

Digi-ratkaisut matkailuyritysten käyttöön

Alustus

Matka2020 Matkatieto



TIETOTALO



TIETOTALO





Suomen matkailustrategia ja digitiekartta

Toiminta- ympäristön muutos

4 lakia jotka vaikuttavat alaan -liikennekaari, tietosuojasetus, matkapakettilaki, alkoholilaki	Oma kupla	Puuttuu iso näkemys mihin kaikkien kannattaa mennä		Rekrytointi vaikeaa
				Matkailu puuhastelua
Suomesta älykäs destinaatio, momentum nyt	Yksilönä ostaminen ja matkailu nousee –muuttaa isoihin ryhmiin tottuneiden toimintaa		Insinööriperinne, myynti ei kova juttu	Miten digin keinoin parannetaan asiakaskokemusta?
			Palvelut ei ole online varattavissa	
Vaikea saada osajia alalle	Asiakastietoa ei ole saatavilla	Ei ymmärretä miksi digiin kannattaa panostaa	Hanke käynnissä avoimesta datasta	Ei osata käyttää data-analytiikkaa eikä jaeta tietoa
	Suomi voi matkailumaana hyvin	Uudet ansaintalogiikat Benchmark operaattoribusiness		Perusasioiden pyörytys vie kaiken ajan
kasvupolku tehty jo 10-vuotta sitten, mutta viesti ei mene perille	Iglumökit globaalisti saavutettavia	Saavutettavuus		Digitalisaatio ei ole sama kuin markkinointibudjetti
	Liiketoiminta-osaamisen puute	Hyviä planeja on ollut jo monta vuotta, tiedetään mitä pitää tehdä ja miten		Paniikki mihin kelkkaan hypätään Jos ei tee nyt, 5-vuoden päästä voi olla myöhäistä
	Kaikkea ei tarvitse automatisoida		Iso kakku	Suuralueyhteistyö yhtenäistää toimintaa
	Laaja mikroyrittäjien kenttä- isoin duuni	Tarinat tuotteista puuttuu	10-vuotta digi ollut funtsinnassa	Kuvitelma että markkinoinnin voi unohtaa
			10-vuotta digi ollut funtsinnassa	
			Sooloillaan omaa sen sijaan, että tehdään yhdessä	

Suomen matkailustrategia ja digitiekartta

- Matkailutoimijat tarvitsevat yhteiset tavoitteet ja suuntaviivat, joiden kautta kehittää Suomi-matkailun ekosysteemiä ja tavoittaa tehokkaasti kansainväliset matkailijat. Visit Finlandin johtaman työryhmän kehittämä **Suomen matkailun digitiekartta** pyrkii vastaamaan näihin tarpeisiin.
 - Tiedolla johdettu yhteistyö
 - Alustatalouteen pohjautuvan liiketoiminnan tukeminen ja online ostettavuuden ja jakelun kehittäminen
 - Digipilottien skaalaus kansalliseksi ydintoiminnaksi
 - Vastuullisuuden edistäminen digitaalisin keinoin
- Toimenpiteet kansallisella, alueorganisaatio ja yritystasolla

Digitaaliset ratkaisut
täydentämään
fyysistä elämystä



Hiljainen matkailija ja digitaalisuuden paradoksi

Tekoälyratkaisut
tulevat kaikkialle

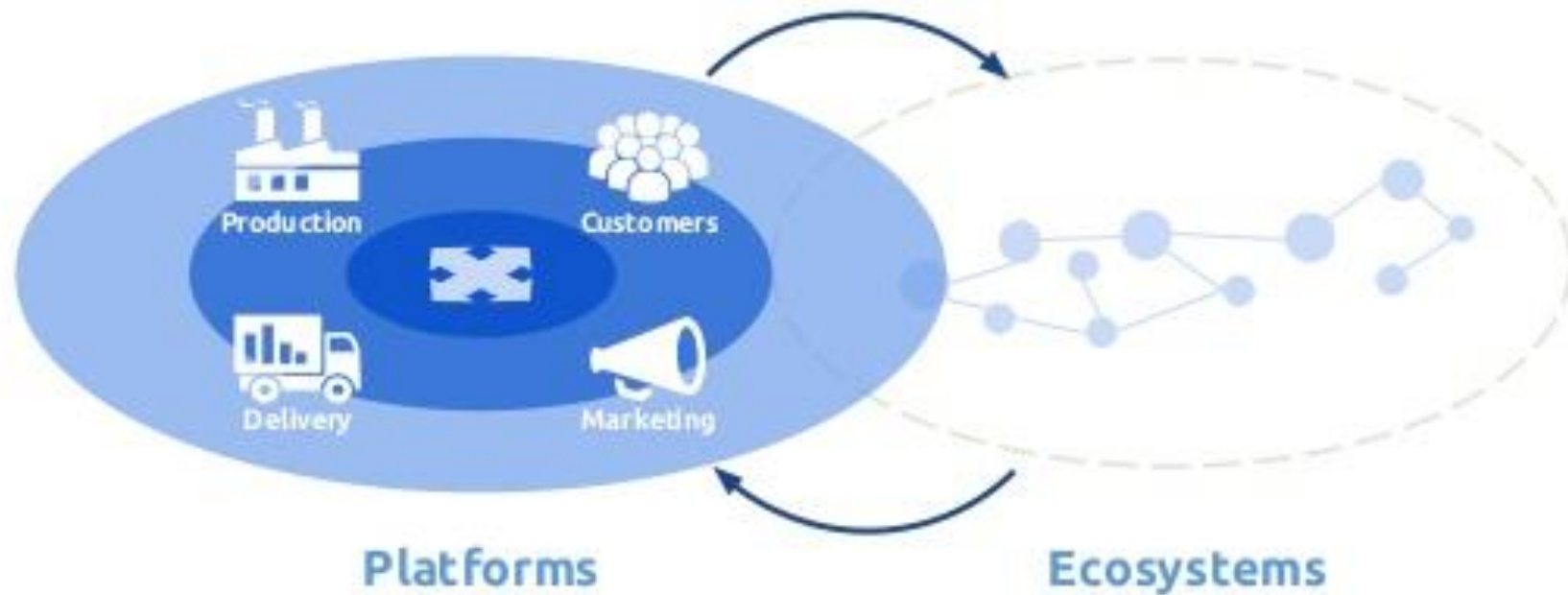


Digitaaliset alustat ja alustaekosysteemit

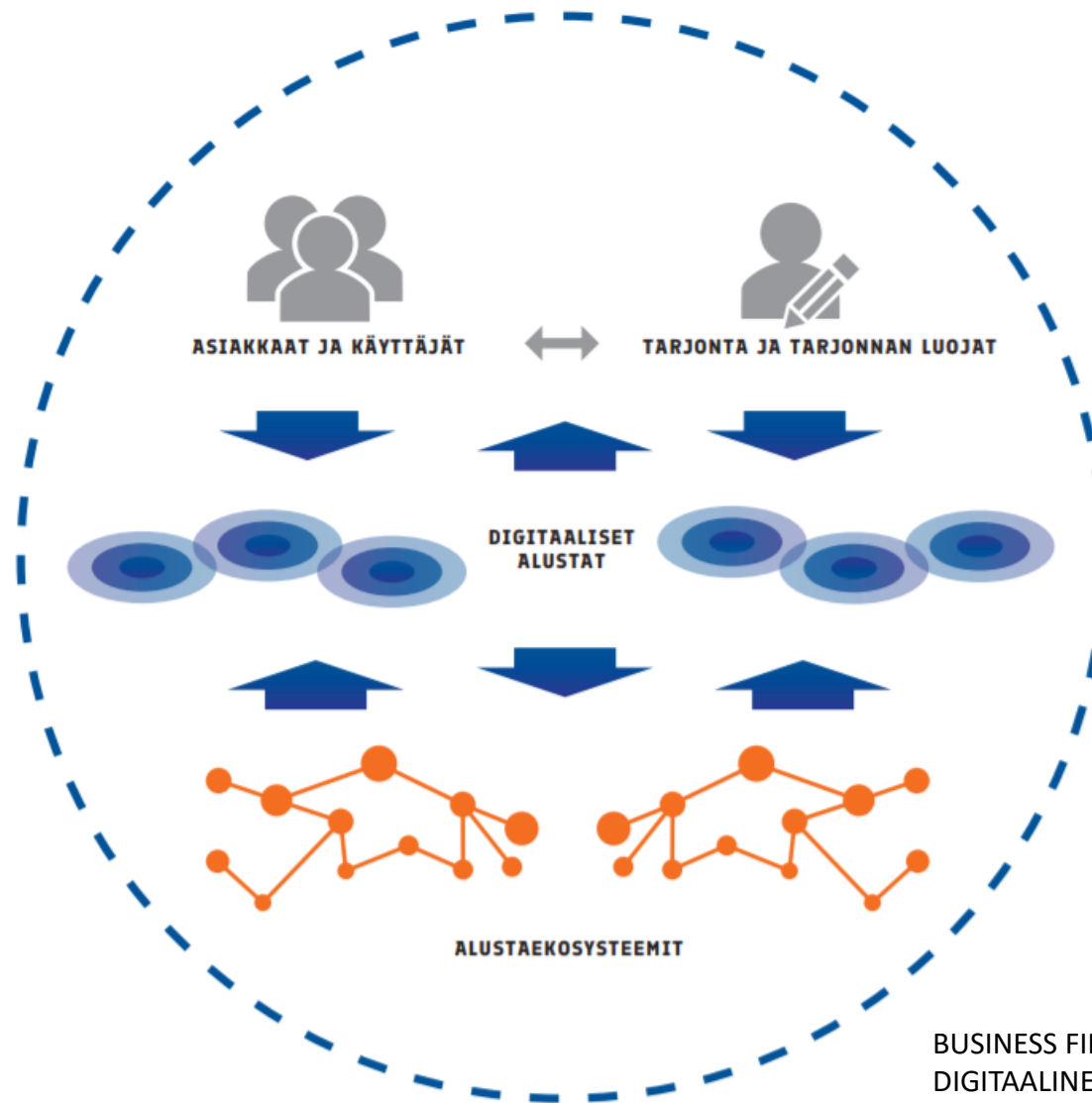
From Value Chains

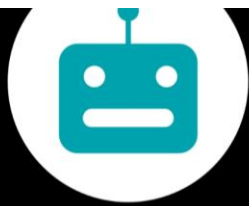


To Platform Economy



DIGITAALINEN ALUSTATALOUS





39%

of travel businesses are investing in chat channels in 2020.

Chatbots are predicted to help eCommerce companies save \$8m by 2022.



32%

of Gen Z say Instagram is the most influential social media channel for travel.

Gone are the days of relying solely on Google for driving traffic to your site.



53%

prefer to use a messaging service to chat with travel brands in case of trip disruption.

Travel brands can add value by sending timely messages across the entire journey.



\$33bn

The microservices market is expected to grow to \$33 billion by 2023.

2020 will start to see a shift to light-weight API microservices.



- Online Travel Trends 2020 By Travelport