

Meri-Lapin Matkailu Oy

Alueorganisaatio, markkinointi- ja myyntiyhtiö

VisitMeri-Lappi

MLM Strategia 2020 - 2023

Visio, missä haluamme olla strategiakauden päätteeksi.

Strategiset valinnat, missä meidän on onnistuttava

Verkon ja toiminnan ohjauksen kautta tapahtuvan myynnin tehokas ja voimakas kasvattaminen

Kokonaistarjonta ja ostamisen helppous
Kiinnostava kumppani

Alueella olevien toimijoiden tuotteiden ja palveluiden paketointi helposti ostettaviksi kokonaisuuksiksi sekä matkanjärjestäjille että matkailijoille

Alueen myynti ja markkinointi matkanjärjestäjille yhteistyössä alueen yritysten kanssa

Strategiset hankkeet, joiden kautta pystymme kehittämään digitaalista ympäristöä ja markkinointia

Arvot mihin uskomme.

Laatu, yhteistyö, luonto, hyvinvointi, kestävä kehitys

Missio, miksi olemme olemassa

Olemme Meri-Lapin matkailutoimijoiden ja kuntien omistama dynaaminen myyntiyhtiö, joka edesauttaa alueen yritysten mahdollisuuksia tehdä kauppaa kansainvälisten matkanjärjestäjien kanssa.

MLM Budjetti 1.1. – 30.6.2020

Menot	1-6.2020
Henkilöstö	9 000 €
Web ja myyntijärjestelmäkulut	7 000 €
Vakuudet	0 €
Markkinointi	10 000 €
Messut & WS	5 000 €
Matkat (messut & Workshopit)	3 000 €
Famit lentolippujen osuus	0 €
Vuokra	0 €
LKK, MARA, LME/VAE,TAK	3 400 €
Kirjanpito, PTR, OP	3 500 €
Puhelin, netti ja it-ohjelmat	1 800 €
It-kulut	0 €
Toimistotarvikkeet, edustus, posti	0 €
Kmkorvaukset ja päivärahat	1 000 €
Menot yhteensä	43 700 €

Tulot	
Kunnat (76.000 € v. 2019)	22 000 €
Verkkokauppamyynnin komissiot	6 000 €
MICE+ryhmämyynti	3 000 €
Markkinointisopimukset	13 000 €
Tulot yhteensä	44 000 €

Tulos 300 €

Toimenpiteet

- MLM:n myynti ja hallinto hoidetaan OTO:na
- Messut:
 - ITB Berlin 4-6.3.2020
 - Midnight Sun Workshop kesäkuu 2020
- Matkanjärjestämyynti ohjataan agenttiliittymän kautta, jolloin matkanjärjestäjät kokoavat itse ostoskoriin valmiit tarjolla olevat tuotteet
- MICE (Kokous-, kongressi, palkintomatka ja yritystapahtumat) -myynti tehtävä henkilökohtaisesti kokoamalla tarjous alueen toimijoilta tapauskohtaisesti
- Markkinointibudjetti käytetään lähialueille, tavoitteena suoran alueen tunnettuuden ja verkkokauppamyynnin kasvattaminen

Rahoitus

- Tutustumismatkoja ei voida järjestää
- Kansainvälistä brändimarkkinointia ei tehdä
- Strategisen matkanjärjestäjäyhteistyön kehittäminen mahdotonta

Hankkeet

- **MaaS**

- MaaS-järjestelmän kehitys eli kuljetuspalveluiden varaamiskanavan kehittäminen ja integroiminen matkailupalveluiden varausjärjestelmään ja sen pilotointi
- Lentoliikenteen kehittämistyökalun kehittäminen
- Tuotekehitys tukemaan matkailuMaaS pilottia

- **TaaS**

- Meri-Lapin matkailun nykytilanteen kartoitus ympärivuotisen matkailun ja digitaalisen kehittämisen näkökulmasta->toimintaympäristön kilpailukykyanalyysi
- Asiakasymmärryksen lisääminen ja markkinatutkimukset ympärivuotisen matkailun kehittämiseksi
- Matkailun digitaalijärjestelmien kehittäminen
- Risteilymatkailun kehittäminen
- Tuotekehitys

MLM:n alasajon vaikutuksia

MLM:n toiminnassa mukana olevat yritykset

- 51 osakasyritystä,
- verkkosivuja käyttää 20 yritystä,
- varausjärjestelmää käyttää 21 yritystä

Alueorganisaation lakkauttamisen vaikutukset Meri-Lappiin

- Meri-Lappi brändiä ei markkinoida; Lappi - brändi jää hyödyntämättä
- Asiakas varaa matkansa eri sivujen kautta, kokonaistarjonta ei ole tarjolla, paketit eivät ole esillä
- Jokainen yritys kattaa omat paketoinnin matkanjärjestäjävastuut
- Kauppa ei ole omissa käsissä (muualta käydään päivamatkoja), viipymä ja huoneiden käyttöaste ei kasva
- Lentokentän kehittäminen lakkaa; matkailijat saapuvat muiden kenttien kautta
- Kansainvälinen myynti, matkat /kustannukset nousevat pienen yritysten kannalta kohtuuttomiksi
- Fam trip/tutustumismatkoja matkanjärjestäjille ei tehdä Meri-Lapin alueelle
- Menetetään keskitettyyn myynnin järjestelmään tehdyt investoinnit 200 t.€ ja 5 vuoden kehitystyö
- Edunvalvonnan puuttuessa Meri-Lappi ei ole osa matkailun kansallisen kehittämisen rakennetta (TEM, VisitFinland)
- Kuntien ja yritysten hankkeiden rahoitusosuudet kasvavat
- Matkailutulo laskee n. 1-2 milj. €/v., matkailun työpaikat laskevat 5-10 kpl/v., kuntien verotulot laskevat 25.000–50.000 €/v.

