

YLLÄS

LUONNOLLISESTI YKKÖNEN

Ylläksen ystävät ry jäsenalaisuus

Visit Ylläs / Ylläksen Markkinointi Oy

13.4.2022

Kati Vehmas

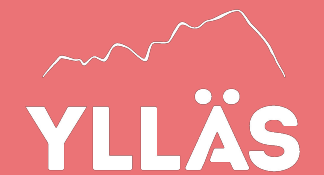
kati@yllas.fi

LUONNOLLISESTI YKKÖNEN



**Erilaista lopputulosta ei tule
samalla tavalla tekemällä.**

LUONNOLLISETI YKKÖNEN





Asiakaslähtöisyys suurin arvo työhön liittyvissä valinnoissa

LUONNOLLISESTI YKKÖNEN



Tausta ja arvot työssä

- Entinen kilpahiihtäjä, suunnistaja, juoksija ja maastopyöräilijä. Nykyisin hiihdän ja maastopyöräilen 2000-4000 km:iä vuodessa.
- Tein Ylläksen ensimmäisen MTB-reitin vuonna 2003.
- Erityisosaamisalueet ovat digitaalinen markkinointi, kirjoitettu sisältö ja tiedolla johtaminen eli tutkimuksen hyödyntäminen ratkaisuihin.
- Vahvuutena kokonaisuuksien hallinta, kehittäminen ja visiot. Haasteena yksityiskohdat ja jos asiat etenevät hitaasti.



LUONNOLLISESTI YKKÖNEN



Visit Ylläs Ylläksen Markkinointi oy

LUONNOLLISESTI YKKÖNEN



Visit Ylläs työntekijät

Kati, toimitusjohtaja

- hallinto, alullepano, kv-kampanjat,
kirjoittaminen.

Juuso, markkinointikoordinaattori

- ylläs.fi -ylläpito, järjestelmät, tilastojen
kerääminen, tiedottaminen.

Eetu, markkinointikoordinaattori

- valokuvat ja videot, sosiaalinen media,
FAM ja pressii.



LUONNOLLISESTI YKKÖNEN



Visit Ylläs vastuut

Yhteismarkkinointi

- Markkinointikampanjat
- Ylläs.fi, esite
- Viralliset some-kanavat
- FAM-tripit, pressi, vaikuttajat
- Yritysten tiedotus, Ylläs-uutiskirje kävijöille

Lisätietoa löytyy:

www.yllas.fi/info/visit-yllas

LUONNOLLISESTI YKKÖNEN

Huolehtii ja vastaa

- Data Hub, CRM
- Kuva ja sisällöt
- VR ja lentokenttäyhteistyö
- Visit Finland yhteistyö, Lappi-yhteistyö
- Kolarin kunta (elinkeinotoimikunta, reittityöryhmä, Ylläs III), VAE, Kauppakamarin matkailuvaliokunta yms
- Cardu
- Tuotemyynti



Visit Ylläs organisaatio

- Osakkaita 86, osakkeita 111
- Suurin omistaja Kolarin kunta, 19 osaketta
- Hallituksessa seitsemän jäsentä, Tommy Sippo (pj), Mikko Virranniemi, Vesa Kaulanen, Johanna Lyly, Juha-Pekka Olkkola, Hannu Haapala, Nina-Maria Möykkynen
- Budjetti 2021-2022 450 000€, tästä Kolarin kunta 250 000€ ja yritykset 200 000€. Yritysten osuudesta kolme suurinta maksajaa maksaa reilusti yli puolet.

Yleiskatsaus budjettiin

	Budjetti 2021-2022
Menot	
Henkilöstökulut	170 000
Muut kulut	60 000
Markkinointikulut	
Kotimaan markkinointi	190 000
Ulkomaan markkinointi	43 000
Tulos	+ 400

LUONNOLLISESTI YKKÖNEN



Ylläksen Brändi

LUONNOLLISESTI YKKÖNEN

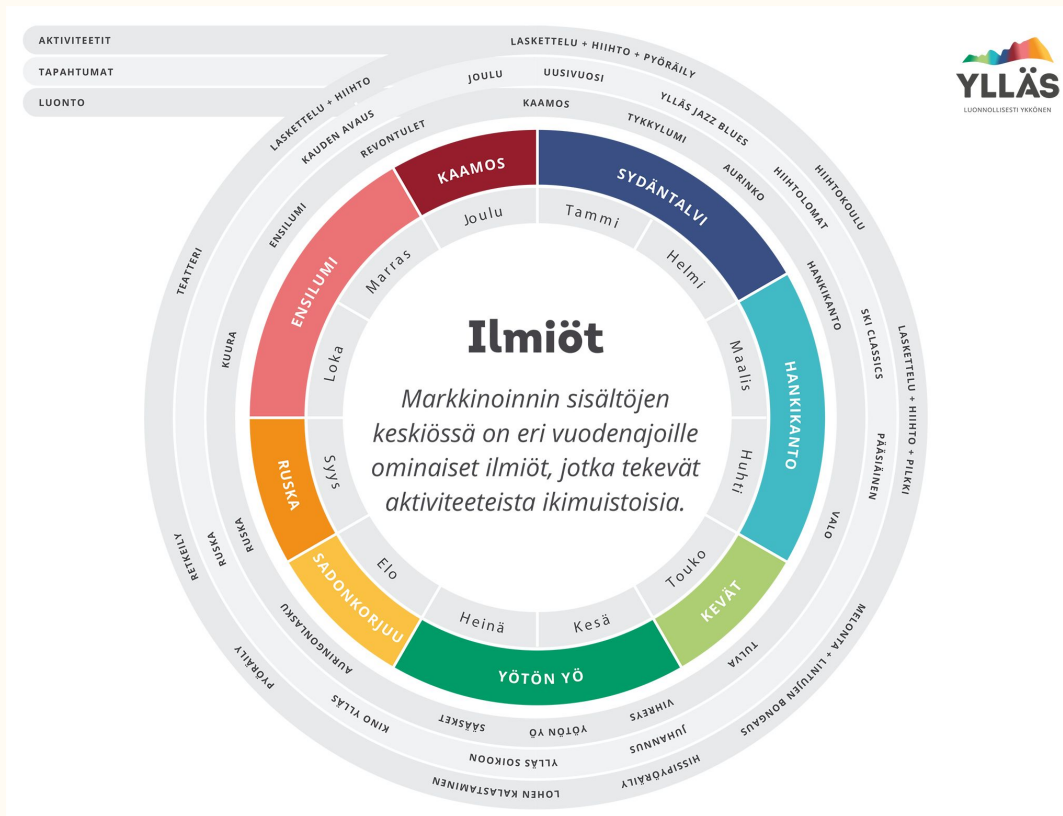


Ylläksen arvoihin kuuluvat suvaitsevaisuus, kiireettömyys,
kuuntelu, halu ymmärtää luontoa ja toisia ihmisiä.
Ylläksen henkeen kuuluu voimaantuminen, rentoutuminen.
Ylläkseltä palataan energisempänä ja levänneempänä.

LUONNOLLISESTI YKKÖNEN



Ylläs-brändin perustat



Markkinointi perustuu Ylläksen Brändiin. Brändissä tärkeinä elementteinä ovat

- 8 vuodenaikaa
- 7 tunturia
- Ylläksen brändin arvot

LUONNOLLISESTI YKKÖNEN


YLLÄS

Vuodenaikatekstit ja tunturielementit

Hankikanto - huhtikuu

“Kevättalvella Ylläs tulvii valoa, kun auringonsäteet heijastuvat kirkkailta valkoisilta hangilta.”

Hankikanto on upeaa aikaa tunturissa niin rinteissä, laduilla kuin luontoreiteillä: hyväntuuliset ulkoilijat nauttivat olostaan kupposella kuumaa repusta tai latukahvilasta, ja metsän eläimetkin tepastelevat kylille ihmettelemään kevään kuhinaa.”



Yllästunturi



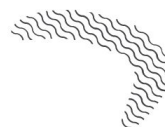
Kukastunturi



Kesänkitunturi



Kuertunturi



Aakenustunturi



Lainiotunturi



Pyhätunturi

LUONNOLLISESTI YKKÖNEN



Aktiiviset ja luonnonläheiset nautiskelijat

LUONNOLLISESTI YKKÖNEN





YÖTÖN YÖ

Ylläksen Markkinointi
maaliskuu – kesäkuu

YÖTÖN YÖ

Luonnollisesti yökkönen

Vahvistetaan Ylläksen “Luonnollisesti ykkönen” -imagoa sekä top of mind -asemaa kotimaan kesäkohteena. Ilmaistaan Ylläksen yöttömän yön aktiviteetteja ja mahdollisuuksia hausalla ja helposti omaksuttavalla tavalla. Helposti johdettavissa oleva ja leikkisä kampanjaslogan, joka korostaa Ylläksen virallista slogania ja vahvistaa sen tunnettuutta. Hyödynnetään Ylläksen markkinoinnille tuttuja kanavia – hieman eri painotuksella. Herätetään huomiota rikkomalla rohkeasti aikaisemmin totuttua mallia Ylläksen viesteistä. Radio- ja videomainokset pohjaavat kertojan ääneen ja kerronnan tyyliin. Samaa viestiä sovelletaan myös muissa sovelluksissa.

LUONNOLLISESTI YKKÖNEN



Ylläs toteuttaa monikanavaista markkinointia jatkuvana imagollisena viestintänä sekä neljä kertaa vuoden aikana toteutettavana kampanjamuotoisena aktivointina.



Yhdessä imagolliset sekä aktivoivien kampanjoiden viestit rakentavat ja vahvistavat mielikuvaa ympärivuotisesta Ylläksestä.

LUONNOLLISESTI YKKÖNEN



Kanavat + Kohdealueet

JCDecaux

Raitiovaunun pysäkkisivu
Pääkaupunkiseutu
5252 €



Google Ads Display, Haku, Youtube
Koko Suomi ja Tromssa + Luleå
10500 €



Radio Helsinki
Helsinki, Turku, Tampere, Oulu
4750 €

Lehdet: Kuukkel, Kalevan kesäliite ja
Juhannus IS
4100 €



KUUKKELI **ILTALEHTI**

SoMe
Koko Suomi
2500 €



LUONNOLLISESTI YKKÖNEN


YLLÄS

Budjetti + Kohderyhmät

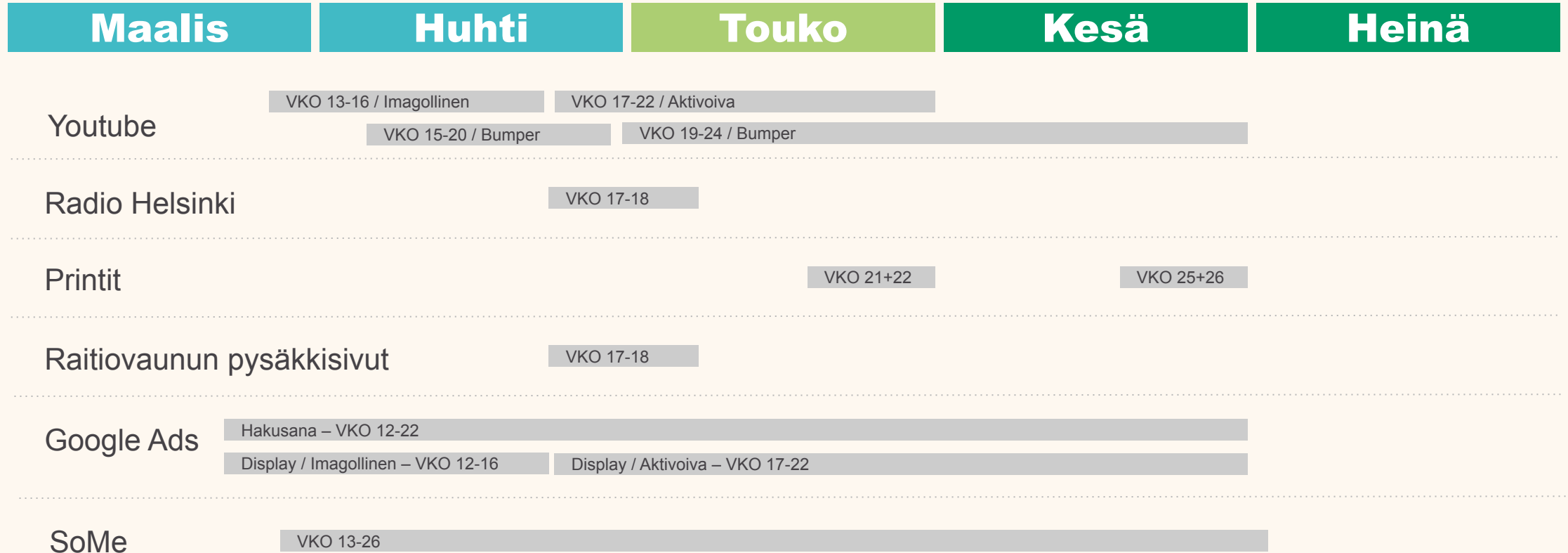
Kokonaisbudjetti 43 000 €

- Suunnittelu ja tuotannot
10 000 €
- Mediat ja kanavat
33 000 €

Kampanjan Pääkohderyhmät

- Perhelomailijat
- Luonnossaliikkujat
- Pariskunnat ja kaveriporukat
- Pyöräilijät

Kampanjan aikataulu 2022



Kesän lukuja

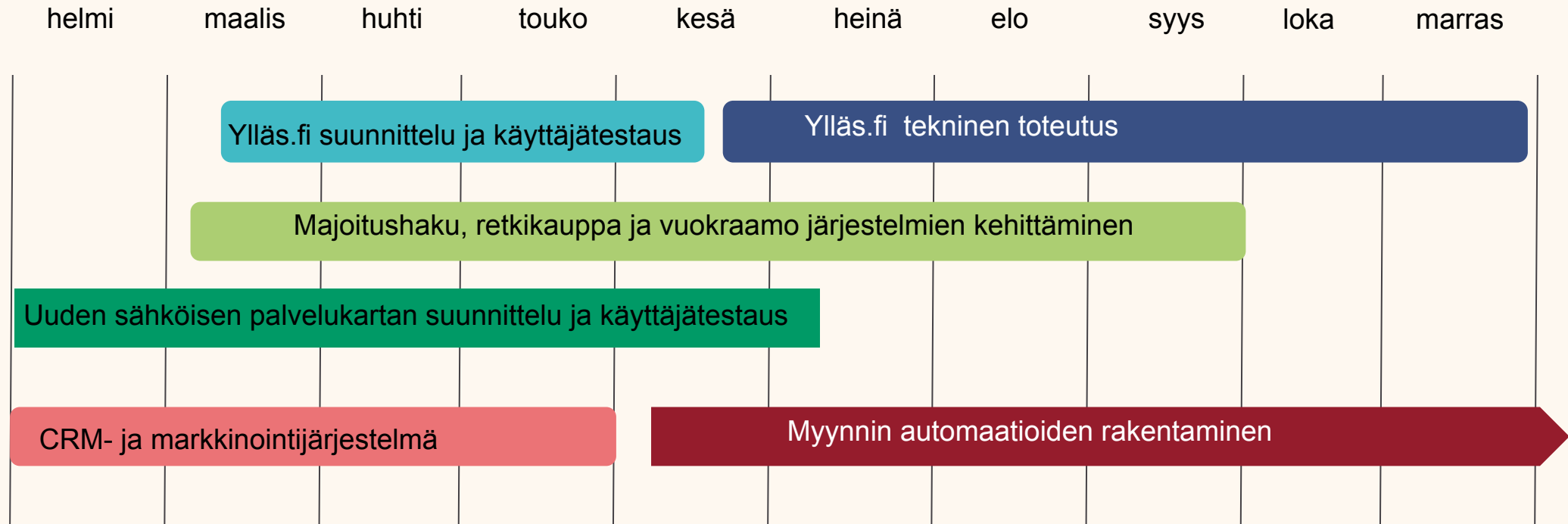
- Välityksessä oleva mökkikapasiteetti on ollut kesä-heinäkuussa yksittäisiä päiviä lukuunottamatta 90% varattu.
- virallisissa majoitusvuorokausissa ennätyskesä, verrattuna mihin tahansa kesään.
- Erytisesti kasvu uusissa kotimaisissa asiakkaissa.
- Ylläksen alueella on tällä hetkellä noin 550 vuokrapyörää. Kesällä koko kalusto on ollut useina päivinä liikenteessä, varausasteen ollessa päiväkohtaisesti tällöin 100%.
- Vuokraamojen liikevaihdoilla heinäkuu on vastannut maaliskuun myyntiä.

Uutta ja kehitysaskelia

LUONNOLLISESTI YKKÖNEN



Markkinoinnin kehitysaskeleet



Digitalisointi ja resurssien kasvattaminen

- Hallinnon ja siihen liittyvän työn karsiminen
 - verkkokauppa, myyntitunnelit, automatisointi, asiakaspalvelu
- Reittien hallinnointi ja kehittäminen
 - reittistrategia ja kesäreitit, investoinnit ja korjaukset
 - latujen huollon kehittäminen vs resurssit
- Raportit, vuorovaikutus yritysten ja alueen kanssa, 2 kertaa vuodessa yhteistyötilaisuus, aamukahvit ja uutiset yrityksille 1-2/ kk.

Yrityskohtainen vastuullisuus - tavoitteena destinaation STF-sertifikaatti.

LUONNOLLISETI YKKÖNEN



Vastuullinen matkailu ei ole enää tulevaisuuden trendi

- Kyselyissä on noussut esille, että
 - 29% matkailijoista on kiinnostuneita hiilijalanjäljestä,
 - 38% matkailijoista on kiinnostuneita, uhkaako heidän toimintansa paikallista luontoa.
- Tulevaisuudessa matkakohde määräytyy vastuullisuuden mukaan.
- Expediaan datan mukaan 60% matkailijoista haluaa matkustaa vastuullisesti.
- Sosiaalinen kestävyys, eli alueen aitous ja sosiaalinen hyväksyntä matkailulle!

Alueen kehittyminen on kesästä kiinni

Ennen pandemiaa ulkomaalaisia kävijöitä oli hiukan alle puolet, ja kotimaisia reilut 50%.

Ylläksen ulkomaiset asiakkaat pitkälti Briteistä, ja Keski-Euroopasta, kuten Saksa ja Sveitsi.

Myös Ruotsi ja Norja tärkeitä kohdemarkkinoita.

Saavutettavuuden tiimoilta tehty töitä Euroopan markkinoille yhdessä Kittilän kentän vaikutusalueen eli Levin ja Muonion kanssa.

Kesä on iso painopiste

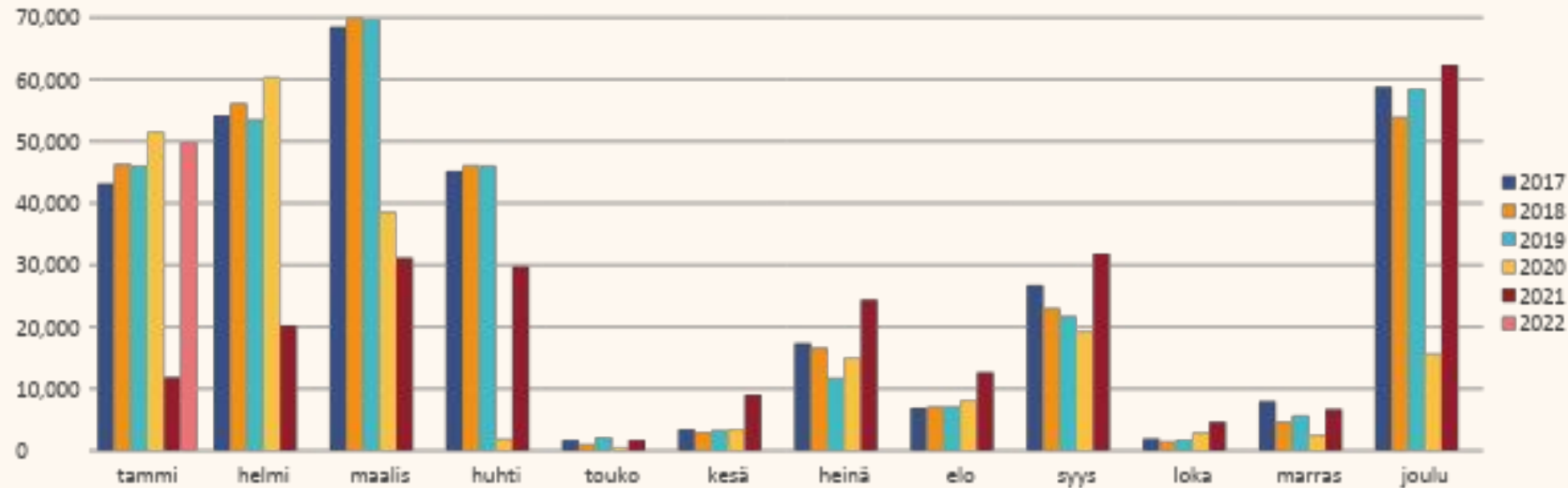
Lapin markkinointi yhdessä Lapin muiden alueiden kanssa erityisesti kesään.

Meneillään talven kävijätutkimus hankkeen pyörittämänä. Jatkumoa viime vuotiselle, sekä kesän kävijätutkimukselle.

Meneillään myös Matkailun aluetaloudelliset vaikutukset -tutkimus Kolarin kunnan tilaamana.

Visit Ylläs kokoaa tilastoja mm majoituksesta, lentokentästä, junista, vuokraamoista, kävijöistä, Metsähallitukselta jne. Työ vasta alussa.

Rekisteröityjen yöpymisten (>20%) kehitys Kolarissa 2016-2021



LUONNOLLISESTI YKKÖNEN



A person wearing a bright yellow and pink helmet, a dark puffer vest, and blue shorts is sitting on a large rock, looking out over a vast, forested valley. A black mountain bike with 'HAIRINE' and 'SCHWALBE' branding is leaning against the rock in the foreground. A black backpack is also on the rock. The background shows rolling hills and mountains under a cloudy sky.

Kiitos!