

26.11.2014

lisalmen kaupunki

Elinkeino-ohjelma 2014 -2017

Markkinointisuunnitelma

Sisällysluettelo

1	Markkinointisuunnitelman sisältö ja tavoitteet	3
2	Iisalmen kaupunkistrategia vuoteen 2025: "Positiivisuuden alkulähteillä"	3
3	Elinkeino-ohjelman painopisteet vuosille 2014–2017	4
4	Elinvoimatavoite 2 - markkinointi elinkeino-ohjelman tukena	4
4.1	Markkinointistrategia ja toimenpidesuunnitelma	5
4.1.1	Iisalmi imago ja maineenhallinta.....	5
4.1.2	Maakunnallinen markkinointihanke Iisalmen markkinoinnin tukena	6
4.2	Viihtyisän ja vetovoimaisen kaupunkikeskustan kehittäminen.....	6
4.2.1	Iiden ry keskustan kehittäjänä	6
4.2.2	Tapahtumatuotanto ja tapahtumien kehittäminen.....	6
4.3	Matkailuliiketoiminnan kehittäminen	7
4.3.1	Alueen matkailullinen viitekehys.....	7
4.3.2	Matkailun kehittäminen osana Iiden ry:n toimintaa.....	8
4.3.2	Culture Finland -aluekoordinaatiohanke Pohjois-Savossa	8
4.3.3	Kuopio-Tahko Markkinointi Oy	9
4.4	Liike- ja teollisuuskeskittymien markkinointi	9
4.5	Markkinointi asumis-, kulttuuri- ja liikuntapalvelujen kehittämisen tukena	10
4.5.1	Tekninen keskus – asuminen ja viihtyisä kaupunkikeskusta	10
4.5.2	Kulttuuritoimi – kulttuurikeskuksen ja Koljonvirran tuotteistaminen	10
4.5.3	Vapaa-aikapalvelut – lähin liikuntapaikka alkaa kotioveltaasi.....	11
4.6	Markkinointi muille sidosryhmille	12
5	Resurssit ja yhteistyötahot	12
6	Yhteenveto.....	14

1 Markkinointisuunnitelman sisältö ja tavoitteet

Iisalmen kaupungin markkinointisuunnitelma on laadittu ohjaamaan markkinoinnin ja viestinnän toimenpiteitä osana kaupunkistrategian ja elinkeino-ohjelman toteuttamista. Tavoitteena on kuvata markkinoinnin kokonaisuus – tavoitteet, toimenpiteet ja resurssit – ja luoda pohjaa koko organisaation toimintasuunnitelmien tekemiselle yhteistyössä elinvoimapaalveluiden ja markkinointitiimin kanssa.

Tässä dokumentissa kuvataan markkinoinnin strategiset lähtökohdat, kohderyhmät, tavoitteet ja vuosittaisen toimintasuunnittelun lähtökohdat. Toimintasuunnitelmia laaditaan vuosittain eri kohderyhmille resurssien mukaan ja vuosisuunnitelmassa määritellään tarkemmin käytettävät markkinointikeinot ja resurssit.

Markkinointisuunnitelman laatimiseen osallistuvat Terho Savolainen, Juhani Räisänen, Sanna Kouvalainen, Minna Maukonen, Pekka Partanen, Joonas Hakala, Kaija Herd, Anne Korhonen, Kirsi Hukkanen, Sanna Marin-Kainulainen sekä Jarmo Miettinen.

2 Iisalmen kaupunkistrategia vuoteen 2025: ”Positiivisuuden alkulähteillä”

Iisalmen kaupunki edistää asukkaiden hyvinvointia sekä Iisalmen ja koko Ylä-Savon kilpailukykyä sekä vetovoimaa tekemällä laajasti yhteistyötä menestyvän elinkeinoelämän edellytysten luomiseksi, laadukkaiden palvelujen turvaamiseksi ja kuntatalouden tasapainottamiseksi.

Iisalmen kaupungin arvot ovat tasa-arvo ja oikeudenmukaisuus, avoimuus, edistyksellisyys, kestävä kehitys sekä yhteisöllisyys.

Iisalmen vahvuudet ja vetovoimatekijät ovat:

- Monipuolinen elinkeinorakenne,
- kansainväliset vientiyhteydet
- Osaamiset: teknologiateollisuus, puunjalostus ja bioenergia, elintarviketeollisuus, maatalous
- Keskeinen sijainti ja hyvä liikenteellinen saavutettavuus
- Osaavan työvoiman saatavuus, koulutuskaupunki
- Luonnonläheisyys
- Väljä, turvallinen ja edullinen asuminen
- Turvallinen kasvupaikka lapsille
- Kaupan ja palvelujen keskus
- Kulttuuriperinne ja omaperäiset tapahtumat
- Positiivisuus, yhteisöllisyys, avoimuus, mutkaton elämä, tärkeilemättömyys
- Monipuoliset liikunta- ja harrastusmahdollisuudet

Iisalmen kaupunki on monipuolinen teollisten vientiyhteyksien sekä kaupan ja palveluiden seutukaupunki. Iisalmi on myös monipuolinen koulutuskaupunki, joka on helppo saavuttaa. Arkielämä Iisalmessa on sujuvaa ja turvallista. Kaupunki on viihtyisä asuinympäristö.

Iisalmelle on ominaista vahva historiaan ja kulttuuriin perustuva identiteetti, jonka pohjalle tulevaisuus rakennetaan modernia teknologiaa hyödyntäen. Samoista lähteistä pulppuaa iisalmelainen sosiaalisuus ja välitön tekemisen meininki.

3 Elinkeino-ohjelman painopisteet vuosille 2014–2017

lisalmen elinkeino-ohjelma 2014–2017 vahvistettiin 10.11.2014 kaupunginvaltuustossa. Elinkeino-ohjelman lähtökohdat muodostuvat kaupunkistrategian ydinsisällöistä: kaupungin arvot, visio 2025 sekä painopistealueiden määrittely. Elinkeino-ohjelma paneutuu etenkin kaupungin yrityselämän edellytysten parantamiseen, lisalmen yleismarkkinointiin ja matkailun edistämiseen, osaamisen ja koulutustoiminnan edistämiseen sekä kaupunkirakenteen kehittämiseen elinkeino-elämän ja elinvoimaisuuden näkökulmasta. Ohjelmatyön myötä valmistellussa toimintasuunnitelmassa esitetään keskeisimmät ohjelman toteuttamiseen liittyvät toimenpiteet vuosina 2014–2017 ja mittarit, joilla toiminnan edistymistä seurataan. Toimintasuunnitelma on samalla ohjelman toteutumisen seurannan väline.

lisalmen kaupungin elinkeino-ohjelman 2014–17 painopisteet ja niiden tavoitteet on määriteltä seuraavasti:

1. Yrittäjiä palveleva lisalmi

"lisalmi tunnetaan yritysmayönteisenä kaupunkina. lisalmi ottaa huomioon aktiivisesti erikokoisten ja -tyyppisten yritysten tarpeet, luo edellytyksiä aloittavien yritysten menestymiselle ja auttaa jo toimivia yrityksiä onnistumaan liiketoiminnassaan. lisalmen kaupunki on luonteva yhteistyökumppani kaikille yrityksille."

2. Iloisten ihmisten lisalmi

"lisalmi profiloituu markkinoinnissaan vetovoimaisena Ylä-Savon keskuksena, jolla on oma vahva identiteetti ja hyvät tulevaisuuden näkymät. lisalmen imago rakentuu edistyksellisen seutukaupunkirakenteen ja vetovoimaisen elinkeinoelämän ympärille uusien asukkaiden houkuttelemiseksi. Uudet palvelu- ja matkailuliiketoiminnan toimenpiteet sekä aktiivinen tapahtumatarjonta lisäävät matkailutuloa alueella sekä yhdistävät alan toimijoita toiminnalliseksi kokonaisuudeksi."

3. Osaava ja oppiva lisalmi

"lisalmi parantaa kaupunkilaisten osaamistasoa tehokkaalla ja yritysten muuttuvat tarpeet huomioonottavalla koulutuksella. Yrittäjyyttä tuetaan aktiivisella yrittäjyyskasvatuksella yhteistyössä oppilaitosten ja toimivien yritysten kanssa. lisalmi toimii aktiivisesti nuorten ja pitkäaikaistyöttömien työllistämässä sekä tukee yrityksiä osaavan työvoiman löytämisessä. Maahanmuuttoneuvonnalla edistetään työperäisten maahanmuuttajien kotoutumista Ylä-Savoon."

4. Toimiva ja rakentava lisalmi

"lisalmi tarjoaa hyvät olosuhteet yrittämiselle ja asumiselle kehittämällä kaupunkirakennetta asukkaita ja elinkeinoelämää kuunnellen. Uudet yritysalueet houkuttelevat kaupunkiin yrityksiä ja työpaikkoja, uudet asuinalueet tarjoavat monipuolisia vaihtoehtoja asumiselle. lisalmi toimii aktiivisesti kaupungin saavutettavuuden parantamiseksi valtakunnallisella tasolla."

4 Elinvoimatavoite 2 - markkinointi elinkeino-ohjelman tukena

Kaupunkimarkkinoinnin tavoitteena on vahvistaa lisalmen imagoa ja vetovoimaa, houkutella kaupunkiin uusia asukkaita, yrityksiä ja matkailijoita sekä kehittää matkailupalveluiden ja tapahtumien tarjontaa. Positiivisen maineen luomiseen ja kehittämiseen voivat osallistua kaikki iisalmelaiset; niin kaupungin luottamushenkilöt

ja henkilöstö kuin myös yksityishenkilöt, yhdistykset, yritykset, tapahtumien järjestäjät ja muut yhteisöt.

lisalmen kaupungin markkinoinnin pääkohderyhminä ovat

- 1) kaupungin asukkaat
- 2) yritykset
- 3) matkailijat

Markkinoinnin kohderyhmiksi on tunnistettu myös seuraavia ryhmiä: opiskelijat ja nuoret, kaupungin henkilökunta ja muut sidosryhmät. Näihin ryhmiin voidaan kohdistaa joitakin teemataapahtumia. Resursseja näihin ryhmiin kohdistuvalle markkinoille ei ole. Nämä pyritään kuitenkin huomioimaan osana muita markkinointitoimenpiteitä ja kaupungin viestintää.

Kaupungin viestintästrategia vuoteen 2020 (2011) määrittelee kaupunkistrategian pohjalta viestinnän strategiset tavoitteet ja päämäärät, viestinnän arvot, keinot ja toimintatavan, perusviestit ja – lupauksen, avainmittarit ja tavoitteet kohderyhmittäin sekä viestinnän vastuut ja organisoinnin.

Tärkeimmät painopisteet toimintakaudelle:

- Markkinointistrategian ja toimenpidesuunnitelman luominen vuosille 2015–2017
- Yhteistyö palvelu- ja matkailuliiketoiminnan kanssa
- Liike- ja teollisuuskeskittymien markkinointi
- Maakunnallinen ja seudullinen markkinointiyhteistyö
- Sisäinen markkinointi (henkilökunta ja asukkaat)

4.1 Markkinointistrategia ja toimenpidesuunnitelma

Luodaan vuosille 2015–2017 markkinointistrategia, jota päivitetään viimeistään vuoden 2017 lopussa. Strategiassa määritellään lisalmen kaupungin markkinoinnin painopistealueet ja toimenpidesuunnitelmassa tarkennetaan suunnattavat toimenpiteet, resursseineen ja mittareineen vuosittaisen talousarvion yhteydessä.

4.1.1 lialmi imago ja maineenhallinta

Kaupungin houkuttelevuuden ja vetovoiman kasvattaminen sekä mielikuvien tuoreuttaminen onnistuu vain pitkäjänteisellä ja systemaattisella markkinoinnilla. Tavoitteena on erityisesti yritys-elämän menestystarinoiden ottaminen osaksi kaupunkibrändiä. Yhteistyössä ulkopuolisen konsultin kanssa luodaan perusta kaupungin brändille, eli imagolle ja maineenhallinnalle. Brändistä ja ydinlupauksesta johdetaan kohderyhmäkohtaiset, arvopohjaiset palvelulupaukset sekä eri kohderyhmille valittavat kärjet. Brändityöskentelyn kärkinä ovat mm. tuotteistetut asumispalvelut sekä yritys-elämän menestystarinoiden hyödyntäminen kaupungin mainetta rakennettaessa. Yhteistyö kärkiyritysten kanssa sisältää mm.

- Yhteiset pelisäännöt imagonrakentamiseen
- Säännölliset tapaamiset ja verkostoitumistilaisuudet
- Rekrytointitoimenpiteet henkilöstön saamiseksi
- Yhteistyö imagotyössä ja markkinointikampanjoissa
- Asumiseen ja palveluihin panostaminen

Tarkempi kuvaus toimenpiteistä löytyy "Iisalmen brändin ohjaustyö ja konsultointi" toimintasuunnitelmasta. Suunnitelman ja toimenpiteiden aikataulut tarkentuvat alkuvuonna 2015.

4.1.2 Maakunnallinen markkinointihanke Iisalmen markkinoinnin tukena

Maakunnallinen markkinointihanke toimii Iisalmi brändin tukena. Iisalmen tavoitteena on hyödyntää Kuopion alueen vetovoimaa omassa kaupunkimarkkinoinnissaan. Maakunnallinen markkinointiohjelma 2012–2015 on luonut pohjaa Kuopio-kärkiselle maakunnalliselle yhteismarkkinoinnille rakentamalla aluetta markkinoivan brändistrategian. Ohjelma on keskittynyt osaamispohjaisen brändin luomiseen kohdistamalla toimenpiteet nuoriin ja opiskelijoihin, osaajiin sekä potentiaalsiin muuttajiin. Yhtenäinen kattobrändi tuo vaikuttavuutta ja alueen kokonaisedun mukaista näkymisen volyyymia.

Pitkän tähtäimen visio tilanteesta, jossa Kuopion alueen brändi ja markkinointiviestintä on saavuttanut tavoitteensa:

- Maakunnan vetovoimaisuus, arvostus ja houkuttelevuus ovat lisääntyneet.
- Alue tunnistetaan valittujen vahvuuksiensa kautta.
- Strategisesti merkittävät kohderyhmät on tunnistettu ja heidän mielikuvansa alueesta vahvistunut.
- Välillisesti oppilaitosten työvoiman ja opiskelijoiden saatavuus on parantunut
- Yritysten osaavan työvoiman saatavuus on parantunut ja rekrytointi helpottunut.
- Olemassa olevien yritysten toimintaedellytykset ovat parantuneet.
- Alueen asukkaiden ylpeys omasta alueesta on kasvanut (=asukastyytyväisyys).

4.2 Viihtyisän ja vetovoimaisen kaupunkikeskustan kehittäminen

4.2.1 Iiden ry keskustan kehittäjänä

Iiden ry on toiminut vuodesta 1999 alkaen keskustan liike-elämän, yritysten ja kiinteistönomistajien yhteistyön kehittäjänä. Toiminnan päällimmäisenä tavoitteena on tehdä Iisalmesta houkutteleva, viihtyisä, tapahtumatarjonnaltaan rikas ja palveluiltaan monipuolinen kaupan keskus. Yhdistyksen tarkoituksena on kehittää Iisalmen kaupungin keskustan saavutettavuutta, edistää Iisalmen seudulla toimivien yritysten yhteistoimintaa, lisätä alueen kansainvälistä ja kansallista vetovoimaisuutta ja tunnettavuutta sekä valvoa alueen yritysten ja kiinteistönomistajien yhteisiä etuja.

Käytännön tasolla yhdistys hoitaa torin päivittäistoimintoja ja elävöittää kaupunkikeskustaa toritapahtumilla. Yhdistyksen toiminnan kehittämisen painopisteet toimintakaudella ovat yrittäjien yhteistoiminnan kehittäminen, kaupunkikeskustan elävöittäminen sekä sähköisen viestinnän kehittäminen. Tarkempi kuvaus toimenpiteistä löytyy yhdistyksen toimintasuunnitelmasta.

4.2.2 Tapahtumatuotanto ja tapahtumien kehittäminen

Tapahtumia tuotetaan yhteistyössä Iiden ry:n kanssa. Lisäksi Iisalmen kaupunki keskittää voimavaransa 5-6 vuosittaiseen tapahtumakokonaisuuteen.

Tapahtumayhteistyötä muiden toimijoiden kanssa tullaan syventämään ja toisaalta tapahtuma-aluetta tullaan laajentamaan koko kaupungin alueelle. Kaupungin tapahtumatuotannossa on tärkeää yhteys muihin tapahtumiin, mahdollisuus laaja-alaiseen yhteistyöhön ja keskustan elävöittäminen myös ns. hiljaisina aikoina. Markkinointi ja matkailu ovat mukana myös kaupungin omien palvelualueiden tuottamien tapahtumien tekemisessä.

Tarkempi kuvaus toimenpiteistä löytyy liden ry:n toimintasuunnitelmasta ja lisälmen kaupungin markkinointi- ja matkailu toimenpidesuunnitelmasta.

4.3 Matkailuliiketoiminnan kehittäminen

Matkailijalle luodaan mielikuva kiinnostavasta alueesta ja sen historiasta, nähtävyyksistä, tapahtumista, luonnosta ja ihmisistä. Markkinointia tehdään yhteistyössä liden ry:n matkailutoimijoiden, Kuopio-Tahko Markkinoinnin ja Finpron (MEK) kanssa.

4.3.1 Alueen matkailullinen viitekehys

Pohjois-Savon matkailustrategian visiossa maakunta tunnetaan kansallisesti ja kansainvälisesti Tahkon ja Kuopion kautta. Maakunta lisää vetovoimaisuuttaan matkailumaakuntana tarjoamalla aktiivilomailijoille laadukkaita palvelukokonaisuuksia, monipuolisia tapahtumia ja hienoja luontoelämyksiä ympäri vuoden.

Tahkon ja Kuopion vetovoimaisuuden kasvu vaikuttaa uusien potentiaalisten vierailijoiden kiinnostumiseen koko Pohjois-Savosta matkailukohteena, mikä voi puolestaan kasvattaa ostopäätösten lisääntymistä. Kasvanut kysyntä lisää sekä suoraa matkailutuloa, mutta myös oheistarjontaa ohjelmapalvelu-, kaupan, siivous-, rakennus- ja kuljetusaloille.

lialmi on mukana maakunnallisessa matkailun kehittämisessä, osallistuen yhteistilaisuuksiin ja hanketoimintaan. Tavoitteena on tiivistää yhteistyötä koko Pohjois-Savon alueella. Uusia matkailutuotteita kehitetään erityisesti Tahkon ja Kuopion asiakkaiden tarpeet huomioiden.

Vuonna 2013 tehdyn Ylä-Savon matkailun toimenpideohjelman mukaan Ylä-Savon matkailun vahvuudet ovat 1) hyvinvointi ja tapahtumamatkailu, 2) luonto ja kauneus, 3) historia, kulttuuriperinne ja tarinat, 4) vesistö, kalastus ja luontomatkailu, 5) lähiruoka-ajattelu ja elävä maaseutu sekä 6) pieni matkailualue tarjoaa yksilöllistä palvelua ihmiseltä ihmiselle kodinomaisessa ilmapiirissä.

Ylä-Savon vahvuutena ovat tunnetut, omaleimaiset tapahtumat. Oluset ja Eukonkannon MM –kisat vaikuttavat eniten lisälmen alueella. Tapahtumat liikuttavat suuriakin massoja, millä on vaikutuksensa majoitus- ja ravitsemuspalveluiden kysyntään, mutta ne vaikuttavat myös muiden toimialojen kehitykseen, joista valtaosin hyötyvät palvelut ja kauppa.

Lisäksi lisälmessä on enenevässä määrin erilaisia liikunta- ja urheilutapahtumia. Liikuntamatkailussa on kasvupotentiaalia. lisälmen keskustan majoituskapasiteetin lisäys mahdollistaa myös kulttuurikeskuksen kehittämisen kokouspaikkana ja kokousmatkailun tuotteistamisen.

Ylä-Savoon tullaan usein mökkilomalle, mutta on muistettava, että alueen matkailusta yksi merkittävä osa koostuu liikematkustamisesta ja lähialueelta tulevasta asiointiliikennöinnistä. Ylä-Savon vientiteollisuus tarvitsee matkailupalveluita asiakkaidensa ja työntekijöidensä majoittamiseen sekä erilaisten tilaisuuksien järjestämiseen.

4.3.2 Matkailun kehittäminen osana liden ry:n toimintaa

Yritystoiminnan kilpailukykyisyys ja kannattavuus edellyttää nykyään kaikilla toimialoilla yrittäjältä käytännönläheistä verkostoitumista alan muiden toimijoiden kanssa. Iisalmen Yrittäjät ry:n, Iisalmen Seudun Yrittäjänaiset ry:n, liden ry:n, Ylä-Savon ammattiopiston sekä Iisalmen kaupungin edustajien kesken on kehitetty vuonna 2014 toimintamalli, jossa matkailupalvelujen markkinointia hoidetaan jatkossa Iisalmen kaupungin ja liden ry:n kanssa yhteistyössä.

Käytännössä matkailupalvelujen markkinoinnista ja kehittämisestä vastaa Iisalmen kaupungin Elinvoimapalvelujen matkailu- ja tapahtumakoordinaattori yhteistyössä kaupungin markkinointipäällikön ja liden ry:n toiminnanjohtajan kanssa. liden ry:n matkailun kehittämisen rahoitus koostuu jatkossa matkailutoimijoiden markkinointimaksuista, kaupungin markkinointirahasta sekä mahdollisten muiden toimijoiden tuesta. liden ry:n matkailuosion toiminta-alueena on koko Ylä-Savo.

Toimintakauden tavoitteena on vakiinnuttaa yhdistyksen matkailutoimijoiden kokoonpano, toimintamalli ja määritellä toimenpiteiden painopisteet. Tarkempi kuvaus löytyy liden ry:n matkailun kehittämisen toimintasuunnitelmasta.

4.3.2 Culture Finland -aluekoordinaatiohanke Pohjois-Savossa

Matkailunedistämiskeskuksen (vuoden 2015 alussa Finpron) kattohanke Culture Finland on jalkautettu maakuntiin omiksi alueellisiksi toiminnoikseen. Iisalmen kaupunki toimii Culture Finland Pohjois-Savo -hankkeen koordinaattorina vuosina 2014–2015. Tavoitteena on myös jatkossa olla vahvasti mukana valtakunnallisissa kehittämishankkeissa. Hankkeen myötä pystymme tekemään luontevaa yhteistyötä koko Pohjois-Savon alueella ja saamme olla mukana näköalapaikalla valtakunnallisessa matkailun kehittämisessä: pääsemme mukaan valtakunnallisiin matkailukoulutuksiin ja saamme ajantasaista tietoa maamme matkailun tulevaisuudennäkymistä. Yhteistyössä valtakunnallisen koordinaation kanssa saadaan työkaluja kansainvälisten tuotteiden tekemiseen, tiivistetään valtakunnallista verkostoitumista ja avataan ovia kansainvälisille markkinoille. Koordinaattorin tehtävää hoitaa matkailu- ja tapahtumakoordinaattori tiimityönä yhteistyössä kaupungin kulttuuritoimen ja markkinoinnin kanssa.

CF Pohjois-Savo toteuttaa kolmen tuoteteeman myyntituotteiden tuottamisen, testauksen ja koemarkkinoinnin:

1. *Pyhiinvaellus- ja kulttuurimatkat ortodoksisiiin kohteisiin, hiljaisuuden taide*
2. *Suomen Sota ja venäläisten hallintokausi Pohjois-Savossa heräävät eloon*
3. *Teollisuuden historia ja arkkitehtuuri matkailuelämykseksi*

Teemoissa yhdistyvät historia, kulttuurikohteet ja taiteen ja kulttuurialan ammattilaisten elävä osaaminen tuotteiden toteutuksessa.

Aluekoordinaation tavoitteena Pohjois-Savossa on yhdistää matkailu- ja kulttuurialan toimijoita, ja syventää yhteistyötä edelleen. Laajemmalla alueellisella

koordinaatiolla saadaan hajanaiset toiminnot entistä paremmin tuottamaan tulosta alueen asukkaiden ja matkailijoiden hyväksi. Tarkempi kuvaus löytyy Culture Finland Pohjois-Savo hankesuunnitelmasta.

4.3.3 Kuopio-Tahko Markkinointi Oy

Kuopion kaupungin ja Tahkon matkailukeskuksen yhteistyön tuloksena syntyi joulukuussa 2013 Kuopio–Tahko Markkinointi Oy. Maakunnallisessa matkailumarkkinointiyhtiössä on osakkaina ja jäseninä useita alueen yrityksiä (82 kpl v 2014). Kuopion kaupunki omistaa yhtiöstä 30 %. Vuosittainen tavoitebudjetti on 1 ME, josta 50 % tulee kaupungin sijoituksena. Yhteismarkkinointiyhtiön tehtävänä on lisätä kumppaniyritysten myyntiä sekä alueen tunnettua ja vetovoimaa. Toimenpiteet suunnataan Pohjois-Savon ulkopuolisille alueille ja ulkomaille.

liden ry:n matkailutoimijoiden yritysryhmä ja Iisalmen kaupunki liittyvät yhdessä yhtiön jäseniksi vuoden 2015 alussa. Yhteistyösopimus tehdään Iisalmen kaupungin ja markkinointiyhtiön välillä. Yhteistyöllä varmistetaan suurempi näkyvyys eri markkinointitoimenpiteissä ja mukanaolo alueen voimakkaimmassa sähköisen matkailumarkkinoinnin kanavassa, sosiaalisen median kanavissa sekä mobiiliratkaisuissa. Kuopio-Tahko Markkinointi jäsenyydellä tuetaan uusien ja alueelle merkittävien tapahtumien markkinointia sekä tehdään markkinointikampanjoita ja – toimenpiteitä alueilla, joista yöpyviä matkailijoita voidaan olettaa saatavan alueelle. Tarkempi kuvaus löytyy Kuopio Tahko Markkinointi Oy:n markkinointisuunnitelmasta.

4.4 Liike- ja teollisuuskeskittymien markkinointi

Yrityksille halutaan välittää tietoa ja luoda mielikuva kehittyvästä seutukaupungista, jossa on korkeatasoinen palveluvarustus, monipuolinen elinkeinorakenne ja vahva yrittäjyys. Kansainvälinen osaaminen yrityksissä ja laadukas, elinkeinoelämän tarpeiden mukainen koulutus takaavat yrityksille osaavan työvoiman saatavuuden. Hyvien yhteyksien varrella oleva Iisalmi on yrittäjälle luotettava ja innovatiivinen yhteistyökumppani.

Luodaan Iisalmen kaupungille asiantunteva, määrätietoinen ja moderni markkinointi- ja viestintäsuunnitelma uusien yrittäjien saamiseksi liike- ja teollisuusalueille ja -kiinteistöihin. Suunnitelman tavoitteena on kartoittaa Iisalmen alueella toimivien yritysten tarpeet toimitiloihin, laajentamiseen ja alihankintaan synergioiden lisäämiseksi.

Samalla tunnistetaan ja priorisoidaan potentiaaliset kohderyhmät, joille suunnataan kohderyhmäkohtaiset avainviestit, tarvittava markkinointi- ja myyntityö sekä tähän työhön liittyvät materiaalit. Tarkempi kuvaus toimenpiteistä löytyy ”Soinlahden alueen markkinointisuunnitelmasta”, jota voidaan käyttää myös muiden teollisuusalueiden- ja tilojen markkinoinnin konseptina. Suunnitelman ja toimenpiteiden aikataulut tarkentuvat alkuvuonna 2015.

4.5 Markkinointi asumis-, kulttuuri- ja liikuntapalvelujen kehittämisen tukena

Iisalmen kaupungin elinkeino-ohjelmaan pohjautuva markkinointisuunnitelma on luotu yhteistyössä palvelukeskusten kanssa. Markkinointisuunnitelmassa on otettu huomioon palvelukeskusten ja markkinoinnin mahdollisuudet tehdä yhteistyötä asumis-, kulttuuri- ja liikuntapalvelujen kehittämisen tukena. Teknisen keskuksen, kulttuuritoimen sekä vapaa-aikapalvelujen markkinointiviestinnälliset painopisteet tulevalle toimintakaudelle on kuvattu tässä luvussa. Markkinoinnin onnistuminen edellyttää palvelukeskusten markkinointitiimin säännöllisiä tapaamisia, toimenpiteistä sopimista, niiden vaikuttavuuden arviointia. Markkinointi tekee tiivistä yhteistyötä palvelukeskusten kanssa. Palvelukeskusten kanssa tehtävä yhteistyö tähtää yhtenäiseen markkinointiviestintään, jonka pohjana on kaupungin graafinen ohjeisto.

Käytännön toimenpiteitä ovat:

- markkinointimateriaalin tuottaminen yhteistyössä
- yhteiset suunnitelmalliset kampanjat ja toimenpiteet
- kaupungin palveluita hyödyntävien matkailutuotteiden ja tapahtumien kehittäminen
- kaupunkikeskustan viihtyisyyden lisääminen
- asumisvaihtoehtojen monipuolinen tarjonta
- Koljonvirran kattomarkkinointi ja alueen kehittäminen
- kokousmatkailun kehittäminen
- liikunta-alueiden markkinointi

Palvelukeskukset ovat itse määritelleet elinkeino-ohjelmaan pohjautuvat markkinoinnin painopisteet tulevalle toimintakaudelle.

4.5.1 Tekninen keskus – asuminen ja viihtyisä kaupunkikeskusta

Asukkaille - sekä nykyisille että tuleville - halutaan viestiä Iisalimesta viihtyisänä asuinympäristönä. Iisalmi on savolainen, elämisen laatuun ja sujuvuuteen panostava seutukaupunki. Luonto ja kulttuuriympäristö yhdessä monipuolisen palvelutarjonnan kanssa tarjoavat tilan ja puitteet hyvälle elämälle. Laadukkaan asuinympäristön lisäksi Iisalmi tarjoaa monipuoliset mahdollisuudet harrastuksiin, opiskeluun, työelämään ja yrittäjyyteen.

Kaupungilla on tarjota asukkailleen monipuolinen ja laadukas tonttivalikoima sekä turvallinen ja virikkeellinen asuinympäristö. Uudet omakotitalot, rivitalot ja kerrostalot tarjoavat hyviä asuinmahdollisuuksia keskustan palveluiden ääressä järvimaisemassa, kiven heiton päässä torilta. Lähimmälle liikuntapaikalle pääset heti kotiovelta. Liikkuja palvelevat niemen ja virran rantoja myötäilevät valaistut ulkoilu- ja hiihtoreitit.

Ydinkeskustan ympäristöä kehitetään viihtyisänä asuinalueena. Torin viereen virran rannalle kaavoitetaan upeaan vesistömaisemaan viihtyisä kerrostaloasuinalue.

4.5.2 Kulttuuritoimi – kulttuurikeskuksen ja Koljonvirran tuotteistaminen

Monipuolinen kulttuuritarjonta on keskeinen osa Iisalmen vetovoimaisuutta. Se tukee osaamista sekä luovan ilmapiirin rakentumista paikkakunnalle. *Kulttuuritoimi* on mukana edistämässä, tukemassa ja järjestämässä kulttuuritoimintaa Iisalmissa. Keskeisenä tehtävänä on kehittää kulttuurin toimintaympäristöä mm. hankkeilla ja yhteistyöverkostoilla. Lisäksi tehtäväkenttään kuuluvat yhteistyössä markkinoinnin

ja matkailun kanssa kehittää Koljonvirran aluetta, Juhani Ahon museota, kulttuurikeskuksen kokousmatkailun tuotteistamista sekä toteuttaa asukkaille ja matkailijoille suunnattuja tapahtumapalveluja.

Taisteluiden ja tarinoiden Koljonvirran miljö, muistomerkit ja muinaisjäänteet kertovat alueen värikkästä historiasta. Nykypäivänä Koljonvirta on kulttuurihistoriallisesti merkittävä ja matkailullisesti kehittyvä alue. Kehittämisen painopisteet ovat Suomen kansalliskirjailija Juhani Ahon museo, Mansikkaniemen kesäteatteri, Koljonvirta Camping & catering, Koljonvirran Opastuskeskus sekä Historiapolku. Lisäksi alueella vaikuttavat Koljonvirran Ratsastuskeskus sekä Metsäpirtin pitopalvelu.

Leirintäalueen kehittämiseksi kaupunki neuvottelee yrittäjien kanssa pitkäaikaisen mittavat yritysinvestoinnit ja alueen kehittämisen mahdollistavan sopimuksen. Edelleen kehitetään yhdessä leirintäalueen tapahtumakirjoa, valtakunnallista tunnettua ja kokonaispalvelun laatua. Mansikkaniemen kesäteatterin yhteistyösopimus ulottuu aina vuoteen 2020. Yrittäjä panostaa vuosittain laadukkaisiin esityksiin, joilla voidaan tavoitella kävijöitä myös seudun ulkopuolelta. Molempien toimijoiden sisältötuotantoa voidaan tukea kesäisellä säännöllisellä risteilyliikenteellä. Opastuskeskuksessa toimii lsalmen Nuorison Tuki ry:n vetämänä näyttely, kahvio ja alueen info. Kokonaisuutena kehitetään alueen sisältötuotantoa, toimijoiden välistä yhteistyötä sekä Koljonvirran kattomarkkinointia.

lsalmen laadukkaimmat kokoustilat ovat *lsalmen kulttuurikeskuksessa*, joka tarjoaa järjestettävälle tilaisuudelle edustavat, viihtyisät ja teknisesti toimivat puitteet cateringpalveluineen. Kokoukset tuovat huomattavia tuloja paikkakunnille, joissa tilaisuuksia järjestetään. Koko paikallinen palvelu- ja matkailuelinkeino hyötyvät kokousmatkailun tuomista tuloista. Kokousmatkailun kehittäminen vaatii kokoustuotepakettien luomista, uutta esitemateriaalia sekä matkailuyhteistyötä paikallisten majoitusyrittäjien kanssa. Myynnin edistämiseksi kokouspaketteihin on integroitava hyvinvointi- ja kulttuuritoimintoja sekä hotellimajoitusmahdollisuudet.

4.5.3 Vapaa-aikapalvelut – lähin liikuntapaikka alkaa kotioveltaasi

Kaupungin liikuntapalvelujen tärkeimpänä tavoitteena on liikunnallisen elämäntavan ja terveyden edistäminen. Sitä toteutetaan parhaiten kehittämällä sekä toiminnallisia liikuntapalveluja että virikkeellistä liikkumisympäristöä. Liikuntapalvelujen tuotekirjo mahdollistaa erilaisia aktiviteetteja lapsille ja nuorille, aikuisväestölle, ikäihmisille ja erityisryhmille yhteistyössä eri toimijoiden kanssa. Monipuoliset ja helposti saavutettavat liikuntapaikat innostavat liikkumaan ja ovat lsalmen yksi vetovoimatekijöistä. Liikuntapaikkatarjonta mahdollistaa paikalliset, maakunnalliset ja valtakunnalliset tapahtumat, jotka elävöittävät seudun tapahtumatarjontaa ja tukevat eri toimialojen yrittäjiä sekä lisäävät lsalmen tunnettavuutta.

Kankaan liikuntapuisto sekä *Paloisvuoren ulkoilualue* ovat keskeisimmät ja monipuolisimmat liikunta- ja virkistysalueet lsalmissa. Tavoitteena on alueiden kunnostaminen ja monipuolistaminen, alueen yleisilmeen ja viihtyvyyden parantaminen sekä liikunta-alueiden vetovoimaisuuden kehittäminen koko Ylä-Savon seudun liikuntakeskuksiksi.

”Lähin liikuntapaikka alkaa kotioveltaasi”. Hyvin hoidettujen liikuntapalvelujen avulla mahdollistetaan omatoimista liikunnan harrastamista lisääviä innovaatioita,

liikuntapaikkojen ja -alueiden saavutettavuutta ja yhteyksiä. Suunnittelussa ja palveluissa huomioidaan terveysliikunnan tarpeet niin asukkaille kuin matkailijoillekin. Palveluiden markkinointiviestintää, tiedottamista ja tietojärjestelmiä uudistetaan sekä kehitetään erilaisten sähköisten palvelujen osa-alueita asiakaspalvelun parantamiseksi ja käyttäjien saamiseksi palvelujen pariin. Oppaita palvelujen pariin on saatavilla paikallisissa matkailuyrityksissä ja myös vierailla kielillä.

4.6 Markkinointi muille sidosryhmille

Opiskelijoille ja nuorille halutaan kertoa monipuolisista opiskelu- ja työmahdollisuuksista sekä kaupungin palveluista. Tavoitteena on vahvistaa mielikuvaa lisalmesta hyvänä opiskelu- ja asuinkaupunkina. Monipuolisia harrastusmahdollisuuksia tuodaan erityisesti esille. Markkinoinnista vastaavat osaltaan kaupungin oppilaitokset. Lisäksi kaupunki hyödyntää maakunnallisen markkinointihankkeen toimenpiteitä.

Myös *kaupungin henkilökunnan* tulee olla tietoinen ja sitoutunut kaupungin viestinnällisiin ja markkinoinnillisiin tavoitteisiin. Motivoitunut henkilöstö viestii myönteisesti ja antaa positiivista kuvaa kaupungista. Intranetista löytyy monipuolisesti tietoa ja työkaluja arjen työhön. Tiedon löytymiseen kiinnitetään entistä paremmin huomiota ja vuorovaikutusmahdollisuuksia on aiempaa enemmän käytettävissä. Uutta intranetissä on sosiaalisen intranetin osuus: pikaviestit, kysy & vastaa, tiedotteiden ja tapahtumien tykkäys ja kommentointi mahdollisuus sekä johtotietoa uutispalsta -blogit, jossa kaupungin johtotehtävissä olevat henkilöt tuovat esille ajankohtaisia asioita.

Markkinointiviestintää kohdennetaan myös muille yhteistyötahoille ja sidosryhmille (valtionhallinnon avainpäättäjät, muut kunnat, järjestöt, tiedotusvälineet jne.). Tavoitteena on joustava yhteistyö eri tahojen kanssa, joka viestii siitä, että lisalmi on luotettava yhteistyökumppani.

5 Resurssit ja yhteistyötahot

Päävastuu lisalmen kaupungin markkinointiviestinnästä on kaupunginjohtajalla ja kaupungin johtoryhmällä. Palvelukeskusten viestinnästä vastaavat palvelukeskusten johtajat. Markkinoinnin esimiehenä toimii elinkeinojohtaja Terho Savolainen.

Markkinoinnin kehittämisestä ja koordinoinnista sekä markkinointisuunnitelman ja vuosittaisen toimenpideohjelman valmistelusta vastaa markkinointipäällikkö Jarmo Miettinen yhdessä elinvoimapalvelujen henkilökunnan ja palvelukeskusten avainhenkilöiden kanssa muodostetun markkinointitiimin kanssa. Markkinoinnin taloudelliset resurssit on määriteltä vuosittaisessa talousarviossa.

Markkinointitiimi toteuttaa johtoryhmän hyväksymää ja kaupunginhallituksen vahvistamaa toimenpideohjelmaa. Markkinointitiimin toimintaan osallistuvat palvelukeskusten keskeisistä tuotteista ja -palveluista vastaavat henkilöt. Markkinoinnin onnistuminen edellyttää palvelukeskusten markkinointitiimin säännöllisiä tapaamisia, toimenpiteistä sopimista ja niiden vaikuttavuutta sekä arviointia. Markkinointisuunnitelmassa on otettu huomioon palvelukeskusten ja

markkinoinnin mahdollisuudet tehdä yhteistyötä asumis-, kulttuuri- ja liikuntapalvelujen kehittämisen tukena.

Matkailu- ja tapahtumakoordinaattori Minna Maukosen tehtävänä on kehittää Iisalmen kaupungin matkailullista vetovoimaa ja tunnettuutta yhteistyössä matkailun, kulttuurin, liikunnan ja kaupan toimijoiden kanssa. Tehtäväkuvaan liittyy muun muassa matkailupalvelujen kehitystyötä, tapahtumien tuottamista, ryhmämatkojen tuotteistamista sekä myyntikanavien hakemista.

Kaupunginhallitus hyväksyy markkinointisuunnitelman toimenpideohjelmineen. Markkinointisuunnitelma saatetaan tiedoksi kaupunginvaltuustolle. Kaupunginhallitukselle raportoidaan toimenpideohjelman ja tavoitteiden toteutumisesta kerran vuodessa.

6 Yhteenvedo

Kaupungin hyvä imago ja vetovoima			
<i>Toimenpiteen kuvaus</i>	<i>tavoitteet</i>	<i>mittarit</i>	<i>vastuu- ja yhteistyötaho</i>
Markkinointistrategia ja toimenpidesuunnitelma	Markkinoinnin kokonaisuuden kuvaus – tavoitteet, toimenpiteet ja resurssit		Elinvoimapalvelut: markkinointi ja matkailu
lisäalimi imagostrategia ja maineenhallinta	Imagotutkimuksissa sijoituksen nousu * Aktiivinen markkinointikampanja valittuun kohderyhmään vuosittain * Asukaskyselyn toteuttaminen joka toinen vuosi	Kärkiyritysinfot ja -tapaamiset 12kpl/vuosi Yhteinen lisäalimi-rekrytointikampanja valtakunnallisesti vuosittain Osallistuminen yliopistojen rekrypäiville 2-4 krt / vuosi Mittareita tarkennetaan markkinointi	
Maakunnallinen markkinointihanke lisäalimi imagostrategian tukena	Maakunnan vetovoiman hyödyntäminen lisäalimen markkinoinnissa	Vuosittainen yhteistyösopimus konkreettisista toimenpiteistä	
liden ry – viihtyisän ja vetovoimaisen kaupunkikeskustan kehittäminen	Elinvoimainen keskusta	liden Ry kehitystoimenpiteiden eteneminen ja jäsenmäärän kasvu Vetovoimaiset tapahtumat,	Elinvoimapalvelut: markkinointi ja matkailu palvelukeskukset liden ry, muut yhteistyötahot
Matkailun kehittäminen osana liden ry:n toimintaa	Toiminnan vakiinnuttaminen Yhteistoiminta muun lidenin kanssa	10 matkailualan toimijaa jäseniksi Säännölliset matkailuyrittäjien tapaamiset, 10 krt/vuosi	
Tapahtumatuotanto ja tapahtumien kehittäminen	Vetovoimaiset tapahtumat eri puolilla kaupunkia	Tapahtumien lukumäärän ja osallistujamäärien kasvu	
Matkailuliiketoiminnan kehittäminen	Ylä-Savo tunnistettu matkailualueena Yhteistyö alueellisesti, maakunnallisesti ja valtakunnallisesti Ylä-Savon matkailuvahvuuksien kehittäminen ja esilletuominen tuotteissa sekä markkinoinnissa	Matkailutuotteiden määrän lisääntyminen Hanketoiminta Markkinointitoimenpiteiden määrä ja laatu Alueen matkailutulon lisääntyminen	Elinvoimapalvelut: markkinointi ja matkailu liden ry palvelukeskukset yritykset ja yhteisöt
Culture Finland – aluekoordinaatiohanke Pohjois-Savossa	Maakunnallisen yhteistyön vahvistaminen ja pohjoissavolaisen kulttuurimatkailun kehittäminen	Säännölliset aluetiimin ja teematiimien tapaamiset Koulutukset ja tapahtumat Teematuotteet	Elinvoimapalvelut: matkailu ja markkinointi, kulttuuritoimi, Finpro, Pohjois-Savon Culture Finland aluetiimi

	Toiminta valtakunnallisessa kehittämistyössä		
Kuopio- Tahko Markkinointi Oy	Ylä-Savon matkailuvahvuuk- sien markkinointi Ylä-Savon matkailutuotteiden myynnin lisääntyminen Ylä-Savon tapahtumakävijöiden määrän lisääntyminen	Nettisivujen kävijämäärän kasvu Alueen näkyvyyden kasvu Markkinointitoimenpiteiden määrä ja laatu Markkinointiyhtiöltä saatava mittaritieto Kävijämäärien lisääntyminen	Elinvoimapalvelut: matkailu ja markkinointi, matkailutoimijat, Kuopio-Tahko Markkinointi Oy
Liike- ja teollisuuskeskittymien markkinointi	Eri kehitysvaiheissa olevien alueiden tarpeiden tunnistaminen ja toimenpiteiden hankkeistaminen	Markkinointitoimenpiteet ja tuotokset – yksi aktiivinen kampanja / vuosi	Elinvoimapalvelut ja tekninen keskus

Kaupungin hyvä imago ja vetovoima (2/2)			
<i>Toimenpiteen kuvaus</i>	<i>tavoitteet</i>	<i>mittarit</i>	<i>vastuu- ja yhteistyötahot</i>
Markkinointi asumis-, kulttuuri- ja liikuntapalveluiden kehittämisen tukena	Yhtenäinen markkinointinäkemys Yhteiset suunnitelmalliset kampanjat ja toimenpiteet Kaupungin palveluita hyödyntävien matkailutuotteiden lukumäärä ja kasvu Markkinointitiimin tapaamiset 4-6 kertaa/v	Säännölliset kehityspalaverit palvelukeskusten kanssa Uudet tuotteet	Yhteistyössä: Elinvoimapalvelut: markkinointi ja matkailu tekninen keskus kulttuuritoimi vapaa-aikapalvelut
Löydä unelmiesi kotimaisema	Kaupunkikeskustan viihtyisyyden lisääminen Asumisvaihtoehtojen monipuolinen tarjonta	Ydinkeskustan kehittämissuunnitelman toteuttaminen Asumisen lisääminen liikekiinteistöihin L-A aseman ja postitalon ympäristöt Virranpuistohanke uudet alueet sekä yhdyskuntarakenteen tiivistäminen	
Taisteluiden ja tarinoiden Koljonvirta ja Iisalmen kulttuurikeskus	Koljonvirran alueen kävijämäärien kasvu Kulttuurikeskuksen kokousmatkailun tuotteistaminen	Palautejärjestelmän kehittäminen Toimenpideohjelma Kulttuurikeskuksen markkinointiaineisto	
Kankaan liikuntapuisto, Paloisvuoren ulkoilualue sekä hoidetut liikuntapaikat	Vetovoimaiset tapahtumat alueilla Tapahtumien lukumäärän ja osallistujamäärien kasvu Omatomisen liikuntaharrastamisen lisääntyminen	Yhteistyö tapahtumatuotannossa Vapaken toimintasuunnitelma	

Iisalmen kaupungin markkinoinnin toteutukseen ja ohjaukseen liittyviä dokumentteja

- Iisalmen kaupungin elinkeino-ohjelma
- Iisalmen kaupungin markkinoinnin ja matkailun toimintasuunnitelma sekä talousarvio
- Iisalmen brändin ohjaustyö ja konsultointi
- Soinlahden alueen markkinointisuunnitelma
- Iiden ry:n toimintasuunnitelma
- Iiden ry:n matkailun toimintasuunnitelma
- Kuopion kaupungin ja Iisalmen kaupungin välinen sopimus Maakunnallisesta markkinointiohjelmasta
- Kuopio-Tahko Markkinointi Oy:n ja Iisalmen kaupungin välinen sopimus yhteismarkkinoinnista
- Culture Finland Pohjois-Savo -hanke