



# 'HOW TO' OPAS



## Vastuullisuusviestintä Matkailussa

### 2021 Sustainable Travel -raportin mukaan

**83 % matkustajista pitää kestäviä vaihtoehtoja matkustaessaan välttämättöminä**  
**Vain 49 % uskoo, että näitä vaihtoehtoja on tarjolla riittävästi**  
**75 % majoituspalvelujen tarjoajista on ottanut käyttöön kestävän kehityksen käytäntöjä, vain kolmasosa ilmoittaa mitä he todella tekevät**

<https://www.sustainability.booking.com/post/booking-com-s-2021-sustainable-travel-report-affirms-potential-watershed-moment>

SUUNNITELMISTA PUHUMINEN EI OLE VIHERPESUA VAAN AVOIMUUTTA

JOS YRITYKSELLÄ ON ESIM. YMPÄRISTÖMYÖNTEISEMPI TUOTE, PALVELU TAI TOIMINTA (SERTIFIOITU)

VASTUULLINEN TYÖNANTAJAKUVA VOI AUTTAA KILPAILUSSA UUSISTA TYÖNTEKIJÖISTÄ

TEHOKAS VIESTINTÄ VASTAA KOHDERYHMIEN ODOTUKSIIN JA TARPEISIIN

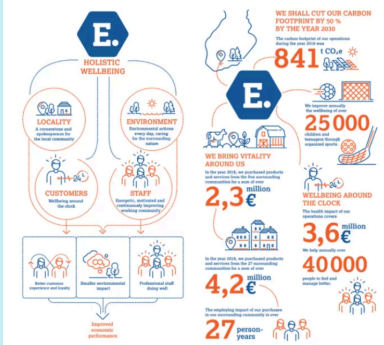
ENSIMMÄISESSÄ VAIHEESSA TÄRKEIN KOHDERYHMÄ ON OMA ORGANISAATIO, SISÄINEN TIEDOTTAMINEN

### Sisäinen viestintä

- Henkilöstö
  - Henkilöstön tiedot ja asenteet vaikuttavat yrityksen uskottavuuteen ja menestykseen
  - Sisäisen viestinnän tarkoituksena on motivoida, kouluttaa ja pitää henkilöstö ajan tasalla
  - Henkilöstöä kiinnostaa ensisijaisesti asioiden vaikutus omaan työkuvaan ja omat vaikutusmahdollisuudet yrityksen vastuullisuusasioihin
  - Tunnuksivat kertovat henkilöstölle työn tuloksista
- Omistajat / rahoittajat
  - Panostavat mielellään hyvin hoidettuun yritykseen
  - Tunnuksivat antavat tukea päätöksentekoon

### Ulkoinen viestintä

- Matkatoimistot ja matkanvälittäjät
  - Vastuullisuus yhä useammin edellytyksenä yhteistyölle
- Asiakkaat, kuluttajat:
  - Keskeinen ryhmä: asettavat paineita, joihin on vastattava.
  - Ostopäätökset tehdään yhä useammin myös vastuullisuuskriteereillä
- Tavarantoimittajat ja alihankkijat:
  - Kiinnostuneita heille asetettavista vastuullisuusvaatimuksista
  - Saattavat hakea myös kilpailuetua vastuullisuudesta
- Viranomaiset:
  - Vaikuttavat lainsäädännöllisiin rajoituksiin ja liiketoiminnallisiin mahdollisuuksiin
  - Tulevaisuudessa enemmän lainsäädäntöä koskien vastuullisuutta?
- Lähiympäristön asukkaat:
  - Ovat kiinnostuneita heihin kohdistuvista suorista ympäristövaikutuksista, kuten valo-, melu- tai hajuhaitoista
- Tiedotusvälineet:
  - Vaikuttavat yleiseen mielipiteeseen, ohjaavat ja johdattelevat keskustelua vastuullisuudesta



Erickilä Sport & Outdoor Resort kertoo vastuullisuusohjelmastaan infograafien.



### 5 tips to communicate sustainability effectively

Including sustainability in your marketing strategy is a delicate task. On the one hand you want to communicate your practices and results as you're proud of your performance. However, on the other hand you have to be careful about not overdoing it and be accused of greenwashing. The following tips to help you communicate sustainability effectively.



#### 1. Be transparent

In business communication, transparency means you are not keeping any secrets from your employees, customers and partners. Make it clear why and what you are doing, what you are planning to do in the future and how.



#### 2. De-fluff your message

It's a common practice in marketing; to fill articles, blog posts and even the website with fluff language. If you want to connect to your audience, you need to write clear, fluent and most importantly engaging messages. Tell your story as it is.



#### 3. Raise awareness

The 'why' is essential here. Explain why you feel sustainability is important and what your business does to contribute. More importantly, educate about the positive impact of your tours and excursions.



#### 4. Create appealing content

To make sure your message will engage your customers, you'll need to create appealing content. Talk about the positive side of sustainable tourism, the advantages for traveller, destination and wildlife. Be original and creative in presenting your story.



#### 5. Don't mention sustainability too often

Many companies are mentioning the word 'sustainability' in their marketing too often without fully understanding its meaning. The solution? Not simply mentioning you are working sustainably but explaining what this means for your business.

## KESTÄVYYDEN & VASTUULLISUUDEN TÄRKEYS

VASTUULLISUUS ON TODELLA TÄRKEÄ OSA MATKAILUA, TÄRKEYS KASVAA JATKUVASTI

VAIKKA ASIAKAS EI SITÄ OSAISI VIELÄ VAATIA, OLETUS ON TAUSTALLA JA OPERAATTORIT KESKITTYVÄT HELPOSTI LÖYDETTÄVIIN VASTUULLISIIN TUOTTEISIIN

KOMMUNIKOI LÄPINÄKYVÄSTI, MUTTA TARINALLISESTI – MUISTA AINA HENKILÖKOHTAISUUS!

ÄLÄ TOITOTA VASTUULLISUUTTA, KERRO HYVISTÄ TEOISTA KIVALLA TAVALLA, PILKE SILMÄKULMASSA :)

MUISTA ETTÄ MEILLE ITSESTÄÄN SELVÄT ASIAT OVAT OSA VASTUULLISUUTTA JA USEASTI AIVAN UPEA ELÄMYS VARSINKIN ULKOMAISILLE VIERAILLE

SIIS KERRO JA NÄYTÄ MITÄ JO TEETTE

JA AUTA MATKAILIJAA / OPERAATTORIA VALITSEMAAN

MYÖS VIERAIDEN KOMMUNIKOINTI VASTUULLISISTA TEOISTA ON KULLAN ARVOISTA!

Vastuullinen toiminta voi olla tärkeä kilpailuvalti:

- Houkuttelevampi työpaikka
- Uudet asiakassegmentit
- Imago
- Rahoittajat

Markkinoinnin tulee olla myös vastuullista ja harkittua:

- Hyvä huomioida, että kaikki eivät halua kohdata valistamista vaikkapa lomallaan
- Kohdennetaan sinne, missä saavutetaan hyötyä

## STF POLUN ASKELEET

1

### SITOUTUMINEN

LAADI KOKOUS PÖYTÄKIRJA  
KOKO YRITYKSEN  
SITOUTUMISESTA

2

### OSAAMISEN KASVATTAMINEN

E-OPAS, ITSEARVIOINTI,  
VALMENNUKSET

3

### KEHITTÄMIS- SUUNNITELMA

SOSIO-KULTTUURINEN,  
TALOUDELLINEN &  
EKOLOGINEN ULOTTUVUUS

4

### VIESTINTÄ

KIRJOITA LYHYT  
ENGLANNINKIELINEN OSIO  
NETTISIVUILLE

5

### SERTIFIOINTI

HANKI SERTIFIKAATTI  
TAI HAE EDELLÄKÄVIJÄNÄ

6

### TODENTAMINEN & MITATTAVUUS

KOLME 'HIGHLIGHTS' &  
TULEVAT INDIKAATTORIT

7

### SOPIMUS & SÄÄNNÖT

ALLEKIRJOITA SOPIMUS,  
HYVÄKSY SÄÄNNÖT JA LÄHETÄ  
ALOITUS SIVULTA