



Finland
Convention Bureau

Yritystapahtumatutkimus



Yritystapahtumatutkimuksen taustaa

Talvi 2021-2022 sekä kesä 2022

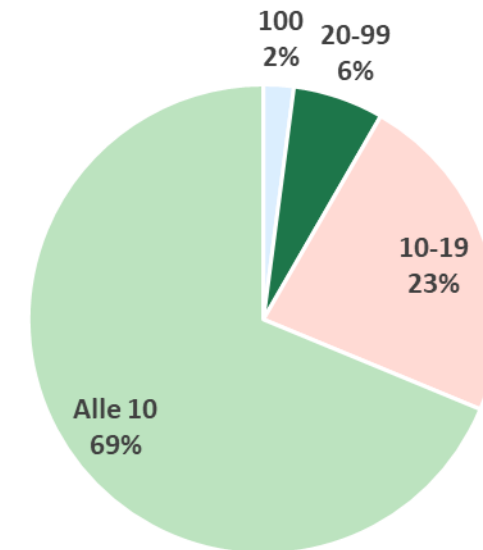
- Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää kansainvälisten yritystapahtumien lähtömaita, volyymia sekä kohteita Suomessa.
- Kansainvälisen yritystapahtuman kriteerit:
 - vähintään 10 osanottajaa
 - vähintään 50 % osanottajista muualta kuin Suomesta
 - kesto vähintään 4 tuntia (Suomessa olon minimiaika)
- Yritystapahtumatutkimukseen vastasi **48 yritystä**, joista valtaosa toimii pääkaupunkiseudulla.
- Kansainvälisille ryhmille järjestetyt **yritystapahtumat** toteutettiin useimmiten **pääkaupunkiseudulla**, kannustematkojen osalta myös jonkin verran **Lapissa**.

Yritystapahtumien määrä

Talvi 2021-2022 sekä kesä 2022

- Tutkimukseen osallistuneilla yrityksillä oli ollut yhteensä **419 kansainvälistä yritystapahtumaa talvikauden 2021-2022 ja kesän 2022 aikana.**
- Valtaosa yrityksistä oli järjestänyt **alle 10 kansainvälistä yritystapahtumaa** ja vain muutamilla yrityksillä niitä oli 20-100.

Yritystapahtumien määrä/yritys



Yritystapahtumien lähtömaat

Talvi 2021-2022 sekä kesä 2022

- Yritystapahtumia tehtiin eniten **monikansallisille ryhmille**.
- Markkinoista **Ruotsi** sekä **Saksa** mainittiin useimmin kuuluvan top 3 lähtömaan joukkoon.
- Noin 60 %:lla yrityksistä 3 tärkeintä markkinaa kattoi yli puolet yritystapahtumista.
- Top 3 lähtömaiden lisäksi mainintoja saivat erityisesti muut Pohjoismaat.

Vastaajien valinnat top 3 markkinan osalta:	Vastaaja-yritysten määrä	Yritystapahtumien määrä
Monikansalliset ryhmät	27	158
Ruotsi	14	58
Saksa	12	52
Benelux	6	33
Ranska	2	26
UK	5	16
USA	4	10
Puola	2	10
Kaakkois-Aasia	4	7
Italia	2	6
Espanja	2	2
Itävalta	1	2
Muut	7	39
Yhteensä		419

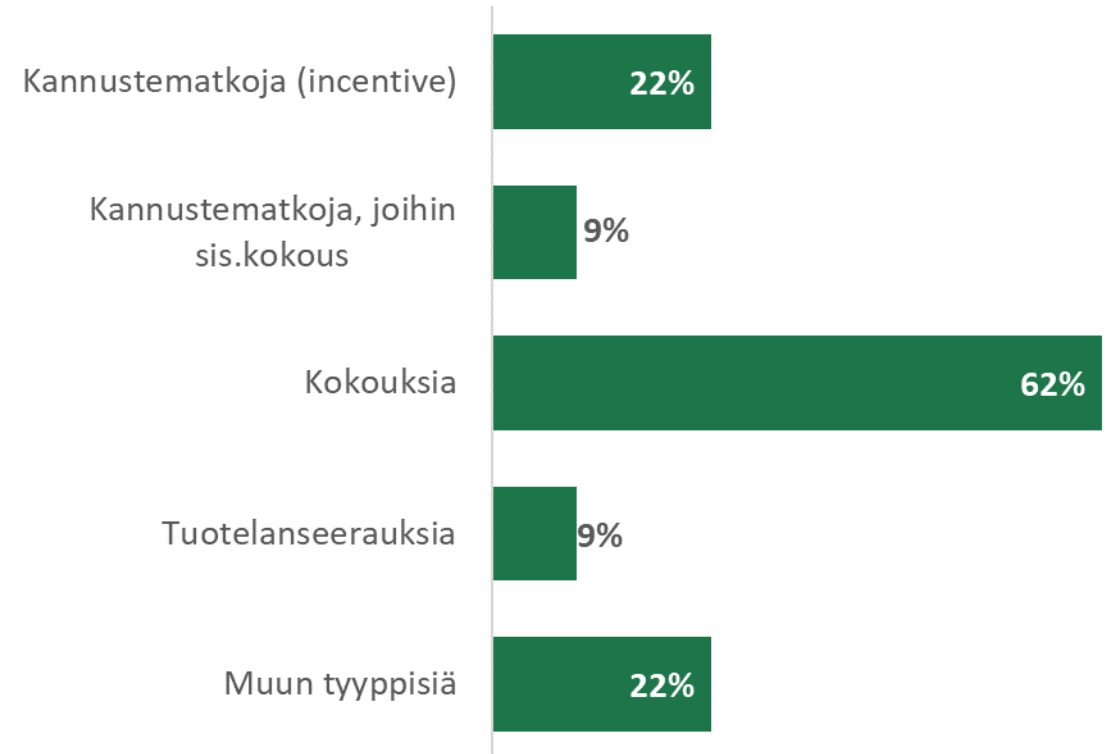


Yritystapahtumatyyppit

Talvi 2021-2022 sekä kesä 2022

- **Kannustematkoja** tekivät erityisesti Benelux-maista, Saksasta ja Kaakkois-Aasiasta saapuvat sekä monikansalliset ryhmät.
- **Kannustematkojen** kohteena korostuivat **Lappi talvella** sekä **eteläinen Suomi kesällä**.
- **Kokousmatkat** olivat yleisiä erityisesti monikansallisille, ruotsalaisille sekä saksalaisille ryhmille.
- **Kokousmatkat** suuntautuivat useimmiten **pääkaupunkiseudulle** sekä **muualle eteläiseen Suomeen**.
- **Muun tyyppisiin** yritystapahtumiin sisältyi mm. koulutus-, benchmarking-, kuvaus-, palkintomatkoja.

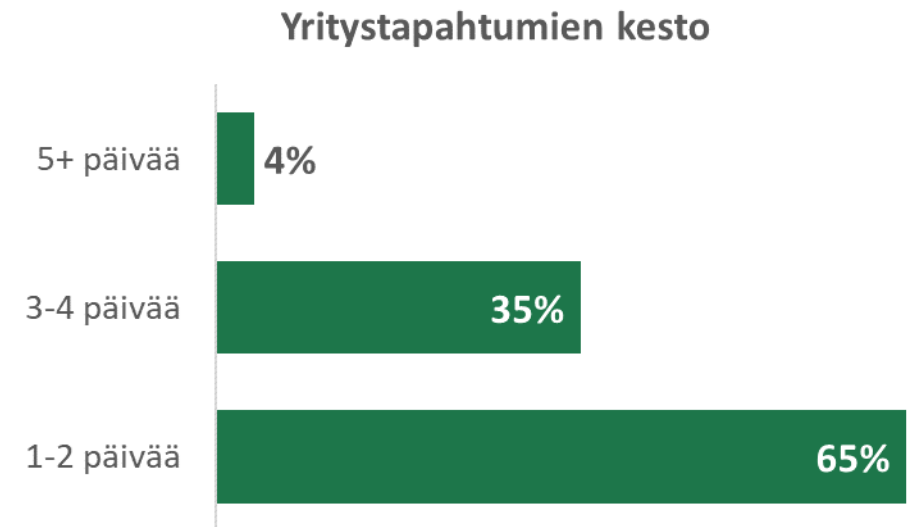
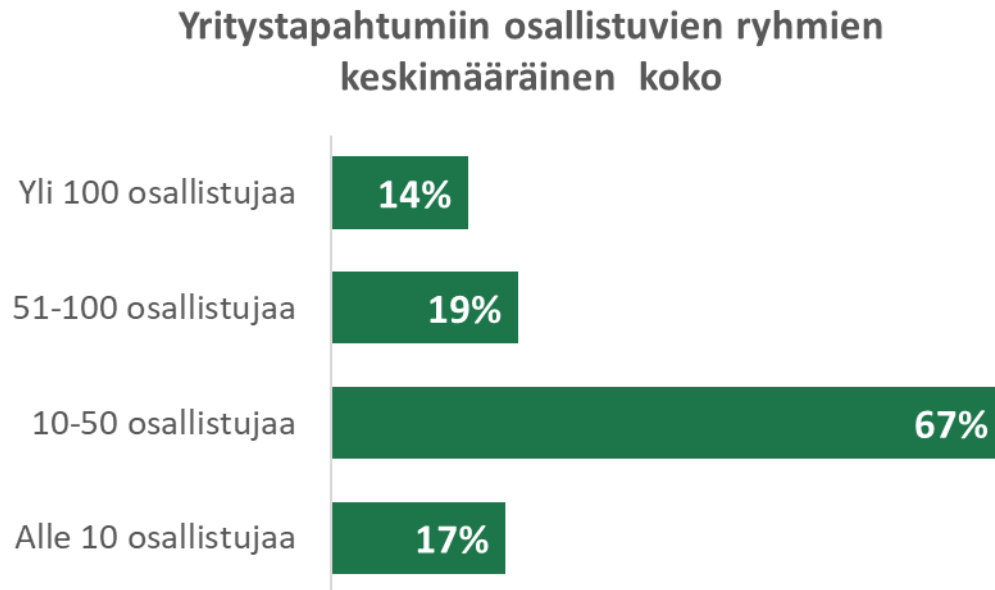
Yritystapahtumatyyppit



Ryhmän koko sekä yritystapahtuman kesto

Talvi 2021-2022 sekä kesä 2022

- Ryhmät koostuivat yleisimmin **10-50 osallistujasta**.
- **Lyhyet 1-2 päivän yritystapahtumat** olivat selvästi yleisimpiä ja ne olivat usein kokousmatkoja.
- Kestoltaan pidemmät yritystapahtumat olivat useimmiten **kannustematkoja** joko **Lappiin** tai **pääkaupunkiseudulle**.



Kysynnän muutokset pandemian jälkeen ja muuttuneessa maailmantilanteessa

Epävarmuus

Peruutus- ja siirtokulut

Varausehtojen joustavuus

Budjetti, hintataso

Tiukemmat budjetit

Kokonaiskustannukset

Varaussyklin lyhentyminen

Lyhyempi päätöksentekoprosessi, huonompi sitoutuminen

Varaukset tulee todella myöhään

Muuta

Helppous ja nopeus varaamisen suhteen tärkeitä

Tilavaatimukset

Väljää tilaa

Kokoustilan täytyy olla tilava ja henkilömäärään nähden suurempi

Saavutettavuus

Turvallisuus

Palvelutaso

Sisältö



Kuinka tärkeäksi asiakkaat kokevat vastuullisuuden?

Asiakkaat kysyvät enemmän vastuullisuusasioista ja ovat enemmän tietoisia niistä.

Asiakkaat arvostavat, että toimimme niin kuin lupaamme.

Kilpailutuksissa esiintyy mielenkiintoa vastuullisuutta kohtaan, mutta hinnoilla edelleen tärkeä rooli.

Suomen imago on vastuullisuusmielessä erittäin hyvä.

Tämä lisääntyy koko ajan etenkin nuorempien ostajien osalta. Valitsevat vastuullisia kohteita ja toimijoita ja vastuullisuus mainitaan hakukriteerinä.

Vastuullisuus tulee esille tarjousvaiheessa jolloin asiakas pyytää kertomaan konkreettisten vastuullisuustekojen toteuttamisesta sekä esittää omia toiveitaan niiden osalta.

Koetaan tärkeäksi. Liittyy majoitus- ja ruokakäytäntöön sekä kuljetusten minimointiin.

Vastuullisuus tärkeää, käydään läpi vastuullisuuteen liittyviä asioita tarjousvaiheessa, kuten ruokailut.

Vastuullisuus ja tämän tuoma tuoteturvallisuus matkailupalvelussa on erittäin merkittävä kannuste suositteluun Suomea muillekin matkailijoille.

Myös tapahtumista johtuvat päästöt halutaan kompensoida monilla eri tavoilla (esim. puiden istutukset).