



100 syytä matkailla Suomessa -kampanja

2025

Kuva: Harri Tarvainen / Ruka-Kuusamo matkailu ry / Oulangan kansallispuisto

100 syytä matkailla Suomessa

**Suomen rakastetuin kotimaanmatkailun kampanja tulee taas vuonna 2025 – uudistuneena!
Nyt on aika yhdistää voimat, sytyttää kotimaanrakkaus ja kannustaa suomalaiset reissuun.
Yhdessä olemme enemmän.**

Kuva: Visit Pietarsaari / Fåbodan hiekkaranta

Tavoitteet kaudelle 2025

Tavoitteet 2025

Matkailualueille:

Lisätä kotimaanmatkailua.

Tukea matkailua elinkeinona.

Matkailualan toimijoiden omien markkinointipanostusten boostaaminen valtakunnallisesti.

Kuluttajille:

Syy valita kotimaan kohde.

Houkutteleva portti koko Suomen matkailutarjontaan.

Infoa ja inspiraatiota lähteä matkaan.

Tutkittua tietoa kampanjan pohjana

100 syytä matkailla Suomessa pohjaa toimintansa
tutkitulle tiedolle.

Ennen kampanjan alkua toteutamme kattavan
kuluttajatutkimuksen, jossa kartoitamme suomalaisten
kotimaanmatkailuaikeita ja -asenteita.

Tutkimustietoa hyödynnetään tehokkaasti sekä
kampanjan kehittämisessä että uskottavan
mediaviestinnän keihäänkärkenä. Tämä hyödyttää
myös matkailualueita ja kampanjaan osallistuvia,
joita nostetaan esimerkkeinä esille mediassa.

Jaamme 100 syytä -tutkimustiedon myös kaikille
mukanaolijoille oman markkinointiviestinnän ja
toiminnan kehitystyössä hyödynnettäväksi.

Kuva: Hotelli Keuruselka

Uudistunut 100 syytä matkaillla Suomessa

Kuluttajan polku 100 syytä -kampanjan pariin



TV-mainonta

1.
Näkee TV-mainoksen
kampanjasta



Viestintä

2.
Näkee viestintää,
jossa kampanjaa
nostetaan esiin



Vaikuttajat

3.
Huomaa vaikuttajan
somepostauksen
kampanjasta



Some-
mainonta

4.
Klikkaa 100 syytä
-somainosta



100syytä.fi

5.
Päättyy 100
syytä -sivustolle
tutustumaan



Matkailu-
sivusto

6.
Päättyy
matkailutahon
omalle sivustolle



Loma

7.
Suuntaa matkalle
kotimaahan –
BINGO!

Mitä uutta tänä vuonna?

Valtakunnallista mainontaa tehdään koko 100 syytä -kampanjan tasolla. TV-mainonta mukaan!

Mediaviestintä ja someviestintä nousevat entistäkin keskeisempään rooliin.

100 syytä -sivusto muuttuu pelkistetyksi karttaportaaliksi, jolta ohjataan liikennettä suoraviivaisesti kumppanien omille kampanjasivustoille.

Kampanja rakennetaan entistäkin selvemmin matkailualuiden ympärille.

Mainonnan lisäksi raportointi tehdään jatkossa koko kampanjan tasolla.

100 syytä -sivuston uudistus

Keskiössä ja kokoavana ohjaussivustona toimii visuaalisesti houkutteleva, tyylitelty **Suomen kartta**. Kartalla aktivoitavissa Suomen eri matkialueet ja yksittäiset kohteet nastoina.

Kauttakulkuportaalista siirrytään tehokkaasti matkialueen/-kohteen omalle sivustolle.

Tarkoitus ei ole houkutella kävijää viettämään pitkää aikaa 100 syytä -sivustolla.



Alustava havainnekuva. Kartan kohteet määrittävät mukana olijoiden mukaan.



Tässä esimerkki matkailualueen pop-up-ikkunasta. Liikenne ohjataan suoraan matkailualueen sivustolle.



Tässä esimerkki yksittäisen kohteen pop-up-ikkunasta. Liikenne ohjataan suoraan kohteen omalle sivustolle tai matkailualueen sivustolle.

Kuva: VisitKarelia / Nurmes/ Bomba

Mitä saat kun tulet mukaan?

Valtakunnallinen TV-mainonta

100 syytä -mainonta rakentaa valtakunnallista tunnettuutta, ruokkii suomalaisten kotimaanmatkakuumetta, kasvattaa sivustoliikennettä ja hyödyttää kaikkia kampanjassa mukana olevia.

Mainonta ohjaa 100 syytä -portaaliin ja edelleen mukanaolijoiden omille sivustoille.

Vuonna 2025 panostamme massamediaan.

Kanavat tarkentuvat kokonaisbudjetin myötä, mutta tavoitteena on mainostaa sekä lineaarisessa TV:ssä että online-TV:ssä (esim. Ruutu tai MTV Katsomo).

TV-mainonta mahdollistuu, jos kampanjan kokonaisbudjettiin 200 000 € päästään.

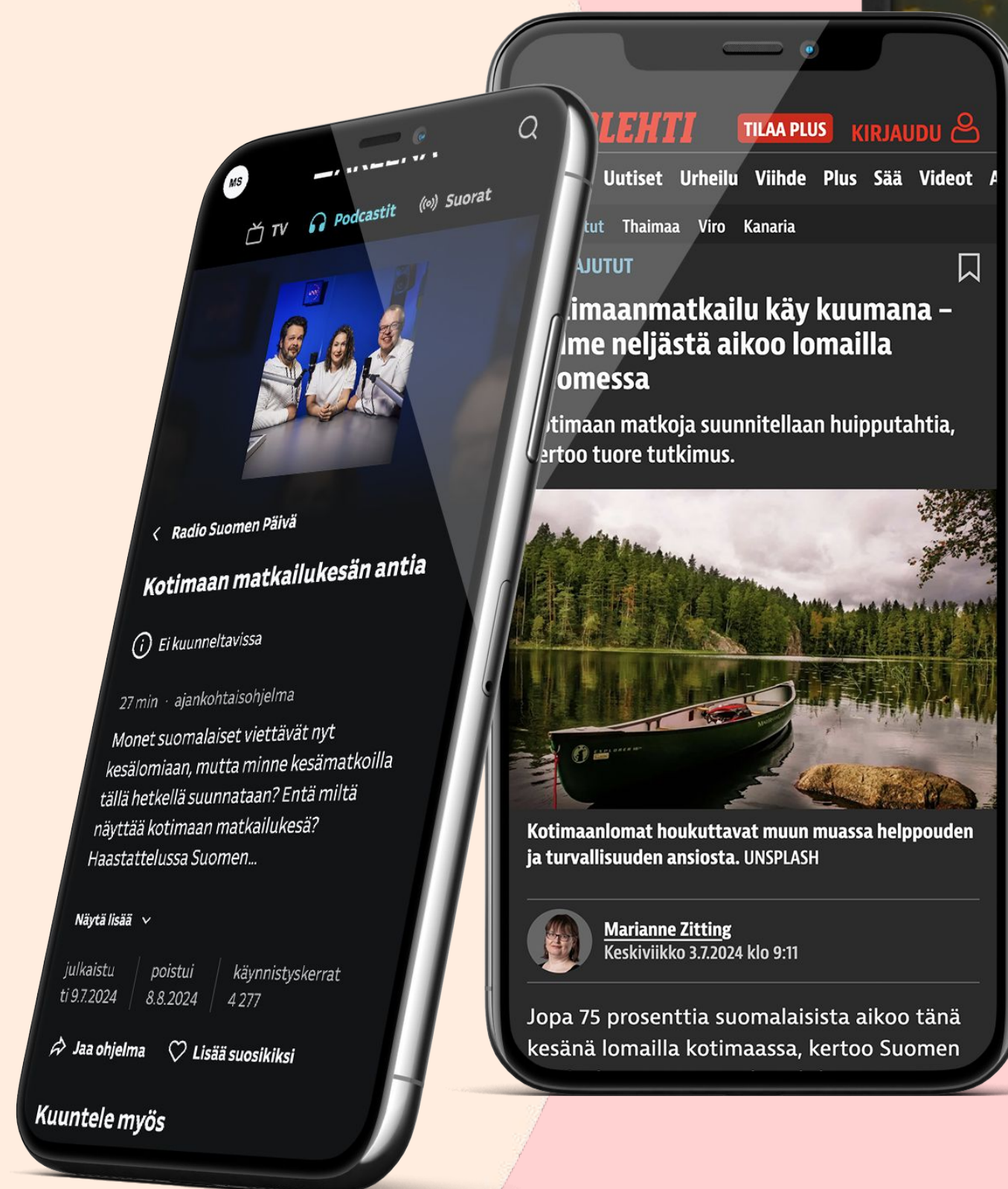


Valtakunnallinen mediaviestintä

Erityisesti tutkimusviestintä on 100 syytä -kampanjalle pääsylippu laatumedioihin asiantuntijaroolissa.

Kaudella 2025 panostamme tuttuun tapaan tutkimusviestintään, ja tutkimme myös lisää positiivisen vastaanoton saanutta kotimaanrakkautta.

Tutkimus- ja asiantuntijaviestinnän ohella tuotamme mediallyle matkavinkkitiedotteita, joissa nostetaan esille mukana olevia kohteita ja kumppaneita.



Kampanjatiedote

Kauden käynnistyessä tiimimme laatii kotimaan matkailukyselyn pohjalta kampanjatiedotteen, jonka jokainen kumppani saa käyttöönsä paikallista räätälöintiä ja jakelua varten.

Tiedotteeseen kootaan mm. alkavan matkailukesän näkymiä ja odotuksia, nostetaan esille valittuja teemoja sekä muistutetaan kotimaanmatkailun merkityksestä.

Mukana oleville kumppaneille valmiiksi pohditut viestit ja näkökulmat tarjoavat helpon tavan lähestyä paikallista mediaa.



Somenäkyvyys ja somemanageri

Kampanjalla on laaja ja sitoutunut seuraajakunta. 100 syytä -somekanavissa tarjotaan vinkkejä ja innostetaan matkailemaan kotimassa koko kampanjan ajan.

Somemanageri kertoo kohteista inspiroivasti, vastailee kysymyksiin, aktivoi yhteisöä ja järjestää kisoja. Mukana olevat kohteet ja kumppanit saavat räätälöityjä postauksia kampanjan aikana. Sisällöt suunnitellaan toiveiden ja ajankohtaisten teemojen pohjalta.



35K
seuraajaa



30,6K
seuraajaa



Yhteistyö kesän kampanjalähettiläiden kanssa

Kesän 2025 kampanjalähettiläät matkailevat kotimaassa ja **levittävät Suomi-rakkautta**.

Vaikuttajat valitaan tarkasti kohderyhmän ja teemojen mukaan. Yhteistyö toteutetaan joko vaikuttajan Instagram- tai Tiktok-tilillä ja sisältömuotona suositaan Reels-videoita, jotka sitouttavat hyvin seuraajia ja toimivat molemmissa kanavissa.

Räätälöidyt vaikuttajamatkat alueelle kuuluvat kampanjan laajimpaan pakettiin.



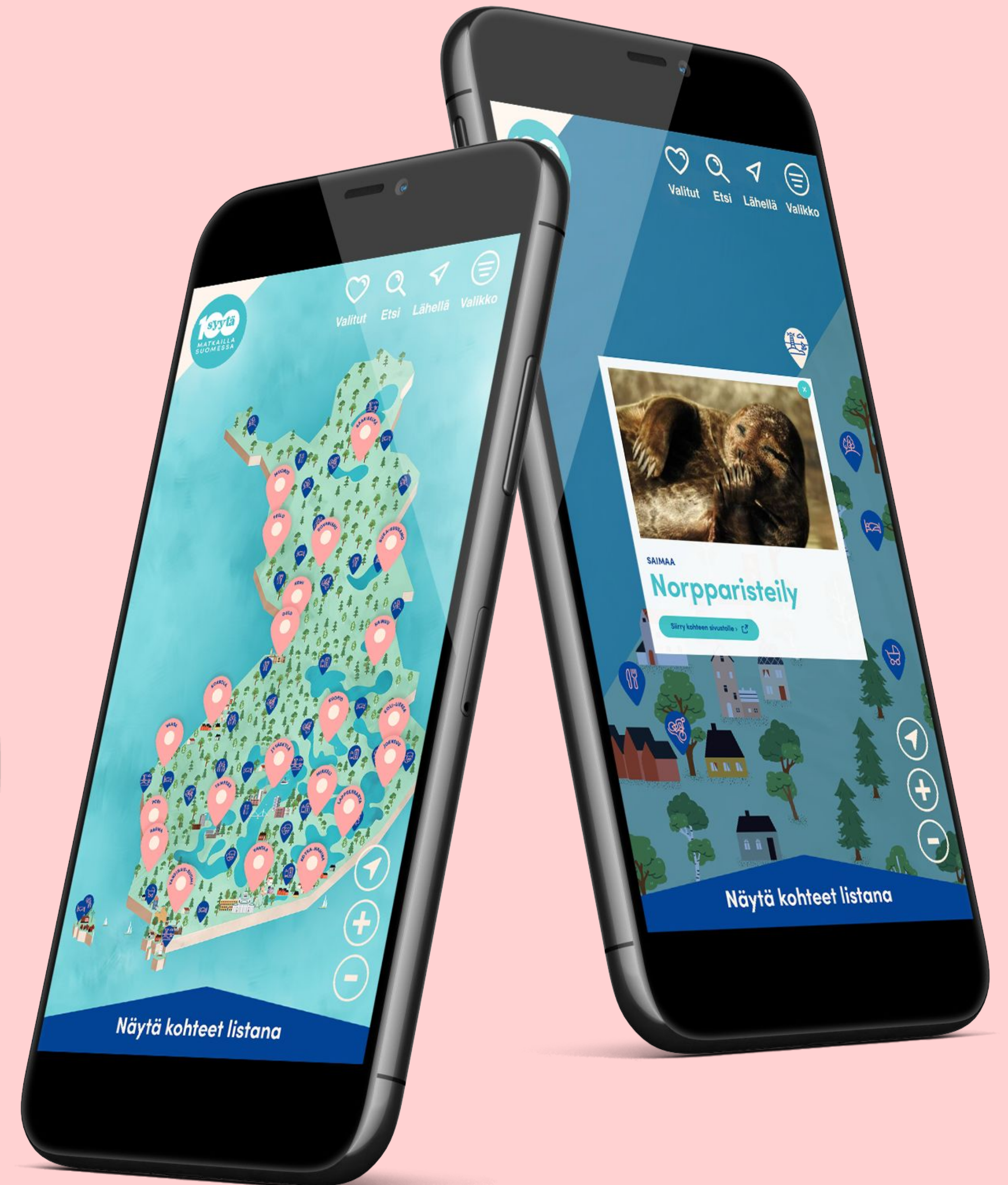
Mukaan 100 syytä matkailla Suomessa -kartalle

Jokainen matkailualue ja -kohde saa omat kesän 2025 matkailuhelmensä 100 syytä -kartalle.

Kohteiden määrä riippuu paketin koosta. Kohdenastat kartalla ohjaavat suoraviivaisesti kohteen omalle sivustolle.

Karttanäkymästä on helppo hahmottaa eri alueiden vetovoimatekijöitä, ja mistä päin Suomea mikäkin kohde löytyy.

Karttanäkymä optimoidaan myös mobiilinäkymään sopivaksi.



Tutkimustulokset omaan käyttöön

100 syytä matkailla Suomessa pohjaa toimintansa tutkitulle tiedolle. Tutkimme suomalaisten kotimaanmatkailuaikeita ja -asenteita joka vuosi ennen kautta.

Tutkimustietoa hyödynnetään tehokkaasti sekä kampanjan kehittämisessä että uskottavan mediaviestinnän keihäänkärkenä.

Jaamme 100 syytä -tutkimustiedon kaikille mukanaolijoille oman markkinointiviestinnän ja toiminnan kehitystyössä hyödynnettäväksi.



Raportointi

Kampanjan suoritustasoa seurataan aktiivisesti koko kauden ajan.

Optimointia tehdään aina tarpeen mukaan.

Kampanjan jälkeen Drama Queen raportoi kauden tulokset, kuten tavoitavuusluvut per media koko kampanjan tasolla.

Jokainen mukanaolija löytää omat tuloksensa omasta analytiikastaan.

100 syytä -sivuston tulokset

100 syytä -sivustolle saatiin laadukasta liikennettä ja kohdekortteja luettiin ahkerasti. Kohteiden omille sivuille siirryttiin lähes 30 000 kertaa. Keskimääräinen sivustolla vietetty aika oli 1 min 15 sek, joka on yleisen keskiarvon yläpuolella. Sivustolle tuli liikennettä eniten sosiaalisen median ja hakusanamainonnan kautta.



402 130
sivulatausta



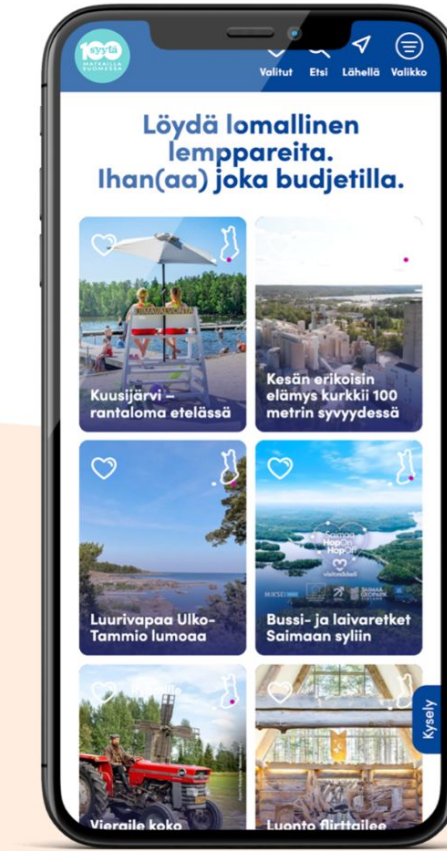
186 121
kohdekortin avausta



29 345 kertaa
siirryttiin kohteiden
omille sivuille



sivustolla vietettiin
keskimäärin
1 min 15s



Ilmiöittäminen kampanjan keskiössä



50 300 jaettua kuvaa Instagramissa
#100syytamatkaillasuomessa

31 000 seuraajaa Instagramissa.
35 000 seuraajaa Facebookissa.

Hashtagin käyttö nousi +12 %
vuoteen 2023 verrattuna.

Sitoutuminen
FB 25 000 ja IG 26 000



Vaikuttajien julkaisut nähtiin
somessa yli 100 000 kertaa!

Vaikuttajien suosittelu on jopa
yhtä vaikuttavaa kuin kaverilta
kuultuna.

Yhteistyövaikuttajat vierailivat
valituilla alueilla ja levittivät
samalla kotimaanrakkautta koko
kotimaanmatkailun puolesta.



Mediaosumien yhteenlaskettu
potentiaalinen tavoitavuus on
yli 31 miljoonaa.

Kampanja näkyi Suomen
suurimmissa medioissa, kuten
Iltalehti, Yle, MTV, Huomenta
Suomi, Viiden jälkeen sekä
useissa paikallismedioissa.

Kuva: Visit Pietarsaari / Fåbodan hiekkaranta

Kampanja-aika ja budjetti

Kampanjan aikataulu

Kampanjan myyntityö ajoittuu tammi–maaliskuulle. Kampanjan kesto on 2 kuukautta, kesä–heinäkuu 2025. Kampanja-aika on tiivis, jotta mediapanostuksiin ja toimenpiteisiin saadaan riittävä volyyymi.

Maalis–toukokuu

Kampanjan tuotantovaihe.

Kesä–heinäkuu

Kampanja alkaa kesäkuussa. Kampanjan voimakkain mainonnan mediapanostus, aktiivinen mediaviestintä, sosiaalinen media ja vaikuttajat.

Elo–syyskuu

Kampanjan yhteenveto ja raportointi.

Kampanjan kokonaisbudjetti / vaihtoehdot

Kampanjan minimibudjettitavoite on 200 000 euroa, joka mahdollistaa myös TV-mainonnan mediapalettiin.

200 000 €

**Kampanja-aika 2 kk,
kesä–heinäkuu 2025.
Mainonta TV:ssä,
digissä ja somessa.**

250 000 €

**Kampanja-aika 2 kk,
kesä–heinäkuu 2025.
Mainonnan media-
budjettia pystytään
kasvattamaan TV:ssä,
digissä ja somessa.**

300 000 €

**Kampanja-aika 3 kk,
kesä–elokuu 2025.
Näyttävän TV-mainonnan,
digi- ja somemainonnan
lisäksi budjetti
mahdollistaa orgaanisen
somen jatkon elokuun ajan.**

Kuva: Turun Kauppahallin / Ravintola Chingon



Kumppanipaketit 2025

Kumppanipaketit kootusti



	L-paketti, 20 000 €	M-paketti, 15 000 €	S-paketti, 10 000 €	XS-paketti, 1500 €
Sivustonäkyvyys	Kyllä, 20 kohdetta 100 syytä -kartalla	Kyllä, 15 kohdetta 100 syytä -kartalla	Kyllä, 10 kohdetta 100 syytä -kartalla	Kyllä, 1 kohde 100 syytä -kartalla
Orgaaniset somesisällöt	Kyllä, 10 kpl, 100 syytä -somekanavissa	Kyllä, 8 kpl, 100 syytä -somekanavissa	Kyllä, 5 kpl, 100 syytä -somekanavissa	Kyllä, 1 kpl, 100 syytä -somekanavissa
Mediaviestintä	Kampanjatasolla, hyödyttää kaikkia kampanjassa mukana olevia	Kampanjatasolla, hyödyttää kaikkia kampanjassa mukana olevia	Kampanjatasolla, hyödyttää kaikkia kampanjassa mukana olevia	Kampanjatasolla, hyödyttää kaikkia kampanjassa mukana olevia
Digi- ja somemainonta	Kampanjatasolla, hyödyttää kaikkia kampanjassa mukana olevia	Kampanjatasolla, hyödyttää kaikkia kampanjassa mukana olevia	Kampanjatasolla, hyödyttää kaikkia kampanjassa mukana olevia	Kampanjatasolla, hyödyttää kaikkia kampanjassa mukana olevia
Vaikuttajayhteistyö	Kyllä, kampanjalähtettiläs vierailee alueella ja jakaa sisältöjä kanavassaan	Kyllä, alueen kohteet mukaan kampanjalähtettilään koostepostaukseen, ei vierailua	Ei	Ei
TV-mainonta*	Kyllä, alueen videomateriaalia nostetaan mukaan kampanjan valtakunnalliseen TV-mainontaan	TV-mainonta hyödyttää kaikkia mukana olevia, mutta paketille ei omaa visuaalista näkyvyyttä TV-mainoksessa	TV-mainonta hyödyttää kaikkia mukana olevia, mutta paketille ei omaa visuaalista näkyvyyttä TV-mainoksessa	TV-mainonta hyödyttää kaikkia mukana olevia, mutta paketille ei omaa visuaalista näkyvyyttä TV-mainoksessa

Muille mahdollisille yhteistyökumppaneille voidaan räätälöidä oma paketti ja näkyvyys kampanjaan.

*Varaamme muutosoikeuden. TV-kampanjan toteutuminen edellyttää kampanjabudjettitavoitteen täyttymistä.

L-paketti

Matkailualue/DMO 20 000 €

Mainonta: Valtakunnallinen 100 syytä -TV-kampanja*, jossa hyödynnetään **alueen kuva-/videomateriaalia**. Kampanjatason some- ja display-mainontaa. Ohjaus 100 syytä -portaaliin.

Sivustonäkyvyys: 20 nastaa 100 syytä -kartalla, vahva ohjaus matkailualueen/kohteen omalle laskeutumissivustolle.

Somenäkyvyys: Alueen kohdenostoja (10 kpl)
100 syytä -somekanavissa (IG ja FB).

Vaikuttajayhteistyö: Kohderyhmää hyvin tavoittava, kotimaanmatkailusta innostunut vaikuttaja vierailee alueella ja nostaa sitä esille omissa kanavissaan.

Mediaviestintä: Kampanjan valtakunnallinen mediaviestintä nostaa kotimaanmatkailun tärkeitä teemoja ansaitussa mediassa. Kampanjan toteuttaman kotimaan matkailua kartoittavan tutkimusraportin tulokset jaetaan osallistujien hyödynnettäväksi.

Raportointi: Kampanjan kokonaistulokset käyttöön kauden jälkeen. Vaikuttajamarkkinoinnin osalta raportoidaan alueen omat tulokset.

Nopean varaajan etu:

**+ 2 lisänastaa mukaan
kartalle, etu voimassa
28.2.2025 mennessä
mukana olonsa
vahvistaneille.**

M-paketti

Matkailualue/DMO 15 000 €

Mainonta: Valtakunnallinen 100 syytä -TV-kampanja*. Kampanjatason some- ja display-mainontaa. Ohjaus 100 syytä -portaaliin.

Sivustonäkyvyys: 15 nastaa 100 syytä -kartalla, vahva ohjaus matkailualueen tai kohteen omalle laskeutumissivustolle.

Somenäkyvyys: Alueen kohdenostoja (7 kpl) 100 syytä -somekanavissa (IG ja FB).

Vaikuttajanosto: Alue pääsee mukaan kampanjalähettilään tekemään kotimaan kohteita kokoavaan inspiraatiopostaukseen kauden alussa. Postaus vinkkaa vaikuttajan suosikkikohteita.

Mediaviestintä: Kampanjan valtakunnallinen mediaviestintä nostaa kotimaanmatkailun tärkeitä teemoja ansaitussa mediassa. Kampanjan toteuttaman kotimaan matkailua kartoittavan tutkimusraportin tulokset jaetaan osallistujien hyödynnettäväksi.

Raportointi: Kampanjan kokonaistulokset käyttöön kauden jälkeen.

**Nopean
varaajan etu:**

**+ 2 lisänastaa mukaan
kartalle, etu voimassa
28.2.2025 mennessä
mukana olonsa
vahvistaneille.**

S-paketti

Matkailualue/DMO 10 000 €

Mainonta: Valtakunnallinen 100 syytä -TV-kampanja*. Kampanjataso some- ja display-mainontaa. Ohjaus 100 syytä -portaaliin.

Sivustonäkyvyys: 10 nastaa 100 syytä -kartalla, vahva ohjaus matkailualueen tai kohteen omalle laskeutumissivustolle.

Somenäkyvyys: Alueen kohdenostoja (5 kpl) 100 syytä -somekanavissa (IG ja FB).

Mediaviestintä: Kampanjan valtakunnallinen mediaviestintä nostaa kotimaanmatkailun tärkeitä teemoja ansaitussa mediassa. Kampanjan toteuttaman kotimaan matkailua kartoittavan tutkimusraportin tulokset jaetaan osallistujien hyödynnettäväksi.

Raportointi: Kampanjan kokonaistulokset käyttöön kauden jälkeen.

**Nopean
varaajan etu:**

**+ 2 lisänastaa mukaan
kartalle, etu voimassa
28.2.2025 mennessä
mukana olonsa
vahvistaneille.**

XS-paketti

Yrityksille 1500 €*

Mainonta: Valtakunnallinen 100 syytä -TV-kampanja**. Kampanjataso some- ja display-mainontaa. Ohjaus 100 syytä -portaaliin.

Sivustonäkyvyys: 1 nasta 100 syytä -kartalla, josta ohjaus toimijan valitsemalle laskeutumissivustolle.

Somenäkyvyys: Yksi nosto 100 syytä -somekanavissa (IG ja FB).

Mediaviestintä: Kampanjan valtakunnallinen mediaviestintä nostaa kotimaanmatkailun tärkeitä teemoja ansaitussa mediassa. Kampanjan toteuttaman kotimaan matkailua kartoittavan tutkimusraportin tulokset jaetaan osallistujien hyödynnettäväksi.

Raportointi: Kampanjan kokonaistulokset käyttöön kauden jälkeen.

Muut yhteistyökumppanit

Kaikki toimijat ovat tervetulleita kampanjan kumppaneiksi, vaikka eivät suoraan mahdu matkailualue-ajattelun alle.

Alkaen 15 000 €, yhteistyötahot, räätälöitävissä

Mainonta: Valtakunnallinen 100 syytä -TV-kampanja. 100 syytä -somemainontaa ja display-mainontaa kampanjabudjetin mukaan, josta ohjaus 100 syytä -portaaliin.

Sivustonäkyvyys: Näkyvyyttä 100 syytä -kartalla, vahva ohjaus yhteistyökumppanin omalle laskeutumissivustolle.

Somenäkyvyys: Yhteistyökumppanin nostoja 100 syytä -somekanavissa (IG ja FB).

Vaikuttajayhteistyö: Kotimaanmatkailusta innostunut vaikuttaja, joka nostaa yhteistyökumppania esille omissa kanavissaan.

Mediaviestintä: Kampanjan valtakunnallinen mediaviestintä nostaa kotimaanmatkailun tärkeitä teemoja ansaitussa mediassa. Kampanjan toteuttaman kotimaan matkailua kartoittavan tutkimusraportin tulokset jaetaan yhteistyökumppanin hyödynnettäväksi.

Raportointi: Yhteistyön tulokset käyttöön kauden jälkeen.

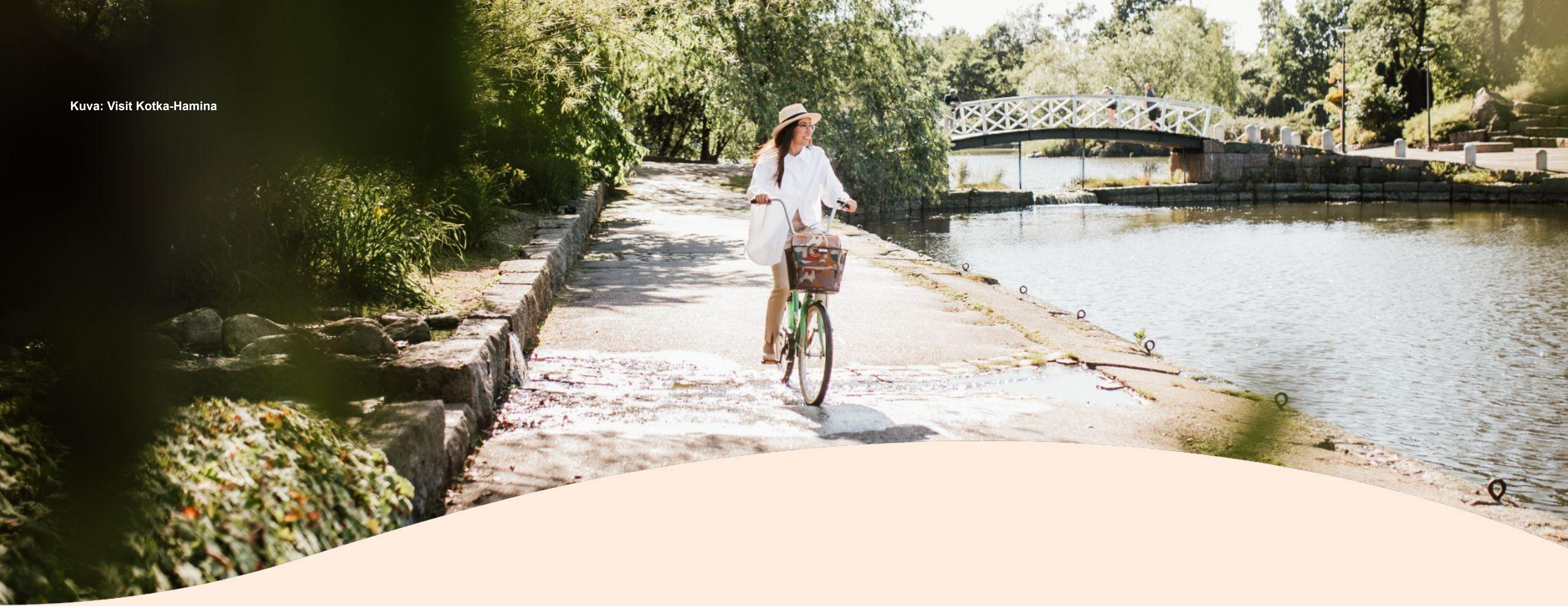
Kuva: VisitKarelia / Nurmes/ Bomba

Miksi kannattaa tulla mukaan?

Miksi kannattaa tulla mukaan?

1. **Matkailualan yhteistyön voimannäyte**, jota kotimaanmatkailun kehitys ja aseman vahvistaminen tarvitsevat edelleen.
2. **Monikanavaista valtakunnallista näkyvyyttä** eli mainontaa, vaikuttajamarkkinointia, somea ja viestintää tehokkaaksi viritetyllä kampanjakoneistolla.
3. **Kasvava, sitoutunut someseuraajakunta jo yli 60K.**
4. **Moneen kertaan palkittu ja valtavan pidetty kotimaanmatkailun brändi.**
5. **Uudistunut kampanjalogiikka**, joka tukee ja täydentää entistä paremmin alueiden ja toimijoiden omaa markkinointia.

Kuva: Visit Kotka-Hamina



Miten pääsee mukaan?

Liity joukkoon – yhdessä olemme enemmän

Myynti on nyt auki!

Helmikuun loppuun mennessä varaamalla varmistat paikan kampanjassa.

Varaukset ja lisätiedot:

Suoma ry. Suvi Ahonen
suvi.ahonen@suoma.fi
050 4328 725

Sopimukset laaditaan:
Drama Queen -mainostoimiston kanssa



Kuva: Julia Kivelä / Revontuli Resort Hankasalmi

Tiesitkö?

**Jos jokainen suomalainen tekisi yhden kotimaanmatkan vuodessa enemmän,
Suomeen syntyisi tuhansia uusia työpaikkoja.**