



SUOMEN ASUNTOMESSUT

# LOMA-ASUNTOMESSUT KOLILLA 2006 KÄVIJÄTUTKIMUS

Tämä raportti perustuu Kolin Loma-asuntomessuilla tehtyyn kävijätutkimukseen.  
Tutkimukseen osallistui yhteensä 4.820 kävijäperhettä.



# SUOMEN ASUNTOMESSUT

<b>SISÄLLYSLUETTELO</b>	2
<b>1. JOHDANTO</b>	3
<b>2. MESSUJEN KÄVIJÄMÄÄRÄT</b>	
Messujen kävijämäärät	4
Kävijämäärät päivittäin	5
Messumatkan pituus	6
<b>3. MESSUKÄVIJÖIDEN PROFILI</b>	
Kävijät ympäristöstä	7
Kävijät maakunnittain	8
Maakunnat	9
Messukävijöiden profiili	10
Ammattiryhmä	11
Ikäjakauma	12
Rakennus- ja remonttiaikomukset	13
Remonttiaikomukset	14
Kiinnostavimmat tuotteet/hankinnat	15
<b>4. MESSUILLE TULO</b>	
Mikä sai lähtemään messuille	16
Päätös lähteä messuille	17
Aiemmat käynnit	18
Kulkuväline ja messumatkan luonne	19
<b>5. MESSUILLA OLO</b>	
Tutustumisaika ja käynnit näyttelykohteissa	20
Messupalvelut	21
Rahankulutus	22
Palveluiden hinnat	23
<b>6. TYYTYVÄISYYS MESSUIHIN</b>	
Olitko tyytyväinen palveluihin	24
Messutarjonnan riittävyys	25
Yleisarvosana	26
Palaute hyvää omin sanoin	27
Palaute huonoa omin sanoin	28
<b>7. MESSUVIESTINTÄ</b>	
Mistä parasta ennakkoinfoa	29
Aita- ja äänimainonta	31
Messuluettelon hankinta	32
Messutiedotus	33
<b>8. VIIPYMINEN JA MIELIPITEET MESSUPAIKKAKUNNASTA</b>	
Messumatkan kokonaiskesto	34
Aikomus vierailta uudelleen	35
<b>9. TULEVAT MESSUT</b>	
Loma-asuntomessut Porissa 2008	36
Asuntomessut Hämeenlinnassa 2007	37
<b>10. TULEVAISUUDEN SUUNNITELMAT</b>	
Miten haluat asua	38
Minkälaisen loma-asunnon rakentaisit	39
Mielipiteet väittämistä	40
Paras mökki-äänestys	41
<b>11. ASIAKASMIELIKUVA LOMA-ASUNTOMESSUISTA</b>	
Mitkä ominaisuudet kuvaavat loma-asuntomessuja	42
<b>12. NÄYTTILLEASETTAJATUTKIMUS</b>	43



## JOHDANTO

### Tutkimuksen tavoite

Tutkimuksen tavoitteena on antaa palautetta messujärjestäjille ja osallistujille messujen kehittämistä varten. Tutkimusta voidaan hyödyntää myös mm. tiedottamisessa.

### Tutkimuksen toteutus

Tutkimuslomake jaettiin messuvieraille pääsylipun oston yhteydessä. Jokainen perhe sai yhden lomakkeen. Samalla lomakkeella sai äänestää myös mielestään parasta loma-asuntoa. Kaikissa lomakkeissa oli rakentamis-, remontointi- ja asunnon ostoaikomuksia selvittävä osa. Lomakkeen alaosassa oli muuttuvasisältöinen kävijätutkimus, joka sisälsi suurimman osan tässä raportissa esitetyistä kysymyksistä. Messuvieraat saivat palauttaa tutkimuksen messualueella oleviin laatikoihin tai Suorakanava Oy:n pisteeseen.

Messujen tunnusluvut

- kävijöitä 38.005
- perheitä 15.387
- keskimääräinen perheenkoko 2,47
- palautettuja tutkimuslomakkeita 4.820
- palautus-% perheistä 31,3

### Tutkimuksen raportointi

Tutkimus on raportoitu kysymys kysymykseltä graafisesti ja taulukoina. Soveltuvien osien tuloksia verrattu myös edellisiin messuihin. Raportoinnissa on hyödynnetty joissain kohdissa myös Tilastokeskuksen ja Suorakanava Oy:n tutkimustietoja.

Tutkimuksia koskevissa kysymyksissä lisätietoja antavat toimitusjohtaja Hannu Myöhänen sekä viestintäjohtaja Raimo Holopainen.

### Suorakanava Oy

Luotsinmäenpuistokatu 1

28100 PORI

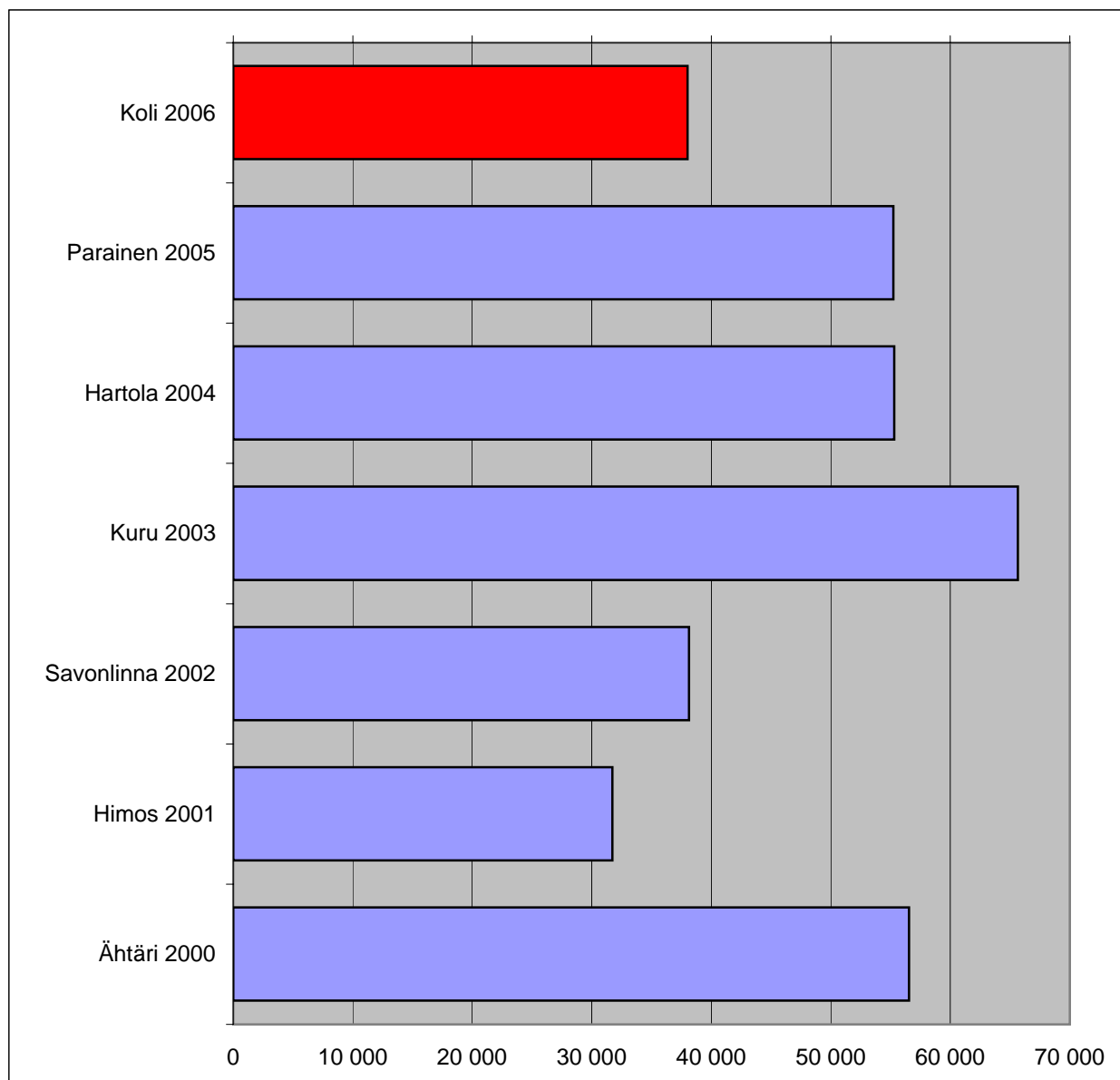
Puhelin 02-634 6400

E-mail: etunimi.sukunimi@rakentaja.fi



## 2. MESSUJEN KÄVIJÄMÄÄRÄT

### Loma-asuntomessut 2000-2006



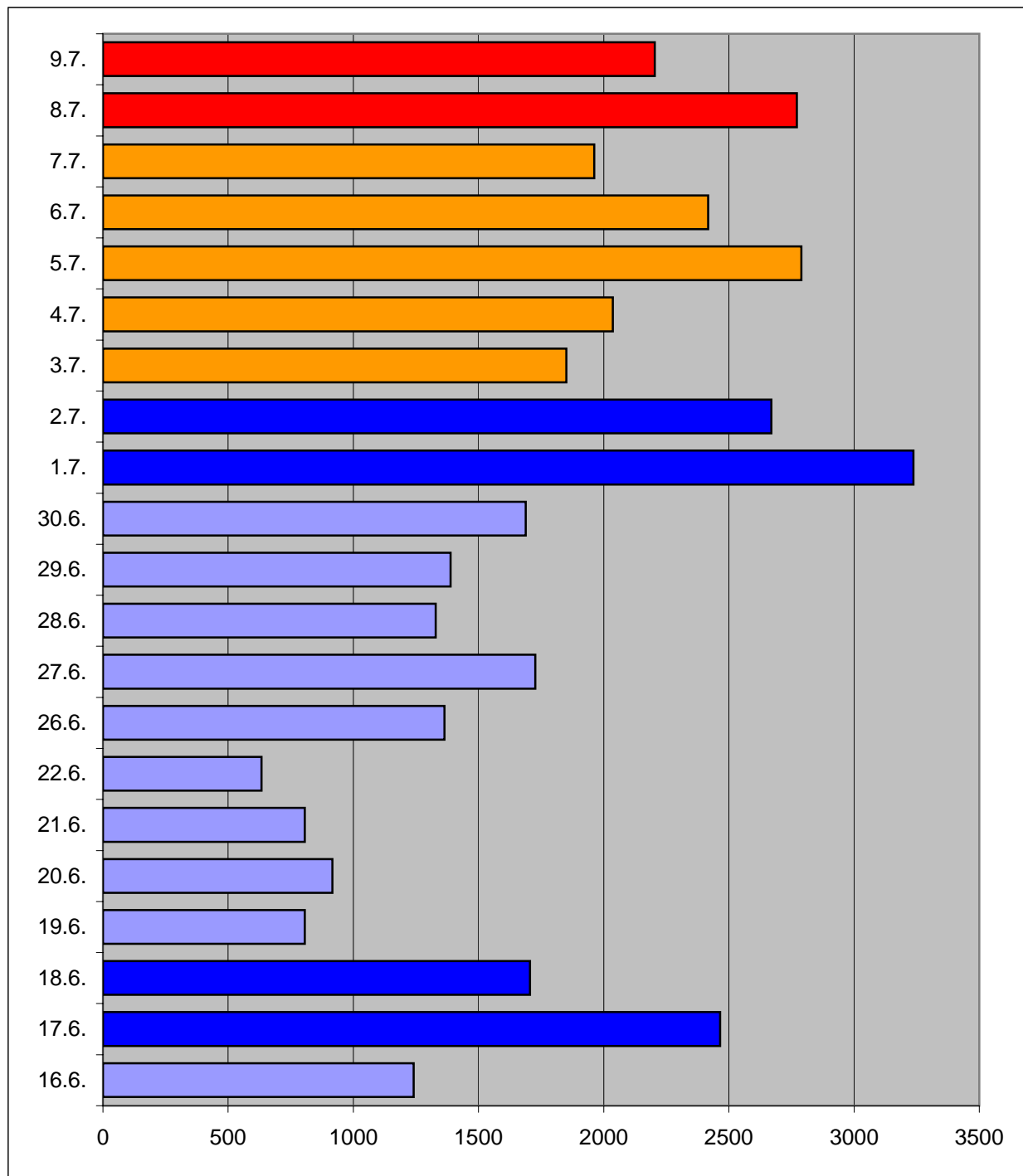
#### Loma-asuntomessut 2000-2006

	kävijämäärä
Koli 2006	38 005
Parainen 2005	55 244
Hartola 2004	55 306
Kuru 2003	65 645
Savonlinna 2002	38 123
Himos 2001	31 724
Ähtäri 2000	56 551

Loma-asuntomessuja on järjestetty vuodesta 2000 alkaen. Nyt yllettiin samaan kävijämäärään kuin "Etelän" messuilla 2001 ja 2002.



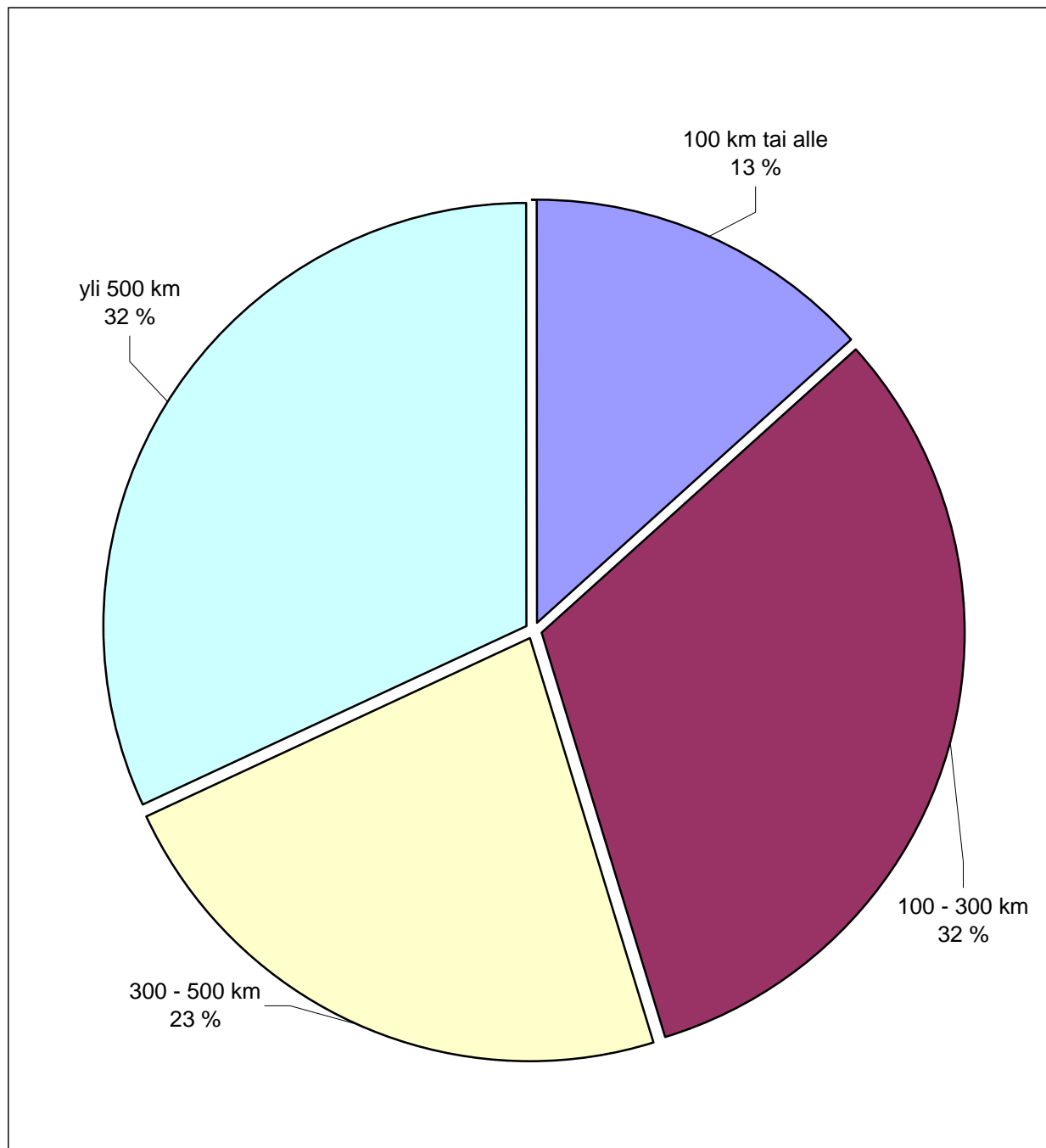
## Kolin kävijät päivittäin



Käynti messuilla painottui heinäkuun puolelle.



## Messumatkan kokonaispituus edestakaisin



### Messumatkan kokonaispituus

#### edestakaisin

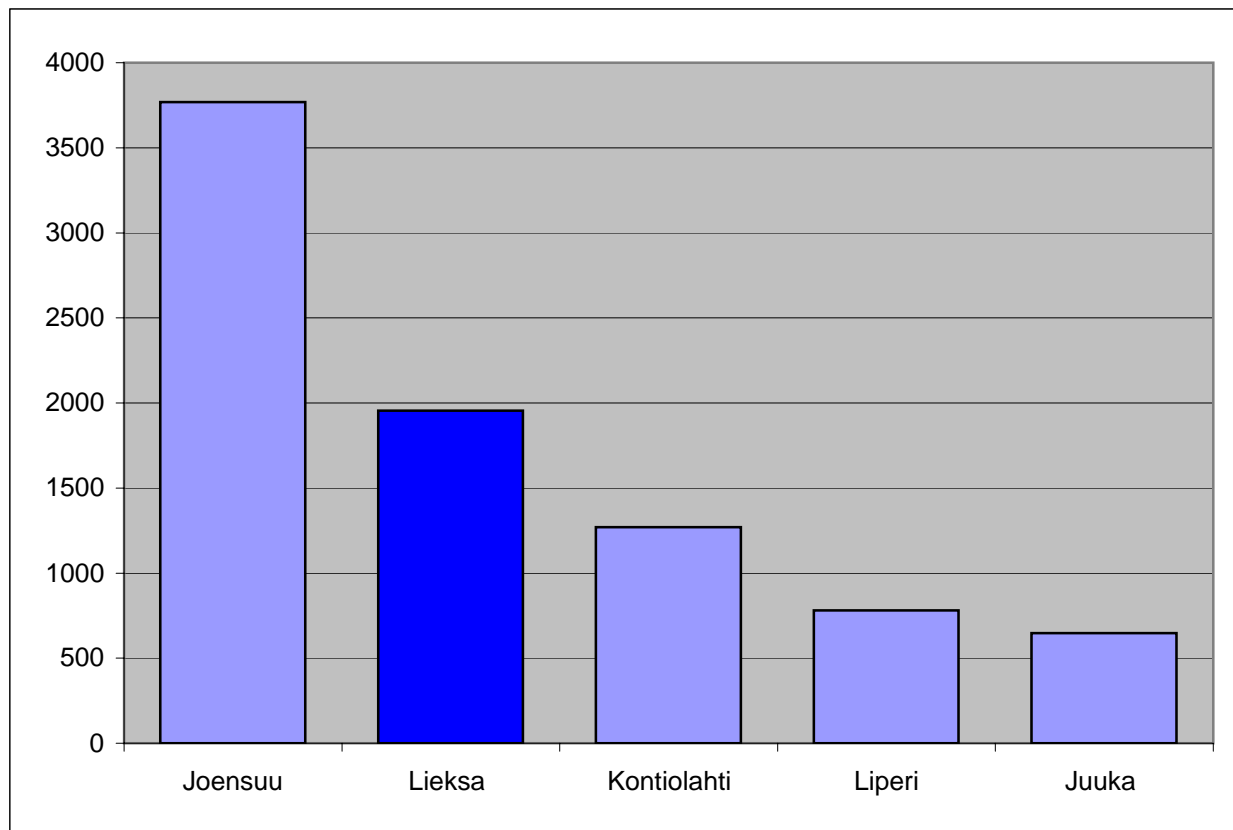
	vastanneet	% osuus
100 km tai alle	21	13 %
100 - 300 km	51	32 %
300 - 500 km	36	23 %
yli 500 km	51	32 %

Vain pieni osa Kolin messukävijöistä tuli messuille alle 100 kilometrin päästä.



## 3. MESSUKÄVIJÖIDEN PROFILI

### Lähialueen kävijät

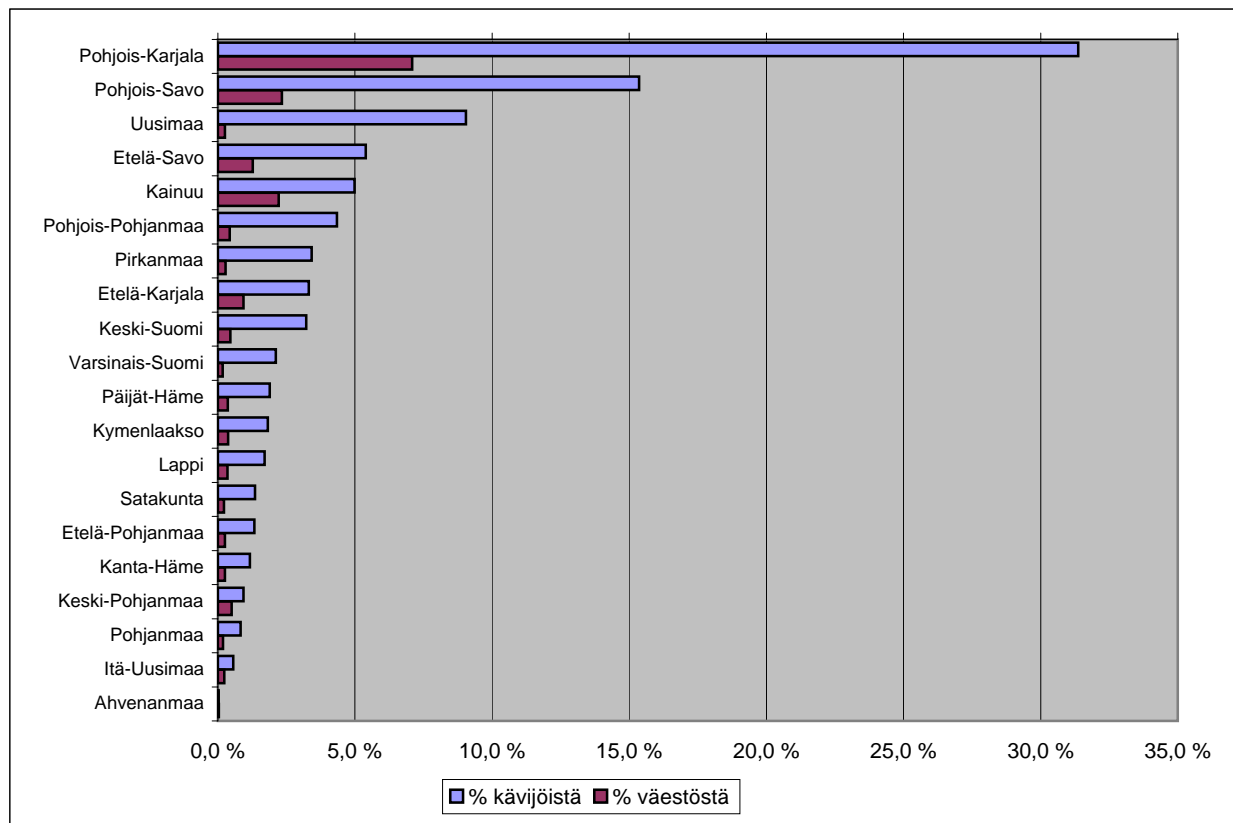


Lähikuntien kävijät	vastanneet	kävijät	% osuus kävijöistä	% osuus väestöstä
Joensuu	478	3769	9,9 %	6,5 %
Lieksa	248	1955	5,1 %	13,9 %
Kontiolahti	161	1269	3,3 %	10,3 %
Liperi	99	781	2,1 %	6,7 %
Juuka	82	647	1,7 %	10,5 %
Nurmes	61	481	1,3 %	5,2 %
Eno	56	442	1,2 %	6,4 %
Pyhäselkä	56	442	1,2 %	5,8 %
Outokumpu	53	418	1,1 %	5,4 %
Kitee	50	394	1,0 %	4,0 %
Polvijärvi	41	323	0,9 %	6,4 %
Ilomantsi	39	308	0,8 %	4,7 %
Tohmajärvi	33	260	0,7 %	4,7 %
Rääkkylä	20	158	0,4 %	5,4 %
Valtimo	15	118	0,3 %	4,3 %
Kiihtelysvaara	13	103	0,3 %	3,8 %
Kesälahti	5	39	0,1 %	1,5 %
Värtsilä	2	16	0,0 %	0,5 %

Lieksasta ja muista lähikunnista ei innostuttu messuista. Vertailuna: Hartolassa oman kunnan väestä kävi perästi 30 %.



## Kävijät maakunnittain



Maakunnat	väestö	vastanneet	kävijät	% kävijöistä	% väestöstä
Pohjois-Karjala	168 322	1 512	11 922	31,4 %	7,1 %
Pohjois-Savo	250 064	740	5 835	15,4 %	2,3 %
Uusimaa	1 359 150	436	3 438	9,0 %	0,3 %
Etelä-Savo	160 507	260	2 050	5,4 %	1,3 %
Kainuu	85 303	240	1 892	5,0 %	2,2 %
Pohjois-Pohjanmaa	378 006	209	1 648	4,3 %	0,4 %
Pirkanmaa	468 986	165	1 301	3,4 %	0,3 %
Etelä-Karjala	135 604	160	1 262	3,3 %	0,9 %
Keski-Suomi	267 902	155	1 222	3,2 %	0,5 %
Varsinais-Suomi	455 584	102	804	2,1 %	0,2 %
Päijät-Häme	198 975	91	718	1,9 %	0,4 %
Kymenlaakso	185 196	88	694	1,8 %	0,4 %
Lappi	185 800	82	647	1,7 %	0,3 %
Satakunta	229 966	65	513	1,3 %	0,2 %
Etelä-Pohjanmaa	193 812	64	505	1,3 %	0,3 %
Kanta-Häme	168 381	56	442	1,2 %	0,3 %
Keski-Pohjanmaa	70 696	45	355	0,9 %	0,5 %
Pohjanmaa	173 627	40	315	0,8 %	0,2 %
Itä-Uusimaa	92 933	27	213	0,6 %	0,2 %
Ahvenanmaa	26 766	1	8	0,0 %	0,0 %
<b>Yhteensä</b>	<b>5 255 580</b>		<b>38 005</b>		

Oma maakunnan, Pohjois-Karjalan väestö oli suhteellisesti eniten kiinnostunut vierailemaan messuilla.



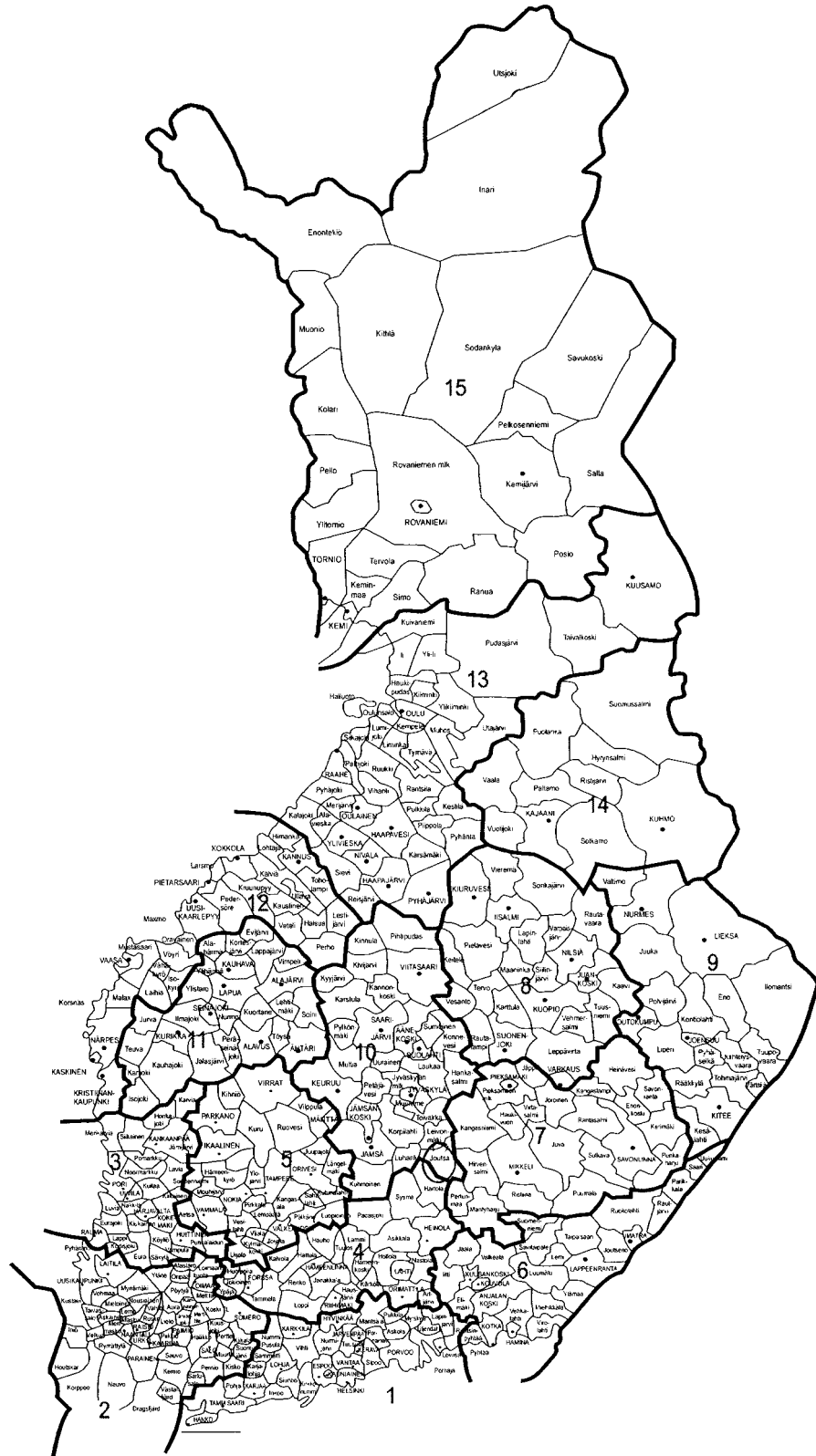


# SUOMEN ASUNTOMESSUT

## Maakunnat

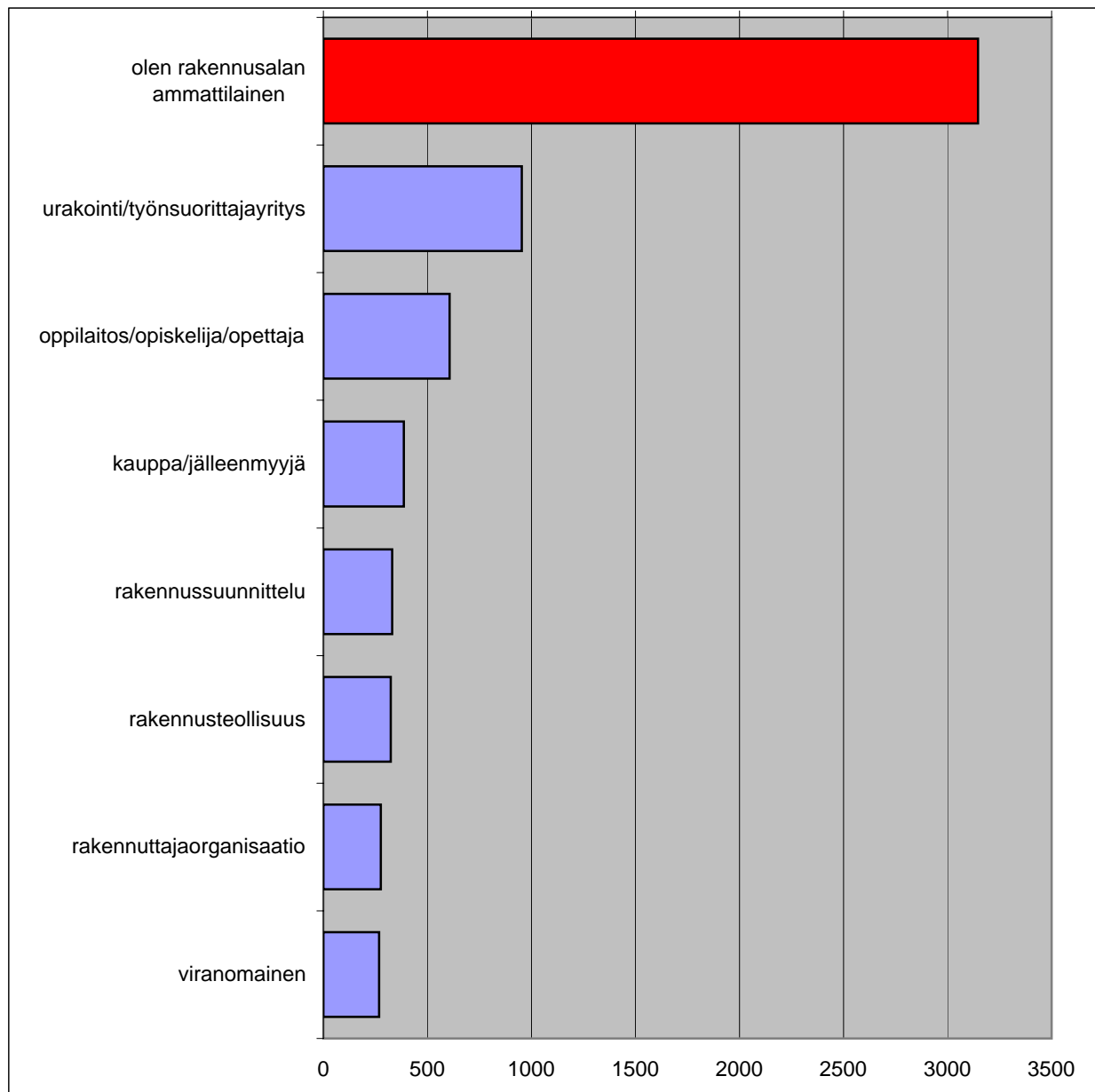
### Maakunnat

- Pohjois-Karjala
- Pohjois-Savo
- Uusimaa
- Etelä-Savo
- Kainuu
- Pohjois-Pohjanmaa
- Pirkanmaa
- Etelä-Karjala
- Keski-Suomi
- Varsinais-Suomi
- Päijät-Häme
- Kymenlaakso
- Lappi
- Satakunta
- Etelä-Pohjanmaa
- Kanta-Häme
- Keski-Pohjanmaa
- Pohjanmaa
- Itä-Uusimaa
- Ahvenanmaa





## Messuilla käyneet rakennusalan ammattilaiset



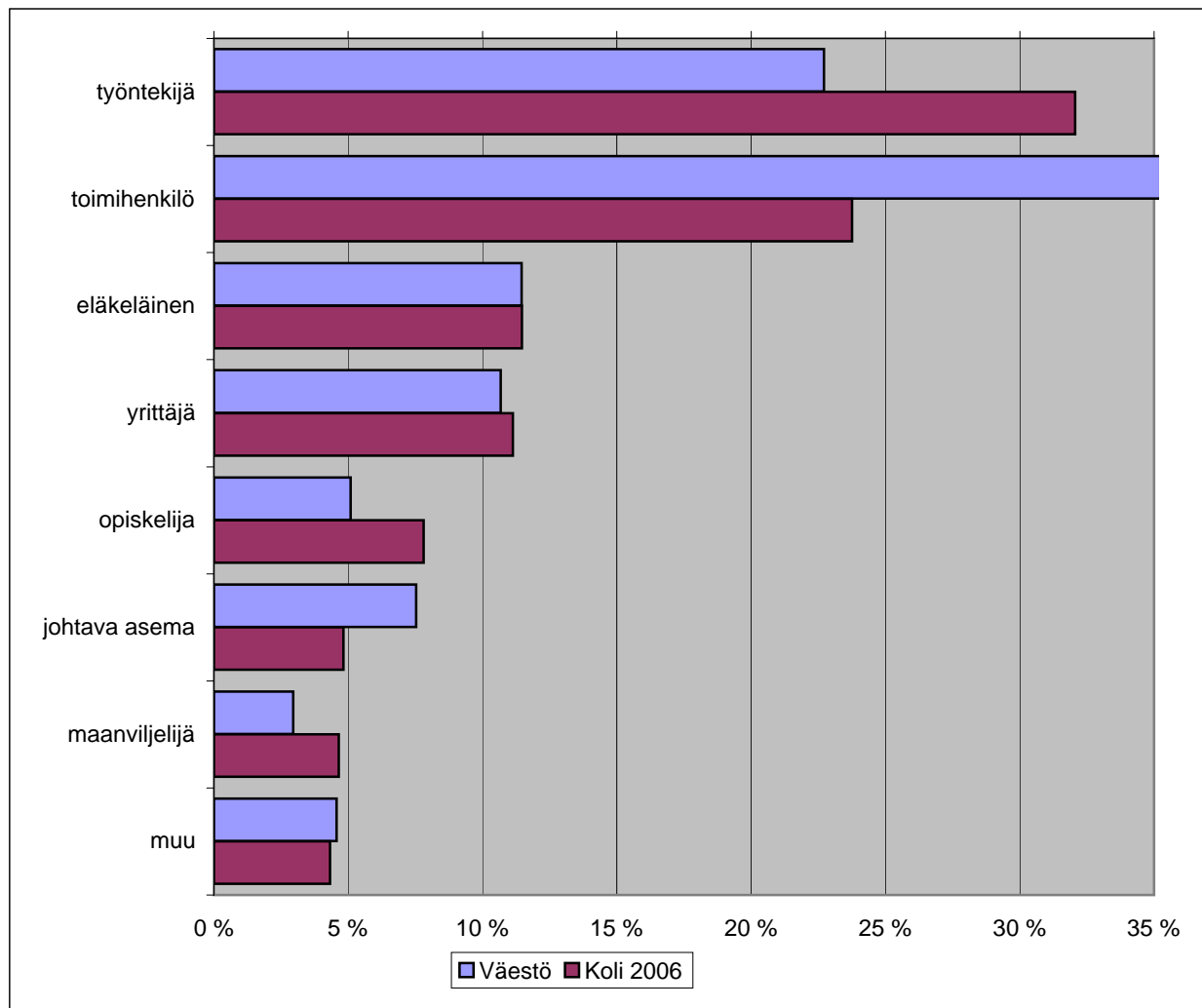
### Messuilla käyneet rakennusalan ammattilaiset

	vastanneet	% osuus	volyymi
olen rakennusalan ammattilainen	399	8,3 %	3146
urakointi/työnsuorittajayritys	121	2,5 %	954
oppilaitos/opiskelija/opettaja	77	1,6 %	607
kauppa/jälleenmyyjä	49	1,0 %	386
rakennussuunnittelu	42	0,9 %	331
rakennusteollisuus	41	0,9 %	323
rakennuttajaorganisaatio	35	0,7 %	276
viranomainen	34	0,7 %	268

Kolin Loma-asuntomessuilla vieraili noin 3.100 rakennusalan ammattilaista.



## Ammattiryhmät

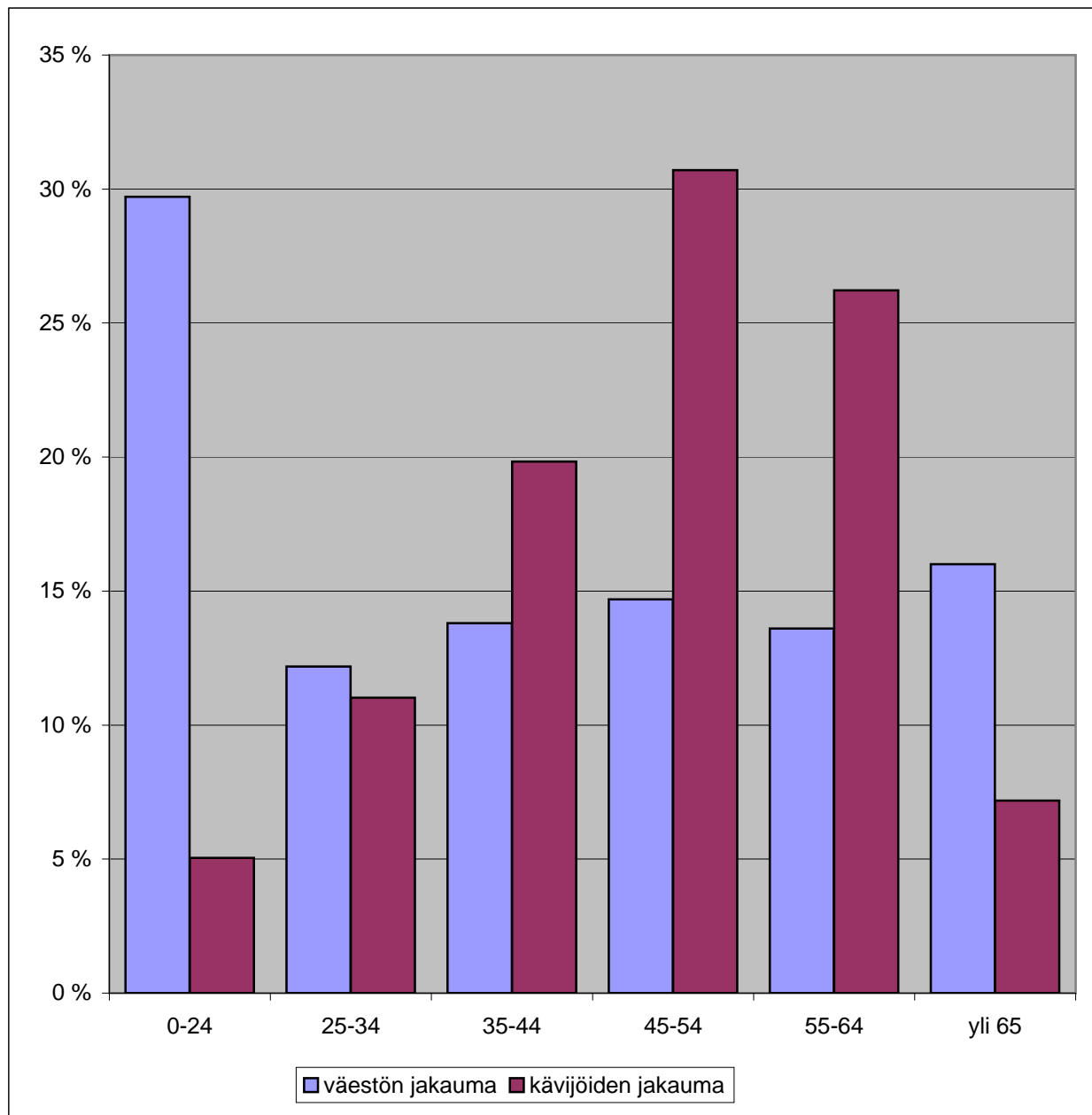


Ammattiryhmät	Koli vastanneet	Savonlinna					Parainen 2005	Koli 2006
		Väestö	2002	Kuru 2003	Hartola 2004	2005		
työntekijä	193	23 %	21 %	19 %	19 %	22 %	32 %	
toimihenkilö	143	35 %	37 %	40 %	37 %	38 %	24 %	
eläkeläinen	69	11 %	12 %	10 %	12 %	12 %	11 %	
yrittäjä	67	11 %	10 %	11 %	12 %	9 %	11 %	
opiskelija	47	5 %	6 %	4 %	4 %	4 %	8 %	
johtava asema	29	8 %	6 %	9 %	9 %	9 %	5 %	
maanviljelijä	28	3 %	2 %	4 %	2 %	2 %	5 %	
muu	26	5 %	5 %	5 %	4 %	4 %	4 %	

Suhteessa väestöön Kolilla kävi selvästi eniten työntekijöitä.



## Ikäjakauma



Ikäjakauma	väestö	vastanneet	väestön jakauma	kävijöiden jakauma
0-24	1 561 782	236	30 %	5 %
25-34	640 164	516	12 %	11 %
35-44	725 536	928	14 %	20 %
45-54	772 068	1 437	15 %	31 %
55-64	714 865	1 227	14 %	26 %
yli 65	841 165	336	16 %	7 %
	5 255 580	4 680		

Kolin messukävijöistä 64 % on yli 45 -vuotiaita. Vastaava osuus asuntomessuilla on 42 %.



## Kolin Loma-Asuntomessut, hankevolyymit

Rakennus- ja remonttiaikomukset	v 2006	v 2007	v 2008	myöh.	yhteensä
vapaa-ajanasunnon rakentaminen	154	173	77	99	503
vapaa-ajanasunnon remointi	70	91	33	39	233
vapaa-ajanasunnon osto	18	31	18	43	110
vapaa-ajanasunnon myynti	1	6	2	3	12
omakotitalon rakentaminen	58	71	31	61	221
omakotitalon remointi	105	101	26	61	293
omakotitalon osto	9	15	12	26	62
omakotitalon myynti	10	11	8	6	35
asuinhuoneiston remointi	36	30	9	21	96
asuinhuoneiston osto	10	13	5	11	39
asuinhuoneiston myynti	5	6	1	6	18
saunan rakentaminen	35	39	12	17	103
saunan remointi	40	53	11	14	118
autotallin rakentaminen	40	21	5	12	78
autotallin remointi	8	8	1	8	25
maatalorakennus rakentaminen	8	4	1	1	14
maatalorakennus remointi	1	3	1	5	10

Kolin hankevolyymit	v 2006	v 2007	v 2008	myöh.	yhteensä
vapaa-ajanasunnon rakentaminen	492	552	246	316	1606
vapaa-ajanasunnon remointi	223	290	105	124	744
vapaa-ajanasunnon osto	57	99	57	137	351
vapaa-ajanasunnon myynti	3	19	6	10	38
omakotitalon rakentaminen	185	227	99	195	705
omakotitalon remointi	335	322	83	195	935
omakotitalon osto	29	48	38	83	198
omakotitalon myynti	32	35	26	19	112
asuinhuoneiston remointi	115	96	29	67	306
asuinhuoneiston osto	32	41	16	35	124
asuinhuoneiston myynti	16	19	3	19	57
saunan rakentaminen	112	124	38	54	329
saunan remointi	128	169	35	45	377
autotallin rakentaminen	128	67	16	38	249
autotallin remointi	26	26	3	26	80
maatalorakennus rakentaminen	26	13	3	3	45
maatalorakennus remointi	3	10	3	16	32

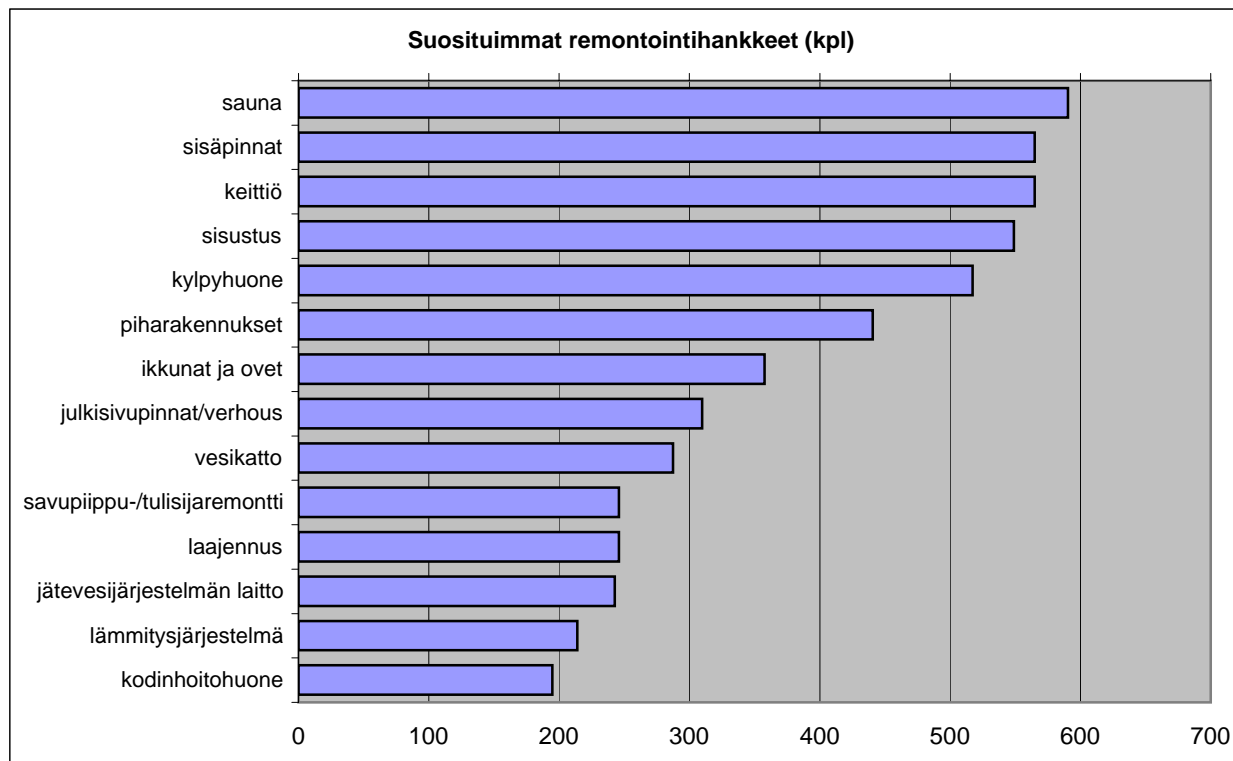
### Suosituimmat hankkeet

	hankkeet	% kävijä perheistä
vapaa-ajanasunnon rakentaminen	1 606	10,4 %
omakotitalon remointi	935	6,1 %
vapaa-ajanasunnon remointi	744	4,8 %
omakotitalon rakentaminen	705	4,6 %
vapaa-ajanasunnon osto	351	2,3 %
saunan rakentaminen	329	2,1 %
asuinhuoneiston remointi	306	2,0 %
autotallin rakentaminen	249	1,6 %

Messujen kävijäperheistä 20 %:lla oli mökkiin kohdistuva hanke. Myös omakotitalon rakentajat ja remontoijat tulivat hakemaan vinkkejä.



## Remonttiaikomukset

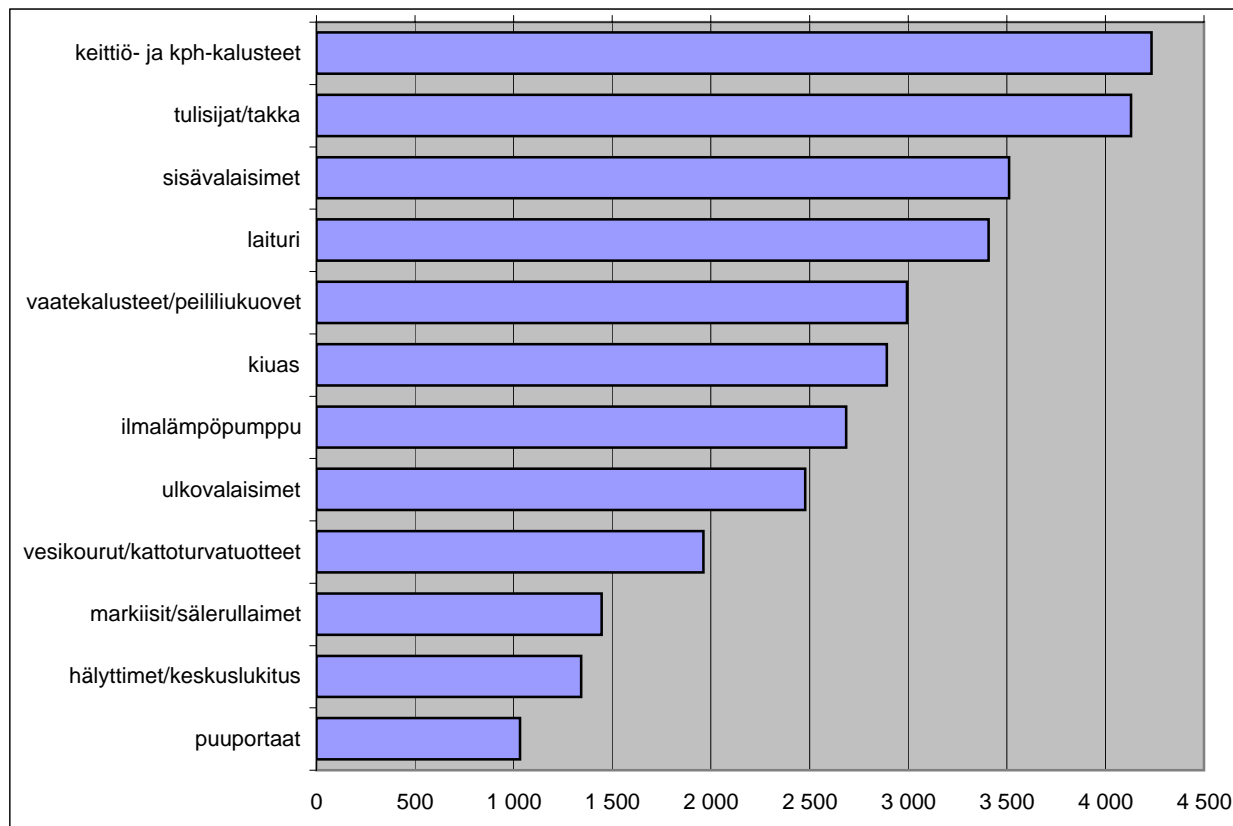


Remonttiaikomukset	vastanneet	% osuus	messuvo	
			lyymi	% remonteista
sauna	185	23,9 %	591	24 %
sisäpinnat	177	22,8 %	565	23 %
keittiö	177	22,8 %	565	23 %
sisustus	172	22,2 %	549	22 %
kylpyhuone	162	20,9 %	517	21 %
piharakennukset	138	17,8 %	441	18 %
ikkunat ja ovet	112	14,5 %	358	14 %
julkisivupinnat/verhous	97	12,5 %	310	13 %
vesikatto	90	11,6 %	287	12 %
savupiippu-/tulisijaremontti	77	9,9 %	246	10 %
laajennus	77	9,9 %	246	10 %
jätevesijärjestelmän laitto	76	9,8 %	243	10 %
lämmitysjärjestelmä	67	8,6 %	214	9 %
kodinhoitohuone	61	7,9 %	195	8 %
vesi- ja viemärijärjestelmä	46	5,9 %	147	6 %
ilmanvaihto	43	5,5 %	137	6 %
lisäeristys	42	5,4 %	134	5 %
jätehuolto-/pihavarusteet	38	4,9 %	121	5 %
kellari/perustus	37	4,8 %	118	5 %
sähköremontti	34	4,4 %	109	4 %
kosteus- tai homevaurio	31	4,0 %	99	4 %

Noin 6000:lla messukävijäperheellä oli remointihankkeita. Sauna oli listalla ensimmäisenä. Seuraavina tulivat sisäpintojen, kylpyhuoneen ja keittiön remontit.



## Kiinnostavat tuotteet/hankinnat



Kiinnostavat tuotteet/hankinnat	vastanneet	volyyymi	%-osuus
keittiö- ja kph-kalusteet	41	4 234	27,5 %
tulisijat/takka	40	4 131	26,8 %
sisävalaisimet	34	3 511	22,8 %
laituri	33	3 408	22,1 %
vaatekalusteet/peililiukuovet	29	2 995	19,5 %
kiuas	28	2 891	18,8 %
ilmalämpöpumppu	26	2 685	17,4 %
ulkovalaisimet	24	2 478	16,1 %
vesikourut/kattoturvatuotteet	19	1 962	12,8 %
markiisit/sälerullaimet	14	1 446	9,4 %
hälyttimet/keskuslukitus	13	1 342	8,7 %
puuportaajat	10	1 033	6,7 %
saniteettiposliini	9	929	6,0 %
lattialämmitys	9	929	6,0 %
kaide-/parvekelasitus	8	826	5,4 %
autotallin ovet	8	826	5,4 %
satelliittiantenni	6	620	4,0 %
keskuspölynimuri	6	620	4,0 %
lämmityskattila	4	413	2,7 %
kattoikkunat	4	413	2,7 %

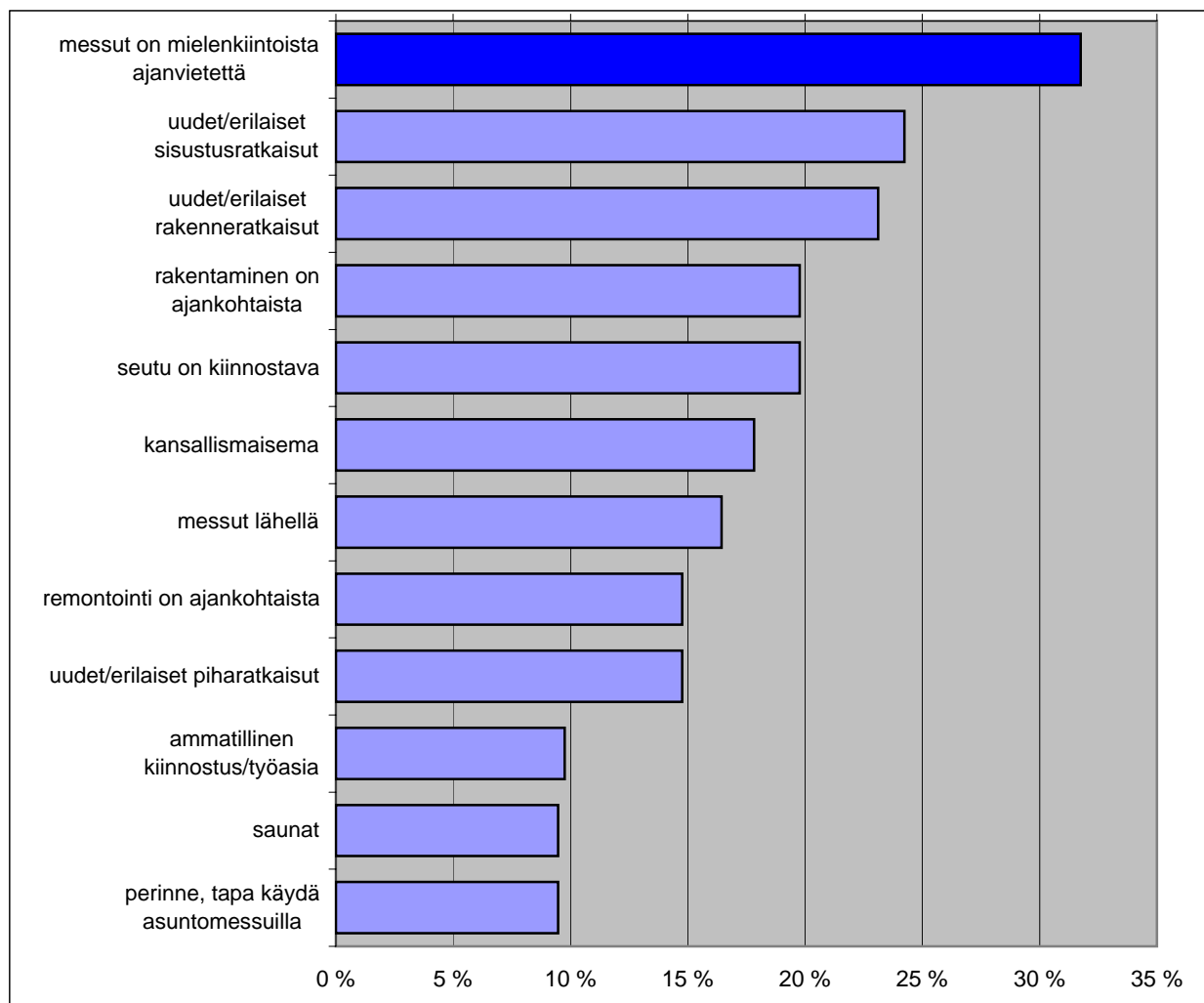
149

Kiinnostavimmat tuotteet itse loma-asuntojen jälkeen olivat keittiö- ja kylpyhuonekalusteet, tulisijat, sisävalaisimet ja laiturit



## 4. MESSUILLE TULO

### Mikä sai lähtemään messuille?



#### Mikä sai lähtemään messuille?

Käytösyy	vastanneet	% osuus	hankkeita
messut on mielenkiintoista ajanvietettä	114	32 %	4886
uudet/erilaiset sisustusratkaisut	87	24 %	3729
uudet/erilaiset rakenneratkaisut	83	23 %	3557
rakentaminen on ajankohtaista	71	20 %	3043
seutu on kiinnostava	71	20 %	3043
kansallismaisema	64	18 %	2743
messut lähellä	59	16 %	2529
remontointi on ajankohtaista	53	15 %	2272
uudet/erilaiset piharatkaisut	53	15 %	2272
ammattillinen kiinnostus/työasia	35	10 %	1500
saunat	34	9 %	1457
perinne, tapa käydä asuntomessuilla	34	9 %	1457

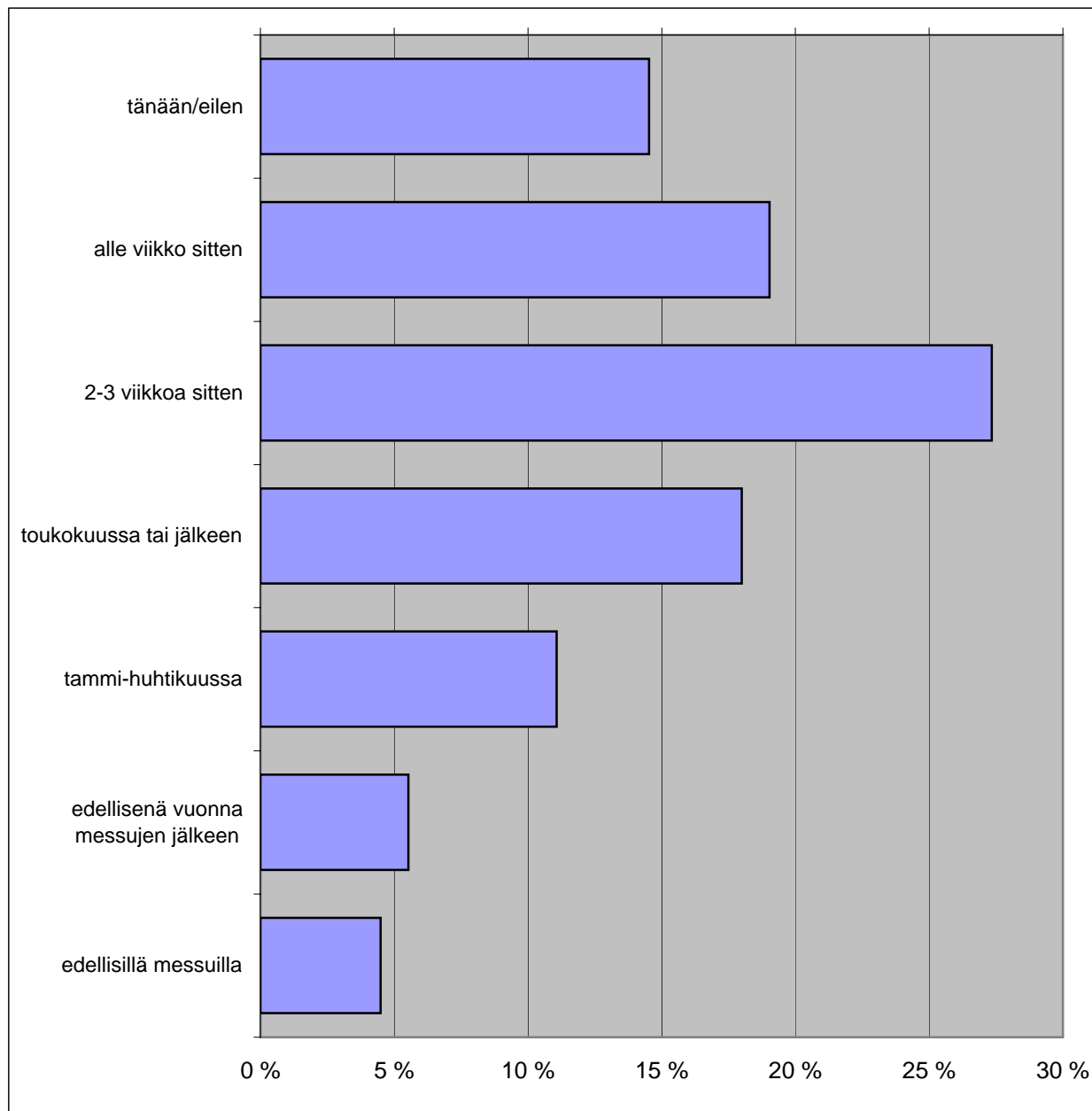
Messut ovat vastaajien mielestä oivaa ajanvietettä.

Rakentaminen tai remontointi oli ajankohtaista viidenneksellä messukävijöistä





## Päätös lähteä messuille?



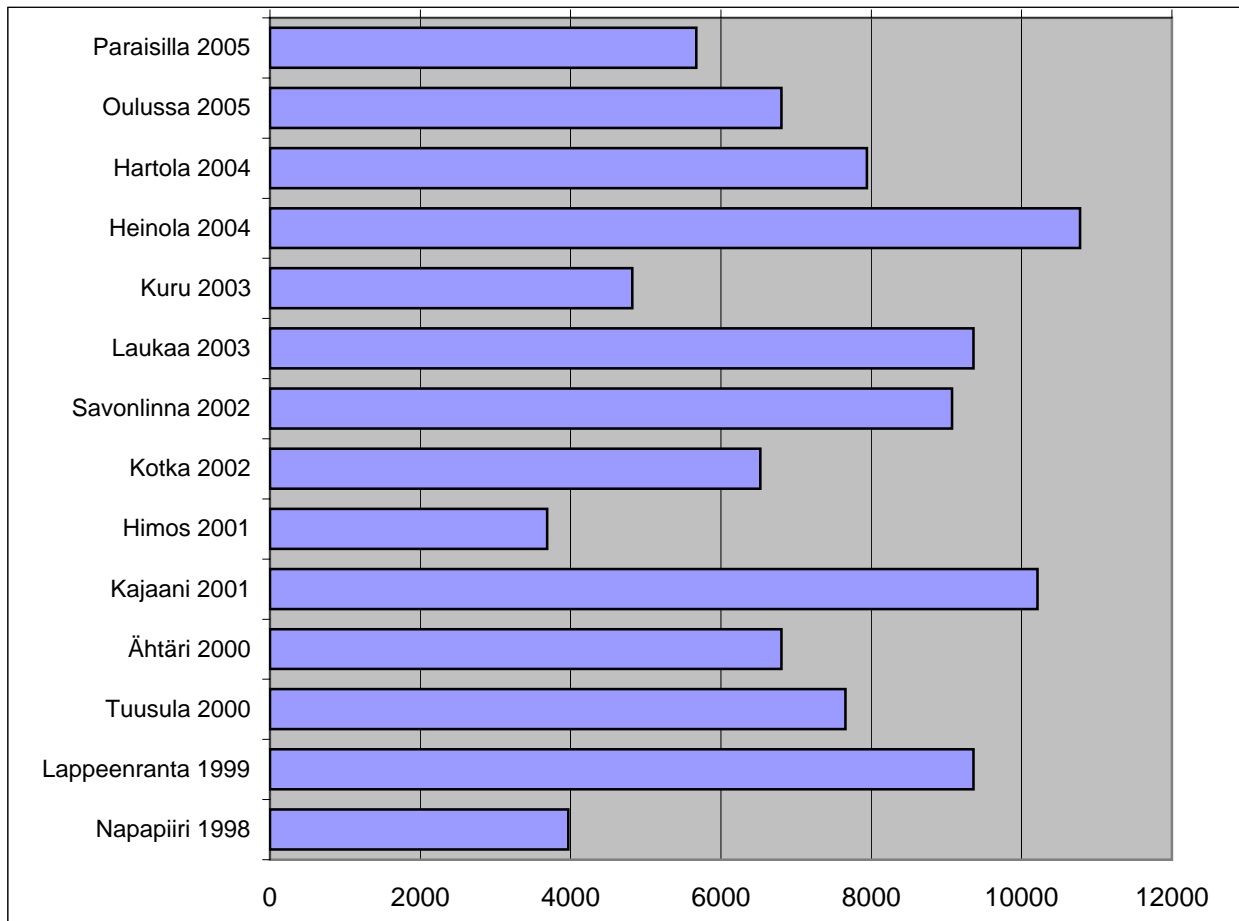
### Päätös lähteä messuille?

	vastanneet	%-osuus
tänään/eilen	42	15 %
alle viikko sitten	55	19 %
2-3 viikkoa sitten	79	27 %
toukokuussa tai jälkeen	52	18 %
tammi-huhtikuussa	32	11 %
edellisenä vuonna messujen jälkeen	16	6 %
edellisillä messuilla	13	4 %
	289	

Päätös messuille lähtemisestä tehtiin poikkeuksellisen aikaisin, sillä vain kolmannes teki päätöksen alle viikon "varoitusaajalla"



## Aikaisemmat Asunto- tai Loma-asuntomessu käynnit



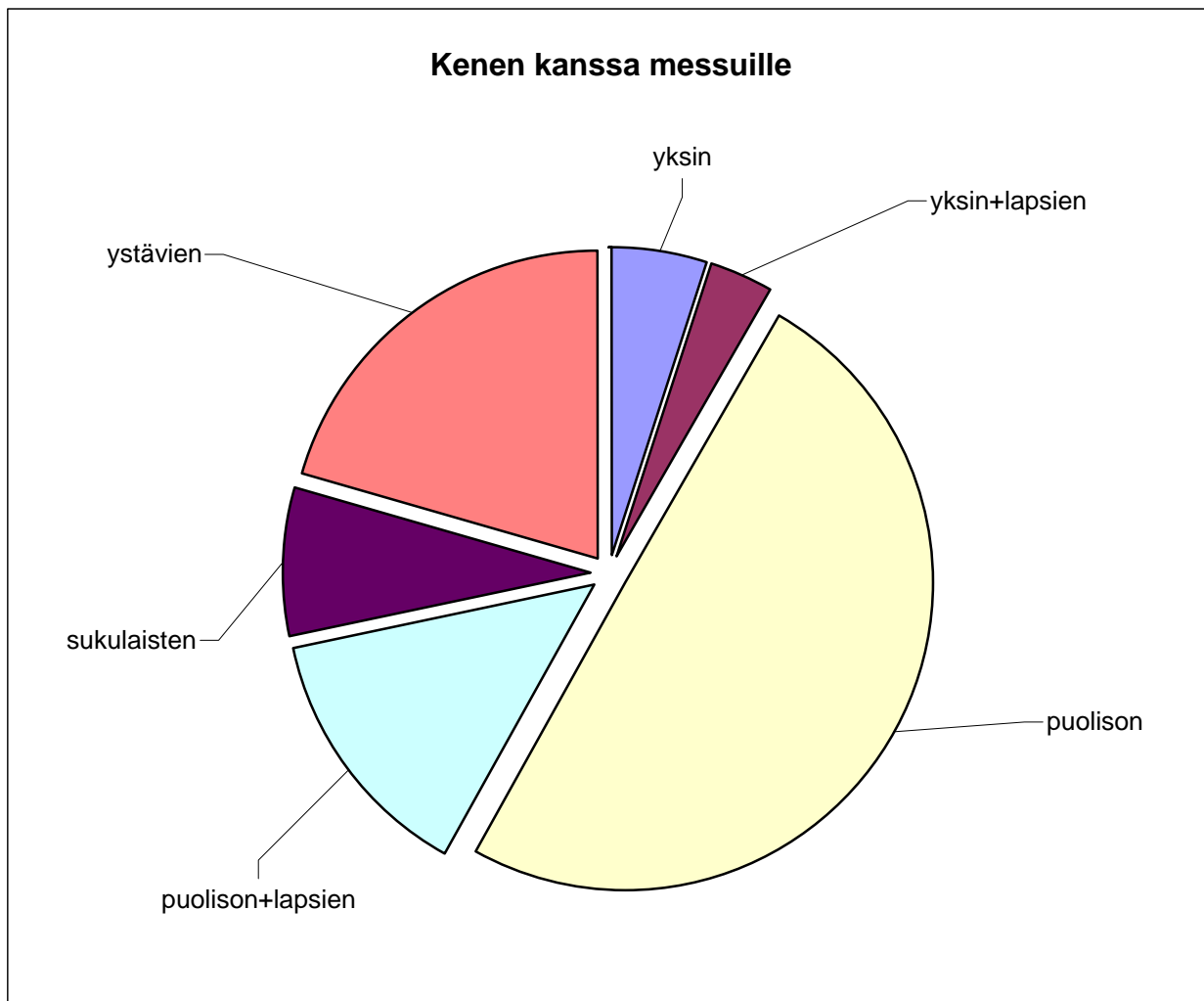
### Aikaisemmat Asunto- tai Loma-asuntomessu käynnit

	vastanneet	%-osuus	volyymi
Paraisilla 2005	20	15 %	5672
Oulussa 2005	24	18 %	6807
Hartola 2004	28	21 %	7941
Heinola 2004	38	28 %	10778
Kuru 2003	17	13 %	4822
Laukaa 2003	33	25 %	9359
Savonlinna 2002	32	24 %	9076
Kotka 2002	23	17 %	6523
Himos 2001	13	10 %	3687
Kajaani 2001	36	27 %	10210
Ähtäri 2000	24	18 %	6807
Tuusula 2000	27	20 %	7658
Lappeenranta 1999	33	25 %	9359
Napapiiri 1998	14	10 %	3971
			102 670

Messukävijät ovat uskollisia. Kolilla käyneet ovat käyneet aiemmillä messuilla yli 100 000 kertaa.



## Kenen kanssa tulit?



### Mitä kulkuneuvoja käytitte messumatkaan?

	vastanneet	% osuus
henkilöauto	255	88 %
juna	0	0 %
bussi	19	7 %
lentokone	2	1 %
pyörällä/kävelen	2	1 %
muulla tavoin	12	4 %

### Kenen kanssa tulit?

	vastanneet	% osuus
yksin	14	5 %
yksin+lapsien	10	3 %
puolison	143	50 %
puolison+lapsien	39	14 %
sukulaisten	23	8 %
ystävien	59	20 %

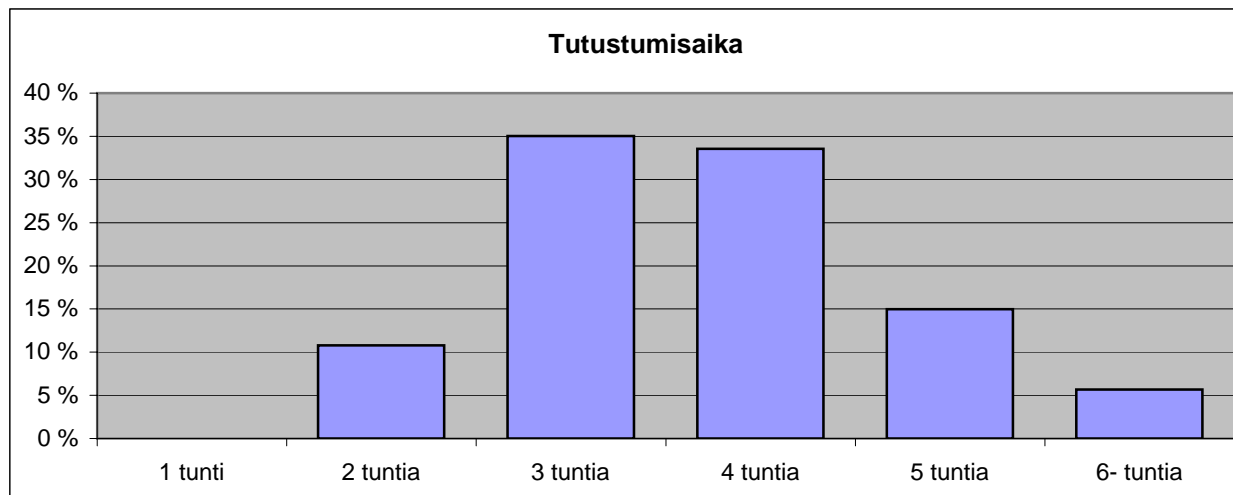
Messuille tullaan edelleen pääosin omalla autolla.

Messuille tullaan perheenjäsenen tai ystävien kanssa, vain 5 % tulee yksin.



## 5. MESSUILLA OLO

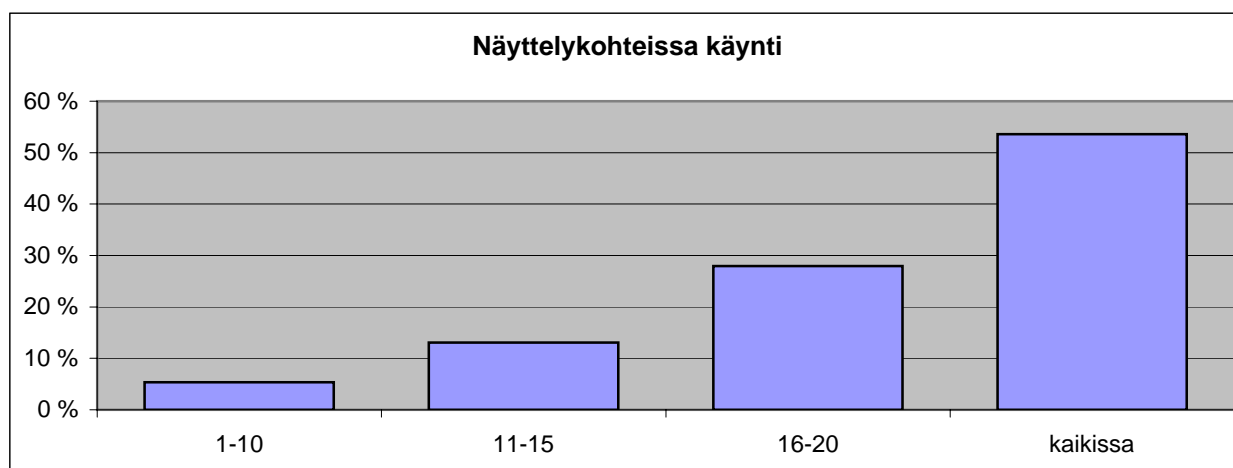
### Näyttelykohteissa käynti



#### Tutustumisaika messuihin

	vastanneet	% osuus
1 tunti	0	0 %
2 tuntia	36	11 %
3 tuntia	117	35 %
4 tuntia	112	34 %
5 tuntia	50	15 %
6- tuntia	19	6 %
	334	

Noin 90 % tutustuu messuihin yli 3 tuntia, viidennes yli 5 tuntia.



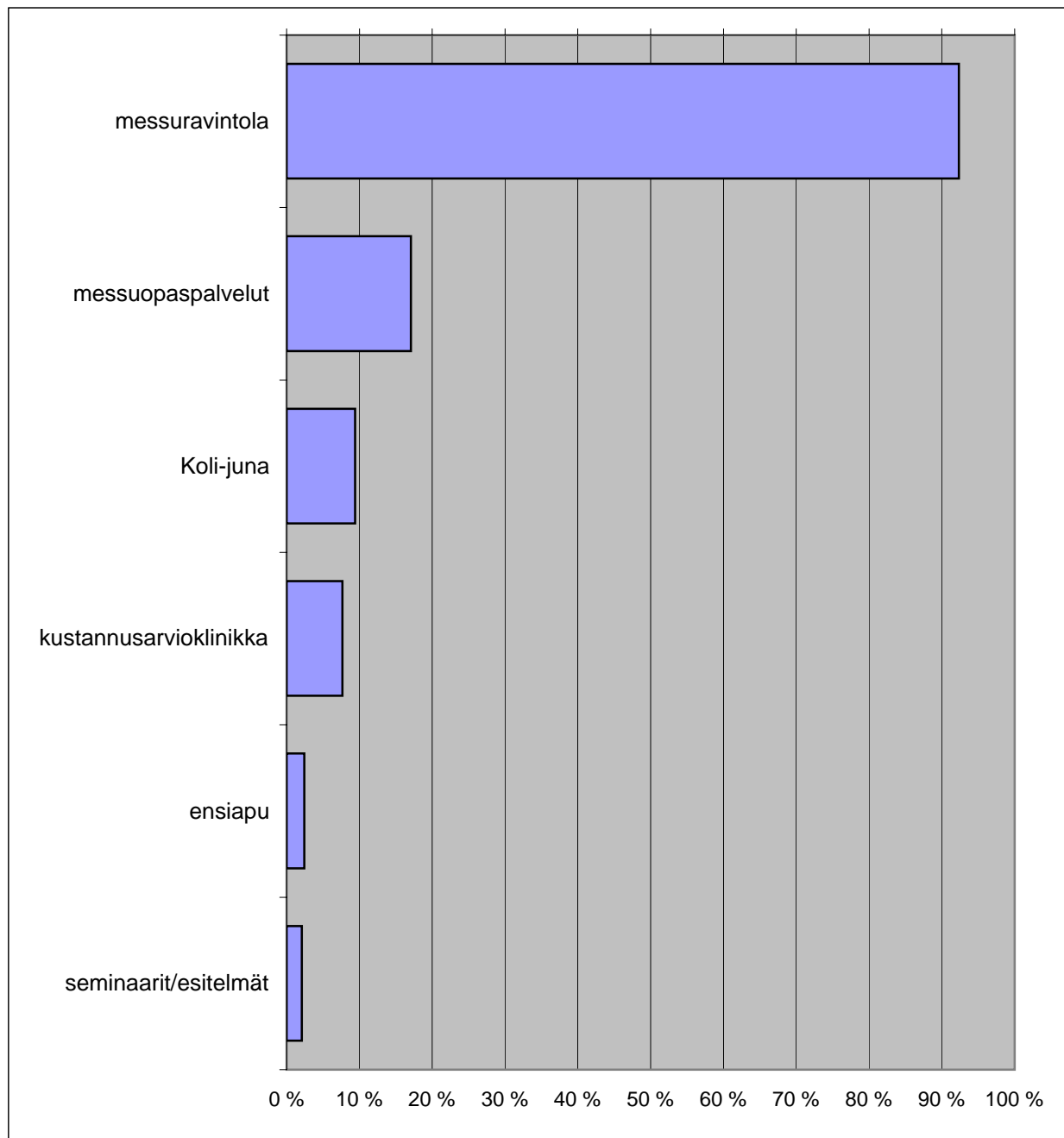
#### Näyttelykohteissa käynti

	vastanneet	% osuus
1-10	18	5 %
11-15	44	13 %
16-20	94	28 %
kaikissa	180	54 %

Messutalot kiinnostivat. Valtaosa kävijöistä tutustui lähes koko messutarjontaan.



## Mitä messupalveluita käytit?



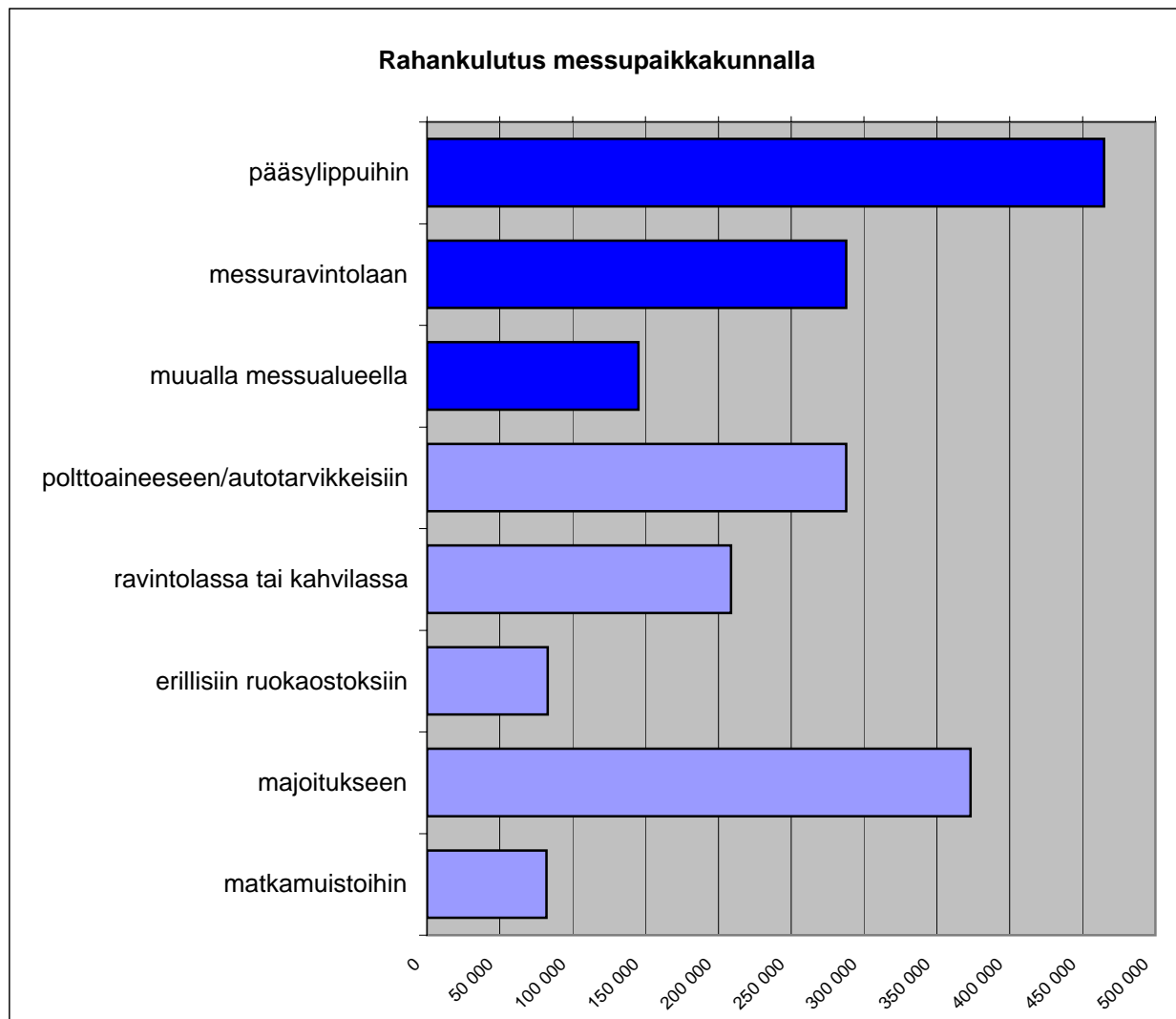
### Mitä messupalveluita käytit?

	vastanneet	% osuus
messuravintola	265	92 %
messuopaspalvelut	49	17 %
Koli-juna	27	9 %
kustannusarvioklinikka	22	8 %
ensiapu	7	2 %
seminaarit/esitelmät	6	2 %

Messuravintolaa käyttivät lähes kaikki messuvieraat. Muutama sata joutui käyttämään myös ensiapupalveluita.



## Rahan kulutus



### Kuinka paljon seurueenne käytti

#### rahaa henkilöä kohden?

	euroa/kävijä	yhteensä
pääsylippuihin	12,23	464 801
messuravintolaan	7,57	287 698
muualla messualueella	3,82	145 179
		897 678

### Rahan kulutus muualla

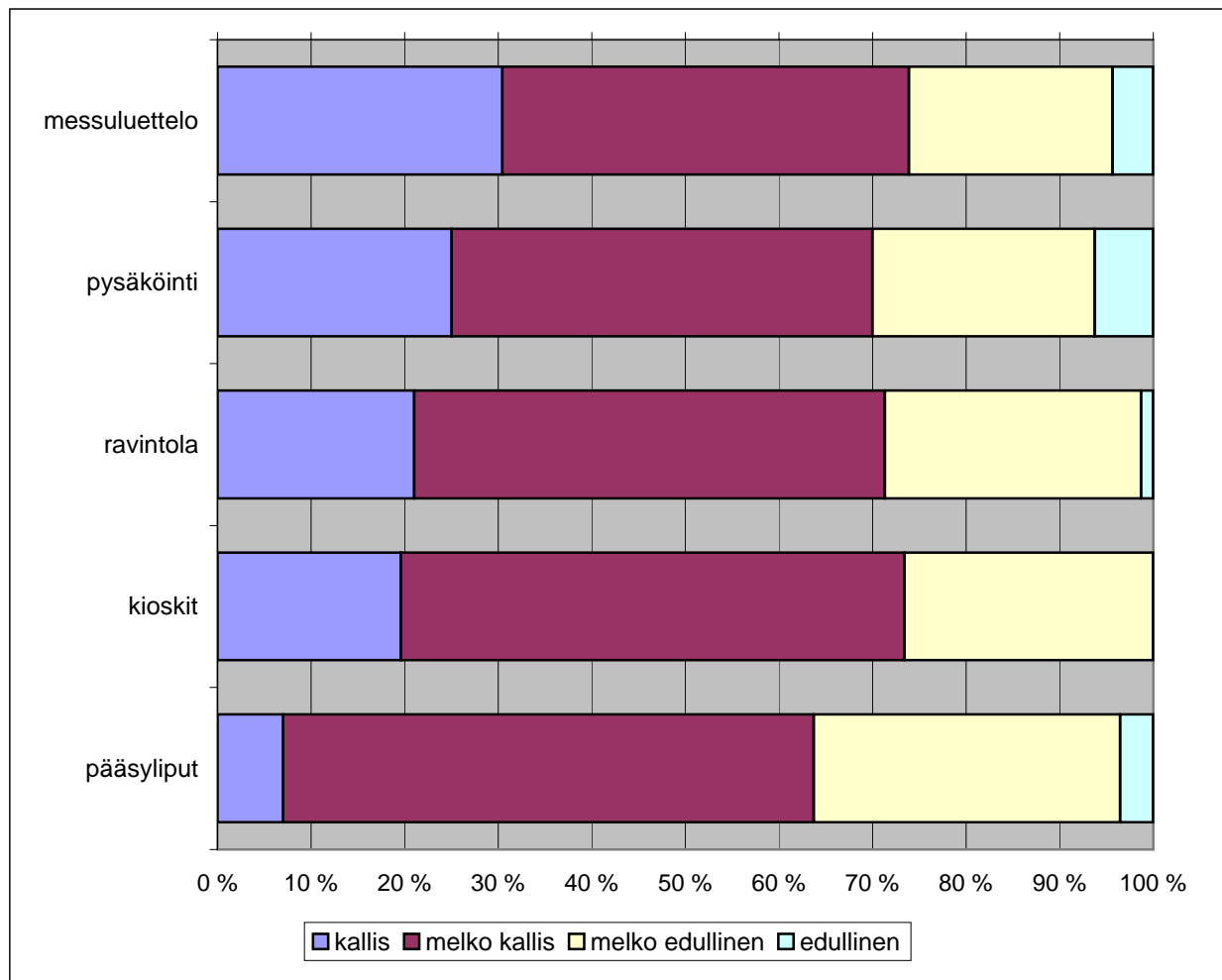
#### messupaikkakunnalla

	euroa/kävijä	yhteensä
polttoaineeseen/autotarvikkeisiin	7,57	287 698
ravintolassa tai kahvilassa	5,49	208 647
erillisiin ruokaostoksiin	2,18	82 851
majoitukseen	9,82	373 209
matkamuistoihin	2,16	82 091
		1 034 496

Messuvieraat jättivät 1,9 miljoonaa euroa messupaikkakunnalle.



## Palveluiden hinnat



### Palveluiden hinnat

	kallis	melko kallis	melko edullinen	edullinen	yhteensä
messuluettelo	42	60	30	6	138
pysäköinti	40	72	38	10	160
ravintola	33	79	43	2	157
kioskit	28	77	38	0	143
pääsyliput	12	97	56	6	171

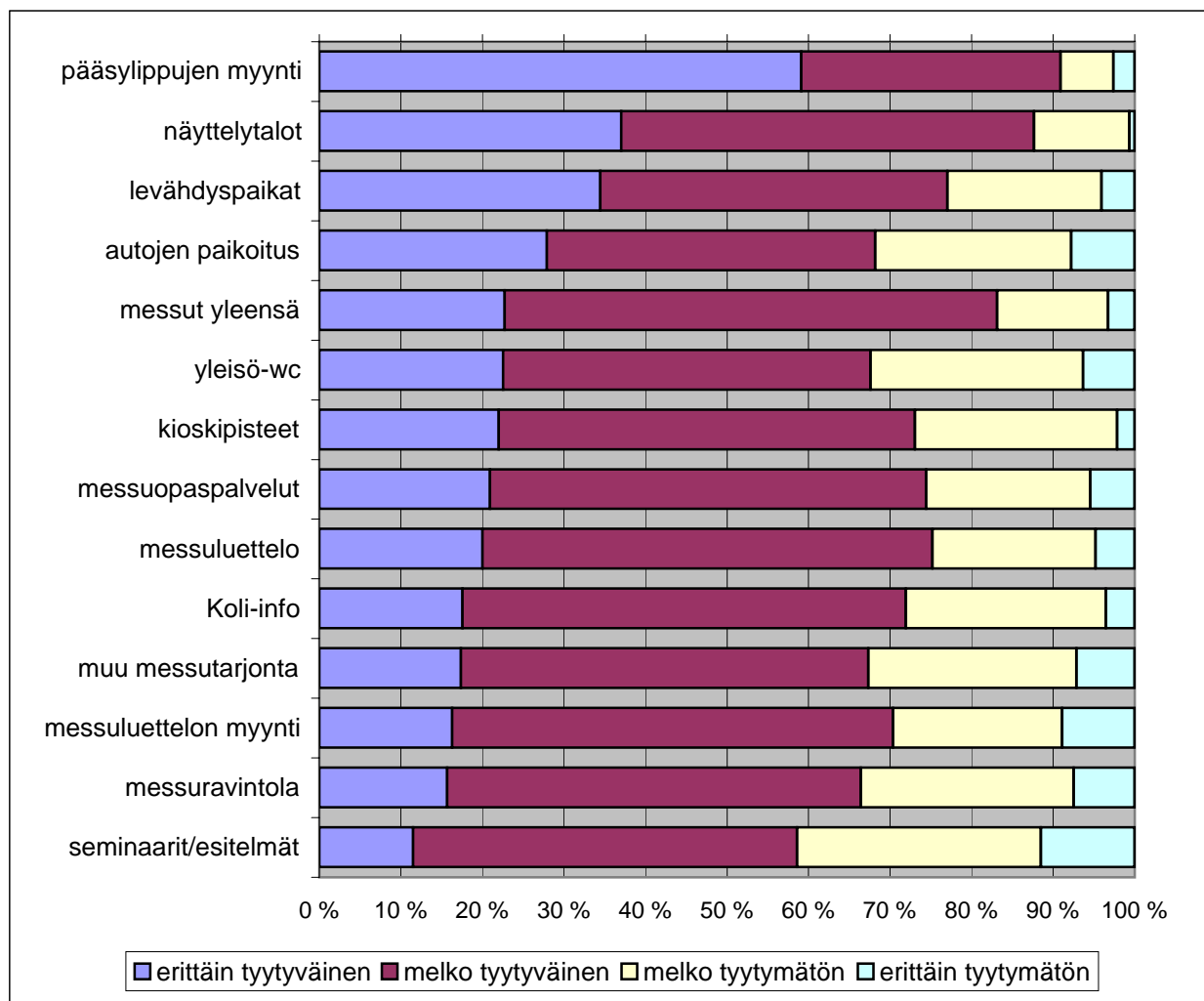
### Palveluiden hinnat

	kallis	melko kallis	melko edullinen	edullinen	yhteensä
messuluettelo	30 %	43 %	22 %	4 %	100 %
pysäköinti	25 %	45 %	24 %	6 %	100 %
ravintola	21 %	50 %	27 %	1 %	100 %
kioskit	20 %	54 %	27 %	0 %	100 %
pääsyliput	7 %	57 %	33 %	4 %	100 %

Pääsylippujen hinnat eivät aiheuttaneet suurta tyytymättömyyttä.



## Olitko tyytyväinen seuraaviin palveluihin?



### Olitko tyytyväinen seuraaviin palveluihin?

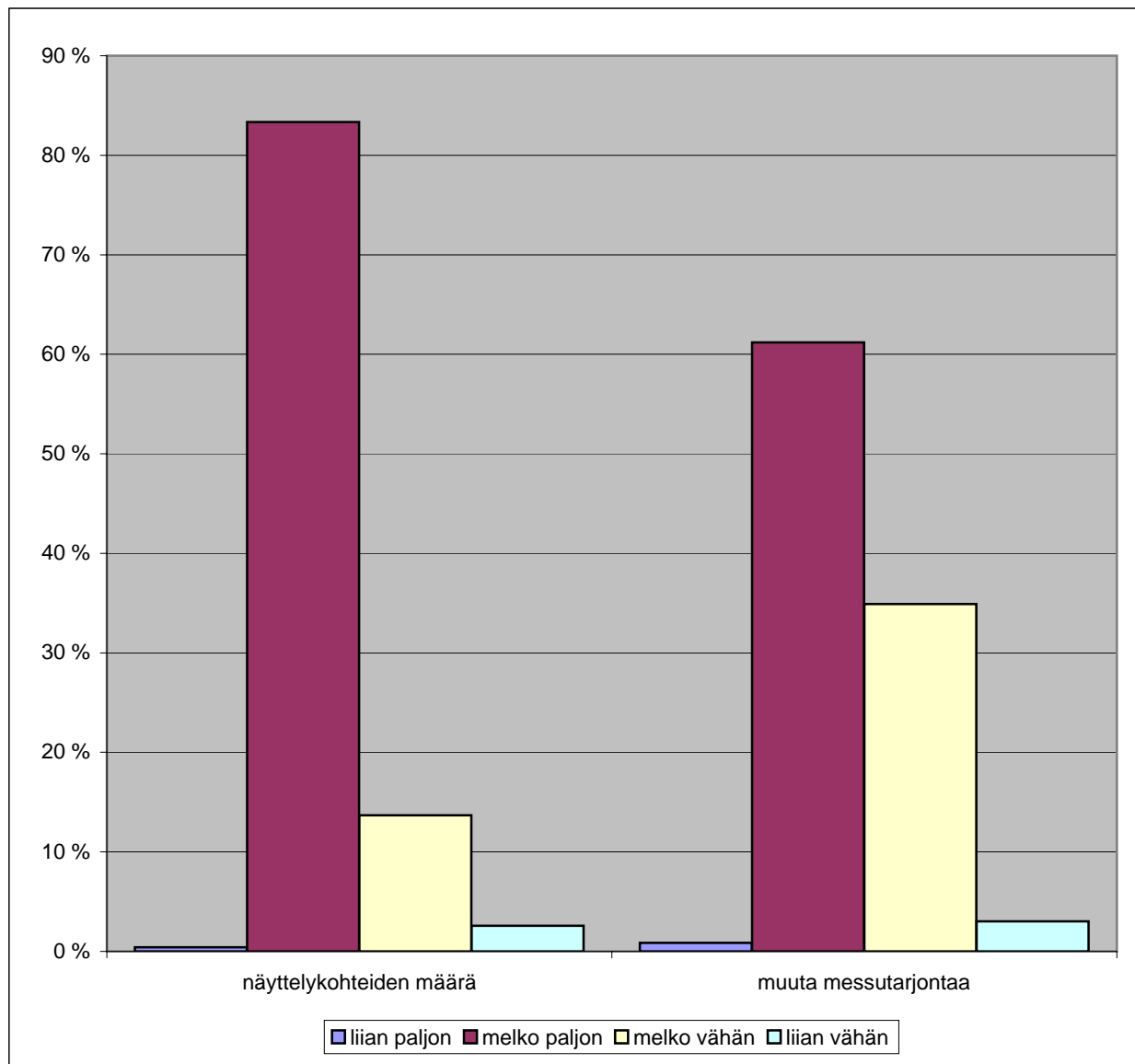
	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
pääsylippujen myynti	59 %	32 %	6 %	3 %
näyttelytalot	37 %	51 %	12 %	1 %
levähdyspaikat	34 %	43 %	19 %	4 %
autojen paikoitus	28 %	40 %	24 %	8 %
messut yleensä	23 %	60 %	14 %	3 %
yleisö-wc	23 %	45 %	26 %	6 %
kioskipisteet	22 %	51 %	25 %	2 %
messuopaspalvelut	21 %	53 %	20 %	5 %
messuluettelo	20 %	55 %	20 %	5 %
Koli-info	18 %	54 %	25 %	4 %
muu messutarjonta	17 %	50 %	26 %	7 %
messuluettelon myynti	16 %	54 %	21 %	9 %
messuravintola	16 %	51 %	26 %	7 %
seminaarit/esitelmät	11 %	47 %	30 %	11 %

Jos kritisoitiin palvelujen hintaa, niin itse palveluihin oltiin kyllä tyytyväisiä - eli maksetulle rahalle oli saatu vastinetta.





## Messutarjonnan riittävyys



Messutarjonnan riittävyys	liian paljon	melko paljon	melko vähän	liian vähän
näyttelykohteiden määrä	1	195	32	6
muuta messutarjontaa	2	142	81	7

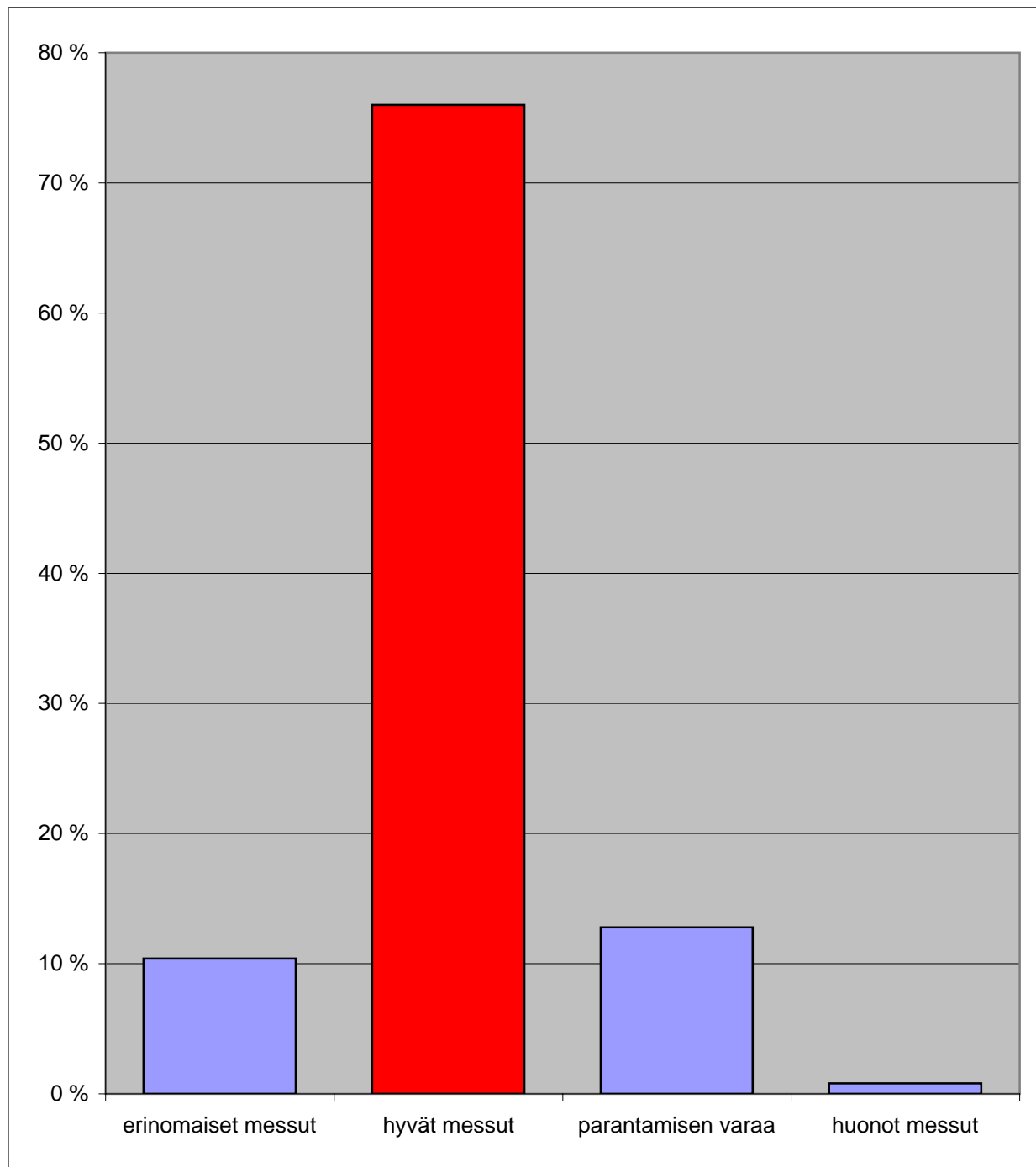
  

Messutarjonnan riittävyys	paljon	paljon melko vähän	vähän	
näyttelykohteiden määrä	0 %	83 %	14 %	3 %
muuta messutarjontaa	1 %	61 %	35 %	3 %

Näyttelykohteiden määrään oltiin hyvin tyytyväisiä. Kolmasosa kävijöistä jäi odottamaan messutarjontaan muuta lisäsisältöä.



## Yleisarvosana messuista



### Yleisarvosana messuista

	vastanneet	% osuus
erinomaiset messut	26	10 %
hyvät messut	190	76 %
parantamisen varaa	32	13 %
huonot messut	2	1 %

Kiteytetty kävijätyytyväisyysarvio osoittaa messuonnistumista.



## Palaute hyvää

### asunnot

avulias henkilökunta +++  
Bussikuljetus, reitit, wc:t, ravintolat  
Ei liikaa porukkaa 2  
Enemmän mökkimessut kuin aikaisemmat  
esitteet  
Esittelyt 2  
Hieno JUttu  
Kaunis mäntykangas. bussikyyti toimii  
Honkarakenteen mökit ovat po  
Honkarakenteen mökit ovat po  
Hyviä taloja  
Hyvä alue  
Hyvä reitti kulkea. järjestäjät + esittelijät  
Hyväpaikka  
Hyvässä paikassa pielisen rannalla  
Hyvät messut. Kauniita kohteita  
Hyvät opasteet  
Hyvää Kaikkineen  
Ihan Kiva  
Ihan Perusmessuset  
Ihan yes MESSUT  
Ihana alue, ei suuria ruuhkia  
Ihanaa, asunnot upeita!  
Ihania taloja ja kauniita sisustuksia  
hienot "mökki" 2  
Järjestelyt 3  
Kaikki ok  
Kaunis ilma 5  
Kaunista  
Keskitasoa  
Kivoja sisustuksia  
hyvää kaikkineen  
Kohtuullisen kokoisia rakennuksia  
Kokonaisuus . maasto  
Kolin maisemat, hyvää jälkeä  
Komeita huviloita, upeat maisemat  
Käytetty paikallisia työntekijöitä & suunnittelijoita  
Luonnonkauniilla Paikoilla  
Luonto , Riittävät palvelut  
Lähellä kotia  
Maisemat 15  
materiaaliesittely, sisustusratkaisut , tekstiilit  
mielenkiintoista  
Monipuolisuus 6  
Nämä messut  
OK 2  
opastukset  
Paikallisuus Hyvin läsnä

### Paikka 2

Paljon erilaisia kohteita  
Paljon hyviä ideoita  
Paljon hyviä toimivia ratkaisuja  
Paljon hyvää  
Paljon kohteita  
paljonmielenkiintoisia kohteita opastus hyvää  
Palvelu ystävällistä. Sää helteinen  
porealtaat  
Riittävästi kohteita  
Ryhmittäminen oli hyvä  
selkeä kulku . monipuolista  
selvä reititys  
Siisti ympäristö  
sopiva koko, erilaisia ratkaisuja  
Sopivasti kohteita ja maisemat  
Sopivasti kohteita myös tavalliselle ihmiselle  
Taide matkan varrella (esim. näkki ja mörri)  
Toimivuus  
Upea sijainti, monipuolinen tarjonta  
Upeat maisemat  
Vanhojen talojen entisöinti.  
välimatkat  
Väljäällä Kulkea  
Ympäristö  
Ystävällisiä esittelijöitä 4

Messututkimuslomakkeeseen, jossa oli vapaa sana -osio vastasi yhteensä 74 henkilöä tai perhettä. Palaute painottui maiseman ihailuun, mutta myös näyttelytarjontaan.



## Palaute huonoa

Ei mitään moitittavaa  
Ei omaa rantaa 3  
ei sanottavasti 2  
huono ruoka  
Ilmaisten vesipisteiden puute.

Kaikki liian hienoa, muutama normaali mökki olisin saanut olla  
Kaikki olivat synkkiä ja tummia, ei kiitos kesällä!huonot saunat,  
ei jalkatilaa

Kaikki samanlaisia, esim. ulkonäössä vain 5 erottui edukseen  
Kaipasin enemmän grillauksenliittynyttä  
Kallista  
Keskeneräiset kohteet 3  
Kohteet liian hintavia 5  
Liian luksusta meidän makuun  
Liian lämmin sää 2  
liian suolainen pyttipannu  
Liian vähän ruokailumahdollisuuksia  
Liian vähän tavallisten ihmisten mökkejä 2  
messuoppaan tulisi kuulua hintaan  
miksi ravintoloissa ym, ei lajitella jätteitä  
Mp parkkipaikka ja maksut  
Muutamassa huvilassa liian kapeat kierreportaat  
Olisi saanut olla enemmän kohteita.  
opasteita liian vähän 2  
Paikoitustilat kaukana  
Parkkialue kaukana. koiria ei voi jättää autoon kun ei pääse  
välillä tarkistammaa  
Parkkipaikat kaukana  
Pelkkää jonotusta  
Pihakeittiöosuus mainontaan nähne heikko  
Pikku koppeja asunnoissa. Haluan Avaraa tilaa

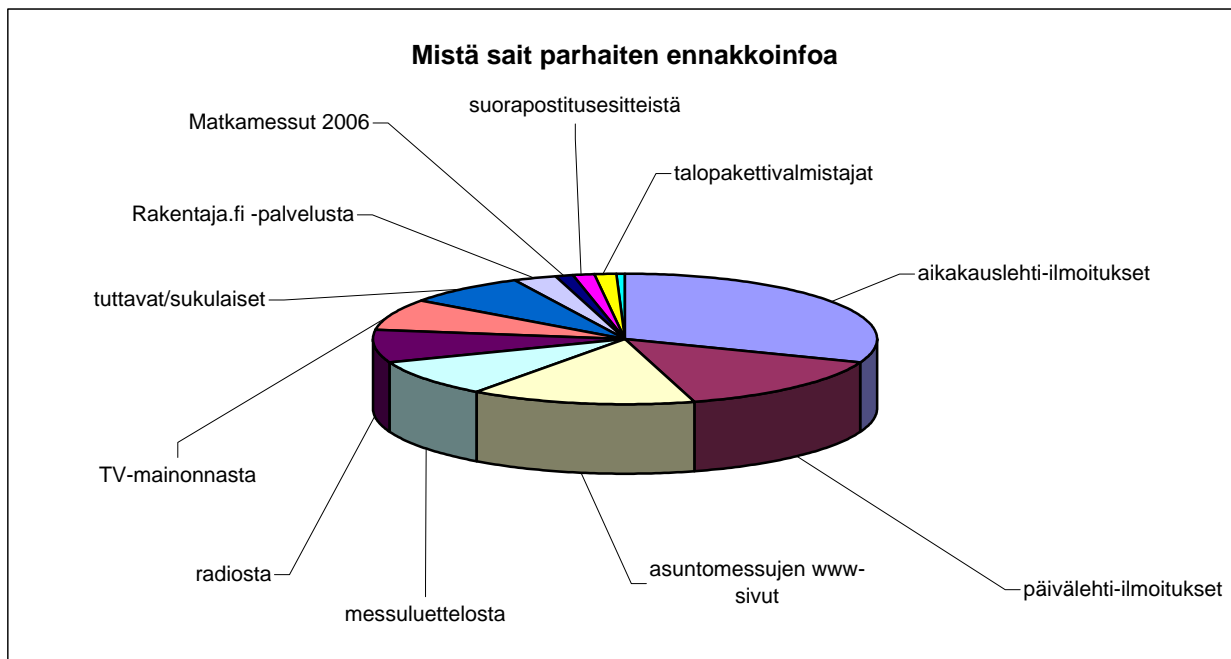
Pitkä kävelymatkat kohteiden välillä . ei varsinaisia rantatontteja  
Pitkät välimatkat 4  
Ranta on poissa!!!  
Ravintolan sijainti  
Reittiopastus alueittain selkeämpi  
Saunat liian samanlaisia  
tavallisia mökkejä ei ollenkaan  
tie messualueelle 5  
Tietyöt 2  
Tiheä rakentaminen  
tuleeko alueesta liian kirjava  
tungos 2  
Väsyneet esitteliät

Messuvieraat moittivat liikennettä, parkkialuetta, messuravintolaa - mutta eivät juurikaan itse messuja. Odotusarvona oli kylläkin mm. enemmän rantatontteja.



## 7. MESSUVIESTINTÄ

### Mistä parasta ennakkoinfoa



#### Mistä etsitte eli mistä oletitte saavanne parhaiten tietoa messuista?

	vastanneet	% osuus
aikakauslehdistä	110	31 %
internetistä	76	22 %
päivälehdistä	59	17 %
TV-mainonnasta	28	8 %
asuntomessujen www-sivut talven ja kevään rakennusmessuilta	28	8 %
radiosta	18	5 %
Rakentaja.fi -palvelusta	15	4 %
suorapostitusesitteistä	8	2 %
maantiejättitauluista	5	1 %
taksikytkimainonnasta	3	1 %
	0	0 %
<b>Yhteensä</b>	<b>350</b>	

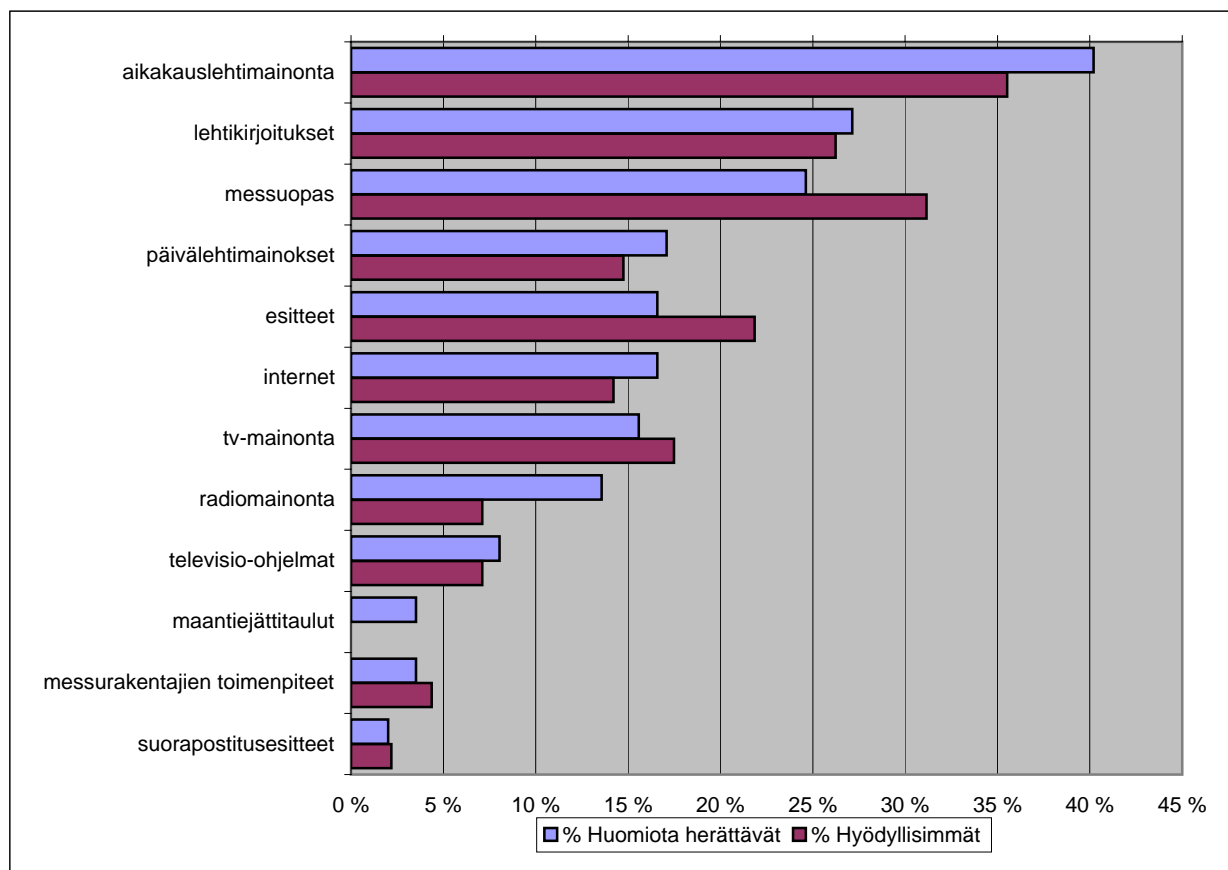
#### Mistä saitte parasta ennakkoinfoa messuista?

	vastanneet	% osuus
aikakauslehti-ilmoitukset	95	31 %
päivälehti-ilmoitukset	45	15 %
asuntomessujen www-sivut	44	14 %
messuluettelosta	28	9 %
radiosta	25	8 %
TV-mainonnasta	24	8 %
tuttavat/sukulaiset	24	8 %
Rakentaja.fi -palvelusta	8	3 %
Matkamessut 2006	4	1 %
suorapostitusesitteistä	4	1 %
talopakettivalmistajat	4	1 %
Kolin messutoimisto	2	1 %
www.asuntomessuopas.fi -sivuilta	0	0 %
<b>Yhteensä</b>	<b>307</b>	

Aikakauslehtien rooli messujen ennakkoinfon antajana on edelleen suurin



## Huomiota herättävimmät ja hyödyllisimmät tietolähteet messutiedotuksessa?



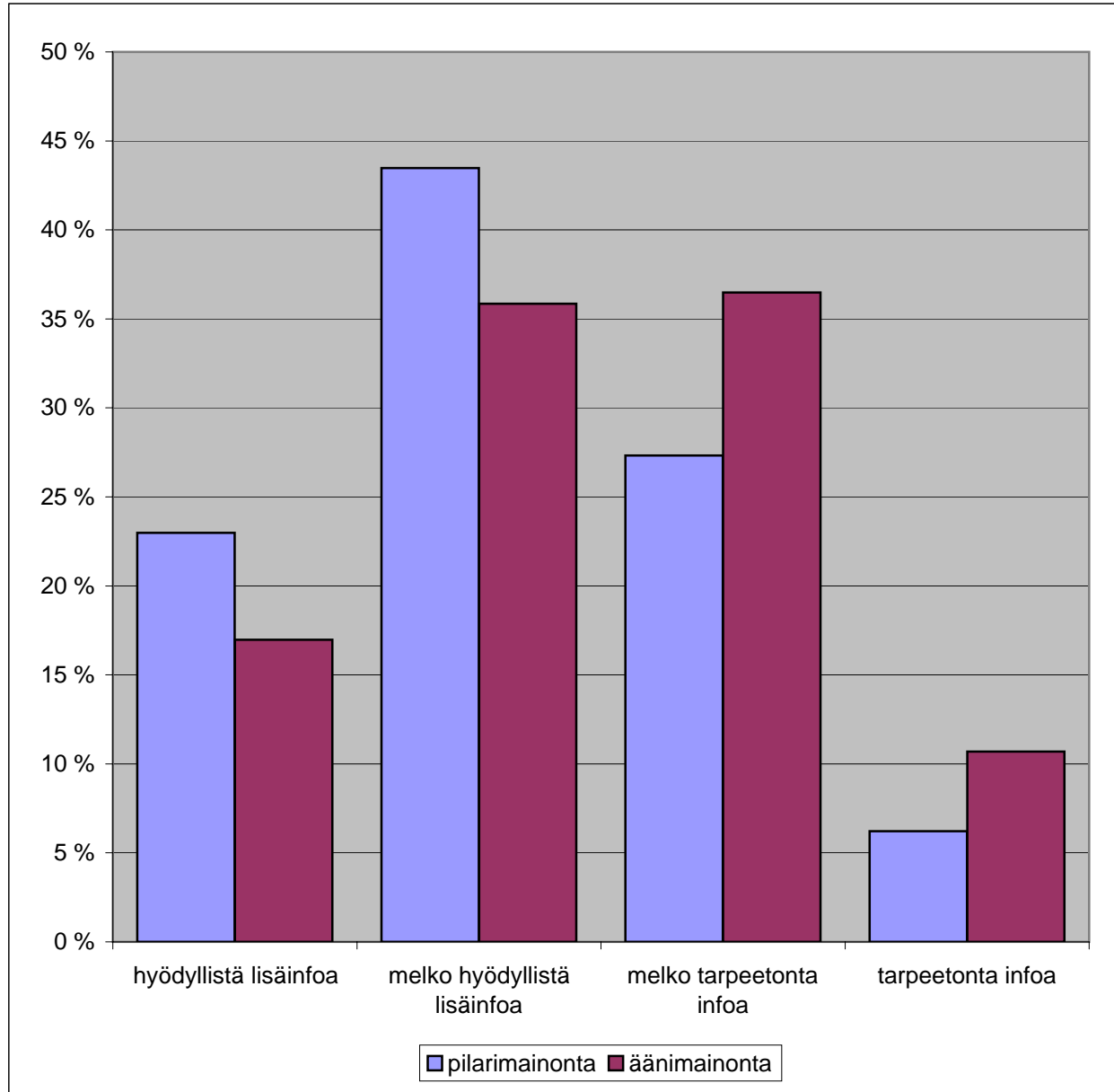
### Huomiota herättävimmät ja hyödyllisimmät tietolähteet messutiedotuksessa?

	Huomiota herättävät	Hyödyllisimmät	% Huomiota herättävät	% Hyödyllisimmät
aikakauslehtimainonta	80	65	40 %	36 %
lehtikirjoitukset	54	48	27 %	26 %
messuopas	49	57	25 %	31 %
päivälehtimainokset	34	27	17 %	15 %
esitteet	33	40	17 %	22 %
internet	33	26	17 %	14 %
tv-mainonta	31	32	16 %	17 %
radiomainonta	27	13	14 %	7 %
televisio-ohjelmat	16	13	8 %	7 %
maantiejäyttötaulut	7	0	4 %	0 %
messurakentajien toimenpiteet	7	8	4 %	4 %
suorapostitus-esitteet	4	4	2 %	2 %

Messut on huomioitu aikakauslehdissä, jotka koettiin myös hyödyllisimmiksi.



## Pilari- ja äänimainonta



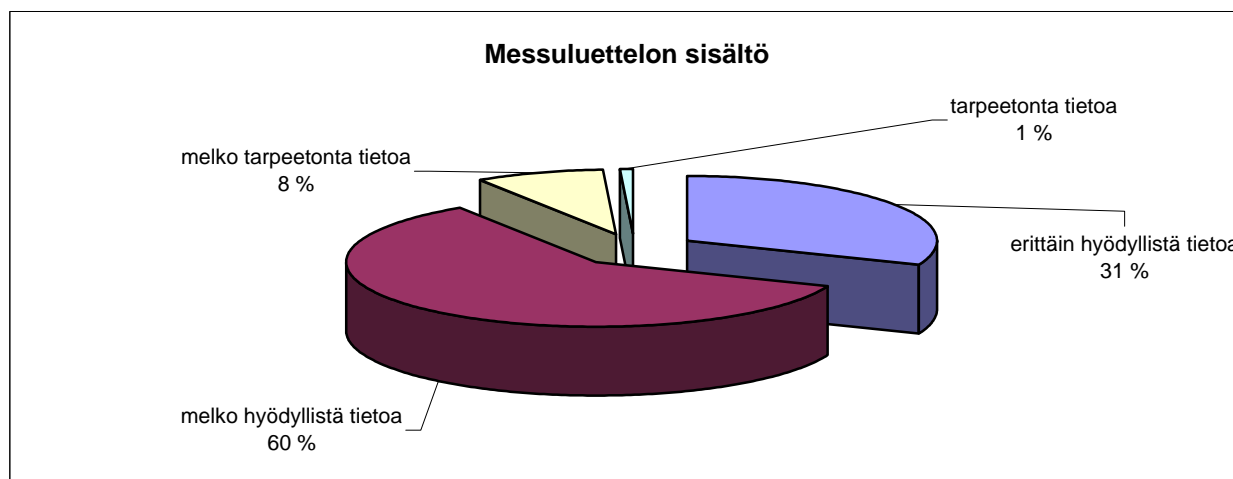
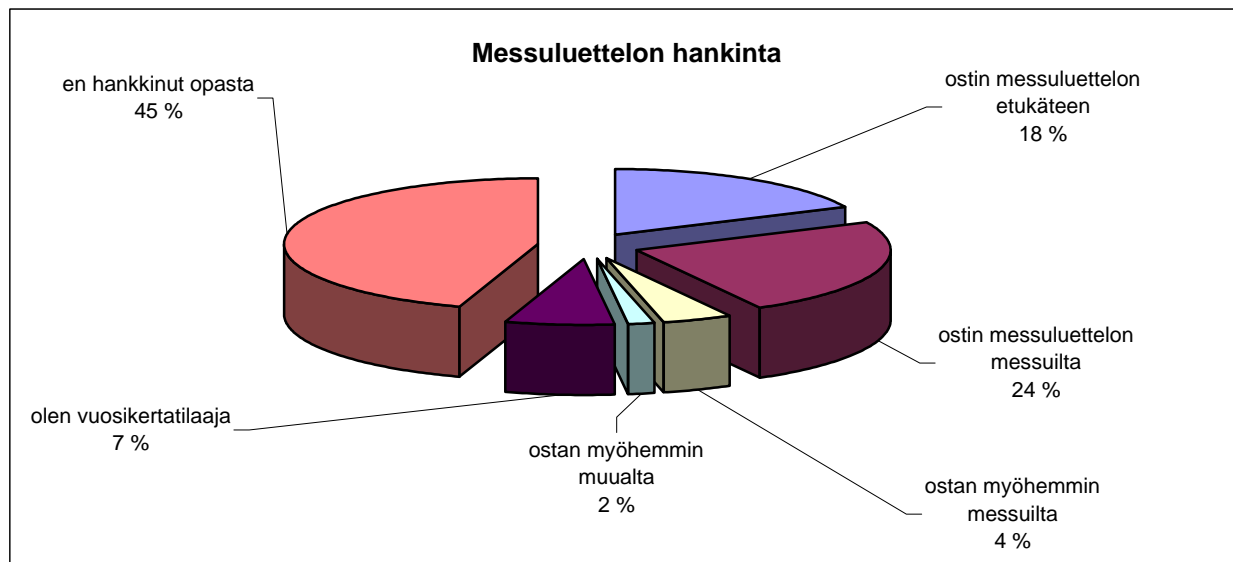
### Pilari- ja äänimainonta

	pilarimainonta	äänimainonta	pilarimainonta	äänimainonta
hyödyllistä lisäinfoa	37	27	23 %	17 %
melko hyödyllistä lisäinfoa	70	57	43 %	36 %
melko tarpeetonta infoa	44	58	27 %	36 %
tarpeetonta infoa	10	17	6 %	11 %
	161	159	100 %	100 %

Messuaikainen tuotemainonta jakoi mielipiteet.



## Messuluettelo



Messuluettelon hankintatapa	vastanneet	Parainen	Koli 2006	Koli
		2005		volyymi
ostin messuluettelon etukäteen	29	23 %	18 %	2 789
ostin messuluettelon messuilta	38	23 %	24 %	3 654
ostan myöhemmin messuilta	7	1 %	4 %	673
ostan myöhemmin muualta	3	1 %	2 %	288
olen vuosikertatilaaja	11	8 %	7 %	1 058
en hankkinut opasta	72	45 %	45 %	6 924
				15 387

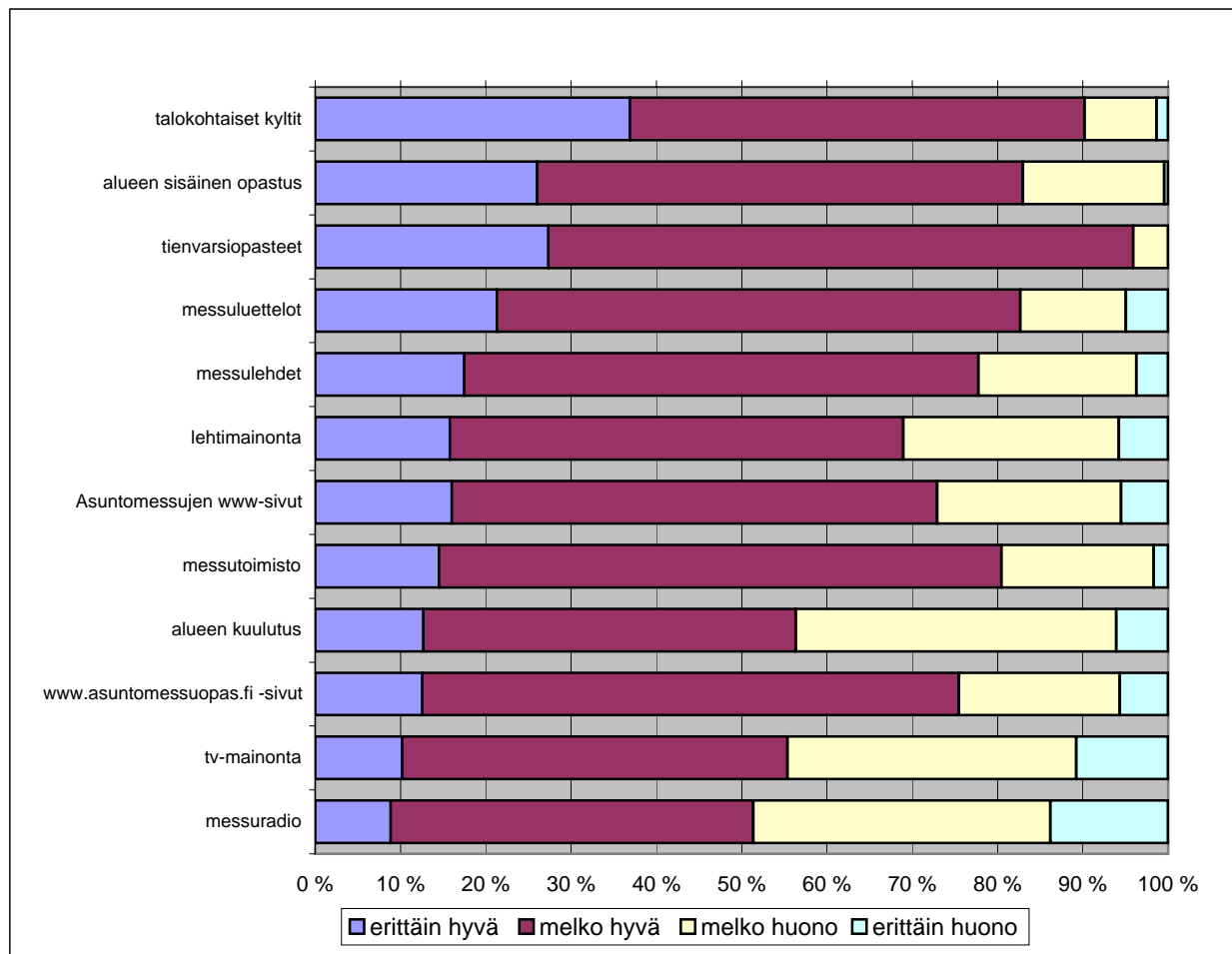
Messuluettelon sisältö	vastanneet	Parainen	Koli 2006
		2005	
erittäin hyödyllistä tietoa	37	49 %	31 %
melko hyödyllistä tietoa	71	50 %	60 %
melko tarpeetonta tietoa	10	1 %	8 %
tarpeetonta tietoa	1	1 %	1 %

Messuluettelon osti messuilta reilut 3 600 kävijäperhettä. Messuluettelon sisältöön oltiin pääosin hyvin tyytyväisiä.





## Arviot messutiedotuksen tasosta



### Arviot messutiedotuksen tasosta

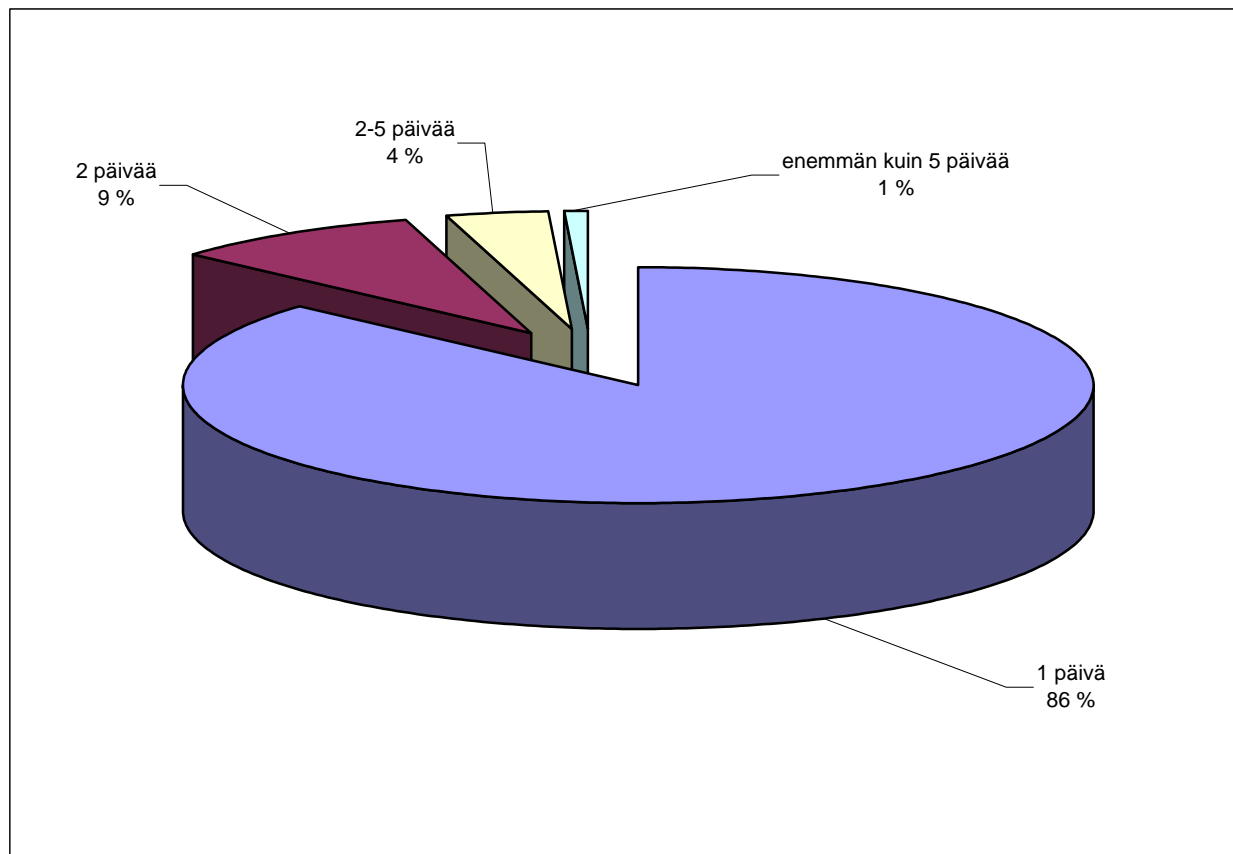
	erittäin hyvä	melko hyvä	melko huono	erittäin huono
talokohtaiset kyltit	37 %	53 %	8 %	1 %
alueen sisäinen opastus	26 %	57 %	17 %	0 %
tienvarsiopasteet	27 %	69 %	4 %	0 %
messuluettelot	21 %	61 %	12 %	5 %
messulehdet	17 %	60 %	19 %	4 %
lehtimainonta	16 %	53 %	25 %	6 %
Asuntomessujen www-sivut	16 %	57 %	22 %	6 %
messutoimisto	15 %	66 %	18 %	2 %
alueen kuulutus	13 %	44 %	38 %	6 %
www.asuntomessuopas.fi -sivut	13 %	63 %	19 %	6 %
tv-mainonta	10 %	45 %	34 %	11 %
messuradio	9 %	43 %	35 %	14 %

Parhaiten kiitosta saivat talokohtaiset kyltit ja opasteet.  
Jostain syystä alueen kuulutus ei toiminut. Samoin TV-mainontaa ja messuradiota kritisoitiin.



## 8. VIIPYMINEN JA MIELIPITEET MESSUPAIKKAKUNNASTA

### Messumatkan kokonaiskesto



#### Messumatkan kokonaiskesto

	vastanneet	% osuus
1 päivä	293	87 %
2 päivää	30	9 %
2-5 päivää	12	4 %
enemmän kuin 5 päivää	3	1 %
	338	0 %

#### Millaisena matkailukohteena näkisitte

##### Kolin tulevaisuuden?

	vastanneet	% osuus
perhematkailukohteena	129	42 %
myös viihdepalvelut käsittävänä matkailukohteena	46	15 %
luontomatkailukohteena	132	43 %
	307	

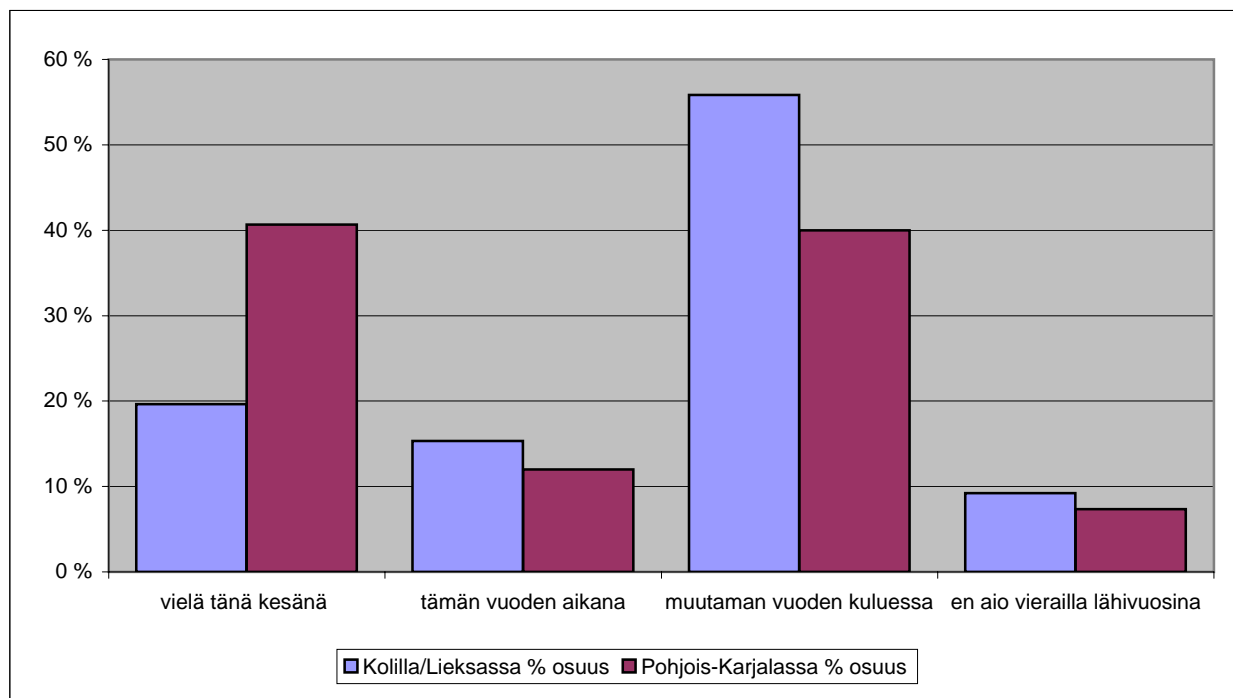
#### Kävittekö/aiotteko käydä messumatkalla muissa Lieksan matkailukohteissa

	vastanneet	% osuus
kyllä	132	43 %
en	178	57 %
	310	

Peräti 43 %:lla oli ainakin aikomuksia tutustua muuhunkin matkailutarjontaan.



## Aiotteko vierailla Kolilla/Lieksassa/Pohjois-Karjalassa uudelleen?



### Aiotteko vierailla Kolilla/Lieksassa/Pohjois-Karjalassa uudelleen?

	Kolilla/Lieksassa		Pohjois-Karjalassa	
	% osuus	volyymi	% osuus	volyymi
vielä tänä kesänä	20 %	7 461	41 %	15 455
tämän vuoden aikana	15 %	5 829	12 %	4 561
muutaman vuoden kuluessa	56 %	21 218	40 %	15 202
en aio vierailla lähivuosina	9 %	3 497	7 %	2 787

### Lieksa kaupunkina

	vastanneet	% osuus
parempi kuin odotin	21	18 %
odotusteni mukainen	96	80 %
huonompi kuin odotin	3	3 %

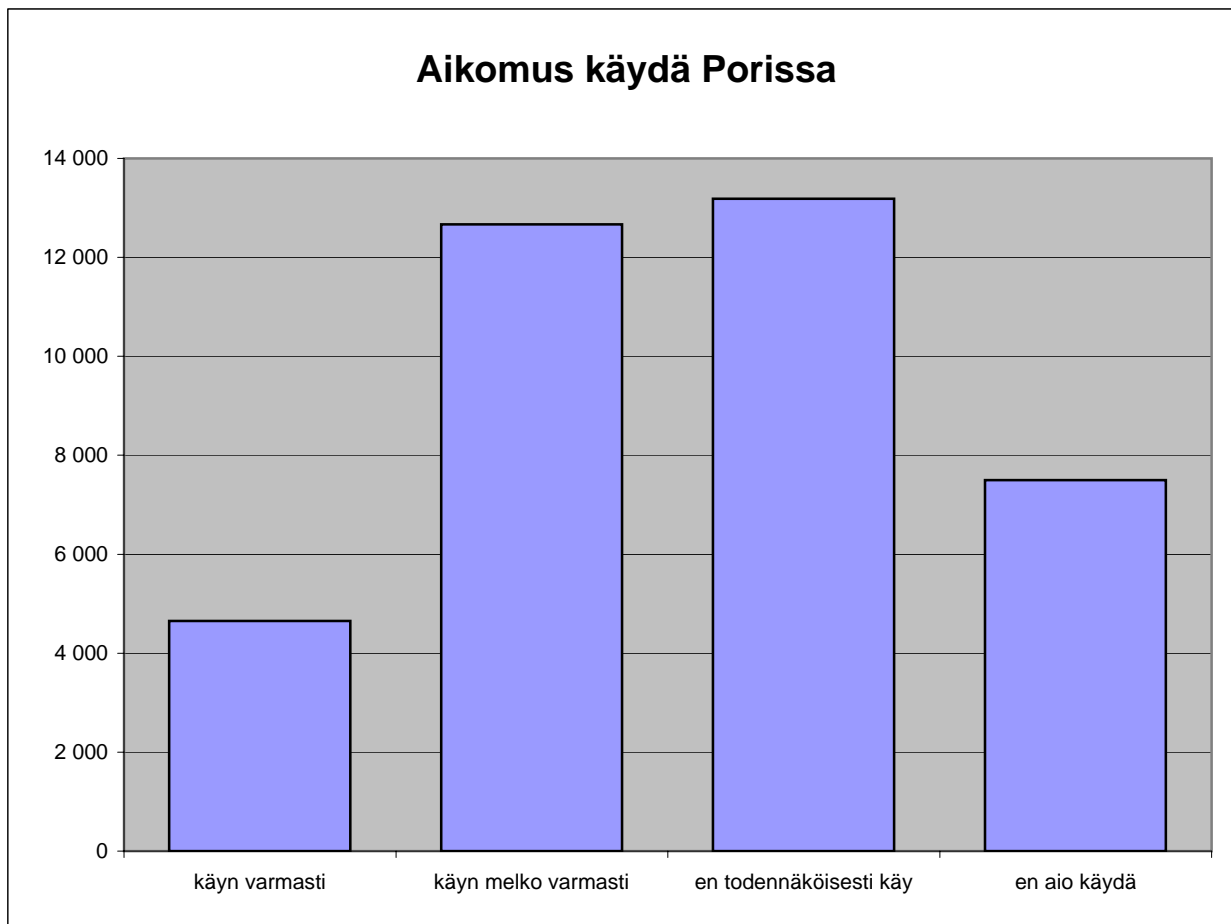


35 % kävijöistä aikoo vierailla tänä vuonna Kolilla uudelleen.



## 9. TULEVAT MESSUT

### Loma-asuntomessut Porissa 2008



#### Aikomus käydä Porissa

Käynnin tarkoitus	vastanneet	% osuus	volyymi
käyn varmasti	18	12 %	4 654
käyn melko varmasti	49	33 %	12 668
en todennäköisesti käy	51	35 %	13 185
en aio käydä	29	20 %	7 498

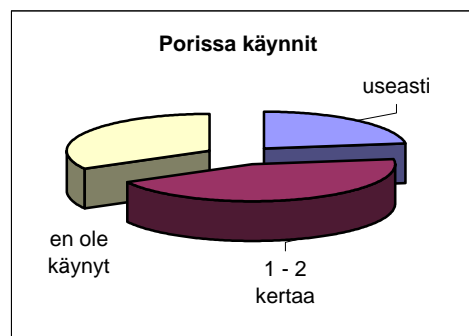
4654 varmasti ja 12668 melko varmasti aikoo käydä Porissa vuonna 2008.

#### Olen käynyt Porissa

Käynnin tarkoitus	vastanneet	% osuus
useasti	33	23 %
1 - 2 kertaa	64	44 %
en ole käynyt	48	33 %

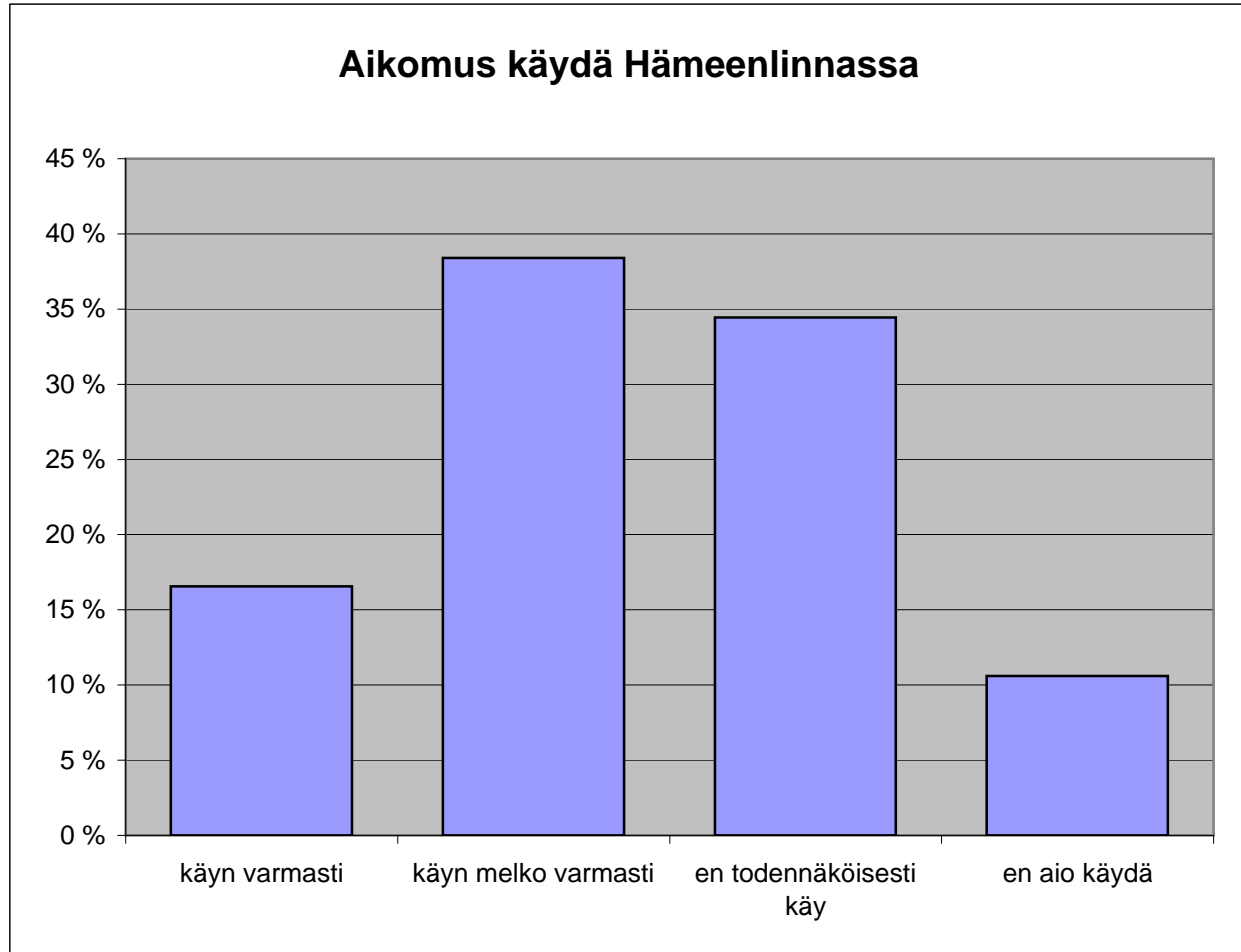
#### Porin sijainti

Sijainti	vastanneet	% osuus
tiedän tarkalleen	113	75 %
melko tarkkaan	23	15 %
suurin piirtein	10	7 %
ei mitään käsitystä	4	3 %





## Asuntomessut Hämeenlinnassa 2007



### Aikomus käydä Hämeenlinnassa 2007

Käynnin aikomus	vastanneet	% osuus	volyymi
käyn varmasti	25	17 %	6 292
käyn melko varmasti	58	38 %	14 598
en todennäköisesti käy	52	34 %	13 088
en aio käydä	16	11 %	4 027

Yli puolet Kolin kävijöistä aikonee käydä ensi vuonna Hämeenlinnassa.

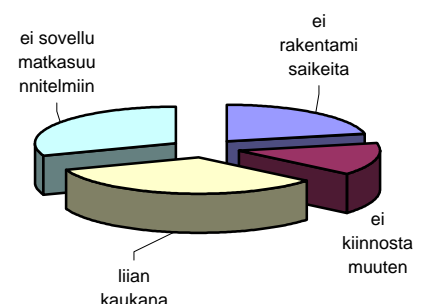
### Jos ei, miksi ei

Syy	vastanneet	% osuus
ei rakentamisaikaita	15	22 %
ei kiinnosta muuten	10	14 %
liian kaukana	23	33 %
ei sovellu matkasuunnitelmiin	21	30 %

### Hämeenlinnan sijainti

Sijainti	vastanneet	% osuus
tiedän tarkalleen	114	81 %
melko tarkkaan	18	13 %
suurin piirtein	6	4 %
ei mitään käsitystä	3	2 %

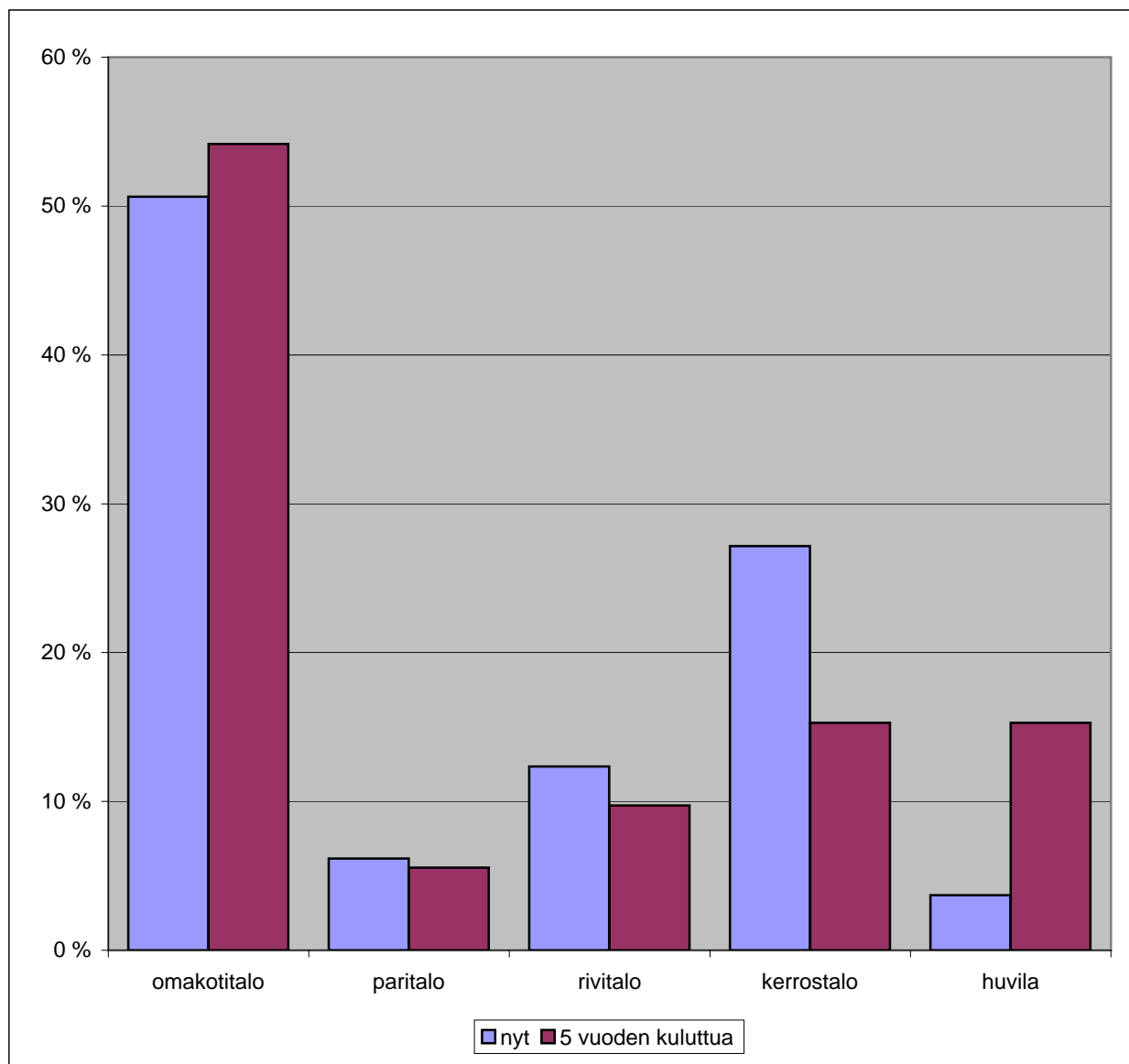
### Miksi ei Hämeenlinnaan





## 10. TULEVAISUUDEN SUUNNITELMAT

### Miten haluat asua



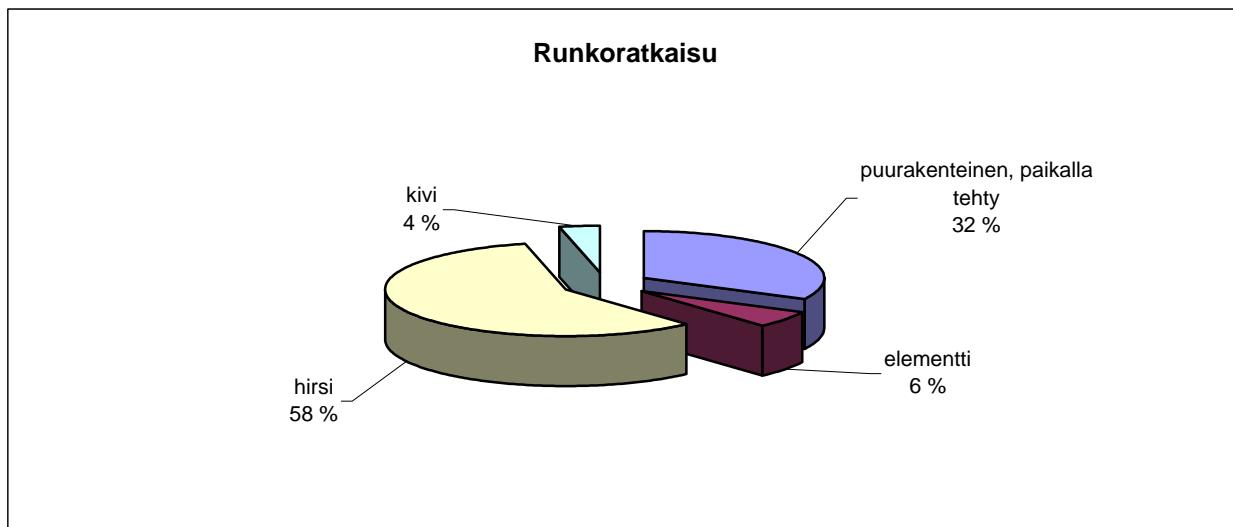
#### Minkälaisessa asunnossa asutte nyt ja millaisessa oletatte asuvanne viiden vuoden kuluttua?

	nyt	5 vuoden kuluttua	nyt	5 vuoden kuluttua
omakotitalo	41	39	51 %	54 %
paritalo	5	4	6 %	6 %
rivitalo	10	7	12 %	10 %
kerrostalo	22	11	27 %	15 %
huvila	3	11	4 %	15 %

Loma-asuntomessukävijöiden tulevaisuuden asumisaikeissa korostuu muutto kerrostalosta vapaa-ajan asuntoon.



## Minkäläisen loma-asunnon rakentaisit?



### Muoto

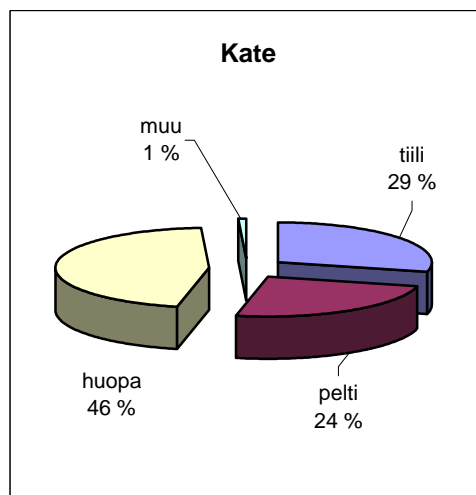
	vastanneet	% osuus
yksitasoratkaisu	97	45 %
puolitoistakerroksinen	81	38 %
monitasoratkaisu	36	17 %

### Runko

	vastanneet	% osuus
puurakenteinen, paikalla tehty	71	32 %
elementti	13	6 %
hirsi	127	58 %
kivi	8	4 %

### Kate

	vastanneet	% osuus
tiili	62	29 %
pelti	52	24 %
huopa	98	46 %
muu	2	1 %



### Koko

	vastanneet	% osuus
alle 40 m <sup>2</sup>	13	6 %
40-70 m <sup>2</sup>	80	39 %
70-100 m <sup>2</sup>	82	40 %
100-120 m <sup>2</sup>	30	15 %
yli 120 m <sup>2</sup>	14	7 %

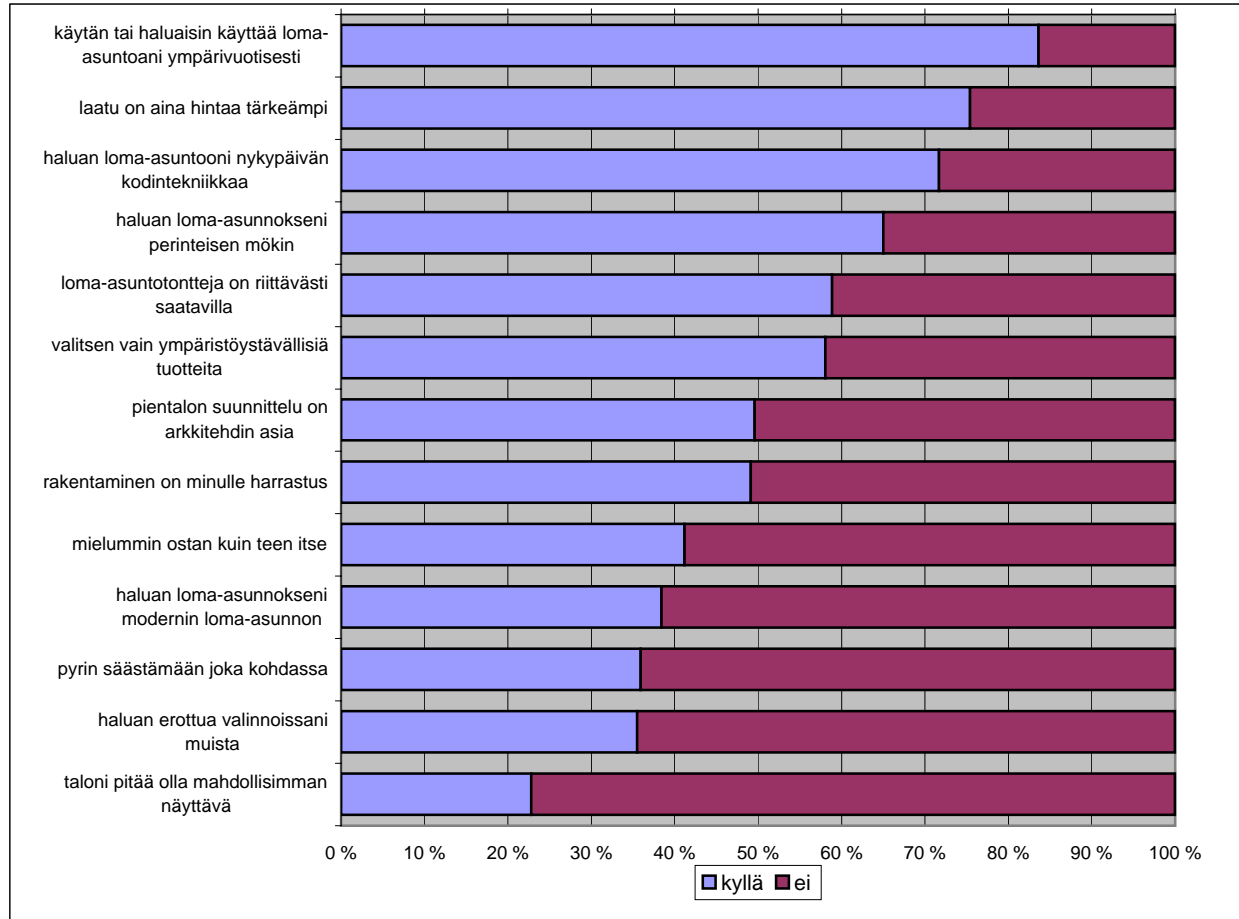
### Lämmitys

	vastanneet	% osuus
suorasähkölämmitys	52	24 %
varaava sähkölämmitys	39	18 %
puulämmitys	82	38 %
maalämmitys	29	13 %
vesikeskuslämmitys	5	2 %
muu lämmitys	11	5 %

Yhdessä tasossa oleva hirsirakenteinen ja huopakattoinen huvila, jossa on puulämmitys, on messukävijän perustoiveena.



## Mielipiteet väittämistä



### Mielipiteet väittämistä

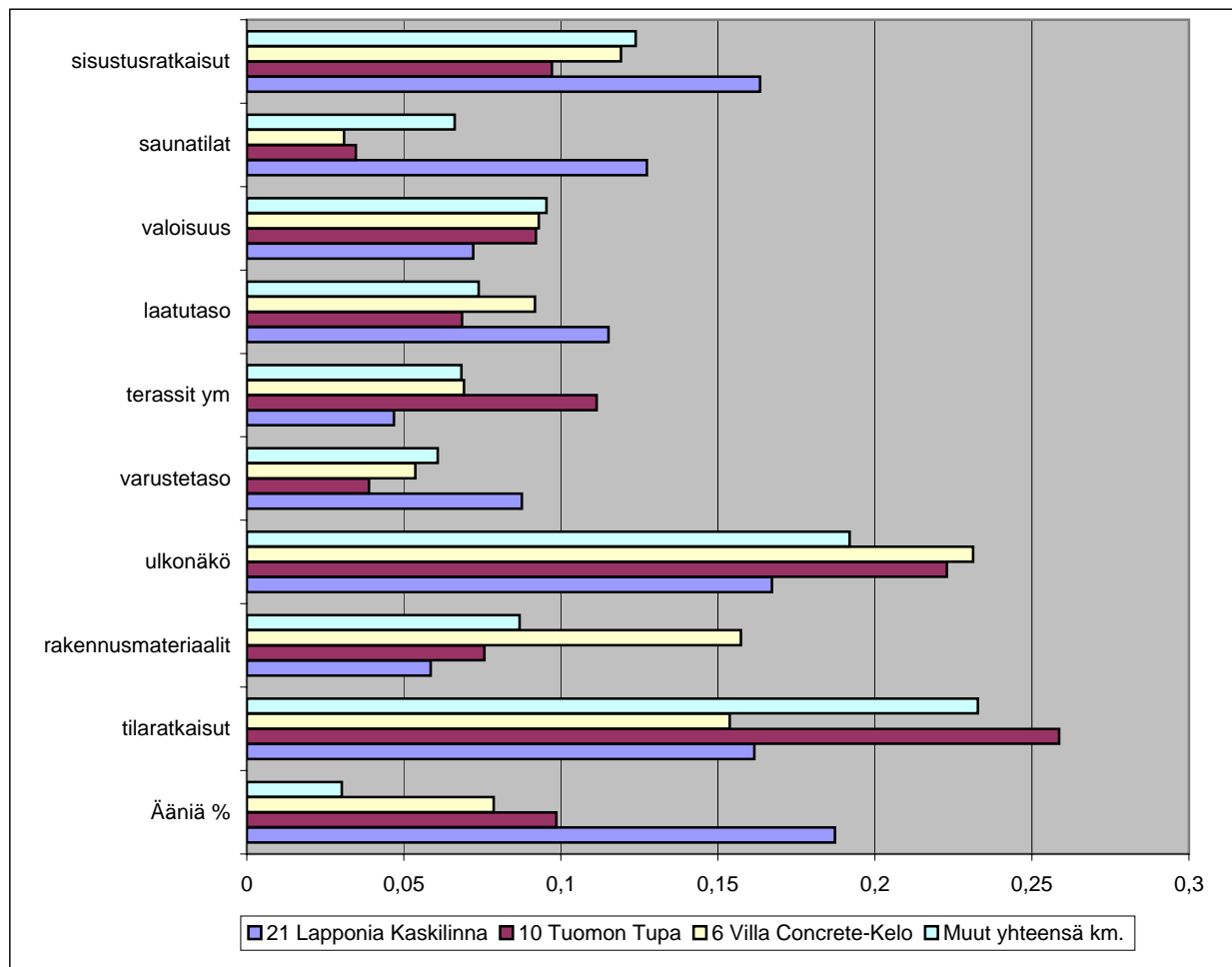
	kyllä	ei	yhteensä	kyllä	ei
käytän tai haluaisin käyttää loma-asuntoani ympärivuotisesti	194	38	232	84 %	16 %
laatu on aina hintaa tärkeämpi	190	62	252	75 %	25 %
haluan loma-asuntooni nykypäivän kodintekniikkaa	172	68	240	72 %	28 %
haluan loma-asunnokseni perinteisen mökin	156	84	240	65 %	35 %
loma-asuntotontteja on riittävästi saatavilla	136	95	231	59 %	41 %
valitsen vain ympäristöystävällisiä tuotteita	137	99	236	58 %	42 %
pientalon suunnittelu on arkkitehdin asia	116	118	234	50 %	50 %
rakentaminen on minulle harrastus	112	116	228	49 %	51 %
mielummin ostan kuin teen itse	98	140	238	41 %	59 %
haluan loma-asunnokseni modernin loma-asunnon	88	141	229	38 %	62 %
pyrin säästämään joka kohdassa	83	148	231	36 %	64 %
haluan erottua valinnoissani muista	82	149	231	35 %	65 %
taloni pitää olla mahdollisimman näyttävä	52	176	228	23 %	77 %

Loma-asunnon ympärivuotinen käyttö on lähes kaikille tärkeä asia. Myös laadukkuutta ja perinteisyyttä arvostetaan, joskin suuri osa haluaa nykyaikaiset kodinkoneet. Näyttävyys, erottuminen muista ja mahdollisimman halvalla tekeminen eivät ole tärkeitä.





## Paras mökki-äänestys



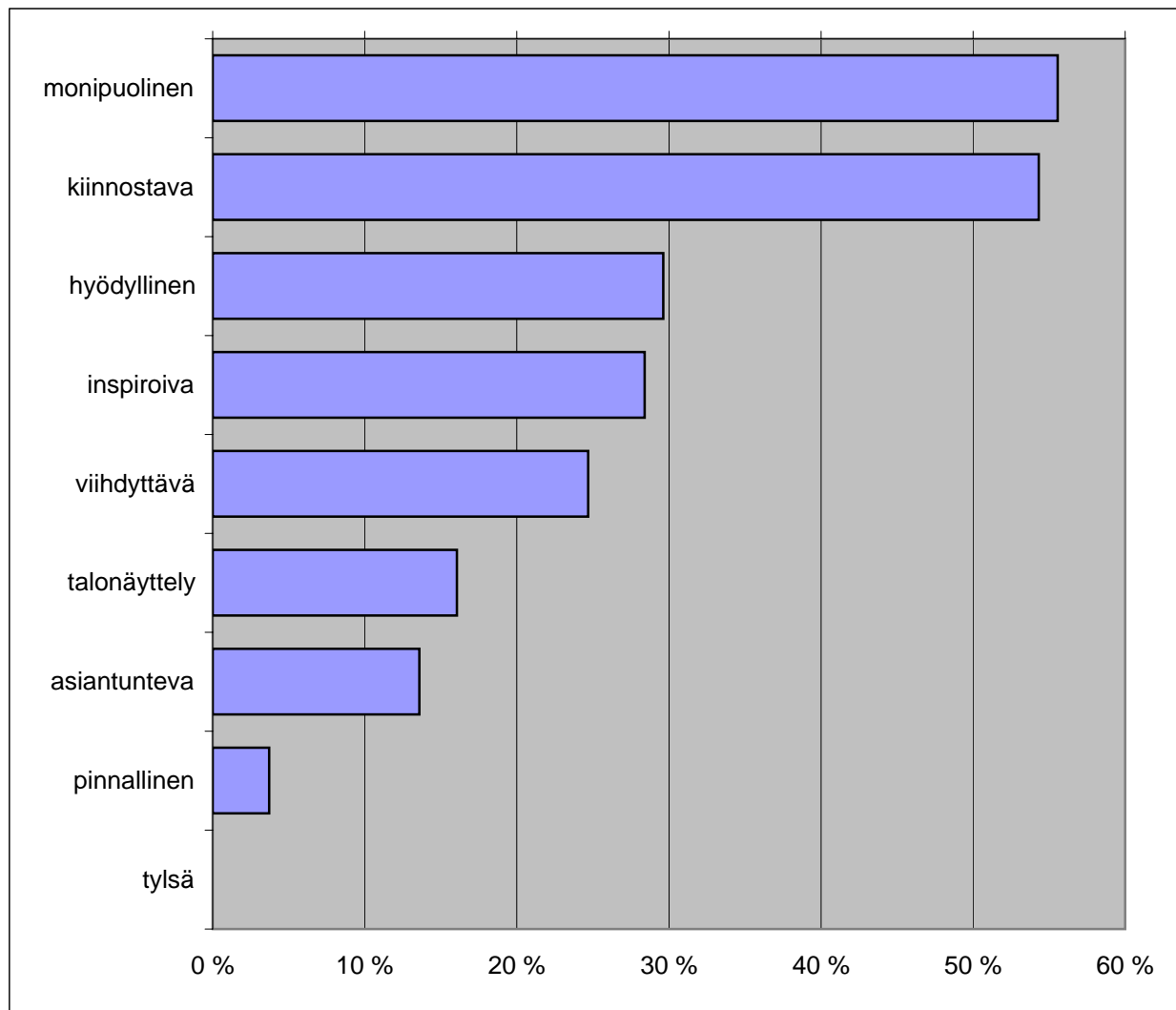
Yhteenveto	Ääniä %	tilaratkaisut	rakennusmateriaalit	ulkonäkö	varustetaso	terassit ym	laatutaso	valoisuus	saunatilat	sisustusratkaisut
21 Lapponia Kaskilinna	<b>18,73 %</b>	16 %	6 %	17 %	9 %	5 %	12 %	7 %	13 %	16 %
10 Tuomon Tupa	9,86 %	26 %	8 %	22 %	4 %	11 %	7 %	9 %	3 %	10 %
6 Villa Concrete-Kelo	7,86 %	15 %	16 %	23 %	5 %	7 %	9 %	9 %	3 %	12 %
Muut yhteensä km.	3,03 %	23 %	9 %	19 %	6 %	7 %	7 %	10 %	7 %	12 %

Paras mökki-äänestyksen voittaja Lapponian Kaskilinna sai annetuista äänistä 18,73 %. Voittaja erottui muista parhaiten varuste/laatutasollaan. Toiseksi tulleesta Tuomon Tuvassa arvostettiin eniten tilaratkaisuita ja kolmanneksi tulleessa Villa Concrete-Kelossa ulkonäköä.



## 11. ASIAKASMIELIKUVA LOMA-ASUNTOMESSUISTA

### Mitkä ominaisuudet kuvaavat loma-asuntomessuja



#### Mitkä alla luetelluista ominaisuuksista sopivat mielestänne kuvaamaan loma-asuntomessuja?

Ominaisuus	vastanneet	% osuus
monipuolinen	45	56 %
kiinnostava	44	54 %
hyödyllinen	24	30 %
inspiroiva	23	28 %
viihdyttävä	20	25 %
talonäyttely	13	16 %
asiantunteva	11	14 %
pinnallinen	3	4 %
tylsä	0	0 %

Kolin Loma-asuntomessut olivat vastaajien mielestä monipuoliset ja kiinnostavat.



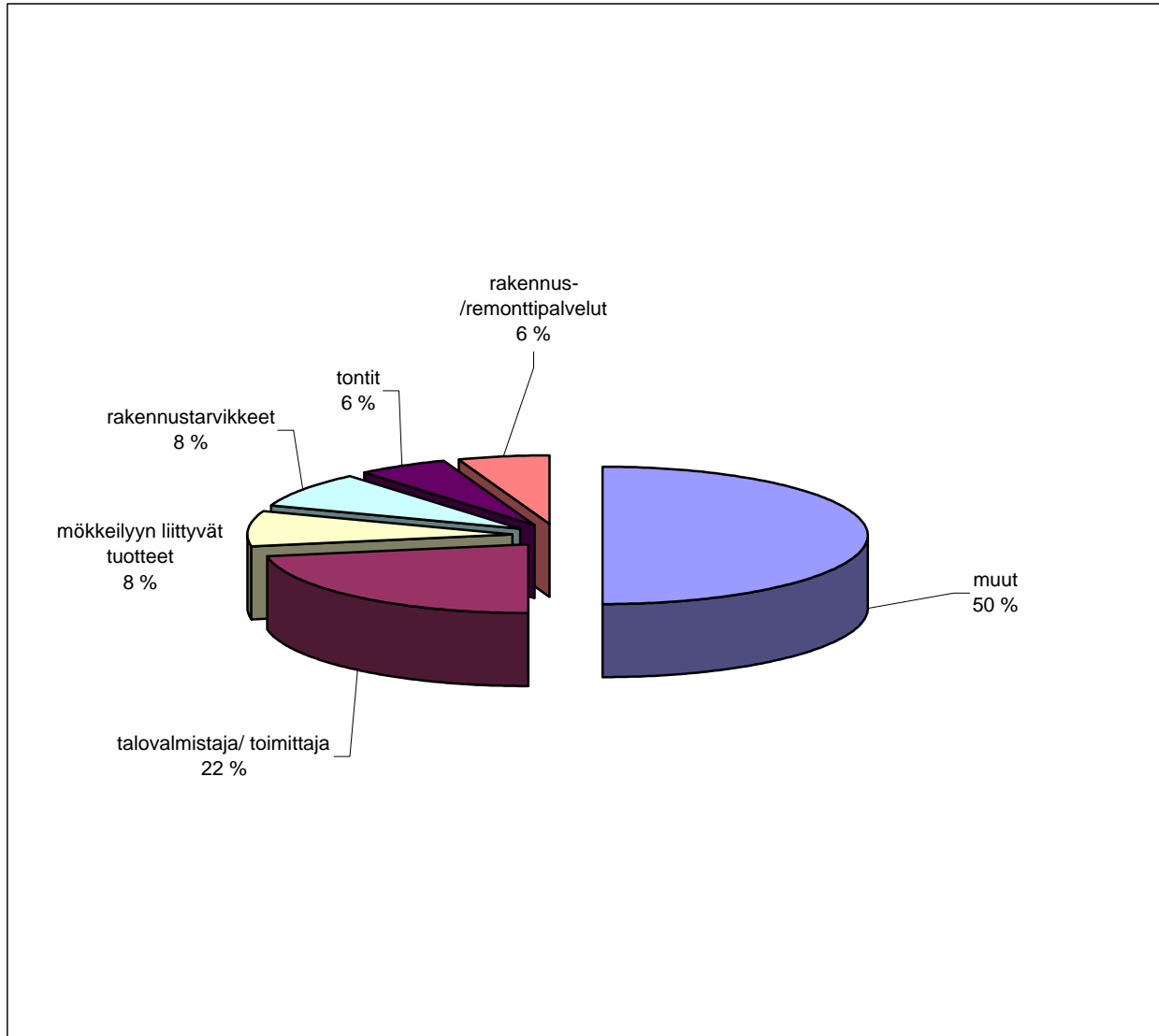
## 12. NÄYTTEILLEASETTAJATUTKIMUS

Näytteilleasettajatutkimus toteutettiin messujen viimeisten päivien aikana. Näytteilleasettajille jaettiin kyselylomakkeet. Lomakkeen palautti 36 näytteilleasettajaa.

Näyttelyosaston sijainti	44
Yrityksen tavoitteet messuilla	45
Tyytyväisyys messujen antiin	46
Tyytyväisyys messupaikkakuntaan	47
Tyytyväisyys messualueeseen ja organisaatioon	48
Mielipiteet palveluiden hintatasosta	49
Näyttelykohteiden määrä	50
Mainonnan määrä	51
Mainonnan laatu	52
Aikomus osallistua tuleville messuille	53
Loma-asuntomessujen sopiva kesto	54
Sopiva kävijämäärä/pvä	55
Eri asioiden vaikutus messuvieraiden määrään	56
Loma-asuntomessut markkinointivälineenä	57
Kommentit ja kehitysideat	58
Messuissa hyvää ja huonoa	59



## Tuoteryhmä mitä edustaa



### Näyttelyosaston sijainti

näyttelytalo/asunto	vastanneet	11	% osuus	32 %
näyttelytalon yhteydessä		3		9 %
ulkonäyttelypaikka		20		59 %
		34		

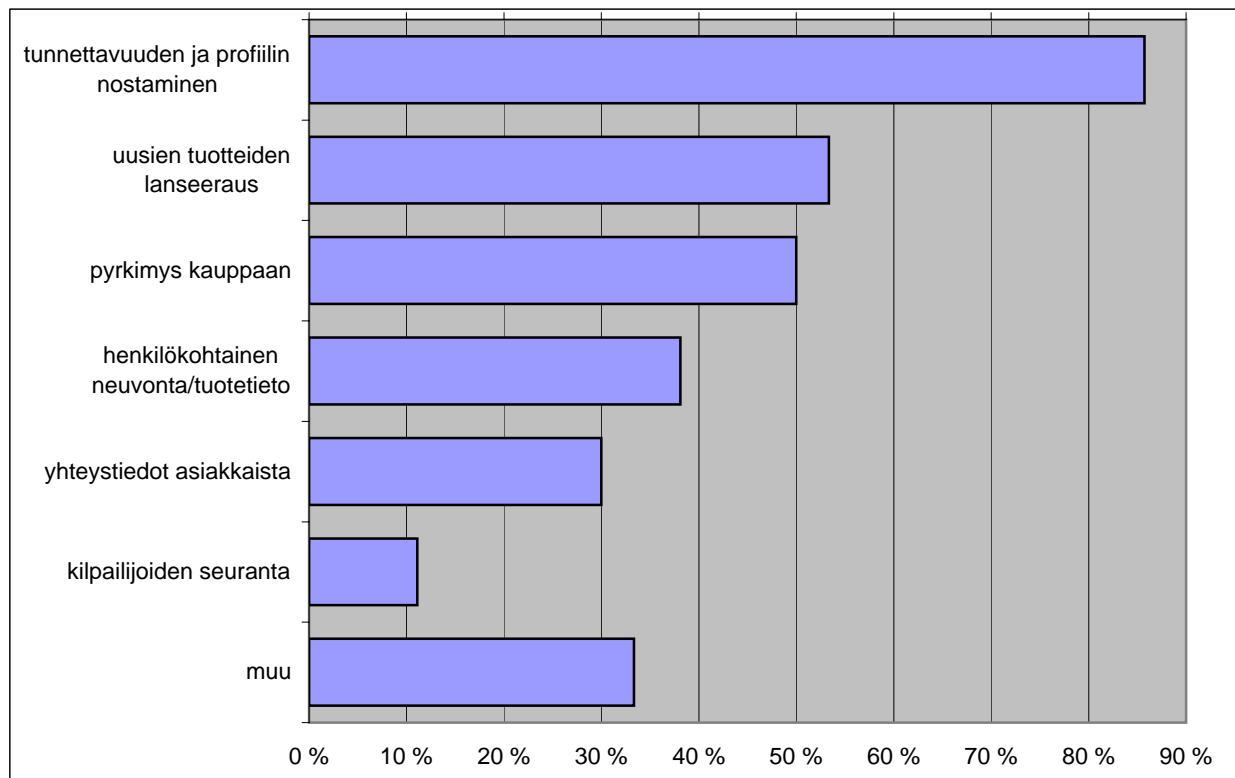
### Tuoteryhmä mitä edustaa

muut	vastanneet	18	% osuus	50 %
talovalmistaja/ toimittaja		8		22 %
mökkeilyyn liittyvät tuotteet		3		8 %
rakennustarvikkeet		3		8 %
tontit		2		6 %
rakennus-/remonttipalvelut		2		6 %

Näytteilleasettajilta saatiin kattava kokonaisnäkemys messujen annista.



## Yrityksen tavoitteet messuilla



### Yrityksen tavoitteet messuilla

	päätavoite	% osuus
tunnettavuuden ja profiilin nostaminen	24	86 %
uusien tuotteiden lanseeraus	8	53 %
pyrkimys kauppaan	12	50 %
henkilökohtainen neuvonta/tuotetieto	8	38 %
yhteystiedot asiakkaista	3	30 %
kilpailijoiden seuranta	1	11 %
muu	2	33 %

### Mitä asiakasryhmää tavoitelti

	vastanneet	% osuus
loma-asuntorakentajat	30	83 %
loma-asuntoremontoijat	18	50 %
omakotitalon rakentajat	25	69 %
omakotitalon remontoijat	17	47 %

### Arvio miten tavoitti haluamansa asiakasryhmän

	vastanneet	% osuus
kiitettävästi	7	21 %
hyvin	22	67 %
tydyttävästi	3	9 %
välttävästi	1	3 %
huonosti	0	0 %

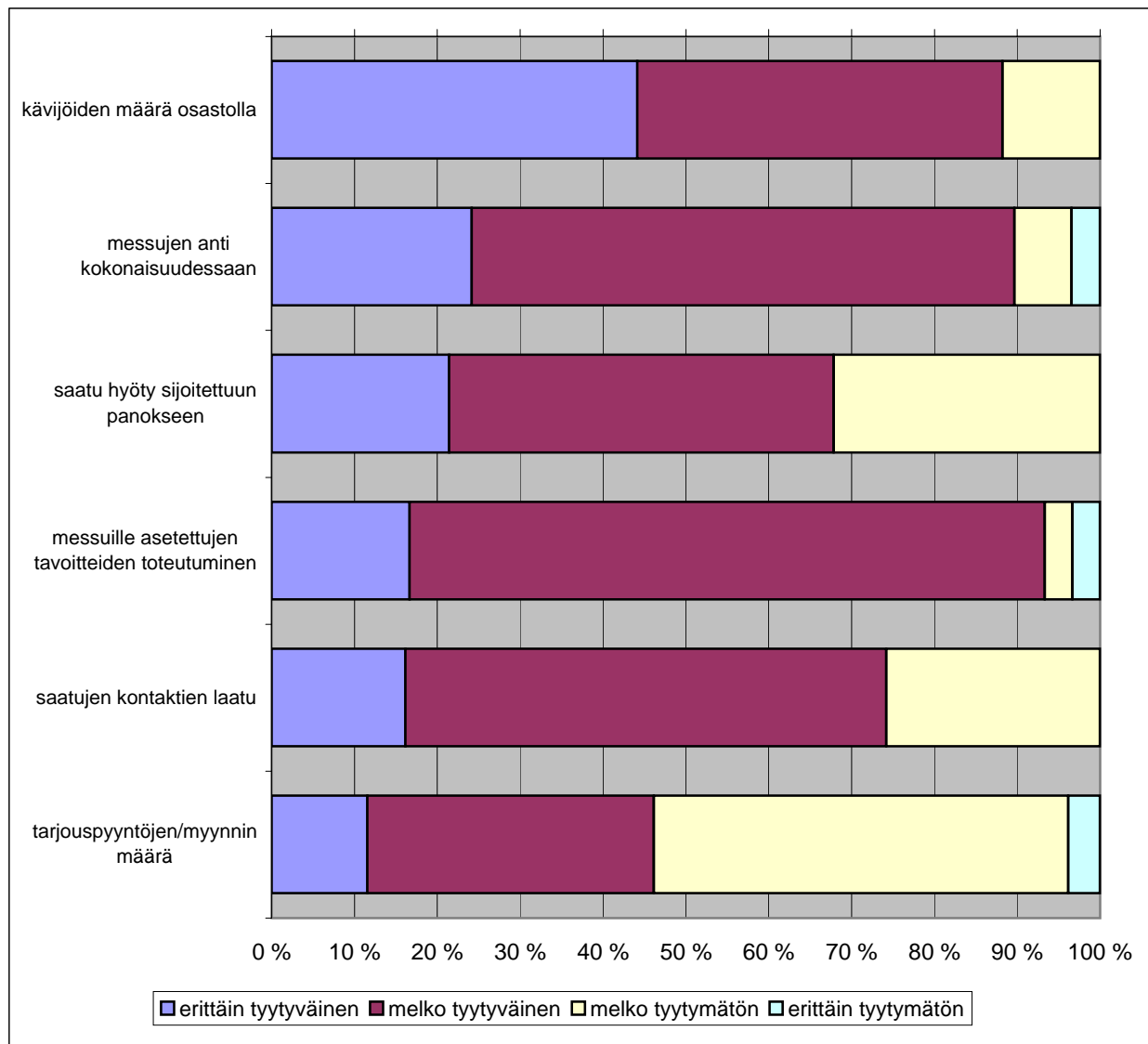
Näytteilleasettajilla on tunnettavuuden ja profiilin nostaminen tärkeämpää kuin suora kauppa. Tämä poikkeaa aiemmista messuista jonkin verran.

Loma-asuntorakentajien ja remontoijien lisäksi näytteilleasettajia kiinnostivat myös omakotitalorakentajat.

Kohderyhmä on tavoitettu erittäin hyvin.



## Tyytyväisyys messujen antiin



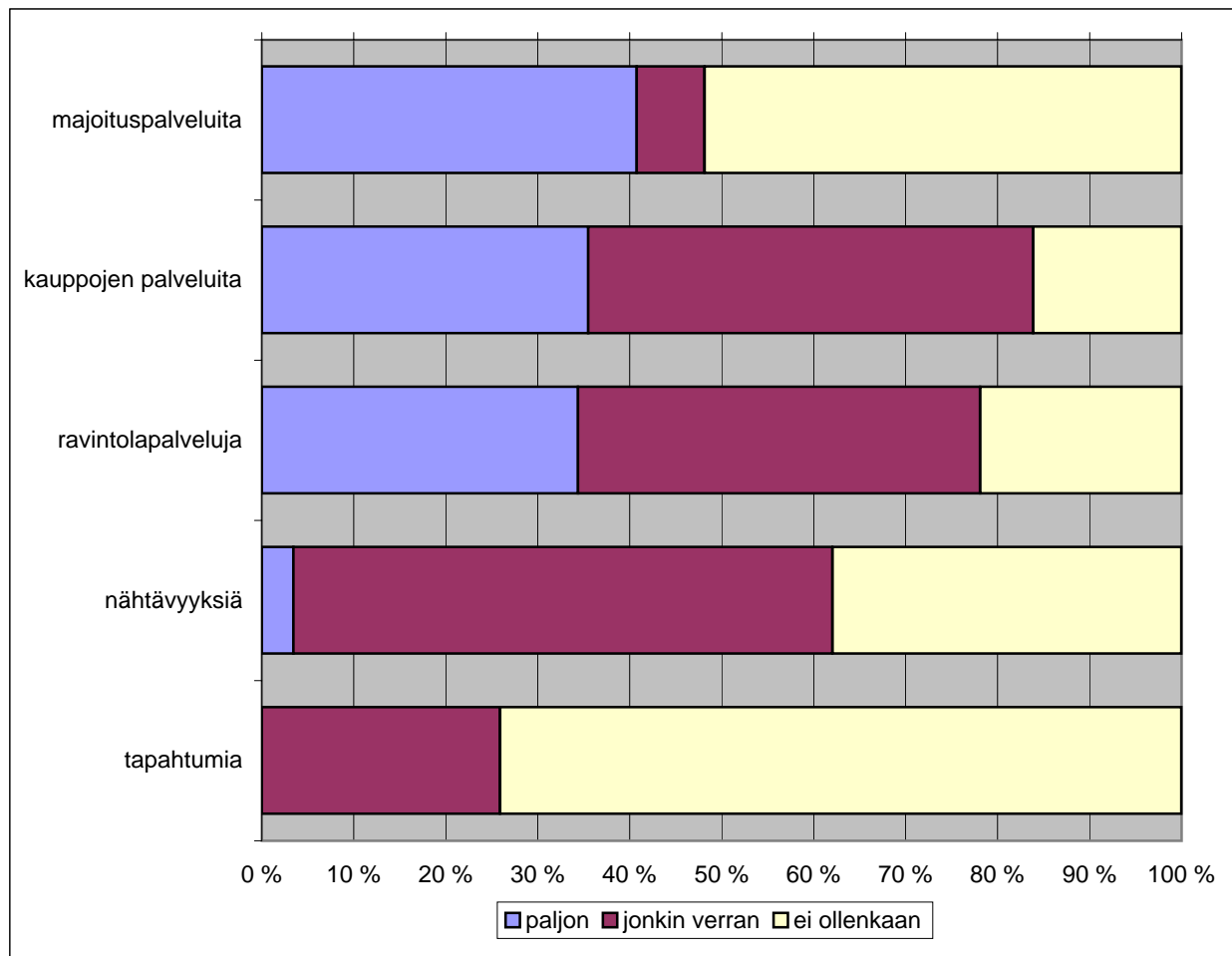
### Tyytyväisyys messujen antiin

	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
kävijöiden määrä osastolla	44 %	44 %	12 %	0 %
messujen anti kokonaisuudessaan	24 %	66 %	7 %	3 %
saatu hyöty sijoitettuun panokseen	21 %	46 %	32 %	0 %
messuille asetettujen tavoitteiden toteutuminen	17 %	77 %	3 %	3 %
saatujen kontaktien laatu	16 %	58 %	26 %	0 %
tarjouspyyntöjen/myynnin määrä	12 %	35 %	50 %	4 %

Kävijöiden määrää osastolla pidettiin hyvänä. Erityisen tyytyväisiä oltiin asetettujen tavoitteiden toteutumiseen!



## Messupaikkakunnan palveluiden käyttö



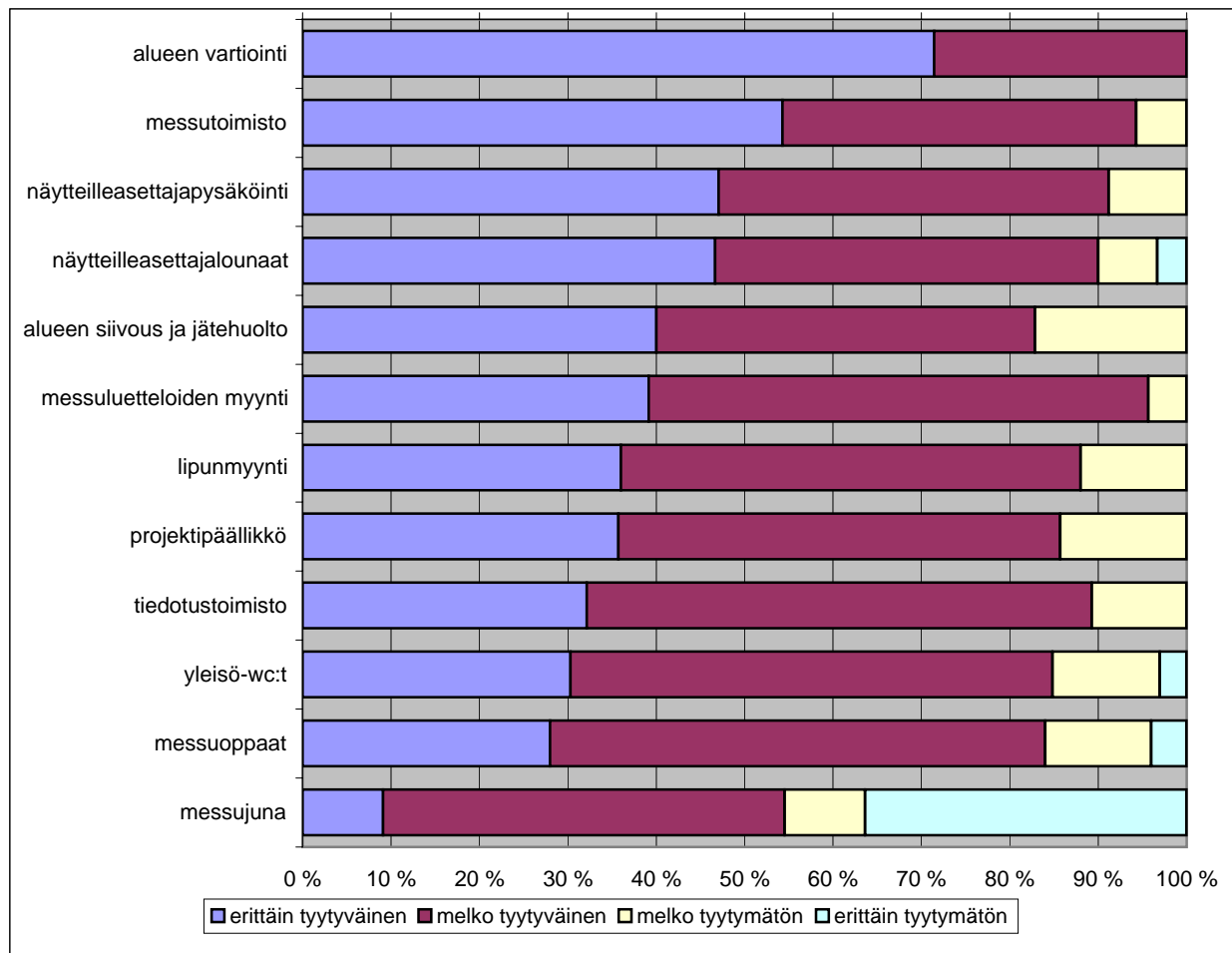
Tyytyväisyys messupaikkakuntaan	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
liikenteen sujuvuus	34 %	20 %	26 %	20 %
messupaikkakunnan sijainti	31 %	46 %	23 %	0 %
messupaikkakunta kokonaisuudessaan	29 %	53 %	15 %	3 %
messupaikkakunnan majoituspalvelut	20 %	50 %	27 %	3 %
messupaikkakunnan muut palvelut	12 %	39 %	39 %	9 %

Messupaikkakunnan palveluiden käyttö	paljon	jonkin verran	ei ollenkaan
majoituspalveluita	41 %	7 %	52 %
kauppojen palveluita	35 %	48 %	16 %
ravintolapalveluja	34 %	44 %	22 %
nähtävyyksiä	3 %	59 %	38 %
tapahtumia	0 %	26 %	74 %

Lieksa/Koli pystyivät vastaamaan näytteilleasettajien majoitustarpeisiin. Näytteilleasettajat kokonaisuudessaan olivat merkittävä palveluiden käyttäjäryhmä.



## Tyytyväisyys messualueeseen ja organisaatioon



### Tyytyväisyys messualueeseen ja organisaatioon

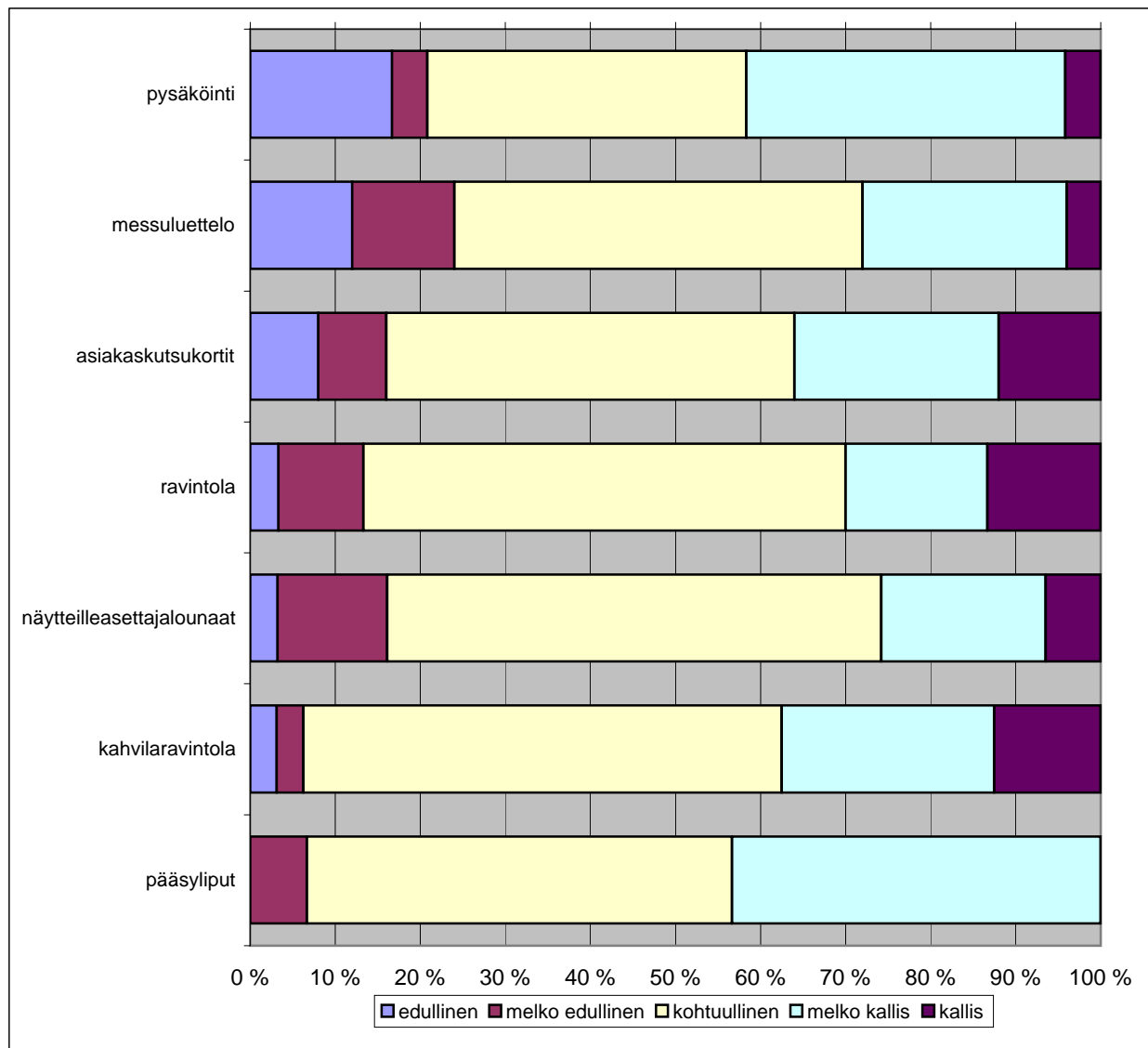
	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
alueen vartiointi	71 %	29 %	0 %	0 %
messutoimisto	54 %	40 %	6 %	0 %
näytteilleasettajapysäköinti	47 %	44 %	9 %	0 %
näytteilleasettajalounaat	47 %	43 %	7 %	3 %
alueen siivous ja jätehuolto	40 %	43 %	17 %	0 %
messuluetteloiden myynti	39 %	57 %	4 %	0 %
lipunmyynti	36 %	52 %	12 %	0 %
projektipäällikkö	36 %	50 %	14 %	0 %
tiedotustoimisto	32 %	57 %	11 %	0 %
yleisö-wc:t	30 %	55 %	12 %	3 %
messuoppaat	28 %	56 %	12 %	4 %
messujuna	9 %	45 %	9 %	36 %

Huomio kiinnittyy näytteilleasettajan tyytymättömyys alueen siivoukseen.





## Mielipiteet palveluiden hintatasosta



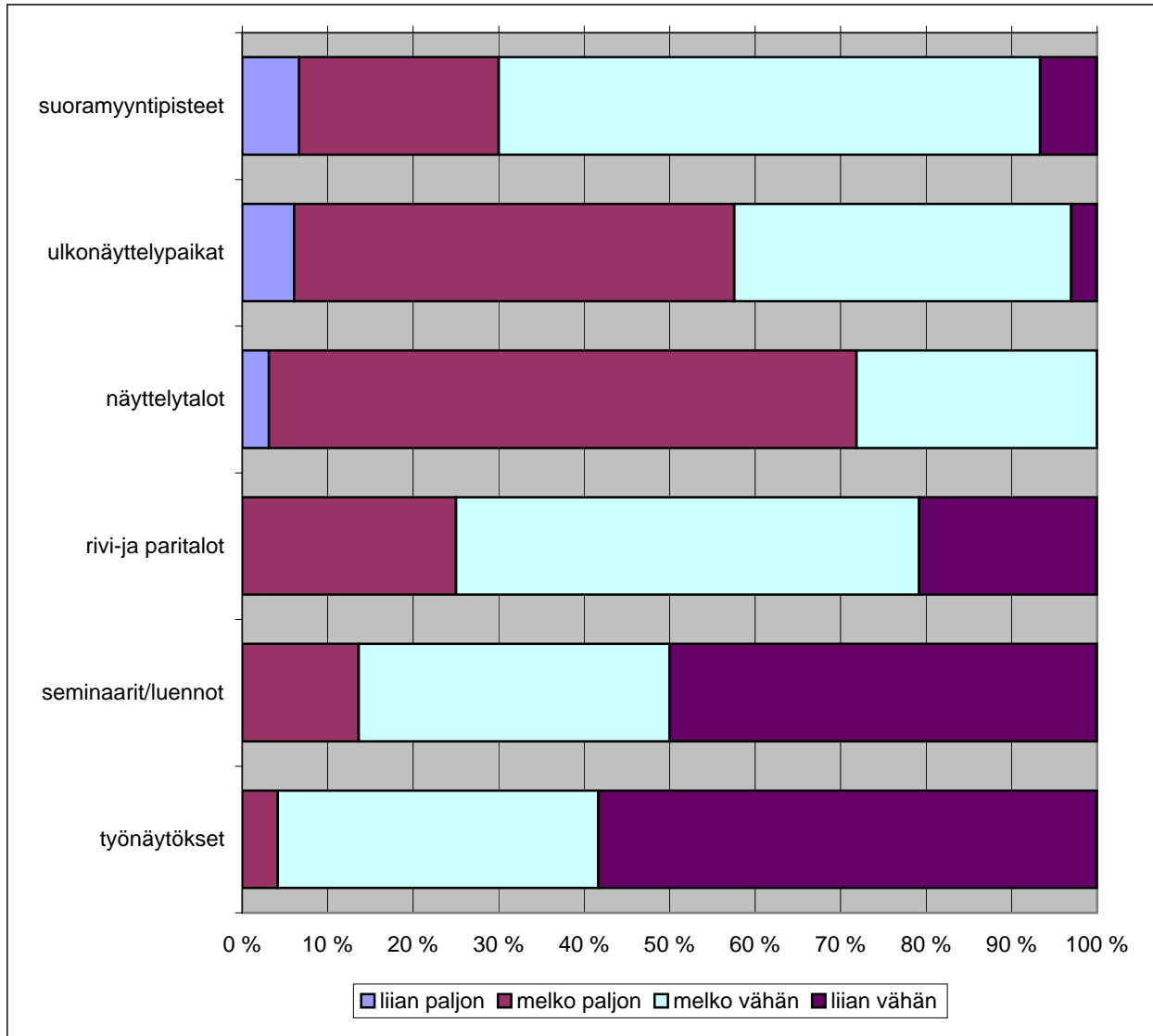
### Mielipiteet palveluiden hintatasosta

	edullinen	melko edullinen	kohtuullinen	melko kallis	kallis
pysäköinti	17 %	4 %	38 %	38 %	4 %
messuluettelo	12 %	12 %	48 %	24 %	4 %
asiakaskutsukortit	8 %	8 %	48 %	24 %	12 %
ravintola	3 %	10 %	57 %	17 %	13 %
näytteilleasettajalounaat	3 %	13 %	58 %	19 %	6 %
kahvilaravintola	3 %	3 %	56 %	25 %	13 %
pääsyliput	0 %	7 %	50 %	43 %	0 %

Näytteilleasettaja-lounaan hinta koettiin kohtuulliseksi. Sen sijaan muun hinnoittelun arviointi painottuu kohtuullisen ja melko kalliin välimaaston



## Näyttelykohteiden määrä



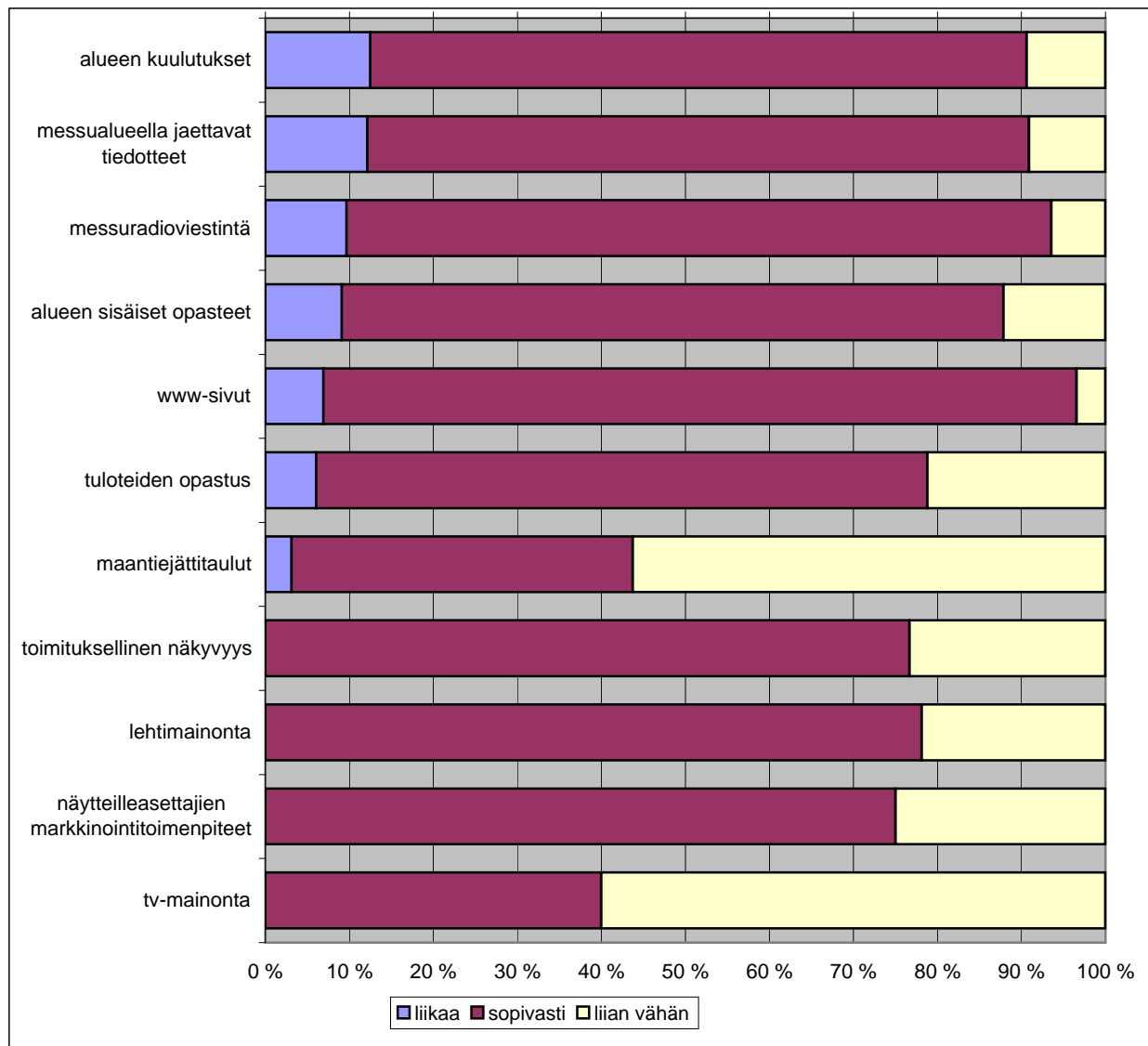
### Näyttelykohteiden määrä

Näyttelykohteiden määrä	liian paljon	melko paljon	melko vähän	liian vähän
suoramyyntipisteet	7 %	23 %	63 %	7 %
ulkonäyttelypaikat	6 %	52 %	39 %	3 %
näyttelytalot	3 %	69 %	28 %	0 %
rivi- ja paritalot	0 %	25 %	54 %	21 %
seminaarit/luennot	0 %	14 %	36 %	50 %
työnäytökset	0 %	4 %	38 %	58 %

Näyttelykohteiden määrää pidettiin aika hyvänä. Aktiviteetteja odotettiin enemmän.



## Mainonnan määrä



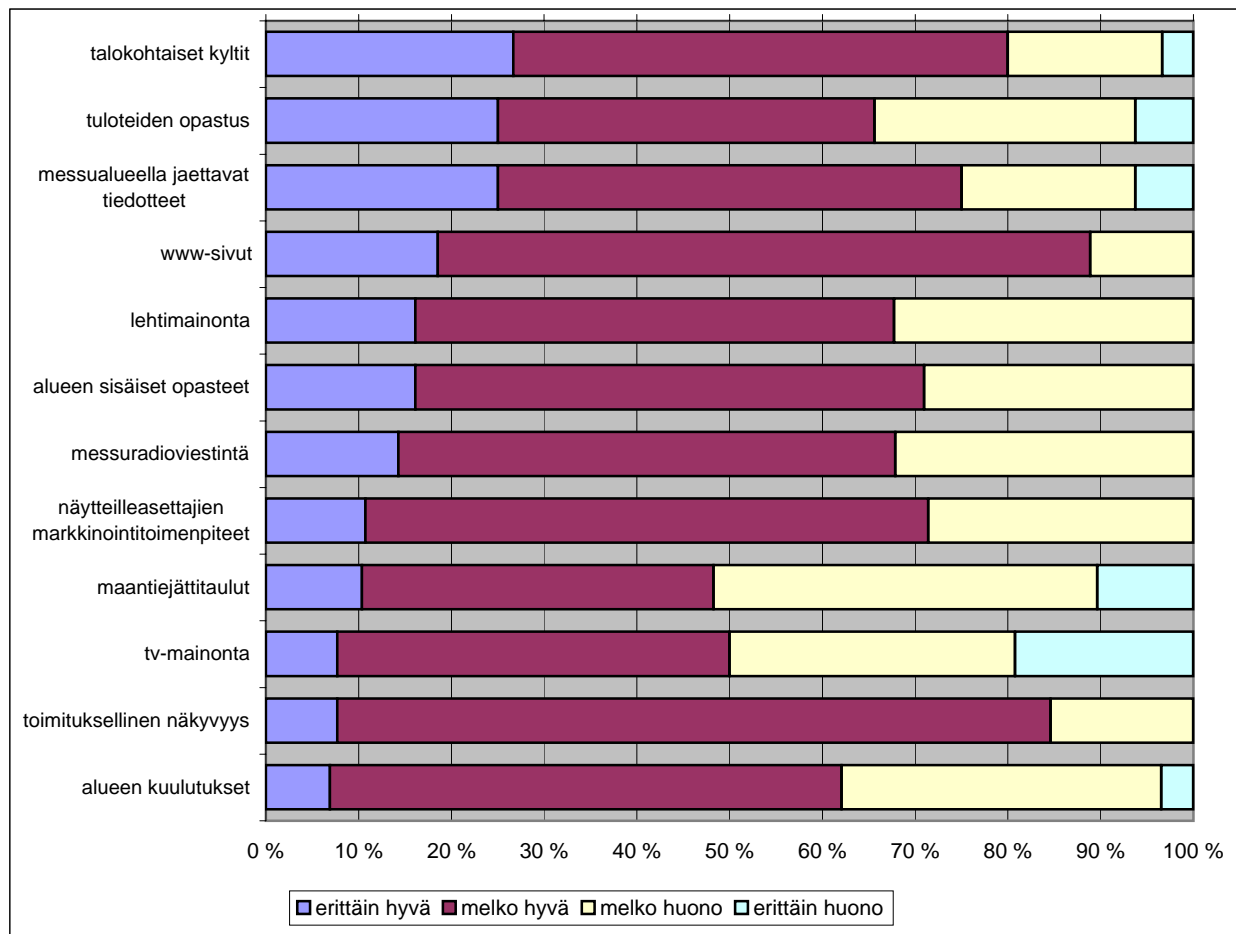
### Mainonnan määrä

	liikaa	sopivasti	liian vähän
alueen kuulutukset	13 %	78 %	9 %
messualueella jaettavat tiedotteet	12 %	79 %	9 %
messuradioviestintä	10 %	84 %	6 %
alueen sisäiset opasteet	9 %	79 %	12 %
www-sivut	7 %	90 %	3 %
tuloteiden opastus	6 %	73 %	21 %
maantiejättitaulut	3 %	41 %	56 %
toimituksellinen näkyvyys	0 %	77 %	23 %
lehtimainonta	0 %	78 %	22 %
näytteilleasettajien markkinointitoimenpiteet	0 %	75 %	25 %
tv-mainonta	0 %	40 %	60 %

TV-mainonta ja maantiejättitaulut saivat eniten kritiikkiä; niiden määrää pidettiin liian pienenä.



## Mainonnan laatu

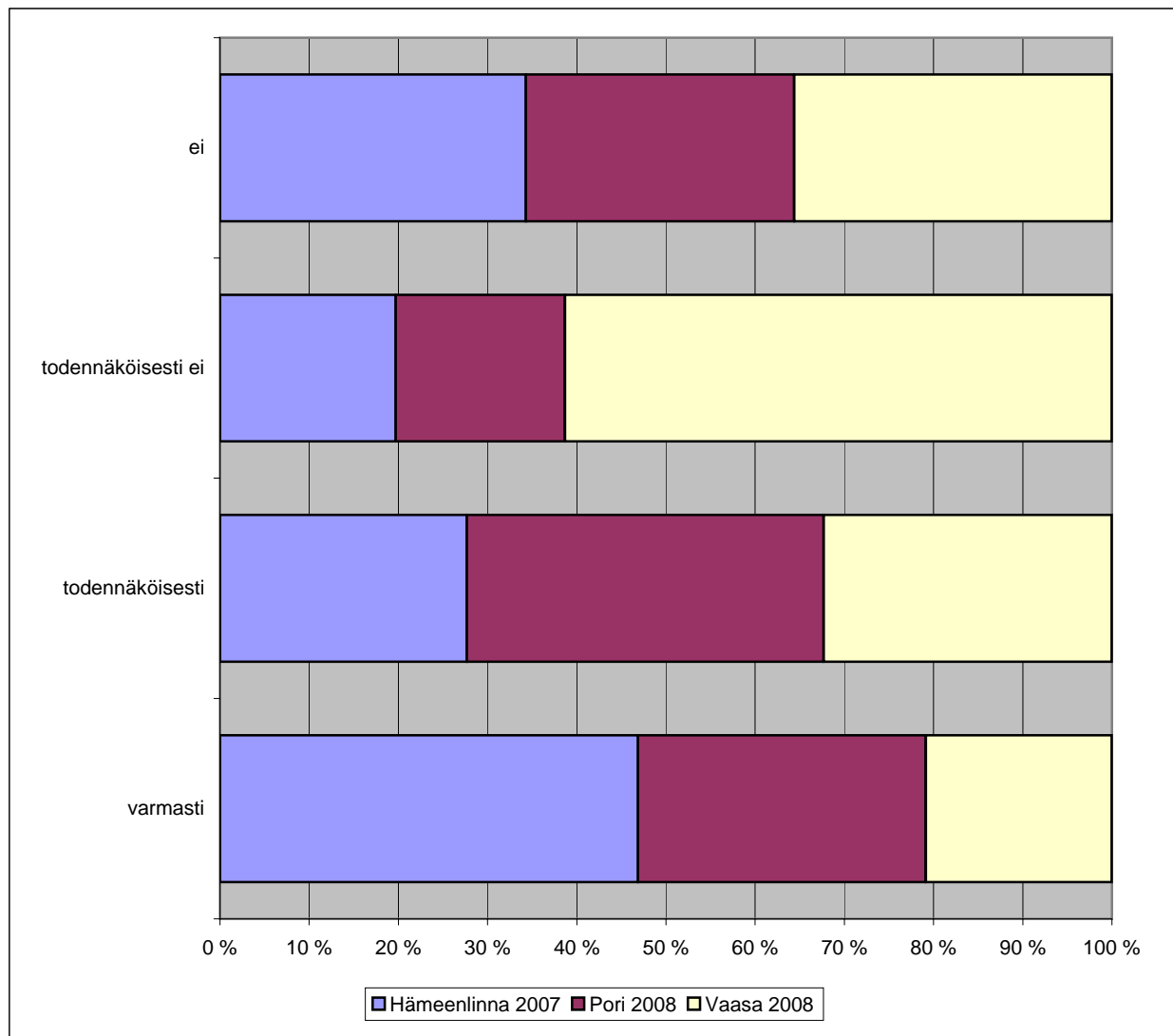


Mainonnan laatu	erittäin hyvä	melko hyvä	melko huono	erittäin huono
talokohtaiset kyltit	27 %	53 %	17 %	3 %
tuloteiden opastus	25 %	41 %	28 %	6 %
messualueella jaettavat tiedotteet	25 %	50 %	19 %	6 %
www-sivut	19 %	70 %	11 %	0 %
lehtimainonta	16 %	52 %	32 %	0 %
alueen sisäiset opasteet	16 %	55 %	29 %	0 %
messuradioviestintä	14 %	54 %	32 %	0 %
näytteilleasettajien markkinointitoimenpiteet	11 %	61 %	29 %	0 %
maantiejättitulut	10 %	38 %	41 %	10 %
tv-mainonta	8 %	42 %	31 %	19 %
toimituksellinen näkyvyys	8 %	77 %	15 %	0 %
alueen kuulutukset	7 %	55 %	34 %	3 %

Messujärjestäjien www-sivut ja toimituksellinen näkyvyys sekä messutiedotteet tyydyttivät.



## Aikomus osallistua tuleville messuille



### Yrityksen osallistuminen messuille

#### 2006

	vastanneet	% osuus
yksille messuille(näille)	14	45 %
2-3 messuille	3	10 %
4-5 messuille	5	16 %
6-7 messuille	2	6 %
8-9 messuille	3	10 %
10 tai useammille messuille	4	13 %

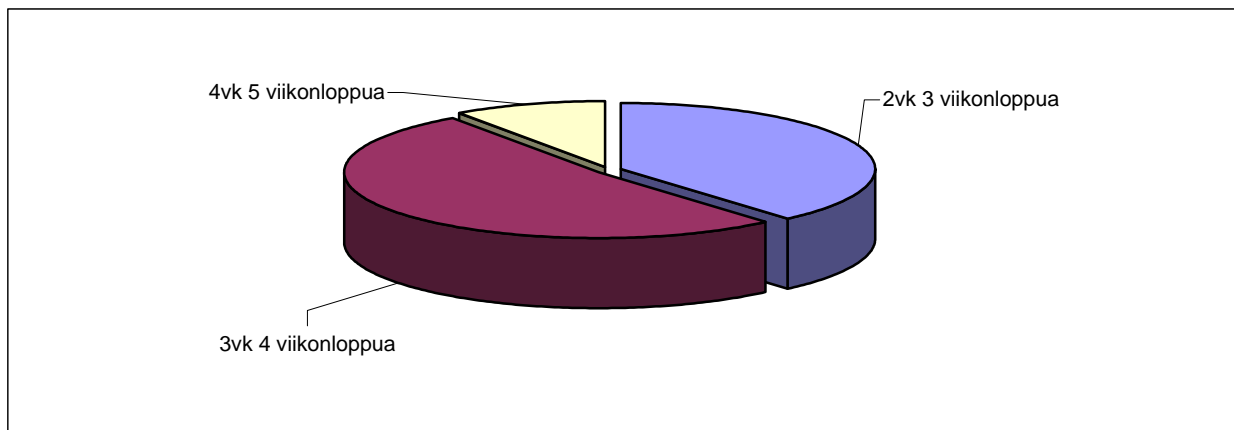
Näytteilleasettajista 45 % osallistui tänä vuonna vain näille messuille. Yli puolet aikoo osallistua tuleville messuille.

### Aikomus osallistua tuleville messuille

	varmasti	todennäköisesti	todennäköisesti ei	ei
Hämeenlinna 2007	26 %	30 %	4 %	41 %
Pori 2008	18 %	43 %	4 %	36 %
Vaasa 2008	12 %	35 %	12 %	42 %



## Loma-asuntomessujen sopiva kesto

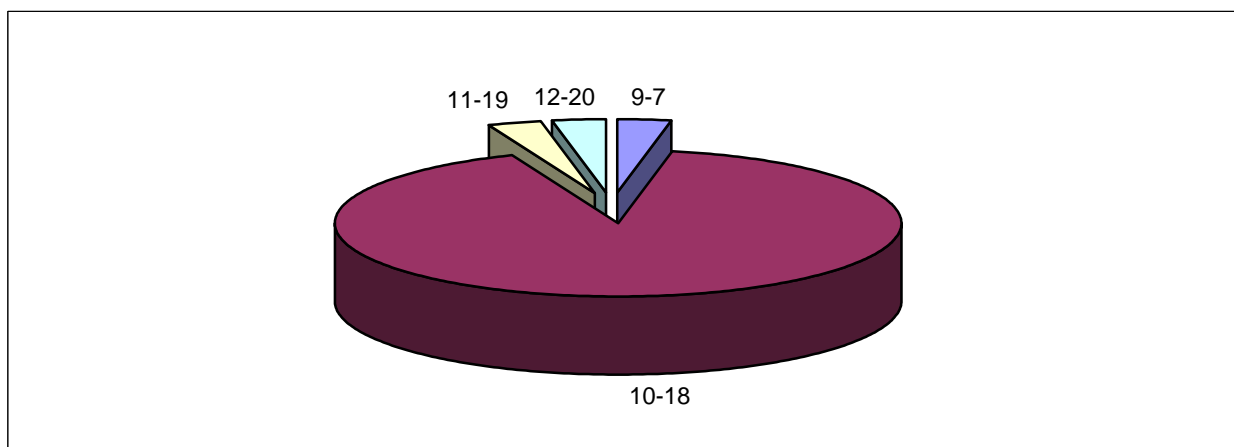


### Loma-asuntomessujen sopiva kesto

2vk 3 viikonloppua  
3vk 4 viikonloppua  
4vk 5 viikonloppua

vastanneet	% osuus
12	39 %
16	52 %
3	10 %

Kolmen viikon mittaiset loma-asuntomessut tuntuvat sopivan useimmille.



### Sopiva Loma-asuntomessujen ja Asuntomessujen väli

1 viikko  
2 viikkoa  
3 viikkoa  
4 viikkoa  
ei merkitystä

vastanneet	% osuus
8	32 %
13	52 %
4	16 %
0	0 %
0	0 %

Näytteilleasettajien enemmistö toivoisi kahta viikkoa messutapahtumien väliksi.

### Sopiva aukioloaika

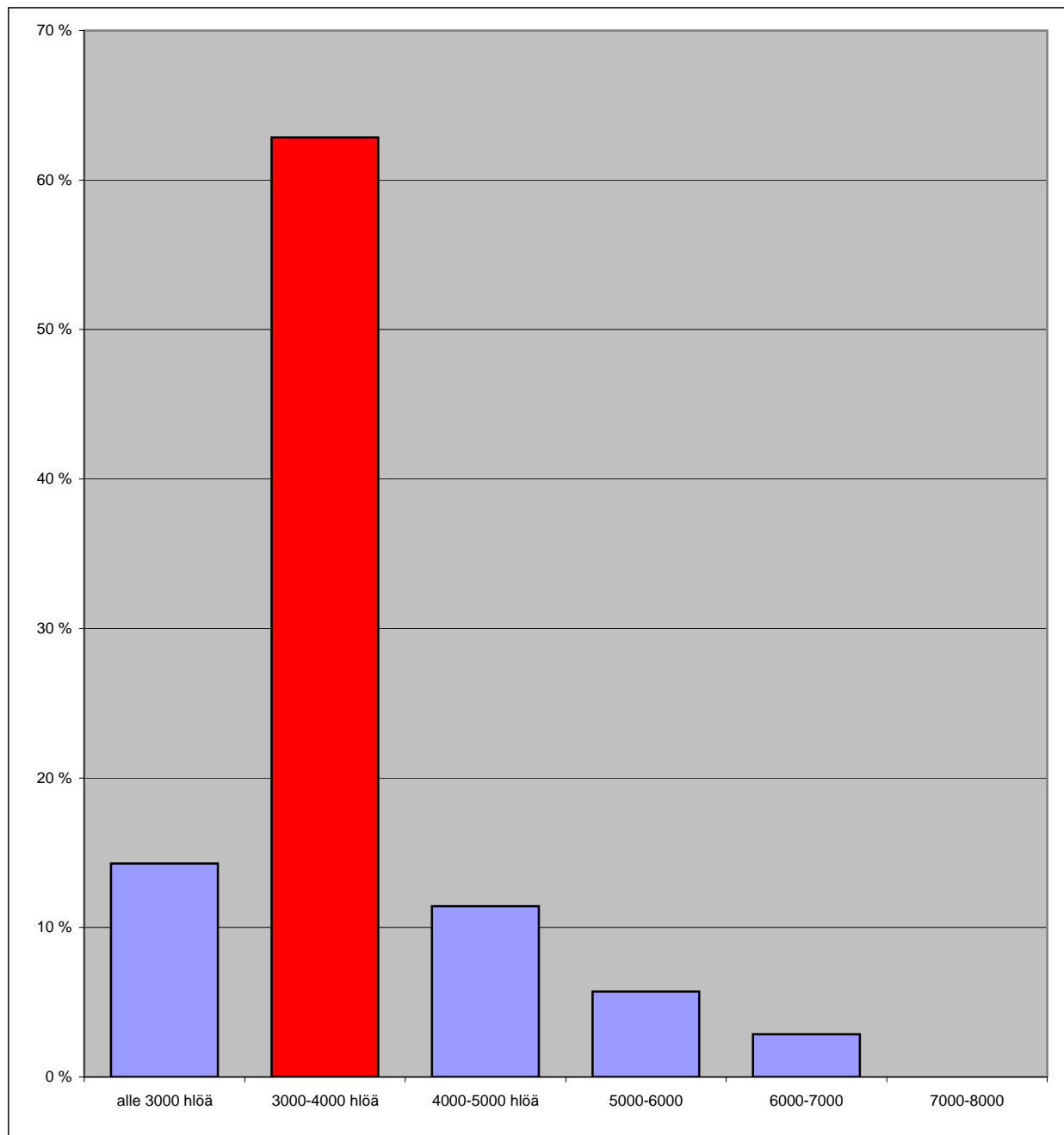
9-7  
10-18  
11-19  
12-20

vastanneet	% osuus
1	3 %
30	88 %
1	3 %
1	3 %

Nykyinen aukioloaika saa lähes varauksettoman kannatuksen.



## Sopiva kävijämäärä/pvä



### Sopiva kävijämäärä/pvä

alle 3000 hlöä  
3000-4000 hlöä  
4000-5000 hlöä  
5000-6000  
6000-7000  
7000-8000

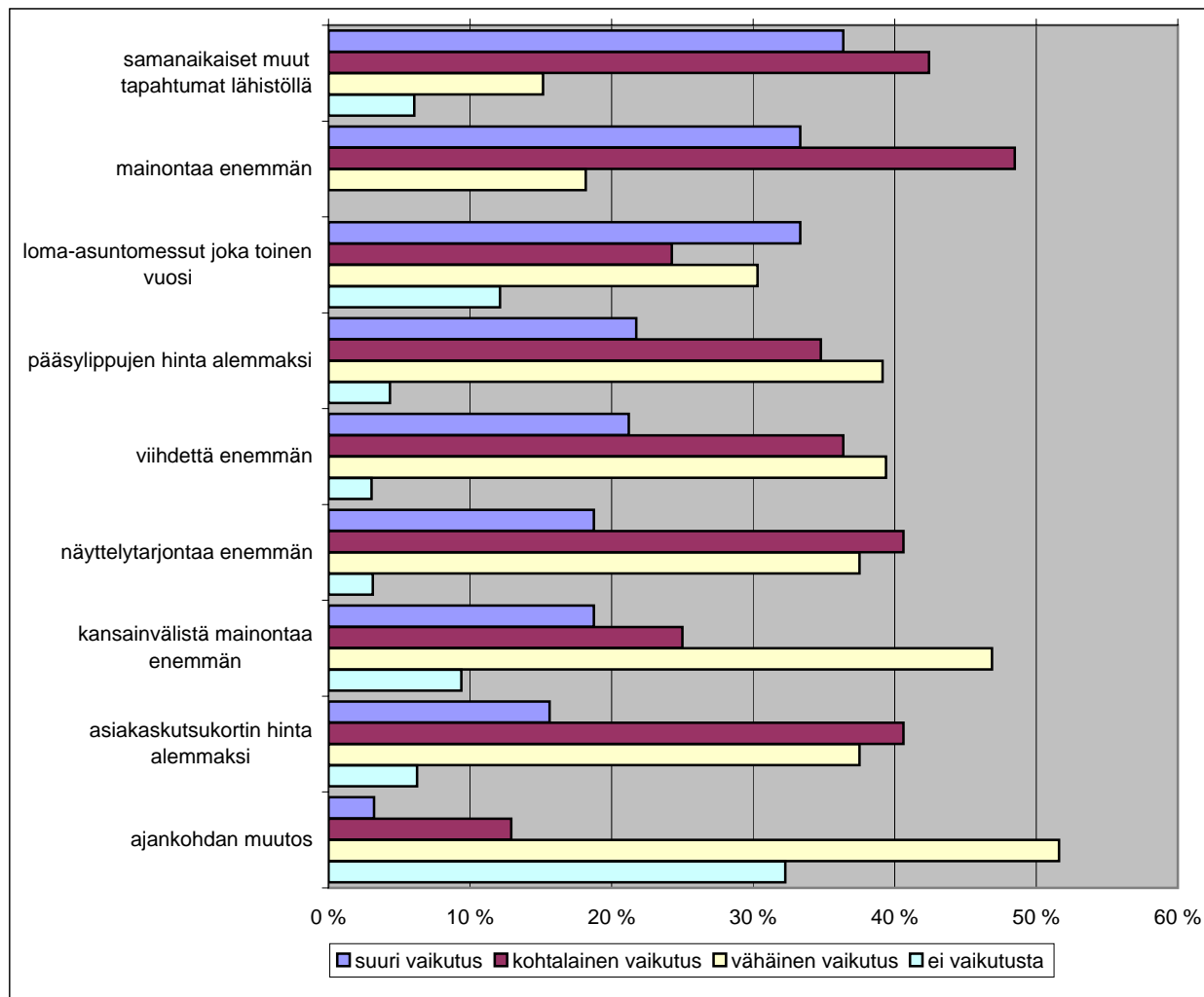
### % osuus

14 %  
63 %  
11 %  
6 %  
3 %  
0 %

Ei määrä vaan laatu!



## Eri asioiden vaikutus messuvieraiden määrään



### Eri asioiden vaikutus messuvieraiden määrään

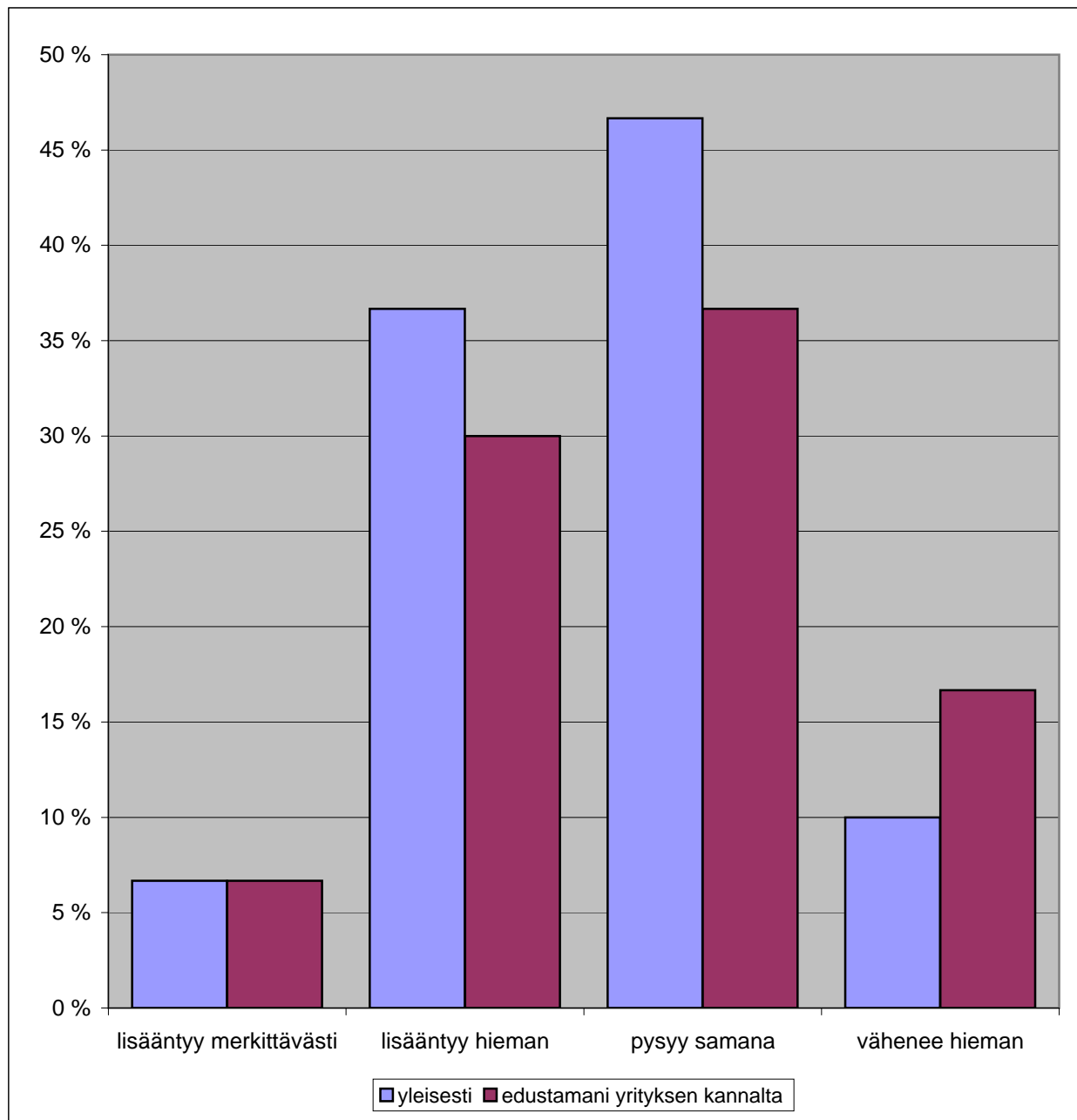
	suuri vaikutus	kohtalainen vaikutus	vähäinen vaikutus	ei vaikutusta
samanaikaiset muut tapahtumat lähistöllä	36 %	42 %	15 %	6 %
mainontaa enemmän	33 %	48 %	18 %	0 %
loma-asuntomessut joka toinen vuosi	33 %	24 %	30 %	12 %
pääsylippujen hinta alemmaksi	22 %	35 %	39 %	4 %
viihdettä enemmän	21 %	36 %	39 %	3 %
näyttelytarjontaa enemmän	19 %	41 %	38 %	3 %
kansainvälistä mainontaa enemmän	19 %	25 %	47 %	9 %
asiakaskutsukortin hinta alemmaksi	16 %	41 %	38 %	6 %
ajankohdan muutos	3 %	13 %	52 %	32 %

"Mainontaa enemmän" ja messut joka toinen vuosi - siinä "lääkkeet" suurempaan kävijämäärään.





## Loma-asuntomessut markkinointivälineenä



### Loma-asuntomessut markkinointivälineenä

	lisääntyy merkittävästi	lisääntyy hieman	pysyy samana	vähenee hieman
yleisesti	7 %	37 %	47 %	10 %
edustamani yrityksen kannalta	7 %	30 %	37 %	17 %

Yritysten pääosa tulee jatkossakin käyttämään loma-asuntomessuja markkinoinnissaan.



## Kommentit ja kehitysideat

### Kommentit

Saimme lisättyä yrityksen tunnettavuutta. Saatiin haluttu näkyvyys  
Hyvä tunnelma. Helppo luoda kontakteja.  
Erinomaisen hienot messut.

Organisaatio kaikin puolin ammattilaisia.  
Näytteilleasettajien taukotilaa kaivattiin. Jätehuolto ei pelannut.

Kiinnostuksen herättäminen ja uutuuksien esittely vaimeaa.  
Markkinointin satsattava enemmän. TV- ja lehtimainonta puuttui kokonaan.  
Juha Mieto puolialastomana mainonnassa.

### Kehitysideat

Uusia tuotteita esille houkutusmielessä.  
Joku ohjelma tai julkis lisäämään kävijöiden määrää.  
Yhteistä iltaohjelmaa näytteilleasettajille.  
Messut/loma-asuntomessut vuorovuosin.



# S U O M E N A S U N T O M E S S U T

## Messuissa hyvää ja huonoa

### **Messuissa hyvää**

Tosi hyviä kontakteja. Kiinnostuneet asiakkaat.  
Komeat maisemat. Rauhallinen paikka. Puhdas luonto.  
Organisaatio toimi. Hyvä osastopaikka. Hyvä ilmapiiri.  
Messuvieraita ympäri Suomea. Rungas kiinnostus.

### **Messuissa huonoa**

Liikenneyhteys. Tien kunto.  
Messujunan puuttuminen.  
Yhtä aikaa järjestetyt Erä-messut.  
Alueella ei automaatteja.  
Juhannusviikon aukiolo.