



LOPPURAPORTTI

Joulupukin ympärivuotinen elämysmaailma –kehittämishanke
Hanketunnus 4468

23.9.2010
Oili Ruokamo, MJD
projektipäällikkö
Rovaniemen Kehitys Oy
www.rovaniemenkehitys.fi



SISÄLLYS

1. Taustaa	3
2. Yhteenveto hankkeesta	3
2.1. Ohjausryhmä	4
3. Hankkeen yhteistyötahot	4
3.1. Hanketoimijat	5
4. Saavutetut tavoitteet suhteessa hankesuunnitelmaan.....	6
5. Keskeinen toiminta hankkeen aikana.....	7
5.1. Napapiirin koordinaattorin palkkaaminen	7
5.2. Sisäinen tiedottaminen.....	7
5.3. Yhteinen tarina.....	7
5.4. Asiakastutkimus.....	8
5.5. www.santaclausvillage.info	9
5.6. Yhteiset toimintatavat ja yhteisesiintymiset.....	9
5.7. Kuluttajille pienoisesite alueesta.....	10
5.8. Logistiikka.....	11
5.9. Omat tapahtumat	11
6. Saavutetut tulokset ja vaikutukset hankkeen aikana	12
7. Hankkeen synnyttämät jatkotoimenpiteet.....	12
8. Hankkeen aikana tuotettu materiaali.....	13
9. Esiin tulleet ongelmat hankkeen toteuttamisessa	13
10. Asiakaspalaute.....	14
11. Ohjausryhmän palaute	14
12. Talouskoonti.....	15

LIITTEET

1. Matkaraportti Jukkasjärvelle
2. Kokonaisraportti asiakaskyselystä (Webropol)
3. Joulumatkailijoiden kuluttajakäyttäytymistutkimus (RAMK Innoakatemia)
4. Napapiirin uudet nettisivut on avattu tänään, tiedote 30.6.2010
5. Etusivu www.santaclausvillage.info
6. Napapiirin työvaatemalliston hinnasto yrittäjille

Engl

Santa Claus Year-Round World of Experiences Project

The project creates a uniform appearance and customer promise for the Arctic Circle by using so-called experience-rich stories related to Santa Claus within the Christmas Triangle district that facilitate experiencing Christmas on any day of the year.

The project promotes the collaborative tasks of entrepreneurs and other operators with internal and external communications, the implementation of a joint portal and small brochure, the performance of a customer survey, and the improvement of accessibility. The appeal of the region will also be enhanced using joint event planning.





1. Taustaa

Napapiiri on ainutlaatuinen ja merkittävä matkailullinen käyntikohde Rovaniemellä. Arktisen alueen ilmaston vahvat vaihtelut eri vuodenaikoina luovat edellytykset joulun sadun toteuttamiseen ympärivuotisesti. Joulukuusi voisi olla vaikka joka päivä, koska Joulupukin kotikin on Pajakylässä.

Alueella on toiminut jo vuosikymmenien ajan yrityksiä, joilla on vahvaa osaamista ja kokemusta kansainvälisistä ja kotimaisista matkailijoista. Napapiirin maan osuuskunnan mukaan Joulupukin Pajakylässä käy vuosittain noin 500 000 vierailijaa ja alueella toimii noin 50 yritystä. Niiden yhteen laskettu liikevaihto on noin 20 miljoonaa euroa.

Alueen vetovoimaisuutta heikentää yritysten sirpaleinen sijoittuminen alueelle sekä yritysten kokojen suuret vaihtelevuudet. Matkailukeskuksille tavanomaisen veturiyrityksen puuttuminen näkyy selkeästi alueen epäyhtenäisessä markkinoinnissa, lahjatavaroiden samankaltaisuudessa sekä yhteisen toiminnan pelimerkkien puuttumisena. Omien tapahtumien puute ja matkailupalvelujen tuotteistamisen keskittyminen talvisesonkiin vaikuttaa siihen, että ympärivuotisesta Joulupukin elämysmaailmasta ei vielä voida puhua.

Nopeasti koko maailman saavuttanut talouden laskukausi näkyy myös Rovaniemellä. Kävijämäärät ovat vähentyneet Napapiirillä kuten muuallakin Lapissa. Keskiostos asiakasta kohden on pienentynyt johtuen osaksi Rovaniemen kaupungin alueen uusien kauppakeskusten houkuttelevuudesta sekä ostovoiman heikentymisestä yleisellä tasolla. Entistä tärkeämmäksi Joulupukin Pajakylän yritykset kokevat keskinäisen yhteistyön tiivistämisen ja tarpeellisuuden kaikessa toiminnassa kilpailukyvyyn parantamiseksi ja asiakaslupauksen lunastamiseksi.

Rovaniemen matkailustrategian (2007–2010) mukaan matkailijamäärän tasaisempi jakautuminen koko vuoden ajalle edellyttää sekä uutta tuotekehitystä että olemassa olevien tuotteiden tuotteistamista. Tuotetarjonnan rakentaminen asiakaslähtöisesti sähköiseen verkkokauppaan edellyttää palvelujen tuotteistamista ja nykyistä laajempia palvelukokonaisuuksia. Onnistuneen ja myyvän palvelukokonaisuuden rakentaminen edellyttää puolestaan nykyistä laajempaa yhteistoimintaa Rovaniemen seudun matkailuyritysten kesken.

2. Yhteenveto hankkeesta

Napapiiriin yrittäjille kohdennettu Joulupukin ympärivuotinen elämysmaailma -kehittämishanke oli kestoltaan lyhyt ja toiminnaltaan intensiivinen ja monipuolinen. Vaikka varsinainen hankekausi oli yksi vuosi, edelsi sitä yli puolen vuoden yhteistyön kehittäminen alueen yritysten ja toimijoiden kesken. Yritysten sitouttaminen kehittämishankkeeseen tapahtui samalla kun hankkeen sisältö, rahoitus-rakenne ja rahoittaja täsmentyivät kevään 2009 aikana.

Suunnitelman mukaisesti toteutettuun hankkeeseen osallistui kaikkiaan 38 yritystä Napapiiriltä Rovaniemeltä. Haasteellinen toimintaympäristö vaati kaikilta toimijoilta ja yhteistyökumppaneilta avoimempaa ja yhteisöllisempää tapaa tehdä työtä yhteisen päämäärän eteen. Hankkeen tavoitteet saavutettiin lähes täysin sitoutuneiden yrittäjien ja sidosryhmien tiiviillä yhteistyöllä sekä Rovaniemen Kehitys Oyn motivoituneen projektihenkilöstön osaamisella.

Hanke on edesauttanut Napapiiriin yritysten toiminnan muuttumista avoimempaan ja yhteisöllisempään suuntaan. Myönteinen kehittyminen todennettiin yhteisissä yrittäjällöissä ja yleisölle suunnatuissa tapahtumissa. Myös sähköisen markkinoinnin ja sosiaalisen median hyödyntämiseen on käytetty voimavaroja yhteisissä työpajoissa, jotka ovat lisänneet yritysten välistä sosiaalista kanssakäymistä ja mielenkiintoa yhteiseen tekemiseen yritystoiminnan kehittämiseksi.

Joulupukin ympärivuotinen elämysmaailma –hankkeen toteutusaika oli rahoituspäätöksessä 1.6.2009-31.5.2010. Hankkeelle saatiin jatkoaika raportointeja sekä maksatuksia varten 30.11.2010 saakka.

Hankkeen hallinnoijana toimi Rovaniemen Kehitys Oy. Projektipäällikkö Oili Ruokamo, MJD on vastannut hankkeen operatiivisesta toteutuksesta sekä tuonut asiantuntemuksensa Napapiiriin





kehittämiseen. Hallinnon tukipalveluista on vastannut osa-aikaisena projektisihteerinä Meeri Korva. Menettelytapaohjeena on noudatettu Rovaniemen Kehitys Oyn määrittelemää Projektitoiminnan ohjeistusta.

Hankkeen kokonaisrahoitus on 148.600 euroa, josta yritysten rahoitusosuus on 10 %. Hankkeen rahoittajana ovat yksityisten yritysten lisäksi Lapin ELY-keskus ja Peräpohjolan kehitys ry (EU 45 %, valtio 35 %, Leader 20 %). Toteutuneet kustannukset hanke-aikana ovat **xxxxx** euroa (päivitetään marraskuun kirjanpidon valmistuttua).

2.1. Ohjausryhmä

Ohjausryhmän jäsenille on raportoitu tärkeimmistä tapahtumista ja toimista ohjausryhmän kokouksissa, joita on pidetty kuusi kertaa: 16.6.2009; 18.9.2009; 20.11.2009; 19.2.2010; 29.4.2010 ja 24.8.2010.

Elsi Malkki, puheenjohtaja
Seija Argillander (Anne Nuutinen)
Minna Hietanen
Ritva Vaarala
Inga Jääskö
Pia Lillberg
Asko Antikainen, asiantuntija
Sanna Tarssanen, asiantuntija
Oili Ruokamo

Rovaniemen Kehitys Oy
Peräpohjolan Kehitys ry
Lapin liitto, valvoja
Eräsetti Wild North Oy
Napapiirin Lahja Oy
Marttiini Oy
(aik. Eräsetti Wild North Oy)
Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus LEO
Ohjausryhmän sihteeri, projektipäällikkö

Raportointi rahoittajalle on tapahtunut määrämuotoisesti maksatushakemusten yhteydessä. Ensimmäinen maksatushakemus on ajalta 1.6.-30.9.2009; toinen maksatushakemus ajalta 1.10.-31.12.2009 sekä kolmas maksatushakemus ajalta 1.1.-30.11.2010.

3. Hankkeen yhteistyötahot

Hankkeen tärkeimpiä yhteistyökumppaneita olivat hankkeessa mukana olleet 38 eri yritystä, Napapiirinmaa osuuskunnan hallitus¹ sekä markkinointitiimi².

Sisällöllisesti tärkeitä kumppaneita olivat ostopalveluita tuottaneet yritykset, kuten Joulupukki TV (Tommi Lappalainen), Lapland Memories (Pera Hussi), Mainostoimisto Seven-1 (Arttu Saastamoinen), Mainostoimisto Focus Flow (Tarja Väyrynen), valokuvaaja Kaisa Siren, sähköisen markkinoinnin asiantuntijat Ilkka Kauppinen ja Eero Leppänen sekä kääntäjänä Cool Marketing Finland (Peter Culley).

Oppilaitosyhteistyössä tehtiin tutkimuksia Joulupukin Pajakylässä: Rovaniemen ammattikorkeakoulun Innoakatemia toteutti Joulumatkailijoiden kuluttajakäyttäytymistutkimuksen ja Haaga-Helian ammattikorkeakoulun kansainvälinen opiskelijaryhmä Experience and Wellness Management – koulutusohjelmasta toteutti markkinointitutkimuksen.

Napapiirin työvaatemallistomixin suunnitteli ja toteutti protoiksi asti Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnan opiskelijat opettajineen.

Lähialueen lapset vanhempineen ovat osallistuneet monenlaiseen yhteistyöhön hankkeessa ja hankeyrityksissä: kuvausyhteistyö Syväsenvaaran ala-asteen 4b –luokka (Pertti Ruokanen ja 20 oppilasta vanhempineen), tapahtumayhteistyöhön Lyseonpuiston IB-linjan oppilaat (lasten leikitys ja Unicef-keräys) sekä tontturooleissa Rovaniemen taitoluistelijat ry. Projektipäällikkö osallistui Syväsenvaaran ala-asteen järjestämään vanhempainiltaan 20.4.2010, jossa kuvattua materiaalia ja sen käyttöä esiteltiin luokan oppilaiden vanhemmille.





Rovaniemen joulubrändi-yhteistyötä on tehty tiiviisti Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen LEOn kanssa (Sanna Tarssanen). Napapiirin yhteistä tarinaa on työstetty yhteistyössä LEOn järjestämällä Experience Lab Jouluku 2013 – työpajoissa.

Yhteistyö Rovaniemen Kehitys Oyn muiden kehittämishankkeiden kanssa vaikutti myös hankkeen onnistumiseen. Yhteistyötä tehtiin seuraavien hankkeiden kesken: Tapahtumista totta –hanke Rovaniemi (Kaisa Heiskari), Elma-hanke Helsinki (Risto Saukkoriipi) sekä ICT:n hyödyntämisen edistäminen Rovaniemellä -hanke (Teija Mikkola). Hankeyhteistyötä tehtiin Design Week 2009 - tapahtuman kanssa, jossa linjattiin tavoite Napapiirin kehittämiseksi. Välineenä käytettiin 24 h designkisaa, jonka tuloksena syntyi Napapiirille kuluttajan näkökulmasta neljä eri konseptiluonnosta. Voittajaesitys Kilttilä – Niceland mahdollistaa jo olemassa olevien tarina-aiheiden kautta jatkaa asian kehittämistä yhteistyössä LEOn ja rahoittajien kanssa. Mukana työssä ovat Napapiirin alueen yritysten lisäksi alan kehittäjät ja kouluttajat.

Rovaniemen matkailu- ja markkinointi Oyn kanssa tehtiin matkanjärjestäjä- ja mediavierailuyhteistyötä (Intia, Australia mm.) sekä yhteistyötä jouluun liittyvien tapahtumien kanssa. Myös visitrovaniemi.fi – sivuston kautta on yhteistyö ollut sujuvaa ja jatkuvaa.

Projektipääällikkö osallistui yhteistyössä Lapin liiton ja Rovaniemen matkailu- ja markkinointi Oyn kanssa norjalaisten Rovaniemen vierailuun joulukuussa 2009. Vierailun pääkohde oli Joulupukki ja Napapiiri. Vieraiden joukossa oli mm. norjalaisen lentoyhtiön edustajia, valtion matkailurahoittajia ja kehittäjiä, Pohjois-Norjan matkailuyrittäjiä sekä arktisia tutkijoita.

3.1. Hanketoimijat

Hankkeeseen osallistui 38 yritystä Napapiiriltä (yhteyshenkilö):

AC Snowmobile Park (Jukka Honkanen)
Arctic Workshop Ky (Katy Harila)
Arctice Oy (Petri Palkinen)
Eräsetti Wild North Oy (Ritva Vaarala)
Finavia (Matti Oinas)
Hassuherä (Volkhan Kilic)
Husky Travels Oy (Tommi Marjamäki)
liittala Group Oy Ab (Satu Nuortti)
Itella Oyj Joulupukin Pääposti (Taina Ollila, Katja Tervonen)
Joulupukin Kammari (Jarmo Kariniemi)
Joulupukki TV Oy (Tommi Lappalainen)
Kiehtatuote Oy (Paula Vuolo)
Lahjatavaraliike Heinäkenkä Ay (Pasi Makslahti)
Lappituote Oy (Eero Himanen, Tuula Ollila)
Lauri-Tuotteet Oy (Pirkko-Liisa Lumiaho)
Maa- ja porotila Körkkö (Ari Körkkö)
Marimekko Oy (Seija Aspi-Kiistala)
Marttiini Oy (Pia Lillberg)
Medigo Oy (Rauni Salo, Timo Kärki)
Napapiirin Lahja Oy (Inga Jääskö)
Napapiirinmaa osk (Jarmo Kariniemi, Pia Lillberg)
Napapiirin Matkaajan Tietopiste Ky (Aija Aarrevaara)
Ounasjoki Shop (Frederike Wijngaard)
Pikakuljetus Rovaniemi Oy (Tommi Alanärä)
Pinea-Kirjonahka Ky (Jouni Mölläri)
Sága Gifts Ky (Riitta Himanen)
Santa Claus Enterprises Oy (Mauri Hakulinen)
Santa Claus Greeting Center (Risto Huhtala)
Santamus (Matti Korva, Elina Viitala)
SantaPark Oy (Katja Ikäheimo-Länkinen)
Santa's Gifts & Delicacies (Vuokko Mänty)
Santas Topshop (Wolfgang Kassik)
Sirmakko Ky Reindeer Family (Taina ja Ilpo Riskilä)
Snowroad Haavikko (Heikki Haavikko)
Taigakoru Oy (Juha Janger)
Tunturi-tuote Oy (Petri Hoikka)
T:mi Purosalmi Ravintola Napatapuli (Timo Purosalmi)
Wixu-Design Oy (Markus Kolari)





¹ Napapiirin 3. yrittäjäilllassa 3.2.2009 perustettiin **markkinointitiimi** Napapiirille. Sen tarkoitus on koordinoita markkinointia ja organisoida käytännön toimenpiteitä yhteistyössä Rovaniemen Matkailu- ja markkinointi Oy:n kanssa. Kokoonpanoon valittiin yksi edustaja kustakin talosta varajäsenineen ().

Tiimin jäsenet: Rauni Salo (Satu Näsärö) – myöhemmin Timo Kärki; Aspi-Kiistala Seija (Satu Nuorti), Leena Mölläri (Jarmo Kariniemi); Taina Ollila (Katja Tervonen); Elina Viitala (Matti Korva); Inga Jääskö (Risto Huhtala); Riitta Himanen (Pia Lillberg); Heikki Martikainen – myöhemmin Katja Ikäheimo-Länkinen (Ilkka Länkinen), Katja Eteläinen – myöhemmin Sanna Kortelainen ja Oili Ruokamo (Juha Seppälä).

² **Napapiirinmaa osuuskunnan** hallituksen jäsenet 2010: Jarmo Kariniemi pj, Inga Jääskö varapj, Juha Janger, Risto Huhtala, Taina Ollila, Katja Tervonen sekä Pia Lillberg.

4. Saavutetut tavoitteet suhteessa hankesuunnitelmaan

Hankesuunnitelmaan on kirjattu ylemmän tason tavoite, joiden osa hanke on: Hanke on alueen elinkeinojen kehittämishanke, jonka tuloksena syntyy yhtenäinen ilme ja asiakaslupaus Napapiirille.

Yleiset tavoitteet

- Yhteisen tarinan kokoaminen
- Asiakastutkimuksen toteuttaminen
- Alueen näkyvyyden parantaminen eri kanavissa
- Yhteisten toimintatapojen ja pelisääntöjen rakentaminen
- Alueen yleisilmeen kohentaminen hankkeen keinoin

Määrälliset tavoitteet

- Kävijöiden viipymän mahdollistaminen koko päivään.
- Yhteistyötiimien muodostaminen: markkinointitiimi, laatutiimi...
- Sisäinen tiedottaminen: yritysillat ja työpajat.
- Laatukäsikirjan (1997) päivittäminen ajan tasalle.
- Nettisivujen kieliversiot suomen ja englannin lisäksi kolmelle muulle kielelle.
- Tarinapankki.
- Kuvapankki, jossa panoramakuvia ja videoita.
- Mediapalvelu, kuvapankin lisäksi tiedotearkisto.

Joulupukin ympärivuotinen elämysmaailma -hankkeen toimintasuunnitelmassa toimenpiteet on määriteltä em. tavoitteiden pohjalta seuraaviksi (käsitelty ohjausryhmässä 16.6.2009):

Keskeiset toimenpiteet:

- Napapiirin koordinaattorin palkkaaminen
- Sisäinen tiedottaminen
- Yhteinen tarina
- Asiakastutkimus
- www.santaclausvillage.info
- Yhteiset toimintatavat
- Kuluttajille pienoisesite alueesta
- Logistiikka
- Omat tapahtumat

Seuraavissa luvuissa käydään läpi jokainen toimenpidetkokonaisuus tuloksineen.





5. Keskeinen toiminta hankkeen aikana

5.1. Napapiirin koordinaattorin palkkaaminen

Asioiden kokoon juokseminen ja yhteisen asioiden vetovastuu. Yhteyshenkilönä toimiminen yritysten välillä ja Napapiirin edustaja maailmalla ja messuilla. Säännöllinen Napapiirin tapahtumista ja kuulumisista tiedottaminen. Hankkeen vetäjänä toimiminen.

Hankkeessa on toiminut kokoaikainen projektipäällikkö ja osa-aikainen hankesihteeri. Ohjausryhmän asiantuntemusta käytettiin hankkeen menestykselliseen läpiviemiseen. Onnistumista edesautti vahvasti sitoutuneet Napapiirin yrittäjät ja tiivis sidosryhmäyhteistyö.

5.2. Sisäinen tiedottaminen

Sisäisen tiedottamisen työpajat ja säännölliset kokoontumiset eri yrityksissä verkostojen laajentamiseksi ja ns. hiljaisen tiedon jakamiseksi. Tavoitteena yhteistyöhön sitoutuminen kaikkien toimijoiden kesken.

Yrittäjätiedotus hankkeen sisällä on hoidettu pääasiassa sähköpostitse. Sen lisäksi hankkeen hallinnoijan Rovaniemen Kehitys Oyn nettiportaali on mahdollistanut Napapiirin yrittäjille oman intranetin, johon varsinkin hankkeen alkuvaiheessa projektipäällikkö tuotti muistioita ja valokuvia. Yrittäjien vähäisen kiinnostuksen takia intranettiä ei ole päivitetty vuoden 2010 aikana.

http://www.rovaniemenkehitys.fi/Suomeksi/Hankepalvelut/Hankeet/Joulupukin_ymparivuotinen_elamysmaailma.iw3

Eri talojen edustajista koottu markkinointitiimi perustettiin keväällä 2009. Se on kokoontunut hankkeen aikana kuusi kertaa tapahtumien järjestämisen puitteissa - 1.6.2009; 9.10.2009; 28.10.2009; 3.12.2009; 13.1.2010 sekä 5.2.2010.

Tiimin tarpeellisuutta tulee alueen yrittäjien miettiä jatkossa, varsinkin kun edunvalvontayhteisönä toimiva Napapiirinmaa osuuskunta kasvaa uusien jäsenten myötä ja yhteistyö Rovaniemen matkailu- ja markkinointi Oy:n kanssa tiivistyy. Napapiirinmaa osuuskunnan hallitukseen kuuluvat Jarmo Kariniemi pj, Inga Jääskö varapj, Juha Janger, Risto Huhtala, Taina Ollila (Katja Tervonen) sekä Pia Lillberg. Projektipäällikkö osallistui Napapiirinmaa osuuskunnan hallituksen kokouksiin säännöllisesti.

Projektipäällikön toimesta järjestettiin useita säännöllisiä kokoontumisia yrityksilloissa ja työpajoissa sekä markkinointitiimin palavereissa. Teemoina olivat ajankohtaiset asiat, tapahtumajärjestelyt, sähköisen median mahdollisuudet markkinoinnissa ja yhteismarkkinointi.

Yritysiltoja on järjestetty seitsemän kertaa - 8.6.2009 Kammi; 24.6.2009 Ravintola Napatapuli; 23.9.2009 HuskyPark; 29.10.2009 Porotila Sirmakko; 16.3.2010 Ravintola Aurora; 25.3.2010 Ravintola Aurora; 13.4.2010 Santamus. Yhteisissä illoissa on käsitelty ajankohtaisia asioita sekä tutustuttu toisten yritysten toimintaan ja yrittäjiin.

Nettityöpajoja on järjestetty yhteistyössä ICT:n hyödyntämisen edistäminen Rovaniemellä -hankkeen kanssa 14.8.2009 Joulutalon ravintolassa sekä 6.10.2009 Arktikumissa. Sosiaalisen median merkitys sähköisessä markkinoinnissa on kehittynyt nopeasti. Napapiirin yrittäjät ovat hankkineet lisätietoa työpajoissa, joita on järjestetty vuoden 2010 aikana kolme kertaa: 2.3.2010 City-hotelli; 25.3.2010 Ravintola Aurora yrittäjäillan puitteissa sekä 4.5.2010 Santa Claus -hotellissa. Työpajat jouduttiin pitämään kaupungin keskustassa, koska Napapiirin matkailukohteen koulutus- ja kokoustiloissa ei ollut vielä nettiyhteyksiä.

5.3. Yhteinen tarina

Luodaan yhteinen tarina, joka liittyy Joulupukkiin ja mahdollisuuteen kokea joulu joka päivä – eri tavallakin kuin aikaisemmin. Joulupukin ympärivuotinen elämysmaailma sisältää erikoisliikkeiden ja ohjelmalveluyritysten lisäksi muuta asiakaslähtöistä ja elämyksellistä sisältöä. Yhteistyötä tehdään mm. LEOn kanssa.





Kesänavaus Joulupukin Pajakylässä 6.6.2009 - tapahtumaan luotiin tarinaa siitä mitä yötön yö tarkoittaa Napapiirillä. Joulupukki julisti tapahtumassa yöttömän yön alkaneeksi. Tarinasta teki Forest Camp -yhtiö videon Lapin liiton Arktiset helmet –videokilpailuun ja Kaisa Siren valokuvasi tapahtuman. Tarinaa varten on tilattu kuvauksia Kaisa Sireniltä myös Joulutalon näyttelystä sekä Rooseveltin majan näyttelystä.

Yhteistyössä Napapiirin yrittäjien ja Design Weekin 2009 –tapahtuman kanssa linjattiin tavoite Napapiirin kehittämiseksi 24 h designkisan avulla. Kisan tuloksena syntyi Napapiirille kuluttajan näkökulmasta neljä eri konseptiluonnosta. Voittajaesitys Kilttilä – Niceland mahdollistaa jo olemassa olevien tarina-aiheiden kautta jatkaa asian kehittämistä yhteistyössä LEO:n, Napapiirin alueen yritysten sekä alan kehittäjien ja muiden sidosryhmien kanssa.

Joulupukin Pajakylän työvaatemallistokonsepti toteutettiin yliopisto-opiskelijoiden kanssa yhteistyönä.

Joulupukin Pajakylän työvaatemallikonsepti toteutettiin yhteistyössä Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnan opiskelijoiden kanssa 1.11.2009 – 19.5.2010. Tarinallinen kokonaisuus jaettiin kahteen vaiheeseen – konseptisuunnitteluun ja toteutusvaiheeseen. Oletuksena on, että asiakkaat odottavat kohtaavansa alueella kokonaisvaltaisen elämyksen, johon kuuluu myös myyjien kokonaisimagoa tukeva vaatetus. Napapiirin yritysten henkilöstö on osallistunut yhteistyöhön aktiivisesti.

Hotellien ja käyntikohteiden vastaanoton henkilöstölle järjestettiin ennen joulusesonkia kaksi tutustumiskierrosta Napapiirin tarjonnan päivittämiseksi.

Rovaniemen hotellien vastaanoton henkilöille, käyntikohteiden ja matkailuneuvonnan henkilökunnille suunniteltiin ja toteutettiin tutustumisvierailut Napapiirille kahtena peräkkäisenä päivänä 8.- 9.12.2009. Tavoitteena oli lisätä tietoisuutta oman kokemuksen kautta Joulupukin Pajakylän sesongin sisällöstä sekä paikallisbussin käyttöä kaupungista matkailukohteeseen.

Medialle ja matkanjärjestäjille tarkoitettua materiaalin suunnittelu ja toteutus tehtiin useamman yhteistyökumppanin kanssa. Kilpailutuksen jälkeen tekijöiksi valittiin Joulupukki TV ja Lapland Memories. Tonttuyhteistyö toteutettiin Syväsenvaaran ala-asteen 4B –luokan kanssa, joka myös on rakentanut ja ylläpitänyt talvisesonkina Joulupukin Pajakylän keskusaukion liukumäkiä. Napapiirinmaa osuuskunnan hallituksen jäsenet osallistuivat aktiivisesti kuvattua materiaalin suunnitteluun ja arviointiin.

Projektipäällikkö on osallistunut aktiivisesti itse LEO:n aamukahvitapaamisiin kerran kuukaudessa, joissa on keskusteltu joulun kehittämisestä. Hanke on tiedottanut matkailukohteen yrityksiä LEO:n järjestämistä joulubrändityöpajoista, joiden keskeinen tavoite on muokata asenteita ja luoda pohjaa yhteiselle joulunäkemykselle Rovaniemelle. Työ jatkuu Rovaniemen matkailu- ja markkinointi Oyn, LEO:n ja Rovaniemen Kehitys Oyn yhteistyönä yritysten kanssa – kirikkaana visiona on luoda Rovaniemen kaupungista Joulu Rovaniemi, kuten Pariisi mielletään romantiikan kaupunkina.

5.4. Asiakastutkimus

Asiakaskyselyjen seurauksena saadaan palautetta ympäristön viihtyvyyteen, asiakaskierron, tuotteiden esillepanon, tuotetarjonnan ja sisustuksen kehittämiseen. Lisäksi asiakaskyselyillä etsitään tietoa tuotekehitystä ja yrittäjien välistä yhteistyötä varten. Pää tavoite kuitenkin asiakastutkimuksella on löytää asiakaslupauksen täyttymisen esteet ja korjata ne. Yhteistyössä mm. Matkailuinstituutti ja Haaga-Perho.

Asiakastutkimusta tehtiin oppilaitosten kanssa yhteistyönä kansainvälisten ja suomalaisten opiskelijoiden toteuttamana kansainvälisille asiakkaille.

Haaga-Helia ammattikorkeakoulun kansainvälinen opiskelijaryhmä Experience and Wellness Management –koulutusohjelmasta toteutti markkinointitutkimuksen Joulupukin Pajakylässä Joulunavaus -tapahtuman yhteydessä marraskuussa 2009. Tutkimuksessa kerättiin ennakkotietoa sähköpostikyselyillä sekä tutkimalla internet-sivuja. Varsinainen toteutus tehtiin kolmen päivän aikana mystery shopping –työkaluilla paikan päällä. Tutkimuksen suorittamiseen osallistui 18 opiskelijaa sekä kaksi ohjaavaa opettajaa (kahdeksan eri kansallisuutta).





Rovaniemen ammattikorkeakoulun Innoakatemian kanssa toteutettiin Joulumatkailijoiden kuluttajakäyttäytymistutkimus, jossa haluttiin selvittää mikä on Joulupukin Pajakylään saapuvien matkailijoiden motivaatio kohdevierailulle. Tutkimuksen tavoitteena oli myös saada tietoa sähköisen markkinoinnin kehittämiseen. Työn suorittamiseen osallistui yhdeksän opiskelijaa. Menetelmänä käytettiin henkilökohtaista haastattelua valmiiden kyselylomakkeiden avulla. Haastattelut toteutettiin Joulupukin Pajakylässä ja Santa Parkissa kolmena päivänä (12.12; 4.1. ja 5.1.) ja vastauksia saatiin 404 kpl.

5.5. www.santaclausvillage.info

Yhteisen portaalin avulla vahvistetaan tarinaa ja asiakaslupausta. Sähköisen viestinnän työkalujen monipuolinen hyödyntäminen internet-sivuilla tuottaa lisätietoa asiakkaille. Sieltä on saatavissa kaikki Napapiirin tieto, sieltä löytyvät linkit yritysten omille sivuille, sidosryhmiin ja yhteistyökumppaneille. Portaalissa on ajantasainen tapahtumakalenteri sekä mediallyle ja matkanjärjestäjille omat palvelut.

Sosiaalisen median työpajoissa yrittäjät tutustuivat Facebookiin, kuvagallerioihin ja muihin sähköisen markkinoinnin mahdollisuuksiin. Kevään aikana suoritettiin alihankintayhteistyönä kuvaukset ja nettisivuston muodistamiset.

Napapiirin yrittäjien ja asiantuntijoiden kanssa on keskusteltu sähköisen markkinoinnin merkityksestä ja sosiaalisen median hyödynnettävyydestä yritystoiminnassa. Yrityskohtaiset nettisivut ovat toimivat, varsinkin Napapiirin kärkiyrityksillä. Joulupukin Pajakylän kohdesivut löytyvät osoitteesta www.santaclausvillage.info ja niitä hallinnoi Napapiirinmaa osk. Sivuilta on löytynyt tarvittava tieto, mutta niiden ilme on ollut vanhahtava ja päivitettävyyss vaikeaa.

Hankkeen avulla on matkailukohteen nettisivujen rakenteellista alustaa muutettu sosiaalista mediaa hyödyntäväksi ja siten helposti päivitettäväksi. Myös graafinen ilme on muodistettu ja sisältöä muutettu asiakaslähtöisemmäksi ja nykyaikaisia mobiililaitteita hyödyntäväksi. Kaikki hankkeessa olevat yritykset ovat päässeet nettisivustolle mukaan yrityskortilla, jossa on perustietojen lisäksi henkilöstön yhteiskuva Joulupukin kanssa sekä mahdolliset linkitykset omille www-sivuille ja sosiaalisen mediaan.

Muodistamistyössä ovat olleet mukana asiantuntijoina Kirsi Mikkola ja Ilkka Kauppinen, Tommi Lappalainen, Eero Leppänen ja mainostoimistona Seven-1. Myös Rovaniemen Kehityksen asiantuntija Teija Mikkola on osallistunut nettityöpajojen kautta kehittämistyöhön.

Hankkeessa toteutettiin kevään 2010 aikana tarinallisia kuvauksia, jonka tuloksena syntyi useita videoita ja satoja stillkuvia. Yleisenä, kaiken kattavana teemana on tuottaa hyvää mieltä toiselle, myös eläinystävälle. Valmiit videoaineistot on koottu 2-3 minuutin videoiksi seuraavilla aiheilla: Joulupukki liukumäessä, Lystikäs laskiainen, Hauskasti ja turvallisesti liukumäessä, Kirjeitä joulupukille, Joulupukki ja koiranpennut, Joulupukki ja porot, Retki Joulupukin luokse.

Päivityksen jälkeen yrityksiä on sivustolla 36, kun niitä aikaisemmin oli vain 14. Nettisivujen pääkieleksi muutettiin englanti. Muut kieliversiot ovat suomi, espanja, italia, ranska ja saksa. Sivuille lisättiin myös matkailukohteen historiaa, uusia kuvia, uusia videoita, sosiaalisen median linkkejä, Flickr-kuvapalvelu ja Google-mapsit. Sivujen ylläpidosta ja päivityksestä vastaa Napapiirinmaa osk, jonka kanssa Rovaniemen Kehitys Oy on tehnyt asiasta yhteistyösopimuksen viideksi vuodeksi.

5.6. Yhteiset toimintatavat ja yhteisesiintymiset

Työpajatoiminnan ja yritysiltujen tuloksena syntyvät yhteiset pelisäännöt ja toimintamalli, jotka edistävät yrittäjien yhteisöllisyyttä ja parantavat sisäistä tiedonkulkua. Hankkeen päättyessä alueella on toimiva yhteisö, jolla on vahva motivaatio kehittää asioita yhdessä.

Yhteistyö Napapiirinmaa osk:n kanssa on tuottanut uudistetut säännöt osuuskunnalle sekä mahdollistanut www.santaclausvillage.info -sivuston päivittämisen ja laajemman yritysjoukon mukaan tuleminen hankeresurssin avulla. Nettisivuston ylläpidosta ja päivityksestä on tehty yhteistyösopimus Rovaniemen Kehityksen ja Napapiirinmaa osuuskunnan välille, joka varmistaa hankkeen tulosten pitkäaikaisen hyödyntämisen matkailukohteessa ja Rovaniemellä.





Napapiirinmaa osuuskunnan hallitus päätti 2.9.2009 kokouksessaan saada sääntöjen ja osuusmaksun muutoksella lisää yrityksiä osuuskuntaan. Tavoitteena on saada mahdollisimman monta hankkeessa mukana olevaa yritystä aktivoitua osuuskunnan toimintaan. Asiaa edistää yhteisten nettisivujen ylläpitäminen osuuskunnan kautta.

Lappi Elmassa -yhteistyö mahdollisti myös Napapiirin yrittäjien yhteisesiintymisen ensimmäistä kertaa messuilla.

Elma-maaseutumessuille 6.-8.11.2009 Helsingissä osallistui Lappi-osastolle Napapiiriltä viisi yritystä (Marttiini Oy, Villipohjola Eräsetti Wild North Oy, Taigakoru Oy, Lauri-tuotteet Oy ja Pinea Kirjonahka Ky) sekä Napapiirinmaa osk. Napapiirin yhteisosastolla yritysten edustajat esittelivät ja myivät omia tuotteitaan. Tekemistä ja tarinallisuutta tuotiin osastolle Joulupukin iloisen joulukoristeen eli pororigamin kokoamisella. Aiheesta toteutettiin myös mainosbannerit visitrovaniemi.fi; santaclausvillage.info; lapinhetki.fi ja santaclauslive.com -sivuille. Banneri ohjasi kävijän tiedostoon, jossa olivat origamin taitto-ohjeet sekä tulostusohjeet. Origamia voi tulostaa netin kautta kotona, värittää se ja taitella koristeeksi perheen iloksi.

Pohjois-Ruotsin Jukkasjärven matkailukohde sijaitsee maantieteellisesti Napapiirillä. Joulupukin Pajakylän yrittäjät ja Rovaniemen Kehitys Oy tutustuivat matkailukohteeseen benchmarking-ohjelmalla.

Opintomatkalta Pohjois-Ruotsiin 27.-28.1.2010 osallistui Napapiirin yrityksistä kymmenen henkilöä. Pää tavoitteena oli tutustua Jukkasjärven kylässä sijaitsevaan jäähoteeliin ja vertailla matkailukohdetta Joulupukin Pajakylään. Matkalla kutsuttuna olivat median edustajina Lapin Kansa sekä Matkalehti. Pääkohteena oli Jukkasjärven Icehotel®, joka on hyvä esimerkki tuotteistamisesta koko kylän voimin sekä brändiyhteistyöstä kansainvälisen toimijan kanssa. Jukkasjärven matkailun historia pohjautuu samoihin tekijöihin kuin Rovaniemen Napapiirikin eli kesämatkailun kehittymisestä talvimatkailukohteeksi.

Yrittäjien näkökulmasta lyhyetkin opintomatkat edistävät yhteishenkeä sekä luovat uskoa ja pohjaa omalle tekemiselle. Ajomatkat hyödynnettiin tutustumalla Ylläksen matkailuyhdistyksen toimintaan sekä Pajala-Ylläs -lentokenttään. Kuljetusyhtiö oli kilpailutettu ja hankinta tehtiin Kutilan Liikenne Oy:ltä.

5.7. Kuluttajille pienoisesite alueesta

Alueella vieraileville asiakkaille on tärkeätä pystyä hahmottamaan palvelujen sijaintia ja tarjontaa. Kuluttajille päivitetään alueen pienoisesite, josta painetaan tarpeellinen määrä kieliversioita.

Joulu on joka päivä - kuluttajille suunnattu pienoisesite karttoineen toteutettiin Rovaniemellä jaettavaksi.

Alueella vieraileville asiakkaille on tärkeätä pystyä hahmottamaan palvelujen sijaintia ja tarjontaa. Tätä varten kilpailutettiin kolme mainostoimistoa tuottamaan pienoisesite. Työn toteuttajaksi valittiin Focus Flow. Esite on haitarimallinen ja sukunäköinen jo olemassa olevalle Napapiirin viestintämateriaalille. Mukaan on otettu kaikki hankkeessa mukana olevat yritykset ja materiaali valmistui lokakuussa 2009. Esitettä on painettu kaksi erillistä versiota, joissa toisessa on kielet suomi-ruotsi-venäjä ja toisessa versiossa on englanti-italia-saksa.

Joulu on joka päivä –kuluttajaesite painettiin yhteensä 10 000 kpl (2x5000 kpl). Materiaali on jaossa Rovaniemen matkailutoimistossa, Napapiirin matkailuinfossa sekä alueen yrityksissä ja majoituskohteissa.





5.8. Logistiikka

Saavutettavuutta ja elämyksellisyyttä lisätään kestäväen kehityksen periaatteita noudattaen tekemällä tuotekehitystyötä liikennöitsijöiden ja yritysten kanssa.

Tuotekehitystyö liikennöitsijä Rovaniemen Pikakuljetus Oyn kanssa on aloitettu jo ennen hanketta tuotteistamalla paikallisvuoro nro 8 Joulupukin omaksi bussiksi Santa's Express. Rovaniemen Kehitys Oy on teippauttanut kaksi linja-autoa, jotka kulkevat väliä rautatieasema-kaupunki-SantaPark-Pajakylä. Samaa graafista asua on hyödynnetty myös bussipysäkeille tarkoitetuille aikatauluille, joita on jaossa matkailutoimistossa.

Yhteisen etukortin tai yhteislipun kehittämistä yritettiin, joka hyödyntäisi myös kuljetusta. Asiasta käytiin keskusteluja sähköpostilla ja markkinointitiimissä. Tuote olisi ollut voimassa esim. joko 28.11. lähtien tai lumivarmuuden vuoksi 15.12. ja jatkuisi pääsiäisen yli niin sovittaessa. Mukaan ei kuitenkaan saatu tarpeeksi sellaisia yrityksiä, jotka olisivat tuoneet sisällön kautta mielenkiintoa tuotetta kohtaan (varsinkin talvisesonkikohteet).

5.9. Omat tapahtumat

Tapahtumia suunnitellaan yhteistyössä Rovaniemen matkailu- ja markkinoinnin kanssa – ainakin Sekaisin joulupukista ja Joulun avaus –tapahtumia kehitetään maailmanlaajuisemmaksi ja asiakaslähtöisemmäksi.

Tapahtumat järjestettiin yrittäjien ja eri toimijoiden yhteistyöllä, mukana olivat mm. Unicef, Lyseonpuiston lukion IB-linjan oppilaat, Rovaniemen matkailu –ja markkinointi Oy.

Joulupukin yötön yö –tapahtuma järjestettiin Napapiirillä 6.6.2009. Joulupukin Pajakylän lahjatavaraliikkeissä järjestettiin erilaisia työpajoja, työnäytöksiä, muotinäytöksiä ja lapsille ohjattua toimintaa. Lisäksi Elämysravintola Santamuksen pihan nuotiopiirissä paistettiin makkaraa. Joulupukkikin saatiin houkutelua keskusaukiolle tanssiharjoituksiin yhdessä tanssinopettaja Sanna Hirvaskarin kanssa. Iltatanssit Aurorassa eivät enää jaksaneet kiinnostaneet asiakkaita. Kylmä ilma ja tapahtuman pitkäkestoisuus saattoivat johtaa siihen, että Joulupukin Pajakylän ydinalueella oli kävijöitä vain noin 1500. SantaParkin avoimet ovet ja Niko lentäjänpoika -ilmaiset elokuvanäytökset houkuttelivat noin 3000 asiakasta.

Joulupukin yöttömän yön julistuspuhe kuvattiin videolle nettikäyttöön. Forest Camp osallistui teoksella Joulupukin yötön yö Lapin liiton järjestämään Arktiset Helmet –videokilpailuun. Tulokset julkaistiin internetissä Youtubessa. Yhteismarkkinointia varten tilattiin tapahtumasta kuvaukset Kaisa Sireniltä.

Joulunavaus –tapahtumasta tilattiin lyhytvideo JoulupukkiTV:ltä, joka julkaisi sen Youtubessa. Rovaniemen matkailu ja markkinointi Oyn tuottama tapahtuma toteutettiin yhteistyössä hankkeen ja Napapiirin yrittäjien kanssa.

Lystikäs laskiainen teemalla 'Anna aikaa ystävälle' järjestettiin 14.2.2010 yhteistyössä Napapiirinmaa osuuskunnan ja muiden alueen yrittäjien kanssa. Joulupukkikin innostui laskemaan liukumäkeä lasten kanssa useamman kerran. Mukana tiiviissä yhteistyössä olivat myös Lapin Kansan kuluttaja-markkinointi, paikallinen Unicef ja Lyseonpuiston lukion IB-linjan oppilaat.

Kohderyhmänä tapahtumissa olivat paikallisten asukkaiden lisäksi alueella vierailevat muut asiakkaat. Tapahtumien tuloksena voidaan ehkä todeta yrittäjien yhteistyön laadun paraneminen sekä yhteistyön organisoimisen tehostuminen. Myös yhteismarkkinointimateriaalia tuotettiin lisää matkailualueen tarpeisiin.





6. Saavutetut tulokset ja vaikutukset hankkeen aikana

www.santaclausvillage.info –osoitteessa avattiin kesäkuussa 2010 uudet, päivitetty netisivut, joissa on mukana kaikki 38 hankeyritystä. Uutena, teknisenä ratkaisuna sivusto hyödyntää sosiaalista mediaa sekä tarjoaa kuusi eri kielivaihtoehtoa. Matkailualueen historiasta on sivuille lisätty tietoa. Uudet raikkaat kuvat elävöittävät sivujen visuaalista ilmettä sekä uudet videot tuovat tarinallista sisältöä matkailukohteesta. Rovaniemeläiset, aidot tontut seikkailevat sivustolla yhdessä Joulupukin ja Joulupukin Pajakylän käyntikohteiden kanssa. Sivusto vahvistaa Rovaniemen matkailullista joulubrändiä.

Yhteinen tarina - Joulupukin Pajakylän yhteinen tarina vahvistuu toteutettujen kuvausten ja netisivupäivityksen avulla. Hanke on toteuttanut kuvauksia, joiden teemana on kestävä ja pehmeät arvot. Valmiit aineistot juontuvat siitä kun joulupukki lukee tonttujen kanssa maailman lapsilta tulleita kirjeitä ja saa oivalluksen lähteä tonttujen kanssa katsomaan rakkaita eläinystäviään. Aineistoista on koottu matkanjärjestäjiä, mediaa ja markkinointia varten lyhytvideoita ja stillkuvia sekä elävöitetty netisivustoa www.santaclausvillage.info.

Joulupukin Pajakylän työvaamallistomix 'Arktinen eksotiikka joulumaustein' mahdollistaa yhteisen ja tarinallisen työvaatepukeutumisen matkailukohteessa. Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnan suunnitteleman ja toteuttaman malliston asusteet ovat trendikkäitä sisältäen rovaniemeläisiä tarinoita. Hankkeen aikana työstettiin protot sekä tehtiin kaavat sarjoitettuna kaikkiaan seitsemälle eri asulle ja kahdelle asusteelle. Tehty työ on vasta alkua ja vaatii työtä mm. matkailun laadun kehittämishankkeessa.

Me-henki on nyt totta. Matkailukohteen yritykset ovat vahvistaneet yhteistä otetta hakeutumalla jäseniksi matkailun alueorganisaatioon Rovaniemen matkailu- ja markkinointi Oyhin ja matkailukohteen edunvalvojana ja yhteistyöelimenä toimivaan Napapiirinmaa osuuskuntaan. Yritysten keskinäinen verkostoituminen on tiivistynyt mm. markkinointitiimin, osuuskunnan hallituksen, yritysillojen ja netityöpajojen kautta. Järjestettyjen tapaamisten kautta on saatu mahdollisuus tutustua muihin yrityksiin ja palveluihin, luotu uusia yrittäjien välisiä suhteita sekä mahdollistettu yhteisön vahvistuminen lisääntyvän avoimuuden ja luottamuksen kautta.

Lähialueyhteistyö paikallisten asukkaiden kanssa on lisääntynyt. Lähikoulun aktiiviset oppilaat vanhempineen ja opettajineen ovat tehneet jo useamman vuoden yhteistyötä Joulupukin Pajakylän keskusaukion liukumäkitalkoissa sekä hankkeessa kevään monipuolisissa kuvauksissa Joulupukin kanssa. Yleisötapahtumien kautta rovaniemeläiset asukkaat ovat saaneet tutustua lähemmin matkailukohteen elämykselliseen sisältöön ja muuhun tarjontaan. He tuovat tullessaan uusia asiakkaita sukulaisten ja tuttavien tullessa viihtymään elämyskohteissa ja lahjatavaraliikkeissä.

7. Hankkeen synnyttämät jatkotoimenpiteet

Kaupungin elinkeino-ohjelma - Asiakkailta tulleiden palautteiden ja hankkeen toimenpiteiden tuloksena tulee mahdollisimman pian jatkaa työtä kaikilla tasoilla. Myös julkinen tahtotila on myönteinen kehittämiselle. Kaupungin elinkeino-ohjelmassa on Napapiirille suunniteltu oma toimenpidekokonaisuus, joka vaatii jatkotyöstöä heti. Lapin ely-keskuksen yhtenä kärkikohteena on kehittää Napapiirin ympäristöä yritysinvestointeja helpottamaan sekä lisäämään asukkaiden ja matkailijoiden viihtyvyyttä alueella.

Alueen kaavamuutos on meneillään ja muutenkin alueen matkailullinen sisältö muuttuu, kun ensimmäiset majoitustilat otetaan käyttöön ennen joulua 2010.

Uusia avauksia laatutietoisemman, elämyspainotteisen kehittämisen suuntaan on tehty. LEOn kansallinen hanke Service Design Toolkit keskittyy joulun kehittämiseen kesämatkailun näkökulmasta (alkanut 1.9.2010). Rovaniemelle suunniteltu elämyspainotteinen matkailun laatuhanke kokoa 10-15 yritystä yhteen kolmeksi vuodeksi, tavoitteena luoda joulubrändin käsikirja työkaluksi toimijoille. Hanke on rahoitusvaiheessa ja myönteisen päätöksen saatuaan voi alkaa 2011.





Joulupukin ympärivuotinen elämysmaailma –hankkeessa aloitettu graafisen ilmeen uusiminen on saatettava kaikille tasoille matkailukohteessa. Joulupukin Pajakylän sisäiset opasteet ja tarrat on päivitettävä ajantasalle, uusitut nettisivut tarvitsevat jatkokehittämistä ihmisten tarinoiden kautta. Lisäksi uusi työvaatemallisto on saatettava käyttöön kaikkiin yrityksiin.

Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnan tilakurssin opiskelijoiden ja Joulupukin Lahjatalon yrittäjien yhteistyö aloitettiin keväällä hankkeen aikana. Tavoitteena on tuottaa suunnitelma yrittäjäyhteistyönä kiinteistön yleisten tilojen ilmeen muuttamiseksi. Suunnitelma valmistuu marraskuussa 2010. Tämäkin vaatii jatkotyöstämistä toteutukseen ja ylläpitoon saakka.

8. Hankkeen aikana tuotettu materiaali

Hankkeen aikana tuotettiin runsaasti uutta ja raikasta kuvamateriaalia, joiden kantavana teemana tuottaa hyvää mieltä kaikille lähimmäisille. Materiaali on kuvattu matkailukohteesta yhteismarkkinointia ja mediajakelua varten. Materiaalien käyttöoikeudet on luovutettu Rovaniemen matkailu- ja markkinointi Oyn käyttöön.

Hankkeen aikana tuotettu materiaali:

- Joulukuun joka päivä -kuluttajaesite suomi/ruotsi/venäjä ja englanti/italia/saksa kieliversiot 10 000 kpl.
- 792 kpl stillkuvia tiedottamista ja yhteismarkkinointia varten: - Joulupukin yön yö 144 kpl, kirjeitä Joulupukille 140 kpl; Joulupukki ja koiranpennut 128 kpl; Joulupukki ja porot 109 kpl sekä retki Joulupukin luokse 271 kpl.
- 7 kpl julkaistuja tarinallisia videoita: Joulunavaus, Joulupukki liukumäessä, Kirjeitä joulupukille, Joulupukki ja koiranpennut, Joulupukki ja porot, retki Joulupukin luokse, Hauskasti ja turvallisesti liukumäessä. - Kuvauksien yhteydessä on syntynyt runsaasti muuta materiaalia levitykseen kansainvälisille televisioyhtiöille, muulle medialle sekä eri promootioilaisuuksiin matkanjärjestäjille.
- Joulupukin Pajakylän uusi graafinen ilme julkaistiin nettisivustolla. Hankkeen aikana tuotettu uusi sosiaalista mediaa hyödyntävä alusta sekä uusi sisältö www.santaclausvillage.info sivuille englanti/suomi/saksa/espanja/italia ja ranska kieliversioina. Ylläpitosopimus on tehty viideksi vuodeksi Napapiirinmaa osk:n kanssa.
- 2 kpl asiakastutkimuksia opiskelijatyönä: Xmas Xperience research ja Joulumatkailijoiden kuluttajakäyttäytymistutkimus Joulupukin Pajakylässä.
- opiskelijatyönä tarinallinen Napapiirin työvaatemallistomix, joka sisältää 12 eri asukokonaisuutta. Protoiksi valmistettu 7 asua ja 2 asustetta, joista on myös kaavat sarjoitettuna.

9. Esiin tulleet ongelmat hankkeen toteuttamisessa

Joulupukin ympärivuotinen elämysmaailma –hankkeen sisältöä ja suunnitelmaa valmisteltiin yhdessä Napapiirin yrittäjien ja sidosryhmien kanssa. Hankesuunnitelma on hyvin kirjoitettu selkeiksi osakokonaisuuksiksi.

Toimintaympäristössä tapahtuneet useat muutokset toivat lisähaasteita hankkeen toteutukselle. Rahoittajien yhteyshenkilöiden vaihdokset sekä Lapin ely-keskuksen organisaatiomuutos vaikutti maksatushakemusten käsittelyjen viivästymiseen, mutta eivät hankkeen varsinaiseen toteutukseen. Lisäksi Rovaniemen Kehitys Oyn ja Rovaniemen kaupungin omistaman Napapiiri-Ounasvaara Oyn fuusioituminen lisäsivät Napapiirin yritysten odotuksia ja toiveita fyysisen ympäristön kehittämiseksi.

Hankkeen toteuttamisessa on kaikilla tasoilla ollut epätietoisuutta yhteisöjen välisistä vastuualueista ja tehtävistä. Eri toimijoiden väliset vastuualueiden epäselvyydet ovat vaikeuttaneet matkailukohteen yhteisten pelisääntöjen ja toimintamallien syntymistä. Rovaniemen kaupungin ja Rovaniemen Kehitys Oyn epäselvät ja täsmentymättömät rooli- ja tehtäväosat ovat aiheuttaneet Napapiirin matkailukohteessa jopa luottamuksen puutetta hanketta ja hankkeen toimijoita kohtaan.

Hankkeen tuloksellinen toteuttaminen pitkän historian omaavassa matkailukohteessa on vaatinut projektipäälliköltä ymmärrystä ja kokemusta yhteisöllisestä kehittämisestä monikulttuurisessa ja sesonkiluonteisessa yritysmaailmassa Napapiirillä.





10. Asiakaspalaute

Hankkeen toimijoille toteutettiin asiakaspalautekysely hankkeen toimenpiteistä. Sähköinen kysely toteutettiin Webropol –järjestelmällä. Lomakkeen linkkiosoite lähetettiin sähköpostilla yhteensä 38 hanketoimijalle huhtikuussa 2010, jolloin vielä valmisteltiin Joulupukin Pajakylän nettisivujen päivitystä. Palautetta saatiin kiitettävästi kaikkiaan 19 vastaajalta.

Kyselyssä on viisi kysymystä, joihin tuli runsaasti vapaamuotoisia vastauksia. Liitteenä olevassa kokonaisraportissa on saadut vastaukset sellaisenaan, joten tähän raporttiin on otettu esimerkinomaisesti suoria lainauksia vastauksista.

1. Millaiseksi koitte yhteistyön Joulupukin ympärivuotinen elämysmaailma –hankkeen kanssa?

“Yhteistyö sekä hankkeen että erityisesti Oilin kanssa toimi oikein hyvin. Hanke oli kuitenkin mielestäni liian lyhyt, sillä näin ison ja hajanaisen kokonaisuuden (maankäyttö, yrittäjät, Roke, kaupunki, jne.) hallintaan ja asioihin sisällepääsyyn kului suuri osa hankkeen ajasta. Nyt kun työnteko varsinaisesti voisi alkaa, on se jo lopetettava. Moni asia jouduttiin tekemään liian lyhyellä aikataululla hankkeen lyhyen keston vuoksi.”

2. Millaisia tavoitteita teillä oli hankeyhteistyölle? Toteutuivatko tavoitteet? Jos ei, niin miksi?

“Tavoitteena tietysti oli kävijöiden ja liiketoiminnan kasvu. Se ei tapahtunut hankkeen aikana, mutta tulevaisuutta varten on huomattavasti paremmat eväät. Tavoitteena oli myös alueen yhteistyön parantaminen ja siinä onnistuttiin varsin hyvin.”

3. Arvioi hankkeen toimintaa asteikolla 5-1, joista 5 vastasi parasta mahdollista. Parhaan mahdollisen arvosanan sai ‘Tiedottaminen toiminnasta’ –kohta.

4. Oletteko jatkossa edelleen kiinnostuneet yhteistyöstä Rovaniemen Kehityksen tarjoamien hankepalveluiden kautta? Kysymykseen vastanneita oli 18, joista kyllä-vastauksia oli 16 ja ei-vastauksia 2.

KYLLÄ: “Elämyksellisyiden lisääntymiseen alueella, siihen suuntaavat toimenpiteet, alueen imagon nostaminen elämykselliseen suuntaan, toimijoiden kokemuksen yhteisöllisyyteen ja sitä edistävä hanketoiminta edelleen.”

5. Muu palaute hankehenkilöstölle tai Rovaniemen Kehitykselle.

“ Hankkeelle kiitos kaikesta. Paitsi oman hankkeen etenemisestä, hankkeen aikana Napapiirille kantautui hyvin paljon tietoa meitä koskevista muista asioista, joista ilman hanketta emme olisi kuulleet yhtään mitään. Huoli tulevaisuudessa onkin, että jäämme taas pimentoon alueen tapahtumista. Rokeen siis viestiä: Ottakaa Rokessa aktiivisemmin roolia Napapiirin asioiden kehittämiseen, tämä on alueen tärkein yksittäinen matkailukohde. Esimerkiksi maankäyttöön me emme voi kovin paljon vaikuttaa, te voitte. Pitäkää huoli siitä, että alue säilyy jatkossakin elinvoimaisena matkailualueena (ei teollisuusalueena). Ja tiedottakaa alueen yrityksiä ympärillä tapahtuvista muutoksista (muutamia hyviä esimerkkejä hankkeen ajalta: Redcaps, virkistysreitit, kaavoitus suunnitelmat jne).”

11. Ohjausryhmän palaute

Viimeisessä ohjausryhmän kokouksessa oltiin yhtä mieltä siitä, että hanke on ollut tarpeellinen ja toteutunut suunnitelmien mukaisesti. Yrittäjien asennemuutos hankkeen aikana on ollut positiivista sekä yhteistyö alueen yrittäjien välillä on lisääntynyt. Kultaisen keskitien löytäminen yritysten tasapuoliseen kohteluun on vaatinut projektipäälliköltä tarkkuutta, avointa mieltä erilaisissa kohtaamisissa yritysten kanssa sekä oikea-aikaista viestintää.

Hankkeen synnyttämien jatkotoimien osalta todettiin, että Napapiirille voidaan perustaa yrittäjien ja kaupungin päättäjien yhteinen tiimi, kuten Ounasvaaran Oukkutiimi.





Ohjausryhmän jäsenten kommentteja:

“Joulupukin ympärivuotinen elämysmaailma –hanke on ollut tarpeellinen hanke, kestoaltaan sopivan mittainen ja projekti aika käytetty tehokkaasti, se on toteuttanut hankkeelle asetetut tavoitteet hyvin.”

“Hanke aikana on ollut monenlaisia toimenpiteitä Joulupukin Pajakylän toimijoille, toimenpiteiden monipuolisuus on ilahduttanut! Jokaisen osallistujan omasta aktiivisuudesta on ollut kiinni, miten on pystynyt hyödyntämään hankkeen antia.”

“Yksi tärkein saavutus oli nettisivujen uudistus. Työ, jonka on jatkettava tulevaisuudessa. Kuvamateriaalin päivitys oli myös erittäin tarpeellinen. Graafisen ilmeen osalta työ saatiin alulle, mutta se vaatii paljon työstöä tulevaisuudessa. Sen jatkokehittely niin painomateriaaleissa, kuin fyysisesti Napapiirillä vaatii jatkokehittelyä.”

“Projektipäällikkö on ollut erittäin aktiivinen, hän on pitänyt ohjokset napakasti käsissään, saanut osallistujat aktivoitumaan ja huolehtinut tehokkaasti viestittämisestä.”

“Yhteisen hengen ja tahtotilan osalta hankkeessa päästiin alkuun, aikaa vaan tarvittaisiin enemmän, jotta sitä voitaisiin vahvistaa alueen sisällä – ja mikä tärkeintä, saada sama yhteinen tahto koskemaan myös muita tahoja, jotka alueen tulevaisuudesta ja kehittymisestä päättävät. Roolijakojen ja yhteisen tavoitteen selkeyttäminen on myös jatkotyöstön tärkeä osa.”

12. Talouskoonti

Hankkeen kokonaiskustannusten toteuma 143 932,17 euroa. Yksityisen rahoituksen osuus toteutui suunnitelman mukaisesti. Päätöksen mukainen budjetti oli 148.600 euroa.

Joulupukin ympärivuotinen elämysmaailma

Kustannukset	2009	2010	yhteensä
Palkkauskulut	34930	24950	59880
Ostopalvelut ja palkkiot	60000	8540	68540
Vuokrat	2915	2825	5740
Kokouspalkkiot	720	720	1440
Kotimaan matkakulut	3430	1190	4620
Ulkomaan matkakulut	0	2000	2000
Muut kustannukset	2700	3680	6380
Kokonaiskustannukset yhteensä	104695	43905	148600
Rahoitussuunnitelma	2009	2010	yhteensä
ELY-keskukselta haettava rahoitus (EU+valtio)	75380	31612	106992
Muu julkinen rahoitus, Peräpohjolan Kehitys ry	18845	7903	26748
Julkinen rahoitus yhteensä	94225	39515	133740
Yksityinen rahoitus	10469	4391	14860
Kokonaisrahoitus	104694	43906	148600

Hankkeen kustannusten toteuma päivitetään marraskuun kirjanpidon valmistuttua.

