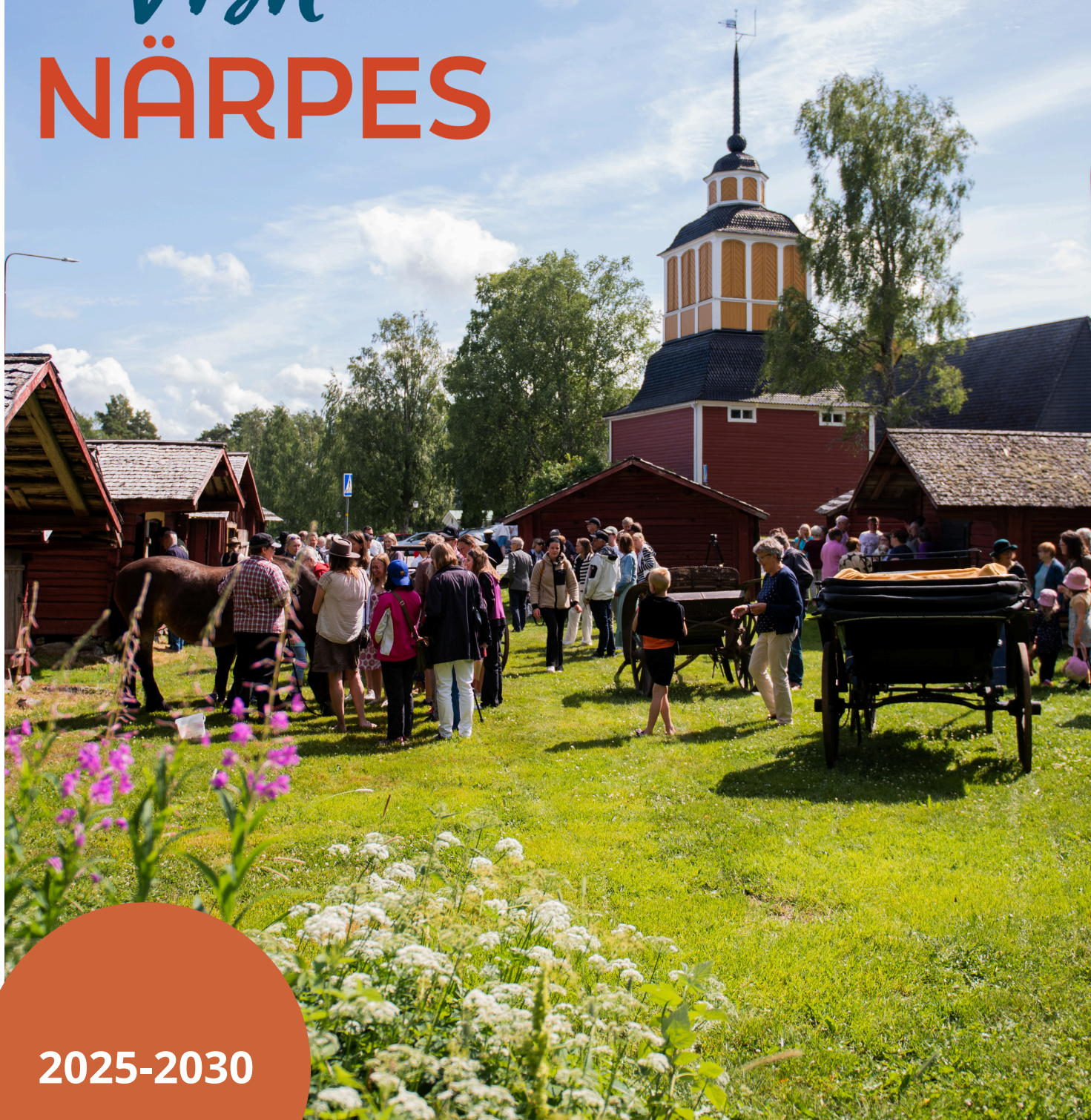


visit NÄRPES



2025-2030

NÄRPIÖN KAUPUNKI | DYNAMO NÄRPES

NÄRPIÖN SEUDUN

Matkailustrategia

SISÄLTÖ

s. 1

1. Johdanto

s. 2

2. Strategiaa edeltävä prosessi

s. 3

3. Nykytila-analyysi Närpiöstä matkailukohteena

3.1 Kehittämistarpeet

s. 4

4. Visio ja strategiset tavoitteet

4.1 Matkailustrategian visio

4.2 Vision osatavoitteet

4.3 Strategiset tavoitteet

4.4 Mitattavat tavoitteet

s. 5

5. Pyrkimykset

s. 6

6. Visit Närpes-brändin vahvistaminen

6.1 Tehokkaan brändin rakentaminen seuraavasti:

s. 7

7. Vahvempi vierailuelinkeino

7.1 Vierailuelinkeinon korkeampi status ja matkailun arvostaminen

7.2 Useampien yrittäjien innostaminen vierailuelinkeinon pariin

7.3 Kasvun tarve nykyisissä yrityksissä

s. 8

8. Asiakas- ja markkinakeskeisyys

8.1 Kotimaan matkailu

8.2 Ulkomailta tulevat matkailijat

s. 9

8.3 Matkailusegmentin vaihtelut

8.3.1 Ostovoimaiset ja kulutushalukkaat matkailijat

8.3.2 Päiväretkeläiset

s. 10

8.3.3 Tapahtumakävijät

8.3.4 Kansainväliset matkailijat

s. 11

9. Laaja elämystarjonta

9.1 Lapset ja perheet

9.2 Luonto ja seikkailu

9.3 Kulttuuri

s. 12

9.4 Tapahtumat

9.5 Kokoukset ja konferenssit

s. 13

10. Saavutettava matkakohde

10.1 Matkakohteeseen saapuminen ja siellä liikkuminen

10.2 Vieraanvaraisuus

10.3 Esteettömyyden parantaminen erityisryhmiä varten

s. 14

11. Tapahtumia ympäri vuoden

s. 15

12. Tehokas markkinointi

12.1 Myynti ja markkinointi

12.2 Matkailuneuvonta ja kävijäpalaute

s. 16

13. Johtaminen ja yhteistyö matkakohteessa

13.1 Yhteistyön lisääminen vierailuelinkeinon piirissä

13.2 Hyvätehtävien jako

s. 17

14. Tiivistelmä toimenpiteistä

s.18

15. Närpiön matkailun organisaatio

15.1 Yhteistyön lisääminen vierailuelinkeinon parissa

15.2 Alueellinen yhteistyö muiden kanssa

s. 19

16. Matkailustrategian päivittäminen

1. JOHDANTO

Matkailuelinkeinon taloudellinen merkitys Suomelle on kasvanut. Matkailuelinkeinon kehittämällä edelleen uudeksi peruselinkeinoksi on suuri potentiaali sekä kansallisesti että alueellisesti. Koronapandemia aiheutti maailmanlaajuisen takaiskun matkailuelinkeinolle, mutta globaalisti katsottuna toiminta on elpynyt nopeasti. Suomessa pandemiasta elpymistä on hidastanut Venäjän hyökkäyssodan aiheuttama voimakas kustannusten nousu koko Euroopassa ja sen seurauksena matkailuelinkeino ei ole kasvanut Suomessa samaan tahtiin kuin ennen pandemiaa. Kotimaan matkailu elpyi nopeiten, ja sen suosio onkin jatkunut mitattuna erilaisissa majoittumismuodoissa yöpymisten määrällä.

Vuonna 2024 Suomeen tehtiin lähes 5 miljoonaa matkaa ja ulkomaiset matkailijat käyttivät maassa ollessaan yhteensä 3,7 miljardia euroa. Matkailuelinkeinon tarjoamien mahdollisuuksien hyödyntäminen edellyttää elinkeinoelämän ja kaupungin kaikkien osa-alueiden sitoutumista ja yhteistyötä. Se vaatii kokonaisvaltaisen lähestymistavan, joka kattaa useita elinkeinoelämän ja kunnallisen toiminnan osa-alueita.

Kattava matkailustrategia yhteisine tavoitteineen on erittäin tärkeä, jotta kaikki toimijat voivat pyrkiä kohti samoja tavoitteita. Panostusten ja erilaisten toimien vaikutukset ovat suurempia hyvin koordinoituna. Jotta elinkeino kasvaisi Närpiön seudulla tarvitaan lisää matkailualan yrityksiä ja selkeä matkailustrategia antaa suuntaa ja helpottaa yrittäjiä, jotka etsivät uusia toimintamahdollisuuksia



2. STRATEGIAA EDELTÄVÄ PROSESSI

Jotta saadaan laadittua matkailustrategia, joka sitouttaa ja osallistaa kaikki toimijat, tarvitaan selkeä prosessi, jossa kaikki osapuolet ovat jossain vaiheessa mukana. Koska strategiassa keskeistä on Visit Närpes brändinä ja paikkakunnan kehittäminen, on myös Närpiön kaupunginhallituksen hyväksyttävä strategia. Strategian kehittämisen ja ajan tasalla pitämisen taustalla on prosessi, joka koostuu seuraavista vaiheista:

▶ Närpiön matkailuun liittyvän nykyisen materiaalin läpikäyminen

▶ Matkailustrategian kehysten laatiminen

▶ Tapaamisia matkailualan yhteistyökumppanien kanssa paikallisen, kansallisen ja kansainvälisen kokonaiskäsityksen muodostamiseksi

▶ Matkailustrategiaan liittyvä työpaja

▶ Matkailustrategialuonnoksen esittely sidosryhmille

▶ Matkailustrategian lopullinen hyväksyminen Närpiön kaupunginhallituksessa



3. NYKYTILA-ANALYYSI NÄRPIÖSTÄ MATKAILUKOHTEENA

Analyysi Närpiöstä matkailukohteena perustuu hankkeen En smakstart - Röda Guldets region ("Maukas alku – Punaisen Kullan seutu") puitteissa tehtyyn kylien analyysiin. Näissä tapaamisissa paikallisten kanssa tehtiin SWOT-analyyseja, jotka olemme huomioineet. Olemme ottaneet huomioon myös ajankohtaiset tapahtumat, jotka saattavat vaikuttaa, sekä yrittäjien ja yhdistysten mielipiteet.



3.1. Kehittämistarpeet

Tarvitaan lisää yrittäjiä inspiraatioksi ja roolimalleiksi muille yrittäjille. Alalla nykyisin toimivia yrityksiä on kehitettävä. Kehittämisen lähtökohtana on oltava Närpiön ainutlaatuisuus paikkakuntana ja hyödynnettävä Närpiön ainutlaatuisia edellytyksiä. Tähän sisältyy myös pitkäjänteinen vahvan brändin rakentaminen ja tehokas markkinointi. Vierailuelinkeinon avainlukuista on toiminnan parantamiseksi säännöllisesti poimittava ja koostettava saatavilla olevat tilastotiedot.

4. VISIO JA STRATEGISET TAVOITTEET

Matkailustrategiassa asetetaan selkeät visiot ja tavoitteet Närpiön seudun matkailulle. Tavoitteena on sekä vahvistaa Visit Närpes-brändiä että vahvistaa matkailualaa elinkeinona. Matkailustrategia voidaan myös yhdistää Närpiön kaupungin strategiaan ja siinä esiteltyihin painopistealueisiin, jotka ovat esim. kestävyys, yhteistyö ja parempi markkinointi.

4.1. Matkailustrategian visio

Matkailuelinkeino kasvaa ja Visit Närpes brändinä sekä Närpiö kestäväenä matkakohteena vahvistuu.

4.2. Vision osatavoitteet

- Seudun talouskasvu
- Kestävä matkailustrategia
- Uudet yritykset, yrittäjyys
- Lisää yhteistyötä yritysten ja matkailuelinkeinon välille
- Lisää työpaikkoja maaseudulle
- Matkailuelinkeino tarjoaa lisää työpaikkoja nuorille
- Henkilökohtainen palvelu asiakkaan omalla kielellä
- Brändin kehittäminen elementeillä meri, rannikko, saaristo
- Lisää yöpymisiä
- Yhteistyökuvioiden kehittäminen lähikaupunkien kanssa

4.3. Strategiset tavoitteet

- Matkailualan liikevaihdon lisääminen
- Matkailuyritysten lisääminen
- Visit Närpes -brändin vahvistaminen

4.4. Mitattavat tavoitteet

- Sosiaaliset mediat
- Kävijöiden määrä verkkosivustolla visitnarpes.fi

5. PYRKIMYKSET

Vision ja strategisten tavoitteiden saavuttamiseksi on keskityttävä tiettyihin valikoituihin toimenpiteisiin. Tärkeimmät vuosien 2025-2050 aikana toteutettavat toimenpiteet ovat seuraavat.

Vierailuelinkeinon vahvistaminen

Kestävä matkailukohde

Asiakas- ja markkinakeskeisyys

Laaja elämystarjonta

Tehokas markkinointi

Visit Närpes -brändin vahvistaminen

Esteetön ja saavutettava matkailukohde

Tapahtumia ympäri vuoden

Johtaminen ja matkailukohteiden yhteistyö

6. VISIT NÄRPES-BRÄNDIN VAHVISTAMINEN

Visit Närpes -brändille on määriteltävä vierailijalähtöinen toimintaidea ja strategia. Mitä odotuksia haluamme herättää vierailijassa ja mihin odotuksiin voimme vastata, tänä päivänä ja tulevaisuudessa?

**Selkeytetään
Visit Närpes -
brändiä ja
mielikuvaa
Närpiöstä
ulkopuolelta**

**Koostetaan
portfolio
Närpiön
matkailu-
kohteista**

6.1. Tehokkaan brändin rakentaminen seuraavasti:

Hyödynnetään paikallisia ainutlaatuisia voimavarojamme. Löydetään se, mitä millään muulla matkailukohteella ei ole ja mitä ei voi jäljitellä. Vierailijat ovat kiinnostuneita paikan ainutlaatuisuudesta ja arvostavat sitä. Historia ja kulttuuri, erityiset ympäristöt jne.

Asetetaan vieraanvaraisuus ja matkailukokemus keskiöön. Ystävällisellä vastaanotolla on ratkaiseva merkitys siinä, suosittelee ko vierailija Närpiötä matkakohteena muille. Närpiön on oltava turvallinen paikkakunta, joka on sekä saavutettavissa että ympäristöystävällinen.

Visit Närpes -brändiin liittyvää luovaa viestintää. On osattava ajatella uusilla tavoilla ja kohdentaa kaikki markkinointimme.



7. VAHVEMPI VIERAILUELINKEINO

Matkailuun liittyvän liikevaihdon lisääminen tulevaisuudessa vaatii voimakasta vierailuelinkeinon kehittämistä ja edellyttää uusien yritysten perustamista ja nykyisten yritysten kasvamista ja kehittymistä. Alla on esitetty kolme strategiaa vierailuelinkeinon vahvistamiseksi:

7.1. Vierailuelinkeinon korkeampi status ja matkailun arvostaminen

Vierailuelinkeino on tällä hetkellä heikossa asemassa, ja sille voisi antaa nykyistä suuremman painoarvon kaupungin ja maaseudun kehittämisessä. Matkailun aseman vahvistamiseksi voitaisiin tehdä seuraavat toimenpiteet:

- Lisätään matkailutarjonnan näkyvyyttä
- Huomioidaan menestyneet aloitteet
- Koostetaan faktapohjaista tietoa matkailusta ja sen kehittämisestä
- Liitetään vierailijoiden näkemykset omista tarpeistaan ja paikkakuntaa koskevista mielikuvista osaksi kaupunki- ja maaseutusuunnittelua
- Vuosittainen alan kokoontuminen, jossa toimijat ja aktiivit tapaavat

7.2. Useampien yrittäjien innostaminen vierailuelinkeinon pariin

- Tarjotaan matkailuyrittäjille neuvontapalveluja ja osallistutaan ajankohtaisiin matkailuhankkeisiin
- Tunnistetaan aatteellisia toimijoita, jotka haluavat olla mukana ja tukea yrittäjiksi ryhtyviä
- Etsitään ja houkutellaan uusia matkailuyrittäjiä Närpiöön sekä pidetään vakiintuneista toimijoista hyvää huolta
- Innostetaan mahdollisia uusia yrittäjiä ja herätetään mielenkiinto matkailualaa kohtaan

7.3. Kasvun tarve nykyisissä yrityksissä

Vierailuelinkeinon kehittäminen on toteutettava yhteistyössä useiden yritysten kanssa. Kuljetus, majoitus, ruokailu ja elämykset on saatava yhdistettyä sujuvasti, jotta kävijä voi ylipäättään saapua Närpiöön ja oleskella siellä. On erittäin tärkeää, että kaikki toimijat tunnistavat yhdessä toimimisen edut ja haluavat toimia yhdessä ja että he myös uskaltavat kokeilla uusia yhteistyökuvioita.

- Saatetaan yhteen vierailuelinkeinon toimijoita
- Selvitetään mahdollisuuksia kehittää osaamista vierailuelinkeinon saralla organisoidusti
- Huolehditaan siitä, että yrittäjät voivat yhdessä tehdä liike- ja tuotekehittelyä

8. ASIAKAS- JA MARKKINAKESKEISYYS

Oikeiden kohderyhmien tunnistaminen on tärkeää, jotta asiakas ja markkinointi voidaan kohdistaa oikein. Saadun tiedon perusteella voidaan kohdemarkkinoinnissa kehittää räätälöityä sisältöä ryhmien tavoittamiseksi. Tässä luvussa luetellaan muutamia Närpiön matkailun merkittävimpiä kohderyhmiä.

Erotettavissa on kaksi pääryhmää. Yksi pääkategoria on kotimaan matkailu (8.1) eli kotimaan matkailijat, ja toiseen kategoriaan sijoittuvat muista maista tulevat vierailijat (8.2). Nämä kaksi pääryhmää sisältävät joukon alaryhmiä, jotka voidaan erotella erityisiksi segmenteiksi. Segmentit perustuvat muun muassa väestötietoihin (kuten ikä ja perhetilanne), kiinnostuksen kohteisiin ja siihen, miten kaukaa kohteeseen tullaan.

Segmenttien välillä on myös muuta vaihtelua, joka liittyy muun muassa vierailijoiden ostovoimaan ja vierailijoiden kannustimiin. Tällaiset vaihtelut voivat puolestaan vaikuttaa siihen, kuinka kiinnostava kustakin segmentistä tulee esimerkiksi markkinointipanostusten ja muiden matkailuun liittyvien toimenpiteiden kannalta (8.3).

8.1. Kotimaan matkailu

- Lapsiperheet
- DINK (Double Income No Kids, eli kaksi aikuista ilman lapsia)
- Yksittäiset matkailijat
- Eläkeläiset
- Urheilu- ja kulttuuritapahtumien osallistujat ja kävijät
- Kesävieraat
- Teemaryhmät
- Konferenssiryhmät

8.2. Ulkomailta tulevat matkailijat

- Pohjoismaa
- Eurooppa
- Sukulaiset ja maasta muuttaneet



8.3. Matkailusegmentin vaihtelut

Kohderyhmät voidaan siis tunnistaa erilaisina potentiaalisina kävijäryhminä. Näillä ryhmillä tai segmenteillä on erilaisia syitä tai kannustimia tulla Närpiöön. Tarjontaan ja kysyntään, mutta myös käyttäytymiseen ja ostovoimaan vaikuttavat tekijät liittyvät vahvasti kannustimiin.

8.3.1. Ostovoimaiset ja kulutushalukkaat matkailijat

Tietyt matkailijaryhmät käyttävät matkansa aikana enemmän rahaa kuin toiset, minkä vuoksi tällaiset ryhmät luonnollisestikin ovat erityisen kiinnostavia. Yksinkertaistettuna voi todeta, että erityisen ostovoimaiset ja kulutushalukkaat matkailijat käyttävät matkansa aikana enemmän rahaa kuin muut vierailijat. Tyypillisiä kävijöitä, jotka ovat yleensä halukkaita kuluttamaan keskimääräistä enemmän, ovat konferenssivieraat, nautiskelijat ja ansiotyössä käyvät pariskunnat, joilla ei ole lapsia (DINK). Yleensä yöpyvät matkailijat myös käyttävät matkan ollessa pidempi enemmän rahaa, lähinnä majoitukseen, aktiviteetteihin, ostoksiin sekä ruokaan ja juomaan.

Koska edellä mainittu ryhmä tuottaa keskimääräistä paremman taloudellisen tuloksen, olisi erityisen kiinnostavaa houkutella tällaisia kävijöitä. Kilpailu juuri tästä kohderyhmästä on luonnollisesti kuitenkin kovaa ja edellyttää tarjontaa, joka on riittävän houkuttelevaa tämänlaisille kävijöille. Esimerkkejä tällaisista vetonauloista ovat houkuttelevat majoitusmahdollisuudet ja hyvä valikoima ravintoloita ja kauppoja. Tämän kaltaisen tarjonnan rajallisuus merkitsee tietysti myös, että mahdollisuudet houkutella vahvan ostovoiman kävijöitä ovat rajalliset.

Jos halutaan houkutella lisää ostovoimaisia ja kulutushalukkaita matkailijoita, voidaan paikallisyhteisössä tarvita laajoja uusia investointeja.

8.3.2. Päiväretkeläiset

Närpiöön saapuvien matkailijoiden vierailujen kesto vaihtelee lyhyistä muutaman tunnin piipahduksista pidempiaikaiseen oleskeluun. Lyhyitä päivämatkoja tekevät ovat yleensä kotimaan matkailijoita. Näitä kävijöitä houkutteleviin tekijöihin kuuluvat rannikon ja meren luontokohteet, erikoisuutena pidettävä ruotsin kieli sekä matkan pituuden ja hinnan yhdistelmä. Uteliaiden löytöretkeilijöiden luokkaan kuuluvat autolla kulkevat päivämatkailijat, jotka asuvat noin kolmen tunnin ajomatkan etäisyydellä Närpiöstä. Päivämatkailijoiden luokkaan kuuluvat vierailijat eivät yksittäisinä matkailijoina kuluta kovin paljon rahaa, mutta kokonaisuuden kannalta vaikutus on silti merkittävä. Haasteena on saada heidät jäämään pidemmäksi aikaa ja hyödyntämään saatavilla olevaa tarjontaa enemmän: kauppoja, ravintoloita, majoitus- ja muita palveluja.

8.3.3. Tapahtumakävijät

Tapahtumakävijöiden luokkaan kuuluvien matkailijoiden tavoittamiseksi paikallisten toimijoiden ja yhteisön on pystyttävä vastaanottamaan suurempia määriä matkailijoita kerrallaan. Lisäksi tapahtumien lukumäärä ja jakaantuminen vuoden varrelle ovat vaikuttavia tekijöitä, kuten myös tapahtumien laatu ja arvokkuus.

8.3.4. Kansainväliset matkailijat

Kansainvälisten matkailijoiden lukumäärä ei perinteisesti ole ollut kovin suuri seudullamme. Ylivoimaisesti suurin Suomessa ja Pohjanmaalla vieraileva ryhmä ovat ruotsalaiset, ja lähin matkustajasatama ja lentokenttä ovat Vaasassa. Närpiössä on pitkä ulkomaille muuttamisen historia, minkä vuoksi paikkakuntaan on sidoksissa maasta muuttaneita tai heidän sukulaisiaan. Suhteellisen suuri osa Närpiön paikallisväestöstä on lähtöisin muista maista, mikä sinänsä voi toimia pohjana houkuttelemaan matkailijoita muista maista.



9. LAAJA ELÄMYSTARJONTA

Matkakohteen jalostusarvo kasvaa matkailijan käyttäessä enemmän rahaa ruokaan, majoitukseen, aktiviteetteihin ja paikallisliikenteeseen. Vastuu tuotekehityksestä on pohjimmiltaan vierailuelinkeinolla. Yrittämisen lisääminen alalla ja liiketoiminnan kehittämiskyky ovat erittäin tärkeitä. Elämykset voidaan jakaa teeman perusteella ryhmiin, jotka matkailijoiden on helppo löytää. Valitut teemat toimivat lähtökohtana tulevalle tuotekehitykselle ja markkinoinnille.

9.1. Lapset ja perheet

Teemaan Lapset ja perheet sisältyvät elämykset, joista aikuisilla ja lapsilla on yhteistä iloa. Närpiössä on suhteellisen hyvin tarjolla juuri matkaileville perheille kehitettyä toimintaa, erityisesti kesäaikaan. Närpiössä vakituisesti asuvilla on lisäksi paljon vapaa-ajan harrastusmahdollisuuksia.

9.2. Luonto ja seikkailu

Tähän teemaan kuuluvat Närpiössä tarjolla olevat luontoaiheiset elämykset. Muun muassa rannikko ja meri tarjoavat hienoja kohteita. Tämän teeman kehittäminen edellyttää paikallisen vierailuelinkeinon aktiivista tuotekehitystä, mutta myös matkailuun liittyvän infran ja saavutettavuuden, kuten teiden ja merkittyjen reittien, parantamista. Saatavilla on oltava kuljetuspalveluja, aktiviteetteja, majoitusta, ruokaa, neuvontaa ja oppaita.

9.3. Kulttuuri

Aidoista kulttuurielämyksistä kiinnostuneille matkailijoille on tällä hetkellä tarjolla muun muassa kirkkotallit, Öjskogin puiston monine museoineen, Frank Mangs Center, Närpiön Teatteri ja Frans Henriksonin sali taidehalleineen. Lisäksi paikkakunnalla on useita vierailijoille avoimia yksityisiä ateljeetiloja sekä kotiseutumuseot Ylimarkussa ja Pirttikylässä. Kaupungissa on myös paljon musiikin ja tanssin harrastajia, kuten esim. Närpiön kouluosoittokunta ja paraatiryhmä Närpes Drill.

9.4. Tapahtumat

Närpiön ulkopuolelta kävijöitä houkuttelevien tapahtumien lisääminen lisää myös yöpymisiä majoituspaikoissamme. Epäsuorasti tapahtumat vaikuttavat myös paikkakunnan elinvoimaisuuteen ja houkuttelevuuteen, mikä hyödyttää myös Närpiön omia asukkaita. Nyt järjestetään jo kahta profiloitunutta tapahtumaa: Tomaattikarnevaalit ja Närpes Mat & Mystik ('Närpiön ruoka & mystiikka'). Lisäksi järjestetään joitakin pienempiä tapahtumia, kuten Kohtaa kevät (Mittistan), joulun avajaiset sekä tansseja ja muita eri paviljongeissa ja muissa tiloissa järjestettäviä tapahtumia.

9.5. Kokoukset ja konferenssit

Frans Henriksonin sali ja Frank Mangs Center ovat esimerkkejä tiloista, joissa voidaan järjestää konferenssimatkailijoille suunnattuja kokouksia ja konferensseja.



10. SAAVUTETTAVA MATKAKOHDDE

Närpiön saavutettavuus matkakohteena on edellytys vierailuelinkeinon kehittämiselle kuin myös sille, että yritykset uskaltavat investoida toimintaansa. Närpiön kaupungin, Visit Närpesin ja vierailuelinkeinon toimijoiden on yhdessä toimittava matkakohteen saavutettavuuden edistämiseksi.

10.1. Matkakohteeseen saapuminen ja siellä liikkuminen

Useimmat Närpiössä kävijät ovat riippuvaisia autosta. Ympäristö- ja kestävyysnäkökulmat huomioiden voidaan kehittää joukkoliikenteen kuljetuksia ja edellytyksiä toimivalle infralle:

- Mahdollisimman monta bussiyhteyttä Närpiöön.
- Toimivien teiden, turvallisten pyöräteiden ja merkittyjen reittien saatavuus.

10.2. Vieraanvaraisuus

Matkailijan miellyttävä kohtelu kaikkien matkakohteessa vaikuttavien toimista voi olla ratkaisevaa yleisen matkakokemuksen kannalta. Vieraanvaraisuus ja myönteisen kokemuksen tarjoaminen matkailijalle on kaikkien asukkaiden yhteisellä vastuulla.

10.3. Esteettömyyden parantaminen erityisryhmiä varten

Myös liikuntavammaisten ja henkilöiden, joilla on toimintarajoitteita, on voitava päästä Närpiöön. Paikan päällä kaupungissa heidän on myös voitava osallistua paikkakunnan tarjoamiin elämyksiin esteettömästi.

11. TAPAHTUMIA YMPÄRI VUODEN

Paikkakunnalla järjestettävillä tapahtumilla on suuri merkitys. Kävijöitä Närpiöön houkuttelevat tapahtumat tuottavat tuloja, jotka hyödyttävät elinkeinoelämää monin tavoin. Itse tapahtuman lisäksi tuloja syntyy matkoista, majoituksesta, ostoksista, ravintolakäynneistä ym. Tapahtumamatkailun tavoitteena on, että tapahtuma:

-
- On linjassa vision ja strategisten tavoitteiden kanssa
- Lisää osaltaan Närpiön kasvua
- Houkuttelee kävijöitä ulkopuolelta ja tuo lisää yöpymisiä majoituspalveluillemme
- Vahvistaa Visit Närpes –brändiä ja lisää Närpiön vetovoimaa
- Kiinnostaa mediaa ja lisää Närpiön arvostusta ja mainetta
- Edistää kestävyttä ja kestäviä arvoja
- On esteettömästi saavutettavissa

On tärkeää, että kaupunki, yhdistykset ja elinkeinoelämä yhdessä kehittävät tapahtumamatkailua ja mahdollistavat tapahtumatarjonnan lisäämisen. Dynamo Närpesin on oltava käytettävissä, kun tapahtuman järjestäjä tai omistaja tarvitsee tukea tai apua. Jokaisella suuremmalla tapahtumalla on oltava selkeät tavoitteet ja suunnitelmat sekä selkeä omistajuus ja vastuunjako.



12. TEHOKAS MARKKINOINTI

Matkailijoita houkuttelevaksi matkakohteeksi tuleminen vaatii muutakin kuin hyvän valikoiman palveluja ja tuotteita. Löytääkseen Närpiön matkakohteena asiakkaiden on myös tunnettava tarjolla olevat palvelut ja tuotteet. Markkinointiin ja viestintään on panostettava, jotta Närpiöstä saataisiin luotua kilpailukykyinen vaihtoehto markkinoilla. Markkinoinnin lähtökohtana on aiemmin esitetty brändistrategia. Markkinoinnin ja vierailijoiden kanssa käytävän vuoropuhelun hoitavat Visit Närpes ja hotelli- ja ravintola-alan yritykset yhteistyössä matkailualasta laajemmin vastaavien alueellisten ja kansallisten toimijoiden kanssa. Tulevaisuudessa yhteistä markkinointia vahvistetaan ja pitkällä aikavälillä myös rahoitetaan laajemmin yhdessä.

12.1. Myynti ja markkinointi

Vierailuelinkeinon markkinoinnin on oltava segmentoitua saavuttaakseen kunkin kohderyhmän. Vierailuelinkeinon tuotteiden on oltava saatavilla ja varattavissa.

12.2. Matkailuneuvonta ja kävijäpalaute

Matkailuneuvontaa on tällä hetkellä tarjolla Dynamo Närpesin toimesta ympäri vuoden ja kesäaikaan torilla, kesäkuun puolivälistä elokuun puoliväliin. Matkailuneuvontapisteen lisäksi on tarjottava matkailuneuvontaa niille matkailijoille, jotka eivät käy Närpiön keskustan matkailuinfossa. Tämä voidaan saavuttaa vuorovaikutteisen, ajantasaisen ja yksityiskohtaisen digitaalisen viestinnän avulla. Eri puolille Närpiötä voidaan myös luoda lisää infopisteitä kouluttamalla matkailuyrittäjiä. Visit Närpesin verkkosivuston ja sosiaalisen median sisältöjen kehittäminen tarjoaa tilaisuuden rakentaa suhde kävijään sekä ennen matkaa, sen aikana, että sen jälkeen. Yhä useammat kävijät haluavat jakaa matkakokemuksensa muiden kanssa. Kuvat ja mielenkiintoiset tarinat tunnisteella #visitnärpes voivat houkutella uusia kävijöitä. Olisi myös aktiivisesti käytettävä vierailijoiden luomaa sisältöä markkinoinnissa.

13. JOHTAMINEN JA YHTEISTYÖ MATKAKOHOITEESSA

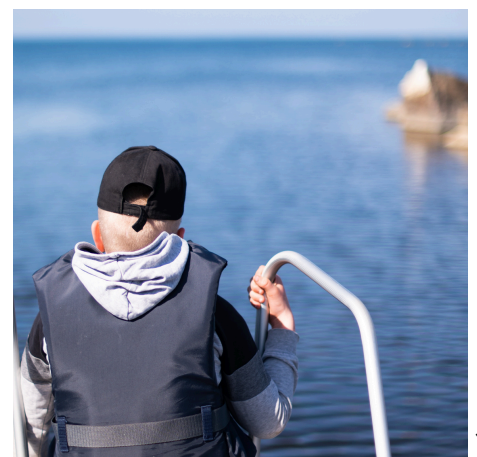
Lähtökohtana on suhteellisen kehittymätön vierailuelinkeino ja strategisten tavoitteiden saavuttaminen edellyttää yhteistyön lisäämistä, toimivaa tehtävien jakoa sekä selkeää johtajuutta.

13.1. Yhteistyön lisääminen vierailuelinkeinon piirissä

On tärkeää luoda yhteisen tavoitteen ympärille yhteistyökuvio, jossa kaikki puhaltavat yhteen hiileen. Aktiivinen liiketoiminnan kehittäminen ja tuotekehitys toimijoiden kesken on välttämätöntä, ja Dynamo Närpesin ja Närpiön kaupungin tulisikin tämän saavuttamiseksi pyrkiä saattamaan yhteen vierailuelinkeinon toimijoita.

13.2. Hyvätehtävien jako

Selkeä ja toimiva tehtävien jako lisää toimijoiden välistä luottamusta.



14. TIIVISTELMÄ TOIMENPITEISTÄ

VAHVAN MATKAILUBRÄNDIN KEHITTÄMINEN

Visit Närpes –brändin selkeyttäminen, kehittäminen ja vahvistaminen.

VIERAILUELINKEINON VAHVISTAMINEN

Vierailuelinkeinon parissa toimivien yrittäjien lisääminen ja matkailuelinkeinon aseman vahvistaminen Närpiössä.

ASIAKAS- JA MARKKINAKESKEISYYS

Tunnistetaan ja keskitytään niihin kohderyhmiin, joita meillä on parhaat edellytykset vetää puoleemme. Ostovoimaiset asiakasryhmät ovat erityisen kiinnostavia.

LAAJA ELÄMYSTARJONTA

Visit Närpes kehittää elämystarjontaa kävijöiden houkuttelemiseksi. Tapahtumat ovat osa elämyksistä, ja elämyksiä on oltava tarjolla ympäri vuoden.

TEHOKAS MARKKINOINTI

On kehitettävä luovaa ja resurssitehokasta markkinointia.

ESTEETÖN JA SAAVUTETTAVA MATKAKOHDE

Vieraanvaraisuus ja ruoan, asumisen, neuvonnan ja kuljetuspalvelujen saatavuus. Närpiön on oltava esteetön ja saavutettava matkakohde.

TAPAHTUMIA YMPÄRI VUODEN

On kehitettävä vahvempi tapahtumakapasiteetti.

JOHTAMINEN JA YHTEISTYÖ MATKAKOHTEESSA

Tarvitaan selkeää johtajuutta, lisää vierailuelinkeinon sisäistä yhteistyötä sekä toimiva tehtävien jako Närpiön matkailun parissa työskentelevien organisaatioiden kesken.

15. NÄRPIÖN MATKAILUN ORGANISAATIO

15.1. Yhteistyön lisääminen vierailuelinkeinon parissa

Tarvittavien toimenpiteiden tehokas koordinoiminen edellyttää kaikkien matkailualan osapuolten tiivistä yhteistyötä. Dynamo Närpes omistaa ja ylläpitää Visit Närpes -brändiä ja koordinoi matkailun kehittämistä Närpiössä. Närpiön kaupunki rahoittaa tätä toimintaa ostamalla palveluja. Matkailualan toimijoille järjestetään joka vuosi alan kokoontuminen, jossa esitellään saatavilla olevat mittauskelpoiset tilastot sekä ehdotuksia uusiksi toimenpiteiksi. Toiminnan ohjaamiseksi on perustettu yhteinen matkailuvaliokunta, joka seuraa kehitystä ja antaa suuntaviivat tärkeimmille toimenpiteille. Valiokunnan organisaatio rakentuu seuraavasti:

MATKAILUSTRATEGIA

VISIT NÄRPES MATKAILUVALIOKUNTA

- Närpiön kaupunki
 - hallintojohtaja
 - kulttuurivastaava
- Yrittäjähdistys Närpes Företagare rf.
 - edustaja
- NFF rf.
 - edustaja
- Dynamo Närpes
 - tj
- Asiantuntijoita

NÄRPIÖN
KAUPUNGINHALLITUS

TOTEUTUS

15.2 Alueellinen yhteistyö muiden kanssa

Tavoitteena on sujuvan yhteistyön kehittäminen lähikuntien kanssa, jotta Närpiön seutu muodostuu vahvaksi ja elinvoimaiseksi alueeksi Pohjanmaan maakunnassa. Maakuntarajat ylittävää yhteistyötä tehdään erityisesti sen antaessa kaupungille lisäarvoa.

16. MATKAILUSTRATEGIAN PÄIVITTÄMINEN

Närpiön kaupunginhallitus tarkastaa, päivittää ja hyväksyy tämän strategian joka viides vuosi.

