

# TUOTETARJONNAN KARTOITUS OSA 3

Kestävää nostetta  
matkailuyrityksiin:  
Etelä-Suomi

**#kestävää  
nostetta**



Euroopan unioni  
Euroopan aluekehitysrahasto

Vipuvoimaa  
EU:lta  
2014–2020



Varsinais-Suomen liitto  
Egentliga Finlands förbund  
Regional Council of Southwest Finland



FORUM  
VIRIUM  
HELSINKI

ENTER  
ESPOO



TURKU  
BUSINESS  
REGION

# TAUSTA

- Tuotetarjonnan nykytilan kartoitus on yksi osa #kestäväänostetta Turun osatoteutuksen hankkeen toimenpiteitä.
- Tuotetarjonnan kartoitus on toteutettu hankkeen aikana kolme kertaa. 1. kartoitus alkutalvi 2022, 2. kartoitus loppukesä/alkusyksy 2022 ja 3. kartoitus loppukesä 2023. Jokaisesta kartoituksesta on oma erillinen raportti.
- Kartoituksen tuloksia on hyödynnetty hankkeen aikanaan toteutettujen tuotekehitysvalmennusten suunnittelussa ja tuotekehityksen toteuttamisessa (katso erilliset tuotteet/tuotekuvaukset raportti) sekä markkinointipilotin suunnittelussa.
- Kartoituksessa tarkastellaan Helsingin, Espoon ja Turun alueiden matkailutuotteiden ja palveluiden osalta tarjontaa, jotka ovat suunnattu kansainvälisille matkailijoille (englanninkielinen).
- Tarkastelussa oli digitaalisesti ostettava inventaari, mutta myös digitaalisiin kanaviin tuotteistettu ei ostettavissa oleva inventaari
- Tämä kartoitus on kartoitus nro 3, joka kokoaa ostettavissa olevaa inventaaria eri OTA-kanavista/jälleenmyyntikanavista loppukesän/alkusyksyn 2023 osalta.

# KARTOITUS 1 TAUSTA

- Tarkastelun kohteena digitaalisesti ostettava tuoteinventaari, mutta myös digitaalisiin kanaviin tuotteistettu, ei ostettavissa oleva inventaari (näkyvyyskanavat ja osa aluesivuista).
- Tuotetarjontaa tarkasteltiin numeraalisesti ja laadullisesti.
- Tarkastellut ajanjaksot / tarkastelutavat:
  - majoitus 31.1.-6.2.2022. ja 25.7-31.7.2022.
  - elämykset 31.1.-6.2.2022 ja 25.7-31.7.2022.
  - Matkailija matkakohteessa/matkailija matkaa suunnittelemassa

# KARTOITUS 1 AVAINKOHDAT

YLEISET HUOMIOT	HELSINKI	ESPOO	TURKU
<p>Majoitustarjontaa enemmän kuin elämystarjontaa</p> <p>Yleisesti Helsingissä eniten tarjontaa, Turusta vähiten</p> <p>OTA-kanavissa tuotteet sisällöllisesti informatiivisia ja struktuurisesti tasalaatuisia, aluesivuilla eniten hajontaa</p> <p>Tuotetarjonnan erityispiirteet kuten vastuullisuus eivät nousseet pääsääntöisesti eri kanavissa esiin</p> <p>Joissakin kanavissa Espoo "sekoittuu" Helsinkiin</p> <p>Matkan ajankohdalla ei ollut merkittävää eroa tuotemääriin liittyen</p>	<p>Majoituspuolella tarjontaa monipuolisesti &gt; huom. vapaa-ajan matkailijan matkakohteen valintaa tukee elämystyyppinen sisältö</p> <p>Elämyspuolella tarjontaa eniten tutkituista alueista, mutta huomattavasti enemmänkin voisi olla</p> <p>Ravintolat hyvin esillä TripAdvisorissa &gt; TripAdvisor nousee esiin orgaanisissa hauissa, joten muullekin tarjonnalle kannattaisi hyödyntää</p> <p>Aluesivulta selkeä ohjaus Bookingpointiin ostoon majoitus + elämys</p> <p>Ostettavaa elämystarjontaa voisi olla huomattavasti enemmän eri kanavissa &gt; tähdäten myös tuotteiden tasalaatuisuuteen</p>	<p>Majoituspuolella on tarjontaa, mutta voisi olla enemmänkin</p> <p>TripAdvisorissa ravintolatarjonta korostuu</p> <p>Espoo "sekoittuu" joissakin kanavissa Helsinkiin &gt; sisällöissä voi ottaa "hyödyn irti" (vrt. Helsinki / Espoo tunnettuus)</p> <p>Bookingpoint elämyspuolella monipuolisin kanava</p> <p>Aluesivu nousi esiin hakutuloksissa ja sivuilta ohjataan Bookingpointiin ja Koko Travel Planneriin &gt; nämä voisi nousta selkeämmin esiin</p> <p>Elämystarjontaa voisi olla huomattavasti enemmän monikanavaisesti ostettavissa &gt; tukee matkailijan saapumista Espooseen</p>	<p>Vähiten tarjontaa lähes kaikissa kanavissa (todella vähän alueen kokoon nähden)</p> <p>TripAdvisorissa ravintolatarjonta korostuu</p> <p>Doerz kanavassa eniten tarjontaa, mutta suurin osa tuotteista on demand-tuotteita</p> <p>Aluesivuista Naantali +++ ohjataan selkeästi ostoon ja tuotteita on ok</p>

## MUUTA:

- Tuotteiden tasalaatuisuuden kehittäminen ja matkan eri vaiheiden huomiointi tuotesisällöissä niin kotimaisissa kuin KV-kanavissa
- Kaikilla alueilla erittäin kiinnostavia tuotteita ja yrittäjiä > kanavien haltuunotto monipuolisesti tärkeää KV-kilpailussa tunnettuuteen, inspiraation, myynnin osalta > nyt hyödyntämätöntä potentiaalia
- Tuotekehityksen ja myynnin kehittämisessä huomioitava sujuvat ostopolut > tuotekehitys on myös viestintää

## KARTOITUS 2 AVAINKOHDAT

- Kartoituksen lähtökohdat
  - Määrällisen kartoituksen ajankohta 15-18.8.
  - Laadullista tarkastelua aikavälillä 22.8.-15.9.
- Tarkastellut ajanjaksot
  - majoitus 15-18.8.2022. ja 23-26.12.2022 sekä 30.12.-2.1.2023
  - elämykset 16-21.8.2022 ja 22.12.2022-1.1.2023.
  - osa kanavista: kaikki kanavassa olevat tuotteet (kuten DataHub tai STF)
- Myynti- ja näkyvyyskanaavat (Booking.com, Tripadvisor, Viator, Doerz, Bookingpoint, Airbnb, GetYourGuide)

## KARTOITUS 2 AVAINKOHDAT

	HKI kevät	HKI syksy	Espoo kevät	Espoo syksy	Turku kevät	Turku syksy
<b>Booking</b>	173	46	25	16	74	56
<b>Tripadvisor M</b>	184	56	20	13	36	11
<b>Tripadvisor R</b>	1792	1606	276	265	387	349
<b>Tripadvisor A</b>	262	229	18	33	11	6
<b>Viator</b>	216	226	39	33	7	6
<b>Doerz</b>	5   88	4   88	0   4	0   5	5   95	4   94
<b>Bookingpoint</b>	56	15	<small>Kevät</small> 109	63	0	0
<b>OutdoorActive</b>	26	58	17	43	24	37
bikes reitit	6	4	6	3	10	16
hikes	5	4	10	20	2	5
mountain biking	4	3	1	1	7	7
kayaking	10	18	0	5	0	0
<b>Datahub</b>	163	221	33	52	44	71
<b>STF</b>	16	21	3	6	6	8

# TUOTEKARTOITUS OSA 3

- Kartoituksen lähtökohdat
  - Kartoituksen ajankohta kesä-heinäkuu 2023
- Tarkastellut ajanjaksot
  - majoitus 17.-20.8.2023. ja 7.-10.9.2023
  - elämykset 17.-20.8.2023. ja 7.-10.9.2023
  - osa kanavista: kaikki kanavassa olevat tuotteet (kuten DataHub tai STF)
- Myynti- ja näkyvyyskanaavat (Booking.com, Expedia, Tripadvisor, Viator, Doerz, Bookingpoint, Outdooractive)

# MAJOITUS

MAJOITUSTUOTTEET	Helsinki 17.-20.8.2023	Helsinki 7.-10.9.2023	Espoo 17.-20.8.2023	Espoo 7.-10.9.2023	Turku 17.-20.8.2023	Turku 7.-10.9.2023
<b>Booking.com</b>						
kaikki	129	282	37	58	78	84
kategoria: hotellit	51	68	11	11	16	19
kategoria: huoneistot	80	206	21	41	48	56
<b>Expedia</b>	183	283	186	284	41	58
<b>TripAdvisor</b>						
kaikki (Hotels & places to stay)	48/194	50/194	10/39	9/39	12/61	11/61
vacation rentals	17	29	3	7	6	9
<b>Bookingpoint</b>	0	0	2/5	3/5	0	0

\*Expediassa Espoo näyttää myös Helsingin



## ELÄMYKSET

ELÄMYSTUOTTEET	Helsinki	Helsinki	Espoo	Espoo	Turku	Turku
	17.-20.8.2023	7.-10.9.2023	17.-20.8.2023	7.-10.9.2023	17.-20.8.2023	7.-10.9.2023
<b>Viator</b>						
all tours	242	246	27	32	7	7
<b>TripAdvisor (ostettavat tuotteet)</b>						
kategoria: things to do (all)	227	234	7	8	0	0
<b>AirBnB Experiences</b>						
all tours	25	20	25	20	0	0
<b>GetYourGuide</b>						
retket ja aktiviteetit (all)	97	91	2	1	4	4
<b>Expedia</b>	24	24	0	0	2	2
<b>Doerz</b>						
all tours	4/100	4/100	0/7	0/7	4/97	4/97
<b>Bookingpoint</b>						
Retket ja aktiviteetit	10	10	8	9	0	0
Välinevuokraus	5	5	34	28	0	0
Pääsyliput	0	0	3	3	0	0
Tapahtumat	0	0	0	0	0	0

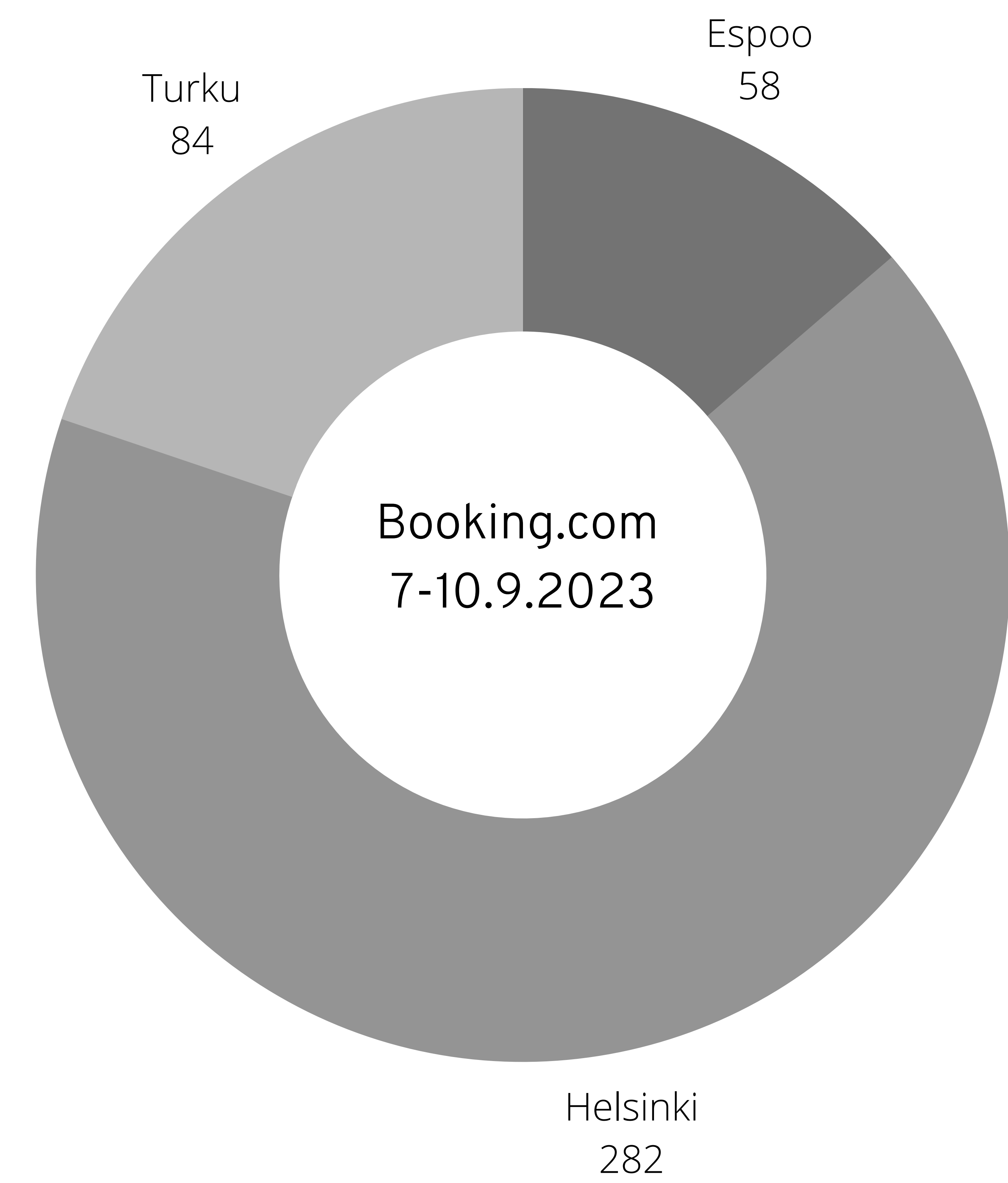
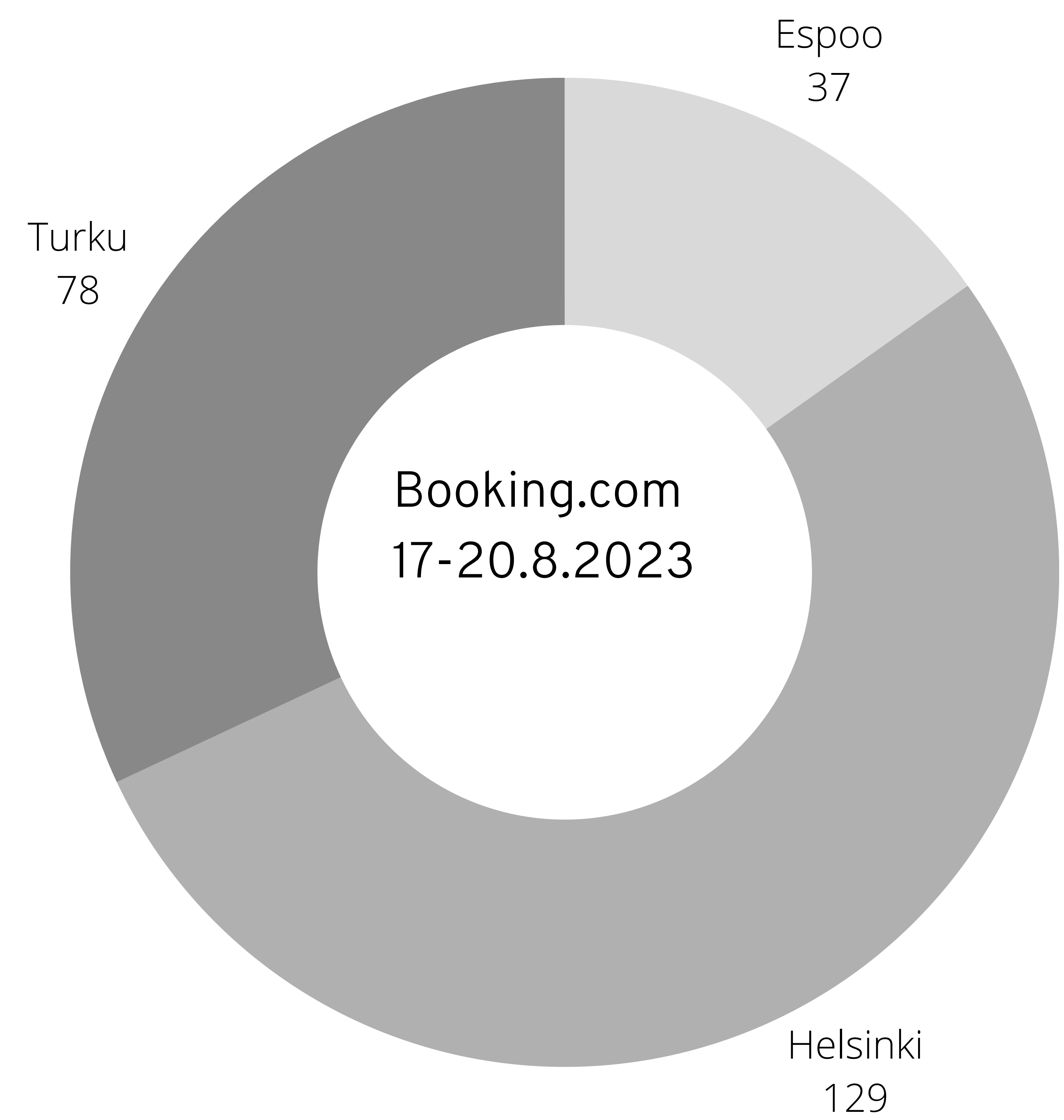
\*AirBnB Experience näyttää Espoossa Helsingin kohteet

# VISIT FINLAND DATHUB & SUSTAINABLE TRAVEL FINLAND ELOKUU 2023

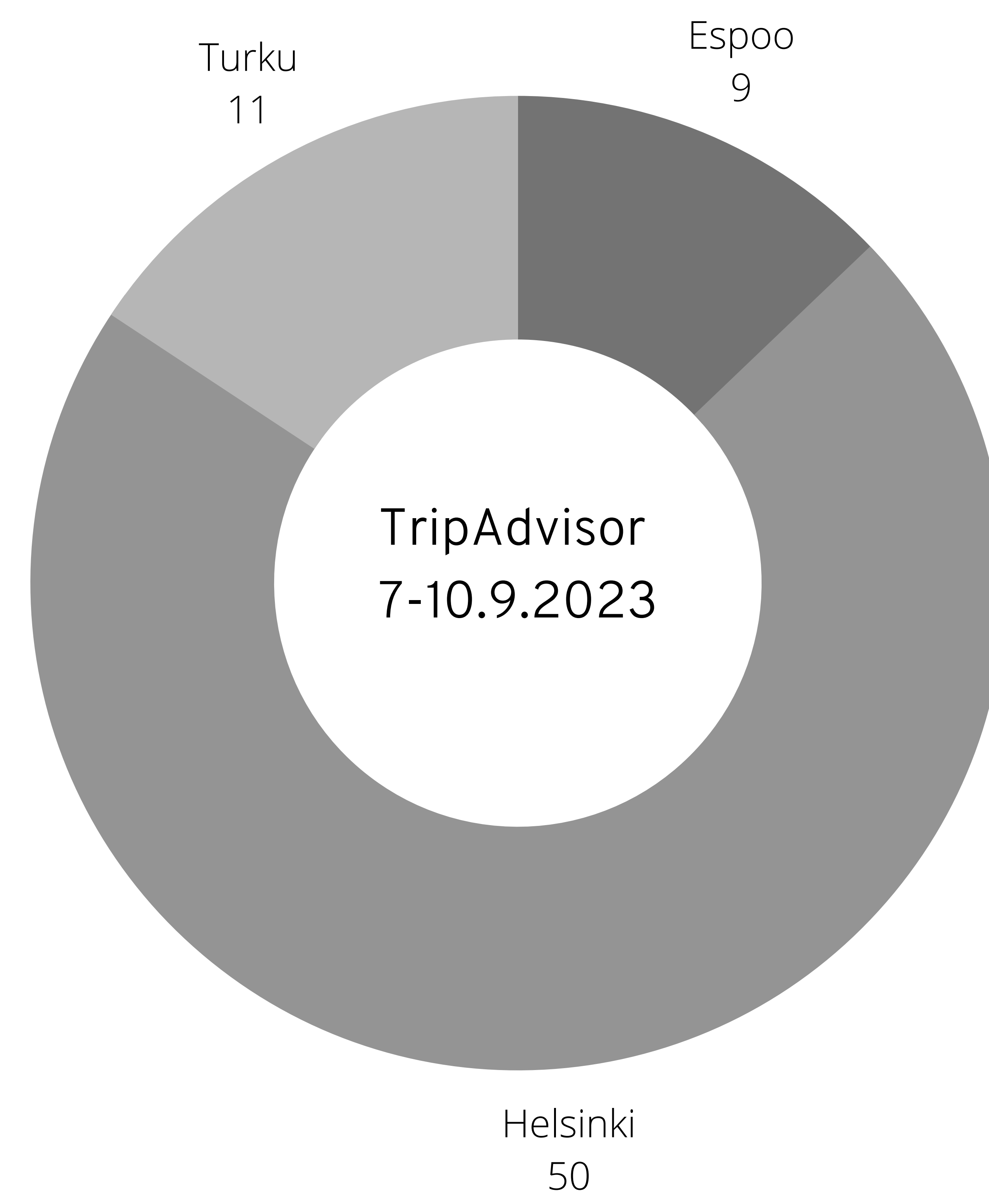
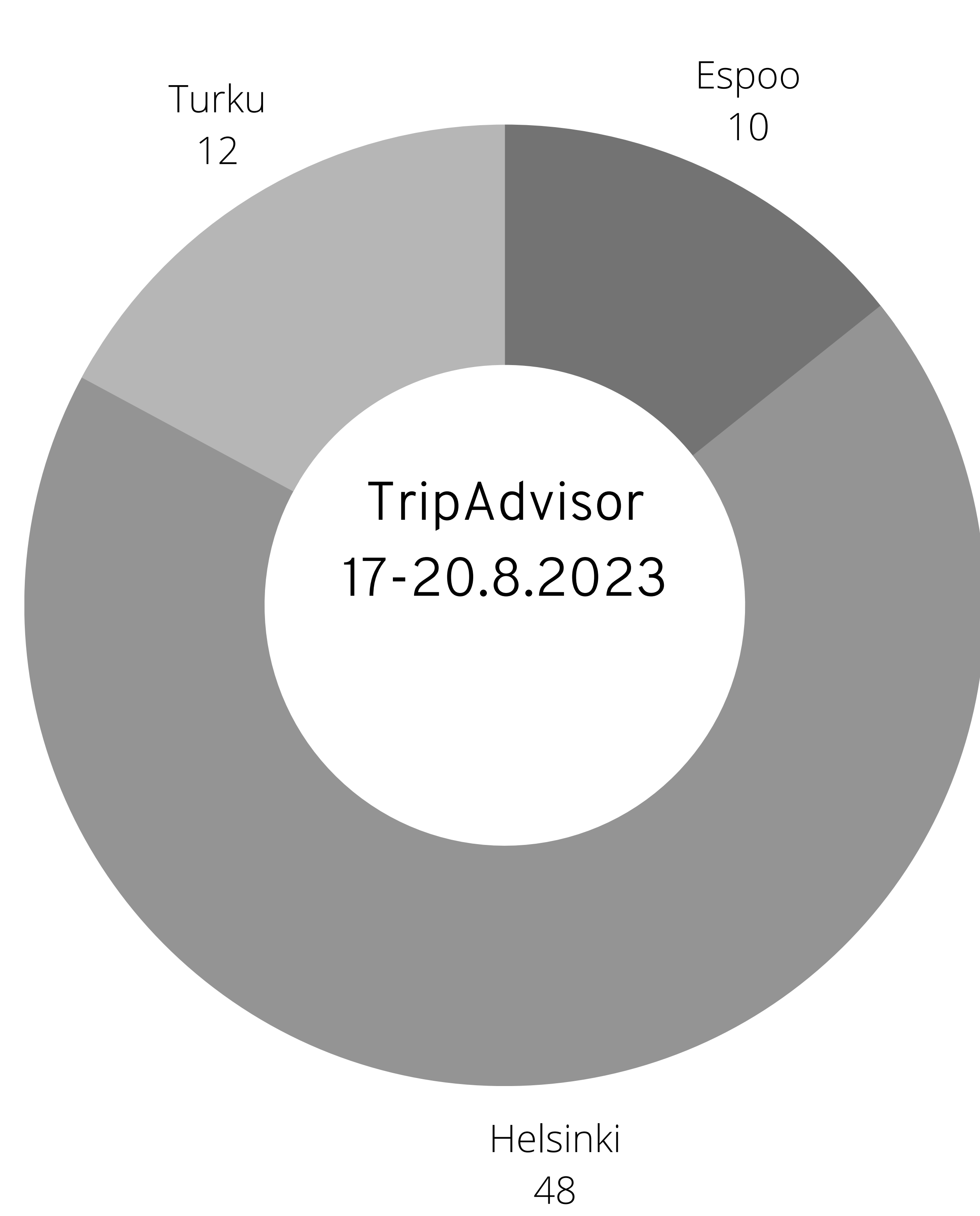
	Helsinki	Espoo	Turku
Visit Finland DataHub	340 tuotetta/128 yritystä	147 tuotetta/59 yritystä	90 tuotetta/49 yritystä
Sustainable Travel Finland	114 tuotetta/28 ytiystä	51 tuotetta/10 yritystä	14 tuotetta/6 yritystä

Visit Finland DataHubin käyttö on lisääntynyt selkeästi  
kaikilla alueilla, kuten myös STF-merkin saaneet tuotteet ja yritykset  
Esim. edellinen kartoitus Datahub Helsinki + 38 yritystä ja + 119 tuotetta,  
Turku + 19 yritystä ja + 19 tuotetta

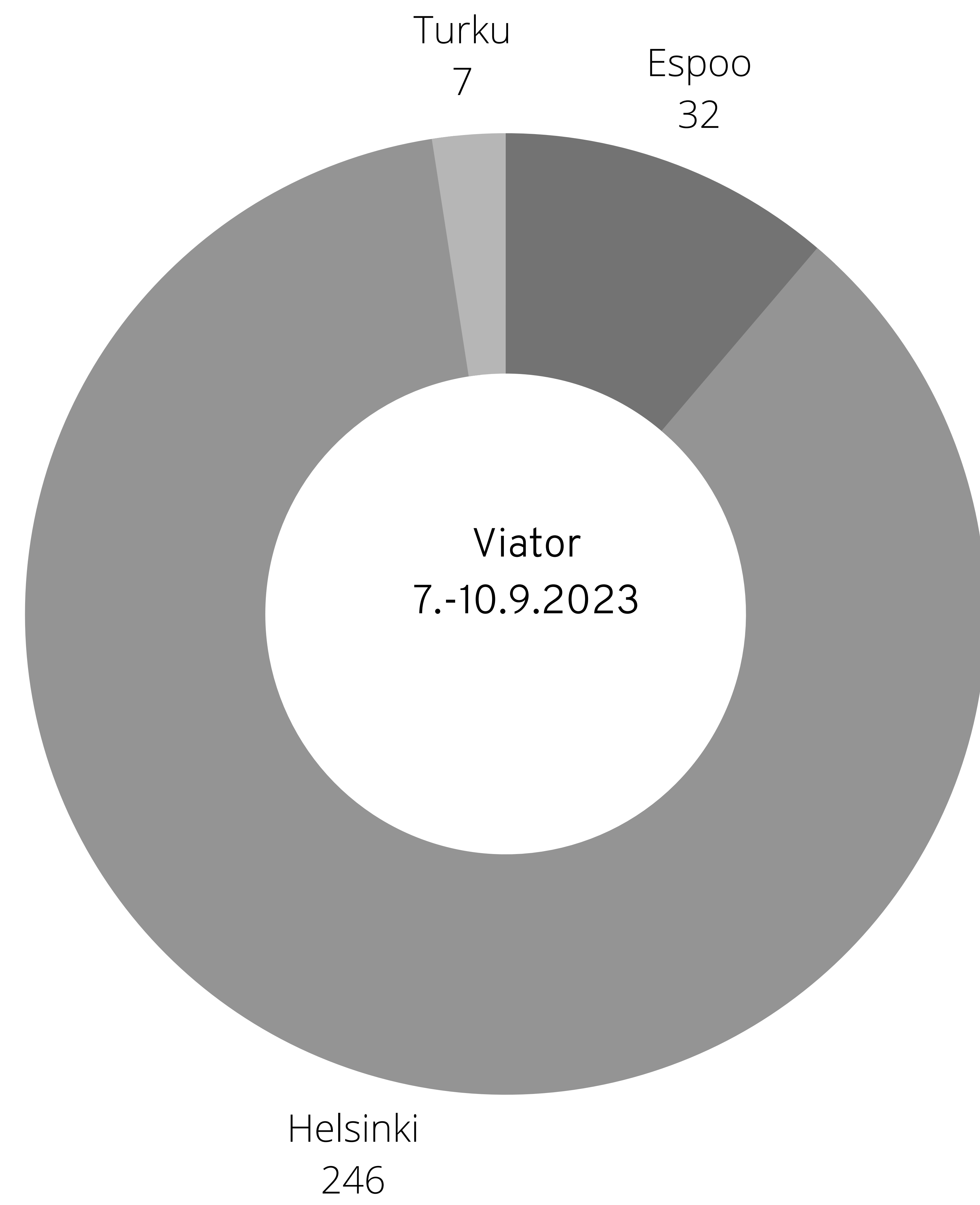
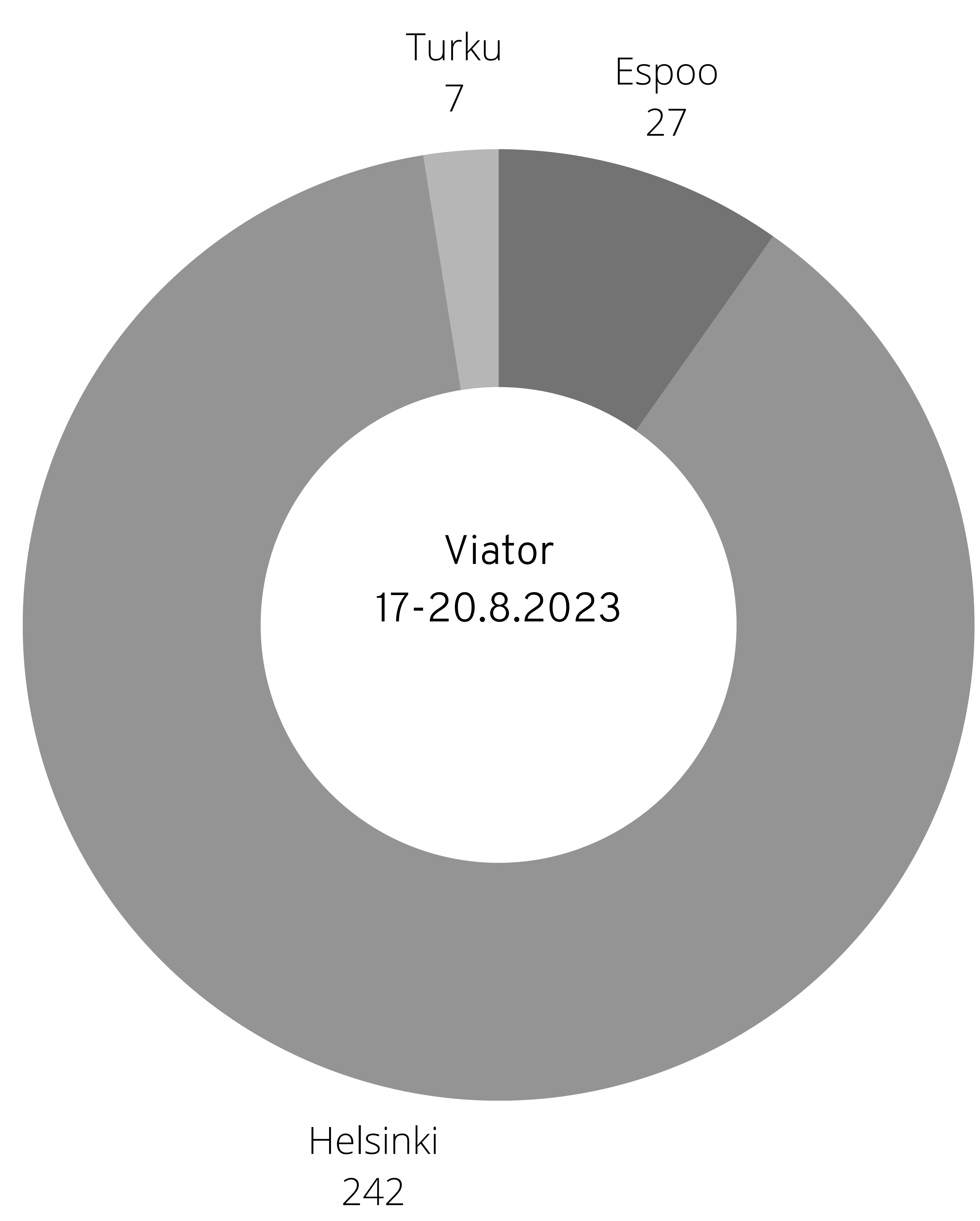
# BOOKING.COM MAJOITUS



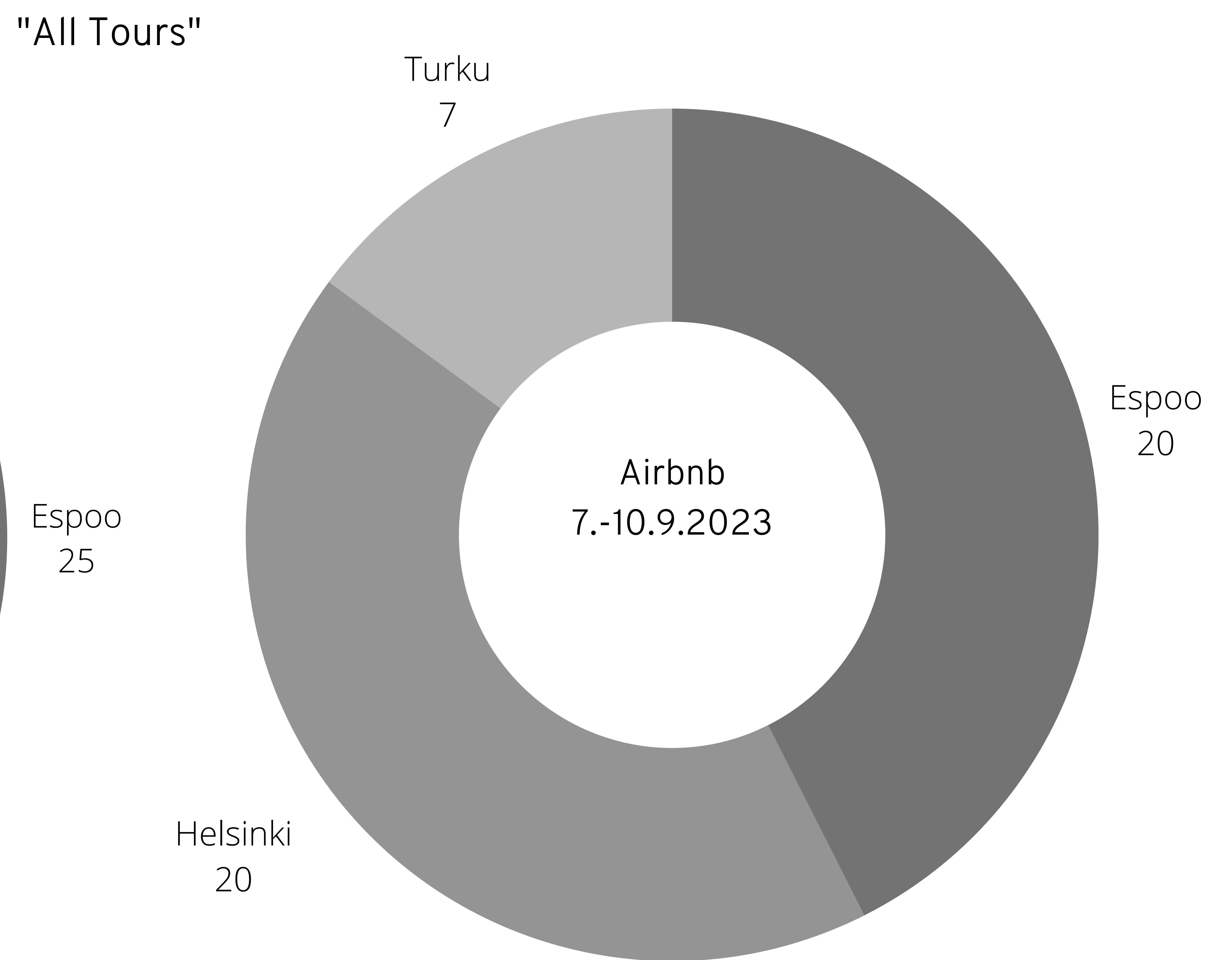
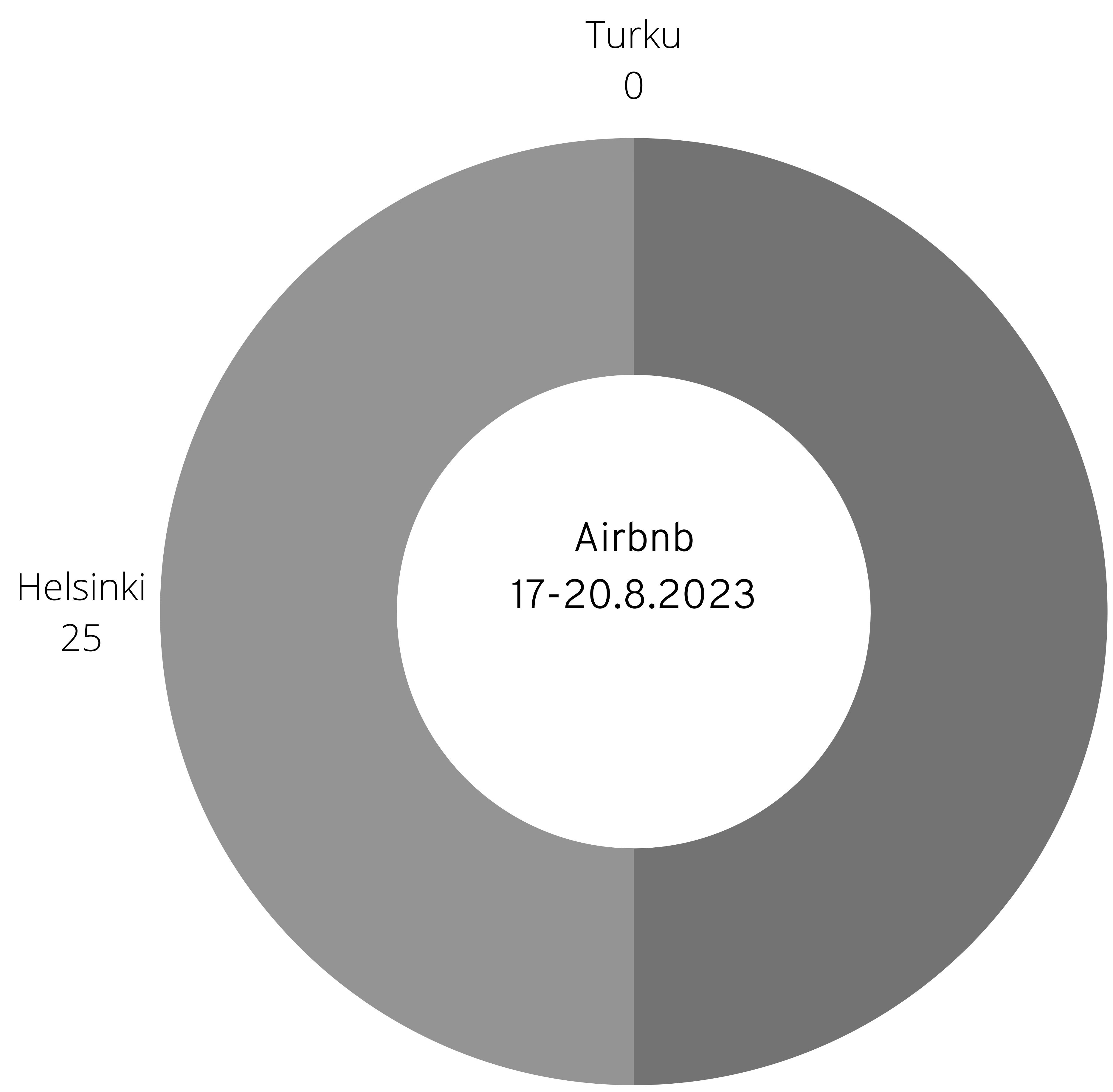
# TRIPADVISOR MAJOITUS



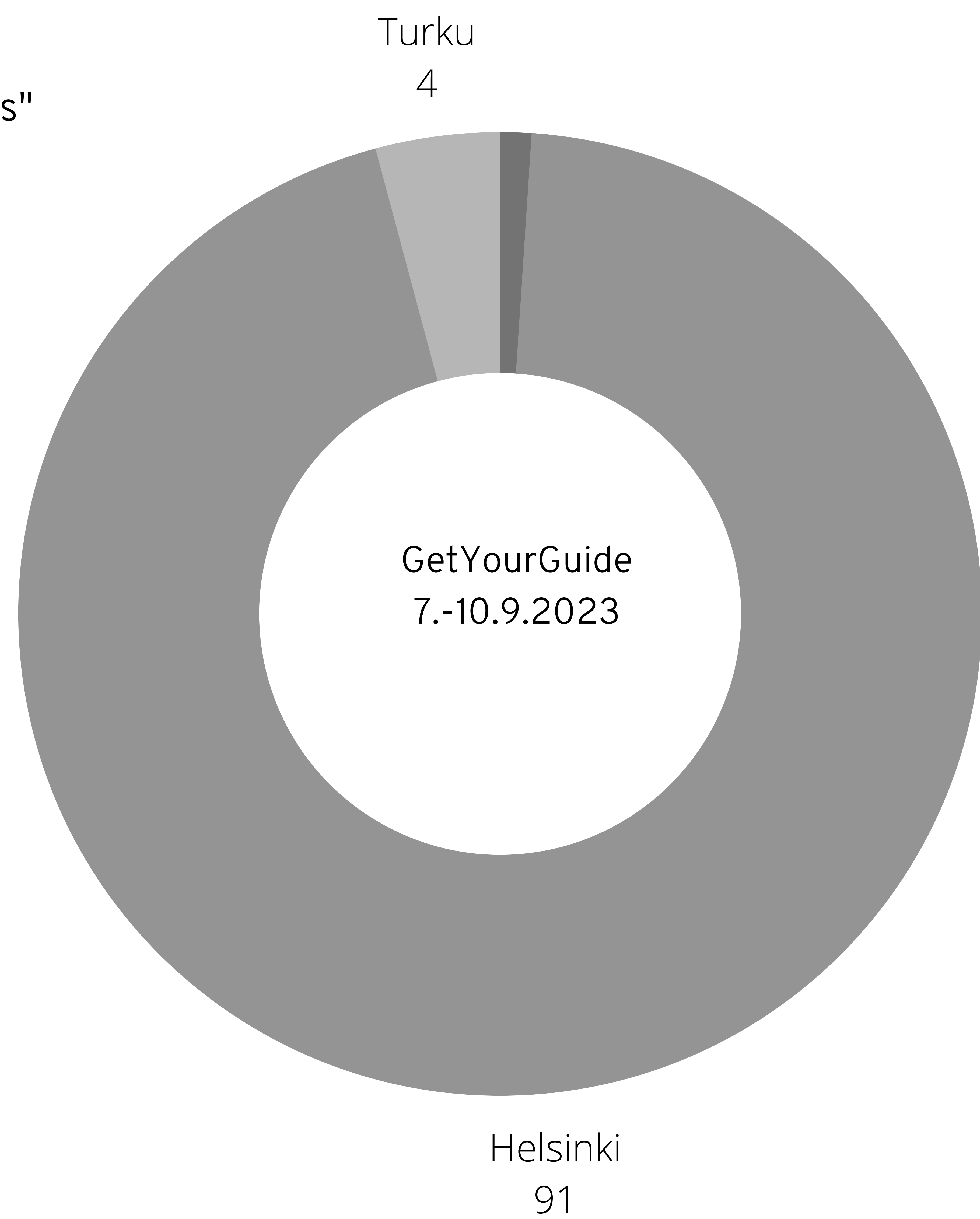
# VIATOR AKTIVITEETIT



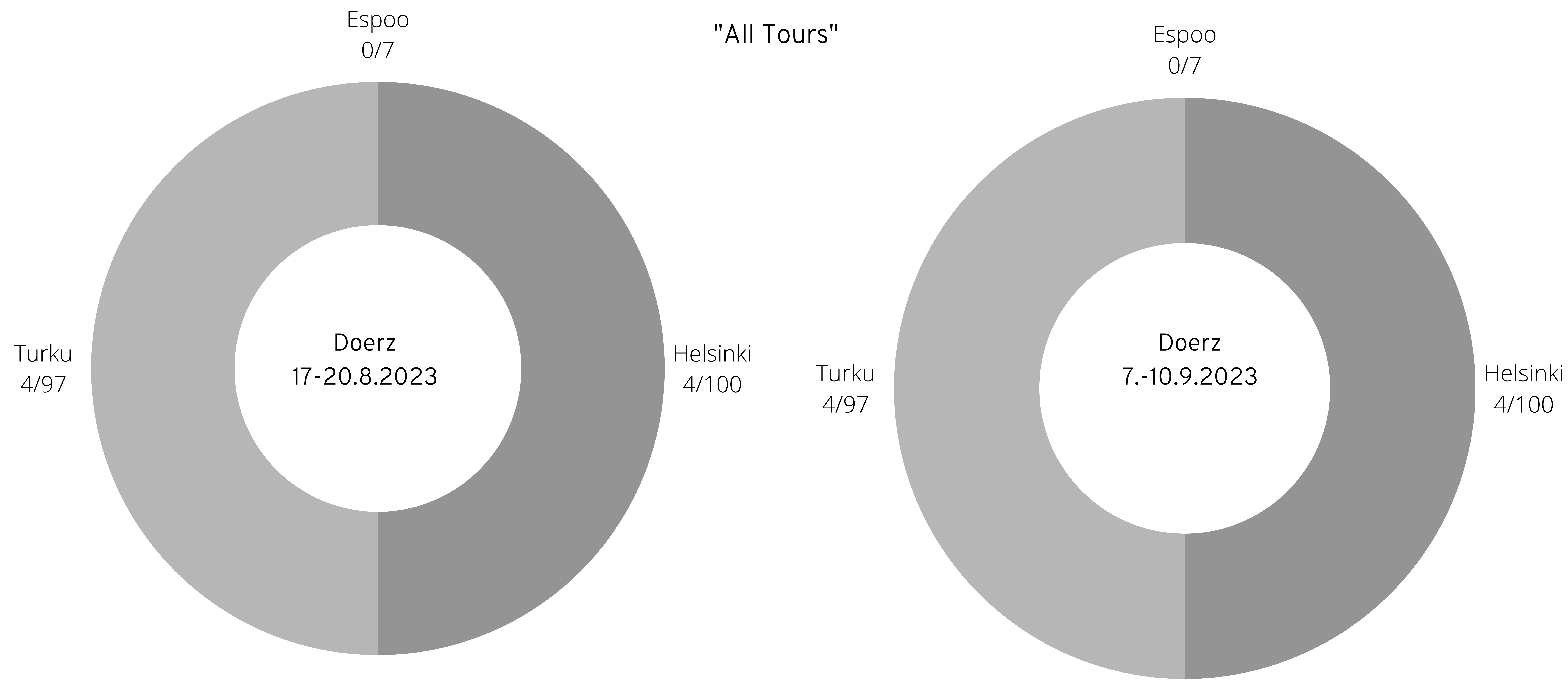
# AIRBNB AKTIVITEETIT



# GET YOUR GUIDE



# DOERZ



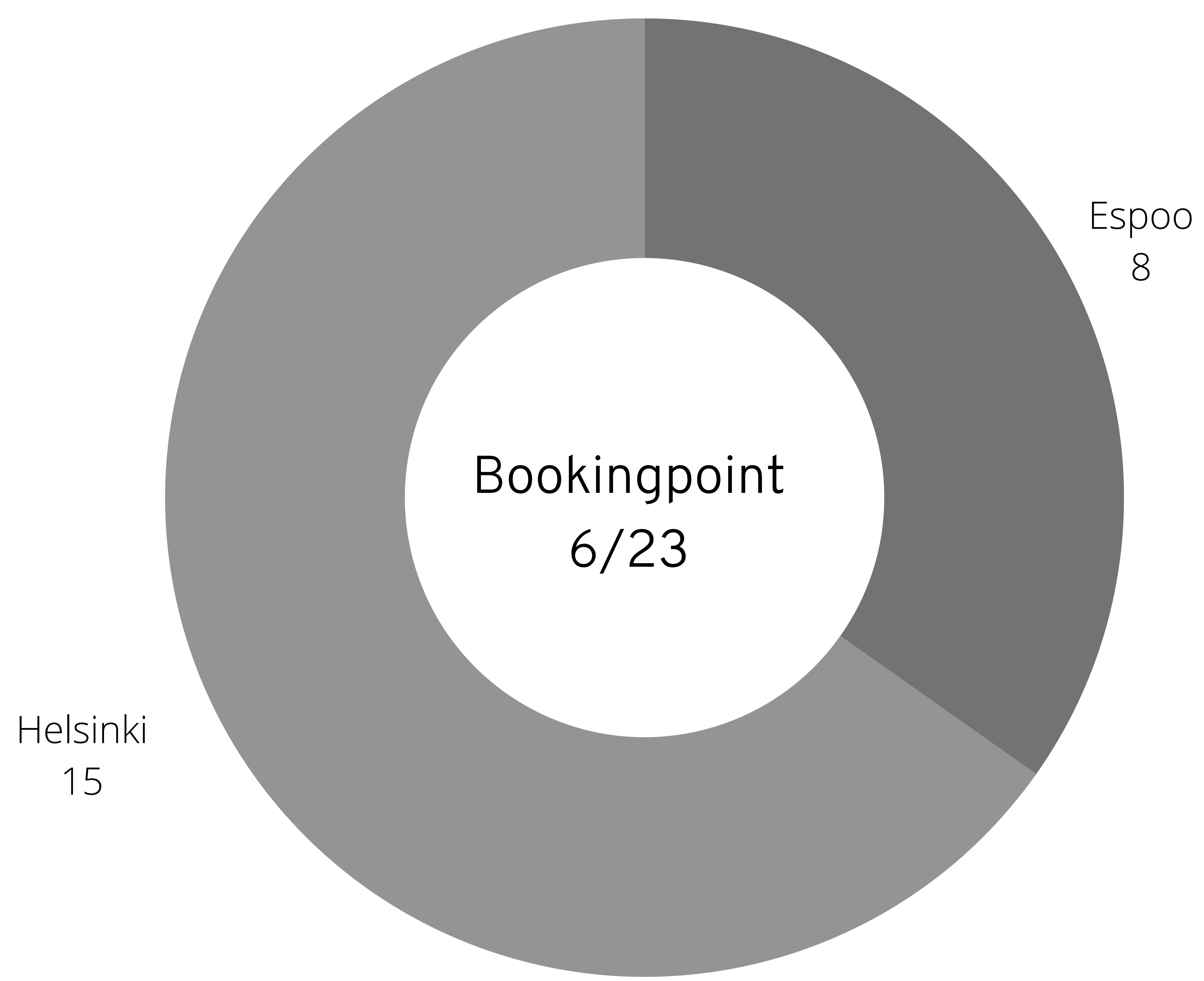
Ensimmäinen luku: varattavissa oleva tuotteet  
Toinen luku: tuotteet näkyvillä



# BOOKINGPOINT

Kaikki tuotteet

Turku



**Yhteensä BP  
500 tuotetta  
70 yritystä**

## YLEISET HUOMIOT

- Yritysten ja tuotteiden määrä kasvanut merkittävästi Datahub. Lisäksi myös yritysten määrä sekä sertifikaatin suorittaneiden määrä STF- ohjelmassa kasvanut merkittävästi.
- Saatavus on kasvanut hieman OTA-kanavissa (mm. Booking ja Viators kaikissa kohteissa verrattuna ensimmäiseen kartoitukseensa sekä myös Tripadvisorissa. On tosin huomattava että kartoituksen ajankohta vaikuttaa tuotemääriin. Muuten tuotetarjonta on pysynyt saatavuuden osalta lähes samalla tasolla, pienin poikkeuksin.
- Inventaarikartoitusta pystyttiin hyödyntämään hyvin tuotteistusprosessin aikana sekä Helsinki/Espoo että Turun tuotteistusvalmennuksissa. Varsinkin Turun tuotteistusprosessin kautta saatiin merkittävästi tuotettua uutta elämysinventaaaria, Tuotteistettu materiaali ei kuitenkaan ole päätynyt toistaiseksi alueellisiin myyntikanaviin tai OTA-kanaviin, vaan on yritysten omissa kanavissa.
- Yleisesti tarjontaa on eniten Helsingissä ja vähiten Turussa
- Saatavuutta on ollut ymmärrettävästi enemmän alkuvuoden aikana toteutetuissa kartoituksissa kuin loppukesää kohdistuvissa kartoituksissa