



Tunturi-Lappi 365 -hanke: markkinatutkimus

Millainen Tunturi-Lapin lumettoman ajan matka kiinnostaa saksalaisia vastaajia?

Mitä he matkalla hakevat?

Miten alueesta kannattaa viestiä?



Euroopan unionin
osarahoittama



LAPIN LIITTO



KITTILÄ
PUHDASTA KULTAA



KOLARI
kasvaa luonnostaan



LAPIN YLIOPISTO
UNIVERSITY OF LAPLAND



ENONTEKIÖ
ARCTIC LAPLAND

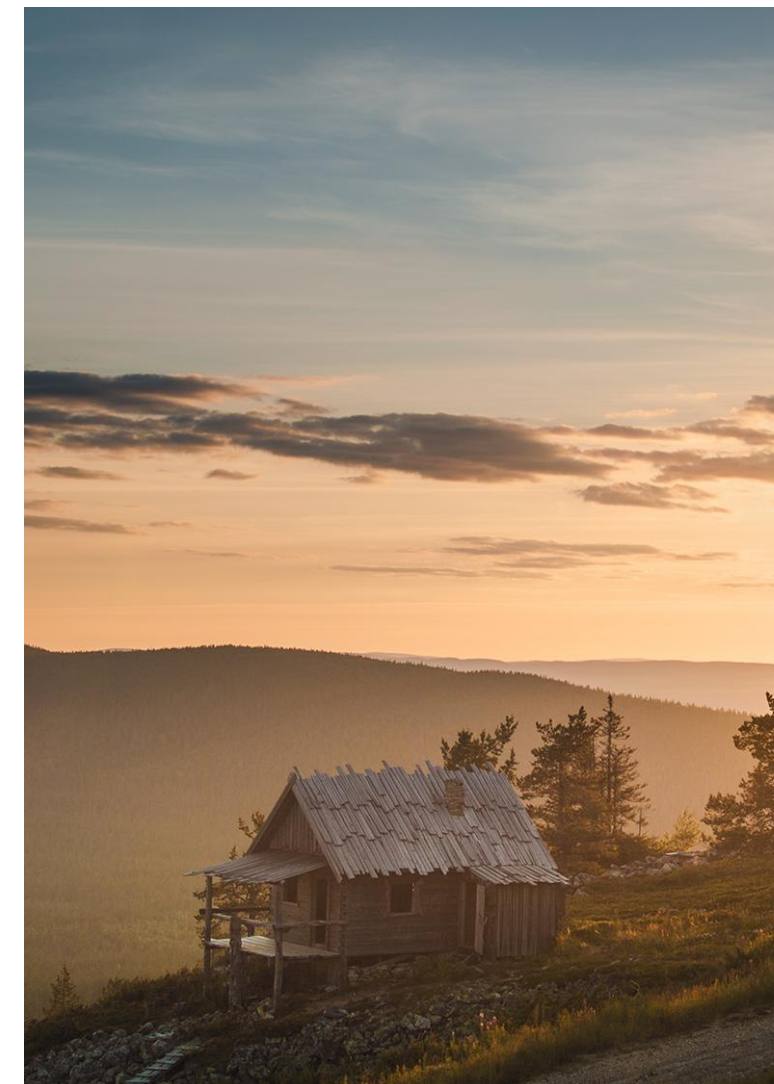
Tutkimuksen aineisto

- Kyselyaineisto
 - n = 600 vastaajaa, Saksa (Baijeri, Hessen, Nordrhein-Westfalen)
 - Kohderyhmä: ulkomaanmatkailusta ja pohjoisista luontokohteista kiinnostuneet
 - Kysely toteutettu saksaksi
- Teemat
 - Matkustustottumukset
 - Motiivit ja esteet
 - Mielikuvat
 - Reitit ja konseptit
 - Viestit ja kanavat
- Raportin pääkysymykset
 1. Kuinka vahvaa kiinnostus on?
 2. Millainen matka kiinnostaa eniten?
 3. Miten kiinnostus muutetaan matkasuunnitelmaksi?



Kesäinen Tunturi-Lappi kiinnostaa

- Kiinnostavin matkatuote on **pitkä, rauhallinen ja helposti toteutettava luontoloma**
- Keskeiset havainnot (kohdennettu kohderyhmä: pohjoisista luontokohteista lumettomaan aikaan kiinnostuneet)
 - **60% kiinnostunut**, 40% pitää mahdollisena
 - 72% valitsisi 6-7 päivän tai pidemmän matkan
 - **useamman päivän luontomatka**
 - Loman sisältö: **maisemat ja rauhoittuminen (38%) sekä kevyt ulkoilu (30%)**
 - Liikkuminen: **oma/vuokra-auto (62%)**
 - Majoitus: **mökki/huoneisto (38%)**
 - Kohde nähdään kiertomatka-alueena - **useita kohteita samalla matkalla**



Kesäinen Tunturi-Lappi kiinnostaa

- Suurimmat esteet liittyvät **hintaan, saavutettavuuteen ja matkan käytännön toteutukseen** – ei kiinnostuksen puutteeseen
- Markkinoinnin tulee **sekä inspiroida että helpottaa ostamista**
- Mikä kiinnostaa?
 - Rauha, maisemat, hyvinvointi, paikallisuus
 - **Palauttava luontokokemus** > aktiivinen seikkailu
- Toimiva kuvaviestintä: puhdas luonto, kirkas vesi, avaruus, aitous
- Vahvat viestit: puhdas ilma, arktinen kauneus, luonnon erityisyys
- Ei toimi: adrenaliini, erikoisharrastukset, ”rakennettu” ympäristö
- Kanavat:
 - Tärkeimmät: hakukoneet, suositukset, varaussivustot, omat sivut
 - Some: kiinnostuksen herättäminen
- Tunturi-Lapin ydintuote:
 - Helposti ostettava **6-8 päivän luontoloma**
 - Maisemat + hiljaisuus + kevyt liikkuminen + kiertomahdollisuus useammassa kohteessa + mukavuus
 - Markkinointilupaus: poikkeuksellisen **puhdas, kaunis ja palauttava pohjoisen luonto** – ei yksittäinen aktiviteetti





Lähtökohta ja kohderyhmä

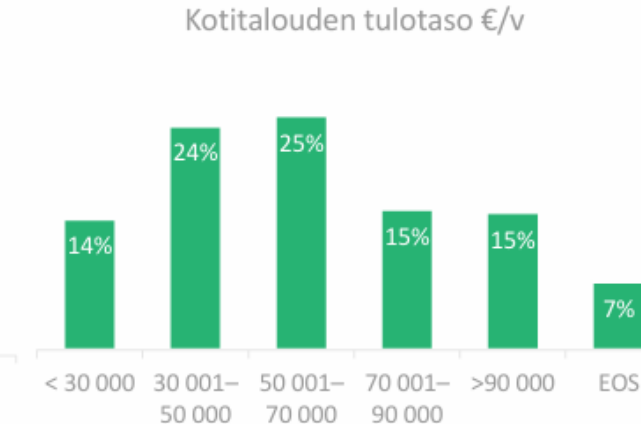
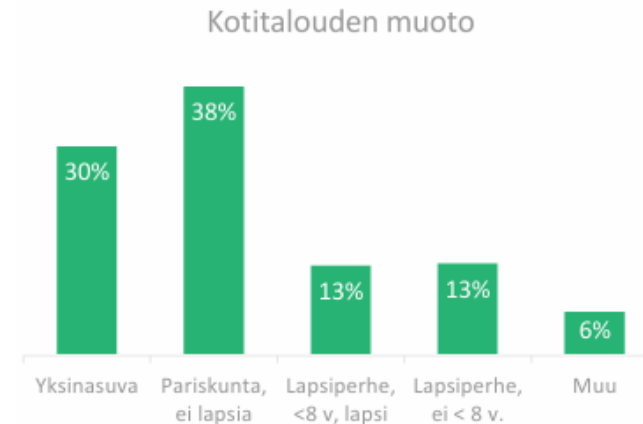
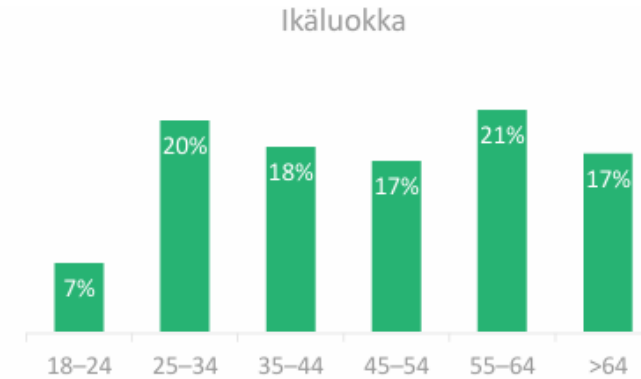
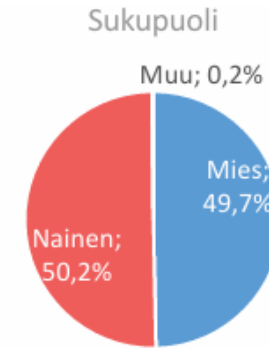
Millainen saksalainen kohderyhmä tutkimuksessa tavoitettiin?

Miten he yleensä matkustavat?

Millaiset yleiset motiivit ja esteet ohjaavat kiinnostusta pohjoisiin luontokohteisiin?

Kohderyhmä on tasapainoinen, aikuinen ja kohtuullisen ostovoimainen

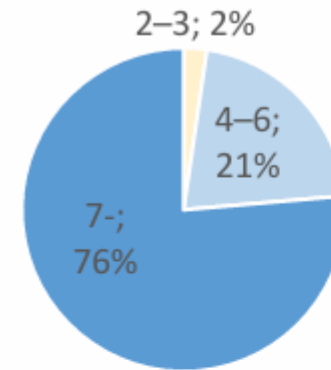
- Kohderyhmän rakenne
 - Ei vain nuoria seikkailijoita, vaan **laaja joukko eri elämäntilanteissa olevia luontomatkailijoita**
 - Sukupuolijakauma tasainen (50% / 50%)
 - Ikä painottuu **25-64 –vuotiaisiin (76%)**
 - Kotitaloudet ja ostovoima
 - Pariskunnat ilman lapsia (38%)
 - Yksinasuvat (30%) ja lapsiperheet (26%)
 - Yli puolet sijoittuu vähintään 50 000€ kotitaloustuloihin vuodessa (keski- ja ylemmät tuloluokat)
- Tunturi-Lappi kiinnostaa **aikuista ja maksukykyistä kohderyhmää** – ei vain pientä extreme-segmenttiä
- Alueellinen jakauma
 - Tasainen kolmessa osavaltiossa
 - Ei merkittäviä eroja tuloksiin



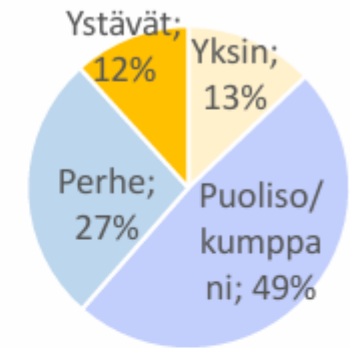
Kohderyhmä on tasapainoinen, aikuinen ja kohtuullisen ostovoimainen

- Matkustustottumukset
 - Matkan kesto: **76% tekee yli viikon matkoja** – lyhyet 2-3 pv matkat harvinaisia (2%)
→ Sopii hyvin Tunturi-Lapin kaltaiseen kohteeseen, jossa **yhdistyy useampi kohde**.
 - Seurue: **useimmiten puolison (48%) tai perheen (27%) kanssa**
 - Hintataso & arvot:
 - Tyypillinen budjetti: **800-1799€ / hlö (45%)** tai **1800-2999€ / hlö (32%)**
 - **82% arvostaa vastuullisuutta** matkavalinnoissa
- Tunturi-Lappi kannattaa positioida **useamman päivän, mukavana ja vastuullisena luontolomana** – ei lyhyenä vierailuna

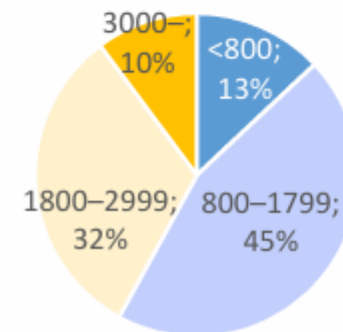
Matkan pituus päivissä



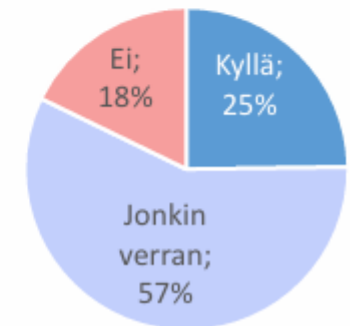
Matkaseura



Hintataso (€)

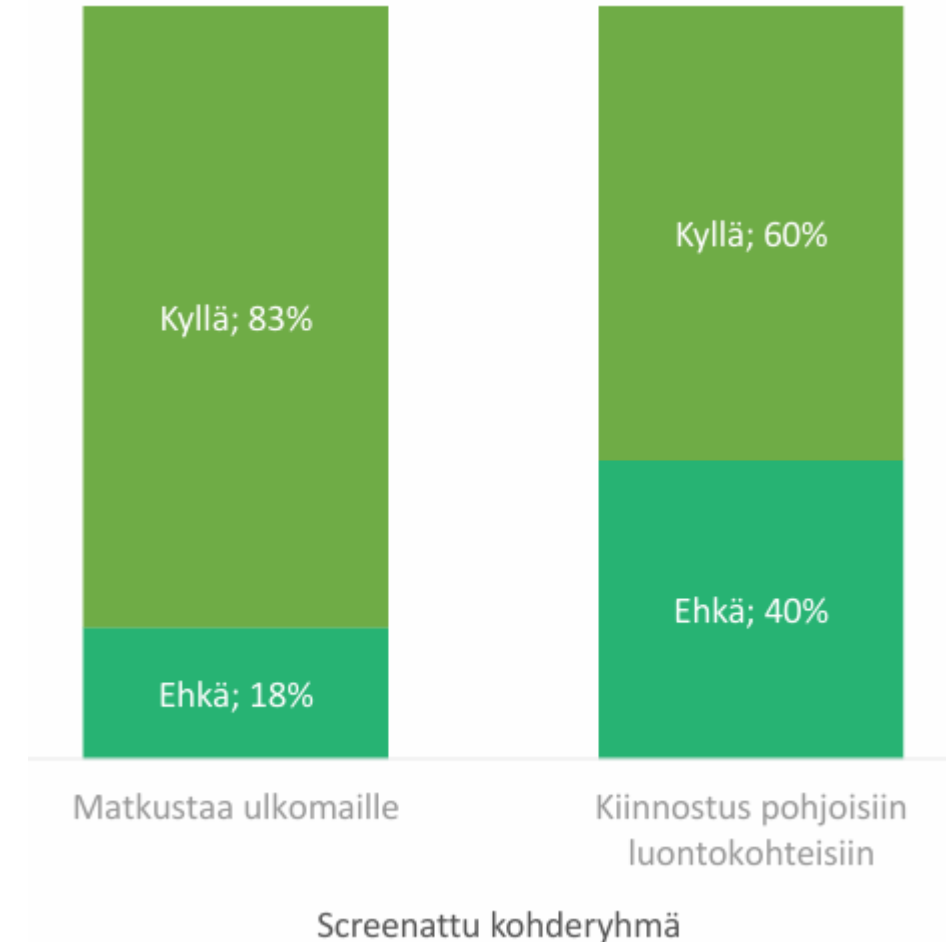


Vastuullisuuden merkitys



Kysely tavoitti yleisön, joka on jo valmiiksi avoin ulkomaanmatkailulle ja pohjoisille luontokohteille

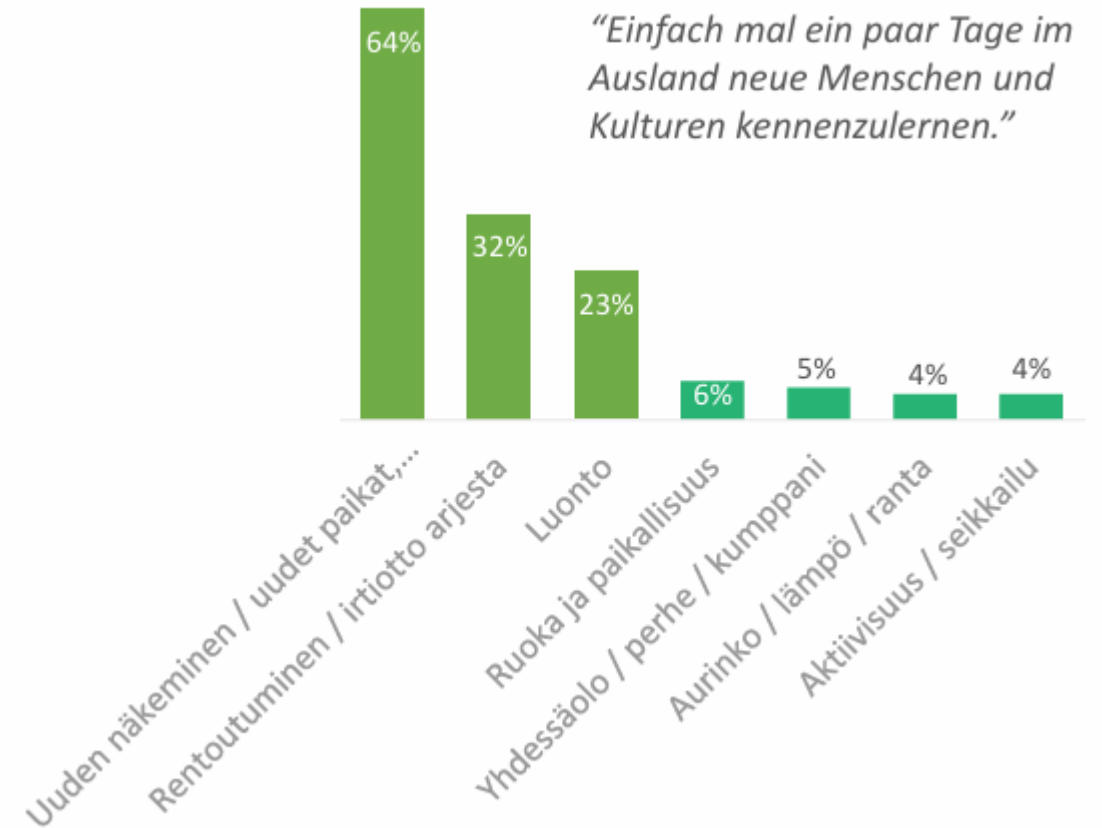
- Matkailuaktiivisuus
 - **83% matkustaa tai suunnittelee ulkomaanmatkaa**
 - Loput suhtautuvat siihen mahdollisuutena
- Kiinnostus kohteeseen
 - **60% selvästi kiinnostunut** pohjoisista luontokohteista kesällä
 - 40% pitää kiinnostavana vaihtoehtona
- Tuloksien oikea tulkinta:
 - Tulokset perustuvat **valikoituun kohderyhmään** (screening) – ei kuvaa koko Saksan väestöä
 - Tulokset toimivat erityisesti **kohderyhmäymmärryksen ja tuotekehityksen tukena** – eivät yleisen kysynnän mittarina



Ulkomaan vapaa-ajan matkalle lähdetään ennen kaikkea näkemään uutta ja irtautumaan arjesta

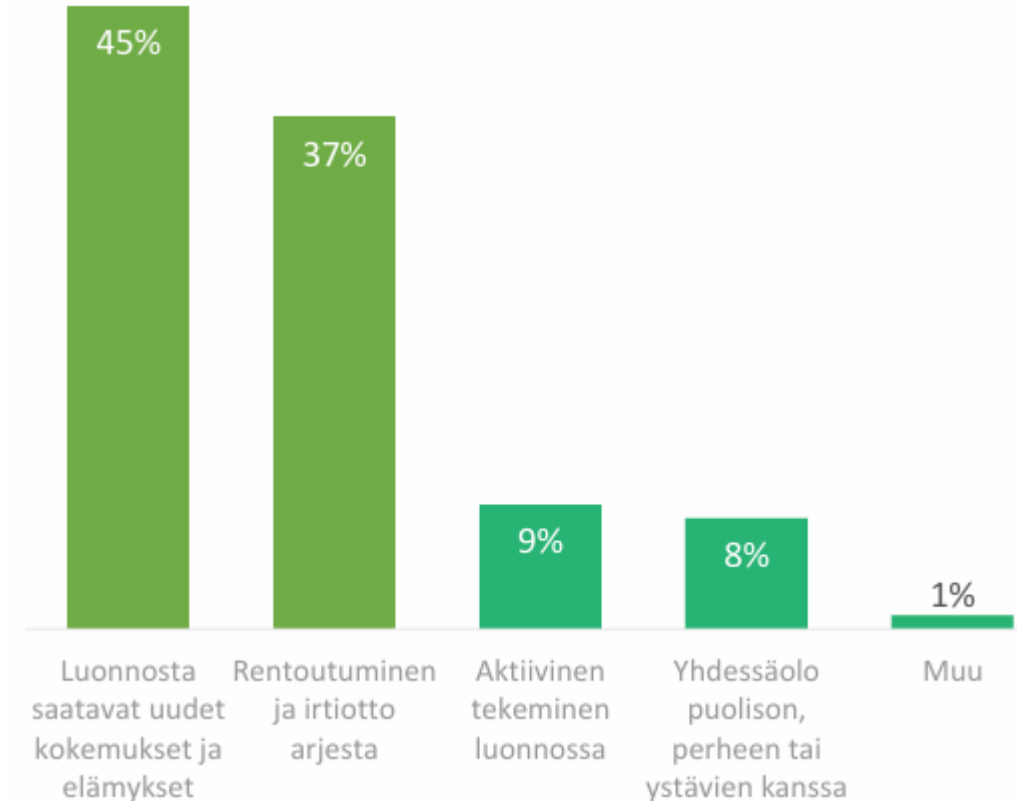
- Matkustusmotiivit
 - Vahvimmat motiivit:
 - Uuden näkeminen: paikat, kulttuurit ja ihmiset
 - Rentoutuminen, palautuminen ja irtiotto arjesta
 - Luonto ja maisemat
 - Tulokset perustuu avoimiin vastauksiin
 - Kuvaa vastaajien omia painotuksia – ei valmiita vastauksia

→ Matkustusmotivaatio rakentuu erityisesti **uuden kokemuksen ja arjesta irtautumisen ympärille**



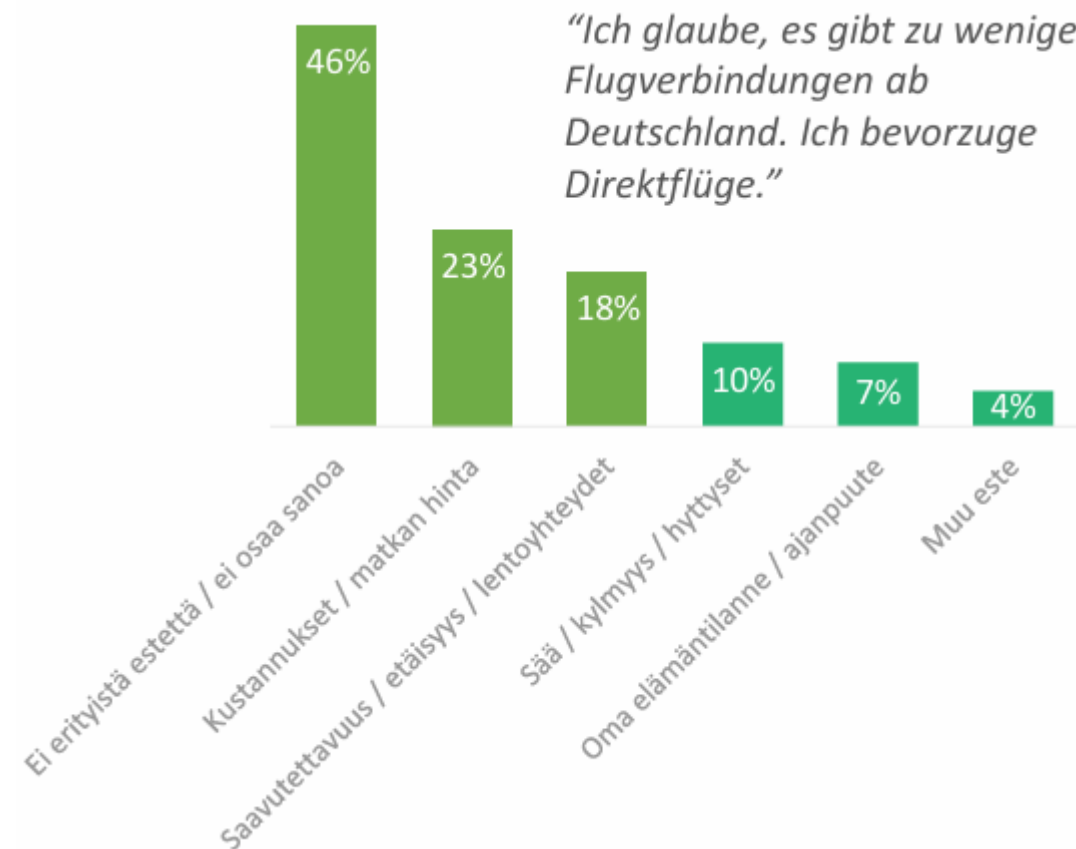
Luontokohteelta haetaan ennen kaikkea uusia luontoelämyksiä ja rauhallista irtiottoa arjesta

- Mitä haetaan luontomatkalta?
 - Vahvimmat motiivit:
 - Uudet kokemukset ja elämykset luonnossa
 - Rentoutuminen ja irtiotto arjesta
 - Vähemmän tärkeitä
 - Aktiivinen tekeminen
 - Sosiaalinen yhdessäolo
 - Avoimet vastaukset vahvistavat samat teemat
 - Ei uusia erillisiä motiiviryhmiä
- Luontomatka kannattaa tuotteistaa **elämyksellisenä ja palauttavana** – ei pelkästään aktiviteettien kautta



Suurimmat kynnykset liittyvät hintaan, saavutettavuuteen ja matkan käytännön toteutukseen

- Matkustamisen esteet
 - Kysymyksen tausta perustuu **avoimeen kysymykseen**, jossa vastaajat kuvasivat omin sanoin matkustamisen esteitä pohjoiseen luontokohteeseen lumettomaan aikaan.
 - Esteet liittyivät ennen kaikkea **käytännön asioihin** – ei kiinnostuksen puutteeseen
 - Suurimmat esteet
 - Kustannukset
 - Pitkä etäisyys
 - Saavutettavuus ja matkustamisen vaivattomuus
 - Merkittävä osa vastaajista ei nimeä selkeää estettä
- **Haaste on enemmän matkan hahmottaminen, suunnittelu ja toteutus kuin kiinnostus**
- **Markkinoinnin pitää sekä herättää kiinnostus että madaltaa ostokynnystä**
- Tarvitaan konkreettista tietoa:
 - Miten kohteeseen pääsee
 - Mitä matka maksaa
 - Kuinka helppo se on toteuttaa



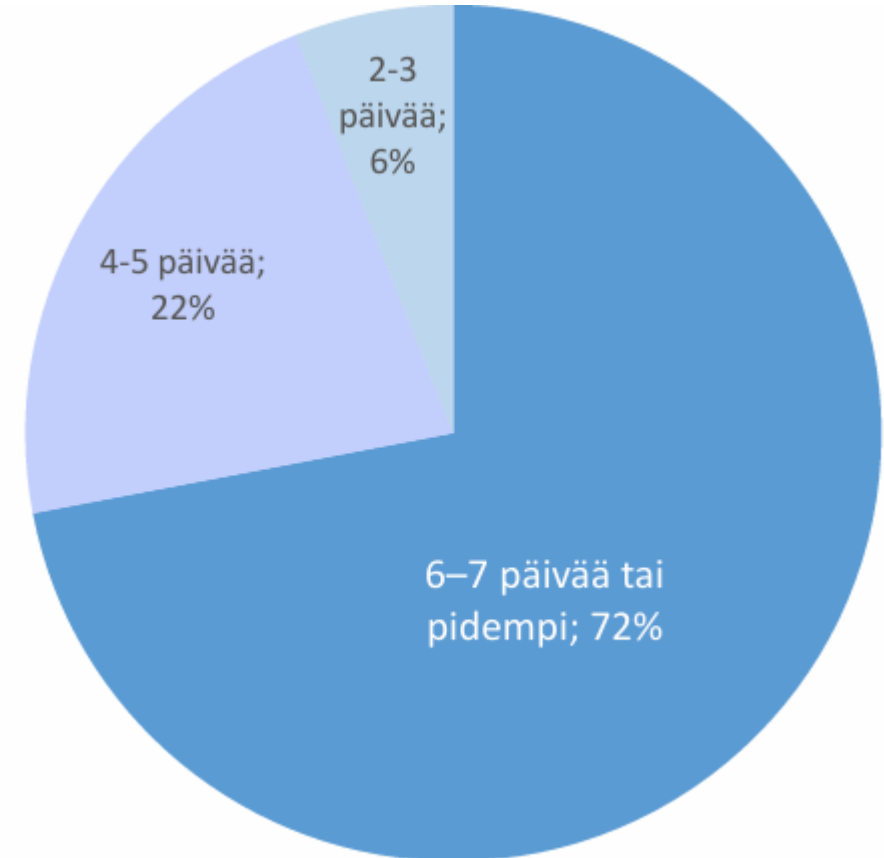


Millainen Tunturi-Lapin matka kiinnostaa eniten?

Reittirakentajan avulla tarkastellaan, millainen matkan pituus, kohdeyhdistelmä, liikkumistapa, tekeminen ja majoitus muodostavat kiinnostavimman Tunturi-Lapin lumettoman ajan matkakokonaisuuden.

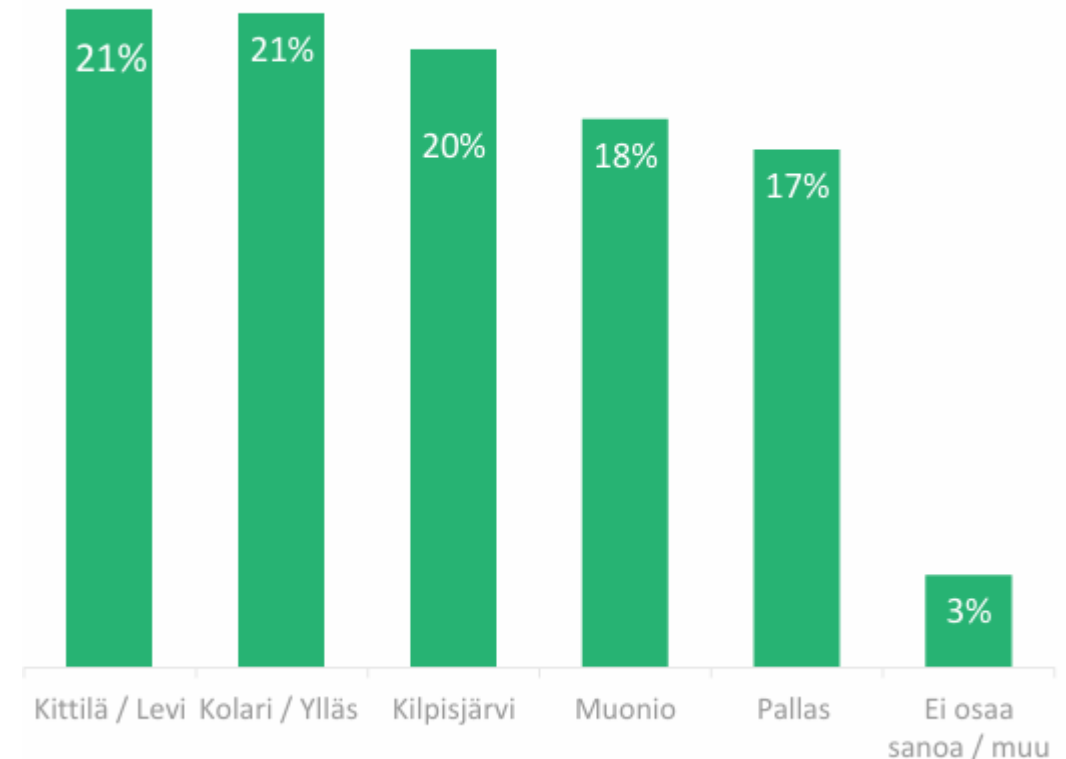
Kiinnostavin Tunturi-Lapin matka on useimmiten vähintään 6-7 päivän mittainen

- Matkan pituus ja rakenne
 - Vastaajia pyydettiin rakentamaan oma matkansa Tunturi-Lappiin lumettomaan aikaan
 - Selvästi suosituin valinta: **6-7 päivän tai pidempi matka**
 - **Tunturi-Lappi nähdään useamman päivän luontokohteena** – ei lyhyenä vierailuna
 - Tunturi-Lapin tuotteistuksessa kannattaa painottaa valmiita **useamman päivän kokonaisuuksia** – ei vain yksittäisiä aktiviteetteja tai lyhyitä vierailuja
 - Kun matkaa ajatellaan jo suunnitteluvaiheessa viikon mittaisena, myös majoituksen, liikkumisen ja reittien yhdistelyn merkitys kasvaa.
 - Ydintuote: **viikon mittainen luontoloma**



Kiinnostus jakautuu usean aloituskohteen kesken – yhtä ylivoimaista porttia ei ole

- Lähtöpisteet ja alueen rakenne
 - Vastaajia pyydettiin valitsemaan, mihin he asettuisivat mieluiten matkansa aluksi
 - Kiinnostus jakautuu **usean kohteen kesken** – ei yhtä selkeää voittajaa
 - Kaikki toimivat kiinnostavina lähtöpisteinä:
 - Kittilä / Levi
 - Kolari / Ylläs
 - Kilpisjärvi
 - Muonio
 - Pallas
 - Tunturi-Lappi toimii usean sisäänmenon kokonaisuutena
 - Kohteilla erilaiset profiilit, jotka kaikki kiinnostavat saksalaista kohderyhmää
 - Osavaltioiden välillä on **pieniä** painotuseroja: Baijeri→Kilpisjärvi, Hessen→Levi ja Muonio, Nordrhein-Westfalen→Ylläs
- Tunturi-Lapin kysyntä rakentuu **verkostomaisesti usean portin varaan** – ei yhden pääkohteen



Useampi kohde samalla matkalla kiinnostaa selvästi enemmän kuin paikallaan pysyminen

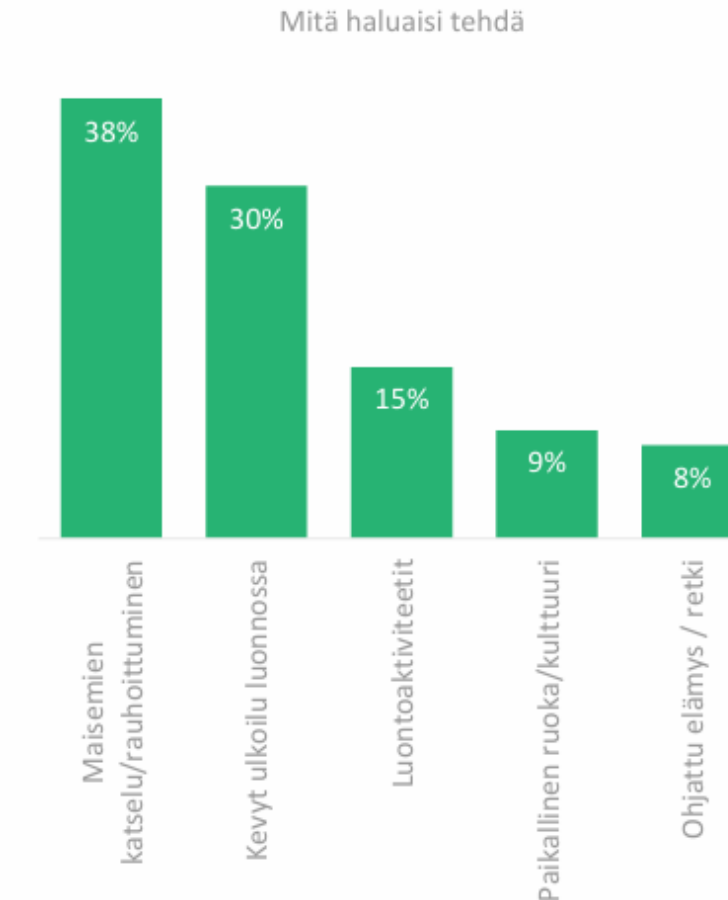
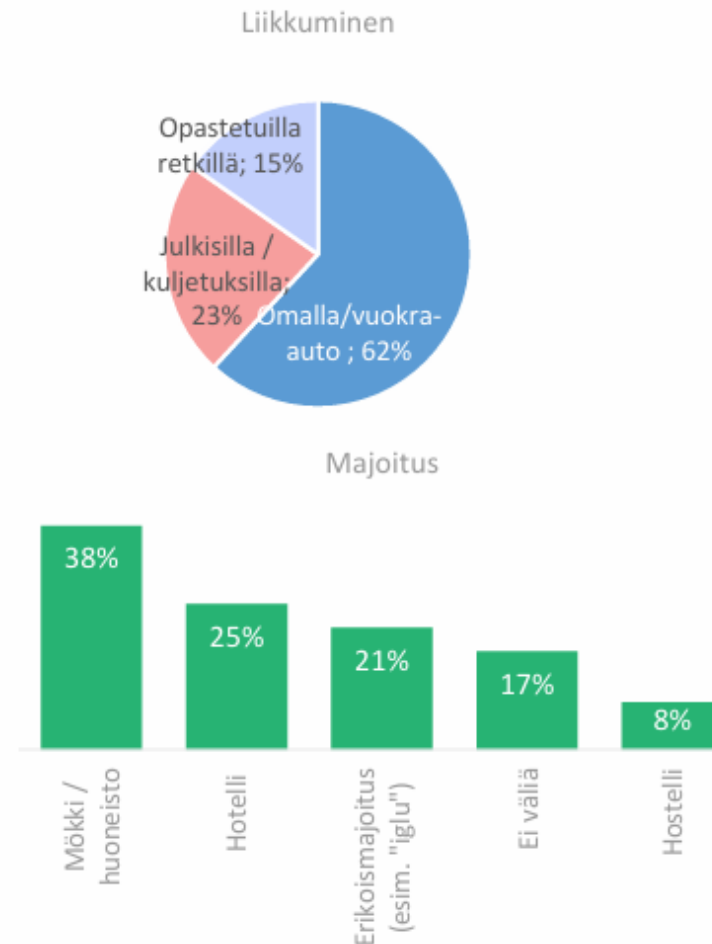
- Kiertomatka-ajattelu
 - Enemmistö haluaa vierailla **useissa kohteissa**
 - Vain harva pysyy yhdessä paikassa koko matkan
 - Tukee vahvasti alueellisen yhteistyön logiikkaa
 - Alueen vahvuus syntyy **kohteiden yhdisteltävyydestä**
 - Mahdollistaa **monipuolisten reittien** rakentamisen
 - porttikohde + tunturiluonto + kansallispuisto + paikallisuus
- Tunturi-Lappi kannattaa tuotteistaa **valmiina reitteinä ja usean kohteen kokonaisuuksina** – ei yksittäisinä pisteinä



Keskimäärin vastaajat valitsivat noin **1,6** lisäkohdetta

Toivematka on omatoiminen, maisemapainotteinen ja mökissä / huoneistossa

- Toivematkan profiili
 - Liikkuminen
 - **oma tai vuokra-auto**
→ joustavuus ja omatoimisuus
 - Sisältö:
 - maisemien katselu & rauhoittuminen
 - kevyt ulkoilu luonnossa
 - Majoitus:
 - mökit ja huoneistot korostuvat
 - myös hotellit ja erikoismajoitus kiinnostavat
- Kiinnostavin matka on **omatoiminen, joustava ja mukava luontoloma**, jossa yhdistyvät **maisemat, rauha ja kevyt tekeminen**
- Ei äärimmäinen seikkailu eikä passiivinen lepo, vaan **omaan tahtiin toteutettava kiertomatkatyyppinen kokonaisuus**





Kun Tunturi-Lapin matkaa konkretisoidaan, kiinnostus pysyy erittäin korkeana

- Matkan kiinnostavuus
 - Reittirakentajan lopussa vastaajia pyydettiin arvioimaan, kuinka kiinnostavalta heidän suunnittelemansa matka tuntuu.
 - Lähes kaikki pitävät suunnittelemansa matkaa **vähintään melko kiinnostavana – suuri osa erittäin kiinnostavana**
 - Kiinnostus säilyy, kun matka **konkretisoidaan** kestoksi, kohteiksi, liikkumiseksi, majoitukseksi ja tekemiseksi
 - Tunturi-Lappi toimii myös **käytännön suunnittelu tasolla**
- Tunturi-Lappi ei ole vain inspiroiva mielikuva, vaan **uskottava ja kiinnostava matkatuote**





Kenelle matka on kiinnostavin?

Tulokset kootaan neljäksi aineistosta johdetuksi ideaalityypiksi, jotka auttavat hahmottamaan, millaiset matkailijaprofiilit ovat Tunturi-Lapin kesä- ja ruska-ajan kannalta keskeisempiä.

Avoimen motiivikysymyksen vuoksi aineistosta ei muodostettu varsinaisia tilastollisia segmenttejä. Sen sijaan tulokset koottiin neljäksi aineistosta johdetuksi ideaalityypiksi, jotka havainnollistavat kohderyhmän keskeisiä matkailijaprofiileja. Ideaalityypit perustuvat vastauksissa toistuvien eroihin motiiveissa, toivotussa matkasisällössä, reittirakentajan valinnoissa, esteissä sekä siinä, millaiset konseptit, viestit ja kanavat näyttävät tukevan kiinnostusta parhaiten. Ne on tarkoitettu käytännön tuotteistuksen ja markkinoinnin työkaluksi, ei tilastolliseksi segmentointimalliksi.

Ideaalityyppi I: rauhaa ja maisemia hakeva

- Arvio yleisyydestä: **yleisin yksittäinen ideaalityyppi noin 30-35%**
 - Profiili:
 - Hakee **palautumista ja irtautumista arjesta**
 - Vetävät puoleensa: **maisemat, hiljaisuus, puhdas ilma ja tunne luonnon palauttavasta vaikutuksesta**
 - Tärkeintä: **kiireettömyys ja oma tahti**
 - Matkan piirteet:
 - Kesto: **vähintään viikko**
 - Liikkuminen: **oma tai vuokra-auto** (joustavuus ja vapaus)
 - Majoitus: mökki / huoneisto / pieni rauhallinen majoituskohde
 - Tekeminen: **kevyt ulkoilu, maisemien katselu, rauhoittuminen**
 - Keskeinen huomio:
 - Esteet liittyvät **hintaan ja helppouteen** – ei kiinnostukseen
- Arvostaa **rauhallista, joustavaa ja palauttavaa luontolomaa** – ei aktiivista suorittamista.



AI-luotu kuvitus ideaalityypistä

Ideaalityyppi 2: omatoiminen luontoelämyksien etsijä

- Arvio yleisyydestä: **noin 25-30%**
 - Profiili:
 - Hakee **uusia luontoelämyksiä ja vaihtelua**
 - Arvostaa **itsenäisyyttä ja löytämisen tunnetta**
 - Ei extremeä, vaan monipuolisia kokemuksia omassa tahdissa
 - Matkan piirteet:
 - Kesto: noin viikko, usein **useita kohteita**
 - Liikkuminen: **oma tai vuokra-auto**
 - Majoitus: joustava (usein mökki / huoneisto)
 - Tekeminen: **kevyt ulkoilu, maisemareitit, lyhyet vaellukset**
 - Keskeinen huomio:
 - Vetovoima syntyy monipuolisuudesta ja omatoimisuudesta
 - Riski: kohde näyttää liian monimutkaiselta tai vaikeasti hahmotettavalta
- Arvostaa **joustavaa, vaihtelevaa ja omatoimista luontomatkaa**, jossa on paljon nähtävää ilman tiukkaa ohjausta.



AI-luotu kuvitus ideaalityypistä

Ideaalityyppi 3: Kiertävä Lapin kokija

- Arvio yleisyydestä: **noin 20-25%**
 - Profiili:
 - Näkee Tunturi-Lapin **usean kohteen kokonaisuutena**
 - Arvostaa **vaihtelua ja etenemistä paikasta toiseen**
 - Matkan piirteet:
 - Kesto: **6-7 päivää tai pidempi**
 - Liikkuminen: **oma tai vuokra-auto**
 - Majoitus: joustava, voi vaihdella matkan aikana
 - Tekeminen: **maisemat, kevyt ulkoilu, paikallinen kulttuuri, satunnaiset aktiviteetit → monipuolisuus**
 - Keskeinen huomio:
 - Tunturi-Lappi nähdään **reittinä, ei yksittäisenä kohteena**
 - Riski: kokonaisuus koetaan **epäselväksi tai vaikeasti hahmotettavaksi**
- Arvostaa **valmiita kiertomatkoja ja selkeitä reittejä**, jossa kohteiden yhdistäminen on helppoa ja loogista.



AI-luotu kuvitus ideaalityypistä

Ideaalityyppi 4: Laatua ja yhteisiä hetkiä hakeva pariskuntamatkailija

- Arvio yleisyydestä: **noin 15-20%**
 - Profiili:
 - Hakee **laatua, mukavuutta ja yhteisiä kokemuksia**
 - Luonto tärkeä, mutta myös **palvelut, ruoka ja tunnelma**
 - Ei suorittamista, vaan **helppo ja nautittava kokonaisuus**
 - Matkan piirteet:
 - Kesto: **4-7 päivää**
 - Majoitus: hotelli tai laadukas mökki
 - Avoin **valmiille paketeille ja ohjatuille elämyksille**
 - Sisältö: **maisemat, kevyt liikkuminen, paikallinen ruoka ja kulttuuri**
 - Keskeinen huomio:
 - **Kaupallisesti kiinnostava** (valmis maksamaan laadusta)
 - Riski: kohde näyttäytyy liian karuna, vaikeana tai ”hardcore” -luontokohteena
- Arvostaa **laadukasta, sujuvaa ja elämyksellistä luontolomaa**, jossa pohjoinen koetaan **mukavasti ja vaivattomasti yhdessä**.



AI-luotu kuvitus ideaalityypistä

Miten ideaalityypit eroavat toisistaan?

- Kyse on samasta kohderyhmästä, mutta eri tavoista hahmottaa kiinnostava Tunturi-Lapin matka
 - Erot syntyvät siitä, mitä haetaan
 - Palautuminen ja rauha
 - Omatoiminen tutkiminen
 - Usean kohteen kiertomatka
 - Laatu ja yhteiset kokemukset
 - Mikä vaihtelee?
 - Matkan hyöty ja tavoite
 - Rytmä ja sisältö
 - Palvelutaso ja helppous
 - Kuinka valmiina kokonaisuus halutaan ostaa
- Ei yksi tuote kaikille
- Sama ydinsisältö kannattaa **paketoita eri tavoilla eri profiileille**

	Ydinmotiivi	Kiinnostavin matka	Tärkein este	Tuotteistuksen painotus
Rauhaa ja maisemia hakeva palautuja	Hiljaisuus, maisemat, palautuminen	Rauhallinen viikon luontoloma, oma rytmi, mökki/huoneisto	Hinta, saavutettavuus, liiallinen vaivalloisuus	Helposti ostettava, palauttava luontoloma
Omatoiminen luontoelämyksien etsijä	Uusien luontoelämysten löytäminen	Omatoiminen viikko, useita stoppeja, maisemareitit, kevyt ulkoilu	Epäselvät reitit, siirtymät ja käytännön tiedot	Reitit, kartat, selkeä omatoiminen kokonaisuus
Kiertävä Lapin kokija	Vaihtelu ja usean kohteen kokonaisuus	6–7 päivän tai pidempi kiertomatka, useita alueita samalla matkalla	Epäselvä kokonaisuus, vaikea hahmottaa etappeja	Valmiit kiertomatkat ja alueellinen yhdisteltävyys
Laatua ja yhteisiä hetkiä hakeva pariskuntamatkailija	Mukavuus, yhteiset elämykset, tunnelma	4–7 päivän laadukas ja helppo luontoloma	Liian karu, vaikea tai "hardcore"-mielikuva	Premium-henkinen, vaivaton ja tunnelmallinen kokonaisuus

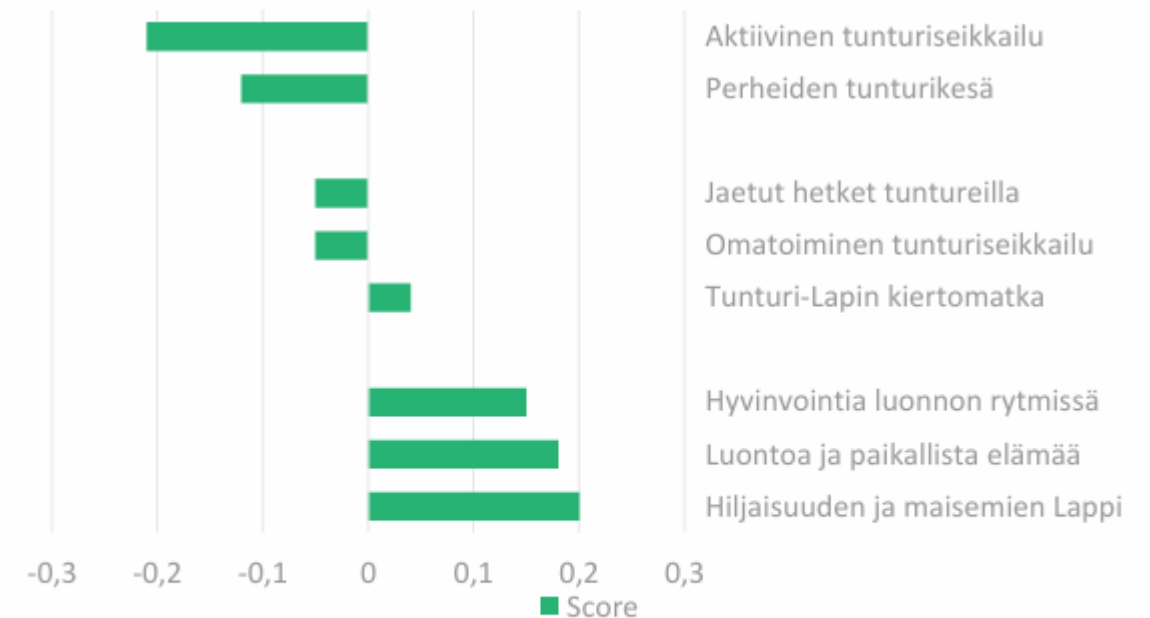


Miten Tunturi-Lappi kannattaa tuotteistaa ja viestiä?

Tarkastellaan matkakonsepteja, viestejä sekä tiedonlähteitä ja kanavia, joiden avulla kiinnostus voidaan muuttaa harkinnaksi, matkasuunnitteluksi ja ostoksi.

Vahvimmat matkakonseptit painottavat rauhaa, maisemia, hyvinvointia ja paikallisuutta

- Vahvimmat konseptit
 1. Hiljaisuuden ja maisemien Lappi
 2. Luontoa ja paikallista elämää
 3. Hyvinvointia luonnon rytmissä
- Kiinnostus kohdistuu rauhalliseen ja elämykselliseen luontokokemukseen
- Ei ensisijaisesti aktiiviseen tai vauhdikkaaseen tekemiseen
- Kiertomatka kiinnostaa, mutta jakaa enemmän mielipiteitä
- Tunturi-Lapin vahvin lupaus on **palauttava, maisemallinen ja pehmeästi elämyksellinen luontomatka**
 - Tulokset tukevat koko raportin muuta tarinaa



MaxDiff-score kertoo, kuinka paljon useammin konsepti valittiin kiinnostavimmaksi kuin vähiten kiinnostavaksi suhteessa siihen, kuinka monta kertaa konsepti näytettiin vastaajille. Mitä suurempi score, sitä vahvempi konseptin suhteellinen vetovoima.



Mitkä konseptit sopivat parhaiten eri ideaalityypeille?

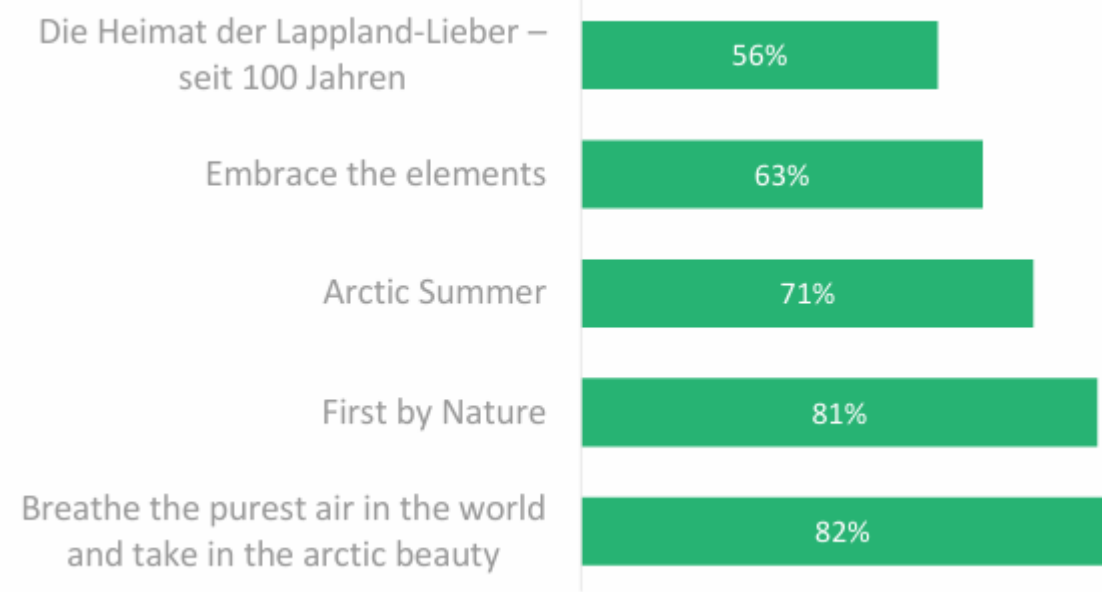
- MaxDiff-tulokset osoittavat, että vahvimmat kokonaiskonseptit rakentuvat **rauhan, maisemien, hyvinvoinnin ja paikallisuuden varaan.**
- Sama ydinkonsepti toimii kaikille ideaalityypeille
- Tarvitsevat siitä **eri painotukset**
 - Palautuja → rauha ja hiljaisuus
 - Luontoelämyksien etsijä → omatoimisuus
 - Kiertävä kokija → reitit ja yhdisteltävyys
 - Pariskunta → laatu ja yhteiset elämykset

	Sopivimmat konseptit	Perustelu
Rauhaa ja maisemia hakeva palautuja	Hiljaisuuden ja maisemien Lappi, Hyvinvointia luonnon rytmissä	Profiilin ydin on palautuminen, avaruus, hiljaisuus ja luonnon rauhoittava vaikutus
Omatoiminen luontoelämyksien etsijä	Luontoa ja paikallista elämää, Omatoiminen tunturiseikkailu	Hakee uusia kokemuksia, omaa rytmiä ja helposti saavutettavia luontosisältöjä
Kiertävä Lapin kokija	Tunturi-Lapin kiertomatka, Luontoa ja paikallista elämää	Näkee alueen ennen kaikkea usean kohteen reittinä, ei yhtenä tukikohtana
Laatua ja yhteisiä hetkiä hakeva pariskuntamatkailija	Jaetut hetket tuntuilla, Hyvinvointia luonnon rytmissä, Luontoa ja paikallista elämää	Korostaa yhteisiä kokemuksia, mukavuutta, tunnelmaa ja hallittua laatua



Vahvimmat viestit tekevät Tunturi-Lapin vetovoiman konkreettiseksi: puhdas ilma, arktinen kauneus ja luonnon erityisyys toimivat parhaiten

- Toimivat viestit tekevät Tunturi-Lapin **helposti ymmärrettäväksi ja kuviteltavaksi**
- Vahvimmat viestit
 - Puhdas ilma
 - Arktinen kauneus
 - Luonnon ainutlaatuisuus
 - Kärki: "Breathe the purest air...", "First by Nature", "Arctic Summer"
- Heikommat viestit
 - Abstraktit tai historialliset viestit
 - Eivät konkretisoi hyötyä
- Alueelliset erot ovat vain pieniä – sama viestilinja toimii kaikissa osavaltioissa
- Viestinnän ytimeen: **puhdas ilma, avarat maisemat, arktinen kauneus ja luonnon ensisijaisuus**
- Selkeä, konkreettinen lupaus toimii parhaiten



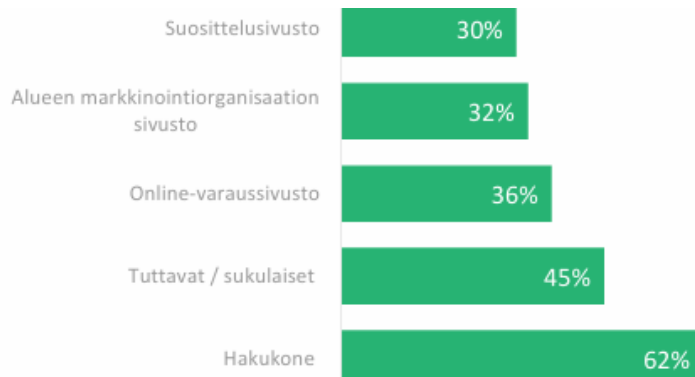
Tunturi-Lapin matkainspiraatio rakentuu hakujen, suositusten ja näkyvyyttä luovien sisältökanavien varaan

Harkintaa ja tiedonhakua tukevat kanavat

Tärkeimmät kanavat ovat käytännöllisiä ja päätöksentekoa tukevia

- Hakukoneet
- Suositukset (tuttavat ja sukulaiset)
- Online varaussivustot
- Suosittelevat sivustot
- Alueen omat verkkosivut

→ Näissä kanavissa matkailija: etsii tietoa, vertailee vaihtoehtoja ja varmistaa matkan helppouden ja luotettavuuden



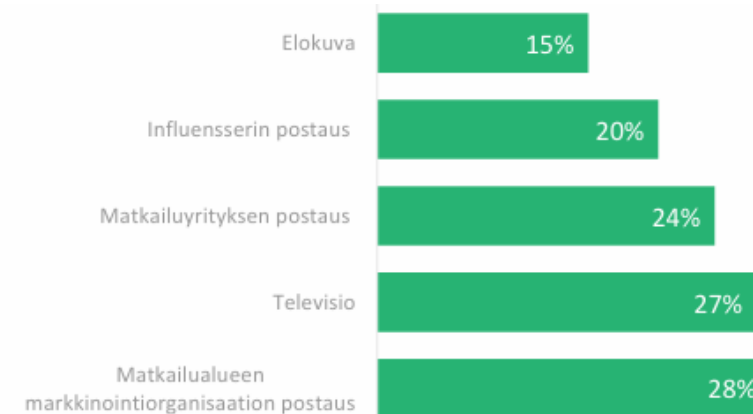
Näkyvyyttä ja mielikuvaa rakentavat kanavat

Kiinnostus syntyy näkyvyydestä, ei pelkästään tiedonhausta

- Tärkeät näkyvyyskanavat
 - Some (alueiden omat kanavat)
 - Influensserit
 - Televisio ja elokuvat

→ Herättävät kiinnostuksen ja rakentavat mielikuvaa

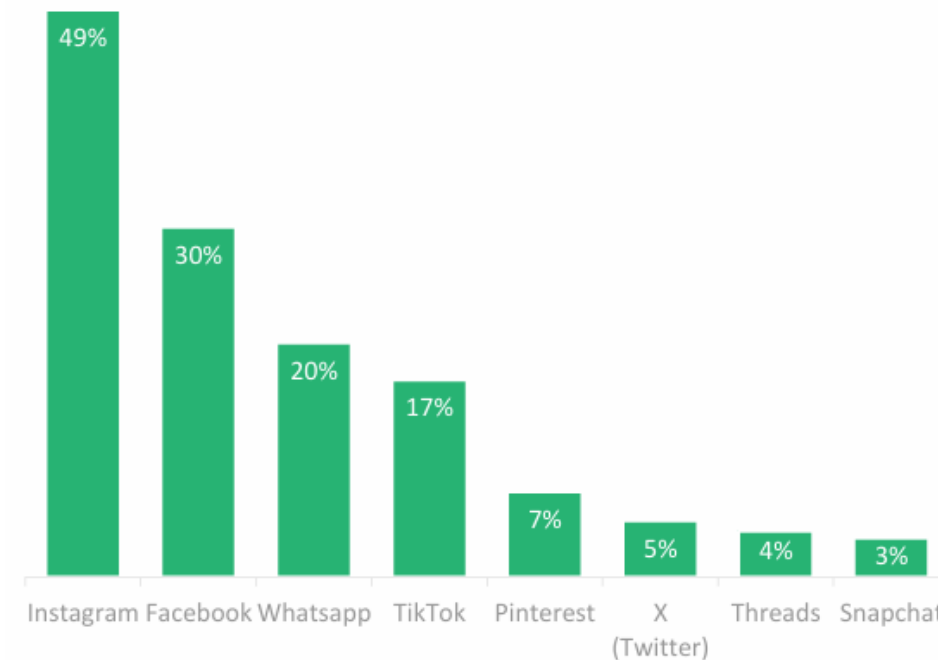
→ Markkinoinnissa tarvitaan sekä löydettävyyttä että näkyvyyttä



→ Tehokkain malli on kanavien yhdistelmä: näkyvyys ohjaa kiinnostuksen hakuun, vertailuun ja varaamiseen.

Instagram on tärkein sosiaalisen median inspiraatiokanava, mutta some ei yksin kanna koko päätöspolkua

- Some toimii ennen kaikkea inspiraation lähteenä - ei päätöskanavana
 - Tärkeimmät kanavat
 - **Instagram** (selvästi vahvin)
 - Facebook
 - WhatsApp
 - TikTok
- Herättää kiinnostuksen ja rakentaa mielikuvan
- Ohjaa eteenpäin hakuun, verkkosisältöihin ja vertailuun
- Somessa tärkeintä: **inspiroiva ja visuaalisesti vahva ensikosketus**, joka käynnistää polun kohti tiedonhakua ja varaamista



Kysymys esitettiin vastaajille, jotka käyttävät sosiaalista mediaa matkainspiraation lähteenä



Ideaalityyppien asiakaspolut sekä suositukset viesteistä ja kanavista

Erot ideaalityyppien välillä syntyvät **kiinnostuksen heräämisestä, tiedontarpeista ja ostopäätöksen esteistä**, mutta kaikki etenevät lopulta hakuun, verkkosisältöihin ja vertailuun.

	Mikä herättää kiinnostuksen	Mitä tarvitaan harkintaan	Mikä poistaa esteen	Mikä tukee ostopäätöstä
Palautuja	Maisemat, puhdas ilma, rauha, hyvinvointi	Helppo kokonaisuus, majoitus, saavutettavuus	Selkeä tieto hinnasta, yhteyksistä ja vaivattomuudesta	Valmis 6–8 päivän palauttava luontoloma
Luontoelämyksien etsijä	Luontokuvat, reitit, omatoiminen löytäminen	Kartat, stopit, tekeminen, liikkuminen	Selkeä kokonaisuus ilman liiallista ohjattavuutta	Reittisuositukset ja omatoiminen tuoterakenne
Kiertävä kokija	Usean kohteen idea, vaihtelevat maisemat	Etapit, siirtymät, kokonaislogiikka	Valmis tai puolivalmis kiertomatka	Helposti hahmotettava kierros usean kohteen välillä
Pariskuntamatkailija	Tunnelma, laatu, yhteiset elämykset	Majoitus, ruoka, mukavuus, palvelut	Varmuus helppoudesta ja turvallisuudesta	Premium-henkinen, valmiiksi mietitty kokonaisuus

	Painotettava viesti	Todennäköisesti toimivimmat kanavat
Palautuja	Puhdas ilma, arktinen kauneus, hiljaisuus, palautuminen	Hakukone, alueen oma verkkosisältö, kuvallinen some, suositellut
Luontoelämyksien etsijä	Luonnon erityisyys, omatoiminen löytäminen, maisemareitit	Hakukone, some-inspiraatio, alueen sivut, suositelusivustot
Kiertävä kokija	Näe enemmän yhdellä matkalla, useita kohteita, selkeä reitti	Hakukone, reittisisällöt verkossa, alueiden yhteiset sivut, varaussivustot
Pariskuntamatkailija	Laatu, tunnelma, yhteiset hetket, helppo ja kaunis luontoloma	Visuaalinen some, televisio, alueen sivut, suositellut, inspiroivat sisällöt

Segmenttikohtainen markkinointi tarkoittaa, että **sama ydinsisältö** (puhdas, kaunis ja palauttava pohjoinen luonto) **esitetään eri painoituksin eri vaiheissa – korostaen rauhaa, omatoimisuutta, reittejä tai laatua ja yhdessäoloa**



Millainen kuvamaailma ja ihannematka puhuttelevat?

Millaiset kuvat herättävät myönteisimpiä mielikuvia?

Millaisena vastaajat itse kuvaavat erityisen kiinnostavan Tunturi-Lapin matkan omin sanoin?

Parhaiten toimivat kuvat tekevät Tunturi-Lapista puhtaan, avaran ja palauttavan luontokohteen

- Vahvimmin toimivat kuvat, joissa Tunturi-Lappi näyttäytyy puhtaana, avarana ja helposti lähestyttävänä luontokohteenä – korostaen maisemia, vettä, rauhaa ja hyvinvointia
 - Näissä kuvissa matkailija voi helposti kuvitella viettävänsä omaa lomaa.
 - Heikoimmin toimivat kuvat, joissa korostuu vaativa tekeminen, erikoisharrastukset tai epätyypillinen Lapin ympäristö
 - Tukee koko muun tutkimuksen tuloksia: vahvin visuaalinen lupaus alueella on palauttava, maisemallinen ja omaleimainen luontokokemus
 - Kuvamaailman ydin on **rauha, tila, puhtaus ja helposti kuviteltava luontoloma**
- Toimivimmat teemat
 - Hyvinvointi luonnossa
 - Puhdas vesi ja avarat maisemat
 - Kevyt aktiivisuus
 - Aidot Lapin elementit (esim. porot)
 - Heikoimmin toimivat teemat
 - Golf
 - Bike park / downhill
 - Vahva adrenaliini
 - Liian rakennettu tai geneerinen ympäristö
- Tulokset koskevat yleismarkkinointia
- Yksittäisillä aktiviteeteilla on silti omat kohderyhmänsä, joille aktiviteettikuvat ovat välttämättömiä

Vahvimmat kuvat yhdistävät maiseman, puhtauden ja matalan kynnyksen elämyksen

- Parhaiten toimivat kuvat, joissa matkailija voi **kuvitella itsensä osaksi maisemaa tai kokemusta**
- Vahvimmat kuvat yhdistävät **tunturimaiseman, puhtaan veden, rauhan ja helposti saavutettavan elämyksen**
 - Esimerkit: tunturimaisemat, kirkas vesi, järvenrantomökki, porot
- Näihin liittyvät mielikuvat: **vapaus, hiljaisuus, puhtaus, kauneus, aitous ja Lapin omaleimaisuus**
- Tehokkaat kuvat eivät myy vain tekemistä, vaan tunnetta siitä, **miltä Tunturi-Lapissa oleminen tuntuu**

Parhaat kuvat mittarilla: sopii omalle matkalle:

Maailman puhtaimmasta ilmasta nauttimassa	78 %
Uinti kirkasvetisessä vedessä	74 %
Mökki järven rannalla	71 %
Porot tunturimaisemassa	69 %
Vaellus maisemareitillä	59 %
Pyöräily ruskan keskellä	58 %

Kuvien tulkinta kommenttien pohjalta:

- Puhdas tunturi-ilma: avaruus, vapaus, vaikuttavat maisemat
- Uinti kirkasvetisessä vedessä: puhtaus, virkistävyys, luonnon läheisyys
- Mökki järven rannalla: rauha, viihtyisyys, luonnonläheinen majoitus
- Porot tunturissa: aitous ja Lapin omaleimaisuus
- Vaellus maisemareitillä: helppo samaistuttavuus, avarat näkymät, rauhallinen luontokokemus
- Pyöräily ruskan keskellä: vahva vuodenaikaelämys, kevyt aktiivisuus, maiseman kokeminen liikkeessä

Heikoimmat kuvat jäävät nicheiksi, liian rajatuiksi tai eivät tunnu riittävästi ”Lapilta”

- Haaste ei ole kuvassa, vaan siinä, että se **koetaan liian kapeaksi, vaativaksi tai yleiseksi**
- Tyypilliset heikkoudet
 - Lajisidonnaisuus
 - Liian sporttinen tai vaativa kokemus
 - Rakennettu tai epätyypillinen Lapin ympäristö
 - Kuva ei resonoi, jos ei sovi omaan matkustustapaan
- Näitä kuvia voi käyttää **kohdennetusti** – ei alueen pääviestissä
- Kannattaa välttää suoritusta ja erikoisharrastuksia Tunturi-Lapin yleismarkkinoinnissa

Heikoimmat ”sopii omalle matkalle”:

Golf tunturimaisemassa	17 %
Bike park / alamäkiajo	24 %
Kirkko	27 %
Frisbeegolf tunturissa	29 %
Gondoli / resort-näkymä	31 %
Koskenlasku	35 %

Kuvien tulkinta kommenttien pohjalta:

- Golf: koetaan harrastukseksi, jota voi tehdä missä vain
- Bike park: liian niche, vaikea tai vaaralliseksi koettu
- Kirkko: ei erotu syyksi matkustaa juuri Lappiin
- Frisbeegolf: liian lajisidonnainen, ei erotu riittävästi syynä matkustaa Lappiin
- Gondoli / resort: liian tekninen tai rakennettu suhteessa luontomielikuvaan
- Koskenlasku: houkuttelee osaa, mutta rajaa ison osan pois



Kuvallisen viestinnän suositus: puhtaus, maisema, rauha ja pehmeä aktiivisuus kärkeen

- Kuvaviestinnässä kannattaa korostaa alueen omaleimaisia, kauniita ja helposti samaistuttavia kokemuksia
- Vahvin visuaalinen positio: **Tunturi-Lappi näyttäytyy poikkeuksellisen puhtaana, kauniina, avarana ja rauhoittavana luontokokemuksena, jossa voi liikkua kevyesti ja kokea aitoa pohjoista.**

Näytä enemmän:	Näytä vähemmän pääkuvastossa:
tunturimaisemat ja avaruus	golf
kirkas vesi ja puhdas ilma	bikepark/ downhill
rauha, hiljaisuus ja palautuminen	voimakas adrenaliini
sauna, uinti, mökki, nuotio	liian rakennettu resort-ympäristö
porot ja muut aidot Lapin elementit	sisällöt, jotka eivät erotu juuri Lapiksi
kevyt vaellus, helppo pyöräily, rauhallinen vesillä olo	

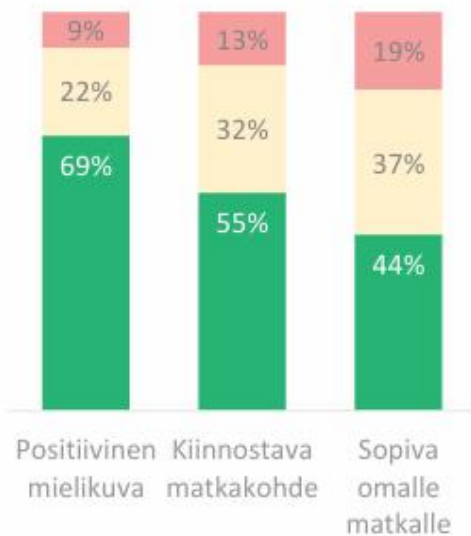
Erityisen kiinnostava Tunturi-Lapin matka yhdistää luonnon, rauhan ja kevyen kokemuksellisuuden

- Ideapaja – millainen Tunturi-Lapin matka houkuttelee?
 - Avovastauksien perusteella kiinnostava matka on rauhallinen, elämyksellinen luontoloma, ei aktiivinen seikkailu
 - Toistuvat teemat
 - Avarat maisemat ja luonnon läheisyys
 - Rauha, hiljaisuus ja irtautuminen arjesta
 - Kevyt liikkuminen (kävely, vaellus)
 - Paikallisuus, ruoka ja aito tunnelma
 - Usean kohteen tai selkeän reitin kokonaisuus
 - Kaikissa osavaltioissa toistuu ihannematkan ydin
- Ideapajan perusteella **Tunturi-lapin vetovoima syntyy luonnon, rauhan, kevyen liikkumisen ja paikallisen tunnelman yhdistelmästä**
- Matka on **helppo kuvitella sopivaksi omaan lomaan**



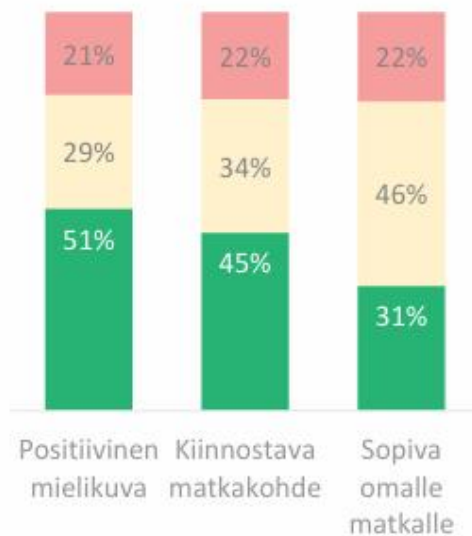


Kuva-analyysi



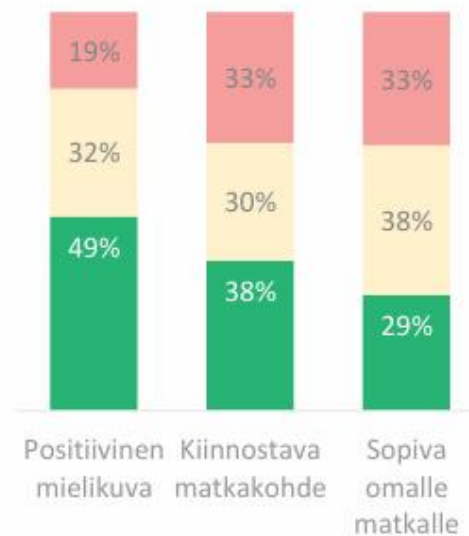
■ Kyllä ■ Ehkä ■ Ei

Houkuttelee: maisema, pyöräily ja eläimet
Epäilyttää: fyysisuus ja pyöräilyn sopivuus kaikille



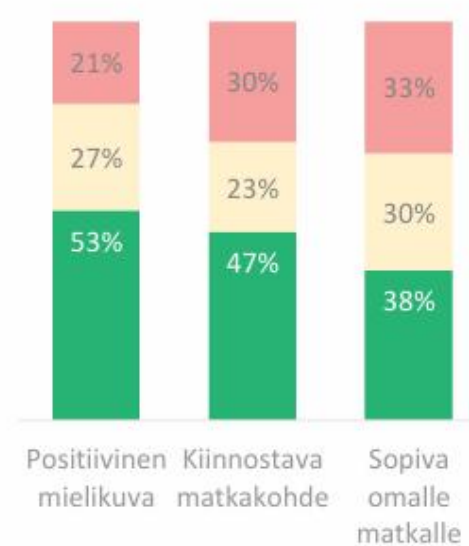
■ Kyllä ■ Ehkä ■ Ei

Maisema kiinnostaa, mutta gondoli ja rakennettu resort-ympäristö koetaan osin liian teknisiksi.



■ Kyllä ■ Ehkä ■ Ei

Osa pitää aktiviteettina kiinnostavana, mutta monet kokevat lajin nicheksi tai sään kannalta epävarmaksi.

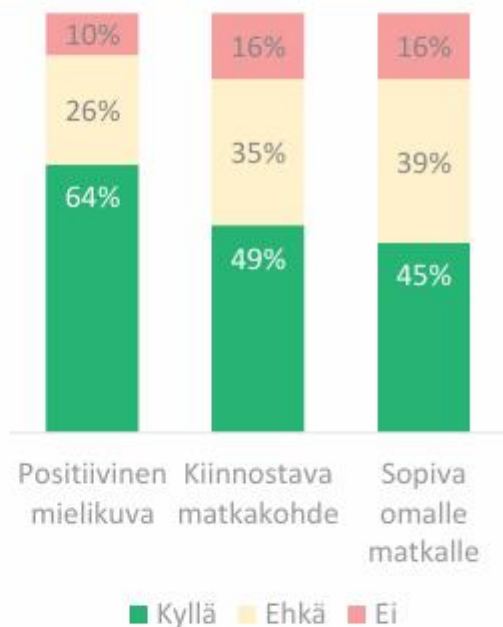


■ Kyllä ■ Ehkä ■ Ei

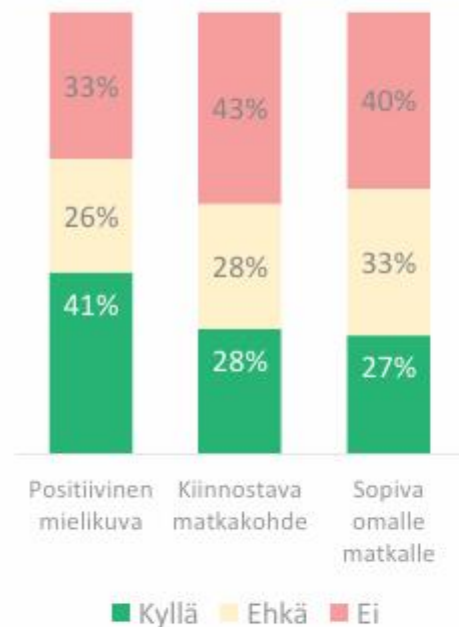
Seikkailu ja action houkuttelevat osaa, mutta korkeudenpelko ja vauhdikkuus rajaavat kiinnostusta.



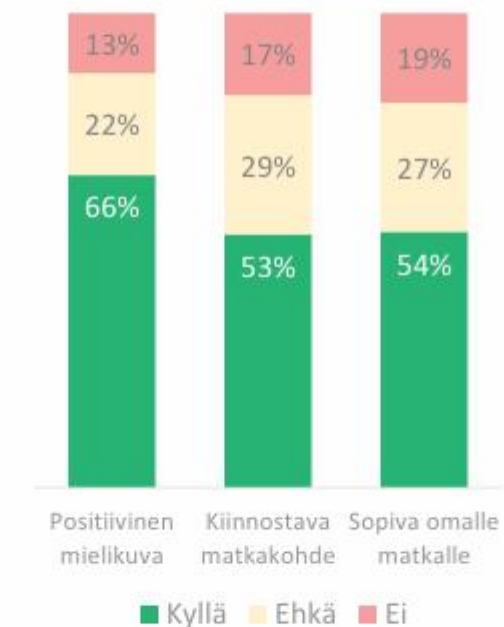
Erittäin vahva: rauha, järvenranta, viihtyisyys ja luonnonläheinen majoitus.



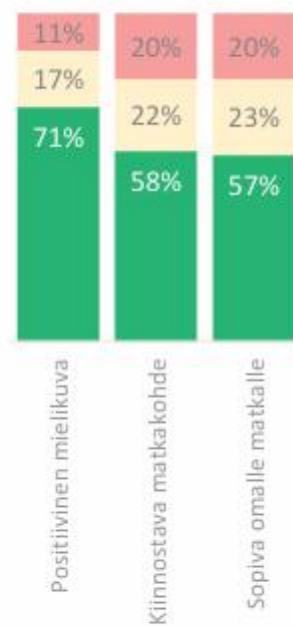
Taide, puuinteriööri ja kulttuuri kiinnostavat osaa, mutta kuva ei aukea kaikille yhtä vahvasti.



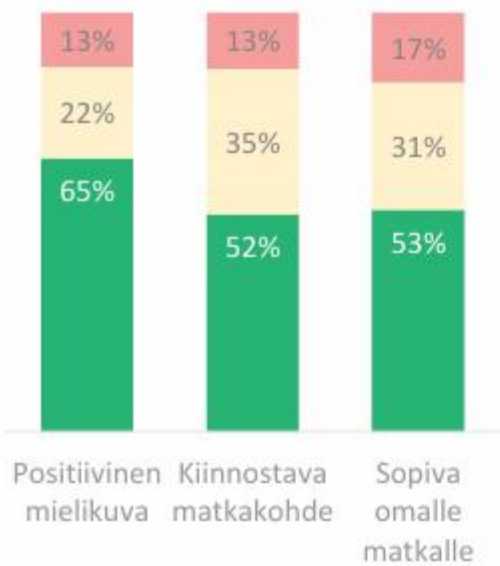
Arkkitehtuuri kiinnostaa rajatusti, mutta kirkko ei erotu monelle Lapin-matkan syyksi.



Luonnonrauha, jylhyys ja erikoisuus houkuttelevat; osa pitää näkymää liian passiivisena tai yksinäisenä.

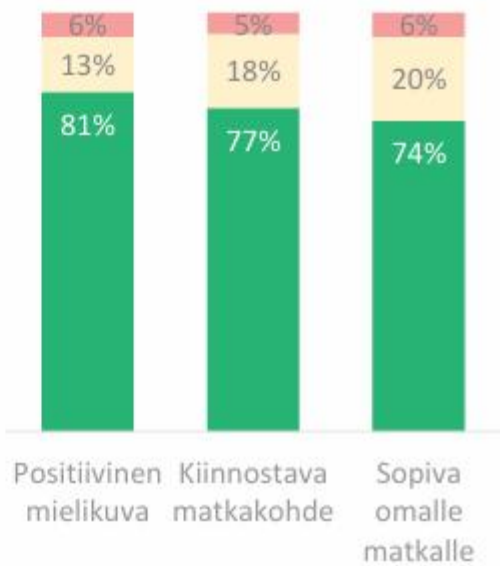


Sauna ja rentoutuminen toimivat hyvin; osalle sauna ei yksin riitä matkasyysksi tai koetaan tutuksi.



■ Kyllä ■ Ehkä ■ Ei

Avotuli, ruoanlaitto ja outdoor-tunnelma kiinnostavat; osa epäilee käytännöllisyyttä tai omakohtaisuutta.



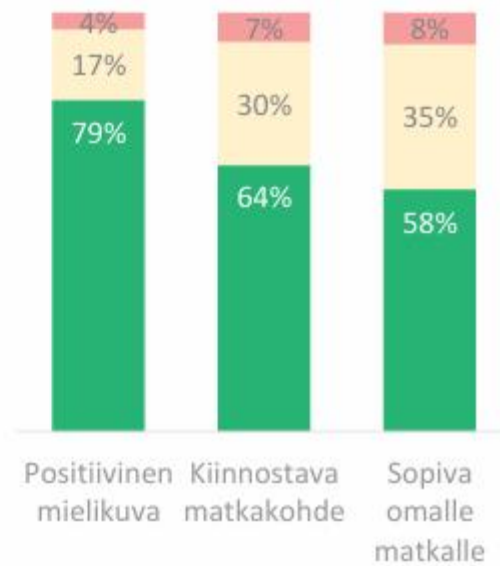
■ Kyllä ■ Ehkä ■ Ei

Kirkas vesi, uiminen ja puhtaus vetoavat voimakkaasti; epäilyksenä veden kylmyys.



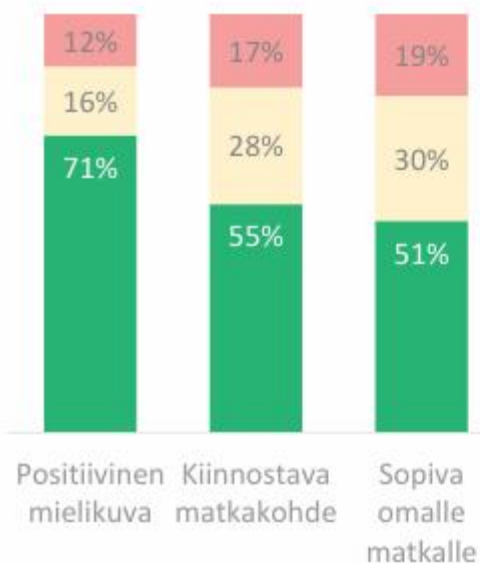
■ Kyllä ■ Ehkä ■ Ei

Vahvin kuva: avaruus, vapaus, maisema ja puhdas ilma tekevät vaikutuksen.

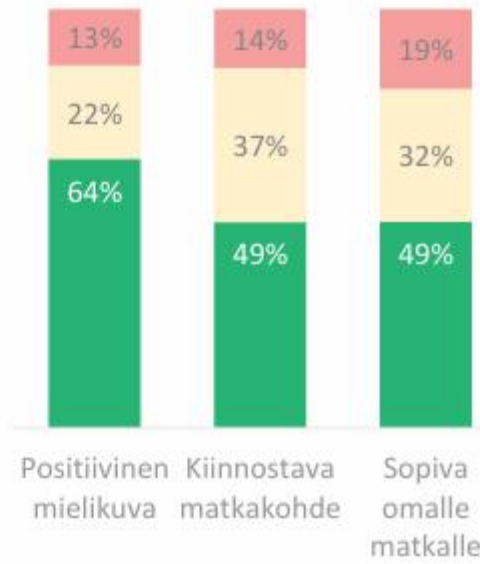


■ Kyllä ■ Ehkä ■ Ei

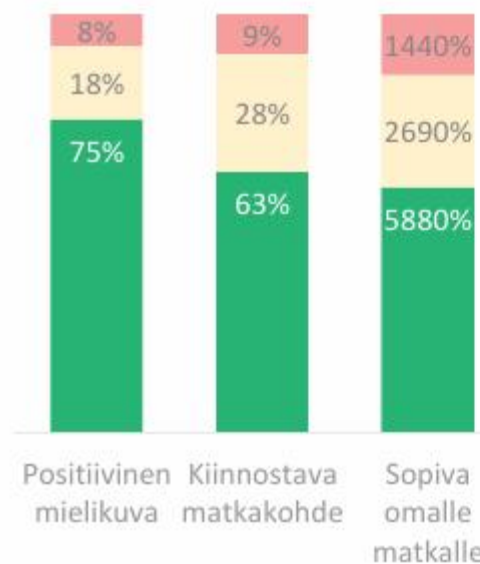
Ruskan värit ja helppo pyöräily toimivat hyvin; osa epäröi pyöräilyä omalle matkalleen.



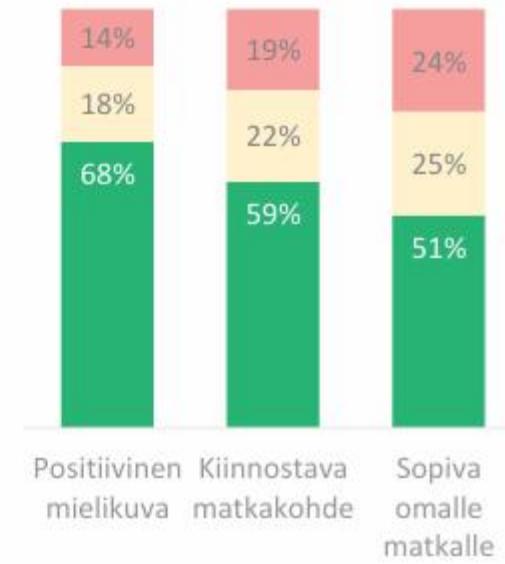
Rauhallinen vesillä olo ja valo houkuttelevat; osa kokee SUPin liian lajisidonnaiseksi.



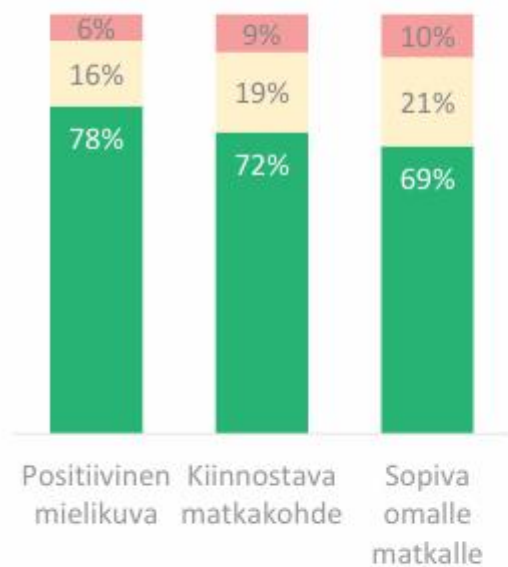
Yhteinen maisemapyöräily ja tunnelma kiinnostavat, mutta pyöräily ei sovi kaikille.



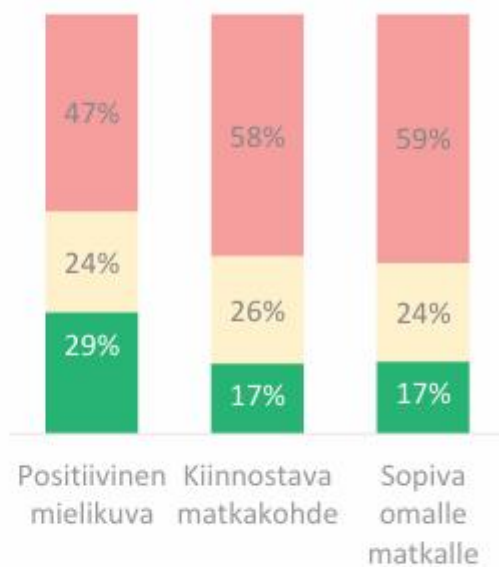
Vaellus on helposti ymmärrettävä ja luonteva Lapin-aktiviteetti; fyysisyys rajoittaa osaa.



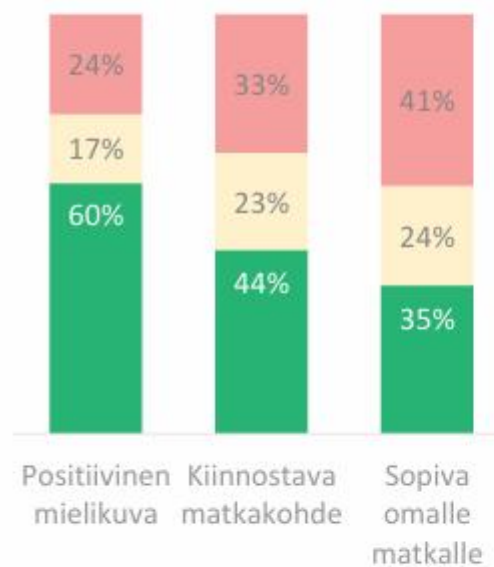
Joki, vene ja kalastus kiinnostavat erityisesti rauhallisena tekemisenä; osalle liian kalastuspainotteinen.



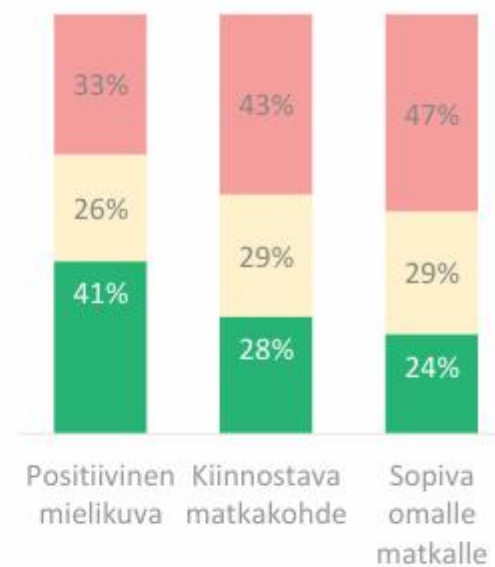
Porot ovat erittäin vetovoimainen ja omaleimainen Lapin elementti; eläinten näkeminen luonnossa kiinnostaa.



Selvästi heikoin: golf koetaan harrastukseksi, jota voi tehdä missä vain eikä syyksi lähteä Lappiin.



Adrenaliini ja seikkailu vetoavat osaan, mutta moni kokee koskenlaskun liian rajuksi tai riskialttiiksi.



Bike park on niche ja koetaan usein liian vaikeaksi tai vaaralliseksi, vaikka osa pitää sporttisuudesta.

■ Kyllä ■ Ehkä ■ Ei

■ Kyllä ■ Ehkä ■ Ei

■ Kyllä ■ Ehkä ■ Ei

■ Kyllä ■ Ehkä ■ Ei