

Liekksa

Matkailun tietokooste toukokuu 2024 – toukokuu 2026

SALMI PLATFORM OY

KOHDE
Matkailu Lieksa 2024–2026

RAPORTIN LAATIJA
Wille Markkanen · Salmi Platform Oy



Mistä raportti kertoo

Tässä raportissa on esitelty kooste matkailun vaikutuksista Lieksan seudulla sekä muita keskeisiä tuloksia. Aineisto koostuu Lieksassa, Juukassa ja Kolilla kerätystä kävijäkyselystä ja se tarkastellaan pääosin seututason kokonaisuutena.

Laajempi ja tarkempi tieto on saatavilla online-raportilla, jossa tuloksiin voidaan pureutua eri suodattimien avulla.

KYSELYN AJANJAKSO

Toukokuu 2024 - toukokuu 2026

Kysely on toteutettu jatkuvana mittauksena. Kohteittaisia erittelyjä esitetään niillä dioilla, joissa lähdeaineisto tukee vertailua.

Raportti jakaantuu seuraaviin osiin

01 Taustaa

02 Kävijöiden profilointia

03 Taloudelliset vaikutukset

04 Liikkumisen hiilijalanjälki

05 Sosiaaliset vaikutukset

06 Kävijätyytyväisyys

07 Vertailua

08 Matkailijaprofiilit

OSA 01

Taustaa

TAUSTAA

Mikä on Salmi Triplizer

Salmi Triplizer on digitaalinen matkailijatiedon keräysmenetelmä.

Lieksan seudulla ratkaisu on ollut käytössä jatkuvana mittauksena ajalla **toukokuu 2024 – toukokuu 2026**.

Triplizer on Salmi Platform Oy:n kehittämä metodi matkailun kävijätiedon reaaliaikaiseen keräämiseen.

KÄYTÖSSÄ

25 kk

jatkuvaa mittausta

TUTKITTU

Lieksa, Juuka ja Koli

kohdetason tarkastelu

Triplizer-kävijäkysely

01

URL-linkki

Kysely toteutettiin url-linkkinä, joka jaettiin matkailijoille.

02

Verkkoselain

Täytettiin matkailijan omalla laitteella verkkoselaimessa.

03

Lieksan ilme

Kyselynäkymä on toteutettu kohteen ilmeellä.

04

Vakio + paikallista

Vakioidun kysymyspatteriston lisäksi Lieksan omia kysymyksiä.



OSA 02

Kävijöiden profilointia

Profiloinnin lähtökohdat

Jokaisessa Triplizer-kyselyssä on mukana runsaasti kävijäprofiloinnin mahdollistavia kysymyksiä. Vakio-osa kattaa demografiset tiedot sekä profiloivia tietoja, kuten matkailijastatuksen, kävijän motiivin, majoitusmuodon ja matkaseuran. Tässä raportissa esitetään pääosin valikoituja, keskiarvoistettuja profiilitietoja. Tarkempi porautuminen tehdään online-raportilla, jossa tietoa voi suodattaa eri tekijöiden suhteen.

Matkailijastatus

Demografia & kotipaikka

Majoitusmuoto

Matkan motiivi

Matkaseura

Tiedonlähteet

Viipymä

Matkailijastatus

12,25 %

paikallisia

29,45 %

päivämatkailijoita

58,30 %

yöpyneitä matkailijoita

Profiili painottuu matkailijoihin: yöpyneitä oli 58,30 % ja päiväkävijöitä 29,45 %. Kokonaisvastausmäärä oli 9 279 vastausta.

Vastaajaprofiili

99,15 %

kotimaisia vastaajia

0,85 %

kansainvälisiä vastaajia

3,40 vrk

keskimääräinen viipymä

54,47 v

keski-ikä

71,04 %

naisia

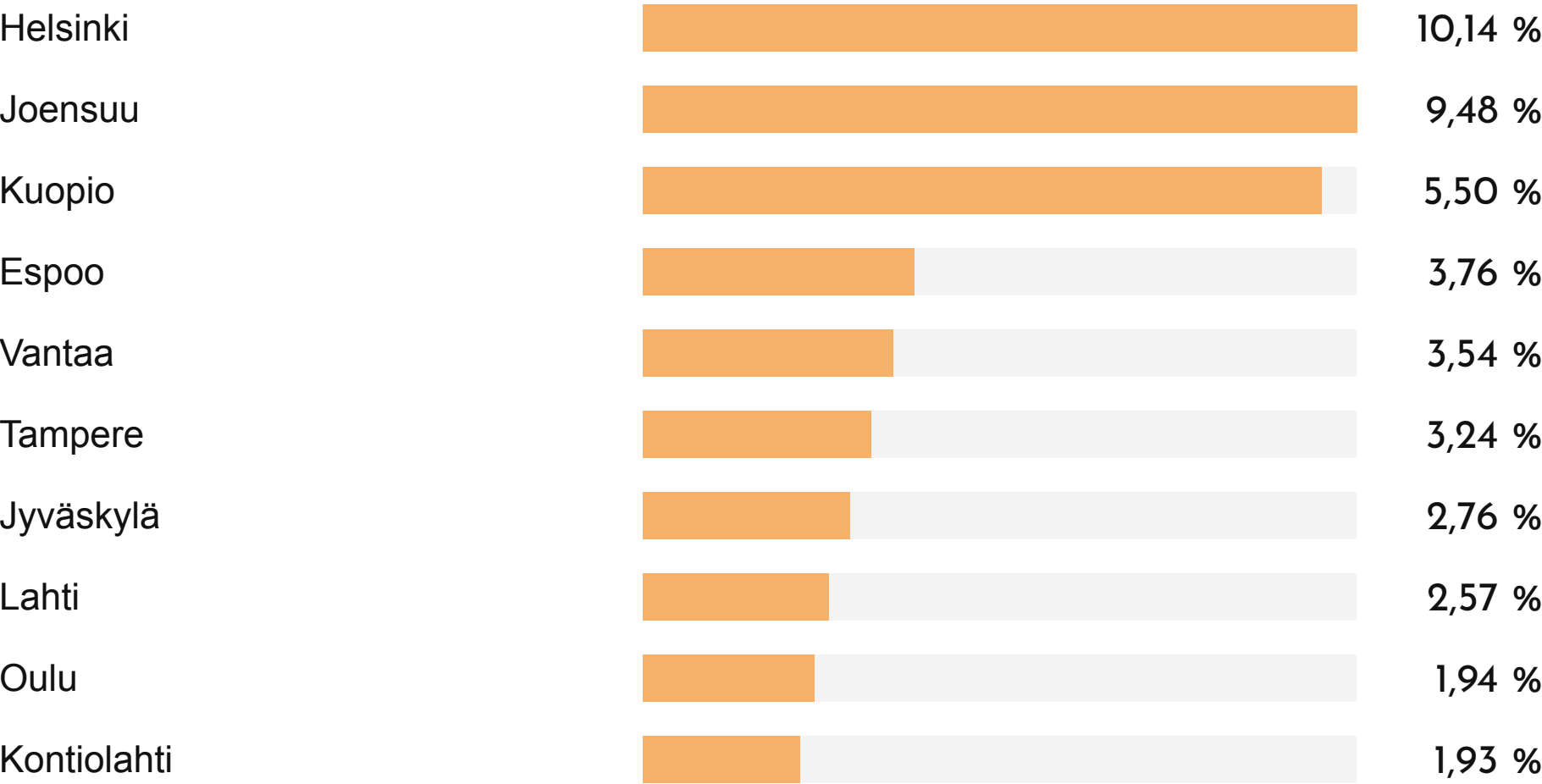
27,39 %

miehiä

Profiili painottuu vahvasti kotimaisiin matkailijoihin ja naisiin. Keskimääräinen viipymä oli 3,40 vuorokautta.

Matkailijoiden kotipaikka

SUURIMMAT KOTIKUNNAT – KAIKKI MATKAILIJAT



17,4 %

pääkaupunkiseutu Helsinki · Espoo · Vantaa

15,0 %

Joensuu + Kuopio lähikaupungit yhteensä

Lieksan matkailijoita saapui laajasti eri puolilta Suomea. Suurimmat lähtökunnat olivat Helsinki, Joensuu ja Kuopio.

Kotipaikka – yöpyneet vs. päiväkävijät

Yöpyneet matkailijat

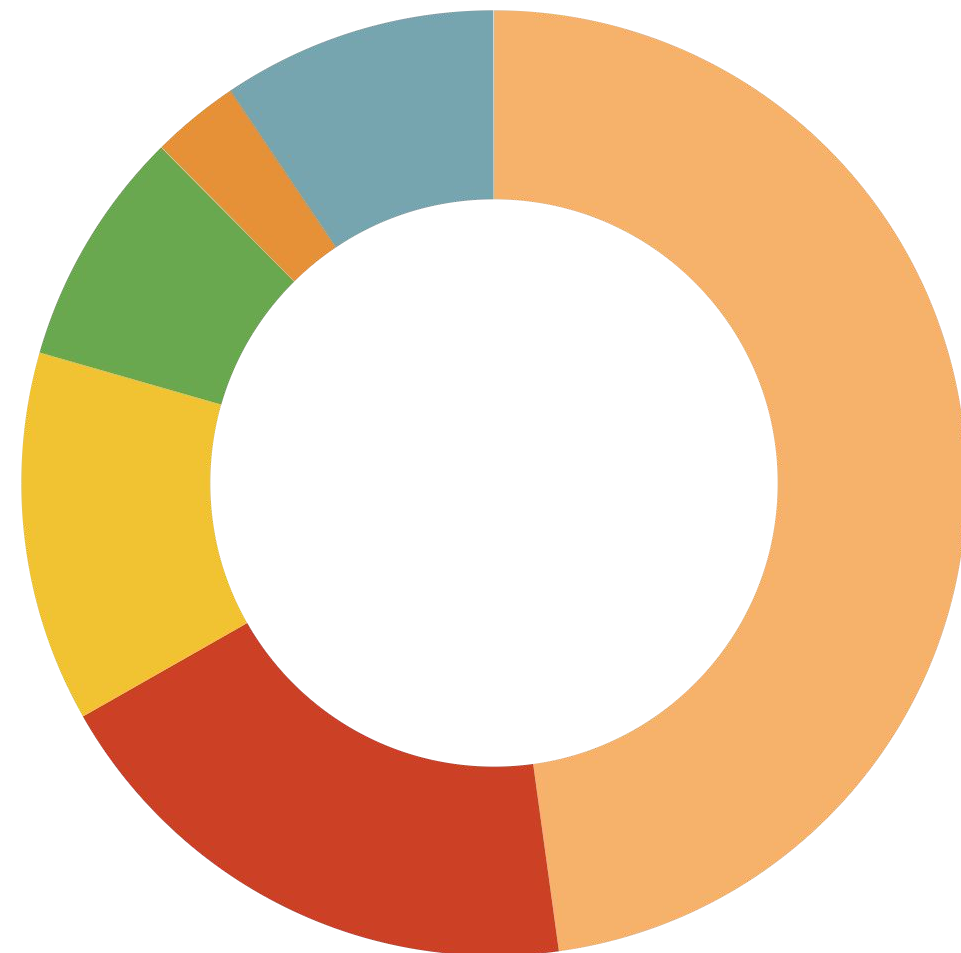
KUNTA	OSUUS
Helsinki	11,79 %
Joensuu	6,58 %
Kuopio	4,94 %
Espoo	4,35 %
Vantaa	4,12 %
Tampere	3,47 %

Päiväkävijät

KUNTA	OSUUS
Joensuu	15,21 %
Helsinki	6,87 %
Kuopio	6,60 %
Kontiolahti	3,47 %
Tampere	2,78 %

Yöpyneissä korostuu Helsinki, kun taas päiväkävijöissä Joensuun osuus on selvästi suurin.

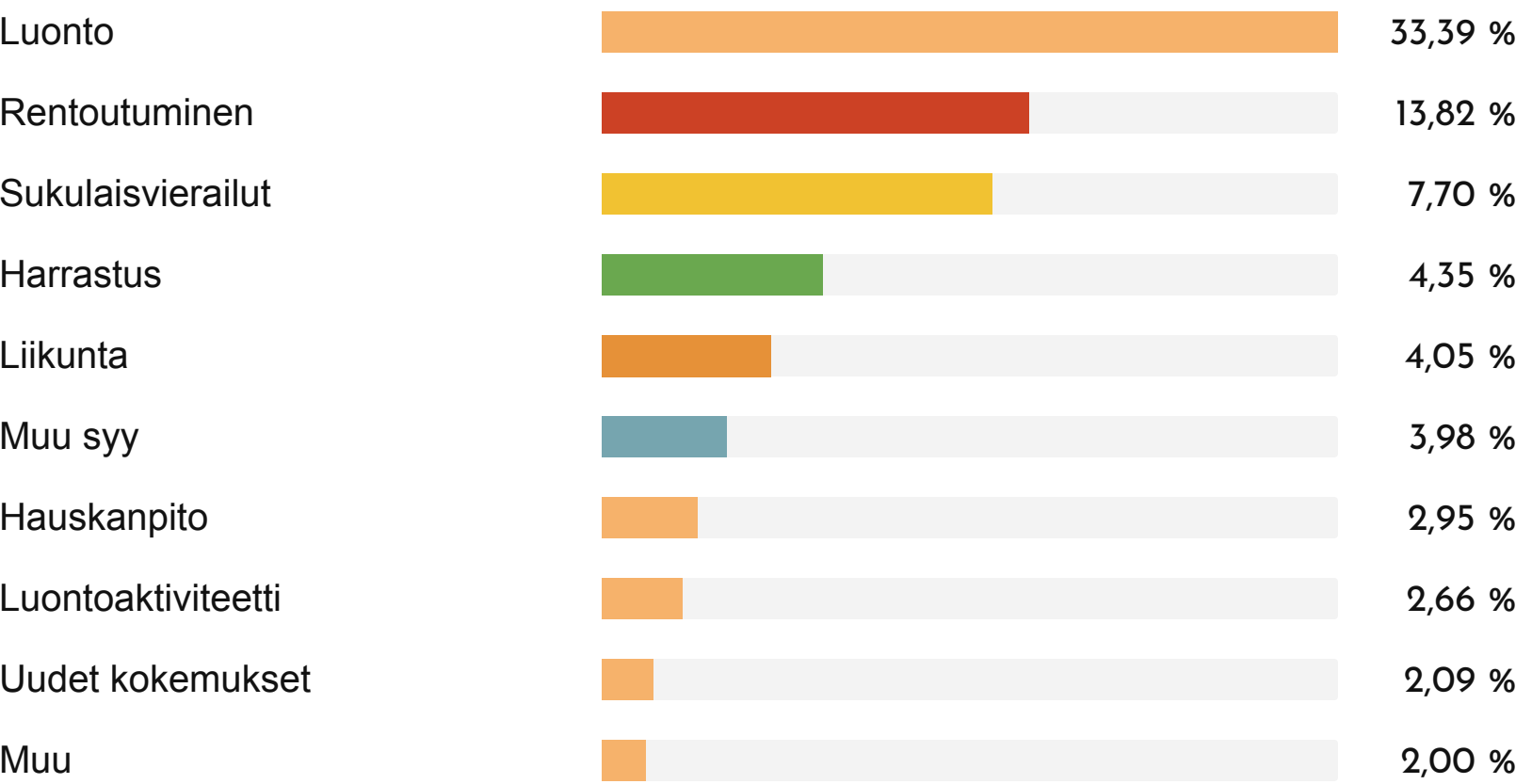
Matkailijoiden majoitustyyppi



Hotelli	31,20 %
Vuokramökki	23,03 %
Yksityismajoitus	12,73 %
Oma mökki tai asunto	12,12 %
Leirintä	5,61 %
Muut majoitusmuodot	15,31 %

Hotelli ja vuokramökki muodostavat suurimmat majoitusmuodot. Yksityismajoitus ja oma mökki ovat lisäksi merkittäviä ryhmiä.

Matkailijoiden motiivi



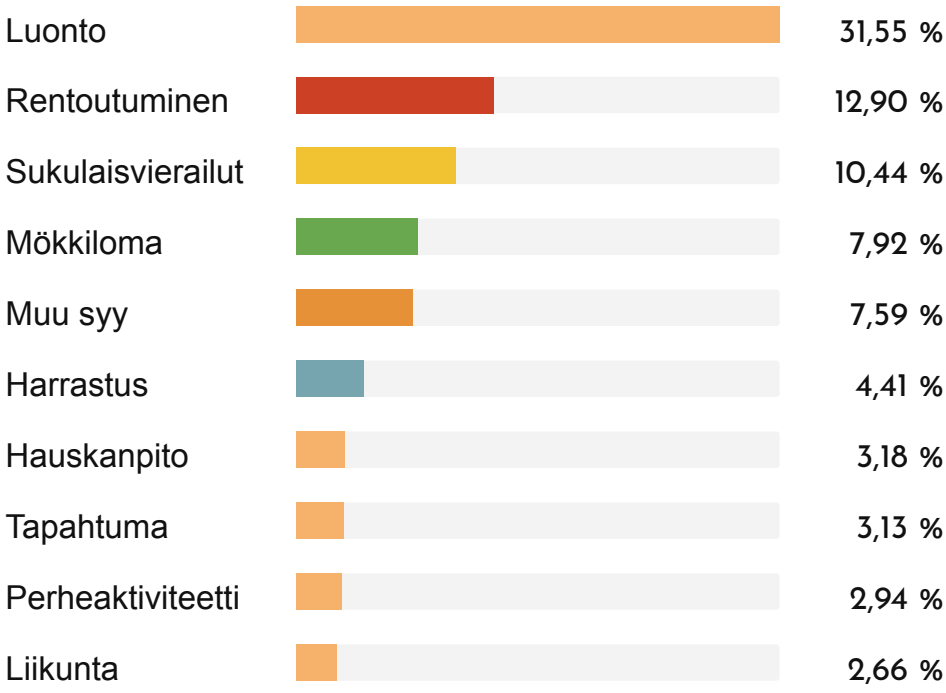
3 päämotiivia

Luonto · rentoutuminen · sukulaisvierailut muodostavat keskeisen motiivikolmikon.

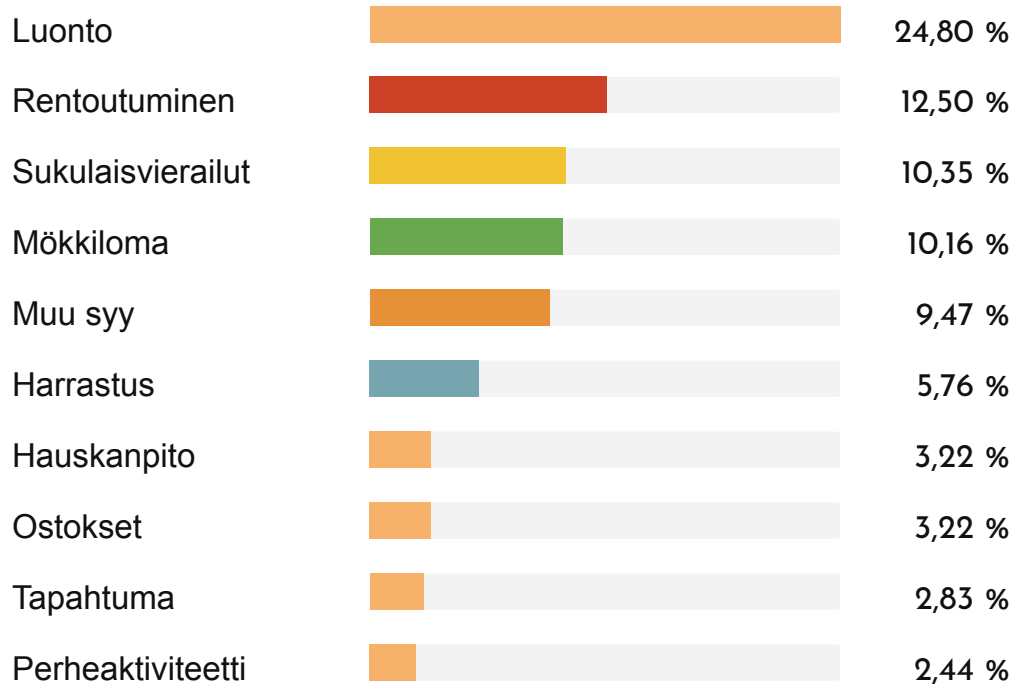
Motiivit painottuvat vahvasti luontoon ja rentoutumiseen. Tämä tukee kuvaa Lieksasta kohteena, jossa maisema, rauha ja ulkoilun mahdollisuudet ovat vetovoiman ydintä.

Matkailijoiden motiivi kohteittain

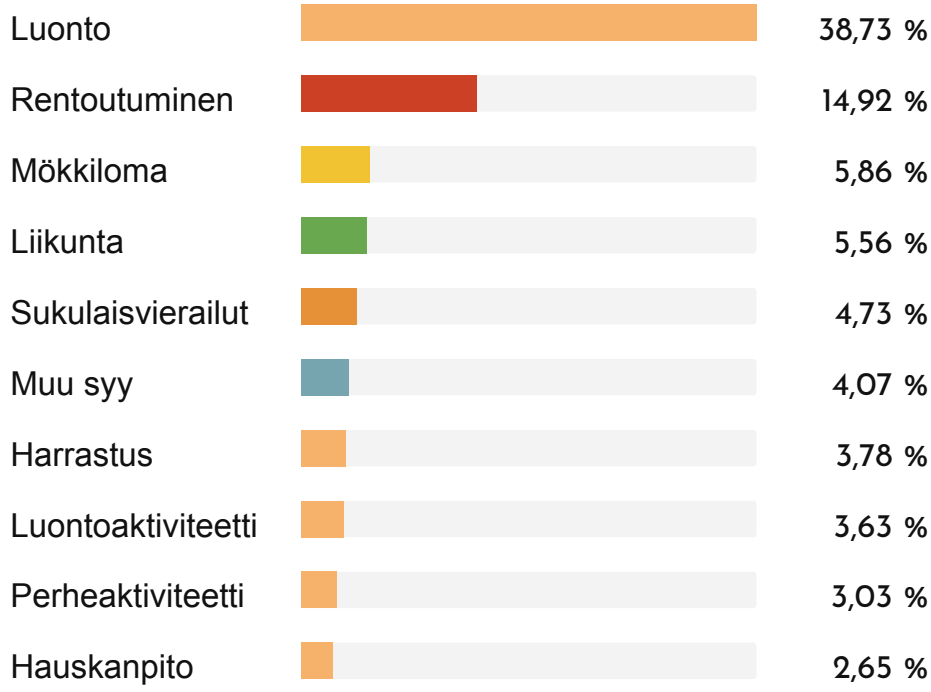
LIEKSA



JUUKA



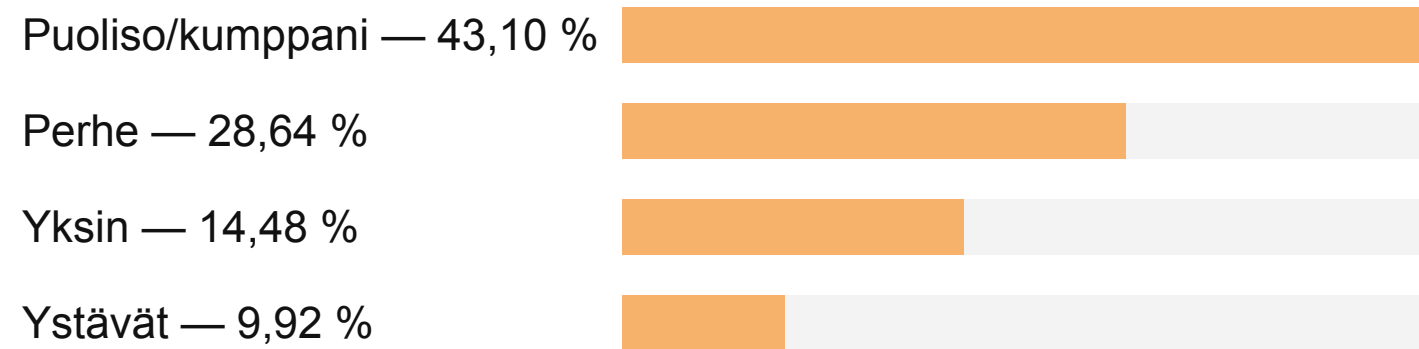
KOLI



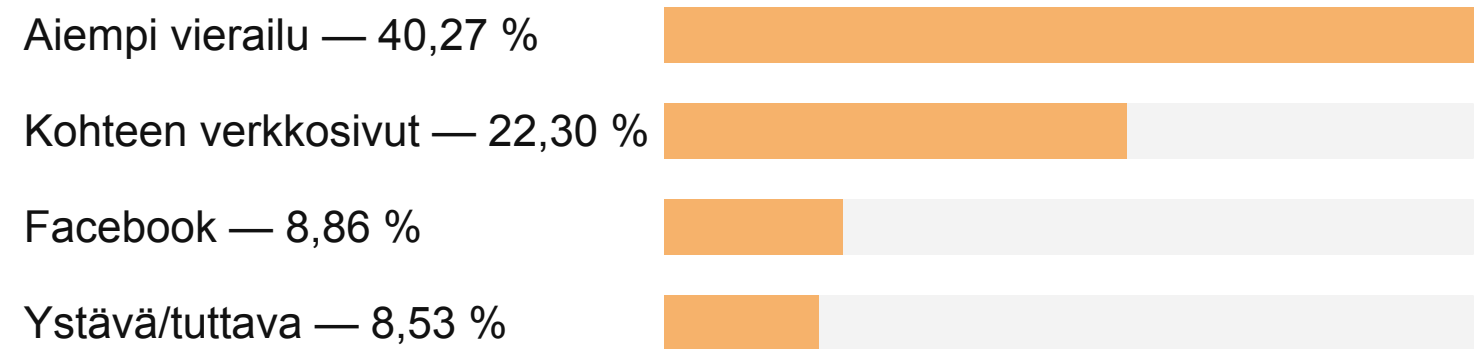
Luonto ja rentoutuminen ovat kaikissa kohteissa vahvoja motiiveja. Koli painottuu muita selvemmin luontoon, Juukassa sukulaisvierailut ja mökkiloma näkyvät suhteellisesti vahvemmin.

Matkaseura ja tiedonlähteet

Matkaseura



Tiedonlähteet



Listoissa on esitetty neljä suurinta vastausvaihtoehtoa. Matkailijoista suuri osa saapuu parina tai perheen kanssa, ja tiedonhaku nojaa etenkin aiempaan kokemukseen sekä kohteen verkkosivuihin.

OSA 03

Taloudelliset vaikutukset

Menetelmä

Salmin mittauksissa taloudellisia vaikutuksia tarkastellaan matkailijoiden välittömän matkailukulutuksen kautta. Tämä kuvaa alueelle kohdistuvaa matkailutuloa, joka vertautuu alueen ulkopuolelta tulevaan vientituloon.

Kyselyssä selvitetään vastaajakohtaisesti rahankäyttöä matkan aikana eri kulutuskategorioissa, minkä perusteella muodostetaan kävijäkohtaiset kulutukset päivätasolla.

KULUTUSKATEGORIAT

Majoitus

Ravintolat ja kahvilat

Ostokset ja muut palvelut

Polttoaine ja lataus

Kulttuuri- ja virkistyspalvelut

Julkinen liikenne

Kävijöiden matkailijakulutus

139,87 €/hlö

päiväkävijän keskimääräinen kulutus

62,49 €/vrk

keskimääräinen päiväkohtainen kulutus

35,85 €/vrk

yöpyneen matkailijan kulutus

Päiväkävijän keskimääräinen kulutus oli 139,87 € ja yöpyneen päiväkohtainen kulutus 35,85 €. Luvut kuvaavat vastaajien ilmoittamaa kulutusta henkilöä ja päivää kohden.

Kävijöiden matkailijakulutus kohteittain

LIEKSA

150,3 €

päiväkävijän keskimääräinen kulutus

JUUKA

136 €

päiväkävijän keskimääräinen kulutus

KOLI

133 €

päiväkävijän keskimääräinen kulutus

LIEKSA

36,2 €/vrk

yöpyneen keskimääräinen kulutus

JUUKA

38,4 €/vrk

yöpyneen keskimääräinen kulutus

KOLI

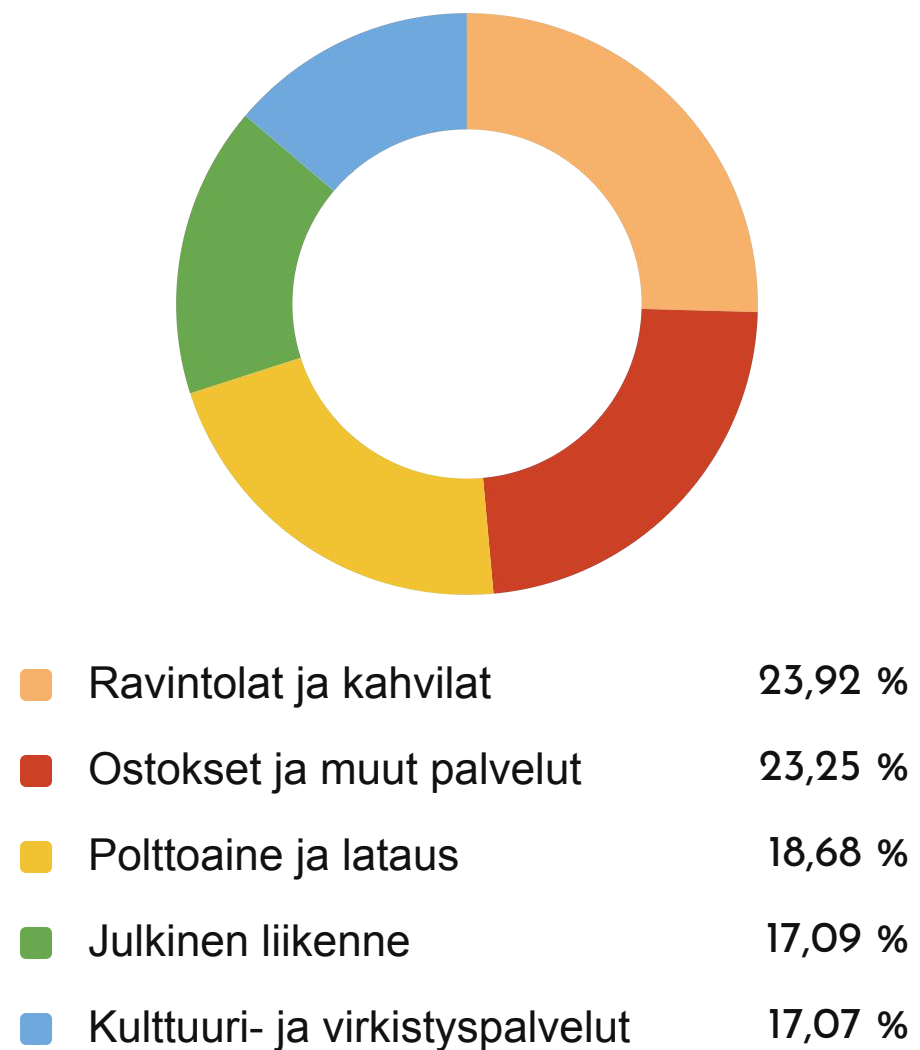
35 €/vrk

yöpyneen keskimääräinen kulutus

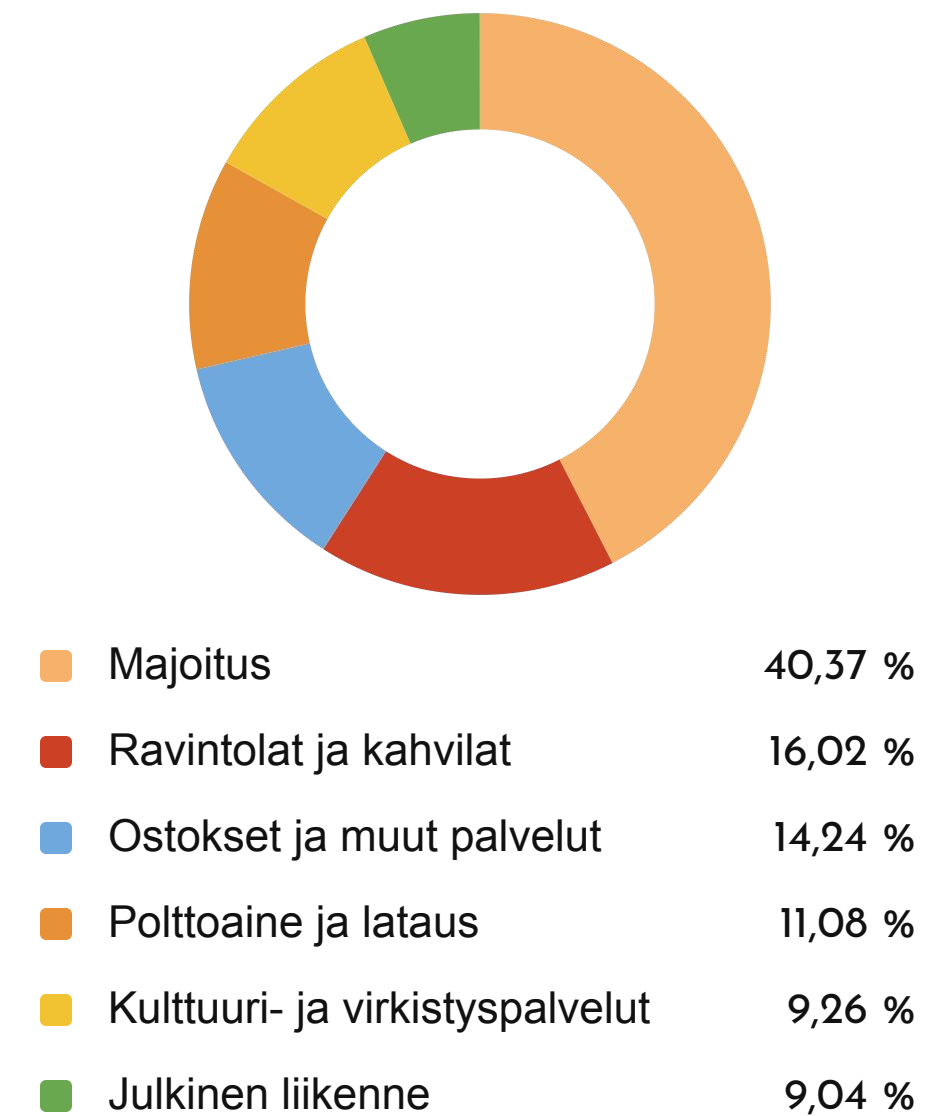
Päiväkävijän kulutus on suurin Lieksassa, kun taas yöpyneiden päiväkohtaisissa kulutusluvuissa kohteiden erot ovat maltillisia. Luvut kuvaavat vastaajien ilmoittamaa kulutusta henkilöä ja päivää kohden.

Matkailijakulutuksen jakaantuminen

Päiväkävijät



Yöpyneet matkailijat



Majoitustyyppin vaikutus matkailijakulutukseen

Viisi merkittävintä majoitustyyppiä vertailussa: vuorokausikulutus, viipymä ja koko matkan aikana Lieksaan jäävä kulutus.

MAJOITUSTYYPPI	VUOROKAUSIKULUTUS	VIIPYMÄ	KOKO MATKAN KULUTUS	SUhteellinen taso
01 Hotelli	58,3 €/vrk kulutus / vrk	2,7 vrk keskimääräinen viipymä	159,8 € koko matka	
02 Vuokramökki	43,7 €/vrk kulutus / vrk	4,8 vrk keskimääräinen viipymä	208,5 € koko matka	
03 Yksityismajoitus	28,5 €/vrk kulutus / vrk	4,5 vrk keskimääräinen viipymä	128,1 € koko matka	
04 Yksityismökki	23,9 €/vrk kulutus / vrk	7,0 vrk keskimääräinen viipymä	167,9 € koko matka	
05 Leirintä	27,9 €/vrk kulutus / vrk	3,5 vrk keskimääräinen viipymä	98,3 € koko matka	

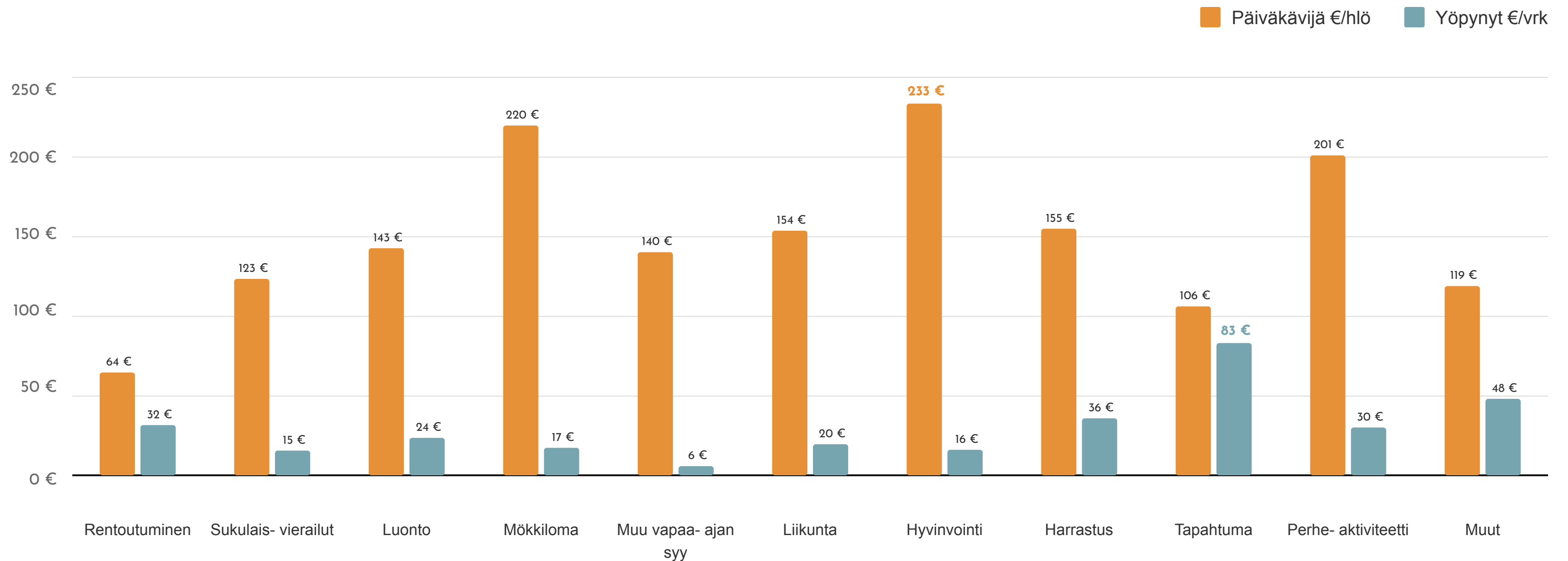
Suurin kokonaiskulutus

Vuokramökki jättää suurimman kulutuksen koko matkan aikana (208,5 €), vaikka vuorokausikulutus ei ole korkein.

Kulutus vaihtelee majoitustyyppin mukaan

Kaupallisesti majoittuneet kuluttavat eniten vuorokautta kohden. Hotellissa majoittuneella on vuorokausikulutus (58,3 €/vrk) korkeinta.

Motiivin vaikutus kulutukseen



Matkan motiivilla on suuri vaikutus kulutuskäyttäytymiseen. Päiväkävijöissä korkeimmat kulutukset liittyivät **hyvinvointiin, mökkilomaan ja perheaktiviteetteihin**. Yöpyneissä matkailijoissa **tapahtumamotiivi** erottui korkeimpana päiväkohtaisena kulutuksena.

OSA 04

Liikkumisen hiilijalanjälki

Menetelmä

Matkustaminen kodin ja kohteen välillä on merkittävässä roolissa matkailun aiheuttaman ympäristökuorman osalta. Salmin menetelmässä matkailijan matka kohteeseen tunnistetaan etapeittain.

Näin saadaan kuva siitä, miten ja kuinka pitkän matkan kävijät matkustivat Lieksaan saapuessaan, sekä lasketaan vastaajakohtainen ja kilometriä kohden keskimääräinen hiilidioksidiekvivalentti.

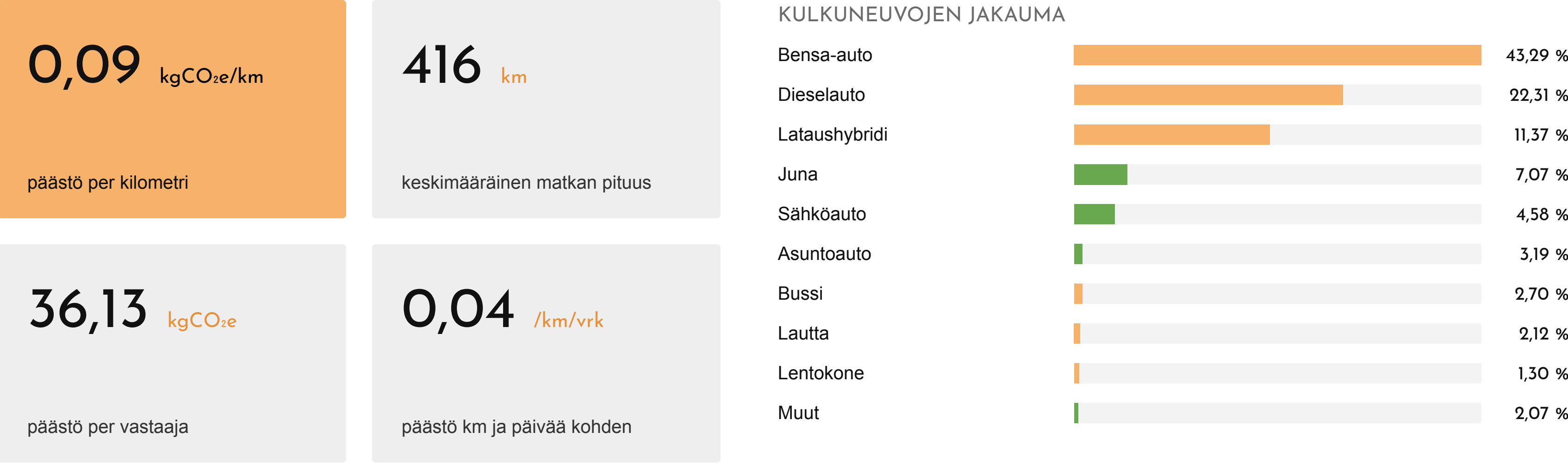
MITATAAN

Kulkuneuvojakauma ja matkan pituus

TUNNUSLUKU

kgCO₂e per kilometri

Liikkumisen hiilijalanjälki ja kulkuneuvot



Kuvaajassa näkyvät yli 1 % kulkutavat; pienemmät vaihtoehdot on koottu Muut-luokkaan. Keskimääräinen päästö oli noin 0,09 kgCO₂e/km ja keskimääräinen matkan pituus 416 km.

Hiilitehokkuus

Hiilitehokkuus yhdistää matkailukulutuksen ja liikkumisen päästöt samaan tarkasteluun. Se kuvaa, kuinka paljon matkailutuloa syntyy suhteessa matkailijoiden liikkumisen päästöihin ja viipymään.

LIEKSA

3 569

€ / kgCO₂e, km, vrk, hlö

Mitä suurempi luku, sen tehokkaammin matkailutuloa syntyy suhteessa liikkumisen päästöihin.

OSA 05

Sosiaaliset vaikutukset

Tilannekuva sosiaalisista vaikutuksista

Sosiaaliset vaikutukset ovat laaja kokonaisuus, ja tässä kyselyssä niitä tarkasteltiin tiivistettynä tilannekuvana.

Kysymyksissä selvitettiin muun muassa matkailun koettuja hyötyjä ja haittoja sekä vaikutusta paikkakunnan veto-, pito- ja elinvoimaan.

Sosiaalisten vaikutusten kysymykset on suunnattu erityisesti paikallisille ja tässäkin koosteessa on vain paikallisten vastauksista noudettuja kohtia.

MITATUT TEEMAT

Matkailun koetut hyödyt

Matkailun koetut haitat

Vetovoima

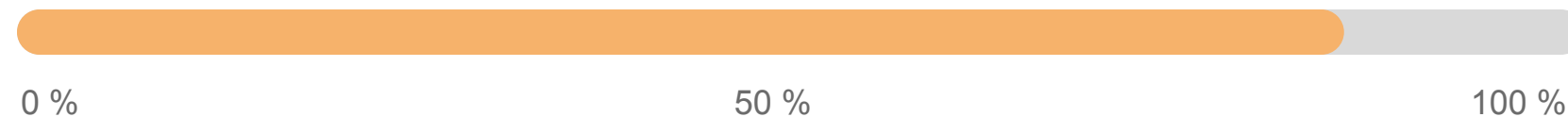
Pitovoima

Elinvoima

Sosiaalisten vaikutusten indikaattori

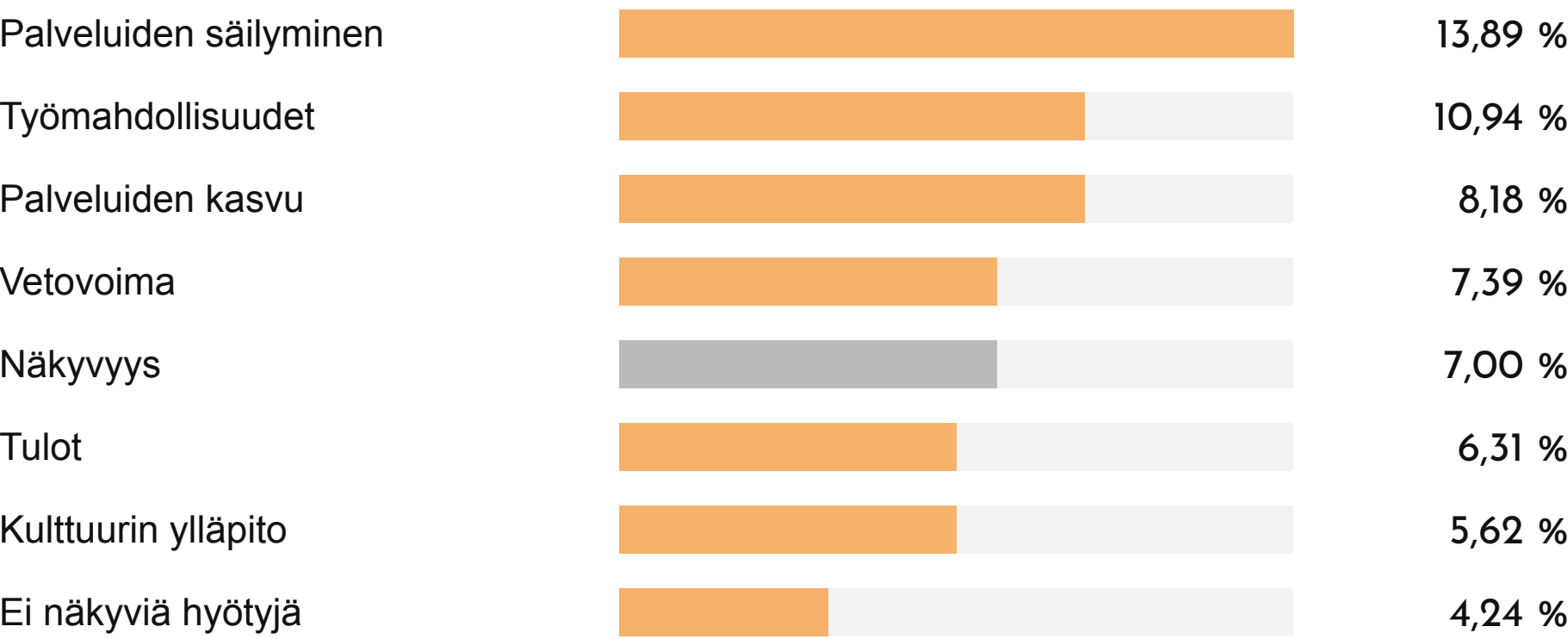
LIEKSA

86,67%



Lieksan sosiaalisten vaikutusten kokonaiskuva oli myönteinen. Indikaattori kokoaa yhteen sosiaalisten vaikutusten väittämien **kyllä-vastausten** osuuksia kahdeksan eri kysymyksen vastauksista. Jokainen kysymys on muotoiltu siten, että kyllä-vastaus tarkoitti jotain positiivista asiaa, joten mitä lähempänä arvo on sataa prosenttia, sitä positiivisempi on paikallisten yleiskuva matkailusta.

Matkailusta koetut hyödyt



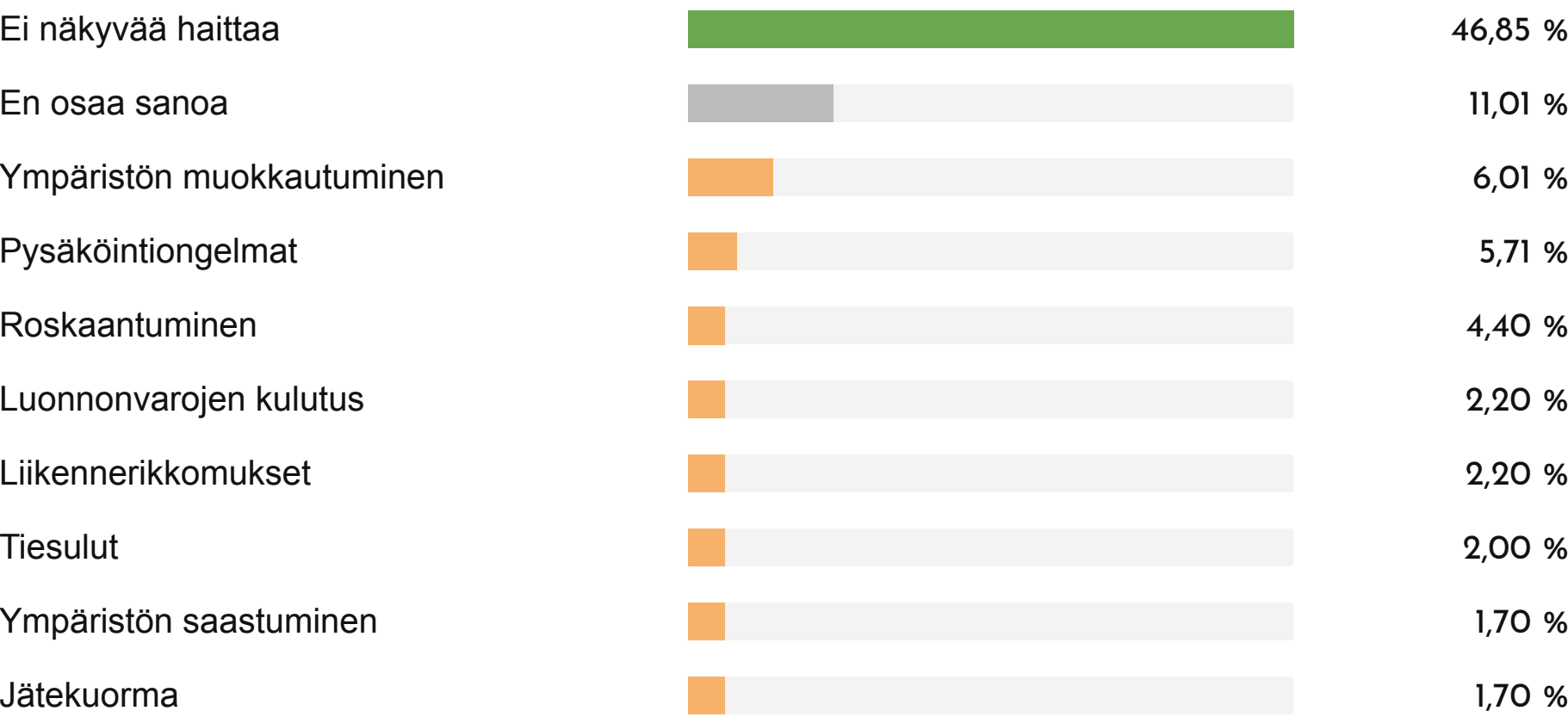
SUURIN KOETTU HYÖTY

Palvelut

ja työmahdollisuudet — talous- ja palveluvaikutus näkyy vastauksissa selvästi.

Matkailun hyödyissä korostuvat erityisesti palveluiden säilyminen, työmahdollisuudet, palveluiden kasvu sekä näkyvyyteen liittyvät vaikutukset.

Matkailusta koetut haitat



SELVÄSTI SUURIN VASTAUS

46,85 %

ei aiheuta näkyvää haittaa paikkakunnalle

Havaitut haitat jakautuvat useisiin pieniin teemoihin: ympäristöön, turvallisuuteen ja liikkumiseen liittyviin havaintoihin.

Veto-, pito- ja elinvoima

VETOVOIMA

84,88 %

Matkailu lisää paikkakunnan vetovoimaa

Kyllä 84,88 % EOS 11,10 % Ei 4,02 %
n = 6 025

ELINVOIMA

93,67 %

Matkailu lisää paikkakunnan elinvoimaa

Kyllä 93,67 % EOS 3,11 % Ei 3,21 %
n = 996

PITOVOIMA

82,58 %

Matkailupalvelut lisäävät paikallisten
asumismukavuutta

Kyllä 82,58 % EOS 10,88 % Ei 6,55 %
n = 993

Matkailun koettiin vahvistavan erityisesti Lieksan elinvoimaa ja vetovoimaa. Vaikutus asumismukavuuteen oli myös myönteinen, mutta epävarmojen vastausten osuus on suurempi.



OSA 06

Kävijä- tyytyväisyys

Kävijättytyvyyden mittarit

01

Yleinen tyytyväisyys

Kokonaisarvio kävijäkokemuksesta asteikolla.

02

Suositteluhalukkuus (NPS)

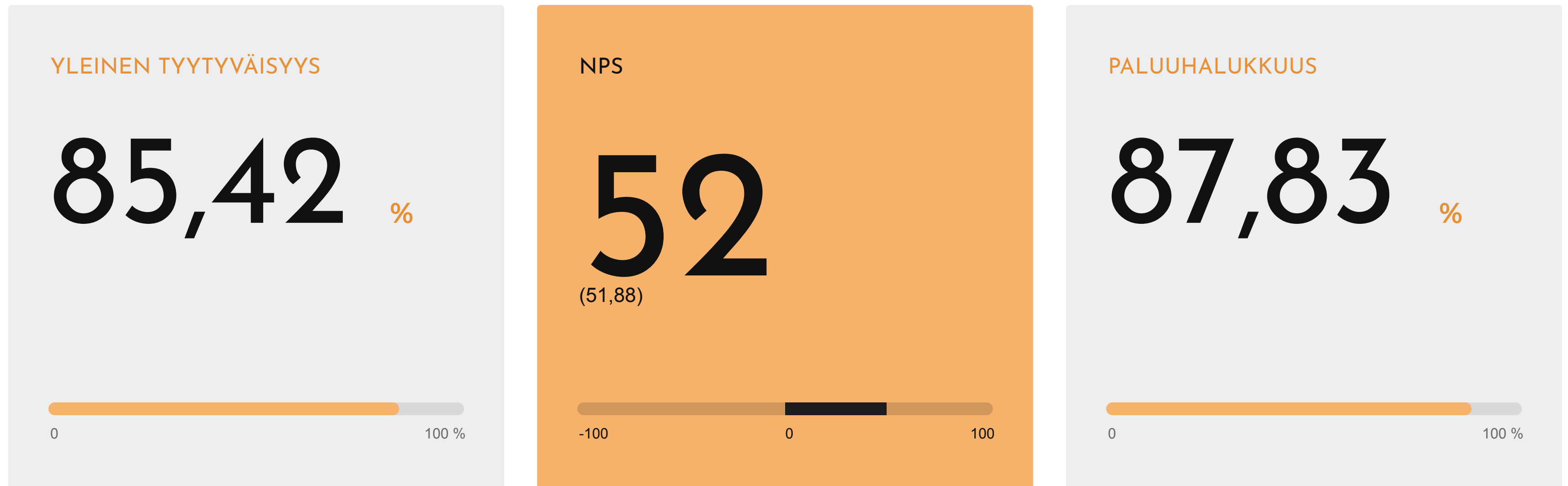
Mittari sille, kuinka todennäköisesti vastaaja suosittelisi kohdetta.

03

Paluuhalukkuus

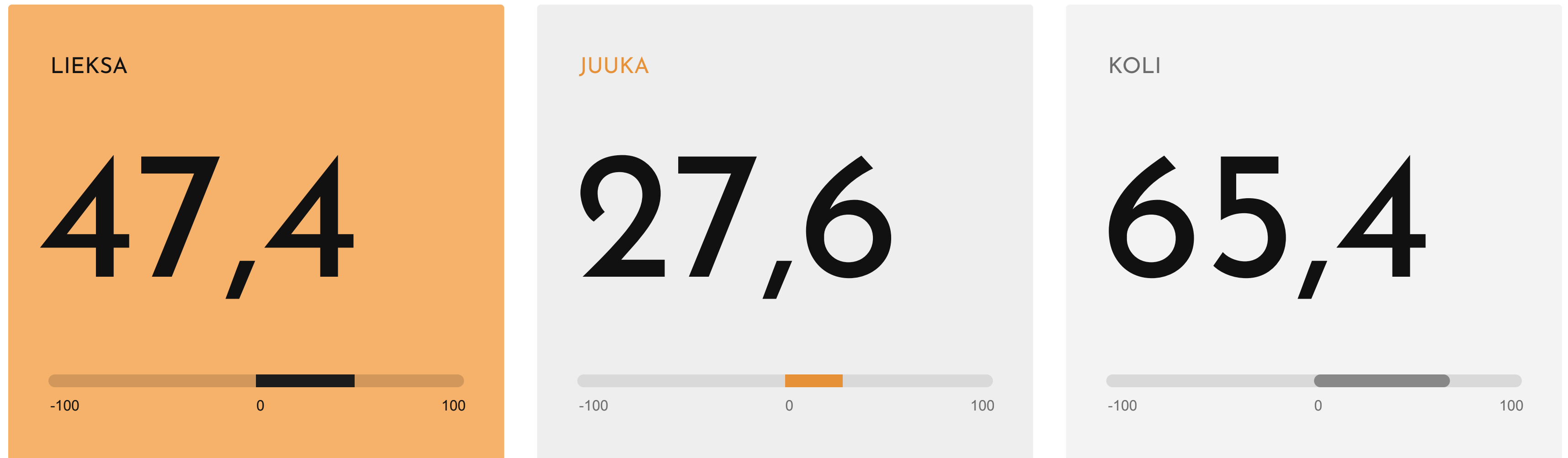
Vastaajien aikomus palata kohteeseen uudelleen.

Matkailijoiden kävijättyytyvyyden mittarit



Kävijättyytyväisyys on Lieksassa hyvällä tasolla. Suositteluhalukkuuden NPS oli 51,88 ja paluuhalukkuus 87,83 %, mikä kertoo vahvasta kokemuksesta ja kiinnostuksesta palata alueelle.

Suositteluhalukkuus kohteittain



Suositteluhalukkuus vaihtelee kohteittain: Koli erottuu korkeimmalla NPS-luvulla (65,4), Lieksa sijoittuu keskelle (47,4) ja Juuka jää matalammalle tasolle (27,6).

Vapaat palautteet – analyysin lähtökohta

Mittareiden lisäksi matkailijoilta kerättiin kolme avointa palautetta. Näiden avulla tunnistettiin matkailukokemuksen **vahvuudet**, **kipupisteet ja kehittämisen suunnat**.

TULKINNAN KANNALTA TÄRKEÄÄ

Tyytymättömyyspalautteissa oli paljon vastauksia, joissa todettiin ettei erityistä tyytymättömyyttä ollut. Ne kannattaa käsitellä erillisenä myönteisenä signaalina, ei varsinaisena ongelmateemana.

TYYYTYVÄISYYSPALAUTTEET

3 810

vastausta · joista 3 696 tulkinnallisesti
käyttökelpoista

TYYTYMÄTTÖMYYSPALAUTTEET

2 819

vastausta · joista 2 515 sisällöllistä
tyytymättömyyden aiheita

KEHITTÄMISTOIVEET

3 701

vastausta · joista 3 372 konkreettista
kehittämishavaintoa

Mistä matkailijat pitävät?

TEEMA		MAININTOJA	OSUUS
Luonto, maisema ja rauha		2154	38,20 %
Palvelu, ihmiset ja asiakaskokemus		946	16,78 %
Majoitus, hotelli ja kylpylä		734	13,02 %
Ruoka, ravintolat ja kahvilat		408	7,24 %
Reitit, ulkoilu ja aktiviteetit		304	5,39 %
Saavutettavuus, liikenne ja opasteet		179	3,17 %

PÄÄVIEСТИ

Lieksan vahvuus kiinnittyy vahvasti luontoon, maisemiin ja rauhaan. Koli, Pielinen, reitit ja ulkoilu muodostavat positiivisen palautteen ytimen.

ASIAKASKOKEMUS

Palvelu, ystävälliset kohtaamiset sekä majoitus- ja ravintolakokemukset täydentävät luontoperustaa. Kokemus ei perustu vain ympäristöön, vaan myös siihen, miten matkailija kohdataan.

TULKINTA

Positiivinen palaute on yhtenäistä: Lieksa näyttäytyy luonnon, rauhan, maiseman, ulkoilun ja hyvän palvelun kohteena.

Missä kokemuksessa on kipupisteitä?

TEEMA		MAININTOJA	OSUUS
Palvelu, ihmiset ja asiakaskokemus		403	11,77 %
Saavutettavuus, liikenne ja opasteet		384	11,21 %
Ruoka, ravintolat ja kahvilat		338	9,87 %
Luonto, maisema ja rauha		325	9,49 %
Majoitus, hotelli ja kylpylä		307	8,97 %
Reitit, ulkoilu ja aktiviteetit		234	6,83 %
Hinta-laatu ja kustannukset		167	4,88 %
Kaupat ja keskustan palvelut		83	2,42 %

KESKEINEN KIPUPISTE

Tyytymättömyys kohdistuu etenkin palveluketjun sujuvuuteen, saavutettavuuteen, ravintola- ja kahvilatarjontaan sekä majoituksen yksittäisiin kokemuksiin.

LUONTO JA ODOTUKSET

Luonto on vahva vetovoimatekijä, mutta siksi myös reitteihin, opasteisiin, kunnossapitoon ja ruuhka-/sääkokemuksiin liittyvät puutteet näkyvät herkästi palautteessa.

EI-SISÄLLÖLLISET VASTAUKSET

304vastausta oli tyyppiä ”ei valittamista”, ”en osaa sanoa” tai vastaava. Ne kannattaa raportoida erikseen.

Mitä matkailijat haluavat lisää?

TEEMA		MAININTOJA	OSUUS
Ruoka, ravintolat ja kahvilat		829	16,70 %
Palvelu, ihmiset ja asiakaskokemus		539	10,86 %
Majoitus, hotelli ja kylpylä		535	10,78 %
Luonto, maisema ja rauha		506	10,19 %
Reitit, ulkoilu ja aktiviteetit		494	9,95 %
Saavutettavuus, liikenne ja opasteet		429	8,64 %
Kulttuuri, tapahtumat ja nähtävyydet		245	4,94 %
Hinta-laatu ja kustannukset		243	4,90 %
Kaupat ja keskustan palvelut		131	2,64 %

PALVELULLISTAMINEN

Matkailijat eivät toivo uutta identiteettiä, vaan enemmän ostettavia ja löydettäviä tapoja käyttää jo olemassa olevia vahvuuksia.

TEKEMINEN JA SISÄLTÖ

Toiveissa korostuvat ravintolat, kahvilat, reitit, aktiviteetit, tapahtumat, kulttuuri ja paikalliset elämykset.

SAAVUTETTAVUUS JA TIETO

Opasteet, reittitieto, aukioloajat, julkiset yhteydet ja palveluiden löydettävyys vaikuttavat suoraan kokemuksen sujuvuuteen.

OSA 07

Vertailua

Vertailu Suomen tilanteeseen

MITTARI	LIEKSA	KOKO SUOMI *
NPS	51,88	53,58
Paluuhalukkuus	87,83 %	92,71 %
Paikallisten kokema elinvoiman kasvu	93,67 %	91,54 %
Matkailukulutus yöpyneet	35,85 €/hlö	56,28 €/vrk/hlö
Matkailukulutus päivämatkailijat	139,87 €/hlö	150,67 €/vrk/hlö
Hiilitehokkuus	3 569 €/kgCO ₂ e/km, pv, hlö	2 921 €/kgCO ₂ e/km, pv, hlö
CO ₂ per km	0,09 kgCO ₂ e/km	0,13 kgCO ₂ e/km

Vertailutiedot kohteittain

Kohteittainen vertailu koko tutkimusajalta. Taulukossa on sama mittaripohja Lieksalle, Juukalle ja Kolille.

MITTARI	LIEKSA	JUUKA	KOLI
NPS	47,4	27,6	65,4
Paluuhalukkuus	88,16 %	86,02 %	88,23 %
Elinvoiman kasvu	93,4 %	89,13 %	96,27 %
Yöpyneen kulutus	36,2 €/vrk	38,4 €/vrk	35 €/vrk
Päivämatkailijan kulutus	150,3 €	136 €	133 €
Hiilitehokkuus	3 681	3 065	3 791
CO ₂ /km	0,09 kgCO ₂ e/km	0,08 kgCO ₂ e/km	0,09 kgCO ₂ e/km

KORKEIN SUOSITTELU

Koli erottuu NPS-luvulla 65,4.

ELINVOIMA

Koli saa korkeimman elinvoimaluvun (96,27 %).

PIENIN CO₂/KM

Juuka on liikkumisen päästöissä kevyin (0,08 kgCO₂e/km).

Hiilitehokkuus on esitetty muodossa €/kgCO₂e/km, pv, hlö. CO₂/km kuvaa liikkumisen päästöä kilometriä kohden.

OSA 08

Matkailijaprofiilit

Vertailu matkailijaprofiileittain

Motiivi vaikuttaa käyttötapaan, kulutukseen ja kehittämistarpeisiin.

MOTIIVI	VASTAUKSIA	PÄIVÄKÄVIJÄ	YÖPYNYT	NPS YÖPYNYT	NPS PÄIVÄ	PROFIILIN ENSITULKINTA
Luonto	2 222	133,4 €	39,4 €/vrk	75,0	61,3	Suurin ryhmä: luonto, maisema ja rauha.
Rentoutuminen	902	186,2 €	44,2 €/vrk	67,3	37,4	Helppo loma- ja palvelukokonaisuus.
Sukulaisvierailut	485	124,2 €	32,6 €/vrk	42,2	20,2	Sosiaalinen vierailu ja arjen palvelut.
Mökkiloma	468	163,9 €	28,6 €/vrk	57,1	41,7	Pidempi oleskelu ja toistuva kysyntä.
Harrastus	279	141,1 €	27,8 €/vrk	61,3	34,5	Tekeminen käynnistää matkan.

SUURIN VOLYYMI

Luonto on selvästi suurin motiiviryhmä, ja rentoutuminen muodostaa toisen suuren käyttötavan.

KORKEIN PÄIVÄKULUTUS

Rentoutujilla ja mökkilomalaisilla päiväkävijän kulutus on korkea, mutta profiilien logiikka on erilainen.

TOISTUVA POTENTIAALI

Sukulaisvierailut ja mökkiloma sitovat kävijöitä alueeseen ja luovat toistuvaa paikallista kysyntää.

Luontomatkailija

Maiseman, rauhan ja luontoympäristön vuoksi saapuva suurin motiiviryhmä.

DATAPROFIILI

VASTAUKSIA

2 222

PALUUHALUKKUUS

YÖPYNEET

87,6 %

PÄIVÄKÄVIJÄT

87,6 %

PÄIVÄKÄVIJÄ

133,4 €

YÖPYNYT

39,4 €/vrk

NPS YÖPYNYT

75,0

NPS PÄIVÄ

61,3

KOTIKUNNISSA KOROSTUU

Helsinki · Joensuu · Kuopio · Espoo · Kontiolahti

TULKINTA

Kokemus rakentuu luonnosta, Kolistä, Pielisestä, maisemista ja rauhasta. Korkea NPS kertoo, että ydintarve toteutuu etenkin yöpyneillä hyvin.

AVOPALAUTTEEN YDIN

Tyytyväisyydessä korostuu luonto, maisema ja rauha; kriittisissä huomioissa saavutettavuus, liikenne ja opasteet; kehittämistoiveissa ruoka, ravintolat ja kahvilat.

KEHITTÄMISVIESTI

Kasvata arvoa tuotteistamalla luontokokemusta reiteiksi, retkiksi, opasteiksi, tulipaikoiksi ja helposti löydettäväksi tiedoksi.

MITÄ TÄMÄ KERTOO LIEKSASTA

Lieksan vahvin profiili on luontoon tukeutuva: palveluiden tehtävä on tehdä ydinvahvuudesta helpommin ostettava ja käytettävä.

Rentoutuja

Valmista, helppoa ja rauhallista loma- ja palvelukokonaisuutta hakeva matkailija.

DATAPROFIILI

VASTAUKSIA

902

PALUUHALUKKUUS

YÖPYNEET

89,8 %

PÄIVÄKÄVIJÄT

86,1 %

PÄIVÄKÄVIJÄ

186,2 €

YÖPYNYT

44,2 €/vrk

NPS YÖPYNYT

67,3

NPS PÄIVÄ

37,4

KOTIKUNNISSA KOROSTUU

Helsinki · Joensuu · Kuopio · Vantaa

TULKINTA

Rentoutuja käyttää aluetta helppona loma- ja irtiottokohteena. Päiväkävijän kulutus on profiileista korkein, mutta päiväkävijöiden NPS jää yöpyneitä matalammaksi.

AVOPALAUTTEEN YDIN

Tyytyväisyydessä korostuu luonto, maisema ja rauha; kriittisissä huomioissa palvelu, ihmiset ja asiakaskokemus; kehittämistoiveissa ruoka, ravintolat ja kahvilat.

KEHITTÄMISVIESTI

Vahvista ruoka-, kahvila-, hyvinvointi-, ohjelma- ja iltapalveluita, jotta rauhallinen loma muuttuu pidemmäksi ja arvokkaammaksi palvelukokonaisuudeksi.

MITÄ TÄMÄ KERTOO LIEKSASTA

Rentoutujalle Lieksa ei ole vain maisema, vaan palveluilla koottu vaivaton loma.

Sukulaisvierailija

Sosiaalisen vierailun ja arjen palveluiden kautta aluetta käyttävä matkailija.

DATAPROFIILI

VASTAUKSIA

485

PALUUHALUKKUUS

YÖPYNEET

93,5 %

PÄIVÄKÄVIJÄT

84,2 %

PÄIVÄKÄVIJÄ

124,2 €

YÖPYNUT

32,6 €/vrk

NPS YÖPYNUT

42,2

NPS PÄIVÄ

20,2

KOTIKUNNISSA KOROSTUU

Helsinki · Espoo · Kuopio · Vantaa · Joensuu

TULKINTA

Sukulaisvierailija on matkailijan ja paikallisen välissä. Paluuhalukkuus on korkea, mutta NPS jää muita profiileja matalammaksi, mikä korostaa arjen sujuvuutta.

AVOPALAUTTEEN YDIN

Tyytyväisyydessä korostuu luonto, maisema ja rauha; kriittisissä huomioissa palvelu, ihmiset ja asiakaskokemus; kehittämistoiveissa ruoka, ravintolat ja kahvilat.

KEHITTÄMISVIESTI

Paranna koko alueen käytettävyyttä: ruokailu, kaupat, viikonlopun aukiolot, liikkuminen ja omatoimiset sisällöt vaikuttavat suoraan kokemukseen.

MITÄ TÄMÄ KERTOO LIEKSASTA

Tämän profiilin arvo syntyy toistuvista vierailuista ja paikallisten palveluiden käytöstä.

Mökkilomalainen

Pidemmän oleskelun ja paikallispalveluiden käyttäjä, jonka arvo syntyy toistuvuudesta.

DATAPROFIILI

VASTAUKSIA

468

PALUUHALUKKUUS

YÖPYNEET

93,2 %

PÄIVÄKÄVIJÄT

88,3 %

PÄIVÄKÄVIJÄ

163,9 €

YÖPYNUT

28,6 €/vrk

NPS YÖPYNUT

57,1

NPS PÄIVÄ

41,7

KOTIKUNNISSA KOROSTUU

Helsinki · Joensuu · Espoo · Vantaa · Kuopio

TULKINTA

Mökkilomalainen käyttää Lieksaa pidemmän oleskelun tukialueena. Vastausmäärä on lähellä sukulaisvierailijoita ja paluuhaluukkuus on korkea.

AVOPALAUTTEEN YDIN

Tyytyväisyydessä korostuu luonto, maisema ja rauha; kriittisissä huomioissa palvelu, ihmiset ja asiakaskokemus; kehittämistoiveissa ruoka, ravintolat ja kahvilat.

KEHITTÄMISVIESTI

Vahvista mökkiarjen rinnalle ruokatarjontaa, ostosmahdollisuuksia, tapahtumia, hyvinvointi- ja vapaa-ajan palveluita sekä liikkumisen sujuvuutta.

MITÄ TÄMÄ KERTOO LIEKSASTA

Mökkilomalainen tuo alueelle toistuvaa kysyntää, vaikka yksittäinen päiväkulutus ei kerro koko potentiaalia.

Harrastematkailija

Harrastuksen tai tekemisen käynnistämä käynti, joka tarvitsee sujuvan palveluketjun.

DATAPROFIILI

VASTAUKSIA

279

PALUUHALUKKUUS

YÖPYNEET

88,6 %

PÄIVÄKÄVIJÄT

84,6 %

PÄIVÄKÄVIJÄ

141,1 €

YÖPYNYT

27,8 €/vrk

NPS YÖPYNYT

61,3

NPS PÄIVÄ

34,5

KOTIKUNNISSA KOROSTUU

Ei saatavilla aineistossa

TULKINTA

Harrastematkailija on pienempi mutta tunnistettava ryhmä, jonka matka käynnistyy tietystä tekemisestä. Määrällinen data viittaa hyvään yöpyneiden NPS-tasoon.

AVOPALAUTTEEN YDIN

Tyytyväisyydessä korostuu luonto, maisema ja rauha; kriittisissä huomioissa reitit, ulkoilu ja aktiviteetit; kehittämistoiveissa reitit, ulkoilu ja aktiviteetit.

KEHITTÄMISVIESTI

Tee harrastamisen palveluketjusta selkeä: olosuhteet, varaus- ja reittitieto, ruokailu, majoitus ja oheistekeminen ratkaisevat käynnin arvon.

MITÄ TÄMÄ KERTOO LIEKSASTA

Harrastus voi toimia matkan sytykkeenä, mutta hyöty kasvaa vasta ympäröivien palveluiden kautta.

Ydintulkinta

EI YHTÄ ASIAKASPROFIILIA

Lieksa ei ole matkailijoille yksi yhtenäinen tuote, vaan useiden käyttötapojen kohde. Sama alue palvelee luontokokemusta, rentoutumista, sukulaisvierailua, mökkiolemista ja harrastamista.

KEHITTÄMISEN LOGIIKKA

Yksi yleinen matkailulupaus ei riitä. Eri profiileille tarvitaan eri tavoin painotettuja palveluita, sisältöjä ja viestintää, vaikka perusvahvuudet ovat yhteisiä.

- 01

Luonto

Hakee maisemaa, rauhaa ja helposti käytettävää luontoympäristöä: reittejä, opasteita, retkiä ja luontotietoa.
- 02

Rentoutuminen

Odottaa valmista ja vaivatonta loma- ja palvelukokonaisuutta: ruokaa, hyvinvointia, ohjelmaa ja rauhaa.
- 03

Sukulaisvierailu

Käyttää Lieksaa sosiaalisen vierailun ja arjen palveluiden ympäristönä: liikkuminen, ravintolat, kaupat ja aukiolot.
- 04

Mökkiloma

Näkee Lieksan pidemmän oleskelun tukialueena, jossa arvo syntyy paikallispalveluista ja toistuvasta käytöstä.
- 05

Harrastus

Tulee tekemisen vuoksi, mutta matkailutulo syntyy harrastusta ympäröivästä ruoka-, majoitus- ja oheispalveluketjusta.

JOHTOPÄÄTÖS KEHITTÄMISEEN

Lieksan kehittäminen ei ole vain vetovoiman lisäämistä, vaan eri matkailijaryhmien käyttötapojen palvelemista: ostettavaa tekemistä, toimivia palveluketjuja ja profiilikohtaista viestintää.

Pääviesti

01

Vahva matkailun perusta

Liekse kiinnostaa erityisesti kotimaisia matkailijoita, joiden keskeisiä motiiveja ovat luonto, rentoutuminen, sukulaisvierailut, mökkiloma ja harrastus.

02

Luonto on vahva ydin, palvelullistaminen kasvattaa arvoa

Kävijäkokemus on myönteinen, ja NPS sekä paluuhaluus ovat vahvalla tasolla. Päiväkävijän kulutus on hyvä, mutta yöpyneiden päiväkohtainen kulutus jää maltilliseksi.

03

Kasvu vaatii ostettavaa tekemistä

Ravintolat, kahvilat, aukioloajat, reitit, tapahtumat, ohjelmapalvelut ja palveluiden löydettävyys ovat keskeisiä keinoja kasvattaa kokemuksen ja matkailun arvoa.