



Lipponen Kati

Matkailukoordinaattori Pielisen  
Karjalan Kehittämiskeskus Oy PIKES

# LOPPURAPORTTI

Matkailijat Maailmalta- Nurmeksen matkailualueen  
toimintaympäristön kehittäminen 2019-2021

Vipuvoimaa  
EU:lta  
2014–2020



POHJOIS-KARJALA  
Maakuntaliitto



PIKES

## Johdanto

Matkailijat maailmalta- Nurmeksen matkailualueen toimintaympäristön kehittäminen 2019-2021 toimenpiteet suunniteltiin yhdessä alueen matkailuyrittäjien kanssa. Hankkeen suunnittelussa hyödynnettiin Uudet yritysverkostot matkailun viitoittajina- toimintamalli matkailun uudistamiseen – hankkeen tuloksia. Hankkeeseen osallistuvat yritykset olivat pääosin pieniä aktiivisia yrityksiä, joilla on yhteinen tahtotila kehittää alueen matkailua, yhteismarkkinointia ja kansainvälistyä. Ennen hankkeen käynnistämistä sovittiin yhteisen brändin rakentamisesta yhteismarkkinoinnin tehostamiseksi. Hankkeessa otettiin käyttöön matkailualueen brändi Bomba ja yhteinen markkinointisivusto bomba.fi.

Hankkeen haasteena oli maailmanlaajuinen korona-pandemia, joka vaikutti hankkeen kansainvälisen painopisteen siirtymistä kotimaahan muun muassa markkinoinnin ja tuotteistuksen osalta. Pandemia myös vaikutti yhteisten tilaisuuksien siirtymiseen etätilaisuuksiksi, joka hankaloitti yhteistyön vahvistamista niin muiden alueiden kanssa kuin paikallisestikin, erityisesti yritysten muuttuneissa tilanteissa ja yhteisen markkinoinnin koordinoinnissa. Näitä haasteita pyrittiin ylittämään aktiivisella sähköposti viestinnällä ja puhelinsoitoilla.

### 1. Hankkeen tavoitteet ja toimenpiteet

Hankkeen tavoitteena oli digitaalisen kilpailukyvyyn vahvistaminen erityisesti kansainvälisillä matkailumarkkinoilla. Nurmeksen matkailualueen yhteiseksi markkinointinimeksi valittiin Bomba, alueen tunnetuimman käyntikohteen mukaan. Bomba-brändin brändikirja, tarina, pääviestit sekä matkailumarkkinointisivut bomba.fi rakennettiin hankkeen aikana. Sivustoa kehitettiin tuottamalla uutta sisältöä sivulle, muokkaamalla nykyistä sisältöä ja tekniikkaa käyttäjäystävällisemmäksi. Bomba.fi sivuille tehtiin kielikäännökset ja sivut löytyvät suomen-, englannin-, saksan- ja venäjänkielisenä. Käännöksiä voidaan hyödyntää palveluiden tuotekuvauksissa, markkinoinnissa, viestinnässä ja asiakaspalvelussa.

Tehokkaan markkinoinnin edistämiseksi määriteltiin Bomba-brändin kohderyhmät, joille markkinointi suunnataan erityisesti. Matkailualueelle tehtiin tarina, joka auttaa alueen yrittäjiä kehittämään omia tuotteita ja palveluita tarinalähtöisesti, sekä suunnitella viestintää,

Lisäksi määrittelimme kohderyhmille tarinalähtöiset pääviestit, joka vahvistaa myynnin ja markkinoinnin johdonmukaisuuden, elämyksellisyyden ja vetovoimaisuuden. Markkinointimateriaaliksi tuotettiin videoita, kuvia ja suunniteltiin tapahtumapaikka- esite tapahtumanjärjestäjille. Toteutimme hankkeen aikana bannerimainontaa, Google Ads mainontaa ja Facebook-markkinointia.

Hankkeen tavoitteena oli kysyntälähtöisten matkailutuotteiden tuotekehitys kansainvälisille markkinoille. Tavoite toteutui osittain, sillä yrittäjillä ollut lopulta tarvetta tuotteistukseen vaan alueella olevat myyjät tuotteistivat itse omiin tarpeisiinsa. Hankkeen aikana alueen myyjän kanssa ideoitiin tuotteistusta kotimaisille matkailijoille muuttuneessa maailmantilanteessa. Lisäksi hankkeen aikana pohdittiin yhdessä yksittäisten yritysten kanssa matkailupalveluiden tuotteistusta ja tehty tuotekortteja myyjiä varten. Pidimme elintarvikealan ja matkailualan yhteisiä tilaisuuksia yhteistyössä Buustia kasvuun-hankkeen kanssa. Elintarvikealan tuottajista tehtiin raportointijakson aikana listaus, jota hyödynnettiin kahden matkailutoimijan kanssa.

Visit Karelian järjestämään Visit Finlandin Sustainable Travel Finland- ohjelmaan ja sen koulutuksiin kannustettiin yrityksiä mukaan ja tarjottiin omaa tukea STF- polun suorittamiseksi. Koulutuksista jaettiin tietoa matkailuyrityksille ja osallistuttiin VisitKarelian järjestämiin STF-koulutuksiin. Vastuullisuus polun läpikäyminen muun muassa mahdollistaa kansainvälisten matkanjärjestäjien tuotteisiin pääsyn ja tuo lisänäkyvyyttä yritykselle.

Yritysten osaamista kehitettiin digitaalisten myynti- ja markkinointikanavien kehittämisessä. Yhteistyötä muiden alueiden kanssa tiivistettiin järjestämällä yhteistyöpalavereita lähialueiden kanssa.

Hankkeen tavoitteena oli toimintaympäristön kehittäminen vastaamaan tulevaa markkinatilannetta. Teimme kyselyt sataman kehittämiseksi ja linja-autoaseman kehittämiseksi yhteistyössä Nurmeksen kaupungin kanssa. Kyselyiden avulla saatiin tietoon sataman kehittämiskohteita sekä pysäkin nykytilanne ja millaisia toimintoja käyttäjät kaipaavat pysäkillä. Lisäksi toteutettiin kohteiden esteettömyyskysely, joiden vastausten perusteella esteettömät kohteet tuotiin esille <https://bomba.fi/fi/vinkit-vierailuun/> sivulle.

Matkailuyrittäjille järjestettiin hankkeen aikana tilaisuuksia, joissa keskusteltiin reitistöjen nykytilanteesta ja kehittämiskohteista, joihin osallistui myös Nurmeksen kaupungin

maankäytön asiantuntijoita. Tilaisuuksien avulla saatiin selville matkailuyrittäjille tärkeimmät reitit, kunnostustarpeet ja uuden reitin suunnittelutarve. Matkailuyrittäjät pystyivät vaikuttamaan Nurmeksen kaupungin reitti-hankkeen suunnitteluun tuomalla omia tarpeita keskusteluun mukaan. Matkailijat maailmalta-hankkeen työntekijä suunnitteli hiihtoreitin jatkoksi ympyräreitin maastoon, joka käy hiihto- ja koiravaljakkoreitiksi. Tämän lisäksi hanketyöntekijä teki valmiita tulostettavia reittikarttoja pyöräilyreiteistä, jotka hyödyntävät olemassa olevia maanteitä.

## 2. Hankkeen tulokset

Matkailun aluebrändi on lisännyt alueen tunnettuutta ja vetovoimaa.

Matkailun aluebrändi on lisännyt alueen ja alueen matkailuyritysten tunnettuutta merkittävästi. Yhteisen brändin ja sivuston luominen ja laadukkaan markkinointimateriaalinen tuottaminen on tuonut aluetta vetovoimaisemmaksi ja alue on näyttäytynyt yhtenäisempänä, vakuuttavampana ja ammattimaisempana. Yhteisen Bomba-brändin ja verkkosivun myötä markkinointia on voitu toteuttaa tehokkaammin ja aloittaa nopeammin. Yhteinen brändi on herättänyt mielenkiintoa myös muiden alueiden matkailuyrittäjissä ja sidosryhmissä, sillä yhteydenottoja on tullut enemmän niin muutoin kuin matkailuneuvontaankin brändin julkaisun jälkeen. Sivuston kehityksen myötä yritysten palvelut ja palveluiden myyntikanavat on saatu tuotua entistä paremmin asiakkaiden tietoon. Digitaalinen näkyvyys on kasvanut verkkosivun julkaisun myötä, sekä myös Instagramissa ja Facebookissa. Rakennetulle bomba.fi sivustolle oli tullut 28.2.- 31.12.2021 aikana 143 918 eri käyttäjää. Hankkeen aikana Facebook seuraajamäärä on kasvanut huomattavasti; 1.8.2019 359 tykkääjää ja 31.12.2020 759 ja 31.12.2021 1779. Instagramissa seuraajia 1.8.2019 oli 370 ja 31.12.2021 1083 seuraajaa. Hyvä näkyvyys houkuttelee alueelle uusia toimijoita ja matkailijoita.

Alueen matkailuyrityksillä on uusia ja kiinnostavia verkostotuotteita ja -palveluita kansainvälisille markkinoille.

Vipuvoimaa  
EU:lta  
2014–2020



POHJOIS-KARJALA  
Maakuntaliitto



PIKES

Säännöllisesti vastuullisuus-polusta keskusteleminen on herättänyt kiinnostusta polulle lähtemiseen matkailuyrityksissä. Kolme alueen matkailuyritystä on ilmoittautunut Sustainable Travel Finland-polulle ja neljä yritystä on saanut Sustainable Travel Finland-merkin, mikä edesauttaa kansainvälisille markkinoille sopivien tuotteiden tuotteistamista. Yritysten vastuullisuusteot nostettiin esille bomba.fi sivulle <https://bomba.fi/fi/vastuullisuus/>.

Myyntissä on Majatalon hemmottelupaketti kahdelle, jota voidaan toteuttaa neljässä eri majatalossa. <https://aksytammat.fi/p/357/wellness/majatalon-hemmottelupaketti-kahdelle> . Hankkeen aikana on tehty kolmelle yritykselle tuotekortteja, jotka ovat valmiita myyjiä varten sekä syötetty valmiita tuotteita verkkokauppoihin.

Tilaisuuksien ansiosta yhden matkailuyrityksen ja elintarvikealan yrityksen välillä yhteistyöstä on keskusteltu. Yhteistyö muiden alueiden kanssa käynnistyi markkinointiyhteistyön osalta, mikä mahdollistaa jatkossa myös mahdollisen muunlaisen yhteistyön suunnittelun.

Hankkeen aikana toteutettiin useita matkailupalveluiden ja käyntikohteiden kielikäännöksiä englannin, saksan ja venäjän kielelle. Kielikäännökset mahdollistavat palveluiden tietojen löytymisen kansainväliselle asiakkaalle sekä hyödyntämisen viestinnässä ja matkailupalveluissa. Toimenpiteillä olemme voineet luoda pohjaa kansainvälistymiselle.

### Matkailun toimintaympäristö on kehittynyt toimialalle entistä suotuisammaksi.

Sataman kehittämiskyselyn ja sen tuoman näkyvyyden edistämänä Nurmeksen kaupunki teki kesällä 2020 ja 2021 kunnostustöitä satamassa alueen viihtyvyyden parantamiseksi ja jatkaa kunnostustöitä. Nurmeksen päälinja-autoaseman kehittämiskyselyn jälkeen Nurmeksen kaupunki teki linja-autoasemalla kunnostustöitä.

Yhteiset järjestetyt tilaisuudet ovat tuoneet Nurmeksen kaupungin ja matkailuyrittäjien välille enemmän vuoropuhelua. Tämä on tuonut yrittäjille mahdollisuuden vaikuttaa tuleviin reitistöjen kehittämissuunnitelmiin ja saada matkailulle tärkeitä retkeilyalueita huomioitavaksi. Matkailijat maailmalta-hankkeen aikana suunniteltiin uusi reitinsosa hiihtoreitin jatkoksi, joka mahdollistaa uusien tuotteiden tuotteistamisen ja pidempien hiihtolenkkien teon. Hankkeessa suunniteltiin myös pyöräreittejä maanteitä hyödyntäen,

jotka tuotiin käyttäjien nähtäväksi Infogis-sivustolle, joka kokoaa alueen reitit digitaaliseen muotoon.

Esteettömyys-kyselyn myötä selvisi esteettömien kohteiden määrä ja yritykset huomasivat mitä kaikkea tarvitaan esteetöntä käyntiä varten. Asian esille tuominen yrittäjien pohdittavaksi nostaa asian tärkeyttä ja aiheuttaa mahdollisesti toimenpiteitä käyntikohteissa.

### 3. Jatkotoimenpiteet

Digitaalisen näkyvyyden kehittäminen on jatkuva prosessi, joten sivuston sisällön ja tekniikan kehittämistä jatketaan edelleen myös hankkeen jälkeen, jotta matkailualueen palvelut saadaan mahdollisimman hyvin esille. Yhteismarkkinointia jatketaan niin matkailuyritysten kuin muiden alueiden kanssa yhteisen brändin ja markkinointimateriaalin avulla. Ammattimainen kuva ja videomateriaali on tärkeää, joten kuvauksia järjestetään myös jatkossakin.

Matkailussa tärkeimpiä kehittämiskohtia, kuten vastuullisuutta ja esteettömyyttä nostetaan esiin säännöllisesti myös jatkossakin ja tarjotaan tukea yrityksille.

Hankkeelle haettiin jatkohanketta matkailuyritysten tarpeiden mukaisesti, josta saatiin myönteinen rahoituspäätös. Hankkeella kehitetään matkailun tiedolla johtamista, kansainvälisyyttä, vastuullisuutta ja investointeja.

Allekirjoitus ja päiväys

03.03.2022



Minna Heikkinen

Toimitusjohtaja

Pielisen Karjalan Kehittämiskeskus Oy PIKES

Vipuvoimaa  
EU:lta  
2014–2020



POHJOIS-KARJALA  
Maakuntaliitto



PIKES