

## Pähkinänkuoressa

AB - Matkakortti Oy on räätälöityjä elämysmatkoja pääasiassa Lapissa tarjoava yritys, joka toteuttaa kaikessa toiminnassaan luonnon mukaisia ja vihreitä arvoja.

AB - Matkakortti Oy:n perusideana on tarjota korkealuokkaisia ja yksilöllisiä elämyksiä asiakkailleen.

AB - Matkakortti Oy on pk-yritys, jossa työntekijöitä on alle kymmenen ja jonka liikevaihto on noin 670 000 euroa vuodessa.

Pääosa AB - Matkakortti Oy:n asiakkaista tulee valmiina ryhminä matkatoimistojen kautta. Yritys harjoittaa markkinointia pääasiassa vain matkatoimistoille ja yrityksille.

Tervetuloa tutustumaan AB - Matkakortti Oy:n toimintaan!

## Toiminta

AB - Matkakortti Oy järjestää retkiä pääasiassa Lapin alueella. Yrityksen toimintaideaan kuuluu toimintansa tehostaminen tietokoneiden ja tietoverkkojen kautta mahdollisimman paljon, jotta aikaa jäisi enemmän varsinaiseen toimintaan.

AB - Matkakortti Oy:n tuotteet muodostuvat erilaisten elämystoimintojen yhdistämisestä, jotka jakautuvat karkeasti kahteen osaan, lumettoman kauden ja lumellisen kauden toiminnot.

Lisäksi yhtiö tarjoaa muitakin elämysretkeilyyn liittyviä palveluja, jolloin erikoisosaaminen ostetaan yrityksen luomasta osaajaverkostosta.

### **lumeton kausi**

- koskenlasku
- melonta
- survival
- kiipeily
- vaellus
- sienestys
- marjastus
- metsästys
- kalastus
- sukellus
- purjehdus
- ratsastus

### **lumellinen kausi**

- retkiluistelu
- koiravaljakot
- hiihtovaellus
- pilkkiretki
- survival
- kiipeily
- metsästys
- laskettelu
- poroajelu
- hiihtoratsastus
- talvisukellus



## Asiakkaat

AB - Matkakortti Oy:n asiakkaat koostuvat pääasiassa valmiiksi kootuista kahden tyyppisistä ryhmistä. Vain poikkeustapauksessa AB - Matkakortti Oy järjestää avoimia retkiä, joihin se itse kokoaa osallistujat.

Yritysassiakkaista, jotka itse kokoavat sopivan kokoiset ryhmät sekä matkatoimistojen kokoamista ryhmistä.

Ryhmien koko on turvallisuuskohdista ja henkilökohtaisesta palvelusta johtuen keskimäärin vain 15 henkilöä. Kukin retki järjestetään aina räätälöidysti asiakkaan tarpeiden mukaan.

## Markkinointi

AB - Matkakortti Oy:n palveluita myyvät matkatoimistot ympäri Suomea, jotka veloittavat AB - Matkakortti Oy:ltä myymistään retkistään provision toteutuneen laskutuksen mukaan. Suurin osa (n.70 %) yrityksen asiakasryhmistä tulee matkatoimistojen välityksellä. Näistä asiakkaista lähes puolet on ulkomaalaisia, lähinnä EU-maista.

AB - Matkakortti Oy markkinoi omaa osaamistaan pääasiassa suoraan matkatoimistoille tai yrityksiin. Lisäksi yritys osallistuu kerran vuodessa järjestettäviin MATKA -messuihin.

AB - Matkakortti Oy panostaa markkinoinnissaan myös laatuun ja korkealuokkaisiin tuotteisiin sekä viimeisimpiin trendeihin. Yritys haluaa viestiä niin asiakkailleen kuin kumppaneilleen, että yritys elää seuraten jatkuvasti ajan tuulia.

## Talous

AB - Matkakortti Oy liikevaihto on noin 670 000 euroa vuodessa, josta 70 % kertyy lumettomalla kaudella. Matkatoimistojen kautta yrityksen liikevaihdosta tulee noin 415 000 euroa, josta noin 170 000 euroa kohdistuu ulkomaalaisille asiakkaille myydyistä palveluista.

AB - Matkakortti Oy:n tärkeimmät sidosryhmät ovat matkatoimistot, yhteistyökumppanit ja freelancerit, alueen kunnat, muu julkishallinto, rahoituslaitokset ja mediat. Yritys tiedottaa näille sidosryhmille jatkuvasti toimistaan ja pyrkii näin aktivoimaan suhteita ja saada sidosryhmät sitoutumaan toimintaansa.

Yrityksen toimintaa rajoittaa kahden oppaan rajallinen kyky toimia retkien oppaana. AB - Matkakortti Oy:n tulojen rajoitteet selviävät keskivertoretken tulojen rakenteesta.

retken hinta	300 €
henkilöitä	15
<b>€/retki</b>	<b>4.500 €</b>
kurssia/kk/opas	7
toiminta kuukaudet	10
<b>€/opas/vuosi</b>	<b>315.000 €</b>
oppaita	2
<b>tulot vuodessa</b>	<b>630.000 €</b>



## Organisaatio

Pienessä yrityksessä toimenkuvat ovat erittäin joustavia, mutta jokaiselle on jaettu omat vastuualueensa, joiden toiminnasta vastaa.

### Toimitusjohtaja Iiro Isoiiri

- Yritysjohdo
- Markkinointi
- Suhdetoiminta
- Asiakassuhteet
- Tuotekehitys

### Markkinointisihteeri Hanna Handel

- Tilaukset
- Varaukset
- Palveluiden osto
- Asiakasyhteydet
- Mainonta

### Toimistonhoitaja Tanja Tarkka

- Keskus
- Hallinto
- Laskutus
- Atk-tukitoiminnot
- Internet-palvelu

### Huoltomies Yrjö Jantunen

- Kaluston kunto
- Varusteet
- Kuljetukset
- Koirat

### Opas Ahti Melanen

- Vesillä/jäällä tapahtuvat retket
- Yhteydet osaajaverkoston
- Osaajaverkoston kehittäminen

### Opas Keijo Ketterä

- Survival, kiipeily, maalla tapahtuvat retket
- Yhteydet osaajaverkoston
- Osaajaverkoston kehittäminen



## CASE: uusi tuote

Yritys on kehittänyt uuden tuotteen, selviytymiskurssin, jonka perusideana on tulla toimeen pelkästään luonnonantimilla 5 vrk keskellä erämaata. Tuotteesta odotetaan seuraavan syyskauden myyntimenestystä, varsinkin Keski-Euroopassa.

Messut on varmin tapa saada viesti perille matkatoimistoille, joiden odotetaan satsaavan tuotteen myymiseen.

Matka-messut lähestyvät, jossa tuotteen täytyy olla julkistettavissa. Mutta uuden tuotteen saaminen siihen kuntoon, että se täyttää yrityksen ja asiakkaiden laatuvaatimukset, vaatii melkoisia ponnistuksia koko henkilökunnalta. Takana tulee olla itse tuotteen kehittämisen lisäksi ainakin seuraavat työvaiheet:

### Tiedotteiden laatiminen ja visualisointi yrityksen ilmettä vastaavaksi

#### Markkinointi/tiedotus

- kutsukirjeen tekeminen (yhteiskäyttö)
- tiedotteen tekeminen (tekstinkäsittely)
- esitteen valmistaminen (julkaisu ja kuvankäsittely)
- internet-sivujen päivitys (www-julkaisun hallinta)
- esittely-cd:n tuottaminen (digitaalinen viestintä)
- tietojen siirto tietoverkoissa (tietoliikenne)

#### Tuotteen hinnoittelu (taulukkolaskenta)

- kannattavuuslaskennat
- provisiot toimistoille

#### Arkistointi

#### Asiakasrekisterin täydennys ja sovittaminen (tietokannat)

#### Tilastoinnin valmistelut

#### Postituslistan laadinta

