



Nouseva Rannikkoseutu



KOULUTUSPÄIVÄN MUISTIO – TARINASTA... TUOTTEEKSI

Aika: la 11.2.2017 klo 9.00 – 15.30

Paikka: Törmälän tila, Siikajoki (<http://www.tormalantila.fi/>)

Asiat:

1. Tutustumisharjoitus (dia 2) eli verkostoituminen x 3

Millaista verkostoitumista / yhteistyötä toivot?

- pienten hankkeiden yhteistyötä käsityöläisyyden merkeissä
- lähiseutujen polkuverkostojen yhteismarkkinointi
- opiskelijoiden hyödyntäminen (opinnäytetyöt, asiakastytyväisyystudkimukset, erilaiset analyysit, testaaaja...)
- tarjoan teknisiä varusteita nuotiopaikoille
- Suomi100 teeman hyödyntäminen
- kylien yhteiset hankkeet (Leader)
- hyvien ideoiden / toimintatapojen levittäminen
- opaskoulutus liikennöitsijöille

2. Harjoitus 1 (dia 14):

Kirjaa paperille joku sellainen asiakaskohderyhmä, jota olet ajatellut ryhtyväsi tavoittelemaan

Case 1: pilkkijät

- pääsiäislauantaina iltapilkkikilpailut
- ei varsinaista kilpailua ilta-aikaan
- alueena Pohjois-Pohjanmaa
- tavoite: saada 50 pilkkijää mukaan (kohderyhmän laajuus?)
- **Pohjois-Pohjanmaan kalakalenteri**, Facebook, kylän kotisivut, vapaa-ajankalastajien paikallisosastot
- budjetti: osallistumismaksu 8 e / hlö
- kohderyhmälle tärkeää: tunnelma, me-henki

HUOM! Miten hyödynnätte toiset, päivällä järjestettävät tapahtumat markkinointimielessä?

Case 2: hautakivien oikaisu

- kohderyhmä omaiset
- omaiset ympäri Suomen → miten tavoitamme heidät?
- kotisivuilla
- seurakunnan kotisivuilla?
- hinnoittelu 120 e / kivi

- kylän ainoa toimija, potentiaalia n. 400 – 500 kiveä, nyt tehty n. 4-5 kiven oikaisu

Ideoita:

Hautausmaan siivouspäivänä, jouluna ja pyhäinpäivänä haudoille tuleville henkilökohtainen markkinointi + esitteen jakaminen!
Sukuseurojen hyödyntäminen: <http://www.genealogia.fi/sukuseurat>
Seurakunnalla hoidossa olevien hautojen osalta tarjous yhteistyössä seurakunnan kanssa
Seurakuntaviestiin tai Rauhantervehdykseen ilmoitus

3. Yhteistä keskustelua:

SUOSITTELU! ÄLÄ UNOHDA TÄTÄ!

HUOM! Aina kun suunnittelette mitä tahansa uutta tuotetta / palvelua, käyttäkää dian 19 matkailutuotteen suunnitteluprosessin kuvausta apunanne!

Kertokaa saamastanne palautteesta ja sen perusteella tehdyistä toimenpiteistä!

Sosiaalisessa mediassa tärkeää EI ole se, että ME jaamme innokkaasti, aktiivisesti ja paljon päivityksiä VAAN se, että saamme asiakkaat tekemään sen puolestamme!
HAASTE! Tehkää suosittelenin asiakkaille helpoksi!

Mikä on teidän kylänne / Sinun yrityksesi tunniste = hashtag (#) sosiaalisessa mediassa?

Hinnoittelun haaste (dia 21): paljonko palvelun / tuotteen tuottaminen maksaa minulle / meille?

Jouni laita testauslomake mukaan aineistoon! Samoin Mystery Shopping tuotekortti

Huom! Puhelu asiakkaalle: kerro, miten Sinusta / tarjoamastasi tuotteesta voisi olla apua asiakkaalle!

4. Dia 30: palveluprosessin kuvaus tai *asiakkaan polku!*

Ottakaa kaikki palvelussa mukana olevat toimijat (käyntikohde, opas, lounaspaikka, bussifirma) mukaan suunnittelemaan palvelutuotetta! Tämä sitouttaa valtavan hyvin!

Kriittiset kohdat:

- mitä tietoja tarvitsen asiakkailta, jotta palvelu onnistuu
- mitä tietoja muut mukana olevat tarvitsevat, jotta palvelu onnistuu
- mahdolliset muut tärkeät (asiakkaan terveydentila, ruokavaliot, aikataulut) seikat tai tiedot, joita tarvitsemme asiakkailta

- kuvauksen avulla selviää myös turvallisuuteen liittyvät tärkeät asiat ja sen perusteella teet helposti **turvallisuussuunnitelman!** Tämän avulla varmistat myös tuotteen / palvelun laatua (jos esim. sairastut, voit antaa kuvauksen tuuraajalle!)
- huomioi palvelun hinnoittelussa myös ennen palvelutapahtumaa (ruokatarvikkeet, järjestely- / valmistelutyö, varusteet, eväspaketti jne.) ja sen jälkeen olevat asiat (huolto, täydentäminen, siivous, muut mahdolliset jälkitoimenpiteet) = muunna ajankäyttö rahaksi ja laske se asiakkaan maksamaan palvelun hintaan mukaan. Esimerkkিতuntihinta **30 e / h** (mieti sotu ja alv)

5. Yhteistä keskustelua:

Tienvarsiopastus: <https://www.ely-keskus.fi/web/ely/opasteet#.WJ8AeTuLQ2w>
(Jos Sinulla on kysyttävää omien opasteidesi osalta, kannattaa olla ensimmäisenä yhteydessä yrityksen sijaintikuntaan!)

Esimerkkipaketti pitkäkestoisesta matkasta Finnaturelta! Amazing Hokkaido, Japan:
<http://finnature-com.w3b.fi/files/2016/05/Amazing-Hokkaido-Japan-2017.pdf>

Maaseutumatkailun varausehdot!

http://ruralfinland.karelia.fi/images/Tiedostot/Sopimusehdot/Maaseutumatkoja_koskevat_sopimusehdot_2011.pdf

Tuotekortti / aitojamakuja (= tuotetuote):

http://www.aitojamakuja.fi/tuotekortti/Tuotekortti_3011_2015_esimerkit.pdf

Muita kehittämiseen liittyviä työkaluja matkailualalle:

<http://ruralfinland.karelia.fi/tyoekalut>

6. Harjoitus 3 (dia 36)

Tee edellisessä harjoituksessa tehdystä (tai jostain muusta haluamastasi) tuotteesta / palvelusta tuotekortti / palvelu- / tuotekuvaus Lomalaitumen tuotekorttipohjan mukaan

Turvallisuusasiakirja: vuosittain läpikäynti pelastusviranomaisten kanssa. Nimettävä turvallisuuspäällikkö ja varapäällikkö. Näitä voi pohtia myös tiiminä! Pari esimerkkiä:

- tapahtuman turvallisuussuunnitelma / Partiolaiset:
<http://toiminta.partio.fi/dokumentit/turvallisuussuunnitelma-tapahtumalle-pohja>
- Tärppimatkat Oy:n turvallisuussuunnitelma: <http://www.tarppimatkat.fi/wp-content/uploads/2014/12/turvallisuusasiakirja.pdf>

Metsäkeskuksen ohjeistus liiketoimintaa harjoittaville tahoille + viranomaiselle hoidon ja kunnossapidon suunnitelma

Tuottaja: kuka kokoaa palvelut ja tuotteet esim. jonkin kylän osalta? Kuka ne myy?

Hinnoittelu: tämä on saatava kohdille aika lailla heti!

Muistion vakuudeksi,



Jouni Ortju

