

RANTASALMI



Kunta- ja matkailumarkkinointi

2025



Marle
Kirvesniemi

Rantasalmen kunta

KOKONAISUUTENA

1. Elinvoiman vahvistaminen
2. Uusien asukkaiden saaminen
3. Tunnettuuden lisääminen



MATKAILUKOHTENA

1. Vetovoimamarkkinointi
2. Matkailijoiden houkutteleminen
3. Tunnettuuden lisääminen





Haasteet

KUNTA

01

Tontti- ja asuntopula

02

Mediaseuranta ja -
hallinta puuttuu

03

www-sivujen
rakenne

MATKAILU

01

Palvelujen
tuotteistaminen ja
myynikanava

02

Mediaseuranta ja -
hallinta puuttuu

03

Seudullinen
yhteistyö
VisitSavonlinna

Ratkaisuehdotuksia

Kuntamarkkinointi



Tontti ja asuntopula

- tuodaan Etuovi ja Oikotie palvelusta myytävät tontit kunnan www-sivuille esiin
- kampanja: jolla tuodaan esiin kysyntä, yhteistyö seudullisten kiinteistövälittäjien kanssa
- vuoropuhelu maanomistajien kanssa ja aktivointi myyntiin



Mediaseuranta ja -hallinta

- Liana Technologies palvelu: mediaseuranta, tiedotejakelu ja -seuranta



www-sivujen rakenne

- selkiytetään www-sivut ja ilme
- eriytetään matkailusivusto

Ratkaisuehdotuksia

Matkailumarkkinointi



Seudullinen yhteistyö VisitSavonlinna

- maksetaan osakasmaksu ja ollaan aktiivisena toimijana mukana seudullisessa matkailutyössä
- näkyvyys VisitSavonlinnan kautta



Mediaseuranta ja -hallinta

- Liana Technologies palvelu: mediaseuranta, tiedotejakelu ja -seuranta



Palvelujen tuotteistaminen ja myyntikanava

- JOHKU -myyntialusta
- mahdollistaa sesongeittain tuotteistamisen ja myymisen
- tekee Rantasalmesta ostettavan matkailijan näkökulmasta
- sijoitetaan VisitRantasalmi sivustolle

Matkailu

Tämä budjetin jakautuminen varmistaa, että matkailumarkkinoinnissa painotetaan erityisesti digitaalisia kanavia, mutta myös perinteinen media, tapahtumat ja yhteistyö saavat riittävästi huomiota.

Digitaalinen markkinointi 40%

Tapahtumat ja messut 20 %

Perinteinen media ja painetut materiaalit 15 %

Yhteistyö ja kehitystoimenpiteet 10 %

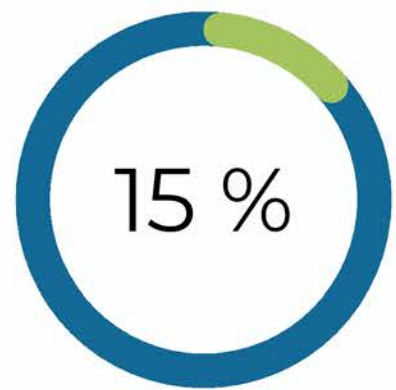
PR ja vaikuttajamarkkinointi 10 %

Mittaus ja analytiikka 5 %



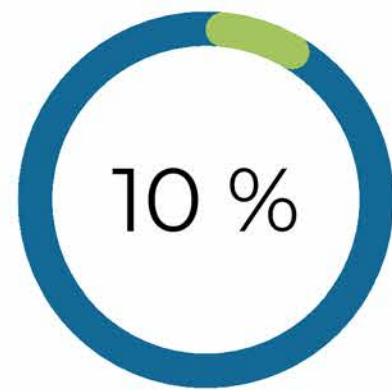
Tavoitteet

Painopisteenä on matkailijoiden määrän kasvu, sesonkien ulkopuolisen matkailun lisääminen ja kansainvälisten matkailijoiden houkuttelevuus sekä matkailutulojen kasvattaminen.



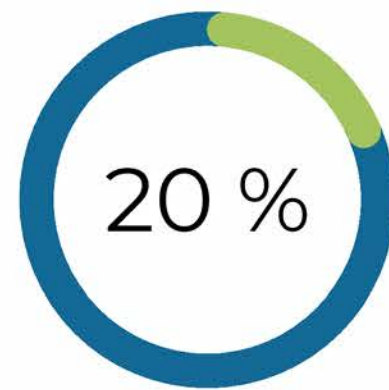
KÄVIJÄMÄÄRÄN
KASVU

Majoitusyöpymisten, päiväkävijöiden ja matkailukohteiden kävijämäärät vuositasolla.



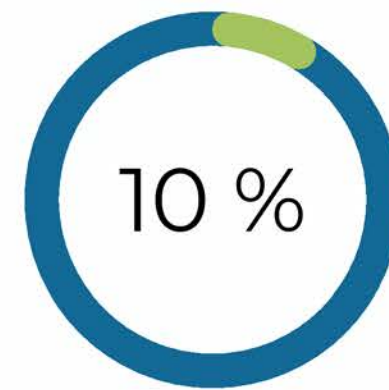
SESONGIN
ULKOPUOLISEN
MATKAILUN KASVU

Yöpymisten ja kävijämäärien kasvu syksyllä, talvella ja keväällä.



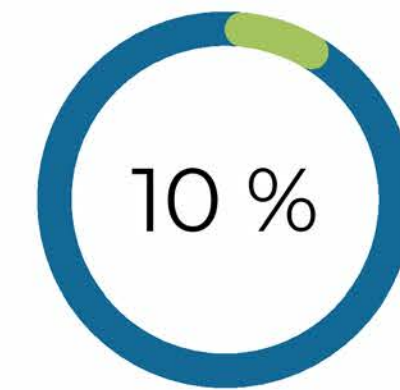
MATKAILUTULOJEN
KASVU

Matkailijoiden kulutuksen kasvu kunnan alueella (ravintolat, majoitus, aktiviteetit).



KANSAINVÄLISTEN
MATKAILIJOIDEN
MÄÄRÄN KASVU

Kansainvälisten matkailijoiden yöpymistilastot.



TUNNETTUUS MATKAILU-
MARKKINOILLA

Kyselytutkimukset, joissa mitataan kohderyhmien tietoisuutta alueen matkailutarjonnasta ennen ja jälkeen markkinointikampanjan.

TARKASTELUJAKSO 3 VUOTTA

Kunta

Kuntamarkkinointi on laaja kokonaisuus, joka tukee sekä elinvoiman vahvistamista, uusien asukkaiden ja yritysten houkuttelua että kunnan tunnettuuden kasvattamista. Tässä mallinnuksessa esitetään kuntamarkkinoinnista vastaava kokonaisuus, jossa budjetti jakautuu eri osa-alueisiin mahdollisimman kustannustehokkaasti ja strategisesti.

Digitaalinen markkinointi 30%

Perinteinen media ja painetut materiaalit 20 %

Tapahtumat ja messut 15 %

Paikalliset yritysysteistyöt ja
brändikehitys 15 %

PR ja lehdistö 10 %

Yhteistyö alueellisten
organisaatioiden
kanssa 5 %

Mittaus ja
analytiikka 5 %



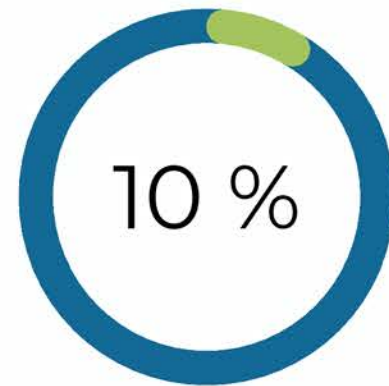
Tavoitteet

Kasvun tavoitteet keskittyvät uusien asukkaiden, yritysten ja tapahtumaosallistujien määrän kasvuun sekä sosiaalisen median ja tunnettuuden lisäämiseen.



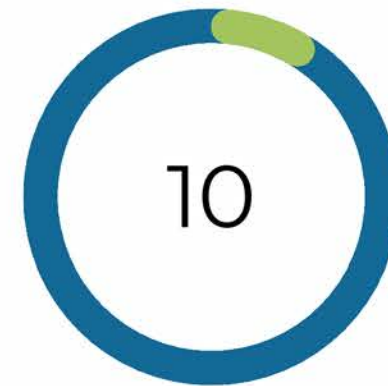
UUSIEN
ASUKKAIDEN
MÄÄRÄN KASVU

Kunnan väkiluku kasvaa vuosittain vähintään X uutta asukasta.



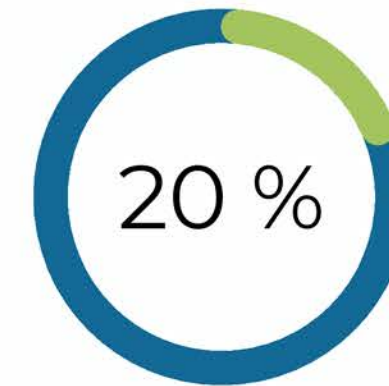
TUNNETTUUDEN KASVU
KANSALLISESTI

Kyselytutkimukset, joissa mitataan kunnan nimen ja brändin tunnistaminen kohderyhmien keskuudessa (ennen ja jälkeen kampanjan).



PAIKALLISTEN YRITYSTEN
MÄÄRÄN KASVU

Kunnan yritysrekisterin kasvu uusilla perustetuilla tai sijoittuneilla yrityksillä vuosittain..



KUNNAN TAPAHTUMIIN
OSALLISTUJIEN
MÄÄRÄN KASVU

Tapahtumien kävijämäärät, lipunmyynti tai rekisteröidyt osallistujat.



SOSIAALISEN MEDIAN
TAVOITTAVUUDEN KASVU

Sosiaalisen median seuraajien, tykkäysten ja jakamisten määrä.

TARKASTELUJAKSO 3 VUOTTA