



# HOUSE OF LAPLAND

LAPIN YHTEISMARKKINOINTI 2022

# HOUSE OF LAPLAND

Tehtävämme on huolehtia siitä, että Lappi näkyy, kuuluu ja kiinnostaa matkakohteena, asuinpaikkana, kuvauskohteena ja bisnesympäristönä, ja että Lapista kiinnostuneet löytävät sen mitä etsivät ja enemmän.

Huolehdimme kumppaneidemme vetovoimasta ylläpitämällä ja kasvattamalla Lapin vetovoimaa tehokkailla, yhteisillä markkinointiratkaisulla ja tarjoamalla tietoa ja työkaluja markkinoinnin johtamiseen.

Lapin kunnissa työ näkyy uusina yrityksiä, matkailijoina, muuttajina sekä elokuva-, tv- ja muina tuotantoina.

Lapland.fi

Kuva: Lapin materiaalipankki, Harri Tarvainen

**LAPIN TULEVAISUUS ON KIINNI  
KYVYSTÄMME HOUKUTELLA MAAKUNTAAN  
UUSIA OSAAJIA, YRITYKSIÄ JA MATKAILIJOITA.**

**KILPAILU**

**ON GLOBAALIA.**





**VOIMME ONNISTUA VAIN TEHOKKAALLA  
MARKKINOINNILLA**

**SILLÄ VOIMME LUODA KYSYNTÄÄ JA MUUTTA  
MIELIKUVIA.**

**YKSIKÄÄN LAPIN KUNNISTA TAI KAUPUNGEISTA  
EI PARJAA KILPAILUSSA YKSIN**

**JOS LAPPI EI KIINNOSTA, EI KIINNOSTA  
YKSIKÄÄN SEN ALUEISTA.**

## **Lapin vetovoima ei synny se luodaan.**

Markkinointi luo Lapille tunnettuutta ja kiinnostusta, ja elintärkeää kysyntää kiristyvään kilpailutilanteeseen.

Kestävä kiinnostus ja kysyntä luo edellytykset kasvavalle liiketoiminnalle.

## **Markkinointi on yksi maakuntamme tärkeimmistä tulevaisuusinvestoinneista.**

Tuloksekas markkinointi ei ole kehittämistä, yksittäisiä kampanjoita, kokeiluja tai viestinnän sivutyö. Se on erikoisosaamista ja resursseja vaativaa pitkäjänteistä työtä.



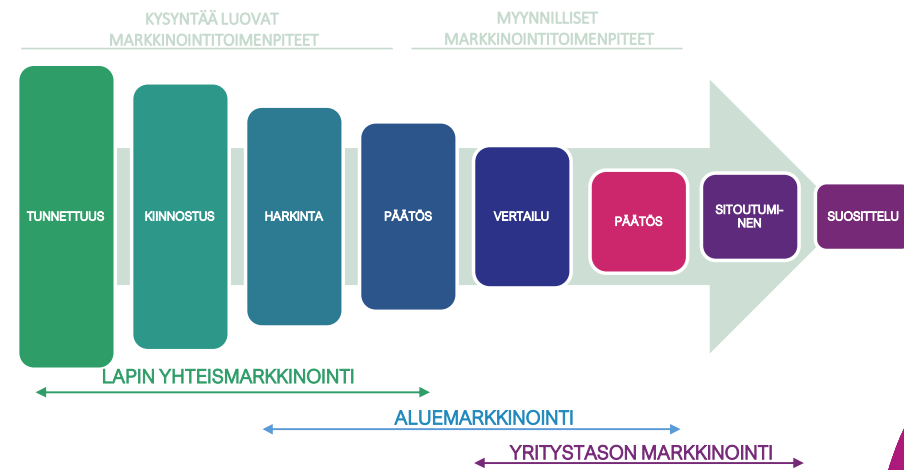
# LAPIN YHTEISMARKKINOINNIN VASTUUALUEET

Asiakkaan päätöksenteko tapahtuu useassa eri vaiheessa. Tuloksellisen markkinoinnin tulee vaikuttaa kaikissa.

**Toimijoiden selkeä roolijako mahdollistaa kustannustehokkaan markkinoinnin kaikissa kuluttajan päätöksentekoprosessin vaiheissa.**

Selkeä roolitus, tiivis yhteistyö ja sitoutuminen mahdollistavat markkinoinnin pitkäjänteisen kehittämisen ja tuloksellisuuden.

## MUUTTAJAN PÄÄTÖKSENTEON VAIHEET



# LAPIN YHTEISMARKKINOINTI 2022



# TOIMINTAPERIAATTEET



Lapin markkinoinnin toimintaperiaatteet:

- House of Lapland tarjoaa jokaiselle Lapin kunnalle perusnäkyvyyden sekä digitaaliset palvelut Lapin yhteismarkkinoinnin kohderyhmissä.
- sekä tukea kunnan oman markkinoinnin toteuttamiseen ja kehittämisen tarvittaessa.
- Lapin markkinointi on tasapuolista ja läpinäkyvää ja sitä toteutetaan kumppanikuntien ohjaamana.
- Markkinoinnin tarkat tavoitteet ja mittarit sovitaan yhdessä kumppanikuntien kanssa.

Kuva: Lapin materiaalipankki, Harri Tarvainen

# PALVELUN SISÄLTÖ

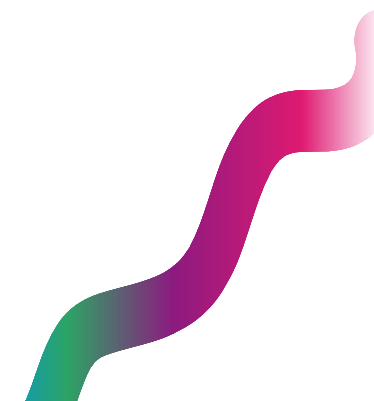
- Rahoitus sisältää perusnäkyvyyden, kuntien markkinoinnin tuen, av-tuotantojen palvelun ja markkinoinnin strategisen kehittämisen
- sekä tarvittaessa hankevalmistelua yhdessä sovituista teemoista. Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi Lapin yhteiseen matkailumarkkinointiin liittyvän hankkeen valmistelua.
- Rahoituksesta sovitaan palvelusopimuksella vuodelle 2022.



Kuva: Lapin materiaalipankki, Flatlight Creative House

# RAHOITUKSEN JAKAUTUMINEN 2022

	Asukasluku 2020		Perusrahoitus €/vuosi
Enontekiö	1 808	3,2 %	7 900
Inari	6 862	12,0 %	29 900
Kemijärvi	7 191	12,5 %	31 300
Kittilä	6 436	11,2 %	28 000
Kolari	3 925	6,8 %	17 100
Muonio	2 297	4,0 %	10 000
Pelkosenniemi	931	1,6 %	4 100
Pello	3 304	5,8 %	14 400
Posio	3 117	5,4 %	13 600
Ranua	3 712	6,5 %	16 200
Salla	3 407	5,9 %	14 900
Savukoski	1 009	1,8 %	4 400
Sodankylä	8 266	14,4 %	36 000
Utsjoki	1 219	2,1 %	5 300
Ylitornio	3 890	6,8 %	17 000
<b>YHTEENSÄ:</b>	<b>57 374</b>	<b>100 %</b>	<b>250 100</b>
Meri-Lappi			15 000
Rovaniemi Talent Attraction -hankkeelle			15 000
<b>YHTEENSÄ:</b>			<b>280 100</b>



**KIITOS**