

TAMPERE  
FINLAND

**Liite palvelusopimukseen 2023**

13.12.2022

VISIT  
TAMPERE

# VISIT TAMPERE Matkailustrategia

SEURANTA JA TÄYDENTÄVÄT  
LINJAUKSET 2022-2025

## ILMIÖT:

- TEKOÄLYN HYÖDYNTÄMINEN
- VIRTUAALISEN ELÄMYSTALOUDEN KEHITTYMINEN
- OSAAJAPULA
- TOIMINTAYMPÄRISTÖN NOPEA MUUTOS
- VIHREÄ JA DIGITAALINEN SIIRTYMÄ
- ELÄMYSTALOUDEN KASVU

## STRATEGISET TAVOITTEET:

600M€

MATKAILU-  
TULON  
KASVATTA-  
MINEN

ODOTUKSET  
YLITTÄVÄ  
ASIAKAS-  
KOKEMUS

SWUVA &  
HOUKUTTELEVA  
DIGITAALINEN  
ASIAKASPOLKU

HIILI-  
NEUTRAALI  
MATKAILU-  
JA TAPAHTUMA-  
ALA 2030

MATKAILU-  
JA TAPAHTUMA-  
ALAN  
HOUKUTTELEVUUS

HALUTTU &  
ARVOSTETTU  
KUMPPANI



**TAMPERE.**  
FINLAND

# Kohderyhmät ja teemat

VISIT  
TAMPERE

## Kohderyhmät, markkina-alueet ja toimenpiteet

**B2C-kohderyhmät:** löytöretkeilijät, seikkailijat ja nautiskelijat, jotka ovat kiinnostuneet Pohjoismaista, luontoaktiviteeteista, kaupunkikulttuurista ja urheilusta (Jääkiekon MM-kisat)

**B2B-kohderyhmät:** matkanjärjestäjät, kansainväliset järjestöt sekä yritystapahtumien järjestäjät ja paikalliset tieteentekijät

### Lisärahoitus 2023

Aktiiviset päämarkkinat ja toimenpiteet (mm. PR, some, kampanjat, B2B jne.)

Saksa

Hollanti

Saksa

Muut aktiiviset markkinat (mm. markkina-selvitykset ja toimenpiteet niiden perusteella)

UK

Japani

Ruotsi & Latvia (Riika)

Tanska

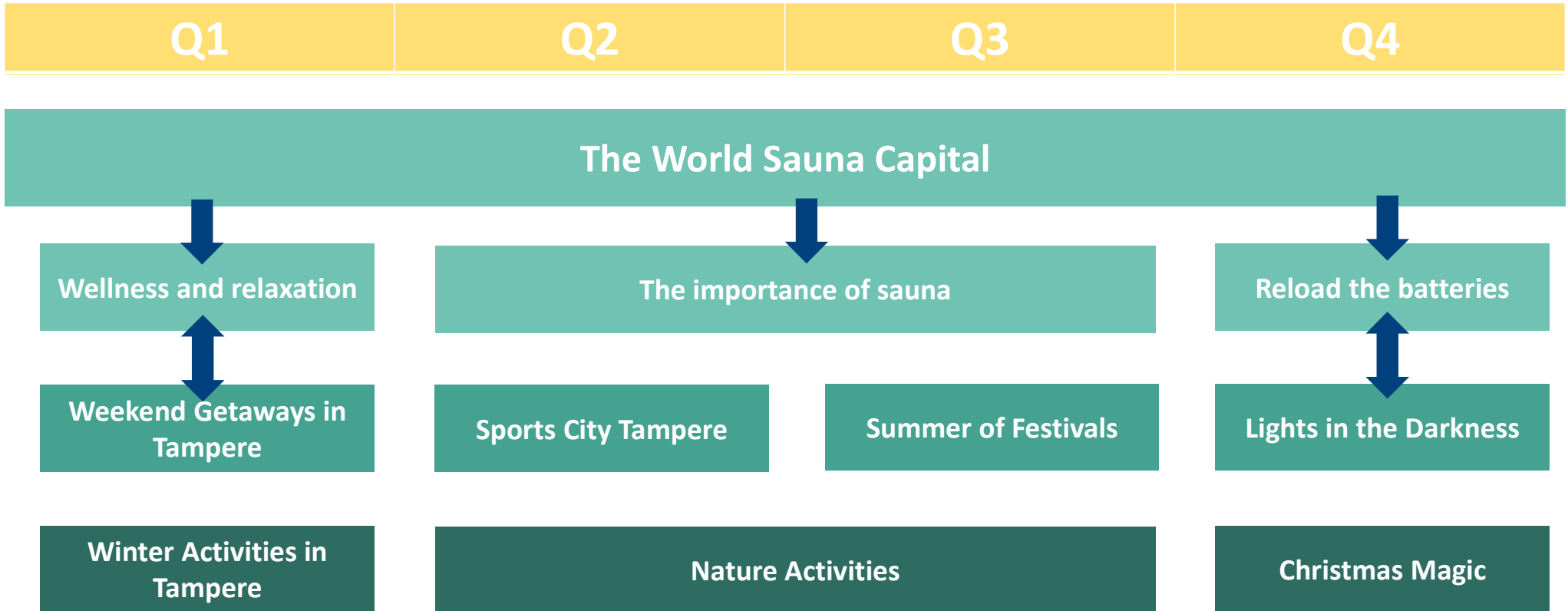
Toimenpiteet tauolla

Kiina  
(koulutus-  
matkailu)



# Tampereen seudun matkailumarkkinoinnin teemat 2023

TAMPERE.  
FINLAND



VISIT  
TAMPERE

## SMART DESTINATION

Hiilineutraalius ja yritysten kestävyys, digitaalisuus, mittarointi ja tiedolla johtaminen

## INVESTOINTIEN EDISTÄMINEN JA INTEGROINTI

Uusien yritysten sijoittuminen ja järvi- ja luontomatkailun kehittäminen

# Liiketoiminnan kehittämisen kärjet

## MATKAILU- TUOTTEIDEN JA PALVELUIDEN KEHITTÄMINEN

Digitaalisuus ja kansainvälisyys



**TAMPERE.**  
FINLAND

# Strategiasta toimenpiteisiin

VISIT  
TAMPERE



# MWB-2023

1. Kansainvälisten lentomatrustajien määrän kasvattaminen
2. Kansainvälisen kokous- ja kongressimatkailun kasvu
3. Uudet investoinnit alueelle

VISIT  
TAMPERE

TAMPERE.  
FINLAND



# Kasvua ja odotuksia ylittävää asiakaskokemusta

**1. MATKAILUTULON KASVATTAMINEN ALUETALOUDESSA  
600 MILJOONAAN EUROON**

**2. ODOTUKSET YLITTÄVÄ DIGITAALINEN ASIAKASKOKEMUS**

**1.1.**  
Tehostetaan  
markkinointi- ja  
myyninedistämis-  
toimenpiteitä  
lentoyhteyksien  
kohdekaupungeissa

**1.2.**  
Keskittymien  
kansainvälisiin  
kongresseihin ja  
yrityskokouksiin

**1.3.**  
Investointien  
lisääminen ja  
vaikuttavien  
hankkeiden haku

**2.1.**  
Asiakaskokemuksen  
kehittäminen Visit  
Tampereen kanavissa

**2.2.**  
Ansaitun näkyvyyden  
ja markkinointi-  
kampanjoiden  
sitominen yhdeksi  
kokonaisuudeksi  
kohdemarkkinoilla



# Vastuullisuutta, alan houkuttelevuutta ja Visit Tampereesta entistä arvostetumpi kumppani

3. Hiilineutraali matkailu- ja tapahtuma-ala 2030

4. Matkailu- ja tapahtuma-alan houkuttelevuuden lisääminen

5. Haluttu ja arvostettu kumppani

3.1. Yritysten päästövähennyksen ja kestävän saavutettavuuden edistäminen

3.2. Yritysten vastuullisuusosaamisen ja yhteisten ratkaisujen lisääminen

4.1. Matkailualan startup-yritysten törmäyttäminen digi-startupien kanssa

4.2. Alan kiinnostavuuden kasvattaminen sekä ulkomaisen työvoiman houkuttelu yhdessä oppilaisten ja yritysten kanssa

5.1. Tarjoamme kohdennettuja palveluita yrityksille ja sitoutamme kumppanit entistä tiiviimmin Visit Tampere partners-verkoston kumppaneiksi

VISIT  
TAMPERE





# 1. Matkailutulon kasvattaminen aluetaloudessa 600 miljoonaan euroon

## 1.1. Tehostetaan markkinointi- ja myyninedistämistoimenpiteitä lentoyhteyskohteissa

- Osallistutaan valittuihin myyntitapahtumiin markkina-alueilla ja tehdään digimarkkinointikampanjoita yhteistyökumppaneiden ja Tampereen seudun yritysten kanssa.
- Järjestetään vierailuja potentiaalisille matkanjärjestäjille yhteistyössä suomalaisen kumppanin (esim. incoming-toimiston kanssa) Tampereen seudulle.
- Kohdennetaan markkinointitoimenpiteitä jääkiekon MM-kisoihin ja WMA-kisoihin vierailijoille.

## 1.2. Keskittymien kansainvälisiin kongresseihin ja yrityskokouksiin

- Työstetään kongressi- ja yritystapahtumaliidejä, joita saadaan omien verkostojen (yliopisto, FCB, ICCA) ja agentin avustuksella.
- Hyödynnetään ambassadorverkostoa sanansaattajina tiedekuntiin ja kansainvälisten tiedeverkostojen suuntaan.
- Markkinoidaan Tamperetta järjestöille ja yritystapahtumajärjestäjille (myyntikäynnit, FCB järjestölounas, tutustumisvierailut ja ICCA:n myyntitapahtumat).

## 1.3. Investointien lisääminen ja vaikuttavien hankkeiden haku

- Tampereelle haluavien yritysten auttaminen infraratkaisussa ja sijoittumisessa.
- Pääkohderyhminä:
  - Elämispalvelut (järvet ja luonto).
  - Hotellit ja majoituksen monipuolisuus (mm. boutique, laadukas majoitus luontokohteissa).
- Luonto- ja järvimatkailun hyödyntäminen uusien investointien houkuttelussa ja palvelutarjonnan kehittämisessä.

## 2. Odotukset ylittävä digitaalinen asiakaskokemus

### 2.1. Asiakaskokemuksen kehittäminen

- Visittampere.fi- sivuston ja Tampere.Finland-sovelluksen kehittäminen analytiikkaa hyödyntäen asiakkaalle käyttäjäystävällisemmiksi palveluiksi, joissa digitaalinen ostettavuus ja alueellinen matkailutuotetarjonta sekä reitit (Datahub) ovat paremmin esillä.
- Matkailuneuvonta palvelee digitaalisissa kanavissa niin sosiaalisessa mediassa kuin sivuston chat-palvelunkin kautta.
- Mahdollistetaan asiakaspolun kohtaamispisteet Tampereen seudulla ja tarjotaan niissä tietoa seudun matkailutarjonnasta. Kesän 2023 pilottikokeiluna testataan fyysistä matkailupistettä keskustassa.
- Tehdään yhteistyössä kanavastrategiaa yhteistyössä kaupungin kanssa.
- Kartoitetaan tekoälyn mahdollisuuksia eri toimenpiteissä.

### 2.2. Ansaitun näkyvyyden ja markkinointikampanjoiden sitominen yhdeksi kokonaisuudeksi kohdemarkkinoilla

- Säilytämme näkyvyyden kotimaan mediassa ja kasvatamme kansainvälistä näkyvyyttä Tampereen seudun lumovoimaa mediaviestinnän keinoin:
  - esimerkiksi paikan päällä toteutettavat mediavierailut, tiedotteet ja kohdemarkkinoilla toimivien PR-toimistojen hyödyntäminen.
- Kansainvälistä yleisöä tavoitellaan kohdennetuilla markkinointikampanjoilla valituissa kohdemaissa ja kanavissa (esim. OTA ja some).
- Luonto- ja järvimatkailun mahdollisuuksien hyödyntäminen alueen markkinointitoimenpiteissä.



## 3. Hiilineutraali matkailu- ja tapahtuma-ala 2030

### 3.1. Yritysten päästövähennystyön ja kestävän saavutettavuuden edistäminen

- Matkailualan avoin hiilijalanjälkilaskuri yritysten käyttöön: lisää vähähiilisiä matkailupalveluja, edelläkävijäyritykset vetureina.
- Huomioidaan luonnon monimuotoisuus ja siihen liittyvät toimenpiteet
- Sustainable Tourism Mobility –hanke: kestävän liikkumisen palvelutarjonnan ja liiketoiminnan kasvun edistäminen.
- Vihreän siirtymän rahoitusmahdollisuuksien hyödyntäminen:
  - Hiilineutraali matkailukohde –tiekartan tavoitteiden edistäminen julkisen ja yksityisen sektorin sekä oppilaitosten yhteistyöllä
  - Valtakunnallinen ja kansainvälinen yhteistyö: Smart Destination -projektihaku, Glasgow Declarationin jalkautus, kaupunkibrändin vahvistaminen.

### 3.2. Yritysten vastuullisuusosaamisen ja yhteisten ratkaisujen lisääminen

- Valitse vastuullisemmin -palvelun yritysmäärän kasvattaminen ja palvelun vakiinnuttaminen elämystalouden vastuullisuustyökaluksi.
- Sustainable Travel Finland-ohjelma, jossa keskitymme kansainvälisesti suuntautuneiden yritysten sparraamiseen ja hyödyntämään valtakunnallista verkostoa ja yhteistyötä.
- Hiilijalanjälkilaskurin ja päästövähennystyön tukipalvelut yrityksille.
- Yhteistyö elämystalouden kehitysohjelman kanssa – matkailun ja tapahtumien synergia.
- Kehitetään lisää kannustimia vastuullisuuden edelläkävijäyrityksille.



## 4. Matkailu- ja tapahtuma-alan houkuttelevuuden lisääminen

### 4.1. Matkailualan startup-yritysten törmäyttäminen digi-startupien kanssa

- Yhdistetään matkailualaa ja digi-startuppeja kehittämään uusia tuotteita ja menetelmiä
- Hyödynnetään nykyisiä alustoja: Platform 6 , TAMK:n Proakatemia ja Innovation Home
- Tutkitaan mahdollisuus perustaa osuuskunta-pohjainen toimintamalli vrt. Smart City

### 4.2. Alan kiinnostavuuden kasvattaminen sekä ulkomaisen työvoiman houkuttelu yhdessä oppilaisten ja yritysten kanssa

- MaRan alueellisen työryhmän toimenpiteiden hyödyntäminen
- MaRan ja Visit Finlandin valtakunnan tason toimenpiteiden suunnitteluun osallistuminen
- kaupungin työllisyysyksikkö tärkeässä roolissa
- Tapahtuma-ala on osa matkailun houkutteluvuutta



## 5. Haluttu ja arvostettu kumppani

### 5.1. Tarjoamme kohdennettumpia palveluita yrityksille ja sitoutamme kumppanit entistä tiiviimmin Visit Tampere partners-verkoston kumppaneiksi

- Tarjoamme alueen kaikille yrityksille maksuttomia webinaareja, infoja ja koulutuksia kansainvälistymiseen, vastuullisuuteen ja digitaalisten palveluiden kehittämiseen mm. hankkeiden avulla kaikille seudun yrityksille.
- Ohjaamme alueen yrityksiä hyödyntämään Visit Finlandin tarjoamia tilaisuuksia (esim. markkinakatsaukset).
- Sitoutamme verkoston kumppanit entistä tiiviimmin yhteistyöhön jalostamalla nykyisiä ja kehittämällä uusia liiketoimintamalleja. Lisäksi tarjoamme palveluita entistä kohdennetummin (tuotteistaminen ja räätälöinti eri kohderyhmille). Järjestämme ja toteutamme esimerkiksi:
  - kansainvälistymispolku-koulutuskokonaisuuden kerran vuodessa kumppaniverkoston yrityksille
  - vientirenkään, joka koostuu yrityskohtaisesta konsultoinnista, tuotteiden ja myyntiesittelyn sparraamisesta sekä mahdollistaa henkilökohtaisen myyntitilaisuuden mukana oleville yrityksille valituille matkanjärjestäjille
  - muita kansainvälisiä markkinointitoimenpiteitä (kuluttajakampanjat ja myyninedistämistoimenpiteet) ja kotimaisia kuluttajakampanjoita, joissa alueen tarjonta ja yritykset ovat keskeisessä roolissa.

**TAMPERE.**  
FINLAND

# Elämystalouden kehitysohjelma

VISIT  
TAMPERE





## Kongresseista, luonto- ja järvimatkailusta kansainvälistä skaalautuvuutta

### 1. Kansainvälisistä kongresseista ja yritystapahtumista skaalautuvaa liiketoimintaa

- Houkuttelemme Tampereelle kansainvälisiä yritystapahtumia yhteistyössä Nokia Arenan, Tampere-talon, TESC:n ja hotelliketjujen kanssa.
- Lisäksi varmistetaan Tampereelle tehtyjen investointien tehokas hyödyntäminen, jonka vuoksi hankitaan liidejä (tieteelliset kongressit ja kansainväliset yritystapahtumat) yhdessä yritysten kanssa (Nokia Arenan, TESC, Tampere-talo ja hotelliketjut).
- Tehdään myyninedistämistoimenpiteitä (tutustumisvierailut, myyntikäynnit), hyödynnetään agenttia ja toteutetaan digitaalisia markkinointikampanjoita yhteistyössä alueen yritysten ja Finland Convention Bureauun kanssa.

### 2. Luonto- ja järvimatkailun investoinneilla ja palvelutarjonnan kansainvälisyydellä skaalautuvaa liiketoimintaa

- Tampereen järvi- ja luontomatkailustrategian jalkauttaminen.
- Tavoitteena saada sijoittumaan Tampereen seudulle useampia kansainvälisiä yrityksiä, joilla on valmiit kansainväliset myyntiverkostot ja valmiita kansainvälisesti skaalautuvia tuotteita. Näiden avulla Tampereen seudun luonto- ja järvimatkailun palvelutarjonta kehittyy ja laajenee.
- Alueelle sijoittuvan yrityksen kanssa sitoudutaan markkinointiyhteistyöhön kansainvälisen tunnettuuden kasvattamiseksi.



# Elämystalouden kasvuohjelman budjetti 2023

## 1. Kansainvälisistä kongresseista ja yritystapahtumista skaalautuvaa liiketoimintaa

- 75 000 € Kansainvälisten kongressien ja yritystapahtumien liidien hankinta ja loppuunvienti

## 2. Luonto- ja järvimatkailun investoinneilla ja palvelutarjonnan kansainvälisyydellä skaalautuvaa liiketoimintaa

- Kv. markkinoinnin lisärahoituksesta 40.000 €  
Kansainvälinen vetovoima – linkitetään kv.matkailun painopistekohteisiin
- Järvi- ja luontomatkailun kansainväliset kärjet –markkinatutkimus, vetovoimakohteiden tunnistaminen ja hyödyntäminen, sekä testaus eri markkina-alueilla esim. pilotti Tel Aviv 25te
- **Kestävä saavutettavuus – osana lentomatkailun kehittämisen matkaketjuja**
- esim. Outdoor Express –sukulabussiyhteydet valittuihin luontomatkailukohteisiin, konseptikehitys ja liikennöinnin tuki 15te

VISIT  
TAMPERE







**TAMPERE.**  
FINLAND

# Kansainvälisen matkailumarkkinoinnin lisärahoitus 2023

VISIT  
TAMPERE



# Kansainvälisen matkailumarkkinoinnin lisärahoitus

## Vauhtia Tampereen seudun kansainvälistymiseen

- Pilotoidaan uusia kansainvälisen markkinoinnin toimenpiteitä ja vahvistetaan näkyvyyttä markkina-alueilla:
  - Medianäkyvyyden kehittäminen yhteistyössä PR-toimiston kanssa.
  - Monikanavaisen markkinoinnin pilotoiminen ja laajempien kampanjakokonaisuuksien rakentaminen.
- Kohderyhmät & markkina-alueet:
  - B2C-kohderyhmät: Pohjoismaista, luontoaktiviteeteista, kaupunkikulttuurista ja urheilusta (Jääkiekon MM-kisoista) kiinnostuneet kuluttajat.
  - B2B-kohderyhmät: Matkanjärjestäjät.
  - Markkina-alueet: Saksa, Hollanti, Ruotsi, Tanska ja Latvia.
- Toimintaa ohjaa kaupunkimarkkinoinnin laajennettu ohjausryhmä.



# Kansainvälisten markkinoinnin alustava budjetti 2023

Saksa

90K

Benelux-maat

85K

Tanska, Ruotsi  
ja Riika

70K

Muut  
maat

5K

Yhteistyötä suunnitellaan mm. Visit Finlandin, lentoyhtiöiden ja alueen yritysten kanssa. Tavoitteena kasvattaa myös markkinointibudjettia yhteistyöllä.



**TAMPERE.**  
FINLAND

**Mittarit**

VISIT  
TAMPERE





# KPI-mittarit (Key Performance Indicators)

Autettujen  
yritysten määrä

Visittampere.fi-  
sivuston vierailujen  
määrä

Tampereen näkyvyys  
kansainvälisessä  
mediassa ja  
vaikuttajayhteistyön  
tulokset

Aktiivisten kongressi-  
ja yritystapahtuma-  
hakujen tilanne

Kumppaneiden  
asiakastyytyväisyys:  
Suosittelemiseksi  
(NPS)

Kuluttajien  
asiakastyytyväisyys:  
Suosittelemiseksi  
(NPS)

Aktiivisten  
investointi-  
neuvotteluiden  
tilanne

Ulkopuolisen  
kehittämisrahoituksen  
volyyymi ja  
yritysvaikuttavuus



VAIKUTTAVUUSINDIKAATTORIT:

# Matkailuelinkeinon ja ekosysteemin kehittyminen

Matkailutulo

Yöpymisten määrä

Matkailijoiden  
viipymä

Kongressien määrä

Kongressien  
tulovaikutus

Uusien  
matkailuyritysten  
määrä

Keskeisimpien  
matkailukohteiden  
kävijämäärä

VISIT  
TAMPERE





# KPI-mittarit 1 / 2

Tulostavoite	Tilanne	Lyhyt raportti 2023
Kasvussa ja kansainvälistymisessä autettujen yritysten määrä on kasvanut 5 % edelliseen vuoteen verrattuna		Konsultoidut yritykset, myynninedistämistoimenpiteissä (workshopt, sales calls ym.) mukana olleet yritykset, tapahtumiin osallistuneet yritykset.
Aktiivisten kongressineuvotteluiden määrä kasvaa 15 % edelliseen vuoteen verrattuna ja kansainvälisten yritystapahtumaneuvotteluiden määrä on vähintään 5		Aktiivisten kongressi- ja yritystapahtumaneuvotteluiden tilanne.
Visittampere.fi-sivuston vierailujen määrä kasvaa 5 % edelliseen vuoteen verrattuna		Sivuston (sessions) vierailujen määrä koko vuoden aikana.
Tampereen näkyvyys mediassa ja vaikuttajayhteistyön tulokset		Median ja vaikuttajayhteistyön tavoitavuus.





## KPI-mittarit 2 / 2

Tulostavoite	Tilanne			Lyhyt raportti 2023
Kumppanien suositteluindeksi (NPS) on korkeampi kuin 50*				NPS (-100 – +100)
Kuluttajien suositteluindeksi (NPS) on korkeampi kuin 70*				NPS (-100 – +100)
Ulkopuolisen kehittämisrahoituksen volyymi kasvaa 30 % ja yritysvaikuttavuus				Kehittämisrahoituksen volyymi ja hankkeissa mukana olleiden yritysten määrä sekä kokoluokat
Aktiivisten investointineuvottelujen tilanne				Avattu 10 uutta neuvottelua, positiivinen investointipäätös kolmen osalta





VAIKUTTAVUUSINDIKAATTORIT:

# Matkailuelinkeinon ja ekosysteemin kehittyminen

Tulostavoite			Tilanne			Lyhyt raportti
<b>TAMPERE</b>  <b>Matkailutulo (2010-2022 rekisteröity majoitus, kaikki majoitusliikkeet)</b> <b>Yöpymiset (rekisteröidyt majoitusliikkeet)</b> kaikki kansainväliset kotimaiset <b>Viipymä (2010-2022 rekisteröity majoitus, kaikki majoitusliikkeet)</b>	<b>Keskiarvo 2010-2022</b>	<b>2023</b>				
<b>Vertailu 2022</b>  Suomi Helsinki Turku Jyväskylä Göteborg (vain rekisteröidyt majoitusliikkeet) Aarhus (vain rekisteröidyt majoitusliikkeet)	<b>Matkailutulo (kaikki)</b>	<b>Yöpymiset (reki steröity)</b>				





VAIKUTTAVUUSINDIKAATTORIT:

# Matkailuelinkeinon ja ekosysteemin kehittyminen

Tulostavoite			Tilanne			Lyhyt raportti
<b>KONGRESSIT</b> Määrä/osallistujat Tulovaikutus	2022	2023				
<b>Vertailu</b> Helsinki, Turku, Jyväskylä	Kävijämäärä	Tulovaikutus				
<b>Keskeisimmät matkailukohteet</b> Särkänniemi, Tampere-talo, Tampereen messut, museot (Vapriikki, Muumimuseo, Tampereen taidemuseo, Sara Hildénin taidemuseo), teatterit (TT, TTT, KomEDIATEATTERI, Pyynikin kesäteatteri), Kintulammi, myöh. myös Uros-Live	Kävijämäärän kehitys 2023 yhteensä 2023 yhteensä					
<b>Matkailuyritysten määrä nousee</b>						



## Rahoitetut hankkeet 2023

Hanke (päättymispäivä)	Budjetti 2023	kunta-rahoitus €	kunta-rahoitus %	EU/ muu hanketuki
Virma (31.3.2023)	5 000	2 000	40 %	60 %
Sustainable Tourism Mobility - matkailun kestävän liikkumisen palvelut (31.8.2023)	64 000	13 000	20 %	80 %
Lakeland Finland (30.9.2023)	54 000	11 000	20 %	80 %
KOVA - kohti vastuullisia elämyksiä (31.8.2023)	35 000	7 000	20 %	80 %
<b>Hankkeet yhteensä</b>	<b>158 000</b>	<b>33 000</b>		

Luvut ovat arvioita hankkeiden jäljellä olevan budjetin käytöstä vuonna 2023. Rahoitusta käytetään todellisen toteuman mukaisesti.



TAMPERE.  
FINLAND

Kiitos!

VISIT  
TAMPERE