

Matkailutoimijoiden joulupuuro

10.12.2024 | Salon Rosmariini

08.30 – 09.00

Joulupuuroa ja verkostoitumista

09.00 – 11.30

Salon matkailun ekosysteemi

Maija Pirvola, Yrityssalo

Salon matkailun tulo- ja työllisyysvaikutukset 2023

Katsaus majoitustilastoihin 01-10/2024

Tapahtumien vaikutukset Salolle

Tiina Backman

Matkailumarkkinoinnin ajankohtaiset

Salon kaupunki, Sanna Lammervo

Yrityssalon v. 2025 suunnitelmia

Yrityssalo, Tiina Backman

Yritysyhteistyö Metsähallituksen kanssa

+ uudistetut digipalvelut

Metsähallitus, Leena Yli-Piipari



Suomen matkailustrategia vuosille 2022–2028



Työ- ja elinkeinoministeriö
Arbets- och näringsministeriet

Suomen tavoitteena on olla Pohjoismaiden kestävimmin kasvava matkailukohde. Matkailua kehitetään vastuullisena ja kasvavana palveluliiketoiminnan alana, joka luo hyvinvointia ja työllisyyttä ympärivuotisesti koko Suomessa.

Yhdessä enemmän – kestävää kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun

Suomen matkailustrategia 2022–2028 ja toimenpiteet 2022–2023

Matkailualan kestävän kasvun ja uudistumisen mahdollistavat strategiassa tunnistetut neljä painopistettä:

1. kestävän kehityksen mukaisen toiminnan vahvistaminen
2. digitaaliseen muutokseen vastaaminen
3. saavutettavuuden kehittäminen matkailualan tarpeet huomioiden sekä
4. kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen.

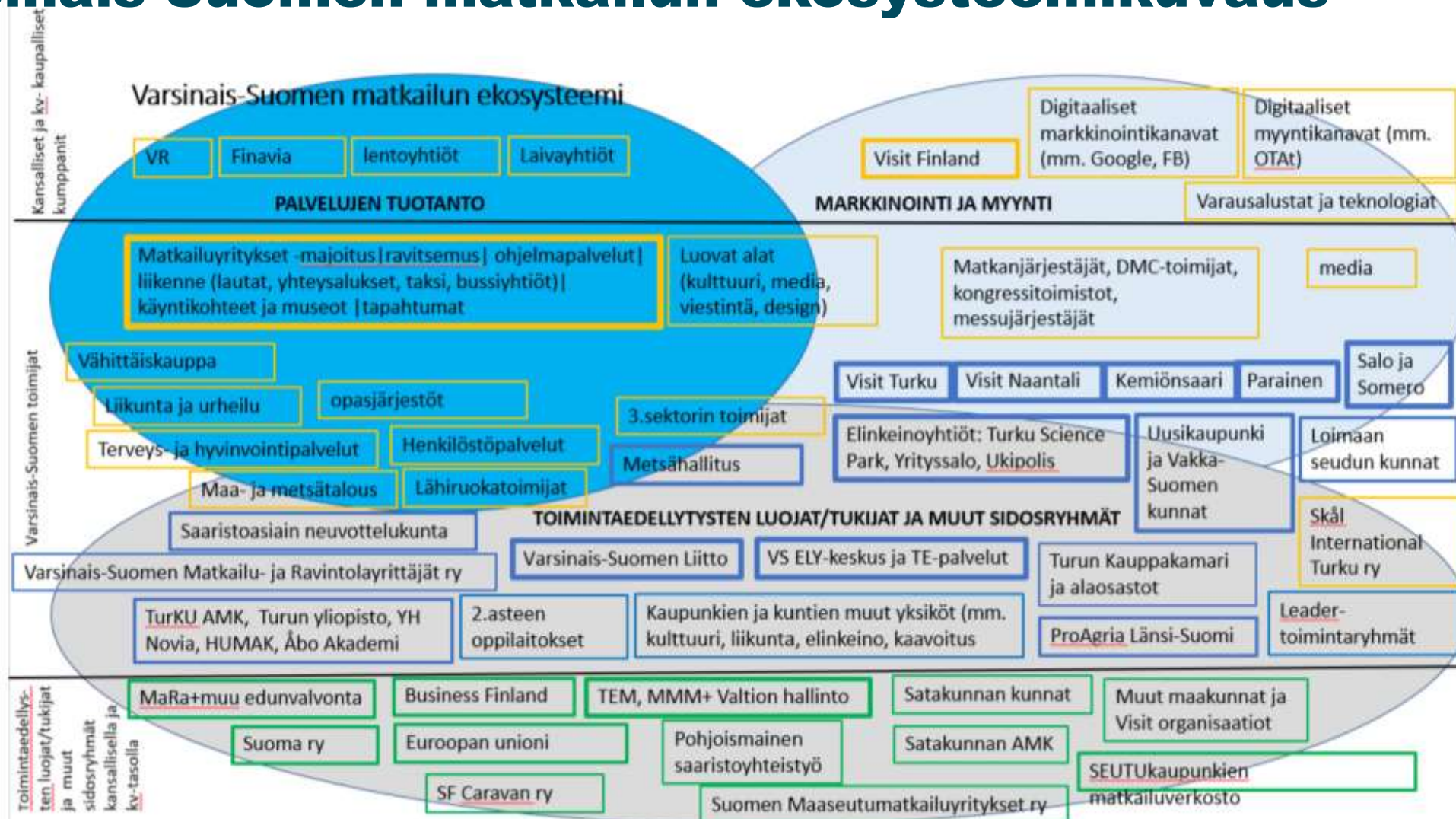
Varsinais-Suomen matkailun kärkiteemat tiekartassa

1. Varsinais-Suomi on omaleimainen ja siksi houkutteleva matkailualue
 2. Varsinais-Suomi on ympärivuotinen matkailualue
 3. Varsinais-Suomi on saavutettava matkailualue
- sekä läpileikkaavien teemoina 4. Mahdollistava digitaalisuus ja 5. Vastuullinen matkailualue

Varsinais-Suomen matkailun tärkeimmät ja tunnistettavimmat kärkiteemat, jotka tukevat tunnettuutta, houkuttelevuutta, ympärivuotisuutta ja saavutettavuutta ovat:

				
Luonto aina lähellä	Ainutlaatuinen saaristo ja rannikko	Paikalliskulttuuria & Suomen historiaa	Ruoka-aitta	Elävä kaupunkikulttuuri
Saariston ja rannikon kolme kansallispuistoa sekä luontoreitit ja aktiviteetit maakunnassa. Kansainvälisesti ajatellen pienellä maantieteellisellä alueella monipuolista luontoa ja ympäristöä sekä kulttuuria.	Saarihyppely useilla liikkumistavoilla (vaellus, pyörä, auto, yhteysalus, vene). Saaristossa ja rannikolla jo matka on elämys, aktiviteetit (melonta, soutu, purjehdus, kalastus yms.) sisäsaariston suojaisista paikoista ulkosaariston eksotiikkaan.	Kulttuurimiljööt (majakat, puutalokaupungit ja ruukit) Suomen vanhimmasta historiasta kertovat käyntikohteet, kaupungit ja kylät.	Varsinais-Suomen ruokakulttuuri sekä innovatiiviset ruokatuotteet ovat oleellinen osa koko matkailun palvelutarjonnan tarinaa: ravintolat, lähiruoka tapahtumissa, ruokamatkamuistot, tilapoodit.	Monipuolinen kaupunkikulttuuri Tapahtumia varsinaissuomalaisella twistillä

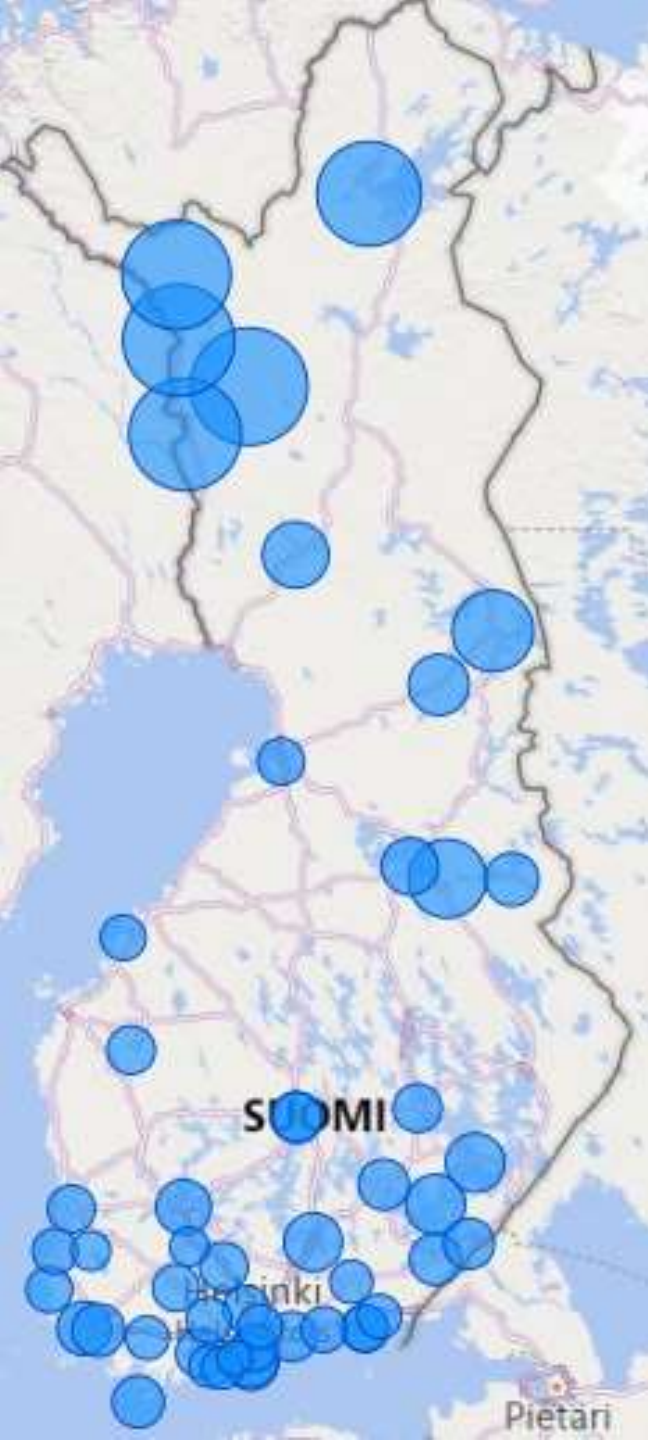
Varsinais-Suomen matkailun ekosysteemi



Salon matkailun yritysekosysteemi



Salon matkailun tulo- ja työllisyysvaikutukset 2023



- Toteutettiin ensimmäistä kertaa Salossa Yrityssalon tilaamana.
- Tutkimuksen toteutti matkailututkimukseen erikoistunut Visitory Oy.
- Tutkimuksessa oli mukana yli 40 kuntaa ja kaupunkia valtakunnallisesti.
- Useasta tutkimuksesta koostuva tutkimus antaa entistä kattavammin tietoa, ja tulokset ovat kuntien kesken ensi kertaa täysin vertailukelpoisia.
 - Toimipaikkatilastot (Yritysten rakennetilasto)
 - Majoitustilastot
 - Suomalaisten matkailu -tutkimus vuosilta
 - Palkkarakennetilastot vuosilta 2016–2022.
 - TAK Kotimaan matkailu -tutkimus.
 - TAK Rajatutkimus
 - Matkailijamittari 2023– (yhteistyössä Tilastokeskus, Visit Finland, Visitory, Norstat).
- Matkailutuloa mitattaessa Helsinki on Suomen suurin matkailukohde, perässään Tampere, Turku, Vantaa, Jyväskylä ja Oulu.
- Jotta kaupungin matkailutoimialan kehittymistä voidaan seurata, tulisi tutkimusta tilata vuosittain.

Matkailun tulo- ja työllisyysvaikutukset 2023

Salo

Tulovaikutukset

Kokonaistulo
63,44 M€

Välitön matkailutulo
43,943 M€

Matkailutulo per asukas
863€



Työllisyysvaikutukset

Kokonaistyöllisyysvaikutus
214 htv

Välittömät henkilötyövuodet
178

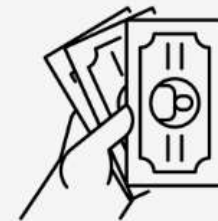
Matkailun osuus kaikkien toimialojen työllisyydestä
1,52%



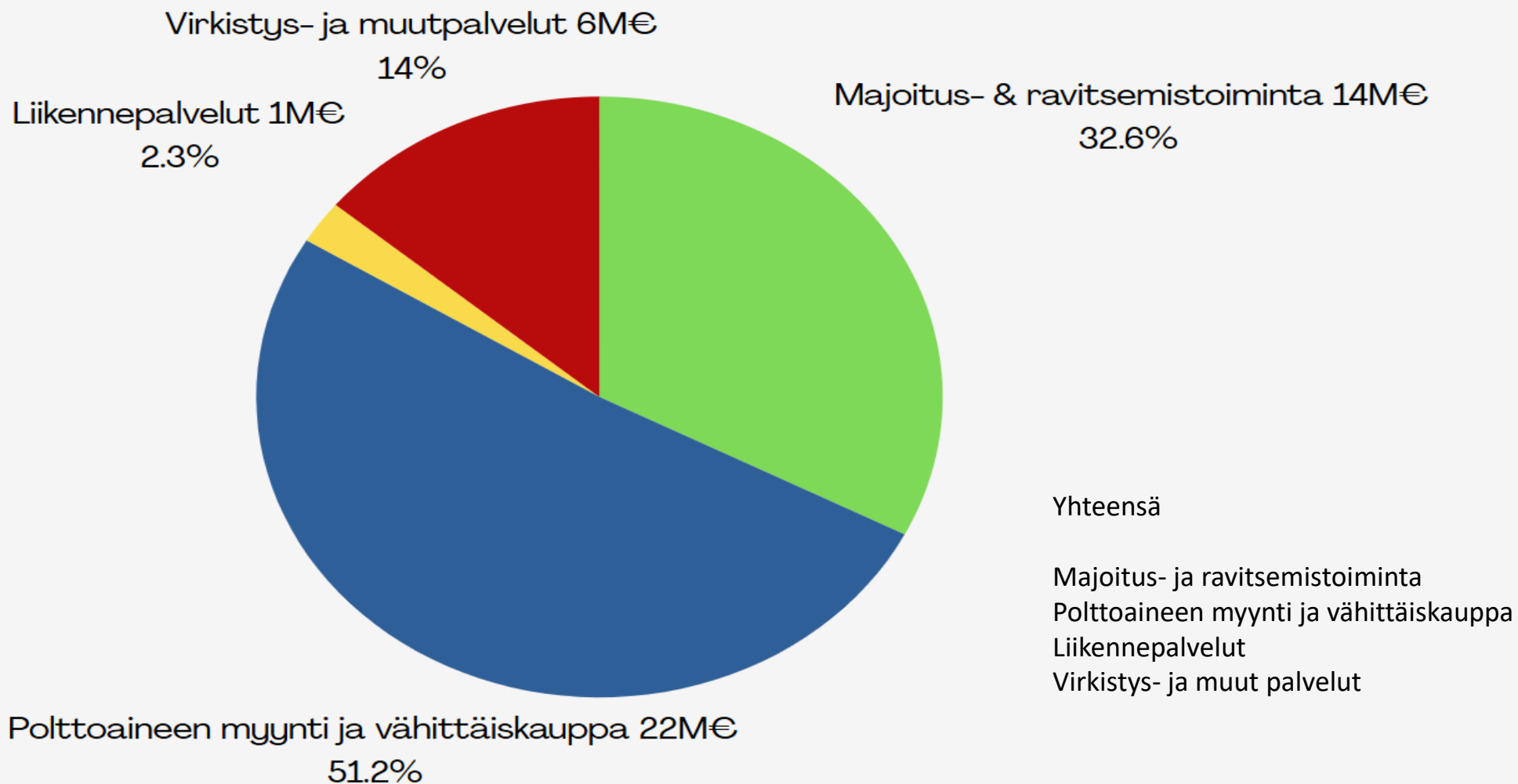
Palkkatulot ja kunnallisverot

Välittömät palkkatulot
6,2 M€

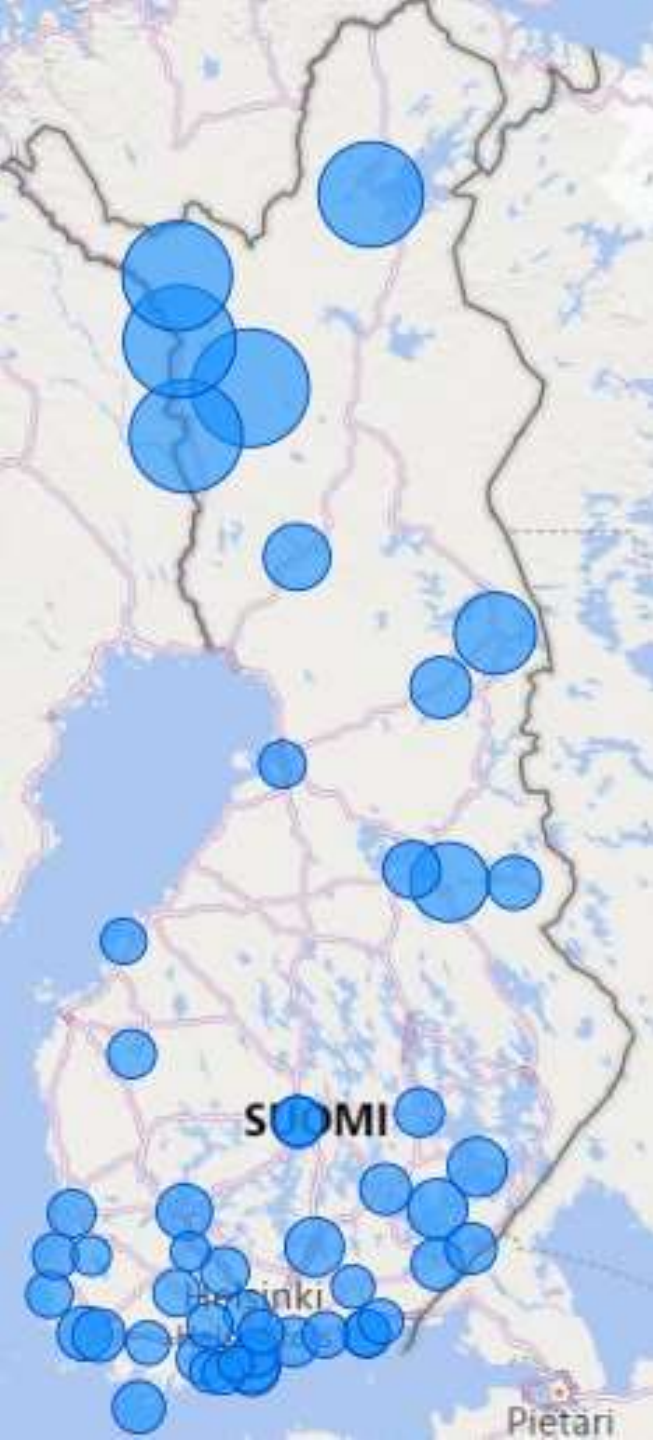
Kunnallisverot välittömistä palkkatuloista
0,5 M€



Välittömän matkailutulon ja työllisyyden jakautuminen



Yhteensä	178 htv
Majoitus- ja ravitsemistoiminta	81 htv / 45%
Polttoaineen myynti ja vähittäiskauppa	51 htv / 21%
Liikennepalvelut	14 htv / 8%
Virkistys- ja muut palvelut	32 htv / 18%



Salo ~44 M€ / 178 htv

Salon välitöntä matkailutuloa / työllisyyttä vertailtaessa saman koko luokan (asukasmäärä) kaupunkeihin:

- Mikkelä ~85,1M€ / 397 htv
- Kotka ~61,7 M€ / 294 htv
- Porvoo ~78 M€ / 416 htv
- Kouvola ~65 M€ / 341 htv

Salon vertailtaessa matkailukohteisiin lähialueilla

- Rauma ~39,5 M€ / 203 htv
- Hanko ~14 M€ / 73 htv
- Uusikaupunki ~16 M€ / 63 htv
- Naantali ~42,4 M€ / 129 htv

Salon matkailu tilastojen valossa

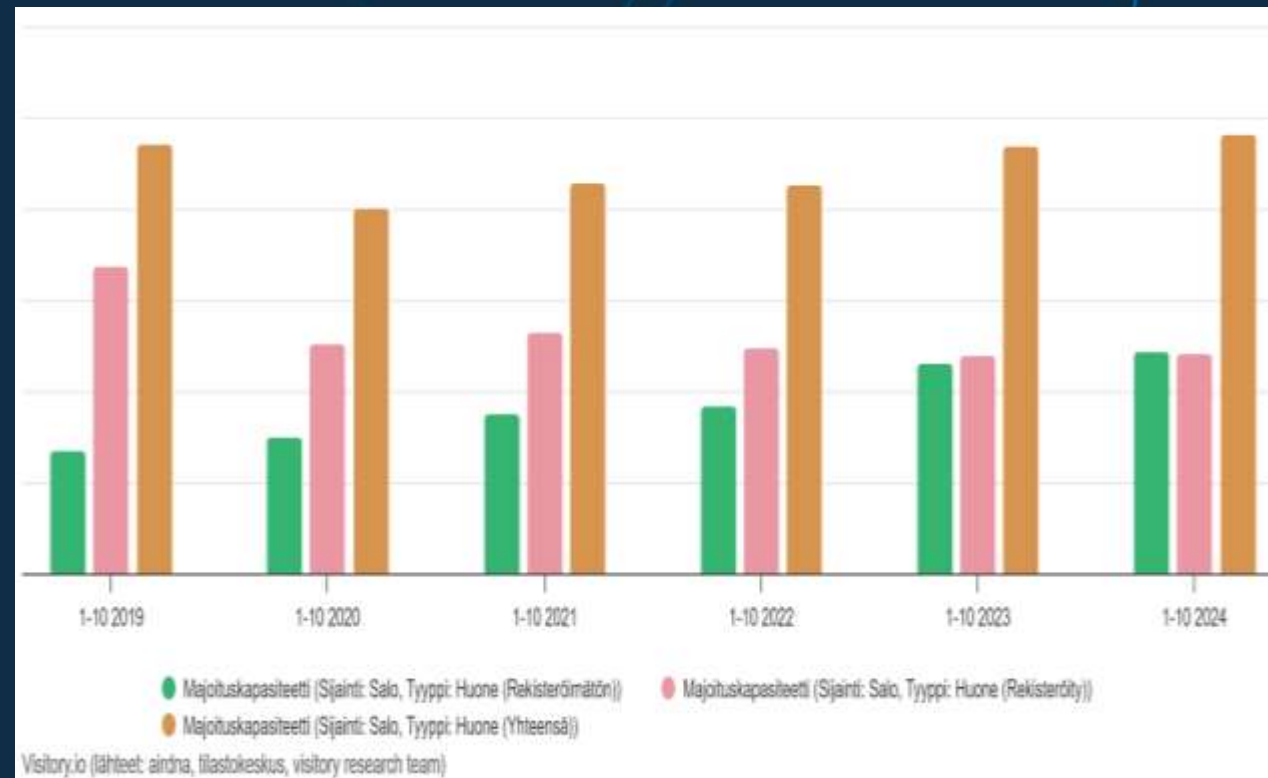
tammi-lokakuu 2024

11.12.2024



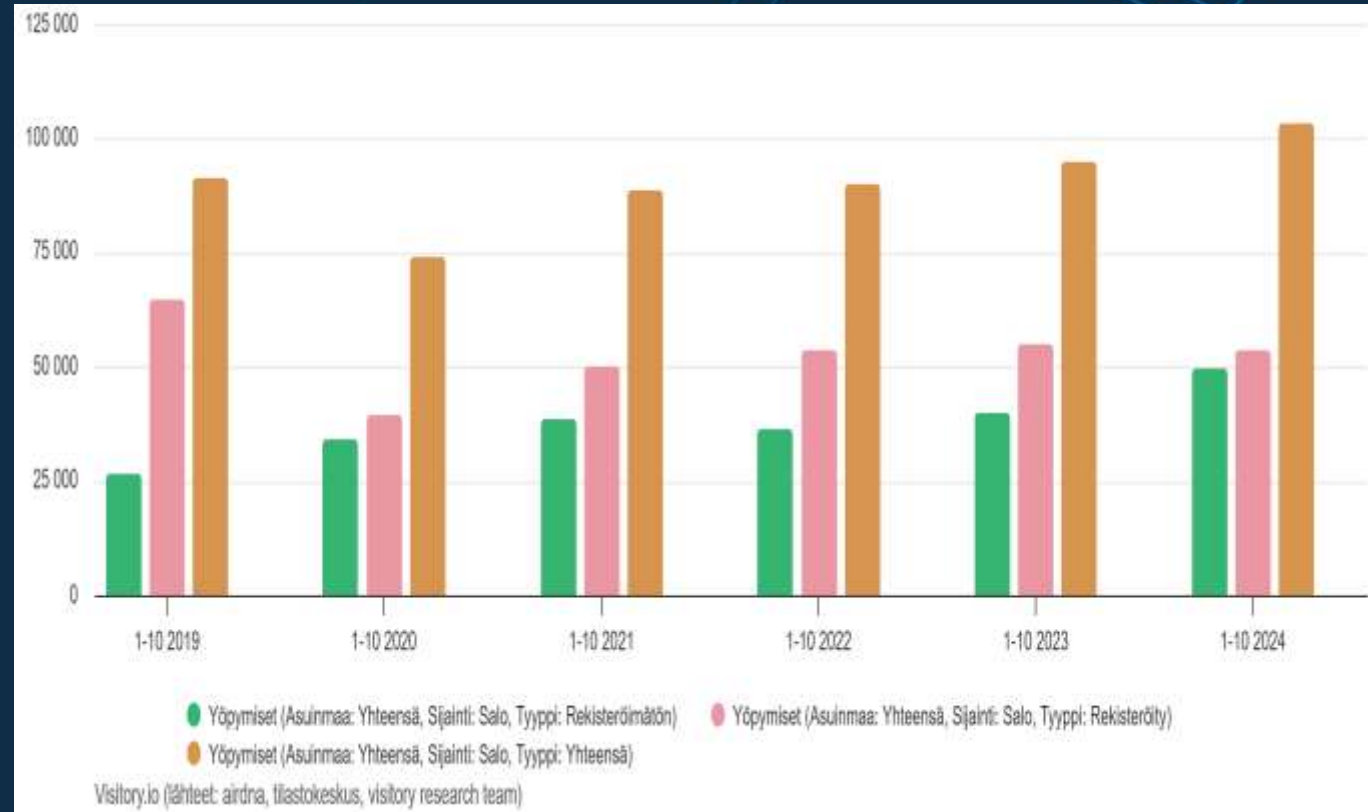
Majoituskapasiteetin kehitys Salossa | tammi-lokakuu 2024

- Kumulatiivisesti tarkasteltuna rekisteröityjen huoneiden määrä on pysynyt edellisvuoden tasolla (+2 huonetta) ja v. 2019 tarkasteltuna sadalla huoneella (-96 huonetta).
- Rekisteröimättömien huoneiden osalta kasvu edellisvuoteen on +13 huonetta ja v. 2019 verrattuna +110 huonetta.



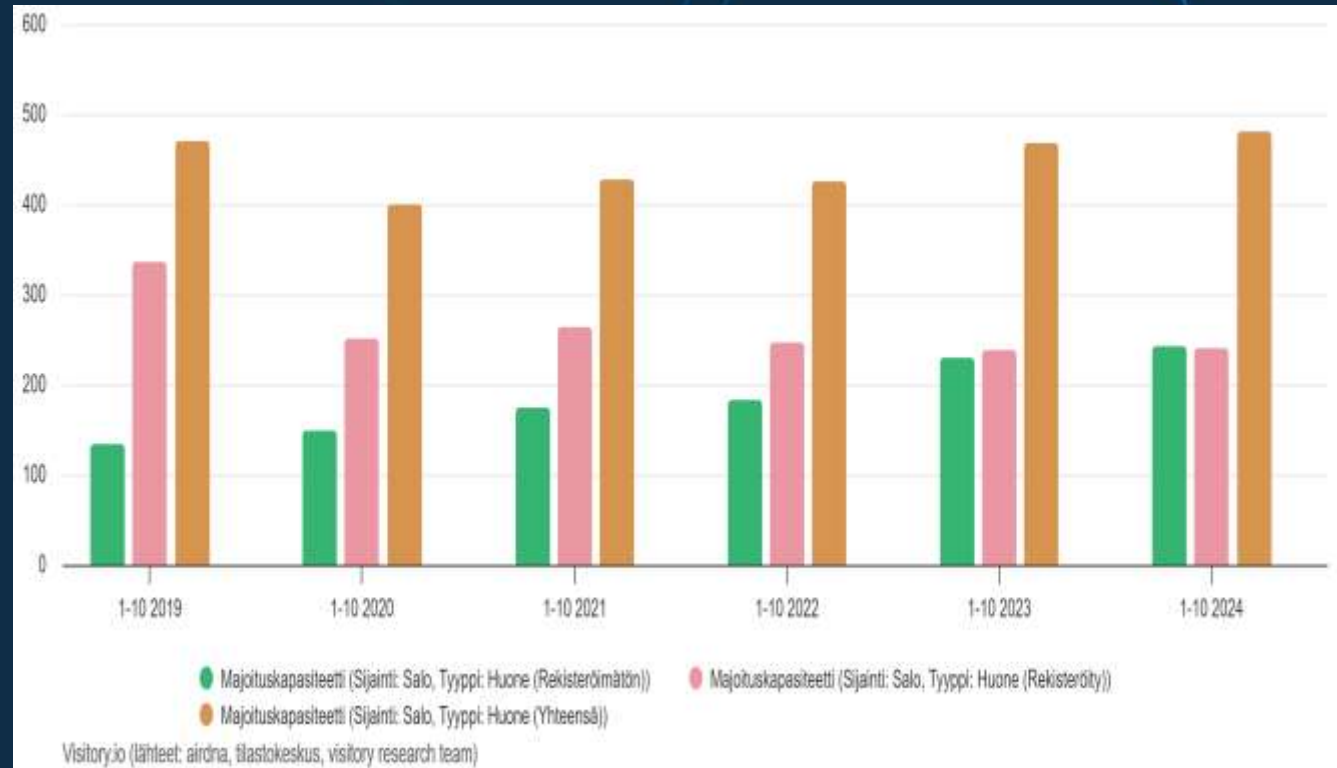
Yöpymisten määrän kehitys Salossa | tammi-lokakuu 2024

- Yöpymisten määrä on kasvanut Salossa tammi-lokakuussa +8,8% maksullisissa majoituksissa v. 2023 tarkasteltuna. Kasvua vuoteen 2019 on 12,9%. Tämä luku sisältää sekä rekisteröidyn että rekisteröimättömän majoituksen.
- Huomioitavaa on, että vuonna 2024 rekisteröityjen ja rekisteröimättömien yöpymisten suhde on ollut lähes yhtä suuri 52% / 48%, kun vuonna 2019 suhde oli 72% / 28%.
- Rekisteröidyissä yöpymisissä kotimaisten matkailijoiden määrä on edellisvuoteen vähentynyt 4%, kun taas ulkomaisten matkailijoiden määrä noussut 13%.
- Suurimmat kv-kansalaisuudet yöpymisissä tulevat Saksasta, Virosta ja Latviasta. Kansalaisuustietoja ei ole saatavilla rekisteröimättömistä majoituksista.



Majoitusmyynnin kehitys Salossa | tammikuu-lokakuu 2024

- Rekisteröity majoitusmyynti on kumulatiivisesti kasvanut edellisvuodesta ~62 k€. Kasvua pandemiaa edeltävään aikaan v. 2019 on n. ~30k€.
- Rekisteröimättömän majoitusmyynnin kumulatiivinen kasvu edellisvuoteen on +368 k€ ja vuoteen 2019 verrattuna rekisteröimätön majoitusmyynti on kasvanut huomattavasti (+1,53 milj.€).
- Yhteensä kumulatiivinen majoitusmyynti oli 6,2 milj.€ ja kasvoi Salossa tammi-lokakuussa 429k€ edellisvuoteen nähden. Kasvu pandemiaa edeltävään aikaan, vuoteen 2019, oli majoitusmyynnin osalta 1,56 milj.€



Tapahtumien merkitys kaupungille



Salo Volley

19.-21.7.2024

Tapahtuman tunnuslukuja

Tapahtuma: Salo Volley 19.-21.7.2024
Raportin laatija: Kaisu Tuomainen
Salmi Platform Oy
Vastausmäärä (n): 264 kpl



Kävijäprofiili

40

keski-ikä (v)

2,33

viipymä (vrk)

TOP kotipaikkakunnat

1. Turku 17,8%
2. Tampere 6,7%
3. Helsinki 5,6%
4. Espoo 4,4%
5. Jyväskylä 3,3%

Matkailijoina kyselyyn vastasi kokonaisuudessaan 34,3% vastaajista. 65,7% vastaajista oli paikallisia.

4 500

käyntiä

27,4%

yöpyneitä matkailijoita

6,9%

päivämatkailijoita

Matkailijoiden motiivi saapua alueelle (%)

Perheaktiiviteetti

1,1%



Tapahtuma

98,9%

Kyselyyn vastanneista matkailijoista 98,9% ilmoitti nimenomaan tapahtuman syyksi tulla Saloon.



Taloudellinen vaikuttavuus* alueelle

Kulutus *

114 000 €

Matkailijoiden kokonaiskulutus alueella

67 €

päivämatkailijan
rahankäyttö (vrk)

76 €

yöpyneen
matkailijan
rahankäyttö (vrk)

74 €

paikallisen
rahankäyttö (vrk)

219 000 €

Paikallisten kulutus tapahtuman yhteydessä***

Matkailukulutuksen jakautuminen **

Päivämatkailijan rahankäytön jakauma (%)



Yöpyvän matkailijan rahankäytön jakauma (%)



* Aluetaloudellinen vaikuttavuus syntyy matkailijoina tapahtumaan tulleiden kävijöiden kulutuksen (sis. alv) kautta. Tuloksessa ei huomioitu yöpyneiden viipymää erikseen.

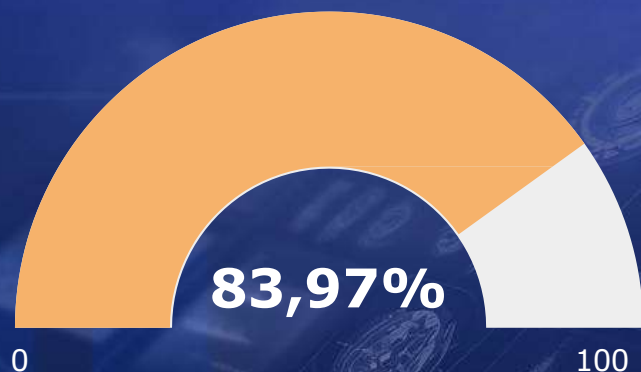
** Matkailukulutus kysytään kävijöiltä kahdeksan eri kulutuskategorian osalta (päivämatkailijoilta seitsemän).

*** Paikallisilta kysyttiin erikseen, paljonko he kuluttivat tapahtumakäynnillään tapahtuma-alueella ja alueen ulkopuolella.



Sosiaalinen vaikuttavuus*

Sosiaalinen indikaattori**



TOP 3 vaikutukset paikkakunnalle

Hyödyt

1. yhteisöllisyys 43%
2. kotiseutuylpeys 22%
3. näkyvyys 9%

Haitat

1. ei haittoja 56%
2. en osaa sanoa 20%
3. roskaaminen 9%

Eritellyt kysymykset

Kysymys	paikalliset	matkailijat
Kävijät kokivat olonsa turvalliseksi tapahtumassa.	98 %	96 %
Tapahtuma lisää paikkakunnan elinvoimaa.	89 %	-
Tapahtuma lisää paikkakunnan vetovoimaa.	94 %	85 %
Tapahtuma lisää paikallista yhteenkuuluvuuden tunnetta.	92 %	-
Tapahtumaan osallistuminen parantaa yksilön hyvinvointia ja elämänlaatua.	73 %	81 %
Tapahtuma edistää paikkakunnan kulttuuritarjontaa.	79 %	-
Tapahtuma edistää yhdenvertaisuutta.	86 %	74 %
Tapahtuma lisää paikallisten halukkuutta asua paikkakunnalla.	61 %	-

% -osuus samaa mieltä olevista vastaajista

* tapahtuman vaikutukset paikkakunnan yhteisöön, yksilöön ja toimintaympäristöön.

** osuus vastauksista, joiden mukaan tapahtumalla on positiivisia sosiaalisia vaikutuksia alueelle. Lukuun on laskettu osuus kaikkien väittämäkysymysten "kyllä"-vastauksista. Mitä lähempänä luku on 100%, sitä parempi.



Salo Friends and Music Festival

16.-17.8.2024

Tapahtuman tunnuslukuja

Tapahtuma: Salo Friends and Music Festival
16.-17.8..2024
Raportin laatija: Kaisu Tuomainen
Salmi Platform Oy
Vastausmäärä (n): 1 156 kpl



Kävijäprofiili

45

keski-ikä (v)

1,93

viipymä (vrk)

TOP kotipaikkakunnat

- | | | |
|----|----------|-------|
| 1. | Turku | 13,4% |
| 2. | Helsinki | 7,8% |
| 3. | Somero | 7,4% |
| 4. | Lohja | 6,5% |
| 5. | Paimio | 6,5% |

Matkailijoina kyselyyn vastasi kokonaisuudessaan 18,8% vastaajista. 81,2% vastaajista oli paikallisia.

8 000

käyntiä

11,8%

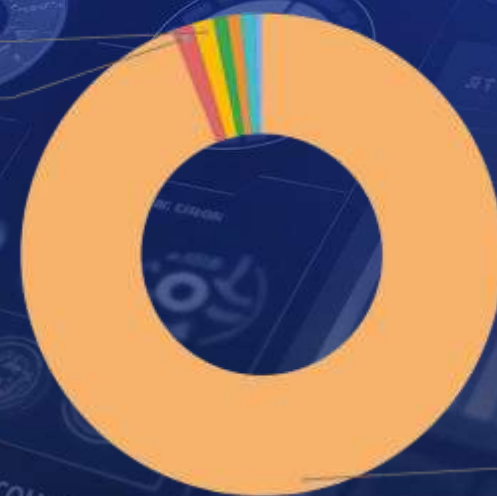
yöpyneitä matkailijoita

7%

päivämatkailijoita

Matkailijoiden motiivi saapua alueelle (%)

Muu syy
1,4%
Rentoutuminen
1,4%



Tapahtuma
93,9%

Kyselyyn vastanneista matkailijoista 93,9% ilmoitti nimenomaan tapahtuman syyksi tulla Saloon.



Taloudellinen vaikuttavuus* alueelle

Kulutus *

201 000 €

Matkailijoiden kokonaiskulutus alueella

114 €

päivämatkailijan
rahankäyttö (vrk)

145 €

yöpyneen
matkailijan
rahankäyttö (vrk)

92 €

paikallisen
rahankäyttö (vrk)

599 000 €

Paikallisten kulutus tapahtuman yhteydessä***

Matkailukulutuksen jakautuminen **

Päivämatkailijan rahankäytön jakauma (%)



Yöpyvän matkailijan rahankäytön jakauma (%)



* Aluetaloudellinen vaikuttavuus syntyy matkailijoina tapahtumaan tulleiden kävijöiden kulutuksen (sis. alv) kautta. Tuloksessa ei huomioitu yöpyneiden viipymää erikseen.

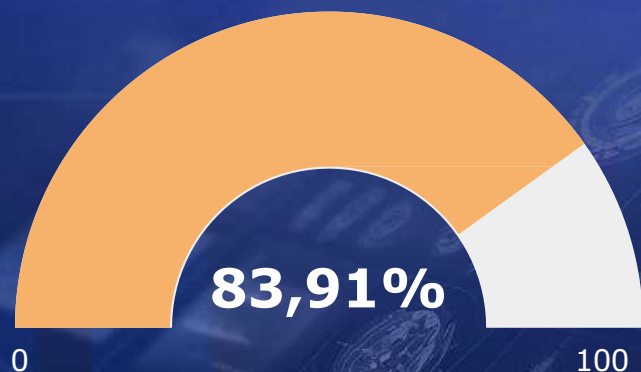
** Matkailukulutus kysytään kävijöiltä kahdeksan eri kulutuskategorian osalta (päivämatkailijoilta seitsemän).

*** Paikallisilta kysyttiin erikseen, paljonko he kuluttivat tapahtumakäynnillään tapahtuma-alueella ja alueen ulkopuolella.



Sosiaalinen vaikuttavuus*

Sosiaalinen indikaattori**



TOP 3 vaikutukset paikkakunnalle

Hyödyt

1. yhteisöllisyys 34%
2. kulttuuritarjonta 11%
3. kotiseutuylpeys 11%

Haitat

1. ei haittoja 47%
2. en osaa sanoa 23%
3. roskaaminen 13%

Eritellyt kysymykset

Kysymys	paikalliset	matkailijat
Kävijät kokivat olonsa turvalliseksi tapahtumassa.	97 %	96 %
Tapahtuma lisää paikkakunnan elinvoimaa.	92 %	-
Tapahtuma lisää paikkakunnan vetovoimaa.	92 %	89 %
Tapahtuma lisää paikallista yhteenkuuluvuuden tunnetta.	91 %	-
Tapahtumaan osallistuminen parantaa yksilön hyvinvointia ja elämänlaatua.	76 %	83 %
Tapahtuma edistää paikkakunnan kulttuuritarjontaa.	96 %	-
Tapahtuma edistää yhdenvertaisuutta.	67 %	64 %
Tapahtuma lisää paikallisten halukkuutta asua paikkakunnalla.	59 %	-

% -osuus samaa mieltä olevista vastaajista

* tapahtuman vaikutukset paikkakunnan yhteisöön, yksilöön ja toimintaympäristöön.

** osuus vastauksista, joiden mukaan tapahtumalla on positiivisia sosiaalisia vaikutuksia alueelle. Lukuun on laskettu osuus kaikkien väittämäkysymysten "kyllä"-vastauksista. Mitä lähempänä luku on 100%, sitä parempi.



Salon Iltatorit

6.6.-8.8.2024

Tapahtuman tunnuslukuja

Tapahtuma: Salon Iltatorit 6.6.-8.8.2024
Raportin laatija: Kaisu Tuomainen
Salmi Platform Oy
Vastausmäärä (n): 2 138 kpl



Kävijäprofiili

49

keski-ikä (v)

4,96

viipymä (vrk)

TOP kotipaikkakunnat

1.	Turku	14,4%
2.	Lohja	10,4%
3.	Helsinki	7,1%
4.	Paimio	5,2%
5.	Kaarina	4,6%

Matkailijoina kyselyyn vastasi kokonaisuudessaan 41,5% vastaajista. 58,5% vastaajista oli paikallisia.

106 000

kävijää

5,7%

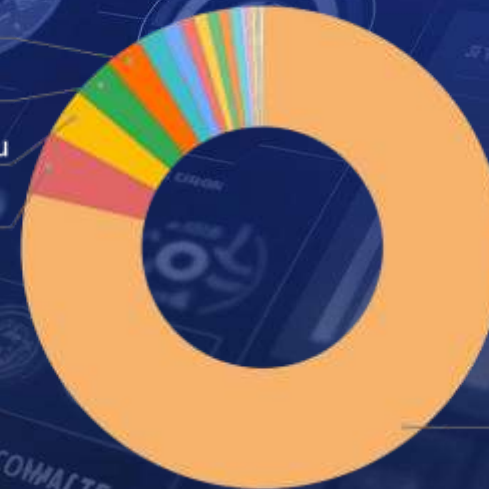
yöpyneitä matkailijoita

35,8%

päivämatkailijoita

Matkailijoiden motiivi saapua alueelle (%)

Ostokset
2,5%
Muu syy
2,7%
Sukulaisvierailu
3,2%
Mökkiloma
4,2%



Tapahtuma
78,7%

Kyselyyn vastanneista matkailijoista n. 79% ilmoitti nimenomaan tapahtuman syyksi tulla Saloon.



Taloudellinen vaikuttavuus* alueelle

Kulutus *

3,3 milj. €

Matkailijoiden kokonaiskulutus alueella

79 €

päivämatkailijan
rahankäyttö (vrk)

27€

yöpyneen
matkailijan
rahankäyttö (vrk)

25€

paikallisen
rahankäyttö (vrk)

1,5 milj. €

Paikallisten kulutus tapahtuman yhteydessä***

Matkailukulutuksen jakautuminen **

Päivämatkailijan rahankäytön jakauma (%)



Yöpyvän matkailijan rahankäytön jakauma (%)



* Aluetaloudellinen vaikuttavuus syntyy matkailijoina tapahtumaan tulleiden kävijöiden kulutuksen (sis. alv) kautta. Tuloksessa ei huomioitu yöpyneiden viipymää erikseen.

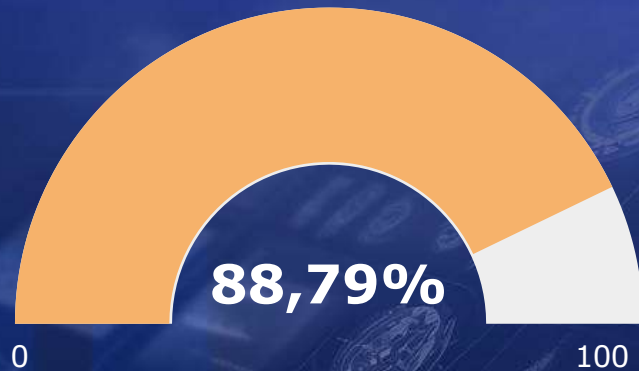
** Matkailukulutus kysytään kävijöiltä kahdeksan eri kulutuskategorian osalta (päivämatkailijoilta seitsemän).

*** Paikallisilta kysyttiin erikseen, paljonko he kuluttivat tapahtumakäynnillään tapahtuma-alueella ja alueen ulkopuolella.



Sosiaalinen vaikuttavuus*

Sosiaalinen indikaattori**



TOP 3 vaikutukset paikkakunnalle

Hyödyt

1. näkyvyys 17%
2. kotiseutuylpeys 16%
3. yhteisöllisyys 15%

Haitat

1. ei haittoja 51%
2. en osaa sanoa 20%
3. pysäköintiongelmat 13%

Eriteltyt kysymykset

Kysymys	paikalliset	matkailijat
Kävijät kokivat olonsa turvalliseksi tapahtumassa.	95%	98 %
Tapahtuma lisää paikkakunnan elinvoimaa.	93 %	-
Tapahtuma lisää paikkakunnan vetovoimaa.	95 %	97 %
Tapahtuma lisää paikallista yhteenkuuluvuuden tunnetta.	87 %	-
Tapahtumaan osallistuminen parantaa yksilön hyvinvointia ja elämänlaatua.	77 %	87 %
Tapahtuma edistää paikkakunnan kulttuuritarjontaa.	93 %	-
Tapahtuma edistää yhdenvertaisuutta.	89 %	90 %
Tapahtuma lisää paikallisten halukkuutta asua paikkakunnalla.	70 %	-

% -osuus samaa mieltä olevista vastaajista

* tapahtuman vaikutukset paikkakunnan yhteisöön, yksilöön ja toimintaympäristöön.

** osuus vastauksista, joiden mukaan tapahtumalla on positiivisia sosiaalisia vaikutuksia alueelle. Lukuun on laskettu osuus kaikkien väittämäkysymysten "kyllä"-vastauksista. Mitä lähempänä luku on 100%, sitä parempi.



Kurpitsaviikot

11.-27.10.2024

Tapahtuman tunnuslukuja

Tapahtuma: Kurpitsaviikot 11.-27.10.2024
Raportin laatija: Kaisu Tuomainen
Salmi Platform Oy
Vastausmäärä (n): 3 130 kpl



Kävijäprofiili

43

keski-ikä (v)

2,5

viipymä (vrk)

TOP kotipaikkakunnat

- | | | |
|----|----------|-------|
| 1. | Turku | 22,1% |
| 2. | Helsinki | 6,2% |
| 3. | Kaarina | 5,5% |
| 4. | Espoo | 5,4% |
| 5. | Lohja | 5,4% |

Matkailijoina kyselyyn vastasi kokonaisuudessaan 55,3% vastaajista. 44,7% vastaajista oli paikallisia.

200 000

kävijää

6,5%

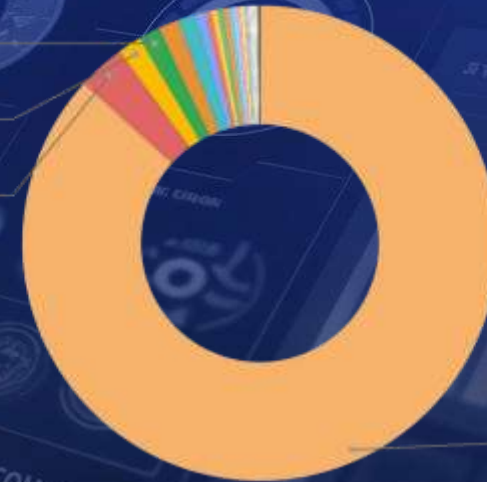
yöpyneitä matkailijoita

48,8%

päivämatkailijoita

Matkailijoiden motiivi saapua alueelle (%)

Rentoutuminen
1,4%
Muu
1,6%
Sukulaisvierailu
3,2%



Tapahtuma
86,7%

Kyselyyn vastanneista matkailijoista 87% ilmoitti nimenomaan tapahtuman syyksi tulla Saloon.



Taloudellinen vaikuttavuus* alueelle

Kulutus *

6,3 milj. €

Matkailijoiden kokonaiskulutus alueella

59 €

päivämatkailijan
rahankäyttö (vrk)

64 €

yöpyneen
matkailijan
rahankäyttö (vrk)

23€

paikallisen
rahankäyttö (vrk)

2,1 milj. €

Paikallisten kulutus tapahtuman yhteydessä***

Matkailukulutuksen jakautuminen **

Päivämatkailijan rahankäytön jakauma (%)



Yöpyvän matkailijan rahankäytön jakauma (%)



* Aluetaloudellinen vaikuttavuus syntyy matkailijoina tapahtumaan tulleiden kävijöiden kulutuksen (sis. alv) kautta. Tuloksessa ei huomioitu yöpyneiden viipymää erikseen.

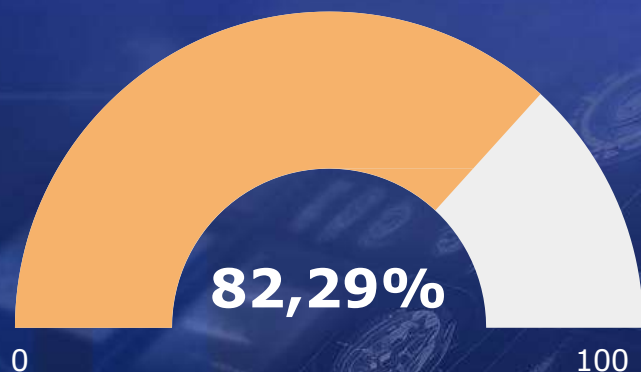
** Matkailukulutus kysytään kävijöiltä kahdeksan eri kulutuskategorian osalta (päivämatkailijoilta seitsemän).

*** Paikallisilta kysyttiin erikseen, paljonko he kuluttivat tapahtumakäynnillään tapahtuma-alueella ja alueen ulkopuolella.



Sosiaalinen vaikuttavuus*

Sosiaalinen indikaattori**



TOP 3 vaikutukset paikkakunnalle

Hyödyt

1. näkyvyys 28%
2. kotiseutuylpeys 17%
3. kulttuuritarjonta 9%

Haitat

1. ei haittoja 30%
2. pysäköintiongelmat 21%
3. liikenneruuhkat 20%

Eriteltyt kysymykset

Kysymys	paikalliset	matkailijat
Kävijät kokivat olonsa turvalliseksi tapahtumassa.	95%	96 %
Tapahtuma lisää paikkakunnan elinvoimaa.	89 %	-
Tapahtuma lisää paikkakunnan vetovoimaa.	93 %	92 %
Tapahtuma lisää paikallista yhteenkuuluvuuden tunnetta.	85 %	-
Tapahtumaan osallistuminen parantaa yksilön hyvinvointia ja elämänlaatua.	64 %	73 %
Tapahtuma edistää paikkakunnan kulttuuritarjontaa.	91 %	-
Tapahtuma edistää yhdenvertaisuutta.	82 %	74 %
Tapahtuma lisää paikallisten halukkuutta asua paikkakunnalla.	53 %	-

% -osuus samaa mieltä olevista vastaajista

* tapahtuman vaikutukset paikkakunnan yhteisöön, yksilöön ja toimintaympäristöön.

** osuus vastauksista, joiden mukaan tapahtumalla on positiivisia sosiaalisia vaikutuksia alueelle. Lukuun on laskettu osuus kaikkien väittämäkysymysten "kyllä"-vastauksista. Mitä lähempänä luku on 100%, sitä parempi.

Matkailumarkkinoinnin ajankohtaiset

Sanna Lammervo

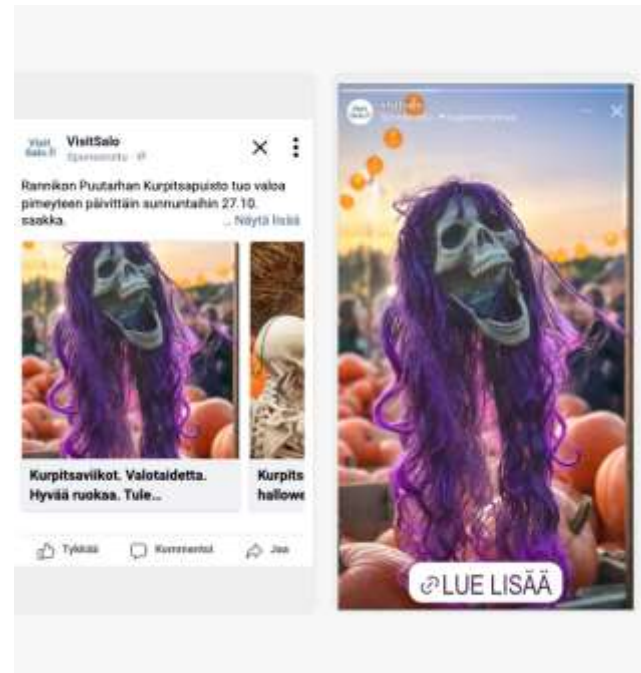
VisitSalo.fi

VisitSalo

Ajankohtaista 10.12.2024

Loppuvuoden ajankohtaisia

- Jatkuvaa digimarkkinointia
 - Syksyn tapahtumat ja retkeilykohteet
 - Joulun tapahtumat
 - <https://visitsalo.fi/joulusalo/>



- Salo2025-esite
 - Painoon 16.12. – jaossa tammikuun alussa
- Matka2025 –messut 16.-19.1.
 - Yhteinen kortteli: Salo, Kemiönsaari, Hanko ja Raasepori
 - Osastolla Salon ja Kemiönsaaren yhteinen lähiruokapuoti
 - Yritystiskeillä mukana: Wiurila, Lehmirannan lomakeskus ja VisitMathildedal
- Digikumppanuuspaketti tammikuussa myyntiin

DataHub

DataHubin rajapinnan käyttö laajenee ja reittien varrella olevat palvelut tulee jatkossa päivittymään DataHubin kautta:

- Rannikkoreitti-pyöräilyreitien sivusto -> <https://www.bikeland.fi/rannikkoreitti>
- Outdoor Active -> <https://visitsalo.fi/reitit/>

VisitSalon instagram - vertailu







← Instagram-vertailu ▾

📅 Tämä vuosi ▾

TOIMINNOT ▾

Visit Salo, Southwest Finland ✕
Visit Rauma ✕
VisitMikkeli ✕
VisitPori ✕
Visit Turku ✕
Visit Naantali ✕
+ Lisää tilejä

Tässä esitetään **sivun suorituskykyanalyysi**. ⓘ

Sivu	Fanit yhteensä...	Fanien m...	% faneist...	Julkaisut yhteen...	Reaktioita yhtee...	Eng. per ...	Eng. rate.↓
 Visit Salo, Southwest Fir	7,642	403	5.27	250	45,404	181.62	1.78
 visitnaantali	4,335	489	11.28	204	16,790	82.30	1.08
 visitpori	16,998	1,414	8.32	259	61,732	238.35	1.02
 visitrauma	9,748	884	9.07	188	38,664	205.66	0.97
 visitturku	39,906	1,864	4.67	54	66,087	1,223.83	0.49
 visitmikkeli	3,845	247	6.42	81	2,806	34.64	0.20

1-6 of 6

VisitSalo facebook - vertailu

← Facebook-vertailu ▾

📅 Tämä vuosi ▾

TOIMINNOT ▾

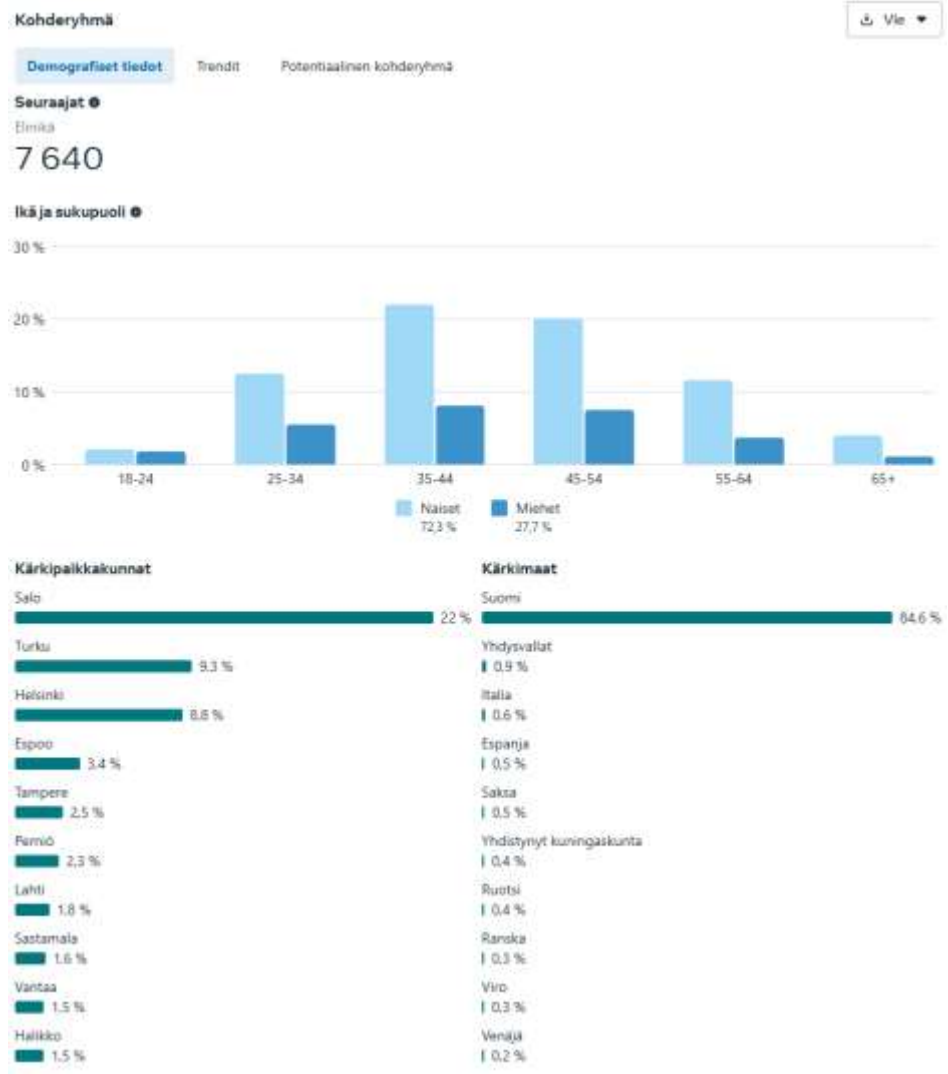
VisitSalo
Visit Turku
Visit Naantali
visitmikkeli.fi
VisitPori
Visit Seinäjoki
Lisää tilejä

Tässä esitetään **sivun suorituskykyanalyysi**. ⓘ

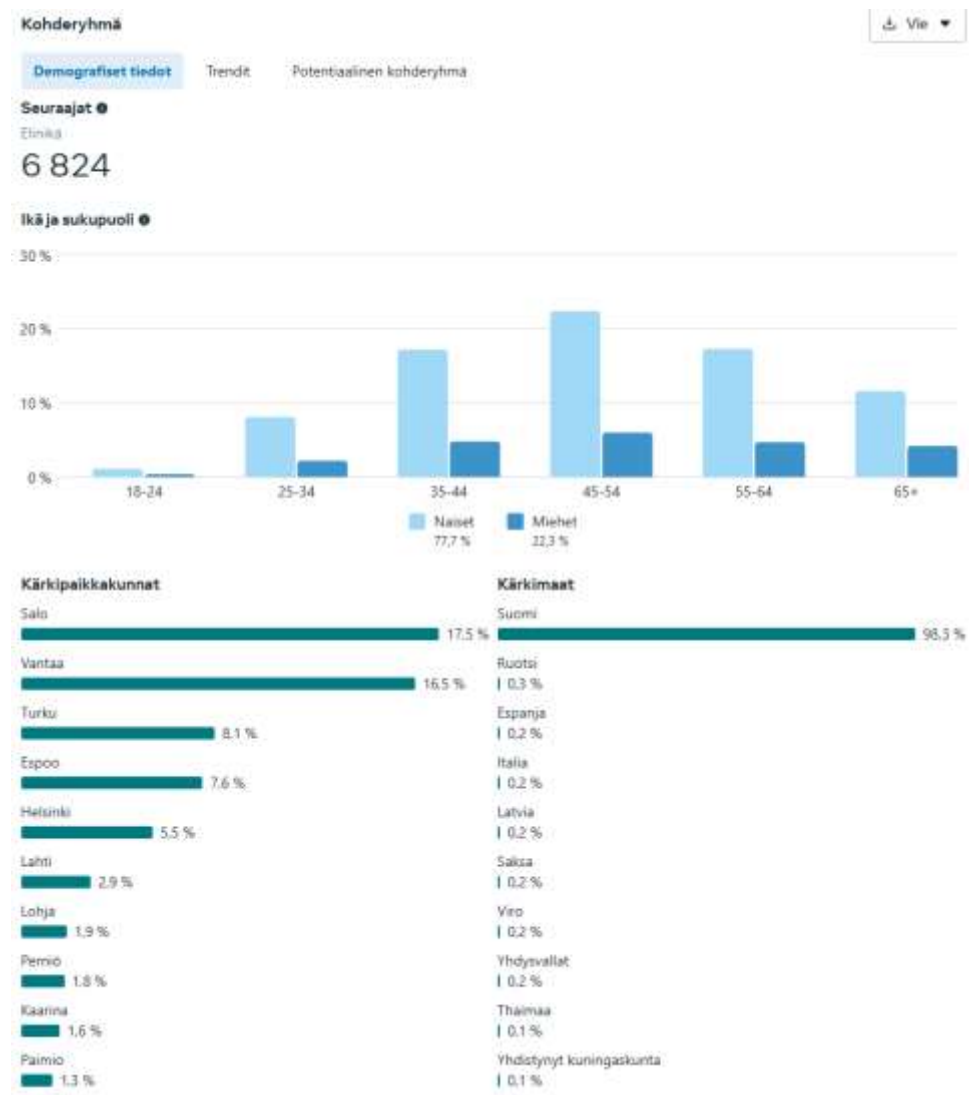
Sivu	Fanit yhteensä...	Fanien m...	% faneist...	Julkaisut yhteen...	Reaktioita yhtee...	Eng. per ...	Eng. rate..↓
 VisitSalo	6,035	268	4.44	492	19,034	38.69	0.96
 VisitPori	10,718	351	3.27	317	14,821	46.75	0.40
 Visit Naantali	9,973	304	3.05	232	13,386	57.70	0.39
 Visit Seinäjoki	10,512	182	1.73	214	7,632	35.66	0.21
 visitmikkeli.fi	9,113	349	3.83	123	6,317	51.36	0.20
 Kiss my Turku	64,445	502	0.78	119	13,913	116.92	0.06

1-6 of 6

VisitSalo instagram



VisitSalo facebook



VisitSalo.fi –sivuston kävijät

Top kaupungit

- Helsinki
- Salo
- Tampere
- Turku
- Vantaa

Top sivut

- VisitSalo.fi
- /mathideldalinruukkikyla
- /tapahtumat
- /salontorijakeskusta
- /kulttuurijanahtavyudet

Yrityssalo

Tiina Backman

HOX! Kansainvälistä liiketoimintaa tekevät yritykset

- **Tuotekortit kuntoon viimeistään nyt. Deadline 10.1.2025**
- Hinnat tuotekorteilla oltava 2025/2026
- Tuotekortit esillä alkuvuonna seuraavissa tilaisuuksissa:
 - Matka Workshop Day 16.1.2025
 - NORDEUROPA 29.-30.1.2025
 - The Nordic Marketplace 17.-18.2.2025
- Lataa tuotekortti käyttöösi [täältä](#).

Ajankohtaisia tapahtumia matkailutoimijoille tammikuu 2025

- **DataHub-klinikka 8.1.2024, Salo IoT Campus klo 14.00-16.00**
 - Ohjattu klinikka, missä voi liittyä DataHubiin, lisätä tuotteita/palveluita ja päivittää niitä
- **Tekoäly ChatBotin rakentaminen 9.1.2024, Salo IoT Campus**
 - klo 8.30 – 12.00 | max. 6 yritystä per ryhmä
 - klo 13.00 – 16.30 | max. 6 yritystä per ryhmä
 - Ensisijaisesti niille yrityksille, jotka olleet mukana tekoälytilaisuuksissa marras-joulukuussa
- **Matka 2025 | 16.-19.1.2025, Helsinki**
 - SMAL:n maksuttomat tietoiskut ajankohtaisista teemoista to & pe
 - Ilmoittautumalla saat veloituksettoman rek.koodin ja sisäänpääsyn
 - <http://www.matkatieto.fi/fi/Seminaarit>
- **Matkailutoimijoiden aamiaistilaisuus | 23.1.2024 klo 8.30 – 11.30**
 - Keski-Euroopan markkinakatsaus
 - Lomalaidun partnerina uudessa projektissa, kertovat toiminnastaan.

11.12.2024

