

Kanavavalinnat osana yrityksen kasvustrategiaa

Visit Finland // Helsinki 21.5.2024

Leevi Parsama // Digital Commerce Specialist

Snowball.
Growth Partners

1

agenda

- Kasvustrategia – Miksi?
 - Kaikilla pitää olla joku strategia
 - Strategia on tiekartta ja tekemistä
- Kanavavalinnat
 - Digitaalisen kaupan kanavat
 - Matkailun kanavat, tunnista kaikki muuttujat
 - Tunne asiakkaasi, optimoi täyttöaste ja kate
 - Hyvä sisältö auttaa paljon
- Investoi osaamisen kasvattamiseen
 - Käsipareja tai palveluita
 - Tähtää korkealle



2

Esiintyjä tutuksi

Leevi Parsama // Digitaalisen kaupan asiantuntija // Hallitusammattilainen
Snowball Growth Partners // tel. +358 - 40 - 528 9001 // leevi@snowballgrowthpartners.com // [in](#) [x](#)

Hallituksen jäsenenä ollut mukana tekemässä mm. näiden yritysten strategioita:



Asiantuntijana osallistunut lisäksi mm. näiden yritysten strategiatyöhön:



Snowball.
Growth Partners

3

Miksi kasvustrategia?



Vähintään kaksi keskeistä syytä.

Snowball.
Growth Partners

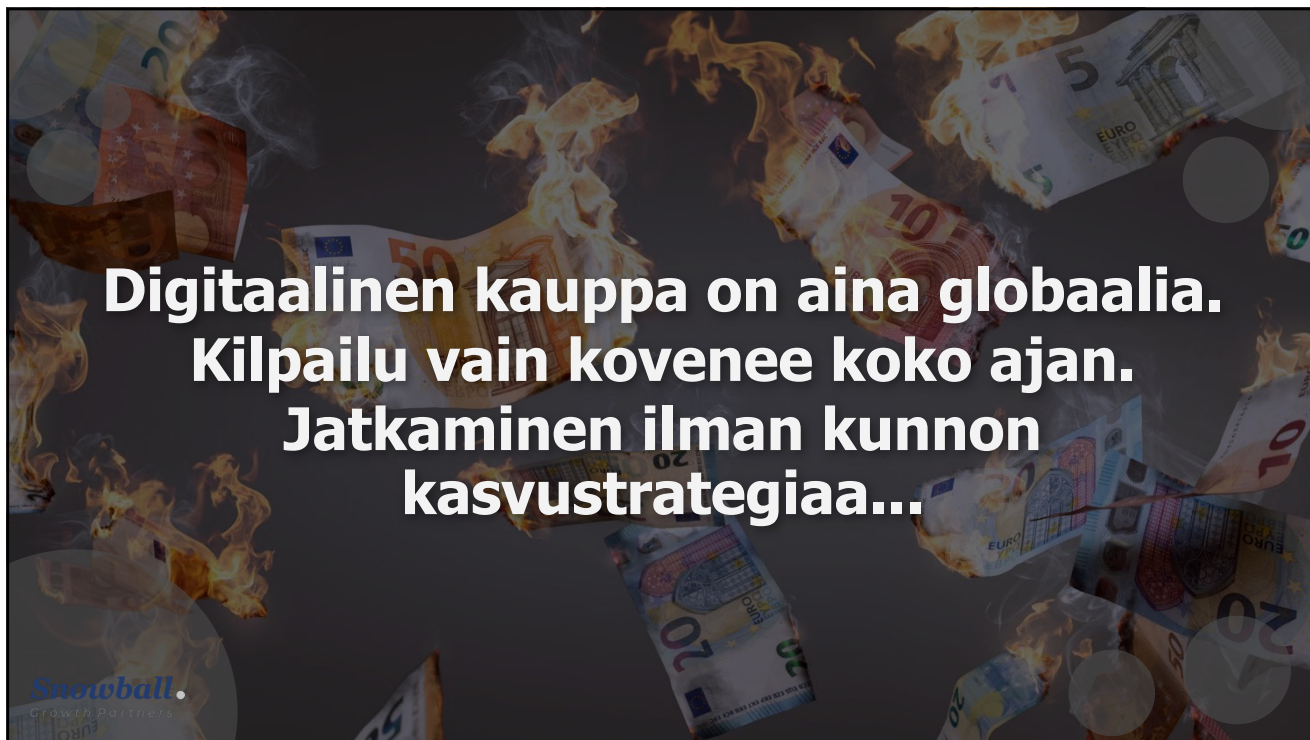
4



5



6



7



8

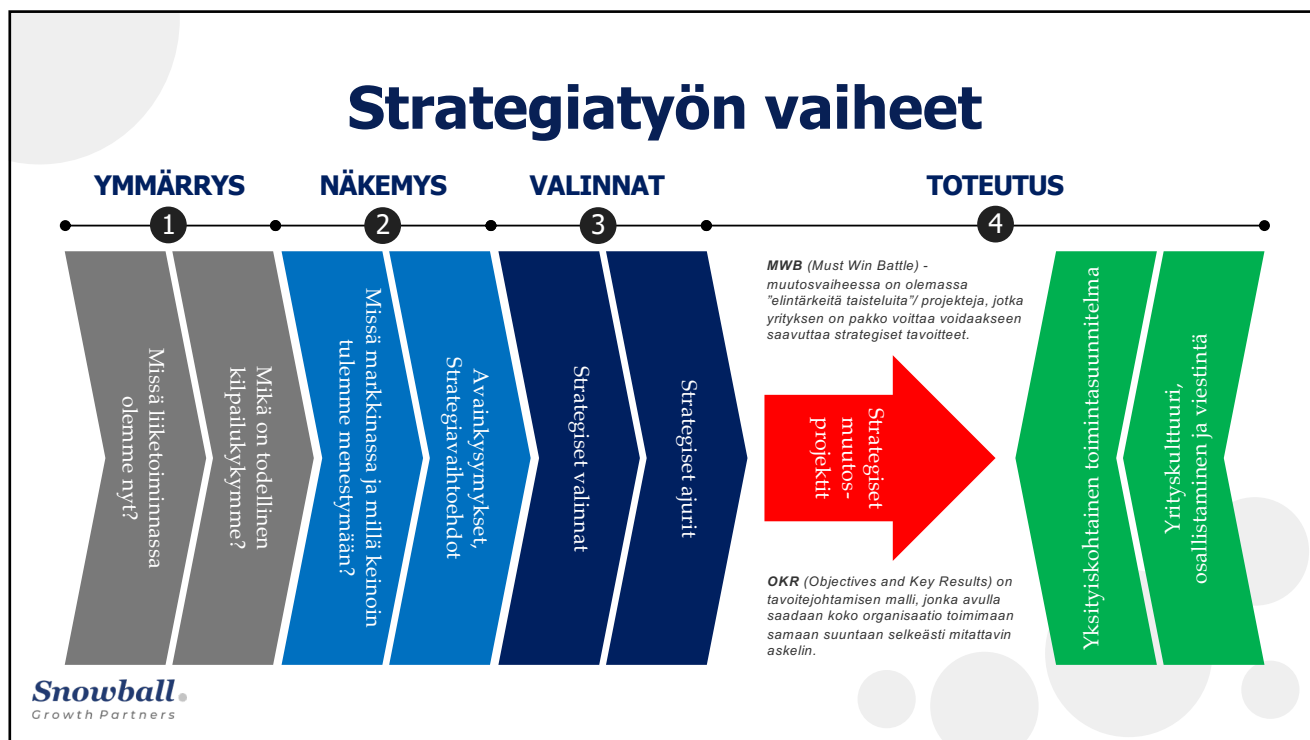
Kaikilla pitää olla vähintään tiekartta



"Hope is not a strategy."

Snowball.
Growth Partners

9



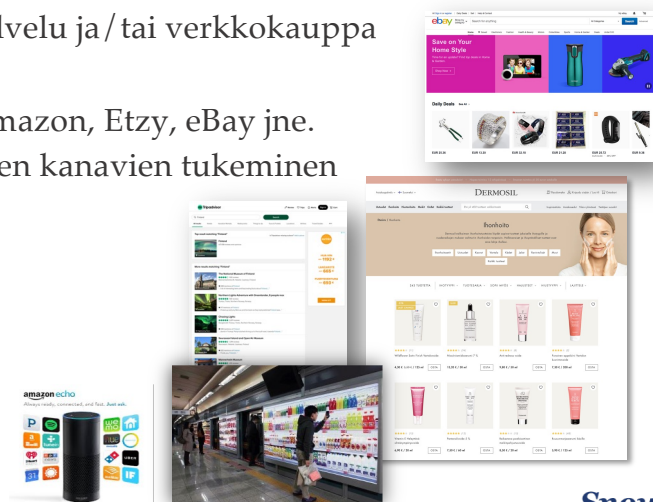
10

Kanavavalinnat

11

Digitaalisen kaupan kanavastrategia

- Oma B2C digitaalinen palvelu ja / tai verkkokauppa
- Oma B2B alusta
- Markkinapaikat, esim. Amazon, Etzy, eBay jne.
- Jälleenmyyjien digitaalisten kanavien tukeminen
- Fyysiset myymälät
- Showroomit & Pop-up:t
- Social selling
- Live Commerce
- Jne.



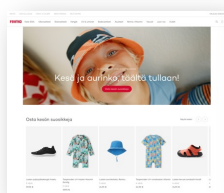
Snowball
Growth Partners

12

Voittava monikanavastrategia

reima

10 vuotta sitten "suomalainen lasten vaate"



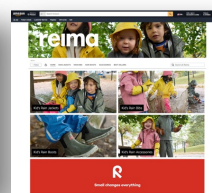
www.reima.com
35 eri kielellä



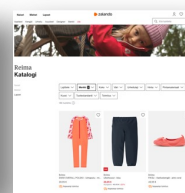
5 omaa brändimyymälää
6 outlet-myymälää
Suomessa



Omat myymälät Kiinassa
Jälleenmyyjiä ympäri
maailmaa

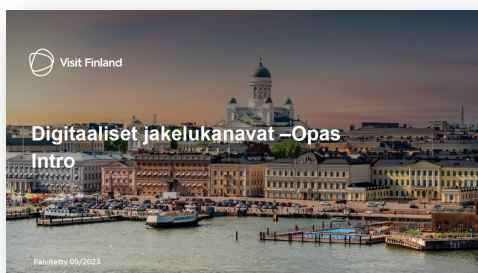


Kaikki kansainväliset isot markkinapaikat.



Snowball
Growth Partners

Matkailun kanavat



Kanavahallinta: Majoitustoimijoille on tarjolla monia kanavahallintaratkaisuja

Kanavahallinta (channel manager)

- Kanavahallintajärjestelmän avulla majoituspalvelujen tarjoajat voivat hallita inventaariaan eri digitaalisissa jakelukanavissa
- Varausjärjestelmä (Property Management System, PMS) on välttämätöntä kanavahallintajärjestelmän
- Kanavahallintajärjestelmässä on integroitua omistajien OTA-kampanjoita, aggregaattorien/wholesalein ja GDS-järjestelmän
- Tyypillisesti kanavahallintajärjestelmässä on yhteydet soveltiin eri jakelukanaviin

Kanavahallintajärjestelmien mm.:

- Sisäiset
- Best reviews from boutiques, resorts, city center hotel
- MyHotelier (Cloudbeds)
- Best reviews from boutiques, hotels, vacation rental
- Hotels.com (Hotels.com)
- Best reviews from branded hotels, city center hotels

Miten kanavahallinta toimii

```

    graph TD
      PMS[Property Management System (PMS)] --> CM[Kanavahallinta]
      CM --> CM
  
```

Varausjärjestelmät / Marketplace

- Useat varausjärjestelmät mahdollistavat tuotteiden jakamisen moniin eri myynti- ja jakelukanaviin
- Varausjärjestelmässä on oltava joko suora integraatio jakelukanaviin, tai integroitu kanavahallintajärjestelmään, jolloin voi kanavahallintaa kautta jakaa tuotteita eri jakelukanavissa
- Esimerkkeinä: Expedia voi toimia myös kanavahallintana, kuten myös Booking Marketplace, joka mahdollistaa jakaa monin eri kanavilla

Vendor examples:

- Fairfield Inn
Rating of 4.8/5
- Bookan (used only in Finland)
Rating of 4.7/5
- Checkland
Rating of 4.5/5
- Ajaku (used only in Finland)

Miten kanavahallinta toimii

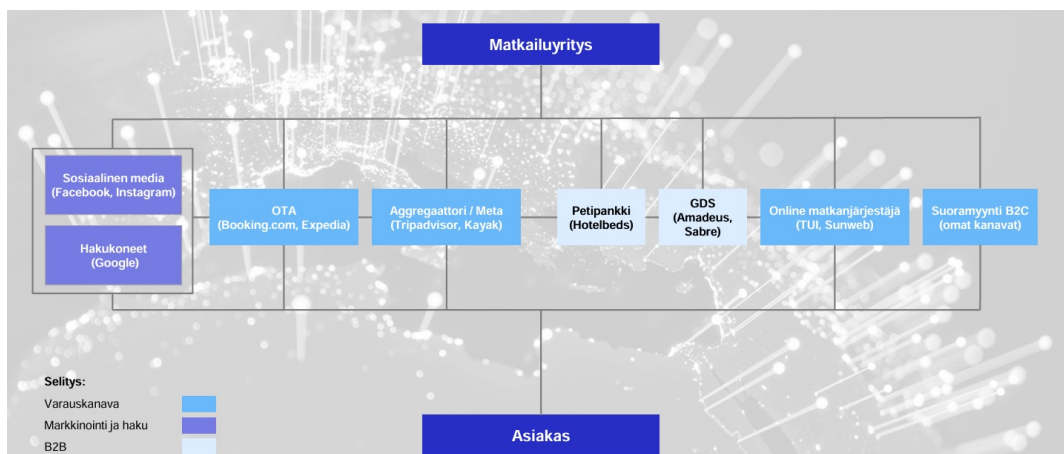
```

    graph TD
      EA[Elämys&aktiiviteetti] --> VJ[Varausjärjestelmä / Marketplace]
      VJ --> DJ[Digitaalinen jakelukanava]
      DJ --> OTA[OTA]
      DJ --> AG[Aggregaattori / Wholesaler]
      DJ --> TR[Travel Retailer]
      DJ --> DR[Direct retailing]
  
```

<https://www.visitfinland.fi/ajankohtaista/tapahtumat/2024/digitaaliset-jakelukanavat-valmennuspaiva>

Snowball
Growth Partners

Matkailun kanavat



Visit Finland
Source: Simon-Kucher

HUOM! Tässä oppaassa on tarkasteltu ainoastaan digitaalisia jakelukanavia, mukana ei ole perinteinen matkanjärjestäjämyynti

3

Snowball
Growth Partners

15

Matkailun kanavat



Digitaaliset kanavat						
Sosiaalinen media	Hakukoneet	OTA:t	Aggregaattorit /meta	Petipankit	Global Distribution System (GDS)	Online-matkanjärjestäjät
<ul style="list-style-type: none"> Markkinointiin, tunnettuuden ja kysynnän kasvattamiseen Tavoittavat isoja yleisöjä Maksullisia näkyvyysvaihtoehtoja ja kohdennusmahdollisuuksia 	<ul style="list-style-type: none"> Markkinointiin, tunnettuuden ja kysynnän kasvattamiseen Google toimii myös konversiokanavana Hakukoneet ovat olennainen osa tiedonhakuja ja vertailua, tärkeä kohteiden tunnettuuden ja esittelyn kannalta 	<ul style="list-style-type: none"> Online-matkoitimet toimivat konversiokanavana sekä yksittäisille matkatoimille, että – paketeille Toimii ns. katalogina kohteen tarjonnalle Näkyvyyttä OTA-kanavissa voi parantaa erilaisilla maksullisilla lisänäkyvyystuotteilla 	<ul style="list-style-type: none"> Kokoavat eri kanavista tuotteita ja paketteja Helppo vertailla tuotteita ja hintoja Lisää näkyvyyttä ja löydettävyyttä Ohjaa varauksia aggregaattoreilta OTA-toimijoille ja yrityksiin omin kanaviin 	<ul style="list-style-type: none"> B2B Petipankit toimivat ns. tukkurina - ostavat inventaaria suurissa erissä ja jakelevat edelleen esim. matkanjärjestäjille, lentoyhtiöille Laajat jakeluverkostot, kuten Hotelbeds, johon kuuluu yli 180 000 hotelia ja yli 50 000 matkatoimistoa 	<ul style="list-style-type: none"> B2B Varausjärjestelmätyökalu, jonka avulla matkatoimistot voivat vertailla ja varata eri toimittajien tuotteita 	<ul style="list-style-type: none"> Tarjoavat erilaisia matkapaketteja varattavaksi online
Esim. <ul style="list-style-type: none"> YouTube Facebook Instagram 	<ul style="list-style-type: none"> Google DuckDuckGo Bing 	<ul style="list-style-type: none"> Booking.com Airbnb Expedia 	<ul style="list-style-type: none"> Tripadvisor Kayak Skyscanner 	<ul style="list-style-type: none"> Hotelbeds Travco WebBeds 	<ul style="list-style-type: none"> Amadeus Sabre Travelport 	<ul style="list-style-type: none"> TUI Sunweb DER Touristik

Snowball
Growth Partners

16

Kanavavalintaan vaikuttavat tekijät

- Kaupallinen kannattavuus eri aikaväleillä: volyymi X katerakenne
- Asiakkuuden omistajuus ja sen aito hyödyntäminen
- Digitaalisen liiketoiminnan osaamispääoman karttuminen
- Vastuu ja kustannukset asiakashankinnasta
- Kaupallinen ketteruus, kyky reagoida 24/7
- Mahdollisuus johtaa ja hallita brändiä
- Maksutapojen, logistiikan ja asiakaspalvelun toteutustapa
- Taustajärjestelmien yhteensopivuus ja automatisointi, mm. tuotetieto
- Jne.

Snowball.
Growth Partners

17

Asiakasymmärrys



Ketkä ovat sinulle parhaita asiakkaita? Mitkä viestit heitä puhuttelevat? Mistä kanavista heidät tavoitat?
 Profilointi, segmentointi, CAC eli asiakashankinnan kustannus, Customer Lifetime Value jne.
 = optimoi täyttöaste ja kate

Snowball.
Growth Partners

18

Hyvä sisältö – kaksi syytä



The diagram illustrates various SEO components: WEB, ANALYSIS, SITE ARCHITECTURE, ONPAGE OFFPAGE, CONTENT, Search Engine Optimization, TRAFFIC, RANKING, INDEXING KEYWORDS, and BACKLINKS.

Snowball
Growth Partners

19



VIBAE DESIGN FROM FINLAND

THE MOST COMFORTABLE SHOES IN THE WORLD

TEKUITI Shearing Chestnut Brown

275,00 €

Size	26	27	28	29	30	31	32
Available	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

OUR STORY

VIBAE. A global company of friends and family with good vibes!

VIBAE is a "big small" startup company. Our mission and values are big, but our management team is a tight-knit group of five friends. The VIBAE team consists of Tarmy and Ludo from Sweden, Hanna, Mikko, and Hanna from Finland.

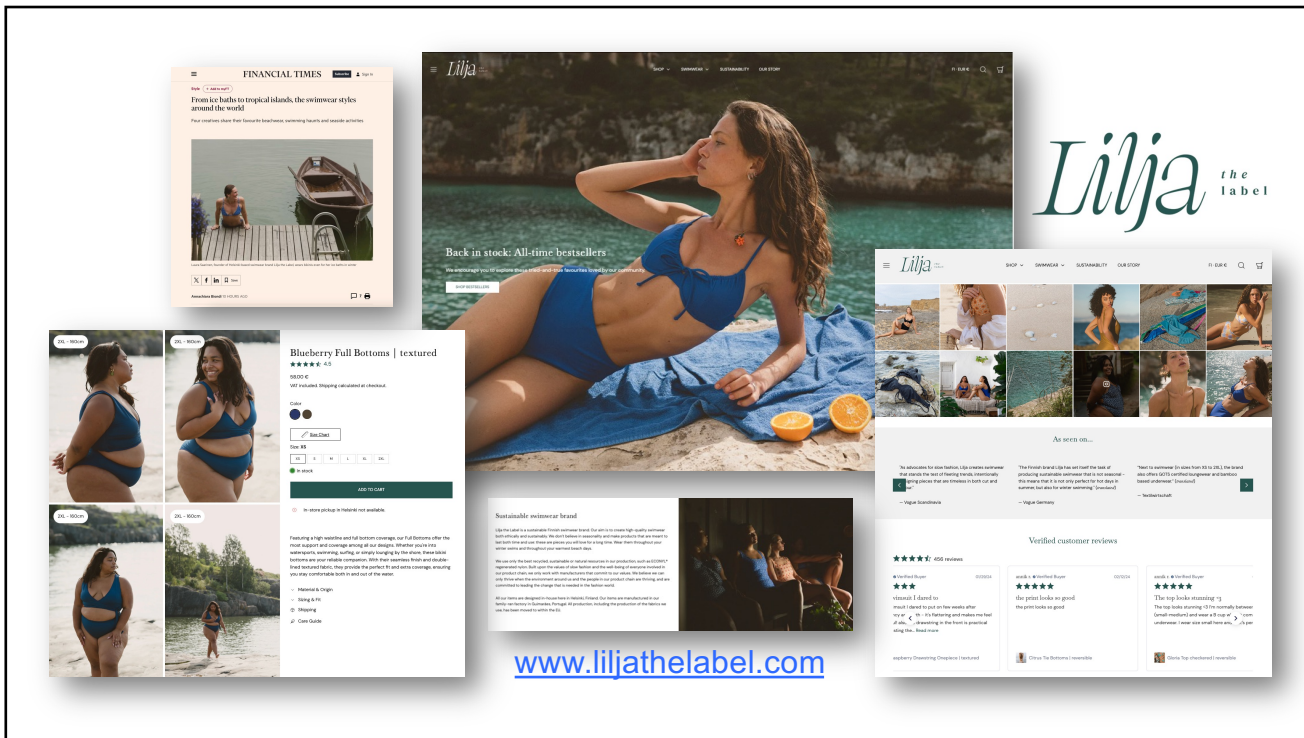
Yes, know what you are thinking... hot and cold? They must complement each other. Well, we did VIBAE means vibe in the Finnish language; we are all about the good vibes! Tarmy and Ludo have been in the footwear industry since 1991. Mikko and Hanna are serial entrepreneurs, and Hanna has a long international career in international business.

The idea of VIBAE was born in a camper van trip across Finland. We hiked the tallest mountains, Saana, amidst a snow blizzard; we mountaineered glaciers bordering Norway, climbed towers into Sweden, and discovered the many rural adventure sources along the way. The snow was always followed by an icy cold plunge into the ocean, hot and cold, remember?

Ludo is an industrial designer with tons of experience. He is known as the "horse dog" meaning the shoes he wears on the feet are his way of connecting with humanity. As the first sketches of VIBAE were drawn, we knew he was onto something. Our friends shared this belief. They were willing to invest their money in us, so we had to give it a go!

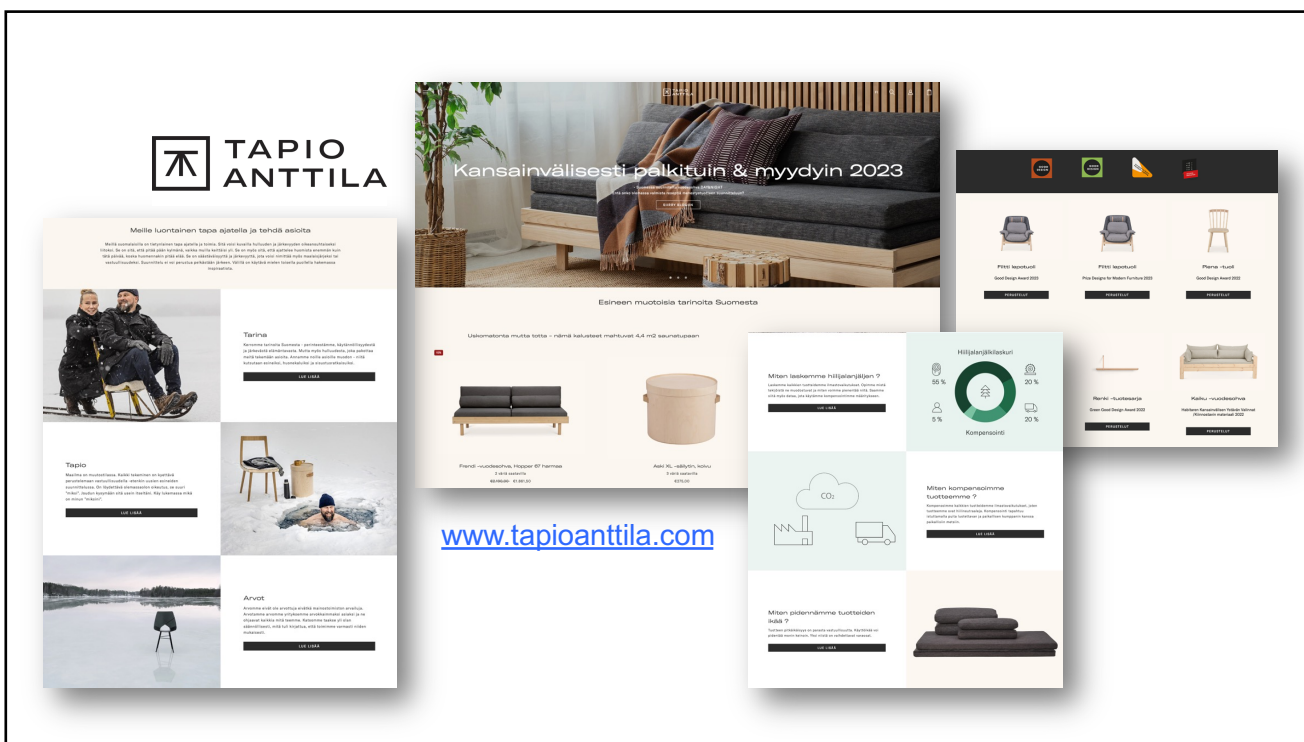
www.vibae.com

20



www.liljathelabel.com

21



22



23

Yksi osaava tekijä voi muuttaa kaiken

- Jaettu resurssi?



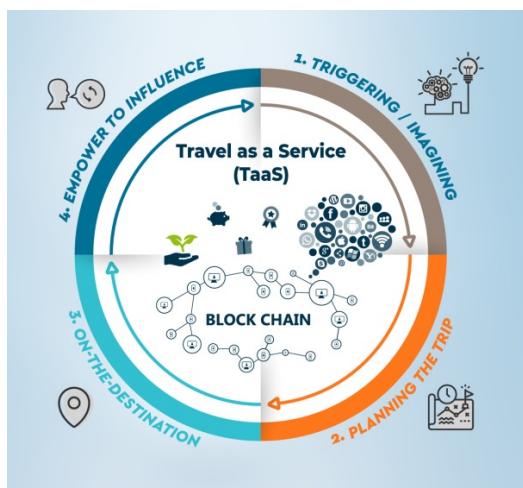
"Diginatiivi nuori"

- Digitaalisuus kuuluu tämän päivän johtamiseen
- Pakottaudu epämukavuusalueelle
- Etsi tietoa verkosta
- Kouluttaudu
- Vertaissparraus
- Jne.

Snowball.
Growth Partners

24

Yhteinen palvelukeskus?



- Ota-kanavien buukkaus- ja hoitotoimisto?
- Digitaalisen markkinoinnin palvelukeskus
- Laadukas sisällöntuotanto
- Jne.



Snowball
Growth Partners

25



26



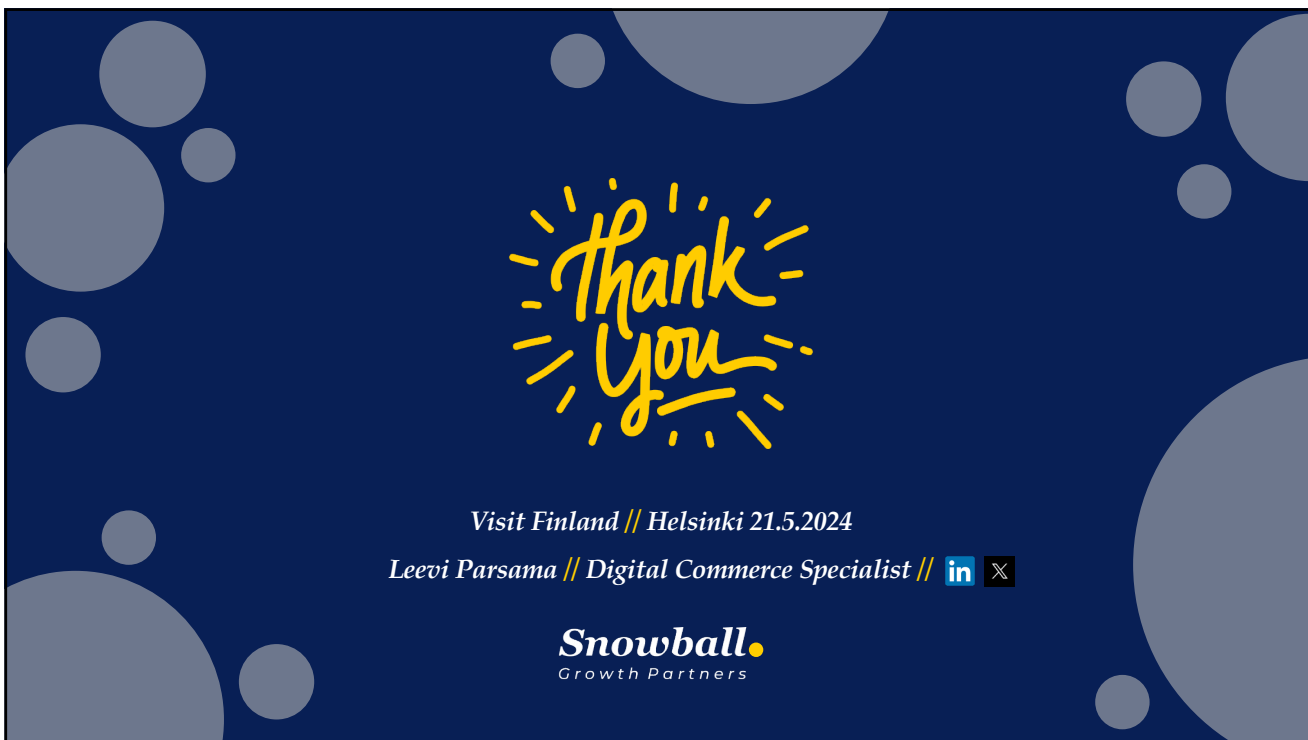
27



28



29



30