

# **PALVELUSOPIMUS LAPIN YHTEISESTÄ MARKKINOINNISTA**

## **1. SOPIJAPUOLET**

Palvelun tuottaja: House of Lapland Oy (1544440-5)  
Valtakatu 11 C, 96100 Rovaniemi

Palvelun tilaaja: Pelkosenniemen kunta (0191866-5)  
Sodankyläntie 1 A, 98500 Pelkosenniemi

## **2. TAUSTAA**

House of Lapland Oy on voittoa tavoittelematon kehitysyritys, jonka omistajia ovat Rovaniemen Kehitys Oy, Elinkeinot & kehitys Nordica/Inarin kunta, Itä-Lapin kuntayhtymä, Kittilän kunta, Lapin ammattikorkeakoulu Oy, Lapin yliopistosäätiö, Ranuan kunta, Meri-Lapin kehittämiskeskus ry, Pellon kunta, Posion Kehitysyritys Oy, Sodankylän kunta, Tunturi-Lapin Kehitys ry, Utsjoen kunta ja Ylitornion kunta.

Yhtiöjärjestyksen mukaisesti House of Laplandin tarkoituksena on edistää Lapin näkyvyyttä ja vetovoimaa markkinoinnin ja viestinnän keinoin kansallisesti ja kansainvälisesti Lapin kannalta tärkeiden sidosryhmien keskuudessa. Yhtiö luo kysyntää alueen yritysten ja kehitysorganisaatioiden palveluille, edistää asukkaiden, uusien yritysten, matkailijoiden ja kuvaustuotantojen saantia Lapin alueelle sekä tarjoaa yhteistyökumppaneilleen kanavan tehokkaaseen viestintään ja brändinhallintaan. Sopimuskaudella House of Lapland tarjoaa kumppaneilleen myös markkinoinnin osaamista webinaarien ja neuvonnan avulla.

## **3. SOPIMUKSEN TARKOITUS**

Tällä sopimuksella osapuolet sopivat Lapin elokuvakomissiota, matkailu-, osaja- ja bisnesmarkkinointia koskevista tavoitteista, sisällöistä ja toimenpiteistä sekä Tilaajan niihin myöntämistä resursseista vuonna 2022.

## **4. TOIMINNAN YKSILÖINTI**

Yhtiön toiminta jakautuu kahteen eri osa-alueeseen: ohjelmakohtaiseen perustoimintaan sekä hankkeilla toteutettavaan kehittämistoimintaan. Perustoiminta sisältää yhtiön hallinnon, hankkeiden valmistelun, sidosryhmäyhteistyön, kohderyhmien asiakaspalvelun, kuten tuotanto- ja investrikyselyihin vastaamisen sekä markkinointitoimenpiteitä. Kehittämishankkeilla vastataan markkinoinnin keinoin maakunnan kehittämishaasteisiin tai kehitetään yhteismarkkinointia.

## **5. TOIMINNAN TAVOITTEET, MITTARIT ja RAPORTOINTI V. 2022**

House of Laplandin toiminnan yksityiskohtaiset tavoitteet ja mittarit sekä kohderyhmät määritellään ohjelmakohtaisesti mukana olevien kuntien kanssa ja ne hyväksyy yhtiön hallitus. Toiminnan volyyymiä ja vaikuttavuutta on yleisemmällä tasolla kuvattu liitteessä Kuvaus markkinoinnin vaikuttavuudesta. Yhteismarkkinoinnin tulokset raportoidaan kvartaaleittain Tilaajan nimeämälle yhteyshenkilölle. Puolivuositain Tilaajalle esitetään analyysi myös kuntakohtaisista tuloksista. Tiivistelmä yhtiön toiminnan tuloksista julkaistaan vuosittain.

## 6. TOIMENPITEET JA RESURSSIT

### 6.1. Talent Boost - Lapin osaajamarkkinointi

**Tavoite:** Profiloida Lappi elämän laadun ykkösalueeksi, joka tarjoaa mielenkiintoisia uramahdollisuuksia. Muuttaa muuton esteinä olevia mielikuvia sekä tarjota muuttopäätöstä helpottavaa tietoa ja ohjata kiinnostuneet avoimien työpaikkojen ja asuntojen pariin.

**Kohderyhmä:** Potentiaaliset Lappiin muuttajat Suomessa, erityisesti tarvittavien alojen työvoima sekä kasvua tuottavat osaajat.

**Palvelu sisältää:** Alueen muuttaja- ja osaajavetoisuuden kasvattamisen osana Lapin yhteistä osaaja- ja asukasmarkkinointia. Alueen vahvuksien esiin tuomisen Lapin yhteisissä kanavissa ja sisällöissä sekä kuntakohtaisen Löydä paikkasi Lapista -palvelun, joka sisältää kunnan avoimet työpaikat toimialoittain, myytävät ja vuokrattavat asunnot sekä inspiroivia tarinoita ja vinkkejä elämään kunnassa. Potentiaalisten muuttajien palvelemisen tarjoamalla heille vinkkejä ja faktoja ja ohjaamalla eteenpäin avoimien työpaikkojen ja myytävien asuntojen pariin. Palvelu sisältää myös Tilaajan konsultoinnin markkinoinnin haasteissa sekä alueen markkinoinnin yhteensovittamisessa Lapin yhteisen osaajamarkkinoinnin kanssa.

#### Toimenpiteet:

- Lapin osaaja- ja asukasvetoisuuden kasvattaminen toteuttamalla jatkuvaa, kohdennettua sisältömarkkinointia potentiaalisille muuttajille mm. #MunLappi -kanavissa sekä muita soveltuvia markkinointitoimenpiteitä ja kampanjoita.
- Markkina- ja kohderyhmätiedon tuottaminen Tilaajan käyttöön
- Lapin osaajamarkkinoinnin kehittäminen koko verkostossa tuottamalla
  - ◆ markkinoinnin webinaareja
  - ◆ Tilaajan konsultointia osaajille ja asukkaille suunnatussa kuntamarkkinoinnissa tarvittaessa.

#### Tulokset:

Toiminnan tuloksena Lapin muuttajavetoisuus kasvaa sekä Lappiin muuttoa harkitsevien henkilöiden määrä kasvaa. Muutosta Lapin tunnettuudessa sekä muuttajavetoisuudessa mitataan kohderyhmätutkimuksen avulla. Markkinoinnin tavoitteita ja mittareita sekä arviota markkinoinnin vaikuttavuudesta on eritelty sopimuksen liitteessä.

### 6.2. Business Lapland – Lapin elinkeinomarkkinointi

**Tavoite:** Herättää kiinnostusta Lapin liiketoiminta- ja investointimahdollisuuksia kohtaan sekä varmistaa, että Lapin bisnesmahdollisuudet tunnetaan keskeisillä toimialoilla ja että niihin on helppo tarttua.

**Kohderyhmä:** Alueelle potentiaalisesti sijoittuvat yritykset ja investorit.

**Palvelu sisältää:** Kunnan liiketoimintamahdollisuuksien kattavan markkinoinnin osana Business Lapland -kokonaisuutta. Kunnan liiketoiminta- ja investointimahdollisuuksien esittelyn lapland.fi-verkkopalvelussa (suomi&englanti) sekä kiinnostuneiden yritysten ja investorien ohjaamisen kuntaan. Palvelu sisältää myös Tilaajan konsultoinnin markkinoinnin haasteissa sekä alueen markkinoinnin yhteensovittamisessa Lapin yhteismarkkinoinnin kanssa.

**Toimenpiteet:**

- Kiinnostuksen ja kysynnän kasvattaminen Lapin bisnesmahdollisuuksia kohtaan toteuttamalla säännöllistä sisältömarkkinointia Business Lapland -kanavissa sekä muilla soveltuvilla markkinointitoimenpiteillä 30.6.2022 saakka.
- Lapin liiketoiminta- ja investointimahdollisuuksista sekä yritysten onnistumisista kertominen ja tiedon kiteyttäminen eri toimialojen kasvunäkymistä 30.6.2022 saakka.
- Kiinnostuneiden yritysten ja investoreiden palveleminen tarjoamalla heille ajantasaista tietoa ja oikeat kontaktit Business Lapland –verkkopalvelun ja kuntakohtaisten esittelyjen avulla sekä vastaamalla kyselyihin ja ohjaamalla kiinnostuneet eteenpäin verkostossamme.
- Lapin bisnesmarkkinoinnin kehittäminen koko verkostossa tuottamalla tarvittaessa asiantuntijawebinaareja.
  - ◆ Tilaajan konsultointia kunnan elinvoimamarkkinoinnissa tarvittaessa.

**Tulokset:**

Toiminnan tuloksena Lapin tunnettuus ja vetovoima bisnesympäristönä kasvaa. Lappiin sijoittumista tai investointia harkitsevien yritysten ja henkilöiden määrä kasvaa. Muutosta Lapin tunnettuudessa ja kiinnostuksen kasvussa mitataan asiakaskyselyn avulla. Markkinoinnin tavoitteita ja mittareita sekä arviota markkinoinnin vaikuttavuudesta on eritelty sopimuksen liitteessä.

### **6.3. Film Friendly – Lapin elokuvakomissio**

**Tavoite:** Kotiuttaa olemassa olevaa kysyntää Lapin kuvauspaikkoja kohtaan palvelemalla Lapista kiinnostuneita elokuva-, mainos- tv- ja muita tuotantoja sekä ylläpitämällä Lapland.fi-verkkopalvelua, #FilmLapland -sosiaalisen median kanavia sekä olemalla mukana toimialan keskeisissä verkostoissa.

**Kohderyhmä:** AV-alan ammattilaiset kotimaassa, Euroopassa ja USAssa

**Palvelu sisältää:** Tuotantojen neuvonnan ja paikallisten #FilmFriendly-kumppaneiden sekä kunnan kuvauslokaatioiden suosittelun tuotannoille. Kumppanikuntien kiinnostavimmat kuvauspaikat esitellään myös Lapland Filming Locations -verkkopalvelussa. Tuemme kumppaneitamme mahdollisten av-alan kumppanuuksien arvioinnissa sekä tarjoamme #FilmFriendly-perehdytyksen kunnan avainhenkilöille.

**Toimenpiteet:**

- Kysynnän kotiuttaminen ja ylläpitäminen toteuttamalla säännöllistä sisältömarkkinointia #FilmLapland–kanavissa, verkostoitumalla markkina-alueilla ja kutsumalla nimekkäitä ammattilaisia tutustumismatkoille.
- Tuotantojen palveleminen vastaamalla heidän kysymyksiinsä sekä suosittelemalla parhaat kumppanit ja lokaatiot sekä palveluntarjoajat alueelta.

- Tilaajan tukeminen av-alan kumppanuuksien arvioinnissa sekä #FilmFriendly-perehdytyksen tarjoaminen kunnan avainhenkilöille.

**Tulokset:**

Toiminnan tuloksena Lapista kiinnostuneet tuotannot löytävät sujuvasti tarvitsemansa palvelut ja pystymme kotiuttamaan jo olemassa olevaa kysyntää palvelemalla tuotantoja.

**6.4. Only in Lapland - Lapin matkailumarkkinointi**

**Tavoite:** Ylläpitää Lapin matkailumarkkinoinnin yhteisiä kanavia sekä tarjota asiantuntemusta Lapin matkailumarkkinoinnin toteuttamiseksi jatkossa. Tavoitteena on, että tulevat maakunnalliset markkinointiratkaisut tukevat Lapin matkailuelinkeinon toipumista koronakriisistä kasvattamalla kansainvälistä matkailukysyntää Lappia kohtaan valituilla kuluttajamarkkinoilla ja kohderyhmissä.

**Palvelu sisältää:** Olemassa olevien matkailumarkkinointikanavien, Lapland.fi-verkkopalvelun sekä #OnlyInLapland -sosiaalisen median kanavien ylläpidon, mutta ei maksetun markkinoinnin toimenpiteitä. Lisäksi palvelu sisältää osallistumisen Lapin matkailumarkkinoinnin tulevaisuutta koskeviin tilaisuuksiin ja neuvotteluihin.

**Toimenpiteet:**

- Lapland.fi-verkkopalvelun sekä tarvittavien rajapintaratkaisujen ylläpito
- #OnlyinLapland –sosiaalisen median kanavien ylläpito sekä kanavissa tapahtuvan keskustelun moderointi
- Tilaajan neuvonta Lapin yhteisen markkinoinnin tulevaisuutta käsittelevien ehdotusten arvioinnissa tarvittavalla tavalla

**Tulokset:**

Toiminnan tuloksena Lapin olemassa olevat yhteiset markkinointikanavat säilyvät yhteisesti sovitussa käytössä. Yhtiön markkinointiosaaminen on Tilaajan hyödynnettävissä tulevaisuuden ratkaisuja suunniteltaessa.

**7. PALVELUSOPIMUKSEN KOKONAISHINTA JA LASKUTUS**

Palvelusopimuksen toimenpiteiden kokonaishinta on 4 100 euroa. House of Lapland laskuttaa summan kahdessa erässä 2 050 euroa tammikuussa ja 2 050 euroa kesäkuussa.

House of Lapland raportoi palvelusopimuksen tulokset tilaajalle kaksi kertaa vuodessa helmikuussa ja elokuussa.

LIITE: Kuvaus markkinoinnin vaikuttavuudesta v. 2022