

Rantasalmen kunnan brändityö

KHALL 30.10.2023 § 281

Valmistelija

Yrityskoordinaattori Antero Peiponen, 040 161 5048, vt.
hallintopäällikkö Jarkko Sanisalo, 040 6743467

Rantasalmen kunnalle valmistui markkinointisuunnitelma loppuvuodesta 2022. Markkinointisuunnitelmatyöskentelyä johti markkinointitoimisto Call To Action ja työhön osallistui myös kunnan Elinvoimajaosto. Aikaisemmin vuonna 2019 kunnalle on laadittu graafinen ilme ja ohjeistus, jonka noudattamisessa on tapahtunut rapautumista. Nykytilassa kunnan brändiä ei ole linjattu eikä johdettu.

Ilman määriteltyä kunnan brändiä saattaa markkinointi jäädä impulsiiviseksi kampanjoinniksi ja ilman selkeää tavoitetta.

Kunnan brändin tulisi liittyä oleellisesti hyväksytyyn strategiaan ja olla samalla erottuva sekä houkutteleva. Rantasalmen strategiset päämäärät ovat: 1) Elävä kunta ja viihtyisä kuntakeskus 2) Kestävä kuntatalous ja resurssiviisas toiminta 3) Yrittämiseen ja työntekoon kannustaminen 4) Kuntalaisten omatoimisuus ja aktiivisuus.

Brändin rakentamisella määritetään kunnan identiteettiä, tunnistetaan omat vahvuudet, arvot ja erityispiirteet sekä määritellään halutut herätettävät mielikuvat. Näiden pohjalta luodaan kunnan brändi-identiteetti. Myös yhtenäisen viestinnän aikaansaamiseksi brändillä on keskeinen asema. Kaikki viestintämateriaalit, kuten verkkosivut, sosiaalisen median sisällöt, esitteet ja mainokset, tulisi heijastaa kunnan brändiä ja sen viestiä.

Kunnan brändin rakentamisen tavoitteet:

1) Brändin olemassaolon syy

Brändin rakentaminen lähtee sen ydinlupauksesta, brändin kivijalasta. Pohdinnan tulee lähteä liikkeelle siitä, miksi Rantasalmi-brändi on olemassa. Ketä Rantasalmi-brändi palvelee? Mikä Rantasalmi-brändissä on erikoista ja miksi se olisi asiakkaiden ajan arvoista? Menestyvän brändin takana on aito halu puhutella oikeaa kohderyhmää relevantilla ja erottuvalla tavalla.

2) Ensivaikutelmaan keskittyminen

Ensivaikutelma on äärimmäisen tärkeä. Esimerkiksi verkkosivuille tullessaan asiakas/vierailija arvioi ensimmäisten sekuntien aikana kaikkea näkemäänsä ja kokemaansa. Olipa kohtaamispiste mikä tahansa – verkkosivu, sähköposti tai ihmisten välinen kohtaaminen – ensivaikutelman luomia assosiaatioita on myöhemmin vaikea korvata, oli ne huonoja tai hyviä.

3) Kunnan mission terävöittäminen

Keinotekoisilla, päälle liimatuilla ajatuksilla on tapana paljastaa itse itsensä, joten kannattaa nojautua vain aitoihin ja punnittuihin teemoihin. Millaisia asioita kunta pyrkii aidosti ja merkityksellisesti saavuttamaan pitkällä aikavälillä.

4) Johdonmukainen ja yhtenäinen viestintä

Viestinnän tarkoitus on tukea kunnan identiteettiä ja toimintaa. Mitä saumattomammin ja eheämmin kunta viestii, sen muistettavampi ja uskottavampi se on muiden silmissä.

5) Asiakkaan ja käyttäjän näkökulma

Millaisia tuntemuksia ja mielikuvia halutaan asiakkaalle tuottaa?

Kunta voi vahvistaa asiakkaan tuntemuksia merkityksellisistä arvoista (Ekologisuus, kiertotalous, resurssiviisuus, luontoarvot, hiljaisuus).

Asetutaan asiakkaan asemaan, näin päästään lähemmäksi niitä asioita, joihin ihmiset haluavat kiinnittyä

6) Sisällöntuotanto

Sisältöjen maailmassa pärjää parhaiten se, joka tarjoaa oikeanlaista ja kiinnostavaa sisältöä oikeaan aikaan. Sisällön tulee olla lukijalleen aidosti arvokasta ja tukea kunnan olemassaolon syitä. Sisältöä ei kannata tuottaa sen itsensä vuoksi, vaan sen tulee olla säännöllistä ja tavoitteellista toimintaa.

Rantasalmen kunnan brändin tekeminen vaatii työryhmätyöskentelyä ja tarvittaessa brändityöhön perehtyneen markkinointitoimiston palvelujen käyttämistä. Tämä tulisi huomioida riittävästi 2024 talousarvion laadinnassa.

Esittelijä

Kunnanjohtaja Rainer Leskinen

Päätösehdotus:

Kunnanhallitus päättää

- 1) käynnistää kunnan brändityön, yllä kirjattujen tavoitteiden mukaisesti
- 2) perustaa brändin laadintaan työryhmän, johon nimeää 2–3 luottamushenkilöä
- 3) valtuuttaa kunnanjohtajan nimeämään toimialan edustajat työryhmään

Päätös:

Kunnanhallitus hyväksyi ehdotuksen yksimielisesti.

Kunnanhallitus nimesi brändityön ohjausryhmään päätösehdotuksen kohdan 2 mukaisesti luottamushenkilöedustajiksi Aku Kärjen, Eero Sistosen ja Satu Vihavaisen.

Valmistelija

Yrityskoordinaattori Antero Peiponen, 040 161 5048, hallintojohtaja
(vt.) Jarkko Sanisalo, 040 6743467

Kunnan brändityötä valittu työryhmä on kokoontunut alkuvuoden aikana kuusi kertaa. Brändityö on vaiheittain etenevä kokonaisuus.

Brändin määrittely on aloitettu kunnan arvoista, joita ei ole määritelty kuntastrategiassa. Arvojen määrittelyn tueksi on järjestetty 8 työpajaa eri kohderyhmille. Työpajoihin osallistujia ja eri kyselyyn vastaajia oli yhteensä 362, joista kausiasukkaita 38. Näiden kohderyhmien työpajojen tuotokset ovat analysoitu ja niistä on tuotettu laadullisilla menetelmillä brändityöryhmässä ehdotus. Ehdotusta käsiteltiin yleisötilaisuudessa 28.5.2024, jossa käsiteltiin ehdotuksen sisältöä että mikä funktio on brändityössä arvojen määrittelyllä.

Tähän astisessa brändityössä on nostettu runsaasti sellaisia toimijoita ja toimintoja, joita ei voi pitää varsinaisina arvoina vaan ennen kaikkea osana brändin ilmentymää ja bränditarinaa.

Työryhmän ehdotus Rantasalmen arvoiksi:

- **Luonnollisesti kestävä** – kestävä kehitys ja luonnonvarojen säilyminen
- **Onnellisesti yhteisöllinen** – yhteisöllisyys on voimavara, joka luo vahvan perustan Rantasalmen menestykselle
- **Idyllisesti elinvoimainen** - nykyaikaiset palvelut ja positiivinen uudistushalukkuus kasvun tukena

Esittelijä

Kunnanjohtaja Rainer Leskinen

Päätösehdotus:

Kunnanhallitus

1) hyväksyy Rantasalmen kunnan arvoiksi: Luonnollisesti kestävä, onnellisesti yhteisöllinen ja idyllisesti elinvoimainen; ja
2) esittää edelleen kunnanvaltuustolle arvojen hyväksymistä ja liittämistä voimassa olevaan kuntastategiaan.

Päätös:

Kunnanhallitus hyväksyi ehdotuksen yksimielisesti.
