

Etelä-Pohjanmaan matkailun vetovoimatekijöinä tunnistetut myyntivaltit on nyt julkaistu

12.6.2023

Kesän matkailukausi on aivan tuossa tuokiossa kuumimmillaan ja lomailijat suunnittelevat ja varaavat kesälomalle kohteita. Matkailijat haluavat lomakohteiltaan eri asioita. Jotkut valitsevat luontoelämyksiä ja kulttuuria, toiset rokkia ja ruokanautintoja. Kolmas valitsee huvipuiston ja eläintarhan, neljäs kiertää kohteita geokätköjen perässä ja viides haluaa nähdä kaikki maailmanperintökohteet. Tätä listaa voi jatkaa loputtomiin. Miten matkailija osaa sitten valita kohteeksi Etelä-Pohjanmaan? Mikä erottaa meidät muista matkailukohteista ja mistä matkailija tunnistaa Etelä-Pohjanmaan?

Mikä myyntivaltti?

Hyvin tunnistetut ja määritellyt matkailun myyntivaltit eli USP:t (Unique Selling Points) auttavat matkailijaa valitsemaan matkailukohteen muiden kohteiden joukosta. Myyntivaltit ovat tunnistettavia erottautumistekijöitä, jotka toimivat alueella vetovoimaisina elementteinä. Mitä useampi alueen toimija nostaa esille ja hyödyntää toiminnassaan alueelle ominaisia yhdessä sovittuja myyntivaltteja, sitä vahvemmaksi matkailualueen brändi, tunnettuus ja vetovoima kasvaa.

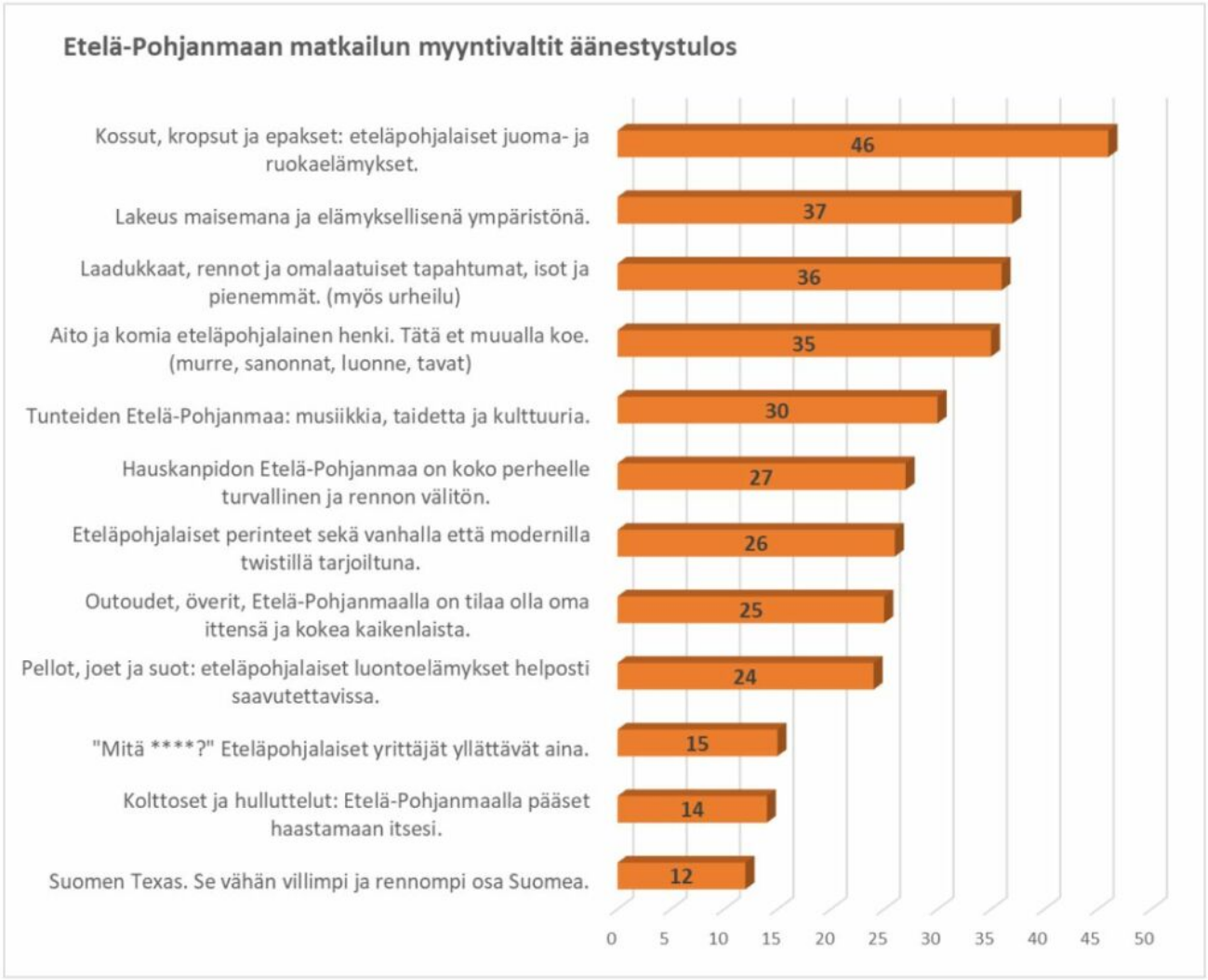
Seinäjoen ammattikorkeakoulun XR-teknologiat osana matkailijan asiakaspolkua -hankkeessa olemme tunnistaneet Etelä-Pohjanmaan matkailun ainutlaatuiset myyntivaltit. Myyntivalttien tunnistaminen ja määrittely on tehty yhdessä Etelä-Pohjanmaan alueen matkailutoimijoista, asiantuntijoista ja yrittäjistä kootun työryhmän kanssa syksyllä 2022. Myyntivalttien määrittelyä työstettiin kolmessa työpajassa, jotka toteutettiin

ulkopuolisen asiantuntijaorganisaation Salmi Platformin ja Tarinakone Oy:n kanssa. Ennen ensimmäistä työpajaa työryhmälle tehtiin ennakkokysely, jossa kartoitettiin lähtökohtia sekä ennakkoajatuksia käsiteltävän asian tiimoilta. Itse työpajoissa tunnistettiin alueen ainutlaatuisia tarinaelementtejä ja mietittiin matkailullisia erottumistekijöitä. Tämän jälkeen elementeistä laadittiin tarinoita, joiden avulla vahvistettiin ainutlaatuisuutta ja edettiin myyntivalttien tunnistamisessa yleisistä yksityiskohtaisempiin ja persoonallisempiin valtteihin. Lopulta työryhmän koostamista myyntivalteista järjestettiin äänestys Etelä-Pohjanmaan alueen matkailutoimijoille, yrityksille ja asiantuntijaorganisaatioille. Vastauksia saatiin kattavasti alueen toimijoilta, sillä vastauksia kirjattiin yhteensä 112 vastaajalta.

Tässä kaikki äänestyksessä mukana olleet myyntivaltit:

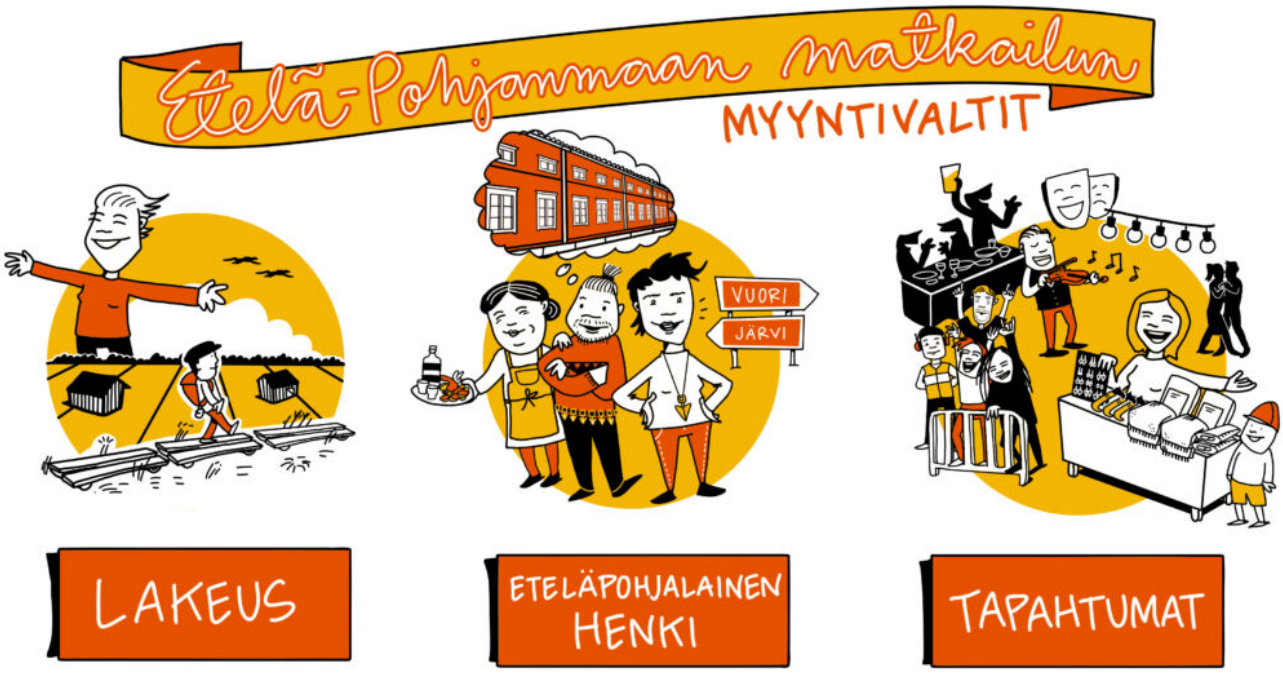
- Kolttoset ja hulluttelut: Etelä-Pohjanmaalla pääset haastamaan itsesi.
- Eteläpohjalaiset perinteet sekä vanhalla että modernilla twistillä tarjoiltuna.
- **Lakeus maisemana ja elämyksellisenä ympäristönä.**
- **Kossut, kropsut ja epakset: eteläpohjalaiset juoma- ja ruokaelämykset.**
- **Laadukkaat, rennot ja omalaatuiset tapahtumat, isot ja pienemmät. (myös urheilu)**
- “Mitä ****?” Eteläpohjalaiset yrittäjät yllättävät aina.
- Suomen Texas. Se vähän villimpi ja rennompi osa Suomea.
- **Aito ja komia eteläpohjalainen henki. Tätä et muualla koe. (murre, sanonnat, luonne, tavat)**
- Hauskanpidon Etelä-Pohjanmaa on koko perheelle turvallinen ja rennon välitön.
- Outoudet, överit, Etelä-Pohjanmaalla on tilaa olla oma ittensä ja kokea kaikenlaista.
- Tunteiden Etelä-Pohjanmaa: musiikkia, taidetta ja kulttuuria.
- Pellot, joet ja suot: eteläpohjalaiset luontoelämykset helposti saavutettavissa.

Alla olevasta taulukosta on nähtävillä, miten äänet jakautuivat eri vaihtoehtojen välillä. Vastaajat pääsivät äänestään mielestään kolmea parasta Etelä-Pohjanmaan matkailun myyntivaltiksi tunnistettavaa vetovoimatekijää. Kolme äänestyksessä eniten pisteitä saanutta myyntivalttia olivat eteläpohjalaiset juoma- ja ruokaelämykset, laadukkaat, rennot ja omalaatuiset tapahtumat sekä lakeus maisemana ja elämyksellinen ympäristönä. Heti seuraavana tuloksissa tuli aito ja komia eteläpohjalainen henki.



Etelä-Pohjanmaan ainutlaatuisuus esiin

Myyntivaltteja työstänyt työryhmä kokoontui äänestyksen jälkeen pohtimaan tuloksia ja valitsemaan lopulliset myyntivaltit. Myyntivalttien sisältöjä ja viestinnän kärkiä työstettäessä, työryhmän keskustelussa esiin nousi eteläpohjalaisten juoma- ja ruokaelämyksien ainutlaatuisuus, mutta samalla niiden rajallisuus. Työryhmä päätyi siihen, että ympäri maakuntaa valmistetaan kyllä ainutlaatuisia makuelämyksiä ja tahtotila eteläpohjalaisen juoma- ja ruokakulttuurin nostamisesta myyntivaltiksi löytyy, mutta vetovoimatekijäksi siitä ei vielä tässä kohtaa ole. Näin lopulta Etelä-Pohjanmaan matkailun myyntivalteiksi yhdessä sovittiin ja valittiin lakeus, eteläpohjalainen henki ja tapahtumat.



Etelä-Pohjanmaan matkailun myyntivaltit (Kuva: Linda Saukko-Rauta / Redanredan Oy).

Yhteisten työpajojen pohjalta Tarinakone Oy on koostanut ja laatinut myyntivalteista kuvaukset, kärkiviestit asiakkaalle ja tarinat. Myyntivalttien kuvituskuvat on kuvittanut Linda Saukko-Rauta / Redanredan Oy. Jokainen Etelä-Pohjanmaan alueen matkailun parissa toimiva voi hyödyntää myyntivaltteja ja niihin liittyviä sisältöjä omaan toimintaansa sopivalla tyylillä. Mitä useampi Etelä-Pohjanmaan matkailutoimija nostaa myyntivalttien sisältöjä esiin omassa toiminnassaan, sitä vahvemmaksi voimme yhdessä kehittää alueen matkailun tunnettuutta ja vetovoimaa. Ruvetahan yhyres töihi! Tästä pääset tutustumaan tarkemmin valittuihin myyntivaltteihin ja kuvauksiin!

Etelä-Pohjanmaan matkailun ainutlaatuiset myyntivaltit on työstetty osana Seinäjoen ammattikorkeakoulun XR-teknologiat osana matkailijan asiakaspolkua -hanketta. Hanke rahoitetaan REACT-EU-välineen määrärahoista osana Euroopan unionin COVID-19-pandemian johdosta toteuttamia toimia.

Noora-Mari Syväluoma
Projektipäällikkö, asiantuntija TKI
SeAMK