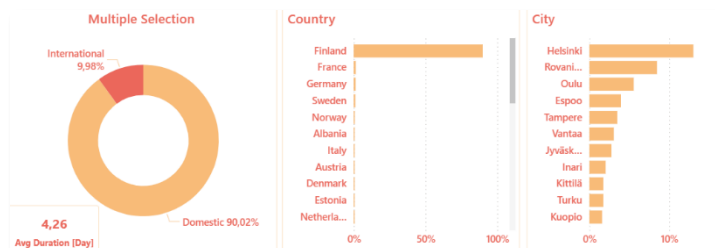


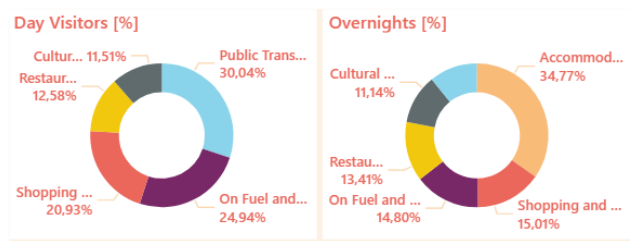
Syyskuun matkailutieto: Yksi yö voi olla matkailun tärkeä mittari

Matkailijakyselyn mukaan matkailijan keskimääräinen kulutus oli **62 euroa vuorokaudessa** ja viipymä **4,26 vuorokautta**. Kansainväliset matkailijat viipyivät hieman pidempään (**4,58 vrk**). Eniten vastauksia saatiin Saksasta (15kpl), Ranskasta (13kpl) ja Ruotsista (10kpl). Kansainvälisiä vastauksia on kuitenkin sen verran vähän, että yleistä ei kannata luoda.



Lähde: Salmiplatform, Sodankylä 2025-2026

Sodankylässä kulutus vastaajien kesken on jakautunut seuraavasti:



Lähde: Salmiplatform, Sodankylä 2025-2026

Päiväkävijöiden rahankäyttö on siis hieman erilaista kuin yli yön viipyneiden. Yli yön viipyneiden kulutuksen keskittyessä enemmän ravintolapalveluihin ja vähemmän ostoksiin kuin päiväkävijöillä, huomataan myös, että eri matkajalla on eri tarpeita vierailunsa aikana. Vaikka viipymä ei olisi mahdollista pidentää, kannattaa hyödyntää lisämyynnin potentiaali matkailijan kohdalla.

953 vastauksesta nähdään myös...

- Matkailijoiden lähtömaat: 90% vastaajista oli kotimaan kävijöitä
- Matkaseurueen koko: keskimäärin eniten matkustettiin kumppanin kanssa
- Matkan tarkoitus: suuri osa vastaajista ilmoitti matkan motiiviksi luonnon
- Jälkimarkkinoinnin potentiaali: 39% vastaajista löysi tietoa Sodankylästä aiemman vierailunsa perusteella
- Majoitus: 20% majoittuneista viipyi yksityismajoituksessa
- Suosituimmat aktiviteetit: tapahtumat, luonto, rentoutuminen
- Eniten käytetyt palvelut: ostokset (ml. vähittäiskauppa), ruoka- ja kahvilapalvelut, ohjelmalvelut

Mitä tästä voi päätellä?

Jokainen vietetty yö Sodankylässä kasvattaa alueelle jäänyttä matkailutuloa. Matkailijakyselyn perusteella yksi lisävuorokausi tarkoittaa keskimäärin noin 60 euroa lisää kulutusta henkilöä kohden. Kahden hengen seurueella vaikutus on noin 120 euroa per lisäyö. Yritysten yhteistyö, palvelusuositukset ja valmiit, helposti löydettävät palvelupaketit voivat kannustaa matkailijaa viipymään pidempään.

Tiivistetysti:

- ✓ Luonto on arvokas markkinoinnin aspekti Sodankylässä.
- ✓ Palaavat asiakkaat kannattaa hyödyntää (esimerkiksi jälkimarkkinoinnin kautta tai sosiaalisessa mediassa).
- ✓ Kannattaa panostaa kansainvälisiin matkailijoihin, jotka viipyvät alueella pidempään.