

100
syytä
matkailla Suomessa

2019 KAMPANJAN TULOKSET

100
syytä
matkailla Suomessa

Katso [koostevideo](#) kampanjan huikeista tuloksista

100 syytä vuonna 2019



A person in an orange jacket stands on the peak of a rocky mountain, looking out over a vast, forested landscape under a cloudy sky. The text is overlaid in the center of the image.

**Kampanjan
tavoitteet
olivat rohkeita**

Tavoitteet

Kotimaan matkailun ilmiöittäminen:

- sosiaalisen median kanavien seuraajamäärien kasvu
- mainintojen määrä sosiaalisen median kanavissa
- mediaosumien laatu ja määrä
- videoiden kokonaiskatselut

Tavoitteet

Tiedonvälitys ja ohjaaminen verkkosivustolle

- 350 000 käyntiä sivustolla
- miljoona kohdesivulatausta
- miljoona tavoitettua suomalaista sosiaalisessa mediassa
- sivustovierailun laatu

Tavoitteet

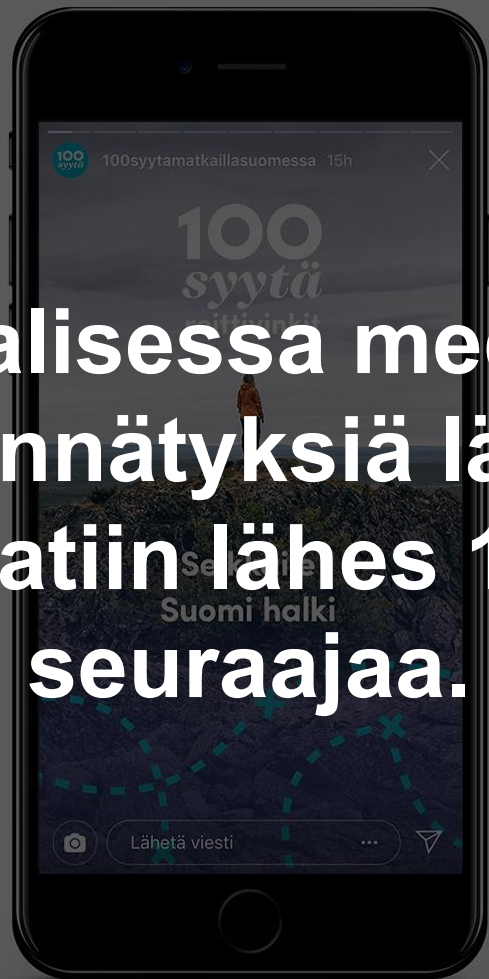
Matkailuyrittäjien tukeminen

- liikenne 100 syytä -verkkosivuilta kohteiden omille sivuille
- kotimaan yöpymisten kasvu-%

Kotimaan matkailun ilmiöittäminen



” Sosiaalisessa mediassa
tehtailtiin ennätyksiä läpi kesän ja
kanaviin saatiin lähes 13 000 uutta
seuraajaa. ”



Kampanja ylitti kaikki odotukset sosiaalisessa mediassa



Facebookissa ja Instagramissa tavoitettiin **1 558 000** ihmistä kampanjan aikana.



Yli **90 000** tykkäystä / jakoa / kommenttia Facebookissa ja Instagramissa
(vrt. v. 2018 koko kampanjan aikana noin 33 000)



Yli **3 300** jakoa Facebookissa
(vrt. v. 2018 koko kampanjan aikana noin 1700 jakoa)

Sosiaalisessa mediassa tavoitteena oli saada vahva presenssi koko kesän ajan.

Halusimme tavoittaa mainonnan ja orgaanisten sisältöjen avulla

- 1) laajasti uutta yleisöä geneerisemmillä brändiviesteillä
- 2) rajatumpia kohderyhmiä teemoitetuilla viestikärjillä
- 3) sitouttaa olemassa olevaa yhteisöä yhdessä ihastelemaan ja fiilistelemään kotimaan mahtavia paikkoja



Kampanja mainittiin keskimäärin 20 kertaa päivittäin eri sosiaalisen median kanavissa.

Mikrovaikuttajat ja matkailijat löysivät kampanjan erinomaisesti ja jakoivat ahkerasti kuvia ja kokemuksia somessa. Kotimaan matkailun rakkautta jaettiin päivittäin hashtageilla #100syytä ja #100syytämatkanomessa. Hashtageja käytettiin Instagramissa yhteensä yli 5200 kertaa.



Viestinnän keskiössä asenteisiin vaikuttaminen:

Matkailuelämykset löytyvät myös kotimaasta

- Läpi kesän jatkuneen aktiivisen mediaviestinnän ansiosta 100 syytä matkailla Suomessa ja Suoma ry ottivat vahvan mielipidejohtajan roolin ja ylläpitivät keskustelua kotimaanmatkailun kasvavasta suosiesta (nuoret, vastuullisuus), trendeistä ja sen loputtomista mahdollisuuksista. Tämä rakensi siitä myös entistä isompaa ilmiötä.
- Kampanjatasoisen viestinnän selkärangan muodosti suomalaisten kotimaanmatkailun asenteita, kiinnostuksen kohteita ja motiiveja (ympäristöarvot) kartoittanut kyselytutkimus (huhtikuussa 2019).
- Tämän rinnalla kotimaan matkakohteista tarjottiin eri kohderyhmille räätälöityjä vinkkejä, jotka avasivat kotimaanmatkailun mahdollisuuksia uudella ja raikkaalla tavalla.

Viestit erinomaisesti läpi mediassa

- Kotimaanmatkailua käsitteleviä toimittajia kontaktoitiin läpi kampanjan niin paikallisella kuin valtakunnallisellakin tasolla. Se tuotti 114 laadukasta artikkelia mediassa.
- Kampanja on ollut mediassa esillä niin Huomenta Suomessa, Iltalehdessä, Ilta-Sanomissa, Helsingin Sanomissa, Talouselämässä, Kauppalehdessä, Yhteishyvässä, Kalevassa, Maaseudun Tulevaisuudessa kuin paikallismedioissakin.
- Kampanjassa mukana olleet yksittäiset kohteet ovat olleet kesän aikana mediassa esillä yli 400 kertaa.



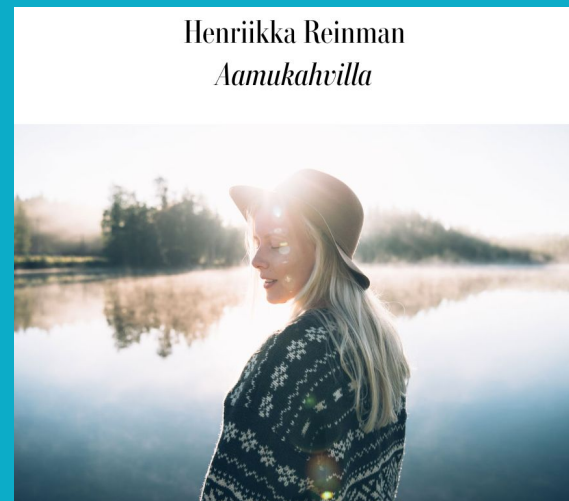
Kampanjan mediaosumia: 114 kpl



Jokainen suomalainen on potentiaalisesti nähnyt kampanjan viestintää **kaksitoista** kertaa touko-syyskuun aikana.

Kampanjalähettilään valinta onnistui täydellisesti

- Aamukahvilla-bloggaaja Henriikka Reinman toimi kampanjan lähettiläänä. Hänen arvot, kiinnostuksen kohteet sekä kanavien visuaalinen ilme sopivat täydellisesti yhteen kampanjan brändin kanssa. Luontoon ja Suomeen hurahtanut Henriikka fiilisteli kotimaanmatkailua omissa kanavissaan ja kiersi 100 syytä -kohteita ympäri Suomen osana omia kesälomareissujaan.
- Henriikan kautta tavoitettiin erityisesti nuorempaa kohderyhmää, jotka ovat löytäneet kotimaanmatkailun uudella tavalla ja haluavat lisätä sitä.
- Henriikan kommentti kampanjasta ja tuloksista:
“Yhteistyö 100 syytä matkailla Suomessa -kampanjan kanssa oli mahdollisesti suosituimpi kuin mikään aiempi blogi- tai someyhteistyö Aamukahvilla-blogissa ja -someissa koskaan. Keskivertotulokset ylittyivät kaikilla mittareilla, niin numeraalisilla kuin laadullisillakin. Kolme kampanjakuvaa ovat Instagramissa koko vuoden 11 suosituimman kuvan joukossa. Yhteistyö koettiin luontevaksi osaksi muuta tuotettua sisältöä.”



Kampanjalähettilään teholluvut

Blogipostaukset

Raportoitava aika: Saavutettu näkyvyys viikon aikana sisältöjen julkaisun jälkeen

1. Kesän reissuhaaveita: 100 syytä matkailla Suomessa

Julkaisupäivä: 7.5.2019

Keskimääräinen lukuaika: 02:02 (noin 10 sekuntia keskimääräistä enemmän)

Uniikkeja lukijoita: 6 101

Sivulatauksia: 8 333

2. 1700-luvun hipsterien vaelluskohde ja 10 muuta syytä matkailla Suomessa

Julkaisupäivä: 8.7.2019

Keskimääräinen lukuaika: 01:58

Uniikkeja lukijoita: 17 922

Sivulatauksia: 19 773

7.5.2019

Kesän reissuhaaveita: 100 syytä matkailla Suomessa

14 - MATEUSTUS, YHTEISTYÖ

Kampaninen yhteistyö: 100 syytä matkailla Suomessa



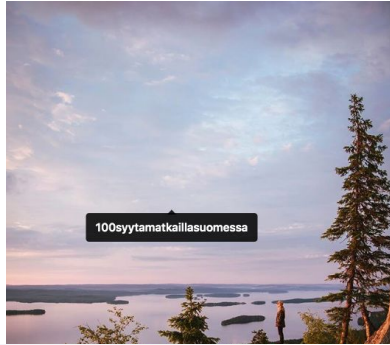
“ Tiedätte kyllä, rakastan Suomea.

Joka niemeä, joka notkoa ja saarelmaa, viljavia vainioita ja kalasantoja, yliromantisoidun jaloksi ja rehelliseksi kutsuttua kanoa ja väknyttä kansallista itsetuntoa.

Aion tänä kesänä, ja mitä luultavimmin tulevinakin kesinä, pyysä Suomessa. Mikäkö? En ole keksinyt riittävän hyviä syitä lähteä. Sen sijaan olen keksinyt lukemattomia syitä jäädä ja matkailla kotimaassa.

Viime kesän Suomi-radiotrip ei laukennut lainkaan kotimaan huumaa, päinvastoin: vaikkon varmaan samantilaista ympäröivä-reissuaika toteutakaan tänä vuonna, en malta odottaa, että pääsen taas sukeltamaan Suomeen, sen valaisiin luoliin, vanhojen kaupunkien mukulakivikaduille, idyllisiin majapaikkoihin ja vaietujen kansallisaarteiden ääreen.





aamukahvilla • Seurataan
Koli, Itä-Suomen Lääni, Finland

aamukahvilla collaboration
@100syttamatkaillasuomessa
I've got a hundred thousand reasons to leave Finland. But I've got a hundred million reasons to stay.
// Istun juuri junassa. Parin viikon kesärundini kotimaassa on startannut. Blogiin ehdin tässä matkalla kirjoittaa 1700-luvun hipsterien vaelluskohteesta ja 10 muusta spesiaalista syystä matkailla Suomessa.
#100syttä
#100syttamatkaillasuomessa #suomi
#finland #matkustus
#kotimaanmatkustus #koli
#kolinationalpark #kolinkansallispuisto
#aamukahvillaoutdoors
📸: @tonieskelinen



aamukahvilla • Seurataan
Koli, Itä-Suomen Lääni, Finland

aamukahvilla Today, 3:30am, Koli National Park. I've never regretted waking up to catch the sunrise.
#koli #kolinkansallispuisto
#kolinationalpark #finland #suomi
#luopas22 #100syttä
#100syttamatkaillasuomessa
#ulkonaperillä #outdoorfinland
#suomiretki #aamukahvillaoutdoors
8 vk



aamukahvilla • Seurataan
Kuhmo

aamukahvilla So many great adventures coming up on July with this super sis. I think that a folk festival in Estonia is the most random of them all. Can't wait! #epikuskisko #ittiesister #kuhmo #kainuu #suomi #finland #outdoorfinland #100syttä #100syttamatkaillasuomessa #outdoorfinland #suomiretki #soutuvene #rowingboat #reinwomen
9 vk

paulvanheur have fun !!
9 vk 1 tykkäys Vastaa

kutovakia Oh this looks so beautiful
15. KESÄKUUTA

meretuulia ja 1 473 muuta tykkäävät

Lisää kommentti...



aamukahvilla • Seurataan
Suomi, Finland

aamukahvilla Maybe it's not that hard to guess but this summer I'll stay right here in Finland. 🍷
// Kaupallinen yhteistyö: @100syttamatkaillasuomessa Tiedätte kyllä, rakastan Suomea. Olen myös päättänyt viettää tämän kesän täällä, sillä en vain keksi riittävän hyvää syytä lähteä yhtään minnekään. Arvaatte ehkä myös, mitä vastasin, kun @100syttamatkaillasuomessa soitti helmikuun lopulla ja kysyi, haluaisinko olla tämän kesän heidän kampanjansa puolestaapuhujaja? 🍷 Totta hitsissä! #100syttä #100syttamatkaillasuomessa #suomi #finland #kotimaanmatkailu #kestävämatkustus #kestäväreissu #matkustus
7. TOUKOKUUTA

inkakiuru ja 2 222 muuta tykkäävät

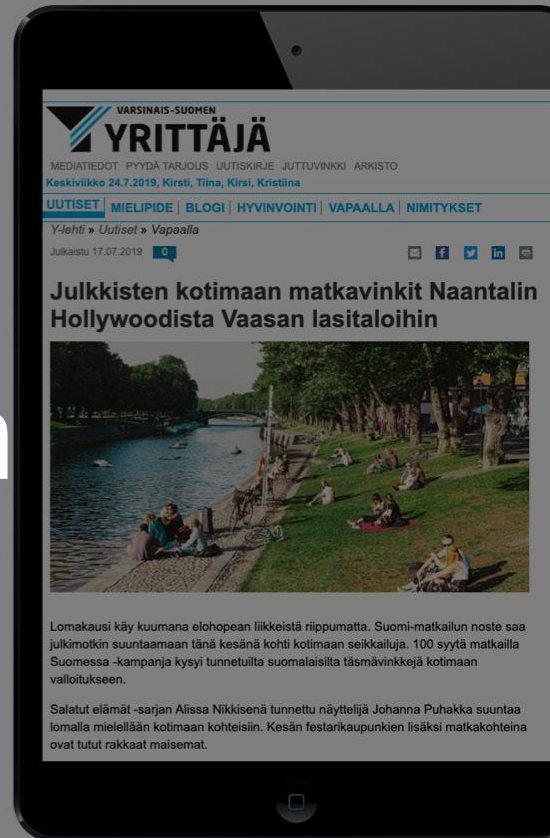
Lisää kommentti...

f_connoisseur 3:00am wow!!! That's beautiful
8 vk 1 tykkäys Vastaa
Näytä vastaukset (2)

emmakaiv ja 2 576 muuta tykkäävät
3. KESÄKUUTA

isää kommentti...

Julkaise



100 syytä -mediaosumien high lightit

mtv ▶



MacBook

UUTISET

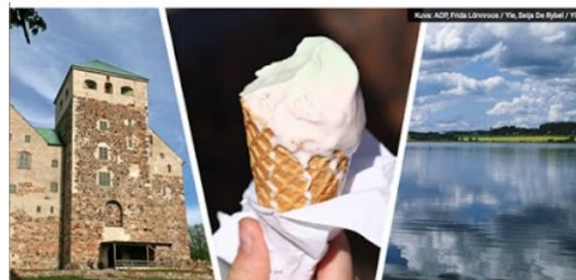
Tuoreimmat Uutiset Sää Kotimaa Ulkomaat Talous Poliittika Kulttuuri Kolumnit Luonto Tiede Terveys Viihde

Lisää

Kotimaanmatkailussa on nyt imua – “Suomalaiset ovat tarttuneet urakalla vastuullisuuteen”

Monista Suomen suurimpien kaupunkien matkailutoimistoista kerrotaan, että kotimaisten matkailijoiden määrä tuntuu kasvaneen.

Kotimaanmatkailu 8.7.2019 klo 06:00



MacBook

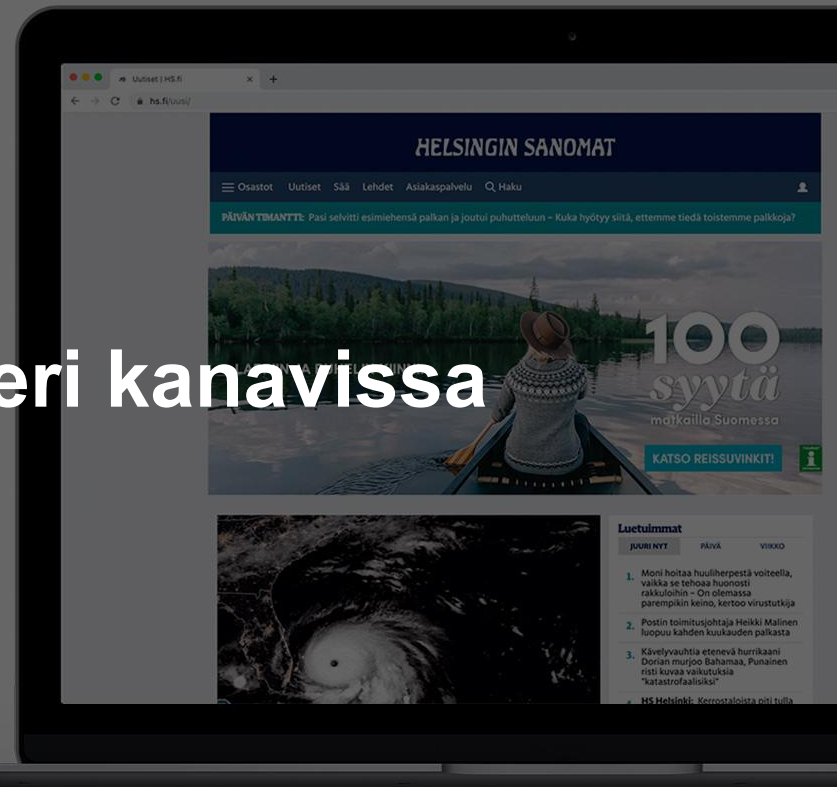


Kampanjan videot saivat 1,2 miljoonaa kokonaiskatselua

- Videoiden roolia kasvatettiin kampanjassa niiden inspiroivan aspektin takia.
- Videot keräsivät yhteensä 12,8 miljoonaa näyttökertaa ja 1,2 miljoonaa kokonaiskatselua.
- Videoista klikattiin verkkosivuille lähes 116 000 kertaa.
- Videomainontaa tehtiin ohjelmallisesti eri verkkosivuilla, sosiaalisessa mediassa ja YouTubessa.

An aerial photograph of a winding dirt road in a vast, open landscape at sunset. The sky is a mix of orange, yellow, and blue, with the sun low on the horizon. The landscape is dark and textured, with some sparse vegetation. Two cyclists are riding along the road, one in the foreground and one further ahead. The text "Tiedonvälitys ja ohjaaminen sivustolle" is overlaid in the center in a large, white, sans-serif font.

Tiedonvälitys ja ohjaaminen sivustolle



Mainontaa laajasti eri kanavissa

helmi
RADIO

Radio
Aalto

LOCP

RADIO ROCK

Radio
Suomi
pop

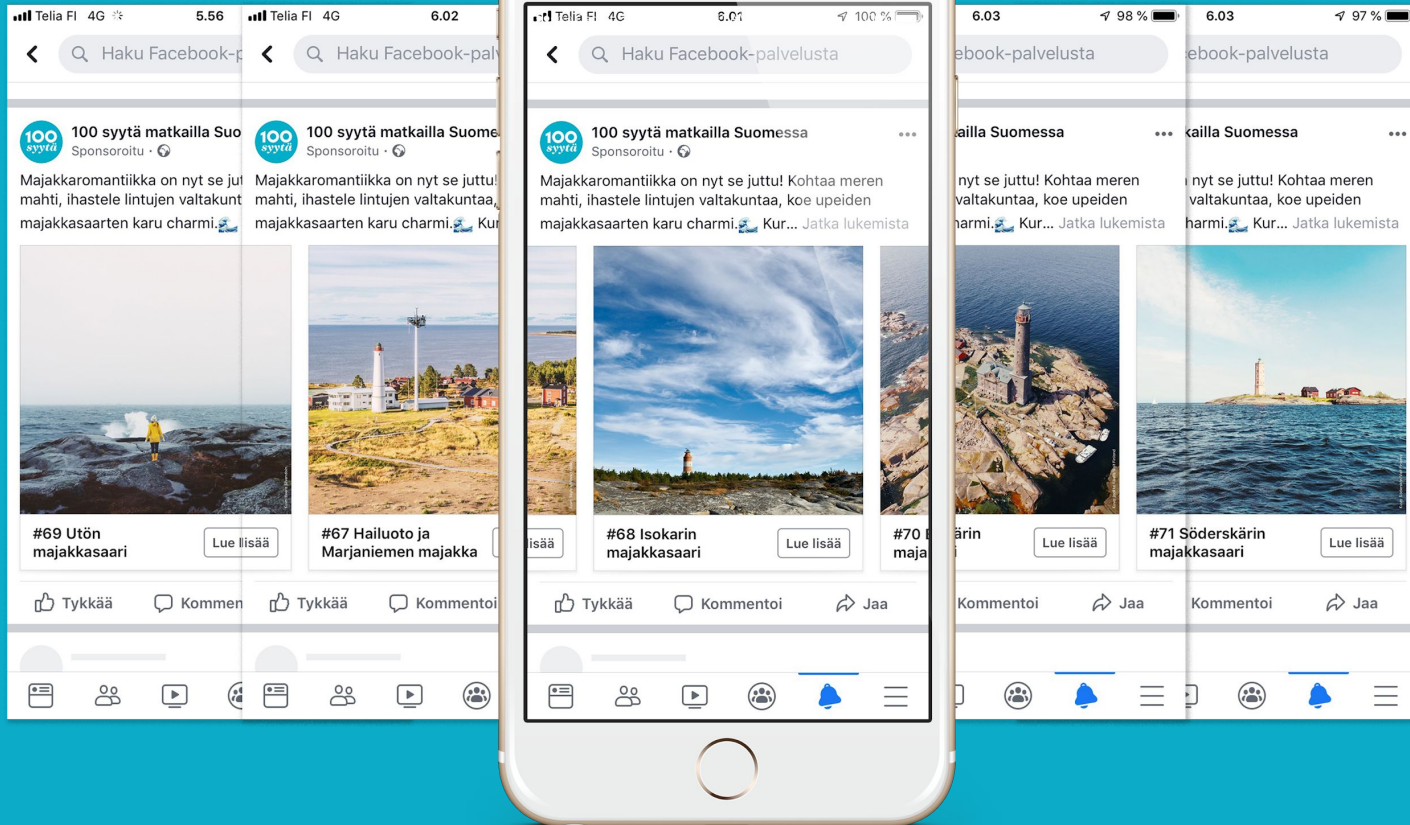
HIT
MIX

Radiomainonta tuki kampanjaa touko- ja heinäkuussa

- Käytössä olivat Sanomien radiokanavat: Helmiradio, Aalto, Loop, Suomipop, Rock, HitMix
- Kaksi 3 viikon mittaista kampanjalähtöä: toukokuu 2019 ja heinäkuu 2019
- Spotteja oli 5 erilaista, 100 syytä bränditason spotti sekä Lohi-pakettien spotit
- Yhden spotin pituus oli 25 sekuntia
- Kontaktiarvio: 9,6 miljoonaa

Hakusana- ja display-mainonta tavoitti 1,9 milj. ihmistä

- Kampanjan hakusanamainokset keräsivät kampanjan aikana 1,2 miljoonaa näyttökertaa ja mainonnasta siirryttiin verkkosivuille lähes 90 000 kertaa.
- Kampanjan display-mainokset keräsivät näyttökertoja noin 19 miljoonaa kertaa ja niistä siirryttiin verkkosivuille yli 61 000 kertaa. Mainonta tavoitti kokonaisuudessaan vähintään 1,9 miljoonaa ihmistä.



Videomainonta
1.4%

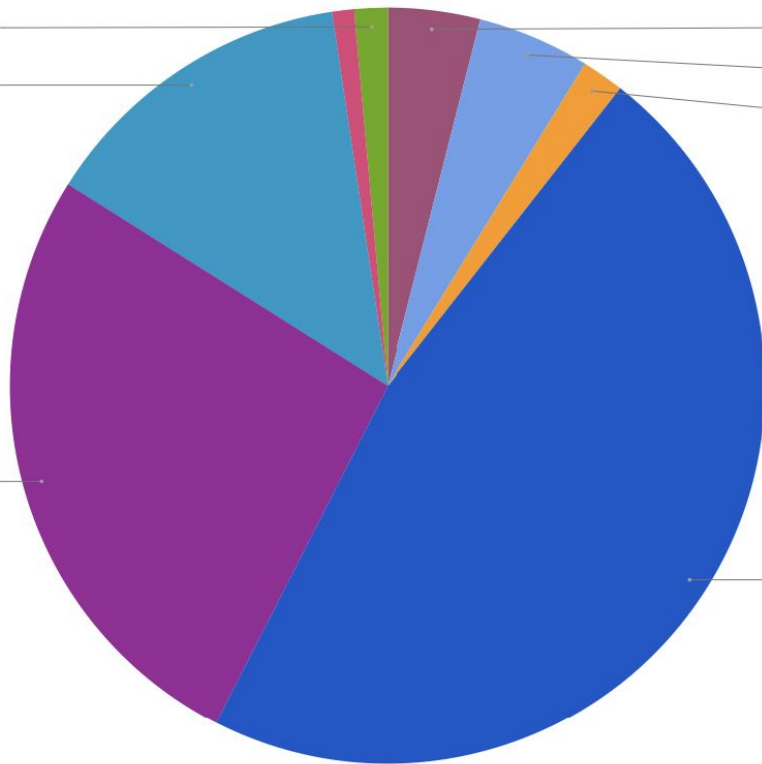
Display-mainonta
13.7%

Hakusanamainonta
26.4%

Suora
4.0%
Hakukoneet
4.8%
Viittaava liikenne
1.8%

**Lähes puolet
sivuston liikenteestä
tuli sosiaalisesta
mediasta**

Sosiaalinen media
46.9%



Sivustokäynnit kaksinkertaistuivat



401 000 käyntiä
verkkosivuilla



sivustolla vietetään
aikaa 1 min 40 s



käynnin aikana
tutustuttiin
yli 4 kohteeseen

Sivustokäynnit kaksinkertaistuivat vuoteen 2018 verrattuna. Jokaisella käynnillä on tutustuttu keskimäärin **yli 4 kohde-esittelysivuun**. Kävijöistä lähes **joka seitsemäs** siirtyi vielä tämän jälkeen kohteen omille sivuille. Parhaimpina päivinä sivustolle tehtiin jopa 7 500 käyntiä.

Sivustolla yli miljoona kohdekorttiavausta



Kohdekorttiavauksille asetettu 1 miljoonan raja on onnistuttu ylittämään vuonna 2019.

Kohdekortteja on tänä vuonna luettu 1 230 000 kertaa.

Viime vuoteen verrattuna määrä on kasvanut huimasti, yli 41 %.

A black and white photograph of a Volkswagen Beetle driving on a road. The car is in the foreground, viewed from the rear. The road stretches into the distance under a dramatic sunset sky with orange and purple clouds. The background features a green field and some trees.

Matkailuyrittäjien tukeminen

Joka seitsemäs siirtyi kohteen omille sivuille



Kampanjasivuilta siirryttiin **lähes 69 000 kertaa**
kohteiden omille sivuille

Kävijöistä joka 7. siirtyi kohteen omille sivuille.

Kotimaan yöpymisten kasvu ilahdutti matkailuyrittäjiä



Kotimaan yöpymiset kasvoivat touko-elokuussa yli 380 000:lla eli +5,8 % vuoteen 2018 verrattuna.

Kansallisella tasolla palkittu kampanja

100 syytä matkailla Suomessa -kampanja 2019
palkittiin Vuoden matkailukuvan nostajana
Finnish Travel Galassa.

FINNISH *Travel
Gala 2019*

Tervetuloa mukaan vuoden 2020 kampanjaan!

Kampanjaan mahtuu mukaan tasan 100 kohdetta.

Varmistathan mukana olosi pikaisesti:

Hannu Komu, hannu.komu@onvisio.fi, 0400 615 756

Mahdolliset kysymykset raporttiin liittyen:

Veera Silvendoin, veera.silvendoin@dqcomms.com