Työpajassa tunnistetut matkailualueen vetovoimatekijät ja hyödyntämättömät mahdollisuudet

Tapahtumissa hyödyntämätöntä potentiaalia

Tanssileirit, urheilutapahtumat ja turnaukset tarjoavat merkittäviä mahdollisuuksia matkailun kasvattamiseen. Erityisesti urheilutapahtumiin matkustetaan usein koko perheen voimin, joten lapsiperheet ja lasten ehdoilla matkustavat ovat tärkeä kohderyhmä. Myös ***karavaanarit ja matkailuautoilla liikkuvat perheet*** ovat tässä yhteydessä kiinnostava asiakasryhmä.

Tapahtumakävijöitä olisi tärkeää houkutella viipymään pidempään ja tutustumaan seudun muihinkin palveluihin ja kohteisiin. Tämä vaatii tapahtumien ja matkailupalveluiden nykyistä parempaa ***koordinointia, tiedonjakoa ja yhteistä markkinointia***.

Hankkeiden ja ryhmämatkojen tuomat mahdollisuudet

Erilaisten ***hankkeiden*** mukana seudulle saapuvat ryhmät, erityisesti ***kansainväliset*** vieraat, ovat kiinnostuneita aktiviteeteista, paikallisesta kulttuurista ja tavoista. Näille ryhmille olisi tärkeää tarjota helposti löydettäviä elämyksiä ja palvelukokonaisuuksia, jotka auttavat tutustumaan seutuun myös virallisen ohjelman ohella. Ulkomaisista vierailijoista esiin on useaan otteeseen noussut erityisesti ***saksalaiset*** matkustajat.

Yhteistyöllä voitaisiin rakentaa valmiita aktiviteetti- ja vierailukokonaisuuksia, jotka tuovat lisämyyntiä paikallisille yrittäjille ja tekevät vierailusta kokonaisvaltaisemman.

Alueelle omaa vetovoimaa ja ilmiöitä

Työpajassa pohdittiin, miten seudulle voitaisiin rakentaa tunnistettava ***ilmiö*** tai ***tapahtumakokonaisuus***, joka houkuttelee kävijöitä laajemmaltakin alueelta. Esimerkkinä mainittiin Salon seudun kurpitsatapahtuma. Yhteinen vetovoimatekijä voisi lisätä tunnettuutta ja tarjota yrittäjille uusia mahdollisuuksia yhteistyöhön ja palveluiden myyntiin.

Keskustelussa nostettiin esiin myös seudun paikalliset ja erikoisemmat ***käsityötaitajat***. Heidän osaamisensa ympärille voisi olla mahdollista rakentaa oma tapahtuma tai käsityöharrastajia laajemmin houkutteleva tapahtumakokonaisuus. Harrastajat ovat usein valmiita matkustamaan kiinnostavan ohjelman, uusien oppien ja vertaisten kohtaamisen vuoksi.

Esimerkiksi työpajat, kurssit, työnäytökset ja yhdessä tekeminen voisivat muodostaa tapahtuman ytimen.

Tanssikulttuuri seudun vahvuutena

Tanssilavat ja tanssikulttuuri nousivat keskusteluissa toistuvasti esiin. ***Valasrannan tanssileiri*** tunnistettiin erityisen merkittäväksi vetovoimatekijäksi, joka kerää runsaasti kävijöitä ja tunnetaan laajasti. Pohdittavaksi jäi, voisiko tätä tunnettuutta hyödyntää nykyistä paremmin ja nostaa samalla esiin seudun muitakin tanssipaikkoja ja tanssikulttuuria kokonaisuutena.

Tanssikulttuuri voisi toimia yhtenä seudun tunnistettavana vahvuutena ja tarjota mahdollisuuksia myös muiden paikallisten palveluiden tuotteistamiseen ja yhteismarkkinointiin.

Palaavat asiakkaat ja suosittelut ovat liiketoiminnan kannalta tärkeitä

Yrittäjien näkökulmasta erityisen arvokkaita ja ***kannattavia*** ovat matkailijat, jotka palaavat alueelle säännöllisesti ja suosittelevat sitä muille. Keskustelussa mainittiin erityisesti ***motoristit, eläkeläiset ja karavaanarit***. Näiden asiakasryhmien tarpeiden tunnistaminen ja heille sopivien palveluiden kehittäminen voivat tukea pitkäjänteistä liiketoimintaa.

Karavaanarit ovat kiinnostava kohderyhmä myös siksi, että he voivat vierailla alueella useita kertoja ja matkustavat usein perheiden kanssa. Tällöin palveluiden suunnittelussa korostuvat myös lasten tarpeet ja toiveet sekä ***lapsiystävälliset aktiviteetit***. Pöytyän puskaparkki on saanut huomiota ja kiitosta ulkopaikkakuntalaisten keskuudessa. Tällaiset kohteet tarjoavat mahdollisuuden houkutella matkailijoita alueelle, mutta samalla olisi tärkeää ohjata kävijöitä hyödyntämään myös lähialueen palveluita. Pöytyän tapauksessa esimerkiksi viereisen maauimalan palvelut täydentävät pysähdystä ja tarjoavat lisäarvoa erityisesti lapsiperheille.

Yritysasiakkaat ja yritysryhmät kannattavana kohderyhmänä

Erilaiset ***yritysryhmät*** tunnistettiin kiinnostavaksi ja potentiaalisesti kannattavaksi kohderyhmäksi. Niiden etuna on, että yhden tilaajan kautta voidaan tavoittaa ja palvella suurempi osallistujajoukko. Yritysryhmillä on usein myös yksittäisiä vapaa-ajan matkailijoita erilaiset ***taloudelliset resurssit*** ja mahdollisuudet käyttää rahaa esimerkiksi kokouspalveluihin, ruokailuihin, ohjelmapalveluihin, aktiviteetteihin ja majoitukseen. Yritysasiakkaat voivat siten tarjota mahdollisuuksia ***suurempiin tilauskokonaisuuksiin*** ja

ennakoitavampaan myyntiin.

Harrastematkailussa ja erityisosaamisessa mahdollisuuksia

Paikallisten erikoisosaajien ja harrastusyhteisöjen ympärille voisi rakentaa uudenlaisia matkailutuotteita. Käsityöharrastajat ovat tästä hyvä esimerkki: kiinnostava kurssi, työpaja tai mahdollisuus päästä tekemään käsitöitä yhdessä muiden harrastajien kanssa voi itsessään olla matkan syy.

Tällainen ***harrastematkailu*** voi houkutella kävijöitä myös ***sesonkien ulkopuolella***. Samalla se tuo mahdollisuuksia majoitus-, ravitsemis- ja muiden paikallisten palveluiden myyntiin. Sama koskee ***urheilutapahtumiin*** matkustavia, niin pelaajia kuin heidän mukanaan matkaavia. Nämä ryhmät rakentavat erityisen hyvin ***ympärivuotista toimintaa***. Hyvänä esimerkkinä toimii hevosmatkailu, jolla on oma selkeä kohderyhmänsä ja heille suunnitellut paketit.

Yhteistyötä vahvistamalla parempaa palvelua matkailijoille

Yhtenä haasteena tunnistettiin, etteivät yrittäjät välttämättä tunne riittävästi edes oman alueensa muiden yritysten palveluita. Kun tieto alueen tarjonnasta lisääntyy, asiakkaiden ***suosittelu*** helpottuu, palveluita voidaan yhdistää uusiksi kokonaisuuksiksi ja yrittäjien välinen ***yhteistyö*** vahvistuu. Matkailuhanke tekee tämän haasteen eteen aktiivisesti töitä.

Erityisen tärkeää tämä on tapahtumakävijöiden, ryhmämatkailijoiden ja karavaanareiden kaltaisille kohderyhmille, joiden vierailuun voitaisiin yhdistää useampia alueen palveluita. Yhteistyön avulla voidaan rakentaa myös valmiita palvelupaketteja ja helpottaa matkailijan mahdollisuuksia löytää tekemistä ja elämyksiä alueelta.

Yhteenveto ja keskeiset kehittämismahdollisuudet

Työpajassa korostui tarve tunnistaa ja hyödyntää nykyisiä vetovoimatekijöitä paremmin, rakentaa uusia syitä tulla seudulle ja vahvistaa yrittäjien yhteistyötä. Yhteisenä tavoitteena on saada matkailijat ***viipymään pidempään, käyttämään alueen palveluita laajemmin ja palaamaan uudelleen***.

Keskustelun perusteella seudun matkailun kehittämisessä voidaan tunnistaa viisi kiinnostavaa mahdollisuutta:

1. **Nykyisten vetovoimatekijöiden parempi hyödyntäminen:**
   Tanssikulttuuri, Valasrannan tanssileiri, urheilutapahtumat ja muut jo

tunnetut kohteet sekä tapahtumat tarjoavat pohjan matkailun kasvattamiselle.

2. **Uusien tapahtumien ja ilmiöiden rakentaminen:** Esimerkiksi käsityöosaamisen, tanssitapahtumien ja harrastematkailun ympärille voidaan kehittää tapahtumia ja palvelukokonaisuuksia, jotka houkuttelevat uusia kävijöitä.
3. **Palaavien matkailijoiden palveleminen:** Motoristit, karavaanarit, eläkeläiset ja lähialueen säännölliset kävijät tarjoavat mahdollisuuksia pitkäjänteiseen ja toistuvaan liiketoimintaan. Alueen tarjonta palvelee suhteellisen hyvin lapsiperheiden ja esimerkiksi luokkaretkien tarpeita.
4. **Tapahtuma- ja ryhmämatkailun lisämyynnin kasvattaminen:** (Urheilu)tapahtumien, hankkeiden ja ryhmävierailujen yhteyteen voidaan rakentaa helposti ostettavia ja löydettäviä palvelukokonaisuuksia. Yhteistyö vaatii entistä aktiivisempaa tiedonjakamista ja koordinointia tapahtumajärjestäjien, seurojen, yhdistysten ja yrittäjien välillä.
5. **Yritysryhmille soveltuvien palveluiden tunnistaminen ja kokonaisuuksien rakentaminen:** Yritysryhmät ja niiden tarpeet on tärkeä tunnistaa ja räätälöidä yhteistyössä näille ryhmille sopivia paketteja. Yritysryhmien kohdalla asiakasmäärän sijaan on hyödyllistä tarkastella yhden tilauksen kokonaisarvoa, palveluiden yhdisteltävyyttä ja myyntiin käytettävää työmäärää.
6. **Toimijoiden yhteistyön ja palveluiden yhdistämisen vahvistaminen:** Parempi tieto alueen tarjonnasta mahdollistaa sujuvammat asiakaskokemukset, yhteiset tuotteet ja laajemman hyödyn jakautumisen alueen yrityksille. Tärkeää on osata hyödyntää yhteistyökumppaneita myös oman kunnan ulkopuolelta. Matkailijan näkökulmasta ratkaisevaa ei ole kuntaraja, vaan sopivan kokonaisuuden löytyminen.