



Asukasmarkkinointi

2024 – 2026



Sisältö



Johdanto

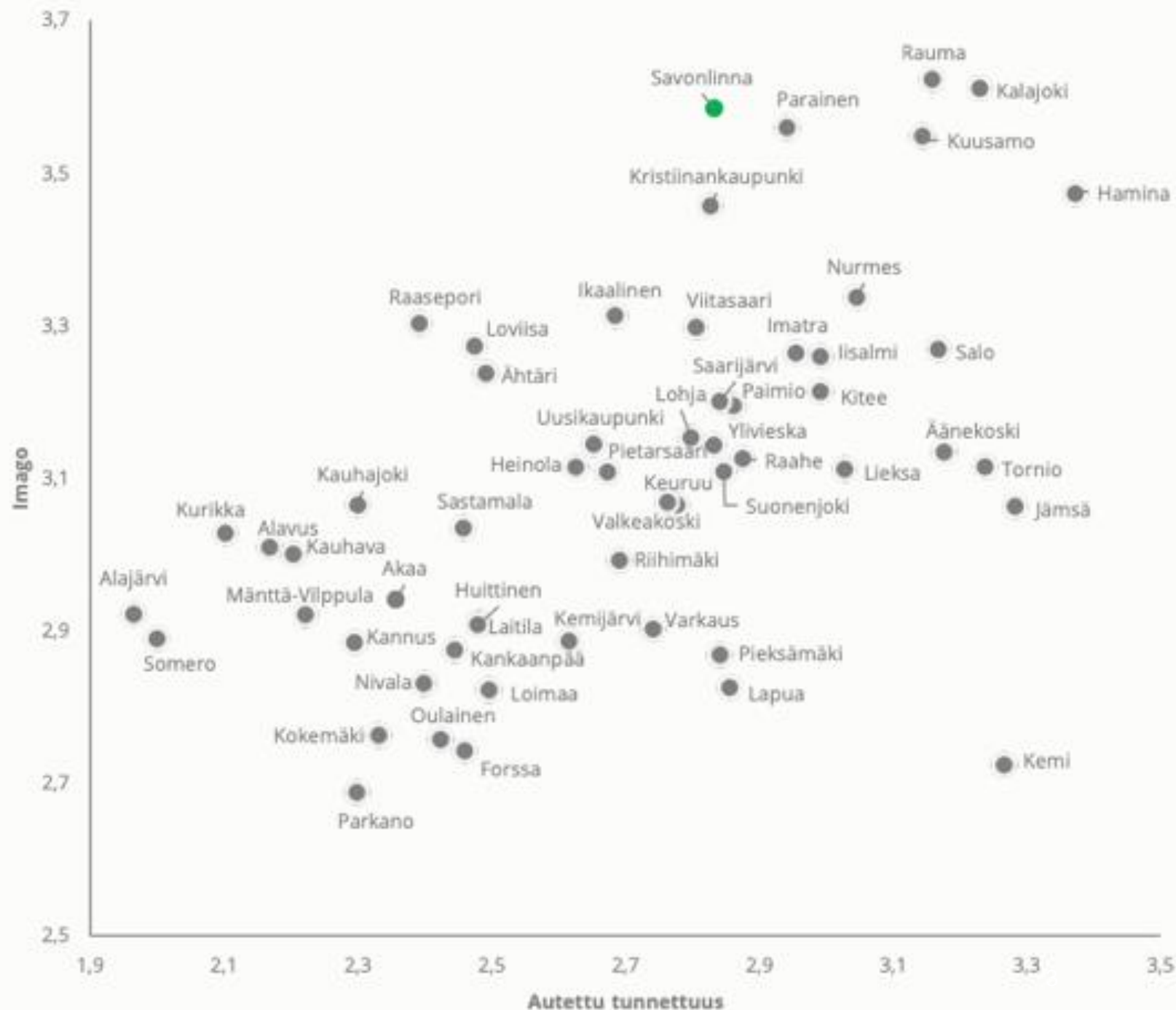
1. Kokonaisuus ja tavoitteet
2. Toimenpiteet ja pilottikampanja
3. Aikataulu
4. Kohde- ja sidosryhmät
5. Pääviestit ja lähestyminen
6. Arviointi, toiminta ja mittaaminen

Tunnettuus ja imago

Kun tarkastellaan kaupunkien ulkoista imagoa ja tunnettuutta yhdessä, muodostuu näistä ulottuvuuksista nelikenttä. Sen oikeaan ylänurkkaan sijoittuvat kaupungit ovat vertailuryhmään nähden hyvin tunnettuja ja imagoaltaan hyvin myönteisiä. Vastaavasti vasemmassa alanurkassa sijaitsevien kuntien tunnettuus ja imago ovat vertailuryhmää matalampia.

Kaupunkikohtaisissa tuloksissa kaupungin asema tunnettuuden ja imagon suhteen antaa viitteitä siitä, miten myönteinen imago on nykytilanteessa ja miltä osin sen potentiaali realisoituu tunnettuuden kautta.

Ulkoisten ja sisäisten vetovoimatekijöiden vertailu kertoo ulkoisesta imagosta suhteessa sisäisiin vahvuuksiin. Vertailu auttaa tunnistamaan imago- ja brändityön kehittämiskohteita. Vertailu seutukaupunkien keskimääräisiin tuloksiin vetovoimatekijöissä auttaa tunnistamaan kaupungin mahdollisia erottautumistehtäviä.



Asukasmarkkinointi 2024-2025



- Savonlinnalla on positiivinen imago ja laaja tunnettuus Suomessa mutta, kaupunkiin liitetty kuva on kapea eikä se tuo esiin työllistymisen mahdollisuuksia tai asumisen ja arjen vaivattomuutta.
- Suuren yleisön mielestä Savonlinna on yhtä kuin:
 - Kesäkaupunki
 - Oopperajuhlat
 - Olavinlinna
 - Saimaa ja norppa
 - Meidän pitää muuttaa rakentaa vahvan imagon päälle ja tuoda esiin mielikuvaa Savonlinnasta elämisen kaupunkina, jossa töitä ja opiskelupaikkoja sekä vahvuudet arjessa.

Asukasmarkkinointi 2024-2025



- Lapsiperheille suunnattu kampanja käynnistyy lähiviikkoina, sen jälkeen markkinointityötä aina ensi vuoden loppuun
- Kampanjat toteutetaan yhdessä sidosryhmien kanssa, elinvoimapalvelut koordinoi
- Kahden vuoden suunnitelma, jonka kautta tehdään asukasmarkkinointia ja nostoja alueelta tavoitteellisesti ja pitkäjänteisesti, tavoitteena houkuttelevuuden ja pitovoiman lisääminen
- Haetaan räväkkyyttä ja nostetaan esiin alueen tunnusomaisia, vahvoja piirteitä
- Oppilaitoksia ja yrityksiä kannustetaan ottamaan vahvaa roolia osana projektia
- Hyödynnetään kaupungin saamia tunnustuksia esim. koulutuksessa ja varhaiskasvatuksessa, painottaen erityisesti turvallisuutta
- Työpaikat ja opiskelumahdollisuudet edellä
- Valmis kokonaispaketti muutosta kiinnostuneille

Asukasmarkkinointi 2024-2025



- Alkuvuodesta käynnistyy pienempi kampanja, perustuen savonlinnaan.fi-brändiin
- Meneillään kilpailutus isommasta kokonaisuudesta
 - Toteutetaan monikanavaisesti ja pyritään hakemaan innovatiivisuutta, joka nostaisi aluetta positiivisella tavalla esiin myös mediassa
- Sisällöntuotantoon ja kampanjan koordinointiin muodostetaan projektiryhmä, jossa mukana Samiedu ja Xamk sekä myöhemmässä vaiheessa alueen yritykset
- Tavoitteena saada uusia työntekijöitä sekä opiskelijoita (perheineen) muuttamaan alueelle, kuin myös jo täällä opiskelevia työllistymään alueemme yrityksiin
- Tärkeää panostaa myös työperäiseen maahanmuuttoon ja kotoutumiseen

Asukasmarkkinointi 2024-2025



Alustava aikataulu

- Tammikuu: projektiryhmä (kaupunki, oppilaitokset)
- Helmi-maaliskuu: kilpailutus (kaupungin toimesta)
 - Pienempi kampanja käynnistyy
- Sisäinen valmistelu toimialojen kanssa
- Huhti-toukokuu: työn ja sisällön suunnittelu, yhteistyökumppaneiden sitouttaminen
 - Hyödynnetään kokemuksia alkuvuoden pilotista (päättyy maaliskuu)
 - Yritykset ja elinkeinoelämä mukaan suunnitteluun
- Kesäkausi: kampanjan aloittaminen ja eri vaiheet, päättyy 2025
 - > kampanjaa suunnataan sekä kehitetään saatujen tulosten perusteella

Kohde- ja sidosryhmät



- Kohderyhmä: Lapsiperheet, osaava ja/tai koulutettava työvoima, amk-aloituspaikkojen potentiaaliset hakijat (erityisesti insinöörialat)
- Primääri
 - Lapsiperheet
 - Työikäiset (työpaikkamarkkinointi)
- Sekundääri
 - Yrittäjät
 - Opiskelijat (painotus insinööriopiskelijoilla)
 - Paluumuuttajat
 - Vapaa-ajanasunnon omistajat

Pääviestit ja lähestyminen



- Turvallisuus
- Puhtaus, rauhallisuus, luonto
- Asuntojen hinnat vrt. pk-seutu
- Uniikki kaupunki, talvisin dynaaminen pikkukaupunki, jossa kaikki saatavilla ja luonto ovella – kesäisin Suomen Monaco
- Kampanjan myötä toteutetaan yksittäisiä irtiottoja ja kokeiluja, joilla pyritään saamaan valtakunnallista medianäkyvyyttä
- Osana kampanjaa luodaan käytännöt esim. uuden asukkaan tervetuloivotuksiin ja pyritään saamaan myös opiskelijat tänne kirjoille.
- Kontaktoidaan myös poismuuttaneet kirjeitse
- Tavoitteena räväkkyys, mutta kaupungin arvot ja erityispiirteet edellä

Arviointi, toiminta ja mittaaminen



- Pilottikampanja toteutetaan Sanoman digikanavissa (tavoittaa parhaiten kohderyhmän) sekä sosiaalisessa mediassa (Fb, insta)
- Sisältää neljä 30s. videota muun mainonnan lisäksi, teemoilla *turvallisuus, tilaa tehdä ja harrastaa/ihan lähellä, edullista asumista ja puhtaus*
- Kampanjaa suunnataan saatujen tulosten mukaan
- Aktiivisissa vaiheissa viikottaiset palaverit (suunnittelu + mainontavaiheet) sekä sidosryhmien tapaamiset ja aktivointi
- Dataa saadaan näyttökerroista aina konversioon saakka ja lopulta muuttoon, jos kauttamme



Osaavan työvoiman saatavuuden kehittäminen

5.2.2024



Osaavan työvoiman saatavuus



- Kaupunki toimii monin eri tavoin osaavan työvoiman saatavuuden turvaamiseksi ja kehittämiseksi
 - Emme kilpaile markkinaehtoisten toimijoiden kanssa
- Keskiössä erityisesti alueen työpaikkojen markkinointi ja alueen mahdollisuuksien esiin nostaminen – Savonlinnan seutu on kiinnostava työssäkäyntialue
- Edunvalvonta infraan liittyen (juna-, ja lentoliikenne) ja
- Edunvalvonta koulutuksen saamisessa alueelle (esim. eng. koulutukset) yhdessä alueen oppilaitosten kanssa, elinkeinoelämän tarpeista
- Vahvaa yhteistyötä erityisesti Samiedun ja XAMK:n kanssa (mm. insinöörikoulutus, jossa kaupunki oli osarahoittajana)
- Luodaan parhaillaan yhteistä palveluväylää Samiedun kanssa osana TE24-uudistusta
- Hyödynnetään myös hankerahoitusta resurssina

TE24-uudistus tehdään yritysten tarpeisiin



- TE-toimistojen palvelut siirtyvät kaupungille
- Pyritään luomaan kohtaantoa tehokkaammaksi, valtaosa työttömistä on voimavara jota tulee hyödyntää
 - saumaton ja välitön yhteistyö niin kaupungin sisällä kuin sidosryhmien kanssa
 - Yhden luukun palvelumalli yrityksille ja työnhakijoille
 - Ohjaamme tarvittaessa eteenpäin
 - Käytännössä sama tiimi hoitaa työllisyyttä ja pyrkii auttamaan yrityksiä
- On tärkeää että Savonlinna erottuu vahvana ja mielenkiintoisena, mahdollisuuksia tarjoavana työssäkäyntialueena
- Uusia avauksia erityisesti ulkomaisen työvoiman saatavuudesta – ja alueelle jäämisestä
- Myös kotouttaminen tulossa kunnille lakisääteisenä tehtävänä

Työpolut Savonlinnaan-hanke



- Hanke keskittyy osaavan työvoiman saatavuuteen sekä kohtaanto-ongelmaan
- Pyritään luomaan toimintamalleja, jotka jäävät käytäntöön pitkällä tähtäimellä
- Palvelupolkua yrittäjille rekrytoinnin kehittämiseen yrityksille
- - myös kv-rekrytointeihin
 - -avoimille työmarkkinoille / mistä löytää osaavaa työvoimaa vahvemmin kilpaillussa tilanteessa
 - -työttömien työnhakijoiden /te-palvelut
 - -perehdytysosaamisen kasvattaminen, jota pitovoima säilyy
 - -työnantajamielikuvan kehittäminen
- Haku aika projektipäällikön rekryyn päättyi juuri, pyritään aloittamaan mahd. nopeasti
- Aloituskokous ensi viikon keskiviikkona
- Pyritään aloittamaan yritysten kontaktointi mahd. pian kun hanke käynnistyy ja tehdään sisältö/toimenpiteet yritysten tarpeisiin ja toiveisiin perustuen
- Tehdään kartoitus yrityksille, jonka perusteella tarjotaan tietoiskuja / tukea yhdessä Samiedun kanssa. Tehdään myös verkkomateriaali
- Hankeaika vuoden 2025 loppuun

Kiitokset

