

A photograph of two skiers in silhouette, ascending a snowy mountain slope. They are carrying their skis on their backs and using poles. The sky is a mix of blue, purple, and orange, suggesting a sunset or sunrise. Snow-covered evergreen trees are visible in the background.

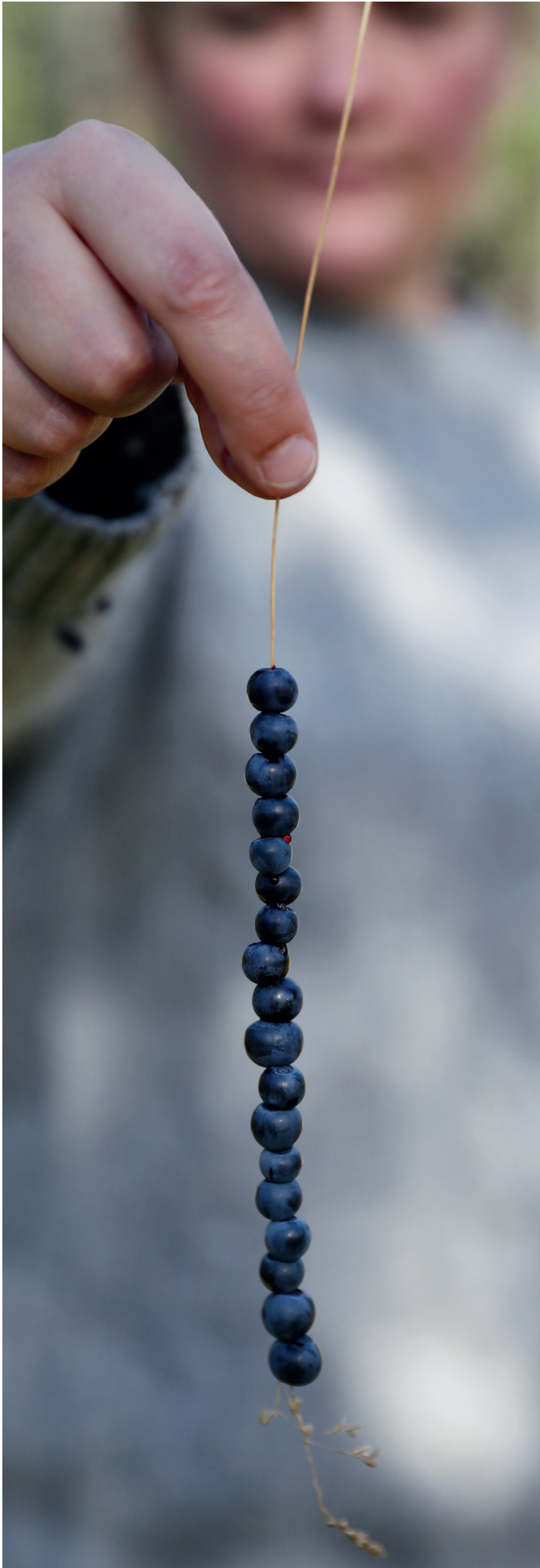
KANSAINVÄLISTEN MEDIAVIERAILUJEN ABC

KANSAINVÄLISEN MEDIAN KANSSA TYÖSKENTELY

Tämä opas on hyödyllinen apuväline järjestäessäsi tapahtumia, joihin osallistuu kansainvälisen median edustajia. Visit Finland järjestää kauniin arktisessa Suomessa ainutlaatuisia matkoja kansainväliselle medialle (toimittajille ja digitaalisille vaikuttajille, kuten bloggaajille ja instagrammaajille), jotta nämä loisivat lehtiin, televisioon ja verkkosivustoille myönteistä sisältöä Suomesta ja henkeäsalpaavan upeista kohteistamme. Kohdevierailut tarjoavat osallistujille upeita kokemuksia, joiden luoma innostus leviää mediakanavien kautta ympäri maailman.



Visit Finland



VISIT FINLANDIN MEDIAVIERAILUJEN PERIAATTEET:

Visit Finland tuo osallistujat luoksesi, mutta paikan päällä syntyvät kulut ja järjestelyt (majoitus, ateriat, aktiviteetit) ovat paikallisen matkailujärjestön tai yritysten vastuulla, ellei muutoin ole sovittu.

Visit Finland järjestää suurempia ryhmämatkoja sekä yksittäisiä mediavierailuja ja kutsuu median edustajia matkoille kysynnän perusteella.

VIERAILUIHIN VALMISTAUTUMINEN JA AIKATAULUT

Vierailun alustavan aikataulun tulee olla valmiina kolme kuukautta ennen matkaa, jotta mahdolliset muutokset ja ohjelmallisäykset voidaan toteuttaa.

Lopullisen ohjelman tulee olla valmiina kaksi viikkoa ennen matkan alkua.

Huom: Joskus matkapyyntöjä saadaan myös lyhyemmällä varoitusajalla. Valmistaudu siis myös yllättävien matkojen järjestämiseen.

HUOMIOITAVAA AIKATAULUJA TEHDESSÄSI

Ohjelman tulee olla melko yksinkertainen ja jättää osallistujille myös omaa aikaa. Eri tahojen tarpeet vaihtelevat, mutta jokaiseen päivään tulisi kuulua vähintään 2–3 tuntia vapaa-aikaa.

Kerro tarvittavat tiedot, kuten siirtymien ja aktiviteettien kesto sekä erityisesti ulkoaktiviteettien vaikeustaso (helppo, keskivaikea, vaikea). Älä pakkaa päiviä täyteen vaativaa toimintaa!



Ihanteellinen ryhmäkoko on 6–10 henkeä. Jokaiselle osallistujalle tulee tarjota oma huone. Muista aina, että tarina on tärkein – eivät tuotteet. Jos ohjelmaan kuuluu henkilötapaamisia, esittele vierailijoille mielenkiintoisia persoonia. Hotellinjohtajan tapaaminen ei luultavasti innosta osallistujia, ellei hotelliin liity jotain erikoista. Anna osallistujien kokea kohteesi ainutlaatuinen vetovoima omakohtaisesti. Pyri luomaan ainutkertaisia kokemuksia.

Kohteita ei silti tarvitse eristää muilta matkailijoilta. Varmista kuitenkin, että kohteiden henkilökunta on tietoinen mediaryhmästä ja heidän tarpeistaan. Varmista, että osallistujien käytössä on aina luotettava Wi-Fi-yhteys. Hanki tarvittaessa mobiiliyhteydellä varustettu Wi-Fi-laite.

Osallistujien verkkosisältöihin on myös syytä reagoida: seuraaminen, tykkääminen ja jakaminen kannattaa. Ja muista, että aikatauluista on voitava myös joustaa tarpeen vaatiessa.

Mieti etukäteen: mikä erottaa kohteesi tai yrityksesi muista? Miksi se on ainutlaatuinen?

HUOM! Median tarpeet poikkeavat matkailualan ammattilaisista. Matkailuammattilaiset tarvitsevat konkreettisia tietoja palveluista, media-ammattilaiset haluavat kokemuksia ja enemmän aikaa aistia yleistä ilmapiiriä.



MARKKINAKOHTAISIA HUOMIOITA

Länsimaiset media-ammattilaiset odottavat saavansa ohjelman hyvissä ajoin – pyri ilmoittamaan päivämäärät ja vierailun teemat useita kuukausia etukäteen.

Suurkaupunkien asukkaat käsittävät ulkoilmaelämän eri tavoin ja monet suomalaiset harrastukset, kuten hiihto ja pyöräily, voidaan nähdä rasittavina ja haastavina. Huolehdi aina, etteivät aktiviteetit ole liian raskaita osallistujille. Varmista sopivat lajit etukäteen Visit Finlandin kanssa.

Joidenkin markkina-alueiden edustajat eivät välttämättä ole tottuneet omatoimiseen matkailuun – esimerkiksi mannerkiinalaiset. Selvitä Visit Finlandin kanssa, tarvitseeko ryhmä oman oppaan koko matkan ajaksi.



Median edustajat ovat tottuneet hyvään palveluun ja odottavat sitä myös sinulta. Kohtele heitä kuin omia vieraitasi, mutta älä kuitenkaan suostu palvelijaksi.

Saksa

Saksan media on tottunut erittäin hyvään palveluun. Heitä tulee aina palvella ensiluokkaisesti.

Saksalaiset mediatilat suunnittelevat artikkelinsa hyvissä ajoin, usein jo vuoden alussa. Siksi aikataulut kannattaa valmistella mahdollisimman aikaisin, jotta saat parhaat edustajat kohteeseesi.

Kiina

Tiedota kaikkien aktiviteettien yhteydessä sopivista vaate- ja kenkävalinnoista sääennusteen mukaisesti. Muista, että kiinalaisten matkailijoiden varusteet poikkeavat huomattavasti suomalaisista. Jotkin ulkoilma-aktiviteetit, kuten pyöräily, voivat olla haastavia kiinalaisille osallistujille.

Ota myös huomioon, ettei mannerkiinalaisella ajokortilla voi vuokrata autoa tai ajaa moottorikelkkaa Suomessa. Kaikki matkustaminen Suomessa edellyttää siksi opastusta.

Mannerkiinalaiset media-ammattilaiset eivät yleensä ole tottuneita omatoimiseen matkailuun, joten heille tulee tarjota opastettua ohjelmaa. Hongkongilaiset ovat yleensä kokeneempia omatoimimatkailijoita ja haluavat tutkia ympäristöä itsenäisemmin.

Kun vaihdat käyntikortteja kiinalaisten vieraiden kanssa, anna ja ota kortit vastaan kaksin käsin. Tämä osoittaa kunnioitusta.

Ostosten tekeminen liittyy vahvasti kiinalaisten matkailuun. Vieraasi voivat haluta tietää, mitkä ovat alueesi suosituimmat matkamuistot ja erikoistuotteet.

Kiinalaiset edustajat ovat yleensä hyvin kiinnostuneita paikallisesta ruoasta eivätkä vaadi kiinalaista ruokaa. Jos mahdollista, tarjoa muuta kuin suomalaista ruokaa joka neljäs päivä, jotta osallistujat saavat kattavan kuvan ruokakulttuuristamme.

Ranska

Ranskalaisia kiinnostaa ennen kaikkea suomalainen elämäntapa, design ja ruokakulttuuri. Muista korostaa Suomen luontoa ja rentoa ilmapiiriä – maailman puhtainta ilmaa unohtamatta! Nämä ovat isoja valtteja Ranskassa.

Ranskalaiset yleensä viettävät kesälomaa heinäkuun puolivälistä elokuun loppuun, joten ykkösnimien saaminen lehdistömatkoille on hyvin vaikeaa tänä aikana. Bloggaajat ja instagrammaajat joustavat todennäköisemmin aikatauluissaan.

Japani

Japanilaisetkaan edustajat eivät vaadi säännöllisesti japanilaista ruokaa. Tarjoa japanilaista ruokaa vain, jos kokkiin tai ravintolaan liittyy erikoinen tarina, pysyttele muutoin paikallisessa ruoassa.



ERI MEDIOIDEN KANSSA TYÖSKENTELY

Perinteiset mediat

Perinteiset mediat ja toimittajat ovat kiinnostuneita tarinoista tuotteiden takana ja toivovat mielenkiintoisia persoonia haastateltaviksi.

Kun suunnittelet ohjelmaa, tarjoa mahdollisuuksia haastatella paikallisia ihmisiä juttujen lähteeksi.

Osa toimittajista myös valokuvaa julkaisulleen, joten he tarvitsevat aikaa tähän.

Perinteiset mediat myös tarvitsevat usein lisätietoa matkan jälkeen. Varaudu järjestämään kuvia tai lisätietoa, kuten hinnastoja, koska jutut julkaistaan usein varsin nopeasti.

Ohjelma voi olla melko kiinteä, mutta pyri järjestämään myös vapaa-aikaa jokaiselle päivälle, jotta toimittajat voivat hoitaa myös muita työtehtäviään.

Kun suunnittelet ohjelmaa, suosi paikkoja, jotka näyttävät hyvältä kuvissa.

TV ja radio

Kuvausluvista huolehtiminen on ensisijaisen tärkeää. Varmista, että tunnet alueesi ja seudun yritysten kuvausrajoitukset ja lupavaatimukset.

Radiotoimittajat usein tuottavat suuren osan sisällöstään matkan aikana, joten jätä aikaa sille.

TV-ryhmät vaativat reilusti aikaa ja usein myös paikallisen järjestelijän, jotta tuotantoryhmä saa parhaan hyödyn vierailustaan. Vuokra-auton ja kuljettajan järjestäminen nostaa pisteitäsi. Muista aina keskustella tuotannon tarpeista etukäteen kuvausryhmän ja Visit Finlandin kanssa.

TV-ryhmät tarvitsevat runsaasti haastateltavia, joten etsi valmiiksi sopivia ihmisiä, jotka osaavat esiintyä kameroiden edessä.

TV-tuotannot eivät aina pysty kuvaamaan taustaotoksia tai ilmakuvaa, joten tällaisen materiaalin hankkiminen ja tarjoaminen voi olla kannattavaa.

Kun suunnittelet ohjelmaa, suosi paikkoja, jotka näyttävät hyvältä kuvissa.

Bloggaajat

Bloggaajat tarvitsevat paljon vapaa-aikaa ja itsenäisiä kokemuksia. Heitä kiinnostavat ihmiset kokemusten takana, mutta etusijalla on oman, henkilökohtaisen kokemuksen jakaminen eri alustoilla.

Ohjelma voi olla melko väljä ja koostua majoituksesta, kuljetuksesta ja suositelluista kohteista alueella. Vähintään yksi tapaaminen paikallisedustajan kanssa on myös syytä sisällyttää ohjelmaan.

Varmista, että kohteissa on saatavilla luotettava Wi-Fi-yhteys. Hanki tarvittaessa mobiiliyhteydellä varustettu Wi-Fi-laite.

Reagoi myös bloggajien sisältöihin heidän sosiaalisen median kanavissaan, eli seuraa profiileja, tykkää kohteista ja jaa heidän sisältöään. Muista lisätä kohteesi sosiaalisen median kanavat ja aihetunnisteet (#) bloggajien tietopakettiin.

Muista, että bloggaajat usein myös myyvät tuottamiaan sisältöjä, kuten videoita ja kuvia. Pidä siis oman organisaatiosi markkinointitarpeet mielessä.

Instagrammaajat

Instagrammaajien ensisijainen tavoite on tuottaa kuvia Instagramiin, joten visuaalisuus on heille tärkeää.

He eivät yleensä vaadi tarkkaa ohjelmaa, ja vierailun valmisteluksi voi riittää majoitus, kuljetus, ateriat ja luettelo kuvauksellisista paikoista. Instagrammaajien matkalla tärkeintä ovat maisemat ja valokuvaukselliset kohteet taustatietojen sijaan.

Myös instagrammaajat myyvät usein kuviaan, joten keskustele aiheesta etukäteen. Näin voit saada heiltä kuvia, jotka sopivat omiin tarpeisiisi.

Muista kertoa kohteesi aihetunnisteet (#) ja osallistu heidän Instagram-kanavansa toimintaan, jos käytät sovellusta.

Muista myös keskustella odotuksistasi Visit Finlandin kanssa.

Lue erillinen ohjeemme instagrammaajien kanssa työskentelystä: www.visitfinland.fi/markkinointi-ja-myynti/pr-ja-mediatyo/



PALVELUT MEDIAN EDUSTAJILLE

Kohtele median edustajia kuten muitakin asiakkaitasi. Voit silti tarjota myös lisäpalveluita, jotka tekevät heidän matkastaan ikimuistoisen. Ole valmis antamaan taustatietoa alueesta, kohteista ja itsestäsi. Valmistaudu erilaisiin kysymyksiin: esimerkiksi miten paljon kohteessasi vierailee ulkomaalaisia ja mistä maista. tarinat kiinnostavat aina.

ERITYISTÄ HUOMIOITAVAA

Pyri olemaan hyvä isäntä: ole täsmällinen ja ystävällinen, ota ryhmä vastaan ja esittele itsesi. Tarjoa käyntikortteja, keskustele osallistujien kanssa ja pidä huolta ryhmästä. Anna ryhmän tutustua ympäristöön, suo heille omaa aikaa – ja varmista Wi-Fi-verkon toimivuus. Pidä vieraasi ajan tasalla: kerro heille tuotteistasi, kohteesi saavutettavuudesta sekä alueen historiasta ja kulttuurista. Pyri suomaan osallistujille jakamaton huomiosi. Suhtaudu kulttuurieroihin diplomaattisesti. Unohda politiikka ja huolehdi sen sijaan turvallisuudesta sekä aktiviteettien vaikeustasosta, välineistä ja muista tarpeellisista seikoista.



TARJOILUT

Vierailu kohteessasi on osa laajempaa kokonaisuutta. Ohjelmaan kuuluvat ateriat ovat tärkeä osa kokemusta ja niiden tulisi vaihdella päivittäin. Sovi siis ruokailusta yhdessä muiden kohteiden kanssa.



TARJOA VIERAILLESI MIELLYTTÄVIÄ RUOKAILUHETKIÄ:

- **Mukava ympäristö: kohtelias palvelu, kaunis esillepano, lautasten kerääminen viipymättä.**
- **Ruoka: esittele tarjottavat ruoat ja kerro paikallisista raaka-aineista.**
- **Alkoholitarjoilu ei ole välttämätöntä, etenkin lounaalla. Median edustajat eivät usein juo paljoa, mutta voivat hyvinkin arvostaa viinilasillista illallisella. Tarjoa kuitenkin myös alkoholiton vaihtoehto. Voit myös kertoa, että vain tietty määrä alkoholia sisältyy ateriaan ja tämän lisäksi he voivat ostaa lisää halutessaan.**
- **Varmista, että ryhmä saa maistaa erilaisia annoksia matkan aikana. Sovi tästä etukäteen ohjelmaan osallistuvien ravintoloiden ja palveluntarjoajien kanssa.**
- **Palvelu: suomalaiset ovat tottuneet itsepalveluun, mutta henkilökohtainen palvelu antaa paremman vaikutelman.**
- **Paikallistiedot: kutsu alueen edustaja kertomaan seudun palveluista ja kohteista, jos tämä ei kuulu muuten ohjelmaan.**
- **Illallisen yhteydessä on myös loistava tilaisuus pitää rento puhe tai esitys kohteesta, mutta pidä sävy epävirallisena ja spontaanina. Osallistujat eivät ole kiinnostuneita kalvosulkeisista.**
- **Erikoisruokavaliot: kysy ruokailurajoitteet etukäteen ja selvitä erikoisannosten tilaajat tahdikkaasti paikan päällä.**
- **Uskonnolliset ja etniset ruokavaliot: selvitä uskonnolliset ruokavaliot etukäteen (koskee erityisesti kiinalaisia, intialaisia, muslimeita ja juutalaisia).**
- **Palaute: pyydä ryhmää antamaan palautetta ateriasta ja kokemuksesta yleisesti.**
- **Aasialaisen ruoan tarjoaminen ei ole tarpeen, ellei siihen liity erityistä tarinaa tai muuta syytä. Japanilaiset ja kiinalaiset osallistujat ovat myös kiinnostuneita paikallisesta ruoasta.**
- **Pyri siihen, että illalliset päättyvät kymmeneen mennessä, sillä toimittajat voivat joutua työskentelemään iltaisin.**

ESITTEIDEN SISÄLTÖ JA HINTATIEDOT

Toimita osallistujille tietopaketti, joka sisältää ajantasaista tietoa englanniksi tai muulla kielellä – ei suomeksi. (Huom. Englanniksi hongkongilaisille, kiinaksi mannerkiinalaisille) Tietopaketti voi sisältää esimerkiksi lehdistötiedotteita, yrityksen tiedotteita, historiatietoja ja esitteitä, maininnan palkinnoista ja tunnustuksista, laadukkaita valokuvia ja videomateriaalia yrityksestäsi, logosi, luettelon johtohenkilökunnasta sekä tarpeelliset yhteystiedot. Tarjoudu lähettämään paketti tarvittaessa postissa. Kiinnitä erityisesti huomiota valokuvien laatuun!

Jos haluat antaa vieraillesi lahjoja, vältä raskaita ja suuria esineitä. Kohdetta käsittelevät kirjat ovat mukava ele, mutta niitä tuskin luetaan koskaan.

Sisällytä tietopakettiin tuotteiden ja/tai palveluiden hinnasto (kohderyhmän mukaisesti) tai vähintään hinta-arvio, esimerkiksi hintahaarukka kesäsesongin aikana.

Aseta materiaalit tarjolle vaikkapa pöydälle, josta halukkaat voivat poimia ne mukaansa. Tärkeämpää on kuitenkin ottaa osallistujiin yhteyttä jälkikäteen ja antaa heille tuotteiden sivustolinkit ja hinnat.

Artikkelit julkaistaan tyypillisesti muutaman kuukauden kuluessa vierailusta, mutta joskus sesongit voivat siirtää julkaisuajankohdan vuodenkin päähän. Visit Finland lähettää artikkelit sinulle heti julkaisun jälkeen. Suosittelemme erityisesti verkkoartikkeleiden jakamista yhteistyökumppaneillesi ja omien kanaviesi kautta.

PALVELUT MATKAN JÄLKEEN JA PALAUTE VISIT FINLANDILLE

Jos osallistujien pyytämiä tietoja ei ole heti saatavilla, toimita tiedot jälkikäteen vaikkapa sähköpostilla. Voit kiittää samalla vieraitasi vielä kerran vierailusta!

Vastaa osallistujien kysymyksiin mahdollisimman pian. Visit Finland toivoo myös palautetta matkoista: kerro meille, oletko esimerkiksi huomannut lisääntyntä mielenkiintoa kyseisessä kohderyhmässä



Visit Finland

Lisätietoa lehdistömatkoista:
www.visitfinland.com/media/