

Tekoälywebinaari:

Tekoäly räätälöityjen matkaohjelmien ja -suunnitelmien toteutuksessa

31.10.2024 Visit Finland

Ville Niemijärvi
Flowhouse Oy / Niemijärvi Oy
<https://flowhouse.fi>
p. 050 326 4989



Sisältö

- Miksi personoitu viestintä ja räätälöity tarjonta on tärkeää?
- Analysoidaan asiakastietoja ja muodostetaan asiakassegmenttejä/-ryhmiä
- Luodaan asiakkaille räätälöityä viestintään valmiille asiakasryhmille
- Tarjotaan asiakkaille räätälöityjä matkaohjelmia ja suosituksia



flowhouse

verso vision

NIEMIJARVI.FI

Ville Niemijärvi,

- 22 vuotta johdon konsulttina tiedolla johtamisen parissa
- Tekoäly, koneoppimisen ja tiedolla johtamisen kouluttaja, jolla on takana +100 toteutusprojektia
- Matkailumarkkinoinnin asiantuntijatalo Flowhousen hallituksessa. Matkailun tiedolla johtamisen asiantuntija
- Visit Finland Akatemian kouluttaja (AI + tiedolla johtaminen)

<https://flowhouse.fi>



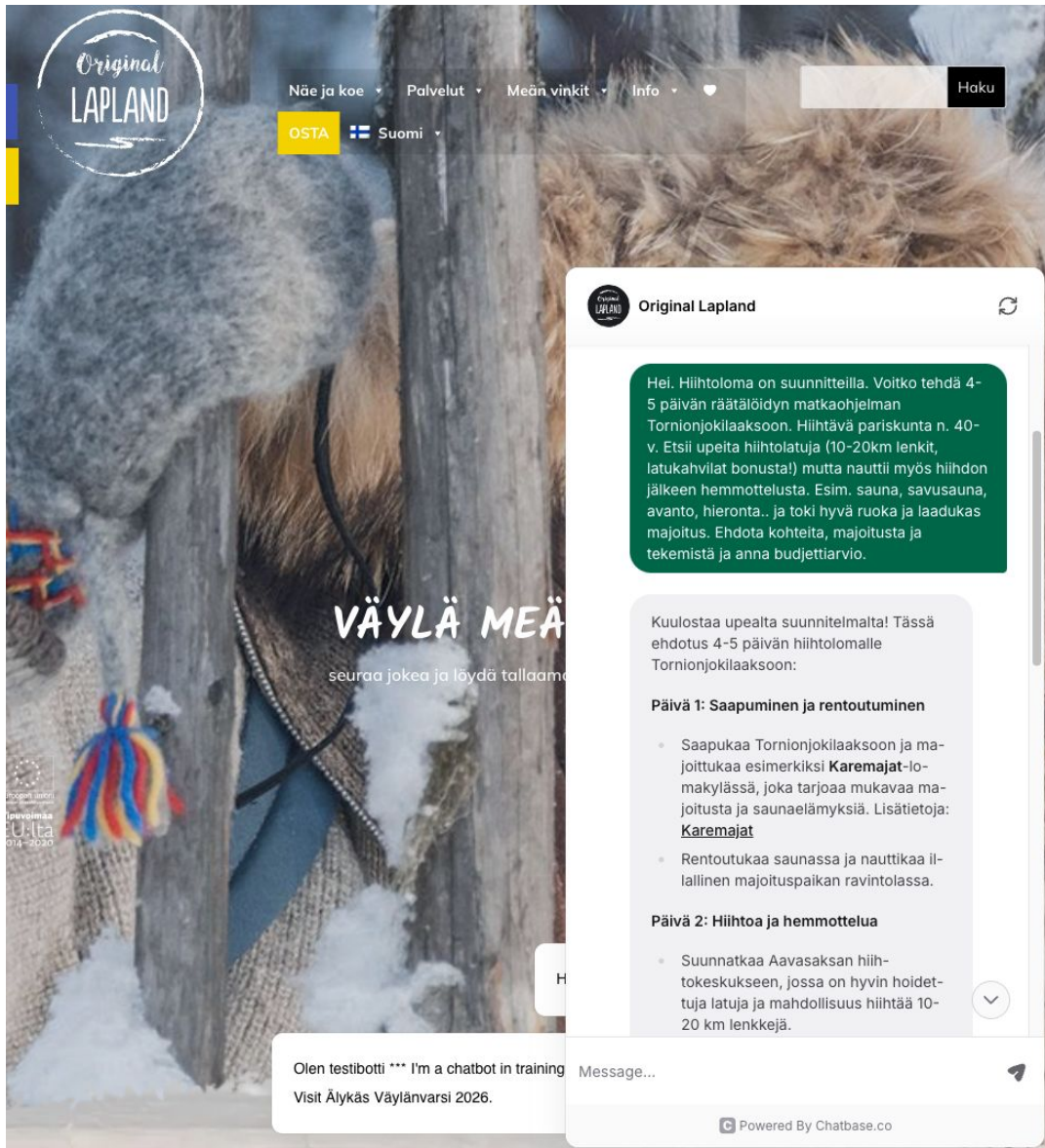
ville.niemijarvi@flowhouse.fi / ville.niemijarvi@gmail.com



<https://www.linkedin.com/in/villeniemi.jarvi/>



Esimerkki mitä tullaan tekemään



Käy testaamassa Original Laplandin bottia ja pyydä vaikka räätälöityjä suosituksia juuri sinulle:


<https://originallapland.com/>

Komento

Hei. Hiihtoloma on suunnitteilla. Voitko tehdä 4-5 päivän räätälöidyn matkaohjelman Tornionjokilaaksoon. Hiihtävä pariskunta n. 40-v. Etsii upeita hiihtolatuja (10-20km lenkit, latukahvilat bonusta!) mutta nauttii myös hiihdon jälkeen hemmottelusta. Esim. sauna, savusauna, avanto, hieronta.. ja toki hyvä ruoka ja laadukas majoitus.

Esimerkki mitä tullaan tekemään

Hei. Hiihtoloma on suunnitteilla. Voitko tehdä 4-5 päivän räätälöidyn matkaohjelman Tornionjokilaaksoon. Hiihtävä pariskunta n. 40-v. Etsii upeita hiihtolatuja (10-20km lenkit, latukahvilat bonusta!) mutta nauttii myös hiihdon jälkeen hemmottelusta. Esim. sauna, savusauna, avanto, hieronta.. ja toki hyvä ruoka ja laadukas majoitus. Ehdota kohteita, majoitusta ja tekemistä ja anna budjettiä.



Original Lapland

Kuulostaa upealta suunnitelmalta! Tässä ehdotus 4-5 päivän hiihtolomalle Tornionjokilaaksoon:

Päivä 1: Saapuminen ja rentoutuminen

- Saapukaa Tornionjokilaaksoon ja majoitukaa esimerkiksi **Karemajat**-lomakylässä, joka tarjoaa mukavaa majoitusta ja saunaelämyksiä. Lisätietoja: [Karemajat](#)
- Rentoutukaa saunassa ja nauttikaa illallinen majoituspaikan ravintolassa.

Päivä 2: Hiihtoa ja hemmottelua

- Suunnatkaa Aavasaksan hiihtokeskukseen, jossa on hyvin hoidettuja latuja ja mahdollisuus hiihtää 10-20 km lenkkejä.
- Päivän päätteeksi hemmottelua savusaunassa ja avantouintia, joita löytyy useista majoituskohteista.

Päivä 3: Hiihtoa ja kulttuuria

- Hiihtäkää Ylitornion alueella, jossa on monipuolisia latuja ja kauniita maisemia. Latukahviloita voi löytyä reitin varrelta.
- Iltapäivällä tutustukaa paikalliseen kulttuuriin ja historiaan esimerkiksi Aineen taide-museossa Torniossa.

Esimerkki mitä tullaan tekemään

Voitko suositella vielä noille muillekin päville majoitusta vai oltaisiinko Karemajassa joka yö?

Entä onko tarkempaa tietoa hiihtolenkeistä ja reiteistä? Tai jotain sivua missä niihin voi tutustua?

Esim. Tornionjoen jäällä hiihtäminen kiinnostaa mutta olisi kiva tietää vähän tarkemmin mistä sinne kannattaa mennä.

- **Hotel Kievari Ylitornio:** Tämä hotelli tarjoaa mukavaa majoitusta ja ravintolapalveluita Ylitornion keskustassa. Lisätietoja: [Hotel Kievari](#)
- **Loma-Vietonen:** Idyllinen lomakylä Vietosen järven rannalla Ylitornion kunnassa tarjoaa mökkejä ja aittamajoitusta. Lisätietoja: [Loma-Vietonen](#)

Hiihtoreitit ja latutiedot:

- Tornionjoen jäällä hiihtäminen on upea kokemus! Yksi hyvä paikka aloittaa on Ylitornion alue, jossa on usein vedetty latuja joen jäälle. Kannattaa tarkistaa ajankohtaiset latutiedot Ylitornion kunnan sivuilta: [Ylitornion latutiedot](#)
- Pellon alueella on myös hyviä hiihtoreittejä, ja latutiedot löytyvät Pellon kunnan sivuilta: [Pellon latutiedot](#)

Näiltä sivuilta löydät tarkempaa tietoa reiteistä, latujen kunnosta ja mahdollisista latukahviloista. Toivottavasti näistä vinkeistä on apua! Tarvitsetko vielä lisätietoja tai apua suunnittelussa? Solekko kysyä!



Esimerkki mitä tullaan tekemään

The image shows a screenshot of the Haltia Lake Lodge website. The top navigation bar includes 'Hotelli', 'Glamping', 'Bistro', 'Sauna', 'Kokous', 'VARAA MAJOITUS', and 'OSTA LAHIAKSI'. The main banner features a photograph of the lodge building with the text: 'Koe elämyksellinen luonnonhuippumajoitus. Vain 35 km Helsingin keskustasta tai le...'. A green button labeled 'VARAA MAJOITUS' is positioned below the banner. At the bottom left, there is a testimonial: 'Yhdistä lomaasi pala suomalaisen luonnon idylliä. Ota tauko kaupunkielämän sykkeestä ja nauti hetki rikkumattoman luonnon rauhasta Haltia Lake Lodgessa. Koe Suomen luonnon...'. A chatbot window is overlaid on the right side of the page, titled 'Haltia Lake Lodge'. It contains a green message box with a testimonial, a grey message box with details about a winter package, and a list of room options. A text box at the bottom right of the chatbot window contains the text: 'Käy testaamassa ja kysy vaikka suosituksia Nuuksioon <https://haltialakelodge.com/>'. The chatbot interface also shows a 'Message...' input field and a 'Powered By Chatbas' logo.

HALTIA LAKE LODGE

Hotelli Glamping Bistro Sauna Kokous VARAA MAJOITUS OSTA LAHIAKSI

Koe elämyksellinen luonnonhuippumajoitus. Vain 35 km Helsingin keskustasta tai le...

VARAA MAJOITUS

Yhdistä lomaasi pala suomalaisen luonnon idylliä.

Ota tauko kaupunkielämän sykkeestä ja nauti hetki rikkumattoman luonnon rauhasta Haltia Lake Lodgessa. Koe Suomen luonnon...

2023 Travelers Choice

Haltia Lake Lodge

Message...

Powered By Chatbas

Käy testaamassa ja kysy vaikka suosituksia Nuuksioon <https://haltialakelodge.com/>

Personoitu viestintä ja tarjonta lisää myyntiä

- Asiakaskeskeinen ja yksilöllinen viestintä sitouttaa ja nostaa asiakastyytyväisyyttä.
- Personoitu tarjonta lisää myyntiä

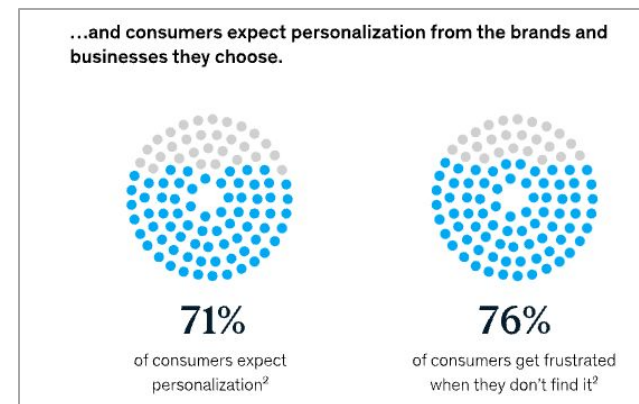
Epsilon® Products & Services ▾ Industries ▾ Case Studies Insights ▾

PRESSROOM

New Epsilon research indicates 80% of consumers are more likely to make a purchase when brands offer personalized experiences

January 9, 2018

<https://www.epsilon.com/us/about-us/pressroom/new-epsilon-research-indicates-80-of-consumers-are-more-likely-to-make-a-purchase-when-brands-offer-personalized-experiences>



<https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/the-value-of-getting-personalization-right-or-wrong-is-multiplying>

Marketing's Holy Grail: Digital personalization at scale

November 18, 2016 | Article

By Brian Gregg, Hussein Kalaoui, Joel Maynes, and Gustavo Schuler

Personalization drives growth. But to scale it, companies need to do four things.

<https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/marketing-s-holy-grail-digital-personalization-at-scale>

Massaviestintä voi jopa karkottaa asiakkaat

- Kohdistamaton, vastaanottajalle epärelevantti viestintä tuntuu roskapostilta → parempi esimerkiksi perua uutiskirje
- Joskus massamainonta karkottaa asiakkaat (vrt. lihamainos kasvissyöjälle)
- Trendinä **mikrosegmentointi** → tarjotaan asiakkaille yhä tarkemmin räätälöityjä palveluja, viestintää ja mainontaa. Perustuen heidän käyttäytymiseen/tarpeisiin/kiinnostuksen kohteisiin

Ei ole kahta samanlaista Netflixin etusivua

The image shows a screenshot of the Netflix homepage interface. At the top, the Netflix logo is on the left, and navigation links for 'Etusivu', 'Sarjat', 'Elokuvat', 'Uutta ja suosittua', 'Oma lista', and 'Selaa kielen mukaan' are in the center. On the right, there are search, 'Lapset', and user profile icons. Below the navigation, the 'Sarjat' (Series) section is active, with a 'Lajityypit' (Genres) dropdown menu. The main content is organized into four rows of series recommendations:

- Kriitikoiden ylistämät draamasarjat** (Critics' Picks Drama Series): Includes 'HOUSE', 'ORANGE IS THE NEW BLACK', 'DEXTER', 'THE GENTLEMEN', 'MAD MEN', and 'Breaking Bad'.
- Tuttuja suosikkisarjoja** (Familiar Favorite Series): Includes 'THE ROOKIE', 'GOSSIP GIRL', 'PAKO', 'GOOD GIRLS', 'RESIDENT', and 'BETTER CALL SAUL'.
- Päivän parhaat sinulle** (Today's Best for You): Includes 'GEEK GIRL', 'MONSTER HIGH', 'the Big Show show', 'FULLER HOUSE', 'KOOTTAVAT SEIKKAILUT', and 'ERIN & AARON'.
- Omaan hemmotteluhetkeen** (For Your Favorite Moment): Includes 'HEARTSTOPPER' (marked 'Uusi kausi'), 'Isosti elossa', 'XO, Kitty', 'COUNTRY COMFORT', 'headspace Mielenrauhaa' (marked '* Interaktiivinen'), and 'MUOTI MUSIKSI'.

Kohdennettu sisältö koukuttaa asiakkaat - siksi siihen panostetaan

Researchers Solve Netflix Challenge, Win \$1 Million Prize

BY RICK WHITING ▶

A team of researchers Monday won a \$1 million prize for developing a formula that improves the accuracy of the Netflix movie recommendation **algorithm** " beating another team by just 20 minutes.

In October 2006 Netflix offered the \$1 million prize to anyone who could improve its recommendation algorithm by 10 percent. The challenge proved to be a complex problem in statistical analysis and predictive modeling applied to a data set of 100 million movie ratings.

◆ Netflix doesn't publicly disclose the exact amount spent on its recommendation algorithm. However, it's clear that they invest heavily in research and development, data science teams, and infrastructure to maintain and improve this complex system.

Some estimates suggest that Netflix spends around \$1 billion annually on its recommendation system. This includes costs related to:

- **Research and Development:** Developing new algorithms, machine learning models, and AI techniques. ▾
- **Data Scientists and Engineers:** Salaries and benefits for the team working on the algorithm.
- **Infrastructure:** Maintaining the computing power and storage required to process massive amounts of data. ▾
- **A/B Testing:** Continuously testing and refining the algorithm. ▾

Eri asiakasryhmillä on erilaiset tarpeet, kysymykset ja päätöksenteko

- **Asiakasegmentti:** hiihtäjä
- **Kysymyksiä matkakohdetta päätettäessä**
 - Onko majoituksessa kuivauskaappi?
 - Onko suksille säilytystilaa?
 - Onko suksien huoltopistettä / voitelua saatavilla?
 - Latuprofiilit: kuinka paljon helppoja / vaativia latuja, sopiiko lapsille / ikääntyneille?
Kuinka leveä baana. Onko pertsaa ja vapaata?
 - Onko koiralatuja
 - Hiihtoreitit: mitä reittejä löytyy, kuinka pitkiä, latukartat
 - Latukahvilat: missä sijaitsevat, millä reitillä, tarjonta



Eri asiakasryhmillä on erilaiset tarpeet, kysymykset ja päätöksenteko

- **Asiakasegmentti:** kalastusmatkailija
- **Kysymyksiä matkakohdetta päätettäessä**
 - Mitä kalaa mistäkin lähivesistä saa? Parhaat ajat?
 - Lähialueen erä-/ kalastusoppaiden yhteystiedot
 - Onko perkauspaikkaa?
 - Onko majoituksessa pakastin ja kuinka iso?
 - Onko mahdollisia kalastuskieltoalueita ja -aikoja?
 - Onko venettä? Mistä voi vuokrata veneen?
 - Lupa-asiat, missä hoidetaan ja mitä tarvitaan?
 - Lähilaavut, grillauspaikat
 - Onko loimutuslautaa tai savustuspönttöä?

→ Onko teidän yrityksellä / alueorganisaatiolla vastaukset näihin saatavilla 24/7 ja eri kielillä?



Personointi on yrityksen tarjonnan ja asiakastarpeen kohtaamista



Yrityksen / alueen palvelutarjonta

Ravintolat, majoitukset, palvelut, aktiviteetit, tapahtumat



Asiakasprofiili / -tarve

Perustuen joko valmiisiin segmentteihin, tekoälyn analysoimaan dataan tai kysytään asiakkaalta



Luova tekoäly

Yhdistää asiakastarpeen ja yrityksen/alueen palvelutarjonnan ja muodostaa räätälöidyn ehdotuksen



Personoitu viestintä / palvelutarjonta (esim. matkasuositus)

Missä voit hyödyntää personointia?



Yrityksen / alueen palvelutarjonta
Ravintolat, majoitukset, palvelut, aktiviteetit, tapahtumat



Asiakasprofiili / -tarve
Perustuen joko valmiisiin segmentteihin, tekoälyn analysoimaan dataan tai kysytään asiakkaalta



Luova tekoäly
Yhdistää asiakastarpeen ja yrityksen/alueen palvelutarjonnan ja muodostaa räätälöidyn ehdotuksen

Uutiskirje, sähköpostimarkkinointi, tervetuloviestit



mailchimp

HubSpot

Missä voit hyödyntää personointia?



Yrityksen / alueen palvelutarjonta

Ravintolat, majoitukset, palvelut, aktiviteetit, tapahtumat



Asiakasprofiili / -tarve

Perustuen joko valmiisiin segmentteihin, tekoälyn analysoimaan dataan tai kysytään asiakkaalta



Luova tekoäly

Yhdistää asiakastarpeen ja yrityksen/alueen palvelutarjonnan ja muodostaa räätälöidyn ehdotuksen

Tekstiviestit



Missä voit hyödyntää personointia?



Yrityksen / alueen palvelutarjonta

Ravintolat, majoitukset, palvelut, aktiviteetit, tapahtumat



Asiakasprofiili / -tarve

Perustuen joko valmiisiin segmentteihin, tekoälyn analysoimaan dataan tai kysytään asiakkaalta



Luova tekoäly

Yhdistää asiakastarpeen ja yrityksen/alueen palvelutarjonnan ja muodostaa räätälöidyn ehdotuksen

Verkkosivut



Missä voit hyödyntää personointia?



Yrityksen / alueen palvelutarjonta

Ravintolat, majoitukset, palvelut, aktiviteetit, tapahtumat



Asiakasprofiili / -tarve

Perustuen joko valmiisiin segmentteihin, tekoälyn analysoimaan dataan tai kysytään asiakkaalta



Luova tekoäly

Yhdistää asiakastarpeen ja yrityksen/alueen palvelutarjonnan ja muodostaa räätälöidyn ehdotuksen

Somemainos

Instagram

Missä kanavissa / asiakaskohtaamisissa voit hyödyntää räätälöintiä ja personointia?

- Sähköpostimarkkinointi ja -viestintä
- Somemainos tai julkaisu
- Uutiskirjeen luominen (esim. Mailchimp)
- Tarjouksen tekeminen
- Printatut ohjeet ja matkaideat kohteessa (vrt. kansio majoituskohteessa)
- Verkkosivujen sisällön personointi (vrt. Netflix, Spotify tai uutismediat)
- Personoidut tekstiviestit ennen matkaa ja matkan aikana (esim. Twilio)
- Jälkimarkkinointi ja asiakaspalautteen kerääminen

Harjoitus 1: Räättälöity matkaohjelma valmiille asiakassegmentille

Komento:

Luo räätälöity marraskuun viikonloppuohjelma Helsinkiin hipsterihenkiselle 40-v. pariskunnalle joka haluaa nauttia kulttuurista, kiertää laadukkaita kirppareita, nauttia hyvää ruokaa ja kokea jonkun erikoisen liikuntakokemuksen. Illalla voisi nauttia lasillisen tai pari.

Luo räätälöity marraskuun viikonloppuohjelma Helsinkiin hipsterihenkiselle 40-v. pariskunnalle joka haluaa nauttia kulttuurista, kiertää laadukkaita kirppareita, nauttia hyvää ruokaa ja kokea jonkun erikoisen liikuntakokemuksen. Illalla voisi nauttia lasillisen tai pari.




Kuulostaa siltä, että haluatte täyteen pakatun ja monipuolisen viikonloppuelämyksen Helsingissä! Tässä hipsterihenkisen ohjelmaversion, joka tarjoaa kulttuuria, vintage-löytöjä, makuelämyksiä, erikoisen liikuntakokemuksen ja mukavan illanvieton.

Perjantai: Saapuminen ja kulttuuria

Iltapäivä / alkuilt:

- Check-in:** Majoittautukaa johonkin trendikkääseen boutique-hotelliin, esimerkiksi **Hotel St. Georgeen** tai **Hotel F6**, jotka tarjoavat tyylikkään ympäristön ja rennon tunnelman.
- Vieraile Amos Rexissä:** Tämä taidemuseo yhdistää modernia ja perinteistä taidetta. Syksyllä museossa on usein kiinnostavia näyttelyitä, ja lisäksi tilojen arkkitehtuuri on jo itsessään elämys.

Ilta: 3. **Illallinen Kuurna-ravintolassa:** Tässä pieni ja tunnelmallinen bistro Kruununhaassa tarjoaa sesongin parhaita raaka-aineita klassisella twistillä. Muista varata pöytä ajoissa. 4. **Cocktailit Trillby & Chadwick -speakeasyssä:** Tämä salakapakkamainen baari on täydellinen illanviettopaikka. Muista, että sisäänkäynti on  maamaton – etsiminen on osa kokemusta.

Harjoitus 2: Hienosäädetään tarpeita ja katsotaan miten suositukset muuttuvat

Komento:

Hotelli on vähän kallis meidän budjettiin. Voitko suositella jotain edullisempaa. Pariskunta on vegaani joten voitko suositella kasvisravintoloita.

Pariskunta on vegaani. Tee ravintolasuosituksesi sen mukaan.
Liikunta voisi olla jotain jossa tulee hiki tai extreme



Tässä päivitetty ohjelma, jossa kaikki ravintolasuosituksesi ja aktiviteetit on valittu vegaanipariskunnan toiveet ja liikunnallisempi elämäys huomioiden:

Perjantai: Saapuminen ja kulttuuria

Iltapäivä / alkuiltä:

1. **Check-in:** Suositellaan yöpymistä esimerkiksi **Hotel St. Georgessa**, jossa Wintergardenin aamiainen tarjoaa vegaanisia vaihtoehtoja, tai **Noli Studios Katajanokassa**, jossa on oma keittiöhuoneisto ja kuntosali.
2. **Amos Rexin taidemuseo:** Amos Rex tarjoaa jatkuvasti mielenkiintoisia näyttelyitä ja interaktiivisia teoksia. Museo on visuaalinen elämys, ja siellä on usein modernia ja kokeilevaa taidetta, joka saattaa yllättää ja inspiroida.

Ilta: 3. **Vegaaninen illallinen: Restaurant Yes Yes Yes** on trendikäs kasvisravintola Iso-Roobertinkadulla. Paikka tarjoaa laajan valikoiman vegaanisia annoksia ja tapaksia, joissa on moderni ja herkullinen makumaailma. 4. **Cocktailit Trillby & Chadwick -speakeasyssä:** Tämän salakapakan tunnelma ja uniikit drinkit tekevät illanvietosta erityisen. (Muista, että paikkaan ei ole näkyvää kylttiä – löytämisprosessi kuuluu kokemukseen.)



Harjoitus 3: Yrityksen asiakassegmenteille räätälöity Instagram-mainos

Mitä tarjotaan: Yrityksen palvelukuvaus (voidaan ladata myös tiedostosta tai lukea netistä)

Komento:

Haltia Lake Lodge on Nuuksion kansallispuistossa sijaitseva luontohotelli joka tarjoaa majoitusta, luontoelämyksiä, glamping-luksusteltoja, ravintolan, saunan ja kokoustilat. Tee räätälöity Instagram-mainos kahdelle asiakassegmentille: a.) Eräretkeilijä-nautiskelija. Haluaa olla lähellä luontoa, seikkailla, teltailla mutta iltaisin nauttia esim. saunan ja hyvän ruuan parissa b.) City-metsäilijä. Haluaa yhdistää lomaan Helsingin palvelutarjonnan ja yöpymisen kansallispuistossa.

Kenelle eli asiakasprofiilit / -segmentit

Mitä halutaan tuloksena / mihin kanavaan



Haltia Lake Lodge on Nuuksion kansallispuistossa sijaitseva luontohotelli joka tarjoaa majoitusta, luontoelämyksiä, glamping-luksusteltoja, ravintolan, saunan ja kokoustilat.

Tee räätälöity Instagram-mainos kahdelle asiakassegmentille:

- a.) Eräretkeilijä-nautiskelija. Haluaa olla lähellä luontoa, seikkailla, teltailla mutta iltaisin nauttia esim. saunan ja hyvän ruuan parissa
- b.) City-metsäilijä. Haluaa yhdistää lomaan Helsingin palvelutarjonnan ja yöpymisen kansallispuistossa.

a.) Eräretkeilijä-nautiskelija

Kuvateksti:

🌲 Seikkailuja luonnossa, mutta mukavuudesta tinkimättä 🌲

Haltia Lake Lodge tarjoaa täydellisen yhdistelmän luonnon rauhaa ja luksusta. Päivisin voit vaeltaa Nuuksion upeissa maisemissa, tutustua kansallispuiston salaisuuksiin ja yöpyä glamping-teltassamme aivan tähtien alla.

Ja kun ilta koittaa? Lämmin sauna ja lähiruokaan keskittyvä illallinen odottavat sinua Lodge-ravintolassamme! 🔥🍷🍴

Astu sisään erämaan ja luksuksen maailmaan – varaa oma elämyksesi nyt!

Kuvitusidea:

Kuva, jossa yhdistyvät glamping-teltan sisustus (luksuspatjat, tunnelmavalistus) ja ympäröivä metsä. Toinen kuva saunasta tai herkullisesta ravintolaillallisesta luonnon keskellä. Kuvakaruselli voi sisältää kuvia retkeilyvälineistä ja poluista, joilla asiakkaat voivat seikkailla.

Hashtagit:

#luontoelämys #haltialakelodge #glampingfinland #erämaassa #saunassa #vaellusfi #nautiskelija

Miten tunnistaa eri asiakassegmentit asiakasdatasta?

Tyypillisiä asiakastietoja, joita voidaan käyttää asiakassegmentoinnissa:

- Sosio-demografiset tiedot (ikä, kunta, sukupuoli jne.)
- Analysoi asiakkaiden ostokäyttäytymistä (mitä palveluita käyttänyt jne.)
- Kysy asiakkailta (asiakastyytyväisyys, harrastukset, mieltymykset jne.)

Esimerkki asiakasdatasta

Sosiodemografiatiedot /
taustatiedot

Ostohistoriasta
kerätyt tiedot

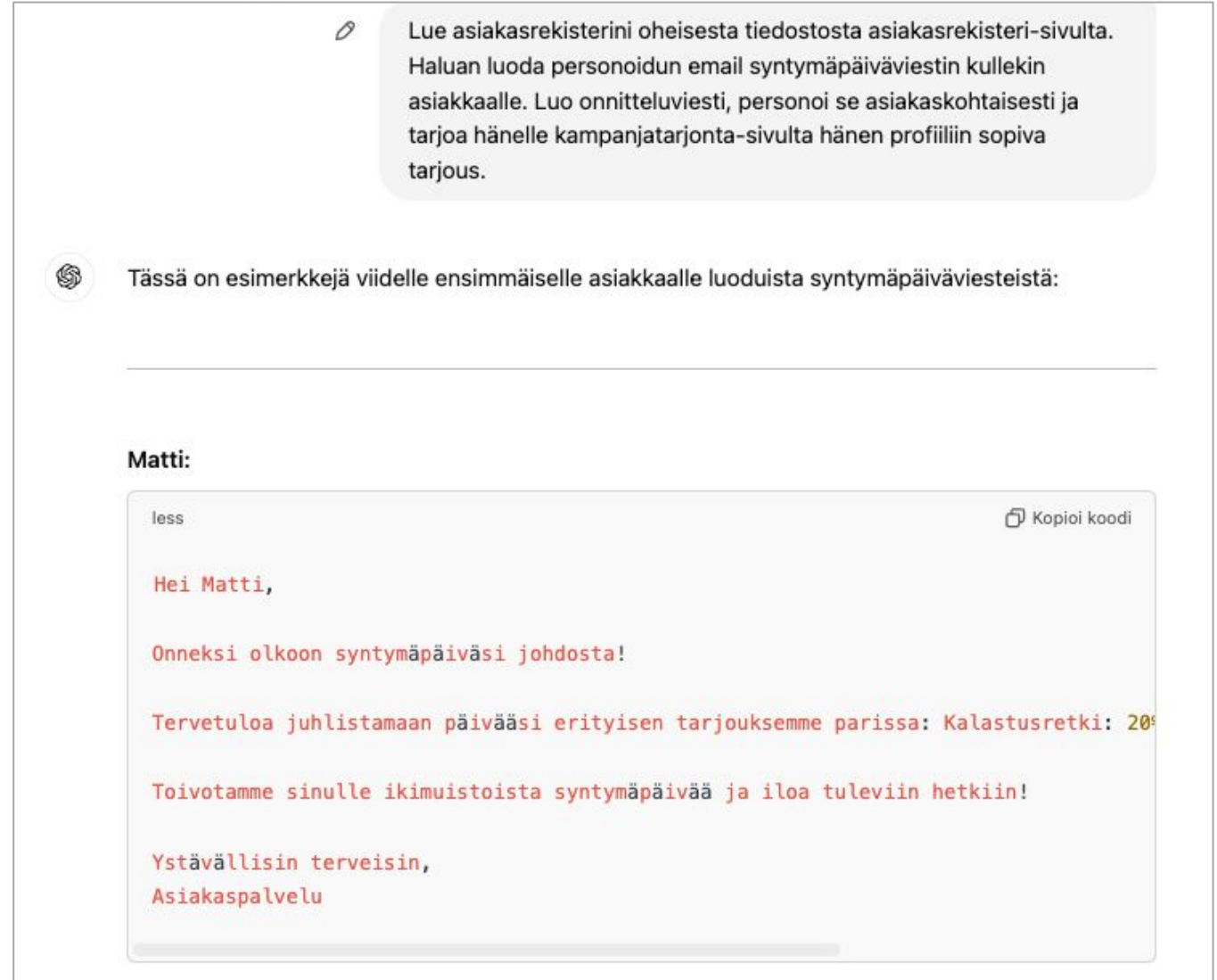
Asiakkaalta kysytyt
tiedot

Asiakas ID	Kaupunki	Sukupuoli	Ikä (syntymä-aika)	Palvelut: Majoitus	Palvelut: Vuokraamo	Palvelut: Aktiviteetit	Asiakastyty väisyys	Kiinnostuksen kohteet	Jne. lisätietoja
1	Mikkeli	N	1.12.1982	Kyllä	Ei	Kyllä	9	Luonto	
2	Hanko	M	30.6.1968	Kyllä	Ei	Ei	8,5	Liikunta, hiihto,	
3	Rovaniemi	N	13.2.1995	Ei	Kyllä	Kyllä	7	Pyöräily, laskettelu	

Harjoitus 4: räätälöity syntymäpäiväviesti

Komento:

Lue asiakasrekisterini oheisesta tiedostosta asiakasrekisteri-sivulta. Haluan luoda personoidun email syntymäpäiväviestin kullekin asiakkaalle. Luo onnitteluviesti, personoi se asiakaskohtaisesti ja tarjoa hänelle kampanjatarjonta-sivulta hänen profiiliin sopiva tarjous. Luo viesti 5 ensimmäiselle asiakkaalle esimerkiksi



Lue asiakasrekisterini oheisesta tiedostosta asiakasrekisteri-sivulta. Haluan luoda personoidun email syntymäpäiväviestin kullekin asiakkaalle. Luo onnitteluviesti, personoi se asiakaskohtaisesti ja tarjoa hänelle kampanjatarjonta-sivulta hänen profiiliin sopiva tarjous.

Tässä on esimerkkejä viidelle ensimmäiselle asiakkaalle luoduista syntymäpäiväviesteistä:

Matti:

```
less Kopioi koodi  
  
Hei Matti,  
  
Onneksi olkoon syntymäpäiväsi johdosta!  
  
Tervetuloa juhlistamaan päivääsi erityisen tarjouksemme parissa: Kalastusretki: 20€  
  
Toivotamme sinulle ikimuistoista syntymäpäivää ja iloa tuleviin hetkiin!  
  
Ystävällisin terveisin,  
Asiakaspalvelu
```

Harjoitus 5: Analysoidaan asiakasdataa ja muodostetaan asiakasegmenttejä

Komento:

Lue asiakasrekisterini tiedot oheisesta tiedostosta sivulta asiakasrekisteri. Analysoi dataa ja muodosta sen jälkeen asiakassegmenttejä samankaltaisista asiakkaista.



Lue asiakasrekisterini tiedot oheisesta tiedostosta sivulta asiakasrekisteri. Analysoi dataa ja muodosta sen jälkeen asiakassegmenttejä samankaltaisista asiakkaista.



Analysoimalla kolmen segmentin pääpiirteitä voimme ymmärtää, kuinka asiakaskunta jakautuu ja millaisia palvelutarpeita eri ryhmillä on. Tässä on yksityiskohtainen kuvaus kustakin segmentistä:

Segmentti 0: Keskikokoiset kuluttajat, laaja-alainen palvelujen käyttö

- **Ikä:** Keski-ikäiset, keskimäärin noin 41 vuotta.
- **Kulutustaso:** Kohtalainen, keskimäärin noin 608 €.
- **Tyytyväisyys:** Kohtalaisen korkea (7,6/10).
- **Palvelut:** Korkea kiinnostus majoitukseen ja vuokrauspalveluihin, aktiviteetteja käytetään kohtalaisesti.

Yhteenveto: Tämä segmentti koostuu pääosin keski-ikäisistä asiakkaista, jotka käyttävät useita palveluita ja ovat varsin tyytyväisiä. He käyttävät melko paljon vuokraus- ja majoituspalveluja, joten heille voisi sopia pakettitarjoukset, jotka sisältävät molempia. Nämä asiakkaat voivat olla kiinnostuneita pidemmistä vierailuista ja laajemmasta palvelukokonaisuudesta, kuten aktiviteettipaketeista majoituksen yhteydessä.

Segmentti 1: Matala kulutus, vähäisempi tyytyväisyys

- **Ikä:** Nuorehko aikuisväestö, keskimäärin noin 36 vuotta.
- **Kulutustaso:** Matalampi, noin 330 €.
- **Tyytyväisyys:** Alhaisin (6,1/10).
- **Palvelut:** Alhainen kiinnostus kaikkiin palveluihin, erityisesti majoitukseen ja aktiviteetteihin.

Yhteenveto: Tämä segmentti koostuu nuorehkoista asiakkaista, joiden kulutus ja tyytyväisyys ovat suhteellisen alhaisia. Heidän kiinnostuksensa majoitus- ja aktiviteettipalveluihin on vähäisempää, ja tämä voi tarkoittaa esimerkiksi lyhyempiä vierailuja tai budjettitietoista kohderyhmää. Tälle ryhmälle voisi tarjota alennuksia tai yksittäisiä aktiviteetteja houkuttelemaan heitä käyttämään enemmän palveluita.

Segmentti 2: Aktiiviset ja tyytyväiset korkean kulutuksen asiakkaat

Harjoitus 6: Luodaan kullekin uudelle segmentille oma markkinointistrategia

Komento:

Voitko luoda segmenttikohtaisen markkinointistrategian?

Voitko luoda segmenttikohtaisen markkinointistrategian?



Tässä on segmenttikohtainen markkinointistrategia kullekin asiakasryhmälle, jotka tunnistettiin analyysissä. Strategia painottaa asiakasprofiilien tarpeita ja hyödyntää markkinointikanavia ja viestinnän painotuksia, jotka todennäköisimmin sitouttavat kunkin segmentin.

Segmentti 0: Edullinen ulkoilun ystävä

Tavoitteet: Lisää asiakkaan sitoutumista ja asiakaskäyntien määrää tarjoamalla houkuttelevia ja kustannustehokkaita majoitus- ja vuokraamopalveluita.

Markkinointistrategia:

- **Tarjoukset ja paketit:** Korosta edullisia ja arvoa tuovia majoituspaketteja, joissa on mukana perusvuokraamopalveluita, kuten retkeilyvälineet ja pyörät. Esim. "Yöpyminen + retkeilyvälineet alennettuun hintaan".
- **Kampanjaviestintä:** Lähetä sähköpostikampanjoita, joissa asiakkaita kutsutaan "edulliselle luontolomalle", korostaen kustannustehokkuutta. Hyödynnä sesonkitarjouksia, jotka kannustavat useampiin vierailuihin.
- **Kanavat:** Sähköpostimarkkinointi ja sosiaalinen media, erityisesti Facebook ja Instagram, joissa painotetaan hintatietoisuutta ja retkeilyn helppoutta.
- **Viestinnän painotus:** Nostetaan esiin ulkoilun helppous ja luonnon saavutettavuus, mikä yhdistyy houkutteleviin majoitushintoihin ja riittävään perustason mukavuuteen.

Esimerkkiviesti:

"Edullinen luonnonläheinen lomasi odottaa! Varaa majoitus ja saat retkeilyvälineet -20 % hinnasta. Nauti luonnosta ilman ylimääräistä varustelukustannusta!"

Segmentti 1: Täyden palvelun aktiiviretkelijä

Tavoitteet: Syvennä asiakassuhdetta tarjoamalla monipuolisia palveluja, aktiviteettipaketteja ja elämyksiä, jotka vastaavat korkeampia odotuksia.



Harjoitus 7: Kirjoitetaan räätälöity sähköposti kullekin asiakassegmentille

Komento:

Voitko luoda kullekin segmentille personoidun sähköpostiviestin, jossa tarjoat meidän palveluita

Segmentti 1: Täyden palvelun aktiiviretkelijä

Aihe: Koe täydellinen aktiiviloma Haltia Lake Lodgessa!

Sähköpostiviesti:

Hei [Asiakkaan nimi],
Haluamme kutsua sinut Haltia Lake Lodgeen kokemaan unohtumattoman luontoviikonlopun. Meillä saat täyden palvelun loman Nuuksion kansallispuistossa – täydellinen yhdistelmä majoitusta, aktiviteetteja ja herkullista ruokaa.

Eksklusiivinen täyden palvelun viikonloppupaketti sinulle:

- Majoitus luksusteltassa
- Opastettu vaellus luonnon parhailla reiteillä
- Iltaruokailu nuotion äärellä ja saunan pehmeät löylyt

Tämä paketti on suunniteltu juuri sinulle, joka haluat aktiivisen ja monipuolisen luontokokemuksen ilman kompromisseja mukavuudessa. Luontoelämykset ja hemmottelu ovat täällä kätesi ulottuvilla!

Tule kokemaan Nuuksion taika Haltia Lake Lodge huolenpidolla.

Terveisin,

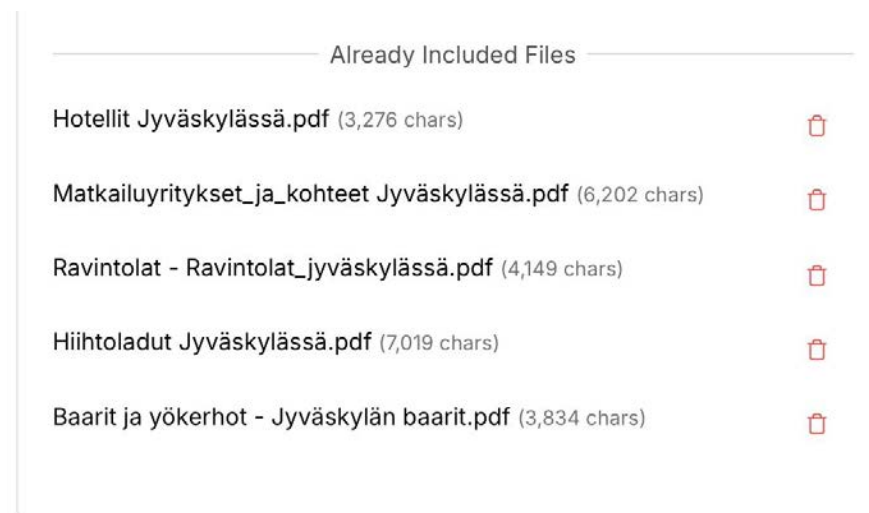
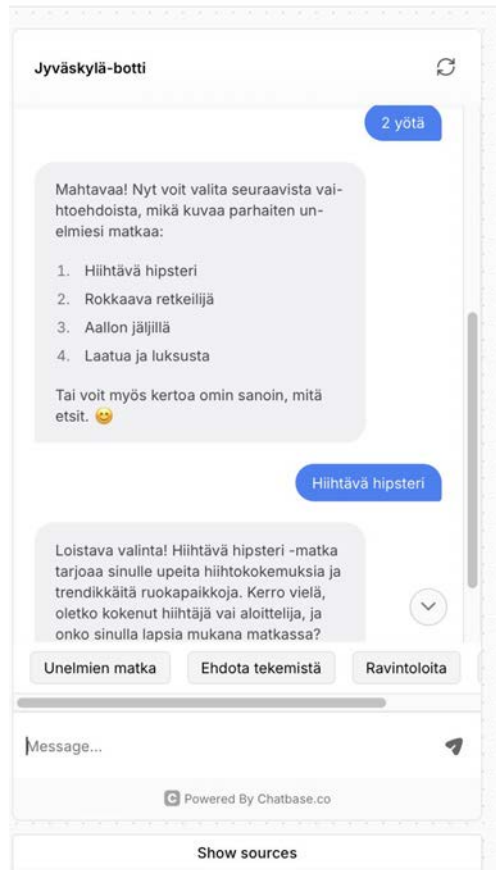
Haltia Lake Lodge -tiimi

#Aktiiviloma #ElämyksellinenLuontoviikonloppu #HaltiaLakeLodge

Harjoitus 8: Rakennetaan chatbot joka tarjoaa asiakassegmenteille räätälöityjä matkapaketteja

- **Tavoite:** Opit miten rakennetaan virtuaaliavustaja / chatbot, joka voi kysyä asiakkaan mieltymyksiä ja tarjota sen pohjalta monipuolisen matkapaketin, joka sisältää eri palveluntarjoajia ja eri hintaluokkia eri budjeteille
- **Esimerkki:**
 - a. Kolmen päivän paketti, jossa on majoitus, aktiviteetit ja ruokailut – lisätään hintatiedot ja erilaiset vaihtoehdot budjettimatkailijalle ja luksusmatkailijalle.

Harjoitus 8: Rakennetaan chatbot joka tarjoaa asiakassegmenteille räätälöityjä matkapaketteja



Trained	URL	Chars	Delete
Trained	https://visitjyvaskyla.fi/fr/	2533	Delete
Trained	https://visitjyvaskyla.fi/kohteet/matti-nykasen-mak	4286	Delete
Trained	https://visitjyvaskyla.fi/sv/	2846	Delete
Trained	https://visitjyvaskyla.fi/sv/se-upplev/	1273	Delete
Trained	https://visitjyvaskyla.fi/sinun-omasi/	1512	Delete
Trained	https://visitjyvaskyla.fi/kohteet/hankasalmen-muse	4346	Delete
Trained	https://visitjyvaskyla.fi/kohteet/laukaan-satama/	3855	Delete
Trained	https://visitjyvaskyla.fi/de/museen-galerien/	2399	Delete

Harjoitus 8: Rakennetaan chatbot joka tarjoaa asiakassegmenteille räätälöityjä matkapaketteja

- Ohjeet miten rakennetaan oma chatbot / virtuaaliavustaja joka voidaan opettaa yrityksen / alueen omilla tiedoilla löytyy tästä webinaarista:

<https://www.visitfinland.fi/ajankohtaista/tapahtumat/2024/tekoaly--alykkaat-monikieliset-virtuaaliavustajat-ja-chatbotit-myynnissa-ja-asiakaspalvelussa>

Datasetit virtuaaliavustajan suosittelua varten



Unelmien matkabotti

Autan suunnittelemaan unelmiesi matkan, mistä olet kiinnostunut?

1. **Hiihto ja hemmottelu**
2. Kalastus ja keikat
3. Museot ja murkina

1. Chatbot / virtuaaliavustaja kysyy asiakkaan mieltymykset

Mainiota! Tässä on unelmien hiihtomatka yhdistettynä hemmotteluun. Ensiksi....

2. Tekoäly kohdentaa mieltymykset yrityksen/alueen tarjontaan

Ravintolat

Majoitukset



Aktiviteetit

Tapahtumat



3. Virtuaaliavustaja tarjoaa paketoitun matkasuunnitelman

Matkakohteen täsmälliset tiedot

**Annetaan asiakkaille mahdollisuus
unelmoida ja vastataan niihin unelmiin**



Kiitos!

Ville Niemijärvi

Tekoälyasiantuntija, johtava konsultti

Flowhouse Oy, Niemijärvi Oy

p. +358 50 326 4989

ville.niemijarvi@flowhouse.fi

ville.niemijarvi@gmail.com

<https://flowhouse.fi>

<https://niemijarvi.fi>



flowhouse

LIITE: VASTAUKSIA WEBINAARISSA ESITETTYIHIN KYSYMYKSIIN

Vastauksia kysymyksiin

Kysymys	Vastaus
<p>Kuinka tarkkaan voidaan omasta asiakasrekisteristä ottaa tietoja, jotta pysytään tietosuojalainsäädännön piirissä?</p>	<p>Tämä riippuu paljolti missä dataa käsitellään ja sisältääkö se henkilötietoa. Lähtökohtaisesti yritys omistaa oman asiakasrekisterin ja voi analysoida sitä ja muodostaa vaikka asiakassegmenttejä. Voitte viedä rekisterin tiedot kokonaisuudessaan esim. Exceliin tai sovellukseen omalla työasemalla ja tehdä esim. segmentointia.</p> <p>Tietosuojalainsäädäntö ja esim. GDPR tulee huomioida jos henkilö on tunnistettavissa eli datassa on mukana henkilötietoja kuten nimi, osoite, hetu, IP-osoite jne. JA lähdetään viemään tietoa organisaation ulkopuolelle, esimerkiksi pilvipalveluihin ja esim. luovan tekoälyn tuotteisiin.</p> <p>a.) Jos käytettävä tuote (esim. Excel, Power BI, Tableau, Bislenz) varmistaa GDPR:n mukaisen tietojen käsittely ja tietoturvan, ja käsittelylle on perusteensa, on tietojen käsittely OK. Vaikka se pitäisi sisällään henkilötietoja. Näin toimitaan esim. siirrettäessä asiakastietoja uutiskirje/emailmarkkinointisovellukseen (esim. Mailchimp). Uuteen tuotteeseen siirryttäessä tulisi tehdä kuitenkin aina tietosuojan vaikutusten arviointi. Huomatkaa, että GDPR vaatii myös, että organisaatio kuvaa missä henkilötietoa käsitellään eli on hyvä dokumentoida sisäisesti mihin järjestelmiin tietoa viedään.</p> <p>b.) Jos taas ette ole varma tuoteen GDPR/tietosuojakäsittelystä eikä tietosuojan vaikutusten arviointia ole tehty, kannattaa datasta poistaa tunnistetiedot eli anonymisoida data. Tämä on hyvä tehdä muutenkin, jos erityisesti ette halua käsitellä dataa henkilötasolla. Tällöin anonymisoidun datan voi syöttää vaikka Chatgpt:hen. HUOM: tarkastakaa aina kuitenkin omalta organisaatiolta onko tämä OK koska tieto voi olla silti yrityksen kannalta sensitiivistä. Lisäksi ChatGPT:ssä (tai vastaava tuote) kannattaa määrittää asetus, että tietoja ei käytetä kielimallin opettamiseen.</p> <p>Rekisteriselosteessa pitää myös kertoa mihin tietoa käytetään, esimerkiksi asiakasviestintään, ja kuvata mitä tietoa asiakkaasta kerätään ja jos päätellään ostokäyttäytymisen mukaan esim. asiakasprofiili. Kerätty (ja päätelty uusi tieto) pitää olla aina perusteltua, asiakkaasta ei saa kerätä tietoa turhaan. Kohdennettu tarjonta ja asiakasviestintä on esimerkki perusteluista.</p>

Vastauksia kysymyksiin

Kysymys	Vastaus
<p>Mitkä olisi mielestäsi parhaat keinot kerätä tuollaista asiakasdataa?</p>	<p>Asiakasdatan keräämiseen on eri keinoja, tyypillisiä on mm.</p> <ul style="list-style-type: none">• Kerätään asiakkaalta perustiedot esim. verkkokaupassa tai ostotapahtumaa tehtäessä (esim. majoitusta buukatessa)• Päätellään ostohistoriasta ja käyttäytymisestä (verkkokauppa, kassajärjestelmä, laskutusjärjestelmä jne.). Eli luetaan ostohistoriaa ja päätellään sieltä (esim. mitä palveluita käyttänyt, keskiostos jne.)• Kysytään asiakkaalta esim. asiakastytyväisyyskyselyllä (esim. Google Forms). Tässä voi samalla kysyä mieltymyksiä ja lisätietoa <p>Lisäksi eri palveluntarjoajat tarjoavat maksullista tietoa esim. postinumerotasolla alueen koulutustasosta, varallisuudesta jne. Näitä tietoja voi tarvittaessa yhdistää omaan asiakasrekisteriin.</p>

Vastauksia kysymyksiin

Kysymys	Vastaus
<p>Vaikuttaako pienten paikkakuntien virheelliseen tarjontaan ensisijaisesti taustalla oleva kielimalli, vai voiko ongelmaa poistaa sillä, että botti käyttäisi lähteenään sille määriteltyjä paikkakunnan sivustoja?</p>	<p>Taustalla oleva kielimalli (esim. GPT4) on syynä miksi esim. ChatGPT tai Copilot antaa pienillä paikkakunnilla väärää tai vanhaa tietoa. Kielimallit koulutetaan harvoin (ei reaaliaikaista tietoa) ja pienistä paikkakunnista on niin vähän tietoa, että se ei opi tarpeeksi. Mallilla menee helposti Mikkeli, Tampere ja Jyväskylä sekaisin ja täsmällisiä suosituksia ei välttämättä osata antaa.</p> <p>Tähän ratkaisuna on rakentaa esimerkiksi Original Laplandin kaltainen oma chatbot joka yhdistää suuren kielimalliin alueen/yrityksen omiin tietoihin. Näin botti voi antaa tarkkoja, lähes reaaliaikaisia ja oikeita tietoja alueesta / yrityksestä + sillä on kuitenkin kaikki se tieto mikä on kielimallilla.</p>
<p>Nyt kun asiakaskäyttäytyminen muuttuu ajan mittaan siihen, että asiakkaat hakevat suosituksia/reittejä/palveluita enemmän tekoälypalveluista kuin hakukoneista, niin pystyykö yritys tekemään "tekoälyoptimointia", jotta se nousisi mahdollisimman usein näihin suosituksiin mukaan? Eli onko erikseen "tekoälyoptimointia" vai seuraako se hakukoneoptimoinnin lainalaisuuksia?</p>	<p>Kyllä, organisaatioiden tulisi käydä verkkosivujaan ja sisällöntuotantoa myös "tekoälyoptimoinnin" kannalta läpi. Eli tuottaa materiaalia mikä on soveltuvaa sekä omia tekoälytoteutuksia (kuten omien chatbottien kouluttaminen) että suuria kielimalleja ja julkisia sovelluksia varten (esim. ChatGPT, Copilot, Google Gemini).</p> <p>Tämä tarkoittaa, että sisällöntuotanto on edelleen ensiarvoisen tärkeää. Ja verkkosivuilla tieto pitää olla rikasta, kuvaavaa. Jopa enemmän kuin ennen "Google-hakujen aikakaudella". Hakukoneoptimointia ei tule unohtaa mutta tämä ei yksinään riitä koska kuluttaja alkavat käyttämään luovan tekoälyn tuotteita "hakukoneina" ja matkasuunnitelmia tehdessä.</p> <p>Mitään yksittäistä kikkaa kuitenkaan ole. Käytännössä a.) tuotetaan laadukasta, rikasta, kuvaavaa sisältöä, sellaisessa formaatissa (teksti) että sitä voidaan lukea suurien kielimallien opettamiseen ja b.) tuotetaan laadukasta sisältöä ja markkinoidaan sitä jotta muut tuottavat meistä sisältöä (influensserit, lehtijutut ja artikkelit jne.).</p>

Vastauksia kysymyksiin

Kysymys	Vastaus
Riittääkö chatbotin opettamiseen, että antaa linkin organisaation verkkosivulle, josta se ottaa tiedot vai pitääkö ladata tiedosto jossa huomioitavat asiat.	<p>Riittää pelkkä linkki. Mutta chatbotin / virtuaaliavustajan osaaminen on täysin riippuvainen opetusdatasta eli verkkosivujen sisällöstä. Joskus on hyvä täydentää botin opetusmateriaalia erillisillä tiedostoilla, esim.</p> <ul style="list-style-type: none">• Kattavat kuvaukset tuotteista ja palveluista (hinnat, ominaisuudet, kuvaukset)• Usein kysytyt kysymykset ja vastaukset näihin• Jos kyse on alueorganisaatiosta niin kuvaukset alueen palvelutarjonnasta (ravintolat, majoitukset, aktiviteetit, hiihtoladut, pyöräreitit...). Vaikka näitä tietoja löytyy netistä jo valmiina, välttämättä ne eivät ole riittävän laadukkaita/rikasta dataa että voisi tehdä hyviä suosituksia ja räätälöintejä.
Pystyykö Chatbasen chatbottia opettaa sekä yrityksen että alueen tiedoilla siten, että nämä molemmat lähteet ovat verkkosivustoja? Vai pitääkö "toissijainen lähde" olla tiedostona (pdf, doc jne.)?	Pystyy opettamaan sekä yrityksen (tai useamman) että alueen yleisillä tiedoilla. Eli lähteenä voi olla useita eri web-sivuja + täydentää dokumenteilla.
Kuinka paljon osaamista koodauksen puolelta tarvitaan jotta chatbot saadaan sivustolle toimimaan?	Botin voi toteuttaa ja julkaista ilman mitään teknistä osaamista. Varsinainen julkaisu on botin pienen skriptin kopioiminen ja liittäminen web-sivulle (Wordpress, Squarespace, Drupal). Tässä voi tarvita apua omalta verkkosivujen ylläpitäjältä mutta ei ole siis tekninen toimenpide.

Vastauksia kysymyksiin

Kysymys	Vastaus
<p>Saako ladata sivustoja aineistoksi ilman sivuston omistajan lupaa?</p> <p>(esim. Chatbotin opetukseen)</p>	<ul style="list-style-type: none">• On hyvä kysyä aina sivuston omistajalta lupaa, muuten voi tulla tekijänoikeuskysymykset eteen ja toki tämä on hyvä tapa muutenkin• Lähtökohtaisesti julkinen tieto on tarkoitettu julkiseksi syystä ja vielä en ole ainakaan törmännyt tapaukseen jossa jokin taho kieltäisi omien julkisten tietojen käyttämisen esimerkiksi suurten kielimallien opettamiseen• Mutta voi olla myös mainehaitta jos käytän toisten yritysten dataa oman botin opettamiseen, ilman lupaa• Organisaatiot voivat pyrkiä estämään teknisesti heidän sivujen “crawlaamisen” mutta tällöin heidät tiedot eivät nouse suuriin kielimalleihin ja eivät näy sitten esim. ChatGPT:n tai Copilotinkaan käyttäjille (toki tietoa heistä voi tulla muualtakin kuin omilta verkkosivuilta)

Vastauksia kysymyksiin

Kysymys	Vastaus
Kiinnostaa tosiaan hintatiedot esim. Tornionjokilaakson tyyppiseen ratkaisuun?	<ul style="list-style-type: none">• Toteutuksen voi tehdä itse, esimerkiksi Chatbasen kk-maksu lähtee 20€/kk• Toteutuksen voi ostaa myös matkailun asiantuntijoilta, esim. Flowhouse tarjoaa tätä palvelua: https://flowhouse.fi/palvelut/matkailuyrityksen-virtuaaliavustaja