

Visit Rovaniemi / Rovaniemen Matkailu & Markkinointi Oy
Rovaniemen tulossopimus /seurantaraportti 1.7.-31.12.2021

1. Rovaniemen matkailuneuvonta

Rovaniemen matkailuneuvonta palveli asiakkaita heinä-marraskuussa arkisin klo 9-16, joulukuussa arkisin 9-17 ja lauantaisin sekä jouluaattona klo 10-14. Esitepostituksia tehtiin heinä-joulukuussa n. 12 400 kpl. Sähköpostitse ja sosiaalisessa mediassa tapahtuvan asiakasneuvonnan kontaktimäärä oli 2 148.

Välitysmyyntissä olevien aktiviteettien kokonaismyynti oli raportointikaudella matkailuneuvonnassa 63 278,95 euroa ja verkkokaupan myynti vastaavasti oli 376 726,79 euroa. Suurin osa aktiviteettimyyntistä painottui joulukuulle: matkailuneuvonnassa 43 136,35 euroa, verkkokaupassa 280 068,01 euroa.

Markkinointimateriaalien tuotanto

Matkailuneuvonnan ja ohjelmanpalveluiden välitysmyyntityön yhteydessä matkailuneuvonta on vastannut myös markkinointimateriaalien tuottamisesta ja päivittämisestä:

- Rovaniemen talviesite 2021-2022 ”42 vinkkiä talvilomailijalle”; suomi, englantia, ranska ja saksa (painettu ja verkko)
- Rovaniemen matkailukartta; suomi/englantia (painettu ja verkko)

Vuoden 2021 kävijämääriä ei ole tilastoitu toimitilamuutoksesta johtuen. Tammi-huhtikuussa vieraili n. 238 asiakasta. Koko vuoden 2021 välitysmyynti oli 488 896,01eur.

Vuoden 2020 aikana matkailuneuvonnassa vieraili 12 612 asiakasta. Koko vuoden välitysmyynti oli 383 630,48 eur.

Vuonna 2019 matkailuneuvonnassa vieraili 40 622 asiakasta. Vuoden välitysmyynti oli 1.045 604 eur.

Matkailutilastot

Vuonna 2021 majoitusvuorokausia kirjattiin 440 000, joista kansainvälisiä 170 000 kpl ja kotimaisia 270 000 kpl. Joulukuun majoitusvuorokaudet lähes palasivat ennätysvuoden 2019 joulukuun tasoon (94 % eli 127 000 vrk). Matkailussa näkyi kotimaan matkailun vahva kasvu (30 %). Joulukuun suurimmat lähtömaat: Iso-Britannia, Ranska, Espanja, Italia ja Irlanti. Brittien osuus joulumatkailusta oli viidennes. Koko vuonna TOP 5 Iso-Britannia, Saksa, Ranska, Espanja ja Italia. Tilastoista puuttuu takavuosien vahvat markkinat Kiina ja Israel.

2. Rovaniemen matkailubrändin ylläpito, kehittäminen ja markkinointi

Brändin kehittäminen: Joulupukille uusi sosiaalisen median kanava Kiinaan – Kuaishou –yhteistyö

Kuaishou on Kiinan kansallinen video + live-suoratoistoalusta, jolla on 294 miljoonaa päivittäistä aktiivista käyttäjää ja 513 miljoonaa kuukausittaista aktiivista käyttäjää. Vuonna 2011 perustettu Kuaishou Technology on korkean teknologian yritys, jonka toiminnan ytimessä ovat tekoäly ja big data.

Visit Rovaniemi toteutti yhdessä Suomen Pekingin suurlähetystön ja Kuaishoun kanssa Joulupukin kanavan lanseerauksen. Yhteistyön ensimmäinen ulostulo käynnistyi 15.12. suurlähetystön avajaistilaisuudella, jonka markkinoinnillisessa ytimessä olivat miljoonia seuraajia omaavat KOL-kutsuvieraat. Avajaistilaisuuden sisältö oli rakennettu kautta linjan tuomaan esille suomalaisuutta, Lappia, joulua ja Joulupukkia. Avajaistilaisuudesta lähetettiin myös live-stream, jota seurasi avajaisten aikana reilut 400 000 katsojaa. Avajaistilaisuuteen Visit Rovaniemi kuvasi myös Rovaniemellä ”Joulupukin terveiset” -videon.

Kampanja jatkui 16.12. kiinalaisen somevaikuttajan live-stream lähetyksellä 16.12 Joulupukin Pajakylästä. Vierailu oli menestys. Live-streamia seurasi vajaat 600 000 katsojaa.

Visit Rovaniemen Joulupukin Kuaishou-kanava jatkaa nopeaa kasvuaan ja sillä on seuraajia tällä hetkellä 252 000. Julkaisut kanavassa ovat tuottavia ja kustannustehokkaita. Joulukuun loppuun mennessä kanavassa on tehty 9 kpl julkaisuja, jotka ovat keränneet yhteensä 1.454 miljoonaa tykkäystä.

Kuaishou -somekanavan tilastot joulukuun 2021 loppuun mennessä:

- *Total views/impressions: 40.228 million
- *Total Shares: 33 K
- *Total Comments: 133 K
- *Total Likes: 1.454 million
- *Total number of posts: 9
- *Total Followers up to January: 0.252 million

Joulupukin brändi ja Rovaniemi koetaan kansainvälisesti vetovoimaiseksi markkinointiyhteistyön näkökulmasta. Kampanjan kustannuksista vastasi pääosin Kuaishou. Visit Rovaniemi vastasi hankkeen koordinoinnista Rovaniemen päässä sekä suurlähetystötilaisuuden ”Joulupukin tervehdys” -videotuotannosta.

Visit Rovaniemen TikTok tilillä oli tarkastelukauden päättyessä 104 500 seuraajaa ja 1,1 miljoonaa tykkäystä. **Joulupukin Weibon** seuraajat kasvoivat 235 500 tuhanteen seuraajaan ja julkaisut tavoittivat yli 5 miljoonaa käyttäjää. Joulukuussa lanseerattu **Joulupukin Kuaishou** -tili saavutti yli 40,2 miljoonan kokonaistavoittavuuden, ja seuraajien määrä nousi nopeasti 252 000:een. Vuoden 2021 jälkimmäisen tarkastelujakson aikana Visit Rovaniemen Youtube <https://www.youtube.com/user/RovaniemiOfficial> tavoitti reilut 2,36 miljoonaa katselua.

Visit Rovaniemi -somekanavien kehitys

Facebook Total Profile likes:

1.1.-30.6.2021	174 357 likes
1.7.-31.12.2021	191 142 likes -> +9,63 %

Instagram Total Followers:

1.1.-30.6.2021	66 459 followers
1.7.-31.12.2021	78 860 followers -> +18,66 %

Twitter Total Followers:

1.1.-30.6.2021	10 500 followers
1.7.-31.12.2021	11 208 followers -> +6,74 %

Social Media Brand reach:

1.7.-31.12.2020	31 177 656
1.7.-31.12.2021	41 712 087 -> +33,79 %

Social Media Clicks:

1.7.-31.12.2020	569 696
1.7.-31.12.2021	922 606 -> +61,95 %

Social Media Click-Through Rate (CTR):

1.7.-31.12.2020	3,13 %
1.7.-31.12.2021	3,60 % -> + 15,02%

Brändin kehittäminen: Rovaniemi / Visit Rovaniemi -brändihierarkia ja visualistiikan linjaukset

Rovaniemen brändiuudistuksen myötä myös kaupungin osaomistamassa Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy:ssä on ollut tarpeen tehdä Visit Rovaniemi -brändiin kohdistuvaa arviointia suhteessa RMM Oy:n liiketoimintastrategiaan ja kaupungin kokonaispalvelutarjoamaan.

Visit Rovaniemi -brändityötä on tehty RMM Oy:n hallitustasolla sekä operatiivisessa muodossa yrityksen sisällä. Tässä työssä on keskustelukumppanina toiminut myös Rovaniemen viestintä- markkinointi- ja osallisuuspalvelut. Suunnittelutyö on suunnattu brändiarvontuotantoon, palveluiden brändihierarkiaan ja visuaalisiin sovelluksiin.

Palveluiden brändihierarkiasta on tehty vuoden 2021 aikana Visit Rovaniemen osalta alustava esitys ja visualistiikkaan paneudutaan vuoden 2022 alkupuoliskolla. Tämän myötä asteittainen brändiuudistus toteutunee vuoden 2022 aikana.

Brändin kehittäminen: Visit Rovaniemi ja tuotelisenssinnin kautta tapahtuva brändiarvontuotanto

Visit Rovaniemi pyrkii tiivistämään brändiyhteistyötä suhteessa kansainvälisiin tunnettuihin tuote- palvelu- ja henkilöbrändeihin. Yhteistyö on tyypillisimmillään kampanjayhteistyötä matkailun palveluketjussa toimivien globaalien osapuolten kesken (esim. lentoyhtiöt ja navigaatiopalveluita tuottavat yritykset). Maailmalla tunnettujen kotimaisten brändien osalta yhteistyötavoite voi olla tiiviimpää ja ulottua jopa RMM Oy:n osakkuusneuvotteluihin asti.

Brändiyhteistyötä tavoitellaan myös tuotelisenssinnin kautta. Brändilisensointi ulottuu tässä tapauksessa RMM Oy:n osakkaiden palveluntuotantoon asti. Visit Rovaniemi on tehnyt joulukuussa 2021 osakkailleen brändilisensointia koskevan kyselyn. Kyselyn tulokset ovat rohkaisevia ja luovat pohjaa lisenssipohjaisen toimintamallin kehittämiseksi. Brändilisenssinnissa myös Rovaniemen roolilla voi olla läpiviennin kannalta ratkaiseva vaikutus, koska onnistumisen edellytyksenä on usein riittävän laaja rahoituspohja. Asian kehittämistä ja toiminnan mallintamista viedään eteenpäin sisäisesti ja kaupungin suuntaan vuoden 2022 aikana.

Brändin kehittäminen: Visit Rovaniemi -verkkouudistus

Visit Rovaniemi uudistaa verkkosivustonsa vuoden 2022 aikana. Vuoden 2021 aikana on käynnistetty verkkosivujen palveluiden kehittämiskartoitus. Uudistuksen tavoitteena on digitalisaation kautta suoraviivaistaa asiakaskokemusta sekä luoda rinnalle vaihtoehtoisia palvelukanavia ihmisvoimin tapahtuvalle asiakaspalvelutyölle. Digitaaliset palvelu-uudistukset tulevat lyhentämään yksittäisen asiakaspalvelun keskimääräistä kestoja, koska osa kuormittavista asiakastapahtumista saadaan automatisoitua verkkoon. Kehittämistoimenpiteet ovat pääosin verkkosivujen sisäistä kehittämistä, mutta myös toimintalinjausten ohjeistamista Visit Rovaniemen osakkaiden (palveluntuottajien) suuntaan. Tämän lisäksi vuoden 2021 on ollut tietokantaintegraatioihin liittyvää vuoropuhelua, joka koskee lähinnä Visit Finlandin datahub -tietokannan kehittämistä ja käyttöönottoaikataulua.

Visitrovaniemi.fi -verkkosivun tilastot

Page views:

1.7.-31.12.2020	902 226 kpl
1.7.-31.12.2021	1 555 274 kpl -> +72,38 %

Users:

1.7.-31.12.2020	347 032 kpl
1.7.-31.12.2021	462 477 kpl -> +33,27 %

Sessions:

1.7.-31.12.2020	464 056 kpl
1.7.-31.12.2021	664 672 kpl -> +43,23 %

Session lenght:

1.7.-31.12.2020	2,16 min
1.7.-31.12.2021	2,80 min -> +29,63 %

Bokun sales:

1.7.-31.12.2020	33 281 €
1.7.-31.12.2021	429 084 € -> + 1 189,28 %

Bokun Return On Ad Spend (ROAS):

1.7.-31.12.2020	1 291 %
1.7.-31.12.2021	4 160 %

Rovaniemen Joulunavaus perinteisin menoin terveysturvallisesti

Rovaniemi avasi Joulukauden 20.11.2021 Joulupukin Pajakylässä Visit Rovaniemen tuottamalla tapahtumalla. Upeiden artistien jouluinen musiikki vei kuulijat joulun ja talven tunnelmiin sekä paikan päällä, että etänä live-streamin välityksellä. Tapahtumaan kuului myös virtuaalinen vierailu SantaParkin kauden avajaistunnelmissa. Osana juhlallisuuksia Rovaniemen kaupunginjohtaja Ulla-Kirsikka Vainio luovutti Rovaniemen kaupungin vuotuisen Unicef-lahjoituksen Suomen Unicefin pääsihteerille Marja-Riitta Ketolalle.

Tapahtumaa seurasi livenä 104 000 katsojaa, Visit Rovaniemen Facebookissa www.facebook.com/visitrovaniemi sekä live-streamin välityksellä: <https://www.visitrovaniemi.fi/watch-live/>. Visit Rovaniemen tekemä Facebookin tapahtumamarkkinointi tavoitti yli 240 000 Facebook käyttäjää.

Joulupukin matkaanlähtö videojulkaisuna

Tapahtumarajoitusten vuoksi Visit Rovaniemi ei järjestänyt Joulupukin matkaanlähdön tapahtumaa yleisötilaisuutena, vaan Joulupukin matkaanlähdöstä julkaistiin video 23. joulukuuta klo 19.00. Video jaettiin Visit Rovaniemen kanavissa ja se julkaistiin myös medioiden hyödynnettäväksi kuvapankin kautta. Ennakkomarkkinoinnissa hyödynnettiin laajalti kanavat ja kontaktit ja tieto videojulkaisusta jaettiin kotimaan ja kansainvälisille medioille sekä matkanjärjestäjäyleisöille Mynewsdeskin sekä Mailchimpin välityksellä. Visit Rovaniemen toteuttama Facebook tapahtumamarkkinointi tavoitti yli 700 000 käyttäjää. Joulupukin matkaanlähtöä videotallennetta seurasi yhteensä yli 198 000 katsojaa Visit Rovaniemen ja kahden suurimman yhteistyötoimijan kanavissa. Lisäksi MTV Uutiset Live näytti joulupukin lähdön suorana.

Helsingin Joulunavaus - Rovaniemi meets Helsinki

Helsingin City Markkinointi ry:n tuottama Helsingin Joulunavaus oli viikonlopputapahtuma 27.-29.11.2021. Visit Rovaniemi koordinoi Rovaniemen osallistumista joulunavauksen juhlistamiseen Senaatintorin tapahtumassa esiintyjin ja kaupunginjohtajan tervehdyksin sekä näkyvyyteen Glass House Helsingissä (Joulupukin tapaaminen, Pop Up Paja virtuaalilasein, Joulupukin kirjeiden postilaatitot) rovaniemeläisten toimijoiden yhteistyönä. Visit Rovaniemi jakoi live-streamia – Rovaniemi meets Helsinki tapahtumasta kanavissaan. <https://www.visitrovaniemi.fi/watch-live/>

3. Matkailumarkkinointi ja alueorganisaatiotoiminta

Raportointijakson aikana **matkailun yhteismarkkinointiin liittyi mukaan 12 uutta yritystä**: Chris Adventures / Nordic Odyssey, Lapin Väki Oy / Kiipeily- ja joogakeskus Väki, Konepalvelu Kylmäluoma Oy / Kotatieva Winter Leisure Park, Via Hansa & Borealis Ltd., Smuk Shop Oy, Experience Pyhä Oy/Sunday Morning Resort, Assaroi Oy / Rovaniemen Asemaravintola, Kanssa Oy ravintola/Hanki Rovaniemi, Frozen Lake Husky Oy, Carisa Travel Group Oy, LuxArctic Oy/ Santa Claus City Office, Lapland Romance & Private Tours. Jäsenyrityksiä oli joulukuun loppuun mennessä **214**. Osakkuustiedusteluja ja käynnistyneitä neuvotteluja kirjattiin ajanjaksolta 15 uuden yrityksen kanssa.

Visit Rovaniemi yhteistyöhön Air Francen kanssa, suora lento Pariisista Rovaniemelle 4.12.2021 alkaen

Visit Rovaniemi käynnisti neuvottelut Air Francen kanssa jo 2019, mutta reitin avauksesta päästiin sopimaan heinäkuussa 2021. Reitin avausmarkkinointi tehtiin yhteistyössä Air Francen ja Visit Finlandin sekä Finavian kanssa. Lisäksi Visit Rovaniemi teki vielä omaa kohdemarkkinointia Air Francen kanavissa. Visit Rovaniemen tuottama ranskankielinen markkinointiviestintä sekä kampanjaan kohdennettu kuvasto nostivat Rovaniemen lentoyhtiön ”TOP 10- kohteiden” joukkoon markkinointiperformanssissa. Lentoreitin avaaminen oli menestys ja yhteistyölle odotetaan jatkoa tuleville talville.

Visit Rovaniemi neuvotteli easyJetin suoran lentoyhteyden Milanosta 19.12.2021 alkaen

Visit Rovaniemi ja Finavia tekivät yhteistyötä uuden suoran reittilennon avaamiseksi Milanon Malpensasta Rovaniemelle. Reittiyhteys avattiin 19.12.2021 ja tapahtumassa oli mukana hyväntekeväisyyspartnerina kirjakauppa Librerie Feltrinelli. easyJet ja Librerie Feltrinelli julkaisivat sosiaalisessa mediassa #dearsantaclaus kampanjan, jossa @easyJet_Italia sekä @laFeltrinelli avasivat mahdollisuuden seurata joulupukin kirjeiden matkaa Napapiirille.

Eurowings yhdistää Saksan ja Itä-Hollannin markkinat Düsseldorfista Rovaniemelle 5.12.2021 alkaen

Saksalaisen Eurowingsin aloitteesta avattu uusi suora lentoyhteys Rovaniemelle pohjaa autotestaajien vakiintuneeseen kysyntään ja Euroopan markkinan vahvistumiseen 2021-2022. Visit Rovaniemi toteutti yhteismarkkinointikampanjan Eurowingsin ja Visit Finlandin kanssa joulutammikuulle 2021-2022. Kampanja oli jatkoa Lapin alueiden talven yhteiskampanjoinnille, jossa tuotiin esille Lapin helppoa saavutettavuutta talvikaudella.

Talven kampanjointia Saksaan, Ranskaan ja Iso-Britanniaan "Lappi ei ole koskaan ollut näin lähellä"

Talven hakusanamainonnan kohdemaina olivat Iso-Britannia, Saksa ja Ranska. Kampanjan kesto oli lokakuu-tammikuu. Mainonnan päätavoite oli tavoittaa Lapista kiinnostuneet matkailijat ja ohjata liikennettä Visit Rovaniemen verkkosivuille tuotteiden ja palveluiden pariin. Düsseldorfin kohdistettiin oma kampanjaa lentoyhteyksiin liittyen ja kotimaan markkinaan kohdistettiin oma hakusanamainontansa. Mainonnan kanaviksi valittiin Google Ads, Facebook ja Instagram.

Discovery-mainontana toteutettu Düsseldorfin kampanja tavoitti reilut 82 000 katselua, ja puolestaan hakusanamainonta kotimaassa tavoitti lähes 65 000 katselua. Saksaan suunnattu talven hakusanamainonta tavoitti lähes 65 000 katselua, Ranskan yli 70 000 ja Iso-Britannian lähes 69 000 katselua. Kampanjaliikenne verkkosivuilla läpi kampanjan oli erittäin laadukasta ja istuntojen kesto ylitti 2 minuuttia. Eniten euromääräistä tuloa toi Ranskan kampanja ja Iso-Britanniasta jäljitettiin eniten uutiskirjeiden tilauksia.

Levi, Ylläs ja Inari-Saariselkä ja Rovaniemi kampanjoivat yhdessä

Visit Rovaniemi toteutti Levin, Ylläksen ja Inari-Saariselän kanssa yhteismarkkinointikampanjan 2.11 - 2.12.2021 Saksan ja Ranskan markkinoille. Kampanjalla tavoiteltiin talvikauden myynnin käynnistymistä matkustusrajoitusten kevennyttyä. Kampanja toteutettiin kohdekielillä sosiaalisessa mediassa.

Kampanjalla tavoitettiin alueina yhdessä 9 miljoonaa käyttäjää ja kokonaiskatseluiden määrä kampanjalla oli 27 miljoonaa katsojaa. Yhteistyö ja kampanja toimivat hyvin ja näkyvyys ylitti odotukset. Rovaniemi sai mainoksilleen kohdemarkkinoilla katselumääräksi yli 6,4 miljoonaa ja tavoitti 2,45 miljoonaa käyttäjää. Kampanjan aikana tarkasteltiin alueiden verkkosivustojen kehityksen kannalta oleellisia kauppaa johtavia toimia sekä käyttäytymistä sivuilla.

Visit Rovaniemellä onnistunut Venäjän somekampanja Visit Finlandin kanssa

Ylläpitääkseen myös Venäjän markkinan kiinnostusta Visit Rovaniemi tuotti osakasyritysten kanssa alkutalven aikana Venäjän markkinalle Visit Finlandin sosiaalisen median kampanjaan 7 lyhyttä markkinointivideota Vkontakten uudessa "Clips" -osiossa. Tarkastelujakson aikana olimme jo kirkkaasti ylittäneet asetetut 700 000 katselun tavoitteet 873 000 katselulla ja 8047 tykkäyksellä, vaikka kampanja-aika ei ollut vielä päättynyt.

Kesän kotimaan markkinointikampanjalla hyvä tavoitavuus

Visit Rovaniemi toteutti kotimaan kesämarkkinoinnin digikampanjan ajalla 1.6.-18.7.2021 Google Ads Display, Facebook sekä Instagram Stories -kanavissa. Facebook- ja Instagram-mainonta tavoittivat yli 206 000 ihmistä ja yli 884 000 näyttökertaa. Google Displaymainonta keräsi 1,18 miljoonaa näyttökertaa ja saavutti 0,39 % klikkausprosentin, joka oli kesän kilpaillussa kotimaan digimainonnassa hyvä luku. Istuntojen kesto verkkosivuliikenteessä oli hieman yli 2 minuuttia, ja uusia sivustokäyttäjää saavutettiin yli 74 000. Yrityksen tuotteita katseltiin yli 15 000 kertaa, ja verkkosivun liikenne oli kokonaisuudessaan kasvanut edelliseen vuoteen verrattuna n. 38 % ja yritysten tuotekorttien avausprosentti 26 % kampanjan aikana.

Suurtaapahtumien viikonloppu: Napapiiri-Jukola ja Simerock

Rovaniemellä vietettiin elokuussa kahden suurtaapahtuman menestysviikonloppua. Maailman suurin suunnistustapahtuma Jukolan viesti järjestettiin Rovaniemellä 21.-22.8.2021, ja pohjoisen suurin rockfestivaali Simerock 20.-22.8.2021. Visit Rovaniemen sosiaalisessa mediassa jaettiin runsaasti suoraan kauppaan ohjaavaa

markkinointisisältöä paikallisista palveluista, aktiviteeteista sekä ostosmahdollisuuksista. Visit Rovaniemi tuotti Napapiiri-Jukolan Facebook, Instagram ja Display- markkinointikampanjan aikavälillä 20.5. -15.6.2021. Kampanjan tavoitteena kasvattaa tapahtuman osallistujamäärää.

Facebook- ja Instagram-mainonnalla saavutettiin yli 311 000 näyttökertaa ja suoria mainoksen klikkauksia 4713 klikkihinnalla 0,32€. Google Display-mainonnalla tavoitettiin 736 000 näyttökertaa, klikkihinnan jäädessä edulliseksi 0,10€ 4380 mainoksen klikkaukselle. Mainos saavutti pandemia-ajan vertailussa ennätyksellisen suuren klikkausprosentin 0,60 %.

Visit Rovaniemi ja Rovaniemen kaupunki esiintyivät yhdessä Jukolan kisa-alueelle pystytetyssä teltassa varmistaen Rovaniemen näkyvyyden suur tapahtumassa. Joulupukki toimi Napapiiri-Jukolan suojelijana ja hän toi tervehdyksensä tapahtumaan. Visit Rovaniemi koordinoi materiaalien kuvaustuotannon sekä after movien tuotannon ja jakelun.

Visit Rovaniemi teki Simerock-tapahtumasta somemarkkinointia ennakoon, sekä paikan päältä linkittäen Instagram stoorituksen suoriin lippuostoihin. Visit Rovaniemi koordinoi tapahtumasta mittavan kuvatuotannon ja teki lisähankintoja Simerock-kuvaston rakentamiseksi Visit Rovaniemen medialle jaettavaan kuvapankkiin.

Matka - Nordic Travel Fair 2022 – peruuntui: myyntineuvottelut tehtiin digitaalisesti

Visit Rovaniemi koordinoi ja valmisti Matkamessuille 2022 osallistumista ja 36 osakasyritystä ilmoittautui mukaan ammattilaispäiviin. Tapahtuma peruttiin vielä joulukuun aikana ja digitaalinen workshop toteutettiin 19.-20.1. ja 26.1.2021.

Datahub

Visit Finlandin kansallisen tietovarannon datahubin tiedonkeräystyö alkoi syksyllä 2021. Myös Visit Rovaniemi on mukana tiedonkeruussa kannustaen ja neuvoen matkailualan yrityksiä syöttämään omat yritys- ja yhteystietonsa datahubiin. Lisäksi Visit Rovaniemi toimii datahubissa kuratoijana, joka käy läpi kaikki alueen tuotteet ennen niiden julkaisemista. Datahubista on tavoitellaan Suomen kattavaa matkailun tietopankkia Visit Finlandin, alueorganisaatioiden, yritysten, matkanjärjestäjien sekä sovelluskehittäjien käyttöön. Matkailun palvelutieto tulee tietopankin kautta avoimesti kaikkien käyttöön avoimen rajapinnan kautta.

Sustainable Travel Finland –ohjelma (STF)

Visit Rovaniemi on osallistunut Visit Finlandin järjestämiin STF-ohjelman koulutuksiin sekä autettu yrityksiä heidän kestävän matkailun polullaan. Olemme jatkaneet vastuullisuusviestintää niin Visit Rovaniemen verkkosivuilla, uutisoinneissa kuin suoraan yrityksille lähteissä tiedotteissa. Tällä hetkellä alueelta on mukana 44 yritystä, joista 8 on saanut valtakunnallisen STF-merkin. Rovaniemi on edelleen yksi ohjelman aktiivisimmista yritysverkostoista. STF-ohjelma tarjoaa yrityksille konkreettisen kestävän matkailun työkalupakin. Sen avulla kestävien toimenpiteiden ja valintojen omaksuminen yrityksen arjessa helpottuu.

Sisällöntuotanto ja viestintä

Visit Rovaniemi tuotti tarkastelujakson aikana useita markkinointikuvauksia ja footage-aineistojen määrää myös medioiden käyttöön kasvatettiin.

Visit Rovaniemen monikanavainen viestintä esimerkiksi lentoreittien ja Joulutapahtumien suhteen on käsittänyt julkaisut sosiaalisen median kanavissa (Instagram, KV Facebook, Suomi Facebook, Twitter), Visit Rovaniemen verkkosivuilla (www.visitrovaniemi.fi) sekä uutisjakeluna Mynewsdeskissä että Mailchimpissä. Joulutapahtumista tiedotettiin myös paikallismedioita.

Visit Rovaniemi panosti uusien avauksien uutisointiin sekä sosiaalisessa mediassa tiedottamiseen kuluneen tarkasteluajanjakson aikana

- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/uutiset/ciao-milano-easyjetin-uusi-suora-lentoreitti-tuo-matkailijat-suoraan-keskelle-joulusatua-rovaniemelle/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/news/ciao-milan-italy-new-easyjet-direct-flight-route-to-the-heart-of-lapland-rovaniemi/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/uutiset/lentoyhtio-eurowingsin-uusi-suora-lentoreitti-dusseldorfista-tuo-matkailijan-revontulten-maahan-rovaniemelle/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/news/eurowings-new-direct-flight-route-from-dusseldorf-brings-travellers-to-winter-wonderland-rovaniemi/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/uutiset/air-francen-siivin-voi-tana-talvena-lentaa-pariisista-suoraan-keskelle-joulun-ihmemaata-rovaniemelle/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/news/this-winter-air-france-takes-you-to-lapland-rovaniemi-in-the-middle-of-a-christmas-fairytale-from-paris-with-a-new-scheduled-flight/>

Artikkeli ja uutisjulkaisuja Visit Rovaniemi tuotti verkkosivustolleen <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/ideat/> <https://www.visitrovaniemi.fi/features/> 21 kappaletta tarkastelujakson aikana ja lisäksi päivitettiin ja julkaistiin Visit Rovaniemen aiempia ajankohtaisia julkaisuja kuten Top ways to see the Northern Lights in Rovaniemi, Planning a trip to Rovaniemi? 8 Reasons to Visit Rovaniemi after December, Perheen kanssa hiihtolomalla Rovaniemellä sekä TOP 10 syytä rakastua Rovaniemeen.

Mynewsdesk <https://www.mynewsdesk.com/fi/visit-rovaniemi>

Mynewsdesk kansainvälisen joulumarkkinoinnin sekä lentoreittiuutisoinnin suorajakelulistalla on yhteensä yli 9000 TV, matkailu-, Lifestyle-, Uutis-, Bloggeri- ja radioalan toimittajakontaktia. Kotimaisen median suorajakelulistalla vastaavasti on lähes 1300 vastaanottajaa. Visit Rovaniemi Mynewsdeskissä on kuukausitasolla reilu 5 200 kävijää. Visit Rovaniemi julkaisi Mynewsdesk alustalla 25 artikkelia, tiedotetta tai uutista kuluneen tarkastelujakson aikana.

Mailchimp

Visit Rovaniemen Mailchimp -tiedotejakelun vastaanottajina on 1780 kansainvälistä matkanjärjestäjää, ja yli 900 median edustajaa. Vastaavasti kotimaan kuluttajakelulistalla on 15089 tilaajaa, ja kansainvälisiä uutiskirjetilaaajia jo lähes 4500. Visit Rovaniemi lähetti kontakteilleen kuluneen tarkastelujakson aikana yhteensä 18 tiedotetta liittyen lentoreittien avauksiin, matkustusrajoituksiin ja toimintaohjeisiin, Joulutapahtumiin sekä kauden kohokohtiin.

Aktiivinen sisällöntuotanto Visit Finlandin Howspace-alustalla

Visit Rovaniemi osallistui tarkastelukaudella aktiivisesti Visit Finlandin sisältöideoiden keräilyyn, nostamalla kuukausittain Rovaniemen alueen uutuuksia, vuosittaisia tapahtumia ja kiinnostavia henkilöitä. Visit Finlandille nostettavista tiedoista VF on poiminut kulloinkin toimivimmat. Sisältöideoiden kiinnostavuutta arvioi PR-tiimi yhteistyössä paikallisten PR-toimistoiden kanssa jotta, ideoista ajankohtaisimmat pääsisivät osaksi VisitFinlandin sisältöjä esimerkiksi TV-ohjelmien haastatteluissa.

Kuvamateriaalihankinnat

Visit Rovaniemi toteutti kuvauksia useissa osakasyrityksissä ja lokaatioissa tarkastelujakson aikana omaan ja osakasyritysten käyttöön. Kuvauksia toteutettiin teemoilla keskiyön aurinko, ruska ja retkeilyalueet, ravintolat ja aktiviteetit, Joulupukin Pajakylä eri vuodenaikoina, majoitukset, Ounasvaara, käyntikohteet ja kulttuuri, kaupunkikeskusta eri vuodenaikoina, luonto, ensilumi ja lumeton aika vastuullisesti, ilmakuva Ounasvaaralta keskustaan eli luonnon läheisyys, jäätyvät joet, revontulet, Joulupukki ja Joulutapahtumat. Visit Rovaniemi myös osti kuvia paikallisilta kuvaajilta teemoista kaupunkikeskusta, revontulet sekä lumeton aika.

Terveysturvallisuusviestintä

Visit Rovaniemi on tehnyt aktiivisesti terveysturvallisuusviestintää matkailijoille ja matkanjärjestäjille. Yhtiö on ylläpitänyt covid-19 -sivustoa <https://www.visitrovaniemi.fi/covid-19-visit-rovaniemi/> kerännyt koronatestauksen tiedot terveystoimijoilta (Lappica, Mehiläinen, Terveystalo, 9lives) ja päivittänyt säännöllisesti <https://www.visitrovaniemi.fi/covid-19-guidelines/> sivulle testausohjeistuksen matkanjärjestäjille ja yksittäisille matkailijoille koskien tulotestiä/matkan aikana tapahtuvaa testausta tai paluumatkan testitarvetta. Myös Rovaniemen kaupungin toimittamat tiedotteet on jaeltu matkailijoille ja tarvittaessa yhtiö on kääntänyt tiedotteita englanniksi.

Viimeisimmän terveysturvallisuutta koskevan tiedon yhteistyössä alueen terveysturvallisuuden kanssa tuotettuna, on Visit Rovaniemi päivittänyt sivustoilleen:

<https://www.visitrovaniemi.fi/fi/covid-19-tiedotteet/>

<https://www.visitrovaniemi.fi/covid-19-visit-rovaniemi/>

<https://www.visitrovaniemi.fi/covid-19-guidelines/>

4. Kokous- ja kongressimarkkinointi ja -myynti

Tarkastelukauden osalta heinä-joulukuun oli kokoustiedusteluiden ja kokousten järjestämisen näkökulmasta rauhallinen. Varattuja kokouksia siirrettiin tai peruttiin. Marras- ja joulukuussa kokousjärjestelyt ja -tiedustelut lisääntyivät loppuvuotta kohden. Kokousmarkkinoinnin osalta ajanjaksolla keskityttiin kokouspalveluiden ja -tilojen kartoittamiseen sekä kohteiden palveluaikojen päivittämiseen.

Asiakastiedusteluita tuli 90, joista 57 ajoittui marras-joulukuun ajalle. Etä- ja hybridikokoustamisen käytäntö vakiintui edelleen. Lyyti tapahtumahallintajärjestelmän kautta operoitiin yhteistyössä VisitEDUfinn kanssa LIFE2022 konferenssin ilmoittumisprosessi maksuliikenteineen. Tarkastelujakson aikana toteutettiin 27 kokousta, joista 14 kpl toteutettiin marras-joulukuun aikana.

5. Media- ja matkanjärjestäjävierailut / PR

MEDIAYHTEISTYÖ

Kansainvälisten media- ja matkanjärjestäjävierailuiden toteuttaminen mahdollistui jälleen, kun Suomi kevensi maahantulorajoituksia heinäkuussa. Kansainvälisen median kiinnostus Rovaniemeä kohtaan kasvoi loppuvuotta kohti ja marras-joulukuun oli hyvin kiireistä mediavierailuaikaa mediatuotantoihin. Median kiinnostuksen kohteita olivat erityisesti lappilainen ruokakulttuuri, luonnonilmiöt, Joulupukki ja pandemian vaikutus matkailuelinkeinoon.

Toteutuneet mediavierailut:

*25 kansainvälistä mediavierailua.

*TOP maat: 1. Saksa: 7 vierailua, 2. USA: 4 vierailua, 3. Ranska: 3 vierailua, 4. UK ja Espanja: 2 vierailua. *Vieraita yhteensä 85 henkilöä

Happiness from Finland -projekti toi Rovaniemelle näkyvyyttä. Lokakuussa toteutetulle sosiaalisen median vaikuttajamatkalle osallistui kolme vaikuttajaa, joiden kautta tavoitettiin lähes 700 000 henkilöä.

Marraskuussa saman teeman puitteissa toteutettiin toimittajavierailu, johon osallistui 4 toimittajaa ja näkyvyyttä tuli mm.

Afar – Travel Magazine and Guide'ssa (UVPM 1M) : [A Visit With Santa Claus in Rovaniemi, Finland \(afar.com\)](https://www.afar.com/story/a-visit-with-santa-claus-in-rovaniemi-finland) ja

Matador Network'ssa (UVPM 1,37M): [Review: Arctic TreeHouse Hotel in Rovaniemi, Finland \(matadornetwork.com\)](https://matadornetwork.com/rovaniemi)

Kahden maailman suurimman uutistoimiston, Reuters ja Associated Press (APTN), toimittajat raportoivat Rovaniemeltä joulukuussa. Molemmilla uutistoimistoilla oli fokuksessa joulumatkailun tilannekuva pandemian keskellä sekä matkailijoiden kokemukset. Sekä Reuters'n että AP:n uutiset levisivät laajasti ympäri maailman.

Reuters: <https://www.reuters.com/world/uk/british-tourists-head-snowy-lapland-seeking-santa-claus-2021-12-15/>

AP: [https://apnews.com/article/coronavirus-pandemic-business-lifestyle-health-travel-](https://apnews.com/article/coronavirus-pandemic-business-lifestyle-health-travel-0412c2aff5ef965db9b430a5cd799cc4)

[0412c2aff5ef965db9b430a5cd799cc4](https://apnews.com/article/coronavirus-pandemic-business-lifestyle-health-travel-0412c2aff5ef965db9b430a5cd799cc4)

Good Morning America -shown (GMA) suoralähetys Rovaniemeltä Joulupukin Pajakylästä näkyi 10 miljoonalle amerikkalaiselle aamun primetime -aikaan jouluviikolla. Rovaniemen livelähetystä markkinoitiin jo edellisenä päivänä sekä lyhyempiä juontoja kuvattiin Rovaniemellä aiottua enemmän. Livelähetys onnistui täydellisesti kiireisimpään sesonkiaikaan. GMA:n Rovaniemen näkyvyys huomioitiin myös kotimaan mediassa.

<https://www.goodmorningamerica.com/living/video/gma-visits-santa-claus-village-arctic-circle-81872632>

<https://www.goodmorningamerica.com/living/video/gma-visits-santa-claus-village-arctic-circle-81872632>

The Most Amazing Vacation Rentals Netflix-sarjan näkyvyys

Rovaniemi nousi jälleen otsikoihin, kun The Most Amazing Vacation Rentals Netflix-sarja toi katsojan ekologisen perheyhteyden Ollero Eco Lodgen vieraaksi. Visit Rovaniemi toimi mediayhteistyössä tuotannon kanssa aiemmalla raportointikaudella, ja teki asiasta uutisointia sekä sosiaalisen median nostoja Netflixin The Most Amazing Vacation Rentals tosi-tv-sarjan lanseerauksesta kuluneella tarkasteluajanjaksolla.

MATKANJÄRJESTÄJÄYHTEISTYÖ

* 5 vierailua, 44 osallistujaa, 6 eri maata (Kiina, UK, Latvia, Saksa, Italia ja Intia).

Matkanjärjestäjävierailuja Rovaniemelle suuntautui loppuvuoden aikana yhteensä viisi: 6.-7.10.2021 Visit Arctic Europe II Virtuaalimatka, 17.-20.11.2021 UK Luxury and Sustainable, 5.-6.12.2021 ja 8.-9.12.2021 Giver Viaggi Italia ja 12.-15.12.2021 Intia. Erityisesti britit ja intialaiset matkanjärjestäjät olivat kiinnostuneita luksuspalveluista, joita Rovaniemellä on tarjolla.

Digitaaliset workshopit

Syksyn aikana Visit Rovaniemi osallistui digitaalisiin workshoppeihin 8.-9.9.2021 Japan Online Workshop, 14.-15.9.2021 Visit Arctic Europe Digital Workshop ja 23.-24.9.2021 Winter Wonderland Webiworkshop. Jokaisessa tilaisuudessa neuvoteltiin noin 20 – 40 kansainvälisen matkanjärjestäjän kanssa.

MUU PR -TYÖ

8.12.2021 illalla Joulupukin Pajakylästä toteutettiin yhteistyössä Visit Finlandin Christmas special -digitaalinen tapahtuma matkanjärjestäjäyhteistyöverkostolle. Visit Rovaniemi oli tapahtuman paikallinen toteuttaja.

Joulukauden aikana Visit Rovaniemi on antanut lukuisia haastatteluja ja muuta asiantuntijaneuvontaa kansainvälisen ja kotimaisen medianedustajille. Lisäksi kauden aikana on neuvoteltu ja sovittu Joulupukin livetervehdyksiä ja ohjattu niitä yhteistyökumppaneiden palveluiden pariin.

Ansaitun median arvo 1.7.-31.12.2021 15782,80M (15,7B) ja arvioitu näkyvyyden arvo 145M€.

6. Matkailun asiantuntijatehtävät ja edunvalvonta

Visit Rovaniemi on toiminut asiantuntijana seuraavissa hankkeissa ja työryhmissä:

- Matkailufoorumi, TEM, jäsen
- Business Finland/Visit Finland Advisory Board (Travel), puheenjohtaja
- Elinvoiman poikkeusolojen johtoryhmä, Rovaniemen kaupunki
- Visit Finland, alueellinen asiantuntijaverkosto, jäsen
- Joulupukkisäätiön hallitus, hallituksen jäsen
- Lapin Matkailuelinkeinon Liitto ry, hallituksen varajäsen
- Lapin Kauppakamarin matkailuvaliokunta, valiokunnan varapuheenjohtaja
- Lapin liiton matkailun asiantuntijaryhmä (mm. Lapin matkailustrategian ohjausryhmä), jäsen
- Lapin lentoliikennetyöryhmä, jäsen
- Rovaniemen matkailualueen turvallisuustyöryhmä, jäsen