Matkailuyrittäjä digitalisaation hampaissa

21.12.2018

Moni matkailuyrittäjä kokee epävarmuutta matkailualan markkinoinnin ja myynnin muuttuessa. Digitalisaatio näyttäytyy monelle pienelle yrittäjälle liian suurena hallittavaksi tai edes jotenkin ymmärrettäväksi. Digitalisaatio muuttaa toimintaympäristöä ja kuluttajakäyttäytymistä nopeasti. Lisähaastetta tuo digitaalisten kanavien ja työkalujen hallinnan lisäksi niihin kohdistuvat toimenpiteet. Mitä kertoa kenellekin, milloin ja missä välineessä. Eli yrittäjän tulisi vielä ymmärtää asiakaspolku. Kilpailussa pärjääminen edellyttää palveluiden löytymistä sähköisesti asiakkaalle matkan hankinnan eri vaiheissa, suunnittelusta aina suositteluun saakka.

Ekosysteemejä ja alustoja

Digitalisaatio haastaa yrittäjää. Toiset lähtevät mukaan rohkeammin, toiset arastellen. Mutta yksin ei tarvitse lähteä mukaan sähköisiin syövereihin. Yrittäjien välinen aito yhteistyö voi olla yksi tapa nujertaa digitalisaation uhka. Matkailualalla on havaittavissa kumppanuuksien ja verkostojen rakentamisen kulttuuri yli perinteisten toimialojen, puhutaan ekosysteemeistä. Ekosysteemit voivat hyödyntää digitalisaation tarjoamia mahdollisuuksia esimerkiksi kasvattamalla yhdessä näkyvyyttä sähköisissä myynti- ja jakelukanavissa tai ottamalla käyttöön yhteisen digitaalisen alustan eli kauppapaikan. Tällainen alusta on esimerkiksi Bókun, joka sai aikaan islantilaisen matkailun vahvan kasvun.

Matkalla kasvuun

Matka Kasvuun -hanke on suunnattu pienille matkailualan yrityksille Etelä-Pohjanmaalla.
Hankkeen yhtenä tavoitteena on kartoittaa benchmarking-tutkimuksen avulla innovatiivisia ja toimivia matkailun markkinoinnin edelläkävijöitäja ottaa niistä oppia.

Huhtikuussa tutustuttiin Visit Tampere Partners kumppanuusverkostoon. Verkostossa tehdääntavoitteellista markkinointia ja myynninedistämistä yhteistyössä erilaisten toimijoiden kesken. Verkostossa työskentelevät markkinoinnin ammattilaiset hallitsevat erilaisten kanavien käytönsekä sisältömarkkinoinnin, joihinyritysten resurssit ja taidot harvoin riittävät. Verkosto tarjoaa jäsenilleen myös mahdollisuuden kasvattaa osaamistaan esimerkiksi tuotteistamiseen ja digitalisaatioon liittyen.

Lokakuussa opintomatka suuntautui Jyväskylään ja Saimaan seudulle, jossa yhteistyötä tehdään laajasti yli maakuntarajojen jaeri toimijoiden roolit tunnistaen. Alueellisesti pyritään nostamaan tunnettuutta monikanavaisesti asiakaskohderyhmät huomioiden. Yritystasolla autetaan tuotteistamisessa ja eri sähköisten myynti- ja jakelukanavien käyttöönotossa sekä markkinointiviestinnän kohdentamisessa.

Myös Etelä-Pohjanmaalla on virinnyt halu uudenlaiseen verkostoitumiseen perinteisen yhteistyön lisäksi. Vain

aidolla yhteistyöllä maakunnan vetovoimatekijät huomioiden voidaan pärjätä kilpailussa.
Matkailun digitalisaatiota käsitellään enemmän SeAMKin kokoomajulkaisussa s.258 ”Matka Kasvuun –hanke auttaa alueemme matkailutoimijoita digitalisaation haasteissa”. http://www.theseus.fi/handle/10024/157062

Matka Kasvuun -hanke on SeAMKin toteuttama, ja sitä rahoittaa Etelä-Pohjanmaan ELY-keskus Manner-Suomen maaseudun kehittämisen Maaseuturahastosta

Elina Järvinen
SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri