

Absolut Slow down

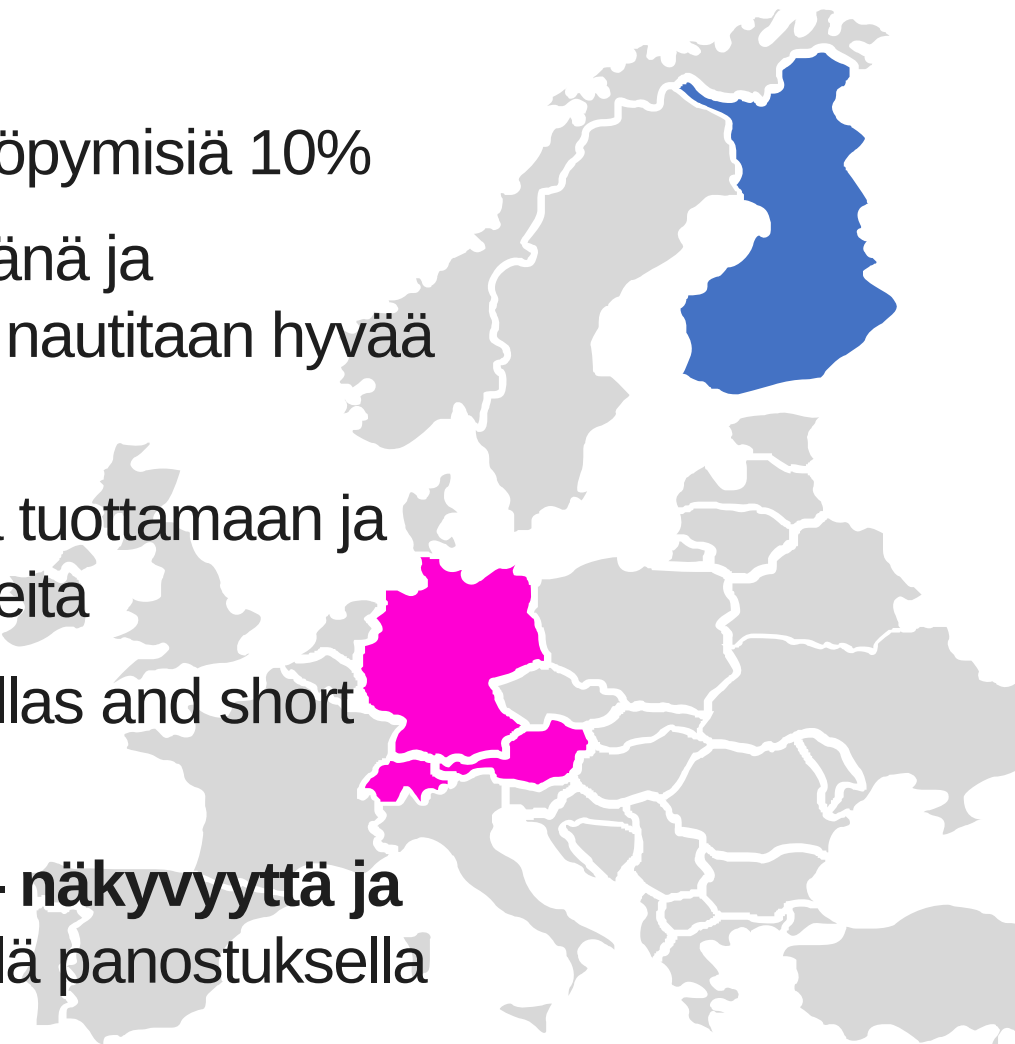
Markkinointikampanja DACH 2019



VisitFinland.com

Yhteistyön tavoitteet

- Tavoitteena on lisätä saksalaisten matkailijoiden yöpymisiä 10%
- Markkinoidaan Suomea korkealaatuisena, kestävänä ja houkuttelevana luonto- ja kulttuurikohteena, jossa nautitaan hyvää ruokaa ja rentoudutaan
- Aktivoidaan markkinoilla toimivia matkanjärjestäjiä tuottamaan ja myymään enemmän Suomeen suuntautuvia tuotteita
- Vahvistetaan päätuoteryhmiä: touring, resorts & villas and short holidays
- Tavoitteena on **lisätä „Suomi matkakohteena“ – näkyvyyttä ja tunnettuutta** markkinoilla – tämä taataan yhteisellä panostuksella



Kampanjan sisältö

- Slow-down kampanja koostuu sekä offline- että online-toiminnoista. Pääroolissa on **kampanjan landing page**, <https://www.visitfinland.com/de/slowdown/> jolle liikennettä ohjataan.
- Houkutteleva tuotesisältö innostaa matkailijaa tutustumaan Suomen tarjontaan ja viettämään aikaa sivulla. Kuluttajat voivat osallistua sivulla kilpailuun ja voittaa matkan Suomeen.
- Yleisöä aktivoidaan digitaalisten kanavien lisäksi:
 - **Offline-materiaaleilla**, kuten kampanjaesitteillä ja erilaisilla julkaisuilla, joiden jakelu tapahtuu messuilla ja tapahtumissa, sekä sanoma- ja aikakauslehtien välissä. Myös offline-materiaalista ohjataan Slow-down sivuille
 - **PR-toimenpiteillä**: Slow-teemaisilla tapahtumilla, mediatiedotteilla sekä artikkelijulkaisuilla
 - **X-over toimenpiteillä** (mm. Grüne Woche –kuluttajamessut yhdessä Food from Finlandin kanssa)
 - Visit Finlandin **imagokampanja Rent a Finn linkittyy Saksassa Absolut Slow down kampanjaan**
 - **Matkanjärjestäjien kanssa tehtävällä yhteiskampanjoinnilla**, jotka saavuttavat kymmeniä miljoonia kuluttajia metroasemilla, kadunvarrella, lehtimainoksissa, online- ja OTA-kanavissa, esitteissä ja matkatoimistoissa. Helppo ostaa, hyvät matkakuvaukset
 - Ympärivuotinen alueiden USPeihin perustuva **SEM**
- **Keskiössä on digikampanja, jolla ohjataan liikennettä panostusten suhteessa kampanjasivuille ja alueiden sisältöihin.**

Kampanjakokonaisuus

Markkinoilla toteutettava kokonaisuus sisältää monenlaisia Visit Finlandin koordinoimia ja kustantamia toimenpiteitä:

- Kampanjasivu alueellisine esittelyineen, offline-materiaalit ja jakelu, PR- ja mediatoimenpiteet, imagokampanja Rent a Finn Saksan näkyvyys, matkanjärjestäjien yhteiskampanjat, X-over yhteistyöt, ympärivuotinen SEM, digimainonta

Aluepartnerien panostuksilla toteutetaan:

- Alueelliset sisällöt partneripakettien mukaisesti, digikampanja, My Stay-tuotteet kampanjasivulla

Kuinka maksimoit hyödyn kampanjasta?

- Hyödynnä suuralueesi USP:ejä sisällöntuotannossa, sekä My Stay –tuotenostoissa.
- Valitse huolella osoite, johon kampanjasivulta linkitetään. Onko hyödyllisintä ohjata asiakas organisaatiosi etusivulle vai kenties suoraan johonkin tiettyyn sisältöön, esimerkiksi verkkokauppaan? Jatkuuhan kampanjasivustolla alkanut ”tarina” myös sinun sivustosi sisällöissä?
- Optimoi kampanjasisältösi maksetun mainonnan ajankohtiin sopivaksi: Kesäaikaan tulee kampanjasivulle nostaa kesätuotteita My Staysta ja vastaavasti syksyn mainontaan talvi-tuotantoa.
- Arvioi kriittisesti alueesi tuotanto. Mikäli esim. kiinnostavaa ja laadukasta talvituotantoa ei löydy riittävästi My Staysta, kannattaako silloin kohdentaa maksettu mainonta ennemmin kesään?

Myynti, markkinointi & tuotekehitys





Heli Saari
+358 40 5642780
heli.saari@businessfinland.fi