



**Visit Finland**



# **MEKin ajankohtaiset asiat**

**4.6.2010**

Jaakko Lehtonen  
Ylijohtaja, Matkailun edistämiskeskus

# MEKin strategia 2010 - 2015

## Visio

- Suomen matkailumarkkinoinnin majakka

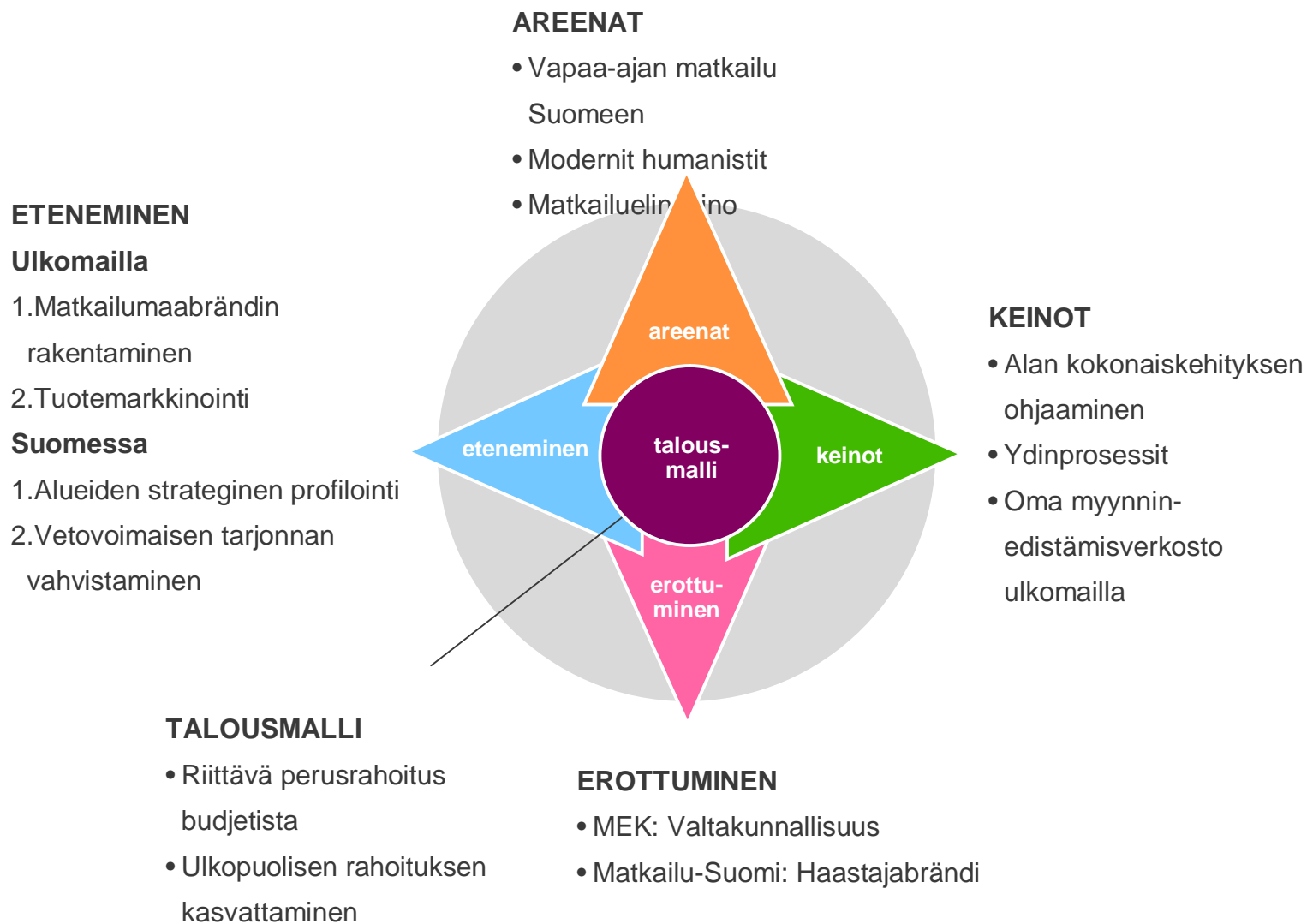
## Missio

- Matkailun edistäminen Suomeen

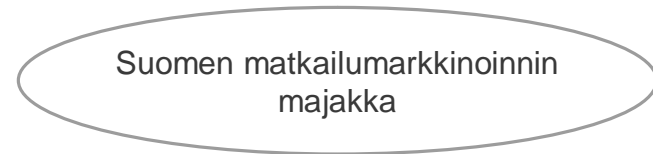
## MEK:in tavoitteet

- Matkailutulojen kasvu on ensisijainen tavoite
- Lisääntynyt Suomen tunnettuus matkailumaana valitussa kohderyhmässä
- Markkinoiden kysynnästä ja elinkeinon tarpeista lähtevä toiminta
- Paras asiantuntemus
- Vahva imago Suomessa

# MEKin Strategia 2010-2015



# Strategiakartta

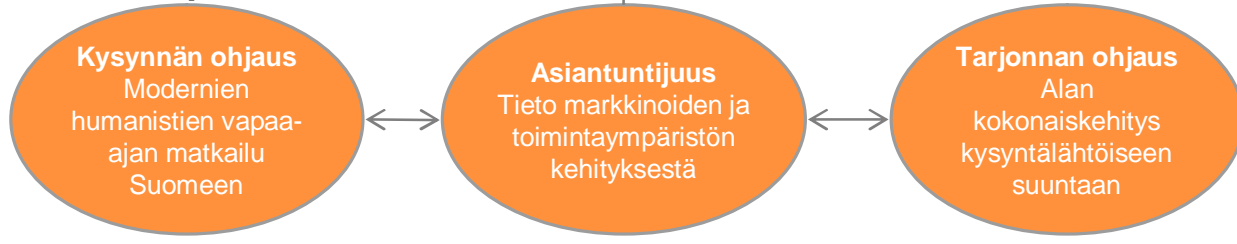


Visio

## Asiakasnäkökulma

- Miltä meidän tulee näyttää asiakkaan silmissä, jotta visio toteutuu?
- Teemmekö oikeita asioita?

## Asiakas / partnerinäkökulma



## Sisäinen näkökulma

- Missä operatiivisissa prosesseissa meidän on yllettävä huipputulokseen, jotta asiakkaat ovat tyytyväisiä?
- Teemmekö asioita oikein?

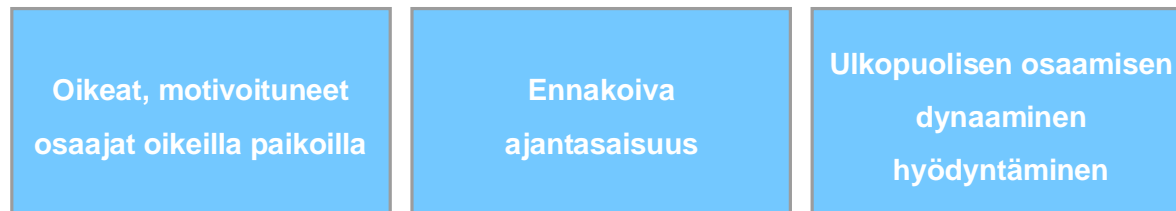
## Ydinprosessit



## Oppimisen ja kasvun näkökulma

- Kuinka säilytämme kykymme muuttua ja kehittyä?
- Mitä meillä on oltava, jotta voimme tehdä oikein oikeita asioita?

## Ihmiset ja osaaminen



# Ulkomaan verkosto

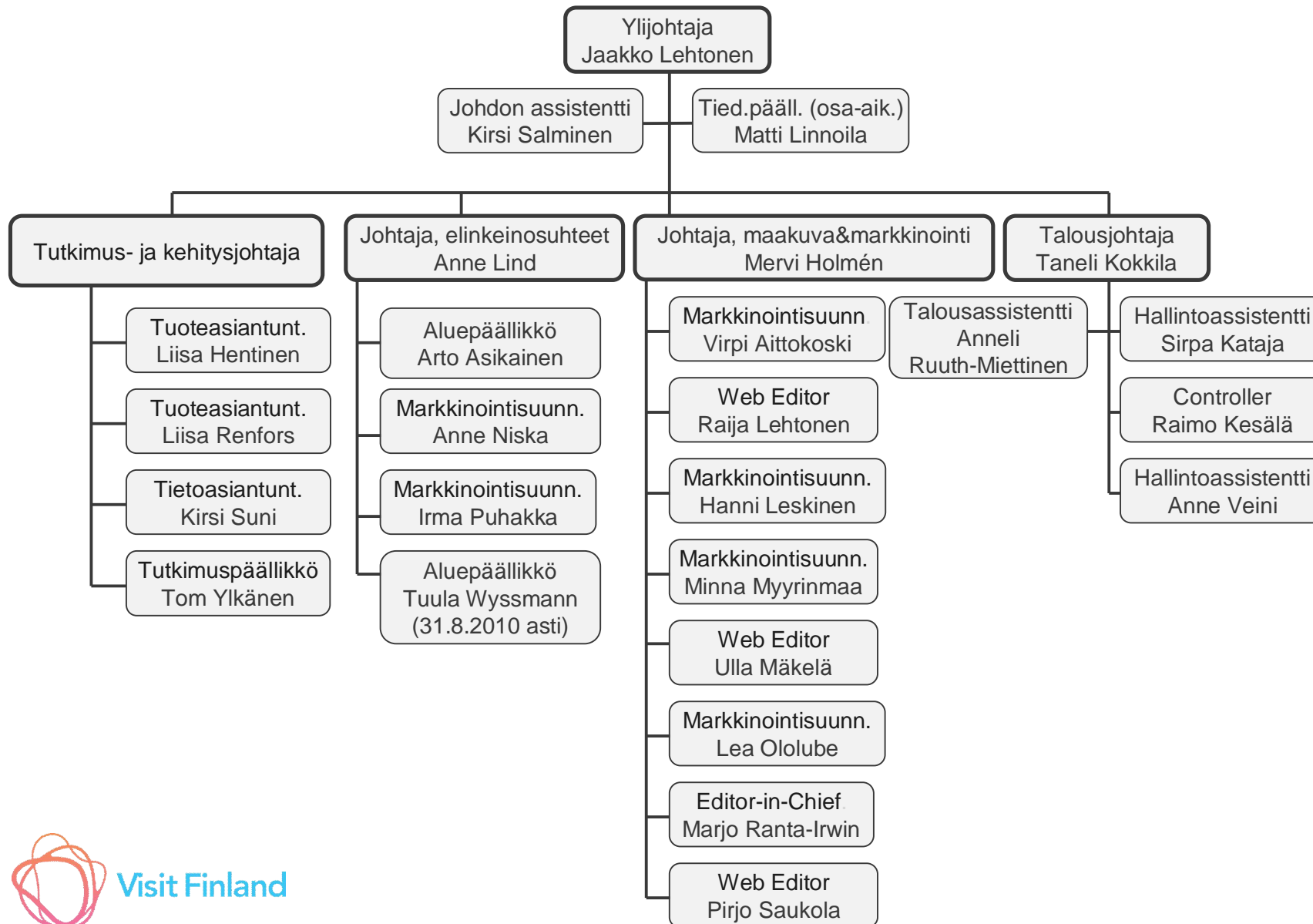
## •Finpro, nimetty edustaja

- UK: Riitta Balza
- Venäjä, Pietari: Elisa Karvonen
- Ranska: Annaleena Soult

## •Yksityiset palveluntarjoajat

- Ruotsi: Karl-Erik Strand ja Karin Voltaire
- USA: Helena Niskanen
- Kiina, Peking: Danye Liu
- Kiina, Shanghai: Ina Zheng
- Kiina, Hong Kong: Aster Lai
- Japani: Shigeyoshi Noto
- Intia: Paporu Bharati
- Saksa, Hollanti: Jyrki Oksanen
- Espanja: Fincoming Travel Service S.L. (J-P Halonen)
- Italia: Maija Loikkanen
- Moskova: Arto Asikainen (50%)

# MEKin organisaatio



# Portaali

- portaali kaipaa jatkokehittämistä
- teknisten asioiden osalta työ on jo pitkällä, ulkopuolisena tukena Avaus Consulting
- toiminnallisia puolia selvitetään parhaillaan
- esimerkiksi oman yhteisöllisyyden tarpeellisuus ja oman varausalustan vaihtoehtoiset ratkaisut mietinnässä
- MEK on tehnyt markkinointistrategiansa osaksi digistrategian, joka tukeutuu osin omaan portaaliin, mutta merkittävästi myös muihin sähköisiin kanaviin ja alustoihin

# Keskeiset tavoitteet

- ulkomaan verkon vakiintuminen
- portaali kuntoon
- alueiden kanssa yhteinen näkemys imagosta
  - pääkaupunkiseutu
  - rannikko ja saaristo
  - Järvi-Suomi
  - Lappi
- vahvistetaan B2B -yhteistyötä kotimaassa ja ulkomailla
- taistellaan määrärahoista
- innostus ja draivi päälle joka sektorilla!