

Matkakin on tuote

– Jokaisessa tuotteessa pitää olla selvä punainen lanka, painottaa historiallisiin kohteisiin eri puolilla Suomea retkipaketteja kehittävä ja markkinoiva **Marjut Jokinen**.

Hän perusti Kartanomatkat Mäntsälään vuonna 2001. Matkailu on aina ollut kaupallisen koulutuksen saaneen Jokisen intohimo. Kipinän oman yrityksen perustamiseen hän sai oltuaan projektipäällikkönä EU:n matkailuprojektissa. Ensi töikseen hän ehdotti Mäntsälän kunnalle, että alueen kartanoista voisi tehdä matkailukohteita, jotka Kartanomatkat sitten tuotteisti. Nykyisin Kartanomattojen tarjonta ulottuu kartanokierroksista puutarhamatkoihin, kokous- ja virkistyspaketeista teatteri- ja konserttimatkoihin sekä kulttuurimatkoista matkoihin ”herroille”. Erilaisia ryhmämatkoja on paketoituna jo yli 150.

Tuotteen keksiminen ja kehittäminen ei Jokisen mielestä ole sinänsä vaikeaa. Haastavampaa on sen tuotteistaminen. Kuullessaan uudesta kohteesta hän menee paikan päälle ja miettii, mitä lisäelementtejä sen ympärille voisi kehit-



”Gustawa-rouva ja Haminan seurapiirit” on yksi Kartanomattojen teemaretkistä. Rooiopas johdattaa matkailijat 1800-luvun haminalaistunnelmiin.

tää. Usein tuotteistamisen pohjana on joku historian henkilö tai tapahtuma. Olenaista on myös saada paketista järkevä ja aikataulultaan toimiva.

– Mikään ryhmä ei jaksakaan käydä viidessä museossa tai kolmessa kirkossa saman päivän aikana! Lisäksi on etsittävä sopiva ruokapaikka ja kahvipaikka sekä pätevät oppaat. Lounasta on saatava järkevään aikaan, muuten saadaan aikaan vain vähäisiä asiakkaita!

Matkapakettia sorvattaessa monet pikuseikatkin ratkaisevat: bussilla pitää olla tilaa kääntyä ja aikataulu kaatuu helposti, jos ryhmässä on 50 henkeä ja ruokapaikassa vain kaksi vessaa.

Nimi houkuttaa ostamaan

Tuotteistaminen edellyttää myös erottuvaa nimeä. Kartanomattojen monista kier-

roksista löytyy mm. ”Taalintehtaan Musta Leski”, ”Tarinoiden saari” sekä ”Gustawa-rouva ja Haminan seurapiiri” tai ”Kolmen säädyn väkeä”. Myös ”Runebergin vierasna Porvoossa” on mahdollista pistäytyä.

Toimivat ja ajan tasalla olevat kotisivut ovat tärkeitä, ja tehokas hakukoneoptimointi parantaa näkyvyyttä. Marjut Jokinen kirjoittaa sivuilleen säännöllisesti matkakertomuksia, joista paikat, henkilönimet ja käsitteet tarttuvat usein hakukoneen haravaan.

– Matkapakettien tuotteistamisessa keskeistä on pysyä totuudessa. Olen aina ollut kiinnostunut historiasta ja luen siitä paljon. Se antaa hyvän pohjan. Mukaan voi sitten kyllä keksiä fiktiivisiä henkilöitä, mutta pohjalla on oltava vankka tieto siitä, miten ihmiset kyseiseen aikaan elivät, Marjut Jokinen painottaa. ■