



15.11.2018

POHJOIS-SODANKYLÄN MATKAILUN KEHITTÄMINEN -HANKKEEN LOPPURAPORTTI

1. TOTEUTTAJAN NIMI

Sodankylän kunta

2. HANKKEEN NIMI, HANKETUNNUS JA TOTEUTUSAIKA

Pohjois-Sodankylän matkailun kehittäminen, tunnus: 42724, toteutusaika 1.4.2017 – 31.8.2018

3. YHTEENVETO HANKKEESTA

Sodankylän kunnan pohjoisosassa toimii useita pienempiä matkailuyrityksiä ja -toimijoita, jotka ovat marraskuussa 2016 perustaneet alueelle uuden matkailuyhdistyksen. Pohjois-Sodankylän matkailun kehittäminen -hanke auttaa yhteistyön aloittamisessa ja yhdistyksen toiminnan organisoimisessa. Lisäksi hankkeen aikana luodaan vuosikellomalli, jonka avulla yhdistyksen toiminta jatkuu hankkeen jälkeen tavoitteellisena ja suunnitelmallisena.

Koulutusosiossa hankkeeseen osallistuvat yritykset saavat Visit Finland Akatemia-valmennuksen avulla ajankohtaista ja päivitettyä tietoa ja osaamista tuotteiden ja palveluiden kehittämiseksi ja markkinoimiseksi kansainväliselle asiakkaalle. Pohjois-Sodankylän alueelle luodaan markkinointinimi ja -brändi ja aloitetaan markkinointitoimet tunnettuuden lisäämiseksi.

Yritysrühmähankkeessa toimivat aktiivisesti Tankavaaran ravintola ja majoituspalvelut Oy, Vuotson Maja Ay, Purnumukan mökki- ja poropalvelut, Tmi Kasper von Wuthenau ja Vega Service. Lisäksi Pohjois-Sodankylän matkailuyhdistys ry ja sen jäsenet olivat mukana hankkeessa.

Hankkeen koulutusosiot toteutuivat suunnitellun mukaisesti. Koulutuksiin osallistuttiin ahkerasti (osallistujia 10 – 14 hlö / koulutuspäivä). Matkailualueen nimi ja visuaalinen ilme samoin kuin sähköiset markkinointikanavat julkaistiin tammikuussa 2018 Matkamessuilla. Lanseeraus sai hyvin palstatilaa eri medioissa. Myös kv-matkanjärjestäjät ottivat ilolla vastaan uuden, pienen matkailualueen ja -kohteen Lapissa.

Hankkeelle haettiin viiden kuukauden jatkoaika ja pieniä muutoksia hankebudjettiin. Muutosbudjetti toteutui lähes 100 %:sti.

4. RAPORTTI

4.1 HANKKEEN TAVOITTEET

- Ylemmän tason tavoitteet, joiden osa hanke on



15.11.2018

Hanke toteuttaa Manner-Suomen maaseudun kehittämishjelman toimenpidettä 16.3. Mikroyritysten yhteistyö, jonka tavoitteena on lisätä maaseudun pienten yritysten yhteistyötä, erityisesti matkailualalla palveluiden ja niiden markkinoinnin kehittämiseksi. Yhteistyötä kehitetään myös yhteistyötä organisoimalla sekä uusia toimintamalleja kehittämällä.

Hanke parantaa yhteistyötä, verkostoitumista, palveluiden saavutettavuutta, infraa sekä lisää asumisviihtyvyyttä myös paikallisten asukkaiden tasolla. Hankkeen myötä alueen näkyvyys ja tunnettuus matkailijoiden keskuudessa paranee, yhteistyön tekeminen alueella aloitetaan ja toimijoiden osaaminen tuotteiden ja palveluiden kehittämisessä ja muotoilemisessa kansainvälisen asiakkaan tarpeiden mukaiseksi paranee. Lisäksi saamelaisuus ja saamelainen yrittäjyys huomioidaan entistä paremmin yhteisen toimintamallin myötä.

- Hankkeen tavoitteet

Hankkeen tavoitteena on organisoida Sodankylän pohjoisosan matkailuyhteistyö sekä luoda toimiva vuosikello yhteistyön toteuttamiselle tulevaisuudessa. Hankkeessa myös kirkastetaan alueen markkinoinnin kärkiviesti ja luodaan aluemarkkinointiin työkalut – brändi, valikoidut sähköiset kanavat sekä kartoitetaan mahdollisuutta yhteiseen varauskanavaan / verkkokauppaan. Yritysten osaamista matkailutuotteiden kehittämisestä, hinnoittelusta, jakelusta ja markkinoinnista parannetaan. Kehitetään jo olemassa olevia tuotteita ja palveluita, kehitetään uusia palveluita sekä paketoidaan palvelut asiakkaalle helposti ostettavaksi sähköisissä jakelukanavissa ja mahdollisesti matkanjärjestäjien kautta.

Tavoitteena on tuoda Sodankylän pohjoisosan matkailutoimijat ja heidän ainutlaatuinen palvelutarjontansa näkyväksi ja ostettavaksi oikeissa kanavissa. Samalla alueen elinvoimaisuus paranee, säilytetään olemassa olevat työpaikat ja luodaan mahdollisesti uusia työtilaisuuksia kyläläisille ympärivuotisesti. Myös saamelaiskulttuuriin sekä kullankaivuukulttuurin vaaliminen ovat osa hankkeen sekä alueen tapahtumien kehittäminen osaksi matkailutarjontaa ovat yksi hankkeen tärkeistä tavoitteista.

Tavoitteet kiteytettynä:

1. Organisoida Sodankylän pohjoisosan matkailuyhteistyö
2. Luoda vahva markkinointibrändi + viesti tulevalle matkailutyölle
3. Valjastaa sähköiset kanavat ja sosiaalinen media tehokkaasti käyttöön alueen markkinoinnissa
4. Tutkia ja vertailla sähköisiä varausjärjestelmiä ja verkkokaupparatkaisuja alueen palveluiden tehokkaan ja toimivan myynnin mahdollistamiseksi.
5. Vahvistaa osallistuvien yritysten osaamista kansainvälisen markkinoinnin ja myynnin osalta
6. Vahvistaa osallistuvien yritysten osaamista sähköisissä kanavissa ja avustaa yrityksiä tuotteiden / palveluiden näkyvyydessä eri kanaviin
7. Kehittää yritysten tuote- ja palveluvalikoimaa – lisätä uusia tuotteita sekä kehittää olemassa olevia
8. Kehittää alueen yhteisiä matkailupaketteja sekä opastaa yrittäjiä hinnoittelussa ja jakelukanavissa
9. Pohjois-Sodankylän alueen elinvoimaisena säilyttäminen > paikallisen kulttuurin ja saamelaisuuden vaaliminen, työpaikkojen säilyminen ja niiden ympärivuotisuus.



15.11.2018

4.2 TOTEUTUS

1. TOIMENPITEET		
Toimenpide	Milloin	Miten
Hankkeen toteutus		
Hankkeen toteutus, kilpailutus	huhtikuu 2017	Kilpailutus hankkeen toteutuksesta >> valittu toteuttajaksi CO Consult Oy ja projektipäälliköksi Ulla Koikkalainen
Pohjois-Sodankylän matkailun yhteismarkkinoinnin ja yhteistyön organisointi		
Yritysten välisen yhteistyön pelisääntöjen ja toimintatapojen luominen	Toukokuu 2017 – kesäkuu '18	<ul style="list-style-type: none"> - yritysten yhteistyön organisointia: <ul style="list-style-type: none"> o yhteistyön käynnistämistä, yhteisten toimien suunnittelua, toteutusta – esim. yhdistyksen järjestämät GET TOGETHER -tilaisuudet yhdistyksen jäsenille sekä potentiaalisille uusille jäsenille: 7.6.2017, pikkujoulu syyskokouksen yhteydessä 26.11.2017 sekä tutustumismatka Inariin 12.4.2018. o Matkailuyhdistyksen, hankkeen ja alueen esittelyä uusille, potentiaalisille jäsenille la 3.3.2018 Tankavaarassa o Kesätuotteiden esittelyä, verkkokauppa Bokunin käytön esittelyä, tuoteideointia sekä hankkeen ajankohtaisten asioiden läpikäyntiä 15.5.2018 Tankavaarassa o yhteydenpito jäsenistöön, tiedotuskäytännöt >> määritelty vuosikelloon o säännölliset yhteiset tapaamiset, sitoutuminen yhteistyön tekemiseen >> määritelty vuosikelloon - budjetin luominen, taloushallinnon organisointi <ul style="list-style-type: none"> o budjetti laadittu v. 2018 toimintasuunnitelman yhteydessä o toimintamalli kirjanpitäjän kanssa suunniteltu - yhteistyön aloittaminen muiden matkailualueiden, sekä Lappi-tason ja kansallisten matkailutoimijoiden kanssa >> Sompion alue esitelty Matkamessuilla. Yhteistyön aloittaminen aluetasolla mahdollista syksyllä / loppuvuodesta 2018, kun riittävästi tuotetarjontaa. Ei toteutunut hankkeen aikana, yrityksillä on jo yhteistyötä erityisesti Inari-Saariselän alueen ohjelmalvelutoimijoiden kanssa. Yhdistys jatkaa työtä hankkeen päättyttyä. - yhteydenpito matkanjärjestäjiin / jakelukanaviin >> yhdistys osallistunut Matka Workshopiin > kontaktoinut potentiaalisia matkanjärjestäjiä. Vaatii edelleen tuotteiden kehittämistä sekä tuotetarjonnan laajentamista (erityisesti ohjelmalvelut) - uusien yhteistyökumppaneiden hankinta yhdessä yhdistyksen pj:n kanssa >> ollaan oltu yhteydessä useisiin eri tahoihin (mm. Lapin Kullankaivajain Liito ry,



15.11.2018

		<p>Vuotson Kyläyhdistys ry) hankkeen aikana, yhteistyö konkretisoituu hankkeen jälkeen</p> <ul style="list-style-type: none"> - yhteydet sidosryhmiin yhdistyksen pj:n tukena >> yhteydet Sodankylän kuntaan (ja Lapin ELY-keskus) koskien Tankavaaran bussipysäkkejä, yhteydet myös muihin tahoihin (mm. Metsähallitus) - toiminnan vuosikellon luonti >> vuosikello toteutettu - jatkoaskeleiden suunnittelua yhdistyksen toiminnan kehittämisessä, matkailualueen kehittämisessä >> hankkeen aikana kartoitettu kehittämistarpeita sekä yritysten ja toimijoiden mahdollisuutta ja halukkuutta osallistua kehittämishankkeisiin ajallisesti ja rahallisesti
<p>Alueen brändin luonti: kärkeviestin, kohderyhmän tarkentaminen (Kultainen Pohjoinen-hankkeen tulosten mukaan), nimen, logon ja visuaalisen ilmeen luominen</p>	<p>Kesäkuu – marraskuu 2017</p>	<ul style="list-style-type: none"> - alueen kohderyhmän tarkentaminen VF Akatemia-koulutuksen yhteydessä asiantuntijan johdolla >> Toteutettu VF Akatemian kohderyhmä-päivän aikana - nimen, logon, kärkeviestin ja visuaalisen ilmeen suunnittelu, ostopalvelu >> Seven-1 toteuttanut, Sompio -matkailualue logon ja visuaalisen ilmeen suunnittelu + graafinen ohjeisto - y yrityksille / toimijoille on toimitettu linkit aineistoihin sekä ohjeistus logon käytöstä esim. yritysten omilla sivuilla. <div data-bbox="1177 1003 1390 1155" style="text-align: right;">  SOMPIO <i>Elävä erämaa</i> </div>
<p>Markkinointi – sähköiset kanavat, www-sivut & some</p>	<p>marras – tammikuu 2017</p>	<ul style="list-style-type: none"> - perusverkkosivuston suunnittelu, sisällöntuotanto ja toteutus / Seven-1 >> toteutettu, www.visitsompio.fi <div data-bbox="683 1391 1382 2051">  </div>



15.11.2018

		<ul style="list-style-type: none"> - some-kanavien suunnittelu, valinta ja käyttöönotto >> toteutettu FlowHouse (FB-kanava), www.facebook.com/visitsompio/  <ul style="list-style-type: none"> - Jatkoajalla tuotettiin verkkosivuille lisää sisältöä sekä optimoitiin tekstiä hakukoneystävällisemmäksi. Toteutus Retkipaikka - uusia verkkosivujen sisältöjä hyödyntäen FlowHouse toteutti Facebook-kampanjan, joka kohdennettiin tarkasti rajatulle kotimaiselle kohderyhmälle. Kohdennukseen päädyttiin sen takia, että saatiin olemassa olevalla budjetilla mahdollisimman hyvä tulos. Lisäksi tuotetarjonnan rajallisuus oli edelleen esteenä laajemmalle, kv-markkinoille suunnatulle kampanjalle.
Sähköinen varausjärjestelmä ja verkkokauppa	Loka – kesäkuu 2017	<ul style="list-style-type: none"> - järjestelmien vertailu alueen tarpeiden mukaan / mahdoll. osana VF akatemian Steady-tason koulutusta >> toteutettu verkkokauppa käsittelevässä koulutuspäivässä, lisäksi yhteydenpito Bokuniin
Pohjois-Sodankylän matkailuyritysten tuotteiden ja palveluiden kehittäminen kansainvälisille markkinoille sopiviksi		
Visit Finland Akatemia Ready- ja Steady -tason koulutusten suunnittelu ja toteutus	touko – marraskuu 2017	<ul style="list-style-type: none"> - Toteutetut toimenpiteet: - lähtötasoanalyysi kesäkuussa 2017 - Ready-koulutuspäivät toteutettu: 2 pv, välillä sparrausta yritysten luona - Steady-koulutuspäivät toteutettu: 4 pv + sparrausta + tutustumis- ja tuotekehityspäivä Kieringin alueeseen ja palveluihin - ylimääräinen digikoulutuspäivä joka saatiin Visit Finlandin toteuttamana
Osallistuminen VF markkinointi- tai match making -tyyppiseen	Kesäkuu 2017 –	<ul style="list-style-type: none"> - Ei ole vielä edellytyksiä osallistua kv-myynti / -markkinointikampanjaan >> toteutetaan sen sijaan pienimuotoinen FB-kampanja kohdemarkkinoilla aluetta



15.11.2018

toimenpiteeseen sopivalla kohdemarkkinalla	tammi / kesäkuu '18	esittelemään. (Kts. yllä Markkinointi ja sähköiset kanavat)
Tuotekehitys	helmi – kesäkuu 2018	<ul style="list-style-type: none"> - toukokuussa kokoonnuttiin käymään läpi kesän tarjontaa sekä ideoimaan syksyille sopivia tuotteita ja mahdollista yhdistyksen omaa tapahtumaa - talven tuotekehitys ja -ideointi jää yhdistyksen itsensä koordinoitavaksi ja hoidettavaksi loppukesällä
Tiedotus		
Hankkeen aloittamisesta, etenemisestä ja tuloksista tiedottaminen	Toukokuu 2017 – maaliskuu 2018	<ul style="list-style-type: none"> - tiedote hankkeen aloituksesta 9.5.2017 > juttu Sompiossa - tiedote 17.1.2018 uuden matkailualueen lanseerauksesta > laajasti uutisoitu matkamessujen yhteydessä - tiedote hankkeen päättymisestä ja tuloksista
Hankehallinto		
Ohjausryhmän kokoukset		- 23.5.2017, 15.2.2018 & 14.6.2018
Hankkeen jatkoajan hakeminen	helmikuu 2018	- jatkoaika myönnetty 31.8.2018 saakka.

2. AIKATAULU

Vuosi / kk	Tehdyt toimenpiteet
2017 Huhtikuu	Hanketoteutuksen kilpailutus
Toukokuu	Visit Finland Akatemia – lähtötasoselvitystyön aloittaminen, hankkeen toimenpiteiden tarkempi aikataulutus, 1. ohjausryhmän kokous, tiedote hankkeen aloituksesta.
Kesäkuu	Hankkeen aloituspalaveri, VF Akatemia – lähtötasoselvityskysely + tulokset, Ready-tason koulutusten kilpailutus – tarjouspyynnön laatiminen & kilpailutus, yhdistyksen taloushallinnon organisointia
Heinäkuu	VF Akatemia Ready-tason kilpailutus: yhteenvedot & päätökset, Steady-tason kilpailutuksen aloittaminen, Ready-koulutusten järjestämistä, taloushallinto: budjetti- ja vuosikellopohjan työstämistä, hankehallinto: sopimuspuhjan tekeminen
Elokuu	VF Ready-tason 1. koulutuspäivä + järjestelyt, Steady-tason kilpailutukset + sopimusluonnokset, Digipäivän toimeksianto, yhdistyksen hallituksen kokous + valmistelut, matkailualueen saavutettavuus – yhteydet kuntaan, nimi – logo & visuaalinen ilme: tarjouspyynnön laadinta + kilpailutus
Syyskuu	VF Ready-tason 2. koulutuspäivä + järjestelyt, sparrauskäynnit yrityksissä, Tankavaaran bussipysäkki – neuvottelut kunnan kanssa, nimi-logo & visuaalinen



15.11.2018

ilme tarjousten läpikäynti, päätökset + sopimus, digitaalisen markkinoinnin tarjouspyynnön laadintaa, osallistuminen matkailuparlamenttiin, Steady-koulusten 1. päivän järjestelyt

Lokakuu

Digitaalisen markkinoinnin tarjouspyynnön laadintaa, VF Akatemia koulutuspäivät 2 kpl – järjestelyt, palautteet etc., nimi & logo & visuaalinen ilme – työn aloittaminen, yrityssparrauksia, Digikoulutuspäivän ja loppujen Steady-koulutusten suunnittelua, matkailuyhdistyksen v. 2018 toimintasuunnitelman työstäminen + hallituksen kokousten valmistelu

Marraskuu

Digitaalinen markkinointi tarjousten läpikäynti, pisteytys, valinta, yhteydet; VF Digikoulutus & Steady-koulutukset (+ järjestelyt / yhteydet), tuotekehityspäivä Kieringissä – suunnittelu + toteutus, toimijoiden tuotepakettien sisältöjen kommentointi + sparraus, yhdistyksen syyskokouksen valmistelu + kokoukseen osallistuminen, nimen & logon & visuaalisen ilmeen kommentointi ja työn koordinointi

Joulukuu

Graafinen ohjeisto – työstäminen mainostoimiston kanssa, verkkosivujen suunnittelun aloittaminen – aineiston kerääminen ja yhteydet toimittajaan, yhdistyksen vuosikellon päivittämistä, matkailualueen lanseerauksen suunnittelua Matkamessuilla, Bokun – verkkokauppa-alustaan tutustumista

**Vuosi 2018
Tammikuu**

Verkkosivujen suunnittelu, sisällönsyöttöä ja toiminnallisuuden testausta, FB-tilin suunnittelua ja toteutusta, Sompion lanseerauksen suunnittelu + toteutus Matkamessuilla, tiedote uudesta matkailualueesta, yhdistyksen tiedostoille ja aineistoille pilvihakemiston luominen, käyttöoikeuksien jakaminen, vuosikellon päivitystä

Helmikuu

Ohjausryhmän kokous – järjestelyt, aineistot (jatkoajan toimenpiteiden suunnittelua, kustannukset); yhdistyksen dokumenttien päivitystä: sitoutumislomake, kassavirtalaskelman pohja; uusien potentiaalisten jäsenyritysten kontaktointia & tilaisuuden suunnittelu, FB-sisältöjen suunnittelua + toteutusta

Maaliskuu

Yhdistyksen taloushallinnon käytäntöjen suunnittelua kirjanpitäjän kanssa, infotilaisuus uusille, potentiaalisille yhdistyksen jäsenille, yhdistyksen markkinointitoimenpiteiden suunnittelua, hallituksen kokous – suunnittelu ja osallistuminen, ohjeistukset jäsenille: Sompion brändin näkyminen jäsenten markkinoinnissa + hankkeen ja yhdistyksen ajankohtaiset asiat

Huhtikuu

Jatkoajan toimenpiteiden koordinoitua – lisäsisällöt verkkosivuille, hinta-arvioiden yhteenvedot + palaveri toteuttajan kanssa, FB-kampanjan suunnittelua FlowHousen kanssa, yhdistyksen v. 2017 toimintasuunnitelman kirjoittaminen, yhdistyksen kevätkokouksen valmisteluja, osall. Matkapakettilainsäädäntö - koulutukseen

Toukokuu

Loppuraportin kirjoittamista, hankkeen toteutuneiden kustannusten kartoitusta, FB-kampanjan suunnittelua & toteutusta, kesätuotteet ja tuotekehitys -tilaisuuden suunnittelu & toteutus, verkkosivujen lisäsisällön viilausta ja toteutusta, ohryn kokouksen valmistelu



15.11.2018

Kesäkuu	Ohjausryhmän 3. kokous, loppuraportin muokkaus kommenttien pohjalta, FB-kampanjan toteutusta
Heinäkuu	FB-kampanjan toteutusta
Elokuu	Tiedote hankkeen loppumisesta Maksatushakemuksen valmistelua

3. RESURSSIT

HANKKEEN HALLINNOIJA:

Sodankylän kunta, Marjo Harjula, matkailukoordinaattori

OHJAUSRYHMÄN KOKOONPANO:

Marjo Harjula, Sodankylän kunta, ohjausryhmän pj

Hilla-Rina Palokari, Pohjois-Sodankylän matkailuyhdistys ry, ohjausryhmän varapj

Marko Touru, Tankavaaran majoitus ja ravintolapalvelut Oy, jäsen

Heikki Hetta, Purnumukan mökki- ja poropalvelut, jäsen

Jouko Vainioranta, Vuotson Maja Ay, jäsen

Kasper von Wuthenau, Tmi Kasper von Wuthenau, jäsen

Keijo Tenhunen, Vega Service, jäsen

Eija Harju, Lapin ELY-keskus, rahoittajan edustaja

Ulla Koikkalainen, CO Consult Oy, sihteeri

HANKKEEN TOTEUTUS:

CO Consult Oy, Ulla Koikkalainen projektipäällikkö



15.11.2018

4. KUSTANNUKSET JA RAHOITUS

Pohjois-Sodankylän matkailun kehittäminen -hanke PoSoMa

	ALKUPERÄINEN BUDJETTI	MUUTETTU BUDJETTI	TOTEUTUNUT BUDJETTI	Jäljellä
Palkkakulut	0	0	0	0
Palkkiot	0	0	0	0
Muut kulut	2300	1976,00	1821,67	154,33
Vuokrat, tilaisuuksien tarjoilut				
VF Koulutuspäivien tilavuokrat	900	885,52	885,52	
Muut yhteistilaisuudet, tilavuokrat	600	110,48	0,00	
Koulutus- ja muiden tilaisuuksien tarjoilut	800	1084,00	936,15	
Ostopalvelut	70200	72831	72831,00	0,00
Hankkeen toteutus + yritysten sparraus VF Akatemia	43000	44331,00	44331,00	
Markkinointi, brändin luominen (logo, visuaalinen ilme, viestin kirkastus)	6000	8500,00	8500,00	
Sähköinen markkinointi - suunnittelu, sisällöntuotanto + toteutus (www-sivut, tarvittavat some-kanavat)	10000	12325,00	12325,00	
VF Akatemia kouluttajien kustannukset (6 x 1200 €)	7200	6675,00	6675,00	
Osall. VF:n workshop / messut / on-line markkinointikampanja	4000	1000,00	1000,00	
Matkakulut	7500	5193	5165,05	27,95
Hanketyöntekijän matka- ja majoituskulut	3000	2178,33	2150,38	
VF Kouluttajan matka- ja majoituskulut	4500	3014,67	3014,67	
YHTEENSÄ	80000	80000,00	79817,72	182,28

Rahoitus:

Toteutunut:

Pohjois-Sodankylän matkailuyhdistys ry	} 25 %	14 500,00	14 466,96
Tankavaaran kultakylä		3 500,00	3 492,03
Purnumukan mökki- ja poropalvelut		500,00	498,86
Vega-Service		500,00	498,86
Tmi Kasper von Wuthenau / Kelo-koru		500,00	498,86
Vuotson Maja		500,00	498,86
Lapin ELY-keskus / EU-tuki	75 %	60 000,00	59 863,29
		80 000,00	79 817,72



15.11.2018

5. RAPORTOINTI JA SEURANTA

Ohjausryhmä kokoontui hankkeen aikana 3 kertaa: useammalle kokoukselle ei ollut tarvetta, sillä toimijat tapasivat koulutuksissa ja muissa kokouksissa aktiivisesti.

- 23.5.2017 Tankavaaran kultakylässä
- 15.2.2018 Tankavaaran kultakylässä
- 12.6.2018 Tankavaaran kultakylässä

Seurantatiedot syötettiin Hyrrään tammikuussa 2018.

RAPORTOINTI

Kilpailutusasiakirjat

- Hanketoteutus
- Visit Finland Akatemia Ready-tason koulutukset
- Visit Finland Akatemia Steady-tason koulutukset
- Logon ja visuaalisen ilmeen suunnittelu ja toteutus
- Digitaalisen markkinoinnin suunnittelu ja toteutus

Muistiot / Hintavertailut

- Muistio_VF_Akatemia_Steady_verkkokauppa_kilpailutus
- Muistio_VF_Akatemia_Steady_kohderyhmä_kilpailutus
- Hinta-arviot visitsompio.fi -sivujen lisäsisällön tuotannosta

Määrittelyt / suunnitelmat / listaukset / raportit

- Graafinen ohjeisto
- Sompio brändi jäsenten viestinnässä
- Matkailuyhdistyksen toimintasuunnitelma v. 2018
- Vuosikello v. 2018
- Budjetti v. 2018
- Yhdistyksen kirjanpito_dirven käyttö (Toimintamalli yhdistyksen ja kirjanpitäjän välille)
- Matkailuyhdistyksen toimintakertomus v. 2017
- Visit Sompio kampanjaraportti 2018

Osallistujalistat

- Osallistujalistat Visit Finland Akatemia -koulutukset (6 +1)
- Tuotekehityspäivä Kieringissä 7.11.2017
- Matkailuyhdistyksen esittelyä potentiaalisille uusille jäsenille 3.3.2018
- Kesän tuotteiden läpikäyntiä, uusien ideointia 15.5.2018

Hankehallinto

- Jatkoajan hyväksyminen sähköposti 16.3.2018

Tiedotteet & Julkaistut jutut

- Tiedote_5.6.2017



15.11.2018

- Julkaistu_Sompio_lehti_14.6.2017
- Tiedote_Sompio
- Julkaistu_House_of_Lapland_18.1.2018
- Julkaistu_ILTALEHTI_19.1.2018
- Julkaistu_Lapin_Kansa_verkkolehti_18.1.2018
- Julkaistu_Moottori_verkkolehti_18.1.2018
- Julkaistu_Radio_Pooki_18.1.2018
- Julkaistu_Sompio_lehti_31.1.2018
- Tiedote_hanke_päättynyt

6. TOTEUTUSOLETUKSET JA RISKIT

Hankesuunnitelmassa mainittiin riskinä se, että alueen toimijat eivät sitoudu yhteistyöhön, eivätkä osallistu yhteisiin toimiin. Tämä ei kuitenkaan toteutunut, sillä hankkeeseen osallistuvilla yrityksillä ja muilla toimijoilla oli aito halu saada uudelle matkailualueelle mahdollisimman hyvä alku.

Osa toimijoista odotti tuloksia yhdistyksen toteuttaman markkinoinnin suhteen liian nopeasti, mikä aiheutti kahden toimijan irtisanoutumisen yhdistyksen toiminnasta v. 2018 alussa. Haasteena kehittämistyössä on yritysten pienet resurssit (esim. yksinyrittäjät) sekä jossain tapauksessa myös se, että sitoutuminen yritystoimintaan ei ollut riittävät vahva. Kehittämisprosessin aikana on jokaisen hyvä pohtia omia resursseja ja omaa jaksamista pitkäjänteisyyttä vaativassa työssä.

Aikataulu koulutusten ja kehittämisen suhteen oli aika tiukka. Matkailusezonkien takia koulutuksia kasaantui 2 kuukauden ajalle aika paljon, jolloin osallistujille tuli lyhyessä ajassa paljon uutta sisäistettävää.

4.3 YHTEISTYÖKUMPPANIT

YRITYSRYHMÄHANKKEEN HANKEOSALLISTUJAT:

Tankavaaran ravintola ja majoituspalvelut Oy
Purnumukan mökki- ja poropalvelut
Vega-Service
Vuotson Maja Ay
Tmi Kasper von Wuthenau
Pohjois-Sodankylän matkailuyhdistys ry

MUUT YHTEISTYÖKUMPPANIT:

Kieringin Lomakylä
Metsähallitus
Lapin Kullankaivajain Liitto ry
Lapin ELY-keskus
Vuotson kyläyhdistys ry
Retkipaikka



15.11.2018

Lapin AMK

Riikka ja Andreas Alarieston Lapin kuvat -säätö

4.4 TULOKSET JA VAIKUTUKSET

Tavoitteet ja niiden toteutuminen:

1. Organisoida Sodankylän pohjoisosan matkailuyhteistyö

Hankkeessa luotiin matkailuyhdistyksen yhteistyön jatkumiselle hyvät käytänteet. Taloushallinnon organisoinnin osalta tehtiin prosessikuvaus, kuinka yhdistyksen ja kirjanpitäjän välillä vastuut ja tehtävät jaetaan. Vuosikellossa määriteltiin niin yhdistystoiminnan kuin yhteismarkkinoinnin vuosittaiset tärkeät ajankohdat ja toimenpiteet. Vuosikellon päivityksestä huolehtii jatkossa yhdistyksen sihteeri yhdessä hallituksen kanssa.

Uuden, aloittavan yhdistyksen jäsenten yhteishengen luominen ja yhteisen näkemyksen löytäminen sai hyvän alun hankkeen aikana. Työ on jatkuvaa ja vie aikansa, mutta yhteisten tapaamisten, koulutusten ja tutustumisvierailujen kautta yhteistyöstä tulee kaikille luonteva osa liiketoimintaa. Verkostoituminen kaiken kaikkiaan otti vasta ensiaskeliaan hankkeen aikana. Tulevaisuudessa yritykset laativat itselleen, samoin kuin yhdistyksen, verkostokuvaukset.

Yhdistyksen toimijat tapasivat vuoden aikana useissa tilaisuuksissa – niin yhdistyksen järjestämissä kokouksissa ja get together-tilaisuuksissa, hankkeen järjestämissä koulutuksissa kuin myös osa hankkeen ohjausryhmän kokouksissa.

Uuden Sompion matkailualueen yhteistyö muiden matkailualueiden ja -toimijoiden kanssa ei hankkeen aikana vielä käynnistynyt, koska tuote- ja palvelutarjonta on vielä vähäistä eikä yhteistyölle ollut riittävää pohjaa. Yhteistyö käynnistyy v. 2018 aikana ja on kirjattu myös vuoden 2018 toimintasuunnitelmaan.

2. Luoda vahva markkinointibrändi + viesti tulevalle matkailutyölle

Hankkeen aikana saatiin luotua uskottava ja vahva nimi ja viesti matkailualueen markkinointiin. Sompio – elävä erämaa viestii selkeästi alueen ominaispiirteitä ja erottaa sen muista, rakennetuista matkailuympäristöistä. Brändi mahdollistaa jatkossa erilaisten, kulttuuriperintöön, alueen alkuperään ja historiaan liittyvien matkailupalvelujen ja ohjelmien suunnittelun. Niin matkailijat kuin matkanjärjestäjätkin ovat ottaneet uudet matkailualueen, nimen ja brändin hyvin vastaan.

3. Valjastaa sähköiset kanavat ja sosiaalinen media tehokkaasti käyttöön alueen markkinoinnissa

Hankkeen aikana suunniteltiin ja toteutettiin visticompio.fi -verkkosivut. Keskiössä oli alueen omaperäisyyden esittelyä sekä matkailuyhdistyksessä mukana olevien toimijoiden esittelyä. Haasteeksi muodostui ostettavien palveluiden / tuotteiden vähäinen määrä, toimijoiden omien verkkosivujen puuttuminen tai huono sisältö sekä kuvamateriaalin vähäisyys. Sivuston tekstisisältöä on kuitenkin hankkeen edetessä viillattu, sisältöä tuotettu lisää – niin kuvia kuin tekstiäkin. Jatkossa verkkosivujen sisältöä tullaan päivittämään vähintään matkailusesonkien mukaan.



15.11.2018

Sosiaalisen median kanavista valittiin Facebook matkailualueen viestintäkanavaksi alkuvaiheessa. Syynä valintaan oli se, että Sompion alueen markkinoinnin kannalta potentiaaliset asiakkaat käyttävät myös eniten nimenomaan Facebookia. Tässä hyödynnettiin VisitFinlandin tuoretta tutkimustietoa eri markkinoiden ja kohderyhmien some-käytöstä. Sisältö suunnitellaan etukäteen n. kuukausi kerrallaan ja julkaistaan etukäteen suunnitellun kalenterin mukaisesti ajastettuna.

4. Tutkia ja vertailla sähköisiä varausjärjestelmiä ja verkkokaupparatkaisuja alueen palveluiden tehokkaan ja toimivan myynnin mahdollistamiseksi.

Visit Finland Akatemia Steady-tason koulutuksessa käytiin läpi Kirsi Mikkolan vetämänä erilaisia varausjärjestelmä- ja onlinekaupparatkaisuja (mm. Johku ja Travius). Tämän pohjalta päädyttiin suosittelemaan sillä hetkellä tarjolla olevista verkkokauppa-alustoista Bokun-järjestelmän käyttämistä, mutta valinta ja käyttöönotto jäi jokaiselle toimijalle itselleen.

Hankkeen aikana Tankavaaran kultakylä otti Bokun-järjestelmän käyttöön ohjelmapalveluiden osalta ja esitteli sitä muille toimijoille 15.5.2018 kesän tuotteita käsitelleessä tilaisuudessa.

5. Vahvistaa osallistuvien yritysten osaamista kansainvälisen markkinoinnin ja myynnin osalta

Visit Finland Akatemian koulutusten aikana käsiteltiin kv-kauppaa, jakelukanavavaihtoehtoja ja markkinointia monelta kantilta. Vasta käytännön myynti- ja markkinointityö avaa asiaa konkretian tasolla heille, joille asia oli aivan uutta. Osa pienemmistä toimijoista koki esim. matkanjärjestäjäkaupan olevan haasteellista ja hankalaa, mutta tasaisemman matkailijavirran ja pitemmän viipymän takaamiseksi tämäkin kanava tulisi ottaa käyttöön.

6. Vahvistaa osallistuvien yritysten osaamista sähköisissä kanavissa ja avustaa yrityksiä tuotteiden / palveluiden näkyvyydessä eri kanaviin

Visit Finland Akatemian digipäivän aikana saatiin paljon tietoa sähköisistä kanavista, yritysten näkyvyydestä niissä sekä siitä kuinka esim. yrityksen omat verkkosivut tulisi rakentaa. Sähköisten kanavien (erit. some) käyttö on hankkeen aikana selkeästi kehittynyt ja parantunut, mutta edelleen tämä vaatii työtä, jotta kaikki toimijat saisivat somen vahvuudet hyödynnettyä omassa toiminnassaan. Lisäksi alueen näkyvyys toimijoiden omissa kanavissa on vielä vähäistä. Ohjeet aluenäkyvyyden esittämiseen on toimijoille lähetetty, mutta vaatii edelleen muistuttamista ja kenties yhteistä koulutusta.

7. Kehittää yritysten tuote- ja palveluvalikoimaa – lisätä uusia tuotteita sekä kehittää olemassa olevia

Tuotekehitystyötä tehtiin Visit Finland Akatemian koulutuksissa kahden päivän ajan. Lisäksi projektipäällikkö kävi yrityksissä sparraamassa. Uusia tuotteita kehitettiin – esim. Tankavaaran kesäohjelmapalveluja – melonta + vaellus. Tuotekehitystyö tulee olla alueella jatkuvaa ja osan yritysten valmius itsenäiseen tuotekehitykseen on vielä heikohkoa. Vaatii jatkossa edelleen yhteistä tekemistä ja sparrausta yritystasolla.

8. Kehittää alueen yhteisiä matkailupaketteja sekä opastaa yrittäjiä hinnoittelussa ja jakelukanavissa

Yhteisten ohjelmapakettien kehittäminen aloitettiin koulutuspäivillä – vaatii vielä ponnisteluja sekä lisää ohjelmapalvelutarjontaa ja ohjelmapalvelutoimijoita alueelle.



15.11.2018

9. Pohjois-Sodankylän alueen elinvoimaisena säilyttäminen > paikallisen kulttuurin ja saamelaisuuden vaaliminen, työpaikkojen säilyminen ja niiden ympärivuotisuus.

Tuotekehityksen, markkinoinnin ja yhteishengen parantamisen osalta saatiin hankkeessa hyviä tuloksia. Sompio-nimi mahdollistaa hyvin myös paikalliskulttuurin ja -historian huomioimisen niin alueen markkinoinnissa kuin palveluissa ja tuotteissakin. Alueen saamelaiskylät, Vuotso ja Purnumukka on huomioitu myös visitsompio.fi -sivujen sisällössä. Yhdistyksen toimintaa esiteltiin myös mm. Vuotson Kyläseuralle.

Sompion alueella matkailun pääsesonki on lähes kaikista muista Lapin matkailualueista poiketen kesä. Se luo mahdollisuuksia kehittää kesän tarjontaa edelleen ja talven osalta alue hyötyy koko Lapin talven vetovoimasta mahdollistaen sompiolaisten tuotteiden tarjonnan matkailijoille ympärivuotisesti. Näin myös ympärivuotista työtä on toiminnan laajenemisen kautta mahdollista tarjota entistä useammalle.

Hankkeessa toteutettiin kaikki suunnitellut päälinjat ja toimenpiteet. Myös asetetut tavoitteet saavutettiin. Yhdistyksen toimijat ovat kooltaan ja resursseiltaan pieniä, joten esim. tuotekehityksessä kaikkien osalta ei vielä saatu kv-markkinoille sopivia tuotteita. Tuotekehitys ja tuotteistus kuitenkin jatkuvat yhdistyksen vetäminä. Alueen veturiyrittäjä, Tankavaaran kultakylä, otti hankkeen aikana käyttöön Bokun-online-varausjärjestelmän ja verkkokaupan, mikä aktivoi ja innosti myös pienempiä toimijoita online-näkyvyyteen. Muiden osalta toteutus tapahtuu hankkeen jälkeen.

VAIKUTUKSET

Matkailutoimijoiden välinen yhteistyö on saanut hyvän alun. Yhdistyksen taloushallinnon tarvitsemat pohjat ovat valmiina – budjetti, kassavirtalaskelma, taloushallinnon organisointi, toimintasuunnitelma sekä toimintakertomus. Yhdistyksen jouhevan toiminnan tueksi on laadittu vuosikello, joka ohjaa niin yhdistystoiminnan asioita vuositasolla kuin markkinoinnin ja toimenpiteiden osalta yhdistyksen toimintaa.

Yhteistyötä on tehty niin paikallisesti kuin laajemmin Lapin maakunnassa. Yhdistys on ollut organisoimassa Vuotson portin kunnostusta kunnan avustamana. Myös matkailuyhdistys osallistuu kustannuksiin. Paikalliset asukkaat pyydetään mukaan talkoilemaan portti valmiiksi kun pohjatyöt ja materiaalit on hankittu.

Yhteistyötä on tehty myös muiden hankkeiden kanssa. Green Gold Lapland -hankkeen kanssa kehitettiin kulta-aiheisia uusia matkailupalveluita - Team Deadwood osallistui matkailuyhdistyksen jäsenenä tämän hankkeen koulutuksiin ja sai oppia ja vinkkejä matkailutuotteen tekemiseen. Tarinakylät -hankkeessa puolestaan tuotettiin tarinoita myös Sompion matkailualueelle (Pyhä-Nattanen, Vuotson kylän kohteet ja Tankavaara) ja niitä on hyödynnetty jo nyt verkkosivuilla lisäsisältönä asiakkaille. Lapin AMK:n vetämässä, Matkailualueen kohdekokemuksen kehittämismalli -hankkeessa, Sompion matkailualue on yksi mukana olevista kohteista. Hankekehittäjänä mm. alueen identiteettiä mikä on erittäin tärkeää nuorelle ja uudelle Sompion matkailualueelle.

Sompio-nimen valitseminen matkailualueen nimeksi oli hyvä valinta. Aluehan on osa vanhaa Sompiota ja se löytyy kartaltakin. Matkailijoille uusi lappilainen matkailualue on herättänyt ihmetystä ja kiinnostusta; mikä alue on kyseessä ja missä se on. Nimensä ansiosta Sompio on saanut näkyvyyttä ja kuuluvuutta niin lehtijutuissa kuin matkailublogeissakin. Myös jäsenmäärän ja matkailualueen laajentamisen kannalta



15.11.2018

Sompio nimi antaa paljon mahdollisuuksia. Lokka, Savukoski, Sodankylän muut osat ovat potentiaalisia Sompion matkailualueen laajenemissuuntia.

Matkailualueen saavutettavuuden osalta aloitettiin keskustelut Sodankylän kunnan ja Lapin ELY-keskuksen kanssa bussipysäkkien tekemisestä Tankavaaran risteykseen ja hankkeen loppuvaiheessa uudet pysäkkialueet ovatkin jo työn alla.

Hankkeessa luotiin pohjaa Sompion alueen nostamisena uutena, erilaisena lappilaisena matkailualueena. Ei kilpailla tunturikeskuksista tuttujen ohjelmalvelujen tarjonnalla, vaan alueen omaleimaisuuteen ja paikallisuuteen liittyvillä ohjelmilla. Viestinnässä ja markkinoinnissa tuodaan esille Sompio sympaattisena, pienenä kohteena – elävänä erämaana.

OHJAUSRYHMÄN ARVIO HANKKEESTA

Hanke on toteutunut loistavasti. Tärkeimpänä antina se on tiivistänyt yhteistyötä alueen toimijoiden välillä ja luonut luottamukselliset välit toimijoiden kesken.

5. ESITYKSET JATKOTOIMENPITEIKSI

Yhdistystoiminta ja yhteistyö

Yhdistyksen jäsenmäärän kasvattaminen on tärkeänä tavoitteena tulevina vuosina. Jäsenmäärän kasvaessa saadaan lisää resursseja yhteisten toimintojen ja markkinoinnin toteuttamiseen. Toimijoiden välinen yhteistyö on hankkeen aikana lähtenyt hyvin käyntiin ja yhteistyön toimivuuteen tulee jatkossakin panostaa. Pyritään aktivoimaan jäseniä osallistumaan olemassa olevien hankkeiden yhteistilaisuuksiin sekä muihin yhdistyksen järjestämiin tapahtumiin.

Jäsentoimijoiden osaamisen kehittäminen

Hankkeen aikana saatuja tuotteistuksen, markkinoinnin ja jakeluteiden osalta (erit. digitaalinen toimintaympäristö) tulisi edelleen vahvistaa. Myyntityön osaamisen parantaminen kaikilla toimijoilla olisi tärkeää. Tuotteistus, jakelukanavat ja myynnin kehittäminen ovat keskiössä kehittämistarpeissa.

Yhteispakettien tekeminen vaatii lisää opettelua ja kenties ulkopuolisen vetämään tuotekehitystyötä.

Markkinointi ja viestintä

Markkinoinnin (ja viestien) kohdentaminen erilaisille asiakasryhmille vaatii opiskelua kaikille yhdistyksen toimijoille. Pyritään saamaan koulutusta aiheesta Lapin AMK:n hallinnoiman hankkeen kautta. Myös some-markkinoinnin osaamisen parantaminen tärkeää.

Laatu, turvallisuus

Laatutyön aloittaminen alueella on tärkeää. Laatutonni tai vastaava työkalu otettava käyttöön. Mikäli mahdollista, työ tulisi aloittaa hanketoimintana ja mahdollisimman pian. Samaan aikaan myös turvallisuuden liittyvät asiat tulee päivittää kaikkien toimijoiden osalta kuntoon.



Lapin tähtikunta

15.11.2018

Jatkohanke

Ohjausryhmä keskusteli mahdollisesta jatkohankkeesta ja keskustelujen jälkeen todettiin, että jatkohanke olisi hyödyllinen ja tarpeellinen hyvin aloitetun työn jatkamiseksi.

6. ALLEKIRJOITUS JA PÄIVÄYS

Sodankylässä 15.11.2018

Sodankylän kunta

Marjo Harjula
matkailukoordinaattori