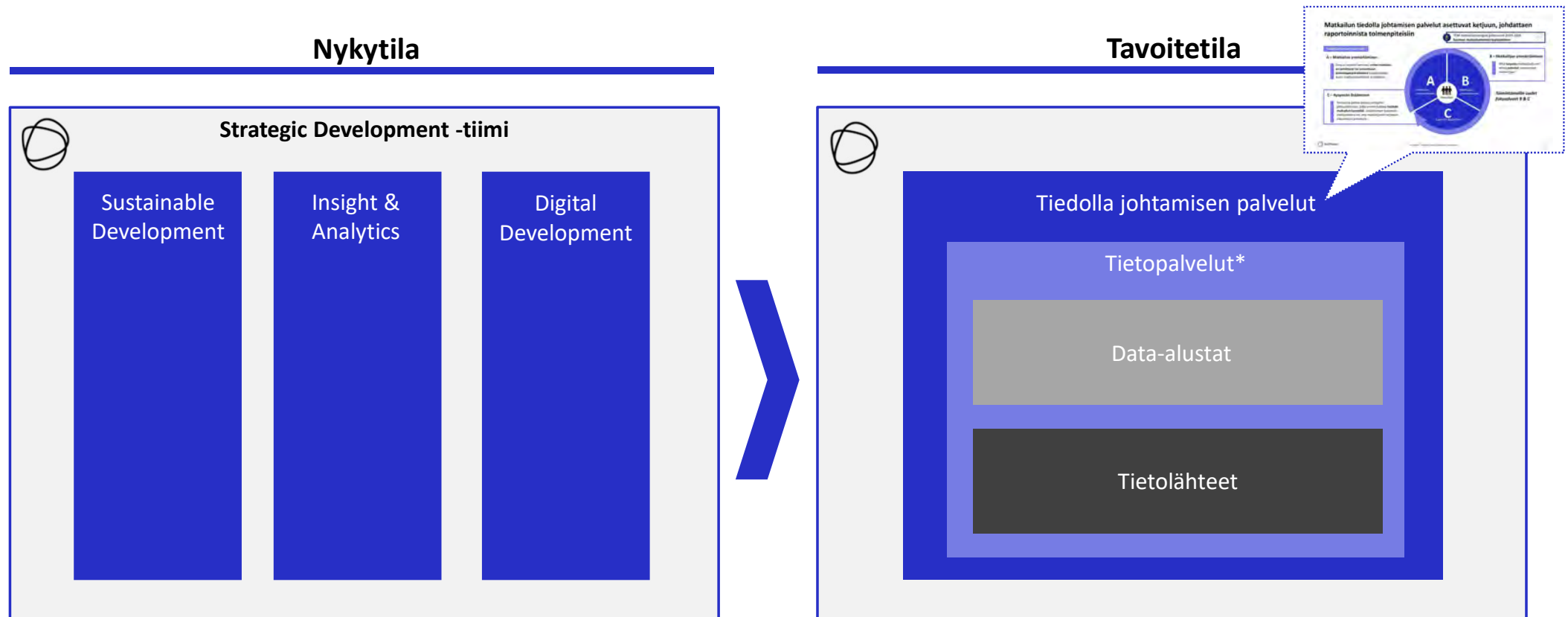
Visit Finlandin sisäisen yhteistyömallin tavoitteet



TEM matkailustrategian päätavoite 2019-2028
Suomen matkailuviennin tuplaaminen



Strategisen kehityksen tiimit ovat rakentaneet kattavat tietopalvelut ja keränneet dataa, mutta jatkossa organisoidutaan kasvua tukevien palveluiden ympärille



Lähteet: PwC analyysi
*) Sivulla 39 määritellyt tietopalvelut

Visit Finland tuottaa kustannustehokkaasti tietopalveluita eri toimijoille, lisää kansainvälistä näkyvyyttä sekä ohjaa ekosysteemiä, jotta matkailuvienti kasvaa

Visit Finlandin tietopalvelut







- **A – Matkailun ymmärtämisen tietopalvelut:** historiallisen datan analysointia seuraamaan matkailun kehitystä ja vaikutuksia palautteeksi päätöksentekoon
- **B – Matkailijan ymmärtämisen tietopalvelut:** matkailijoiden tarpeita, käyttäytymistä ja mieltymyksiä koskevan datan keräämistä, jota käytetään palveluiden kohdentamiseen
- **C – Kysynnän lisäämisen tietopalvelut:** toimenpiteiden kuten markkinointikampanjoiden suunnittelu ja toteuttaminen datapohjaisesti houkuttelemaan uusia matkailijoita

Visit Finlandin markkinointi, myynninedistäminen ja yhteistyö matkailuelinkeinon kanssa

- **Tehtävät matkailuelinkeinon kasvun ja kilpailukyvyn vahvistamiseksi:** Suomen matkailualan edustaminen, kansainvälinen myynninedistäminen, markkinointi ja näiden koordinointi. Hankkii, kerää ja analysoi kansallisen tason tietoa keskitetysti, tutkii uusia toimintamalleja, edistää kansallista yhteistyötä ja tiedolla johtamista.




Visit Finland tukee kansallista matkailun tiedolla johtamista usealla tietotuotteella keskittyen kysynnän lisäämiseen ja tarjonnan kehittämiseen

A – Matkailun ymmärtämisen tietopalvelut


	DataHub Alusta, joka auttaa yrityksiä lisäämään kansainvälistä näkyvyyttä ja löytämään paikallisia yhteistyökumppaneita matkailussa	TIETOKANTA	RAPORTTI
	STFHub Sustainable Travel Finland on matkailuyritysten ja alueiden laatumerkin suorittamiseen keskittyvä alusta	TIETOKANTA	
	STF-indikaattorijärjestelmä STFHubin kautta kerätään matkailualueilta ja yrityksiltä kyselyiden avulla vastuullisuusdataa, kuin myös muita lähteitä tilastojen koontiin		RAPORTTI
	STF-päästölaskenta STF-ohjelma auttaa organisaatioita myös laskemaan hiilijalanjälkeään, jota raportoidaan kansallisella tasolla		RAPORTTI
	Rudolf-tilastopalvelu Dynaaminen raporttialusta matkailutrendien ja -toteumien seurantaan	RAPORTTI	TIETOKANTA
	Insights-katsaukset Tilastot, selvitykset ja raportit kongressimatkailusta, kestävästä kehityksestä, markkinoista ja matkailun tilinpidosta		ANALYYSI

 Visit Finland
Kehitetyt tuotteet ja palvelut
tarjotaan potentiaalisille
matkailijoille
markkinointikanavissa

B – Matkailijan ymmärtämisen tietopalvelut

	Segmentointimalli Tutkimuksesta lähtöisin oleva työkalu, joka tehostaa markkinoinnin kohdentamista relevanteille ulkomaan matkailijaryhmille	ANALYYSI	
	Matkailijamittari Arvokkaan tiedon kerääminen ulkomaisten matkailijoiden kokemuksista, tarpeista ja käyttäytymisestä kuukausittain rajahaastatteluilla	RAPORTTI	TIETOKANTA
	Vierailijakokemus* Matkailijan destinaatiokokemukseen keskittyvät kyselyt toteutetaan yhteistyössä Salmi Platformin kanssa mittaamaan markkinoinnin onnistumista	ANALYYSI	

C – Kysynnän lisäämisen tietopalvelut

	VisitFinland.com Kattavan tiedon tarjoaminen kuluttajamatkailijoille ja matkailukohteiden näkyvyyden parantaminen	VERKKOSIVU
---	---	------------

Visit Finland tuottaa laajasti tietopalveluita matkailun ekosysteemille



DataHub



Sustainable Travel Finland



Tilastopalvelu Rudolf



Insights-katsaukset



Segmentointimalli



Matkailijamittari



VisitFinland.com -verkkosivut

Visit Finland	Alueorganisaatiot	Matkailuyritykset	Matkailijat
<i>Käyttäjä, palvelun tuottaja</i>	<i>Käyttäjä</i>	<i>Käyttäjä, tiedon tuottaja</i>	-
<i>Palvelun tuottaja</i>	<i>Käyttäjä, tiedon tuottaja</i>	<i>Käyttäjä, tiedon tuottaja</i>	-
<i>Palvelun tuottaja</i>	<i>Käyttäjä</i>	<i>Käyttäjä</i>	<i>Tiedon tuottaja</i>
<i>Palvelun tuottaja</i>	<i>Käyttäjä</i>	<i>Tiedon tuottaja, Käyttäjä</i>	<i>Tiedon tuottaja</i>
<i>Käyttäjä, palvelun tuottaja</i>	<i>Käyttäjä</i>	<i>Käyttäjä</i>	<i>Tiedon tuottaja</i>
<i>Palvelun tuottaja</i>	<i>Käyttäjä</i>	-	<i>Tiedon tuottaja</i>
<i>Tiedon tuottaja, palvelun tuottaja, käyttäjä</i>	-	-	<i>Käyttäjä</i>

Visit Finlandin tiedolla johtamisen ydintehtävät luovat merkittäviä hyötyjä matkailun ekosysteemille



Kansainvälinen näkyvyys



Toimialan edustaminen ja kansainvälinen yhteistyö

VF toimii Suomen matkailualan edustajana ulkomailla. VF oppii, jakaa tietoa ja solmii yhteistyökuvioita kansainvälisten verkostojen ja foorumeiden kautta.



Vaikuttaminen kansainvälisillä foorumeilla

VF osallistuu merkittäville kansainvälisille foorumeille ja hyödyntää eurooppalaisista hankkeista saatavia käytänteitä ja tietoa.



Strateginen ohjaus



Kansallisen yhteistyön johtaminen

VF johtaa ja koordinoi alueorganisaatioiden yhteistyötä matkailun tiedolla johtamisen strategisena kehittäjänä.



Tiedolla johtamisen osaamisen kehittäminen

VF luo tiedolla johtamisen parhaita käytänteitä. VF tarjoaa webinaareja ja VF Akatemian kautta koulutuksia alueorganisaatioille tiedolla johtamisen käytännöistä, jotka kouluttavat paikallisia yrityksiä.



Kustannustehokkuus



Keskitetty hankinta ja sen koordinointi

VF hankkii dataa ja jakelee sitä alueorganisaatioille ja yrityksille eri muodoissa, kuten raportit ja tietotaulukot.



Keskitetty tiedon kerääminen ja jakaminen

VF tarjoaa keskitetysti ja standardoidusti tietopalveluita alueorganisaatioille ja yrityksille mikä tuo kustannussäästöjä.

Strateginen kehitys ja etenemissuunnitelma

Työnjako ja tiedon hyödyntäminen

Liitteet



Haastatteluihin ja työpajoihin on tähän mennessä jo osallistunut laaja kirjo edustajia matkailualalta

Business Finland

1. Katarina Wakonen
2. Liisa Kokkarinen
3. Liisa Mäkelä
4. Pipsa Liljedahl
5. Susanne Heikkinen
6. Olof Hoverfält
7. Sini Markoff
8. Irene Ruuskanen
9. Annakaisa Ojala
10. Kristiina Hietasaari
11. Hanna Muoniovaara
12. Kaisu Mäkelä
13. Terhi Hook
14. Susanna Markkola
15. Kati Paasi

16. Heli Saari
17. Asta Kekkonen
18. Jyrki Oksanen
19. Ines Antti-Poika
20. Heli Jimenez
21. Mervi Toivonen
22. Teemu Ahola

Matkailun alueorganisaatiot

23. Titta Sorvoja – Visit Tampere
24. Carol Aren – Visit Turku Archipelago
25. Miikka Valo – Visit Espoo
26. Pablo Jiménez – Visit Oulu
27. Jukka Punamäki – Helsingin kaupunki
28. Henna Siltanen – Helsingin kaupunki
29. Janne-Juhani Haarma – Ruka-Kuusamo Matkailu

Muut julkiset organisaatiot

30. Leena Lassila – Helsinki Partners
31. Outi Mertamo – Linnan Kehitys
32. Juho Pesonen – Itä-Suomen yliopisto
33. Sanna Kyyrä – Työ- ja elinkeinoministeriö
34. Holger Sicking – Österreich Werbung

Matkailun analytiikka- ja konsulttiyritykset

35. Marko Filenius – Tridea
36. Wille Markkanen – Salmi Platform
37. Antti Honkanen – Visitory
38. Miikka Raulo – FlowHouse
39. Kristian Sievers – FlowHouse
40. David Peacock – SimpleView
41. Juri Mäki – Red Note

Julkisista toimijoista etenkin alueorganisaatiot ovat kartuttaneet laajat kansainväliset verkostot, joita voitaisiin keskenään hyödyntää

Visit Finland

- Association of National Tourist Offices and Rep. (ANTOR)
- Adventure Travel Trade Association (ATTA)
- Congress Network Finland ry (CNF)
- ETC Chapter Earth
- ETC Market Intelligence Group (MIG)
- European Commission: DG GROW Green Sub-group
- European Tourism Association (ETOA)
- EU Baltic Sea Region Tourism Policy Area
- Glasgow Declaration Destination Exchange
- Global Sustainable Tourism Council (GSTC)
- International Center of Responsible Tourism (ICRT)
- International Congress and Convention Association (ICCA)
- Nordic Analytic Meeting
- Nordic CEO Meeting
- Nordic Tourism Working Group
- Meeting Planners International (MPI)
- Site
- Strategic Alliance of National Convention Bureaus in Europe
- TourMIS Workshop & Tourism Seminar
- Union of International Associations (UIA)
- UNWTO One Planet Network
- US tour operator Association (USTOA)

Työ- ja elinkeinoministeriö

- EU Commission Advisory Committee on Tourism (TAC)
- OECD Tourism Committee
- Nordic Tourism Working Group

Tilastokeskus

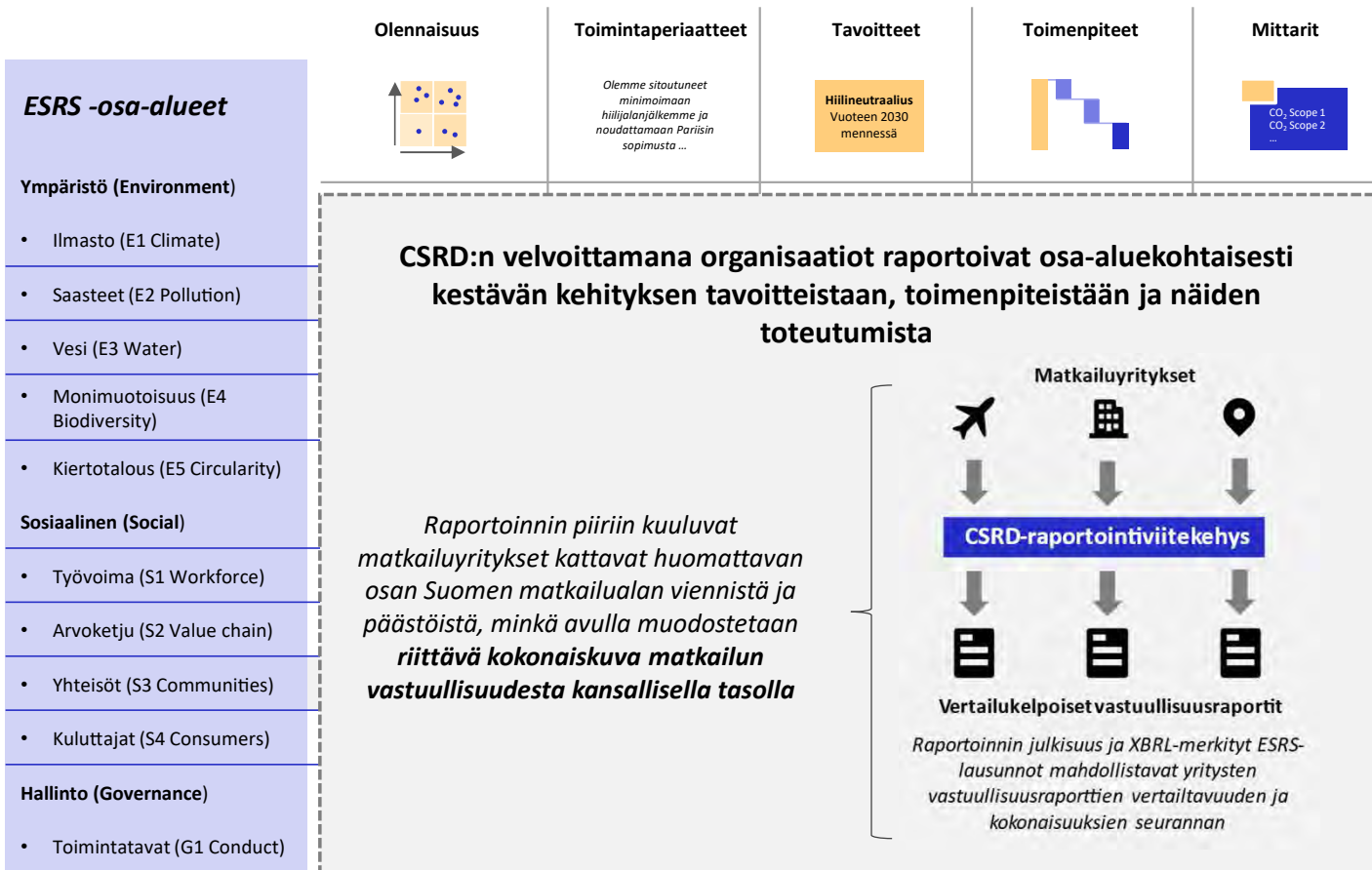
- Eurostat Working Group on Tourism Statistics
- OECD Working Group on Tourism Statistics
- Travel Workshop

Alueorganisaatiot

- CityDNA
- Congress Network Finland ry (CNF)
- Digital Tourism Think Tank
- EU Baltic Sea Region Tourism Policy Area
- GDS Movement
- SITE Global Europe Chapter
- UNWTO General Assembly
- Connect Aviation Forum
- Cruise Baltic
- Cruise Finland
- Destinations International
- Eurocontrol
- European Travel Commission (ETC)
- International Air Transport Association (IATA)
- Eurocities Tourism
- European Capital of Smart Tourism –ryhmä
- European Tourism Association (ETOA)
- Finland Promotion Board
- Glasgow Declaration Destination Exchange
- Green Destinations
- International Congress and Convention Association (ICCA)
- Marketing Finland
- Nordic Tourism Collective
- OPH osaamisen ennakointifoorumi, Matkailu- ravitsemis- ja majoitusala
- OPH matkailualan työelämätoimikunta
- Routes
- Sponsorointi ja tapahtumamarkkinointi ry
- Suomen matkailuorganisaatioiden yhdistys (Suoma ry)
- Tapahtumateollisuus
- TEM matkailufoorumi 2021-2028
- TourMIS Workshop & Tourism Seminar
- Union of International Association (UIA)
- Urban Climate Leaders in Tourism
- US tour operator Association (USTOA)
- Visit Finland Advisory Board
- Visit Finland DataHub
- Visit Finland DMO-klubi
- Visit Finland Matkailun poikkeustilannetyöryhmä
- Visit Finland STF-verkosto
- Visit Finland Tiedolla johtaminen DMO-verkosto
- World Travel & Tourism Council

Lähteet: Visit Finland & PwC matkailun KV-foorumikysely; mukana Visit Finland, TEM, Tilastokeskus, Helsingin kaupunki, Helsinki Partners, Visit Turku Archipelago, Visit Tampere, Visit Oulu

Matkailun vastuullisuustiedot voidaan kerätä CSRD-direktiivin¹ velvoittamilta organisaatioilta ESRS –osa-alueittain²



CSRD:n edellyttämien vastuullisuusraporttien ensimmäisten julkaisujen aikataulu³

2026-2027: Listatut keskisuuret yritykset ja muut kriteerit ylittävät yritykset

2025: Suuret, listatut yritykset

2029: EU-alueella toimivat ulkopuoliset suuret yritykset

Olennaisuus: Organisaatiokohtaisen vastuullisuuden oleelliset asiat (olennaisuusarviointi)

Toimintaperiaatteet: Olennaisten asioiden toimintaperiaatteet ja vastuut (sitoutuminen ja hallintamalli)

Tavoitteet: Olennaisten asioiden tavoiteasetanta ja -seuranta sekä aikataulu (muutoksen kuvaus ja vauhti)

Toimenpiteet: Tavoitteiden saavuttamiseksi edellytettävät toteutussuunnitelmat ja resurssitarpeet (investointi- ja etenemissuunnitelmat)

Mittarit: Olennaisten asioiden toteutuma ja tavoitteet (etenemisen seuranta ja vertailu)

¹ CSRD: Corporate Sustainability Reporting Directive

² ESRS: European Sustainability Reporting Standard

³ Vastuullisuusraporteissa kuvataan aina edellistä tilikautta

Alueorganisaatioille järjestetty tiedolla johtamisen DMO-päivä tarjosi suuntaa ja vahvistusta yhteistyömallille

1. Minkä tavoitteen tulisi tehdä yhteistyötä?

- Yhteistyö on välttämätöntä matkailukauden pidentämiseksi ja tietojen kerääminen sekä hyödyntäminen asiakasprofiileista on tärkeää.
- Rahoituksen varmistaminen ja monikohteiset kokemukset vaativat alueellista yhteistyötä.
- Tapahtumat voivat lisätä kysyntää, joten kansallinen yhteistyö on tarpeen.
- Kansainvälisten matkailijoiden ohjaaminen Helsingin ja Lapin ulkopuolelle sekä yhteistyö lentoyhtiöiden kanssa ja välilaskujen hyödyntäminen ovat keskeisiä.
- Tiedon jakaminen ja vertaisoppiminen tukevat alueellisia vahvuuksia, ja kansainvälisen matkailun kestävä kasvu on tavoitteena.
- Yhteistyötä tulisi vahvistaa kaikilla osa-alueilla, painottaen yhteneväistä tekemistä, kumulatiivista dataa ja pitkäjänteistä vertailtavuutta.
- Yhteiset alustat ja yhteinen vaikuttavuus.
- Yhteinen tieto ja ymmärrys siitä, mitä yhdessä tavoitellaan.
- Koordinoivan tahon rooli ja varmistaminen, että kaikki halukkaat ovat mukana.
- Tiedonkulku ja yhteiset tapaamiset (myös etänä).
- Datat jakaminen ja ekosysteemin luonti tulisi olla pohjana yhteistyön systemaattiselle kehittämiselle

2. Mitä korostaisitte yhteistyömallissa?

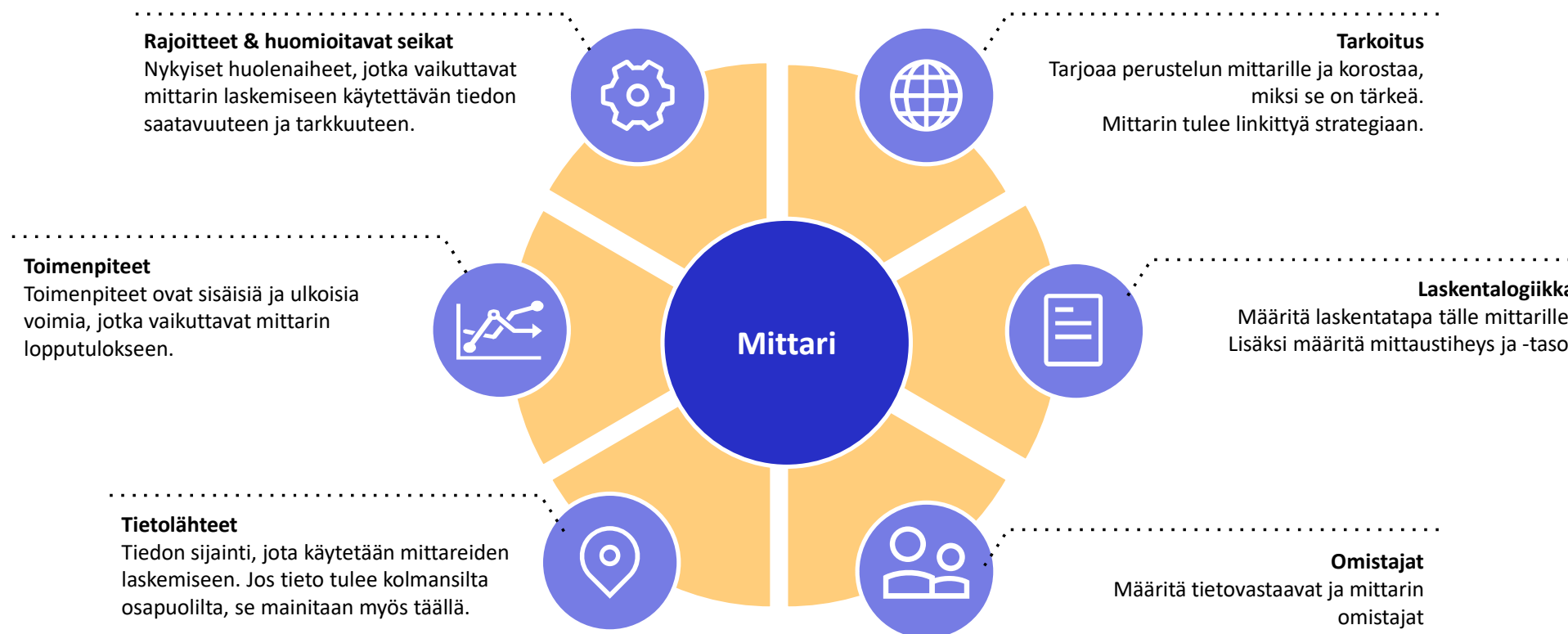
- Pitkäjänteisseuranta DMO-yhteistyön hyödyistä ja kansallinen yhteistyö mittaamisen osa-alueissa.
- Selkeä roolien, tavoitteiden ja toimenpiteiden määrittely sekä yhteisten tavoitteiden ja mittaristojen määrittely.
- Datat vapaa jakaminen alueiden kesken ja yritysten mukaan saaminen.
- Visit Finlandin roolin korostaminen ja johtajuuden sekä koordinoitavuuden selkeä osoittaminen.
- Kampanjoiden selkeämpi kohdentaminen tietoon pohjautuen ja alueellisten USP:ien säilyttäminen.
- Strategian ja toimintamallin jalkauttamiseksi eri osapuolten osallistaminen jo suunnitteluvaiheessa.
- Alueorganisaatioiden erilaisuuden huomioiminen, avoimuus ja tasa-arvo DMO-alueiden kesken.
- Toimintojen integrointi perustoimintoihin ilman uusia rooleja ja selkeä kuvaus halutuista toimista ja menetelmistä.
- Valtakunnallisesti läpileikkaavat teemat ja yhdistävä teema yhteiselle tekemiselle

3. Mihin toimiin sitoutuisitte yhteistyössä?

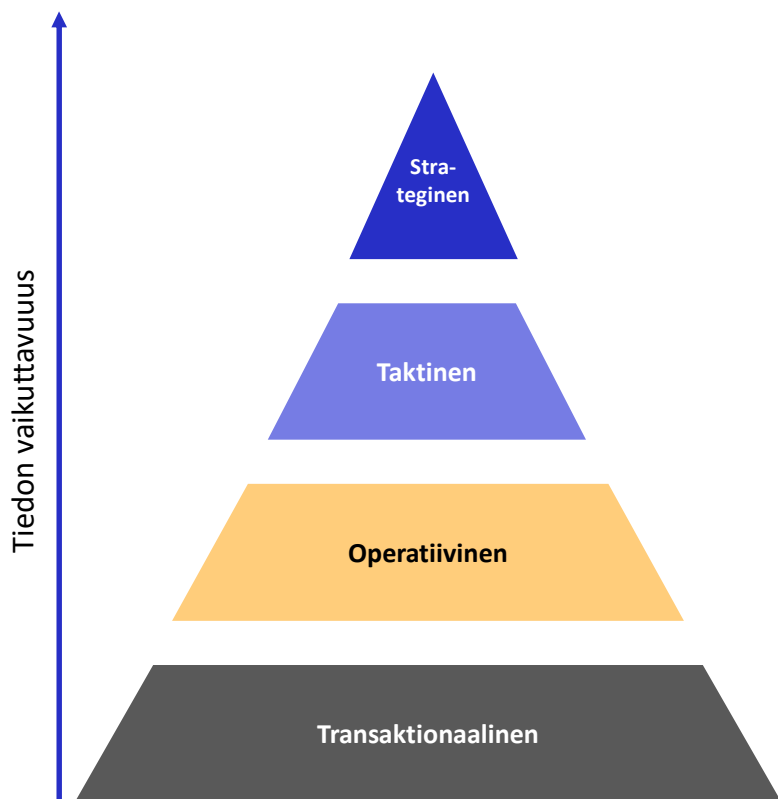
- Parhaiden käytäntöjen ja tiedon jakaminen.
- Yhteistyö Visitoryn kanssa kustannustehokkaan tiedon keräämiseksi.
- Alueellisten USP:ien säilyttäminen ja mittaaminen.
- Oma budjetti, henkilöstöresurssit ja osaaminen.
- Aktiivinen osallistuminen ja resurssien osoittaminen.
- Osallistuminen yhteisiin hankintoihin ja vaikuttaminen niihin.
- Oman toiminnan rakentaminen yhteistyö huomioiden.
- Toimintojen integrointi perustoimintoihin.
- Tilastokeskuksen osaamisen hyödyntäminen.
- Työ- ja rahallinen panostus

Lähde: Visit Finland tiedolla johtamisen DMO-päivä 4.12.2024

Mittarin osatekijät – hyvin määritellyn mittarin tulee olla hyvin ymmärretty ja dokumentoitu



Raportoinnin viitekehys – hyvin suunniteltu raportointistrategia vastaa kaikkien organisaation eri tasojen tarpeisiin



Käyttäjätasot	Tyypillinen käytötapa	Esimerkkejä
Strateginen informaatio	Tieto, jota käytetään matkailustrategian luomiseen ja määrittämiseen	• Matkailuvienti
Taktinen informaatio	Moniulotteinen data, jota käytetään matkailusektorin hallintaan sekä strategian toteuttamiseen ja mittaamiseen	• Lentoreittien määrä
Operatiivinen informaatio	Tieto, jota käytetään päivittäisten matkailutoimintojen hallintaan	• Päästöt per matkailija
Transaktiivinen informaatio ja lähdetietojärjestelmät	Tieto, jota käytetään päivittäisten matkailutoimintojen hallintaan	• Hotellin varauskanta

Liiketoimintalähtöisyys ja kysynnän lisääminen on yhteistyömallin ytimessä

Tiedolla johtamisen on lähdettävä liikkeelle tavoitteista ja ohjattava päätöksentekoa. Ilman yhteisiä tavoitteita yhteistyö on hankalaa.



TEM matkailustrategian päätavoite 2019-2028
Suomen matkailuviennin tuplaaminen



Matkailijakeskeisyys

- Kansallisen yhteistyön ja toiminnan järjestäytyminen niin, että se tukee TEM:in matkailustrategian päätavoitetta **matkailuviennin tuplaamista** tehostamalla tiedon jakamista ja parhaiden käytänteiden hyödyntämistä
- Huomioida, että yhteistyömalli tukee myös kestävästä kasvusta
- Strategisten vaikutusten huomiointi, jotka syntyvät Visit Finlandin toimintojen jakautumisesta eri hallinnon aloille, sekä julkisen panostuksen merkittävästä vähenemisestä

Vuoden 2024 yhteistyömalli

Teknisten kyvykkyyksien kehittäminen

- Investointi tietopalveluiden kehittämiseen RRF-rahoituksella
- Teknisen arkkitehtuurin rakentaminen matkailun ekosysteemiin
- Tietokantojen, osaamisen ja raportoinnin kehittäminen

Vuoden 2021 yhteistyömalli

Tavoitteet

Päätöksenteko ja toimenpiteet

Data, mittarit ja oivallukset

