



Somedata & Nettisivudata matkailuyrittäjille 9.12.2025

Miten some ja verkkosivut muuttuvat näkyvyydeksi, kiinnostukseksi ja lopulta varauksiksi. Tämä koulutus antaa sinulle käytännönläheistä oppia datan hyödyntämiseen matkailuyrityksen markkinoinnissa.



Euroopan unionin
osarahoittama

Suomen Yrittäjäopisto 

LEADER

Aisapari

Mitä opit tänään



Somedatan tulkinta

Opit lukemaan ja ymmärtämään sosiaalisen median mittareita, jotka kertovat sisältösi todellisesta vaikutuksesta.



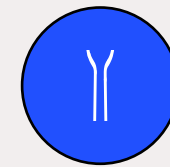
Varauspolun seuranta

Ymmärrät miten asiakas liikkuu somesta nettisivuille ja lopulta varaukseen – ja missä kohtaa he putoavat pois.



Pullonkaulojen tunnistaminen

Opit löytämään ne kohdat, joissa menetät potentiaalisia asiakkaita ja saat konkreettiset ratkaisut ongelmiin.



Käytännön työkalut

Saat käyttöösi valmiit checklistat ja tiedät tarkalleen mitä mittaustyökaluja tarvitset ja miten niitä käytetään.

Miksi data on matkailuyrittäjän paras ystävä



Data muuttaa kaiken

Monet matkailuyrittäjät julkaisevat somessa ahkerasti, mutta eivät tiedä mikä todella toimii. Data näyttää tarkalleen, mikä sisältö kiinnostaa yleisöäsi ja mistä he ovat valmiita maksamaan.

Kun tiedät numerot, voit ohjata markkinointisi tuottamaan tulosta sen sijaan, että toivot ja arvaat. Data säästää sekä aikaa että rahaa, kun teet vain sitä mikä toimii. Se muuttaa arvailun varmaksi päätöksenteoksi.

Somedatan tärkeimmät mittarit

01

Reach ja näyttökerrat

Kertoo kuinka monta ihmistä sisältösi on tavoittanut. Tämä on ensimmäinen askel – ilman näkyvyyttä ei tule kiinnostusta.

03

Profiilikäynnit

Näyttää kuinka moni halusi tietää lisää sinusta julkaisun nähtyään. Tämä on merkki aidosta kiinnostuksesta palveluitasi kohtaan.

02

Sitoutuminen

Tykkäykset, kommentit, jaot ja tallennukset kertovat, miten hyvin sisältösi resonoi yleisön kanssa. Korkea sitoutuminen tarkoittaa relevanttia sisältöä.

04

Linkkiklikkaukset

Tärkein mittari: kuinka moni siirtyi somesta nettisivuillesi. Tämä on suora yhteys varauksiin ja liikevaihtoon.



TEHTÄVÄ 1: Tutki omaa dataa

Avaa omat Instagram tai Facebook Insightsit ja etsi kolme parasta postaustasi:

- Mikä postaus sai eniten sitoutumista?
- Mikä postaus tallennettiin useiten?
- Mikä postaus tuotti eniten linkkiklikkauksia?

Pohdi hetki: Mikä näissä postauksissa toimii? Oliko kyse kuvista, aiheesta, ajoituksesta vai jostain muusta? Tämä tieto kertoo sinulle, millaista sisältöä sinun kannattaa tehdä lisää.

Näin asiakas liikkuu somesta varaukseen



Sosiaalinen media

Asiakas näkee inspiroivan kuvan tai postauksen palvelustasi.



Etusivu

Klikkaa linkkiä ja saapuu nettisivuillesi tutkimaan lisää.



Palvelusivu

Etsii tietoa juuri häntä kiinnostavasta palvelusta tai paketista.



Hinnoittelu

Tarkistaa sopiko hinta budjettiin ja mitä hinta sisältää.



Varaus

Tekee lopullisen päätöksen ja varaa ajan tai palvelun.



Jokainen askel tässä ketjussa on kriittinen. Jos yksikin osa pettää, menetät asiakkaan. Data paljastaa tarkalleen missä kohtaa polkua ihmiset putoavat pois.

60 sekunnin testi: löytääkö asiakas tärkeimmät tiedot?

Testaa nettisivujesi tehokkuus

Asiakas päättää alle minuutissa, jääkö hän sivuillesi vai siirtyykö kilpailijan sivuille. Nämä viisi asiaa täytyy löytyä välittömästi:



Sijainti

Missä palvelu sijaitsee? Onko se kartalla nähtävissä?



Hinta

Paljonko palvelu maksaa? Edes hintaluokka pitää näkyä.



Kuvat

Laadukkaita, houkuttelevia kuvia palvelusta ja ympäristöstä.



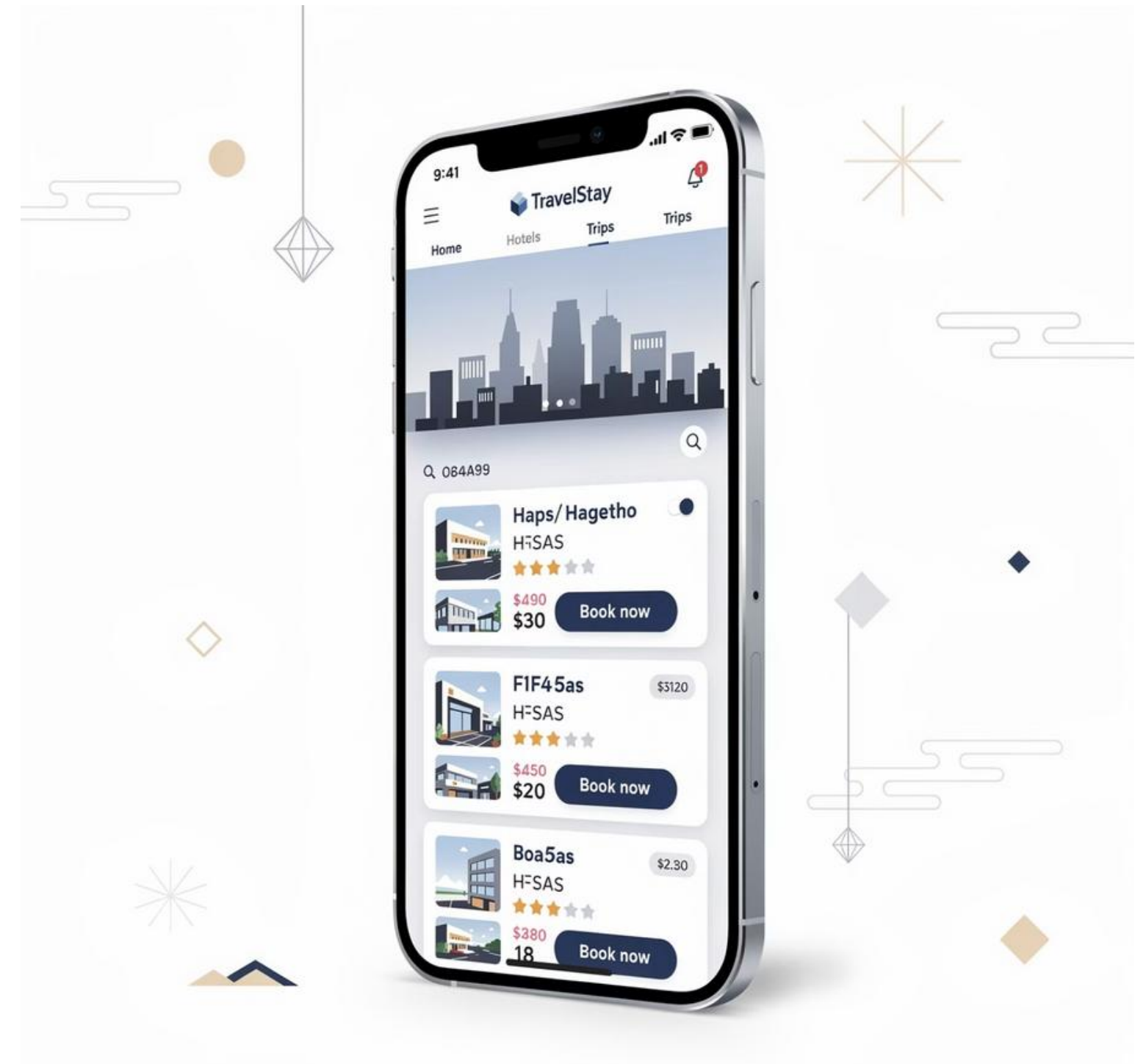
Varausajat

Milloin palvelu on saatavilla? Onko vapaita aikoja?



Varausnappi

Selkeä, näkyvä kehotus varata nyt.



Jos yksikin näistä puuttuu tai on vaikea löytää, menetät asiakkaita kilpailijoille jotka tekevät varaamisen helpommaksi.



TEHTÄVÄ 2: Testaa omia sivujasi

Ota puhelin käteen ja avaa omat nettisivusi kuin olisit ensi kertaa tuleva asiakas.

Aseta ajastin 60 sekuntiin ja yritä löytää kaikki viisi tärkeää tietoa:

1.Sijainti

1.Hinta

1.Kuvat

1.Varausajat

1.Varausnappi

Onnistuiko? Jos et löytänyt jotain, asiakkaasikaan ei löydä. Kirjaa ylös, mitä puuttuu tai on vaikea löytää. Tämä on ensimmäinen korjattava asia.

Kriittisin data varausten seuraamiseen

Varaa-napin klikkaukset

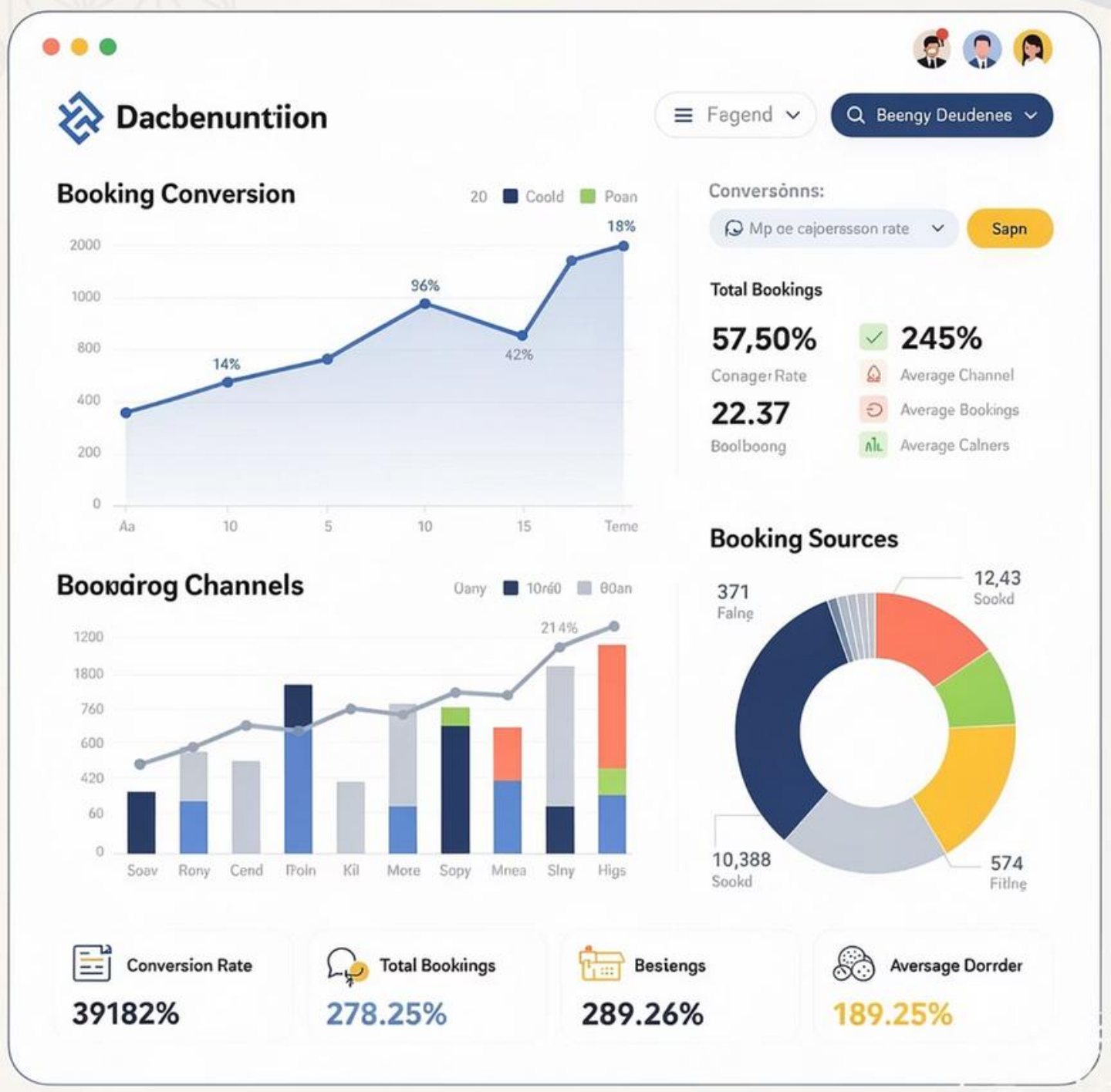
Montako kertaa joku on klikannut "Varaa nyt" -nappia tai linkkiä? Tämä kertoo kuinka moni on valmis ottamaan seuraavan askeleen. Jos klikkauksia on vähän, nappi ei ole tarpeeksi näkyvä tai houkutteleva.

Varauskalenterin avaukset

Kuinka moni avaa varauskalenterin tai varauslomakkeen? Jos moni klikkaa nappia mutta harvempi avaa kalenterin, varausjärjestelmä saattaa olla liian hidas tai monimutkainen.

Poistumissivut

Millä sivulla ihmiset lähtevät pois sivuiltasi? Jos monet poistuvat hintasivulta, hinta voi olla epäselvä tai liian korkea. Jos he lähtevät varaussivulta, prosessi on liian vaikea.



Miksi varauksia ei tule – 6 yleisintä syytä

Liian vähän kuvia

Matkailutuote myydään elämyksellä ja mielikuvilla. Tarvitset vähintään 10–20 laadukasta kuvaa, jotka näyttävät paikan, aktiviteetit ja tunnelman.

Hinta piilossa

Jos asiakkaan pitää soittaa tai lähettää viesti saadakseen hinnan, 80% lähtee pois. Näytä edes hintaluokka tai aloitushinta.

Varaus vaikea

Monimutkainen, hidas tai epäselvä varausjärjestelmä karkottaa asiakkaat. Varaamisen pitää onnistua kolmella klikkauksella.

Luottamus puuttuu

Ei arvosteluja, ei yhteystietoja, ei sosiaalista todistetta. Asiakas ei uskalla ostaa tuntemattomalta.

Call-to-action epäselvä

Mitä asiakkaan pitäisi tehdä seuraavaksi? Jos kehotus ei ole kristallinkirkas ja näkyvä, asiakas ei tee mitään.

Ei mittausta

Kun et mittaa, et voi korjata. Et tiedä mikä toimii ja mikä ei, joten teet samoja virheitä uudelleen.

Tarvittavat mittaus työkalut

Google Analytics 4

Ilmainen työkalu, joka näyttää kuka vierailee sivuillasi, mitä he tekevät ja mistä he tulevat. Välttämätön perusta.

Meta Pixel

Seuraa Facebook- ja Instagram-mainonnan tuloksia. Näyttää ketkä klikkaavat mainoksia ja varaavat.

Google Tag Manager

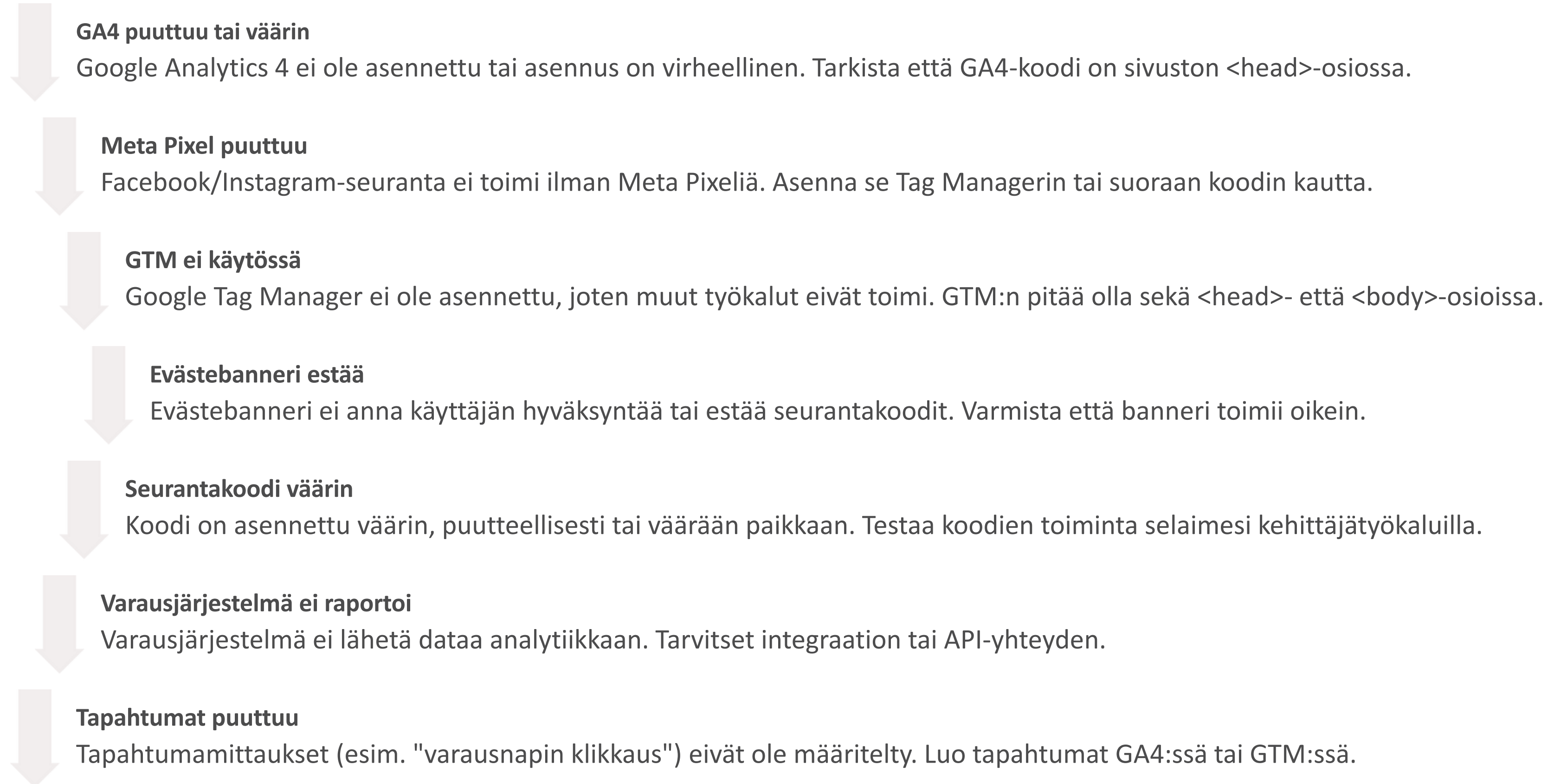
Hallinnoi kaikkia seurantakoodia yhdestä paikasta. Helpottaa mittauksen lisäämistä ja päivittämistä.

Varausjärjestelmän seuranta

Yhdistä varausjärjestelmäsi analytiikkaan, jotta näet koko matkan klikkauksesta varaukseen.

7 syytä miksi data ei näy

Olet asentanut työkalut, mutta data ei näy? Tässä yleisimmät syyt ja ratkaisut:



Mittausten asennuksen kustannukset

Perusasennus (250–450 €)

GA4, Meta Pixel ja GTM:n asennus. Perustapahtumat kuten sivulataukset ja linkklikkaukset. Sopii pienille yrityksille.

Kuukausiraportointi (50–150 €/kk)

Säännöllinen raportointi tuloksista, trendien seuranta ja suositukset. Auttaa pysymään ajan tasalla.

Laaja paketti (450–900 €)

Kaikki perusasennuksen työkalut plus varausjärjestelmän integraatio, tapahtumamittaukset, konversiomittaukset ja koulutus. Suositeltu.

Mainonnan optimointi (300–900 €/kk)

Mainosten suunnittelu, A/B-testaus, kohdennuksen optimointi ja jatkuva parantaminen datan perusteella.



Näin valitset oikean tekijän mittauksille

1

Kokemus matkailualasta

Valitse tekijä joka ymmärtää matkailubisneksen erityispiirteet, varauspolut ja sesonkivaihtelut.

2

Varaa-napin seuranta

Varmista että tekijä osaa seurata varausten konversioita alusta loppuun, ei pelkkiä sivukäyntejä. Kysy esimerkkejä.

3

Aktiivinen palaute ja kehitysehdotukset

Hyvä kumppani analysoi ja etsii aktiivisesti kehitysehdotuksia, kysyy myös aktiivisesti palautetta. Avoin kommunikaatio on tärkeää.

4

Lyhyt koulutus

Tekijän pitää opettaa sinulle perusteet, jotta osaat itse seurata dataa ja tehdä pieniä muutoksia. Et tarvitse tekijää joka asiaa varten.



Yhteenveto: Datasta tuloksiin



Data on asiakasymmärrystä – ei tekniikkaa

Unohda monimutkainen teknologia. Data kertoo sinulle yksinkertaisesti, mitä asiakkaasi haluavat, missä he ovat ja mikä saa heidät varaamaan. Se on ymmärrystä ihmisistä, ei numeroista.

Pienet muutokset → suuret tulokset

Et tarvitse totaalista remonttia. Kun tiedät datan avulla mikä ei toimi, voit tehdä pieniä, kohdennettuja muutoksia jotka parantavat varaustuloksia merkittävästi. Yksi parempi kuva, selkeämpi hinta tai helpompi varausnappi voi nostaa varauksia 20–50%.

Aloita mittaaminen tänään – huomenna tiedät jo enemmän kuin kilpailijasi.

Bonus: Käytännön tarkistuslista

Käy nämä kohdat läpi ja rastita ne joissa olet kunnossa. Ne joissa ei rastia – korjaa ensimmäisenä.

1

Yritystili ja profiili kunnossa

Sinulla on some-kanavissa yritystili (ei henkilökohtainen), ja profiilissa on selkeä bio, yhteystiedot ja linkki nettisivuille.

2

Tiedät Top 3 postaukset

Olet käynyt Insightsit läpi ja tiedät mitkä kolme postausta toimivat parhaiten. Teet lisää samanlaista sisältöä.

3

GA4 ja Pixel asennettu

Google Analytics 4 ja Meta Pixel on asennettu nettisivuille ja ne keräävät dataa. Olet tarkistanut että ne toimivat.

4

Varausnapin mittaus toimii

Näet analytiikassa kuinka moni klikkaa varausnappia ja kuinka moni todella varaa. Tapahtumamittaukset on määritelty.

5

Hinta näkyy selvästi

Hinta tai hintaluokka näkyy selkeästi nettisivuilla. Asiakkaan ei tarvitse ottaa yhteyttä nähdäkseen hinnan.

6

Riittävästi laadukkaita kuvia

Nettisivuilla on 10–20 ammattimaista, houkuttelevaa kuvaa palveluistasi, ympäristöstä ja elämyksistä.

7

Call-to-action selkeä

Jokaisella sivulla on näkyvä, selkeä kehotus toimintaan: "Varaa nyt", "Katso vapaita aikoja" tai "Kysy lisää".

Yleisimmät kysymykset

Pitääkö minun ymmärtää koodausta?

Ei. Kun työkalut on asennettu, käytät niitä graafisen käyttöliittymän kautta. Tarvitset vain perustietokonetaidot.

Kuinka kauan asennukset kestävät?

Perusasennus 1–2 päivää, laaja paketti 3–5 päivää. Data alkaa kertyä heti asennuksen jälkeen.

Voinko asentaa itse?

Kyllä, jos sinulla on teknistä osaamista. Mutta ammattilaisella säästät aikaa ja vältät virheet jotka vääristävät dataa.

Montako varausta tarvitsen että kannattaa?

Jos saat edes 5–10 varausta kuussa, mittaus kannattaa. Yhden lisävarauksen pitäisi maksaa asennukset takaisin.

Oikeat ja väärät uskomukset datasta

Väärinkäsitykset

- "Data on vain isoille yrityksille" – Pienimmätkin hyötyvät eniten
- "Se on liian kallista" – Mittaamatta jättäminen maksaa enemmän
- "En ymmärrä numeroita" – Ei tarvitse, työkalut näyttävät kaiken selkeästi
- "Somen orgaaninen näkyvyys riittää" – Ilman dataa et tiedä mikä toimii
- "Varausjärjestelmä hoitaa kaiken" – Ei näytä somesta tulleita

Totuudet

- Pienetkin muutokset datan perusteella nostavat varauksia
- Säästät mainosrahaa kohdentamalla oikein
- Näet mikä sisältö resonoi ja mikä ei
- Voit todistaa itsellesi (ja rahoittajille) että toimet kannattavat
- Teet päätöksiä faktojen, et tunteiden perusteella

Seuraavat askeleet

1

Tänään: Tee tehtävät 1 ja 2

Tutki somedatasi ja testaa nettisivusi puhelimella. Kirjaa ylös mitä puuttuu tai ei toimi. Tämä kestää 30 minuuttia.

2

Tällä viikolla: Varaa aika asiantuntijan kanssa

Ota yhteyttä analytiikka-asiantuntijaan ja pyydä tarjous mittausten asennuksesta. Kysy kokemuksista matkailualalta.

3

Ensi viikolla: Aloita mittausten asennus

Kun asiantuntija on valittu, aloita asennustyö. Varmista että saat dokumentaation ja lyhyen koulutuksen.

4

Kuukauden päästä: Ensimmäinen datakatsaus

Analysoi ensimmäinen kuukausi dataa yhdessä asiantuntijan kanssa. Tunnista suurimmat mahdollisuudet ja tee korjaukset.

5

Jatkuva toiminta: Optimoi ja testaa

Tarkista data viikoittain, testaa uusia ideoita ja optimoi jatkuvasti. Data kasvaa ajan myötä arvokkaammaksi.



Kiitos!

Ota data osaksi päivittäistä työtäsi

Muista: jokaisella klikkauksella, sivukäynnillä ja varauksella on tarina kerrottavanaan. Data paljastaa sen tarinan ja auttaa sinua palvelemaan asiakkaitasi paremmin – ja kasvattamaan liiketoimintaasi samalla.

Onnea matkaan datan parissa! 🚀

Kysyttävää? Autan mielelläni.

Jenni Kähkönen, jenni.kahkonen@digisihteerit.fi 0503680873



Euroopan unionin
osarahoittama

Suomen Yrittäjäopisto 


Aisapari