



Markkinointi 2026-2027

**RANTA
SALMI**

Kestävä luonnostaan



Markkinointi ei ole erillinen toiminto, vaan strategian toimeenpanon työkalu

Kuntastrategian 2025–2030 keskeiset päämäärät

1. Monipuolinen elinkeinoelämä ja kokeileva kunta
2. Laadukkaat kasvun ja oppimisen palvelut
3. Energiaomavaraisuus ja toimiva infrastruktuuri
4. Aktiivinen ja osallistava kunta
5. Tasapainoinen kuntatalous

Markkinoinnin tehtävä 2026–2027:

➔ Tukea näitä tavoitteita mitattavasti, erityisesti:

- Väestökehitys (positiivinen tai 0)
 - Kuntamarkkinoinnin näkyvyys +10 % / vuosi
 - Matkailun kasvu +5 % / vuosi
 - Yritystonttikyselyt ja investointien edellytykset
- 
- 

Markkinoinnin strategiset painopisteet 2026–2027



ELINKEINOELÄMÄ & KOKEILEVA KUNTA

Strateginen tavoite

- Yritysten toimintaedellytysten parantaminen
- Uusien yritysten houkuttelu
- Kansainvälisten tulomuuttajien ja etätyöläisten polku

Markkinoinnin toimenpiteet:

1. Yritys- ja investointimarkkinointi

- Teollisuusalueiden markkinointi
- Kohdennettu digimainonta
- Case-tarinat paikallisista yrityksistä (kokeilevuus, teknologia + maaseutu)

2. Etätyö & paikkariippumaton työ

- Kampanja: "Työskentele siellä missä elät hyvin"
- Kohdennettu sisältö pääkaupunkiseudulle
- Palvelupolku kiinnostuneille muuttajille

3. Messut

- Painotus: matkailu + yritys + asuminen samassa viestissä
- Yhteinen Saimaa-näkyvyys tukee strategian matkailun kärkihanketta



AKTIIVINEN JA OSALLISTAVA KUNTA

Strategian tavoite

- Vähintään 15 % osallistumisaste
- Nuorten aloitteet vähintään 2/vuosi

Markkinoinnin rooli

- Tapahtumaviestinnän vahvistaminen
- Kyläyhdistysten näkyvyys (yhteisösivusto)
- "Jokainen on kuntamarkkinoija" -ajattelun vahvistaminen
- Mainoslahjat tukevat tätä:
 - ➡ Jaettavat vastuulliset tuotteet toimivat myös brändilähettiläinä



MATKAILUN EDISTÄMINEN

Strategian mittari

- Majoitusvuorokaudet +5 % / vuosi
- Matkailijayhteistyö vähintään 2 hanketta / vuosi

Painopisteet 2026–2027

1. Norppa- ja Saimaa-mielikuvan vahvistaminen

- Ympärivuotinen sisältö (talvi + syksy mukaan)
- Vastuullinen luontomatkailu

2. Jukurit-yhteistyö

- valtakunnallinen yleisö tavoitetaan tehokkaasti

3. SSM Oy

- Alueellinen näkyvyys
- Strategian mukainen matkailuyhteistyö

4. Digimarkkinointi

- Kohdennetut kampanjat:
 - Retkeilijät
 - Vesistömatkailijat
 - Kausiasukkaat
 - Remarketing Visit-sivujen kävijöille



VÄESTÖNKEHITYS

Strategian mittari

- Nettomuutto positiivinen tai 0

Toimenpiteet

1. Muuttotarinoiden sarja

- "Miksi valitsimme Rantasalmen"
- Videot + artikkelit

2. Paluumuuttajakampanja

- Kohdennettu somekampanja
- Kausiasukkaiden aktivointi

3. Sukupolvirahaston viestintä

- Ennakkoviestintä nuorille perheille
- Selkeä laskeutumissivu



ENERGIAOMAVARAISUUS & KESTÄVYYS

Strategian tavoite

- Hiilijalanjäljen pienentäminen
- Kiertotalouden kehittäminen

Markkinointitoimenpiteet

- Kestävyysteot näkyväksi
- "Kestävä luonnostaan" konkretiaan

Toimenpide	€/2026	€/2027	Selite
Messut	13 300	13 300	messut, yhteisosastokulut + matkakulut
Kyltitysten uusiminen	3900	0	Tervetuloa- ja opastekylttien suunnittelu, tuotanto, asennus
Digitaalinen markkinointi	3000	5000	Some-kampanjoiden mainosbudjetit, Google Ads -kulut
Tapahtumaviestintä printtiin	1000	1000	Paikallislehti-ilmoitukset 2kpl
Materiaalit	1000	2900	Esitteiden painatus, mainosmateriaalit
Kumppanuudet	5000	5000	Jukurit
Visit Savonlinna	5500	5500	Alueellinen matkailuorganisaatio, osakkuus
Verkkosivut	1000	1000	rantasalmi.fi, visitrantasalmi.fi, suursavohalli.fi, "yhteisöalusta"
Suoma Ry	500	500	Matkailuinfo valtakunnallinen näkyvyys

Arvioitu
kokonaisbudjetti
vuositasolla
Yhteensä 34 200€

- BUDJETIN PAINOTUS
- Elinkeino & matkailu
 - Näkyvyys
 - Kohtaamiset (messut)

Messut

Peruskulun arvio 1000€/messut,
mikäli yhteisosasto
+ materiaalit, matkat, majoitus

Matkamessut (Helsinki) – Pohjois-Euroopan suurin matkailualan tapahtuma 2027

- Yhteisosasto
- Linnansaari, luonto
- Seudullinen osastopaikka varattu SSM, hinta 1500€ + alanäytteilleasettajamaksu n. 150€

OmaMökki & Kevätmessut (Helsinki) – Keväällä järjestettävät asumisen ja vapaa-ajan messut 2026 & 2027

- Yhteisosastolla
- Kohderyhmänä ovat mökkiläiset ja maallemuutosta kiinnostuneet
- Tontti- ja rakennusmahdollisuudet sekä palvelut mökkikunnassa

K-50 -messut (esim. Tampere/Turku) – Yli 50-vuotiaille suunnatut messut 2027

- Yhteisosasto Kaikkea kanssa verkoston kanssa
- Tavoitteena on tavoittaa aktiivisia senioreita ja eläkeläisiä
- Kaikkea kanssa -tiimin kanssa yhteinen osastopaikka varattu - kustannus noin 800€

Kotimaan Matkailumessut (esim. Tampere) 2027 jos toteutuu

- Yhteisosasto
- Painotus on lähimatkailun trendeissä: luontoretket, melonta, kalastus ja kulttuurikohteet

Loma Savossa -matkamessut (Leppävirta/Varkaus) 2026 & 2027

- yhteisosasto Kaikkea kanssa tiimin kanssa
- Tapahtumassa kohdataan paljon lähiseudun väkeä, vapaa-ajan asukkaita ja matkailusta kiinnostuneita
- Rantasalmi nostaa esiin paikalliset matkailuyrittäjät ja kesätapahtumat

Venemessut (Helsinki) 2027 jos mahdollisuus yhteisosastoon

- Yhteisosasto: Visit Saimaa, painottaen vesistömatkailua
- Pääviestinä on, että Rantasalmi tarjoaa erinomaiset puitteet veneilijöille Saimaalla: satamapalvelut, mökkivuokrausta rantamaisemissa ja pääsyn suoraan Linnansaaren saaristoon

Kallavesj-messut (Kuopio) 2027 & 2028

- Yhteisosasto SSM Oy kanssa
- Sisältö on samankaltaista kuin Helsingin venemessuilla: veneily, kalastus ja luontomatkailu Saimaalla

Sulkavan Suursoudut (Sulkava) 2027 & 2028

- Tapahtumaständi
- Mahdollisuuksien mukaan kunta voi olla mukana yhteisessä Saimaa-info -pisteessä, jossa soutuksalle kerrotaan muista Saimaan kohteista.

Hyvä Arki -messut (Juva) 2027 & 2028 jos toteutuu

- Oma osasto
- Rantasalmen kunnan palvelut ja yhteisöllisyys: esitellään mm. päiväkotia, koulutoimintaa ja harrastusmahdollisuuksia.
- Pienessä kunnassa kaikki on helposti saavutettavissa ja arki on sujuvaa

Kyltitys



Arvio kuluista vuodelle 2026
3900€



- **Tavoitteena** nykyaikainen, brändin mukainen ja saavutettava ilme, joka luo vahvan ensivaikutelman matkailijoille ja uusille asukkaille.
- **Tervetulokyltit** sisääntuloteille ja taajamiin uudistetaan; slogani "Kestävä luonnostaan" viestii kunnianhimoisesta, luonnonläheisestä identiteetistä.
- **Opasteet ja informaatiotaulut** (esim. kirkko, satama, retkireitit) yhtenäistetään ja varustetaan brändi-ikoneilla.
- **Saavutettavuus** huomioidaan: selkeä typografia ja hyvä kontrasti myös hämärässä.
- **Kestävyys** ja kustannustehokkuus ohjaa materiaalivalintoja – suunnitellaan myös ylläpito.
- **Vaikutus:** Selkeä ja tunnistettava ilme vahvistaa Rantasalmen identiteettiä, lisää ylpeyttä ja helpottaa matkailijan liikkumista.



- **Kohderyhmämainonta:** uudet asukkaat, mökkeilijät ja luontomatkailijat. Kampanjat erityisesti keväällä ja syksyllä.
- **Somekampanjat** (FB, IG): Tarinallisuus, paikalliset kasvot ja sesonkisisällöt #KestäväLuonnostaan.
- **Google Ads:** Hakusanamainonta (esim. Linnansaari, mökki Saimaalla, muuta maalle), ohjaa VisitRantasalmi.fi:hin.
- **Analytiikka ja optimointi:** Kampanjoita seurataan ja kehitetään jatkuvasti – tehoa seurataan klikkauksilla ja konversioilla.

Tavoite: Nostaa Rantasalmen tunnettuutta, lisätä kävijäliikennettä ja houkutella uusia asukkaita digitaalisesti.

Digitaalinen markkinointi

2026 3000€

2027 5000€

Some-kampanjoiden
mainosbudjetit,
Google Ads -kulut



Ydinviesti 2026–2027



Rantasalmi on paikka, jossa kestävyys ei ole trendi – vaan tapa elää.

Strategisesti kiteytettynä:

- Elinvoimainen, mutta ei hötkyilevä
- Rohkea, mutta ei röyhkeä
- Moderni, mutta luonnonläheinen
- Mahdollistava, ei kontrolloiva