

Sulkavan kunnan markkinointi- ja viestintäsuunnitelma

Tämän markkinointi- ja viestintäsuunnitelman tarkoituksena on ohjata Sulkavan kunnan markkinointia ja viestintää. Suunnitelman laadinnan pohjana on käytetty kunnan strategiaa, siinä olevia arvoja ja tavoitteita sekä helmikuussa 2023 kunnanhallituksen kanssa pidettyä työpajaa, jossa kartoitettiin kunnan vahvuuksia ja ideoita markkinointiin ja viestintään.

Markkinointi- ja viestintäsuunnitelma on ohjausväline markkinoinnin ja viestinnän tekemiseen. Sen lisäksi elinkeinotiimillä on käytettävissä vuosikello, jonka perusteella toimintaa tehdään käytännössä.

Markkinointia ja viestintää tehdään järjestelmällisesti ja tavoitteellisesti. Sitä tehdään ennalta valituissa kanavissa ennalta sovitulla tavalla. Kaikkein tehokkainta markkinointia on kuitenkin suusta suuhun-markkinointi. Tämä tarkoittaa sitä, että jokainen meistä toimii Sulkava-lähettiläänä ja markkinoi kuntaamme missä vain, milloin vain. Jokainen meistä on Sulkava-työn tekijä ja Sulkava-hengen ylläpitäjä.

TAVOITTEET

Markkinoinnin ja viestinnän päätavoitteita ovat:

- Sulkavabrändin vahvistaminen
- Uudet asukkaat
- Matkailijat (uudet ja palaavat)
- Sulkavan yrityskentän vahvistaminen

Näihin tavoitteisiin pääsemiseksi työskentelee koko elinkeinotiimi.

Markkinointia tehdään monikanavaisesti eri kohderyhmille. Yritysten osalta keskeinen rooli on elinkeinokehittäjällä, muuten viestintä- ja markkinointikoordinaattorilla.

Näiden markkinoinnin tavoitteiden tueksi tehdään yhteistyötä eri tahojen kanssa. Näitä tahoja ovat:

- paikalliset yritykset
- paikalliset yhdistykset ja järjestöt sekä muut toimijat
- Sulkavan Matkailu ry ja VisitSulkava
- naapurikunnat ja maakunnan isot kaupungit

SULKAVABRÄNDI



Markkinoinnissa ja viestinnässä kuuluu ja näkyy sulkavalaisuus. Sulkava on elämäniloinen ja turvallinen saaristokunta. Emme koita olla kokoamme isompia.

Markkinoinnin ja viestinnän tone of voice on

- iloinen
- aito
- informatiivinen
- rehellinen

Markkinointi ja viestintä saavat olla kotoisen oloisia, jotta kunnasta syntyy helposti lähestyttävä olo. Kuntaa ja sen asukkaita voi lähestyä matalalla kynnyksellä ja tänne kaikki ovat tervetulleita. Emme halua näyttäytyä tylsänä ja kasvottomana byrokratiakoneistona vaan tuomme esiin, että kunnan ihmiset auttavat ja ovat olemassa asukkaita ja matkailijoita varten.

Kunnan imago rakentuu myös vahvuuksiemme kautta ja niitä hyödynnetään markkinoinnin toteuttamisessa, tuoden niitä esiin.

Vahvuutemme:

- Aitous
- Kunnan ja sen asukkaiden keskinäinen suhde: kunta on aidosti lähellä kuntalaista
- Saaristokuntastatus
- Luonto ja sen läheisyys sekä ainutlaatuinen kulttuuriperintö
- Yhteisöllisyys
- Yrittäjäystävällisyys
- Ainutlaatuinen rauha ja kiireettömyys
- Nopea reaktiokyky

Sulkavan slogan on ”Elä ihmeessä”. Sulkavalla on monta ihmeellistä asiaa, joita et löydä muualta. Ihmeellisyys-teemaa voidaan käyttää eri variaatioina: seikkaile ihmeessä, souda ihmeessä, nauti ihmeessä, Sulkavan ihmeet jne. Ihmeellisyys näkyy tekoina, sanoina ja kuvina.

Tulosodotukset:

Sulkavan brändi on tunnistettava ja meidät tunnetaan maailmalla ihmeellisenä paikkana, jossa on hyvä elää.

Koko organisaatio on ottanut brändiviestin omakseen ja toimii sen mukaan päivittäisessä toiminnassaan. Sitä kautta teemme markkinointityötä koko organisaation voimin ulos päin.



UUDET ASUKKAAT

Etelä-Savon maakuntaliitto on tehnyt jokaisen maakunnan kunnan osalta väestöennusteen. Kokonaisuutena ennusteen mukaan maakunnassa väestönkehitys on laskeva vuoteen 2040 saakka (lähde: [https://esavoennakoi.fi/resources/public//Aineistot/V%C3%A4est%C3%B6ennuste%202021\(1\).pdf](https://esavoennakoi.fi/resources/public//Aineistot/V%C3%A4est%C3%B6ennuste%202021(1).pdf)) Sulkavan osalta luvut ovat kuluvan valtuustokauden osalta seuraavat:

Vuosi	2021	2022	2023	2024	2025
Väkiluku	2432	2384	2338	2293	2254

Maakuntaliiton tilastoista käy ilmi, että kokonaisnettomuutto vuonna 2022 on yhdeksän henkilöä. Paikkakunnalle muuttaneet ovat pääsääntöisesti ikähaarukassa 40–74 –vuotta (lähde: https://www.esavo.fi/resources/public//Tietoa-Etela-Savosta/Tilastot/V%C3%A4est%C3%B6/kokonaisnettomuutto_kunnittain_ikaryhm_2022.pdf)

Sulkavalle halutaan uusia asukkaita, niin rakentajia kuin jo valmiina oleviin asuntoihin muuttavia. Kunta markkinoi molempia vaihtoehtoja, mutta pääpaino on tonttimyynnissä. Tarkoituksena on houkutella erilaisia perheitä perustamaan Sulkavalle oma koti.

Tonttimyynti

Yhtenä markkinoinnin päätavoitteena on tonttimyynnin edistäminen. Tätä työtä tehdään tiiviisti teknisen toimen kanssa.

Tonttimyynnin ohella markkinoidaan Sulkavan rakentamisen apujoukkoja. Tällä tuodaan taas kuntaa ja sen tarjoamia palveluja lähemmäs kohderyhmää henkilöimällä palveluja ja tuomalla esiin kasvoja. Rakentamisen aloittaminen ja asumaan asettuminen on helpompaa, kun tietää kenen kanssa asioida. Samat palvelut ovat kaikkien muuttajien käytössä. Tällä halutaan taata se, että jokainen Sulkavalle muuttava tuntee itsensä tervetulleeksi ja asiat sujuvat mutkattomasti.

Tonttimarkkinointia tehdään

- printissä (lehtimainokset, julkaisut, tienvarsimainokset, esitteet jne.)
- sosiaalisessa mediassa
- messuilla ja tapahtumissa



Tulosodotus: Sulkavalla olevat tontit käyvät kaupaksi ja myydyille tonteille rakennetaan sekä koteja että vapaa-ajan asuntoja. Rakentamisen apujoukot tekevät rakentamisesta helppoa ja sujuvaa. Lisäksi tyhjinä olevat kiinteistöt saavat uusia asukkaita.

Sulkavalla myydään 5 kpl tontteja vuodessa.

MATKAILIJAT

Matkailua kunta edistää markkinoimalla yhdessä paikallisten toimijoiden kanssa. Näihin kuuluvat Sulkavan Matkailu ry, alueen matkailualan yrittäjät ja muut toimijat sekä tapahtumajärjestäjät.

Vuosittain järjestetään tammi-helmikuussa yhteinen tapaaminen yllä mainittujen tahojen kanssa, joissa käydään läpi vuoden tapahtumien ajankohdat. Näin välttyään turhilta päällekkäisyyksiltä ja markkinointia ja viestintää voidaan tehdä hyvissä ajoin, yhdessä toinen toisistaan hyötyen. Tapahtumat ovat matkailun edistämässä yksi erittäin tärkeä osa-alue, sillä erilaiset tapahtumat (niin isot kuin pienet) sekä muut vapaa-ajan palvelut ovat niitä asioita, jotka tuovat ihmisiä paikkakunnalle ja saavat heidät myös sinne palaamaan. Näiden merkitys ei ole pelkästään matkailijoiden houkuttelemisessa, vaan niillä on suuri merkitys kunnan veto- kuin myös pitovoiman kannalta.

Kunta aktiivisesti pyrkii saamaan uusia tapahtumia paikkakunnalle. Kunta myös pyrkii kehittämään osaltaan jo olemassa olevia tapahtumia vastaamaan nykypäivän- ja yleisön tarpeita.

Matkailumarkkinoinnissa keskitytään erityisesti alueen luontoon, sen tarjoamiin mahdollisuuksiin, omatoimireitteihin sekä tapahtumiin.

Yhteistyötä tehdään myös naapurikuntien kanssa, kuten Juvan kanssa Oravareitin, Puumalan kanssa Sillat ja Lossit-reitin ja Ruokolahden kanssa Lieviskän osalta.

Matkailumarkkinointia tehdään:

- Printissä (lehtimainokset, ilmoitukset, esitteet jne.)
- sosiaalisessa mediassa
- messuilla ja tapahtumissa
- tv:ssä ja radiossa

VisitSulkava-sivuston sekä muiden VisitSulkava-kanavien ylläpidosta ja sisällöntuottamisesta kunta sopii erikseen Sulkavan Matkailu ry:n kanssa.

Materiaalia tuotetaan mahdollisimman paljon myös englanniksi.

Tulosodotus:



Sulkava on mielenkiintoinen ja monipuolinen matkailukohde, jonne tullaan toisenkin kerran. Sulkavan matkailubrändi on tunnistettava. Sulkavan tapahtumat tunnetaan maakunnan sisäisesti sekä valtakunnallisesti.

Matkailijoiden määrää seurataan yhdessä paikallisten matkailuyrittäjien ja tapahtumajärjestäjien kanssa. Tehdään tutkimusta siitä, paljonko matkailijat tuovat rahaa paikkakunnalle.

YRITYSKENTÄ JA SEN VAHVISTAMINEN

Sulkava toivottaa kaikki uudet yritykset lämpimästi tervetulleeksi paikkakunnalle. Yhteyshenkilönä toimii ensisijaisesti elinkeinokehittäjä ja kunnanjohtaja. Kunta aktiivisesti edistää jo olemassa olevien yritysten toimintaedellytyksiä paikkakunnalla. Kunta on tehnyt Sulkavan yrittäjät ry:n ja Sulkavan MTK:n kanssa elinvoimalupaukset, joilla kunta sitoutuu edesauttamaan yritystoimintaa paikkakunnalla. Sulkava on yritysmönteinen kunta, ja se näkyy myös kunnan markkinoinnissa.

Yhtenä osa-alueena yrityskentän kehittämisessä on myös tapahtumat ja niiden saaminen paikkakunnalle sekä olemassa olevien kehittäminen.

Markkinointia uusille yrityksille tehdään

- Sosiaalisessa mediassa (LinkedIn)
- messuilla ja tapahtumissa

Tulosodotukset: Sulkavan työpaikkaomavaraisuus pysyy korkealla tasolla (Lokakuu 2023: 94,04, lähde Kuntakortti

https://storage.googleapis.com/kuntakortti/yksitt%C3%A4iset_kuntakortit/5c99ec706f0547fa/Sulkava_kuntakortti_verrokeilla.pdf)

Vuorovaikutteisuus yrityskentän kanssa on jatkuvaa ja tehokasta. Kunnan toimenpiteet edesauttavat yrityskentän kehittämistä.

KOHDEMARKKINAT ja KOHDERYHMÄT

Ensisijaiset kohdemarkkinat ovat

- Etelä-Savo
- Naapurimaakunnat
- Pääkaupunkiseutu



Lisäksi markkinointia kohdennetaan kansainvälisille opiskelijoille, heidän sidosryhmilleen, kausityövoimalle ja mahdollisille yrittäjille.

Sulkava vahvistaa omalla markkinoinnillaan ja viestinnällään koko Etelä-Savon ja Saimaan alueen tunnettavuutta.

Kohdemarkkinat voivat myös vaihdella eri kampanjoiden tavoitteiden perusteella.

Ensisijaisia kohderyhmiä ovat:

- Muuttajat ja rakentajat
- Yrittäjät ja yritykset
- Matkailijat
- Kuntalaiset

Myös kohderyhmien tarkempi määrittely tehdään tapauskohtaisesti eri kampanjoiden tavoitteiden perusteella. Näitä voi olla esim. lapsiperheet, paluumuuttajat, rakentajat, ”nuoret eläkeläiset”, sinkut, etätyötä tekevät.

VIESTI

Tässä suunnitelmassa määritellään Sulkavan ulospäin viestittävä ydinviesti. Viestin sisältö ja viestimistapa määritellään tarkemmin eri toimenpiteiden osalta erikseen.

Sulkavan ydinviesti on sama kuin sen slogan: Elä ihmeessä.

Sulkavalta löytyy kaikki tarvittava ja enemmän ihmeelliseen elämään.

Ydinviestistä viestiessä korostamme seuraavia asioita:

- Sulkava on perheystävällinen kunta, jossa on turvallista elää
- Sulkava on yrittäjämönteinen kunta, jossa niin uusi kuin vanha yrittäjä saa tukea myös kunnalta
- Sulkavalla arki on sujuvaa ja palvelut ovat lähellä
- Sulkavalla voi elää, opiskella ja yrittää monipuolisesti
- Lupsakka savolaisuus, lämmينhenkisyys ja yhteisöllisyys tuntuvat ja näkyvät Sulkavalla
- Kaunis ja monimuotoinen luonto on meille tärkeä arvo, joka myös tarjoaa huikeita elämyksiä niin asukkaille kuin matkailijoille



Viestin tukena käytetään kunnan graafista ohjeistusta eli valittuja fontteja, värejä ja logoa sekä muuta kuvitusta. Tällä entisestään vahvistetaan Sulkava-brändiä ja sen tunnistettavuutta.

KANAVAT

Kunta viestii monikanavaisesti.

Digitaalinen markkinointi

- Facebook
- Instagram
- Bannerit
- Verkkosivut
- Digimainokset

Tapahtumamarkkinointi

- Messut
- Omat tapahtumat
- Muut tapahtumat

Vaikuttajamarkkinointi

- Selvitetään vaikuttajamarkkinoinnin mahdollisuuksia ja jos sopiva vaihtoehto löytyy, harkitaan myös sitä markkinointikanavana

Printti-ilmoitukset

- Sulkava-lehti
- Itä-Savo ja Länsi-Savo
- Muut maakunnan lehdet
- Valtakunnalliset lehdet
- Muut julkaisut
- Matkaoppaat, rakentamisen julkaisut, muut eri alakohtaiset julkaisut jne.



Sisältömarkkinointi

- Verkkosivut sulkava.fi
- Sosiaalisen median kanavat
- Kunnan omat julkaisut

Suoramarkkinointi

- Postitukset
- Uutiskirjeet
- Yrittäjät, yhdistykset, henkilöstö

Ulkomainonta

- Kyltit
- Kunnan omat infonäytöt
- Muut digitaaliset näytöt
- Banderollit
- Katumainokset

VASTUU

Operatiivinen vastuu on viestintä- ja markkinointikoordinaattorilla ja elinkeinotiimillä.

Brändityössä vastuu on koko henkilöstöllä sekä luottamushenkilöillä. Kaikki mitä kotipaikkakunnastamme sanomme ja miten sen esiin tuomme, vaikuttaa siihen, miten Sulkava muualla koetaan ja nähdään.

SEURANTA

Mediaosumia seurataan Meltwater-työkalun kautta.

Telian tiedot



Väestönkehitystä seurataan vuosittain Tilastokeskuksen kautta.

Sosiaalisen median lukuja seurataan Metan työkalujen avulla.

Tonttimyyntiä seurataan elinkeinotiimissä.

Matkailijoiden ja tapahtumissa kävijöiden määriä seurataan yhdessä paikallisten toimijoiden kanssa.

