



Kartoitus matkailutoimijoiden ajatuksista yhteistyöstä

Perustuu syys-/lokakuussa 2010
toteutettuun kyselyyn

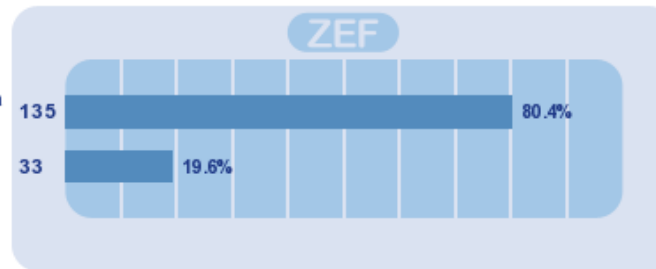
Päivi Nahkola

Taustatietoja

1. Edustan

yritystä, jossa työskentelee kuinka
monta henkilöä

kuntaa, elinkeino-yhtiötä



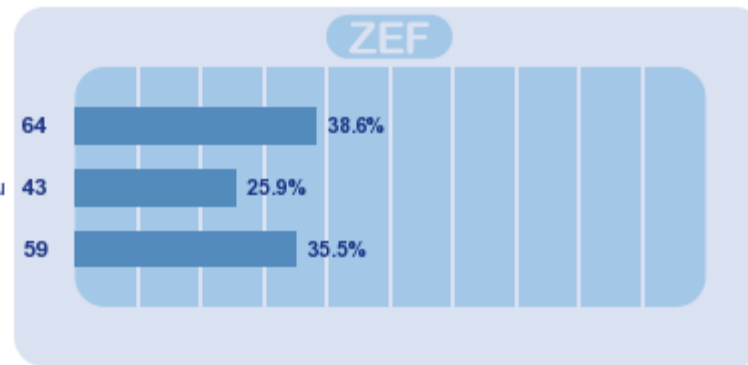
Työntekijämäärä 1-4000, ka 59. Ei vertailukelpoinen/ luotettava tieto, sillä mm. osa isoon konserniin kuuluvista oli vastannut konsernihenkilöstön määrän, osa oman toimipisteen.

2. Sijainti

Tampere

Tampereen seutu

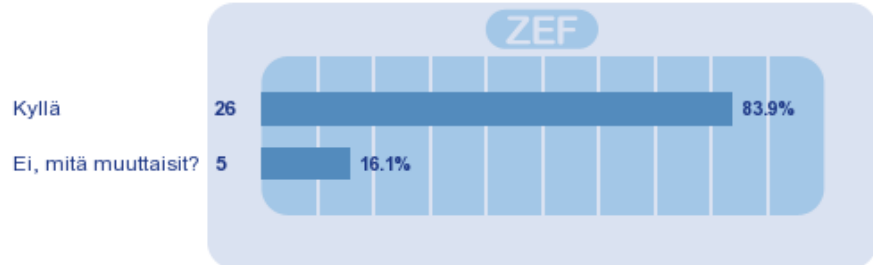
muu Pirkanmaa



Kunta voi ostaa GoTampereelta/Tredealta matkailuneuvontaa. Sopimuskuntien yrittäjät maksavat markkinointitoimenpiteistä alennettua sopimushintaa. Palveleeko nykyinen sopimuskäytäntö edustamaasi tahoja hyvin?

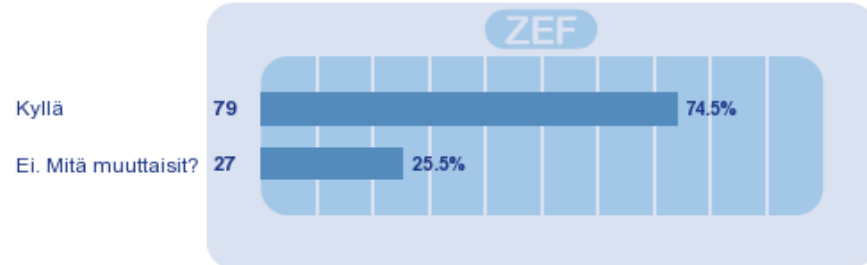
kuntavastaukset

1. Kunta voi ostaa GoTampereelta/Tredealta matkailuneuvontaa. Sopimuskuntien yrittäjät maksavat markkinointitoimenpiteistä alennettua sopimushintaa. Palveleeko nykyinen sopimuskäytäntö edustamaasi tahoja hyvin?



yrittysvastaukset

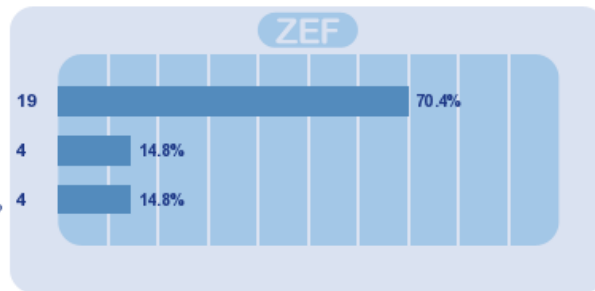
1. Kunta voi ostaa GoTampereelta/Tredealta matkailuneuvontaa. Sopimuskuntien yrittäjät maksavat markkinointitoimenpiteistä alennettua sopimushintaa. Palveleeko nykyinen sopimuskäytäntö edustamaasi tahoja hyvin?



Onko nykysopimuksen mukainen hinta suhteessa saatuihin palveluihin kohtallaan?

KUNTA

2. Onko nykysopimuksen mukainen hinta suhteessa saatuihin palveluihin kohtallaan?



Kyllä

Ei. Mikä olisi sopiva hinta edustamallesi kunnalle?
Mitä palveluita haluaisit sopimushintaan sisällyttää?

2.

Mitä palveluita haluaisit sopimushintaan sisällyttää?

- "markkinointitoimia"
- "Matkailuneuvonnan, mökkivälityspalvelun, markkinointimateriaalissa mukanaolon"
- "myyntiä"
- "Selkeämpää tuotteistamista"

Ei. Mikä olisi sopiva hinta edustamallesi kunnalle?

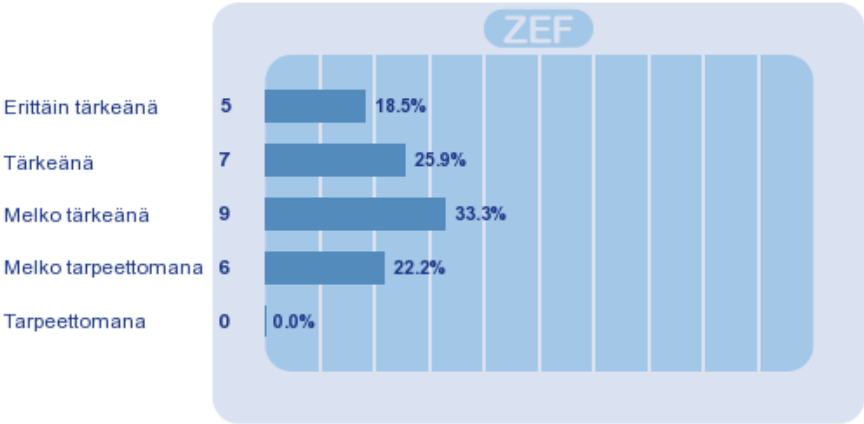
- "n. puolet nykyisestä"
- "2500"

Tätä ei kysytty yrityksiltä, koska he eivät oletettavasti tiedä kunnan ja Tredean välistä sopimushintaa.

Kuinka tärkeänä näet GoTampereen matkailuneuvonnan (Tampereen rautatieasema) palvelut yrityksesi/kuntasi kannalta?

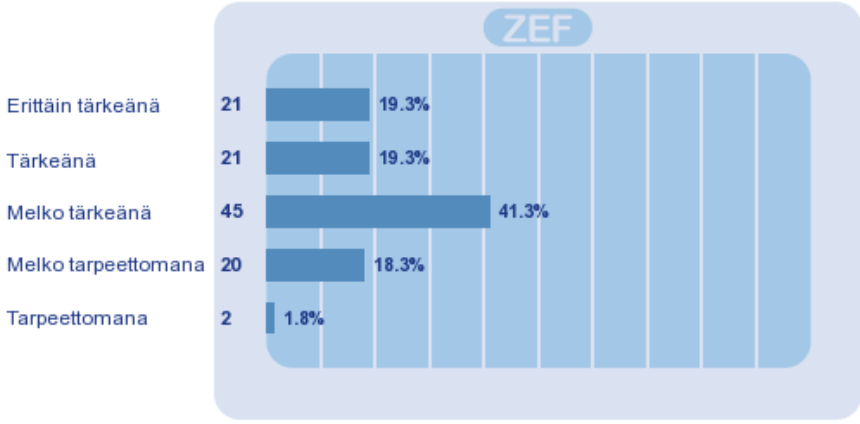
Kunta

3. Kuinka tärkeänä näet GoTampereen matkailuneuvonnan (Tampereen rautatieasema) palvelut yrityksesi/kuntasi kannalta?



Yritykset

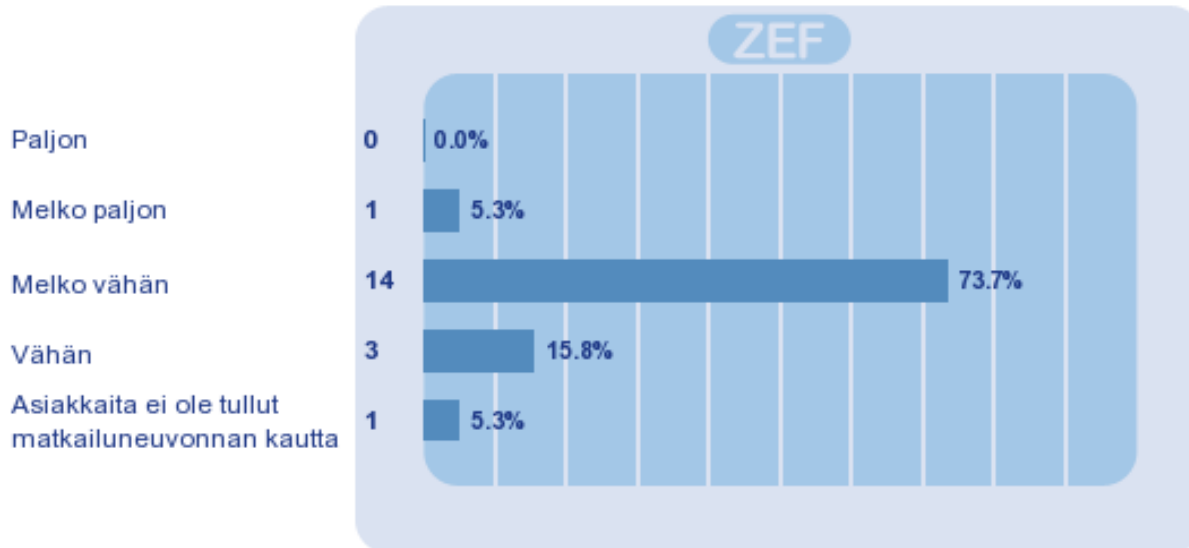
2. Kuinka tärkeänä näet GoTampereen matkailuneuvonnan (Tampereen rautatieasema) palvelut yrityksesi/kuntasi kannalta?



Paljonko asiakkaita on tullut kunnan ylläpitämään matkailukohteeseen tai tapahtumaan matkailuneuvonnan kautta?

Kunta

4. Paljonko asiakkaita on tullut kunnan ylläpitämään matkailukohteeseen tai tapahtumaan matkailuneuvonnan kautta?



Arviosi matkailuneuvonnan kautta tulleiden asiakkaiden määrästä? (arvioi prosentteina tai henkilömääränä)

KUNTA Montako prosenttia?

- • "0,2"
- • "20"
- • "2-3 %"
- • "8"
- • "10"
- • "20"
- • "20"
- • "5"
- • "10"
- • "10%"
- KA 10,57

KUNTA Montako henkilöä?

- • "3"
- • "8 mökkivarausta v. 2010"
- • "20"
- • "40"
- • "62/2010"
- • "10"
- • "kai ovat itse kirjanneet"
- KA 20,86

Arviosi matkailuneuvonnan kautta tulleiden asiakkaiden määrästä? (arvioi prosentteina tai henkilömääränä) - yritys vastaukset

EOS :33

0 : 5

VÄHÄN : 4

USEITA: 2

PALJON: 2

1-10: 11

11-20: 3

21-50: 4

51-100: 3

101-200: 2

201 – 300: 2

YLI 300: 1

TUHANSIA: 1

Kuinka paljon matkailuneuvonnassa

yritysvastaukset

... on jaettu esitteitä? (kysyttiin myös kunnilta, mutta ei tullut riittävästi vastauksia)

- 20- 6000 kpl
- Keskiarvo 686 kpl
- Useita kommentteja: ”ei tietoa”
- Muutamia kommentteja: ”meille ei ole raportoitu”
- Jaettujen esitteiden määrässä huomioitava, että todennäköisesti se on toimitettujen esitteiden määrä. Jaettujen määrää ei liene ilmoitettu kommentteista päätellen.

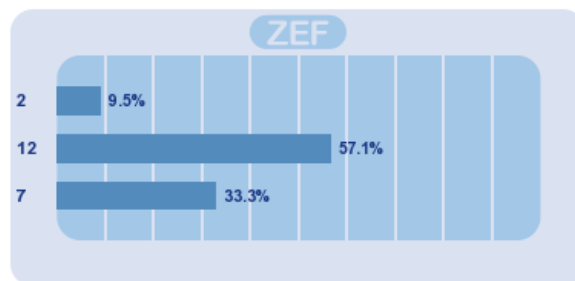
... on sitä kautta tullut asiakkaita?

- Ei yhtään – 600
- Runsaasti ”ei tietoa” vastauksia
- Paljon ”vähän vastauksia”
- Perustuu pääsääntöisesti mutu-tietoon

GoTampereen verkkokauppa on ollut käytössä kesän 2010 ajan. Oletko jo saanut kauppaa sitä kautta?

Kunnat

7. GoTampereen VERKKOKAUPPA on ollut käytössä kesän 2010 ajan. Oletko jo saanut kauppaa sitä kautta?



Kyllä. Paljonko/ euroa?

En

Yritykseni tuotteita/ palveluita ei ole verkkokaupassa

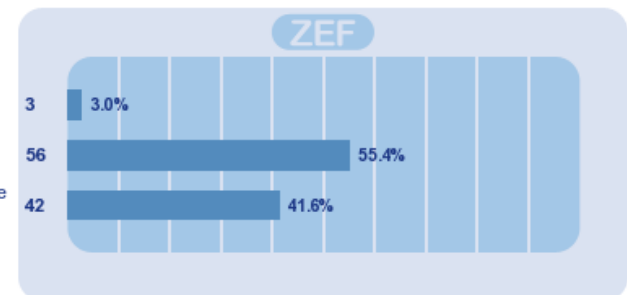
Kyllä. Paljonko/ euroa?

En

Yritykseni tuotteita/ palveluita ei ole verkkokaupassa

Yritykset

5. GoTampereen VERKKOKAUPPA on ollut käytössä kesän 2010 ajan. Oletko jo saanut kauppaa sitä kautta?



Kyllä. Paljonko/ euroa?

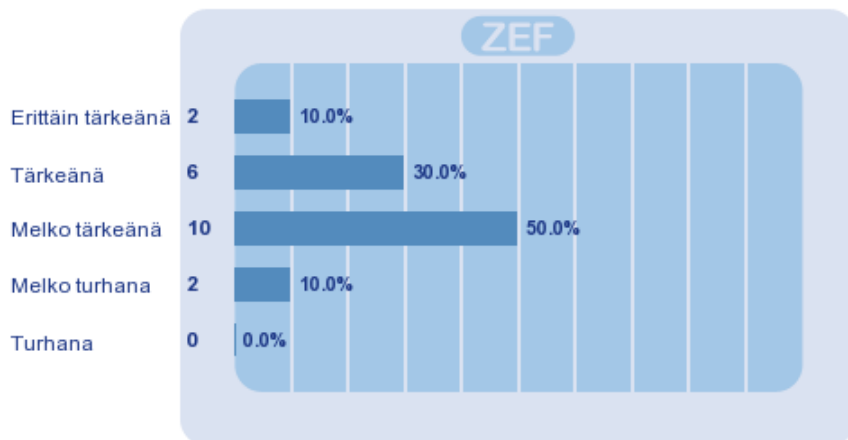
En

Yritykseni tuotteita/ palveluita ei ole verkkokaupassa

Kuinka tärkeänä pidät sitä, että ylläpidämme verkkokauppaa?

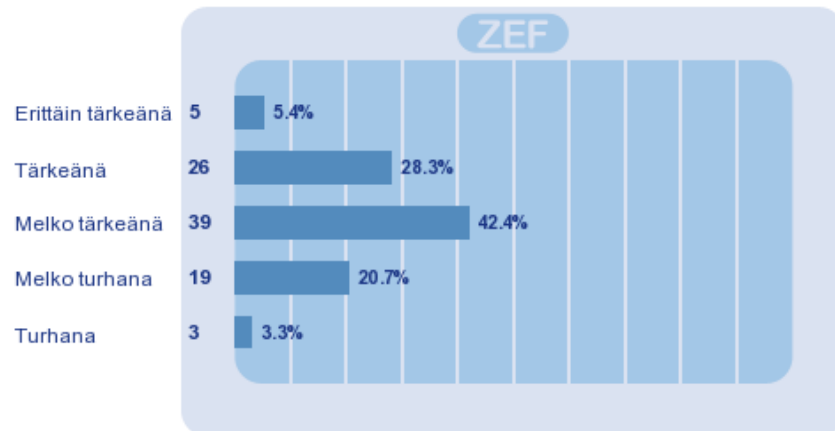
Kunnat

8. Kuinka tärkeänä pidät sitä, että ylläpidämme verkkokauppaa?



Yritykset

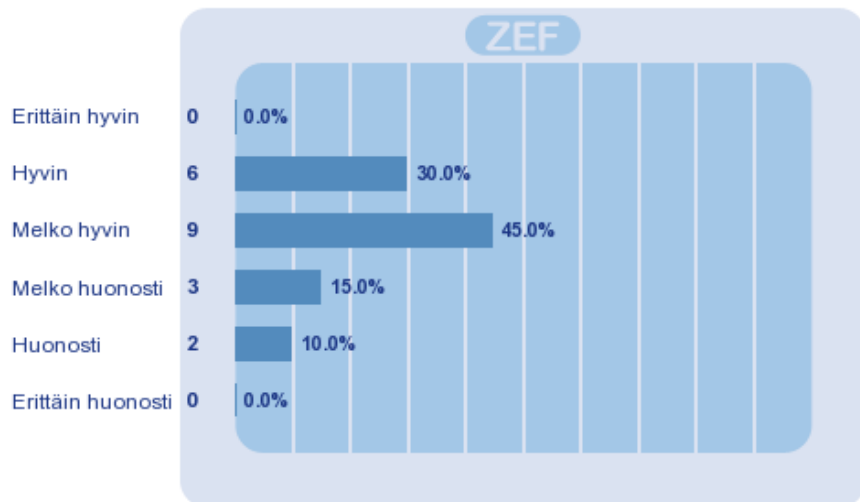
6. Kuinka tärkeänä pidät sitä, että ylläpidämme verkkokauppaa?



Ovatko GoTampereen palvelut yleisesti vastanneet odotuksianne/ toiveitanne?

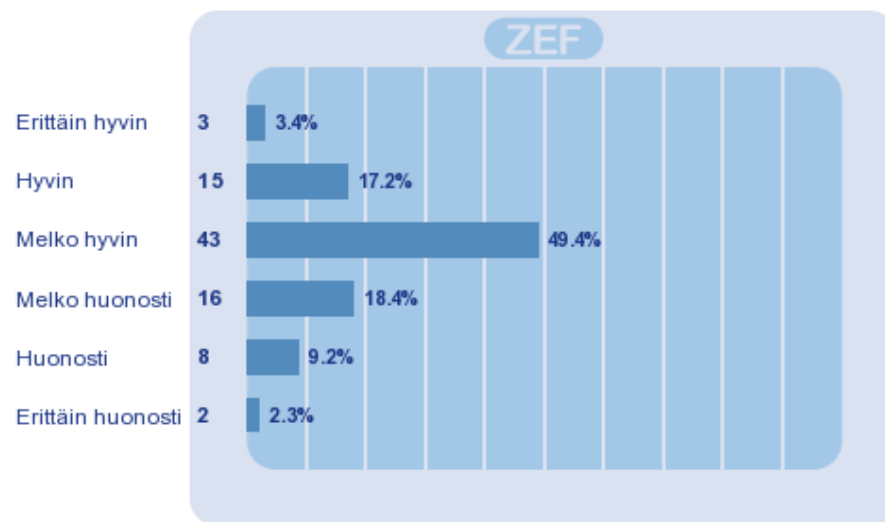
Kunnat

9. Ovatko GoTampereen palvelut yleisesti vastanneet odotuksianne/ toiveitanne?



Yritykset

7. Ovatko GoTampereen palvelut yleisesti vastanneet odotuksianne/ toiveitanne?



Jos palvelut eivät kokonaan tai osittain ole vastanneet odotuksiasi/ toiveitasi, mitä muuttaisit?

- koko organisaatio ja toimintamalli uusiksi!
- Enemmän toteutuneita kauppoja, ei pelkkiä varauksia jotka eivät toteudu,
- kesäsesonkiin asiantuntevia henkilöitä
- Palvelusopimuksen hinnoittelukäytäntöä
- Matkailuelinkeinon kehittäminen ollut vähäistä
- Pietari-hankkeen laajeneminen/käynnistyminen
- Laatu-hankkeen käynnistyminen
- Sähköisen markkinoinnin edelleen kehittäminen vrt brändityö, vuodenajat,
- turvallisuus, urbaani-maaseutu-ulottuvuudet.
- Tampereen vaikutus ei välttämättä säteile reuna-alueilla
- Go Tampereella on pitkät oma-aikaiset toimintatavat ja saavutukset
- Esitteiden lähetys on poistettu valikoimista, joten se tulisi olla mukana.

Mitä muuttaisit...

- Organisaatio voisi paremmin tarjota kehittämis- ja koulutuspalveluita yrityksille ja henkilökohtaista neuvontaa, miten parantaa myyntiä GoTampereen kautta eli kokonaisvaltaisempaa palvelua yrityksille myös. Tärkeintä kuitenkin on matkailijoiden palvelu.
- Nimen piti säilyä GoTampereena ja nyt puhutaan Tredeasta, tästä ei ilmoitettu tarpeeksi ajoissa.
- Myynti ei ilmeisesti ole ollut odotettua, joten missä tähän syy? Ryhmien vaatimuskoot ovat ainakin liian suuria. Tuleeko yritysten olla paremmin aktivoituna vai eikö tietyt yritykset vain sovi GoTampereen myyntiin, koska ne ovat liian räätälöitäviä ja asioita tulee tarkistaa monelta suunnalta?
- Esitteen sivumäärän pienennyksestä ei myöskään kerrottu ajoissa ja mukaan pääsevät yrityksiä on melko vähän vs. koko alueen tarjonta. Tietyt yritykset saattavat olla montakin kertaa samassa esitteessä.
- Verkkokaupasta on puhuttu, mutta kovin vähäistä se on vielä.

Mitä muuttaisit...

- Tuntematon kumppani. Vika meissä.
 - Vähän sisäpiiri meininkiä mitä markkinoidaan ja otetaan myyntiin
 - Selkeämmät strategiat, suunnitelmat ja työnjaot. Enemmän tiedotusta.
 - Nokiaa voisi entistä enemmän markkinoida alueen yhtenä "kansainvälisimmistä kohteista
 - Lisää henkilökuntaa
 - Toimittajavierailijoiksi valitsisin myös luontomatkailun ja luontoliikunnan asiantuntijoita
 - Kierrättäisin markkinoijat tutustumassa siihen laajaan palvelujen kirjoon, jota meillä Pirkanmaalla on.
 - yhteistyökuvion rakentaminen Ryanairin kanssa siten että kuviossa olisivat mukana siihen halukkaat yritykset.
 - aivan liian kallista
 - Toimimme yhteistyössä Sastamalan matkailupalvelun kautta, pienen matkailuyrityksen on mahdoton kanavoitua kovin monen toimijan kautta
 - Yritykseni mukana viikko-ohjelmassa, jota kaupattu kesän 2010. Tuotteet menneet huonosti kaupaksi - ilmeisesti kautta linjan
 - Meidän tulee tuotteistaa palvelumme niin, että se motivoi myymään
 - Meille on tullut pari bussiretkettä. Niissä ei ole ollut mukana yhtään Tampereen hotellivierasta. Markkinointi hotelleihin ei siis toimi
 - Odottaisin että Pirkanmaan kuvataidetta markkinoitaisiin omana kokonaisuutenaan.....
- Pirkanmaan kuvataide on runsasta ja hyvätasoista."

Mitä muuttaisit...

- Gotampereen olisi ainakin parempi olla puhtaasti markkinointitaho kuin myyntitaho
- viimeksi kun tarkistin edustamaani yritystä ei vielä löytynyt nettikaupasta, hotellihuoneitamme ei siis voinut varata sitä kautta
- Kauppaa on tullut turhan vähän
- Sijainti aiheuttaa ongelmia omilla autoilla liikkuville matkailijoille ja perheille. Rautatieaseman seutu on tupaten täynnä ja sakkoja rapisee...
- myyntiä pitäisi tulla sitä kautta jotta siitä olisi meille hyötyä
- Aktiivisempaa pakettien muodostamista keskitetysti
- liian kallista, liian Venäjä-orientoitunutta
- Minun yritykseeni ohjautuva tarjouskysely ja asiakkaaksi saakka ohjautuva volyyymi tulee olla enempi tulorahaa tuovaa
- Ymmärrän kyllä toiminnan yleismarkkinoinnin roolin tiettyyn rajaan asti.
- Seudun markkinoinnissa tulisi nostaa isot toimijat selkeäksi kärjeksi. Yhteistoimintaan voisi olla halukkuutta, mutta tarvittaisiin selkeät, helposti ostettavat paketit vuositasolle."
- Mikä se verkkokauppanne oikein on ? On tainnut mennä ohi silmien/korvien.
- Muutosten ja uudistusten jälkeen eri henkilöiden roolit ja vastualueet tuntuvat epäselviltä.
Väkeä on paljon lisätty, mutta käytännön toimenpiteitä matkailumarkkinoinnin hyväksi on vähennetty.
- Yhteisiä koko alueen esiintymisiä pitäisi huomattavasti lisätä. Nytkin Matkamessuille mennään Keuruun kaupungin osastolle. Naurettavaa.

Mitä muuttaisit...

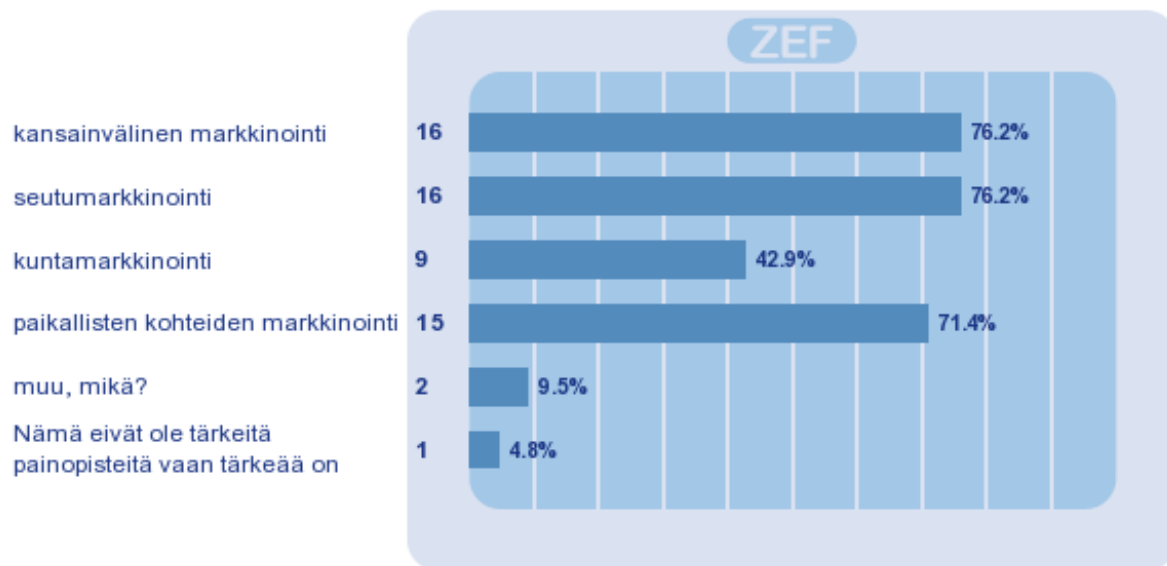
- Toivon aktiivisuutta yrityksiin päin
- Kentälle selvä tieto tulevista yhteisistä hankkeista tms. ajoissa
- Panostusta muuhunkin kuin lentoliikenteeseen
- Selvät kärkituotteet ja niillä mennään
- Teimme yhteistyösopimuksen keväällä 2009. Vasta syksyllä GoTampereen väki pääsi vierailulle tilallemme. GoTampere ei kertaakaan soittanut ja kysynyt majoitustilanteestamme
- Rautatieaseman palvelupisteen henkilökunnan tietämyksen parantaminen
- tiedottamisen henkilökohtaisesti
- kolmas välikäsi turha kuten hotelzon yhteistyö ja pienille yrityksille kallis
- Enemmän yhteispeliä, kommunikointia puolin ja toisin
- Muutos lähtee yrittäjistä eli pitäisi olla aktiivisempi myyntipalvelua kohtaan.
- Go Tampereen väelle pitäisi löytyä lisää aikaa tutustua ympäristökuntien tarjontaan
- Tiedotus tehokkaammaksi
- Selkeyttä toimintaan
- matkailuneuvonnan näkyvyyden tehostaminen entisestään
- englanninkielinen tapahtumakalenteri paremmaksi"
- Yhteydenottoja matkailuasioissa otetaan harvoin
- Varsinaisia asiakkaita/ryhmiä, jotka tulevat matkailuneuvonnan kautta meillä ei näy

Minkä tulee mielestäsi olla GoTampereen/Tredean painopiste matkailumarkkinoinnissa?

Kunnat

(yritysvastaukset seuraavassa diassa)

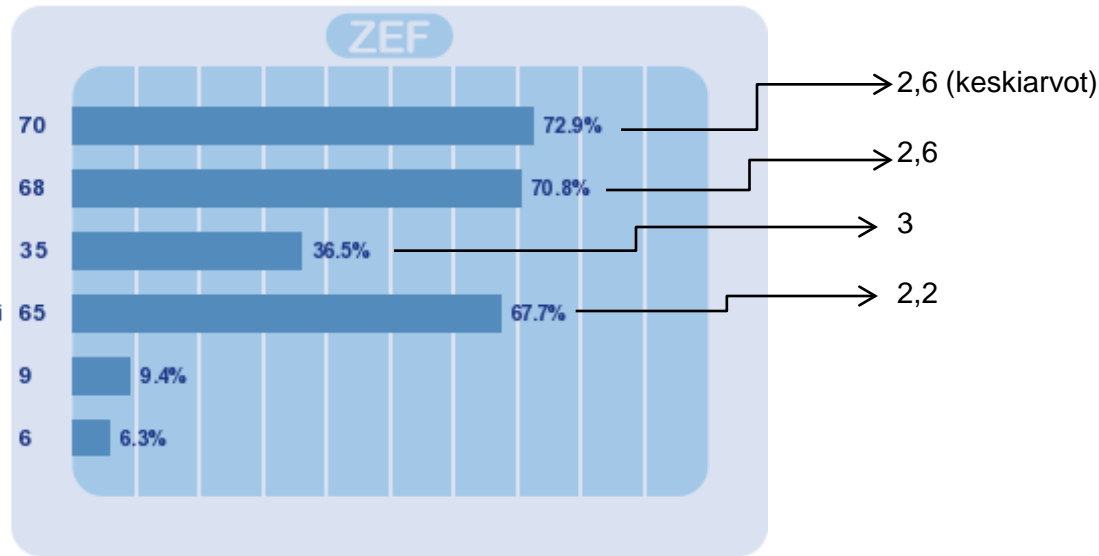
1. Minkä tulee mielestäsi olla GoTampereen/Tredean painopiste MATKAILUMARKKINOINNISSA?



Valitse tärkeimmät ja numeroi ne tärkeysjärjestyksen mukaan (1=tärkein, 2=toiseksi tärkein jne.)
Kv 2,35; seutu 1,9; kunta 2,6; kohde 2,5
2 alinta: liian vähän vastauksia

Minkä tulee mielestäsi olla GoTampereen/Tredean painopiste matkailumarkkinoinnissa? Yritysvastaukset

1. Minkä tulee mielestäsi olla GoTampereen/Tredean painopiste MATKAILUMARKKINOINNISSA?



muu, mikä?

Nämä eivät ole tärkeitä painopisteitä vaan tärkeää on

tärkeää on:

Suomi, verkottumisen edesauttaminen, markkinoitavien tuotteiden laadun ja saatavuuden varmistaminen, Pirkanmaan imagon luominen ja vahvistaminen, että ihmiset löytävät sivunne helposti. Eli vaikka laittaisivat lähes "minkä sanan tahansa Googleen, niin sieltä ainakin yhtenä alkupään vaihtoehtona tulee teidän sivumme ja sitä kautta mekin sitten hyötyisimme!, SELKEÄ, TRENDIKÄS BRÄNDI!!

muu, mikä?

markkinointikoordinaatio, valmiiden tuotteiden markkinointi, tapahtumamarkkinointi: ennenkaikkea kulttuuri, oikean kuvan markkinoiminen oikeaan paikkaan, ei kaikille samaa tyrkytystä, Suomen tasolla kuvataide on merkittävää, toimintaa yritysryhmille, toimialamarkkinointi, järvisuomen markkinointi, valtakunnallinen 1

Mitä konkreettisia MARKKINOINTitoimenpiteitä toivot Tredean tekevän jatkossa

Kunnat

Yritysten vastaukset seuraavassa diassa

2. Mitä konkreettisia MARKKINOINTitoimenpiteitä toivot
Tredean tekevän jatkossa

Seudullisen matkailuportaalin
kehittäminen ja ylläpitäminen

Verkkokauppa

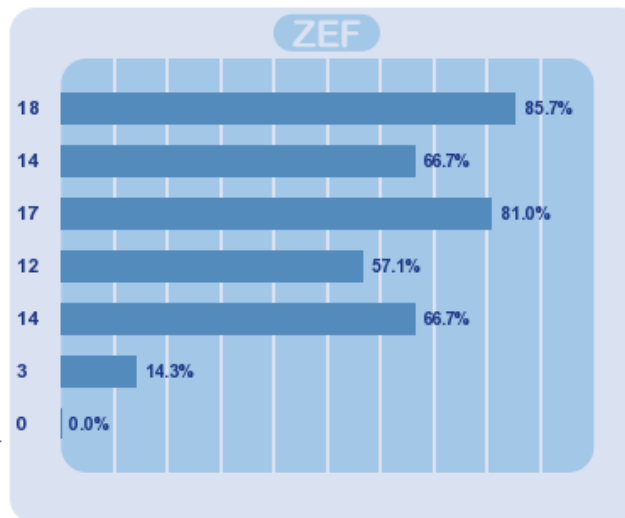
Matkailuesite. Miten kehittäisit
matkailuesitettä?

Lehdistövierailut

Yhteiset messuesiintymiset. Onko
esiintyminen tärkeämpää...

Muu, mikä?

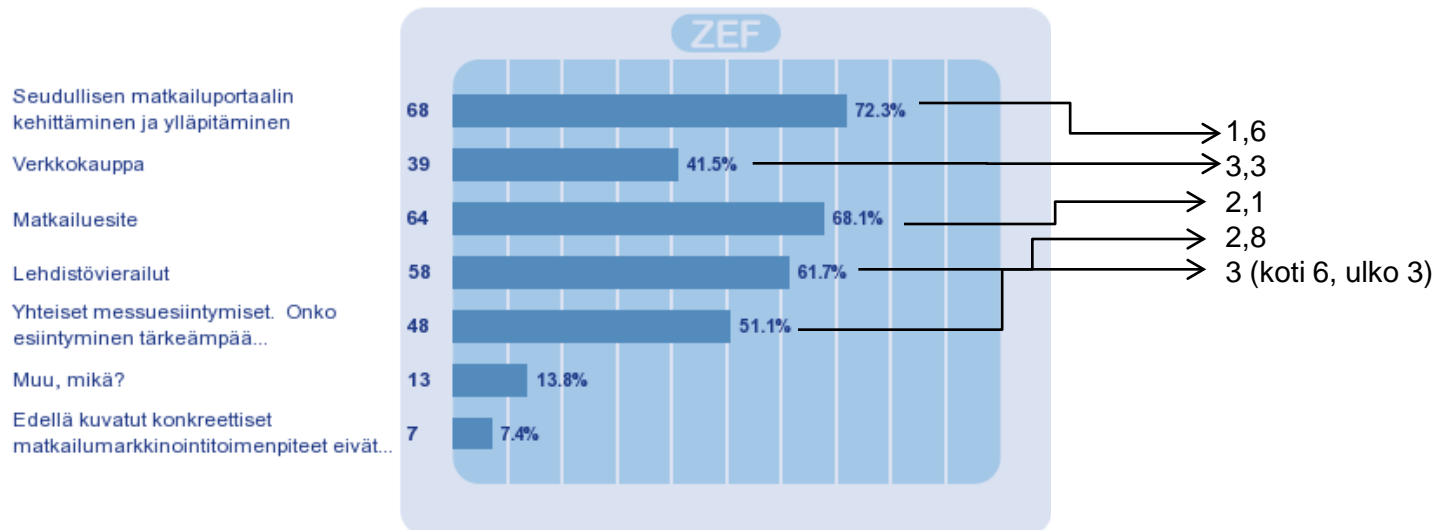
Edellä kuvatut konkreettiset
matkailumarkkinointitoimenpiteet eivät...



Valitse tärkeimmät ja numeroi ne tärkeysjärjestyksen mukaan (1=tärkein, 2=toiseksi tärkein jne.)
Seutuportaali 1,4; verkkokauppa 2,8; esite 2,8; vierailut 3,2; messut 2,8
Muu, mikä: myynti-/markkinointitilaisuudet, 5 kehittämishankkeet, kohdistettu markkinointi

Mitä konkreettisia MARKKINOINTitoimenpiteitä toivot Tredean tekävän jatkossa - yritysvastaukset

2. Mitä konkreettisia MARKKINOINTitoimenpiteitä toivot Tredean tekävän jatkossa



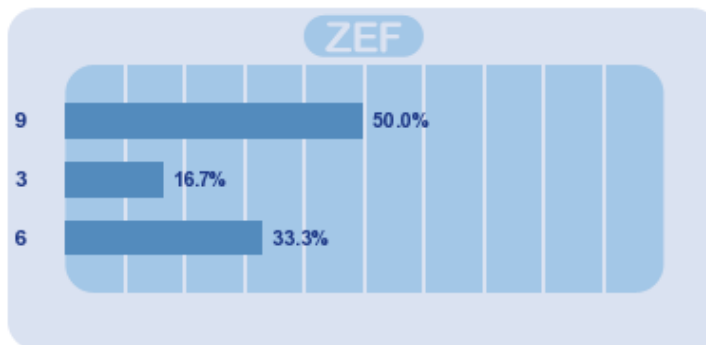
Matkailuneuvonta/ Markkinoida olemassa Tampereen olemassa olevia vahvuuksia eikä satunnaisia "hunajan valmistajia/ Brändi, konkreettinen markkinointi ryanair kohdemaissa/ Näkyminen paikkakunnalla, markkinointi yrityksiin/ matkanjärjestäjävierailut/ Isoille toimijoille yhteismarkkinointipaketti vuositasolle, helposti ostettavaksi ja kaikilta isoilta toimijoilta sitoumukset siihen/ kotomaa/ Esim keskustorin joulutori tulisi ehdottomasti jatkaa tammikuulle eli loppiaiseen asti. Kuten tietämme niin venäläiset " valtaavat " Suomen aina vuoden vaihteessa ja joulutori pitäisi olla ehdottomasti silloin vielä/ mainostaminen printtimediassa Suomessa ja ulkomailla/ nettisivujen kehittäminen/ konkreettinen jalkautuminen (näkyminen) tärkeimmissä kohteissa

Edellä kuvatut konkreettiset matkailumarkkinointitoimenpiteet eivät mielestäni ole Tredean tehtäviä, vaan toimijoiden verkottaminen/ edelleen tosi tärkeää vahvistaa Pirkanmaan sisäitä yhtenäisyyttä/ Verkkokauppa? Eivätkö palveluiden tuottajat myy itse/ Go Tampere hoitaa muut

Mikäli pidät matkailuesitteen tekemistä tärkeänä markkinointitoimenpiteenä, vastaa seuraaviin kysymyksiin

Kunnat

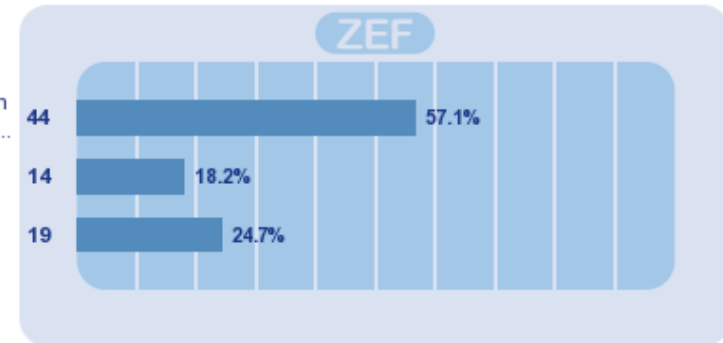
3. Mikäli pidät matkailuesitteen tekemistä tärkeänä markkinointitoimenpiteenä, vastaa seuraaviin kysymyksiin



Toivon matkailuesitettä kehitettävän ajankohtaisempaan, kausiesitteen...
Esitettä tulisi kehittää muulla tavoin, miten
Haluan säilyttää esitteen nykyisellään

Yritykset

3. Mikäli pidät matkailuesitteen tekemistä tärkeänä markkinointitoimenpiteenä, vastaa seuraaviin kysymyksiin



Esite, avoimet kommentit

- Ei kaikkia kieliversioita. Sisältö pitää kohdentaa paremmin eri kohderyhmille
- Asiakaslähtöisempi toteutus: selkeät kohdetiedot alueelta, yhteystiedot ja kohteiden sijainti, ei turhaa mainostekstiä, hyvät kuvat
- paikallisesitteet
- sanomalehtityyppinen, videolehti
- sisältö journalistista aineistoa maksettujen mainosten lisäksi
- sähköisessä muodossa 4
- pienemmilläkin toimijoilla olisi hinnan puolesta mahdollisuus osallistua
- esitteiden esteettisyys ja erottuvuus, ei mustaa makkaraa ja lihapiirakoita
- edullisempi, pienempi info ja lisäesitteet/ tarpeen mukaan tulostettavat esitteet toivottavilta toimialoilta toivottavilla kielillä. Iso yleisesite monilla kielillä on jo vähän vanhanaikaista ja kallista. Kun esitteet ovat netissä ja tulostettavia, niiden päivittäminen on halvempaa ja niitä tulostetaan vain tarpeen mukaan."
- Näkyvämmiin esillä lomamökkien vuokrausvenäjänkileisiä monisteita vuodenvaihteen tapahtumista tulisi saada ehdottomasti paljon aikaisemmin jakoon
- ilmestyminen kevääseen, jotta tiedot mahdollista tehdä ajankohtaisiksi kesäsesonkia ajatellen

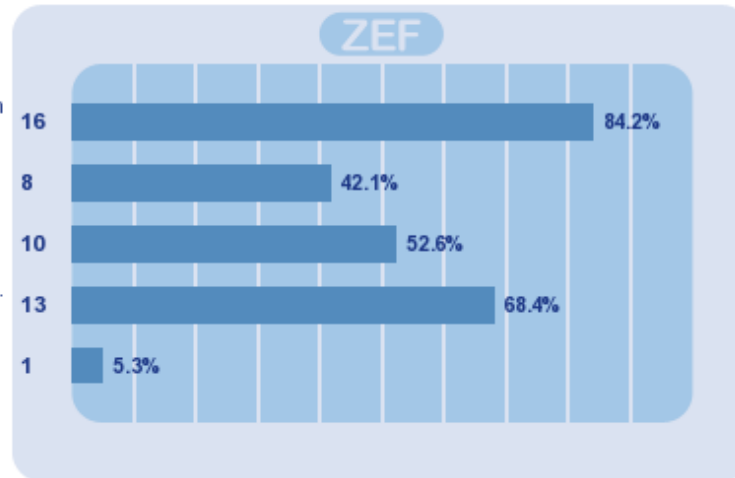
Mitkä MATKAILUNEUVONNAN tehtävät ovat yrityksesi/kuntasi kannalta tärkeitä?

Kunnat

Yritysvastaukset seuraavassa diassa

4. Mitkä MATKAILUNEUVONNAN tehtävät ovat yrityksesi/kuntasi kannalta tärkeitä?

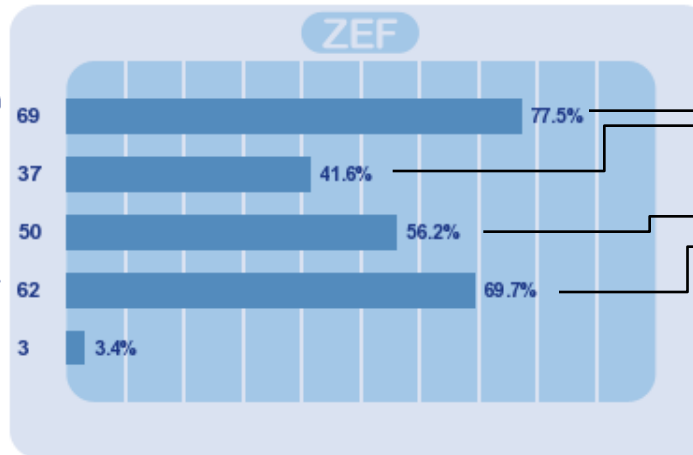
Matkailijoiden neuvonta rautatieaseman neuvontapisteessä
Matkailuneuvonnan "jalkauttaminen" muualle, mihin?
Esitejakelu rautatieaseman neuvontapisteessä
Sähköisen neuvonnan lisääminen, mm. hipaisunäyttöpäätteet, joista saa...
Matkailuneuvonta ei ole mielestäni Tredean tehtävä, kenen?



Neuvonta asemalla 1,6; jalkautus 2,6 (lentokenttä, työpaikat, yhteisöt, missä väki liikkuu) Aseman esitejakelu 2,9; sähköinen neuvonta 1,8; kenen tehtävä – liian vähän vastauksia

Mitkä MATKAILUNEUVONNAN tehtävät ovat yrityksesi/kuntasi kannalta tärkeitä? - yritykset

4. Mitkä MATKAILUNEUVONNAN tehtävät ovat yrityksesi/kuntasi kannalta tärkeitä?



Matkailijoiden neuvonta rautatieaseman neuvontapisteessä
 Matkailuneuvonnan "jalkauttaminen" muualle, mihin?
 Esitejakelu rautatieaseman neuvontapisteessä
 Sähköisen neuvonnan lisääminen, mm. hipaisunäyttöpäätteet, joista saa...
 Matkailuneuvonta ei ole mielestäni Tredean tehtävä, kenen?

→ 1,6
 → 2,6 (tapahtumat, keskusta, lentoas, hotellit, kauppakeskukset)
 → 2,3
 → 1,9

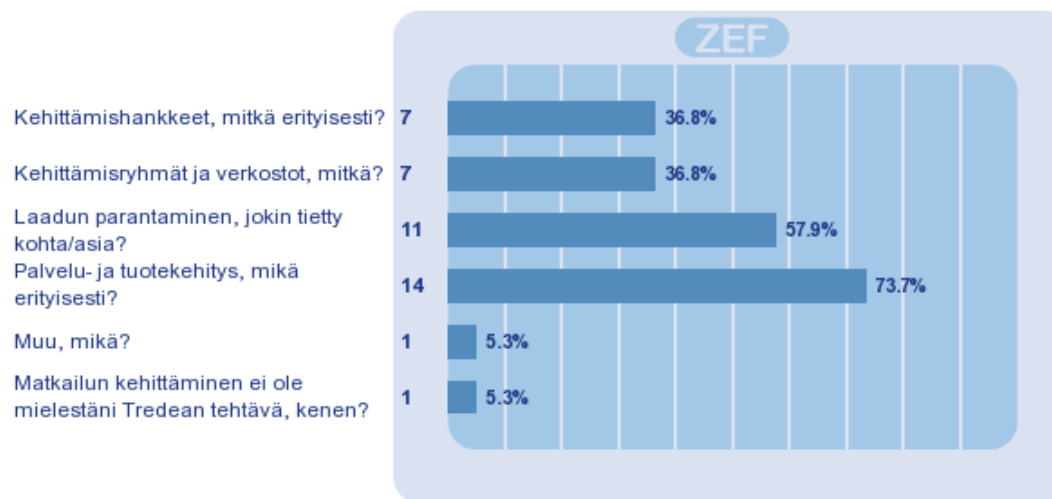
Tätäkin voisi harkita esim. ulkoistamisen kautta. Kulut / kustannukset / tulos?
 Go Tampereen

Mitkä ovat yrityksesi/kuntasi kannalta tärkeimpiä matkailun kehittämiseen liittyviä asioita, joihin jatkossa kaivataan GoTampereen/Tredean apua?

Kunnat

Yrityksien vastaukset seuraavassa diassa

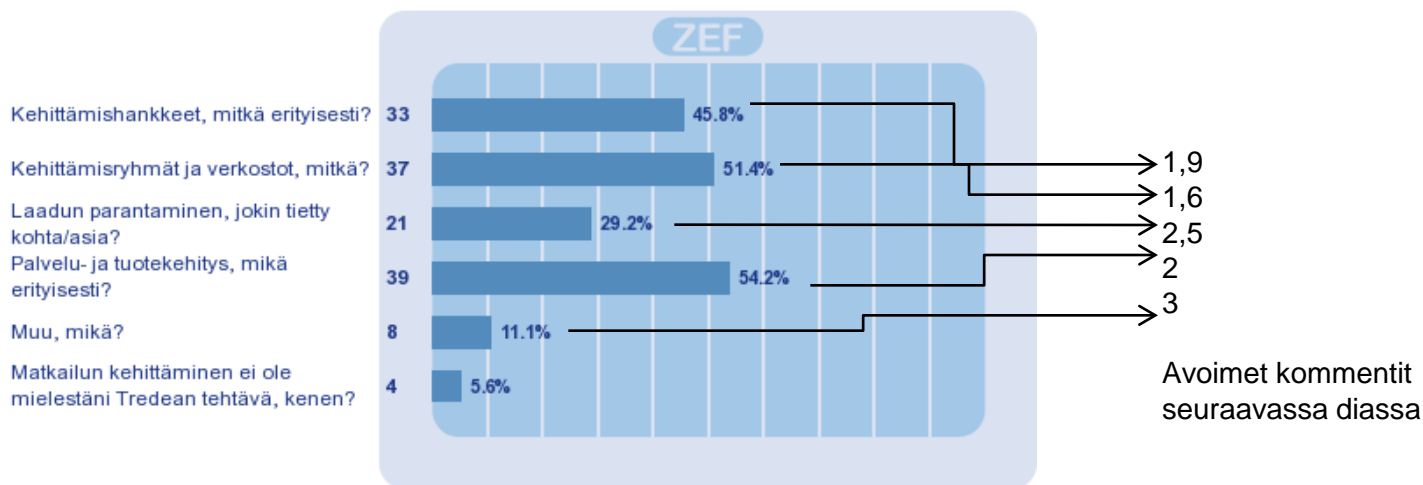
5. Mitkä ovat yrityksesi/kuntasi kannalta tärkeimpiä matkailun kehittämiseen liittyviä asioita, joihin jatkossa kaivataan GoTampereen/Tredean apua?



Kehittämishankkeet 1,8 (ulkomaan markkinointi, talvimatkailun kehittäminen; kehittämissryhmät ja verkostot 2,4 (yrityskehitys, kuntien ja yrittäjien välisen yhteistyön parantaminen); laatu 1,9 (yrittäjien liiketoimintaos. kehittäminen, esitteet, palvelu, laatu laaja-alaisesti); palvelu- ja tuotekehitys 1,9 (tiedotus, verkkopalvelut, kaupallisesti vahvat tuotteet, myyvät tuotteet)

Mitkä ovat yrityksesi/kuntasi kannalta tärkeimpiä matkailun kehittämiseen liittyviä asioita, joihin jatkossa kaivataan GoTampereen/Tredean apua? - yritykset

5. Mitkä ovat yrityksesi/kuntasi kannalta tärkeimpiä matkailun kehittämiseen liittyviä asioita, joihin jatkossa kaivataan GoTampereen/Tredean apua?



Avoimet kommentit kysymykseen 5

Tredean rooli ja toimenpiteet tulevaisuudessa/ yritysvastaukset

Palvelu- ja tuotekehitys, mikä erityisesti?

- kulttuurimatkailu
- a) Massoihin vetoavat tuotteet b) Eksoottiset, kansainvälisesti kiinnostavat tuotteet c) Brändiä vahvistavat tuotteet
- selkeitä paketteja esim. Ryanairin asiakkaille
- matkailupalveluiden AMMATTIMAINEN tuotteistaminen, loppu "puuhastelulle"
- urheiluryhmät
- Paketointi 4 kpl
- keskittyminen kärkituotteisiin"
- nettinäkyvyys
- Ne millä voimakkain tuloraha vaikutus
- yhteismarkkinointi isoille toimijoille
- Yhteiset esiintymiset esim. messuilla"
- ulkomaisille asiakkaille suunnatut tuotteet

Laadun parantaminen

- Pirkkalan lentoasema
- Laatu asiakkaan mukaan

Kehittämishankkeet, mitkä erityisesti?

- kulttuurimatkailu 3
- Lentoyhteydet + kenttä 4
- Brändi 2
- vetovoiman lisääminen, aitoja elämyksiä 2
- Taidekeskusten yhteinen markkinointi ja yhteiset tapahtumat
- saavutettavuus - lento, juna yms yhteydet 2
- matkailuportaali
- Myynti
- kokonaisvaltaisuus; pienten hankkeiden kokoaminen, hyödyntäminen, yhdistäminen

Avoimet kommentit kysymykseen 5 jatkuu...

Tredean rooli ja toimenpiteet tulevaisuudessa/ yritysvastaukset

Kehittämisryhmät ja verkostot, mitkä?

- Pirfest
- etelä pirkanmaa
- Alueelliset matkailukohteet yhteen kokonaisuuteen
- matkailuyrittäjien verkostoituminen 2
- matkailullisen vetovoiman lisääminen
- museotiimi
- Brändi, kv. Markkinointi

Muu, mikä?

- rautatieliikenne Viljakkalan Karhelle
- Koordinaatio
- Markkinointi yhdistyksille ym matkoja suunnitteleville
- myyntiorganisaation rakentaminen
- informaatioalustan tarjoaminen
- asiakasvirtojen lisääminen. Ulkomaalaiset
- Enemmän ympäristökuntien markkinointia

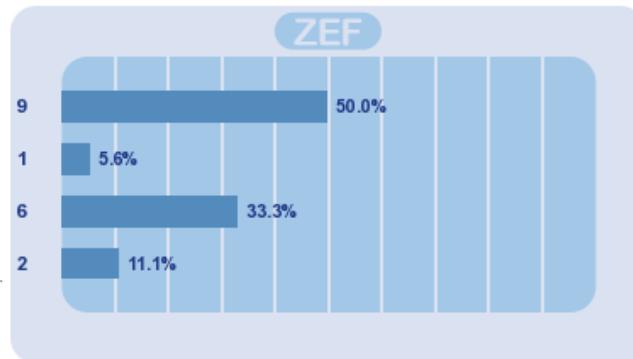
Matkailun kehittäminen ei ole mielestäni Tredean tehtävä, kenen?

- Alueen yritysten asia yhteistyössä esim. Tredean kanssa 2
- Yritykset vastaavat kehittämisestä, laadusta jne. Tredea luo edellytyksiä, tukee, avustaa.. Eihän Tredea yhtäkään matkaa järjestä!
- Ulkoistaminen. Saattaisi löytyä uusia yllättäviäkin tahoja joita asia voisi kiinnostaa.

Oletteko valmis panostamaan matkailun kehittämiseen rahallisesti, esim. osallistumalla hankerahoitukseen?

Kunnat

6. Onko kuntasi valmis panostamaan matkailun kehittämiseen rahallisesti, esim. osallistumalla hankerahoitukseen jos hanke on kuntaasi hyödyttävä?



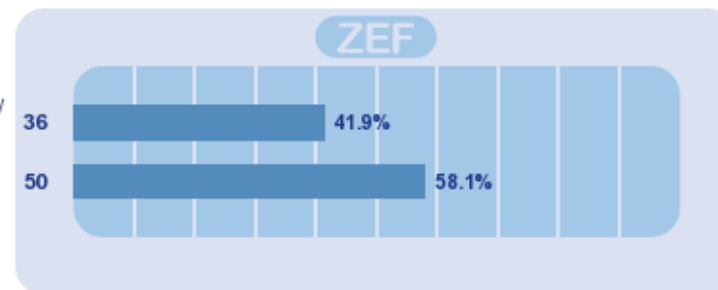
Kyllä

Ei

Hankkeet pitää sisällyttää nyt Tredealle maksamaamme sopimushintaan
Hankkeet pitää sisällyttää nyt Tredealle maksamaamme sopimushintaan,...

Yritykset

6. Onko yrityksesi valmis panostamaan matkailun kehittämiseen rahallisesti, esim. osallistumalla hankerahoitukseen?



Kyllä. Jos hanke on kiinnostava/ yritystäsi hyödyttävä, paljonko...

Ei

Jos hanke on kiinnostava/ yritystäsi hyödyttävä, paljonko (€) yrityksesi on valmis sijoittamaan?

- "200-300e/vuosi"
 - • "1000"
 - • "100"
 - • "1000 €/vuosi, edellyttäen partnereita"
 - • "Panostus riippuu hankkeesta ja siitä mitä todellista hyötyä siitä on tulossa."
 - • "1000,00"
 - • "2000"
 - • "n. 250 €"
 - • "riippuu hankkeen vaikutuksesta toimintaamme, mutta 1.000 eurosta eteenpäin"
 - • "panos/tuotos-suhteessa tarvittava summa"
 - • "5000"
 - • "Vaikea sanoa. alle 500 euroa"
 - • "1000"
 - • "yhteistyömuodoissa, ei niinkään €"
 - • "riippuu hankkeesta"
- • "10 % muodostuvasta tulo rahavirrasta"
- • "riippuu hankkeesta"
- • "ei hankkeita vaan oikeita panostuksia, jotka tuovat seudulle asiakasvirtaa. Hyvään isojen toimijoiden yhteismarkkinointiin voisi kuvitella panostavansa jonkin kymppitonin vuodessa."
- • "500"
- • "Olemme jo mukana. Hankkeet ovat mielenkiintoinen ala, mutta mielummin olemme mukana erilaisissa konkreettisissa tapahtumissa nykyisellä kustannussysteemillä."
- • "vaihtelevasti"
- • "200"
- • "200-500"
- • "vaihtelee, muutama tuhat e/tärkeä hanke"
- • "1-500e"
- • "0-2000€"

KA 963 EUR

Risuja, ruusuja, ehdotuksia, kommentteja

ruusut

- Kiitoksia aktiivisesta ensimmäisestä kesästä 2010, lupaa hyvää ensi vuodelle
- Mielenpitojen kysyminen on aina positiivinen asia.
- Tredea Oy on oikealla polulla!
- Ruusuja henkilökunnalle
- Hyvästä mäennyö
- Hyvä
- Yhteistyö sujuu kitkattomasti
- Onneksi toiminnassa on muutamia ihania ihmisiä, jotka ovat olleet mukana pitkään ja näkyvät kentällä. Heille isot kiitokset neuvoista ja vinkeistä :)

Risuja, ruusuja, ehdotuksia, kommentteja

- Matkailun kehittäminen on muuttunut kasvottomaksi
- Rautatieasemalla esitteet on saatava selkeämmin esille
- Tuntuu hiljaiselta. Hyviä hankkeita pitäisi saada liikkeelle.
- Tredea on Tampere ja Särkänniemi keskeinen yritys. Maaseutua ei näy. Palvelun voisi ulkoistaa ja kilpailuttaa mainostoimistoilla jolloin siitä tulisi ammattimaisempi. Nyt se näyttää palkkiovirkoineen puuhastelulta
- Hajanainen kenttä,
- kunnilta ja osilta kaupungeilta puuttuu matkailustrategia
- sihteerien retki seudullemme toi yhden tilauksen, muuta ei ole toistaiseksi tullut, VTR-hanke on muuten varmasti ok, mutta kun oma seutumme =Tampere lehtijutuissa, niin se ei paljon meitä mainosta
- Tekoja enemmän kuin pelkkää suunnittelua
- Hieman etäinen
- Pitkän tähtäimen toimintaa! Jatkuva muutos ei anna yrittäjille muuta kuin epävarmuutta. Kun toimintatapa ja ihmiset vaihtuvat, niin pitäisi yrittäjillä olla aina aikaa tuoda uusiin kuvioihin omat toimintansa uudelleen esille ja sitten taas jokin muuttuu... mietityttää, että onko toiminnasta todellista hyötyä itselle.. Ketkä ovat teidän asiakkaitanne, joita palvelette?
- Organisaatio hieman epäselvä Tredeassa
- Nimi! Mistä Tredea kertoo ja kenelle? 2

Risuja, ruusuja, ehdotuksia, kommentteja

- GoTampere tarvitsee ehdottomasti lisätyövoimaa kulttuurin saralle
- Tampereen seudulla pitää olla matkailujohtaja, joka antaa kasvot seudun matkailulle
- Pirkanmaalla yrittäjien on aika ottaa hommat hanskaansa. On turha kuvitella, että matkailua voi kehittää ulkopuolelta. Tredean pitää keskittyä hoitamaan Pirkkalan kenttä kuntoon, vastattava yleisestä matkailuinfosta ja tuettava tarvittaessa ja yrittäjien toiveiden mukaan niitä. Te olette siellä meidän verorahoilla meitä varten - ei toisinpäin.
- tarkkana sen brändin rakentamisen kanssa! markkinoinnissa pitää myös muistaa markkinoida OIKEITA asioita OIKEALLE kohderyhmälle, massamarkkinointi ei uppoa.
- Toimijat, toimintamallit ja toimijat ovat vaihtuneet viime aikoina niin useasta, että välillä pitäisi vakiinnuttaa toimintaa
- Onneksi Tredean sisällä matkailu saanee jälleen paikkansa tärkeänä tuloa tuottavana osana seutumarkkinointia
- Tämän tyyppisiä tutkimuksia voisi olla enempi, edellytyksellä että välittömästi tulee kooste info tuloksesta mitä kertoo ja tutkitua tietoa hyödynnetään tehtävissä päätöksissä
- Pirkanmaan alueen matkailun focusoituminen hyvin keihäänkärki tuotteisiin ja valittuihin segmentteihin
- Myynnin/myyntiorganisaation rakentaminen tulosvastuulliseksi toiminnaksi
- Ei hankkeita vaan suoria panostuksia, jotka tuovat asiakasvirtaa. Isot kärjeksi, kyllä sieltä sitten pienillekin asiakkaita tulee.

Risuja, ruusuja, ehdotuksia, kommentteja

- Mitä useampi kokki, sitä sakeampi soppa
- Matkailumarkkinointi aiempaa modernimmaksi, suuria linjoja, pois näpertäminen
- Matkailuoppaiden jatkokoulutukseen pitäisi satsata. He ovat tärkeä ryhmä markkinointimielessä
- ei käytännön kokemusta Tredeasta (kummallinen nimi) tai GoTampereesta
- suurin ongelma matkailun kehittämisessä on ollut selkeän brändin puuttuminen.
- On hyvä ymmärtää, että "kongressikaupunki" ei ole myyvä mielikuva turisteille, kun taas elävä, urbaani ja vilkas turistikaupunki kuulostaa hyvältä. sama pätee myös nuorekas/vanhoillinen asetelemassa.. museokaupunki houkuttelee kyllä varttuneempaa väkeä, mutta blokkaa nuoret (ryanair kohderyhmän) pois, kun taas nuorekas imago ei ahdista vanhempaa väkeä niin paljon.
- Haasteeksi on noussut yksi asia: kyselemme asiakkailta mihin he jatkavat Tampereelta, vastaus on aina Turku tai Helsinki ja useat yöpyvät tampereella vain yhden yön. Silti ne, jotka viipyvät pidempään, kehuvat kaupunkia estoitta, selkeästi mukavammaksi kun isot kilpailijansa. Eli täällä viihdytään, mutta tänne ei uskalleta jäädä, koska ei tiedetä mitään.
- Mitä Tredea tarjoaa Tampereen ulkopuolisille kunnille, jäävätkö ne vaille huomiota? Huomioidaanko eri kuntien erikoispiirteet?
- Onko tehty kyselyjä ulkomaisille kohteille, että tuntevatko tampereen kuinka hyvin ja kiinnostaisiko niitä muu pirkanmaan alue ja mitkä markkinointinimet herättävät mielenkiintoa."

Lämmin kiitos kaikille tutkimukseen vastanneille!

Tutkimustulokset antavat meille arvokasta tietoa kehittäessämme Pirkanmaan matkailua entisestään.

Vaikka olemme nyt jo maailman parhaan maan parasta aluetta, tehdään tästä yhdessä vieläkin parempi. Jotakin, johon on suorastaan pakko tarttua!

