

KUNTAMARKKINOINNIN SM-KILPAILU 2020

Vastaa kaikkiin kysymyksiin huolellisesti. Nimeä osallistumislomake kilpailunumerollasi sekä kilpailutyön nimellä (esim. 2001_työnimi). Tallenna täytetty lomake Office 365 Teams työtilaan kilpailunumerollasi nimettyyn kanavaan. Tuomaristo arvioi kilpailutöitä tämän lomakkeen ja kilpailukansioon toimitetun materiaalin perusteella.

Taustatiedot

1. Kilpailunumero (annettu ilmoittautumisen yhteydessä)
2030
2. Kilpailutyön nimi
Emme Odota Ihmeitä. Teemme niitä.
3. Osallistuva organisaatio
By Iisalmi / Iisalmen kaupunki
4. Yhteyshenkilön nimi ja tehtävänimike/titteli
Laura Koski, markkinointi- ja viestintäsuunnittelija
5. Yhteyshenkilön sähköpostiosoite
laura.koski@iisalmi.fi
6. Yhteyshenkilön puhelinnumero
040 6325868
7. Nimeä kilpailutyön toteuttamiseen osallistunut työryhmä (kunnan/seudun, sekä mahdolliset yhteistyökumppaneiden mainos/viestintätoimiston edustajat)

Iisalmen kaupunki ja By Iisalmi –brändissä mukana olevat 30 kumppaniyritystä, -oppilaitosta ja –yhdistystä. Kampanjoissa on vaihdellen käytetty Iisalmen kaupungin puitesopimusmainostoimistoja, kuten Oddy Inc.iä, Oddy Digitalia, Viima Tuotantoa, Mainostoimisto Polkua ja Avidlyä.



Kilpailutyön kuvaus

8. Kerro tiivistetysti ja napakasti omin sanoin kilpailutyöstä. Vastaa tekstissä seuraaviin kysymyksiin, nämä ovat myös arviointikriteereitä:

- **Tavoite** – lähtötilanne, linkitys strategiaan, tavoite mielellään mitattavana suureena (tunnettuus, palautteiden tai kävijöiden määrä, tonttimyynnin kasvu, tutkimustulokset tms.) Jatkuvuus (mahdollinen jatko/ onko suunnitelmaa jatkotoimenpiteistä.
- **Toteutus** – kilpailutyön perusidea ja kärkiviestit, kohderyhmä, keskeiset markkinointi- ja viestintätoimenpiteet (esimerkiksi mediamainonta, suoramarkkinointi, verkkosivustot, sosiaalinen media, suhdetoiminta, messut tms.)
- **Tulokset** – tulosten mittaaminen, konkreettiset tulokset, vertailukohdat tuloksille, vaikuttavuus
- **Budjetti** – kilpailutyön budjetti (kerro myös rahoitusrakenne)

HUOM! Tilaa on 3500 merkkiä eli noin yhden A4-sivun verran. Teksti ei saa ylittää annettua pituutta. Voit tallentaa kilpailukansioon kilpailutyöhön liittyviä aineistoja, jotka selventävät kilpailutyön toteutusta. Olethan kuitenkin maltillinen tiedostojen määrässä.

Kilpailutyön kuvaus (pituus ilman välilyöntejä alle 3500 merkkiä)

Iisalmen strateginen tavoite on olla Suomen houkuttelevin seutukaupunki 2030. Tarvitsemme uusia ihmeentekijöitä töihin kansainvälisiin yrityksiimme. Alkuvuodesta 2019 Iisalmen kaupunki 30 brändikumppaninsa kera sinetöi lupauksen *'Emme odota ihmeitä. Teemme niitä.'* yhteiseen allekirjoitukseensa By Iisalmi –logoon. Lupa on suuri - sen voi lunastaa vain yhdessä. Allekirjoituksen muste ei ehtinyt kuivua yhteisön rientäessä tekemään ihmeitä. Iisalmen ihmeiden 2019 lokikirjaan kirjattiin:

- Sitouduimme rakentamaan onnellisten ihmisten ja hyvinvoivien yritysten Iisalmea Suomen houkuttelevimmaksi seutukaupungiksi. Kirkastimme arvomme: toimimme kekseliäästi, rohkeasti, arvostaen, välittömästi ja tinkimättömästi. Päätimme, että sijoitamme jokainen vuosittain tietyn määrän euroja (yhteensä n. 150 000 €) yhteiseen asiaamme. Kokoonnumme säännöllisesti kehittämään ihmeen hyvistä ideoista konkreettisia ihmeitä – aika on kallista, mutta niin on tavoitteemme!kin!
- Totesimme, ettei Iisalmi ole tarpeeksi tunnettu ja siihen liitetään vääriä mielikuvia. Halusimme arvojemme mukaan olla rohkeita ja kekseliäitä luodessamme keinoja ratkaista haasteita. Päätimme tarjota mahdollisuuden tulla koeasumaan Iisalmea ilmaiseksi! Koko yhteisö lähti toteutukseen mukaan: Ysaon opiskelijat remontoivat Petterinkulman tarjoaman koekodin yli 30 hakijan joukosta valitun, Tukholmasta koeasukkaaksi muuttaneen Emman toiveiden mukaan. Asunto kalustettiin yhteisön lahjoituksilla - Emman saapuessa tomaatin versot kasvoivat parvekepuutarhassa ja kirjahyllyssä oli kirjatkin valmiina. Ihmeellistä, sen huomasi mediakin. Mm. YLE:n tv-utisissa oli esittely koeasukkaastamme. Sivustomme kävijämäärät kasvoivat 300 %

ja talven rekrytapahtumissa koeasumisen esitteet vietiin käsistä. Yritykset kiittivät kampanjan tuomaa kiinnostusta heidän rekryilleen.

- Lähdimme Suomenkiertueelle! Kerroimme lisälmen ihmeistä Rovaniemeltä Helsinkiin ja Joensuusta Ouluun. Kutsuimme uusia ihmeentekijöitä seudulle, jossa eletään yhtä aikaa maalla ja maailmalla tuntien olemisen vapautta. Teimme taustatyöt tinkimättömästi, kampanjoimme digitaalisesti ja soitimme kiertuepaikkakuntien medioille sekä postailimme puskaradioihin. Se näkyi lähestulkoon kaikkien alueiden valtamedioissa – välillä jopa kannessa! Jälleen sivustomme ruuhkaantui.
- Kiteytimme viestimme videoille: *Emme odota ihmeitä. Teemme niitä.* Halusimme kertoa tarinamme ihmisenmyötäisestä elämästä ihmeentekijöiden ilmapiirissä – sellaisessa, jossa intohimosta syntyy ihmeitä kannustavan yhteisön tuella. Koemme iisalmelaisen yhteisön nuotiopiiriksi, jossa onnistumisen perinne tarttuu. Kokosimme videon nuotiopiirille maailman parhaita metsäkoneita valmistavan Ponssen **Juha Vidgrenin**, maajoukkuelumilautailija **Rene Rinnekankaan**, Olvin **Pia Hortlingin**, Genelecin **Maria Martikaisen** ja teatteripersona **Ismo Apelin**. Videot saivat erinomaisen vastaanoton TV:ssä ja somessa. Sivustolla oli taas kasvua kävijämäärissä liki 300 %.
- Syksyn väestöennusteet eivät luvanneet hyvää kaupungistumisen megatrendin vahvistuessa. Ennakointitietojen julkistuksen aikaan lanseerasimme #LoveBylislalmi – kampanjan: haimme pareja Hiät Kuapissa –kisaan, palkintona häät maailman pienimmässä ravintolassa sekä Olvin rakkaudella pantua olutta hääparin mukaan nimikoituna kannustaen samalla rakkauden tekoihin ja kenties perheen perustamiseen – tietysti lisalmessa, jossa lapsille on tarjolla Suomen paras peruskoulu ja koko perheelle ihmisenmyötäinen elämä. Kampanja keräsi osallistujia ympäri Suomen ja niitti mainetta mediassa. Rakkauden viesti puri!
- Loppuvuodesta laskimme, onnistuimmeko v. 2019 ihmetysoissamme. Eräs kaupunginvaltuutettu totesi vuoden olleen upea. Nostimme esille pari seikkaa, jotka olisimme voineet tehdä vielä paremmin ja hän totesi: ”Mutta miten monta asiaa olemme tehneet juuri parhaalla tavalla, tehneet ne yhdessä! Jatketaan - emme voi kuin onnistua!”. Arvostus ruokkikoon positiivista onnistumisen kierrettä.

Voit kirjoita vielä kilpailutyön kuvauksesta tiivistelmän. Tilaa on 1400 merkkiä.

(Tiivistelmää käytetään esim. Shortlista-julkaisussa tai muissa Kuntamarkkinoinnin SM 2020 -kilpailutöiden esittelymateriaaleissa.)

Ihmeet tehdään yhdessä.

Alueemme ainutlaatuinen ihmeidentekijöiden yhteisö rakensi By Iisalmi -markkinointi- ja yhteistyöverkoston mahdollistamaan Iisalmen alueen kasvua ja kukoistusta myös tulevaisuudessa. By Iisalmi on näkyviä tekoja yhteisen hyvän eteen. Työskentelemme kaupunkimme puolesta niin, että se tunnetaan nyt ja tulevaisuudessa ihmeitä tuottavana, hyvinvoivien ihmisten ja yritysten yhteisönä, jossa arvostus ruokkii positiivista onnistumisen kierrettä. Haluamme olla Suomen houkuttelevin seutukaupunki vuonna 2030.

Nauti matkasta tai hyppää kyytiin osaksi ihmeellistä iisalmelaista yhteisöä.
Aloita osoitteesta iisalmi.fi/byiisalmi

Emme odota ihmeitä. Teemme niitä.

