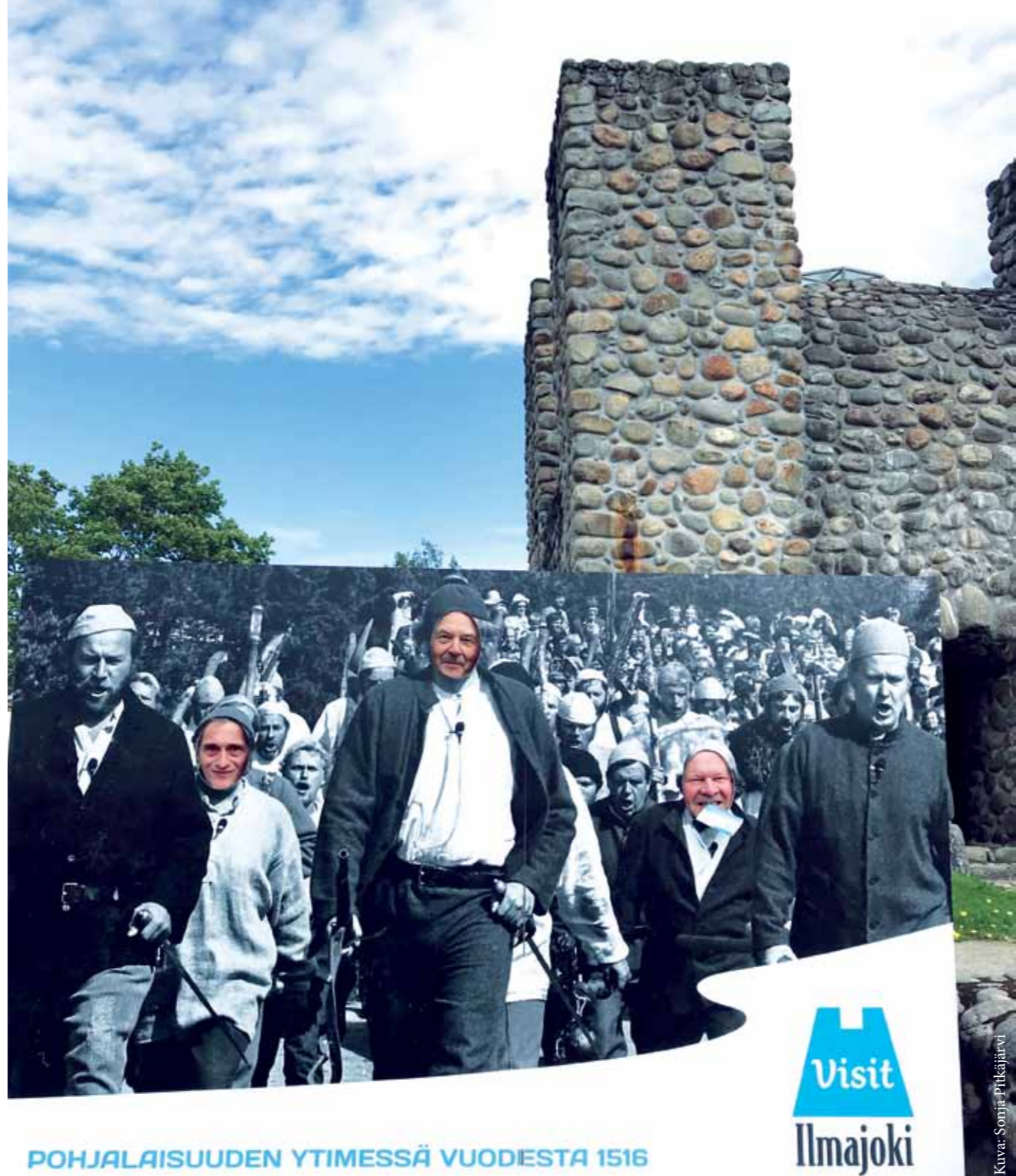


Ilmajoki

BRÄNDIOPAS



JOHDANTO	1
TAVOITEMIELIKUVA	2
VETOVOIMATEKIJÄT	3
KOHDERYHMÄT JA EROTTAUTUMINEN	4
KUNTAMARKKINOINNIN PAINOPISTEET	5
MARKKINOINNIN ORGANISOINTI	8
ILMAJOKI-TUNNUKSET JA VÄRIT	9
FONTIT, JOKIELEMENTIT JA SLOGANIT	10
SOMEVINKIT JA KUVIEN TYYLI	11



POHJALAISUUDEN YTIMESSÄ VUODESTA 1516



Kuva: Sonja Pitkäjärvi

Oletko ylpeä Ilmajosta?
Hyvä, niin pitääkin! Jotta Ilmajoen arvostus, tunnettuus ja kilpailukyky lisääntyvät, tarvitsemme brändilähettiläiksi kaikkia.

Tätä opasta voit käyttää ohjenuorana toiminnassa, markkinoinnissa ja viestinnässä olit sitten kunnan työntekijä, luottamushenkilö tai asukas.

Jokainen meistä voi vaikuttaa siihen, kuinka hyvin Ilmajoki tunnetaan. Yhdessä meillä on mahdollisuus näyttää, ettei menestys ole koosta kiinni!

Kiitossanat: Tehokkain markkinointi perustuu kiinnostavasti kerrottuihin tosiasioihin. Siksi strategian taustaksi koottiin laaja aineisto haastattelemalla tontinostajia sekä tekemällä kyselytutkimukset Ilmajoen luottamushenkilöille, yrittäjille, henkilökunnalle ja asukkaille. Kiitämme huikeasta palautemäärästä, josta riittää ammennettavaa vuosiksi eteenpäin.

OLETKO YLPEÄ ILMAJOESTA?

”

YHDESSÄ MEILLÄ ON
MAHDOLLISUUS NÄYTTÄÄ,
ETTEI MENESTYS OLE KOOSTA KIINNI!

Uinuva nukkumalähiö ei tuota maailmanmestareita, järjestä kökkävoimin maailmanluokan oopperaa tai juhli maailman kuuluisinta kylää.

Pienestä koosta huolimatta Ilmajoessa on voimaa! Se näkyy paikallisissa ihmisissä, yrityksissä ja kylissä sekä tietysti viestinnässä ja markkinoinnissa.

Taikajuomamme on ammennettu muutamasta aineksesta, joiden ansiosta olemme muuttovoittoinen kunta ja yritysilmapiiriltä maakunnan paras.

Ilmajoen vetovoimatekijät ovat:

- 1 KASVU
- 2 ONNELLINEN LAPSUUS
- 3 VÄKEVÄ KULTTUURI
- 4 LAKEUDEN RAUHA
- 5 PÄÄKAUPUNGIN NAAPURI

VOIMAA PIENESSÄ PITÄJÄSSÄ!



Kuva: Tomi Kosonen | i-media.fi

VETOVOIMATEKIJÄT

1 KASVU

Meillä on maakunnan nuorimmat asukkaat ja asukasluvun kehitys on tasaisen nousujohteista. Myös yrityskannan kasvu on maakunnan paras.

2 ONNELLINEN LAPSUUS

Ilmajoki on hyvä paikka, kun perhe kasvaa. Onnellinen lapsuus taataan maakunnan parhailla lapsiperheiden palveluilla. Turvallisessa yhteisössä saa varttua rauhassa.

3 VÄKEVÄ KULTTUURI

Ilmajokisten asenne lähtee jo Jaakko Ilkasta ja 500-vuotisen kulttuurin aistii kaikkialla niin historian kuin myös urheilun saralla. Vaikka olemme ylpeitä vahvoista juurista, on ilmapiiri avoin uudelle.

4 LAKEUDEN RAUHA

Luonnonvoimat tarjoavat upean taustan arkisille askareille: tulviva Kyrönjoki, kukoistava Alajoki, ja lakeuden sylissä isot ja edulliset tontit.

5 PÄÄKAUPUNGIN NAAPURI

Lakeuden pääkaupunki löytyy naapurista. Kun 15 minuutin päässä sijaitsee yksi Suomen kiihkeimmistä kasvukeskuksista, me voimme vaalia ihmisen kokoista mittakaavaa.

”

TAIKAJUOMAMME ON AMMENNUTTU
MUUTAMASTA AINEKSESTA, JOIDEN ANSIOSTA
OLEMME MUUTTOVOITTOINEN KUNTA JA
YRITYSILMAPIIRILTÄ MAAKUNNAN PARAS.

Kohderyhmäkysymys on tärkeä, sillä rajaamalla saadaan hyödynnettyä niukat markkinointiresurssit tehokkaasti.

Strategiatyön taustahaastatteluissa lähialueiden asukkaat nähtiin potentiaalisimpana markkinoinnin kohderyhmänä. Ilmajoki pyrkii erottautumaan naapurikunnista vastaamalla omista vahvuuksista lähtevillä vaihtoehdoilla alueen asukkaiden ja yritysten tarpeisiin.

Ensisijaisesti pidetään huolta maakunnan kokonaiskehityksestä houkuttelemalla täsmäkohderyhmiä Etelä-Pohjanmaan ulkopuolelta. Näitä ryhmiä ovat potentiaaliset paluumuuttajat sekä Ilmajoen kasvupotentiaalisimpien toimialojen yritykset eli kiertotalous (Laskunmäki), logistiikka (Rengonharju), kauppa ja palvelut (Hansa) sekä biotalous (Koskenkorva).

Kilpailuvaltit on eritelty taulukoihin painopisteittäin, mutta erottautumistekijät voisi kiteyttää näin: Ilmajoki erottautuu Seinäjoesta maaseutumaisuudellaan, ja maakunnan muista kunnista saavutettavuudella ja kasvulla.



”

ILMAJOKI EROTTAUTUU SEINÄJOESTA
MAASEUTUMAISUUDELLA, JA
MAAKUNNAN MUISTA KUNNISTA
SAAVUTETTAVUUDELLA JA KASVULLA.

ASUKASMARKKINOINTI

TAVOITE	KOHDERYHMÄESIMERKIT	KILPAILUVALTIT	KÄRKIVIESTIT	MITTARIT
<p>Ahonkylän vetovoima myy pääsääntöisesti itse itsensä. Ahonkylää kampanjoidaan, kun palvelutarjonta mahdollistaa kasvun.</p> <p>Tasapainoisen aluekehityksen takaamiseksi tavoitteena on lisätä Keskustan omakotitalotonttien ja tiiviisti rakennettujen alueiden kysyntää.</p> <p>Lisäksi tavoitteena on vahvistaa maailman kuuluisimman kylän vetovoimaa. Koskenkorvalta löytyy tontteja hyvällä sijainnilla, mikä houkuttelee myös Suupohjan ja Vaasan kytköksiä omaavia henkilöitä.</p> <p>Myös Neiroa markkinoidaan palveluvastekyvyn puitteissa ja kyläalueille tarjotaan mahdollisuutta näkyvyyteen väljän asumisen vaihtoehtona.</p>	<p>Maakuntaan sitoutunut 25–40-vuotias nuoripari, joka on perustanut perheen ja haluaa vakiintua.</p> <p>Potentiaaliset paluumuuttajat, kuten eläköityvä kaupunkilainen, joka on syntynyt Ilmajoen tai opiskelupaikkakunnalla työskentelevä eteläpohjalaistaustainen pariskunta.</p> <p>Taustaltaan pohjalaismaakuntien ulkopuolelta tuleva, esimerkiksi hyvän työllisyystilanteen perässä muuttava.</p>	<p>Lapsille on kavereita (maakunnan nuorimmat asukkaat)</p> <p>Turvallinen ja rauhallinen kasvuympäristö</p> <p>Maalaisidylli, jota ympäröi kaunis eteläpohjalainen luonto</p> <p>Maakunnan parhaat lapsiperheiden palvelut:</p> <ul style="list-style-type: none"> • maakunnan laadukkain kouluverkko • maakunnan paras lukio • maakunnan tyytyväisimmät nuoret (harrastusmahdollisuudet ja kokoontumispaikat) • varhaiskasvatuksen asiakastytyväisyyskyselyn tulokset • neljän tähden terveyskeskus ja kunnan ihmisläheisiin palveluihin tyytyväiset asukkaat • maakunnan matalin verotus <p>Asemakaavatontit keskusta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • edullisemmat ja isommat tontit • vartti Seinäjoen keskustasta • kaikki mitä arjessa tarvitaan 3 km säteellä (koulu, päiväkotit, kauppa, terveyspalvelut) • koulumatkojen turvallisuus (tutkitusti) <p>Asemakaavatontit Koskenkorva:</p> <ul style="list-style-type: none"> • edullisemmat ja isommat tontit • maailman kuuluisin kylä • aktiivinen harrastus- ja kylätoiminta • kyläkoulu lähellä <p>Eläkeläiset ja muut potentiaaliset paluumuuttajat:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kotiseuturakkaus • maaseudun rauha • hyvä terveyskeskus ja lähipalvelujen saavutettavuus • asumisen laatu paranee, kustannukset vähenee <p>Ilmajoen muualta muuttaneet talonrakentajat ovat tyytyväisiä päätökseensä ja kaikki suosittelevat Ilmajoen asumista myös muille</p>	<p>Maaperä onnelliselle lapsuudelle</p> <p>Reilu pala rauhaa edullisesti</p> <p>Kaikki tontit alle 19 minuutin päässä Seinäjoen keskustasta</p>	<p>Muuttovoittoisuus</p> <p>Liidit: yhteydenotot uusien nettisivujen kautta esim. haluaa saada lisätietoa tonteista</p> <p>Asiakastytyväisyysmittaukset</p> <p>Myydyt tontit, joiden ”myyntipisteet” kasvavat Kantatietä rannikon suuntaan mentäessä: Koskenkorva 10 pistettä, Keskusta 5 pistettä, Ahonkylä 1 piste (vertailu aiempaan toteumaan)</p> <p>Pisteytyksen perusteet: Koskenkorvalla valmiit palvelurakenteet → kunnalle edullista</p> <p>Keskustan asukkaat tukevat vahvimmin yksityistä palvelukysyntää ja näin itsenäisen kunnan tunnusmerkkien täyttymistä</p> <p>Ahonkylässä syytä pitää jatkossakin palvelujen laatu korkeana → vaatii isoja kunnan panostuksia</p>

INVEST ILMAJOKI

TAVOITE	KOHDERYHMÄESIMERKIT	KILPAILUVALTIT	KÄRKIVIESTIT	MITTARIT
Ilmajoki on maakunnan yrittäjävälisin kunta, jonka elinkeinoelämä kasvaa niin muualta tulevan kuin paikkakunnalle sitoutuneen liiketoiminnan kautta.	Ilmajoen kasvupotentiaalisimpien toimialojen yritykset kiertotalous (Laskunmäki), logistiikka (Rengonharju), kauppa ja palvelut (Hansa), biotalous (Koskenkorva). Yritykset, jotka hyötyvät paikallisten yritysverkostojen yhteistyömahdollisuuksista ja toimitiloista. Ilmajoella asuvat yrittäjät, joiden toimipiste on muualla.	Yritysilmapiiri maakunnan paras Yrityskannan kasvu maakunnan paras Maakunnan matalin verotus Edulliset tontit ja toimitilat keskeisellä sijainnilla sekä kasvukeskus Seinäjokeen että pohjalaismaakuntiin nähden Henkilökohtaiset palvelut sekä yrittäjien ja kunnan välinen yhteistyö Erikoistuneet yritysalueet kasvualustoina: <ul style="list-style-type: none"> Laskunmäen kierrätyspuisto: Vahvasti kehittyvä maakunnan kiertotalouskeskittymä Rengonharjun logistiikkapuisto: Loogisesti kilpailukykyinen sijainti pohjalaismaakuntien ja eteläläisten kasvukeskusten välissä Hansan kauppa-alue: Kauppakeskittymä maakunnan vilkasliikenteisimmän tien varrella Koskenkorvan agrobiopuisto: Kasvumahdollisuuksia Suomen merkittävimmän ruokaketjuun liittyvän biojalostamon kupeessa 	Ilmajoella on kaikki kasvun edellytyksen kohdallaan	Yritystonttien myynti Asiakastytyväisyysmittaukset Ilmajoelle perustettavien uusien yritysten määrä Ilmajoelle sijoittuvien yritysten määrä Useampia kasvavia yritysalueita

KUNTAMARKKINOINNIN PÄÄKÄRKIÄ ON KAKSI: UUSIEN ASUKKAIDEN HANKINTA SEKÄ YRITYSTEN SIOJOTTUMINEN. ME-HENGEN VAHVISTAMINEN JA MATKAILUMARKKINOINTI TUKEVAT KAHTA PÄÄKÄRKIÄ.

VISIT ILMAJOKI

TAVOITE	KOHDERYHMÄESIMERKIT	KILPAILUVALTIT	KÄRKIVIESTIT	MITTARIT
Pidentää musiikkijuhlijoiden vierailu-aikaa	Musiikkijuhlien kävijät ympäri Suomen (oheishjelmaa konserttien lisäksi) ryhmät 200 km säteellä: <ul style="list-style-type: none"> seniorit (historia- ja kulttuuri) koululaiset (luokkaretket) yritykset (tykypäivät) lähialueen asukkaita (virkistytymisen)	Valtakunnallisesti tunnettu tapahtuma Kulttuurimatkailun kehto: rikas historia täynnä tarinoita ja kiinnostavia vierailukohteita Koskenkorvan uniikki kokonaisuus: tehdas, museo ja kylä Peripohjalainen sielunmaisema helposti saavutettavissa Yllättäviä elämyksiä ryhmille	Sukella pohjalaisuuden ytimeen	Visit Ilmajoki -sivuston kävijämäärät Seinäjoen seudun majoitusvuorokaudet Musiikkijuhlien palautekysely

ME-HENKI

TAVOITE	KOHDERYHMÄESIMERKIT	KILPAILUVALTIT	KÄRKIVIESTIT	MITTARIT
Vahvistaa kotiseutuylpeyttä ja positiivista puhetta, sillä parhaita brändilähettiläitä ovat asukkaat itse	Kunnan asukkaat, yrittäjät, kuntatyöntekijät, luottamushenkilöt	Juureva historia Paikalliset menestystarinat ja ylpeyden aiheet (musiikkijuhlat, urheilijat, yrittäjät, Koskenkorva, kaunis luonto ja hoidettu kulttuuriympäristö) Yhteisöllisyys ja kökkähenki voimissaan Kylän yhteishenki Asukastytyväisyysmittaukset Kunnossa olevat perusasiat (muuttovoitto ja yritysinvestoinnit)	Yhdessä voimme näyttää, ettei menestys ole koosta kiinni.	Tapahtuu viestinnän keinoin, seuranta: FB- ja Instagram-seuraajat, jaot ja reagoinnit, Youtube-kanavan katselut

MARKKINOINNIN ORGANISOINTI

Elinkeinotoimeen perustetaan markkinointipalvelu, joka tukee, sparraa ja auttaa kunnan osastoja markkinointihaasteissa. Kyselyistä nousi esiin, että kunnan markkinointia halutaan tasalaatuistaa. Yhteisen koordinoinnin kautta markkinointimateriaalien linjakkuus saavutetaan luontevasti. Työ toteutetaan omana työnä tai ostopalveluna.

Eri yksiköiden tärkeimmät markkinointitoimenpiteet aikataulutetaan vuosikelloon. Vuosikello on samalla markkinointisuunnitelma, josta ilmenee kohderyhmiin kohdistuvat toimenpiteet, kanavat, ydinviesteihin perustava sisällöntuotanto sekä työnjako ja budjetti.

Avainhenkilöstö osallistuu vuosikellon kommentointiin vuosittain markkinointitiimissä. Tarvittaessa sisällöntuotannon suunnittelussa hyödynnetään kuntalaisia, yrittäjiä sekä kolmannen sektorin edustajia.

Työnjako kunnan markkinoinnin ja viestinnän välillä on varsin selkeä. Markkinointitoimenpiteillä lisätään vetovoimaa, viestintätoimenpiteet vahvistavat pitovoimaa ja kuntalaisten me-henkeä. Kunnan viestintä Facebookissa on saanut hyvää palautetta. Somenäkyvyyttä on syytä lisätä ja laajentaa uusiin kanaviin siten, että kunnan osastot osallistuvat sisällöntuotantoon. Perinteisten kanavien rinnalle nostetaan sähköinen markkinointi. Markkinointipanostukset tehdään jatkossa tarve ja panos-hyöty-analyysi edellä, ei koskaan puhelinmyyntiin reagoimalla.

Kunnan ihmisläheiset palvelut saivat kyselyissä kiitosta. Ihmislähtöisyys säilyy punaisena lankana kaikessa toiminnassa. Asiakastyytyväisyyskyselyiden tekemistä jatketaan eri yksiköissä, ja niitä otetaan käyttöön yhä laajemmin. Hyviä tuloksia hyödynnetään markkinoinnissa ja heikkouksien korjaamiseen paneudutaan yksikön sisällä. Tällä osittain varmistetaan laadukas palveluverkko ja kuntastrategian palvelupainopisteen toteutuminen.

Markkinointi tuo näkyväksi vuosille 2017-2020 laaditun kuntastrategian tavoitteita. Markkinointistrategiaa voidaan tarvittaessa päivittää markkinointisuunnitelmapalaverissa ilmenneiden tarpeiden mukaisesti.



IHMISLÄHTÖISYYS SÄILYY
PUNAISENA LANKANA
KAIKESSA TOIMINNASSA.

ILMAJOKI-TUNNUKSET

Visuaalisen ilmeen on oltava yhdenmukainen kaikessa markkinointiviestinnässä.

Ilmajoen vaakuna on Ilmajoen kunnan tunnus. Viestinnässä ja markkinoinnissa voi käyttää vaakunaa ja tekstiosaa yhdessä tai erikseen. Tunnuksista löytyy myös mustat ja valkoiset versiot.



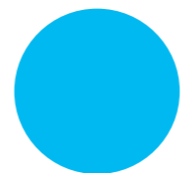
TAI



Ilmajoki

TAI

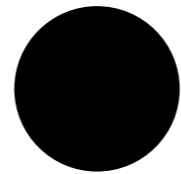
Ilmajoki



C80 M0 Y0 K0
R0 G176 B235
PANTONE P Process Cyan C
#00B0EB



C0 M0 Y0 K20
R218 G218 B217
PANTONE P 179-3 C
#DADAD9



C0 M0 Y0 K100
R0 G0 B0
PMS Black 6C
#000000



C1 M97 Y4 K0
R229 G0 B126
PANTONE P Process Magenta C
#E5007E

ILMAJOKI-VÄRIT

Visuaalisen ilmeen päävärit ovat sininen ja musta. Lisäväreinä voidaan käyttää harmaata ja pinkkiä.



ILMAJOKI-FONTIT

Ilmajoen kunnan asiakirjoissa leipätekstinä on Minion Pro ja otsikoissa Bodega Serif Black.

Markkinointimateriaaleissa, kuten esitteissä ja nettisivuilla, käytetään Eureka Sans Capitalsia ja otsikoissa Daysia. Leipätekstinä Minion Pro.

LEIPÄTEKSTI

Minion Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzää

1234567890

OTSIKOT JA NOSTOT

DAYS

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

OTSIKOT (VAIHTOEHTOINEN)

BODEGA SERIF BLACK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ

1234567890

VÄLIOTSIKOT, INGRESSIT JA LYHYT LEIPÄTEKSTI MAINOKSISSA

EUREKA SANS CAPITALS

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ

1234567890

JOKIELEMENTIT

Tunnuksen, värien ja fonttien lisäksi visuaalisen ilmeen kehittämistä jatketaan jokielementtejä hyödyntäen. Elementtejä voidaan käyttää joko sinisenä tai valkoisena.



SLOGANIT

Asukasmarkkinointi ja Invest Ilmajoki: Tulevaisuus on Ilmajoella!

Visit Ilmajoki: Pohjalaisuuden ytimessä!

Me-henki: Voimaa pienessä pitäjässä!

SOME-VINKIT

Hastag on #ilmajoki

Jos sisältö kiinnostaa myös matkailijoita, lisätään perään #visitilmajoki

Rohkaistaan ihmisiä käyttämään kyseisiä hashtagejä sekä sijantitietoja postauksissa.

Seurataan, tykätään ja kommentoidaan Ilmajoki-aiheisia julkaisuja.

Näin levitetään positiivista sanomaa somessa!

KUVIEN TYYLI

Kun markkinoinnissa käytetään valokuvia, suositaan:

- Voimaa huokuvia kuvia
- Hyödynnetään keinotekoisien taustojen sijasta upeita puitteitamme eli kaunista luontoa ja kulttuuriympäristöä
- Käytetään luonnonvaloa
- Ei mustavalkokuvia
- Otetaan ammattilainen apuun tai hyödynnetään paikallisten osaajien valmiita otoksia

www.ilmajoki.fi