

Rovaniemen Matkailu & Markkinointi Oy

Ranuan palvelusopimus / seurantaraportti 1.10.-31.12.2015

1. Ranuan ja Rovaniemen matkailuneuvonta

Matkailuneuvonnan kävijämäärä oli loka-joulukuussa ennätysellinen 10 454 asiakasta, jossa merkittävää kasvua ed. vuoteen 9 %. Eniten asiakkaita saapui Kaukoidästä (26 %), Ranskasta (16 %) ja Espanjasta (11 %). Suomalaisien osuus oli 6 %.

Sähköpostitse ja sosiaalisessa mediassa tapahtuvan asiakasneuvonnan kontaktimäärä oli 1 225 (ei muutosta ed. vuoteen). Esitepostituksia tehtiin n. 18 800 kpl (kasvua ed. vuoteen 1 %). Välitys- ja brändituotteiden myynti oli 137 000 Eur, kasvua ed. vuoteen 41 %.

2. Hallinto- ja strategiatyö

Raportointijakson aikana matkailun yhteismarkkinointiin liittyi mukaan Rovaniemi Apartments, Rovaniemen Kahvipaahtimo Oy, Aitta Deli & Dine Oy ja Rovaniemen Palloseura. Osakkaiden määrä vuoden lopussa yhteensä 163 kpl. Osakasinfot järjestettiin 6.10. sekä 26.11.2015.

Saavutettavuus

Charter-yhteistyöneuvotteluita on jatkettu kahden uuden toimijan kanssa kausille 2016 ja 2017 (kesä ja talvi). M&M on osallistunut alueen edustajana Lapin lentoliikenteen strategiatyöryhmän tapaamiseen sekä säännöllisiin yhteistyöneuvotteluihin Finnairin kanssa.

Matkailun verkkopalvelut - uudistustyö

Verkkopalvelun kehittämistä on jatkettu ns, inspiraatio-osion "Get Inspired" päivittämisellä uusien tekstein ja käännöksin. Lisäksi hankittiin uutta kuvamateriaalia.

3. Matkailumarkkinointi- ja alueorganisaatiotoiminta

Vuoden viimeisen kvartaalin aikana tehtiin Matka2016-messutapahtuman valmisteluja. Matkamessut on vuoden 2016 suurin kotimaan markkinointitoimenpide. Yhdessä messuihin linkittyneen Meet Finland –workshopin kanssa se on merkittävä foorumi kansainvälisten matkanjärjestäjien tapaamiseen. Rovaniemen yhteisosastolle 21.-24.1. ovat tervetulleita kaikki Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy:n osakasyritykset. Ranualta messuille osallistuu Ranuan Eläinpuisto.

Rovaseutu on mukana Visit Finlandin Stop Over Finland –katto-ohjelmassa. Kvartaalin aikana käynnistettiin hankkeen käytännön työ co-creation työpajalla Kemissä 7.10.2015. Työpajassa koottiin Lapin ja Pohjois-Suomen alueen alueorganisaatiot ja yritykset yhteen keskustelemaan aasialaisten (kiinalaiset, japanilaiset ja eteläkorealaiset) ostokäyttäytymisestä ja oman tuotetarjonnan muokkaamisesta tämän kohderyhmän tarpeisiin. Visit Rovaniemi osallistui myös Rovaniemellä 13.11.2015 järjestettyyn tuotetyöpajaan, jossa suunniteltiin konkreettisia tuotteita Stop Over –ohjelman testijaksolle. Työ jatkuu vuoden 2016 alussa, jolloin testijakson kokemukset käytetään hyödyksi muodostettaessa lopullista Stop Over –tuotemenua. Menu toimitetaan myyntiin hankkeessa kilpailutetun operaattorin, Matka-Vekan sähköiseen kauppaan ja sitä kautta suoraan kohdemarkkinoille. Stop Over –ohjelman pääpartneri on Finnair, jonka lentoihin ohjelman kaupankäynti perustuu.

Visit Finland on uudistamassa matkailutuotteiden näkyvyyttä sivuillaan vaihteittain. Visit Rovaniemi on syksyn aikana kerännyt tuotetietoja www.visitfinland.com:in matkanjärjestäjille suunnatulle Travel Trade –sivustolle sekä kuluttajatuotteita pian aukeavaan Your Stay –osioon. Tarkoituksena on saada Rovaniemen alueen yritykset ja tuotetarjonta kattavasti esille Suomen tärkeimmälle matkailusivustolle ja sitä kautta vahvistaa alueen löydettävyyttä internetissä. Myös Finnairin sivuston aluekuvaukset päivitettiin aluetietojen osalta kärkiohjelman toimenpiteitä varten.

Markkinointimateriaalia työstettiin kahden videon osalta (revontulet ja Joulupukin tervehdys- video) alueen markkinointikäyttöön. Talven aktiviteettien viikko-ohjelma ”Highlights of Rovaniemi Winter Activities” tuotettiin englanninkielisenä (painettu ja verkko). Lisäksi tuotettiin talviesite ”40 vinkkiä talvilomailijalle Rovaniemellä” / ”40 tips for wintertime holidaymakers in Rovaniemi” suomeksi ja englanniksi (painettu ja verkko).

Tapahtumien osalta merkittävimmät kauden yleisötapahtumat olivat Joulun avaus 21.11. ja Joulupukin Matkaanlähtö 23.12. Aiemmistä vuosista poiketen tilaisuudet lähetettiin suorana lähetyksenä VisitRovaniemi Youtube-kanavan kautta. Lisäksi toteutettiin ensimmäinen Nordic Week 2.-6.11. yhteistyössä paikallisten skandiinaavisten kunniakonsuleiden, järjestöjen ja yritysten kanssa.

4. Media- ja matkanjärjestäjävierailut

Ranualla, Ranuan Eläinpuistoon suuntautui neljä mediavierailua vuoden viimeisellä neljänneksellä: TAP Portugal –lentolehden toimittaja ja valokuvaaja, 9.10.2015, Portugali/ Brasilia
APTN (Associated Press Television News), toimittajakuvaaja, 14.12.2015, UK/ maailmanlaajuinen
NTV, kuvausryhmä, 13.-16.12.2015, Venäjä, Globetrotting kids, blogi, 30.12.2015, Italia.
APTN on maailmanlaajuinen videouutistoimisto, joka tekee perinteisesti Jouluuutisen Rovaniemeltä. Tänä vuonna yksi teemoista oli arktiset eläimet, jonka puitteissa toimittaja kuvasi ja haastatteli eläinpuistossa.

5. Verkkopalveluiden tunnusluvut / WWW.VISITROVANIEMI.FI

Verkkosivustolla oli 1.10.–31.12.2015 yhteensä 167 105 yksilöityä kävijää. Käyntejä oli kaikkiaan 235 739 kappaletta ja yksittäisiä sivuja katseltiin 761 997 kertaa. Sivustosta on yhdeksän kieliversiota: englanti, suomi, venäjä, saksa, espanja, ranska, italia, japani ja kiina.

Kaikesta sivustolle ohjautuvasta liikenteestä 62,6 % tuli hakukoneiden kautta, 20,5 % viittausliikenteen kautta, 13,9 % suorana liikenteenä ja 3,1 % sosiaalisen median kautta.

Sivustolle tuli eniten liikennettä seuraavista 10 maasta (laskevassa järjestyksessä): Suomi, Japani, Iso-Britannia, Italia, Yhdysvallat, Ranska, Saksa, Puola, Venäjä ja Espanja.

Liikenteen lähteet

Vuoden 2015 viimeisen kvartaalin aikana visitrovaniemi.fi-sivustolle ohjautui hakukoneiden kautta n. 147 000 käyntiä. Suosituimmat hakusanat olivat ”rovaniemi”, ”rovaniemi tapahtumat”, ”visit rovaniemi”, ja ”rovaniemi finland”. Suosittuja hakusanoja olivat myös japaninkieliset joulupukkiin, tonttuihin ja paikalliseen ruokaan viittaavat hakutermit.

Viittausliikenteestä suurin osa tuli sivustoilta santaclausvillage.info (n. 12 800 käyntiä), visitfinland.com (n. 7 200 käyntiä), rovaniemi.fi (n. 3 800 käyntiä), wiadomosci24.pl (n. 2 300 käyntiä) ja santatelevision.com (n. 2 100 käyntiä).

Katsotuimmat sisällöt

Englanninkielisen sivuston katsotuimmat sisällöt vuoden 2015 neljännellä kvartaalilla olivat joulupukkisivut, majoitussivut ja aktiviteettisivut. Myös käyntikohteet, revontulet sekä Rovaniemelle saapuminen, tapahtumat ja Rovaniemellä liikkuminen kiinnostivat, kuin myös ravintolat ja Joulupukin pajakyläkin.

Suomenkielisen sivuston katsotuimmat sisällöt olivat hyvin käytännönläheisiä: tapahtumat, majoitus, käyntikohteet, ravintolat ja aktiviteetit kiinnostivat kaikkein eniten. Myös Joulunavaus Joulupukin Pajakylässä, mökit, Pöykkölän joulumarkkinat, joulupukkisivu sekä Joulupukin Pajakylä -sivu keräsivät huomiota.

Venäjänkielisen sivuston katsotuinta sisältöä oli joulupukkisivu, Rovaniemelle saapuminen, perhelomasivu, hotellisivu ja mökkimajoitussivu. Sen jälkeen katsottiin eniten Rovaniemen talvea esittelevää sivua, huskysivua, safarisivua, nähtävyyksiä ja ostoksia.

Seuraavat kieliversiot ovat sisällöltään suppeampia, mikä selittää sen, miksi niiden katsotuimmat sivut ovat hyvin samankaltaisia:

Saksankielisen sivuston katsotuinta antia olivat käyntikohteet ja nähtävyydet, talviaktiviteetit, matkustusajankohdat, majoitus, käytännön matkailijatiето ja Rovaniemellä liikkuminen. Myös saapuminen Rovaniemelle, ruoka ja ravintolat, ostokset ja aktiviteettirytykset kiinnostivat.

Espanjankielisellä sivustolla katseltiin eniten käyntikohteita ja nähtävyyksiä, aktiviteetteja, talviaktiviteetteja, käytännön matkailijatiетоa ja saapumisajankohtaa. Myös Rovaniemellä liikkuminen, majoitus, ruoka ja ravintolat, Rovaniemelle saapuminen ja ostokset mahtuivat katsotuimpiin sisältöihin.

Ranskankielisellä sivustolla kiinnostivat eniten käyntikohteet ja nähtävyydet, talviaktiviteetit, aktiviteetit, käytännön matkailijatiето ja Rovaniemellä liikkuminen. Saapumisajankohta, majoitus, ruoka ja ravintolat, Rovaniemelle saapuminen ja ostokset olivat myös katsotuimpien listalla.

Italiankielisellä sivustolla suosittuja olivat käyntikohteet ja nähtävyydet, käytännön matkailijatiето, matkustusajankohdat, saapuminen Rovaniemelle ja majoitus. Aktiviteetit, talviaktiviteetit, Rovaniemellä liikkuminen, ruoka ja ravintolat sekä matkanjärjestäjät olivat niin ikään katsottuja sisältöjä.

Japaninkielisellä sivustolla katseltiin eniten tietoa Joulupukista -sivua, tietoa tontuista -sivua, Rovaniemellä liikkumisesta, Rovaniemelle saapumisesta ja revontulisivua. Myös joulupukkisivu, käytännön matkailijatiето, ruoka ja ravintolat, matkustusajankohdat ja Joulupukin tarina kiinnostivat.

Kiinankielisellä sivustolla kiinnostivat eniten saapuminen Rovaniemelle, aktiviteetit, käyntikohteet ja nähtävyydet, revontulet ja talviaktiviteetit. Rovaniemellä liikkuminen, Joulupukki, käytännön matkailijatiето, majoitus sekä ruoka ja ravintolat mahtuivat myös katsotuimpien sisältöjen joukkoon.

WWW.ROVANIEMICONGRESSES.COM

Kävijämäärä verkkosivustolla aikavälillä 1.10.–31.12.2015 oli 2 323 yksilöityä kävijää. Käyntejä oli kaiken kaikkiaan 2 564. Sivuston liikenteestä 55,5 % tuli hakukoneiden kautta, 28,4 % viittaussivustolta ja 16 % suorana liikenteenä. Sivustosta on kaksi kieliversiota: englanti ja suomi.

Sivustolle tuli eniten liikennettä seuraavasta 10 maasta (laskevassa järjestyksessä): Suomi, Venäjä, Yhdysvallat, Saksa, Ranska, Italia, Iso-Britannia, Espanja, Puola ja Kiina.

Katsotuimmat sisällöt

Englanninkielisellä sivustolla eniten kiinnostivat tieto Rovaniemi Congresses'ta, elämyksellinen Rovaniemi, illallinen Lumimaassa, kokoukset ja vapaa-ajan aktiviteetit. Myös Rovaniemen keskustan esittely, 100-300 hengen kongressit, illalliskokemukset, paikalliset asiantuntijat ja Sky Hotel Ounasvaara mahtuivat katsotuimpien joukkoon.

Suomenkielisellä sivustolla katseltiin eniten kokouksia, joista kiinnostivat etenkin Metsäkartano ja Rovaniemen kaupungintalo. Myös kokouspaketit ja majoitus Arctic Light Hotelissa keräsivät huomiota. Lappi Areena ja Rantasipi Hotel Pohjanhovi kiinnostivat niin ikään kokouspaikkoina, ja illalliset, kokoukset Rovaniemen sydämessä sekä tieto Rovaniemi Congresses'ta mahtuivat katsotuimpien sisältöjen joukkoon.

SOSIAALINEN MEDIA

www.facebook.com/VisitRovaniemi.fi

Facebookissa oli 31.12.2015 yhteensä 30 742 tykkääjää, joista 12 302 kappaletta oli vuoden 2015 viimeisen kvartaalin aikana tulleita uusia tykkäyksiä. Tammikuussa 2015 määritelty 20 000 tykkääjän tavoite vuoden loppuun mennessä ylittyi kirkkaasti. Elokuun lopulla käynnistettiin mainonta ja kilpailuja tykkääjämäärän lisäämiseksi, jotka vaikuttivat selkeästi dramaattiseen nousuun. Suosituimpia olivat revontuliin, Joulupukkiin, ensilumeen, pakkaseen ja lumimaiseen sekä Joulupukin Pajakylään liittyvät päivitykset.

www.twitter.com/VisitRovaniemi

Twitterissä seuraajien määrä kasvoi 2015 neljännen kvartaalin aikana 3 041:stä 3 719:aan. Kasvu tuli siis 678 seuraajaa kvartaalin kuluessa. Vuoden 2015 alussa asetettu kunnianhimoinen tavoite, 4 000 Twitter-seuraajaa vuoden loppuun mennessä, ei loppujen lopuksi jäänyt kovinkaan kaukaiseksi haaveeksi. Suosituinta materiaalia olivat jouluun, Joulupukkiin ja talvisiin asioihin kuten lumeen ja lumimaiseen liittyvät kuvalliset twiitit.

www.instagram.com/visitrovaniemi

Instagram-tilillä oli vuoden 2015 loppuun mennessä julkaistu 295 kuvaa, joilla oli kerätty n. 4 600 seuraajaa. Vuoden 2015 neljännen kvartaalin aikana seuraajia oli tullut n. 2 300 lisää, joka on tuntuva kasvu. Vuoden 2015 alussa asetettu tavoite 3000 seuraajaa vuoden loppuun mennessä ylittyi reilusti. Tavoitteena on jatkaa julkaisemista noin yhden kuvan päivävauhdilla.

www.youtube.com/RovaniemiOfficial

YouTube-kanavan videoita on katsottu 31.12.2015 mennessä n. 292 000 kertaa. Vuoden 2015 neljännen kvartaalin aikana videoita katseltiin 126 186 kertaa, joka on huima 75 % kokonaiskasvu vain kolmen kuukauden aikana. Kanavalla oli vuoden 2015 loppuun mennessä tilaajia 1 086 kappaletta, joista viimeisen kvartaalin aikana tulleita oli 779. Kasvuun vaikuttivat YouTube-kampanjat, joihin liittyi kaksi suoraa lähetystä Joulupukin Pajakylän yleisötapahtumista. YouTube-panostukset olivat aiempia tuntuvia, ja se näkyi heti tuloksissa. Kanavalle on tavoitteena tuottaa videoita säännölliseen tahtiin kustannustehokkaalla tavalla.

MEDIASEURANTA

Meltwater

Online-mediaa seuraava Meltwater tutkii yli 230 000 verkkolähdettä päivittäin. Vuoden 2015 neljännen kvartaalin aikana Ranua mainittiin matkailuun miellettävässä yhteydessä 38 kertaa. Kaikki osumat liittyivät Eläinpuistoon, joka mainittiin Rovaniemen alueen olennaisten nähtävyyksien yhteydessä.

6. Matkailun asiantuntijatehtävät ja edunvalvonta

Lapin matkailun yhteismarkkinointi

Lapin matkailumarkkinointityötä on tehty Iso-Britannian talvikampanjan sisällöntuotannossa. Polar Night Magic –yhteiskampanja Finnairin ja Visit Finlandin kanssa toteutettiin myös yhteistyössä Rovaniemellä joulukuussa.

Visit Arctic Europe

VisitRovaniemi on osallistunut Visit Arctic Europe- hankkeen markkinointiyhteistyöhön. Hankkeen kick-off tilaisuus mukana oleville yrittäjille järjestettiin Tromssassa 17.-19.11. Tilaisuutta edelsi seminaari Oslossa, jossa Visit Rovaniemellä oli puheenvuoro.

Culture Finland –kulttuurimatkailun alueellinen kehittämistyö

Lappi&Koillismaan kulttuurimatkailun kehittämistyön tuloksia ja hyviä käytänteitä esiteltiin Pohjois-Pohjanmaan matkailuparlamentissa Kalajoella 16.10.2015. Alueellisen yhteistyön tuloksena syntyi uusia tuotteita sekä hyviä käyntäntöjä monistettavaksi. Kulttuurimatkailun kehittämistyössä on haettu myös myyjäkontakteja tuotteille Keski-Euroopasta hyödyntäen Visit Rovaniemen kontaktiverkoston. Paikallisen verkoston tapaamiset kulttuuri-tuotteiden myynnin edistämiseksi on järjestetty 29.10., 16.11. ja 26.11. tuotetestauksen merkeissä.

Muut työryhmät / edunvalvonta

Vuoden alusta alkaen Visit Rovaniemi on MaRa ry:n matkailupalvelutyöryhmän jäsen. Lisäksi Visit Rovaniemi on osallistunut mahdollisuuksien mukaan Lapin Matkailuvaliokunnan kokouksiin ja Lapin liiton matkailun asiantuntijaryhmän tapaamisiin, joista yksi tärkeimmistä on ollut VR:n lipunmyynnin lakkautusuhkaa koskevan kannanoton valmistelu yhteistyössä Rovaniemen kaupungin ja Lapin liiton kanssa.