

SoLoMo

Innovaatio Camp

19.3.2013

Kenelle palveluja kehitetään?
Kohderyhmien palvelupolkuja

Kristian Sievers

HAAGA-HELIA

Hotelli-, ravintola- ja matkailualan koulutusyksikkö

kristian.sievers@haaga-helia.fi

MOTIVAATIO,
Miten saamme asiakkaan
innostumaan matkasta
SoLoMo- palveluilla?

TIEDONHAKU,
Miten helpotamme
asiakkaan tiedonsaantia
SoLoMo -palveluilla?

VARAUS JA
MATKUSTAMINEN
Miten parannamme
asiakkaan varaamista ja
matkustamista
palveluilla?

MATKALLA
Miten palvelemme paremmin
matkan aikana SoLoMo-
palveluilla?

MATKAN JÄLKEEN
Miten hyödynnämme
SoLoMo- palveluja matkan
jälkeen?

Aktiivinen nainen Minttu, joka suunnittelee kaiken

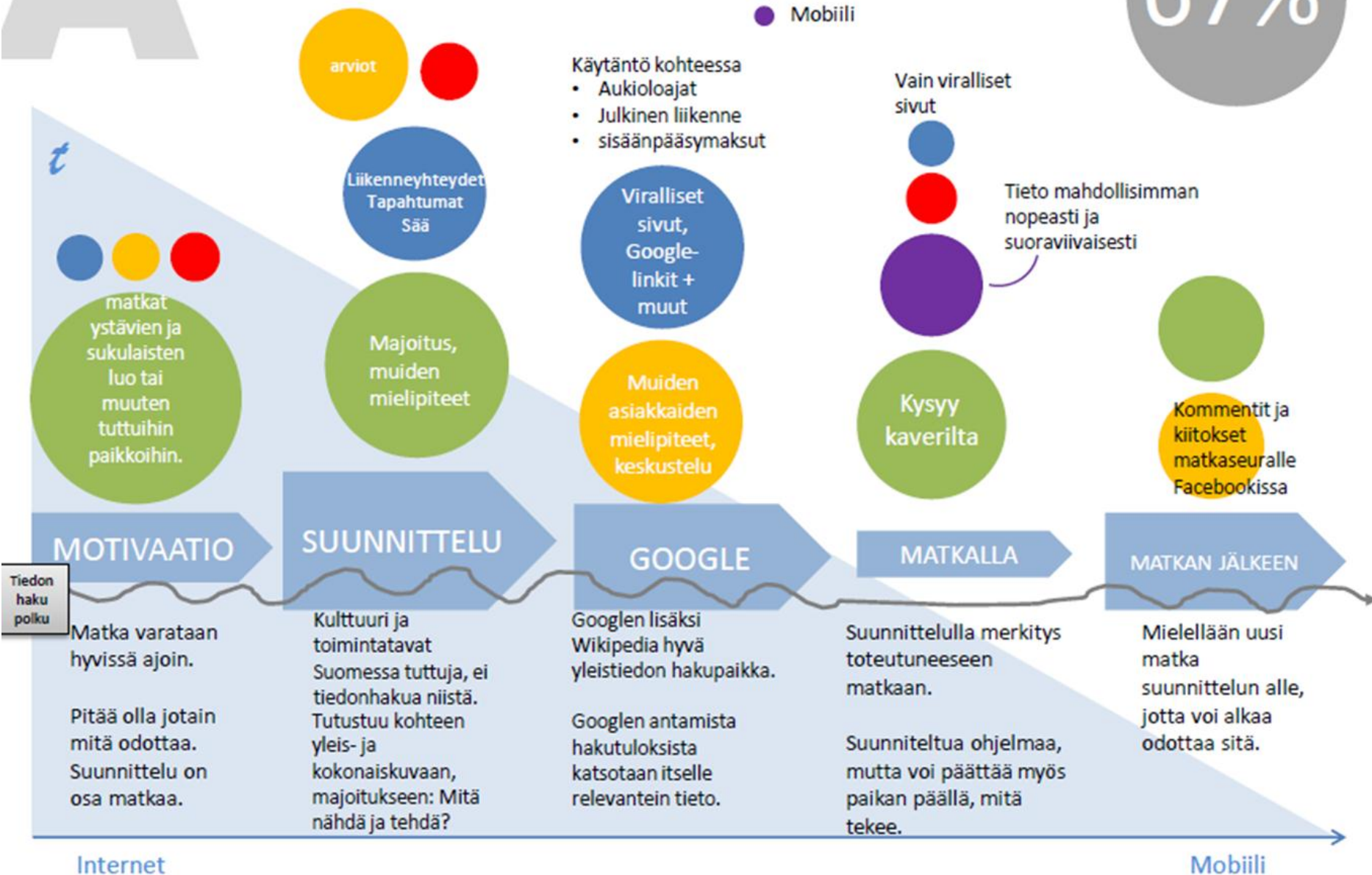


- Kärsivällinen, järjestelmällinen
- Ostopäätös syntyy vaihtoehtojen vertailun jälkeen
- Suunnittelijalle matkassa tärkeää:
 - Kokonaiskuva
 - Tarina, jolla on alku ja loppu
 - Loogiset vaiheet
 - Yksittäisten tapahtumien yhteensopivuus luo kokonaisuuden
 - Suunnittelu on osa matkaa
- Palvelujen kehittämisessä tulee panostaa kokonaisuuteen ja tarinaan,
- Palvelujen tarkoituksena on luoda kiintymystä, pehmittää asiakasta

A Suunnittelija

- www
- Kirjat ja lehdet
- Sosiaalinen media
- Tuttavat
- Mobiili

67%



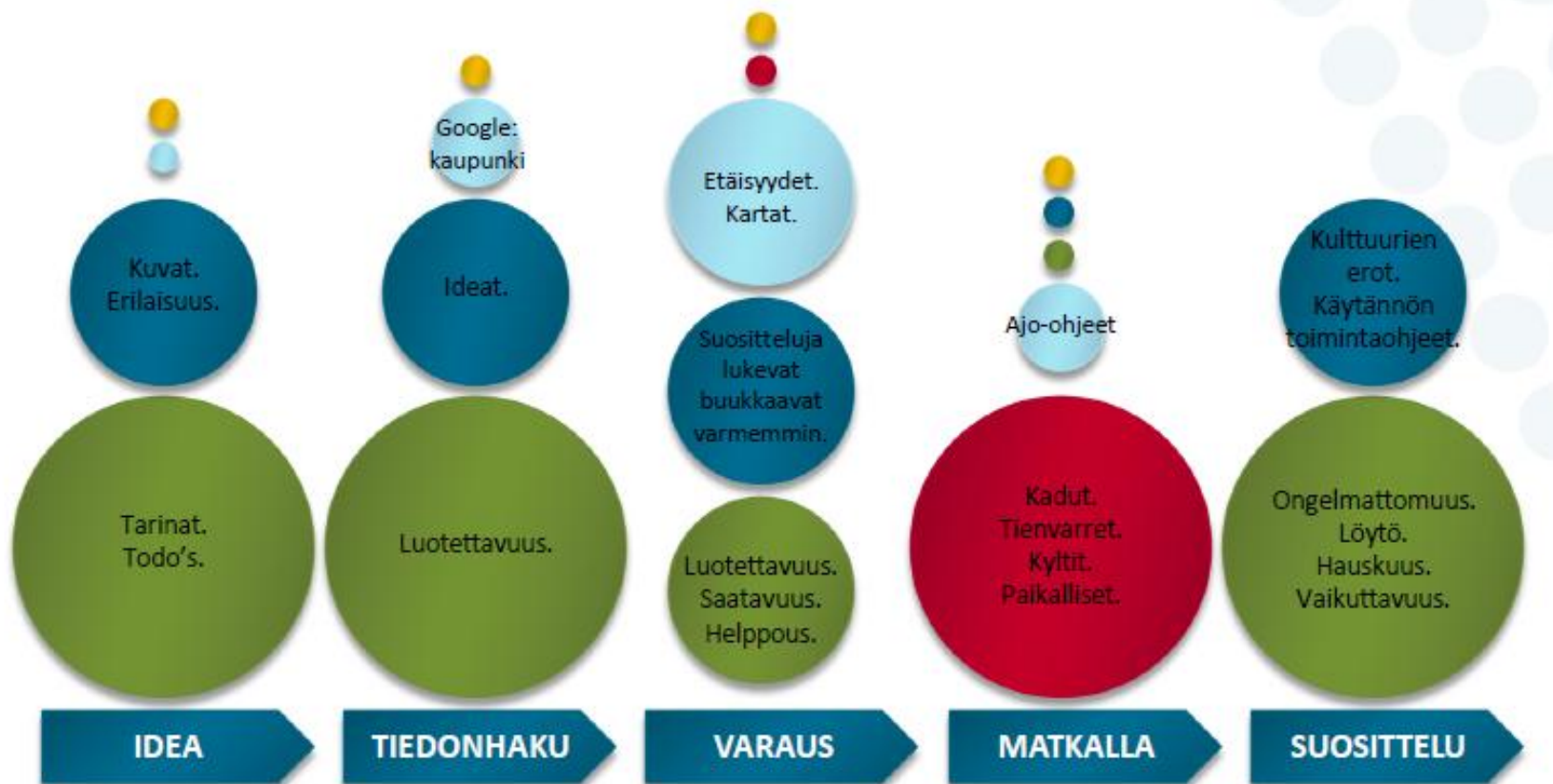
Galina, ahkera shoppaaja Pietarista



- Matka Suomeen merkitsee statusta ja mahdollisuutta latautua uudessa ympäristössä
- Galina haluaa nähdä ne jutut, jotka kuuluu nähdä ja vaikuttua kokemastaan
- Galina arvostaa
 - Osoitettuja nähtävyyksiä
 - Hyviä ostosmahdollisuuksia
 - Monipuolista palvelutarjontaa
- Galina vertaa nähtävyyksiä ja kulttuuritarjontaa muuhun Eurooppaan ja Pietariin.
- Tällä hetkellä tyypillinen vierailu Suomessa on pikainen shoppailumatka tai viikko laskettelukeskuksessa.
- Suomen matkailun tärkein kohderyhmä, vuonna 2012 venäläiset tekivät Suomeen 3,4 miljoonaa matkaa

OSTOPROSESSI JA KANAVAN MERKITYS

● WOM
 ● SoMe
 ● Trad.Web
 ● Ympäristö
 ● Esitteet



Profiilin vaikuttamisen hetki



OSTOPROSESSI JA MATKAKOKEMUS ERI KÄYTTÄYTYMISMALLEILLA



KOHDEBONGARI



VIIHDYTETTÄVÄ



LÖYTÖREKEILIÄ



KESÄASUKAS

Suomi on
paremman
kohteen korvike.

Mitä tunnettua
ja hienoa siellä
voi nähdä?

Sijainti, tason
laadukkuus.

Tylsyys.
Haluaisi
vaikuttua.

Status hankinnat.
Hienot ravintolat.
Statuskohteiden
löytäminen.

Kaveri kutsui.
Tietty
tapahtuma.

Vähäistä.
Tapahtumaan
liittyvää.

Helppous,
läheisyys,
ryhmälle
sopivuus

Tylsistyminen.
Haluaa
viihdykkeitä.

Action. Uudet
kokemukset.
Hauska ja
onnistunut
seuraelämä.

Huhut, tarinat,
historia,
kulttuuri,
erilaisuus,
pienuus.

Itsenäistä, some-
keskeistä.

Edullisuus,
erilaisetkin
vaihtoehdot, ei
vaativa.

Kokeminen,
näkeminen,
spontaanisuus.

Erikoisuudet,
piilotetut
salaisuudet.

Ystävperheen
suosittelet,
asiakasuskollinen,
uudelleen kävijä.

Lähiympäristön
palvelut ja
viihdykkeet.

Hyvissä ajoin,
varustelutaso ja
sijainti.

Tekemisen ja levon
tasapaino.
Lähialueen
palveluihin
tutustuminen.

Ongelmattomuus,
lapsiystävällisyys,
rauha.

IDEA

TIEDONHAKU

VARAUS

MATKALLA

SUOSITTELU

Tuija liikematkailija



- Tuija matkustaa työn vuoksi paljon, yli 20 työmatkaa vuodessa
- Haasteita matkoilla on
- Miten varmistaa, että matkatoimisto ei tee huonoja valintoja matkaa varatessaan?
- Miten varmistaa ettei hotelli liian kaukana tapahtumapaikoista,?
- Miksi matkatoimiston järjestelmät ovat huonoja, että asiat hoituu nopeammin puhelimitse?
- Miksi en saa itse joskus tilata matkoja ja majoituksia, vaikka se tulisi halvemmaksi?

Liikematkailijan palvelupolku

MODERNI HUMANISTI – palvelupolun yhteenveto

Maria on myynyt kahden päivän koulutuksen Rovaniemeläiselle julkishallinnon organisaatiolle. Maria aikoo matkustaa asiakkaan luo yöjunalla ja yöpyä perillä kaksi yötä.

Maria (30)

- Luovan alan yrittäjä
- Asuu Helsingissä
- Tekee työmatkoja säännöllisesti noin 12 kertaa vuodessa



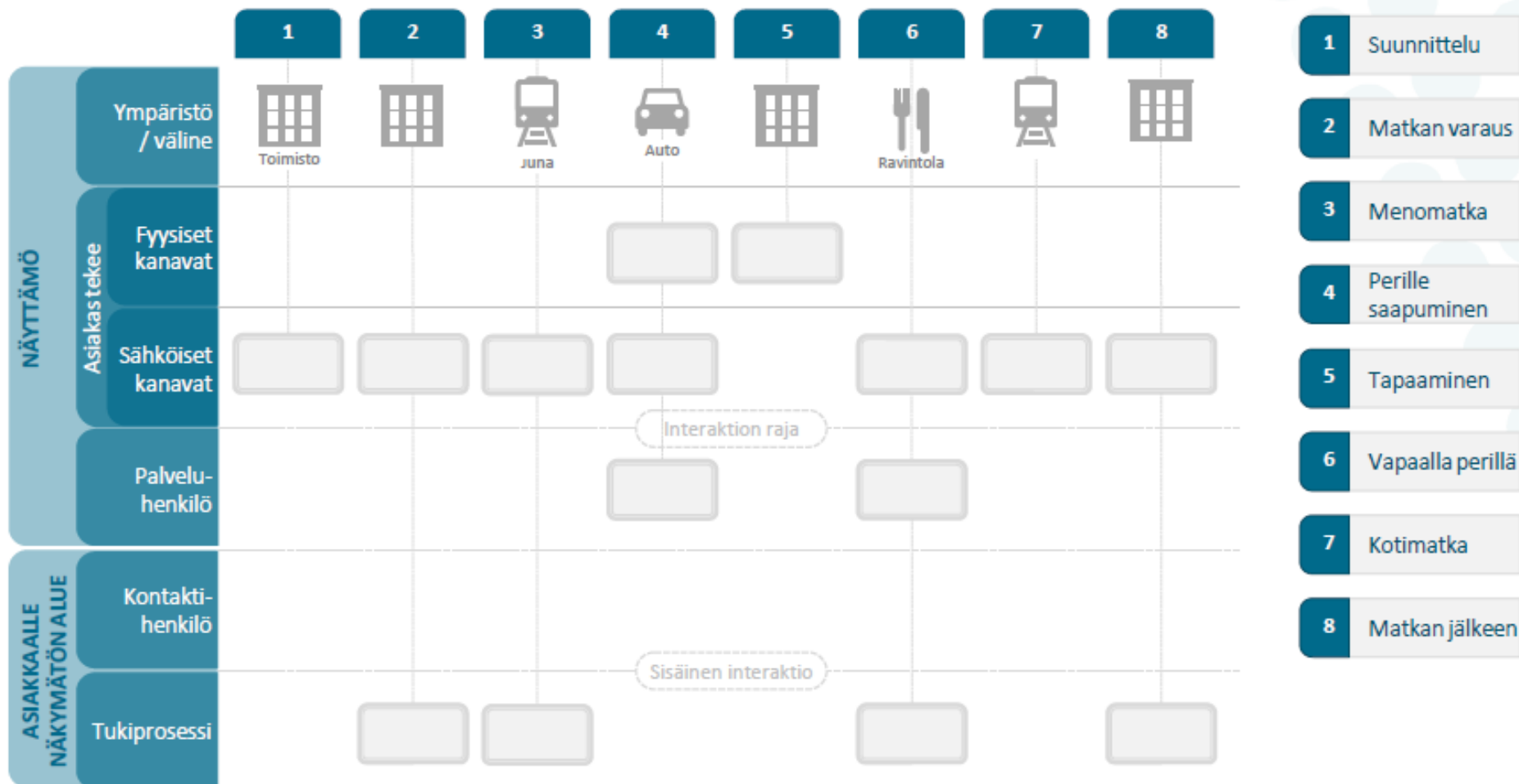
Omistaa



Applen kannettavan



iPhonen



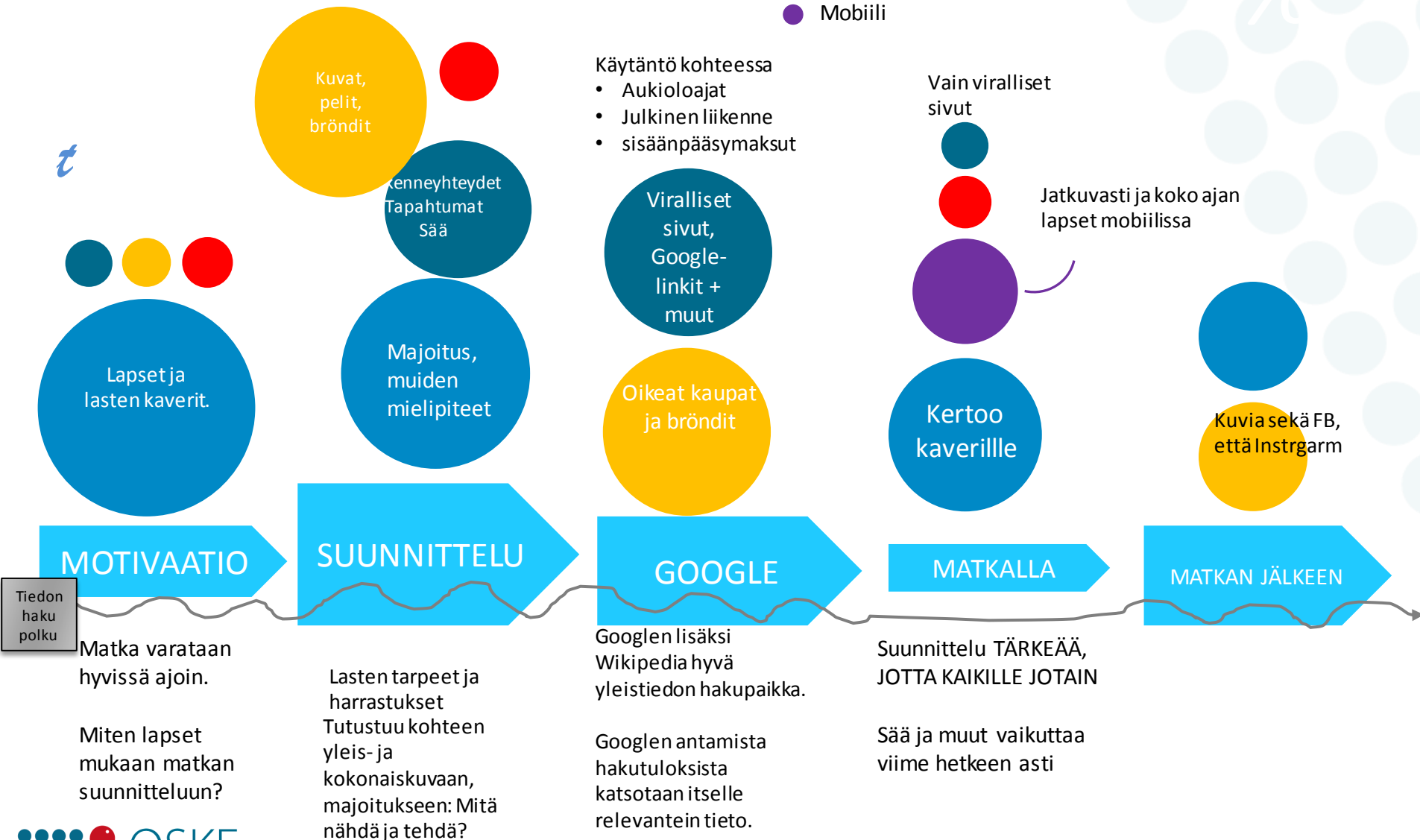
Kristian suurperheellinen



- Neljän lapsen kanssa lomaan kohdistuu suuria ja erilaisia odotuksia. Haluan, että matkalla kaikilla on hauskaa ja juhlaa!
- Miten löytää majoituksia, joissa oikeasti on tilaa?
- Miten seurata teinien itsenäistä liikkumista, samalla kun itse vaihdan vaippaa?
- Mistä vinkkejä ruokapaikkoihin, joissa on rokkia ja hoitopöytä?
- Mistä opettavaisia palveluja matkalle?

Lapsiperhe

- www
- Kirjat ja lehdet
- Sosiaalinen media
- Tuttavat
- Mobiili



Mobiili

MOTIVAATIO,
Miten saamme asiakkaan
innostumaan matkasta
SoLoMo- palveluilla?

TIEDONHAKU,
Miten helpotamme
asiakkaan tiedonsaantia
SoLoMo -palveluilla?

VARAUS JA
MATKUSTAMINEN
Miten parannamme
asiakkaan varaamista ja
matkustamista
palveluilla?

MATKALLA
Miten palvelemme paremmin
matkan aikana SoLoMo-
palveluilla?

MATKAN JÄLKEEN
Miten hyödynnämme
SoLoMo- palveluja matkan
jälkeen?

