



VIESTINTÄSTRATEGIA

Raision kaupungin viestintästrategia 2018–2021
Luonnos kaupunginhallitukselle 16.4.2018



Viestinnän periaatteet ja keskeiset kohderyhmät

Kaupungin viestintävelvollisuutta säätelee kuntalaki, joka painottaa vuorovaikutusta ja kuntalaisten osallistumismahdollisuuksia. Tämä velvollisuus tarjoaa myös mahdollisuuden ideoiden ja ajatusten vaihtoon ja kaupungin kehittämiseen yhdessä sen asukkaiden kanssa.

Hyvä viestintä on kulmakivi myös kaupunkimaiseen rakentamiselle. Kun viestintä tärkeimpien sidosryhmien kanssa on kunnossa, voidaan kaupunkia markkinoida myös muille.

Viestinnässä ja markkinoinnissa on erilaisia painotuksia eri kohderyhmille. Samat periaatteet pätevät kuitenkin kaikkiin ja viestinnässä tulee olla yhteinen linja.



Raision viestintä on

Aktiivista ja avointa: Raisio viestii ennakoivasti, ajantasaisesti ja läpinäkyvästi, myös kielteisistä asioista.

Innostavaa ja osallistavaa: Raision viestintä on helpposti lähestyttävää ja erilaiset kohderyhmät huomioon ottavaa. Sopivan tilaisuuden tullen viestintä saa olla persoonallista.

Vuorovaikutteista ja verkostoitunutta: Viestintää toteuttaa koko Raision henkilöstö. Yhteistyöhön ja vuoropuheluun pyritään myös eri sidosryhmien kanssa.

Raision viestintä saa olla helposti lähestyttävää ja persoonallista.

Raision viestinnän keskeisimmät kohderyhmät ovat

- asukkaat
- kaupungin toimintayksiköt ja henkilöstö
- luottamushenkilöt
- elinkeinoelämä
- media
- oppilaitokset
- paikalliset yhdistykset
- matkailijat ja vapaa-ajan viettäjät
- muut kunnat ja viranomaiset
- muut keskeiset yhteistyötahot

Viestintästrategian lähtökohdat

Viestintästrategia luo viestinnän ja markkinoinnin linjauksia ja antaa sisällöllisen pohjan viestinnälle. Se ohjaa viestintä- ja markkinointisuunnitelmia ja -kampanjoita määrittelemällä strategisen aikeen, jonka perusteella valitaan erilaisia toimenpiteitä ja tuotetaan sisältöjä.

Viestintästrategia esittää kokonaisnäemyksen Raision kaupungin viestinnästä ja tukee kaupunkistrategian tavoitteiden toteutumista. Raision viestintästrategiassa keskeiseksi teemaksi on nostettu kaupungin maineen kehittäminen. Myönteinen maine tukee kaupungin kasvua ja elinvoimaa.

Viestintästrategian pohjana on kaupunkistrategia ja sen työstämisen eri vaiheet, erityisesti kaupunginvaltuuston ja kaupunginhallituksen strategiaseminaarissa 28.–29.8.2017 käydyt keskustelut.

Kaupungin laajennetussa johtoryhmässä tehtiin 1.3.2018 viestinnän SWOT-analyysi, jossa suurimpina teemoina nousivat esiin kaupungin maine, viestinnän resurssit sekä verkkopalvelut: Kaupungin mainetta pidettiin heikkoutena, joka oikealla viestinnällä voidaan muuttaa mahdollisuudeksi. Uhkana nähtiin pienet viestintäresurssit, jotka ovat heijastuneet esimerkiksi verkkosivujen ajantasaisuuteen. Kaupungin läsnäolo sosiaalisessa mediassa nähtiin vahvuutena.

Viestintästrategiaa laadittaessa on hyödynnetty myös kaupungin mainetta sivuavia tutkimuksia. Niistä tärkein on Taloustutkimuksen selvitys muuttolukkuudesta ja kaupunkien vetovoimatekijöistä.

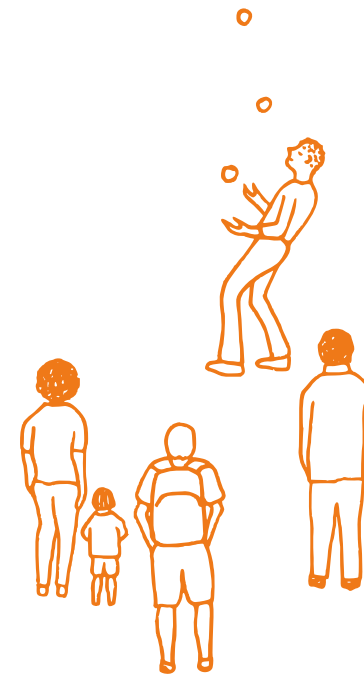
Raision vetovoimatekijät

Taloustutkimuksen syksyllä 2016 tekemässä tutkimuksessa Raision erityisiksi vetovoimatekijöiksi nousivat liikenneyhteydet, kaupalliset palvelut, hyvät harrastusmahdollisuudet ja kunnalliset palvelut.

Vetovoimatutkimuksessa kielteiset ja myönteiset mielikuvat jakaantuivat lähes tasan, kun arvioitiin Raision laatua kasvu ympäristönä, työpaikkojen tarjontaa, asuntojen/tonttien hintatasoa tai viihtyisyyttä asuinympäristönä.

Tutkimus osoitti myös että Raisio jakaa vahvasti mielipiteitä, kun kysytään halukkuutta muuttaa Raisioon: Puolet vastaajista voisi ajatella muuttavansa Raisioon, puolet ei missään nimessä.

Raision vetovoimaa lisäävät liikenneyhteydet, harrastusmahdollisuudet ja hyvät palvelut.



Raision strategiset lähtökohdat

Viestintästrategian ensisijainen tehtävä on tukea kaupunkistrategiaa. Raision kaupunkistrategiassa on nimetty neljä strategista päämäärää. Kaikkien päämäärien toteuttamiseksi tarvitaan myös viestintä. Erityisesti viestintä tukee muutoshankkeita sekä houkuttelevuuden ja yhteisöllisyyden luomista. Myös digitaalisuus on vahvassa roolissa viestinnän kehittämisessä.

1. Elinvoimainen Raisio

Raisio on houkutteleva ja elinvoimainen kaupunki. Erinomainen sijainti, avoimet työpaikat, monipuolinen ja kohtuuhintainen asuntotarjonta, hyvät palvelut, harrastusmahdollisuudet sekä viihtyisä asuinympäristö ovat vetovoimaisen Raision tunnusmerkkejä.

Raisio tarjoaa yrityksille yhden Suomen parhaista toimintaympäristöistä. Raisiossa on kilpailukykyinen yritystonttivaranto ja yritysten on helppo löytää tietoa Raision sijoittumismahdollisuuksista. Palveluhenkisyys, nopeus ja tasapuolisuus määrittävät toimintatapaa yritysyhteistyössä.

2. Hyvinvoiva Raisio

Raisio kannustaa ja motivoi kaupunkilaisia hyvinvoinnin ja terveyden edistämiseen. Raisiossa monipuolisista liikunnan, kulttuurin ja muun vapaa-ajantoiminnan edellytyksistä huolehditaan kaikki ikäryhmät huomioiden. Raisio on yhteisöllinen kaupunki. Erilaiset elämäntilanteet huomioidaan kaupungin tarjoamissa mahdollisuuksissa.

Palvelut kohdennetaan asiakastarpeiden mukaisesti ja palvelutarpeen muutoksia ennakoidaan. Paikallisella palveluosaamisella haetaan vaikuttavuutta ja kustannustenhallintaa.

3. Kehittyvä Raisio

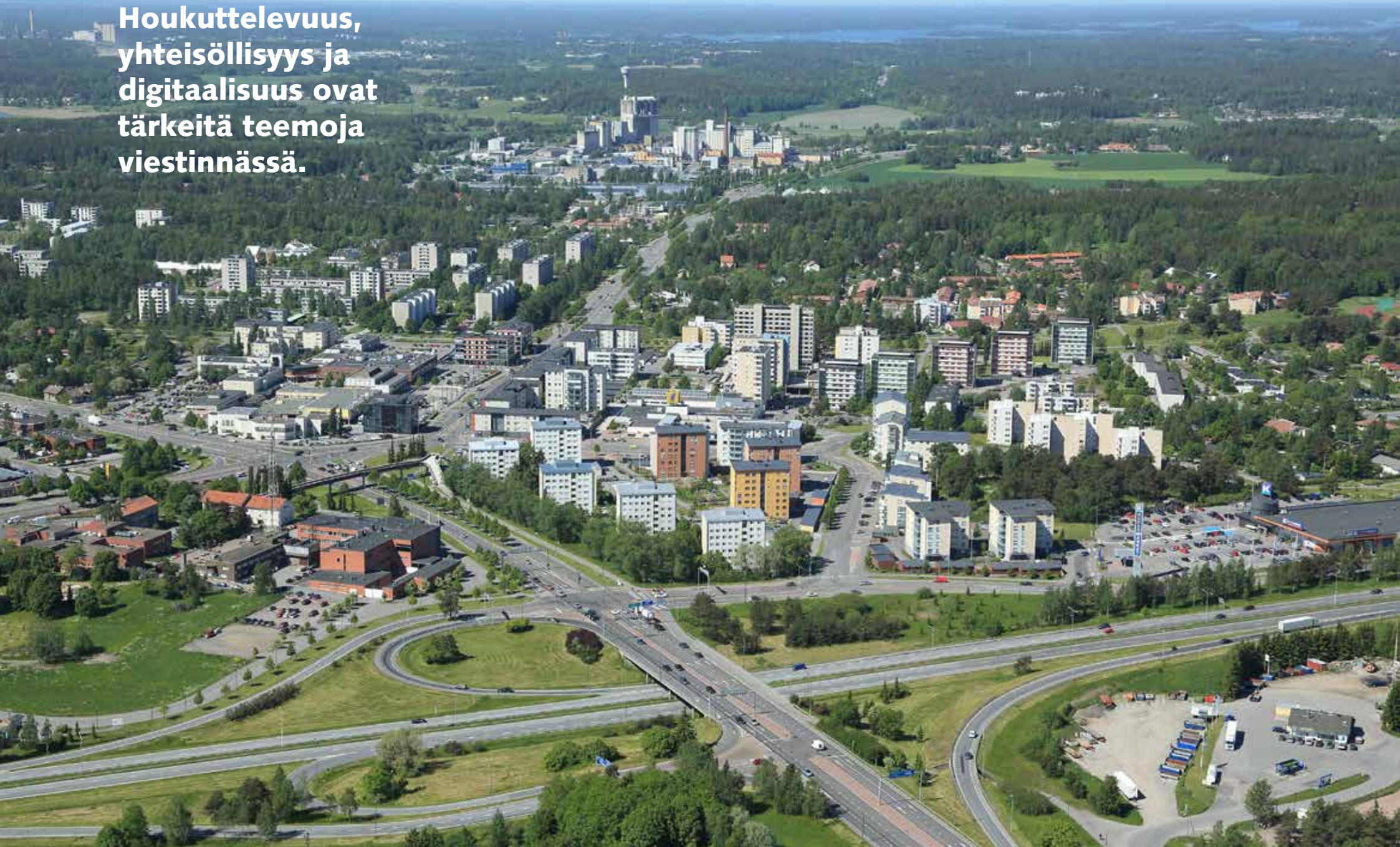
Digitaalisuus, ympäristöystävällisyys ja joustavat liikenneratkaisut ovat kehittyvän Raision tunnusmerkkejä. Kaupunki valmistautuu E-18 tiehankkeen toteuttamisvaiheeseen. Joukkoliikennettä kehitetään osana Turun seudun joukkoliikenteen runkoverkoston kehittämistä huomioiden asukasluvun kasvu sekä asuinalueiden ja työpaikkojen sijoittuminen. Lähiympäristön viihtyisyyttä lisätään. Raisio kehittää digitaalisia palveluja kaikilla toimialoilla.

4. Tasapainoinen talous ja hyvinvoiva henkilöstö

Kaupunkikonsernin talous on tasapainossa ja kaupungin vuositulos ylijäämäinen.

Raision kaupungilla on maine hyvänä työnantajana ja kaupunki edistää henkilöstön työhyvinvointia.

**Houkuttelevuus,
yhteisöllisyys ja
digitaalisuus ovat
tärkeitä teemoja
viestinnässä.**



Kaupunkimaine

Kaupungin maine ohjaa ihmisten valintoja olipa kyse kotipaikasta tai yrityksen sijoittumisesta. Hyvä maine synnyttää vetovoimaa. Maineen perusta on alueen identiteetissä ja todellisessa toiminnassa, niitä heijastavassa viestinnässä ja kokemuksissa, jotka vahvistavat mielikuvat todeksi.

Viestinnän avulla voidaan välittää tietoa sekä tarjota havaintoja ja aikaansaada kokemuksia, jotka herättävät positiivisia mielikuvia. Asenteet, arvostukset ja uskomukset muuttuvat hitaammin.

Maine on sekä kaupungin sisäinen että ulkoinen kysymys. Ratkaisevinta on kuitenkin alueen sisäinen maine tai henki. Korvaamattomia ovat kotiseudutaan ylpeät asukkaat ja tyytyväiset yrittäjät, jotka kertovat kokemuksestaan muille.

Raision maineelle on hyvä perusta erinomaisessa sijainnissa, toimivissa palveluissa ja alueen talouskasvussa. Näitä vetovoimatekijöitä kannattaa edelleen tuoda esiin viestinnässä. Raisio on vähemmän tunnettu ns. pehmeistä vetovoimatekijöistä. Pehmeät vetovoimatekijät liittyvät esimerkiksi kaupungin ilmapiiiriin, tarinaan, luontoon ja vapaa-ajanviettoon.

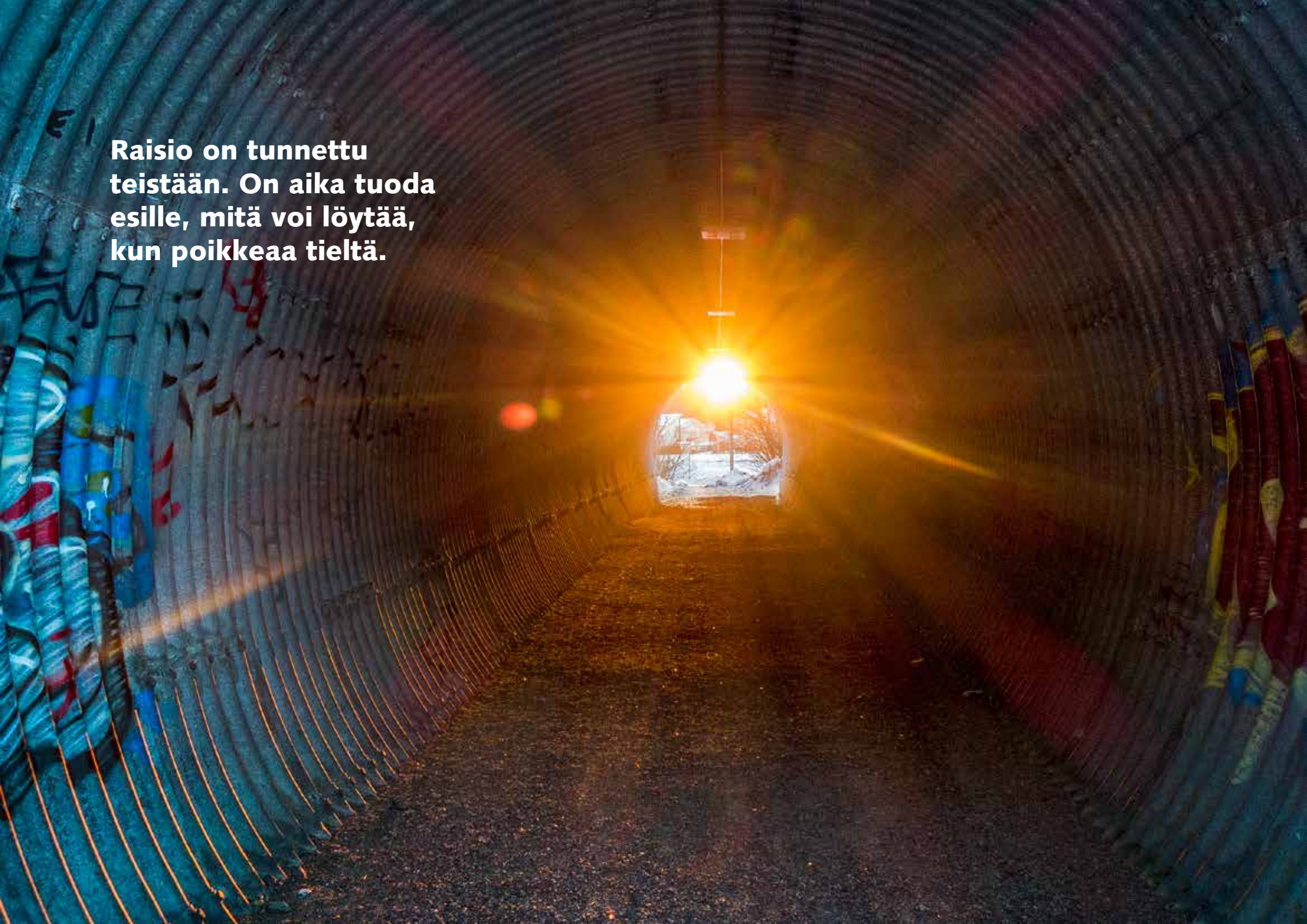
Maine, imago ja brändi ovat mielikuviin liitettyjä käsitteitä, joissa on erilaisia painotuksia. Hyvän kaupunkimaineen rakentamiseksi Raisio voi hyödyntää niitä kaikkia.

Maine ansaitaan pitkäjänteisellä, johdonmukaisella ja strategisesti johdetulla toiminnalla. Maineen taustalla on kokemus jostakin asiasta. Viestinnällä voidaan vahvistaa tavoitemielikuvaa.

Imago syntyy mainetta lyhyemmässä ajassa. Imago on luotu mielikuva. Se ei vaadi kokemusta syntyäkseen ihmisten mielissä, mutta imago voi herättää kiinnostuksen kokemuksen saamiseen. Viestinnällä ja markkinoinnilla voidaan tavoitella tietynlaista imagoa.

Brändi on tavoitteellisesti rakennettu mielikuvien, kokemusten ja ominaisuuksien kokonaisuus. Brändin rakentaminen on prosessi, jolla pyritään muun muassa rakentamaan muista erottuva persoonallisuus, yhtenäistämään viestintää sekä tarjoamaan kohderyhmälle jotakin ainutlaatuista. Viestintä on vain yksi osa brändiä.

**Raisio on tunnettu
teistään. On aika tuoda
esille, mitä voi löytää,
kun poikkeaa tieltä.**



Viestinnän painopisteet ja tavoitemielikuvat

Vuonna 2021 Raisio tunnetaan siitä, mitä on teiden ympärillä: ihmisiä, luontoa ja yllätyksiäkin. Kaupunki on noussut risteysmaineen yläpuolelle.

Jokainen raisiolainen ja Raisiossa työskentelevä ihminen on kaupungin mainelähettiläs. Mielikuva kaupungista rakentuu jokaisessa kohtaamisessa. Haluamme että raisiolaiset kertovat oman tarinansa kotikaupungistaan. Kehutaan Raisiota niin että raikuu!

Viestinnän avulla tarjotaan havaintoja Raisiosta, jotka ulottuvat auton ikkunaa pitemmälle. Raision viestintä antaa kaupungille kasvoja. Raision viestintä puhalttaa elämää mielikuviiin, se välittää kokemuksia ja houkuttelee kokemaan.

Raisio on ylpeä hyvistä kulkureiteistään ja tunnetuista yrityksistä. Niiden osalta haluamme säilyttää hyvän maineen ja tuoda rinnalle vehreyttä, persoonallisuutta ja kotiseururakkautta.

Haluamme muuttaa Raisio-mielikuvissa harmaan vihreäksi, autot polkupyöriksi ja betonin elämäksi. Raisiota koskevia mielikuvia rakennetaan tavoitellun mukaiseksi sisäisen ja ulkoisen viestinnän, markkinoinnin sekä käytännön toiminnan kautta.

TAVOITEMIELIKUVAT JA YDINVIESTIT

Rakas

Raisio on monen rakastama kotikaupunki. Asukkaat ovat ylpeitä Raisiosta ja Raisio heistä. Raisio kehittyi ihmisten hyväksi. Raisiossa on kaikenikäisiä ihmisiä ja heistä pidetään huolta. Raisiossa on intohimoisia ihmisiä, jotka tuovat kaupunkiin elämää aktiivisella yhdistys- ja seuratoiminnalla. Raisiossa rakkaille harrastuksille on tilaa ja mahdollisuuksia.

- ▶ Ylpeydenaihe
- ▶ Asukas- ja asiakaslähtöinen
- ▶ Kaikenikäisten kaupunki
- ▶ Yhteisöllinen

Ainutlaatuinen

Missä muualla kaikki kaupungin palvelut mahtuvat kymmenen kilometrin säteelle? Mistä muualta on yhtä lyhyt matka lentokoneeseen ja Airistolle? Raisiossa on omanlaistaan rosaa, mutta kaupunkijulkisivun takana on idyllisiä asuinalueita. Raisiossa on suuri kauppakeskusalue, mutta myös elävä keskus. Ihan samanlaista yhdistelmää ei ole missään.

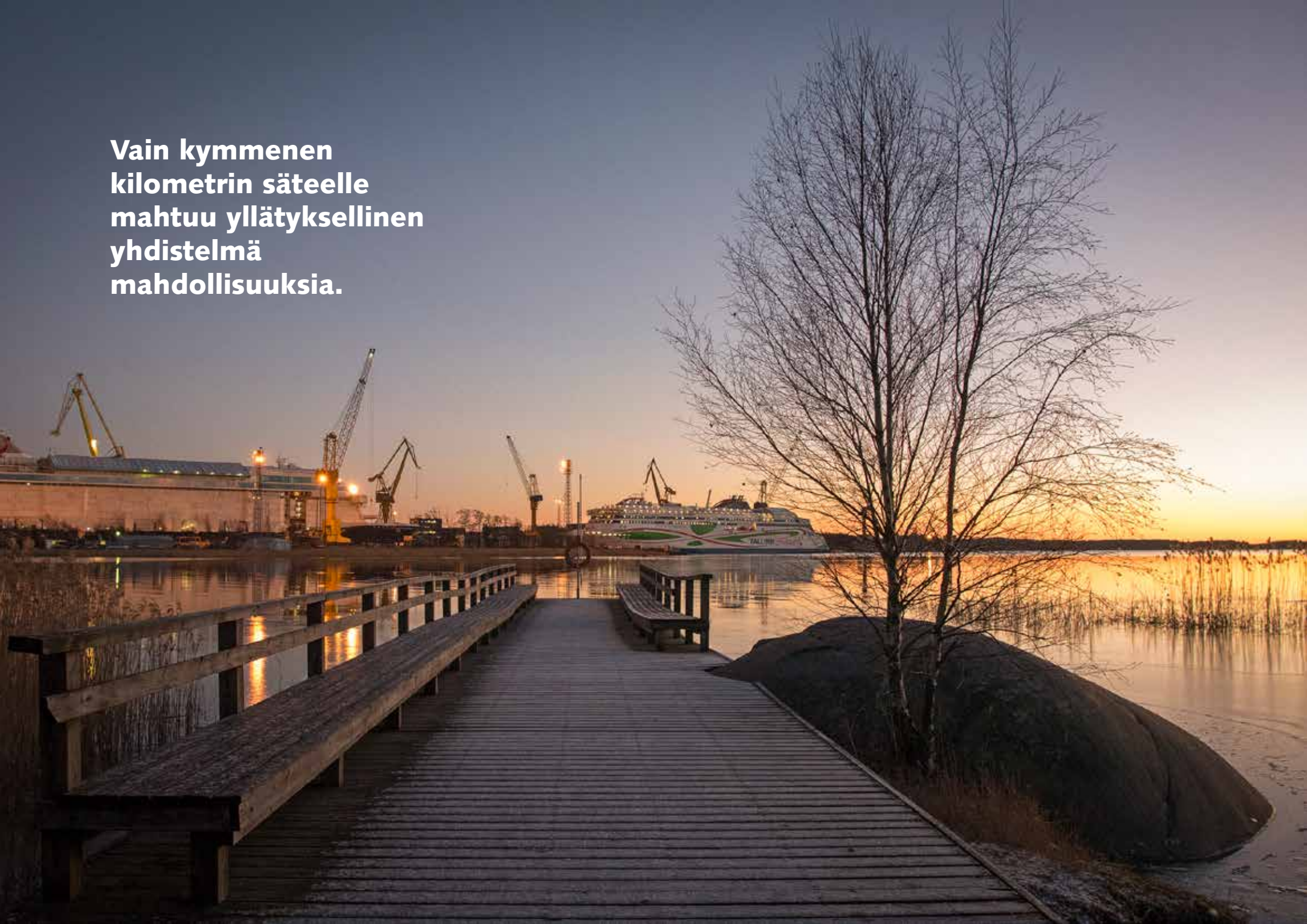
- ▶ Kaikki on lähellä
- ▶ Mahdollisuuksien maaperää
- ▶ Pieni suuri kaupunki
- ▶ Rohkeasti uudistuva

Innostava

Raisiossa on paljon löydettävää niin asukkaalle kuin vierailijalle. Kun poikkeaa tieltä, voi löytää vaikka Alppiruusuapuiston, rock-kulttuuria tai tapahtumia pursuavan Kirjastotalon. Raisiossa on tilaa innovaatioille ja yritteliäisyydelle. Mahtavat opinahjut tuottavat tulevaisuuden osaajia. Raisiota voi rakastaa tai vihata, mutta kylmäksi se ei jätä.

- ▶ Yllätyksellinen
- ▶ Urbaani ja luonnonläheinen
- ▶ Kasvun paikka
- ▶ Ihmisten ja ilmiöiden risteys

**Vain kymmenen
kilometrin säteelle
mahtuu yllätyksellinen
yhdistelmä
mahdollisuuksia.**



Viestintästrategian jalkauttaminen ja mittarit

Viestintästrategia on vasta pohja varsinaiselle työlle. Strategia jalostetaan viestintäsuunnitelmiksi ja lopulta teoiksi.

Raisiossa tärkeitä pohjatöitä viestintästrategian jalkauttamiselle ovat tavoitemielikuville perustuvan visuaalisen ilmeen laatiminen ja verkkosivujen uusiminen. Ajantasainen graafinen ohjeisto ja materiaalipohjat sekä toimivat verkkosivut mahdollistavat viestinnän toteuttamista pienilläkin resursseilla. Myös muutosviestinnän tarve on huomioitava muuttuvassa kaupungissa.

Kaupungin viestintäkanavat viritetään huippuunsa, jotta ne vastaavat tehokkaasti niin kaupungin päivittäisviestinnän tarpeisiin kuin sote- ja maakuntauudistuksen sekä E18-tiehankkeen kaltaisiin viestintähaasteisiin. Kun kaupungin viestintä palvelee parhaalla tavalla raisiolaisia, voidaan kaupungin imagoa kohottaa myös muiden mielissä.

Strategiatason mittareina toimivat toteutetut uudistukset ja mainetutkimukset. Tarkemmat mittarit määritellään viestintä- ja markkinointisuunnitelmissa.

Visuaalisen ilmeen uusiminen

Raision visuaalinen ilme päivitetään ajan tasaiseksi ja heijastamaan tavoitemielikuvia. Väripaletti ja graafiset elementit auttavat jäsentämään kaupungin eri ulottuvuuksia. Ihmiset, elämä ja yllätykset tuodaan esiin myös kuvina ja kuvituksina. Uusi ilme näkyy kokonaisvaltaisesti niin verkossa, painotuotteissa kuin kaupunkiympäristössä esimerkiksi sisäänäntöväylien kylteissä.

Verkkopalvelujen kehittäminen

Kaupungin verkkosivut on käytetyin kanava kaupunkia koskevaan tiedonhakuun, mutta verkkoviestintä on verkkosivuja laajempi kysymys. Digitaalisten palvelujen kehittäminen onkin yksi kaupungistrategian päämääristä. Uudet verkkopalvelut ja sosiaalinen media mahdollistavat aktiivisen vuorovaikutuksen kuntalaisten kanssa.

Viestintäyhteistyön kehittäminen

Viestinnän yhteinäisen linjan rakentamiseksi yhteistyötä kaupunkiorganisaation sisällä kehitetään. Eri hallintokunnat ovat entistä paremmin paremmin edustettuna viestinnän suunnittelussa ja koordinoimisissa. Kaupunkimaineen rakentaminen vaatii myös viestintäyhteistyötä ulkoisten sidosryhmien kanssa.

Muutosviestintä

Sote- ja maakuntauudistus sekä E18-tiehankkeet vaativat huomion kiinnittämistä muutosviestintään. Erityisesti E18-tunnelihanke on, paitsi hieno uusiutumismahdollisuus, myös maineriski ennestään risteyksestä tunnetulle kaupungille.

Kampanjasuunnittelu

Kaupungin maine ei kasva yksinomaan hiljaa hyvää toimimalla. Kaupunkimarkkinoinnilla hyvä maine leviää kaupungin rajojen ulkopuolelle.



**Viestintä välittää
kokemuksia ja
houkuttelee kokemaan.**

