

# Asuntomessuvieraat Kouvolan ydinkeskustaan

Kohderyhmä- ja markkinointiopas

# MITEN MAKSIMOIDA KESÄN 2019 ASUNTOMESSUJEN HYÖTY YRITYKSELLE?

Palvelujen, tuotteiden ja markkinoinnin suuntaaminen oikeille kohderyhmille on tärkeää kilpailtaessa Kouvolan Asuntomessuille matkaavien huomiosta.

Tämä opas on koottu auttamaan messuvieraiden tavoittamisessa ja houkuttelemisessa Kouvolan ydinkeskustan yritysten asiakkaisiksi.

Opas perustuu muun muassa kohderyhmätutkimukseen, jossa on hyödynnetty Asuntomessujen 2016–2018 messututkimuksia ja Matkamessujen Matkailututkimuksia 2018–2019.

Lisäksi keväällä 2019 on haastateltu 20 Helsingin seudulla asuvaa potentiaalista, työikäistä asuntomessuvierasta. Ennen haastattelua henkilöt täyttivät myös persoonaprofiililomakkeen, jossa selvitettiin heidän vapaa-ajanmatkailuunsa liittyviä tarpeita, toiveita ja kiinnostuksenkohteitaan.

# MITÄ MATKAILIJAT HALUAVAT?

---

*Mitä suomalaiset kaipaavat vapaa-ajanmatkoiltaan?*

aidot kokemukset	lepo	tapahtumat
elämykset	pienet ravintolat	torit
rentoutuminen	uuden oppiminen	paikallinen kulttuuri
paikalliset putiikit	pako kiireestä	harrastus- mahdollisuudet

Lähde: Matkailututkimus 2018 ja 2019

Matkailututkimus 2019. Matkamessut. <https://messukeskus.com/press-release/matkailututkimus-2019/>

Matkailututkimus 2018. Matkamessut. <https://messukeskus.com/press-release/matkailututkimus-2018-suomalaiset-matkustavat-pois-arjesta-ja-kiireesta-vastuullisesti/>

# MATKAILIJARYHMÄT

---

Tutkimushaastattelussa on keskitytty  
Helsingin seudulla asuviin henkilöihin:

- Helsingin seudulla iso potentiaalinen väestöryhmä: seudun väkiluku 6/2018 oli 1 485 216. ([Helsingin kaupungin tilasto 2018](#)).
- Asuntomessujen 2016–2018 [messututkimusten](#) mukaan noin puolella messukävijöistä messumatkan kokonaispituus **edestakaisin** on sijoittunut luokkaan 101–300 kilometriä tai 301–500 kilometriä (Helsinki–Kouvola–Helsinki).
- Pääkaupunkiseudulla asuvat käyttävät rahaa muuta maata selkeästi enemmän muun muassa matkailuun ja vapaa-aikaan sekä ateria- ja ravintolapalveluihin ([Tilastokeskus](#)).

# MATKAILIJARYHMÄT

---

Haastateltavista erottautui kolme erilaista matkailijaryhmää erilaisine tarpeineen ja kiinnostuksenkohteineen. Myös Matkailututkimusten 2018 ja 2019 esiin nostamat trendit ja toiminnan motiivit erottuvat haastateltavien vastauksissa.

Huomioimalla erilaiset tarpeet voit räätälöidä ja paketoida yrityksesi palveluja ja markkinointia eri ryhmille.



**HEMMOTTELUA JA  
KATUKULTTUURIA**



**HELPPOA JA  
LAPSIYSTÄVÄLLISTÄ**



**LUONTOA JA  
LÄHIRUOKAA**

# MATKAILIJARYHMÄ I



## HEMMOTTELUA JA (KATU)KULTTUURIA

Nimi: *Voitto* | Ikä ± 45

### Tarpeita ja toiveita:

- \* irtiotto arjesta
- \* sielunravinto: konsertti, näytelmä, tapahtuma, näyttely jne.
- \* esteettinen, mukava majoituspaikka
- \* hyvä ja laadukas ruoka

### Kiinnostuksenkohteita:

- \* torit, katukahvilat, putiikit, kauppahallit, puistot
- \* arkkitehtuuri
- \* hauskat, persoonalliset jutut
- \* viininmaistelut & ruokakurssit
- \* artesaaniruoka

### Välttää:

- \* ruuhkia ja isoja ihmisjoukkoja
- \* ketjuravintoloita

### Arvostaa:

- \* laatua ja estetiikkaa
- \* siisteyttä ja hyviä (tapahtuma)järjestelyjä
- \* asiakkaan yksilöllistä huomioimista

# VINKKEJÄ VIESTINTÄÄN: Hemmottelua ja katukulttuuria



## VIESTI LAADUSTA

Ryhmään kuuluvat ovat halukkaita panostamaan hiukan kalliimpiin ja yksilöllisiin tuotteisiin, ravintolapalveluihin, hoitoihin ym.

Korosta palvelujen ja tuotteiden laatua ja asiakkaan toiveiden huomioimista. Vahvista viestejäsi houkuttelevien kuvien avulla.

## TARJOA ELÄMYKSIÄ

Tarjoa hemmottelupaketteja ja aikaa itselle. Kuvaile miltä asiat maistuvat, tuoksuvat tai tuntuvat.

Kuljeta viestin lukija kuvitelmissaan elämyksen äärelle. Pienetkin asiat voivat tarjota ikimuistaisen elämyksen.

## PAINOTA PERSOONALLISUUTTA

Nosta valikoimastasi esiin hauskat ja persoonalliset seikat: kerro esimerkiksi jokin tuotteeseen tai palveluun liittyvä tarina tai sattumus.

Mieti mikä tekee juuri sinun yrityksestäsi ja sen tarjonnasta ainutlaatuisen.

# MATKAILIJARYHMÄ II



## HELPPOA JA LAPSIYSTÄVÄLLISTÄ

Nimi: *Laila* | Ikä ± 35

### Tarpeita ja toiveita:

- \* lapsiystävälliset, helpot ratkaisut
- \* aktiviteetit lapsille
- \* nopea, vaivaton ruokailu

### Kiinnostuksenkohteita:

- \* ostosmahdollisuudet perheloman lomassa

### Välttää:

- \* lapsille huonosti soveltuvia paikkoja
- \* aikasyöppöjä (jonot, hidas palvelu jne.)

### Arvostaa:

- \* helppoutta ja vaivattomuutta
- \* mahdollisuutta rentoutumiseen, kun lapsilla puuhaa
- \* selkeää informaatiota ja valmiita paketteja
- \* tilanteen salliessa myös persoonallisia ruokapaikkoja



# VINKKEJÄ VIESTINTÄÄN: Helppoa ja lapsiystävällistä



## KOROSTA HELPPOUTTA

Paketoi palvelusi selkeästi ja helposti ymmärrettävästi.

Tärkeää on myös, että esimerkiksi aukioloajat, valikoima ja lapsille sopivat palvelut ovat helposti löydettävissä internetistä.

## PANOSTA PIENIIN ASIAKKAISIIN

Toivota lapset tervetulleiksi.

Muista kertoa, jos yrityksessäsi on esimerkiksi lapsille puuhanurkka. Tai luo sellainen kesän ajaksi.

Alkuun pääsee jo piirustusvälineillä.

## TARJOA PERHEAIKAA

Kerro vanhemmille mahdollisuuksista koko perheen viihtymiseen.

Muista vinkata myös yrityksesi lähistöltä löytyvistä perheille suunnatuista aktiviteeteista ja tapahtumista.

# MATKAILIJARYHMÄ III



## LUONTOA JA LÄHIRUOKAA

Nimi: *Aito* | ikä ± 35

### Tarpeita ja toiveita:

- \* luonnonläheisyys ja rauha
- \* luonnon kunnioittaminen
- \* rentoutuminen

### Kiinnostuksenkohteita:

- \* retkeily
- \* luonnossa liikkuminen

### Välttää:

- \* massatapahtumia
- \* turhaa kuluttamista

### Arvostaa:

- \* luontoa
- \* aitoutta
- \* paikallisia erikoisuuksia
- \* ravintoloissa lähi- ja luomuruokaa
- \* kodinomaista majoitusta
- \* julkisia kulkuneuvoja

# VINKKEJÄ VIESTINTÄÄN: Luontoa ja lähiruokaa



## KESKITY KESTÄVYYTEEN

Ryhmään kuuluvat haluavat tehdä eettisesti kestäviä valintoja ja aikaa kestäviä hankintoja.

Kerro esimerkiksi tarjoamasi ruoan alkuperästä ja valmistustavasta tai tuotteiden laadusta, kierrätettävyydestä ja luonnonmateriaaleista.

## PAINOTA PAIKALLISUUTTA

Ryhmää houkuttelevat paikalliset tuotteet ja erikoisuudet. Nosta näitä seikkoja viesteihisi: kerro esimerkiksi tuotteiden syntyperästä, historiasta ja kytköksistä paikalliseen kulttuuriin.

Mitä meiltä löytyy, jota muualta ei saa?

## TÄHDENNÄ LEPPOISUUTTA

Korosta pienen kaupungin kompaktia kokoa ja leppoisaa tunnelmaa. Kerro läheltä löytyvästä luonnosta ja puistoalueista.

Mieti, voisiko yrityksesi tarjota luontoon hakeutuville esimerkiksi eväspaketteja tai ulkoiluun ja retkeilyyn liittyviä tarvikkeita.

# PANOSTA VERKKONÄKYVYYTEEN

---

Suuri osa potentiaalisista asiakkaista etsii verkosta tietoa palveluista ja käyttää hakukonetta. Netissä on tarjolla myös pikaoppaita, joiden avulla voit parantaa yrityksesi verkkonäkyvyyttä ja tehostaa digitaalista markkinointia.

- 1. Ota haltuun oman yrityksesi Google My Business -palvelun tiedot**  
Lisäämällä yrityksesi tiedot yhteystiedoista houkutteleviin kuviin ja aukioloaikoihin voit parantaa löydettävyyttä ja tiedon omaksumista. Samalla parannat löydettävyyttä hauissa ja laajennat näkyvyyttä toimialallasi.
- 2. Huomioi hakusanat**  
Varmista että yrityksesi verkkosivuston URL-osoite, kuvaus ja otsikko sisältävät tärkeimpiä hakusanoja. Hakusanojen suunnitteluun voit käyttää esimerkiksi Googlen avainsanojen suunnittelijaa sekä maalaisjärkeä.
- 3. Satsaa sosiaaliseen mediaan**  
Sosiaalisen median avulla voit parantaa myös hakukonenäkyvyyttä, koska yrityksesi tai palvelusi ovat löydettävissä monissa eri kanavissa. Varmista, että yhteystiedot ja kuvaukset ovat johdonmukaisia muiden kanavien ja verkkosivuston kanssa.

Tutustu tarkemmin esimerkiksi näihin suomenkielisiin pikaoppaisiin:

Yrittäjän digimarkkinoinnin aakkoset

<https://www.marjanousiainen.com/2017/06/22/menestyvan-yrittajan-digimarkkinoinnin-aakkoset/>

Yksinkertaiset ohjeet verkkosivuston hakukoneoptimointiin

<https://nikucreative.fi/miten-voin-itse-parantaa-sivustoni-hakukonesijoitusta/>

Havainnolliset ohjeet Googlen My Business -palvelun hyödyntämiseen

<https://miiaaylinen.fi/lisaa-hakukonenakyvyytta-google-my-business/>

Googlen avainsanojen suunnittelija

[https://ads.google.com/intl/fi\\_fi/home/tools/keyword-planner/](https://ads.google.com/intl/fi_fi/home/tools/keyword-planner/)

# TEHOSTA SOMENÄKYVYYTTÄ

**Yrityksesi näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa parantavat kiinnostavat sisällöt, joita käyttäjät haluavat jakaa eteenpäin.**

Hyviä vinkkejä somepäivityksiin tarjoaa esimerkiksi markkinointitoimisto NikuCreative, jonka maksuttoman somekalenterin voit ladata osoitteesta <https://nikucreative.fi/mita-sinnesomeen-pitaisi-laittaa/>

Esitäftetystä kalenterista löydät 35 valmista julkaisuideaa, joita voit vapaasti hyödyntää oman yrityksesi sosiaalisen median kanavissa.



## Sisäpiirin vinkki

Jaa vinkki, josta seuraajille on oikeasti hyötyä



## Kysy mielipidettä

Pyydä apua kehitykseen tai kokoa testiryhmä



## Tarina

Kerro tarina siitä miten kaikki alkoi



## Kehu

Kehu asiakasta tai yhteistyökumppania



## Tiimi

Esittele tiiminne tai kuukauden työntekijä



## Jaa hauska kuva

Jaa netistä löytämäsi hauska alaanne liittyvä kuva



## Asiakkaan kommentti

Saitko kehuja? Kiitä.



## Järjestä kilpailu

Järjestä kilpailu, johon voi osallistua helposti.



## Käyttäjien sisältö

Hyödynnä käyttäjien tuottamaa sisältöä

Kuva: NikuCreative

# SUOSITTELUN JA SOMEN VOIMA

---

Suosittelun merkitys ohjaa ihmisten ostopäätöstä hyvin voimakkaasti, myös verkosta tietoa haettaessa.

Hyödynnä yrityksesi markkinoinnissa asiakkaidesi suositteluja ja esimerkiksi heidän tuottamiaan kuvia ja muuta sisältöä.

Asiakasarvostelut muun muassa erilaisilla arvostelusivulla (esim. Google-arvostelu ja TripAdvisor) ja sosiaalisen median kanavissa voivat nostaa yrityksen luotettavuutta. Myös hakukoneet huomioivat maininnat eri sivustoilla.

Muista myös reagoida mahdollisiin huonoihin arvosteluihin pikaisesti ja pyrkiä korjaamaan negatiivinen tilanne. Seuraa aktiivisesti, mitä yrityksestäsi sanotaan ja osoita olevasi kiinnostunut asiakkaiden mielipiteistä.

# TUOTTOISAA MESSUKESÄÄ!

ilona.a.manninen@gmail.com

