

# TULEVAISUUS. NYT

Museoalan Teemapäivät 22.-23.9.2016



KOOSTE ILTAKAHVIKESKUSTELUISTA

Torstai 22.9.2016 Kulttuuritalo, Kitchen

## Kulttuurimatkailun teemapöytä

Keskustelua johdattelivat Marjo Ranta-Irwin Culture Finlandista.

*Kulttuurimatkailun teemapöydässä keskustellaan siitä, kuinka museot tehdään saavutettaviksi ja houkutteleviksi kansainväliselle matkailijalle. Kuinka museoita voidaan tuotteistaa matkailullisesti ja mitä se edellyttää palveluilta? Visit Finland kehittää kulttuurimatkailua Culture Finland -katto-ohjelman sekä ESR-rahoitteen Luova Matka -hankkeen kautta.*

Kansainväliset matkaajat ohjelmissa tärkeitä, miten tavoittaa ne?

- 7,4 miljoonaa matkaajaa, suurin ryhmä venäläiset
- top10 maat pysyneet suurin piirtein samana
- matkailijat haluavat tehdä kaikkea, ei vaan kulttuuria

Matkailun merkitys kasvaa koko ajan 4% maailmantaloudessa

Museot ovat kiinnostuneempia olemaan mukana

Exit-kyselyssä matkailijoita kiinnostavat suomalaiset kulttuurikohteet, pärjäsi paremmin kuin sauna ja saaristo tai ruoka

- erityisesti euroopan ulkopuolelta tulijoita
- kannattaako kulttuurikohte ja ruoka yhdistää ja miten?
- . mitä ruokaa se olisi? alueellista vai miten konseptoitu?

Onko paketoinnista hyötyä? Mitä kautta kulttuuripaketteja voi myydä matkailijoille?

- yhteys paikalliseen hotelliin helpoin, heillä matkailumyyntiä ja tarve oheispalveluille
- jotain mielenkiintoista tehtävää yritysryhmille, joko kierros tai esim. käsillä teleminen
- esimerkki Rovaniemi ja Korundi, kv matkailijoille workshopeja ja shampanjaa

Paketoiduista matkoista maksetaan museoille enemmän kuin erikseen ostetuista palveluista - mutta kuinka hoitaa myynti?

- ei haluta maksaa välittäjälle
- mitä ovat välittäjät: alueelliset, Turku touring, Lahti region, yksityiset: rupeaa olemaan enemmän, mutta pitäisi löytää omalta alueelta
- alueelliset matkailuorganisaatiot? Visit Helsinki - Helsingin tekijät kumppanuusverkosto
- verkostot on yleensä hyvä tapa tavoittaa kumppaneita

Entä niinpäin että museo on ohjelman järjestäjä ja tarjoaja?

Entä tuoda jotain tapahtumaa/käsityöläistä museoon? Miksi ei markkinoida suoraan matkailijoille? Matkailijat asiakasryhmänä, miten kohdennetaan?

Mitä kanavia käytetään tarjonnan hakemisessa?

- TripAdvisor suosituin
- Matkailusivut
- Google

Kesälomat ja lomakaudet näkyvät pienemmissä museoissa.

Museot tuntevat asiakasvirran volyymin vaihtelut ja sesonkiajat aika hyvin - osataan sopia toiminnot näiden mukaan

Museokauppa on jo merkittävä tekijä

Ohjaajan kysymys - miten museokortista kortti kansainväliselle yleisölle?

- Ostavat jo nyt 59 euron korttia
- Voisiko myydä palveluna HSL:n kortissa?

Museoiden markkinointi menee näyttelyt edellä, muu "härö" ei oikein pääse läpi.

Kaikilla museoilla pitäisi olla mona lisa eli joku jota on päästävää katsomaan, maksoi mitä maksoi.

Kävijöille pitäisi olla kaupungeista kartta jossa on kaikki museot

- Museoiden helsinki?
- Visit helsinki vai joku muu tekisi? Museoita yhdistävä polku? Taideklusterimuseot suunnitelleet.
- Museoiden viitoitus. Helsingin kaupunki ai anna laittaa.

Miten pienemmät kaupungit ja kunnat voivat mainostaa palveluita?

- Maakuntaliitto? Mukana matkamessuilla, voi päästä niiden kupeessa.

Koosteen kirjoittaja: Pirjo Hamari, Museovirasto