

Suomi matkailumaana mainittu – tuhansia kertoja!

Visit Finlandin kansainvälinen pr-työ on tuottanut tammi-kesäkuussa ympäri maailman jo yli 2 000 mediaosumaa, jotka ovat saavuttivat jopa 5,2 miljardia lukukertaa. Rent a Finn -kampanja puolestaan nähtiin 149 maassa. Kampanjan vaikuttavuus kiteytyy lyhyeen dokumenttiin, jossa seurataan singaporelaisen Charlenen käänteentekevää matkaa ansalahdella kesämökille suomalaisen onnellisuusoppaan johdolla.*

Business Finlandin matkailua edistävä Visit Finland lähettää kymmeniä kansainvälisiä tiedotteita sekä tuo vuosittain satoja toimittajia ja bloggaajia Suomeen yksittäis- ja ryhmämatkoille tutustumaan eri alueisiin, kohteisiin ja markkinointiteemoihin. Mediat edustavat lifestyle- ja matkailulehtiä, laajalevikkeisiä sanomalehtiä, eri teemaisia blogeja sekä TV- ja radio-ohjelmia.

- Mediamatkojen parissa tehty tiivis valtakunnallinen yhteistyö alueorganisaatioiden kanssa on loistava esimerkki yhteisestä onnistumisesta. Alkuvuoden mediaosumien julkisuuden arvo on jopa 17 miljoonaa euroa, Business Finlandin kansainvälisen markkinoinnin johtaja **Heli Jimenez** iloitsee.

Alkuvuoden kahdesta tuhannesta mediaosumasta alueellisesti eniten osumia on tullut Saksassa (498). Toiseksi eniten osumia on tullut Japanissa (314), jonka jälkeen listalla ovat Kiina (290) ja Iso-Britannia (186). Kärkinelikon maat kuuluvat Visit Finlandin päämarkkinoihin, joilla tehdään pitkäjänteistä markkinointi- ja pr-työtä matkailun edistämiseksi.

Yleisten Suomi-aiheisten matkailujuttujen lisäksi kansainvälistä mediaa ovat kiinnostaneet kulttuuri-, luonto- ja ruokateemat sekä erityisesti suomalaisten onnellisuusoppaiden tähdittämä Rent a Finn -kampanja.

Rent a Finn valloitti koko maailman

Visit Finlandin vuoden kansainvälinen pääkampanja Rent a Finn on saavuttanut ennen näkemätöntä kiinnostusta ympäri maailman, yhteensä 149 maassa. Kampanjasta on julkaistu eri medioissa jo yli 540 juttua, jotka ovat saavuttaneet yli 1,4 miljardia lukukertaa*. Osumien julkisuuden arvo on M-Brain insightin laskelmien mukaan 3,6 miljoonaa euroa.

- Matkailun kansainväliseen edistämiseen suunnattujen panostusten hyötysuhde on erinomainen. Rent a Finn on ehdottomasti matkailumarkkinoinnin tämän vuoden ilmiö, josta hienona todisteena kampanjan nappaamat kolme shortlistausta Cannes festivaaleilla, **Jimenez** toteaa onnellisena.

Rent a Finn -kampanjasta ovat tehneet juttuja mm. Forbes, Le Monde, Bloomberg, Fast Company, Insider sekä CNN. Vaikka onnellisuusoppaiden ja kansainvälisten matkailijoiden vierailut ovat jo tältä kesältä ohi, jatkuu kansainvälisen median kiinnostus kampanjaa ja Suomea kohtaan edelleen vilkkaana.

Singaporesta Ansalahdelle

Singaporesta saapui Visit Finlandin kutsumana Suomeen, osana Rent a Finn -kampanjaa 21-vuotias Charlene, joka vietti viikon onnellisuusopas Hannan kanssa Ansalahdella. Charlenen kesäisestä mökkimatkasta tallentui koskettava, lyhyt dokumentti. Charlenen tarina kertoo aasialaisen suurkaupungin kasvatin elämysmatkasta suomalaiseen sielumaisemaan, jossa hän löysi oman onnellisuutensa juurille.

- Tämä on ollut elämäni mullistava kokemus. Voin tuntea onnellisuuden ja rauhan itsessäni, **Charlene** kertoo videolla.

Katso [dokumentti \(4 min\) Charlenen matkasta Suomeen](#).

Kuvateksti: Singaporen sykkeessä asuva Charlene saapui suomalaismökille Ansalahdelle. Hän löysi yhteyden omaan onnellisuuteensa vietettyään aikaa suomalaisen luonnon rauhassa.

* Lukukerrat laskettu julkaisujen levikeistä ja artikkeleiden keskimääräisestä huomioarvosta

Määritelmät

• **Analyysi** koostuu osumista, jotka ovat yksittäisiä toimituksellisia juttuja: uutisia, kolumneja, pääkirjoituksia, blogi-kirjoituksia. Sosiaalisen median alustoissa; Facebook, Instagram, Twitter tai Youtube julkaisuja ei tässä ole otettu huomioon.

• **Tavoittavuus** kertoo kuinka monta lukijaa, katselijaa ja kuuntelijaa analysoinnin kohteen on median kautta mahdollista tavoittaa. Tavoittavuus lasketaan kertomalla osumat ne julkaisseen median lukija-, katsoja- ja kuuntelijaluvuilla.

• **Mediavaikutus** kertoo, kuinka moni median kuluttaja todella huomaa maininnat analyysin kohteesta. Mediavaikutus saadaan kertomalla potentiaalinen tavoittavuus ja huomioarvo. Mediavaikutus ilmaisee julkisuuden kokonaisvaikutuksen eli ei-kielteisten ja kielteisten vaikutelmien saaneiden median kuluttajien summan.

• **Huomioarvo** kuvaa, millä todennäköisyydellä yritys, organisaatio, tuote tai brändi havaitaan uutisvirrasta. Huomioarvoon vaikuttavat jutun sijainti, otsikointi, ingressin sisältö, analysoinnin kohteen hallitsevuus ja maininnan laajuus, kuvitus ja sävy. Huomioarvo esitetään prosenttilukuna, joka vaihtelee -100 prosentista +100 prosenttiin.

• **Julkisuuden** arvo pyrkii kuvastamaan sitä, paljonko saavutetun julkisuuden rahallinen arvo olisi ollut. Julkisuuden arvon laskeminen perustuu maininnan pituuteen, mediakohtaiseen tavoittavuuteen sekä mediatyyppikohtaiseen ilmoitustilalhintaan.

Lähde: M-Brain (Insightin) Visit Finlandille tuottama analyysi ajalta 01-06/2019. Luvut eivät sisällä kotimaan median osumia.

Heli Jimenez, Senior Director, International Marketing. Visit Finland | Business Finland
heli.jimenez@businessfinland.fi 050 5943 832

Hetta Huittinen, Head of International Media and PR. Visit Finland | Business Finland
hetta.huittinen@businessfinland.fi 040 033 9597

Heli Hemgård, Communications Manager. Visit Finland | Business Finland
heli.hemgard@businessfinland.fi 040 901 5219

Visit Finland vastaa valtakunnallisena matkailualan asiantuntijana ja aktiivisena toimijana ulkomailta Suomeen suuntautuva matkailun edistämisestä. Visit Finland tukee alan yrityksiä ja yritysryhmiä kansainvälisille markkinoille tarkoitettujen matkailupalvelujen kehittämisessä ja markkinoinnissa. Visit Finland on osa Business Finlandia www.visitfinland.fi / www.visitfinland.com

Business Finland on suomalainen julkinen toimija, joka tarjoaa innovaatorahoitusta ja kansainvälistymispalveluita sekä edistää matkailua ja investointeja Suomeen. Organisaatiossa työskentelee 600 asiantuntijaa 40 toimipisteessä maailmalla ja 16 toimipaikassa Suomessa. Business Finland on osa Team Finland -verkostoa. www.businessfinland.fi