

”Elämykset ja kokemukset vaikuttavat merkittävästi matkakohteen valintaan ja ostopäätökseen sekä asiakaskokemukseen.”

Kuinka kerrotaan odottavasta elämyksestä asiakkaalle sanoin, kun sen ymmärtää vasta kokiessaan?

Jakelukanava määrittelee tuotekortin sisällön. Tarkista se tapauskohtaisesti. Työpajassa työskennellään tuotekuvausten parissa tavalla, jotka ovat hyödynnettävissä mahdollisimman monipuolisesti.

VF kansainvälistymisopas https://www.businessfinland.fi/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2019/vf_kansainvalistymisopas_2019.pdf

We don't sell tents

We sell peace and quiet.

"People used to believe that the Bear was lowered down from the stars to wander the earth. On this nocturnal walk you will see his mythological birthplace, the Big Dipper, or Otava as we Finns call it, and hear other stories about the skies."

Tarinat kertovat, miksi tuote on olemassa, mikä sen tapahtumisympäristö on, tai miksi sinä tarjoat tuotetta.

Tarinat liittävät tuotteen osaksi suurempaa kokonaisuutta. Ulkomaiselle matkailijalle tarina voi tehdä paikallista kulttuuria, suomalaista luontoa ja mielenmaisemaamme ymmärrettäväksi.

Kaikkia tarinoita ei ole järkevää kertoa yhdessä tekstissä. Valitse se, joka puhuttelee sinua ja asiakastasi eniten. Käytä tarinoita verkkosivuillasi, sosiaalisessa mediassa, myyntipuheissa.

1. Tuotteen nimi, kesto & paikka. Yksilö- vai ryhmätuote?
2. Kuka on asiakkaasi? -> VF asiakassegmentit, oma määritelmä
3. Tuotekuvauksessa puhutellaan asiakasta. Kirjaa ylös hänen tarpeensa, odotuksensa ja esteensä.
4. Alaotsikko: Millä lauseella avaat tuotetekstin juuri tälle asiakkaalle? Miten puhuttelet hänen tarvettaan?
5. Tuotekuvaus: Kuvaile kokemusta, jota tarjoat. Kuvaile aistimusten avulla: mitä voi nähdä, kuulla, haistaa tai tuntea.

Tai: liittykö palveluusi tarina? Anna vihje tarinasta, joka avautuu matkailijalle vasta kokemuksen myötä.

Esittele tuote riittävän yksityiskohtaisesti, jotta asiakas ymmärtää mitä se sisältää. Jos kyse on ohjelmasta, kerro kohta kohdalta mitä se sisältää.
Miten vastaat hänen odotuksiinsa?

Jos asiakkaasi on ulkomainen matkailija, kuinka hyvin hän tuntee Suomen luonnon olosuhteita, paikallista kulttuuria ja ihmisiä? Miten kuvailet hänelle kokemusta, jota hän ei voi saada mistään muualta?

6. Esteet voivat liittyä moneen asiaan. Miten parhaiten poistat asiakkaasi esteet tai pelot palvelusi hankintaan? Kerrotko sen tuotekuvauksen yhteydessä, vai liittyvätkö esteet enemmän:
Soveltavuus: Määrittele kenelle tuote sopii parhaiten – yksittäisille vai ryhmille, tietylle taitotasolle, muu rajausta?
Ostettavuus: Ohjaa selkeästi tuotteen lunastukseen – mitä kautta tuotteen voi ostaa tai varata. Suoramyynti, jakelukanavat vai molemmat?
Saatavuus: Kerro milloin tuote on saatavilla – esim. kesäisin vai talvisin
Hinta: Ilmoita hinta yksiselitteisesti ja selkeästi. Komissio vai nettohinta?