

KÄRKÖLÄ

KÄRKÖLÄ

Kärkölen kunnan viestintä- ja markkinointi- strategia 2018-2021

Kunnanhallituksen kokous 16.4.2018



KÄRKÖLÄ



1. Strategiapohja

- Kärkölän kunnan viestintä- ja markkinointistrategia pohjautuu kunnan strategiaan ja määriteltyyn visioon sekä arvoihin.
- Hallintosäännössä määritellään kunnanhallituksen ja viranhaltijoiden viestinnän ja markkinoinnin tehtävät ja vastuut.
- Strategian toimenpiteillä edesautetaan kunnan tavoitteiden saavuttamista, vahvistetaan kunnan imagoa ja edistetään kuntalaisten ja henkilöstön vaikuttamismahdollisuuksia.
- Viestintä- ja markkinointistrategiassa asetetaan viestinnälle ja markkinoinnille kehittämistavoitteet, määritellään toimenpiteet, joilla ne saavutetaan sekä seurannan mittarit.
- Kunnanhallitus arvioi strategian toteutumista vuosittain ja päättää tarvittavista kehittämistoimenpiteistä.



2. Viestinnän tavoitteet

Tavoitteet priorisoituna

1. Kuntalaisten informointi perusasioista
2. Kuntakulttuurin kehittäminen ja kotiseutuidentiteetin vahvistaminen
3. Kuntalaisten vaikuttamismahdollisuuksien parantaminen
4. Medianäkyvyyden ja sosiaalisen median näkyvyyden lisääminen
5. Yhteistyö kehittäminen naapurikuntien kanssa (kuntafoorumi)
6. Positiivisen kuntakuvan rakentaminen





3. Markkinoinnin tavoitteet

Tavoitteet priorisoituna

1. Uusien asukkaiden ja yritysten saaminen Kärkölään
2. Elinvoimaisen ja yhteistyökykyisen Kärkölän mahdollisuuksista kertominen
3. Matkailun ja vapaa-ajanasumisen mahdollisuuksista kertominen
4. Kohderyhmämarkkinoinnin lisääminen (esim. rakennuttajat, puutarha-ala)
5. Medianäkyvyyden ja SoMe-viestinnän lisääminen
6. Alueiden ja palvelujen markkinoinnin lisääminen (esim. Taapuri / Uimahalli)





4. ViMa kohderyhmät

Kohderyhmä

1. Kuntalaiset ja uudet kuntalaiset
2. Kunnan yritykset, uudet yritykset ja yritysten työntekijät
3. Kunnan työntekijät ja luottamushenkilöt
4. Kuntapalvelujen asiakkaat
5. Muut kunnat, kuntayhtymät ja yhteistyöelimet
6. Päättäjät
7. Eri viranomaistahot
8. Muut yhteisöt (kolmas sektori, seurakunta)
9. Tiedotusvälineet ja mielipidevaikuttajat
0. Kuntaan muuttoa harkitsevat ihmiset ja yritykset



5. Viestintäkanavat

Käyttö kohderyhmittäin	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Kunnan verkkosivut , virallinen kanava	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Sosiaalinen media 	X	X		X	X			X	X
Aluemediat ja mediatiedotteet	X	X		X	X	X	X	X	
Menoinfo ja tapahtumakalenterit	X	X		X				X	
Ilmoitustaulu ja jakopisteet	X	X		X				X	
Tiedotus- ja keskustelutilaisuudet (ml. Henkilöstötilaisuudet)	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Kirjeet ja kutsut	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Intranet, Ekstranet, sähköinen työtila ja -ilmoitustaulu			X						
Wilma	X		X						

1. Kuntalaiset ja uudet kuntalaiset
2. Kunnan yritykset, uudet yritykset ja yritysten työntekijät
3. Kunnan työntekijät ja luottamushenkilöt
4. Kuntapalvelujen asiakkaat
5. Muut kunnat, kuntayhtymät ja yhteistyöelimet

6. Päättäjät
7. Eri viranomaistahot
8. Muut yhteisöt (kolmas sektori, seurakunta)
9. Tiedotusvälineet ja mielipidevaikuttajat



6. Markkinointikanavat

Käyttö kohderyhmittäin	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
Kunnan verkkosivut	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Sosiaalinen media	X	X	X	X	X			X	X	X
Menoinfo ja tapahtumakalenterit	X	X	X	X				X		X
Esitteet (yleisesite ja tonttiesite), flaierit ja tarrat	X	X		X					X	X
Ilmoitusmarkkinointi				X		X	X		X	X
Tienvarsi, radanvarsi, joukkoliikenne -mainonta				X		X	X		X	X
Hakemistot ja luettelot	X	X	X	X				X		X
Jättitaulut, pylonit ja levähdyspaikat sekä tonttitaulut				X		X	X	X		X
Tapahtumat (kunnan tapahtumat ja yhteistapahtumat)	X	X	X	X				X	X	X

1. Kuntalaiset ja uudet kuntalaiset
2. Kunnan yritykset, uudet yritykset ja yritysten työntekijät
3. Kunnan työntekijät ja luottamushenkilöt
4. Kuntapalvelujen asiakkaat
5. Muut kunnat, kuntayhtymät ja yhteistyöelimet

6. Päätäjät
7. Eri viranomaistahot
8. Muut yhteisöt (kolmas sektori, seurakunta)
9. Tiedotusvälineet ja mielipidevaikuttajat
- + Kuntaan muuttoa harkitsevat ihmiset ja yritykset



7. ViMa vastuut ja roolit

Vastuutaho	Pääasiallinen vastuu
Kunnanhallitus	Johtaa viestintää ja tiedottamista (Hallintosäätö, jatkossa HS)
Pormestari	Vastaa tiedostus- ja esittelytilaisuuksista (HS), laatii KH:n kokous tiivistelmän, tuottaa sisältöä
Kansliapäällikkö	Vastaa kunnan markkinoinnista (HS), tuottaa sisältöä
Kunnansihteeri	Vastaa kunnan tiedotustoiminnasta (HS)
Viestintäkoordinaattori	Koordinoi kunnan viestintää, ylläpitää verkkosivuja ja Somekanavia, tuottaa uutiset ja tiedotteet, laatii esitteet, uutiskirjeet ja ilmoitukset, vastaa tapahtumien järjestämisestä
Toimialajohtajat	Vastaavat asiakkaiden ja sidosryhmien yhteydenottoihin, laativat kokoustiivistelmät ja tuottavat sisältöä
LTK puheenjohtajat	Tuottavat sisältöä julkaistavaksi viestintäkanaviin
3. sektorin vapaaehtoiset	Osallistuvat ViMa:n kehittämiseen sekä sovittujen ViMa-toimeksiantojen ja tapahtumien toteutukseen



8. Viestinnän toimenpiteet

Täydentyy

Tavoite	Toimenpiteet	
1. Kuntalaisten informointi perusasioista	- Verkkosivujen päivitys ja aktiivinen uutisointi	✓
2. Kuntakulttuurin kehittäminen ja kotiseutuidentiteetin vahvistaminen	- Huovilan-puisto brändin esille tuominen	
3. Kuntalaisten vaikuttamismahdollisuuksien parantaminen	- Osallistu ja vaikuta –kanavan kehittäminen	✓
4. Medianäkyvyyden ja sosiaalisen median näkyvyyden lisääminen	- Artikkelien tarjoaminen aluemedialle - Some-kanavien aktiivinen käyttöön	✓
5. Yhteistyö kehittäminen naapurikuntien kanssa	- Maakuntaudistustilaisuuksissa aktiivisuus	
6. Positiivisen kuntakuvan rakentaminen	- Positiivisten uutisen julkaiseminen	✓



9. Markkinoinnin toimenpiteet

Täydentyy

Tavoite	Toimenpiteet
1. Uusien asukkaiden ja yritysten saaminen Kärkölään	<ul style="list-style-type: none">- Yleisesite: mielikuvamarkkinointi Kärkölästä ympäristöystävällisenä kehittyvänä kuntana- Tonttimyyntiprosessin kehittäminen
2. Elinvoimaisen ja yhteistyökykyisen Kärkölään mahdollisuuksista kertominen	<ul style="list-style-type: none">- Blogin/Vlogin perustaminen
3. Matkailun ja vapaa-ajanasumisen mahdollisuuksista kertominen	<ul style="list-style-type: none">- YouTube-kanava: Huovilan puiston esittely, uusien nähtävyyksien suunnittelu (museo)
4. Kohderyhmämarkkinoinnin lisääminen (esim. rakennuttajat, puutarha-ala)	<ul style="list-style-type: none">- Lehdistötiedote puutarha-alan lehtiin
5. Medianäkyvyyden ja Some-viestinnän lisääminen	<ul style="list-style-type: none">- Artikkelien aktiivinen tarjonta aluemedialle- Some-kanavien käyttöönotto
6. Alueiden ja palvelujen markkinoinnin lisääminen (esim. Taapuri / Uimahalli)	<ul style="list-style-type: none">- Kampanjasuunnittelu syksyllä 2018





10.ViMa seuranta ja kehitys

Mittarit joiden avulla viestinnän ja markkinoin vaikuttavuutta arvioidaan

Asukasmäärä, asukasvaihtuvuus

Yritysmäärä (uudet yritykset, muuttaneet ja lopettaneet)

Yritysten henkilöstön asettuminen kuntaan

Asukaskyselyt

Hyvinvointikyselyt

Palvelujen käyttöaste (Uimahallin kävijämäärä, kirjasto)

Viestintäkanavaseuranta

