

# Markkinointi ja viestintä 24

#Ilovekustavi #kustavi150

#jotainmikäjäämieleen



Kustavin kunta  
Markkinointi ja viestintä 2024 sekä  
Kustavi 150-v.  
Suunnitelma Tuuli Jansson

# Suunnitelman sisältö

- Suunnitelman laadinta
- Viestinnän painopisteet 2024
- Kantavat teemat-pääviestit-mainoslauseet
- Linjauksia
- Mainostaminen
- Materiaalit
- Messut
- Matkailuneuvonta
- Osallistaminen ja kohtaaminen
- Tapahtumat ja osallistumiset
- Muita toimenpiteitä
- Kustavi 150-v., 7 diaa

# Suunnitelman laadinta

Suunnitelma toteuttaa Kustavin kuntastrategiaa edistäen sen tavoitteita ja kriittisiä menestystekijöitä vastaten kaikkiin *Elinvoiman edelläkävijyyden* tavoitteisiin sekä *Tasapainoin ja investoinnit mahdollistavan talouden* osalta toiminnan ja talouden yhteensovittaminen, laatutaso ja palveluiden vaihtoehtoiset järjestämistavat. Suunnitelman linjauksilla edistetään myös kunnan palvelulupauksen lunastamista.

## **Suunnitelmasta on tunnistettavissa kaksi ekosysteemiä**

- Juhlavuosi: Paikalliset tapahtumat ja toimijat niin yhteisöt kuin yrityksetkin, kuntalaiset ja vapaa-ajanasukkaat ja
- Matkailu: yritykset, visit-organisaatiot, kunta- ja muut sidosryhmäkumppanit

## **Suunnitelma päivittää kunnan toimintatapoja mm. seuraavien osalta**

- Osallistava valmistelu ja toteutus
- Yhteistyö, erityisesti markkinointiyhteistyö
- Digitalisaation lisääminen, erityisesti nettisivut ja SoMe
- Palvelumuotoilu, tiedolla johtaminen

Suunnitelman valmistelussa on hyödynnetty osallistamistilaisuuksia, kokemuksia aiemmista tapahtumista ja messuista, sidosryhmähaastatteluja ja aiempaa toteumatietoa

# Viestinnän painopisteet 2024

## Ulkoinen

Kustavi 150-vuotta. Kustavi ennen, nyt ja tulevaisuudessa.

- Kustavi –elinvoiman edelläkävijä
- Kustavi –elinvoimaista saaristoa ympäri vuoden

## Sisäinen

Kustavi näkyy 2020-luvulla

- Kehitämme viestintä- ja palvelukulttuuriamme
- Suunnitelmallisuudella ja roolituksella tasaista tuottoa
- Kohderyhmä, tavoite ja vaikuttavuus-ajattelua
- Painetusta markkinoinnista sähköiseen joukkoistukseen



# Kantavat teemat

---

- Saaristomatkaile, saariston rengastie, satamat (meille pääsee vesitse), helppo päivämatkakohde
- Kestävät toimintavat ja saariston luonto-arvoista huolehtiminen, jolla ylläpidetään lumovoimaista ja elinvoimaista saaristoa.
- Tapahtumat, kytkettynä 150- v.
- Ympärivuotisuus, kesäsesongin hännät, ei-tyypilliset ajankohdat
- Asuminen ja vapaa-ajanasuminen sekä tontit ja palvelut: asukashankinnan kohderyhmä?



# Linjauksia

- **Nettisivut ovat kaiken tiedon kotipesä.**
- Siirrytään painetusta ja paikallisesti jaettavasta **sähköiseen ja kauempaa sekä aiemmin tavoittavaan.**
- Määritellään **kohderyhmät** ja suunnataan panoksia kohderyhmien tavoittamiseen.
- Karsitaan yleistasoisista lehtimainoksista, vähennetään painotuotteita, aktiivisuutta, elävää ja aikaansa seuraavaa, siirrytään puhelinnumeroperusteisesta joukkoja tavoittavaan viestintään.
- **Tavoitellaan reaktioita, toimintaa tai muutosta** ja tarjotaan toimivat **palvelupolut**. Esim. mainostetaan tapahtumaa-> ilmoittautuminen/osto, paikka, aika, hinta, pysäköinti, ennakkomateriaalit/tiedot ja muistetaan myös jälkimainonta.
- Tarkistetaan aina yhteistyömahdollisuudet.
- Tavoitellaan perinteisessä mediassa, sen sijaan että ostettaisiin ensisijaisesti mainoksia, laajempia artikkeleita ja puffisisältöjä (tiedotteet).
- Toteutetaan markkinointikampanjat valituista aiheista, rajatuille kohderyhmille, kertaluonteisesti
- Koska sisällöntuotanto on kallista, kiinnitetään huomiota **sisältöjen levittämiseen** ja uusiohyödyntämiseen.
- Proaktiivisuus: mahdollistetaan, kerrotaan ennen ei vasta sitten kun meni jo.
- **Sisäinen roolitus kuntoon.** Tehdään yhdessä toisistamme tietoisina. Suunnitelmallisuudella tasainen tuotto. Enemmän vähemmän ja laadukasta.

# Mainostaminen

- Siirrytään printistä sähköiseen, kokeillaan videoita ja maksullista somemarkkinointia, hyödynnetään myös radio
- Orgaanisen näkyvyyden tavoittelu= kuntalaiset, vapaa-ajanasukkaat, yritykset, yhteisöt, kumppanit ja luottamusihmiset töihin (tarvitaan ohjeet)
- Ostetut mainokset pääasiallisesti kytkettynä artikkeliin ja temaattiseen yhteistyöhön liittyen esim. Saariston rengastie, Brändö
- Ylläpidetään some-markkinointia orgaanisena ja tuettuna maksullisesti itsetuotettuna
- 150-v. laskeutumissivusto, jota voidaan käyttää myös jatkossa: Visit Kustavi
- Some-markkinointikampanjat: tonteista rakenna- ja sisustamessujen aikaan, matkailun paikallisista tarjouksista matkamessujen aikaan, sesongin ulkopuolella esim. pääsiäinen tai vappu.
- Kaikki mainokset ja markkinointi ja tapahtumat päivitettyillä pohjilla ja ilmeellä
- Mainosaineistot koko vuodeksi kerralla ja niitä myllytetään läpi. Ilmeen mukaisina esim. mainoksia max. Paria sorttia
- Tienvarsimainokset ja banderollit? Sisääntulo, tori, Kustavintien varsi?



# Materiaalit 24

- **Valittava kokonaisuus:** Perinteinen matkailuesite ts. aiempi päivitettyinä, tapahtumapohjainen ja/ vai repäisykartta, oma vai yhteinen tai mukaan laajempaan kokonaisuuteen?
- Vapaa-ajanasukkaiden kesäkirje (sis. Matkailun sisällöt ja kuntatiedote, 150 ja asuminen)
- Kuvauskehys tai tinttamareski (Somenäkyvyys): pyroni, kolme sivua ja torille
- Tapahtumakooste nettisivuilla tapahtumakalenterissa, kuntatiedotteeseen, someen (ja sähköisenä uutiskirjeenä)
- Idea: Juhlavuoden äänet tai fanfaari?
- Rekvisiitta ja viirit: miniliput, viirinauhat, 150-tuotteet



# Messut

- Matka 24 yhteisosastolla Varsinais-Suomen kanssa (VTA koordinoi)
- Kirjamessut (ei itse läsnä)
- Kustavi kesätorilla, Kilpiviikoilla ja Lohimarkkinoilla, osallistumisen tapa?
- Tuetaan kustavilaisten toimijoiden osallistumista itse tärkeäksi kokemille messuille ja toimitetaan sinne aineistoja/tietoa.

Messujen osalta painopiste valmisteluun ja sidosryhmä- sekä kumppanityöhön:

Selkeät tavoitteet ja toimenpiteet sen mukaan, perehdytetyt ammattilaiset asiakastyöhön (ei käveleviä esitetelineitä), mahdollinen oma sidosryhmätilaisuus? Imago, fiilis, näkyvyys vai myyntitavoitteet? Tarvitaanko kunnanjohtaja vai palkattu asiakasneuvoja?

# Matkailuneuvonta kesäsesonki 24

- Miehitetystä torikopista miehittämätön avoin walkin Info.
- Mahdollisuus kehittää kirjastosta matkailuinfo, jolloin kesätyöntekijä= kirjaston kesätyöntekijä (malli Föglön Degerby).
- Työ tehdään ennen sesonkia, koska kesällä myydään jo ei-oota.  
=> Viestintä kuntoon eniten kysytyistä.
- Matkailuneuvojan aiemmin tekemä some-työ ostetaan tarjousten perusteella mediatoimistolta 2-3 julkaisua per viikko ennalta määrättyistä aiheista tai tuotetaan ja ajastetaan itse.

# Osallistaminen, kohtaaminen (tilaisuudet) ja data

- Yrittäjien aamukahvit tai vastaavat tilaisuudet säännöllisinä KJ ja PP
- Matkailuyrittäjätilaisuus 2 krt vuosi KJ ja PP
- Kustavi 150 teematilaisuus/valmistelu s23
- Yhdistysohjelma s23 MM, AL, PP
- Osallistava budjetointi tai yhdistysavustus s23 MM, PP
- Kustavi 150 seurantapalaveri k 24
- Sidosryhmä ja tai kumppanitilaisuus Brändö tai muut kumppanit k 24
- Kustavi 150 palautepalaveri/yhdistys ja yrittäjätilaisuus s24
- Palautekanava nettisivuilla -nosto ja palautteen käsittelyn tehostaminen
- Osallistujamäärän ilmoittaminen/avustuksen käyttöilmoitus/tapahtuman palaute sähköisesti
- Yrittäjä- ja sidosryhmätapaamiset KJ ja PP

# Muita toimenpiteitä

- Palautekanava nettisivuilla -nosto ja palautteen käsittelyn tehostaminen
- Yrittäjä- ja yhteisösopimusten solminen
- Osallistujamäärän ilmoittaminen/avustuksen käyttöilmoitus/tapahtuman palaute sähköisesti
- Yrittäjä- ja sidosryhmätapaamiset KJ ja PP
- Päivä Kustavissa ohjelmapaketin kohderyhmäistäminen ja päivittäminen + toimitus matkanjärjestäjille
- Säännölliset mediatapaamiset yhteistyössä kumppanikuntien kanssa
- Kävijämäärien mittaaminen
- Sähköisen kuntatiedotteen tuominen printatun ohkeen

Kustavi virittyy 150-juhlavuoteen

# Kustavi 150-v

Juhlavuosi koostuu kustavilaisista tapahtumista ja toiminnasta twistattuna juhlailmeellä tai/ja 150-v. tempauksilla niiden yhteydessä.

Pää tapahtuma järjestetään Kustaan päivän jälkeisenä lauantaina 8.6.24.

Kunta ottaa vastuun juhlavuoden yleisviestinnän ja tapahtumatiedotuksen järjestämisestä.

Kustavin juhlaliputus 6.6.–8.6. liputuskäytäntöjen mukaisesti.

Kustavin kunnan lipputangoissa Kustavi 150-viiri

Kyläilme: kukat, liput, viirit, nimiöt, valot, istutukset, huomioidaan saapumispaikat, laiturit, sillat ja

- Juhlaliputus
- Yhdistysten 150-tuki/Osallistava budjetointi teemoitettuna tapahtumiin
- Muissa kunnan tapahtumissa Kustavi 150-v huomioidaan, miten?: itsenäisyyspäiväjuhla, osallistuminen Lohimarkkinoihin, messut, Kilpi-viikko, juhannus, Mörkö.
- Kustavituotteet, mietittävä kokonaisuutena: tarrat, matkamuistoja, keräily, postikortteja,

# Visuaalinen ilme

- Päivitetään ja tuotetaan kokonaisilme juhluvuodelle. Jotta ilme on hyödynnettävissä myös jatkossa ajatus olisi, että ”päälleliimattu 150-v. on otettavissa pois” ja loppuosaa käytetään sellaisenaan jatkossa. Juhlavuoden ilme = Kustavin ilme jatkossa
- Ilme sisältää: tunnus ja päivitetty logo tarpeellisilta osin toimialoittain/teemoittain eriteltynä, värit, fontit sekä kuvituselementtejä, myös yleisimmät #-ilmeen mukaisina (#Kustavi150, #IloveKustavi, #Visitkustavi ,(sijainti) Kustavi) sekä ohjeet käytöstä.
- Tilataan asiakirjat ja lomakepohjat, PP, webropol, uutiskirje ja julistepohja (vaaka sekä pysty) uudella ilmeellä, somekuvakehys
- Logotuotteet (lahjat, palkinnot), viirit ja muu juhlarekvisiitta uuden ilmeen mukaisena.
- Hankitaan lisää markkinointikuvia ostamalla kuvauspäiviä kohdennetusti, myös nämä tuunataan uudella ilmeellä esim. kuvituselementeillä tai logolla.
- Visuaalisen ilmeen käytöstä tehdään ohjeet ja sovitaan/sopimukset ilmeen käytöstä kunnan ja muiden kesken. Esitys: Kustavin ilme on maksuton käyttää kunnan yhteistyökumppaneille yleishyödyllisiin tarkoituksiin hyvän tavan mukaisesti. Yritys ja muusta käytöstä sovitaan erikseen, mutta sille ei ole erityisiä esteitä ja käyttö on maksutonta.
- Aikataulu: käytettävissä marraskuussa
- Graafinen ilme ja materiaalien tuotanto kilpailutetaan min. 3 toimijaa.

Evästyksiä ilmeen laatijalle: majakka, joutsen, lentävä lintu, 150, kruunu, meri tai aallot, saaristolaisuus, veneet, yhdessä, juhlat



# Tapahtumat

- Vuoden 24 tapahtumat ja keskeiset sisällöt tiedettävä marraskuun lopussa 23.
- Ensimmäinen versio materiaalista, muoto vielä avoin, matkamessuille tammikuulle, painoon joulukuun alussa.
- Tapahtumakalenteria voi pienempien tapahtumien ja tempausten osalta päivittää pitkin vuotta.
- Myös koululla Kustavi 150 v. kotiseutu-teemalla

# Kustavi 150 yrittäjille

- Käytössä juhluvuoden Kustavi-ilme
- Ideoitavissa tuotteita, opastettuja retkiä, tarjouksia tai alennuksia, menu, nimikkoannoksia tai kokonaisia illallisia, teematapahtumia, karaoke- tai laulutilaisuuksia, urheilukilpailut tai haastetapahtumat
- Kyläilmeen kohentaminen yhdessä yrittäjien kanssa, nimiöt, viitoitus, opasteet
- Yhteistyösopimukset kunnan kanssa, sisältää x määrän toimenpiteitä/mainontaa esim. 150 € tai 250 €

# Kustavi 150 yhdistykselle

- Käytössä juhlavuoden Kustavi-ilme
- Yhdistysten 150-tuki tai osallistava budjetointi teemoitettuna tapahtumiin, sekä uusiin että vanhojen vireyttämiseen tai 150-v toteutuksen ylimääräisiin kustannuksiin
- Omien tapahtumien ja tempausten laadukas tuottaminen 150-v. säväyksellä

# Aikajanat

## Materiaalit aikataulutus

### Kuntatiedotteeseen SYYSKUUSSA perustiedot

- Aineistodeadline to 30.11.23
- Taittajalle viimeistään 8.12.23
- Painossa ihan viimeistään 29.12.23
- Matkamessuille painosta suoraan 19.-21.1.24

### Ilmekilpailutus SYYSKUU

- Elo tai syyskuun kunnanhallituksessa päätös markkinointi- ja viestintäsuunnitelmasta ja toimintatavalle hyväksytys (pääjuhla+ kaiken tuunaus 150 v.) => kilpailutukseen

### Päivitys materiaaleista toukokuuseen vapaa-ajan ja kuntalaistiedotteeseen

- Aineistopäivä ma 8.4.
- Taittoon 10.4.
- Painoon 17.4.
- Painosta toimitukseen Toukokuun eka viikolle jakoon päivitettyt materiaalit.
- Messuilla on ollut 1500 kpl
- Uusintapainomäärät peilataan tältä kesältä