

# Mikä ihmeen incoming-toimisto?



Miten incoming-toimisto toimii ja mitä  
matkailuyritysten tulisi ottaa huomioon

Leena Tervakorpi  
Saarikoski Travels  
Tampere 1.4.2019



# TEHTÄVÄT JA ASIAKAS

- ▶ Incoming-toimiston tehtävänä on järjestää maahan tulevien ryhmien / indisten palvelut paikallisesti. Toimiston vastuu alkaa yleensä siitä, kun maahan on saavuttu.
- ▶ Asiakas saa valmiiksi suunnitellun ja aikataulutetun ohjelman ja sille hinnan. Yksittäisten toimijoiden hintoja ei näytetä erikseen, ellei kyse ole lisäpalvelusta.
- ▶ Incoming-toimiston asiakas on useimmiten ulkomailla toimiva matkatoimisto tai/ja matkanjärjestäjä. Joskus toimitaan myös suoraan yritysasiakkaiden, yhdistysten tai jopa yksityisten henkilöiden kanssa.

Indis = yksittäismatkailija, 1-9 hlöä

# AIKATAULUT

- Esitematkat lyödään lukkoon jo 1 – 1,5 v ennen matkan ajankohtaa
- Hintojen ja pääosin aikataulujenkin pitää silloin olla sitovia 1-2 vuoden päähän
- Kuluton peruutus pitäisi olla kuitenkin 1-2 kk ennen matkaa
- Laskutus joko 30-0 vrk ennen matkaa tai heti matkan jälkeen
- Ad hoc -ryhmien tarjoukset ja varaukset tehdään yleensä n.12-6 kk ennen matkaa
- Kuluton peruutus 1-2 kk ennen matkaa
- Osittaiset ennakkomaksut 2-3 kk ennen matkaa ok, jos perusteltua
- Laskutus joko 30-0 vrk ennen matkaa tai heti matkan jälkeen

Esimerkki: Neuvottelu ITB:ssä maaliskuun 2019 alussa – tarjous maaliskuun lopussa – työstövaihe huhtikuussa – päätös touko-kesäkuussa – esite painoon heinä-elokuussa – varaukset tammi – huhtikuussa 2020 – dead line huhti - toukokuussa – matkan toteutus kesä-heinäkuussa 2020....



# FAKTAT

- ▶ Faktojen pitää selvitä myyjälle helposti, koska joka paikassa ei ole voinut itse käydä
- ▶ Majoituksessa huoneiden määrä ratkaisevampi kuin petien määrä
- ▶ Onko huoneissa omat wc:t? Suihkut?
- ▶ Kuuluuko aamiainen? Sauna? Pyyhkeet?
- ▶ Onko erilliset vuoteet vai parisänky?
- ▶ Saako lisävuoteita? Mitä maksaa?
- ▶ Montako saunaan mahtuu?
- ▶ Onko erilliset pukuhuoneet/suihkuhuone/löylyhuone?

Useimmiten ongelma ei ole itse tuote vaan se, ettei siitä saa tarpeeksi tietoa.

# KUVAT & KUVAUKSET

- ▶ Kuvia ja kuvailuja tarvitaan asiakkaalle
- ▶ Hyvälaatuiset kuvat ja lupa käyttää niitä
- ▶ Kuvien pitää olla todenmukaisia ja ajan tasalla
- ▶ Varaudu kuvailemaan asioita incoming-toimistolle enemmän kuin nettisivuilla haluat kuvailla
- ▶ Onko kodalle/laavulle pitkä matka? 300 m? 2 km? 10 min? Polkua? Hiekkatietä? Pitkospuita? Onko valoja? Opasteita? Näkyykö asutusta? Onko sateensuojaa? Mahtuuko kaikki mahdolliseen sisätilaan? Montako mahtuu mukavasti? Onko kaikille istumapaikka?

# HINTAPOLITIikka

- Kaikki tavoitteena tehdä tulosta
- Matkailuyrittäjä haluaa kannattavaa liiketoimintaa
- Incoming-toimisto, kate 10-30%
- asiakkaana oleva ulkomainen matkatoimisto, kate 20-30%
- Loppuasiakas kuitenkin näkee vain paketin yhteishinnan
- Verolliset hinnat

## Hinnoittelun helminauha

- Kiertomatalla olevan saksalaisen turistin matkavuorokausi voi maksaa n. 100-140 e
- Lappiin revontulimatalle suuntaavan aasialaisen matkavuorokausi voi maksaa 300-500 e
- Siihen on sisällyttävä majoitus, ruokailut, opastus, kuljetukset, sisäänpääsymaksut, elämykset ja verot

Eri tyyppisillä matkoilla olevilla asiakkailla on erilaiset budjetit



# KIELIPOLIITIKKA

- Incoming -toimiston asiakkaat ovat ulkomaisia, eivätkä läheskään aina tyydy englannin kieleen
- Millä kielillä palvelusi on varmasti saatavilla? Onnistuuko koko ohjelma vieraalla kielellä?
- Millä kielillä se ehkä voidaan toteuttaa erikseen suunnitellusti?
- Huomioi myös mahdolliset muut ohjeistukset ryhmän kielellä, jos ne ovat oleellisia ohjelman/vierailun onnistumisen kannalta
- -ruoka/juomalista jos tarkoitus tilata itse jotain
- Saunaohjeet
- Huoneohjeet
- Vierailukohteen opastukset
- Kuulutukset

Älä lupaa liikoja – ole realistisi!

Pelkkä netti / "äppi" ei aina riitä!



# KYSYMYKSIÄ?

(riittää...)

## KIITOS