



LOMA-ASUNTOJEN OMISTAJIEN VERKOSTOTAPAAMINEN

YLPEÄNÄ KOHTI UUTTA AIKAKAUTTA

17.1.2025



ILLAN OHJELMA

17.00 – 17.15 Tervetulosanat, Satu Pesonen, toimitusjohtaja ja Minna Mikkonen, omistajapalveluvastaava

17.15 – 17.30 Liiketoiminnan hallittu, kestävä kasvu Levillä ja Kittilässä, Katariina Palola, Elinkeinojohtaja, Kittilän kunta

17.30 – 17.45 Rakennetun ympäristön viihtyisyys osana matkailukokemusta

- Lomahuoneiston omistajien / taloyhtiöiden velvollisuus alueen siisteyden osalta, Marianne Hietalahti, projektipäällikkö, Kideve Elinkeinopalvelu
- Kesäasiakkaiden huomioiminen, Minna Mikkonen

17.45 – 18.15 Vastuullisuus ja turvallisuus loma-asumisessa, Riku Mäenpää, turvallisuuskouluttaja, Lapha

18.15 – 18.30 Kahvitauko

18.30 - 19.30 Visit Levin ajankohtaiset

- Verkkokaupan kehitys, Minna Mikkonen
- Visit Levin Markkinointistrategia / miten markkinoimme Leviä maailmalla, Johanna Kuosmanen



LENNOT JA LUMETTOMAN AJAN MATKAILUN KEHITTÄMINEN

Satu Pesonen

REITTILENNOT 2024 - 2025

Lentoyhtiö	Reitti	Ajankohta
AirBaltic	Tallinna-Tre-KTT	13.12.24-29.3.25
AirBaltic	Riga - KTT	14.12.24 - 8.3.25
Eurowings	Dusseldorf - KTT	30.11.24 - 29.3.25
EasyJet	Manchester - KTT	14.11.24 - 5.1.25
EasyJet	Lontoo Gatwick - KTT	23.11. - 31.12.24
Air France	Pariisi CDG - KTT	21.12.24 - 29.3.25
Luftahansa	Munich - KTT	30.11.24 - 14.3.25
EasyJet	MXP - KTT	20.11.24 - 26.3.25
EasyJet	CDG - KTT	21.11.24 - 23.3.25
Eurowings	Hampuri - KTT	12.01.- 26.03.25
Austrian Airlines	Wien - KTT	8.12.24-16.3.25
Edelweiss	Zurich - KTT	11.12.24 - 26.3.25
Transavia	Pariisi Orly - KTT	14.12.24 - 8.3.25
Discovery Airlines	Frankfurt - KTT	17.12. 24 - 28.3.25
KESÄ 2025		
Discovery Airlines	Frankfurt - KTT	1.4.25 - 20.10.25
Edelweiss	Zurich - KTT	14.6. - 13.9.2025





KITILÄN LENTOKENTÄN ENSIMMÄINEN YMPÄRIVUOTINEN, KANSAINVÄLINEN REITTILENTO FRANKFURTISTA

- Kerran viikossa toukokuussa
- Kaksi kertaa viikossa kesä-lokakuu



EDELWEISS LENTÄÄ ZÜRICHISTA KERRAN VIIKOSSA
14.6. – 13.9.2025



**RYANAIR LENTÄÄ KESÄLLÄ MILANOSTA ROVANIEMELLE
KAHDESTI VIIKOSSA.**

MATKA AIDOSTI YMPÄRIVUOTISEKSI KOHTEEKSI

1. Pohjatyöt

- Kesämatkailun tutkimus 2023
- Tilanne on muuttunut selkeästi 2,5 vuoden aikana

2. Kriittinen vaihe

- Tunnettuuden kasvattaminen markkinoinnin keinoin
- Markkinointi ja myyntityö, jotta lennot saadaan täyteen
- Tehdään yhteistyötä lentoyhtiöiden kanssa

3. Onnistuminen omassa käsissä

- Tyytyväiset vieraat, jotka kertovat positiivista viestiä ystävilleen sekä tekevät kivaa somea
 - Lisää ympärivuotisia lentoyhteyksiä
 - Palaavat asiakkaat

4. Taloudellinen vaikuttavuus

- Aidosti ympärivuotinen matkailukohde
- Merkittävät aluetaloudelliset vaikutukset monella eri tasolla esim. asuntotilanteeseen

”PITKÄ KAUSI”

- Myös toukokuussa tulee lento kerran viikossa Frankfurtista, lokakuussa kaksi kertaa viikossa
 - Miksi toukokuussa ja lokakuussa?
- Kesäkuun puolesta välistä alkaen kansainväliset lennot tiistaisin, perjantaisin ja lauantaisin
- ”Pitkä kausi” – pääsiäinen huhtikuussa
 - Finnairin paremmat kotimaan lentoyhteydet huhtikuussa
 - Discoverin lennot huhtikuussa
- Ylläs-Levi hiihto pe 4. – la 5.4.2025
- Vappu heti pääsiäisen jälkeen
- Levi Six –tuolihissi auki 18.5.2025 asti

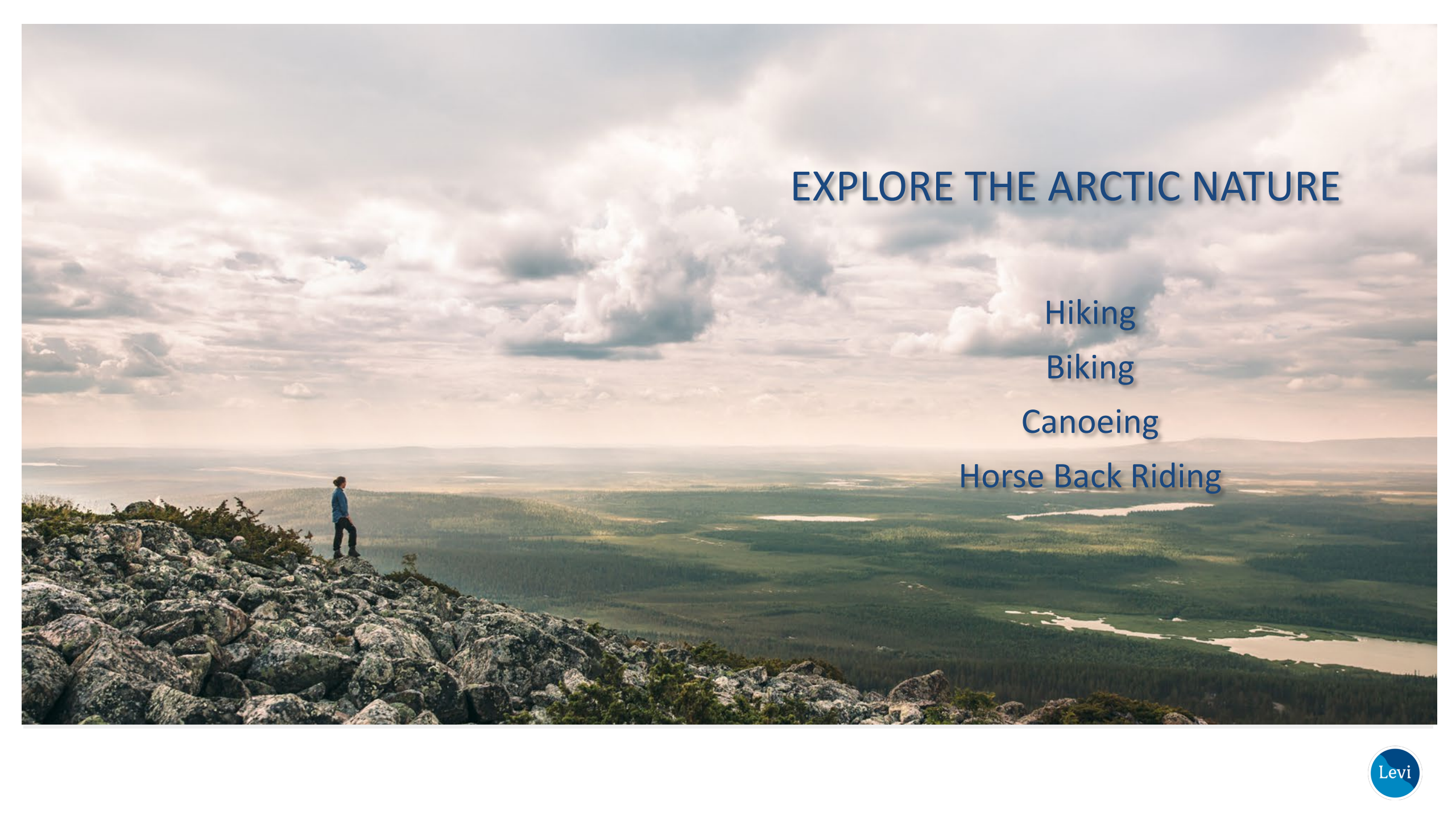
ASIAKASKUNTA KANSAINVÄLISTYY MYÖS LOMAHUONEISTOISSA

- Reittilentojen myötä asiakasprofiili muuttuu → Kysyntä paikan päällä kasvaa
- Kansainväliset matkailijat lomahuoneistossa
 - Hintaan kannattaisi sisällyttää siivous ja liinavaatteet
 - Etsivät hyvä tasoista majoitusta – uusien kohteiden määrä kasvanut → kannattaa ylläpitää huoneiston tasoa
 - Tekstiilit
 - Tyynyt ja petivaatteet
 - Kalusteet
 - Raikas yleisilme
 - Kunnon ohjeistukset
 - Tulipesien käyttö, pesukoneet, astianpesukoneet
 - Voisiko hanat jättää päälle silloin kun on varattu putkeen
 - Palo- ja häkähälyttimet

Kesän myynti tehdään talvella (kaikilla tasoilla) ja siihen tarvitaan jokaista meistä!

KESÄTUTKIMUS PÄHKINÄNKUORESSA

- **Mitkä jutut kiinnostaa?**
 1. Patikointi, maisemien katselu ja kansallispuistot
 2. Poro- ja huskytilat
 3. Ravintolat / ruoka
 4. Opastetut kierrokset
 5. Kesämökkielämä
 6. Suomalainen elämäntapa
 7. Keskiyön aurinko
- **Yli 80 % vastanneista haluaa matkustaa pääkohteen ulkopuolelle**



EXPLORE THE ARCTIC NATURE

Hiking

Biking

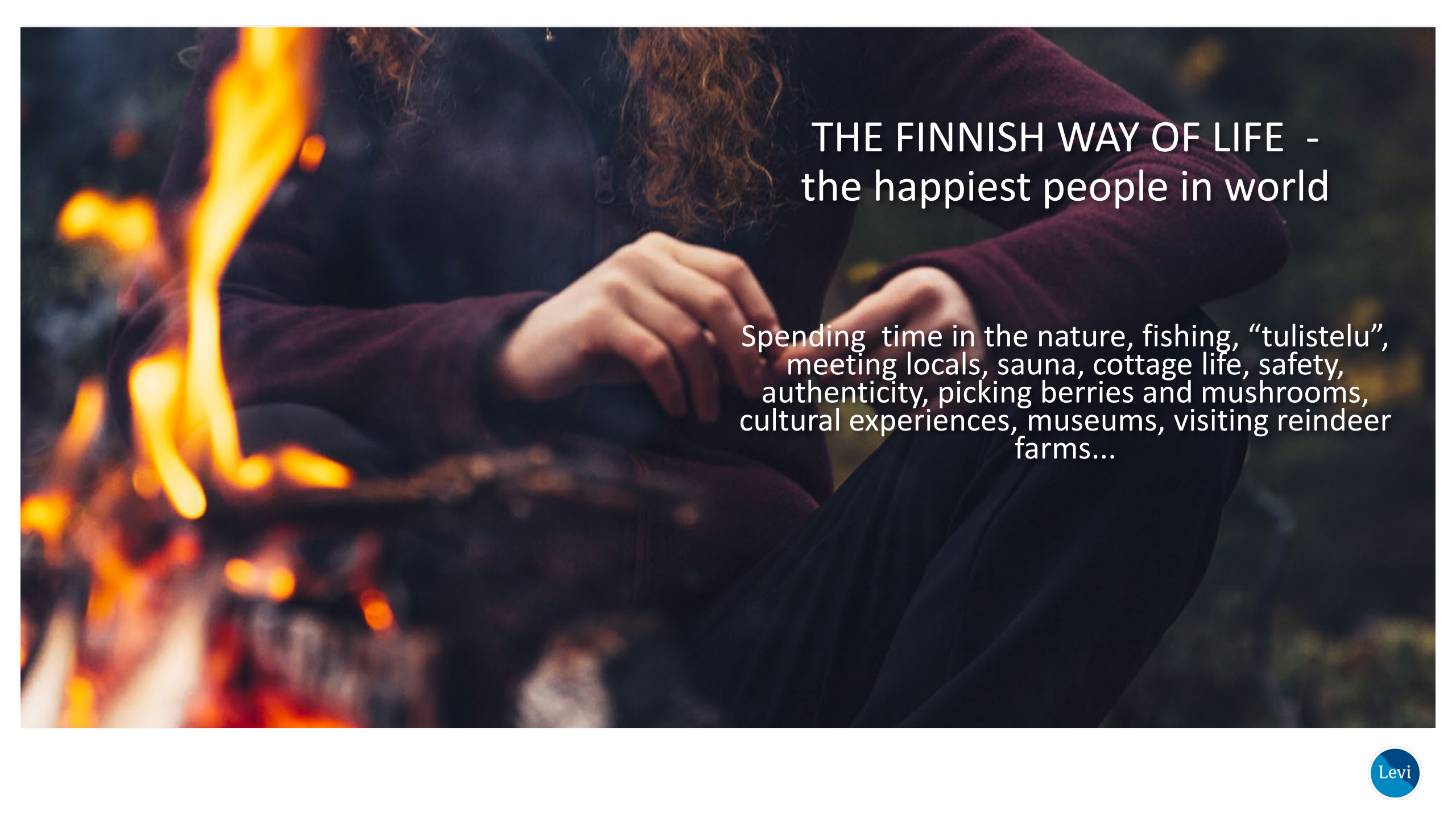
Canoeing

Horse Back Riding

A woman with blonde hair, wearing a white towel and a light-colored hat with a flower, is sitting on a wooden bench in a sauna. She is leaning back with her eyes closed, appearing to be in a state of relaxation. To her right, there is a wooden bucket filled with sauna tools, including a wooden spoon and a rope. The background is dark and textured, suggesting the interior of a wooden sauna.

ARCTIC WELLBEING

Sauna, swimming in the lake, the cleanest
air in the world, relaxing in the nature,
nature's super food

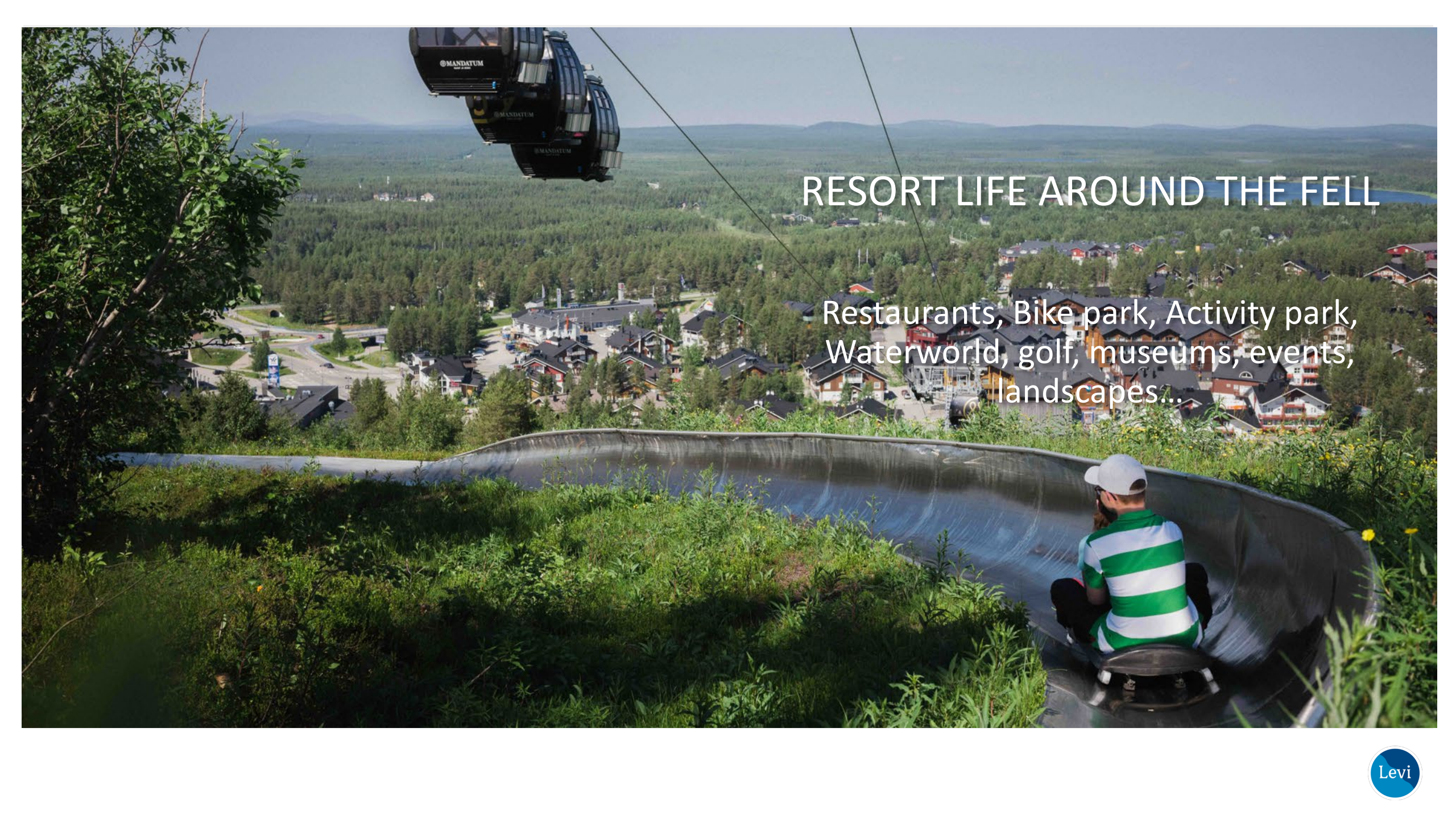
A person with long, curly brown hair is sitting outdoors at night, wearing a dark maroon hoodie. They are positioned next to a bright, crackling campfire. The person's hands are resting on their lap, and they appear to be looking down. The background is dark and out of focus, suggesting a forest or natural setting.

THE FINNISH WAY OF LIFE - the happiest people in world

Spending time in the nature, fishing, “tulistelu”, meeting locals, sauna, cottage life, safety, authenticity, picking berries and mushrooms, cultural experiences, museums, visiting reindeer farms...

MIDNIGHT SUN





RESORT LIFE AROUND THE FELL

Restaurants, Bike park, Activity park,
Waterworld, golf, museums, events,
landscapes...

KERROTAAN TARINA

Myynnissä BtoC ja BtoB
Markkinoinnissa
Asiakaskohtaamisissa

KÄYTÄNTÖÖN

- Rakennetaan oikeanlaisia odotuksia kaikkien 8 vuoden ajan osalta – luonnon vuosikello
- Käymme keskusteluja aukioloajoista ja ohjelmista
 - Jokaiselle päivälle jotakin, ei kaikkia samalle päivälle
- Olemme rakentaneet viikko-ohjelman, niin että jokaiselle päivälle on jotakin tekemistä myös toukokuussa
 - Kerrotaan ja suositellaan naapurin palveluita
- Kunta on erittäin sitoutunut omalta osaltaan tekemään asioita kesän onnistumiseksi
- Kunnan ja Visit Levin yhteinen To Do –lista
 - Kiinnitetään huomiota ympäristön siisteyteen
 - Halutaan sitouttaa myös majoittajia ja yrittäjiä
 - Keskustellaan esim. lentokenttäkuljetuksista, vuokra-autotarjonnasta ja takseista



KEVÄÄN JA KESÄN TAPAHTUMIA

YLLÄS-LEVI HIIHTO

- Perjantaina 4.4.2025 perinteisellä tyyllillä
- Lauantaina 5.4.2025 vapaalla tyyllillä

SUNNUNTAINA 6.7.2025

LEIKITÄÄN PIKKU KAKKOSTA



2024

[YLE.FI/LAPSET](https://yle.fi/lapset)

MLL

LEVI BIKE & OUTDOOR FEST 18. – 26.7.2025





LAPLAND O WEEK.

LEVI, KITTILÄ

ELÄMYSRASTIVIIKKO
19.7.-24.7.2025



Liiketoiminnan hallittu ja kestävä kasvu Kittilässä ja Levillä



Katariina Palola, elinkeinojohtaja

Kideve Elinkeinopalvelut, Kittilän kunta

Kittilä

- ❖ Väestömäärä lähes 7000
- ❖ Suomen neljänneksi laajin kunta (n. 8000 km²)
- ❖ 30 kylää, 10 tunturia, 718 järveä
- ❖ EVP (elinvoima, vetovoima, pitovoima)
–indeksillä mitattuna Suomen kärkeä
- ❖ Kasvava ja vetovoimainen, kunnalla vahva talous
- ❖ 900 yritystä, joiden liikevaihto n. 900 milj. eur



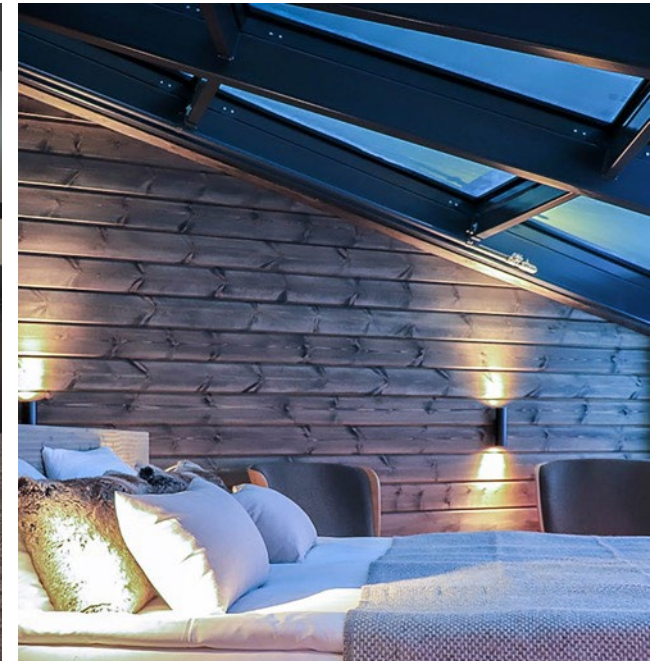
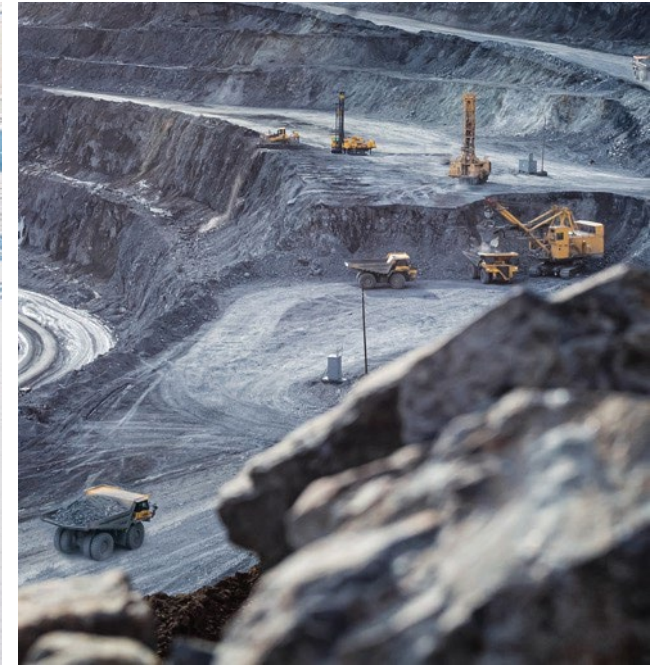
Matkailun kehitys

- ❖ Matkailun alku jo ennen sotia
- ❖ Ensimmäinen hiihtohissi 1964
- ❖ Ensimmäinen loma-asuntokaava 1977
- ❖ Pitkäjänteistä kehittämistä
- ❖ Kittilän kunta sitoutunut matkailun kehittämiseen jo vuosikymmenten ajan



Kittilän elinkeinot

- ❖ Ympäri vuotinen palveluliiketoiminta, matkailu
- ❖ Teollisuus: Euroopan suurin kultakaivos, 1100 työntekijää
- ❖ Alkutuotanto (poro-, maa- ja metsätalous)
- ❖ Useita uusia hotellihankkeita tulossa
- ❖ Kittilän lentoaseman matkustajamäärä yli 400 000
- ❖ Kittilän Narikan eli kirkonkylän kehittyminen



- ❖ Kestävä kehitys: taloudellinen, ekologinen, sosiaalinen ja kulttuurinen
- ❖ Ympäri vuotinen ja kannattava liiketoiminta, kunnan vahva talous
- ❖ Monipuoliset julkiset palvelut
- ❖ Kunnan ilmasto-ohjelma, yritysten ympäristösertifikaatit
- ❖ Asuntotilanne parantumassa
- ❖ Työvoiman saanti, Levi Kampus
- ❖ Paikallisuuden huomioiminen



Kittilän kunta



Kunnan osuus Levin tapahtumat ja markkinointi v. 2025

- ❖ Alueen matkailuneuvonta ja kansainvälinen markkinointi 170 000 eur
- ❖ Ympärivuotisen matkailun kehittäminen 120 000 eur
- ❖ Ylläs-Levi -hiihto 20 000 eur
- ❖ Levi Bike Fest ja Outdoor Fest 15 000 eur
- ❖ FIS Alpine World Cup 70 000 eur
- ❖ Levin syksyn tapahtumien kehittäminen 10 000 eur
- ❖ Saavutettavuuden (lentoliikenne) kehittäminen 70 000 eur
 - ❖ Tapahtumat ja markkinointi yhteensä 475 000 eur
- ❖ Kideven EU-hankkeiden rahoitus vuodessa noin 200 000 -250 000 eur
- ❖ Latujen ja reittien ylläpito vuodessa yli 700 000 eur

Esimerkkejä kunnan infrarakentamisesta vuonna 2025 Levillä

- ❖ Rakkavaarantie, katujen saneeraus 1 100 000 eur
- ❖ Tunturitien korjaus 700 000 eur
- ❖ Seita-alueen kadut 1 600 000 eur
- ❖ Ahvenjärven ja Immellompolon kadut 600 000 eur
- ❖ South Point –West Point kevyen liikenteen väylä 800 000 eur
- ❖ Levin torin valaistuksen korjaus 50 000 eur
- ❖ Laaksotori ja maanalainen P-alue 2 300 000 eur
- ❖ Levin katuvalaistuksen saneeraus 100 000 eur
- ❖ Levin asfalttityöt ja katujen suunnittelu 250 000 eur
- ❖ Ulkoilureitit, moottorikelkkareitit, pyöräreitit 460 000 eur

Kiitos!



www.kittila.fi
www.kideve.fi



RAKENNETUN YMPÄRISTÖN VIIHTYISYYS OSANA MATKAILUKOKEMUSTA

Omistajatapaaminen 17.1.2025

Uudistuva ja kestävä
palveluliiketoiminta Kittilässä -hanke



**Euroopan unionin
osarahoittama**



LAPIN LIITTO



UUDISTUVA JA KESTÄVÄ PALVELULIIKETOIMINTA KITTELÄSSÄ (A81169)

Innovative and Sustainable Service Business in Kittilä

Hankkeen toteuttamisaika 1.10.2024 – 31.12.2026

Hankkeen budjetti 248 162 €, josta 80 % (198 530€) on EAKR-tukea.

Toteuttaja Kideve Elinkeinopalvelut, Kittilän kunta. Rahoittava viranomainen on Lapin liitto

Varsinaisena kohderyhmänä ovat kittiläläiset palveluliiketoimintaa harjoittavat pk-yritykset



**Euroopan unionin
osarahoittama**



LAPIN LIITTO



LOMAHUONEISTOJEN OMISTAJIEN/TALOYHTIÖIDEN ROOLI ALUEEN VIIHTYISYYDEN OSALTA

-Alueen viihtyisyys on tärkeä osa vierailijan matkailijakokemusta, mutta tärkeää myös paikallisille.

Pyrkimyksenä on matkailun ympärivuotisen liiketoiminnan kehittäminen, mutta tulokset eivät synny itsestään, joten panostuksia on tehtävä myös lumettomalle ajalle

-Lumettoman ajan kehittämiseen liittyvä resurssi on vähimmillään sitä, että kiinnitetään huomiota kiinteistön siisteyteen, viihtyisyyteen ja toimivuuteen ympärivuotisesti

- Pidetään ympäristö siistinä roskista ja ylimääräisistä tavaroista
- "Pusikoiden raivaus"
- Pihan/terassin/parvekkeen viihtyisyyden huomiointi (ulkokalusteet ja mahdollisesti grilli/ulkotulipaikka)
- Kesäkukat?
- Pyöräteline?

-Huolehdithan myös kiinteistöön rajautuvien alueiden siisteydestä. Huomioitavaa on, että kaikki yleiset alueet eivät ole kunnan vastuulla



**Euroopan unionin
osarahoittama**



LAPIN LIITTO



KENELLE KUNNOSSA- JA PUHTAANAPITO KUULUU?

Kiinteistönomistaja ja/tai vuokraaja – huolehdi roskien poistosta kiinteistösi ympäriltä, myös katualueelta kiinteistösi kohdalla

Lain mukaan Levin ydinkeskustassa katualueiden puhtaanapito kuuluu kiinteistönomistajille niinsanotun keskilinjaperiaatteen mukaisesti:

- Kiinteistön omistajan tulee pitää katualue puhtana kiinteistönsä kohdalta kadun keskiviivaan asti. Tämä koskee sekä ajoradallisia katuja että kävelykatuja.
- Niiltä osin kun tontti ei rajoitu katuun, tulee kiinteistönomistajan pitää tontin ympäriltä kolmen metrin etäisyydeltä alue puhtana.
- Kiinteistönomistajan tulee huolehtia että se kiinteistönhuolto-yhtiö, joka kiinteistöä huoltaa, hoitaa roskien siivouksen asianmukaisesti.
- Kiinteistöjen omistaja vastaa omista puisto- ja metsäalueidensa puhtaanapidosta.

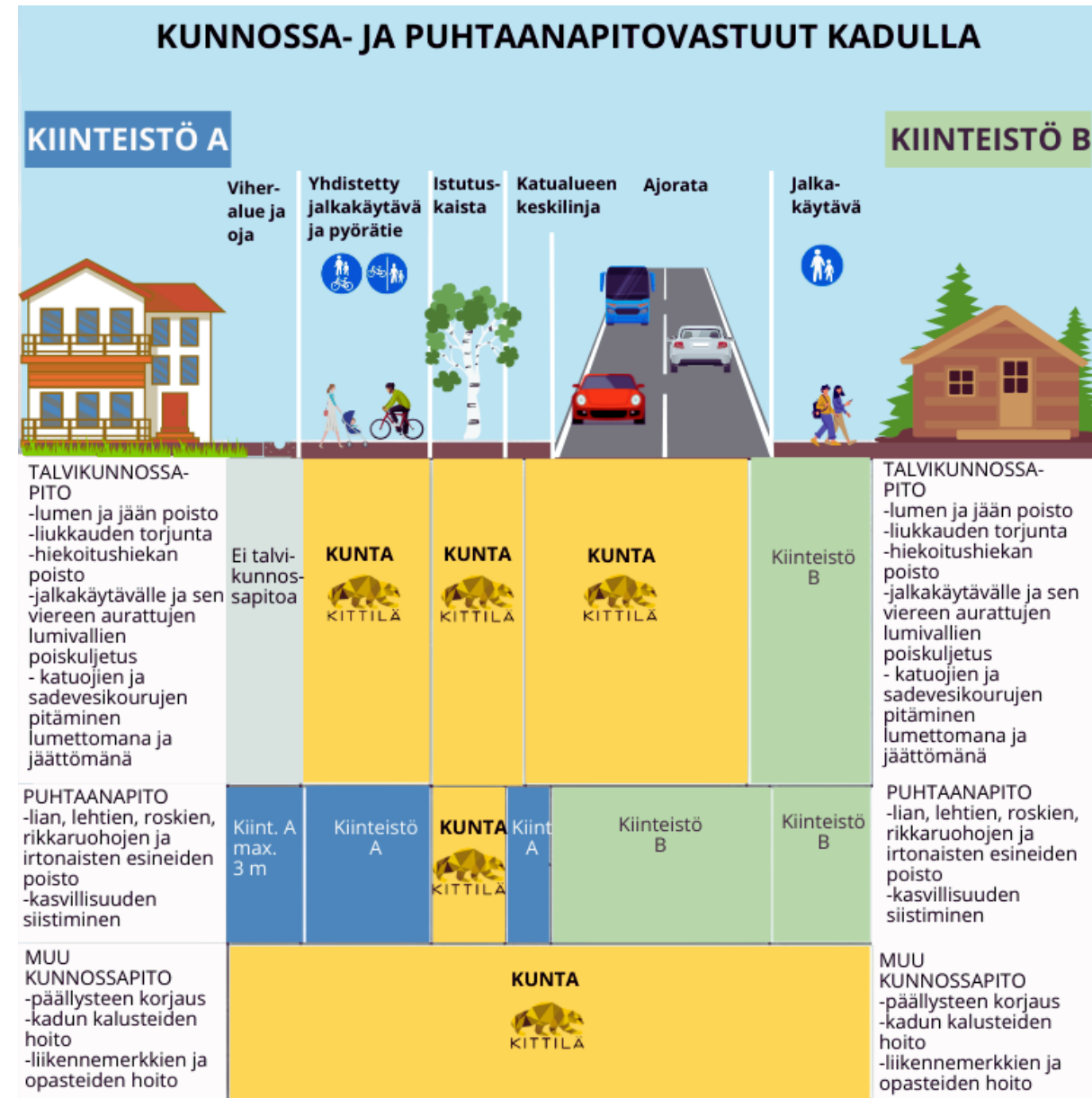
Lisätiedot:

[Laki kadun ja eräiden yleisten alueiden kunnossa-... 669/1978 -](#)

[Ajantasainen lainsäädäntö - FINLEX®](#)

[Kiinteistönomistajien ja kunnan vastuut katujen puhtaanapidosta |](#)

[Kittilä](#) ja [Etusivu](#) | Kideve RYLK



Euroopan unionin
osarahoittama



LAPIN LIITTO



KITILÄ
PUHDASTA KULTAA

JÄTEHUOLTO

- Majoitusyrityksistä syntyvä jäte (hotelleja lukuun ottamatta) kuuluu asumisen jätteisiin, eli Lapecon jätehuollon piiriin.
- Yritykset saavat valita itse jätehuoltoyhtiönsä, mutta asumisen jäte on automaattisesti Lapecon vastuulla, ja siten myös majoitusyritysten jäte.
- Mökin sijainnista ja käyttöasteesta riippuen kiinteistö tulee liittää kiinteistökohtaiseen jätehuoltoon (=jäteauto käy mökillä tyhjentämässä jäteastian) tai kiinteistön jätteet viedään itse aluekeräyspisteelle.

Lisätietoja:

[Kierrätys ja jätehuolto | Kittilä](#)

Sekä Lapecon sivuilta [Lapin Jätehuolto kuntayhtymä Lapeco](#) ja Lapecon asiakaspalvelusta



**Euroopan unionin
osarahoittama**



LAPIN LIITTO





**KOTITALOUDEN
TYHJÄT JA KUIVAT
MUOVIPAKKAUKSET**

Irrota korkit ja kannet ja laita ne keräysastiaan erikseen.

- Elintarvikepakkaukset
- Pesuainepakkaukset
- Muut kotitalouden muovipakkaukset, -pullot ja -purkit
- Noutoruoka-astiat ja -pakkaukset
- Muovikassit, -pussit ja -kääreet
- Styrox-pakkaukset

**EMPTY AND DRY
PLASTIC PACKAGING
FROM HOUSEHOLDS**

Remove caps and lids and place them in the collection container separately.

- Plastic food packaging (e.g. yoghurt cups and ready-meal trays)
- Detergent, shampoo, and soap packaging
- Other household packaging (e.g. plastic bottles, cans, jars, and washing gear)
- Plastic bags and wrappers
- EPS or Styrofoam packaging



**KOTITALOUDEN
TYHJÄT JA KUIVAT
KARTONKIPAKKAUKSET**

Litistä ja pakkaa sisäkkäin.

- Maito- ja mehutölkit
- Muro- ja keksipaketit
- Paperipussit, -kassit ja käärepaperit
- WC- ja talouspaperirullien hylsyt
- Pizzalaatikot, munakennot, kartonkimukit
- Pahvilaatikot

**EMPTY, DRY, FLATTENED AND
PACKED INSIDE ONE
ANOTHER**

- Cardboard boxes
- Cartons, e.g. milk and juice cartons
- Cartons for Pizza boxes, egg cartons
- Dry products, e.g. cereal and biscuit packets
- Paper bags
- Disposable tableware made of cardboard
- Toilet and kitchen roll tubes



**KOTITALOUDEN
TYHJÄT JA KUIVAT
METALLIPAKKAUKSET SEKÄ
PIENMETALLI**

Huuhtelee likaiset metallipakkaukset tai pyyhkäise paperilla. Spraypullot eivät saa hölsyä tai pihistä.

- Säilyketölkit, metallikannet ja -korkit
- Alumiinivuorat ja foliot
- Metalliset kahvikapselit
- Maalipurkit ja spraypullot
- Kodin pienmetalliesineet, kuten kattilat ja aterimet

**EMPTY, CLEAN AND DRY
METAL PACKAGING AND
SMALL METAL HOUSEHOLD
OBJECTS**

- Tins
- Non-deposit beverage cans
- Metal lids, caps and closures
- Aluminium trays, foil and covers
- Paint tins
- Non-pressurised aerosol cans
- Pots and pans
- Cutlery, scissors and tools
- Other small metal objects (nails, screws, etc.)
- Aluminium tealight cups



**KOTITALOUDEN
TYHJÄT JA KUIVAT
LASIPAKKAUKSET**

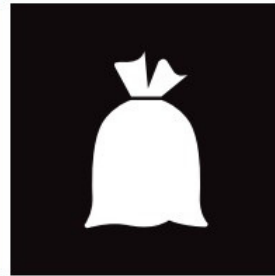
- Lasipullot
- Lasipurkit

Poista korkit ja kannet. Kaulusrenkaita ja etikettejä ei tarvitse poistaa. Huuhtelee likaiset lasipakkaukset tai pyyhkäise paperilla.

**EMPTY AND DRY
GLASS PACKAGING**

- Glass bottles
- Glass jars

Remove caps and lids. Rinse dirty glass packaging if necessary. It is not necessary to remove labels and bottle neck rings. The other types of glass, e.g. drinking glasses and mirrors, should be sorted into mixed waste.



SEKAJÄTE

Materiaalihyötykäyttöön soveltumattomat jätteet

- Vaipat, imuripussit
- Rikkinäiset lelut
- Lasi-, posliini ja muoviastiat
- Hehku- ja halogeenilamput
- CD- ja DVD-levyt
- Kierrätykseen kelpaamattomat tekstiilit, muovit, kartongit
- Tuhkat (jäähdytteenä ja pussiin pakattuna)
- Biojätteet (mikäli kiinteistöllä ei kompostoida)

Ei saa laittaa:

- Palo- tai räjähdysvaaralliset jätteet
- Vaaralliset jätteet
- Hiekoitushiekka tai maa-ainekset
- Sähkö- ja elektroniikkaromut

**DAILY WASTES WHICH CANNOT
BE RECYCLED**

- Diapers and other sanitary products
- Dirty textiles, toys
- Cleaning supplies, e.g. vacuum cleaner bags
- Stationery, records, CDs and DVDs
- Plastic bags and packaging, if not recycled
- Biowaste, if not recycled
- Small amounts of incombustible waste, e.g. tableware and light bulbs.



PUHDAS JA KUIVA PAPERI

- Sanoma- ja aikakauslehdet
- Mainokset, esitteet, tuoteluettelot ja muut vastaavat painotuotteet
- Toimistopaperi, kuten kopiopaperit ja tulosteet
- Kirjekuoret

Niittejä ja paperiliittimiä ei tarvitse poistaa.

CLEAN AND DRY PAPER

- Newspapers and magazines
- Adverts, brochures and other similar printed products
- Envelopes
- Product catalogues
- Postcards
- Copy paper and printouts
- White drawing and notepad paper.
- Staples and paperclips do not need to be removed.





Kiitos!



Marianne Hietalahti, projektipäällikkö
marianne.hietalahti@kittila.fi, 040 487 7556

Uudistuva ja kestävä palveluliiketoiminta
Kittilässä -hanke



**Euroopan unionin
osarahoittama**



LAPIN LIITTO





KESÄMATKAILIJOIDEN HUOMIOINTI

Minna Mikkonen

HUOMIOITA KESÄMATKAILUSSA

- Hyttysverkot
- Pimennysverhot
- Pihojen siisteys (pajut, horsmat yms.)
- Mahdollisuus tuuletukseen / viilennykseen
- Suursiivoukset
- Yle siirtyy vain teräväpiirtolähetyksiin tv:ssä 1.4.2025 alkaen
- Kesä- vs. talvikuvat



VASTUULLISUUS JA TURVALLISUUS LOMA-ASUMISESSA

Riku Mäenpää, turvallisuuskouluttaja, Lapha



VERKKOKAUPAN KEHITYS

Minna Mikkonen

VERKKOKAUPAN KEHITYS

- Matkakauppa on päivittynyt ja tulee päivittymään kevään aikana
 - Asiakasarvostelut julkiseksi – tämä myöhästyi alkuperäisestä aikataulusta → moderoidaan maaliskuun puoleen väliin
 - Tarjoukset mahdollisia
 - Lahjakortti
 - Halutulokset satunnaisessa järjestyksessä
 - MySafety –vakuutus

The screenshot displays the Levi Chalets website's search results page. At the top, there's a navigation bar with 'Etusivu > Majoitus > Majoitushaku'. Below this, search filters include 'Valitse tyyppi', 'Valitse alue', dates '19.1.2025' and '22.1.2025', and '2 aikuista'. A sidebar on the left titled 'SUODATTIMET Tyhjennä' contains filters for 'Vain vapaana olevat', 'Sanahaku (0)', and a list of regions (Alue) with checkboxes: Tieva/ Etelärinne, Immel, Kittilän kunta, Kouta, Kätkä, Levikeskus, Levi Golf/ Koillisrinne, Levijärvi, Länsirinne, Muu Levi, Petsukka, Rakka, Sirkka, Taalovaara, and Utsuvaara. The main content area, titled 'HAKUSI TULOKSET (677)', shows three listings: 1. 'LEVI CHALETS (SKI-IN SKI-OUT) 45 M2, HUON. 1607' with a 'TARJOUS' tag, 4.5-star rating, and price 'Alk. 600 €'. 2. 'JUKOLA D6/ LAURI' with a 4.5-star rating and price 'Alk. 420 €'. 3. 'KESKITAALO 21' with a 4.5-star rating and price 'Alk. 360 €'. Each listing includes a photo, a brief description, and a 'Näytä kartta' button.



**ONHAN KAIKKI TÄYTTÄNEET ALUSTAOPERAATTORI VUOSI-
ILMOITUSKYSELYN?**



VISIT LEVIN MARKKINOINNIN STRATEGIA - MITEN LEVIÄ MARKKINOIDAAN SUOMESSA JA MAAILMALLA

17.1. 2025

JOHANNA KUOSMANEN



MARKKINOINTISTRATEGIA PÄHKINÄNKUORESSA





Katto-tavoite

Vieraiden määrän kasvattaminen Levillä ympärivuotisesti - erityisesti lumettomalla ajalla

Tavoite

Levi.fi:n tunnettuuden
ja kävijämäärien
kasvattaminen

Relevantit media-,
matkanjärjestäjä- ja
vaikuttajayhteistyö-
vierailut

Levin tunnettuuden ja
Leviin
sitoutuneisuuden
lisääminen

Markkinointilupien
määrän kasvattaminen

Keinot

Ohjaus, relevantit länderit,
löydettävyys (SEO), maksettu
mainonta,
asiakaskokemuksen
parantaminen

Keskittyminen
pääkohdemaihin, profiilit
sopien pääkohderyhmiin
(laatuaktiivi ja
mukavuudenhaluinen).

Orgaaninen näkyvyys, fokus
somestrategian kautta
kohderyhmälle toimivat ja
brändimukaiset sisällöt uudet
yleisöt (esim. kesä) maksetun
median nostojen kautta

Tapahtumat, levi.fi (pop-up
kysely etusivulle, samalla
kartoitetaan kiinnostuksen
kohteita), arvonnat

Mittaa-
minen

Kävijämäärien kehitys
Konversiot, myynti (majoitus,
aktiviteetit, liput)
Käytetyimmät sisällöt
Asiakaspolkuanalyysit
Asiakaskysely

Vaikuttavuuden teho:
tavoittavuus, sitouttaminen,
arvioitu euromääräinen arvo,
kiinnostavimmat sisällöt

Tavoittavuus, kiinnostavuus ja
sitouttaminen, kävijämäärien
kuukausittainen kehitys,
brändinmukaisuus

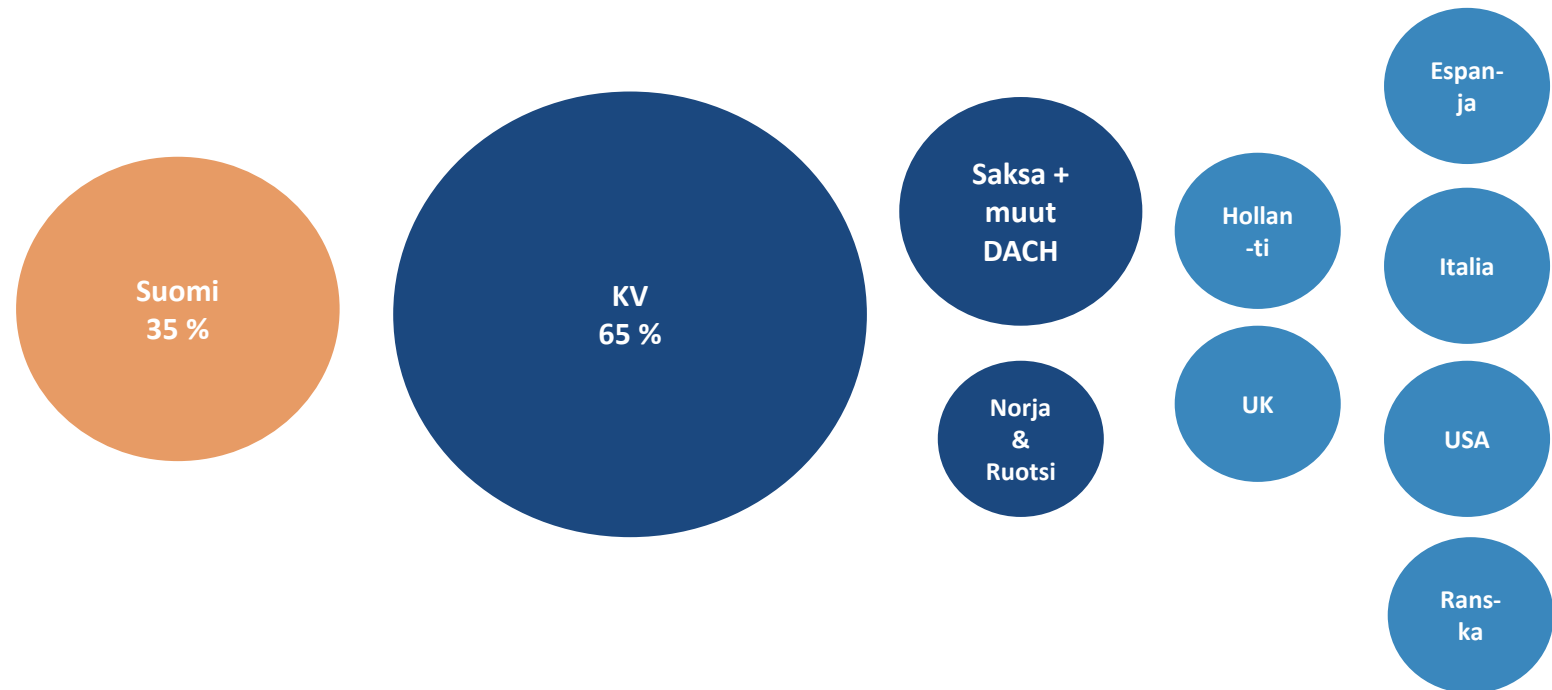
Markkinointilupien määrän
kehitys
Uutiskirjeiden määrä per kk
Aktiivisten asiakkaiden määrä
(avaukset, klikit, reaktio)
Uutiskirjeiden kiinnostavuus
(sisältö), myynti uutiskirjeen
kautta



KOHDEALUEESTA
RIIPPUMATTOMAT YHTEISET
KOHDERYHMÄT



Markkinoinnin
karkea budjettijako

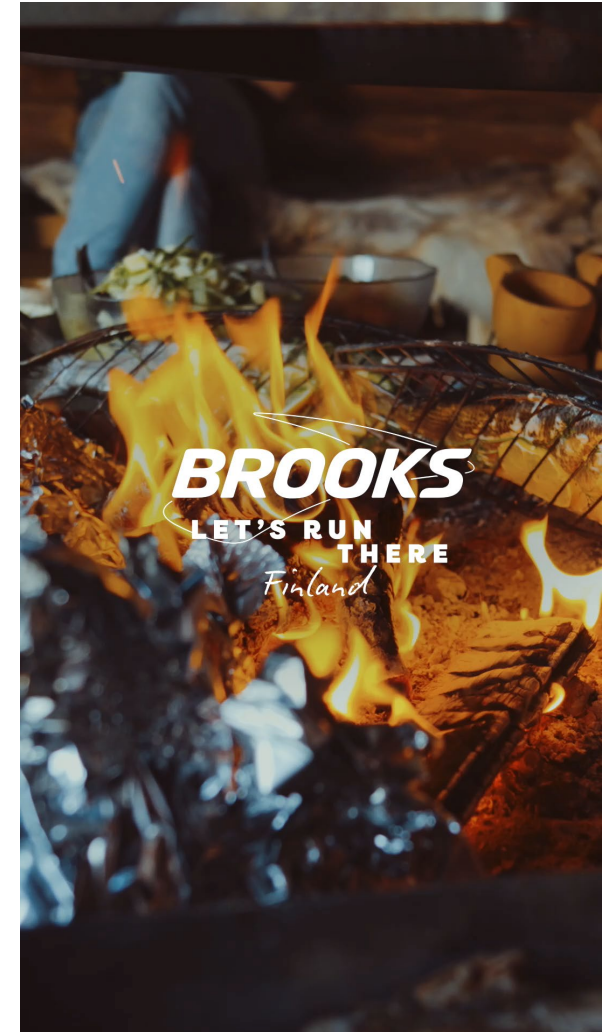


VISIT LEVIN MARKKINOINTI

- Levin kasvu tulee kansainvälisistä vieraista, suomalaiset miinustaa

Kansainväliset markkinat, erityisesti DACH

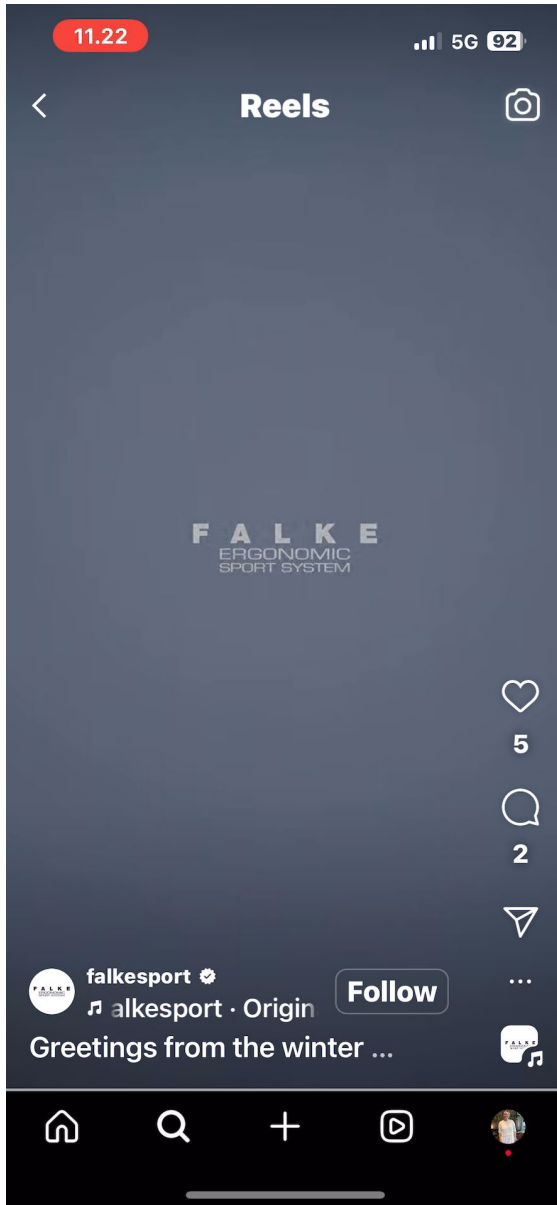
- **Tavoite:** tavoittavuus, tunnettuuden rakentaminen, kauden pidentäminen, lumeton aika
- Puhutaan isoista markkinoista. Suunnitelmallinen keskittäminen, muuten näkyvyys sirpaloituu ja teho häviää
- Kaupalliset yhteistyöt - Levi <3 brändi: esim. Brooks, Falke, kustannustehokasta näkyvyyttä
- Maksetun median jatkuvat digitaaliset kampanjat alkaen touko 2024 →
- Mediyhteistyöt median koon ja relevanssin mukaan
- Yhteistyö kansainvälisten TV-tuotantojen kanssa, miljoonayleisöt
- Elokuveyhteistyön mahdollisuudet kansainvälisen tunnettuuden kasvattamiseksi
- Selektiivisyys vaikuttajamarkkinoinnissa (oikea kohderyhmä, brändiin sopiva vaikuttaja, seuraajamäärän koko), paino kansainvälissä vaikuttajissa
- **Mediavalikko:** Digitaaliset markkinointikanavat keskiössä: Google (esim. SEM, display, Youtube), Meta, muut digitaaliset alustat (kansainväliset mediaverkostot esim. T-Online). Tarvittaessa radio mukana mediavalikossa. Ansaitussa ja yhteistyössä haetaan laajaa peittoa TV-näkyvyydellä.



Brooks x Levi
6.3M uniikkia silmäparia
41M näyttöä
1,56M€



VISIT LEVIN KANSAINVÄLINEN MARKKINOINTI, ESIMERKKEJÄ



Falke X Levi kaupallinen yhteistyö, tuoretta videota Leviltä. Jo tähän mennessä 345k näyttöä ja EST. 350k€

Good Morning Britain
Live x 10
EST. 2,7M+1M



VISIT LEVIN MARKKINOINTI

Suomi, Pohjois-Ruotsi ja Pohjois-Norja

- Markkinointi tukee agiilisti majoitus-, aktiviteetti- ja tapahtumamyyntiä
- **Tavoite:** taktista, muistuttavaa, suoraan myyntiin ohjaavaa
- Suomen taloustilanne huomioiden: kustannustehokas, harkintaryhmässä pysyminen suomalaisten keskuudessa
- **Mediavalikko**
 - Digitaaliset markkinointikanavat keskiössä: Google (esim. SEM, display, Youtube), Meta, muut digitaaliset alustat (esim. Sanoman digitaalinen verkosto).
 - Ulkomainonta erityisesti tapahtumien ja levi.fi nostoon Levillä paikan päällä
 - Paikallinen ja alueellinen printti tapahtumien nostoon
 - TV:n rooli ansaitun median kautta
 - Radio tarvittaessa



Mediateon ulkomainosverkosto,
rautatieasemat, pk-seutu, 2
viikkoa, 2024



KANAVA	TAMMI		HELMI	MAALIS		HUHTI		TOUKO		KESÄ		HEINÄ		ELO		SYYS		LOKA	MARRAS		JOULU	
FI Maksettu some (IG & FB, Tiktok)			Kesä (brändi +taktinen)									Ruska (brändi + taktinen)				Alkupalvi (brändi +taktinen)						
	Ma y Day		Ylläs-Levi –hiihto			Bike & outdoor Fest Kotatulet		MC	Ruska- maraton					MC								
				Bike & Outdoor fest Kotatulet		May Day																
	Levi.fi			Tilaa uutiskirje		Levi.fi		Etä työ	Etä työ			Le vi. fi			Etät yö	Tilaa uutiskirje		Et ät yö		Levi.fi		Tilaa uutiskirje
							Y-L		MD				B& O			KT	R M			MC		
	Majoitus talven kevätkausi						Majoitus kesälle							Majoitus talven alkukausi								
Orgaaninen some (IG, FB, Tiktok, LinkedIn)	Katso tarkemmin sosiaalisen median strategia																					
FI SEM	Jatkuva tuki myynnille (majoitus ja aktiviteetit), tarvittava taso brändisanoissa, muut haetut, mutta alikorostuneet yleishakusanat																					
FI Radio (TBD)					Kesä		Kesä							Alku- kausi								
FI OOH	Levi.fi		Levi.fi +tapahtumat			Levi.fi + tapah- tumat								MC								
FI Uutiskirje	Massapostitus vähintään 1 krt /kk, automaatioiden rakentaminen, segmentit, tapahtumista omat kirjeet, erillinen aikataulu ja sisältökalenteri Yli 21K kontaktia ja +300-500 kontaktia/kk.																					

65 % KANSAINVÄLINEN MARKKINOINNIN VUOSI

KANAVA	TAMMI	HELMI	MAALIS	HUHTI	TOUKO	KESÄ	HEINÄ	ELO	SYYS	LOKA	MARRAS	JOULU
Maksettu some (IG & FB, Tiktok)	P-RU & P-NO Kevään majoitus Ylläs-Levi -hiihto			P-RU & P-NO Kesä monipuolinen Levi Ruskamaraton Majoitus				P-RU & P-NO Alkukausi majoitus ja laskettelu MC VIP				
	Talven kevätkausi: DACH				MC DAHC							
	Levin kesä DACH		Levin kesä DACH		Ruska- maraton DACH			Talvikauden alku DACH				
Orgaaninen some (IG, Tiktok, LinkedIn)	Katso tarkemmin sosiaalisen median strategia											
KV SEM	Asteittainen hakukonemainonnan haltuunotto, ensimmäisenä hiihtokeskuksena Suomessa. Mitä erityisesti haetaan esim. revontulet											
KV Uutiskirje	Askel kerrallaan kansainvälisen englanninkielisen uutiskirjekannan kerääminen, tavoite 4- 8 kirjettä vuodessa											
Vaikuttaja-vierailut	x			x		x		x	x	x	x	
Mediat				x				x	x	x		x
FAM				x				x	x			
VF collabs (TBD)												
Kaupalliset yhteistyöt	x				x							

LEVI.FI FI MATKAILIJOIDEN HUBINA - MAJOITUSKAMPANJAT



CLICK'N BOOK –KONSEPTI – LEVI.FI KAUPPAPAIKKANA

TAVOITTEET

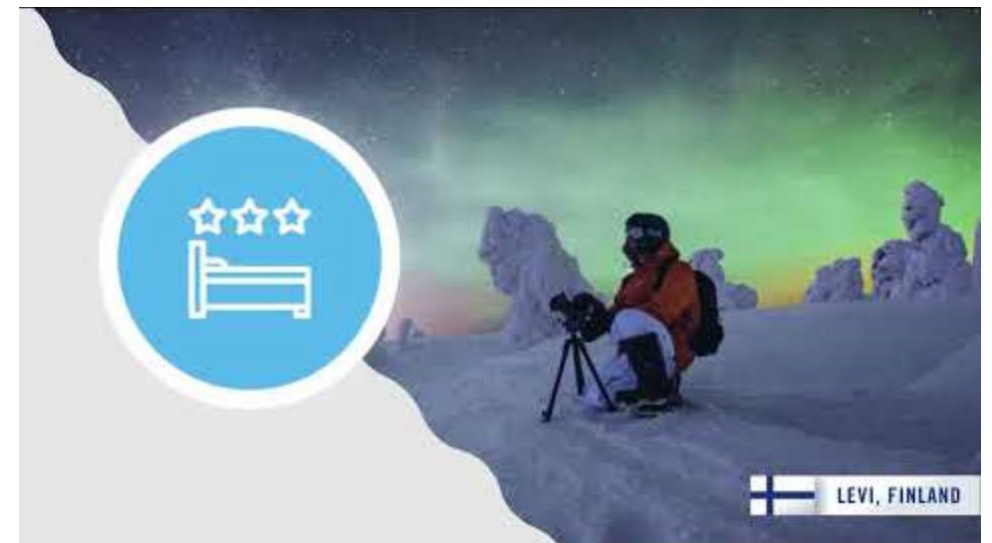
- Nostaa levi.fi top of mindiin kauppapaikkana kohdeyleisölle
- Nostaa myyntiä erityisesti lumettomalle ajalle levi.fi:n kautta (konsepti toimii kuitenkin ympärivuotisesti)

TOIMENPITEET

- Visuaalinen, helposti sesonkiin tai teemaan linkittyvä suoraviivainen konsepti, joka mahdollistaa tehokkaan ratkaisun kauppapaikan kommunikointiin, oli kyseessä mikä tahansa markkina-alue

TOTEUTUS

- Kampanjan visuaalinen ilme rakentuu Levi logon ja ostoskorisymbolin ympärille. Ostoskorisymboli on kansainvälisesti tunnettu merkki, joka edustaa kaupankäyntiä verkossa. Sen käyttö on erityisen perusteltua silloin, kun halutaan lisätä tietoisuutta verkko-ostamisen ominaisuudesta, jonka tunnettuutta on tarpeen kasvattaa. Yhdistämällä ostoskorisymboliin Levin logo ja useat ostokohteet saadaan kohderyhmälle tavoitteita tukeva mielikuva.



KÄYNNISSÄ OLEVAT MAJOITUSKAMPANJAT

- Suomen hiihtolomien levi.fi majoitusvarauksia buustaava välipäiväkampanja Sanoman verkostossa 25.12.-12.1. ja jatkokampanja 16.1.-2.2.
- Kohdennukset: 1) lapsiperheet ja Uusimaa & Pirkanmaa 2) lapsiperheet ja laajempi alue, maksuvalmiimmat tuloluokat
- Algoritmi ajanut suurimman osan näytöistä is.fi:hin
- Miehet ja 15-54 -vuotiaat korostuvat klikanneissa, ikäluokista erittäin merkittävästi 35-54 -vuotiaat.
- Kiinnostuksen kohteista korostuvat merkittävästi Yhteiskunta, Viihde & julkkikset ja Urheilu).

Meta-mainonnassa (jatkuva, majoituskulma pl. Matkamessut ja Ylläs-Levi -hiihto):

- Hiihtolomat, talvi
- Yritysryhmät
- Etätyö
- Ylläs-Levi –hiihto
- Viikonloppuna kohdennettu Matkamessut Pasilan alueelle/Messukeskukseen

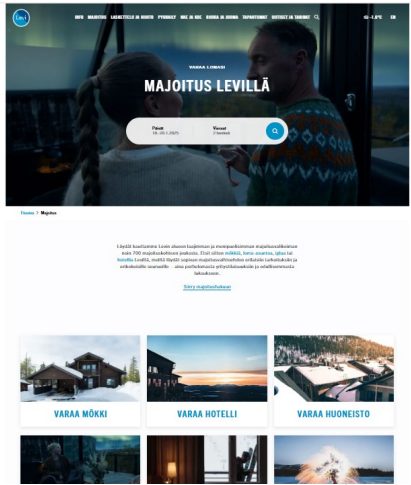




LEVI.FI JA MAJOITUS – DATAA TULOKSISTA

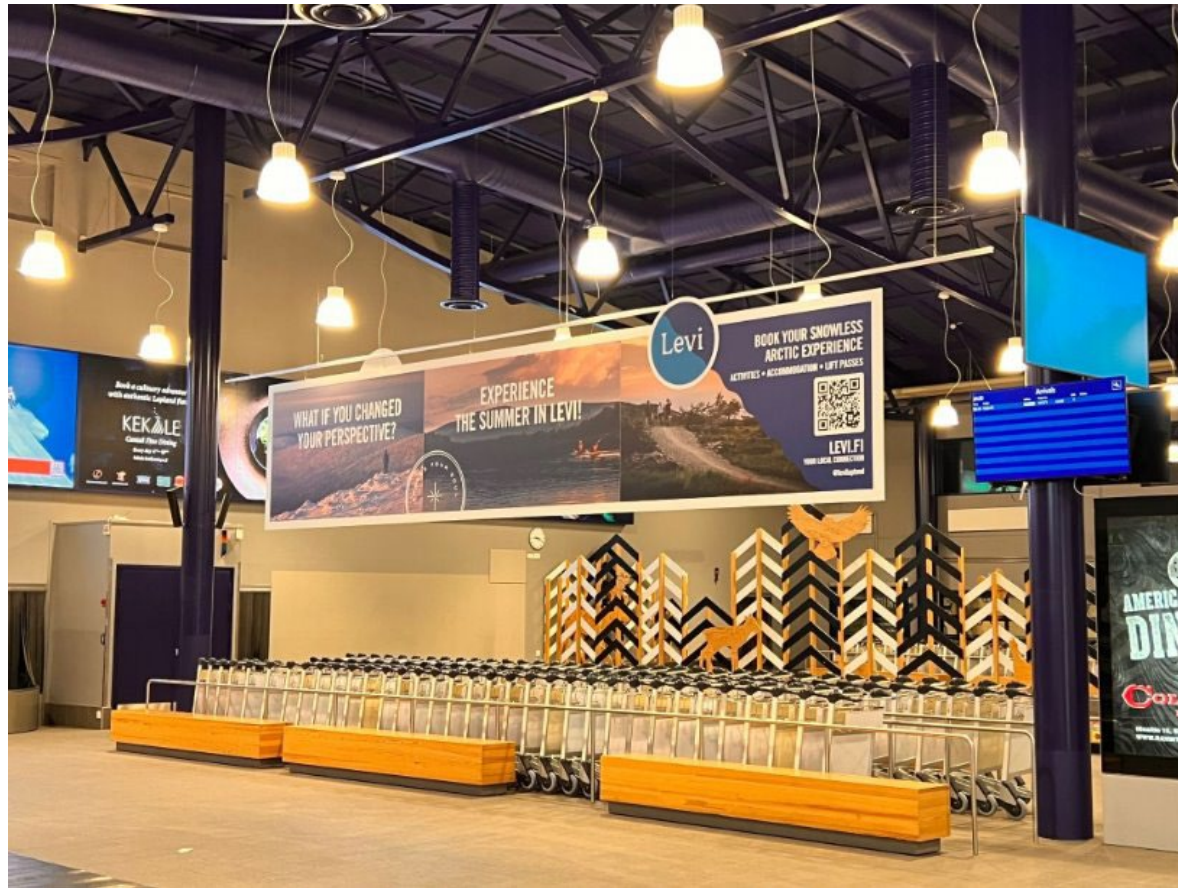
- Levi.fi domainin rooli on erittäin vahva Suomessa, kansainvälisesti kisaillaan isojen multikansallisjättien kanssa. Kansainvälisessä kisassa näkyvyyttä nostaa levi.fi:n erittäin vahva paikallinen auktoriteetti.
- Merkittävää kasvua levi.fi –kävijämäärissä 2023-2024 (total 900k)
- Sessioissa (1,4M, +41 %) ja sitoutuneissa sessioissa (1,5M, +25 %) myös merkittävää kasvua
- Liikenten kasvua levi.fi:hin tullut erityisesti orgaanisesta (SEO) ja hakukonemarkkinoinnin optimoinnista (SEM).
- Levi majoitus 9. suosituin hakutermi Leviin liittyvissä orgaanisissa hauissa (klikkiprosentin kasvu 1019 %, näyttökertojen kasvu +870 %, keskimääräinen sijoitus 4,6, +1).
- Levi.fi sivustokatseluissa dominoivat majoitussivut, kun tarkastellaan kaikkia liikenteen lähteitä
- Enemmistä levi.fi kävijöistä suomalaisia, sen jälkeen UK, Saksa, Ruotsi ja Hollanti.
- Kansainvälisten kävijöiden määrä kasvussa niin absoluuttisesti kuin suhteellisesti.

Haku
suoraan
herossa –
uusi
ominaisuus



			6,726,568
			100% of total
☒	Total		
☒	1	Etsi majoituksia – Hotellit, vuokramökit & iglut Levi	578,498
☒	2	Levi activities & things to do Levi	217,566
☒	3	Levi – Tervetuloa Suomen Lappiin	200,602
☒	4	Accommodation search – Hotels, cabins & igloos Levi	187,555
☒	5	Etsi majoituksia - Levi	181,622
☐	6	Levi Webcam live – Slope cameras Levi	160,650
☐	7	Majoitus ja mökit Levillä Levi	159,070
☐	8	Levin tapahtumat & esiintyjät Levi	153,767
☐	9	Rinnekamerat Levi	141,460
☐	10	Levi	140,548

LEVI.FI JA KESÄ EDELLÄ LENTOKENTÄLLÄ



MAJOITUSMARKKINOINTI JATKOSSA

- Jatkuva digitaalinen majoitusmainonta
- Majoitustarjoukset ja niistä tehtävät erilliskampanjat
- Nopea reagointi myynnin kehityksen mukaan
- Kielisyys, laskeutumisvivut ja haku → yhä enemmän yksittäisiä matkaajia
- Majoitushaun parannusehdotukset toimittajalle
- Majoitustyyppisivujen täydentäminen, nousu paremmalle sijalle hakutuloksissa, yksittäisten kohteiden erottelu hakukoneen näkökulmasta
- Matkanjärjestäjät aikaisempaa kiinnostuneempia myös mökeistä ja huoneistoista (esim. Lapland travel)
- Seuranta, mittaaminen ja kustannustehokkuus
- Levi.fi tunnettu hubi, ostokanava majoitukselle ja aktiviteeteille
- Levi-brändin kirkastus, erottautuminen, kesän mainonnan konsepti



Ylläs-Levi –hiihto 4.-5.4.2025 – ennätysosallistujamäärä jo nyt – ilmoittaudu mukaan!



KIITOS!

JOHANNA.KUOSMANEN@VISITLEVI.FI

