

KERTOMUS VUODEN 2022 TOIMINNASTA

Kohti miljoonan yöpymisvuorokauden kestävästi kehittyvää kohdetta

Koronapandemia väritti toimintavuoden 2022 aloitusta. Matkailun toimintakenttä kärsi vielä epävarmuudesta kansainvälisten markkinoiden elpymisen suhteen. Yhtiön toiminta keskittyi alkuvuoden ajan koronavuosien jäljiltä edelleen vahvasti kotimaan markkinointiin. Keväästä alkaen painopistettä käännettiin kuitenkin jo myös takaisin kansainvälisiin markkinointitoimenpiteisiin.

Vuosi 2022 oli VisitKarelia Oy:n kahdeskymmenesyhdeksäs toimintavuosi. Yhtiön toimialana oli Pohjois-Karjalan matkailun yleismarkkinointi, markkinointipalvelujen tuottaminen sekä tuotekehitysprojektit. Yhtiöjärjestyksen mukaisesti yhtiön tarkoituksena ei ole tavoitella voittoa, eikä se jaa omistajilleen osinkoa, vaan mahdollinen voitto käytetään oman toiminnan tukemiseen ja kehittämiseen. 29.11.2022 ylimääräisessä yhtiökokouksessa VisitKarelian yhtiöjärjestykseen tehtiin nykyistä toimintaa kuvaava muutos ja toimialamäärittelystä poistettiin myynti. Samassa yhteydessä saatettiin päätökseen tytäryhtiö VisitKarelia Sales Oy:n pitkään kestänyt alasajoprosessi.

Toimintaa leimasi vuonna 2022 koronan lisäksi toimitusjohtajamuutokset. Yhtiö toimi käytännössä alkuvuoden hallituksen johdon alaisena ilman operatiivista johtoa. 1.4.2022 yhtiön toimitusjohtajana aloitti Annamari Kärki. Yhtiön kirjanpidosta vastasi Tilitoimisto Likvidi Oy, joka yhdistyi vuoden aikana osaksi Accountor Oy:tä.

Yhtiön henkilöstö 31.12.2022:

- Toimitusjohtaja
- Markkinointikoordinaattori
- Sisällöntuottaja
- Account Manager (Europe & Asia)
- Digital Account Manager

VisitKarelian hallitus kokoontui vuoden 2022 aikana 13 kertaa. Yhtiökokouksia pidettiin kolme.

Yhtiön hallituksessa toimivat:

1.1.2022 – 26.4.2022

Varsinaiset jäsenet:

Leena Hoppania, Joensuu (pj.)
Susanna Saastamoinen, Lieksa
Jarkko Peiponen, Kontiolahti
Juha-Pekka Olkkola, Joensuu
Sanna Kärkkäinen, Joensuu
Pekka Hirvonen, Kitee

Varajäsenet:

Jaani Holma, Joensuu
Liisa Mononen, Ilomantsi
Juha Kosonen, Liperi
Sami Päivike, Joensuu
Miikka Raulo, Joensuu
Anne-Marit Hyttinen, Tohmajärvi



Tiina Kanninen, Joensuu
Minna Heikkinen, Nurmes

Antti Varis, Joensuu
Jaana Nykänen, Heinävesi

27.4.2022 – 31.12.2022

Varsinaiset jäsenet:

Jarkko Peiponen, Kontiolahti (pj.)
Minna Heikkinen, Nurmes (varapj.)
Pekka Hirvonen, Kitee
Jaani Holma, Joensuu
Tiina Kanninen, Joensuu (erosi 11/2022)
Sanna Kärkkäinen, Joensuu
Matti Ponkilainen, Lieksa
Maria Saastamoinen, Joensuu

Varajäsenet:

Hannele Mikkonen, Liperi
Antti Asikainen, Juuka
Jaana Nykänen, Heinävesi
Markku Pyykkönen, Joensuu
Antti Varis, Joensuu
Miikka Raulo, Joensuu
Liisa Mononen, Ilomantsi
Petri Raivo, Joensuu

Toiminnan painopisteet 2022

1. KOTIMAAN MARKKINOINTI

Vuoden 2021 syyskuussa alkanut kotimaan pääkohderyhmien ja ydinviestien määrittelyhanke saatettiin loppuun vuoden 2022 ensimmäisen kvartaalin aikana. Yhteistyökumppanina toimi Flowhouse Oy, joka toteutti kohderyhmäselvityksen ja ydinviestien määrittelyn sekä pilottikampanjat. Pohjois-Karjalan matkailutoimijoita osallistettiin ydinviestien määrittelyyn ja kohderyhmämäärittelyssä hyödynnettiin laajasti saatavilla olevia digitaalisia datalähteitä ja tutkimustietoa. Kotimaan markkinointikampanjat suunnattiin hankkeen kautta määritellyille kohderyhmille.

Kotimaan markkinointisuunnitelma laadittiin toimintasuunnitelman mukaisesti helpottamaan yritysten ja kehitysyhtiöiden ennakointia VisitKarelian markkinointikampanjoiden osalta. Suunnitelma käytiin läpi jokaisen omistajakunnan edustajan kanssa tammikuussa. Pohjois-Karjalan kaikille matkailutoimijoille suunnatut VisitKarelian Matkailun aamukahvit järjestettiin hybridimuotoisena kerran kuukaudessa (pl. heinäkuu). Kotimaan uutiskirje lähetettiin kaikille tilaajille kerran kuukaudessa (pl. heinäkuu). Aktiivista tiedottamista jatkettiin kotimaassa muutoinkin. Heinäkuussa 2022 otettiin käyttöön Meltwater -palvelu tiedotejakeluun ja mediaseurantaan. Tiedotteita jaettiin sen avulla kotimaan medioiden lisäksi myös englanninkielisellä sisällöllä kansainvälisille medioille.

Kotimaan markkinoinnin 50/50-kumppanuuksia varten toteutettiin suunnitellusti haut keväällä ja syksyllä. Toimintamalli mahdollistaa sen, että VisitKarelian panostus maakunnan yritysten ja yhdistysten matkailun markkinointi-ideoissa on tasapuolista ja oikeudenmukaista. Alkuvuoden 2022 aikana toteutettiin 5 800 euron edestä edellisen vuoden kumppanuushaussa sovittuja yhteistoimenpiteitä. Kevätkaudella 2022 markkinointikumppanuuksia myönnettiin yhteensä 16 000 euron ja syyskaudella 8 300 euron arvosta.

Monipuolista kuvaa alueen palveluista ja yrityksistä laajalle yleisölle tavoiteltiin Pohjois-Karjalan maakuntaliiton kanssa yhteistyössä toteutetulla hankkeella: Työntekijöitä ja matkailijoita Pohjois-Karjalaan 2022–2023. Sen näkyvimpänä toimenpiteenä vuonna 2022 toteutettiin Sami Kurosen makumatka Pohjois-



Karjalassa -ohjelma Neloselle. Kuudesta jaksosta koostuvaa tv-sarjaa kuvattiin eri puolilla Pohjois-Karjalaa toukokuussa ja ohjelman ensiesitykset nähtiin kesä-heinäkuussa. Lisäksi ohjelma sai runsaasti uusintoja sekä Nelosella että Livillä syksyn ja loppuvuoden aikana. Hankkeessa toteutettiin myös ruokamatkailutuotteiden tuotteistamisvalmennus, joka jatkuu vielä vuoden 2023 puolella.

VisitKarelian verkkosivujen sekä DMO-sivuston käytettävyyttä ja sisällöllistä hakukoneoptimointia kehitettiin vuoden 2022 aikana toimintasuunnitelman mukaisesti. Optimoinnin päätavoitteena oli sivuston orgaanisen näkyvyyden parantaminen ja käyttäjien ostopolun ohjaaminen. VisitKarelian verkkosivujen kaikkien kieliversioiden yhteenlaskettu istuntojen määrä vuonna 2022 oli yhteensä 120 000. Verkkosivujen kautta siirryttiin matkailukohteiden verkkosivuille yhteensä 61 204 kertaa.

VisitKarelian Elämyspuodin tunnettuutta kehitettiin pitämällä se tiiviinä osana kotimaan markkinointikampanjoita ja kävijöitä ohjattiin sinne aktiivisesti mm. sosiaalisen median ja Googlen hakusanakampanjoiden avulla. Elämyspuodissa oli kesällä 2022 parhaimmillaan yhtä aikaa myynnissä 97 erilaista tuotetta. Elämyspuoti oli VisitKarelian verkkosivujen viidenneksi vierailuin sivu (10 322 istuntoa) koko vuoden aikajaksolla. Yhden istunnon kesto oli keskimäärin 3 minuuttia 59 sekuntia. Elämyspuodista siirryttiin eteenpäin palveluntarjoajien sivuille yhteensä 4 172 kertaa.

VisitKarelian Facebook-sivun kattavuus oli 636 359 näyttökertaa ja se kasvoi edellisestä vuodesta 78 %. Instagramin kattavuus oli 289 057 näyttökertaa ja se kasvoi 166,5 %.

2. VENÄJÄN MARKKINA

Alkuvuodesta 2022 laadittiin toimintasuunnitelman mukaisesti Venäjän markkinaan kohdentuva sosiaalisen median markkinointisuunnitelma ja VisitKarelian venäjänkielistä sometiliä päivitettiin 2 - 3 kertaa viikossa. Tammikuussa 2022 osallistuttiin yhteistyössä Karjalan tasavallan kanssa Matka Workshop Day –online workshoppiin, jossa tavattiin kansainvälisiä matkanjärjestäjiä. Retrojunayhteyden edistämistä jatkettiin yhdessä VR ja RZD:n kanssa hankkeessa helmikuuhun saakka. Hankkeessa toteutettiin retrojunayhteyden vaikuttavuustutkimus Pohjois-Karjalan matkailuun.

24.2.2022 kaikki Venäjän toimenpiteet ja yhteistyö lopetettiin Ukrainan sodasta johtuen. Myös VisitKarelian venäjänkielinen sivusto suljettiin ja some –tili VKontaktessa jäädytettiin.

3. SAKSANKIELINEN EUROOPPA

Vuoden 2022 aikana pidettiin kontakteja yllä olemassa oleviin matkanjärjestäjäkumppaneihin ja haettiin uusia osallistumalla 10 eri workshop/saler run -tapahtumaan. Osa tapahtumista toteutui etäyhteydellä erilaisia tapaamislustoja hyödyntäen. Vuoden aikana tavattiin 137 markkinaedustajaa yhteensä 106 eri matkanjärjestäjältä. Kansainvälisiltä matkajärjestäjiltä ohjattiin liidejä DMC-toimijoille ja suoraan 34 eri yritykseen. Monelle näistä toimijoista lähti VisitKarelialta vuoden kuluessa yhteydenottopyyntöjä useampaan eri kertaan. VisitKarelian aktiivinen osallistuminen eri tapahtumiin ja markkinoinnin aktivoiminen päämarkkina-alueilla lisäsi vanhojen ja uusien toimijoiden halua tavata edustajiamme workshop-tapahtumissa ja tutustua paremmin Pohjois-Karjalan matkailupakettitarjontaan. Vuoden aikana matkanjärjestäjät ottivat myyntiin ja rakensivat yhteistyössä yrittäjien ja DMC-toimijoiden kanssa useita kokonaan uusia matkapaketteja, joiden myynti alkaa vuoden 2023 puolella.

Toimintavuoden aikana toteutettiin markkinointikampanjoita sekä media- ja vaikuttajavierailuja Pohjois-Karjalaan kansainväliseen näkyvyyden kasvattamiseen ja B2C –asiakkaiden tavoittamiseen. Kansainvälisen uutiskirjeen tilaajamäärät nousivat: saksankielisen uutiskirjeen tilaajamäärä nousi 224 tilaajasta 300 tilaajaan ja englanninkielisen uutiskirjeen 191 tilaajasta 260 tilaajaan. Kansainvälisen uutiskirjeen avaamisprosentti oli 33. Kansainväliset uutiskirjeet toteutetaan videopainotteisina. Eniten katsojia ja katsontakertoja keräsivät videot retkiluistelusta, Valamosta ja Taitokorttelista. Kansainvälisten uutiskirjeiden pohjalta saavutettiin vuoden aikana myös muutama uusi alueestamme kiinnostunut matkanjärjestäjäkontakti.

Vuoden 2022 aikana toteutettiin useita kansainvälisiä media- ja vaikuttajavierailuita. Uutta Meltwater -palvelua hyödynnettiin myös kansainvälisessä viestinnässä. Palvelun kautta seurataan kansainvälistä mediaa ja julkaistaan saksankielisiä tiedotteita. Esimerkkinä kansainvälisten viestintätoimien vaikuttavuudesta, kesällä 2022 julkaistun VisitKarelian tiedotteen perusteella alueellamme kiinnostui vierailemaan saksalainen laaja-levikkinen matkailu- ja ruokateemainen GourMed -lehti.

Kansainvälisten matkailutrendien seurantaan hyödynnettiin toimintavuoden aikana VisitFinlandin tarjoama ajankohtaista tietoa kohdemarkkinoista sekä oman alueen tietoa VisitKarelian aikaisemmin toteuttamassa Signaalit –hankkeessa tuotettuja dashboardeja. VisitKarelian englanninkieliselle verkkosivustolle tuotettiin aktiivisesti uusia sisältöjä. Lisäksi aloitettiin saksankielisten sivujen suunnittelu- ja sisältötyö.

Ylimaakunnallista kansainvälisen matkailun markkinointi- ja kehitysyhteistyötä edistettiin Lakeland Finland sekä ProLakeland -hankkeissa. Niissä toteutettiin esimerkiksi maakuntarajat ylittäviä matkailureittejä ja pilotoitiin niiden saksankielistä markkinointia digitaalisia ratkaisuja hyödyntäen. ProLakeland -hankkeen toimenpiteenä järjestettiin vuoden aikana useita matkailuyrittäjille kohdennettuja, viiden maakunnan yhteisiä teemoitettuja Teams-tilaisuuksia, esimerkiksi tutustutettiin yrittäjiä alueita myyviin DMC- ja incoming-toimijoihin sekä heidän toimintaperiaatteisiinsa. Tilaisuudet keräsivät parhaimmillaan linjoille jopa 60 yrittäjää.

Toteutuneita tapahtumia:

- Kevät 2022: Finnlines'in Online – ja radiokampanja kaikkien Lakeland-maakuntien (9) yhteistyönä
- Tammikuu 2022: Matka2022 Workshop Day, Helsinki - online
- Helmikuu 2022: NordEuropa Workshop - online
- Maaliskuu 2022: ITB Berlin, Berliini – messuja ei järjestetty lainkaan
- Kesäkuu 2022: Midnight Sun Workshop, Turku – live
- Syyskuu 2022: Five Destination workshops Frankfurt, Saksa ja Sveitsi - osallistuttiin livenä Saksan Sales Run – kiertueelle ja Zürich workshop-tapahtumaan
- Marraskuu 2022: Five Destination workshops, Belgia ja Hollanti – live
- Kesäkuu 2022: Midnight Sun Workshop – toteutettiin yhteistyössä Pohjois-Savon kanssa

4. MUUT MARKKINAT

Aasian markkinoilla koronarajoitukset rajoittivat matkailua edelleen toimintavuonna 2022. Aasian markkinoille ei tehty tästä johtuen aktiivisia toimenpiteitä. Kansainvälisissä workshoppeissa tavattiin muutamia aasialaisia matkanjärjestäjiä, mutta niistä ei syntynyt liidejä yrittäjille.



Marraskuussa VisitKarelian markkinointikoordinaattori osallistui Business Joensuun Matkailu Goes Global -hankkeen ohjausryhmän jäsenenä myynti-/tutustumismatkalle Hong Kongiin. Matkan tavoitteena oli tutustua Hong Kongiin vastuullisena matkailukohteena. Matkan aikana kontaktoitiin matkanjärjestäjiä sekä potentiaalisia investoreja. Vierailun ansiosta VisitKarelia sai muutaman uuden potentiaalisen matkanjärjestäjäkontaktin, joista ainakin yhden kanssa keskustelua tullaan jatkamaan. Lisäksi saatiin elintarvikevientiin liittyvä liidi, joka ohjattiin Pro Agrialle. Business Joensuu ja matkalle osallistuneet matkailuyritykset vastaavat saaduista kontakteista omalta osaltaan ja yhtenä tavoitteena on saada aikaan Hong Kongin kumppaneiden vastavierailu Pohjois-Karjalaan.

5. DIGITAALISUUS JA TIEDOLLA JOHTAMINEN

VisitKarelia tuottaa Pohjois-Karjalan kuukausittaiset matkailutilastoraportit sekä seuraa ja tuottaa ajankohdasta tietoa digi- ja jakelukanavista aktiivisesti. Rajatutkimuksia ei toteutettu vuonna 2022. Matkailun elpyminen –hankkeessa on otettu käyttöön BisLent -tietoa. Alustalla seurataan ja kootaan yhteen matkailutietoa useista eri lähteistä. Tämä mahdollistaa tietojen entistä monipuolisemman seurannan, analysoinnin ja raportoinnin jatkossa. Hankkeessa on aloitettu myös laajemman tiedolla johtamisen toimintamallin rakentaminen osaksi VisitKarelian perustoimintoja.

Toimintasuunnitelman mukaisesti käyttöön otettiin myös uusia digikumppanuuksia sekä kehitettiin ja tuettiin olemassa olevia (Doerz, Visit Finland DataHub, Lakeland Finland market place). Visit Finland DataHubissa Pohjois-Karjalan tuotteiden määrä on kasvanut alkuvuoden 13:sta 101 tuotteeseen.

Keväällä 2022 Lakeland Finland –hankkeessa toteutettiin Järvi-Suomen viiden maakunnan kokeilu, jossa pilotoitiin Airtrotter -matkansuunnittelutyökalun käyttöä. Alustalle suunniteltiin maakuntarajat ylittävät ja maakunnalliset useamman päivän matkapaketit, joita markkinoitiin Visit Finlandin toimesta saksankielisille markkinoille. Syksyllä 2023 samaisessa hankkeessa kilpailutettiin ja aloitettiin Lakelandfinland.fi verkkosivuston suunnittelu. Sivuston on tarkoitus pohjautua Visit Finlandin DataHubissa oleviin tuotteisiin ja edistää Järvi-Suomen matkailua ja tuotteiden myyntiä kansainvälisillä markkinoilla. Tämä englanninkielinen sivusto valmistuu keväällä 2023.

VisitKarelian oman CRM-järjestelmän käyttöä tehostettiin ja aloitettiin rakentamaan toimintamallia, jonka avulla pystytään vastaamaan entistä paremmin yhtiön eri raportointitarpeisiin.

6. KASVU, AMMATTIMAISSUUS JA UUDET YRITYKSET

Vuoden 2022 aikana tuotiin VisitKareliaa aktiivisesti esiin maakunnan yrityksille pitämällä yhteyttä yrittäjiin ja auttamalla heitä erityisesti kansainvälisissä toimenpiteissä. Alueella aloittaneet uudet matkailuyritykset kontaktoitiin puhelimitse ja samassa yhteydessä kerrottiin yhteistyömahdollisuuksista VisitKarelian kanssa.

Kotimaisiin DMC-toimijoihin on pidetty myös aktiivisesti yhteyttä. Lisäksi kansainvälisissä workshop-tapahtumissa on kontaktoitu Skandinaavia myyviä DMC-toimijoita ja huolehdittu, että Pohjois-Karjalan matkailupalveluista lisääntyvä tieto alueemme kannalta keskeisimmässä DMC-toimijakentäessä.

Oppilaitosyhteistyötä toteutettiin Riverian, Karelia ammattikorkeakoulun ja Itä-Suomen Yliopiston (UEF) kanssa mm. esittelemällä VisitKarelian toimintaan ja Pohjois-Karjalan matkailun tilannekuvaa opiskelijoille.

Karelian ammattikorkeakoulun kanssa toteutettiin opiskelijoiden markkinointikilpailu BoostCamp, jonka voittajatoeutus otetaan osaksi VisitKarelian kotimaan markkinointitoimenpiteitä.

Sidosryhmäyhteistyötä toteutettiin pitämällä tiiviisti yhteyttä VisitFinlandin, muiden Visit-organisaatioiden ja oman alueen eri toimijoiden kanssa.

7. KESTÄVÄN MATKAKOHTEN KEHITTÄMINEN

VisitKarelian verkkosivuilla toteutettiin "Vastuullisuustarinoita Pohjois-Karjalasta" -artikkelikokonaisuus, jossa kaikki Pohjois-Karjalan STF-merkin saaneet yritykset kertoivat omasta vastuullisuustyöstään. Vastuullisuusartikkeleista kansainvälisille kohderyhmille sopivimmat myös käännettiin englanniksi. Vastuullisuuteen liittyvät teemat ovat näkyneet lisäksi VisitKarelian B2B-viestinnässä läpi vuoden esimerkiksi uutiskirjeiden ja aamukahvitilaisuuksien sisällöissä.

Loppuvuodesta 2022 järjestettiin vastuullisuusviestinnän valmennus, johon osallistui 15 matkailutoimijaa ympäri maakunnan. Valmennuksen toinen osa toteutuu tammikuussa 2023.

8. KEHITTÄMISHANKKEET 2022

- Kansainvälisen matkailun kehittäminen Pohjois-Karjalassa Venäjän yhteistyön kautta 1.5.2021 - 28.2.2022
- Pohjois-Karjalan matkailun kotimaan kärkeviestien ja kohderyhmien määrittely 1.9.2021-28.2.2022
- ProLakeland -vastuullisen matkailun verkostoyhteistyö Itä-Suomessa 1.9.2021 - 31.10.2023
- Lakeland Finland 1.10.2021 - 30.9.2023 (VisitKarelia mukana osatoteuttajana)
- Työntekijöitä ja matkailijoita Pohjois-Karjalaan 2022-2023 1.3.2022 – 31.12.2023 (VisitKarelia mukana osatoteuttajana).
- Kohti miljoonan yöpymisvuorokauden kestävästi kehittyvää kohdetta – Pohjois-Karjalan matkailun elpyminen 1.4.2022 – 31.12.2023
- Pohjois-Karjalan virkistysreitit kansainväliseksi menestysvaltiksi 1.5.2022 – 31.6.2023 (VisitKarelia mukana osatoteuttajana)