

## Kuntamarkkinoinnin SM-kilpailun voittajat 2020:

Kultaa:

[Sound of Lapland](#) / House of Lapland Oy.

[Tuomariston perustelut](#): Tutkimusjohtaja Teemu Moilanen, Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Hopeaa:

[Emme odota ihmeitä. Teemme niitä.](#) / Iisalmen kaupunki

[Tuomariston perustelut](#): Toiminnanjohtaja Hannu Komu, Suomen matkailuorganisaatiot SUOMA ry

Pronssia:

[Kymsoten prototyypit](#) / Kymsote

[Tuomariston perustelut](#): Toiminnanjohtaja Jaakko Helenius, Suomen Elinkeino- ja Kehitysyhtiöt SEKES ry

Kunniamaininnat:

[Pohjois-Karjalan asukasmarkkinointi](#) / Pohjois-Karjalan maakuntaliitto

[Tuomariston perustelut](#): Asiantuntija Ida Honkanen, Työ- ja elinkeinoministeriö

[Vaasa.fi - seudullinen verkkopalvelu](#) / Vaasan kaupunki, VASEK, Visit Vaasa, Merenkurkun maailmanperintö ry.

[Tuomariston perustelut](#): Toiminnanjohtaja Sanna Laakkio, MARK Suomen Markkinointiliitto ry

(Kuntaliitto tiedottaa 1.6.2021 - vapaa julkaistavaksi klo 9.00)

Lappiin kuntamarkkinoinnin Suomen mestaruus

### Hiljaisuus voitti markkinointikilpailun

Luontaisten vahvuuksien omaperäinen ja tuottoisa markkinointi toi tämän vuoden kuntamarkkinoinnin Suomen mestaruuden Lapin kansainväliselle matkailukampanjalle ”Sound of Lapland”. Hopeaa voitti Iisalmen kaupunki monipuolisella asukasmarkkinoinnillaan ja pronssia Kymsote maakunnan asukkaat osallistaneella palvelu- ja brändiuudistuksella.

- Hiljaisuus ja luonnon äänimaisema eivät ehkä ole tyyppisiä ja helppoja markkinoinnin välineitä, mutta Lapin kampanjassa on saatu huolellisesti toteutetulla ja kohdistetulla aineistolla laajasti kansainvälistä kiinnostusta. Toinen äänielementti eli ulkomaisen artistin musiikkivideo Lapin maisemissa täydensi kampanjaa uudenväliselle kohderyhmälle. Tulokset olivat vakuuttavia maailmanlaajuisesti, sanoo kuntamarkkinoinnin SM-kisan tuomariston puheenjohtaja, Kuntaliiton viestinnän erityisasiantuntija **Jari Seppälä**.

”Sound of Lapland” -kampanjan on toteuttanut Lapin alueellinen markkinointi- ja viestintäyhtiö House of Lapland, jonka omistavat Lapin kunnat, korkeakoulut ja Lapin Yrittäjät.

Hopealle nousi Iisalmen markkinointikampanja ”Emme odota ihmeitä. Teemme niitä.” Iisalmen kaupungin toteuttamassa kampanjassa on tukena 30 yrityksen, oppilaitoksen ja yhdistyksen verkosto. Tämä ”ihmeidentekijöiden yhteisö” järjesti Iisalmeen koeajaksi muuttaneen somettajan

asumisen, hääkilpailun, videoita ja markkinointitilaisuuksia muualla Suomessa. Kampanjan jälkeen Iisalmi sai muuttovoittoa suotuisan elinkeinokehityksen ohella.

Pronssikampanja käytti voimakkaasti kansalaisten osallistumista markkinoinnissa. Kymsote-kuntayhtymä aloitti viime vuonna toimintansa kutsumalla kymenlaaksolaisia suunnittelemaan ja testaamaan palveluja. Prototyypin henkilöiden etsiminen, ryhmän toiminta ja tuloksista viestiminen olivat kaikki avointa markkinointia ja kehitystyötä. Tuloksena Kymsote sai aidosti asiakaslähtöistä toimintaa, myönteistä julkisuutta ja luottavaista asiakaskunnan.

Tuomaristo jakoi myös kaksi kunniamainintaa, Pohjois-Karjalan maakuntaliitolle ja Vaasan seudun kehitys- ja matkailuyhteisöille. Pohjois-Karjalan asukasmarkkinointi perustui nykyisten asukkaiden lähettämiin kutsukirjeisiin, konkreettisiin palveluihin ja yksilölliseen avustamiseen. Vaasan seudun yhteinen verkkopalvelu on koonnut onnistuneesti ja tuloksekkaasti neljän organisaation palvelut ja tiedot käyttäjälähtöiseksi kokonaisuudeksi.

### **Hyviä malleja kuntamarkkinointiin**

- Tällä kertaa kilpailussa nousivat esiin vaikuttajamarkkinoinnin erilaiset muodot: bloggaajat, asukkaiden aktivointi, laaja yhteistyö ja -suunnittelu. Markkinointi on entistä enemmän yhdessä avoimesti tekemistä, ei vain yhtä totuutta ylhäältä päin tarjoiltuna. Näin syntyy aito ja uskottava kuva, joka houkuttelee tutustumaan vertaiskokemusten kautta.

- Tärkeätä on edelleen tukeutua paikkakunnan ja seudun omiin vahvuuksiin. Luonnosta on hyvä löytää juuri oma erityispiirre, tapahtumista ainutlaatuinen elementti. Myös arjen toimintoja voidaan markkinoida omaperäisesti, kuten esimerkiksi kirjastopalveluja tai henkilöstön rekrytointia, sanoo SM-kisan tuomariston puheenjohtaja Jari Seppälä.

### **Markkinointi tukee elinvoimaa**

Kuntamarkkinoinnin SM-kilpailu järjestettiin nyt 16. kerran kaikille kuntataustaisille organisaatioille. Kilpailuun on osallistunut vuosien varrella jo noin 700 markkinointiprosessia tai -kampanjaa muun muassa elinkeino-, matkailu- ja asukasmarkkinoinnin sekä henkilöstöviestinnän alueilta. Tavoitteena on korostaa markkinoinnin merkitystä alueen elinvoiman ja kehityksen tukena ja antaa koko kuntakentälle hyviä käytännön esimerkkejä hyvästä markkinoinnista.

Kilpailun takana ovat kunta- ja seutumarkkinoinnin kehittämistyötä tekevät järjestöt: Suomen Kuntaliitto, Suomen Elinkeino- ja Kehitysyhtiöt SEKES sekä Suomen matkailuorganisaatiot SUOMA. Palkintojen mahdollistajina toimivat Sanoma ja Miltton.

### **Tuomariston kokoonpano:**

Toiminnanjohtaja Sanna Laakkio, MARK Suomen Markkinointiliitto ry

Toiminnanjohtaja Jaakko Helenius, Suomen Elinkeino- ja Kehitysyhtiöt SEKES ry

Toiminnanjohtaja Hannu Komu, Suomen matkailuorganisaatiot SUOMA ry

Tutkimusjohtaja Teemu Moilanen, Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Asiantuntija Ida Honkanen, Työ- ja elinkeinoministeriö

Markkinointipäällikkö Eija Rautiainen, Suomen Kuntaliitto

**Lisätietoja:**

Viestinnän erityisasiantuntija Jari Seppälä, Suomen Kuntaliitto, tuomariston puheenjohtaja, 050 66 743

Markkinointipäällikkö Eija Rautiainen, Suomen Kuntaliitto, 045 316 1600