

METSÄSTYS- / KALASTUSMATKAILUN KEHITTÄMINEN

- Runsaasti erilaisia yritystoimintamahdollisuuksia
- Ei kuitenkaan ”joka matkailuyrittäjän” alaa
- Palveluiden kehittäminen, myyminen ja toteuttaminen vaatii korkeaa ammattitaitoa metsästys- ja kalastusosaamisessa, liiketaloudellista osaamista sekä kohtuullisia taloudellisia panostuksia.
- Yrityksen omat tieto/taito/taloudelliset resurssit sekä toiminta-alueen alue- ja riista/kalataloudelliset resurssit asettavat toiminnan rajat

Lähtökohtana metsästys- ja kalastusmatkailupalveluiden kehittämiseksi tulisi olla:

- Yrittäjän oma tietotaito, voimavarat, mahdollisuudet ym. resurssit
- Asiakaskohderyhmät ja niiden tarpeet
- Liiketaloudelliset näkökohdat
- Alueen riista- ja kalataloudelliset resurssit ja niiden kestävä kehitys

METSÄSTYS- JA KALASTUSMATKAILIJAT

- Vaativa asiakaskunta
- Ei välttämättä peruspalveluilta luksusta (majoitus, ateriapalvelut)
- Kaikki metsästyksen/ kalastukseen liittyvä tärkeää
- Vaatii yritykseltä monen asian huomioimista myös majoituksessa, ateriapalveluissa ym.
- Yksilöllinen ”tapauskohtainen” palvelu ns. ”räätälöinti”
- Päämotiivi matkalle yleensä metsästys ja/tai kalastus

VRT. MATKAILUKALASTAJAT / MATKAILUMETSÄSTÄJÄT

METSÄSTYS- JA KALASTUS MATKAILUN TUOTTEISTAMINEN

- MITÄ? KENELLE? MITEN?
- ” Hyvä matkailutuote on palvelu, joka täyttää asiakkaan tarpeet, odotukset ja ainakin osan toiveista” (Viherkoski 1998)
- Hyvä metsästys/ kalastusmatkailutuote on paikalliseen m&k-kulttuuriin ja paikallisen luonnon tarjoamiin mahdollisuuksiin perustuva palvelukokonaisuus, joka hyödyntää luontoa kestävän kehityksen mukaisesti ja jättää jälkeensä niin tyytyväisen asiakkaan kuin palvelun toteuttajankin.
- Yksinkertaisimmillaan pitää sisällään luvat ja opastuksen
- Mitä pidemmälle tuotteistettu, sen parempi
- Monipuoliset ja toimivat tuotteet lisäävät yrityksen vetovoimaaja saatavaa katetta
- Erityisesti kunnollinen tuotteistaminen ja paketointi kannattaa kahta tärkeää kohderyhmää silmällä pitäen: ULKOMAALAISET ASIAKKAAT JA YRITYSASIAKKAAT

HYVÄ METSÄSTYS- JA KALASTUSMATKAILUTUOTE

- On asiakaslähtöinen ja suunniteltu asiakkaan tarpeiden mukaan. Tuotteen yksityiskohtia voidaan hioa asiakkaan toiveiden mukaan.
- On aito ja selkeä toteutukseltaan sekä alueen m &k-kulttuurin mukainen.
- Toteutuksesta vastaavilla henkilöillä hyvät tiedot/taidot metsästyksestä/kalastuksesta, asiakaspalvelusta, alueista, paikallisesta luonnosta ja luonnossa liikkumisesta ja saaliinkäsittelystä jne. Lisäksi henkilöt omaavat riittävät ensiaputaidot ja tietävät miten toimia hätätilanteissa.
- Vetäjät persoonia ns. hyviä tyyppejä
- Tuote on useista osista (esim. majoitus, kalastus/metsästys, ruokailut, sauna, tarinat, iltaohjelmat, kuljetukset ym.) koostuva elämyksellinen kokonaisuus, jonka itseisarvo koostuu muistakin tekijöistä kuin metsästyksestä/kalastuksesta.
- Tuote on toimintavarma ja muunneltavissa tilanteiden mukaan
- Tuote ei lupaa liikaa (esim. saalistakuuta EI)
- Tuotteesta tulee selkeästi ilmi mitä se sisältää ja mihin hintaan, tuotteen kesto sekä saatavissa olevat lisäpalvelut ja niiden hinnat erikseen mainittuna
- Tuotteessa on huomioitu turvallisuus sekä ympäristönäkökohdat ja riista/kalakantojen kestävän kehityksen mukainen verotus
- TUOTE MYY ITSE ITSENSÄ

TUOTTEISTAMISEN HYÖDYT

- Selkeä tuote sisältöesittelyineen ja hintoineen antaa asiakkaalle selvemmän kuvan minkälaisesta palvelukokonaisuudesta on kyse. (esim. kuluttajansuoja)
- Tiedetään myös itse mitä myydään, kenelle ja mihin hintaan
- Palvelukokonaisuus on helpompi hinnoitella
- Tuotteen markkinointi ja jälleenmyynti helpompaa, erityisesti ulkomaat
- Tieto paketoitusta kokonaisuudesta leviää helpommin kuin erillisistä palveluista
- Kaikki käytännön seikat tulee huomioitua paremmin tuotekehitysprosessin ja paketoinnin yhteydessä
- Yhteistyö on voimaa