

Katsaus kaupunkimarkkinointiin 2024 ja markkinointisuunnitelma 2025

Elinvoimajaosto 13.02.2025 § 4

Valmistelija

viestintä- ja markkinointiasiantuntija Jenni Koponen

Orivedelle luotiin uusi brändikäsikirja alkuvuonna 2024. Brändikäsikirjassa Oriveden brändin ytimeksi määriteltiin ”Helppo tulla, oivallista olla”. Brändikäsikirjassa tärkein kärkiviesti on helppo saavutettavuus. Muita kärkiviestejä ovat liikkuva kaupunki, oivallisen olon kaupunki, kansainvälistyvä kaupunki, palveleva kaupunki, kylähelmien kaupunki, kulturelli kaupunki ja villasukkapääkaupunki.

Vuonna 2024 Oriveden kaupunkimarkkinoinnin kohderyhmiä olivat asukkaat ja muuttajat, vapaa-ajan asukkaat, matkailijat, yrittäjät ja uudet työntekijät.

Markkinointia toteutettiin markkinointisuunnitelman mukaisesti mm. kaupungin verkkosivuilla ja somekanavissa, printtinä, digimarkkinointina, ulkonäyttökampanjoilla, Asta-messuilla, sotilasvalatilaisuudessa sekä sponsorointeina.

Markkinoinnissa nostettiin erityisesti esille 24 minuutin junayhteyttä. Asukasmarkkinoinnissa painottuivat Junalla kotiin -teema, Mattilanniityn tontit, Halli-mainonta ja lukion markkinointi. Vapaa-ajan asukkaille tuotiin esille vapaa-ajan asunnon muuttamista pysyväksi asunnoksi ja Oriveden matkailu- ja palvelutarjontaa. Matkailumarkkinoinnissa nostettiin esille mm. uutta Paanu-laavua, Längelmä-pyöräilyreittiä ja Villasukkajuoksun SM-kilpailua. Yritysmarkkinoinnissa kerrottiin paikallisten yritysten onnistumistarinoita matkailulehdessä, digimarkkinoinnissa, verkkosivuilla ja somessa. Työnantajamarkkinointia varten aloitettiin työnantajabrändin uudistus.

Brändiä jalkautettiin mm. kouluttamalla henkilöstä sekä luomalla organisaatiolle yhtenäiset somepohjat, mainospohjat, raporttipohjat ja Kuntarekryn bannerit.

Tilastokeskuksen ennakkotietojen mukaan Orivesi saavutti vuonna 2024 väestönkasvua 27 asukkaan verran. Väestönkasvu perustuu muuttovoittoon. Muuttovoittoa kertyi +75, mukaan lukien kuntien välinen nettomuutto ja maahanmuutto.

Vuonna 2025 markkinointia jatketaan brändikäsikirjan mukaisesti, pitkäjänteisesti ja suunnitelmallisesti. Junalla kotiin -kampanjasta on saatu hyvät tulokset ja sitä jatketaan tänä vuonna. Markkinointia tehostetaan vaikuttajayhteistyöllä. Asemanvainion uudet omakotitontit saadaan myyntiin arviolta syys-lokakuussa, jolloin yhdeksi markkinoinnin kärjeksi muotoutuu luontevasti: Junalla kotiin Asemanvainiolle. Halli-markkinointia jatketaan ja siihen etsitään uusia kanavia. Teerentaival-retkeilyreitti on yksi matkailumarkkinoinnin kärjistä. Yrittäjiä pidetään edelleen vahvasti esillä kaupungin kanavilla.

Talousarvioon 2025 kirjatun tavoitteen mukaan markkinoinnissa keskitytään brändin vahvistamiseen ja tiedolla johtamiseen. Uuden brändin jalkautus jatkuu organisaation sisällä ja ulkoisessa markkinoinnissa.

Toimivalta	hallintosääntö 25§
Esittelijä	kaupunginjohtaja Juha Kuusisto
Päätösehdotus	Elinvoimajaosto kuulee katsauksen kaupunkimarkkinoinnista 2024 ja käy keskustelun markkinointisuunnitelmasta 2025. Elinvoimajaosto esittää kaupunginhallitukselle, että se hyväksyy markkinointisuunnitelman 2025.
Päätös	Päätösehdotus hyväksyttiin.

Kaupunginhallitus 03.03.2025 § 40
91/07.02.00.02/2025

Esittelijä	kaupunginjohtaja Juha Kuusisto
Päätösehdotus	Kaupunginhallitus hyväksyy markkinointisuunnitelman 2025.
Asian käsittely	Viestintä- ja markkinointiasiantuntija Jenni Koponen oli asiantuntijana paikalla asian käsittelyn aikana. Kaupunginvaltuuston puheenjohtaja Heidi Jakara poistui kokouksesta tämän asian käsittelyn jälkeen.
Päätös	Päätösehdotus hyväksyttiin.