

Digitrack-hanke

Digitaalisen asiakaspolun kehittäminen Tampereen
seudun matkailuun



Digitrack: tarve ja tavoitteet

Aikataulu: 1.11.2020-31.12.2021, yritykset saatiin mukaan maaliskuusta 2021 alkaen

Toteuttajat: Visit Tampere yhteistyössä valittujen kumppaniyritysten ja konsulttien/sparraajien kanssa

Tarve ja keskeiset tavoitteet:

- Seudun matkailuyritysten tuotteita haluttiin saada entistä kattavammin myyntiin digitaalisiin kanaviin
- Hankkeessa keskityttiin Visit Tampereen kumppaniyrityksiin, joilta pyrittiin saamaan digimyyntiin erityisesti yksittäisiä KV kongressi- ja tapahtumakävijöitä kiinnostavia (oheis)tuotteita
- Tavoitteena oli noin 30 kumppaniyrityksen konsultointi ja tarjonnan tuotteistaminen digikanaviin
- Panostettiin KV-kriteerit täyttäviin vastuullisiin tuotteisiin (esim. STF-merkki), tuoteteemoina mm. kestävä kaupunkikulttuuri ja elämykset, Sauna Capital sekä järvet ja luontomatkailu Tampere.Finland-brändin ja matkailustrategian mukaisesti



Digitrack-hanke pähkinänkuoressa

– Mitä, kenelle ja miten?

Yksittäisille KV-matkailijoille tarkoitetut tuotteet tarjolle digitaalisille myyntialustoille (Bókun ja Johku)

Toimenpiteitä kohdentuen n. 30
Visit Tampereen
kumppaniyrittäjien

Yrityskohtainen konsultointi –
Bókun- ja Johku-asiantuntijat
sparraamassa

Datan hyödyntäminen
liiketoiminnan kehittämisessä

Markkinoinnin
kehittäminen

Yritykset mukaan
03/2021 – projekti
päättyi 12/2021

Painotus KV-
kriteerit täyttävissä
vastuullisissa
tuotteissa

Alustoina
ensisijaisesti Bókun
ja Johku

Tuotteistamisen
käsikirja yrityksen
tueksi

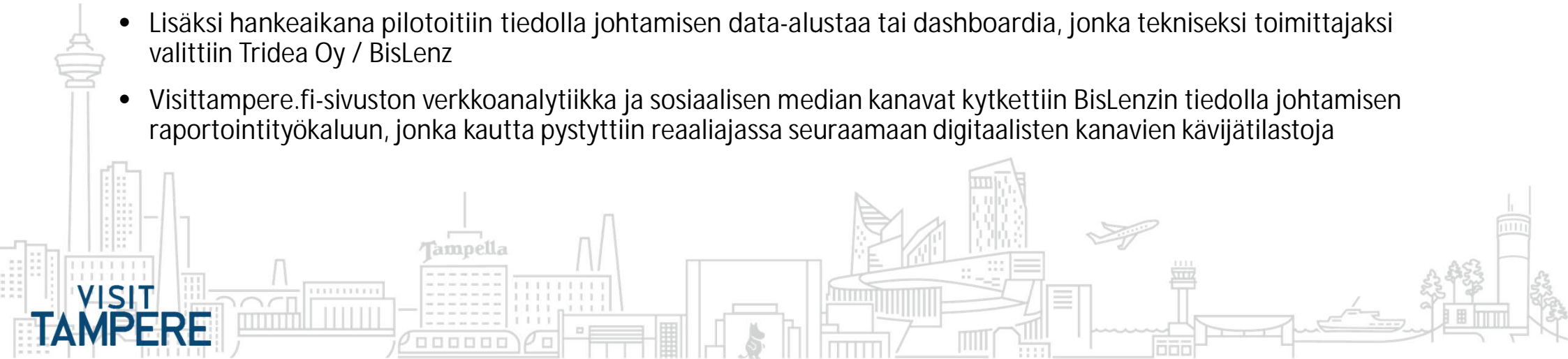
Datarpeiden
kartoitus yhdessä
konsulttien kanssa

Pilottina yhteisen
alueellisen alustan
käyttöönotto
myynnin ja
markkinoinnin
edistämiseksi

Helposti toistettava
malli, joka voidaan
suunnata eri
kongressien ja
tapahtumien
osallistujille

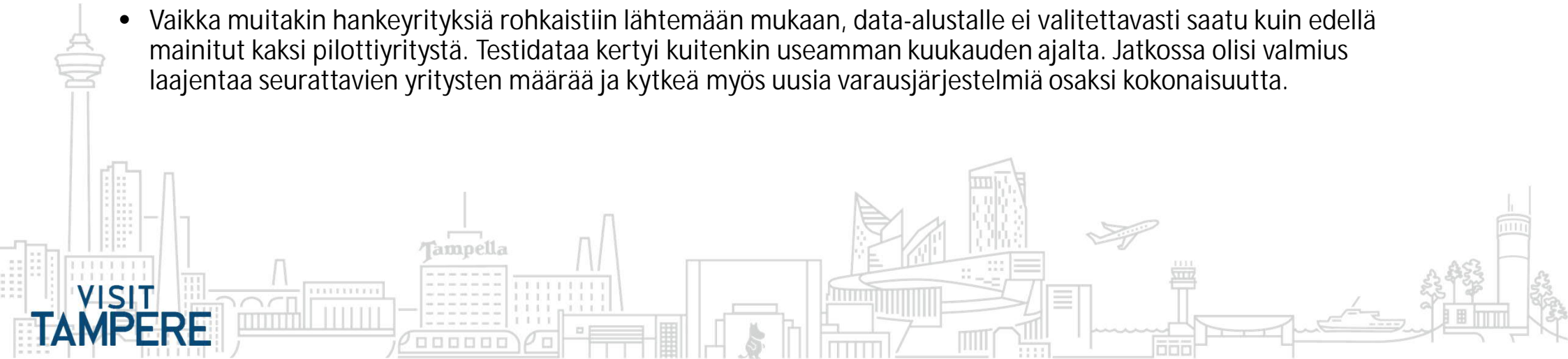
Digitrack: keskeiset tulokset

- Projektin aikana kontaktoitiin ja pyrittiin osallistamaan eri tavoin yhteensä 71 yritystä
- Yli 30 yritystä ilmoitti olevansa kiinnostunut sparrauksesta, mutta projektin edetessä osa jättäytyi esim. tavoitettavuus- tai aikatauluongelmien vuoksi pois
- Lopulta sparrausta sai 21 yritystä, joihin oltiin yhteydessä sekä puhelimitse että videotapaamisin sparraajien Johanna Koski / Elämys Group ja Ilkka Lariola / Natura Viva kanssa
- Hankkeen loppuvaiheessa koostettiin myös digitaalisen tuotteistamisen käsikirja alueen kaikkien matkailutoimijoiden käyttöön -> tärkeää viedä prosessi loppuun tuotteistamistasolle asti
- Lisäksi hankeaikana pilotoitiin tiedolla johtamisen data-alustaa tai dashboardia, jonka tekniseksi toimittajaksi valittiin Tridea Oy / BisLenz
- Visittampere.fi-sivuston verkkoanalytiikka ja sosiaalisen median kanavat kytkettiin BisLenzin tiedolla johtamisen raportointityökaluun, jonka kautta pystyttiin reaaliajassa seuraamaan digitaalisten kanavien kävijätilastoja



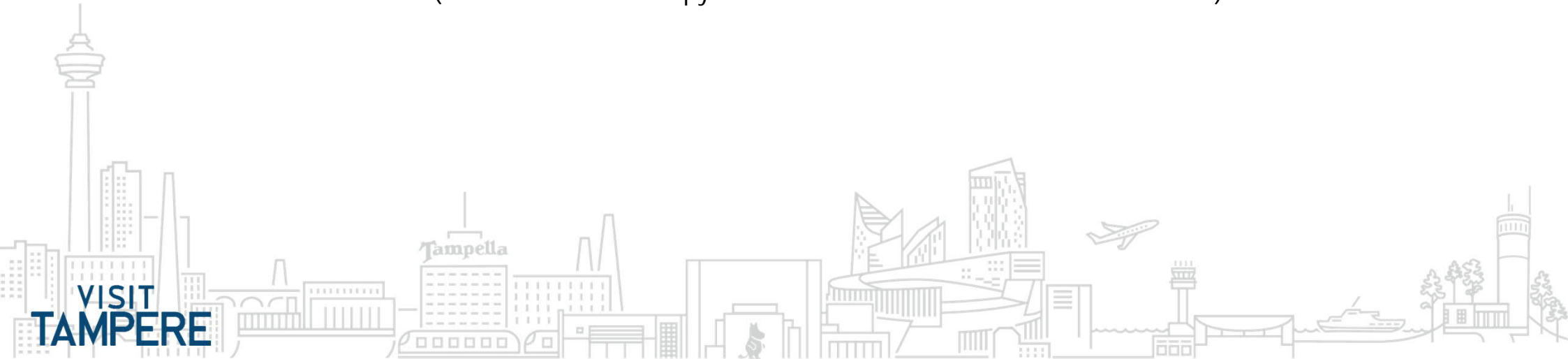
Digitrack: keskeiset tulokset

- Pilotointikohteiksi valikoituivat Serlachius-museot ja Unfold Finlayson, jotka olivat valmiita myös jakamaan omaa dataansa Visit Tampereen ja muiden verkostoyritysten kanssa. Pilottikohteista toinen hyödynsi Bökun- ja toinen Johku-varausjärjestelmää. Tällä tavoin saatiin pilotoitua valtakunnallisesti eniten levinneiden varausalustojen tiedonsiirtoa.
- Pilotointikohteiden varausjärjestelmistä siirretty myyntidata visualisoitiin Visit Tampereelle räätälöityyn Myyntiputki-näkymään. Näkymässä päivittyivät reaaliajassa Visit Tampereen markkinointikampanjoiden tulokset, joista linkitettiin visit tampere.fi-sivuston analytiikkaan sekä yksityiskohtaisemmin Osta verkosta -sivun analytiikkaan.
- Vaikka muitakin hankeyrityksiä rohkaistiin lähtemään mukaan, data-alustalle ei valitettavasti saatu kuin edellä mainitut kaksi pilottiyritystä. Testidataa kertyi kuitenkin useamman kuukauden ajalta. Jatkossa olisi valmius laajentaa seurattavien yritysten määrää ja kytkeä myös uusia varausjärjestelmiä osaksi kokonaisuutta.



Digitrack: keskeiset tulokset

- Hankkeen myötä syntyneet tuotteet tuodaan tarjolle Visit Tampereen Osta verkosta -sivulle Visit Tampereen kumppaniyritysten muiden online-ostettavien tuotteiden joukkoon. Osta verkosta -sivulta pääsee etenemään suoraan kunkin tuotteen ostosivulle, joka on Digitrackissa syntyneiden tuotteiden kohdalla joko Bókun- tai Johku-pohjainen.
- Osta verkosta -sivun tuotteet nostetaan myös Tampere.Finland-sovellukseen, jossa ne jaotellaan ostopolun helpottamiseksi peruskategorioiden mukaan ja näkyvät myös kartalla. Lisäksi voidaan tehdä näihin tuotteisiin kohdistuvia markkinointikampanjoita.
- TEM:n rahoittama hanke (Matkailuelinkeinon elpymistä edistävät kehittämishankkeet -rahoitus)



VISIT
TAMPERE

Lakeland Finland - teemaverkostohanke



Lakeland Finland

- Lokakuun 2021 alussa käynnistynyt viiden maakunnan yhteishanke on jatkoa vuodesta 2018 jatkuneelle läntisen Järvi-Suomen maakuntien yhteistyölle
- Verkostossa mukana ovat Tampereen kaupunki/Visit Tampere Oy, Visit Häme, Lahden Seutu – Lahti Region Oy (Visit Lahti), Jyväskylän kaupunki/Visit Jyväskylä Region ja Visit Karelia
- Maakuntien luontaiset vahvuudet – ruuhkattomuus ja turvallisissa olosuhteissa tuotetut vastuulliset matkailupalvelut halutaan tuoda myös yksittäisten kansainvälisten asiakkaiden saataville helposti (digitaalisuus)
- Hankkeessa toteutettavin toimenpitein voidaan vastata koronatilanteen aiheuttaman matkailukysynnän muutoksen tarpeeseen kehittämällä pk-yritysten tuotetarjontaa, matkailutuotteiden ostettavuutta ja digitaalista osaamista
- Hankkeen päätavoitteena on luoda verkostossa mukana olevista maakunnista ns. Smart Destination -kohde mm. uudistamalla olemassa olevan verkoston toimintamalleja, parantamalla Lakeland Finland -alueen kilpailukykyä ja vahvistamalla ylimaakunnallista yhteistyötä
- Lisäksi tavoitteena on edistää yhteistyöalueen myynnillisyyttä luomalla yhteinen myyntikanava Lakeland-alueen kansainväliset kriteerit täyttävälle kärkituotteille ja matkailusisällöille. Tuotteiden nostamisessa hyödynnetään Visit Finlandin DataHubia, josta myös Visit Tampereen nettisivujen tuotekortit tulevat jatkossa.



VISIT
TAMPERE

Lakeland Finland

- Hankkeen tavoitteena on myös parantaa merkittävästi matkailun digitalisaatioon liittyvää osaamista kaikilla toimijatasoilla ja löytää pk-yrityksille uusia liiketoimintamalleja
- Hankkeen avulla saadaan kehitettyä Lakeland Finland -alueesta kiinnostuneen matkailijan digitaalista asiakaspolkua ja asiakaskokemusta uudelle yhteiselle alustalle siten, että se johtaa myyntiin
- Tätäkin hanketta rahoittaa Työ- ja elinkeinoministeriö

