

TAMPERE.
FINLAND

Visit Tampereen digitaaliset kanavat

Saunatyöpaja 7.3.2024

VISIT
TAMPERE

Lotta Isotalo

Digitaalisen markkinoinnin rooli Visit Tampereella

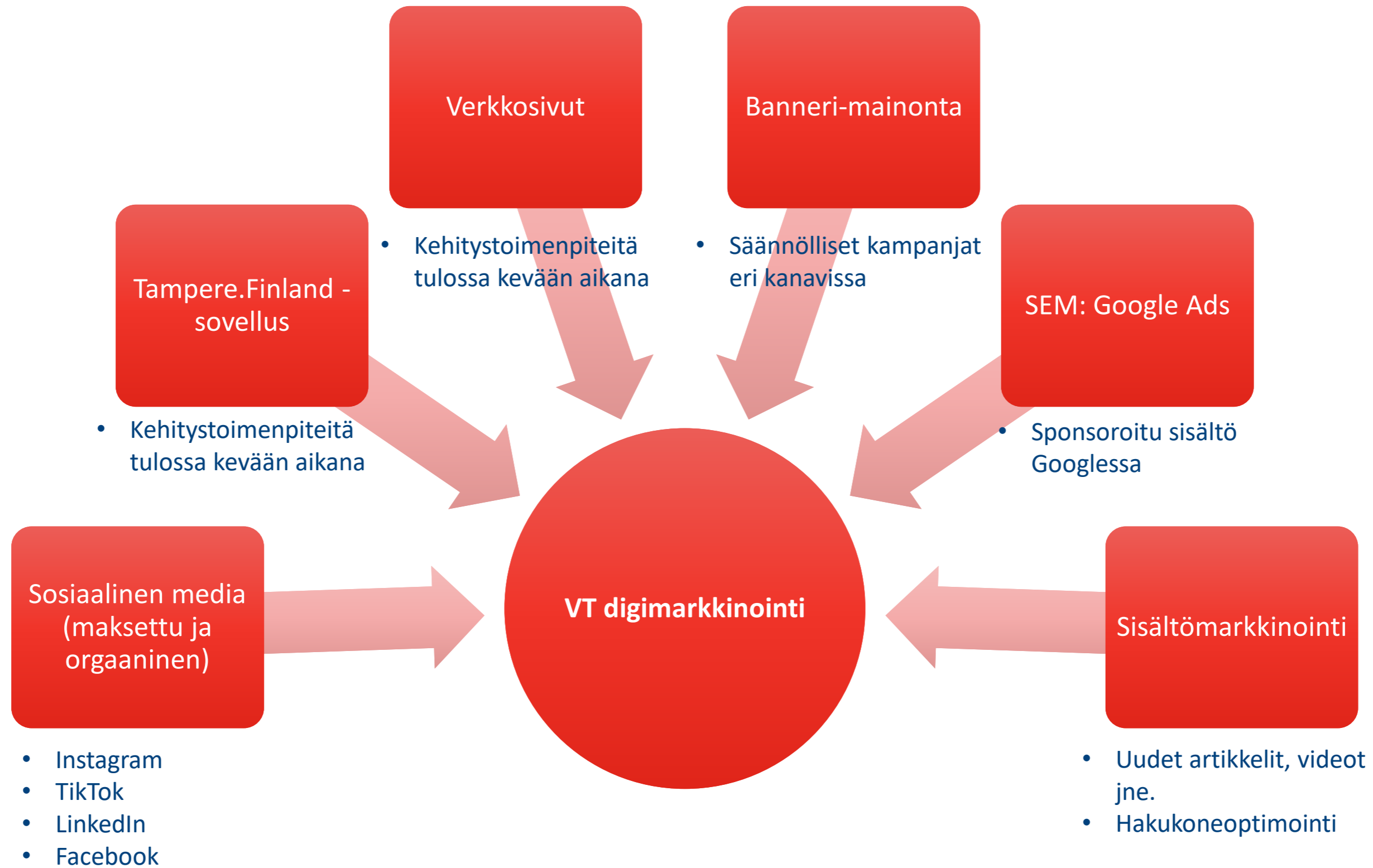
- VT:n markkinointi nojaa vahvasti digitaaliseen markkinointiin ja digitaalisiin kanaviin
 - Tavoittavuus, erityisesti globaali
 - Ilmiöittäminen (some, erit. TikTok)
 - Tehokkuus
 - Mitattavuus
 - Kohdentaminen ja personointi
 - Ei yksin, vaan yhdessä kumppaneiden kanssa

“Ignoring online marketing is like opening a business but not telling anyone.”

- KB Marketing Agency



Saunat & Visit Tampereen digitaaliset kanavat





Kävijätietojen tarkasteleminen

Mainosta julkaisua



pixel_to_vision ja 1 406 muuta tykkäävät
visittampereofficial The perfect recipe for a relaxing sauna experience in the #SaunaCapital of the world:

- 🔥 Hot inside
- ❄️ Cold outside
- 🏊 With an ice hole to swim in
- 🌅 ...and a breathtaking sunset if possible!
- 🌫️ Lots of "löyly" (steam from throwing water on the rocks)
- 😊 With nice company (or by yourself ❤️)
- 💧 Remember to drink plenty of water!

1. @kaukajarvensauna
2. @pereensaarensauna
3. @suolijarven_sauna
4. Laura Vanzo /@saunaravintolakuuma
5. @niihamanulkoilumaja
6. @rauhaniemi



Instagram

VISIT
TAMPERE



Metan mainos

TAMPERE.
FINLAND



Visit Tampere (Oletus)

Julkaisija: Brandwatch · 22. joulukuu 2023 ·

Guess what's a typical Finnish Christmas tradition? Yep, you got it – Christmas sauna! And where better to experience the heat than in the world's sauna capital, Tampere 🇫🇮🔥?

We gathered saunas' opening hours during Christmas time:

👉 <https://visittampere.fi/.../artic.../christmas-sauna-in-tampere/>

#VisitTampere #SaunaCapital



Näytä kävijätiedot ja mainokset

Mainosta

89

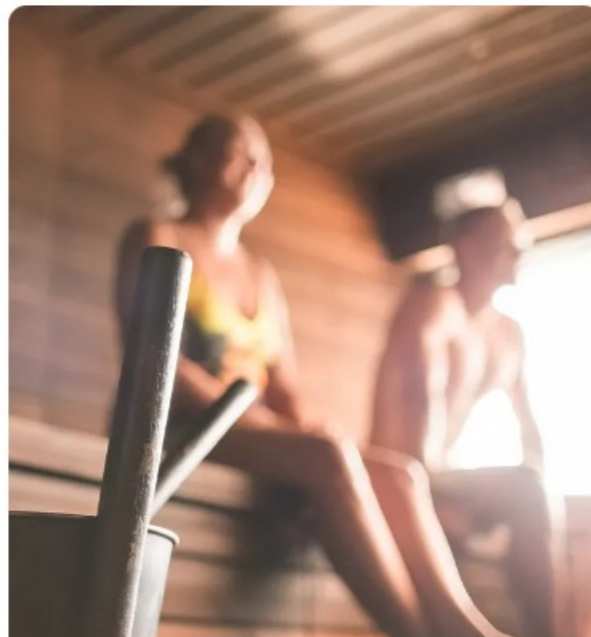
1 10

Facebook

Saunat mukana läpi digitaalisten kanavien

- Saunoja ja Sauna Capitalia tuodaan säännöllisesti esiin somessa, verkkosivujen artikkeleissa ja kampanjoissa.
- Sauna Capitalin ja saunojen yhteyteen voi sijoittaa myös muita elämyksiä ja palveluita.

Kaikkien digitaalisten kanavien on puhuttava yhtä kieltä → digitaalinen asiakaspolku!



Feel the heat: Tampere's hottest public saunas



Boost health and well-being with sauna



Unwind with a drink in chill bars after sauna

Relax in the Sauna Capital!

Digitaaliset myyntikanavat ja asiakaspolku

- Kliseistä, mutta totta: Ole siellä missä asiakaskin!
- KV-yleisölle erityisesti OTA-kanavat tärkeitä; jos tuotetta / palvelua ei ole sieltä saatavilla, sitä ei ole olemassa
- Esim. Johkun / Bokunin kautta mahdollista avata pääsy eri OTA- myyntikanaviin → hallinnointi kuitenkin yhdestä paikasta



Tavoita kansainväliset asiakkaat

Johku on täysin uudella tavalla integroitu Bokuniin. Sinulla on käytettävissä aktiviteettien kansainväliset OTA-kanavat, kuten Tripadvisor Experience, Get Your Guide, Klook, Expedia jne. Bokunin omien lisäksi.



Uudistuva Sauna Capital sivu

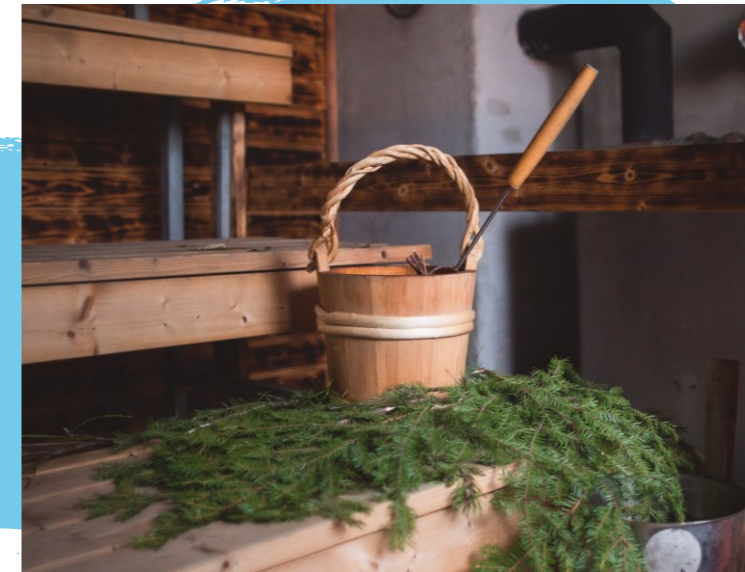
- Sauna Capital on yksi markkinoinnin kärjistä, ja toimii erityisesti kv-yleisölle
- V. 2023 Sauna Capital- sivu neljänneksi vierailuin englanninkielinen sivu Visit Tampereen verkkosivuilla
- Sauna Capital- sivua ollaan uudistamassa visuaalisemmaksi ja asiakaslähtöisemmäksi
 - Uusia sisältöjä tuotettu / tuotetaan mm. saunomisen etiketti, after / before sauna, sauna tour.. joihin pyritään saunan lisäksi yhdistämään muita palveluita / elämyksiä → konseptointi
- KV-yleisön houkuttelu videoiden ja kuvien avulla → pyritään herättämään tunteita, mielikuvia ja reaktioita: rauhallisuus, ilo, rentoutuminen..

Ja pari sanaa datasta ja analytiikasta...

Google Analyticsin (tai muun analytiikkatyökalun) avulla mahdollista selvittää esimerkiksi

- Verkkosivujen vierailijamäärien kehitys
- Eri maiden vierailijamäärät → minne kannattaa kohdentaa markkinointia
- Suosituimmat sivut / sisällöt → millainen sisältö toimii
- Sivustolla vietetty aika kertoo sivun sisällön mielenkiintoisuudesta
- Millä laitteilla sivustoa käytetään eniten → skaalautuvuus
- Google haut joilla sivustolle tullaan (Google Search Console)
- Liikenteen lähteet → mitä kautta sivustolle hakeudutaan, mitkä kanavat toimivat parhaiten

Säännöllinen seuraaminen ja analysoiminen esim.
kvartaaleittain!



“Marketing without statistics is like navigating without a map.”
– Amit Kalantri

Muutamia käytännön vinkkejä

1. Dashboardin luominen:

1. Tärkeimmät GA4 mittarit yksinkertaisessa muodossa.
2. Helppo seuranta.

2. Kumppanien hyödyntäminen:

1. Analytiikkakumppanin hyödyntäminen esim. Dashboardin luomisessa.
2. Edullinen investointi avainmittareihin.

3. Tekoälyn tehokas käyttö:

1. Sisällöntuotanto, analysointi jne.
2. Ilmaiset työkalut tekoälyn hyödyntämiseen.

4. DataHub tuotekortit:

1. Palveluista/tuotteista selkeät tuotekortit DataHubiin.
2. Tiedot yhteen kanavaan suomeksi ja englanniksi.

5. Asiakaspolun analysointi:

1. Mieti missä digitaalisissa kanavissa oltava asiakkaan ostopolun varrella.
2. Luo tehokas markkinointistrategia näihin perustuen.

6. Trendien hyödyntäminen:

1. Seuraa digitaalisten työkalujen kehittymistä ja trendejä, kuten AR ja VR.
2. Mahdollisuus innovatiiviseen markkinointiin.

Osallistu aktiivisesti Visitin toimintaan ja kampanjoihin 😊

Soul of Sauna –week tulossa kesäkuussa, saunatoimijoita tullaan kontaktoimaan tämän osalta myöhemmin, mutta kannattaa laittaa jo nyt korvan taakse!

”Kaikkein tärkeintä digitaalisessa markkinoinnissa on kohderyhmän syvälinen ymmärtäminen ja relevantin, arvoa tuottavan sisällön tarjoaminen oikeaan aikaan oikeissa digitaalisissa kanavissa.”

-ChatGPT

Kiitos

