

NÄIN HAET KOTIMAAN MARKKINOINTIKUMPPANUUTTA

Hakuaikaa 31.3.2023 saakka

Mitä markkinointiyhteistyö tarkoittaa?

- Markkinointikumppanuutta voivat hakea yritykset, yritysryhmät tai rekisteröidyt yhdistykset.
- Markkinoinnin tulee kohdistua maakunnan ulkopuolelle, kotimaan kohderyhmiin.
- Kampanjan käytännön toteutuksesta vastaa markkinointiyhteistyön hakija.
- Markkinointikampanja voi olla esimerkiksi sosiaalista mediaa, verkkomainontaa, vaikuttajamarkkinointia tai jokin kokonaan uusi innovaatio.
- Hakija ja VisitKarelia jakavat kampanjan kustannukset puoliksi.

Missä haetaan?

- Kumppanuutta haetaan 31.3.2023 mennessä [verkkolomakkeella](#).

Kumppanuuden ehdot ja rajoitukset

- Kumppanuutta ei voi kohdistaa jo aiemmin toteutettuun, ns. vanhaan toimenpiteeseen.
- Markkinointikampanjat tulee toteuttaa elokuun 2023 loppuun mennessä.
- Ennen kampanjan julkaisemista materiaalit tulee lähettää nähtäväksi VisitKarelialle.
- Kumppanuuden maksun edellytyksenä on vähintään VisitKarelialle selkeä logonäkyvyys ja tägääminen kaikissa kanavissa (Facebook @visitkarelia ja Instagram @visitkarelia_finland).
- Kumppanin on viipymättä ilmoitettava, jos sovittu markkinointitoimenpide ei toteudukaan tai sen sisältö muuttuu. VisitKarelialta ei esimerkiksi voi laskuttaa enempää kuin mitä alkuperäisessä kumppanuushakemuksessa on sovittu.
- Kumppanuuden hakija maksaa mainoskustannukset ensin itse ja laskuttaa sovittuun osuuden sen jälkeen VisitKarelialta.
- Kumppanuuden kautta voi laskuttaa vain mediaostoja tai markkinointikampanjan toteutukseen ostettua asiantuntijatyötä, kuten sisällöntuotantoa.
- Laskuun liitetään alkuperäiset tositteet sekä lyhyt, vapaamuotoinen raportti toteutetusta kampanjasta.
- Raporttiin tulee liittää toteutuneen markkinointikampanjan aineisto (esim. saavuttavuusraportti, valokuvia, kuvakaappauksia tai linkki aineistoon).
- Kumppanilla ja VisitKarelialla on samantyyppiset oikeudet kampanjamateriaalien jakamiseen omissa kanavissaan haluamassaan laajuudessa.

De minimis-tuki-ilmoitus

- Hakemuksen liitteenä on toimitettava [de minimis-tuki-ilmoitus](#). Mikäli ilmoitusta ei ole toimitettu hakemuksen liitteenä, hakemusta ei voida pisteyttää. Mikäli hakijana on yritysryhmä, de minimis -ilmoitus vaaditaan kaikilta edunsaajilta.

Kuka päättää toteutettavat kumppanuudet ja millä perusteella?

- Kumppanuushakemukset käsitellään huhtikuun alussa pidettävässä kokouksessa, jossa ovat paikalla VisitKarelial Digital Account Manager Anna Härkönen, toimitusjohtaja Annamari Kärki ja sisällöntuottaja Marianne Markkanen. Tarpeen mukaan kokoukseen voi osallistua myös muita asiantuntijajäseniä.
- Kokouksesta tehdään pöytäkirja, johon kirjataan saapuneet hakemukset ja näiden pisteytys (ks. valintakriteerit). Pöytäkirja lähetetään kaikille kumppanuutta hakeneille toimijoille.



- Kaikkia ehdotettuja markkinointikumppanuuksia emme välttämättä pysty toteuttamaan. Valitsemme toteutettavat toimenpiteet pisteyttämällä ehdotukset (ks. alla).

VALINTAKRITEERIT JA PISTEYTYS

Kumppanuushakemuksen maksimipistemäärä on 24 pistettä. Pistemäärä määrittelee ehdotusten kiinnostavuusjärjestyksen. Kun kampanjaehdotusten kiinnostavuusjärjestys on selvillä, vertaillaan ehdotusten kustannuksia. Lopullinen päätös siitä, mihin kumppanuuksiin VisitKarelia lähtee mukaan, muodostuu kiinnostavuusjärjestyksen ja käytettävissä olevan budjetin mukaan.

On mahdollista, että jokin kiinnostava kumppanuushakemus ylittää budjetin, jolloin yhteistyö ei ole ko. toimenpiteen osalta mahdollista.

VisitKarelia on varannut kesäkauden 2023 markkinointikumppanuuksiin 15 000 euroa.

Pisteytyskriteerit ovat seuraavat:

A) YHTEISTYÖ, KOHDERYHMÄ JA VAIKUTTAVUUS (max. 10 pistettä)

ALUEYHTEISTYÖ (1 tai 2 pistettä): Koskeeko haettava kampanja...

- Yhtä yritystä tai organisaatiota yhden kunnan alueella? (1 p)
- Useampaa yritystä tai organisaatiota, jotka sijaitsevat eri kunnissa (2 p)

UUTUUSARVO (1 tai 2 pistettä): Kohdistuuko markkinointi...

- Jo olemassa olevaan ”vanhaan” yritykseen, tuotteeseen, tapahtumaan tai kokonaisuuteen? (1 p)
- Uuteen yritykseen, tuotteeseen, tapahtumaan tai kokonaisuuteen? (2 p)

YRITYSYHTEISTYÖ (0 tai 1 piste)

- Tehdäänkö kampanjassa yhteistyötä useiden eri toimijoiden kanssa, esim. yhteistuote, yhteismainos? (1 p)

KOHDERYHMÄN LAAJUUS (2, 3 tai 5 pistettä)

- Vaikuttavuus perustuu tapaamisiin/verkkotapaamisiin asiakkaiden kanssa, esim. messut (2 p)
- Kampanja kohdistuu yhden maakunnan tai kaupungin alueelle Pohjois-Karjalan ulkopuolella (2 p)
- Kampanja kohdistuu useampaan maakuntaan tai kaupunkiin Pohjois-Karjalan ulkopuolella (3 p)
- Kampanja on valtakunnallinen (5 p)

B) KIINNOSTAVUUS, INNOVATIIVISUUS JA SISÄLTÖ (max. 14 pistettä)

KIINNOSTAVUUS / INNOVATIIVISUUS (0–8 pistettä)

- Toimenpiteessä on mukana uusia elementtejä tai tapoja toimia (2 p)
- Markkinointi tapahtuu kokonaisuudessaan digitaalisissa kanavissa (2 p)
- Markkinoinnista jää VisitKarelian käyttöön jotakin konkreettista markkinointiainesta, kuten valokuvia, videoita, blogiteksti tms. (2 p)
- Kampanja kohdentuu selkeästi yhteen tai useampaan VisitKarelian määrittelemään kotimaan pääkohderyhmään: aktiiviset ulkoilijat, kulttuurin ja luonnon ihailijat, tasapainoa etsivät nautiskelijat (2 p)



VisitKarelia voi antaa lisäpisteitä markkinointiehdotukselle seuraavien kriteerien perusteella (0–6 p):

- Kampanjassa tuodaan esille VisitKarelia-brändiä erityisen ansioituneesti (2 p)
- Kampanjasta saadaan sen onnistumisesta kertovaa dataa (2 p)
- Kampanja huomioi matkailun kestävyuden ja vastuullisuuden erityisen ansioituneesti (2 p)

Lisätietoja antaa VisitKarelian sisällöntuottaja Marianne Markkanen

marianne.markkanen@visitkarelia.fi tai p. 040 487 4897