

KANNUSTEMATKAOPAS

Travel Specialist Groupin kannustematkaopas on tarkoitettu avuksi kaikille, jotka suunnittelevat tai ovat jo toteuttamassa yrityksensä henkilöstölle tai jälleenmyyjille kannuste- tai palkkiomatkoja. Opas kertoo pääpiirteittäin kannustematkan suunnitteluvaiheet ja antaa käytännön vinkkejä toteutustavoista. Parhaan pohjan onnistuneen matkan suunnittelulle luo tiivis yhteistyö luotettavan matkanjärjestäjän kanssa alusta alkaen.

Mikä on kannustematka?

Englanninkielinen sana incentive tarkoittaa palkkiota tai kannustetta. Määritelmänsä mukaan incentive-matka antaa osanottajilleen ainutkertaisen elämyksen, kokemuksen tai oppimistilanteen, joka muilla keinoin ei olisi hänen saavutettavissaan. Kannustematkojen järjestäminen on tehokas keino motivoida henkilökuntaa tai jälleenmyyjä parempaan tulokseen. Niiden toteutuksessa on kuitenkin huomioitava monenlaisia seikkoja.

Yritysten henkilöstölle järjestettävät matkat voidaan jakaa kolmeen ryhmään:

- 1) koko henkilöstölle järjestettävät matkat
- 2) osastolle tai tiimille järjestettävät matkat
- 3) myyntikilpailun palkintona järjestettävät yksilö- tai ryhmämatkat

Näistä kannustematkoiksi kutsutaan sellaisia, jotka kannustavat parempaan tulokseen tulevaisuudessa ja palkkiomatkoiksi sellaisia, joiden avulla palkitaan jo tehdystä työstä.

Incentive - kampanja

Kannustematka on parhaimmillaan osa pitkäjänteistä yrityskuvan rakentamisprosessia. Se nivoutuu kiinteästi johonkin suurempaan kokonaisuuteen. Incentive- kampanjointi on osa yrityksen nykyaikaista johtamistapaa ja se kannattaa ottaa huomioon jo yrityksen markkinointisuunnitelmaa laadittaessa.

Incentive-kampanjan suunnitteluvaiheet:

- Tavoitteiden ja keinojen määrittely »
- Budjetin määrittäminen »
- Aloitustilaisuus »
- Seurannan järjestäminen »
- Matkan teema, suunnittelu ja järjestäminen »
- Matkalle lähtö »
- Matkalla »
- Kotiinpaluu »
- Jälkihoito »
- Kannustematkan järjestäjän muistilista »

Tavoitteiden ja keinojen määrittely

Incentive-kampanjan tavoitteena voi olla henkilöstön:

- palkitseminen ja sitouttaminen yritykseen
- markkinaosuuden kasvattaminen myyntiä tai tuottavuutta lisäämällä
- uuden tuotteen lanseeraaminen
- tuotetuntemuksen lisääminen henkilöstössä; tai asiakkaissa
- ryhmähengen luominen ja työsuorituksen parantaminen

- henkilöstön kouluttaminen

Hyvin suunniteltu kampanja voi vastata kaikkiin näihin tarpeisiin. Tavoitteet on määriteltävä; mahdollisimman konkreettiseksi ja toteutettavissa oleviksi.

Keinot ja koko kampanja suunnitellaan valittujen tavoitteiden mukaan: jos haluat lisätä: yrityksesi myyntiä, lupaa palkinto kaikille, jotka ylittävät määrittelemäsi tavoitteen. Jos taas toivot kohottavasi yrityksen ryhmähenkeä, muista, ettet jätä ketään ryhmän jäsentä kannustejärjestelmän ulkopuolelle. Ja jos aiot hyödyntää kannustematkaa henkilöstön kouluttamisessa, kartoita tarkkaan yrityksestäsi kaikki ne henkilöt, joiden työssä aiheesta on todellista hyötyä.

Hyvän ja luotettavan matkanjärjestäjän löytäminen yhteistyökumppaniksi on tärkeää. Ota jo tässä vaiheessa yhteyttä Travel Specialist Groupiin. Yhteistyössä rakennamme yrityskuvan näköisen kampanjan alusta lähtien.

Budjetin määrittäminen

Budjetti on keskeinen elementti incentive- kampanjan suunnittelussa. Budjetin määrittäminen mahdollisimman aikaisessa vaiheessa antaa matkanjärjestäjälle raamit, joiden sisällä liikkua. Matkanjärjestäjän tehtävänä on löytää yrityksen budjettiin sopiva kohde, majoitukset ja ohjelma yrityksen toiveiden mukaan kannustematkan luonteenomaisesta laadusta ja hengestä tinkimättä. Ajoissa laadittu budjetti antaa matkanjärjestäjälle mahdollisuuden tarjota yritykselle vaihtoehtoja.

Kannattaa muistaa, että asiantunteva matkanjärjestäjä on ennen kaikkea kumppani, jonka tehtävä on osaltaan auttaa yritystä saavuttamaan asetetut tavoitteet.

Aloitustilaisuus (kick off)

Kampanjan aloittaminen oikealla tavalla on ensisijaisen tärkeää viestin perille saattamiseksi. Myyntikilpailuissa on tärkeää että jokainen kohderyhmään kuuluva henkilö on tietoinen kampanjan aloittamisesta ja siitä, millä keinoin hän itse voi päästä mukaan kannuste- tai palkkiomatkalta. Jokaisella kohderyhmään kuuluvalla työntekijällä tulee olla samat mahdollisuudet osallistua matkaan.

Kampanjan teemasta ja tavoitteista riippuen on hyvä järjestää virallinen aloitustilaisuus. Aloitustilaisuus voidaan järjestää tulevan matkan teeman ja kohdemaan mukaisesti. Jos kannuste- tai palkkiomatka suuntautuu Kiinaan, voidaan kampanjan aloitustilaisuudessa syödä vaikkapa Pekingin ankkua paperilyhtyjen loisteessa. Samalla lanseerataan myyntikilpailu ja sen tavoitteet, josta laaditaan selkeät ohjeet kaikille ryhmän jäsenille.

Seurannan järjestäminen

Tavoitteet ja välitavoitteet on mietittävä tarkkaan ennen kampanjan aloittamista, eikä niitä tule muuttaa kesken kampanjan. Myös välitavoitteet saavuttaneille voidaan sopia jonkinlainen pienempi palkkio, joka lisää kampanjan kiinnostavuutta.

Seurannan keinot vaihtelevat määriteltyjen tavoitteiden mukaan. Tärkeintä on tehdä seurannasta helppoa, mutta kattavaa. Mitä konkreettisempia ja helpommin mitattavia tavoitteet ovat, sitä helpompaa on myös seuranta. Jos mahdollista kannattaa kampanja suunnitella niin, että seurannan tulokset ovat mitattavissa mahdollisimman aikaisessa vaiheessa, joka helpottaa matkan suunnittelua.

Matkan teema, suunnittelu ja järjestäminen

Myös varsinaista matkaa kannattaa suunnitella jo heti kampanjan aloitusvaiheessa. Matkakohde kannattaa valita niin, että se vastaa ja vahvistaa yrityksen identiteettiä ja pitkän aikavälin tavoitteita. Jos yrityksellä on kytköksiä – positiivisia tai negatiivisia – johonkin maahan, kannattaa miettiä tarkkaan, tehdäänkö matka sinne vai ei. Matkan kesto ja matkan ajankohta on myös määriteltävä.

Varsinaisen ohjelman suunnittelu on syytä aloittaa ajoissa, vaikka lopullinen osanottajamäärä ja -joukko ei olisikaan vielä täysin tiedossa. Huomioitavaa kuitenkin on, että ryhmä sukupuoli-, ikä-, ammatti- ja koulutusjakauma vaikuttavat olennaisesti matkaohjelmaan. Osallistujien kielitaito ja puolisoiden mahdollinen osallistuminen vaikuttavat myös ohjelman ja majoituksen suunnitteluun.

Asiantunteva incentive- matkanjärjestäjä on paras apu ohjelman suunnittelussa ja toteutuksessa. Yrityksesi tehtävänä on vahvistaa ryhmäkoko, toivomukset matkan temasta ja luonteesta sekä tarvittavat kokous- ja muut tilat hyvissä ajoin.

Kannattaa myös harkita haluaako matkalle mukaan matkatoimiston matkanjohtajan. Matkanjohtaja toimii emännän tai isännän oikeana kätenä koko matkan ajan ja varmistaa, että matkan teko on mahdollisimman mutkatonta ja että järjestelyt ja palvelu pelaavat.

Matkalle lähtö

Kun matkalle osallistuu erilaisia ja erilaisen matkailutaustan omaavia henkilöitä, on tiedon jakaminen kaikista matkan käytännön kysymyksistä ensiarvoisen tärkeää. Kuljetus lentokentälle, lennon numero, matkatavaroiden kuljettaminen ja valittava vaatetus ovat kaikki asioita, joista kannattaa kertoa osanottajille hyvissä ajoin – ja mieluummin vaikka useaan otteeseen.

Lentokentän järjestelyjen toteutuksessa kannattaa kuunnella matkanjärjestäjää. On hyvä miettiä etukäteen missä kokoonnutaan, kuinka laukkujen kantaminen toteutetaan ja jaetaanko niitä varten yrityksen logolla varustetut osoitelaput sekä halutaanko lentokentälle näkyviin yrityksen logo tai esimerkiksi yrityksen oma check-in -tiski helpottamaan ja nopeuttamaan käytännön järjestelyitä.

Asiantunteva matkanjärjestäjä tuntee myös paikalliset tavat ja olot yleensä parhaiten ja auttaa kohdemaan käytännön järjestelyissä. Yleensä lähes kaikki asiakkaan toivomukset on mahdollista täyttää. Hotelliin ja osallistujien huoneisiin voidaan toimittaa opaskylttejä, erikoiskoristeluita, oma fläppitaulu yrityksen tiedonantoja varten, esitteitä, menukortteja tai vaikka paikallinen opas. Matkanjärjestäjä voi suunnitella ja toteuttaa myös yrityksen haluaman tervetuliaishojelman – musiikin, tervetuliaislahjan, valokuvauksen, juomat tai pikkunaposteltavat.

Matkalla

Matkalla on erityisen tärkeää huolehtia siitä, että jokainen osanottaja tuntee ohjelman. Huomioitavia asioita ovat yhteydenpito ryhmäläisten välillä, ohjelman jakaminen etukäteen, opastarve, kuljetusten ja ruokailujen järjestäminen ja niiden mahdollisen erityisohjelman toteutus, ostosmahdollisuuden tarjoaminen ja mahdolliset kilpailut. Jos suunnitelmiin kuuluu varta vasten yritykselle suunniteltua ohjelmaa, kannattaa se ehdottomasti testata ennakoon.

Ruokailun järjestämiseen kannattaa myös kiinnittää erityistä huomiota. Etenkin suuremmalle ryhmälle on aina syytä varata illallis- ja lounasravintolat ennakoon. Pyri tarjoamaan ryhmälle erilaisia makuelämyksiä. Hyvästä ruoasta nauttivat kaikki ja hyvä ruoka täydentää matkan kokonaisuutta. Muista huomioida etukäteen mahdolliset erityisruokavaliot ja päätä etukäteen myös juomapuolen maksamisesta.

Kuljetusten järjestämisessä on hyvä muistaa virvokkeiden tarjoaminen pidemmillä matkoilla. Matkakohteesta ja osanottajista riippuen voidaan myös harkita erilaisia kuljetusmuotoja; hevoscärryissä matkustaminen kauniissa maalaismaisemassa voi olla eksoottinen kokemus kaupunkilaismatkailijoille.

Huoneiden varustuksessa on muistettava osallistujien erilaiset tarpeet. Travel Specialist Groupin matkanjohtajan palveluihin kuuluu tarkistaa huoneet ennen ryhmän saapumista ja varmistaa, että kaikki toiveet on huomioitu.

Kotiinpaluu

Lähtöön liittyvät järjestelyt ovat erityisen tärkeitä, sillä viime hetkien kokemukset vaikuttavat osanottajien mielikuviin koko matkasta. Hotellihuoneeseen tai esimerkiksi päätösillallisen aikana on hyvä jakaa pieni muisto yhteisestä matkasta. Läksiäislahjaksi sopii parhaiten esimerkiksi jokin pieni esine tai ruokatavara.

Osanottajia on informoitava hyvissä ajoin käytännön järjestelyistä: maksaako yritys minibaarista tulleet lisämaksut vai käykö jokainen maksamassa ne itse ennen lähtöä. Jos lentokentälle on pitkä matka, bussiin kannattaa varata erityistatarjoilua.

Ennen lähtöä voidaan hotellilla tai jossain viihtyisässä paikassa nauttia läksiäisdrinkit. Mukava tapa yllättää osallistujat on järjestää hotellin ja lentokentän välille vielä jokin ylimääräinen ohjelmanumero tai vierailukohde. Itse lentokentällä kannattaa huomioida samat asiat kuin matkalle lähtiessäkin.

Jälkihoito

Jotta incentive-kampanja olisi todella tehokas, kannattaa suunnitteluvaiheessa miettiä miten sitä voidaan hyödyntää jälkikäteen. Seuraavan kampanjan pohjustaminen alkaa heti edellisen päätyttyä. Jos matka oli onnistunut, toimii se jo itsessään seuraavan kampanjan puolesta, sillä osallistujat muistelevat sitä yhdessä ja kertovat siitä myös muille työntekijöille. Joskus voi olla paikallaan järjestää yhteinen kampanjan lopetustilaisuus joko vain matkan osanottajille tai koko yrityksen henkilökunnalle.

Parhaimmin incentive-kampanjat toimivat toistuvana käytäntönä, mutta yksittäinenkin kannustematka lisää henkilöstön motivaatiota, ryhmähenkeä ja sitoutumista yrityksen arvoihin. Etäisyyden ottaminen arkeen toimii voimavarana ja herättelee uusia ideoita.

Luotettava ja asiantunteva kumppani matkan järjestelyissä luo taustan onnistuneelle matkalle, joka muistetaan pitkään. Travel Specialist Group toteuttaa yrityksellesi matkan, joka tukee sen pitkän aikavälin tavoitteita ja vahvistaa yrityksesi identiteettiä.

Kannustematkan järjestäjän muistilista:

- Tavoitteiden laatiminen
- Budjetti
- Matkatoimiston valinta
- Aloitustilaisuus
- Kilpailuohjeet
- Matkakohde
- Matkan teema
- Matkan ajankohta

- Ryhmäkoko ja osallistujat
- Kuljetusyhtiön ja hotellin valinta
- Kuljetukset kotimaassa
- Kuljetukset kohdemaassa
- Ravintoloiden valinta
- Menuiden valinta
- Erityisruokavaliot
- Juomien maksaminen
- Lahja hotellihuoneessa saapuessa
- Lahja paluumatkalla
- Yrityksen näkyvyys matkalla (banderollit, quick screenit ym.)
- Lopullinen osallistujalista
- Matkanjohtaja
- Retket
- Muu ohjelma
- Hotellihuoneiden varustelu
- Läksiäisdrinkit
- Lopetustilaisuus