

25.5.2026 Aloitamme klo 15
Sodankylän Triplizer -kysely vierailijakokemuksen kehittämisessä

Matkailun tiedolla johtaminen

DigiPro Liiketoiminta
Kirsi Mikkola



Euroopan unionin
osarahoittama



Elinvoimakeskus



SODANKYLÄ



DIGIPRO
LIIKETOIMINTA
WWW.LIIKETOIMINTA.INFO



Matkailun tiedolla johtaminen Sodankylässä

Hankkeella haetaan ratkaisua matkailuun liittyvän tiedon keruuseen ja seurantaan.



Hankkeella haetaan ratkaisua puutteelliseen tiedonkeruuseen ja seurantaan. Se tarjoaa konkreettisia työkaluja ja malleja, jotka parantavat tiedolla johtamisen valmiuksia, tukevat kestävää matkailua ja vahvistavat pk-yritysten kilpailukykyä. Tämä kokonaisuus edistää myös Lapin maakunnan älykkään erikoistumisen strategian tavoitteita. Sodankylän kunta hyötyy tiedolla johtamisen mallista, joka tukee aluekehitystä, investointeja, resurssien kohdentamista ja kestäväen matkailun edistämistä. Koottu data ja seuranta tarjoaa työkaluja päätöksenteon ja toimintaympäristön kehittämisen tueksi. Data ja seuranta tarjoaa toimintamallin, joka auttaa myös reagoimaan mm. sesonkivaihteluihin matkailualueorganisaatioissa.

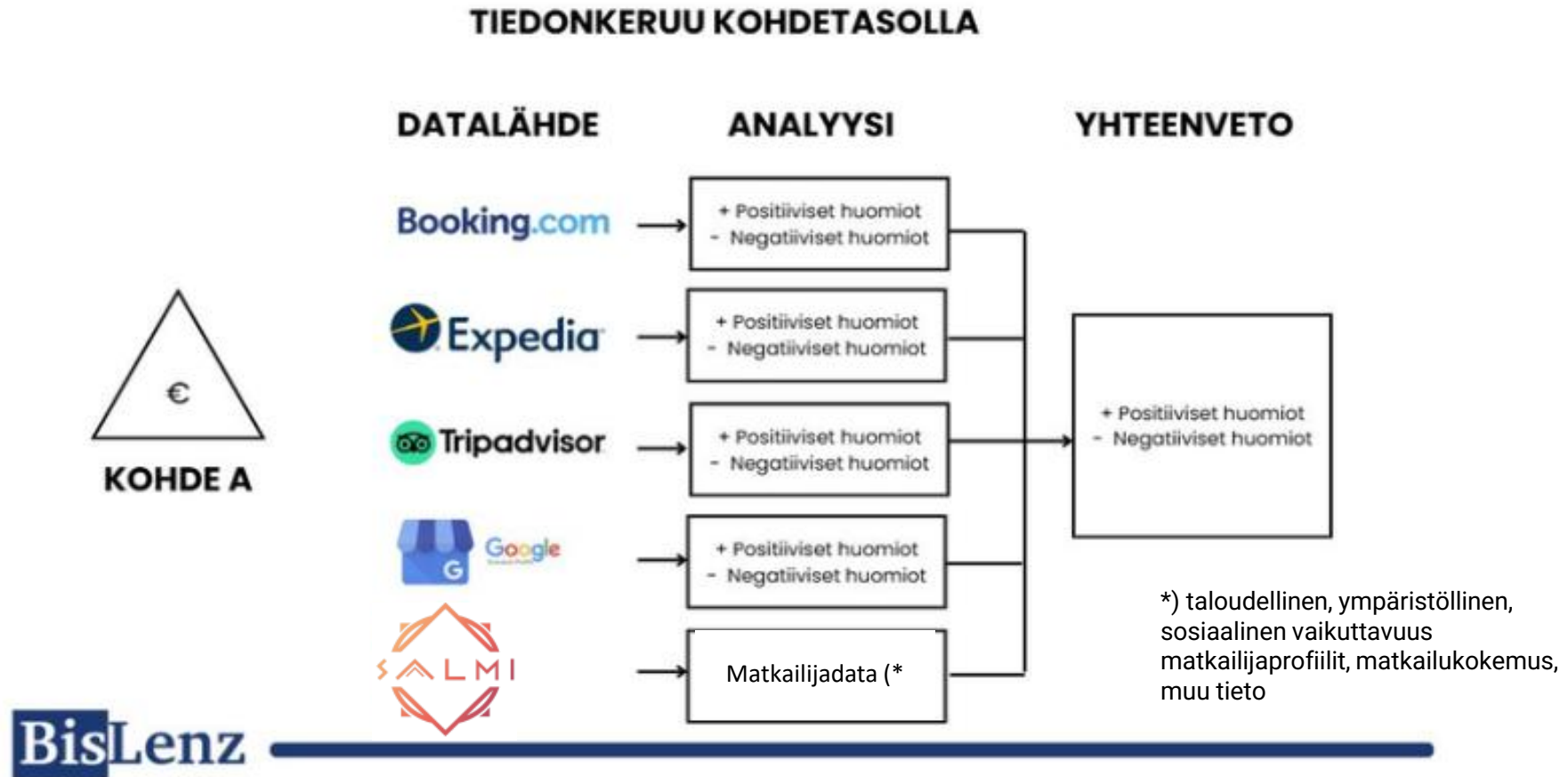
Hankkeen matkailijakysely: <https://bit.ly/sodankyla-2026>

Infoiskut asiakkaan kuuntelun merkityksestä



- **4.5. klo 15–16 Asiakasarviot, -suosittelet ja palautteet asiakaskokemuksen parantamisessa Sodankylässä**
Mitä matkailijoiden antamat arviot ja palautteet kertovat Sodankylästä matkailukohteena? Tässä webinaarissa tarkastelemme, miten asiakaspalautteesta voidaan tunnistaa kehittämiskohteita, vahvuuksia ja uusia mahdollisuuksia koko alueen näkökulmasta. **TALLENNE!**
- **11.5. klo 15–16 TripAdvisor suosittelujen työvälineenä käytännössä**
Miten TripAdvisorin voi hyödyntää enemmän kuin pelkkänä arviointikanavana? Webinaarissa käydään käytännön esimerkkien avulla läpi, miten TripAdvisorin sisältöjä, arvioita ja näkyvyyttä voi käyttää oman toiminnan ja asiakaskokemuksen kehittämiseen. **TALLENNE!**
- **18.5. klo 15–16 Google Reviews arviointien työvälineenä käytännössä**
Google-arviot vaikuttavat vahvasti siihen, millaisen kuvan matkailija saa yrityksestä tai kohteesta jo ennen vierailua. Tässä webinaarissa opit, miten Google Reviews -arvioita voidaan hyödyntää luottamuksen rakentamisessa, näkyvyyden parantamisessa ja palveluiden kehittämisessä. **TALLENNE!**
- **25.5. klo 15–16 Vierailija- ja matkailijakysely – Triplizer-kysely asiakaskokemuksen kehittämisessä**
Mitä matkailijalta kannattaa kysyä, jotta vastaukset tukevat aidosti päätöksentekoa ja kehittämistä? Webinaarissa tutustutaan Sodankylässä käytettävään Triplizer-kyselyyn ja siihen, miten vierailijadataa voidaan hyödyntää asiakaskokemuksen, palveluiden ja matkailun kokonaiskuvan kehittämisessä.

Sodankylän matkailun asiakaskuuntelujärjestelmä



Sodankylän matkailun tiedolla johtaminen

- Löydät Sodankylän vierailijakyselyn osoitteesta
 - <https://bit.ly/sodankyla-2026>



Tervetuloa!

Hyvä vierailija, kiitos käynnistäsi Sodankylässä. Voit auttaa meitä kehittämään alueen matkailupalveluja vastaamalla tähän kyselyyn.

Vastaaminen vie vain hetken ja kaikki tieto käsitellään anonymisti. Vastauksesi on meille tärkeä!

Kyselyn lopussa voit osallistua arvontaan, johon osallistuneiden kesken arvotaan Sodankylä tuotepaketti (arvo n. 50 €)!



Euroopan unionin osarahoittama



Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus

The image is a blue rectangular box containing text and logos. At the top right is the Sodankylä logo, which consists of a stylized sun or wave shape in green and black above the word 'SODANKYLÄ'. Below this is the heading 'Tervetuloa!' in white. The main text is in white, welcoming visitors and explaining the purpose of the survey. At the bottom, there are two logos: the European Union flag logo with the text 'Euroopan unionin osarahoittama' and the logo for 'Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus'.

SODANKYLÄ

Olerko paikkakuntalainen?

KYLLÄ EN

Euroopan unionin osarahoittama

Eläintarha, Soinni- ja ympäristökeskus

SODANKYLÄ

Millä alueella majoituit Sodankylässä?

Sodankylän keskusta	Luosto
Pohjoinen Sodankylä	Muu

SODANKYLÄ

Paljonko arvioit käyttäneesi rahaa omaan majoitukseesi käyntisi aikana? (Eur/hlö)

En yhtään	1-25 €
-----------	--------

Paljonko arvioit käyttäneesi rahaa ravintola- ja kahvilapalveluihin paikkakunnalla käyntisi aikana? (Eur/hlö)

En yhtään	1-5 €
6-10 €	11-20 €

Paljonko arvioit käyttäneesi rahaa kulttuuri- ja virkistyspalveluihin (käyntikohteet, aktiviteetit, pääsyliput, vuokravälineet, hyvinvointipalvelut, tms. viihdykkeet) paikkakunnalla käyntisi aikana?

En yhtään	1-5 €
-----------	-------

Paljonko arvioit käyttäneesi rahaa ostoksiin ja muihin palveluihin paikkakunnalla käyntisi aikana? (Eur/hlö)

En yhtään	1-5 €
-----------	-------

SODANKYLÄ

Kiinnostaako sinua matkallasi eniten

Luonto ja uuden löytäminen	Kulttuuri ja oppiminen
Viihde ja hyvinvointi	Urheilu ja aktiviteetit

Koitko olisi turvalliseksi kohteessa?

KYLLÄ EN

EN OSAA SANOA

A. Rovaniemi → B. Sodankylä

Millä matkustit?

Lentokone	Henkilöauto	Moottoripyörä	Laiva
Matkailuauto	Kevytkuorma-auto	Juna	Metro
Raitiovaunu	Linja-auto	Polkupyörä	Sähköpotkulaata
Moottorivene			

Peruuta

Mitä sinulle tulee ensimmäisenä mieleen, kun mietit tätä matkakohdetta?

En yhtään	6-10 €	21-30 €	31-50 €	51-70 €	71-100 €	151-250 €	501-1000 €	Yli 2000 €
-----------	--------	---------	---------	---------	----------	-----------	------------	------------

MATKASI YHTEENVETO:

Matkasi CO2 päästöt yhteensä
148 kgCO2 (0.2824 kgCO2/km)

Näytä kaikki matkaetappisi

Kuvaile Sodankylää 2-3 adjektiivilla

Vapaa teksti

euuraavaan kysymykseen Seura

Kuinka tyytyväinen olit kohteeseen matkakohteena? (1 = erittäin tyytymätön, 10 = erittäin tyytyväinen)

1 10

Triplizer lyhyesti



Triplizer on Salmi Platformin matkailuanalytiikan työkalu, joka kokoaa suoraan matkailijoilta kerättyä, reaaliaikaista tietoa alueen kävijöistä, matkustusmotiveista, matkailukulutuksesta, asiakastytyvyydestä, suositteluhaluudesta sekä matkailun ympäristö- ja sosiaalisista vaikutuksista.

Sen avulla matkailualueet, kunnat ja DMO:t voivat kehittää markkinointia, palveluja ja vastuullisuustyötä tiedolla johtamisen pohjalta.

- kävijäprofiilit ja matkustusmotiivit
- matkailun taloudelliset vaikutukset
- liikkumisen ympäristövaikutukset ja matkaketjut
- sosiaaliset vaikutukset
- tyytyväisyyden ja suositteluhaluuden
- avoimet palautteet ja kehittämiskohteet

Mitä Triplizer kertoo?

Triplizerin keskiössä on matkailun vaikuttavuuden mittaaminen, eli tietoa saadaan taloudellisesta vaikuttavuudesta (€), matkailijoiden liikkumisen ymävarkuutuksista (CO2e) ja sosiaalisista vaikutuksista. Lisäksi selvitetään laajalti erilaista matkailijoiden profilointiin ja asiakastytyvarkuuteen liittyvää tietoa.

€ Taloudellinen

Kuinka paljon matkailija käyttää rahaa matkallaan?

- matkailijoiden kulutus eri kategorioissa kansainvälisen standardin mukaisesti
- aluetaloudelliset vaikutukset

Ympäristöllinen

Mikä on matkailijoiden matkan hiilijalanjälki?

- matkaketjujen päästöt omalla hiilijalanjälkimenetelmällämme
- liikkumisen tarkka CO2e-laskenta

♥ Sosiaalinen

Miten matkailu näkyy ja vaikuttaa paikkakunnalla?

- paikallisten kokemukset ja matkailun yhteisölliset vaikutukset
- standardoitu mittauspatteristo (yhteistyössä kaupunkien ja STF-ohjelman kanssa)

Taloudellinen, ympäristöllinen, sosiaalinen vaikuttavuus
Matkailijaprofiilit, matkailukokemus, muu tieto

Matkailijaprofiilit

Ketä alueen matkailijat ovat?

- demografia
- matkustusmotiivit
- segmentointi

Matkailukokemus

Millainen matkailukokemus matkailijalle rakentui?

- tyytyväisyysmittarit
- suositushalukkuus
- vapaat palautteet

+ Muu tieto

Matkailutoimijoiden tietotarpeita ei voi mahduttaa täysin samaan muottiin

- räätälöidyt kohdekohtaiset lisäkysymykset



Matkailutiedon hyödyntäminen tiedolla johtamisessa

Salmi Triplizerilla kerättävä tieto on monipuolisesti hyödynnettävissä mm. matkailun alueellisen vaikuttavuuden todentamiseen, markkinoinnin ja myynnin tehostamiseen, palvelu- ja tuotekehitykseen ja sidosryhmäyhteistyöhön.



Vakuuta päättäjät ja kumppanit

Kerää ajankohtaista tietoa matkailijoistasi rahoitus-, investointi- ja hankehakemusten pohjalta, jolloin liiketoimintatavoitteiden edistäminen on helpompaa ja uskottavampaa. Tiedon avulla tuot esiin myös päiväkävijöiden usein piiloon jäävän merkityksen alueen matkailulle.

Hyödynnä tietoa liiketoimintaneuvotteluissa päättäjien kanssa: perustelee valinnat uskottavasti päättävälle taholle.

Näin edistetään alueellista palvelurakennetta ja panostusta matkailuresursseihin.



Tehosta myyntiä ja markkinointia

- *Sisältöä markkinoitiin ja viestintään*

Käytä dataa monipuolisesti markkinointisisältönä: sanoita asiakkaiden tyytyväisyyttä tai tiedota matkailun vaikutuksista potentiaalisille asiakkaillesi ja muille sidosryhmille.

- *Apuja markkinoitiin ja myyntiin*

Tunnista tiedon avulla kannattavimmat kohderyhmät, selvitä tehtyjen toimenpiteiden vaikuttavuus ja kohdista markkinointiviestejäsi.



Kehitä tuotteita ja palveluja

Näe miltä kohde näyttää matkailijan näkökulmasta ja luo uusia tai kehitä olemassa olevia tuotteita ja palveluja mm. asiakaspalautteiden pohjalta.

Paranna asiakaskokemusta asiakaslähtöisesti!

Osoita tehtyjen panostusten tai investointien onnistuminen tai epäonnistuminen ja muuta toimintaasi tiedon pohjalta oikeaan suuntaan.



Syvennä sidosryhmäyhteistyötä

Tiedota analytiikan avulla matkailun alueellisesta tilanteesta muille toimijoille ja omalle henkilökunnallesi: missä on onnistuttu, missä on kehitettävää, mihin palveluihin matkailijat ovat tyytyväisiä.

Salmi Triplizer toimii erinomaisesti osana hallitustyöskentelyä sekä yhteistyössä alueen matkailuyritysten ja alueen päättäjien välillä.

Aloita analytiikan avulla keskusteluja sekä innosta toimijoita yhteistyöhön ja muutokseen.



Euroopan unionin
osarahoittama



Elinvoimakeskus



SODANKYLÄ



DIGIPRO
LIIKETOIMINTA
WWW.LIIKETOIMINTA.INFO

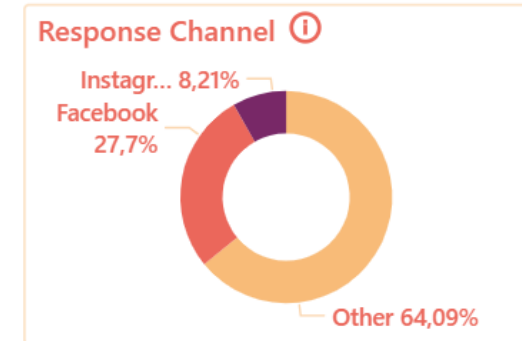
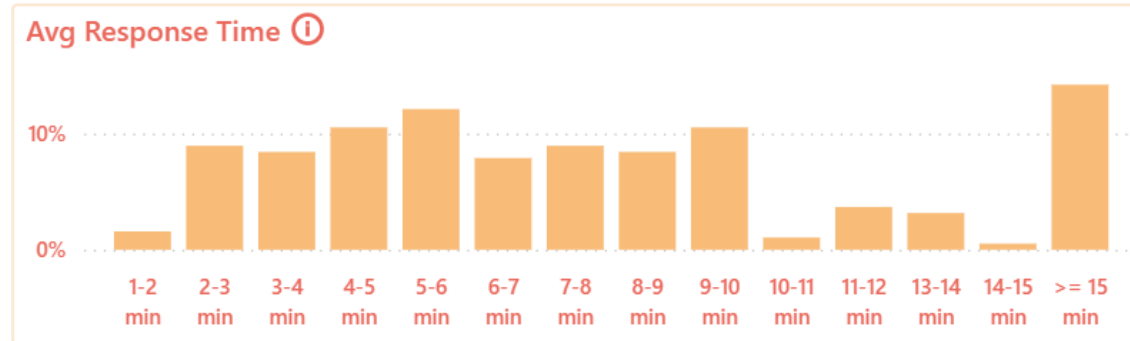
Sodankylän matkailukysely Triplizer on ympärivuoden avoinna



Compilation **Target Name** **Survey Name** 6.8.2020 22.5.2026 Impressions Reliability

Kaikki Kaikki Kaikki

Cumul. week



290 Answers 46.70 % Coverage

621 Impressions

Status 25.5.2026

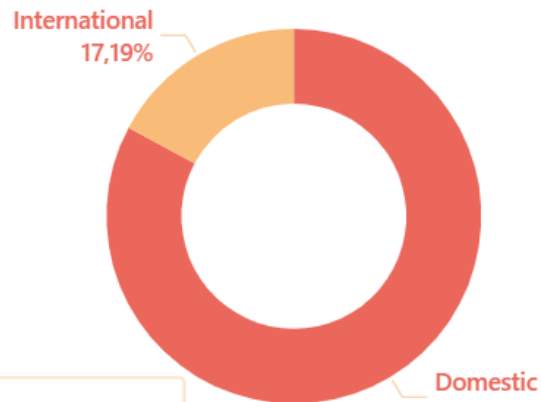


Demographics

Profiles

Segments

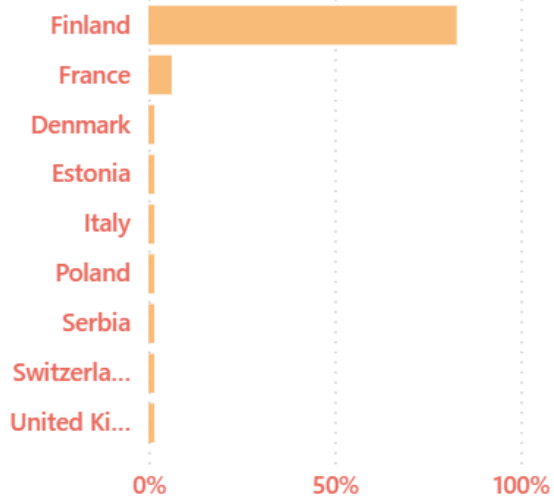
Multiple Selection



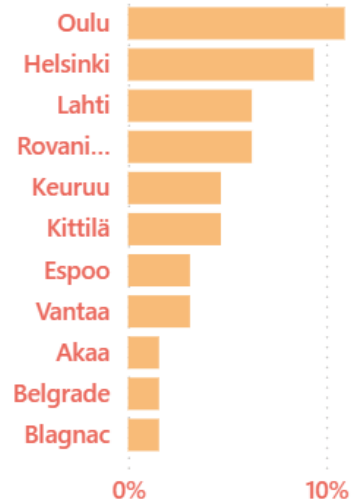
5,91

Avg Duration [Day]

Country



City



Target Name

Kaikki

Survey Name

Kaikki

Demographics

Slicers

Graphs

Country

Kaikki

City

Kaikki

Age Category

Kaikki

Gender

Kaikki

Profiles

Travel Profile

Useita valintoja

Motive

Kaikki

Travel Company

Kaikki

Visiting Role

Kaikki

Accommodation

Kaikki

Dynamic Variable

Accommodation ...

Best Visitor Groups

Kaikki

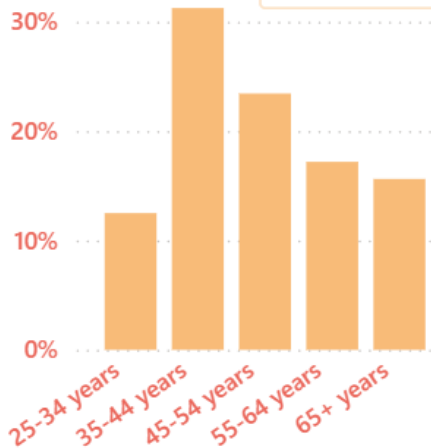
1.1.2017

24.5.2026

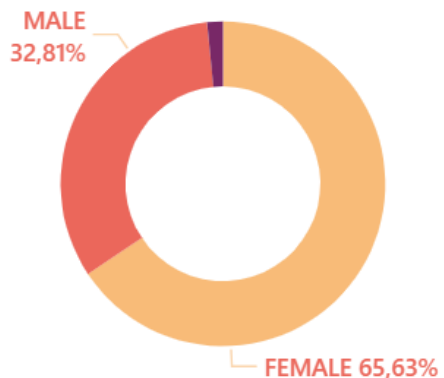
Age

48,78

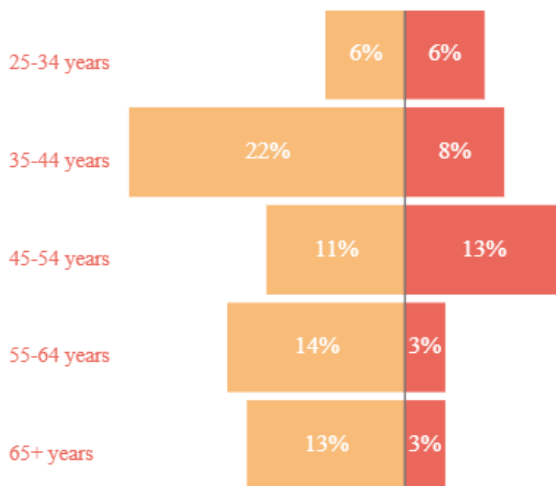
Avg Age



Gender



FEMALE MALE





Demographics

Profiles

Segments

Target Name Useita valintoja

Survey Name Kaikki

Slicers Graphs

Demographics

Country Useita valintoja

- Valitse kaikki
- Denmark
- Estonia
- Finland
- France
- Italy
- Poland
- Serbia

City Kaikki

Gender Kaikki

Travel Company Kaikki

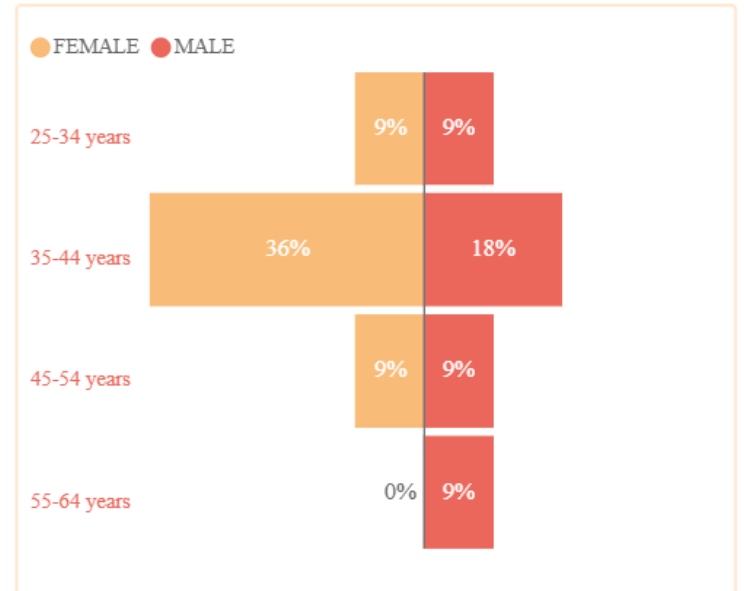
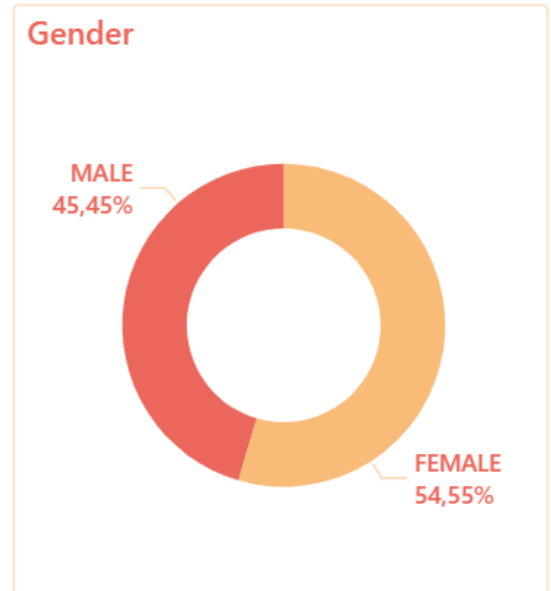
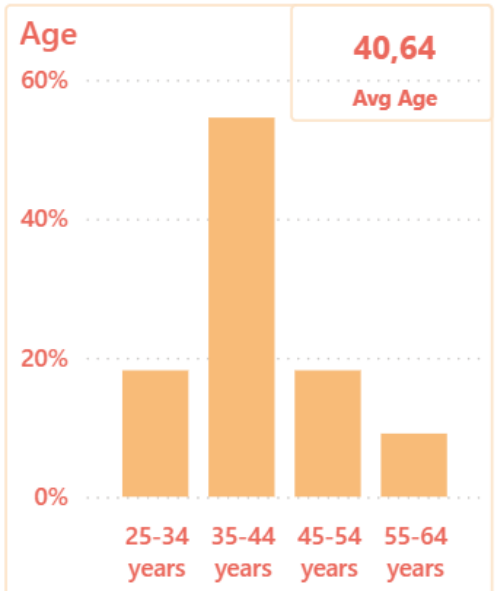
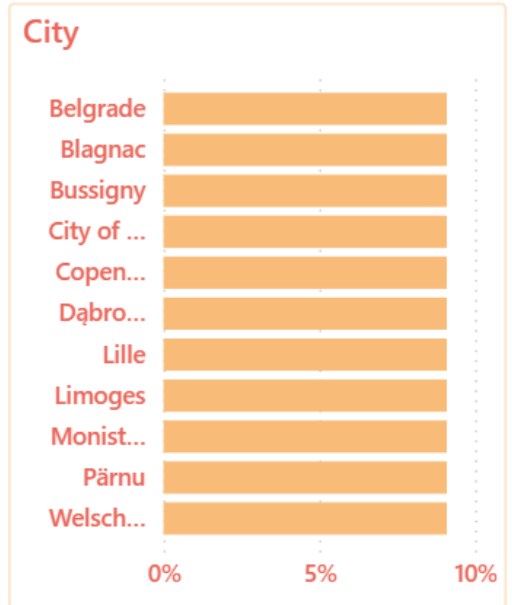
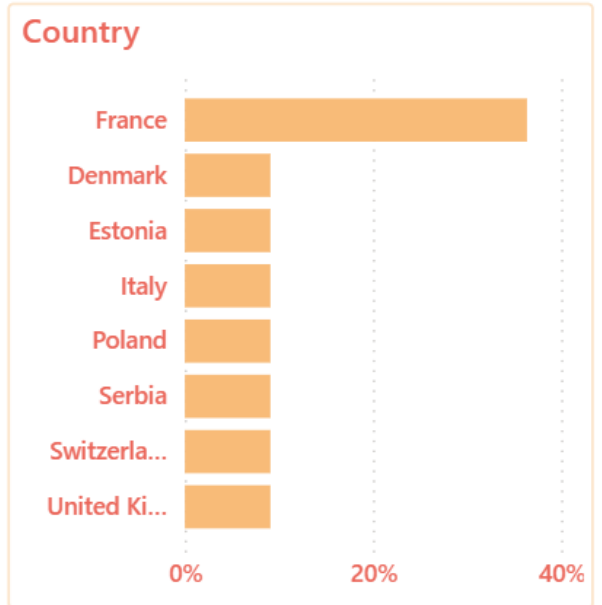
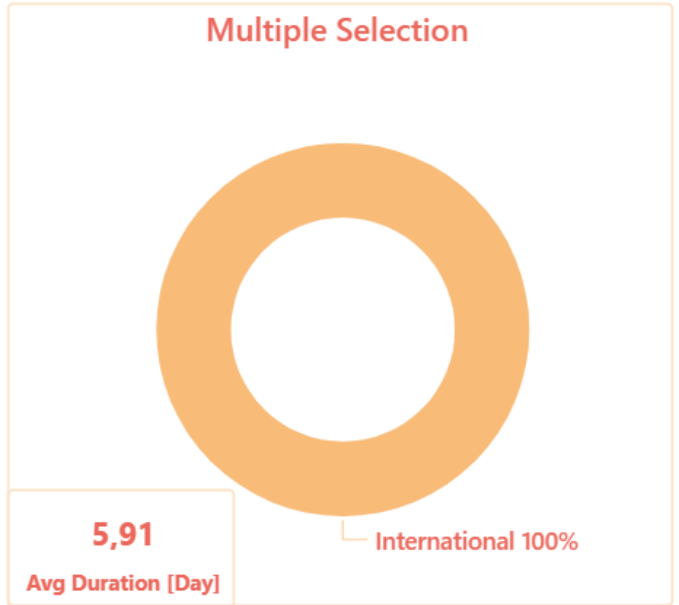
Visiting Role Kaikki

Accommodation Kaikki

Dynamic Variable Accommodation ...

Best Visitor Groups Kaikki

1.1.2017 24.5.2026





Demographics

Profiles

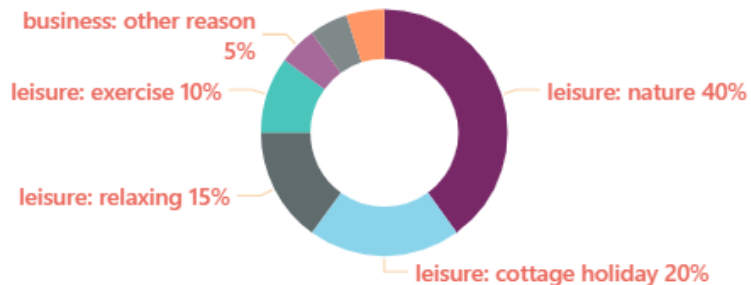
Segments

Travel Profile

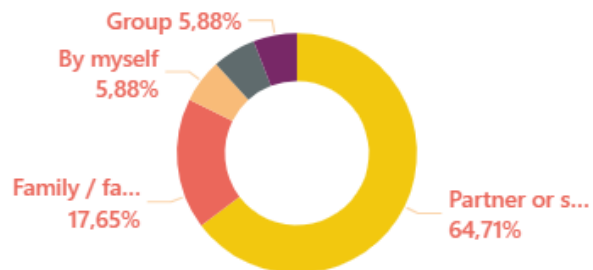


OVERNIGHT 100%

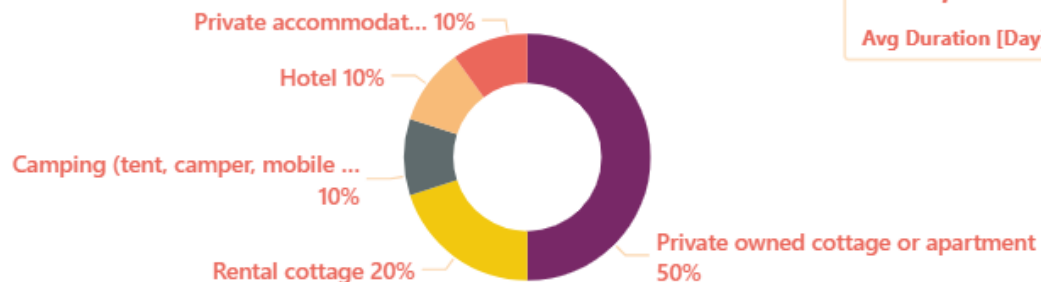
Motive



Travel Company

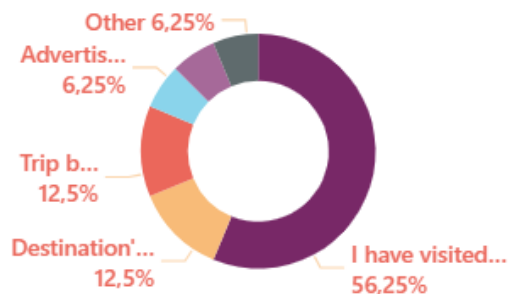


Accommodation Type



Visiting Role

Information Source



Planning and Booking

Target Name Kaikki **Survey Name** Kaikki

Demographics Slicers Graphs

Country Kaikki **City** Kaikki

Age Category Kaikki **Gender** Kaikki

Profiles

Travel Profile Useita valintoja

Motive Kaikki

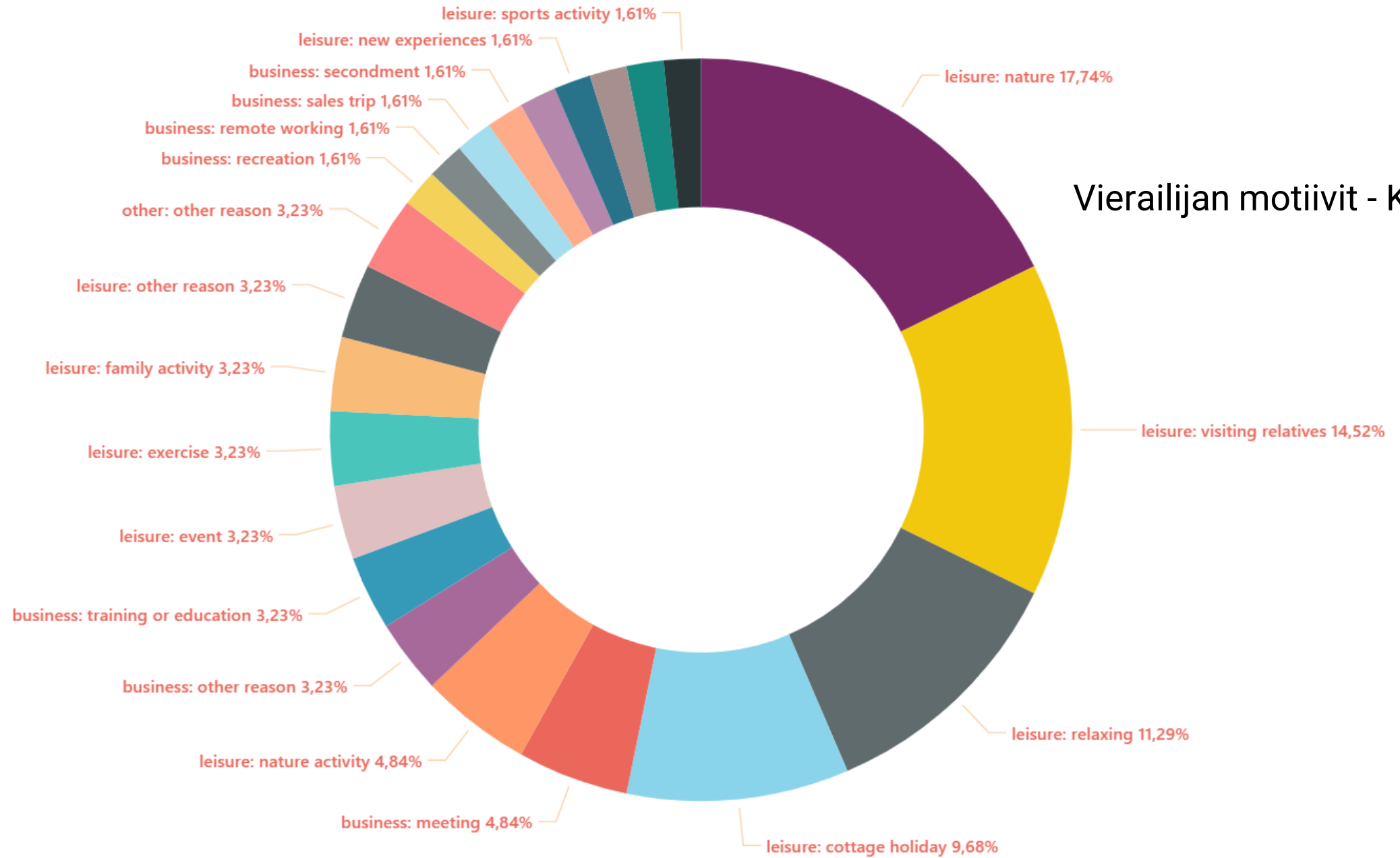
Travel Company Kaikki **Visiting Role** Kaikki

Accommodation Kaikki

Dynamic Variable Accommodation ... **Best Visitor Groups** Kaikki

1.1.2017 24.5.2026

Vierailijan motiivit - KAIKKI





Destinations Economic Impact ⓘ

42.78 [EUR/Day, Person]

Tourism Incomes

30,000 [EUR]

Tourism Incomes

Back to Mainview

Overview

Spending Categories

In Timeline

Trends and Seasons

Motive and...

Target Name

Useita valintoja

Survey Name

Kaikki

Slicers

Graphs

Demographics

Country

Kaikki

City

Kaikki

Age Category

Kaikki

Gender

Kaikki

Profiles

Travel Profile

Kaikki

Motive

Kaikki

Travel Company

Kaikki

Visiting Role

Kaikki

Accommodation

Kaikki

Dynamic Variable

Accommodation ...

Best Visitor Groups

Kaikki

1.1.2017



24.5.2026





Back to Mainview

Overview

Spending Categories

In Timeline

Trends and Seasons

Motive and...

Target Name

Survey Name

Useita valintoja

Kaikki

Demographics

Slicers

Graphs

Country

City

Kaikki

Kaikki

Age Category

Gender

Kaikki

Kaikki

Profiles

Travel Profile

Kaikki

Motive

Kaikki

Travel Company

Kaikki

Visiting Role

Kaikki

Accommodation

Kaikki

Dynamic Variable

Kaikki

Best Visitor Groups

Kaikki

1.1.2017

24.5.2026

Destinations Economic Impact i

Year

Month

Week

Day

Compare

650

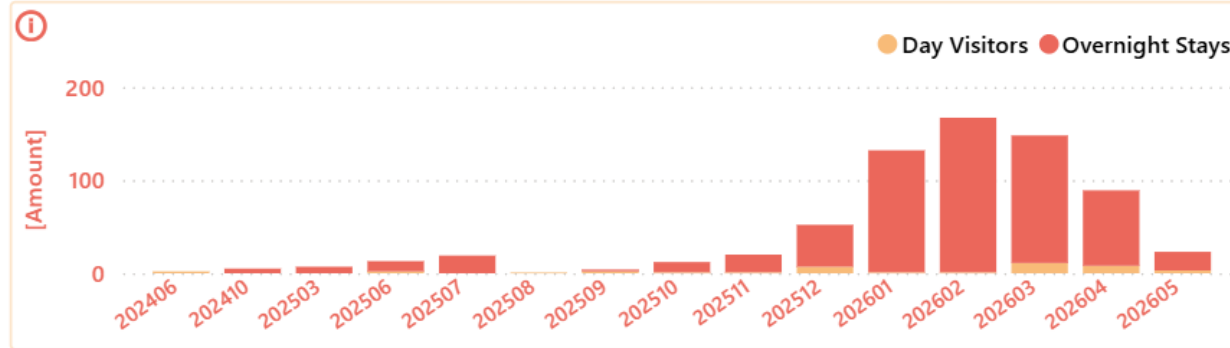
Overnight Stays

40

Day Visitors

690

Total Visits



Overnight [EUR/Day]

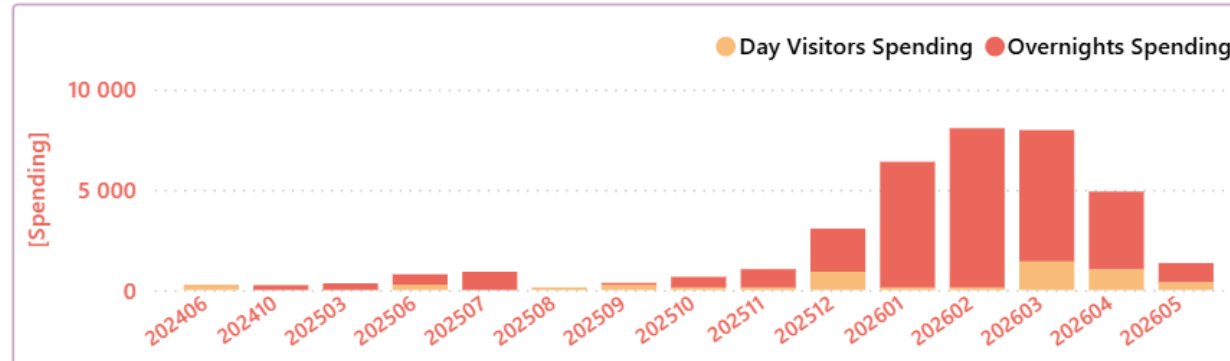
47,83

Day Visitor [EUR/Person]

129,57

Daily Avg [EUR/Day]

52,54



Overnights [EUR]

31 000

Day Visitors [EUR]

5 000

Total Visits [EUR]

36 000



Back to Mainview

Overview

Spending Categories

In Timeline

Trends and Seasons

Motive and...

Target Name Useita valintoja **Survey Name** Kaikki

Demographics Slicers Graphs

Country Kaikki **City** Kaikki

Age Category Kaikki **Gender** Kaikki

Destinations Economic Impact ⓘ

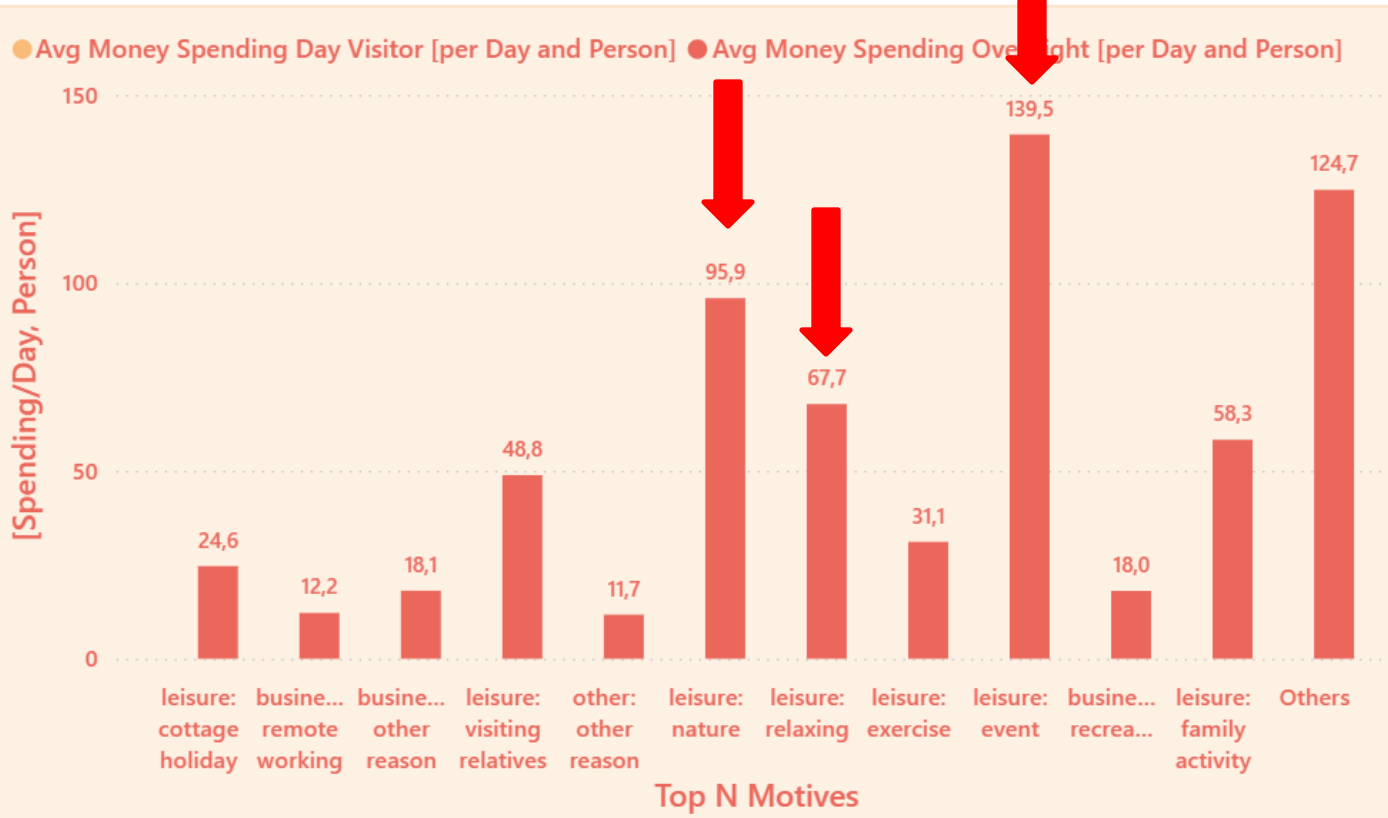


Top N

10

Table

Graph



Year Month

- 2017
- 2018
- 2019
- 2020
- 2021
- 2022
- 2023
- 2024
- 2025
- 2026

Profiles

Travel Profile

OVERNIGHT

- Valitse kaikki
- DAY VISITOR
- LOCAL
- OVERNIGHT

Dynamic variable: Kaikki Best visitor groups: Kaikki



Destinations Economic Impact ⓘ

- Back to Mainview
- Overview
- Spending Categories
- In Timeline
- Trends and Seasons
- Motive and...

Target Name Useita valintoja

Survey Name Kaikki

Demographics Slicers Graphs

Country Kaikki

City Kaikki

Age Category Kaikki

Gender Kaikki

- Table
- Graph

Top N
10



- Year Month**
- 2017
 - 2018
 - 2019
 - 2020
 - 2021
 - 2022
 - 2023
 - 2024
 - 2025
 - 2026

Profiles

Travel Profile

- DAY VISITOR
- Valitse kaikki
- DAY VISITOR
- LOCAL
- OVERNIGHT

Dynamic variable: Kaikki

Best Visitor Groups: Kaikki

Visitor Travel

Local Travel

Environmental Impact

Kansallinen keskiarvo on
0,12 kgCO₂e/km

0.14 [kgCO₂e/km]

CO₂ Emission per km



0.06 [kgCO₂e/km, day]

CO₂ Emission per km and day



1,526 [EUR/kgCO₂e, km, Day, Person]

Money spending and emission intensity



The carbon footprint of a visitor's travel is measured from the point of departure to the destination. In the calculation, the travel chains and the vehicles used on the journey are determined by waypoints.

Triplizerin ympäristövaikutusnäkökulma havainnollistaa matkailijoiden liikkumisesta syntyviä päästöjä. Se näyttää esimerkiksi CO₂-päästöt kilometriä kohden sekä yhdistää matkailijan rahankäytön ja päästöintensiteetin. Näin matkailualue voi tarkastella matkailun taloudellista hyötyä suhteessa liikkumisen ympäristövaikutuksiin.

1. CO₂-päästö kilometriä kohti

Arvo **0.14 kgCO₂e/km** kertoo, kuinka paljon hiilidioksidiekvivalenttipäästöjä syntyy keskimäärin yhtä matkustettua kilometriä kohden.

2. CO₂-päästö kilometriä ja päivää kohti

Arvo **0.06 kgCO₂e/km/day** kuvaa päästöintensiteettiä suhteessa sekä matkaan että aikaan eli miten matkustamisen päästöt jakautuvat päivätasolle.

3. Rahankäytön ja päästöjen suhde

Arvo **1,526 EUR/kgCO₂e/km/day/person** yhdistää matkailijan rahankäytön ja matkustamisesta syntyvän päästöintensiteetin. Tämä auttaa arvioimaan, kuinka paljon taloudellista hyötyä syntyy suhteessa liikkumisen aiheuttamiin päästöihin.

vierailijan matkan hiilijalanjälki lasketaan lähtöpisteestä kohteeseen saakka, ja laskennassa huomioidaan matkaketjut sekä käytetyt kulkuneuvot reitin välietappien perusteella.



Euroopan unionin
osarahoittama



Elinvoimakeskus



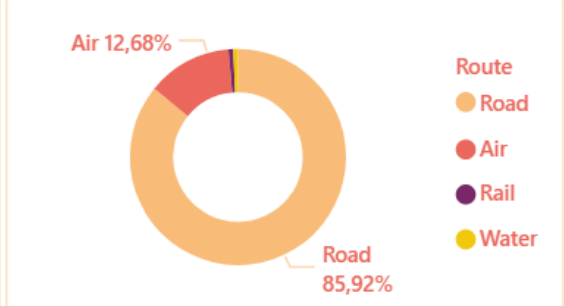
SODANKYLÄ



DIGIPRO
LIIKETOIMINTA
WWW.LIIKETOIMINTA.INFO



Vehicle and Source	Percentage	[kgCO2e/km]
Car Petrol	35,92%	0,094
Car Diesel	32,39%	0,083
Airplane	12,68%	0,254
Car Electric Vehicle	4,23%	0,000
Car Plug-in Hybrid	4,23%	0,044
	100,00%	0,144



- Overview
- Passages map
- Specifics
- Arrival
- Departure

1,48
Passages per Traveller

705
Avg Distance [km]

44 424
Total Distance [km]

101,53
Avg Emission [kgCO2e]

6 396
Total Emission [kg]

0,144
[kgCO2e/km]

0,063
[kgCO2e/km, day]





Environmental Impact

To Area		
705 Avg Distance [km]	101,53 Avg Emission [kgCO2e]	0,144 [kgCO2e/km]
44 424 Total Distance [km]	6 396,14 Total Emission [kg]	0,063 [kgCO2e/km, day]

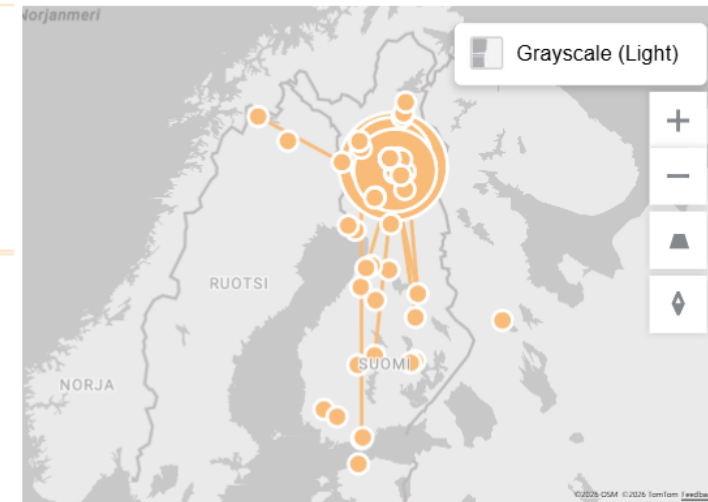
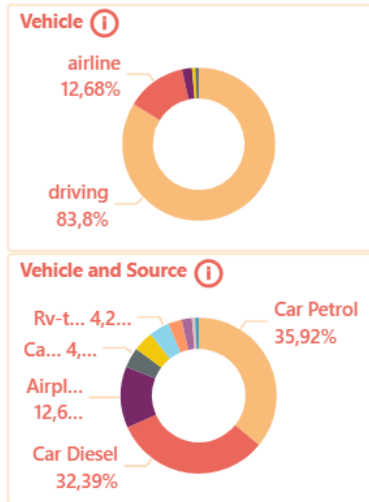
- Overview
- Passages map
- Specifics

Arrival **Departure**

Waypoint ⓘ Amount of respondents

Kaikki

Sodankylä	28
Rovaniemi	4
Helsinki	3
Kittilä	3
Pelkosenniemi	2
Äänekoivisto	1
Ala-Naama	1
Apele Vii	1
Ivalo	1
Jokioinen	1
Kakslauttanen	1
Kallaanvaara	1
Kärsämäki	1
Karsikkomäki	1
Kemi	1
Kersilö	1
Keuruu	1
Kolari	1
Korpela	1
Kortesoutaja	1
Kuikkala	1
Lakioja	1
Latusokka	1
Lumijoki	1
Luosto	1
Mustinsalo	1
Norrbotenin lääni	1



From ⓘ	Waypoint ⓘ	Avg distance [km]	Avg emission [kgCO2e]	Avg Emission [kgCO2e/km]
Kaikki	Kaikki			
Monistrol-sur-Loire	Sodankylä	2 785	724,13	0,260
Tampere	Apele Vii	2 595	215,23	0,083
Orly	Sodankylä	2 482	645,29	0,260
Nokia	Syargozero	1 316	109,14	0,083
Helsinki	Kakslauttanen	1 072	41,98	0,039
Vantaa	Sodankylä	960	89,91	0,094
Helsinki	Suopanginmäki	952	78,91	0,083
Korpela	Korpela	892	253,59	0,284
Lahti	Sodankylä	845	0,00	0,000
Lempiäniemi	Sodankylä	813	76,09	0,094



In the Customized Section tab, you can find your own tailored questions, of which the answer method is either a choice or a sliding scale. Note! Feedback-type questions can be found separately on the Feedback tab.

Evaluation

Specifics

Donut

Column

Bar

64

Respondents

64

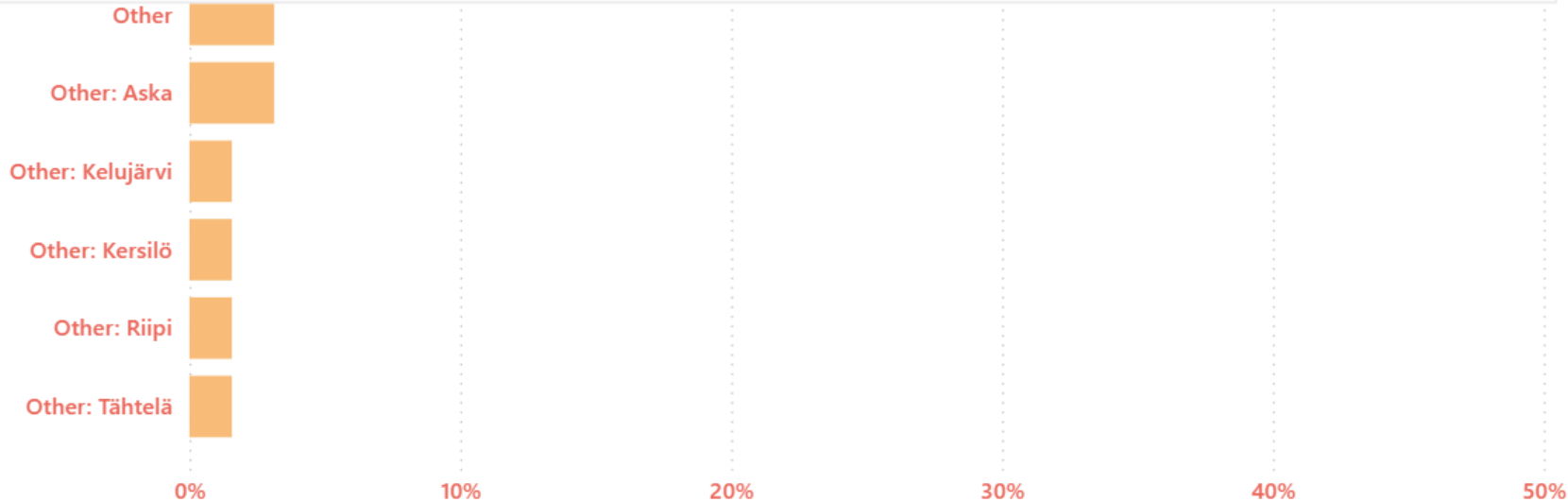
Answers

Subject ⓘ

Millä alueella majoituit Sodankylässä?

- Valitse kaikki
- Kaipaisitko lisää reittejä?
- Koetko reittien infran riittävänä?
- Kohde on mielestäni omaperäinen ja kiinnostava
- Kohteessa on mielenkiintoista tekemistä
- Kohteessa voi nauttia puhtaasta luonnosta ja luonnonilmiöistä
- Millä alueella majoituit Sodankylässä?

Customized Sections



Target Name Useita valintoja

Survey Name Kaikki

Demographics Slicers Gra

Country Kaikki

City Kaikki

Age Category Kaikki

Gender Kaikki

Profiles

Travel Profile Kaikki

Motive Kaikki

Travel Company Kaikki

Visiting Role Kaikki

Accommodation Kaikki

Dynamic Variable Kaikki

Best Visitor Groups Kaikki

1.1.2017 24.5.2026



In the Customized Section tab, you can find your own tailored questions, of which the answer method is either a choice or a sliding scale. Note! Feedback-type questions can be found separately on the Feedback tab.

Evaluation

Specifics



Donut

Column

Bar

64

Respondents

64

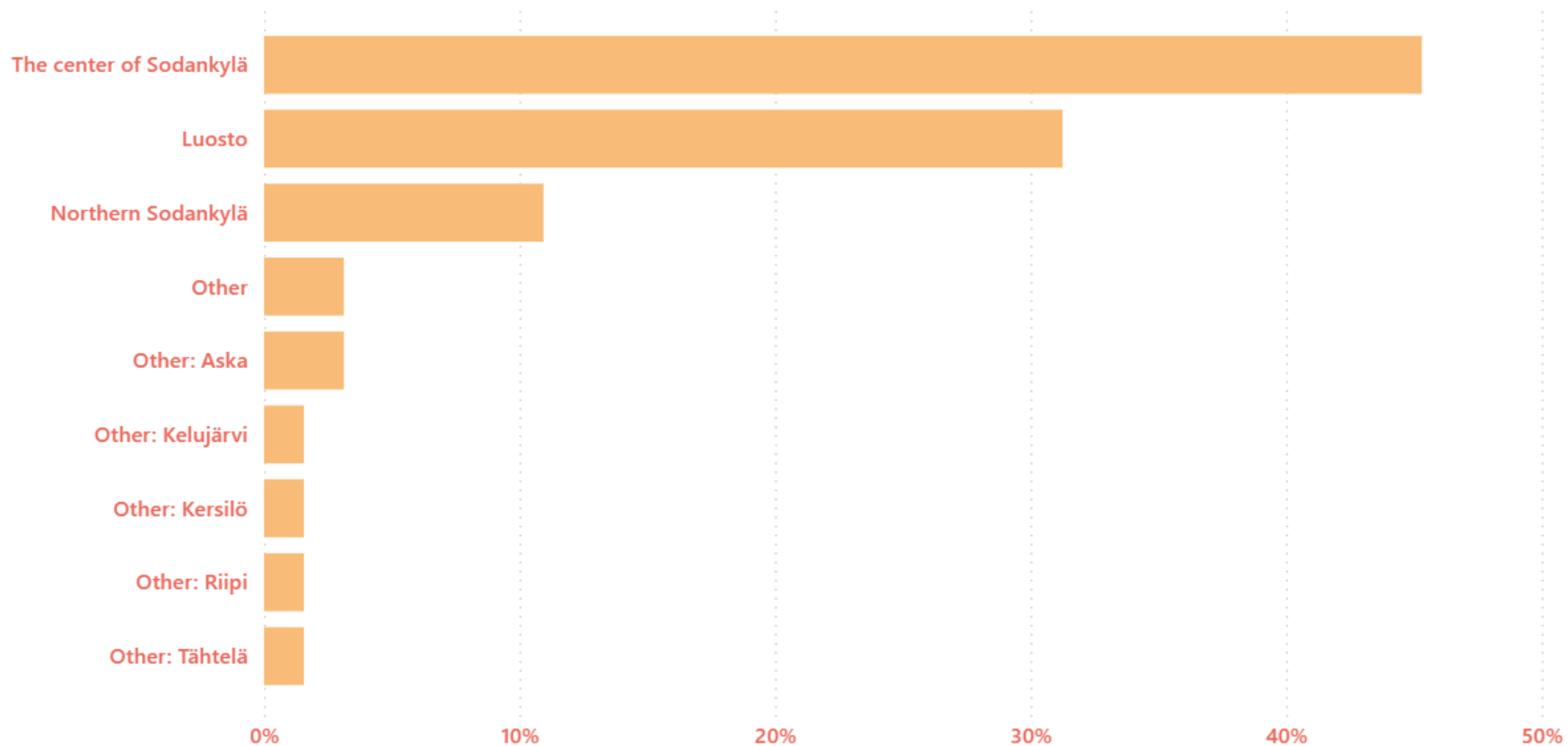
Answers

Subject ⓘ

Millä alueella majoituit Sodankylässä?

In which area did you stay in Sodankylä?

Customized Sections





Social Indicator

kyllä/ei vastauksia, joista keskiarvo on 80

Evaluation

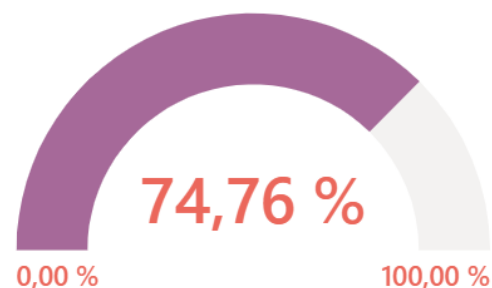
Benefits

Disadvantages

Specifics

2023 version

Social Indicator ⓘ





Under the Benefits button, you can find the answers to the question: "What do you think is the biggest benefit of the event or tourism for the locality", which is asked from local respondents.

Evaluation

Benefits

Disadvantages

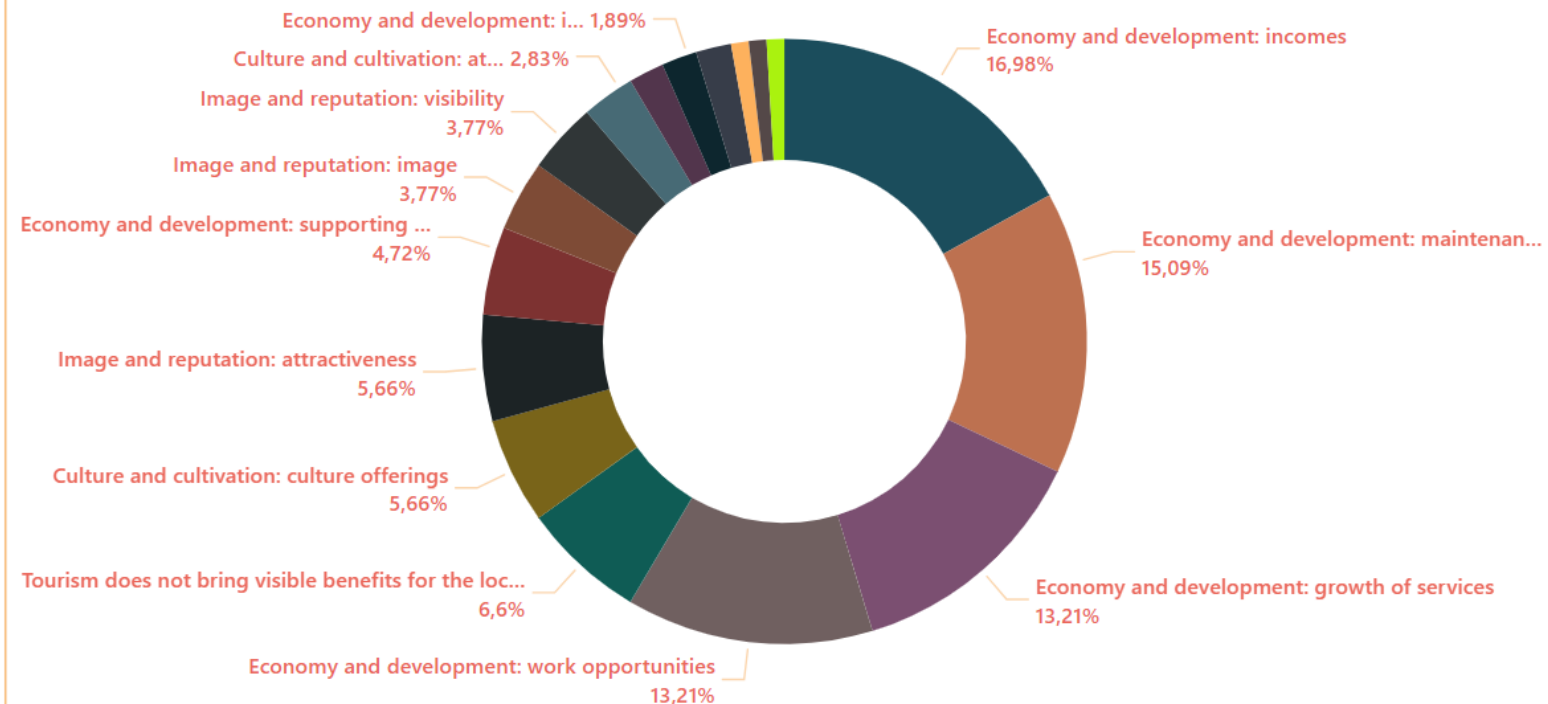
Specifics

2023 version

Social Indicator

paikalliset kokevat matkailun tuovan taloudellista hyötyä

Matkailun suurin hyöty paikkakunnalle





Under the Disadvantages button, you can find the answers to the question: "What do you think is the biggest disadvantage of the event or tourism for the locality?" which is asked from local respondents.

Social Indicator

paikalliset kokevat, että matkailu ei näkyvää aiheuta haittaa, mutta liikennesääntöjen rikkominen on haitta

Evaluation

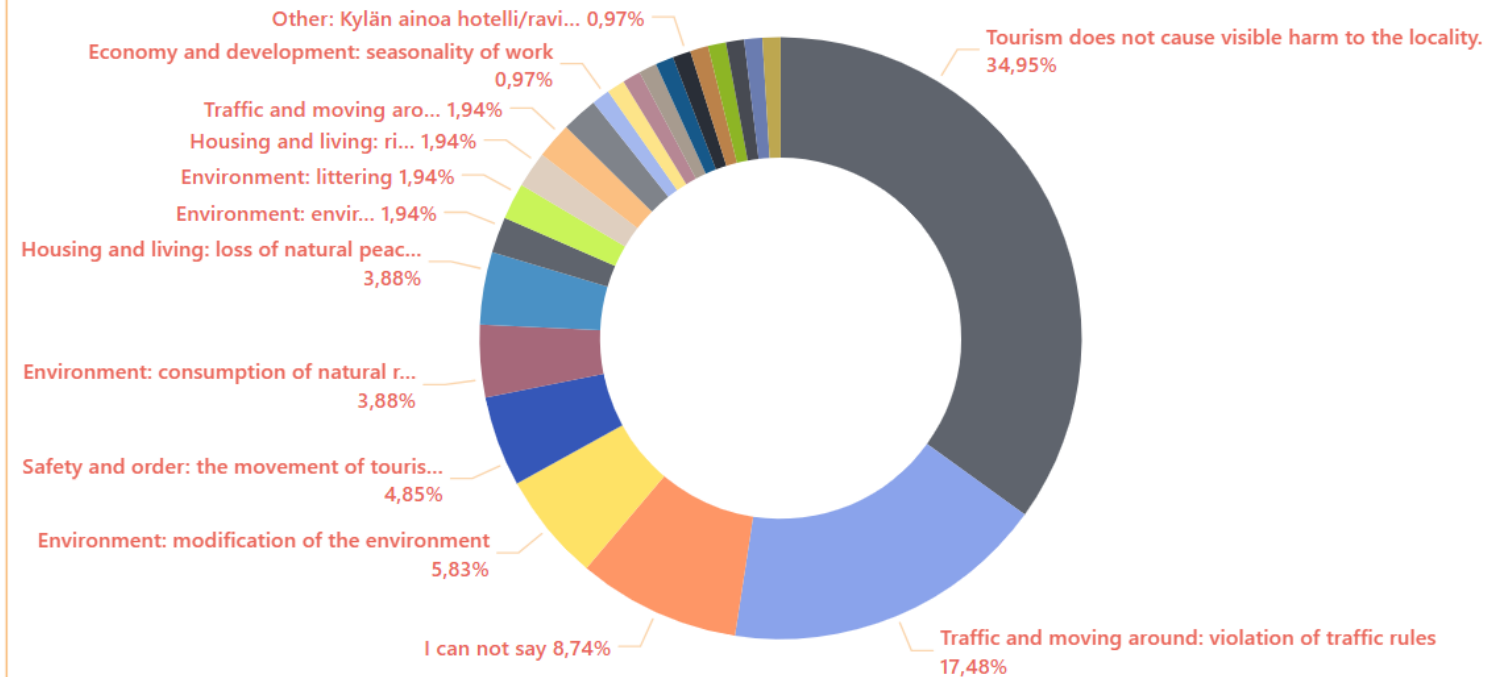
Benefits

Disadvantages

Specifics

2023 version

Matkailun suurin haitta paikkakunnalle





Social Indicator

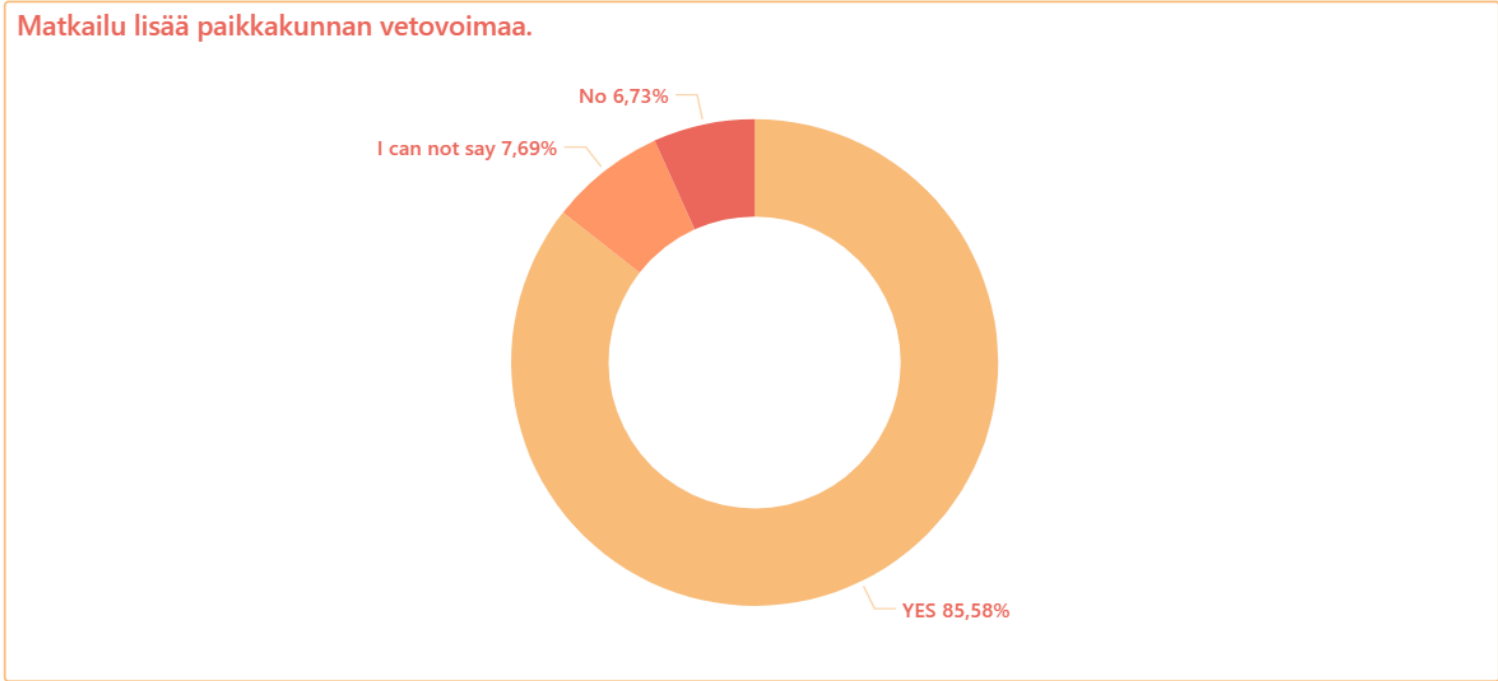
- Evaluation
- Benefits
- Disadvantages
- Specifics
- 2023 version

Under the Specifics button, you can find the answers to the 8 statement questions, to which you can answer YES/NO/I CAN'T SAY. The attractiveness, equality, safety and well-being statements are also hers only from locals.

- All
- One by One

Social subsections ⓘ

Tourism increases the attractiveness of the locality. ✓



Paikkakunnan matkailun kehittäminen nostaa
paikkakunnan elinvoimaa - > matkailun
kehittämisen merkitys osana kuntastrategiaa



Euroopan unionin
osarahoittama



Elinvoimakeskus



SODANKYLÄ



DIGIPRO
LIIKETOIMINTA
WWW.LIIKETOIMINTA.INFO

Feedback



Evaluation

Feedback

SATISFACTION ⓘ NET PROMOTER SCORE ⓘ COMEBACK SATISFACTION ⓘ EXPECTATION ⓘ

Satisfaction

Tyytyväisyys

Mitä mittarilla tehdään?

Mittaa, kuinka tyytyväinen matkailija on kokemukseen, palveluun, kohteeseen tai matkaan kokonaisuutena. Auttaa tunnistamaan, mikä toimii hyvin ja missä on kehittämistä.

Net Promoter Score

Suositteluindeksi / suositteluhalukkuus

Mittaa, kuinka todennäköisesti asiakas suosittelisi kohdetta tai palvelua muille. Tätä käytetään asiakasuskollisuuden ja suosittelupotentiaalin arviointiin.

Comeback Satisfaction

Palaamishalukkuus / halu tulla uudelleen

Arvioi, kuinka vahvasti asiakas kokee halua palata kohteeseen uudelleen. Tämä kertoo asiakassuhteen jatkuvuudesta ja kohteen vetovoimasta.

Expectation

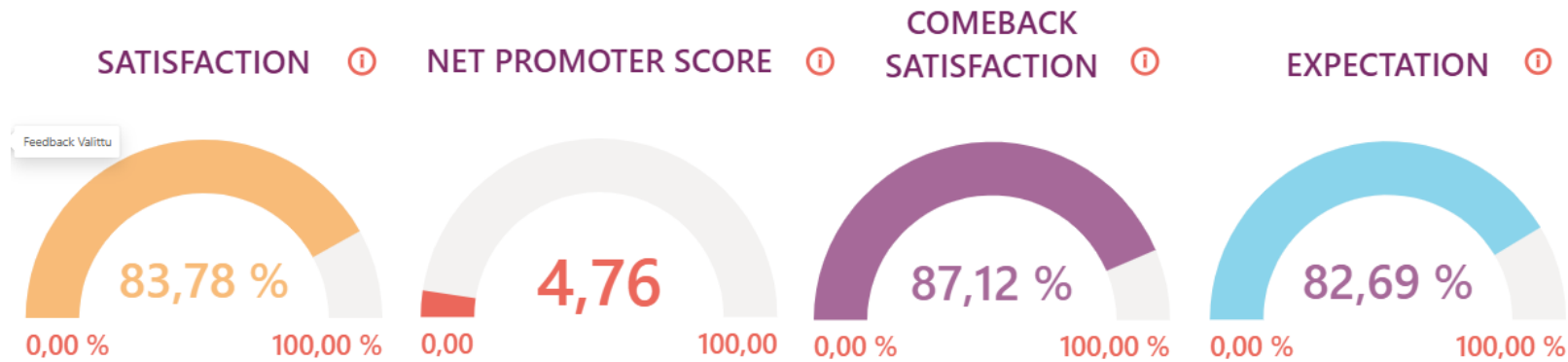
Odotukset / odotusten täyttyminen

Mittaa, vastasiko kokemus asiakkaan ennako-odotuksia. Tätä voidaan käyttää arvioimaan, lupaako markkinointi oikeita asioita ja vastaako palvelu asiakkaan mielikuvaa.

Feedback



Evaluation
Feedback



Histogram
Timeline

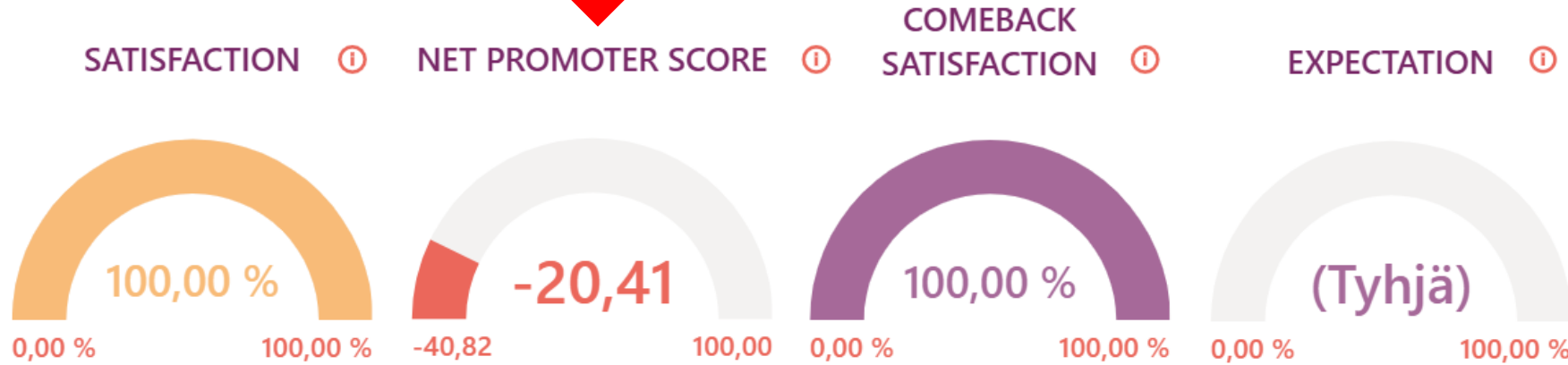
Histogram
Timeline

Histogram
Timeline

NPS mittarissa paikallisten vastaukset mukana



Feedback



Histogram

Histogram

Histogram

Timeline

Timeline

Timeline

Paikalliset kokevat matkailun tuovan taloudellista hyötyä, mutta eivät ole halukkaita suosittelemaan matkailukohteena

Evaluation

Feedback

Target Name
Useita valintoja

Survey Name
Kaikki

Slicers Graphs

Demographics

- Use kaikki
- VISITOR
- LOCAL
- OVERNIGHT

Pro

LOCAL

Motive
Kaikki

Travel Company
Kaikki

Visiting Role
Kaikki

Accommodation
Kaikki

Dynamic Variable
Kaikki

Best Visitor Groups
Kaikki

1.1.2017
24.5.2026



Feedback

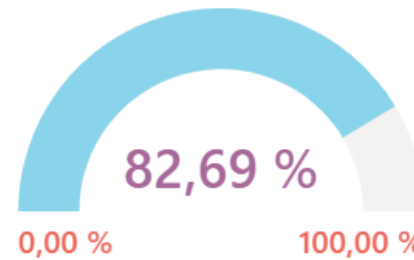
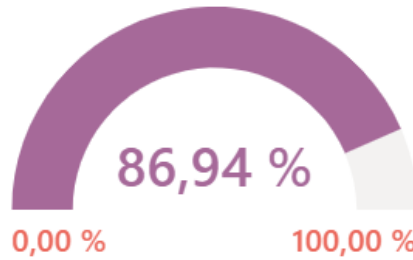
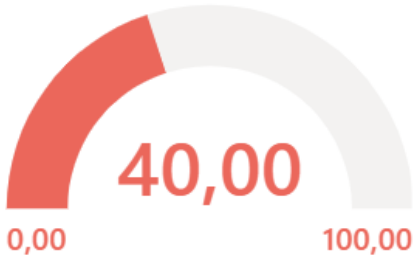
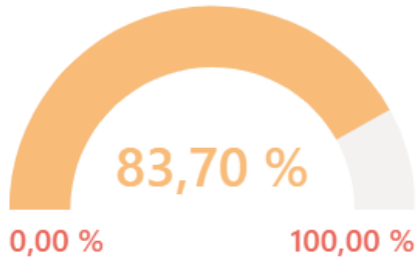


SATISFACTION ⓘ

NET PROMOTER SCORE ⓘ

COMEBACK SATISFACTION ⓘ

EXPECTATION ⓘ



Histogram

Histogram

Histogram

Timeline

Timeline

Timeline

Evaluation
Feedback

Target Name: Useita valintoja
Survey Name: Kaikki

Demographics

- Kaikki
- DAY VISITOR
- LOCAL
- OVERNIGHT

Useita valintoja

Motive: Kaikki

Travel Company: Kaikki
Visiting Role: Kaikki

Accommodation: Kaikki

Dynamic Variable: Kaikki
Best Visitor Groups: Kaikki

1.1.2017 24.5.2026



- Table
- Word Cloud
- Breakdown
- Sentiment

Feedback DRILLING INTO OPEN FEEDBACK ⓘ

Kuvaile Sodankylää 2-3 adjektiivilla

Feedback	Date
Nouseva, energinen, sopivan kokoinen	21.5.2026
Rauhallinen, hiljainen, ystävällinen	29.4.2026
Puhdas, pieni ja paras	27.4.2026
Pohjois-suomalainen kauppa taajama	21.4.2026
Rauhallinen, siisti, turvallinen	19.4.2026
Elokuvajuhlallinen, surullinen, pysähtynyt	18.4.2026
Elävä, aktiivinen	16.4.2026
Kaunis, rauhallinen, leppoisa	16.4.2026
Pieni, hajanainen, luonnonläheinen	8.4.2026
Pohjoinen, metsäinen, leppoisa	2.4.2026
Rauhallinen monipuolinen kaunis	1.4.2026
Keskellä Lappia, luontoa täynnä	31.3.2026
Metsäinen, kaukainen, laaja	30.3.2026
distant, clean, sometimes lifeless	29.3.2026
Eksoottinen, kaukainen, persoonallinen	29.3.2026
Virkeä, luontoystävällinen	29.3.2026
Rauhallinen, elävä	24.3.2026
Tuttu, turvallinen, työllistävä	23.3.2026
Rauhallinen, hiljainen, luonnonvoimainen	22.3.2026
Rauhallinen, ei liikaa turisteja	20.3.2026
Laaja, avara	17.3.2026
-	10.3.2026
Tylsä	2.3.2026
Turvallinen ja viihtäviä	23.2.2026

Evaluation

Feedback

Target Name

Useita valintoja

Survey Name

Kaikki

Slicers

Graphs

Demographic

- Valitse kaikki
- DAY VISITOR
- LOCAL
- OVERNIGHT

Useita valintoja

Motive

Kaikki

Travel Company

Kaikki

Visiting Role

Kaikki

Accommodation

Kaikki

Dynamic Variable

Kaikki

Best Visitor Groups

Kaikki

1.1.2017

24.5.2026



Table

Word Cloud

Breakdown

Sentiment

Feedback

DRILLING INTO OPEN FEEDBACK ⓘ

Kuvaile Sodankylää 2-3 adjektiivilla

Feedback	Date
Kaivos hyväksikäyttö välinpitämätön	11.5.2026
Paikallinen ku hammaslääkärin vastaanotto	27.4.2026
Perähikiö, sisäänpäin suuntautunut, ristiriitainen	27.4.2026
Hiljainen, ei yhteisöllinen (enään), silti kotoisa ja tervetullottava	21.4.2026
Kehittyvä ja monipuolinen	20.4.2026
teollinen, ohitettava, ruma (rakennukset kuntakeskuksessa)	20.4.2026
Eloisa, laaja, kuvauksellinen	17.4.2026
Keskeinen (sijainti ja toiminnot kuten varuskunta ja kaivokset), kasvava, kehittyvä	15.4.2026
Luonnonläheinen ja elinvoimainen	15.4.2026
3	11.4.2026
Luminen, talvinen	11.4.2026
Rento, leppoisa, rakas	10.4.2026
Tylsä, luonto, ajanton	4.4.2026
Aito, ystävällinen	2.4.2026
Kehittyvä, monipuolinen, sulkeutunut	1.4.2026
Puhdas, vireä	30.3.2026
Vanhanaikainen, ruma	30.3.2026
Kateellisten, katkerien ja kehitystenvastaisten päättäjien paikka.	25.3.2026
Lovely people, great local culture and amazing nature	25.3.2026
Melko rauhallinen, pusikkoinen, lapsiystävällinen	23.3.2026
Pieni, intiimi ja luonnonläheinen	23.3.2026
Tylsä, ankea, huono	21.3.2026
Pimeä, tylsä, ohiajettava	20.3.2026
Rauhallinen	20.3.2026

Evaluation

Feedback

Target Name Useita valintoja **Survey Name** Kaikki

Demographics Slicers Graphs

- Vali... kaikki
- DAN... TOR
- LOCAL
- OVERNIGHT

Pro

LOCAL

Motive Kaikki

Travel Company Kaikki **Visiting Role** Kaikki

Accommodation Kaikki

Dynamic Variable Kaikki **Best Visitor Groups** Kaikki

1.1.2017 24.5.2026



Feedback - Sentiment

Table

Word Cloud

Breakdown

Sentiment



Evaluation

Feedback

16,13 %
Negative

10,22 %
Neutral

73,66 %
Positive

32,18 %
Total Sentiment (-100 %, 100 %)

Cloud Chart

Network Chart

Word Cloud of Standardized Feedback

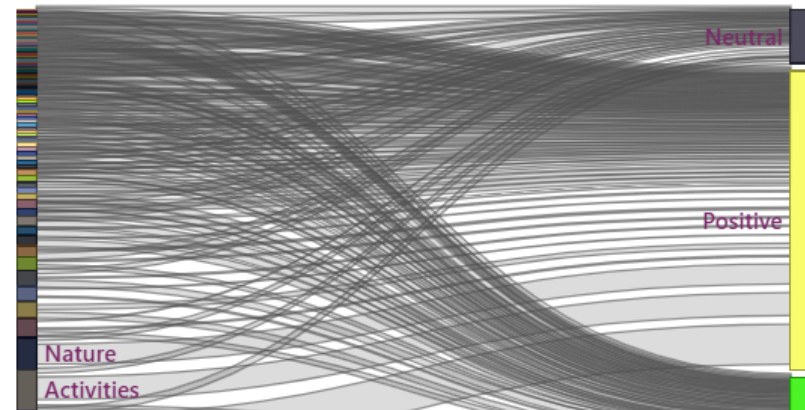


Category	-71 %	-43 %	-14 %	14 %	43 %	71 %	100 %	Row Dist.
Atmosphere			1,88%	0,27%	13,17%	1,08%		16,40%
Activities	0,27%	1,08%	0,81%	7,53%	1,61%			11,29%
Nature			0,81%	5,91%	2,15%	0,27%		9,14%
Location			0,81%	2,15%	1,61%	0,27%		4,84%
Environment	0,27%	0,27%		3,49%	0,27%			4,30%
Transportation	0,81%	1,08%		2,15%				4,03%
Services			0,27%	0,81%	2,42%	0,27%		3,76%
Food			1,08%	0,27%	1,61%	0,27%		3,23%
Place Description					2,96%			2,96%
Column Dist.	0,27%	3,23%	12,63%	10,22%	65,05%	8,33%	0,27%	100,00%

Standardized Feedback

Standardized Feedback	Date
Wood at lean-tos	19.10.2025
wonderful nature	8.3.2025
winter	5.12.2025
Was able to rest	15.1.2026
Warm	14.11.2025
Walking and cycling routes	19.10.2025
Vibrant	11.10.2025
Very little information, for example about the new lean-to shelter	19.10.2025
Versatile	14.6.2025
Versatile	1.4.2026
Vast	30.3.2026
Vacation	8.3.2025

Sentiment Analysis of Standardized Feedback



Euroopan unionin osarahoittama



Elinvoimakeskus



SODANKYLÄ



DIGIPRO LIIKETOIMINTA
WWW.LIIKETOIMINTA.INFO

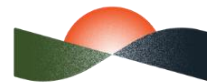
Kiitos
Kysymyksiä?



Euroopan unionin
osarahoittama



Elinvoimakeskus



SODANKYLÄ



DIGIPRO
LIIKETOIMINTA
WWW.LIIKETOIMINTA.INFO