

FCG Planeko Oy

Savonlinnan kaupungin matkailualueet

Tausta-aineistoa

Savonlinnan matkailun kehittämisen lähtökohdat

- Savonlinna on Suomen järvimatkailun pääkaupunki
- Matkailu kehittyy myönteisesti ja kiinnostaa myös sijoittajia
- Savonlinnan matkailu tarvitsee "uutta virtaa"
- Savonlinnan kaupunkikeskustassa, sen läheisyydessä ja laajalla kaupunkialueella on useita olemassa olevia ja mahdollisia matkailualueita kehittämiskohteiksi
- Uudet, ulkopuoliset operaattorit ja investorit ovat tervetulleita



Taustaa matkailusta

Valtakunnallinen matkailustrategia, 2006

- Luoda edellytykset ympärivuotiseen matkailun ja ammattimaisen yritystoiminnan kehittymiselle
- Matkailun kasvun strategiset painopistealueet ovat matkailukeskusten kehittäminen ja teemapohjaisten tuotteiden ja palvelujen kehittäminen
- Kärkituotteet: vesistötuotteet, hyvinvointimatkailutuote, tapahtumat, kokous-, kongressi- ja incentivematkailu, lyhytlomat, kiertomatkailu

Etelä-Savon matkailustrategia (2007-2013)

- Etelä-Savon matkailukeskittymät ovat Mikkeli, Savonlinna ja Heinävesi
- Toimenpidesuosituksukset: 1) Savonlinnan matkailu keskittyy järvimatkailukeskuksen luomiseen, toimijoiden yhteistyöhön ja alueen kokonaisvaltaiseen suunnitteluun, 2) Kehitetään vesistö-, kulttuuri- ja hyvinvointiteemoihin pohjautuvia tuotteita, tapahtumia ja palveluita ja 3) Ylläpidetään matkailun kehitysprosessia ja luodaan suotuisaa kehitysilmapiiriä

Savonlinnan visio

**” Savonlinna on vetovoimainen Saimaan saariston
keskuskaupunki, jossa ihmisen on hyvä elää”**

(kj. Janne Laine 14.5.2007)

Savonlinnan kaupungin strategiset päämäärät:

- 1) Saimaan vesistön ja historiallisuuden avulla vahvistetaan Savonlinnan omaleimaisuutta Suomen kauneimpana kaupunkina
- 2) Savonlinnassa tehdään strategista elinkeinopolitiikkaa, joka on yritys- ja yrittäjälähtöistä
- 3) Koulutusta ja osaamista kehitetään yritys- ja korkeakoulutusta vahventavasti
- 4) Liikenneyhteyksiä parannetaan
- 5) Kehitetään ja turvataan laadukkaiden palvelujen saatavuus
- 6) Kannustetaan henkilöstöä sitoutumaan tavoitteisiin
- 7) Talous tasapainotetaan
- 8) Uudistetaan päätöksenteko- ja hallintojärjestelmää

Savonlinnan visio

Matkailuun liittyviä strategisia päämääriä:

- Matkailumarkkinointiyhteistyö Saimaan matkailun vahvistamiseksi Lapin kaltaiseksi brändiksi, jossa Savonlinnasta on tullut johtava ja innovatiivinen ympärivuotinen matkailukeskus, kylpylätoimintojen ja loma-asumisen kehittäminen (wellness-, kulttuuri- sekä järvi-, kalastus- ja luontomatkailu); Innovaatiokeskus Oy ja Savonlinnan Matkailu Oy
- Maailman tunnetuimpiin kuuluvan Savonlinnan Oopperajuhlien, luovan talouden, kulttuurimatkailun ja –yrittäjyyden avulla syntyvä vahva elinkeinoala
- Puistokadusta Suomen johtavin ja kansainvälisesti merkittävä matkailun osaamis- ja koulutuskeskittymä; professuurit
- Saavutettavuus Venäjälle on parantunut, vahvistuva lentoliikenne ja charterlennot, Saimaan väyläyhteyden vahvistaminen, ohituskaistojen lisääminen valtatieyhteyksissä

Savonlinnan seudun elinkeinostrategia 2008

”Savonlinnan seudusta vetovoimainen ja kasvava talousalue”

Savonlinnan seudun strategiset päämäärät matkailun osalta:

- Savonlinnan seudusta on tullut yksi Suomen johtavista ja innovatiivisimmista ympärivuotisista matkailukeskuksista, joka hyödyntää Saimaa –brändiä, ainutlaatuista järviluontoa sekä Savonlinnan oopperajuhlien ja muiden seudun kulttuuritoimijoiden korkeatasoista tarjontaa tehokkaasti. Matkailu on voimakkaasti kansainvälistynyt mm. suorien charterlentojen ansiosta
- Savonlinnan seudulla on vahvistuva kaupallinen keskus sekä kasvavaa hyvinvointialan yritystoimintaa, erityisesti seudun merkittävä wellnesspalvelukeskittymä on voimistunut ja saanut uusia markkinoita Venäjältä
- Vastuulliset toimijat: savonlinnan seudun Yrityspalvelut, Savonlinnan Matkailu Oy, Teknologiapuisto Noheva, Savonlinnan Innovaatiokeskus Oy
- Oppilaitokset: Sami, Mamk, Joy, LTY

FCG Planeko Oy

Savonlinnan matkailuyritysten strategiset linjaukset 2007-2012

SWOT

<p>Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - hyvä matkailukaupungin imago - ainutlaatuinen järviluonto ja vetovoimaiset käyntikohteet - Savonlinnan Oopperajuhlat - matkailun peruskluusteri: wellness-osaaminen, kulttuurimatkailu, koulutus ja kehittäminen 	<p>Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - strategisen yhteistyön puute - alhainen verkostoitumisen aste - palvelujen saatavuus – tuotteistaminen ja paketointi - heikot kansainväliset kumppanuudet - saavutettavuus - investointien puute
<p>Uhat</p> <ul style="list-style-type: none"> - ei synny uusia matkailuinvestointeja -toimintaympäristön heikkeneminen - kuntatalouden ja infran romahtaminen - saavutettavuuden heikkeneminen 	<p>Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - yhteisen tahtotilan löytäminen - profiloituminen järviluontomatkaailun keskuksena - Savonlinnasta Saimaan alueen matkailun veturi - Retkiluistelu - loma-asuntokonseptin kehittäminen - kesämatkailukauden kehittäminen ja vahvistaminen - vastaaminen kysyntään uusilla tuotteilla eri vuodenaikoina



Visio 2012

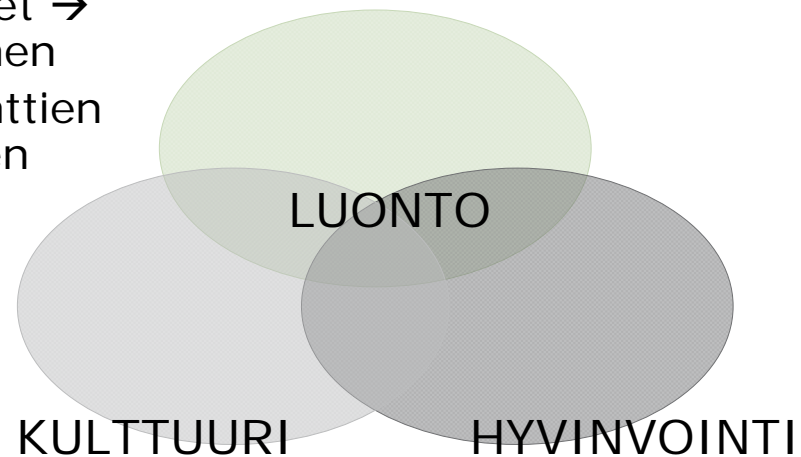
Järvimatkailun pääkaupunki Euroopassa

- Savonlinna osana Saimaata on tunnettu matkailubrändi Euroopassa ja kilpailukykyinen järvimatkailukohde.
- Savonlinnan palvelukokonaisuus ylittää asiakkaan odotukset. Asiakkaat valitsevat Savonlinnan, koska se pystyy tarjoamaan heille jatkuvasti uusia elämyksiä ympäri vuoden.
- Savonlinnan Matkailu ry:n jäsenyritysten liikevaihto kasvaa 5-10 prosenttia vuodessa.

Tuotestrategia – mitä?

Asiakaslähtöiset tuotekokonaisuudet

- Järviluonnon kokeminen
- Talven kärki retkiluistelu
- Perinne ja kulttuurielämykset → "paikan henki" samaistuminen
- Hyvinvointi: luonnonelementtien kokeminen, henkilökohtaisen hyvinvoinnin lisääminen



Kenelle? Asiakasstrategia

- Luontoarvoista kiinnostuneet kuluttajat, jotka arvostavat puhdasta järviluontoa ja sen tarjoamia elämyksiä
 - +45 kotimaa, erityisesti pääkaupunkiseutu
 - Kv-markkinat: Venäjä, saksankielinen Eurooppa, Etelä-Eurooppa
 - Kv-teemat: mökkilomat, kulttuuri, lastenmatkat, MICE, suomalaiset perinteet
 - Lisämyynti nykyisille ooppera-asiakkaille

Miten? Markkinointistrategia

- Suora yhteys asiakkaaseen: ennakolta tietoa asiakkaasta, tehokas lisämyynti ja jälkimarkkinointi
- Elämysten tuottaminen asiakkaille palveluketjun eri vaiheissa
- Tuotteita on helppo ostaa; jakeluketju tuottajalta asiakkaalle mahdollisimman lyhyeksi
- Luodaan strategisia kumppanuuksia palvelujen tuotantoon ja markkinointiin

Konkreettiset toimenpiteet

- Sesonkien pidentäminen
 - Lisäviikko oopperaa
 - Elokuvajuhlat
 - Uuden vuoden sesonki
 - Hiihtolomasesonki
 - Talven rakentaminen retkiluistelu edellä
- Vahva panostus kv-markkinointiin
 - Venäjä, Saksankielinen Eurooppa ja Etelä-Eurooppa
 - 20-30 % kasvutavoite kaikissa markkinoissa

Imago

- Savonlinna-brändin kehittäminen
Mahdollisia teemoja esimerkiksi:
 - Siniset puhtaat järvet
 - Kansallispuistot ja kansallismaisema
 - Hyvä mieli ja hyvä olo
 - Olavinlinna: historia ja ooppera
- Yhteisen logon valitseminen ja lanseeraaminen imago-elementtien pohjalta

Kriittiset menestystekijät

- Tiivis yrittäjien ja sidosryhmien strateginen yhteistyö
- Alueen toimijoiden sitoutuminen pitkäjänteiseen kehitystyöhön ja tuotekonsepteihin
- Onnistunut imagon ja brändin luominen
- Toimiva sähköisen liiketoiminnan arkkitehtuuri
- Investointien käynnistyminen (yksityiset ja julkiset)
- Tehokas yhteyden luominen asiakkaisiin ja tarjonnan monipuolistaminen asiakaslähtöisesti
- Edelläkävijyys uusien tuotteiden lanseerauksessa
- Oopperajuhlien kehittyminen ja kasvu
- Wellness-liiketoiminnan kehittyminen
- Yhteistyö Metsähallituksen kanssa järvialueilla

Kehittämistoimenpiteet 2007-2013

- Vaihe I
 - Matkailuyritysten ja -yhdistysten selkeämpi aktivointi – yhteinen tahtotila
 - Ohjelmapalveluyritysten kehittäminen ja investoinnit
 - Varausjärjestelmän käytön kehittäminen
 - Infran vahvistaminen (kaupunki, satamat, reitistöt, opasteet)
 - Laadun ja palvelukulttuurin hallinta: laatujärjestelmän toteutus kohde- ja yritystasolla – DQN-hanke
 - Maankäytön ja kaavoituksen suunnittelu
- Vaihe II
 - Investointien lisääminen (mökkirakentaminen, hotelli-investoinnit)
 - Tuote-, asiakas- ja markkinointistrategioiden toteuttaminen
 - Kehittämishankkeet/ohjelmat; osaamisen ja yrittäjyyden kehittäminen
- Vaihe III
 - master plan