

Kouvolan matkailun master plan ja investointistrategia 2025

10.3.2017

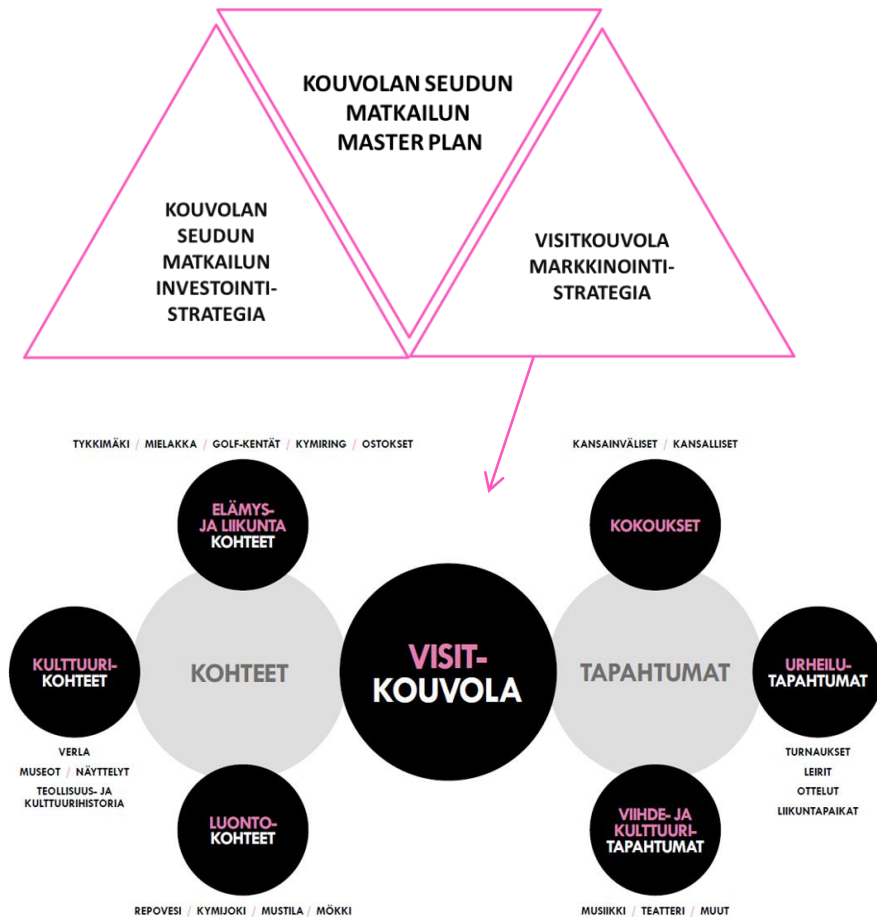


Sisältö

- Tavoitteet s. 3
- Valmisteluprosessi s. 4
- Suuntaa trendeistä, tarpeista ja valinnoista s. 5
- Yhteinen visio 2025 s. 6
- Merkitys meille ja matkailijoille s. 7
- Kärkiteemat ja -kohteet s. 13
- Kohdemarkkinat s. 14
- Tekeminen ja kärkihankkeet s. 15
- Investointistrategia s. 20
- Roolit ja vastuut s. 23
- Matkailutulo ja työllisyys s. 25
- Määrälliset ja laadulliset tavoitteet s.28
- Muutoksen suunta ja liikkeellelähtö s. 31

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

Helppo

Uudenlainen

Ikimuistettava

Kansainvälinen

Elämyksellinen

Avoin

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 osaajien 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 INVESTITOINNIT INFRAAN JA SAAVUTETTAVUUTEEN	JULKISET INVESTOINNIT TUKIPALVELUIHIN JA RAHOITUKSEEN
<ul style="list-style-type: none"> • Erityiskohteiden toteutumisen varmistaminen • Lisää majoituskapasiteettia vastaamaan nousevaan kysyntään - varautuminen supervuoteen 2019 • Uusia palveluja ympärivuotisesti 	<ul style="list-style-type: none"> • Uusien liiketoimintamahdollisuuksien tunnistaminen ja uudet liikeideat • Yritystoiminnan aloittamisen kynnyksen madaltaminen • Toimivat yritykset/ liiketoiminta myyntikunnossa • Yritysten yhteistyöverkoston laajentaminen 	<ul style="list-style-type: none"> • Lisää tuotetarjontaa kulttuuri-, luonto- ja tapahtumamatkailuun • Paketointi - varautuminen supervuoteen 2019 	<ul style="list-style-type: none"> • Kouvolan seudun tunnettuuden lisääntyminen • Hyvä ulkoinen ja sisäinen saavutettavuus • Viihtyisä ympäristö 	<ul style="list-style-type: none"> • Toimintaympäristön helppous • Toiminnan ja rahoituksen pitkäjänteisyys • Tilaa ja tukea myös rohkeille kokeiluille

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"> • Panostetaan kohteiden ja tarjoaman kiinnostavaan ja uskottavaan esilletuontiin • Hyödynnetään Kymenlaakson matkailu-investointien edistämisen toimintamallia ja yhden luukun periaatetta: <ol style="list-style-type: none"> 1. Investointikohteiden kokoaminen 2. Branding 3. Attracting 4. Establishing 5. Growing 	<ul style="list-style-type: none"> • Toteutetaan säännöllisesti yhteisiä infotilaisuuksia ja yrityskohtaisia käyntejä • Kehitetään ja tehdään tunnetuksi uusia yrittäjyyden muotoja • Kinnon palvelut tukevat yrittäjiä eri vaiheissa ja käytännön toteutuksissa • Toteutetaan kumppani- ja toimijahakuja sekä järjestetään b2b-matchmaking-tilaisuuksia 	<ul style="list-style-type: none"> • Aktivoidaan tuotekehitysideoita ennakkoinnin ja markkinaseurannan herätteillä • 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 • Aktivoidaan ja tuetaan yritysten yhteistyötä tuotteiden paketoinnissa 	<ul style="list-style-type: none"> • Tuetaan kärkikohteiden ja keskeisten matkailualueiden saavutettavuutta ja vetovoimaisuutta edistäviä investointeja • Kehitetään julkisia liikennejärjestelyjä tukemaan matkailua (esim. Pohjois-Kouvolan rengasreitti) • Toteutetaan liikenne- ja liikkumispalvelujen kokeiluja yhdessä yritysten kanssa • Suunnitellaan ja rakennetaan pop up -toimintoja ja erikoismajoitusta mahdollistavaa infraa • Otetaan huomioon monikäyttöisyys julkisten rakennusten suunnittelussa ja hyödyntämisessä (esim. koulut majoituskäyttöön) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kaavoitetaan ennakoivasti ja luvitetaan sujuvasti • Kinnon palvelut tukevat yrittäjiä eri vaiheissa (tuki toimitilojen ja työvoiman hankinnassa, yritys- ja rahoitusneuvonta) • Kehitetään uusia rahoitusmalleja • Luodaan yhteyksiä yrityksiin ja verkostoihin • Avataan julkisia kohteita alustaksi innovaatioille • Resursoidaan matkailuyritysten kasvu- ja kansainvälistymis-ohjelma, ml. ennakointitoiminta

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
 - Ammattilaiset-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- YMPÄRIST Ö	OSAAMINE N 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			•	•			•		•





965 000 matkailijaa

94,8%  **916 000**
 Päiväkävijää **586 000** **64%**
 Yöpyneitä **330 000** **36%**

5,2%  **50 000**
 Päiväkävijää **8 000** **16%**
 Yöpyneitä **42 000** **84%**



Matkailijoiden kulutus
€ 89,2 miljoonaa

(€/hlö)  
 Päiväkävijä **30** **113**
 Yöpynyt matkailija **89** **214**
 Yhteensä **51** **198**

Välitön työllisyys
502
 (henkilötyövuotta)

**Kokonais-
 työllisyys**
552–577

Välitön palkkaverotulo
€ 2,39 miljoonaa

54% Majoitus- ja ravitsemistoiminta
23% Vähittäiskauppa
14% Liikuminen ja polttoaineet
10% Virkistys- ja muut palvelut



Kouvolan Matkailu 2015



Matkailu on Suomessa kasvava vientiala ja merkittävä työllistäjä!

Koko Suomessa 1 matkailueuro tuo 56 senttiä muille toimialoille.

Kouvola.

 Suomi  Ulkomaat



1,7 vrk / matka

 **1,6**  **2,3**

* Rekisteröidyssä majoitusliikkeissä majoittuneet



87 000

Saapunutta matkailijaa

 Suomi **88,2%**
 Venäjä **6,0%**
 Saksa **1,0%**
 Ruotsi **0,9%**
 Viro **0,7%**
 Muut **3,2%**

* Saapumiset rekisteröityihin majoitusliikkeisiin



7 740 Mökkiä

Omistajina

Paikalliset (Kymenlaakso) **3 410** **44%**
 Muut **4 330** **56%**

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.

- Nykyinen välitön matkailutulo on 86,6 miljoonaa euroa vuositasolla (TAK Oy).



Systemaattisuutta seurantaan

- Tulosten seurannassa otetaan käyttöön uusi matkailun tulo- ja työllisyysvaikutusten tutkimusmalli
- Tutkimus uusitaan säännöllisesti
- Mitä eroa entiseen verrattuna:
 - Tutkimus perustuu valtakunnalliseen menetelmään, joka uudistuu kevään 2017 aikana
 - Uusi mittausmenetelmä on aiempia tiukempi eikä siten ole vertailukelpoinen aiemmin tehtyjen erillisselvitysten kanssa
 - Iitin siirtyminen Päijät-Hämeeseen on otettu huomioon
- Hyödyt
 - > Toimintatapa on kustannustehokas, päivitykset eivät vaadi ylimääräistä työtä
 - > Mahdollistaa kehityksen suunnan systemaattisen seurannan ja antaa perusteet oikea-aikaiselle reagoinnin muutostilanteessa

Määrälliset tavoitteet ja mittarit

VisitKouvola vastaa seurannasta ja valmistelee katsaukset strategiaryhmän kokouksiin

	NYKYTILANNE	TAVOITE 2025	MITTARI
Välitön matkailutulo, Kouvola	89,2 MEUR	133,8 MEUR	Tulo- ja työllisyystutkimus säännöllisesti
Välitön työllisyys	500 henkilötyövuotta	748 henkilötyövuotta	Tulo- ja työllisyystutkimus säännöllisesti
Välitön palkkaverotulo	2,39 MEUR	3,57 MEUR	Tulo- ja työllisyystutkimus säännöllisesti
Rekisteröidyt yöpymiset, Kouvola	134 457	248 000	Tilastokeskuksen matkailutilasto - kvartaalitaso: ympärivuotisuuden tarkastelu
Kansainväliset rekisteröidyt yöpymiset	19 % (2011: 16 %)	23 % (Suomen ka. 27,9 %)	Tilastokeskuksen matkailutilasto - kvartaalitaso: ympärivuotisuuden tarkastelu
Petipaikat, Kouvola	1197	2000-2200	Tilastokeskus + rekisteröimättömien osalta täydentävä seuranta
Majoituksen käyttöaste, Kouvola	39 %	42 %	Tilastokeskus + rekisteröimättömien osalta täydentävä seuranta
Tapahtumien määrä	2016 alkaen	2-4 isoa vuosittain	Kehitettävä oma tilastointi
Matkailuyritysten määrä, Kouvola	692 yritystä	1 100 yritystä	TOL: Majoitus- ja ravitsemispalvelut: 551, 552, 553, 55902, 55903, 55909, 561, 5621, 563 Virkistys- ja muut palvelut: 5914, 79, 90, 9102, 9103, 9104, 931, 932, 9602, 9604
Yritysten kokonaismäärä, Kouvola (matkailutulokertymä)	1 286 yritystä	2 000 yritystä	TOL: Korjaamo- ja huoltotoiminta: 452, 45321, 45322, 45403, 473 Vähittäiskauppa: 471, 472, 474, 475, 476, 477, 478, 9521, 9522 Liikenne: 491, 493, 50101, 50102, 503, 511, 52211, 5223, 7711, 7721, 7734, 7735, 7739 + Majoitus- ja ravitsemispalvelut sekä Virkistys- ja muut palvelut

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