



UNFAIR

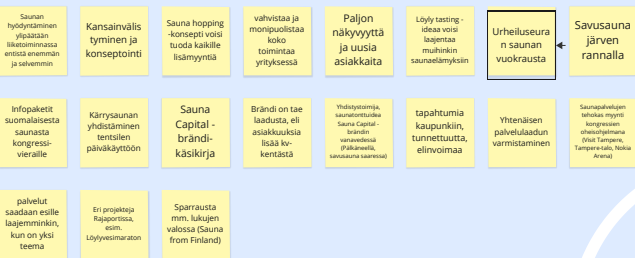
# Saunaelämysalan kehittämishanke

VISIT TAMPERE 31.1.2024

## RYHMÄ 1

### 1. Mitä saunapäikaupunkibrändistä voi parhaimmillaan seurata sinun liiketoiminnallesi?

Esittäytyä ja kertokaa omia ajatuksianne. Valitkaa yhdessä 5 tärkeintä ja laittakaa ne keskiympyrään.

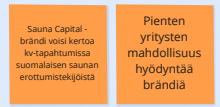


### 2. Missä asioissa pitää onnistua, jotta siitä tulee totta? Vauhdittavat tekijät ja jarruttavat tekijät.

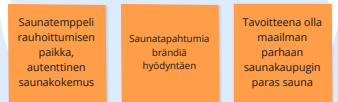
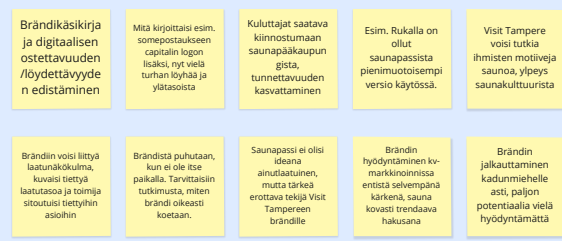
Valitkaa yhdessä 3 tärkeintä molemmista



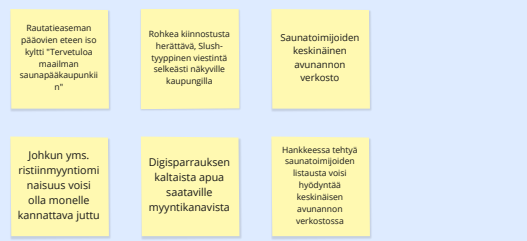
### Ensimmäisen tehtävän 5 tärkeintä



### 3. Miten voisit ja haluaisit hyödyntää saunapäikaupunkibrändiä omassa markkinoinnissasi ja/tai palvelukehityksessäsi?



### 4. Millaista tukea toivot? Missä asioissa sinä voit olla avuksi tai neuvoa muita?



## RYHMÄ 2

1. Mitä saunapääkaupunkibrändistä voi parhaimmillaan seurata sinun liiketoiminnallesi? Esittäytykää ja kertokaa omia ajatuksianne. Valitkaa yhdessä 5 tärkeintä ja laittakaa ne keskiympyrään.

Kansainvälinen näkyvyys

Brändi on tae laadusta, eli asiakkuuksia lisää kv-kentästä

Saunapääkaupungin teeman näkyminen esim. Tampereen keskustan yrityksissä myytävänä tuotena serkä oikeina ohjeina

### Ensimmäisen tehtävän 5 tärkeintä

Liiketoiminnan tuottavuuden onnistuneen kv- näkyvyyden hyödyntämisen kautta maailmalla on tarjota maaleimaa volymejä.

UUDET TUOTEIDAT: Esim. saunatoimintaa Sauna Capital -brändin vanavedessä (palkineilla, saunasuuna saareilla)

Kauppaa esim. OTA-kanavien kautta

Erilaisuuden korostamisen kautta myös maaseudun toimijoille asiakkaita

Lisää liikennettä sivustolle saunasäilytöjen optimoinnilla

2. Missä asioissa pitää onnistua, jotta siitä tulee totta? Vauhdittavat tekijät ja jarruttavat tekijät. Valitkaa yhdessä 3 tärkeintä molemmista

Ostettavuus oikeissa kanavissa

sauna tuotteiden tekijä, löytyy ruovedeltä

Yhteistyö toimijoiden kesken saunatuotteiden tilaamisessa

saunojen saavutettavuuden varmistaminen

Englanninkielen markkinointi, houkuttelu ja opastus

opastetut saunaohjelmat

yhteistyö elämyksen monipuoliseksi

markkinointi: esim. somehaasteet

yhteistyö

saunojen saavutettavuus yksittäiselle matkailijalle

Löydettävyys kv-asiakkaille

digitaalinen ja fyysinen saavutettavuus

Laatuluspaus kv-asiakkaille

3. Miten voisit ja haluaisit hyödyntää saunapääkaupunkibrändiä omassa markkinoinnissasi ja/tai palvelukehityksessäsi?

saunan some-herruus tulee olla Suomessa (piirkanmaalla) #sauna > tuo suomeen

Uudet oheispalvelut; esim. saunakaveri, sauna airbnb

saunauber

saunakartta (digitaalisina löytyy viotampere.fi sekä Tampere Finland sovelluksesta, mapsissa julkiset savusaunat)

seudulliset saunatapaukumat

seudun yhteiset saunacapital -tuotteet

tavoitteena saada maailman kovin saunoja markkinoimaan Suomessa (#somesauna, ei löytykisa)

saunaku lttuurirei tti?

4. Millaista tukea toivot? Missä asioissa sinä voit olla avuksi tai neuvoa muita?

toisten saunojen markkinointi

saunojen nostaminen muiden alojen toimijoille - esim. Tampere tunnetuksi ry:n kanssa

Stocka ja Sokos saunaosastot

ideoita muille toimijoille saunatuotteiden tekemiseksi

saunaohjelmien ja uusien palveluiden syntymisen: esim. catering tai saattopalvelu

saunanahanke on mahdollisuus uuteen yhteistyöhön

saunacapital brändikirja

## RYHMÄ 3

### 1. Mitä saunapääkaupunkibrändistä voi parhaimmillaan seurata sinun liiketoiminnallesi?

Esittäytykää ja kertokaa omia ajatuksianne. Valittakaa yhdessä 5 tärkeintä ja laittakaa ne keskiympyrään.

Todella tärkeä, iso osa saunakävijöistä tulee ensisijaisesti Tampereelle, josta tehdään retki.	Telttasauvoja menee karavaanareille ja kesämökkijöille. Myös eräretkeilijöille.	Erilaiset saunat ovat hyvin esillä saman brändin alla.
Mediavierailut ja -yhteistyö.	Vuokraustoiminta on myös tärkeää.	Kansainväliset kävijät ja matkailijat Sauna Capitalin kautta tärkeä väylä.
Auttaa myös talviajan sesongissa.		

#### Ensimmäisen tehtävän 5 tärkeintä

Tärkeä asiakkaiden sisään tulokanava.

Yhteistyö luo uusia liiketoimintamahdollisuuksia.

Tarjonta luo kysyntää.

Kansainvälisen matkailun kohderyhmien aktivointi

Matkailun vetovoimaa

### 3. Miten voisit ja haluaisit hyödyntää saunapääkaupunkibrändiä omissa markkinoinnissasi ja/tai palvelukehityksessäsi?

Apuna tietoisuuden lisäämisessä	Verkon hyödyntäminen tietoisuuden lisäämisessä	Sauna Capital -viestin hyödyntäminen nettisivuilla ja somessa, lisää tunnettuutta ja verkoston näkyvyyttä	Kunnan näkökulmasta tietoisuuden lisääminen ja välittäminen eteenpäin	Saunapassi (leimaamisella ekstrapäivä, esim. paita tms.)
Saunojen leimaaminen ja sen edut ja näkyvyys (kuten esim. museokorttilaisilla)	Sauna Capital -ikkunatarrat / plakaatit ym., Sauna Capital -verkosto näkyviin	Isompia yhteistapahtumia	Soul of Sauna Weekin määrätietoinen keittäminen Suomessa, suunnattuna erityisesti kv-matkailijoille	

### 2. Missä asioissa pitää onnistua, jotta siitä tulee totta? Vauhdittavat tekijät ja jarruttavat tekijät.

Valittakaa yhdessä 3 tärkeintä molemmista

Sertifioinnin tarjoamat mahdollisuudet	Vierailin merkitys, esim. saunakokemuksen saattaminen, esim. kansainvälinen matkailija	Saunapääkaupungin volyymi on ylläpidettävä, kävijöiden on riitettävä	Kilpailu (muut matkailualueet Suomi / lähimarkkinat)
Saunapääkaupungin statuksen ylläpitäminen ja vahvistaminen	Tuettavien merkitys, ei välttämättä aina pelkkä simpeli saunailmiö, saunottaja ym., myös suuren teknologian hyödyntäminen näkökulmasta, mutta samalla muuttokäsitteiden, saunan merkitys		

### 4. Millaista tukea toivot? Missä asioissa sinä voit olla avuksi tai neuvoa muita?

Tiedon levittäminen (esim. eri saunojen materiaalia jakoon eri toimijoille)	Saunalippujen digitaalinen myynti (tukea saatavissa Serlachiukselta)	Yhteistyön lisääminen (esim. liikuttavan saunan vieminen toiselle saunalalle / toisen toimijan tilaisuuteen)
Yhteismarkkinointi isommalla porukalla (esim. lentokentät / rautatieasemat)	Viestintä, asioiden sanoittaminen esim. kansainväliselle matkailijalle	

## RYHMÄ 4

### 1. Mitä saunapääkaupunkibrändistä voi parhaimmillaan seurata sinun liiketoiminnallesi?

Esittäytyä ja kertokaa omia ajatuksianne. Valitkaa yhdessä 5 tärkeintä ja laittakaa ne keskiympyrään.

tunnettuutta	sauna täyteen käyttöön	lisää tietoa	keinoja tehdä oma yritys ja toiminta näkyväksi	mahtipontisuutta	rohkeutta markkinoitain
neuvoja ja apua	miten kertoa ulkomaille saunasta	uusia asiakkaita	uusia asiakasryhmiä	apu markkinoitain	telttasauvat tunnetaan huonosti
kulttuuripe rinnön vaaliminen	nimenomaan suomalaisen saunan tunnetuksi tekeminen	aikaa keskittyä itse ytimeen	mahdollisuutta nostaa Oivasta maailmankartalle	yhteistyötä ideoiden toteutukseen	

### 2. Missä asioissa pitää onnistua, jotta siitä tulee totta? Vauhdittavat tekijät ja jarruttavat tekijät.

Valitkaa yhdessä 3 tärkeintä molemmista

+ somenäkyvyys	+ vanhan taakan karistaminen	+ verkostoituminen	+ konkreettinen tutustuminen toisiin yrityksiin	+ toisten mainostaminen	+ kasvokkaiset tapaamiset	+ palvelujen paketoiminen	+ palvelumuotoilu	+ esillä oikeissa kanavissa
+ nettisivujen SEO kuntoon	+ tekoälyn hyödyntäminen	+ artikkeleita tuotanto nettisivuille (hyvä sisältö)	+ asiakasrahoitus (erilaisten asiakastarpeiden ymmärtäminen)	+ oikaiden kanavien tunnistaminen	- tunnit loppuvat kesken	- saatavuus ongelma, jolloin myynti ei toimi, vaikka sisältö on hieno	- asiakkaan odotusten täyttämistä jatkuvasti jatkamalla (jatkuvasti parhella) (toim. markkinointi)	- väkivaltainen asiakas, joka vaatii korvausta
- yrittäjien ulkopuolelle jäävät asiat	- poliittiset päätökset rokkovat yritystoimintaa	- omat resurssit	- uskallanko & voinko	- "oma itse on usein oman menestymisen este"	- huono asiakaspalvelu kuuluu kauimmas	- totuttu suomalaisen itsepalvelukulttuuriin	- toimimi myyjä	

### Ensimmäisen tehtävän 5 tärkeintä

näkyvyyttä	lisää asiakkaita	verkostoitumista
tsemppi saada asiat aikaiseksi	rajat ylittävät uudet kombot	

### 3. Miten voisit ja haluaisit hyödyntää saunapääkaupunkibrändiä omissa markkinoinnissasi ja/tai palvelukehityksessäsi?

ohjeistaako Visit Tampere yrityksiä viestimään yhtenäisillä ohjeilla?	"kaikki Näsijärven rannalla olevat ovat Sauna Capitalia"	kylmän ja kuuman yhdistelmä	logon käyttöoikeudet selvitetävää	hyvällä maulla kaikki irti
yhdistettynä onnellisuuteen	telttasauvat ja sahti	virallinen Sauna Capital -saippua	logo tuo uskottavuutta	paikallisille alkaa olla tuttua että ollaan saunapääkaupunki
				saunapääkaupungin alle sopii paljon kaikkea

### 4. Millaista tukea toivot? Missä asioissa sinä voit olla avuksi tai neuvoa muita?

palvelumuotoilu	hinnoittelu	kuulla ja oppia erilaisista saunamalleista yrittäjältä ITSELTÄÄN	muissa kunnissa voi pelata Tampereeseen mutta ei välttämättä toimi samoin
erilaisia malleja tuotteistamiseen	kansainväliset asiakkaat	voisin olla avuksi: avantoon liittyvät asiat	japanilaiset asiakkaat