

100 *syytä* matkailla Suomessa

Uuden sukupolven Suomi-fiilistelyä



Kotimaan-
matkailun
näkyvyyden
ja positiivisen
mielikuvan
lisääminen.



Potentiaalia
ja kysyntää
on, tarjonta
tuotava sen
luo.



Pirstaloitunut
ja jämähtänyt
markkinointi
haitannut
kotimaan-
matkailun
kasvua.



Suomen
Matkailu-
organisaatioiden
yhdistys
(Suoma ry)
tarttui
haasteeseen.



Matkailu-
organi-
saatioiden
vahva yhteistyö
kilpailun sijaan.

Kampanjan tavoitteet



Nostaa Suomen
näkemykset
kotimaan-
matkailun
kehittämisestä
julkiseen
keskusteluun.



Kotimaan-
matkailun
ilmiöittäminen.



Matkailualan
toimijoille
mahdollisuus
laajaan
näkyvyyteen
yhteistyön kautta.



Vaivaton ja
houkutteleva
tapa jakaa tietoa
kootusti kotimaan
kohteista.

Kampanjan strategian ytimessä yhteistyön voima



Kampanja on rakennettu vahvasti digitaalisiin ja sosiaalisen median kanaviin

Kampanjasivusto
tiedon kokoajana
ja tehokkaana
tiedonvälityksen
kanavana.

Kekseliään
viestinnän keinoin
runsaasti ansaittua
medianäkyvyyttä.

Kohderyhmäymmärrys,
kohteiden ryhmittely
teemakokonaisuuksiksi,
sisältöjen personointi,
kustannustehokkuus.

Hakukoneet

Bannerit

Verkko-
ja painetut
julkaisut

TV

Radio

Vaikuttaja-
yhteistyö

Rantapallo

Kohteen
omat
kanavat

100syytä.fi





**” Kampanja oli kaikilla
mittareilla huikea menestys
ja markkinointi- ja
viestintäkoneiston onnistuneen
yhteispelin taidonnäyte ”**

Sosiaalisessa mediassa loistaviin tuloksiin

TAVOITTAVUUS:

Yli 1,5 miljoonaa suomalaista.

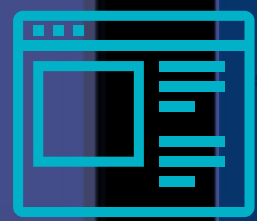
Keskimäärin päivittäin yli 113 000 ihmistä.

Mainintoja eri some-kanavissa keskimäärin 20 kappaletta joka päivä.

Mikrovaikuttajat ja matkailijat ovat löytäneet kampanjan erinomaisesti ja jakoivat ahkerasti kuvia ja kokemuksia somessa.

**” Verkkosivukäynnit
tuplaantuivat ja kohdesivuja
luettiin 20 % enemmän kuin
viime vuonna. ”**

Yli 1,1 miljoonaa kohdekortin avausta



Sivustolla
yli 400 000
käyntiä.



Käynnin aikana
tutustutaan
yli 4 kohteeseen.



Sivustolla
vietetään aikaa
1 min 40 s.

Kekseliään viestinnän keinoin kampanjalle medianäkyvyyttä ympäri Suomen niin valtakunnallisessa kuin paikallisessa mediassa



Kampanjassa oli paljon huippuonnistumisia



Vahvistunut yhteistyö matkailu-toimijoiden kesken.



Koko Suomen alueet hyvin edustettuna mukana.



Kotimaiset yöpymiset kasvoivat touko-heinäkuussa 6,4 %.



Kotimaan-matkailu on noussut ilmiöksi ja sen momentum on NYT.

Viisi vinkkiä onnistuneeseen matkailumarkkinointiin

Yhteistyön voima

Kohderyhmäymmärrys

Fiksut ja ketterät kanavavalinnat

Kiinnostava sisältö ja heittäytyminen

Ajankohtaisuus

Yhdessä olemme enemmän

Kampanja jatkuu vuonna 2020 – tule mukaan!

A person is sitting in a hammock, suspended between two trees. The scene is set during sunset or sunrise, with a warm, golden glow from the low sun in the background. The person is wearing a light-colored sweater with a geometric pattern. The foreground consists of large, dark rocks. The background shows a vast landscape with rolling hills and a body of water in the distance. The overall mood is peaceful and contemplative.

Kiitos!