



Himos-Jämsä
on elinvoimaa,
hyvinvointia ja
elämyksiä vuoden
jokaisena
päivänä

Matkailustrategia

2022-2026

HIMOS ♥ JÄMSÄ

MATKAILU- STRATEGIAN SISÄLTÖ



1. MIKSI?

sivu 5

- Strategiatyön prosessi
- Matkailun nykytila Jämsässä
- Jämsän matkailu osana muuta strategista kehittämistä
- Toimintaympäristön muutos



2. MIHIN TÄHTÄÄMME 2022-2026 JA MITEN?

sivu 13

- Visio
- Tavoitteet
- Strategiset teemat ja toimenpiteemme
- Kohderyhmät ja markkinat



3. MITEN TOIMIMME JA JOHDAMME KOKONAISUUTTA?

sivu 23

- Tiedolla johtaminen
- Toimintamalli ja roolit
- Kasvun kumppanit

HIMOS ♥ JÄMSÄ

MATKAILUSTRATEGIA 2022-2026

MIKSI?

HIMOS-JÄMSÄN KEHITYSKOHEET:

Luontomatkailijan tarpeisiin vastaava infra ja informaatio

Himos-Jämsä ympärivuotiseksi matkailualueeksi

Strategioiden toimeenpano ja johtaminen

Digitaalisen markkinoinnin ja myynnin osaaminen

Matkailuyritysten ja kaupungin välinen yhteistyö

MITEN?

-STRATEGISET TEEMAT

YMPÄRIVUOTINEN KASVU

Kasvatamme ympärivuotista kysyntää

VASTUULLISUUS

Kehitämme matkailua resurssiviisaasti paikallisia ihmisiä ja yrityksiä kunnioittaen

LUONTOREITISTÖT • LUMOAVA HIMOS-JÄMSÄ BRÄNDI JA YHTEISMARKKINOINTI • ASUKKAIDEN OSALLISUUS • TYÖVOIMAN SAATAVUUS • HIMOS, KESKUSTA JA KYLÄT

KILPAILUKYKY

Johdamme ja kehitämme alueen matkailua tietoon pohjautuen

Kehitämme digitaalisen markkinoinnin ja myynnin osaamista yrityksissä ja digitaalista asiakaspolkua

Toimeenpanemme yhteispäätöksiä ketterästi käytäntöön

MATKAILUN KYSYNNÄN, TARJONNAN JA VAIKUTTAVUUDEN ANALYSOINTI • MATKAKOHTENA DIGITAALISESTI NÄKYVÄ JA OSTETTAVISSA JOKA PÄIVÄ. • MATKAILUN JOHTORYHMÄ JA KUMPPANUUSMALLI

MIHIN TÄHTÄÄMME? -TAVOITTEET

Himos-Jämsä on elinvoimaa, hyvinvointia ja elämyksiä vuoden jokaisena päivänä

Himos-Jämsä 300 000 rekisteröityä yöpymistä ympäri vuoden

Aktiivisen luontomatkailijan vastuullinen paratiisi

Houkuttelee ja on ostettavissa joka päivä

Kestävää kasvua, investointeja ja työpaikkoja yhteistyöllä

STRATEGIALLA TIIVIIMPÄÄ YHTEISTYÖTÄ



Viime vuosina tapahtuneet muutokset matkailualalla, alan herkkyys ulkopuolisille ennustamattomille tapahtumille sekä Jämsän rakennemuutos ovat osoittaneet, että seudun elinvoima on entistä riippuvaisempi matkailun yhteisestä kehittämisestä.

Himos-Jämsän matkailustrategia vuosille 2022-2026 ohjaa koko matkailun toimialaa tiiviimpään ja suunnitelmallisempaan yhteistyöhön rakentaen Himos-Jämsästä tunnetumman matkailualueen, jossa päätöksiä tehdään yhteisesti koko aluetta koskien. Ymmärrys siitä, että matkailukaupungin yhteinen kehittämisen tahtotila on koko alueemme kilpailuetu, on kasvanut strategiaprosessin aikana.

Strategiassa määritellään merkittävimmät kehittämisen kärkiteemat matkailun toimintaympäristön vahvistamiseksi ja kasvun tavoitteet vuosille 2022-2026. Matkailustrategian toimenpiteitä seurataan matkailun johtoryhmässä, joka kokoontuu neljä kertaa vuodessa. Ryhmä tulee myös tekemään päätöksiä matkailun kehittämisen yhteisistä toimenpiteistä ja esimerkiksi tulevista hankkeista. Himos-Jämsän matkailustrategiassa on huomioitu keskeiset kehittämisteemat Suomen matkailustrategiasta sekä Keski-Suomen matkailustrategiasta.

Strategiatyö sai alkunsa yhdessä pohditusta kehittämishankkeesta. Hankkeeseen on yhdistetty alueen ulkoilureitti- ja opastussuunnitelma, reittitoimitukset, sekä toimintamalli reitistöjen kunnossapitoon ja kehittämiseen. Luontomatkailun kehittäminen on tunnistettu yhdeksi tärkeäksi osaksi matkailun ympärivuotista kehittämistä Himos-Jämsässä kuten myös kestävyys ja digitaalisuus. Hankkeen ohjausryhmässä on ollut mukana aktiivisesti alueen keskeiset pienet ja suuret matkailutoimijat. Lisäksi hankkeen rinnalla on toiminut suurempi operatiivinen kehittämisen työryhmä.

Himos-Jämsän matkailustrategia on laadittu Jämsän kaupungin matkailu- ja markkinointitiimin koordinoimana yhteistyössä Flowhouse Oy:n, hankkeen ohjausryhmän ja sidosryhmien kanssa. Matkailustrategiaa on tehty laajassa vuorovaikutuksessa kyselyiden ja työpajojen avulla, joihin osallistui noin 200 toimijaa. Prosessissa on huomioitu yrittäjien, kaupungin henkilöstön, päättäjien ja asukkaiden näkemyksiä.

Saavuttaaksemme 300 000 rekisteröidyn yöpymisen tavoitteen ja ollaksemme houkutteleva ympärivuotinen matkakohde, joka on ostettavissa vuoden jokaisena päivänä, tarvitsemme tiivistä yhteistyötä ja sitoutumista toimijoiden välillä. Siksi myös uusi kumppanuusmalli kaupungin ja yritysten välillä tullaan toteuttamaan yhtenä strategian toimenpiteistä.

Lämmin kiitos kaikille strategiatyöhön osallistujille. Tästä mielenkiintoinen työ jatkuu!

Ulla Haggrén
matkailu- ja markkinointijohtaja
Jämsän kaupunki

MIKSI?

- Strategiatyön prosessi
- Matkailun nykytila Himos-Jämsässä
- Jämsän matkailu osana muuta kaupungin, maakunnan ja Suomen strategista kehittämistä
- Toimintaympäristömme muutokset



YHDESSÄ TEHDEN

Himos-Jämsän matkailustrategian suunnitteluun 8/2021-2/2022 osallistui yli 200 toimijaa ja asukasta.

Alkukyselyt asukkaille, yrityksille, päättäjille ja kehittäjille

Kyselyiden tavoitteena oli koota yhteen näkemyksiä Himos-Jämsä matkailualueen mahdollisuuksista ja kehittämisen painopisteistä sekä matkailun vaikutuksista jämsäläisten arkeen

Työpajoja ja yhteistilaisuuksia, matkailuyrityksille, päättäjille ja matkailun kehittäjille

Strategiaryhmätyöskentely

Alueen yrityksistä ja kaupungin edustajista koottu ryhmä linjasi strategian valinnat ja ohjasi strategian koostamisesta vastanneen FlowHousen työtä.

YMMÄRRYS

Missä olemme nyt?
Mikä selittää menestyksemme tähän asti?
Mihin perustamme näkemyksemme?



NÄKEMYS

Mihin tulevaisuuden kilpailuun ja toimintaympäristöön valmistamme Himos-Jämsän matkailua?
Mihin muutoksiin meidän tulee reagoida ollaksemme kilpailukykyisiä?



VALINNAT

Miten päätämme toimia ja menestyä tulevaisuudessa? Mitkä ovat valintamme, tarjontamme, asiakassegmenttien ja asiakkaille tuotettavan asiakasarvon osalta?



TOTEUTUS

Miten toteutamme valitut muutokset?
Miten johdamme toteutusta?



STRATEGIATYÖN TAVOITTEET

STRATEGIAN MÄÄRITTELY

Yhteisesti laaditulla strategialla vahvistetaan ja selkeytetään Himos-Jämsän matkailukehittämisen ja -markkinoinnin kohdennusta ja panostuksia. Selkeytetään koordinoivaa edustajuutta ulkoisissa sidosryhmissä sekä luodaan edellytykset suunnitelmalliseen kehittämiseen ja kestäväan kasvuun.

TOIMINTAMALLIT JA ROOLIT

Luodaan malli, jossa on koordinoitu eri matkailutoimijat vastaamaan koko matkailualueen hyvinvoinnista. Toimintamallilla pyritään vastaamaan markkinamurroksesta ja poikkeustilasta elpyvään kovaan matkailukilpailuun. Ketterällä toiminnalla haetaan jatkuvaa reagointikykyä toimialan ja sen liiketoimintaympäristön mahdollisuuksiin ja muutoksiin.

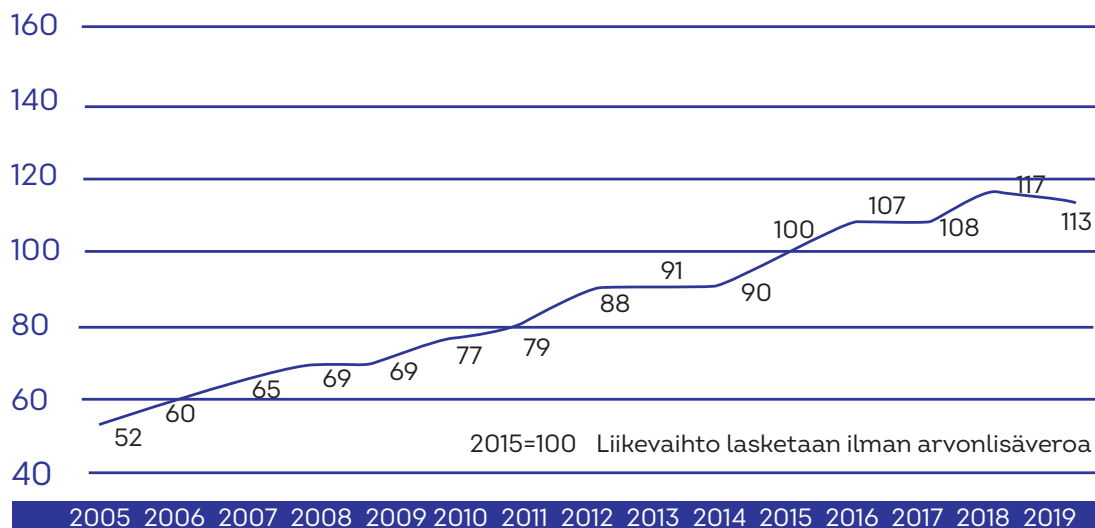
TIEDOLLA JOHTAMINEN

Himos-Jämsässä on käytössä johtamis- ja toimintamalli, jossa tietoa hyödynnetään ja analysoidaan tietoa ja dataa tuodaan osaksi päätöksentekoprosessia

MATKAILUN NYKYTILA HIMOS-JÄMSÄSSÄ

43 710 308 € Himos-Jämsän matkailuyritysten Tilastokeskuksen rakenne- ja tilinpäätös-tilastosta yhteenlasketut tilinpäätöksen mukaiset liikevaihdot 2018.

Jämsän matkailun liikevaihdon kehittyminen



40 %

Himos-Jämsän kotimaisten yöpymisten kasvu 2021
(vrt. koko Suomi yhteensä 28%).

273 355

Himos-Jämsän rekisteröityneet yöpymiset tammi-joulukuu 2021.

92,7 %

Prosenttiosuus jämsäläisistä, joiden mielestä (2021) Jämsässä tulee aktiivisesti tavoitella matkailun kasvua.

93,4 %

Prosenttiosuus jämsäläisistä, joiden mielestä (2021) matkailun vaikutus Jämsään on positiivinen.

71 %

Prosenttiosuus strategiatyön lähtökyselyyn vastanneista yrityksistä, jotka ilmoittivat että yrityksessä on meneillään tai käynnistymässä kehittämishankkeita.

33 %

Prosenttiosuus strategiatyön lähtökyselyyn vastanneista yrityksistä, jotka ilmoittivat harkitsevan tai päättäneen investoinnista Himos-Jämsän matkailukeskukseen.

66

Himos-Jämsän matkailuyritysten toimipaikat 2018 YTR:n mukaan.

247

Henkilöstömäärä (2018) Himos-Jämsän matkailuyrityksissä

MATKAILUN NYKYTILA HIMOS-JÄMSÄSSÄ

HIMOS-JÄMSÄN VAHVUUDET MATKAILUALUEENA

Himos-Jämsän maantieteellinen sijainti ja saavutettavuus

Jämsän sijainti keskellä Suomea ja isoja kotimaisia asiakasryhmiä.

Veturiyrityksiä, jotka ovat vakiinnuttaneet asemansa markkinoilla sekä monipuolinen matkailuyritysten verkosto alueella

4. suurin hiihtokeskus ja yli 200 suurtapahtumaa vuodessa.

Matkailun kasvu alueella ja luottamus alueen potentiaaliin tulevaisuudessa

Yrityksissä kehittämishankkeita ja uusia investointeja Himos-Jämsän matkailualueelle.

Matkailun yöpymiset ovat kasvaneet 2015 alkaen.

Himos-Jämsän yhteistyö

Yhteismarkkinoinnin toimenpiteet ovat olleet tuloksellisia. Yhteinen ymmärrys eri toimijoiden ja yritysten rooleista ja viestintä matkailun kehittämisestä ja vaikuttavuudesta koettiin puutteelliseksi.

YHDESSÄ PARANNETTAVIA KILPAILUTEKIJÖITÄ

Himos-Jämsän tunnettuus

Himos tunnetaan, mutta kuinka parannetaan erottautumista muista matkailualueista ja kiinnostavuutta luontomatkailukohteena?

Strategian toimeenpano ja johtaminen

Ei selkeitä toimintatapoja ja foorumeja yhteispäätösten tekemiseen. Tarvitsemme luotettavaa, ajantasaista tietoa ja sen ymmärryksen perustuvaa päätöksentekoa.

Luontomatkailijan tarpeisiin vastaava infra

Luontomatkailu yhdistää Himoksen ja Jämsän tarjontaa laajasti. Haasteena puutteellinen luontomatkailun infra (reitistöt, luontokohteet ja vesistömatkailu) ja siitä viestiminen.

Himos-Jämsän sisäinen saavutettavuus

Liikkuminen edellyttää omaa/vuokra-autoa, julkinen liikenne ja matkaketjut puuttellisia. Informaatio alueella liikkumisesta, palveluiden aukioloajoista jne. pirstaloitunutta.

Digitaalisen markkinoinnin ja myynnin osaaminen ja digitaalisen ekosysteemin kehitystyö

Alueen digitaalisen ostettavuuden ja paketoinnin kehittäminen ja digitalisaation kasvumahdollisuuksien hyödyntäminen matkailussa alkuvaiheessa.

Ympärivuotisuus

Kausivaihtelu on suurta. Ympärivuotinen kysyntä ja palvelutarjonta nähdään yhtenä keskeisenä kannattavuuden edellytyksenä.

Investointien puute/viivästyminen

STRATEGIAKEHYS

Suomen
matkailustrategia
2019-2028

Matkailun
digitiekartta
2020-2023

Lakeland-
suuraluestrategia

Keski-Suomen
matkailustrategia
2021-2025

Jämsän
kaupunkistrategia
2025 ja
Elinvoimaohjelma
2020

"Kaupungin strategia on päivityksen alla.

SUOMI

Kestävyys,
digitalisaatio ja
ympäri-
vuotisuus
ovat matkailun
kehittämisen
kolme tärkeintä
kehittämisteemaa

- Älykäs matkakohde, joka tarjoaa sujuvimman ostopolun haaveilusta matkalle.
- Tiedolla johdettu yhteistyö | Online-ostettavuus ja alustatalous | Asiakaskokemus-osaamisen skaalaus läpi toimialan | Vastuullisuuden edistäminen digitaalisin keinoin
- Kehitetään taloudellisesti, ympäristöllisesti, sosiaalisesti ja kulttuurisesti vastuullisilla valinnoilla, jotka varmistavat kestävä kasvun.
- Edistetään saavutettavuutta raide-, tie, meri- ja lentoliikennettä sekä matkaketjuja kehittämällä.
- Panostetaan kansainvälisen matkailukysynnän kasvun rinnalla kotimaan matkailun kilpailukykyyn edistämiseen.
- Alueorganisaatiot: Fokus matkailumarkkinoinnista siirtyy vääjäämättä matkailun kokonaisvaltaiseen johtamiseen ja kehittämiseen, jossa toimialaa uhkaavat riskit ja kasvua luovat mahdollisuudet ohjaavat toimintaa.

LAKELAND & KESKI-SUOMI

- Lakeland-alueen visiona on olla maailman kiinnostavin järvi-alue, vetovoimainen ja tunnettu ympärivuotinen rentouttavan loman kohde.
- Keski-Suomen missiona on olla osaava, laadukas, vastuullinen ja asiakasystävällinen matkailualue, joka on tunnettu sekä kotimaisesti että kansainvälisesti. Läpileikkaavina teemoina vastuullisuus ja digitaalisuus.
- Tehdään Keski-Suomesta yhteistyöllä, luottamuksella ja joustavalla toiminnalla matkailijoille asiakasystävällinen, laadukas, vetovoimainen ja kansainvälisesti tunnettu matkailualue.
- Luodaan tiedon ja osaamisen vahvistamisen sekä toimintaympäristön kehittämisen kautta saavutettava, kestävä ja vastuullinen matkailukohde.
- Markkinoidaan ja myydään kotimaisille sekä kansainvälisille asiakkaille aitoja paikallisia vahvuuksia, joista alueen matkailuyritykset ovat kehittäneet kilpailukykyisiä, taloudellisesti.

JÄMSÄ

- Jämsä on vetovoimainen ja luonnonläheinen asumisen, yrittämisen ja matkailun kaupunki. Vahvistamme Jämsän kilpailukykyä ja vetovoimaa sekä lisäämme yrittäjyyttä yritysten toimintaympäristöä kehittämällä ja työllisyyteen panostamalla. Jämsän kivijalat: perusteellisuus, Himos, Jämsän liikenteellinen saavutettavuus ja osaava työvoima. Monipuoliset asumismahdollisuudet ja hyvä palveluiden saavutettavuus tuottavat hyvinvointia ja elinvoimaa. Jämsän kaupungilla on ympäristöohjelma ja kaupunki on sitoutunut ohjelman mukaisiin ympäristötekoihin.*

HIMOS-JÄMSÄN MATKAILUUN VAIKUTTAVAT TRENDIT JA MUUTOSAJURIT

HIMOS-JÄMSÄN MATKAILUALUE

MATKAILUN DIGITALISOITUMINEN

Muut uudet mahdollistavat teknologiat

Tietosuoja, yksityisyydensuoja ja muut lainsäädännölliset vaatimukset

Majoitus- sekä aktiviteettipalveluiden verkko-ostaminen kasvaa

Tiedolla johtaminen

Eri teknologia-alustojen käytön yleistyminen matkapalvelutuottajan arjessa

Kansainvälisten OTA-toimistojen (online travel agent) kasvava rooli

Matkailun alustatalous

Monikanavainen asiakaskokemus ja mobiilin korostuminen

GLOBAALI JA LOKAALI TALOUS JA YHTEISKUNTA

Globaalin matkailun notkahdus ja kasvu

Maailmantalouden kehityksen hidastuminen ja nopeat muutokset

Joustavuuden ja sietokyvyn lisääminen monipuolistamalla arvoketjuja

Kuntatalouden kurjistuminen

Liikenneyhteydet ei enää itsestään-selvyytenä (alueella ja alueelle)

Työvoiman saatavuus

GLOBAALISTI MUUTTUVAT MATKAILIJAKOHDERYHMÄT, ASIAKASPOLKU JA ARVOMAAILMAN MUUTOS

Asiakkaan vallan kasvu.

"Maksan siitä mitä arvostan"

Kuluttajistuminen ja suosittelu-markkinoinnin kasvava merkitys

Vastuullinen matkailu

Yksittäismatkailijoiden ja pienryhmien kasvu

Seniorimatkatilijat – Väestö ikääntyy ja monimuotoistuu

Matkoilta haetaan tarkoitusta.

(Terveys) Turvallisuus

YMPÄRISTÖ

Resurssiviisas matkailu

Ilmastomuutoksen nopeutuminen ja sen seuraukset

Ympäristö- ja muut luonnonkatastrofit sekä ympäristön tilan heikkeneminen matkakohteissa

Matkakohteiden ylikuormitus

HIMOS-JÄMSÄN MATKAILUUN VAIKUTTAVAT TRENDIT JA MUUTOSAJURIT

GLOBALI JA LOKAALI TALOUS JA YHTEISKUNTA

Joustavuuden ja sietokyvyn lisääminen monipuolistamalla arvoketjuja

Mahdollisuuksia on uusissa digitaalisissa ja vihreissä ratkaisuissa sekä liiketoimintamalleissa. Asiakkaan mieltymysten muuttuessa tämä tarkoittaa, että uudet toimijat (uudet liikennemuodot ja kestävä matkailun muodot ja liiketoimintamallit) vahvistuvat ja että matkailun arvoketjut muuttuvat.

Työvoiman saatavuus

Osaavan työvoiman saatavuuden varmistaminen on kriittistä (väestön ikääntyminen, toimialan arvostus, matkailupalvelut väestötappioalueilla). Edellyttää laajaa edunvalvontaa ja alueen houkuttelevuuden vahvistamista osajamarkkinoilla.

Globaalin matkailun notkahdus - korona ja Ukrainan sota

Matkailu arvioidaan toipuvan toimialana hitaimmin koronasta, vaikutukset arvioidaan jatkuvan vuoteen 2024. Suurin kasvu alalla siirtyy Euroopasta muualle ja kilpailu kiristyy. Ukrainan sota vaikuttaa laajemmin taloudelliseen tilanteeseen Suomessa ja Euroopassa sekä mielikuvaan Suomen turvallisuudesta matkakohteena.

Ympäristö ja resurssiviisas matkailu

Vaatimus kestävä matkailun kehittämisestä korostaa vähähiilistä ja resurssitehokasta globaalia taloutta esimerkiksi ruoan tuotannon, veden käytön ja jätteiden minimoinnin suhteen sekä tuo painetta matkailun ja liikkumisen päästöjen vähentämiseen sekä paikallisten asukkaiden sosiaalisen ja kulttuurisen hyvinvoinnin huomioimiseen.

GLOBALISTICI MUUTTUVAT MATKAILIJAKOHDERYHMÄT

Asiakkaan vallan kasvu "Maksan siitä mitä arvostan"

Digitalisaation mahdollistama tiedonvälitys on johtanut kuluttajien äärimmäiseen hintatietoisuuteen. Samalla kun osa kuluttajista näkee paljonkin vaivaa löytääkseen halvimman palvelun, erottuu massasta myös segmentti, joka on valmis maksamaan laadusta, elämyksellisyydestä ja yksilöllisyydestä.

Vastuullinen matkailu

Matkustetaan vain kohteisiin, joissa on huolehdittu matkan jättävän mahdollisimman pienen hiilijalan jäljen / matkailija. Kotimaan matkailu niin Suomessa kuin muissa maissa kasvaa. Kuluttajan päätöksiä ohjaavat ekologiset ja eettiset arvot sekä yhteisöllisyys. Yhä suurempi osa matkailijoista haluaa kuluttaa arvoaan vastaavalla tavalla.

Matkailijoiden oman viestinnän ja suosittelumarkkinoinnin kasvava merkitys

Digitalisoituvassa maailmassa kuluttajat muodostavat omia ekosysteemejään ohi perinteisen alueorganisaatioajattelun. Sosiaalisen median kanavista on muodostunut merkittävä vaikuttamisen kanava, jossa kuluttajat luottavat ja tukeutuvat vahvemmin toisiinsa kuin suurella rahalla tuotettuun markkinointiviestintään.

Yksittäismatkailijoiden- ja pienryhmien kasvu

Ryhmämatkailun rinnalla yksittäismatkailijoiden (FIT) ja pienryhmien määrä kasvaa. Varsinkin yksin matkustavien naisten osuus on kasvanut viimeisen vuosikymmenen aikana.

MATKAILUN DIGITALISOITUMINEN

Monikanavainen asiakaskokemus ja mobiilin korostuminen

Kuluttajat valitsevat ajan, paikan ja päätelaitteen. Monien palveluiden osalta mobiilikäyttö ylittää jo muiden kanavien käytön yhteensä.

Eri teknologia-alustojen käytön yleistymisen matkapalvelutuottajan arjessa

Palvelun tuottajille on koko ajan enemmän vaihtoehtoja tarjolla järjestää mm. tuotteiden varaus suoraan omilta sivuiltaan. Alustojen tulee olla API-kyvykkäitä (tieto siirtyy eri järjestelmien välillä, esim. Bokun-Viator-Tripadvisor-Ctrip). Ei valita oikeaa teknologiaa vaan oikea ekosysteemi.

Majoitus- sekä aktiviteettipalveluiden verkko-ostaminen kasvaa

Matkojen itsenäinen suunnittelu ja internetin matkapalvelujen käyttö ostamisessa lisääntyy. Matkatoimistoissa korostuu yksilöllisten pakettien räätälöinti (BtoBtoC).



MIHIN TÄHTÄÄMME 2022-2026 JA MITEN?

- Visio
- Tavoitteet
- Strategiset teemat ja toimenpiteemme
- Kohderyhmät ja markkinat



Kuva:
Himos Juhannus, Henri Juvonen

HIMOS ♥ JÄMSÄ



VISIO HIMOS JÄMSÄ



ON ELINVOIMAA,
HYVINVOINTIA JA
ELÄMYKSIÄ VUODEN
JOKAISENA
PÄIVÄNÄ

TAVOITTEET

YMPÄRIVUOTINEN KASVU

KASVATAMME YMPÄRIVUOTISTA KYSYNTÄÄ

- Matkailutoimijoiden kestävä ja kannattava kasvu: ympärivuotisia työpaikkoja, lisää tulovirtaa, vakaampaa pohjaa investoinneille.
- Himos-Jämsä näkyy ja kiinnostaa matkakohteena valituille kohderyhmille

VASTUULLISUUS

KEHITÄMME MATKAILUA RESURSSIVIISAASTI PAIKALLISIA IHMISIÄ JA YRITYKSIÄ KUNNIOITTAEN

- Himos-Jämsän matkailun kehittäminen lisää alueen elinvoimaisuutta.
- Matkailuyritysten toimintaedellytykset vahvistuvat.

KILPAILUKYKY

JOHDAMME JA KEHITÄMME ALUEEN MATKAILUA TIETOON POHJAUTUEN

- Meillä on selkeä tilannekuva ja ennakointitieto millaiseen kysyntään matkakohteena vastaamme.
- Meillä on ymmärrys millaiset toimenpiteet kehittävät alueen kilpailukykyä sekä millainen palvelurakenne ja infrastruktuuri vastaa matkailun tarpeisiin.

KEHITÄMME DIGITAALISEN MARKKINOINNIN JA MYYNNIN OSAAMISTA YRITYKSISSÄ JA DIGITAALISTA ASIAKASPOLKUA

- Himos-Jämsä on matkakohteena kohderyhmillemme digitaalisesti näkyvä ja ostettavissa oleva joka päivä.
- Himos-Jämsän yritysten kansainvälisyys- ja digiosaaminen on kehittynyt.

TOIMEENPANEMME YHTEISPÄÄTÖKSIÄ KETTERÄSTI KÄYTÄNTÖÖN

- Himos-Jämsän matkailun kehittämistä johdetaan koordinoitusti.
- Himos-Jämsä on houkutteleva kumppani.
- Yritykset sitoutuvat yhteiseen kehittämiseen kumppanuusmallin avulla.

KASVATAMME YMPÄRIVUOTISTA KYSYNTÄÄ

Himos-Jämsän
matkailutoimijoiden
kestävä ja kannattava kasvu,
ympäri vuotisia työpaikkoja,
lisää tulovirtaa, vakaampaa
pohjaa investoinneille.

Himos-Jämsä näkyy ja
kiinnostaa matkakohteena
valituille kohderyhmille.



TOIMENPITEITÄ STRATEGIAKAUDELLA:

- Jatkuva markkinointiyhteistyö alueorganisaatioiden ja yhteistyökumppaneiden kanssa. Kampanjamme ovat kohdistettuja ja mitattavia.
Koordinaatiovastuu: Jämsän kaupunki
- Sisällöntuotanto omiin, kansallisiin ja kansainvälisiin digitaalisiin kanaviin.
Toteutus: Jämsän kaupunki ja alueen yritykset
- Himos-Jämsän matkailutoimijoiden avustaminen matkanjärjestäjien ja jakelukanavien myyntiin. Matkapakettien ja reittien luominen Lakeland-kumppanien ja yritysten kanssa.
Koordinaatiovastuu: Visit Jyväskylä Region, alueen kärkiyritykset ja Jämsän kaupunki.
- Himos-Jämsä brändin aktivointi alueen yritysten, päättäjien, asukkaiden ja matkailijoiden keskuudessa. Yhteiset viestintätyökalut ja yhteis-markkinoinnin vuosikello.
Koordinaatiovastuu: Jämsän kaupunki
- Hiljaisten sesonkien palveluiden ja tapahtumien tuotekehitys.
Toteutus: alueen yritykset, oppilaitokset, Jämsän kaupunki

KEHITÄMME MATKAILUA RESURSSIVIISASTI PAIKALLISIA IHMISIÄ JA YRITYKSIÄ KUNNIOTTAEN

Himos-Jämsän matkailun
kehittäminen lisää alueen
elinvoimaisuutta.

Himos-Jämsän
matkailuyritysten
toimintaedellytykset
vahvistuvat.



TOIMENPITEITÄ STRATEGIAKAUDELLA:

- Luontomatkailureitistöjen ja niitä koskevan informaation kehittäminen ja vesistömatkailun kehittäminen.
Koordinaatiovastuu: Jämsän kaupunki
- Yritysten tukeminen vastuullisen liiketoiminnan kehittämiseen.
Koordinaatiovastuu: Jämsän kaupunki, toteutuksessa mukana Visit Jyväskylä Region ja alueen matkailuyritykset
- Ulko- ja sisäliikuntapaikkojen käytön tehostaminen sekä niitä koskevan informaation kehittäminen ja parempi hyödyntäminen. matkailukäytössä. Toteutus: Yritykset ja Jämsän kaupunki
- Toimenpiteet osaavan työvoiman saatavuudelle, mm. edunvalvonta, osajamarkkinointi, oppilaitosyhteistyö.
Toteutus: Oppilaitokset, ELY-keskus, Jämsän kaupunki, yritykset
- Jämsän keskustan ja kylien matkailutarjonnan kehittäminen Himoksen rinnalle.
Toteutus: kyläaktiivit/ yhdistykset/ yrittäjäjärjestöt/yritykset.
- Osallistetaan paikallisia ihmisiä matkailun suunnitteluun sekä seurataan ja tutkitaan paikallisväestön mielipiteitä matkailusta.
Koordinaatio: Jämsän kaupunki

JOHDAMME JA KEHITÄMME ALUEEN MATKAILUA TIETOON POHJAUTUEN

Meillä on selkeä tilannekuva ja ennakointitieto millaiseen kysyntään matkakohteena vastaamme.

Meillä on ymmärrys millaiset toimenpiteet kehittävät alueen kilpailukykyä sekä millainen palvelurakenne ja infrastruktuuri vastaa matkailun tarpeisiin.



TOIMENPITEITÄ STRATEGIAKAUDELLA:

- Himos-Jämsän matkailustrategian seurantaan tukevan tiedon luominen & koonti & tiivistäminen päätöksentekoa helpottavaan muotoon, mm. tiedonkeruun järjestäminen, dashboardin (visuaalinen raportointityökalu) käyttöönotto, analysointi ja tiedon jakelu matkailutoimijoille sekä päättäjille.
Toteutus: Jämsän kaupunki
- Ennakointitiedon ja matkailun kehittymisen skenaarioiden luonti.
Toteutus: Jämsän kaupunki Visit Jyväskylä Region
- Himos-Jämsän matkailuyritysten ja muiden toimijoiden valmennukset ja opastaminen tiedon hyödyntämiseen omassa liiketoiminnassa.
Koordinaatio: Jämsän kaupunki ja Visit Jyväskylä Region

KEHITÄMME DIGITAALISEN MARKKINOINNIN JA MYYNNIN OSAAMISTA YRITYKSISSÄ JA DIGITAALISTA ASIAKASPOLKUA

Himos-Jämsä on
matkakohteena
kohderyhmillemme
digitaalisesti näkyvä
ja ostettavissa oleva
joka päivä.

Himos-Jämsän
yritysten
kansainvälisyys- ja
digiosaaminen
on kehittynyt.



TOIMENPITEITÄ STRATEGIAKAUDELLA:

- Matkailuyritysten tukeminen digitaalisuudessa ja sitouttaminen yhteisillä pelisäännöillä. Valmennusohjelmat ja yhteiset työkalut.
Koordinaatiovastuu: Jämsän kaupunki ja Visit Jyväskylä Region
- Himos-Jämsän matkailupalveluiden integrointi alueellisiin ja kansainvälisiin jakelukanaviin (mm. Visit Finland Datahub)
Toteutus: yritykset ja Visit Jyväskylä Region.
- Yhteisen jakelutiestrategian luonti. Tarvittavien teknologioiden, kumppanuuksien ja jakelukanavien määrittely ja käyttöönotto.
Koordinaatiovastuu: Matkailun johtoryhmä
- Julkisen rahoituksen edistäminen matkailuyritysten kehittämisessä.
Koordinaatiovastuu: Jämsän kaupunki

TOIMEENPANEMME YHTEISPÄÄTÖKSIÄ KETTERÄSTI KÄYTÄNTÖÖN

Himos-Jämsän matkailun
kehittämistä johdetaan
koordinoidusti.

Himos-Jämsä on
houkutteleva kumppani.



TOIMENPITEITÄ STRATEGIAKAUDELLA:

- Käynnistämme Himos-Jämsän matkailun johtoryhmän, joka toimii kehittämistä koordinoivana foorumina.
Koordinaatiovastuu: Jämsän kaupunki
- Kehitämme selkeän kumppanuusmallin ja yhteistyön pelisäännöt alueen matkailutoimijoiden välille. Kehitämme läpinäkyvää viestintää ja tapaa tehdä yhteispäätöksiä (yritykset, kaupunki, matkailun mahdollistajat ja kumppanit alueella ja maailmalla).
Koordinaatiovastuu: Jämsän kaupunki, toteutuksessa mukana yritykset ja yhteistyökumppanit
- Osallistutaan tavoitteellisesti Himos-Jämsä strategiaa tukeviin, maakunnallisiin matkailun kehittämisen ja yhteismarkkinoinnin ja -myynnin toimenpiteisiin.
Koordinaatiovastuu: Jämsän kaupunki ja Visit Jyväskylä Region
- Yritysten toimintaedellytysten tukeminen. Kaavoituksen ja julkisen infran kehittäminen tukemaan Himos-Jämsän matkailun kasvua. Kaupunki luo yrityksille edellytyksiä ja tarjoaa mahdollisuuksia. Yritykset kehittävät yritys-toimintaa omilla osaamisalueillaan.
Toteutus: Jämsän kaupunki

MATKAILUSTRATEGIAN KPI-MITTARIT

MATKAILUN MENESTYS

Matkailuyritysten liikevaihto (välitön matkailutulo): • 44 milj. € (2018) * -> **60 milj. € (2026)**

Työpaikat (välittömät) • 247 (2018) -> **315 (2026)**

Rekisteröidyt yöpymiset: 273 355 (2021) josta kv-yöpymiset 4% -> **300 000 (2026)** josta kv-yöpymiset 20%

Markkinaosuus Järvi-Suomen yöpymisistä: 4,3 % (2021) -> **5% (2026)**

KASVATAMME YMPÄRIVUOTISTA KYSYNTÄÄ

Himos-Jämsän yhteismarkkinointi, brändin tavoitavuus (brand reach)

- 9,16 milj. (2021)
- > **15 milj. (2026)**

Himos-Jämsä verkkosivujen vierailut

- 164 441 (2021)
- > **250 000 (2026)**

Himos-Jämsän palveluita myyvät jakelukanavat ja matkanjärjestäjät

- X (2021)
- > **30 (2026)**

KEHITÄMME MATKAILUA RESURSSIVIISAASTI PAIKALLISIA IHMISIÄ JA YRITYKSIÄ KUNNIOTTAEN

Asukkaiden suhtautuminen matkailuun.

Prosenttiosuus jämsäläisistä, joiden mielestä matkailun vaikutus Jämsään on positiivinen.

- 93,4 % (2021)
- > **95% (2026)**

Alueen yrityksiä Sustainable Travel Finland-polulla (% yrityksistä)

- X % 2022
- > **51% (2026)**

Luontoreitistöjen määrä

- X kilometriä (2022)
- > **200 kilometriä (2026)**

KEHITÄMME DIGITAALISEN MARKKINOINNIN JA MYYNNIN OSAAMISTA YRITYKSISSÄ JA DIGITAALISTA ASIAPOLKUA

Yritysten digitaalisuuden taso

- Ei lähtötietoa -> VF digikyselyn toteuttaminen

Himos-Jämsän elämystuotteet ostettavissa digitaalisesti

- X (2022)
- > **100 (2026)**

TOIMEENPANEMME YHTEISPÄÄTÖKSIÄ KETTERÄSTI KÄYTÄNTÖÖN

Kumppanuus-sopimukset alueen matkailutoimijoiden kanssa

- 0 (2021)
- > **40 (2026)**

Kehittämishankkeissa mukana olevat yritykset

- X (2022)
- > **50 (2026)**

Uusien investointien määrä euro/vuosi

- X (2021)
- > **10 milj. €/vuosi**
- strategiakaudella 50 milj. €

KOHDERYHMÄT

KOTIMAA

- PK-seutu
- Pirkanmaa
- Varsinais-Suomi
- Pohjanmaa
- Keski-Suomi

ULKOMAAT

- Viro
- Alankomaat
- saksankielinen Eurooppa*

YRITYKSET JA YHTEISÖT

KAVERIPORUKAT

PAIKALLISET IHMISET

AKTIIVILOMAILIJAT

NAUTISKELIJAT

KULTTUURISTA JA LUONNOSTA NAUTTIVAT

LUONTONAUTISKELIJAT

AKTIIVISET SEIKKAILIJAT

*Keski-Suomen markkina-alueita ovat muun muassa saksankielinen Eurooppa, Japani, Ranska, Ruotsi, Alankomaat, UK ja Yhdysvallat. Tarkemmat markkina-aluevalinnat alueen DMO:na toimiva Visit Jyväskylä Region tekee vuosittain huomioiden vallitsevan markkinatilanteen ja Lakeland-suuralueyhteistyön tavoitteet.



STRATEGIAN JOHTAMINEN

- TIEDOLLA JOHTAMINEN
- TOIMINTAMALLI JA ROOLIT
- KASVUN KUMPPANIT

HIMOS-JÄMSÄN STRATEGIAN JOHTAMINEN 2022-2026

Himos-Jämsän matkailustrategiaa johtaa perustettava johtoryhmä (koostuen alueen yrittäjien ja julkisen sektorin edustajista). Johtoryhmän linjausten operatiivisesta koordinaatiosta vastaa Jämsän Matkailu-, markkinointi- ja viestintäyksikkö.

- Lähtökohtana on, että toimenpiteitä toteutetaan laajan toimijajoukon yhteistyönä huomioiden näiden omat tavoitteet ja painopisteet. Strategiaa toteutetaan niin julkisten toimijoiden kuin alan yritysten ja yhteistyökumppaneiden (yhdistykset, oppilaitokset jne.) toimesta. ja osaan tavoitteista sekä toimenpiteistä voidaan vastata ulkoisella hankerahoituksella.
- Johtoryhmä laatii strategian toteutuskauden aikana kahden vuoden välein tavoite- ja toimenpideohjelman, joka on strategian teoiksi konkretisoitu suunnitelma. Toimenpideohjelmassa strategiset painopisteet on pilkottu selkeiksi tavoitteiksi sekä toimenpiteiksi. Toimenpiteiden suunnittelu pohjautuu reaaliaikaiseen tietoon ja yhteiseen ennakkointinäkömään seuraavien vuosien alueen matkailuun vaikuttavista tekijöistä.
- Kaupungin ja alueen matkailutoimijoiden välille kehitetään kumppanuussopimukset, sisältäen yhteisen tekemisen pelisäännöt.



MATKAILUN TIEDOLLA JOHTAMISEN KOKONAISKUVA

Vaikutukset

- Matkailun vaikutukset syntyvät kysynnän ja tarjonnan kohtaamisesta. Jämsän matkailusta saama tulos toteutuu kun alueella on tarjota sellaisia palveluita, joille löytyy matkailijoille selkeää tarvetta. Tuloksen positiivinen ilmentymä on esimerkiksi matkailijoiden rahankäytön avulla vahvistuva palvelutarjonta. Vastakkaisena ilmentymänä voidaan todeta kyseisten matkailijoiden aiheuttama hiilijalanjälki sekä kasvavan matkailun vaatiman infrastruktuurin rakentaminen.
- **Tarjonta** toteutuu kolmen osatekijän yhteisvaikutuksesta:
 - Alueen infrastruktuuri ja toimintaympäristö luo ne perusedellytykset, joiden pohjalta matkailun palvelutarjontaa on mahdollista synnyttää. Tämä sisältää mm. majoituskapasiteetin, liikennejärjestelyt ja mahdolliset yhteiskunnan säädökset ja rajoitukset, jotka koskevat esimerkiksi ravintolatoimintaa.
 - Palvelut ja tarjonta kuvastavat konkreettisia matkailijoille suunnattuja palveluita. Paljonko ohjelmapalveluita on, vastaako niiden palvelutarjonta matkailijoiden tottumuksia ja tarpeita?
 - Matkailualueen johtaminen sisältää kaikki toimenpiteet ja valinnat, joita matkailuelinkeinon kehittämiseksi toteutetaan.
- **Kysyntää** voidaan tarkastella kahden tekijän näkökulmasta:
 - Markkina kuvastaa matkailun globaalia ekosysteemiä, jossa Himos-Jämsä on matkakohteena kilpailemassa muiden matkailualueiden kanssa. Ekosysteemiin kuuluvat kiinteästi globaalit varauskanavat, joiden kautta matkailijat saavat ja jakavat informaatiota matkakohteista ja kokemuksistaan.
 - Asiakaskokemus kokoaa yhteen asiakkaan koko polun haaveilusta suunnittelun kautta ostamiseen, ja itse elämyksen kautta kokemusten jakamiseen.



JOHDAMME JA KEHITÄMME HIMOS-JÄMSÄN MATKAILUA TIETOOON POHJAUTUEN

MARKKINA JA KYSYNTÄ

Mikä on Himos-Jämsän asema
kilpailutilanteessa?

ASIAKASKOKEMUS

Mikä on asiakkaan ostopolku Himos-Jämsään
ja miten hän sen kokee?



VAIKUTUKSET

Mikä on Jämsän saama tulos ja hyöty matkailusta?



MATKAILUN JOHTAMINEN

Miten MMV-yksikön toimenpiteet kehittävät
alueen kilpailukykyä?

PALVELUT JA TARJONTA

Miten Himos-Jämsän palvelurakenne vastaa
matkailun tarpeisiin?

INFRASTRUKTUURI JA TOIMINTAYMPÄRISTÖ

Miten Himos-Jämsän infrastruktuuri ja
toimintaympäristö mahdollistavat
matkailutarjonnan kehittymisen?

KYSYNTÄ

TARJONTA

STRATEGIAN TOTEUTUKSEN KOORDINOINTI VERKOSTOYHTEISTYÖLLÄ

Himos-Jämsän matkailun johtoryhmä

Tavoite: Varmistaa strategian toimeenpano ja matkailun kasvu alueella.

Kokoonpano: 8-10 henkilöä, matkailuyritysten edustajat ja asiantuntijat (Jämsän kaupunki ja Visit Jyväskylä Region). Eri kehittämisteemoja koskeviin kokouksiin kutsutaan niiden toteutukseen liittyviä asiantuntijoita. Kokoonkutsujana ja koordinoijana Jämsän kaupunki MMV-yksikkö.

Operatiivinen toteutus

Jämsän kaupunki MMV-yksikkö

- Matkailustrategian koordinaatiovastuu (toteutumisen mittarointi)
- Alueen matkailun kehittämisen ja hankkeiden linjaukset
- Matkailumarkkinoinnin vuosilinjaukset
- Alueen matkailun kehittämistoimenpiteiden, kokeilujen ja hankkeiden valmistelu strategian teemoista. Toimitaan yhdessä tiimeinä tehokkaasti ja resurssiviisaasti. Keskitytään olennaiseen asiakasarvon tuottamiseen ja karsitaan epäolennaista tekemistä.
- Alueellinen verkostoyhteistyö, viestintä ja yhteistyön koordinointi kriisitilanteissa
- Maakunnallisen ja alueellisen matkailustrategian yhteensovittaminen

Jämsän kaupunki

Tavoite: Varmistaa strategian toimeenpanoa mahdollistava toimintaympäristö alueella.

- Yksiköiden sisäinen tekeminen vrt. strategia
- Rajapinnat mm. elinvoimamarkkinointiin sekä kuntamarkkinointiin.
- Matkailun mahdollistavat infrainvestoinnit ja yrityspalvelut

Jämsän elinvoimalautakunta

-> Elinvoimaneuvottelukunta

Tavoite: Varmistaa strategian toimeenpanoa mahdollistava toimintaympäristö alueella.

- Siltayhteydet matkailua sivuavaan päätöksentekoon, mm. poliittinen päätöksenteko liittyen kaupungin strategioihin

Visit Jyväskylä Region ja matkailun johtoryhmä

Tavoite: Varmistaa tiekartan toimeenpano alueella

- Visit Finland ja LakeLand suuralueyhteistyö
- Valtakunnallinen edunvalvonta ja verkostoyhteistyö (mm. kansalliset liikkuvuuden hankkeet)
- Valtakunnalliset markkinointikampanjat ja yhteistoimenpiteet
- Valmennukset (kv-, vastuullisuus ja laatu jne.)
- Maakunnalliset matkailun kehittämishankkeet

KASVUKUMPPANIMME

Himos-Jämsän matkailuyritykset vastaavat matkailijoiden asiakaskokemuksesta ja oman liiketoiminnan kehittämisestä (ml. markkinointi ja myynti), yhteistyössä muiden yritysten ja jakelukanavakumppanien kanssa.

Jämsän kaupunki koordinoi alueen yhteismarkkinointia ja matkailun toimintaympäristön kehittämistä yhteistyökumppaneiden (mm. Visit Jyväskylä Region, muut matkailualueet, Visit Finland) kanssa.

Himos-Jämsä osallistuu aktiivisesti maakunnalliseen matkailumarkkinointiin ja kehittämiseen Visit Jyväskylä Regionin yhteistyön kautta. Maakunnallisen yhteistyön roolitus on kuvattu Keski-Suomen matkailustrategiassa 2021-2025:

<https://bit.ly/KS-matkailustrategia>



HALUATKO OLLA MUKANA HIMOS-JÄMSÄN MATKAILUN KEHITTÄMISESSÄ, YHTEISMARKKINOINNISSA TAI STRATEGIAN MUISSA TOIMENPITEISSÄ?

OTA YHTEYTTÄ:

Matkailu- ja markkinointijohtaja
Ulla Haggrén
p. 040 526 1393
ulla.haggren@jamsa.fi

Markkinointisuunnittelija
Suvi Virtanen
p. 040 712 2644
suvi.virtanen@jamsa.fi

#Himosjämsä
www.himosjamsa.fi



Visit Himos-Jämsä



himosjamsa

HIMOS ♥ JÄMSÄ



KESKI-SUOMEN LIITTO

Himos-Jämsän matkailustrategia on toteutettu yhteistyössä matkailuyritysten, Jämsän asukkaiden ja päättäjien kanssa.

Lisäksi Strategiaa työstettiin tiiviimmän ohjausryhmän kanssa:

Elsi Ojala, Himos-Yhtiöt Oy
Päivi Heikkala, HimosLomat Oy
Jaana Lyyra, Eepos Group Oy
Ilkka Talvi, Eräopaspalvelu Talvi
Tarja Uusipaasto, Ravintola Patapirtti
Jukka Auterinen, Himosmajoitus
Ulla Haggrén, Jämsän kaupunki
Katja Rissanen, Jämsän kaupunki
Antti Mäkinen, Jämsän kaupunki
Salia Binaud, Jämsän kaupunki
Suvi Virtanen, Jämsän kaupunki
Sekä Miikka Raulo & Jouni Kärkkäinen,
Flowhouse Oy

