

Tiedote Himos-Jämsä 18.9.2020
Julkaisuvapaa: heti

KOTIMAAN MATKAILIJAT LÖYSIVÄT KESÄLLÄ HIMOS-JÄMSÄN DIGITAALISTEN KANAVIEN KAUTTA

Himos-Jämsä-markkinoinnin tulokset ylittivät kesällä kaikki odotukset. Alueen matkailumarkkinoinnin edistämiseksi toimivat hankkeet ovat tehneet jo pian kahden vuoden ajan määrätietoista työtä alueen matkailuyritysten markkinoinnin ja myynnin kehittämiseksi, ja tulokset ovat olleet nousujohteisia.

Koronapandemia tyrmäsi keväällä myös Himos-Jämsä-alueen matkailutoimijat. Pandemian pysäyttäessä matkailijavirrat, päätettiin Himos-Jämsän seudulla pitää kuitenkin katse tulevassa. Epävarmana aikana keskityttiin vahvasti online-tuotteiden kehittämiseen. Yhteensä 22 matkailu- ja palvelualan yrittäjää ovat tehneet tuotteitaan näkyviksi digitaalisiin kanaviin, mikä auttaa asiakkaita löytämään alueen palveluja ja tuotteita verkosta etenkin suunnitellessaan matkaansa Himos-Jämsän alueelle.

Näiden kahden kehityshankkeen sekä Jämsän seudun kehittämissyhtiö Jämsek Oy:n ja Jämsän kaupungin tuella on mahdollistettu määrätietoinen toiminta yritysten näkyvyyden edistämiseksi. Lisäksi toimenpiteenä alueella on otettu käyttöön yhteinen myyntialusta, jossa voidaan tuoda esille yrityksen omia tuotteita ja palveluja. Yritysten tietoja ja tuotesisältöä on tehokkaasti saatu kehitettyä mutta viilaamista riittää vielä. Yhteisen alustan sekä yritysten tuotteet löydät himosjamsa.fi -osoitteesta.

HIMOS-JÄMSÄN SEUDULLE MYÖS POSITIIVISIA UUTISIA JA USKOA TULEVAAN

Koronasta aiheutuneen vaikean kevään jälkeen kesään lähdettiin suuressa epävarmuudessa. Jämsä on myös viime aikoina ollut uutisissa UPM Kaipolan tehtaan lakkauttamisen osalta, mikä tarkoittaa monelle hankkeen yrittäjälle asiakasvirtojen pienentymistä entisestään. Markkinoinnin osalta tehtiin jo keväällä 2020 isoja muutoksia. Päätös keskeyttää ulkomaan markkinointi ja keskittää toimenpiteet täysin kotimaahan sekä yritysten tuotetarjonnan kehittämiseen oli oikea ratkaisu. Tilanne oli maaliskuussa erittäin odottava ja vaati monelta mukautumista. Kesän markkinointi käynnistettiin varovasti koronatilannetta tarkasti seuraten ja brändityössä määriteltyjä kohderyhmiä muokattiin tilanteen vaatimalla tavalla.

MITÄ MAINONNAN TUNNUSLUVUT KERTOAVAT?

”Himos-Jämsän alueella on edelleen kaikki edellytykset turvalliseen ”omalla porukalla” matkustamiseen ja aktiviteettien toteuttamiseen. Palvelutarjonta vastasi myös suurelta osin kotimaan matkailijoiden odotuksia, ja tästä syystä uskalsimme tehostaa mainontaa kotimaassa”, markkinoinnin kampanjapäällikkö **Salla Laajavaara** summaa.

Erityisesti kesäkuun alussa suomalaiset tekivät selkeästi enemmän hakuja kotimaan matkakohteisiin. Tämä näkyy myös Himos-Jämsän Googlessa tehdyn hakusanainannon korkeana klikkausprosenttina ja verkkosivuston liikenteen kasvuna. Valitut kohderyhmät tavoitettiin kustannustehokkaasti ja ne tekivät mainonnan tavoitteiden mukaisia toimenpiteitä ohjautuen aina

Tiedote Himos-Jämsä 18.9.2020
Julkaisuvapaa: heti

yritysten tuotteisiin saakka. Himos-Jämsä-verkkosivusto toimii sisäänheittäjänä yritysten omiin myyntikanaviin ja inspiroi matkailijoita ostamaan yritysten tuotteita ja palveluja.



Eryityisesti Facebook ja Instagram -mainonnan kautta tulleen liikenteen laatu parani huomattavasti. Näiden sosiaalisen median kanavien kautta saatiin verkkosivustolle aiempaa enemmän liikennettä, ihmiset viettivät verkkosivuilla huomattavasti enemmän aikaa, ja tekivät kampanjan osalta keskeisiä toimia.

Tunnusluvut kesän mainonnan osalta luovat uskoa tulevaan, nyt meillä on hyvin kerättyä dataa, jota voimme hyödyntää tulevassa markkinoinnissa. Projektia on huomattavasti helpompi johtaa tietä edellä, lisää FlowHousen toimitusjohtaja **Jouni Kärkkäinen**.

Kesän 2020 tulosten perusteella Himos-Jämsän seudulla matkailijoita kiinnostaa erityisesti mökkeily, luontoreitit, tekeminen kesällä, luontonähtävyydet ja pyöräily.

"Oli pelättävissä, että kesäkuukaudet jäisivät kevään tavoin kaupallisesti heikoiksi. Kesästä muodostui kuitenkin todella hyvä. Kotimaisia matkailijoita oli runsaasti liikkeellä, ihmiset olivat positiivisella mielellä ja kauppa kävi mukavasti. Heinäkuu oli vahvin kuukausi, mutta kyllä koko kesälle voidaan antaa kiitettävä arvosana. Uskon, että Himos-Jämsä-hankkeessa tehty markkinointityö auttoi osaltaan onnistumisessamme. Vaikeista ajoista huolimatta, ja varsinkin niiden myötä, markkinointityötä on edelleen syytä jatkaa aktiivisesti. Haluan kiittää jo tässä vaiheessa kaikkia hankkeessa mukana olevia", summaa **Markku Vehkala**, Vehkala Jeans Dealerin yrittäjä.

TAPAHTUMIEN TILALLE ERILAISIA AKTIVITEETTEJA

Himos-Jämsän seudulta löytyivät kesän aikana myös uniikit aktiviteetit ja lisää vauhtia lämpöisiin päiviin.

"Kyllä rallikyydityksiä ja polttareita on tänä kesänä ollut moninkertainen määrä normaaliin verrattuna ja uskon sen pitkälti johtuvan tästä mainonnasta", Patalahdella toimivan Simulaattorimaailman yrittäjä **Marko Tuominen** kertoo.

Tiedote Himos-Jämsä 18.9.2020
Julkaisuvapaa: heti

HimosLomien kautta kesällä mökkejä vuokrasivat golffarit ja perheet – sellaiset, jotka eivät aiemmin ole kesäkautena juuri Himoksella käyneet. Mökkien vuokrataso oli normaalia edullisempi, mikä osaltaan loi lisää kysyntää ja kannusti asiakkaita varaamaan.

"Himos sai alueena paljon kiitosta ja ihastelua, niin palvelujen, kuin kauniin luontonsakin ansiosta. Patikointipolut, erilaiset polkupyörät ja reitit, kajakit, sup-laudat ja aktiviteettivälineet olivat runsaalla käytöllä koko kesän. Himos Golfilla kävi ennätysmäärä pelaajia kesän aikana, ja pelikausi jatkuu edelleen pitkälle syksyyn. Nyt myös pelaajista yllättävän moni majoittui. Kesä toi myös pieniä ryhmiä ja kaveriporukoita viettämään mökkiviikonloppua ja pitämään hauskaa.

Toivomme, että osa näistä asiakkaista palaa tulevinakin kesinä Jämsään ja Himokselle. Palaute oli niin kiitollista, että uskomme näin käyvän. Lasten liikennepuisto ja Maauimalan liikuntapuiston aktiviteetit sekä keskustan kaupat saivat paljon kiitosta – ihanaa kun yhdessä voimme luoda lomakokemuksia asiakkaille", HimosLomien toimitusjohtaja **Tiina Mäntyharju** iloitsee.

"Markkinoinnin tunnusluvut ja näkyvyys on ollut mahtavaa! Hankkeen yritykset ovat olleet aktiivisia ja yhteistyössä on tehty päätökset – näin on saatu paras mahdollinen tulos." FlowHousen ja Jämsekin tekemä taustatyö on ollut erinomaista, markkinointi meni tänä kesänä täysin maaliin", Mäntyharju jatkaa.



Taustaa:

Kehittämisyhtiö Jämsek Oy valmisteli ja haki rahoituksen vuonna 2019 Himos-Jämsän alueen matkailun edistämiseksi käynnistyneille hankkeille: SOTU-somella tulosta ja #himosjämsä.

Yhteensä 22 matkailu- ja palvelualan yrittäjästä koostuva kokonaisuus on tehnyt kehitystyötä Himos-Jämsän seudun esiintuomiseksi monipuolisena matkailukohteena ja aktiviteettien keskuksena. Hanketta koordinoi Jämsek Oy yhdessä jyväskyläläisen markkinointikumppanin FlowHouse Oy:n kanssa.

Lisätietoja:

Ulla Haggrén, Jämsek Oy

ulla.haggren@jamsek.fi

Jouni Kärkkäinen, FlowHouse Oy

jouni.karkkainen@flowhouse.fi

Kuvien tiedustelut:

Salla Laajavaara, FlowHouse Oy

salla.laajavaara@flowhouse.fi