



Visit Finland

Lakeland matkanjärjestäjän silmin ja tie suoriin lentoihin

Asta Kekkonen, Visit Finland, UK Country Manager
Jyrki Oksanen, Visit Finland, Head of DACH

Kasvuohjelman rahoittaa Etelä-Savon liitto Alueiden kestävän kasvun ja elinvoiman tukeminen (AKKE) -määrärahasta



Etelä-Savon
maakuntaliitto

Kuva: Harri Tarvainen

“Iceland is for adventure, Norway is for drama and Lakeland is for.... what?”



Globaali kilpailukenttä

- Isossa kuvassa Lakelandin alue on vielä Keski-Euroopassa tuntematon
- Lakelandin tuote ja tarina vaatii kirkastusta – mutta elementit on kasassa
- Uutta ajattelua. Nyt ei olla koti(eikä lähi)markkinalla
- Mikä on se tuote mitä me myymme ja **mitä asiakas haluaa ostaa?**

Potentiaalia on!

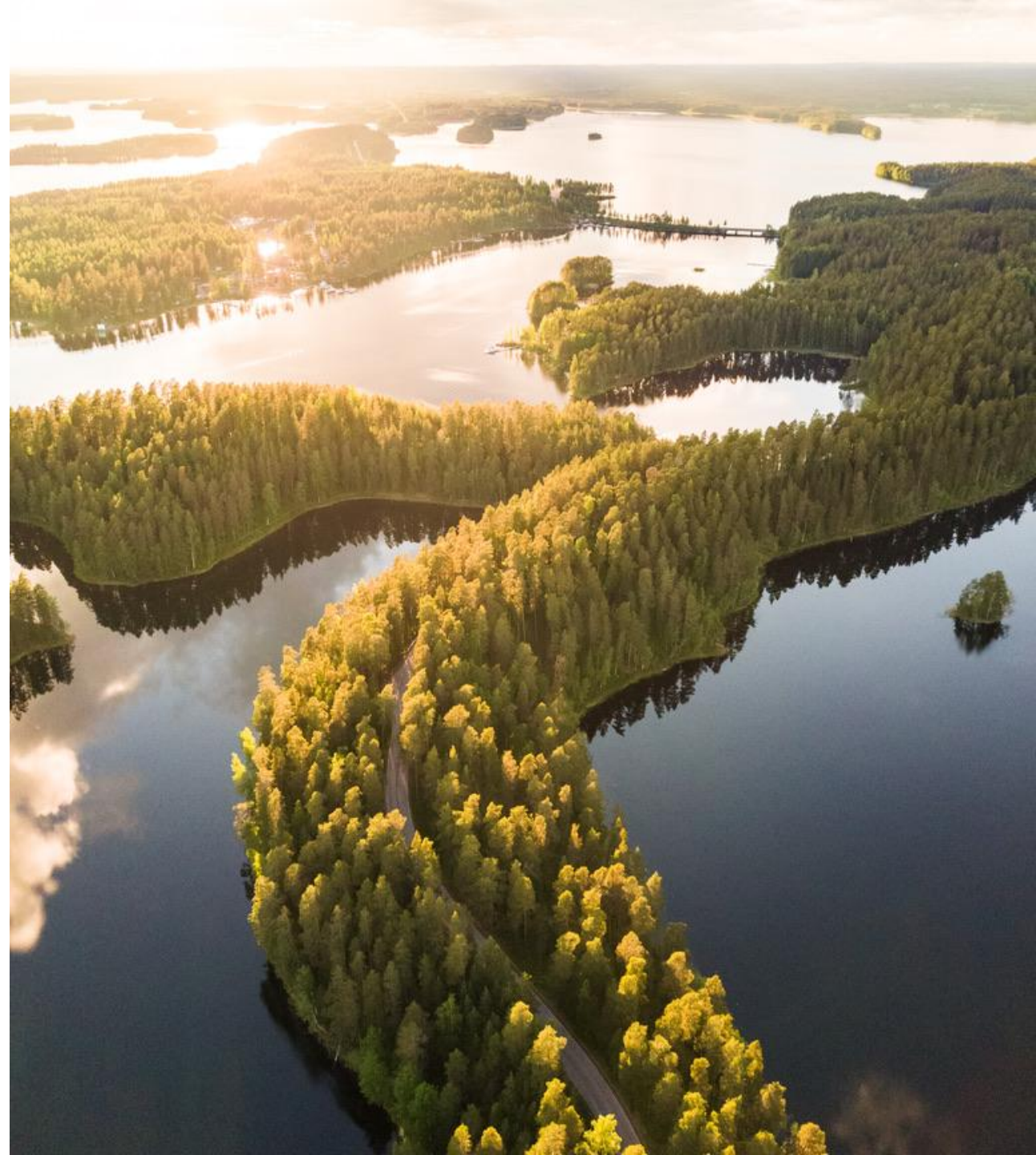


Visit Finland

AKKE-rahoitus



Etelä-Savon
maakuntaliitto



”I was pleasantly surprised by the stunning landscapes, the warm hospitality, the quality of accommodation, the variety of the activities, and the peaceful atmosphere of the region. I believe it is a destination suitable for all kinds of travellers who like nature”



BBC; 2025 matkailutrendejä

- Noctourism
- Calmcations
- Travel Meets AI
- The Return of a Holiday Romance
- Off-the-beaten-track goes mainstream
- Coolcations and off-season safaris
- Nostalgia travel



“For 2027, I’m going to talk to my management about a new road trip itinerary based around wellness (sauna, jacuzzi), with outdoor and cultural activities. I’d like to offer several categories of accommodation: from hotel rooms to igloos, to make the destination more accessible. This famtrip helped me to understand that Finland was not just Lapland region!”



Market check: East Finland, DACH

Number of **East Finland products** on tour operators websites:

TARGET GROUP

GROUP	1015
INDIVIDUAL	532
UNDECIDABLE	81

SEASON

SUMMER	1264
WINTER	370

How long are they staying in 2024, 2023/2024?

TOP 3 SUMMER DURATION



TOP 3 WINTER DURATION



Which travel type is preferred in 2024, 2023/2024?

TOP 3 SUMMER TYPE



TOP 3 WINTER TYPE



e summer & winter seasons)



How do people travel in 2024?

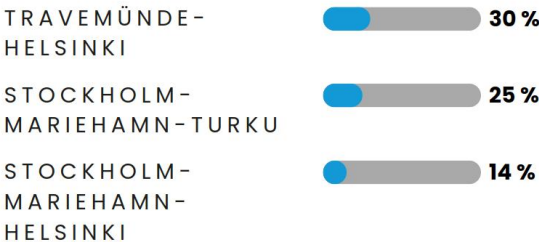
TRANSPORT TOP 3



ARRIVAL TOP 3



CRUISE ROUTES TOP 3



Years considered in the analysis: 2023 - 2024 (including the respective summer & winter seasons)
MarketCheck data 2024 by NordicMarketing



Tärkeimmät tuotetyypit

UK ja Ranska, Nature Lovers ja Lifestyle Travellers

1. Kiertomatkat

- Fly&Drive tai Juna
- FITs ja pienryhmät
- Pakettituote, pituus vaihtelee 7-14 yötä koko matka
- 1-2 yötä samassa majoituksessa
- Pitkän kesäsesonki touko-syyskuu, elokuu päälomakausi. Ruska-ajassa potentiaalia?
- Omatoimisia ja teemoitettuja
 - Hyvinvointi – Sauna
 - Kulttuuri – Ruoka, paikallinen elämäntyyli, historia
 - Outdoor/luonto: Villieläinten katselu, kävely, pyöräily

2. Resort-lomat

- Koko matkan kesto 4-7 yötä
- Korkeatasoinen, uniikki majoituskohde on tärkeä
- FITs
- Yhdistetään Helsinkiin
- Ympärivuotinen tuote
- Palveluilla on korostettu merkitys:
 - Laadukas ruokatuote ja paikalliset raaka-aineet
 - Yksilölliset ja räätälöidyt retket ja aktiviteetit
 - Luontoelämykset, hyvinvointia luonnosta
 - Wellbeing ja rentoutuminen, Suomalainen sauna
 - Palvelu saatavilla 24/7
 - All inclusive vs. "added value"

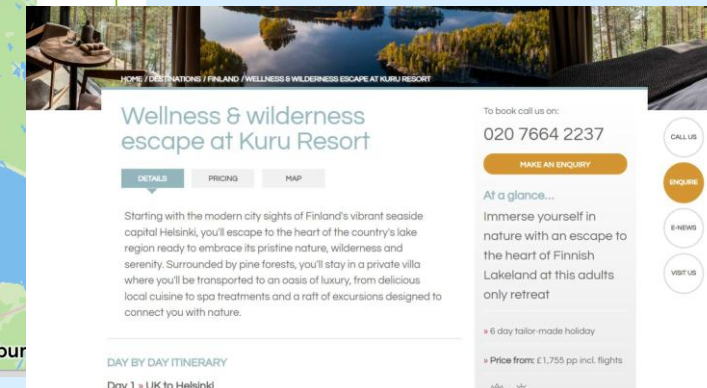
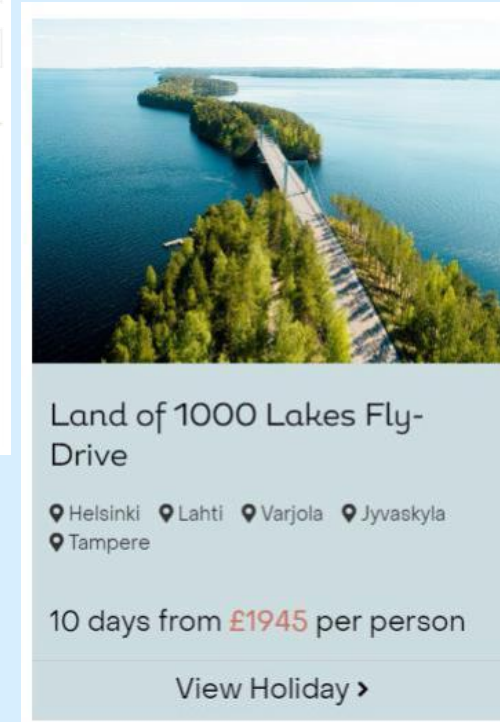
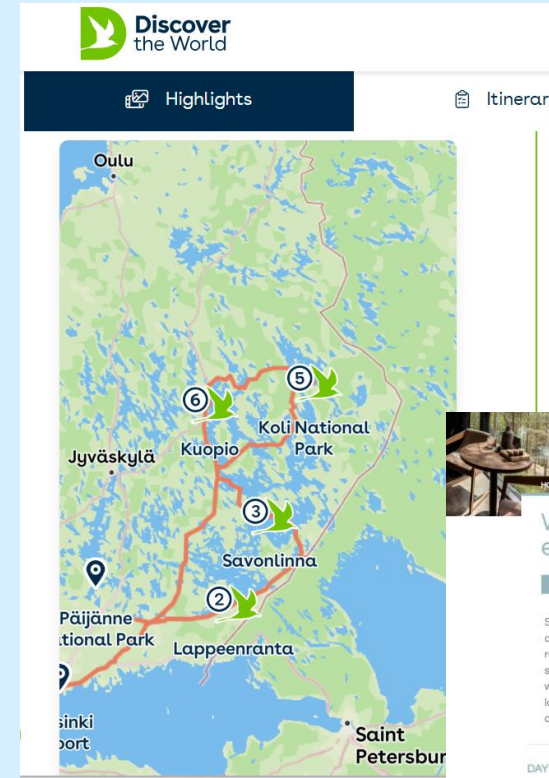
Tuote-esimerkkejä

Tours

- <https://www.regent-holidays.co.uk/tour/finland-foodie-eco-explorer/>
- <https://www.regent-holidays.co.uk/tour/best-of-north-karelia-fly-drive/>
- <https://www.discover-the-world.com/holidays/photographing-bears/>
- <https://www.wexas.com/itinerary-offers/charming-saimaa-self-drive-103071>
- <https://www.discover-the-world.com/holidays/the-best-of-finnish-lakeland/>

Resort lomat:

- <https://www.best-served.co.uk/destinations/finland/itineraries/wellness-wilderness-escape-at-kuru-resort-184101>
- <https://www.baltictravelcompany.com/packages/lake-escape/>
- <https://www.wherethewildis.co.uk/search-page/finland-helsinki-the-finnish-lake-district/>



Ei tehdä tästä vaikeaa asiakkaalle

- **Ostamisen helppous**

- Saatavuus koko kaudelle (Touko-Syyskuu)
- Hinnoittelu ja tuotteistus yksilöasiakkaalle, komissiot B2B myyntiin
- Houkuttelevat tuotekuvaukset kattavasti
- Jokaisen kohtaamisen valjastaminen myyntiin, jälkihoito ja suhteen ylläpito.

- **Markkinan/matkanjärjestäjän näkökulma tuotteesta vs. oma käsitys tuotteesta**

- kiertomatka vs. pidempi viipymä yhdessä kohteessa, usein Eurooppalaisille LL on kiertomatkatuote
- Ymmärretään koko tuote: mistä ja miten asiakkaat saapuvat teille, mihin he teiltä jatkavat

- **Luotetaan meidän luontaisiin vahvuuksiin, niille on kysyntää**

- Sauna, järvet, puhdas ruoka, kauniit maisemat, Järvi-Suomen kesä ja kesäkauden siedettävät lämpötilat
- Luonnon kokeminen aktiivisesti

**Visit Finlandin
segmentit apuna**

Tunnista
kohderyhmäsi,
asiakkaasi ja
vahvuutesi



Visit Finland

AKKE-rahoitus

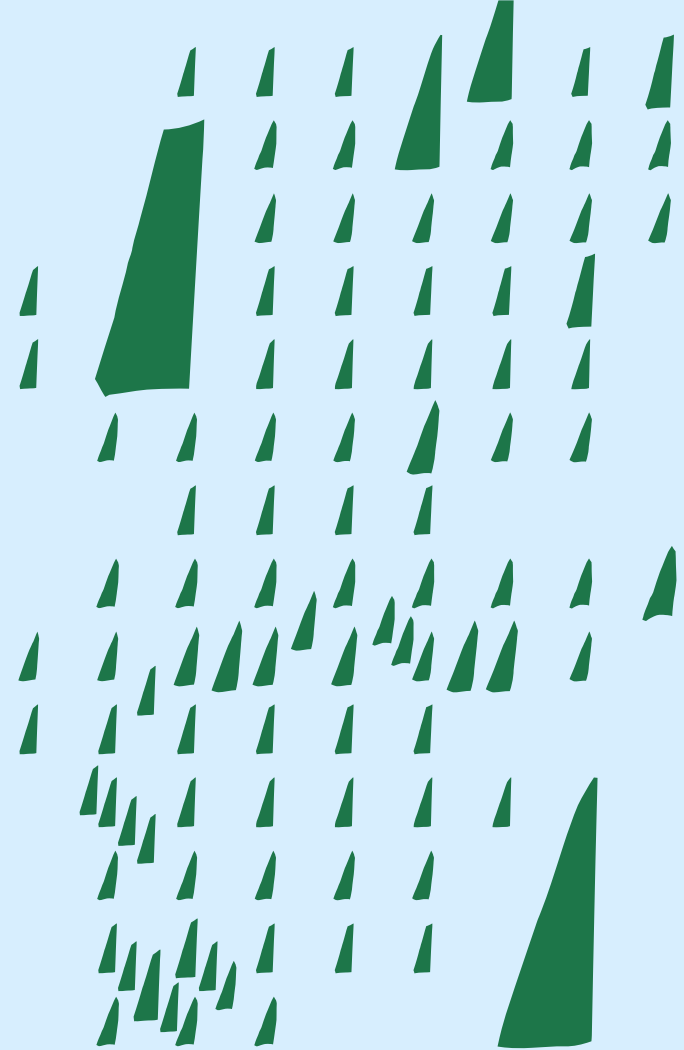


Etelä-Savon
maakuntaliitto

“The unique selling points [of Lakeland region] I would highlight to my clients are the pristine nature and peaceful atmosphere, the authentic local experiences and the strong focus on wellbeing and sustainability. This region offers the perfect escape for travellers looking to reconnect with nature, enjoy local traditions and avoid mass tourism”



Saavutettavuus



7 askelta suoriin reittilentoihin

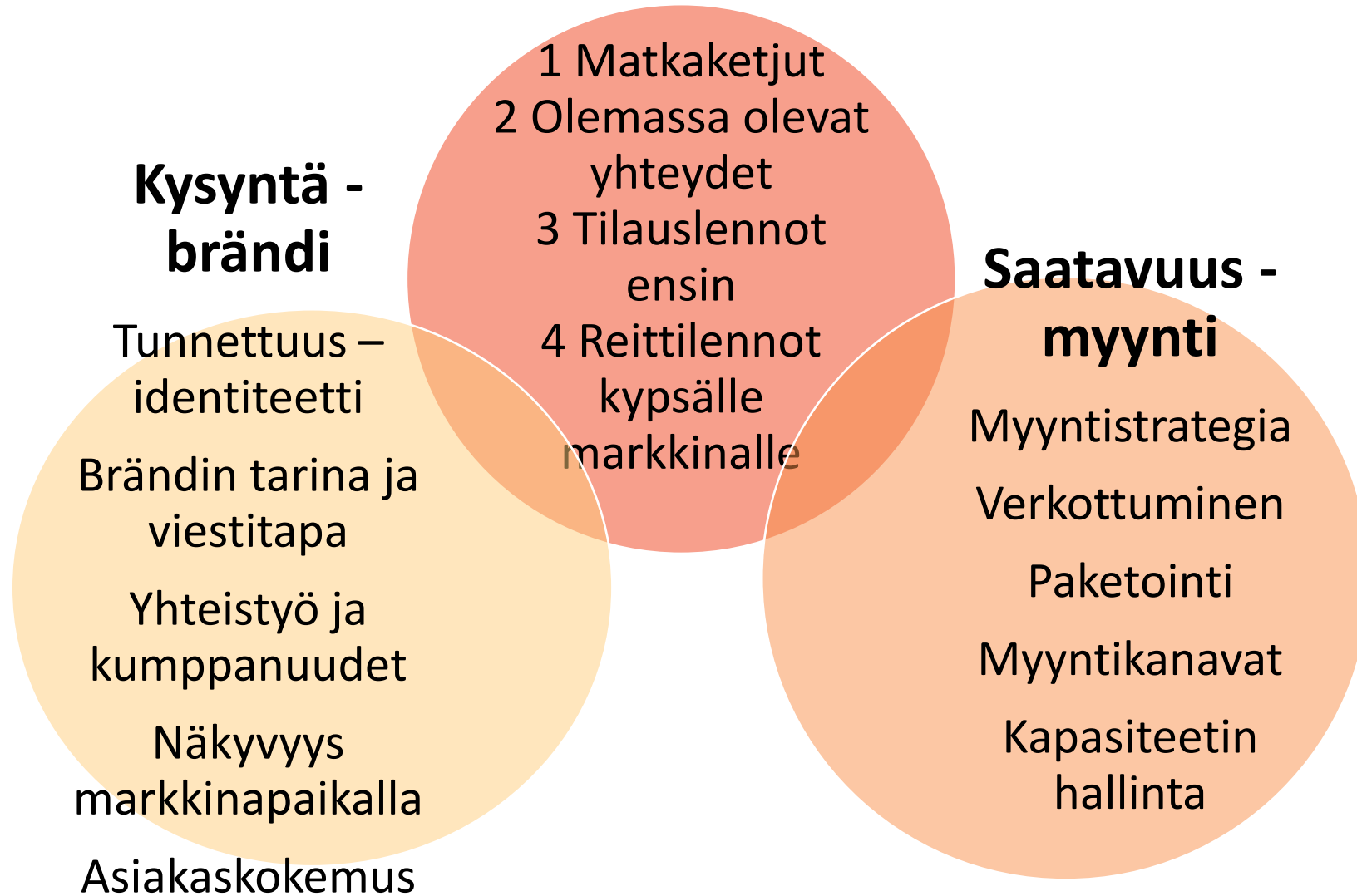
1. Destinaatioittain potentiaalin, kiinnostuksen ja resurssien kartoitus
2. Finavian rooli: palveluntarjoaja, rahoittaja, asiantuntija
3. Business case: kohteen esittelymateriaali myyjille sisältäen tekniset tiedot, kohteen matkailuprofiilin, tilastoja ja esim partnerimatkanjärjestäjiä, jotka voisivat sitoutua myymään lentoa.
4. Markkinoilla: potentiaalien toimijoiden kontaktointi ja kartoitus.
5. Toimenpidesuunnitelma: kontaktointi, Routes-tapahtumat, b2b-viestintä
6. Valmiiksi mietitty toimintamalli, kun charter- tai reittioperaattori kiinnostuu: kuka vie eteenpäin, mitä yhteistyötä tarjotaan, budjettikysymykset
7. Tapaamiset, sarjan tekniset kysymykset, lanseeraus ja markkinointi. Ehdot yhteistyöhön destinaation puolelta.

Esimerkki rahoitusmallista: Visit Finland tukee uuden markkinaehtoisen tilauslentosarjan tai lomalennon avaamisen markkinointia mahdollisuuksien mukaan. Käynnissä olevia lentoyhteyksiä ei tueta.

Kiintiöiden myynti ennen sarjan avaamista: Markkinointituki niille matkanjärjestäjille jotka ottavat kiintiöitä lentosarjasta -> vähentää riskiä lentoyhtiöllä operoida.



Saavutettavuus



Kiitos!

Visit Finland www.visitfinland.com

Facebook
facebook.com/visitfinland

Instagram
instagram.com/ourfinland/

Twitter
twitter.com/OurFinland

Youtube
youtube.com/user/VisitFinland