



HOUSE OF LAPLAND

PALVELUSOPIMUS LAPIN YHTEISESTÄ MARKKINOINNISTA

1. SOPIJAPUOLET

Palvelun tuottaja: House of Lapland Oy (1544440-5)
Valtakatu 11 C, 96100 Rovaniemi

Palvelun tilaaja: Kittilän kunta (0191406-6)
Valtatie 15, 99100 Kittilä

2. TAUSTAA

House of Lapland Oy on voittoa tavoittelematon kehitysyritys, jonka omistajia ovat Rovaniemen Kehitys Oy, Elinkeinot & kehitys Nordica/Inarin kunta, Itä-Lapin kuntayhtymä, Kittilän kunta, Lapin ammattikorkeakoulu Oy, Lapin yliopistosäätiö, Ranuan kunta, Meri-Lapin kehittämiskeskus ry, Pellon kunta, Posion Kehitysyritys Oy, Sodankylän kunta, Tunturi-Lapin Kehitys ry, Utsjoen kunta ja Ylitornion kunta.

Yhtiöjärjestyksen mukaisesti House of Laplandin tarkoituksena on edistää Lapin näkyvyyttä ja vetovoimaa markkinoinnin ja viestinnän keinoin kansallisesti ja kansainvälisesti Lapin kannalta tärkeiden sidosryhmien keskuudessa. Yhtiö luo kysyntää alueen yritysten ja kehitysorganisaatioiden palveluille, edistää asukkaiden, uusien yritysten, matkailijoiden ja kuvaustuotantojen saantia Lapin alueelle sekä tarjoaa yhteistyökumppaneilleen kanavan tehokkaaseen viestintään ja brändinhallintaan. Sopimuskaudella House of Lapland tarjoaa kumppaneilleen myös markkinoinnin osaamista webinaarien ja neuvonnan avulla.

3. SOPIMUKSEN TARKOITUS

Tällä sopimuksella osapuolet sopivat Lapin elokuvakomissiota, osaja- ja bisnesmarkkinointia koskevista tavoitteista, sisällöistä ja toimenpiteistä sekä Tilaajan niihin myöntämistä resursseista vuonna 2022.

4. TOIMINNAN YKSILÖINTI

Yhtiön toiminta jakautuu kahteen eri osa-alueeseen: ohjelmakohtaiseen perustoimintaan sekä hankkeilla toteutettavaan kehittämistoimintaan. Perustoiminta sisältää yhtiön hallinnon, hankkeiden valmistelun, sidosryhmäyhteistyön, kohderyhmien asiakaspalvelun, kuten tuotanto- ja investorikyselyihin vastaamisen sekä markkinointitoimenpiteitä. Kehittämishankkeilla vastataan markkinoinnin keinoin maakunnan kehittämishaasteisiin tai kehitetään yhteismarkkinointia.

5. TOIMINNAN TAVOITTEET, MITTARIT ja RAPORTOINTI V. 2022

House of Laplandin toiminnan yksityiskohtaiset tavoitteet ja mittarit sekä kohderyhmät määritellään ohjelmakohtaisesti mukana olevien kuntien kanssa ja ne hyväksyy yhtiön hallitus. Toiminnan volyyymiä ja vaikuttavuutta on yleisemmällä tasolla kuvattu liitteessä Kuvas



HOUSE OF LAPLAND

markkinoinnin vaikuttavuudesta. Yhteismarkkinoinnin tulokset raportoidaan kvartaaleittain Tilaajan nimeämälle yhteyshenkilölle. Puolivuositain Tilaajalle esitetään analyysi myös kuntakohtaisista tuloksista. Tiivistelmä yhtiön toiminnan tuloksista julkaistaan vuosittain.

6. TOIMENPITEET JA RESURSSIT

6.1. Talent Boost - Lapin osaajamarkkinointi

Tavoite: Profiloida Lappi elämän laadun ykkösalueeksi, joka tarjoaa mielenkiintoisia uramahdollisuuksia. Muuttaa muuton esteinä olevia mielikuvia sekä tarjota muuttopäätöstä helpottavaa tietoa ja ohjata kiinnostuneet avoimien työpaikkojen ja asuntojen pariin.

Kohderyhmä: Potentiaaliset Lappiin muuttajat Suomessa, erityisesti tarvittavien alojen työvoima sekä kasvua tuottavat osaajat.

Palvelu sisältää: Alueen muuttaja- ja osaajavetovoiman kasvattamisen osana Lapin yhteistä osaaja- ja asukasmarkkinointia. Alueen vahvuksien esiin tuomisen Lapin yhteisissä kanavissa ja sisällöissä sekä kuntakohtaisen Löydä paikkasi Lapista -palvelun, joka sisältää kunnan avoimet työpaikat toimialoittain, myytävät ja vuokrattavat asunnot sekä inspiroivia tarinoita ja vinkkejä elämään kunnassa. Potentiaalisten muuttajien palvelemisen tarjoamalla heille vinkkejä ja faktoja ja ohjaamalla eteenpäin avoimien työpaikkojen ja myytävien asuntojen pariin. Palvelu sisältää myös Tilaajan konsultoinnin markkinoinnin haasteissa sekä alueen markkinoinnin yhteensovittamisessa Lapin yhteisen osaajamarkkinoinnin kanssa.

Toimenpiteet:

- Lapin osaaja- ja asukasvetovoiman kasvattaminen toteuttamalla jatkuvaa, kohdennettua sisältömarkkinointia potentiaalisille muuttajille mm. #MunLappi -kanavissa sekä muita soveltuvia markkinointitoimenpiteitä ja kampanjoita.
- Markkina- ja kohderyhmätiedon tuottaminen Tilaajan käyttöön
- Lapin osaajamarkkinoinnin kehittäminen koko verkostossa tuottamalla
 - ◆ markkinoinnin webinaareja
 - ◆ Tilaajan konsultointia osaajille ja asukkaille suunnatussa kuntamarkkinoinnissa tarvittaessa.

Tulokset:

Toiminnan tuloksena Lapin muuttajavetovoima kasvaa sekä Lappiin muuttoa harkitsevien henkilöiden määrä kasvaa. Muutosta Lapin tunnettuudessa sekä muuttajavetovoimassa mitataan kohderyhmätutkimuksen avulla. Markkinoinnin tavoitteita ja mittareita sekä arviota markkinoinnin vaikuttavuudesta on eritelty sopimuksen liitteessä.

6.2. Business Lapland – Lapin elinkeinomarkkinointi

Tavoite: Herättää kiinnostusta Lapin liiketoiminta- ja investointimahdollisuuksia kohtaan sekä varmistaa, että Lapin bisnesmahdollisuudet tunnetaan keskeisillä toimialoilla ja että



HOUSE OF LAPLAND

niihin on helppo tarttua.

Kohderyhmä: Alueelle potentiaalisesti sijoittuvat yritykset ja investorit.

Palvelu sisältää: Kunnan liiketoimintamahdollisuuksien kattavan markkinoinnin osana Business Lapland -kokonaisuutta. Kunnan liiketoiminta- ja investointimahdollisuuksien esittelyn lapland.fi-verkkopalvelussa (suomi&englanti) sekä kiinnostuneiden yritysten ja investorien ohjaamisen kuntaan. Palvelu sisältää myös Tilaajan konsultoinnin markkinoinnin haasteissa sekä alueen markkinoinnin yhteensovittamisessa Lapin yhteismarkkinoinnin kanssa.

Toimenpiteet:

- Kiinnostuksen ja kysynnän kasvattaminen Lapin bisnesmahdollisuuksia kohtaan toteuttamalla säännöllistä sisältömarkkinointia Business Lapland -kanavissa sekä muilla soveltuvilla markkinointitoimenpiteillä 30.6.2022 saakka.
- Lapin liiketoiminta- ja investointimahdollisuuksista sekä yritysten onnistumisista kertominen ja tiedon kiteyttäminen eri toimialojen kasvunäkymistä 30.6.2022 saakka.
- Kiinnostuneiden yritysten ja investoreiden palveleminen tarjoamalla heille ajantasaista tietoa ja oikeat kontaktit Business Lapland –verkkopalvelun ja kuntakohtaisten esittelyjen avulla sekä vastaamalla kyselyihin ja ohjaamalla kiinnostuneet eteenpäin verkostossamme.
- Lapin bisnesmarkkinoinnin kehittäminen koko verkostossa tuottamalla tarvittaessa asiantuntijawebinaareja.
 - ◆ Tilaajan konsultointia kunnan elinvoimamarkkinoinnissa tarvittaessa.

Tulokset:

Toiminnan tuloksena Lapin tunnettuus ja vetovoima bisnesympäristönä kasvaa. Lappiin sijoittumista tai investointia harkitsevien yritysten ja henkilöiden määrä kasvaa. Muutosta Lapin tunnettuudessa ja kiinnostuksen kasvussa mitataan asiakaskyselyn avulla. Markkinoinnin tavoitteita ja mittareita sekä arviota markkinoinnin vaikuttavuudesta on eritelty sopimuksen liitteessä.

6.3. Film Friendly – Lapin elokuvakomissio

Tavoite: Kotiuttaa olemassa olevaa kysyntää Lapin kuvauspaikkoja kohtaan palvelemalla Lapista kiinnostuneita elokuva-, mainos- tv- ja muita tuotantoja sekä ylläpitämällä Lapland.fi-verkkopalvelua, #FilmLapland -sosiaalisen median kanavia sekä olemalla mukana toimialan keskeisissä verkostoissa.

Kohderyhmä: AV-alan ammattilaiset kotimaassa, Euroopassa ja USAssa

Palvelu sisältää: Tuotantojen neuvonnan ja paikallisten #FilmFriendly-kumppaneiden sekä kunnan kuvauslokaatioiden suosittelun tuotannoille. Kumppanikuntien kiinnostavimmat kuvauspaikat esitellään myös Lapland Filming Locations -verkkopalvelussa. Tuemme kumppaneitamme mahdollisten av-alan kumppanuuksien arvioinnissa sekä tarjoamme #FilmFriendly-perehdytyksen kunnan avainhenkilöille.



HOUSE OF LAPLAND

Toimenpiteet:

- Kysynnän kotiuttaminen ja ylläpitäminen toteuttamalla säännöllistä sisältömarkkinointia #FilmLapland-kanavissa, verkostoitumalla markkina-alueilla ja kutsumalla nimekkäitä ammattilaisia tutustumismatkoille.
- Tuotantojen palveleminen vastaamalla heidän kysymyksiinsä sekä suosittelemalla parhaat kumppanit ja lokaatiot sekä palveluntarjoajat alueelta.
- Tilaajan tukeminen av-alan kumppanuuksien arvioinnissa sekä #FilmFriendly-perehdytyksen tarjoaminen kunnan avainhenkilöille.

Tulokset:

Toiminnan tuloksena Lapista kiinnostuneet tuotannot löytävät sujuvasti tarvitsemansa palvelut ja pystymme kotiuttamaan jo olemassa olevaa kysyntää palvelemalla tuotantoja.

7. PALVELUSOPIMUKSEN KOKONAISHINTA JA LASKUTUS

Palvelusopimuksen toimenpiteiden kokonaishinta on 28 000 euroa. House of Lapland laskuttaa summan kahdessa erässä 14 000 euroa helmikuussa ja 14 000 euroa kesäkuussa.

House of Lapland raportoi palvelusopimuksen tulokset tilaajalle kaksi kertaa vuodessa helmikuussa ja elokuussa.

LIITE: Kuvaus markkinoinnin vaikuttavuudesta v. 2022

House of Lapland Oy

Sanna Tarssanen
Toimitusjohtaja

Kittilän kunta

Sanna Ylinampa
Hallintojohtaja

Tuija Lång
Controller





HOUSE OF LAPLAND

LIITE Palvelusopimukseen, Kuvaus markkinoinnin vaikuttavuudesta

Markkinoinnista

Markkinointi on aina strateginen investointi, sillä asiakkaiden kiinnostus ja kysyntä ovat toimialaan katsomatta kaiken liiketoiminnan ja kasvun perusta. Lapin kuntien talous on riippuvainen Lappiin suuntautuvasta matkailusta, tänne muualta muuttavista asukkaista, osaajista ja opiskelijoista sekä alueelle investoivista yrityksistä.

Monesta muusta alueesta poiketen suhdanteet tai sijainti eivät Lapissa takaa kuntien elinvoiman kehittymistä tulevaisuudessa. Elinvoima on luotava itse. Markkinointi on keskeinen elinvoimatyökalu, sen avulla voimme muuttaa suuren yleisön mielikuvia sekä vaikuttaa ihmisten toimintaan.

Markkinointi on kuitenkin myös resurssipeliä. Erityisesti uutta kysyntää luovassa markkinoinnissa volyyymilla on väliä. Mitä suuremman ääniosuuden saavutamme markkinoinnilla, sitä suuremman osuuden markkinoista saamme. Siksi myös kilpailijoiden resursseilla on väliä. Lapin kuntien ja kaupunkien on mahdotonta pärjätä yksin kilpailussa matkailijoista, osaajista ja pääomista. Vain yhdessä meidän on mahdollista saada kokoon tarvittavat resurssit sekä riittävä, suurta yleisöä kiinnostava tarjonta. Kaikkien Lapin kuntien ja korkeakoulujen tärkein vetovoimatekijä on Lappi.

Vaikuttavuudesta

House of Laplandin tehtävä on varmistaa, että Lappi näkyy, kuuluu ja kiinnostaa asuinpaikkana, bisnesympäristönä, kansainvälisenä matkakohteena sekä kuvauslokaationa.

Huolehdimme kumppaneidemme vetovoimasta ylläpitämällä ja kasvattamalla Lapin vetovoimaa tehokkailla, yhteisillä markkinointitratkaisuilla ja tarjoamalla tietoa ja työkaluja markkinoinnin johtamiseen. Lapin kunnissa työ näkyy uusina yritysistä, matkailijoina ja muuttajina.

Talent Boost – Osaajamarkkinointi

Lapin osaajamarkkinoinnin laajaan kohderyhmään kuuluu n. 900 000 suomalaista. Näiden 18-45 vuotiaiden henkilöiden arvomaailma mahdollistaisi Lappiin muuttamisen. Ydinkohderyhmän muodostaa tästä joukosta noin 500 000 Lapista kiinnostunutta Lappia henkilöä.

Talent Boost -ohjelma tavoittaa markkinointiviestillä vuoden 2022 aikana laajasta kohderyhmästä 30% eli keskimäärin 300 000 kohderyhmään kuuluvaa henkilöä viikoittain. Laajaan kohderyhmään kuuluva altistuu Lapin markkinointiviestille noin 25 kertaa vuoden aikana. Tämä markkinointiviestinnän volyyymi mahdollistaa markkinoinnin aidon vaikuttavuuden mielikuvien ja toiminnan tasolla

Ydinkohderyhmästä noin puolet, 230 000 henkilöä, vierailee House of Laplandin muuttajille suunnatulla verkkosivuilla tutustumassa elämään ja mahdollisuuksiin Lapissa. Markkinoinnin voidaan katsoa vaikuttavan merkittäväällä tavalla noin 300 000 henkilön muuttopäätökseen ja



HOUSE OF LAPLAND

mielikuvaan Lapista. Yksi muuttaja tuo kuntaan keskimäärin 7 000 euron verotulokertymän vuodessa.

Film Friendly – Lapin elokuvakomissio

Elokuvakomission markkinoinnin kohderyhmään kuuluu n. 260 000 tuotantopäätöksiin vaikuttavaa audiovisuaalisen alan ammattilaista Euroopassa ja USAssa.

Film Friendly -ohjelman markkinointiviesti tavoittaa vuoden aikana kohderyhmästä noin 30 000 henkilöä viikoittain. Keskimäärin laajaan kohderyhmään kuuluva altistuu Lapin markkinointiviestille 6 kertaa vuoden aikana. Markkinointiviestinnän vaikuttavuus perustuu markkinointiviestinnän jo tunnistettujen yleisöjen tavoittamiseen ja aktivoimiseen

House of Laplandin av-tuotannoille suunnatulla verkkosivulla vierailee arviolta 50 000 henkilöä. Elokuvakomission henkilökunta palvelee arviolta 50 Lapista kuvauspaikkaa hakevaa tuotantoa, joista realisoituu vuoden 2022 aikana arviolta 15 tuotantoa.

Mikäli oletettu tuotantojen volyyymi toteutuu, niiden suora tulovaikutus Lapissa vuoden 2022 aikana on noin 500 000 euroa ja tuotantojen tuoman näkyvyyden arvo useita miljoonia euroa.

Business Lapland – Lapin elinkeinomarkkinointi

Business Lapland -ohjelman markkinoinnin kohderyhmään kuuluu noin 6,6 miljoonaa yrityspäätäjää Suomessa ja Euroopassa.

Business Lapland -ohjelman markkinointiviesti tavoittaa noin 130 000 kohderyhmään kuuluvaa henkilöä viikoittain. Keskimäärin kohderyhmään kuuluva henkilö altistuu Lapin markkinointiviestille noin 2 kertaa kesäkuuhun 2022 mennessä.

Vuonna 2022 kohderyhmästä vierailee House of Laplandin elinkeinomarkkinoinnin verkkopalvelussa noin 50 000 henkilöä, lisätietoja ja aineistoja sivustolta ladataan noin 700 kertaa. House of Laplandin henkilöstö palvelee arviolta kymmentä Lapista kiinnostunutta investoria tai yritystä.

Mikäli yksikin kontakteista johtaa yrityksen perustamiseen, laajentumiseen tai investointiin Lapissa, ovat sen tulovaikutukset mittavia.

Only in Lapland – Matkailumarkkinointi

Palvelusopimus ei sisällä varsinaisia matkailumarkkinoinnin toimenpiteitä. Sopimukseen sisältyvä Lapland.fi-verkkopalvelun sekä #OnlyInLapland -sosiaalisen median kanavien ylläpito mahdollistaa kanavien myöhemmän markkinointillisen hyödyntämisen jatkossa.

Lapin yhteisen matkailumarkkinoinnin kohderyhmään kuuluu noin 110 miljoonan matkailijan ryhmä, joista ydinkohderyhmän muodostavat noin 25 miljoonaa kansainvälistä, luontoelämyksistä ja luonnossa harrastamisesta kiinnostunutta matkailijaa Lapin matkailun toipumisen kannalta tärkeimmillä markkinoilla.

On ensiarvoisen tärkeää, että pystymme jatkossakin markkinoinnilla vaikuttamaan Lapin tunnettuuteen ja kohderyhmän matkustuskiinnostukseen tavalla, joka kasvattaa merkittävästi kohderyhmän matkustushalukkuutta Lappiin. Kysyntä mahdollistaa kasvun ja kustannustehokkaat myynnilliset markkinointitoimenpiteet Lapin eri kohteissa.