

# CASE: KOULUTUSMATKAILU

Koulutusmatkailu on osa koulutusvientinä. Koulutusmatkailuun kuuluu mm. hallinnon ja opetusalan ammattilaisten opinto- ja tutustumismatkat, leirikoulut koululaisille ja opiskelijoille. Lisäksi osana koulutusmatkailua toteutetaan myös virtuaalisia kouluvierailuja. Organisaation suunnitelmassa koulutusviennin aloittamista, on syytä kiinnittää huomiota myös tiettyihin kansainvälistymiskriteereihin. Visit Finlandin tekemän koulutusmatkailun tuotesuosituksen (2020) mukaan koulutusmatkailussa on syytä huomioida seuraavat kansainvälistymiskriteerit: laatu, palvelu, kestävyys, turvallisuus, kapasiteetti ja verkostot, saavutettavuus, saatavuus ja ostettavuus sekä autenttisuus ja vetovoimaisuus.

Business Finlandin tekemän kartoituksen perusteella kiinnostavia koulutusmatkailun teemoja ovat mm. kestävyys, tekemällä oppiminen, yrittäjyys, ilmiöpohjainen oppiminen, STEAM-alat, luonto- ja geologia, koodaus, elinikäinen oppiminen, arktisuus, Suomen ja Pohjoismaiden historia. (Obolgoviani 2021.)

Koulutusmatkailun prosessi kulkee sopimuksen tekoon saakka samaa polkua kuin koulutusvientituotteen prosessi. Tuosta eteenpäin askeleet eriävät, joten olemme avanneet koulutusmatkailun polkua tarkemmin kohdasta 5. alkaen. Alkuun kuitenkin muistin virkistykseksi askeleet 1-4, joista voit lukea vielä tarkemmin tämän toimintamallin kohdasta CASE: Tutkintovienti.

## 1

### Esivaihe: Päätös aloittaa koulutusvientitoiminta organisaatiossa

- Strategisten tavoitteiden määrittely
- Koulutusmatkailun kärkituotteet ja tuotteistaminen
- Erottautuminen ja brändi
- Resurssitarpeet
- Riskien tunnistaminen

## 2

### Alkukartoitus ja markkinaselvitys

- Kohdemaat ja asiakasprofiilit: kuka on asiakas?
- Kulttuurituntemus
- Lait ja asetukset: matkapakettilaki
- Jakeluverkosto
- Sisäiset resurssit
- Paikalliset yhteistyökumppanit

## 3

### Tuotteistaminen

- oman ainutlaatuisen osaamisen tunnistaminen ja muuntaminen kannattavaksi tuotteeksi
- asiakkaan tarpeiden tunnistaminen
- sujuvat prosessit suunnitteluun, markkinointiin, myyntiin ja operatiiviseen toimintaan
- palvelumuotoilun hyödyntäminen tuotteistamisessa

## 4

### Myynti, markkinointi, asiakashallinta ja verkoston rakentaminen

- Ainutlaatuisen myyntiväittämän muotoilu, USP Unique Selling Proposition
  - Miksi saapua juuri meille?
  - Mitä meillä on, mitä ei ole missään muualla?
  - Mitä kohderyhmää tämä asia puhuttelee?
- Mitä, missä, kenelle ja miten myydään?
- Tarinallistamisen hyödyntäminen

## Koulutusmatkailupaketin toteuttaminen

## 5

### Kiinnostuksesta sopimuksen neuvotteluun ja laadintaan

Sopimuksen neuvottelu ja lopullinen laadinta on pitkä prosessi. Lopullista sopimusta edeltää usein aiesopimus, jonka kautta osapuolet kevyesti sitoutuvat kehittämään koulutusmatkailutuotteita yhteistyössä. Tämä ei kuitenkaan vielä sido toimijoita mihinkään, vaan kyse on enemmänkin molemminpuolisesta halusta aloittaa yhteistyö. Kun aiesopimus on laadittu, alkaa todellinen sopimusprosessi. Tässä vaiheessa koulutusmatkailutuotteiden osalta neuvotellaan tuotteen tarkemmasta sisällöstä, tuotteen räätälöinnistä, matkanjärjestäjän saamasta palkkiosta sekä miten tuotteen markkinointi toteutetaan ja kuka sen maksaa. Tärkeää on sopia myös maksuehdot eli kuinka paljon tuotteesta tulee maksaa ennakoon ja miten lopullinen maksu hoidetaan. Sopimusvaiheessa on hyvä olla mukana henkilöitä, jotka hallitsevat sopimusjuridiikan ja varmistavat tätä kautta sopimuksen laillisuuden sekä liiketoiminnan näkökulmasta kannattavuuden.

Koulutusmatkailupaketin toteuttamisessa on paljon konkreettisia asioita, joita pitää hoitaa ja selvittää ennen asiakkaiden saapumista Suomeen. Riippuen koulutusmatkan sisällöstä ja kohderyhmästä, määräytyy myös ennen asiakkaiden maahantuloa vaadittavien toimien laajuus. Ryhmät ja heidän ohjelmansa ovat hyvin eri tyyppisiä, kun kyseessä on lapsille suunnattu leirikoulu tai asiantuntijoille suunnattu kouluvierailu. Ennen asiakkaiden maahantuloa, palveluntuottaja sopii matkatoimiston kanssa ohjelman tarkemmat aikataulut, varmistaa osallistujatiedot, tekee tarvittavat ruokailu- ja majoitusvaraukset sekä varmistaa, että ohjelmassa tarvittavat varusteet on kunnossa ja ne vastaavat ryhmän tarpeita.

Ennen asiakkaiden saapumista varmistetaan myös sisäisten prosessien toimivuus, vakuutukset sekä laaditaan tarvittaessa turvallisuussuunnitelma. Tukesin (2022) ohjeiden mukaan turvallisuussuunnitelma on palveluntarjoajan kirjallinen kuvaus siitä, miten palvelun turvallisuus on järjestetty. Turvallisuussuunnitelma on laadittava, mikäli ohjelma sisältää seikkailu-, elämys- ja luontopalvelu sekä niihin rinnastettavaa muuta ohjelmapalvelu, jollei siihen sisältyvää riskiä voida arvioida vähäiseksi. Tarkemmat kuvaukset ja ohjeistukset turvallisuussuunnitelman laadintaa on syytä tarkastaa [Tukesin verkkosivuilta](#).

**Muistilista:**

- kutsukirje, mikäli tarvitaan viisumi
- osallistujatiedot
- majoituksen, kuljetuksien ja ruokailujen järjestäminen
- varusteet
- vakuutukset
- turvallisuussuunnitelma
- sisäiset prosessit

Ennen varsinaisen ohjelman aloitusta palveluntuottaja järjestää osallistujille orientaation, jonka aikana käydään läpi tarkempi koulutusmatkailutuotteen sisältö, esitellään ohjaajat ja tutustutaan tarvittaessa turvallisuusohjeisiin (riippuen ohjelman sisällöstä). Orientaation aikana varmistetaan myös, että osallistujilla on ohjelman mukainen varustus, mikäli kyseessä on esimerkiksi seikkailu- ja luontopainotteinen leirikoulu.

Koulutusmatkailutuotteen ohjelmaa suunnitellessa on tärkeää miettiä aikataulutus huolella, jotta aikataulut pitävät eikä ohjelma veny liikaa. Palveluntuottajan tulee huomioida myös mahdolliset siirtymät aikataulua suunnitellessa. Muutoin palveluntuottaja järjestää ohjelman ennakkoon sovitun sisällön mukaisesti huomioiden kuitenkin tarvittaessa säätilan vaikutukset ohjelmaan ja sen aikatauluihin.

Toisinaan asiakkaat haluavat palveluntuottajan järjestämään ohjelmaan lisäpalveluita, kuten tulkkauksen tai majoituksen yövalvonnan. Palveluntuottaja sopii kuitenkin aina ennakkoon matkajärjestäjän / ostajan kanssa mahdollisista lisäpalveluista, joita ohjelmaan voi ostaa. Myös muiden palveluntarjoajien tuotteet (esim. huskysafarit) voidaan tarjota erikseen hankittavina lisäpalveluina osallistujille.

Osana koulutusmatkailutuotteen toteutusta on palveluntuottajan syytä miettiä myös tiedotusta ja markkinointia, jonka kohderyhmänä ovat niin paikalliset toimijat kuin myös potentiaaliset uudet asiakkaat. Tiedotusta tehdään sosiaalisessa mediassa, jonne lisätään kuvia ja tarinoita ohjelmasta. Näin saadaan välitettyä autenttista tietoa ja kokemuksia myös heille, jotka vielä miettivät osallistumista esimerkiksi leirikouluun. Sosiaalisen median lisäksi palveluntarjoaja voi lisätä näkyvyyttä ja kiinnostusta heidän toimintaansa kohtaan myös viestimällä toiminnasta paikallismedialle. Tämä voi olla keskeistä, mikäli toivotaan muiden toimijoiden innostuvan tämän kaltaisten tuotteiden toteuttamisesta. Palveluntuottajat tarvitsevat yhteistyökumppaneita esimerkiksi matkailun ja opetuksen toimialoilta. Lisäksi paikalliset urheiluseurat ovat hyviä yhteistyökumppaneita ohjelman toteuttamisessa.

**Muistilista:**

- orientaatio ohjelmaan
- turvallisuusohjeet
- aktiviteetit
- lisäpalvelut, esim. tulkkaus, vierailut yms.
- mediatiedotus koulutusmatkailun näkyvyyden lisäämiseksi, esimerkiksi organisaation verkkosivut, paikallismedia, somekanavat

## 8

### Ohjelman päättyessä

Ohjelman päättyessä osallistujille jaetaan todistukset ja kerätään palaute. Mahdollisuuksien mukaan asiakasta voi hyödyntää myös ohjelman jatkojalostamisessa ja kehittämistyössä. Parhaassa tapauksessa asiakkaan kanssa saadaan solmittua jatkosopimukset ja näin saadaan hyvä yhteistyö jatkumaan.

Asiakastyytyväisyys on mittari tuotteen onnistumista arvioidessa. Palaute käydään organisaatiossa sisäisesti läpi ja mietitään, mikä toimi ja mikä ei. Palautteessa on syytä huomioida myös ulkopuolisten palveluntarjoajien osuus kokonaisuuden onnistumisen näkökulmasta. Tärkeää on käydä palaute läpi ja tehdä sen pohjalta muutokset ohjelmaan. Lopullisten kustannusten varmistuttua tulee suorittaa myös tarkistuslaskenta, jonka avulla voidaan varmistaa tuotteen kannattavuus myös jatkoa ajatellen.

#### Muistilista:

- todistus
- palautteet ja arviointi
- jatkosopimukset ja jatkotuotteistaminen
- tarkistuslaskenta

## 9

### Jälkimarkkinointi ja suhteiden ylläpito

Jälkimarkkinointiin pätee samat asiat riippumatta siitä, onko kyseessä koulutusvienti vai koulutusmatkailutuote. Keskeistä on pysyä näkyvillä ja olla säännöllisesti yhteydessä asiakkaisiin. Tämän kautta saadaan tärkeää tietoa asiakkaiden tarpeista ja näin pystytään rakentamaan vetovoimaisia tuotteita markkinoille.