



Euroopan unionin
osarahoittama



LAPIN LIITTO



SODANKYLÄ

The Sky Between Two Currents

LOISTAVA Kahden virran taivas

Pimeästä valoon – miten asiakkaat löytävät Sodankylän taivaan elämykset

Webinaar - Asiakaslähtöinen tuotteistaminen taivaanilmiöissä

LOISTAVA - Taivaanilmiöt kestäviksi matkailutuotteiksi
Turning Celestial Phenomena into Sustainable Tourism Experiences



Ilmiöstä kokemukseen

Asiakas ei tule katsomaan revontulia.

Hän tulee kokemaan jotain, mitä ei voi kokea muualla.



Agenda

- Tavoitteet ja kokonaiskuva ilmiöstä
kokemukseen – ajattelumalli

- Asiakaspersoonat ,mitä asiakas
oikeasti ostaa
Tehtävä : oma kohderyhmä & idea

Tauko

- Palvelupolku (ennen–aikana –jälkeen)
kokemuksen huippuhetket
Tehtävä: oman palvelupolun
hahmottelu

Tauko

- Arvolupaus
Tehtävä: oman tuotteen luonnos

Yhteenveto ja keskeiset opit





Webinaarin sisältö

Valmennuksen tavoitteena on antaa ja hyödyntää konkreettisia työkaluja, joiden avulla taivaan - ja luonnonilmiöt ,kuten revontulet, tähtitaivas, yötön yö, jalostetaan asiakaslähtöisiksi, elämyksellisiksi ja kaupallisesti toimiviksi matkailutuotteiksi.

Miettiä esimerkkien kautta miten palvelujen kehittäminen tarkoittaa.

Palvelun rakentaminen

- ensimmäinen versio omasta tuotteesta
- ymmärrys palvelun rakentamisesta asiakaslähtöisesti
- konkreettiseja työkaluja jatkokehitykseen



Ilmiöstä kokemukseen – ajattelumalli

Ilmiöstä kokemukseen

- tunnistetaan mitä asiakas oikeasti ostaa (ilmiö →kokemus → tuote)
- hyödynnetään asiakasymmärrystä tuotteiden suunnittelussa
- rakennetaan selkeitä ja myytäviä modulaarisia palvelukokonaisuuksia palvelumuotoilua hyödyntäen



Ilmiöstä kokemukseen – ajattelumalli

LUONNONILMIÖ "Mitä?"

Objektiivinen tapahtuma
luonnossa
Fyysinen ja mitattavissa
oleva todellisuus.

ASTIEN KAUTTA HAVAINNOINTI "Miten?"

Aistit – näkö, kuulo, haju ja
tunto – avautuvat ilmiön
tarkkailulle.

KOKEMUS "Kuka?" ja "Miksi?"

Ilmiölle annettu henkilö-
kohtainen, emotionaalinen
tai syvällinen merkitys.



Ilmiöstä kokemukseen – ajattelumalli

LUONNONILMIÖ

"Mitä?"

- Pimeys
- Tähdet
- Revontulet
- Valo
- Säätilan muutos
- Auringonpimennys
- Kasvien kukintavaihe
- Vuoroveden vaihtelu

ASTIENKAUTTA

HAVANNOINTI

"Miten?"

- Lämpötilan laskun tunteminen
- Ympäristön hiljaisuuden kuuleminen
- Taivaan tummumisen näkeminen
- Ympäristön tuoksut

KOKEMUS

"Kuka?" ja "Miksi?"

- Ihmetyksen tunne
- Oman pienuuden kokeminen
- Yhteys luontoon
- Rauhallisuuden tunne
- Yhteisöllinen kokemus
- Vertailu aiempiin kokemuksiin



StarGazing .



Aurora.
Northern lights.



Midnight Sun.



DarkSky .



Neljän ilmiön yhteinen nimittäjä

(Aurora • Stargazing • Dark Sky • Midnight Sun)

Toistuvat menestystekijät

1. Opas ja tulkinta
2. Odotusten hallinta
3. Vaihtoehtoinen sisältö
4. Tarinallistaminen
5. Kohderyhmän lukeminen (kieliversiot, kulttuurierot)

Toistuvat kipupisteet

- Odottaminen ilman sisältöä
- Liiallinen teknisyys tai vaikea selitys
- Luonnonilmiön "jättäminen yksin" ilman tulkintaa
- Heikko ennakkoviestintä ja epäselvät odotukset

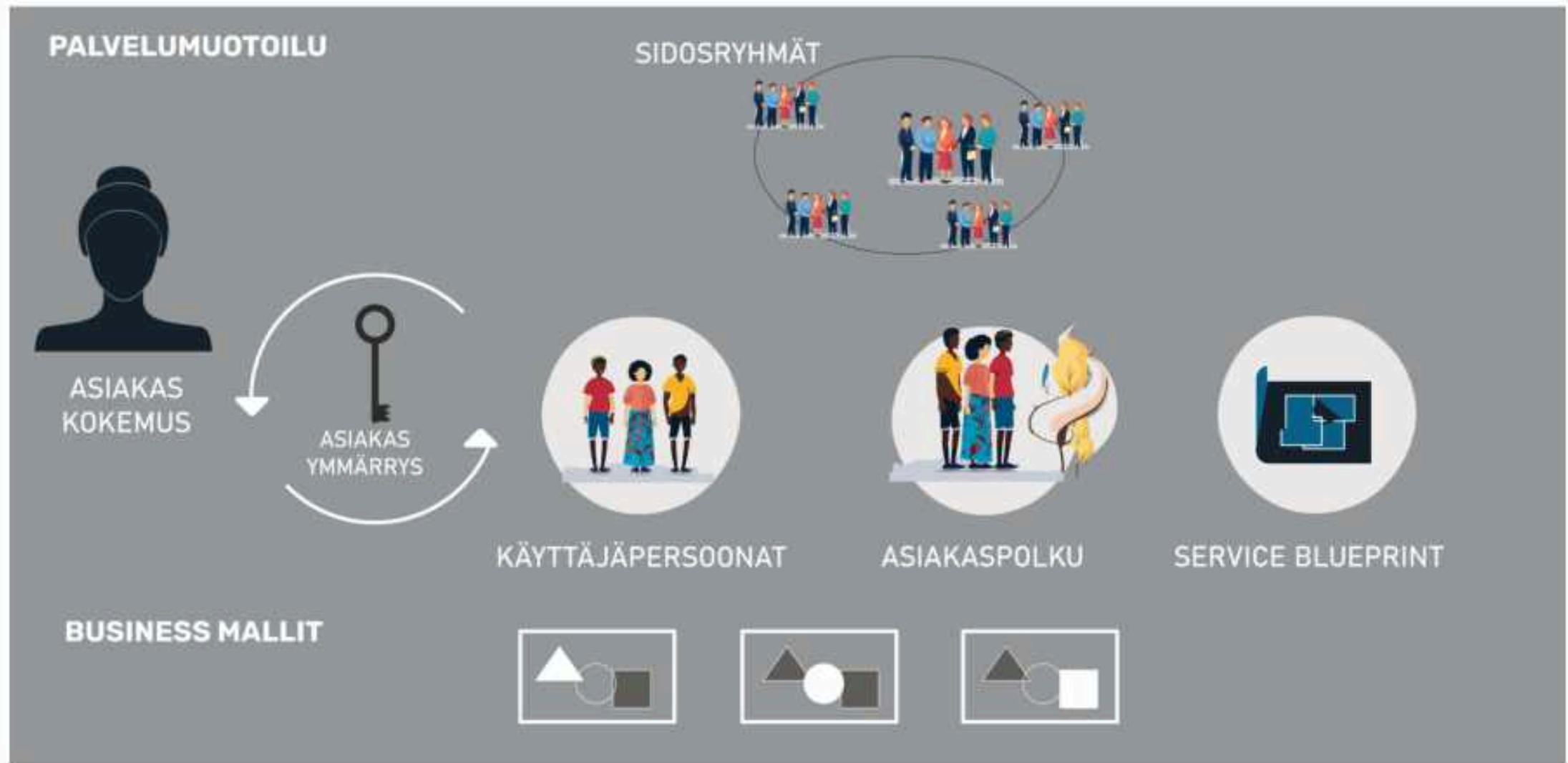




Palvelumuotoilu tarkoittaa palveluiden suunnittelua ja kehittämistä käyttäjien tarpeiden pohjalta.

Tavoitteena on kehittää palveluja siten, että'

- ✓✓ Palvelujen asiakaskokemus on erinomainen
- ✓✓ Palvelu luo arvoa asiakkaalle
- ✓ Palvelu on helppoa palveluntuottajalle





Asiakaspersoonat

Travellers Drawn to the Arctic Sky

Matkailijat elämyksien äärellä – mikä on arktisen
taivaan lumo ja vetovoima.



Visit Finland asiakassegmentit

Perusajatus

Visit Finlandin asiakassegmentointi perustuu matkailijoiden kiinnostuksiin ja motiiveihin, ei vain demografiatietoihin.

Tavoitteena on ollut tunnistaa globaalisti relevantit ja käytännölliset segmentit, joita voidaan hyödyntää strategiassa, markkinoinnissa, palvelumuotoilussa ja myynnissä.

Segmentointi pohjautuu laajaan kansainväliseen tutkimukseen ja neljään kiinnostus alueeseen:

- Luonto & Elämykset
- Kulttuuri & oppiminen
- Aktiivisuus & urheilu
- Viihde & hyvinvointi

Näiden yhdistelmistä on muodostettu matkailijaprofiileja, jotka kuvaavat matkustustyyliä, odotuksia ja päätöksentekoa.

Segmentointi pohjautuu laajaan kuluttajatutkimukseen (yli 16 000 vastaajaa kahdeksasta maasta).



Visit Finland asiakassegmentit

Segmenttirakenne ja merkitys Suomelle

Visit Finland tunnistaa **11 asiakassegmenttiä**,
mm. Nature lover, Lifestyle traveller, Outdoor explorer, Culture traveller ja Foodie.

Segmenttejä arvioidaan niiden **vetovoiman ja kasvupotentiaalin** näkökulmasta Suomelle.

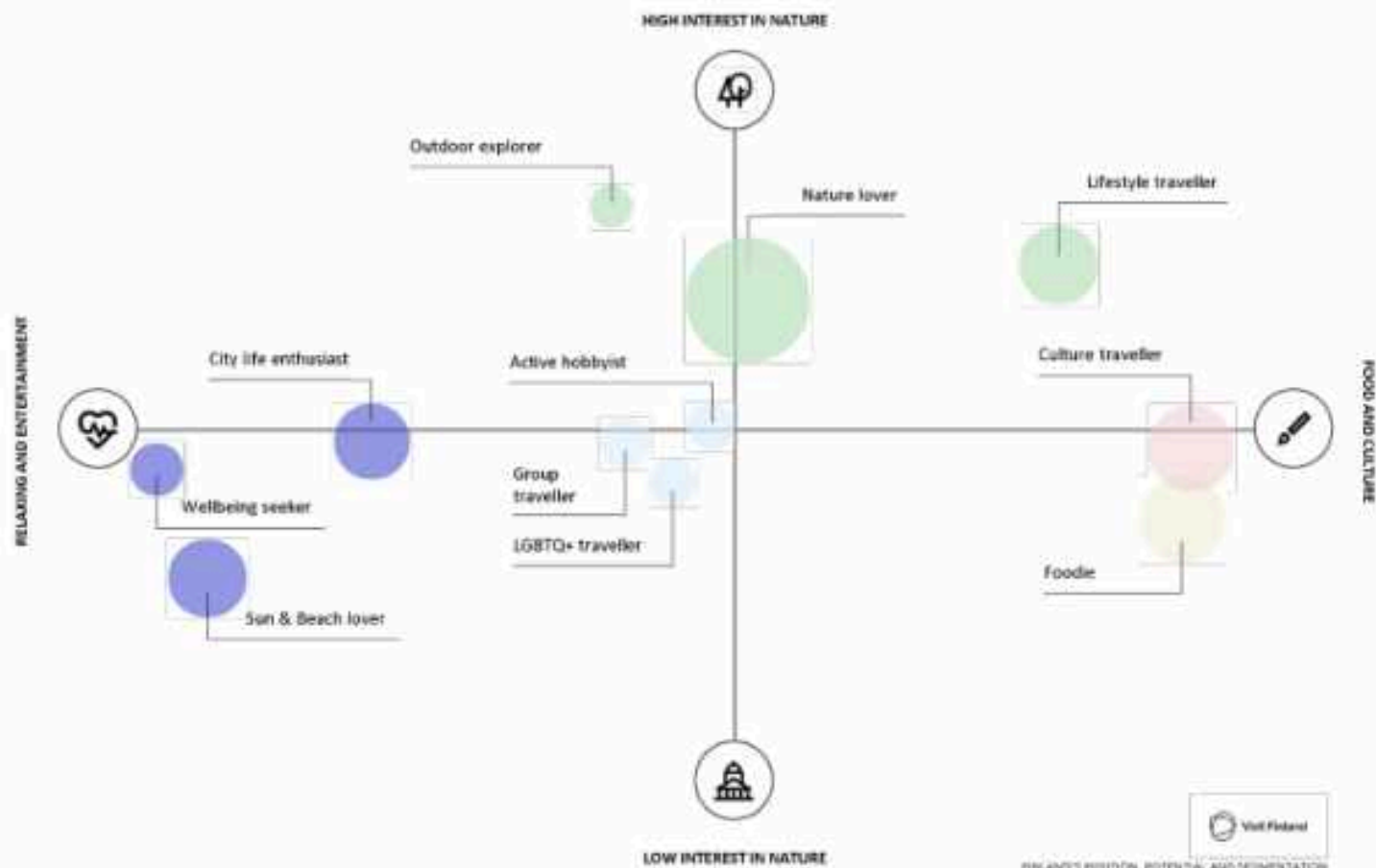
- **Korkean potentiaalin segmentit** :
Lifestyle traveller, Outdoor explorer, Active hobbyist, Nature lover
- **Rajallisemman potentiaalin segmentit** :
Sun & beach lover, Foodie, Wellbeing seeker
- **Niche- ja täydentävät segmentit** :
LGBTQ+ traveller, Group traveller, City life enthusiast

Segmentointi ohjaa kohdennettua viestintää:

kaikkia kiinnostavat teemat (luonto, ruoka) ovat läsnä, mutta markkinoinnissa korostetaan kullekin segmentille **erottuvia ja profiloivia tekijöitä**.



Visit Finland Persoonat





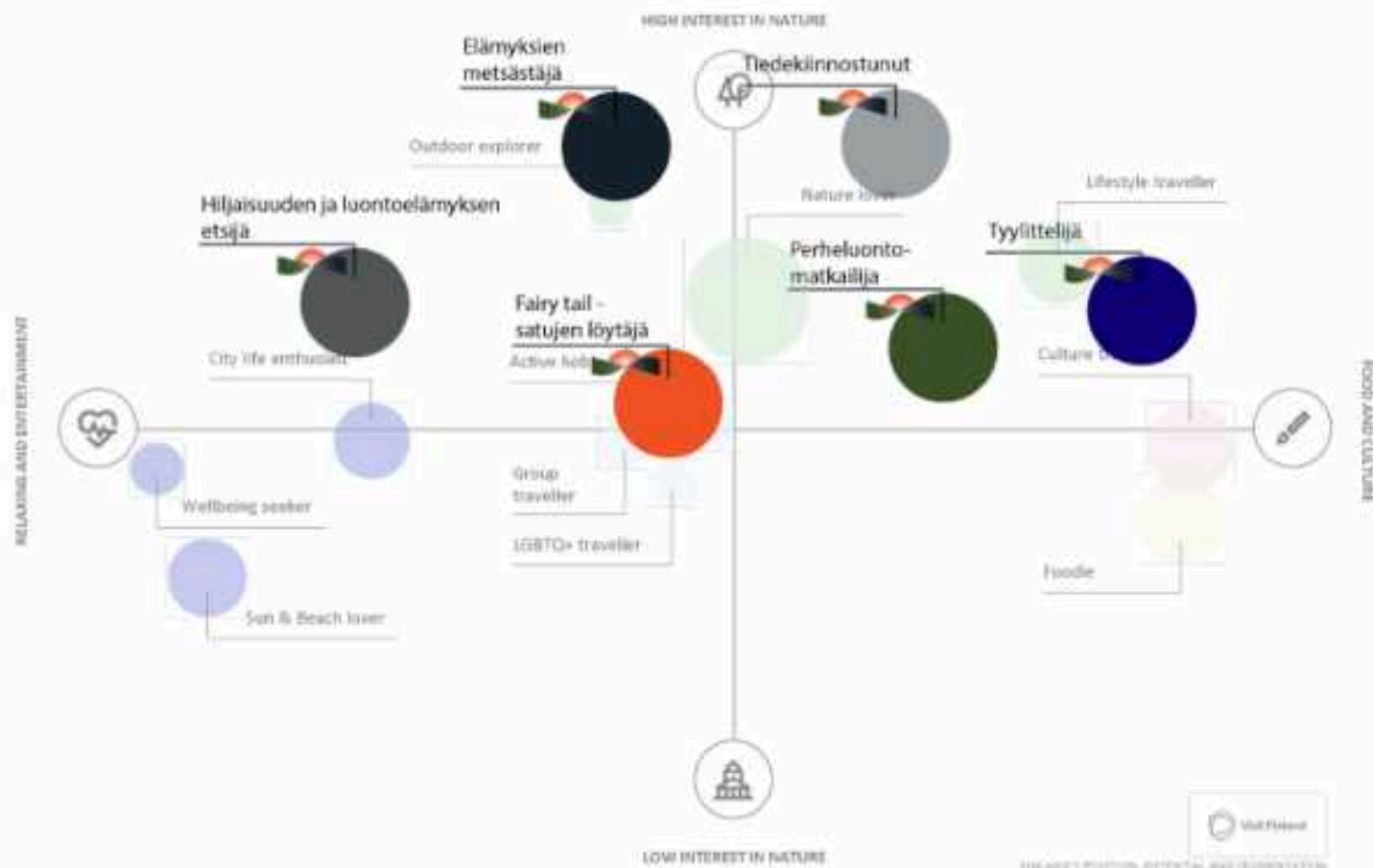
LOISTAVA Persoonat

LOISTAVA – *Taivaanilmiöt kestäviksi matkailutuotteiksi* -projektissa matkailijapersoonat on rakennettu **Visit Finlandin asiakassegmentointimallin pohjalta** .

Haastatteluaineiston perusteella on luotu **kuusi matkailijapersoonaa** , jotka on sijoitettu Visit Finlandin asiakassegmenttien nelikenttään. Tämän avulla on voitu tarkastella, **miten Sodankylään saapuvat taivaanilmiöistä kiinnostuneet matkailijat asemoituvat eri segmentteihin** sekä millaisia heidän **odotuksensa, motivaationsa ja tarpeensa** ovat.

Persoonien kautta on syvennetty ymmärtämään, millaiset sisällöt, palvelut ja kestävät matkailutuotteet puhuttelevat eri matkailijatyyppejä, ja miten juuri Sodankylässä pohjoisen luonnon erityiset taivaanilmiöt, luonto ja paikallisuus voidaan kytkeä osaksi merkityksellistä ja vastuullista matkailukokemusta.

LOISTAVA Persoonat





Perheluontomatkailija

Profiilin tyyppi:
Kansainvälinen
ensikertalainen (UK)



Perustiedot

- James, 40-vuotias mies, Iso-Britannia, kiireinen asiantuntija työntekijä, joka haluaa yhtälailla aikaa perheen kanssa ja elämyksiä
- Ei aiempaa Lapin-kokemusta
- Matkustaa perheen ja perheystävien kanssa
- Budjetti melko korkea

Tarpeet

- Ammattitaitoiset oppaat (revontulet, tähtitaivas)
- Majoitus yhdessä isomman ryhmän kanssa, mutta kuitenkin omat tilat ja huoneet
- Perhepalvelut (esim. lastenhoito)
- Laadukas ruoka ja elämykset luonnossa (riista, porot)
- Helppo kuljetus lentokentältä

Matkan päämotiivit ja odotukset

- Lumi ja talvinen maisema
- Nähdä revontulet 5 päivän aikana
- Rauha, turvallisuus ja puhdas luonto
- Olla yhdessä ystävien ja perheen kanssa

Asiakaspolun helppous ja selkeys
Opastetut elämykset
Rauha ja turvallisuus

"Dark, cool, magic lights - make it simple -
nature, silence, expertise"

Ostopolku ja -käyttäytyminen

- Matka puoliksi omatoiminen, palveluja ostettu sekä etukäteen että ostetaan paikan päällä
- Valmis ostamaan palveluja, joita suomalaiset itse eivät esim. lastenhoitopalveluihin
- Hintä hyväksyttävä, kun laatu vastaa (ei halua tulla "ryöstetyksi") Value you for money

Kanavat

- Osaksi omatoiminen, lento- ja majoitus
- Full package - short breaks, resorts matkatoimistot esim. <https://www.canterburytravel.com/lapland-holidays-2028/>

Kesä & yötön yö - potentiaali

- Yötön yö heikosti tunnettu UK:ssa → selkeytettävä ("all-day sun")
- Kännostava, jos yhdistetään:
 - sauna
 - illallinen ulkona
 - luonto ja hiljaisuus

Muuta:

Sodankylä on vaikea lausua - mitkä ovat Sodankylän erityispiirteet.
Kahden joen risteys, mitä se voi tuoda uutta



Profiilin tyyppi:
Kansainvälinen
ensikertalainen



Perustiedot

- Kit, 30-vuotias nainen, eurooppalainen , hänellä on checklista missä hän haluaa käydä ja Lappi on yksi niistä
- Ei aiempaa Lapin-kokemusta , mutta on seurannut luonnonsuojelukeskusteluja Viiankiaavasta
- Matkustaa yksin tai yhden ystävän kanssa
- Digi nomadi
- Budjetti huokea

Tarpeet

- Haluaa löytää paikalliset ammattitaitoiset oppaat
- Seikkailukohteita ja bucket list - matkailu
- Huokea majoitus tai omatoiminen majoitus maastossa

Matkan päämotiivit ja odotukset

- Haluaa löytää paikallisia elämyksiä paikallisten kanssa
- Something very special
- Autenttinen elämys - jota jakaa somessa
- Sisällyttää omaan elämän tarinaansa

Bucket list matkailua Fiilistely

"Life is full of experiences"

Ostopolku ja -käyttäytyminen

- Matka on kokonaan omatoiminen ja matkailija haluaa löytää itse omat elämyksensä mutta helposti
- Haluaa löytää "Hidden Jems" - paikkoja
- Tarkka budjetti

Kanavat

- Matka on kokonaan omatoiminen ja matkailija haluaa löytää itse omat elämyksensä mutta helposti
- Haluaa löytää "Hidden Jems"- paikkoja
- Tarkka budjetti

Kesä & yön yö – potentiaali

- On kiinnostusta tulla myös kesällä, erityisesti suuripedot ja villi luonto kiinnostaa
- Yksinäisyys ja rauha
- Kiinnostut suoalueesta ja erilaisista ekosysteemeistä

Muuta :

- vastuullisuus on tärkeä ulottuvuus matkustuksessa
- voisi olla kiinnostunut paikallisesta "työstä" osana matkailua
- Diginomadi tarvitsee myös paikan työskennellä



Secure Family -traveller

Profiilin tyyppi : Kansainvälinen
ensikertalainen voi muodostua
Suomi-ystäväksi



Perustiedot

- Charles, 50-vuotias mies eurooppalainen , jolla on perheystävä tai työkavereita Suomessa.
- Ei aiempaa Lapin-kokemusta ,
- Heikko englannin kielen taito
- Matkustaa puolison ja /tai aikuisten lasten ja puolisoiden kanssa
- Budjetti melko korkea

Tarpeet

- Hyvä majoitus
- Ruokaelämykset tärkeä osa elämystä .
- Tietoa ja opastusta omalla kielellä
- Selkeä palveluvalikoima

Matkan päämottivit ja odotukset

- Rauha ja puhdas , raikas ilma
- Elämyksiä ja yhteistä aikaa perheen kanssa
- Pois stressistä ja kiireestä .

Asiakaspolun helppous ja selkeys Turvallisuus

"Share unique moments with your friends and family, Nordic Cool"

Ostopolku ja -käyttäytyminen

- Varaukset ennakoivasti , jopa yli vuosi etukäteen
- Haluaa ymmärtää ja saada tietopaketteja kohteesta ja palvelutarjouksia ennen matkustusta
- Voi spontaanisti hankkia palvelua paikan päällä

Kanavat

- Word-of-mouth ystävät
- Ystävät töiden kautta
- Internet
- SoMe

Kesä & yötön yö – potentiaali

- Mielenkiintoinen kokonaisuus
- Mahdollisuus tavata paikallisia ja perhetuttuja paikallisissa juhlissa
- Vaellukset pohjoisessa kiinnostavat , voisi yhdistää Norjan kanssa samaan matkaan

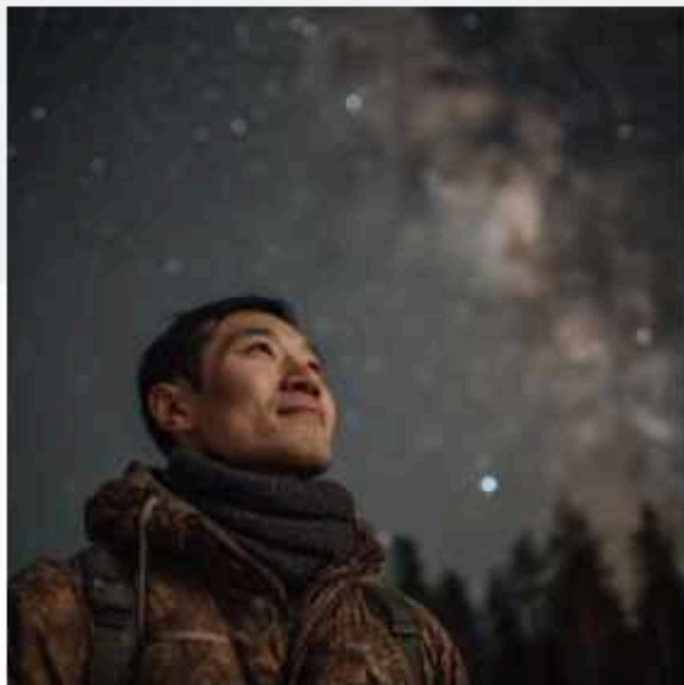
Muuta:

- Omassa maassa kesät saattavat ilmastonmuutoksen myötä olla liian kuumia - tutkivat muita mahdollisuuksia Cool Nord



Tiedekiinnostunut

Profiilin tyyppi:
Kansainvälinen
ensikertalainen



Perustiedot

- Chen, 35-vuotias mies, asialainen insinööri ja kiinnostunut tieteestä
- Haluaa olla kokenut matkailija ja tietäjä kun ystävät ja naapurit
- Eiaiemppaa Lapin-kokemusta
- Budjetti kesähuonea

Tarpeet

- Elämyksiä ja houkutus tieteeseen kautta
- Hyvä majoitus
- Extra vaatetus paikanpäältä, talvivarustus
- Valokuvaus oppia, miten kuvataan pimeässä

Matkan päämotiivit ja odotukset

- Tieteen ja matkustuksen yhdistäminen
- Olla oman yhteisön edessä kokenut
- Kokemuksia yhdessä ystävien ja perheen kanssa

Asiakaspolun helppous ja selkeys
Uuden tiedon jano

"Expertise something unique in middle of nowhere"

Ostopolku ja -käyttäytyminen

- Matka on lähes kokonaan suunniteltu ja hankittu etukäteen
- Haluaa hankkia kokonaispakettia, mutta mahdollisia paikallisia elämyksiä
- Oman maun mukainen ruoka

Kanavat

- TickTock, kiinalainen sosiaalinen media
- Ystävät ja tuttavat kohdemaassa

Kesä & yötön yö – potentiaali

- Ei välttämättä tiedä millainen kesä ja yötön yö.
- Kokonaispalvelut, seikkailuelämys

Muuta:

- Millainen tiedenäkökulma kiinnostaisi



Fairytale seeker

Profilin tyyppi:
Kansainvälinen
ensikertalainen



Perustiedot

- May Lei, 25-vuotias kiinalainen nainen
- Haluaa sadunomaisen kokonaiselämyksen
- Ei aiempaa Lapin -kokemusta
- Matkustaa poikaystävän tai puolison kanssa
- Budjetti ylellinen

Tarpeet

- Majoitus kaupungissa, pelkää vähän villiä luontoa
- Romanttinen kokemus
- Palvelukokonaisuus

Matkan päämotiivit ja odotukset

- Jakaa romanttinen "Fairly tale" kokemus yhdessä poikaystävän tai puolison kanssa
- Bucket list

Asiakaspolun helppous
Romanttinen kokemus
Turvallisuus

"Fairytale in wilderness"

Ostopolku ja -käyttäytyminen

- All in one service
- Koko palvelu hankittu etukäteen
- Kaupunki koetaan turvallisena, reitti luontoon kokemuksena

Kanavat

- TikTok, kiinalainen sosiaalinen media
- Ystävät

Kesä & yötön yö – potentiaali

- Ei välttämättä ole kiinnostunut

Muuta:

- Mahdollisuus rakentaa hyvä kokonaisuus elämys, Sodankylä on lähellä Rovaniemeä



Tyylittelijä

Profiilin tyyppi:
Kansainvälinen
ensikertalainen



Perustiedot

- Shelly, 35-vuotias varakas perheellinen nainen joka haluaa pysyä tuntemattomana mutta turvallisessa paikalla
- Ei aiempaa Lapin-kokemusta, osa ystäviä on ollut jo täällä
- Matkustaa puolison tai perheen kanssa
- Budjetti ylellinen

Tarpeet

- Yksityinen, ylellinen kokemus
- Exclusiivinen majoitus
- Varmistus siitä, että on pysyy tuntemattomana

Matkan päämotiivit ja odotukset

- Erityinen elämys
- Lomaa "julkisuudesta"
- Yhteinen aika perheen ja ystävien kanssa

Asiakaspolun helppous ja selkeys
Luxury
Exclusive

"Hidden wilderness luxury."

Ostopolku ja -käyttäytyminen

- Haluaa hankkia ekslusiivista luksusta perheen tai ystävien kanssa
- Sihteerit tai joku järjestää asiat puolesta

Kanavat

- Word-of-mouth
- Osaksi omatoiminen, lento- ja majoitus

Kesä & yön yö – potentiaali

- Kesäsesonki on tuntematon
- Millainen voisi olla luksus kesäelämys

Muuta :

- Julkisuus on uuvuttavaa ; tarvitaan paikkoja mihin mennä ilman julkisuutta
- Suomi on hyvä paikka kadota ;



Yhteenveto - Persoonat





Työkalu : Persoona



Demografiset tiedot

Ikä

Lokaatio

Ammatti

Sivillisäät

Käytettävissä oleva budjetti

Tarina

Motivaatio

Kanavat

Tarpeet

Odotukset



Työkalu : Ydinpalvelut





Tehtävä 10 min

Määritä oma kohderyhmä

- hyödynnä Loistava –persoonia , kehitä oman asiakasryhmän persoonia eteenpäin
- Mikä on ydinpalvelu + lisäpalvelu+tukipalvelu



Palvelupolku

Travellers Drawn to the Arctic Sky

Matkailijat elämyksien äärellä – mikä on arktisen
taivaan lumo ja vetovoima.



Mikä on asiakas polku ?

Palvelu/asiakaspolku kuvaa asiakkaan kokemuksen palvelusta vaihe vaiheelta ennen palvelua, sen aikana ja palvelun jälkeen.

Tavoite:

- ✓ Ymmärtää asiakkaan näkökulma
- ✓ Tunnistaa kehityskohteet vaihe vaiheelta
- ✓ Parantaa asiakaskokemusta



Palvelupolun vaiheet

1. Ennen palvelua
(tiedonhaku,
varaus)

2. Palvelun aikana
(kokemus ja
kohtaamiset)

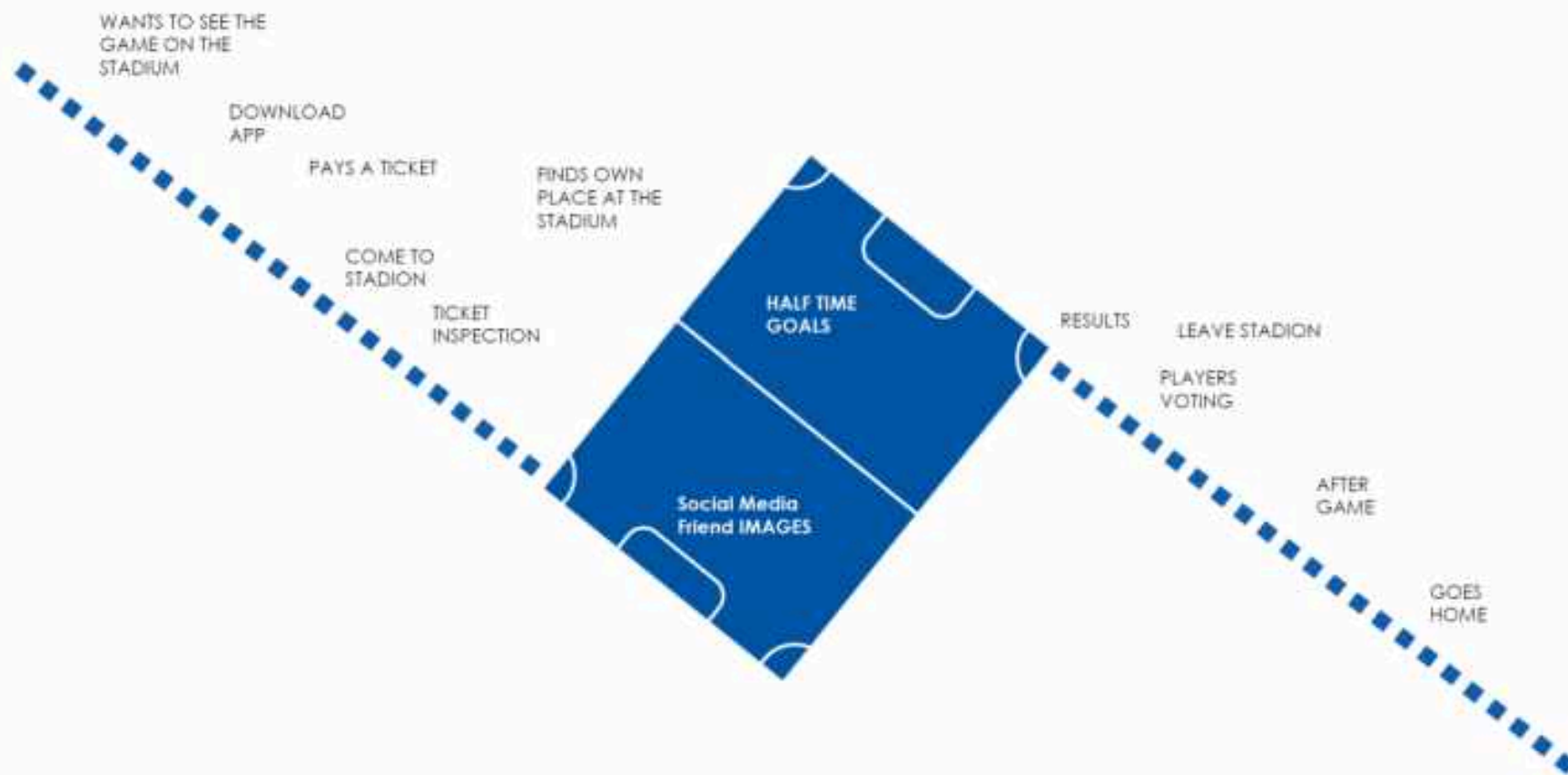
3. Palvelun jälkeen
(palaute, muistot,
suosittelu)





Tvökalu : Palvelupolku (Customer Journey)

Case HJK fani sovellus



CUSTOMER JOURNEY - Football came



Asiakaspolku taivaan ilmiöiden kautta

Aurora toimii sisäänheittäjänä ja herättää kiinnostuksen matkustaa pohjoiseen.

Dark Sky & Stargazing syventävät kokemusta ja lisäävät ymmärrystä taivaan ilmiöistä.

Midnight Sun tarjoaa alihyödynnetyn mahdollisuuden laajentaa kokemusta kesäkauteen.

Taivaan ilmiöt eivät muodosta yhtä tuotetta – vaan ympärivuotisen asiakaspolun

Inspiraatio & haaveilu	Suunnittelu & luottamuksen rakentuminen	Varaus & päätös	Kokemus paikan päällä	Jälkikokemus & muistijälki	Suosittelu & paluu
Revontulet = ylivoimainen haave ja matkan syy Midnight Sun harvoin tunnettu etukäteen - koetaan usein positiivisena yllätyksenä Stargazing & Dark Sky kiinnostavat niche-yleisöjä (valokuvaus, rauha, tiede) Löydettävyyys haku, kieliversiot, OTA, sisältö	Asiakasarviot keskeisin luottamuksen lähde Epävarmuus (sää, näkyvyys, hinta-laatu) korostuu ensikertalaisilla Rehelliset kokemukset ohjaavat päätöstä enemmän kuin markkinointiviestit Tarinallistaminen luottamuksen tukena, rakentaa odotuksia realistisesti ennen matkaa	Selkeä paketoitu palvelu ja opastus madaltavat kynnystä ostaa Hinta hyväksytään, kun laatu ja aitous vastaavat odotuksia Spontaani lisäostaminen paikan päällä yleistä	Opas ja tarinallistaminen ratkaisevat kokemuksen arvon Rauha, hiljaisuus ja turvallisuus toistuvia positiivisia yllätyksiä Negatiiviset arviot liittyvät useammin palveluun kuin itse ilmiöön	Muistetaan tunne ja tunnelma, ei vain ilmiö Midnight Sun jää usein mieleen "odottamattomana elämyksenä"	Revontulet = kertaluontelinen kokemus, mutta voimakas suosittelu Paluu kiinnostaa eri vuodenaikaan ja eri teemalla



Mikä on service blueprint?

Service Design Blueprint (palvelun blueprint) on palvelumuotoilun työkalu, joka kuvaa asiakkaan kokemuksen lisäksi myös palvelun taustalla tapahtuvat toiminnot.

Tavoite:

- ✓ Mitä asiakas näkee ja kokee
- ✓ Mitä työntekijät tekevät
- ✓ Mitkä järjestelmät ja taustaprosessit tukevat palvelua
- ✓ Blueprint tekee näkyväksi sekä asiakaskokemuksen että palvelun tuotannon.

Service Palvelupolku näyttää asiakkaan matkan, blueprint näyttää myös palvelun kulissien takaiset toiminnot.



Palvelun blueprint - Easy & Family



Asiakas

Inspiraatio & haaveilu

Haetaan matkaa, jossa olisi keskiössä perheen kanssa oleminen ja elämyksellisyys

Suunnittelu & luottamus

Haetaan kohdetta, jossa on helppo majottua ja perhelle elämyksellistä tekemistä

Varaus & päätös

Yhdellä varauksella voi hoitaa sekä majoituksen, ruoat ja elämykset

Kokemus paikan päällä

Joustavat palvelut

Kuljetus

Majoitus ja ruokailu

Elämykset

Jälkikokemus & muistijälki

Helppoa, puhdasta, hauskaa

Suosittelu & paluu

Tarinoita, mitä tapahtui lomalla

Backstage

Hyviä kuvia ja tarinoita

Artikkelit
tornat
Sodankylästä

Verkkosivu/
tarjoama
matkapaketteja

Tarjoama
monella
alustalla

Joustava
varausjärjestelmä
, jossa on monen
toimijan palveluja

Myyös palvelujen
perustus on
mahdollista

Peruspalvelut
Elämykset
Lisäpalvelut
Henkilökohtainen
palvelu vs.
digipalvelu

Konkreettinen ja
digi kiitos /
feedback

Muistatko vielä
viesti



Palvelun blueprint - Explorer



Asiakas

Inspiraatio & haaveilu

Haetaan elämyksiä, uutta tietoa, avaruutta

Suunnittelu & luottamus

Haetaan kohdetta, jossa löytää uusia näkemyksiä, ehkä viipyä pitempään

Varaus & päätös

On helppo vertailla majoituksia

Kokemus paikan päällä

Joustavat palvelut

Jälkikokemus & muistijälki

Helppoa, puhdasta, uutta tietoa

Suosittelu & paluu

Paikallinen ystävä

Kuljetus

Majoitus ja ruokailu

Työhub

Opastus, Elämykset

Backstage

Hyviä kuvia ja tarinoita

Artikkeli
tunnut
influencer
Sodankylästä

Verkkosivu / edullisia majoituksia, työhub tietoa ja tarinoita

Paikallinen "kaveri" agentti

Joustava varausjärjestelmä, jossa on monen toimijan palveluja

Miten varaus matkaan

Myös palvelujen perustus on mahdollista

Peruspalvelut
Elämykset
Lisäpalvelut
Henkilökohtainen palvelu vs. digipalvelu

Konkreettinen ja digi kiitos / feedback

Onko kaikki vuodenajat jo koettu



Palvelun blueprint - Enthusiast / Premium



Asiakas

Inspiraatio & haaveilu

Haetaan rauhaa, paikkaa missä olla tuntematon, avaruutta

Suunnittelu & luottamus

Haetaan kohdetta, missä on turvallista ja voi olla tuntematon

Varaus & päätös

All inclusive

Kokemus paikan päällä

Joustavat palvelut

Kuljetus

Majoitus j ruokailu

Elämykset

Jälkikokemus & muistijälki

Helppoa, puhdasta,

Suosittelu & paluu

Henkilökohtainen palvelu

Backstage

Hyviä kuvia ja tarinoita

Artikkelit
lataut
Influencer
Sodankylästä

Exclusive palvelut

Exclusive palvelu
consierier

Joustava
varausjärjestelmä
, jossa on monen
toimijan palveluja

Myös palvelujen
perustus on
mahdollista

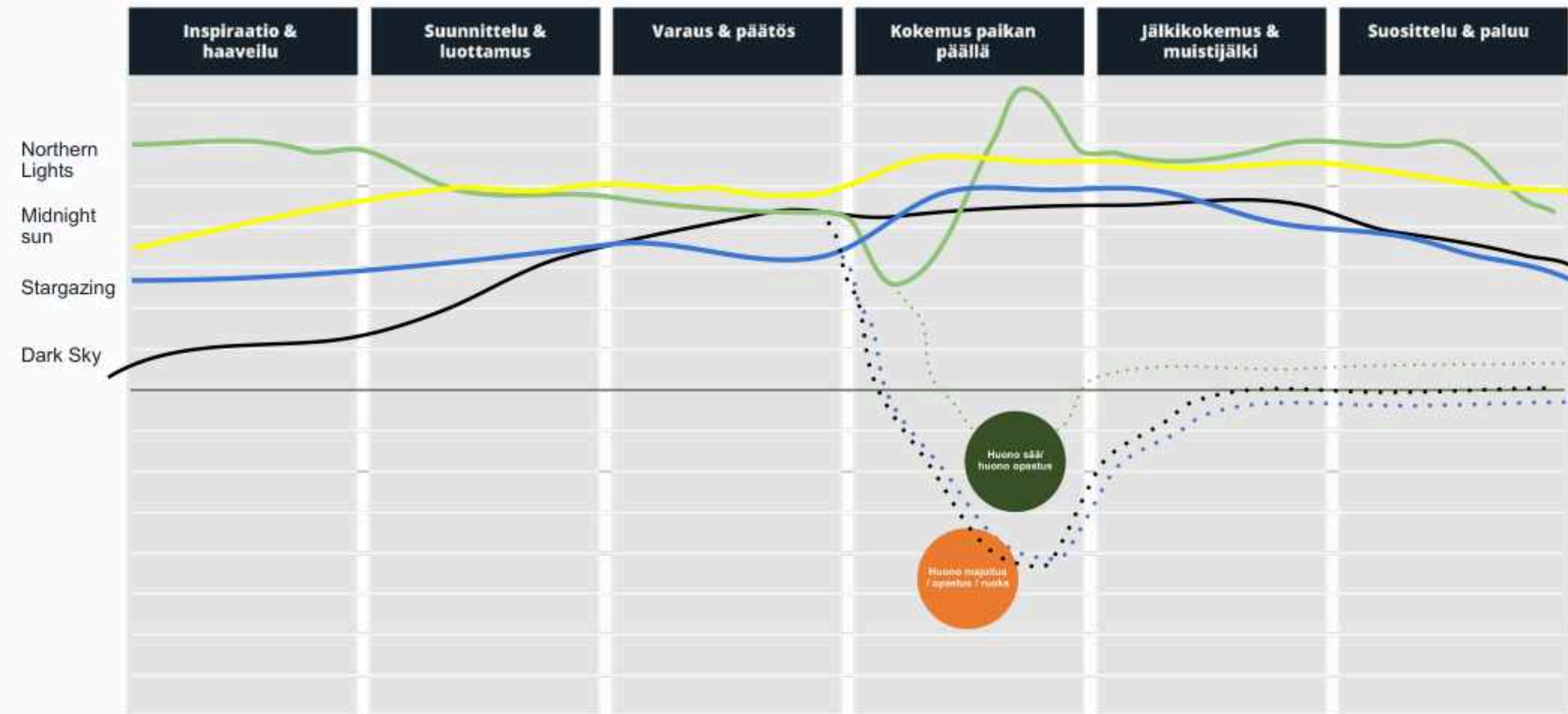
Peruspalvelut
Elämykset
Lisäpalvelut
Henkilökohtainen
palvelu vs.
digipalvelu

Konkreettinen ja
digi kiitos /
feedback

Onko kaikki
vuodenajat jo
koettu

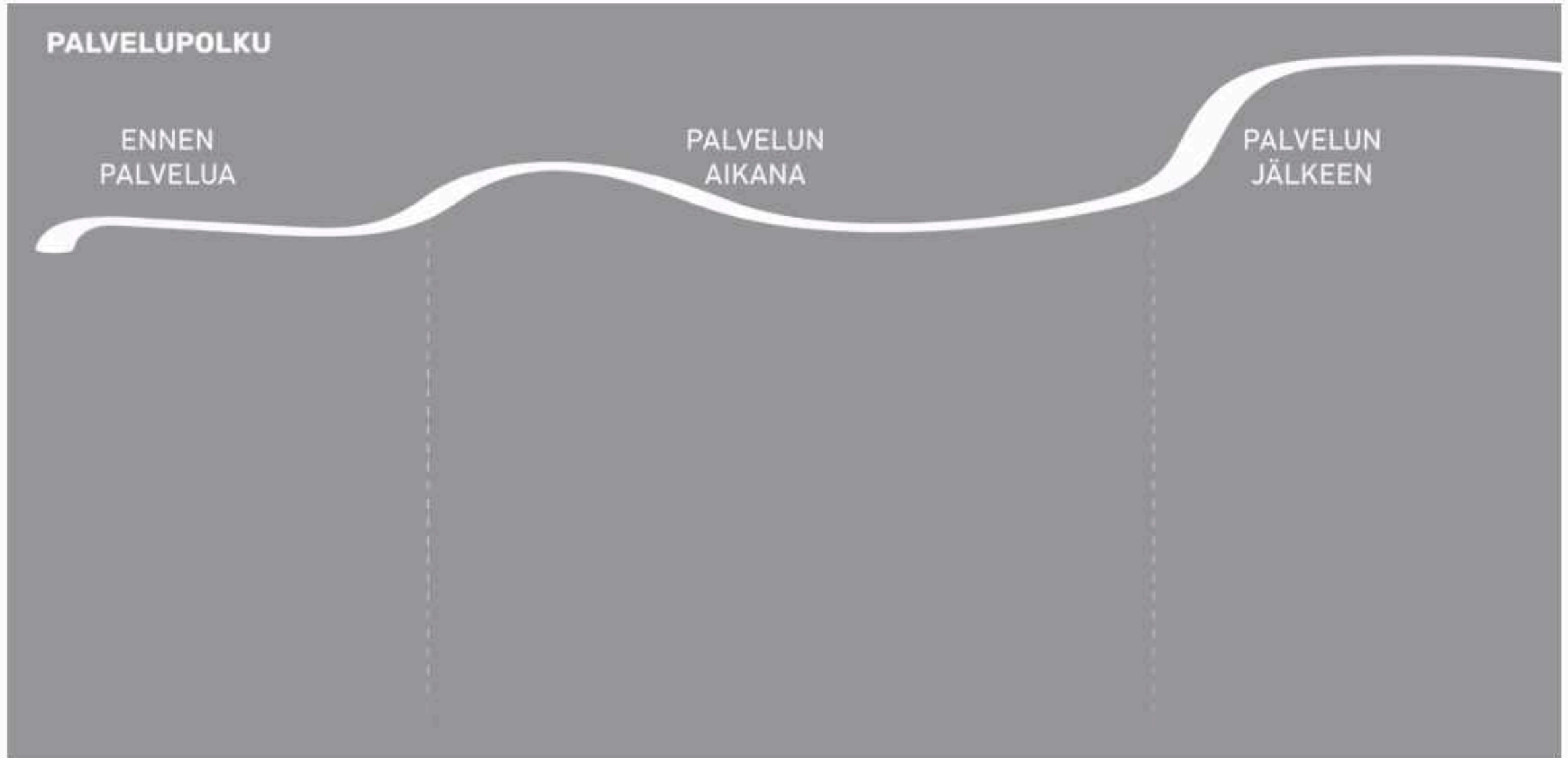


Palvelun Peak Moments – analyysi





Työkalu : Palvelupolku (Customer Journey)





Tehtävä 10 min

Tee oman palvelun palvelupolku,
kiinnitä erityisesti huomiota miten asiakas löytää
sinun palvelusi
Hyödynnä persoonia.



Arvolupaus

Travellers Drawn to the Arctic Sky

Matkailijat elämyksien äärellä – mikä on arktisen
taivaan lumo ja vetovoima.



Mikä on arvolupaus ?

Arvolupaus kertoo, mitä hyötyä asiakas saa palvelusta tai tuotteesta ja miksi se on parempi tai kiinnostavampi kuin muut vaihtoehdot.

Arvolupaus vastaa kysymyksiin:

- Mitä ongelmaa ratkaistaan?
- Mitä hyötyä asiakkaalle syntyy?
- Miksi asiakas valitsee juuri tämän palvelun?

Arvolupaus esimerkki

Tarjoamme ainutlaatuisen mahdollisuuden kokea luonnon pimeys turvallisesti ja elämyksellisesti, mikä edistää hyvinvointia, läsnäoloa ja palautumista arjen kuormituksesta.



Hyvän arvolupauksen elementit ?

- ✓ Asiakaslähtöinen
- ✓ Selkeä ja helposti ymmärrettävä
- ✓ Konkreettinen
- ✓ Erottuva kilpailijoista
- ✓ Perustuu todellisiin tarpeisiin
- ✓ Henkilökunta voi sitoutua arvolupaukseen

Kohderyhmä X Asiakkaan tarve X Ratkaisu X Hyöty

Arvolupaus esimerkki

Koe Suomen luonto, hiljaisuus ja pimeys turvallisesti – aito hyvinvointielämys kansainvälisille matkailijoille.



Matkaketju

Helppo matkaketju tarkoittaa saumattomasti toimivaa matkaa, jossa siirtymät, opastus ja palvelut tukevat matkailijan sujuvaa ja vaivatonta kokemusta alusta loppuun.

- ✓ Selkeät ohjeet ennen matkaa ja sen aikana
- ✓ Hyvät kulkuyhteydet (lentokenttä, satama, juna, bussi)
- ✓ Sujuvat siirtymät kulkuvälineestä toiseen
- ✓ Yksi yhteyspiste tiedolle ja varauksille
- ✓ Selkeät opasteet useilla kielillä
- ✓ Vähän odottamista ja monimutkaisia järjestelyjä
- ✓ Turvallisuus ja saavutettavuus huomioitu

Ulkomaalaisille matkailijoille etäisyydet saattavat olla yllätys.



Matkaketju esimerkki

Helppo matkaketju tarkoittaa saumattomasti toimivaa matkaa, jossa siirtymät, opastus ja palvelut tukevat matkailijan sujuvaa ja vaivatonta kokemusta alusta loppuun.

- ✓ Saapuminen Rovaniemelle lentäen tai bussilla.
- ✓ Selkeät englanninkieliset ohjeet jatkoyhteyksistä.
- ✓ Kuljetus tai julkinen liikenne suoraan Sodankyläänmajoituksen/elämyksen lähtöpisteeseen.
- ✓ Opastettu luontoelämys
- ✓ Helppo paluu majoitukseen tai seuraavaan kohteeseen.

Esimerkki Cornwall coastal path



Matkaketju esimerkki



The South West Coast Path

The South West Coast Path is perhaps the UK's ultimate challenge for the long-distance hiker - a 630-mile adventure around the coastline of England's south west peninsula. There's more than 16,000 ft of ascent and descent on the South West Coast Path. Completing it is equivalent to climbing Snowdon 41 times, Ben Nevis 26 times and Everest 4 times.

Starting at Weymouth in Dorset, it runs along the coastline of Dorset, continuing along the coast of Dorset, Devon and Cornwall. It follows the entire coastline of Cornwall, goes across the mouth of the River Tamar and continues into Devon. After running along the south coast of Devon, it then follows the Devon coastline before finally ending at Poole Harbour.



Look out for our Way Markers



Travel information

Physically looking for information on how to get to the South West, or how to get around while you're here - you've come to the right place.

Getting to the South West



Wherever you're coming from another part of the UK, or from somewhere else in the world, there are lots of ways to get to the South West. Choose to arrive by road, air, train, boat, or an instant your adventure on the South West Coast Path.

Click the icons below for more information on each mode of transport.



Getting around



About Explore Our Cause Get Involved Support Us Stay Q

Baggage Transfer

Walking with just a day pack of essentials whilst having your bags carried between overnight stops makes the walking much easier and more enjoyable.

You can also pack a few more 'luxuries' without having to worry about the weight. Several companies will move your bags between your overnight stops - just arrange beforehand to speak with the proprietor of your first, fifth or tenth stop in the morning and they will arrange for it to be delivered to your next night's accommodation.



Established in West Cornwall in 2005, Luggage Transfers Ltd is the only baggage transfer service that covers all 650 miles of the South West Coast Path, as well as a large selection of island routes across the region. Each year, between March and October, we are trusted by independent

Explore

- The South West Coast Path
- Trip Planning
 - 30 day itinerary
 - Find a place to stay
 - Food and drink
 - Things to do
 - When to walk
- Travel information
 - Baggage Transfer
 - Walking holiday companies
 - Camping on the Coast Path
 - Walking Colleges
- Explore the Path
- Distance calculator
- Short breaks

Accommodation
Houses



Konseptit rakentuvat



Sisältöakseli
(Celestial -teemat)

Asiakastaso
(Tuotetasot)



Läpileikkaavat
teemat

Pure North
Index

Ilmanlaatu data

Valosaasteen
mittaus

Hiljaisuuden
desibelitaso

Joen veden
puhtaus

Community
Integration

Paikalliset
oppaat

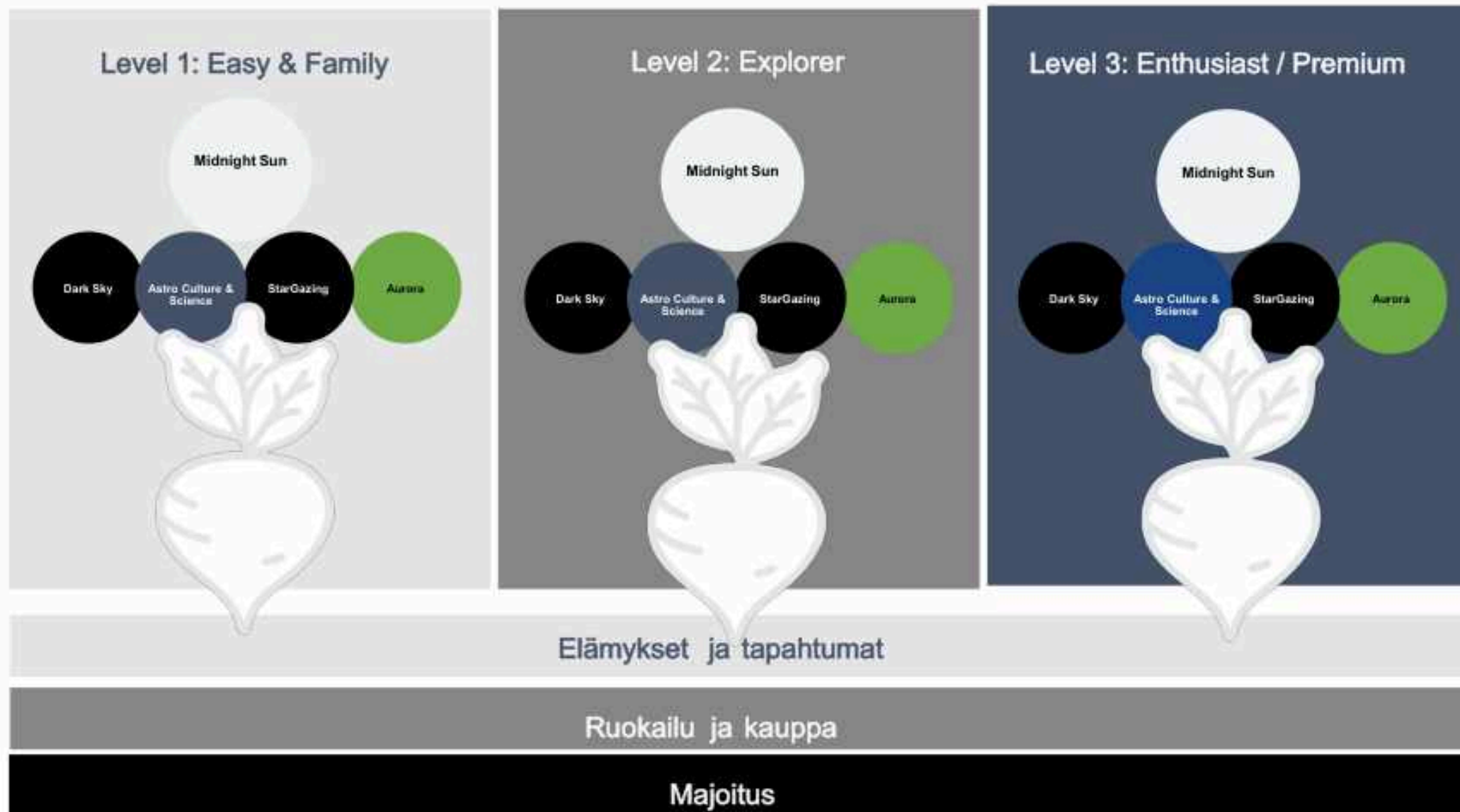
Kyläyhteisö
mukana

Joen tarinat ja
kulttuuriperinne



Konseptimalli

Konsepti
kartta





South West Coastal Path, Cornwall UK

[Explore](#)

[The South West Coastal Path](#)

- By area
- The route
- Day walks
- Easy routes
- Fast walking
- Stunning scenery
- Support a project
- Sign up to the Coastal Path

[Trip Planning](#)

- 52 way itineraries
- Find a place to stay
- Food and drink
- Things to do
- When to visit
- Travel information
- Weather forecast
- Walking holiday companies
- Organising the Coastal Path
- Holiday insurance

[Explore the Path](#)

- Distance calculator
- Short breaks

Location:

Distance calculator

Short breaks

Distance calculator

Short breaks

1. The Old Signal House



1. The Old Signal House

Discover a historic stone cottage in the heart of the coastal path. The Old Signal House is a charming, well-kept stone cottage.

01208 850000



2. Coastguard Cottages

Only former Coastguard cottages available in the South West. These are a great place to stay.

01208 850000



3. Stevie Ann Cottage

Whole luxury holiday home, just a short walk from the beach. Perfect for a family holiday.

01208 850000



50 Degrees North

Enjoy a family holiday in a great location. The 50 Degrees North is a great place to stay.

01208 850000



4. Pottery Cottage

Beautifully restored cottage in the heart of the coastal path. The Pottery Cottage is a great place to stay.

Distance calculator

Short breaks

Along the coast of Cornwall, Devon, Dorset and Dorset there are lots of places to stay, eat and drink, and lots of things to do. We have a selection of places to stay, eat and drink, and lots of things to do.

For the business traveller, we have a selection of places to stay, eat and drink, and lots of things to do. We have a selection of places to stay, eat and drink, and lots of things to do.

Whether you are a family holiday, a business holiday, or a holiday for two, we have a selection of places to stay, eat and drink, and lots of things to do. We have a selection of places to stay, eat and drink, and lots of things to do.

Whether you are a family holiday, a business holiday, or a holiday for two, we have a selection of places to stay, eat and drink, and lots of things to do. We have a selection of places to stay, eat and drink, and lots of things to do.

Whether you are a family holiday, a business holiday, or a holiday for two, we have a selection of places to stay, eat and drink, and lots of things to do. We have a selection of places to stay, eat and drink, and lots of things to do.

Whether you are a family holiday, a business holiday, or a holiday for two, we have a selection of places to stay, eat and drink, and lots of things to do. We have a selection of places to stay, eat and drink, and lots of things to do.

Whether you are a family holiday, a business holiday, or a holiday for two, we have a selection of places to stay, eat and drink, and lots of things to do. We have a selection of places to stay, eat and drink, and lots of things to do.

Whether you are a family holiday, a business holiday, or a holiday for two, we have a selection of places to stay, eat and drink, and lots of things to do. We have a selection of places to stay, eat and drink, and lots of things to do.

Whether you are a family holiday, a business holiday, or a holiday for two, we have a selection of places to stay, eat and drink, and lots of things to do. We have a selection of places to stay, eat and drink, and lots of things to do.

Scott Dunn, UK

[United Kingdom](#) [EUR \(€\)](#) [Travel questions? Speak to an expert 24/7 +44308825400](#) [myScottDunn](#) [My Wishlist](#)

[Scott Dunn](#) [Destinations](#) [Browse Travel Styles](#) [Family Holidays](#) [Scott Dunn Private](#) [About Us](#) [ENQUIRE NOW](#)

[SEARCH](#)

[Where your journey begins with Scott Dunn](#)

- [FOR FAMILIES](#)
- [FOR COUPLES](#)
- [TO THE BEACH](#)
- [SAFARI](#)

[Unique to You](#)

We listen to your travel goals and craft unique trips that are bespoke to you.

[Seamless Service](#)

Global offices in the UK, US, Singapore and Hong Kong for 24/7 seamless service and round-the-clock support.

[Carefully Curated Collection](#)

We've curated an elevated collection of accommodation, experiences, and guides.

[Luxury in Every Sense](#)

Awarded Condé Nast Traveller's Top Travel Specialists in the World 13 years in a row.

[Tailor-Made Luxury Holidays with Scott Dunn](#)

Since 1986, we have worked tirelessly to become the award-winning luxury travel experts that we are today. With our seamless service, insider insight and carefully curated collection, we create bespoke luxury holidays that deliver one-of-a-kind experiences. Dive deep into destinations on privately guided tours, enjoy exclusive access to the world's most sought-after sites and embark on journeys that are truly out of the ordinary, each one designed uniquely for you. Using our meticulously

[A Lifetime of Memories](#)

[Best Summer Holiday Destinations](#)

[Which Caribbean Island are you?](#)

[Top 10 Wildlife Experiences](#)

[Bucket List Holidays](#)

[Where to go on Holiday in October](#)

"Unelmoinnin"

Suunnittelun
Hoppous



Työkalu:Tuotekortti

Syksyn elämyksen rakentaminen



Syksyn ilmiöt

- Ruskan värit
- Revontulikauden alku
- Linnurata ja tähtiyöt
- Syvät auringonlaskut
- Ensilumi ja sininen hetki

Syksy on hetki, jolloin taivas alkaa jälleen elää

MATKUSTUS

Lentokone, juna, bussi, taksi

Aikataulut, ohjeistus, yhteistyö eri kulkuvälineiden välillä, henkilökohtainen kuljetuspalvelu

-
-
-
-
-

ELÄMYS

Aktiviteetti, opastus Tiede/tarina

ruska+revontuli -retket
Astrofotografia
Taivaan tarinat
Aurora alert

-
-
-
-
-

RUOKA

Nuotio, illallinen paikalliset raaka-aineet

Revontuli-illallinen
Sadonkorjuu, villiruoka
tähtitaivas menu

-
-
-
-
-

MAJOITUS

Mökki, lodge, erämajoitus

Tähtitaivas huoneesta
Hiljaisuuden kokemus

-
-
-
-
-



Työkalu:Tuotekortti



ILMIÖ

MATKUSTUS

-
-
-
-
-
-

ELÄMYS

-
-
-
-
-
-

RUOKA

-
-
-
-
-
-

MAJOITUS

-
-
-
-
-
-

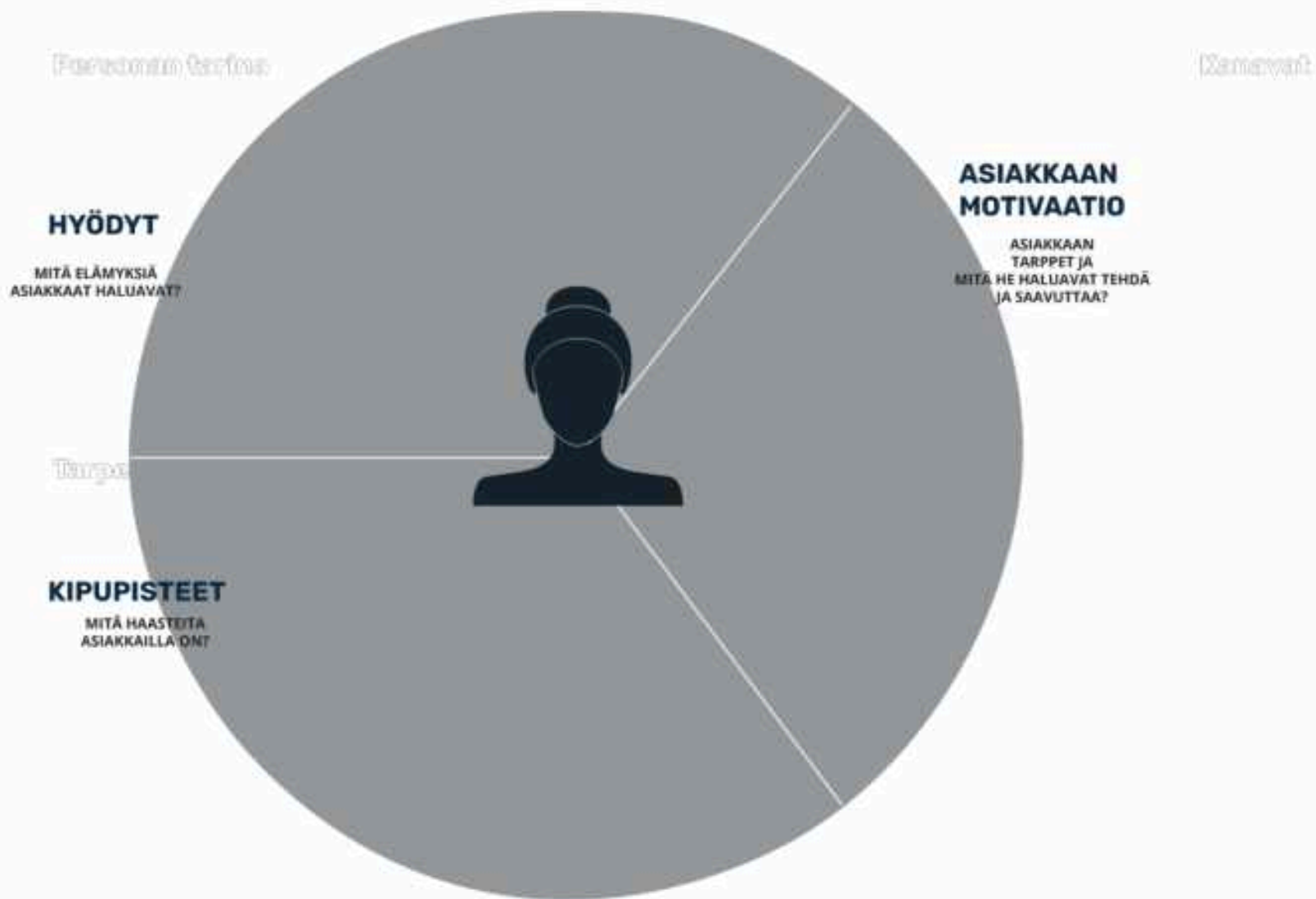


Työkalu:Arvolupaus





Työkalu:Arvolupaus





Työkalu : Arvokartta

PALVELUT JA TUOTTEET

Listaa kaikki palvelut ja tuotteet

HYÖDYT

Mitä hyötyä asiakkaat saavat?

KIPUPISTEET

Miten palvelut tukevat asiakkaiden haasteita tai kipupisteitä





Tehtävä 15 min

Luo tuotekortti palvelustasi

Tee arvolupaus käyttäen arvolupaus työkaluja



SODANKYLÄ

Yhteenveto



Sodankylän SWOT

Yhteenveto :

Sodankylän kilpailuetu syntyy pimeästä taivaasta ja kestävydestä , mutta onnistuminen edellyttää saavutettavuuden , kapasiteetin ja yhteisen kehittämisen vahvistamista .

Vahvuudet (Strengths)

- Poikkeuksellisen pimeä taivas ja vähäinen valosaaste
- Revontulet , tähtitaivas ja yötön yö samassa kohteessa
- Laajat luontoalueet ja arktinen identiteetti
- Kestävyys ja tieteellinen uskottavuus (tutkimus , koulutus , historia)

Mahdollisuudet (Opportunities)

- Kasvava kansainvälinen kiinnostus astro- ja pimeään taivaan matkailuun
- Sesonkien laajentaminen ja pidemmät viipymät
- Dark Sky -sertifiointi ja vahva vastuullisuusbrändi
- Uudet tuotteet : opastukset , tiede-, hyvinvointi - ja kulttuurisisällöt

Heikkoudet (Weaknesses)

- Heikko saavutettavuus ja pitkät etäisyydet
- Rajallinen majoitus - ja palvelukapasiteetti
- Sää- ja pilvisyyshriski , ilmiöiden ennustamattomuus
- Tuotteistuksen ja kansainvälisen markkinoinnin hajanaisuus

Uhat (Threats)

- Kilpailu muista Lapin ja arktisista kohteista
- Valosaasteen lisääntyminen ilman yhteisiä pelisääntöjä
- Ilmastonmuutos ja sään äärevöityminen
- Paikallisen hyväksynnän tai resurssien puute



Yhteenveto – Keskeiset opit

Persoonat

Palvelupolku

Huippuhetkien ennakointi

Matkaketjujen varmistaminen

Tuotteiden rakentaminen

Palvelujen Blue Print

Arvolupaus



Kahden joen
välissä valo
kohtaa
pimeyden.

Sodankylässä olette osa ketjua , joka alkaa auringon ytimestä , kulkee observatorion linssien läpi ja päättyy verkkokalvoillesi .

Se on polku , joka muistuttaa meitä siitä , kuinka pieniä olemme – ja kuinka upeaa on olla osa tätä suurta , valoisaa maailmankaikkeutta .





Kiitos

LOISTAVA – MuotoMyrksy Oy & HMMH Consulting Oy