



Himos-Jämsä matkailustrategia

Alkutila-analyysin kooste

HIMOS ♥ JÄMSÄ

Himos-Jämsän matkailualueen strategian ja yhteisen toimintamallin kehittämissuunnitelma vuosille 2022-2026

- 1) **Strategian määrittely:** Määritellään mitkä ovat Himos-Jämsän merkittävimmät matkailun osa-alueet, visio, missio, kohderyhmät sekä verkostokumppanit. Tarkastellaan seudun kotimaisten ja kansainvälisten päämarkkinoiden tilanne, kysyntä ja ennusteet sekä mahdolliset uudet markkina-avaukset.

Työvaiheen tuloksena syntyy Himos-Jämsän matkailustrategia. Yhteisesti laaditulla strategialla vahvistetaan ja selkeytetään Himos-Jämsän matkailukehittämisen ja -markkinoinnin kohdennusta ja panostuksia, koordinoivaa edustajuutta ulkoisissa sidosryhmissä sekä luodaan edellytykset tavoitteellisten yhteispäätösten tekemiseksi jotta matkailun kehitys kääntyy vahvaan kasvuun.

- 2) **Toimintamallit ja roolit:** Määritellään strategian toimeenpano alueella. Kuinka saadaan organisoitua eri toimintamallit yhdeksi kokonaisuudeksi, jossa toimitaan kaikkia matkailualueen sidosryhmiä hyödyttävällä tavalla. Luodaan malli, jossa on koordinoitu eri matkailutoimijat vastaamaan koko matkailualueen hyvinvoinnista resurssien ja jatkuvuuden pohjalta johdetulla tavalla.

Toimintamallilla pyritään vastaamaan vahvasta markkinamurroksesta ja poikkeustilasta elpyvään kovaan matkailukilpailuun. Ketterällä toiminnalla painotetaan myös jatkuvaa reagointikykyä toimialan ja sen liiketoimintaympäristön mahdollisuuksiin ja muutoksiin.

- 3) **Tiedolla johtaminen:** Strategian ja sen toimeenpanon johtaminen tietoon perustuen. Kuinka saadaan luotua konkreettiset tavoitteet ja mittarit Himos-Jämsän alueen matkailun kehittämiseksi, myynnille & markkinoinnille sekä kuinka saadaan kaikki matkailutoimijat sitoutumaan näihin tavoitteisiin.

Himos-Jämsässä on käytössä johtamis- ja toimintamalli, jossa tietoa hyödynnetään ja analysoitua tietoa ja dataa tuodaan osaksi päätöksentekoprosessia.

Alkukyselyt

Strategiatyön aluksi toteutettiin kaksi kyselyä (toinen Himos-Jämsän matkailuyrityksille ja toinen Jämsän päättäjille sekä matkailun kehittäjille ja mahdollistajille) digitaalisen työtilan, Howspacen kautta 18.8-31.8. Kyselyiden tavoitteena oli koota yhteen näkemyksiä Himos-Jämsä matkailualueen mahdollisuuksista ja kehittämisen painopisteistä.

- Yrityksille suunnattu kysely: 31 vastausta
- Jämsän päättäjille sekä matkailun kehittäjille ja mahdollistajille suunnattu kysely: 49 vastausta

Seuraavilla kalvoilla on koostettu molempien kyselyiden vastaajien näkemyksiä Himos-Jämsän matkailualueen nykytilasta ja kehittämistarpeista. Tuloksia hyödynnetään myös matkailustrategiatyön myöhemmissä vaiheissa.

Himos-Jämsän vahvuudet matkailualueena

Himos-Jämsän maantieteellinen sijainti ja saavutettavuus

- Jämsän sijainti keskellä Suomea ja isoja kotimaisia asiakasryhmiä. Liikenneyhteydet juna, bussit, vt9.

Veturiyhteyksiä, jotka ovat vakiinnuttaneet asemansa markkinoilla sekä monipuolinen matkailuyritysten verkosto alueella

- Himoksen rinteet nousivat kaudella 20/21 hissiliikevaihdolla mitattuna ja kävijämäärissä Tahkon ohi Suomen 4. suurimmaksi hiihtokeskukseksi. Himoksen yli 200 suurtaapahtumaa vuodessa
- Suurimmalla osalla vastanneista yrityksistä oli meneillään/käynnistymässä kehittämishankkeita ja yli kolmannes harkitsee tai päättänyt uusista investoinneista Himos-Jämsän matkailualueelle

Matkailun kasvu alueella ja luottamus alueen potentiaaliin tulevaisuudessa

- Matkailun yöpymiset ovat kasvaneet 2015 alkaen, kotimaan matkailijoiden yöpymisten määrä on myös kasvanut korona-aikana
- Kansainvälisistä matkailijoiden yöpymiset valituista kohdemarkkinoista (Viro, saksankielinen Eurooppa ja Benelux –maat) ovat kasvaneet lukuunottamatta korona-aikaa
- Uudet kohderyhmät löytäneet alueen korona-aikana
- Vastaajat arvioivat Himos-Jämsän matkailualueen potentiaalin suuremmaksi, mitä nykyinen toteuma on. Vahva luottamus kasvumahdollisuuksiin, mm. ympärivuotisen luontomatkailutarjonnan kasvattamisella

Himos-Jämsän yhteistyö

- Yhteismarkkinoinnin toimenpiteet ovat olleet tuloksellisia.

Kyselyiden vastausten pohjalta yhdessä ratkaistavia asioita

Himos-Jämsän tunnettavuus

- Himos-Jämsän tunnettavuus kotimaassa arvioidaan korkeaksi, mutta profiloituvan yksinomaan Himokseen hiihtokeskus/tapahtumapaikkana.
- Kuinka Jämsän muu tarjonta saadaan tunnetuksi ja kiinnostavaksi, kuinka parannetaan erottautumista muista matkailualueista ja kiinnostavuutta luontomatkailukohteena?

Strategian toimeenpano ja johtaminen

- Koetaan että aiempien strategioiden (mm. Himoksen Masterplan) toimeenpano on jäänyt toteuttamatta
- Ei selkeitä toimintatapoja ja foorumeja yhteispäätösten tekemiseen
- Matkailualueen tiedolla johtaminen. Mitä nopeammin ja monimutkaisemmaksi maailma muuttuu - sitä kipeämmin tarvitsemme luotettavaa, ajantasaista tietoa ja sen ymmärryksen perustuvaa päätöksentekoa. Tavat julkaista/jakaa tietoa matkailukohteen sidosryhmille koettiin puutteelliseksi (erityisesti päättäjät matkailun vaikuttavuus alueella)

Luontomatkailijan tarpeisiin vastaava infra

- Vastauksissa nousi esiin luontomatkailun kasvu nyt ja tulevaisuudessa. Vastaajat näkivät että luontomatkailu yhdistää Himoksen ja Jämsän tarjontaa laajasti.
- Haasteena puutteellinen luontomatkailun infra ja siitä viestiminen, erityisesti reitistöt ja luontokohteet sekä vesistömatkailu (mm. Päijänteen biosfäärialueen perustaminen, satamat, Jämsänjoen palvelut)
- Liikkuminen kohteisiin (informaatio+julkinen liikenne) ja uudistuvan autoilun infra (mm. latauspisteet, biokaasu, yhteiskäyttöautot)

Kyselyiden vastausten pohjalta yhdessä ratkaistavia asioita

Himos-Jämsän sisäinen saavutettavuus

- Julkinen liikenne alueen sisällä, nyt liikkuminen edellyttää omaa/vuokra-autoa, matkaketjut (esim.lento- juna-bussi, juna-vuokra-auto) puuttuu
- Informaatio alueella liikkumisesta, palveluiden aukioloajoista jne. puutteellista ja pirstaloitunutta

Digitaalisen markkinoinnin ja myynnin osaaminen ja digitaalisen ekosysteemin kehitystyö

- Isoissa yrityksissä on ostopolku kunnossa, mutta pienemmissä yrityksissä ei ole välttämättä resursseja ja keskittymistä ko. asiaan.
- Toteutuneet digi- ja yhteismarkkinointihankkeet koettiin tärkeiksi ja toimintaa halutaan jatkaa
- Alueen digitaalisen ostettavuuden ja paketoinnin kehittäminen ja digitalisaation kasvumahdollisuuksien hyödyntäminen matkailussa alkuvaiheessa

Ympärivuotisuus

- Kausivaihtelu on suurta. Ympärivuotinen kysyntä ja palvelutarjonta nähtiin yhtenä keskeisenä kannattavuuden edellytyksenä

Kyselyiden vastausten pohjalta yhdessä ratkaistavia asioita

Investointien puute/viivästyminen

- Vastauksissa nousi erityisesti toive kylpylä- ja hotelli-investoinnin varmistumiselle Himokselle

Yhteistyö

- Yhteistyötä tehdään ja sitä voidaan tehdä entistä vahvemmin ja kehittämisen näkökulmasta juurikin yhteisellä visiolla ja strategialla. Osa vastaajista arvioi että yritysten välinen yhteistyö on toimivaa ja osa arvioi yhteistyötä kriittisemmin. Yhteistyö nousi kehittämiskohteissa korkealla.
- Yhteinen ymmärrys eri toimijoiden ja yritysten rooleista.
- Viestintä matkailun kehittämisestä ja vaikuttavuudesta osin koettiin puutteelliseksi

Muuta?

- Vastuullisuus ja kestävä matkailu sai hajanaisia huomioita. Korona-ajan muutoksena vastuullisuuden korostuminen, luonto- ja lähimatkailun kasvun myötä .
- Terveysturvallisuus tulee yhä tärkeämmäksi

Muutosajurit&haasteet ja ratkaisumme



Miten kuvailisit tätä matkailuvuotta 2021?

Yritykset

Kehittäjät ja päättäjät

kotimaan matkailun kasvu

47%

Kotimaan matkailu on lisääntynyt huomattavasti; Majoitustoiminta on ollut vilkasta. Tapahtumien järjestäminen on vielä ollut haastavaa, ellei mahdotonta.

Matkailuvuosi 2021 on ollut todella hyvä kotimaisten matkailijoiden osalta, mutta korona on tuonut haasteita perustoimintoihin, kuten esim. ravintola- ja tapahtumatoimintaan.

Poikkeuksellinen, mutta positiivisella tavalla. Ihmiset ovat kokeilleet uusia asioita ja katsovat lähelle, sen sijaan että kauas. Palveluita on arvostettu ja siitä on myös kerrottu positiivisella palautteella. Uusia kävijöitä. Perheet ovat yhdessä tehneet lyhyempiä lähimatkoja, ilman kiirettä. Nauti hetkestä - fiilistä aistittavissa. Kiireettömyyttä.

Haastava, mutta myös kotimaan matkailun kannalta valoisia.

Kyllä kotimaakin matkailee. Tämä vuosi on huomattavasti edellistä parempi, jopa 100 prosenttia.

Toisaalta matkailu- elinkeinon sisällä on selvä siirtymä ns. toiminnalliseen matkailuun, joka tulee tukemaan suomalaisten matkailutoimijoiden kilpailukykyä varakkaiden, usein keski-ikäisten, matkailijoiden ja perheiden suosiosta.

Melko normaali kotimaan matkailijoiden osalta, ulkomailta on ollut majoittumassa työmatkalaisia.

parempi kuin 2020, turisteja ulkomailta puuttui

Kesä on näyttänyt seudulla hyvältä ja matkailijoita on käynyt paljon. Varsinkin Himoksella on näkynyt ihmisten tarve päästä lomalle ja mökkejä on vuokrattu kaveriporukoille ja perheiden kesken. Tapahtumia on pystytty järjestämään, mutta vähän pienempinä. Myös talvi oli melko hyvä pitkän lumisen jakson ansiosta. Korona kuitenkin tuo vielä loppuvuoteenkin epävarmuutta ja riskejä.

[Liity tämän teeman keskusteluun](#)

positiivinen

32%

Vilkas, sulkuaikaa lukuunottamatta

Parempana kuin odotukseni olivat.

Elokuu on kohtuullinen kuukausi. Tosin sääolosuhteet ovat olleet haittana.

Syksyn ja talven odotukset ovt erittäin maltilliset ja edelleen ilmat vaikuttavat paljon tulokseen.

Hyvä vuosi, erityisesti kesäkausi.

Odottamattoman hyvä vuosi, kiitos kotimaisten matkailijoiden.

[Liity tämän teeman keskusteluun](#)

[Näytä kaikki 6 kappaletta](#)

luontomatkailun kasvu

16%

Kotimaanmatkailu ja luonnossa liikkuminen lisääntynyt paljon.

Matkailulle on etsitty vaihtoehtoja kotimaasta ja sitä on suunnattu enemmän luontoliikuntaan. Tämä varmasti lisää jatkossa valmiiden reitistöjen tarvetta.

Kotimaiset asiakkaat ovat suunnanneet luontoo ja niin myös ulkolaiset asiakkaat joita on ollut yllättävän hyvin Saksa,Ranska,Hollanti, Sveitsi,Belgia Itävalta Puola

[Liity tämän teeman keskusteluun](#)

[Näytä kaikki 3 kappaletta](#)

haasteellinen & vaikea

5%

Vuosi on ollut aikamoinen vuoristorata ja erittäin vaikeasti ennakoitavissa. Sisältänyt alan aallonpohjia ja toisaalta myös huippuja ja ennätyksiä. Kokonaisuutena alue on selvinnyt keskivertoa paremmin. Kotimaan vapaa-ajanmatkailijat ja lähimatkailijat ovat paikanneet puuttuvaa liike- ja kv-matkailua varsinkin kesäkuukausina. Tätä kautta on syntynyt jopa uusia ennätyksiä. Työntekijäpula on todella kova ja asia on noussut pinnalle. Loppuvuosi on monilta osin arvoitus ja sidoksissa koronalinjauksiin, mutta esim. kv-puolella on jo liikehdintää. Toiminnan joustavuus ja nopeat reagoinnit ovat olleet arkipäivää. Keski-Suomen uusi matkailustrategia vuosille 2021-2025 sai aikamoisen aloituksen, mutta yhteishenkeä matkailun hengissä pitämiseen ja edistämiseen on löytynyt, mikä on todella hienoa.

[Liity tämän teeman keskusteluun](#)

kotimaan matkailun kasvu

58%

luontomatkailun kasvu

26%

uudet mahdollisuudet

9%

haasteellinen & epävarma

7%

Millaisena näet Himos-Jämsän matkailun tulevaisuudennäkymät?

Yritykset

Tulevaisuus on valoisa, mutta vaatii ponnisteluja yhteisen tekemisen ja -hengen luomiseen.

nykyaikaisen markkinoinnin löydyttyä varmasti kasvaa, valoisalta

Toistaiseksi näyttää hyvältä ja uskon että näin jatkuu ainakin vuoden 2022

Himos-Jämsä alueen tulevaisuus näyttää positiiviselta. Alueen reitistöille on suunnitteilla parannuksia, alueelle investoidaan ja matkailu toivottavasti aukeaa lähitulevaisuudessa myös kv matkailijoille. Himoksen kokonaisvaltaiseen kehittämiseen täytyy panostaa ja alueelle täytyy saada myös useampia yksityisiä palveluyrityksiä esim. ravintoloita.

Toivottavasti tämä kotimaan matkailun noste jatkuu myös tulevassa pandemian jälkeisessä ajassa (jos sitä nyt joskus tuleekaan), jolloin alueemme voisi olla hyvinkin hyötyjän asemassa.

Näen sen edelleen hyvänä mahdollisuutena, joka pitäisi hyödyntää. Teollisuus vähenee ja palvelut lisääntyvät.

Hyvä, mikäli aktiviteetteja saadaan alueelle lisää.

Olen yrittäjäaikani ollut lähes aina positiivinen Himos-Jämsä matkailun suhteen huolimatta toteutumattomista merkittävistä investoinneista.

Periaatteessa olosuhteet ovat erittäin hyvät luonnon tarjoamien mahdollisuuksien suhteen. Myös suuret yrittäjät näyttävät vihdoin havahtuneen yhteistyön mahdollisuuksien edessä, samoin kaupunki.

Hyvinä, jos yhteistyö paranee ja aluetta lähdetään todella kehittämään tiettyyn suuntaan brändiä ja tunnettavuutta kasvattamalla.

Himos-Jämsä on tunnettu matkailualue ja ollut hyvässä kansainvälisessä nosteessa ja sen nosteen uskon palaavan, kun huomioimme palvelutarjonnan, kv osaamisen, ostamisen helppouden, vastuullisuuden, paikallisuuden, luontoelämykset, kiertoajelut jne. -halutut trendit, joita matkailuasiakkaat arvostavat. Olen aina uskonut Himokseen ja nyt myös uuteen, laajempaan brändinimeen Himos-Jämsään. Investointeja ja yhteistyötä tarvitaan yhä vahvemmin, tulevaisuudessa myös matkailun verkostot, yhteistyötahot on laajempat - kenen kanssa rakennetaan tuotteita ja palveluja myyntiin. Kansainväliset valmiudet tulee kehittyä.

Hyvinä; Himos-Jämsän helppo saavutettavuus, luontokohteiden laajempi markkinointi ja reitistöhanke tuo lisää näkyvyyttä ja matkailijoita. Etätö - vapaa-ajan yhdistäminen lisääntyy ja tuo jatkossa lisää matkailijoita, jotka viiptyvät pidempään. Päijänteen ja vesistöjen hyödyntäminen ja houkuttelevan sataman kehittäminen toisi lisää veneilijöitä.

Valoisina ja täynnä mahdollisuuksia. Himos-Jämsällä on tärkeä rooli Keski-Suomen matkailun yhtenä tärkeistä vetureista ja laajemman yhteistyön kautta mahdollisuudet kasvavat entisestään. Paikallinen työ on ollut kunnianhimoista ja strateginen suunnittelu tulevaisuuden osalta on hyvä tehdä juuri tässä vaiheessa.

Kehittäjät ja päättäjät

positiivinen & kasvupotentiaali

59%

kotimaan matkailu & luonto

18%

yhteistyö

15%

tuotekehitys & palvelutarjonta

5%

markkinointi

3%

Faktat:

- Himos-Jämsän matkailulliset mahdollisuudet ovat hyvät kun teemme alueesta ympärivuotisen matkailualueen
- Kasvun varaa ja potentiaalia on paljon - halutaan lomalle lähemmäs.
- Himos on valtakunnallisesti tunnettu alue etenkin talvikohteena

Huolet:

- Tarvitaan reittejä, luontokohteiden hoitoa
- Himos hiihtokeskuksen osalta hieman jämähtänyt paikoilleen. Himos on profiloitunut "bile-keskukseksi" valtakunnallisesti
- Alueella olisi selkeä profiilin noston paikka, mutta ei saada valmista. Suunnitellaan masterplaneja, jota ei tarvitse noudattaa. Alueelle ei saisi antaa rakentaa pirstoutuvaa liiketilaa tmv. vaan tehdä yhtenäistä järkevää lähelle rinteitä.
- Omaa erityislaatuista pitää terävöittää ja korostaa
- Ottamalla laajasti kunnan alueen luontokohteet huomioon saataisiin synergiaa Himoksen kanssa, mutta hyödytettäisiin myös kunnan katvealueita
- Uudet kohderyhmät löytäneet alueen, Miten tämä voidaan kääntää Himos-Jämsän voitoksi - terveysturvallinen Himosjämsä?

HIMOS ♥ JÄMSÄ

positiivinen & kasvupotentiaali

65%

Mitä kasvumahdollisuuksia tunnistat Himos-Jämsän matkailutoimialalle? Millaisen kasvutavoitteen asettaisit vuodelle 2026?

Luonto,
liikunta,
hyvinvointi

70%

Päijänne, luonto

Luontoliikuntamatkailuun panostaminen ja sen nostaminen yhdeksi keihääkärjeksi toisi varmasti kävijöitä muutoin hiljaisille ajanjaksoille. Mahdollisuudet tähän ovat erinomaiset.

Päijänteen hyödyntäminen ja luontoliikunta voisivat kasvaa paljonkin. En aseta muita tavoitetta kuin, että pitää olla kasvava.

Luontoliikunta maalla ja vesillä

Jämsällä ja Himoksella on erittäin paljon potentialia hyvän sijainnin, monimuotoisen luonnon, ja läheisen Jyväskylän palveluiden kombinoimisella osaksi matkailutuotetta.

Luontomatkailijat, etätöön ja lomailun yhdistävät matkailijat. Lähimatkailun korostuminen tulevaisuudessa, sijainti hyvä, lähellä isoja keskuksia.

Himos-Jämsällä on kasvumahdollisuuksia niin kotimaan kuin kansainvälisenkin matkailutoiminnan osalta. Luonto Painopiste-eroja kärkituotteissa/-sisällöissä on tunnistettava ja hiottava riippuen siitä kumpaa kulloinkin tavoitellaan ja palvelumuotoilulla on tärkeä rooli. Laajempi yhteistyö on avain molempien kohderyhmien tavoittelussa - laaja alueellinen ja poikkitoimialallinen yhteistyö tuo myös uusia mahdollisuuksia. Ympärivuotisuus, luonto, tapahtumat ja laadukkaat oheispalvelut ovat kaikki tärkeitä asioita alueelle. Himos-Jämsän on myös tärkeä olla mukana Keski-Suomen isommissa matkailun kehittämishankkeissa, -teemoissa ja -ohjelmissa.

Ratkaisut, Ideat:

- Yritykset asettavat selkeän kasvutavoitteen.
- Näkisin merkittävänä toiminnan vakauttamisen ja matalan kasvutavoitteen uusien avauksien myötä.
- **Päijänteen läheisyyteen** (myös satamat) ja hyvin suunniteltujen ja mainostettuihin **reitteihin** (melonta, pyöräily, patikointi, kansallispuisto, luontokohteet) **panostaminen**.
- Päijännettä ei mainosteta tarpeeksi, Jämsänniemen satamat ja niiden palvelujen tasoa pitäisi nostaa
- **Ympärivuotisuuden** lisääntyminen. **Päijänteen biosfäärin** lisäarvo
- Koronan jälkeen voisi olla taas **koulutusmatkailua** esim. Kiinasta
- **Terveysturvallinen matkailu?**
- Olisi hienoa jos se kauan kaivattu **kylpylä** saataisiin 2026 mennessä

HIMOS ♥ JÄMSÄ

Millaisia kehittämishankkeita tulisi Jämsässä käynnistää matkailun kasvun tukemiseksi?

Reitistöt ja luontomatkailu:

- maastopyöräily, patikointi, melonta, Päijänteen Biosfäärialue, KS-maakuntaura. Yhteisreitti kansallispuistoihin Päijänne ja Isojärvi. Joki on vetovoima, jos saatetaan satamapalvelut asiallisiksi. Toteuttamishankkeita, joissa rahaa haetaan olosuhdetyöhön. Rakentamiseen, ylläpitoon ja huoltoon.

Yhteistyö

- Yhteistyö Mäntän kanssa. Hankkeet tulisi olla yritysvetoisia, sitoutuminen parempi. Himoksen alueen, sekä muiden, alueella matkailutoimintaa pyörittävien yritysten saumaton yhteistyö. Hankkeet mahdollistavat, mutta hankkeista on hyötyä vain, jos yritykset itsekin panostavat. Alueen yritykset ja kaupunki tulisi tehdä saumatonta yhteistyötä. Tuntuu, että jokainen taho osaoptimoi.

Investoinnit ja kaavoitus

- Kylpylähanke saatava maaliin. Isojen toimijoiden saaminen kaupunkiin. Olla tukemassa esim. kaavoitus päätöksillä uutta infraa ja mahdollisia aktiviteetteja. Sisäliikunta hankkeiden tukeminen. Keskustan matkaparkki. Maanhankintaa kaupungille, runkoteiden välityskykyä on saatava paremmaksi, kaikki yhteydet paremmiksi. Isoja ja vaikuttavia

Markkinointi&brändäys

- Markkinointia lisää rutkasti, yhteistyön virittäminen koko Jämsän alueen yrittäjien kanssa. Ohjelmapalvelut yksiin kansiin. Tunnettavuutta lisää. Digitalisoiminen laajasti mukaan myös matkailuun, enkä tarkoita nyt verkkoviestintää tai somea, nehän ovat jo, vaan palveluiden markkinoinnin, myymisen ja tuottamisen kokonaan uudenlaista tekemistä jopa ydinasioita myöten. Markkinointihanke yhteistyössä Jyväskylän ja Tampereen kanssa.

“

Himoksen alueen, sekä muiden, alueella matkailutoimintaa pyörittävien yritysten saumaton yhteistyö. Alueen toimijoiden yhteistyön kehittäminen, niin että siitä saadaan koko Jämsän kattava matkailukokonaisuus, joka hyötyy Mäntän taidetapahtumista, Isojärven kansallispuistosta, Himoksesta yms.

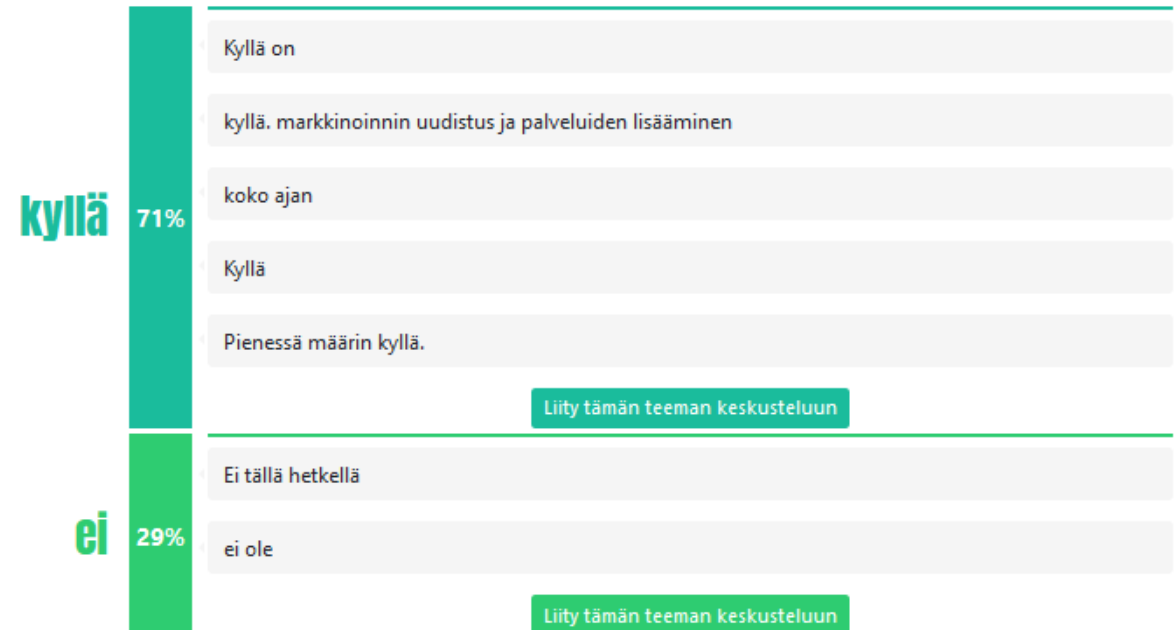
Yhteenveto: "5. Millaisia kehittämishankkeita tulisi Jämsässä käynnistää matkailun kasvun tukemiseksi?" - keskustelu

Yritysten investoinnit ja kehittämishankkeet

6. Onko yrityksesi päättänyt tai harkitseeko se Himos-Jämsän matkailukeskukseen investointia?



5. Onko yrityksessäsi meneillään tai käynnistymässä kehittämishankkeita?



Mitä ajattelet Himos-Jämsän matkailualueen kilpailukyvyistä tällä hetkellä?

Faktat:

- Himos-Jämsän maantieteellinen sijainti ja alueen monipuolisuus sekä ammattitaito ja osaaminen antaa hyvät lähtövalmiudet
- Himoksen rinteet nousivat kaudella 20/21 hissiliikEVaihdolla mitattuna ja kävijämäärissä Tahkon ohi Suomen 4. suurimmaksi hiihtokeskukseksi
- Tapahtumat ja golf toivat Himos-Jämsän alueelle runsaasti kävijöitä myös kesällä
- Meillä on hyviä isoja vetureita jo olemassa, jotka ovat vakiinnuttaneet asemansa markkinoilla
- Etelä-Suomen läheisyys valttia lyhyissä lomissa
- Kilpailukyvyn kannalta julkisen ja yksityisen puolen saumaton yhteistyö on myös tärkeää.

Huolet:

- aktiivinen & pitkäaikainen markkinointi on edellytys kilpailukyvyn vahvistamiselle, siihen on saatava panoksia.
- Kesän bilekeskuksena, sekä talven sesonkiviikkoina hyvä Etelä-Suomen läheisyyden ja hyvien rinteiden vuoksi. Muutoin ei kilpailukykyä, kun palvelut puuttuvat.
- vielä enemmän yhteistyötä yritysten välillä toivon.

En tunne kovin hyvin kansallista matkailua ja sen kilpailukykytilannetta, mutta ehkä olemme muihin samankokoisiin kaupunkeihin nähden kilpailukykyisempiä juuri Himoksen vetovoiman vuoksi. Kilpailukyvyn kannalta kannattaa miettiä jatkossa taktisesti mitkä asiat kilpailukyvyn ja asetelmien näkökulmasta on hyvä tehdä nimenomaan yhteistyössä isolla yhteistyöllä ja mitä tekijöitä vahvistaa paikallisella tiiviillä yhteistyöllä ja infrakehittämisellä.

Yhteenveto: "8. Mitä ajattelet Himos-Jämsän matkailualueen kilpailukyvystä tällä hetkellä?"

Millaisena koet Himos-Jämsän matkailuyritysten välisen yhteistyön?

Millaisia hyötyjä olet saanut Jämsän kaupungin johdolla toteuttamasta yhteismarkkinoinnista?

TUNNEANALYYSI



6 henkilöä osoitti **arvostusta**

Yhdessä voidaan onnistua, sen sijaan että kaikki tekevät erikseen. Se on tehokasta resurssien käyttöä ja edistää erityisesti pienempien toimijoiden löydettävyyttä- erityisesti jos ei ole laajaa osaamista virtuaalialustoilla. Matkailijat käyttävät yhden sivuston kautta useampia palveluita Jämsän alueelta saapuessaan, koska ne ovat samassa paikkaa löydettävissä. Löytyy kiinnostavia paikkoja ja palveluita, joita ei osaisi etsiäkään ehkä pelkän Googlen kautta (jos ne sieltä edes löytyisivät). Ja tutustuminen muihin toimijoihin, joita voi aina vinkata asiakkaille.

Kitos, että autoit kouluttamaan tunneanalyysein tekoälyä.

On ollut loistavaa, että kaupunki on lähtenyt satsaamaan matkailuun ja kouluttamiseen.

Kitos, että autoit kouluttamaan tunneanalyysein tekoälyä.

Himo-Jämsä sivut hyvät; antavat yhtenäisen kuvan alueen palveluista.

Kitos, että autoit kouluttamaan tunneanalyysein tekoälyä.

Henkilöt, jotka osoittivat arvostusta, iloa, kiitollisuutta tai mainitsivat jotain hyvää tai hyvin toimivaa.

12 henkilöä ilmaisi **huolta**

En tunne lähemmin yhteistyön tasoa, joten no comment. Hyöty +/- 0

Kitos, että autoit kouluttamaan tunneanalyysein tekoälyä.

Ei kokemusta. Kaikki yhteistyöt on järjestetty itse suoraan yrittäjien kanssa. Osa yrittäjistä ei kykene yhteistyöhön.

Kitos, että autoit kouluttamaan tunneanalyysein tekoälyä.

Emme ole olleet mukana yhteismarkkinoinnissa. Yhteistyö voisi olla tiiviimpää, asiakkaat kokonaisvaltaisesti huomioivaa.

Kitos, että autoit kouluttamaan tunneanalyysein tekoälyä.

Faktat:

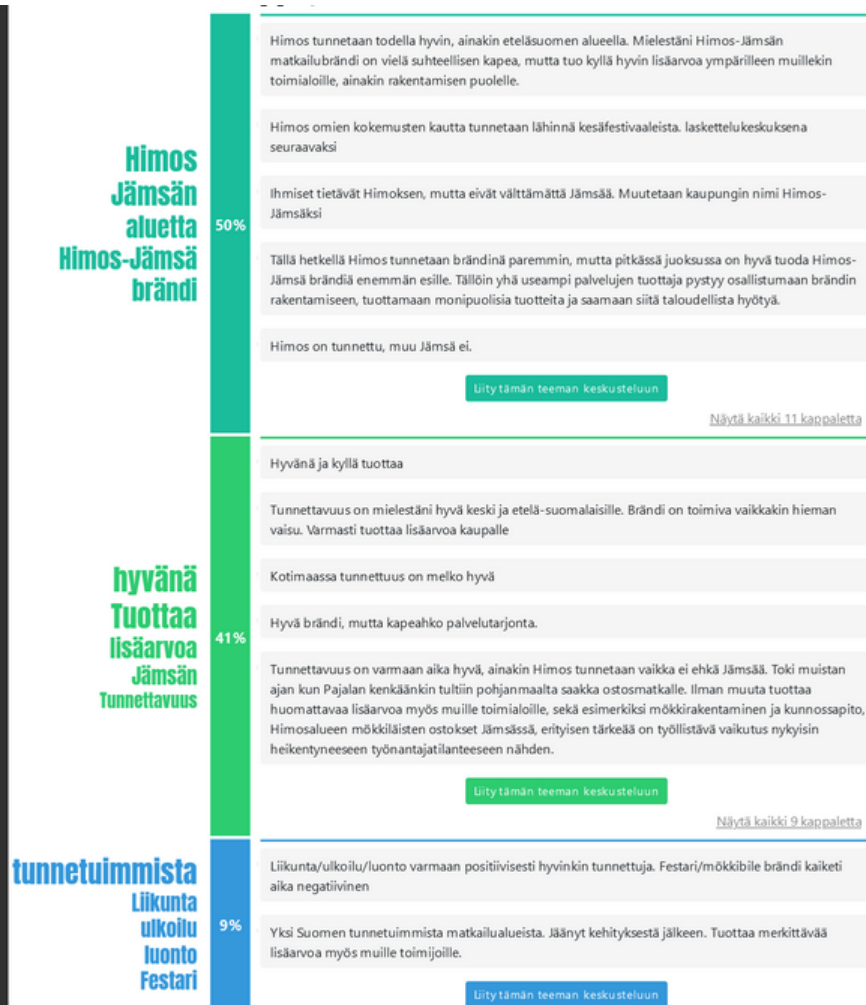
- Yhteismarkkinointi on lisännyt koko alueen tunnettuutta ja luonut myönteistä kuvaa, sataa siis kaikkien laariin.
- Yhteismarkkinointi on lyhentänyt Jämsän keskustan ja Himoksen välimatkaa saavutettavuuden näkökulmasta katsottuna.
- Kaupungin tulisi kaikin keinoin toimia mahdollistajana sekä tukea haluttuja investointeja silloin kun joku niitä ylipäättään olisi tekemässä.
- Yhteismarkkinoinnissa voidaan yhdistää voimat ja se on taloudellisesti järkevää.
- Osa yrityksistä tekee tiiviisti yhteistyötä keskenään mutta paljon tehdään myös yksinään ja ei tunneta alueen muuta tarjontaa. Yhteistyössä on aina parantamisen varaa.
- Yhteistyötä tehdään ja sitä voidaan tehdä entistä vahvemmin ja kehittämisen näkökulmasta juurikin yhteisellä visiolla ja strategialla.
- Yhdessä voidaan onnistua, sen sijaan että kaikki tekevät erikseen. Se on tehokasta resurssien käyttöä ja edistää erityisesti pienempien toimijoiden löydettävyyttä- erityisesti jos ei ole laajaa osaamista virtuaalialustoilla. Matkailijat käyttävät yhden sivuston kautta useampia palveluita Jämsän alueelta saapuessaan, koska ne ovat samassa paikkaa löydettävissä.

Huolet:

- Valitettavasti heikkona. Joissakin kohteissa jopa kielletään kertomasta alueen muista tarjontoista.
- Ehkä Himoksen alueella yrityksillä on enemmän yhteistyötä, mutta kun toimitila tai -piste on muualla, niin eipä sitä yhteistyötä juurikaan ole.

HIMOS ♥ **JÄMSÄ**

Millaisena näet Himos-Jämsän matkailualueen tunnettuuden tällä hetkellä? Kuvaile ajatuksiasi Himos-Jämsän matkailubrändistä ? Tuottaako se lisäarvoa myös muille toimialoille? (esim. kauppa, rakentaminen)



- Himos-Jämsän brändi on kohentunut ja selkeytynyt esim. uusien matkailusivujen myötä
- Himoksella vierailevat asiakkaat tuovat todella paljon lisäarvoa
- Mielestäni Himos edellä meneminen on oikea tapa. Se lisää tunnettuutta ja vetää muutakin kaupunkia ja toimintaa.
- Himos tunnetaan, mutta Jämsän osuudessa on kehiteltävä tarjontaa

Huolet:

- Yrittäjillä on pelko siitä, että jos heidän palvelunsa tai tuotteensa eivät ole Himoksen juurella, sitä ei mainosteta eikä alueelle saapuva matkailija välttämättä sitä löydä kovin helposti. Liikaa keskittynyt Himokseen ja sen megatapahtumiin. Mielestäni brändi voisi yrittää vielä paremmin ottaa huomioon koko Jämsän alueen, jolloin pienillä matkailijoita potentiaalisesti kiinnostavilla toimijoilla olisi myös mahdollisuus hyötyä synergiasta. Mielikuva liittyy liikaa festareihin ja lasketteluun, joka tavoittaa vain osan viiteryhmästä.
- Himos on nykyään tunnettu nuorison bilettämispaikkana. Tähän toivoisin pientä muutosta, olisi hienoa jos Himos koettaisiin myös monipuolisena perheen harrastus/lomailu paikkana
- Brändi ei tule missään vastaan, pitäisi näkyvyyttä lisätä. Ei oikein ole yhtenäistä eikä selkeää.
- Jämsällä pitäisi olla vastaus brändin kysymykseen miksi?
- Talvi tunnetaan, kesä kaipaa piristysruisketta

HIMOS ♥ **JÄMSÄ**

Mitä mieltä olet Himos-Jämsän saavutettavuudesta?

“

Sijainti on hyvä ja saavutettavuus junalla ja autolla hyvä, julkista liikennettä voisi aina parantaa, etenkin Himos-Jämsän sisäisellä alueella. Digitaalinen saavutettavuus matkailun osalta kehittyy myös DMO-yhteistyössä, mutta kehittäminen tärkeää myös alueen sisällä ja yrityskohtaisesti.

Yhteenveto: "10. Mitä mieltä olet Himos-Jämsän saavutettavuudesta?" - keskustelu

Faktat:

- Tänne pääsee junalla ja bussilla melko hyvin
- Lähin lentokenttä on melko kaukana. Ulkomaisille ainoana destinaationa vaikeasti tavoitettava lentoliikenteen vuoksi
- 10% tavoittanut yrityksen himosjämsän kautta. kehittyvä sivusto

Huolet:

- Jämsästä Himokselle taas on jo vaikeampi päästä muuten kuin taksilla jos omaa autoa ei ole käytössä.
- Aukioloaikojen tiedottamisessa parannettavaa
- Pelkästään Himoksen alueen mökkejä vuokrataan monen eri tahon kautta, joten kokonaiskuva varustilanteista ja tarjolla olevista mökeistä ei saa mistään. Muut palvelut ja niiden löydettävyys varmaan vieläkin haastavampaa matkailijalle.
- Saavutettavuuteen luen myös digiyhteydet, niitä tulee parantaa erityisesti maaseudulla.
- eikä veneillen Päijänteeltä Himoksen rantaan pääsekään

Ratkaisut, Ideat:

- Non-stop -bussia olen joskus ehdottanut mm. Jämsän Yrittäjille

Ydinkysymykset:

- Julkinen liikenne alueen sisällä

Mitä mieltä olet Himos-Jämsän matkailukeskuksen digitalisaation tasosta?

Faktat:

- Palveluja halutaan ostaa ja varata ennakoon, ja yrityskohtaisesti tämä varmasti onnistuuakin paikoin hyvin
- Yritysten digiosaaminen on myös hyvin vaihtelevaa
- Ajankohtaisuus on haaste (mm. aukioloajat)
- On jäljessä esim. Rukan vastaavasta.
- Uudet verkkosivut ovat melko onnistuneet, mutta kehitettävää vielä riittää.

Huolet:

- Lisämyynti, eri toimijoiden palveluiden ostaminen yhdellä kertaa ei sitten enää onnistukaan niin sujuvasti kun olisi toivottavaa.
- Yhteinen myyjätaho kuitenkin puuttuu alueelta

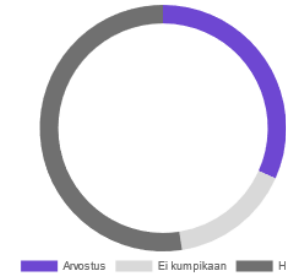
Ratkaisut, Ideat:

- palveluiden kehittäminen ja digitaalisen alustan monipuolistaminen erilaisia rajapintoja yhdistäen voisi palvella vielä paremmin
- panostusta kaivataan konkreettisesti palvelutarjonnan lisäämiseen uusien digialustojen sijaan

Ydinkysymykset:

- Missä näyttään, ketkä ovat yhteistyökumppanit ja jälleenmyyjät jne.

TUNNEANALYYSI



6 henkilöä osoitti **arvostusta**

Aina voi parantaa, mutta hyviä kehitysaskleita on jo otettu ja monet yritykset myyvät jo tuotteitaan verkossa.	Kuvastaako tämä tekoälyn valitsema kommentti arvostusta? Kyllä Ei
Hyvä.	Kuvastaako tämä tekoälyn valitsema kommentti arvostusta? Kyllä Ei
Kehitettävä yhteistä digitalisaatiota	Kuvastaako tämä tekoälyn valitsema kommentti arvostusta? Kyllä Ei

Henkilöt, jotka osoittivat arvostusta, iloa, kiitollisuutta tai mainitsivat jotain hyvää tai hyvin toimivaa

10 henkilöä ilmaisi **huolta**

En tunne asiaa	Kuvastaako tämä tekoälyn valitsema kommentti huolta? Kyllä Ei
Ei ole tästä omakohtaista kokemusta.	Kuvastaako tämä tekoälyn valitsema kommentti huolta? Kyllä Ei
Uusi yhteinen Himos-Jämsä -sivusto on hyvä alku. Yritysten pitäisi ottaa se vielä enemmän käyttöönsä ja lisätä sinne omia tuotteitaan. Yhteinen myyjätaho kuitenkin puuttuu alueelta. Yritysten digiosaaminen on myös hyvin vaihtelevaa.	Kuvastaako tämä tekoälyn valitsema kommentti huolta? Kyllä Ei

HIMOS ♥ **JÄMSÄ**

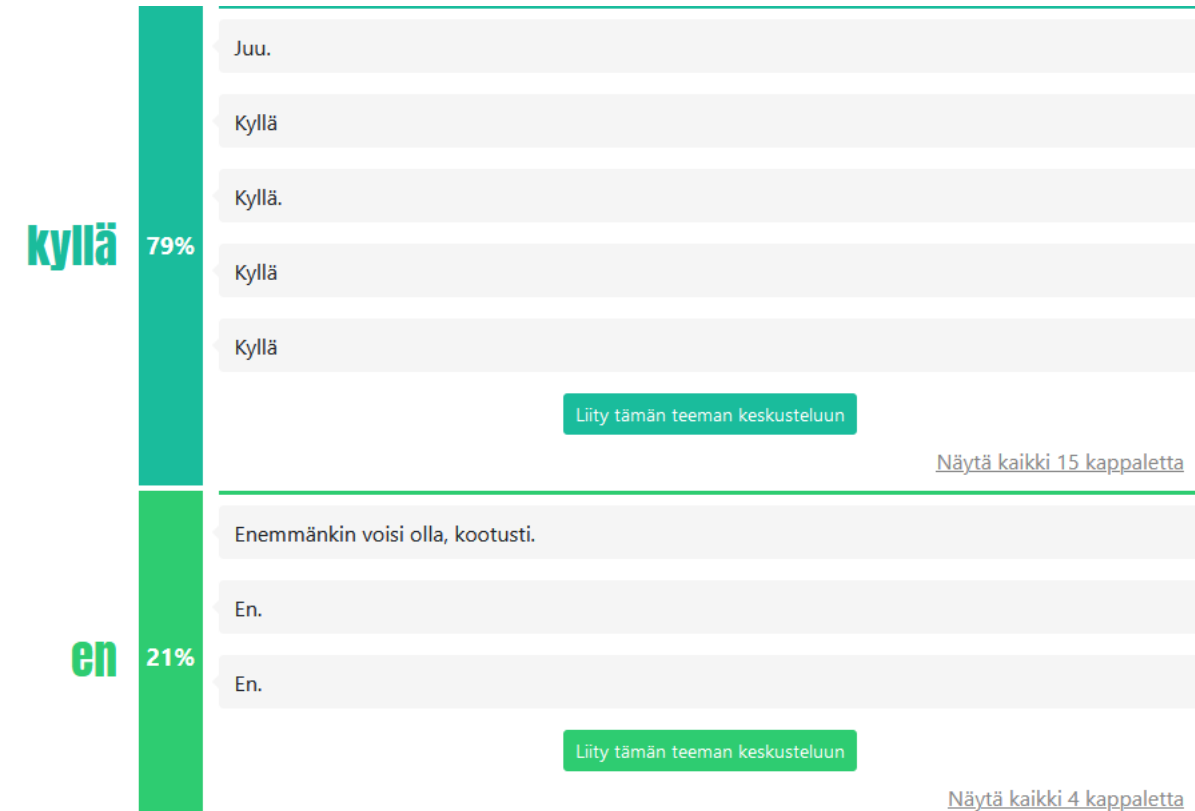
Mitkä ovat mielestäsi tärkeimmät kehitettävät aihealueet Himos-Jämsän matkailussa?

Myynti ja markkinointi	Yritysten kehittäminen	Vastuullisuus, kestävyys	Saavutettavuus, Infra ja reitistöt	Yhteistyö ja roolitus	Ympärivuotiset palvelut
-Profiilin kirkastaminen. Mikä ja kenelle erityisesti. -Yhteismarkkinointi -Yhtenäinen brändi, profiloituminen, näkyvyys, tarjonta eri kohderyhmille -Näkyvyys, digitaaliset alustat kaupankäyntiin -Miten saadaan paikan ohi ajavat asiakkaat pysäytettyä?	- Yritysten kansainvälistymisen kehittäminen -Kehittämiskohteet pitää kysyä isoilta toimijoilta jotka koko ajan ovat ison massan asiakas pinnassa.	- Luontomatkailu ja kestävä matkailu. - Luontoarvojen hyödyntäminen matkailussa	-Alueen rakentuminen kylämäiseksi -Teemareitit, asiakkaan palveluverkosto ja asiakaspolun läpikäyminen aluenäkökulmasta -Opastetut ja hyvin hoidetut reitistöt eri tarkoituksiin. -Hiihtolatukartat kuntoon, Laavut ym. reitit kaupungin matkailusivuille kattavasti	-Yhteinen ymmärrys eri toimijoiden ja yritysten rooleista. Asiakkaan näkökulmasta koettu paikoin sekavaksi, ns. "yhteispelin" kehittäminen. -Yhteistyö ja kaupungin mukana olo -Yhteistyön kehittäminen - palveluverkostojen rakentaminen ja niputtaminen -Yrittäjämönteinen ilmapiiri, joka auttaa löytämään ratkaisut	-Kattoteemoina ympärivuotiset palvelut ja aktiviteetit -Kylpylä liikuntahalleineen -Kesäkauden hyödyntäminen.

Mitkä näet Himos-Jämsän keskeisimmiksi menestystekijöiksi tulevaisuudessa?

Fyysinen ja digitaalinen saavutettavuus	Luontomatkailun edellytysten parantaminen	Ympäri vuotiset panostukset markkinointiin ja tuotekehitykseen
Yhteistyö läheisten visit-organisaatioiden kanssa	-Puhdas luonto, ulkoaktiviteetit, vastuullinen matkailu, lähiruokailu. -Luonnonläheinen ja monipuolinen majoitus ja laadukkaat makunautinnot erittäin tärkeä mahdollistaja.	-Läpi vuoden aktiviteetit, pääosin omatoimiset ja kylkeen kaupalliset, erityisesti panostettava siihen, että miten saadaan riittävä volyymi arkeen ja sen jälkeen palvelut alkavat pyörimään ja kannattamaan myös silloin. Tässä pitää olla vaan rohkea ja uskoa asiaan. Eli seuraavaan kysymykseen tulee kyetä vastaamaan; miksi yritys tai perhe tulee syyskuussa ma-ke TAI ma-pe juuri Himokselle viettämään elämysreissun -Ympäri vuotinen ja monipuolinen aktiviteettien tarjonta. Yhteismarkkinointi laajalla rintamalla, alueen toimijoita saatava mukaan mahdollisimman paljon --luonto- ja aktiviteetit kv puolella, tapahtumat ja monipuoliset hyvinvointiaktiviteetit kotimaan puolella. -Monipuolista tarjontaa lomavetoa varten vuoden ympäri. (tapahtumia, Festivaaleja, aktiviteetteja, koulutuksia...)
Yhteistyö		
Yhteistyö, päätösten ketteryys, silloin kun päätöksiä esim. julkiselta puolelta tarvitaan, investointien kehitys		

Saatko riittävästi tietoa Himos-Jämsän matkailun vaikutuksista ja merkityksestä alueelle?



Hyvää

- Saan jos olen aktiivinen ja selvitän.
- Kaupungin nettisivut, somekanavat ja neuvontapalvelut toimivat hyvin, palvelten omien asukkaidenkin tarpeita.

Huolet

- Edes matkailun tuottamasta lisäarvon määrästä alueelle ei ole mieleen jääneitä tunnuslukuja.
- Osaavasti koostettu ja toimitettu, faktapohjainen mutta elävöitetty sekä riittävän usein ilmestyvä ja johdonmukainen katsaus olisi paikallaan
- Paikallisten tietämys matkailun vaikutuksista jää vain uutisoinnin tasolle.
- Voisin olla paremmin perillä alueen palveluista
- Edelleen on niitä jotka eivät ymmärrä tai miestään saa tietoa, miten paljon matkailijat ja mökin omistajat oikeasti "pyörittävät" Jämsää.

Miten arvioit Himos-Jämsän kansainvälistymisen mahdollisuuksia kun matkailurajoitukset poistuvat?

Lakeland-yhteistyö	Markkina-alueiden ja kohderyhmien valinta	Yritysten valmiudet	Panostukset markkinointiin ja tuotekehitykseen
-Pitää tehdä yhteistyötä sekä Jyväskylän DMO:n että Lahden seudun DMC:n kanssa. -Kv-puolella tärkeää maakunnallinen DMO-yhteistyö ja Lakeland-suuralue yhteistyö.	-Omien erityisten markkina-alueiden valinta tärkeää, jotta pystyy tekemään kiinnostavia tuotteita ja varmistamaan oikeanlaisen palvelun. -Oikein kohdennettua tarjontaa ja markkinointia kun saadaan aikaiseksi, on mahdollisuus kasvaa vaikka kuinka paljon. Esim. koulutusmatkailu, jonka eteen taustatyötä on käsittäkseni jo tehtykin. -Erikoistuminen lienee avainasemassa jatkossa, toivon mukaan myös luonto- ja kulttuurimatkailu, sauna sekä erilaiset hyvinvointi-, luonto- ja elämyspalvelut	Yhteistyössä DMO:n kanssa myös paikallisen kansainvälisyysasteen nostaminen (halu tavoitella kv-asiakkaita, kehittää omaa toimintaa ja tuotteita kv-kriteerit täyttäväksi jne.). Paikallisesti Jämsässä myös hyvää kv-osaamista ja ymmärrystä	-Kansainväliseen markkinointiin ja kv-matkailijoille sopivaan tuotekehitykseen on panostettava entistä enemmän, jotta myös kv-asiakkaat löytävät Himoksen jatkossa. -Myös varausprosessista on tehtävä helppo. -Hyvät, jos panostamme markkinointiin. -Panostamalla puhtaaseen luontoon, lähimatkailuun, lähiruokaan ja muutenkin persoonallisiin toimintoihin Himoksen laskettelu- & golfin rinnalle -Alueen digitaalinen näkyvyys kv-asiakkaille kaipaava parannusta, sekä ehkä palveluntarjonta...

Vapaa sana Himos-Jämsän matkailuun ja valmisteltavaan matkailustrategiaan liittyen?

Kannattavia valintoja ja tuloksia

14 päivää sitten
Tunnistetaan omat vahvuutemme, terävöitetään max 5 kärkeä ja viestitään vahvasti mietitylle kohderyhmälle. Muistetaan, ettei koko maailmaa voi syleillä.
Kartoitetaan ja haetaan monipuolisesti erilaisia hankerahoituksia yksin ja yhdessä eri toimijoiden kanssa.

25 päivää sitten
Riittävän rohkeat ja jopa uhkarohkeat teot yleensä ovat parhaita kasvun avaajia.

24 päivää sitten ...
8 strategiaa kymmenestä ei tuota sitä toiminnallista ja taloudellista tulosta mitä pitäisi. Yleisimmät syyt ovat strategian teoreettisuus, kiteytymättömyys ja käytäntöön viennin jääminen puolitiehen.

Miten tämä tapaus saataisiin onnistumaan?

Yhteistyötä vahvistavaa

13 päivää sitten ...
Jämsän kaupungin ja päättäjien suuntaan toive riittävistä resursseista Himos-Jämsän matkailun kehittämiseen. Kaikki alueen yrittäjien kanssa yhteistyössä tehdyt investoinnit ja kehittämishankkeet satavat myös Jämsän kaupungin laariin.

13 päivää sitten ...
Hienoa, että tällaista tehdään ja asioita pohditaan. Hyvä, että mukana keskeiset yhteistyökumppanit. Iso peukku ja tsemppiä!

18 päivää sitten ...
Jämsälle matkailu on nousemassa yhä tärkeämpään osaan. Matkailun eteen tulee tehdä laajasti työtä, ja yhteistyötä, jossa kaupungin osuus on erittäin tärkeä. Matkailun tekijöitä, yrittäjiä tulee tukea. Pitää olla myös rohkeutta uusiin toimiin matkailussa.

24 päivää sitten ...
Kyllä kaikenlainen yhteistyö alan yritysten kanssa olkoon tavoitettavissa

Konkretiaa

14 päivää sitten
Toivotaan, että strategia on uutta luova ja uutta tuova, mutta konkreettinen ja laajakatseinen. Matkailun merkitys Jämsän elinvoimaisuudelle on joka tapauksessa entistä tärkeämpi metsäteollisuuden yhä jatkuvan supistumien ja rakennemuutosten takia. Pidetään matkailijoista hyvää huolta koko kaupungissa.

19 päivää sitten
Raha joka tuohon käytetään, on mielestäni niin iso, että oikeasti on saatava aikaiseksi konkreettisia parannuksia alueelle. Eikä vain kaunista tekstiä paperille. Tuolle rahalle olisi ollut niin monta mielestäni tärkeämpääkin kohdetta.

19 päivää sitten
Strategia laadittava riittävän konkreettiseksi, lyhyeksi, silloin se palvelee toiminnan tasoa!

26 päivää sitten
Mahdollisimman konkreettisia ja mitattaviakin tavoitteita kehiin

HIMOS ♥ JÄMSÄ