

TUOTEKORTTI 1/2

Tuotekortti kuvaa palvelun sisällön ja asiakkaan siitä saaman arvon. Se sisältää palvelun asiakaslupauksen ja palvelukonseptin sisällön.

TUOTEKORTTI ON SAMALLA TUOTTEEN MYYNTIVÄLINE JA TUOTESELOSTE.

Tuotekortti koostaa kaiken oleellisen tiedon tuotteesta yhteen paikkaan (myös laskutus- ja sopimustiedot) ja se sisältää oleellisen tiedon myynnin tueksi. Ulkoinen tuotekortti on asiakkaalle tarkoitettu esite tai tuoteseloste palvelusta ja siitä selviävät mm. tuotteen nimi ja ajankohta. Tuotekortti sisältää myös hinta- ja voimassaolotietoja sekä kuvauksen siitä, mitä matkan hintaan kuuluu.

TUOTTEEN KUVAUS

Pääotsikko / tuotteen nimi

Alaotsikko / tuotteen tarkennus

Tuotesisällön lyhyt kuvaus ”hissipuhe”

Saatavuus & toteutusajankohta

Kesto

YKSITYISKOHDAT

Henkilömäärä (min-max)

Ohjelmarunko / aikataulu

Toteutuspaikka & reitti

Rajoitukset / esteettömyys (liikkuminen, sää, erityisryhmät)

Tarvittavat varusteet (mitä asiakkaan huomioitava)

Majoituskuvaus & varustetaso (tilat, välineet, elektroniikka)

Lisätiedot (esim. onko opastusta)

HINNOITTELU

Perushinta ja myyjän yhteystiedot

Hinnat erityisryhmille (lapset, opiskelijat, eläkeläiset yms.)

Alennukset (esim. ryhmälennukset / early bird)

Tarkka kuvaus mitä perushinta sisältää?

Mahdolliset lisäpalvelut ja niiden hinnat

Ennakkovarausaikataulut (varaus viimeistään?)

TUOTEKORTTI 2/2

*Visit Finlandin laatutesterin löydät osoitteesta: http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2013/09/cf_laautesteri2013_vedos3.pdf ja kansainvälistymiskriteerit löydät osoitteesta: https://www.businessfinland.fi/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2019/vf_kansainvalistymisopas_2019.pdf

PERUSTELUT

Mitä erilaista tai kiinnostavaa kohde tarjoaa?

Mihin kysyntään tai tarpeisiin kohde vastaa?

Mitkä ovat edut ja hyödyt asiakkaalle?

Mikä on kohteen myyntivaltti (UPS, Unique Selling Point)?

Miksi asiakas valitsisi juuri tämän alueen tai kohteen?

SISÄLLÖLLISET ELEMENTIT

Suoraan hyödynnettävissä markkinointimateriaaleissa.

Mitä aistittavaa, opittavaa ja koettavaa kohteessa on?

Millainen mielikuva asiakkaalle on tarkoitus luoda?

Millainen tarina tukee tuotetta / palvelua?

Miltä palvelun halutaan näyttävän? (värit, kuvat, tyyli)

Muita huomioita?

LAATU

Millä (laatutesterin*) mittareilla toimintaa tarkastellaan?

Toimintatavat, tekniset vaatimukset, asiakashallinta?

Mitä parannettavaa tuotteessa on?

Millaisia riskejä tuote sisältää? Miten turvallisuus on huomioitu?

Miten ympäristöystävällisyys on huomioitu?

Täyttyvätkö Visit Finlandin kv. kriteerit tuotteen kohdalla?

Lähde: mukailen Soila Palviaisen / Aurana Oy:n kurssimateriaalit