

Iisalmen elinvoimapalvelut ja kaupunkimarkkinointi

Tilannekatsaus

Elinkeinojohtaja Terho Savolainen
Kaupunginhallituksen kokous 25.6.2018



IISALMEN KAUPUNKI

Pohjolankatu 14
74101 IISALMI
PL 10

www.iisalmi.fi



Visio 2030

Suomen houkuttelevin seutukaupunki

VETOVOIMA JA KASVU

OSAAMINEN JA HYVINVOINTI

TOIMIVA KAUPUNKIYMPÄRISTÖ JA
RAKENTAMINEN

**Strategiset
ohjelmat**

VAKAA KUNTATALOUS

HOUKUTTELEVA JA HUOLEHTIVA TYÖNANTAJA

Arvot

- Avoimuus
- Rohkeus
- Tasa-arvo ja oikeudenmukaisuus
- Yhteisöllisyys
- Ympäristövastuullisuus

Toiminta- ajatus

Iisalmen kaupunki parantaa asukkaiden hyvinvointia ja viihtyvyyttä laadukkaalla ja tehokkaalla palvelurakenteella sekä vahvistaa koko seudun kilpailukykyä ja vetovoimaa kehittämällä menestyvän elinkeinoelämän ja yrittäjyyden edellytyksiä.



www.iisalmi.fi



Visio 2030

”Suomen houkuttelevin seutukaupunki”

Iisalmen kaupunki on kansainvälisesti tunnettu 25 000 asukkaan vetovoimainen seutukaupunki, joka tarjoaa loistavat asumisen ja yrittämisen olosuhteet sekä toimivat seudulliset palvelut.



www.iisalmi.fi



Strategiset ohjelmat

Vetovoima ja kasvu

Strateginen tavoite: Kansainvälisesti vetovoimainen Iisalmi

Vakaa kuntatalous

Strateginen tavoite: Vakaan talouden Iisalmi

Osaaminen ja hyvinvointi

Strateginen tavoite: Osaava ja hyvinvoiva iisalmelainen

Houkutteleva ja huolehtiva työnantaja

Strateginen tavoite: Iisalmi osaa ja innostaa!

Toimiva kaupunkiympäristö ja rakentaminen

Strateginen tavoite: Toimiva ja turvallinen Iisalmi



Vetovoima ja kasvu - tavoitteet

Tavoite	Mittarit	Nykytila 2017	Tavoite 2018	Tavoite 2019-2020
Väkiluku 25 000 asukasta vuonna 2030	Asukasluku	21 767 (31.12.2016)	22 000	> 22 000
Työllisyysasteen ja työpaikkaomavaraisuuden nousu	Työllisyysaste Työpaikkaomavaraisuus	63,9% (31.12.2015) 106,1% (31.12.2015)	> 65% > 107%	> 67% > 110%
Saavutettavuuden parantaminen	Matka-aika Kuopioon / Helsinkiin	1h 5,25h	55 min 5,25h	50 min 5 h
Kaupungin imagon ja yritysystävällisyyden parantaminen	Sijoitus muuttohalukkuustutkimuksessa	29. (v. 2016)	< 25.	< 20.
	Arvosana Suomen Yrittäjien barometrissa	6,5 (v. 2016)	> 7,0	> 7,0





Elinvoimapalvelut - Valtuustoon nähden sitovat strategiset tavoitteet 2019-21

- Iisalmen vetovoiman parantaminen
 - Nettomuutto positiivinen
- Yrittäjyyden edistäminen ja yritysten kasvu
 - Yritysten nettolisäys positiivinen
- Työllisyyden edistäminen
 - Työttömyyden kustannukset pienenevät
- Työperäisen maahanmuuton kasvattaminen ja tuloksellinen kotouttaminen
 - Maahanmuuttajien osuus väestöstä kasvaa



**Vastuualueen
päällikkö
Elinkeinojohtaja
Terho Savolainen**

Yrityspalvelut

- Yritysasiantuntija Virpi Murtola
- Yritysasiantuntija Eija Heilio (sijainen Kirsi Korolainen)

Viestintä-, markkinointi- ja tapahtumat

- Markkinointi- ja viestintäsuunnittelija Laura Koski
- Markkinointiasiantuntija Jarmo Miettinen (Minna Pappi)
- Matkailu- ja viestintäasiantuntija Minna Maukonen (Jesse Korolainen)

Hanketoiminta (seudulliset palvelut)

- Sopian hanke, Merja Huttunen
- Kuhinaa Keskustaan, Marika Makkonen, päättyy 31.10.
- Future Savo - vetovoimahanke käynnistyy elokuussa. Paula Zacharov, Jukka Vattukallio ja Henri Huttunen

Teollisuuskylä (seudulliset palvelut)

- TechnoGrowth 2.0 ja Rautainen Savo, Reijo Hynynen (4.7. saakka). Sulevi Komulainen aloittaa 1.9.2018
- Teolliset Symbioosit, Asko Kettunen

Työllisyyspalvelut

Toimintayksikön päällikkö:
Työllisyyskoordinaattori/TYP-johtaja
Tuuli Sokka-Hukkanen

- Työllisyysasiantuntija Minna Pappi (Miia Rothberg)
- Työllisyysasiantuntija Marianne Nousiainen
- Työllisyysasiantuntija Tiina Sotisalo

YTYÄ-hanke (seudullinen)

- Tiina Juutinen
- Terhi Lappalainen (11.6. alkaen)
- Ritva Ikonen
- Jesse Korolainen

**Maahanmuutto- ja
pakolaispalvelut (seudullinen)**

Toimintayksikön päällikkö:
Maahanmuuttotyön koordinaattori
Nina Herd

- Maahanmuuttotyön asiantuntija Kaja Rahkema
- Pakolaisten palveluohjaaja Anne Haaksluoto
- Pakolaisten palveluohjaaja Anna-Kaisa Kiimalainen



Elinvoimapalvelut-vastuualue

Vetovoima ja kasvu

Tavoite	Toimenpide	Mittarit	Vastuu	Tila
Iisalmen vetovoiman parantaminen	Aktiivinen markkinointi paluumuutosta kiinnostuneille	Kampanjat tavoittavat vähintään 20 000 potentiaalista paluumuuttajaa	Terho Savolainen Markkinointi	By Iisalmi- markkinointisuunnitelma
	By Iisalmi -brändin jatkokehittäminen työperäisen muuttoliikkeen vauhdittamiseksi	Yhteistyökumppaneiden määrä >15 Kampanjoiden kontaktimäärät kasvavat edellisvuodesta Hakijamäärät avaintehtäviin kasvavat	Terho Savolainen Markkinointi	Brändiuudistus käynnistetty, tavoitteena jatkuvaluontoinen yhteistyö
Alueen ihmisten osallistaminen kaupungin vetovoimaisuuteen	Kaupunkitapahtumien järjestäminen yhteistyössä yrittäjien ja 3. sektorin kanssa	Vähintään 4 yhteistyötapahtumaa kaupunkialueella Kaupunkilaisten suositteluhalu kasvaa	Terho Savolainen Markkinointi	liden sopimus: Kiviranta, Parkatti, Joul
Matkailun ja tapahtumien vetovoimaisuuden kehittäminen	Aktiivinen kehittämistyö matkailutoimijoiden ja tapahtumajärjestäjien kanssa	Iisalmi ja Tienoot -jäsenten yhteiskampanjoita vähintään 4 kpl vuodessa Iisalmi ja Tienoot -yhteistyöyritysten liikevaihto kasvaa	Terho Savolainen	Matkamessut Tapahtumaesite
	Markkinointiyhteistyö maakunnallisten toimijoiden kanssa	Kansainvälisten matkailijoiden määrä alueen majoitusyrityksissä kasvaa	Terho Savolainen	Kuopio Tahko yhteistyö / KCB Lakeland yhteistyö Visit Finland



Elinvoimapalvelut-vastuualue - Vetovoima ja kasvu

Tavoite	Toimenpide	Mittarit	Vastuu	Tila
lisalmi houkuttelee uusia yrityksiä	Aktiivinen yrityshankinta kaupungin teollisuusalueille	1-2 uutta yritystä sijoittuu kaupungin teollisuustonteille vuosittain	Terho Savolainen Yritysneuvonta / Teollisuuskylä	Soinlahti 2020 hanke Tehomax toimitilakartoitus
	Yrityshankintatietopankin kehittäminen yhteistyössä veturiyritysten kanssa	Tietopankissa on yli 10 liikeideaa yritysten hyödynnettäväksi	Terho Savolainen Yritysneuvonta / Teollisuuskylä	Toimintamalli käyttöön syksyllä 2018
Yrittäjyyden edistäminen ja yritysten kasvu	Yritysneuvonnan laadukas toiminta ja jatkokehittäminen	Asiakasmäärä vähintään 250 /vuosi Asiakaspalautteen kouluarvosana vähintään 9	Terho Savolainen Yritysneuvonta / Teollisuuskylä	Alkuvuoden asiakasmäärät lähellä viime vuotta
	Start-up ja uusyrittäjyyden edistäminen lisalmessa	Yritysneuvonnan asiakkaat perustavat vähintään 40 yritystä vuosittain	Terho Savolainen Yritysneuvonta / Teollisuuskylä	Tammi-toukokuussa 14 yritystä
	Osuuskuntamallin kokeilu pienyrittäjyyden aktivoimiseksi	Kokeilun kautta syntyy uusia yrityksiä	Terho Savolainen Yritysneuvonta / Teollisuuskylä	Hankesuunnittelu
	Kärkitoimialojen kehittämistoiminnan seudullinen aktivointi	Yrityskohtaisia kehittämishankkeita käynnistetään toiminta-alueella vähintään 20 kpl vuosittain	Terho Savolainen Yritysneuvonta / Teollisuuskylä	Aktiivisuus noussut, jätetty 10 hakemusta ja valmistelussa 6
	Yrittäjyyskasvatusstrategian laatiminen ja käyttöönotto lisalmen peruskouluissa	Yrittäjyyskasvatuksen strategia on käytössä kaikissa kouluissa	Terho Savolainen, Kirsi-Tiina Ikonen	Strategia hyväksytty lautakunnassa
	lisalmen Teollisuuskylä ylläpitää valmiuksia rakentaa toimitiloja sijoittuville yrityksille	Teollisuuskylän vuokrausaste yli 90%	Terho Savolainen	Käyttöaste n. 90%



Yritysneuvonta 2018

- Alkuvuonna 1-5/2018 Iisalmeen perustettu 41 uutta yritystä, joista 14 yritysneuvonnan asiakkaiden toimesta. Lopettaneita samaan aikaan 18kpl.
- Asiakasmäärä 141, joiden kanssa n 220 eri tapahtumaa (tapaaminen / puhelu)
- Asiakkailla käynnistynyt tai suunnitteilla eri rahoituslähteisiin pohjautuvia investointi- ja kehittämishankkeita yli 15 kpl.
- Soinlahti 2020 hankkeessa tehty selvitystyö alueen liiketoimintapotentiaalista ja tarkempi selvitystyö CLT-tuotannon edellytyksistä on käynnissä. Valmistuu 30.6. mennessä. Tuloksien pohjalta päätetään jatkotoimenpiteistä.
- Sidosryhmätyötä on tehty mm. useiden maakunnallisten hankkeiden ohjausryhmissä, seutukaupunkiverkostossa, Iisalmen Yrittäjien hallituksessa ja Kauppakamarin Kansainvälistymisvaliokunnassa



Työllisyyspalvelut 2018

- Työllisyyspalveluiden kautta työllistynyt yhteensä 98 henkilöä, jotka kuuluvat kunnan työmarkkinatuen maksuvelvoitteeseen.
 - työllistämisvaroin palkattuja 60 henkilöä, joista 10 henkilöä edelleensijoitettu muulle työnantajalle. Velvoitetyöllistettyjä työllistetyistä 19 henkilöä.
 - TOIMI-säätiön palvelusopimuksen kautta työllistetty 20 henkilöä
 - Järjestöjen työllistämisavustusta myönnetty 15 henkilön työllistymiseen, joista 2 oppisopimusta
 - Yrityssektorin Iisalmi-tukea käytetty 3 henkilön työllistymisen tukemiseen
- Palkkatukia saatu ennakoidun mukaisesti, mutta tilitys toteutuu useita kuukausia viiveellä.
- Tmt-laskuun kuuluville työhaun alaportilla oleville henkilöille tarjolla työllisyyspalveluista:
 - Laaja terveystarkastus, josta selkeä jatkosuositus. Lähetteitä tehty 6 kappaletta.
 - Työpainotteinen kuntouttavan työtoiminnan ryhmä. Osallistujia nyt 15 henkilöä.
 - Harkinnassa elämänhallintatavoitteinen keskusteluryhmä. Neuvottelut järjestäjästä, osallistujaohjauksesta ja kustannuksista käynnistyneet.



Työllisyyspalvelut 2018

- Nuorten kesätyötukikausi käynnissä. Tuettu jo 196 nuorta:
 - myönteisiä päätöksiä työnantajalle 167 kappaletta
 - myönteisiä miniyrittäjäpätöksiä 29 nuorelle (17 miniyrittäjästä)
 - Näiden lisäksi työllisyyspalveluiden tuella myös 2 uutta Twist-ryhmää
- Uudesta vastavalmistuneen nuoren rekrytuesta tehty jo ensimmäinen päätös.
- Seudullinen TYP: yhteistyösopimus uudelle kaudelle 1.1.2019 alkaen toimijoiden hyväksymiskäsittelyssä.
- Työllisyysprojektit: YTYÄ!-projektille tulossa jatkoaika -12/2019.
- Työllisyyspalveluiden toimintaa hidastavina tekijöinä henkilöstömuutokset sekä osin saapuvan asiakasvirran vähäisyys. Kehittämistyö näidenkin suhteen käynnissä.
- Onnistumisia työn hyvä vire ja oman toiminnan tehokkuus sekä verkostoyhteistyö. Tehdään hyvää työtä!





Maahanmuutto- ja pakolaispalvelut, ajankohtaiset asiat

- Alkuvuoden ohjaustyö ja kotouttaminen toteutunut suunnitelman mukaan
- Työtilat nyt remontin jälkeen kunnossa, vaikuttanut paljon työskentelyn tehokkuuteen.
- Maahanmuuttotyön asiantuntijan sijaisrekry menossa, haastatellaan ensi viikolla 4 henkilöä
- Saimme juuri esityksen tämän vuoden kiintiöpakolaisperheistä, ja nyt selvittelemme löytyykö heille asuntoja, saapuisivat näillä näkymin elokuun loppupuolella/syyskuun alussa.
- SPR:n varasto tyhjennettiin aikataulun mukaisesti, kaikki mikä voitiin kierrättää, kierrätettiin. Ymmärtääkseni vain jonkin verran vanhoja astioita jouduttiin viemään kaatopaikalle.
- Yhteistyö Future Savo –hankkeen kanssa alkaa syksyllä





Vetovoimatyö - kaupunkimarkkinointi

- Tämän hetken markkinointibudjetti on n. 430 000€, josta n. 55 000€ tulee yritysrahoituksena By Iisalmi -brändityöhön ja matkailuun. Netto on siis 375 000€
 - Henkilöstökulut 150 000€ (3 htv + kesätyöt)
 - By Iisalmi -työ 80 000€ (netto 30 000€)
 - Yhteistyösopimukset (Iiden, Tahko, Iisalmi ja Tienoot, tapahtumatuki) 70 000€
 - Matkailumarkkinointi 25 000€ (netto 20 000€)
 - Messut, omat ja yhteistyötapahtumat 20 000€
 - Viestintä 20 000€ (mm. uutiskirjeet, www)
 - Yleinen kaupunkimarkkinointi 15 000€ (esitteet, mainonta, jne)
 - Yritysalueiden markkinointi 15 000€
 - Yleiskulut 35 000€ (ICT, kalusto, vuokrat, koulutus jne)





By
Iisalmi
OSAAMISEN PAIKKA

By Iisalmi -brändityö

- By Iisalmi -yhteismarkkinoinnissa on mukana (v. 2018 alun tilanne) Iisalmen kaupunki, kolme oppilaitosta, yksi yhdistystoimija (Iisalmen Yrittäjät ry) sekä 20 yritystä.
- Uusia kumppaneita tuli mukaan vuoden alusta viisi
- Tällä hetkellä laaditaan työlle jatkosuunnitelmaa ja päivitystä, jonka myötä By Iisalmi -brändityöstä on tavoitteena tehdä jatkuvaluontoista (yhteistyösopimukset jatkuviksi)





Brändityön markkinointisuunnitelma 2018

- Esillä tapahtumissa:
 - Paikalliset kaupunkitapahtumat: Megatärskyt, Elävä Ylä-Savo, Louhenkatupäivä
 - Rekrytointitapahtumat: Pesti-päivät Oulu, Tahko, Rekrytori Tampere, Narinkkatori Helsinki
 - Oma By Iisalmi -seminaari ja tunnustus
- Digimarkkinointi: kohdenneet rekrykampanjat (netti-tv, display, some) => tavoittaa nopeasti kymmeniä tuhansia ihmisiä. Lisäksi jatkuva uudelleenmarkkinointi digikanavissa.
- Tahko & Vuokatti Ski-mainonta
- Paluumuuttajakirje n. 3000 hengen otannalla
- Materiaalituotanto: uusia videoita, bannereita, esitteitä, lahjat ja PR-tuotteet
- By Iisalmi-lähettiläät: Rene Rinnekangas, Jyri Paretskoi, Tomi Tajakka
- Jatkuva verkostoviestintää ja rekryviestintää





KOHDERYHMÄT

Yritykset Iisalmessa: YS

Yritykset muualla: YM

Iisalmelaiset: IS

(Paluu)muuttohalukkaat, työn perässä muuttajat: PM

Lähialueen ihmiset: LI

Opiskelijat ja vastaavastuneet: O



MARKKINOINTISUUNNITELMA 2018

Toimenpide	Kohderyhmä(t)	Tammi-helmi-maalis	Huhti-touko-kesä	Heinä-eloku-syys	Loka-marras-joulu	Budjetti €
By Iisalmi –tapahtumat Iisalmi ja lähialueet * Megatärskyt, Louhenkatupäivä ym.	IS, LI, (O, PM)	★		★	★	3000
- Uudelleenmarkkinointi ja muu jatkuva markkinointi - Rekry/ muuttajakampanjat: 1)rekry 2)asuminen ja vapaa-aika	KAIKKI KOHDERYHMÄT	→				Retargetointi 3000 Kampanjat: 1) 8000 (media: netti-tv, display, some) 2)8000 (media: netti-tv, display, some) Yht. 16000
By Iisalmi –tunnustus (2000 €)	Kaikki			→	→	2000
Some, oma ja muu media	Kaikki kohderyhmät	→	→	→	→	1500
Tahko & Vuokatti Skipaketit (2017 – 2018, 2019?)	YM, PM	→			→	8000
By Iisalmi -seminaari	YS, IS ja LI, O		→	→	→★	8000
Videotuotannot 1) viihtyisä vuokra-asuminen 2) laadukas ja älykäs asuminen 3) Mahdollisuudet työperäisille maahanmuuttajille	KAIKKI KOHDERYHMÄT	→	→			13 000
Tapahtumat muualla: Pestipäivä Tahko promopäivä Narinkkatori	YM, PM, O	★ ★	★			Pestipäivä 1000 Tahko 4000 Narinkkatori 7000
Lucia Lasipaviljonki –näkyvyys		★	★	★		sis. Sopimukseen.



KOHDERYHMÄT

Yritykset Iisalmessa: YS

Yritykset muualla: YM

Iisalmelaiset: IS

(Paluu)muuttohalukkaat, työn perässä muuttajat: PM

Lähialueen ihmiset: LI

Opiskelijat ja vastavalmistuneet: O



MARKKINOINTISUUNNITELMA 2018

Toimenpide	Kohderyhmä(t)	Tammi-helmi-maalis	Huhti-touko-kesä	Heinä-elo-syys	Loka-marras-joulu	Budjetti €
By Iisalmi -lähettiläät Rene Rinnekangas Jyri Paretskoi Tomi Tajakka	PM, O, IS, LI					6000
HR-yhteistyön kehittäminen	YS, IS, PM, O					-
Imagoesite & kieliversio	Kaikki kohderyhmät					Muu budjetti
Kuntamarkkinoinnin SM-kisat	YM, PM					Muu budjetti
Brändiuudistus & laajentuminen?	YS, IS, LI, ??					xxx
Paluumuuttajakirje	PM					5000
Materiaalit, lahjat, jakotuotteet ym.	KAIKKI					1500
Maakunnallinen yhteismarkkinointi: yhtenäinen työssäkäyntialue	PM, O, LI, IS					
Brändiryhmä + jatkuva viestintä						YHTEENSÄ 76 000

Toimenpide	Kohderyhmä(t)	Sisältö ja tavoitteet
By Iisalmi -tapahtumat	Kaikki	Iisalmi jalkautuu alueellisiin tapahtumiin, joissa tavoitetaan markkinoinnin kohderyhmiä. Esim. Megatärskyt ja Louhenkatupäivä. Sisältö tarkentuu.
Rekrytointikampanjat ja uudelleenmarkkinointi	PM, O, LI, M IS	Rekrykampanja rakennetaan monimedialliseksi, yritysten rekrytointia suoraan hyödyntäväksi kokonaisuudeksi. Suunnataan viestit netti-tv:tä, display-mainontaa ja somea käyttäen opiskelukaupunkeihin. Kevättalven lähtö rekrykärjellä, syksyn lähtö asumisen ja vapaa-ajan kärjellä, mutta rekry taustalla. UUDELLEENMARKKINOINTI: jatkuva sisältömarkkinointi somessa kohdennetusti yritysten/oppilaitosten rekry/hakusivuilla käyneille.
By Iisalmi -tunnustus	Kaikki	Yleisökysely keväällä + brändiryhmän omat ehdokkaat -> valitaan viisi yleisöäänestykseen menevää toukokuun loppuun mennessä. Ehdokkaat osoittavat Haluan tehdä –parasta asennetta ja positiivisuutta, mielellään liittyvät vahvasti elinkeinoihin, yrittämiseen, osaamiseen ja koulutukseen. Yleisöäänestys syys-lokakuussa. Äänestyksen lanseeraus toteutetaan yhdessä Iisalmen Sanomien kanssa, kampanjasivu yhteistyössä Oddy Inc:in kanssa, samoin mainonta. Tunnustuksen saaja julkaistaan 21.11. brändiseminaarissa. Kiertopalkinto valmis, kaiverrus hoidettava ja laatta saadaan Ahmotuote Oy:ltä kuten v. 2017. Mainitaan Ahmotuote tunnustuksen jakamisen tiedottamisessa.
By Iisalmi –seminaari 22.11.2018	YS, IS ja LI	Marraskuussa 2018 järjestetään brändiseminaari alueen vahvuuksiin (elinkeinoin, yrittämiseen, osaamiseen ja koulutukseen) ja hengennostatukseen liittyen. Maksuton tapahtuma. Puhujat ovat oman alansa huippuja ja seminaarin sanoma tukee By Iisalmi –brändin tavoitteita. - Seminaarin ohjelma valmis ja ennakkomarkkinointi aloitettava ennen juhannusta. - Varsinaiset järjestelyt & markkinointi syys-marras 2018. - Verkostoitumisulottuvuus, kts. Palaute seminaari 2017.
Jatkuva some- ja mediatiedottaminen	KAIKKI KOHDERYHMÄT	Somessa jatkuvaa näkymistä koko kumppaniverkoston voimin #byiisalmi #osaamisenpaikka. Markkinoituja rekrypostauksia, blogeja, tapahtumatiedottamista, hyviä uutisia jne. Flockler. Mediatiedottamista ja näkymisen paikkoja, alkuvuodelle suunniteltu esim. heijastintempaus.
Videotuotannot		Kaksi asumisen teemaa eri näkökulmista esille tuovaa videota (sis. Kumppanisopimuksiin), teollisuusyrityksistä tarinalliset videot huomioiden myös työperäisen maahanmuuton kulman. Aiempien videoiden päivitykset. Hyödynnetään Kuhinaa keskustaan –hankkeen tapahtumamarkkinointivideoita.

Toimenpide	Kohderyhmä(t)	Sisältö ja tavoitteet
Tapahtumat muualla	YM, PM, O	By lisalmi –brändi tilanteeseen sopivine yhteistyökumppaneineen näkyy tapahtumissa tavoitellen myönteistä huomiota ja kiinnostuksen heräämistä seutuun ja yrityksiin, tai on esillä puhtaasti rekry-kärjellä. Ohessa ennakko/jälkimarkkinointia somessa alueelle kohdennettuna. PESTIPÄIVÄ 25.1. OULU: Ytyä!, By lisalmi ja Normet TAHKO PROMO vko 9: By lisalmi, Ytyä!, yritykset ???, lisalmi ja tienoot –kumppanit NARINKKATORI toukokuu: By lisalmi, lisalmi ja tienoot, Ytyä!?, yritykset ?, Lucia-Lasipaviljonki
Lucia-Lasipaviljonki® -näkyvyys	YS, IS, PM ja LI	- By lisalmi – brändin näkyvyys Savon Lasituote Oy:n Lucia-Lasipaviljongin® markkinointitapahtumissa (kolme erikseen sovittavaa tapahtumaa vuoden aikana). By lisalmi – tarra ja esitejakeluita.
By lisalmi -tunnustus	Kaikki	Brändiryhmä valitsee 12 ehdokasta, jotka liittyvät vahvasti elinkeinoihin, yrittämiseen, osaamiseen ja koulutukseen. Yleisö saa myös äänestää omaa ehdokastaan. Äänestys toteutetaan yhdessä lisalmen Sanomien kanssa, sekä sisällytetään mahdollisesti myös kampanjasivu äänestys- ja somejakomahdollisuudella toteutukseen. Samoin mainonta. Tunnustuksen saaja julkaistaan 21.11. brändiseminaarissa. Palkinnon suunnittelu täytyisi hoitaa paikallisen osaajan voimin.
Tubettajat ?	Opiskelemaan hakevat	Selvitetään P-S yhteismarkkinoinnin ja oppilaitosten kanssa, löytyykö sopiva tubettajakumppani. By lisalmi –yhteistyössä ollaan mukana, mikäli tubettaja vierailisi myös alueen yrityksissä, esim. oppilaitoksesta polku yrityksiin –teemalla.
By lisalmi -lähettiläät	PM, IS, O, LI	By lisalmi –tunnustuksen saaja Rene Rinnekangas vaikuttajamarkkinoijana nuorille ja urheiluseuraajille. Tapahtumissa, somessa ja mahdollisesti myös rinteisiin kohdennetussa mainonnassa kumppanuutta. Kulttuurilähettiläs Jyri Paretskoi kirjamessuilla & somessa, mahdollisesti myös sisällöntuotannoissa mukana.
HR-yhteistyön kehittäminen		lisalmen kaupungin HR-henkilöt kokoavat yrityksistä ringin, jossa välitetään mahdollisia puolisotyöpaikkoja (ns. piilotyöpaikkoja ja ratkotaan muitakin HR/rekry-kysymyksiä seudullisesti yhteistyössä. Asuntopuolelta mukaan Petterinkulma ja Laaturakennus.

Toimenpide	Kohderyhmä(t)	Sisältö ja tavoitteet
Imagoesite & kieliversio	KAIKKI	Tositarinoita osaamisesta ja onnellisuudesta By lisalmi –esitteet jakoon yrityksiin, myös kieliversio enku tulossa.
Kuntamarkkinoinnin SM-kisat osallistuminen	PM, YM	Osallistutaan Kuntamarkkinoinnin SM-kisoihin, jonka finaali on Seinäjoella 16.5.2018. Kuntamarkkinoinnin SM -kilpailun tavoitteena on kehittää markkinointi- ja viestintäosaamista kunta-alalla nostamalla esille kunta- ja seutumarkkinoinnin sekä viestinnän hyviä käytäntöjä. Kilpailun avulla pyritään lisäämään markkinoinnin ja viestinnän hyödyntämistä, vaikuttavuutta ja arvostusta osana kuntien palveluiden ja elinvoimaisuuden kehittämistä sekä kunta-alan muutosprosessia. Kuntamarkkinoinnin SM -kilpailun järjestävät kunta- ja seutumarkkinoinnin kehittämistyötä tekevät järjestöt: Suomen Kuntaliitto, Seudulliset kehittämis-yhteisöt SEKES ry sekä Suomen matkailuorganisaatiot SUOMA ry. Kisoissa saa parhaimmillaan valtakunnallista näkyvyyttä, ja joka tapauksessa hyvää näkyvyyttä osallistujien kesken. Paikallisesti ja lähialueella kisaosallistumisesta viestimällä on myös merkitystä seudullisesti.
Brändiuudistus ja laajentuminen	Kaikki	Brändi on suunniteltu alun perin v. 2018 saakka toteutettavana projektina, nyt tavoitteena on tehdä tekemisestä pysyväisluontoista. Uudistus tehdään osallistaen kaikki nykykumppanit sidosryhmineen, brändimarkkinoinnin kumppanina uudistuksessa Oddy Inc. Projekti tehdään hallitusti v. 2018 aikana esim. work shop –toteutuksia työstäen.
Paluumuuttajakirje	lisalmesta pois muuttaneet	Tilataan valituin perustein kohderyhmä maistraatista, esim. vuosina 1970 – 1995 syntyneet ja lisalmesta pois muuttaneet ns. paluumuuttajapotentialit. Kohdennetaan heille viestinä esim. ”rakkauskirje lisalmesta”. Tavoitteena herättää mielenkiinto entistä kotipaikkakuntaa kohtaan ja kirkastaa mahdollisia vanhentuneita mielikuvia. Kerrotaan nykyisestä vetovoimaisesta lisalmesta, osaamisen paikasta jossa on työtä ja kansainvälisiä uramahdollisuuksia loistopuitteissa asuen ja viihtyen.
Materiaalit, lahjat, jakotuotteet	KAIKKI	Tapahtumiin jne tarvittavat jakotuotteet, lahjat jne. Pyritään valitsemaan oivaltavia ja hyödyllisiä tuotteita.
Maakunnallinen yhteismarkkinointi		Toimitaan P-S tason markkinoinnissa seudun ”edunvalvojana” ja tavoitteiden edistäjänä mm. yhtenäisen työssäkäyntialueen teemassa. Vahvistetaan maakunnallista markkinointia tekevien verkostossa käsitystä siitä, miten merkityksellinen rooli lisalmen seudulla on myös maakunnallisesti, mm. vientiveturina ja teknologiaosaamisen keskittymänä sekä ainutlaatuisen yrittäjyhteistyön paikkana.
Brändiryhmä		Kokoontumiset ovat verkostoitumisen, ideoinnin, yhteisen päätöksenteon ja jalkauttamisen paikkoja. Säännöllisellä viestinnällä pidetään huoli kumppanisuhteista ja tasapuolisesta tiedonjaosta kaikille kumppaneille.



Rekry/muuttajakampanja

- Esimerkkejä mainosaineistoista. Käytössä lukuisia videoita ja kuvabannereita, joiden analytiikkaa seurataan ja optimoidaan kampanjoita tietyn väliajoin.
- Kampanjaraportit käsitellään kumppanin kanssa ja myös brändityöryhmässä.
- Uudelleenmarkkinoinnissa vastaavalaiset sisällöt kohderyhmille optimoituina.

Mainosaineistot





IISALMI SOMESSA

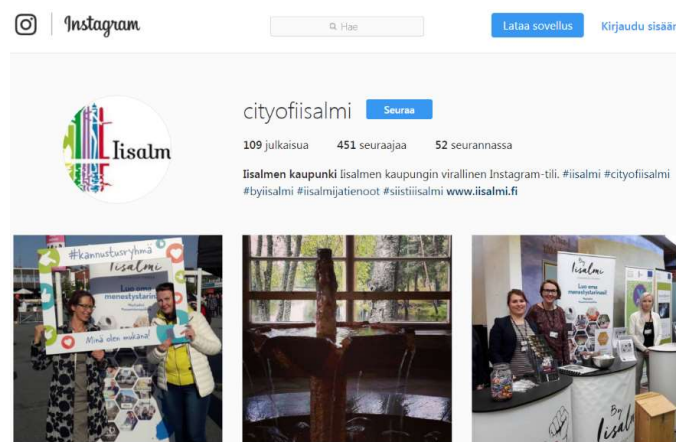
Viralliset some-tilit MVT-tiimin vastuulla:

- Minun Iisalmeni –facebook
- Iisalmi ja tienoot –facebook (matkailu)
- [instagram.com/cityofiisalmi](https://www.instagram.com/cityofiisalmi)
- [instagram.com/iisalmijatienoot](https://www.instagram.com/iisalmijatienoot) (matkailu)
- twitter.com/cityofiisalmi (syksyllä 2018 myös valtuustotwiittaus)
- [youtube.com/iisalmenkaupunki](https://www.youtube.com/iisalmenkaupunki) (livevideot, videomarkkinointi)
- Johtoryhmän blogi iisalmi.fi
- LinkedIn rekrytointeihin

Lisäksi yksiköiden omia tilejä. Käytön tuki MVT-tiimi.



SEURAA IISALMEN KAUPUNKIA SOMESSA JA OSALLISTU KESKUSTELUUN

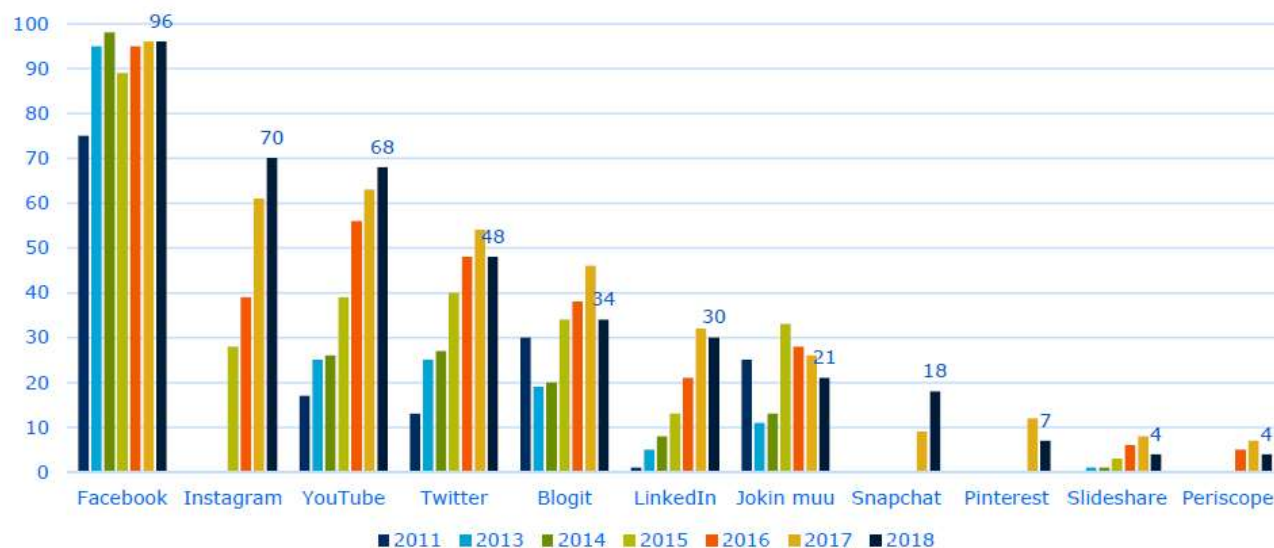


www.iisalmi.fi

KUNNAT SOMESSA (2018)

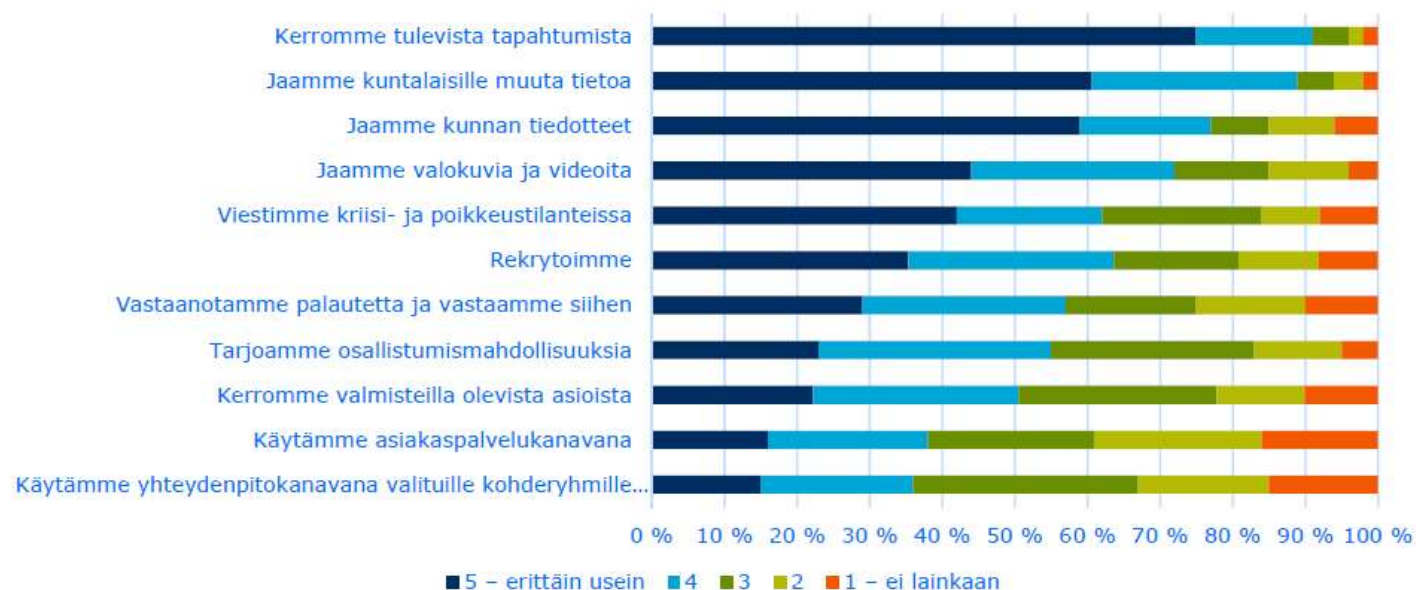
Mitä sosiaalisen median kanavia kuntanne virallisesti käyttää? %

(2018 n=170, 2017 n=142, 2016 n=155, 2015 n=152, 2014 n= 148, 2013 n=105, 2011 n=77)



KUNNAT SOMESSA (2018)

Minkälaisissa asiayhteyksissä ja kuinka usein käytätte sosiaalisen median kanavia? % (2018 n=168)



Minun Iisalmeni -Facebookin seurantatietoja

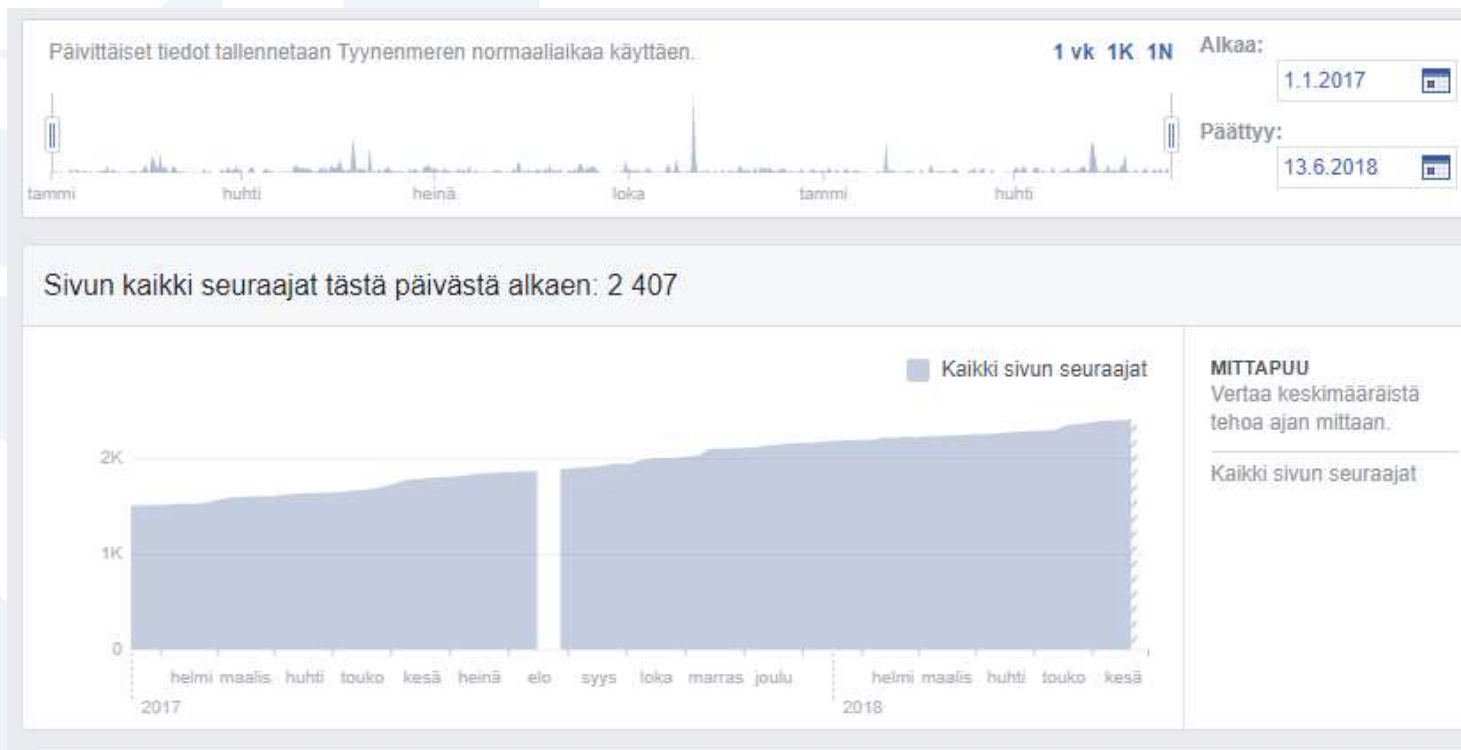


IISALMEN KAUPUNKI

Pohjolankatu 14
74101 IISALMI
PL 10

www.iisalmi.fi

Minun Iisalmeni -fb:n seuraajatilanne



Somekanavien pääkäyttäjyyden siirryttyä Elinvoimapalveluihin v. 2017 alusta, on sivuston seuraajamäärä kasvanut tasaisesti. Seuraajat tulevat organisesti tai markkinoidun sisällön kautta.



Minun Iisalmeni -fb:n julkaisujen tavoittama kohdeyleisö

Julkaisun kattavuus

Niiden ihmisten määrä, jotka ovat nähneet näytöllään minkä tahansa sivusi julkaisun.



- Ajanjaksolla 1.1. – 31.5.2018 vaihteluväli julkaisujen kattavuudesta on orgaanisen ja maksetun kattavuuden yhdistelmänä saavutetun 12 000 ja pelkän orgaanisen n. 500 välillä.

- Facebook-sivun seuraajamäärä ei kerro suoraan kokonaiskattavuudesta, mitä julkaisuillamme on: maksetut sisällöt (mainokset tai mainostetut julkaisut) tavoittavat juuri kohdennuskriteeriemme mukaista yleisöä (kuvassa tummempi oranssi, eli maksettu kattavuus).
- Kuvaajassa maaliskuussa alkanut rekry/muuttajakampanja ja uusien By Iisalmi – kumppaneiden mukaan tulon jälkeen uudelleen käynnistetty retargetointi (uudelleenmarkkinointi) näkyvät selkeänä kattavuuden vahvistumisena.
- Orgaanisen kattavuuden piikki tammikuun lopulla on kouluverkkoon liittyvä Facebook-live. Toki ilman euroja ei sitäkään järjestetty. 😊





Esimerkki boostatusta julkaisusta: Renen video

- Minun Iisalmeni -tilissä julkaistaan viikoittain pienen budjetin buustattuja julkaisuja (pääosin kaupungin ja kumppaniyritysten rekryjä, videoita, tapahtumia), joiden kautta
 - * sitoutetaan seuraamaan hyvää sisältöä tarjoavaa kanavaamme
 - * rakennetaan myönteistä viestintäilmapiiriä kaupungin sisällä (kohdennus lähialue)
 - * rakennetaan kuvaa vetovoimaisesta Iisalmesta (kohdennus valitut alueet muu Suomi + muut kriteerit)
 - * kutsutaan osallistumaan ja vaikuttamaan
 - * houkutellaan jakamaan viestiä (olemaan #byiisalmi -lähettiläitä) ja kasvattamaan organista näkyvyyttä

Näytä tulokset

YLEISKATSAUS MUOKKAA MARKKINOINTIA

Valitsit kohdentamiseen **miehet ja naiset, 13–60**, joiden asuinpaikkana on **10 sijaintia**.

Sijainti – asuu paikassa:
Suomi: Oulu (+25 mi), Ylivieska (+25 mi) Northern Ostrobothnia; Tampere (+25 mi) Pirkanmaa; Iisalmi (+50 mi), Kuopio (+25 mi), Varkaus (kaupunki) (+25 mi) Pohjois-Savo; Joensuu (+25 mi), Nurmee (+25 mi) North Karelia; Kajaani (+25 mi) Kainuu; Helsinki (+25 mi) Uusimaa

Ikä:
13–60

Piilota koko yhteenveto

Tätä markkinointia näytettiin **7 päivää**.

Tämän markkinoinnin kokonaisbudjetti oli **25,00 EUR**.

9 466 5 983 25,00 €
Tavoitetut henkilöt [?] Sitoutumiset Kulutus yhteensä [?]

Toimet Ihmiset Maat

eoiden näyttökerrat 5 983

Linkin klikkaukset 107

Klikkaamalla Lisää budjetti hyväksyt Facebookin käyttöehdot | Ohje- ja tukikeskus

PÖYTÄKONEEN UUTiset MOBIILIN UUTiset

Minun Iisalmeni
Sponsoroitu - €

Koe Iisalmi Rene Rinnekankaan silmin! Ainutlaatuinen videotarina lumilautailijan kotikaupungista. #byiisalmi #osaamisenpaikka #iisalmijätienoot #iisalmiregion



By Iisalmi: RENE RINNEKANGAS HOMEMADE 10DAYS IN IISALMI Lue lisää

317 reaktiota 11 kommenttia 141 jakoa

Mainosta toista julkaisua Sulje



IISALMI MEDIASSA: Mediaseurannan tilastoja

Teemat (byiisalmi)

arkea hyvien palveluiden kaupunkiin
Ponssen Juha Vidgren
työntekijöitä **#byiisalmi** Ylä-Savon
suomalaisen pörssiyrityksen hallituksen pj.
kansainvälisiä uramahdollisuuksia
#olvi
työtä lyhyiden välimatkojen
#Olvi

byiisalmi-yritykset ja...

euroa työntekijöitä Iisalmen ihme
#byiisalmi ihme
#Olvi #olvi Olvi
väkeä **#Ponsse**
Ylä-Savon
Säästöpankki Optia

IISALMEN KAUPUNKI

Pohjolankatu 14
74101 IISALMI
PL 10

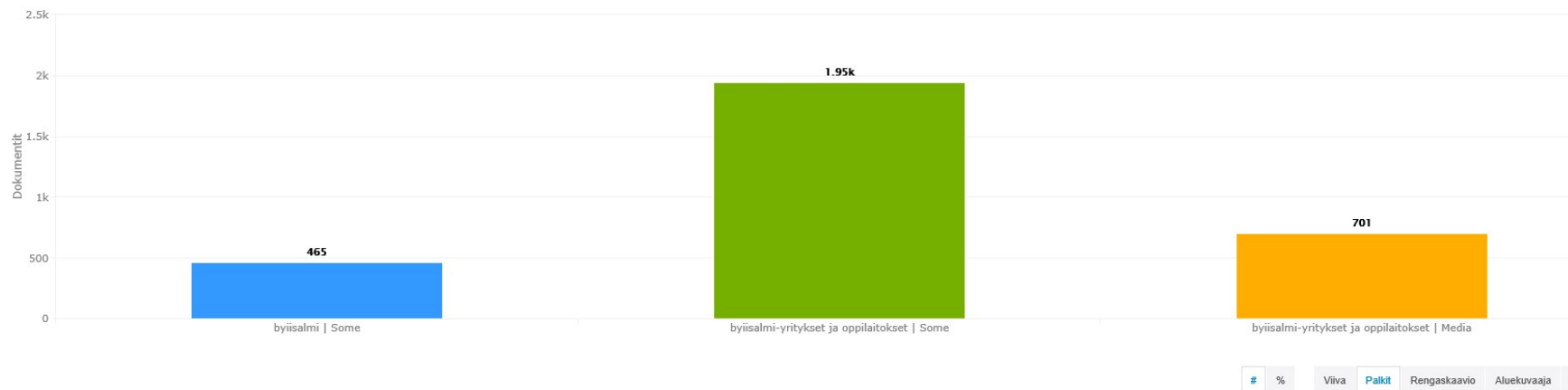
www.iisalmi.fi



Iisalmi -medianäkyvyys 1-5 /2018

- Seuraamme mediaseurannan kautta mm. seuraavia uutisryhmiä: By Iisalmi –yritykset ja oppilaitokset (some, media, hästägit), Iisalmi ja tienoot –toimijat, Iisalmen kaupunki.
- Alla oleva kuvaaja kertoo tilanteen tammi-toukokuulta kuluvalta vuodelta: #byiisalmi #osaamisenpaikka on käytetty 465 kertaa, By Iisalmi –toimijat mainittu somessa liki 2000 kertaa ja mediassa n. 700 kertaa.

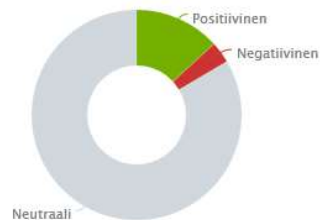
D... > B... >
Osumat
Jan 1, 2018 - May 31, 2018



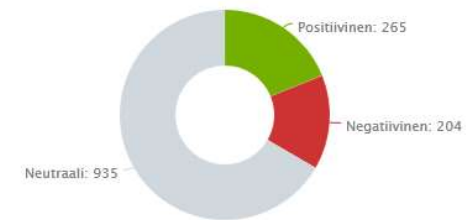
Iisalmi -medianäkyvyys 1-5 /2018

- Viestinnän sävy on pääosin sekä somessa että mediassa neutraalia, mutta positiivista on kuitenkin enemmän kuin negatiivista molemmissa. Kaupungin markkinoinnin ja viestinnän aktiivisesti rakentama positiivinen viestintä pääsee tietenkin somessa näppärämmin lävitse, ja se näkyy mediakakussakin. 😊

Sävy



Sävy | Media



Uutiskirjeet ja lehtijulkaisut

- Iisalmen kaupunki toteuttaa aktiivista viestintää monikanavaisesti. Osa sitä ovat myös sähköiset uutiskirjeet ja kaupungin omat tiedotuslehdet ja teemasivut.
- Sisältönä kaupunkistrategian ohjelmien mukaiset teema-alueet ja muut ajankohtaiset asiat.

EVP uutiskirjeen tilastot			
Kirjenro	Lähetetty (lukumäärä)	Avattu	Avaus %
1/2018	1295	411	31,74 %
2/2018	1291	369	28,58 %
3/2018	1538	478	31,08 %
4/2018	1498	524	34,98 %
			31,60 % Avauskeskiarvo
Iisalmen kaupungin uutiskirjeen tilastot			
Kirjenro	Lähetetty (lukumäärä)	Avattu	Avaus %
1/2018	1148	739	64,37 %
2/2018	1132	723	63,82 %
			64,10 % Avauskeskiarvo

Uutiskirjetilastoja alkuvuodelta 2018

Tyypilliset avausprosentit



Iisalmi-lehti ja videoviestintä

- Iisalmen kaupunki toteuttaa yhteistyössä Mediatoimisto Oikean Käden kanssa kaksi Iisalmi-lehteä vuonna 2018 (alla huhtikuun lehti, linkki issuuhun https://issuu.com/iisalmenkaupunki/docs/iisalmi2018_issuu)
- Brändivideoiden lisäksi hyödynnämme nykykuluttajan omaksi ottamaa videoformaattia myös muussa viestinnässämme. Ohessa kuvakaappaus kevään aikana työstetystä Kangaslammin kouluvideosta, joka julkaistaan ja otetaan kampanjasisällöksi kesäkuussa.
- Myös Kauppiis-Heikin koulusta on tuotettu video, jossa esillä ovat monet iisalmelaisen peruskoulumaailman edelläkävijyyden teemat sekä myös koulun erinomainen sijainti Normetin työpaikkoja ja alueen tonttitarjontaa ajatellen.





Johtoryhmän viestintä & päätösviestintä

- Markkinointi- ja viestintätiimi osallistuu myös johdon viestinnän tukemiseen: Vuodelle 2018 on laadittu mm. Johtotietoa –blogin vuosikello, jossa jokaisella johtajalla on kirjoitusvuoronsa - > blogit julkaistaan intrassa ja/tai iisalmi.fi:ssä. Johtoryhmälle tarjotaan myös someviestinnän tukea.
- Päätösviestinnän tukena toimimiseen kuuluu mm. yhdessä Päätöksenteon tukitiimin kanssa laadittu Päätösviestinnän ohje sekä sometuki.

ajanakuvat

Esityslistat

Pöytäkirjat

Viranhaltijapäätökset

Kuulutukset

Ohje

Esityslistat

Kaupunginhallitus: Kaupunginhallitus 5/2018

9.4.2018 15:00

Esityslista

#	Otsikko
	Kokouskutsu
79	Kokouksen järjestäytyminen
80	Kaupunginjohtajan ajankohtaiset asiat
81	Itä-Suomen hallinto-oikeuden lausuntopyyntö valitukseen teknisen toimialan toimialajohtajan rekrytointi
82	Hernejärven koulun hankesuunnitelma
83	Runnin koulun täydennetty hankesuunnitelma

Minun Iisalmeni

Julkaisija: Laura Koski (?)

Sivusta tykkäty: 5, huhtikuuta

Kiinnostaako sinua kunnallinen päätöksenteko? Mita valtuustossa käsitellään, mistä hallitus päättääkään?
- Ensi viikolla Iisalmen kaupunginhallituksen kokouksen esityslistalla ovat mm. Hernejärven ja Runnin koulujen hankesuunnitelmat, terveyskeskuksen peruskorjauksen tarjouspyyntöperiaatteet, katu- ja peruskorjausohjelma ja tapahtumatuven ehdot. Monenlaisia, iisalmelaisten ihmisten ja yritysten ark... Näytä lisää

Merkitse kuva

Lisää sijainti

Muokkaa

937 henkilöä tavoitettu

Mainosta julkaisua

Tykkäas

Komentoi

Jaa

Seppo Pironetti, Tina Karpinen ja 8 muuta

Kirjoita kommentti...

Julkaistut blogit -blogiarkisto

25.2018

Mistä maksan veroja?

1



Oletko joskus kironnut verottajaa? Vai kuulutko tyytyväisten veronmaksajien joukkoon? Iisalmen kaupungin talousjohtaja Eeva Suomalainen avaa blogikirjoituksessaan julkisten palveluiden kustannuksia ja sitä, miksi veroja maksetaan. Suosittelemme lukemista jokaiselle, joka kantaa verojen muodossa kortensa kekoon yhteiskuntamme hyväksi.

- Eeva Suomalainen, Iisalmen kaupungin talousjohtaja

Tapahtumamarkkinointi 1-5/2018



IISALMEN KAUPUNKI

Pohjolankatu 14
74101 IISALMI
PL 10

www.iisalmi.fi



ISOIMMAT TAPAHTUMAT #BYIISALMI

Narinkkatori 23.5.2018 – LEIPÄÄ JA SIRKUSHUVEJA

#byiisalmi #osaamisenpaikka #iisalmijatienoot #iisalmiregion #ytyä #yläsavossaontyötä

- Viedään yläsavolaisen osaamisen ilosanomaa Helsingin Narinkkatorille – elämänlaatua, osaamisen paikkoja ja joutenoloo joka lähtöön, sirkushuveja unohtamatta! Lucia-Paviljonki, paikallisia tuottajia, takeaway nokipannukahvia, lounasjoogaa, tapahtumajärjestäjiä & kisailuja, yrityksiä tuotteineen.
- Paikalle kutsuttu alueen kansanedustajat ja muita tahoja, joilla itressiä edustaa seutuamme pääkaupunkiseudulla. Myös mediaa houkutellaan paikalle.
- Ennakkomainontaa digiympäristössä & verkostoissa, ulkomainontaa Narinkkatorilla, paluumuuttajakirje kohdennettuna alueelle – tuliaisie kotiseudulta tarjolla tapahtumassa.

Louhenkatupäivä 4.8.

- Kauppakadulla vuoden 2017 tapaan By Iisalmi –toimijat; tapahtumajärjestelyt käynnistyvät keväällä.

By Iisalmi –seminaari to 22.11.2018 klo 8.30 – 13.30

- Puhujina Normetin Robin Lindahl sekä Oddy Inc.in brändiosaaja, lisäksi kootaan vahva ja kiinnostava ohjelma ulkopuolisista ja alueen omista puhujista ja asiantuntijoista. Keynote puheenvuoro: Arman Alizad.
- Ohjelma valmistuu kesäkuun aikana.





Kaupungin järjestämiä tapahtumia 2018

- Aekamatka, alustavasti 25.8.2018
- Ihmeidenilta 25.8.2018
- Uusi vuosi 31.12.2018
- Lisäksi kaupunki on mukana useissa tapahtumissa järjestäjänä yhteistyössä muiden kanssa mm. Luciatapahtuma yhteistyössä seurakunnan kanssa, sekä näkyvyydelle omilla osastoilla mm. Elävä Ylä-Savo messut ja joulumessut.





Osallistumiset tapahtumiin 1-5 2018

Nuorten SM-hiihdot 5.-6.1.

- mukana kahtena päivänä valokuvakehyksen kanssa kuvaamassa kisavieraita upeissa maisemissa
- Iisalmen kaupungin toiminta sai paljon positiivista palautetta – pienillä teoilla on iso merkitys kaupunkikuvan rakentamisessa

Työllisyysviikko 8:

- Työllistämiseen liittyviä tapahtumia viikon jokaisena päivänä, huomioitu erilaisia lähestymistapoja ja keinoja työllistymiseen
- kävijämäärästä ei erillistä laskentaa
- kerätty viikon aikana eri tapahtumissa kaikilta kävijöiltä tietoa, miksi haluaa asua ja työllistyä juuri tällä alueella, nämä olleet pohjana tapahtuman suojelijan Jyri Paretskoin kolumnissa/blogissa
- viikolla hyvin näkyvyyttä asian tiimoilta lehdissä, esim. Iisalmen Sanomissa kaksi erilaista työllistymistarinaa, pidempään työttömänä olleen nuoren ja yli 60-vuotiaan työllistyminen
- viikon suurin tapahtuma Megatärskyt Liikuntahallilla, jossa kaupungilla oli oma esittelypiste

Elävä Ylä-Savo messut 28.4.

- mukana messuilla omalla osastolla

- kaupungin markkinoinnin lisäksi osastolla oli mukana tonttipalvelut, kertomassa tämän hetken tonttitarjonnasta

Ahopäivät 15.-17.6.2018

- tapahtumia teeman ympärillä kolmen päivän ajan (pe-su)
- lauantain seminaarissa n. 100 henkeä

Lasten liikennepuiston 15-vuotissynttärät 19.6.

- tapahtuma saanut hyvin kiinnostuneita facebook tapahtumassa
- myös lehdistö lähtenyt hyvin mukaan tiedottamiseen
- Valitettavasti säätila verotti osallistujamääriä

Aekamatka, alustavasti 25.8.2018

Ihmeidenilta 25.8.2018

Uusi vuosi 31.12.2018

Lisäksi kaupunki on mukana useissa tapahtumissa järjestäjänä yhteistyössä muiden kanssa mm. Lucia-tapahtuma yhteistyössä seurakunnan kanssa, sekä näkyvyydelle omilla osastoilla eri messutapahtumissa

Matkailun kehittäminen 1 - 5 2018



IISALMEN KAUPUNKI

Pohjolankatu 14
74101 IISALMI
PL 10

www.iisalmi.fi

Matkailun vuosikello ja tapahtumat 2018

Toimenpide	tammi	helmi	maalis	huhti	touko	kesä	heinä	elo	syys	loka	marras	joulu
Matkamessut 2018	17.-21.1.											
SUOMA, Oulu		12.2.										
Tahkon tempaus		vko 9										
Markkinointimatskuinventaario ja varasto			XXX									
Karttaesitteet	XXX											
Pop-up-Iisalmi						xxx						
KCB,sihteeriyhdistykset (peruttu)				13.-14.4.								
Kesän markkinoinnin suunnittelu, lehdet												
Kulttuurin palveluketju workshop				XXX			xxx					
Narinkkatorin markkinointitempaus					23.5.							
Aho-päivät						15.-17.6.						
Kesän tapahtumat												
Tapahtumaesite 2				XXX	XXX							
asiakaspalvelu- opasperehdytys					XXX	6.6.						
KCB, workshop ja risteily (siirretty 30.5)					15.5.							
KCB, risteily HKI (peruttu)					23.5.							
Kesän mainoskuvaukset							xxx	xxx				
Kesän radiomarkkinointi							xxxx					
Pohjolan Matka-risteily								xxx				
OutdoorsFinland kohteiden maastokäynnit						xxx		xxx	xxx			
Koljonvirran opasteet ja taulut								xxx	xxx	xxx		
KCB, ryhmämatkailun helmiä Savosta									13.9.			
Oppaiden pikkujoulubussi											xxx	
Tapahtumatietojen 2019 keruu											xxx	xxx
Matkailutietojen 2019 keruu											xxx	xxx
Esitteet ja kartta 2019											xxx	xxx





Iisalmi ja tienoot -MATKAILU LUO KUVAA ELINVOIMAISESTA JA HOUKUTTELEVASTA ALUEESTA

- Matkailumarkkinointiyhteistyötä tehdään alueellisesti Iisalmi ja tienoot – Iisalmi region -markkinointinimen alla
- Mukana tällä hetkellä 22 matkailu- ja tapahtumatoimijaa eri puolilta Ylä-Savoa sekä Iisalmen kaupunki, Vieremän kunta ja Sonkajärven kunta. Rahoitus 0,5€ / asukas.
- Ryhmä kokoontuu noin kerran kuussa, jolloin käydään läpi ajankohtaiset asiat ja suunnitellaan tulevia toimenpiteitä
- Ryhmä toimii Iiden ry:n alaisuudessa, erillisenä matkailujaostona. Markkinointikärkenä tapahtumat
- Toimenpiteitä yhteiset markkinointitilaisuudet mm. Matka 2018-messut Helsingissä ja Suoma-messut Oulussa, alueen tapahtumaesite, alueen matkailuesite, turistikartta, nettisivut Iisalmen kaupungin nettisivujen alla (ml. sähköinen tapahtumakalenteri), omat somekanavat: Facebook, Instagram, YouTube, kuvapankki ja video- ja kuvatuotanto, muu mainonta
- Alueen matkailun pohjan muodostaa yritysmatkailu eli alueemme vientiyritysten ja niiden asiakkaiden sekä työntekijöiden käyttämät palvelut
- Iisalmen kaupunki mukana maakunnallisessa matkailumarkkinointiyhtiössä Kuopio-Tahko Markkinointi Oy:ssä ja Kuopio Convention Bureaussa sekä maakunnallisissa matkailun kehittämishankkeissa, tällä hetkellä Outdoors Finland Pohjois-Savo ja Lakeland Pohjois-Savo
- Työpanoksena Iisalmen kaupungin matkailu- ja viestintäasiantuntijan puolikas henkilötyövuosi ja syksyyn 2018 saakka Kuhinaa keskustaan, tapahtumamatkailua Ylä-Savoon- hankkeen projektikoordinaattorin työpanosta.





Matkailun budjetti ja mittarit

BUDJETTI

Iisalmen kaupunki 35 000€ ja Iisalmi ja tienoot 24 000€

MITTARIT

Matkailua voidaan mitata kahdella mittarilla: tapahtumien kävijämäärillä ja majoitusyöpymisillä.

Majoitustiedot tulevat kuukausittaisina raportteina, mutta ongelmana niissä on, että niihin raportoidaan vain yli 20 vuodepaikkaa sisältävät kohteet. Tämä tarkoittaa Iisalmessa, että vain hotellien majoitukset rekisteröityvät. Yleisesti voidaan sanoa, että majoittujien määrä on koko ajan kasvussa. Erityisesti arkipäivinä majoitusaste nousee keskustan hotelleissa lähelle 100%, viikonlopuissa on väljempää. Kesäkuukaudet muuttavat tilanne hieman toisinpäin.

Tapahtumista toivotaan ja pyydetään vuosittain kävijämäärät tapahtumajärjestäjiltä, mutta toistaiseksi tietoja ei ole toimitettu kattavasti ja tiedot perustuvat monen tapahtuman kohdalla vain tapahtumajärjestäjän arvioihin.

Lisäksi seuraamme matkailumarkkinointiyhteistyössä olevien toimijoiden määrää. Tänä vuonna tässäkin on kasvua. Tyytyväisyys yhteistyöhön on myös tärkeä asia, mutta sen mittaaminen tapahtuu vain suu-sanallisesti.





Matkailumarkkinoinnin kehittäminen

- Ylä-Savo on matkailumarkkinoinnissa pieni alue, tavoitteena saada mukaan vielä useampi kunta ja uusia yritystoimijoita
- Panostusta ja tukea tapahtumien hankintaan, tukea kolmannen sektorin järjestämille suurille tapahtumille, kuten hiihdon ja yleisurheilun SM-kisat, jotka tuovat hiljaisina matkailukausina paljon majoittujia ja merkittävää matkailutuloa koko alueelle
- Tuotteistus kuntoon ja palvelun laatu kohdilleen



www.iisalmi.fi

Iiden yhteistyö

- Iiden Ry:n tavoitteena on rakentaa positiivista, houkuttelevaa ja ajan hengessä olevaa kuvaa Iisalimesta. Iiden ry:llä on tärkeä rooli Iisalmen kaupallisen mielikuvan rakentamisessa.
- Tapahtumat, yhteiskampanjat ja markkinointi ovat näkyvä ja tärkeä osa Iiden ry:n toimintaa. Jatkossa näihin pyritään myös kehittämään yhteistyökuvioita ja toimintamalleja tavoitteena ottaa roolia enemmän tapahtumien mahdollistajana ja alulle panijana kuin pelkästään tapahtumantuottajana.





Iiden ry:n tapahtumat kampanjat

- Kivirantapäivät 6.-7.4.2018
- Lapsilta lapsille -tapahtuma 19.5.2018 (yhteistyössä Perheen Talo & 4H)
- Siivouspäiväkampanja + kaupunkikirppis 26.5.2018
- Karaokekesätorit 27.6 - 1.8.2018
- Louhenkatupäivä 4.8.2018
- Parkattipäivä 1.9.2018
- Joulunavaus 24.11.2018
- Louhenjoulu 1.12.2018
- Muut tapahtumat ja kampanjat resurssien mukaan yrityslähtöisesti (esim. Raflaralli tai kesän ravintolatapahtuma)





Mitä lisäsatsauksilla tavoitellaan?

- Panostamalla lisäresursseihin voidaan näkyvyyttä ja tuloksellisuutta kasvattaa => tuloksia mahdollista saavuttaa nopeammin.
- Voidaan ottaa käyttöön kanavia, joihin tällä hetkellä ei varaa esim. TV-mainonta tai suurlevikkiset lehdet.
- Tavoitamme kohderyhmän nopeammin ja laajemmin, mahdollisuus myös laajentaa uusiin kohderyhmiin
 - maantieteelliset rajaukset, ikäryhmät, muut segmentointiperusteet
- By Iisalmi –brändityöstä on kehittymässä joka tapauksessa jatkuvaluontoinen yhteismarkkinointi => kaupungin lisäsatsaus luo uskoa myös yritysten mukanaoloon! Jatkuvaluontoiseen työhön on kyettävä panostamaan ja tarjoamaan ammattimainen koordinoitutyö – muuten ei kansainvälisessä markkinassa toimivia yrityksiä voida vakuuttaa tarjotusta lisäarvosta. Verkostotoimiminen vaatii myös henkilö- ja aikaresurssia sekä aitoa vuorovaikutusta -> molemminpuolinen luottamus ja yhteinen tahtotila ja tekemisen tapa.
- Myös paikallinen kaupunkimarkkinointi ja viestintä on tärkeää: Pitovoima lisää vetovoimaa, joten omaa henkilöstöresurssia pitää tarkastella mikäli työmäärää merkittävästi lisätään.





Kiitos!

Terho Savolainen, elinkeinojohtaja

IISALMEN KAUPUNKI

Pohjolankatu 14
74101 IISALMI
PL 10

www.iisalmi.fi



Markkinointikatsaus Narinkkatori

Leipää ja sirkushuveja 23.5.2018

IISALMEN KAUPUNKI

Pohjolankatu 14
74101 IISALMI
PL 10

www.iisalmi.fi



KÄVLJÄTIEDOT 6.4.2018 LÄHTIEN

33 t. Tavoitetut
757 viikon aikana

3,6 t. Nähtöet
41 viikon aikana

Leipää ja sirkushuveja
NARINKKATORILLA
23.5.2018

Touko 23 Leipää ja sirkushuveja Helsingin Narinkkatorilla 23.5.2018
Julkinen - Järjestäjä: Kastehelmi ja 14 muuta - 1 odottava rinnakkaisjärjestäjä [?]

✓ Osallistun

23. toukokuuta 2018 klo 10:00–17:00
noin viikko sitten

Narinkkatori, FI-00100 Helsinki, Suomi Näytä kartta

Tietoja Keskustelu

- Minun lisalmeni –facebookiin luotu tapahtumasivu keräsi erittäin myönteisesti tavoitettuja henkilöitä sekä sitoutumisia ja sai aikaan jakoja itse tapahtumalle, että myös postauksille.

- 15 rinnakkaisjärjestäjää 😊
- Toimi erinomaisesti tapahtuman sisältöjen kanavana ja vahvasti sitoutuneiden kiinnostusta.
- Toimi osin myös myyntikanavana; Pesolan Pihviliha keräsi ennakkovarauksia mykyrokkaan ja leipiin postauksessaan.
- Jatkossa kannattaisi julkaista esim. rekryjä, tietoja tapahtumassa olevista arvunnoista jne jo ennakkoon keskustelussa -> löytäisivät suoraan ko. pisteelle.

Pesolan Pihviliha
9. toukokuuta kello 21:26 · 🌐

Muutama kysel mykyrokkoo Helsinkiin.?

Nyt sitä saes . Itälypsy oy tekkee mykyrokan Pesolan Pihvilihan tuotteista. Tässä kätetään Pesolan pihvihiehon etuselekee, maksoo , syväntä sekä munuaista.

Tätä ruetaan tekemään kun tulloo kohtuu miärä etukätteistillaaksija. Myös luteenittomana versiona on mahdollisuus suaha pikkusatsi.... Näytä lisää

Jukka Vattukallio, Seija Koski ja 33 muuta · 21 kommenttia 16 jakoa

Tykkää · Kommentoi · Jaa



Rakkauskirje Iisalmesta

Lähetimme Iisalmesta poismuuttaneiden kohderyhmälle RAKKAUSKIRJEEN IISALMESTA. Pääkaupunkiseudun kirjeessä mukana myös kutsu NARINKKATORILLE! ☺
- Kirjeitä lähti yhteensä n. 3200 kpl, naisia 1730 kpl ja miehiä 1430kpl.



By
Iisalmi
OSAAMISEN PAIKKA

KRITEERIT:

- * aikoinaan Iisalmessa asunut, mutta muuttanut pois
- * 25 – 45 vuotias
- * muutosta pois Iisalmesta on kulunut vähintään kolme vuotta
- * pois Iisalmesta muuttaessa ikä ollut vähintään 19 vuotta

Rakkauskirjeen saaneita vieraili useita Narinkkatorilla



FI DNA 4G 12.36 90 %

Mies lähtee Savosta mutta Savo ei lähde miehestä. Ja jos meinaakin lähteä, niin tämä vertaansa vailla oleva savolainen sisukas yrittäminen kantaa kyllä Uudellemaalle asti. 💜

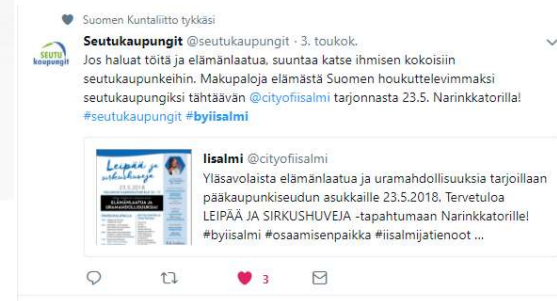
#nostalgiaa #muistoja #iisalmi #byiisalmi
#iidensalmi #uweregoodtous #oliakalähteä
#oliseurattavatähteä #reissupeat #peeässä
#pohjoissavo

P.S. Ens kerralla voi laittaa olusliput mukaan 😎😂😂
#kesä #oluset





Tapahtuma näkyi myös Twitterissä ja Instagramissa:





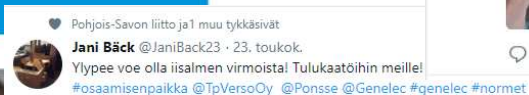
Iisalmi

Tapahtuma näkyi myös
Twitterissä ja Instagramissa:



Savo

Katso kuvat





23 Leipää ja sirkushuveja Helsingin Narinkkatorilla 23.5.2018
ke 10:00

MAY

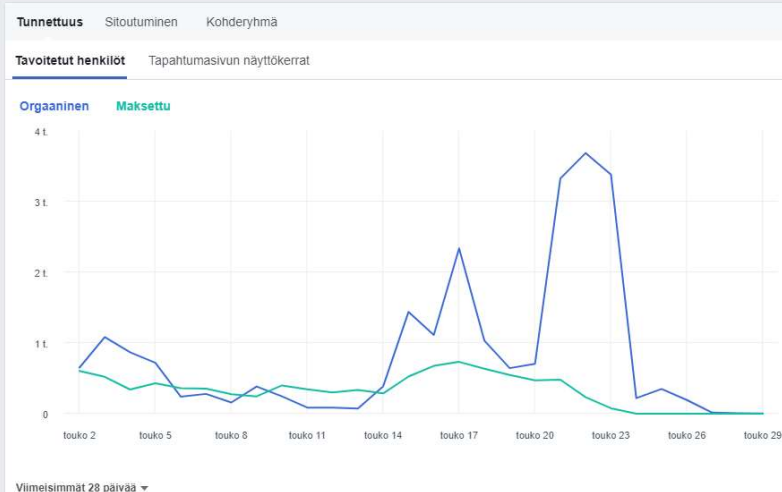
33 504

Tapahtuman kokonaiskattavuus

442

Kaikki vastaukset

Näytä kaikki kävijätiedot



23 Leipää ja sirkushuveja Helsingin Narinkkatorilla 23.5.2018
ke 10:00

MAY

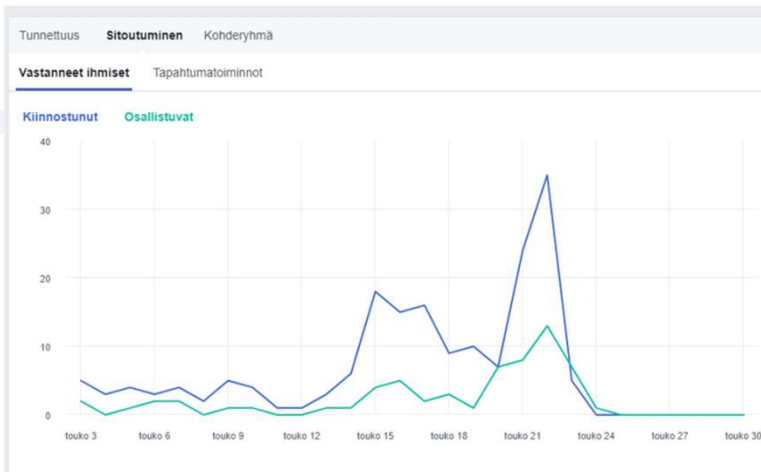
33 504

Tapahtuman kokonaiskattavuus

442

Kaikki vastaukset

Näytä kaikki kävijätiedot



Facebook-tapahtuman tunnettuus ja sitoutuminen olivat korkeimmillaan odotetusti juuri tapahtuman alla. Tiiviseen tahtiin tehdyt päivitykset herättivät kiinnostusta ja saivat aikaan jakoja viraalisti. Jatkossa suositus, että kaikki rinnakkaisjärjestäjät jakavat sisältöjä tapahtuman keskustelussa ja lisäävät tapahtuman omalle sivulleen (eli hyväksyvät rinnakkaisjärjestäjäkutsun, joita ikävä kyllä voi tehdä vain rajallisen määrän). Myös tapahtuman jakaminen suoraan seinälle on tervetullutta kokonaisnäkyvyyden ja sitoutumisten lisäämisen kannalta.



Ulkomainontaa



- Narinkkatorilla oli Kampin keskuksesta ulos astuvien eteen aseteltuna tapahtuman iso ulkomainos viikkoja ennen tapahtumaa
- Torin ylläpitäjän Hannun toimiston (löytötavaratoimisto, suutari jne.) ikkunassa oli iso juliste ohjelman ja osallistujalistan kera



Mediatiedotusta



Tiedote

1 (3)

15.5.2018

Julkaisuvapaa 15.5.2018

Mediakutsu ja tiedote



IISALMEN SEUDUN YHTEISPONNISTUS NARINKKATORILLA: Nokipannukahvia, Savolaista Wellnessiä ja uramahdollisuuksia Ponssien metsäkoneen katveessa

Ylä-Savon keskuskaupunki Lisalmi ja seudun yritykset sekä oppilaitokset ovat viikon päästä keskiviikkona 23.5. vahvasti esillä pääkaupunkiseudulla, kun Leipää ja sirkushuveja –tapahtuma rantautuu 30 000 Narinkkatorin lävitse kulkevan näköpiiriin. Seutukaupunki Lisalmi on tunnettu vahvana teollisuuden keskittymänä, jonka venttiluvut ovat toistamiseen nousseet valtakunnallisestikin otsikoihin. Vienti todella vetää ja töitä riittää – tarvitaan uusia osaajia täyttämään huippuyritysten tarjoamia työpaikkoja. Lisalmi tarjoaa töiden lisäksi mutkatonta elämänlaatua, josta moni vain haaveilee.

Lisalmen kaupungin koordinoimien *By Lisalmi* – ja *Lisalmi ja tienoot* –toimijoiden sekä YTYÄ! Ylä-Savossa on työtä! –hankkeen voimin järjestetyssä tapahtumassa näytteilleasettajina on vaikuttava joukko yläsavolaisia yrityksiä, oppilaitoksia ja yhdistyksiä. Yhdessä ne kaikki kertovat ainutlaatuisesta yläsavolaisesta elämänlaadusta ja yhteistyön ylivoimasta, jolla houkutellaan uusia asukkaita, uusia menestystarinoiden tekijöitä lisalmen seudulle.

Ponssien metsäkone, Olvin vetovoimaiset juomat ja laatupalkitun Ylä-Savon ammattiopiston rekka ohjelmavaihtoehtona sekä iisalmelaislähtöisen juontaja **Tuija Pehkosen** vetämä yläsavolaisten kansanedustajien kyselytunti ovat esimerkkejä siitä, mitä Narinkkatorilla tullaan näkemään. Lähestulkoon kaikki mukana olevat yritykset kertovat, että heillä on tarjolla useita työpaikkoja tapahtuman aikana – kyseessä on siis hiukan normaaliaista laajempaa mahdollisuutta elämäntilanteiden muuttamiseen. Tavoitteena on herättää kiinnostusta seudun työ-



Tiedote

1 (3)

26.4.2018

Julkaisuvapaa 26.4.2018

Mediakutsu ja tiedote

LEIPÄÄ JA SIRKUSHUVEJA - TAPAHTUMA 23.5.2018



Yläsavolaisen elämänlaadun markkinoijat valtaavat Narinkkatorin

Lisalmi on Ylä-Savon keskuskaupunki, ja uuden strategian mukaan kaupungin visio on olla Suomen houkuttelevin seutukaupunki vuoteen 2030 mennessä. Työvoimapolun vaivaa tällä hetkellä monia aloja seudulla ja muuttovirrat kulkevat Ylä-Savosta pois päin. Tätä kehitystä vastaan taistellakseen seudun toimijat rantautuvat toukokuussa pääkaupunkiin markkinoimaan Ylä-Savon ja lisalmen seudun mahdollisuuksia.

"Ylä-Savossa on työtä!" kuuluu YTYÄ!-hankkeen iskulause. "*By Lisalmi* – osaamisen paikka" –leima lyödään lisalmen kaupungin ja kumppaniyritysten sekä oppilaitosten yhteisen brändityön viesteihin, jotka kertovat seudulla syntyneistä maailmaa lähellä ja kaukana muuttavista menestystarinoista. "*Ota se loman kannalta*" houkuttelevat Lisalmi ja tienoot –matkailu- ja tapahtumatoimijat omassa sloganissaan. Yhdessä ne kaikki kertovat ainutlaatuisesta yläsavolaisesta elämänlaadusta, jolla houkutellaan uusia asukkaita, uusia menestystarinoiden tekijöitä lisalmen seudulle.

Sloganeiden takana oleva huikea joukko yläsavolaisia toimijoita lähtee yksissä tuumin toteuttamaan markkinointitapahtumaa keskelle hektistä Helsinkiä. Ponssien metsäkone, Olvin vetovoimaiset juomat ja laatupalkitun Ylä-Savon ammattiopiston rekka ohjelmavaihtoehtona sekä iisalmelaislähtöisen juontaja **Tuija Pehkosen** vetämä yläsavolaisten kansanedustajien kyselytunti ovat esimerkkejä siitä, mitä Narinkkatorilla tullaan näkemään. Tavoitteena on herättää kiinnostusta seudun työ- ja vapaa-ajanmahdollisuuksiin.



mia



Muita mediaosumia:

- Iisalmen Sanomat ja Radio Sandels ☺
- Yle Radio Suomi / Päivä
- Yle Radio Savo
- Radio Pispala
- Lähiradio / Helsinki
- Savon Yrittäjä -lehti
- Savon Sanomat pari artikkelia ja yksi kolumni
- Töllötin
- Helsingin Sanomat – todennäköisesti parikin juttua poiki ainakin osittain Narinkkatorin visiittimme ansiosta!



Savon Sanomat

23. toukokuuta kello 20:19 - €

Yläsavolaiset pitivät Leipää ja sirkushuveja -tapahtuman Helsingissä.



"Haemme helsinkiläiset Ylä-Savoon" - näin Iisalmen seutu esittäytyi pääkaupungissa koko karkiketjunsaa voimin

SAVONSANOMAT.FI

• Kirjoittaja on Iisalmelainen kansanedustaja.



Helsingin Sanomat

5.6. ja 6.6.

By
Iisalmi
OSAAMISEN PAIKKA



Tero J. Kauppinen ▸ Puskaradio Iisalmi

3 tuntia · 📺

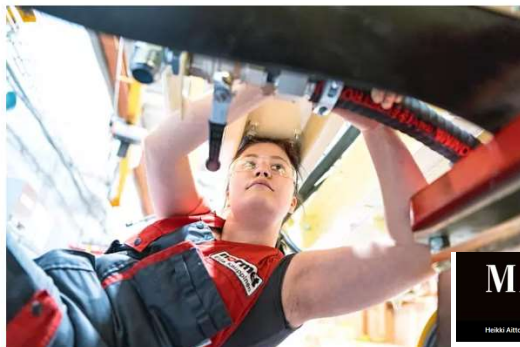
Tänä aamuna Hesassa puhutaan Iisalmen ihmeestä! 🍷
Sinunkin pitäisi lukea aamun Hesari. Tietäisit sitten millaisesta ihmeestä olet osallinen!

Onnittelut! 🎉 — paikassa 📍 Helsinki.

Kotimaa

Luulitko, että Itä-Suomella menee huonosti? Iisalmen ihme imee enemmän työntekijöitä kuin seudulla riittää väkeä

Ylä-Savosta lähtevä vienti kasvaa selvästi nopeammin kuin koko maassa.



Luetuimmat

MAAILMAN SELITTÄJÄ

Heikki Aittokoski on vuoden 2018 ajan tulevaisuuskirjeenvaihtaja, joka selittää maailmassa menneisiin olevia murroksia.

Maailman selittäjä | Blogi

Aion unohtaa disruptio-orientoituneet innovaatioklusterit. Tahdon Ylä-Savoon.

Tulevaisuuskirjeenvaihtaja Heikki Aittokoski suunnittelee reportaasimatkaa Iisalmen seutuille. Blogikirjoitus hän kertoo, miksi.

Heikki Aittokoski HS
Julkaistu: 3.6.15:01

KIURUVEDELLÄ on heinäkuussa Ikelmäviikori. Vieremällä on Ponsee ja Kulta-fivo. Iisalmesta tulee Olvi. Pielavesi tunnetaan Lepikon torpasta.

Paljon tämän enempää en Ylä-Savosta tiedä. Noloa myöntää. Mutta tänä kesänä minulle ehkä tarjoutuu mahdollisuus korjata tilanne.

Ennen kuin selitän tarkemmin, pitää palata vähän taustoihin. Olen työskennellyt tammikuusta lähtien HS:n tulevaisuuskirjeenvaihtajana. Olen tähän mennessä matkustanut muun muassa Kaliforniassa, Islannissa ja Kolumbiassa, ja lisäksi tehnyt jokusen jutun Etelä-Suomen kaupungeissa.

VIIME PÄIVINÄ olen miettinyt kesän työkuivintoja. Ennen juhannusta aion käydä Pariisissa suurilla puolustusalan messuilla ja tehdä juttua sodankäynnin tulevaisuudesta. Se ei ole hilpeä aihe, mutta olenlainen



Luetuimmat

JUURI NYT PÄIVÄ

1. Luulitko, että Itä-Suomella menee huonosti? Iisalmen ihme imee enemmän työntekijöitä kuin seudulla riittää
2. Kuulitko lippu-uudistuksen voit häviäjien? HS:n laskuri ottaa huomioon katoavien tv:n ja harrastuksen



👍 😊 🙄 Sinä, Jukka Vattukallio, Mirva Peltola ja 213 muuta

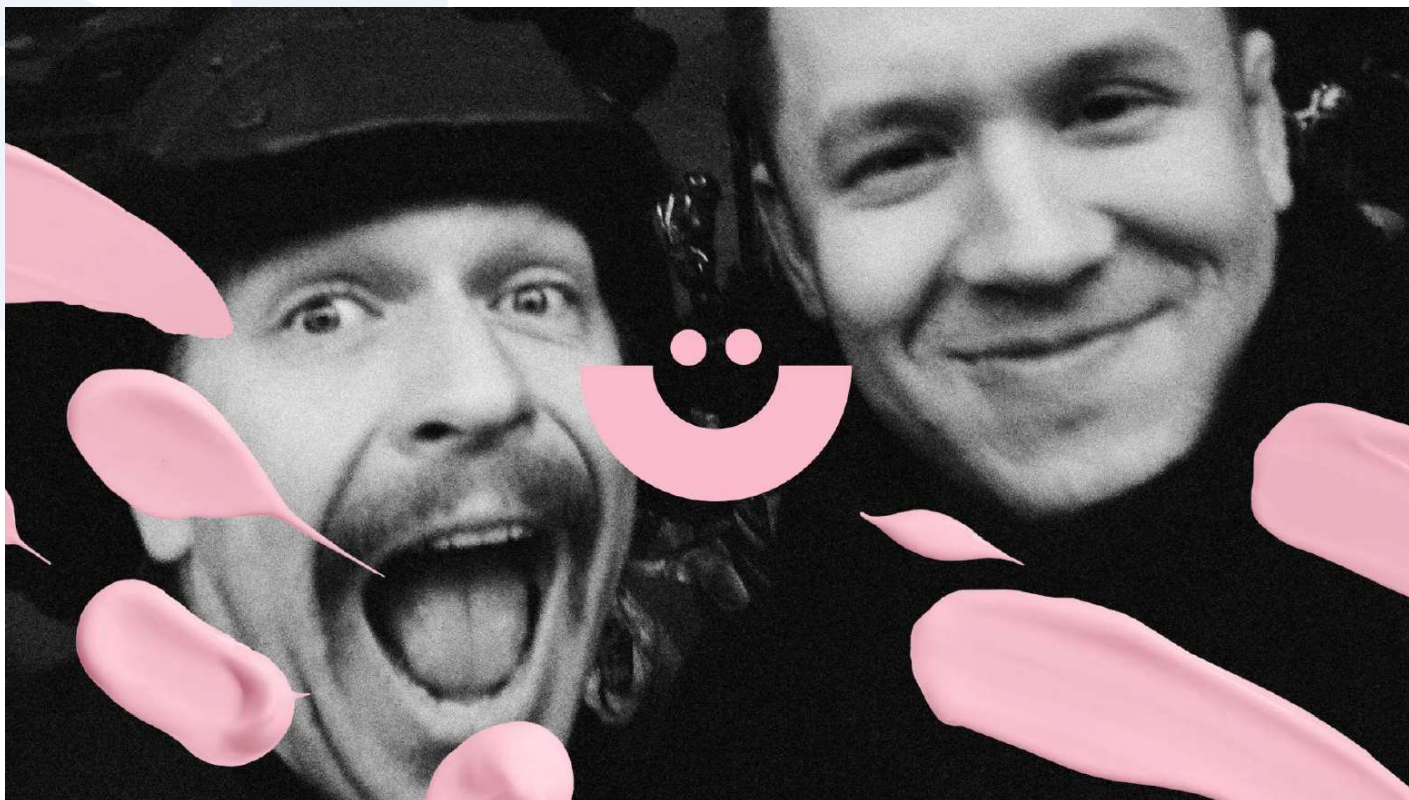
11 kommenttia



Narinkkatori -kampanja

Kampanjaraportti
Iisalmen kaupunki
2018-05

Oddy Inc.:Digikampanjan raportti



Narinkkatori -kampanja

Tavoite

Tavoitteena kampanjalla oli tukea Narinkkatorin tapahtuman näkyvyyttä digitaalisissa kanavissa.

Tämä toteutettiin kohdistamalla digitaalista markkinointia halutulle kohderyhmälle eri digikanavissa. Kanavina toimi mm. Facebook, Google Display verkosto, ohjelmallinen verkosto & YouTube.

Kohdennukset vaihtelivat hieman kanavittain, mutta pääpiirteittäin: 16-44v, vastavalmistunut/työnhausta kiinnostunut, PK-seutu.

Mainonta ajoitettiin näkymään eri kanavissa aikavälillä 1.5. - 27.5.2018.

Mainonnan laskeutumissivu:

<http://www.iisalmi.fi/Suomeksi/Palvelut/Tyo-ja-elinkeinot/By-iisalmi>

Narinkkatori -kampanja

Ohjelmallinen ostaminen

Yhtenä kanavana käytettiin ohjelmallisen ostamisen display- eli bannerimainonnan verkostoa, joka kattaa valtavan määrän netin mainospaikkallisista verkkosivuista.

Suosituimmat näyttöpaikat: luukku.com, mtv.fi, improvmedia.fi (<-- sisältää lukuisia suomalaisia verkkosivuja).

301.578

NÄYTTÖKERTAA

3.01

MAINOSNÄYTÖT/HENKILO

1.276

KLIKKAUSTA



Narinkkatori -kampanja

Google Display verkosto

Googlen Display verkosto pitää sisällään miljoonittain eri sivustoja, applikaatioita sekä mobiilipelejä.

Suosituimmat näyttöpaikat: youtube.com, tori.fi, lukuisat suositut mobiiliapplikaatiot.

512.832

NÄYTTÖKERTAA

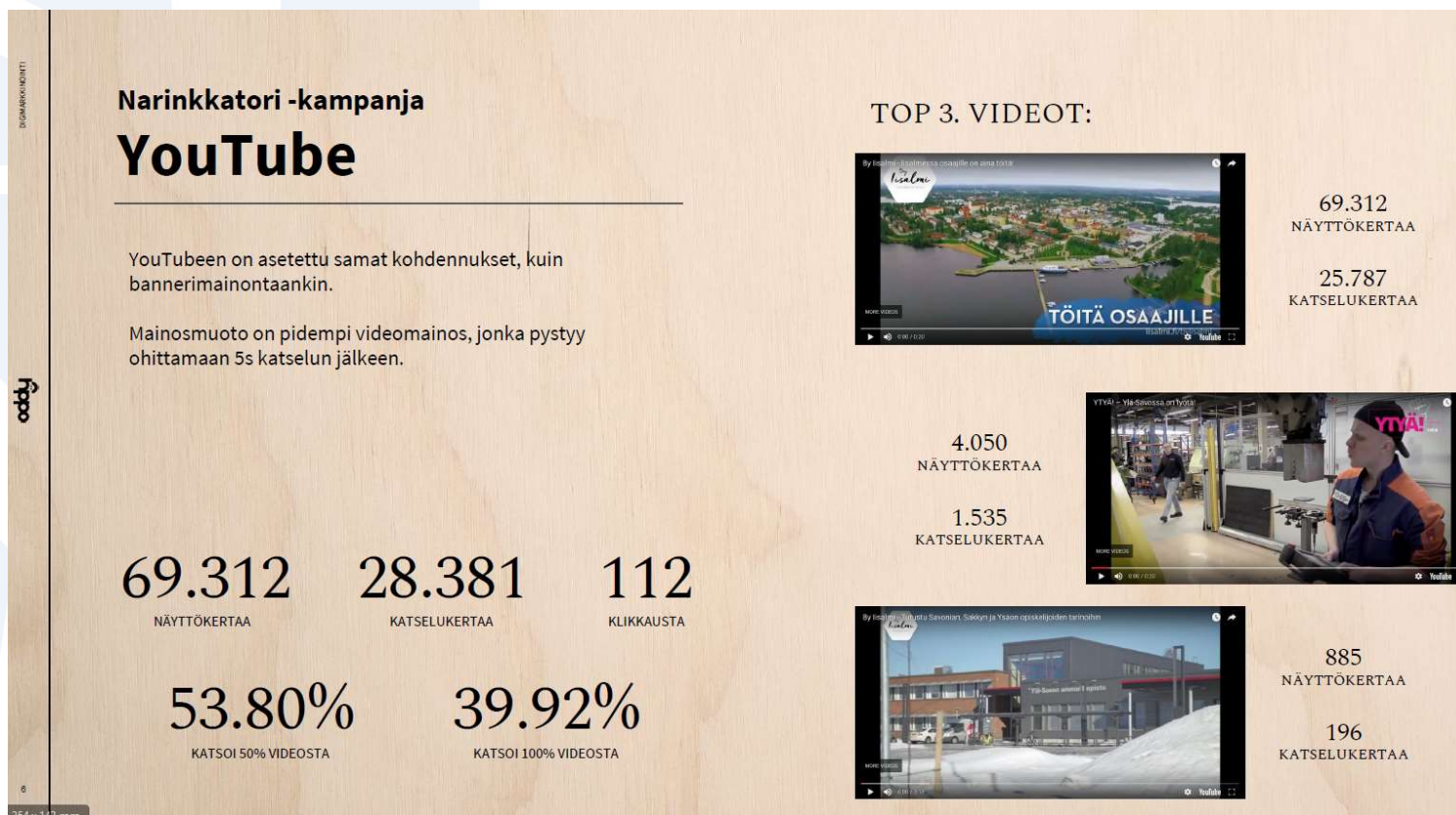
2.70

MAINOSNÄYTÖT/HENKILO

1.988

KLIKKAUSTA





Narinkkatori -kampanja

Facebook

Videot näkyivät sekä Facebookissa että Instagramissa. Facebook optimoi eri videon näyttöjä huomattavasti tasaisemmin kuin YouTube.

Naisten ja miesten katselukerrat jakautuivat 50/50. Videoita katselivat eniten 25-35 vuotiaat. Melkein saman katselumäärän keräsi 18-24 vuotiaat.

Videot keräsivät 16 reaktiota, 1 kommentin, 7 jakoa ja 42 linkin klikkausta. Tapahtuman buustaus tavoitti 1.655 henkilöä ja keräsi 34 vastausta (2.01€/vastaus).

51.387

NÄYTTÖKERTAA

6.559

VÄH 10. SEK KATSELUKERTAA

19.394

TAVOITETUT HENKILÖT

3.418

50% VIDEOKATSELUA

1.811

100% VIDEOKATSELUA

TOP 3. VIDEOT:

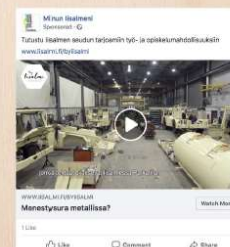


22.069
NÄYTTÖKERTAA

2.000
KATSELUKERTAA

4.050
NÄYTTÖKERTAA

720
KATSELUKERTAA



4.023
NÄYTTÖKERTAA

625
KATSELUKERTAA

Rekry & muuttajat -digimainonta 2018

5. - 31.3.2018

- Oddy Inc. Toimii sopimuskumppanina By lisalmi –brändityön digitaalisessa markkinoinnissa
- Oddy tekee yhteistyötä myös YTYÄ!-hankkeen kanssa, ja samat kohderyhmät ja toteutetuista kampanjoista kerätyn datan hyödyntäminen edesauttavat rekry/muuttajamarkkinointimme onnistumista ja markkinoinnin tehokkuuden kehittymistä jatkuvasti.
- Ohessa esiteltynä By lisalmi –brändityön vuosisuunnitelman mukaisista isoista kampanjalähdöistä ensimmäinen (maaliskuu) sekä jatkuvaluontoisempi uudelleenmarkkinointi.
- Seuraava rekry/muuttajakampanja toteutetaan syksyllä

Kampanjat

Uudelleenmarkkinointi (maaliskuu-huhtikuu)

Retarget -mainonnassa näytetään kumppaniyrityksen rekry-osiossa tai vastaavasti oppilaitosten määrittämässä opiskelijoiden tunnistuspisteissä käyneille henkilöille By lisalmen mainosaineistoja.

Uushankinta (maaliskuu)

Uushankinnassa näytetään By lisalmen mainosaineistoja työllistymisestä tai opiskelusta kiinnostuneille aikuisille sekä nuorille. Facebookissa lisänä myös lisalnessa vierailleet ulkopaikkakuntalaiset. Rajattu Oulun + Tampere, Joensuu, Jyväskylä, Kajaani alueille.

Tahko -aluekohdennus (vko.9)

Kohdennettu mainonta Tahkon alueelle (~1km) viikolla 9.



By
Iisalmi
OSAAMISEN PAIKKA

Uudelleenmarkkinointi

Retarget -mainonnassa näytetään kumppaniyrityksen rekry-osiossa tai vastaavasti oppilaitosten määrittämissä opiskelijoiden tunnistuspisteissä käyneille henkilöille By Iisalmen mainosaineistoja.

Mainonnasta ohjataan By Iisalmi -sivustolle.

Mainonnassa mukana olevat kumppaniyritykset:

Metallityö Vainio
TKD
Savon laaturakennus
Olvi
Savon lasituote / Lasipaviljonki
Insinööritoimisto Savolainen Oy
YSAO
SAKKY
Savonia
Suomivalimo
Iisalmen Kaupunki (By Iisalmi sekä maahanmuutto-osio)
Brave / Oddy

Mainoskanavat ja formaatit

Ohjelmallinen verkosto

Display -mainonta:

Tunnetuimmat Suomalaiset verkkosivustot (esim. iltalehti.fi, MTV.fi)

Videomainonta:

Tunnetuimmat Suomalaiset verkkosivustot sekä videosisällöt



Facebook

Videomainonta Facebookin aikajanalla



By
lisalumi
OSAAMISEN PAIKKA

Uushankinta

Rekry / muuttajat -uushankinnassa näytetään By lisalmen mainosaineistoja työllistymisestä tai opiskelusta kiinnostuneille aikuisille sekä nuorille. Facebookissa lisänä myös lisalnessa vierailleet ulkopaikkakuntalaiset.

- Kohdennuksena käytetään yleisö-/kiinnostusdataa, joka pohjautuu ihmisten nettikäyttäytymiseen sekä aihekiinnostuksiin.

- Kampanjan mainonta on rajattu maantieteellisesti kahteen eri segmenttiin: "Oulun alue" sekä "Muut paikkakunnat".

Paikkakunnat: Oulu
Tampere
Joensuu
Jyväskylä
Kajaani
+ näiden lähialueet +50-100km

Mainoskanavat ja formaatit

Ohjelmallinen verkosto

Display -mainonta:

Tunnetuimmat Suomalaiset verkkosivustot (esim. iltalehti.fi, MTV.fi)

Videomainonta:

Tunnetuimmat Suomalaiset verkkosivustot sekä videosisällöt



Facebook

Videomainonta Facebookin aikajanalla



By
Lisalmi
OSAAMISEN PAIKKA

Uushankinta

Statistiikkaa:

Ohjelmallinen verkosto 5.3. - 31.3.2018

600 500 Mainosnäyttöä	243 000 Laitetta	1519 Klikkausta	CTR% 0,28	DISPLAY VIDEO
378 000	138 000	741	0,20	
222 500	105 000	778	0,35	



By
Lisalmi
OSAAMISEN PAIKKA

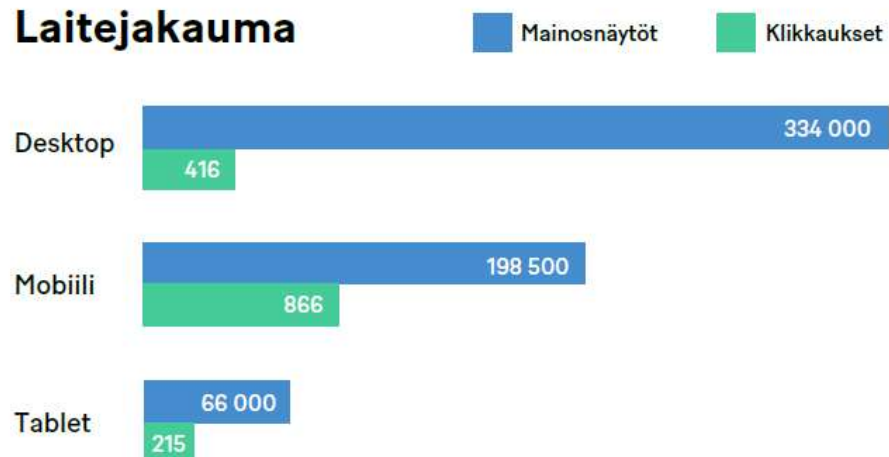
Uushankinta

Ohjelmallinen verkosto 5.3. - 31.3.2018

Paikkakunnat

	Näyttömäärät	Klikkaukset
Oulu	195000	481
Kempele	9474	24
Tupos	8344	33
Tampere	174985	412
Jyväskylä	57 038	129
Joensuu	35 308	95
Kajaani	20 826	76
Kangasala	8 657	20
Lempaala	8 624	28
Nokia	8 420	23
Valkeakoski	4 929	12
Jamsa	4 918	17
Ylivieska	4 192	19

Laitejakauma



Uushankinta

Ohjelmallinen verkosto 5.3. - 31.3.2018

Aineistot



300x300 (mobili)
Mainosnäytöt: 77 585
Kattavuus: 47 572
Klikkaukset: 438
CTR%: 0,56%



300x250
Mainosnäytöt: 33 235
Kattavuus: 11 140
Klikkaukset: 16
CTR%: 0,05%



980x120
Mainosnäytöt: 82 853
Kattavuus: 25 388
Klikkaukset: 43
CTR%: 0,05%



980x400
Mainosnäytöt: 26 886
Kattavuus: 8 126
Klikkaukset: 70
CTR%: 0,26%



980x400 (videobanner)
Mainosnäytöt: 23 239
Kattavuus: 5 615
Klikkaukset: 59
CTR%: 0,25%



160x600
Mainosnäytöt: 135 317
Kattavuus: 41 113
Klikkaukset: 115
CTR%: 0,08%

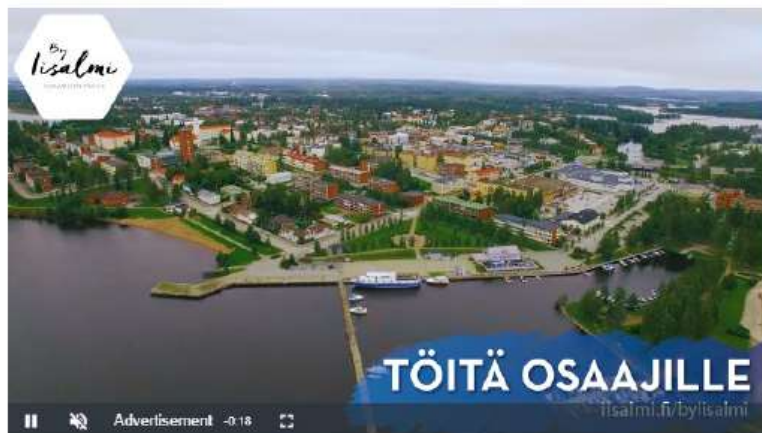


By
Iisalmi
OSAAMISEN PAIKKA

Uushankinta

Ohjelmallinen verkosto 5.3. - 31.3.2018

Videomainonta



Klikkauksia	778
CTR%	0,35%

Videokäynnistyksiä:	215 100
Katsottu 25%	147 155
Katsottu 50%	116 622
Katsottu 75%	96 179
Katsottu 100%	81 460

(normaalisti videoverkoston videoita ei voi skipata)

Yleisin videoverkoston mainoksen sijainti on esim. uutisartikkelin yhteydessä sijaitseva videosisältö.



By
Iisalmi
OSAAMISEN PAIKKA

Uushankinta

Facebook 1.3. - 31.3.2018

113 600

Mainosnäyttöä

22 100

Henkilöä

733

Linkin
klikkausta

CTR%

~0,65

103

Reaktiota

6

Kommenttia

Yleisöt

Oulun alue

Mainosnäytöt: 41 131

Kattavuus: 5 993

Klikkaukset: 256

Muut paikkakunnat

Mainosnäytöt: 59 064

Kattavuus: 12 571

Klikkaukset: 393

Iisalmessa vierailleet

Mainosnäytöt: 13 422

Kattavuus: 3 936

Klikkaukset: 84



By
Lisalmi
OSAAMISEN PAIKKA

Uushankinta

Facebook 1.3. - 31.3.2018

Aineistot



Brandspot #1 (pitkä)

Mainosnäytöt: 42 048
Kattavuus: 14 588
Klikkaukset: 293
CTR% **0,70%**



Brandspot #2 (lyhyt)

Mainosnäytöt: 71 569
Kattavuus: 18 651
Klikkaukset: 440
CTR% **0,61%**

Lyhyt versio toimi paremmin klikkausten, kattavuuden ja mainosnäyttömäärien osalta. CTR% on hieman huonompi, mutta ei merkittävä jos mitataan saatujen klikkausten määrää. Yleensä videomainonnassa lyhyt ja ytimekäs mainosvideo toimii parhaiten.



Uudelleenmarkkinointi

Aineistot

Facebook



Display



Uudelleenmarkkinoinnissa seurantapikselin kautta kerätään "osoitteistoa" By Iisalmi-kumppaneiden netti(rekry)sivuilta, ja heille näytetään Facebookissa ja Display-mainontana By Iisalmi -mainontaa (videoita, kuvabannereita).
-> vahvistetaan päätöstä rekrytoitua ja muuttaa Iisalmeen.



By
lisalmi
OSAAMISEN PAIKKA

Uudelleenmarkkinointi

Retarget -mainonnassa näytetään kumppaniyrityksen rekry-osiossa tai vastaavasti oppilaitosten määrittämässä opiskelijoiden tunnistus-pisteissä käyneille henkilöille By lisalmen mainosaineistoja.

Mainonnasta ohjataan By lisalmi -sivustolle.

**Mainonnassa mukana olevat
kumppaniyritykset:**

Metallityö Vainio
TKD
Savon laaturakennus
Olvi
Savon lasituote / Lasipaviljonki
Insinööritoimisto Savolainen Oy
YSAO
SAKKY
Savonia
Suomivalimo
lisalmen Kaupunki (By lisalmi sekä maahanmuutto-osio)
Brave / Oddy

Mainoskanavat ja formaatit

Ohjelmallinen verkosto

Display -mainonta:

Tunnetuimmat Suomalaiset verkkosivustot (esim. iltalehti.fi, MTV.fi)

Videomainonta:

Tunnetuimmat Suomalaiset verkkosivustot sekä videosisällöt



Facebook

Videomainonta Facebookin aikajanalla



Uudelleenmarkkinointi

Statistiikkaa:

Ohjelmallinen verkosto 1.3. - 10.4.2018

135 000 Mainosnäyttöä	8348 Laitetta	723 Klikkausta	CTR% ~0,60	DISPLAY VIDEO
95 700	4 873	442	0,46	
39 300	3 475	281	0,72	

Facebook 1.3. - 12.3.2018

16 700 Mainosnäyttöä	~3300 Henkilöä	289 Linkin klikkausta	CTR% 1,72	52 Reaktiota	2 Jakamista
--------------------------------	--------------------------	------------------------------------	---------------------	------------------------	-----------------------



Uudelleenmarkkinointi

Aineistot

Facebook



Display

