Matkailumarkkinointiin kohdennetun 530 000 € lisämäärärahan käyttökohteet

Eduskunnan työ- ja elinkeinojaosto 17.03.2017

Visit Finland

Paavo Virkkunen
Finpro / Visit Finland
Matkailujohtaja

Sosiaalisessa mediassa suoritettavaan matkailumarkkinointiin kohdennetun 530 000 euron lisämäärärahan käyttö

DIGITAALISEN MATKAILUMARKKINOINNIN EKOSYSTEEMI	€
Sosiaalinen media	170 000
Digitaalinen markkinointi	255 000
Sisällöt	35 000
Virtuaaliyhteisöt	70 000
YHTEENSÄ	530 000 €

Visit Finland

	TAVOITE	TEKEMISET	€

SOSIAALINEN MEDIA	Ohjata liikennettä Vf.comiin
	
	Markkinoida Suomea houkuttelevana matkailumaana
	
	Herättää mielikuvia/ tukea ”dreaming” vaihetta
	Lisätä seuraajia kohdemarkkinoilla
	
	Aktivoida faneja sisällön tuottamiseen ja jakamiseen (UGC)
	
	Tukea asiakkaan polkua siten, että se johtaa myyntiin (MyStay)
		• Ostettu mainonta kaikki sosiaalisen median kanavat (alueellisesti rajattua)
		• Aktivoivia toimenpiteitä (kilpailut, kyselyt jne)
		• Päämarkkinoilla
		  • Facebook
		  • Vkontakte
		  • Twitter
		  • Instagram
		• Olemassa olevien Some kanavien sisällön kehittäminen (mm. Youtube)
			70 000

	Vahvistaa läsnäoloa Kiinan sosiaalisen median kanavissa	• Kiinan Some kanavien sisällön kehittäminen ja uusien kanavien käyttöönoton kartoittaminen
		• Ostetun mainonnan kasvattaminen
		  • Weibo
		  • Wechat
		  • Qyer (uusi)
			70 000

	Mielipidevaikuttajien valjastaminen sisällön tuottamiseen ja jakamiseen sosiaalisessa	• Blogiyhteistyö #TravelVlogger #TravelBlogger	30 000

	TAVOITE	TEKEMISET	€
DIGITAALINEN MARKKINOINTI	Diginäkyvyyden parantaminen	• Hakukoneoptimointi (orgaaninen löydettävyys) • Jatkuva hakusanamainonta (always on) • Päämarkkinoilla: Google, Yahoo, Naver, Yandex, Baidu	80 000

	Digitaalinen läsnäolo/näkyvyys siellä missä asiakkaat ovat (Japani, Etelä-Korea, Saksa, UK, USA , Venäjä ja Ruotsi)	• OTA (Online Travel Agency) digitaaliset mainos/sisältöalustat
		  • Kohdennettua display mainontaa
		  • Expedia, Lonely Planet, Sojern, TUI, Trip Advisor jne
			80 000

	Digitaalinen läsnäolo/näkyvyys Kiinan markkinoilla	• OTA (Online Travel Agency) digitaaliset mainos/sisältöalustat
		  • Kohdennettua display mainontaa
		  • Ctrip, Fliggy, Weibo jne
			95 000

	TAVOITE	TEKEMISET	€
SISÄLLÖT	Kohderyhmille merkityksellisen sisällön tuottaminen Monikanavaisesti hyödynnettävissä olevan sisällön hankkiminen ja tuottaminen	Kuva- ja videosisältö Infografiikka Sisältöstrategia • Datan, sisällön ja kanavien roolit • Sisällölliset tarpeet eri ostopolun vaiheessa • Tarinankerronta	20 000
VIRTUAALI-YHTEISÖT	Pelillisyyden hyödyntäminen matkailumarkkinoinnissa	GDWC Pelinkehityksen maailmanmestaruuskilpailu • Globaali pelinkehittäjäyhteisö miettii miten viestiä Suomesta matkailumaana voidaan välittää pelien avulla • Visit Finland yhteistyökumppanina kilpailussa • Kategoria: Finland as a travel destination	20 000
		Voittaneen pelin loppuun kehittäminen + markkinointi	30 000