

Visit Rovaniemi / Rovaniemen Matkailu & Markkinointi Oy Rovaniemen tulossopimus / seurantaraportti 1.1.-30.6.2021

1. Rovaniemen matkailuneuvonta

Rovaniemen matkailuneuvontapiste palveli tammi-huhtikuussa asiakkaita lyhennetyllä asiakaspalveluajalla arkisin klo 11-14. Tämän lisäksi asiakaspalvelua tehtiin sähköpostitse ja sosiaalisen median kanavissa normaalin työajan puitteissa. Matkailuneuvonnassa vieraili tammi-huhtikuun aikana 238 asiakasta ja esitepostituksia tehtiin 550 kpl. Aktiviteettimyyntiä talvikuukausille tehtiin 22 119 eur edestä.

Matkailuneuvonnan vierailijamäärän laskun vuoksi ja asiakaspalvelupisteessä tapahtuvan neuvontatarpeen vähäisyyden vuoksi matkailuneuvonta suljettiin huhti-kesäkuuksi. Kyseisenä hiljaisena ajanjaksona matkailuneuvonta tehtiin sähköpostitse ja sosiaalisen median kanavissa sekä esitepostituksia hoitaen.

Maahantulorajoitusten keventämisen myötä ja matkailijavirtojen käynnistyessä matkailuneuvonta avattiin jälleen 5.7.2021 palvelemaan asiakkaita ma-pe klo 9-16.

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

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

Matkailutilastot

Tammi-kesäkuussa Rovaniemellä kirjattiin 108 000 majoitusvuorokautta, joista 93 300 vrk kotimaiselle asiakkaalle ja 14 800 ulkomaisille. Aiempaan kauteen (1-6/2020) verrattuna majoitusvuorokaudet laskivat 56 % kotimaisten nousussa 44% ja ulkomaisten laskiessa 92%. Vuoden 2020 majoitusvuorokaudet olivat ajanjaksolta 248 000 vrk, ja niistä kotimaisia 64 800 vrk ja ulkomaisia 183 000 vrk. Koronaa edeltävänä ajanjaksona (1-6/2019) majoitusvuorokausia kertyi 360 000 vrk, joista kotimaisia 108 000 vrk ja 252 000 vrk.

Markkinointimateriaalien tuotanto

Markkinointimateriaalien tuotantoa siirrettiin jälkimmäiselle puolivuotisjaksolle mahdollisimman ajantasaisten tietojen varmistamiseksi matkailun elpymisen kauteen. Kesäkuussa julkaistiin Rovaniemen opaskartasta uusi painos (eng & suomi) palvelemaan elokuun suur tapahtumaviikonloppua.

2. Rovaniemen matkailubrändin ylläpito, kehittäminen ja markkinointi

Arctic Rally Finland - MM-kilpailu toteutettiin Rovaniemellä 26.-28.2.2021. Visit Rovaniemen rooli Rovaniemen urheiluautoilijoiden ja AKK Sportsin järjestämän tapahtuman matkailumarkkinoinnissa ja viestinnässä oli keskeinen. Tapahtuman saama globaali julkisuus oli mittava ja verrattavissa Rovaniemellä järjestettyjen korkean tason kokousten luokkaa (Arktinen ulkoministerikokous 2019). Potentiaalinen tavoitavuus kansainvälisissä uutismedioissa oli miljardeja näyttökertoja ja media-arvot nousivat lähes 50 miljoonaan euroon. Sosiaalisen median kanavissa näyttökerrat olivat 400 miljoonan luokkaa ja media-arvot nousivat yli 420 miljoonan euron.

Visit Rovaniemi vastasi MM-rallitapahtuman **promootiopäivän** toteutuksesta johtavien tallien huippukuljettajille ja heidän tiemeilleen. Promootiopäivä toteutettiin Joulupukin Pajakylässä 23.2.2021 talviaktiviteetein ja Joulupukin tapaamisin. Päivästä saatiin mittavat jaot sosiaaliseen mediaan sekä kuljettajien ja tiimien toimesta sekä omana työnä. Koko rallitapahtuman reaaliaikaiseen sometukseen, medioille vapaasti hyödynnettäväksi avattuun kuva- ja videojakeluun sekä tapahtuman jälkimarkkinointiin tuotettuun ns. koontivideoon (after movie) satsattiin erikoistuneen kuvaustiimin toimesta Visit Rovaniemen ja Rovaniemen kaupungin yhteistyönä.

Joulubrändin edistäminen

Visit Rovaniemi tuotti tarkastelujakson aikana kahdet kuvaukset Joulupukin ja Joulupukin Pajakylän yritysten kanssa, joista kevään ja kesän markkinointiin ja uutiskirjekäyttöön saatiin ajantasaisia kuvia ja videoita. Kuvat on jaeltu osakasyritysten käyttöön. Lisäksi Joulupukin Kammarin kanssa tuotettiin Joulupukin kevättervehdys maailman medioille ja matkanjärjestäjille. Tervehdys jaettiin sosiaalisessa mediassa myös kuluttajille.

- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/uutiset/kevat-on-saapunut-napapiirille/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/news/warm-spring-greetings-from-rovaniemi-the-official-hometown-of-santa-claus/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/joulupukin-pajakyla-kesalla/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/santa-claus-village-in-the-summer/>

Rovaniemen virtuaalinen esittely-ympäristö toteutusmahdollisuuksineen ja kustannuksineen on ollut kartoituksessa. Potentiaalisen toteuttajan kanssa tehdyssä työpajassa konsoitettiin virtuaalinen Rovaniemi. Ympäristössä voisi paitsi järjestää B2B-tapaamisia ja webinaareja, myös tuottaa sisältöä kuluttaja-asiakkaille.

Visit Rovaniemi aloitti **kuukausittaisen kuvatuotannon** ostopalveluna matkailumarkkinointikäyttöön. Tuotetuissa kuvissa, videoissa ja some-sisällöissä korostuu vuodenaikojen vaihtelu ja ilmiöt sekä Rovaniemen matkailuvalti ja alueen yritykset. Materiaalia käytetään Visit Rovaniemen omissa kanavissa sekä viedään Visit Rovaniemen kuvapankkiin alueen yritysten, median, matkanjärjestäjien ja kaikkia Rovaniemeä matkailukohteena markkinoivien käyttöön.

Visitrovaniemi.fi -sivuston uudistuksen suunnittelu on käynnistetty. Nykyinen sivusto on otettu käyttöön vuonna 2016 ja sen sisällönhallintajärjestelmä on vanhentumassa. Uudistuksella haetaan parannusta sivuston käytettävyyteen mobiililaitteilla sekä eri asiakaskohderyhmien palvelemiseen yksilöllisemmin. Sivustolla tullaan säilyttämään sisällöt asiakkaan polun eri vaiheisiin haaveilusta suunnitteluun ja siitä eteenpäin ostoon ja matkan jälkeiseen tunnelmointiin.

Visit Rovaniemi seuraa **Visit Finland Datahubin** rakennustyötä ja lähtee mukaan toimenpiteisiin, kun Datahubin konkreettinen tiedonkeräisy alkaa elokuussa. Tärkeimpänä asiana datahubin toimivuuden kannalta on saada mahdollisimman moni matkailualan yritys mukaan syöttämään omat yritys- ja tuotetietonsa datahubiin, jotta saadaan aikaan kattava **Suomen matkailun tietopankki** Visit Finlandin, alueorganisaatioiden, yritysten, matkanjärjestäjien sekä sovelluskehittäjien käyttöön. Matkailun palvelutieto tulee tietopankin kautta avoimesti kaikkien käyttöön avoimen rajapinnan kautta.

Kesällä pilotoitiin **Visit Rovaniemen omaa digimyyntiä visitrovaniemi.fi -sivustolla**, kun Konttisen Kesäteatterin liput tuotiin ensimmäistä kertaa digitaalisesti ostettaviksi kesäkuun alusta alkaen. Teatterikävijät löysivät hyvin uuden kauppapaikan ja kesän aikana teatterilipuista tehtiin kauppa lähes tuhat kertaa, ja niiden kautta teatterista pääsi nauttimaan lähes 3000 ihmistä. Lisäksi yhteistyössä ravintoloitsija Juha Eskelisen kanssa muotoiltiin ja asetettiin myyntiin täysin uusi ruokamatkailutuote Rovaniemi Food Walk. Vuodesta 2018 visitrovaniemi.fi -sivuilla on tehty myyntiä, joka on tähän asti ollut ohjelmajärjestelyjen ja käyntikohteiden lippujen välitysmyyntiä. Välitysmyyntituotteita on myynissä 400–600 kpl 40-80 eri yritykseltä sesongista riippuen. Välitysmyynti on ollut suuruudeltaan merkittävää koko alueen kannalta.

Happiness from Finland -projekti toi tunnettuutta Rovaniemelle USA:n markkinoilla

Visit Rovaniemi on jatkanut Visit Finlandin järjestämässä Happiness from Finland -projektissa, jonka tarkoituksena on lisätä tunnettuutta suomalaisille brändeille Yhdysvaltain markkinoilla. Kampanja on jo nyt tavoittanut Yhdysvalloissa valtavan yleisön, ja erityisesti Rovaniemi-aiheiset sisällöt ovat saavuttaneet merkittäviä näkyvyyksiä mediassa. Tähän asti Rovaniemi-sisältöä julkaisseiden medioiden yhteenlaskettu kuukausittainen vierailumäärä (UVP, Unique Visitors Per Month) on yli 369 miljoonaa. <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/uutiset/happiness-from-finland-projekti-tuotunnettuutta-rovaniemelle-usan-markkinoilla/>

Raportointikaudella jatkettiin vuonna 2020 käynnistetyn **EU:n elvytysrahan** kansallisten tukitoimihankkeiden suunnittelua. Visit Rovaniemi osallistui Rovaniemen kaupungin esityksestä Helsingin ja Rovaniemen kaupunginjohtajien perustaman yhteistyöryhmän kokouksiin matkailuasiantuntijana. Vapaavuoren esittämänä perustettiin myös partnerikaupunkien paikallistason työryhmät, joiden vetovastuu oli matkailun aluemarkkinointiyhtiöiden johdolla. Työ

saatettiin päätökseen helmikuun puolivälissä, jonka jälkeen Rovaniemi käynnisti Ounasvaaran Master Plan –ohjelman työstön. Visit Rovaniemen edustaja on mukana perustetun hankkeen ohjausryhmässä.

Visit Rovaniemi käynnisti **brändistrategiatyön** brändäykseen erikoistuneen asiantuntija Marina Vahtolan kanssa. Brändistrategian tavoitteena on vahvistaa yhtiön brändiä ja päivittää sen visio, missio ja kilpailuetu. Asian käsittely etenee hallituksen ja henkilöstön työstöstä omistajien osallistamiseen syksyn aikana.

3. Matkailumarkkinointi ja alueorganisaatiotoiminta

Raportointijakson aikana **matkailun yhteismarkkinointiin liittyi mukaan 1 uusi yritys**: Lapland Willi Poro Oy. Jäsenyrityksiä oli kesäkuun loppuun mennessä 208. Osakkuustiedusteluja ja käynnistyneitä neuvotteluja kirjattiin ajanjaksolta 4 uuden yrityksen kanssa.

Poikkeusvuoden aikana kansainvälisen matkailun ollessa osin mahdotonta Visit Rovaniemi on sopeuttanut taloutta ja toimintaansa vallitsevaan tilanteeseen. Sopeuttamistoimet ovat kohdistuneet yhtiön henkilöstöön. Talouden sopeuttamistoimet on tehty Rovaniemen kaupungin palvelusopimuksen hoito turvaten.

Visit Rovaniemi on jatkanut aktiivista viestintää matkailun **terveysturvallisuuden** edistämiseksi yhteistyössä viranomaistahojen ja Rovaniemen kaupungin kanssa. Terveysturvallisuuteen liittyvän ohjeistuksen terävöittäminen ja tehokas jakelu oli erityisen tärkeässä roolissa Arctic Rally Finland MM-rallin järjestämisessä helmikuussa 2021. Visit Rovaniemi on osallistunut tapahtuman terveysturvallisuustyöhön ja koordinoit viestintää matkailijoille, Rovaniemen ja Lapin matkailuyrityksille sekä Visit Finlandille.

Maahantulokäytänteisiin ja – rajoituksiin liittyvää viestintää on tehty tiiviissä yhteistyössä rajaviranomaisten, sairaanhoitopiirin ja Rovaniemen kaupungin kanssa. Maahantulo rajoitusten alueellinen Lapin-tason tulkinta on lisäksi ohjattu myös ulkoministeriöön ja Visit Finlandiin yhtenäisen **maahantuloviestinnän** kehittämiseksi. Visit Rovaniemen terveysturva- ja maahantuloviestintä on ollut edelläkävijätyötä Suomessa ja tehtävän hoidosta **asiakaslähtöisesti** on saatu runsaasti positiivista palautetta sekä kiitosta muilta toimijoilta, joiden verkostot ja osaaminen eivät ole tehtävän hoitoon riittäneet.

Visit Rovaniemi on osallistunut Lapin yhteiseen **kriisistä ulos matkailun skenaariotyöskentelyyn** Lapin Matkailuelinkeinon liitto ry:n hankkeessa, jossa asiantuntijana on toiminut Capful Oy. Skenaariotyöskentely on tarjonnut apua alueorganisaatioille tulevaisuuden toimintamallien hahmottamiseen, varautumiseen ja riskianalysointiin. Hankkeessa saatiin näkökulmaa Aasian matkailun elpymisen aikajänteelle sekä Aasian ja Euroopan asiakkaiden markkinapainotuksiin.

Aurinkomatkat avasi myyntiin Rovaniemen kesän yöttömät yöt 2021

Aurinkomatkat avasi kesän pakettimatkojen myynnin Rovaniemelle. Kotimaan matkojen ympärivuotisen paketoinnin ansiosta matkalle lähtö helpottuu ja tuo kotimaan kiinnostavimmat matkakohteet parempaan tietoisuuteen. Aurinkomatkat lanseerasi viime vuonna kotimaan pakettimatkat talvikaudeksi 2020-2021.

<https://www.visitrovaniemi.fi/fi/uutiset/aurinkomatkat-avaa-myyntiin-rovaniemen-kesan-yottomat-yot-2021/>

Visit Rovaniemi pilotoi Lapin kesän kiertomatkatuotteet verkkomyyntiin

Kesäkuussa avattiin **Rovaniemi Travel Planner -työkalu**, jossa yksittäisasiakkaat voivat tutkia kiertomatkoja Rovaniemellä sekä koko Lapin alueella. Palvelusta voi ensimmäistä kertaa ostaa omatoimisen autolla tehtävän kiertomatkan majoitukset, tekemiset sekä vuokra-auton samasta paikasta. Suunnittelutyökalu on toteutettu pilottina yhteistyössä Elämys DMC -matkatoimiston kanssa, joka toimii matkojen vastuullisena matkanjärjestäjänä. Alkuvaiheessa ehdolla on kuusi kiertomatkaa, joista kaksi keskittyy Rovaniemen alueella ja neljä suuntautuu eri puolille Lappia.

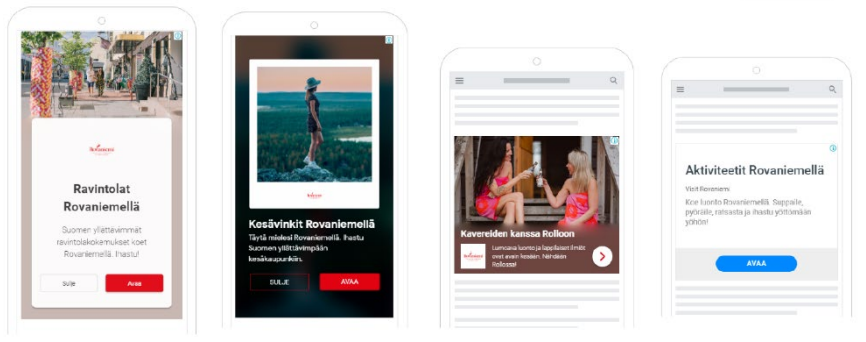
Visit Rovaniemi edelläkävijänä kesän digikampanjoinnissa, kesän markkinointiin merkittävä panostus

Rovaniemen kesän kotimaanmarkkinointia tehtiin monessa eri kanavassa touko-heinäkuun aikana. Kohderyhmiksi määriteltiin perheet, ystävien kanssa matkustavat sekä luksusta matkoiltaan etsivät.

Toukokuussa käynnistettiin ensimmäistä kertaa **kotimaan digitaalinen kampanja, jossa hyödynnettiin markkinoinnin automaatiota**. Käytännössä liikennettä ohjattiin kampanjasivulle sosiaalisen median ja Google Display mainosten sekä Mailchimpin -uutiskirjetyökalun avulla. Kampanjasivulla potentiaalinen asiakas osallistui arvontaan ja jätti yhteystietonsa sekä kertoi matkustustapansa (perheen kanssa, ystävien kanssa vai luksusta etsien). Osallistuminen liitti asiakkaan Visit Rovaniemen Mailchimp-uutiskirjelistalle ja samalla käynnistyi automaattinen markkinointipolku, jossa asiakas vastaanotti oman kiinnostuksensa mukaista kesäsisältöä ja tarjouksia sähköpostiinsa. Kirjeet sisälsivät paljon linkkejä tutkimaan lisää Rovaniemen kesätarjontaa ja ostamaan itseä kiinnostavat tuotteet. Kampanjan mainoksilla tavoitettiin yli 2 miljoona näyttökertaa, kampanjasivulla käytiin 13 000 kertaa ja automaatiopolulle päätyi kesän aikana eri kanavia pitkin 4200 vastaanottajaa.

Edellistä hyvin kesän markkinoinnin aloittanutta kampanjaa jatkamaan ja tukemaan toteutettiin **pidempikestoisen digikampanja**, jossa mainosmuotoina käytettiin Facebook- ja Instagram-mainoksia sekä Google Display -mainoksia. Kampanja-aika oli 1.6.-18.7.2021. Facebookissa ja Instagramissa mainoksilla saavutettiin yhteensä 884 023 näyttökertaa ja tavoitettiin 206 496 eri ihmistä. Google Displayssa mainokset saavuttivat 1 184 954 näyttökertaa. Kävijöitä mainoksista visitrovaniemi.fi -sivustolle saatiin yhteensä yli 8500. Kilpailu mainospaikoilla kotimaan matkailumarkkinoinnin osalta oli kesällä kovaa, mutta silti kampanjoissa klikkaus- ja näyttökertakohtaiset hinnat pysyivät kohtuullisina ja klikkausprosentit olivat alan keskiarvoon nähden hyvät.

MAINOSVERSIOITA



Yhteistyössä Joulupukin Pajakylän kanssa toteutettiin kesäkuussa viikon mittainen **valtakunnallinen radiokampanja** Nelonen Median radioissa (mm. Radio SuomiPop, MeNaiset radio, Radio Rock, Loop). 10 sek äänimainoksia oli kaksi erilaista: Visit Rovaniemen matkailumainos ja Joulupukin Pajakylän oma mainos. Mainostoistoja oli 338 ja kontaktimäärä 25-54-vuotiaissa 2 881 000 ja 9+ -vuotiaissa 4 420 000.

Rovaniemi oli yhtenä Lapin alueena mukana **House of Laplandin kotimaan kesäkampanjassa**, joka toteutettiin display-mainontana Sanoman digitaalisissa verkostoissa (mm. Ilta-Sanomat, HS, Matkaopas, Me Naiset, Nelonen, Supla) 10.-24.6.2021. Kampanja kohdennettiin suurten kaupunkien Helsinki, Espoo, Vantaa, Kauniainen, Tampere, Turku ja Oulu asukkaille, joiden kiinnostuksen kohteita ovat kotimaan matkailu, matkailu ylipäätään, ravintolat, kulttuuri & tapahtumat, hyvinvointi sekä ruoka & juoma. Mainosten tavoittavuus oli yli 340 000 henkilöä ja House of Laplandin kampanjasivulle vierailuja kertyi 1700. **Valitettavasti yhteiskampanjoissa liikenne kampanjakumppaneiden, kuten Rovaniemen, sivuille jää todella vähäiseksi**. Tässäkin tapauksessa kampanjasta pystyttiin todentamaan vain 9 klikkausta Visit Rovaniemen sivuille. Tällaiset kampanjat jäävät imagollisiksi eivätkä juurikaan tuota ostoon johtavaa liikennettä.

Lisäksi Rovaniemen kesän esille nostamiseksi tuotettiin useita artikkeleita sekä julkaistiin jatkuvasti sekä imagollista että tuotetietoa kotimaan somekanavissa.

Visit Rovaniemi on mukana **House of Laplandin** matkailuohjelman toimenpiteissä sekä jäsenenä markkinointiryhmässä antamassa oman näkemyksensä toimenpiteiden suunnasta. Kevään aikana tehtiin parannuksia kumppanialueiden näkyvyyteen Only in Lapland -somekanavissa Rovaniemen ja muiden alueiden aloitteesta.

Artikkelituotanto visitrovaniemi.fi - verkkosivustolla

Inbound-markkinointilinjauksen myötä kevään ja kesän aikana Visit Rovaniemi on julkaissut yhteensä 49 englanninkielistä artikkelia, uutista tai blogitekstiä. Pääpainon ollessa kotimaisessa viestinnässä, Visit Rovaniemi julkaisi suomeksi yhteensä 67 kpl artikkelia, uutista tai blogitekstiä.

- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/lue/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/uutiset/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/features/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/news/>
- <https://www.mynewsdesk.com/fi/visit-rovaniemi>

Visit Rovaniemen uutistuotantoa ohjailivat tarkastelujaksolla kestävyys, terveysturvallisuus, edunvalvonta, suurtapahtumat Napapiiri-Jukola sekä Arctic Rally Finland. Tarkastelujakson artikkelituotannon teemat olivat hakusanaoptimoituja ja informatiivisia artikkeleita revontulista, instagrammattavista lumilomista, hiihtolomasta perheen kanssa, romanttisesta talvilomasta Rovaniemellä, ystävänpäivästä kavereiden kesken, Top-10 talviaktiiviteeteistä, Ounasvaaran esittely, Rovaniemi etätyöntekijöiden näkökulmasta, terveysturvallisuus, verkosta ostamisen mahdollisuudet, kiinnostavimmat majoitustarjoukset, sekä takeaway tarjonta ja Rovaniemi, Suomen yllättävin ravintolakaupunki. Löytönurkat -julkaisuilla pyrittiin vastaamaan kotimaisen matkailijan sekä paikallisen asiakkaan tarpeeseen löytää omatoimista sekä mahdollisesti ilmaista tekemistä ja nähtävää Rovaniemellä. Löytönurkka julkaistiin kuukausittain tammikuusta toukokuuhun 2021.

Visit Rovaniemi toteutti tarkastelujaksolla useita osakasyritysesittelyitä sivustoillaan ja sosiaalisessa mediassa. Yritysnostoihin nousivat kestävyys, investointiuutiset, virtuaalisafarit ja virtuaaliset matkailukokemukset, ennätyselliset liiketoimintatulokset, sekä hurmaavat tarinat Rovaniemelle muualta tulleista yrittäjistä. Changed by Rovaniemi -sosiaalista mediaa ja haastatteluja yhdistelevää blogituotantoa jatkettiin talven ja kevään aikana Year of Reindeer -blogilla, sekä Rovaniemen kansainvälisten matkailijoiden tarinoilla.

Sähköpostimarkkinoinnissa muodostetuille kohderyhmille tuotettiin Visit Rovaniemen sivustolle sijoitettavat pääartikkelit kesälle 2021. Artikkeleiden tausta-ajatuksena oli ostamisen helpottaminen ja tiedon löydettävyys kohderyhmille kohdennetusti.

- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/lasten-kanssa-reissuun-rovaniemelle-seikkailu-odottaa/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/ota-kaverit-mukaan-ja-tule-rovaniemelle-pohjoisen-berliiniin/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/luksusta-lapin-paakaupungissa/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/ihanaa-lapin-kesa-lahestyy-rovaniemi-kesakohteena/>

Mynewsdesk viestintätyökalu

Kuukausittaisissa kävijämäärissä on tarkastelujakson aikana ylletty parhaimmillaan **6000 kävijään**. Visit Rovaniemi on rakentanut viestintätyökaluun julkaisuittain kohdennettuja yleisöjä, sekä lisäksi alueellisia valmiita yleisöjä. Mynewsdeskiin on julkaistu tarkasteluajanjaksolla yhteensä 39 tiedotetta, uutista tai blogijulkaisua. Mynewsdesk on Visit Rovaniemen käytössä kaksikielisesti: suomi/englanti. <https://www.mynewsdesk.com/fi/visit-rovaniemi>

Mynewsdeskin kautta jaettiin myös kevään tempaus Meanwhile in Rovaniemi, josta saatiin kovasti kiitosta ja kysymyksiä sekä toiveita jatkolle. <https://www.mynewsdesk.com/fi/visit-rovaniemi/news/meanwhile-in-rovaniemi-arctic-circle-maanantain-ei-tarvitse-olla-harmaa-425568>
<https://www.mynewsdesk.com/fi/visit-rovaniemi/pressreleases/meanwhile-in-rovaniemi-arctic-circle-3093114>

Vaikuttajayhteistyö julkaisuissa

Vaikuttajayhteistyössä Visit Rovaniemi julkaisi kevään ja kesän aikana ”Kohteena maailma” sekä ”Maailmanmatkaajat Sami ja Kimmo” -blogi kirjoitukset ja Arctic Rally Finland 2021 rallitiimien vierailun Joulupukin Pajakylässä. Moottori-lehden Marko Jokelan kanssa yhteistyö aloitettiin ja juttu tulee ulos 2022. Lisäksi nostettiin esille Rovaniemellä

yöpyneitä kotimaisia julkiksia. Kansainvälisiä vaikuttajia Rovaniemellä vieraili Arctic Rally Finlandin aikaan, jolloin ralliin liitettävistä vaikuttajista tehtiin nostoja tägäyksiin sosiaalisessa mediassa, ja uutistuotannossa.

- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/kohteena-maailma-talviloma-rovaniemella-lappi-alkaa-ounasvaaralta/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/maailmanmatkaajat-sami-ja-kimmo-loysivat-rovaniemenn/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/uutiset/rovaniemi-silmaatekevien-irtiotto-arjesta/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/uutiset/arctic-rally-finland-tiimit-tervetuloa-napapiirille/>
- Moottori lehden Marko Jokela / Julkaisu vuonna 2022
- <https://www.visitrovaniemi.fi/globetrotters-from-helsinki-discovered-rovaniemi/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/news/arctic-rally-finland-teams-welcome-to-the-arctic-circle/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/news/craig-breen-fired-up-by-rovaniemi-winter-wonderland/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/news/kalle-rovanpera-praises-rovaniemi-winter-driving-conditions/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/news/arctic-rally-finland-weekend-is-here-arctic-rally-veteran-tomi-tuominen-we-are-experiencing-the-most-aesthetic-rally-ever/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/news/rovaniemi-celebrity-getaway-destination/>

Terveysturvallisuudesta viestiminen

Visit Rovaniemi on ylläpitänyt matkailijoita sekä matkailutoimijoita terveysturvallisuudessa tukevia sivustoja, sekä viestinyt suurten tapahtumien yhteydessä terveysturvallisuudesta kanavissaa.

- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/covid-19-ohjeet-matkailualan-toimijoille/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/covid-19-tiedotteet/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/uutiset/terveysturvallisuudesta-huolehtiminen-on-nyt-kaikkien-yhteinen-asia-kun-rovaniemi-saa-ensimmaisen-kerran-jarjestettavakseen-rallin-mm-osakilpailun/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/terveysturvallinen-matkailu-lapissa-kesa-2021/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/terveysturvallinen-matkailu-lapissa/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/safe-is-the-new-and-only-way-of-travel/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/covid-19-visit-rovaniemi/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/covid-19-travel-trade/>

Sustainable Travel Finland – vastuullinen ja kestävä Rovaniemi

Visit Rovaniemi on jatkanut etenemistä Sustainable Travel Finland –ohjelmassa (Visit Finland). Ohjelman tavoitteena on tarjota rovaniemeläisille yrityksille ja kohteille konkreettinen kestävä matkailun työkalupakki. Sen avulla kestävien toimenpiteiden ja valintojen omaksuminen yrityksen arkeen helpottuu. Syksyn aikana on erityisesti avustettu yrityksiä heidän polullaan ja jo 7 paikallista yritystä on saavuttanut sertifiointin.

<https://www.visitrovaniemi.fi/fi/ihastu/vastuullinen-matkailu/>

<https://www.visitrovaniemi.fi/love/sustainable-rovaniemi/>

Tapahtumamarkkinointiyhteistyö

Arctic Rally Finland 2021 MM-kilpailu

Visit Rovaniemi organisoii Arctic Rally Finland –tapahtuman sosiaalisen median takeoverin tapahtumaviikonlopulle. Visit Rovaniemen tapahtuman aikaisessa viestinnässä korostuivat vastuullisuus, turvallisuus, paikalliset toimijat sekä tarjooma. Visit Rovaniemi tuotti Safe is the new – and only way of travel -artikkelin hyödynnettäväksi stoorituksessa Takeoverin aikana. Markkinointiviestinnässä tarjottiin myös viikkotekemistä. Kuluttajia ohjattiin seuraamaan kisaviikonloppua laitteiltaan. Tapahtumaviikonlopusta tuotettiin kuva- ja videomateriaalin lisäksi 15 sekunnin ennakkomarkkinointivideo sekä jälkimarkkinointiin minuutin mittainen Aftermovie.

Napapiiri-Jukola 2021

Visit Rovaniemi on osaltaan ollut mukana **Napapiiri-Jukolan** valmisteluissa, lähinnä markkinoinnillisessa roolissa. Visit Rovaniemellä ja Rovaniemen kaupungin viestinnällä on yhteinen esittelytila Jukolan kisa-alueella 20.-22.8.2021, mihin on tehty valmisteluja yhteistyössä.

4. Kokous- ja kongressimarkkinointi ja -myynti

Tarkastelukauden osalta tammi-maaliskuu oli kokoustiedusteluiden ja kokousten järjestämisen näkökulmasta hyvin hiljainen. Asiakastiedusteluita ei juurikaan tullut ja varattuja kokouksia siirrettiin tai peruttiin. Etä- ja

hybridikokoustaamisen käytäntö vakiintui talvikaudella. Kokousmarkkinoinnin osalta ajanjakso oli hiljainen ja keskittyi kohteiden palveluaikojen päivittämiseen. Tarkastelujakson aikana toteutettiin kokouksia 12 kpl pääosin huhti-kesäkuun aikana.

5. Media- ja matkanjärjestäjävierailut / PR

Toteutetut mediavierailut:

***9 mediaa (5 kotimaista, 4 kansainvälistä), vierailuissa mukana 20 henkilöä**

Koronakauden vuoksi fyysisten vierailujen määrä oli alhainen. Etäyhteyksin toteutettiin 7 kansainvälistä mediahaastattelua/mediapresenssiä, joissa mukana mm. live-lähetystä ja/tai videotuotantoja. Kauden merkittävien tapahtumia Arctic Lapland Rally ja Arctic Rally Finland MM-osakilpailu, joiden julkaisut ovat mittavia ja kattavat kymmentien ja satojen miljoonien levikin. Lisäksi mainittava Branding Finland in US – mediatilaisuus, jossa Rovaniemi ja Arctic Tree House Hotel esittelivät kohdetta striimaten ja etäyhteyksin mm. seuraaville medioille: Forbes, National Geographic Travel, Insider, Trillist, USA Today ja Lonely Planet.

Vogue nosti Rovaniemen viestinnässään satumaiseksi matkakohteeksi

Vogue nosti Rovaniemen artikkelissaan "Looking to Plan a Family Trip When the World Opens? Here, 7 Dream Destinations" yhdeksi seitsemästä maailman satumaisesta kohteesta. Rovaniemi ja Joulun taika päätyivät Dunnin valitsemana Voguen listalle. Voguella on 24,9 miljoonaa kuukausittaista lukijaa, ja lisäksi Vogue saavuttaa yli 230 miljoonaa digitaalista kävijää sekä sosiaalisen median seuraajaa kanavissaan.

- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/uutiset/vogue-rovaniemi-on-satumainen-matkakohde/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/news/rovaniemi-referred-as-dream-destination-in-vogue/>

Condé Nast Traveler nosti Rovaniemen eläkeläisten unelmakohteeksi

Condé Nast Traveler nosti Rovaniemen sekä Rovaniemen elämykset "THE BESTS"-osiossaan, yhdeksi maailman parhaaksi eläkeläisten matkakohteeksi. Tunnustus nostaa Rovaniemen elämykset maailman kuuluisimpien elämysten joukkoon. Condé Nast Traveler tavoittaa kuukausitasolla kaksi ja puoli miljoonaa lukijaa.

- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/uutiset/conde-nast-traveler-nosti-rovaniemen-elakelaisten-unelmakohteeksi/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/news/rovaniemi-featured-as-best-trip-to-take-after-retirement-by-conde-nast-traveler/>

Toteutetut matkanjärjestäjävierailut:

* 2 vierailua *2henkilöä * 2 maata (Japani ja Venäjä)

Koronakauden vuoksi matkanjärjestäjien kanssa on jatkettu etäyhteyksin toteutettuja inspiointi- ja esittelytilaisuuksia sekä myyntitapahtumia.

Kauden aikana toteutetut virtuaaliset workshopit: VAE II Sales Workshop 27.-28.4.2021, MATKA-workshop 20.5., Joulupukin livestream-tapahtumia toteutettiin yhteistyössä matkanjärjestäjien ja Visit Finlandin kanssa Japaniin 19.6.2021.

6. Verkkopalveluiden tunnusluvut / WWW.VISITROVANIEMI.FI

Visit Rovaniemen verkkosivuston ja somekanavien kehitys 1.1.2021 – 30.6.2021

Visit Rovaniemen verkkosivujen kävijämäärät laskivat tarkastelujaksolla 1.1.2021 – 31.6.2021 yhteensä 561 967 kävijään. Kansainvälisen Facebookin tavoitavuus oli tarkastelujaksolla 1,6 miljoonaa henkilöä ja kotimaisen Facebookin tavoitavuus oli 440 240 ihmistä. Instagram-julkaisuiden määrää kasvatettiin tarkasteluajanjaksolla 97 % ja julkaisujen tavoitavuus kasvoikin 47 %. Tarkasteluajanjaksolla Mailchimpin kautta tavoitettiin 21 796 tilaajaa, ja lähetettiin 86 112 henkilöityä viestiä, joista avattiin 40 494 viestiä avausprosentin ollessa täten 47 %. Kulunut ajanjakso oli jälleen täysin uudenlainen ja vertailtavuus aiempaan vuoteen haasteellista. Kiinnostuneisuus Rovaniemeä kohtaan on säilynyt ja voimistunut maltillisesti sosiaalisessa mediassa. Liitteenä Visit Rovaniemen sivustovierailujen ja somekanavien kehitys.



7. Matkailun asiantuntijatehtävät ja edunvalvonta

Visit Rovaniemi on toiminut asiantuntijana seuraavissa hankkeissa ja työryhmissä:

- 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
- House of Lapland, markkinointiryhmä, jäsen
- Rovaniemen matkailualueen turvallisuustyöryhmä, jäsen
- Rovaniemen Kehityksen Rovaniemen keskustan kehittämistiimi, jäsen

8. Matkailun alueorganisaatioiden (DMO) uusi malli - kehittämishanke

Matkailun alueorganisaatioiden uusi malli -hankkeessa Lapin neljä suurta matkailualueutta (Visit Rovaniemi, Visit Ylläs, Inari-Saariselän Matkailu ja Visit Levi) yhdistivät voimansa luodakseen entistäkin vaikuttavamman matkailun alueorganisaatioiden toimintamallin, joka kykenee vastaamaan koronapandemian luomiin haasteisiin ja markkinoiden tarpeisiin pandemian jälkeen.

Hankkeessa toteutetaan vuoden 2021 aikana yhteensä viisi työpakettia, jotka kaikki kilpailutettiin maaliskuussa 2021. Hankkeessa toteutettiin seurantajakson 1.10.2020 - 30.6.2021 aikana kolme työpakettia, joista ensimmäisen tavoite oli kartoittaa uudet keinot **kasvattaa alueorganisaatioiden asiakasymmärrystä dataohjautuvilla toimintamalleilla**. Tarjouskilpailun pohjalta työpajan toteuttajaksi valikoitui Tridea Oy. Prosessin aikana kaikissa osallistajaorganisaatioissa otettiin käyttöön BisLenz -asiakaskokemuksen kokonaisuus.

Toisen työpaketin tavoite oli **kehittää verkostojohtamisen taitoja alueorganisaatioissa**. Tarjouskilpailun pohjalta työpajan toteuttajaksi valikoitui verkostojohtamisen asiantuntija Timo Järvensivun johtama laajaverkostoinen

yrittäjäkonsortio. Työpaketissa lähdettiin rohkeasti luomaan uutta, kolmen eri toimijatason varaan rakentuvaa verkostomaista toimintatapaa alueorganisaatioiden välille.

Kolmannen työpajan tavoite oli **parantaa alueorganisaatioiden kykyä vastata markkinahäiriöiden luomiin sekä positiivisiin että negatiivisiin kriiseihin**. Tarjouskilpailun pohjalta palveluntarjoajaksi valikoitui Katleena Korteso Oy. Työprosessin aikana määriteltiin eri kanavat, työkalut, viestinnän eri kohderyhmät ja erilaiset tavat viestiä näille kohderyhmille. Kehitellyn viestintämatriisin avulla alueorganisaation johto kykenee rakentamaan tehokkaan ja säännöllisen tavan viestiä kaikille tärkeille sidosryhmille.

Hankkeen seurantajakson 1.7. - 31.12.2021 aikana toteutetaan työpaketit 4-5/ **Matkailun alueorganisaatioiden uusi malli ja uudet ansaintalogiikat**, yhteistyössä tarjouskilpailun voittaneen Capful Oy:n kanssa. Hankkeen ohjausryhmä kokoontui väliraporttia varten 17.6.2021 ja totesi hankkeen ylittäneen tähän asti tavoitteisiinsa ja pysyneen budjetissa.

Hankkeen mallinnokset soveltuvat hyödynnettäväksi ja jatkojalostettavaksi koko Suomen matkailukenttään ja Visit Finlandille.