

POHJOIS-SAVON MATKAILUN
DIGITIEKARTTA

SÄHKÖINEN
LIIKETOIMINTA
SUOMI OY



Sisällys

Tervehdyssanat.....	3
Johdanto.....	4
Datayhteistyö.....	5
Alueella yhteensovitettun inventaarin luominen rajapintojen hyödynnettäväksi.....	6
Osaamisen vahvistaminen.....	12
Digitaalisen markkinoinnin ja myynnin osaamisen vahvistaminen.....	14

VISIT **NORTHERN SAVO LAKELAND**

Tervehdyssanat

SARI HYTTINEN

Matkailu on yksi maailman kilpailluimpia ja nopeimmin kasvavia toimialoja, jota digitaalisten palveluiden kehitys muokkaa jatkuvasti. Korona -pandemia on entisestään kiihdyttänyt digitaalisten palveluiden tarjontaa ja kysyntää. Digitaalisten kanavien ja työkalujen hyödyntäminen on asiakkaille arkipäivää - Niin niiden tulee olla myös yritysten arkipäivää.

Matkailun digitaaliseen kehitykseen liittyen Visit Finland on laatinut Suomen matkailun digitiekartan.

Vuonna 2019 päivitetty digitiekartta vastaa toimialan toiveeseen yhteisistä suuntaviivoista ja tavoitteista matkailun digitaalisen ekosysteemin kehittämiseksi. Kansainvälisille matkailijoille halutaan tarjota sujuva ostopolku haaveilusta matkan toteutukseen ja samalla huolehtia, että matkailu on kannattava ja kestävä toimiala.

Pohjois-Savon osalta maakunnallisen matkailun digitiekartan työstäminen kuuluu hankesuunnitelman mukaisesti Pohjois-Savon Lakeland 2 -hankkeelle. Digitiekartta on laadittu talvikaudella 2020 – 2021 yhteistyössä maakunnan matkailutoimialan edustajien kanssa. Sen tavoitteena on antaa suuntaviivat ja toimenpide-esitykset matkailun digitaalisen markkinoinnin ja myynnin sekä liiketoiminnan kehittämiseen.

Työskentely aloitettiin syksyllä 2020 yrityksille suunnatulla ennakkokyselyllä, jolla kartoitettiin Pohjois-Savon alueen yritysten (kyselyssä mukana myös liikenne-, palvelu- ja kaupan alojen yritykset) digitaalisia valmiuksia ja toimintoja. Saadun ennakkotiedon pohjalta työskentely jatkui työpajoissa, joissa määriteltiin mm. alueellisen myynnin ja yhteismarkkinoinnin organisoitumista. Digitaalisen markkinoinnin ja myynnin osaamisen vahvistamiseksi on laadittu Ready – Steady – Go -valmennusohjelman alustava rakenne ja aikataulu.

Työskentelyä luotsasi vahvalla ammattitaidolla ja jämäkällä otteella **Sähköinen Liiketoiminta Suomi Oy** / Kirsi Mikkola.

Lämmin kiitos kaikille työskentelyyn osallistuneille. Tiekartta on laadittu - Nyt on aika tarttua yhdessä toimeen ja muuttaa suunnitelma käytännön toimenpiteiksi.

1. Johdanto

Luettavanasi on Pohjois-Savon digitiekartta. Digitiekartta on laadittu maakunnan toimijoiden yhteistyönä ja yhteisenä suuntana matkailun digitaalisen myynnin, markkinoinnin ja liiketoiminnan kehittämiseen.

Pohjois-Savon matkailun digitaalisen myynnin ja markkinoinnin visio on

Vuonna 2025 Pohjois-Savon matkailun perusrakenne ja johtaminen ovat kunnossa, laajasti hyväksytty sekä toiminta läpinäkyvää. Maakunnassa on yhteinen kaikille avoin digitaalisen myynnin ja markkinoinnin kanava, jossa tarjotaan asiakaslähtöisesti tuotteita kaikilta maakunnan alueilta. Kanavassa on mukana 85 % maakunnan toimijoista, jotka tarjoavat ostettaviksi riittävän kypsiä tuotteita asiakkaiden ostopolun eri vaiheisiin. Matkailua johdetaan tiedolla, jota osataan hyödyntää eritasoisesti suodattaen. Tuotteistaminen ja tiedolla johtaminen ovat jatkuvia prosesseja, joita koordinoidaan maakunnallisesti.

Digitiekartalla käsitteenä tarkoitetaan tässä yhteydessä tarkastelua ja kehittämistoimenpiteitä Pohjois-Savon matkailutoimijoiden, yritysten, alueellisten ja seutukunnallisten matkailutuotteiden digitaalisen myynnin käynnistämistä ja koordinoitua kehittymässä olevan alueorganisaation koordinoimana.

Tavoitteena on, että yritysten tuotteet ja palvelut ovat riittävän kypsiä digitaalisiin jakelukanaviin vuoteen 2025 mennessä. Samalla tavoitellaan, että Pohjois-Savossa tulisi olemaan vuoteen 2025 mennessä kotimaan kansainväliseen kauppaan soveltuva myyntialusta (ALUSTA), teknologia ja osaaminen.

Digitiekartta on digitalisaation edistämiseksi ja digiaskeleiden määrittämiseksi laadittu suunnitelma, jonka pohjalta voidaan käynnistää toimenpiteiden valmisteluita. Digitiekartta sisältää vision, eli tavoitetilan, ja siihen johtavat strategiset linjaukset/valinnat. Digitiekartta on alueen ja/tai yhteisön julkinen tahdonilmaus toimia, myydä ja markkinoida ensisijaisesti digitaalisessa muodossa, tehdä digitaalista liiketoimintaa ja digitaalisia työvälineitä tutummiksi, vastata asiakkaiden kulutus- ja ostotarpeisiin sekä parantaa digitaalista asiakas- ja työntekijäkokemusta.

2. Datayhteistyö

Datayhteistyöllä mahdollistetaan saumaton asiakkaan ostopolku ja reaaliaikainen reagointi liiketoimintaympäristön muutoksiin. Se tarkoittaa, että alueen matkailuelinkeino sopii yhdessä pelisäännöt ja käytänteet, miten kolmella eri tasolla (kansallinen, alue, yritys) kuunnellaan, kerätään, analysoidaan sekä tulkitaan asiakkaan ostokäyttäytymistä. Saatua tietoa voidaan käyttää asiakkaan osto- ja palvelupolun rikastamiseen niin yrityksissä kuin aluetasolla. Alueorganisaatio (DMO) varmistaa aktiivisen keräämisen ja koordinoi tiedonkeruun prosessia.

TEHTÄVÄT	TAVOITTEET	VASTUUTAHO	RESURSSIT
1. Pelisäännöt Alueen matkailuelinkeino sopii yhdessä pelisäännöt ja käytänteet DMO:n koordinoimana siitä, miten asiakasta kuunnellaan, ja miten asiakkaan ostokäyttäytymisestä kerätään tietoa, miten sitä analysoidaan ja tulkitaan. Saatua tietoa voidaan käyttää asiakkaan osto- ja palvelupolun rikastuttamiseen.	Luodaan yritys- ja aluetasolla käytännön datan keräysmalli asiakastiedon, myyntitiedon, matkailun tilastotiedon ja tulevaisuuden tutkimuksen pooliksi.	DMO koordinoi	Seutukuntien myyntialustoja koordinoivat tahot
	Määritetään, mistä ja miten tietoa haetaan, ja ketkä tietoon pääsevät käsiksi (ALUSTA:n käyttäjät vai kaikki).	DMO koordinoi	Yritykset Savonia AMK (tutkimushankkeet)
	Määritetään datan keräysjärjestelmä(t), joka kykenee hankkimaan avointa dataa, keräämään yrityskohtaista dataa, sekä rikastuttamaan ja suodattamaan dataa, elinkeinon käyttöön.	DMO koordinoi	Ostopalveluna tutkimus- ja kehittämisspalvelutarjoajilta Ulkoiset lähteet: VisitFinland, IFITT, MTI, Itä-Suomen yliopisto, HaagaHelia
	Esitetään hyödyt yrityksille (kumppaneille) avoimesti, riittävällä konkreettisella suodattimella.	DMO koordinoi	
YHTEISÖLLISYYS JA KANNUSTE			
Vuositainen "matkailuparlamentti", jossa jaetaan tietoon perustuvia kannustepalkintoja kumppaneille (yrityksille, kunnille, seutukunnille, kehityshankkeille, kehittäjille), PARAS ASIAKASPALAUTE / PARAS ASIAKASKOKEMUS / ASIAKASPALVELU -luokittelulla.			

3. Alueella yhteensovitetun inventaarin luominen rajapintojen hyödynnettäväksi

Pohjois-Savon yhteensovitettu matkailutuotteiden inventaari mahdollistaa koko maakunnan tuote- ja palveluvalikoiman ostettavuuden maakunnan omassa myyntikanavassa, ja muissa kansallisissa ja kansainvälisissä digitaalisissa myyntikanavissa, rajapintoja hyödyntäen. Pohjois-Savon matkailuyrityksille, kunnille ja seutukunnille esitetään selkeä malli siitä, kuinka yhteiseen inventaariin ja muihin myyntikanaviin on mahdollista liittyä (varaus- ja taustajärjestelmien tiedonsiirtokäytännöt). Näin mahdollistuu laaja-alaisempi ja monipuolisempi matkailutuotteiden online-myynti kaikilla tasoilla.

Yrityksiä kannustetaan ristiinmyyntiin. DMO kerää alueen matkailutuotteistoa kansallisen tason inventaariksi, ja niin edelleen kansainvälisille markkinoille.

TEHTÄVÄT	TAVOITTEET	VASTUUTAHO	RESURSSIT
1. Houkuttelevat digitaalisen myynnin ja markkinoinnin kumppanuusmallit. Päälinjausten määrittäminen yhdessä yritysten kanssa, sisältäen yhteistyön hyödyn kirkastamisen.	Alueelle laaditaan digitaalisen myynnin kumppanuuskriteerit yrityksille, kunnille, seutukunnille ja muille matkailualueille.	DMO	DMO, seutukuntien myyntialustoja koordinoivat tahot, matkailun Advisor Board ja yritykset
	Alueelle laaditaan sopimukset kumppanuuksien kriteerien pohjalta.	DMO	DMO
	Kehitetään, otetaan käyttöön ja tarjotaan erilaisia kumppanuuspaketteja yritysten digitaalisen myynnin ja markkinoinnin tarpeiden mukaisesti.	DMO	DMO, matkailun Advisor Board ja yritykset
	Huomioidaan digitaalisen markkinoinnin ja myynnin katkeamaton ketju sopimuksissa ja yhteismarkkinoinnissa.	DMO & yhteismarkkinointipalvelujen ostopalvelu	DMO, matkailun Advisor Board ja yritykset
	DMO:n koordinoima toiminta ja viestintä kumppanien kanssa on avointa ja osallistavaa.	DMO	

2. Brändin rakentaminen ja koordinointi digitaalisissa kanavissa	Digitaalinen näkyvyys, löydettävyys ja maineen hallinta laaditaan osallistavana prosessina kiinteäksi osaksi Pohjois-Savon brändistrategiaa. Laadinta on osallistava prosessi (elinkeino, julkiset toimijat hallin- non eri tasoilla, akatemia, paikallisyhteisöt, jne.)	DMO	DMO ja yhteismarkkinointi-palvelujen ostopalvelu
	Käytössä on brändistrategian mukainen media- ja dokumenttipankki kumppaneille.	DMO	DMO ja yhteismarkkinointi-palvelujen ostopalvelu
	DMO:n puolesta asiakaskokemusta mitataan säännöllisesti (datayhteistyö) ja asiakkaita aktivoidaan kokemusten jakamiseen yrityksissä.	DMO	DMO ja Savonia AMK sekä yritykset
	Yrityksiä tuetaan brändin mukaisten tuotteiden tuotekehityksessä ja kypsien tuotteiden nostamisessa digitaalisiin myyntikanaviin	DMO	DMO ja Savonia AMK sekä seudulliset kehityshankkeet
3. Digitaalisen myynnin kumppanuudet DMO toimii seutukuntien ja muiden alueiden digitaalisten jakelukanavien, kuten Visit Finlandin kanssa. Rakennetaan kohdeyleisölle merkityksellisiä kumppanuuksia, myös toimialan ulkopuolelle.	Digitaalisen myynnin kumppanuuksien kehittämiseksi on suunnitelma, joka kattaa eri tasot: yritykset, kunnat, seutukunnat ja muut alueet, mukaan lukien Visit Finland.	DMO	DMO
	Jakelukanavakumppanuuksia haetaan ja rakennetaan suunnitelmallisesti.	DMO	DMO
	DMO on laatinut viestintä- ja kommunikointimallin kumppaneille (esim. kenelle, kuinka usein, miksi).	DMO	DMO
	DMO tekee suunnitelmallista yhteistyötä Visit Finlandin kanssa.	DMO	DMO

<p>4. Verkkosivuston, some- palvelujen ja matkailuinfon ylläpito DMO kuratoi ja jakelee alueen matkailutietoa aluesivustoilla ja integroi tietoa alueen markkinointiratkaisuihin.</p>	<p>Pohjois-Savoa koskeva informaatio on löydettävissä Visit -verkkosivustoilta ja sosiaalisen median kanavista.</p> <p>DMO ylläpitää alueen verkkosivuja, somekanavia ja matkailuneuvontaa verkossa.</p> <p>DMO tukee matkailijan tiedonhankintaprosessia digitaalisissa kanavissa, kuten hakukoneissa, etsien ratkaisuja älyteknologian tehokkaaseen hyödyntämiseen asiakkaan eri ostopoluilla.</p>	DMO	DMO
	<p>Asiakkaan digitaaliset polut ja kohtaamispisteet on kuvattu ja tunnistettu, huomioiden sisältöstrategia ja -tuotanto.</p>	DMO	DMO
	<p>DMO on laatinut prosessin tiedon oikeellisuuden varmistamiseksi, sekä sen päivittämiseksi eri kanaviin (markkinointiviestit, kuvaukset, tuotekuvaukset kv-kanaviin, kansallisiin kanaviin, tuotetietokantoihin, maakunnallisiin kanaviin, seudullisiin, omiin palveluihin).</p>	DMO	DMO
	<p>Alueorganisaatio investoi seurantaan sosiaalisen median kanavissa ja monitoroi sosiaalista mediaa sopivilla teknologioilla.</p>	DMO	
<p>5. Alueellisen tuoteinventaarion kehittäminen, jakelu</p> <p>Alueorganisaatio koordinoi alueen matkailun yhteismarkkinointia ja kokoaa yhteistyössä yrittäjien, seudullisten toimijoiden kanssa alueen matkailutarjonnan suuremmiksi myyntikelpoisiksi tuotekokonaisuuksiksi omaan verkkosivustoon.</p>	<p>Pohjois-Savon matkailun riittävän kypsät tuotteet kerätään online tuoteinventariin Pohjois-Savon matkailun omalle kauppapaikalle.</p> <p>Kauppapaikka on ALUSTA, johon kumppanuuskriteerit täyttävät yritykset, kunnat ja seutukunnat voivat liittyä.</p> <p>ALUSTAlla mukana olevien kumppaneiden tuotteet ovat esillä DMO:n koordimoimalla Pohjois-Savon matkailun verkkosivustoillea, "kauppapaikassa".</p> <p>DMO:n verkkosivusto ja alueellisen myynnin ALUSTA on yhteisesti sovittu ja integroitu toimimaan Pohjois-Savon brändin mukaisesti.</p>	DMO	<p>DMO</p> <p>Seudulliset kehittämishankkeet</p> <p>ALUSTAn tarjoajat</p> <p>Yritysverkostot ja yritykset</p>

	<p>ALUSTALLA oleva tuoteinventaarin hinta- ja saatavuustiedot päivittyvät / käsitellään digitaalisesti.</p> <p>Tämä edellyttää, että tuotteet ja palvelut ovat kypsiä, sopivia ja online-jakeluun muotoiltuja.</p> <p>Yritysten käyttämät online-myynti ohjelmistot ja alustat on kartoitettu ja yhteensopivia alueen valitseman ALUSTAn kanssa kanssa.</p>	DMO	DMO
	<p>Pohjois-Savon matkailutuotteita nostetaan koordinoitusti kansainvälisiin jakelukanaviin (mm. OTAt, matkanjärjestäjät).</p> <p>ALUSTALLA mukana olevien kumppaneiden tuotteet kytkeytyvät alueen muiden kumppaneiden verkkopalveluihin ja muihin alueorganisaation määrittämiin myyntikanaviin. esimerkiksi outdooractive, Koko Travel Planner, VF MyStay, Expedia, Booking.com, TripAdvisor, Reserve with Google, jne.</p>	DMO	
	<p>ALUSTALLA käytetään yhteisesti hyväksytyjä API-rajapintoja, jotta tietoa voidaan tarvittaessa siirtää ja monistaa yritysten, alueen, kansallisen ja kansainvälisten myyntialustojen välillä.</p>		
<p>6. Yhteismarkkinointi ja myynti</p> <p>Alueorganisaatio koordinoi alueen matkailun yhteismarkkinointia ja varmistaa, että yhteismarkkinointitoiminnot integroituvat kiinteästi Pohjois-Savon matkailutuotteiden myyntiin ja myynnin seurantaan.</p>	<p>Digitaalisen markkinoinnin toiminnot ovat suunniteltuja, ennakoivia, liidivirtaa hankkivia ja kytketty vahvasti ALUSTA:n konversio seurantaan.</p>	DMO	Ostopalvelu
	<p>Digitaalinen markkinointi käyttää markkinointiautomaatio-ohjelmiston ominaisuuksia, jotka on kytketty ALUSTA:n segmentoituihin asiakkuustietoihin ja hallintaan.</p>		Ostopalvelu
	<p>Digitaalinen asiakkuuksien hallinta on muutakin kuin kontaktien hallintaa. Se on asiakkaiden ostokäyttäytymisen seuranta ja ennakoimista, joka tuo toimintaa tiedolla johtamisen mahdollisuudet.</p>		DMO ja ostopalvelu
	<p>Digitaalisen markkinoinnin toiminnot ja yhteisöllisten kauppapaikkojen seuranta on kytketty konversio seuranta pohjaisesti ALUSTA:n kautta toteutuvaan myyntiin.</p>		Ostopalvelu
	<p>Raportointi digitaalisen markkinoinnin tehokkuudesta on avointa, automatisoitua ja selkeästi suodatettua.</p>		DMO ja ostopalvelu

<p>7. Alueellinen sisältöstrategia ja sisältötuotanto</p> <p>Pohjois-Savon alueella on sisältöstrategia, jonka avulla voidaan keskittyä ympärivuotiseen tarinankerrontaan ja jatkuvaan kohderyhmien sitouttamiseen.</p>	<p>Pohjois-Savon verkkosivustoilla ja sosiaalisen median kanavissa on systemaattinen vastuullinen sisällöntuotanto.</p>	<p>DMO</p>	<p>DMO ja ostopalvelu</p>
	<p>Otetaan käyttöön vaikuttaja- ja paikallisyhteisöjen yhteistyölle toimintamalli (tavoitteet, vaikuttajien tunnistaminen, tulosten mittaaminen)</p> <p>Mitataan ja seurataan vaikuttajien ja yhteisöjen sitoutumista alueen matkailupalveluihin. DMO, yritykset ja kumppanit aktivoivat systemaattisesti suosittelumarkkinointia kohteessa.</p>	<p>DMO</p>	<p>Pohjois-Savon matkailun alueorganisaatio, Savonia AMK, yritykset, seutukunnat</p>
<p>KANNUSTEET JA YHTEISÖLLISYYS:</p>			
<p>Vuosittainen "matkailuparlamentti", jossa jaetaan yhteistyön toteutumiseen perustuvia kannustepalkintoja elinkeinolle ja kehityshankkeelle sekä kehittäjälle, PARAS MYYNTIKONVERSIO, PARAS VARAUSKOKEMUS -luokittelulla.</p>			

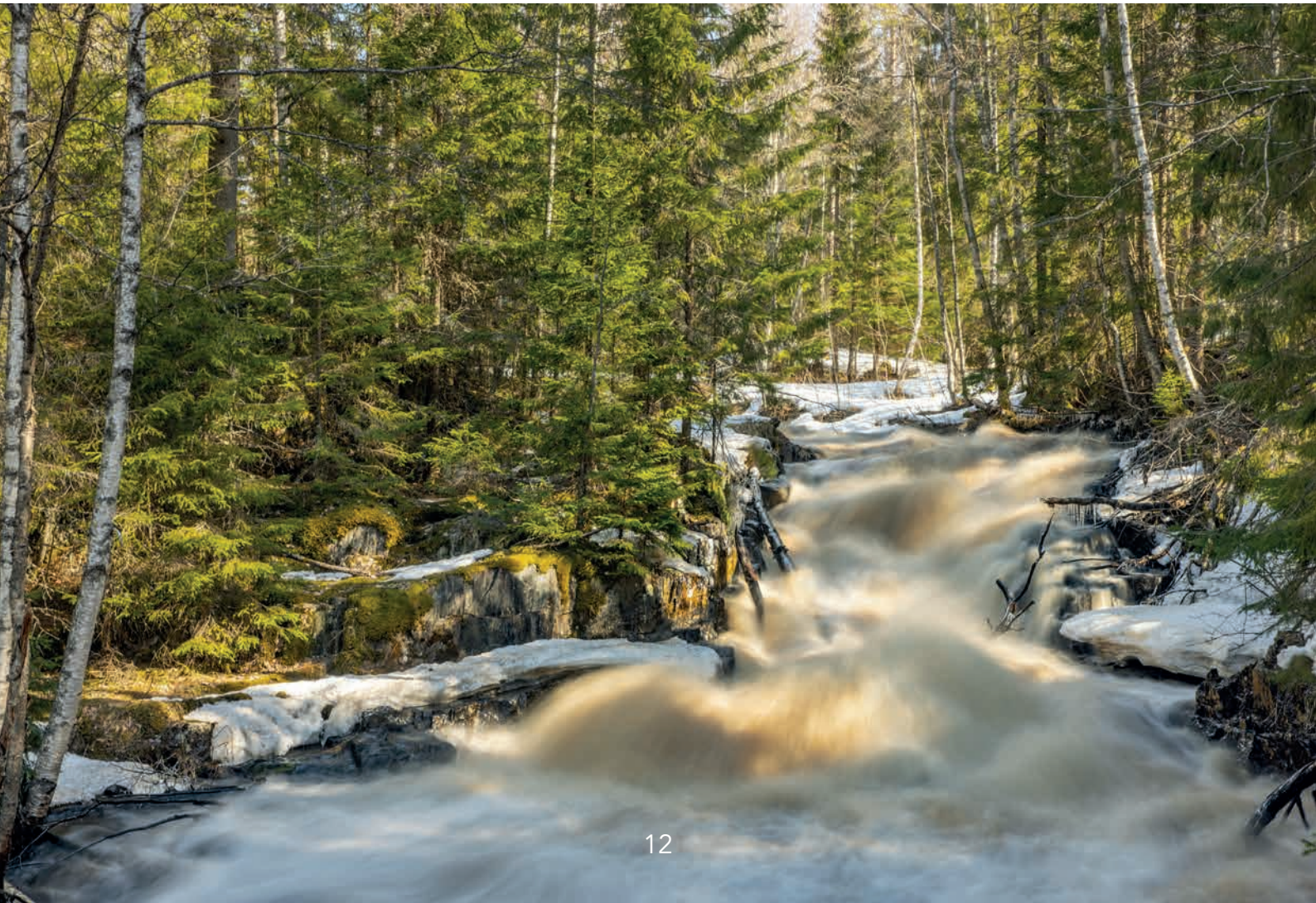




Kuva. Pohjois-Savon matkailuyrityksille, kunnilla ja seutukunnilla esitetään selkeä malli siitä, kuinka yhteiseen inventaariin ja muihin myyntikanaviin on mahdollista liittyä (varaus- ja taustajärjestelmien tiedonsiirtokäytännöt). Näin mahdollistuu laaja-alaisempi ja monipuolisempi matkailutuotteiden online-myynti kaikilla tasoilla.

4. Osaamisen vahvistaminen

DMO:n rooli on yritysten digitaalisen myynnin ja markkinoinnin opastamisessa ja tukitoimissa merkityksellinen. DMO:lla ja Pohjois-Savon yrityksillä on riittävä kyvykkyys vastata kotimaan ja kansainvälisten asiakkaiden tarpeisiin digitaalisissa kanavissa koko ostoprosessin ajan. Digitaalisuudesta tulee arkipäivää uuden ja oudon sijaan. Yritysten arjen ATK on riittävällä tasolla ja yritykset osaavat ostaa tarvittavat palvelut ja teknologiat. Osto-osaamisen kasvua tuetaan. Yritykset, kunnat, seutukunnat ja DMO huomioivat tekemisissään Pohjois-Savon lisäksi muiden matkailualueiden ja valtakunnallisyhdessä tekemisen mahdollisuudet.



TEHTÄVÄT	TAVOITTEET	VASTUUTAHO	RESURSSIT
1. Digitaalisen liiketoiminnan, myynnin ja markkinoinnin osaamisen vahvistaminen	Pohjois-Savon matkailuyritykset ja matkailukehittäjät ovat motivoituneita kehittämään yhteisenä asianaan digitaalista myyntiä ja markkinointia.	DMO	
	Matkailun digitaalisen liiketoiminnan ja myynnin sekä markkinoinnin kehittymistä, ajankohtaisia asioita ja trendejä seurataan sekä viestitään alueen yrityksille systemaattisesti.		Savonia AMK ja ostopalvelu
	Pohjois-Savossa otetaan käyttöön pitkäjänteinen ja ajantasainen tuotteistuksen ja digitaalisen liiketoiminnan valmennusohjelma, jossa yritysten lähtötasoa kartoitetaan alussa tehtävillä analyyseilla. Osaamistasot noudattavat Visit Finlandin Ready, Steday ja Go – tasoluokitusta ja sisällöt on linjattu Matkailun Digiloikka -valmennusohjelman mukaisesti. Yritysten osaamisen kehittymistä seurataan 1-2 vuoden välein erillisillä osaamisen kartoituksilla.	DMO	Savonia AMK ja ostopalvelu
	Yrityksille järjestetään käytännön vierihoitoa digitaalisen myynnin ja markkinoinnin kehittämiseen. Jalkautuminen ja tukitoiminnot toteutetaan "virtuaalisena yritysneuvoja -palveluna."	DMO	Ostopalvelu
	KANNUSTEET JA YHTEISÖLLISYYS:		
Vuositainen "matkailuparlamentti", jossa jaetaan kannustepalkintoja elinkeinolle ja kehityshankkeelle sekä kehittäjälle, PARAS MYYNTIKONVERSIIO, PARAS VARAUSKOKEMUS -luokittelulla.			

4.1 Digitaalisen markkinoinnin ja myynnin osaamisen vahvistaminen – valmennusohjelman alustava rakenne

Vuonna 2025 Pohjois-Savon matkailun perusrakenne ja johtaminen ovat kunnossa, laajasti hyväksytty sekä toiminta läpinäkyvää. Maakunnassa on yhteinen kaikille avoin digitaalisen myynnin ja markkinoinnin kanava, jossa tarjotaan asiakaslähtöisesti tuotteita kaikilta maakunnan alueilta. Kanavassa on mukana 85 % maakunnan toimijoista, jotka tarjoavat ostettaviksi riittävän kypsiä tuotteita asiakkaiden ostopolun eri vaiheisiin. Matkailua johdetaan tiedolla, jota osataan hyödyntää eritasoisesti suodattaen. Tuotteistaminen ja tiedolla johtaminen ovat jatkuvia prosesseja, joita koordinoidaan maakunnallisesti.



VISIO

READY

Digitaalisen liiketoiminnan analyysi

Kohderyhmät:

kypsät ja kehittyvät matkailuyritykset tukipalveluja tuottavat yritykset yritysneuvojat ja kehittäjät

Sisällöt

Digitaalisen liiketoiminnan osaamisen nostaminen riittävälle tasolle ATK (backoffice, frontoffice) Tavoitteet kehittymiselle Mittarit seurantaan

2021

STEADY

Digitaalisen liiketoiminnan Osaamisen kehittäminen Digitaalisen liiketoiminnan osaamisen nostaminen riittävälle tasolle Tuotteistus yhteiseen inventaariin Vastuullisuus ja laatu sekä tuotekriteeristöt ALUSTAan liittyminen (valitut yritykset!, kypsät tuotteet) Yhteismarkkinointi konseptointi osaksi myyntiä

Datayhteistyö

Tiedolla johtaminen

2021 - 2022

GO

Pohjois-savon matkailu kansainvälisille markkinoille

KV-kanavaintegraatio

ALUSTA & oma verkkokauppa

Suuralue ja maakuntarajoja ylittävä yhteistyö

Yhteisöllisyyden "Kanta-asiakkuus" -ohjelman suunnittelu

2023 - 2024

Yritysten digitaalinen ekosysteemi
Konsultatiivinen analyysi
Yrityskohtainen kehittämissuunnitelma

Yhteinen tuoteinventaari
Yhteinen ALUSTA
Yhteinen Pohjois-Savon brändi

Pohjois-Savon matkailun kärkituotteet kansainvälisiin jakelukanaviin

Savonia AMK
seudulliset kehityshankkeet
yritysryhmähankkeet

DMO ja
seudulliset toimijat
Savonia AMK
Yritysryhmähankkeet
Ely yritysten kehittämisspalvelut

Lakeland
DMO
Visit Finland



© Pohjois-Savon Lakeland 2 -hanke 2021



Leverage from
the EU
2014-2020

Pohjois-Savon liitto tukee
maakunnan
menestystä



NORTHERN SAVO
LAKELAND

SAVCGROW
KEHITYSYHTIÖ

SAVONIA
ammattikorkeakoulu