

Toimintasuunnitelma 2026 – Mikkelin Seudun Matkailupalvelu ry

1. Taustaa ja strateginen suunta

Vuosi 2026 käynnistyy uuden vaiheen kynnyksellä. Yhdistyksen hallitus on vuosien 2024 ja 2025 aikana pitänyt neljä kasvutyöpajaa (syksyllä 2025 tulossa vielä kaksi), joiden tuloksena valmistellaan yhdistykselle **uusi kirjallinen strategia ja kasvutavoitteet**. Strategia julkaistaan vuoden 2025 lopulla ja sen toimeenpano alkaa vuonna 2026. Strategia ohjaa jatkossa yhdistyksen toimintaa, painopisteitä ja kehittämisen suuntaviivoja – painottaen erityisesti **kasvua, vaikuttavuutta ja jäsenten liiketoimintamahdollisuuksia**.

2. Tavoitteet vuodelle 2026

- **Yöpymisvuorokausien ja matkailutulon kasvu**
Tavoitteena on kasvattaa matkailijoiden seudulle jättämää rahamäärää ja nostaa rekisteröityjen yöpymisten määrää. Vuonna 2024 maksullisia yöpymisvuorokausia oli **384 000**, sisältäen sekä rekisteröidyt että rekisteröimättömät majoitusvuorokaudet.
→ Seurataan yöpymisvuorokausien kehitystä kuukausitasolla.
 - **Viipymän kasvattaminen**
Keskimääräinen yöpyvän matkailijan viipymä rekisteröidyissä majoitusliikkeissä oli vuonna 2024 kotimaisten osalta **1,8 vuorokautta** ja ulkomaisten osalta **2,5 vuorokautta** – tätä pyritään pidentämään mm. uusien sisältöjen, reittien ja tapahtumien avulla.
 - **Sesonkien pidentäminen**
→ Tuetaan ja suunnitellaan uusia tapahtumia erityisesti kevät-, syys- ja talvikausille.
 - **Jäsenhankinta ja jäsenten tukeminen**
→ Pyritään kasvattamaan jäsenmäärää vuoden 2026 aikana ja kehittämään palveluita, jotka tukevat **kaikkien jäsenten liiketoiminnan kasvua**.
 - **Strategian jalkauttaminen**
→ Uuden strategian tavoitteet jalkautetaan vuosikelloon, kehittämiseen ja viestintään.
→ Luodaan mittarit ja seurantamalli strategian toimeenpanon tueksi.
-

3. Keskeiset painopisteet

A. Myynti, markkinointi ja Visit Mikkeli -brändi

- Panostetaan **kotimaan kysynnän kasvattamiseen** sekä yhteistyössä Mikkelin kehitysyritys Miksein kanssa valittuihin kv-markkinoihin (esim. Saksa, UK, Ranska).
- Jatketaan **VisitMikkeli.fi-sivuston** ja **DataHub**-pohjaisen sisällöntuotannon kehittämistä.
- Kehitetään yhdistyksen somekanavia Facebookissa, Instagramissa ja TikTokissa.
- Panostetaan vaikuttajamarkkinointiin.
- Kampanjat toteutetaan vuosikellon mukaisesti ja optimoidaan seurantatiedon perusteella.
- Koulutetaan vuoden 2025 aikana käyttöön otettua chatbottia tukemaan jäsenyritysten myyntiä mahdollisimman tehokkaasti.
- Kehitetään Visit Mikkelin verkkokauppaa vastaamaan lisääntyneen kysynnän tarpeisiin.

B. Yhteismarkkinointi ja kampanjat

- Yhteismarkkinointia toteutetaan laajasti: yritys- ja kuntajäsenen kanssa yhteisiä kampanjoita, sekä painettuja että digitaalisia.
- Osallistutaan Matka2026 -messuille yhteisellä Lake Saimaa -osastolla. Järjestämisvastuu on vuonna 2026 MSM ry:llä.
- **Seutuesite 2026** julkaistaan kolmella kielellä – Suomi, Englanti, Saksa – sekä digitaalisessa että painetussa muodossa.

C. Tapahtumat ja sesongit

- Jatketaan tapahtumien kehittämistä ja uusien tapahtumien houkuttelemista seudulle.
- Tuetaan uusien tapahtumien syntyä erityisesti hiljaisemmille kausille.

D. Yhteistyön kehittäminen

- Syvennetään kumppanuuksia **oppilaitosten, kehittäjäorganisaatioiden ja muiden Visit-organisaatioiden** kanssa.
- Jatketaan aktiivista osallistumista **Suoma ry:n, Lake Saimaa ry:n ja Pro Lakeland -yhteistyöhön**.

E. Datalla johtaminen

- Yhdistys hyödyntää systemaattisesti dataa päätöksenteon ja markkinointitoimenpiteiden tueksi. Käytössä ovat **Salmi Platform** asiakastutkimuksiin, **Visitory** yöpymis- ja liikennetietojen seurantaan sekä **Googlen ja Metan analytiikkatyökalut** kampanjoiden mittaamiseen. Vuonna 2026 otetaan käyttöön myös **VisitMikkeli.fi-sivuston chatbotin** tuottama data asiakastarpeiden ymmärtämiseksi ja myynnin kehittämiseksi.

4. Toiminnan rakenteet ja resurssit

Henkilöstö

- Yhdistyksellä on oma toimitusjohtaja ja palkattu osa-aikainen tai määräaikainen tuki- tai hanketyöntekijä resurssien mukaan.

Talous

- Vuoden 2026 budjetoitu kokonaistulo: **273 690 €**, josta jäsenmaksut 248 690 € ja muut tuotot 25 000 €.
 - Kulubudjetti: **273 690 €**, josta markkinointikulut muodostavat **125 000 €** ja henkilöstökulut **85 000 €**.
 - Lisäksi toteutetaan Pro Lakeland II -hanketta, jossa yhdistyksen vuoden 2026 osuus on **30 268 €** (täysin rahoitettu).
-

5. Kehittäminen ja mittaristo

- Seurataan mm. seuraavia:
 - **Majoitusvuorokausien määrä**
 - **Keskimääräinen viipymä**
 - **VisitMikkeli.fi kävijämäärät**
 - **Markkinointikampanjoiden tulokset**
 - **Uudet tapahtumat ja niiden vaikutukset**
 - **Jäsenmäärän kehitys**
 - Dataa kerätään edelleen **Visitoryn ja Salmi Platformin** avulla (jatko määritellään vuoden 2025 lopulla).
-

6. Hallinto ja jäsenpalvelut

- Hallitus kokoontuu 5–6 kertaa vuodessa ja osallistuu strategian toteutuksen seurantaan.
- Järjestetään **vuosittainen verkostotapahtuma jäsenille** ja toteutetaan **jäsenkysely** toiminnan kehittämiseksi.
- Jäsenille tarjotaan osallistumismahdollisuuksia markkinointiin, tapahtumiin ja kehitystyöhön.