



Kansainvälinen konseptitutkimus

Onnen Peikko

Sisällys



OSA 1 – TUTKIMUKSEN LÄHTÄKOHDAT

Tutkimukseen osallistuneet matkailijaryhmät ja markkinat

OSA 2 – MATKAILUN KIINNOSTUKSEN PERUSTEKIJÄT

Kesämatkailun kiinnostuksen kohteet Euroopassa

Reitit ja opasteet matkakohteen vetovoimatekijöinä

Mistä matkainspiraatio syntyy ja miten matkoja suunnitellaan

Suomi, Lappi ja Kemijärvi matkakohteina

OSA 3 – ONNEN PEIKKO -KONSEPTI JA SEGMENTOINTI

Onnen Peikko -konseptin toimivuus ja kiinnostuksen kasvu

Peikkohahmot ja mielikuvat

Hahmogalleria kohderyhmittäin

Segmentointi ja tulkintatapa

Konseptin toimivuus kohderyhmittäin

Matkustusintentio ja esteet

Kiinnostuspohjaiset klusterit ja konseptin tulkinta

OSA 4 – JOHTOPÄÄTÖKSET JA SUOSITUKSET

Suosittelun positiointi ja viestit

Toimenpide-ehdotukset

YHTEENVETO

LIITTEET

OSA 1 – TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT

Mitä tutkittiin ja miten



Tutkimuksen tavoite ja kohderyhmät

- Tutkimuksen tavoitteena oli arvioida Onnen Peikko -konseptin kykyä lisätä kiinnostusta Kemijärveä kohtaan kesämatkailukohteena
- Konseptia tarkasteltiin suhteessa vastaaviin, teemoittamattomiin matkakohteisiin
- Tutkimus toteutettiin viidessä Euroopan maassa kesämatkailusta kiinnostuneiden matkailijoiden keskuudessa
- Tuloksia hyödynnetään kohderyhmien, positioinnin ja viestien määrittelyssä
- Tulokset perustuvat matkailusta kiinnostuneisiin kohderyhmiin, ei koko väestöön, mutta paneeliaineistot olivat edustavia iän ja sukupuolen mukaan kussakin maassa
- Tutkimuksessa tarkastellut kohderyhmät ovat:
 - matkailusta kiinnostuneet lapsiperheet
 - Luontomatkailijat
 - Aktiivimatkailijat
 - seniorimatkailijat (yli 64-vuotiaat)
- Tulokset kuvaavat potentiaalisten matkailijoiden kiinnostusta ja mielikuvia, eivät toteutunutta matkustuskäyttäytymistä

- Tutkimus toteutettiin 12/2025-1/2026 välisenä aikana.
- Tutkimusaineisto kerättiin paneeleissa, jotka olivat edustavia suhteessa väestöön ikäluokan ja sukupuolen osalta, mutta paneeleista kerättiin vastaukset vain kohderyhmiin kuuluvilta
- Vastaajamäärät olivat seuraavat:

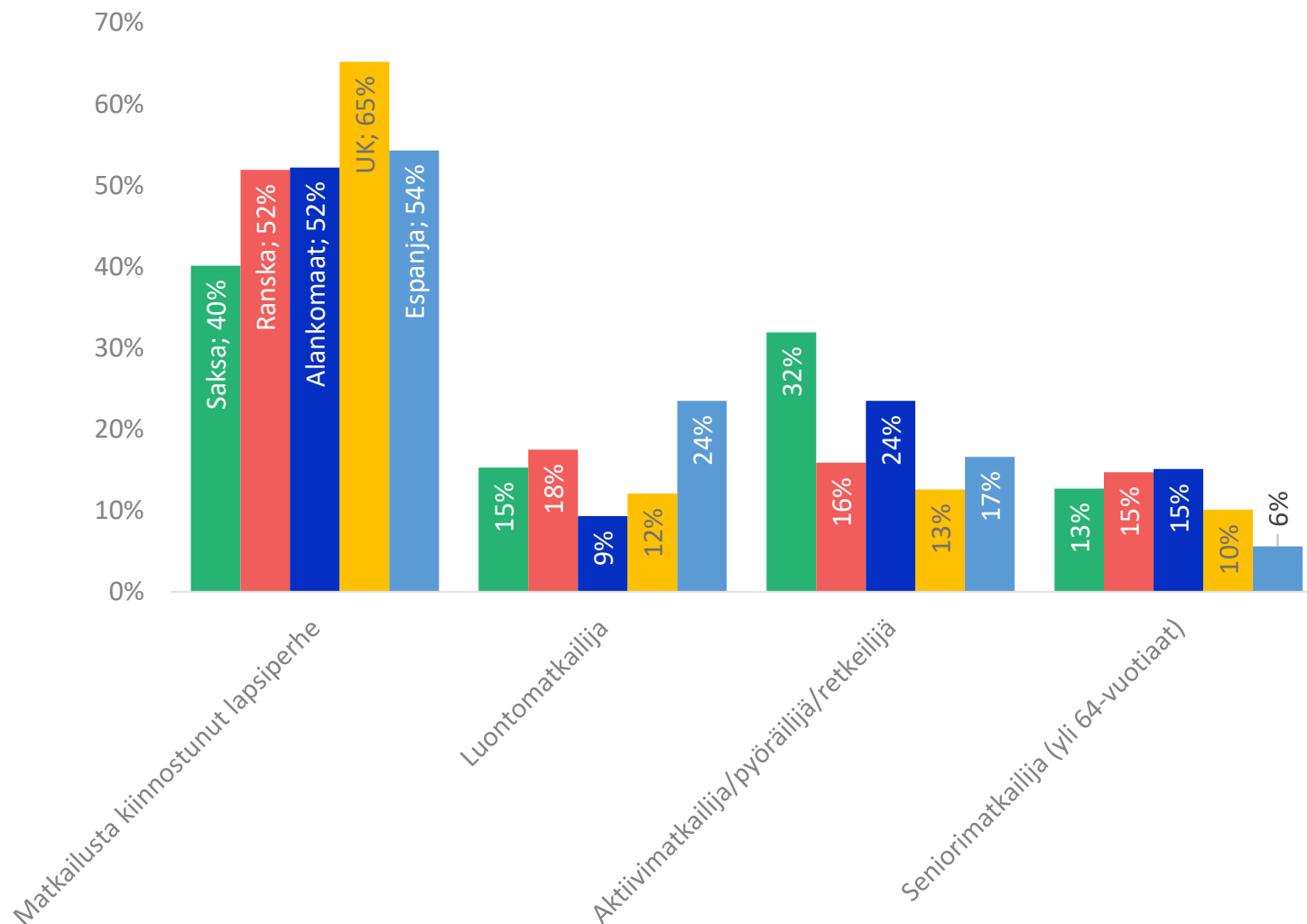
Saksa	354
Ranska	416
Alankomaat	324
Iso-Britannia	396
Espanja	409
Yhteensä	1 899

Tutkimukseen osallistuneet matkailijaryhmät ja markkinat

Keitä vastaajat ovat ja millaisista markkinoista tulokset kertovat



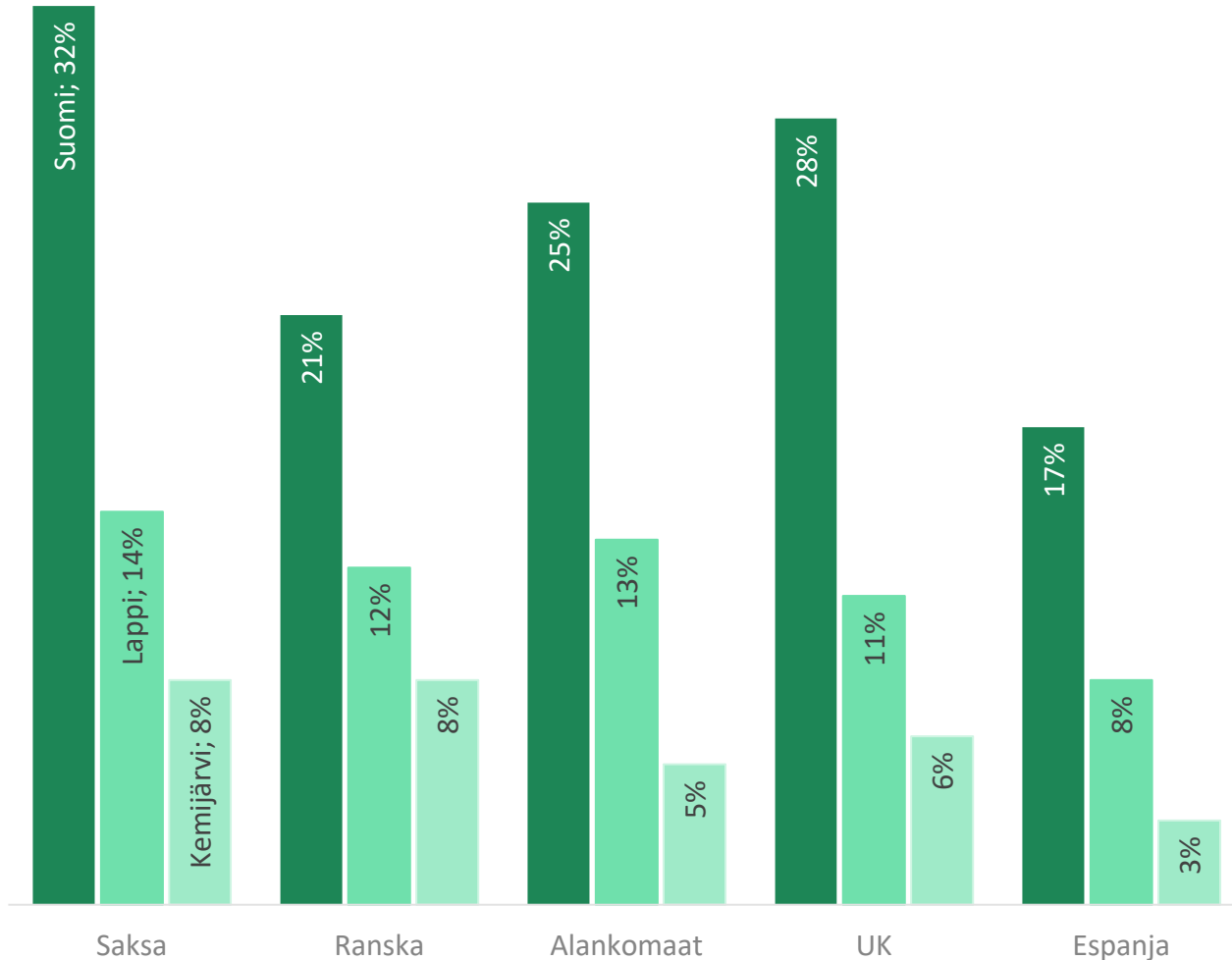
Matkailijaryhmät maittain



Vastaajista merkittävä osa on matkailusta kiinnostuneita lapsiperheitä. Tämä ryhmä korostuu Isossa-Britanniassa. Toiseksi suurin ryhmä on aktiivimatkailijat, joita on erityisesti Saksassa. Luontomatkailijoita on muita maita enemmän Espanjassa.

Vastaajien demografiset tiedot esitetään liitteessä 1.

Aiempi kokemus matkoista Suomessa, Lapissa ja Kemijärvellä



Saksalaisten vastaajien joukossa on eniten Suomessa ja Lapissa matkustaneita. Kemijärvellä käyneiden osuus on suurin Saksassa ja Ranskassa. Matkustaneiden osuudet ovat kokonaisuutena melko korkeita, mikä selittyy tutkimuksen kohderyhmillä: lapsiperheillä, luontomatkailijoilla, aktiivimatkailijoilla ja senioreilla, joita Suomi ja Lappi kiinnostavat keskimääräistä enemmän.

Tuloksia ei voida yleistää koko väestöön, vaan ne kuvaavat nimenomaan näiden matkailusta kiinnostuneiden kohderyhmien kokeneisuutta.

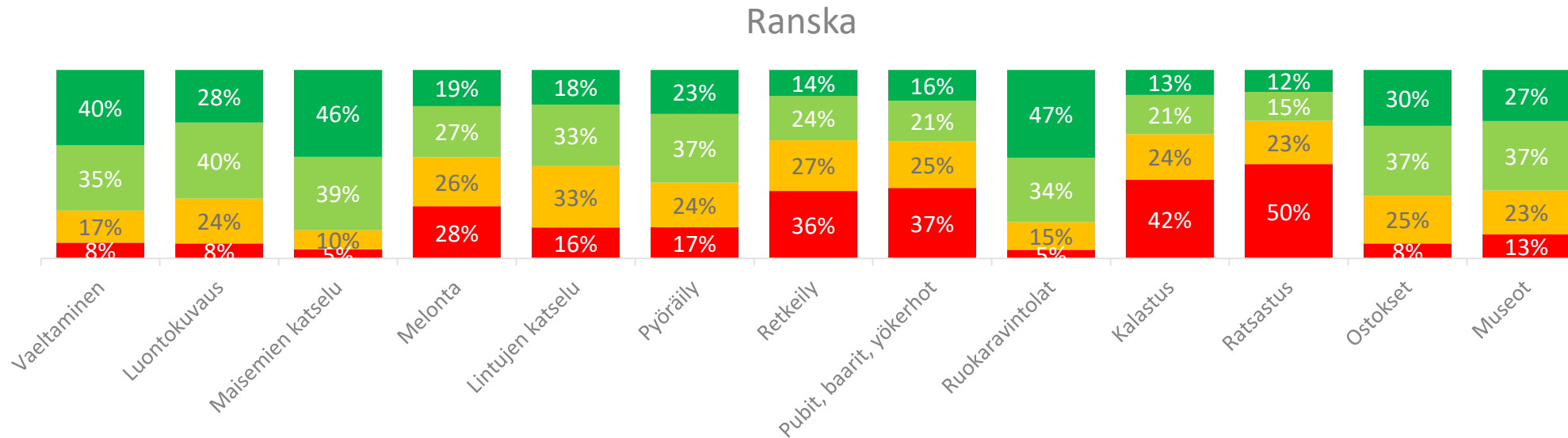
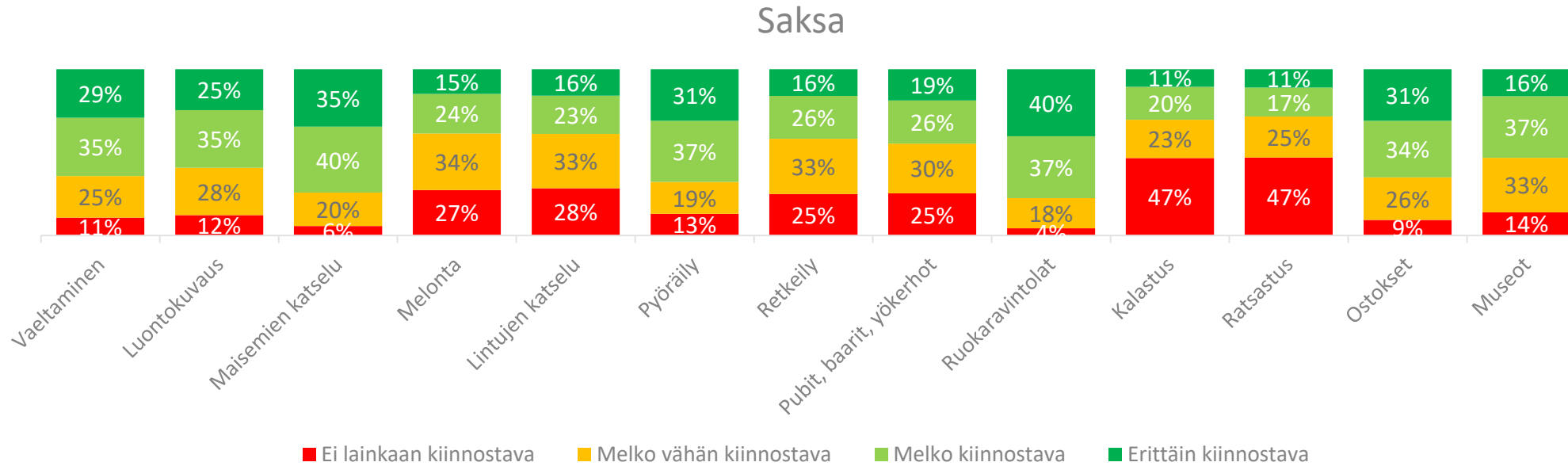
OSA 2 – MATKAILUN KIINNOSTUKSEN PERUSTEKIJÄT

Mikä ohjaa matkailijan kiinnostusta ja valintoja

Kesämatkailun kiinnostuksen kohteet Euroopassa

Mikä matkailijoita kiinnostaa kesämatkoilla eri markkinoilla

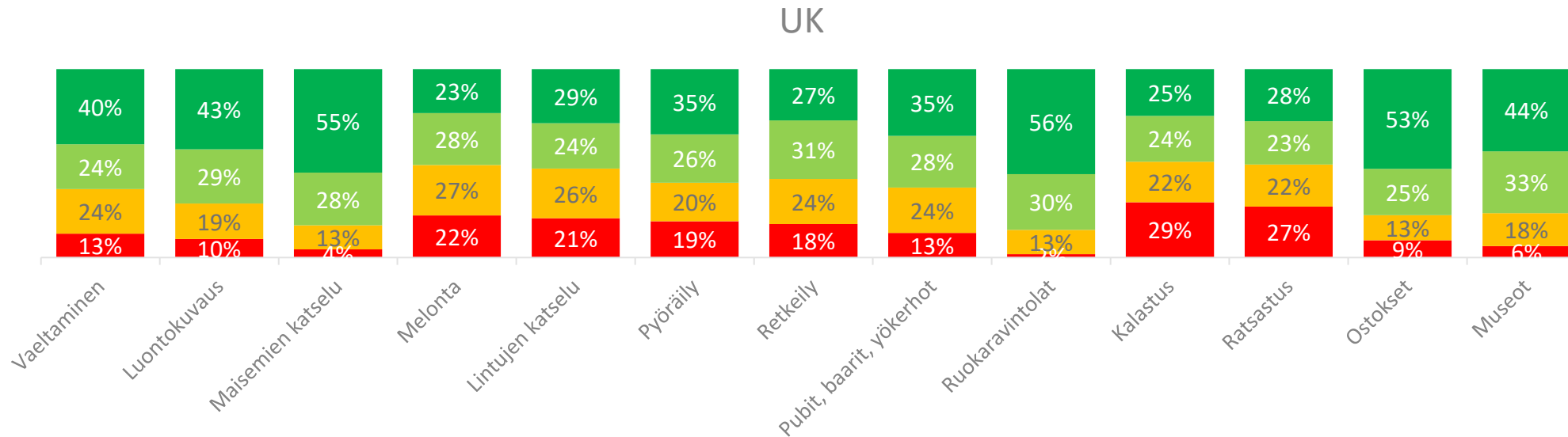
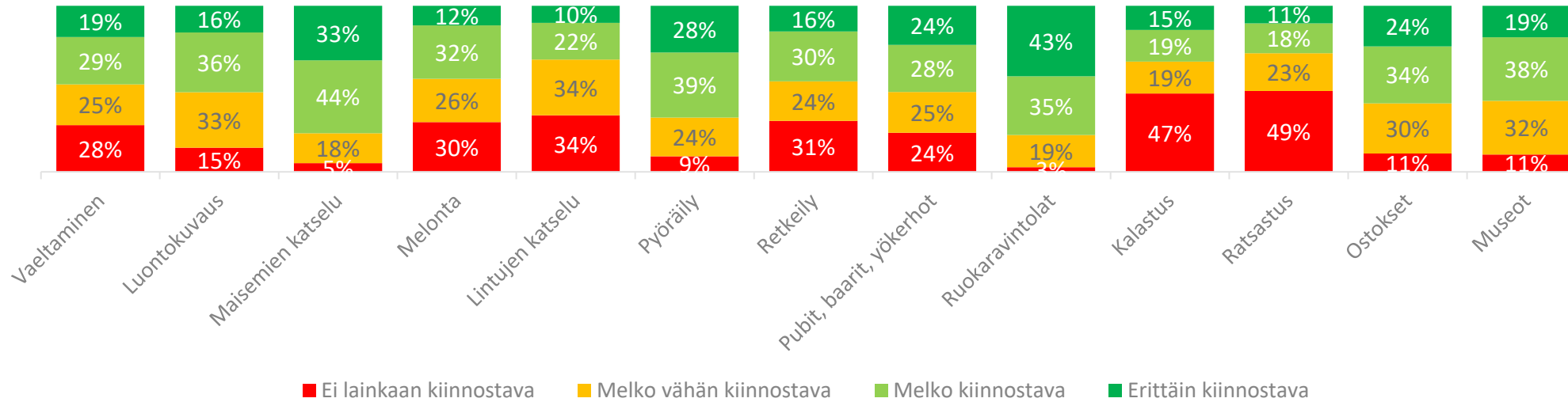
Kiinnostus aktiviteetteja kohtaan kesällä tehtävän matkan aikana



Ruokaravintolat ovat keskeinen osa kesäistä matkakokemusta kaikissa tarkastelluissa maissa. Saksassa ja Ranskassa maisemien katsominen korostuu erityisen vahvana kiinnostuksen kohteena. Saksalaiset ovat muita maita kiinnostuneempia pyöräilystä, kun taas ranskalaiset painottavat vaeltamista ja luontokuvausta.

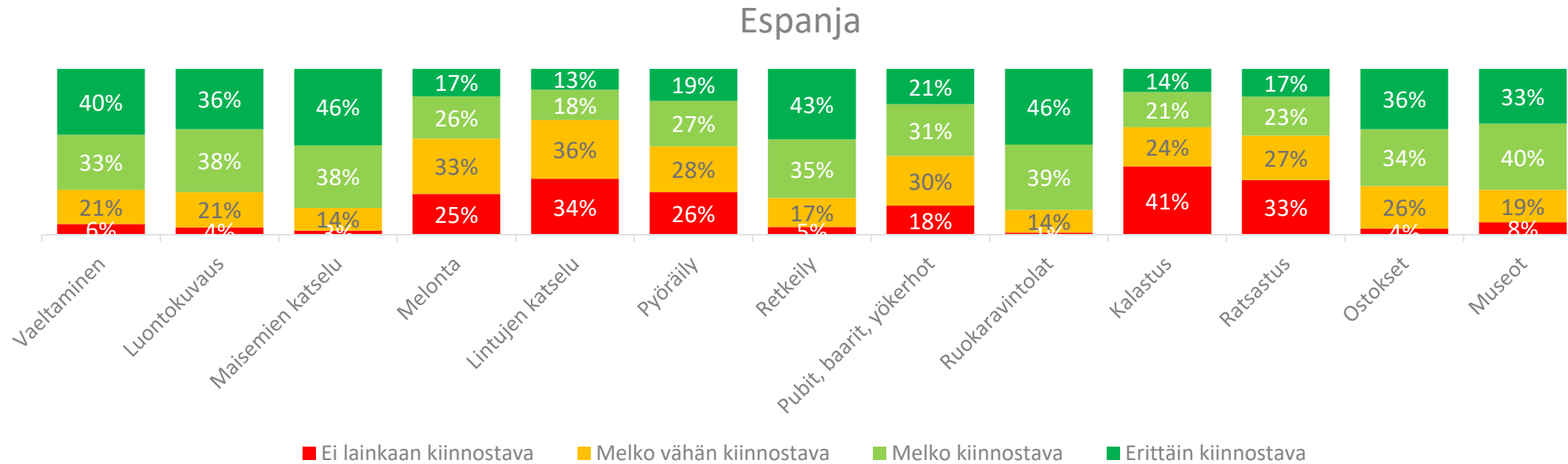
Kiinnostus aktiviteetteja kohtaan kesällä tehtävän matkan aikana

Alankomaat



Alankomaat erottuu muista maista siinä, että siellä on hieman muita enemmän vastaajia, joita tietyt luontoaktiviteetit, kuten vaeltaminen, luontokuvaus ja melonta, eivät kiinnosta. Isossa-Britanniassa tilanne on päinvastainen: suurin osa vastaajista pitää erilaisia luontoaktiviteetteja vähintään melko kiinnostavina.

Kiinnostus aktiviteetteja kohtaan kesällä tehtävän matkan aikana



Myös espanjalaisten vastaajien keskuudessa luontoaktiviteetit koetaan laajasti kiinnostavina. Pyöräily herättää kuitenkin selvästi vähemmän kiinnostusta kuin muissa tarkastelluissa maissa, mikä erottaa Espanjan muista markkinoista.

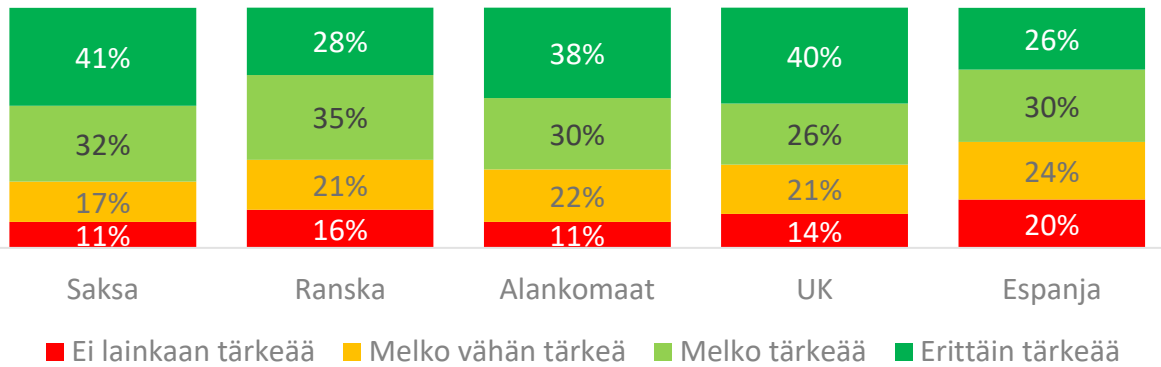
Reitit ja opasteet matkakohteen vetovoimatekijöinä
Miten reitit ja niiden selkeys vaikuttavat matkakohteen houkuttelevuuteen

Reittien tärkeys matkakohteessa

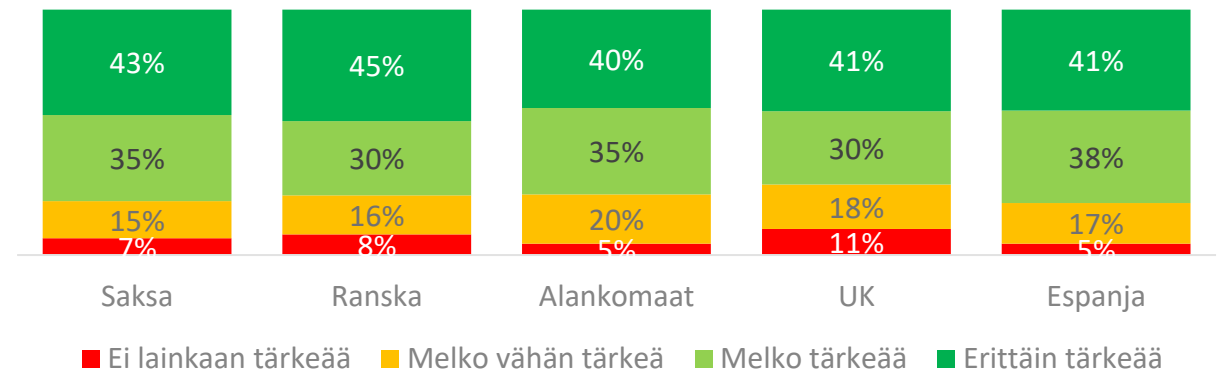
Reitit ovat keskeinen osa matkakohteen vetovoimaa kaikissa tarkastelluissa maissa. Erityisesti vaellusreitit ilman yöpymistä koetaan tärkeiksi. Myös melontareitit nähdään merkityksellisinä, vaikka niiden tärkeys jää hieman vaellusreittejä matalammaksi. Maiden väliset erot ovat kokonaisuutena pieniä joskin espanjalaiset pitävät pyöräilyreittejä hieman muita vähemmän tärkeitä.



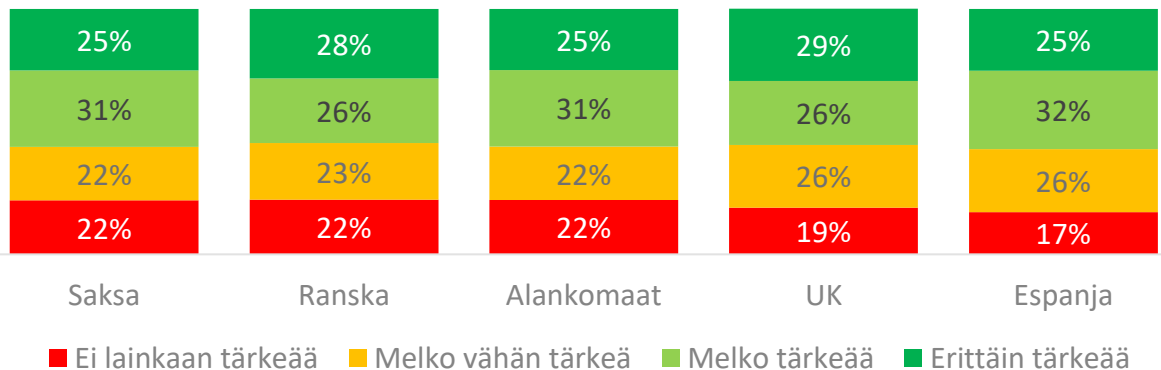
Polkupyöräreitit luonnossa



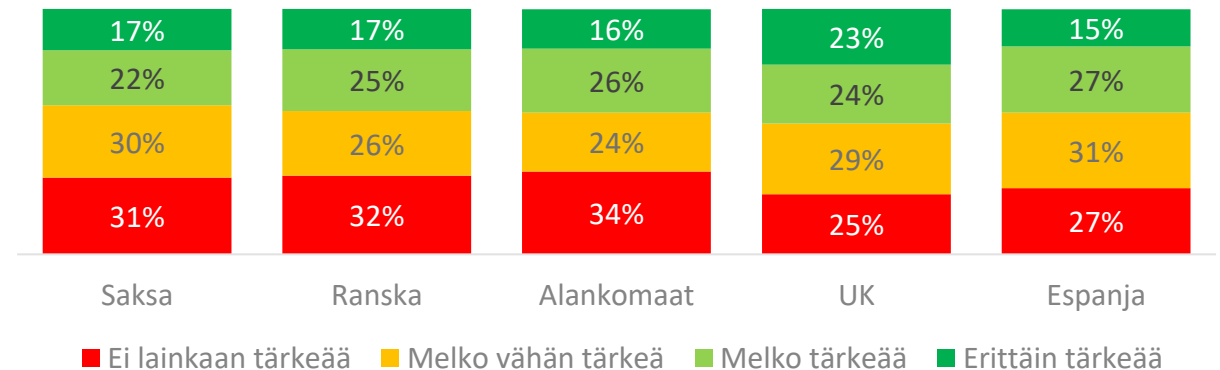
Lyhyet vaellusreitit (ei yöpymistä)



Pitkät vaellusreitit (yöpyminen)



Melontareitit

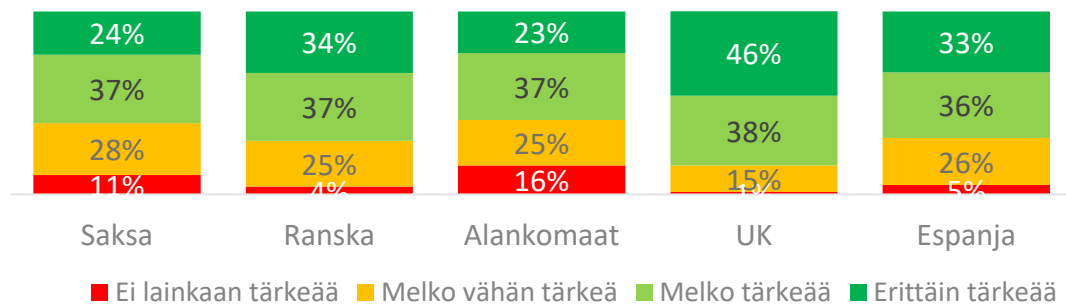


Reittiopasteiden tärkeys

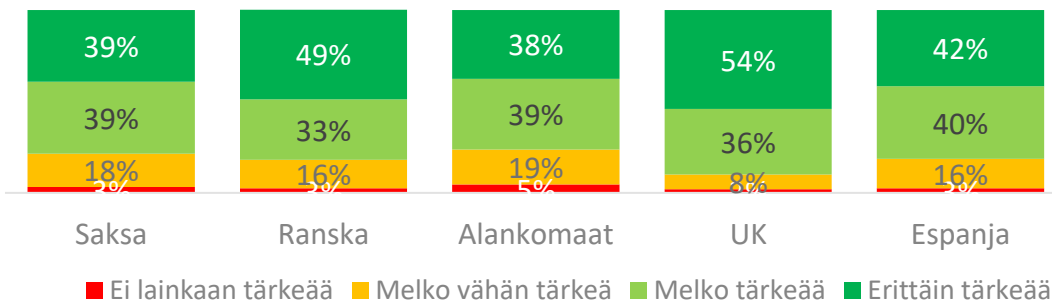
Reittiopasteet koetaan tärkeäksi osaksi reittikokemusta kaikissa tarkastelluissa maissa. Erityisen merkityksellisiä ovat opasteet reitin varrella sekä kyltit, jotka tarjoavat tietoa kohteesta. Digitaaliset ja tarinalliset ratkaisut, kuten sovelluspohjainen ääniohjaus, koetaan vähemmän tärkeiksi, mutta noin puolet vastaajista pitää niitä silti vähintään melko tärkeinä. Alankomaissa ja Saksassa painettujen reittikarttojen merkitys on muita maita vähäisempi. Tulokset korostavat selkeän ja visuaalisesti informatiivisen reittiopastuksen merkitystä erityisesti kansainvälisille matkailijoille.



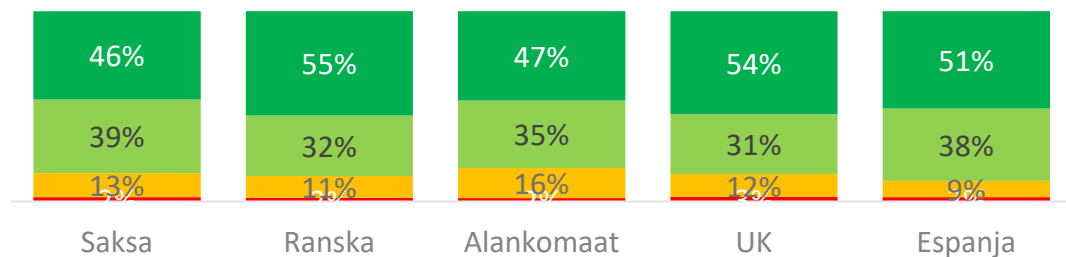
Reittikartta printti



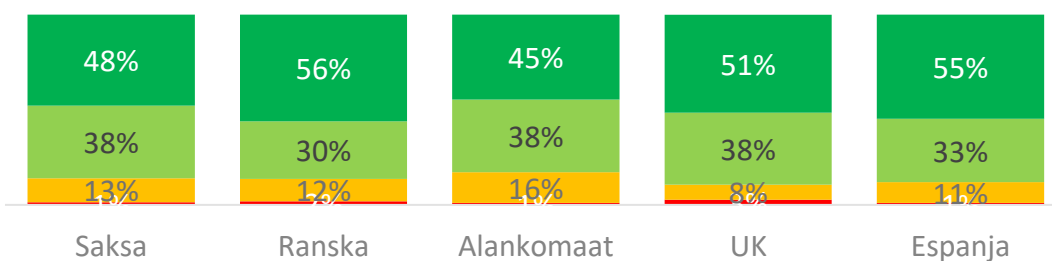
Lähtöpisteen infotaulu



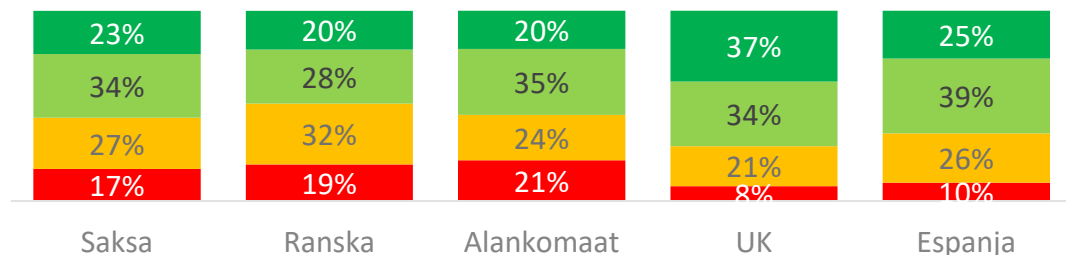
Reittiopasteet reitin varrella



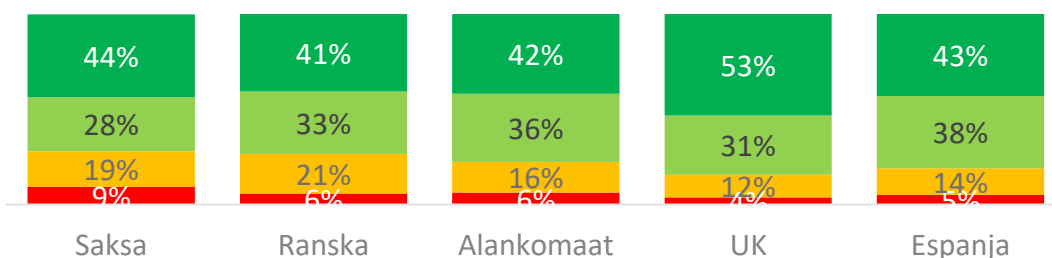
Reitin varrella kyltit, joissa kerrotaan kohteesta



Tarinallinen ääniohjaus sovelluksessa

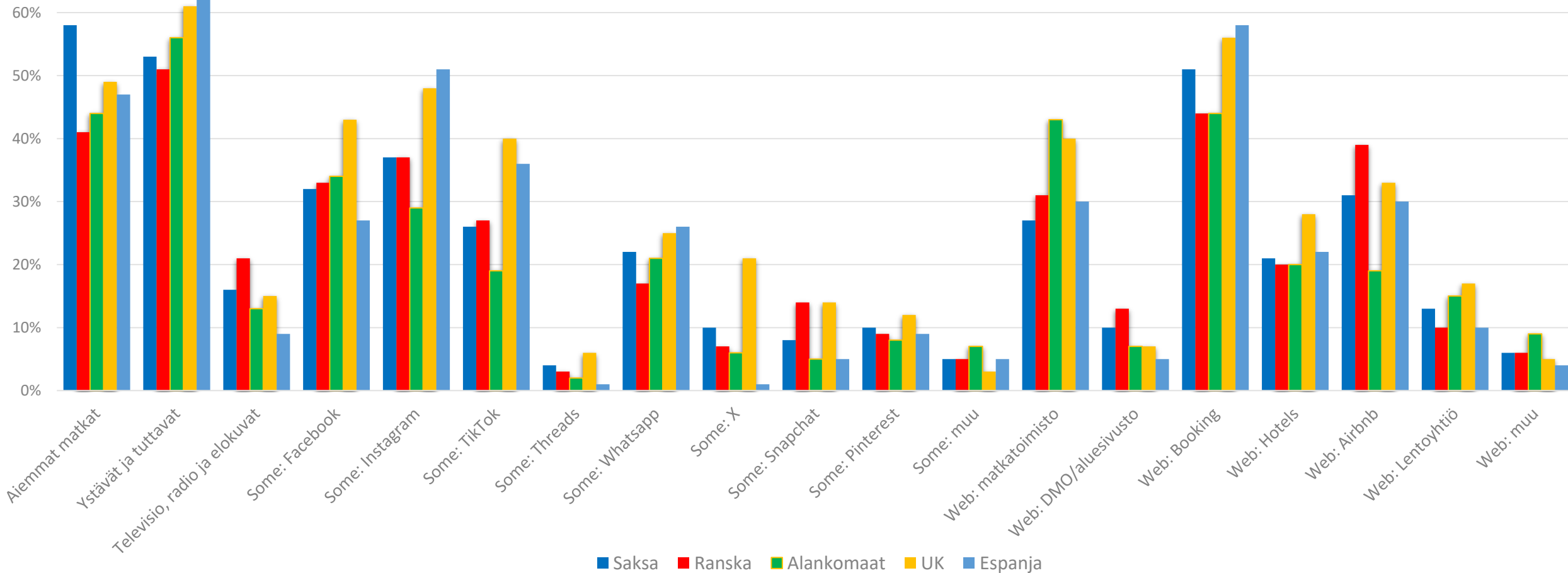


Reaaliaikainen navigointi sovelluksessa



Mistä matkainspiraatio syntyy ja miten matkoja suunnitellaan
Mitkä kanavat ja sisällöt ohjaavat matkailijan päätöksentekoa

Inspiraatioon ja matkan suunnitteluun käytettävät lähteet



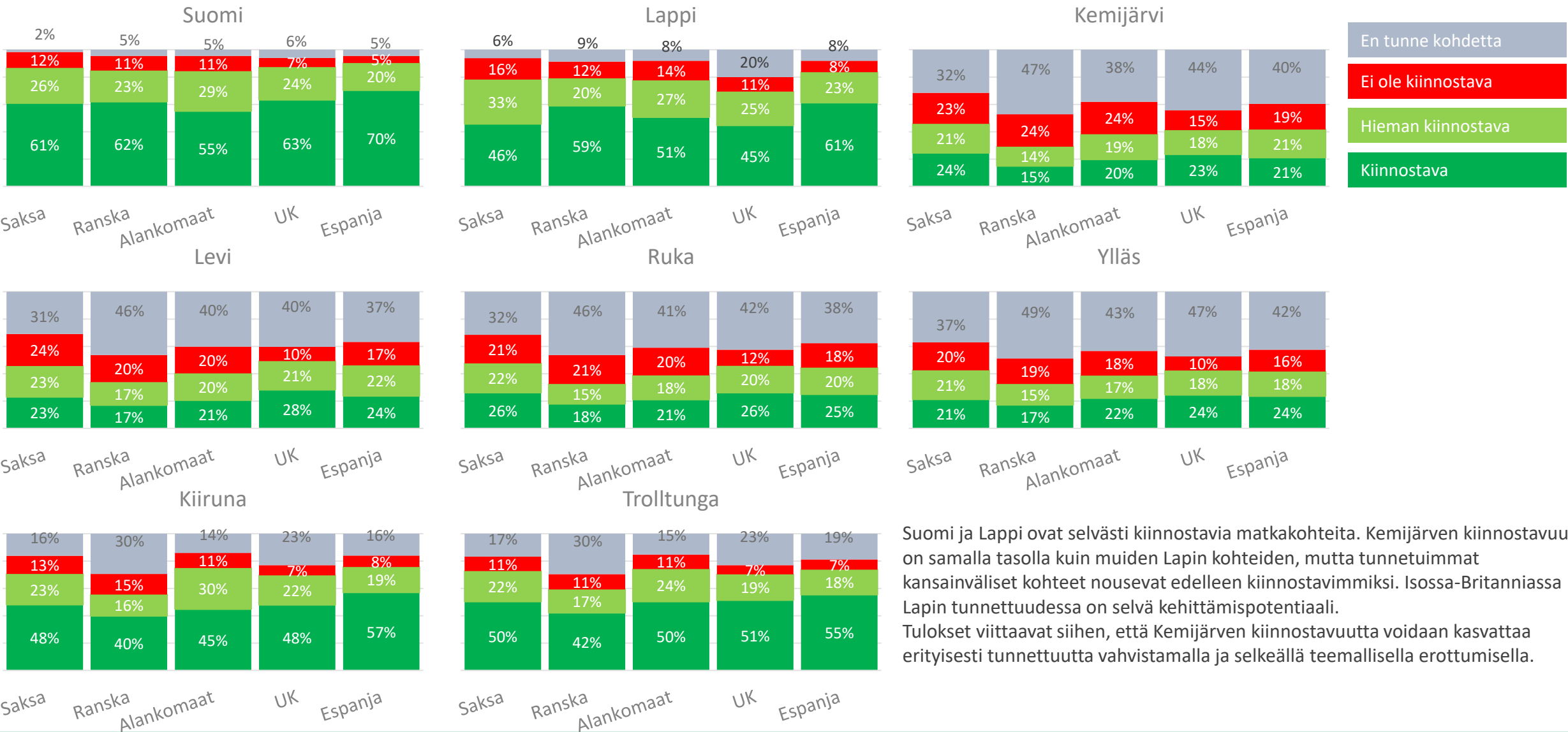
Matkainspiraation tärkeimmät lähteet ovat aiemmat matkakokemukset sekä ystävät ja tuttavat. Sosiaalisen median kanavista Instagram korostuu selvästi, mutta myös Facebookilla on edelleen merkitystä. Alankomaissa jopa Instagramia enemmän. TikTok on noussut lähes yhtä tärkeäksi näiden rinnalle. Matkojen varaamisessa keskeisessä roolissa ovat kansainväliset varauspalvelut, erityisesti Booking.com. Alankomaissa ja Isossa-Britanniassa myös matkatoimistojen verkkosivustoilla on huomattava merkitys. Airbnb on laajasti käytetty vaihtoehto kaikissa maissa.

Tulokset korostavat suositusten, visuaalisen inspiraation ja helposti saavutettavien varauspolkujen merkitystä kansainvälisessä markkinoinnissa.

Suomi, Lappi ja Kemijärvi matkakohteina

Miten kohteet asemoituvat matkailijoiden mielikuvissa

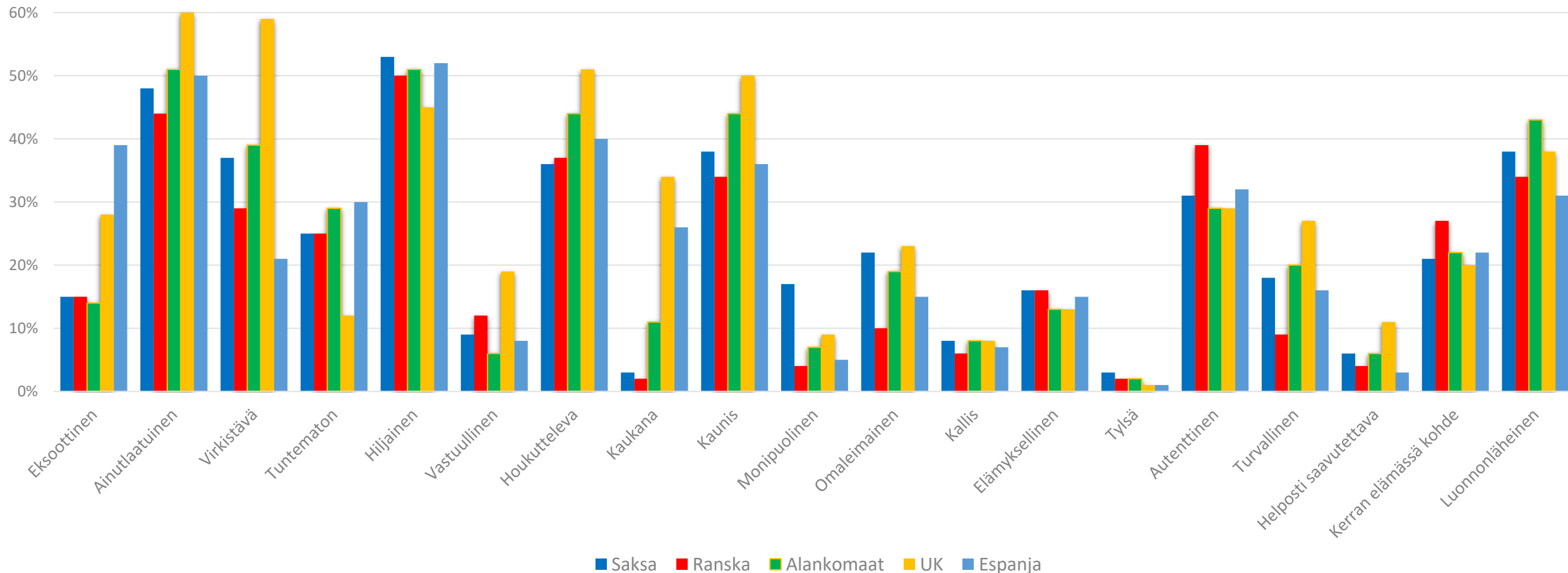
Kiinnostus matkakohteita kohtaan



Suomi ja Lappi ovat selvästi kiinnostavia matkakohteita. Kemijärven kiinnostavuus on samalla tasolla kuin muiden Lapin kohteiden, mutta tunnetuimmat kansainväliset kohteet nousevat edelleen kiinnostavimmiksi. Isossa-Britanniassa Lapin tunnettuudessa on selvä kehittämispotentiaali. Tulokset viittaavat siihen, että Kemijärven kiinnostavuutta voidaan kasvattaa erityisesti tunnettuutta vahvistamalla ja selkeällä teemallisella erottumisella.

Mielikuvat Kemijärvestä

Vastaajille annettu lyhyt kuvaus Kemijärvestä, minkä jälkeen valittu annetuista vaihtoehdoista



Mielikuvat Kemijärvestä ovat kokonaisuutena selvästi positiivisia. Noin puolet vastaajista pitää Kemijärveä ainutlaatuisena ja rauhallisena matkakohteena. Isosta-Britanniasta kotoisin olevat vastaajat liittävät Kemijärveen muita useammin mielikuvia virkistävydestä, houkuttelevuudesta ja kauneudesta, kun taas ranskalaiset korostavat kohteen autenttisuutta. Kemijärveä ei yleisesti mielletä kalliiksi tai tylsäksi, mutta vastuullisuus ei nouse vahvana mielikuvana. Tulokset osoittavat, että Kemijärven brändipohja on vahva, mutta vastuullisuuteen liittyvää viestintää voidaan edelleen vahvistaa.

OSA 3 – ONNEN PEIKKO - KONSEPTI JA SEGMENTOINTI

Miten konsepti toimii eri matkailijaryhmissä ja miksi

Onnen Peikko -konseptin toimivuus ja kiinnostuksen kasvu

Lisääkö teema kiinnostusta verrattuna teemoittamattomiin kohteisiin

Kiinnostuksen kasvu Kemijärveä ja reittimatkailua kohtaan Onnen peikon takia

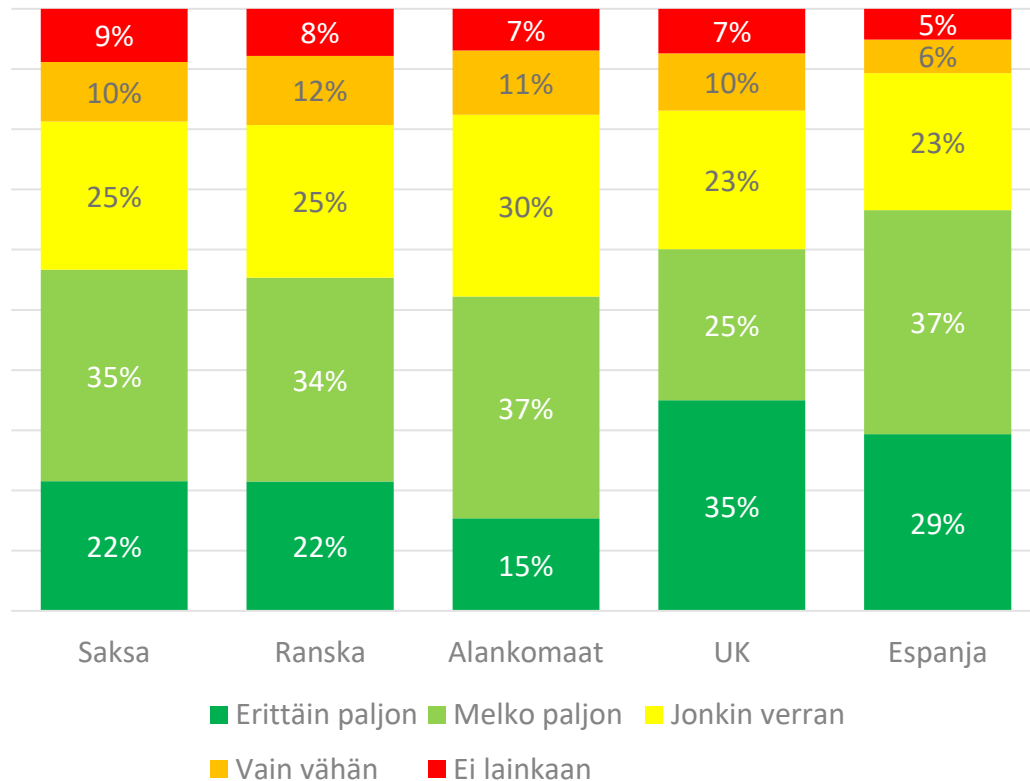


Onnen Peikko -teema lisää kiinnostusta Kemijärveä kohtaan verrattuna vastaaviin, teemoittamattomiin matkakohteisiin. Kiinnostus kasvaa kaikissa tarkastelluissa maissa, ja vaikutus on voimakkain Espanjassa, vaikka maiden väliset erot ovat kokonaisuutena pieniä.

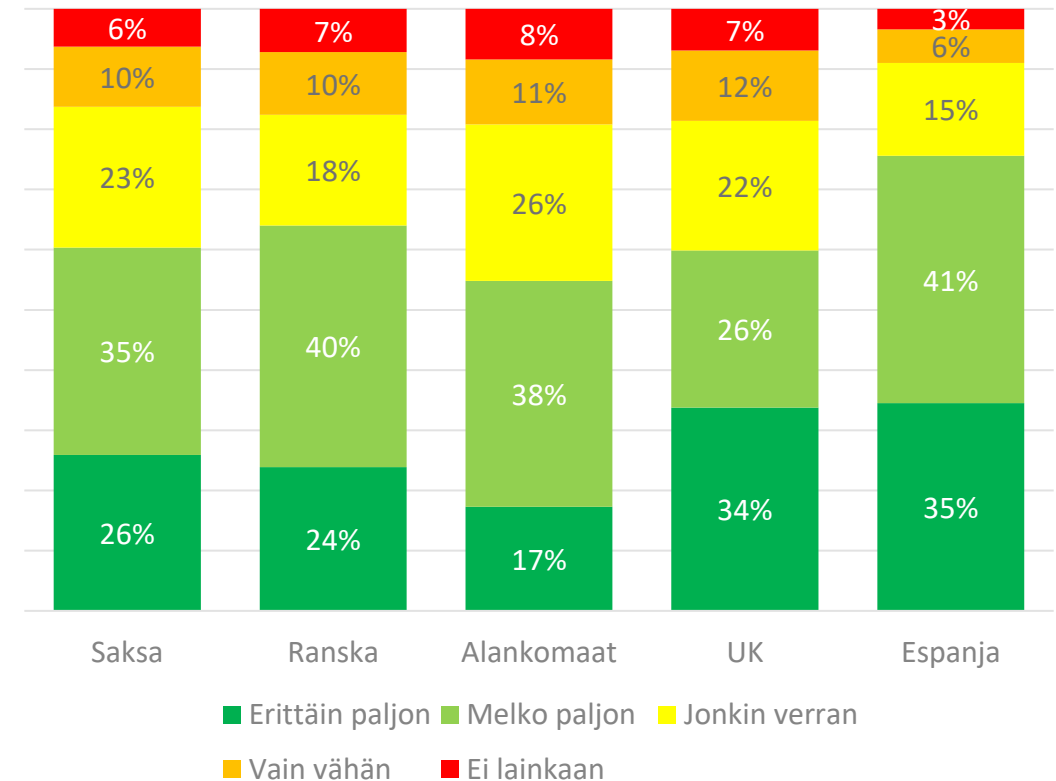
Onnen Peikko lisää kiinnostusta myös reittimatkailua kohtaan. Myös tässä vaikutus korostuu Espanjassa, mutta teeman positiivinen vaikutus näkyy kaikilla markkinoilla.

Tulokset osoittavat, että teemallinen konsepti toimii tehokkaana kiinnostuksen herättäjänä eri markkinoilla.

Kemijärveä kohtaan



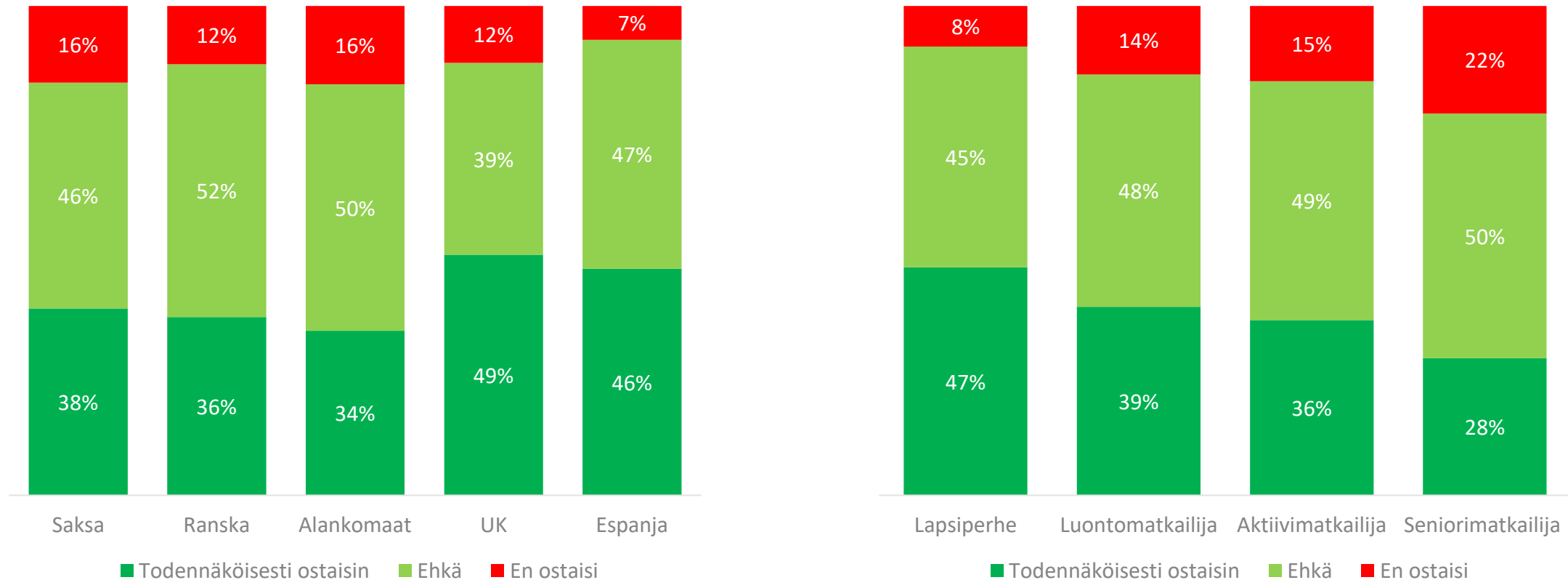
Reittimatkailua kohtaan



Kiinnostus ostaa Onnen Peikko –teemaisia matkamuiistoja (T-paitoja, jääkaappimagneetteja tai postikortteja)



Kiinnostuksessa ostaa Onnen Peikko teemaisia matkamuiistoja on jonkin verran eroa sekä maiden että matkailijaryhmien välillä, mutta suurin osa vastaajista on kiinnostunut niistä. Positiivisesti ostamiseen suhtautuvia on eniten Espanjassa ja vähiten Saksassa ja Alankomaissa. Seniorimatkailijoita matkamuiistot kiinnostavat harvemmin kun taas lapsiperheet ovat niistä muita useammin kiinnostuneita.



Onnen Peikot – hahmogallerian yleisarvio



Onnen Peikko -hahmogalleria koetaan kokonaisuutena selkeänä, ymmärrettävänä ja eri kohderyhmille soveltuvana. Hahmot herättävät erilaisia mielikuvia ja puhuttelevat osin eri matkailijaryhmiä, mikä tukee konseptin monipuolista ja joustavaa käyttöä.

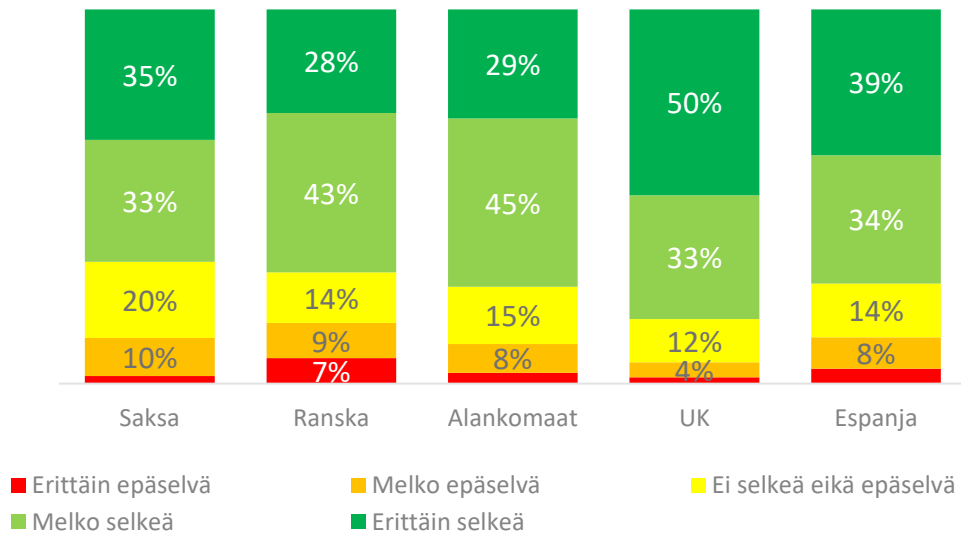
Osa hahmoista, kuten Sopuli ja Jaakko, erottuu vahvasti energisinä ja persoonallisina kiinnostuksen herättäjinä. Kuha ja Taimi toimivat turvallisina ja helposti lähestyttävänä hahmoina erityisesti lapsiperheille, kun taas Sirri puhuttelee rauhallisempaa ja luontopainotteista kohderyhmää. Laaksonen jakaa mielipiteitä, mutta lisää konseptiin huumoria ja muistettavuutta.

Kokonaisuutena hahmot tukevat Kemijärven ja reittimatkailun vetovoimaa ja mahdollistavat kohderyhmäkohtaisen viestinnän eri markkinoilla.

Peikkohahmot ja mielikuvat

Millaisia mielikuvia yksittäiset hahmot herättävät

Selkeys ja ymmärrettävyys

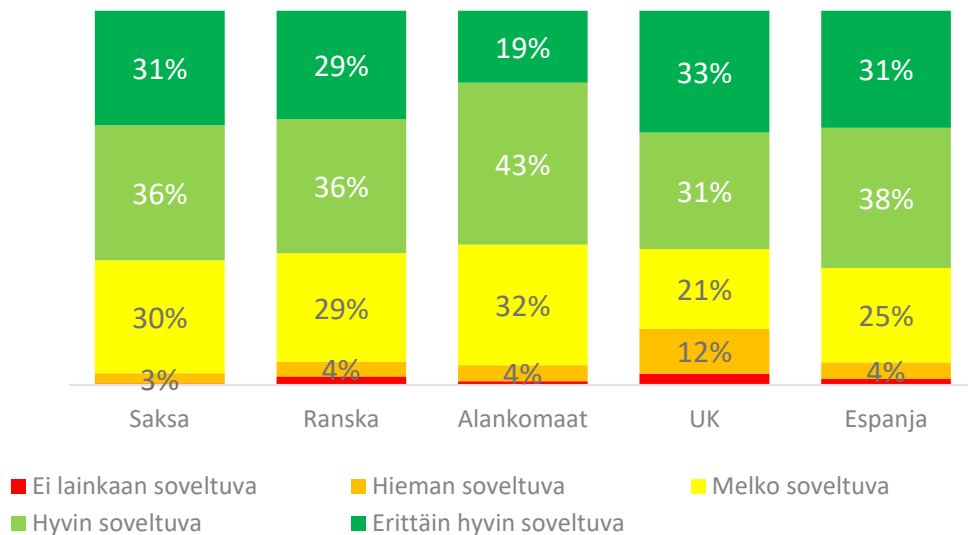


Vesipeikko Kuhan hahmo ja tarina koetaan selkeinä ja helposti ymmärrettävinä kaikissa tarkastelluissa maissa. Erityisesti Isossa-Britanniassa vastaajat suhtautuvat hahmoon myönteisesti. Kuhaa pidetään pääosin hyvin lapsiperheille soveltuvana hahmona, vaikka Isossa-Britanniassa mielipiteet jakautuvat jonkin verran muita maita enemmän.

Kuha



Soveltuvuus perheille



Yhteenveto vapaasta palautteesta

Vapaassa palautteessa Kuha herättää mielikuvia leikkisyydestä, kevyestä huumorista ja hyväntahtoisesta, hieman höpsöstä hahmosta. Hahmo koetaan erityisesti lapsille ja perheille sopivaksi. Osa vastaajista näkee Kuhassa myös opastavan tai vaihtoehtoja tarjoavan roolin, mutta joillekin hahmo näyttäytyy yksinkertaisena tai enemmän kevyenä vitsinä kuin syvällisenä tarinahahmona.

Yleissävy palautteessa on selvästi positiivinen ja humoristinen.

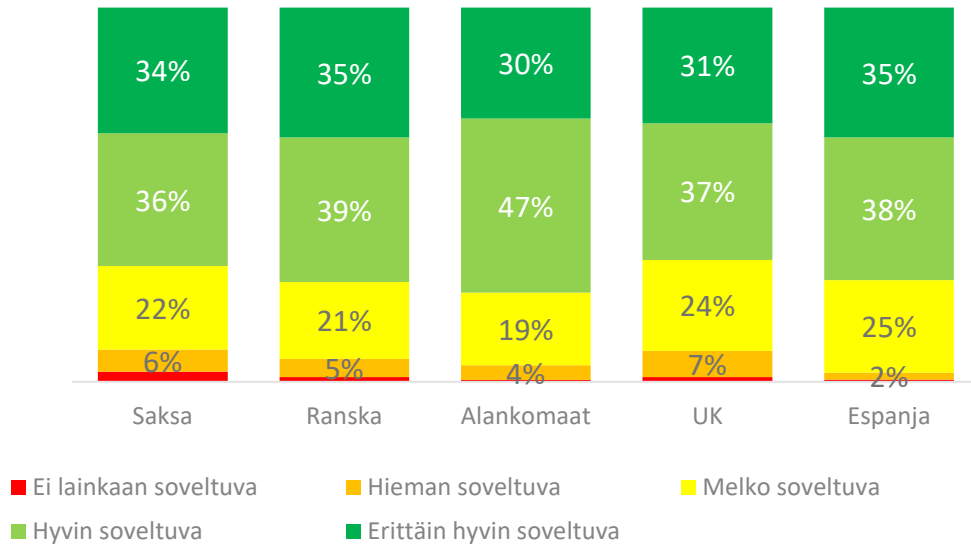
Kuha

Vesipeikko Kuhaa pidetään hyvin Suomeen ja Lappiin soveltuvana hahmona, joskin soveltuvuus Lapille arvioidaan hieman Suomea matalammaksi. Kuha lisää kiinnostusta Kemijärveä kohtaan kaikissa tarkastelluissa maissa.

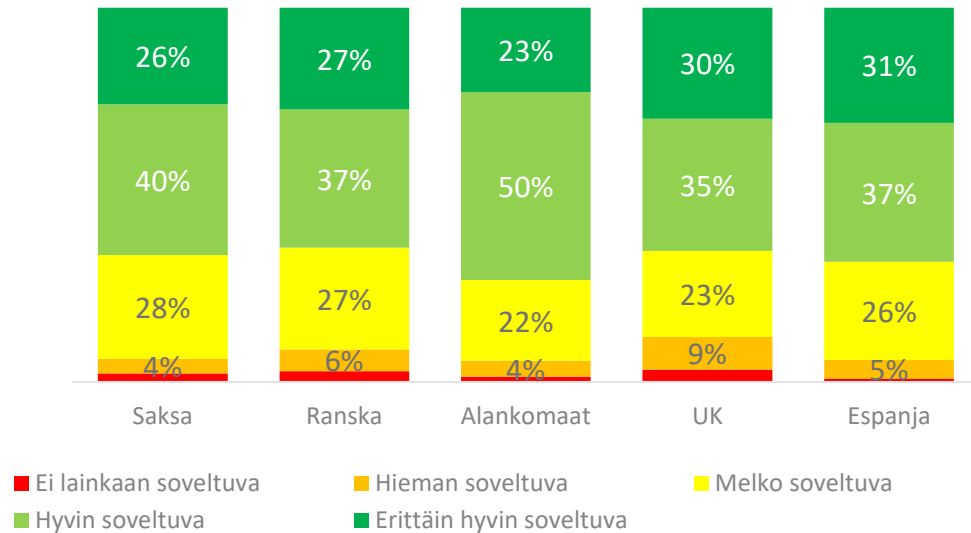
Leikkisä ja hyväntahtoinen vesipeikko, joka puhuttelee lapsiperheitä.



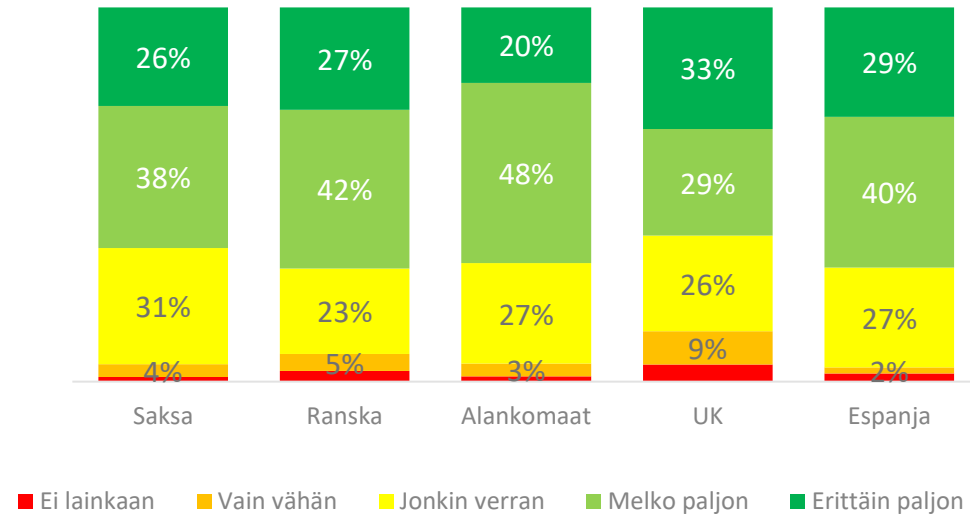
Soveltuvuus Suomelle



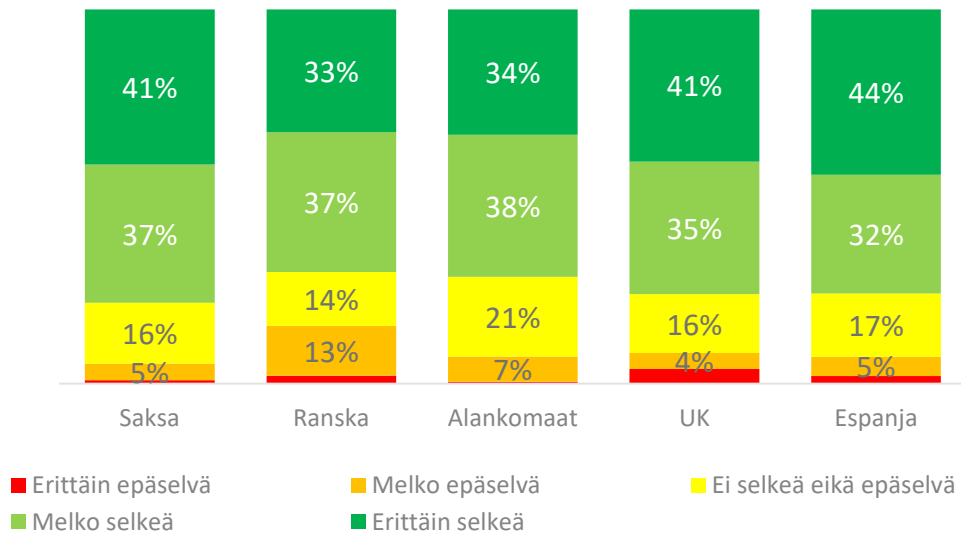
Soveltuvuus Lapille



Kiinnostuksen lisääntyminen Kemijärveä kohtaan



Selkeys ja ymmärrettävyys

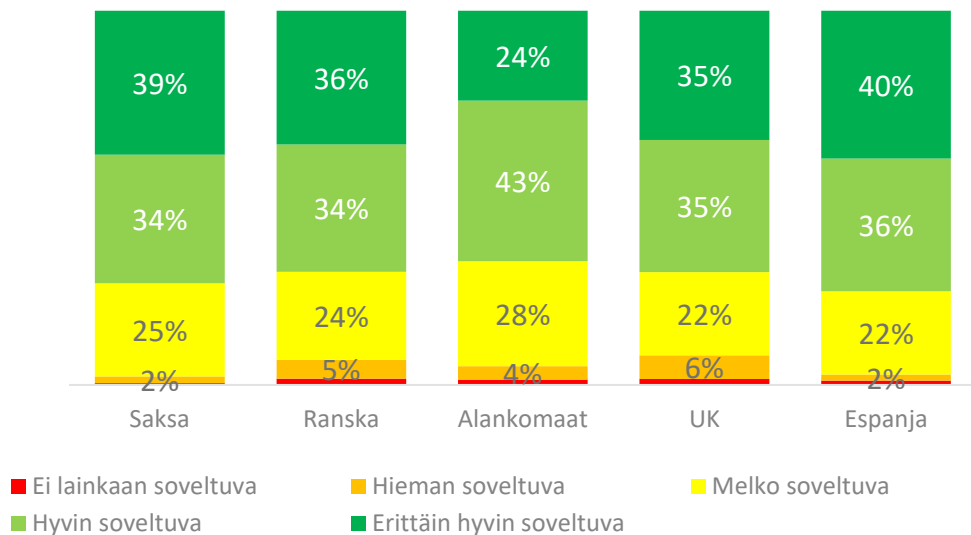


Tunturipeikko Sopulin hahmo ja tarina koetaan selkeinä ja helposti ymmärrettävinä kaikissa tarkastelluissa maissa. Hahmoa pidetään hyvin lapsiperheille soveltuvana, ja arviot ovat eri maiden välillä varsin yhtenäisiä.

Sopuli



Soveltuvuus perheille



Yhteenveto vapaasta palautteesta

Vapaassa palautteessa Sopuli näyttäytyy iloisena, uteliaana ja avuliaana peikkona. Vastauksissa korostuvat mielikuvat leikistä, fantasiasta ja yhteisestä tekemisestä. Hahmo liitetään usein elämyksellisyyteen ja seikkailuun, ja sitä pidetään helposti lähestyttävänä sekä hyvän mielen hahmona.

Yleissävy palautteessa on erittäin myönteinen, energinen ja ystävällinen.

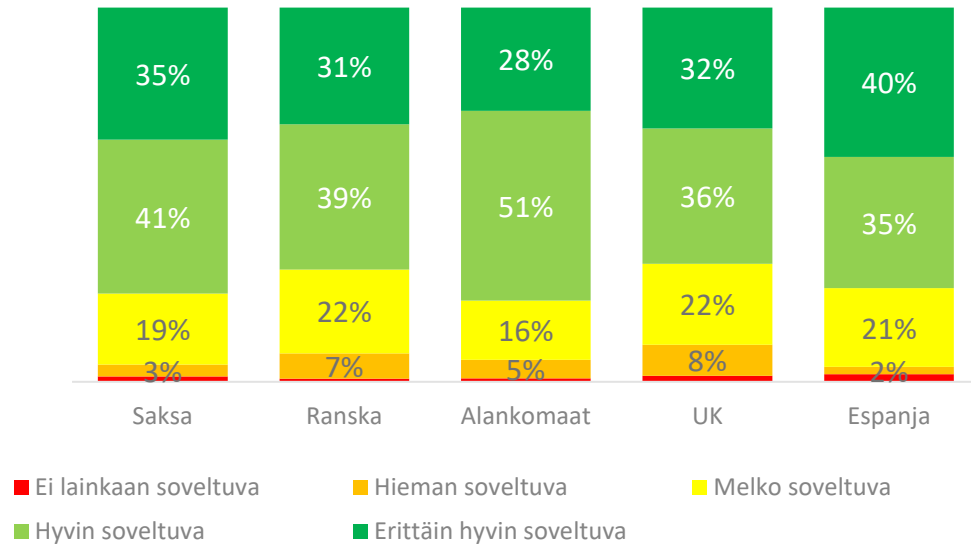
Sopuli



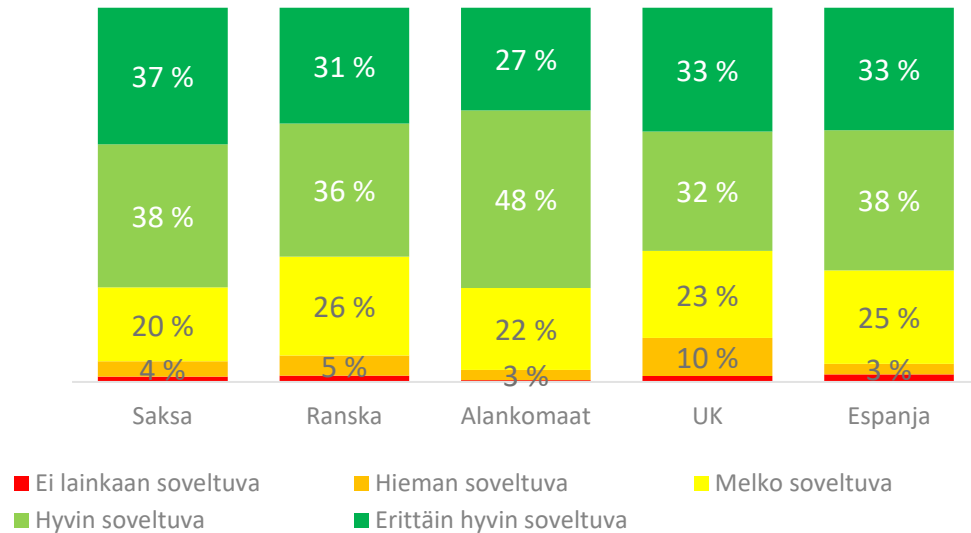
Sopuli soveltuu hyvin sekä Suomeen että Lappiin. Hahmo lisää kiinnostusta Kemijärveä kohtaan kaikissa tarkastelluissa maissa, ja vaikutus on voimakkain Espanjassa.

Iloinen ja energinen tunturipeikko, joka kutsuu yhteiseen tekemiseen ja seikkailuun.

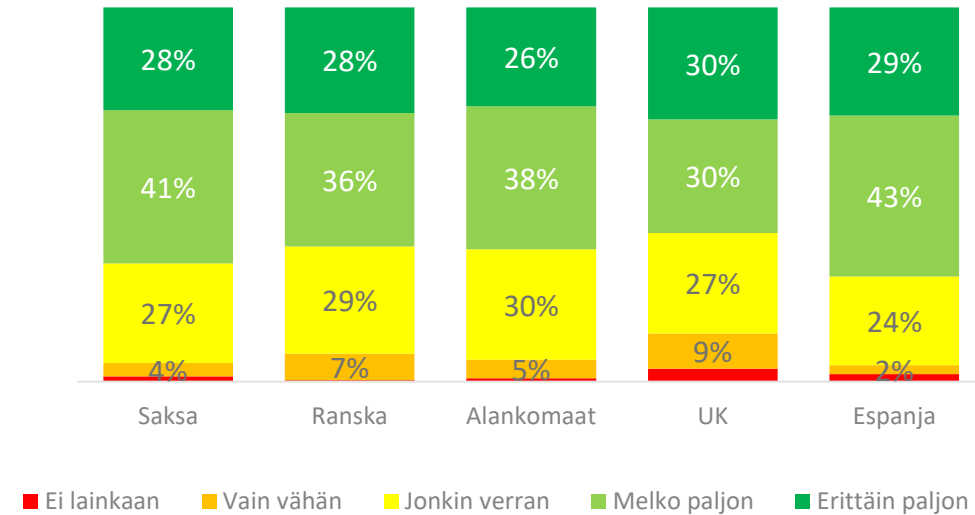
Soveltuvuus Suomelle



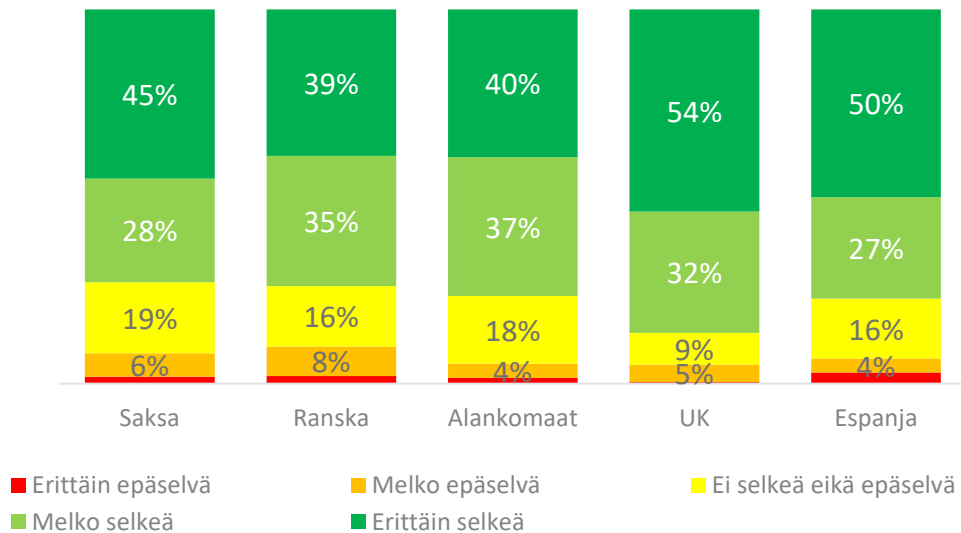
Soveltuvuus Lapille



Kiinnostuksen lisääntyminen Kemijärveä kohtaan



Selkeys ja ymmärrettävyys

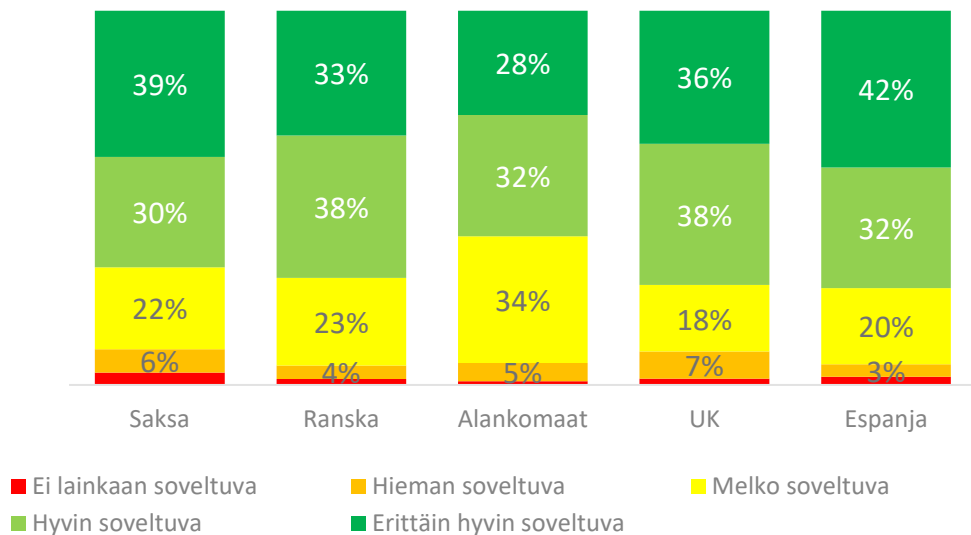


Lintupeikko Sirrin hahmo ja tarina koetaan selkeinä ja helposti ymmärrettävinä kaikissa tarkastelluissa maissa, erityisesti Isossa-Britanniassa. Sirriä pidetään hyvin lapsiperheille soveltuvana hahmona. Alankomaissa muissa maita suurempi osuus pitää hahmoa vain hieman soveltuvan. Muuten maiden väliset erot ovat pieniä.

Sirri



Soveltuvuus perheille



Yhteenveto vapaasta palautteesta

Vapaassa palautteessa Sirri yhdistyy vahvasti luontoon, tarkkailuun ja rauhalliseen ympäristöön. Hahmo liitetään erityisesti lintuihin ja luonnon havainnointiin, ja se puhuttelee ennen kaikkea luonnosta kiinnostuneita vastaajia. Osalle Sirri näyttäytyy rauhoittavana ja mielenkiintoisena hahmona, kun taas osa kokee sen hieman kapeaksi tai vähemmän dynaamiseksi.

Yleissävy palautteessa on rauhallinen, luonnonläheinen ja hillitty.

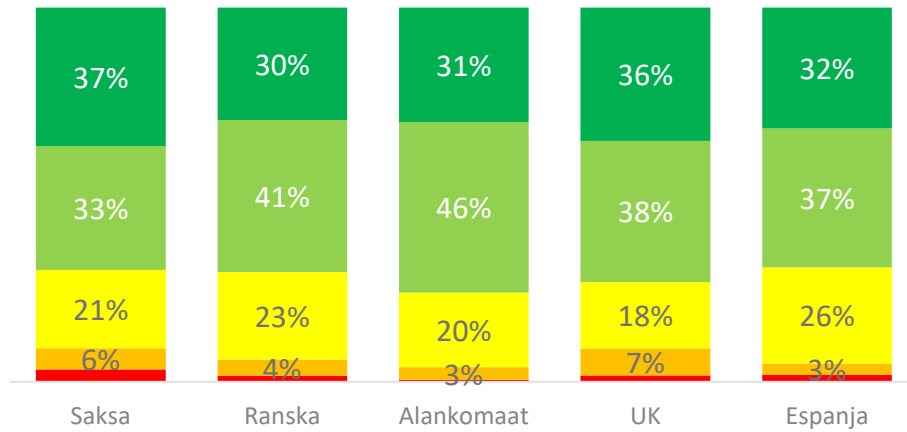
Sirri



Sirri soveltuu hyvin sekä Suomeen että Lappiin. Hahmo lisää kiinnostusta Kemijärveä kohtaan kaikissa tarkastelluissa maissa, eikä maiden välillä ole merkittäviä eroja.

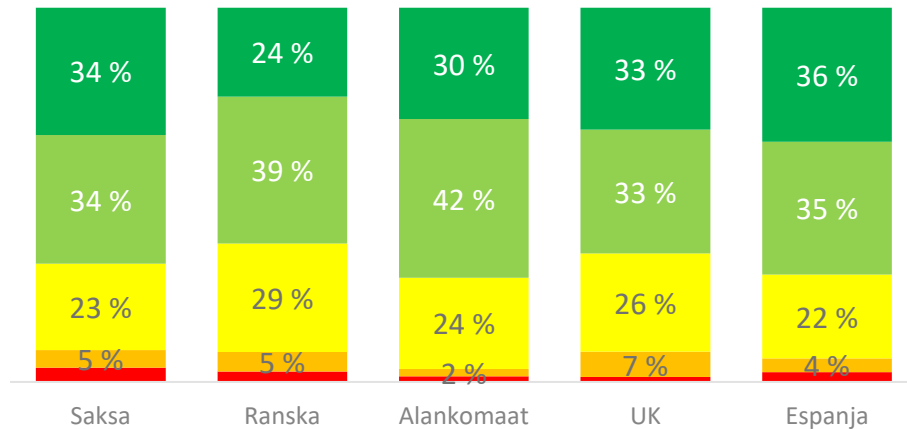
Rauhallinen ja luonnonläheinen lintupeikko, joka puhuttelee erityisesti luonnon havainnoinnista kiinnostuneita.

Soveltuvuus Suomelle



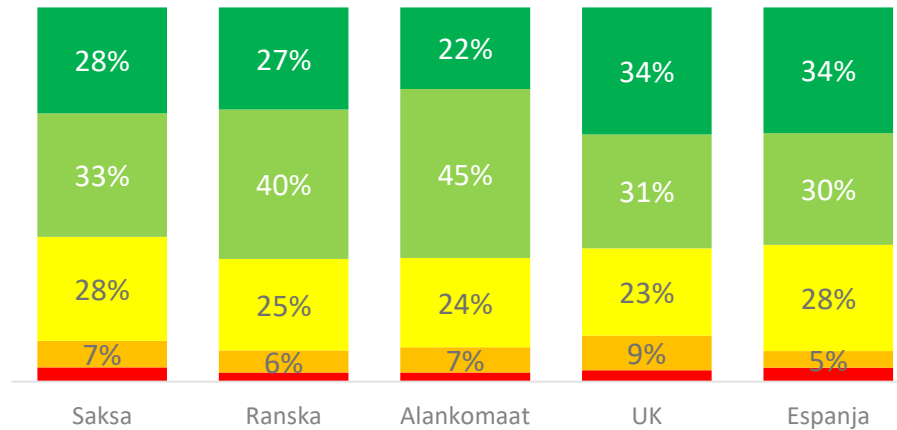
■ Ei lainkaan soveltuva
■ Hieman soveltuva
■ Melko soveltuva
■ Hyvin soveltuva
■ Erittäin hyvin soveltuva

Soveltuvuus Lapille



■ Ei lainkaan soveltuva
■ Hieman soveltuva
■ Melko soveltuva
■ Hyvin soveltuva
■ Erittäin hyvin soveltuva

Kiinnostuksen lisääntyminen Kemijärveä kohtaan

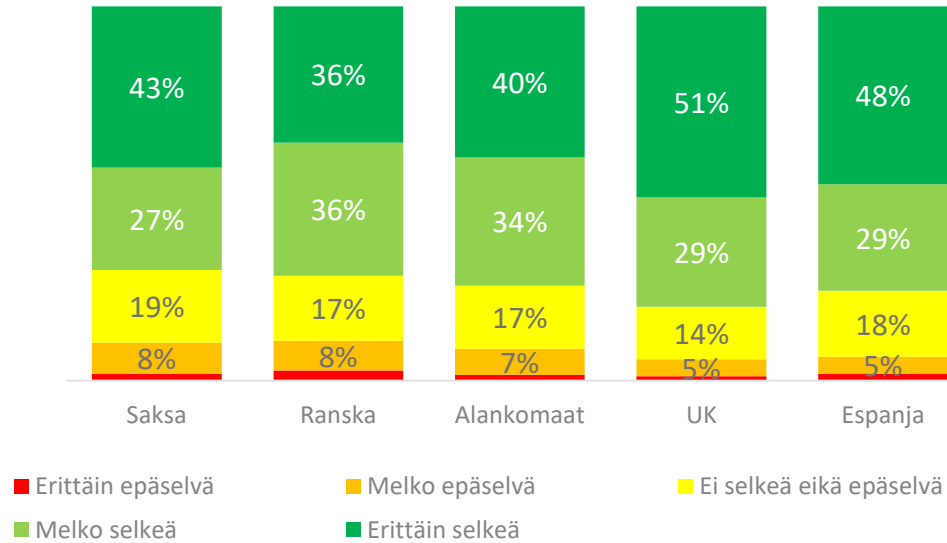


■ Ei lainkaan
■ Vain vähän
■ Jonkin verran
■ Melko paljon
■ Erittäin paljon

Taimi

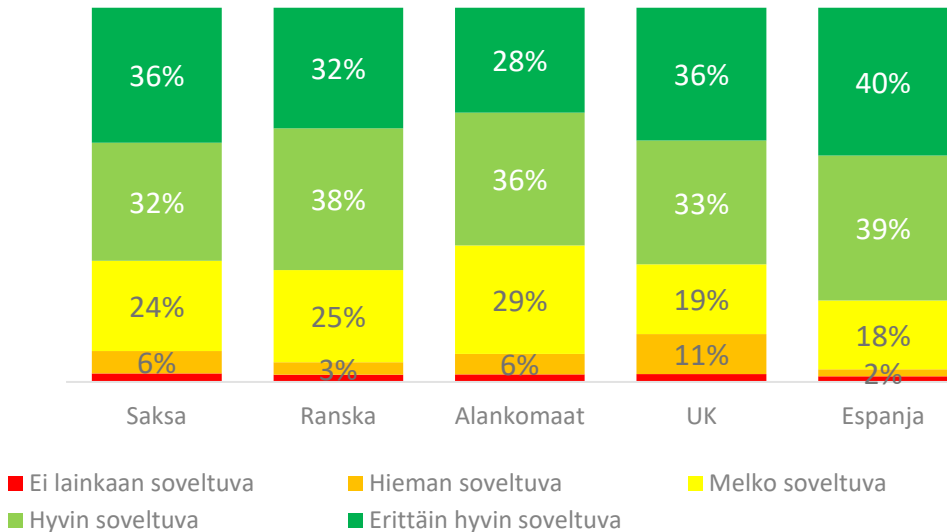


Selkeys ja ymmärrettävyys



Metsäpeikko Taimin hahmo ja tarina koetaan selkeinä ja helposti ymmärrettävinä kaikissa tarkastelluissa maissa, erityisesti Isossa-Britanniassa. Taimia pidetään hyvin lapsiperheille soveltuvana hahmona, ja maiden väliset erot arvioissa ovat pieniä, joskin Isossa-Britanniassa on muita enemmän niitä, jotka pitävät sitä vain hieman soveltuvana ja Espanjassa taas enemmän niitä, jotka pitävät sitä vähintään hyvin soveltuvana.

Soveltuvuus perheille



Yhteenveto vapaasta palautteesta

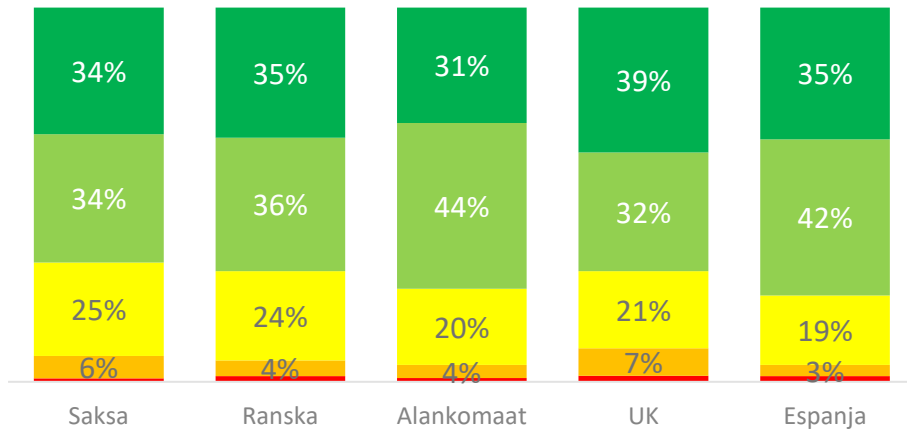
Vapaassa palautteessa Taimi herättää mielikuvia kasvusta, luonnosta ja pehmeystä. Hahmo koetaan myönteisenä ja lempeänä, mutta se ei erotu persoonana yhtä voimakkaasti kuin osa muista peikkohahmoista. Taimia pidetään turvallisena ja miellyttävänä, joskin joidenkin vastaajien mielestä hieman neutraalina tai ennalta-arvattavana.

Yleissävy palautteessa on myönteinen ja lempeä, mutta hillitty.

Taimi

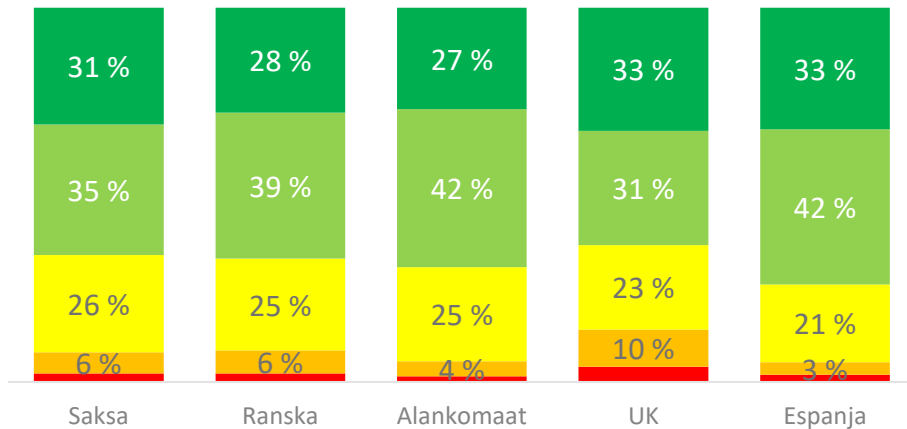


Soveltuvuus Suomelle



■ Ei lainkaan soveltuva
■ Hieman soveltuva
■ Melko soveltuva
■ Hyvin soveltuva
■ Erittäin hyvin soveltuva

Soveltuvuus Lapille

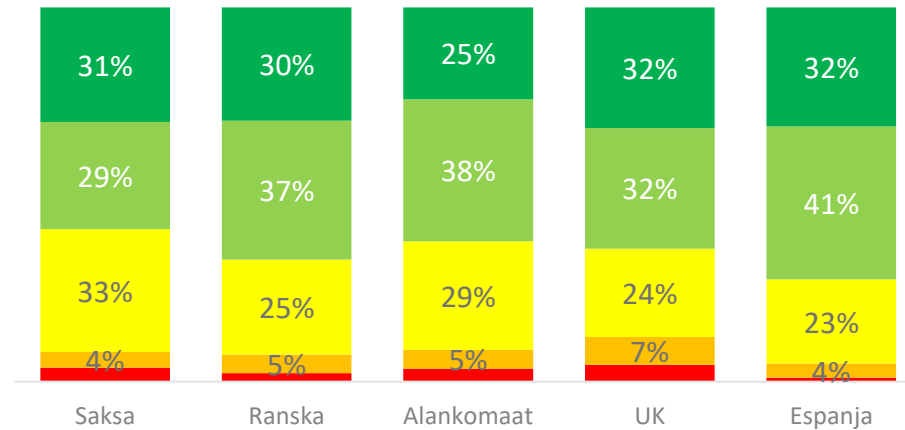


■ Ei lainkaan soveltuva
■ Hieman soveltuva
■ Melko soveltuva
■ Hyvin soveltuva
■ Erittäin hyvin soveltuva

Taimi soveltuu hyvin sekä Suomeen että Lappiin. Hahmo lisää kiinnostusta Kemijärveä kohtaan kaikissa tarkastelluissa maissa, ja suhtautuminen on hieman myönteisempää Espanjassa kuin muissa maissa.

Lempeä ja luonnonläheinen metsäpeikko, joka viestii turvallisuutta ja kasvua.

Kiinnostuksen lisääntyminen Kemijärveä kohtaan



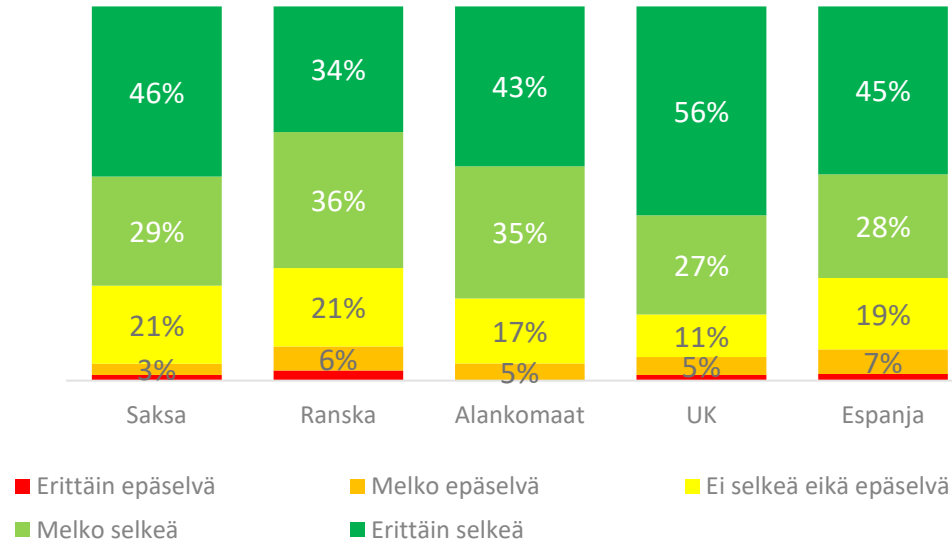
■ Ei lainkaan
■ Vain vähän
■ Jonkin verran
■ Melko paljon
■ Erittäin paljon

Laaksonen

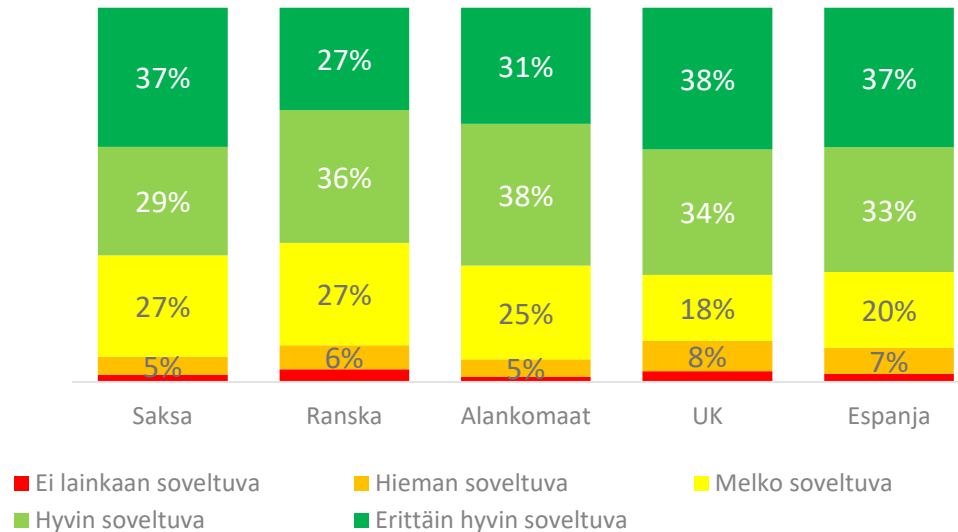


Laiskapeikko Laaksonen hahmo ja tarina koetaan selkeinä ja helposti ymmärrettävinä kaikissa tarkastelluissa maissa, erityisesti Isossa-Britanniassa. Hahmoa pidetään pääosin lapsiperheille soveltuvana.

Selkeys ja ymmärrettävyys



Soveltuvuus perheille



Yhteenveto vapaasta palautteesta

Vapaassa palautteessa Laaksonen herättää selvästi jakautuneita reaktioita. Osa vastaajista kokee hahmon rennoksi, humoristiseksi ja jopa sympaattiseksi "metsien mieheksi". Toisille hahmo näyttäytyy yksinkertaisena tai hieman hölmönä. Emojit ja puhekieliset kommentit viittaavat siihen, että Laaksonen koetaan helposti kevyenä, jopa meemimäisenä hahmona. Yleissävy palautteessa on kaksijakoinen: osa vastaajista suhtautuu hahmoon myönteisesti, osa selvästi varauksellisemmin.

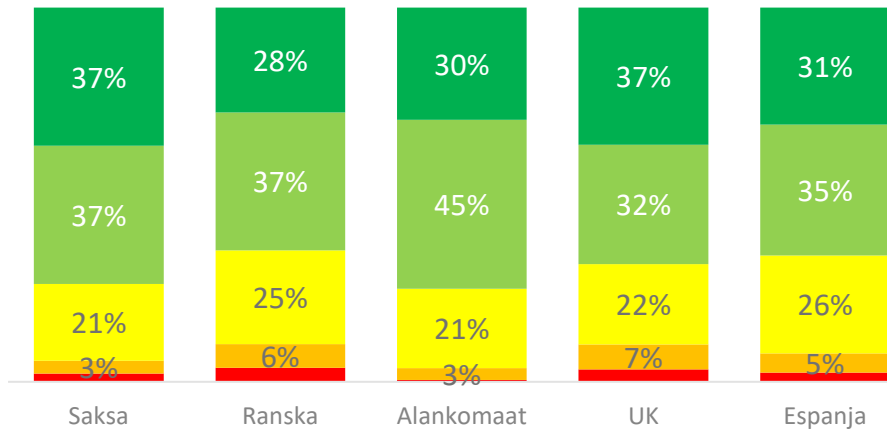
Laaksonen



Laaksonen soveltuu kokonaisuutena hyvin sekä Suomeen että Lappiin. Hahmo lisää kiinnostusta Kemijärveä kohtaan kaikissa tarkastelluissa maissa, joskin Ranskassa hieman vähemmän kuin muissa maissa. Maiden väliset erot ovat pääosin pieniä.

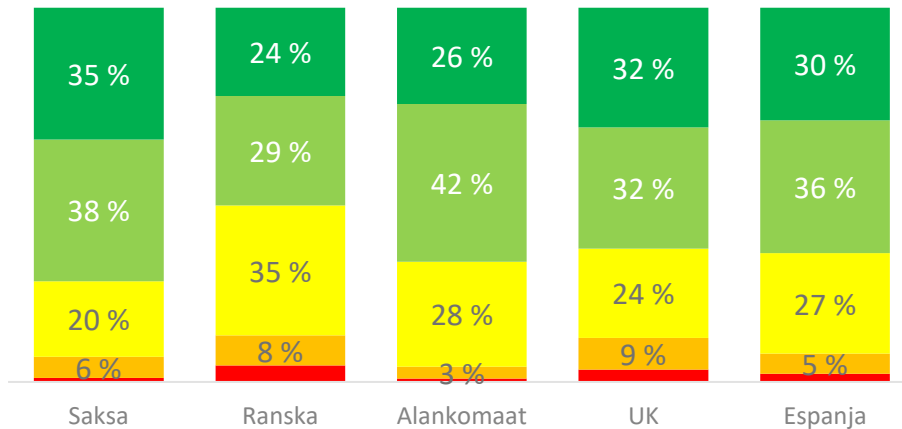
Rento ja humoristinen laiskapeikko, joka jakaa mielipiteitä mutta jää mieleen.

Soveltuvuus Suomelle



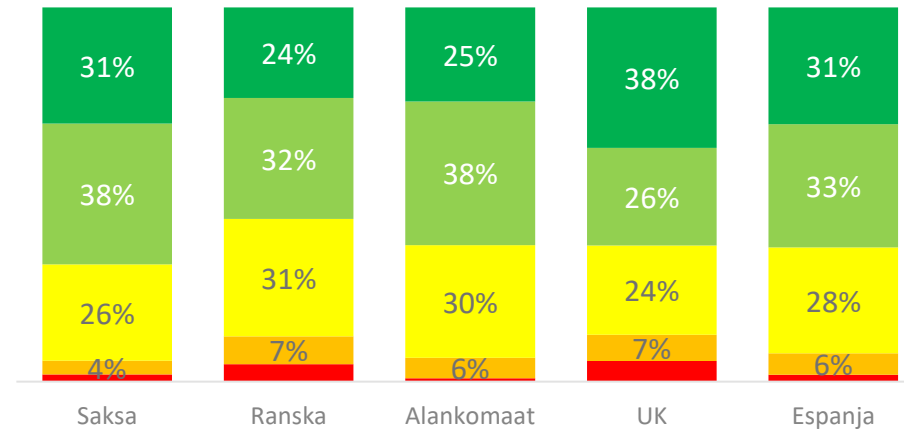
■ Ei lainkaan soveltuva
 ■ Hieman soveltuva
 ■ Melko soveltuva
 ■ Hyvin soveltuva
 ■ Erittäin hyvin soveltuva

Soveltuvuus Lapille



■ Ei lainkaan soveltuva
 ■ Hieman soveltuva
 ■ Melko soveltuva
 ■ Hyvin soveltuva
 ■ Erittäin hyvin soveltuva

Kiinnostuksen lisääntyminen Kemijärveä kohtaan

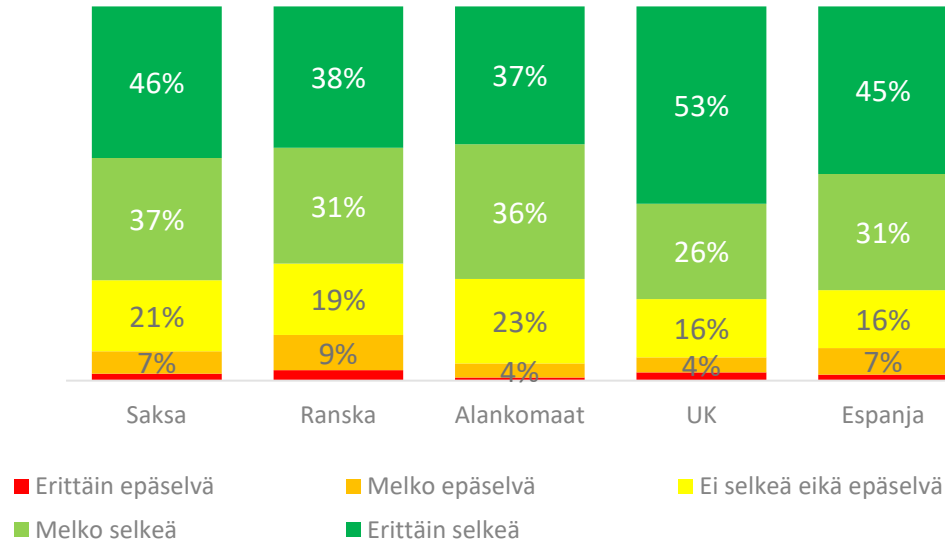


■ Ei lainkaan
 ■ Vain vähän
 ■ Jonkin verran
 ■ Melko paljon
 ■ Erittäin paljon

Jaakko

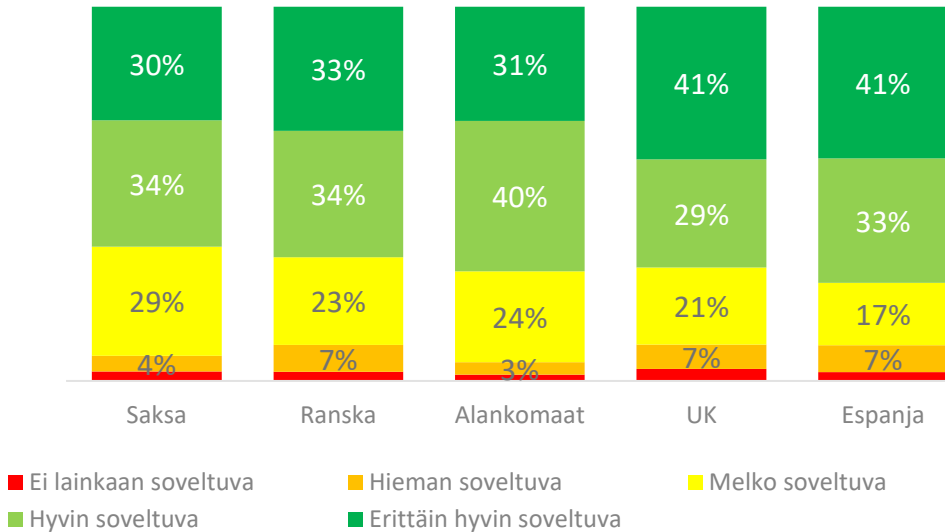


Selkeys ja ymmärrettävyys



Kaupunkipeikko Jaakon hahmo ja tarina koetaan selkeinä ja helposti ymmärrettävinä kaikissa tarkastelluissa maissa. Jaakkoa pidetään hyvin lapsiperheille soveltuvana hahmona.

Soveltuvuus perheille



Yhteenveto vapaasta palautteesta

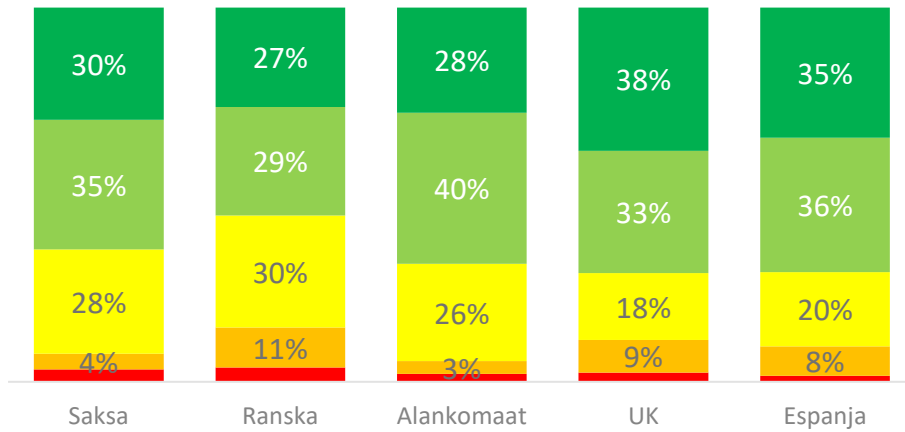
Vapaassa palautteessa Jaakko erottuu persoonallisena ja pidettynä hahmona. Useat vastaajat ilmaisevat selkeää ihastusta tai suosikkiasemaa. Jaakkoa kuvataan kiinnostavana, modernina ja “coolina” kaupunkikelpoisena peikkona, jolla on vahva identiteetti verrattuna osaan muista hahmoista.

Yleissävy palautteessa on selvästi positiivinen, moderni ja helposti lähestyttävä.

Jaakko

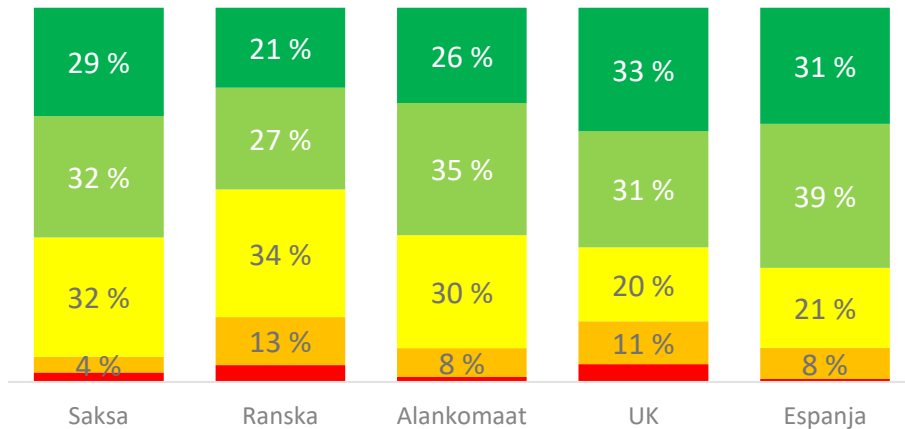


Soveltuvuus Suomelle



■ Ei lainkaan soveltuva
 ■ Hieman soveltuva
 ■ Melko soveltuva
■ Hyvin soveltuva
 ■ Erittäin hyvin soveltuva

Soveltuvuus Lapille

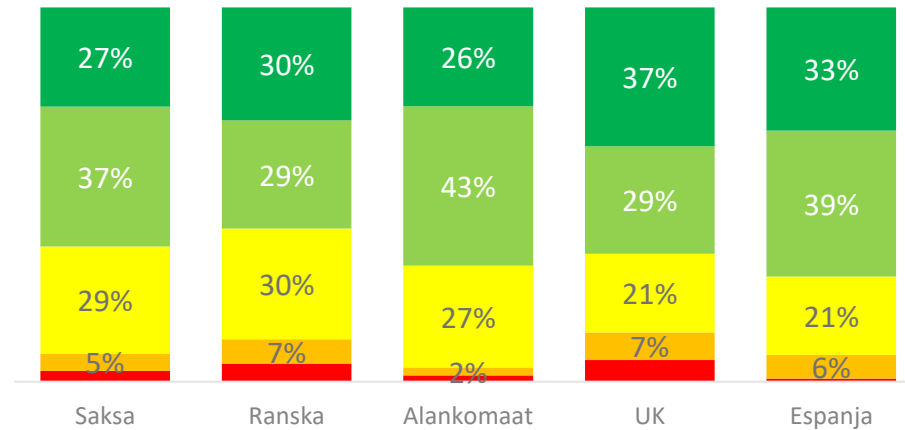


■ Ei lainkaan soveltuva
 ■ Hieman soveltuva
 ■ Melko soveltuva
■ Hyvin soveltuva
 ■ Erittäin hyvin soveltuva

Jaakko soveltuu hyvin sekä Suomeen että Lappiin. Hahmo lisää kiinnostusta Kemijärveä kohtaan kaikissa tarkastelluissa maissa. Maiden väliset erot ovat pieniä, joskin Ranskassa ja Isossa-Britanniassa kriittisiä on hieman enemmän.

Moderni ja persoonallinen kaupunkipeikko, joka tuo konseptiin urbaania vetovoimaa.

Kiinnostuksen lisääntyminen Kemijärveä kohtaan



■ Ei lainkaan
 ■ Vain vähän
 ■ Jonkin verran
 ■ Melko paljon
 ■ Erittäin paljon

Hahmogalleria kohderyhmittäin

Miten hahmojen rooli ja merkitys vaihtelevat eri kohderyhmissä

Hahmogalleria kohderyhmittäin I



Peikkohahmot puhuttelevat kohderyhmiä osin eri tavoin. Kohderyhmäkohtaisessa tarkastelussa keskityttiin hahmojen kykyyn lisätä kiinnostusta Kemijärveä kohtaan sekä niiden soveltuvuuteen lapsiperheille. Hahmojen selkeyttä ja ymmärrettävyyttä hyödynnettiin tulosten taustoituksessa ja poikkeamien tulkinnessa. Tarkastelun tavoitteena on tunnistaa hahmojen roolit eri kohderyhmissä, ei vertailla yksityiskohtaisia kysymyskohtaisia tuloksia.

Lapsiperheet

Kuha ja Sopuli ovat lapsiperheiden keskuudessa selkeimmät kiinnostuksen herättäjät. Molemmat hahmot koetaan erittäin perheystävällisiksi ja niiden vaikutus kiinnostukseen Kemijärveä kohtaan on korkealla tasolla. Näiden hahmojen vahvuus perustuu selkeyteen, helposti lähestyttävään tarinaan ja selkeään perhepainotukseen.

Taimi toimii lapsiperheissä tasaisena ja turvallisena hahmona. Sen vaikutus kiinnostukseen on hyvä, vaikkei se nouse aivan vahvimpien ajureiden joukkoon. Taimi tukee erityisesti rauhallista ja luontoon kytkeytyvää viestintää.

Sirri, Jaakko ja Laaksonen herättävät lapsiperheissä kiinnostusta, mutta niiden vaikutus on hieman valikoivampaa. Näiden hahmojen rooli on enemmän täydentävä kuin keskeinen, ja ne toimivat parhaiten yhdessä vahvempien perhehahmojen kanssa.

Luontomatkailijat

Luontomatkailijoiden keskuudessa hahmojen vaikutus kiinnostukseen Kemijärveä kohtaan on kokonaisuutena tasainen. Yksikään hahmo ei nouse selvästi muita voimakkaammaksi kiinnostuksen ajuriksi, mutta useat hahmot tukevat luontomatkailijoiden motiiveja eri tavoin.

Taimi ja Sirri koetaan luontomatkailijoiden keskuudessa erityisen luonteviksi hahmoiksi niiden rauhallisen ja luontoon sopivan profiilin ansiosta. Niiden vahvuus ei perustu muita hahmoja suurempaan kiinnostuksen kasvuun, vaan hyvään sopivuuteen ja selkeään mielikuvaan.

Kuha, Sopuli ja Jaakko lisäävät kiinnostusta luontomatkailijoiden keskuudessa samalla tasolla kuin muut hahmot, mutta niiden perhe- ja elämispainotteinen luonne tekee niistä tässä ryhmässä hieman vähemmän keskeisiä.

.

Hahmogalleria kohderyhmittäin II



Aktiivimatkailijat

Aktiivimatkailijoiden kohdalla peikkohahmot toimivat pääosin tukiroolissa. Hahmojen vaikutus kiinnostukseen Kemijärveä kohtaan on myönteinen mutta maltillinen, eikä yksikään hahmo erotu selkeästi muita vahvempana.

Kuha, Sopuli ja Taimi toimivat aktiivimatkailijoiden keskuudessa tasaisina ja helposti hyväksyttävänä hahmoina. Sirri tukee osassa aktiivimatkailijoita luontoon ja ympäristön havainnointiin liittyviä motiiveja, mutta ei nouse kiinnostuksen ajuriksi.

Jaakko ja Laaksonen herättävät kiinnostusta osassa aktiivimatkailijoita, mutta niiden rooli jää valikoivaksi ja kontekstisidonnaiseksi. ajureita.

Seniorimatkailijat

Seniorimatkailijoiden keskuudessa hahmojen vaikutus kiinnostukseen on yleisesti positiivista mutta hillittyä. Hahmot koetaan pääosin selkeiksi ja ymmärrettäviksi, mikä luo hyvän perustan niiden käytölle, mutta teema ei ole tämän ryhmän matkavalintojen keskiössä.

Taimi ja Sirri toimivat seniorimatkailijoiden keskuudessa tasaisimmin, erityisesti rauhallisen ja luonnonläheisen mielikuvansa ansiosta. Kuha ja Sopuli herättävät myös kiinnostusta, mutta niiden perhepainotteisuus tekee niistä hieman vähemmän keskeisiä tässä ryhmässä.

Jaakko ja Laaksonen jakavat seniorimatkailijoiden mielipiteitä enemmän ja toimivat parhaiten täydentävinä hahmoina..

Yhteenveto hahmojen rooleista

Kohderyhmäkohtainen tarkastelu osoittaa, että peikkohahmojen roolit vaihtelevat matkailijoiden motiivien mukaan. Hahmot eivät toimi kaikissa ryhmissä yhtä vahvoina kiinnostuksen ajureina, vaan niiden merkitys syntyy kiinnostuksen herättämisen, mielikuvien tukemisen ja viestinnän täydentämisen kautta. Kuha ja Sopuli ovat selkeimmät kiinnostuksen herättäjät lapsiperheissä ja toimivat näissä ryhmissä ydinhahmoina. Taimi toimii tasaisesti useissa kohderyhmissä ja näyttäytyy turvallisena, helposti hyväksyttävänä hahmona. Sirri on erityisen luonteva luonto- ja seniorimatkailijoille mielikuvatasolla, vaikkei se erotu kiinnostuksen kasvussa. Jaakko ja Laaksonen täydentävät kokonaisuutta tuomalla persoonallisuutta ja erottuvuutta, mutta niiden käyttö on selkeimmin kohderyhmä- ja kontekstisidonnaista.

Segmentointi ja tulkintatapa

Miten kohderyhmät ja kiinnostuspohjaiset klusterit määritellään ja niitä hyödynnetään

Segmentointi ja tulkintatapa



Tässä tutkimuksessa tuloksia tarkastellaan segmentoidusti kahdella toisiaan täydentävällä tasolla: kohderyhmien ja kiinnostuspohjaisten klustereiden kautta. Tämä mahdollistaa sekä käytännöllisen että analyysipohjaisen tulkinnan Onnen Peikko -konseptin vetovoimasta eri matkailijaryhmien näkökulmasta.

Kohderyhmät (etukäteen määritellyt segmentit)

Tutkimuksen perussegmentointi perustuu etukäteen määritelyihin kohderyhmiin, jotka edustavat matkailusta kiinnostuneita ryhmiä ja ovat keskeisiä Suomen ja Lapin kesämatkailun kannalta. Näitä kohderyhmiä ovat: a) matkailusta kiinnostuneet lapsiperheet, b) luontomatkailijat, c) aktiivimatkailijat (esim. pyöräilijät ja retkeilijät), d) seniorimatkailijat (65 vuotta täyttäneet).

Näitä kohderyhmiä hyödynnetään raportin pääasiallisena segmentointiperusteena, ja niiden avulla tarkastellaan muun muassa:

- Onnen Peikko -konseptin ja visuaalien kiinnostavuutta
- matkustusintenttiä Suomeen, Lappiin ja Kemijärvelle
- ostokäyttäytymiseen ja matkan suunnitteluun liittyviä piirteitä

Tämä lähestymistapa vastaa kohderyhmäkohtaista tarkastelua ja tarjoaa selkeän ja helposti hyödynnettävän näkökulman tuloksiin.

Kiinnostuspohjaiset klusterit (analyysipohjainen segmentointi)

Kohderyhmäjaottelun lisäksi tutkimuksessa on hyödynnetty faktori- ja klusterianalyysiä vastaajien kiinnostuksen kohteiden perusteella (ks. *kiinnostus aktiviteetteja kohtaan kesällä tehtävän matkan aikana*). Analyysin avulla tunnistettiin neljä kiinnostuspohjaista klusteria: a) aktiviteettien hakijat, b) maisemien ihailuun orientoituneet matkailijat, c) elämyshakuiset matkailijat ja d) passiiviset matkailijat. Nämä klusterit eivät ole sidoksissa yksittäisiin kohderyhmiin tai demografisiin tekijöihin, vaan kuvaavat matkailijoiden erilaisia motiiveja ja painotuksia kesämatkailussa. Kiinnostuspohjaiset klusterit ovat kaikilla tarkastelluilla markkinoilla määrällisesti merkittäviä, mutta niiden painotukset vaihtelevat maittain. Klusterien jakauma maittain on esitetty raportin liitteessä 2.

Kiinnostuspohjaisia klustereita hyödynnetään raportissa erityisesti Onnen Peikko -konseptin positioinnin tulkinnassa, viestinnällisten painotusten ja sisältöteemojen arvioinnissa kohderyhmäkohtaisia tuloksia täydentävänä näkökulmana.

Tulkinnan periaatteet

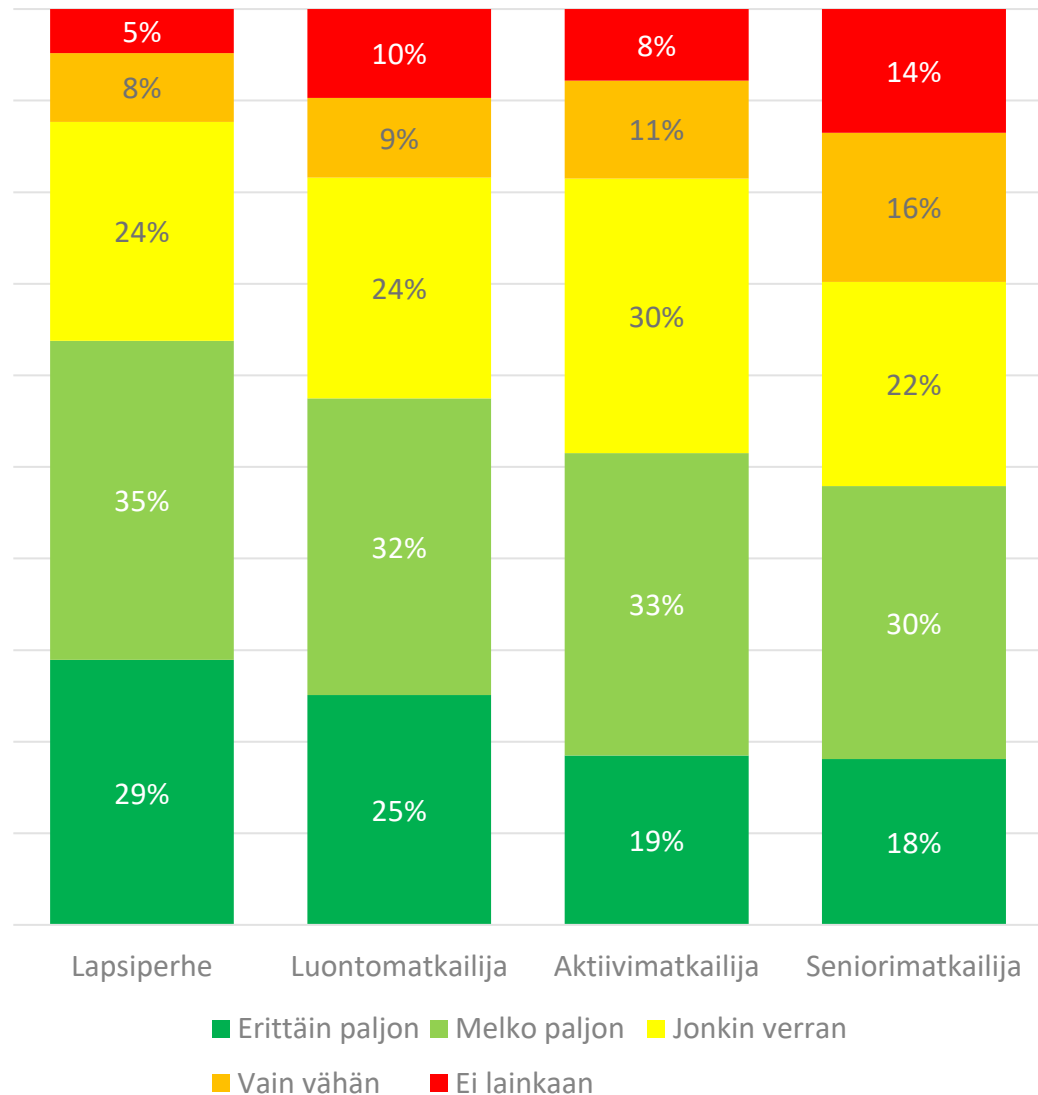
Raportin tulkinta perustuu seuraaviin periaatteisiin. Tulokset esitetään ensisijaisesti kohderyhmittäin, jotta kokonaisuus säilyy selkeänä ja helposti tulkittavana. Kiinnostuspohjaisia klustereita hyödynnetään syventävänä analyysinä, joka tukee suositeltua positiointia ja viestien muotoilua.

Segmentointiratkaisu tukee konseptin kansainvälistä kehittämistä yhdistämällä selkeät kohderyhmät ja matkailijoiden motiiveihin perustuvan syvemmän ymmärryksen.

Konseptin toimivuus kohderyhmittäin

Missä kohderyhmissä teema tuo eniten lisäarvoa

Konseptin toimivuus ja kiinnostuksen kasvu kohderyhmittäin



Tässä raportissa konseptin toimivuus määritellään sen perusteella, kuinka paljon Onnen Peikko -teema lisää kiinnostusta Kemijärveä kohtaan verrattuna vastaaviin, teemoittamattomiin matkakohteisiin. Tämä mittari kuvaa konseptin tuottamaa lisäarvoa kiinnostuksessa ja toimii keskeisenä indikaattorina teeman vaikuttavuudelle.

Onnen Peikko -teema lisää kiinnostusta Kemijärveä kohtaan kaikissa tarkastelluissa kohderyhmissä. Vaikutuksen voimakkuudessa on kuitenkin eroja kohderyhmien välillä, mikä tarjoaa tietoa konseptin kohdentamisesta ja viestinnällisistä painotuksista.

Matkailusta kiinnostuneiden lapsiperheiden keskuudessa konseptin vaikutus kiinnostukseen on keskimääräistä voimakkaampaa. Tämä viittaa siihen, että teemallinen, hahmopohjainen lähestymistapa resonoi erityisen hyvin perheille suunnatussa matkailuviestinnässä.

Myös luontomatkailijoiden ryhmässä kiinnostuksen kasvu on selkeää, mikä tukee käsitystä siitä, että konsepti istuu luontevasti luontopohjaiseen matkailukontekstiin.

Aktiivimatkailijoiden kohdalla konseptin vaikutus kiinnostukseen on maltillisempi, mutta edelleen positiivinen. Tämä viittaa siihen, että teema toimii parhaiten silloin, kun se tukee konkreettisia sisältöjä, kuten reittejä ja aktiviteetteja, eikä ole itseisarvo.

Seniorimatkailijoiden ryhmässä kiinnostuksen kasvu on tasaisempaa ja vähemmän korostunutta, mikä on linjassa sen kanssa, että teemalliset elementit eivät ole tälle ryhmälle ensisijainen matkavalintaa ohjaava tekijä.

Matkustusintentio ja esteet

Kuinka kiinnostus realisoituu ja mitkä tekijät voivat estää matkustamisen

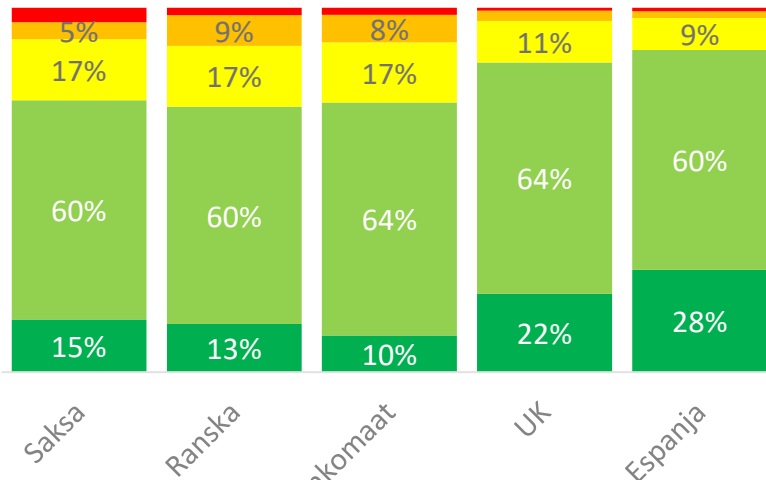
Kiinnostus matkustaa Suomeen, Lappiin ja Kemijärvelle vuoden sisällä



Kiinnostus matkustaa seuraavan 12 kuukauden aikana Suomeen, Lappiin ja Kemijärvelle on tutkimuksen kohderyhmissä erittäin korkeaa. Isossa-Britanniassa ja Espanjassa kiinnostuneiden osuus on hieman suurempi kuin muissa maissa, mutta myös Saksassa, Ranskassa ja Alankomaissa kiinnostus on selvästi korkealla tasolla.

On kuitenkin huomioitava, että kiinnostuksen muuttuminen todelliseksi matkustamiseksi on pitkä prosessi, johon vaikuttavat muun muassa matkojen saatavuus, ajankohdan sopivuus, kilpailijoiden tarjonta, markkinointi sekä matkailijan elämäntilanne.

Suomi



■ Erittäin kiinnostunut

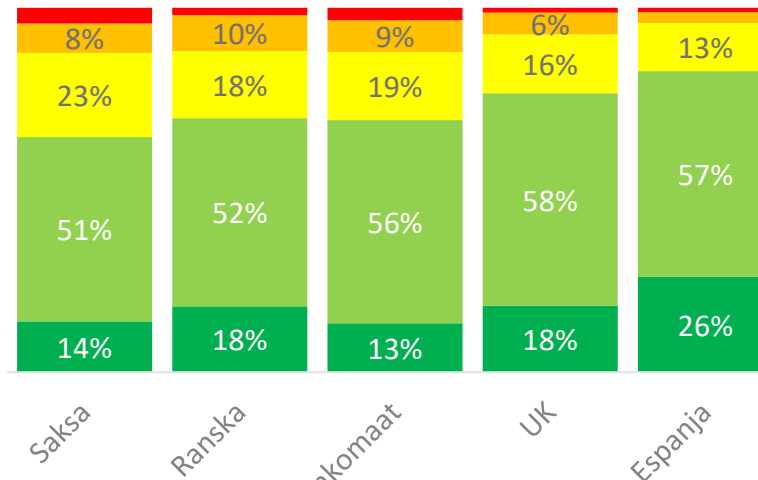
■ Hyvin kiinnostunut

■ Kohtalaisesti kiinnostunut

■ Vähän kiinnostunut

■ Ei lainkaan kiinnostunut

Lappi



■ Erittäin kiinnostunut

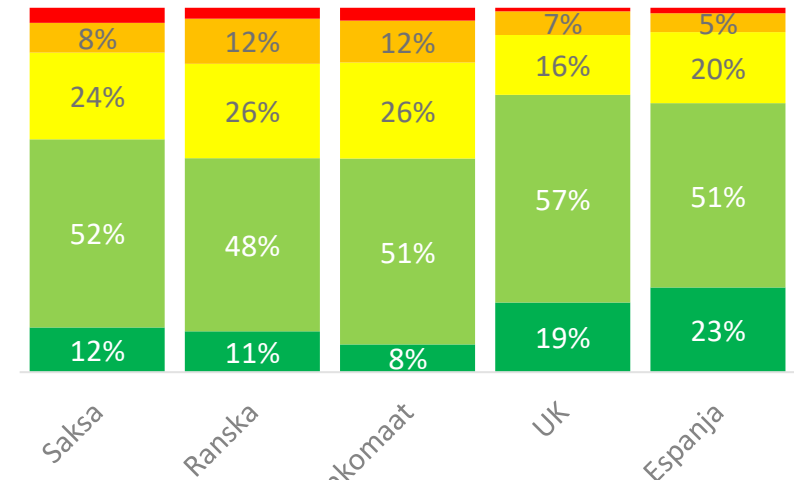
■ Hyvin kiinnostunut

■ Kohtalaisesti kiinnostunut

■ Vähän kiinnostunut

■ Ei lainkaan kiinnostunut

Kemijärvi



■ Erittäin kiinnostunut

■ Hyvin kiinnostunut

■ Kohtalaisesti kiinnostunut

■ Vähän kiinnostunut

■ Ei lainkaan kiinnostunut

Matkustusintentio Kemijärvelle kohderyhmittäin

Matkustusintentiota tarkasteltaessa erot kohderyhmien välillä ovat selkeitä, mutta kokonaiskuva on kaikissa ryhmissä myönteinen. Suurin osa vastaajista ilmoittaa olevansa vähintään hyvin kiinnostunut matkustamaan, ja kielteinen suhtautuminen on yleisesti vähäistä.

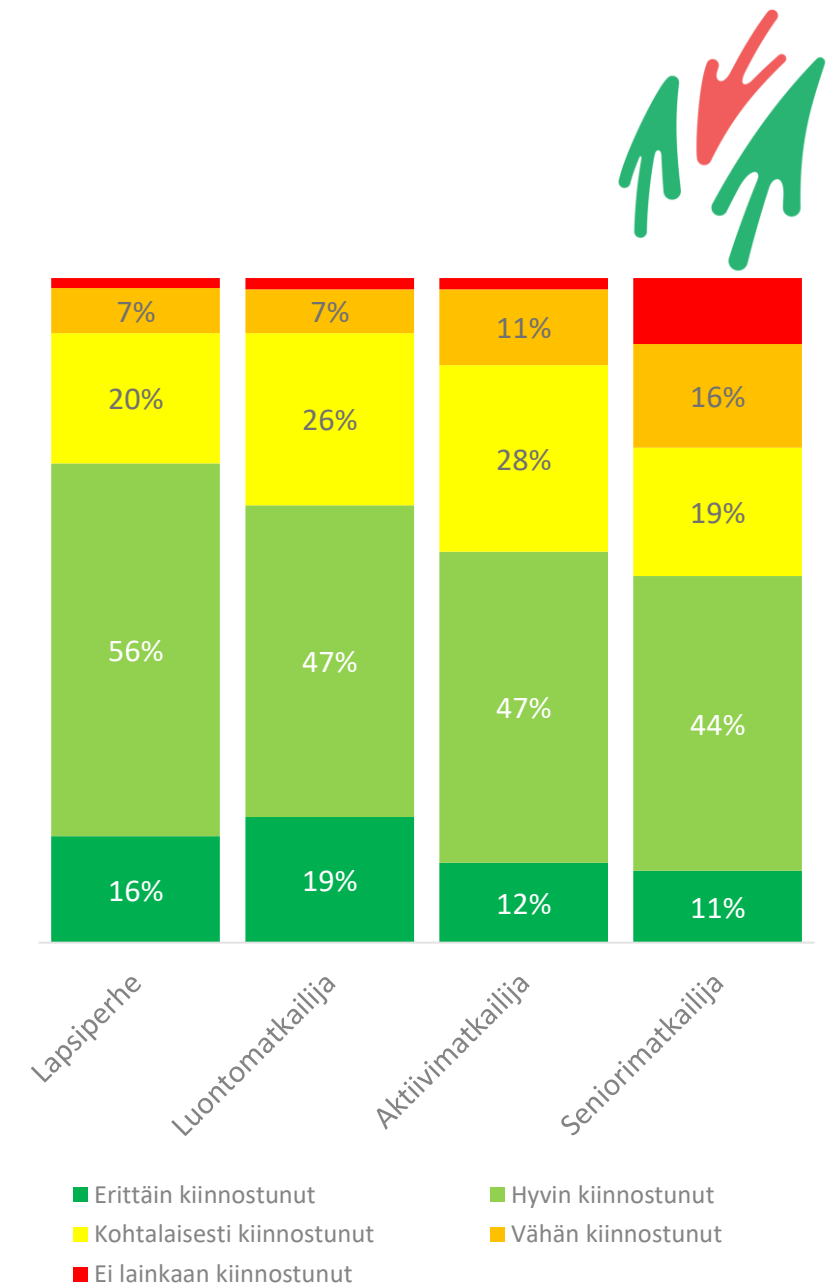
Matkailusta kiinnostuneiden lapsiperheiden keskuudessa matkustusintentio on erityisen vahvaa. Yli puolet lapsiperheistä on hyvin kiinnostuneita matkustamaan, ja lisäksi merkittävä osa ilmoittaa olevansa erittäin kiinnostunut. Lapsiperheiden joukossa täysin kiinnostumattomien osuus on erittäin pieni, mikä viittaa vahvaan potentiaaliin tämän kohderyhmän osalta.

Luontomatkailijoiden ryhmässä matkustusintentio on myös korkealla tasolla. Valtaosa luontomatkailijoista sijoittuu kiinnostusasteikon yläpäähän, ja erittäin kiinnostuneiden osuus on jopa hieman suurempi kuin lapsiperheissä. Tämä tukee näkemystä siitä, että Kemijärvi vastaa hyvin luontomatkailijoiden odotuksia.

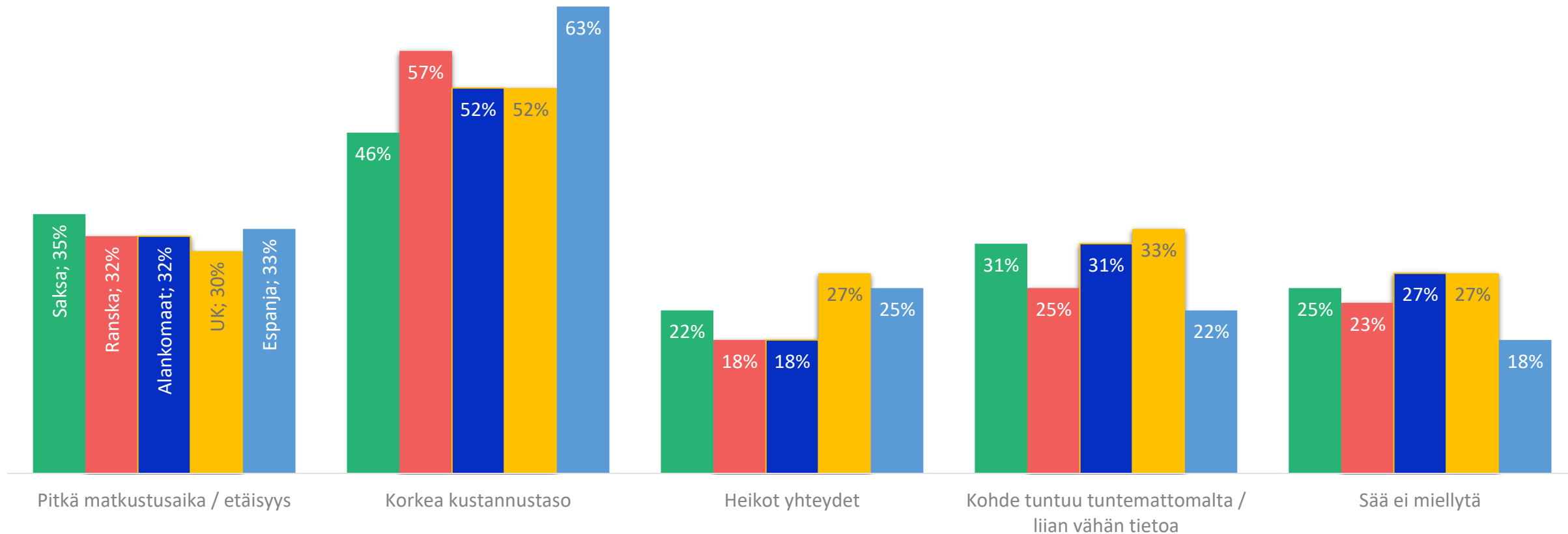
Aktiivimatkailijoiden kohdalla matkustusintentio on edelleen selvästi positiivinen, mutta jakauma on hieman tasaisempi. Hyvin kiinnostuneiden osuus on samalla tasolla kuin luontomatkailijoilla, mutta erittäin kiinnostuneiden osuus jää jonkin verran pienemmäksi. Lisäksi aktiivimatkailijoissa on hieman enemmän niitä, jotka suhtautuvat matkustamiseen varauksellisesti. Tämä viittaa siihen, että aktiivimatkailijoiden päätöksentekoon vaikuttavat vahvemmin konkreettiset sisältötekijät, kuten reitit ja aktiviteettitarjonta.

Seniorimatkailijoiden ryhmä erottuu muista kohderyhmistä selkeimmin. Vaikka myös seniorien joukossa merkittävä osa on hyvin kiinnostunut matkustamaan, heissä on muita ryhmiä enemmän sekä vähän kiinnostuneita että ei lainkaan kiinnostuneita. Tämä kertoo siitä, että seniorimatkailijoiden matkustusintentiot ovat heterogeenisempia ja herkempiä yksilöllisille tekijöille, kuten terveydelle, matkustamisen helppoudelle ja ajankohdan sopivuudelle.

Kokonaisuutena tarkasteltuna matkustusintentio on korkeaa kaikissa kohderyhmissä, mutta vahvin potentiaali korostuu lapsiperheissä ja luontomatkailijoissa. Aktiivimatkailijoiden ja seniorien osalta kiinnostus on edelleen merkittävää, mutta matkustuspäätöksen tueksi tarvitaan todennäköisesti selkeämpiä sisältö- ja saavutettavuusargumentteja.



Mikä estää matkustamasta Kemijärvelle kesäaikaan



Merkittävin koettu este Kemijärvelle matkustamisessa on korkea hintataso. Myös pitkä matkustusaika mainitaan melko usein, joskin Alankomaissa, Saksassa ja Isossa-Britanniassa myös kohteen tuntemattomuus on yhtä suuri este. Ehkä jopa hieman yllättäen, sää tuntuu olevan harvemmin matkustamisen esteenä espanjalaisille kuin muille.

Yksittäisissä avovastauksissa nousivat esiin muun muassa liikuntarajoitteet, oma terveydentila, hyttiset, kohteen heikko tunnettuus sekä vastaajan omiin aikatauluihin liittyvät syyt. Osa vastaajista kertoo, ettei näe erityisiä esteitä matkustamiselle.

Kiinnostuspohjaiset klusterit ja konseptin tulkinta

Miten matkailijoiden motiivit selittävät konseptin toimivuutta

Kiinnostuspohjaiset klusterit ja konseptin tulkinta



Kiinnostuspohjaisten klustereiden tarkastelu syventää ymmärrystä siitä, miksi Onnen Peikko -konsepti toimii eri tavoin eri kohderyhmissä. Klusterit perustuvat vastaajien kiinnostukseen matkasisältöjä kohtaan, ja ne kuvaavat matkailijoiden erilaisia motiiveja ja odotuksia kesämatkailussa.

Tulokset osoittavat, että Onnen Peikko -teeman kyky lisätä kiinnostusta Kemijärveä kohtaan vaihtelee klustereittain. Vahvin vaikutus nähdään aktiviteettien hakijoiden keskuudessa, joista selvä enemmistö kokee teeman lisäävän kiinnostusta huomattavasti tai erittäin paljon. Tämä viittaa siihen, että teemallinen ja tarinallinen lähestymistapa tukee hyvin matkailijoita, jotka etsivät tekemistä, reittejä ja aktiivisia elämyksiä.

Myös elämyshakuisissa matkailijoissa kiinnostuksen kasvu on selkeää. Tälle ryhmälle teeman vahvuus perustuu kokonaiselämykseen ja tunnekokemukseen, jossa hahmot, tarina ja teemoitettu ympäristö muodostavat mielekkään lisäarvon matkakohteelle.

Maisemien ihailijoiden klusterissa kiinnostuksen kasvu on maltillisempaa, mutta edelleen selvästi positiivista. Tämä viittaa siihen, että konsepti tukee maisema- ja luontopohjaista matkailua parhaiten silloin, kun se ei nouse itseisarvoksi, vaan täydentää rauhallista ja esteettistä luontokokemusta.

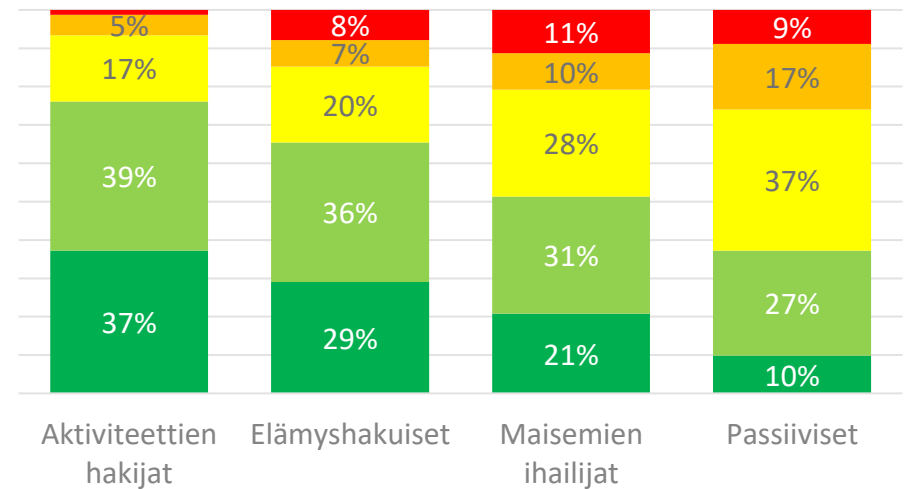
Passiivisten matkailijoiden klusterissa kiinnostuksen kasvu on odotetusti vähäisempää. Tämä ryhmä ei yleisesti innostu yksittäisistä matkasisällöistä tai teemoista, eikä konsepti toimi heille ensisijaisena matkavalintaa ohjaavana tekijänä. Passiivinen klusteri toimii kuitenkin tärkeänä vertailukohtana ja korostaa sitä, että Onnen Peikko -konsepti kohdentuu luontevasti niihin matkailijoihin, jotka etsivät elämyksiä, tekemistä tai luontoon liittyviä kokemuksia.

Kokonaisuutena tarkasteltuna kiinnostuspohjaiset klusterit selittävät aiemmin havaittuja kohderyhmäeroja. Lapsiperheiden, luontomatkailijoiden ja aktiivimatkailijoiden vahvempi reagointi konseptiin on linjassa sen kanssa, että nämä ryhmät painottuvat useammin elämyshakuisiin, maisema- tai aktiviteettiorientoituneisiin klustereihin.

Tulokset tukevat selkeästi kohdennettua positiointia:

- Aktiviteettien hakijoille korostuvat reitit, tekeminen ja toiminnalliset hahmot.
- Elämyshakuisille teeman tarinallisuus ja kokonaiselämys ovat keskeisiä.
- Maisemien ihailijoille konsepti toimii parhaiten hillittynä ja luontoa täydentävänä elementtinä
- Passiivisille matkailijoille teema ei ole ratkaiseva, ja viestinnässä kannattaa painottaa muita tekijöitä, kuten helppoutta, rauhallisuutta ja saavutettavuutta

Lisää kiinnostusta Kemijärveä kohtaan



■ Erittäin paljon ■ Melko paljon ■ Jonkin verran ■ Vain vähän ■ Ei lainkaan

OSA 4 – JOHTOPÄÄTÖKSET JA SUOSITUKSET

Mitä tuloksista seuraa ja miten niitä kannattaa hyödyntää

Suosittelun positiointi ja viestit

Miten Onnen Peikko -konseptia kannattaa hyödyntää eri kohderyhmissä

Suositteltu positiointi ja viestit I



Suositteltu positiointi

Onnen Peikko -konsepti toimii parhaiten elämyksellisenä ja tarinallisena lisäarvona, joka vahvistaa Kemijärven kiinnostavuutta erityisesti niiden matkailijoiden keskuudessa, jotka etsivät tekemistä, elämyksiä tai luontoon liittyviä kokemuksia. Konsepti ei ole irrallinen teema, vaan sen vahvuus perustuu kykyyn tukea ja kehystää olemassa olevia matkasisältöjä, kuten reittejä, luontoa ja paikallisia elämyksiä.

Suositteltu positiointi perustuu seuraaviin periaatteisiin:

- Onnen Peikko on kokemusta rikastava teema, ei kohteen pääsisältö
- Konsepti tuo Kemijärveen persoonallisuutta, muistettavuutta ja tarinallisuutta ilman, että se syrjäyttää luontoa tai tekemistä
- Positiointi toimii parhaiten kohderyhmissä ja klustereissa, joissa matkailijat ovat avoimia elämyksille, luontokokemuksille ja aktiiviselle tekemiselle

Tämän perusteella Onnen Peikko -konseptia suositellaan positioitavaksi ensisijaisesti elämykselliseen ja luontopohjaiseen kesämatkailuun, erityisesti lapsiperheiden sekä luonto- ja elämyshakuisten matkailijoiden keskuudessa.

Viestien päälogiikka

Viestinnän tulee perustua kohderyhmä- ja motiivikohtaiseen painotukseen, ei yhteen universaaliin viestiin. Alla on esitetty suositellut viestinnälliset painotukset kiinnostuspohjaisten klustereiden ja kohderyhmien näkökulmasta.

Aktiviteettien hakijat

Viestin ydin:

Tekemistä, reittejä ja aktiivisia elämyksiä – Onnen Peikot johdattavat kokemuksen äärelle.

Korosta reittejä, liikkumista ja konkreettista tekemistä.

Hahmot toimivat opastavassa ja kevyesti tarinallisessa roolissa, eivät itseisarvona.

Kuha ja Sopuli tukevat viestintää erityisesti aktiivisessa ja perheille soveltuvassa tekemisessä.

Vältä:

Liiallista satumaisuutta tai irrallista tarinaa ilman sisältökytkentää.

Elämyshakuiset matkailijat

Viestin ydin:

Elämyksiä, tarinoita ja mieleen jääviä hetkiä luonnon keskellä.

Korosta kokonaiselämystä, tunnelmaa ja tarinallisuutta.

Onnen Peikko -teema saa näkyä vahvemmin osana matkakokemusta.

Sopuli, Kuha ja Jaakko toimivat hyvin elämyksellisessä viestinnässä.

Vältä:

Liian teknistä tai faktapainotteista viestintää.

Suositteltu positiointi ja viestit I



Maisemien ihailijat

Viestin ydin:

Rauhallinen ja ainutlaatuinen luonto, jota Onnen Peikko -tarinat hienovaraisesti täydentävät.

Luonto ja maisemat ovat pääosassa, hahmot taustalla.

Sirri ja Taimi tukevat viestintää rauhallisella ja luonnonläheisellä profiilillaan.

Tarinallisuus toimii parhaiten hillittynä ja valinnaisena elementtinä.

Vältä:

Liian leikkisää tai äänekästä hahmokäyttöä.

Lapsiperheet

Viestin ydin:

Yhteisiä elämyksiä, leikkiä ja helposti lähestyttävää tekemistä koko perheelle.

Hahmot ovat keskeinen kiinnostuksen herättäjä.

Kuha ja Sopuli toimivat ydinhahmoina, Taimi tukee turvallisuutta ja rauhaa.

Korosta helppoutta, turvallisuutta ja yhdessä tekemistä.

Seniorimatkailijat

Viestin ydin:

Rauhallisia elämyksiä, selkeitä sisältöjä ja luonnonläheistä matkailua.

Hahmot toimivat korkeintaan täydentävässä roolissa.

Sirri ja Taimi sopivat parhaiten tähän ryhmään.

Viestinnässä painota rauhaa, maisemia ja helppoutta.

Vältä:

Liiallista leikillisyyttä tai kohderyhmälle vierasta sävyä.

Passiiviset matkailijat (ei ensisijainen kohderyhmä)

Passiivinen klusteri ei ole Onnen Peikko -konseptin ensisijainen kohderyhmä. Tälle ryhmälle teema ei toimi matkavalinnan pääajurina, eikä viestintää suositella kohdistettavaksi erityisesti heihin. Heille merkityksellisempiä ovat muut tekijät, kuten matkustamisen helppous, rauhallisuus ja peruspalvelut.

Yhteenveto

Onnen Peikko -konsepti tarjoaa Kemijärvelle mahdollisuuden erottua tarinallisena ja elämyksellisenä kesäkohteena, erityisesti aktiivisten, elämyshakuisten ja perhekeskeisten matkailijoiden keskuudessa. Konseptin vahvuus ei ole universaali vetovoima, vaan sen kyky kohdentua oikein ja tukea erilaisia matkailumotiiveja joustavasti. Parhaimmillaan Onnen Peikko:

- lisää kiinnostusta kohdetta kohtaan
- tuo matkakokemukseen muistettavan elementin ja tukee kohderyhmäkohtaista viestintää kansainvälisillä markkinoilla

Kiinnostuspohjaisen klusterin positiointimatriisi

	Positiointi	Viestin ydin	Konseptin rooli	Suosittelut hahmot
Aktiviteettien hakijat	Aktiivinen, toiminnallinen kesäkohde	Tekemistä, reittejä ja elämyksiä – tarina tukee kokemusta	Tukirooli: hahmot opastavat ja kehystävät	Kuha, Sopuli
Elämyshakuiset	Elämyksellinen ja tarinallinen kohde	Mieleen jääviä hetkiä, tunnelmaa ja tarinoita luonnon keskellä	Keskeinen rooli: teema luo elämyksen	Sopuli, Kuha, Jaakko
Maisemien ihailijat	Rauhallinen ja ainutlaatuinen luontokohde	Luonto ja maisemat pääosassa, tarina hienovaraisena lisänä	Täydentävä rooli: hahmot taustalla	Sirri, Taimi
Passiiviset	Helppo ja rauhallinen matkakohde	Vaivattomuus, rauha ja peruspalvelut	Ei keskeinen: teema ei ole pääajuri	(ei suositeltuja)

Toimenpide-ehdotukset

Mitä tutkimustulosten pohjalta kannattaa tehdä seuraavaksi

Toimenpide-ehdotukset I

Tutkimuksen tulokset osoittavat, että Onnen Peikko -konsepti lisää kiinnostusta Kemijärveä kohtaan erityisesti lapsiperheiden sekä elämyshakuisten ja luontomatkailijoiden keskuudessa. Konseptin vahvuus ei ole universaali vetovoima, vaan sen kyky kohdentua oikein ja tukea erilaisia matkailumotiiveja. Alla esitetyt toimenpide-ehdotukset pohjautuvat tähän havaintoon.

1. Kohdenna Onnen Peikko -konsepti ensisijaisiin kohderyhmiin

Toimenpide:

Suunnittele ja toteuta konseptin käyttö ensisijaisesti lapsiperheille, aktiiviseen tekemiseen ja elämyksiin suuntautuneille matkailijoille.

Perustelu: Näissä ryhmissä konsepti lisää kiinnostusta selvästi ja toimii matkavalintaa tukevana elementtinä. Passiivisten matkailijoiden osalta teema ei ole keskeinen kiinnostuksen ajuri, eikä viestintää ole tarkoituksenmukaista kohdistaa heihin.

Käytännössä:

- Hyödynnä Onnen Peikko -teemaa kampanjoissa ja sisällöissä, jotka on suunnattu aktiiviseen ja perhekeskeiseen kesämatkailuun
- Vältä universaalia ”yksi viesti kaikille” -lähestymistapaa

2. Roolita hahmot kohderyhmien ja klustereiden mukaan

Toimenpide:

Määrittele peikkohahmoille selkeät roolit eri kohderyhmien viestinnässä.

Perustelu:

Tutkimus osoittaa, että hahmot eivät toimi samalla tavalla kaikissa ryhmissä. Oikea roolitus lisää teeman vaikuttavuutta ja ehkäisee ristiriitaisia mielikuvia.

Käytännössä:

- Käytä Kuhaa ja Sopulia ydinahmoina lapsiperheille ja aktiivisiin elämyksiin liittyvässä viestinnässä
- Hyödynnä Sirriä ja Taimia luonto- ja rauhallisuuspainotteisessa viestinnässä
- Käytä Jaakkoa ja Laaksosta harkitusti tuomaan persoonallisuutta ja muistettavuutta

3. Kytke konsepti aina konkreettisiin sisältöihin

Toimenpide:

Varmista, että Onnen Peikko -teema on aina sidottu konkreettisiin matkasisältöihin, kuten reitteihin, aktiviteetteihin ja palveluihin.

Perustelu:

Konsepti toimii parhaiten, kun se kehystää tekemistä, ei korvaa sitä. Erityisesti aktiivimatkailijoille ja maisemien ihailijoille sisältö on ensisijainen kiinnostuksen lähde.

Käytännössä:

- Yhdistä hahmot reitteihin, tehtäviin, tarinallisiin pysähdyspaikkoihin tai perheille suunnattuihin aktiviteetteihin
- Vältä irrallista hahmoverkostoa ilman sisältökytkentää

4. Säädä viestinnän sävyä kohderyhmän mukaan

Toimenpide:

Muokkaa viestinnän sävyä ja visuaalinen ilme kohderyhmän ja klusterin mukaiseksi.

Perustelu:

Liiallinen leikillisuus voi heikentää viestin uskottavuutta tietyissä ryhmissä, kun taas liian hillitty viestintä voi jäädä huomaamatta perheille ja elämyshakuisille matkailijoille.

Käytännössä:

- Käytä leikillisempää ja tarinallisempaa sävyä lapsiperheille ja elämyshakuisille
- Pidä sävy rauhallisena ja luonnonläheisenä luontomatkailijoille ja senioreille
- Testaa visuaalisten elementtien määrää ja näkyvyyttä markkinakohtaisesti



Toimenpide-ehdotukset II



5. Hyödynnä konseptia kiinnostuksen herättäjänä, ei lupauksena

Toimenpide:

Asemoi Onnen Peikko -konsepti kiinnostuksen herättäjäksi ja mielikuvien vahvistajaksi, ei matkakokemuksen sisällölliseksi lupaukseksi.

Perustelu:

Konsepti lisää kiinnostusta, mutta matkustuspäätös perustuu lopulta muihin tekijöihin, kuten saavutettavuuteen, hintaan ja tarjontaan.

Käytännössä:

- Käytä teemaa houkuttelemaan matkailijat tutustumaan kohteeseen
- Tue teemaa selkeillä ja helposti löydettävillä varaus- ja sisältötiedoilla

6. Käytä klusteritietoa viestien suunnittelun työkaluna

Toimenpide:

Hyödynnä kiinnostuspohjaisia klustereita markkinointiviestien suunnittelussa ja kampanjoiden kohdentamisessa.

Perustelu:

Klusterit tarjoavat selkeän tavan ymmärtää matkailijoiden motiiveja ja auttaa viestimään relevantisti eri yleisöille.

Käytännössä:

- Aktiviteettien hakijoille: korosta tekemistä ja reittejä
- Elämyshakuisille: korosta tarinaa ja tunnelmaa
- Maisemien ihailijoille: korosta luontoa ja rauhaa

7. Seuraa ja kehitä konseptia vaiheittain

Toimenpide:

Toteuta konseptin käyttöönotto ja kehittäminen vaiheittain ja seuraa sen toimivuutta.

Perustelu:

Kaikki hahmot ja teeman elementit eivät ole yhtä vahvoja kaikissa kohderyhmissä tai markkinoilla.

Käytännössä:

- Aloita vahvimista kohderyhmistä ja hahmoista
- Kerää palautetta ja kehitä konseptia käytön perusteella
- Vältä liian laajaa käyttöönottoa kerralla.

Yhteenveto

Onnen Peikko -konseptin vahvuus on sen kohdennettavuus ja joustavuus. Parhaimmillaan konsepti toimii kiinnostuksen herättäjänä ja elämyksellisyyden vahvistajana, kun sen rooli, viestit ja hahmot on sovitettu matkailijoiden motiiveihin. Tutkimuksen perusteella suositellaan keskittymään selkeästi määriteltyihin kohderyhmiin ja käyttämään teemaa tukemaan – ei korvaamaan – Kemijärven ydinsisältöjä.

YHTEENVETO

Yhteenveto



Keskeiset havainnot

Tutkimuksen tulokset osoittavat, että Onnen Peikko -konsepti lisää kiinnostusta Kemijärveä kohtaan verrattuna vastaaviin, teemoittamattomiin matkakohteisiin. Vaikutus ei ole universaali, mutta se on selkeä ja johdonmukainen niissä kohderyhmissä, jotka etsivät elämyksiä, tekemistä tai luontoon liittyviä kokemuksia.

Kiinnostuksen kasvu Onnen Peikko -konseptin ansiosta on selkeintä lapsiperheiden keskuudessa. Myös luontomatkailijat ja elämyshakuiset matkailijat reagoivat konseptiin keskimääräistä positiivisemmin, mikä näkyy vahvana kiinnostuksen kasvuna Kemijärveä kohtaan.

Aktiivimatkailijoiden keskuudessa kiinnostuksen kasvu on pääosin myönteistä, mutta maltillisempaa kuin edellä mainituissa ryhmissä. Seniorimatkailijoiden kohdalla konsepti toimii yleisesti positiivisesti, mutta sen vaikutus matkustuskiinnostukseen on hillitympi..

Konseptin rooli ja toimivuus

Onnen Peikko -konseptin vahvuus ei perustu yksittäisiin hahmoihin tai visuaaliseen ilmeeseen, vaan sen kykyyn kehystää matkakokemusta tarinallisella ja elämyksellisellä tavalla. Konsepti toimii parhaiten silloin, kun se tukee konkreettisia matkasisältöjä, kuten reittejä, aktiviteetteja ja luontokokemuksia, eikä toimi irrallisena teemana.

Peikkohahmot muodostavat monipuolisen kokonaisuuden, jossa:

- Kuha ja Sopuli toimivat selkeimpinä kiinnostuksen herättäjinä erityisesti lapsiperheiden keskuudessa
- Sirri ja Taimi tukevat rauhallista ja luontopohjaista viestintää
- Jaakko ja Laaksonen tuovat persoonallisuutta ja muistettavuutta, mutta vaativat harkittua käyttöä

Segmentointi syventää ymmärrystä

Kohderyhmäkohtaisia eroja konseptin toimivuudessa selittävät osin kiinnostuspohjaiset klusterit. Konsepti resonoi vahvimmin aktiviteettien hakijoiden ja elämyshakuisten matkailijoiden keskuudessa, ja toimii myönteisesti myös maisema- ja luontopainotteisissa matkailijaryhmissä, kun sen rooli on hillitty ja sisältöjä täydentävä.

Klusterit tarjoavat hyödyllisen näkökulman viestinnän ja positioinnin suunnitteluun.

- samaa konseptia voidaan käyttää eri tavoin eri matkailijamotiiveille
- kaikkea ei tarvitse viestiä kaikille

Johtopäätös ja suositus

Tutkimuksen perusteella Onnen Peikko -konseptia suositellaan käytettäväksi kohdennettuna kiinnostuksen herättäjänä, ei universaalina matkailulupauksena. Konseptin suurin arvo syntyy silloin, kun sen rooli, hahmot ja viestit mukautetaan matkailijoiden motiivien ja kohderyhmien mukaan.

Parhaimmillaan Onnen Peikko.

- lisää Kemijärven kiinnostavuutta kesämatkailukohteena
- tuo kohteelle persoonallisuutta ja muistettavuutta
- tukee kohdennettua markkinointia eri Euroopan markkinoilla

Onnen Peikko -konseptin vahvuus ei ole sen universaali vetovoima, vaan sen kyky kohdentua oikein ja tukea erilaisia matkailumotiiveja joustavasti.

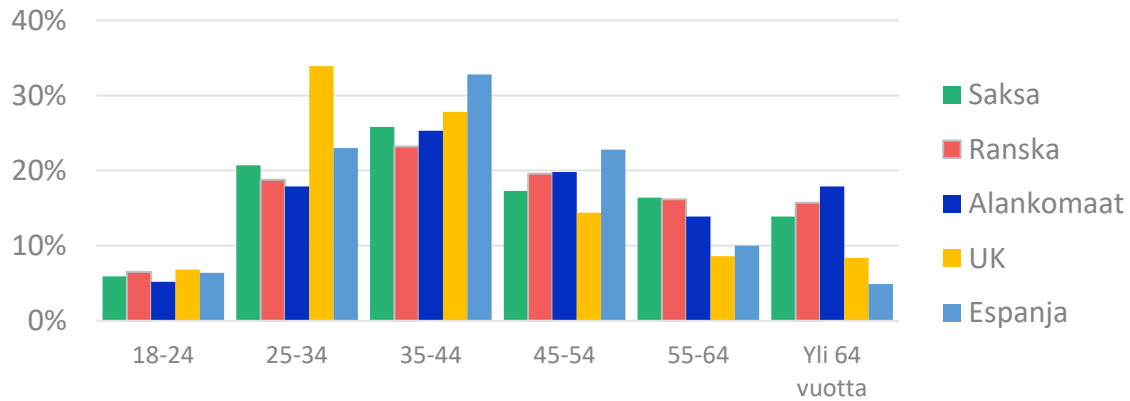
LIITTEET

Liite 1. Vastaajien demografiset tiedot

Liite 2. Klusterien jakauma maittain

Liite 1: Demografia I

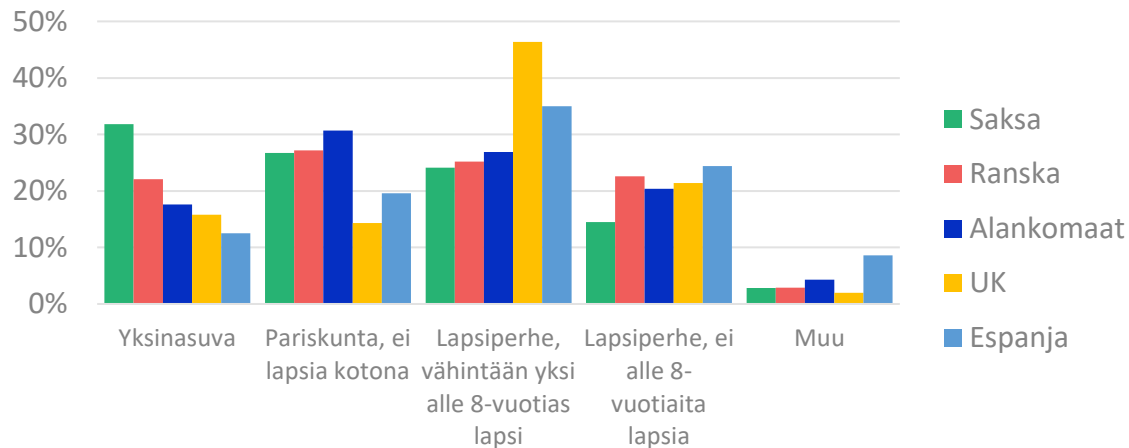
Ikäluokka



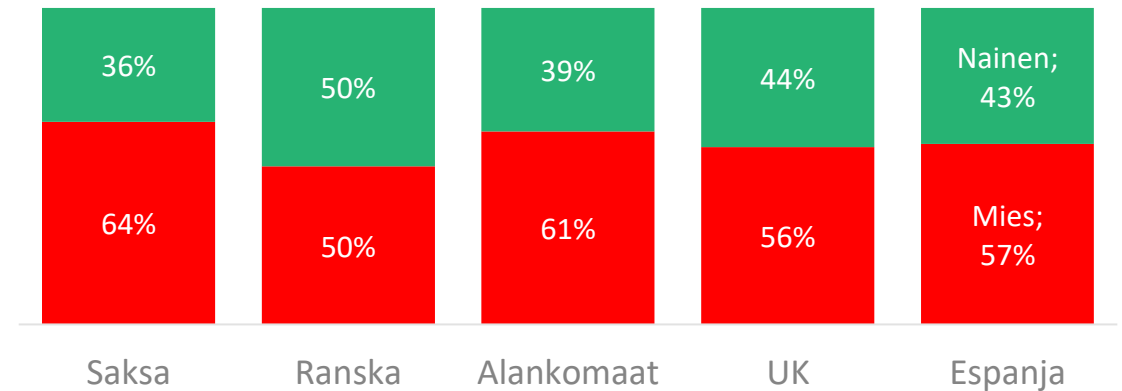
Vastaajien ikärakenteessa on eroja maiden välillä. Isossa-Britanniassa vastaajat ovat keskimäärin nuorempia kuin muissa maissa, kun taas vanhimpia vastaajia on eniten Alankomaissa. Lapsiperheitä on eniten Isossa-Britanniassa ja yksinasuvia vastaavasti eniten Saksassa.

Miehet kuuluvat kohderyhmiin naisia useammin kaikissa muissa maissa paitsi Ranskassa, jossa sukupuolijakauma on tasainen.

Perhetyyppi

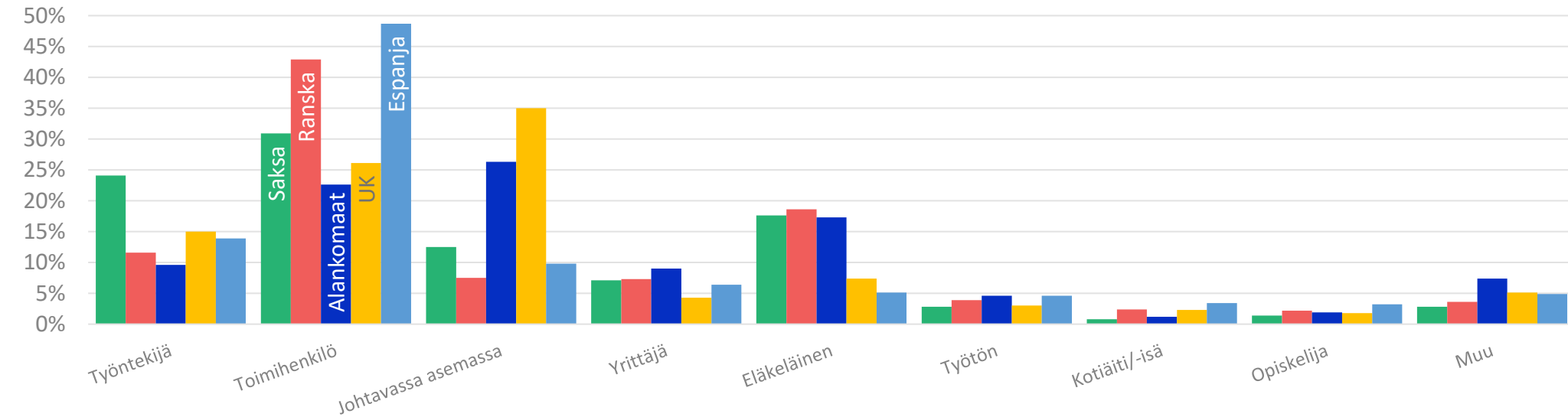


Sukupuoli



Liite 1: Demografia II

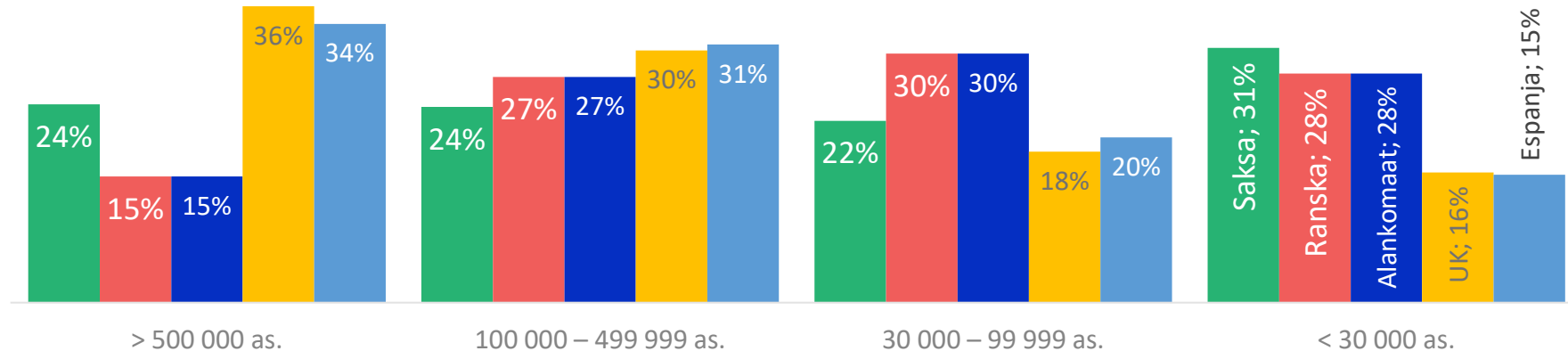
Ammattiasema



Ammattirakenteessa on selviä eroja maiden välillä. Espanjassa ja Ranskassa merkittävä osa vastaajista on toimihenkilöitä, kun taas Isossa-Britanniassa suurin ammattiryhmä on johtavassa asemassa olevat.

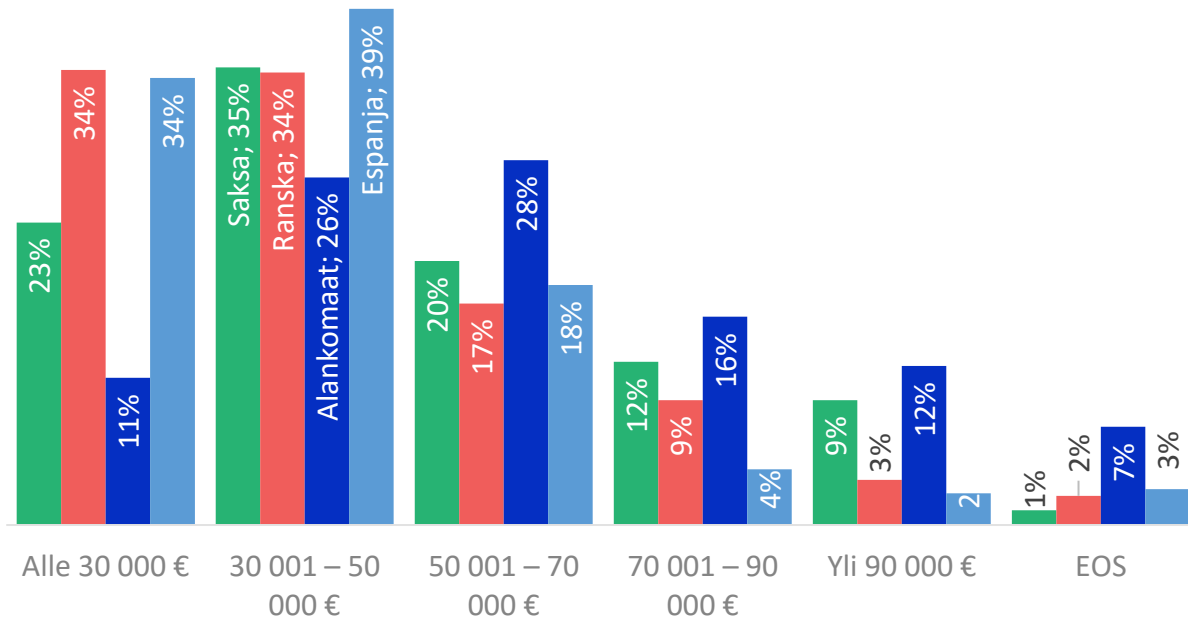
Asuinympäristö vaihtelee maittain: Isossa-Britanniassa ja Espanjassa vastaajat asuvat useammin suurissa kaupungeissa, Ranskassa ja Alankomaissa keskikokoisissa kaupungeissa ja Saksassa pienillä paikkakunnilla.

Kotikunnan koko

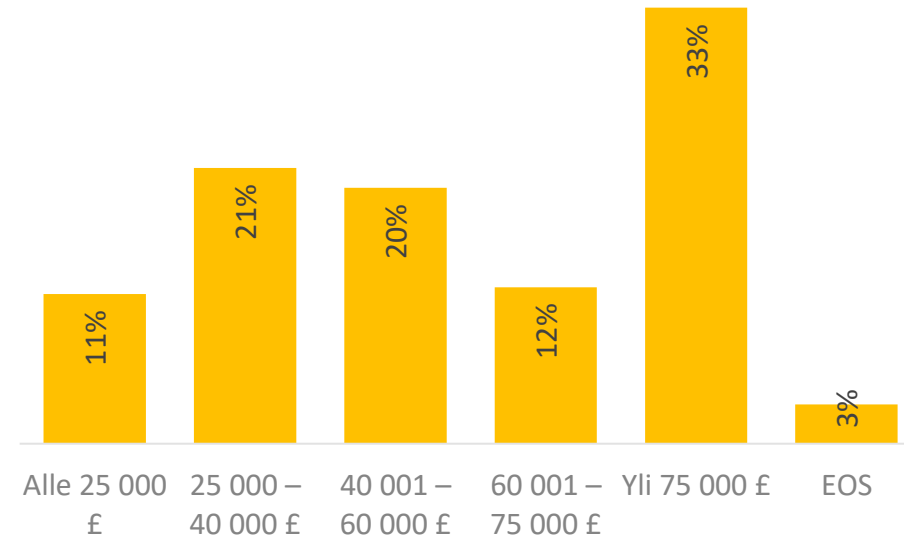


Liite 1: Demografia III

Kotitalouden tulot vuodessa



Kotitalouden tulot vuodessa UK



Kotitalouksien tulotasossa on eroja maiden välillä. Isossa-Britanniassa noin kolmannes vastaajista kuuluu suurituloisimpiin kotitalouksiin, mikä on selvästi enemmän kuin muissa maissa. Alankomaissa pienituloisimpien osuus on puolestaan kaikkein pienin.

Klusterien jakauma maittain



Maa	Passiiviset	Elämyshakuiset	Maisemien ihailijat	Aktiviteettien hakijat
Saksa	27 %	25 %	26 %	22 %
Ranska	16 %	26 %	31 %	27 %
Alankomaat	35 %	22 %	18 %	25 %
Iso-Britannia	22 %	22 %	14 %	43 %
Espanja	18 %	36 %	19 %	27 %
Yhteensä	23 %	26 %	22 %	29 %



visitory