

Iconic Lakeland Finland

Kansainvälisen matkailun kasvu itäisessä Suomessa

Hanke-esittely

17.-18.11.2026

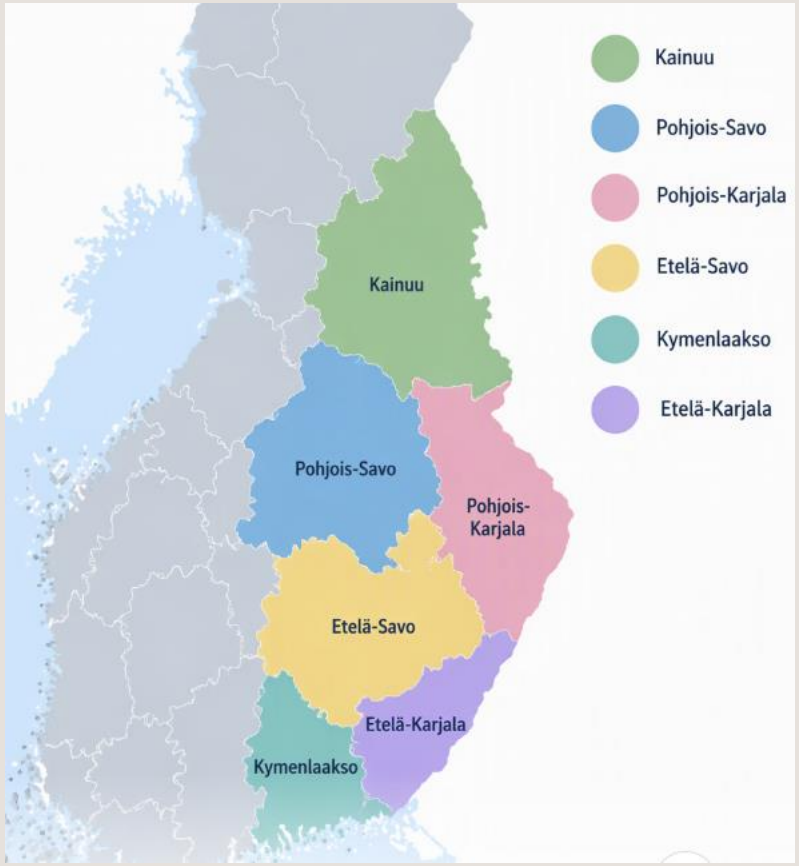
ETELÄ-KARJALAN LIITTO

Lakeland
The Heart of Finland

Miksi Iconic Lakeland Finland-hanke on käynnistetty?

- Itäinen Suomi muodostaa yhdessä ainutlaatuisen järvialueen Euroopassa
- Yksittäisten alueiden markkinointibudjetit eivät yksinään riitä kansainväliseen kilpailuun
- Yhteistyöllä saadaan enemmän näkyvyyttä, myyntiä ja vaikuttavuutta

Hankkeen tavoitteena on vahvistaa Itäisen Suomen asemaa kansainvälisesti tunnettuina ja helposti ostettavina Lakeland Finland –kohteina.



Hanke pähkinänkuoressa

- **Hankkeen nimi:** Iconic Lakeland Finland - Kansainvälisen matkailun kasvu itäisessä Suomessa
- **Rahoituksen myöntäjä:** Etelä-Karjalan maakuntaliitto
- **Rahasto:** IP Akke
- **Kokonaisbudjetti:** 3 804 024 € (78,12% tuki)
- **Toteutusaika:** 1.1.2027-31.3.2029

Työpaketit:
TP1: Markkinointi – brändi ja tunnettuus
TP2: Myynninedistäminen
TP3: Teemalliset kiertomatkat
TP4: Tiedolla johtaminen, Itäisen Suomen kv-matkailustrategia ja viestintä

- **Hankkeen päätoteuttaja**: VisitKarelia by Business Joensuu Oy
- **Hankkeen osatoteuttajat:** goSaimaa Oy (Etelä-Karjala), Visit Kouvola (Kymenlaakso), Cursor Oy / Visit Kotka-Hamina, (Kymenlaakso), Savonlinnan Seudun Matkailu / Visit Savonlinna ja Miksei Mikkeli Oy, (Etelä-Savo), Pohjois-Savon Matkailu / Destination Savo (Pohjois-Savo), KAMK / Arctic Lakeland (Kainuu).

- **Päätavoite:** Hankkeen päätavoitteena on vahvistaa Itäisen Suomen asemaa kansainvälisesti tunnettuna, houkuttelevana ja helposti ostettavana Lakeland Finland-matkailualueena lisäämällä alueen yhteistä näkyvyyttä, brändiä ja myytävyyttä sekä kehittämällä tiedolla johdettua, ylimaakunnallista matkailuyhteistyötä. Tavoitteena on rakentaa Itäisestä Suomesta matkailijoille yhtenäisenä kokonaisuutena näyttäytyvä kestävä matkailualue, jossa maakuntien erityispiirteet, paikalliskulttuuri ja luonnon monimuotoisuus muodostavat yhdessä kilpailukykyisen ja kansainvälisesti kiinnostavan kokonaisuuden. Hankkeessa vahvistetaan yhteistyötä Visit Finlandin kanssa Lakeland Finland -imagon yhtenäiseksi viestimiseksi, lisätään kansainvälistä kysyntää ja luodaan edellytyksiä matkailutulon kestävälle kasvulle, ympärivuotisuudelle ja uusille yhteistyömalleille.

Yhteiset toimenpiteet pähkinänkuoressa

TP1 Markkinointi (ostopolun vaihe: tunnettuuden ja kiinnostuksen herätys)	TP2 myynninedistäminen (ostopolun vaihe: päätös ja varaus)	TP3 Teemalliset kiertomatkat	TP4 Tiedolla johtaminen ja Itäisen Suomen strategia
Kansainvälinen some-kampanja ja some-näkyvyys (hyödyntäen VisitLakelandfinland.com)	Myynti- ja näkyvyyskampanjat jakelu- ja OTA-kanavilla	Iconic Lakeland Finland hero-tuotteiden luominen markkinoinnin kärjeksi	Itäisen Suomen kv-matkailustrategian laatiminen yhteistyössä Visit Finlandin kanssa
Media- ja vaikuttajamatkat	Myynninedistämisen tilaisuudet	Hero-tuotteen benchmarking-matka DMC-toimijoille ja hankkeen työntekijöille osaamisen kehittämiseksi	AI:n hyödyntäminen
Ostettu näkyvyys (esim blogit ja ostettu näkyvyys)	Tutustumismatkat matkanjärjestäjille ja DMC-toimijoille	Kehitetyn hero-kiertomatkojen variointi eri segmenteille sopivaksi & muut teemalliset reitit, esim. pyöräily	Tunnettuus- ja vaikuttavuusraportti
Sisällöntuotanto VisitLakelandFinland.comiin	Yhteismarkkinointikampanjat		Kävijätutkimus
Hakukonenäkyvyys ja -markkinointi	Myyntimateriaalit ja kaupallinen sisältö Lakeland Finland-kärjellä		Viestintä ml. Brand book
Mediatiedotteet	DMC-yhteistyön ja verkoston rakentaminen		

Lisäksi jokaisella maakunnalla on oma toteutus, jonka toimenpiteitä toteutetaan pääasiallisesti Lakeland Finland-kärjellä.

Iconic Lakeland hero-tuotteet

Kysymys yleisölle:

Jos joku kysyy sinulta, mikä on Lakelandin ’North Coast 500’, osaammeko vastata?

Tämän hankkeen tavoitteena on luoda tällainen ikoninen tuote.

Tavoitteena on rakentaa:

- yksi tai kaksi ikonista 7-14 vrk kiertomatkaa
- jotka yhdistävät kaikki maakunnat
- joita voidaan oikeasti myydä kansainvälisesti
- ja joista tulee Lakelandin kärkituote ja must see-tuote.



Mitä markkinoita tavoitellaan?

Hankkeessa valitaan

- 4–7 pääsegmenttiä Visit Finlandin mallin pohjalta sekä
- 3–5 keskeistä lähtömarkkinaa, joihin yhteiset toimenpiteet kohdennetaan.

Tavoitteena on vaikuttaa matkailijanpäätöksentekopolkuun useissa kontaktipisteissä siten, että Lakeland Finland päätyy kohderyhmien harkintaan ja lopulta matkakohteeksi.

Markkinat Euroopasta ja ne tarkentuvat hankkeen alkaessa, esimerkiksi:

- DACH
- UK
- Italia
- Espanja
- Ranska

Mitä yritykset saavat hankkeesta käytännössä?

Yritykset voivat päästä mukaan:

Näkyvyyteen

- kansainvälisiin kampanjoihin
- somekampanjoihin
- natiiviartikkeleihin
- vaikuttajamatkoihin
- mediavierailuihin

Myyntiin

- Myynninedistämisen tilaisuuksiin (DMC:t etusijalla)
- OTA- ja jakelukanavakampanjoihin
- yhteiskampanjoihin matkanjärjestäjien kanssa

Kansainvälisiä verkostoihin

- DMC-yhteistyö
- workshopit
- sales runit
- ostajavierailut
- FAM-matkat



Tavoitteet

Päätavoitetta tarkentavat seuraavat työpakettikohtaiset tavoitteet:

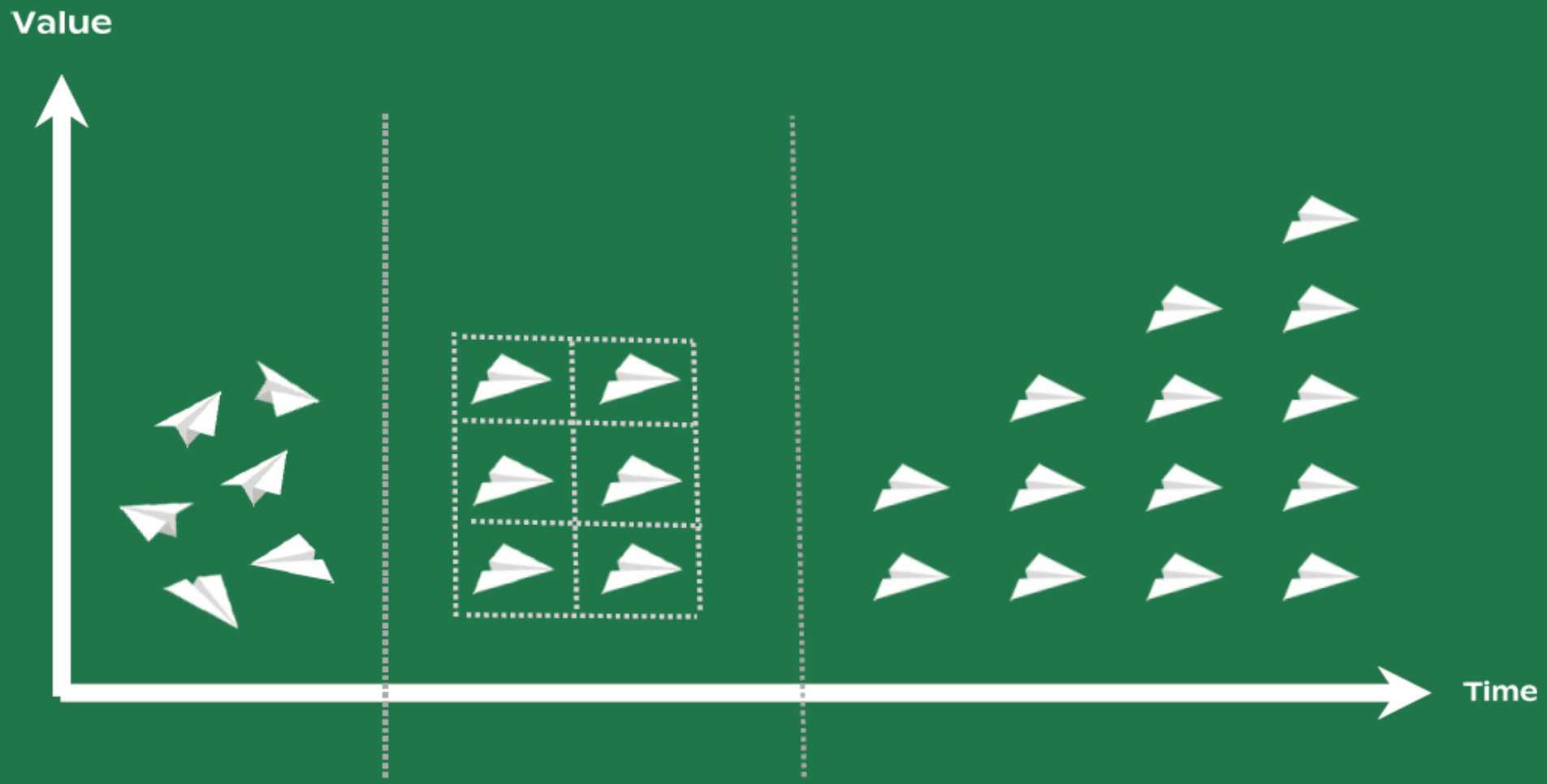
TP1 Markkinointi – tunnettuus ja brändi:
- Koko itäisen Suomen alue nousee asiakkaiden tietoisuuteen yhtenä Lakelandinä valituilla kohdemarkkinoilla ja -ryhmissä.
- Itäisen Suomen matkailualueen kansainvälinen tunnettuus paranee ja vetovoima sekä kysyntä kasvavat.
- Kansainvälisten matkailijoiden määrä kasvaa ympärivuotisesti. - Visitlakelandfinland.com -verkkosivuston ja muiden alustojen hyödyntäminen paranee ja tehostuu markkinoinnissa.

TP2 Myynninedistäminen:
- Itäisen Suomen matkailutarjonnan myytävyys, kaupallinen valmius ja kansainvälinen jakelu vahvistuu ja paranee.
- Tuotteistetut kokonaisvaltaiset ja teemalliset matkailupaketit ovat helposti löydettävissä ja ostettavissa eri jakelukanavissa.
- Valituissa kohdemarkkinoissa on rakennettu pitkäjänteisiä kumppanuuksia valittujen matkanjärjestäjien ja DMC-toimijoiden kanssa Lakeland Finland-tuotteisiin perustuen.
- DMC-yhteistyö ja kaupallinen ekosysteemi on vahvistunut, jonka myötä myytävien tuotteiden tarjonta kasvaa.

TP3 Teemalliset kiertomatkat:
- Luodaan ikoninen noin 7-14 yön 1-2 kiertomatkaa (hero-tuotteet), joka toimii markkinoinnin ja myynnin veturina
- Luodaan teemallisia ylimaakunnallisia kiertomatkatuotteita, jotka ovat kestäviä ja vahvistavat Itäisen Suomen vetovoimaa sekä tukevat alueen myytävyyttä, ympärivuotisuutta ja pidempiä viipymiä.

TP4 Tiedolla johtaminen, itäisen Suomen kv-matkailustrategia ja viestintä:
- Luodaan itäisen Suomen kansainvälisen matkailun edistämiseen yhteinen strateginen suunta laadittavalla kv-matkailustrategialla.
- Hyödynnetään ja kehitetään itäisen Suomen matkailun kehittämisessä erilaista tietopohjaa.
- Kehitetään systemaattinen viestintäkokonaisuus, joka vahvistaa Lakeland Finland brändin tunnettuutta, varmistaa tiedonkulun ja lisää yritysten sekä sidosryhmien aktiivista osallistumista hankkeeseen.

Menestystarinat eivät synny sattumalta – ne luodaan!



Visit Finland AKKE-rahoitus Etelä-Savon maakuntaliitto

Kiitos!

ETELÄ-KARJALAN LIITTO

VisitKarelia

Yhdessä hankkeen osatoteuttajien kanssa

Lakeland
The Heart of Finland