



Kuntien markkinointitutkimus 2018

Eija Rautiainen, markkinointipäällikkö

9.1.2019

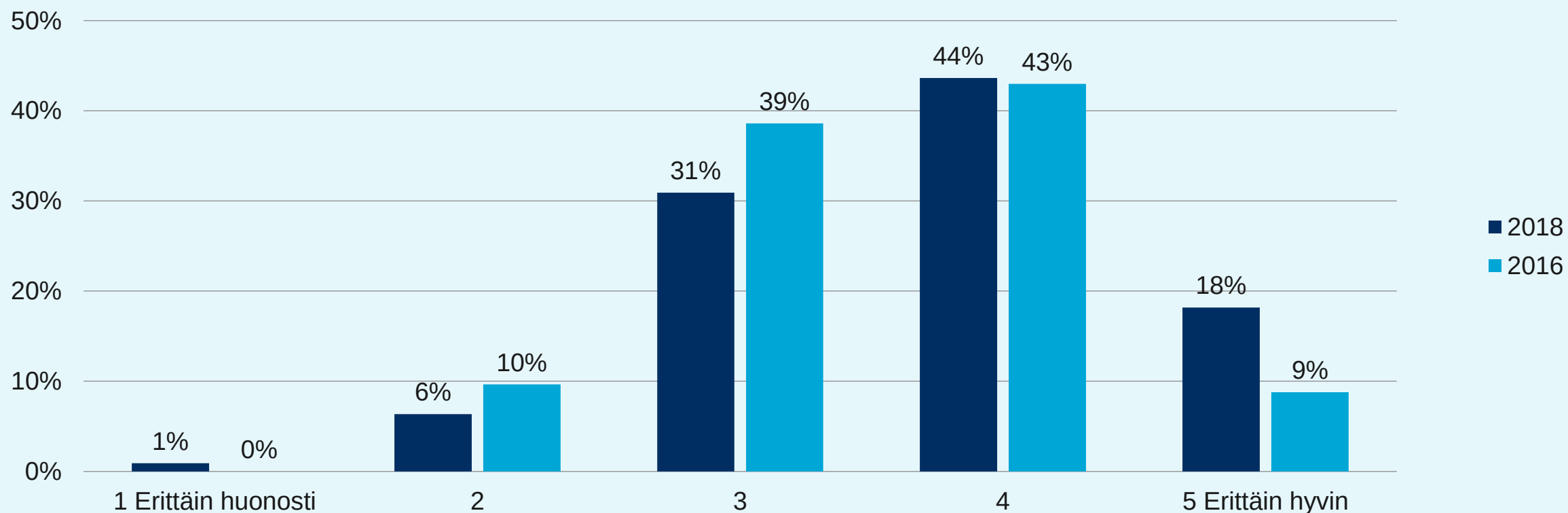
- Kysely toteutettiin 16.-30.11.2018 Webropol –kyselynä.
- Kysely lähetettiin kirjaamoiden kautta 295 kuntaan (Manner-Suomi)
- Vastaaajia 111, vastausprosentti 37,6.
- Kuntien markkinointikysely toteutettiin viidettä kertaa. Aikaisemmat tehty 2002, 2009, 2012 ja 2016.
- Kyselyllä selvitettiin kuntien ja markkinoinnin suunnittelua, organisointia, resursseja sekä markkinointiviestinnän keinoja ja yhteistyötä mainos- ja viestintätoimistojen kanssa.
- Yhteenvedossa on käytetty vertailulukuna vuoden 2016 kyselyn tuloksia.
- Käytetyt tunnusluvut on ilmaistu prosentteina.



Markkinoinnin suunnittelu, organisoiminen ja resurssit

 Kuntaliitto
Kommunförbundet

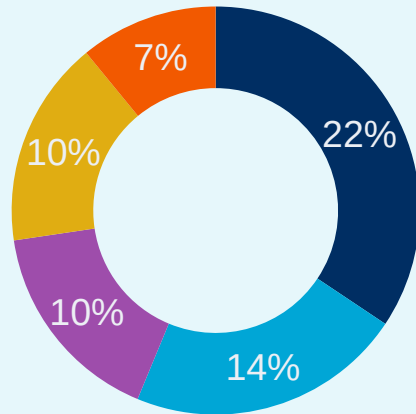
Kuinka hyvin kuntasi markkinointitoimenpiteet tukevat mielestäsi kuntastrategiassa asetettuja tavoitteita (2018 n=110, 2016 n=114)



Markkinoinnin tärkeimmät tavoitteet

(2018 n=104, 2016 n=100)

2018



- Asukasmäärän lisäys
- Yritysmäärän lisäys
- Tunnettuuden lisääminen
- Matkailijamäärien kasvu
- Kaupunkikuvan/kuntakuva vahvistaminen

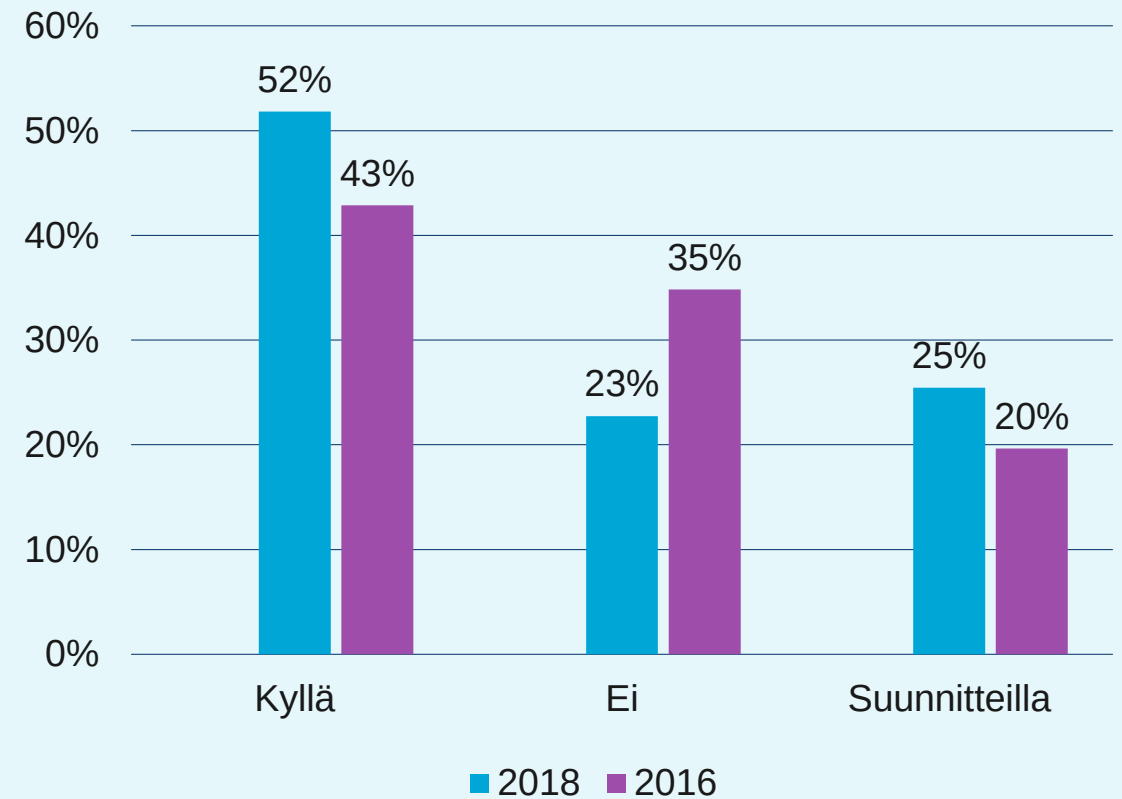
Kuntien markkinointitutkimus

2016

- Kartuttaa verotuloja
- Lisätä investointeja
- Kasvattaa tonttimyyntiä
- Kasvattaa matkailutuottoja
- Lisätä vetovoimaisuutta

Onko kunnassasi tehty markkinointisuunnitelmaa em. tavoitteiden saavuttamiseksi (2018 n=84, 2016 n=112)

- Markkinointisuunnitelmia on tehty aktiivisemmin vastausten perusteella



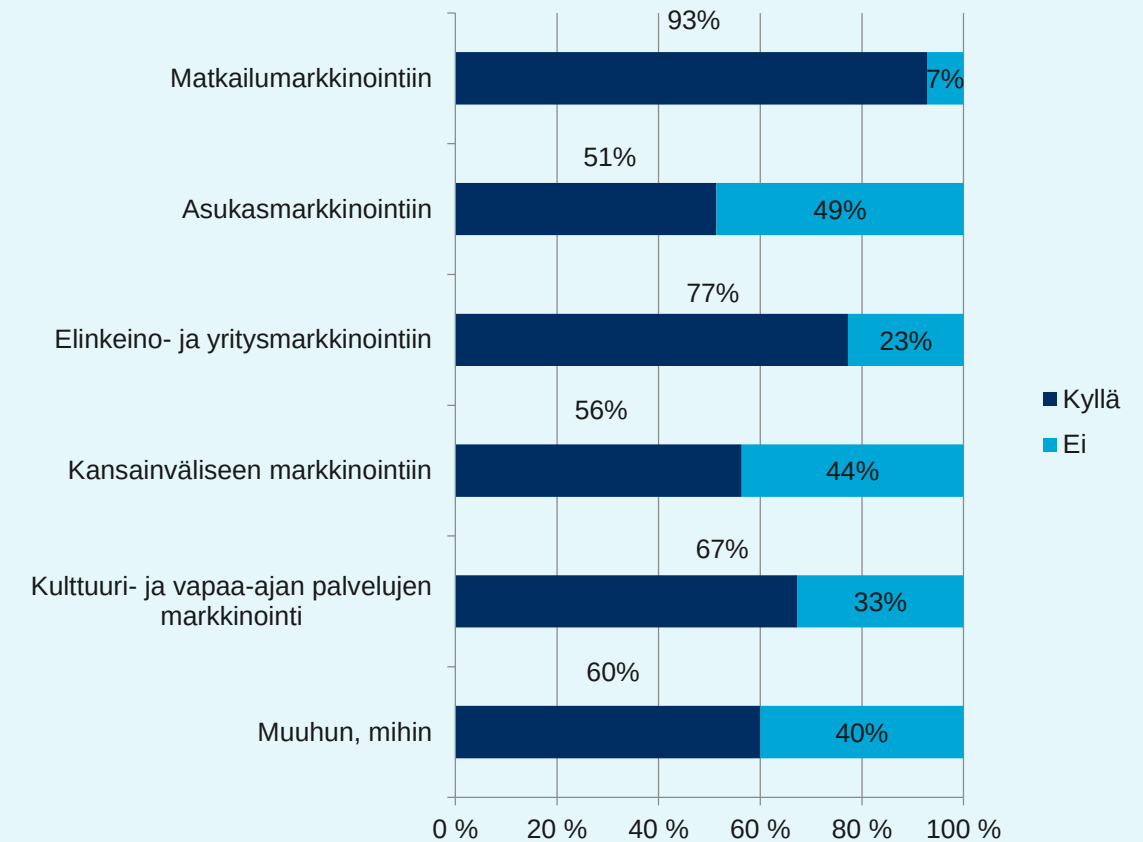
Kuinka paljon alueesi
yhteistyötahot ovat
mukana kuntasi
markkinoinnissa
(2018 n=85, 2016 n=113)

- Matkailuorganisaatiot 16 % (2016 20 %)
- Elinkeinoelämän vaikuttajat 13 % (2016 13 %)
- Oman organisaation henkilöstö 9 % (2016 12 %)
- Poliittiset päättäjät 11 % (2016 7 %)
- Kulttuurielämän vaikuttajat 11 % (2016 7%)



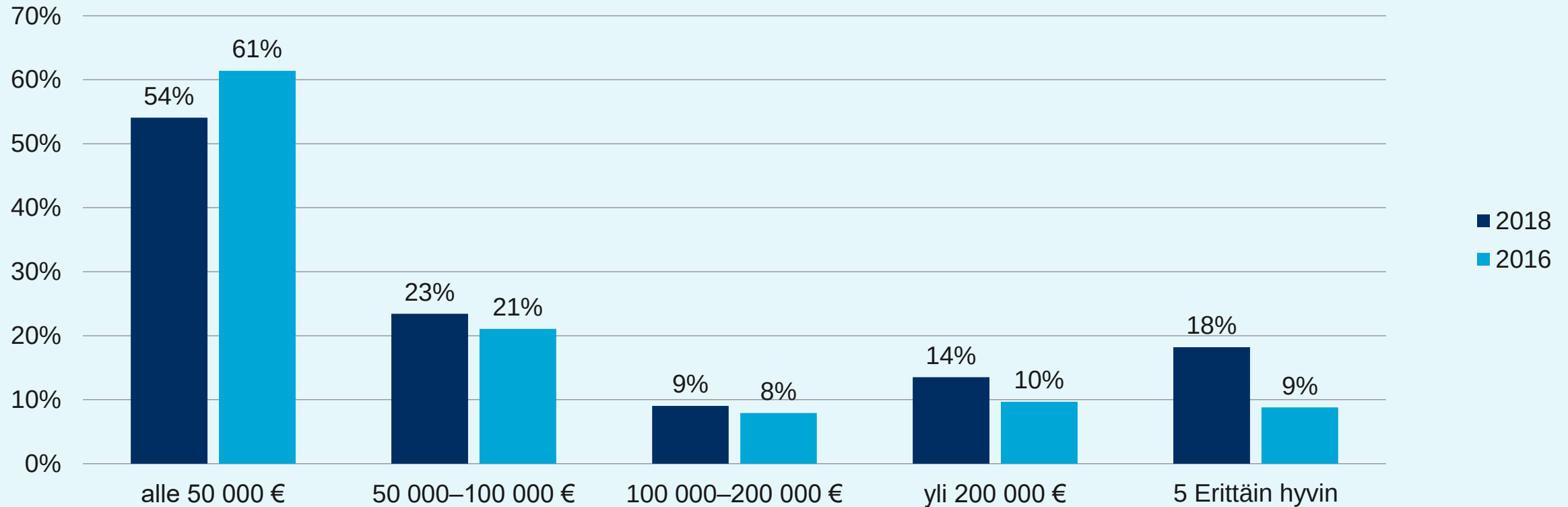
Osallistuuko kuntasi seudun tai alueen yhteismarkkinointiin (2018 n=85)

- Muuhun, mihin
 - Tapahtumamarkkinointiin
 - Seurakunnan markkinointiin
 - Saavutettavuusmarkkinointiin



Kuntien markkinointitutkimus

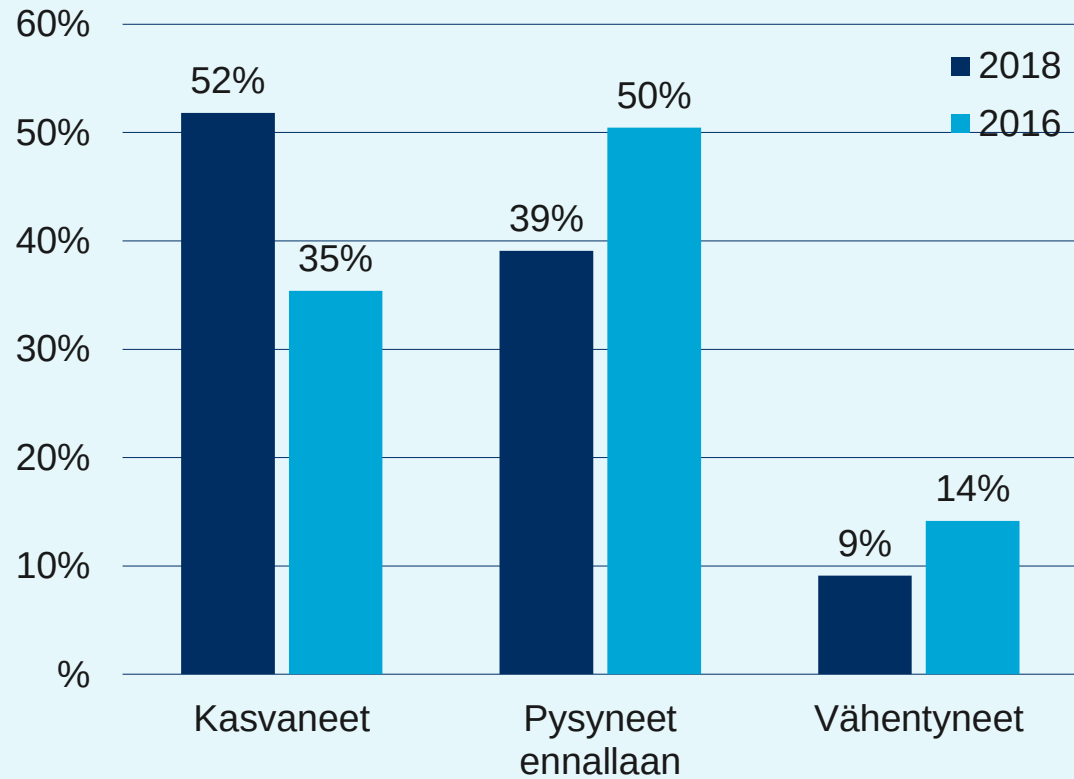
Kuinka paljon rahaa arvioit kuntasi käyttävän tänä vuonna markkinointiin (2018 n=110, 2016 n=114)



Markkinointiresurssien kehittyminen

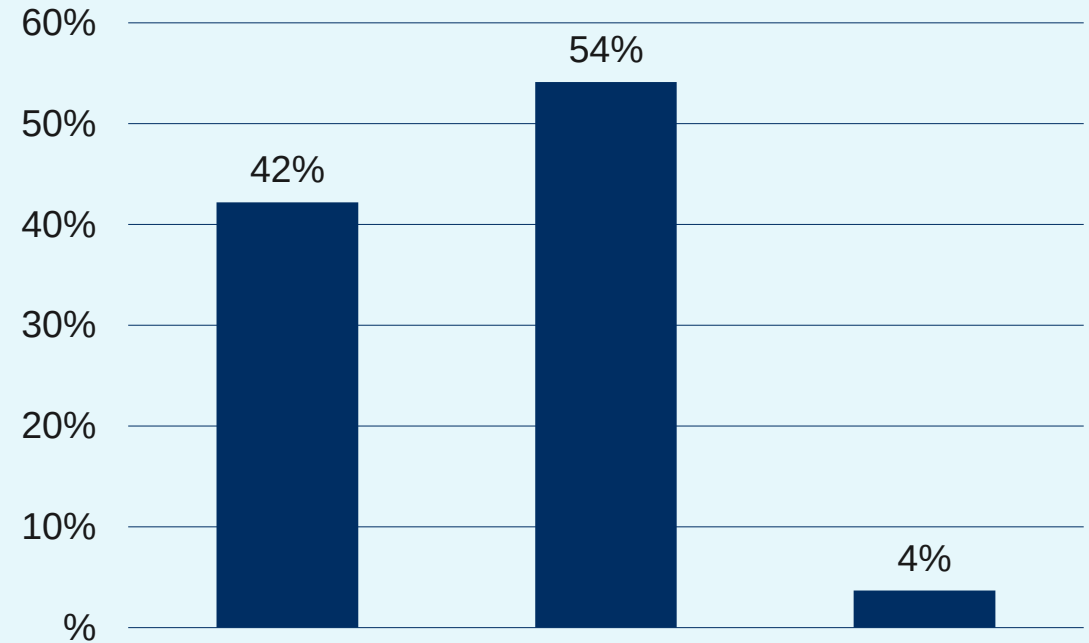
(2018 n=83, 2016 n=114)

Kehitys 2016-2018



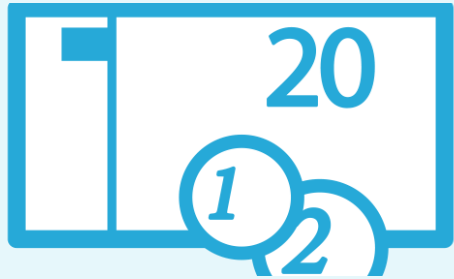
Kuntien markkinointitutkimus

Kehitysarvio 2019-2021



Markkinoinnin haasteet ja kehittämiskohteet

(n=107)



- **Henkilöstö-
resurssit**
- **Sisäinen
markkinointi**
- **Raha**

Kuntien markkinointitutkimus



- **Segmentointi**
- **Tunnettuuden
lisääminen**
- **Digitaalinen
markkinointi**



- **Kunnallinen
pääöksenteko**
- **Suunnitelmallisuus**
- **Alueen
yhteismarkkinointi**



Kohderyhmät, palvelut / tuotteet

 Kuntaliitto
Kommunförbundet

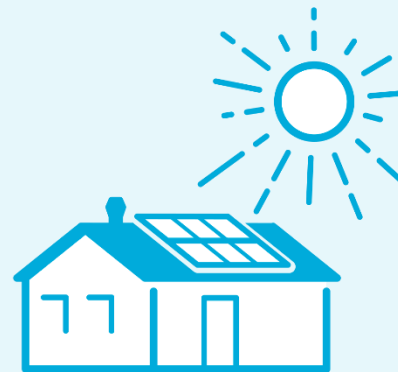
Markkinoinnin kohderyhmät (n=107)



1. Yritykset; uudet ja investorit
2. Tulevat asukkaat



3. Matkailijat
4. Lapsiperheet



5. Kuntalaiset
6. Vapaa-ajan asukkaat

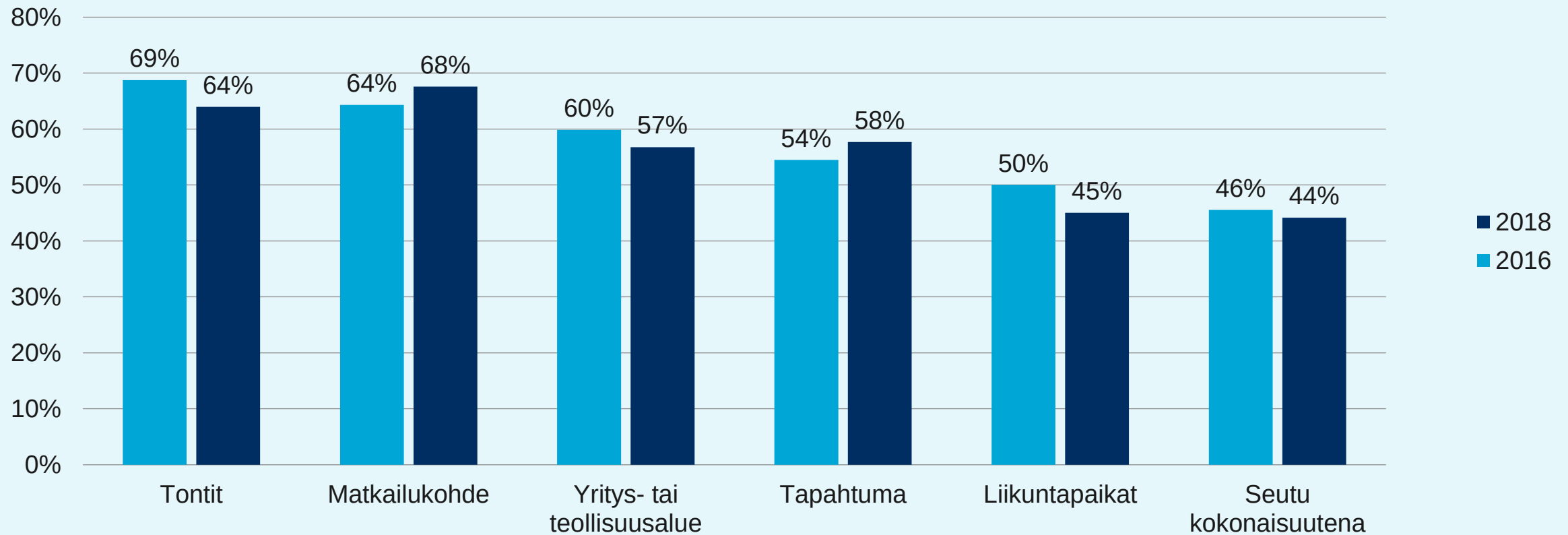
Kuinka tärkeitä seuraavat osa-alueet ovat kuntasi markkinoinnin kannalta

(2018 n=85, 2016 n=113)

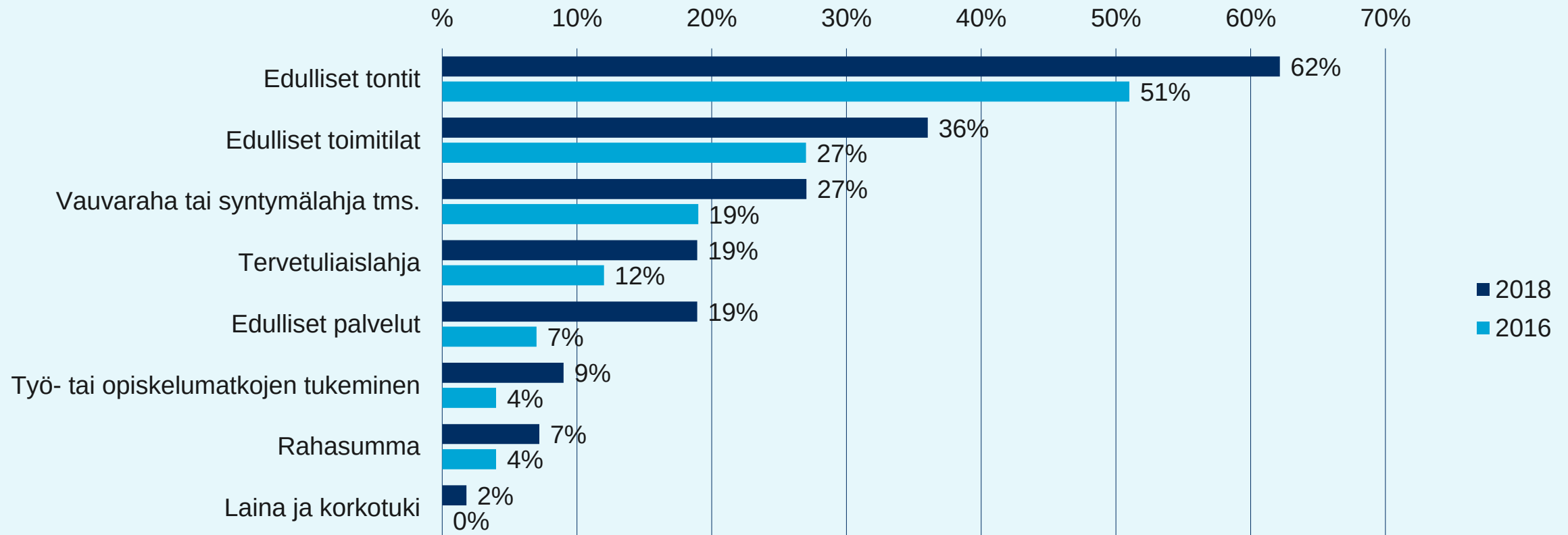
- Elinkeino- tai yritysmarkkinointi 75 % (2016 73 %)
- Asukasmarkkinointi 74 % (2016 65 %)
- Matkailumarkkinointi 45 % (2016 44 %)
- Kansainvälinen markkinointi 16 % (2016 15 %)
- Kulttuuri- ja vapaa-ajan palvelut 27 % (2016 27 %)
- Sisäinen markkinointi 31 % (2016 ei kysytty)



Markkinoinnin painopistealueet (2018 n=110, 2016 n=114)



Muuttohoukuttimet (2018 n=85, 2016 n=112)



Muuttohoukuttimet: rahasumma

Muuttohoukutin	Mikä
Rahasumma, mihin	elokuvateollisuus
	muutto- ja lapsiavustus (alle 12 v)
	asunnon hankkiminen
	tonttiostoihin
	tonttikampanjan yhteydessä vesi- ja viemäriliittymä tarjotaan
	aloittavan yrittäjän tuki
	Vaasa-lisä alle 2-v kotihoidosta
	ensiasunnon hankinta

Muuttohoukuttimet: vauvaraha tai syntymälahja

Muuttohoukutin	Mikä	
Vauvaraha, syntymälahja	maksuttomat sairaalakulut synnyttäjille	rotinakassi
	tuutulaulu CD	vauvabody
	omenapuu	juhla ja ateriasetti
	Vauvaraha 100 -1000 €	lasten vaate
	pyyhe	vauvakirja
	vauvaraha	vuoden ensimmäinen vauva muistetaan
	syntymäpuu	
	lampaantalja	

Muuttohoukuttimet: edulliset palvelut

Muuttohoukutin	Mitkä		
Edulliset palvelut	asuminen		
	alennus hiihtokeskuslipusta ja kylpyläkäynnistä		maksuttomat/ tuntiperusteiset varhaiskasvatuspalvelut
	vapaa-aikapalvelut		
	yritysneuvonta		
	kaukolämpö		
	kansalaisopistopalvelut, päivähoitopalvelut		
	opiskelijoiden asuntotakuu		
	liikuntapalvelut		

Muuttohoukuttimet: tervetuliaislahja

Muuttohoukutin	Mikä		
Tervetuliaislahja	historiakirjasarja		kuukauden bussikortti
	kylpylä-/uimahallikäynti perheelle		muuttajapaketti
	tervetuloakirje, jossa alennuksia yrityksien tuotteisiin		Loviisa-suomi-ruotsi - sanakirja
	Säkylä-parkkikiekko		kestokassi
	urheilutalokortti		
	teatteri-/elokuvalippu		
	tuotekassi		
	höyrylaivaristeily		

Muuttohoukuttimet: muu

Muuttohoukutin	Mikä		Mikä
Muu, mikä	yritys- ja verkostoitumispalvelut		kuntalisä
	ilmainen lukio		nopea laajakaista
	uusasukas hankinnasta palkitaan pienellä lahjalla		alhainen veroprosentti
	tukipalvelut muuttajalle		
	sijainti		
	merkkipäivälahjat, muistamiset		
	infopaketti		
	uusi päiväkotikoulu		



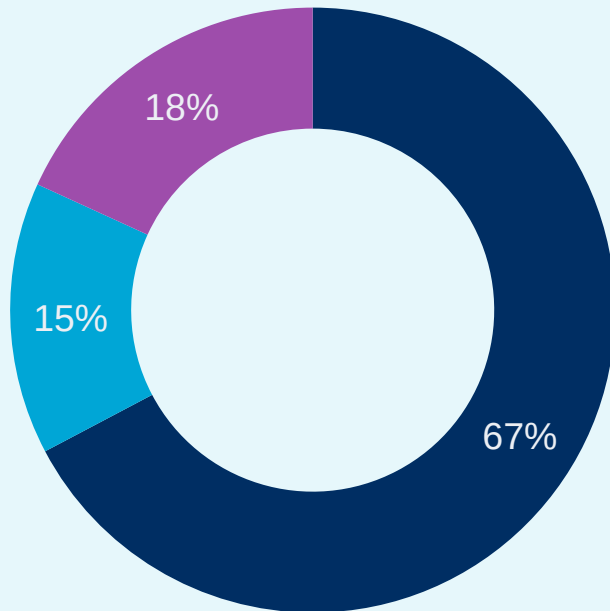
Markkinointi- viestintä

 Kuntaliitto
Kommunförbundet

Brändi-imago (n=85)

Visuaalinen ilme (n=85)

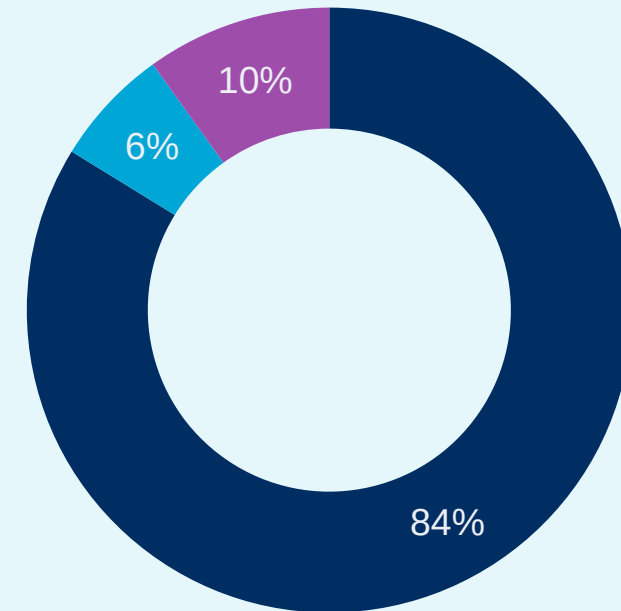
Brändi-imago



■ Kyllä ■ Ei ■ Suunnitteilla

Kuntien markkinointitutkimus

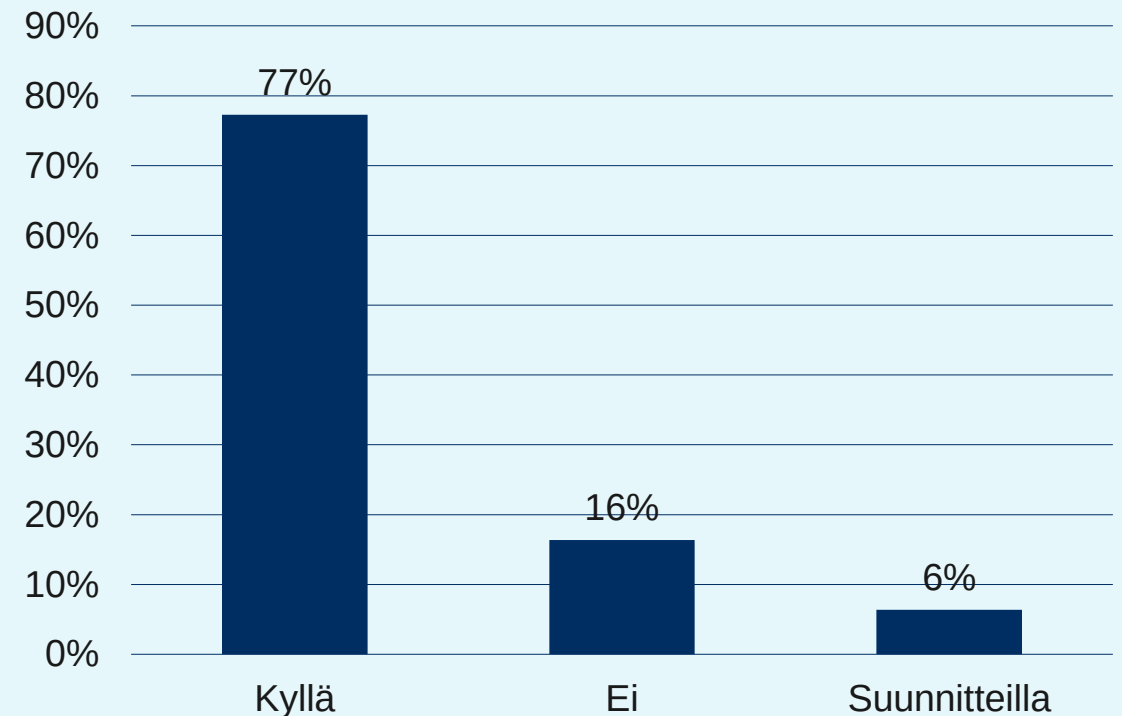
Visuaalinen ilme



■ Kyllä ■ Ei ■ Ei ole, mutta on suunnitteilla/valmisteilla

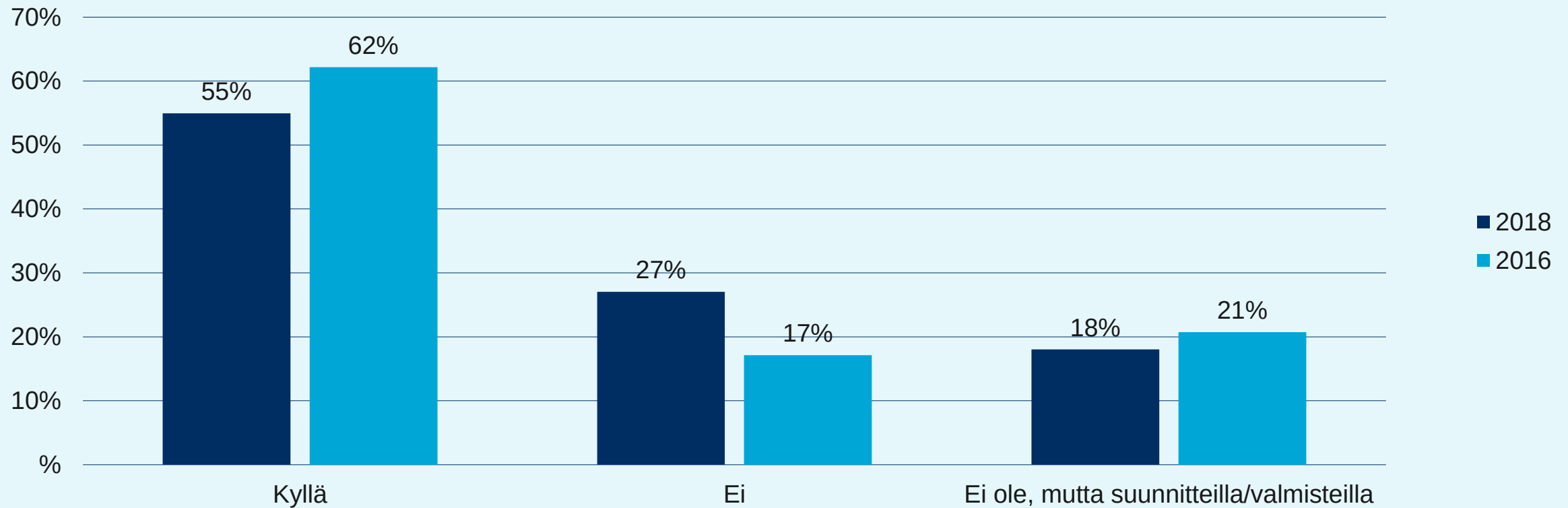
Slogan tai iskulause käytössä (n=76)

- Padasjoki, Parasta Päijännettä
- Maaseudun mallia maailmalle. (Sysmä)
- Ei mikä tahansa mäki! (Pieksämäki)
- Moottoritie alkaa Nousiaisista
- Ihan lähellä (Hämeenlinna)
- Luokseen kutsuva loistokunta (Ulvila)
- Asu siellä missä elät (Vihti)
- Elä ihmeessä, tule Juukaan!
- Positiivisten tarinoiden pitäjä. (Kärsämäki)
- Viiden tähden elämää. (Kalajoki)



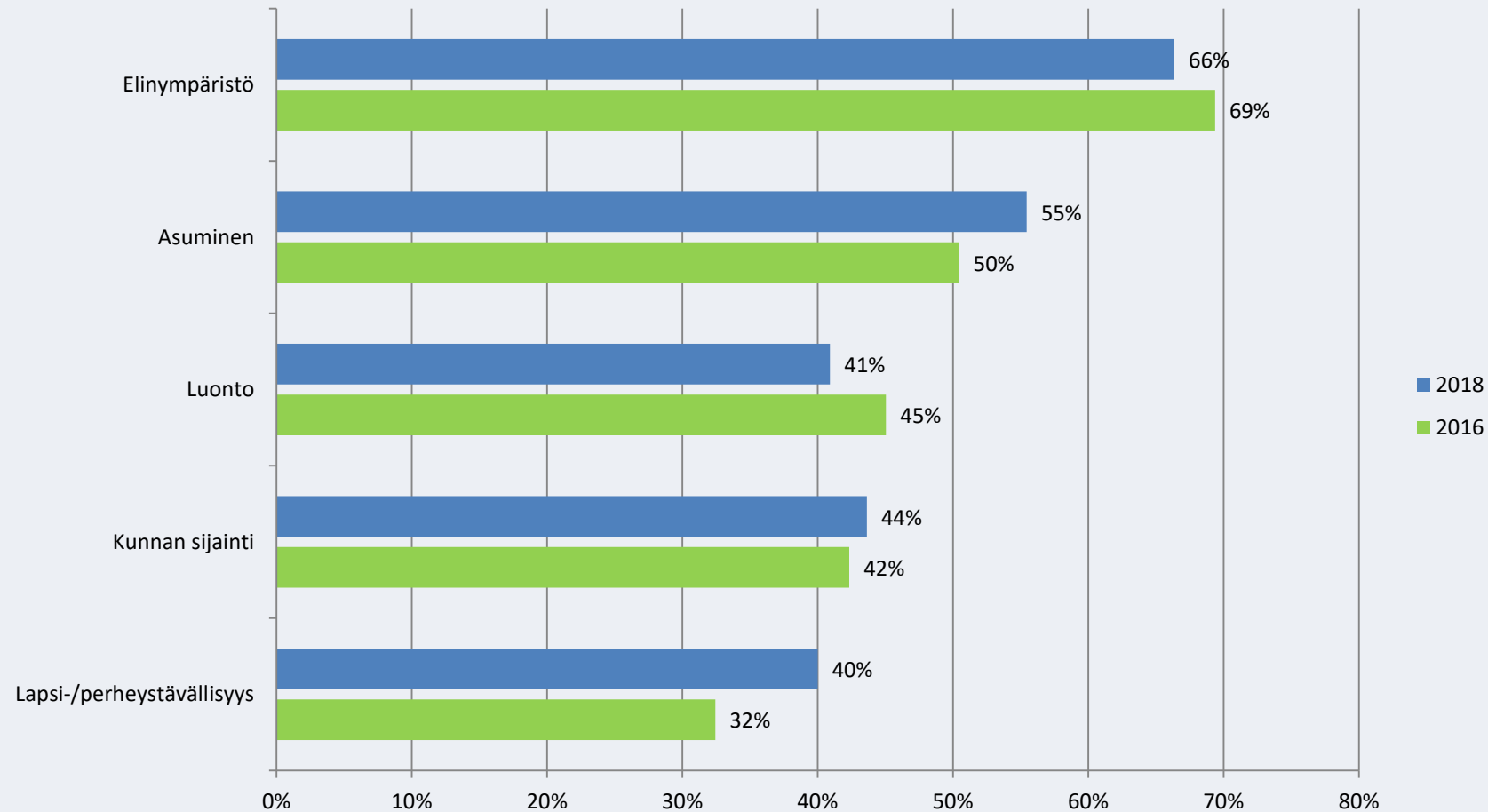
Kuntien markkinointitutkimus

Onko kunnallasi markkinointiviestinnässä käytössä määritellyt perusviestit (2018 n=85, 2016 n=111)



Kunnan profiloinnin kärjet

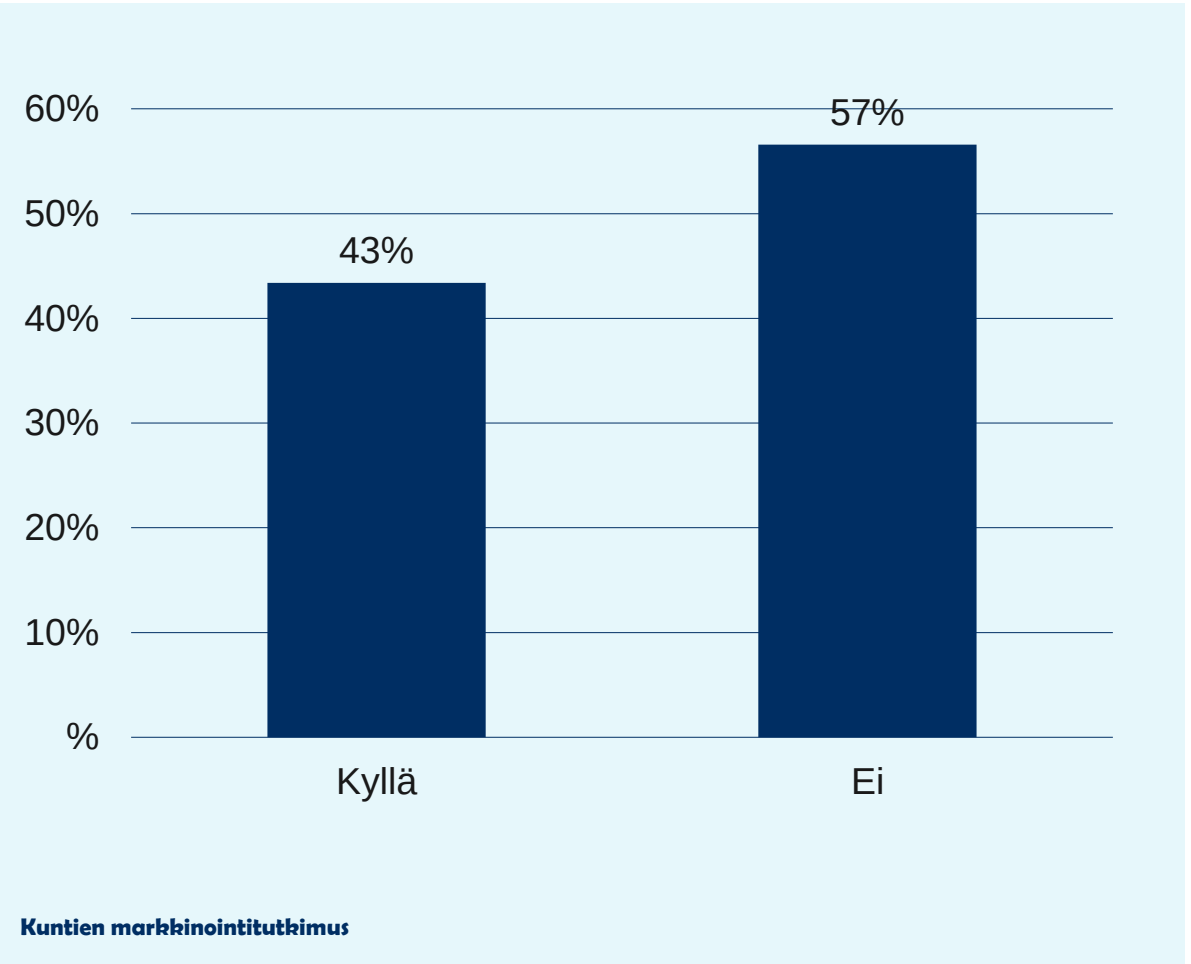
(2018 n=84, 2016 n=111)



Kampanja suunnitteilla ja kohderyhmät

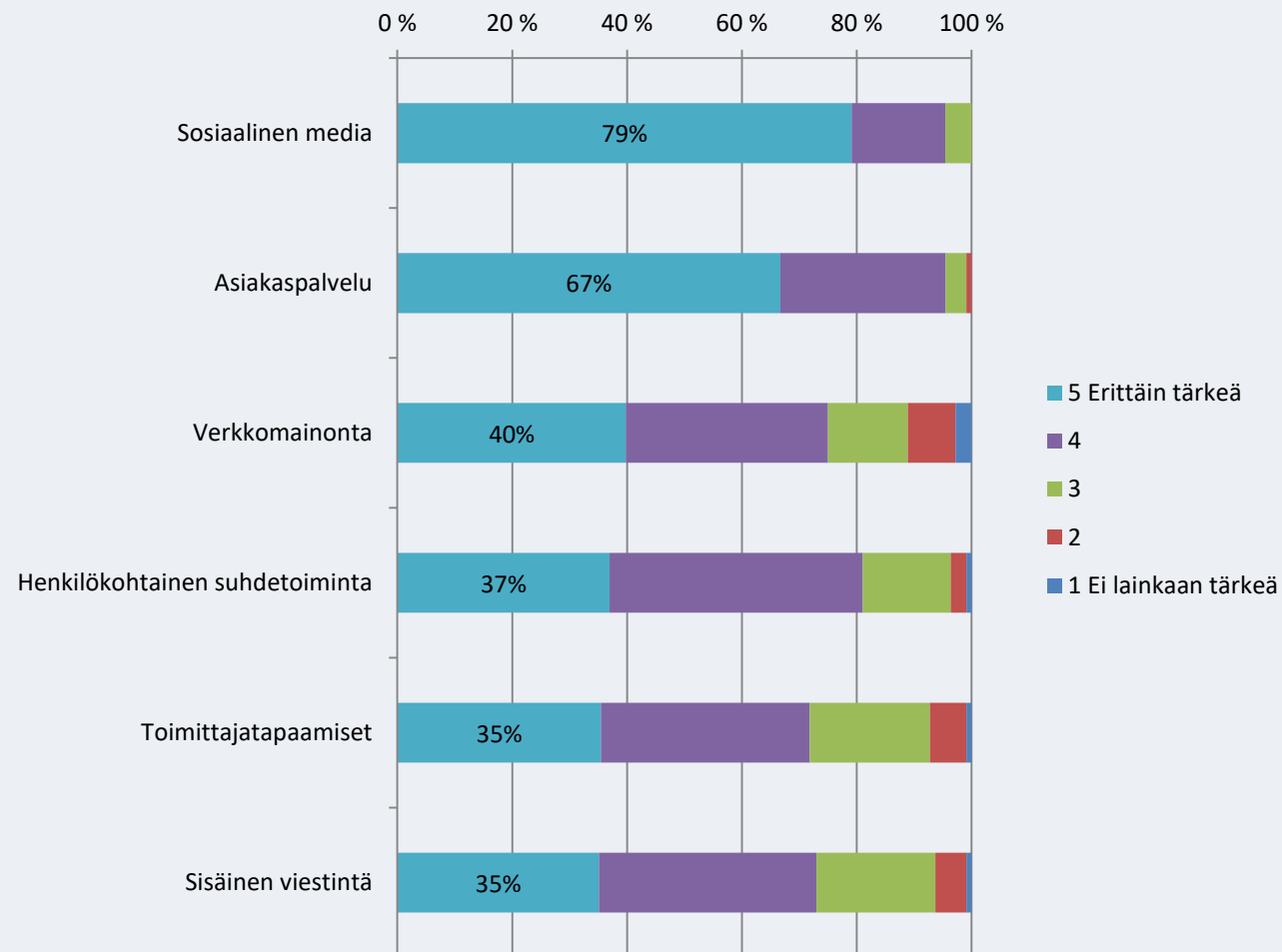
(2018 n=81)

- Uudet asukkaat Kesäasukkaat
- Poismuuttaneet Kuntalaiset
- Nuoret lapsiperheet Lähikuntalaiset
- Asukkaat Elinkeinoelämä
- Matkailijat Kasvuyritykset
- Opiskelijat Rekrytointi
- Tapahtumakävijät Seniorit
- Poliittiset päättäjät kv. asiantuntijat
- Osaajat Rakentajat
- Yritykset Investorit
- Kuntaan muuttamista harkitsevat henkilöt



Tärkeimmät markkinointiviestinnän keinot

(2018 n=85)



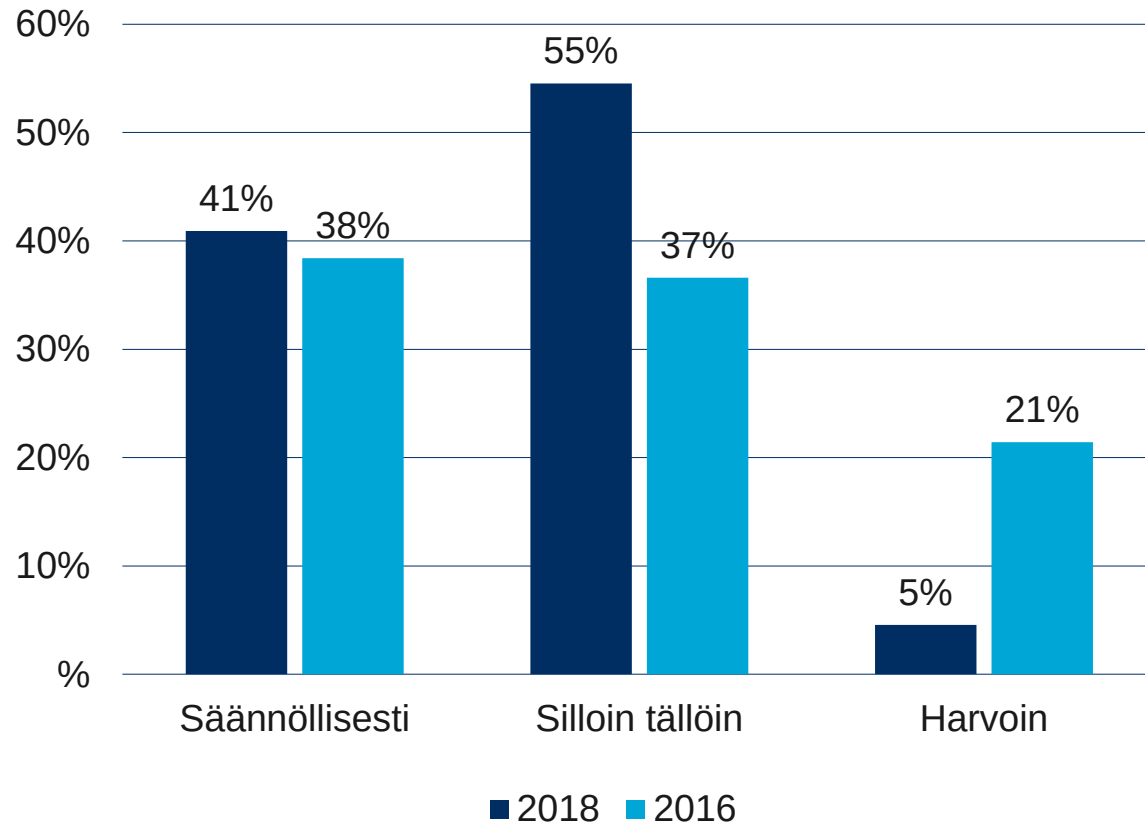


Yhteistyö mainos- ja viestintä- toimistojen kanssa

 Kuntaliitto
Kommunförbundet

Mainos- ja viestintätoimistojen käyttö

(2018 n=94, 2016 n=112)



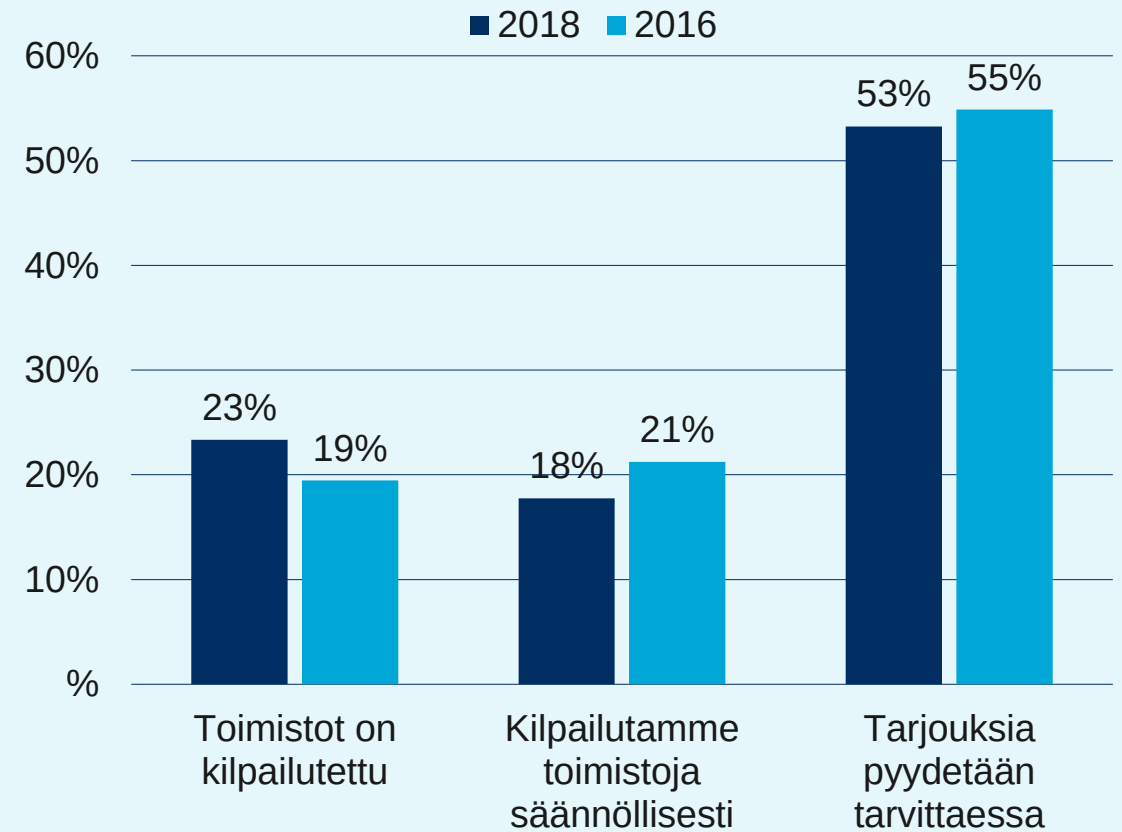
Arvostetut ominaisuudet mainos- ja viestintätoimistoja käytettäessä (n=94)

- Ammattitaito (kokemus)
- Paikkakunnan ja kuntasektorin tuntemus
- Joustavuus
- Ymmärrys asiakastarpeista
- Kohtuuhintaisuus
- Innovatiivisuus
- Yhteistyökyky ja kemia
- Kyky sisäistää valittu brändi



Kilpailutus ja sen haasteet (2018 n=79, 2016 n=113)

- Kilpailutusosaaminen, pitkä erittäin yksityiskohtainen prosessi
- Vähäinen tarjonta alueella
- Paikallistietämyksen puute, miten pisteyttää paikallisuus osaksi valintakriteereitä?
- Kuntamarkkinoinnin ymmärtäminen, kohderyhmät
- Miten arvioidaan laatu ja idearikkaus
- Tarjouspyynnön mukaisen tarjouksen saaminen



Kuntien markkinointitutkimus

Kilpailutuksen haasteet (n=79)

- Mainostoimistojen hinnat resursseihin nähden korkeita
- Työn määrän kartoittaminen ennakkoon
- Yhteistoiminnan sujuvuus
- Miten löytää luova tekijä, joka ymmärtää kaupungin toiminnan verrattuna yrityksiin. Parhaat toimistot eivät pidä kaupunkia/ kuntia kiinnostavina asiakkaina vähäisten resurssien takia.
- Toimistojen rohkeus uusille avauksille, sitoutuminen aikatauluun, kustannustehokkuus.
- Luottamus, henkilökemia, pitkäaikainen yhteistyö
- Kaupunkiorganisaation eri osien ymmärrys puitesopimuksesta
- Uskallus reklamoida huonosta laadusta tai palvelusta



Vastaajien taustatiedot

 Kuntaliitto
Kommunförbundet

Vastaajien taustatiedot

- Vastaajien ammattinimikkeissä laaja skaala. Useassa kunnassa vastaajana kunnan/kaupunginjohtaja
- Vastaajista 53 % (2016, 49 %) yliopisto- tai ammattikorkeakoulun koulutus. 7 % ei mitään viestintään tai markkinointiin liittyvää koulutusta.



Lisätietoja www.kuntaliitto.fi/

Eija Rautiainen
+358 45 316 1600

eija.rautiainen@kuntaliitto.fi

Jari Seppälä
+358 50 667 43

jari.seppala@kuntaliitto.fi

 Kuntaliitto
Kommunförbundet

kuntaliitto.fi

PL 200, 00101 Helsinki
Kuntatalo, Toinen linja 14
00530 Helsinki

