

Tanja Häyrynen 18.6.2014



Taikamaan Tarinat

—

Posion matkailun tuotteistaminen ja markkinointi
tarinoiden avulla

2012 – 2013
LOPPURAPORTTI



Hankkeen toteuttajan nimi

Posion matkailuyhdistys ry

Hankkeen nimi ja hanketunnus

Taikamaan Tarinat – Posion matkailun tuotteistaminen ja markkinointi tarinoiden avulla.
Hankennumero 15550.

Yhteenveto hankkeesta

Taikamaan Tarinat -hankkeessa on luotu Posiolle täysin uusi markkinointi- ja palvelukonsepti yhdessä posiolaisten matkailutoimijoiden, mainostoimisto Ajatuksen sekä freelancer Reino Hämeenniemen kanssa. Hankkeessa on yhdistynyt luontevasti Ajatuksen markkinointiosaaminen, Reino Hämeenniemen Posion tuntemus ja tarinoiden keräämisen taidot sekä Posiolla olemassa olevat matkailupalvelut ja matkailu-infrastrukturi toimijoihin. Kaikki nämä yhteistyössä ovat jalostaneet hankkeessa Posiosta Tarinoiden Taikamaan. Lisäksi hankkeen aikana on aloitettu konseptin käyttäminen ja hyödyntäminen Posion nykyisessä yhteismarkkinoinnissa ja selvitetty sen entistä tehokkaampaa hyödyntämistä lähitulevaisuudessa.

Hankkeessa syntyi ja hankkeen aikana tehtiin monia konkreettisia toimenpiteitä, kuten:

- "Posion tarinat myyntikuntoon": Taikamaan Tarinoiden palvelukonseptoinnin ja kaupallistamisen suunnitelma
- Tarinoiden kerääminen ja integroiminen matkailutuotteisiin: 19 tarinallisesti jalostettua matkailutuotetta
- Taikamaan Tarinat –brändikuvaukset
- Yrityskäynnit, -sparraukset ja yhteiset työpajat
- Tarinankerrontakoulutus
- Sähköinen tarinaportaali www.taikamaantarinat.fi
- Posi-Jou! Lappiräppi –viraalivideo
- Kaksi sähköistä markkinointikampanjaa: "Pötyä vai Posiota?" –kampanja ja "Leiki markkinointijohtajaa" –kampanja
- Printtimainonnan materiaalit
- Kuntamarkkinoinnin SM -kilpailuun osallistuminen
- Lontoon WTM -messuille osallistuminen
- Taikamaan Tietäjä –tarinapeli messukäyttöön

Hankkeen alussa järjestettiin mm. yhteisiä tiedotustilaisuuksia, kilpailutettiin tarinallisen markkinointi- ja palvelukonseptoinnin tekijä (Ajatus Oy yhteistyössä Reino Hämeenniemen kanssa) sekä tehtiin hankintapäätös, jonka jälkeen aloitettiin konkreettinen työ Posion matkailun tarinallisen tuotteistamisen ja markkinoinnin saralla.

Hankkeen markkinointi- ja palvelumuotoilun konkreettiset toimenpiteet käynnistyivät kesällä 2012

Reino Hämeenniemen tarinoiden keräämisellä, Ajatuksen toteuttamilla yrityskäynneillä sekä yhteisillä tapaamisilla. Syksyn aikana Ajatus aloitti markkinoinnin ja tuotteiden graafisten materiaalien työstön. Posiolla toteutettiin silloin myös uuteen konseptiin sopivat brändikuvaukset. Loppuvuodesta pidettiin yrittäjien kanssa yhteisiä työpajoja sekä jatkettiin tuotteiden ja markkinointimateriaalien työstöä eteenpäin. Vuoden 2012 päätteeksi saatiin aikaan yhdessä yrittäjien kanssa hinnoitellut, tarinallisen markkinointikonseptin mukaiset, uudet matkailutuotteet. Hankkeessa syntyi vuoden loppuun mennessä 18 uutta, pakettimaisesti koottua ja hinnoiteltua matkailutuotetta sekä yksi yrittäjien yhteinen Lapin Taikaloma -pakettituote, jota on käytetty markkinoinnin kärkituotteena. Tarinoita hankkeessa on saatettu luettavaan ja markkinoinnissa hyödynnettävään muotoon reilut 70.

Lisäksi loppuvuodesta 2012 julkaistu Posi-Jou! -lappiräppivideo toi hankkeen ja sen aikaansaannokset julkisuuteen positiivisessa mielessä. Videon avulla Taikamaan Tarinat sai myös valtakunnallista näkyvyyttä esimerkiksi Nelosen tv- uutisissa. Lisäksi useat alueen lehdet kirjoittivat videosta artikkeleita ja toimittajat tekivät radiohaastatteluja. Videota linkitettiin paljon myös alueellisilla ja valtakunnallisilla nettisivustoilla sekä sosiaalisessa mediassa. Video on kerännyt tähän mennessä jo 65 822 näyttökertaa YouTube -videopalvelussa.

Konsepti lanseerattiin Matka 2013 –messuilla. Hankkeen toinen vuosi (2013) käytettiin hankkeessa hyväksi uuden konseptin esiintuomisessa, integroimisessa, markkinoinnissa, asiakastestauksessa sekä palautteiden pohjalta tehdyssä tuotteiden ja konseptin jatkojalostuksessa.

Hankkeen kustannukset ovat pysyneet suunnitelmien mukaisina. Hankkeesta tehtiin yhteensä viisi maksuhakemusta ja kaksi muutoshakemusta liittyen hankkeen rahoituksen kohdistamiseen. Muutokset olivat perusteltuja ja rahoittaja hyväksyi ne molemmat.

Olemassa oleva Posion matkailun infrastruktuuri ja palvelut on saatu hankkeen myötä paremmin esille markkinoinnillisesta näkökulmasta. Lisäksi hankkeessa syntyneet uudet matkailutuotteet lisäävät infrastruktuurin käyttöä tulevaisuudessa. Hanke on tuottanut Posiolle hienon ja erilaisen markkinointikonseptin ja -materiaalin hyödynnettäväksi. Uskomme, että hankkeen tuloksista saadaan suurempaa hyötyä Posion matkailun yhteisen myynti- ja varauskanavan valmistuttua sekä satsaamalla tulevissa hankkeissa materiaalin esiintuomiseen erilaisten suurempien mainos- ja markkinointikampanjoiden avulla.

Raportti

Hankkeen tavoitteet

- Hankkeen tavoitteet



Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus
Närings-, trafik- och miljöcentralen



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
European rural development



Hankkeen tavoitteena on ollut luoda Posiosta matkailukohde, jonka kohdeyleisö tuntee tarinoista. Tavoitteena on ollut myös erottautuminen muista matkailukohteista juuri tarinoiden avulla. Lisäksi tarinoiden integroiminen matkailutuotteisiin nostaisi tuotteiden laatua ja myytävyyttä ja sitä kautta myös matkailutulo kasvaisi. Mukana olevilla yrittäjillä tulisi hankkeen loputtua olla valmiudet tarinankerrontaan eri tavoilla. Lisäksi Posion muilla matkailukohteilla tulisi olla oma tarinakonsepti.

Lisäksi tavoitteena oli, että Posion matkailuyhdistyksen nettisivut muuttuvat tarinavetoisiksi ja kerätyt tarinat tulevat esille valitussa sähköisessä kanavassa. Tarinoita haluttiin tuoda esille laajasti myös eri markkinointikanavissa.

Hankkeen aikana on saavutettu laajasti sille asetettuja tavoitteita. Hankkeessa tavoitteeksi asetettua tarinallista markkinointia ja tuotteistamista alettiin luoda yhdessä hankkeen ostopalveluiden toteuttajaksi valitun mainostoimisto Ajatuksen kanssa. Ajatus esitti Posiolle kokonaisen palvelukonseptoinnin ja kaupallistamisen suunnitelman, joka koostui useista eri vaiheista. Suunnitelman sisältö nähtiin Posion matkailutoimijoiden näkökulmasta erittäin hyvänä tapana toteuttaa kyseisen hankkeen sisältö.

Esimerkiksi posiolaisille hankkeessa mukana olleille matkailuyrityksille ja matkailukohteille on luotu omat tarinakonseptit sekä omat tarinatuotteet. Hankkeen kokonaisvaltaisina ja suurin tavoite eli tavoite saada Posiosta matkailukohde, jonka kohdeyleisö tuntee tarinoista ja joka erottuu tarinoiden avulla muista kohteista, saavutettiin alustavasti Posi-Jou! -lappiräpin saaman valtakunnallisenkin huomion avulla. Tämän tavoitteen kokonaisvaltainen saavuttaminen vaatii kuitenkin pitkäjänteistä ja määrätietoista työtä, jonka tekemistä jatketaan Posion matkailuyhdistyksessä ja matkailuyrityksissä myös hankkeen päättymisen jälkeenkkin.

Loput hankesuunnitelmassa mainitut tavoitteet, kuten tarinoiden tuominen esille eri markkinointikanavissa sekä sähköisten kanavien muuttaminen tarinavetoisiksi on saavutettu hankkeen toisen vuoden aikana.

Toteutus

- Toimenpiteet

Hankkeen ensimmäiselle vuodelle (2012) hankesuunnitelmassa asetettiin tehtäväksi seuraavat toimenpiteet:

- o Suunnitelmien tarkennus sekä benchmarkkaus (projektipäällikkö)
- o Yrittäjien sitouttaminen (projektipäällikkö)
- o Tarinoiden kerääjän kilpailutus (projektipäällikkö)
- o Tarinoiden markkinointisuunnitelman tekijän sekä markkinoinnin tekijän kilpailutus (projektipäällikkö)
- o Tarinoiden kerääminen (ostopalvelu)

- Tarinoiden integroiminen matkailutuotteisiin (ostopalvelu)
- Tarinankerronnan koulutusta yrittäjille (ostopalvelu)
- Fyysisten rakenteiden suunnittelu (ostopalvelu)

Ensimmäisen vuoden toimenpiteet ovat toteutuneet hankkeessa suunnitelmien mukaisesti. Myönteisen rahoituspäätöksen jälkeen hankkeen suunnitelmia tarkennettiin ja pidettiin yhteisiä tapaamisia yhdessä hankkeeseen osallistuvien yrittäjien kanssa. Keväällä 2012 pidettiin myös avoimia tiedotustilaisuuksia hankkeesta yrityksille ja yhteistyökumppaneille. Näiden tilaisuuksien avulla hankkeeseen osallistujia ja muita yhteistyötahoja sitoutettiin hankkeeseen ja sen vaatimiin toimenpiteisiin. Kevättalvella 2012 valmisteltiin myös **Taikamaan Tarinoiden kilpailutusta**. Tarjouspyynnössä pyydettiin tarjousta yhdeksän eri osa-alueen toteuttamisesta.

Tarjouspyynnön osa-alueet olivat:

- Tarinoiden kerääminen
- Tarinoiden integrointi matkailutuotteisiin
- Tarinoiden tuominen mukaan markkinointiin – markkinointisuunnitelma
- Markkinointisisältöjen luominen
- Kirjan tekeminen – kerätyt tarinat kirjaan
- Sähköinen käyttöliittymä tarinoiden tallentamista varten
- Fyysisten rakenteiden suunnittelu
- Tarinankerronnan koulutus hankkeessa mukana oleville
- Tarinoiden kääntäminen

Tarjouspyyntö julkaistiin Hilmassa maaliskuun 2012 lopulla ja siihen vastasi 9 eri toimijaa/yritystä. Tarjousista tehtiin vertailu pisteyttämällä ne ja jatkotarkasteluun valittiin mainostoimisto Ajatus Oy sekä Focus Flow. Jatkotarkastelun ja koko tarjouskilpailun voitti lopulta mainostoimisto Ajatus Oy Rovaniemeltä. Hankintapäätös tehtiin toukokuun 2012 lopussa.

Kilpailutuksen voittanut mainostoimisto Ajatus esitti Posiolle kokonaisen **”Posion tarinat myyntikuntoon”**: **Taikamaan Tarinoiden palvelukonseptoinnin ja kaupallistamisen suunnitelman**, joka koostui useista eri osa-alueista. Osa-alueet olivat seuraavat:

- Tarinoiden kerääminen
- Asiakasymmärrys
- Tuotteistus ja konseptisuunnittelu; tarinoiden integrointi myytäviin matkailutuotteisiin sekä yritys- että aluetasoisesti työstettynä
- Koulutus
- Kaupallistamisratkaisut
- Tarinat kirjaksi
- Sähköinen käyttöliittymä ”Matkailijan tarinakylä”

- o Tarinoiden kääntäminen
- o Fyysisten rakenteiden suunnittelu

Suunnitelman sisältö nähtiin Posion matkailutoimijoiden näkökulmasta erittäin hyvänä tapana toteuttaa kyseisen hankkeelle suunnitellut toimenpiteet. Uusi tarinallinen palvelukonsepti päätettiin toteuttaa vuoden 2012 loppuun mennessä ja lanseerata Matka 2013 -messuilla Helsingissä.

Hankintapäätöksen jälkeen kesällä ja syksyllä 2012 aloitettiin tarinoiden kerääminen sekä tarinoiden integroiminen matkailutuotteisiin. Lisäksi elokuussa 2012 Posiolla toteutettiin Taikamaan Tarinat -brändikuvaukset, jossa syntyi paljon uutta kuvamateriaalia tulevaisuuden tarinallista Posion markkinointia varten. Tarinoiden kerääminen ja kokoaminen sopivaan muotoon on tapahtunut Reino Hämeenniemen toimesta. Mainostoimisto Ajatus Oy, joka valittiin tarjouskilpailun voittajaksi, on toteuttanut heidän tarjouksensa sisältöä tietyiltä osin yhdessä Reinon kanssa.

Tarinoiden integroiminen matkailutuotteisiin ja aluetasolle tapahtui käytännössä yrityskohtaisten käyntien ja sparrausten, yhteisten workshopien sekä graafisen muotoilun ja työstön tuloksena. Ajatus teki kesäkuussa ja syyskuussa 2012 yrittäjien luo yrityskäyntejä sekä lisäksi pidettiin yhdessä Ajatuksen, Posion matkailuyhdistyksen ja yrittäjien kanssa kaksi yhteistä työpajaa. Syksyllä 2012 tehtiin graafiset työt yrityskohtaisista logoista ja tuotekorteista sekä vedokset seuraavana vuonna julkaistavista sähköisestä tarinaportaalista sekä Facebook -kampanjasta. Loppuvuodesta 2012 Posion matkailuyhdistys tuotteisti ja hinnoitteli yhdessä yrittäjien kanssa uudet tarinalliset matkailutuotteet myynti- ja esittelykuntoon Matka 2013 -messuille sekä sähköisen tarinaportaalin julkaisua varten.

Vuonna 2012 hankkeessa syntyi yhteensä 18 uutta tarinallista matkailutuotetta sekä yksi yrittäjien yhteinen kärkituotepaketti, Lapin Taikaloma, jota Posion matkailuyhdistys alkoi välittää vuonna 2013. Osa syntyneistä tuotteista on kaupallisia ja osa ilmaisia. Lisäksi ensimmäisen vuoden aikana erilaisia tarinoita kerättiin talteen sähköiseen muotoon noin vajaa 100 kpl.

Tarinankerrontakoulutus Posion matkailuväelle pidettiin suunnitelmista poiketen vasta hankkeen toisena vuonna, huhtikuussa 2013. Koulutus kesti kolme päivää, jonka aikana käytiin videoinnin avulla läpi jokaisen koulutukseen osallistuneen oma kertojaprofiili sekä suunniteltiin toimenpiteitä, joiden avulla kertojan tarinointia kehitetään ja parannetaan.



Kuva 1: Tarinankerrontakoulutus järjestettiin Lomakeskus Himmerkin Joutsen-Salissa huhtikuussa 2013. Kuvassa arvioidaan yhden osallistujan tarinankerrontaa videon avulla.

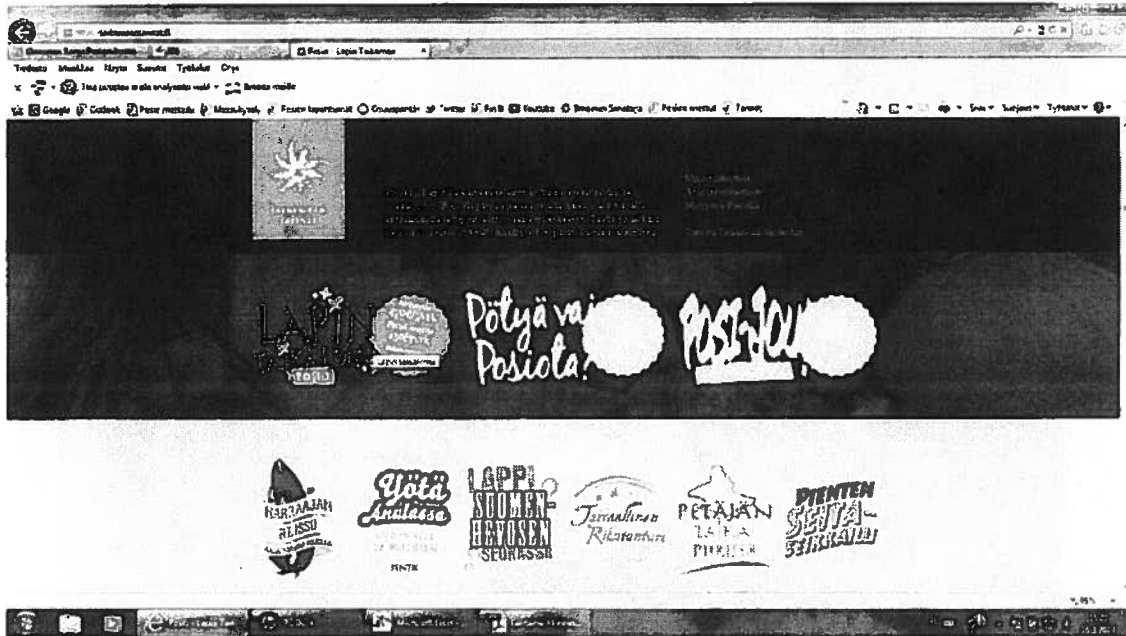
Hankkeen toiselle vuodelle (2013) hankesuunnitelmassa asetettiin tehtäväksi seuraavat toimenpiteet:

- o Matkailuyhdistyksen internetsivujen muokkaaminen tarinoita varten (projektipäällikkö yhteistyössä markkinointisuunnitelman tekijän kanssa)
- o Tarinoiden kääntäminen (ostopalvelu)
- o Tarinoiden markkinointi eri kanavissa (ostopalvelu)
- o Uudenlaisten matkailutuotteiden testaaminen asiakkailta (yrittäjät)
- o Sähköisen tarinapankin luominen (ostopalvelu)
- o Asiakaspalautteet (yrittäjät yhteistyössä projektipäällikön kanssa)

Hankkeen aikana uuden tarinallisen markkinointi- ja palvelukonseptin luominen selkiytyi toimenpiteiden edetessä eteenpäin. Hankkeen toiselle vuodelle 2013 suunnitellut sähköisen tarinapankin luominen sekä tarinoiden markkinointi eri kanavissa toteutuivat osittain jo vuoden 2012 puolella.

Jo alkuperäisessä Ajatuksen palvelukonseptointi -suunnitelmassa päätettiin luoda ns. sähköinen käyttöliittymä eli "Matkailijan tarinakylä". Tämä käyttöliittymä muotoutui lopulta sähköiseksi tarinaportaliksi, joka toimii samalla sähköisenä tarinapankkina sekä uusien tarinallisten matkailutuotteiden varauspyyntö-kanavana. Syntyi uusi sivusto www.taikamaantarinat.fi, joka julkaistiin ja otettiin käyttöön tammikuussa 2013, ennen

Matkamessuja. Sivustolla oli koko ensimmäisen toimintavuoden 2013 aikana kävijöitä yhteensä 8618.



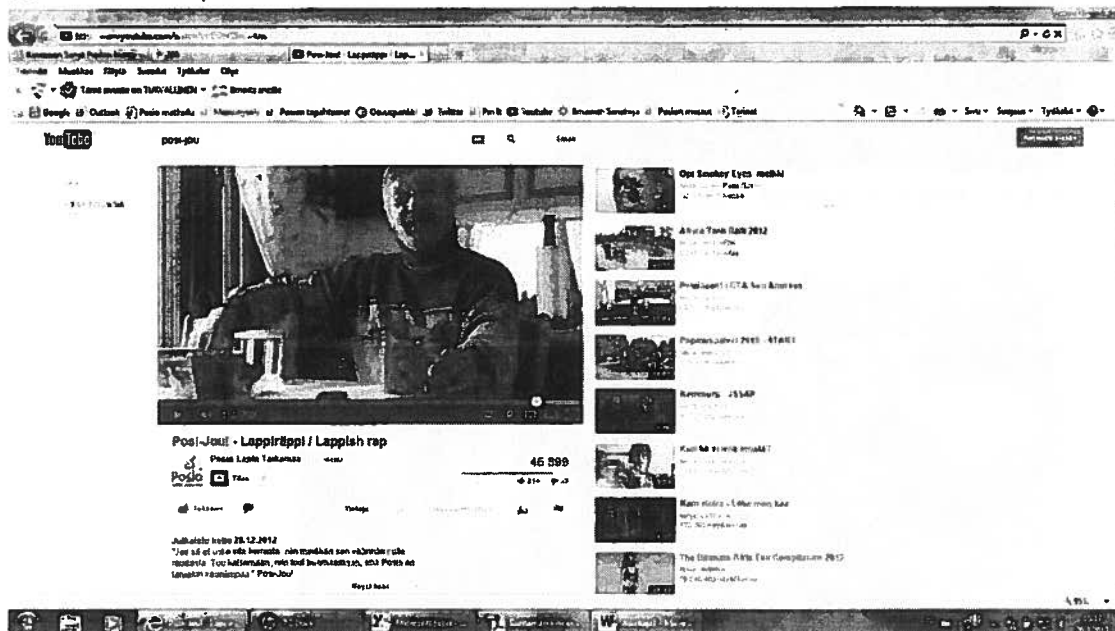
Kuva 2: Tarinaportaalin www.taikamaantarinat.fi etusivu



Kuva 3: Tarinaportaalin www.taikamaantarinat.fi Lapin Taikaloman varauspyyntö-lomake

Hankkeessa luotiin sähköiseen markkinointiin myös **Posi-Jou! -viraalivideo**, joka julkaistiin loppuvuodesta 2012 videopalvelu YouTubessa. Video oli median mukaan ”erilainen matkailumainos” ja se toikin hankkeen aikaansaannokset hyvin julkisuuteen. Videon avulla Taikamaan Tarinat -hanke sai myös valtakunnallista näkyvyyttä esimerkiksi Nelosen tv-

uutisissa. Lisäksi alueen media teki siihen liittyen useita artikkeleita ja radiohaastatteluja. Videota linkitettiin paljon myös alueellisilla ja valtakunnallisilla nettisivustoilla sekä sosiaalisessa mediassa. Posi-Jou! on kerännyt tähän mennessä jo 65 822 näyttökertaa YouTube -videopalvelussa.



Kuva 4: Posi-Jou! –räppi YouTube -videopalvelussa

Posi-Jou! –videon ja tarinaporttiin julkaisemisen jälkeen uutta konseptia ja matkailutuotteita alettiin markkinoida. Markkinointia toteutettiin kahden sähköisen markkinointikampanjan avulla: ”Pöytä vai Posiota?” –kampanja tammikuussa sekä ”Leiki markkinointijohtajaa” -kampanja kesäkuussa. Kampanjat koostuivat yhdistetyistä Facebook -kilpailusovelluksista sekä uutiskirjeistä. Lisäksi molemmat kampanjakilpailut suoritettiin myös paperiversioina: ”Pöytä vai Posiota?” Matka 2013 -messuilla sekä Posion messuilla 2013 ja ”Leiki markkinointijohtajaa” Muikkumarkkinoilla 2013.

Pöytä vai Posiota? -kampanjan Facebook –sovellus keräsi 641 käyttäjää ja kasvatti Posion Facebook –sivun kokonaistykäjäjämäärää kolmen viikon aikana 700 kappaleella. Leiki markkinointijohtajaa –kampanjan Facebook –sovellus taas keräsi 110 käyttäjää ja sovellus tavoitti noin 1900 henkilöä sovelluksen jakojen ansiosta. Molempien kampanjoiden uutiskirjeet olivat erittäin onnistuneita määrällisillä mittareilla mitattuna. Kirjeiden avausprosentit olivat 24,15 – 28,72 % välillä ja klikkausuhdeprosentit olivat 9,37 – 10,77 % välillä. Vertailun vuoksi mainittakoon, että matkailualan uutiskirjeiden keskimääräinen avausprosentti on 27,7 % ja klikkausprosentti 2,8 %.



Kuva 5: Pöytä vai Posiota? –kampanjan ulkoasua



Kuva 6: Leiki markkinointijohtajaa -kampanjan ulkoasua

Lisäksi keväällä 2013 Posion matkailuyhdistys päätti osallistua hankkeessa luodulla Taikamaan Tarinat -konseptilla **Kuntamarkkinoinnin SM -kilpailun** Matkailu -sarjaan. Posio pääsi työllään kilpailussa ns. short-listalle eli viiden parhaan joukkoon, mutta palkintosijaa ei saatu. Matkailu-sarjan viisi parasta olivat järjestyksessä:

Matkailusarja

1. Mikkelin seudun elinkeino-yhtiö Miset Oy: Mikkelin region "goes digi" in Russian market
2. Helsingin kaupunki: Lux Helsinki 2013
3. Lohjan kaupunki: Muru Pops Down in Tytyri

Posion matkailuyhdistys ry: Taikamaan tarinat -markkinointikonsepti
Savonlinnan Seudun Matkailu Oy: SavonlinnaNYT -tapahtumaportaali

Posion matkailuyhdistys ry: TAIKAMAAN TARINAT -MARKKINOINTIKONSEPTTI

TYÖN KUVAUS:

Taikamaan Tarinat -markkinointikonseptin perustana ovat alueen tarinat ja niiden hyödyntäminen matkailussa. Matkailijalle annetaan mahdollisuus kokea Posion luonto ja kulttuuri tarinoiden avulla. Tavoitteena on tehdä Posio tunnetuksi Tarinoiden Taikamaana ja viedä koko kunnan matkailu tarinakonseptin taakse.

TOTEUTUS:

Hankkeen puitteissa luotiin uusi verkkosivusto ja tehtiin suureen suosioon noussut Posi-joulu -räppivideo, joka on kerännyt YouTubeissa lähes 50 000 näytökertaa. Sähköisesti tallennettiin 70 alueeseen liittyvää tarinaa ja muodostettiin 19 myynnissä olevaa



uutta tarinallista matkailutuotetta. Projektin markkinointibudjetti oli 108 800 euroa, josta suurin osa saatiin EU:n maatalousrahastosta.

TUOMARISTON ARVIOINTI:

Lapin Taikamaa on kiva idea, jonka ympärille voidaan rakentaa toimiva kokonaisuus. Tarinat sopivat matkailuun, ja tässä on saavutettu hyvä alku alueen markkinoinnissa. Kunnan nettisivuilla on hyvää sisältöä, mutta alueen vahvuuksia voisi tuoda esiin laajemminkin. Tuomariston mukaan nyt on luotu toimiva, kunnan matkailustrategiaa tukeva konsepti, jonka tuloksena on saatu aikaan uusia matkailutuotteita ja tarinoita. Työtä kannustetaan jatkamaan pitkäjänteisesti, jotta saavutetaan matkailun kannalta oleellisia tuloksia.

Kuva 7: Kuntamarkkinointikilpailun tuomariston arviointi Posion Taikamaan Tarinat -konseptista

Lapin Taikaloma, joka oli jo tarinaportaalin luomisvaiheessa valittu uuden konseptin kärkituotteeksi, oli vahvasti mukana kaikissa hankkeen aikana syntyneissä materiaaleissa sekä markkinointikampanjoissa. Matkailuyhdistys valittiin lomapaketin välittäjäksi ja ensimmäinen varauspyyntö saapui yhdistykselle pian Matka 2013 -messujen jälkeen tammikuussa. Vuoden 2013 aikana Lapin Taikaloman varauspyyntöjä tuli yhteensä 8, joista 4 Taikalomaa toteutui. Loput 4 varausta peruttiin varauspyynnön jälkeen tai ennen lomalle saapumista. Varauksista 7 oli kesän ajalle ja 1 talvelle. Myyntiä Lapin Taikaloman välitys tuotti ensimmäisenä testivuotenaan 1924,50 €.

Kesän aikana aina asiakkaiden Lapin Taikaloman päätyttyä heille lähetettiin Posion matkailuneuvonnasta **Taikamaan Tarinat -asiakaspalautelomake**. Palautelomake jaettiin myös yrittäjille käyttöön heidän omia tuotteitaan varten. Palautelomakkeita lähetettiin asiakkaille yhteensä 12 kpl (ainakin kaikille Lapin Taikaloman ja Pentik-kierrosten kävijöille) ja vastauksia saatiin 1 kpl. Vastaamiseen pyrittiin houkuttelemaan myös palkinnon avulla. Ainut palautelomake, johon vastattiin, on tämän raportin liitteenä numero 3.

Loppuvuodesta 2013 **tarinaportaali** käännettiin myös englanniksi palvelemaan kansainvälistä asiakaskuntaa. Hankkeen rahoituksella käännettiin sivuston ns. päätarinat ja tuotetarinat, mutta suurin osa tarinoista jätettiin kääntämättä liian suurten kustannusten

takia. Lisäksi loppuvuodesta 2013 matkailuyhdistys osallistui Naturpoliiksen KuusamoLapland -hankkeen mahdollistamana Lontoon WTM –messuille, jossa hyödynnettiin osittain Taikamaan Tarinat –hankkeen tuotoksia. Matkaraportti messumatkasta on tämän loppuraportin liitteenä numero 1.

Ennen Matka 2014 -messuja hankkeen rahoituksella suoritettiin viimeisiä markkinointitoimenpiteitä. Hankerahoituksella kustannettiin muun muassa tarinaportaalin uudelleenkkoodaus, mediatilaa, esitteiden ja tuotekorttien hankinta sekä Taikamaan Tietäjä -messupelin tuottaminen.



Kuva 8: Hankkeessa syntynyt yrittäjien yhteistuote, Lapin Taikaloma. Tuotetta uusittiin ja kehitettiin kesän 2013 jälkeen Matka 2014 -messuja varten.



Lomalle Posiolle – Tarinoiden Taikamaahan!

Tule tutustumaan Lapin Taikalomaan ja pelaamaan kanssamme Taikamaan Tietäjä -tarinapeliä Posion messuosastolle 7h50.

OMAN LAPIN TAIKALOMASI PÄÄSET VARAAMAAN QR KOODISTA TAI OSOITTEESTA:
www.taikamaantarinat.fi/lapin-taikaloma

LAPIN
TAIKALOMA
Posio



MYÖTÄLE!



Kuva 9: Taikamaan Tarinat -mainos Mondon Matkamessu-oppaassa 2014

- Aikataulu

Hankkeen aikataulu on toteutunut suunnitelmien mukaisesti. Tietyt vuoden 2012 toimenpiteet ovat kohdistuneet hankkeen toiselle vuodelle 2013 ja tietyt vuoden 2013 toimenpiteet on jo toteutettu vuonna 2012. Koska hankkeessa oli kyse täysin uudesta tavasta ajatella kokonaisen alueen matkailua ja markkinointia, eikä Posion matkailuyhdistyksen käsityksen mukaan vastaavaa ole tehty muualla, on huomioitava, että toimenpiteet ovat kohdistuneet suunnitelmista hieman poiketen.

Hankkeen toteutuksen aikatauluun vaikutti myös vuoden 2013 lokakuussa tehty muutoshakemus, jonka päätös saapui rahoittajalta vasta hankkeen päättymisen jälkeen vuonna 2014. Näin ollen muutama hankkeen loppurahoitukselle suunniteltu toimenpide jäi toteuttamatta, koska toimenpiteet olisi joutunut toteuttamaan ns. omalla riskillä. Hanke päättyi 31.12.2013, johon mennessä hanke saatiin vietyä loppuun suunnitelmien mukaisesti.

- Resurssit

Hankkeessa on ollut palkattu projektikoordinaattori, joka on koordinoanut kaikkia hankkeen toimenpiteitä. Koordinaattorina on toiminut matkailuyhdistyksen toiminnanjohtaja, joka toimii Posion matkailuyhdistyksen toimistotiloissa ja hyödyntää suurimmalta osin toimiston

olemassa olevia resursseja. Koordinaattori on tehnyt työajastaan 30% hankkeeseen liittyviä tehtäviä.

Hankkeen aikana on tarvittu usein kokoustiloja. Lisäksi hankkeessa on tehty markkinointitoimenpiteitä, joita varten on tarvittu markkinointimateriaaleja kuten erilaisia messurakenteita.

- Toteutuksen organisaatio

Hanketta on hallinnoinut Posion matkailuyhdistys ry. Projektikoordinaattorina ovat toimineet matkailuyhdistyksen toiminnanjohtajat Sonja Kinnunen ja Jukka Punamäki. Vuonna 2012 projektikoordinaattori vaihtui, kun yhdistyksen edellinen toiminnanjohtaja, Jukka Punamäki, irtisanoutui tehtävästään syyskuussa 2012. Sonja Kinnunen aloitti työt hankkeessa Jukan jatkajana marraskuussa 2012.

Hankkeen ostopalveluja tuottava mainostoimisto Ajatus on ollut olennainen osa hankkeen toteutuksen organisaatiossa. Hankkeessa ovat vaikuttaneet oleellisesti myös posiolaiset matkailuyrittäjät, joille on hankkeessa järjestetty useita yhteistapaamisia sekä sparrauksia mainostoimiston järjestäminä. Yrittäjien näkemyksiä on kuunneltu koko hankkeen ajan.

Hankkeen ohjausryhmä:

- o Marja Tuomivaara - Myötäleen edustaja
- o Oiva Soudunsaari – Oivalliset mökit
- o Reijo Lantto – Lomakeskus Himmerki
- o Antti Lasanen – Livon Kesäpirtti
- o Päivi Hiukka – Polar Lights Tours Oy
- o Eija-Liisa Kasesniemi – Posion kunnan edustaja

Hankkeen ohjausryhmä on kokoontunut hankkeen aikana yhteensä 6 kertaa.

- Kustannukset ja rahoitus

Hankkeesta tehtiin yhteensä viisi maksuhakemusta ja kaksi muutoshakemusta liittyen hankkeen rahoituksen kohdistamiseen. Muutokset olivat perusteltuja ja rahoittaja hyväksyi ne molemmat.

Hankkeen alkuperäiset kustannukset ja rahoitussuunnitelma käyvät ilmi seuraavasta taulukosta:

KULUT	2012	2013	Yht	Ostopalvelut	2012	2013
Projektikoordinaattori 30%	12600	12600	25200	Tarinoiden keräys	28800	
Ostopalvelut	63800	45000	108800	Tarinoiden integrointi	25000	
Toimistokulut+tiedotuskulut	3000	3000	6000	Markkinointisuunnitelma		12000
Matkakulut	5000	3000	8000	Markkinointi		19000

	84400	63600	148000	Kirja + sähköinen käyttöliittymä		6000
				Fyysisten rakenteiden suunnittelu		3000
RAHOITUS	2012	2013		Tarinankerronnan koulutus	10000	
Myötälle 90%	75960	57240	133200	Tarinoiden kääntäminen		5000
Matk. yhd. + yrittäjät 10%	8440	6360	14800		63800	45000
YHT	84400	63600	148000			

Tämä taulukko on alkuperäisen hankesuunnitelman mukainen. Hankkeen aikana tehtiin kuitenkin kaksi muutoshakemusta hankkeen kustannuksiin liittyen, toinen joulukuussa 2012 ja toinen lokakuussa 2013.

Seuraava taulukko on hankkeen lopullinen kustannus- ja rahoitussuunnitelma, joka on hyväksytty molempien muutoshakemusten jälkeen (taulukossa vihreällä ja boldattuna muuttuneet kululajit):

KULUT	2012	2013	Yht	Ostopalvelut	2012	2013
Projektikoordinaattori 30%	11100	11100	22200	Tarinoiden keräys	28800	
Ostopalvelut	58047,64	58047,64	116095,29	Tarinoiden integrointi	25000	
Toimistokulut+tiedotuskulut	3000	3000	6000	<i>Markkinointisuunnitelma</i>		12000
Matkakulut	1852,35	1852,35	3704,71	<i>Markkinointi</i>		19000
	74000	74000	148000	<i>Mediatilat + sähköinen käyttöliittymä</i>		6000
				<i>Fyysisten rakenteiden suunnittelu</i>		3000
RAHOITUS	2012	2013		Tarinankerronnan koulutus	10000	
Myötälle 90%	75960	57240	133200	Tarinoiden kääntäminen		5000
Matk. yhd. + yrittäjät 10%	8440	6360	14800		63800	45000
YHT	84400	63600	148000			

Hankkeen ensimmäisessä muutoshakemuksessa vuoden 2012 joulukuussa ostopalveluihin varattu rahoitus "Kirja + sähköinen käyttöliittymä" muutettiin muotoon "Mediatilat + sähköinen käyttöliittymä". Tähän varatun rahoituksen määrä (6000 €) ei muuttunut, mutta rahoitus haluttiin kohdistaa eri toimenpiteeseen, joka ei muuttanut merkittävästi hankkeen alkuperäistä tarkoitusta.

Hankkeen toisessa muutoshakemuksessa vuoden 2013 lokakuussa siirrettiin rahoitusta hankkeen palkka- ja matkakuluista ostopalveluihin, sillä huomattiin, että ne eivät tule hankeajana kulumaan loppuun asti. Lisäksi hankkeen loppuja toimistokuluja haluttiin käyttää erilaisiin markkinointi- ja materiaalin hankinta -toimenpiteisiin. Tämä toive ilmaistiin myös muutoshakemuksessa. Tämän viimeisen muutoshakemuksen päätös venyi vuoden 2014 puolelle, jonka vuoksi osa hankkeen lopusta rahoituksesta jäi käyttämättä.

Seuraavasta taulukosta käyvät ilmi hankkeen lopulliset, toteutuneet kustannukset:

KULUT	2012	2013	Yht.
Projektikoordinaattori, palkka 30%	10410,715	10410,715	20821,43
Ostopalvelut	54407,005	54407,005	108814,01
Toimistokulut + tiedotuskulut	2067,965	2067,965	4135,93
Matkakulut	1199,76	1199,76	2399,52
Yht.	68085,445	68085,445	136170,89

Hankkeen rahoituksesta käytettiin ostopalveluihin yhteensä 99 557, 71 € jo vuoden 2012 puolella. Tämä poikkeaa alkuperäisen kustannussuunnitelman luvuista, sillä suurin osa ostopalveluista suoritettiin ja maksettiin jo vuoden 2012 puolella. Yhteensä kompensoituna kahdelle vuodelle kustannukset ovat kuitenkin pysyneet suunnitelmien mukaisina. Projektikoordinaattorin palkkakulut, matkakulut ja toimistokulut ovat pysyneet myös suunnitelmien puitteissa.

- Raportointi ja seuranta

Hankkeesta on toimitettu seurantatiedot rahoittajataholle määräaikaan mennessä. Vuosiraportti vuodesta 2012 on myös toimitettu määräaikaan mennessä. Tämä loppuraportti toimitetaan viimeisen maksatushakemuksen yhteydessä rahoittajataholle.

Ohjausryhmä on kokoontunut hankkeen aikana yhteensä 6 kertaa. Hankkeen etenemisestä on tiedotettu oleellisille tahoille muun muassa sähköpostitse ja puhelimitse. Hankkeen ulkopuolisille tahoille on tiedotettu hankkeen toimenpiteistä lehdistötiedotteilla, sähköpostitiedotteilla sekä erilaisilla messuilla sekä tapahtumissa. Lehtiartikkeleita hankkeeseen liittyen löytyy tämän raportin liitteestä numero 2.

Hankkeen etenemistä aiottiin suunnitelman mukaan mitata ja seurata erilaisilla mittareilla, kuten sitoutuneiden yrittäjien määrällä, kerättyjen tarinoiden määrällä sekä valmiiden tuotteiden määrällä. Hankkeeseen sitoutuneiden yrittäjien määrä oli hankkeen aikana yhteensä 18. Tarinoita on kerätty sähköiseen kanavaan yli 70 kappaletta. Valmiita matkailutuotteita syntyi hankkeen aikana yhteensä 19 kappaletta, yksi yhteinen kärkituote ja 18 yrittäjien omaa tuotetta.

Hankkeen tulosten seuranta jatketaan edelleen hankkeen jälkekin muun muassa kerättyjen asiakaspalautteiden, myytyjen tarinatuotteiden sekä markkinointikanavien kävijöiden tilastoinnin avulla.

- Toteutusolelut ja riskit

Hankkeen mahdollisiksi riskeiksi määriteltiin suunnitelmavaiheessa yrittäjien äkillinen vetäytyminen hankkeesta sekä pätevien ostopalveluiden tarjoajien puuttuminen. Kumpikaan kyseisistä riskeistä ei ole toteutunut hankkeen aikana.

Hankkeen aikana löytyi kuitenkin erilaisia muita haasteita. Varsinkin yrittäjien sitouttaminen integroimaan uutta, hankkeessa syntyneitä materiaalia omiin sähköisiin kanaviin ja muihin markkinointimateriaaleihin, on ollut haasteellista. Haasteena hankkeessa on ollut myös yhteisen myynti- ja varauskanavan puuttuminen. Tätä ongelmaa matkailuyhdistys on lähtenyt korjaamaan jo käynnissä olevassa uudessa hankkeessa (Lapin Taikamaa verkkoon), joka helpottaa myös Taikamaan Tarinat -hankkeen tuotosten tulevaisuuden hyödyntämistä ja kaupallistamista.

Lisäksi hankkeessa ostopalveluihin varattu rahoitus kului suurimmalta osin uuden konseptin luomiseen ja toteuttamiseen, jonka jälkeen rahoitusta ei jäänyt tarpeeksi uuden konseptin ja tuotteiden markkinointikampanjoihin ja esille tuomiseen erilaisissa medioissa. Tämän asian ja helpon myynti- ja varauskanavan puuttumisen vuoksi uusien tarinallisten lomatuotteiden myynti jäi ensimmäisenä toimintavuonna melko vähäiseksi.

Yhteistyökumppanit

Hanketta on viety eteenpäin yhteistyössä Posion matkailuyhdistyksen, mainostoimisto Ajatuksen, Reino Hämeenniemen ja posiolaisten matkailuyrittäjien ja -toimijoiden kesken. Lisäksi yhteistyötä on tehty Naturpoliksen hallinnoiman KuusamoLapland -alueen matkailuviennin koordinoitihankkeen kanssa, jonka kautta toimenpiteenä oli Lontoon WTM -messuille osallistuminen.

Tulokset ja vaikutukset

Hankkeessa on syntynyt laaja Taikamaan Tarinat -palvelukonsepti, joka saatettiin hankkeen aikana valmiiksi. Hankkeen aikana konsepti myös kaupallistettiin. Konsepti onkin edesauttanut Posion matkailun entistä laajempaa kaupallistamista sekä yhteismarkkinointia. Hankkeen konkreettisia tuloksia ovat olleet muun muassa kerätyt tarinat, uudet matkailutuotteet, uudet sähköisen ja printtimarkkinoinnin välineet sekä erilaiset kampanjat.

Hankkeen muutamia tuloksia ja saavutuksia lukuina:

- Yli 70 kerättyä ja puhtaaksi kirjoitettua ”markkinointi” -tarinaa
- 19 tuotteistettua tarinalomapalvelua ja -pakettia
- Posi-Joul räpillä yhteensä 65 822 katsojaa YouTubessa
- Tarinaportaalissa 8618 kävijää vuonna 2013 (www.taikamaantarinat.fi)
- Sähköiset kampanjat kasvattivat Posion Facebook -tykkääjien määrää noin 700:lla
- Tuhansia jaettuja Taikamaan Tarinat -printtiesitteitä ja -tuotekortteja
- Kuntamarkkinoinnin SM-kilpailun semifinaali-paikka
- Neljä asiakkailla testattua Lapin Taikalomaa (8 varauspyyntöä), myyntinä 1924,50 €

Palautettujen asiakaspalautteiden määrä: 1 kpl (lähetettiin kaikille tarinatuotteiden testajille, yhteensä 12 kpl)

Hankkeella on todennäköisesti laajempia vaikutuksia vasta tulevaisuudessa, kun Posion matkailupalvelujen saatavuus kehittyy ja aletaan satsata enemmän erilaisiin markkinointikampanjoihin. Olemassa oleva Posion matkailun infrastruktuuri on saatu hankkeen myötä paremmin esille markkinoinnillisesta näkökulmasta. Lisäksi hankkeessa syntyneet uudet matkailutuotteet lisäävät infrastruktuurin käyttöä tulevaisuudessa. Hankkeella on myös pidemmällä aikavälillä vaikutusta paikallisten elinoloihin kasvavan matkailutalouden myötä.

Hanke on vaikuttanut positiivisesti myös Posion matkailuneuvonnan kehittymiseen myynti- ja jakelukanavana posiolaisille matkailupalveluille ja -tuotteille. Hanke on antanut sysäyksen kehittää tätä puolta Posion matkailuneuvonnassa entistä enemmän ja laajemmin.

Esitykset jatkotoimenpiteiksi

Hanke on luonut Posion matkailuyhdistykselle ja yrittäjille käyttöön uudenlaisen, tarinallisen markkinointi- ja palvelukonseptin, jota Posion matkailukenttä hyödyntää jatkossakin hankkeen jälkeen. Yhdistys on jo aloittanut uuden hankkeen (Lapin Taikamaa verkkoon), jonka avulla tässä hankkeessa syntyneet tuotteet saavat paremman myynti- ja jakeluväylän ja tulevat saamaan sitä kautta myös paremman näkyvyyden.

Myyntikanavan valmistuttua halutaan panostaa näkyviin ja tulosta tuottaviin markkinointikampanjoihin, joita tultaisiin todennäköisesti toteuttamaan matkailuyhdistyksen seuraavassa hankkeessa, joka olisi vahvasti jatkoa myös Taikamaan Tarinat -hankkeelle. Hankkeessa kerätty ja talletettu tarinamateriaali aiotaan tarinaportaalin lisäksi julkaista myös Posion matkailun nettisivuilla ns. laajempina tarinapankkina sekä yleisölle että intra-versiona yrittäjien ja alueen muiden toimijoiden käyttöön.

Lisäksi hankkeen aikana on syntynyt Taikamaan Tietäjä -tarinapelin prototyyppi (messuversio), joka halutaan tulevaisuudessa viedä loppuun ja saattaa se pelattavaksi esimerkiksi Posion majoituskohteisiin. Lisäksi pelistä halutaan luoda myyntituote Posion matkailuyhdistykselle.

Matkailuyhdistys jatkaa jo hankkeen ajanakin aloitettua ja osittain tehtyä internetsivujen muokkaamista tarinoita varten ja tarinoiden integroimista muihin yhdistyksen markkinointimateriaaleihin ja -kanaviin. Lapin Taikaloman välitys jatkuu neuvonnasta käsin ja asiakkailta jatketaan palautteiden keräämistä myös jatkossa. Lisäksi tuotteita saatetaan tulevaisuudessa myös muuttaa ja kehittää.

Loppuraportin liitteet



Elinkeino-, Ekinne- ja ympäristökeskus
Närings-, trafik- och miljöcentralen



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

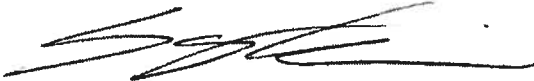
Liite 1: Matkaraportti, Lontoon WTM -messut

Liite 2: Lehtiartikkeleita Taikamaan Tarinat -hankkeeseen liittyen

Liite 3: Taikamaan Tarinat -asiakaspalautelomake, testikesä 2013

Allekirjoittajat ja päiväys

Posiolla, 22.4.2014



Sonja Kinnunen
Posion matkailuyhdistyksen toiminnanjohtaja
Taikamaan Tarinat -hankkeen projektikoordinaattori

