



LOMA-ASUNTOJEN OMISTAJIEN VERKOSTOTAPAAMINEN

# YLPEÄNÄ KOHTI UUTTA AIKAKAUTTA

17.1.2025



Euroopan unionin  
osarahoittama



LAPIN LIITTO



KITTILÄ  
PUHOASTA KULTAA



# 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**

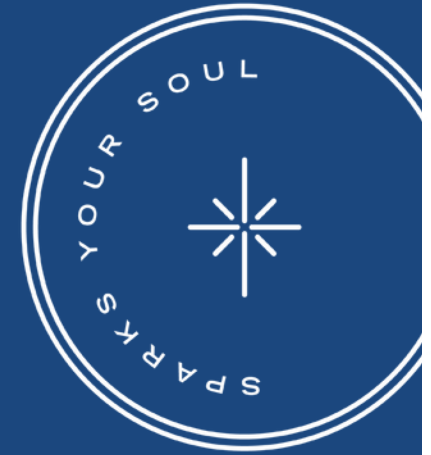
- Lomahuoneiston omistajien / taloyhtiöiden velvollisuus alueen siisteyden osalta, Marianne Hietalahti, projektipäällikkö, Kideve Elinkeinopalvelu
- Kesäasiakkaiden huomioiminen, Minna Mikkonen

**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

# REITILENNOT 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	MPX - 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 REITILENTO 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  
ympäri vuotisia 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
  - oMiksi toukokuussa ja lokakuussa?
- Kesäkuun puolesta välistä alkaen kansainväliset lennot tiistaisin, perjantaisin ja lauantaisin
- ”Pitkä kausi” – pääsiäinen huhtikuussa
  - oFinnairin paremmat kotimaan lentoyhteydet huhtikuussa
  - oDiscoverin 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
    - Kunnan 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

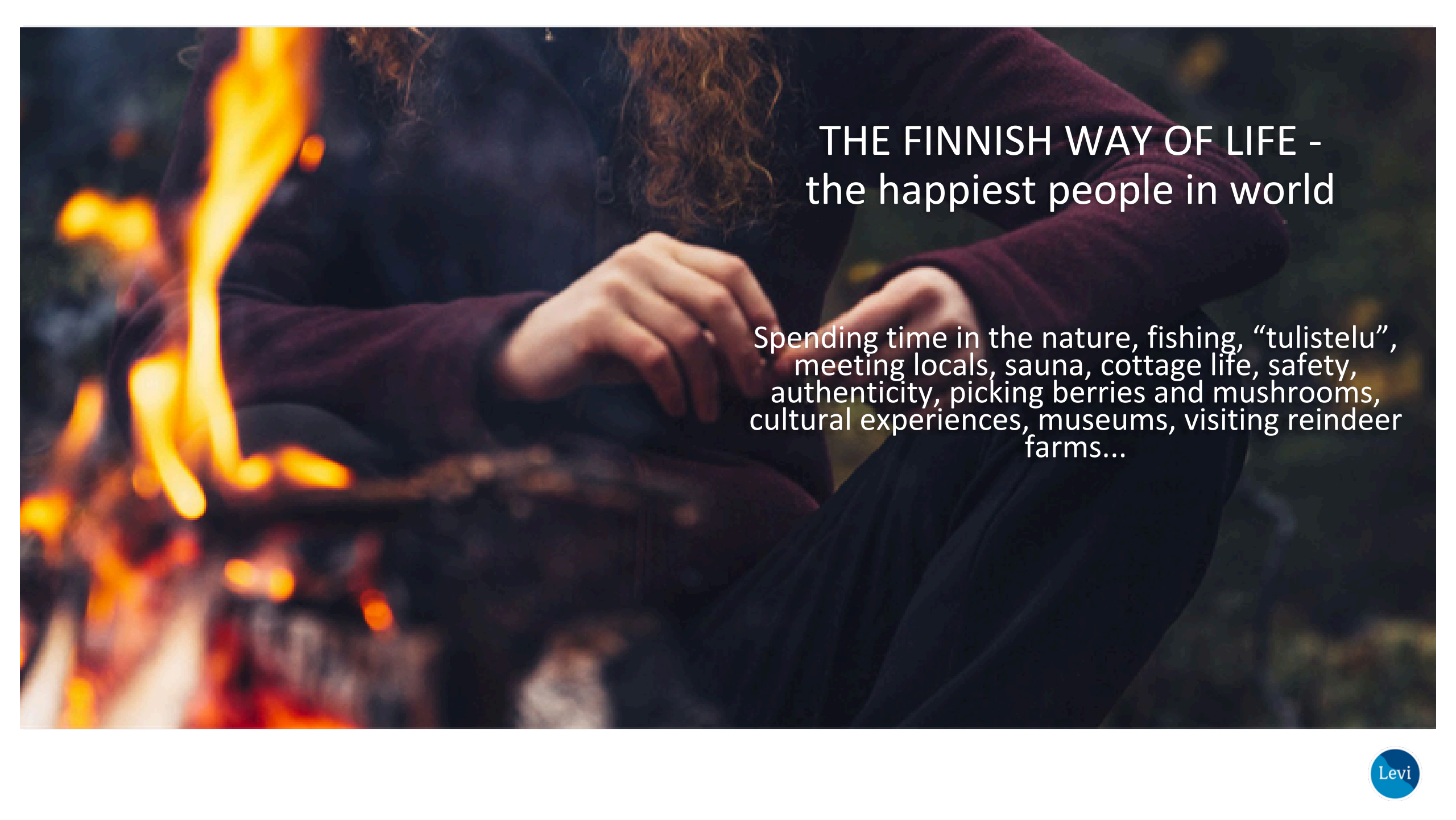
Canoeing

Horse Back Riding

A woman with blonde hair, wearing a white towel and a light-colored hat, is sitting on a wooden bench in a sauna. She is looking down with a contemplative expression. To her right is a wooden bucket containing sauna accessories like a wooden spoon and a brush. The background is dark, suggesting a wooden sauna interior.

## ARCTIC WELLBEING

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



## 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...

A wide-angle photograph of a dirt trail winding through a mountainous landscape at sunset. Three people are standing on the trail, looking towards the horizon. The sky is filled with warm, orange and yellow light from the setting sun, which is visible in the upper right. The foreground is dominated by green grass and small yellow flowers. The background shows rolling hills and a few scattered trees.

# 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
  - o Jokaiselle päivälle jotakin, ei kaikkia samalle päivälle
- Olemme rakentaneet viikko-ohjelman, niin että jokaiselle päivälle on jotakin tekemistä myös toukokuussa
  - o Kerrotaan ja suositellaan naapurin palveluita
- Kunta on erittäin sitoutunut omalta osaltaan tekemään asioita kesän onnistumiseksi
- Kunnan ja Visit Levin yhteinen To Do –lista
  - o Kiinnitetään huomiota ympäristön siisteyteen
  - o Halutaan sitouttaa myös majoittajia ja yrittäjiä
  - o Keskustellaan esim. lentokenttäkuljetuksista, vuokra-autotarjonnasta ja takseista



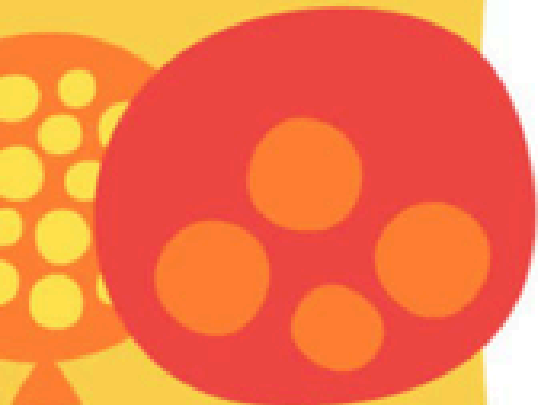
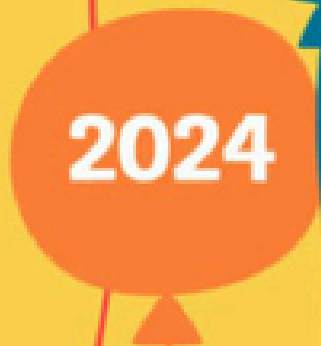
# KEVÄÄN JA KESÄN TAPAHTUMIA

# YLLÄS-LEVI HIIHTO

- Perjantaina 4.4.2025 perinteisellä tyyllillä
- Lauantaina 5.4.2025 vapaalla tyyllillä

SUNNUNTAINA 6.7.2025

**LEIKITÄÄN**  
**PIKKU**   
**KAKKOSTA**



**YLE.FI/LAPSET**

# LEVI BIKE & OUTDOOR FEST 18. –26.7.2025





# LAPLAND O WEEK.

LEVI, KITTILÄ

ELÄMYSRASTIVIIKKO

19.7.-24.7.2025



# Liiketoiminnan hallittuja kestäväkasvu Kittilässä ja Levillä



Katariina Palola, elinkeinojohtaja  
Kideve Elinkeinopalvelut, Kittilän kunta

# Kittilä

- Väestömäärä lähes 7000
- Suomen neljänneksi laajin kunta (n. 8000 km<sup>2</sup>)
- 30 kylää, 10 tunturia, 718 järveä
- EVP (elinvoima, vetovoima, pitovoima)  
–indeksillä mitattuna Suomen kärkeä
- Kasvava vetovoimainen, kunnallavahva talous
- 900 yritystä, joidenliikevaihton. 900 milj. eur



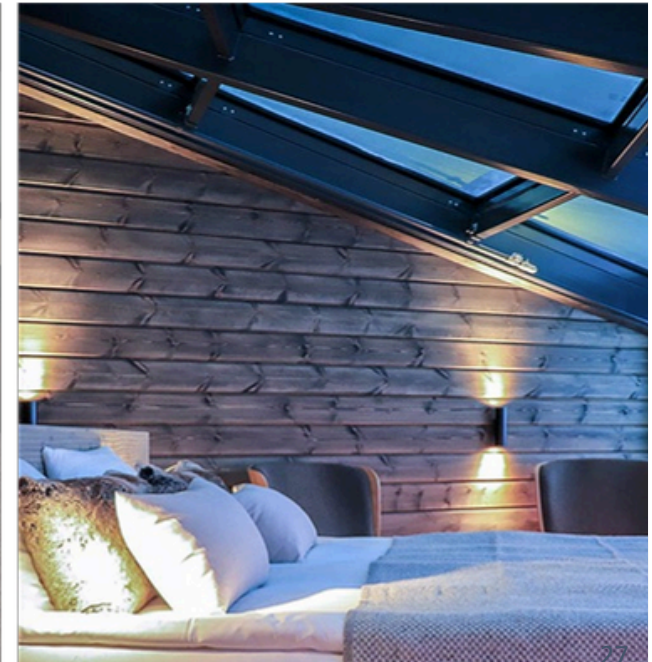
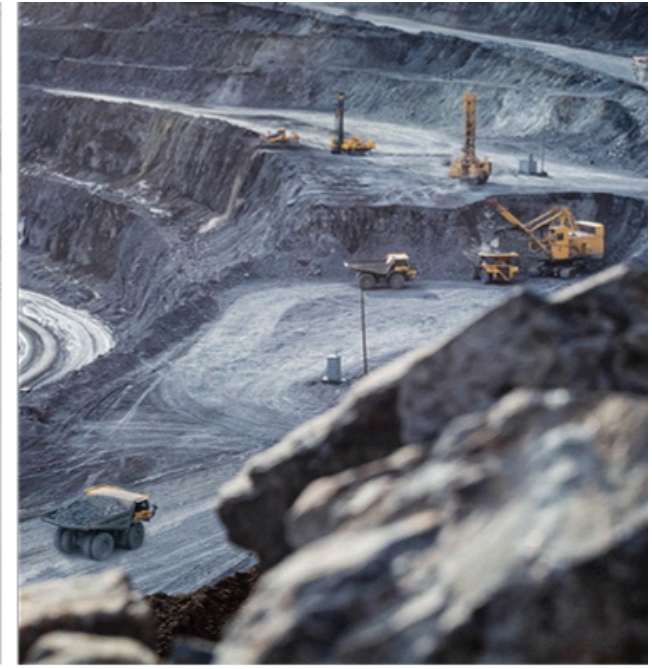
# Matkailun kehitys

- Matkailunalkujo ennensotia
- Ensimmäinen hiihtohissi 1964
- Ensimmäinen loma-asuntokaava 1977
- Pitkäjänteistä kehittämistä
- Kittilänkuntasitoutunutmatkailunkehittämiseenjo vuosikymmenten ajan



# Kittilän elinkeinot

- Ympärivuotinen 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



# KunnanosuusLevin tapahtumatja markkinointiv. 2025

- Alueen matkailuneuvonta ja kansainvälinen markkinointi 170 000 eur
- Ympäri vuotisen 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](http://www.kittila.fi)  
[www.kideve.fi](http://www.kideve.fi)**

# RAKENNETUN YMPÄRISTÖN VIIHTYISYYS OSANA MATKAILUKOKEMUSTA

Omistajatapaaminen 17.1.2025

Uudistuva ja kestävä  
palveluliiketoiminta Kittilässä -hanke



**European unionin  
osarahoittama**



LAPIN LIITTO



**KITTILÄ  
PUHDASTA KULTAA**

# UUDISTUVA JA KESTÄVÄ PALVELULIIKETOIMINTA KITTILÄSSÄ (A81169)

*Innovative and Sustainable Service Business in Kittilä*

Hankkeentoteuttamisaika 1.10.2024 - 31.12.2026

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

Toteuttaja Kideve Elinkeinopalvelut, Kittilän kunta. Rahoittava viranomaisena Lapin liitto

Varsinaisena kohderyhmänä ovat kittiläläiset palveluliiketoimintaa harjoittavat pk-yritykset



[bit.ly/A81169](https://bit.ly/A81169)



**Euroopan unionin  
osarahoittama**



LAPIN LIITTO



# LOMAHUONEISTOJEN OMISTAJIEN/TALOYHTIÖIDEN ROOLI ALUEEN VIIHTYISYYDEN OSALTA

-Alueenviihtyisyyden 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 resurssien vähimmillään sitä, että kiinnitetään huomio tukiin alueen siisteyteen, viihtyisyyteen ja toimivuuteen ympärivuotisesti**

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

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



Euroopan unionin  
osarahoittama



LAPIN LIITTO



KITTILÄ  
PUHDASTA KULTAA

# KENELLE KUNNOSSA- JA PUHTAANAPITO KUULUU?

## Kiinteistönomistaja ja/tai vuokraaja - huolehdithan 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:

[Lakikadunja 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



KITTILÄ PUHDASTA KULTAA

# JÄTEHUOLTO

-Majoitusyrityksistäsyntyväjäte(hotellejalukuunottamatta) kuuluu asumisenjätteisiin, eliLapeconjätehuollonpiiriin.

-Yrityksetsaavatvalitaitsejätehuoltoyhtiönsä, muttaasumisenjäte on automaattisestiLapeconvastuulla, ja sitenmyösmajoitusyritysten jäte.

-Mökkinsijainnistaja käyttöasteestariippuenkiinteistötuleeliittää kiinteistökohtaiseen jätehuoltoon (=jäteauto käy mökillä tyhjentämässäjäteastian) tai kiinteistönjätteetviedäänitse aluekeräyspisteelle.

Lisätietoja:

[Kierrätys ja jätehuolto | Kittilä](#)

[SekäLapeconsivuiltaLapin Jätehuolto kuntayhtymä Lapeco](#)

ja Lapeconasiakaspalvelusta





**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
- Muovikasit, -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 mehutölkkit
- Muro- ja keksipakeetit
- Paperipussit, -kassit ja käärepaperit
- WC- ja talouspaperirullien hylsyt
- Pizzalaatikat, munakannot, kartonkimukit
- Pahvilaatikat

**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**

Huuhtele likaiset metallipakkaukset tai pyyhkaise paperilla. Spraypullot eivät saa hölksyä tai pihistä.

- Säilykkeit, metallikannet ja -korkit
- Alumiinivuoat 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. Huuhtele likaiset lasipakkaukset tai pyyhkaise 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
- Räkkinäiset lelut
- Lasi-, posliini ja muoviastiat
- Hehku- ja halogeenilamput
- CD- ja DVD-levyt
- Kierätykseen kelpaamattomat tekstiilit, muovit, kartongit
- Tuhkat (jällyhtyneenä ja pussiin pakattuna)
- Biojätteet (mikäli kinteistöä 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

Nilitejä 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



**KITTILÄ**  
PUHOASTA KULTAA



# KESÄMATKAILIJOIDEN HUOMIOINTI

## Minna Mikkonen

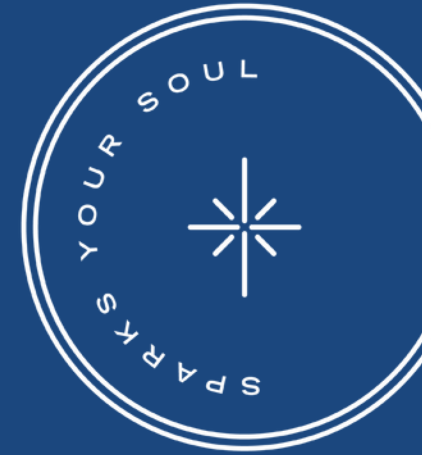
# HUOMIOITA KESÄMATKAILUSSA

- 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 Maenpää, turvallisuuskouluttaja, Lapha



# VERKKOKAUPAN KEHITYS

## Minna Mikkonen

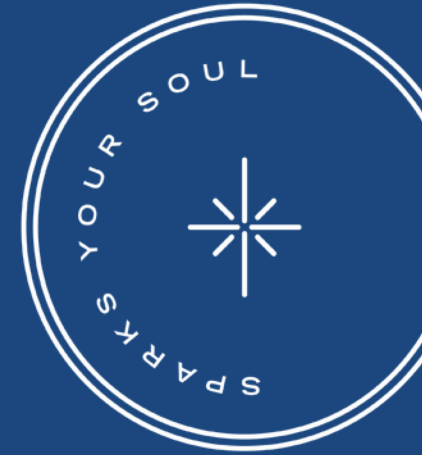
# VERKKOKAUPAN KEHITYS

- 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 shows a search results page for accommodations. At the top, there are search filters: 'Valitse tyyppi', 'Valitse alue', dates '19.1.2025' and '22.1.2025', and '2 aikuista'. Below the filters, there are buttons for 'Näytä kartta' and 'Satunnainen'. The main content area is titled 'HAKUSI TULOKSET (677)'. It displays three accommodation cards:

- LEVI CHALETS (SKI-IN SKI-OUT) 45 M2, HUON. 1607**: A modern building with a glass facade. Price: Aik. 600 €. Rating: 4 stars.
- JUKOLA D6/ LAURI**: A traditional wooden chalet. Price: Aik. 420 €. Rating: 4 stars.
- KESKITAALO 21**: A small wooden cabin. Price: Aik. 360 €. Rating: 4 stars.

Each card includes a description of the property, its location, and a star rating. The sidebar on the left contains filters for 'SUODATTIMET Tyhjennä', 'Vain vapaana olevat', 'Sanahaku (0)', and 'Alue' with various location options like 'Tieva/ Etelärinne', 'Immel', etc.



**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 vaikuttajayhteistyövierailut**

**Levin tunnettuuden ja Leviin sitoutuneisuuden lisääminen**

**Markkinointilupien määrän kasvattaminen**

Keinot

Ohjaus, relevantit ländarit, 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

Mittaaminen

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

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

Tavoitavuus, 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

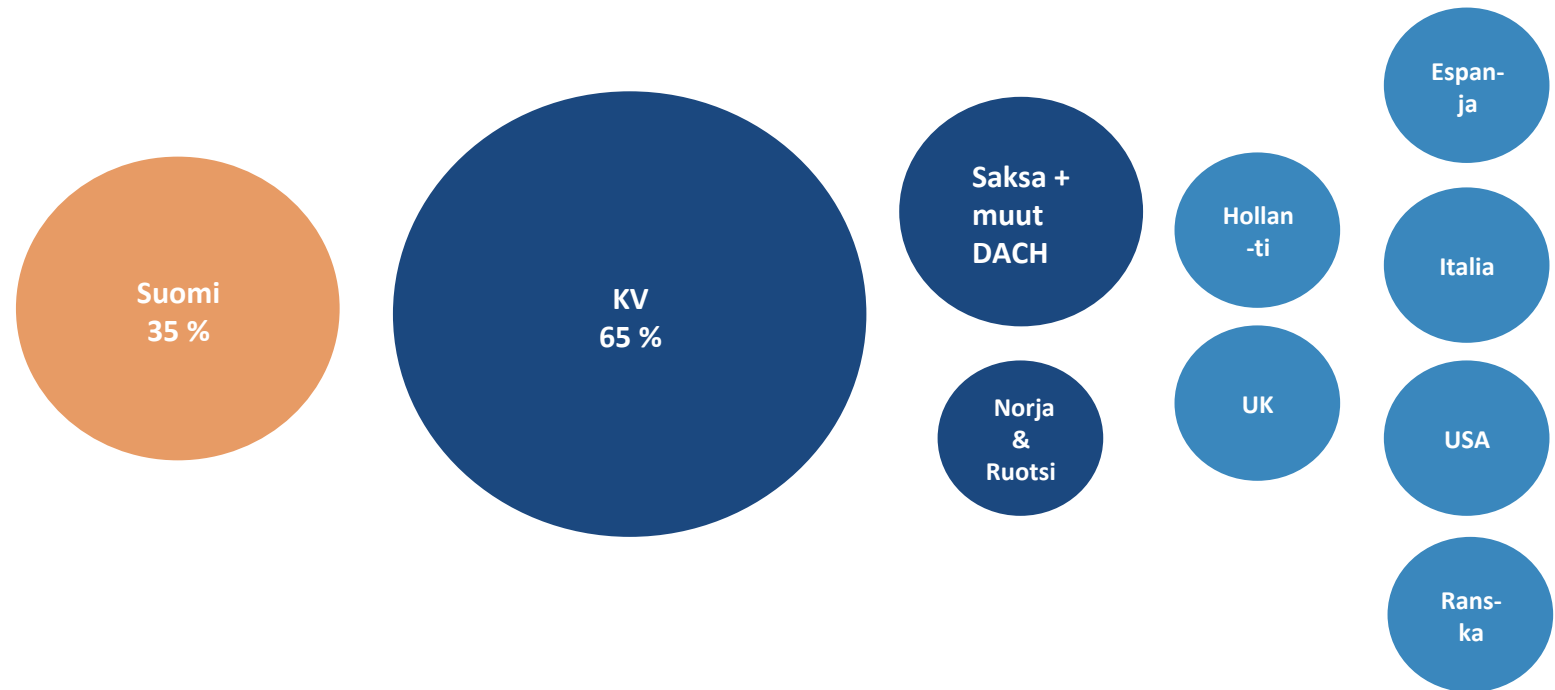




KOHDEALUEESTA  
RIIPPUMATTOMAT YHTEISET  
KOHDERYHMÄT



Markkinoinnin  
karkea budjettijako

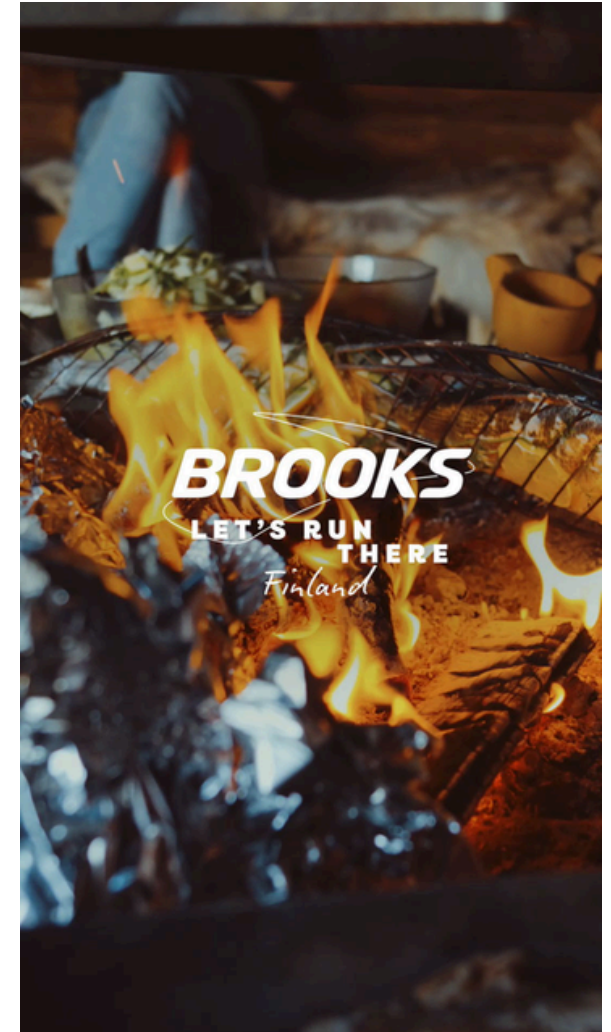


## VISIT LEVIN MARKKINOINTI

- Levin kasvu tulee kansainvälisistä vieraista, suomalaiset miinustaa

### Kansainväliset markkinat, erityisesti DACH

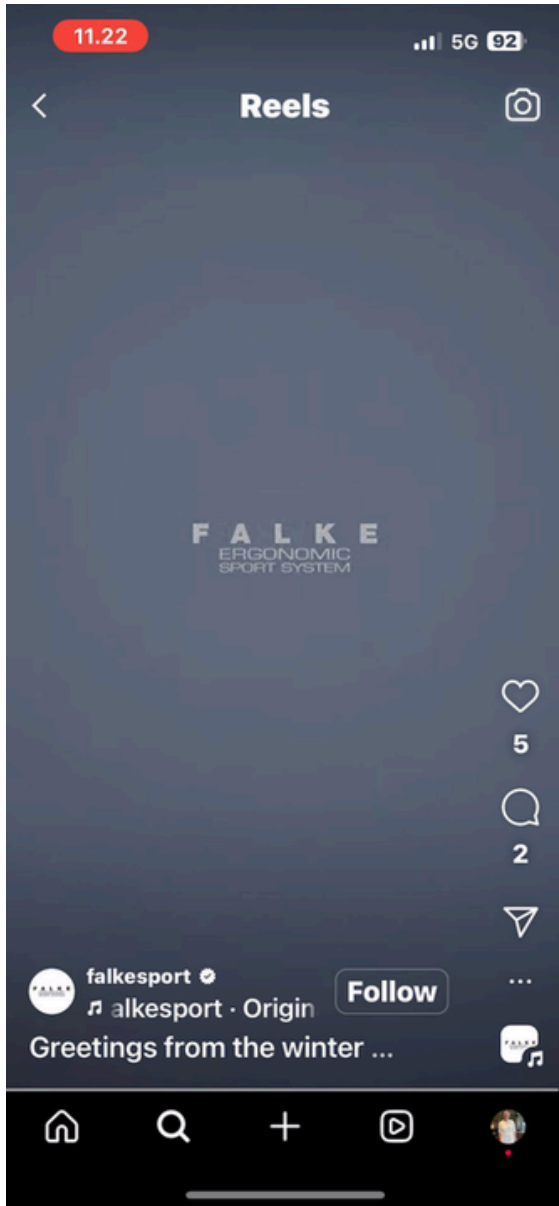
- **Tavoite:** tavoitavuus, tunnettuuden rakentaminen, kauden pidentäminen, lumeton aika
- Puhutaan isoista markkinoista. Suunnitelmallinen keskittäminen, muuten näkyvyys sirpaloituu ja teho häviää
- Kaupalliset yhteistyöt - Levi <3 brändi: esim. Brooks, Falke, kustannustehokasta näkyvyyttä
- Maksetun median jatkuvat digitaaliset kampanjat alkaen touko 2024
- Mediyhteistyöt median koon ja relevanssin mukaan
- Yhteistyö kansainvälisten TV-tuotantojen kanssa, miljoonayleisöt
- Elokuvyhteistyön 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



# 35 % SUOMI VISIT LEVI MARKKINOINNIN VUOSI

KANAVA	TAMMI	HELMI	MAALIS	HUHTI	TOUKO	KESÄ	HEINÄ	ELO	SYYS	LOKA	MARRAS	JOULU					
<b>FI Maksettu some</b> (IG & FB, Tiktok)			Kesä (brändi+taktinen)				Ruska (brändi + taktinen)		Alkutalvi(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	Levi.fi		Etä työ	Tilaa uutiskirje	Etä työ	Levi.fi	Tilaa uutiskirje			
						Y-L		MD			B&O		KT	R M		MC	
	Majoitus talven kevätkausi						Majoitus kesälle			Majoitus talven alkukausi							
<b>Orgaaninen some</b> (IG, FB, Tiktok, LinkedIn)	Katso tarkemmin sosiaalisen median strategia																
<b>FI SEM</b>	Jatkuva tuki myynnille (majoitus ja aktiviteetit), tarvittava taso brändisanoissa, muut haetut, mutta alikorostuneet yleishakusanat																
<b>FI Radio (TBD)</b>			Kesä		Kesä				Alku- kausi								
<b>FI OOH</b>	Levi.fi		Levi.fi +tapahtumat			Levi.fi + tumat				MC							
<b>FI Uutiskirje</b>	Massapostitus vähintään 1 krt /kk, automaatioiden rakentaminen, segmentit, tapahtumista omat kirjeet, erillinen aikataulu ja sisältökalenteri Yli 21K kontakta ja +300-500 kontakta/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

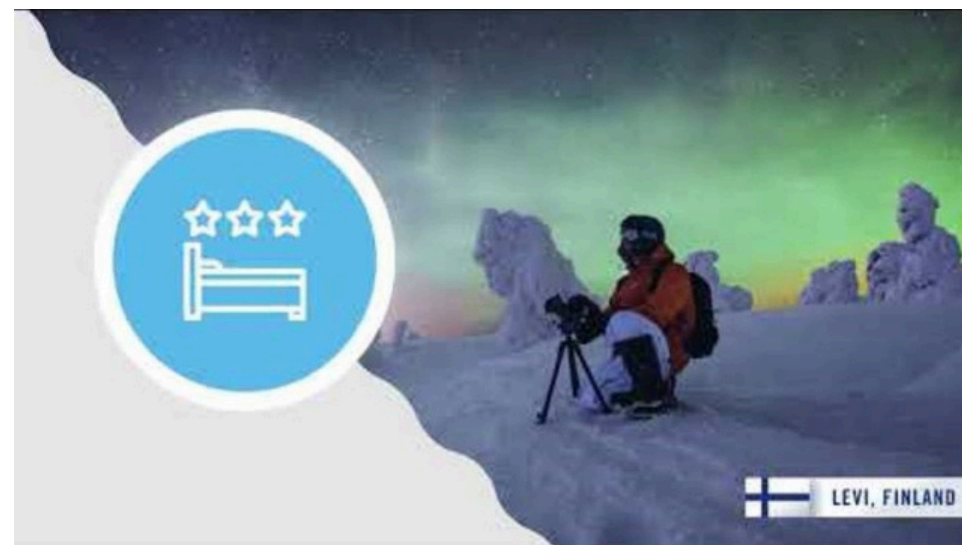
- Nostaa levi.fi top of mindiin kauppapaikkana kohdeyleisölle
- Nostaa myyntiä erityisesti lumettomalle ajalle levi.fi:n kautta (konsepti toimii kuitenkin ympärivuotisesti)

## 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

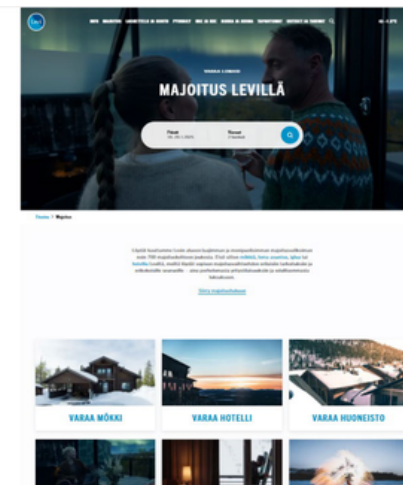
The image shows a mobile phone screen displaying a news application. At the top, the status bar shows the time 10:48, signal strength, Wi-Fi, and battery level at 73%. The app header shows the URL 'hs.fi'. Below the header is a large advertisement for Levi with the text 'VIETÄ UNOHTUMATON TALVISEIKKAILU LEVILLÄ.' and 'LEVI.FI - KLIKKAA JA VARAA.' The background of the ad is a snowy winter scene with a cabin. Below the advertisement is a section titled 'Päivän pääuutiset' (Today's main news). It contains three news items:

- **Nuoret Leijonat eteni mitalipeleihin, Kanada ulkona**  
Suomen miesten alle 20-vuotiaiden jääkiekkomaajoukkue eteni MM-välieriin ja kohtaa siellä Ruotsin. [Lue lisää](#)
- **Etelä-Korean presidentti yritettiin pidättää, turvallisuuspalvelu esti**  
Presidenttiä syytetään vallankaappauksen yrityksestä, koska hän julisti maahan poikkeustilan. [Lue lisää](#)
- **Uusi rakentamislaki on yllättävän salliva**  
Ilman rakentamislupaa saa pystyttää alle 30-neliöisen saunan tai alle 30-metrisen tuulivoimalan. Laki tuli nyt voimaan. [Lue lisää](#)

## LEVI.FI JA MAJOITUS – DATAA TULOISTA

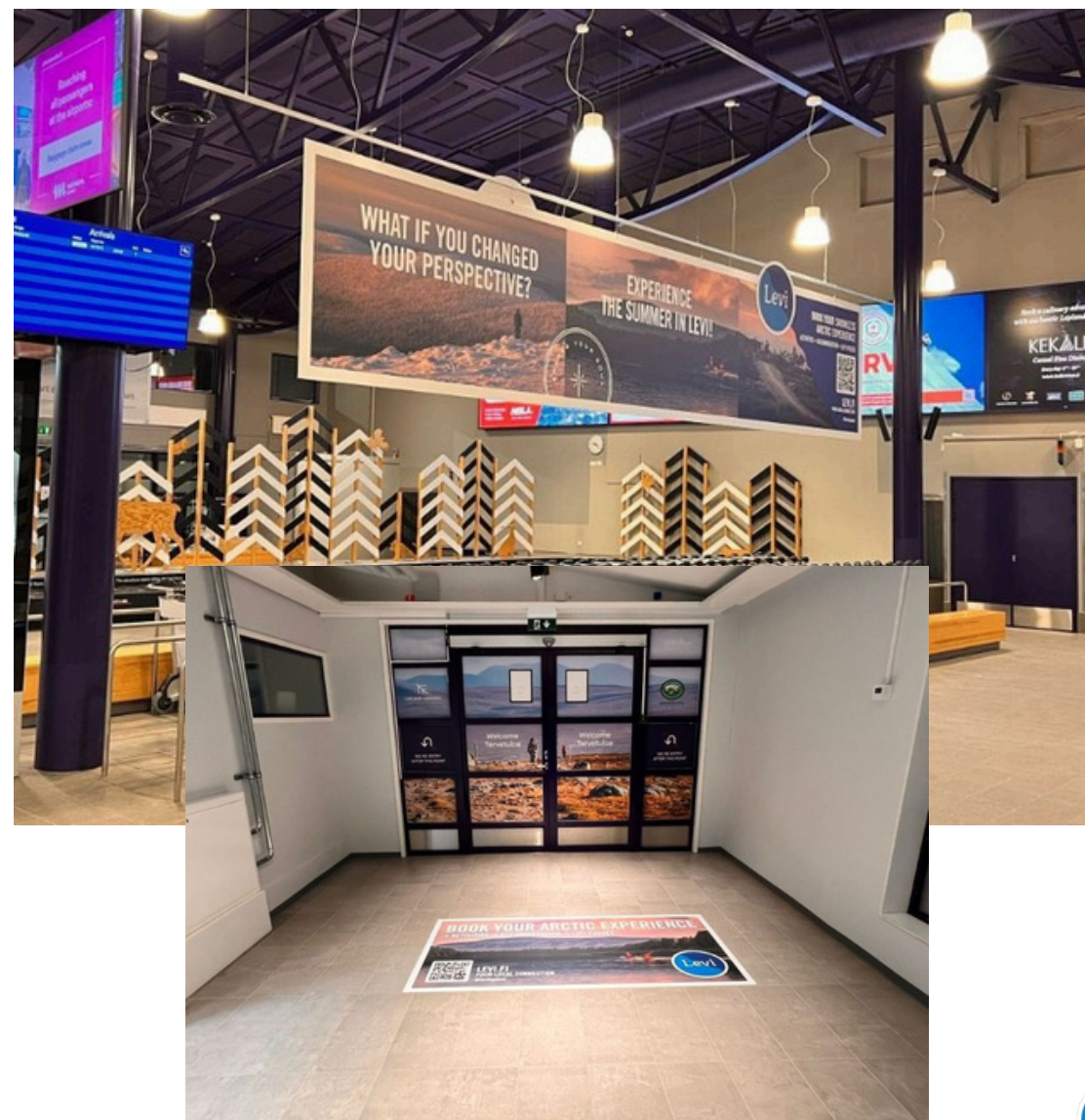
- Levi.fi domainin rooli on erittäin vahva Suomessa, kansainvälisesti kisaillaan isojen multikansallisjättien kanssa. Kansainvälisessä kisassa näkyvyyttä nostaa levi.fi:n erittäin vahva paikallinen auktoriteetti.
- Merkittävää kasvua levi.fi –kävijämäärissä 2023-2024 (total 900k)
- Sessioissa (1,4M, +41 %) ja sitoutuneissa sessioissa (1,5M, +25 %) myös merkittävää kasvua
- Liikenteen 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
- Enemmistö levi.fi kävijöistä suomalaisia, sen jälkeen UK, Saksa, Ruotsi ja Hollanti.
- Kansainvälisten kävijöiden määrä kasvussa niin absoluuttisesti kuin suhteellisesti.

Haku  
suoraan  
herossa –  
uusi  
ominaisuus



<input checked="" type="checkbox"/>	Total	6,726,568 100% of total
<input checked="" type="checkbox"/>	1 Etsi majoituksia – Hotellit, vuokramökkit & iglut   Levi	578,498
<input checked="" type="checkbox"/>	2 Levi activities & things to do   Levi	217,566
<input checked="" type="checkbox"/>	3 Levi – Tervetuloa Suomen Lappiin	200,602
<input checked="" type="checkbox"/>	4 Accommodation search – Hotels, cabins & igloos   Levi	187,555
<input checked="" type="checkbox"/>	5 Etsi majoituksia - Levi	181,622
<input type="checkbox"/>	6 Levi Webcam live – Slope cameras   Levi	160,650
<input type="checkbox"/>	7 Majoitus ja mökit Levillä   Levi	159,070
<input type="checkbox"/>	8 Levin tapahtumat & esiintyjät   Levi	153,767
<input type="checkbox"/>	9 Rinnekamerat   Levi	141,460
<input type="checkbox"/>	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, laskeutumissivut ja haku yhäenemmän yksittäisiä matkajia
- Majoitushaun parannusehdotukset toimittajalle
- Majoitustyyppisivujentäydentäminen, nousuparemmallesijalle hakutuloksissa, yksittäistenkohteidenerotteluhakukoneen näkökulmasta
- Matkanjärjestäjät aikaisempaa kiinnostuneempia myös mökeistä ja huoneistoista (esim. Lapland travel)
- Seuranta, mittaaminen ja kustannustehokkuus
- Levi.fi tunnettuhubi, ostokanavamajoitukselle ja aktiviteeteille
- Levi-brändinkirkastus, erottautuminen, kesänmainonnan konsepti



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



KIITOS!

JOHANNA.KUOSMANEN@VISITLEVI.FI



Euroopan unionin  
osarahoittama



LAPIN LIITTO



KITTILÄ  
PUHOASTA KULTAA

