

Matkailun Action plan

2014-2020

Loviisa- Pieni kaupunki, suuria elämyksiä

Lovisa - Liten stad, stora upplevelser

Loviisa - Small town, great experiences



Loviisan Matkailun Yhteinen suunnitelma

Toteuttajia ja vaikuttajia

1. Yrittäjät
2. Järjestöt & yhdistykset
3. Yhteistyökumppanit (mm. media, lähikaupungit, maakunnalliset matkailutoimijat, Posintra Oy, alue- ja valtakunnalliset matkailuhankkeet)
4. Matkailutoimisto & kaupunki
5. Loviisalainen

Trendit ja megatrendit

Elämyshakuisuus, yksilöllisyys, turvallisuus, kiireettömyys, mindfulness, kestävä kehitys, Globaali vauraus, monikulttuurisuus, esteet vähenevät, tekninen kehitys, Aasian talouskasvu

Suomen matkailunostot

Nostot: Hyvinvointimatkailu, hiljaisuus, hoidot, helppotasoinen luonnossa liikkuminen, monipuoliset kulttuurielämykset, suomalainen elämäntapa ja kulttuuriperinne, kiertomatkat, Suomalainen paikallinen ruoka, vastuullisuus, kestävä kehitys. Tärkeä painopiste ulkomaiset matkailijat, erityisesti venäläiset. Modernit Humanistit tärkeä kohderyhmä.

Itä –Uusimaa nostot matkailussa 2007-2013

Toimenpidenostoina alueorganisaatiotoiminta ja yhteistyö, innovatiivinen tuotteistaminen, markkinointi ja matkailun edistäminen, tutkimus koulutus ja laatu, saavutettavuus ja matkailun infrastruktuuri, saaristo-ohjelma.

Loviisan kaupunki

Strategiset painopisteet: palvelu, osallisuus ja hyvinvointi, kaupungin vetovoimaisuus, yhteistyö ja johtamisjärjestelmät, kustannustehokas talous ja tehostus. Elinkeinosuunnitelma matkailun osalta.

Vetovoimatekijät yhteen: seudullinen matkailun master plan, saatavuus ja saavutettavuus, yhden luukun periaate, matkailu ja oheispalveluiden tuotteistaminen ja paketointi, toimijoiden verkottaminen, lapsiperheiden matkailukohteen kehittäminen, veneväylien kunnostaminen

Markkinointi ja näkyvyys: Seudun matkailullinen brändäys + vetovoimatekijöiden hyödynnys, opasteiden ja kylttien parantaminen monikieliseksi, Green Highway E18 moottoritien hyödyntäminen matkailuliiketoiminnassa. Matkailuyhtiö tai kehittämissyhtiön kautta tehtävä matkailun kehittämistoiminta. Tarkoituksena olla koordinoiva ja verkoittava taho, selvittää tarpeet ja rooli.

Loviisan Matkailun Kehittämisen nostot

Brändikuva: Culture, Slow and Love, Arvot: lähellä ihmistä, luova loviisalainen, yhteistyö
Läpivientivaiheet: 1. Matkailijan kulutuksen ja viipymän lisäys 2. markkinointi 3. Kauden laajennus

Kohderyhmiä

MoHu eli Moderni humanisti on tunnistettu laajojen matkailututkimusten (MEK) tuloksena tärkeäksi matkailijakohderyhmäksi. MoHu haluaa matkustaa aitoon ja elämykselliseen paikkaan ja hän pitää niin kulttuurista kuin pienen kaupungin tunnelmasta. MoHu haluaa pitää huolta itsestään ja arvostaa Slow Life - ja Slow Food - ajattelua ja haluaa ympärilleen kauneutta ja stressittömyyttä kiireisen elämän vastapainoksi.

Tyypillinen (61% yöpyvistä) matkailija Loviisassa on **suomalainen**. Loviisaan hän on tullut pääkaupunkiseudulta ja lähiseudulta tai muualta Suomesta.

Ulkomaalaisia matkailijoita on 39% yöpyvistä. Yhä useammin kotoisin **Venäjältä** ja Pietarista. Venäläisten matkailijoiden määrä on noussut 27% edellisvuoteen.

Vapaa-ajanmatkailijat: Perhematkailijat, pariskunnat, seniorit, harrastematkailijat (taide, kulttuuri, historia, liikunta, veneilijät) tapahtumamatkailijat, koululaisryhmät

Liikematkustajat: työmatkalaiset, kokousryhmät, yritysten Tyky-ryhmät, kannuste- ja incentive -ryhmät, liitot ja järjestöt



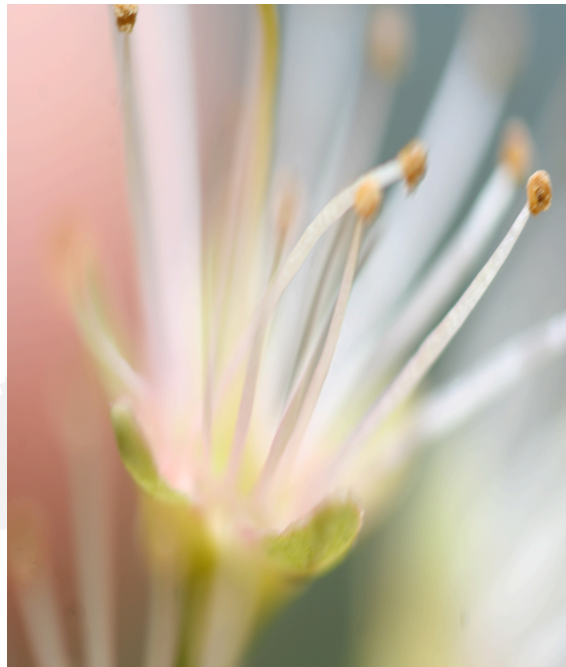
Loviisan Matkailun Brändiviesti ja Loviisalaisten Arvot

Pieni Kaupunki Suuria Elämyksiä

Culture City



Slow City



Love City



Culture City Loviisa

Kulttuuria, elämyksiä, tapahtumia, taidetta, käsityöläisyyttä



Culture City Loviisa

Kulttuuria, elämyksiä, tapahtumia, taidetta, käsityöläisyyttä



Loviisan kulttuuritarjonta on aktiivista, persoonallista ja elämyksellistä. Loviisassa matkailija kohtaa kulttuurintekijän ja nauttii kokemuksesta.

- Historia, vanhan kaupungin ja Ruukkialueen tunnelma, Svartholma
- Persoonallisia tapahtumia mm. Loviisan Wanhat Talot ja Loviisan Muinaismarkkinat
- Käsityöläisiä, taidetta, gallerioita
- Ostoksia, käsitöitä, pajoja

Toimenpiteitä:

- Vahvistetaan elämyksellisyyttä
- Tuotteistetaan elämyksellisiä palvelupaketteja: pieniä tapahtumia, näyttelyitä, kursseja ja pajoja
- Houkutellaan lisää taiteilijoita ja käsityöläisiä alueelle kesäksi ja ympärivuotisesti
- Reititykset rannasta kaupunkiin ja kohteiden välille
- Lasten palveluiden ja taide-elämysten vahvistaminen
- Tapahtumia myös kauden reunamille ja talveen

Slow City Loviisa

Stressivapaus, luonto, rentoutuminen, slow food



Slow City Loviisa

Stressivapaus, luonto, rentoutuminen, slow food



Matkailussakin Mindfulness -ajattelu rauhallisesta läsnäolosta nostaa voimaansa ja matkailija haluaa matkailla paikassa, joka on hyvää mielelle, sielulle ja aisteille. Maailma on stressaava ja matkailija haluaa rauhoittua, kohdata jotain aitoa sekä saada hyvinvointia vahvistavia elämyksiä.

Loviisan kaupunki viehättävänä ja idyllisenä ympäristönä sopii teemaan. Ympäröivä luonto, meri, kauniit maisemat, luontoaktiviteetit tukevat sitä. Loviisassa on myös hyvinvointiin ja stressittömyyteen liittyviä palveluita ja kohteita, hoitoja, luontoreittejä, slowfoodia, luomu- ja lähiruokaa.

Toimenpiteitä:

- Slowness - tuotteistuksen vahvistus, päivä – ja yöpymispakettimahdollisuuksia esille markkinoinnillisesti
- Markkinoinnillinen yhteistyö ja palvelukumppanuus erilaisten toimijoiden kesken vahvemiksi
- Slow food-, lähiruokateemojen vahvistaminen toteutetun Lähiruokaprojektin pohjalta
- Citta Slow –kaupunkien verkostoon liittyminen (hanketta aloiteltu, mutta jäänyt kesken)

Love City Loviisa

Romantiikka, rakkaus, ystävyys, häät



Love City Loviisa

Romantiikka, rakkaus, ystävyys, häät



Loviisassa on aikaisemmin nostettu esille hääteema. Loviisa idyllisenä ruusukaupunkina on ihana paikka järjestää häät tai juhlat. Teemaa voidaan laajentaa ja vahvistaa rakkaus-, romantiikka- ja ystävyysteemoilla.

Loviisa on mitä ihanin paikka tulla romanttiselle viikonloppumatkalle, tuoda lähiseudulta puoliso syömään. Rakkausteemaa voidaan myös laajentaa universaalimmaksi mielikuvaksi kuten ystävämatkat, suvaitsevaisuus-, rauha- ja gay-friendly -teemat.

Toimenpiteitä:

- Love City- teeman vahvistus markkinoinnissa
- Romanttisia huoneita (mm. hääsviitit) lisää
- Romanttisen reitin suunnittelu, Porvoon kanssa yhteistyö
- Kahvilat ja ruoka on tärkeitä: Love Menu, Romantic Menu
- Senioripariskunnille tuotteistuksia
- Ruusuhäiden 5.7.14 tuominen näkyväksi (tv, kymppi uutisten kevennys, lehdet, Häälehti, video tms.)

Pieni Kaupunki, Suuria Elämyksiä

Loviisalaisten Arvot

Lähellä ihmistä
Luova Loviisalainen
Yhteistyö

Loviisalainen

Lähellä ihmistä

Jokainen kohtaaminen on tärkeä matkailijalle, ihminen tekee elämyksellisyyden.
Loviisalainen on suvaitsevainen, erilaisuutta arvostetaan ja kunnioitetaan.
Kaupungille palveluhenkisyys ja ihmiskeskeisyys on tärkeitä.

Luova Loviisalainen

Visio elämyksellisestä kaupungista asettaa haasteita luovuudelle ja ideoille kaupunkimme elämyksellistämiseksi. Loviisalainen on aktiivinen keksimään ideoita.

Yhteistyö

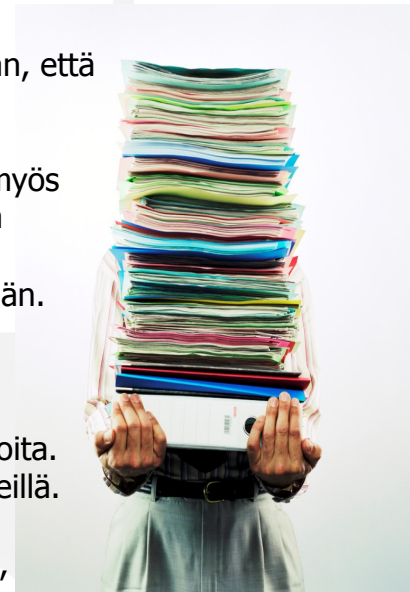
Mitä enemmän vahvistamme yhteistyötä ja yhteisen hyvän näkemistä, sen enemmän saamme yhteisiä onnistumisia. Hyvästä Loviisasta matkailukaupunkina hyötyy kaikki.
Tarvitaan vahvempia matkailullisia kumppanuusverkostoja ja palvelupaketteja sekä kuntarajat ylittävää yhteistyötä.

Läpivientitaidon vahvistus

Erilaisia kehitystyön raportteja, strategioita, hankkeita, opinnäytetöitä ja yrittäjien työkaluja on toteutettu ja luotu paljon. Tyypillistä on, että monet toteutetut yhteistyöhankkeet ovat irrallisia toisistaan eikä niillä ole riittävän vahvaa keskinäistä linkittävää teemaa. Osin tehdään päällekkäistä työtä. Kaupungin strategiassa on monia yhtäaikaista kehittämisen painopisteitä. Toteutus on suunnittelupainotteista eikä läpivientikykyyn riitä voimia.

Jatkossa

- Matkailun Action Planin kokonaisuus, sen toimeenpano ja läpivienti on oltava jonkun vastuulla (Matkailusihteeri / kehitysjohtaja/ Posintra/ ulkopuolinen projektinohjaaja, tms.) Näin varmistetaan, että suunnitelman läpivienti on systemaattista.
- Ehdotamme, että päävastuu läpiviennistä on kaupungilla (matkailutoimisto), Posintran kautta suositellaan haettavaksi hankerahoitusta läpiviennin tukemiseen. Läpiviennille voidaan rakentaa myös pieni läpivienti ryhmä (mm. matkailutoimisto, yrittäjät edustus ja Posintra) Ulkopuolinen fasilitoija helpottaisi läpiviennin onnistumista.
- Paino läpiviennille. Nykyistä informaatiota, suunnitelmia ja tutkimuksia voidaan hyödyntää pitkään.
- Mieluummin vähemmän ja vahvasti kuin paljon ja pinnallisesti.
- Kytetään läpivienti ja jokainen kehitysprojekti vahvemmin kokonaisuuteen.
- Vahvistetaan kaupungin strategisten teemojen ja muutoksen toimeenpanokykyä.
- Kokeillaan nopeasti asioita, korjataan lennossa, ei pelätä epäonnistumisia eikä ylisuunnitella asioita.
- Sovitaan aina tarkasti kuka vastaa (henkilö ei organisaatio), millä aikataululla ja millä toimenpiteillä. Vastuut sovitaan palaverissa.
- Läpiviennissä jokaisen panos yhtä tärkeä, mutta roolit vaihtelevat. (päättäjät, kaupunki, yrittäjä, loviisalainen, yhdistykset, yhteistyökumppanit)



Idea- & toteutusmallin vaiheistus:

1. Ideointi, 2. valinta, 3. jatkojalostus ja laajennus, 4. vastuutus, toteutus ja seuranta.

Toteutuksen vaiheistus

Yhteistyö

Vaihe 1. Matkailijan kulutuksen ja viipymän vahvistus

Laajennetaan tapahtumien hyödyntämistä (lisää myytävää ja viipymää, alueen levitystä) Tuotteistetaan elämyksellisiä paketteja ja reittejä. Opitaan myymään matkailijalle lisää sekä vinkataan toisia toimijoita.

1. Elämyksellisyyden vahvistus
2. Tuotteistetut palvelupaketit, reitit
3. Vinkkaus ja lisämyynti

Vaihe 2. Potentiaaliset matkailijat -markkinointi

On myös matkailijoita, jotka arvostaisivat Loviisaa, mutta eivät vielä tiedä meistä. Miten varmistamme, että elämyksellinen viestimme tavoittaa heidät. Loviisan Tarinallisuuden vahvistus. Sosiaalisen median hyödyntäminen. Alueellinen yhteistyö.

1. Sosiaalinen media + tarina
2. Markkinointiyhteistyö
3. Myynnillinen infopiste

Vaihe 3. Kauden pidennys

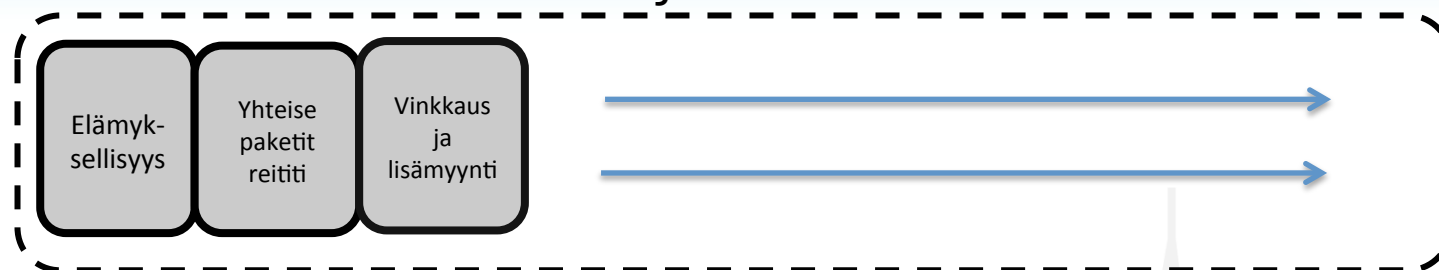
Kokousmatkailun lisääminen parhaita keinoja lisätä ympärivuotisuutta. Palveluiden avaaminen ajoissa ja pidentäminen keväällä ja syksyllä. Venäläinen joulu jatkaa talvikautta.

1. Venäläiset matkailijat
2. Kokousmatkailijat
3. Kauden pidennys

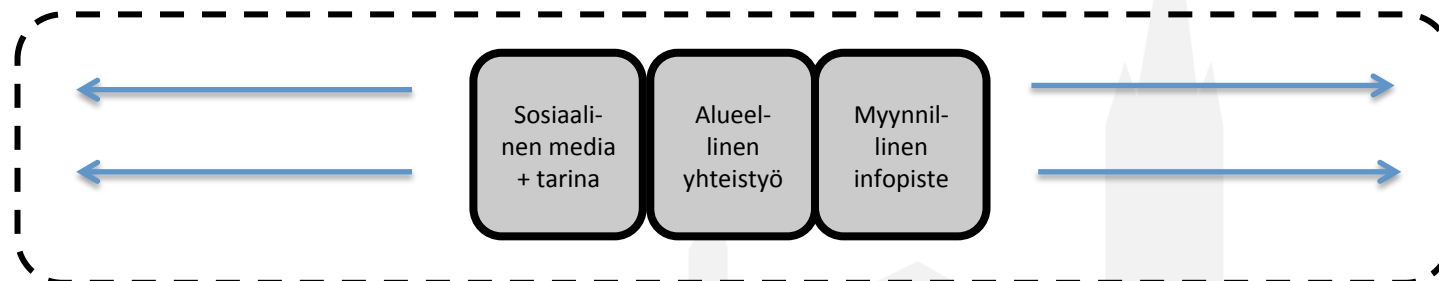
Läpivientisuunnitelma

Vaiheittain ja limittäin

Elämys,
kulutus ja
viipymä



Markkinointi



Kauden
laajennus
Venäläiset



AIKAJÄNNE

2014-2015

2016-2017

2018-2020



Ensimmäinen Läpiviennin vaihe

Elämyksellisyys, yhteistyö, lisämyynti

Loviisalaiset aktivoidaan Matkailun Suurlähettiläiksi

Aktivoidaan kaupunkilaisia oman kaupunkinsa Matkailun Suurlähettilääksi lehdistön ja sosiaalisen median avulla. Lehdissä artikkeli yhteisestä visiosta ja arvoista sekä siitä mitä kukin voi tehdä matkailun hyväksi. Lisäksi paikallislehtiin sekä Pikkukaupunkilehteen työnhaku Matkailun suurlähettilääksi. Mahdollisesti lanseeraus & viestintä jossakin Loviisalaisessa tapahtumassa.

Tavoite kaikki Loviisalaiset

- Saada jokainen ymmärtämään oma merkityksensä Loviisan matkailun kehittämisessä ja ymmärtämään, että suurimmat elämykset tulevat ihmisten kohtaamisista.
- Ollaan ylpeitä Loviisasta ja kerrotaan Loviisasta kaverille, sosiaalisen median hyödyntäminen, palveluiden peukuttaminen, ehdottomalla matkailijalle lisäelämyksiä.
- Tavoitteena on aktivoida kaupunkilaisia alueen omien matkailupalveluiden ja -tapahtumien mm. kahviloiden, ravintoloiden ja gallerioiden käyttöön

Erityssuurlähettiläsryhmä

- Muodostetaan oppaiden kouluttama ryhmä näkyväksi SUURLÄHETILÄIKSI, joilla rintapielessä Ask me / Fråga mig/ Kysy minulta - rintamerkki ja jotka ovat toreilla ja tapahtumissa neuvomassa ja auttamassa matkailijoita.

Elämyksellinen Matkailukokemus

Yrittäjien aktivointi elämyksellisyyden vahvistamiseen
AloitUS: heti

Kisa: jokainen matkailutoimija tarinallistaa, tuotteistaa, viilaa, tuunaa ja rakentaa palvelunsa detaljeja elämyksellisemmäksi, kertoo toiminnastaan tarinan Loviisalaisesta elämyksestä raadille. Parhaat kehittäjät palkitaan ja mm. lehdistössä esille. Näin saadaan Loviisalaiset tietoisiksi palveluista sekä motivoitetaan käyttämään ja markkinoimaan palveluita. Kisan kesto on huhtikuusta syyskuulle.

1. Kisa käyntiin ja tiedoksi. (sähköposti, yhteistyöfoorumit, lehdet)
2. Raati (toimittaja + muu valittu raati)
3. Lehti ja toimittaja, joka innostuu teemasta, suomen- ja ruotsinkielisyys
4. Aktiivisia palveluita ja tuotteistuksia ja elämyksellisyyttä kehittäviä yrittäjiä
5. Palkitaan kuukauden luova idea, yhteistapaamisissa (kuohuviini ja kunnia)
6. Kehittynein, elämyksellisyyttä parhaiten nostanut yritys palkitaan vuoden lopussa Matkailun Gaalaillassa.

Yrittäjät Yhdessä

Sujuva yhteistyö on pikkukaupungin voimavara. Kuppikuntien ja yksinyrittämisen sijaan yhteistyötä ja kiinnostus kollegoiden mukaan ottamiseen tuotteistuksiin ja palveluketjuihin.

- Sovitun organisaattorin koordinoimat **säännölliset yhteistapaamiset** kiertäen eri matkailuyrittäjien tiloissa kuukausittain. Sisältönä isäntäyrityksen lyhyt esittely, matkailusuunnitelman eteenpäin vieminen, ajankohtaiset aiheet ja keskeiset projektit. Tapaamisissa saadaan kokonaisvaltainen ote matkailun kehittämiseen, saadaan organisoitua yhteistyötavat ja -ryhmät, lähdetään rakentamaan poikkitieteellisiä tuotteistettuja palvelupaketteja ja reittejä. Lähtölaukaus kaupungin toimesta huhtikuussa.
- Matkailutoimijoille kaupungin toimesta keskinäisen **yhteistyön, lisämyynnin ja ristiinmyynnin valmennusta** sisältäviä tapaamisia (viisi aamiaistapaamista). Ohjelma alkaa keskinäisen yhteistyön ja pakettien rakentamisella ja jatkuu lisämyynnin sekä keskinäisen myynnin vahvistamisella.

Peti ja Puuro – B&B -majoituskonsepti

Majoituskapasiteetista on pulaa erityisesti suurten tapahtumien yhteydessä. Kasvavaan yöpymistoiveeseen suositellaan panostettavaksi lyhyellä jännteellä toteutettavia pieniä ja yksilöllisiä B&B-paikkoja.

1. Toteutus Pop Up- mallilla: aktivoidaan Loviisalaisia kokeilemaan Peti&Puuro toimintaa. Innostuneista osa saada pysyviksi kesäyrittäjiksi.
2. Luodaan Peti&Puuro –sivut VisitLoviisa.fi-sivuille, josta matkailija löytää kaikki B&B -paikat. Helpot ohjeet ladata ja päivittää tietoja. Varaus ja jakelukanavat selvitetään.
3. Uusille yrittäjille toiminnan aloituspaketti, joka auttaa mm. hinnoittelussa ja toiminnan aloittamisessa.

Matkailureitistöt

- Vanhojen ja olemassa olevien reitistöjen uusiokäyttö ja tuunaus vastaamaan tämän päivän tarjontaa
- Houkutteleva pääreitti venerannasta kaupunkiin (sekä kaupungista venerantaan)
- Culture-, Art-, Slow- ja Love –reitistöt (Rakastavaisten reitti)
- Lasten polku, Nuorten raitti, Shoppailu & artesaani, Historiareitit (SuomiRuotsi ja autonomia)
- Hyödynnetään näihin erikoistuneita yhdistyksiä tai ryhmiä esim. Oppaat, taideyhdistykset, harrasteseurat, koululaiset ja nuoret.
- Hyvinvointi- ja Vanhan Kylpyläkaupungin reitit
- Vaellus (pyörä, kanootti, kävely) tuotteistetaan OutdoorFinland –mobiilireiteiksi
- Lisäksi aktiiviset aluekehitystyöryhmät, mm. Ruukki ja ostoskadut

Elämyksellinen shoppailu

- Matkailullisia ostosmahdollisuuksia vahvistetaan. Pieniä ja idyllisiä ostosreittejä, shoppailukokemuksia, taidetta, käsityötä, artesaanituotteita, kukkia, vanhaa tavaraa sekä pientä helppoa ostettavaa matkamuistoiksi, Anneli & Onneli -elokuvan hyödyntäminen.
- Ruokamatkailija kiinnostunut lähiruusta. Paikallisten tuotteiden osto suoraan tuottajilta toreilla ja matkailukohteissa
- Yhtenäistetään ja parannetaan matkailijan näkökulmasta matkailukohteiden ja kauppapaikkojen aukioloaikoja. Kauppojen ja torin aukioloajat 10-16 lauantaisin. Kesälle iltatoreja ja talvelle sunnuntaitoreja tarpeen mukaan.
- Suurkirpputorin ja Disa's fish matkailijavirta hyödynnettävä vahvemmin.
- Matkailullisesti toimiva Kävelykatu ja houkutellaan matkailukohteisiin esim. Ruukin varastoon 2-3 Pop Up –kauppaa kesäksi.

Ruokamatkailun kehitystoimenpiteitä

- Culture-, Slow ja Love –hankkeissa tärkeinä toteuttajina ravintoloitsijat ja kahviloitsijat
- Kaikki halukkaat ravintola- ja kahvilatoimijat otetaan mukaan tapahtumiin joko olemassa olevilla tiloillaan tai tilapäisjärjestelyin. Ruokalistoilla tuetaan tapahtuman luonnetta ja haetaan lisämyyntiä.
- Kehitetään yhdessä ympärivuotisesti pienimuotoisempia tapahtumia ja ruokateemoja ja näihin tarinat. (esim. Uusiperunaviikot, Venäläinen Joulukuu, Pietarin kalansaalit – teemat museo & ruokailu, Artmenu)
- Aukioloaikojen suunnittelussa yhteistyötä. Sesonkina pidemmät aukioloajat.
- Toteutetaan hyvin LoviisaMenu ja lähiruokateemat.
- Kehitetään monimuotoista ja eri liikeideoin varustettua ravintola- ja kahvilatarjontaa.
- Olemassa olevien työkalujen hyödyntäminen. Osallistuminen esim. Matkailun Laatutunni –koulutuksiin. Tilataan yrittäjille matkailullisen ruokatuotteen kehittämiseen 2013 ilmestynyt HaagaHelian ja MMM:n julkaisema Evästä Matkailuun.
- Kaikki mukaan www.VisitLoviisa.fi -sivuille ja omat kotisivut ajantasalle, selvitettävä Bookatable.fi -portaali.

Lasten ja perheiden palvelut

- Persoonalliset lapsille soveltuvat tapahtumat (mm. Taide- & elämyspainotteisia)
- Ideapajat lasten ja nuorisoreittien kehittämiseksi mukana koulut, lapsijärjestöt, urheiluseurat, harrastuskerhot
- Ruokalistat lapsille, aina lapsinäkökulma matkailukohteisiin (mm. lapsinurkat, aktiiviteetit)
- Anneli ja Onneli -elokuvan hyödyntäminen, Anneli ja Onneli –puisto, elokuvateatteriyhteistyö, reitit,

Toinen läpiviennin vaihe

Markkinoinnin vahvistus



Markkinoinnin vahvistus

Osa tehdään heti. Vahvistus teemakaudella

Päävastuu matkailumarkkinoinnista yrittäjillä mutta kaupunki edistää toiminnallaan Loviisan matkailua ja alueellista yhteistoimintaa. Suositus yrittäjille on korvamerkitä osa tuotoista markkinointiin.

Sosiaalinen media

- FaceBook-, Twitter –sivuilla elämyksellinen brändikuvan mukainen viesti.
- Aktiivinen viestiminen SoMen kautta (matkailutoimisto viestii Loviisa-tasolla, jokainen yrittäjä myös aktiivinen)
- Yrittäjien sometaitojen kehittäminen ja koulutusten tarjoaminen.
- Sähköisen yhteisen markkinoinnin pelisäännöt. Miten toimitaan, millaiset kuvat, miten muutokset ja päivitykset toteutetaan.
- Toteutetaan matkailun valokuvakisoja; instagram –kuvat, youtube –videot viehättävästä Loviisasta tuovat nettisivunäkyvyyttä.
- Avoimet Wifi-palvelut mahdollistavat välittömästi matkailijan palvelutapahtuman kommentoinnit ja suosittelut.
- Kaupunkilaisten aktivointi SoMe - suosittelijoiksi.

Media /alue- ja paikallislehdet - Loviisan tarinallistaminen

- Lehdistölle kiinnostavaa kirjoitettavaa ja elämyksellisiä tarinoita. Tiivis yhteistyö, tieto tapahtumista jo etukäteen. Loviisan tarinan ja yhteistyön viestiminen myös muiden kaupunkien lehdistölle. Kun Loviisan tarinat ovat riittävän vetovoimaisia erityislaatuista luo se kiinnostusta kirjoittaa siitä niin Suomessa kuin ulkomaillakin. Kontaktoidaan matkailutoimittajia ja bloggaajia yhdessä Porvoon kanssa.

Yhteistyö kuntarajojen ulkopuolelle

- Matkailutoimistolla kokonaisnäkemys alueen hankkeista. Osa matkailubudjetista yhteistyöhön. Vahva yhteistyö lähialueen kuntien ja oman kunnan ulkopuolella olevien matkailu- ja kulttuuritoimijoiden kanssa. Yhteistyö Itä-Uusimaa, Porvoon ja Länsi-Kymen Kulttuurireitit. Ollaan kiinnostuneita Suomen, Etelä-Suomen ja Uudenmaan sähköisistä matkailuhankkeista (Tounet, Sähköinen kauppapaikka, yhteinen matkailuneuvonta)

Yhteisiä markkinointisatsauksia ja jakelutieyhteistyö

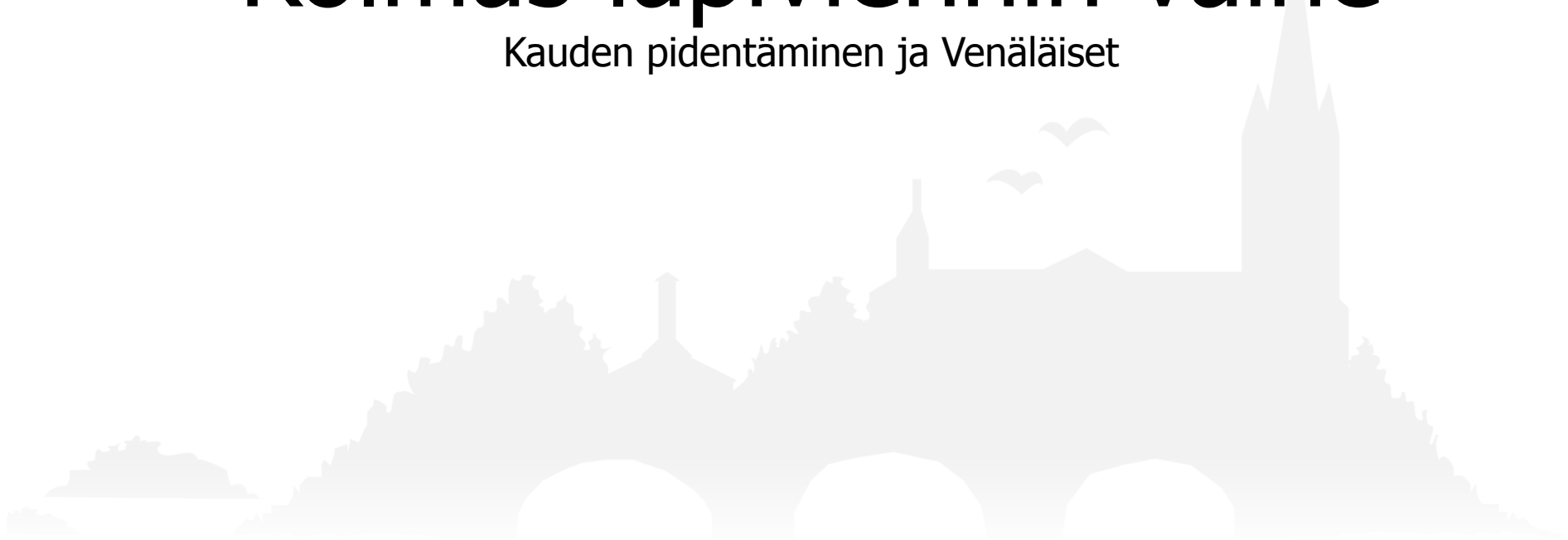
- Myydään ja markkinoidaan yhteistyössä kohdetta ja palvelupaketteja. Valitaan yhdessä jakelutiekumppanit.

Yksi ja yhteinen myynnillinen Loviisan Matkailuluukku

- Pohdintaan matkailun infopisteen rooli ja rakentaa **myynnillisempi ratkaisumalli**. Matkailija haluaa saada haluamansa tiedot ja ostaa palveluita yhdestä pisteestä. Yksi ehdotusmalli yrittäjäenemmistöinen osakeyhtiö tai alueellinen yhteistyöyrittäjä, joka myös myy. Idearyhmä pohtimaan ratkaisua, joka markkinoi sekä vahvistaa myynnillisyyttä.

Kolmas läpiviennin vaihe

Kauden pidentäminen ja Venäläiset



Venäläiset

Jatkuvaa kehittämistä & teemavuosi

- **Päivystävä tulkki** puhelimen ja netin äärelle. Rakennetaan venäjää puhuvista Loviisalaisista ringi, jossa palvelun käyttäjät rahoittaisivat toiminnan esimerkiksi maksullisen puhelimen kautta. Yhdistetään myös muuta matkailuinformaation jakamista.
- Venäjän **kielen osaamisen lisääminen**. Yrittäjille halukkaille venäjänkielen kursseja omalla kustannuksella. Rekrytoinnissa huomio kieliosaamiseen.
- **Palvelukuvaukset venäjäksi**.
- **Detaljien kehittäminen**: sopivat matkamuistot, venäjänkielistä kirjallisuutta lainattavaksi hotelleihin ja matkailukohteisiin.
- **Hyödynnetään talvikausi ja venäläinen joulu**
- **Tietoa Venäjän markkinoista ja venäläisten tavoista**. Tarjolla oleviin koulutuksiin osallistuminen, joista matkailutoimisto tiedottaa aamiaiskokouksissa (Posintra, HaagaHelia, Arcada). Kaupunki /matkailutoimisto voi toimia aloitteellisena järjestäjänä. Infopaketti venäläisestä kulttuurista matkailutoimijoille, koulutuksia, luentoja, infoja, teemailtoja venäläisestä kulttuurista. Aktivoidaan syntyperäisiä venäläisiä ja alueen ryhmiä ja yhdistyksiä toimijaksi (mm. venäläisnaisten yhdistys, Suomi –Venäjä -Seura ym.) Lehdistön avulla tietoa ja vaikuttaminen asennemaailmaan. Järjestetään kaupunkilaisille ja matkailijoille Venäläiset iltamat. Tietoa kouluihin.
- **Venäjän markkinoinnin vahvistus**. Myynti- ja markkinointitoimenpiteet keskitetään **yhteistyössä** Etelä-Suomessa, Uudellamaalla tai Itä-Suomessa toimivien muiden toimijoiden ja/tai matkailunalueorganisaatioiden kanssa. Tuotetaan yhtenäinen materiaali Loviisasta matkailukohteena: ravintolakäynnille houkuttelu, rajalla laputus autoihin, valotaulut, huoltoasemat jne. Yrittäjien yhteisiä markkinointitoimenpiteitä ohikulkevan matkailija virran ohjaamiseksi Loviisaan. Venäjän SOME-koulutus, jotta yrittäjät voivat aktivoitua itse suoraan Venäjällä toimiviin hakukoneisiin ja sosiaaliseen mediaan. Yhteismainontaa usean yrittäjän kesken sekä yleismarkkinointia lähialueiden kanssa. Venäläisten kanssa toimivien hyödyntäminen ja matkailijavirran ohjaus myös Loviisaan, kuten Rönäs, Loviisan Suurkirpputori ja Disa´s Fish.

Kokouspalveluiden kehittäminen

- Kokous- ja työmatkailu on tärkeä ympärivuotinen tulonlähde. Kohderyhmänä yritykset, liitot ja järjestöt.
- 1. Kartoitus: Kartoitetaan nykyiset kokoustoimijat palvelut ja –tilat ja kartoitetaan tilojen ja palvelun sopivuus kokoustoimintaan
- 2. Tason kohotus: Kokouspalveluiden tuotteistaminen asiakaslähtöiseksi. Elämyksellisyyden ja aktiviteettien tuominen kokouspalvelupaketteihin. Kokoustoimijat verkostoituvat ja kehittävät yhteistyössä tarjoomaansa.
- 3. Markkinointi: Kaikki alueen kokouspalvelut VisitLoviisa –sivuille. Yhteisiä b2b- markkinointi- ja myyntitoimenpiteitä. Tarjousmateriaali houkuttelevaksi. Myös yhteistyö lähialueiden kanssa.

Sesongin pidentäminen

- Kesäsesongin ulkopuolelle, kesätapahtumien lisäksi, kehitetään pienimuotoisempia ja tuottoa hakevia tapahtumia. Rajallisten henkilöstöresurssien vuoksi tapahtumat pidettävä oikean kokoisina ja riittävän vetovoimaisina.
- Kasvava ruokamatkailu mahdollistaa ruokasesonkien hyödyntämisen ympärivuotisesti. Esim. riista, sadonkorjuu, Halloween, joulukuukalenteri, blinit, Venäläinen joulukuukalenteri, pääsiäinen, ystävänpäivä, naistenpäivä, LOVE, Culture & Art, Slow, uusiperuna ja muita lähiruokateemoja)
- Huhti-toukokuulle sekä syys-lokakuulle laajentumisen painopiste. Tunnistettava yhdessä myös ne ajankohdat, mihin aikaan EI kannata satsata panoksia.
- Ideointi ja koordinointi yrittäjien ja kaupungin yhteistyöryhmissä
- Idea- ja toteutusmallin vaiheistus: 1. Ideointi 2. valinta 3. jatkojalostus ja laajennus 4. vastuutus, toteutus ja seuranta.
- Ideapankki niistä ehdotuksista, joita ei vielä otettu työstöön.



Kaupunki ja matkailutoimisto



Loviisan kaupunki

- Kaupungilla ja kaupunginjohdolla keskeinen merkitys uuden matkailun brändiviestin, arvojen, yhteistyön viestijänä ja innostajana sekä läpiviennin varmistajana.

- Päätös **arvoehdotuksista ja niiden julkaisu myös kaupunkilaisille.**

- Kaupungin strategian **läpiviennin** vahvistus

- **Päätös Cittaslow** – hankkeen käynnistämisestä ja edistämisestä. Hanke on matkailullinen, mutta on luonteeltaan kaupungille kuten laatu- ja ympäristöjärjestelmän kehittämistä. Näin upotetaan kestävän kehityksen teemat kaupungin toiminnan ja matkailun kehittämiseen.

- Kaupunki edesauttaa sesonkien pidentämistä vuokraamiensa matkailutilojen **kunnossapidolla**, alueen **ympäristön ja siisteyden hoidolla** esim. Ruukki, Svartholma, reitit ja ranta tärkeitä. Veneväylien kunnostaminen. **Idyllinen valaistus** reiteille ja matkailukohteille.

- **Kyltitys-suunnitelman loppuunvienti- imua Loviisaan**

Satsaus ohikulkevan liikenteen ohjaamiseksi Loviisaan (houkutteleva kuvallinen mainos) taukopaikalle ennen Loviisaa, houkuttelevat kuvalliset mainokset ja matkailuyrittäjistä tietoja. Kaupungin sisäinen kyltitys, esim. julkisivuun istuvia vanhan ajan palvelukylttejä.

- **Svartholmassa** kuljetus- ja kahvila-asia kuntoon kauden pidentämiseksi.

- **Käyttämättömien tilojen tilanne:** keskusta, satama ja Ruukki

- Tilakartoitus (kaupungin omat + yksityisten omistajien)

- Kuntokartoitus ja kehitys- ja korjaussuunnitelma kaupungin omistamiin tiloihin ja alueisiin.

- Kaupungin sivuille markkinapaikka vuokrattavaksi tai myytäväksi

- Mahdollisesti hyödynnetään paikallista kiinteistövälittäjää markkinoinnissa

- Houkutellaan kesäksi myös uusia matkailu- taide- ja käsityöyrittäjiä tai nykyisiä avaamaan pop up- lisäkapasiteettia tapahtumien ajaksi ja myös pysyviksi toimijoiksi.

- **Aktiivinen ideapankki** (sähköinen väline, jonka avulla kerätään ideoita niin kaupunkilaisilta, kaupungin työntekijöiltä, yrittäjiltä, yhdistyksiltä). Ideat seulotaan ja tärkeimmät otetaan systemaattisesti työstöön.

Matkailutoimiston rooli

Matkailutoimistolla on keskeinen rooli matkailun kehittämisessä. Keskitytään alueen suurempien matkailukokoonaisuuksien koordinointiin ja luomaan erilaisia foorumeita ja työryhmiä, joissa kehitystä ideoidaan ja toteutetaan. Kaupungin matkailun markkinoinnin pitkäjänteinen suunnittelu. Ehdotamme yhtä lisäresurssia matkailutoimistoon läpiviennin kokonaiskoordinaattoriksi.

- Matkailutoimisto (tai muu sovittu vastuuhenkilö) **koordinoi matkailuyrittäjien avoimet, säännölliset ja yhteiset kokoukset** ja koordinoi muita yhteistoimintatapaamisia. Varsinainen toimeenpanovastuu yrittäjille.

Työkaluksi: Alueen matkailutoimijoista ja muista vaikuttajista ajantasalla oleva kattava **yhteystietotiedosto** (yritys, kontakti-henkilö, osoite, puhelinnumero, sähköposti, keskeiset palvelut. Kerran vuodessa ennen kesäsesonkia päivitys. Tiedosto toimii yrittäjille ja matkailun toimijoille informaationa, jota voidaan hyödyntää matkailun kehittämisen eteenpäin viennissä.

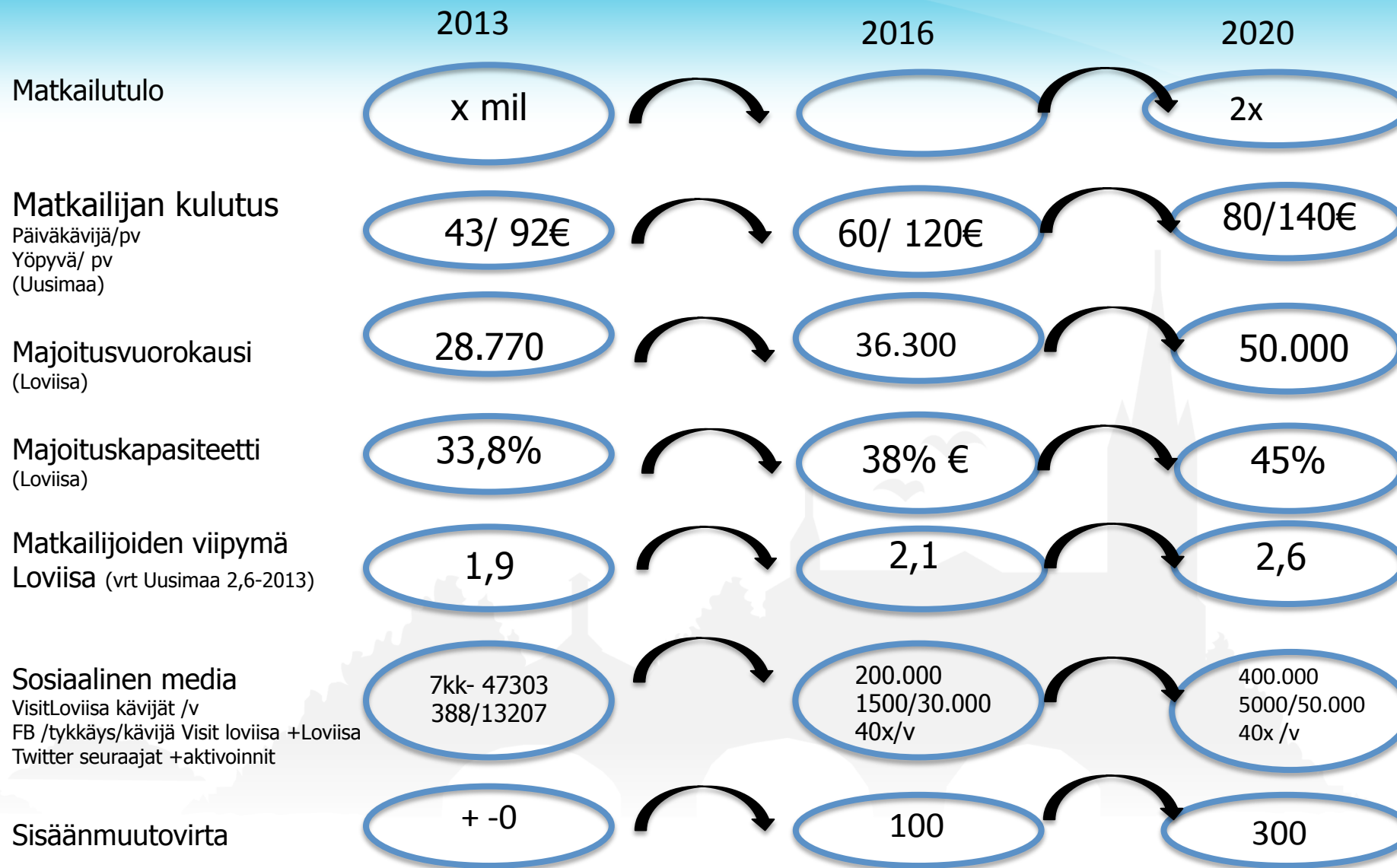
VisitLoviisa ja kaupungin nettisivut:

- Visit loviisa.fi -nettisivut ja Facebook & twitter- sivut vahvistettava Loviisan brändiviestin mukaiseksi
- Loviisan kaupungin nettisivujen aloitussivu vetovoimaisemmaksi.
- Kokousmatkailukohteet selkeämmin VisitLoviisa.fi-sivuille.
- Matkailutoimisto vastaa VisitLoviisa.fi -sivujen tarkasta kokonaiskuvasta ja ilmeestä viikoittaisilla läpikäynneillä. Yksityiskohtaiset tiedot yrittäjien omista kohteista jäävät yrityksille itselleen. Selvät pelisäännöt mukanaolosta, ulkoasusta, tekstin tuottamisesta ja kuvista. Linkitykset päivitetään ja haetaan näkyvyyden takaamiseksi uusia partnereita, ristiinlinkitykset esim. Porvoon nettisivuille ja OutdoorFinland sivuille. Sivuille uusi hakukoneoptimointi.

- Henkilöstöresurssien ja matkailun kehittämiseen suunnattujen rahojen käyttöä tulisi tehostaa ja suunnata enemmän **kokonaisvaltaiseen kehittämiseen ja läpivientiin**. Nykyiset työtehtävät tarkistetaan ja tarvittaessa osa ulkoistetaan. mm. matkailuesitettä ei jokainen kausi kannata suunnitella visuaalisesti uudelleen. Kun toimiva perusilme ja visuaalisuus on löydetty, vain päivitykset tiedoista ja päivämääristä uusiin versioihin. Ruukin matkailupisteen toiminta voidaan siirtää jollekin alueen yrittäjälle.

- Aktiivisesti mukana EU hankkeissa lähialueiden kanssa.

Mittarit



Tulevaisuuden skenaariot

- Miten tässä voi käydä?

Onnistuminen

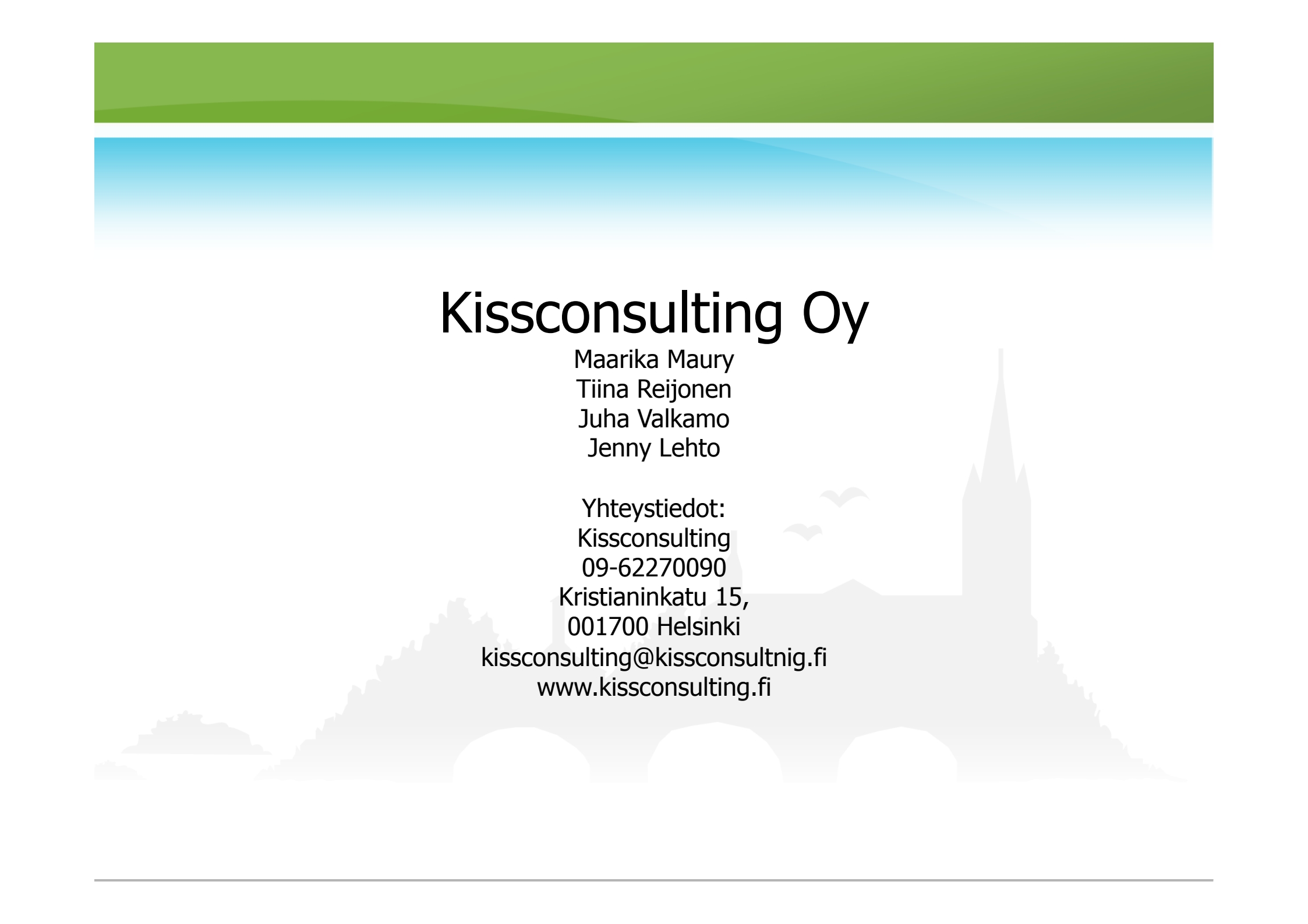
Lähdetään nopeasti viemään yhteistä Tarinaa todeksi, systemaattisesti yhteistyöllä. Kokeillaan ja epäonnistutaankin välillä, mutta saadaan aikaiseksi halutut tulokset. Onnistuminen lisää myös kaupungin vetovoimaa asukkaiden näkökulmasta, sekä parantaa kaupungin asukkaiden palveluita.

Epäonnistuminen

Pidetään suunnitelmaa epärealistisena utopiana. Ei tehdä asioille mitään tai tehdään vain vähän. Toiminta kehittyy hitaasti, pysyy samanlaisena kehittyä tai pahemmassa tapauksessa taantuu.

Yhdessä





Kissconsulting Oy

Maarika Maury
Tiina Reijonen
Juha Valkamo
Jenny Lehto

Yhteystiedot:
Kissconsulting
09-62270090
Kristianinkatu 15,
001700 Helsinki
kissconsulting@kissconsulting.fi
www.kissconsulting.fi