



# LAPIN YHTEISMARKKINOINTI

2018 - 2020

# HOUSE OF LAPLAND

Huolehdimme siitä, että Lappi näkyy, kuuluu ja kiinnostaa matkakohteena, asuinpaikkana, kuvauskohteena ja bisnesympäristönä. Ja että, kiinnostuneet löytävät helposti sen, mitä etsivät.

Tarjoamme kumppaneillemme kanavat tehokkaaseen markkinointiin ja viestintään sekä kiinnostavien kontaktien luomiseen.

Ennen kaikkea kerromme kuitenkin tarinoita elämästä tavanomaisen yläpuolella.

[www.lapland.fi](http://www.lapland.fi)



# PAREMMIN KUIN KOSKAAN

TEHOKKAMIN KUIN KUHAAN,  
1,2 MILJARDIA SAAVUTETTUA 2016

# MIKSI YHDESSÄ?

- Alueen elinvoimaan vaikuttavat ulkoiset ja sisäiset tekijät sekä maine (Timo Aro).
- Olemme globaalissa kilpailussa matkailijoista, asukkaista ja yrityksistä. Yksin meistä jokainen on pieni - jopa Suomessa.
- Meillä on menestysresepti - hyödynnetään sitä!

# KUMPPANUUSPAKETIT

**Elinvoimaohjelmassa** toteutetaan Lapin yhteistä

- asukasmarkkinointia
- sijoittumismarkkinointia
- vaikuttajaviestintää
- sekä tarjotaan erityisosaamista Kiinan markkinoilla toimimiseen

**Matkailun kasvuohjelmassa** toteutetaan Lapin yhteistä kansanvälistä matkailumarkkinointia.

**Film Friendly – ohjelmassa** markkinoidaan Lappia elokuva- tv ja mainostuotantojen kuvauspaikkana.



# ELINVOIMAOHJELMA, MIKSI?

**” Kilpailu yritysten sijoittumisesta kuntiin on kovaa. Todellinen kilpailu esimerkiksi muiden maakuntien kanssa tarkoittaa Lapin oloissa sitä, että kuntien tulisi tarpeen mukaan liittoutua kuntarajoista riippumatta ”**

Lapin Yrittäjät: Elo ja yrittämistä -selvitys 2016.

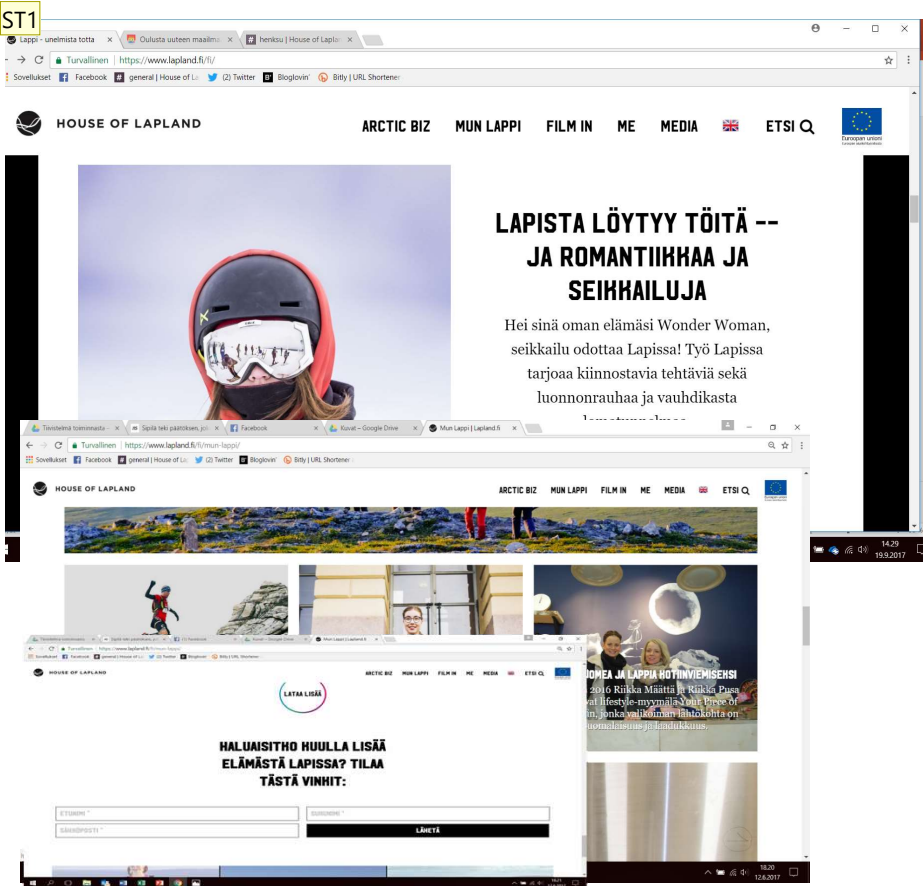
**” Lappia pitäisi markkinoida työntekijöille aivan kuten markkinoimme matkailijoillekin ”**

Taru Tahvanainen, henkilöstöpäällikkö, Lapland Hotels, LK, 15.5.2017

**” Pienillä ja keskisuurilla yrityksillä ei ole resursseja globaaliin markkinointiin tai myyntikanavien rakentamiseen ”**

Timo Saarenketo, Roadscanners Oy, keväällä 2017





**LÖYDÄ PAIKKASI LAPISTA:  
2 KK AIKANA  
250 000 TAVOITETTUA .  
37 000 TESTIN TEHNYTTÄ, POTENTIALISTA MUUTTAJAA.  
KOHDENNETTUA MARKKINOINTIA MUUTTAJIA KIINNOSTAVASTA TARJONNASTA.**

# ASUKASMARKKINOINTI

## Tavoite:

Mielikuvan vahvistaminen Lapista rohkeiden ihmisten ja hyvän elämän maakuntana, jossa unelmista on helppo tehdä totta.

Kohderyhmä: Potentiaaliset [Lappiin muuttajat](#) Suomessa (n. 300 000).

## Toimenpiteet:

**Inspiroimme:** Luomalla ilmiöitä median avulla ja toteuttamalla yhteiskampanjoita yhdessä kansallisten kumppaneiden kanssa (Esim. DNA, OP-Pohjola ja muut brändikumppanit)

**Vakuutamme:** Kertomalla tarinoita elämästä tavanomaisen yläpuolella sekä toteuttamalla kohdennettua viestintää ja markkinointia muuttota harkitseville. (some, uutiskirjeet, uudelleen markkinointi)

**Palvelemme:** Auttamalla kiinnostuneita muuttajia löytämään juuri heille sopivat ratkaisut ja tarjonnan. Apuna digitaaliset palvelut, kuten: [Löydä paikkasi Lapista](#). Ja ohjaamalla kiinnostuneet oikeiden kontaktien ja palvelujen luo kumppaniverkostossamme.

**Dia 7**

---

**ST1** Sanna Tarssanen; 19.9.2017



**RICHARD BRANSON: 10 MILJONAA  
LUKIJAA KIINNOSTUI LAPISTA KESTÄVÄNÄ  
LIIKETOIMINTAYMPÄRISTÖNÄ**

# OPEN ARCTIC

## Tavoite:

Mielikuvan vahvistaminen Lapista kasvavana arktisen liiketoiminnan keskuksena, joka tuo kasvua koko Suomelle. Varmistaa, että Lapin liiketoimintamahdollisuudet tunnetaan ja että niihin on helppo tarttua.

**Kohderyhmä:** yritysten potentiaaliset kumppanit (BtoB), alueelle potentiaalisesti sijoittuvat yritykset, media ja vaikuttajat.

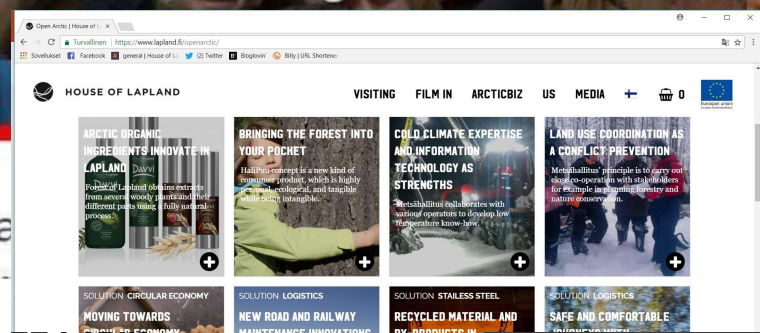
## Toimenpiteet:

**Inspiroimme:** Luomalla ilmiöitä median avulla.

**Vakuutamme:** Tuottamalla ja kiteyttämällä tietoa liiketoimintaympäristön muutoksista, kertomalla menestystarinoita ja toteuttamalla suosittelukampanjoita kumppaneiden kuten Lapin Yrittäjien kanssa sekä toteuttamalla kohdennettua viestintää ja markkinointia kiinnostuneille (some, uutiskirjeet, uudelleen markkinointi).

**Palvelemme:** Luomalla ja edelleen kehittämällä digitaalisia palveluita esim. [Open Arctic](#) ja ohjaamalla kiinnostuneet oikeiden kontaktien ja palvelujen luo kumppaniverkostossamme.

## OPEN ARCTIC ESITTELEE LAPIN KIINNOSTAVIMMAT ARKTISET RATKAISUT JA OSAAMISEN



## AJANKOHATAISTA TIETOA LIIKETOIMINTAYMPÄRISTÖN MUUTOKSISTA

SANNA TARSSANEN, HOUSE OF LAPLAND 8



26.9.2017

**PEKKA VAURAMO: MEIDÄN ON SOVITTAVA LAPIN  
MATHAILULLE YHTEISET KASVUTAVOITTEET JA  
TYÖNJAKO. ”LAPIN LUMOA – TILAISUUS 13.7.2017”**

# VAIKUTTAJAFOORUMI

**Tavoite:** Varmistaa, että Lapin kannalta keskeiset päättäjät ymmärtävät maakunnan merkityksen Suomen taloudelle.

## **Toimenpiteet:**

Tuomme yhteen mielipidejohtajat ja yritykset maakunnasta sekä sen ulkopuolelta keskustelemaan Lapin kannalta tärkeitä kysymyksistä. Tuomme myös mediassa esille Lapin kannalta tärkeitä teemoja.

## **Tapahtumat:**

Vuosittainen Pohjoinen Means Business – Helsingissä

Lappi-tapahtumat SuomiAreenassa

Kansanedustajatapaamiset

House of Lapland Open House.

Katso lisää: <https://www.lapland.fi/fi/us-post/the-arctic-railway-changing-the-face-of-global-logistics/>



# KIINA-OHJELMA

**Tavoite:**

Tarjota kumppaneille entistä paremmat edellytykset löytää uusia kumppanuuksia Kiinan markkinalta sekä hallita markkinan riskejä.

**Toimenpiteet:**

Markkinaselvityksiä Lapin kannalta kiinnostavimmilta toimialoilta

Käytännön tukea kumppanuuksien arviointiin

China Excellence –valmennukset

Kiinankielistä markkinointimateriaalia yhdessä sovittavista teemoista

Bisnespotentiaali esille Lapin yhteiseen WeChat –kanavaan.



Lisäksi mukana yrityskumppaneita  
kumppanialueilta

# KUMPPANEILLE TARJOAMME

- **Strategisen yhteistyön** Lapin vetovoiman kehittämiseksi yhdessä kansallisten kumppaneiden kanssa.
- **Kattavan yhteismarkkinoinnin** osaajien ja alueen bisnesmahdollisuuksien suhteen.
  - Kiinnostuneita muuttajia ja yrityksiä suoraan kumppanialueen palveluihin.
  - Mediavierailuja sekä mahdollisuuden hyödyntää kansainvälistä tiedotejakeluamme, joka tavoittaa n. 2 miljoonaa mediaa / toimittajaa globaalisti.
  - Kumppanin tarjonnan esittelyn Lapin yhteisissä palveluissa ja kanavissa.
  - Mahdollisuuden viestiä tarjonnasta kohdennetusti (työpaikat, fontit, menestystarinat tms) osana Lapin yhteistä markkinointia.
- **Vaikuttajille suunnatut tapahtumat ja materiaalit**
  - Pohjoinen means Business - tapahtuma
  - SuomiAreenan Lappi –tapahtumat.
  - Infograafeja ja muuta materiaalia maakunnan kannalta tärkeistä aiheista ja toimialoilta.
- **Valmennukset ja yhteiset markkinointimateriaalit**
  - Kiina-valmennukset & materiaalit
  - Kumppaniohjeistukset yhteisten kanavien maksimaaliseen hyödyntämiseen sekä oman markkinoinnin ja viestinnän kehittämiseen.

# RAHOITUS/VUOSI

## Kunnat alle 2000 asukasta 3000€

- Pelkosenniemi
- Utsjoki
- Savukoski
- Enontekiö

## Kunnat alle 5000 asukasta 5000€

- Kolari
- Muonio
- Pello
- Posio
- Ranua
- Salla
- Simo
- Tervola
- Ylitornio

## Kunnat alle 10 000 asukasta 12 000€

- Sodankylä
- Kemijärvi
- Keminmaa
- Kittilä
- Inari

## Kunnat alle 50 000 asukasta 30 000€

- Kemi
- Tornio

## Kunnat yli 50 000 asukasta 75 000€

- Rovaniemi

## Korkeakoulut 15 000€

- Lapin AMK
- Lapin yliopisto

Mukana myös ohjelmakohtaista yritysrahoitusta.

# MATKAILUMARKKINOINTI MIKSI?

Lapin matkailu kasvaa vakaasti. Pitkän aikavälin kasvulla Lapin matkailu tuplaantuu seuraavan 10 vuoden aikana. Mikäli kasvu noudattelee viime ja seuraavan sesongin kasvua, voisimme nelinkertaistaa matkailun kymmenessä vuodessa. Katso [lisää](#).

Kasvu edellyttää partneroitumista kansallisten ja kansainvälisten tahojen kanssa (kasvuohjelma) sekä uusia panostuksia mm. markkinointiin, myyntiin ja tuotekehitykseen myös Lapista.



# MATKAILUMARKKINOINTI, MITEN?

**Tavoite:** Lapin kesämatkailun kaksinkertaistaminen vuoteen 2019 mennessä.

Suuren yleisön kiinnostuksen herättäminen Lapin kesää kohtaan sekä kiinnostuksen ohjaaminen Lapin omiin digitaalisiin kanaviin, jatkuva yhteismarkkinoinnin piiriin.

**Kohderyhmä:** Globaali, BtoC. Kielet englanti ja kiina.

## Toimenpiteet:

- Ilmiömarkkinointi yhteistyössä Universal Music Group.
- Suosittelemarkkinointi
- Kysynnän ja myynnin kasvattaminen; liidien keruu, kiinnostuneiden asiakkaiden sitouttaminen ja ohjaaminen kumppaneiden kanaviin.
- Tuotamme digitaalisista lähteistä koottua asiakastietoa ohjaamaan yhteistä markkinointia. (datastrategia).



# KUMPPANEILLE TARJOAMME

- Kumppanuusverkoston kokoamisen ja strategisen johtamisen.
- Sisällöntuotannon yhteisen sisältösuunnitelman mukaisesti.
- Alueen esittely lapland.fi-verkkopalvelussa (destinaatiot & kartta),
- Alueeseen liittyviä digitaalisia sisältöjä (julkaistaan Lapland.fi tai Wechat) + niiden markkinointia yhteisille kohderyhmille.
- Kumppaniohjeistuksen yhteisten kanavien maksimaalisen hyödyntämiseen.

Lisäksi kasvaville, keskkokoisille ja suurille matkailualueille:

- Mahdollisuus suoraan yhteiselle asiakasrekisterille suunnattuun kohdennettuun markkinointiin osana yhteistä uutiskirjettä.
- Digitaalisista lähteistä koottua asiakastietoa ohjaamaan yhteistä markkinointia ja viestintää.
- IBM Silverpop Engage -lisenssin kumppanin omaan käyttöön tarvittaessa.
- Analytiikkavalmennus ja yhteisen digianalytiikan kehittämiskonsultaatio



# RAHOITUS /VUOSI

## Pienet matkailualueet

**3 500€**

Tornio, Utsjoki, Pello,  
Taivalkoski, Simo, Ranua  
Ylitornio, Tervola, Savukoski  
Keminmaa, Muonio

## Kasvavat matkailualueet

**15 000€**

Kemi, Salla  
Pudasjärvi,  
Enontekiö

## Keskikokoiset matkailualueet

**30 000€**

Ylläs  
Pyhä-Luosto

## Suuret matkailualueet

**40 000€**

Inari-Saariselkä  
Rovaniemi  
Kittilä  
Kuusamo

Lisäksi mukana Finavia

**2016: SATOJEN MILJONNIEN ARVOSTA  
NÄKYVYYTTÄ, YLI 400 MILJONNAA  
KATSOJAA 1,5 MILJONNAA EUROA SUORAA  
TULOJA**

# ELOKUVAKOMISSIO MIKSI?

Lappi kiinnostaa kuvauspaikkana enemmän kuin koskaan.

2017 – 2018 Lapissa kuvataan ainakin neljä pitkää elokuvaa, kahta kansainvälistä televisiosarjaa ja lukuisia pienempiä tuotantoja.

Tuoreen av-alan kannustinjärjestelmän myötä olemme kilpailukykyisiä yhä suurempien tuotantojen kuvauspaikkana.

Tuotannot jättävät alueelle merkittävän määrän tuloa ja niistä saatava kansainvälinen näkyvyys mitataan sadoissa miljoonissa euroissa.

Satsaamme av-alan markkinointiin merkittävästi aikaisempaa enemmän seuravan kahden vuoden aikana.

[www.filmlapland.fi](http://www.filmlapland.fi)



# ELOKUVAKOMISSIO MITEN?

**Tavoite:** Profiloida Lappi kiinnostavana suurtuotantojen kuvauspaikkana erityisesti USA:ssa ja Euroopassa.

## **Toimenpiteet:**

**Inspiroimme:** Mediaviestinällä ja verkostoitumalla uusilla markkina-alueilla.

**Vakuutamme:** Ohjaamalla kiinnostuneet jatkuvan digimarkkinointimme piiriin.

**Palvelemme:** Neuvomalla tuotantoja ja etsimällä heille parhaat Film Friendly –kumppanit alueelta.





# KUMPPANEILLE TARJOAMME

- **Alueen kansainvälisen markkinoinnin kuvauspaikkana**

- Kansainväliset markkinointitapahtumat valituilla markkina-alueilla.
- Alueen esittely Locations –palvelussamme
- Näkyvyyttä alan ammattilaisille suunnatussa digitaalisessa markkinoinnissamme
- Alueen aktiivisen suosittelun ja scout -palvelut kuvauspaikkoja etsiville tuotannoille

- **Alueelle sijoittuvien tuotantojen neuvonta ennen kuvauksia ja niiden aikana.**

- **Film Friendly -perehdytyksen tuotantojen kanssa toimimiseen.**
- **Tukea kumppanuksien arviointiin ja riskien hallintaan tarvittaessa.**

# RAHOITUS/VUOSI

Rovaniemi 60 000 €

Kittilä 17 000 €

Inari 12 000 €

Kolari 12 000 €

Enontekiö 10 000 €

Kemi 10 000 €

Sodankylä 8 000 €

Muonio 5 000 €

Muut 2 500 €

Lisäksi mukana Film Friendly –  
yrittäjäkumppaneita kumppanialueilta.

# LISÄTIETOJA

TOIMITUSJOHTAJA SANNA TARSSANEN  
@HOUSEOFLAPLAND.FI  
040 86 1 11 49