



Vauhtia Vuokatin (Kajaani-Oulujärvi) kv. matkailuun. 09 – 12/2019

Ohjausryhmä 17.3.2020



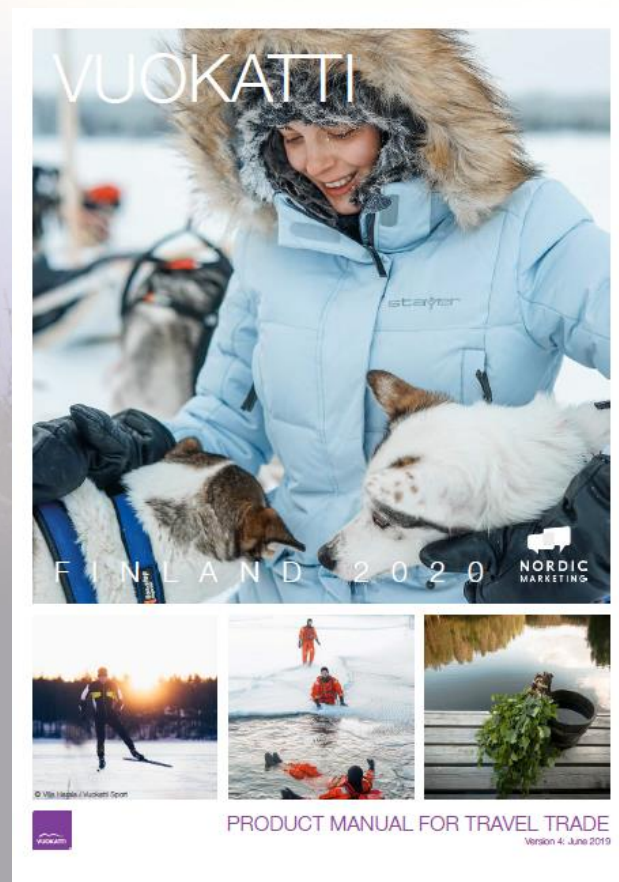
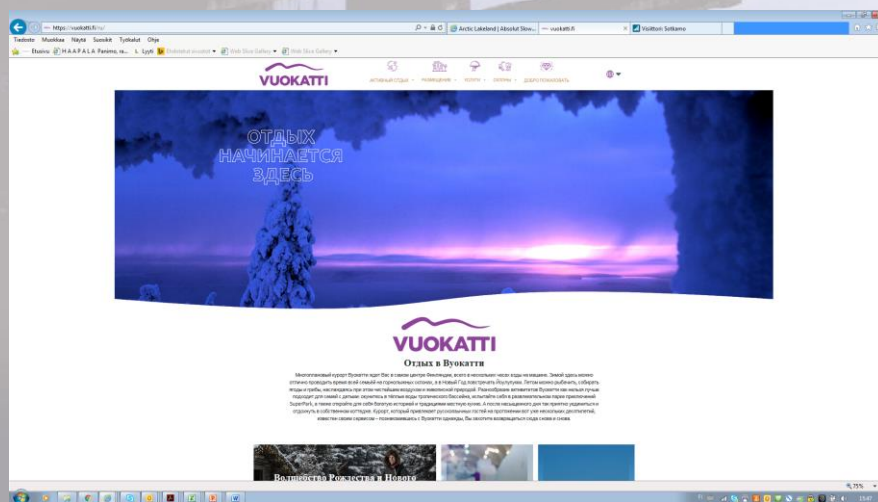
A serene sunset over a calm lake. The sun is low on the horizon, casting a warm, golden glow across the sky and reflecting on the water. In the foreground, a wooden dock extends into the lake from the left. The water is still, mirroring the colors of the sky. In the distance, there are dark, silhouetted hills and a small cluster of trees on the right. The overall mood is peaceful and contemplative.

Kansainvälisen kasvun kehittäminen

Materiaalit



- *Vuokatti.fi - kaikki kieliversiot (englanti, saksa, venäjä, kiina, japani)
- *Kohde-esitteet viidellä eri kielellä
- *Tuotemanuaali 2020
- *Vuokatti-peli valmistui syyskuussa 2019



Blue Wings –lehti 11/2019 & 12/2019



ADVERTISEMENT

Winter starts here.

Situated in the heart of Arctic Lakeland, Vuokatti brings the best bits of the Finnish Lakeland and Lapland together. Here you'll enjoy a true winter wonderland with snowy fell sceneries and frosty forests.

Winter in Vuokatti is truly magical and you get to choose your snowy fun from many cool options. With some luck, the Northern lights will lighten up the sky. Maybe you'd like to make new furry friends and go on a husky safari? Or hit the slopes and get your adrenaline running – in Vuokatti the choice is yours!

BOOK YOUR WINTER GETAWAY NOW.

VUOKATTISAFARIS.COM

VUOKATTITRAVEL.FI



FLY TO VUOKATTI!

The nearest airport is in Kajaani,
40 km from Vuokatti.
The flight time from Helsinki
is 1 h 20 min.

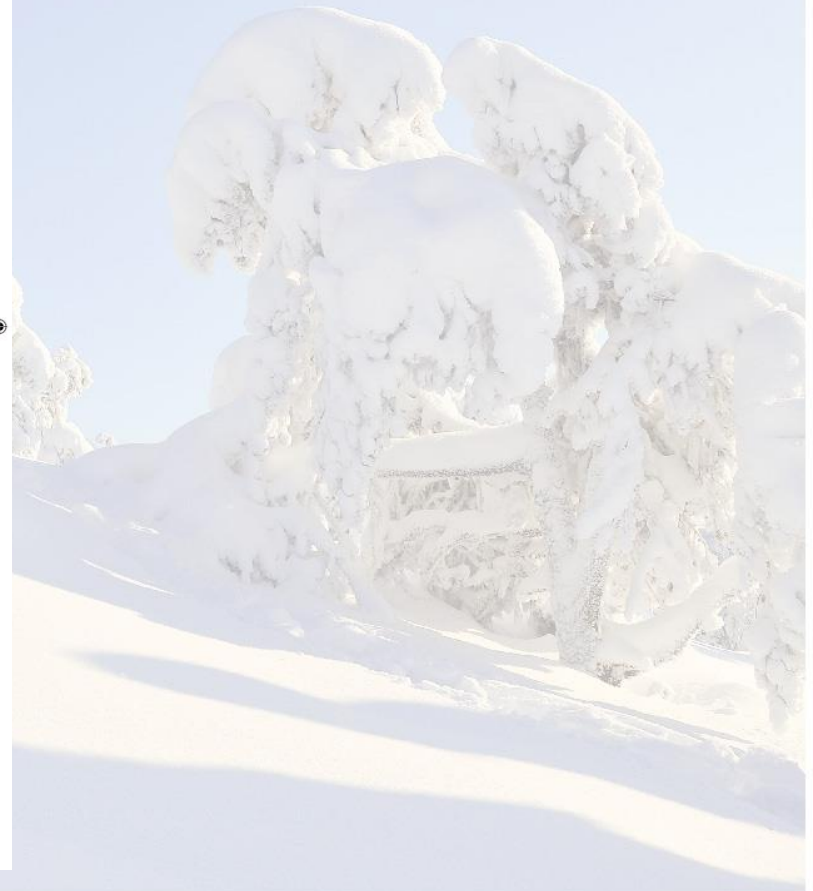


It's in our
NATURE

Leverage from
the EU
2014–2020



VUOKATTI.FI | [INSTAGRAM: VUOKATTIFINLAND](https://www.instagram.com/vuokattifinland)



Benchmarking –matka



- Benchmarking –matka tehtiin kymmenen hengen voimin 11. – 13.10. Ranskan Alsaceen. Alsace on tunnettu viininviljelyalue, jolla vierailee ympärivuotisesti miljoonia matkustajia. Matka perehtyi nimenomaan ympärivuotisuuteen ja millä toimilla siihen on päästy.
- ”Tästä reissusta saatiin paljon uusia ideoita ja virtaa tulevaan työrupeamaan”





Markkinointi

Myyntitapahtumat



4. – 5.9. Visit Finland ws, Moskova & Pietari (*Karolineburg, Kolazko, Vuokatin Aateli, Vuokatti Sport, Hotel Vuokatti & Suites, HCR Katinkulta, Break Sokos Hotel Vuokatti*)
- 6.9. Educational Travel Workshop (*Vuokatti Sport*)
- 12.9. Meet Finland – Naturally workshop, Kööpenhamina (*Vuokatti Travel*)
- 13.9. Intourist Suomi –seminaari, Moskova
- 14.9. Day of Finland, Moskova (*Pac Group*)
- 18.9. Eurooppa Mega workshop, Helsinki
25. – 26.9. Visit Finland workshops, Taipei, Tokio
- 1.– 2.10. Visit Finland workshops, Minsk, Kiova (*Vuokatti Travel*)
8. – 10.10. Visit Finland workshops, Frankfurt, Zürich
16. – 18.10. ITB Asia, Singapore
- 18.10. World Winter Sport Expo Travel Workshop, Peking
7. – 8.11. Salesrun HK – EGL Tours, Wincaste Travel, Jetour
9. – 10.11. Nomadic Market 2019 - Travepop, Hong Kong (*Travel Expert*)
13. – 14.11. China Visitor Summit, Milan

Vierailut



- 3.9. HCR agentit (international)
- 9. – 11.9. Nordisch (CH)
- 18. – 19.9 Hongkong & Guangzhou media (CN + HK)
- 21. – 23.9. Finnair / Venäjä henkilökunta (RUS)
- 24. – 27.9 SRG agentit (D)
- 18. – 21.11. Ukrainalainen media (UA)
- 19. – 20.11 Carisa Travel Oy (FI)
- 29.12 – 3.1 Connections Travel (BE)
- 8. – 11.1. Delfa Tour Agentit (UA)



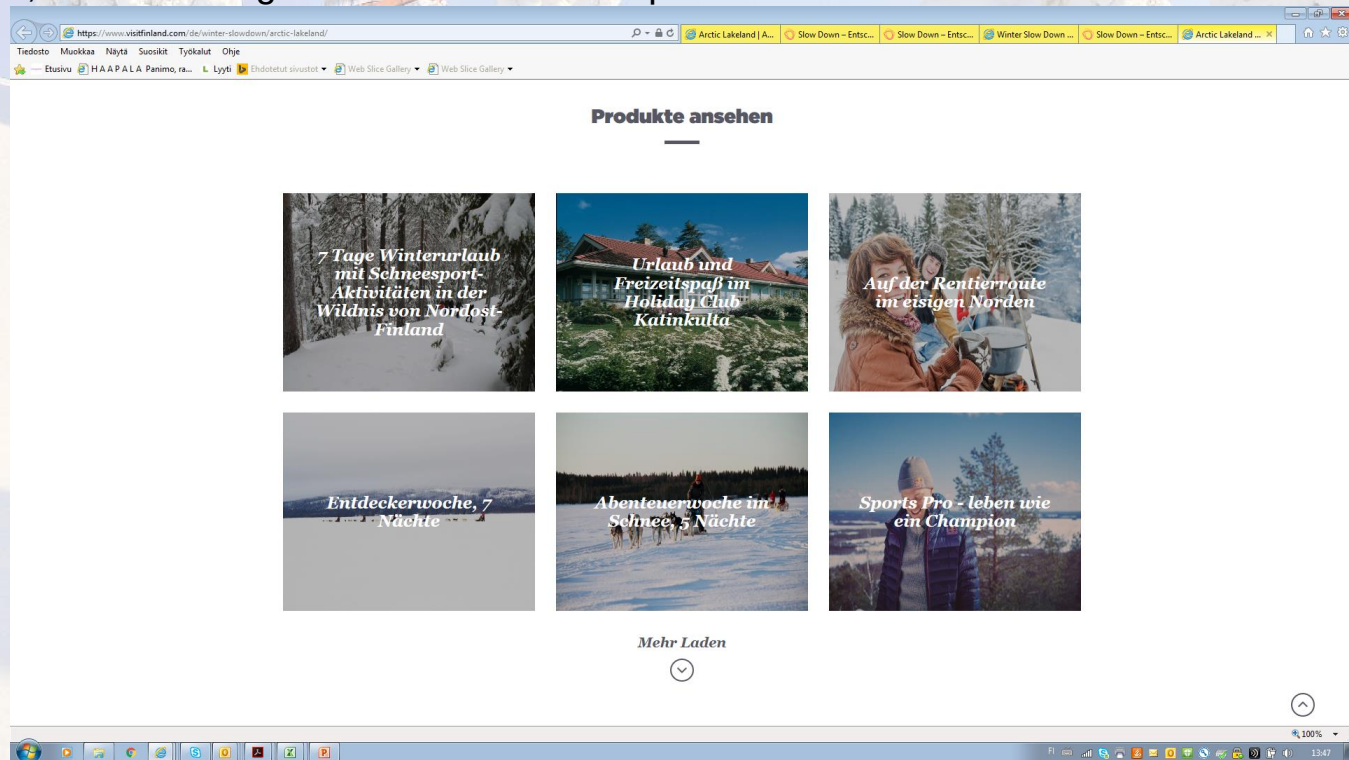
Saksa kampanjointi

VF:n Absolut Slowdown kampanjointi jatkuu

3. lähtö (23.9. - 20.10) talvituotteet

<https://www.visitfinland.com/de/winter-slowdown/arctic-lakeland/>

*Total amount of generated clicks was 9 794. The targeted amount of impressions for the campaign was 1 792 416, whereas we generated 1 640 366 impressions.



Saksa, Vuokatin online lisäkampanja



Yhteistyössä Visit Finlandin kanssa, 2.9. – 29.12.2019

Budjetti 50 000€, liikenne ohjataan www.vuokatti.fi/de -sivulle

Overall, the campaign has made a major contribution to raising awareness of the Vuokatti holiday region and has achieved a significant increase in site visits.

The overall performance figures are at a very good level.

The forecasts from the planning were clearly exceeded on all placements.

- Programmatic Display: Effective promotion of the holiday region. Very good and economical performance values for a display campaign.
- Programmatic Native: Effective generation of website visitors. However, the length of stay here was quite low. **This is probably due to the fact that these editorial ads did not meet the content expectations on the target page. A start page with fewer image headers and more editorial teasers could possibly lead to an improvement.**
- Facebook: good performance values and economic generation of page visitors.
- Google Search: Overall the most effective channel. The best results were achieved for keyword combinations with "Finland". Very generic terms such as "winter holidays" were more expensive, also because they are heavily used by travel portals such as ab-in-den-urlaub, booking.com or Alpine regions.

In total, the site had 56,239 page impressions, 71% of which were generated by the campaign, i.e. a total of 39,777 page impressions.

The time spent on the page is quite short at 13.29 seconds. It is pleasing that the page impressions generated via the campaign, at 14.29 seconds, have a significantly higher average length of stay than the organic visits (9.19 seconds).

From 16 to 31 December, the Samsonite competition was extremely successfully advertised on facebook with lead ads.

- Via facebook 4,678 leads were generated.
- The cost per lead is extremely low at 0.46 EUR.
- Samsonite generated a total of 18,000 lottery participants.



Samsonite –kampanja

Campaign Package

- Main website with approx. 370,000 uniques per month
- Microsite with approx. 5,000 uniques per month
- Newsletter to approx. 200,000 consumers
- Socials with touch to approx. 100,000 consumers
- Ads to socials

A package to Finland from vianova was focus of the campaign in December 2019.

Results of the Campaign

The overall campaign created the following results:

- Main Websites Uniques 185,000 (in plan)
- Microsite Uniques 15,400 (result tripled)
- Facebook Reach 350,000 (result more than tripled)
- Integration into a variety of Samsonite newsletters (and other Samsonite brands newsletters) with a reach of approx. 400,000 consumers (result doubled)
- Package raffle participants 18,000 (best result ever for Samsonite Germany!)

Overall Reach 950,000 consumers (result doubled in comparison to expectation)



The graphic features a person in winter gear standing in a snowy landscape. Text and logos are overlaid on the image.

Samsonite (Standard)
Gesponsert: 

Gewinnen Sie mit Samsonite, Visit Finland, Vianova-Urlaub.de und Vuokatti.fi eine Traumreise nach Finnland.

REISE NACH FINNLAND GEWINNEN

Samsonite
Visit Finland
vianova
VUOKATTI
 

SAMSONITE.DE
6-tägige Reise ins Winterwunderland

REGISTRIEREN

Venäjä online mainoskampanja



9.9. – 9.12.2019; Moskova 60%, Pietari 40%; liikenne ohjataan www.vuokatti.fi/ru -sivulle Samanaikaisesti meneillään VF:n kampanjointi > saadaan integraatiohyöty + kampanjan kustannukset isoilla mediaostoilla pienemmiksi. Facebook, Instagram, Twitter, Yandex, GDN, Travel sites (Momondo, SkyScanner, Kayak). Panostus 50 000€.

*Kampanja ylitti tavoitteet sessiomäärien sekä tavoitavuuden osalta, tavoittaen n. 8,8 miljoona käyttäjää. CTR% tavoitteista jäätin hieman vajaaksi, 0,29%. Tehokkaimmin kampanja toimi somen puolella Facebookissa (liikennettä yli 60k käyttäjää) ja displayn puolella Yandexissa (kustannustehokas session hinta 0,44 €).

*Kohdennuksina toimi geo-kohdennukset Moskova ja Pietari, joissa budjetti jaettiin 60-40% sekä matkailu, hotelli ja suomikiinnostukset.

*Luovista toimivimmat olivat joulupukki ja husky –aiheiset luovat.

*Tässä kampanjassa kokeiltiin maltillisella budjetilla matkailusivustoja, jotka kuitenkin liikenteen määrän ja kustannustehokkuuden osalta eivät menestyneet kovin hyvin verrattaessa muihin medioihin. Näistä suosituin oli Skyscanner, ja siinä etusivun natiivi mainosmuotona. Matkailusivustoissa huomattiin kuitenkin matalimmat bouncing rate-luvut ja pisimmät sivustolla vietetyt ajat, jotka voivat osin johtua siitä, että Vuokatin sivustolle päätyi jo ennestään matkaa suunnittelevia käyttäjiä.



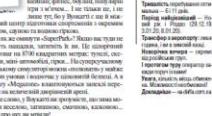
*Kampanjassa oli suhteellisen korkea bouncing rate useassa mediassa, mikä voi osin johtua siitä, ettei kampanjassa ollut erikseen kampanjaländäriä vaan liikenne ohjattiin Vuokatin etusivulle. **Jatkoa ajatellen suositellaan miettimään kohdeländäri kampanjavoitteisiin nähden sopivalta, esimerkiksi jos tavoitteet ovat taktisia, niin ajetaan kävijöitä varaamaan hotellia,** brändillisessä kampanjassa puolestaan täytyy panostaa ländärin sisältöarvoon sivustokävijälle.

*Medioita voi seuraavassa lähdössä karsia niin, että jäljelle jätetään kustannustehokkaimmat ja toimivimmat ja fokusoidaan budjetit niihin: FB, IG, Yandex, mahdollisesti myös Google ympäristö.

*Matkailusivustot ovat Vuokatin kaltaiselle toimijalle hyvä mainosympäristö ja siinä voidaan harkita Skyscanneria jatkossakin sekä kartoittaa mahdollisia muita venäjällä toimivia medioita.

*Luovissa toimivat hyvin joulupukki, husky ja pariskunta talvisessa maisemassa, samoja teemoja voidaan käyttää jatkossakin. Lisäksi luovia elävöittääkseen suositellaan kokeilemaan lyhyitä videoita esimerkiksi some-placementsissa.

*Artikkeli Mizhnarodny Turizm 10/2019 & 11/2019 ja Katalog Turiv



Hongkong – yhteiskampanja Travel Expertin kanssa 11/2019 >



Tavoitteena nostaa Vuokatin tunnettuutta Hongkongissa sekä lisätä kesän matkamyyntiä. Online ja offline (mm. Facebook, SEM, Travel Vlogu bussipysäkkimainonta).

*Yhteisosallistuminen B2C tapahtumaan Nomadic Travel Market 11/2019

*Budjetti 50 000 € (Vuokatti 25 000 € Travel Expert 25 000 €) +Nomadic Market 5500 €

Category	Items
Basic	Campaign management
	Key Visual Design (1)
OOH	Bus Shelter (1)
	Offline design production (3)
Online	TE Website banner (5)
	TE Promo webpage (1)
	TE eDM Blasting (1)
	TE Facebook newsfeed (2)
	Travelababies Facebook Newsfeed (2)
	Opama Facebook Newsfeed + Article (1)
	Travel Vlog in Youtube (1)
	Travel Vlog in Davinci Network(1)
	GDN (1)
POSM	SEM (1)
	Travel Vlog production
	Online design production (4)
	Poster (1)
	Branch TV Poster & Video
	POSM design production (2)



四季雪景 NOW

畅玩沃卡蒂

一年四季都想在银装素裹的世界体验雪上之乐?



在芬兰凯努区(Kainuu)的沃卡蒂(Vuokatti)小镇,就是能满足你这种“苛刻”要求的神奇之地。地处著名的芬兰湖区与拉普兰的交汇处,沃卡蒂一年四季都能畅享冰雪体验,因此也成为芬兰这个冰雪大国之中最热门的度假胜地之一,即使是在夏季,也能让游客在冰雪世界飞翔驰骋。



芬兰首都 赫尔辛基

奥卢市 沃卡蒂

芬兰国家旅游局 logo

Logo from the EU 2014-2020

Vuokatti Vuokatti (Kainuu) Finland www.vuokatti.fi



在芬兰凯努区(Kainuu)的沃卡蒂(Vuokatti)小镇,就是能满足你这种“苛刻”要求的神奇之地。地处著名的芬兰湖区与拉普兰的交汇处,沃卡蒂一年四季都能畅享冰雪体验,因此也成为芬兰这个冰雪大国之中最热门的度假胜地之一,即使是在夏季,也能让游客在冰雪世界飞翔驰骋。

无论你是来这里度假滑雪的新手,还是瑞典冬奥运动员的超级铁粉,沃卡蒂相应的设施和配套都一应俱全,各式雪板和不间断的滑雪道,为单板滑雪、双板滑雪和越野滑雪爱好者提供了各式选择。

沃卡蒂体育中心(Vuokatti Sport)是芬兰奥林匹克训练中心,也是冬季运动的明星场馆,户外和室内训练设施都有相当完善的配置,由于场地极具专业性,中国越野滑雪、现代冬季两项、北欧两项、U型滑道和冰球国家队都定期在此接受训练。当然,专业的场地还配备有专业的教练,满足不同年龄和不同水平的爱好者的需要,这里还有有体育夏令营活动,场地体验丰富多彩,绝对让人终生难忘!

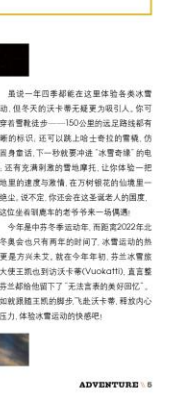
室内活动乐园沃卡蒂超级乐园(SuperPark Vuokatti)更是适合全家人一起度假,超级乐园是一座娱乐中心,世界各地的游客都喜欢聚于此,不管年龄多大,体能如何,都能在这里找到适合全家人一起嬉笑打闹的游戏设施。

适合全家度假的,还有沃卡蒂近期新开放的MAX冰室酒吧。

为游客带来365天不间断的冰雪体验,滑雪轮胎、滑雪球、溜冰、旱冰,迷你雪圈——你能想象到的冰雪游乐几乎都有,而且老少咸宜,又是一个既刺激又趣味十足的合家欢好去处。

虽说一年四季都能在这里体验各类冰雪运动,但冬天的沃卡蒂无疑更为吸引人,你可以穿着滑雪鞋步——150公里的足道线路都有清晰的标识,还可以跳上瑞士少女拉的臂膀,仿佛置身童话,下一秒就要冲进“冰雪奇缘”的电影,还有充满刺激的雪地摩托,让你体验一把雪地上的速度与激情,在万树银花的仙境里一骑绝尘,说不定,你还会在这里感受老人的国度,与这只有雪国才能有的老爷车来一场偶遇。

今年最热的冰雪季已经到来,而距离2022年北京冬奥会也只有两年的时间了,冰雪运动的热潮更是为冬奥预热,就在今冬,芬兰冰雪旅游大使王凯也到沃卡蒂(Vuokatti),直捣整个芬兰首都给他留下了“无法言表的美好回忆”。不如就跟随王凯的脚步飞赴沃卡蒂,释放内心的压力,体验冰雪运动的快乐吧!

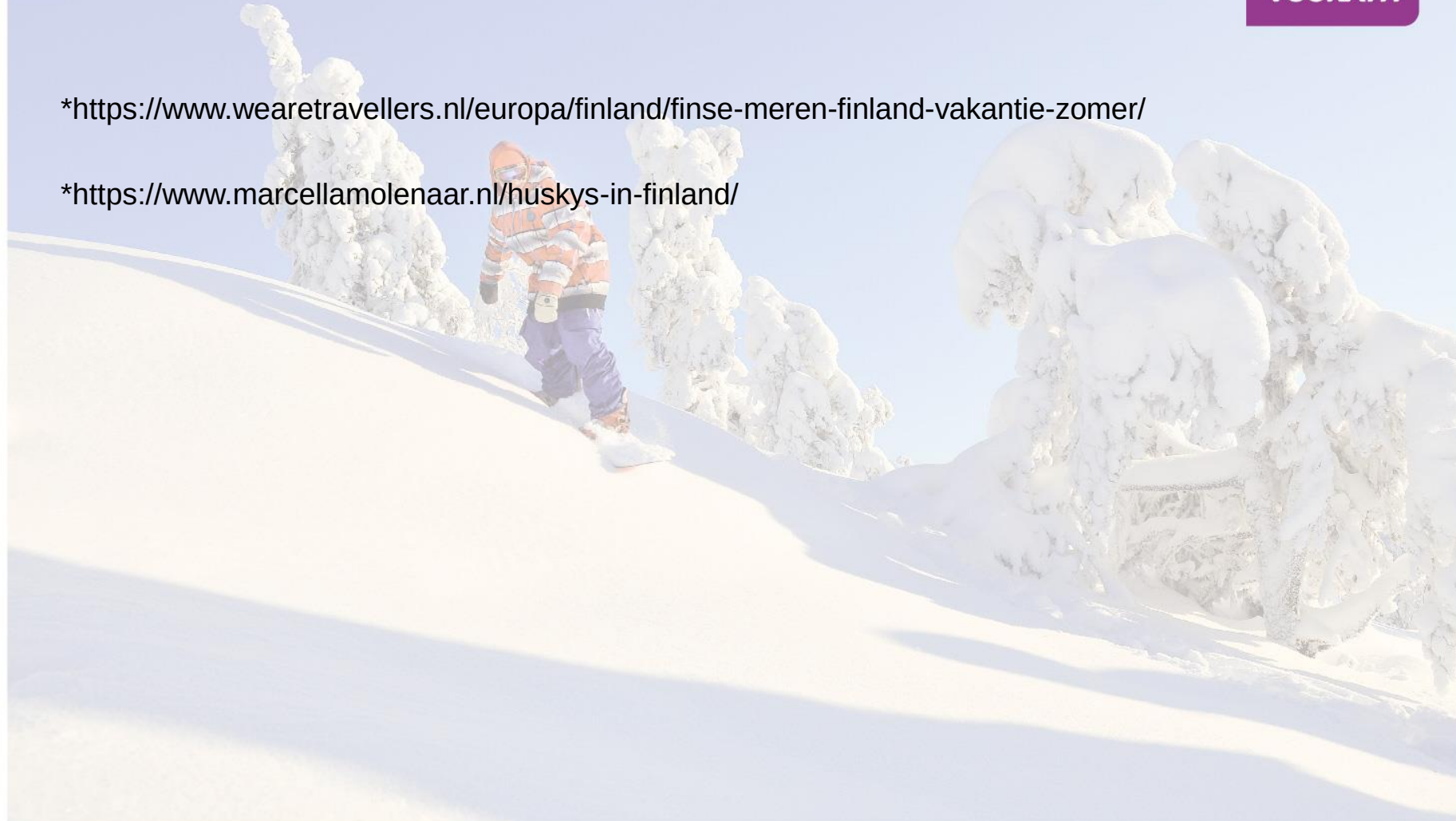
ADVENTURE 6

Voigt



*<https://www.wearetravellers.nl/europa/finland/finse-meren-finland-vakantie-zomer/>

*<https://www.marcellamolenaar.nl/huskys-in-finland/>



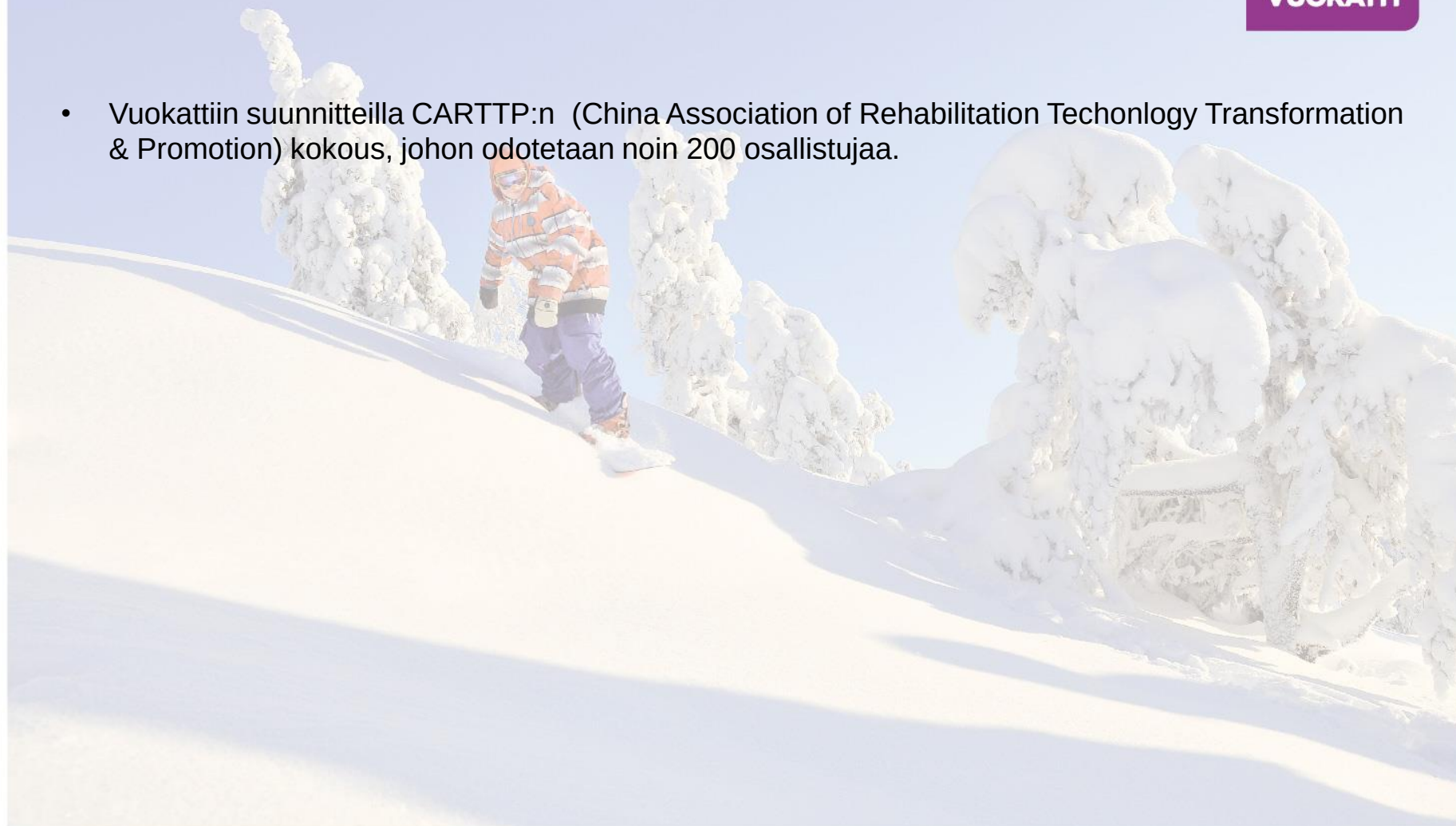


Investoinnit

Yhteistyö Picus Advisorin kanssa



- Vuokattiin suunnitteilla CARTTP:n (China Association of Rehabilitation Technology Transformation & Promotion) kokous, johon odotetaan noin 200 osallistujaa.





Lopuksi

Yöpymisten muutos 2015-2019

Sotkamo



	2015		2016		2017		2018		2019	
	Yöpymiset, lkm	muutos, %	Yöpymiset, lkm	muutos, %	Yöpymiset, lkm	muutos, %	Yöpymiset, lkm	muutos, %	Yöpymiset, lkm	muutos, %
Kotimaiset	606 191	5,5	599 285	-1,1	615 974	2,8	651 875	5,8	765 000	6,6
Ulkomaiset	42 391	-26,6	48 009	13,3	44 728	-6,8	65 203	45,8	65 400	0,3

Yöpymisten muutos 2015-2019

Sotkamo



	2015		2016		2017		2018		2019	
	Yöpymiset, lkm	muutos, %	Yöpymiset, lkm	muutos, %	Yöpymiset, lkm	muutos, %	Yöpymiset, lkm	muutos, %	Yöpymiset, lkm	muutos, %
Venäjä	27 651	-34,3	25 767	-6,8	24 157	-6,2	26 653	10,3	27 600	3,4
Saksa	673	-43,1	1 185	76,1	1 415	19,4	2 973	110,2	3 300	10,8
Kiina & HK	145	123,1	2177	1401,4	4582	110,5	18070	294,4	16000	-10,9
Alankomaat	398	-42,5	690	73,4	582	-15,7	736	26,5	1300	75,8
Japani	897	14,3	1000	11,5	1256	25,6	1431	13,9	270	-81,3
Sveitsi	457	22,5	569	24,5	296	-48	239	-19,3	430	78,7
Ukraina	988	-42,9	2475	150,5	2591	4,7	3367	29,9	3500	4,6



Kiitos!

Kaisu Väänänen