



Euroopan unionin
osarahoittama



LAPIN LIITTO



SODANKYLÄ

The Sky Between Two Currents

LOISTAVA Kahden virran taivas

Pimeästä valoon – miten asiakkaat löytävät Sodankylän taivaan elämykset

Webinaari - Asiakaslähtöinen tuotteistaminen taivaanilmiöissä

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



WEBINAARI 2

Arktinen vuosikello – taivaanilmiöistä ympärivuotista liiketoimintaa



Matkailu ei elä hetkestä – vaan rytmistä.

Valosta. Pimeydestä.
Vuoden kierrosta.





Agenda

Johdanto

Miksi vuosikello on liiketoiminnan ydin
ilmiöstä rytmiin – ajattelumalli

Arktinen vuosi ja kysyntä

8 Arctic Season –malli
Valo, pimeys ja ilmiöt tuotteistamisen perustana
Kysyntä eri vuodenaikoina
Tehtävä: oman toiminnan sesonkien tunnistaminen

Tauko

Vuosikellon rakentaminen

12kk vuosikello
Hiljaisten aikojen mahdollisuudet
Tehtävä: oman vuosikellon luonnos

Tauko

Tuoteportfolio käytännössä

Kohderyhmät ja tuotteet
Postfolion tasapaino
Tehtävä: oman tuoteportfolion hahmotelma

Keskeiset opit & Seuraavat askeleet





Webinaarin sisältö

Valmennuksen tavoitteena on auttaa yrityksiä siirtymään yksittäisestä tuotteesta kohti johdettua, ympärivuotista tuoteportfoliota, joka hyödyntää arktisen luonnon rytmiä, kahdeksaa vuodenaikaa sekä taivaanilmiöiden vaihtelua.

Webinaarissa

- tunnistetaan yrityksen liiketoiminnan luonnollinen rytmi
- hyödynnetään valon, pimeyden ja taivaanilmiöiden vaihtelua tuotteistamisessa
- tunnistetaan sesonkien, välikausien ja hiljaisten aikojen mahdollisuudet
- kohdennetaan tuotteita eri asiakasryhmille vuoden eri vaiheissa
- rakennetaan ensimmäinen versio yrityksen ympärivuotisesta tuoteportfoliosta

Työskentelyssä hyödynnetään LOISTAVA-hankkeen markkinaselvitystä, asiakasprofiileja sekä The Sky Between Two Currents -ajattelua.



Matkailu ei elä hetkestä vaan rytmistä

Matkailussa puhutaan usein sesongeista:

Kesä – Ruska – Talvi

Asiakkaan näkökulmasta matka alkaa kuitenkin paljon ennen saapumista ja jatkuu pitkään vierailun jälkeen.

Tiivistetty asiakaspolku

Kiinnostus → suunnittelu → varaus → kokemus → muistot → uusi matka

Menestyvät kohteet eivät rakenna vain tuotteita.

Ne rakentavat syitä palata uudelleen.



Pohdinta

Mistä syystä asiakas palaa juuri teidän alueellenne toisen kerran?



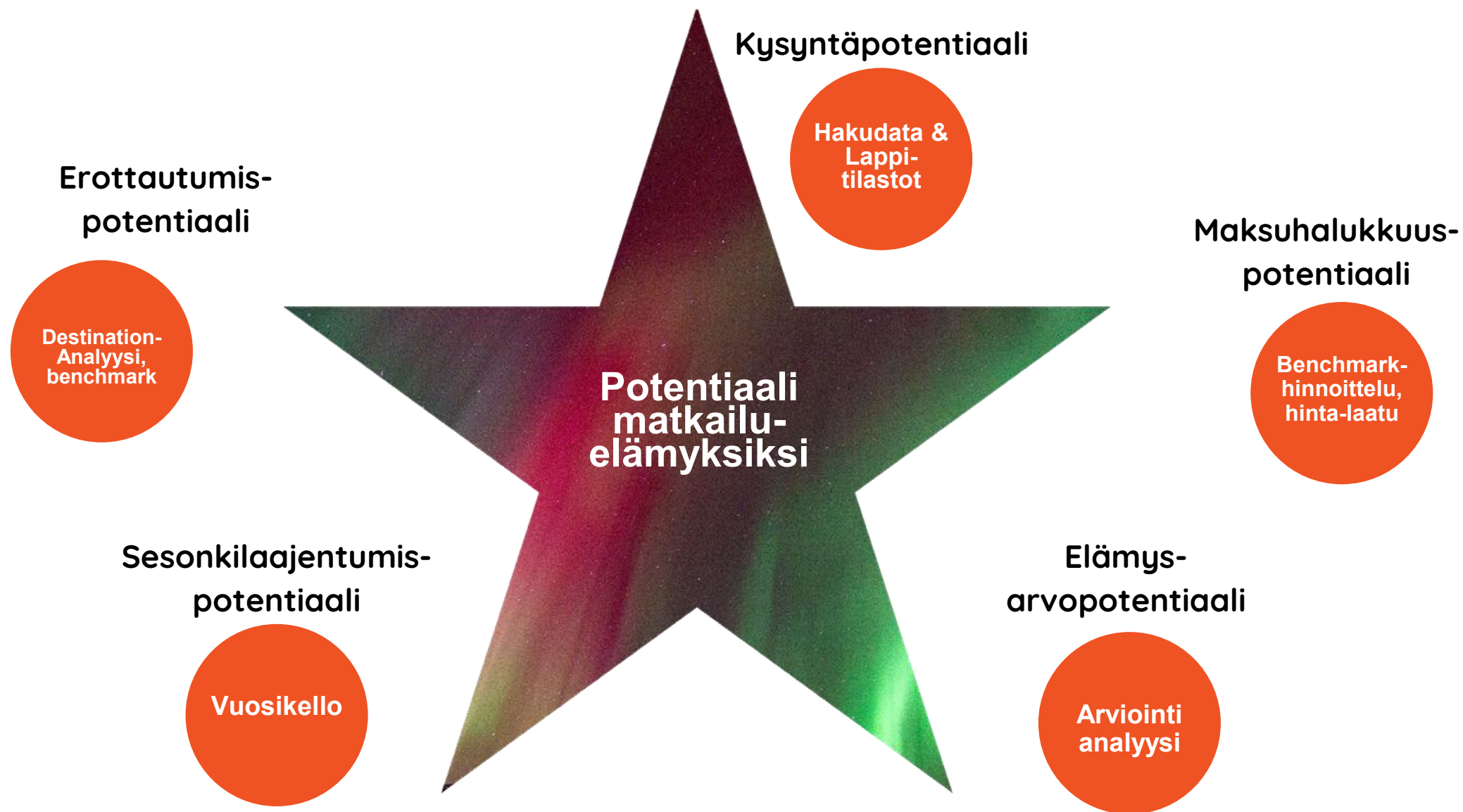
Ilmiöstä kokemukseen

Webinaarissa 1 tunnistimme:

- ✓ nykyiset asiakasryhmät
- ✓ alueen vahvuudet
- ✓ taivaan ilmiöiden mahdollisuudet
- ✓ ensimmäisiä tuoteaihioita



Potentiaalin 5 näkökulmaa





Miksi yksi tuote ei riitä?

Esimerkiksi revontulet:

- ✓ kiinnostavat
- ✓ houkuttelevat
- ✓ näkyvät markkinoinnissa

Mutta...

- ❖ eivät näy joka päivä
- ❖ eivät sovi kaikille asiakkaille
- ❖ eivät yksin rakenna ympärivuotista liiketoimintaa

Mitä tapahtuu asiakkaalle silloin, kun revontulia ei näy?



Taivaan ilmiöt osana asiakaspolkua

Revontulet, Linnunrata	Pimeä taivas, tähtitaivas	Opastetut elämykset	Valokuvat, tarinat	Uusi vuodenaika, uusi ilmiö	
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 = kertaluonteinen kokemus, mutta voimakas suosittelu Paluu kiinnostaa eri vuodenaikaan ja eri teemalla Asiakasymmärrys mistä asiakkaat kiittävät ja minkä toivovat olevan toisin.

Sama asiakas voi palata useita kertoja eri ilmiöiden vuoksi.



SODANKYLÄ – KAHDEN VIRRRAN TARINA

Sodankylä ei ole vain paikka.

Se on kahden virran kohtaaminen: Valon virta ja Pimeyden virta

Ne eivät ole vastakohtia. Ne ovat toistensa mahdollistajia.

PIMEYDEN VIRT

Talvi, kaamos, tähtitaivas.

- Pitkä astronominen yö
- Revontulet magnetosfääristä
- Helmiäispilvet stratosfäärissä
- Linnunrata selkärankana taivaalla
- Zodiakaalivalo hiljaisena kiilana

Syvyyden virta

Hiljaisuuden virta

Tieteen virta

VALON VIRT

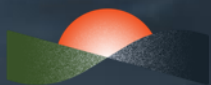
Kesä, keskiyön aurinko, hehkuvat taivaat.

- Aurinko ei laske
- Yöpilvet hehkuvat yläilmakehässä
- Pilvimuodostelmat maalaavat taivaan
- Pitkä hämärä luo jatkuvan siirtymän

Avoimuuden virta

Energian virta

Elämän virta



Arktinen vuosi kilpailuetuna

Vuosikello – valon 8 vuodenaikaa

Hankikantokevät
Jäidenlähtökevät
Yöttömän yön aika
Sadonkorjuu
Ruska
Ensilumi
Joulukaamos
Pakkastalvi



Ei yksi sesonki vaan jatkuvasti muuttuva luonto ja taivas.



Celestial Tourism Terminologinen kehys

Sky Phenomena - Taivaan ilmiöt

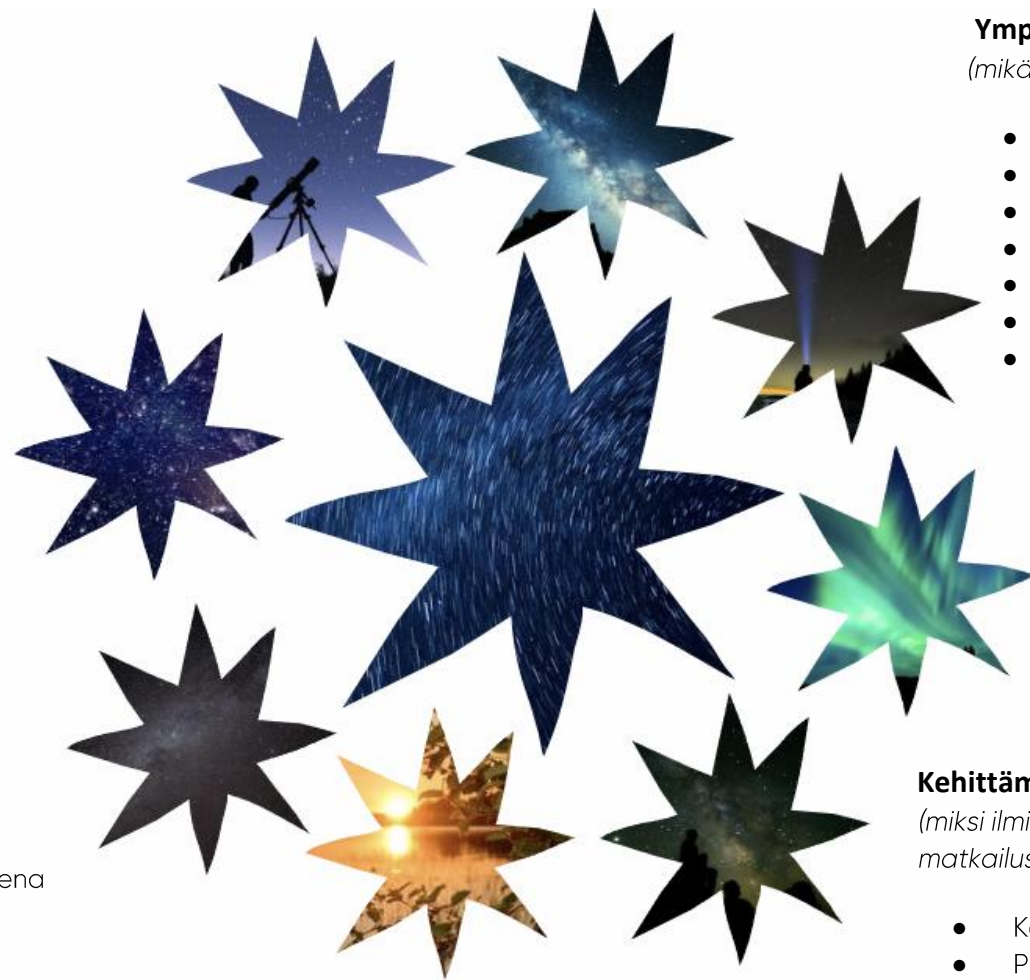
(mitä luonnossa tapahtuu)

- Revontulet
- Linnunrata
- Tähdet ja tähtikuviot
- Kuu ja täysikuu
- Meteori- ja tähdenlentoparvet
- Planeettojen näkyvyys
- Halot ja muut valoilmiöt
- Valaisevat yöpilvet
- Yötön yö (Midnight Sun)
- Kaamos- Polar Night

Elämyskonseptit

(miten matkailija kokee ilmiön)

- Tähtitaivaan havainnointi (Stargazing)
- Revontulielämykset (Aurora Tourism)
- Pimeän taivaan elämykset (Dark Sky Experiences)
- Yöttömän yön elämykset (Solar Phenomena Tourism)
- Tieteelliset havainnointielämykset (Astrotourism)
- Luontoon perustuvat taivaan ilmiöiden kokemukset (Celestial Ecotourism)



Ympäristö ja edellytykset

(mikä mahdollistaa elämyksen)

- Pimeä taivas
- Valosaasteen vähäisyys
- Maiseman avoimuus
- Horisonttinäkymä
- Pilvisyys ja sääolosuhteet
- Ilmakehän kirkkaus
- Luonnon rauha ja hiljaisuus

Kulttuuri ja tarinat

(mitä merkityksiä ihmiset antavat ilmiöille)

- Pohjoisen mytologia ja tarinat
- Saamelainen taivastieto
- Navigointi ja tähtien käyttö suunnistuksessa
- Taivaan ilmiöt taiteessa ja elokuvassa
- Tieteellinen tähtitiede
- Paikalliset kertomukset ja perinne

Kehittäminen ja vaikutukset

(miksi ilmiöitä hyödynnetään matkailussa)

- Kestävä matkailu
- Pimeän taivaan suojelu
- Paikallistalouden kehittäminen
- Yhteisön osallistuminen
- Tieteellinen yhteistyö
- Alueen brändi ja identiteetti



Kahden joen
välissä valo
kohtaa
pimeyden.

Valon portfolio

Sodankylässä olet 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.





HANKIKANTOKEVÄT / KEVÄTTALVI (maalis–huhti)

Pimeyden virta kevenee

Tarinakulma:

Viimeiset syvät yöt.

Talven pimeys väistyy – ennen kuin valo ottaa taivaan takaisin.

Ilmiöt:

- Linnunrata korkealla taivaalla
- Meteoriparvet
- Zodiakaalivalo - eläinratavallo
- Kevättalven kirkas tähtitaivas
- Revontulet sesongin loppuvaiheessa

28.3.2027 Earth Hour 20:30-21:15

International Dark Sky Week on vuosittainen tapahtuma, jonka tavoitteena on lisätä tietoisuutta valosaasteesta ja korostaa pimeän taivaan säilyttämisen merkitystä. Vuonna 2027 sitä vietetään **12.-19. huhtikuuta**.

Dark Sky Weekin tarkoitus

International Dark Sky Week (IDSW) on maailmanlaajuinen aloite, joka nostaa esiin luonnollisen pimeyden merkityksen sekä valosaasteen haitalliset vaikutukset **ihmisten terveyteen, eläimiin ja ympäristöön**.

Viikon aikana kannustetaan yksilöitä ja yhteisöjä pohtimaan pimeän taivaan arvoa ja ryhtymään toimiin valosaasteen vähentämiseksi.

“The Last Dark Before
the Light.”

Core-tuotteet
Spring Stargazing Walk – kevättalven tähtitaivaan tulkinta
Aurora Season Finale – revontuliretki kauden viimeisiin öihin
Milky Way Night – Linnunradan havainnointi

Premium-tuotteet
Astro Premium Night – teleskoopit ja syvätaivaan havainnointi
Milky Way Photography Workshop – Linnunradan
kuvausopastus
Zodiacal Light Expedition – harvinaisen zodiakaalivalon
havainnointi

Arctic Astro Weekend: tähtitaivaan havainnointi,
astrofotografia-workshopi, tutkijoiden ja oppaiden vetämät
yöhavainnot, Linnunrata ja zodiakaalivalo teemana

”Maalis-huhtikuussa koittaa hankikanto-keväät. Vuoden ensimmäiset lämpimät päivät kovettavat lumihankien pinnan, jolloin hanki alkaa seuraavilla pakkasilla kantaa jopa ihmistä.

Päivät pitenevät ja valaistuvat selvästi. Tämä on parasta aikaa lumikenkäilyyn – hankikanto mahdollistaa helpon kulkemisen paksun lumihangen päällä.”



JÄIDENLÄHTÖKEVÄT (touko)

Virrat kohtaavat

Tarinakulma:

Siirtymä.

Hämärä ei ole enää pimeä

- mutta aurinko ei vielä hallitse taivasta

Ilmiöt:

- Dramaattiset auringonlaskut ja pitkät iltahämärät
- Kevään kirkkaat horisontit
- Jokien ja jäiden heijastukset

Core-tuotteet
Arctic Twilight Walk – kevään hämärän tulkintaretki
River Light Experience – kahden joen heijastusten
havainnointi
Sunset & Sky Photography Walk

Premium-tuotteet
Noctilucent Cloud Watch – varhaisten yöpilvien
havainnointi
Arctic Light Photography Workshop
Two Rivers Sky Experience – taivas ja jokimaisema
yhdistettynä

Rivers of Light Weekend kahden joen maisemat ja
valoilmiöt, valokuvaus ja taivasretket, taide, tiede ja
maisema

“Between Night and Sun.”

”Hankikantokevättä seuraa jäidenlähtökevät, jolloin joet vapautuvat jäistä. Irtoava jää pitää kovaa suhinaa ja pauketta sen hetken aikaa, kun rytinä on kovimmillaan. Sitä on komea seurata ja vaikka timelapse-kuvata.

Hankikantokevään aikana päivä on jo pitkä, ja muuttolinnut alkavat palaila Lappiin. Ensimmäiset kullerot alkavat nostaa päätään ja porot synnyttävät suloiset vasansa.”



YÖTTÖMÄN YÖN AIKA KESKIYÖN AURINKO (kesä–heinä)

Valon virta hallitsee

Tarinakulma:

Aurinko ei lähde.

Valo täyttää vuorokauden ja muuttaa ajan rytmin.

Ilmiöt:

- Yötön yö / Midnight Sun / Polar Day
- Valaisevat yöpilvet (Noctilucent clouds)
- Konvektiopilvet ja suuret pilvimuodostelmat
- Dramaattiset taivaan värit
- Pitkät kultaiset horisontit

Core-tuotteet
Midnight Sun Experience – keskiyön maisema ja
tarnallinen opastus
Midnight Sun River Walk – kahden joen
heijastukset keskiyön valossa
Endless Light Hiking
Premium-tuotteet
Midnight Sun Sky Photography
Midnight Sun Kayak Expedition
Golden Horizon Experience
Midnight Sun Celebration, keskiyön vaellukset ja
melonta, musiikki ja kesäpäivänsäsaus, valokuvaus
ja taivas

“Where Two Rivers
Reflect the Midnight
Sun.”

”Sitten koittaa keskiyön auringon eli yöttömän yön aika. Napapiirin yläpuolella aurinko ei laske laisinkaan. Elämys on sitä ihmeellisempi, mitä pohjoisemmassa ollaan – myös Sodankylässä voit kokea, miltä keskellä yötä paistava aurinko näyttää. Nauti keskiyön auringosta luonnossa, vaikkapa tunturissa tai Kitisen rannalla. **Yötön yö jatkuu Sodankylässä yhteensä puolentoista kuukauden ajan, 31.05. – 14.07.**”



SADONKORJUUKESÄ (elo)

Ensimmäinen tähti palaa

Tarinakulma:

Pimeys palaa hiljaa.
Ensimmäiset tähdet ilmestyvät kesätaivaalle.

Ilmiöt:

- Perseidien meteoriparvi
- Ensimmäiset revontulet kauden alussa
- Syvät auringonlaskut
- Linnunrata alkaa palata näkyviin

Core-tuotteet
Meteor Nights – Perseidien havainnointi
First Stars Walk – ensimmäisten tähtien
tulkintaretki
Late Summer Sky Experience
Premium-tuotteet
Perseid Photography Night
Aurora Season Opening – ensimmäiset
revontuliretket
Milky Way Return Experience
Perseid Sky Festival meteorihavainnot, tähti-
opastus, astrofotografia

“The First Star
Returns.”

”Auringon jälleen laskiessa saavutaan sadonkorjuuseen. Silloin suunnataan hilla- ja mustikkaretkille. Itikoita on vielä, joten suojaudu sen mukaisesti.

Horsma tulee kukkaan, päivät lyhenevät hiljalleen ja ensimmäisten hämärien iltojen myötä syttyvät syksyn varhaisimmat revontulet taivaalle”



RUSKA (syys-loka)

Tasapainon kausi

Tarinakulma:

Valo ja pimeys rinnakkain.
Ruskan värit kohtaavat tähtitaivaan.

Ilmiöt:

- Revontulet palaavat
- Linnunrata näkyy selkeästi
- Kirkkaat tähtiyöt
- Ruskan värit maisemassa
- Dramaattiset auringonlaskut

“Where Colors Meet the Cosmos.”

Core-tuotteet
Aurora Hunt
Autumn Sky Walk – ruskan ja taivaan tulkintaretki
Northern Sky & Colors Experience

Premium-tuotteet
Premium Aurora Experience
Milky Way Retreat – tähtitaivas + ruska + hiljaisuus
Aurora Photography Workshop

Ruska & Northern Lights Week, ruska-retket,
revontulihavainnot, valokuvaus ja tähtitaivas

”Ruska on monelle suomalaiselle se tutuin Lapin vuodenaajoista. Upeimpaan väriloistoon tulevat haavat, koivut ja pihlajat, ja maanrajassa mustikat, juolukat ja riekonmarjat. Ruska on normaalisti parhaimmillaan syyskuun kahtena ensimmäisenä viikkona.

Sääolosuhteet vaikuttavat ruskaan suuresti, siksi se on joka vuosi erilainen.”



ENSILUMI (marras)

Pimeys vahvistuu

Tarinakulma:

Hiljaisuus syvenee.

Lumi saapuu ja taivas valmistautuu talven pimeyteen.

Ilmiöt:

- Revontulet lumimaisemassa
- Halot ja jääkiteiden valoilmiöt
- Sininen hetki
- Varhaisen talven tähtitaivas

Core-tuotteet
Core Aurora Experience – kauden ensimmäiset revontuliretket
First Snow Sky Walk – ensilumen ja taivaan ilmiöt
Arctic Twilight Experience
Premium-tuotteet
Atmospheric Light Experience – halo- ja jääkideilmiöt
Aurora Photography Night
Blue Moment Arctic Experience
First Snow & Northern Lights Opening – revontulikauden avaus, taivasretket ja valokuvaus
ensilumen juhla



“The Silence Before the Deep Night.”

”Ensilumen aikaan ruskan hohto on himmennyt ja valkoinen lumiharso saapuu hetkenä minä hyvänsä.

Tämä on yllättävän hyvää aikaa retkeilyyn: reiteillä on hiljaista, ensipakkaset ovat kuivattaneet maastoa ja pimeyden myötä on hyvä tarkkailla revontulia.

Ensilumi sataa Sodankylään usein syyskuussa ja pysyvä lumi lokakuussa.”



JOULUKAAMOS

Pimeyden virta on vahvimmillaan

Tarinakulma:

Hiljaisuus. Syvyys.
Universumi tulee lähelle.

Ilmiöt:

- Revontulet
- Helmiäispilvet
- Linnunrata
- Tähtikuviot kirkkaimmillaan

**“Enter the Deepest
Arctic Night.”**

Tuotteet:
Premium & Expert
Aurora Masterclass
opastettu revontulikuvaus ja ilmiön selitys
Arctic Sky Lab
pienryhmän tähtitaivaan tutkimusilta
Polar Night Observatory Walk
opastettu tähtitaivas- ja ilmakehäretki
Polar Night Sky Festival
tähtitiede ja kulttuuri, yöretket, observatorio,
taide ja tiede kohtaavat



"Kaamos on upea kokemus, paljon miellyttävämpi kuin monet kuvittelevat. Kaamos ei ole pimeä, vaan lumihanki ja kuu valaisevat yllättävän paljon, saaden ajoittain apua myös revontulilta. Päivän valoisin hetki on sininen hämy. Kaamos antaa ihmisille hyvän syyn levätä kunnolla.

Sodankylässä kaamos alkaa 20. joulukuuta ja päättyy vain 4 päivää myöhemmin, jouluaattona."



PAKKASTALVI / SYDÄNTALVI (tammi–helmi)

Pimeys ja valo alkavat keskustella

Tarinakulma:

Valo syntyy jäädä.

Pakkasen kirkkaus muuttaa ilman valon näyttämöksi.

Ilmiöt:

- Halot (aurinko- ja kuuhalot)
- Keinovalopilarit
- Revontulikorona
- Syvätaivas ja kirkas tähtitaivas

“Where Ice Creates Light.”

Core-tuotteet
Aurora Hunt – opastettu revontuliretki
Winter Stargazing Walk – tähtitaivaan tulkintaretki
Ice Crystal Light Walk – jääkideiden valoilmioiden havainnointi

Premium-tuotteet
Halo Hunter Experience – pienryhmän valoilmioiretki
Aurora & Deep Sky Night – revontulet ja syvätaivaan valokuvausopastuksella
Arctic Sky Lab – havainnointi teleskoopilla tutkimusilta

Arctic Light & Ice Festival
ääkideiden valoilmiot, valotaide ja valokuvaus, tiede ja luonnon ilmiöt

”Lapissa vuosi alkaa pakkastalvesta. Suurin osa maakuntaa on vielä kaamoksen otteessa, talven kireimmät pakkaset koetaan yleensä tänä aikana. Lunta on paljon, ja se narisee kenkien alla. Ripsiin kertyy huurretta ja kylmä punottaa poskipäillä.

Tähtikirkkaalla taivaalla on hyvä mahdollisuus nähdä revontulia. Hiljalleen päivät pitenevät.”



Tuotteesta elämyksen valon rytmiin



TUOTE

Revontuliretki



PORTFOLIO

Taivaan ilmiöiden
opastettu vuosikello



Sama opas, sama osaaminen



Uusia elämyksiä eri vuodenaikoihin



Syitä saapua – syitä palata

*Luonto antaa
rytmin,
opas näyttää
tarinat.*



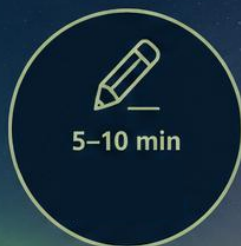


Tehtävä 10 min

Mini-tehtävä

**Mikä on tällä hetkellä
yrityksesi tärkein
sesonki?**

Kirjoita ylös:



1. Mikä sesonki
tuottaa eniten
liikevaihtoa?



2. Mikä sesonki
tuottaa eniten
asiakkaita?



3. Mikä sesonki
sisältää eniten
käyttämätöntä
potentiaalia?



4. Voisiko jokin
taivaan ilmiö
vahvistaa tätä
kautta?



Mikä on yksi mahdollisuus, jota emme tällä hetkellä hyödynnä?



Tehtävä 10 min

Mikä on yrityksesi tärkein sesonki?

- Mille sesongille on potentiaalia?
- Voiko taivaanilmiö vahvistaa jotakin kautta?



Oman vuosikellon rakentaminen

Tavoite

Rakennamme ensimmäisen version yrityksen vuosikellosta, jossa yhdistämme:

- ✓ Kahdeksan vuodenaikaa
- ✓ Asiakasryhmät
- ✓ Tuotteet
- ✓ Markkinoinnin
- ✓ Myynnin ja jakelukanavat



Yrityksen vuosikello



Asiakaspolku alkaa kauan ennen matkaa. Ostopolku jopa 6–18kk aiemmin.



Arktinen vuosi kilpailuetuna

Vuosikello – valon 8 vuodenaikaa

Milloin kysyntä on suurinta?

Milloin kapasiteettia jää
hyödyntämättä?

Milloin olisi tilaa uusille
tuotteille?

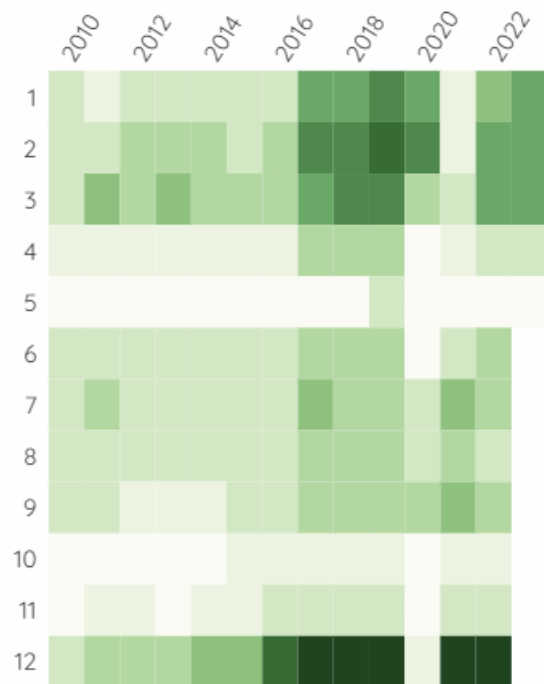
Hankikantokevät
Jäidenlähtökevät
Yöttömän yön aika
Sadonkorjuu
Ruska
Ensilumi
Joulukaamos
Pakkastalvi

TUNNISTA OMAT SESONKISI: PEAK, SHOULDER, LOW SEASON

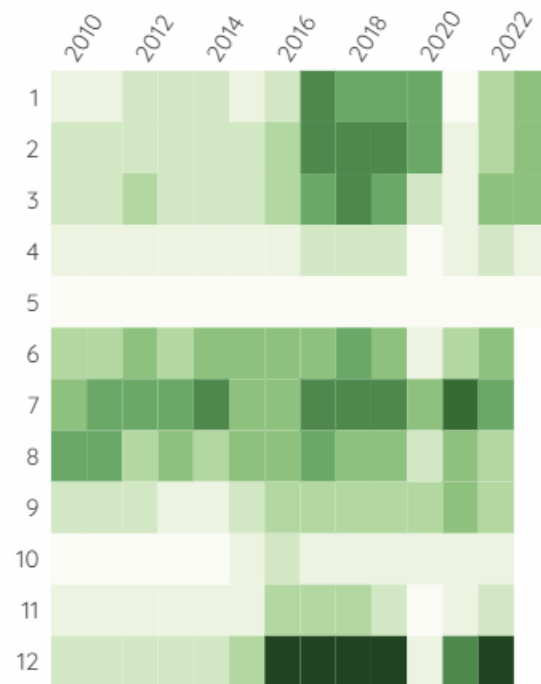


Matkailun avainlukuja (visitory.io)

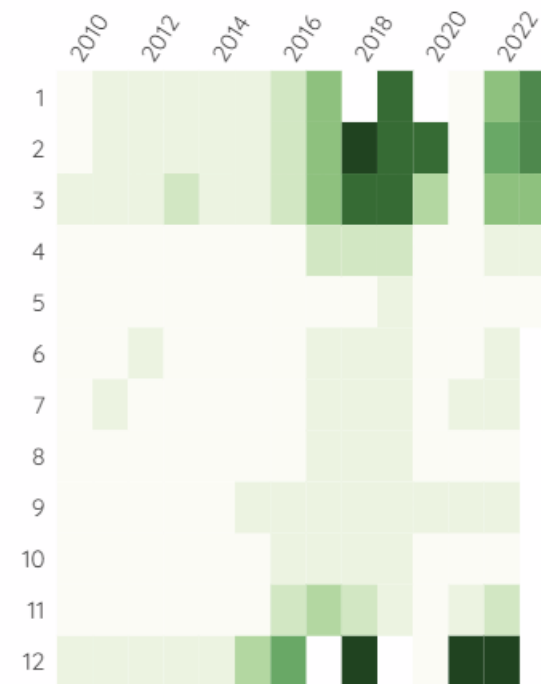
Yöpymiset



Saapuneet



Majoitusmyynti



Matkailun avainlukuja: mitä tummempi neliö, sitä suurempi arvo.

Tavoitteena luonnos ympärivuotisesta toimintasuunnitelmasta.



Matkailun avainlukuja (visitory.io)

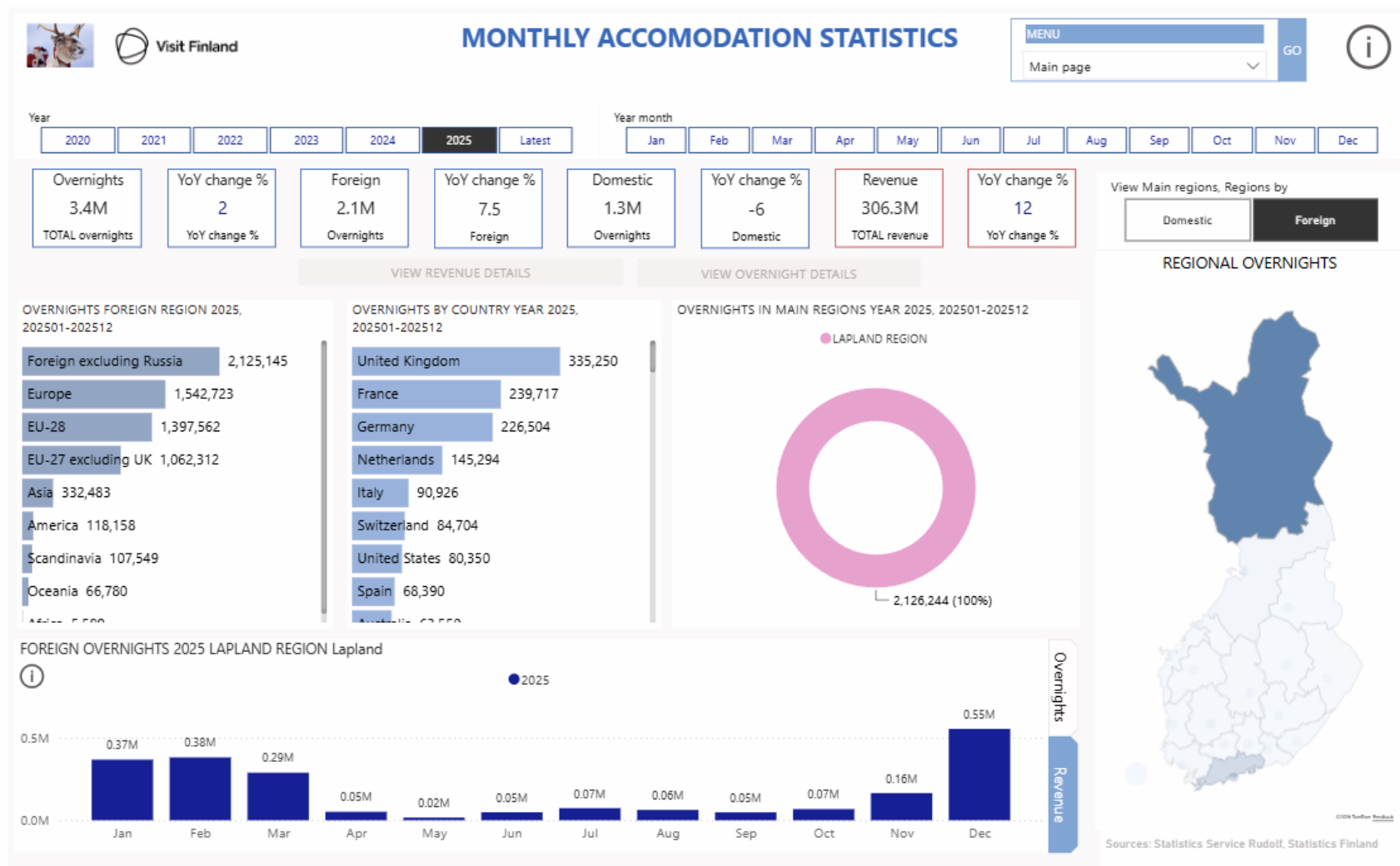
Rekisteröidyt yöpymiset asuinmaittain

	Tammi-Toukokuu 2023 Määrä	Muutos	Osuus
Yhteensä	88 400	3,0 %	100,0 %
Ulkomaat	54 600	15,5 % !	61,8 %
Suomi	33 700	-12,3 % !	38,2 %
Ranska	19 600	5,6 %	22,2 %
Alankomaat	6 000	-18,9 % !	6,8 %
Saksa	5 000	17,7 % !	5,7 %
Yhdysvallat	4 200	62,9 % !	4,8 %
Sveitsi	2 800	76,8 % !	3,2 %
Englanti	2 600	1,3 %	2,9 %
Singapore	1 500	684,3 % !	1,7 %
Italia	1 500	75,6 % !	1,7 %
Intia	970	683,1 % !	1,1 %
Taiwan	790	8 700,0 %	0,9 %

Tavoitteena luonnos ympärivuotisesta toimintasuunnitelmasta.



Tilastopalvelu Rudolf



Tavoitteena luonnos ympärivuotisesta toimintasuunnitelmasta.



Miksi Saksa?

Mahdollisuus ympärivuotisen matkailun lisäämiseen.

Saksalaisten kulutus on kasvamaan päin ja erityisistä elämyksistä ollaan valmiita lisäämään matkabudjettia. Vihreä liike alkoi Saksasta – kestävyys vaikuttaa jo valtaosan kulutukseen ja tietoisuus kasvaa.

Luonto ja sen kokeminen autenttisessa ympäristössä nousee kärkeen Saksassa.

Suomen myyntivaltit Saksassa

Luonnon ja kulttuurin kokeminen koko Suomessa kiinnostaa saksalaisia. Paikallinen elämäntapa, onnellisuusteemat, lähiruoka ja saunakulttuuri – mielellään opastetusti ja viihteellisyyttä unohtamatta – toimivat. Kun lisätään revontulet, keskiyön aurinko, uniikit majoitukset ja elämykset, niin meillä on Matthias Meikäläisen unelmaloma valmiina.



visitfinland.fi/en/toiminta-markkinoilla/germany-market-report/

"German Travel Trend Survey for 2026" by TUI

5) Train Travel: The Slow, Green Glide to Discovery

4) Multi-Stop Holidays: Weaving Urban and Wild Worlds

3) Indie Travel: Crafting Your Own Adventure

Around 45% of travellers surveyed get their inspiration from blogs and websites, indicating a move away from standardized travel packages

2) Taste Tourism: Savoring the Soul of a Place

The survey highlights this interest: 45.7% of German travellers allocate a significant portion of their budget to dining, and 54.4% regularly seek out local specialties during their trips.

1) Back to Nature: Reconnecting with the Wild

"Back to Nature" represents a deep desire for peace, reflection, and renewal found in natural settings.

[Germany market report](#)

Consumer trends and behavior

Relaxation and wellness, nature experiences, sustainability and camping remain the biggest trends among Finland's visitors during summer. Our classic consumer segment is the nature-oriented traveller with their own means of transport, though in the future, rail travel is expected to grow a little depending on the availability of the services.

The role of tour operators remains significant for certain segments such as sun & beach holidays and winter holidays in Lapland have a higher share of package tours. On the other hand, summer holidays are commonly **booked at suppliers and OTAs**, if at all: **package tour** make up less than 10 % of the summer market.

Lähde: [Germany market report](#)

visitfinland.fi/toiminta-markkinoilla/saksa/

Jakelukanavien murros on kiihtynyt pandemian seurauksena.

Perinteistä matkanjärjestäjäesitettä pidetään vanhojen hyvien aikojen symbolina ennen kellutettuja hintoja.

Valtaosa myynnistä tapahtui online jo ennen pandemiaa. Lohduttavaa on, että kaikki, pieniä suomispesialisteja myöten, ovat mukana ja käytännössä markkinalla on erilaisia digikanavia myynnin lisäämiseksi.

1.2. Accommodation

Aggregators: Based on the average score, Tripadvisor comes out as the provider with the highest market potential to Finland

Source market: Germany

		Scoring measurements					
#	Company	Annual visits	Property listings	Keyword visibility	Website behavior	Average score	
1	Google Hotels ¹						4.75
2	Tripadvisor						4.08
3	Skyscanner						3.67
4	UrlaubCheck24						3.17
5	Holidaycheck						2.58
6	Fluege.de						2.50
7	Kayak						2.42
7	Momondo						2.42
9	Rome2Rio						2.33
9	Swoodoo						2.33
11	Weg.de						1.92
12	Trivago						1.67

Legend:

1

2

3

4

5

1 is the lowest and
5 the highest score

Legend:
1 2 3 4 5
1 is the lowest and 5 the highest score

 ¹⁾ Annual visits and website behaviour based on Google.com, Google Hotels website data not separately available
Source: Simon-Kucher; Similarweb (Germany, Feb 2022 – Jan 2023); Google keyword research; Company websites

12

1.3. Activities & Attractions

Digital landscape: Channel grid is split by awareness & visibility platforms, and online booking providers

Source market: Germany

Activities/Excursions and Attractions segments	
Awareness & Visibility platforms (marketing)	Online booking providers
- Search engines - Google & Google Things to do - DuckDuckGo - Bing - Social media - Youtube - Facebook - Instagram - TikTok - Twitter - Reddit - LinkedIn - Pinterest - Information guides of Things to do - Outdooractive (travel guide, 29M views) - Reisereporter - MarcoPolo.de - The Crazy Tourist - Lonely planet - Local travel sites e.g. Visit Finland, different destination and regional sites like Visit_____	- Aggregators/Metasearch - Tripadvisor - OTAs - GetYourGuide - Viator (Tripadvisor) - Tiqets - Musement - Lower relevance in German market: - Klook (OTA) - Toursanner (Aggregator/Metasearch) - Civitatis (OTA) - Mydays.de (experience gifts, no Finland offering) - Global vendors with things to do (more applicable to accommodation): - Booking.com - Expedia - Airbnb Experiences - TUI - Hotelbeds (Beyond the bed)

Legend:
Companies ranked in descending order by total visits (12 months)

Things to consider:

- Listing into Google things to do to have visibility and optimizing the content for better search results
- Social media presence to raise awareness of attraction or activity
- Online booking platforms give additional visibility and are used in research, which leads to direct and offline sales
- GetYourGuide is the biggest vendor specializing in activities and attractions in European market, but listing into Viator gives access to Tripadvisor for larger reach

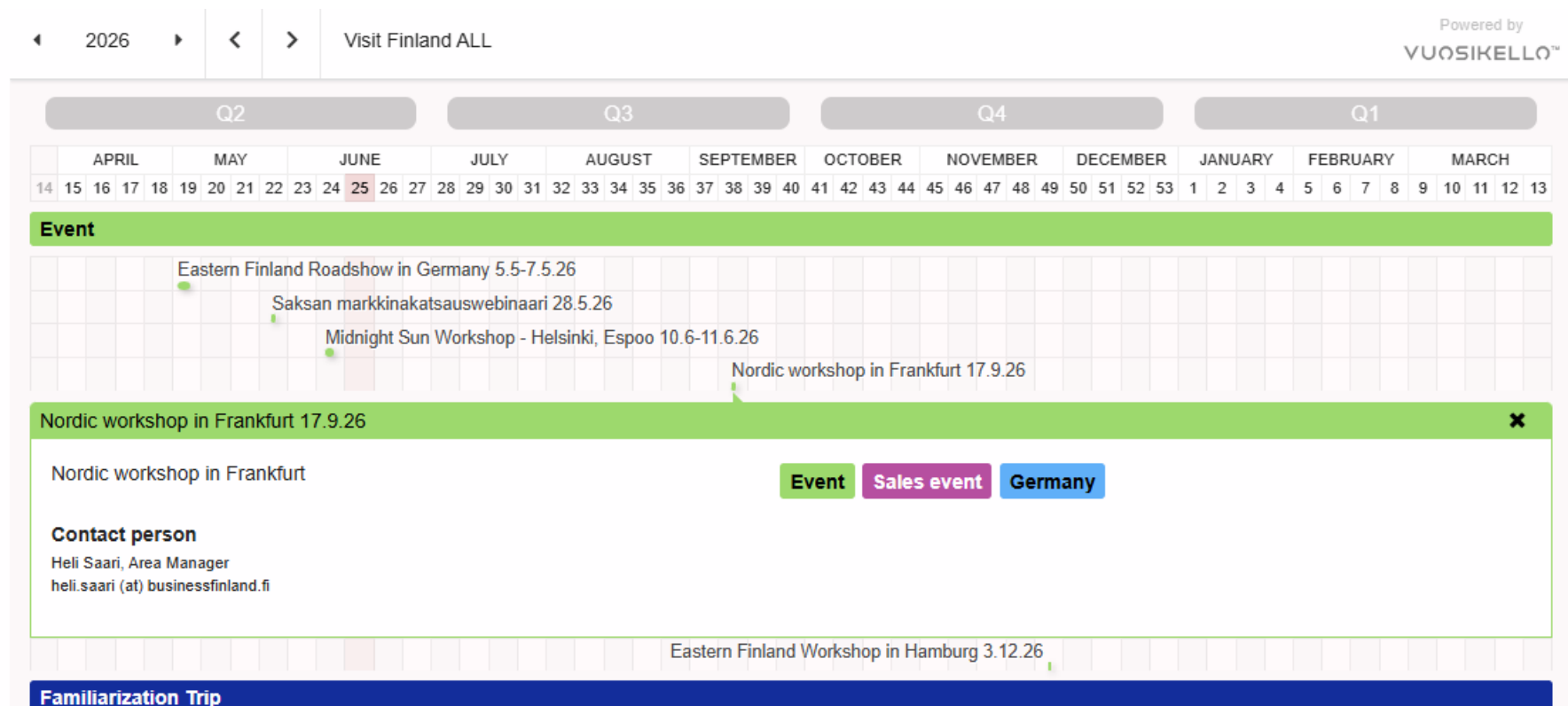
14



visitfinland.fi/toiminta-markkinoilla/saksa/

Matkailu Saksasta Suomeen

Saksalaiset ovat ympärivuotista matkailijakansaa ja kaikille tuotesegmenteille löytyy omat asiakkaat. Kestävyys on yhä tärkeämpi palveluiden valintakriteeri



Tavoitteena luonnos ympärivuotisesta toimintasuunnitelmasta.



Sesongit eivät ole kaikille samat

Esimerkki, toimiala ja toimijakohtaisia eroja samallakin alueella.

Toimiala	Peak Season	Shoulder Season	Low Season
Majoitus	Joulukaamos	Ensilumi	Jäidenlähtökevät
Opaspalvelu	Pakkastalvi	Ruska	Joulukaamos
Ravintola	Joulukaamos Yöttömän yön aika	Sadonkorjuu	Hankikantokevät
Ohjelmapalvelu	Pakkastalvi	Ruska	Jäidenlähtökevät

Muista
Vuosikello rakennetaan
yrityksen näkökulmasta.

Sama vuodenaika voi tarkoittaa eri yrityksille eri asioita.



Milloin kysyntä syntyy?

ASIAKASKOHDERYHMÄ: _____

Inspiraatio & haaveilu	Suunnittelu & luottamuksen rakentuminen	Varaus & päätös	Kokemus paikan päällä	Jälkikokemus & muistijälki	Suosittelu & paluu
MILLOIN ASIAKAS HAAVEILEE? Kiinnostus herää: tammikuu–helmikuu.	MILLOIN ASIAKAS ETSII TIETOA? Tammikuu - maaliskuu	MILLOIN ASIAKAS VARAA? Varaukset: maaliskuu–huhtikuu.	ESIMERKKI: Keskiyön aurinko kesäkuussa.	MITÄ ASIKAS MUISTAA? MITÄ HÄN JAKAA?	MILLOIN JA MIKSI HÄN PALAA?
Missä asiakas näkee inspiraation?	Millä hakusanoilla?	Kuinka pitkä on varausaika?	Milloin asiakas saapuu? Hankikantokevät Jäidenlähtökevät Yöttömän yön aika Sadonkorjuu Ruska Ensilumi Joulukaamos Pakkastalvi		

Asiakkaan ja yrityksen aikataulut eivät ole samat.



Yrityksen vuosikello – matkanjärjestäjät

ASIAKASKOHDERYHMÄ: _____

Inspiraatio & haaveilu	Suunnittelu & luottamuksen rakentuminen	Varaus & päätös	Kokemus paikan päällä	Jälkikokemus & muistijälki	Suosittelu & paluu
Kampanjamateriaalit valmiiksi 6-12kk etukäteen. Toimijakohtaiset erot mahdollisia.		Sopimusehdot – Huomioi matkanjärjestäjän kohdemarkkina.	Talven tuotteet myyntiin edellisenä keväänä, sopimukset jo 12-18kk aikaisemmin (jopa 24kk) Kesän tuotteet myyntiin syksyllä.		Miten keräät palautteen matkanjärjestäjältä ja heidän asiakkailta?

Mitä pidempi jakeluketju, sitä aikaisemmin tuotteen tulee olla valmis.

Kansainvälisessä matkailussa myynti alkaa aikaisin.

Myytkö suoraan asiakkaalle?

Myytkö jälleenmyyjien kautta?

Myytkö matkanjärjestäjille?



Luo ensimmäinen versio yrityksesi vuosikellosta

KIRJAA

- Peak / Shoulder / Low Season
 - Missä kuukaudessa on eniten käyttämätöntä potentiaalia?
- **Keskeiset asiakasryhmät**
- Tärkeimmät tuotteet
- Markkinoinnin käynnistysajankohdat
- Myynnin ja jakelun aikataulut

POHDI

- Mikä asiakasryhmä on tässä ajassa luontevin?
- Mihin vuodenaikaan yksi uusi tuote voisi tuoda lisämyyntiä?
- Mikä valon, pimeyden tai taivaan ilmiö tukee tuotetta?
- Mikä tuote tai tuoteaihio vastaa tähän tarpeeseen?

YHTEENVETO

- Milloin asiakas kiinnostuu?
- Milloin asiakas varaa?
- Milloin elämys toteutuu?
- Mitä tulee tehdä sitä ennen?

Mikä on yksi mahdollisuus, jota emme tällä hetkellä hyödynnä?



Luo yrityksesi vuosikello luonnos



Kirjaa:

- Peak Season
- Shoulder Season
- Low Season
- Keskeiset asiakasryhmät
- Tärkeimmät tuotteet
- Markkinoinnin käynnistysajankohdat
- Myynnin ja jakelun aikataulut

Täytä vuosikelloon:

- ✓ tärkeimmät sesongit
- ✓ tärkeimmät asiakasryhmät
- ✓ tärkeimmät tuotteet ja palvelut
- ✓ markkinoinnin aloitus
- ✓ myynnin painopisteet
- ✓ kumppanit ja jakelukanavat

YHDISTÄ

- ✓ kahdeksan vuodenaikaa
- ✓ taivaan ilmiöt
- ✓ asiakkaiden ostopolku



Tehtävä 10 min

Luo yrityksesi vuosikellon luonnos

- Mikä on kauden tärkein palvelu, kenelle?
- Milloin palvelua markkinoidaan, miten ja missä kanavassa palvelu myydään?



Tuoteportfolio käytännössä

Webinaarissa 1 syntyi tuoteaihioita ja asiakasymmärrystä.

Emme tuotteista niitä uudelleen vaan katsomme:

- ✓ mihin Sodankylän kahdeksaan vuodenaikaan tuote sopii
- ✓ millä valon, pimeyden tai taivaan ilmiöllä tuotetta voidaan rikastaa
- ✓ mille asiakasprofiilille tuote kannattaa kohdentaa
- ✓ onko tuote parhaimmillaan pääsesongissa, välikaudella vai hiljaisempaa aikana
- ✓ onko tuotteelle kysyntää
- ✓ riittääkö kapasiteetti
- ✓ kannattaako tuotetta myydä laajasti, rajatusti vai kumppanien kautta

Tuoteportfolioa ei rakenneta vain ilmiöiden mukaan, vaan ilmiöiden, asiakasprofiilien ja yrityksen kapasiteetin yhdistelmänä.



Benchmark kohteet kartalla – globaali kilpailu



Northern Lights

Company Name	Location/Region
Arctic GM (The Original Aurora Hunters)	Finland/Norway/Sweden
Lights Over Lapland	Abisko, Sweden
Aurora Service Tours	Utsjoki, Finland
Nordic Visitor	Multi-Nordic
Wandering Owl	Tromsø, Norway
Hurtigruten Coastal Cruises	Norwegian Coast
Aurora Borealis Lodge Alaska	Fairbanks, Alaska
Citizen Science Aurora	Tromsø, Norway
Arctic Breeze	Tromsø, Norway
Polar Adventures Tromsø	Tromsø, Norway

Star Gazing

Company Name	Location
Aoraki Mackenzie Dark Sky Reserve	New Zealand
Good Heavens (Aotearoa)	New Zealand
Nayara Alto Atacama	Chile
ABeyond Sossusvlei Desert Lodge	Namibia
Space Obs (Atacama)	Chile
Kielder Observatory	UK
Northumberland Dark Sky Park	UK
Astroport Global	India
Mauna Kea Tours	Hawaii, USA
Stargazers B&B	New Zealand

Midnight Sun

Company Name	Location
STF Abisko Turiststation	Abisko, Sweden
Hurtigruten Midnight Sun Cruises	Norwegian Coast
Quark Expeditions Arctic Summer	Arctic Multi-Region
Arctic GM Midnight Tours	Rovaniemi/Levi, Finland
Trehotellet	Harads, Sweden
Deplar Farm	Iceland
Nordic Visitor Midnight Sun	Multi-Nordic
Vest Svalbard	Svalbard, Norway

On map/ [Digitaalinen valkotaulu linkki](#)



Asiakasprofiilit tiivistetysti



Tiede-
kiinnostunut



Elämyksen
metsästäjä



Tyylittelijä



Perhe-
luonto-
matkailija



Secure
Family
-traveller



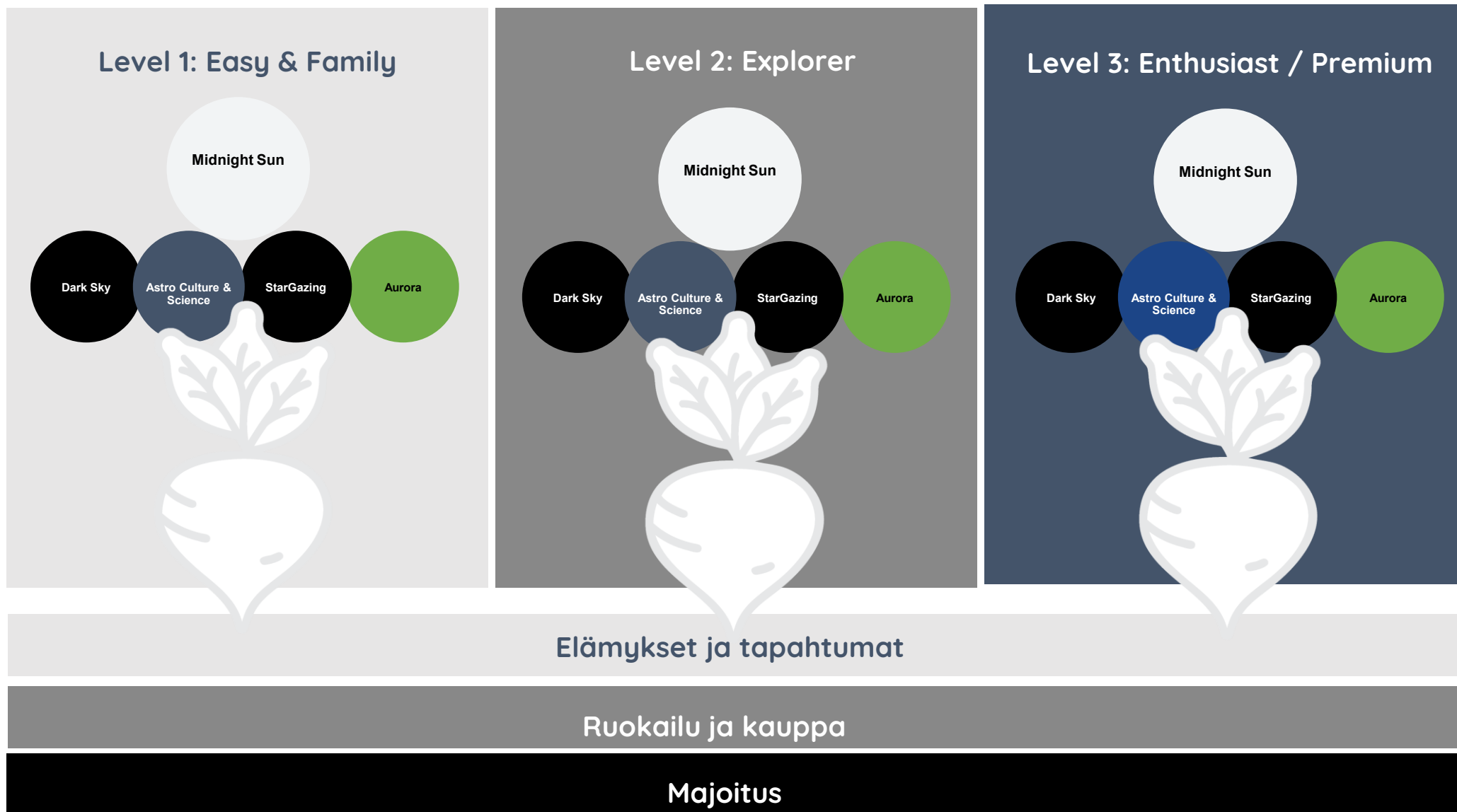
Fairytale
seeker

Asiakasprofiili	Mitä etsii?	Mitä tämä tarkoittaa tuotteissa?
Ilmiön metsästäjä	Revontulet, "bucket list", vahva visuaalinen kokemus	Aurora-tuotteet, mutta aina vaihtoehtoinen sisältö pilviselle illalle
Aktiivinen luontokokija	Luonto, lumi, maisema, liike ja kevyt seikkailu	Valoilmiö rikastaa aktiviteettia: hiihto, kävely, pyöräily, melonta
Mukavuudenhaluinen elämysmatkailija	Helppous, turvallisuus, tunnelma, hyvä opastus	Selkeä, helposti ostettava ja laadukas elämys
Oppija ja merkitysten etsijä	Tarinat, tiede, paikallisuus, kulttuuri, maailmankaikkeuden ihmettely	Astro Culture & Science, opastetut tarinalliset sisällöt
Perheet ja ensikertalaiset	Lyhyt, turvallinen, ymmärrettävä ja matalan kynnyksen kokemus	Easy & Family -tuotteet, selkeä lupaus ja helppo toteutus
Harrastajat ja premium-asiakkaat	Erytisolosuhteet, valokuvaus, hiljaisuus, pieni ryhmä, asiantuntijuus	Premium- ja niche-tuotteet, rajattu kapasiteetti ja korkeampi hinta
Matkanjärjestäjät ja ryhmät	Ennakoitavuus, selkeä sisältö, kapasiteetti, saatavuus ja toimitusvarmuus	Myyntivalmiit tuotteet ajoissa, selkeät ehdot ja toistettava toteutus



Konseptimalli

Konsepti
kartta





Asiakasprofiilit portfolion tasoina

B2B / ryhmät
matkanjärjestäjät, ryhmät, oppilaitokset, yritykset
ennakoitava, tuotteistettu, kapasiteetiltaan hallittava



Asiakasprofiilit	Perheet, ensikertalaiset, mukavuudenhaluiset elämysmatkailijat	Aktiiviset luontokokijat, omatoimiset matkailijat, kansainväliset vapaa- ajan matkailijat	Harrastajat, valokuvaajat, astro- kiinnostuneet, premium-asiakkaat
Tuotelogiikka	Helppo, turvallinen, lyhyt, helposti ostettava, ymmärrettävä	Elämyksellinen, tarinallinen, vuodenaikaan sidottu	Pieni ryhmä, syvä sisältö, korkea arvo, rajattu kapasiteetti

Sama ilmiö, eri asiakas



ESIMERKKI: TÄHTITAIVAS

StarGazing.

Asiakasprofiili

Tuotelogiikka

Easy & Family

Lyhyt tähtiretki, tarina ja lämmin juoma

Explorer

Pimeän taivaan luontoelämys, tarinat ja hiljaisuus

Enthusiast / Premium

Valokuvaus, asiantuntijaopastus, pieni ryhmä

Astro Culture &
Science

Observatorio, tiedesisältö, paikalliset tarinat ja taivaan kulttuurinen merkitys

Tuote ei muutu vain sisällön mukaan. Se muuttuu sen mukaan, kenelle se suunnitellaan.



Vuodenaikojen kokemus käytännössä



LOISTORISTEILYT®

~ koe maailma uudella tavalla ~

Tilaa uutiskirje | Kirjaudu |  Jätä viesti |  +358 (0) 10 231 6550



ETUSIVU TARJOUKSET RISTEILYT KOHTEET VARUSTAMOT INSPIROIDU MEISTÄ

MILLOIN LÄHTEÄ VUONORISTEILYLLE? VUODENAIKOJEN VAIKUTUS KOKEMUKSEEN

Suosituin aika,
aktiviteetit ja kylät

Norjan vuonot tarjoavat täysin erilaisen elämyksen eri vuodenaikoina. **Kesäkausi** (kesä-elokuu) on suosituin aika vuonoristeilyille, jolloin päivät ovat pitkiä ja lämpötilat miellyttäviä (10-25°C). Kesäyöt ovat valoisat, ja pohjoisemmilla reiteillä koet jopa keskiyön auringon ilmiön. Tämä on ihanteellista aikaa ulkoilma-aktiviteeteille ja kylien tutkimiseen.

Aktiviteetteja

Kevät (huhti-toukokuu) on luonnon heräämisen aikaa, jolloin lumi sulaa vuorilta muodostaen satoja vesiputouksia vuonon seinämille. Hedelmäpuut kukkivat, ja maisema on raikas vihreydessään. Lämpötilat ovat viileämpiä (5-15°C), mutta risteilijöillä riittää aktiviteetteja säästä riippumatta.

Rauhallisuutta
hakevalle

Syksy (syys-lokakuu) tuo vuonomaisemaan ruskan väriloiston. Punaisen, oranssin ja keltaisen sävyt luovat häikäisevän kontrastin tummansinistä vettä vasten. Syksyllä on myös vähemmän muita matkailijoita, mikä tekee kokemuksesta rauhallisemman.

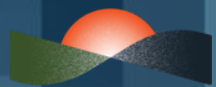
Kokeneille

Talvi (marras-maaliskuu) on kokeneemman matkaajan valinta. Vaikka päivät ovat lyhyitä, tarjoavat ne ainutlaatuisia elämyksiä: lumipeitteisiä maisemia, revontulia (pohjoisemmilla reiteillä) ja aidon norjalaisen talven tunnelman. Talviristeilyillä on usein erityisohjelmaa, kuten joulumarkkinoita ja talviaktiviteetteja.

Elementit

Matkaa suunnitellessasi mieti, mitä elementtejä arvostat eniten: valoisia öitä, vesiputouksia, ruskan värejä vai lumimaisemia? Me Loistoristeilyillä autamme sinua löytämään juuri sinun toiveitasi vastaavan ajankohdan ja reitin.

Tuote ei muutu vain sisällön mukaan. Se muuttuu sen mukaan, kenelle se suunnitellaan.



Valon vuorokausi



Voiko palvelu erottua juuri siksi, että se on saatavilla silloin, kun muita palveluita ei ole?



Portfolio-kartta

Sijoita webinaarin 1 tuoteaihiot portfolio-kartalle.

	Aurora	Dark Sky	Stargazing	Midnight Sun	Astro Culture & Science
 Easy & Family	+	+	+	+	+
 Explorer	+	+	+	+	+
 Enthusiast / Premium	+	+	+	+	+
 B2B / ryhmät	+	+	+	+	+



Kysy jokaisen tuotteen kohdalla:

- 1 Mikä valon tai taivaan ilmiö rikastaa tuotetta?
- 2 Mille asiakasprofiilille tuote sopii parhaiten?

- 3 Mihin vuodenaikaan tuote kuuluu?
Mihin vuorokaudenaikaan tuote on parhaimmillaan?
- 4 Onko tuote volyymi-, kokeilu- vai premium-tuote?





Tehtävä 10 min

Määritä oma portfoliokartta

- Mille palvelutasolle ja taivaanilmiölle tuote on suunniteltu?



Kapasiteetin ja kysynnän arviointi

Kun tuote on sijoitettu portfolioon, arvioi:

Kysyntä	Kuinka kiinnostava tuote on valitulle asiakasryhmälle?
Kapasiteetti	Kuinka monta asiakasta voidaan palvella laadukkaasti?
Toistettavuus	Voidaanko tuote toteuttaa useita kertoja kaudessa?
Sää- ja ilmiöriski	Mitä tehdään, jos ilmiötä ei näy?
Jakelu	Myydäänkö suoraan, kumppanien kautta vai matkanjärjestäjille?



Tarkistuslista

1. **Kenelle?**
Mille asiakasprofiilille tuote sopii parhaiten?
2. **Miksi nyt?**
Mikä vuodenaika, valoilmiö tai taivaan ilmiö tekee tuotteesta ajankohtaisen? Mihin vuorokaudenaikaan tuote on parhaimmillaan?
3. **Onko kysyntää?**
Onko asiakkaalla tunnistettava tarve tai kiinnostus?
4. **Riittääkö kapasiteetti?**
Voidaanko tuote toteuttaa laadukkaasti nykyisillä resursseilla?
5. **Onko tuote ostettava?**
Onko sisältö, hinta, kesto, saatavuus ja varausehdot selkeästi kuvattu?
6. **Mikä on seuraava askel?**
Myyntiin, testiin, kehitykseen vai myöhemmäksi?



Oman vuosikellon rakentaminen

- ✓ oma arktinen vuosikello
- ✓ tunnistetut sesongit, välikaudet ja kehittämismahdollisuudet
- ✓ ensimmäinen versio ympärivuotisesta tuoteportfoliosta
- ✓ ymmärrys eri kohderyhmien tarpeista vuoden eri vaiheissa
- ✓ työkaluja jatkokehitykseen ja seuraavaan työpajaan



Kiitos

LOISTAVA – MuotoMyrsky Oy & HMMH Consulting Oy