



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



**AIRISTON LOMA-ASUNTOMESSUT
PARAISILLA 17.6.-10.7.2005**

KÄVIJÄTUTKIMUS

Tämä raportti perustuu Paraisten Loma-asuntomessuilla tehtyyn kävijätutkimukseen. Tutkimukseen osallistui yhteensä 7.401 kävijäperhettä.



SUOMEN ASUNTOMESSUT

SISÄLLYSLUETTELO	2
1. JOHDANTO	3
2. MESSUJEN KÄVIJÄMÄÄRÄT	
Messujen kävijämäärät	4
Kävijämäärät päivittäin	5
Messumatkan pituus	6
3. MESSUKÄVIJÖIDEN PROFIILI	
Kävijät ympäristöstä	7
Kävijät maakunnittain	8
Maakunnat	9
Messukävijöiden profiili	10
Ammattiryhmä	11
Ikäjakama	12
Rakennus- ja remonttiaikomukset	13
Remonttiaikomukset	14
Kiinnostavimmat tuotteet/hankinnat	15
4. MESSUILLE TULO	
Mikä sai lähtemään messuille	16
Päätös lähteä messuille	17
Aiemmat käynnit	18
Kulkuväline ja messumatkan luonne	19
5. MESSUILLA OLO	
Tutustumisaika ja käynnit näyttelykohteissa	20
Messupalvelut	21
Rahankulutus	22
Palveluiden hinnat	23
6. TYYTYVÄISYYS MESSUIHIN	
Olitko tyytyväinen palveluihin	24
Messutarjonnan riittävyys	25
Yleisarvosana	26
Palaute hyvää omin sanoin	27
Palaute huonoa omin sanoin	28
7. MESSUVIESTINTÄ	
Mistä parasta ennakkoinfoa	29
Aita- ja äänimainonta	30
Messuluettelon hankinta	31
Messutiedotus	32
8. VIIPYMINEN JA MIELIPITEET MESSUPAIKKAKUNNASTA	
Messumatkan kokonaiskesto	33
Missä muualla messumatkalla käytiin	34
9. TULEVAT MESSUT	
Loma-asuntomessut Kolilla 2006	36
Asuntomessut Espoossa 2006	37
10. TULEVAISUUDEN SUUNNITELMAT	
Miten haluat asua	38
Minkälaisen loma-asunnon rakentaisit	39
Mielipiteet väittämistä	40
Paras mökki-äänestys	41
11. ASIAKASMIELIKUVA LOMA-ASUNTOMESSUISTA	
Mitkä ominaisuudet kuvaavat loma-asuntomessuja	42
12. NÄYTTEILLEASETTAJATUTKIMUS	43



SUOMEN ASUNTOMESSUT

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 myös äänestää 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 55.244
- perheitä 23.018
- keskimääräinen perheenkoko 2.4
- palautettuja tutkimuslomakkeita 7.401
- palautus-% perheistä 32

Tutkimuksen raportointi

Tutkimus on raportoitu kysymys kysymykseltä graafisesti ja taulukoina. Soveltuvien osien tuloksia verrattiin 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

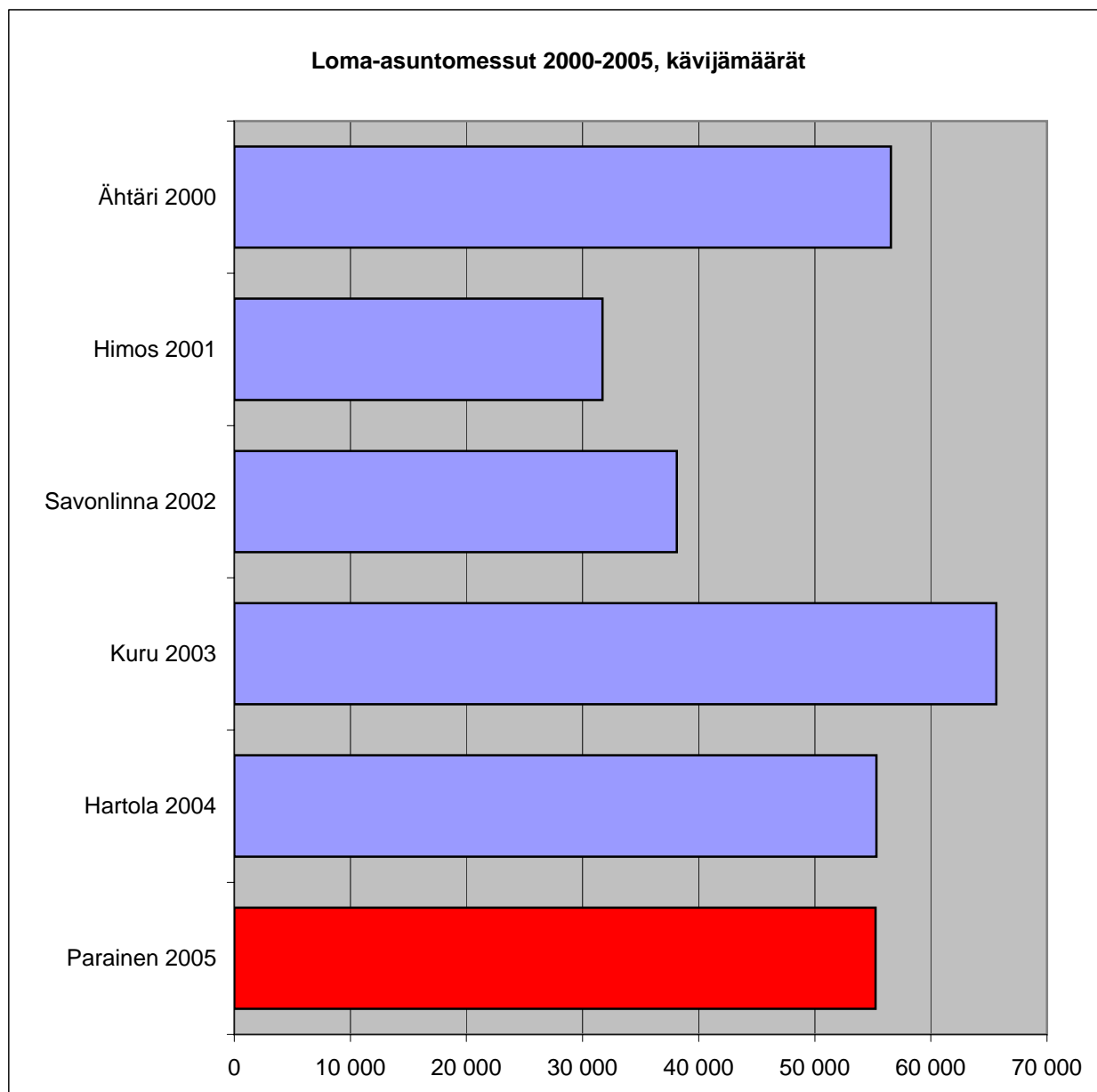
Puhelin 02-634 6400

E-mail: etunimi.sukunimi@rakentaja.fi



2. MESSUJEN KÄVIJÄMÄÄRÄT

Loma-asuntomessut 2000-2005



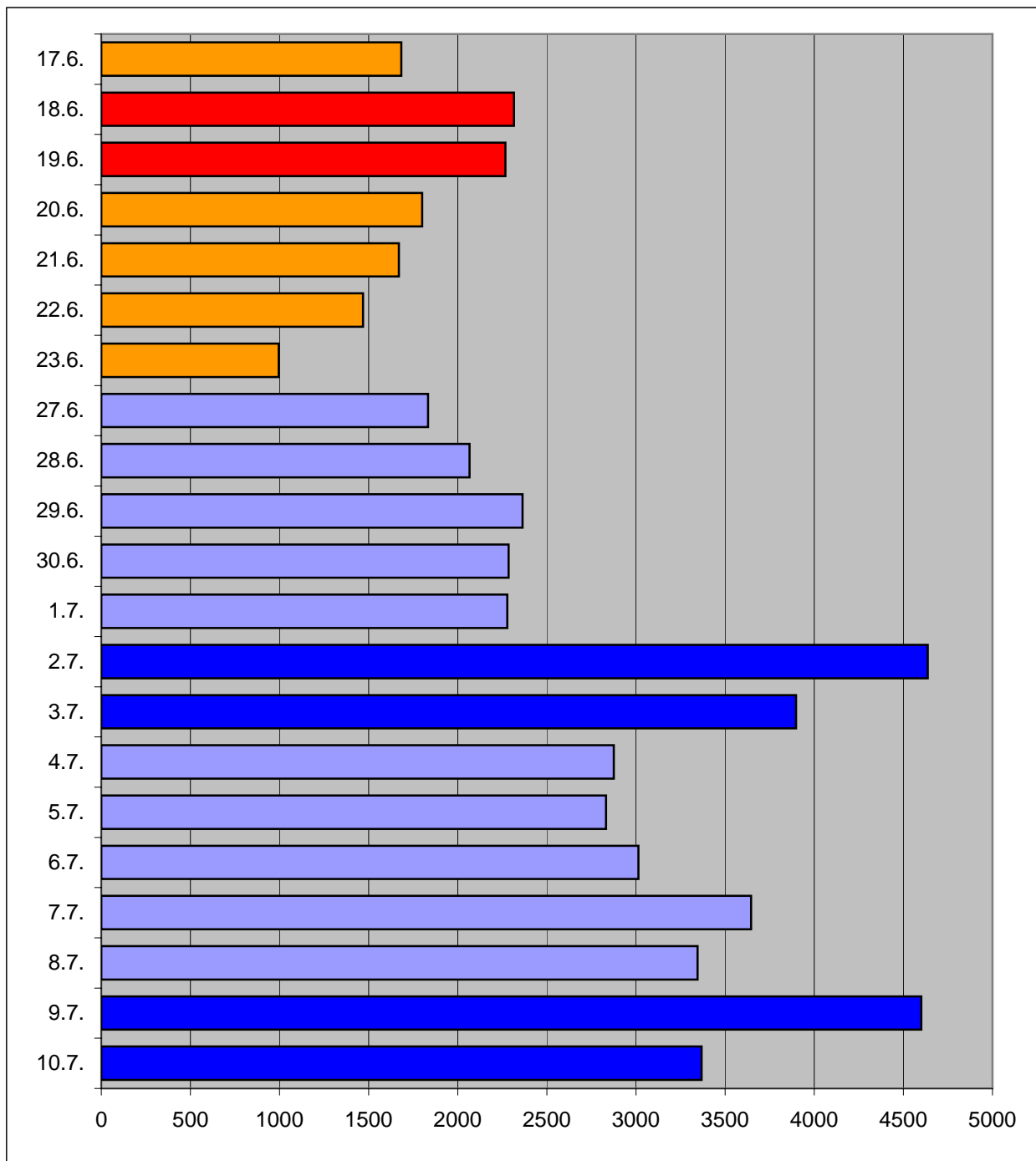
Loma-asuntomessut 2000-2005

	kävijämäärä
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. Eniten kävijöitä messujen historiassa oli edellisvuonna Kurussa, missä vieraili 65.645 kävijää. Tämän vuoden Paraisten kävijämäärä on neljänneksi suurin.



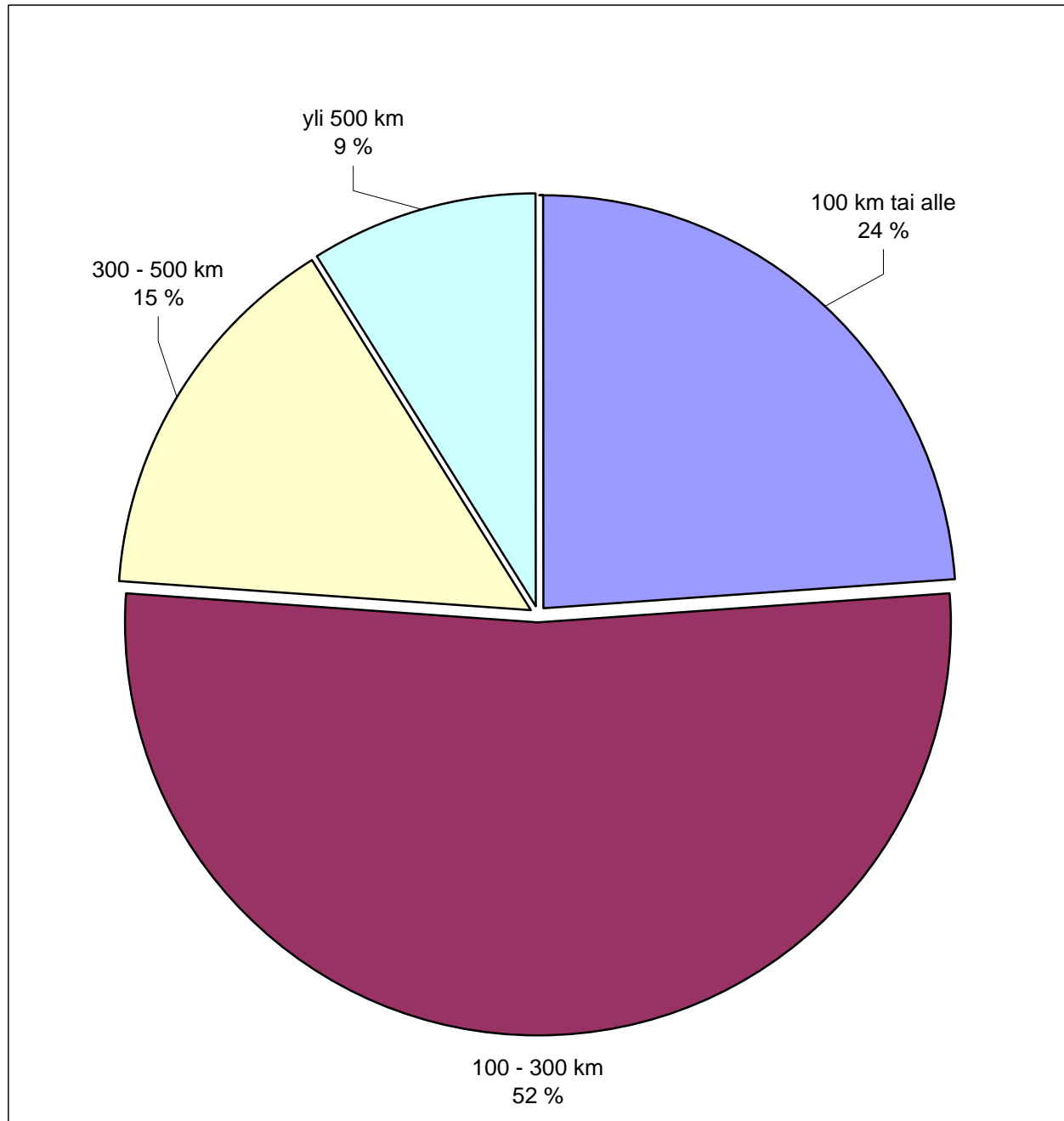
Paraisten kävijät päivittäin



Työ ja muut aktiviteetit siirtävät messukäynnin juhannuksen jälkeen.
Ennen juhannusta messuilla kävi keskimäärin 1.743 kävijää ja juhannuksen jälkeen lähes
kaksinkertainen määrä, 3.074 kävijää/päivä



Messumatkan kokonaispituus edestakaisin



Messumatkan kokonaispituus edestakaisin

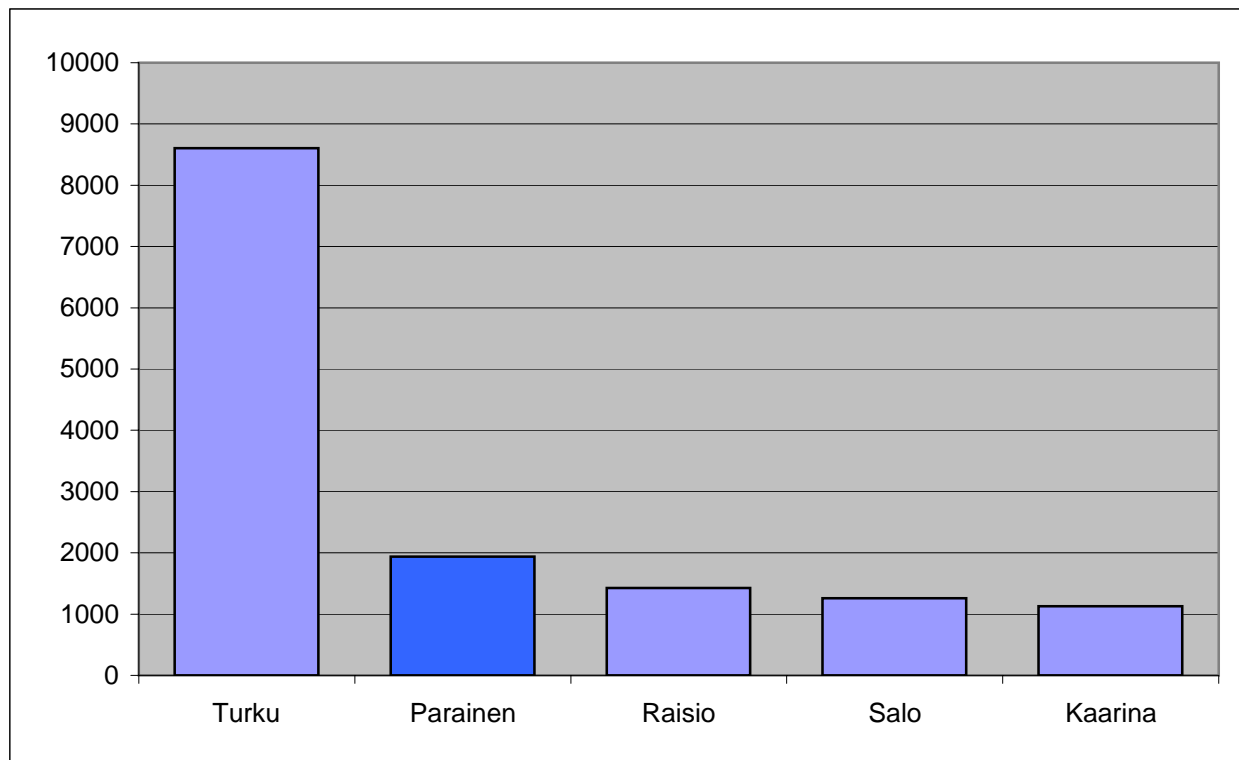
	vastanneet	% osuus
100 km tai alle	100	24 %
100 - 300 km	217	52 %
300 - 500 km	63	15 %
yli 500 km	37	9 %

Alle neljännes Paraisten messukävijöistä tuli messuille yli 150 kilometrin päästä.



3. MESSUKÄVIJÖIDEN PROFILI

Lähialueen kävijät



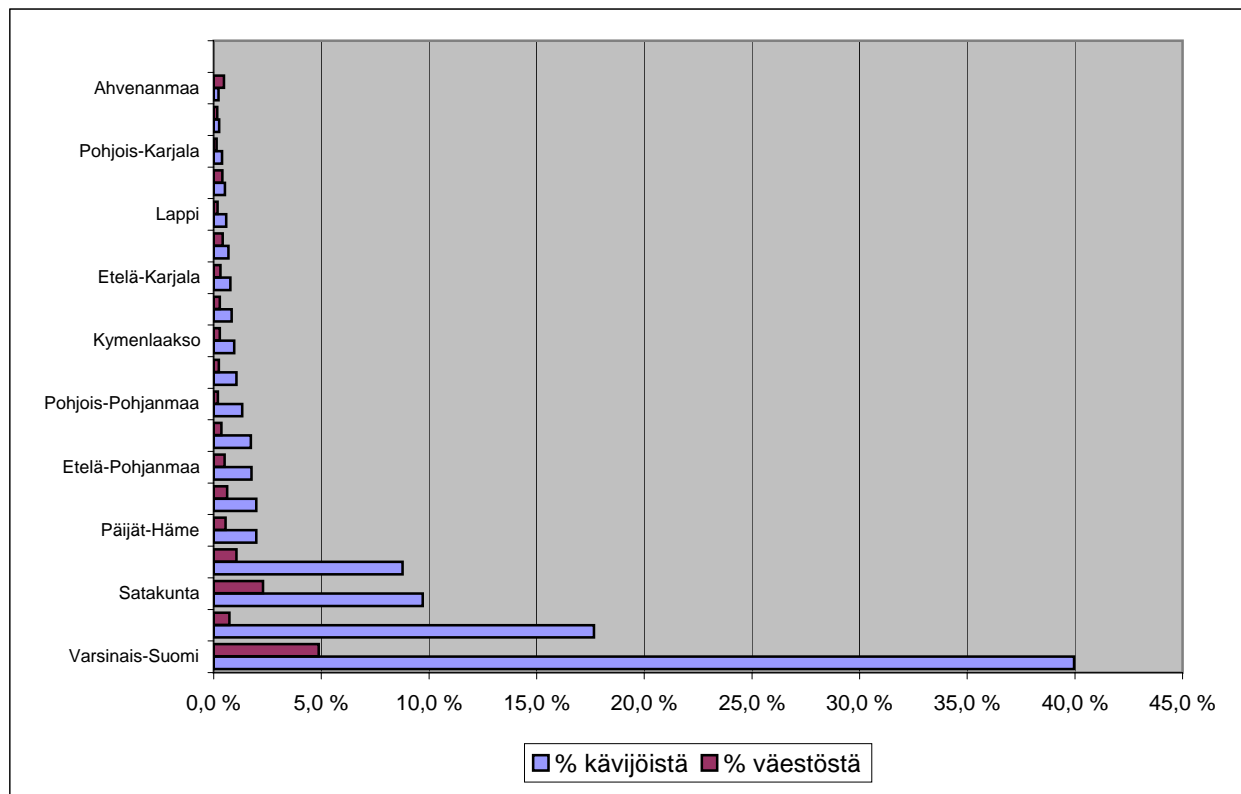
Lähikuntien kävijät	vastanneet	kävijät	% osuus kävijöistä	% osuus väestöstä
Lieto	96	717	1,3 %	4,8 %
Piikkiö	56	418	0,8 %	6,1 %
Halikko	44	328	0,6 %	3,5 %
Nauvo	20	149	0,3 %	10,3 %
Sauvo	15	112	0,2 %	3,9 %
Rymättylä	14	105	0,2 %	5,2 %
Dragsfjärd	13	97	0,2 %	2,9 %
Korppoo	8	60	0,1 %	6,7 %
Västanfjärd	5	37	0,1 %	4,6 %

Lähikaupunkien kävijät	vastanneet	kävijät	% osuus kävijöistä	% osuus väestöstä
Turku	1153	8606	15,6 %	4,9 %
Parainen	260	1941	3,5 %	16,1 %
Raisio	191	1426	2,6 %	6,0 %
Salo	169	1261	2,3 %	5,1 %
Kaarina	151	1127	2,0 %	5,2 %

Paraislaisista messut aktivoi liikkeelle 16 %. Hartolassa oman kunnan väestä kävi 30 %.



Kävijät maakunnittain



Maakunnat	väestö	vastanneet	kävijät	% kävijöistä	% väestöstä
Varsinais-Suomi	452 444	2 957	22 072	40,0 %	4,9 %
Uusimaa	1 338 180	1 307	9 756	17,7 %	0,7 %
Satakunta	234 777	718	5 359	9,7 %	2,3 %
Pirkanmaa	457 317	649	4 844	8,8 %	1,1 %
Päijät-Häme	198 434	146	1 090	2,0 %	0,5 %
Pohjanmaa	173 111	146	1 090	2,0 %	0,6 %
Etelä-Pohjanmaa	193 954	130	970	1,8 %	0,5 %
Keski-Suomi	266 082	128	955	1,7 %	0,4 %
Pohjois-Pohjanmaa	371 931	98	732	1,3 %	0,2 %
Pohjois-Savo	251 356	78	582	1,1 %	0,2 %
Kymenlaakso	185 662	70	523	0,9 %	0,3 %
Etelä-Savo	162 296	62	463	0,8 %	0,3 %
Etelä-Karjala	136 301	57	425	0,8 %	0,3 %
Itä-Uusimaa	91 689	51	381	0,7 %	0,4 %
Lappi	186 917	43	321	0,6 %	0,2 %
Keski-Pohjanmaa	70 584	38	284	0,5 %	0,4 %
Pohjois-Karjala	169 129	29	216	0,4 %	0,1 %
Kainuu	86 573	19	142	0,3 %	0,2 %
Ahvenanmaa	26 347	17	127	0,2 %	0,5 %
Kanta-Häme	166 648	0	0	0,0 %	0,0 %
Yhteensä	5 219 732	0	55 244		

Joka 20. (22.072)
Varsinais-Suomen
asukas vieraili
Paraisilla. Toiseksi
eniten käytiin
Uudeltamaalta
(9.765 kävijää)

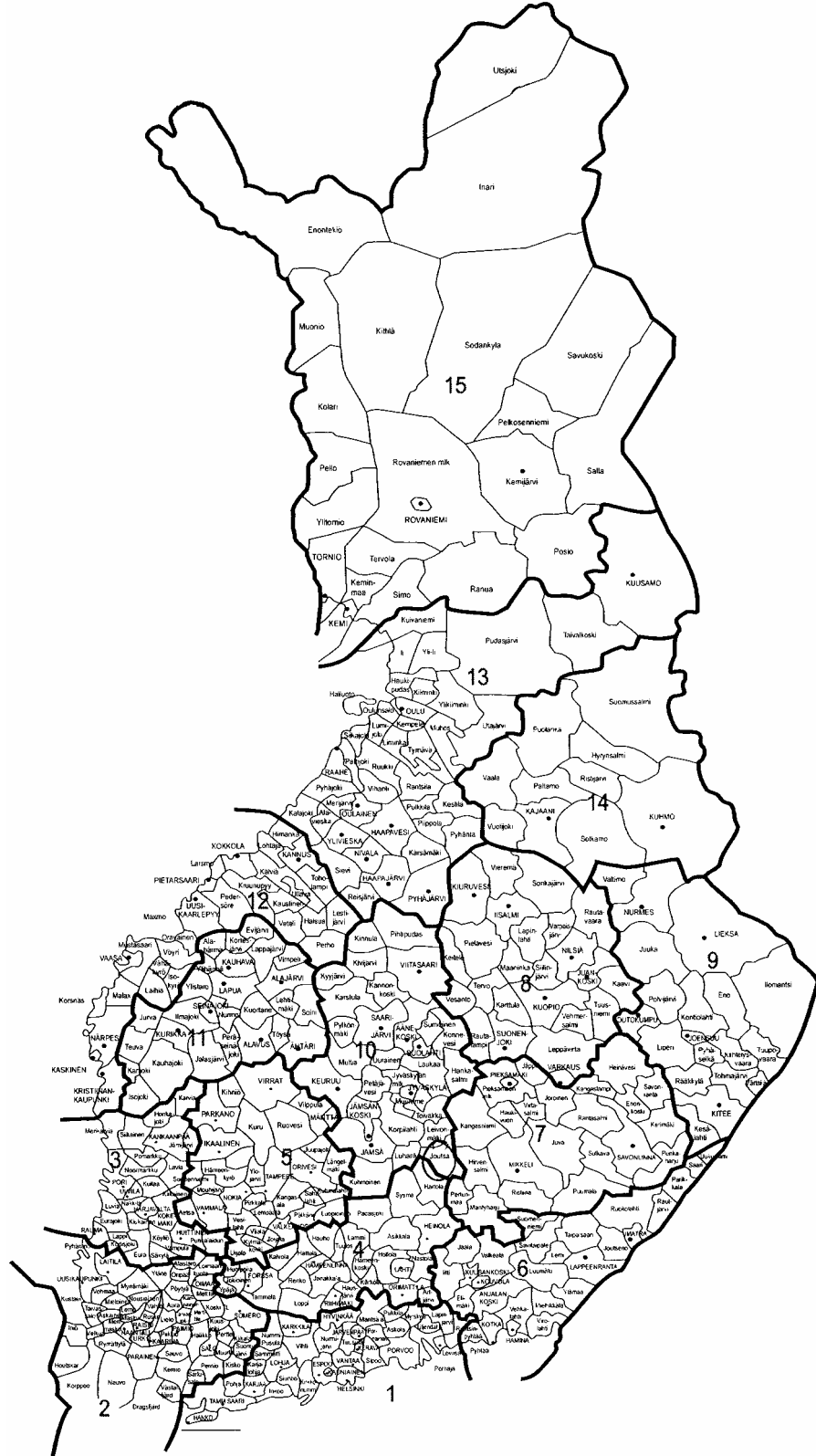


SUOMEN ASUNTOMESSUT

Maakunnat

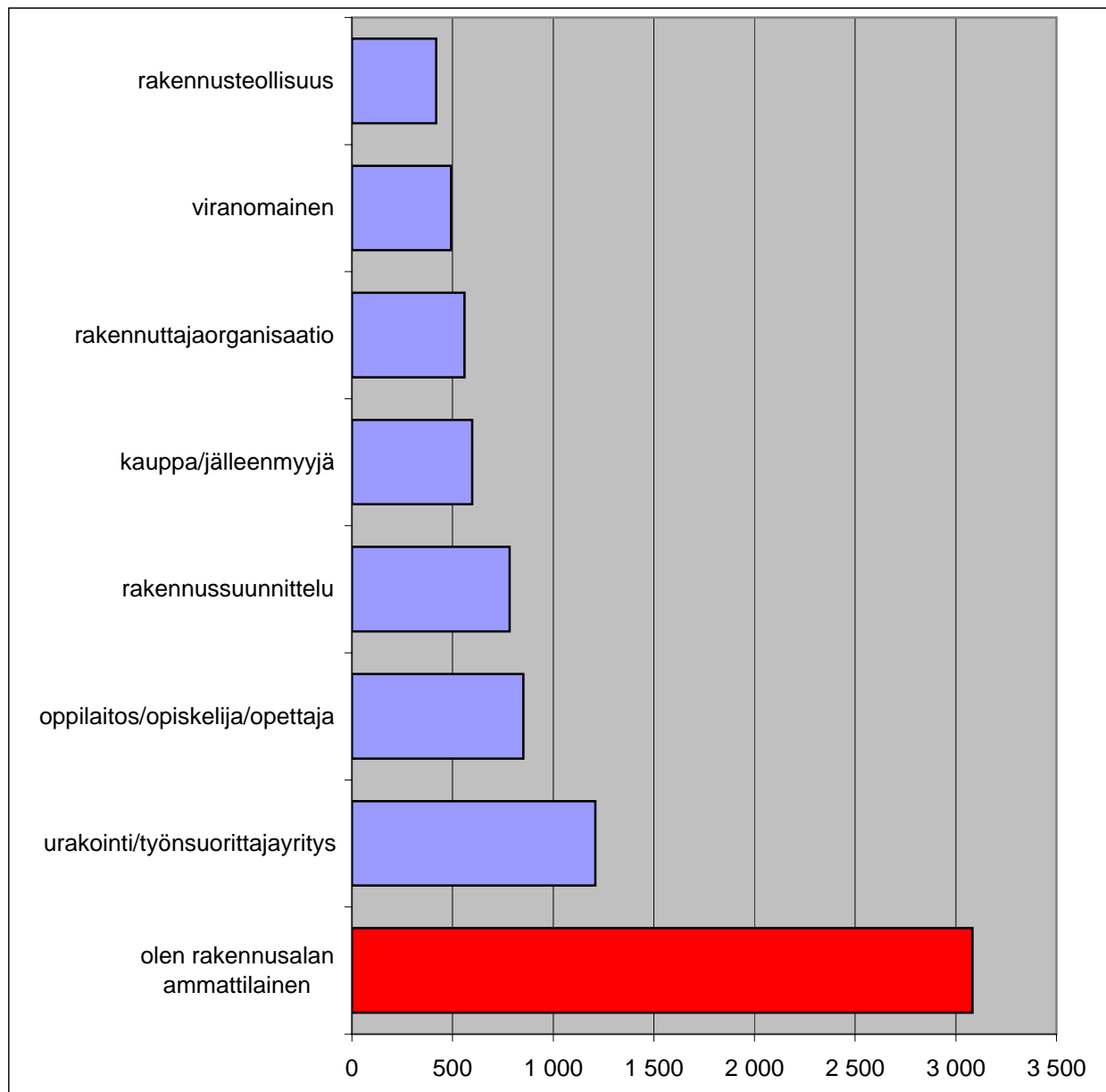
Maakunnat

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





Messuilla käyneet rakennusalan ammattilaiset



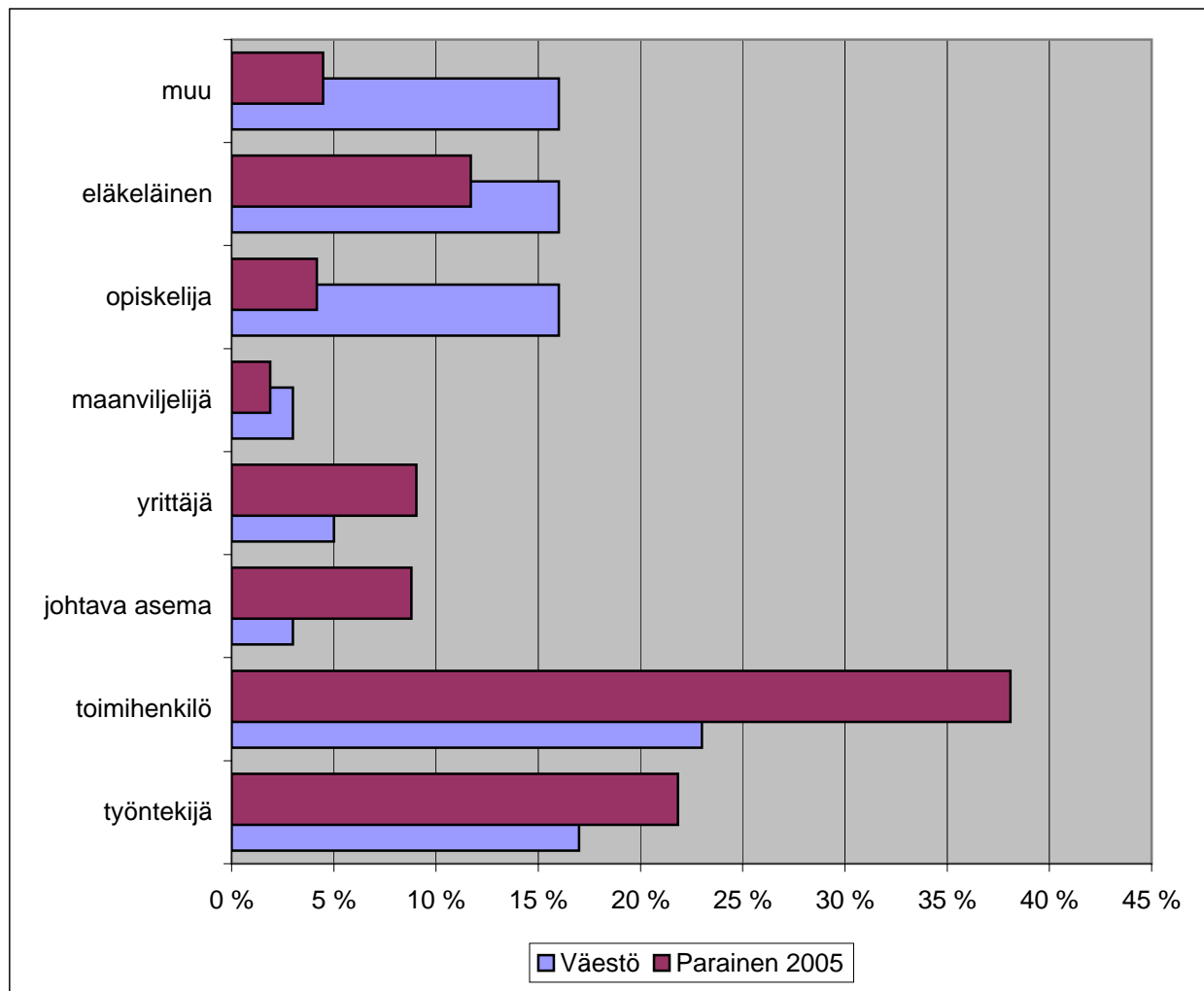
Messuilla käyneet rakennusalan ammattilaiset

	vastanneet	% osuus	volyymi
olen rakennusalan ammattilainen	413	5,6 %	3 083
urakointi/työnsuorittajayritys	162	2,2 %	1 209
oppilaitos/opiskelija/opettaja	114	1,5 %	851
rakennussuunnittelu	105	1,4 %	784
kauppa/jälleenmyyjä	80	1,1 %	597
rakennuttajaorganisaatio	75	1,0 %	560
viranomainen	66	0,9 %	493
rakennusteollisuus	56	0,8 %	418

Paraisten Loma-asuntomessuilla vieraili noin 3.100 rakennusalan ammattilaista.



Ammattiryhmät

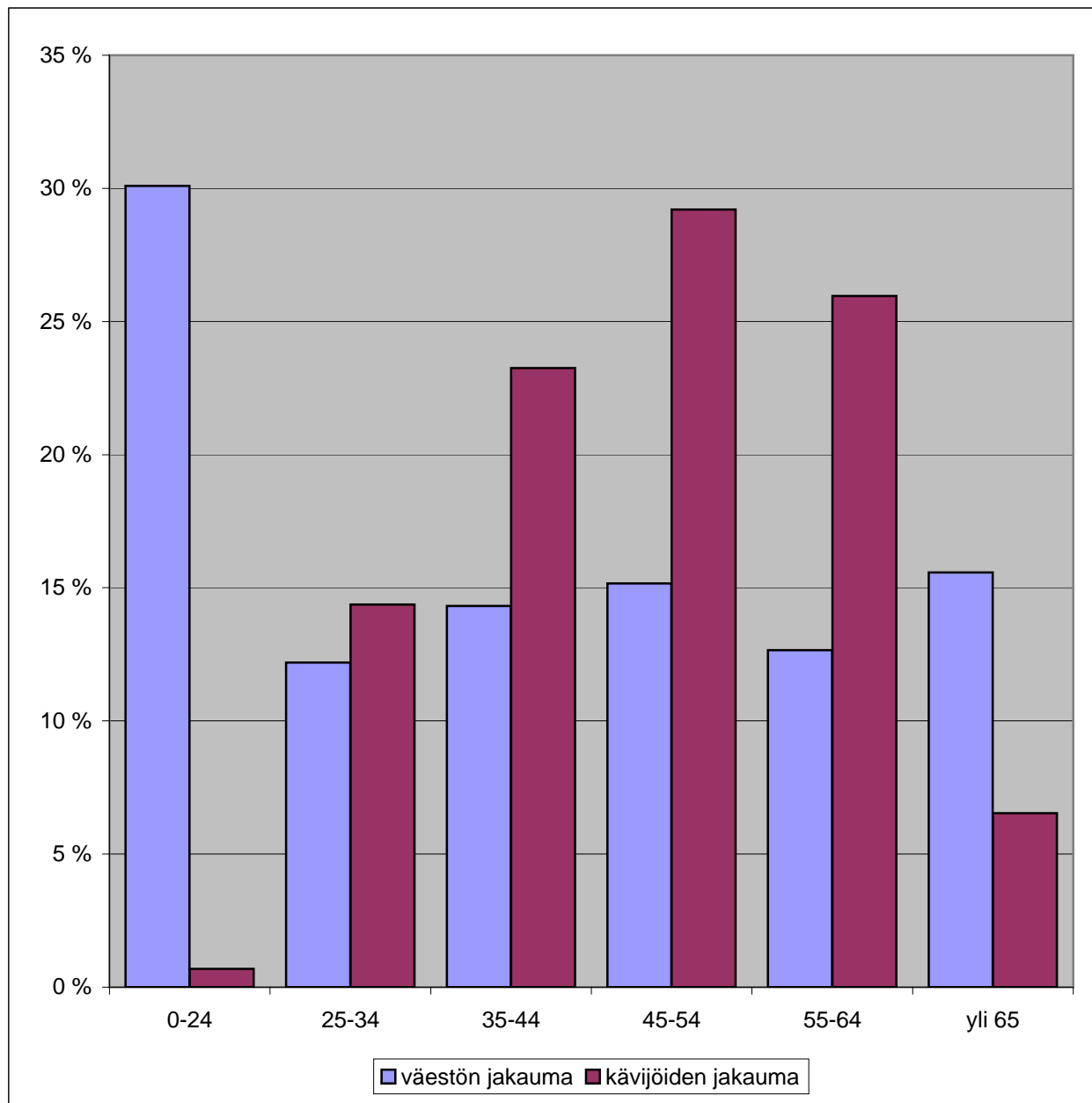


Ammattiryhmät	Parainen vastanneet	Väestö	Himos 2001	Savonlinna 2002	Kuru 2003	Hartola 2004	Parainen 2005
työntekijä	278	17 %	22 %	21 %	19 %	19 %	22 %
toimihenkilö	485	23 %	32 %	37 %	40 %	37 %	38 %
johtava asema	112	3 %	11 %	6 %	9 %	9 %	9 %
yrittäjä	115	5 %	11 %	10 %	11 %	12 %	9 %
maanviljelijä	24	3 %	3 %	2 %	4 %	2 %	2 %
opiskelija	53	16 %	5 %	6 %	4 %	4 %	4 %
eläkeläinen	149	16 %	11 %	12 %	10 %	12 %	12 %
muu	57	16 %	5 %	5 %	5 %	4 %	4 %

Suhteessa väestöön Paraisilla kävi eniten johtavassa asemassa olevia, yrittäjiä sekä toimihenkilöitä.



Ikäjakauma



Ikäjakauma	väestö	vastanneet	väestön jakauma	kävijöiden jakauma
0-24	1 570 722	45	30 %	1 %
25-34	636 575	939	12 %	14 %
35-44	747 139	1 519	14 %	23 %
45-54	791 625	1 908	15 %	29 %
55-64	660 476	1 696	13 %	26 %
yli 65	813 195	427	16 %	7 %
	5 219 732	6 534		

Paraisten messukävijöistä 62 % on yli 45 -vuotiaita. Vastaava osuus asuntomessuilla on 42 %.



Parainen Loma-Asuntomessut, hankevolyymit

Rakennus- ja remonttiaikomukset	v 2005	v 2006	v 2007	myöh.	ei vuotta	yhteensä
vapaa-ajanasunnon rakentaminen	322	349	138	130	517	1456
vapaa-ajanasunnon remointi	161	155	42	48	233	639
vapaa-ajanasunnon osto	35	55	34	61	114	299
vapaa-ajanasunnon myynti	2	1	2	1	10	16
omakotitalon rakentaminen	185	146	69	83	217	700
omakotitalon remointi	254	262	72	98	465	1151
omakotitalon osto	14	16	12	31	47	120
omakotitalon myynti	3	10	2	6	17	38
asuinhuoneiston remointi	84	96	22	34	168	404
asuinhuoneiston osto	26	33	8	18	42	127
asuinhuoneiston myynti	3	4	1	5	15	28
saunan rakentaminen	140	126	41	33	178	518
saunan remointi	101	80	21	19	154	375
autotallin rakentaminen	98	60	16	23	105	302
autotallin remointi	19	8	4	3	35	69
maatalorakennus rakentaminen	10	5	11	1	16	43
maatalorakennus remointi	11	6	0	5	26	48

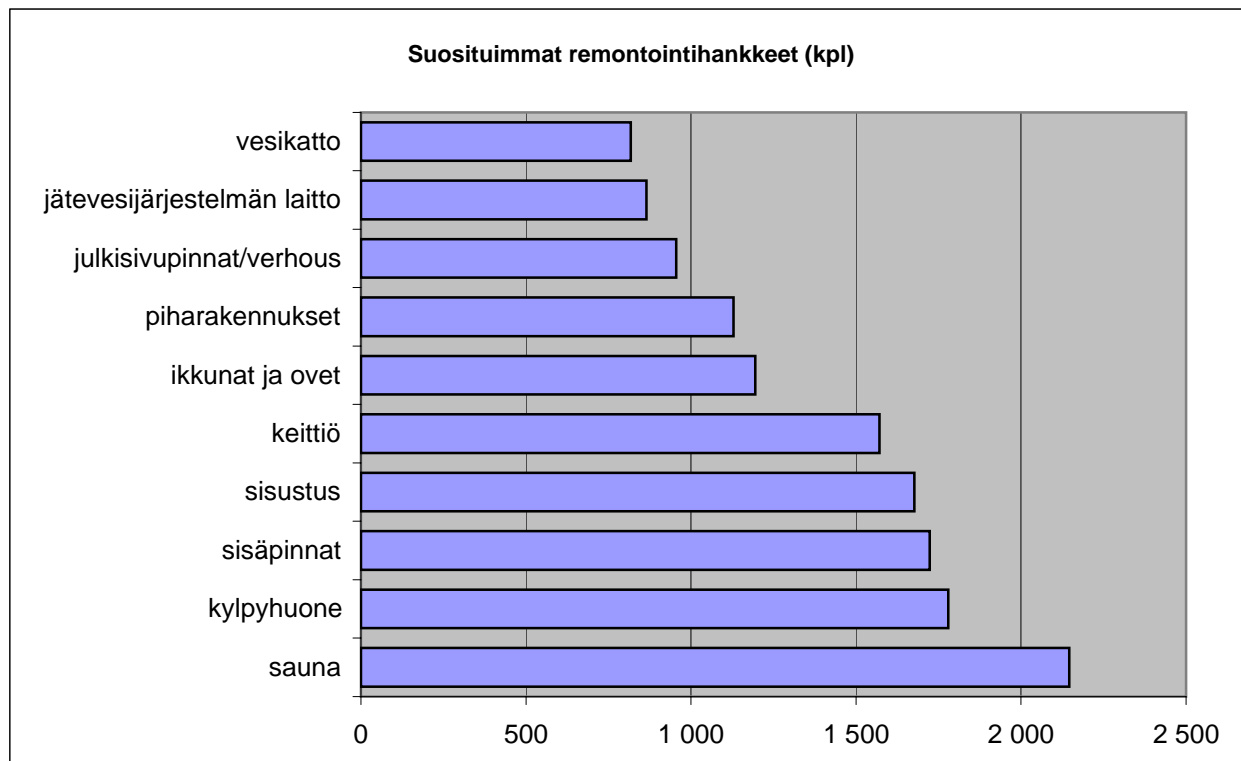
Hartolan hankevolyymit	v 2005	v 2006	v 2007	myöh.	ei vuotta	yhteensä
vapaa-ajanasunnon rakentaminen	1001	1085	429	404	1608	4528
vapaa-ajanasunnon remointi	501	482	131	149	725	1987
vapaa-ajanasunnon osto	109	171	106	190	355	930
vapaa-ajanasunnon myynti	6	3	6	3	31	50
omakotitalon rakentaminen	575	454	215	258	675	2177
omakotitalon remointi	790	815	224	305	1446	3580
omakotitalon osto	44	50	37	96	146	373
omakotitalon myynti	9	31	6	19	53	118
asuinhuoneiston remointi	261	299	68	106	523	1257
asuinhuoneiston osto	81	103	25	56	131	395
asuinhuoneiston myynti	9	12	3	16	47	87
saunan rakentaminen	435	392	128	103	554	1611
saunan remointi	314	249	65	59	479	1166
autotallin rakentaminen	305	187	50	72	327	939
autotallin remointi	59	25	12	9	109	215
maatalorakennus rakentaminen	31	16	34	3	50	134
maatalorakennus remointi	34	19	0	16	81	149

Suosituimmat hankkeet	hankkeet	% kävijä perheistä
vapaa-ajanasunnon rakentaminen	4 528	19,7 %
vapaa-ajanasunnon remointi	1 987	8,6 %
omakotitalon remointi	3 580	15,6 %
omakotitalon rakentaminen	2 177	9,5 %
vapaa-ajanasunnon osto	930	4,0 %
saunan rakentaminen	1 611	7,0 %
asuinhuoneiston remointi	1 257	5,5 %
autotallin rakentaminen	939	4,1 %

Messujen profiloituminen onnistui hyvin. Kävijäperheistä 40 %:lla oli mökkiin kohdistuva hanke. Myös omakotitalon rakentajat ja remontoijat tulivat hakemaan vinkkejä.



Remonttiaikomukset

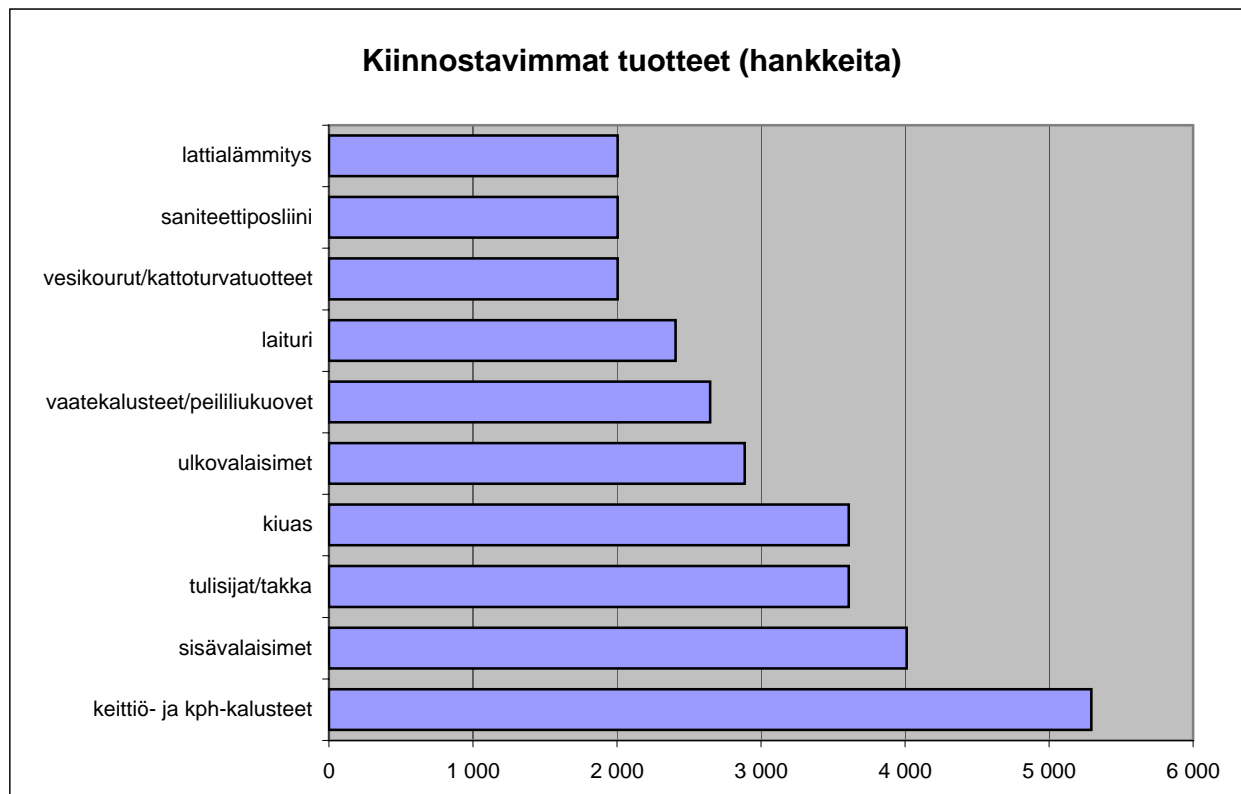


Remonttiaikomukset	vastanneet	% osuus	messuvo	
			lyymi	% remonteista
sauna	690	11,1 %	2 146	26 %
kylpyhuone	572	9,2 %	1 779	21 %
sisäpinnat	554	8,9 %	1 723	21 %
sisustus	539	8,7 %	1 676	20 %
keittiö	505	8,1 %	1 571	19 %
ikkunat ja ovet	384	6,2 %	1 194	14 %
piharakennukset	363	5,8 %	1 129	14 %
julkisivupinnat/verhous	307	4,9 %	955	11 %
jätevesijärjestelmän laitto	278	4,5 %	865	10 %
vesikatto	263	4,2 %	818	10 %
savupiippu-/tulisijaremontti	262	4,2 %	815	10 %
laajennus	222	3,6 %	690	8 %
vesi- ja viemärijärjestelmä	219	3,5 %	681	8 %
kodinhoituhuone	172	2,8 %	535	6 %
lämmitysjärjestelmä	142	2,3 %	442	5 %
ilmanvaihto	139	2,2 %	432	5 %
lisäeristys	123	2,0 %	383	5 %
sähköremontti	118	1,9 %	367	4 %
kellari/perustus	113	1,8 %	351	4 %
jätehuolto-/pihavarusteet	107	1,7 %	333	4 %
kosteus- tai homevaurio	102	1,6 %	317	4 %

Noin 8.300:lla messukävijäperheellä oli remontoitihankkeita. Sauna oli listalla ensimmäisenä. Seuraavina tulivat sisäpintojen, kylpyhuoneen ja keittiön remontit.



Kiinnostavat tuotteet/hankinnat



Kiinnostavat tuotteet/hankinnat

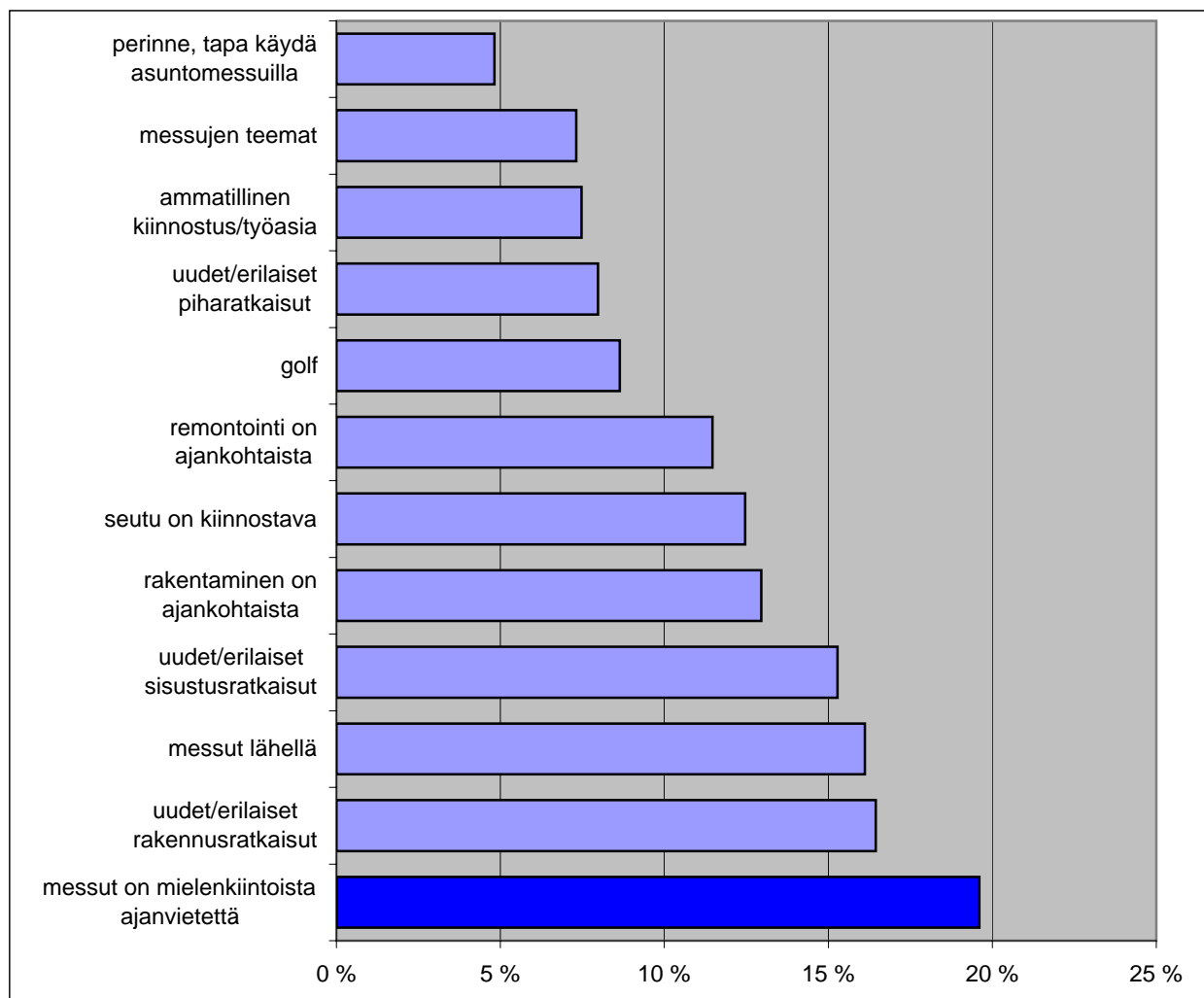
Kiinnostavat tuotteet/hankinnat	vastanneet	volyyymi	%-osuus
keittiö- ja kph-kalusteet	66	5 293	23,0 %
sisävalaisimet	50	4 010	17,4 %
tulisijat/takka	45	3 609	15,7 %
kiuas	45	3 609	15,7 %
ulkovalaisimet	36	2 887	12,5 %
vaatekalusteet/peililiukuovet	33	2 647	11,5 %
laituri	30	2 406	10,5 %
vesikourut/kattoturvatuotteet	25	2 005	8,7 %
saniteettiposiini	25	2 005	8,7 %
lattialämmitys	25	2 005	8,7 %
markiisit/sälerullaimet	24	1 925	8,4 %
kaide-/parvekelasitus	22	1 764	7,7 %
ilmalämpöpumppu	20	1 604	7,0 %
puuportaat	19	1 524	6,6 %
autotallin ovet	16	1 283	5,6 %
hälyttimet/keskuslukitus	13	1 043	4,5 %
satelliittiantenni	12	962	4,2 %
lämmityskattila	8	642	2,8 %
keskuspölynimuri	5	401	1,7 %
kattoikkunat	3	241	1,0 %
	287		

Kiinnostavimmat tuotteet itse loma-asuntojen jälkeen olivat keittiö- ja kylpyhuonekalusteet, valaisimet, tulisijat ja kiukaat



4. MESSUILLE TULO

Mikä sai lähtemään messuille?



Mikä sai lähtemään messuille?

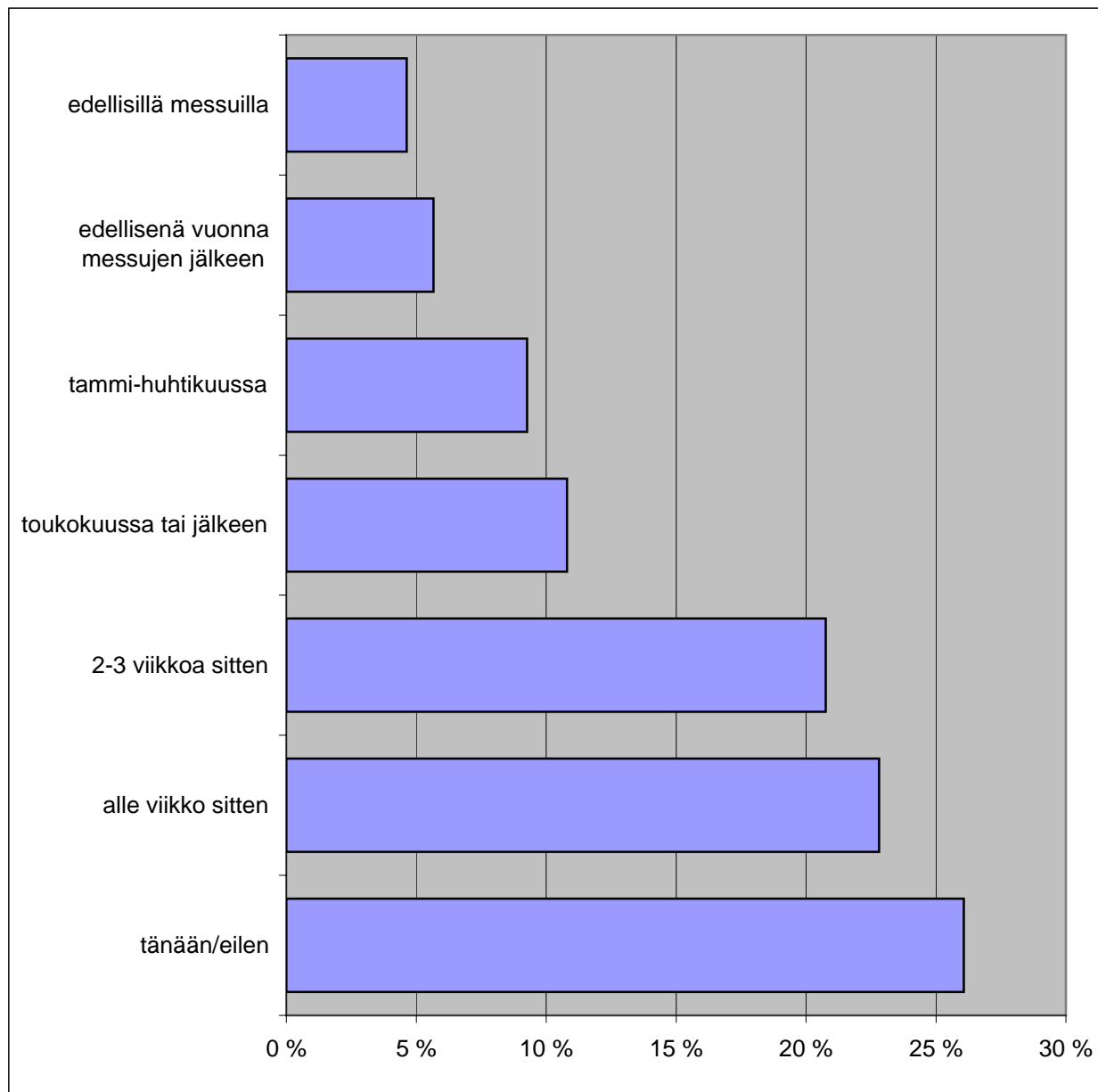
Mikä sai lähtemään messuille?	vastanneet	% osuus	hankkeita
messut on mielenkiintoista ajanvietettä	118	20 %	4512
uudet/erilaiset rakennusratkaisut	99	16 %	3785
messut lähellä	97	16 %	3709
uudet/erilaiset sisustusratkaisut	92	15 %	3518
rakentaminen on ajankohtaista	78	13 %	2982
seutu on kiinnostava	75	12 %	2868
remontointi on ajankohtaista	69	11 %	2638
golf	52	9 %	1988
uudet/erilaiset piharatkaisut	48	8 %	1835
ammattillinen kiinnostus/työasia	45	7 %	1721
messujen teemat	44	7 %	1682
perinne, tapa käydä asuntomessuilla	29	5 %	1109

Messut ovat vastaajien mielestä oivaa ajanvietettä.

Rakentaminen tai remontointi oli ajankohtaista neljänneksellä messukävijöistä



Päätös lähteä messuille?



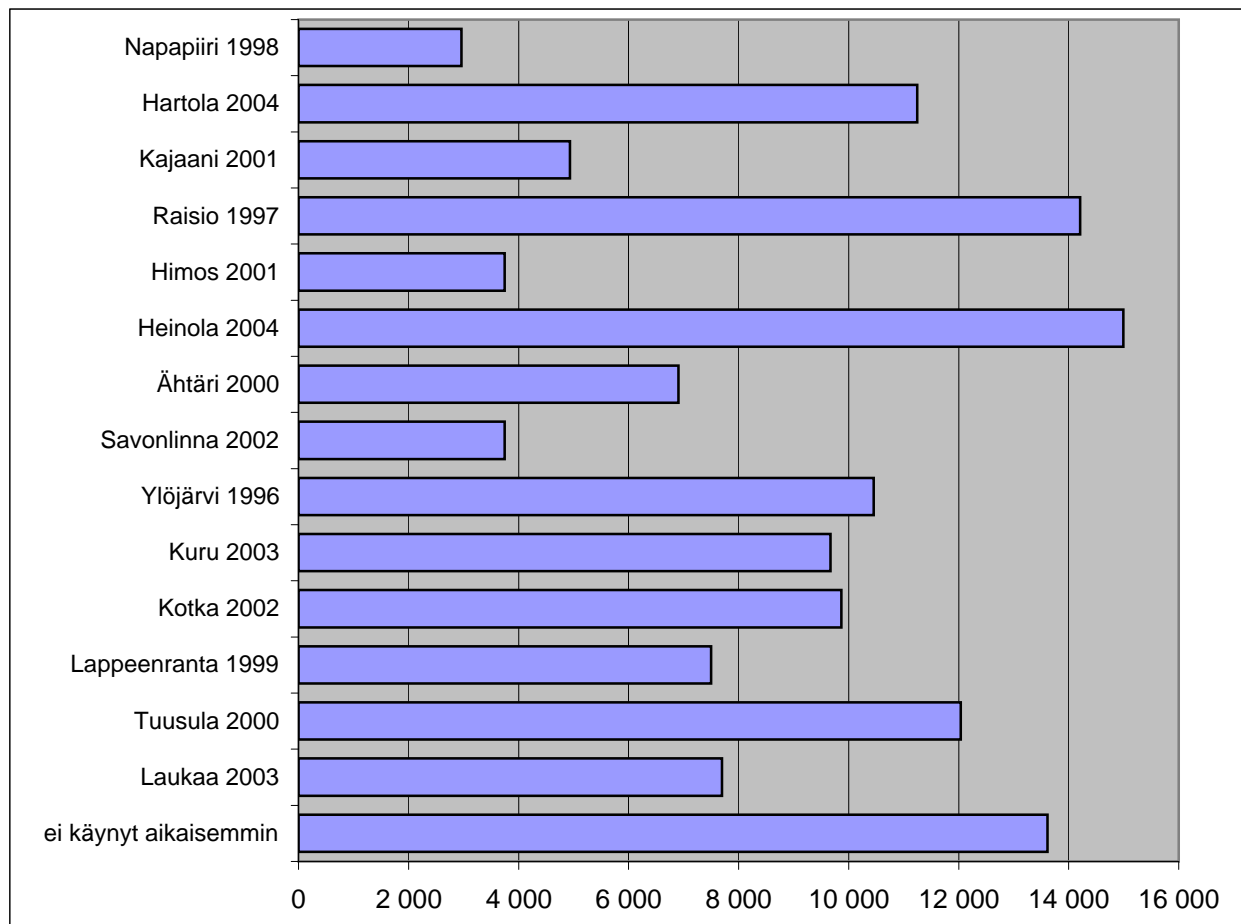
Päätös lähteä messuille?

	vastanneet	%-osuus
tänään/eilen	152	26 %
alle viikko sitten	133	23 %
2-3 viikkoa sitten	121	21 %
toukokuussa tai jälkeen	63	11 %
tammi-huhtikuussa	54	9 %
edellisenä vuonna messujen jälkeen	33	6 %
edellisillä messuilla	27	5 %
	583	

Puolet messuilla kävijöistä teki päätöksen messuille lähdöstä viikon sisällä messuille tulosta!



Aikaisemmat Asunto- tai Loma-asuntomessu käynnit



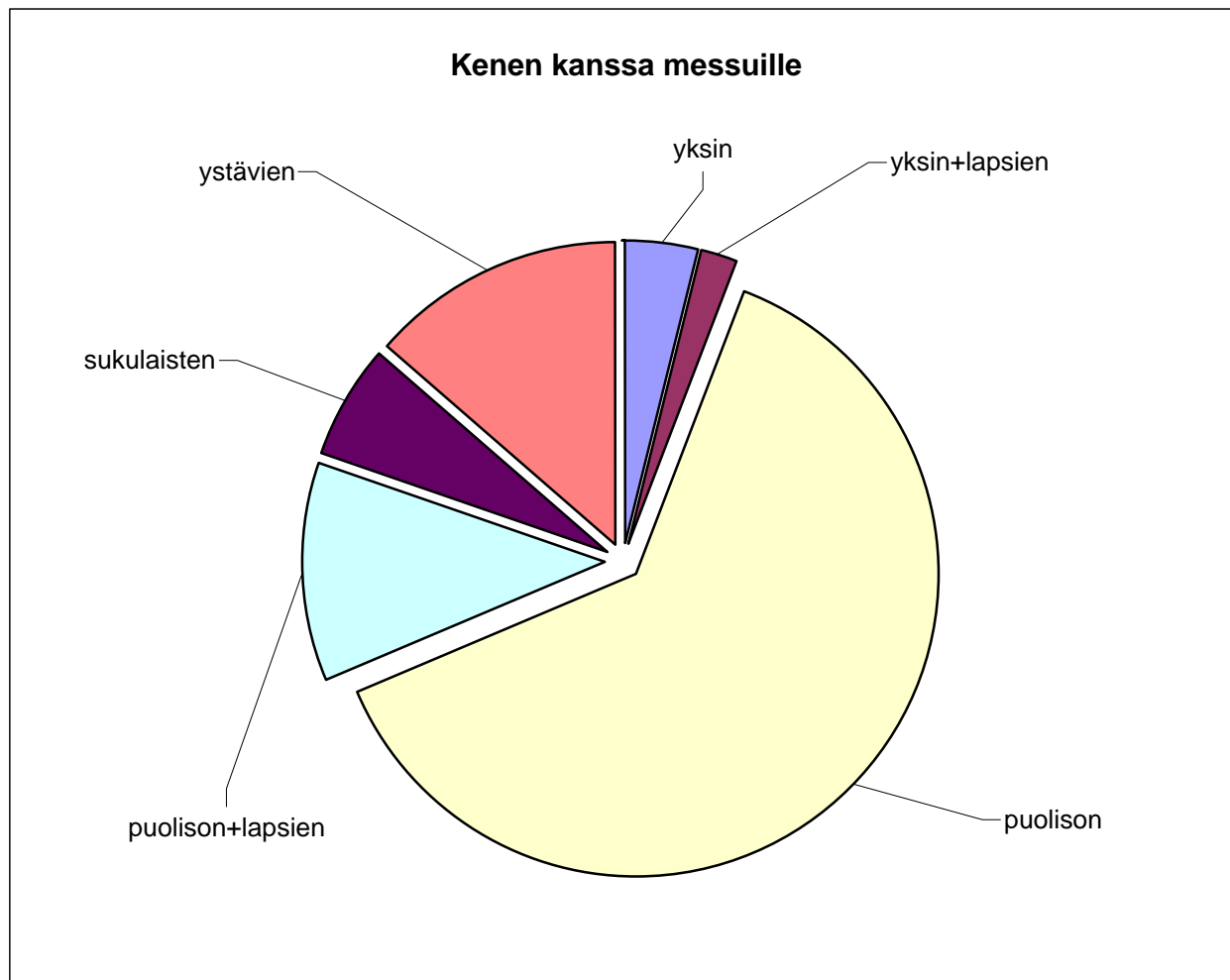
Aikaisemmat Asunto- tai Loma-asuntomessu käynnit

	vastanneet	%-osuus	volyymi
ei käynyt aikaisemmin	69	25 %	13 614
Laukaa 2003	39	14 %	7 695
Tuusula 2000	61	22 %	12 035
Lappeenranta 1999	38	14 %	7 497
Kotka 2002	50	18 %	9 865
Kuru 2003	49	18 %	9 668
Ylöjärvi 1996	53	19 %	10 457
Savonlinna 2002	19	7 %	3 749
Ähtäri 2000	35	13 %	6 906
Heinola 2004	76	27 %	14 995
Himos 2001	19	7 %	3 749
Raisio 1997	72	26 %	14 206
Kajaani 2001	25	9 %	4 933
Hartola 2004	57	20 %	11 246
Napapiiri 1998	15	5 %	2 960
Yhteensä	280		119 958

Messukävijät ovat uskollisia. Noin 25.000 Hartolan tai Heinolan kävijöistä tuli messuille myös Paraisille. Neljännes kävijöistä oli ensikertalaisia. Vuodesta 1996 alkaen Paraisten 55.244 kävijää on käynyt Loma-asunto- tai asuntomessuilla kaikkiaan n. 120.000 kertaa.



Kenen kanssa tulit?



Mitä kulkuneuvoja käytitte messumatkaan?

	vastanneet	% osuus
henkilöauto	513	88 %
juna	3	1 %
bussi	36	6 %
lentokone	1	0 %
pyörällä/kävellen	5	1 %
muulla tavoin	26	4 %

Kenen kanssa tulit?

	vastanneet	% osuus
yksin	23	4 %
yksin+lapsien	11	2 %
puolison	362	63 %
puolison+lapsien	67	12 %
sukulaisten	36	6 %
ystävien	78	14 %

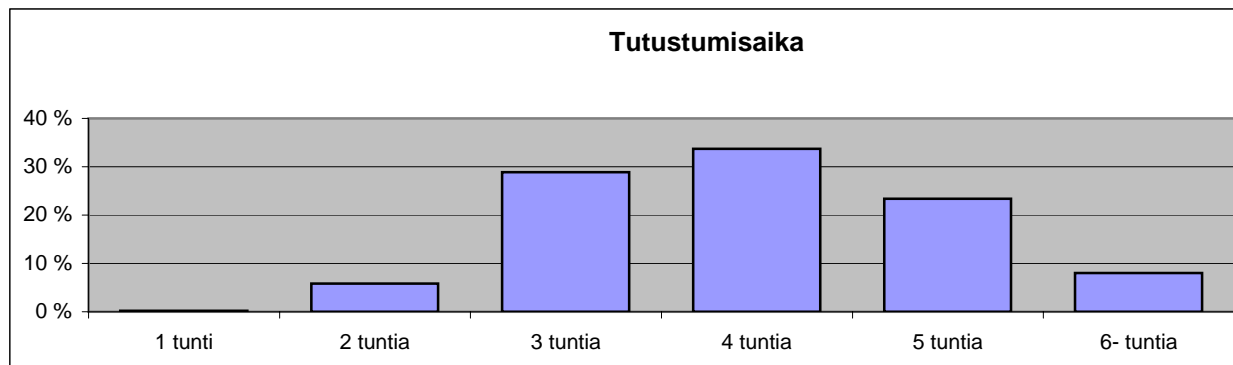
Noin 20.000 perhettä tuli messuille omalla autolla.

Messuille tullaan perheenjäsenen tai ystävien kanssa, vain 4 % tulee yksin.



5. MESSUILLA OLO

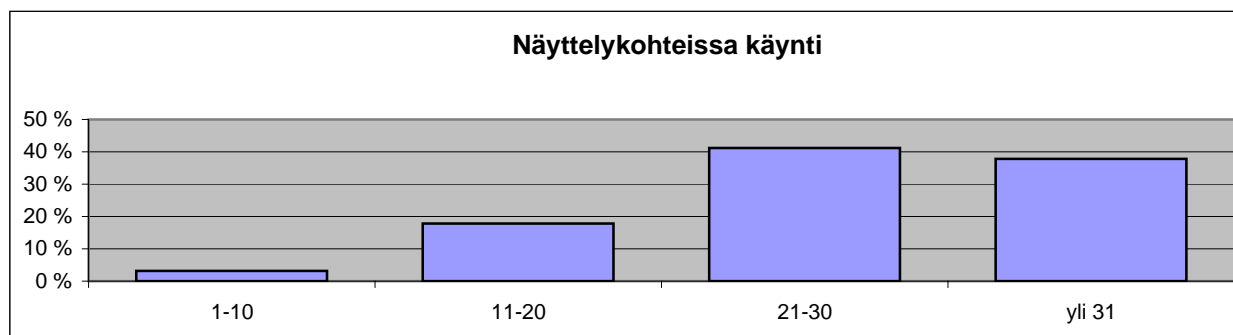
Näyttelykohteissa käynti



Tutustumisaika messuihin

	vastanneet	% osuus
1 tunti	1	0 %
2 tuntia	30	6 %
3 tuntia	148	29 %
4 tuntia	173	34 %
5 tuntia	120	23 %
6- tuntia	41	8 %
	513	

Yli 90 % tutustuu messuihin yli 3 tuntia, kolmannes yli 5 tuntia.



Näyttelykohteissa käynti

	vastanneet	% osuus
1-10	16	3 %
11-20	90	18 %
21-30	208	41 %
yli 31	191	38 %

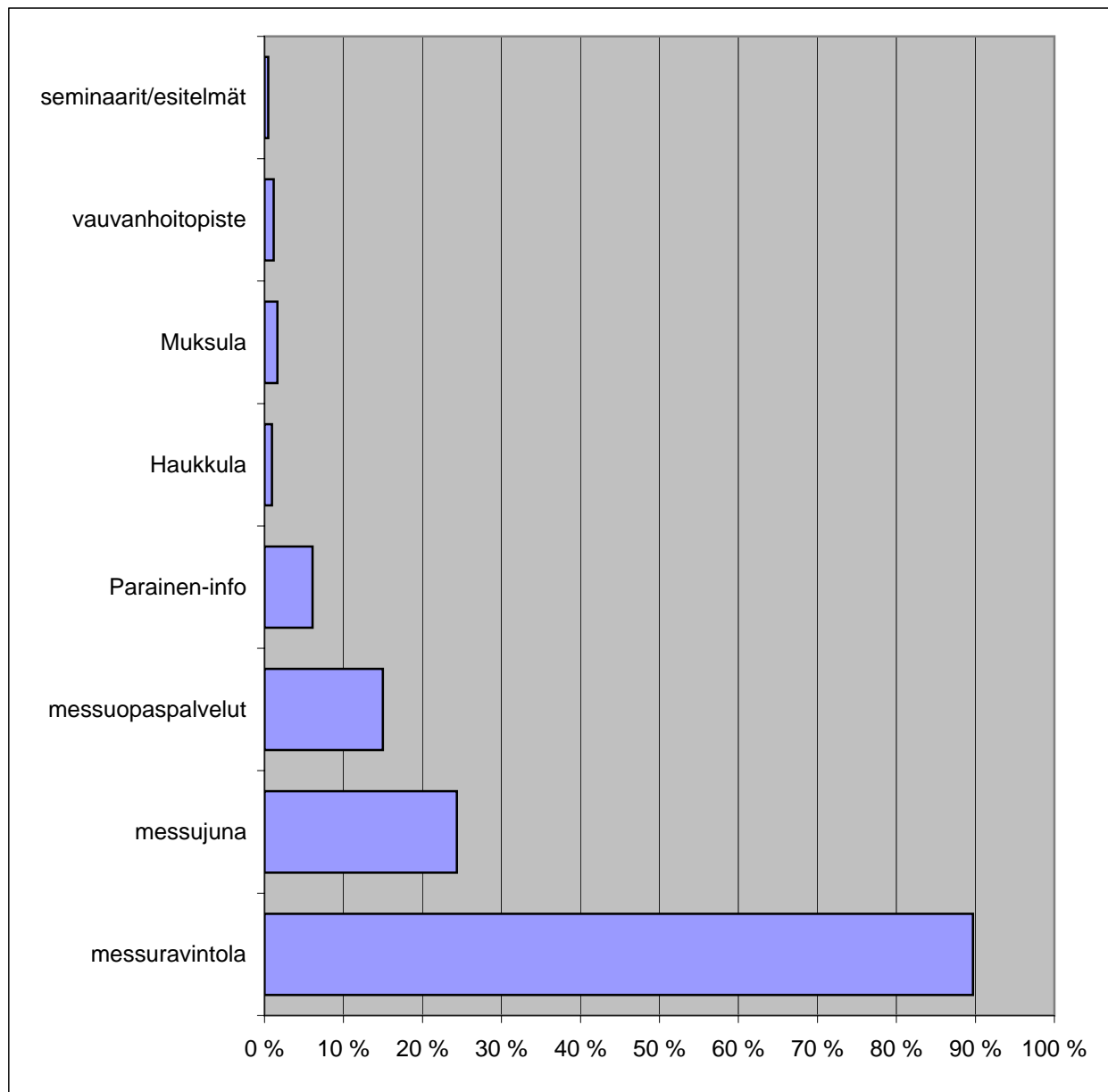
Näyttelyhallissa käynti

	vastanneet	% osuus
kyllä	331	73 %
en	120	27 %
	451	

Messutalot kiinnostavat.
Lähes 80 % kävijöistä käy yli 20 näyttelykohteessa.



Mitä messupalveluita käytit?



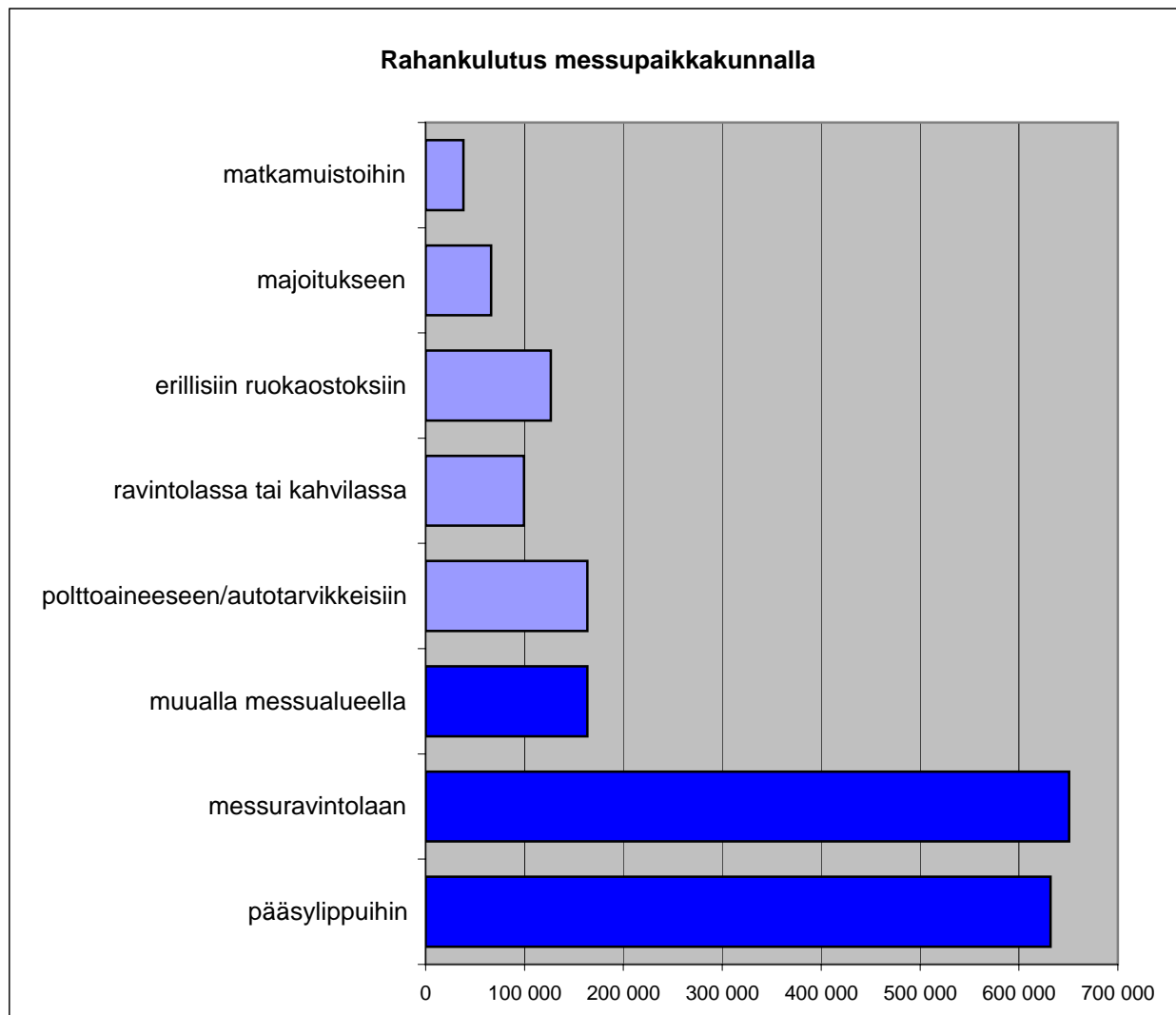
Mitä messupalveluita käytit?

	vastanneet	% osuus
messuravintola	383	90 %
messujuna	104	24 %
messuopaspalvelut	64	15 %
Parainen-info	26	6 %
Haukkula	4	1 %
Muksula	7	2 %
vauvanhoitopiste	5	1 %
seminaarit/esitelmät	2	0 %

Pitkähköt etäisyydet ja korkeuserot
lisäsivät messuravintolan käyttötarvetta.



Rahan kulutus



Kuinka paljon seurueenne käytti rahaa henkilöä kohden?

	euroa/kävijä	yhteensä
pääsylippuihin	11,44	631 991
messuravintolaan	11,78	650 774
muualla messualueella	2,96	163 522
Yhteensä		1 446 288

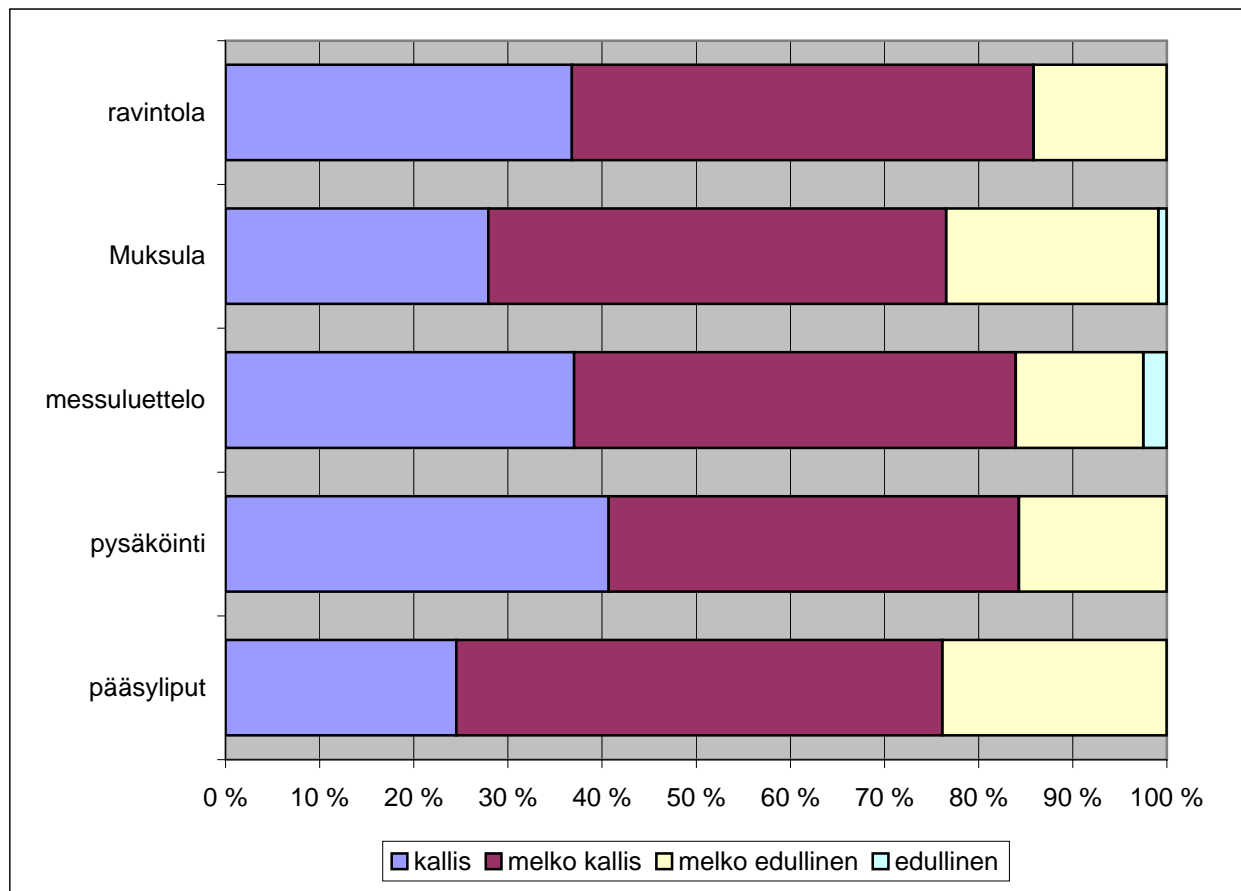
Rahan kulutus muualla messupaikkakunnalla

	euroa/kävijä	yhteensä
polttoaineeseen/autotarvikkeisiin	2,96	163 522
ravintolassa tai kahvilassa	1,80	99 439
erillisiin ruokaostoksiin	2,29	126 509
majoitukseen	1,20	66 293
matkamuistoihin	0,69	38 118
Yhteensä		493 881

Messupaikkakunnalle jätettiin n. 1,75 miljoonaa euroa eli reilut 10 miljoonaa markkaa. Messualueen ulkopuolella messupaikkakunnalla summasta kulutettiin reilu neljännes.



Palveluiden hinnat



Palveluiden hinnat

	kallis	melko kallis	melko edullinen	edullinen	yhteensä
pääsyliput	37	78	36	0	151
pysäköinti	57	61	22	0	140
messuluettelo	30	38	11	2	81
Haukkula	2	19	7	3	31
Muksula	3	20	9	0	32
ravintola	31	54	25	1	111
kioskit	39	52	15	0	106

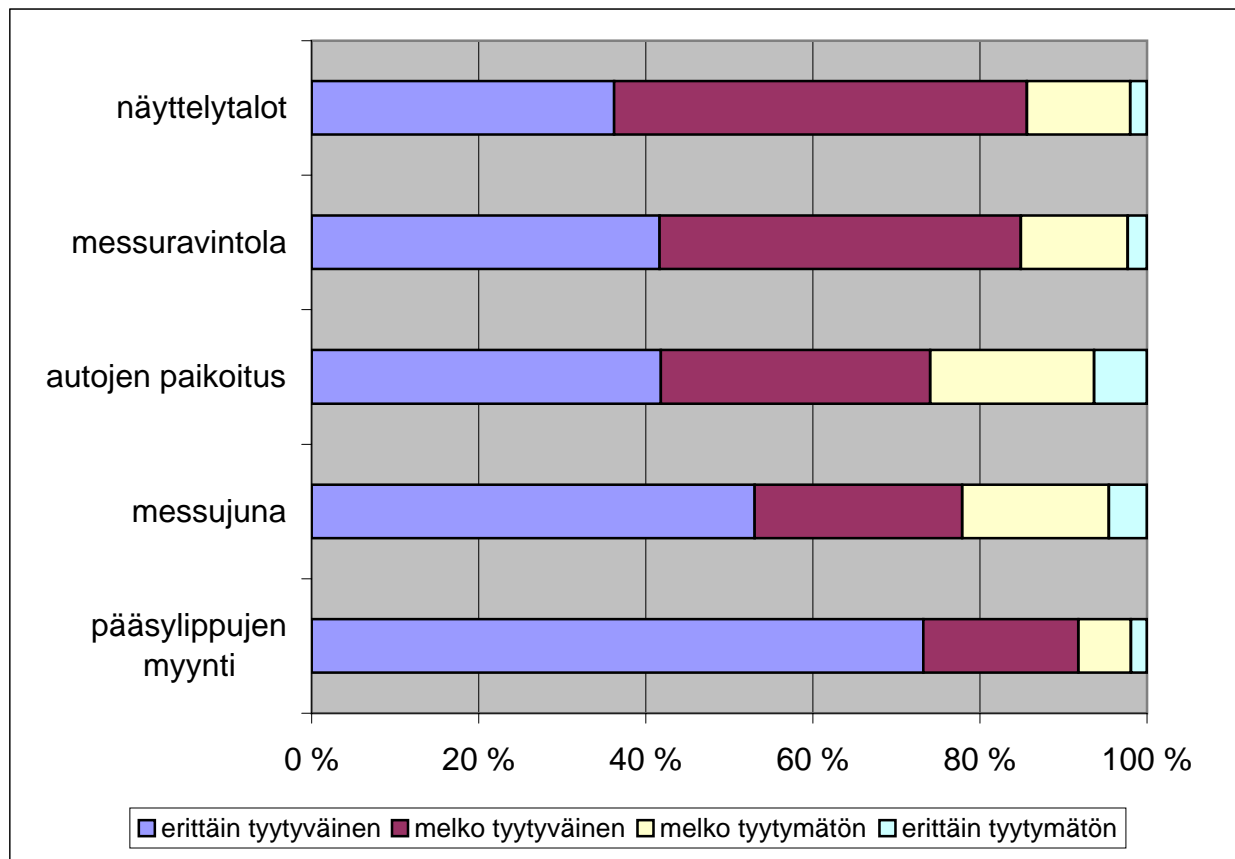
Palveluiden hinnat

	kallis	melko kallis	melko edullinen	edullinen	yhteensä
pääsyliput	25 %	52 %	24 %	0 %	100 %
pysäköinti	41 %	44 %	16 %	0 %	100 %
messuluettelo	37 %	47 %	14 %	2 %	100 %
Haukkula	6 %	61 %	23 %	10 %	100 %
Muksula	9 %	63 %	28 %	0 %	100 %
ravintola	28 %	49 %	23 %	1 %	100 %
kioskit	37 %	49 %	14 %	0 %	100 %

Messupalveluja pidettiin km. melko kalliina. Eniten arvostelua sai pysäköinnin hinnoittelu.



Olitko tyytyväinen seuraaviin palveluihin?



Olitko tyytyväinen

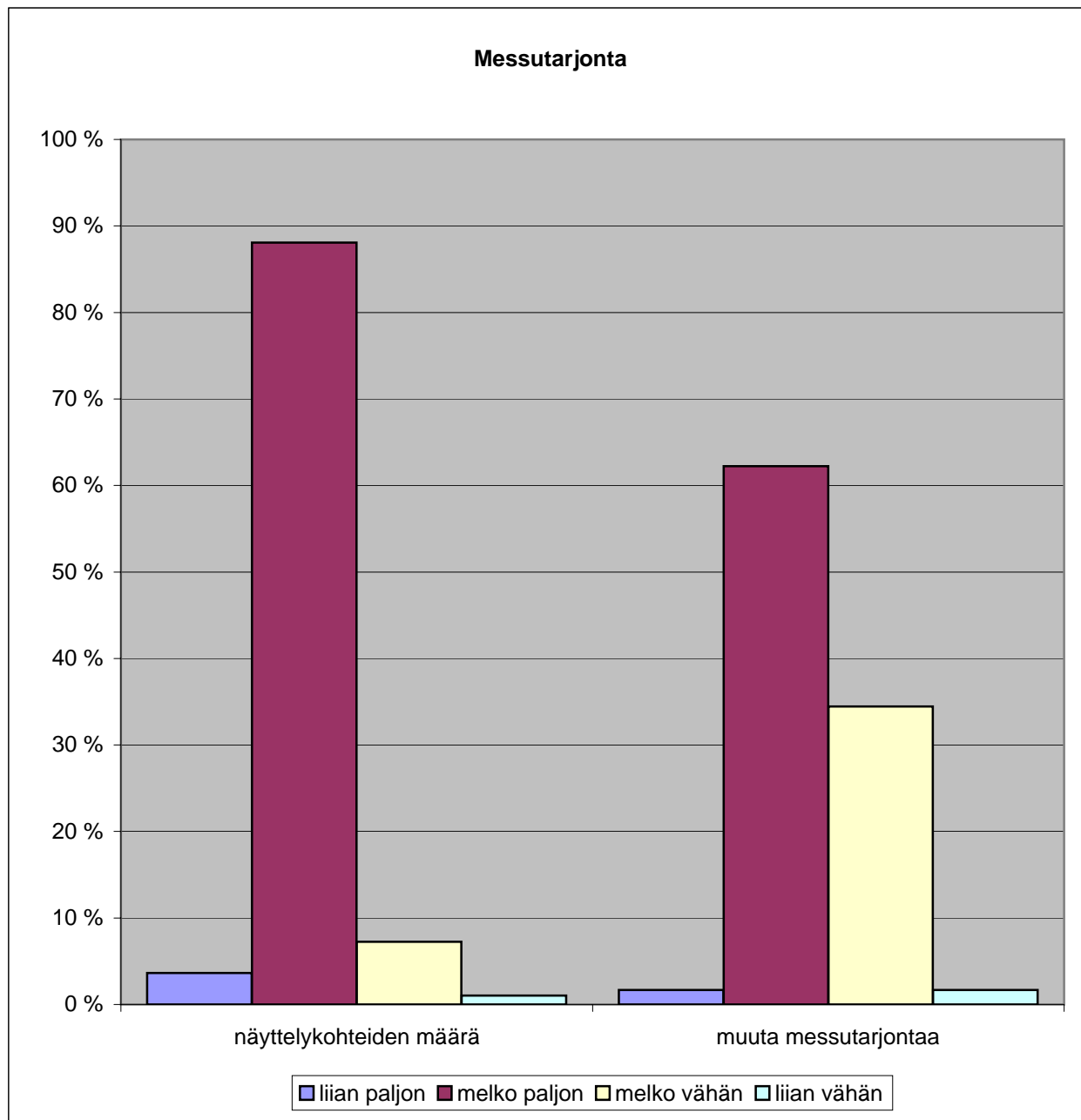
seuraaviin palveluihin?

	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
pääsylippujen myynti	73 %	19 %	6 %	2 %
messujuna	53 %	25 %	18 %	5 %
autojen paikoitus	42 %	32 %	20 %	6 %
messuravintola	42 %	43 %	13 %	2 %
näyttelytalot	36 %	49 %	12 %	2 %
kioskipisteet	37 %	49 %	11 %	2 %
messut yleensä	35 %	52 %	12 %	1 %
yleisö-wc	30 %	45 %	22 %	3 %
levähdyspaikat	26 %	39 %	27 %	8 %
messuopaspalvelut	30 %	50 %	17 %	3 %
messuluettelon myynti	24 %	49 %	20 %	6 %
messuluettelo	29 %	51 %	14 %	6 %
Haukkula	28 %	55 %	13 %	4 %
muu messutarjonta	20 %	62 %	17 %	2 %

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



Messutarjonnan riittävyys



Messutarjonnan riittävyys

näyttelykohteiden määrä
muuta messutarjontaa

liian paljon	melko paljon	melko vähän	liian vähän
7	170	14	2
3	112	62	3

Messutarjonnan riittävyys

näyttelykohteiden määrä
muuta messutarjontaa

liian paljon	melko paljon	melko vähän	liian vähän
4 %	88 %	7 %	1 %
2 %	62 %	34 %	2 %

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



Palaute hyvää

Airiston maisemien voittanutta ei ole!

aurinko

bussi parkkipaikat & tuhkakupit

erilaisia vaihtoehtoja

erittäin hyvää rakentamista

hieno sijainti ja maisemat!

hienoja taloja

hienot maisemat

hyvin järjestely ja opastettu

hyvin järjestetty

hyvin merkitty alueet

hyvin opastettu

hyvin organisoitu

hyvin tehtyjä taloja, hyvin suunniteltuja, hyvä väryitys

hyviä ideoita

Hyvä

hyvä

hyvä

hyvä ilmanvaihto

hyvät järjestelyt ja opasteet

hyvät rannat

hyvää koko tasoltaan

järjestely

järjestelyt

järjestelyt todella hyvät

jäätelökioskit

kaiken kaikkiaan hyvät messut

kaikki

kauniit maisemat, upeat talot

kauniita alueita

kaunis merialue

kaunis paikka

kaunis paikka, maisemat

Kaunis ranta. Rakentaminen sallittu rantaan.

Kaunis sijainti

kaunis ympäristö, välttää rakentamista

kaunista ja upeaa asumista puu kunniaan

keittiö ja wc ideoita

koko alue

liikennejärjestelyt

loistava organisoitu, lasten huomioiminen

Loistava paikoitus

luonto

lyhyt matka autolle

lähellä, kaunis ilma

lähellä, seurattu rakentamisen aloittamisesta asti.

maisemat

maisemat, avaruus

maisemat, saaristo, väljyys

messujuna, maisemat, hyvä henkilökunta

monenlaisia ratkaisuja

monipuolisuus

monipuolisuus

OK

OK

ok molemmat

onnistunut

opasteet pysäköinnissä

opastus, selkeät ohjeet

organisoitu, liikkuminen, tarpeeksi väljää

p-paikat hyvät, kartat, wc:tä hyvin

paikka ja rakennukset yleensä

paikoitusjärjestelyt, lasten rattaat, opas

paljon näkemistä

paljon vessoja

palvelu

palvelu

palvelu!

parkki + kuljetus

pysäköintijärjestelyt

sai kuntoilua, mäkeä ja rappusia

saunat

selkeät reitit, kohteita sopiva määrä

selvä kierto, ei ryntäystä

siisti ympäristö

sijainti etelä-suomessa

sisustukset

tontit

tuhkakupit

tuhkakupit

upeat maisemat

wc:tä hyvin, hyvät p-paikan kartat

vähän ihmisiä. Sopivasti kohteita

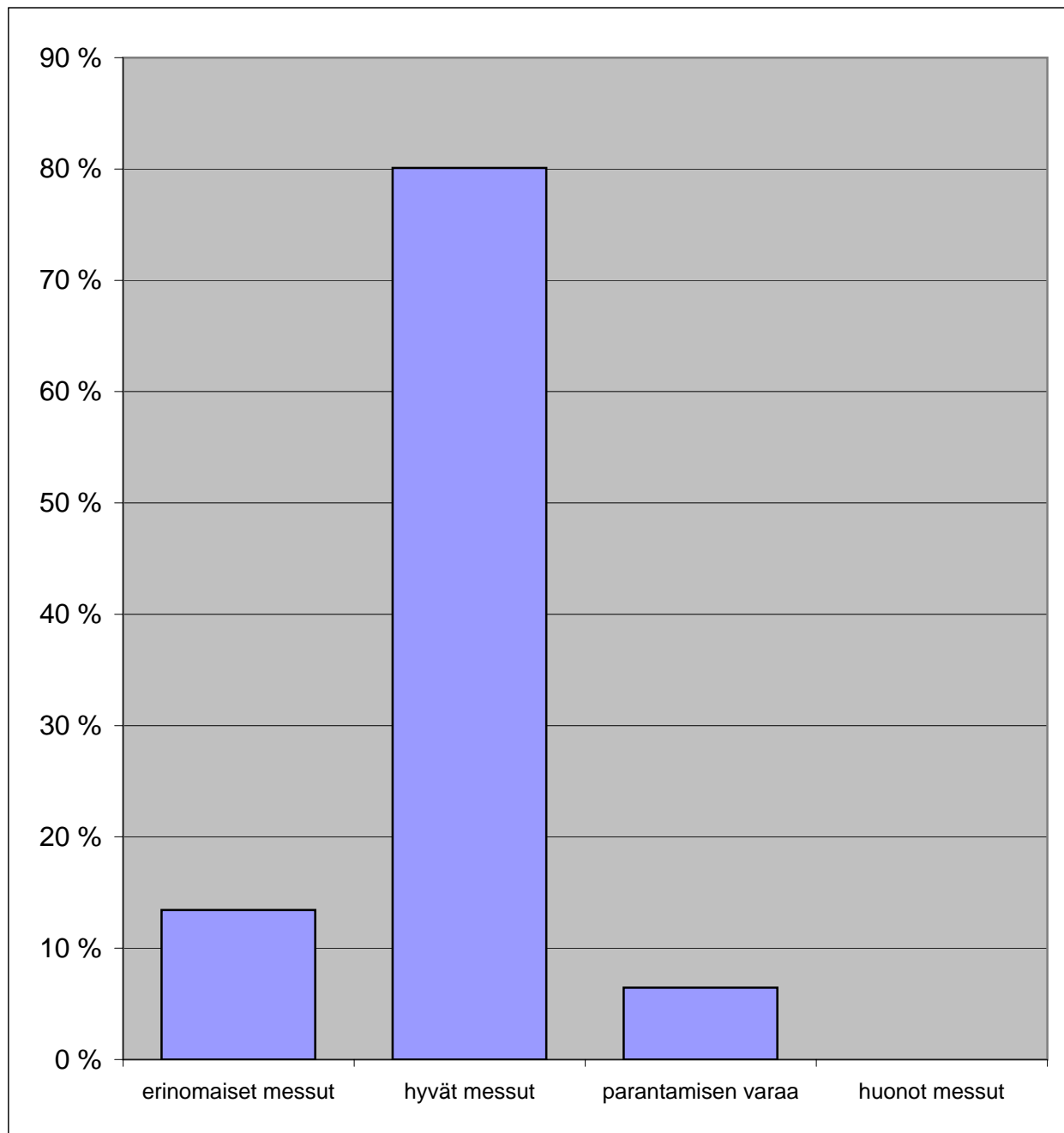
väljää

yhdistelmä. asuminen ja vapaa-aika

Messututkimuslomakkeeseen, jossa oli vapaa sana -osio vastasi yhteensä 97 henkilöä. Vastanneista 86 antoi positiivista palautetta ja 49 negatiivista. Eniten kiitettiin Airiston kauneutta.



Yleisarvosana messuista



Yleisarvosana messuista

	vastanneet	% osuus
erinomaiset messut	27	13 %
hyvät messut	161	80 %
parantamisen varaa	13	6 %
huonot messut	0	0 %

Kiteytetty kävijätyytyväisyysarvio osoittaa messuonnistumista.



Palaute huonoa

ahdasta
alueella oleva vanha hiekkakuoppa häiritsi
as. 1-7 viimeistelemättömiä
edestakaisin juoksumatkat, tontilta toiselle olisi saanut olla helpompi
pääsy
egoversojen vähyys, tulien nimenomaan niitä katsomaan
ei mitään
ei tavallista lomakiinteistöä
hinnat

hoitopisteet, liian vähän
jotkut lähellä toisiaan
jyrkät portaat
jyrkät portaat
jäätelökioskin valikoima
kallis parkkimaksu
kallista, työnlaatu osittain huonoa
kokonaisuus, kallista lystiä

kulkureitit selkeämmiksi
kulkutiet
käteviä yksinkerroksisia rantataloja ei ollut
lapset kaipasi ilmapalloja
laskennalliset hinnat totaalin pielessä
liian ahdasta
liian hienoa, kodikkuus puuttuu

liian hienoja ratkaisuja, ei tavalliselle "pulliaiselle" sopivia taloja.
liian lähekkäin mökit
liian lähellä toisiaan, rannalle turhan pitkä matka
liian vähän penkkejä
liian ylellistä
liikaa ihmisiä!
"loistohuvilat"
menee kiinni liian aikaisin

messuvieraiden turhaa juoksumatkoja ylös-alas samaa tonttia
paljon ihmisiä
parvekkeelle ja alakertaan ei päässyt kaikissa kohteissa
penkkejä lisää kulkureiteille
penkkejä reiteille, kahvi pisteitä enemmän
pieniä löylyhuoneita monessa kohteessa
pitkät kävelymatkat

pitkät välimatkat
raskas maasto
raskas maasto kävellä
seinälamppuja, vähän esillä
turha kiertäminen reiteillä
vaatimattomampia kohteita enemmän
vaatimattomia kohteita liian vähän
viitoitukset Paraisilta
ylämäet, polut, paljon käveltävää ja rappuja -kääntäen hyvää
kuntoilua
liian lähekkäin mökit
liian lähellä toisiaan, rannalle turhan pitkä matka
liian vähän penkkejä
liian ylellistä
liikaa ihmisiä!
"loistohuvilat"
menee kiinni liian aikaisin

messuvieraiden turhaa juoksumatkoja ylös-alas samaa tonttia
paljon ihmisiä
parvekkeelle ja alakertaan ei päässyt kaikissa kohteissa
penkkejä lisää kulkureiteille
penkkejä reiteille, kahvi pisteitä enemmän
pieniä löylyhuoneita monessa kohteessa
pitkät kävelymatkat

pitkät välimatkat
raskas maasto
raskas maasto kävellä
seinälamppuja, vähän esillä
turha kiertäminen reiteillä
vaatimattomampia kohteita enemmän
vaatimattomia kohteita liian vähän
viitoitukset Paraisilta
ylämäet, polut, paljon käveltävää ja rappuja -kääntäen hyvää
kuntoilua

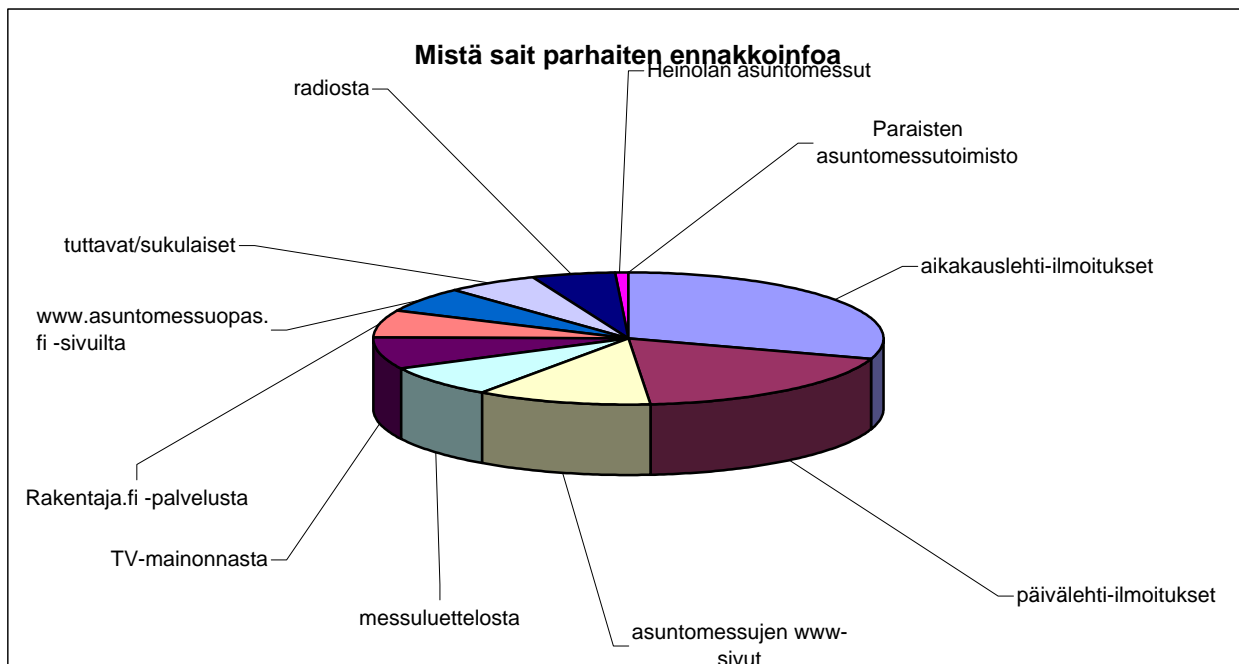
Messututkimuslomakkeeseen, jossa oli vapaa sana -osio vastasi yhteensä 97 henkilöä. Vastanneista 86 antoi positiivista palautetta ja 49 negatiivista.

Kritiikkiä sai mm. alueen mäkisyys, levähdyspenkkien vähyys sekä vaatimattomampien kohteiden puuttuminen.



7. MESSUVIESTINTÄ

Mistä parasta ennakkoinfoa



Mistä etsitte eli mistä oletitte saavanne parhaiten tietoa messuista?

Lähde	vastanneet	% osuus
aikakauslehdistä	35	32 %
internetistä	24	22 %
päivälehdistä	22	20 %
TV-mainonnasta	8	7 %
asuntomessujen www-sivut	6	6 %
Rakentaja.fi -palvelusta	6	6 %
radiosta	3	3 %
talven ja kevään rakennusmessuilta	3	3 %
suorapostitusesitteistä	1	1 %
maantiejättitauluista	0	0 %
bussikylkimainonnasta	0	0 %
VR:n junista ja asemilta	0	0 %
Kokonaismäärä	412	

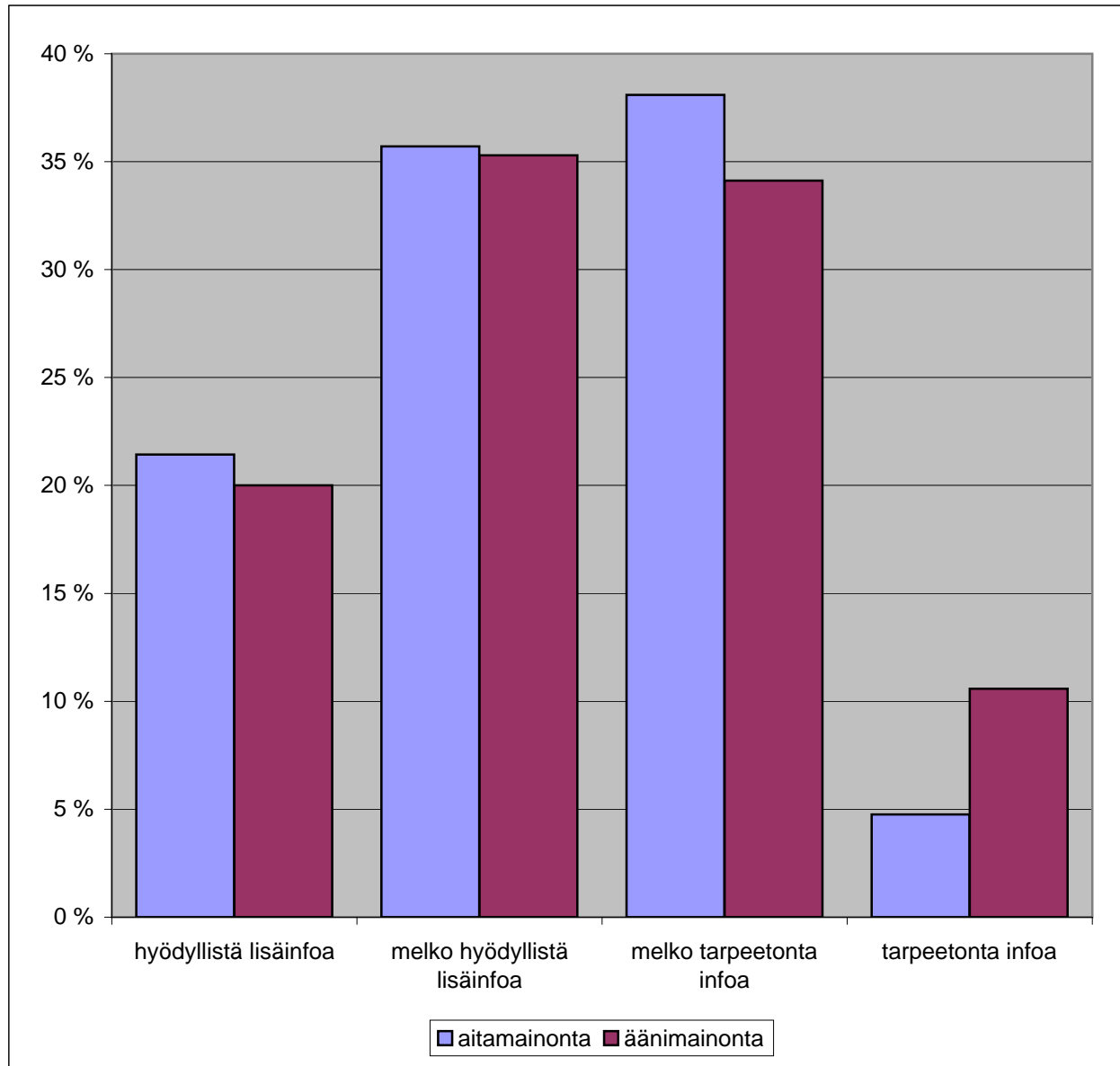
Mistä saitte parasta ennakkoinfoa messuista?

Lähde	vastanneet	% osuus
aikakauslehti-ilmoitukset	35	30 %
päivälehti-ilmoitukset	22	19 %
asuntomessujen www-sivut	13	11 %
messuluettelosta	9	8 %
TV-mainonnasta	9	8 %
Rakentaja.fi -palvelusta	8	7 %
www.asuntomessuopas.fi -sivuilta	7	6 %
tuttavat/sukulaiset	7	6 %
radiosta	6	5 %
Heinolan asuntomessut	1	1 %
Paraisten asuntomessutoimisto	0	0 %
suorapostitusesitteistä	0	0 %
Kokonaismäärä	412	

Aikakauslehtien rooli messujen ennakkoinfon antajana on edelleen suurin



Aita- ja äänimainonta

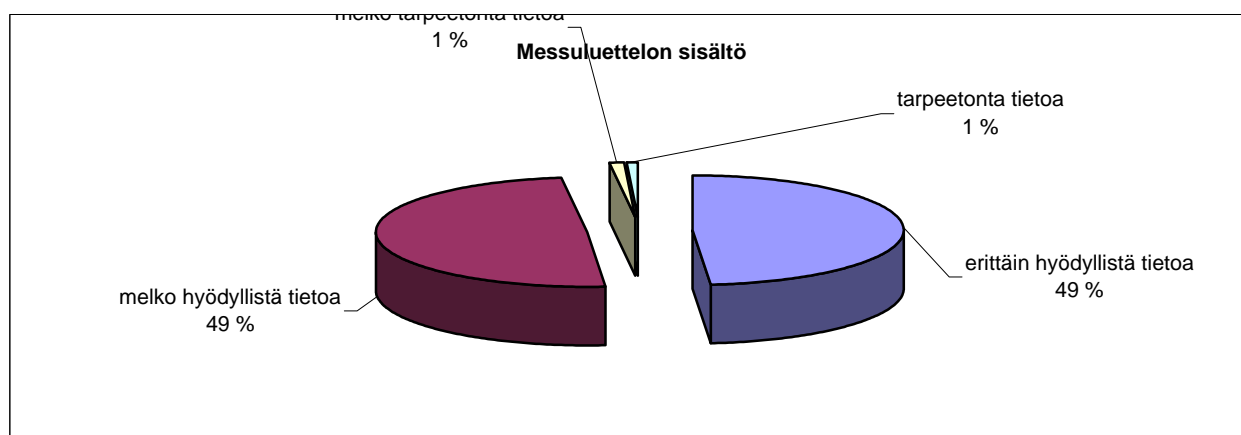
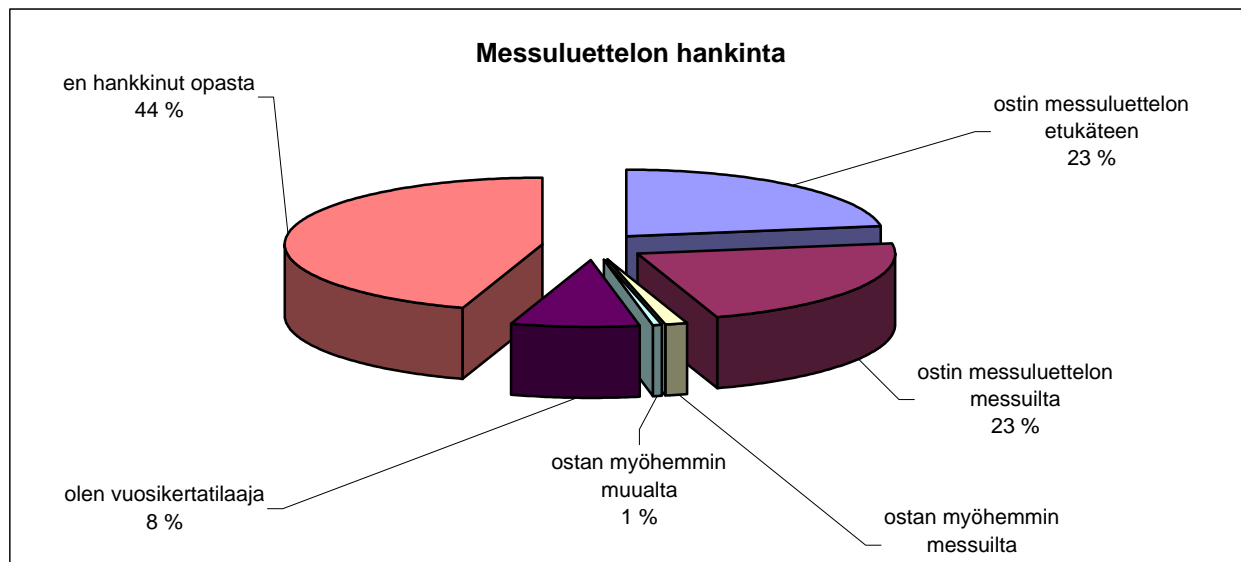


Aita- ja äänimainonta	aitamainonta	äänimainonta	aitamainonta	äänimainonta
hyödyllistä lisäinfoa	18	17	21 %	20 %
melko hyödyllistä lisäinfoa	30	30	36 %	35 %
melko tarpeetonta infoa	32	29	38 %	34 %
tarpeetonta infoa	4	9	5 %	11 %
	84	85	100 %	100 %

Messuaikainen tuotemainonta jakoi mielipiteet.



Messuluettelo



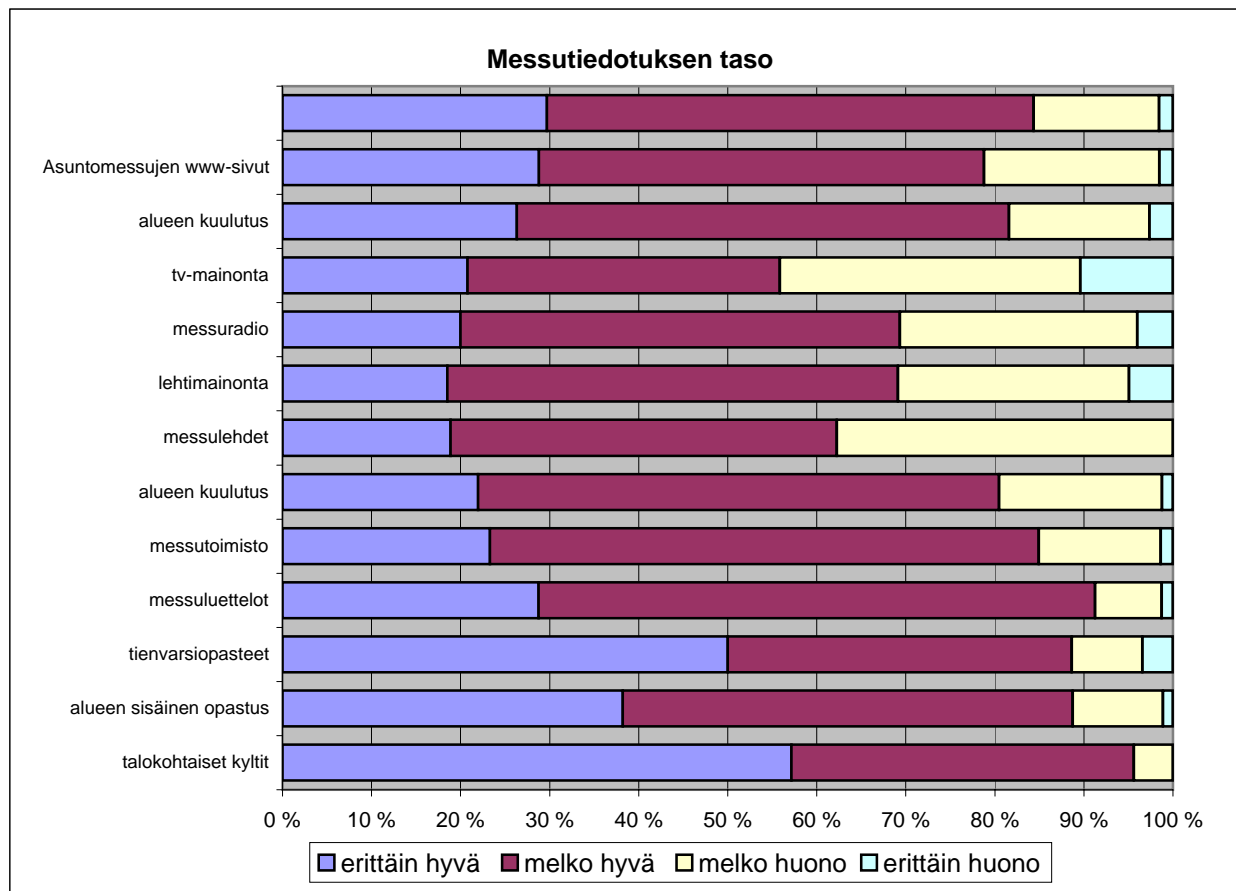
Messuluettelon hankintatapa	Savonlinna 2002	Kuru 2003	Parainen 2005	Parainen volyymi
ostin messuluettelon etukäteen	17 %	17 %	23 %	5 183
ostin messuluettelon messuilta	31 %	31 %	23 %	5 183
ostan myöhemmin messuilta	0 %	0 %	1 %	305
ostan myöhemmin muualta	0 %	0 %	1 %	152
olen vuosikertatilaaja	19 %	16 %	8 %	1 829
en hankkinut opasta	33 %	36 %	45 %	10 366
				23 018

Messuluettelon sisältö	Kuru 2003	Parainen 2005
erittäin hyödyllistä tietoa	39 %	49 %
melko hyödyllistä tietoa	52 %	50 %
melko tarpeetonta tietoa	4 %	1 %
tarpeetonta tietoa	4 %	1 %

Messuluettelon osti messuilta reilut 5.000 kävijäperhettä. Tekniikan Maailman vuosikertatilaajan etuna luettelon oli saanut 1.829 perhettä.



Arviot messutiedotuksen tasosta



Arviot messutiedotuksen tasosta

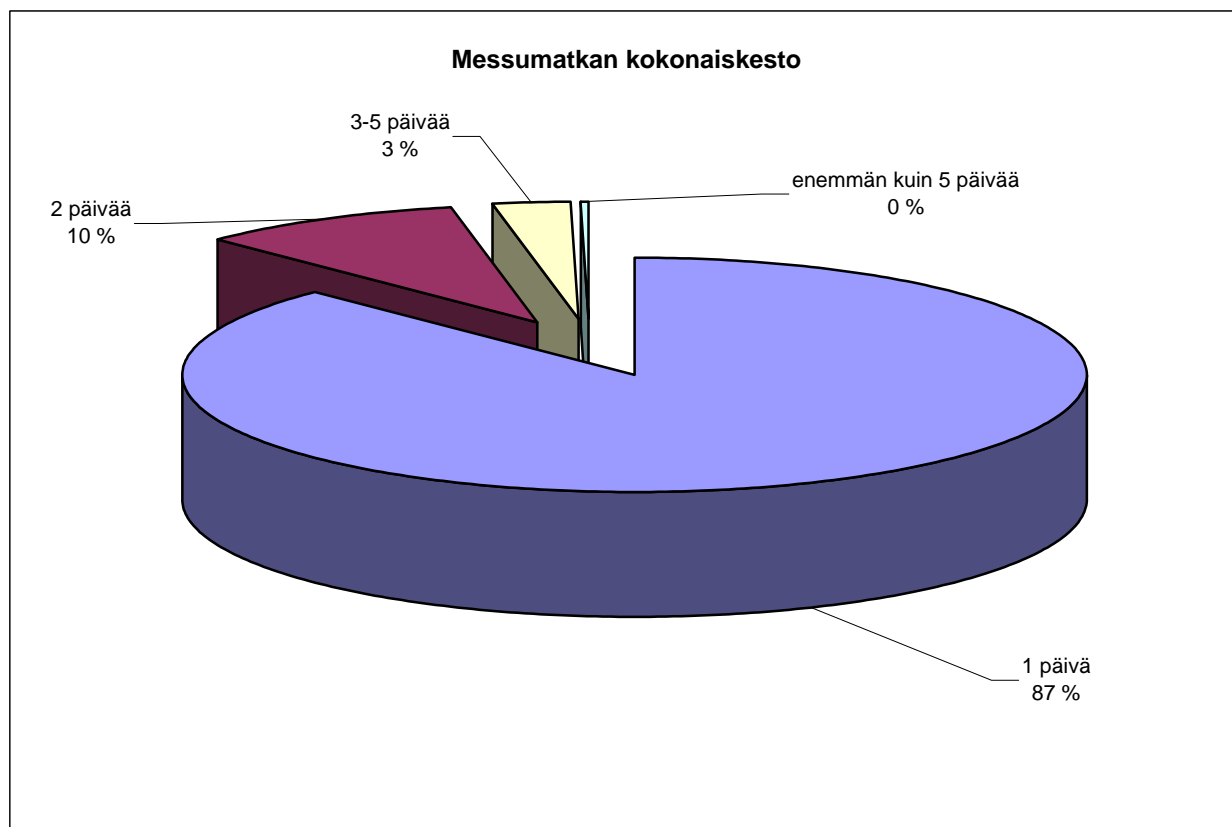
	erittäin hyvä	melko hyvä	melko huono	erittäin huono
talokohtaiset kyltit	57 %	38 %	4 %	0 %
alueen sisäinen opastus	38 %	51 %	10 %	1 %
tienvarsioasteet	50 %	39 %	8 %	3 %
messuluettelot	29 %	63 %	8 %	1 %
messutoimisto	23 %	62 %	14 %	1 %
alueen kuulutus	22 %	59 %	18 %	1 %
messulehdet	19 %	43 %	38 %	0 %
lehtimainonta	19 %	51 %	26 %	5 %
messuradio	20 %	49 %	27 %	4 %
tv-mainonta	21 %	35 %	34 %	10 %
alueen kuulutus	26 %	55 %	16 %	3 %
Asuntomessujen www-sivut	29 %	50 %	20 %	2 %
www.asuntomessuopas.fi -sivut	30 %	55 %	14 %	2 %

Parhaiten kiitosta sai talokohtaiset kyltit ja opasteet.
Eniten parannusta kaipaavat TV, radio- ja lehtimainonta.



8. VIIPYMINEN JA MIELIPITEET MESSUPAIKKAKUNNASTA

Messumatkan kokonaiskesto



Messumatkan kokonaiskesto

	vastanneet	% osuus
1 päivä	440	87 %
2 päivää	48	10 %
3-5 päivää	14	3 %
enemmän kuin 5 päivää	1	0 %
	503	0 %

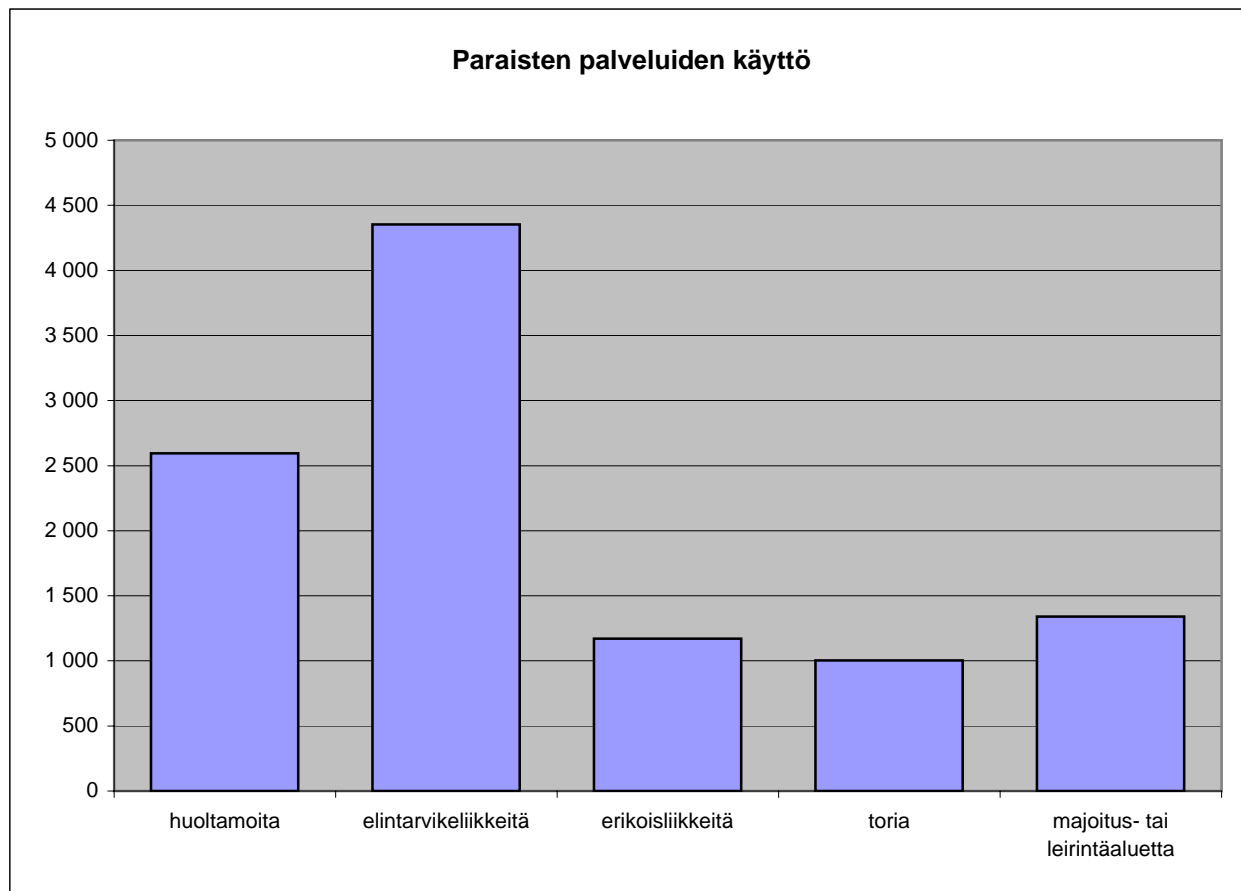
Missä seuraavissa kohteissa kävitte tai aiotte käydä messumatkan yhteydessä?

	vastanneet	% osuus	volyymi
Oheiskohde Björkfeldtin tupa	1	1 %	316
Kalkkikaivoksen avolouhos	7	4 %	2 210
Näyttelymuseo	3	2 %	947
Tammiluodon viinitila	5	3 %	1 578
Sattmarkin tupa	5	3 %	1 578
Villa Höyrylinna	1	1 %	316
	175		

Kymmenisen prosenttia messukävijöistä oli yhdistänyt messumatkaan myös muuta ohjelmaa.



Parainen



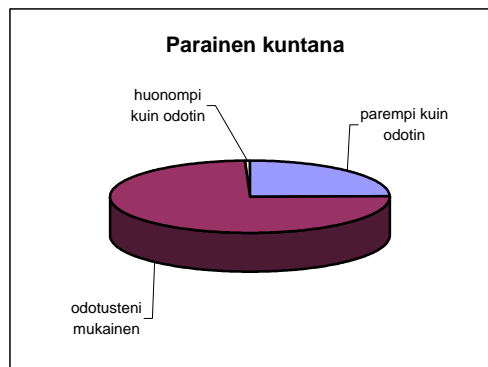
Käyttökö/aioteko käyttää tällä matkallanne Paraisten palveluista

	vastanneet	% osuus	volyymi
huoltamoita	31	11 %	2 595
elintarvikeliikkeitä	52	19 %	4 353
erikoisliikkeitä	14	5 %	1 172
toria	12	4 %	1 004
majoitus- tai leirintäaluetta	16	6 %	1 339

Paraisten palveluita käytettiin n. 500.000 euron edestä..

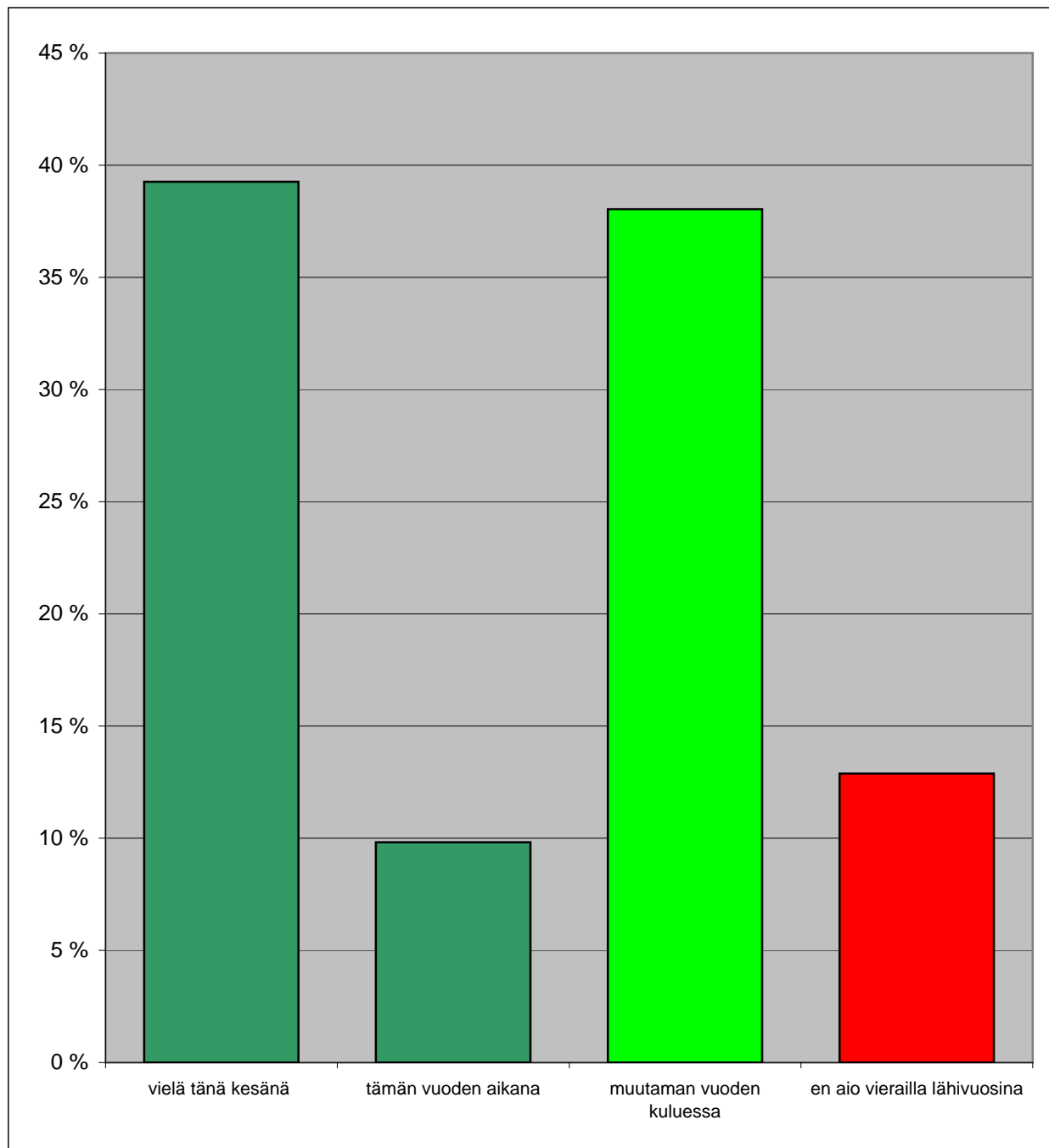
Parainen kuntana

	vastanneet	% osuus
parempi kuin odotin	38	25 %
odotusteni mukainen	115	75 %
huonompi kuin odotin	1	1 %





Aiotteko vierailla Paraisilla uudelleen?



Aiotteko vierailla Paraisilla uudelleen?

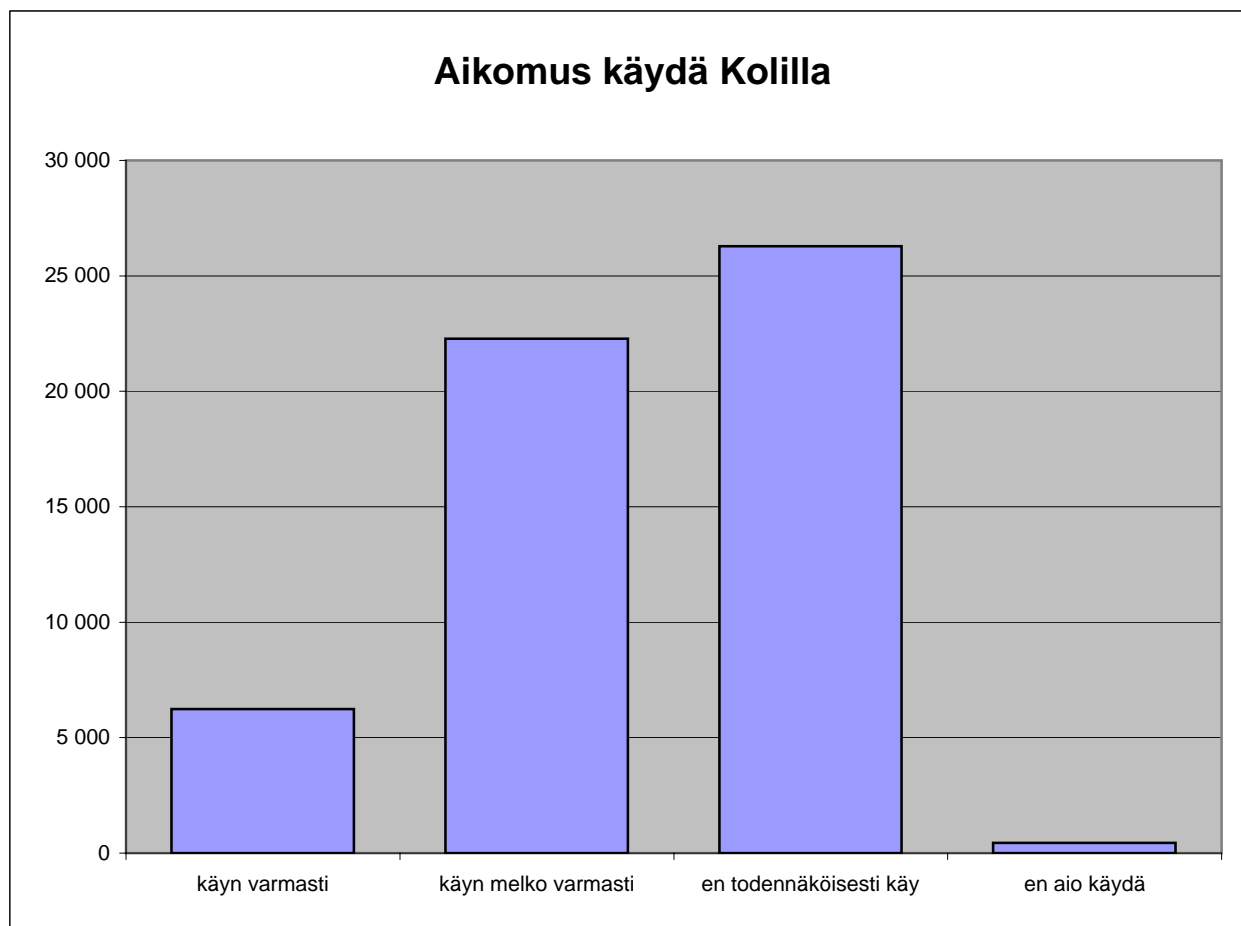
	vastanneet	% osuus
vielä tänä kesänä	64	39 %
tämän vuoden aikana	16	10 %
muutaman vuoden kuluessa	62	38 %
en aio vierailla lähivuosina	21	13 %

Puolet kävijöistä aikoo vierailla tänä vuonna Paraisilla uudelleen.



9. TULEVAT MESSUT

Loma-asuntomessut Kolilla 2006



Aikomus käydä Kolilla

	vastanneet	% osuus	volyymi
käyn varmasti	14	11 %	6 237
käyn melko varmasti	50	40 %	22 276
en todennäköisesti käy	59	48 %	26 285
en aio käydä	1	1 %	446

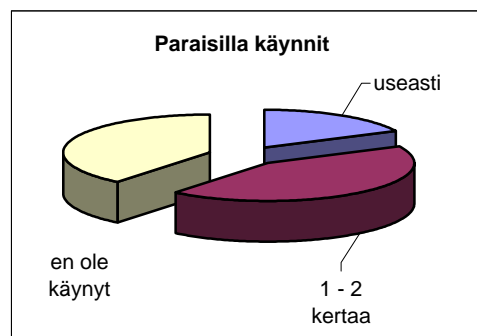
6.200 varmasti ja 22.000 melko varmasti aikoo käydä Kolilla vuonna 2006.

Olen käynyt Kolilla

	vastanneet	% osuus
useasti	30	18 %
1 - 2 kertaa	73	43 %
en ole käynyt	66	39 %

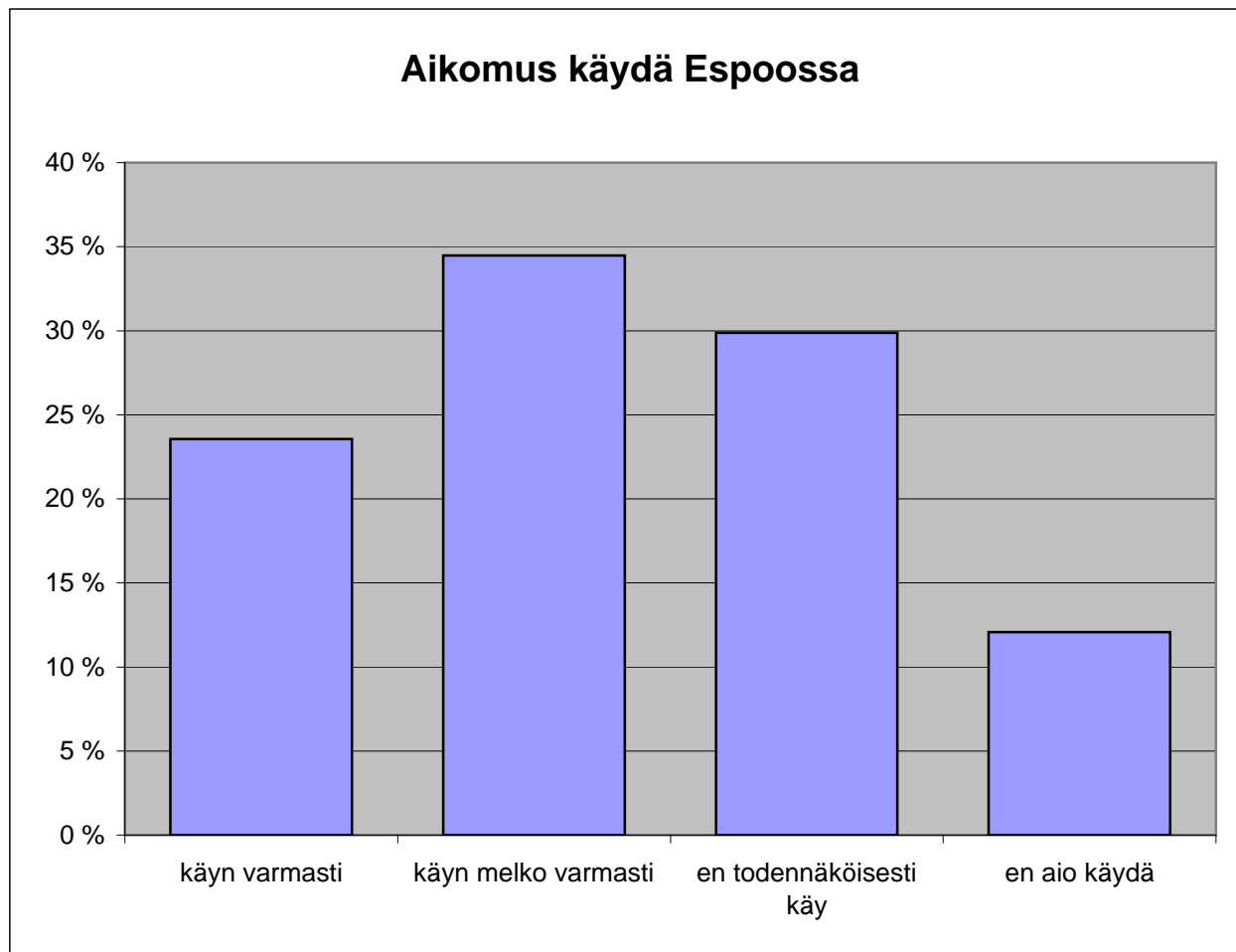
Kolin sijainti

	vastanneet	% osuus
tiedän tarkalleen	94	55 %
melko tarkkaan	38	22 %
suurin piirtein	31	18 %
ei mitään käsitystä	9	5 %





Asuntomessut Espoossa 2006



Aikomus käydä Espoossa 2006

Aikomus	vastanneet	% osuus	volyymi
käyn varmasti	41	24 %	13 017
käyn melko varmasti	60	34 %	19 050
en todennäköisesti käy	52	30 %	16 510
en aio käydä	21	12 %	6 667

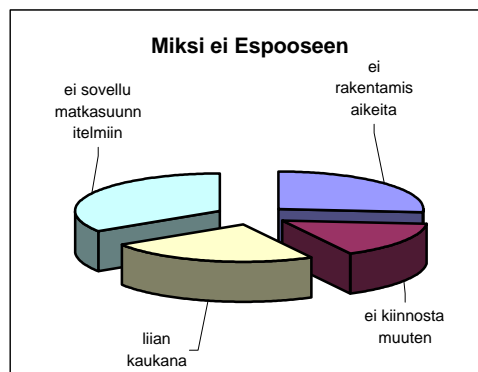
Neljännes Paraisten kävijöistä suuntaa varmasti kulkunsa ensi vuonna Espooseen.

Jos ei, miksi ei

Syy	vastanneet	% osuus
ei rakentamisaikeita	20	26 %
ei kiinnosta muuten	12	16 %
liian kaukana	18	24 %
ei sovellu matkasuunnitelmiin	26	34 %

Espoon sijainti

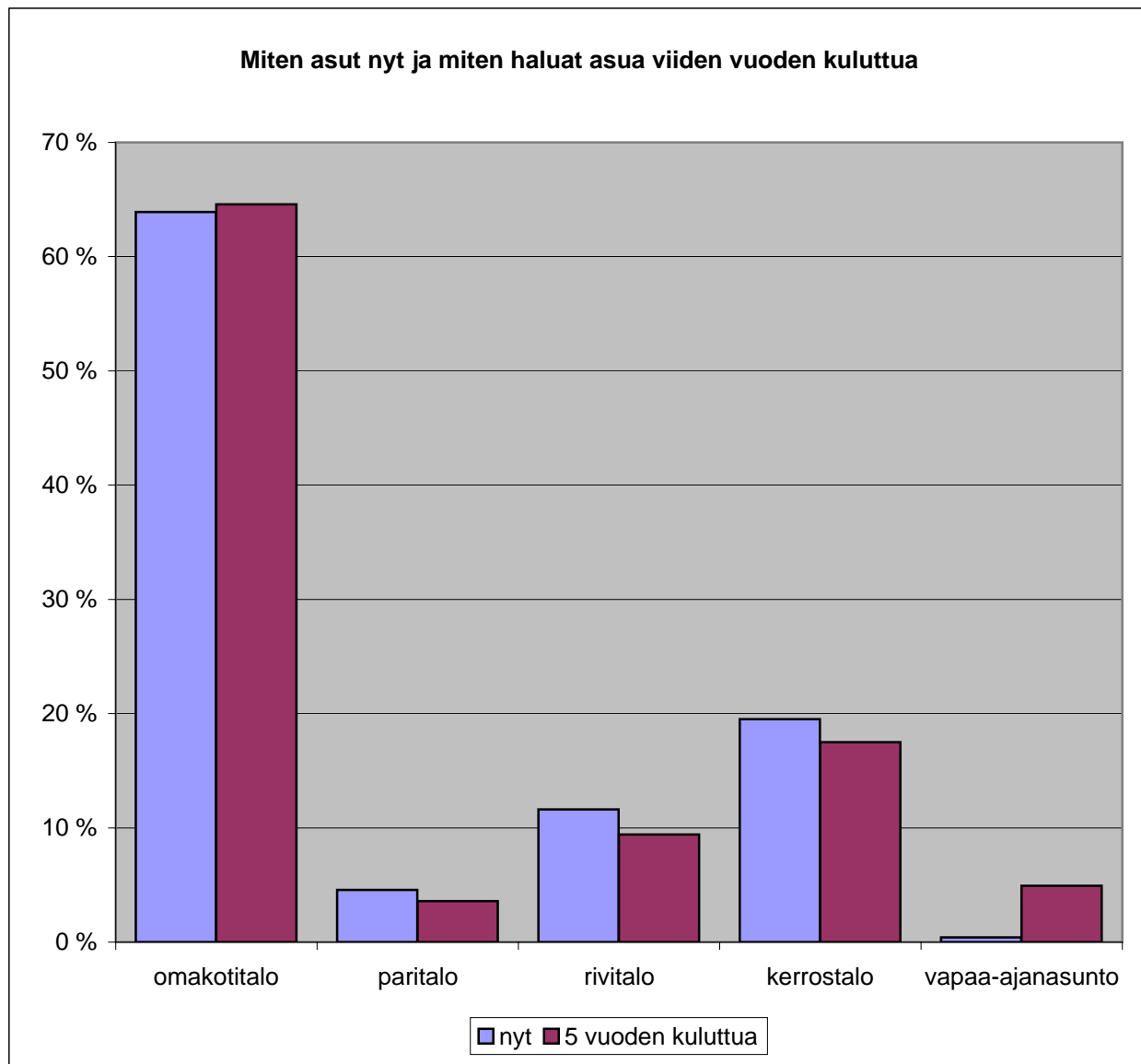
Sijainti	vastanneet	% osuus
tiedän tarkalleen	162	93 %
melko tarkkaan	5	3 %
suurin piirtein	6	3 %
ei mitään käsitystä	2	1 %





10. TULEVAISUUDEN SUUNNITELMAT

Miten haluat asua



Minkälaisessa asunnossa asutte

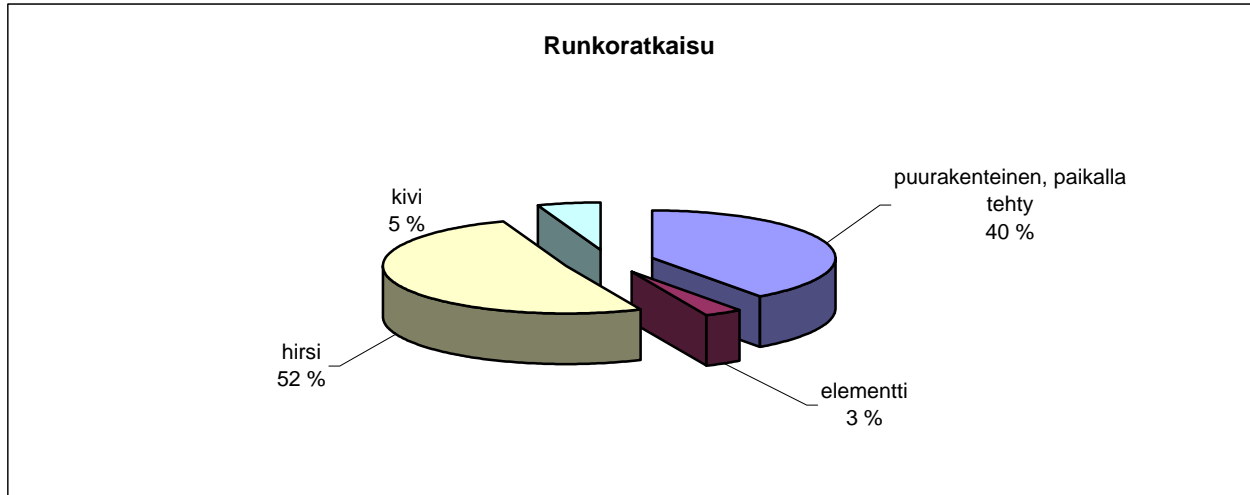
nyt ja millaisessa oletatte
asuvanne viiden vuoden
kuluttua?

	nyt	5 vuoden kuluttua	nyt	5 vuoden kuluttua
omakotitalo	154	144	64 %	65 %
paritalo	11	8	5 %	4 %
rivitalo	28	21	12 %	9 %
kerrostalo	47	39	20 %	17 %
vapaa-ajanasunto	1	11	0 %	5 %

Loma-asuntomessu-
kävijöiden tulevaisuuden
asumisaikeet eivät paljon
muutu.



Minkäläisen loma-asunnon rakentaisit?



Muoto

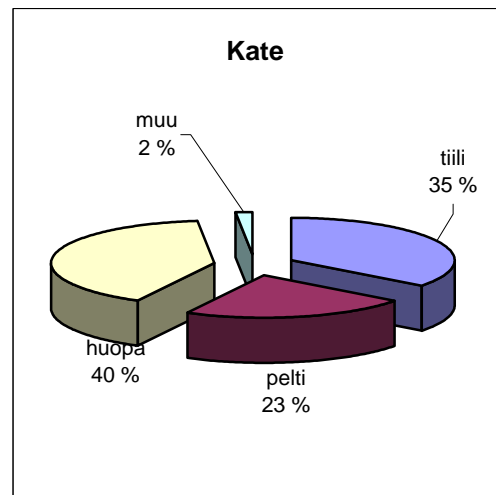
	vastanneet	% osuus
yksitasoratkaisu	254	39 %
puolitoistakerroksinen	304	46 %
monitasoratkaisu	99	15 %

Runko

	vastanneet	% osuus
puurakenteinen, paikalla tehty	276	40 %
elementti	24	3 %
hirsirakenteinen	354	51 %
kivi	38	5 %

Kate

	vastanneet	% osuus
tiili	229	35 %
pelti	147	23 %
huopa	264	41 %
muu	10	2 %



Koko

	vastanneet	% osuus
Alle 120 m ²	447	75 %
120 - 139 m ²	86	14 %
140 - 159 m ²	32	5 %
160 - 199 m ²	19	3 %
200 m ² tai yli	12	2 %

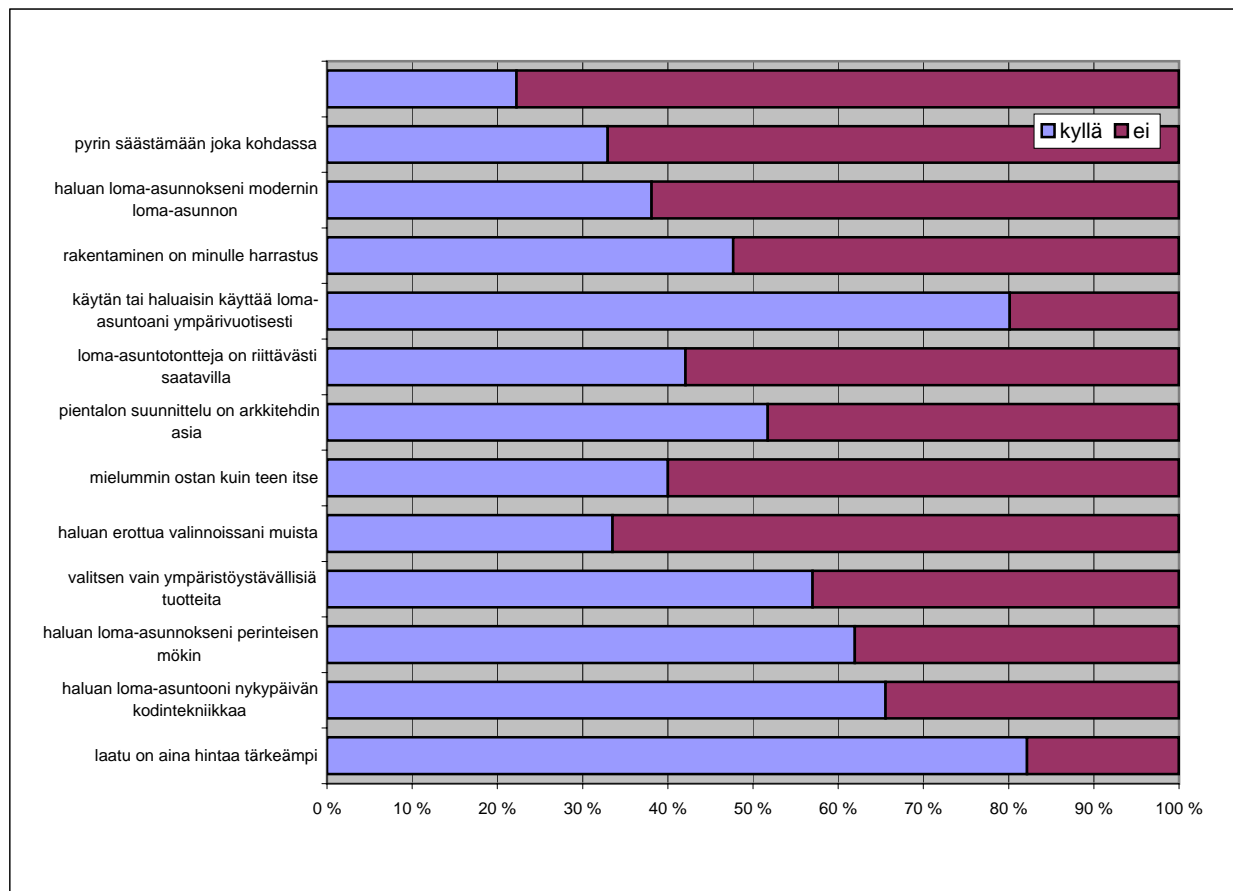
Lämmitys

	vastanneet	% osuus
suorasähkölämmitys	190	28 %
varaava sähkölämmitys	126	18 %
puulämmitys	253	37 %
maalämmitys	67	10 %
vesikeskuslämmitys	35	5 %
muu lämmitys	18	3 %

Puolitoistakerroksinen, hirsirakenteinen ja huopakattoinen huvila, jossa on puulämmitys, on edelleen messukävijän perustoive.



Mielipiteet väittämistä



Mielipiteet väittämistä

	kyllä	ei	yhteensä	kyllä	ei
laatu on aina hintaa tärkeämpi	152	33	185	82 %	18 %
haluan loma-asuntooni nykypäivän kodintekniikkaa	116	61	177	66 %	34 %
haluan loma-asunnokseni perinteisen mökin	109	67	176	62 %	38 %
valitsen vain ympäristöystävällisiä tuotteita	98	74	172	57 %	43 %
haluan erottua valinnoissani muista	58	115	173	34 %	66 %
mielummin ostan kuin teen itse	70	105	175	40 %	60 %
pientalon suunnittelu on arkkitehdin asia	89	83	172	52 %	48 %
loma-asuntotontteja on riittävästi saatavilla	69	95	164	42 %	58 %
käytän tai haluaisin käyttää loma-asuntoani ympärivuotisesti	137	34	171	80 %	20 %
rakentaminen on minulle harrastus	82	90	172	48 %	52 %
haluan loma-asunnokseni modernin loma-asunnon	64	104	168	38 %	62 %
pyrin säästämään joka kohdassa	55	112	167	33 %	67 %
taloni pitää olla mahdollisimman näyttävä	38	133	171	22 %	78 %

Loma-asunnon ympärivuotinen käyttö on lähes kaikille tärkeä asia. Myös laadukkuutta ja perinteisyyttä arvostetaan, joskin suuri osa haluaa nykyaikaiset kodinkoneet. Näyttävyys ja modernit ratkaisut eivät ole tärkeitä.



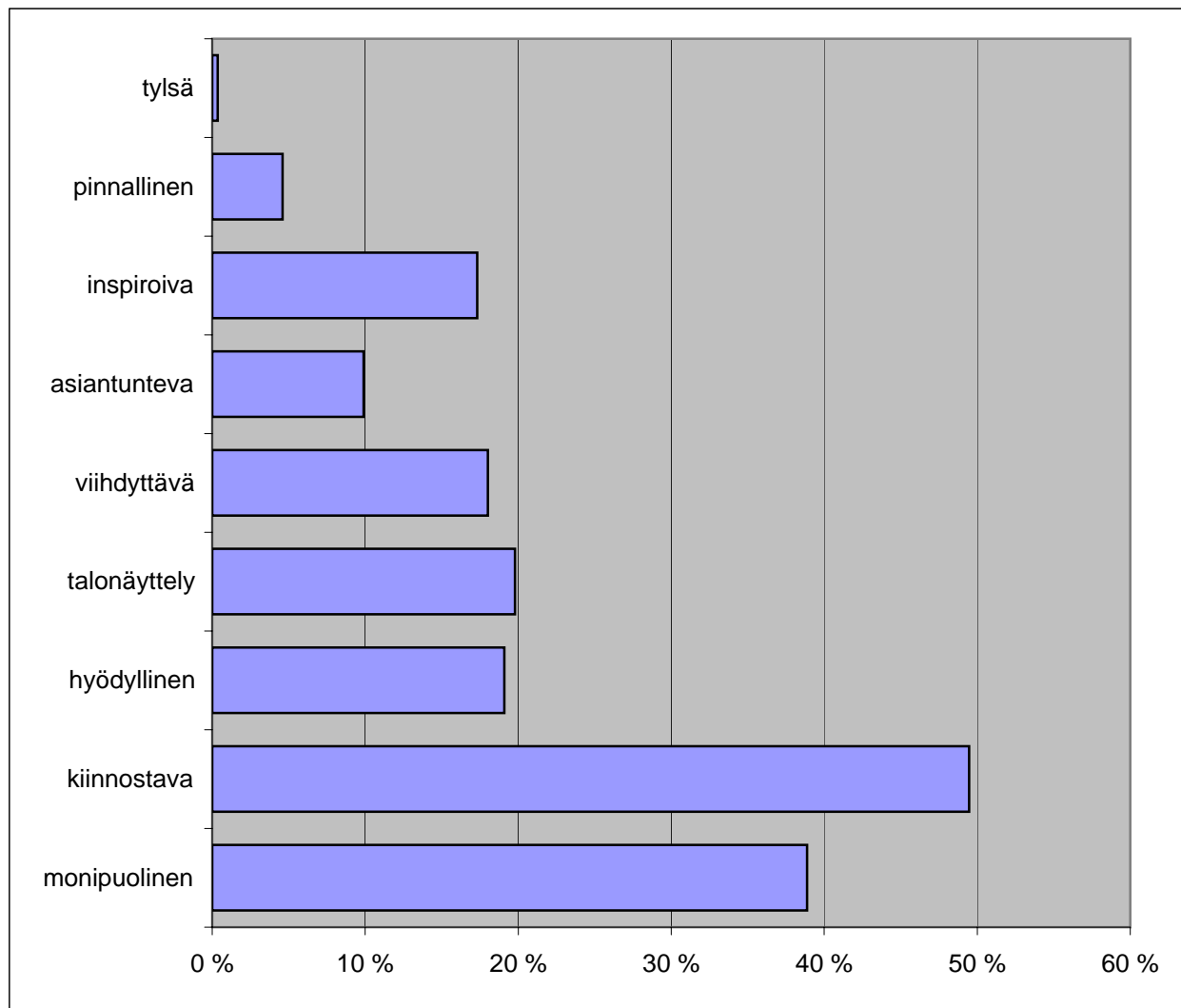
S U O M E N A S U N T O M E S S U T

**Paras talo -äänestys
erillisellä raportilla**



11. ASIAKASMIELIKUVA LOMA-ASUNTOMESSUISTA

Mitkä ominaisuudet kuvaavat loma-asuntomessuja



Mitkä alla luetelluista ominaisuuksista sopivat mielestänne kuvaamaan loma-asuntomessuja?

	vastanneet	% osuus
monipuolinen	110	39 %
kiinnostava	140	49 %
hyödyllinen	54	19 %
talonäyttely	56	20 %
viihdyttävä	51	18 %
asiantunteva	28	10 %
inspiroiva	49	17 %
pinnallinen	13	5 %
tylsä	1	0 %

Paraisten Loma-asuntomessut olivat vastaajien mielestä monipuoliset ja kiinnostavat.



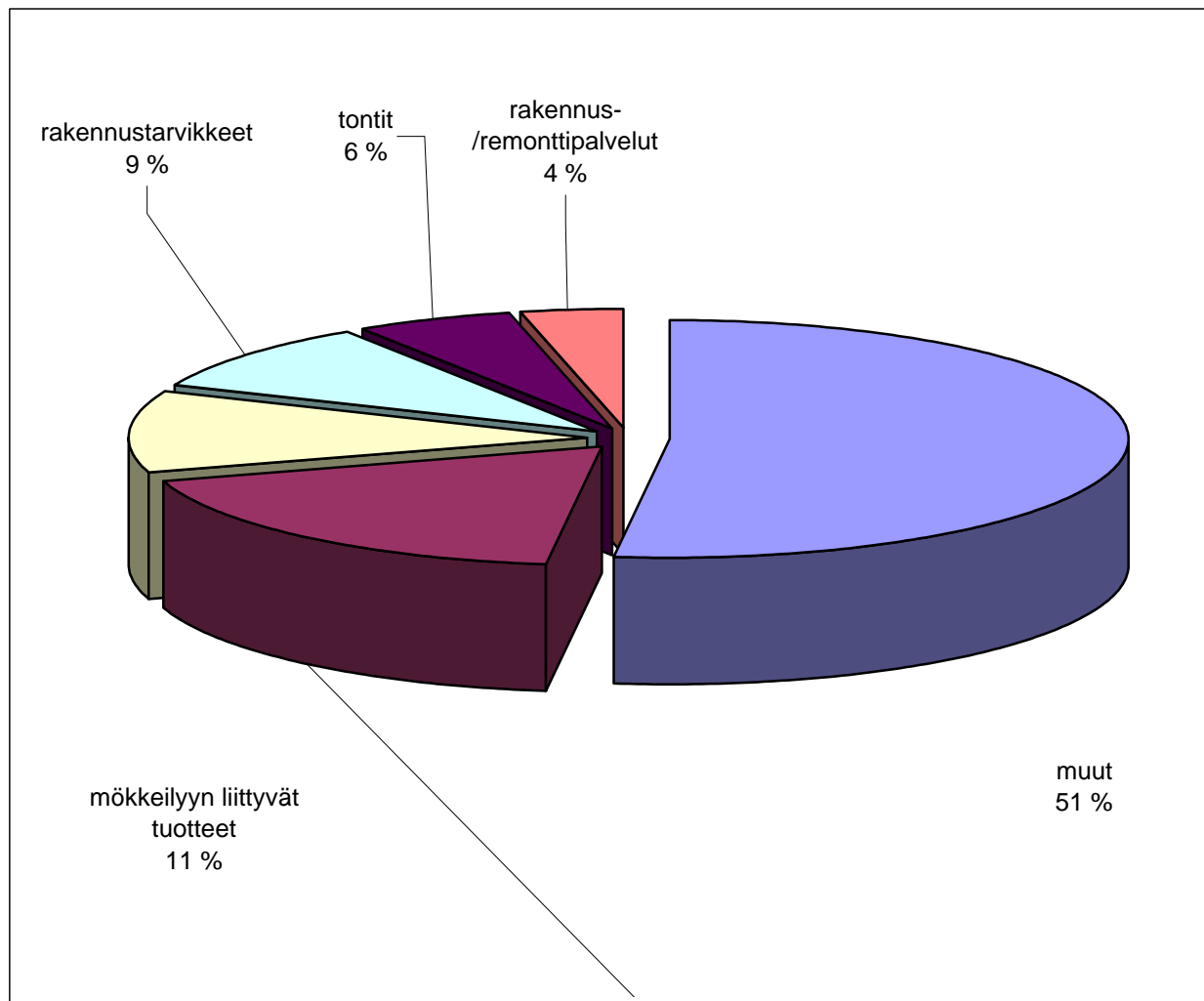
12. NÄYTTEILLEASETTAJATUTKIMUS

Näytteilleasettajatutkimus toteutettiin messujen viimeisten päivien aikana. Näytteilleasettajille jaettiin kyselylomakkeet. Lomakkeen palautti 37 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 paras ajankohta	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

ulkonäyttelypaikka
loma-asunto
saunanäyttely
loma-asunnon yhteydessä

vastanneet	% osuus
29	54 %
16	30 %
5	9 %
4	7 %
54	0 %

Tuoteryhmä mitä edustaa

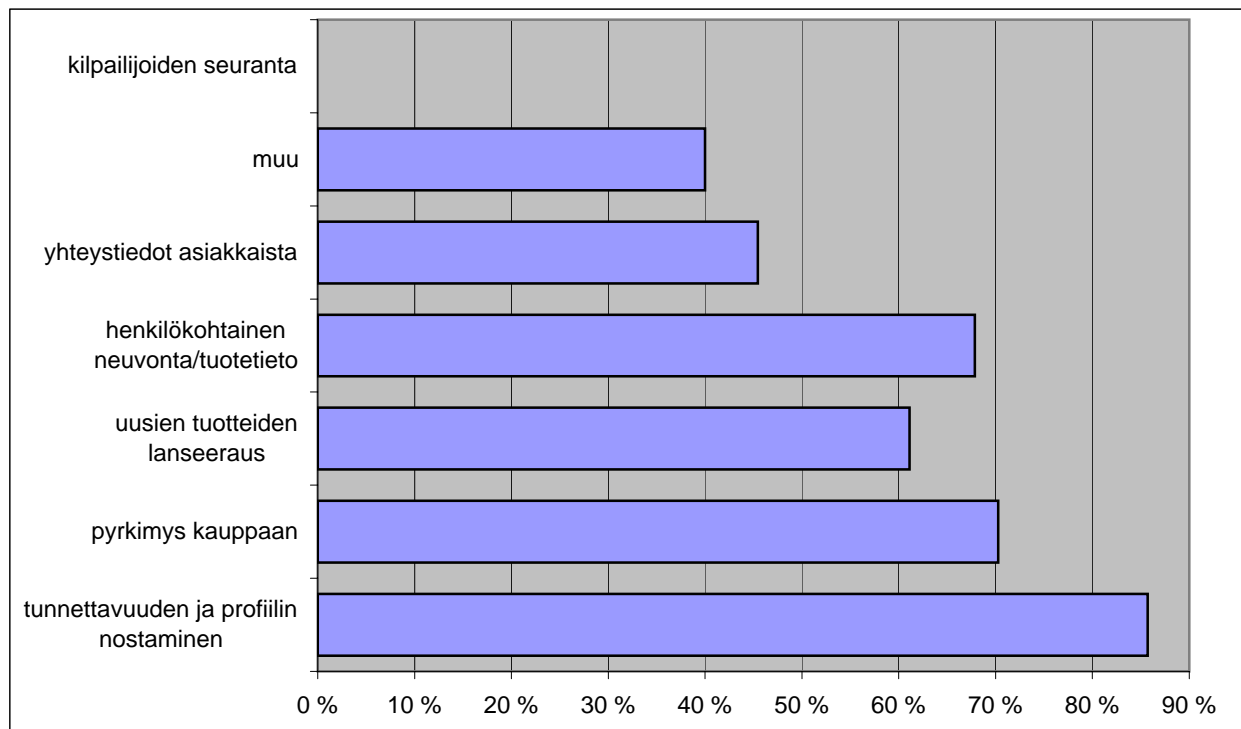
muut
huvilavalmistaja/ toimittaja
mökkeilyyn liittyvät tuotteet
rakennustarvikkeet
tontit
rakennus-/remonttipalvelut

vastanneet	% osuus
28	52 %
10	19 %
6	11 %
5	9 %
3	6 %
2	4 %

Näytteilleasettajilta
saatiin kattava
kokonaisnäkemys
messujen annista.



Yrityksen tavoitteet messuilla



Yrityksen tavoitteet messuilla

	päätavoite	% osuus
tunnettavuuden ja profiilin nostaminen	18	86 %
pyrkimys kauppaan	26	70 %
uusien tuotteiden lanseeraus	11	61 %
henkilökohtainen neuvonta/tuotetieto	19	68 %
yhteystiedot asiakkaista	10	45 %
muu	2	40 %
kilpailijoiden seuranta	0	0 %

Mitä asiakasryhmää tavoitelti

	vastanneet	% osuus
loma-asuntorakentajat	38	70 %
loma-asuntoremonttijat	27	50 %
omakotitalon rakentajat	28	52 %
omakotitalon remonttijat	23	43 %

Arvio miten tavoitti haluamansa

asiakasryhmän	vastanneet	% osuus
kiitettävästi	5	11 %
hyvin	15	32 %
tydyttävästi	22	47 %
välttävästi	4	9 %
huonosti	1	2 %

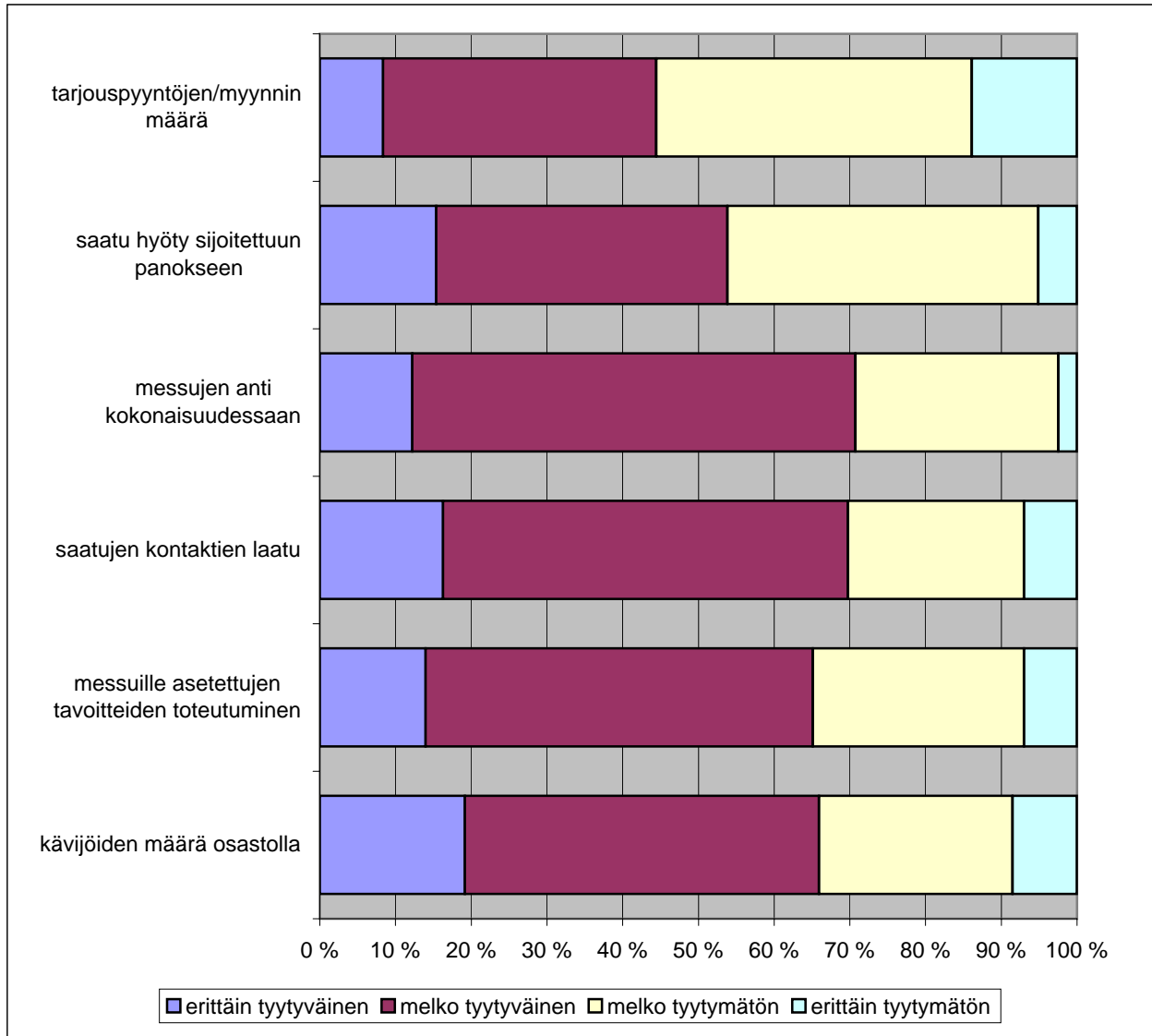
Näytteilleasettajilla on kaupanteon lisäksi selvä tavoite nostaa tunnettuuttaan ja imagoaan.

Loma-asuntorakentajien ja remonttijien lisäksi näytteilleasettajia kiinnostivat myös omakotitalorakentajat.

Kohderyhmä on tavoitettu kohtalaisen hyvin.



Tyytyväisyys messujen antiin



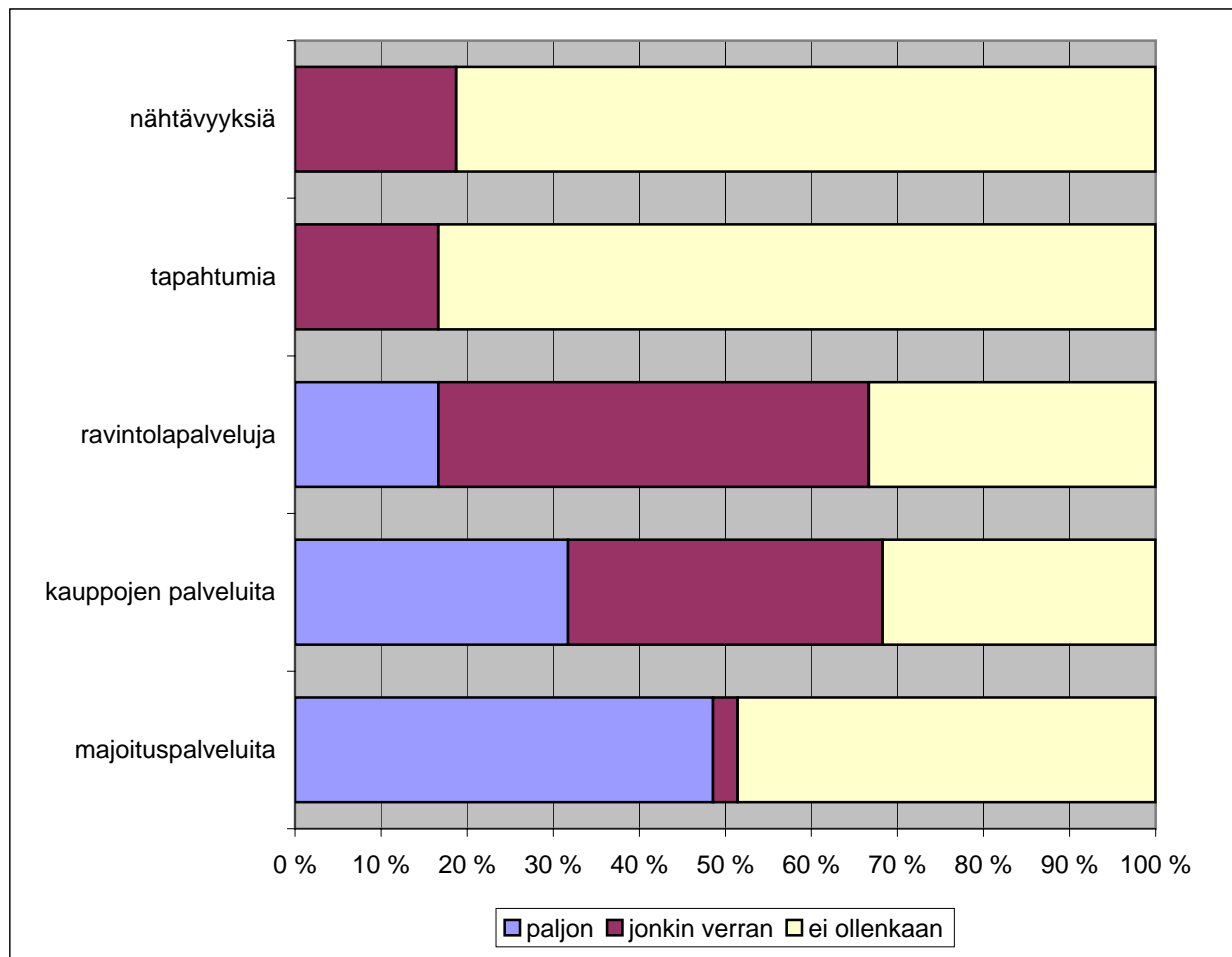
Tyytyväisyys messujen antiin

	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
kävijöiden määrä osastolla	19 %	47 %	26 %	9 %
messuille asetettujen tavoitteiden toteutuminen	14 %	51 %	28 %	7 %
saatujen kontaktien laatu	16 %	53 %	23 %	7 %
messujen anti kokonaisuudessaan	12 %	59 %	27 %	2 %
saatu hyöty sijoitettuun panokseen	15 %	38 %	41 %	5 %
tarjouspyyntöjen/myynnin määrä	8 %	36 %	42 %	14 %

Asiakkaat tavoitettiin kohtalaisen hyvin samoin kuin messu-tavoitteissa onnistuttiin kokonaisuudessaan vähintäänkin tyydyttävästi.



Messupaikkakunnan palveluiden käyttö



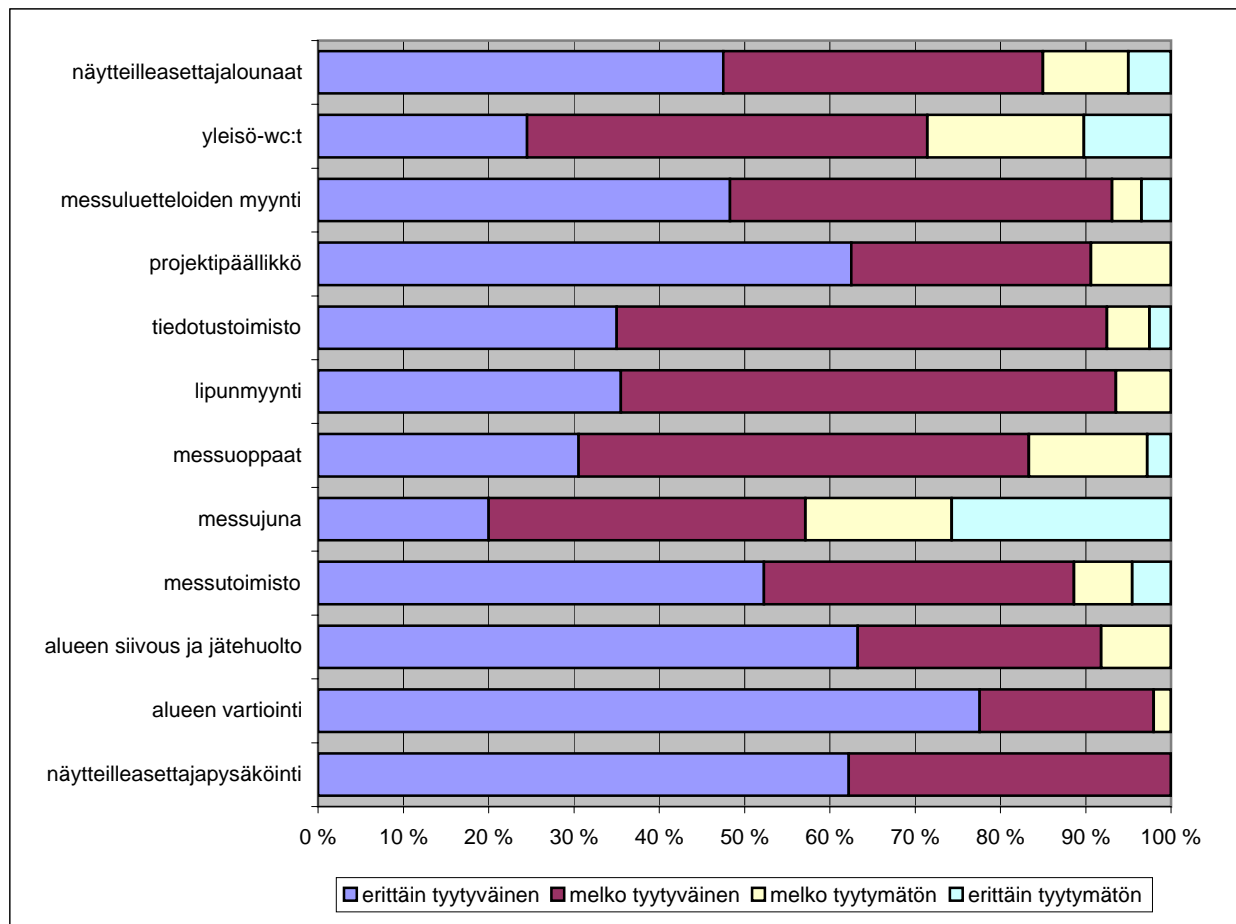
Tyytyväisyys messupaikkakuntaan	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
liikenteen sujuvuus	43 %	51 %	4 %	2 %
messupaikkakunnan sijainti	43 %	45 %	10 %	2 %
messupaikkakunta kokonaisuudessaan	38 %	57 %	4 %	0 %
messupaikkakunnan majoituspalvelut	23 %	58 %	16 %	3 %
messupaikkakunnan muut palvelut	20 %	60 %	20 %	0 %

Messupaikkakunnan palveluiden käyttö	paljon	jonkin verran	ei ollenkaan
majoituspalveluita	49 %	3 %	49 %
kauppojen palveluita	32 %	37 %	32 %
ravintolapalveluja	17 %	50 %	33 %
tapahtumia	0 %	17 %	83 %
nähtävyyksiä	0 %	19 %	81 %

Parainen pystyi vastaamaan näytteilleasettajien majoitustarpeisiin. Näytteilleasettajat kokonaisuudessaan olivat merkittävä palveluiden käyttäjäryhmä.



Tyytyväisyys messualueeseen ja organisaatioon



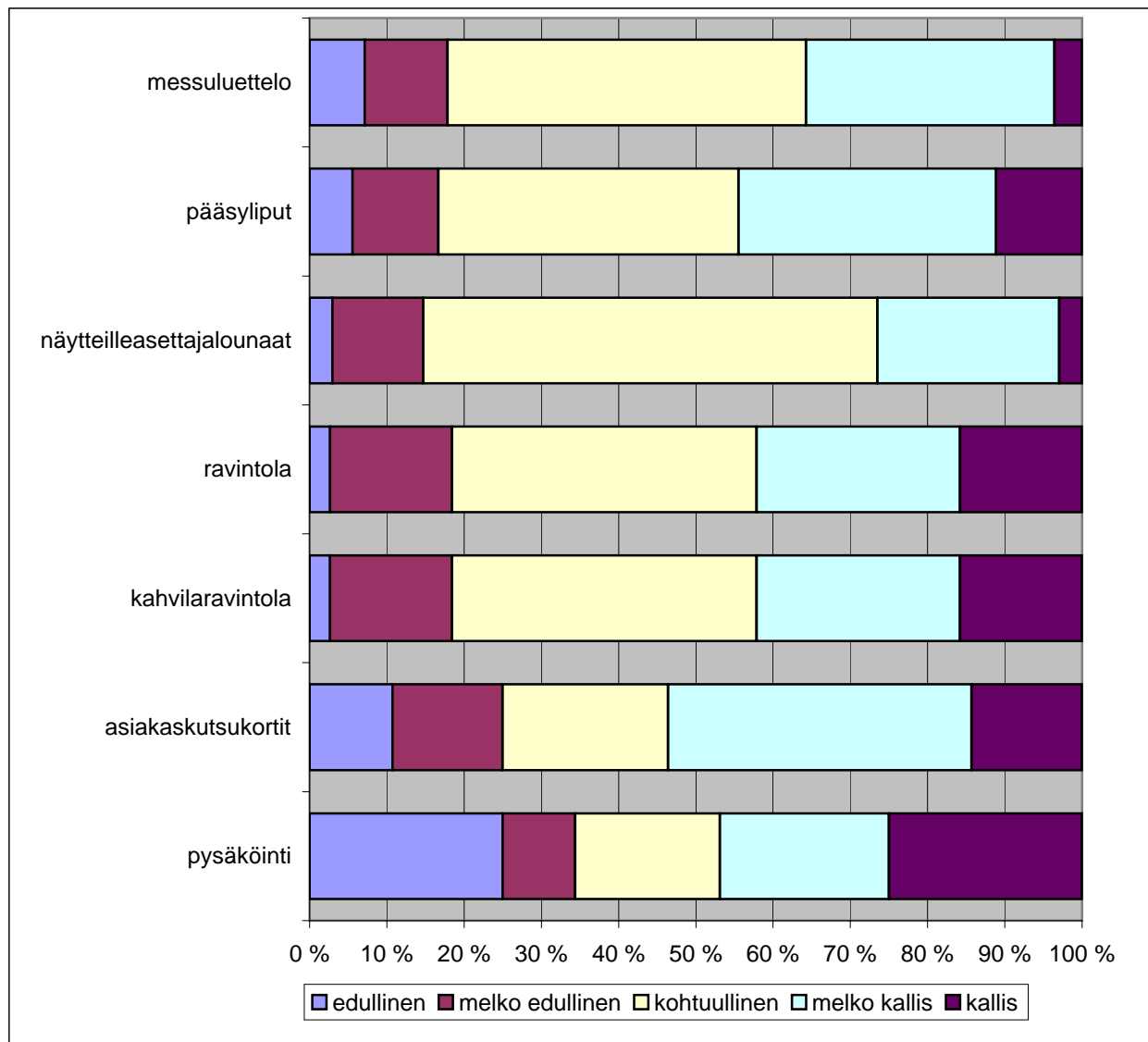
Tyytyväisyys messualueeseen ja organisaatioon

	erittäin tyytyväinen	melko tyytyväinen	melko tyytymätön	erittäin tyytymätön
näytteilleasettajapysäköinti	62 %	38 %	0 %	0 %
alueen vartiointi	78 %	20 %	2 %	0 %
alueen siivous ja jätehuolto	63 %	29 %	8 %	0 %
messutoimisto	52 %	36 %	7 %	5 %
messujuna	20 %	37 %	17 %	26 %
messuoppaat	31 %	53 %	14 %	3 %
lipunmyynti	35 %	58 %	6 %	0 %
tiedotustoimisto	35 %	58 %	5 %	3 %
projektipäällikkö	63 %	28 %	9 %	0 %
messuluetteloiden myynti	48 %	45 %	3 %	3 %
yleisö-wc:t	24 %	47 %	18 %	10 %
näytteilleasettajalounaat	48 %	38 %	10 %	5 %

Messujunan toiminta aiheutti kritiikkiä Näytteilleasettajille on tärkeää, että asiakkaat tulevat tasaisena virtana. Messujunat aiheuttivat asiakkasruuhkia ja myös asiakkaiden ohiviemistä.



Mielipiteet palveluiden hintatasosta



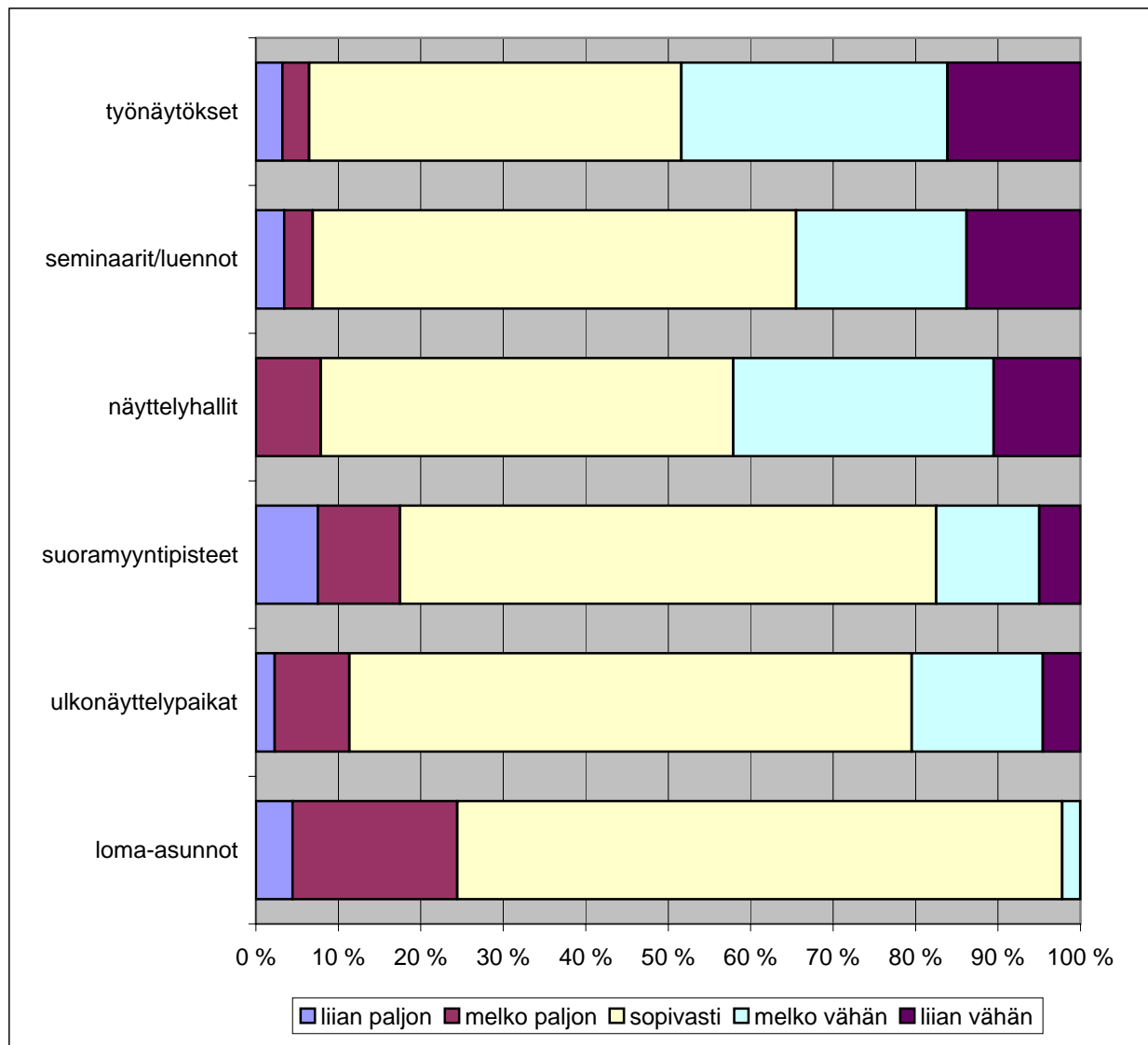
Mielipiteet palveluiden hintatasosta

	edullinen	melko edullinen	kohtuullinen	melko kallis	kallis
pysäköinti	25 %	9 %	19 %	22 %	25 %
asiakaskutsukortit	11 %	14 %	21 %	39 %	14 %
kahvilaravintola	3 %	16 %	39 %	26 %	16 %
ravintola	3 %	16 %	39 %	26 %	16 %
näytteilleasettajalounaat	3 %	12 %	59 %	24 %	3 %
pääsyliput	6 %	11 %	39 %	33 %	11 %
messuluettelo	7 %	11 %	46 %	32 %	4 %

Pysäköinnin hintataso jakoi mielipiteitä. Näytteilleasettaja-lounaan hinta koettiin kohtuulliseksi.



Näyttelykohteiden määrä



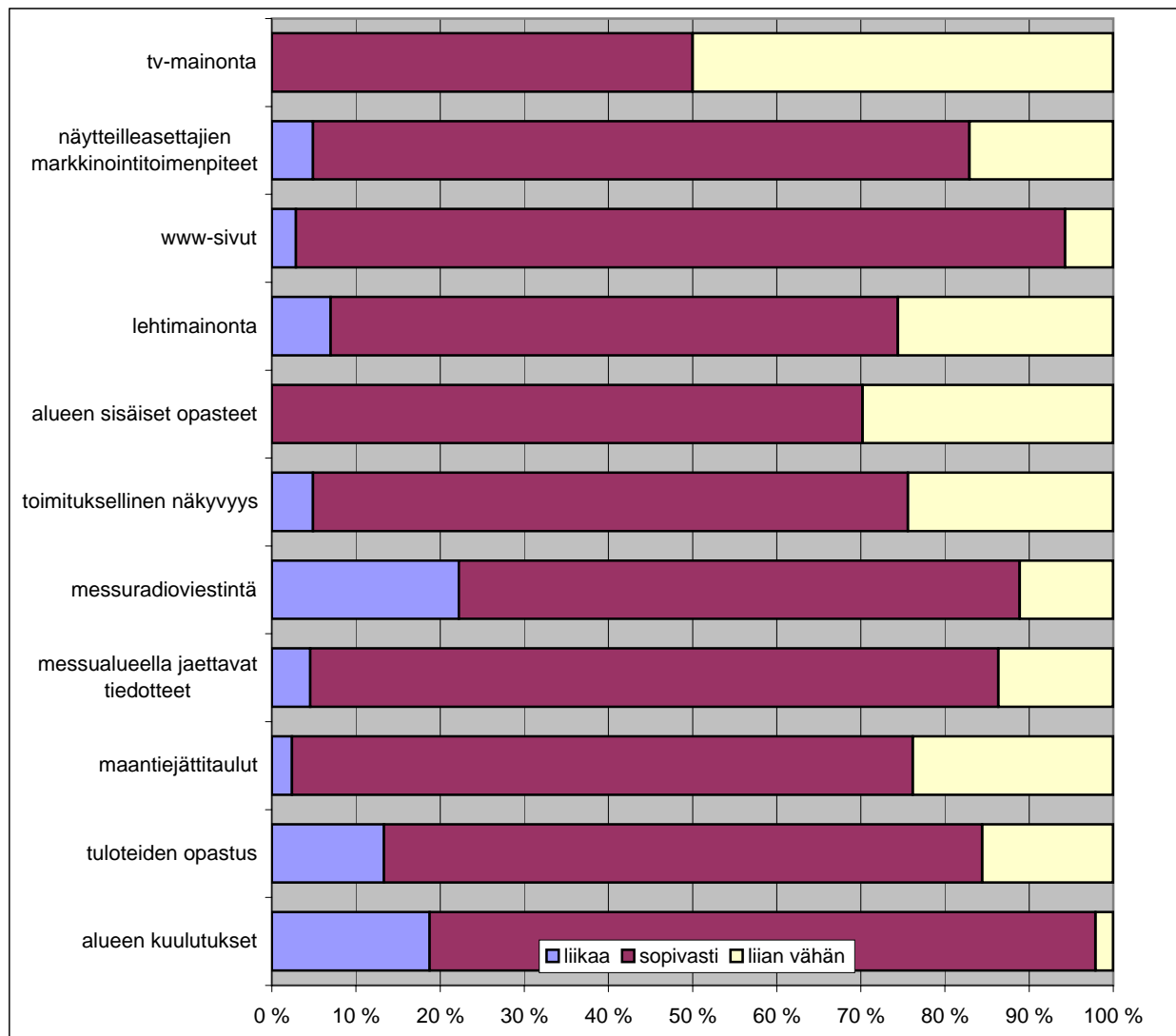
Näyttelykohteiden määrä

Näyttelykohteiden määrä	liian paljon	melko paljon	sopivasti	melko vähän	liian vähän
loma-asunnot	4 %	20 %	73 %	2 %	0 %
ulkonäyttelypaikat	2 %	9 %	68 %	16 %	5 %
suoramyyntipisteet	8 %	10 %	65 %	13 %	5 %
näyttelyhallit	0 %	8 %	50 %	32 %	11 %
seminaarit/luennot	3 %	3 %	59 %	21 %	14 %
työnäytökset	3 %	3 %	45 %	32 %	16 %

Näyttelykohteiden määrästä vallitsi suuri yksimielisyys.



Mainonnan määrä



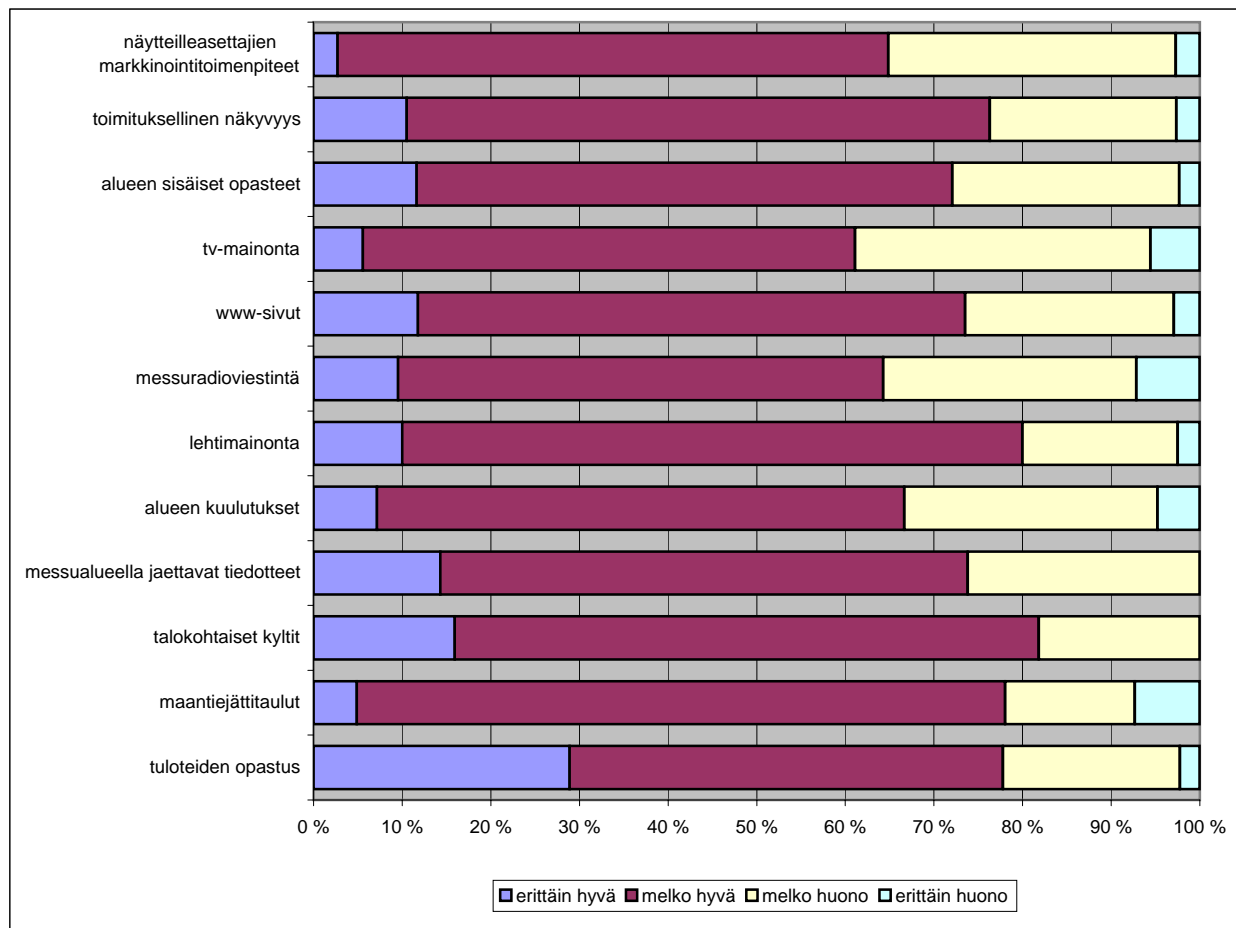
Mainonnan määrä

	liikaa	sopivasti	liian vähän
alueen kuulutukset	19 %	79 %	2 %
tuloteiden opastus	13 %	71 %	16 %
maantiejättitaulut	2 %	74 %	24 %
messualueella jaettavat tiedotteet	5 %	82 %	14 %
messuradioviestintä	22 %	67 %	11 %
toimituksellinen näkyvyys	5 %	71 %	24 %
alueen sisäiset opasteet	0 %	70 %	30 %
lehtimainonta	7 %	67 %	26 %
www-sivut	3 %	91 %	6 %
näytteilleasettajien markkinointitoimenpiteet	5 %	78 %	17 %
tv-mainonta	0 %	50 %	50 %

TV-mainonnan vähyys sai eniten kritiikkiä.



Mainonnan laatu



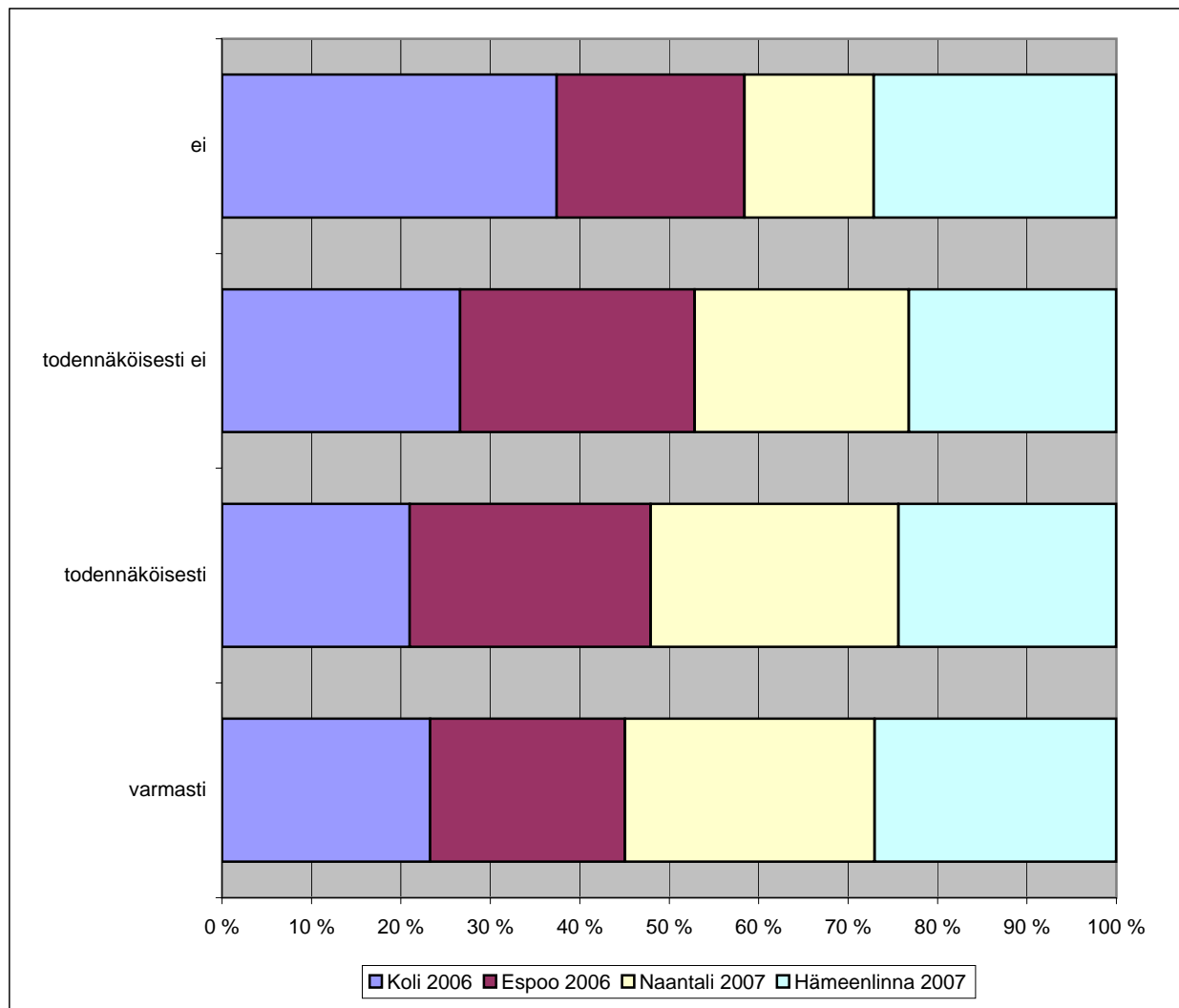
Mainonnan laatu

	erittäin hyvä	melko hyvä	melko huono	erittäin huono
tuloteiden opastus	29 %	49 %	20 %	2 %
maantiejättitulut	5 %	73 %	15 %	7 %
talokohtaiset kyltit	16 %	66 %	18 %	0 %
messualueella jaettavat tiedotteet	14 %	60 %	26 %	0 %
alueen kuulutukset	7 %	60 %	29 %	5 %
lehtimainonta	10 %	70 %	18 %	3 %
messuradioviestintä	10 %	55 %	29 %	7 %
www-sivut	12 %	62 %	24 %	3 %
tv-mainonta	6 %	56 %	33 %	6 %
alueen sisäiset opasteet	12 %	60 %	26 %	2 %
toimituksellinen näkyvyys	11 %	66 %	21 %	3 %
näytteilleasettajien markkinointitoimenpiteet	3 %	62 %	32 %	3 %

Messutiedotus ja talokyltit sekä viestintävälineiden kiinnostus tyydyttivät näytteilleasettajia.



Aikomus osallistua tuleville messuille



Yrityksen osallistuminen messuille

2005

	vastanneet	% osuus
yksille messuille(näille)	6	14 %
2-3 messuille	15	36 %
4-5 messuille	6	14 %
6-7 messuille	5	12 %
8-9 messuille	2	5 %
10 tai useammille messuille	8	19 %

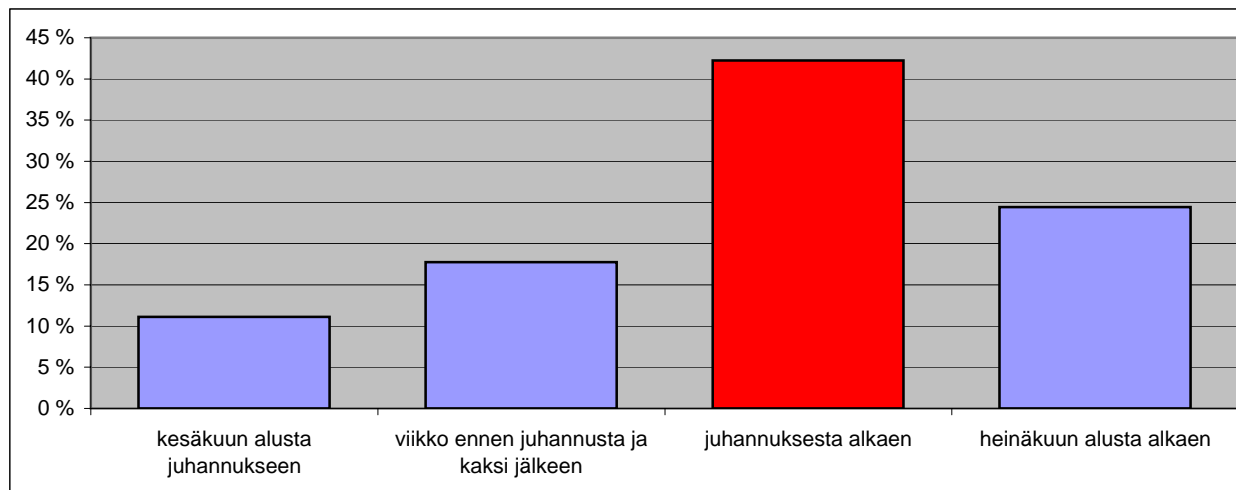
Näytteilleasettajista 14 % osallistui tänä vuonna vain näille messuille. Viidennes aikoo kiertää yli kymmenet messut.

Aikomus osallistua tuleville messuille

	varmasti	todennäköisesti	todennäköisesti ei	ei
Koli 2006	17 %	39 %	22 %	22 %
Espoo 2006	16 %	50 %	22 %	13 %
Naantali 2007	20 %	51 %	20 %	9 %
Hämeenlinna 2007	19 %	45 %	19 %	16 %



Loma-asuntomessujen paras ajankohta



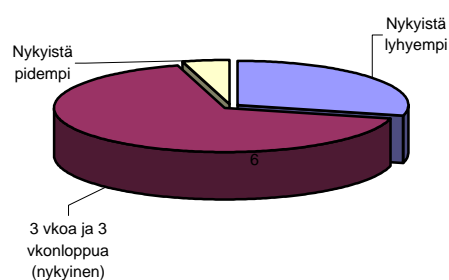
Loma-asuntomessujen paras ajankohta

	vastanneet	% osuus
kesäkuun alusta juhannukseen	5	11 %
viikko ennen juhannusta ja kaksi jälkeen	8	18 %
juhannuksesta alkaen	19	42 %
heinäkuun alusta alkaen	11	24 %
muu	2	4 %

Selvä enemmistö toivoo loma-asuntomessujen alkavan vasta juhannuksesta.

Loma-asuntomessujen sopiva kesto

	vastanneet	% osuus
Nykyistä lyhyempi	13	29 %
3 vkoa ja 3 vkonloppua (nykyinen)	30	67 %
Nykyistä pidempi	2	4 %

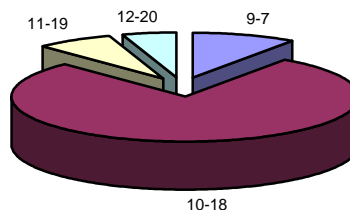


Sopiva Loma-asuntomessujen ja Asuntomessujen väli

	vastanneet	% osuus
1 viikko	12	29 %
2 viikkoa	12	29 %
3 viikkoa	5	12 %
4 viikkoa	5	12 %
ei merkitystä	8	19 %

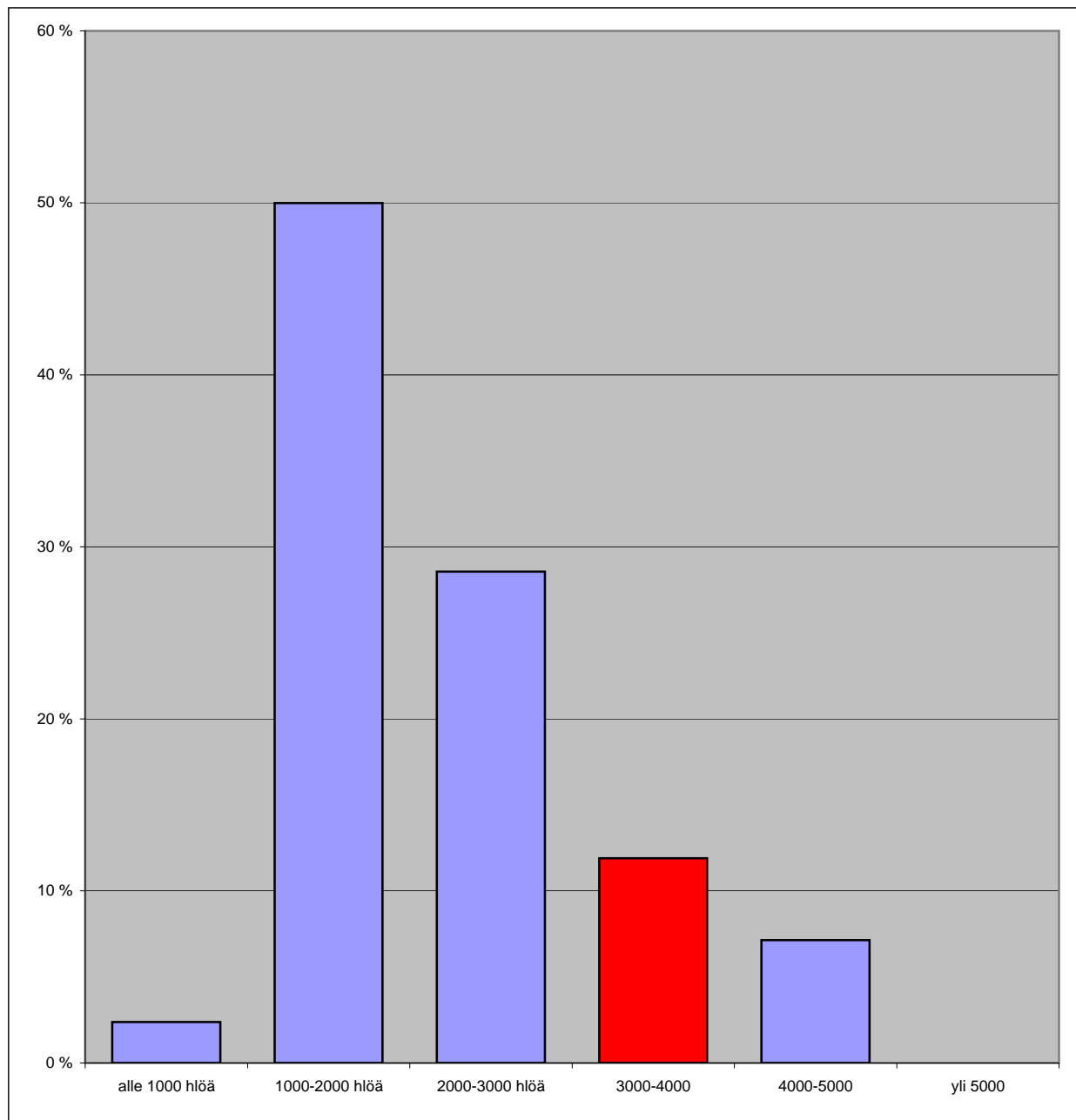
Sopiva aukioloaika

	vastanneet	% osuus
9-7	4	9 %
10-18	32	73 %
11-19	3	7 %
12-20	2	5 %





Sopiva kävijämäärä/pvä



Sopiva kävijämäärä/pvä

alle 1000 hlöä
1000-2000 hlöä
2000-3000 hlöä
3000-4000
4000-5000
yli 5000

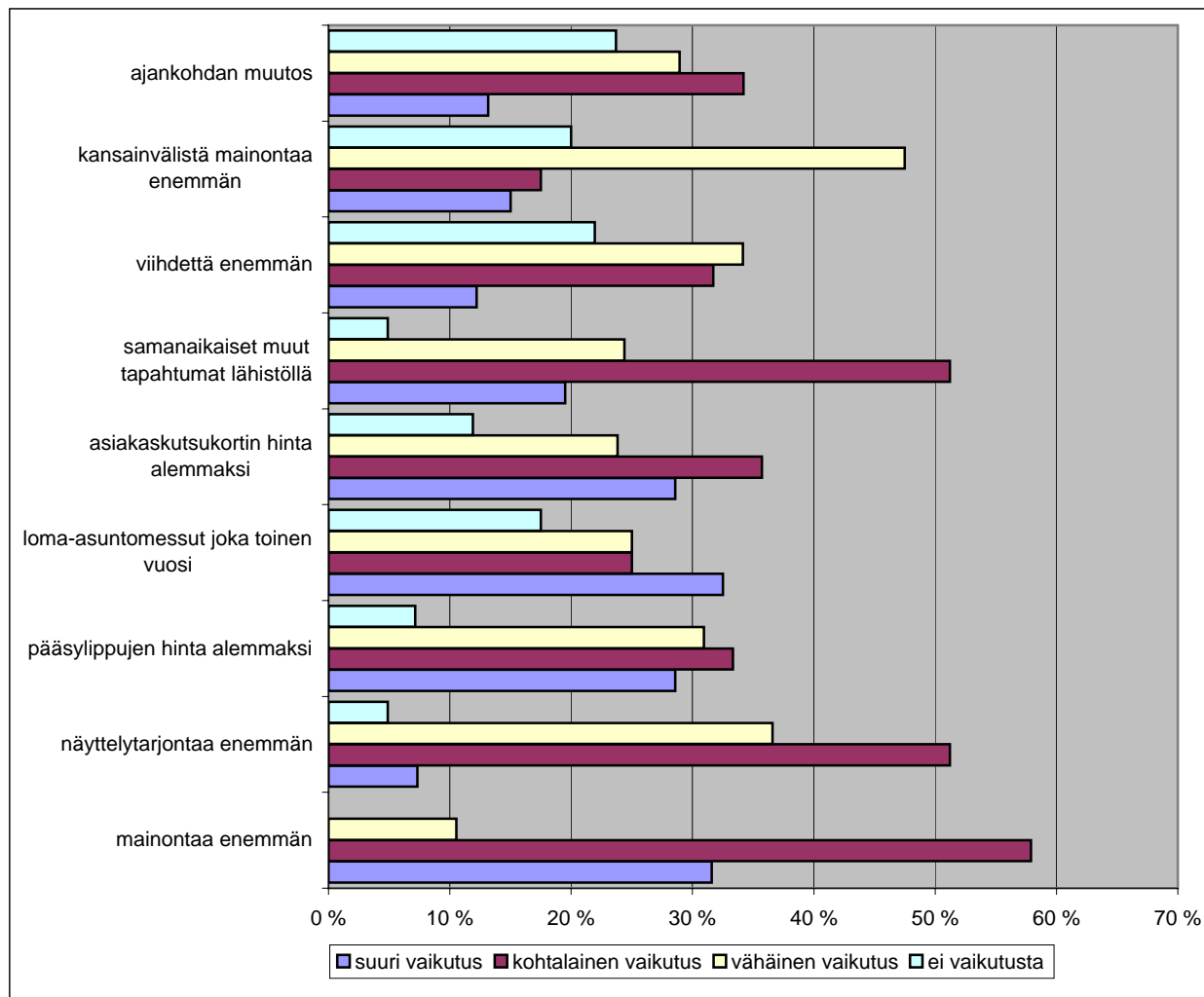
% osuus

2 %
50 %
29 %
12 %
7 %
0 %

Kävijämäärän tasainen jakautuminen messupäiville on yleinen toivomus, sillä yli 5 000 päivittäistä kävijää ei ole näytteilleasettajien pääosan toiveena.



Eri asioiden vaikutus messuvieraiden määrään



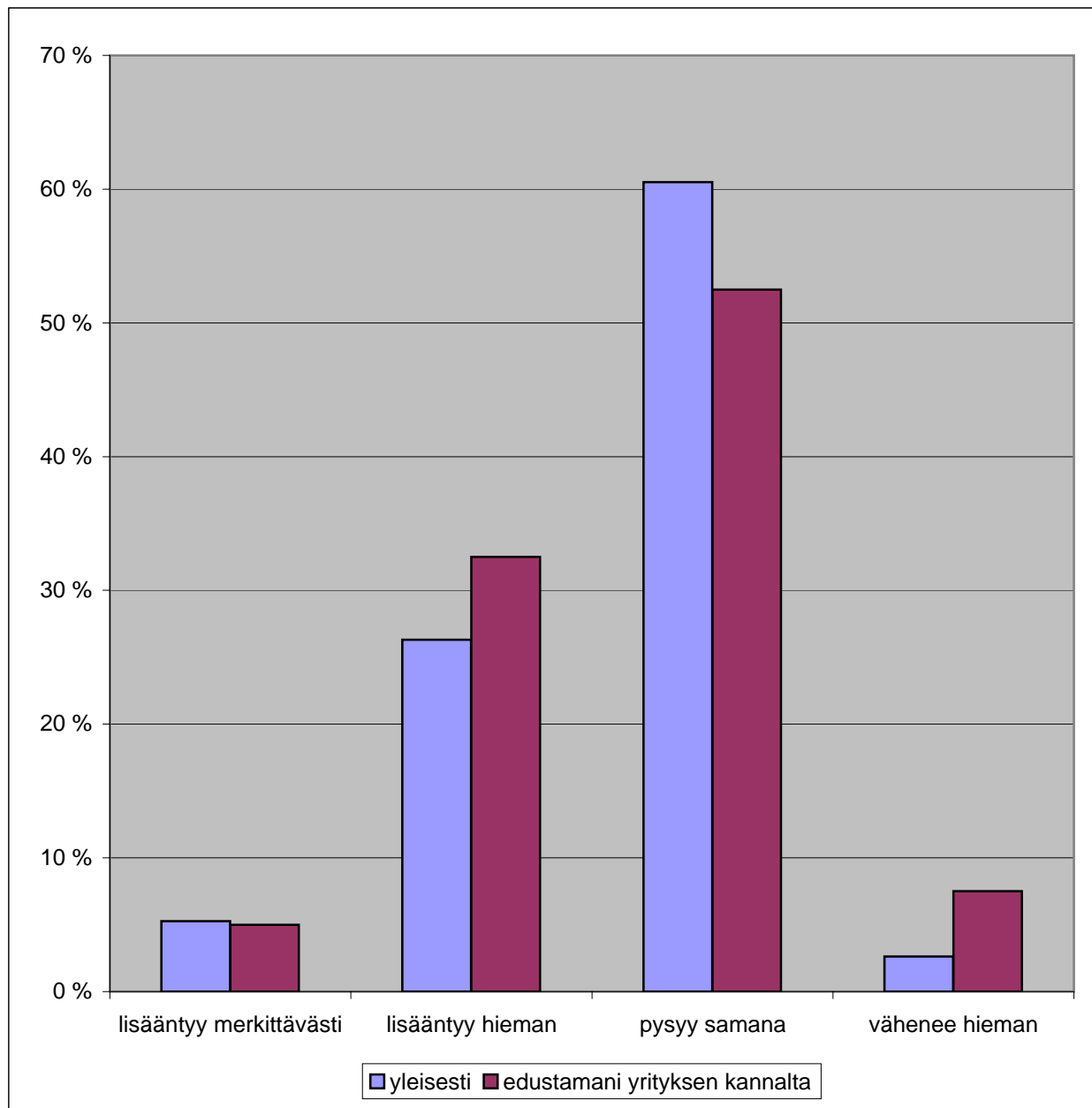
Eri asioiden vaikutus messuvieraiden määrään

	suuri vaikutus	kohtalainen vaikutus	vähäinen vaikutus	ei vaikutusta
mainontaa enemmän	32 %	58 %	11 %	0 %
näyttelytarjontaa enemmän	7 %	51 %	37 %	5 %
pääsylippujen hinta alemmaksi	29 %	33 %	31 %	7 %
loma-asuntomessut joka toinen vuosi	33 %	25 %	25 %	18 %
asiakaskutsukortin hinta alemmaksi	29 %	36 %	24 %	12 %
samanaikaiset muut tapahtumat lähistöllä	20 %	51 %	24 %	5 %
viihdettä enemmän	12 %	32 %	34 %	22 %
kansainvälistä mainontaa enemmän	15 %	18 %	48 %	20 %
ajankohdan muutos	13 %	34 %	29 %	24 %

"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	5 %	26 %	61 %	3 %
edustamani yrityksen kannalta	5 %	33 %	53 %	8 %

Yritysten pääosa tulee jatkossakin käyttämään loma-asuntomessuja markkinoinnissaan.



Kommentit ja kehitysideat

Kommentit

kävijämäärä pettymys
messuradiotekniikka ontui
aika näyttää, mitä jälkimarkkinointi tuo
toimivat messut, tunnettuus lisääntyi

Kehitysideat

messut joka toinen vuosi
messureitin terävöittäminen
suurempi painotus mökkeilyyn vs. ympärivuotisuus



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

Messuissa hyvää ja huonoa

Messuissa hyvää

ammattitaitoinen järjestely
alue ja sijainti
tunnelma

Messuissa huonoa

kulunohjaus (messureitti)
alueen korkeuserot > raskas päivä
näytteilleasettajan ääni (so. toiveet) suunnittelussa