



Matkailu- yrittäjän opas

tiedolla, taidolla ja tunteella

POHJOINEN SAIMAA



Euroopan unionin
osarahoittama

1. Johdanto 3
2. Liikeidean kirkastaminen 4-5
3. Yrityksen perustaminen 6-7
4. Matkailumarkkinointi 8-10
5. Talous ja kannattavuus 11-12
6. Henkilöstö ja sesonkityö 13-14
7. Vastuullisuus matkailuyritys 15
8. Verkostot ja yhteistyö 16
9. Tuotteistaminen ja matkapaketit 17
10. Myyntikanavat ja verkkonäkyvyys 18
11. Linkit, tukitahot ja lisäresurssit 19-20

Sisällysluettelo



Johdanto

Miksi tämä opas?



Matkailuyrittäjyys tarjoaa ainutlaatuisen mahdollisuuden rakentaa toimeentuloa paikallisista vahvuuksista: luonnosta, kulttuurista, ihmisistä ja tarinoista. Matkailuala on kuitenkin täynnä erityispiirteitä, joista olisi hyvä “ottaa onkeensa”.

Tämä opas on tehty sinulle, joka

- olet perustamassa matkailuyritystä ja mietit, miten edetä ja mitä tulisi tietää
- pyörität jo pientä tai osa-aikaista toimintaa ja haluat kasvaa ja kehittyä
- olet matkailun kehittäjä
- haluat pysähtyä hetkeksi ja hahmottaa kokonaisuuden uudella tavalla

Matkailualan erityispiirteitä

- toiminta on kausiluonteista
- toiminta on altis luonnon voimille (pakkaset, helteet, myrskyt)
- markkinointi- ja myyntikanavat elävät, asiakkaat kommentoivat ahkerasti
- matkailija ostaa kokemuksen ja tunteen, ei pelkkää yösijaa tai annosta
- vastuullisuus vaikuttaa yhä useammin asiakkaan ostopäätökseen

Liikeidean kirkastaminen



Liikeidean kirkastamiseen ja toiminnan suunnitteluun kannattaa käyttää aikaa ja asiantuntijoita. Ota yritysneuvoja apuun laatimaan varsinaista liiketoimintasuunitelmaa ja kannattavuuslaskelmia.

Oleellista on tunnistaa omat kohderyhmät ja pohtia, mitä lisäarvoa palvelusi ja tuotteesi tuovat heille. Liikeidea on selkeä vastaus:

- Kenelle tarjoan?
- Mitä tarjoan?
- Miten tarjoan?
- Miksi tarjoan?

**Pohjoisen Saimaan alueella
liikeideasi voisi rakentua:**

- Aktiviteetteihin: gravel-pyöräily, patikointi, lumikenkäily tai hiihto.

- Vesireitteihin ja satamiin: melontareitit, vesiaktiviteetit, kalastus.
- Kulttuuriin: ortodoksinen perinne, kansanmusiikki, museot.
- Ruokaelämyksiin: lähituottajien raaka-aineet, villiruoka, perinneruoka.
- Maaseutuelämyksiin: maatilavierailut, kyläkierrokset, lato-illat, käsityökurssit.

*Kenelle? Mitä?
Miten? Miksi?*

Tieto, taito ja tunne

1. Tieto

- Mitä osaat? Mitä haluat oppia?
- Mitä yrityksiä alueella jo toimii ja mitä he tarjoavat (ettei tehdä ihan samaa)?
- Mitä kohderyhmäsi etsii ja tarvitsee?

2. Taito

- Osaatko laittaa liikeideasi käytäntöön?
- Osaatko tuotteistaa palvelusi?
- Oletko valmis kehittämään taitojasi?

3. Tunne

- Miksi haluat perustaa yrityksen?
- Tunnetko kohderyhmäsi sielun?
- Haluatko tarjota asiakkaalle parhaan mahdollisen kokemuksen?

Ei kaikkea kaikille

Halu olla "kaikille kaikkea" johtaa:

- epäselvään viestintään
- hajanaiseen palveluvalikoimaan
- kukaan ei tunnista, kenelle palvelusi oikeasti sopii

Uskalla rajata:

"Me olemme erityisen hyviä tässä ja palvelumme on juuri sinua varten."

Harjoitus liikeidean kirkastamiseen

1. **Kenelle?** Kolme esimerkkiasiakastasi (esim. "pyöräilevä pariskunta Helsingistä", "hiljaisuutta etsivä nainen Saksasta", "lapsiperhe Joensuusta")

2. **Mitä ja miten tarjoan?** Kolme päätuotetta (esim. yöpyminen aamiaisella).

3. **Miksi meiltä?** Kolme syytä tulla (esim. sijainti, omat reseptit, vastuullisuus).

*Sparraa
yrityснеuvojan
kanssa!*

Yrityksen perustaminen



*Sparraa
yritysneuvojan
kanssa!*

Yrityksen perustaminen matkailualalle edellyttää samoja toimenpiteitä kuin muillekin toimialoille. Matkailualalla on lisäksi erityispiirteensä, joita tässä luvussa kairataan esiin.

Vaihe 1: Yhtiömuoto ja perustamisilmoitus

- Toiminimi sopii yksinyrittäjälle ja pienelle sivutoiminnalle.
- Osakeyhtiö on paras ratkaisu, jos riskit ovat suuria tai mukana on sijoittajia.
- Osuuskunta voi sopia yhteiseksi myynti- tai markkinointiorganisaatioksi.
- Kommandiittiyhtiön ja avoimen yhtiön perustamiseen riittää yksi henkilö.

Vaihe 2: Vakuutukset ja kirjanpito

- YEL-vakuutus on pakollinen, jos tulosi ylittävät YEL-rajan. Muista, että sairauspäiväraha lasketaan ilmoittamasi YEL-tulon mukaan.
- Vakuuta kiinteistöt, kiinteä ja vaihtuva omaisuus, toimintasi ja itsesi
- Laskutus- ja kassajärjestelmät helpottavat arkea, käytä tilitoimistoa.

Vaihe 3: Luvat ja ilmoitukset

Majoitus

- Majoitusilmoitus kunnan terveysuojeluviranomaiselle 30 vrk ennen toiminnan aloittamista
- Jätevesiratkaisut ja paloturvallisuus kuntoon.

Ruoka ja elintarvikkeet

- Kahvila, ravintola, aamiaismajoitus, tilausruokailu ja pitopalvelu ovat elintarvikevalvonnan piirissä.
- Heinävedellä, Liperissä ja Rääkkylässä valvontaa hoitaa Siun soten ympäristöterveys.
- Tarvitset omavalvontasuunnitelman.
- Anniskelupa haetaan Lupa- ja valvontavirastolta 1.1.2026 alkaen.
- Omat ja henkilökunnan hygienia- ja anniskelupassit.

Ohjelmapalvelut ja aktiviteetit

- Esim. melonta-, kalastus- ja hiihto-vaellusten järjestäminen edellyttää kirjallista turvallisuussuunnitelmaa.
- Tufustu Traficomin, Pelastuslaitoksen tai Tukesin ohjeisiin.

Vaihe 4: Rakennusvalvonta ja kaavoitus

- Rakennus- ja toimenpideluvat.
- Selvitä kaavalliset rajoitteet.
- Pysäköinnin järjestäminen.

Vaihe 5: Markkinointi ja myynti

- Yrityksen nimen, logon ja visuaalisen ilmeen suunnittelu.
- Verkkotunnuksen (domain) varaaminen.
- Some-kanavien (esim. Facebook, Instagram, Youtube) varaaminen.
- Omien verkkosivujen perustaminen.
- Yritysprofiilit Googleen ja Tripadvisoriin.
- Myyntikanavien valinta/perustaminen.
- Esitteet ja käyntikortit.



Älä unohda tehdä ja sopia -lista

1. Yhtiömuoto ja perustamisilmoitus.
2. YEL-vakuutus ja muut vakuutukset.
3. Kirjanpitäjä tai tilitoimisto.
4. Omavalvontasuunnitelma.
5. Turvallisuussuunnitelma.
6. Majoitus- ja elintarvikeilmoitukset.
7. Anniskelulupa.
8. Rakennusvalvonta.
9. Työterveyshuolto ja työsuojelu.
10. Visuaalinen ilme.
11. Domain ja some-kanavat.
12. Verkkosivut ja hakukoneoptimointi.
13. Myyntikanavat.

Matkailu- markkinointi



*Kaikkeä ei tarvitse
osata itse - ota
ammattilaiset
apuun!*

Matkailussa ei myydä pelkkää majoitusta tai ateriala vaan tunnetta, tarinoita ja kokemuksia. Markkinointi on elintärkeää, jotta löydät omat asiakkaasi.

Tunne kohderyhmäsi

- Keitä haluan tavoittaa (ikä, elämäntilanne, asuinpaikka jne.)?
- Millaisia tarpeita heillä on (rentoutuminen, uuden kokeminen)?
- Mitä he haluavat tehdä vapaa-aikana ja lomallaan (aktiviteetit, tapahutmat)?
- Missä kanavissa he viettävät aikaansa (Facebook, Instagram, Youtube)?
- Mistä he hakevat tietoa ja ostavat?
- Mihin he käyttävät rahaa?

Tärkeimmät verkkoalustat

Google Business Profile

- Maksuton ja tärkeä kanava, pidettävä ajan tasalla (aukioloajat, yhteystiedot).
- Antaa näkyvyyden Googlen kartoissa ja hakutuloksissa läheltä ja kaukaa
- Asiakkaat jättävät arvosteluja.

TripAdvisor

- Maksuton kanava, joka kerää erityisesti kansainvälisten asiakkaiden arvioita.

Instagram ja Facebook

- Instagramin kautta tavoitat esim. lapsiperheet ja nuoret naiset
- Instagramiin kannattaa laittaa tunnelmia, kuvia ja lyhytvideoita
- Facebookista tavoitat seniorit 55+ ja ryhmien kautta paikalliset ja harrastajat
- Facebookiin kannattaa päivittää tarinoita, tapahtumia ja kuulumisia
- Maksettu mainonta mahdollistaa tarkan kohdistamisen eri kohderyhmille.
- Suositeltu julkaisu tiheys 1-3 kertaa viikossa riippuen sesongista

Youtube

- Paikka videoille ja live-lähetysille
- Tavoittaa hyvin harrastajaryhmät kuten pyöräilijät ja kalastajat

Ota asiakaspalautte ilolla vastaan

- Rohkaise asiakkaita jättämään arvosteluja: kehote + QR-koodi yrityksen tiloissa ja verkkosivulla.
- Vastaa **kaikkiin** palautteisiin (myös kriittisiin) kiittäen ja ratkaisua etsien.
- Voit käyttää julkista palautetta omilla verkkosivuilla ja somessa.

Huom!

Matkailijakyselyjen mukaan matkailijat hakevat tietoa (tärkeysjärjestyksessä):

- hakukoneesta (Google) ja tekoälystä
- sosiaalisesta mediasta
- verkkosivuilta (visit-sivut)
- ystäviltä ja sukulaisilta
- esitteistä

Alueelliset verkkosivut

- pohjoinensaimaa.fi on alueen yhteinen sivusto, johon yrityksesi voi päästä.
- visitkarelia.fi on maakunnan verkko-sivusto, johon yrityksesi voi päästä.

Omat verkkosivut

- Selkeä palvelukuvaus, hinnat, kuvat, yhteystiedot, varaus, myynti.
- Ainakin englanniksi ja saksaksi
- Muista hakukoneoptimointi (SEO), käytä sanoja, joilla tietoa haetaan, kannattaa ottaa ammattilainen avuksi

Sähköposti

- Kerää sähköpostilistaa kyselyillä ja kilpailuilla asiakasrekisterin lisäksi.
- Voit kertoa tarjouksista ja uutuuksista
- Muista tietosuoja!

Esitteet

- Esitteitä ja roll-uppeja tarvitaan messuilla ja tapahtumissa.

Opasteet

- Huolehdi, että tienvarsiopasteet ja muut opastekyltit ovat ajan tasalla.

Kun haluat kansainvälistyä

Kun aprikoit, kiinnostavatko yrityksesi tuotteet ja palvelut kansainvälisiä asiakkaita, **VisitKarelia** ja **Visit Finland** auttavat. Löydät tietoa asiakasryhmistä, koulutuksista ja hankkeista. Muista tehdä kieliversiot nettisivuista ja perehtyä asiakkaiden erilaisiin odotuksiin.

Vuosikalenteri markkinointiin

Tammi–maaliskuu:

- kuva- ja videomateriaalin kuvaaminen
- hiljaisen kauden tarjoukset
- Helsingin kansainväliset matkamessut

Huhti–kesäkuu:

- verkkosivujen päivitys, blogitekstit
- kesäkauden somekampanjat
- Kallavesj’-messut ja Joensuun kesän avaus

Heinä–syyskuu:

- kesän tunnelmia someen
- kuva- ja videomateriaalin kuvaaminen
- syyskesäsongin tarjoukset

Loka–joulukuu:

- asiakaspalautteen koonti
- talvikauden tarjoukset ja kampanjat
- verkkosivujen päivitys, Google Ads
- esitteen päivitys

Huom! Toimenpiteet ja aikataulu ovat esimerkkejä, joiden pohjalta voi laatia oman.

Omat muistiinpanosi:



Huom.!

Yritykselle kannattaa tuottaa laadukkaita kuvia ja videoita sekä luoda oma ja erottuva visuaalinen ilme: logo, fontit ja värimaailma, jotka toistuvat:

- verkkosivuilla ja some-kanavissa
- esitteissä, julisteissa ja opasteissa
- tilojen sisustuksessa ja pr-tuotteissa
- henkilökunnan asuissa

Tämä auttaa asiakasta tunnistamaan sinut ja erottamaan yrityksesi muista.

Talous ja kannattavuus



Matkailuyrityksen talouden haasteet liittyvät sesonkien eroihin, säähän ja kuluttajien ostovoiman muutoksiin. Toiminta olisi hyvä suunnitella niin, että yksi huono sesonki ei kaada yritystä.

Miten tasapainotat taloutta?

Sesonkien pidentämiseksi voit:

- Kehittää uusia tuotteita ja palveluja kevät-, syys- ja talvikausille
- Tehdä tarjouksia ja ottaa käyttöön sesongin mukainen hinnoittelu
- Kohdentaa markkinointia erityisesti senioreille (matkustavat ympäri vuoden).

Lisätulojen saamiseksi voit:

- Kehittää oheistuotteita ja lisäpalveluja (teemaillat, tastingit, kokkauskurssit)
- Tehostaa tilojen käyttöä (vuokraus ryhmille ja tilaisuuksiin)
- Kehittää uusia palveluja (opaspalvelut, välinevuokraamo).
- Tehostaa myyntiä ja markkinointia, avata uusia kanavia
- Tehdä yhteisiä kampanjoita muiden yritysten kanssa

Budjetointi

Kiinteät kulut:

- lainojen lyhennykset, vuokrat
- kiinteistöjen korjauskulut
- sähköt, lämmitys, vesi, jätehuolto
- vakuutukset
- kirjanpito- ja kassajärjestelmät
- verkkosivujen ylläpito
- kuukausipalkat

Muuttuvat kulut (asiakasmäärä vaikuttaa):

- siivous ja pyykki
- raaka-ainekustannukset
- polttoaine, kuljetukset
- tuntipalkat

Tulot:

- majoitustulo, tilavuokrat
- ruoka (kahvila, ravintola, pitopalvelu)
- ohjelmapalvelut, kurssit
- mahdolliset muut tulot

Omat muistiinpanosi:

Hinnoittelun muistilista

- Hinnoittelussa tulisi näkyä myös asiakkaalle näkymätön työ (viestintä, suunnittelu, siivous).
- Vertaa hintojasi kilpailijoihin ja mieti, miten erotut (miljö, omat reseptit, brändi).
- Käytä mieluummin rajattuja kampanjoita (esim. sesongin ulkopuoliset tarjoukset) pysyvän halpuutuksen sijaan.

Tukea ja rahoitusta

- Leader-ryhmät ja ELY-keskus voivat tarjota rahoitusta investointeihin ja kehittämiseen (esim. digitalisaatio).
- Matkailuhankkeet voivat tarjota koulutusta, verkostoja ja yhteismarkkinointia.
- Talouden suunnittelussa on tärkeää muistaa, että tuki ei ole tulorahoitusta, vaan tarkoitettu kehittämiseen.

Henkilöstö ja sesonkityö



*Muista
mahdollisuus
alihankintaan!*

Hyvin suunniteltu henkilöstöpolitiikka tukee sekä vastuullista matkailua että omaa jaksamistasi yrittäjänä. Maaseudulla työntekijöitä täytyy etsiä ja sitouttaa tietoisesti.

Työntekijöitä voit löytää:

- **Paikalliset nuoret ja opiskelijat**
 - laita sana kiertämään
- **Oppilaitosyhteistyö**
 - matkailu-, ravintola- ja palvelualan opiskelijat Riveriassa ja Karelia ammattikorkeakoulussa
- **Työllisyyspalvelut**
 - kuntien työllisyyspalvelut
 - mahdollisuus työllistämisen tukiin
- **Verkko ja some**
 - omat nettisivut ja some-kanavat

Työsuhteen muoto

Osa-aikainen tuntityö

- sovitaan vähimmäistunnit (esim. 20 h/vko)

Nollatuntisopimus

- ei vähimmäistuntimäärää, sopimus ei velvoita puolin eikä toisin

Kuukausipalkka vs. tuntipalkka

- kuukausipalkka sopii, jos työmäärä on tasainen ja työvuorot ennakoitavia
- tuntipalkkaus tasoittaa sesonkeja ja vähentää palkkauksen riskejä

Työsopimus – mitä siinä pitää olla?

Työsopimus kannattaa tehdä aina kirjallisesti, netistä löydät valmiita pohjia.

Pohjana käytetään yleensä Matkailu-, ravintola- ja vapaa-ajan palveluita koskevaa työehtosopimusta (PAM – MaRa), josta löytyvät palkat, lisät ja muut ehdot.

💡 Hyvä periaate: rakenna sopimukset niin, että ne ovat TES:n lisäksi reiluja.

Työterveyshuolto ja työsuojelu

Vaikka työntekijät olisivat kausiluonteisia ja osa-aikaisia, lakisääteinen työterveys-huolto ja työsuojelu tulee järjestää.

- lakisääteiseen työterveyshuoltoon kuuluu ennaltaehkäisy (työolosuhteiden arviointi, tarvittaessa terveys-tarkastukset ja työkyvyn tukeminen)
- KELA korvaa osan kuluista.

Työsuojelu ja työturvallisuus

- työnantajan velvollisuus on huolehtia, että työolosuhteet ovat turvalliset
- huomioi: liukkaat pinnat, portaikot, saunatilat, keittolaitteet, kemikaalit
- selkeä pelastussuunnitelma ja ohjeet erilaisiin hätätilanteisiin
- tärkeät yhteystiedot (112, päivystys, poliisi) helposti näkyvillä
- ensiaputarvikkeet saatavilla

Huom!

Hyvin perehdytetty työntekijä:

- tekee vähemmän virheitä
- ei kuormita työyhteisöä
- jaksaa paremmin sesongin läpi
- antaa asiakkaalle kuvan, että yrityksessä on homma hallussa.

Tee oma perehdytys-kansio

1. Yrityksen esittely: historia, arvot, toimintaperiaatteet
2. Tuotteet, palvelut ja hinnat selkeästi kuvattuina
3. Omavalvontasuunnitelma
4. Ohjeet reklamaatioiden käsittelyyn
5. Yhteystiedot: yrittäjä, vuorovastaava, alihankkijat, työterveyshuolto jne.
6. Työvuorokäytännöt: miten vuorot ilmoitetaan
7. Turvallisuusohjeet: avainten käyttö, kassakäytännöt, hälytysjärjestelmä, pelastussuunnitelma
8. Siivous- ja hygieniaohteet
9. Ohjeet laitteiden käyttöön (kahvikone, tiskikone, maksupääte, hälytykset jne.)
10. Some- ja puhelinlinjaukset työajalla (mitä saa ja ei saa julkaista, miten vastataan viesteihin ja puheluihin)



Vastuullinen matkailuyritys



Vastuullinen matkailuyritys minimoi haitat ympäristölle, kunnioittaa paikallista kulttuuria, kohtelee työntekijöitä reilusti ja hoitaa taloutensa kestäväällä tavalla.

1. Minimoi ympäristöhaitat

- Tee jätteiden lajittelu helpoksi.
- Kierrätä kalustoa ja korjaa rakennuksia.
- Suosi uusiutuvaa energiaa.

2. Sosiaalinen ja kulttuurinen vastuu

- Anna mahdollisuus myös erityisryhmille.
- Ota paikalliset asukkaat huomioon.
- Arvosta ja elvytä paikallista kulttuuria.

3. Taloudellinen vastuu

- Suunnittele huolella, kasva maltilla.
- Suosi paikallisia tuottajia ja palveluja.
- Maksa laskut ajoissa.

Sertifikaatit ja STF-ohjelma

- **Green Key** on kansainvälinen sertifikaatti matkailuyrityksille.
- **Ekokompassi** on suomalainen ympäristöjärjestelmä.
- **Good Travel Seal** on kansainvälinen sertifikaatti matkailuyrityksille.
- **Sustainable Travel Finland (STF)** on Visit Finlandin merkki, jonka saaminen edellyttää sertifikaattia.

Vastuullisuusviestintä on aitoja esimerkkejä – ei viherpesua

Saavutettavuus on osa vastuullisuutta

- Fyysinen saavutettavuus → esteettömyyttä, selkeitä opasteita ja reittejä.
- Tiedollinen saavutettavuus → selkeät verkkosivut ja esitteet, tarvittaessa eri kielillä.
- Taloudellinen saavutettavuus → valikoimassa myös edullisempia vaihtoehtoja.

Verkostot ja yhteistyö



Matkailuyritys harvoin menestyy yksin. Parhaat elämykset syntyvät, kun majoitus, ruoka, palvelut ja paikalliset tarinat kietoutuvat yhteen.

Paikalliset verkostot

Mieti kuntarajat ylittäen, mitä voisitte yhdessä tehdä:

- Yrittäjät -> yhteismarkkinointi, matkapaketit, sparraus
- Yhdistykset -> tapahtumat
- Tapahtumat ja nähtävyydet -> yhteismarkkinointi
- Oppaat, taiteilijat, käsityöläiset -> matkapaketit ja oheispalvelut

Business Joensuu Oy/VisitKarelia

Tekee maakunnan matkailumarkkinointia.

Yrittäjät voivat päästä:

- kampanjoihin ja hankkeisiin
- esitteisiin ja messuille

Pohjois-Karjalan Matkailu ry

Kehittää vastuullista kotimaan matkailua.

Yrittäjät voivat:

- osallistua retkille ja opintomatkoille
- toteuttaa hankkeita, kehittää uutta

Miniharjoitus : Verkostokartta

1. Kenen kanssa voit tehdä jotain yhdessä?

2. Mistä he voisivat hyötyä?

3. Mitä lisäarvoa sinä tuot yhteistyöhön?

4. Ketä kutsut kahville kuukauden aikana?

Tuotteistaminen ja matkapaketit

Hyvin tuotteistettu palvelu on houkutteleva ja helppo ostaa.
Ajatus "meillä voi majoittua ja sauna" muutetaan selkeäksi,
rajatuksi ja hinnoitelluksi kokonaisuudeksi.

Miten rakennat tuotteen?

- Selkeä nimi → kertoo, mistä on kyse.
- Kohderyhmä → kenelle tuote on suunniteltu.
- Sisältö → mitä asiakas saa.
- Kesto → kuinka kauan palvelu kestää.
- Ajankohta → milloin tuotteen voi ostaa
- Hinta → mitä hinta sisältää.
- Toteuttajat → työnjako ja vastuut.
- Varauskanava – mistä voi varata/ostaa.

Kun teet yhteisiä tuotteita, muista:

- sopia, kuka vastaa toteutuksesta, kuka myy, kuka laskuttaa (myyntiprovisiot)
- huomioida pakettimatkalaki

Matkapaketit ja pakettimatkalaki

Kun yhdistät majoitusta, kuljetuksia ja ohjelmaa, sovelletaan pakettimatkalakia ja voi syntyä velvollisuus asettaa vakuus Kilpailu- ja kuluttajavirastolle (KKV).

Tuotekortin runko:

Nimi ja kenelle:

Mitä sisältää:

Kesto ja hinta:

Varauskanava/yhteystiedot:

Huomioitavaa::

Myyntikanavat verkossa

Myyntikanavat ratkaisevat, tavoitatko asiakkaasi. Tärkein kysymys ei ole "missä kaikkialla pitää olla", vaan: "Mistä kanavista minun kohderyhmäni löytää juuri minun yritykseni?"

Suosittuja myyntikanavia majoitusmyyntiin:

Kansainväliset kanavat

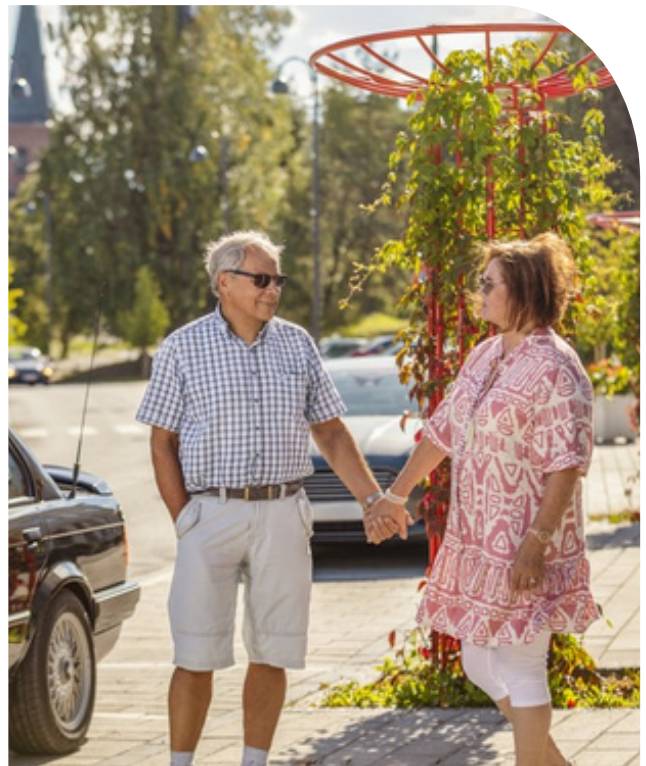
- Booking.com -> laaja näkyvyys sekä kotimaisille ja ulkomaisille matkailijoille.
- Airbnb -> hyvä kanava "kodinomaisille" kohteille ja elämyksille.
- Expedia, Agoda yms. -> lisäävät erityisesti kansainvälistä näkyvyyttä.

Kotimaiset mökkikanavat

- Lomarengas, Nettimökki -> tunnettuja mökkimatkailijoiden keskuudessa.

Tarkista kanavan kohdalla:

1. Komissio ja kustannukset, selvitä paljonko maksaa/varaus/kuukausi?
2. Peruutusehdot, miten ne sovitetaan omiin ehtoihisi?
3. Kieli ja asiakastuki, saatko apua suomeksi/englanniksi?
4. Ketä kanava tavoittaa (ulkomaiset, kotimaiset, harrastajat)?
5. Hallinnointi, onko sinulla aikaa ja osaamista hoitaa järjestelmä?



Hyvä nyrkkisääntö

- Ainakin yksi oma myyntikanava (verkkosivu + suora varaus).
- 1–3 ulkoista kanavaa, jotka valitaan kohderyhmien mukaan.
- Houkuttele asiakkaan varaamaan suoraan (asiakasrekisteri, uutiskirje, tarjoukset).

Linkit, tuki ja taustamateriaali

Tähän lukuun on koottu kaikki oppaan teossa käytetyt ja aiemmissa luvuissa mainitut lähteet. Löydät myös hyödyllistä taustamateriaalia.

11.1 Yrityksen perustaminen ja lupakysymykset

- Suomi.fi – yrityksen perustaminen
 - <https://www.suomi.fi/yritykselle>
- YTJ – Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä (perustamisilmoitukset, y-tunnus)
 - <https://www.ytj.fi>
- Verohallinto – yritysverotus ja ennakkoerot
 - <https://www.vero.fi>

Kuntien lupapalvelut (rakennusvalvonta, ympäristö, majoitus- ja elintarviketoiminta)

- Liperi: <https://www.liperi.fi>
- Heinävesi: <https://www.heinavesi.fi>
- Rääkkylä: <https://www.raakkyla.fi>

Anniskeluluvat:

- Aluehallintovirasto
 - <https://avi.fi/asioi/yritys-tai-yhteiso/luvat-ilmoitukset-ja-hakemukset/alkoholin-myynti-ja-anniskelu>
 - <https://valvira.fi/tutustu-valviraan/lupa-ja-valvontavirasto>

11.2 Matkailumarkkinointi ja jakelukanavat

Alueelliset markkinointikanavat

- Pohjoinen Saimaa – alueen matkailusivusto
 - <https://www.pohjoinensaimaa.fi>
- Visit Karelia – Pohjois-Karjalan maakunnallinen matkailusivusto
 - <https://www.visitkarelia.fi>

Visit Finland ja DataHub

- Visit Finland – kansainvälinen markkinointi
 - <https://www.visitfinland.fi> (valikosta "Matkailuyrityksille")
- Visit Finland DataHub – tuotteiden ja kohteiden syöttö kansalliseen tietokantaan
 - <https://datahub.visitfinland.com>
- Visit Finland – tapahtumat
 - <https://www.visitfinland.fi/ajankohtaiset/matkailun-tapahtumat>

Keskeiset verkkoalustat:

- Google Business Profile
 - <https://www.google.com/business>
- TripAdvisor – yritysprofiilit ja asiakasarviot
 - <https://www.tripadvisor.com/Owners>
- Facebook & Instagram -yrityssivut
 - <https://business.facebook.com>

11.3 Rahoitus ja yrityskehitys

- ELY-keskus – kehittämispalvelut ja rahoitus
 - <https://www.ely-keskus.fi>
- Leader-ryhmät – rahoitus
 - <https://www.leadersuomi.fi>

11.4 Vastuullisuus ja sertifikaatit

- Visit Finland – vastuullinen matkailu & Sustainable Travel Finland (STF) -ohjelma
 - <https://www.visitfinland.fi>
- STF Hub – työkalut, oppaat ja materiaalit (vaatii rekisteröitymisen)
 - <https://stfhub.visitfinland.com>

Sertifikaatit ja ympäristöjärjestelmät

- Green Key – ympäristömerkki majoitus- ja ravintolayrityksille
 - <https://www.greenkey.fi>
- Ekokompassi – ympäristöjärjestelmä yrityksille ja tapahtumille
 - <https://www.ekokompassi.fi>
- Good Travel Seal – vastuullisuussertifikaatti matkailutoimijoille
 - <https://www.goodtravelseal.com>
 -

Energia, lämmitys ja kiinteistöjen ympäristötehokkuus

- Motiva – energia ja materiaalitehokkuus yrityksissä
 - <https://www.motiva.fi>

11.5 Verkostot ja alueorganisaatiot

Alueen matkailuorganisaatio ja yhdistykset

- Pohjoinen Saimaa – matkailualue ja yhteismarkkinointi
 - <https://www.pohjoinensaimaa.fi>
- Visit Karelia – maakunnallinen matkailuorganisaatio
 - <https://www.visitkarelia.fi>
- Pohjois-Karjalan Matkailu ry – edistää ja kehittää matkailua
 - <https://www.pohjoiskarjalaan.fi>

Kunnat ja matkailu

- Liperi – kunnan matkailu- ja vapaa-ajan palvelut
 - <https://www.liperi.fi>
- Heinävesi – matkailu, vapaa-aika ja tapahtumat
 - <https://www.heinavesi.fi>
- Rääkkylä – matkailu ja tapahtumat
 - <https://www.raakkyla.fi>



11.6 Henkilöstö, työehdot, työsuojelu ja työterveys

Työehtosopimukset

- PAM – Palvelualojen ammattiliitto, matkailu-, ravintola- ja vapaa-ajan palveluiden TES
 - <https://www.pam.fi>
- MaRa – Matkailu- ja Ravintolapalvelut ry (työnantajaliitto), työehtosopimukset
 - <https://www.mara.fi>

Työsuojelu ja työterveyshuolto

- Työsuojeluviranomainen – työturvallisuus
 - <https://www.tyosuojelu.fi>
- Kela – työnantajan korvaukset työterveyshuollosta
 - <https://www.kela.fi>
- Työterveyslaitos (TTL) – työhyvinvoinnin ja työturvallisuuden materiaalit
 - <https://www.ttl.fi>

Rekrytointi ja työvoimakanavat

- Työmarkkinatori – työnantajien ja työnhakijoiden kohtaamispaikka
 - <https://www.tyomarkkinatori.fi>

11.7 Osaamisen kehittäminen ja koulutus

- Riveria – matkailu-, ravintola- ja palvelualat, erä- ja luonto-opas
 - <https://www.riveria.fi>
- Karelia-ammattikorkeakoulu – matkailu- ja palveluliiketoiminnan koulutus sekä täydennyskoulutukset
 - <https://www.karelia.fi>

*Voit aina kysyä neuvoa omalta
yritysneuvojalta!*

Business Joensuu Oy

– yritysneuvonta (Heinävesi, Rääkkylä)

<https://www.businessjoensuu.fi>

Lipertek Oy – Liperin kunnan elinkeinoyhtiö

<https://www.lipertek.fi>

Pohjoinen Saimaa erottuu uniikkeja matkailutuotteita tarjoavana, puhtaana ja vastuullisena kohteena, johon tullaan hakemaan rauhaa, luontoliikuntaa ja aitoja elämyksiä kulttuurilla höystettynä.

Hyvä ruoka ja vieraanvaraisuus ovat luonnollinen osa kulttuuriperintöä. Paitsi kalaherkkuja, vesistöt kätkevät myös monipuolisia melontareittejä. Vaaramaastossa puikkelehtivat maastopyöräreitit sopivat monen tasoisille pyöräilijöille.

Pohjoinen Saimaa ei synny itsestään. Se tehdään yhdessä. Tee sinäkin matkailusta alueemme vahvuus ja huomisen menestystarina.

Tämä opas on tuotettu Pohjoisen Saimaan matkailualueen kehittäminen osana Lakelandia -hankkeessa. Hanke on Heinäveden, Liperin ja Rääkkylän kuntien yhteishanke ajalla 1.8.2023–31.12.2025.

www.pohjoinensaimaa.fi |   @pohjoinensaimaa



Euroopan unionin
osarahoittama

Lipertek



**BUSINESS
JOENSUU**

