



ALANKOMAAT



Ajankohtaista markkinoilta

Kesäkuu 2015

Markkinointiedustaja

•Jyrki Oksanen

•02/06/15



Sisältö

- Mitkä seikat ovat vaikuttaneet kuluneen kauden tuloksiin, erityisesti Suomen kannalta?
- Mitkä ovat näkymät tulevalle kesälle ja talvelle (kaksi seuraavaa kautta)?
- Muita tärkeitä huomioon otettavia asioita / viestejä Suomen matkailualan ammattilaisille?

Mitkä seikat ovat vaikuttaneet kuluneen kauden tuloksiin, erityisesti Suomen kannalta?

Syitä ulkomaanmatkailun lisääntymiseen / vähentymiseen yleisesti?

- **Taloudellinen tilanne** on Belgiassa ja Alankomaissa vakaa, jonka seurauksena matkailu kokonaisuudessaan kasvaa.
- **Loma-ajoissa tai loman ajoituksissa** ei ole tapahtunut muutoksia, paitsi lapsettomat matkustavat lyhytlomille paljon klassisten loma-aikojen ulkopuolella.
- **Uudet kohderyhmät:** Kohderyhmät ovat kriisissä palveluiden yksilöityessä yhä enemmän ja näin digimullistus tuo lisää haasteita palveluiden räätälöintiin yhä vaativammalle asiakkaalle.

Syitä matkailun lisääntymiseen / vähentymiseen Suomeen?

- **Kampanjoiden tulokset** – Visit Finlandilla ei kampanjoita alueella
- **Tuotteet tai kohteet**, jotka ovat menestyneet – Lappi on noussut erityisesti talvella Beneluxin kärkituotteeksi. Amsterdamista lennetään suoraan Rovaniemelle, Kuusamoon, Ivaloon ja Kittilään.
- **Muutokset kysynnässä:** 2014-15 vaisun talven jälkeen Hollannista odotamme hyvää kasvua ja samalla Brysselin yhteydet on hyvät Pohjoiseen.
- **Muutokset jakeluteissä tai saavutettavuudessa:** Kaksi uutta tilauslentoa Amsterdam-Kittilä, joista 2. myös Ivaloon

Mitkä ovat näkymät tulevalle kesälle ja talvelle (kaksi seuraavaa kautta)?

Yleiset näkymät Suomeen matkustamisessa tulevalle kesälle ja talvelle?

- **Lisäys/vähennys** Benelux nousee hieman kesällä ja vahvemmin talvella. Erityisesti uudet suorat yhteydet ja ilmeisen hyvin Belgiassa toimivat Finnairin yhteydet ovat otollinen pohja talven kasvulle.
- **Syyt odotettuihin muutoksiin:** Uudet yhteydet suoraan kohteisiin.
- **Uudet tuotteet / näkymät:** Ilahduttavasti kysyntää on Hollannissa hieman myös kesälle. Kiertomatkojen rajallinen saatavuus omalla autolla tuleville asiakkaille asettaa haasteita.

Markkinoinnin mahdollisuuksia

- Matkanjärjestäjäyhteistyö on tehokasta ja suositeltavaa myös Beneluxissa.
- Tapahtumat: 2016 on oma Sales Run huhtikuussa.
- PR -
- Sosiaalinen media Hollannin markkinoille suuntaavassa somemarkkinoinnissa kannattaa muistaa #visitfinland, #finland, #vakantie, #midernachtzon, #noorderlicht käyttää myös paikallisia tägejä

Muita tärkeitä huomioon otettavia asioita / viestejä Suomen matkailualan ammattilaisille?

Uudet jakelukanavat

- Booking.com on hollantilainen megajakelukanava, jonka tunnettuus kotimarkkinoilla on merkittävä.
- Performanssimarkkinointia tai affiliate-markkinointia voi lämpimästi suositella myös Hollannissa, jossa on paljon järjestelmiä hyödyntäviä blogeja ja vastaavia sisältömarkkinointi mahdollisuuksia. Esimerkiksi xanox.com on hyvin toimiva matkailussa.

Online-kanavat

- Instagram on vuoden nousija, Facebook laajenee iäkkäämpiin käyttäjiin
- Visit Finlandin kanavat ovat korkealla tasolla. Sikäli kun paikallista vaikuttavuutta halutaan lisätä, voi se onnistua sovittamalla sisältöä markkinalle mm. kielen osalta.

Kilpailijoiden toimenpiteet

- **Mitkä kilpailijamaamme ovat olleet aktiivisia?** Kaikki erityisesti Alankomaissa.
- **Missä olet nähnyt niiden markkinointitoimenpiteitä?** Alan mediassa ja online.
- **Mikä oli niiden pääsanoma tai –sisältö?** Kesä on muiden Pohjoismaiden pääsesonki. Islannissa ja Norjassa nousee myös talvi.

Vapaa sana

- **Mitä pinnalla/mikä puhututtaa nyt kunkin maan matkailualalla (BtoB tai BtoC)?** Digimurros ja sen mukanaan tuomat haasteet ja mahdollisuudet