

Culture Finland -peruskriteerit

Matkailijoille suunnattu kulttuurisia elementtejä sisältävä matkailutuote, esimerkiksi matkailu- ja kulttuuripalvelun yhdistelmä.

Kulttuuriteema näkyy tuotekuvauksissa, markkinointiviestissä, kuvissa. Teema löytyy helposti yrityksen verkkosivulta. Oikeat jakelukanavat.

Tuote on löydettävissä vähintään englanniksi verkkosivuilta. Tuotteesta on houkutteleva kuvaus ja myynnin kannalta olennaiset tiedot. Tuote on matkailijan saavutettavissa.

Tuotteen/kohteen/tapahtuman tarinaa kerrotaan sekä viestinnässä että paikan päällä. Korostetaan vahvuuksia ja erottuvuustekijöitä. Historia, perinteet ja nykypäivä.

Erityisesti kulttuurinen kestävyys: tuotetarjonta aitoa, autenttista ja paikallista kulttuuria kunnioittava,

Kulttuuri-
MATKAILU-
tuote

Teeman
viesti

Palvelu ja
henkilökunta

Kielitaitoista ja asiakkaiden taustat huomioivaa henkilökuntaa. Paikallistuntemus.

Suomalaisuus
ja
paikallisuus

Paikallinen
ruoka

Laadukkaat, paikalliset tai suomalaiset raaka-aineet, sesongit ja juhlapyhät huomioiva, luonnonantimia korostava.

Markkinointi
ja viestintä

Perinteet, paikan ja alueen historia sekä niiden modernit muodot

Tarinallisuus

Saavutettavuus
ja
esteettömyys

Erilaisten kohderyhmien tarpeiden huomioiminen.

Kestävä
kehitys

Kansainvälistymiskriteerit

Tuote täyttää Visit Finlandin kansainvälistymiskriteerit; tuote on valmis kansainvälisille markkinoille.

KulttuuriMATKAILUtuote

Kulttuurimatkailutuote on matkailijoille suunnattu kulttuurisia elementtejä sisältävä matkailutuote, esimerkiksi matkailu- ja kulttuuripalvelun yhdistelmä. Se voi olla myös kulttuurisisältöinen tuote jonka tuotteistamisprosessissa matkailija on tuotteen ensisijainen kohderyhmä ts. tuote on kehitetty matkailijoille (esimerkiksi ”Tee itse oma matkamuistosi” -käsityösisältöinen matkailun ohjelmapalvelu). Tuote voi olla suunnattu joko yksittäisille matkailijoille tai ryhmille.

Suomalaisuus ja paikallisuus

Tuotesisällössä on huomioitu autenttisuus ja aitous; suomalaisuus ja kulttuuriset erityispiirteet, ja toteutuksen lisäksi ne löytyvät myös viestintä- ja markkinointimateriaalista.

Teeman viesti

Kulttuurisisällöllä/kulttuurisilla elementeillä on tuotteessa pääpaino. Kulttuuriset elementit näkyvät tuotekuvauksessa, markkinointiviestinnässä, kuvamateriaaleissa. Tuote on helposti löydettävissä yrityksen/jälleenmyyjän verkkosivuilta, ja myyntikanavat ovat olemassa.

Markkinointi ja viestintä

Palvelun tarjoajalla/tapahtumalla/kohteella on vähintään englanninkieliset (tai kohdemarkkinoiden kielellä) verkkosivut ja markkinointimateriaalit. Kulttuurimatkailutuotteesta on tuotekuvaus, joka sisältää myynnin kannalta oleelliset tiedot (mm. kuvaus palvelusta, hinta, mitä hinta sisältää, kesto, saatavuus (aika, paikka), myyjän tiedot). Tuotekuvaus myyntitietoineen löytyy verkkosivuilta eri kieliversiolla. Saavutettavuus on huomioitu ulkomaalaisten matkailijoiden kannalta sekä viestinnässä että opasteissa paikan päällä.

Tarinallisuus

Tuotteen/kohteen/tapahtuman tarinaa kerrotaan sekä viestinnässä että paikan päällä; tarinalla houkutellaan matkailijaa ja tarina läpäisee koko kokemuksen. Nähdään vahvuudet ja erottuvuustekijät ja korostetaan niitä oikealla sekä rohkealla tavalla. Otetaan huomioon historiallinen konteksti sekä merkitys nykypäivässä.

Palvelu ja henkilökunta

Henkilökunta on kielitaitoinen sekä perehtynyt matkailija-asiakkaiden odotuksiin, arvoihin ja toimintatapoihin (vrt. kulttuuriharrastaja) ja osaa vastata niihin oikealla palveluasenteella sekä ammattitaidolla. Mielellään paikallista tai paikallista kulttuuria tuntevaa henkilökuntaa.

Paikallinen ruoka

Laadukkaat paikalliset tai suomalaiset raaka-aineet sekä sesonkien ja juhlapyhien huomioon ottaminen tuotteen/ tapahtuman/kohteen ruokatarjonnassa.

Kestävä kehitys

Kestävän kehityksen kulttuuristen arvojen toteutuminen tuotteen toteutuksessa ja markkinoinnissa aidosti sekä autenttisesti. Alueellisen kulttuuri-identiteetin ja ominaispiirteiden, kuten kansanperinteiden, maiseman, kulttuurihistoriallisesti arvokkaiden rakennusten ja elinympäristön kunnioittaminen ja vahvistaminen sekä samalla matkailijoiden kulttuurituntemuksen lisääminen. Kestävät materiaalit, jätteiden lajittelu, energia ja ympäristöystävällisyys sekä paikallinen työvoima ja paikallisten raaka-aineiden käyttö.

Saavutettavuus ja esteettömyys

Palvelun/tuotteen toteutuspaikoilla sekä viestinnässä on huomioitu saavutettavuus sekä esteettömyys; huomioidaan erilaiset kohderyhmät ja luodaan heille mahdollisuus kokea kulttuurimatkailuelämys.

Tuotesuosituks

Culture Finland -tuotesuosituks on laadittu kulttuurimatkailun tuotteistamisen tueksi. Tuotesuosituksissa on eritelty olennaisimpia elementtejä kunkin tuotetyypin osalta (tapahtumat, kohteet, kädentaidot jne).

<http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2016/10/Culture-Finland-tuotesuosituks.pdf>