



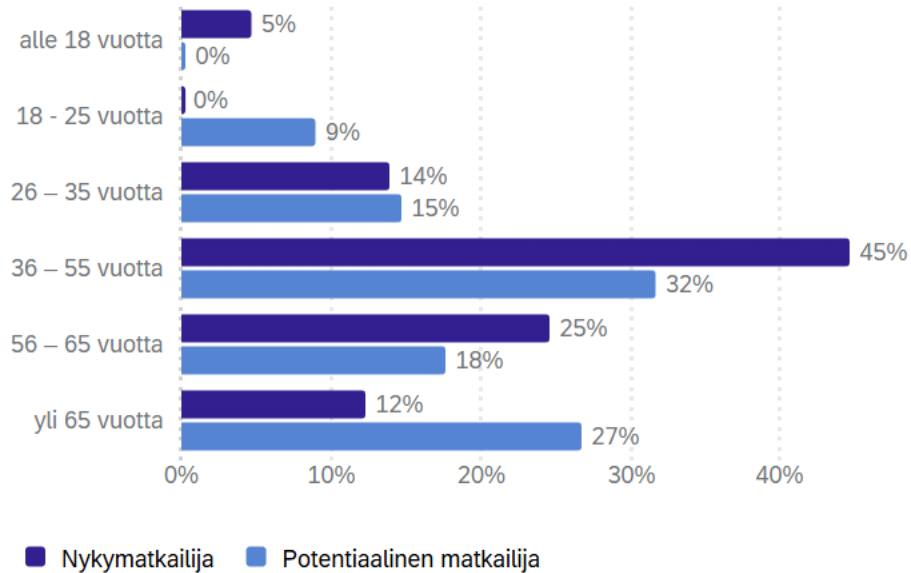
Jämsän kaupungin maine- ja bränditutkimus

Nykyiset ja potentiaaliset matkailijat

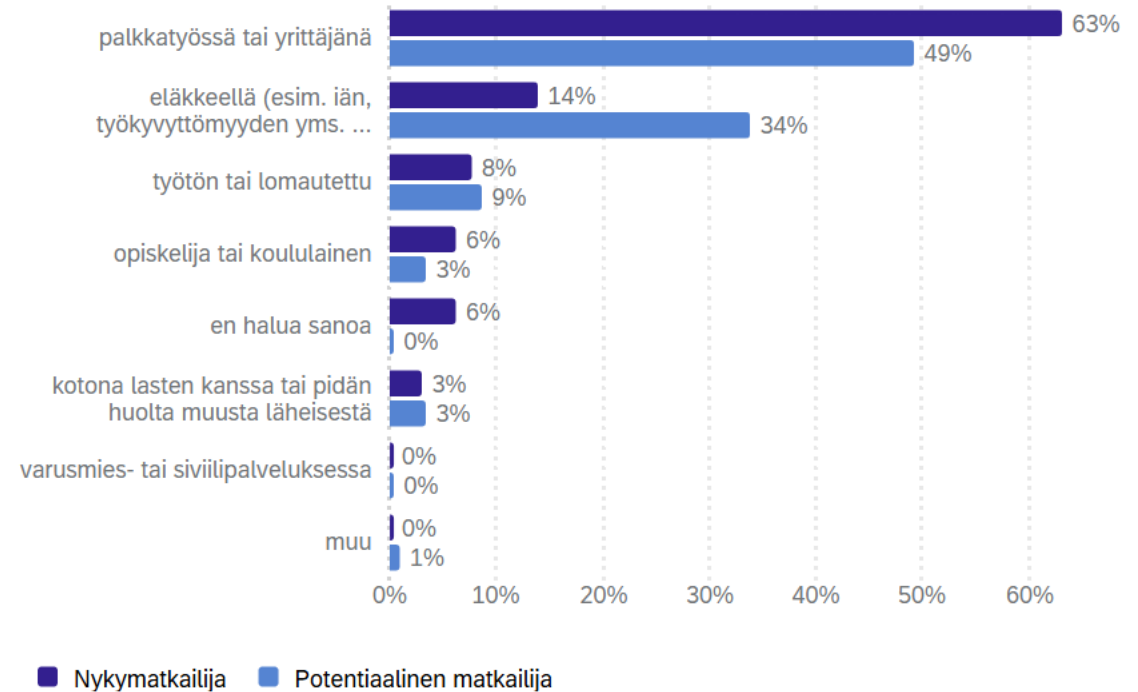
Visit
HIMOS ♥ **JÄMSÄ**

Taustatiedot

Ikäluokka 365

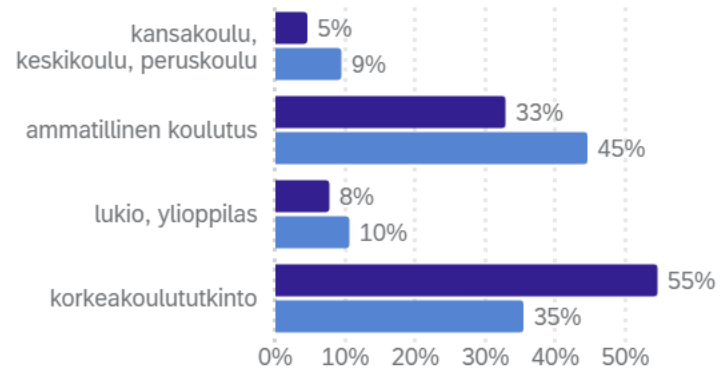


Elämäntilanne 364



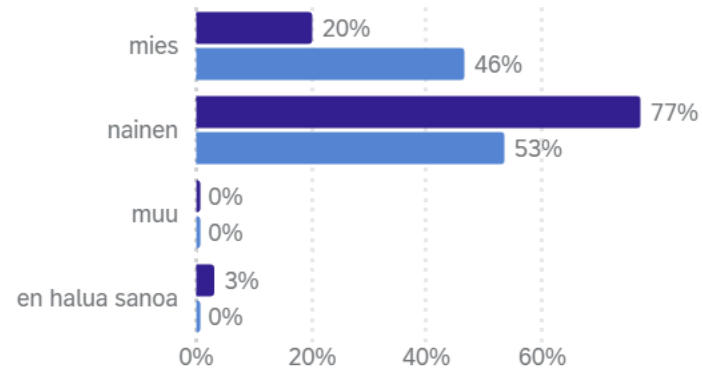
Taustatiedot

Koulutus 360



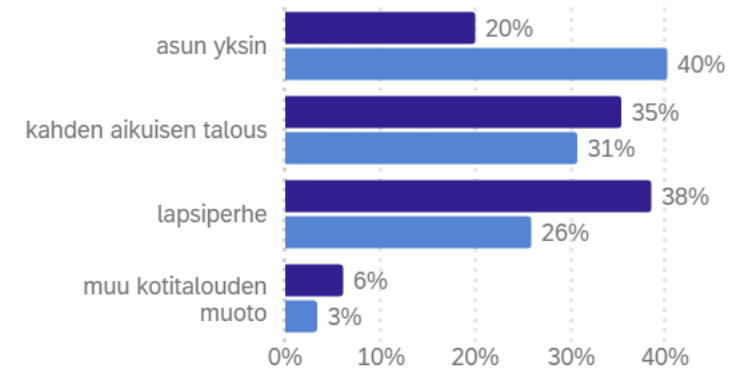
■ Nykymatkailija ■ Potentiaalinen matkailija

Sukupuoli 365



■ Nykymatkailija ■ Potentiaalinen matkailija

Kotitalouden muoto 364



■ Nykymatkailija ■ Potentiaalinen matkailija

Jyväskylä ja Himos-Jämsä lähes tasoissa

Mainitse nimeltä ensimmäisenä mieleen tuleva matkailukohde Keski-Suomessa? (299)

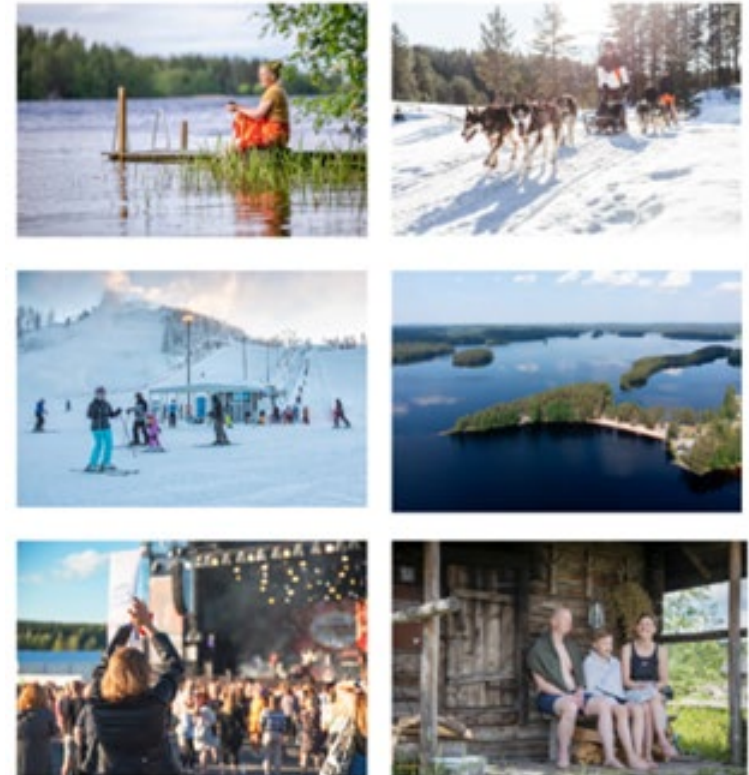
Potentiaalisille matkailijoille Keski-Suomen tunnetuin oli Jyväskylä (42) ja rinnalla oli Jämsä/Himos (41). Muut kohteet (esim. Tampere) jäävät selvästi hajanaisiksi, ja osa vastaajista ei osaa nimetä mitään kohdetta.



Himos tunnistetaan kuvista

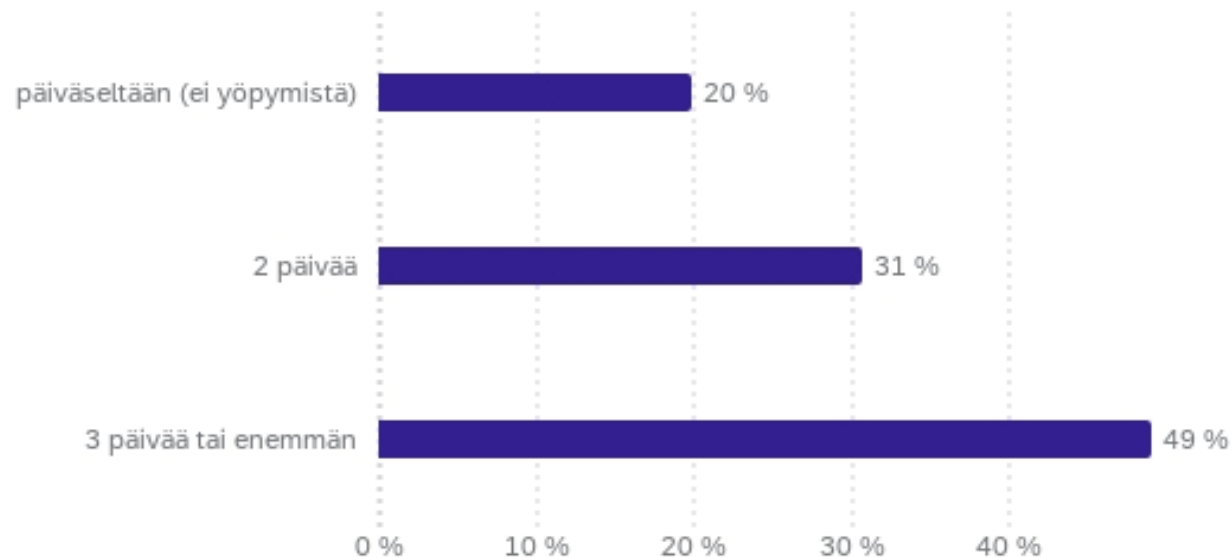
Mikä kunta yllä olevista kuvista tulee mieleesi? (288)

Jämsä/Himos mainittiin selvästi useimmin (123), mikä viittaa kuvien tunnistettavuuteen. Osa vastaajista liitti kuvat muihin kuntiin, esimerkiksi Lappiin (20), ja osa ei tunnistanut kohdetta lainkaan.



Vierailut ovat pääosin useamman päivän mittaisia

Kuinka kauan viivyt tällä kertaa Himos-Jämsässä? 65

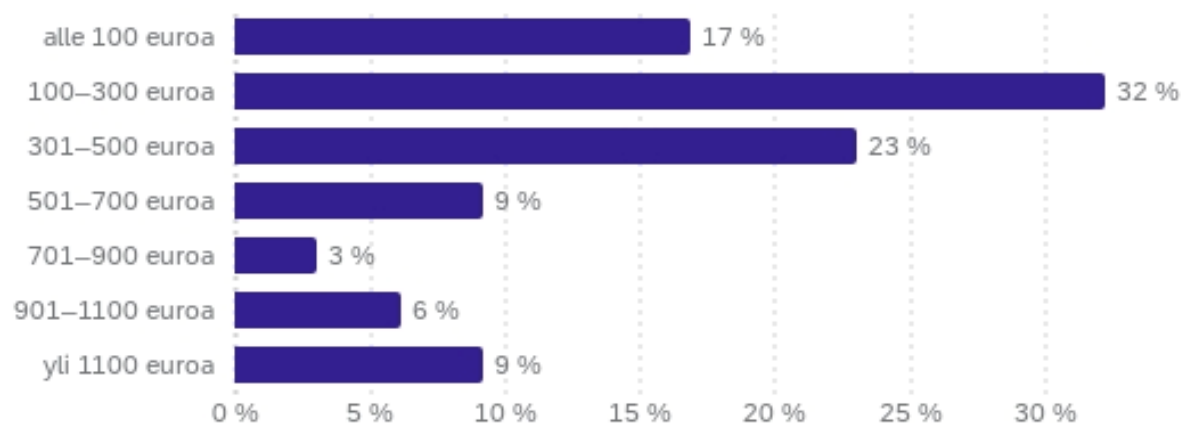


Valtaosa käynneistä kestää vähintään kaksi päivää, ja lähes puolet viipyy alueella kolme päivää tai pidempään.

Himos-Jämsässä tekeminen painottuu vahvasti **lasketteluun, mökkeilyyn ja muuhun vapaa-ajan viettoon**, joita täydentävät **ravintolapalvelut, ostokset ja arjen asiointi**. Lisäksi alueella hyödynnetään jonkin verran **liikunta- ja hyvinvointipalveluja (esim. keilaus, kuntosali, kylpylä)** sekä **tapahtumia ja ulkoilureittejä**, mutta kokonaisuus rakentuu selkeästi rentoutumisen, yhdessäolon ja aktiivisen vapaa-ajan ympärille.

Kulutus painottuu keskihintaisiin matkoihin

Kuinka paljon seurueenne on käyttänyt rahaa tällä matkalla Himos-Jämsään? Laske mukaan kaikki kulut, kuten majoitus, ruokailu, harrastukset jne. 65

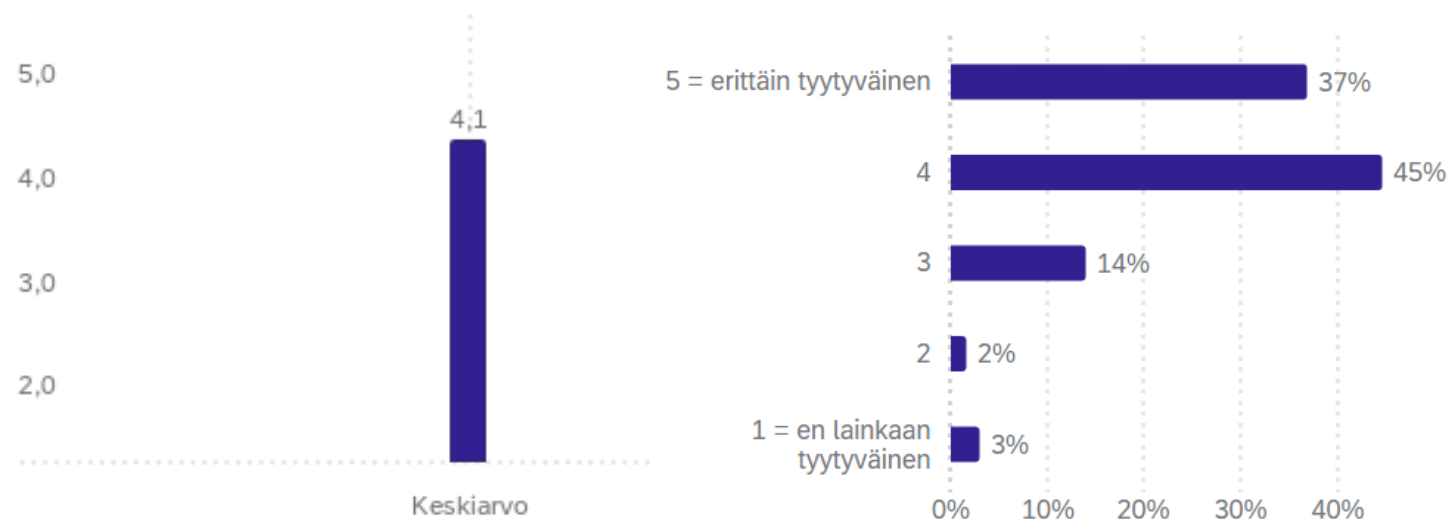


Suurin osa matkailijoista käyttää matkallaan 100–500 euroa, ja erityisesti 100–300 euron kulutusluokka korostuu. Pienempi osa käyttää selvästi enemmän, mutta korkeamman kulutuksen matkailijat jäävät vähemmistöön. Vastausten perusteella Himos-Jämsä profiloituu ennen kaikkea kohtuuhintaisena, keskihintaisena matkakohteena.

Tyytyväisyys on hyvällä tasolla

Kuinka tyytyväinen olet vierailuusi Himos-Jämsässä?

65



Vierailijat ovat pääosin tyytyväisiä Himos-Jämsän kokemukseen, ja keskiarvo nousee hyvälle tasolle (4,1). Suurin osa arvioista sijoittuu arvosanoihin 4 ja 5, kun taas tyytymättömiä on vain pieni vähemmistö.

Palvelut toimivat, mutta kokonaisuus kaipaa kehittämistä

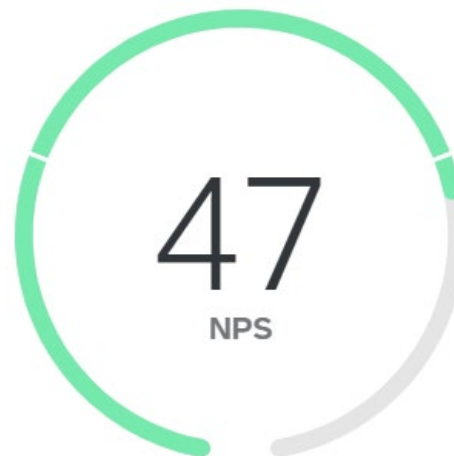
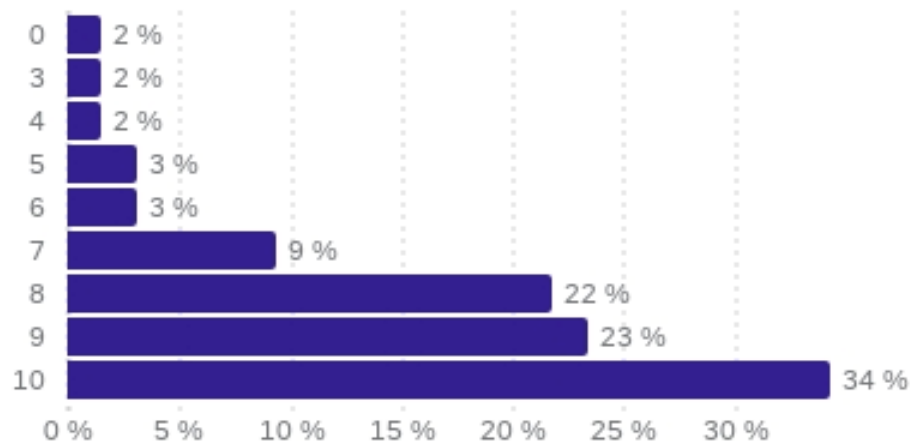
Kerro avoimesti, mihin olet ollut tyytyväinen? Entä missä mahdollisesti olisi parantamisen varaa? (49)

Vastaajat ovat pääosin tyytyväisiä Himos–Jämsän palveluihin, erityisesti majoitukseen, rinteisiin, luontoon ja monipuolisiin vapaa-ajan mahdollisuuksiin. Alue koetaan viihtyisäksi, helposti saavutettavaksi ja palvelut lähellä oleviksi, ja asiakaspalvelu saa paljon kiitosta.

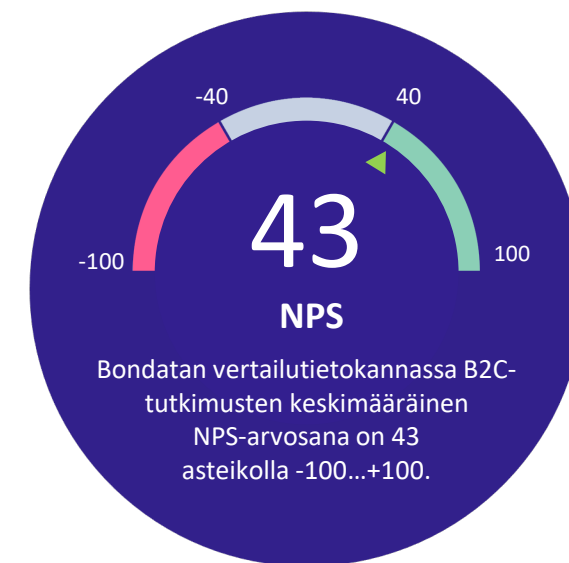
Kehitystarpeet liittyvät ennen kaikkea tekemisen monipuolisuuteen, erityisesti ei-laskettelijoille ja lapsiperheille, sekä reitistöihin (kävely, pyöräily, talvireitit). Lisäksi kaivataan kylpylää, parempaa tiedottamista ja näkyvyyttä Jämsän palveluista, sekä sujuvampaa arjen asiointia kuten siisteyttä, saavutettavuutta ja palveluiden saatavuutta ilman ennakkovarausta. Myös Jämsän keskustan ja Himoksen välinen yhteys ja kokonaisuuden hahmottuminen koetaan vielä osin epäselväksi.

Net Promoter Score – suosittelu matkakohteena

Asteikolla 0–10 kuinka todennäköisesti suosittelisit Himos-Jämsää ystävälle tai työtoverille matkakohteena? 64



- **SUOSITTELIJAT (arvot 9-10)**
ovat uskollisia ja innostuneita asiakkaita, jotka suosittelevat yritystä myös muille lisäten kasvua
- **NEUTRAALIT (arvot 7-8)**
ovat tyytyväisiä asiakkaita, jotka ovat kuitenkin helposti houkuteltavissa kilpailevilla tarjouksilla.
- **ARVOSTELIJAT (arvot 0-6)**
ovat tyytymättömiä asiakkaita jotka saattavat vahingoittaa brändiä ja vähentää kasvua kritiikillä.



NPS = suosittelijoiden (9-10) prosenttiosuus miinus arvostelijoiden (0-6) prosenttiosuus.

Luonto ja monipuolisuus keskiössä

Mitkä positiiviset adjektiivit kuvaavat Himos-Jämsää? Mainitse enintään kolme ensimmäisenä mieleen tullutta asiaa.

Sekä nykyiset että potentiaaliset matkailijat kuvaavat Himos-Jämsää ennen kaikkea **luonnonläheiseksi, monipuoliseksi ja helposti saavutettavaksi** kohteeksi. Nykyisillä matkailijoilla korostuvat lisäksi **viihtyisyys ja rauhallisuus**, kun taas potentiaalisilla mielikuvat ovat yleisemmällä tasolla ja painottuvat **aktiviteetteihin, tapahtumiin ja sijaintiin**.

Nykyiset matkailijat

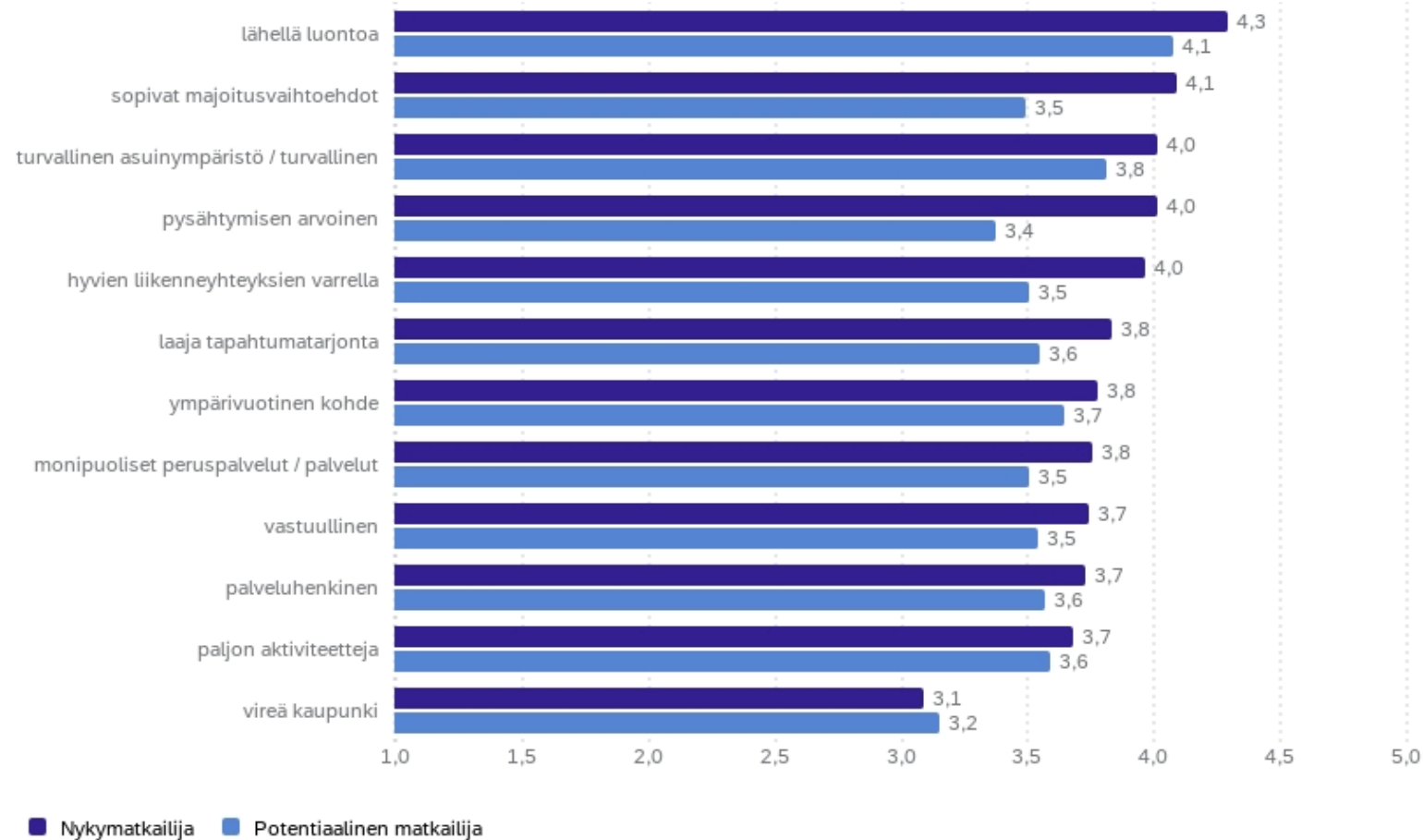


Potentiaaliset matkailijat



Väittämien kuvaavuus

Kuinka hyvin seuraavat väittämät mielestäsi sopivat Himos-Jämsään mielikuviesi tai kokemuksiesi mukaan? 364



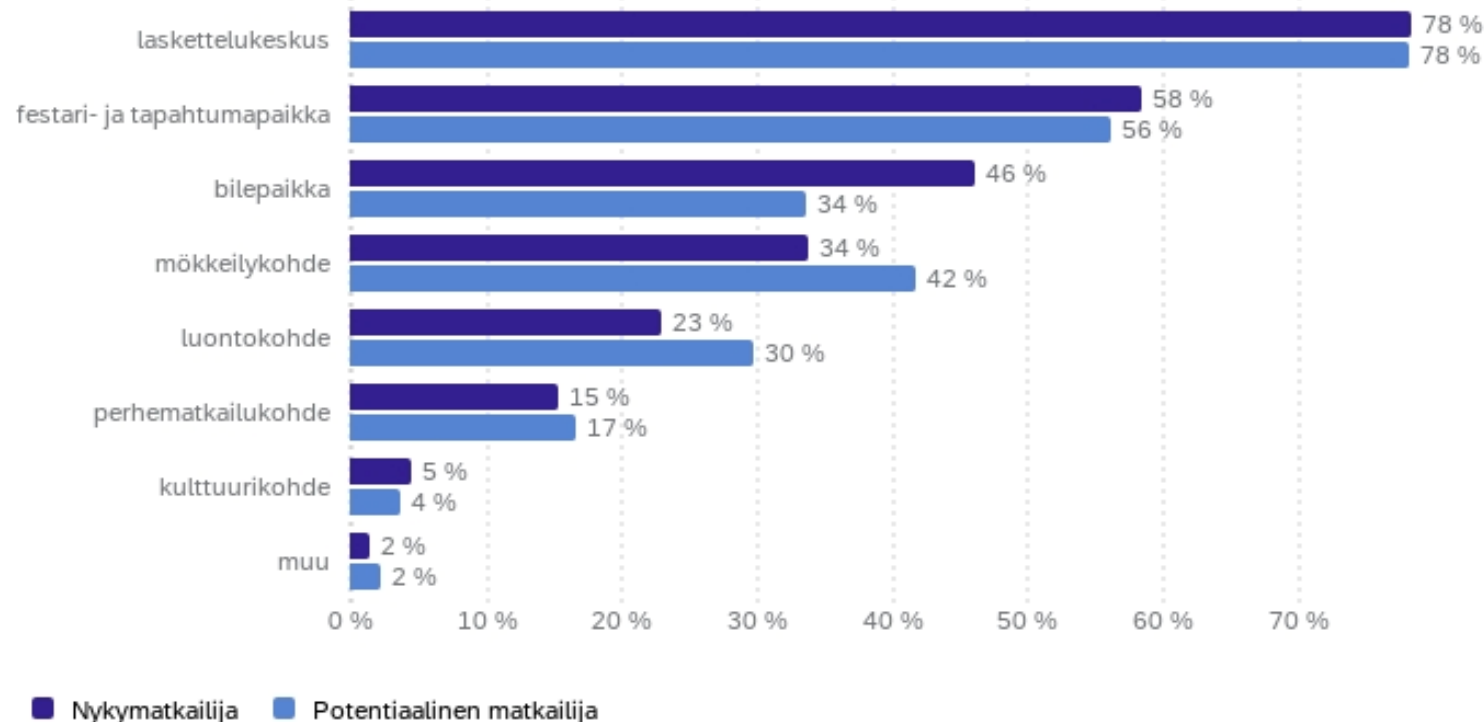
Asteikko: 1 = ei kuvaa lainkaan ... 5 = kuvaa erinomaisesti

Himos-Jämsän selkein vahvuus on **luonnonläheisyys**, joka saa parhaat arviot sekä nykyisiltä että potentiaalisilta matkailijoilta. Myös **turvallisuus, saavutettavuus ja majoitusvaihtoehdot** arvioidaan melko vahvoiksi.

Sen sijaan heikoimmiksi jäävät mielikuvat **kaupunkimaisuudesta ja vireydestä**, ja myös **aktiviteettien määrä sekä palveluiden monipuolisuus** eivät täysin vastaa odotuksia. Potentiaaliset matkailijat arvioivat lähes kaikki osa-alueet hieman nykyisiä matkailijoita varovaisemmin.

Vahva mielikuva laskettelusta ja tapahtumista

Millaisena näet Himos-Jämsän matkialueen? Valitse kolme eniten aluetta kuvaavaa vaihtoehtoa. 364

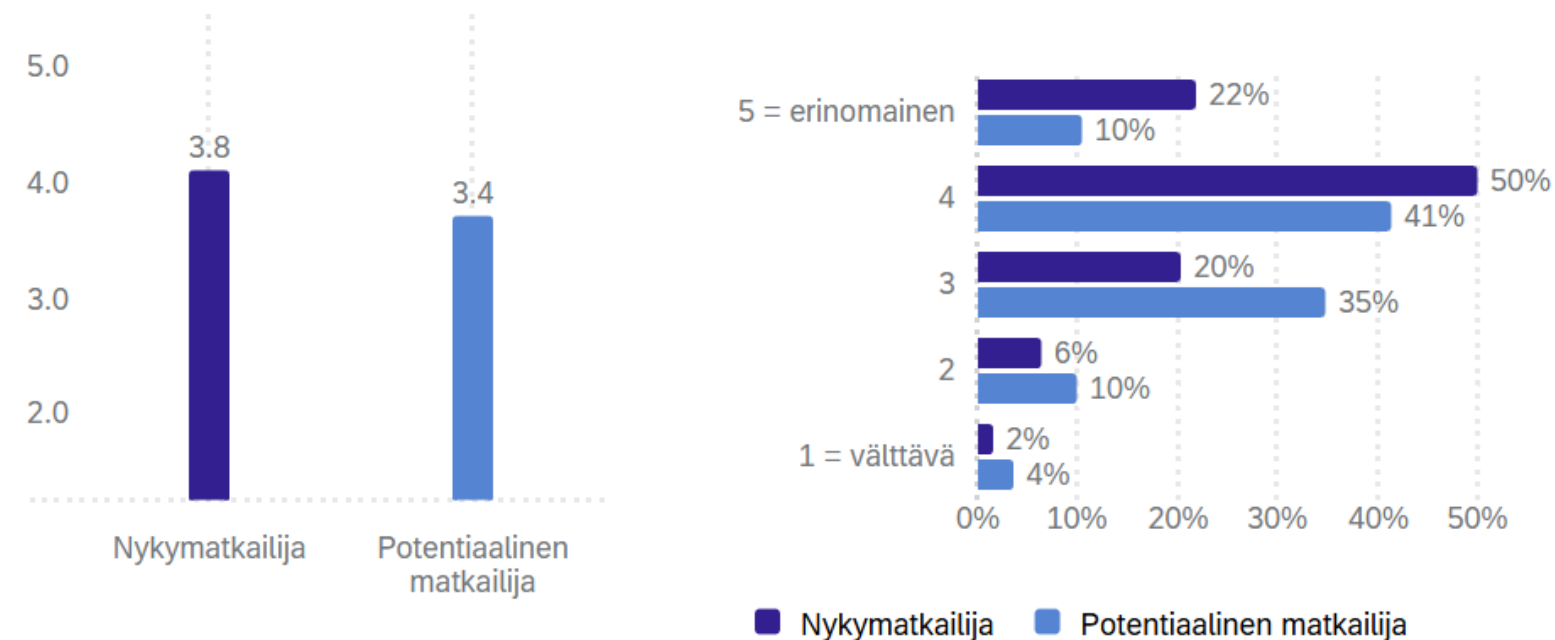


Himos-Jämsä nähdään ennen kaikkea **laskettelukeskuksena ja tapahtumapaikkana**, mikä korostuu selvästi molemmissa kohderyhmissä. Myös **bile- ja mökkikohteen mielikuvat** ovat vahvoja, erityisesti nykyisten matkailijoiden keskuudessa.

Sen sijaan **luontokohteena ja perhematkailukohteena** alue jää selvästi vähemmälle huomiolle, ja **kulttuurikohteena** sen rooli on hyvin pieni. Potentiaaliset matkailijat painottavat hieman enemmän mökkeilyä ja luontoa, mutta kokonaisuudessa mielikuva on melko yksipuolinen ja keskittyy vahvasti talveen ja tapahtumiin.

Nykyiset matkailijat arvioivat maineen paremmaksi kuin potentiaaliset

Anna vielä kokonaisarvosana Himos-Jämsän maineelle mielikuviesi tai kokemustesi mukaan asteikolla 1–5. 364



Nykyiset matkailijat arvioivat Jämsän maineen selvästi myönteisemmin (3,8) kuin potentiaaliset matkailijat (3,4). Molemmissa ryhmissä arviot painottuvat arvosanaan 4, mutta potentiaalisilla matkailijoilla korostuu hieman useammin neutraali arvio (3) sekä heikommat arvosanat.

Vastuullisuus näkyviin arjessa – siisteys ja kierrätys tärkeitä

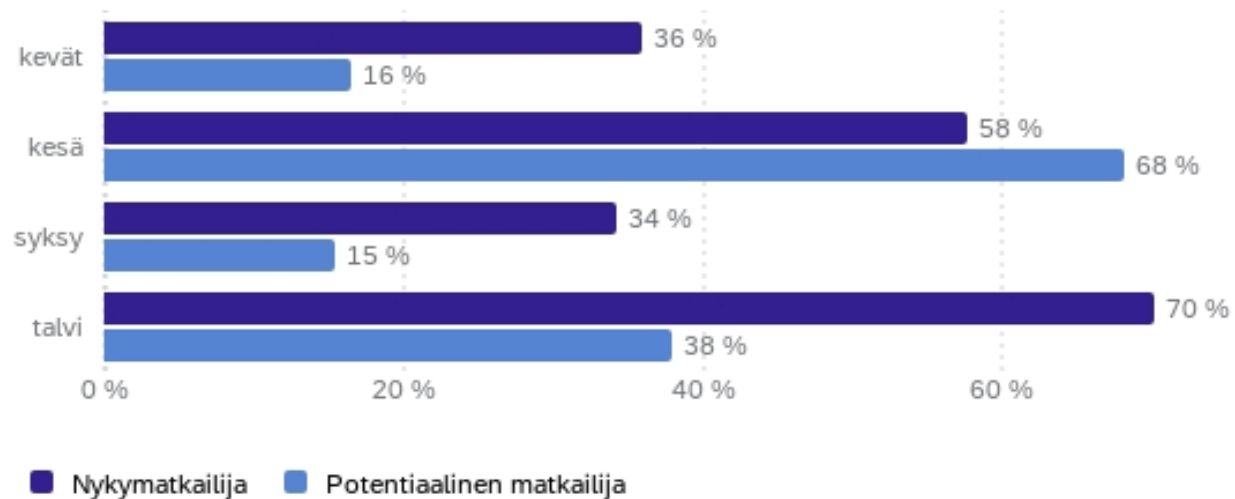
Vastuullisuus on Himos-Jämsälle erittäin tärkeä arvo matkailussa. Millaisia asioita toivoisit Himos-Jämsän huomioivan tai kehittävän vastuullisuuden näkökulmasta? (201)

Sekä nykyiset että potentiaaliset matkailijat korostavat erityisesti **kierrätystä, siisteyttä ja luonnon huomioimista** vastuullisuuden keskiössä. Nykykävijät nostavat esiin konkreettisia puutteita, kuten roskien määrän, lajittelun toimivuuden mökeillä ja alueen yleisen siisteyden.

Potentiaalisilla matkailijoilla näkemykset ovat yleisemmällä tasolla, mutta painottuvat samoihin teemoihin: **ympäristön suojele, ekologisuus, kestävä matkailu ja julkisten liikenneyhteyksien kehittäminen**. Lisäksi vastuullisuudelta toivotaan enemmän näkyvyyttä ja aitoja tekoja viestinnän tueksi.

Talvi vetää nykykävijöitä, kesä uusia kävijöitä

Minä vuodenaikana voisit erityisesti harkita matkustavasi Himos-Jämsään?
(voit valita useita vaihtoehtoja) 361



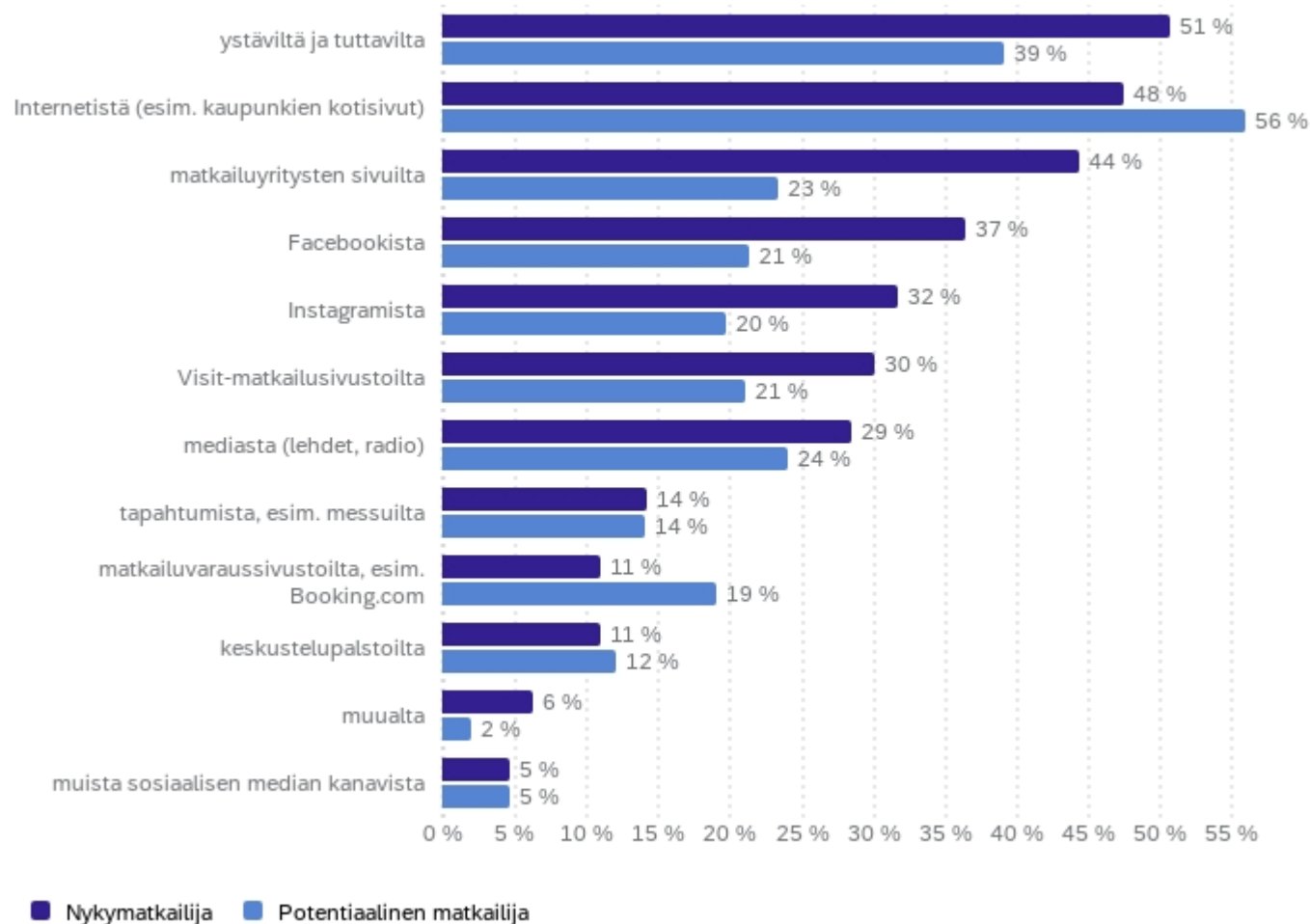
Nykyiset matkailijat painottavat selvästi talvea matkustusajankohtana, kun taas potentiaalisia matkailijoita kiinnostaa eniten kesä.

Avoimen palautteen perusteella Talvi vetää erityisesti **laskettelu** ja **talviurheilun** vuoksi, kun taas kesä houkuttelee **luonnon, tapahtumien ja mökkeilyn** ansiosta.

Kevät ja syksy kiinnostavat lähinnä **rauhallisuuden ja luonnon** takia, mutta selvästi vähemmän.

Tietoa haetaan verkosta ja lähipiiristä

Mistä haet yleensä tietoa kotimaan matkailun kohteista? Voit valita useita vaihtoehtoja. 361

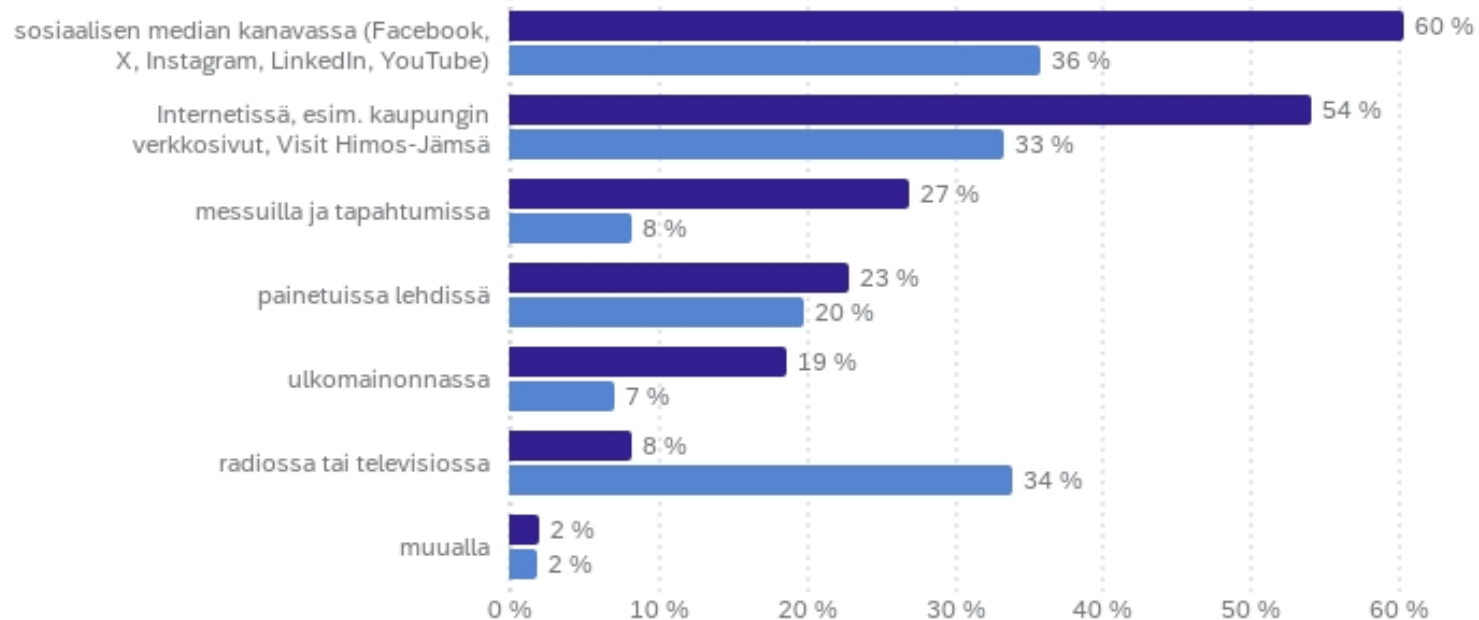


Tärkeimmät tiedonlähteet ovat internet sekä ystävät ja tuttavat. Nykyiset matkailijat hyödyntävät lisäksi matkailuyritysten sivuja ja sosiaalista mediaa selvästi enemmän kuin potentiaaliset.

Markkinointi tavoittaa eri kanavissa

Missä olet huomannut Himos-Jämsän matkailumarkkinointia? Voit valita useita vaihtoehtoja.

204



■ Nykymatkailija ■ Potentiaalinen matkailija

Himos-Jämsän matkailumarkkinointi tavoittaa parhaiten **digitaalisissa kanavissa**.

Nykyiset matkailijat muistavat erityisesti **sosiaalisen median ja verkkosivut**, kun taas potentiaalisilla matkailijoilla korostuvat lisäksi **televisio ja radio**.

Perinteiset kanavat, kuten **lehdet ja ulkomainonta**, sekä **messut ja tapahtumat** täydentävät näkyvyyttä, mutta jäävät selvästi digikanavia vähäisemmiksi.

