

Matkailuyritysten kannattava kasvu ja matkailun kansainvälistäminen – Lieksa ja Juuka

Hankkeen kohderyhmä, tarve ja tavoitteet

Hankkeen varsinaiset kohderyhmät sijoittuvat sekä kotimaahan että kansainvälisille markkinoille. Ulkomaisia kohderyhmiä ovat kansainväliset loppukuluttajat eli matkailijat sekä ulkomaiset matkailualan toimijat (matkatoimistot, matkanjärjestäjät sekä erilaiset online travel agency toimijat).

Kotimaassa kohderyhmään kuuluvat matkailijat, matkailuyritykset ja kotimaiset incoming -toimijat, matkanjärjestäjät ja matkailijoille palveluita tuottavat yritykset (mm. kuljetus, välinehuolto, paikallisia tuotteita tuottavat yritykset) sekä tapahtumien järjestäjät. Välillisiä kohderyhmiä ovat mediat sekä koti- että ulkomailla sekä matkailuorganisaatiot (esim Vuokatti ja Tahko). Lisäksi välillisiä kohderyhmiä ovat paikalliset yhdistykset, muut alueen yritykset ja asukkaat.

Ryhmähankkeen toiminta-alueena on Kolin matkailualue, jossa on pitkäjänteisesti tehty laajaa yhteissuunnittelua ja matkailun kehittämistä. Kolin matkailualueeseen kuuluvat Lieksa, Koli ja Juuka. Kolin matkailuvision 2050 valmistui vuonna 2020, mihin on sitouduttu valtuustotasolla niin Juuassa kuin Lieksassakin. Visio ohjaa alueen matkailun kehittämistä ja suunniteltu hankekokonaisuus nähdään välttämättömänä tehtävänä kohti päämäärää.

Hankkeen avulla parannetaan Kolin matkailualueen sekä pohjoisen Lakeland (Tahko, Vuokatti, Bomba, Koli) alueiden ja sen matkailuyritysten tunnettavuutta kansainvälisillä markkinoilla sekä kotimaassa. Matkailualueiden tunnettavuuden lisäksi hankkeen pyrkimyksenä on kehittää matkailualueiden toimijoiden ansaintaa sähköisiä ja matkanjärjestäjien myyntikanavia hyödyntäen. Nyt kuvattu toiminta on välietappi strategiapolulla maakunnan kasvustrategian toteuttamiseen vuoteen 2030 mennessä.

Yksittäisen matkailuyrityksen resurssit ovat usein riittämättömät laajemman kansainvälisen asiakaskunnan tavoittamiseen. Tässä hankkeessa yritys voi olla osa laajempaa kokonaisuutta ja saada siitä kokonaisvaltaista hyötyä omaan liiketoimintaan. Hanke tiivistää myös yhteistyötä tapahtumanjärjestäjien ja matkailusektorin välillä sekä edistää tapahtumatarjonnan kehittymistä ja vakiintumista osaksi matkailutoimintaa. Tapahtumilla on esim. mahdollista pidentää matkailusesonkeja.

Hankkeen toinen iso kokonaisuus on matkailuyritysten kyvykkyyksien kehittäminen niin, että yritys jatkuvasti parantaa valmiuksiaan kansainvälisten ja myös kotimaisten asiakkaiden palvelemisessa. Tämä on tarkoitus toteuttaa niin, että yritysten ansainta kehittyy tiedolla johtamisen, tuotekehityksen ja kohdennetumman markkinoinnin avulla.

Kolin matkailualueella tarvitaan matkailutuotteita, joita voidaan yhteismitallisesti ja järjestelmällisesti yhdistää eri kokonaisuuksiin ja tarjota laajemmalle asiakasmäärälle. Hankkeen toimenpiteinä saadaan kasvatettua yritysten matkailutuotteiden tarjontaa eri kohderyhmille ja liitettäväksi matkaketjuihin sekä tuotepaketteihin. Hanke auttaa yrityksiä vastaamaan kysyntään

sekä panostamaan vastuullisuuteen, oikeaan hinnoitteluun ja tuotevalikoimaan, mikä tuo asiakastytytyväsyyttä, lisää kysyntää ja kasvattaa yritysten ansaintaa ympärivuotisesti.

Ryhmähankkeen valmistelu

Hankkeen valmistelu on aloitettu Kolin matkailualueen strategiatyöllä, jota on työstyetty yhdessä matkailualueen yritysten kanssa ja laajan yhteistyöverkoston kanssa. Lisäksi alueella on järjestetty maaliskuuhissa Kolin Matkailu Oy:n toimesta lukuisia matkailutoimijoiden tapaamisia, joissa on selvitetty yritysten kansainvälistymiskyvykkyksiä sekä -kiinnostusta.

Lieksan Kehitys Oy Lieken hankeyhteistyönä tehtiin tammikuussa 2023 kestävän matkailun selvitys 38 matkailutoimijalle. Selvityksen tuloksena saatiin yrityskohtaista tietoa kehittämistarpeista, vastuullisuuden tilasta ja tavoitteista sekä yrityksen tavoitteista kansainvälistymisen suhteen. Vastuullisuuspolun tukeminen eri tavoin sekä kansainvälisten palveluiden kehittäminen nousivat selkeinä tarpeina esiin ja ne huomioidaan tämän hankkeen toimenpiteissä.

Juussa on toteutettu yritysryhmähanke, joka painottui yritysten toimintojen kehittämiseen ja valmiuksien nostamiseen kansallisella ja kansainvälisellä tasolla. Juuan matkailutoimijat ovat nostaneet esille kansainvälistymisen, markkinoinnin kehittämisen, vastuullisuuden ja yhteistyön muiden alueiden toimijoiden kanssa tärkeiksi kehittämiskohteiksi.

Tilaisuuksien pohjalta on tunnistettu yritysten toiminnan kehittämistarpeita kansainvälistymisen näkökulmasta. Tulosten valossa hankkeen kehittämistoimenpiteet jaoteltiin kahteen tasoon. Yritystasolla keskitytään kansainvälistymiseen liittyvien kyvykkyysien parantamiseen ja kannattavan kasvun kehittämiseen yhdessä yrittäjien kanssa. Lisäksi yritystasolla rakennetaan yritysten vastuullisuuspolkua eteenpäin. Nämä toimenpiteet ovat kansainvälistämistä ajatellen välttämättömiä. Kansainvälistämisen taso keskittyy puolestaan yritysten tuotteiden testaamiseen kansainvälisillä markkinoilla sekä alueen kysynnän herättämiseen sekä sähköisissä kanavissa, että matkanjärjestäjien ja suomalaisten incoming -toimijoiden kanssa yhteistyössä. Kansainvälistämisen tasolla nostetaan Kolin matkailubrändin tunnettuutta kansainvälisillä markkinoilla.

Kolin Matkailu Oy:n, Lieksan kaupungin, Juuan kunnan ja Lieken kanssa on selvitetty Kolin matkailualueen ja yritysten välisiä tavoitteita ja tarpeita kehittämiselle. Hanesuunnittelussa on osallistettu destinaatiotason suunnitteluun (Koli-Bomba-Tahko-Vuokatti), jossa on määritetty sekä yritys- että destinaatiotason tavoitteita ja toimenpiteitä tälle hankkeelle. Kokoontumisissa on koettu tärkeäksi muodostaa toimiva keskustelu- ja tiedonvaihtokanava, mikä selkeyttää matkailutoimialan yhdessä tekemistä yritysten, destinaatioiden ja kansainvälisten toimijoiden välillä. Matkaketjujen suunnittelussa on oltu yhteydessä käynnissä oleviin hankkeisiin, joilla on yhtymäkohtia tämän hankkeen sisältöön, ja jotka näkevät hankeyhteistyön mielekkääksi ja tulokselliseksi tavaksi toimia. Matkaketjujen suunnittelussa yhteistyötä on valmisteltu mm. Wild Taigan kanssa, joka on aloittanut toimenpiteet Uudistavaa vetovoimaa matkailuun – Arctic Lakeland Kainuu 1.1.2023-31.12.2025 -hankkeen osahankkeella.

Yrityskohtaisia sisältöjä on aiemmissa hankkeissa kehitetty vain paikallisesta ja kotimaan markkinoiden näkökulmasta. Tämän hankkeen kohdalla selkeä focus on yrityskohtaisessa kehittämisessä digitaalisuuden, vastuullisuuden, kansainvälistymisen ja kiertomatkatuotteiden

saralla. Tapahtumien kehittämistä ei ole viime vuosina tehty matkailuhankkeissa, joten se on täysin uusi toimenpide.

Hankkeen tavoitteet

Tavoite 1: Yhdessä tekemisen ja verkostoitumisen edistäminen

Tavoite 2: Uusien matkailutuotteiden innovaatiot eri kohderyhmille

Tavoite 3: Matkailumarkkinointitoimenpiteiden uudistuminen ja laadukkaat markkinointimateriaalit

Tavoite 4: Asiakaskokemuksen kehittäminen digitaalisissa kanavissa

Tavoite 5: Matkailua edistävät tapahtumat osaksi matkailutarjontaa

Tavoite 6: Yritysten palveluiden, tuotteiden ja kaupallisten valmiuksien parantuminen

Kiertomatkatarjonnan puute on alueella tiedostettu ja niiden suunnitteluun ja toteuttamiseen on syntynyt tahtotila destinaatiotasolla, maakunnallisella tasolla ja ylimaakunnallisesti. Kiertomatkat kehittävät alueen palvelutarjontaa ja yhdistävät jäsenyritykset keskenään tiettyjen teemojen alle, sekä lisäävät asiakkaiden viipymää matkailualueella.

Kolin matkailualueella matkailuyritysten tuotteiden, markkinoinnin, näkyvyyden ja digitaalisuuden kehittäminen on ollut yrityskohtaista tekemistä ilman laajempaa verkottumista eri toimijoiden kesken. Nyt yritysten tuotteita ja oikeaa hinnoittelua on kehitettävä kohti kotimaan ryhmäkauppaa ja kansainvälisiä markkinoita.

Hankkeen avulla yritykset saavat laajemman yhteistyöverkoston, tekevät yhteisiä tuloksekkaita markkinointitoimenpiteitä, lisäävät panostuksia sekä omaksuvat kansainvälistymisen pelisäännöt, jotta ansainnan kehittämiseen ja kansainvälisille markkinoille päästään kiinni. Hanke mahdollistaa tiedonvaihtoa yritysten kesken sekä eri destinaatioiden välillä laajassa yhteistyöverkostossa (Koli-Bomba-Tahko-Vuokatti) digitaalisella alustalla, työpajoissa ja tapaamisissa. Laajempi keskustelu antaa arvokasta tietoa yrityksille tuotteiden ja palveluiden tarpeesta, kohderyhmistä, kehittämistarpeista ja verkostoitumismahdollisuuksista myös ylimaakunnallisesti.

Yhteistyön avulla voidaan tuottaa yhteismitallisia, laadukkaita palveluita ja tuotteita destinaatioille ja DMC-toimijoille. Hankkeessa toteutetaan tuotetestausta sekä tuotteiden kehittämistä kunkin kohdemarkkinan loppukuluttajien toivomaan ja vaatimaan suuntaan. Työssä on tärkeää laaja ja monialainen yhteistyö sekä destinaatiotasolla että kansainvälisten toimijoiden kanssa. Tuotteita tulee muokata asiakkaiden toiveiden pohjalta sekä esim. kiertotuotteiden sekä eri markkinoiden vaatimusten mukaisiksi. Hankkeessa selvitetään eri markkinoiden nykytilaa markkinatutkimuksin.

Hanke tukee yrityksiä laadukkaiden digitaalisten markkinointimateriaalin tuottamisessa, digityökalujen käyttöön ottamisessa ja hyödyntämisessä, vastuullisuuspolulla ja palveluiden tuotteistamisessa kotimaisille ja kansainvälisille kohderyhmille. Oikean hinnoittelurakenteen ja -käytäntöjen oppiminen on yrityksille avainasia, jota juurrutetaan alueelle koko hankkeen ajan.

Hankkeen kuluessa selvitetään myös erilaisten myyntialustoiden sekä verkkosivujen rajapintoja sekä mahdollisien integraatioiden tarpeellisuutta sekä destinaatio-, että suuraluetasoisesti.

Hankkeessa yksi uusi kokonaisuus tulee olemaan olemassa olevien ja uusien tapahtumien kehittäminen, mikä on viime vuosina jäänyt kokonaan paitsioon. Tapahtumien kautta matkailijat saavat uutta sisältöä lomaan ja tapahtumien hyödyntäminen myös lisää viipymää matkailualueella. Tapahtumien kehittyessä myös matkailutoimijat voivat kehittää omaa ansaintaansa, kun verkostot, yhteinen tekeminen ja tiedonvaihto saadaan toimivaksi. Hankkeella voidaan myös edistää tapahtumien tunnettavuuden parantamista erityisesti kansainvälisillä markkinoilla ja sähköisissä kanavissa.

Toteutus ja tulokset

Hankkeen rakenne

Hanke toteutetaan yhdessä Pohjoinen Lakeland, kansainvälisen matkailun kehittämisverkoston kanssa. Hankkeen avulla käynnistetään laaja ja monitasoinen yhteistyö Kolin matkailualueella, sen lähikunnissa sekä usean destinaation välillä maakuntarajat ylittäen. Pohjoinen Lakeland -verkostossa ovat mukana kunta- ja kaupunkitason toimijat, destinaatiot, matkailuyritykset ja asiakastason toimijat. Pohjoisen Lakelandin toimijoiden kanssa on käyty rakentavaa ja tuloksekasta keskustelua koko alueen tarpeista ja tavoitteista sekä täsmennetty sen pohjalta yhteiset kehittämistoimet kansainvälisen kasvun toteutumiseksi. Lämpileikkaavat teemat ovat matkailun kansainvälistäminen, saavutettavuus, vastuullisuus, digitaalisuus ja matkailuyritysten kannattava kasvu.

Lieksa ja Juuka ovat tässä ryhmähankkeessa päätoteuttajina, ja hankkeen hallinnoijana toimii Lieksan Kehitys Oy LieKe. Päätoteuttajan hanke jakautuu kahteen osaan

- matkailun kansainvälistäminen
- matkailuyritysten kannattava kasvu.

Joensuun kaupunki toteuttaa koordinaatiohankkeen tämän hankkeen osatoteuttajana. Nurmekselta Pielisen Karjalan Kehittämiskeskus Oy PIKES toteuttaa oman vastaavan hankekokonaisuuden ja on tämän ryhmähankkeen osatoteuttaja.

Kaikilla ryhmähankkeen pää- ja osatoteuttajilla on kehittämisessä yhteiset lämpileikkaavat teemat: Kansainvälisen matkailun kehittäminen, saavutettavuuden parantaminen, digitaalisuuden ja vastuullisuuden kehittäminen, kiertomatkatuotteiden luominen sekä matkailuyritysten kannattava kasvu.

Hankkeen toimenpiteet

Matkailuyritysten kannattava kasvu ja osaamisen kehittäminen seuraavilla työpaketeilla:

Työpaketti 1: Yhteistyön ja verkostoitumisen tiivistäminen

Hankkeessa tehdään suunnittelu-, tuotteistus- ja markkinointiyhteistyötä kuntien, yrittäjien, matkailupalveluita tarjoavien yhdistysten ja usean destinaation (Tahko-Bomba-Koli-Vuokatti) välillä.

Hankkeessa pyritään yhtenäistämään pohjoisen Lakeland -alueen markkinointiviestejä kansainvälisiin kanaviin. Lisäksi selvitetään mahdollisuuksia alueen yhteiselle myyntialustalle sekä yhteismarkkinoinnille. Laaja ylimaakunnallinen yhteistyö luo edellytyksiä erilaisten teemoitettujen tuotekokonaisuuksien sekä kiertomatkatuotteiden synnyttämiselle.

Verkostoitumisen avuksi ja yhdessä tekemisen laadun parantamiseksi otetaan käyttöön uusia työskentelytapoja ja digitaalisia työkaluja, joilla parannetaan tiedon kulkua destinaatioiden, matkailuyritysten, kehitysyhtiöiden ja muiden osallistuvien tahojen välillä aukottomasti ja ajantasaisesti.

Hankkeessa tiivistetään kommunikaatiota Kolin Matkailu Oy:n ja alueen yritysten välillä sekä matkailuyritysten kesken. Lisäksi hankkeessa rakennetaan silta matkailuyritysten ja saavutettavuutta toteuttavien palveluyritysten sekä tapahtumien järjestäjien välille.

Työpaketti 2: Innovointitoiminta tuotteiden ja palveluiden parantamiseksi

2.1. Kiertomatkatuotteiden ja luontomatkailutuotteiden suunnittelu ja toteutus sekä kansainväliseen matkailuun että kotimaanmatkailuun

Kiertomatkojen ja teemareittien osalta hankkeessa järjestetään yrityksille työpajoja ja tapaamisia, joissa suunnitellaan asiakaslähtöisesti eri vuodenajoille ja eri kohderyhmille sopivia tuotteita. Kultakin yritykseltä pyritään löytämään ne palvelut ja tuotteet, jotka vastaavat kysyntään sekä sopivat osaksi isompaa kokonaisuutta ja laajempaa yhteistyötä.

Hanke tekee oman osuutensa Lieksan ja Juuan alueella olevista kuntarajat ylittävistä reiteistä ja Nurmes toteuttaa saman toimenpiteen osahankkeella. Hankkeessa kehitetään matkailuyhteistyötä -ja verkostoja sekä kartoitetaan yhteistuotteiden mahdollisuuksia kotimaisille ja kansainvälisille matkailijoille muiden matkailualueiden kanssa (esim. kiertomatkatuotteet, lomapaketit tapahtumien yhteyteen, teemamatkat). Tarkoituksena on rakentaa eriteemaisia maakunnan sisäisiä ja maakuntarajat ylittäviä kiertomatkareittejä ja -tuotteita. Kiertomatkatuotteet pyritään tuotteistamaan siten, että ne soveltuvat myös digitaalisiin kanaviin.

Alustavia reittiteemoja on kartoitettu ylimaakunnallisena yhteistyönä ja niistä valitaan ja kehitetään omalle alueelle sopivat kysyntään vastaavat teemalliset reitit (esim. sotahistoria, museot, ruoka jne.), multiaktiiviteettituotteet ja virtuaaliset aluekierrokset.

Kiertomatkoja rakennetaan kotimaisille ja kansainvälisille matkanjärjestäjille sekä eri tavalla liikkuville matkailijoille kuten pyöräilijät, moottoripyöräilijät, asuntoautoilijat, autoilijat, sähköautoilijat ja busseja käyttävät ryhmät. Tuotteista muokataan hankkeen avulla asiakaskysyntää kullakin myyjällä vastaavia tuotevariaatioita, eli Saksaan soveltuva kiertotuote ei välttämättä mene sellaisenaan kaupaksi samanlaisena vaikkapa Skandinaviassa.

Kiertomatkoihin kartoitetaan reittien varrella olevat matkailijoita palvelevat yritykset ja käyntikohteet. Kiertomatkojen toteutuksessa huomioidaan kestävä matkailu ja vastuullisuus. Kiertomatkatuotteiden osalta järjestetään myös tuotetestauksia B2B ja B2C -asiakasryhmille sekä paikan päällä että virtuaalisin tutustumismatkoin.

2.2. Matkailutuotteiden hinnoittelu ja paketointi

Hankkeella juurrutetaan hinnoittelukäytäntöjä osaksi alueen matkailutoimintaa huomioiden kotimaan ja ulkomaan markkinat. Matkailuyrittäjien osaamista lisätään järjestämällä koulutusta matkailutuotteiden hinnoitteluun ja eri kanaville maksettavien komissioiden huomioimiseen hinnoittelussa. Myyntialustojen välistä digitaalista yhteistyötä edistetään mm. integraatioiden, yhteisten peruutusehtojen, yhteensopivien tuotekorttien ja muiden yhteistyötä edistävien kokonaisuuksien osalta. Yhtenäistä palvelutarjontaa vahvistetaan hankkimalla tuotteistamiseen liittyvät palvelut yhdessä muiden ylimaakunnallisen verkoston toimijoiden kanssa.

Matkapakettien kehittämistä / luomista sekä yhteistyötä edistetään järjestämällä työpajoja ja koulutuksia matkailuyrittäjille. Hankkeessa kartoitetaan tuotteiden paketoinnin mahdollisuuksia ja edistetään yhteistyöstä sopimista järjestämällä yrittäjille työpajoja. Työpajoihin kutsutaan mukaan myös DMC –toimijoita ja asiantuntijoita kertomaan, mitä tuotteita tarvitaan ja millaisia ominaisuuksia niiden tulee täyttää, jotta niitä voidaan yhdistellä matkapaketteihin ja saada tuotteet menestymään kansainvälisessä markkinassa. Tuotepaketoinnissa tavoitteena on yritysten ympärivuotisen myynnin lisääminen ja viipymän kasvattaminen. Tuotteistamistyössä korostuu kestävän matkailun periaatteiden huomioiminen sekä vastuullisuus.

Tuotteistuksen avulla toteutettujen tuotteiden toimivuutta testataan matkanjärjestäjien tutustumismatkoilla sekä virtuaalisilla tutustumismatkoilla alueelle. Lisäksi tuotekehitystä tullaan tekemään yhteistyössä matkailupalveluita kehittävien asiantuntijatahojen kanssa.

2.3. Logistiikka ja saavutettavuus

Hankkeessa kartoitetaan uusia luontokohteiden ja palveluiden saavutettavuutta edistäviä toimintoja ja reittiehdotuksia kuljetuspalveluiden toteuttamiseksi. Hankkeessa järjestetään tutustumismatka logistiikkaratkaisuihin tutustumiseksi (esim. Saimaa Hop on Hop off).

Matkailupalveluiden saavutettavuutta edistetään tiivistämällä yhdessä tekemistä Koli-Bomba-Tahko-Vuokatti destinaatioiden ja maakuntien keskuskaupunkien Joensuun ja Kuopion välillä. Tässä hankkeessa kontaktoidaan yhteistyötahoja ja kartoitetaan yritys- ja kuntatasolla logistisia palveluita, jotka tukevat alueellisesti laajempaa kehitystyötä. Matkailutuotteiden ja tuotepakettien rakentamisessa huomioidaan lentoliikenne (Joensuu, Kuopio, Kajaani) junayhteydet ja muu

julkinen liikenne. Saavutettavuudessa ja sen varmistamisessa hyödynnetään digitaalisia palveluita sekä huomioidaan ekologisuus, energiatehokkuus ja vastuullisuus.

Saavutettavuuden esteitä pyritään poistamaan myös virtuaaliset aluetutustumiset mahdollistavalla digitaalisella alustalla, jota voidaan hyödyntää tuotetestausten lisäksi myös maksullisiin virtuaalisiin aluevierailuihin ja tuotekohtaisiin matkoihin alueellemme.

Hankkeessa pyritään edistämään alueen löydettävyyttä digitaalisesti laajalla Online Travel Agency (OTA) -yhteistyöllä. OTA -kanavat tarjoavat erilaisia vaihtoehtoja digitaalisen löydettävyyden maksulliseen parantamiseen (esim. Preferred -ohjelma booking.com). Hankkeella selvitämme alueen kannalta parhaita kanavia ja palveluita sekä testaamme yritysten ansainnan paranemista ja saavutettavuuden / tietoisuuden parantamista alueesta.

Työpaketti 3: Markkinointitoimenpiteiden monikanavaisuuden, automaation ja materiaalien kehittäminen

Hankkeessa seurataan asiakkaiden ostokäyttäytymisen muutosta ja pyritään kehittämään markkinointitoimenpiteitä vastaamaan havaittuihin muutoksiin. Markkinoinnissa testataan monikanavaisuutta markkinoinnin automatisoinnilla ja kokeillaan tekoälyyn pohjautuvaa markkinointia (esim. Performance Max). Hankkeessa tutustutaan kiertomatkojen kohderyhmien sisäisiin markkinointikanaviin ja otetaan käyttöön uusia markkinointikanavia (esim. karavaanarit, pyöräilijät, veneilijät, esteetöntä palvelua hakevat). Tapahtumien ja kiertomatkojen yhteismarkkinointia suunnitellaan ja toteutetaan Koli-Bomba-Tahko-Vuokatti -destinaatioiden ja yritysten kanssa. Hankkeessa tehdään kiertomatkojen ja eri kohderyhmämarkkinoinnin kokeiluja ja tulosten analysoinnilla kerätään tietoa markkinointisuunnitelmaa varten (vaikuttajamarkkinointi, some).

Alueen yhteismarkkinointia suunnitellaan työryhmissä ja työpajoissa yhdessä matkailutoimijoiden ja asiantuntijoiden kanssa. Yritystasolla korostuu markkinoinnin eri toimintatapojen käyttöönotto ja käytäntöön juurruttaminen (Datahub, kotisivu-upotukset, Google-yritysprofiili, ristiinmarkkinointi, #-toiminta jne.).

Digitaalista markkinointimateriaalia tuotetaan sekä kotimaan että kansainvälisen matkailumarkkinoinnin tarpeisiin. Lisäksi tuotetaan esteettömiin matkapaketteihin/kiertomatkoihin selkokielellä tuotettua materiaalia ja äänitiedostoja. Hankkeen aikana toteutetaan ympärivuotista matkailua palveleva kuvapankki matkailuyritysten ja matkanjärjestäjien käyttöön. Lisäksi hankkeessa otetaan käyttöön Taiqa- Publisher pro -julkaisujärjestelmä, jolla voidaan muokata digitaalisia esitteitä ja julkaisuja. Julkaisujärjestelmän käyttöönottoon hankitaan myös koulutus. Hankkeessa tuotetaan julkaisujärjestelmän avulla painettu artikkelijulkaisu, jota voidaan jakaa mm. messuilla.

Hankkeessa tuotetaan destinaatiotason tuote-esitteet, digimarkkinoinnin taustamateriaalia, markkinatutkimuksia ja hyödynnetään niiden yhteiskäyttöä Vuokatti-Tahko-Bomba-Koli destinaatioiden kesken. Matkailun verkkosivuja kehitetään huomioiden kansainvälisiä markkinoita, ryhmämatkoja, kiertomatkatuotteita ja lisääntyvää tarjontaa ja yhteistyötä destinaatiotasolla. Hankkeessa toteutetaan vaikuttajamarkkinointia, taktista sähköistä

markkinointia (B2C) ja mediatyötä, minkä avulla opitaan uudet tulokselliset käytänteet matkailualueen markkinoinnissa.

Hankkeessa toteutetaan PIKESin kanssa PielisenKarjalan yritysten yhteinen opintomatka kansainvälisille messuille esim. ITB tai WTM. Lisäksi osallistutaan ja/tai vieraillaan kansainvälisillä messuilla, tutustutaan erilaisiin myyntipäiviin ja tehdään yhteistyötä ja benchmarkingia muihin matkakohteisiin. Ryhmähankkeen kansainvälistymisen tasolla koordinoidaan ja ohjataan näitä yritystasonvierailuja. Alueen luontokohteita, kiertomatkatuotteita ja teemareittejä esitellään osallistumalla outdoormessuille kotimaassa ja ulkomailla. Lisäksi osallistutaan kotimaan matkamessuille.

Hankkeen matkailun kansainvälistämisosiossa toteutetaan Kolin matkailualueen, sen kärkituotteiden sekä mukana olevien yritysten tunnettavuuden ja ansainnan parantumiseen tähtäävää markkinointiviestintää. Perinteisten markkinointikeinojen rinnalla toteutetaan ammattimaista vaikuttamista myös sosiaalisen median kanavissa sekä kohdennetun mainonnan että vaikuttaja- ja median työn avulla. Alueen potentiaalisille asiakkaille järjestetään tutustumismatkoja alueelle, laaditaan systemaattisesti uutiskirjeitä sekä heidän käydään neuvotteluja yhteistyön osalta messuilla, erilaisissa menekin edistämistapahtumissa sekä markkinointimatkoilla. Uusiasiakashankintaa tullaan myös tekemään yhteistyössä markkinaspesialistien (esim. Toolbox tai Nordic Marketing) kanssa.

Työpaketti 4: Digitaalisten työkalujen käyttöönotto asiakaskokemuksen ja yritysten ansainnan parantamiseksi

Ryhmähankkeessa tehdään digitaalista matkailututkimusta yhdessä PIKESin ja koko Pohjoisen Lakeland -alueen kanssa, minkä avulla mahdollistetaan laajan alueen palveluiden ja markkinoinnin kehittäminen tiedolla johtuen ja kustannustehokkaasti.

Kiertomatkatuotteet ja teemareitit viedään Outdooractive-alustalle, jota hankkeessa kehitetään teknisesti siten, että eri teemoja voidaan tuoda asiakkaille helposti löydettäväksi ja samalla uudistetaan palvelun ulkoasu Kolin matkailualueen mukaiseksi. Hankkeessa parannetaan Outdooractiven hyödyntämistä markkinoinnissa ja tiedolla johtamisessa erilaisilla teknisillä ratkaisuilla ja kampanjoilla. Outdooractive-alusta on otettu käyttöön koko Pohjois-Karjalassa, se palvelee myös Kainuun alueella ja mahdollistaa myös yhteisten kiertomatkojen ja teemareittien markkinoinnin kotimaassa ja kansainvälisesti.

KoliStoren ja LieksaStoren käyttöä laajennetaan monikanavaiseksi ja yritysten ansaintaa edistäväksi. Samalla kehitetään digitaalisen asiakaspalautejärjestelmän käyttöä alueella ostopolun eri vaiheisiin. Digitaalisen varaamisen tarpeiden pohjalta arvioidaan myös järjestelmien uudistamis- tai muokkaustarpeita sekä verkkosivujen kehittämistä palvelemaan paremmin kysyntää. Järjestelmäkehitystä toteutetaan hankkeessa arvioinnin pohjalta.

Hankkeessa kartoitetaan ja valitaan käyttöön otettavaksi soveltuvat digitaaliset asiakaspalvelutyökalut. Näitä ovat esimerkiksi alueelle tulevien matkailijoiden palvelemiseen tarkoitettut alueelliset sovellukset ja infonäytöt. Lisäksi selvitetään matkan suunnitteluun ja tiedon etsimiseen soveltuvan digitaalisen vuorovaikutustyökalun tarve ja selvityksen pohjalta toteutetaan mahdollinen työkalun käyttöönotto.

Työpaketti 5: Matkailualueen tapahtumien nivominen osaksi matkailutarjontaa

Hankkeen toimenpiteet tapahtumien kehittämisessä tukevat Maakuntaohjelman POKAT 2025 kulttuurin ja luovien alojen kehittämistavoitteita. Matkailun näkökulmasta etenkin tapahtuma- ja kulttuurimatkailu vahvistaa alueen pito- ja vetovoimaa ja siksi tapahtumat halutaan yhdeksi kokonaisuudeksi matkailun kehittämisessä. Pielisen matkailualueen kehittämishankkeessa 2022 tapahtumien osalta yhteistyö on todettu tarpeelliseksi ja mielekkääksi, mutta varsinaista käytännön yhteistyötä resurssien puuttuessa ei vielä ole päästy tekemään (mm. Vaskiviikko, Vaarojen maraton, Monolan juhlat viikot ja Karelian Odyssey).

Hankkeessa tapahtumatoimijoiden ja matkailun kehittäjien yhteistyötä tiivistetään ja yhdessä tekemisen kulttuuria juurrutetaan alueelle. Tapahtumia hyödynnetään osana matkailumarkkinointia ja -myyntiä sekä kiertomatkatuotteita ja parannetaan näin yritysten ansaintaa myös tapahtumien avulla. Hankkeessa kartoitetaan ja valitaan ne tapahtumat, joiden osalta pilotoidaan yhteistyötä. Tapahtumia pyritään viemään kohti kansainvälisyyttä ja alueelle houkutellaan myös uusia tapahtumia. Gravel -pyöräilyverkostot & -tapahtumaa (ultratapahtuma) sekä polkujuoksun ja hiihtotapahtumien kehittämistä tuetaan siten, että ne pystyvät vastaamaan kansainväliseen kysyntään.

Työpaketti 6: Yritysten investoinnit digitaalisuuteen, tuotteistamiseen ja osaamis pääoman kasvattamiseen

Hankkeessa rakennetaan yhteinen toimintamalli Lieksan, Kolin, Juuan ja Nurmeksen kanssa yritysten valmiuksien kehittämiseen ammattimaiseen kansainväliseen matkailuun ja kasvupolkuun. Tuotteistuksen, myyntiosaamisen, asiakaskokemuksen ja tiedolla johtamisen hyödyntämisen, markkinointiosaamisen ja vastuullisuuden kehittämiseen kilpailutetaan yhdessä asiantuntijapalvelut, jolloin yritysten osaaminen rakentuu samalle pohjalle ja käytänteille.

Hankkeessa kehitetään yritysten ansaintaa ja tehdään ammattimaista matkailuyritystoiminnan kehittämistä. Yrityksiä autetaan etenemään digiportaissa ylöspäin tukemalla digitaalisten työkalujen käyttöön ottamista ja päivittämistä, laadukkaiden sisältöjen ja näkyvyyden tuottamista sekä kehittämällä työskentelytapoja ja lisäämällä markkinointi- ja hinnoitteluosaamista. Hankkeessa tuetaan matkailuyritysten osaamista hyödyntäen Visit Finlandin Digikanavista kasvua matkailuun -ohjelmaa 2023 – 2024, jossa keskitytään yrityssparrauksen avulla mm. digitaaliseen myyntiin ja jakeluun. Hankkeessa edistetään myös yrityksen monikanavaista näkyvyyttä ja markkinointia.

Yrityksiä autetaan määrittelemään ja kehittämään omat tuotteet ja palvelut sekä tarvittavat alihankintaverkostot liityttäessä laajempaan yhteistyöverkostoon osaksi matkaketjua tai tuotepakettia. Yrityksen vastuullisuuspolkua edistetään jokaisen yrityksen lähtökohdista käsin, tavoitteena vastuullisuussertifikaatti.

Hankkeen tulokset

Hankkeen välittömät tulokset näkyvät yritysten lisääntyneinä laadukkaina, kysyntää vastaavina tuotteina ja tuotepaketteina kotimaan ja kansainvälisillä markkinoilla. Hankkeen edetessä lisääntyvä yhteistyö, uudet toimintatavat ja laaja yhteistyö antavat alueen yrityksille uusia mahdollisuuksia tarjota palveluitaan myös eri sisältöisissä matkaketjuissa. Tuotteistettujen matkaketjujen määrä, laajuus ja erilaiset teemat sekä uniikit tuotteet lisääntyvät tarjontana niin yritysten omissa verkkokaupoissa kuin Koli- ja LieksaStoressa sekä matkanjärjestäjien tarjonnassa. Markkinointia tehostetaan uusilla ja monikanavaisilla digitaalisilla ratkaisuilla.

Hankkeen avulla kansainvälistämisessä ja ylimaakunnallisessa yhteistyössä päästään liikkeelle. Kolin matkailualueen brändin tunnettuutta kasvatetaan kansainvälisillä ja kotimaan markkinoilla, jolloin kansainvälisen matkailijamäärä lisääntyy ja lisääntyvä tuotetarjonta näkyy kansainvälisissä myyntikanavissa ja matkailijoiden viipymä alueella kasvaa. Kolin brändin tunnettuus kasvaa ja matkailijamäärä alueelle lisääntyy ja asiakkaille pystytään tarjoamaan aiempaa elämyksellisempiä lomia.

Palveluiden saatavuutta parannetaan hankkeen aikana siten, että matkailijan saavuttua Lieksaan tai Kolille hänen on helppo löytää kuljetusmahdollisuus tapahtumapaikkoihin, majoitukseen tai retkeilykohteisiin. Saavutettavuutta kehitetään digitaalisia ratkaisuja hyödyntäen. Lisäksi vastuullisuutta kehitetään ja vastuullisuussertifikaattien määrä yrityksissä lisääntyy.

Hankkeen tuotteistuksen, alueen tunnettavuuden parantamisen sekä oikeiden kansainvälisten kauppakanavien löytämisen avulla hankkeeseen osallistujien on mahdollista solmia kannattavia asiakassuhteita, joilla tähdätään vuosien monipuoliseen yhteistyöhön.

Hankkeen tuloksena syntyvät tuotteet pyritään integroimaan alueen DMC toimijoiden myyntiin sekä laajemminkin kansainväliseen levitykseen. Tuotteistus ja hinnoitteluosaamisen kasvettua yrittäjien kannattava liiketoiminnan kasvu mahdollistuu. Lisäksi Koli 2050 -matkailustrategian vaatima kasvu saadaan alkuun.

Hankkeen resurssi on välttämätön asetettujen tavoitteiden saavuttamiseen. Yhteistyön koordinointi yritystasolta aina laajempaan yhteistyöverkostoon (Koli-Bomba-Tahko-Vuokatti), laadukkaiden asiantuntijapalveluiden hankkiminen eri kehittämisosioihin sekä yhteistyö tapahtumien kehittämisessä vaativat neljän kokoaikaisen hanketyöntekijän työpanoksen. Hanketta ei pystytä toteuttamaan ilman tukea.

Ryhmähankkeeseen liittyvät muut hankkeet

Rethinking North – Building success in year-round tourism

1.6.2023-31.5.2026

Hakemusnumero 402105

Ympärivuotisen matkailun kehittäminen, lisätä alueen kansainvälistä tunnettavuutta, tuotteistaa uusia tuotteita potentiaalisille kansainvälisille matkailijakohderyhmille

Ryhmähankkeen osahanke, päähankkeen toteuttaja Koillis-Suomen kehittämissyhtiö Naturpolis Oy

Uudistavaa vetovoimaa matkailuun Arctic Lakeland Kainuu

1.1.2023-31.12.2025

Hakemusnumero 400145

Hankkeen avulla haetaan ratkaisuja ajankohtaisiin haasteisiin ja tavoitteisiin PK yritysten kasvun ja kilpailukyvyn parantamiseksi, Arctic Lakeland Kainuu alueen yhteismarkkinoinnin tiivistämiseen, kysyntälähtöisen tarjonnan päivittämiseen ja lisäämiseen sekä markkinointimateriaalin päivittämiseen. Lisäksi toteutetaan kotimaan ja kansainvälisen matkailun uudistavat markkinointitoimenpiteet, asiakaskokemuksen kehittämistä digitaalisissa kanavissa ja vastuullisen matkailun palveluiden kehittämistä.

Ryhmähankkeen osatoteutus hanke, päähankkeen toteuttaja Kajaanin Ammattikorkeakoulu Oy

Arctic Lakeland Charter hanke

1.8.2023 – 31.7.2026

Hakemusnumero 402264

Hankkeessa kehitetään charter, eli tilauslentotuotantoa ulkomailta Suomeen sekä charter tuotteita vastaamaan kansainvälistä uutta kysyntää.

Hankkeen toteuttaja: Sotkamon kunta.