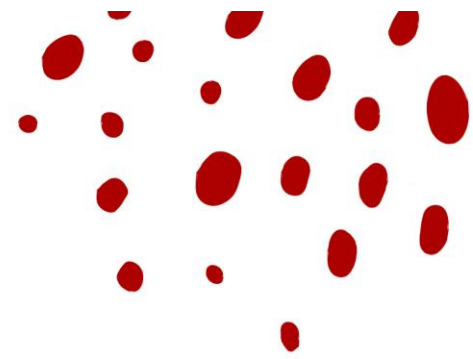


Paraisten kaupungin matkailustrategia 2021–2025

Sisältö

1. Tausta	2
2. Toimintaympäristön muutos	2
3. Parainen matkailualueena	3
3.1 Paraisten matkailun sidosryhmäkartta ja markkinointikanavat	7
3.2 Parainen matkailualueena SWOT-analyysi	8
4. Paraisten matkailun kohdemarkkinat ja kohdeasiakkaat	9
4.1 Paraisten matkailun kohderyhmäprofiilit	10
5. Paraisten matkailun toimenpideohjelma ja tavoitteet vuosille 2021–2025	13
5.1 Brändin kehittäminen osana saaristoa	14
5.2 Ympärivuotisuuden kehittäminen	16
5.3 Saavutettavuuden kehittäminen	18
5.4 Seudullinen yhteistyö	20
5.5 Toimenpideohjelman tavoitteet	21
6. Toimenpideohjelman aikataulu 2021–2025	23
7. Miten mukaan Paraisten matkailun yhteiseen kehittämiseen ja toimenpiteisiin	24



1. Tausta

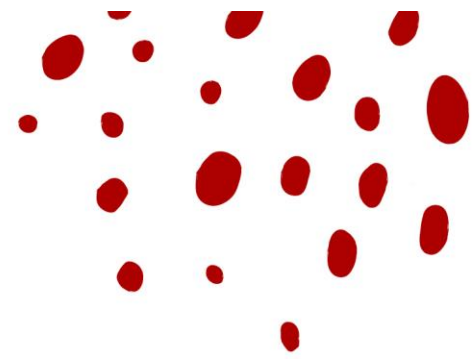
Saaristokaupunki Paraisten matkailustrategian tavoitteena on määritellä alueen matkailun kehittämisen painopisteet ja tavoitteet tuleville vuosille. Strategia tulee vastamaan toimialan muutoksiin, joihin vaikuttavat voimakkaasti kuluttajakäyttäytymisen muutos, digitalisaatio sekä koronapandemian kautta koko matkailutoimialan perusteita muuttava vaikutus.

Paraisten matkailustrategia tuotettiin vuoden 2020 aikana tiiviissä yhteistyössä Paraisten alueella toimivien matkailuyrittäjien ja kaupungin eri sidosryhmien kesken. Työ käynnistyi helmikuussa 2020 ensimmäisillä yhteisillä työpajatapaamisilla Paraisten matkailun henkilöstön sekä kaupungin eri toimielinten edustajien kanssa. Tämän lisäksi järjestettiin yhteinen avoin työpaja, johon mukaan kutsuttiin myös alueen matkailuyritysten edustajia. Koronapandemian myötä strategiatyöhön tuli pieni katkos, jonka aikana voitiin kuitenkin työskennellä strategiatyön tueksi käyttöönotetulla digialustalla. Syksyllä toteutettiin vielä yksi yhteinen etätyöpaja, johon osallistui laajasti alueen toimijoita. Yhteisissä työpajoissa jalostettiin erityisesti Paraisten seudun matkailun SWOT-tekijöitä, toimintaympäristön muutostekijöitä, määriteltiin tärkeimpiä toimenpidekokonaisuuksia ja alustavia tavoitteita sekä jalostettiin alueen kohdemarkkinoita ja kohdeasiakkaita.

Työpajojen tuloksia ja toimijoiden osallistamisen kautta saatuja näkemyksiä on hyödynnetty täysimääräisesti tämän strategiatyön tuottamisessa. Strategian asiantuntijatyöstä on vastannut matkailun muutosjohtamisesta ja digitaalisesta matkailumarkkinoinnista vastaava asiantuntijataho FlowHouse Oy.

2. Toimintaympäristön muutos

Matkailun toimintaympäristön muutos on ollut viimeisten vuosien aikana nopeaa ja globaalit trendit sekä niiden kautta rakentuvat muutosajurit pitävät yllä muutoksen vauhtia myös jatkossa. Megatrendeistä erityisesti digitalisaatiokehitys on pitkäaikainen ja laaja-alainen, vaikuttaen toimintaan jatkossa kokonaisvaltaisesti. Digitalisaatio tuo vaikutuksen kuluttajamatkailijoiden asiakaskäyttäytymiseen, jossa vaateena on palvelutarjonnan helppo löydettävyys, varattavuus ja ostettavuus sekä palveluntuottajan nopea reagointikyvykyys viestinnällisesti. Digitalisaation kautta olemme siirtymässä, osittain jo siirtyneet suljetuista verkostoista ja alustarakaisuisista yhä avoimpiin ekosysteemeihin, jolla on muutoksia siihen, miten alueiden palvelutarjonta voidaan tuoda jaettavaksi ja ostettavaksi sekä miten erilaiset ulkopuoliset tahot voivat luontevasti toimia keskinäisin digitaalisten kumppanuusmallien kautta palvelutarjonnan myyjinä.



Muista megatrendeistä globaali maailmantalouden tila heijastuu suoranaisesti matkailun toimialaan ja vaikuttaa siltä osin suoraan myös Paraisten matkailun toiminataedellytyksiin. Globaalit kriisit koronapandemian myötä ovat muuttaneet toimintatapoja täysin ja jatkossa varautumien sekä nopean reagoitakyvykkyys sekä kyky muuttaa omia toimintatapojaan on ratkaisevaa menestykselle.

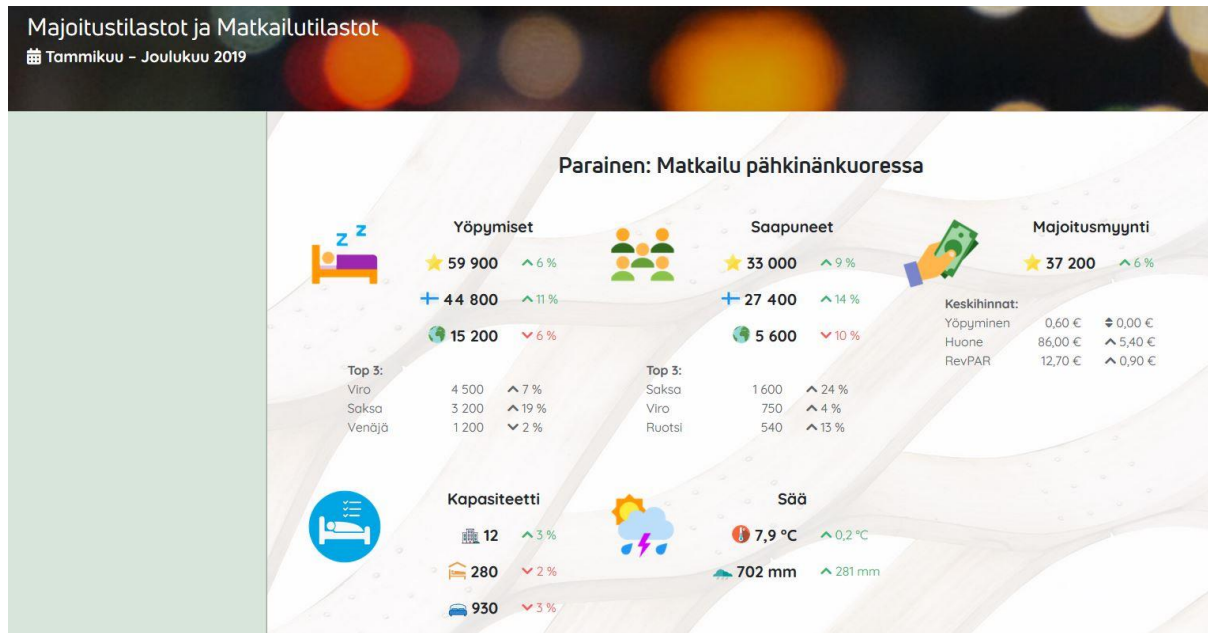
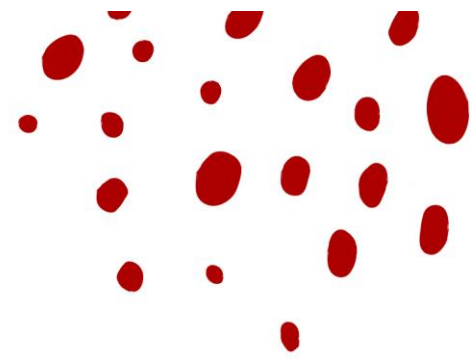
Digitalisaatiokehityksen sekä globaalin maailmantalouden ja kriisien huomioinnin lisäksi kolmas merkittävä tekijä on vastuullisuus, joka on Paraisten matkailun kehittämisen ja strategian läpikulkeva teema. Vastuullisuuden ja kestäväen kehityksen periaatteet ovat läsnä kaikessa tekemisessä ja liittyvät strategian toimenpiteisiin käytännössä kaikilla tekemisen tasoilla.

Muita yleisesti huomioitavia muutosajureita matkailukohteen kehitykseen ovat kuntatalouden tilanne, työvoiman saatavuus yrityksiin, palvelutarjonnan ympärivuotisuus sekä matkailuyritysten mahdollisuudet ja kyvykkyudet investointeihin. Paraisten matkailustrategiassa on huomioitu näitä muutosajureita ja tuotettu muutosajureiden pohjalta toimenpideratkaisuja, joita alueella tulisi toteuttaa strategiakauden aikana.

3. Parainen matkailualueena

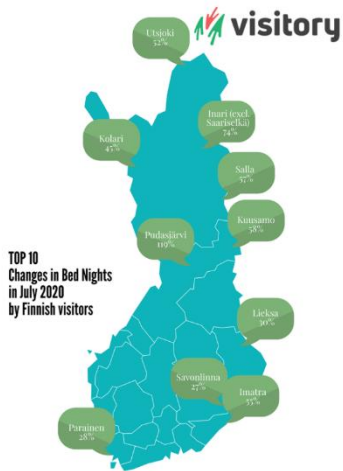
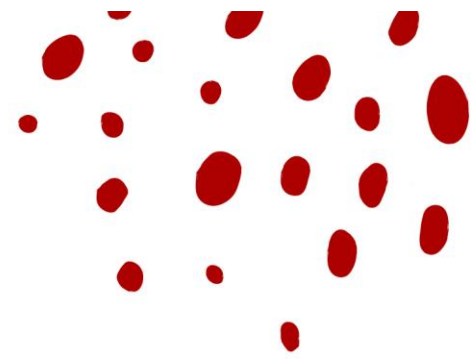
Matkailu on voimakkaasti kasvava toimiala Suomessa, joka on myös näkynyt todennetusti Paraisten kaupungin alueella viime vuodet. Matkailutoimialan tuottama matkailutulo on kasvanut vuodesta 2016 lähtien, välittömän matkailutulon ollessa vuonna 2019 n. 19,7 miljoonaa euroa. Vuonna 2019 Paraisilla kirjattiin 59 000 yöpymisvuorokautta, jossa oli kasvua 6 % vertailukauteen. Kasvu on syntynyt erityisesti kotimaisen matkailijan osalta.

Paraisten kaupungin alueella toimii noin 400 mikro- ja pienyritystä, joille matkailijoiden merkitys liikevaihdossa on erittäin merkittävä. Toimiala työllistää noin 160 henkilötyövuotta. Paraisten matkailun perusta rakentuu vahvaan sesonkiluonteisuuteen (erityisesti kesä, saariston saavutettavuus) ja arviolta alueen matkailuyrityksistä n. 75 % toimii sesongin mukaisesti.

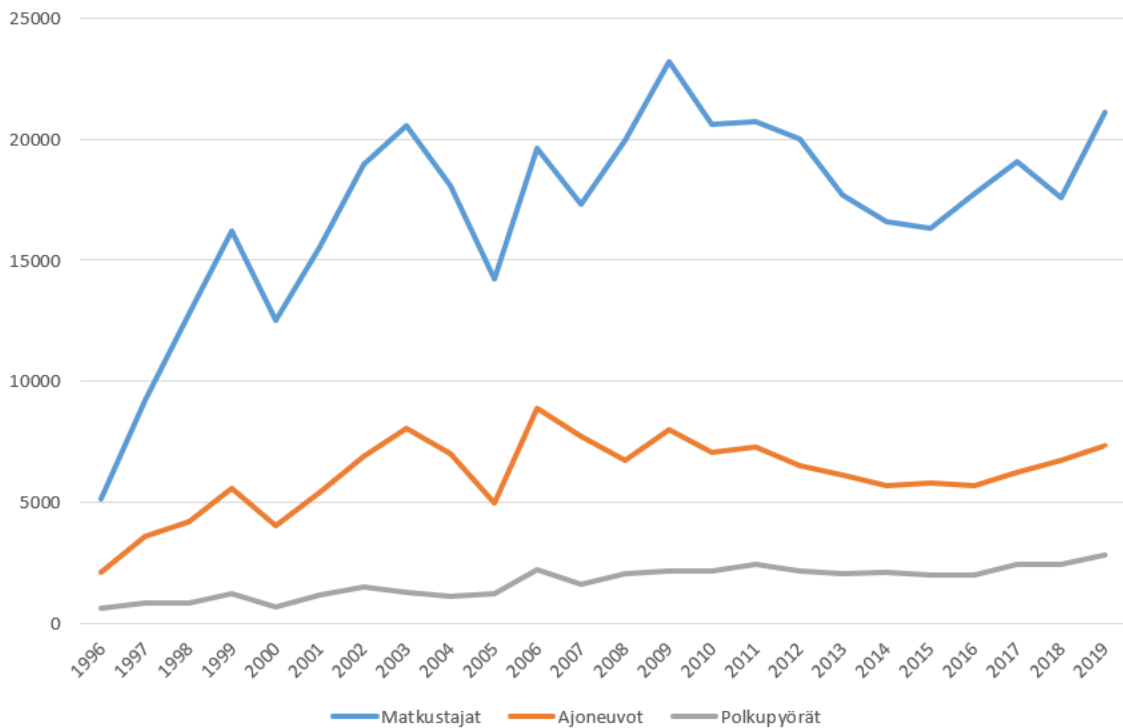


Paraisten matkailun majoitus- ja matkailutilastoja vuoden 2019 osalta (Lähde: Visitory.io).

Kotimaisten matkailijoiden yöpymismäärät ovat olleet Paraisilla kasvussa. Vuoden 2020 käytössä olevien tilastojen osalta suunta on edelleen vahvistunut, johtuen erityisesti koronan tuottamasta vaikutuksesta.

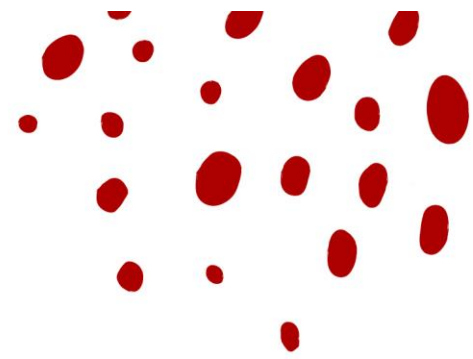


Saariston rengastien liikennemäärät 1996-

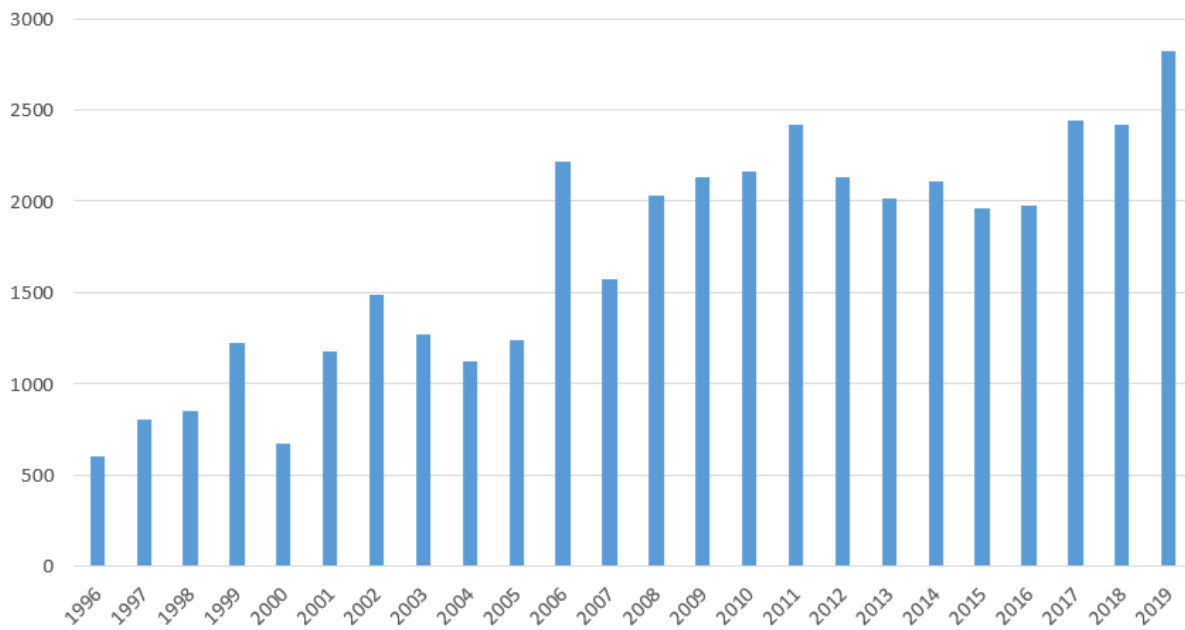


Saariston rengastien liikennemäärät vuodesta 1996 lähtien

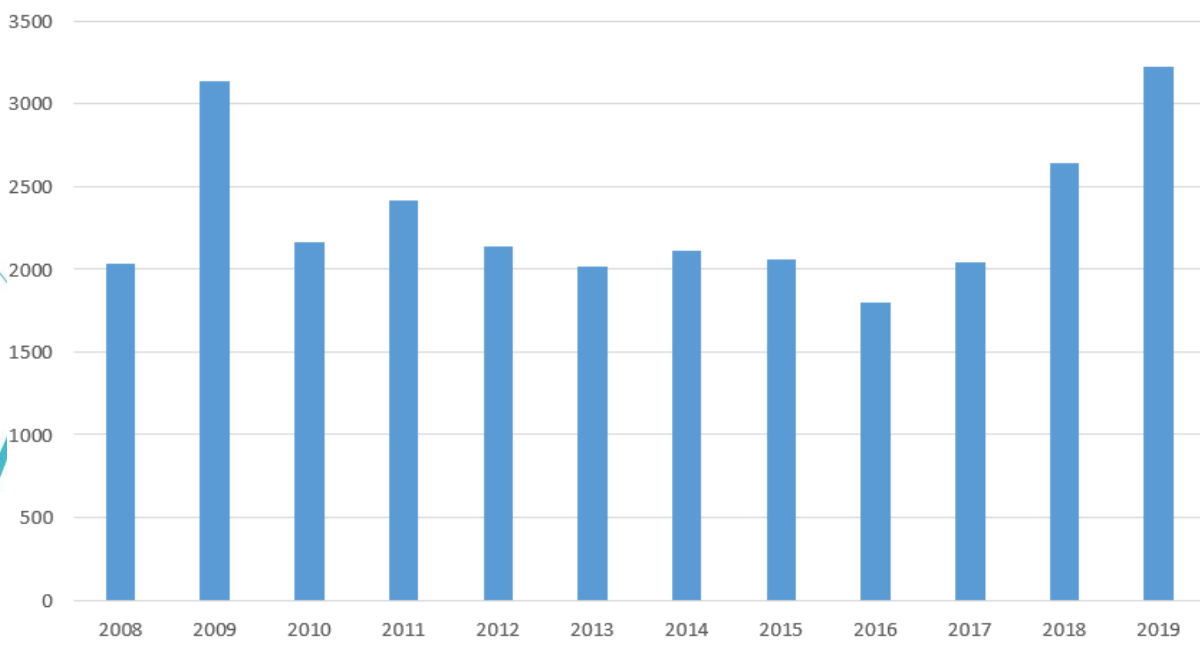
Vuodesta 2015 lähtien kokonaismatkustajamäärä on ollut kasvutrendissä. Erityisenä huomioina voidaan tunnistaa pyöräillen matkustavien osuuden tasainen kasvu myös vuodesta 2015 lähtien. Alla olevissa graafeissa kuvattuna tarkemmin pyöräillen matkustavien osuudet sekä saariston rengastien että pienen rengastien osalta.

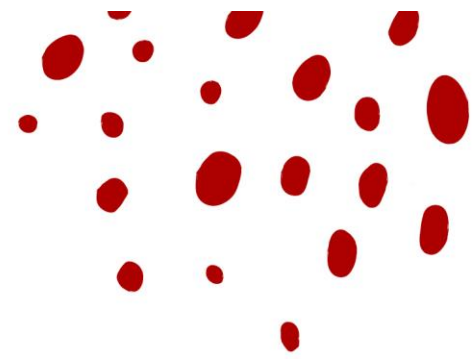


Saariston rengastien polkupyöräilijät 1996-



Pienen rengastien polkupyöräilijät 2008-





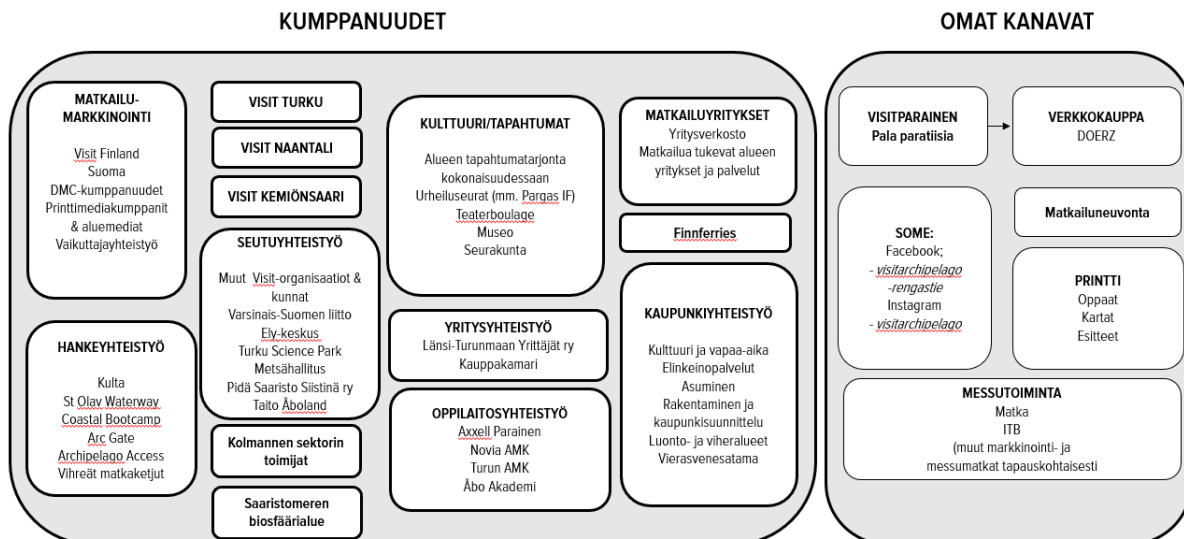
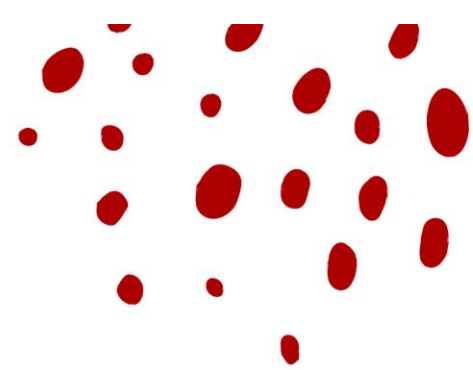
3.1 Paraisten matkailun sidosryhmäkartta ja markkinointikanavat

Strategiaprosessin aikana määriteltiin ja kuvattiin Paraisten matkailun sidosryhmäkartta sekä matkailumarkkinointia tukevat markkinointikanavat. Yhteistyö alueen matkailuyritysten kanssa on keskeinen kumppanuuden toiminnan muoto. Lisäksi kumppanuuksissa korostuu yhteistyö kaupungin eri toimielinten kanssa, joka on tulevilla strategiakaudella tärkeä osa strategian toimenpiteitä. Kaupungin eri toimielinten edustajat ovat myös osallistuneet tämän strategian laadintaan. Kumppanuusverkostossa on myös huomioitavaa kolmannen sektorin toimijoiden merkitys alueen matkailupalveluiden tuotannossa sekä erilaisten matkailua tukevien palveluiden ylläpidossa (esim. reitistöt tai tapahtumatuotanto). Kolmannen sektorin toiminta ja tuki matkailun palvelutarjonnan kehittämisessä on kirjattu osaksi strategian toimenpiteitä.

Paraisten matkailun toimijoiden seudullinen yhteistyö on tiivistä eri aluetoimijoiden kanssa. Yhteistyön muotoja ovat erilaiset yhteiset kehittämishankkeet- ja projektit, yhteismarkkinoinnin toimenpiteet sekä tiedonvaihto ja vuoropuhelu alueen matkailukehityksen osalta. Seudullisen yhteistyön tulevia toimintamalleja on kuvatta tarkemmin myöhemmin tässä strategiassa.

Matkailumarkkinoinnin osalta käytössä olevat kanavat sekä markkinointitoiminnot on huomioitu nykytilan 2020 mukaisesti osaksi strategisia työkaluja.

Kuluttaja/yksittäismatkailijoiden merkityksen ollessa suuri Paraisille on digitaalisissa markkinointi- ja myyntikanaville iso merkitys alueen tunnettuuden, ostettavuuden sekä kokemuksen varmistamisessa. Strategian toimenpiteissä on kattava kuvaus markkinoinnin toimenpiteistä osana vuosien 2021–2025 toimintaa.



Paraisten matkailun sidosryhmäkartta ja markkinointikanavat

3.2 Parainen matkailualueena SWOT-analyysi

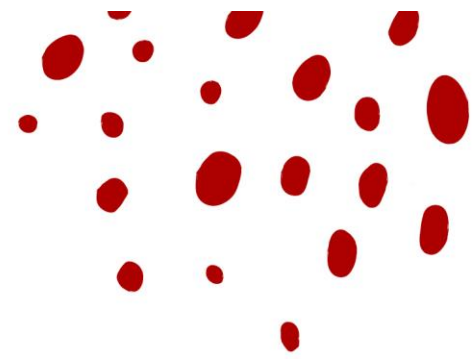
Strategiatyössä määriteltiin yhdessä alueen yritysten, kaupungin edustajien sekä muiden sidosryhmien kesken Paraisten matkailun SWOT-analyysi.

(S) Vahvuudet: mikä tekee alueesta matkailijan silmin ainutlaatuisen, ja mitkä ovat sen oleellimmat menestystekijät (myös suhteessa kilpaileviin matkailualueisiin). • Mikä meillä on hyvää? Mikä toimii? Missä on onnistuttu?

(W) Heikkoudet: mitkä asiat alueella kaipaavat kehitystä. • Missä emme ole onnistuneet? Mikä ei toimi hyvin? Mitä pitäisi välttää tulevaisuudessa?

(O) Mahdollisuudet: millaisia tulevaisuuden mahdollisuuksia Paraisilla on matkailukohteena? • Huomioiden mm. aiemmin esitetyt trendit

(T) Uhat: Millaisia uhkia matkailualueena Paraisilla on? • Uhkan muodostaa ulkoinen ympäristön tekijä, johon emme voi itse toiminnallamme vaikuttaa. Uhka voi olla joko globaali muutos tai toimintaympäristöön liittyvä tekijä, kuten esimerkiksi alueellinen muuttokato.



Työskentelyn kautta jokaiseen SWOT:in osa-alueeseen syntyi noin 10 teemaa, joista toteutettiin vielä jalostuskierros työryhmän kanssa.

Strategiaan kirjattavat Paraisten matkailun SWOT-tekijät koostuvat seuraavista tunnistetuista tekijöistä:

(S) Vahvuudet – Styrkor

- Ainutlaatuinen saaristo – Unik skärgård
- Ainutlaatuiset reitistöt, saaret ja rakennukset – Unika rutter, öar och byar
- Ainutlaatuinen luontoympäristö lähellä – Närheten till den unika naturen

W) Heikkoudet – Svagheter

- Sisäinen saavutettavuus (reitit, saaristo) – Intern tillgänglighet
- Lyhyt aktiivinen matkailusesonki – Kort turismsäsong
- Kannattavien ja tuotteistettujen matkailupalveluiden vähäisyys – Brist på producerad och lönsamma turismtjänster

O) Mahdollisuudet – Möjligheter

- Matkailusesongin pidentäminen – Förlängningen av säsongen
- Lähimatkailun ja kotimaan matkailun kasvu – Turismtillväxt från närheten/hemland
- Etätöiden mahdollisuudet – Distansarbetsmöjligheter

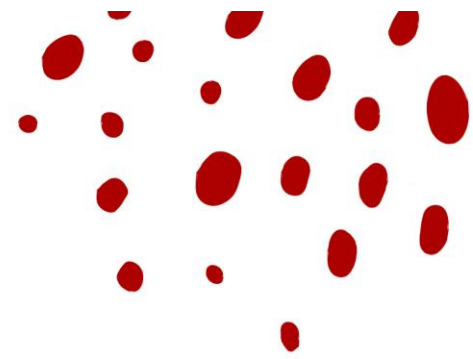
T) Uhat – Hoten

- Infrastruktuurin kunto, laatu ja turvallisuus – Infrastrukturens kvalitet och säkerhet
- Poismuutto alueelta ja saariston asukkaiden määrän väheneminen – Utflyttning (fastboende på öarna, ungdomar)
- Hidas reagointikyvykyys muutoksiin – Långsamheten att reagera och göra förändringar

4. Paraisten matkailun kohdemarkkinat ja kohdeasiakkaat

Paraisten matkailun kohderyhmät ovat ensisijaisesti yksittäismatkailijoita, jotka matkustavat joko kumppanin, perheen tai pienryhmän kanssa omalla henkilöautolla tai pyöräillen. Kohderyhmiä yhdistää aitojen matkakohteiden kokeminen, luonnonrauha ja erityisesti arjesta irtautuminen, yhdessä tekeminen ja kokeminen (saaristo)luonnossa sekä maisemien ihailu.

Markkinoinnin kotimaisissa kohderyhmissä keskitytään erityisesti pääkaupunkiseutuun, Tampereen seutuun ja Turkuun ja Varsinais-Suomeen. Markkinointia kohdennetaan vapaa-ajan matkailijoista erityisesti ympäristötietoisiin



pariskuntiin ja pienryhmiin sekä lapsiperheisiin, työmatkailijoista kokous- ja työhyvinvointiryhmiin. Markkinointiviestinnässä vedotaan erityisesti vastuullisuudesta ja aidoista kokemuksista kiinnostuneisiin matkailijoihin. Markkinoinnin sisällöissä ja toteutustavoissa huomioidaan tavoitteet sesongin pidentämisestä, uusintakäynneistä, kestävydestä ja mahdollisuudesta viettää kohteessa pidempi aika kerrallaan sekä kohderyhmien saamisesta suosittelijoiksi.

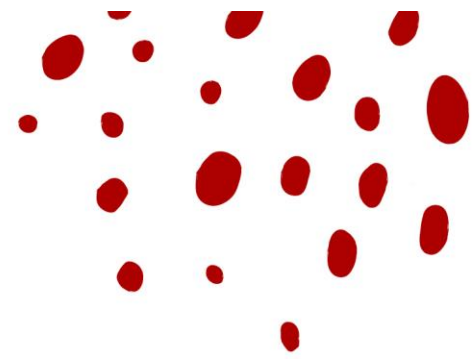
Kansainvälistä markkinointia Visit Parainen tekee pääosin yhteistyössä Visit Finlandin kanssa. Markkinoinnin strategiset kohderyhmät päätetään yhteistyössä Visit Finlandin sekä muiden Coast and Archipelago -suuralueeseen kuuluvien kaupunkien kanssa, jotta pystytään maksimoimaan kansainvälisen markkinoinnin synergiat sekä hyödyt. KV-markkinointi toteutetaan pääosin osallistumalla aktiivisesti Visit Finlandin Coast and Archipelago -suuralue- yhteistyöhön.

Paraisten KV-markkinoinnin kohdemarkkinoita on määritelty Paraisten kaupungin matkailun markkinointisuunnitelmassa 2020. Covid19 edeltävänä aikana saariston matkailijoista n. 25 % on ollut KV-matkailijoita, joiden tärkeimmät lähtömaat ovat olleet Baltian maat, Venäjä, saksankielinen Keski-Eurooppa, Ruotsi, Ranska ja Puola. Työmatkustajien osuus on ollut merkittävä erityisesti Venäjän ja Puolan matkailijoiden osalta, jotka osaltaan lyhyellä aikajänteellä, koronakriisin jatkuessa, ylläpitävät alueen kansainvälisten matkailijoiden määrää. Strategian aikajänne kattaa vuodet 2021–2025 ja KV-markkinoinnin osalta strategian alkuvaiheessa markkinoinnin konkreettisten toimenpiteiden toteutusta on syytä tarkoin pohtia kumppaniverkoston kanssa suhteessa koronapandemian jatkumiseen. Ylläpitävä kohteen näkyvyys on suositeltavaa, mutta kohderyhmäkohtaisen kampanjoinnin toteuttaminen valituilla kohdemarkkinoilla tulee suunnitella huolellisesti.

Visit Paraisen tavoitteena strategiakaudella on erityisesti kohderyhmien arvopohjan ja yhdistävien tekijöiden ymmärtäminen: mitkä tekijät indikoivat kiinnostuneisuutta Paraisten tarjontaan. Tämä edellyttää systemaattista asiakasymmärryksen keräämistä ja analyysia yritys- ja aluetasolla.

4.1 Paraisten matkailun kohderyhmäprofiilit

Strategian laadinnan työvaiheissa yhdessä eri sidosryhmien kesken tunnistettiin Paraisten matkailun tavoite- asiakkaiden tarpeita, motiiveja, käyttäytymistä ja kiinnostuksen kohteita ja näistä tuotettiin alueen tavoittelemat potentiaaliset asiakasprofiilit. Nämä laaditut profiilit auttavat kohderyhmän ymmärtämisessä ja markkinointiviestinnän suunnittelussa ja toteutuksessa sekä toimivat työkaluna matkailun sidosryhmille asiakkaiden tarpeisiin vastaavien tuotteiden ja palveluiden kehittämisessä.



Alla on kuvattuna työryhmän tunnistamat Paraisten matkailun asiakasprofiilit;

**Luontonautiskelija pariskunta
Kestävyttä korostava perhe
Elämyshakuinen ja turvallisuutta korostava yritysasiakas
KV-luontonautiskelija.**

KOTIMAA

Luontonautiskelija pariskunta

Pariskunta (Whops* + nuoret aikuiset), joka arvostaa aitoja matkakohteita. Vapaus matkustaa ilman lapsia.

(*wealthy, healthy older people)

Motivaatio: Irti arjesta, rentoutuminen, yhdessä tekeminen ja kokeminen. Kiireetöntä yhdessäoloa, saaristolaiselämää, maisemin ihailua, luonnon kokeminen. Haluaa kokea ympäristön arvostamia kokemuksia (lifestyle, luonto, tapahtumat, design, ruoka). Att få uppleva "en svunnen tid", på många ställen ser det ut som för 100 år sedan (på ett positivt sätt!). Avslappnat, lugnt, motvikt till staden och vardagen

Haasteet: Kokonaistarjonnan tunnettavuus. Vaikea hahmoittaa TOP 5- tekemiset ja kokemiset, mitä ehdottomasti kannattaa tehdä/nähdä alueella. Yksittäisistä tuotteista teemakokonaisuuksiksi (esim. 2–3 päivän paketointi), lisämyynti alueella. Koetaan että saaristoalue on pirstaleinen, mm. aikatauluja vaikea lukea, epävarmaa lähteä alueelle, mutta sitten toisaalta jännittävää

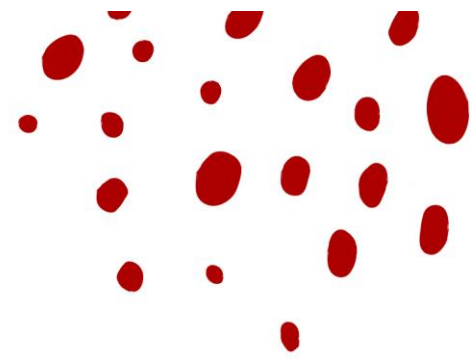
Mitä tarjoamme: Usealla päivälle erillistä tekemistä helposti saavutettavissa, lähiluontoa, kulttuuria. Meriluonto on auki 365 päivää vuodessa

Millaisia asioita viestinnällä tavoitellaan: Auttaa matkansuunnittelussa. Svårt att greppa vad som är "must-see", hur skiljer sig orterna från varandra, vad finns det på de olika öarna.

Paraisten lupaus: Uppleva lugn och ro, nära natur och hav, Saaristomatka on myös hyvä vaihtoehto esim. Ruotsin tai Tallinna risteilylle, aitojen palvelujen parissa, jonka aikana tehdään yhdessä asioita – kiireetön paikan kokemus, hyvinvointia, shoppailua, paikallista kulttuuria. Saaristoluonnon matalan kynnyksen kokemukset. Pyöräillen koettavaa sopivin päivämatkoin. Meren vaikutus terveyteen. Metsäkylpyjä voisi yhdistää merikylpyihin ja meditaatio/joogakokemuksiin. Blue Care. Suuri saaristo, pieniä ainutlaatuisia kyliä sekä suuremmilla että pienemmilla saarilla ulkosaaristossa

Esimerkkejä: Annorlunda småskalig inkvartering, Mökit ja pienet "design"hotellit| "insta-maisemat" |Tapahtumatarjonta | lähiruoka | Vanha Malmi| vierasvenesatamat | luontopolut ja -nähtävyydet |

Kestävyttä korostava perhe, joka arvostaa yhdessäoloa ja aitoja matkakohteita.



Motivaatio: Tarjota lapsille kiireetöntä yhdessäoloa ja uusia kokemuksia saaristoelämästä sekä viettää yhteistä aikaa perheen kesken idyllisessä saaristoluonnossa

Haasteet: Saariston vähäinen lapsiperheille suunnattu tarjonta. Pirstaleinen tieto, vaikea hahmottaa kokonaisuutta. Onlineostettavuuden puute, tiedon löytäminen vaikeus. Lauttoja pidetään haasteellisina ja niiden aikatauluja on vaikea löytää/hahmottaa.

Mitä tarjoamme: Usealla päivälle erillistä tekemistä helposti saavutettavissa, saaristoseikkailu ”kuin ulkomailla olisi”

Millaisia asioita viestinnällä tavoitellaan: Auttaa matkansuunnittelussa ja tukea perheen matkapäätöksen tekoa

Paraisten lupaus: Parainen on perheystävällinen matkakohde. Perheiden tuottamia palveluita perheille. Luonto helposti koettavissa (omalla autolla liikkuvalla), erilaisia lyhyitä luontopolkuja, joissa myös paikallishistoria hienosti avattu

Esimerkkejä: Saariston rengastie | Pieni rengastie | Saaristokeskus Korpoström | Vanha Malmi | Paljasjalkapolku | lähiruoka | luontopolut | satamat | lauttamatkat | Perhekeskeinen ja aktiivinen keskuspuisto, ACP, Archipealago Central Park

Elämyshakuinen ja turvallisuutta korostava yritysasiakas

Motivaatio: Tarjota yrityksen henkilöstölle työhyvinvointiin ja virkistytymiseen liittyviä palveluja sekä toteuttaa erilaisia yritystilaisuuksia asiakkaille saaristoluonnon ympäristössä

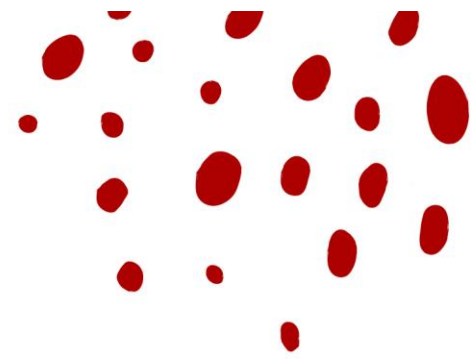
Haasteet: Vähäinen tunnettuus yritysasiakkuuksien keskuudessa. Palvelutarjonnan heikko saatavuus, palvelut hajallaan.

Mitä tarjoamme: Ainutlaatuisia puitteita henkilöstön työhyvinvoinnin, palkitsemisen sekä yritystilaisuuksien järjestämisen tueksi. Turvallisen toimintaympäristön ja läpinäkyvän, turvallisen palveluiden toteutustavan.

Millaisia asioita viestinnällä tavoitellaan: Tietoa mahdollisuudesta toteuttaa yritystilaisuuksia- ja tapahtumia saaristossa, tukea ja auttaa yrityksiä tilaisuuden järjestelyissä ja niiden tuotannossa.

Paraisten lupaus: Saaristo on elämyksellinen ja turvallinen yritystapahtumien järjestämisen kohde. Yritystapahtumien oheen on saatavilla helposti ainutlaatuisia elämyksiä saaristoluonnossa. Yritystapahtuman järjestäminen saaristossa on turvallista ja olet omassa rauhassa tiimisi tai asiakkaidesi kanssa

Esimerkkejä: Luonnossa tapahtuvat aktiviteetit (ulkoilu, retkeily, melonta, vaellus), risteilyt, charter-veneet, saunat, yritysten ja yhteisöjen tarjolla olevat kokoustilat



KV-MATKAILIJA

Luontonautiskelija

Motivaatio: Luonnonrauha, halu kokea ja saada uusia elämyksiä luonnon äärellä. Haluavat että matkajärjestelyt toimivat matkan aikana. Haluaa kokea ympäristön arvostamia kokemuksia.

Haasteet: Saaristobrändin sekavuus ja heikko tunnettavuus. Suomea matkakohteena harkitsevien keskuudessa rannikkoalueen harkinta on kaikkein vähäisintä muihin suuralueisiin verrattuna. Syitä vierailuun rannikolla täytyy korostaa. Moni arvostaa luonnon kauneutta, mutta ei välttämättä itse osaa suunnistaa tai meloa. Saavutettavuus (alueella, alueelle), onlineostettavuus, lautta-aikataulut, pieni majoituskapasiteetti jos mietitään kv-matkanjärjestäjäyhteistyötä. Språket - om information endast finns på finska eller svenska förstår de inte.

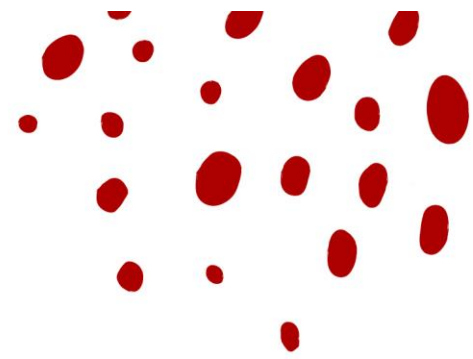
Mitä tarjoamme: Usealla päivällä uniikkeja kohteita ja tekemistä. Kohde, jossa väljyys ja turvallisuus taattu.

Millaisia asioita viestinnällä tavoitellaan: Tehtävä inspiroida, syyt tulla kokemaan saaristo

Paraisten lupaus: Vastuullista matkailua maailman kauneimmassa saaristossa (joka vielä suuri salaisuus). Unik natur och lokalt skärgårdsliv. Puhtaus ja vastuulliset palvelut. Luontoteeman yhdistäminen paikalliskulttuurin kokemiseen, ruokaan ja aktiviteetteihin. Ystävällinen ja iloinen palvelu pienyrittäjien palveluissa. Paraisilla on maailman hienoin saaristo, ja jokamiehen oikeus joka takaa sen että suuri osa saaristoa on kaikille avoin
Annorlunda småskalig inkvartering, Mökit ja pienet ”design”hotellit| ”insta-maisemat” | Saariston rengastie| Pieni rengastie | idylliset kylämiljööt | museot | ruokakulttuuri | meriluonto ja luontopolut |

5. Paraisten matkailun toimenpideohjelma ja tavoitteet vuosille 2021–2025

Strategian toimenpideohjelma koostuu neljästä toiminnallisesta kokonaisuudesta, joiden kautta vastataan alueen matkailun kehittämisen tavoitteisiin, haasteisiin ja mahdollisuuksiin. Jokaiselle toimenpideohjelmalle on määritely tarkemmat konkreettiset toimenpiteet sekä tavoitteet. Kehittämisen toimenpiteet ja tavoitteet ohjaavat kaikkia alueen toimijoita (Paraisten matkailua/Visit Parainen, alueen yrityksiä, alueen matkailun toimintaympäristöön vaikuttavia julkisia toimijoita). Vastuullisuuden ja kestävä kehityksen periaatteet ovat kaikkien toimenpiteiden osalta läpikäytyjä teemoja, joiden kautta toimenpiteiden strategista toteutusta viedään eteenpäin. Vastuullisen toiminnan tarkastelua tehdään toimenpiteissä paikallisten, matkailijan, matkailuyritysten sekä matkakohteen näkökulmista.



Toimenpideohjelma koostuu seuraavista teemoista:

1. Brändin kehittäminen osana saaristoa
2. Ympärivuotisuuden kehittäminen
3. Saavutettavuuden kehittäminen
4. Seudullisen yhteistyön kehittäminen

5.1 Brändin kehittäminen osana saaristoa

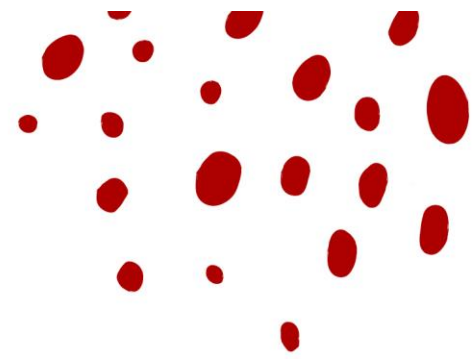
Tavoite: Yhdessä viestitty saariston matkailullinen brändi erottautuu ja kiinnostaa valittuja kohderyhmiä. Parainen paras ilmentymä saaristobrändistä.

- Saaristobrändi kansainvälisesti tunnettu ja kiinnostava
- Yhdessä viestitty Paraisten matkailullinen brändi erottautuu kilpailijoista, asemoituu osaksi saaristoa ja kiinnostaa valittuja kohderyhmiä. Palveluiden ostopolku on kunnossa ja selkeillä tuoteteemoilla erottautuminen kilpailijoista.
- Asiakkaiden on helppo ostaa, saada tietoa ja suositella alueen palveluita. Parainen ostettavissa kaikkialla, niin digitaalisissa ympäristöissä kuin matkanjärjestäjillä.

Toimenpiteet:

1. Brändityön toteutus osana saariston matkailua

- Määritellään ja tunnistetaan alueen kumppaniverkoston kanssa yhteisesti Paraisten matkailua profiloivat bränditekiäjät. Määritellään konkreettiset Paraisten matkailutarjonnan TOP-kohteet, sisällöt ja niiden ainutlaatuiset myyntiväittämät, jotka vahvistavat olemassa olevaa Paraisten saaristomatkailevan brändimielikuvaa. Tuodaan nämä TOP-kohteet ja sisällöt esiin markkinointiviestinnässä ja matkailualueen eri kanavissa.
- Rakennetaan yhdessä ydinviestit matkailutarjonnan viestinnän tueksi bränditekiäjien osalta. Yhteisesti luodut ydinviestit luovat pohjan yhteistyölle sekä varmistavat koko matkailun toimijaverkoston yhteisen näkyvyyden ja tunnettuuden kehittymisen.



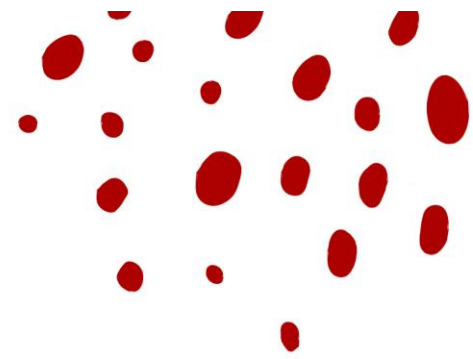
- Määritellään brändin vahvistamisen tueksi TOP-kohteiden ja sisältöjen sekä ydinviestien tunnistamisen jälkeen brändihierarkia. Tässä brändihierarkiassa saaristo, Parainen matkailualueena sekä yksittäiset kohteet ja tarjonta nivoutuvat yhteen ja niiden keskinäiset viestinnälliset rooli, tavoitteet ja brändin jalkauttamisen työkalut sekä toimintatavat määritellään.

2. Markkinointiviestinnän toimenpiteet osana brändin jalkauttamista

- Toteutetaan tavoitteellista ja aktiivista matkakohteen monikanavasta markkinointia. Markkinointikanavana toimivat kanavakartan työkalut (kts. tarkemmin strategien kohta 3.1). Digitaalisen markkinoinnin toimenpiteiden kautta varmistetaan brändin tunnettuus ja näkyvyys ympärivuotisesti kotimaan markkinalla, jota täydennetään digitaalisen markkinoinnin kampanjakokonaisuuksilla. Kampanjakokonaisuudet suunnitellaan yhteisesti matkailuyritysten kanssa. Kansainvälistä brändin tunnettuutta toteutetaan Visit Finlandin yhteismarkkinointikampanjoiden avulla.
- Tuotetaan ohjeistusta, tukimateriaalia (kuvat, videot, sisällöt) ja valmennustoimenpiteitä matkailutoimijoille siihen miten toimijat voivat tuottaa ja jakaa brändin mukaista sisältöä omissa kanavissaan.
- Osallistutaan seudullisen yhteistyön kautta yhteisiin markkinointi-, myynti-, matkanjärjestäjä- ja messutapahtumiin (kts. tarkemmin strategian kohta 4).

3. Ostettavuuden kehittäminen osana brändin jalkauttamista

- Kehitetään Paraisten matkailutarjonnan digitaalista ostettavuutta eri matkailijakohderyhmien osalta. Toimintaympäristön muutokseen vastaaminen edellyttää digitaalisen ostettavuuden jatkuvaa kehitystyötä.
- Kehitetään ostettavuutta Visit Paraisten sivustolta matkailupalveluiden onlinemyynnin alustaratkaisujen kartoittamisen ja mahdollisen käyttöönoton kautta. Kehitetään ostettavuutta nykyisten käytössä olevien alustojen paremman hyödyntämisen osalta (Doerz).
- Tuetaan yritysten onlinemyynnin valmiuksia toteuttamalla onlinemyynnin valmennusohjelmia ja erilaisten alustojen käyttöönottoa



tukevia toimenpiteitä. Yritysten onlinemyynnin kehittyminen heidän omissa kanavissaan tukee koko alueen ostettavuuden kehittämistä.

- Huomioidaan erilaisten alustojen/jakelukanavien integrointiratkaisujen hyödyntämisen sekä ristiinmyynnin mahdollisuudet alueellisen ostettavuuden kehittämisessä. Lisäksi huomioidaan Paraisten ostettavuuden kehittämisessä laajemmat seudullisesti toteutettava toimenpiteet, joihin Paraisten matkailualue voi luontevasti kytkeytyä omilla valmiuksillaan.
- Käynnistetään osana digitaalisen markkinoinnin ja ostettavuuden kehittämistyötä tavoitteellinen toimenpiteiden ja asiakasymmärryksen mittaaminen tiedolla johtamisen periaatteisiin perustuen. Kartoitetaan toimintaperiaatteita olemassa olevan matkailutiedon ja ennakoitiedon koontiin, kartoittamiseen, analysointiin ja jakeluun eri sidosryhmille. Toimintamallia voidaan jalostaa osana seudullisesti toteutettavina toimenpiteitä laajemman toimijajoukon kanssa.

5.2 Ympärivuotisuuden kehittäminen

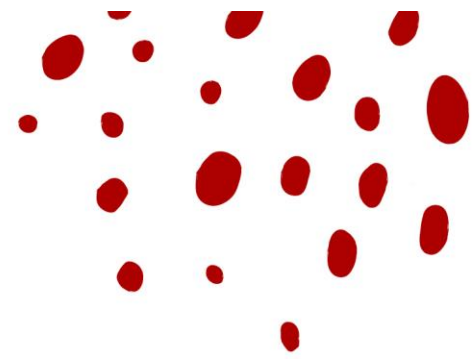
Tavoite: Paraisten monipuolinen ja kiinnostava matkailupalveluiden tarjonta on ympärivuotisesti koettavissa. Sesonkivaihteluiden tasaaminen vahvistamalla kesän ulkopuolisia sesonkeja. Saumattomat matkaketjut tukevat ympärivuotista palvelutarjonnan kokemista.

- Uniikit palvelut tuovat kasvua kesäkauden ulkopuolelle. Brändinmukaiset tuoteemat vetoavat kohderyhmiin valittuihin luovat kannattavuutta yrityksille.
- Tapahtumatarjonta on ympäri vuoden monipuolinen, Paraisilla uusia tapahtumia myös kesäsesongin ulkopuolella.
- Matkaketjut mm. Turusta Paraisten matkailukohteisiin ovat saumattomia ympäri vuoden.

Toimenpiteet:

1. Palvelu- ja tuotetarjonnan kehittäminen ympärivuotisesti tiiviissä yhteistyössä yritysverkoston kanssa

- Käynnistetään palvelu- ja tuotetarjonnan kehitysohjelma, jolla tähdätään kesäsesongin ulkopuolisen ajan palvelu- ja tuotetarjonnan ja uusien



sesonkien (syys/talvi) aktiiviseen kehittämiseen. Huomioidaan tuotteistamistyössä strategiassa valitut kohderyhmät sekä kohderyhmien osalta tunnistettava tuotteistettava palvelutarjonta. Erityisenä mahdollisuutena huomioidaan paikallisen ruoan elämyspotentiaalinen tuotteistaminen osaksi matkailun palvelu- ja tuotetarjonnan kehitystä. Ympärivuotisen palvelutarjonnan kehittämisen kautta pyritään erityisesti huomioimaan vastuullisuuden ja kestävän kehityksen läpikulkeva teema. Ympärivuotisen palvelutarjonnan tuotteistamisen kautta tavoitellaan matkailijoiden viipymän pidentämistä alueella. Kestävän kehityksen näkökulmasta konkreettisia tuotteistuksen kohteita ovat Saaristomeren biosfäärialue sekä Saaristomeren kansallispuisto.

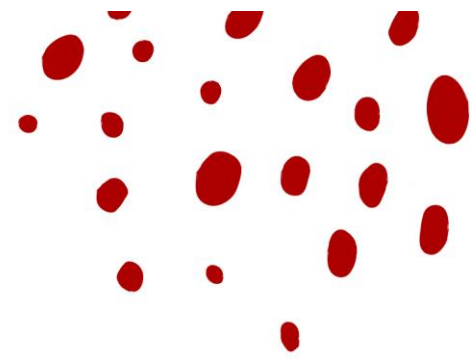
- Edistetään markkinointiviestinnän toimenpiteiden avulla vahvan kesäsesongin *aikaistamista/pidentämistä* nykyisten kohderyhmien osalta. Huomioidaan markkinointiviestinnän toimenpiteissä sekä strategiassa kohdassa 5.3 mainittujen saavutettavuus-toimenpiteiden toteuttamisen mahdollistamisen kautta (aukioloajat, aikataulut, reitti-informaatio).

2. Paraisten kaupungin keskusta-alueen elävöittäminen

- Edistetään keskusta-alueen tilojen ja alueiden kehittymistä soveltumaan paremmin ympärivuotiseen matkailijoita sekä paikallisia tukevaan vapaa-ajanpalveluiden sekä tapahtumatarjonnan käyttöön.
- Käynnistetään kehitysohjelma Paraisten teollisuushistorian tuotteistamiseksi osaksi matkailupalveluiden tarjontaa. Teollisuushistoria profiloi vahvasta alueen elinkeinoelämää ja on tuotteistettavissa kiinnostavaksi ympärivuotisesti koettavaksi tarjonnaksi sekä osittain myös palveluiden tuotantotiloiksi. Kehitysohjelma voidaan liittää osaksi palvelu- ja tuotetarjonnan kehitysohjelmaa (kohta 5.2.1)

3. Kolmannen sektorin toimijat ympärivuotisuuden tukemisessa

- Huomioidaan kolmannen sektorin toimijoiden rooli ja mahdollisuudet tukea Paraisten matkailun ympärivuotisuuden kehittymistä ja kasvua. Kolmannen sektorin toimijat ylläpitävät erilaisia palveluympäristöjä, reitistöjä, tuottavat erilaisia aluetta elävöittäviä tapahtumia paikallisille ja



matkailijoille. Kiinnitetään kolmas sektori tiiviimmin mukaan matkailutoimialan kehittämiseen ja osaksi tuote- ja palvelutarjonnan kehitysohjelmaa.

4. Matkaketjut mahdollistamassa ympärivuotisuuden kasvua

- Matkaketjujen kehittäminen tukee ympärivuotisuuden tavoitetta. Varmistetaan matkailu- ja palvelutarjonnan ympärivuotinen saavutettavuus toimivilla alueen sisäisillä matkaketjuilla ja yhteensopivilla aikatauluilla. Toimenpide nivoutuu tiiviiksi osaksi strategian toimenpiteitä 5.3 ja 5.4

5.3 Saavutettavuuden kehittäminen

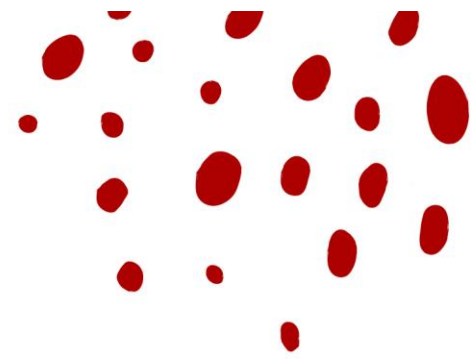
Tavoite: Parainen on erilaisilla liikenneyhteyksillä helposti saavutettavissa oleva matkailukohde, alueen sisäinen saavutettavuus kohteiden ja palvelutarjonnan välillä on sujuvaa ja alueen tarjonnasta saatava informaatio on helposti saatavilla. Saumattomat matkaketjut tukevat ympärivuotista palvelutarjonnan kokemista.

- Parainen saman päivän aikana saavutettavissa Keski-Euroopasta.
- Matkaketjut Turusta Paraisten matkailukohteisiin ovat saumattomia ympäri vuoden.
- Asiakkaiden on helppo saada tietoa palvelutarjonnasta, liikkua alueella eri kulkuvälineillä ja suositella alueen palveluita.

Toimenpiteet:

1. Liikenneyhteyksien edunvalvonta ja matkaketjut

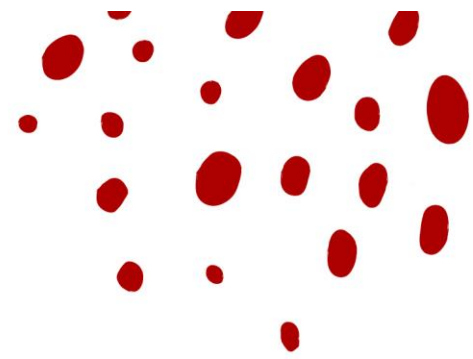
- Toimitaan aktiivisena edunvalvojana saariston yhteyksien ylläpitämisessä ja kehittämisessä matkailukehityksen näkökulmasta. Vaikutetaan lauttayhteyksien ylläpitoon ympärivuorokautisesti, mikä tukee sekä paikallisten asukkaiden että matkailijoiden sisäistä saavutettavuutta.



- Vaikutetaan aktiivisesti seudulliseen saavutettavuuteen (kts. kohta seudullinen yhteistyö) liittyviin kansallisiin liikennesuunnitelmiin, joilla tarkoitetaan seudun saavutettavuutta maantie-, lento-, raide- ja laivaliikenneyhteyksien avulla.
- Matkaketjujen kehittäminen edistämällä seudullisten ja alueellisten yhteyksien kytkeymistä paremmin matkailijan asiakaspolun eri vaiheisiin (alueen saavutettavuus, alueen sisäinen saavutettavuus) ja edistämällä aikataulujen saamista digitaaliseen muotoon ja matkailijalle helposti ymmärrettäviksi.

2. Alueen sisäisen opastuksen, aikataulujen ja aukioloaikojen sekä reitti-informaation kehittäminen

- Toteutetaan aktiivista ja tavoitteellista markkinointiviestintää alueen sisäisen opastuksen, saavutettavuuden ja reitti-informaation osalta. Tavoitteena luoda ja vahvistaa positiivista mielikuvaa alueen sisäisistä lautta- ja alusyhteyksistä ja siitä että liikkuminen alueen sisällä ei ole vaikeaa tai pelottavaa, vaan jotain erityistä ja uniikkia. Tuetaan aktiivisesti matkailijaa matkustuspäätöksen teossa tukemalla viestinnän keinoin sisäisen palvelutarjonnan saavutettavuutta.
- Kehitetään saariston parempaa ja helpompaa kokemista matkailuajoneuvoilla edistämällä matkailuajoneuvojen pysäköinti- ja huoltomahdollisuuksia sekä toteutetaan aktiivista, tavoitteellista markkinointiviestintää kohderyhmälle. Markkinointiviestinnässä tule korostaa paikallisen palvelutarjonnan saatavuutta. Huomioidaan kehitystyössä yhteistyö lauttaoperaattoreiden kanssa. Selvitetään uudenlaisten leiriytymiskonseptien käyttöönoton mahdollisuuksia (esim. BestPark) sekä yhteistyön mahdollisuuksia SF Caravan Ry kanssa.
- Tuotetaan yrityksiä aukioloaikojen pidentämiseen ja erilaisten matkailijalle tärkeiden aikataulujen sekä reitti-informaation selkeyttämisessä. Tätä työtä viedään rinnakkain eteenpäin strategian toimenpidesuunnitelman kohdan 5.2 palvelu- ja tuotetarjonnan kehitysohjelmassa.



3. Reitistöjen kehittäminen

- Edistetään Saariston rengastien ja Paraisten alueen pyöräilyreitistöjen kehittämistä ja alueen kokemista pyöräillein. Tuetaan alueella sijaitsevien matkakohteiden – ja palveluiden saavutettavuutta pyöräillen eri lähtöpisteistä. Toteutetaan aktiivista ja suunnitelmallista markkinointiviestintää pyöräilymatkailijoiden tavoittamiseksi ja viestitään tavoitteellisesti Paraisten matkailupalveluiden tarjonnasta, reiteistä ja mahdollisuuksista kokea Parainen pyöräillen.
- Varmistetaan St Olav Waterway/Pyhän Olavin merireitin kehitystyön jatkuminen nykyisen hankkeen muodossa ja sen päätyttyä vuonna 2022. Liitetään reitistön kehittäminen osaksi ympärivuotisen palvelu- ja tuotetarjonnan kehitysohjelmaa. Huomioidaan reitistöjen kehittämisessä laajemmin myös alueen muiden luontoreitistöjen – ja polkujen linkittyminen kokonaisuuteen.

5.4 Seudullinen yhteistyö

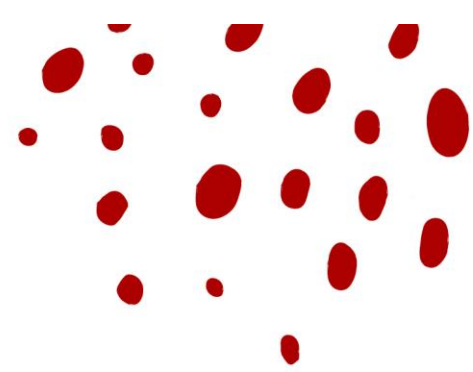
Tavoite: Paraisten matkailualue ja toimijaverkosto on aktiivinen toimija seudullisessa yhteistyössä. Seudullisen yhteistyön avulla jaetaan informaatiota ja luodaan puitteita matkailualueella toimivien yritysten kehitystoimenpiteiden käynnistymiseen.

- Tiiviin ja luottamuksellisen seudullisen yhteistyön avulla luodaan uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Seudun sisäinen ristiinmarkkinointi ja myynti on tehokasta.
- Yritysten osaamisvalmiudet kehittää toimintaa/digiympäristössä tekemistä korkealla tasolla.
- Matkailu yksi seudun tunnustettuja kasvualoja ja houkuttelee investointeja.

Toimenpiteet:

1. Maakuntatason seudullinen yhteistyö muiden matkailualueiden kanssa

- Ylläpidetään aktiivista kehitysyhteistyötä seudun muiden matkailualueiden kanssa. Aktiivinen toiminta erilaisissa seudullisissa



matkailun kehityshankkeissa, joissa toteutuu tämän strategian mukaisten toimenpiteiden edistäminen.

- Koordinoitu seudullinen matkailuasioiden viestintä- ja ohjausryhmätyöskentely toteutuu Varsinais-Suomen liiton johtaman Matkailufoorumin sihteeristötyön kautta. Seudullisen viestintä- ja ohjausryhmä periaatteita on määritelty tarkemmin Varsinais-Suomen matkailun tiekartassa 2021–2027.
- Yhteisiin seudullisiin markkinointi-, myynti-, messu- ja matkanjärjestäjätapahtumiin sekä verkostoitumistilaisuuksiin osallistuminen tämän strategian mukaisten markkinointitoimenpiteiden edistämisen osalta valituilla kohdemarkkinoilla ja valituissa kohderyhmissä.

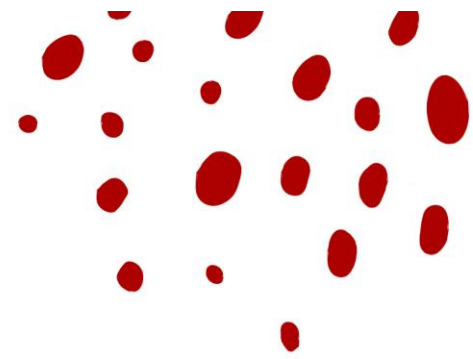
2. Paraisten matkailun sisäisen toiminnan ohjaus osana seudullista työtä

- Toteutetaan aktiivisesti erilaisia verkostoitumis- ja tutustumistilaisuuksia seudullisiin toimijoihin ja verkostoihin. Toteutetaan näiden verkostoitumistilaisuuksien kautta sisäistä viestintää, tuodaan esiin hyviä käytännön onnistumisia, saadaan tietoa suosittelun tueksi ja edistetään erilaisten yritysverkostojen rakentumista sekä yrityskehityshankkeiden käynnistymistä. Visit Parainen toimii linkittäjänä matkailuyritysten, saaristoryhmien, kaupungin muiden toimielinten ja kolmannen sektorin välissä.

5.5 Toimenpideohjelman tavoitteet

Visit Parainen on asettanut 5 % vuosittaisen kasvutavoitteen yöpymisvuorokausille sekä Rengastien kävijämäärille. Paraisen yöpymisvuorokaudet olivat vuonna 2019 yhteensä 59 900 vuorokautta, jolloin strategiakauden aikana määrälliset tavoitteet yöpymisvuorokausien kehittymisestä ovat seuraavat:

2020	62 000
2021	66 000
2022	69 000
2023	72 000
2024	76 000
2025	80 000



On syytä huomioida koronan vaikutukset strategiassa asetettuihin yöpymisvuorokausitavoitteisiin erityisesti kansainvälisten matkailijoiden osalta. Visit Finlandin vuonna 2019 laatimien arvioiden mukaisesti kansainväliset yöpymisvuorokaudet palaavat vuoden 2019 tasolle vasta vuosien 2023/2024 aikana. Saariston matkailijoista n. 25 % on ollut KV-matkailijoita, joten kotimaan osuuksien kasvun tulee olla merkittävää tavoitteen saavuttamiseksi ja varsinkin kun kilpailu kotimaisista asiakkaista tulee merkittävästi kovenemaan lyhyellä aikajänteellä.

Strategian toimenpiteet tukevat hyvin tavoitteen saavuttamista. Lisäksi tavoitteen täyttymisessä on huomioitava käytössä oleva majoituskapasiteetti ja sen riittävyys.

Rengastien kävijämäärien osalta tavoitellaan vuosittain n. 5 % kasvua

Ympärivuotisen palvelutarjonnan kehittäminen on strategian yksi merkittävimmistä kehittämistoimenpiteistä. Osana strategian toimenpiteitä seurataan aktiivisesti ympärivuotisen matkailupalvelutarjonnan kehittymistä vuosittain. Tarkennetaan ympärivuotisesti tarjolla olevien palveluiden määrää kehitysohjelman käynnistymisvaiheessa, jonka kautta voidaan kehitysohjelmaan määritellä tarkempi tavoite.

Toimenpiteiden tavoitteet ovat seuraavat:

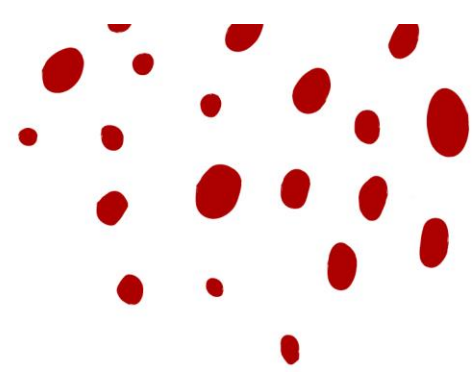
- **Yhdessä viestitty saariston matkailullinen brändi erottautuu ja kiinnostaa valittuja kohderyhmiä. Parainen paras ilmentymä saaristobrändistä.**

Miten seurataan: Seurataan digikanavien analytiikkaa, suosittelujen määrää sekä Paraisten näkyvyyttä eri kanavissa

- **Paraisten monipuolinen ja kiinnostava matkailupalveluiden tarjonta on ympärivuotisesti koettavissa. Sesonkivaihteluiden tasaaminen vahvistamalla kesän ulkopuolisia sesonkeja.**

Miten seurataan: vuosittainen seuranta palveluiden laadullisen ja määrällisen kehityksen osalta

- **Parainen on erilaisilla liikenneyhteyksillä helposti saavutettavissa oleva matkailukohde, alueen sisäinen saavutettavuus kohteiden ja palvelutarjonnan välillä on sujuvaa ja alueen tarjonnasta saatava informaatio on helposti saatavilla. Saumattomat matkaketjut tukevat ympärivuotista palvelutarjonnan kokemista.**



- Miten seurataan: Liikenneyhteyksien määrän kasvu, reittitiedon digitalisoinnin määrä, matkaketjujen syntyminen
- **Paraisten matkailualue ja toimijaverkosto on aktiivinen toimija seudullisessa yhteistyössä.**

Miten seurataan: Yhteistyöhankkeiden määrä ja tuloksellisuus, seudullisten yritys yhteistyötoimenpiteiden määrä

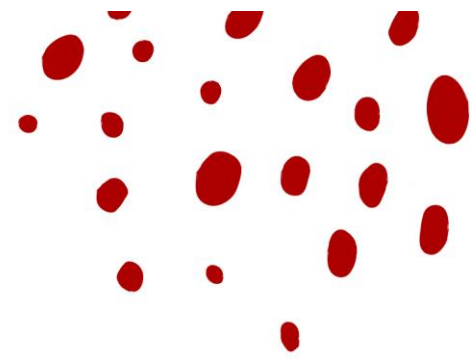
Toimenpiteiden tavoitteiden ja strategian toteutumisen seuranta

Paraisten kaupungin matkailustrategia on laadittu vuosille 2021–2015. Visit Parainen vastaa strategian toimeenpanosta yhdessä sidosryhmäverkoston kanssa. Matkailustrategian toteutusta seurataan aktiivisesti. Vuosittain toteutetaan kaksi (puolivuositainen tarkastelu) strategian toimenpiteiden toteutumiseen liittyvää tarkastelukierrosta olennaisten sidosryhmien kanssa.

Strategian alkuvaihe ajoittuu tämän strategian valmistushetkellä matkailutoimialaan erityisen voimakkaasti vaikuttavaan koronapandemiaan. Strategian toimenpiteiden käytännön toteutuksessa on huomioitava koronan lyhyen (strategian vuoden 2021–2022) tähtäimen vaikutukset sekä strategian valmistumisen ajankohtana (2020) laadittu arvio matkailutoimialan mahdollisesta elpymisestä erityisesti KV-matkailun osalta vasta vuonna 2023 vuoden 2019 tasolle (pidemmän tähtäimen toimenpiteet strategiassa 2023 eteenpäin). Toimenpideohjelman aikataulutuksessa on pyritty huomioimaan toimintojen realistinen ja looginen sijoittuminen tuleville toimintavuosille.

6. Toimenpideohjelman aikataulu 2021–2025

Toimenpideohjelma	Toimenpide	Aikataulu	Toteutus/Vastuu
BRÄNDIN VAHVISTAMINEN OSANA SAARISTOA	Brändityön toteutus osana saariston matkailua	2021	Visit Parainen, yhteistyössä matkailuyritykset
	Markkinointiviestinnän toimenpiteet osana brändin jalkauttamista	2021–2025	Visit Parainen yhteistyössä matkailuyritykset ja VF
	Ostettavuuden kehittäminen osana brändin jalkauttamista	2022–2023	Visit Parainen yhteistyössä matkailuyritykset
YMPÄRIVUOTISUUDEN KEHITTÄMINEN	Palvelu- ja tuotetarjonnan kehittäminen ympärivuotisesti tiiviissä yhteistyössä yritysverkoston kanssa	2021–2022	Visit Parainen yhteistyössä matkailuyritykset ja muu toimijaverkosto

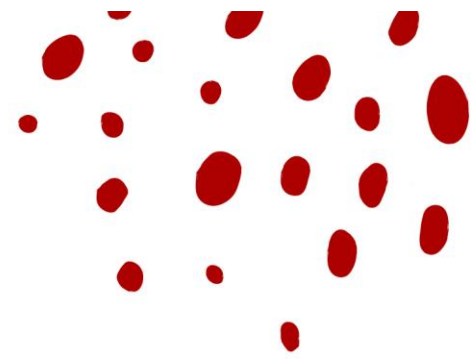


	Paraisten kaupungin keskusta-alueen elävöittäminen	2022–2024	Visit Parainen, kaupunki
	Kolmannen sektorin toimijat ympärivuotisuuden tukemisessa	2021–2025	Visit Parainen Yhdistykset
	Matkaketjut mahdollistamassa ympärivuotisuuden kasvua	2021–2025	Visit Parainen, kaupunki Ely-keskus
SAAVUTETTAVUUDEN KEHITTÄMINEN	Liikenneyhteyksien edunvalvonta ja matkaketjut	2021–2025	Visit Parainen, kaupunki Ely-keskus
	Alueen sisäisen opastuksen, aikataulujen ja aukioloaikojen sekä reitti-informaation kehittäminen	2022	Visit Parainen, kaupunki matkailuyritykset liikennöitsijät
	Pyöräilyreitistön kehittäminen	2022–2024	Visit Parainen kaupunki matkailuyritykset yhdistykset
	Matkaketjujen kehittäminen	2022–2023	Visit Parainen, kaupunki Ely-keskus
SEUDULLINEN YHTEISTYÖ	Maakuntatason seudullinen yhteistyö muiden matkailualueiden kanssa	2021–2025	Visit Parainen seutuyhteistyö
	Paraisten matkailun sisäisen toiminnan ohjaus osana seudullista työtä	2021–2025	Visit Parainen

7. Miten mukaan Paraisten matkailun yhteiseen kehittämiseen ja toimenpiteisiin

Matkailualan yrityksillä on mahdollisuus olla mukana markkinoinnin toimenpiteissä ja markkinointikanavissa useilla eri tavoilla.

- Mukaan markkinointikanaviin pääsee esimerkiksi ilmoittamalla saariston esitteessä tai kartassa. Näistä ilmoitamme aina syksyisin ja materiaalit valmistuvat pääsääntöisesti vuoden vaihteessa.
- Helpoin mahdollinen tapa olla mukana kanavissamme ja saada näkyvyyttä, on näkyvyys VisitParainen -kotisivulla. Kotisivunäkyvyyden hinta on 99€/vuosi + alv 24%. Näkyvyyden lisäksi yrityksen tuotteita (aktiviteetit ja elämykset) on mahdollisuus myydä online-kaupassa <https://fi.doerz.com/visitparainen>
- Nostamme yrityksiä, tapahtumia ja palveluita esiin myös sosiaalisen median kanavissamme.



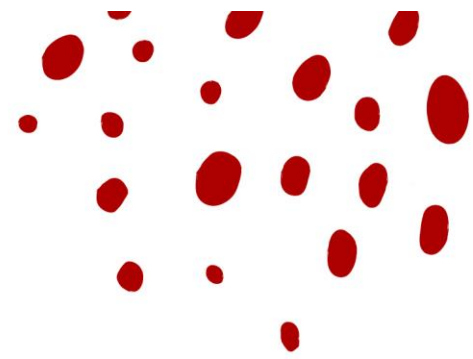
- Suurimpaan osaan messu- ja myyntitapahtumista on myös mahdollista osallistua. Kustannukset vaihtelevat tilaisuudesta riippuen ja tiedotamme näistä uutiskirjeessämme, jota lähetämme noin kerran kuukaudessa. Mikäli haluat uutiskirjeemme postituslistalle, laitathan viestiä visit@parainen.fi.

Keskeisiä toimenpiteitä ovat markkinoinnin toimenpiteissämme ovat:

- Saariston matkailukartan ja imagoesitteen tuottaminen ja jakelu yhdessä Kemiönsaaren kanssa
- Messut ja myyntitilaisuudet kotimaassa ja ulkomailla
- Aktiivinen viestintä sosiaalisen median kanavissa sekä omilla kotisivuilla
- Kampanjat erityisesti digitaalisissa kanavissa
- Vaikuttajamarkkinointi, lehdistö- ja matkanjärjestäjäryhmien vierailut
- Matkailuyksikkö toteuttaa markkinointitoimenpiteitä oman markkinointisuunnitelmansa mukaisesti.

Matkailumarkkinoinnin lisäksi kehitämme alueen matkailua mm.:

- Verkostoitumalla ja tekemällä yhteistyötä seudun matkailutoimijoiden kanssa ja järjestämällä tilaisuuksia, joissa alueen toimijat voivat verkostoitua keskenään.
- Osallistumalla ja hallinnoimalla matkailun kehittämishankkeita. Omia hankkeitamme ovat (tilanne 2020)
 - Pyhän Olavin merireitin jatkokehittämishanke
 - Coastal Bootcamp -hanke yhdessä Metsähallituksen, Kemiönsaaren ja Yrityssalon kanssa.
 - Turunmaan syksy -hanke yhdessä Kemiönsaaren kanssa, jonka tavoitteena on pidentää sesonkia koronakevään jälkeen.
- Antamalla lausuntoja matkailua edistäviin päätöksiin ja toimenpiteisiin liittyen sekä osallistumalla useisiin eri työryhmiin ja edunvalvontaan.
- Seuraamalla alueen tilastoja ja tutkimuksia
- Tiedottamalla matkailutoimijoita koulutustilaisuuksista ja muista ajankohtaisista uutisista.
- Paraisten kaupungin matkailustrategian 2021–2015 toimenpiteiden mukaisesti rakentuvat kehittämistoimenpiteet strategiakauden aikana



Markkinointikanavat

VisitParainen.fi

Runsaasti infoa Paraisten saaristosta, Saariston rengasteistä, Pyhän Olavin merireitistä, ravintoloista, majoituksesta, tapahtumista ja nähtävyyksistä. Inspiroivia artikkeleita matkustamisesta saaristossa ja saaristokuvia.

Facebook: Saariston rengastie - Skärgårdens ringväg

Ajankohtaisia julkaisuja suomeksi ja ruotsiksi Saariston rengastiestä ja Paraisten saaristosta.

Facebook: Visit Archipelago

Inspiroivia julkaisuja ja yleistä tietoa saaristosta englanniksi.

Instagram: @visitarchipelago

Inspiraatiota ja fiilistelyä!

Yhteystiedot

Mikäli tarvitset apua matkailuyrittämisessä, yritystoiminnan kehittämisessä tai haluat mukaan yhteismarkkinointiin.

Matkailupäällikkö

Niina Aitamurto

040 488 6093

niina.aitamurto@pargas.fi

Matkailuasiamies

Martti Nilsson

040 537 9000

martti.nilsson@pargas.fi