



Matkailukesä 2022 tehdään nyt. Yhdessä. Olethan mukana?



MATKAILLA
SUOMESSA

Suoma

© Drama Queen



Takana on kaikkien aikojen kotimaanmatkailukesä 2021.

100 SYYTÄ MATKAILLA SUOMESSA on kotimaanmatkailun kärkibrändi.

Kampanjan viestit tavoittivat yli puoli miljoonaa suomalaista verkkosivustolla, lähes 2 miljoonaa suomalaista somessa ja kaiketi loputkin yli 100 mediaosumalla.

KOTIMAANMATKAILUN SUOMEN ENNÄTYS!

Kotimaisia yöpymisiä tilastoitiin ennätykselliset 6,6 miljoonaa kesä–elokuussa 2021.

Monikanavainen mainonta tavoitti laajasti

Mainonnan yhteenveto vuoden 2021 kampanjasta



SOME

23 miljoonaa
mainosnäyttöä

1,9 miljoonaa
tavoitettua ihmistä



DISPLAY

3,2 miljoonaa
mainosnäyttöä

1,1 miljoonaa
tavoitettua ihmistä



ONLINE-
VIDEO

4,3 miljoonaa
mainosnäyttöä

1 miljoona
tavoitettua ihmistä



HAKUKONE-
MAINONTA

1,2 miljoonaa
mainosnäyttöä

110 000 siirtymistä
sivustolle

Kampanjan mainonnassa oli vahva **painotus digitaalisissa kanavissa**, joissa kohderyhmää tavoitettiin todella laajasti.

Mainonnan päätavoitteena oli **liikenteen ohjaaminen** sivustolle, mm. kohdekorttien ja muun inspiroivan sisällön pariin. Koko kampanjan osalta suomalaisten tietoisuutta nostettiin brändimainonnan avulla.

Digitaalisen mainonnan lisäksi vuonna 2021 tärkeässä roolissa tietoisuuden nostamisessa oli **vaikuttajayhteistyö**, jota tehtiin yhteensä 14 suomalaisen vaikuttajan kanssa.

Ilmiöittäminen kampanjan keskiössä

Vuoden 2021 tuloksia



14 400 jaettua kuvaa Instagramissa #100syytä-matkaillasuomessa.

13 600 uutta seuraajaa somekanavissa.

Etenkin kampanjan Instagramissa kasvu oli huimaa. Hashtagin käyttö lisääntyi **+98 %** ja seuraajamäärä **+60 %** vuoteen 2020 verrattuna.



Vaikuttajat ovat olleet tänä vuonna **merkittävässä roolissa** tekemässä kampanjasta entistä laajempaa ilmiötä ja levittämässä kotimaan-matkailun ilosanomaa sosiaalisessa mediassa.

Vaikuttajia oli kampanjassa mukana **yhteensä 14**, mikrovaikuttajista koko kansan suuriin suosikkeihin.



Kampanja-aika ansaitun median osumia saatiin **yli 100**. Kampanjan viestit ovat tavoittaneet potentiaalisesti jokaisen suomalaisen 2 kertaa joka kuukausi.

Kampanjan **pääviestejä** ja **mediaosumia** nähtiin mm. näissä medioissa: Yle, MTV Uutisaamu, Yhteishyvä, IL, IS, Talouselämä, Turun Sanomat ja useissa paikallislehdissä ympäri Suomen.



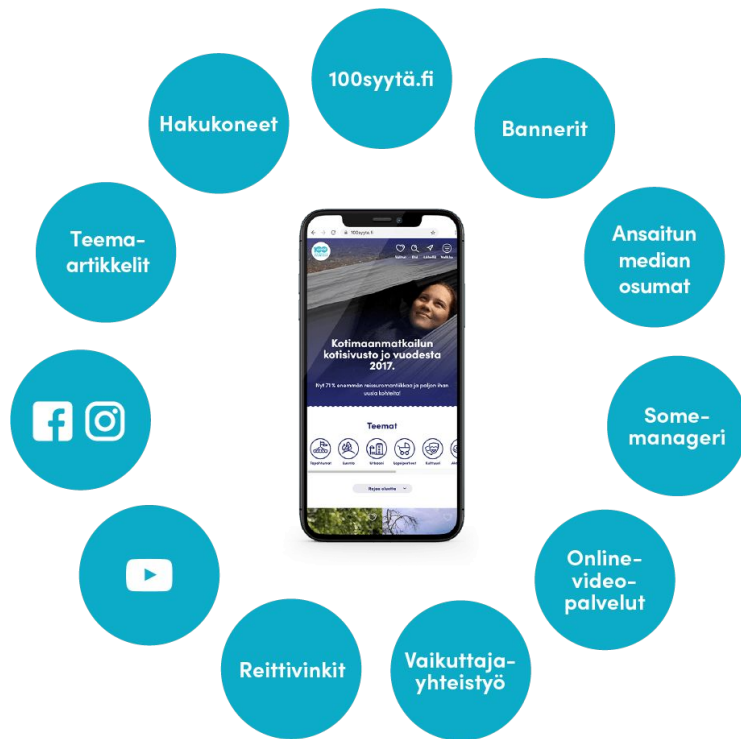
Tutkimuksessa **27 %** vastaajista kertoo, että 100 syytä -brändi on tuttu.

95 % pitää 100 syytä -sisältöjä kiinnostavina, inspiroivina ja monipuolisinä.

Lähde: *Bilendi / 100 syytä -bränditutkimus / Elokuu 2021

Tavoitteita vuodelle 2022

- Entistä vahvempi **brändi**
- Entistä isompi **ilmiö**
- Entistä laadukkaampi sisältö, löydöt, inspiraatio, yllätykset, **helmet**, vastustamaton **Suomi-fiilis**
- Huipputehokkaat, innostavat **vaikuttajayhteistyöt**
- Jatkuva kasvu erityisesti **somekanavissa**
- Kattava näkyvyys myös **kumppanien kanavissa**
- Yhteiskunnalliset ja **vastuullisuusnäkökulmat** mukana viestinnässä – kotimaanmatkailu on monelle myös arvovalinta



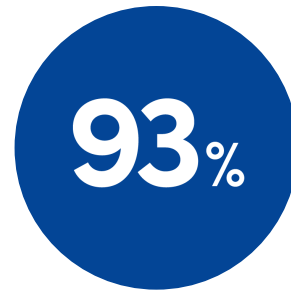
Kampanjan takana on tutkittua tietoa



100 syytä -kampanjan toteutus pohjautuu tutkittuun tietoon. Myös kumppanit pääsevät hyödyntämään tutkittua tietoa.



54 % kotimaanmatkailijoista aikoo ensi kesänä matkustaa vain Suomessa, 44 % sekä kotimaassa että ulkomailla.* Kotimaan kohteita etsitään siis jatkossakin.



Matkailijoista 93 % odottaa kotimaanmatkailulta luontoa, 71 % salaisia helmiä, 50 % aktiviteetteja, 45 % yllätyksellisyyttä ja 34 % kulttuuria.*

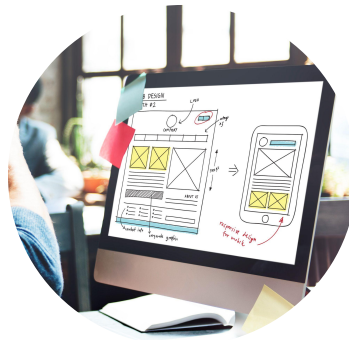
Kehitystä vuodelle 2022



Piilevät helmet entistäkin paremmin esille. Lisäävät kampanjan kiinnostavuutta ja vastaavat matkailijoiden odotuksiin.



Kiehtovat sisällöt edelleen keskiössä: reittivinkit, teema-artikkelit, dynaaminen sisältö ja vaikuttajayhteistyö vahvasti mukana.



Sivuston kehitys: etusivun selkeytys, kävijäkyselyn lisäys, pidennetään viipymää kohdekorttien ketjutuksella sekä jatkokehitetään hakutoimintoa.



Tavoitteena toteuttaa isompi brändillinen mainoskampanja, joka näkyy muissakin kuin digikanavissa. Toteutus riippuu budjetista.

A scenic photograph of a lake at sunset. Two people are standing on paddleboards in the middle of the lake. The person on the left is on a red board, and the person on the right is on a blue board. They are both holding paddles. The sun is low on the horizon, creating a warm, golden glow across the sky and water. The water reflects the sunset colors. In the background, there are dark, silhouetted mountains. On the right side of the image, a large, dark rock formation is visible in the foreground. The overall mood is peaceful and serene.

**Mitä 100 syytä tarjoaa
kumppaneille?**

Kumppanipaketit 2022



Loistava mahdollisuus valtakunnalliseen läpimurtoon pienellekin toimijalle.



Valtakunnallista näkyvyyttä yritykselle tai matkailualueelle.



Reilu paketti valtakunnallista huomiota matkailualueelle tai -kohteelle.



Huikeasti valtakunnallista näkyvyyttä isolle ja monipuoliselle matkailualueelle.

Kumppanipaketit 2022



3500 €
1 kohdekortti

Karttanäkyvyys
Somemainontaa
Orgaaninen some
Yleistiedote kampanjasta
Kampanjatasen mediaviestintä
Raportointi



15 000 €
4 kohdekorttia

Karttanäkyvyys
Laskeutumissivu
Some- ja digimainontaa
Näkyvyys reittivinkissä tai teema-artikkelissa joka kohteelle
Orgaaninen some
Yleistiedote kampanjasta
Kampanjatasen mediaviestintä
Raportointi



25 000 €
6 kohdekorttia + piilevä helmi

Karttanäkyvyys
Laskeutumissivu
Some- ja digimainontaa
Vaikuttajayhteistyö (keskisuuri, 10-28K seuraajaa)
Näkyvyys reittivinkissä tai teema-artikkelissa joka kohteelle
Näkyvyys orgaanisessa somessa
Yleistiedote kampanjasta
Kampanjatasen mediaviestintä
Piilevä helmi nostetaan mukaan mediaviestintään ja somemainontaan
Raportointi



50 000 €
12 kohdekorttia + 2 piilevää helmeä

Karttanäkyvyys
Laskeutumissivu
Some- ja digimainontaa
Räätälöity viestintätoimenpide
Vaikuttajayhteistyö (suuri 30-60K seuraajaa)
Räätälöity bränditoimenpide
Näkyvyys reittivinkissä tai teema-artikkelissa joka kohteelle
Näkyvyys orgaanisessa somessa
Somekilpailu/-aktivointi
Yleistiedote kampanjasta
Kampanjatasen mediaviestintä
Piilevät helmet nostetaan mukaan mediaviestintään ja somemainontaan
Raportointi

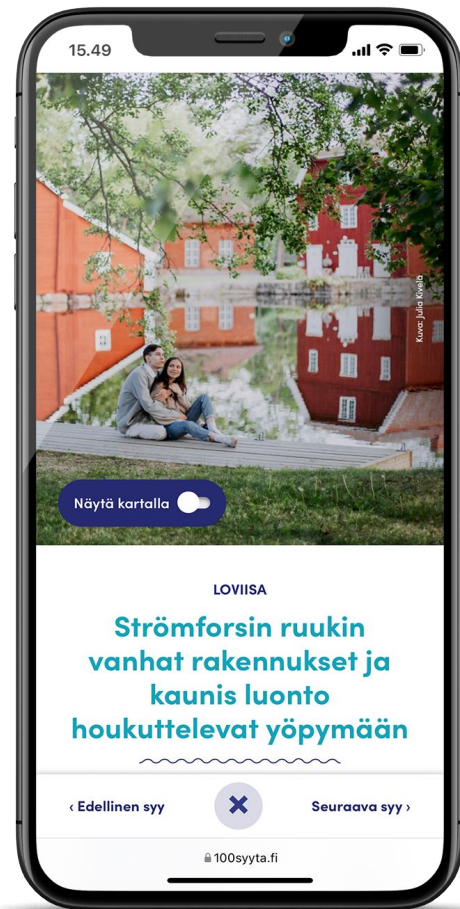


**Seuraavaksi esittelyssä pakettien
runsaat sisällöt ja
suurenmoinen vastine rahalle.**

Kohdekortti

Kampanjan peruselementti 100 syytä-sivustolla. Kuuluu jokaiselle mukana olevalle kohteelle.

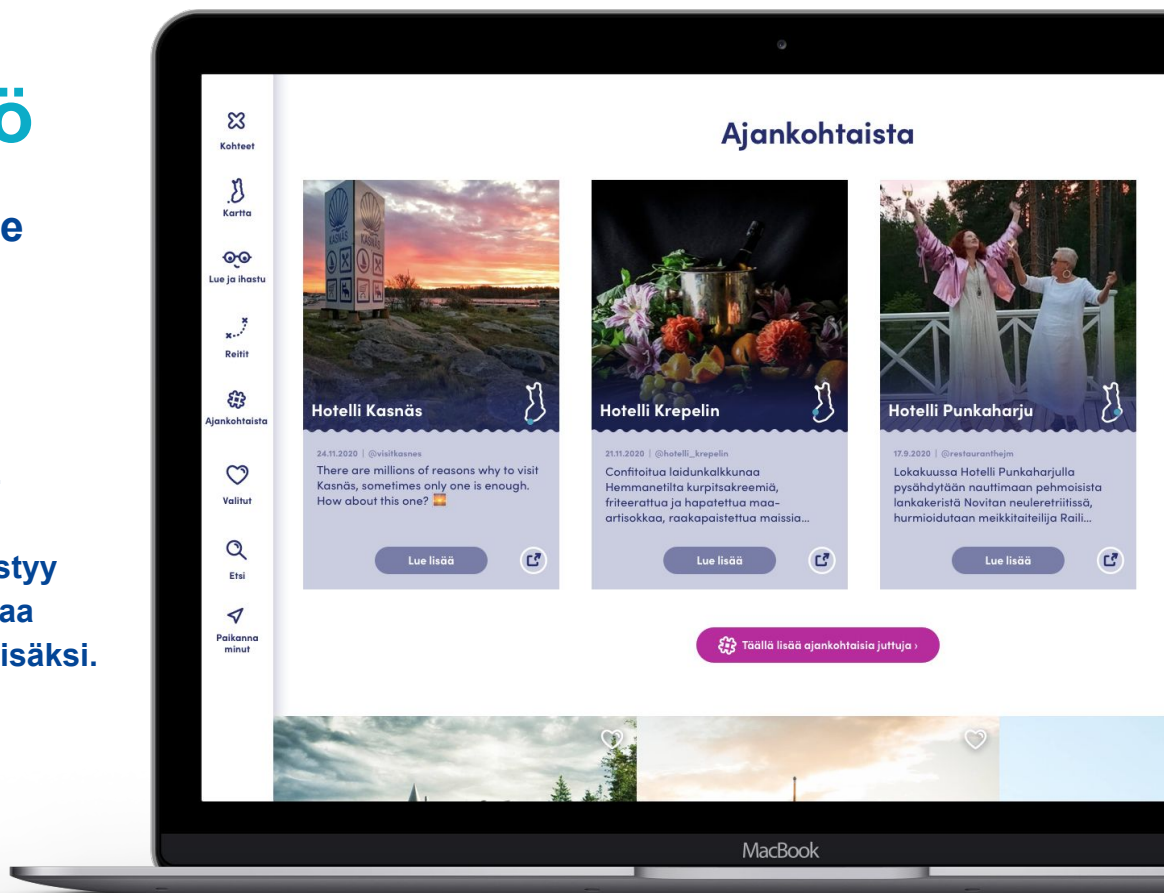
- Kohde esitellään inspiroivasti ja tiiviisti, kiinnostuneet kävijät ohjataan lukemaan lisää kohteen omalle sivustolle
- Sisällöntuotanto kampanjan toteutuksesta vastaavassa markkinointiviestintätoimisto Drama Queenissa



Aina ajantasainen dynaaminen sisältö

Mukana olevat kohteet voivat itse julkaista omaa ajankohtaista sisältöään suoraan 100 syytä -sivustolle.

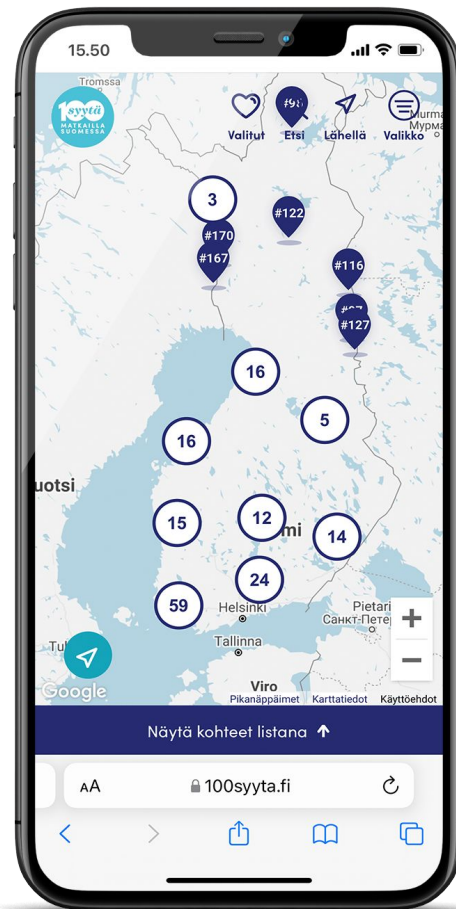
Dynaaminen sisältö toteutetaan Instagram-integraatiolla. Lisäämällä somejulkaisuun #100syytämatkailasuomessa julkaisu ilmestyy sivustolle. Kohde saa siis jopa viisi lisäkuva tekstineen esille perus kohdekorttikuvan lisäksi.



Karttanäkyvyys

Jokainen mukana oleva kohde näkyy myös 100 syytä -sivuston kartalla.

Karttanäkymästä on helppo hahmottaa, mistä päin Suomea mikäkin kohde löytyy.



Orgaaninen somenäkyvyys

100 syytä on aktiivinen Instagramissa ja Facebookissa koko kauden ajan. Kampanjan kokopäiväinen **somemanageri** kertoo kohteista inspiroivasti, vastailee kysymyksiin, aktivoi yhteisöä keskustelemaan ja järjestää kisoja.

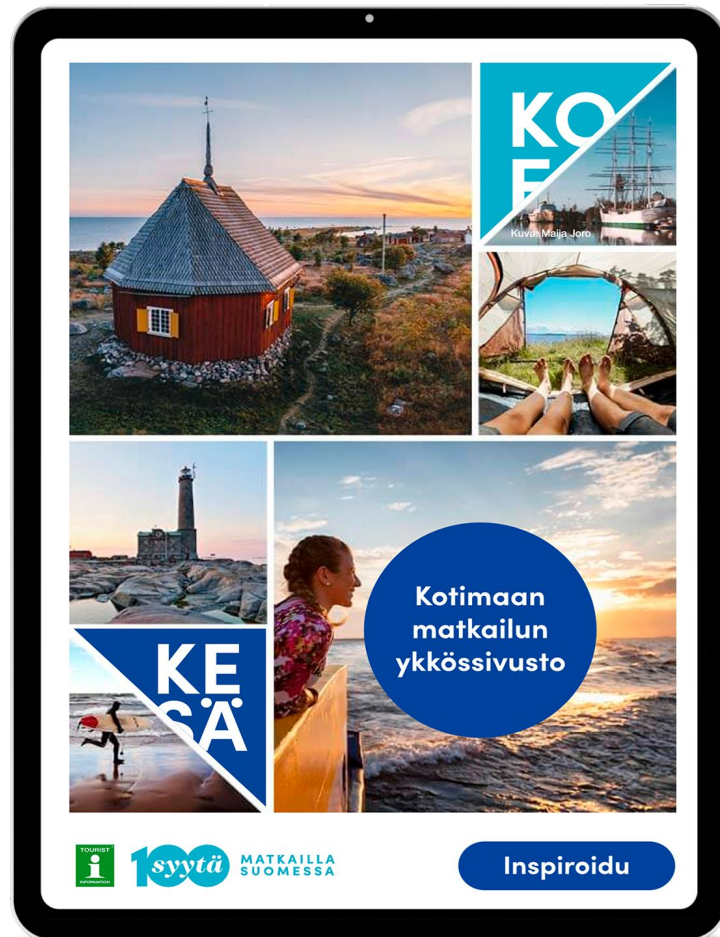
Jokainen kohde saa kampanjan aikana **oman postauksen** molemmissa kanavissa.



Brändimainonta

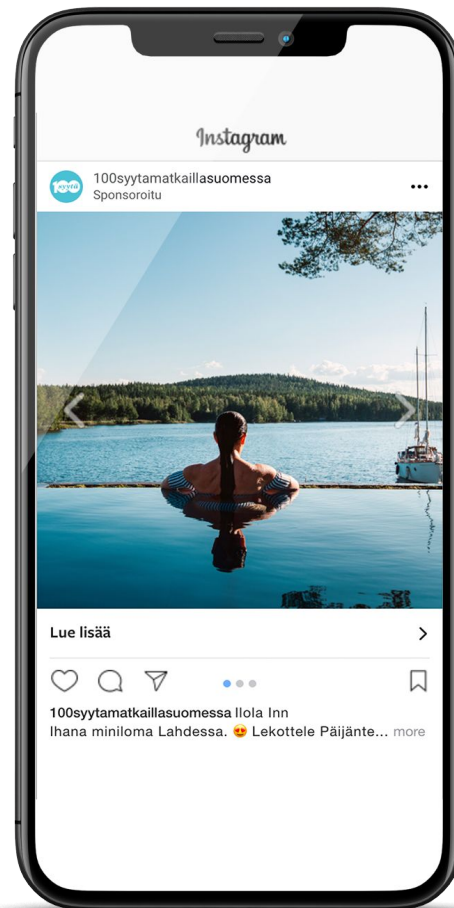
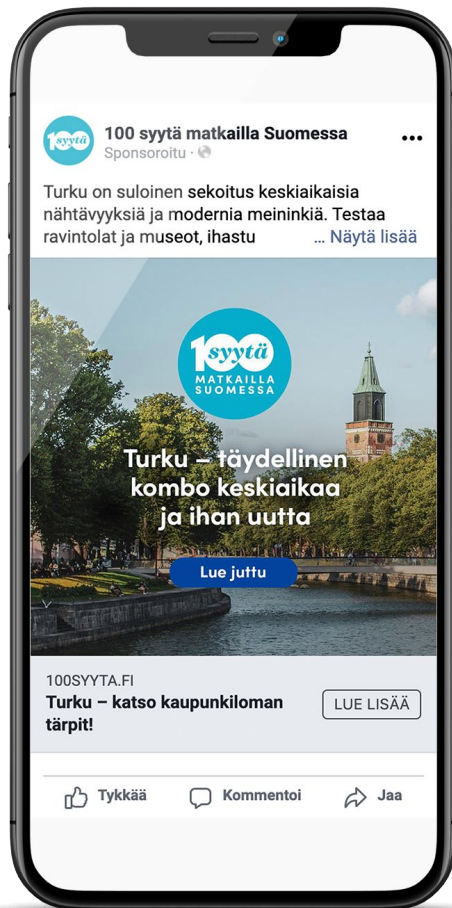
Rakentaa koko Suomen laajuista tunnettuutta, luo liikennettä ja hyödyttää kaikkia mukana olevia kohteita.

Liikkuva kuva on isossa roolissa brändimainonnan mediavalinnoissa. Kanavat tarkentuvat käytettävissä olevan kokonaisbudjetin myötä.



Somemainonta

Jokainen mukana oleva kohde saa maksettua mainontaa Facebookissa ja Instagramissa.



Kampanjan mediaviestintä

Kauden aikana tehdään avauksia eri medioiden suuntaan. On tärkeää, että suomalaiset törmäävät kampanjaan myös lehtiä lukiessaan.

Jokainen kumppani saa käyttöönsä tiedotteen paikallista räätälöintiä ja jakelua varten. Lisäksi kohteet voivat päästä mukaan vinkkitiedotteisiin, joissa nostetaan medialle esiin Suomen kiehtovimpia matkakohteita.



Raportointi

Kampanjan tuloksia seurataan koko kauden ajan. Optimointia tehdään tarpeen mukaan.

Kampanjan jälkeen kampanjatoimisto Drama Queen raportoi kauden tulokset kattavasti kumppaneille. Ei siis tarvitse arvailla, miten meillä meni.



Monikanavainen mainonta tavoitti laajasti

Mainonnan yhteenveto



SOME

23 miljoonaa
mainosnäyttöä

1,9 miljoonaa
tavoitettua ihmistä



DISPLAY

3,2 miljoonaa
mainosnäyttöä

1,1 miljoonaa
tavoitettua ihmistä



ONLINE-
VIDEO

4,3 miljoonaa
mainosnäyttöä

1 miljoonaa
tavoitettua ihmistä



HAKUKONE-
MAINONTA

1,2 miljoonaa
mainosnäyttöä

110 000 siirtymistä
sivustolle

Kampanjan mainonnassa oli **vaikuttava painotus digitaalisissa kanavissa** kohderyhmää tavoitettiin todella laajasti.

Mainonnan päätavoitteena oli **liikenteen ohjaaminen** sivustoille kohdekorttien ja muun inspiroivien sisältöjen pariin. Koko kampanjan ajan tietoisuutta nostettiin **brändimainonnan** avulla.

Digitaalisen mainonnan lisäksi vuonna tärkeässä roolissa tietoa nostamisessa oli **vaikuttajayhteistyö**, jota tehtiin yhteensä 14 suomalaisen vaikuttajan kanssa.

Edellä esitellyt sisällöt, edut ja toimenpiteet kuuluvat jokaiseen pakettiin.

Seuraavaksi etuja, jotka sisältyvät isompiin paketteihin.

Oma laskeutumissivu

Useamman kohteen paketteihin kuuluvat laskeutumissivut kokoavat alueen tarjonnan yhteen inspiroivaan näkymään.

Pakettikohtainen mainonta ohjaa näille alueellisille laskeutumissivuille.

Laskeutumissivu on oiva paikka tuoda alueen kattavaa tarjontaa esille.



Digimainonta

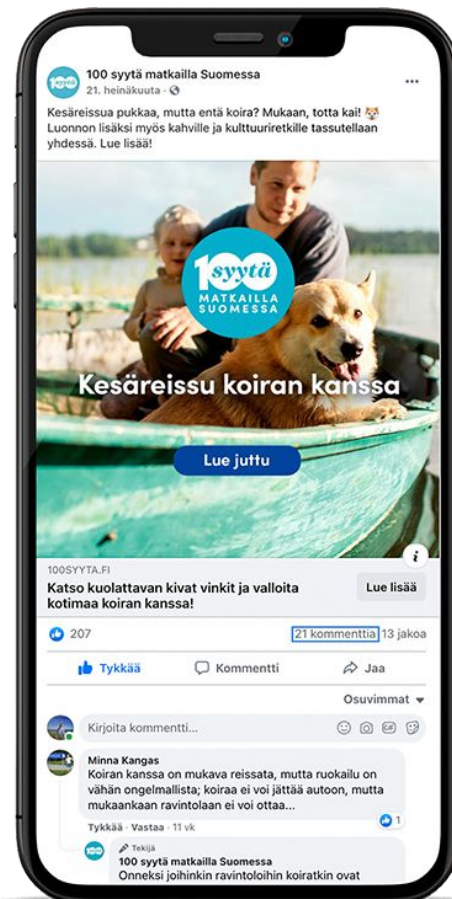
Isompiin paketteihin kuuluu alueen omaa bannerimainontaa. Mainonta ohjaa alueen laskeutumisivulle, jolta kävijä löytää kaikki paketin kohteet kootusti.



Näkyvyys reittivinkissä tai teema-artikkelissa

Isompien pakettien kaikki kohteet sisällytetään joko sivuston reittivinkeihin tai teema-artikkeleihin.

Suosittu reittivinkit ja teema-artikkelit nostetaan somemarketingiin, joten ne löytävät lukijansa todella tehokkaasti.

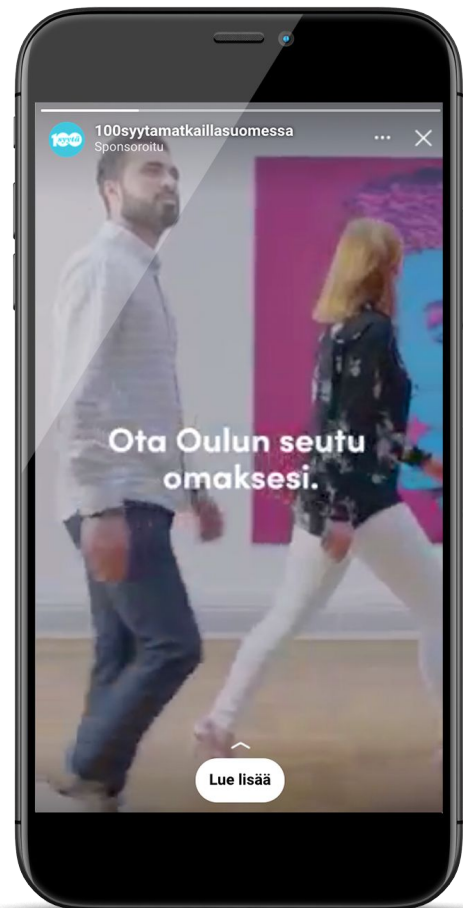


Videomainonta

Lohi-pakettiin kuuluu videota sekä bannerimainonnassa että somessa.

Siika-paketilla on videomainontaa somessa.

Ohjaus alueen laskeutumissivulle.



Piilevä helmi -kortti

Siika-paketti saa bonuksena yhden ja Lohi-paketti kaksi ylimääräistä kohdekorttia, joissa esitellään alueen piilevä helmi.

Suomen salaisin luonnonihme, suloisin kahvittelupaikka tai huvittavin muistomerkki – kaikki käy, kunhan kyseessä on sykähdyttävän erityinen juttu. Sellainen, joka itsessään voisi olla **syy saapua alueelle**.

Alueelle piilevä helmi on mainio mahdollisuus hyödyntää **karismaattista kohdetta koko alueen vetovoimatekijänä**.

Piilevät helmet nostetaan somemainontaan ja kampanjan mediaviestintään.



71 % matkailijoista toivoo kotimaan- matkailulta yllättäviä löytöjä ja salattuja helmiä. Täältä pesee!

Vaikuttajayhteistyö

Siika- ja Lohi-paketteihin kuuluu myös vaikuttajavierailu, joka suunnitellaan yhdessä alueen kanssa.

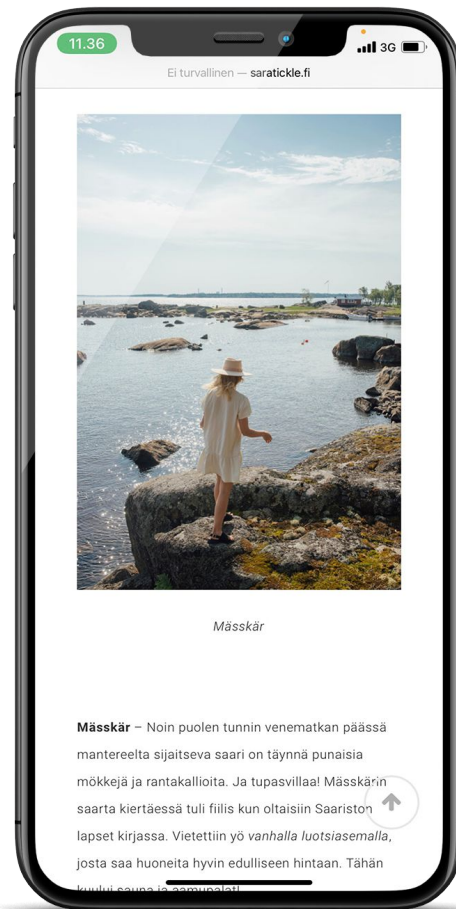
Samaistuttavat vaikuttajavierailut brändäävät tehokkaasti sekä aluetta että kampanjaa halutun kohderyhmän keskuudessa. Yhdistelmä on tavattoman toimiva siksikin, että 100 syytä on noussut vaikuttajien aidoksi suosikiksi.

Vaikuttajayhteistyön arvo kampanjalähettilään kanssa noin 7000 € Lohi-paketille ja 5000 € Siika-paketille.



SIIKA-PAKETTI:
keskisuuri
vaikuttaja
(10–29K seuraajaa)

LOHI-PAKETTI:
iso vaikuttaja
(30–60K seuraajaa)



Räätälöity viestintätoimenpide

Lohi-pakettiin kuuluu myös räätälöity viestintätoimenpide, esimerkiksi tiedote tai mediapitchaus, joka suunnitellaan yhdessä kumppanin toiveiden ja kohderyhmien pohjalta.

Viestintätoimenpiteellä tähdätään valtakunnallisiin medioihin. Esimerkiksi Iltalehti tavoittaa 128 000 lukijaa päivässä.



UUTUUS: Räätelöity bränditoimenpide

Vaihtoehtoisesti joko

A) toinen, pienempi vaikuttaja vierailulle*
tai

B) alueen oma teema-artikkeli 100 syytä
-sivustolle ja somemainontaan**



*Pienempi vaikuttaja: 7000–10 000 seuraajaa.

** Teema-artikkelin lukijamäärä v. 2021 keskimäärin 3000,
somemainonnan tavoitavuus keskimäärin 50 000–75 000.

A person stands in a calm lake at sunset, their silhouette reflected in the water. The sky is a mix of orange, yellow, and grey, with the sun low on the horizon. A dark forest line is visible in the background.

Kumppanipaketit 2022

Seuraavilla sivuilla avattuna kattavasti kunkin
paketin sisältökokonaisuudet.



Muikku-paketti 3500 €

Sisällöntuotanto

Tekstisisällöt ja visuaalisten materiaalien tuotanto asiakkaan toimittamien teksti-briiffien sekä kuva- ja videomateriaalien pohjalta

Mediaviestintä

Yleistiedote kampanjasta kohteen käyttöön

Koko kampanjan mediaviestintä tuo 100 syytä -brändiä ja kotimaanmatkailua esille hyödyttäen kaikkia mukana olevia kohteita

Sivustonäkyvyys

1 kohdekortti 100syytä.fi-sivustolla

Somemainonta

Kohteen somemainonta, joka ohjataan kohdekortille

Orgaaninen somenäkyvyys

Kohteelle orgaaninen näkyvyys 100 syytä -kampanjan somekanavissa eli FB, IG ja IG story

Kampanjan somemanageri laatii kohteesta somesisällöt ja aktivoi someyhteisöä

IG 24K seuraajaa, FB 27K seuraajaa

[Katso varausehdot >](#)



Ahven-paketti 15 000 €

Sisällöntuotanto

Tekstisisällöt ja visuaalisten materiaalien tuotanto asiakkaan toimittamien teksti-briiffien sekä kuva- ja videomateriaalien pohjalta

Suoma ry:n ja kampanjan teettämät tutkimustulokset alueen käyttöön

Mediaviestintä

Yleistiedote kampanjasta kohteiden käyttöön

Koko kampanjan mediaviestintä tuo 100 syytä -brändiä ja kotimaanmatkailua esille hyödyttäen kaikkia mukana olevia kohteita

Sivustonäkyvyys

Oma alueen laskeutumissivu

4 kohdekorttia

Jokaiselle kohteelle näkyvyys sivuston reittivinkkiin tai teema-artikkeliin

Some- ja digimainonta

1 x 4 kohteen karusellimainos somessa, ohjaukset kohdekorteille

Bannerimainontaa koko alueelle yhteisesti, mainonta ohjataan alueen omalle laskeutumissivulle

Orgaaninen somenäkyvyys

Jokaiselle kohteelle orgaaninen näkyvyys 100 syytä -kampanjan somekanavissa eli FB, IG ja IG story

IG 24K seuraajaa, FB 27K seuraajaa

Kampanjan somemanageri laatii kohteiden somesisällöt ja aktivoi someyhteisöä

[Katso varausehdot >](#)



Siika-paketti 25 000 €

Sisällöntuotanto

Tekstisisällöt ja visuaalisten materiaalien tuotanto asiakkaan toimittamien teksti-briiffien sekä kuva- ja videomateriaalien pohjalta

Suoma ry:n ja kampanjan teettämät tutkimustulokset alueen käyttöön

Sivustonnäkyvyys

Oma alueen laskeutumissivu

6 kohdekorttia + 1 alueen piilevä helmi

Jokaiselle kohteelle näkyvyys sivuston reittivinkkiin tai teema-artikkeliin

Mediaviestintä ja vaikuttajayhteistyö

Vaikuttajayhteistyö yhden keski-suuren vaikuttajan kanssa (10–28K seuraajaa)

Yleistiedote kampanjasta kohteiden käyttöön

Piilevä helmi nostetaan mediaviestintään

Koko kampanjan mediaviestintä tuo 100 syytä -brändiä ja kotimaanmatkailua esille hyödyttäen kaikkia mukana olevia kohteita

Some- ja digimainonta

Alueen yhteistä videomainontaa somessa

2 x 3 kohteen karusellimainokset + piilevän helmen nostaminen somemainontaan

Bannerimainontaa koko alueelle yhteisesti, mainonta ohjataan alueen omalle laskeutumissivulle.

Orgaaninen somenäkyvyys

Jokaiselle kohteelle orgaaninen näkyvyys 100 syytä -kampanjan somekanavissa eli FB, IG ja IG story

IG 24K seuraajaa, FB 27K seuraajaa

Kampanjan somemanageri laatii kohteiden somesisällöt ja aktivoi someyhteisöä

[Katso varausehdot >](#)



Lohi-paketti 50 000 €

Sisällöntuotanto

Tekstisisällöt ja visuaalisten materiaalien tuotanto asiakkaan toimittamien teksti-briiffien sekä kuva- ja videomateriaalien pohjalta

Suoma ry:n ja kampanjan teettämät tutkimustulokset alueen käyttöön

Räätälöity alueen bränditoimenpide

Räätälöity alueen bränditoimenpide, jonka alue saa vapaasti valita näistä kahdesta, **joko** A) toinen pienempi vaikuttaja (jolla on noin 7–10K seuraajaa) alueelle **tai** B) alueelle laadittu oma teema-artikkeli 100 syytä -sivustolle, artikkeli nostetaan myös somemainontaan

Sivustonäkyvyys

Oma alueen laskeutumissivu

12 kohdekorttia + 2 alueen piilevää helmeä

Jokaiselle kohteelle näkyvyys sivuston reittivinkkiin tai teema-artikkeliin

Mediaviestintä ja vaikuttajayhteistyö

Räätälöity viestintätoimenpide, joka voi olla esimerkiksi tiedote tai mediapitchaus

Vaikuttajayhteistyö yhden suuren vaikuttajan kanssa (30–60K seuraajaa)

Piilevät helmet nostetaan mediaviestintään

Yleistiedote kampanjasta kohteiden käyttöön

Koko kampanjan mediaviestintä tuo 100 syytä -brändiä ja kotimaanmatkailua esille hyödyttäen kaikkia mukana olevia kohteita

Some- ja digimainonta

Alueen yhteistä online-videomainontaa ja videomainontaa somessa

3 x 4 kohteen karusellimainokset + piilevien helmien nostaminen somemainontaan

Bannerimainontaa koko alueelle yhteisesti, mainonta ohjataan alueen laskeutumissivulle.

Orgaaninen somenäkyvyys

Jokaiselle kohteelle orgaaninen näkyvyys 100 syytä -kampanjan somekanavissa, eli FB, IG ja IG story. IG 24K seuraajaa, FB 27K seuraajaa

Alueen yhteinen somekilpailu/aktivointi, alueen matkailuorganisaatio/yritys tarjoaa palkinnon.

Kampanjan somemanageri laatii kohteiden somesisällöt ja aktivoi someyhteisöä.

[Katso varausehdot >](#)

Lyhyt kertaus. Miksi kannattaa tulla mukaan?

Luvassa on monikanavaista valtakunnallista näkyvyyttä kotimaanmatkailun suurimmassa ja ammattimaisimmassa kampanjassa.

Mainontaa, vaikuttajamarkkinointia, sisältömarkkinointia ja viestintää tehokkaaksi viritetyllä kampanjakoneistolla.

Moneen kertaan palkittu ja valtavan pidetty kotimaanmatkailun ykkösbrändi.

Kasvava, sitoutunut someseuraajakunta jo jopa 50K.

Yhdessä olemme ilmiö!



Miten pääset mukaan?

Myynti on nyt auki!

Kampanja-aika on 2.5.–30.9.2022.

100syytä.fi-sivusto on toiminnassa myös kampanja-ajan jälkeen, mutta maksettu kampanjamainonta ja muu markkinointiviestintä kohdistetaan kampanja-ajalle.

Varmista mukaan pääsysi varaamalla pakettisi ajoissa. Kaudelle 2022 mahtuu mukaan 120 kohdetta.

Tammikuun loppuun mennessä varaamalla varmistat paikan kampanjassa. Varauksen tehneille toimitetaan tarkemmat varausehdot, jotka löytyvät tästä materiaalista aiemmilta sivuilta pakettien yhteydestä linkkien takaa.

Varaukset: Suoma ry, Hannu Komu, hannu.komu@onvisio.fi, 0400 615 756.

Lisätietoa kampanjasta: Drama Queen, Veera Silvendoin, veera.silvendoin@dqcomms.com.

