

Kouvola<sup>®</sup>innovation

FCG<sup>●</sup>

VisitKouvola<sup>®</sup>

# Kouvolan matkailun master plan ja investointistrategia 2025

Mielakka 25.1.2017

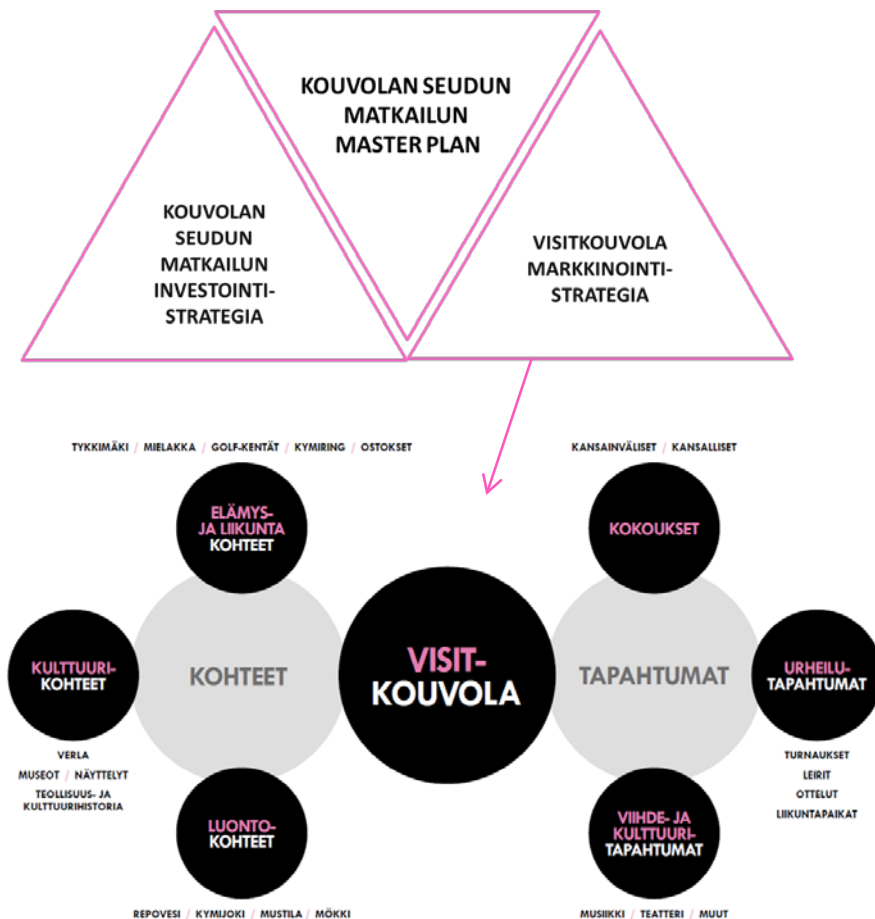


# Sisältö

- Tavoitteet
- Valmisteluprosessi
- Suuntaa trendeistä, tarpeista ja valinnoista
- Yhteinen visio 2025
- Merkitys meille ja matkailijoille
- Kärkiteemat ja -kohteet
- Kohdemarkkinat s
- Tekeminen ja kärkihankkeet
- Investointistrategia
- Roolit ja vastuut
- Kasvun ajurit
- Laadulliset tavoitteet ja mittarit
- Muutoksen suunta ja liikkeellelähtö

# Tavoitteet

- Kouvolan seudun matkailun master planin (2013) tavoitteita ja painopisteitä päivitettiin vuoden 2016 aikana. Samalla laadittiin matkailulle oma investointistrategia.
- Työn toteutti FCG Suunnittelu ja tekniikka Oy Kouvolan Innovation Oy:n toimeksiannosta osana Matkailu-investointeja Kymenlaaksoon –hanketta.
- Päivitetyin master planin ja investointistrategian tavoitteena on
  - houkutella alueelle uusia matkailuinvestointeja ja –toimijoita,
  - kasvattaa nykyisten yritysten liiketoimintaa,
  - synnyttää uusia yrityksiä ja työpaikkoja,
  - lisätä alueen kansainvälistä kilpailukykyä sekä
  - parantaa asiakaskokemusta.
- Niiden avulla voidaan myös viestittää VisitKouvolan sidosryhmille matkailun kehittymisestä
- Matkailun master plan ja investointistrategia linkittyvät kiinteästi VisitKouvolan markkinointi-strategiaan 2015-2018, jossa on osaltaan määritelty raameja kehittämiselle.



# Valmisteluprosessi

4/2016

12/2016

1. KÄYNNISTYS

2. NYKYTILA JA  
TULEVAISUUS

3. KÄRJET  
JA LINJAUKSET

4. TEKEMINEN  
JA RESURSSIT

5. JALKAUTUS  
JA VIESTINTÄ

Yrityskysely 5-6/2016

Avainhenkilöiden haastattelut (32 kpl) 6-11/2016

Strategiaryhmä 26.5.2016, 15.8.2016 ja 8.12.2016

Strategiatyöpaja 7.9.2016:  
Linjaukset ja tavoitetaso

Matkailuyrittäjien aamukahvit 2.11.2016:  
Vision ja kärkien kommentointi,  
lisäksi täydentävä yrityskysely

VisitKouvola-tiimipalaverit 27.9. ja 10.11.2016

-> Viestintä & video

# Suuntaa trendeistä, tarpeista ja valinnoista

## KOHDEMARKKINOIDEN VALINTA

- ↩ Ilmastonmuutos
- ↩ Kaupungistuminen
- ↩ Väestön ikääntyminen
- ↩ Talouden painopistettä

## PERUSASIAT JA VARAUTUMINEN

- ↩ Kestävä kehitys
- ↩ Taloudellinen kestävyys ja ammattimainen yrittäjäyys
- ↩ Digitalisaatio
- ↩ Jakamistalous
- ↩ Pop up -kulttuuri
- ↩ Erikoismajoitus
- ↩ Liikkuminen palveluna

## VISIT KOUVOLAN STRATEGISET VALINNAT

- ↩ Positiivisen Kouvola-mielikuvan kasvattaminen
- ↩ Matkailuinvestointien edistäminen
- ↩ Teemapohjaisen matkailun kehittäminen (luontomatkailu, kulttuurimatkailu, kokous- ja tapahtumamatkailu)

## YDINVIESTI YRITYKSILTÄ JA MUILTA TOIMIJOILTA

- ↩ Saavutettavuus: sisäinen & ulkoinen, fyysinen & henkinen
- ↩ Helppous
- ↩ Imago
- ↩ Yhteistyö
- ↩ Veturiajattelu
- ↩ Kokonaisuuksien paketointi
- ↩ Ennakointi – aallon harjalla

## MATKAILIJOIDEN ODOTUKSIIN VASTAAMINEN

- ↩ Elämykset
- ↩ Turvalliset seikkailut
- ↩ Kulttuuri, paikallisuus, aitous
- ↩ Luonto ja hyvinvointi
- ↩ Luxury without guilt

## VISIT KOUVOLAN TAVOITTEENA KASVATTAA

- ↩ Matkailijoiden kävijämäärää
- ↩ Viipymää alueella
- ↩ Matkailutuloa

Kasvuprosentti samaa tasoa tai parempaa kuin valituilla vertailualueilla.

## MAHDOLLISUUKSIA MARKKINATRENDEISTÄ

- ↩ Pirstaloituvat markkinat
- ↩ Silmäiltävät sisällöt ja snacking
- ↩ Yhteisöt, ryhmät, 3G (3 sukupolven matkat)
- ↩ Uudet sukupolvet
- ⇒ **Monipuolisuus on vahvuus!**

# Yhteinen visio 2025

Huom. ei ole markkinointislogan  
vaan sisäinen kehittämisen  
tahtotila!

Kouvola  
on  
**HUIKEA**  
matkailu-  
kohde.

Kriittiset  
menestys-  
tekijät

**H**elppo

**U**udenlainen

**I**kimuistettava

**K**ansainvälinen

**E**lämyksellinen

**A**voin

# Merkitys meille ja matkailijoille

## Helppo

- Helppo löytää, tulla, liikkua, olla ja palata
- ”Digihelppo” - kohteet ja palvelut löydettävissä ja ostettavissa verkosta
- Helppo toimintaympäristö matkailijalle ja matkailuyrittäjälle (kaavoitus, luvat, muu tuki)
- Matkailua palveleva julkinen liikenne, innovatiiviset liikenne- ja liikkumispalvelut
- Reitistöt ja opastus tukevat matkailua

# Merkitys meille ja matkailijoille

## Uudenlainen

- Trendien ja ilmiöiden ennakointi, tiedon jakaminen ja soveltaminen tuotekehityksessä
- Kokeilukulttuuri ja rohkeus vallalla
- Jakamistalouden ja pop up -kulttuurin ilmiöt hallussa
- Erottavat ja erikoiset tapahtumat



# Merkitys meille ja matkailijoille

## Ikimuistettava

- Hyvä palvelu ja huolenpito asiakkaan polun kaikissa vaiheissa
- Asiakaskokemuksen maksimointi: lisäkokemukset ja -myynti, tiedonjako verkostossa
- Palveluasenteen jatkuva kehittäminen
- Muistijälkiä pienistä teoista ja kohtaamisista
- ”Kouvola-extra” - hauskat ja mieleenpainuvat lisät tuotteisiin ja palveluihin

# Merkitys meille ja matkailijoille

## Kansainvälinen

- Kansainvälisyys on edellytys merkittävälle kasvulle
- Kansainvälinen sisällöllisesti, kansainvälinen markkinoinnissa
- Kansainvälisesti kiinnostavat kohteet esillä
- Kieli- ja kulttuuriosaaminen hallussa
- Ympärivuotinen tarjonta ja talven tuotteistus
- Kestävyys ja ekologisuus on ”must”

# Merkitys meille ja matkailijoille

## Elämyksellinen

- Hybridituotteet: luonto, kulttuuri, historia, tapahtumat, viihde, urheiluviihde
- Historia ja kulttuuri on tuotteistettu tunteella
- Moniaistisuus ja virtuaalisuus täydentävät kokemuksia
- Asiakaskokemus: mahdollisuus luoda/räätälöidä silmäiltävistä sisällöistä ja kiinnostavista teemoista elämyksellinen kokonaisuus

# Merkitys meille ja matkailijoille

## Avoim

- Avoin ja kuunteleva asenne
- Rohkeus ja riskinotto
- Positiivinen Kouvola-imago
- Yrittäjien keskinäinen yhteistyö ja tiedonvaihto
- Yrittäjien ja kaupungin eri yksiköiden keskinäinen yhteistyö ja tiedonvaihto
- Alue- ja toimialarajat ylittävä yhteistyö
- Joustavat aukioloajat
- Paikalliset ihmiset ja kohteet avaavat ovensa
- Tekemistä ja kokemista ympäri vuoden
- Globaalit markkinat erityisryhmille

# Kärkitekemat ja -kohteet

## Kehittämisen kärkitekemat

LUONTO-  
MATKAILU

KULTTUURI-  
MATKAILU

ml. lähiruoka

KOKOUS- JA  
TAPAHTUMA-  
MATKAILU

## Kärkikohteet

- **Vahvat veturit**
  - Repovesi
  - Verla
  - Tykkimäki
  - Mustila Arboretum
- **Erityiskohteet/ vetovoimainvestoinnit**
  - KymiRing
  - Matka- ja tapahtumakeskus
  - Kimolan kanava
  - Kymijoki
- **Vahvistuvat kohteet**
  - Veturien imussa ja verkostoyhteistyön kautta vahvistuvat kohteet sekä matkailua tukeva tarjonta kulttuurin, viihteen ja urheilun aloilta

- Kansainvälisen markkinoinnin veturit
- Hyödynnetään veturi-vaikutusta ja tuetaan vetovoimaisuutta, saavutettavuutta ja verkostoyhteistyötä

- Edistetään investointien toteutumista
- Tuetaan vetovoimaisuutta, saavutettavuutta ja tuotekehitysyhteistyötä

- Tuetaan vetovoimaisuutta, saavutettavuutta ja tuotekehitysyhteistyötä

Ankkapurha

Taideruukki

Vuohijärven luonto- ja kulttuuritalo

Mielakka

Urheilupuisto

Teatteri, Kymi Sinfonietta sekä kokous- ja tapahtumatalot

Kaupallisten keskittymien brändäys

Kasarminmäki

Pioneeripuisto

Muut nousevat kohteet

# Kohdemarkkinat

- VisitKouvolan pääkohdemarkkinat markkinointistrategian mukaisesti: kotimaa, Venäjä, saksankielinen Keski-Eurooppa
- Vaiheittainen laajentaminen Kiinan ja Aasian suuntaan
- Digitaalisuuden ja erityisryhmien segmentoinnin kautta avautuvat globaalit markkinat
  - ↳ Kansainvälisesti kiinnostavat kärkikohteet ja –teemat

Kohderyhmät on määritelty VisitKouvolan markkinointistrategiassa.

# Tekeminen ja kärkihankkeet

## Matkailukohteet ja -alueet

- Saavutettavuuden kehittäminen
- Majoituskapasiteetin nosto ja sen monimuotoisuuden kehittäminen
- Kimolan kanavan ja palvelukokonaisuuden kehittäminen
- Matka- ja tapahtumakeskuksen ja keskustan kehittäminen keskustavision mukaisesti
- Matkailun veturikohteiden vaikutuksen tukeminen (ekosysteemi, verkosto)
- Matkailullista potentiaalia omaavien investointi- ja erityiskohteiden kehittäminen
- Tapahtuma-asiakkaiden palveleminen

# Tekeminen ja kärkihankkeet

## Teemapohjainen tuotekehitys

- Luontomatkailun kehittäminen ja tuotteistus
- Kulttuurimatkailun kehittäminen ja tuotteistus
- Kokous- ja tapahtumamatkailun kehittäminen ja tuotteistus
- Teemoja tukevien sisältöjen ja investointien edistäminen
- Teemoihin pohjautuvat, kohderyhmäkohtaisesti suunnitellut toimintamallit, jotka kattavat kaikki toiminnot (majoitus, aktiviteetit, oheispalvelut, ruoka, shoppailu, myynti, markkinointi, koulutus)



# Tekeminen ja kärkihankkeet

## Verkostot ja markkinointi

- Yhteistyöverkostojen tiivistäminen ja laajentaminen yrittäjien ja matkailua edistävien toimijoiden kesken (matkailun alueelliset, kansalliset ja kansainväliset organisaatiot)
- Matkanjärjestäjäyhteistyön syventäminen ja laajentaminen uusille markkina-alueille
- VisitKouvolan toiminnan ja markkinoinnin kehittäminen ja resursointi yritysten myynnin edistämiseksi, uusien myyntikanavien haku ja avaus
- Kokous- ja tapahtumatoimistopalvelun kehittäminen
- Digitaalisen saavutettavuuden ja kädenjäljen kehittäminen
- Kansainvälisen näkyvyyden merkittävä vahvistaminen
- Kouvolan seudun matkailullisen imagon ja tunnettuuden sekä koko Kouvolan imagon kehittäminen
- Toimijoiden sitoutuminen matkailuelinkeinon kasvuun

# Tekeminen ja kärkihankkeet

## Osaaminen ja uudistuminen

- Matkailuyritysten kilpailukyvyn, tuotteiden laadun ja markkinointi- ja myyntiosaamisen kehittäminen, sertifiointien hankkiminen
- Kansainvälisen kasvun edellyttämän osaamisen ja valmiuksien kehittäminen sekä uusien yritysten ja osajien houkuttelu / kouluttaminen
- Asiakasymmärryksen ja asiakaskokemuksen kehittäminen
- Ennakointitoiminnan kehittäminen ja systemaattinen trendien haistelu
- Toimialarajat ylittävän yhteistyön kehittäminen

# Tekeminen ja kärkihankkeet

## Toimintaympäristö

- Ulkoisen, sisäisen ja digitaalisen saavutettavuuden kehittäminen
- Julkisen liikenteen, liikkumispalvelujen ja matkaketjujen kehittäminen
- Matkailua tukevien reittien ja opastuksen kehittäminen
- Kokeilujen mahdollistaminen
- Uusien rahoitusmallien kehittäminen
- Matkailu muistetaan ottaa huomioon kaikessa kaupunkikehittämisessä (kaavoitus, reitistöt, liikenne ym.)

# Investointistrategia

Matkailun investointistrategia limittyy master planiin ja käsittelee investointeja laaja-alaisesta näkökulmasta:

- 1) Ulkomaiset ja kotimaiset suorat investoinnit matkailukohteisiin
  - hotellit ja muut majoitusliikkeet, ravitsemusliikkeet, muut matkailukohteet
- 2) Yksityiset investoinnit yritystoimintaan
  - uudet yritykset (start-upit)
  - ulkopuoliset investoinnit olemassa oleviin yrityksiin
  - uudet kumppanuudet, yritysjärjestelyt
- 3) Yritysten investoinnit uusiin liiketoimintoihin tai tuotteisiin, nykyisten tuotteiden ja palvelujen kehittäminen ja laajentaminen
- 4) Julkiset investoinnit rakenteisiin: kaupunki ja julkinen sektori mahdollistajana
  - infra ja saavutettavuus: liikenne, opastus, monikäyttöiset julkiset tilat, reitistöt jne.
  - tukipalvelut ja rahoitus seudun yrityksille

Työkaluna  
Kymenlaakson  
matkailu-  
investointien  
edistämisen  
toimintamalli

# Investointistrategia: mitä tavoitellaan

YKSITYISET INVESTOINNIT MATKAILUKOHTEISIIN	YKSITYISET INVESTOINNIT YRITYSTOIMINTAAN	YRITYSTEN INVESTOINNIT TUOTEKEHITYKSEEN	JULKISET INVE- STOINNIT INFRAAN JA SAAVUTETTA- VUUTEEN	JULKISET INVESTOINNIT TUKIPALVELUIHIN JA RAHOITUKSEEN
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erityiskohteiden toteutumisen varmistaminen</li> <li>• Lisää majoitus-kapasiteettia vastaamaan nousevaan kysyntään - varautuminen supervuoteen 2019</li> <li>• Uusia palveluja ympärivuotisesti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uusien liiketoiminta-mahdollisuuksien tunnistaminen ja uudet liikeideat</li> <li>• Yritystoiminnan aloittamisen kynnyksen madaltaminen</li> <li>• Toimivat yritykset/ liiketoiminta myyntikunnossa</li> <li>• Yritysten yhteistyö-verkoston laajentaminen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lisää tuotetarjontaa kulttuuri-, luonto- ja tapahtuma-matkailuun</li> <li>• Paketointi - varautuminen supervuoteen 2019</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kouvolan seudun tunnettuuden lisääntyminen</li> <li>• Hyvä ulkoinen ja sisäinen saavutettavuus</li> <li>• Viihtyisä ympäristö</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toiminta-ympäristön helppous</li> <li>• Toiminnan ja rahoituksen pitkäjänteisyys</li> <li>• Tilaa ja tukea myös rohkeille kokeiluille</li> </ul>

# Investointistrategia: mitä tehdään

YKSITYISET INVESTOINNIT MATKAILU-KOHTEISIIN	YKSITYISET INVESTOINNIT YRITYSTOIMINTAAN	YRITYSTEN INVESTOINNIT TUOTEKEHITYKSEEN	JULKISET INVESTOINNIT INFRAAN JA SAAVUTETTAVUUTEEN	JULKISET INVESTOINNIT TUKIPALVELUIHIN JA RAHOITUKSEEN
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Panostetaan kohteiden ja tarjoaman kiinnostavaan ja uskottavaan esilletuontiin</li> <li>• Hyödynnetään Kymenlaakson matkailu-investointien edistämisen toimintamallia ja yhden luukun periaatetta:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Investointikohteiden kokoaminen</li> <li>2. Branding</li> <li>3. Attracting</li> <li>4. Establishing</li> <li>5. Growing</li> </ol> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toteutetaan säännöllisesti yhteisiä infotilaisuuksia ja yrityskohtaisia käyntejä</li> <li>• Kehitetään ja tehdään tunnetuksi uusia yrittäjyyden muotoja</li> <li>• Kinnon palvelut tukevat yrittäjiä eri vaiheissa ja käytännön toteutuksissa</li> <li>• Toteutetaan kumppani- ja toimijahakuja sekä järjestetään b2b-matchmaking-tilaisuuksia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktivoidaan tuotekehitysideoita ennakkoinnin ja markkinaseurannan herätteillä</li> <li>• Edistetään yritysten tuotekehitys- ja investointihankkeita, jotka liittyvät eritoten <i>- luonto-, kulttuuri- tai tapahtumamatkailuun - digitaalisuuteen - kansainvälisyyteen</i> ja joissa on huomioitu <i>kestävän kehityksen</i> näkökulmat</li> <li>• Aktivoidaan ja tuetaan yritysten yhteistyötä tuotteiden paketoinnissa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tuetaan kärkikohteiden ja keskeisten matkailualueiden saavutettavuutta ja vetovoimaisuutta edistäviä investointeja</li> <li>• Kehitetään julkisia liikennejärjestelyjä tukemaan matkailua (esim. Pohjois-Kouvolan rengasreitti)</li> <li>• Toteutetaan liikenne- ja liikkumispalvelujen kokeiluja yhdessä yritysten kanssa</li> <li>• Suunnitellaan ja rakennetaan pop up -toimintoja ja erikoismajoitusta mahdollistavaa infraa</li> <li>• Otetaan huomioon monikäyttöisyys julkisten rakennusten suunnittelussa ja hyödyntämisessä (esim. koulut majoituskäyttöön)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kaavoitetaan ennakoivasti ja luvitetaan sujuvasti</li> <li>• Kinnon palvelut tukevat yrittäjiä eri vaiheissa (tuki toimitilojen ja työvoiman hankinnassa, yritys- ja rahoitusneuvonta)</li> <li>• Kehitetään uusia rahoitusmalleja</li> <li>• Luodaan yhteyksiä yrityksiin ja verkostoihin</li> <li>• Avataan julkisia kohteita alustaksi innovaatioille</li> <li>• Resursoidaan matkailuyritysten kasvu- ja kansainvälistymisohjelma, ml. ennakkointitoiminta</li> </ul>

# Roolit ja vastuut

- Toteutuksen koordinointi: VisitKouvola
- Seuranta ja tiedonkulun varmistaminen: strategiaryhmä
  - ”Mahdollistajat”: VisitKouvola, Kinno, kaupunki/ kaupunkikehitys + tekniikka, ELY/maakuntaliitto, yrittäjäjärjestön/yrittäjien edustaja, kulttuurihallinnon edustaja
  - Kokoontuu 2 x vuodessa, keväällä ja syksyllä, sekä erikseen tarvittaessa
    - Keväisin etenkin edellisen vuoden raportointi, syksyisin/loppukesästä tulevan vuoden suunnittelu
- Tiedonkulku yrittäjille ja verkoston hoivaaminen
  - Ammatillaiset-osio VisitKouvola.fi-sivustolla
  - Aamukahvitilaisuudet ja yritystapaamiset
- Maakunnallinen yhteistyö
  - Matkailutiimien tapaamiset
  - Yrittäjien tapaamisten mahdollistaminen
  - Maakunnallinen matkailuparlamentti
- Kaikkien osapuolten sitoutuminen ja yhteistyö on elintärkeää!
  - Yritykset, kaupunki, muut toimijat ja sidosryhmät

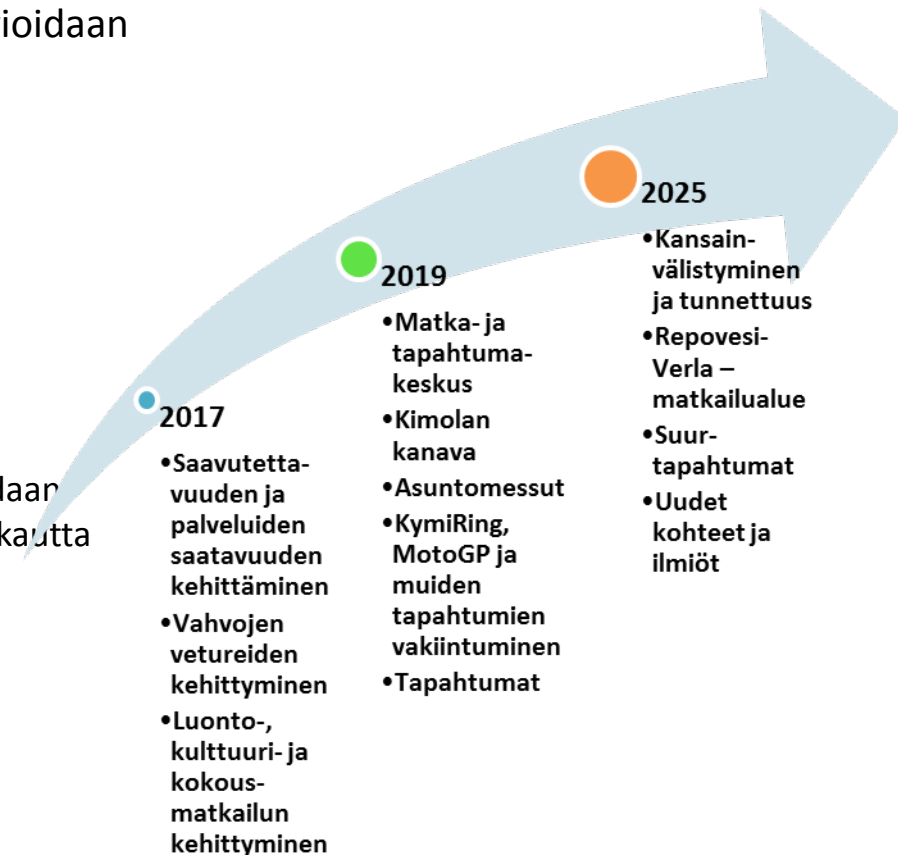
# Roolit ja vastuut

	TOIMEEN- PANO	SEURANTA JA TULOS- VIESTINTÄ	TUOTE- KEHITYS	MARKKI- NOINTI	TOIMINTA- YMPÄRISTÖ	OSAAMINEN JA TUTKIMUS	ENNA- KOINTI	EDUN- VALVONTA	RAHOITUS
VisitKouvola	••	••	••	••	•	•	••	••	
Kouvola Innovation Oy	•	•			•			•	••
Kouvolan kaupunki: kaupunkikehitys, tekniikka ja ympäristö	•	•			••			•	•
Matkailun strategiaryhmä		•			•		•	•	
Kymenlaakson Liitto		•			•			•	•
ELY-keskus		•			•			•	•
Matkailu- ja tapahtuma- palveluyritykset	•		•	•		•	•		•
Yrittäjähdistykset		•						•	
Järjestöt, seurat	•		•	•		•			•
Koulutus- ja tutkimuslaitokset	•		•			••			
Elinkeinoelämä ja liike- toimintaekosysteemit yli toimialarajojen			•	•			•		•



# Kasvun ajurit ja vetovoimatekijät

- Kouvolan seudun matkailutulon uusia kasvun ajureita ja vetovoimatekijöitä vuoteen 2025 mennessä arvioidaan olevan erityisesti:
  - Repovesi-Verla-alueen kehittyminen luonto- ja kulttuurimatkailukohteena
  - Matka- ja tapahtumakeskuksen toteutuminen
  - Kokous- ja tapahtumamatkailun kehittyminen (ympärivuotisuus)
  - Kimolan kanavan toteutuminen
  - KymiRing (MotoGP) ja muut tapahtumat
  - Lisäksi nykyisten vahvojen kärkikohteiden arvioidaan kehittyvän ja kasvattavan vetovoimaansa ja tätä kautta lisäämään alueen matkailutulokertymää ja matkailutyöllisyyttä.



# Laadulliset tavoitteet ja mittarit

- Imago
  - Erillistutkimukset yhteistyössä kaupungin viestinnän kanssa
- Fyysinen saavutettavuus
  - Uudet yhteydet
  - Uudet liikennepalvelut
- Yhteistyö: alueet, VisitFinland, koti- ja ulkomaiset matkanjärjestäjät
  - Sopimukset, yhteiset markkinointi- ym. toimenpiteet, yhteiset hankkeet
  - Näkyvyys VisitFinland-tasolla
- Yrittäjän toimintaympäristö
- Osaaminen
  - Tarvittaessa matkailuyritysten laajemmat osaamistarvekartoitukset yhteistyössä oppilaitosten kanssa
- Tuotekehitys: hybridituotteet ja yhdistelmät
  - Kriteereinä Visit Finlandin laatuvaatimukset kansainvälistymisen osalta, mittareina konseptien testaus ja myynnin seuranta, myyntiorientoituneisuus ja myyntikanavat, myynninedistäminen

YHDISTETÄÄN

## Brändin kehittyminen

- Verkko liikenteen volyymit
- Verkko liikenteen konversiot:  
a) VisitKouvolaalle b) Yrityksille
- Myyntiliidit yrityksille & kumppaneille
- Kampanjoiden tulokset
- Maksullinen mainonnan tulokset
- B2B-kontaktien ja toiminnan mittarit (esim. tarjouspyynnöt)
- Some-kanavien mittarit (sitoutuneisuus, konversio, vuorovaikutus)
- Neuvontapalvelujen tunnusluvut: Pop-up, online chat, some

## Sisäinen markkinointi ja B2B

### Alueen matkailutoimijat

- Yhteismarkkinointitoimenpiteisiin osallistuvien yritysten määrä
- Tuotekehitykseen ja koulutuksiin osallistuvat matkailutoimijat
- Yritysassiakastytyväisyys VisitKouvolan toimintaan

### B2B

- Kansainväliset matkanjärjestäjä-kontaktit ja tutustumismatkat
- Tapahtuma- ja kokousjärjestäjäkontaktit
- Mediakontaktit

VisitKouvola vastaa seurannasta ja valmistelee katsaukset strategiaryhmän kokouksiin

## Asiakaskokemus

- Brändin tuntevat asiakkaat (%)
- Sitoutuneisuus SoMe-kanavissa
- Asiakastytyväisyystutkimukset ("halu palata")
- Alueen yritysten sitoutuminen ja heidän asiakkaiden kokemukset VisitKouvola-brändistä
- Bloggarit, puolestapuhujat tms. viestien ja kanavien laajuus
- Ulkopuoliset arviot brändi-kokemuksesta

VisitKouvolan markkinointistrategian mittarit (brändin kehittyminen, asiakaskokemus, sisäinen markkinointi ja B2B) täydentävät

# Laadulliset tavoitteet ja mittarit

## VisitKouvolan ”digipreesens”

- Puhutaan sähköisen näkyvyyden kokonaisuudesta.
- Tavoitteena vähentää manuaalista tietojen keruuta ja löytää työkalu, jonka avulla voidaan visuaalisesti, helposti ja ”dashboard”-ajattelun avulla kuvata kanavien kehittymistä, ansaitun median euromääräistä arvoa, suosituimpia sisältöjä jne. Sirpaleisista informaatiomassoista poimitaan olennainen.
- Yksittäisten mittareiden tai kanavien seuraamisen ja raportoinnin sijasta keskitytään kokonaisuuteen, josta halutaan irti seuraavia tasoja:
  1. Kiinnostavuus (kohtaaminen)
    - Esim. TripAdvisor, maksetulla mainonnalla tavoitetut, nettisivujen kävijät
  2. Sitouttaminen (kontakti)
    - Esim. uutiskirjeen tilaaminen, esitteen lataaminen VisitKouvola-sivustolta, #visitkouvola
  3. Liidit yhteistyöyrityksille (transaktio)
    - Esim. siirtyminen yrityksen myyntikanavaan, tiedustelu, soitto

# Muutoksen suunta ja liikkeellelähtö



## MITÄ TEHDÄÄN 2017-2018

- ⇒ Valmistautuminen supervuoteen verkostoyhteistyössä
- ⇒ Oheisohjelmien ja majoituksen markkinointi asuntomessukävijöille ja MotoGP-tulijoille
- ⇒ Yritysten yhteisten tuotteiden paketointi, myyntikanavien haku ja myynninedistäminen
- ⇒ Majoitus- ja palveluratkaisujen kehittäminen
- ⇒ Sisäisen saavutettavuuden kehittäminen: julkiset yhteydet ja liikennepalvelut
- ⇒ Digitaalisen näkyvyyden kehittäminen
- ⇒ Kokous- ja tapahtumatoimistopalvelun perustaminen ja kehittäminen

# Lisätiedot

Kirsi Vainio

puh. 020 615 5885

kirsi.vainio@kinno.fi

Aleksandra Airikainen

puh. 020 615 8140

aleksandra.airikainen@kinno.fi

Jaana Myllyluoma

puh. 050 390 5765

jaana.myllyluoma@fcg.fi