

Matkailijakyselyiden maakunnallisia tuloksia ja havaintoja kesältä 2023

Pohjois-Pohjanmaan matkailufoorumi 14.11.2023

Wille Markkanen
Salmi Platform Oy

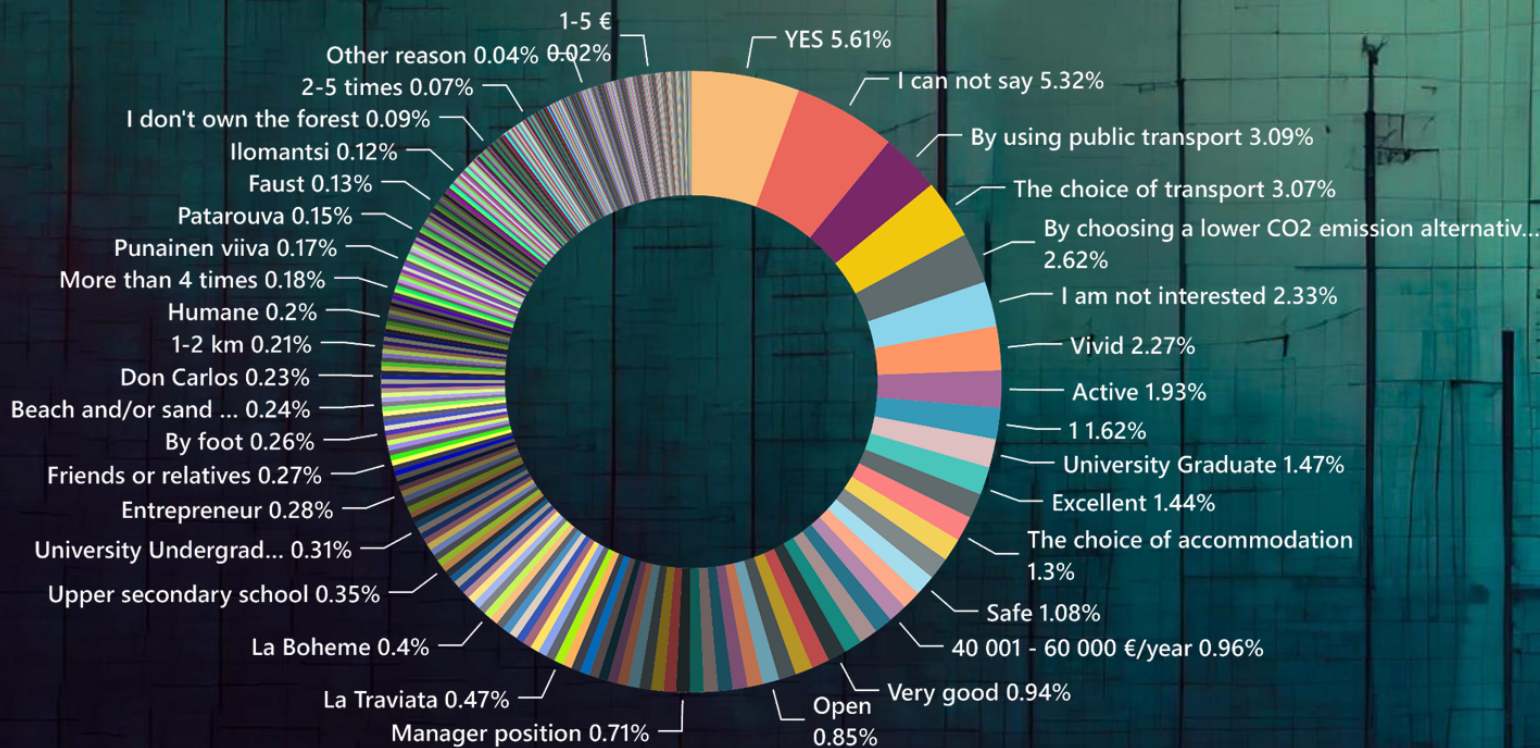
Sisältö

- Salmin ratkaisu matkailun tiedolla johtamisen tueksi
 - mitä
 - miksi
 - miten
- Oulun seudun data kesäkausi 2023
 - kuka on asiakas?
 - miksi tulivat?
 - miten vaikutti?
 - mitä mieltä olivat?



Mitä?

Maailman sekavin business ja tieto



Tiedolla johdettu matkailukohde

```
graph TD; A[Tiedolla johdettu matkailukohde] --- B[Kuka on asiakas?]; A --- C[Miksi he tulevat?]; A --- D[Miten vaikutti?]; A --- E[Mitä mieltä olivat?];
```

Kuka on asiakas?

Miksi he tulevat?

Miten vaikutti?

Mitä mieltä olivat?

Volyymi

Vaikuttavuus

Taloudellinen

selittäjiä

- motiivit
- demografia
- matkaseurue
- ajankohta
- yms.

Ympäristöllinen

selittäjiä

- matkaketju
- matkan pituus
- kulkuväline
- asenne

Sosiaalinen

selittäjiä

- tyytyväisyys
- suositteluhalukkuus
- paluuhalukkuus
- vapaa palaute
- "imago"
- yms.



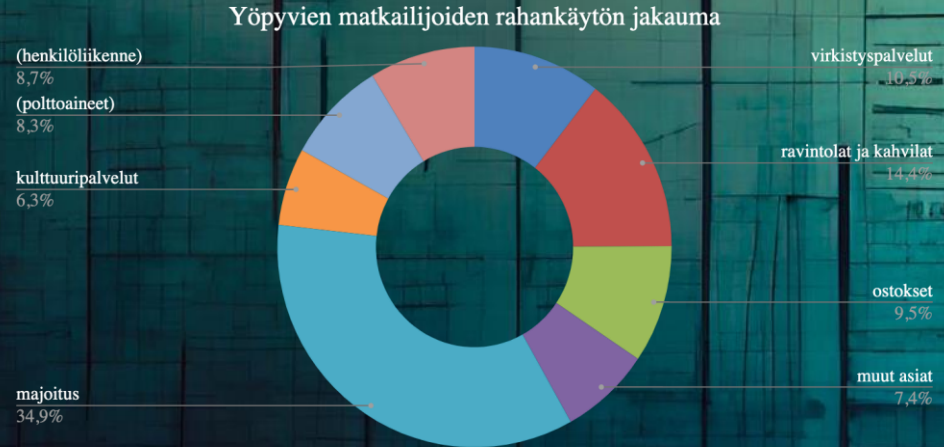
Miksi?

Markkinointi ja myynti tulokselliseksi

Tunnista tiedon avulla kannattavimmat kohderyhmät ja suuntaa markkinointia ja myyntiä heille.

- tunnista matkailusta saatava tulos esimerkiksi
 - motiiveittain
 - demografiaan perustuen
 - omien parametrien perusteella
- selvitä toimenpiteiden vaikuttavuus
- onko markkinoinnin kohdentamisen onnistunut

Dataan perustuva markkinointiviestinnän ja myynnin kohdistaminen tuottaa tulosta.

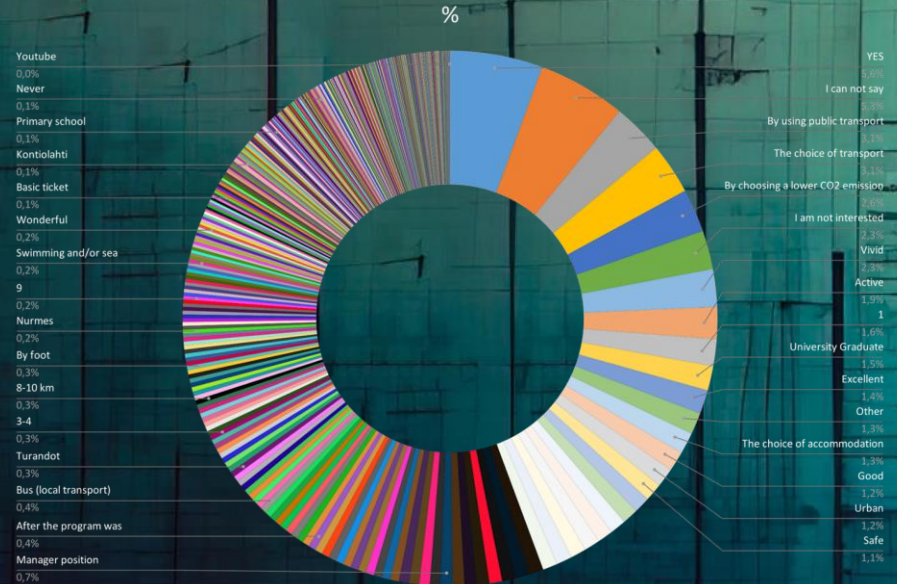


Kehitä tuotteita ja palveluja

Kun asiakas on tyytyväinen, hän palaa uudelleen ja suosittelee kohdetta myös tuttavilleen. Hyviä ja toimivia palveluita myös ostetaan mieluummin ja enemmän

Tämän vuoksi on tärkeää oppia, miltä kohde näyttää matkailijan näkökulmasta ja kehittää palveluita tämän ymmärryksen pohjalta.

- ymmärrä matkailijoiden motiivit
- tunne ja reagoi asiakastyytyvyyteen
- kuuntele mitä asiakkaat haluavat kertoa



Data viestinnän pohjaksi

Dataan perustuva viestintä on uskottavaa.
Tämän johdista faktatietoon pohjautuvat
tiedotteet menevät medially hyvin läpi.

Mediaan saatu viesti tuo pitkäaikaista hyötyä
kohteelle aivan eri tavalla kuin markkinointi.



Vakuuta päättäjät ja kumppanit

Päättäjät eivät pääsääntöisesti ymmärrä matkailun syviä rakenteita tai nyansseja - ei edes matkailutoimijat aina hallitse matkailun koko kirjoa. Data tarjoa tähän universaalin kielen, joka on helpompaa mieltä, kuin yksilölliset tilannekuvaukset.

Varsinkin kun perustellaan rahoitus-, investointi- ja hankehakemuksia, on vastapuolen helpompi uskoa tietoon pohjaavia perusteluita.

104.69 Daily Avg Income [EUR/Person]	100,409,694 Total Direct Income [EUR]
112.84 Day Visitors [EUR/Person]	36,231,408 Day Visitors [EUR]
100.59 Overnights [EUR/Day]	64,178,285 Overnights [EUR]

Syvennä sidosryhmäyhteistyötä

Usein matkailun eri sidosryhmillä on toisistaan poikkeava tilannekuva. Tämä on luonnollista, koska sidosryhmät tarkastelevat asioita omista tulokulmistaan.

Data tuo kaikille yhteisen tarttumapinnan asioihin. Ainakin seuraavat tahot pitäisi saada samalle ymmärrystasolle:

- yritykset
- alueen henkilökunta
- poliittiset päättäjät
- virkamieskunta
- kehittämistahot
- investorit





Miten?

Kysely

Salmen analytiikan perustana on mobiililaitteisiin perustuva kysely.

Tieto tulee suoraan matkailijoilta, eli saadaan tietoa, mitä ei saada tilastoista!

Kysely on helppokäyttöinen matkapuhelimella täytettävä lomake.

- kyselylomake on linkin takana ja se täytetään verkkoselaimessa
- jakelu pyritään jakelemaan moniväyläisesti



suurempi alustan sivusto

Paljonko arvioit käyttämäsi rahaa matkailuun tässä matkailukäynnissä oltu aikana?

Ei yhtään	150 €
50-100 €	100-200 €
200-400 €	400-800 €
800-1500 €	1500-2500 €
2500-4000 €	4000-6000 €
6000-10000 €	10-10000 €

EDULLINEN SEURAAVA

Raportointi

Tieto on käytettävissä raportointialustan kautta.

- tieto kerääntyy reaaliaikaisesti
 - tietoa voidaan tarkastella aikasidonnaisesti
- dynaaminen raportti mahdollistaa tietoon porautumisen
 - tiedon suodattaminen onnistuu useiden eri parametrien perusteella, kuten esimerkiksi kävijäprofiilien suhteen
- online-raportit löytyvät verkosta
 - milloin vaan





Oulun seudun data

Oulun seudun tiedonkeruu

Oulun seudulla aloitettiin matkailijatiedon kerääminen kesäkaudella 2023 Salmin kyselytyökalua hyödyntäen.

Alueelle muodostettiin seitsemän erillistä kyselyä:

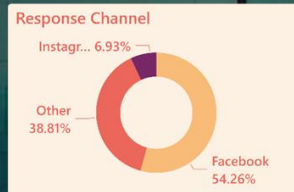
- Oulu
- Kalajoki
- Kempele
- Raahe
- Liminka
- Syöte
- Rokua

Kaikki tämä tieto on kohteilla käytettävissä omanaan, mutta myös yhdistettynä kokonaistietona.

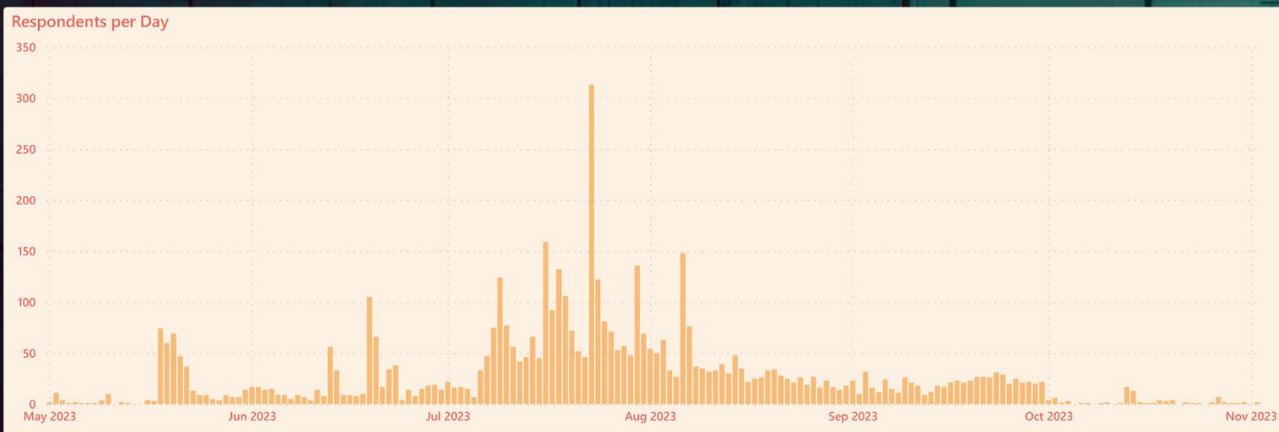


Kyselyn toteuma

1978
vastausta



5,135
Respondents



Kyselyn avasi touko-lokakuun aikana 5135 henkilöä.
Vastauksen jätti 37,77% eli 1978 henkilöä.

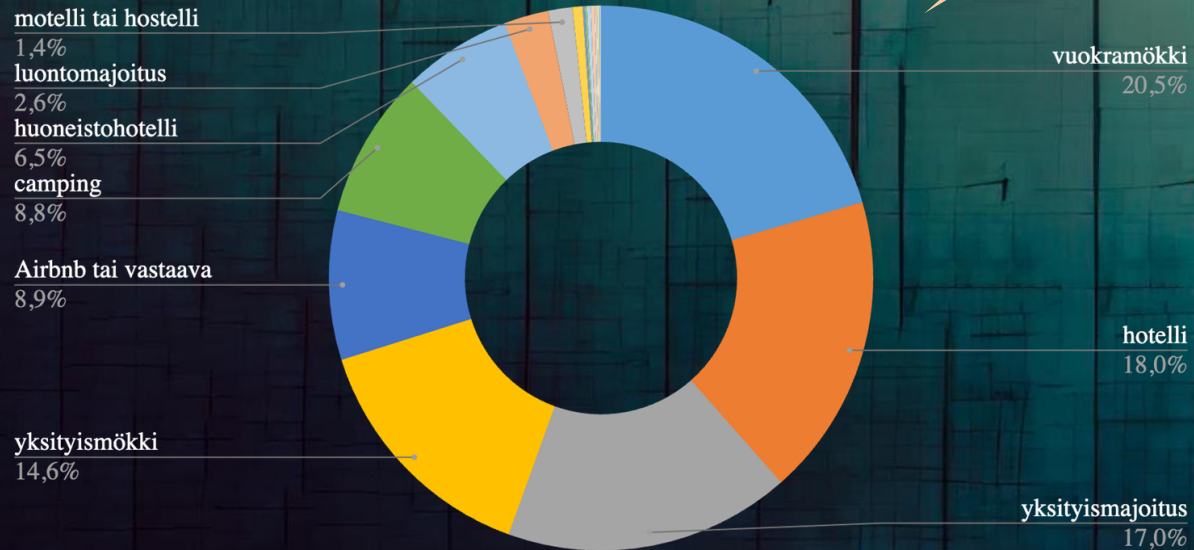


Kuka on asiakas?

Majoitustyyppi

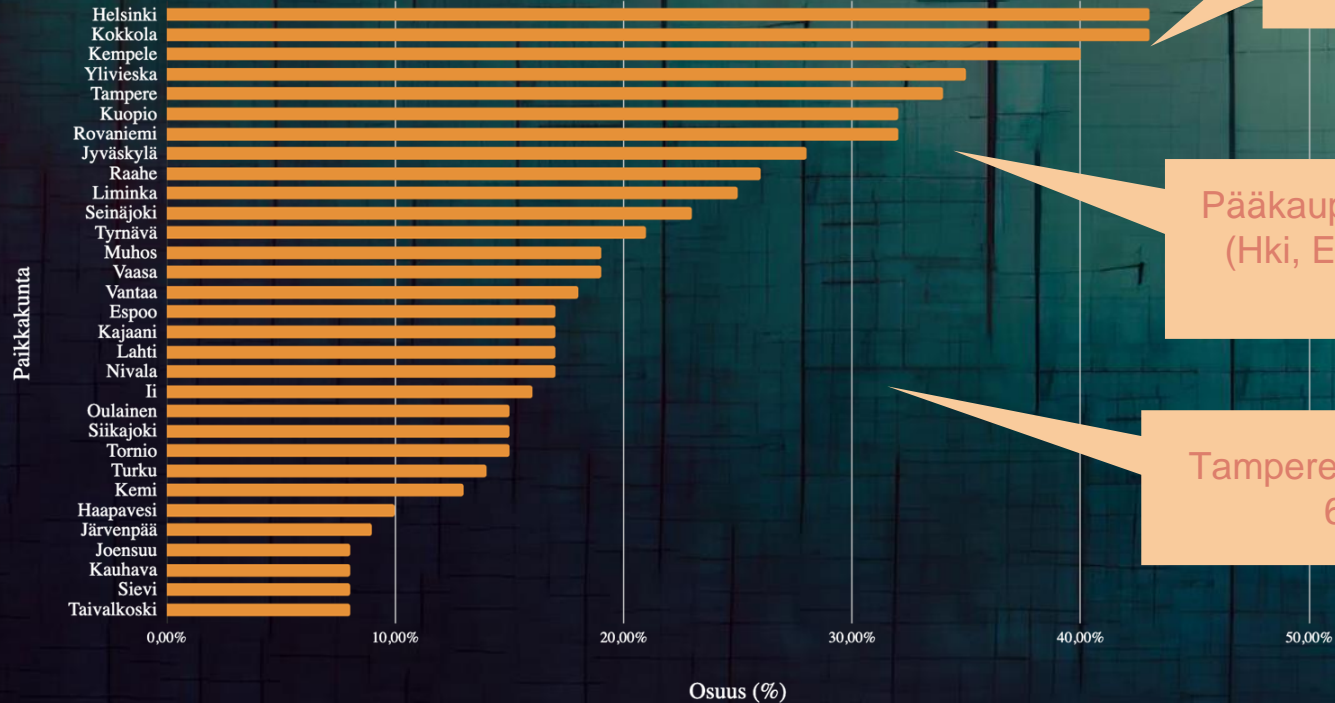
Rekisteröimätön
majoitus noin $\frac{2}{3}$.

Majoitusmuotojen jakauma (%)



Kotipaikka

Matkailijoiden kotipaikkajakauma (%)



Oulu jätettiin pois tiedoista.

Pääkaupunkiseutulaisia (Hki, Espoo, Vantaa) 5,7%

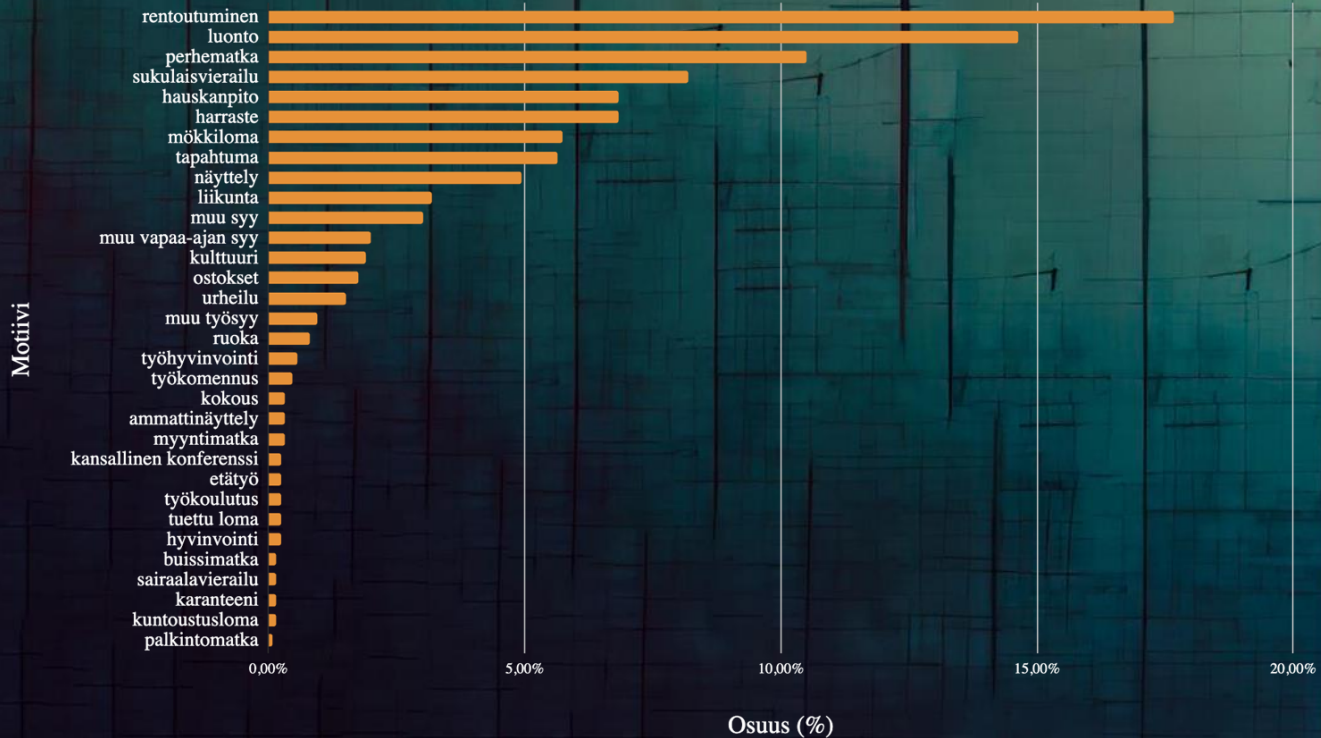
Tampereen seutulaisia 6,36%



Miksi tulivat?

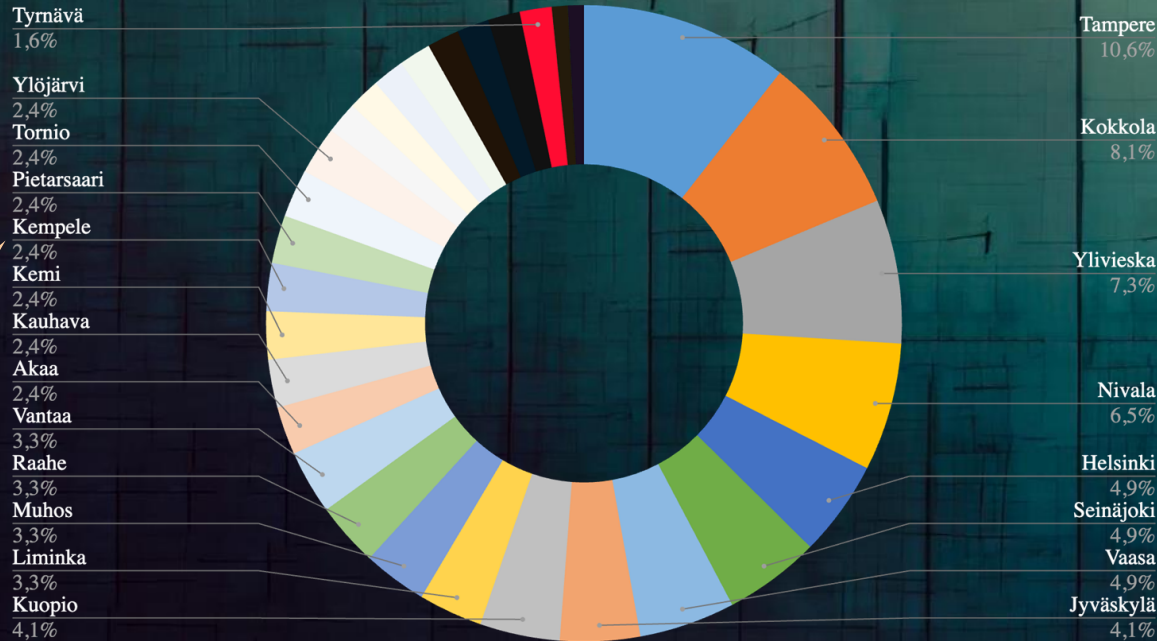
Motiivit

Matkailijoiden motiivien jakauma (%)



Mistä tulevat rentoutujat?

Rentouminen-motiivilla saapuneiden kotipaikkajakauma



Oulu jätetty pois

Kuvassa 30 suurinta lähtöpaikkaa

Tampereen seudulta 14,7 %



Miten vaikutti

Kulutus

52,39 €

Yöpyneiden kulutus
(€/hlö/pv)

97,92 €

Päiväkävijöiden kulutus
(€/hlö/pv)

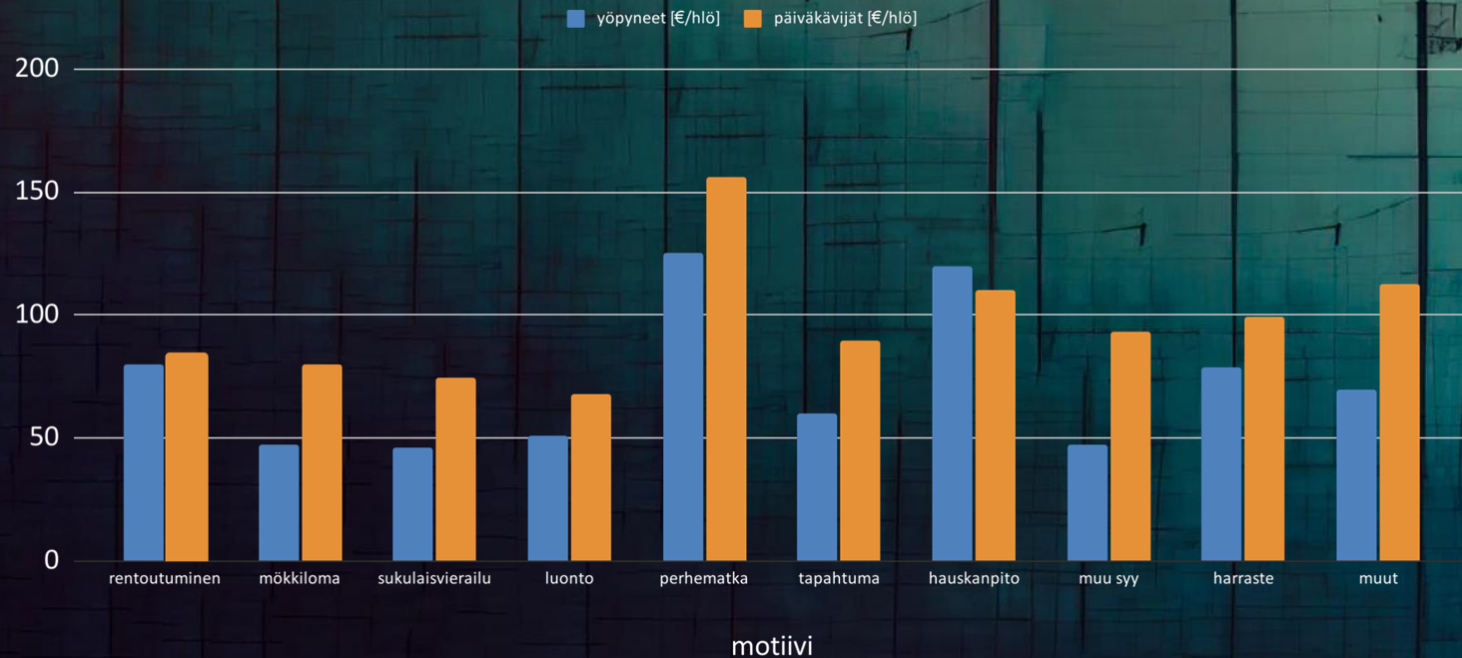
70,36 €

Keskimääräinen kulutus
(€/hlö/pv)

Matkailijoiden Oulun seudulle tuoma välitön matkailukulutus kesäkaudella 2023 oli päivää kohden noin 70 eur/hlö/pv.

Kulutus motiiveittain

Rahankäyttö motiiveittain yöpyneillä ja päiväkävijöillä (€/hlö)



Rentoutuja Tampereen seudulta

Kuinka paljon kuluttaa matkallaan rentoutuja Tampereen seudulta?

Tampereenseutulainen

112,52

Yöpyneiden kulutus
(€/hlö/pv)

Tampereenseutulainen

141,25

Päiväkävijöiden kulutus
(€/hlö/pv)

Tampereenseutulainen

123,89

Keskimääräinen kulutus
(€/hlö/pv)

Keskiarvorentoutuja

77,30

Yöpyneiden kulutus
(€/hlö/pv)

Keskiarvorentoutuja

84,43

Päiväkävijöiden kulutus
(€/hlö/pv)

Keskiarvorentoutuja

80,15

Keskimääräinen kulutus
(€/hlö/pv)

Tampereenseutulainen rentoutuja kuluttaa enemmän kuin keskiarvorentoutuja.

Liikkumisen hiilijalanjälki

Oulun seutu
0,092 kgCO₂e/km

Koko maa
0,061 kgCO₂e/km

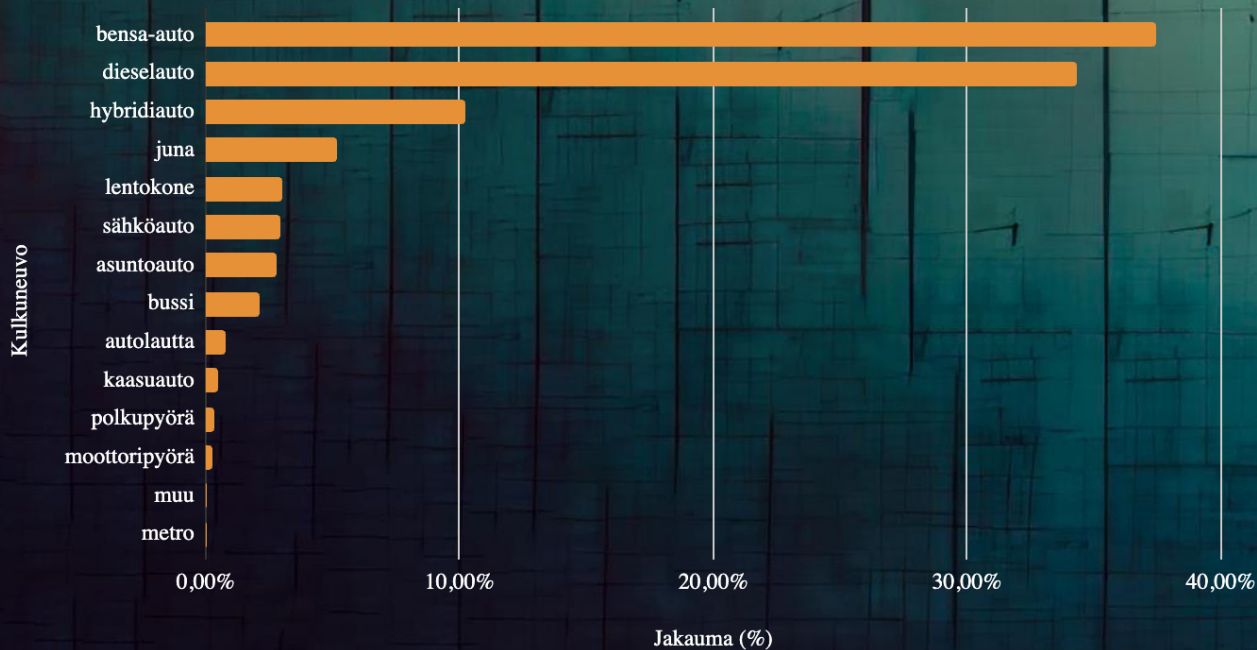
Matkustaminen kodin ja matkakohteen välillä on merkittävässä roolissa matkailun aiheuttaman ympäristökuorman osalta. Oulun seudulla mitattiin matkan aiheuttamaa hiilijalanjälkeä, jotta löydettäisiin tietoa, jonka perusteella asiaa voitaisiin parantaa.

Vertailuarvo seurannassa on matkailijan kilometriä kohden keskimäärin tuottama hiilidioksidiekvivalentti (kgCO₂e/km), jonka arvo näkyy yllä.



Mikä selittää hiilijalanjälkeä

Kulkuneuvojen jakauma Oulun seudulle matkaavilla (%)



Tampereen seudun rentoutajat

Tampereen seudun rentoutajat
0,071 kgCO₂e/km

Matkailijat keskiarvoisesti
0,092 kgCO₂e/km



The background consists of vertical stripes of various colors: teal, blue, orange, and red. The stripes are of varying widths and are set against a dark, textured background. The overall effect is abstract and modern.

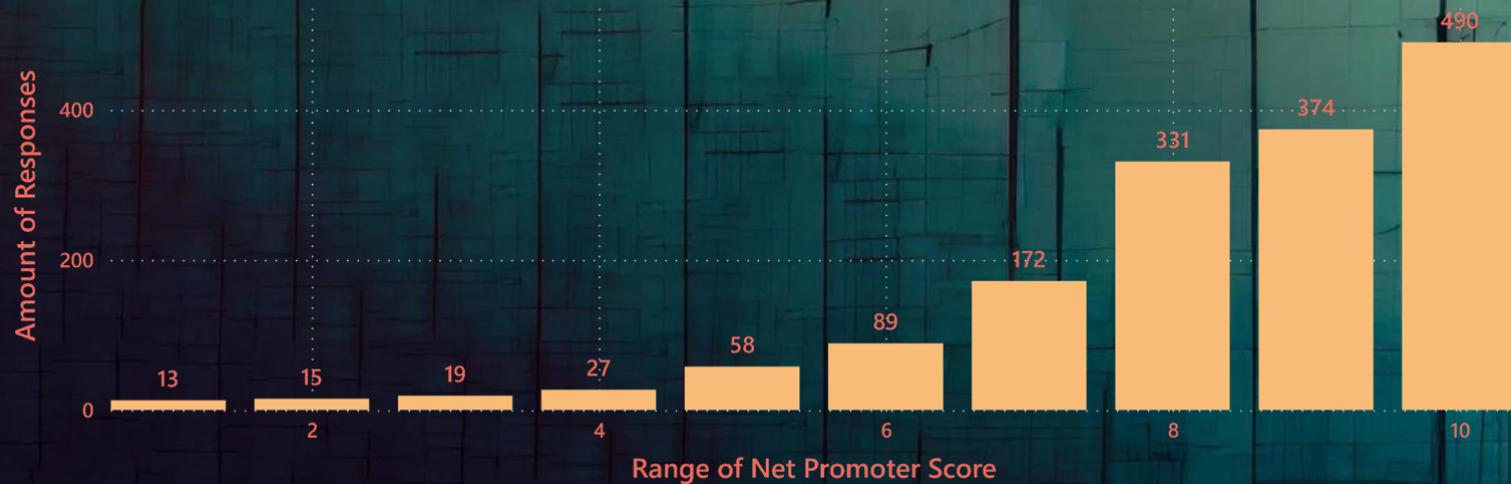
Mitä mieltä olivat?

Suositteluhaluukkuus



Oulun seudulla käyneiden matkailijoiden suositteluhaluukkuus on ok tasoa, mutta parannettavaa olisi.

Suositteluhalukkuuden jakauma



Oulun seudulla käyneiden matkailijoiden vastausten jakauma kasvaa tasaisesti huonon pään nollassa kohti kymppiä, joka on korkein suosittelemisen taso. Käytännössä tavoitteena tuli olla jakauma, jossa on voimakkaasti vain arvoja 9 ja 10.

Rentoutuja Tampereen seudulta



Tampereen seudulta saapunut rentoutuja on hyvinkin halukas suosittelemaan Oulun seutua tuttavilleen.

Verrattuna keskivertomatkailijaan Tampereen seudulta saapunut rentoutuja:

- käyttää rahaa enemmän
- tuottaa pienemmän hiilijalanjäljen
- on valmiimpi suosittamaan Oulun seutua



Kiitos!