

Myä markkinointi & matkailu

Kotkan elinvoimalautakunta

14.11.2017

Agenda

- › Vuoden 2017 toimenpiteitä ja tuloksia
 - › Vuoden 2018 suunnitelmia
 - › Kotkan tilauskirjan painotukset

Markkinointi lukuina: sosiaalinen media

Facebook

Visit Kotka-Hamina - sivujen kattavuus on noussut vuoden 2017 aikana tasaisesti

Tykkääjämäärä tällä hetkellä 6950 (+ 700 vuoden alusta).

Tähän mennessä on tavoitettu yli 450 000 hlöä

Kiinnostavin sisältömuoto on videot (live ja muut videot).

Noin 70 % seuraajista on naisia ja heistä suurin osa 35-54 v.

Kotiseudun ulkopuolella seuraajia eniten PK-seudulta sekä Turusta ja Tampereelta.

Instagram

Tammi-lokakuu: yli 13 250 kuvaa #visitkotkahamina, yli 1300 kuvaa/kk paikallisten ja matkailijoiden ottamana (+ yhteensä 32 000 kuvaa vanhalla tägillä #kaakko135!)

Vertauksena: #visitkouvola yhteensä 10 400 kuvaa, #visitrovaniemi 29 700 kuvaa, #visittampere 28 700 kuvaa (hästägit olleet käytössä vuosia vrt. #visitkotkahamina viime vuoden lopusta)

Tilille @visitkotkahamina valitaan parhaat kuvat, seuraajia 6 680. Kuvien tykkääjämäärät keskimäärin 400-700, kattavuudet (=julkaisun nähneet) keskimäärin 2 800.

Markkinointi lukuina: verkkopalvelut PÄIVITYS

Visitkotkahamina.fi

- ✓ Istunnot v. 2017 yht. 23.8. saakka: 156 283
- ✓ Yksilöidyt sivun katselut: 338 851
- ✓ Eniten kävijöitä sivustolle tulee Helsingistä (37 %)
- ✓ Mobiili- ja tablet-laitteilla noin 39 %

Kymenlaaksonyt.fi

- ✓ Koko Kymenlaakson yhteinen tapahtumakalenteri
- ✓ Otettu käyttöön 10/2016
- ✓ Istuntoja elokuun loppuun mennessä 56 366
- ✓ Eniten kävijöitä tulee Helsingistä (44 %)

Markkinointi lukuina: kampanjat

- **Clear Channel -massiivinen ulkomainonta pk-seudulla (vkot 20-23):**
 - Itäkeskus Tavoittavuus / 4vkoa = 11,1 miljoonaa
 - Jumbon alue tavoittavuus/ 4vkoa = 2,03 miljoonaa
 - Lisäksi HKI keskusta (vko 21) ja satamat: Länsiterminaali ja Katajanokka

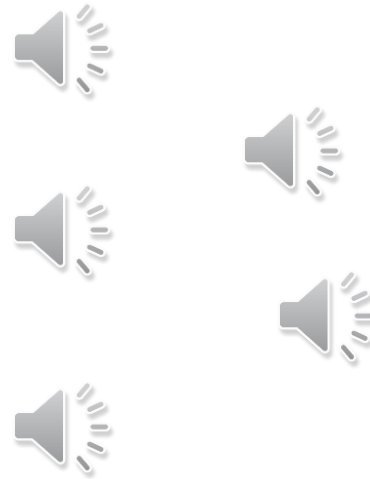


Valtakunnallinen radiokampanja kesäkuun ajan

Radio Aalto ja Helmiradio Sääyhteistyö

- ✓ Bruttopeitto kohderyhmässä 9 milj. kuulijaa
- ✓ Nettokontaktit 843 000
- ✓ Sääyhteistyöspotteja 12 kpl/päivä, 480 + 480 toistoa)

➤ Radiospotteja



Markkinointi lukuina: kampanjat

PRINTTI-ILMOITUKSET

- Valtakunnallinen printti-ilmoittelu Iltalehden Tall Ships liitteissä 8.7.-11.7. Tavoittavuus 640 000 lukijaa
- Norwegian Inflight magazine/ kesäkuu, painos 140 000 kpl, kv. lukijoita 2,7 milj.
- ET Matkaopas/ toukokuu, lukijamäärä 127 000, kontaktit 197 000
- Kesälehdet KySa, Ankkuri



Että sää vaa
meille oo tulos?*

...eli nämä on PAKKO KOKEA KOTKAN-HAMINAN SEUDULLA



**Luonnostaan
VAHVA**
KOTKAN-HAMINAN SEUTU

Matkailuvieraita PALVELEE
Keskustien 2, KOTKA | A. -18.8
ma-pe klo 10-18, la-pe klo 10-14
Sisältyy HAMINA ma-pe klo 8-20
Käsi- ja jalalla (Kotkan Seutu), HAMINA
ma-pe klo 9-17, la-pe klo 10-15

Facebookissa
@visitkotkahamina
www.visitkotkahamina.fi

KOTKA MERIKAUPUNKI

Tervetuloa kivaan kauppaan Kotkaan!

Merikamppeilla on nyt KAUPUNGINJOHTAJAA

Ofinassa toiminnallisuuden lisäksi ohjelmaa ja viihteellisiä ohjelmia ja kokeilumahdollisuuksia. Täällä voit pelata, laulaa, tanssita, kokeilla, kokeilla, kokeilla ja kokeilla. Ohjelmaa on kaikilla ikäryhmillä ja kaikilla kielillä. Ohjelmaa on kaikilla kielillä ja kaikilla kielillä.

AVOINNA
ark. 9.30-18
la 9.30-15
(su 12-15)
lastenmerkkikappeli.fi

Luonnostaan VAHVA
KOTKAN-HAMINAN SEUTU

Että sää vaa
meille oo muuttamas?*

Eli nämä asiat tekeeit Asumisesta Kotkan-Haminnan Seudulla mieltäsi mukana.

Matkailuvieraita PALVELEE
Keskustien 2, KOTKA | A. -18.8
ma-pe klo 10-18, la-pe klo 10-14
Sisältyy HAMINA ma-pe klo 8-20
Käsi- ja jalalla (Kotkan Seutu), HAMINA
ma-pe klo 9-17, la-pe klo 10-15

Facebookissa
@visitkotkahamina
www.visitkotkahamina.fi

**Luonnostaan
VAHVA**
KOTKAN-HAMINAN SEUTU

Markkinointi lukuina: verkkokampanjan tuloksia

Creative	Impressions	Clicks	CTR
Panoraama-980x120	351 362	252	0,07 %
Panoraama-logolla-kotka-ham	18 585	17	0,09 %
Pid-suurtaulu 160x600	461 667	791	0,17 %
Pid-suurtaulu-logolla-kotka-ham	25 169	56	0,22 %
Sponsoriboksi 300x250	4 121 369	5 627	0,14 %
Sponsoriboksi-logolla-kotka-ham	59 555	90	0,15 %

Total **5 037 707** **6 833** **0,14 %**



OOTSIÄ
SEILORI VAI
MAAKRAPU?

KLIKKAA JA
OTA SELVÄÄ >

visitkotkahamina.fi

"Tosi hyvin vetivät kaikki! Kotka-Haminan CTR:t ovat (0,14-0,15%) eli selvästi verkostomme keskitasoa kovempi (n. 0,10%)."

-Jero /Sanoma Media Digital



OOTSIÄ KÄYNY
KOTKASSA?

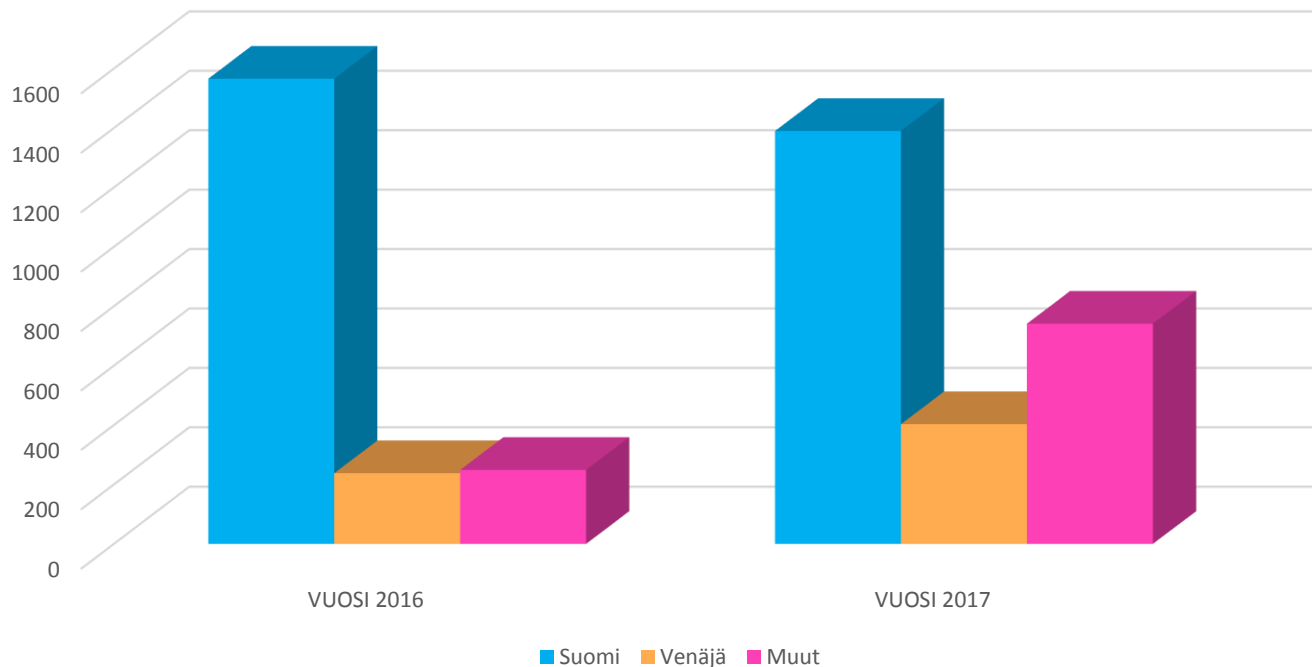
KYLLÄ
 EN
 EN MUISTA

VAIN TUNTI
HELSINGISTÄ
ITÄÄN!

TUTUSTU JA
IHASTU >

visitkotkahamina.fi

MATKAILUINFO KÄVIJÄT 1.6.-20.8.



KÄVIJÄT	Suomi	Venäjä	Muut	YHT	CHAT
VUOSI 2016	1566	238	249	2053	379
VUOSI 2017	1390	403	741	2534	369
Muutos % 2016 vs 2017	89 %	169 %	297,00 %	+23 %	97 %

Markkinointi lukuina: kansainväliset toimenpiteet

- Visit Finland yhteistyö:
 - Myyntiedustajat osallistuneet:
 - 9.1. London workshop
 - 8.-12.3. ITB Berlin
 - 22.-24.3. Be Nordic Milano
 - 14.-19.5. VF:n China Road Show
 - 16.-18.5. IMEX Frankfurt
 - Lakeland Workshop 6.10.
 - ITB Asia 25-27.10.
 - 23.3. Visit Finlandin networking tilaisuus Pietarissa
 - 8.6. VF webinaari/Moskovan alue
- Esitejakelu Pietarissa: Viisumikeskus Pietari ja Viipuri, Helsinki-keskus, matkatoimistot
 - Kotka- ja seutuesite 2017, en/ru 10 000 kpl/esite
- Seutuesite en/ru jakelussa Helsinki-Vantaan lentokentällä Helsinki Marketingin infossa

Venäjä-markkinointi

- Ilmoitukset: Lux Express -artikkeli kesälehdessä (kesä-syyskuu) ja uutiskirje, levikki 250 000
- Some vKontakte-yhteisö 8740 jäsentä
- vKontakte-kampanja/B4U tammikuu 17
- vKontakte-kampanja touko-elokuu
- Artikkelisisältöä (5 + 1), 2 banneria, ja kilpailu e-finland.ru -portaalissa 1/2017
- Artikkelisisältöä Anna Tkacheva visitkotkahamina.fi/ru sivulle
- Tienvarsimainos E18-varrella Viipuri-Vaalimaa välillä 1-8/2017
- FamTrip 11.-13.5. yhdessä Kinnon kanssa
- Bloggarivierailu yhdessä Kinnon kanssa kesäkuu 2017
- 7.6. VF-webinaari Profi Travel portaalissa
- Kotka-päivä Pietarissa 28.9./matkailuworkshop
- Suositettu venäläinen Instagrammaaja @elivosk 10/2017

Markkinointi lukuina: messut ja tapahtumat

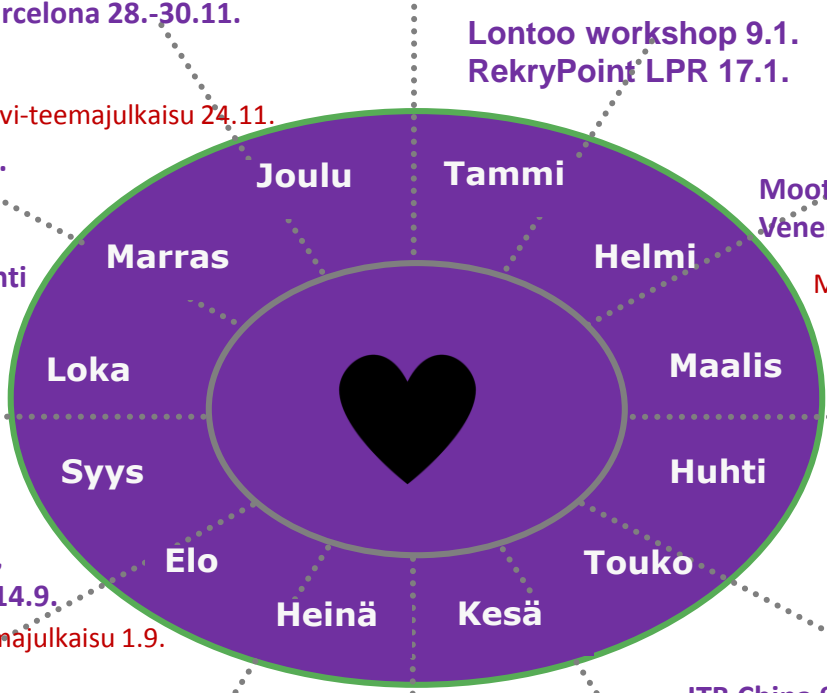
SEUTU OSALLISTUI VUONNA 2017:

- K50-messut 14.1. Tampere -> 2000 kävijää
- MP-messut 3.-5.2. Helsinki -> 59000 kävijää
- Venemessut 10.-19.2. Helsinki -> 72000 kävijää
- Kongressimessut 29.-30.3. Helsinki -> 241 osastokontaktia
- Kevätmessut 6.-9.4. Helsinki -> 46000 kävijää
- Lapsimessut 21.-23.4. Helsinki -> 48600 kävijää.

LISÄKSI NÄKYVYYTTÄ
ERILAISISSA
PAIKALLISTAPAHTUMISSA!

Markkinointi lukuina: esitteet ja teemalehdet

- Kotka 2017 -esite (suomi 25 000 ja en/ru 25 000)
- Kotkan-Haminan seutu 2017 -esite (suomi 25 000 ja en/ru 25 000 kpl)
- Kotkan-Haminan seudun kartta 90 000 kpl
- Itäisen Suomenlahden rannikkoreitti -esite 10 000 kpl
- Jakelut:
 - Matkailutoimistot ympäri Suomen
 - Seutuesite (eng) Hki-Vantaan lentokentän Helsinki-info
 - Seudun ABC-asetat, Rajahovi Vaalimaa, seudun marketit, Kotkassa kirjastot, uimahallit, jäähalli, Karhuvuoren urheilutalo
 - Kieliesitteet: Helsinki-keskus Pietari, Viisumikeskus Pietari, matkatoimistot Pietari
- Sydänkevät 1/2017 painos 2500 kpl
- Sydänkesä 2/2017, painos 4000 kpl
- Sydänsyky 3/2017, painos 2500 kpl
- Sydäntalvi 4/2017
- + digiversiot visitkotkahamina.fi sivulla



IBTM Barcelona 28.-30.11.

Lontoo workshop 9.1.
 RekryPoint LPR 17.1.

Luonnostaan vahva (kuvakisa, radiokamppis)

Sydäntalvi-teemajulkaisu 24.11.

Kotka-esite, Rannikko reittikartta

ITB Asia 25-27.10.

Moottoripyörämessut HKI 3.-5.2.
 Venemessut HKI 10.-19.2.

RekryRakkaus 13.10.,
 Sanomatalo Hki

VF Lakeland myyntiworkshop 6.10, Lahti

Masa julkaisu 25.3. Ankkuri

Stadin Silakkamarkkinat
 Tuntematon sotilas ensi-iltaan
 Aallomurtaja tv-sarja

Seutuesite, Seutukartta,
 Sydänkevät-teemajulkaisu 22.3.

China Arctic Tour
 Seminar /Helsinki 23.9.

Kongressimessut 29.-30.3.
 ITB Berlin, 8.-12.3.
 Be Nordic Milano 22-24.3.

Sales Run - Hamburg,
 Hannover, Berlin 12-14.9.

Kevätmessut HKI 6.-9.4.
 Lapsimessut HKI 21.-23.4.

Risteilyalus 16.9.

Sydänsyky-teemajulkaisu 1.9.

Luonnostaan vahva:
 paikallisinäkyvyys

Syksyn kampanja

Kotka-päivä Pietarissa
 27-28.9.

ITB China 9-11.5.

Yrittäjäjuhla, Kotka 26.8.

KV-Ankkuri

Sydänkesä-teemajulkaisu 2.6.

Arktika-päivät 12.-21.5.
 11.-12.5. Citizen*ship, Kotka

Tall Ships Races 13.-15.7.
 Meripäivät 12.-16.7.
 Naperoleiri 30.7.-3.8.

Risteilyalukset 10.7. ja
 17.7.

Kesäkampanjat



Seudun elinkeinostrategia: viestintä & markkinointi

Strategiset tavoitteet

Seudusta ja yhdessä tekemisestä yleään yhteisön vahvistaminen - tehdään yhdessä Kotkan-Haminan seudusta uudistumisesta kuuluisa

Toimenpidekokonaisuudet

Ilmapiiri ja yhteistyö

- Palveluasenteen ja -laadun parantaminen

Digitalisaatio

- Digitaaliset sovellukset ja palvelut
- Osaamisen kehittäminen

Viestintä ja markkinointi

- Yhtenäinen Luonnostaan vahva -markkinointi
- Viestintä seudun vahvuuksista ja onnistumisista

Indikaattorit

Ilmapiiri ja yhteistyö

- Uudet eri toimijoiden väliset toimintatavat

Viestintä ja markkinointi

- Hyvät uutiset seudusta, kampanjat
- Kilpailukyky- ja vetovoimamittaukset:
- Muuttovoitto/tappio
- Matkailijoiden määrä
- Oppilaitosten vetovoima – sijoitus rankingissä

”Markkinointi on tekoja. Isoja ja pieniä.”

Tavoite	Mittari	Toimenpide
Yhtenäisen seutumarkkinoinnin käyttöönotto ja laajentaminen	<ul style="list-style-type: none"> • Uusi yhteinen seutusivusto, valmis 03-04/2017 • Seutusivuston kävijämäärä 200 000+ • Seudullisten some-kanavien tavoittavuuden kasvu + 10 % • Seutuesitteet ja –julkaisut uudistettu • Osaaja- ja opiskelijamarkkinoinnin toimenpidekokonaisuudet 3 kpl 	<ul style="list-style-type: none"> • Yhtenäiset seudun markkinointikanavat käyttöön • Markkinointimateriaalien tuotannon uudistaminen • Kuntayhteistyö markkinoinnissa ja viestinnässä • Osaaja- ja opiskelijamarkkinoinnin vahvistaminen
Seudun ilmiöiden ja tarinoiden vahvistaminen	<ul style="list-style-type: none"> • Tiedotteiden läpimeno % • Seutuviestinnän uudet, isot teot: 3 uutta toimintatapaa mm. ”Meijän Masa” • Verkkosivuviipymän kasvu + 5 % 	<ul style="list-style-type: none"> • Seudun vahvuuksien tarinallistaminen mm. tarinatiimit, sisältömarkkinoinnin uudistaminen ja vahvistaminen: viestinnän isot teot • Mahdollisuusviestinnän hyödyntäminen
Yhteisöllisyyden kehittäminen	<ul style="list-style-type: none"> • Markkinointiklubissa yrityksiä 50 kpl • Puhemiestoiminnan käynnistäminen 01/2017 • Seutulähettilästoiminnan kasvu + 10 % osallistujia 	<ul style="list-style-type: none"> • Luonnostaan vahvojen markkinointiklubin käynnistäminen, yritysten kanssa tehtävän yhteismarkkinoinnin uudistaminen • Seutulähettiläs- ja paikallisopastoinnin kehittäminen

Teesit vuodelle 2018

- Muutama iso teema, joihin keskitymme:
 - AV-tuotantojen hyödyntäminen markkinoinnissa
- Kohderyhmät alueellisesti ja demografisesti:
 - Kansainvälisesti:
 - Venäjä: Pietari, uutena avauksena Viipurin alue
 - Saksa: kohdennettu verkkosisältö, matkanjärjestäjiin kohdistuvat myyntitoimenpiteet kumppanuuksien kautta
 - Risteilijämatkailijat Keski-Euroopasta
 - Optio (hankepohjainen): Kiina-avaukset kohdennetusti
 - Kotimaassa:
 - Pääkaupunkiseutu: lapsiperheet, nuoret aikuiset, yritykset (ammattilaiset)
 - Kaakkois-Suomi: Lappeenranta

Tapahtumat

- Vuonna 2018 keskitymme B-to-B-tapahtumiin

Yritysyhteistyö

- Yhdistämme tarpeita ja kokoamme yhteisiä markkinointituotteita
- Tarjoamme kumppanuuksia seudun ulkopuolisissa B-to-B-tapahtumissa
 - Toimimme yhdistäjänä Visit Finlandin verkostoihin
 - Välitämme tietoa ajankohtaisista teemoista ja koulutuksista
 - Järjestämme infoja ja koulutuksia yhteistyössä
 - Yhteistyö: Kymenlaakso-taso, Itä-Uusimaa
- Cursorin yrityspalvelut tarjoaa neuvontaa liiketoiminnan kehittämiseen

Saksa

- › Palvelukartta-flyer
 - › Ihastu-osio verkkoon auf Deutsch
- › Outdoor Active –selvitys: markkinointimahdollisuudet
 - › Kohdennettu some-kampanja
 - › Kohdennetut myyntitoimenpiteet

Risteilijämatkailijat, muu kuin Saksa

- › Tehdäänkö uutta materiaalia italiaksi ja espanjaksi?
 - › Sama palvelukartta-flyer it, es, fra

Venäjätöimet 2018 (perustaso)

- Printti-ilmoitukset/natiivi: 2000
- Some vKontakte: vuositason yhteistyö B4U: 4000 EUR
- Sähköinen markkinointi (Yandex): 500 EUR
- Artikkelisisällöt: 500 EUR (visitkotkahamina.fi/ru, Anna Tkacheva)
- Venäjänkieliset esitteet/kartta: 2000 EUR
- 1-2 FAM trippiä: 2500 EUR
- Bloggari/mediavierailut: 3000 EUR (Kinnon kanssa, 1 keväällä, 1 syksyllä)
- Kotka-päivä Pietarissa? 1500 EUR
- VF Workshopit: 4000 EUR
 - 1 keväällä (2000)
 - 1 syksyllä (2000)

YHTEENSÄ: 20 000

+ uutena avauksena

VIIPURI-yhteistyö 3000EUR (festivaalit yms.)

Printtituotteet

- Seutupainotuote suomi, venäjä, englanti
- Palvelukartta-flyerit saksa, italia, espanja, ranska (vrt. Cursor-esite)
- Teemaesite 2-3 krt/vuosi: kevät, kesä, syksy/joulu, painettu ja digi
 - Ryhmäesite
 - Esitejakelut

Ajatuksia resurssoinnista

- Työpanos kv-myyntityöhön: uusien agenttien löytäminen, tuotteistuspanostus, Kiina-avaukset > kuka tekee?
- Antaa välineitä tapahtumatuottamiseen esim. koulutusta ammattimaiseen tapahtumajärjestämiseen
- **Muutama selkeä, teemallinen kampanja:**
- Aallonmurtajan MTV-julkaisun yhteyteen
- 10 (15) 20 tapaa viettää kesää seudulla –kevät-kesän yhteismarkkinointikampanja (laajuus yritysten määrän mukaan, kuntien kärkitapahtumat/-kohteet: Arktika, Tattoo, Meripäivät, Saaristomarkkinat, Pikkukylien pikkumarkkinat, puistot, Salpalinja, Haminan vanha keskusta, Vellamo, Maretarium)
- Rekry-/asumiskamppis
- Elokuvien hyödyntäminen seudun markkinoinnissa ja palvelutuotteissa
 - Aallonmurtaja-sarjan yhteyteen TV-kampanja
 - Mediavierailut
 - Bloggarivierailut
 - Tuotteistaminen (yritykset ja kohteet)