

	Pohjois-Pohjanmaa	Keski-Pohjanmaa	Etelä-Pohjanmaa	Pirkanmaa	Päijät-Häme	Etelä-Savo	Pohjois-Savo
Visio	<p>"Pohjois-Pohjanmaan matkailu koostuu neljästä matkailukeskuksesta a. menestyvät, ympärivuotiset, kansainväliset matkailukeskukset luovat edellytyksiä koko maakunnan matkailuelinkeinon kehittämiseksi."</p>	<p>"Pohjanmaa on menestyvä, kotimaisia ja kansainvälisiä matkailijoita houkutteleva maakunta. Kehityksen perusvoima on puhdas ja moni-ilmeinen luonto, toimivat palvelut, runsaat elämykset sekä omintakeinen ja runsas kulttuuritarjonta"</p>	<p>Etelä-Pohjanmaa tunnetahan aitua pohojalaasuutta ja alueen kulttuuria tarjuavana laarukkahana matkaaluelueena, jonka vetovoimmaiset tapahtumat, monipuoliset kokousmaharollisuudet, hyvät majoituspaikat ja persoonalliset käyntikohteet tarjuavat niin kotomaasille ku ulukomaalaasillekki yritys- ja lomamatkaalijoolle runsahasti vaihtoehtoisia ja rehtiä matkaaluhteeta ympärivuoren</p>	<p>"Pirkanmaan elämystalous on kannattavasti kasvava, kansallisesti ja kansainvälisesti tunnettu toimialaklusteri. Sen veto-voima ja kilpailukyky perustuvat alueen hyvään saavutettavuuteen, vahvoihin kärkiyrityksiin, omaleimaiseen tarjontaan, yhteistyöhön ja liiketoimintamallien aktiiviseen uudistamiseen"</p>	<p>Alue haluaa olla Suomen yhteiskuntavastuullisin hyvinvointi- ja tapahtumamatkailun maakunta, joka tarjoaa asiakkailleen monipuolisen palveluverkoston.</p>	<p>: "Nousta määrällisesti ja laadullisesti vapaa-ajan asumisen ykkösmatkunnaksi." Tavoitteena on lisätä viipymää alueella, verkostoja, investointeja, alan työllisyyttä sekä yritysten liikevaihtoa.</p>	<p>Pohjois-Savo on Suomen kolmen merkittävimmän matkailumaakunnan joukossa koti- ja ulkomaan markkinoilla. Helposti ja nopeasti saavutettava luontomatkailuaktiviteet tien, tapahtumien, hyvinvointipalvelujen ja liikematkailun luvattu maakunta tarjoaa laadukkaita palveluja ja elämyksiä ympäri vuoden aitoon savolaiseen tapaan. "</p>
Ydinviesti	<p>Monipuolinen luonto</p>	<p>"Kulttuuri on Keski-Pohjanmaalla jotain enemmän ja parempaa. Musiikki, taide, teatteri – kulttuuri kaikissa muodoissaan – on Keski-Pohjanmaalla arkipäiväinen juttu. Ihan henki ja elämä. Se on mukana arjessa ja juhlassa, valmiina nautittavaksi ja koettavaksi monenlaisine annoksina. Itse osallistuen ja tehden</p>	<p>"Maaseutumatkailussa tulee teemoina hyödyntää suomalaista/pohjalaista hyvinvointi –teemaa, lumi ja jouluteemaa, pohjalaista maaseutuluntoa ja maisemaa, alueen ruokaperinteitä sekä vesistöjä."</p>	<p>?? Brändityö käynnissä</p>	<p>"yhteiskuntavastuullisin hyvinvointi- ja tapahtumamatkailun maakunta, joka tarjoaa asiakkailleen monipuolisen palveluverkoston"</p>	<p>"Etelä-Savo Saimaan maakunta"</p>	<p>"Helposti ja nopeasti saavutettava luontomatkailuaktiviteet tien, tapahtumien, hyvinvointipalvelujen ja liikematkailun luvattu maakunta tarjoaa laadukkaita palveluja ja elämyksiä ympäri vuoden aitoon savolaiseen tapaan. "</p>

		tai valmiina nauttien. Valitse oma roolisi vahvassa kulttuurimaakunnassa”					
Tuote-profiili	Perinteistä luontoaktiiviteettia, pieni-muotoista majoitusta, matkailukeskukset suuressa roolissa sekä Oulun seutu	Tärkeimmät matkailuresurssit ovat maaseutumainen, merellinen ja paikoin jopa erämainen luonto sekä paikallinen kulttuuriperintö. Näiden ympärille rakentuu useita tuotteita ja tapahtumia.	Majoitus on pääosin mökkimajoitusta, jonkin verran myös b&b-, maatalo- ja leirintäaluemajoitusta. Aktiiviteettitarjonta on pääasiassa monipuolista liikuntaa luonnossa, lisäksi mm. juhlapalveluja ja viinitila. Nähtävyyksien pohjalta löytyvät sanat aitous, perinteet ja paikallisuus.	Maaseutumatkailu Pirkanmaalle ei profiloitu erityisen yhtenäisesti. Laajalla alueella on paljon erityyppisiä toimijoita. Lisäksi Etelä-Pirkanmaalla on pitkät perinteet maaseudun elinkeinossa, pohjoisessa painopiste on luontomatkailussa.	Yritykset tarjoavat suurimmaksi osaksi mökkilomia, pienimuotoisia sekä yksilöllisiä majoituspalveluita, luontoa hyödyntäviä ohjelmalveluita sekä kokous- ja ravitsemispalveluita maaseudun miljöössä.	Alue profiloituu vahvasti Saimaan ja siten vesistömatkailun ympärille. Lisäksi alueella on nostettu kulttuuri (oopperajuhlat) sekä erilaiset aktiviteetit (vesistö). Keskeisiä toimintoja ovat mökkimajoitus, veneily, kulttuurikohteet ja – tapahtumat.	Profiloituu mökkimatkailuun ja siellä panostetaan matkailukeskuksiin kuten Tahko ja Kuopio. Strategiassa on nostettu alueen vetovoimatekijäksi Savolaisuus. Aktiiviteetteja monipuolisesti ympäri vuoden.
Näkyvyys sähköisessä mediassa	ei yhteistä markkinointia? Wikipediasta löytyy perustiedot Pohjois-Pohjanmaasta. Facebookista löytyy epävirallinen sivusto, jonka perustaja ja ylläpitäjä on yksityinen henkilö.	Markkinointi on keskitetty Keski-Pohjanmaan maakuntaportaalien sivuille. Keskitämisen takana on Keski-Pohjanmaa NYT! hanke, jonka tavoitteena on ollut yhtenäistää Keski-Pohjanmaan ilmettä. Näkyy myös facebookissa.	Internetportaalit www.pohjanmaanmatka.ilu.fi ja www.matkailupohjanmaa.fi Alueen nettisivut on hyvin tehty. Etelä-Pohjanmaan Matkailulla on sivut facebookissa.	Alueelle on kehitteillä kokonaan uusi matkailuportaali. Kasvavassa määrin alueella tavoitellaan kuluttajia sähköisen markkinoinnin keinoin	Päijät-Hämeen matkailulla on omat verkkosivut, lisäksi alueella on Facebookissa sivut josta löytyy myös linkit kuntien kotisivuille sekä wikipediaan. Lahti Travel on alueen aktiivinen myyjäorganisaatio. Yrityksen internet-sivujen kautta löytyvät kaikki alueen matkailuun liittyvät palvelut.	Verkkoviestintä tärkein kanava, facebookissa ei yhtenäistä näkyvyyttä	Tietoa alueiden matkailusta löytyy vaikeasti ja asiakkaan täytyykin etsiä tietoa erikseen jokaisen kunnan Internet-sivuilta. Facebookista löytyi sivuja Pohjois-Savosta, ja lähes jokaisella kunnalla ja kaupungilla on omat ”fanisivut”. Haastateltu yrittäjä koki juuri Facebookin merkittävänä markkinointikanavana.
Merkitävää	Näkyvyys sähköisessä mediassa sekava ja	Alue on pieni, eikä siellä ole suuria keskuksia, esimerkiksi kaupunkia	Alueen matkailustrategiassa on määriteltä	Alueen strategiassa mainittiin luontomatkailu vahvana, mutta ei	Kestävä kehitys painottuu vahvasti	Perinteisesti vahva toimija maaseutumatkailussa.	Haasteena koetaan erityisesti ”mentaalinen saavutettavuus”. Haluttu

	hajanainen	joka erityisesti nousi esiin matkailutarjonnassa.	maaseutumatkailulle oma kehittämisohjelma. Markkinointiviestinnässä tulee hyvin esiin tarinat ja pohjalaisuus.	erityisesti maaseutumatkailua. Eivät markkinoi maaseutumatkailua erillisenä kokonaisuutena.			Savolaisuus ei välttämättä näy tuotetarjonnassa ja viestinnässä.
--	------------	---	--	---	--	--	--

YHTEENVETOA / TULKINTAA TULOKSISTA:

- Haasteeksi koettiin se, että varsinkin yrittäjiä oli vaikea saada vastaamaan kysymyksiin joko kiireen tai ”vaikeiden kysymysten” vuoksi. Tulosten analysoinnin haaste onkin se, että eri maakunnista on tietoa satu irti eri tavalla. Toisaalta tästä voidaan selkeästi päätellä ne maakunnat joissa asioita on pohdittu, kehitetty ja joka viestittää tahtotilastaan myös ulospäin. Haasteena on selkeästi myös se, että maaseutumatkailua ei esim. maakuntien strategioissa ja kehittämisohjelmissa, muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta, käsitellä erillisenä matkailumuotona. Alueiden yleiset visiot ja tavoitteet on tehty koko alueelle toimintamuodosta riippumatta.
- Selkeimmin profiloituneet alueet ovat Etelä-Savo Saimaan ympärille sekä Keski- ja varsinkin Etelä-Pohjanmaa omaleimaisen kulttuurin ympärille. Myös Pohjois-Savossa tavoitteena on profiloitua kulttuurin ympärille, mutta se ei vielä selkeästi näy tuotetarjonnassa ja viestinnässä. Päijät-Häme haluaa profiloitua melko abstraktin kestävän kehityksen ympärille.
- Alueilla tehdään melko samantyyppistä markkinointia ja tämän tutkimuksen perusteella mikään alue ei nouse tällä saralla erityisen innovatiivisena. Keski-Suomella on siis mahdollisuus erottautua innovatiivisilla viestintäratkaisuilla, mikäli se tehdään nopeasti.
- Kaikissa maakunnissa oli tehty jollakin tasolla matkailuun liittyvä strategia ja erilaisia kehittämissuunnitelmia. Visioista käy hyvin esille eri alueiden tavoitteet sekä useissa myös tavoiteltu matkailuprofiili.
- Strateginen päätös Keski-Suomessa on, viestitäänkö koko alueesta yhtenäisesti vai pienalueittain. Löytyykö Keski-Suomesta yhtenäinen profiili vai pitääkö profiilit luoda alueittain?
- Konkreettisen ja selkeän profiilin alla voisi viestiä profiiliin sopivista tuotteista.
- Innovatiiviset ja asiakaslähtöiset viestintäratkaisut!