

Helsingin kansainvälisen markkinoinnin katse tulevaan

Laura Aalto, Helsinki Marketing
26.10.2020

Helsinki

**“...nopein ja vahvin ei aina selviä
luonnossa eikä liiketoiminnassa voittajana.
Voittajana selviää se, joka sopeutuu
parhaiten uuteen tilanteeseen.”**

Elisan Asmo Känsälä, HS 25.10.2020

Kansainvälisen kaupunkimarkkinoinnin muutossuunnat

Matkailijan katse kääntyy lähelle.

Helsinki

Epävarmassa
maailmassa
hakeudumme
turvallisten asioiden
ääreen.

Helsinki

**Helsingissä on vähän
ihmisiä ja paljon tilaa.
Sen voi kääntää
kilpailueduksi.**

Helsinki

Virtuaalisuus mullistaa käsityksemme matkustamisesta.



Helsinki

Kansainvälisten osaajien kotikaupunki

Helsinki

Helsingin kansainvälinen matkailumarkkinointi 2021 eteenpäin



HAM

Helsinki Biennial 2020



A high-angle, wide shot of a large, rectangular indoor swimming pool. The pool is filled with clear blue water and is divided into several lanes by blue and white lane lines. Several people are swimming in the pool, some in the foreground and others further back. The pool is surrounded by a tiled deck with a black and white geometric pattern. In the background, there are several people standing on the deck, some near a white machine with a sign that says "Käsi- ja jalaväliset WC:t" (Hand and foot hygiene). The walls are made of light blue and white tiles, and there are potted plants and a lifebuoy on the wall. The overall atmosphere is bright and clean.

Helsinki - City of the free?

Kiitos.

Laura Aalto
Helsinki Marketing
laura.aalto@hel.fi

Helsinki