

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 kohtaamispaikka 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 tunteita ja mielikuvia halutaan asiakkaalle tuottaa?

Kunta voi vahvistaa asiakkaan tunteita merkityksellisistä arvoista (Ekologisuus, kiertotalous, resurssiviisaus, 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 työryhmyöskentelyä 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.

KVALT 04.07.2024 § 38

Valmistelija

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

Päätösehdotus: Kunnanvaltuusto hyväksyy Rantasalmen kunnan arvoiksi: Luonnollisesti kestävä, onnellisesti yhteisöllinen ja idyllisesti elinvoimainen sekä niiden liittämistä voimassa olevaan kuntastategiaan.

Päätös: Valtuusto hyväksyi ehdotuksen yksimielisesti.

KHALL 31.03.2025 § 102
297/00.01.05/2023

Valmistelija Yrityskoordinaattori Antero Peiponen, 040 161 5048, hallintojohtaja
Jarkko Sanisalo, 040 6743467

Rantasalmen kunnan brändityötä on edistetty vuoden 2024 aikana tehtyjen päätösten ja toimenpiteiden mukaisesti. Työn pohjaksi on koottu laaja kuntalaisosallistuminen: vuoden 2024 aikana järjestettyihin tilaisuuksiin osallistui yhteensä 362 henkilöä. Näissä tilaisuuksissa kerätyt näkemykset ja mielipiteet ovat muodostaneet perustan brändityölle.

Brändityö markkinointitoimisto CTA:n kanssa on käynnistetty aikataulujen ja tavoitteiden läpikäynnillä. Aloitustapaamisessa markkinointitoimisto perehdytettiin kuntalaiskuulemisten tuloksiin sekä aiemmin valmisteltuun materiaaliin. CTA on arvioinut kunnanvaltuuston hyväksymän arvopohjan ja todennut sen otsikkotasolla vastaavan hyvin kuntalaisten näkemyksiä. Samalla todettiin, että arvopohjaa on tarpeen syventää ja sanoittaa uudelleen selkeämmin ja konkreettisemmin.

Brändistrategian ja -identiteetin määrittelyä on jatkettu kolmen työpajan kokonaisuudella. Työpajat toteutettiin osallistavin menetelmin, ja niiden keskeiset tulokset olivat:

- *Työpaja 1:* Ensimmäiset luonnokset kunnan arvoista sekä neljä visuaalisen ilmeen vaihtoehtoa.
- *Työpaja 2:* Ensiversiot kunnan missiosta, visiosta, arvolutauksesta ja slogan-ehdotuksista, sekä uudet vedokset visuaalisesta ilmeestä.
- *Työpaja 3:* Aiemmin tuotetun materiaalin syventävä kehittäminen ja brändisisältöjen viimeistely.

Työpajojen tuotoksia on esitelty kunnanvaltuutetuille ja kerätty niistä palautetta erillisillä kyselyillä. Saadun palautteen pohjalta materiaali vietiin viimeisteltäväksi.

Sloganin valinta

Kunnanvaltuutetuilta ja brändityöryhmältä saadun palautteen perusteella valittiin kaksi eniten kannatusta saanutta slogan-ehdotusta kuntalaisten äänestykseen. Äänestykseen sisältyi myös mahdollisuus antaa avointa palautetta. Brändityöryhmä käsitteli tulokset 12.3.2025 kokouksessaan ja totesi äänestyksen voittajan.

Slogan-kyselyn tulokset (äänestäjiä 213):

- *Kestävä luonnostaan: 156 ääntä (73,2 %) – valittu*
- *Rakkautta eväänä: 57 ääntä (26,8 %)*

Logon valinta

Samaan aikaan kunnanvaltuutetuille ja brändityöryhmälle esiteltiin logoehdotuksia, joista kerätyn palautteen perusteella valmisteltiin viisi vaihtoehtoa kuntalaisten äänestettäväksi.

Ensimmäisen äänestyksen tulokset (vastauksia 279):

- *Logo 5: 95 ääntä (34,1 %) – nousi kärkivaihtoehdoksi*
- *Logo 3: 90 ääntä (32,3 %) – nousi kärkivaihtoehdoksi*
- *Muut vaihtoehdot jäivät selvästi pienemmälle kannatukselle.*

Koska kahden kärkiehdokkaan välinen ero oli pieni, järjestettiin finaaliäänestys. Finaaliäänestyksen tulokset (vastauksia 221):

- *Logo 5: 136 ääntä (61,5 %) – valittu logo*
- *Logo 3: 85 ääntä (38,5 %)*

Muotoutunut brändikäsikirja

Logoäänestyksen rinnalla brändityöryhmä arvioi lopullisia brändimateriaaleja. Markkinointitoimisto CTA viimeisteli aineistot ja tuotti niiden pohjalta brändikäsikirjan, joka esiteltiin brändityöryhmälle 24.3.2025. Brändityöryhmä hyväksyi käsikirjan, ja se esiteltiin kunnanvaltuustolle kuntaseminaarissa 25.3.2025.

Brändikäsikirja kokoaa yhteen Rantasalmen uuden brändin keskeiset osat ja niiden käyttöperiaatteet. Se muodostaa jatkossa kunnan viestinnän ja markkinoinnin linjaavan ja ohjaavan kokonaisuuden, jolla tuetaan kunnan vetovoimaa, tunnistettavuutta ja yhteisöllisyyttä.

Rantasalmen brändi on rakennettu yhdessä – ei ylhäältä ohjaten, vaan kuntalaisten omista näkemyksistä ja arvoista käsin. Vuoden 2024 aikana toteutetut laajat kuulemiset ja osallistavat työpajat ovat tuoneet esiin rantasalmelaisten äänen, joka on nyt kiteytetty sanallisesti ja visuaalisesti erottuvaksi brändikokonaisuudeksi.

Brändikäsikirja kokoaa yhteen sen tarinan, jonka rantasalmelaiset haluavat jakaa: tarinan juurevasta yhteisöstä, elinvoimaisesta arjesta ja vahvasta luontoyhteydestä – paikasta, jossa on hyvä elää, kehittyä ja kasvaa. Käsikirja ei ainoastaan ohjaa viestintää, vaan se vahvistaa kunnan identiteettiä ja erottautumista positiivisesti muista. Se toimii

työkaluna, jolla rakennetaan pitkäjänteisesti houkuttelevaa ja tunnistettavaa Rantasalmea.

Koska brändi on kuntalaisten näkemysten pohjalta rakennettu, yhdessä päätetty ja yhteisesti omistettu, on sen hyväksyminen luonteva ja perusteltu askel kohti yhtenäisempää ja vaikuttavampaa kuntaviestintää.

Brändikäsikirjan hyväksyminen varmistaa brändityön tavoitteiden jalkauttamisen, viestinnän johdonmukaisuuden sekä yhtenäisen ja vaikuttavan kuntakuvan rakentamisen

Liitteenä Rantasalmen kunnan brändikäsikirja.

Esittelijä

Kunnanjohtaja Rainer Leskinen

Päätösehdotus:

Kunnanhallitus päättää esittää kunnanvaltuutolle hyväksyttäväksi:

1) päivitetty arvot ja niiden selitykset ja siten muuttaa päätöstään 04.07.2024 § 38.

2) muodostetun kunnan brändin ja liitteen mukaisen brändikäsikirjan noudatettavaksi 1.5.lukien.

Päätös:

Kunnanhallitus hyväksyi ehdotuksen yksimielisesti.
