

Iittalan vierailijakysely ulkomaisille vierailijoille 2019

Tiivistelmä: mitä tulosten perusteella pitäisi tehdä?

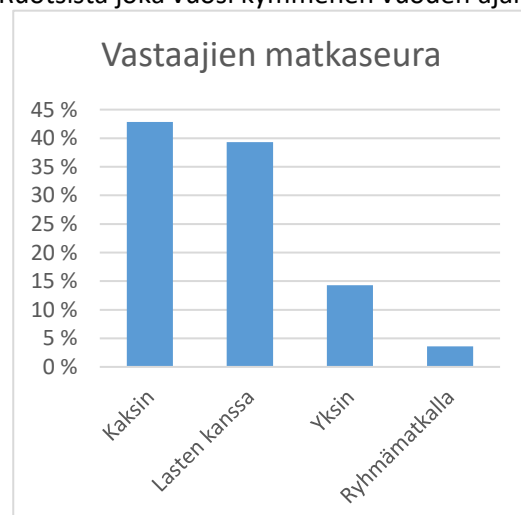
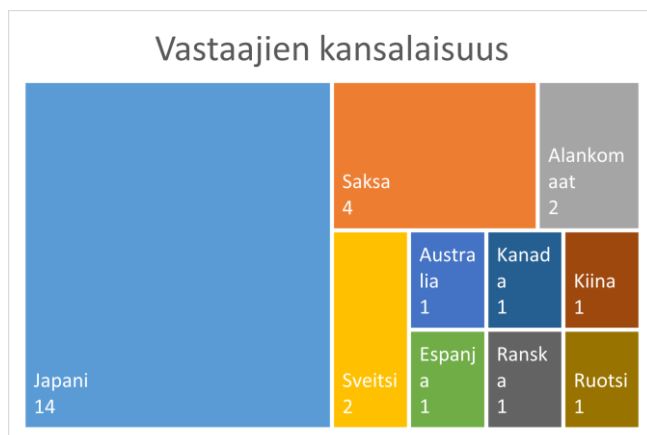
- **Ulkomaille suuntautuvan matkailumarkkinoinnin tulee nojata lasiin ja Iittala-brändiin.**
Lähes kaikki vastaajat tulivat Iittalaan lasitehtaan vuoksi.
- **Lisää tuotannon esittelyä.**
Lasin valmistuksen näkeminen vetoaa vierailijoihin.
- **Lisää junavuoroja.**
Erityisesti aamupäivisin, japanilaisia vierailijoita ajatellen.
- **Lapsille mielekästä tekemistä.**
Lähes 40% vastaajista saapui lasten kanssa.
- **Iittalan luontoa tulee korostaa.**
Myös luontoelämyksiä voitaisiin tarjota, esimerkiksi sienten ja marjojen keräämistä.
- **Lisää englannin- ja japaninkielistä opastusta.**
Ulkomaiset vierailijat eivät nyt tunnu löytävän Iittalasta juuri muuta kuin lasin.
- **Iittalassa pitää ymmärtää, että ulkomaisille vierailu on osa matkaa Helsinkiin ja usein myös Tampereelle.**

Vastaajia oli 28, joista puolet japanilaisia

Vastauksia saatiin 28, joista puolet olivat japanilaisilta. Loput vastaajat olivat enimmäkseen eri puolilta Eurooppaa.

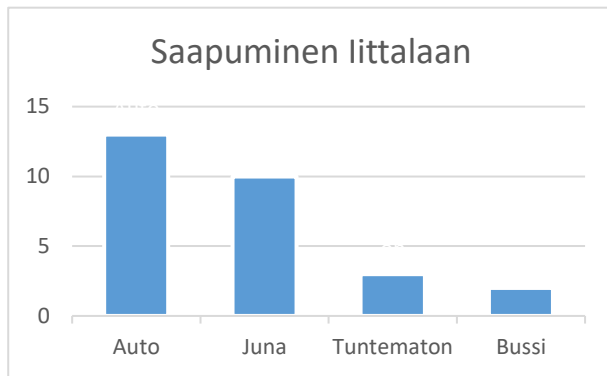
Vastaajien keski-ikä oli 44 vuotta. Yleisintä oli matkustaa kaksin tai lasten kanssa. Yksin saapui silti peräti 14% vastaajista.

Suurin osa vastaajista oli Iittalassa ensimmäistä kertaa. Aiemmin vierailleista kaikki tulivat uudelleen lasin takia. Eräs vastaaja erottui muista: hän oli käynyt Ruotsista joka vuosi kymmenen vuoden ajan ostamassa Iittalan lasia.



Japanilaiset saapuivat junalla, muut autoilla

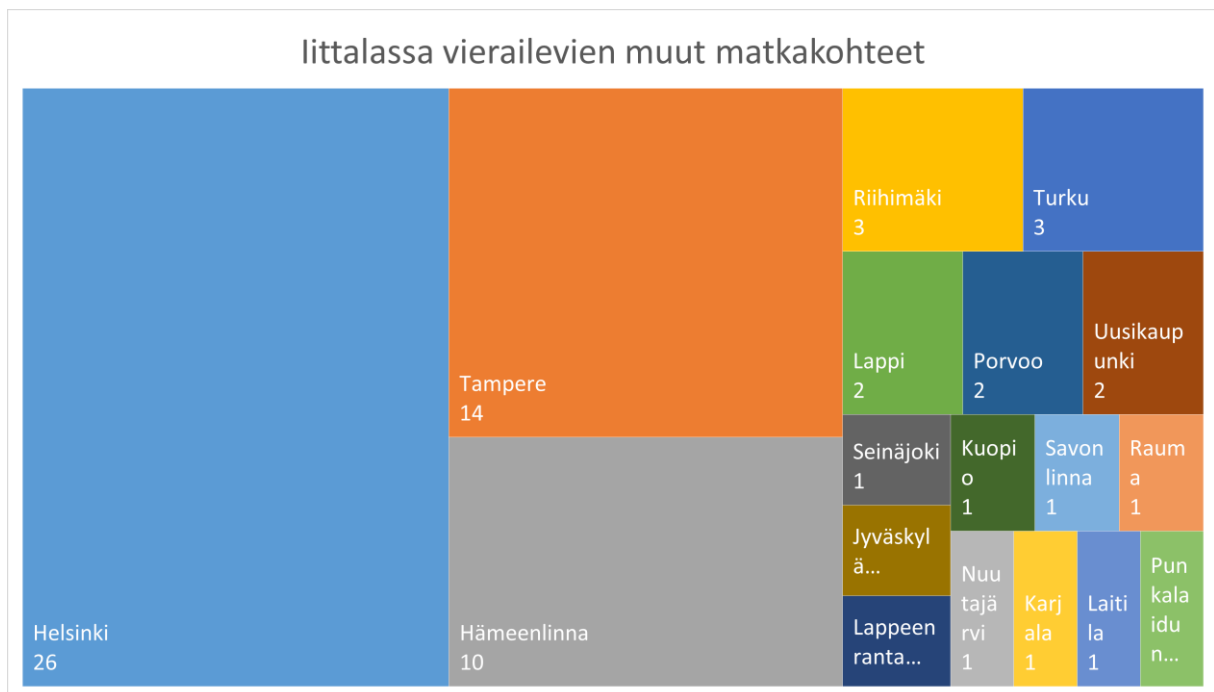
Suurin osa japanilaisista vastaajista saapui junalla (10/14), vain kaksi ilmoitti saapuneensa henkilöautolla. Muista kansalaisuuksista suurin osa saapui henkilöautolla.



Kaikki autolla kulkeneet pitivät saapumista helppona, joskin erään vastaajan mielestä kylttejä olisi saanut olla autoilijoille enemmän englanniksi. Junalla kulkeneista sen sijaan 7/10 vastaajaa toivoi parannuksia joko junayhteyksiin tai lippujen ostoon. Suoria junia toivottiin kulkeväksi useammin sekä Helsingin että Tampereen suunnista, etenkin aamupäivisin. Kolme japaninkielistä vastaajaa kertoi, että lippujen ostaminen englanniksi oli ollut hankalaa.

Helsinki oli odotetusti litalan vierailijoiden suosituin matkakohde

Lähes kaikki vastaajat (26/27) kertoivat käyvänsä matkalla myös Helsingissä. Toiseksi yleisin matkakohde oli Tampere, jossa vieraili 14 vastaajaa. Kymmenen vastaajaa kertoi käyvänsä Hämeenlinnassa. Riihimäki ja Turku saivat kukin kolme mainintaa. Useita pienempiä paikkakuntia mainittiin yksittäisissä vastauksissa, ehkä hieman yllättävästi Lapissa vieraili vain kaksi vastaajaa.



Littalaan saavuttiin lasin takia

Tähän kysymykseen annettiin 21 vastausta, joissa kaikissa paitsi yhdessä mainittiin ensisijaisesti lasi. Littalan tunnettu brändi mainittiin useissa vastauksissa, moni tahtoi tulla näkemään valmistusprosessia ja ostamaan lasiesineitä. Yhdessä japaninkielisessä vastauksessa mainittiin myös Kultasuklaa ja kirppis. Littalan rauhallinen miljöö ja kaunis luonto mainittiin neljässä vastauksessa.

Littalaan löydettiin brändin lisäksi usein matkaoppaiden avulla. 12 vastaajaa kertoi saaneensa tietoa littalasta matkaoppaan avulla. Mainitut oppaat ovat Lonely Planet, Aruco ja Plat. Moni löysi tietoa myös netin välityksellä: 7 joltain nettisivulta ja 2 sosiaalisen median kautta. Seitsemän vastaajaa oli kuullut littalasta ystäviltä tai perheenjäseniltä.

85% oli tyytyväinen vierailuunsa, tyytymättömät pettyneitä Outletiin

Suurin osa kävijöistä oli erittäin tyytyväisiä vierailuunsa.

Selvästi tyytymättömiä vastaajia oli kolme, joista kaikille littala Outlet oli tuottanut pettymyksen. Pettyneet moittivat tuotteiden kalliita hintoja, valikoimaa ja kiinalaista alkuperää. Myös julkisilla saapumisen vaikeutta ja littalan alueen englanninkielisen opastuksen tasoa moitittiin.