

Siilinjärven kunnan markkinointi- suunnitelma

Hyväksytty
kunnanhallituksessa
xx.xx.2025

SYDÄN SEN
sanoo


SIILINJÄRVI



Sisällysluettelo

1 Johdanto	3
2. Toimintaympäristön ja nykytilanteen analyysi	4
2.1 Kuntasektorin yleinen tilanne ja trendit	4
2.2. Vaikuttavat trendit ja kehityssuunnat	4
2.3. Markkinointiviestinnän kehitys	5
2.4. Kilpailija-analyysi	6
3. Siilinjärven markkinointiviestinnän nykytilanteen analysointi	7
3.1. Portfolioanalyysi	7
3.2. Kilpailuedut suhteessa muihin kuntiin	9
4 Markkinointiviestinnän tavoitteet	10
4.1. Mitattavat tavoitteet	10
4.2. Markkinoinnin tavoitteiden mittaristo	13
5 Markkinointiviestinnän kohderyhmät	14
5.1. Potentiaaliset asiakkaat – Nuoret perheet ja lapsiperheet	14
5.2. Potentiaaliset asiakkaat – Uudet yritykset	15
5.3. Potentiaaliset asiakkaat – nykyiset asukkaat ja yritykset	16
6 Markkinointiviestinnän kanavat	18
6.1. Potentiaaliset asiakkaat – Nuoret perheet ja lapsiperheet	18
6.2. Potentiaaliset asiakkaat – Uudet yritykset	20
6.3. Nykyiset asiakkaat – Asukkaat ja yritykset	22
7 Markkinointiviestinnän resurssit	24
7.1. Henkilöstöresurssit	24
7.2. Markkinointiviestinnän budjetti ja rahalliset resurssit	24
7.3. Markkinointiyhteistyöt	25



1. Johdanto

Siilinjärven kunnan markkinointisuunnitelma on tärkeä työkalu, jonka avulla vahvistamme kunnan imagoa, houkuttelevuutta ja tunnettuutta niin paikallisesti kuin valtakunnallisesti. Suunnitelman keskeisenä tavoitteena on tuoda esille Siilinjärven kunnan vetovoimatekijät, edistää alueen elinvoimaa ja tukea kunnan kasvutavoitteita.

Markkinointisuunnitelma on välttämätön väline erityisesti nyt, kun kilpailu asukkaista, yrityksistä ja investoinneista on kovaa. Oikein kohdennettu ja ammattimaisesti toteutettu markkinointiviestintä auttaa kuntaa erottumaan edukseen ja varmistamaan, että Siilinjärvi on haluttu paikka asua, työskennellä ja yrittää.

Siilinjärven kunnan markkinointisuunnitelman onnistuminen ei perustu pelkästään käytettävissä oleviin rahallisiin resursseihin, vaan ennen kaikkea siihen, kuinka aktiivisesti ja johdonmukaisesti viestimme ulospäin. Kunnan mielikuvan rakentaminen ja halutun vaikutuksen saavuttaminen vaatii säännöllistä, suunnitelmallista ja hyvin kohdennettua viestintää, joka tavoittaa oikeat kohderyhmät. Näin ollen jokainen kunnan työntekijä voi omalta osaltaan edistää halutun mielikuvan rakentumista ja sitä kautta myös vahvistaa kunnan vetovoimaa.

Markkinointisuunnitelman avulla rakennamme selkeää ja johdonmukaisen viestintää, joka vahvistaa Siilinjärven brändiä ja edistää kunnan vetovoimaisuutta. Markkinointisuunnitelma tulee toimimaan ohjenuorana kaikessa kunnan viestinnässä ja markkinointitoimenpiteissä, kohderyhmistä riippumatta. Se auttaa myös määrittämään konkreettiset toimenpiteet ja mittarit, joilla voimme seurata tavoitteidemme toteutumista.

Tämän markkinointisuunnitelman pohjalta Siilinjärven kunta voi entistä tehokkaammin tuoda esiin vahvuutensa ja kasvumahdollisuutensa sekä toimia aktiivisena ja positiivisena toimijana Pohjois-Savon alueella ja koko Suomessa.



2. Toimintaympäristön ja nykytilanteen analyysi

2.1. Kuntasektorin yleinen tilanne ja trendit

Kuntasektori Suomessa on jatkuvassa muutoksessa. Kuntien rooli palveluiden tuottajana on haastettuna muun muassa valtion rahoitusleikkausten ja väestön ikääntymisen vuoksi. Myös väestön keskittyminen suurimpiin kaupunkeihin haastaa kuntasektoria. Monet kunnat pyrkivät uudistumaan ja kehittämään toimintaansa houkutellakseen uusia asukkaita ja yrityksiä.

Kilpailu resursseista – erityisesti työikäisestä väestöstä ja investoinneista – on kiristynyt, mikä on tuonut uudenlaisia paineita kuntien markkinoinnille ja viestinnälle. Samanaikaisesti kuntien toimintaympäristössä digitalisaatio ja teknologian kehitys muuttavat radikaalisti viestinnän ja markkinoinnin käytäntöjä.

Sähköiset palvelut, sosiaalinen media ja datalähtöinen markkinointi ovat yhä keskeisemmässä roolissa, kun kunnat pyrkivät tavoittamaan kohderyhmiään ja kertomaan vetovoimatekijöistään tehokkaasti.

2.2. Vaikuttavat trendit ja kehityssuunnat

Väestön keskittyminen ja väestökato

Monien pienten ja keskisuurten kuntien haasteena on väestökato, kun asukkaat muuttavat isompiin kaupunkeihin paremman työtilanteen ja palveluiden perässä. Tämä luo paineita kehittää uusia tapoja houkutella asukkaita ja erityisesti nuoria perheitä kuntaan.

Alueellinen eriytyminen

Suuret kaupungit ja kasvukeskukset kasvavat, kun taas pienemmät kunnat joutuvat kamppailemaan pitääkseen väestönsä ja taloudellisen elinvoimansa. Tämä näkyy kuntien välisen kilpailun koventumisena niin asukkaista, palveluista kuin elinkeinoelämän toimijoista.



Digitalisaatio ja sosiaalinen media

Sosiaalisen median ja digitaalisten markkinointikanavien merkitys on kasvanut merkittävästi. Kunnat, jotka pystyvät hyödyntämään näitä kanavia tehokkaasti, tavoittavat paremmin kohderyhmänsä ja luovat vahvemman brändin. Myös verkkopalveluiden helppous ja nopeus vaikuttavat suoraan kuntien houkuttelevuuteen.

Kestävän kehityksen korostaminen

Kuntamarkkinoilla yhä useammat kunnat korostavat ympäristöystävällisyyttä ja kestävän kehityksen arvoja. Tämä on erityisen tärkeää nuorempien sukupolvien houkuttelemiseksi, jotka pitävät ilmastotavoitteita ja vastuullisuutta tärkeinä tekijöinä.

Työvoiman saatavuus ja elinvoimaisuus

Työikäisen väestön saatavuus on monien kuntien haasteena, ja tämä vaikuttaa suoraan talouden ja elinkeinoelämän kehitykseen. Elinvoimainen kunta pystyy houkuttelemaan yrityksiä ja sijoittajia, mutta tämä vaatii aktiivista ja kohdennettua markkinointiviestintää.

Työn ja vapaa-ajan tasapainon korostaminen

Nuoremmat sukupolvet arvostavat työn ja elämän helppoa ja mutkatonta yhteensovittamista, ja tämä vaikuttaa suoraan heidän valintoihinsa asuinpaikan suhteen. Työn sujuvuuden ja vapaa-ajan arvostaminen näkyy erityisesti haluna minimoida työmatkoihin käytettävä aika ja maksimoida mahdollisuus keskittyä perheeseen, harrastuksiin ja omaan hyvinvointiin. Kunnat, jotka pystyvät tarjoamaan hyvät työssäkäyntimahdollisuudet ja toimivat yhteydet suurille työssäkäyntialueille, erottuvat edukseen.

2.3. Markkinointiviestinnän kehitys

Kuntamarkkinointi on siirtynyt perinteisestä viestinnästä yhä digitaalisempaan ja dynaamisempaan suuntaan. Sosiaalinen media, sisältömarkkinointi, hakukoneoptimointi (SEO) ja vaikuttajamarkkinointi ovat nousseet keskeisiksi osiksi myös kuntien markkinointistrategioita.

Viestinnän läpinäkyvyys ja vuorovaikutus ovat nousseet keskiöön, kun kuntalaiset ja muut kohderyhmät odottavat nopeaa ja osallistavaa viestintää. Menestyksellä kuntamarkkinointi korostaa elämyksellisyyttä, aitoutta ja kuntalaisten kokemuksia. Tarinankerronnalla on suuri merkitys siinä, miten kunta pystyy luomaan yhteisöllisyyden tunnetta ja houkuttelemaan uusia asukkaita sekä yrityksiä.



2.4. Kilpailija-analyysi

Siilinjärven kunnan keskeisiä kilpailijoita ovat alueen muut kunnat, kuten Kuopio, Iisalmi ja Varkaus. Näillä kunnilla on omat vahvuutensa ja heikkoutensa, ja niiden markkinointiviestinnän strategioita tarkastelemalla voimme oppia paljon ja kehittää omaa asemaamme entistä vahvemmaksi.

Kuopio

Vahvuudet: Kuopio on Pohjois-Savon suurin kaupunki ja vahva kasvukeskus. Se tarjoaa monipuolisia palveluita, työmahdollisuuksia ja erinomaiset koulutusmahdollisuudet. Kuopio panostaa vahvasti brändin rakentamiseen ja imagoon kansainvälisesti.

Heikkoudet: Suuren kaupungin hintataso voi olla monille perheille esteenä asumiselle, ja ruuhkat sekä kiireinen elämäntapa voivat karkottaa rauhallisempaa elinympäristöä etsiviä.

Markkinointiviestintä: Kuopio hyödyntää tehokkaasti sosiaalista mediaa ja digitaalisia kanavia. Se painottaa innovatiivisuutta, kansainvälisyyttä ja elämänlaatua.

Kohderyhmät: Nuoret ammattilaiset, opiskelijat, kansainväliset osaajat sekä perheet, jotka haluavat asua palveluiden lähellä.

Iisalmi

Vahvuudet: Iisalmi tarjoaa teollisuuden työpaikkoja, ja se on tunnettu erityisesti elinkeinoelämän ja teollisuuden osaamisesta.

Heikkoudet: Iisalmi kamppailee väestön vähenemisen kanssa ja pyrkii löytämään keinoja pitää nuorempi väestö alueella.

Markkinointiviestintä: Iisalmi markkinoi itseään elinvoimaisena, teollisuus- ja yrittäjäystävällisenä kaupunkina. Sen viestinnässä korostuu yrittäjäyys ja paikallinen teollisuus.

Kohderyhmät: Yrittäjät, teollisuuden työntekijät, alueelle palaavat nuoret perheet.

Varkaus

Vahvuudet: Varkaudella on pitkä historia teollisuuskaupunkina, ja siellä on edelleen vahvaa teollista osaamista ja työpaikkoja.

Heikkoudet: Väestökato ja ikääntyminen ovat suuria haasteita Varkaudelle. Myös palvelut ovat keskittyneet, mikä saattaa rajoittaa vetovoimaisuutta.

Markkinointiviestintä: Varkaus markkinoi itseään erityisesti yrityksille ja teollisuuden ammattilaisille. Viestinnässä korostetaan alueen teollista perinnettä ja työnteon mahdollisuuksia.

Kohderyhmät: Teollisuuden työntekijät, perheet, paikalliset yrittäjät.



Yhteenveto

Siilinjärven kilpailijat tarjoavat vahvan palvelu- ja työpaikkavalikoiman, mutta ne myös kamppailevat omien haasteidensa, kuten väestön vähenemisen, kanssa. Siilinjärvellä on mahdollisuus erottautua markkinoimalla omaa luonto- ja virkistysympäristöään sekä korostamalla rauhallista ja turvallista elinympäristöä perheille ja yrittäjille.

Siilinjärven mahdollisuus erottautumiseen on myös monipuolinen ja edullinen tonttitarjonta sekä laadukkaat sivistyspalvelut ja rakentuvat uudet koulut. Siilinjärven on syytä korostaa myös sitä, että kunta on vireä kasvukunta. Hyvin kohdennettu ja modernia markkinointiviestintää hyödyntävä markkinointisuunnitelma auttaa Siilinjärveä erottumaan kilpailijoistaan ja kasvattamaan elinvoimaansa.

3. Siilinjärven markkinointi- viestinnän nykytilanteen analysointi

3.1. Portfolioanalyysi

Siilinjärvi kohtaa tietynlaisia haasteita kuntamarkkinoinnissa, koska se ei ole kaupunki. Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi sitä, että Siilinjärvi ei välttämättä nouse esille tietyissä vertailuissa, kun yritykset tai yksityishenkilöt pohtivat sijoittumis- ja asuinpaikkaansa. Kaupungin statuksen puuttuminen saattaa heikentää kunnan näkyvyyttä suhteessa suuriin kaupunkeihin, jotka usein hyötyvät suuremmasta valtakunnallisesta ja kansainvälisestä tunnettuudesta.

Tämä ei kuitenkaan vähennä Siilinjärven merkitystä ja vetovoimaa. Vaikka Siilinjärvi ei ole kaupunki, se on asukasluvultaan Pohjois-Savon toiseksi suurin kunta Kuopion jälkeen, mikä tekee siitä elinvoimaisen ja houkuttelevan asuin- ja yritystoiminnan paikan. Kunnan sijainti lähellä Kuopiota yhdistettynä kilpailukykyisiin elinkustannuksiin, luonnonläheisyyteen ja hyviin palveluihin tekee siitä vahvan vaihtoehdon yrityksille ja asukkaille, jotka arvostavat sekä rauhallista ympäristöä että hyviä liikenneyhteyksiä.



SIILINJÄRVI

Kunnan markkinoinnissa tulisi hyödyntää tätä asukasluvun tuomaa mittakaavaa sekä viestiä siitä, että Siilinjärvi tarjoaa kaupunkien tarjoamat mahdollisuudet, mutta ilman suurten kaupunkien hälyä ja hintatasoa. Tämä kilpailuetu tulisi nostaa voimakkaasti esille kohdennetussa viestinnässä, erityisesti yrityksille ja uusille asukkaille.

Siilinjärven kunta tarjoaa monipuolisia palveluita ja vetovoimatekijöitä, jotka voidaan jakaa seuraaviin keskeisiin alueisiin:

Asuminen ja elämänlaatu

Siilinjärvi tarjoaa laadukkaita asumismahdollisuuksia luonnonläheisessä ympäristössä, houkutellen erityisesti perheitä ja luontoa arvostavia ihmisiä. Vahvuutena ovat myös kuntalaisten hyvinvointia tukevat palvelut, kuten koulut ja terveyskeskukset.

Elinkeinoelämä ja yrittäjyys

Kunta on luonut hyvät edellytykset yrittäjyydelle, ja alueella on monipuolinen elinkeinorakenne. Teollisuus on vahvasti edustettuna, ja Siilinjärvi houkuttelee myös uusia yrityksiä tarjoamalla kilpailukykyiset puitteet.

Virkistäytyminen ja liikunta

Siilinjärven luonto, kuten järvet ja metsät, ovat merkittäviä vetovoimatekijöitä niin asukkaille kuin matkailijoille. Tämä segmentti tarjoaa mahdollisuuksia kasvattaa kunnan näkyvyyttä matkailumarkkinoilla.

Koulutus ja osaaminen

Siilinjärven kunnassa panostetaan koulutukseen, ja kunnalla on hyvät edellytykset tarjota laadukkaita oppimisympäristöjä. Tämän vahvistaminen voi houkutella erityisesti lapsiperheitä.



3.2. Kilpailuedut suhteessa muihin kuntiin

Siilinjärvellä on useita kilpailuetuja, jotka erottavat sen muista alueen kunnista:

Luonnonläheisyys ja vapaa-ajan mahdollisuudet:

Verrattuna Kuopioon, Siilinjärvi tarjoaa rauhallisemman ja luonnonläheisemmän ympäristön, mikä on houkuttelevaa niille, jotka etsivät tasapainoa työn ja vapaa-ajan välillä.

Edullisemmat asumiskustannukset:

Siilinjärven asunnot ja tontit ovat huomattavasti edullisempia kuin esimerkiksi Kuopion keskeisillä alueilla. Tämä tekee kunnasta houkuttelevan vaihtoehdon erityisesti nuorille perheille ja etätyöläisille, jotka haluavat asua luonnon keskellä mutta lähellä kaupunkipalveluita.

Yhteisöllisyys:

Siilinjärven vahva yhteisöllisyys ja pienemmän kunnan tarjoama turvallisuus ovat kilpailuetuja verrattuna suurempiin ja kiireisempiin kuntiin. Tämä tekee kunnasta houkuttelevan erityisesti perheille.

Tunnusluvut ja niiden kehitys:

Tärkeimmät taloudelliset ja väestölliset tunnusluvut auttavat arvioimaan Siilinjärven kilpailuasemaa ja elinvoimaisuutta suhteessa muihin kuntiin.

Väkiluku:

Siilinjärvellä on noin 21 000 asukasta. Väkiluku on ollut suhteellisen vakaa, mutta kuten monissa muissakin kunnissa, väestön ikääntyminen ja nuorten poismuutto ovat uhkatekijöitä.

Työllisyysaste:

Siilinjärven vuoden 2023 keskimääräinen työttömyysaste oli 7,5 %, mikä on hieman valtakunnallista keskiarvoa alhaisempi. Tämä johtuu osittain teollisuuden rakennemuutoksista ja palvelualojen haasteista.

Yritystoiminnan kehitys:

Kunnassa toimii noin 1 200 yritystä, ja elinkeinoelämä on monipuolista. Siilinjärvi on tunnettu erityisesti teollisuudestaan sekä palvelusektorin yrityksistä. Yritysten määrä on kasvanut hitaasti mutta tasaisesti viime vuosina.



Verotulot ja investoinnit:

Siilinjärven kunnan verotulot ovat vakaat, mutta kasvupotentiaalia on erityisesti yrityssektorilla. Kunnan suurin investointikohde on infrastruktuurin kehittäminen ja erityisesti yritystoiminnan edellytysten parantaminen.

Sijainti:

Siilinjärvi sijaitsee vain noin 20 kilometrin päässä Kuopiosta, Pohjois-Savon suurimmasta kaupungista. Tämä tarjoaa erinomaisen sijainnin niille, jotka haluavat hyötyä Kuopion laajoista työmahdollisuuksista ja palveluista, mutta asua rauhallisemmassa ja edullisemmassa ympäristössä. Lisäksi kunnassa sijaitseva lentokenttä sekä läpi kulkeva valtatie 5 tarjoavat hyvät liikenneyhteydet muihin Suomen kasvukeskuksiin, mikä vahvistaa kunnan vetovoimaa.

Yhteenvedona voidaan todeta, että Siilinjärvi on kilpailukykyinen kunta, joka pystyy hyödyntämään vahvuuksiaan, kuten luonnonläheisyyttä, yrittäjäystävällisyyttä, yhteisöllisyyttä ja erinomaista sijaintiaan. Väestön kehitys ja kunnalle tärkeät taloudelliset tunnusluvut tarjoavat vakaan pohjan tulevaisuuden kasvulle, mutta tehokas markkinointiviestintä ja brändin vahvistaminen ovat avainasemassa kilpailuedun säilyttämisessä.

4 Markkinointiviestinnän tavoitteet

4.1. Mitattavat tavoitteet

Siilinjärven markkinointiviestinnän tavoitteena on vahvistaa kunnan asemaa houkuttelevana, elinvoimaisena ja yhteisöllisenä asuin- ja yritys ympäristönä. Tavoitteemme on kasvattaa kunnan tunnettuutta ja vetovoimaa niin paikallisesti kuin valtakunnallisesti, samalla houkutellen uusia asukkaita, yrityksiä ja vierailijoita.

Ensimmäinen konkreettinen tavoite on Siilinjärven kunnan asukasluvun kasvu. Kunnan strategiassa on määritelty, että syntyvyyden laskun vuoksi väestönkasvu edellyttää muuttovoittoa ja vilkasta uudisrakentamista, keskimäärin 180 asuntoa/vuosi. Tämän saavuttamiseksi keskitymme viestimään Siilinjärven ainutlaatuisista vahvuuksista, kuten luonnonläheisyydestä, turvallisuudesta ja yhteisöllisyydestä.



Toinen keskeinen tavoite on yritystoiminnan vahvistaminen ja Siilinjärvelle sijoittuvien yritysten määrän kasvattaminen. Tämä edellyttää kunnan asemoitumista houkuttelevana toimintaympäristönä kaiken kokoisille yrityksille. Panostamme viestinnässä siihen, että yrittäjät ja yrityspäättäjät näkevät Siilinjärven paikkana, jossa luonnollinen ympäristö tukee liiketoimintaa ja jossa palvelut toimivat saumattomasti.

Siilinjärven kunnan tunnettuuden parantaminen on markkinointiviestinnän kolmas tärkeä tavoite. Siilinjärvi haluaa, että potentiaalisten uusien asukkaiden kohderyhmä – erityisesti Pohjois-Savon sekä suurimpien kaupunkien, kuten Helsingin, Tampereen ja Oulun, asukkaat – tunnistavat kunnan ja yhdistävät siihen positiivisia mielikuvia. Tunnettuuden kasvattamisessa hyödynnämme monikanavaista viestintää, inspiroivaa tarinankerrontaa ja näkyviä kampanjoita. Lisäksi seuraamme verkkosivuston liikennettä ja sosiaalisen median seuraajien kasvua, joiden osalta tavoittelemme 10 % vuosittaista kasvua.

Yksi markkinointiviestinnän tavoite on myös Siilinjärven kunnan asemoituminen kilpailijoihin nähden. Siilinjärvi kilpailee erityisesti Kuopion ja muiden Pohjois-Savon kasvukuntien kanssa. Siilinjärven kunta haluaa olla tunnettu Suomen sykkivimpänä kasvukuntana, mutta tarjota myös puitteet ihmisen kokoiselle elämälle. Siilinjärvellä yhdistyvät elinvoimainen kehitys ja luonnonläheisyys. Tämä erottelu tuo esiin kunnan ainutlaatuisuuden ja tekee siitä vetovoimaisemman niin uusille asukkaille kuin yrittäjillekin.

Tavoitteiden toteutumista mitataan konkreettisilla, numeerisilla mittareilla, kuten asukas- ja yritysmäärän muutoksilla, tunnettuuskyselyillä sekä verkkoliikenteen ja sosiaalisen median analytiikalla. Näin pystymme seuraamaan kehitystä ja raportoimaan tuloksista selkeästi. Tavoitteiden saavuttaminen perustuu siihen, että viestintämme on inspiroivaa, selkeää ja rohkeaa.



4.2. Markkinoinnin tavoitteiden mittaristo

Siilinjärven markkinointiviestinnän tavoitteiden onnistumista arvioidaan konkreettisilla ja numeerisilla mittareilla, jotka kuvaavat asukasluvun kasvua, yritystoiminnan vahvistumista, tunnettuuden lisääntymistä ja kunnan asemoitumista kilpailijoihin nähden. Näiden mittareiden avulla voidaan seurata markkinoinnin vaikutuksia ja varmistaa, että toimenpiteet tukevat kunnan strategiaa.

Ensimmäinen keskeinen mittaristo liittyy asukasluvun kasvuun. Siilinjärven väestö on pitkään ollut kasvussa, mutta viime vuosina kehitys on hidastunut. Vuonna 2024 väkiluku kasvoi 139 henkilöllä, mikä nosti kokonaisväestön määrän 21 243 asukkaaseen. Vuodelle 2025 asetettu tavoite on kasvattaa väestöä 50 uudella asukkaalla. Tämä tavoite perustuu siihen, että syntyvyyden laskun vuoksi väestönkasvu edellyttää muuttovoittoa. Lisäksi kunnassa on vilkastutettava uudisrakentamista, ja vuosittaiseksi rakentamisen tavoitteeksi on määritelty 180 asuntoa. Näin Siilinjärvi voi houkutellessa uusia asukkaita ja tarjota heille monipuolisia asumismahdollisuuksia.

Toinen merkittävä mittaristo liittyy yritystoiminnan vahvistamiseen. Siilinjärven tavoitteena on kasvattaa yritysten määrää ja luoda uusia työpaikkoja. Vuonna 2025 tavoitteena on saada kuntaan sijoittumaan kolme uutta yritystä ja luoda yritysten kautta 50 uutta työpaikkaa. Lisäksi asetettu tavoite uusien yritysten määrän lisääntymiselle on 100 kappaletta. Näillä tavoitteilla Siilinjärvi pyrkii varmistamaan elinkeinoelämän kasvun ja tekemään kunnasta houkuttelevan paikan kaiken kokoisille yrityksille. Markkinointiviestinnässä korostetaan erityisesti kunnan vahvuuksia yritystoiminnan ympäristönä, kuten hyviä liikenneyhteyksiä ja luonnonläheisyyttä, joka tukee työssä jaksamista ja elämänlaatua.

Kolmas mittaristo koskee tunnettuuden parantamista. Tavoitteena on nostaa Siilinjärven sosiaalisen median kanavien seuraajamäärää 10 prosentilla vuoden 2025 aikana hyödyntämällä sekä orgaanista että maksettua näkyvyyttä. Samalla verkkosivujen kävijämääriä pyritään kasvattamaan erityisesti yrityspalvelujen ja asumisen sisältöjen osalta, ja näille osioille on asetettu 20 prosentin kasvu. Tunnettuuden lisäämiseksi markkinointiviestintä painottaa monikanavaisuutta ja inspiroivaa tarinankerrontaa, joiden avulla kunnan positiivisia mielikuvia vahvistetaan kohderyhmien keskuudessa.



Neljäs tärkeä mittaristo liittyy Siilinjärven asemoitumiseen kilpailijoihin nähden. Kunta kilpailee erityisesti Kuopion, Iisalmen ja Varkauden kanssa, ja tavoitteena on parantaa Siilinjärven asemaa "Suomen sykkivimpänä kasvukuntana." Asemoitumista mitataan mediaseurantatyökalulla, jossa Siilinjärven mediaosumien määrää verrataan vertailukuntien vastaaviin lukuihin. Tavoitteena on kasvattaa Siilinjärven mediaosumien määrää 10 prosentilla vuoden aikana sekä kuroa umpeen eroa vertailukuntiin.

5 Markkinointiviestinnän kohderyhmät

5.1. Potentiaaliset asiakkaat – Nuoret perheet ja lapsiperheet

Siilinjärven markkinointiviestinnässä keskeisessä roolissa ovat nuoret perheet ja lapsiperheet, joita tavoittelemme uusiksi asukkaiksi. Tämä kohderyhmä edustaa Siilinjärven tulevaisuutta ja luo perustan kunnan pitkän aikavälin kasvuille ja elinvoimalle. Siilinjärven kunta haluaa olla lapsiperheiden ensisijainen valinta, kun he etsivät paikkaa, jossa voivat rakentaa elämänsä turvallisessa ja inspiroivassa ympäristössä.

Markkinointiviestinnässä korostamme Siilinjärven erityisiä vahvuuksia lapsiperheille. Viestimme, että kunta tarjoaa:

- Monipuolisen tonttivalikoiman: Nuorille perheille on tarjolla edullisia ja monipuolisia tontteja kauniissa ympäristössä, jossa luonto ja modernit palvelut ovat lähellä.
- Erittäin laadukkaat lapsiperheiden palvelut: Päiväkodit, koulut ja vapaa-ajan palvelut ovat kunnassa hyvät, ja ne on suunniteltu tukemaan lasten ja perheiden arkea.
- Investoinnit tulevaisuuteen: Siilinjärvellä rakennetaan uusia, moderneja kouluja, jotka tarjoavat inspiroivan oppimisympäristön ja vahvistavat perheiden arjen sujuvuutta.

Pääviestimme nuorille perheille on: "Siilinjärvi on täydellinen paikka lapsille kasvaa ja perheiden kukoistaa. Meillä kaikki on lähellä – luonnosta harrastusmahdollisuuksiin ja korkeatasoisiin palveluihin."



Viestimme nuorille perheille lämminhenkisesti ja innostavasti, nostamalla esiin aitoja tarinoita Siilinjärvelle muuttaneista lapsiperheistä. Haluamme herättää mielikuvan yhteisöllisestä kunnasta, jossa perheiden arki on helppoa ja sujuvaa. Puhuttelemmme heitä perheystävällisellä kielellä, joka korostaa kunnan sydämellistä, turvallista ja lapsilähtöistä asennetta. Markkinointiviestinnässä hyödynnämme kohderyhmäkohtaisesti räätälöityjä kampanjoita.

Tavoitteemme on, että nuoret perheet ja lapsiperheet näkevät Siilinjärven houkuttelevimpana paikkana rakentaa tulevaisuutta. Haluamme herättää heissä innostusta ja luottamusta, että Siilinjärvellä heillä on kaikki tarvittava, jotta elämä sujuu ja lapset voivat kasvaa turvallisessa ja inspiroivassa ympäristössä. Näin Siilinjärvi asemoituu perheiden ensisijaiseksi valinnaksi ja vahvistaa imagoaan "Suomen sykkivimpänä kasvukuntana".

5.2. Potentiaaliset asiakkaat – Uudet yritykset

Siilinjärvi tavoittelee uusia yrityksiä, jotka vahvistavat kunnan elinvoimaa ja monipuolistavat paikallista elinkeinoelämää. Markkinointiviestinnässä keskiössä ovat erityisesti pienet ja keskisuuret yritykset sekä aloittavat yrittäjät, jotka etsivät toiminnalleen joustavaa ja kilpailukykyistä toimintaympäristöä. Siilinjärvi haluaa houkutella yrityksiä, jotka arvostavat sujuvaa yhteistyötä, kattavia palveluja ja sijaintia kasvukeskuksen välittömässä läheisyydessä.

Markkinointiviestinnässä nostamme esiin Siilinjärven kilpailuvaltteja, jotka tekevät kunnasta houkuttelevan yrityksille:

- Kilpailukykyinen sijainti: Siilinjärvi sijaitsee logistisesti keskeisellä paikalla, hyvien liikenneyhteyksien varrella, vain lyhyen matkan päässä Kuopion keskuksesta ja tärkeistä valtateistä.
- Monipuoliset toimitilat ja tontit: Yrityksille on tarjolla edullisia tontteja ja moderneja toimitiloja, jotka mahdollistavat liiketoiminnan sujuvan käynnistämisen ja kasvun.
- Palveleva yritysilmapiiri: Siilinjärvellä yrityksille tarjotaan räätälöityjä ratkaisuja, henkilökohtaista tukea ja mutkatonta yhteistyötä kunnan kanssa.
- Kehittyvä liiketoimintaympäristö: Kunta panostaa jatkuvasti infrastruktuurin ja palvelujen kehittämiseen, mikä tarjoaa yrityksille kasvualustan nyt ja tulevaisuudessa.



Pääviestimme yrityksille on: "Tule mukaan osaksi Siilinjärven tarinaa - paikkaa, jossa yritykset ja ihmiset kukoistavat"

Viestimme yrityksille asiantuntevasti mutta helposti lähestyttävästi, korostaen yhteistyöhön ja ratkaisukeskeisyyteen perustuvaa toimintatapaa. Tarinankerronta keskittyy menestystarinoihin Siilinjärvelle sijoittuneista yrityksistä ja konkretisoimaan, miten kunta tukee yrityksiä käytännössä.

Markkinointiviestinnän tavoitteena on vakuuttaa yritykset siitä, että Siilinjärvi tarjoaa houkuttelevan toimintaympäristön, jossa on kaikki tarvittava menestykseen. Viestinnän avulla luomme mielikuvaa kunnasta, joka on paitsi palveleva ja turvallinen, myös rohkea ja kasvuhakuinen – täydellinen paikka yrittämiselle ja kasvuille. Lisäksi korostamme Siilinjärven keskeisestä sijaintia erinomaisten liikenneyhteyksien äärellä. Näin vahvistamme Siilinjärven asemaa yritysten ensisijaisena valintana ja edistämme kunnan elinvoimaa pitkällä aikavälillä.

5.2. Potentiaaliset asiakkaat – nykyiset asukkaat ja yritykset

Siilinjärven nykyiset asukkaat ja yritykset muodostavat kunnan sydämen. Heidän hyvinvointinsa, tyytyväisyytensä ja sitoutumisensa ovat keskeisessä roolissa kunnan elinvoimaisuuden ja vetovoiman ylläpitämisessä. Markkinointiviestinnän tavoitteena on vahvistaa heidän kokemustaan Siilinjärvestä paikkana, jossa elämä sujuu helposti ja jossa he ovat arvostettuja yhteisön jäseniä.

Asukkaille viestinnässä korostamme Siilinjärven arkea helpottavia vahvuuksia:

- **Palvelut, jotka toimivat:** Korostamme laadukkaita päiväkoteja, kouluja ja vapaa-ajan mahdollisuuksia, jotka tekevät perheiden, senioreiden ja kaikkien asukkaiden elämästä sujuvaa ja turvallista.
- **Luonnon läheisyys ja aktiivinen arki:** Viestimme Siilinjärvestä kuntana, jossa luonto on aina lähellä ja harrastusmahdollisuudet monipuoliset.
- **Yhteisöllisyys:** Tuomme esiin, miten Siilinjärvellä asukkaat ovat osa lämminhenkistä ja välittävää yhteisöä.
- **Pääviestimme asukkaille on:** "Siilinjärvi – täällä tunnet eläväsi täydellä sydämellä.



SIILINJÄRVI

Yrityksille viestimme siitä, että heidän menestyksensä on myös kunnan menestystä:

- **Tukeva toimintaympäristö:** Korostamme kunnan tarjoamia joustavia yrityspalveluja, sujuvaa yhteistyötä ja mahdollisuuksia kehittää toimintaa.
- **Vahva yhteisö:** Painotamme paikallisten yritysten roolia osana elinvoimaista ja kasvavaa kuntaa, jonka sijainti ja liikenneyhteydet ovat ihanteelliset.
- **Kasvumahdollisuudet:** Viestimme uusista hankkeista ja investoinneista, jotka luovat yrityksille uusia mahdollisuuksia.
- Pääviestimme yrityksille on: "Siilinjärvellä yrityksesi ei ole yksin – täällä saat tukea, yhteisön ja mahdollisuuksia kasvuun."

Nykyisten asiakkaiden viestinnässä painotamme positiivisuutta ja luotettavuutta. Puhuttelemmme asukkaita ja yrityksiä lämmينhenkisesti ja innostavasti, mutta samalla vakuuttavasti. Viestimme heidän tärkeystään ja siitä, että heidän tarpeensa ja hyvinvointinsa ovat aina kunnan etusijalla. Tarinankerronnassa nostamme esiin arkisia ilonaiheita ja menestystarinoita, jotka osoittavat, että Siilinjärvellä asiat sujuvat hyvin.

Markkinointiviestinnän tavoitteena on vahvistaa nykyisten asiakkaiden kokemusta siitä, että Siilinjärvi on heidän kotinsa ja paikkansa menestyä. Viestintä herättää heissä ylpeyttä, tyytyväisyyttä ja luottamusta kuntaa kohtaan, samalla sitouttaen heidät osaksi Siilinjärven kasvavaa ja kehittyvää tarinaa. Näin asukkaat ja yritykset ovat myös tärkeimpiä lähettiläitämme – niitä, jotka kertovat muille, miksi Siilinjärvi on paikka, jossa sydän sanoo kaiken.



6 Markkinointiviestinnän kanavat

6.1. Potentiaaliset asiakkaat – Nuoret perheet ja lapsiperheet

Nuoret perheet ja lapsiperheet tavoitamme ensisijaisesti sosiaalisen median kanavissa, kuten Facebookissa ja Instagramissa. Näissä kanavissa voimme herättää tunteita visuaalisilla tarinoilla, joissa esitellään Siilinjärven asuinympäristöä, turvallisia kouluja ja monipuolisia tonttivaihtoehtoja. Instagram soveltuu erityisesti nuorempien perheiden houkuttelemiseen, kun taas Facebook tavoittaa perheitä, jotka ovat aktiivisesti suunnittelemassa muuttoa. Sosiaalisen median kampanjoita toteutamme erityisesti keväällä ja syksyllä, jolloin muuttopäätökset ovat ajankohtaisia.

Kunnan verkkosivut osoitteessa www.siilinjärvi.fi toimivat kampanjoiden keskipisteenä tarjoten perheille kaikki tarvittavat tiedot Siilinjärven mahdollisuuksista. Verkkosivujen selkeät ja informatiiviset sisällöt, kuten tonttiesittelyt ja tietoa uusista kouluista, ovat tärkeitä konkreettisia päätöksenteon tukijoita. Sivusto pidetään ajantasaisena, ja sitä markkinoidaan aktiivisesti kaikissa kampanjoissa.

Lisäksi järjestämme perheille suunnattuja tapahtumia ja tempauksia, kuten tonttiesittelyjä, joissa he voivat tutustua Siilinjärven tarjoamiin mahdollisuuksiin paikan päällä. Näin annamme heille mahdollisuuden kokea Siilinjärven ilmapiiri henkilökohtaisesti. Tapahtumat painottuvat kesään ja alkusyksyyn, jolloin monet perheet miettivät uusia asuinratkaisuja ennen koulujen alkamista.

Näiden toimenpiteiden avulla tavoittelemme perheitä, jotka haluavat turvallisen ja luonnonläheisen ympäristön lasten kasvulle kuitenkin vireässä ja kasvavassa kunnassa. Viestinnän tavoite on luoda mielikuvaa siitä, että Siilinjärvi on paras mahdollinen paikka perhe-elämälle. Tuloksia seuraamme sosiaalisen median sitoutumisasteen, verkkosivuston liikenteen ja tonttikysynnän kasvun kautta.



Kanava/ väline	Tavoitustapa	Sisältöesimerkkejä ja huomiot
Sosiaalinen media	Kampanjat Facebookissa ja Instagramissa keväällä ja syksyllä, jolloin muuttopäätökset ovat yleisiä.	Facebook tavoittaa aktiivisesti muuttoa suunnittelevat perheet, kun taas Instagram houkuttelee nuorempia perheitä visuaalisilla ja tunteita herättävillä sisällöillä.
Kunnan verkkosivut	Selkeät ja ajantasaiset tiedot Siilinjärven mahdollisuuksista, kampanjoiden keskipiste.	Alasivut, jotka sisältävät tiedot tonttitarjonnasta, uusista kouluista ja lapsiperheille suunnatuista palveluista. Sivusto markkinoidaan kaikissa kampanjoissa.
Digitaa- linen mainonta	Google Ads - ja digikampanjat muuttosuunnitelmissa oleville perheille.	Hakusanamainokset, kuten "Etsitkö turvallista ja luonnonläheistä paikkaa perheellesi? Siilinjärvi tarjoaa kaiken lähelläsi."
Paikalliset tapahtumat	Tonttiesittelyt ja lapsiperheille suunnatut tapahtumat kesällä ja alkusyksyllä ennen koulujen alkua.	"Tutustu Siilinjärveen lapsiperheiden silmin"-teemalla järjestetyt tapahtumat, joissa esitellään kunnan elinvoimaisuutta ja yhteisöllisyyttä.
Paikalliset mediat	Artikkelit alueellisissa lehdissä ja perheaiheisissa julkaisuissa.	Tarinat Siilinjärvelle muuttaneista lapsiperheistä ja heidän kokemuksistaan luonnonläheisessä ja turvallisessa ympäristössä.
Sähköposti markki- nointi	Kohdennetut uutiskirjeet rekisteröityneille potentiaalisille muuttajille.	Henkilökohtaiset viestit tyyliin "5 syytä, miksi Siilinjärvi on täydellinen koti perheellesi" sisältäen konkreettisia hyötyjä.



6.1. Potentiaaliset asiakkaat – Uudet yritykset

Tavoitamme uusia yrityksiä tehokkaimmin LinkedInissä ja muissa yritysverkostoihin keskittyvissä kanavissa. LinkedIn tarjoaa mahdollisuuden viestiä suoraan yrityspäättäjille ja yrittäjille informatiivisten sisältöjen avulla. Julkaisemme säännöllisesti postauksia, jotka esittelevät Siilinjärven liiketoimintaympäristön etuja, kuten vapaita toimitiloja ja yritystontteja erilaisiin tarpeisiin, joustavia yrityspalveluja ja erinomaisia logistisia yhteyksiä. Kampanjointimme LinkedInissä on ympärivuotista.

Lisäksi Siilinjärven kunnan uutiskirjeet ovat tärkeä väline yritysviestinnässä. Uutiskirjeissä jaamme tietoa kunnassa tapahtuvista kehityshankkeista, uusista yritysalueista ja yrittäjille tarjolla olevista palveluista. Uutiskirjeiden avulla voimme viestiä henkilökohtaisella tavalla ja suoraan niille, jotka ovat kiinnostuneita Siilinjärven mahdollisuuksista. Kirjeiden julkaisu ajoitetaan säännöllisesti, erityisesti tärkeiden hankkeiden käynnistymisen tai uusien yritystonttien julkaisun yhteyteen. Näin tavoitamme sekä potentiaaliset yritykset että nykyiset yrittäjät.

Osallistumme myös yrittäjille suunnattuihin tapahtumiin, kuten verkostoitumistilaisuuksiin ja messuihin, joissa voimme kohdata potentiaalisia sijoittajia ja yrittäjiä henkilökohtaisesti. Näiden kohtaamisten kautta voimme esitellä Siilinjärven kilpailuetuja yksityiskohtaisesti ja rakentaa suoria yhteyksiä. Lisäksi järjestämme omia tapahtumia, joissa potentiaaliset yritykset voivat tutustua Siilinjärven mahdollisuuksiin paikan päällä.

Markkinointiviestinnän tavoitteena on vakuuttaa yritykset siitä, että Siilinjärvi tarjoaa täydellisen kasvualustan. Seuraamme onnistumista uusien yritysrekisteröintien, LinkedIn-seuraajien kasvun ja tapahtumien osallistujamäärien kautta sekä uutiskirjeiden tilaajamäärien kehityksen kautta.



Kanava/ väline	Tavoitustapa	Sisältöesimerkkejä ja huomiot
LinkedIn, Facebook, Instagram	Informatiiviset julkaisut yrityspäättäjille ja yrittäjille. Kampanjointi on ympärivuotista.	Postaukset, joissa esitellään Siilinjärven liiketoimintaympäristön edut, kuten vapaat toimitilat, yritystontit, joustavat palvelut ja logistiset yhteydet.
Kunnan uutiskirjeet	Säännöllisesti lähetettävät kohdennetut uutiskirjeet yrityksille.	Tiedotteet uusista yritysalueista, kehityshankkeista ja yrittäjäpalveluista. Ajoitetaan hankkeiden tai yritystonttien julkaisun yhteyteen.
Tapahtumat ja verkostoi- tuminen	Osallistuminen yrittäjätapauxiin, verkostoitumistilaisuuksiin ja messuihin.	Kohtaamiset, joissa esitellään Siilinjärven kilpailuetuja yksityiskohtaisesti. Painopisteenä suorat yhteydet potentiaalsiin sijoittajiin ja yrittäjiin.
Omat tapahtumat	Siilinjärven kunnassa järjestetyt esittelytilaisuudet ja tapahtumat.	Tapahtumat, joissa yritykset voivat tutustua Siilinjärven tarjoamiin mahdollisuuksiin paikan päällä. Näin yritykset pääsevät näkemään konkreettisesti alueen edut.
Digitaalinen mainonta	Kohdennetut kampanjat Google Adsin ja muiden alustojen kautta.	Hakusanamainokset, kuten "Etsitkö yrityksellesi uutta kotia? Siilinjärvellä kasvulle on tilaa ja tukea."
Kunnan verkkosivut	Selkeät ja ajantasaiset tiedot Siilinjärven mahdollisuuksista, kampanjoiden keskipiste.	Alasivut, jotka sisältävät tiedot tonttitarjonnasta, sijoittumismahdollisuuksista sekä yrityksille suunnatuista palveluista.



6.3. Nykyiset asiakkaat – Asukkaat ja yritykset

Nykyiset asukkaat ja yritykset tavoitamme parhaiten kunnan omien kanavien kautta, kuten verkkosivujen, uutiskirjeiden, sosiaalisen median ja paikallislehden välityksellä. Näiden kanavien kautta jaamme ajankohtaista tietoa esimerkiksi palveluista, päätöksistä ja uusista hankkeista. Paikallislehdissä julkaistavat positiiviset uutiset ja kunnan saavutusten esiin nostaminen vahvistavat asukkaiden ja yritysten luottamusta kuntaan. Tämä edellyttää kuitenkin kunnalta itseltään aktiivista tiedottamista ja yhteistyötä median kanssa. Uutiskirjeet puolestaan mahdollistavat suoran ja säännöllisen viestinnän tärkeimmistä aiheista, ja niiden lähetyksiä ajoitetaan erityisesti merkittävien projektien ja päätösten yhteyteen.

Sosiaalinen media, erityisesti Facebook ja Instagram, toimii tehokkaana kanavana arjen tarinoiden ja tapahtumien viestintään. Julkaisemme säännöllisesti sisältöjä, jotka tuovat esiin kunnan elämää ja vahvistavat asukkaiden ja yritysten kokemusta yhteisöllisyydestä ja tyytyväisyydestä. Sosiaalinen media tarjoaa myös alustan nopeaan vuoropuheluun ja kysymyksiin vastaamiseen.

Paikalliset tapahtumat, kuten asukkaille suunnatut tilaisuudet ja yritysverkostoitumiset, ovat keskeinen tapa luoda yhteyksiä ja vahvistavat osallisuuden kokemusta. Näissä tilaisuuksissa asukkaat ja yritykset voivat kokea konkreettisesti, että he ovat tärkeä osa Siilinjärven tarinaa. Tapahtumat järjestetään ympäri vuoden, mutta erityisesti kesäisin ja juhlapyhien aikaan.

Markkinointiviestinnän tavoitteena on vahvistaa nykyisten asiakkaiden tyytyväisyyttä ja sitoutumista kuntaan ja näin ollen myös kunnan pitovoimaa. Seuraamme vaikutuksia esimerkiksi sosiaalisen median sitoutumisasteen, uutiskirjeiden avaamisprosenttien ja tapahtumien osallistujamäärien avulla.



Kanava/ väline	Tavoitustapa	Sisältöesimerkkejä ja huomiot
Verkkosivut	Ajankohtaisen tiedon jakaminen palveluista, päätöksistä ja hankkeista.	Päivitetyt tiedot projekteista, kuten koulujen rakentamisesta, ja uutiset asukkaiden arkea helpottavista päätöksistä.
Uutiskirjeet	Säännölliset tiedotteet asukkaille, yhdistyksille ja yrityksille, erityisesti merkittävien projektien aikana.	Esimerkiksi uutiskirje "Ajankohtaista Siilinjärvellä: uudet kouluinvestoinnit ja kesätapahtumat." Tavoitteena vahvistaa tiedonkulkua ja osallisuuden tunnetta.
Sosiaalinen media	Säännölliset julkaisut, jotka kertovat arjen tarinoita, tapahtumista ja kunnan saavutuksista.	Facebook- ja Instagram-postaukset, joissa esitellään asukkaiden onnistumisia, kunnan palveluja ja yhteisöllisyyttä.
Paikallis-lehdet	Positiivisten uutisten julkaiseminen ja kunnan saavutusten esiin nostaminen.	Artikkelit, jotka kertovat esimerkiksi yritysten menestyksestä Siilinjärvellä tai uusista palveluista asukkaille.
Paikalliset tapahtumat	Tilaisuudet asukkaille ja yrityksille ympäri vuoden.	Tapahtumat, kuten "Asukasillat" tai "Yrittäjäpäivät," jotka vahvistavat yhteisöllisyyttä ja luovat henkilökohtaista kontaktia kuntaan.



7 Markkinointiviestinnän resurssit

7.1. Henkilöstöresurssit

Siilinjärven kunnan markkinointiviestinnän henkilöstöresurssit koostuvat yhdestä päätoimisesta markkinoinnin asiantuntijasta, joka vastaa markkinointiviestinnän suunnittelusta ja toteutuksesta. Tämä henkilöresurssi on keskeisessä roolissa koordinoimassa kunnan markkinointiviestintää ja varmistamassa, että viestinnän tavoitteet saavutetaan tehokkaasti.

Markkinoinnin henkilöresurssia tukevat tarvittaessa kunnan eri palvelualueiden asiantuntijat ja viranhaltijat. Tämä yhteistyö mahdollistaa laajemman näkemyksen hyödyntämisen markkinoinnin sisällöissä ja tuo joustavuutta viestintäprojekteihin, sillä kunnan palvelualueet tarjoavat asiantuntemusta ja ajankohtaista tietoa, joka rikastuttaa markkinointiviestintää.

Markkinointiviestinnän resursseja täydennetään ulkoisilla kumppanuuksilla, kuten viestintä- ja markkinointitoimistojen palveluilla. Näitä kumppanuuksia hyödynnetään erityisesti silloin, kun tarvitaan erikoistunutta osaamista, kuten visuaalisen ilmeen suunnittelua, kampanjoiden toteutusta tai monikanavaista viestintää. Kumppaneiden avulla varmistamme, että viestintä pysyy laadukkaana, ajankohtaisena ja kilpailukykyisenä.

7.2. Markkinointiviestinnän budjetti ja rahalliset resurssit

Markkinointiviestinnälle on varattu vuosittainen budjetti, joka kattaa niin perustoiminnan kuin erilliset kampanjat, markkinointiyhteistyöt (tarkemmin kappaleessa 73.) ja tapahtumajärjestelyt.

Budjetti jakautuu pääosin seuraaviin osa-alueisiin: digitaalinen mainonta ja perinteinen printtimainonta, markkinointiyhteistyöt, ulkoisten kumppanien palvelut sekä kunnan omien kanavien ylläpito ja kehittäminen. Resursseja kohdennetaan erityisesti toimenpiteisiin, jotka tukevat kunnan brändiä, vetovoimaa ja strategisia tavoitteita.



Budjetti on suunniteltu joustavaksi, jotta voimme reagoida nopeasti muuttuviin viestintätarpeisiin tai uusiin mahdollisuuksiin. Esimerkiksi merkittävät kampanjat ja markkinointikumppanuudet priorisoidaan vuoden aikana strategisten painopisteiden mukaisesti. Käytön vaikuttavuutta arvioidaan säännöllisesti valittujen mittareiden avulla, kuten verkkosivujen liikenteen, sosiaalisen median sitoutumisen ja kampanjoiden ROI:n perusteella.

Markkinointiviestintä nähdään Siilinjärven kunnassa investointina, joka tukee vetovoimaisuuden ja elinvoimaisuuden kasvua. Tavoitteena on, että rahalliset panostukset tuottavat mitattavia tuloksia, kuten asukasluvun ja yritysmäärän kasvua. Koko kuntaorganisaation pitkäjänteinen sitoutuminen markkinointiviestintään on välttämätöntä, jotta Siilinjärven asema Suomen sykkivimpänä kasvukuntana vahvistuu entisestään.

7.3. Markkinointiyhteistyöt

Markkinointiyhteistyöt ovat olennainen osa Siilinjärven kunnan markkinointiviestintää ja vetovoimaisuuden edistämistä. Kunta voi solmia markkinointiyhteistyösopimuksia urheiluseurojen, tapahtumajärjestäjien, yhdistysten tai yksittäisten henkilöiden kanssa. Tavoitteena on, että nämä kumppanuudet tukevat kunnan brändiä, lisäävät tunnettuutta ja edistävät strategisia tavoitteita.

Yhteistyö perustuu molemminpuoliseen hyötyyn, läpinäkyvyyteen ja kunnan arvojen mukaiseen toimintaan. Sopimusten vaikuttavuutta seurataan säännöllisesti, ja ne arvioidaan kunnan tavoitteiden, kuten tunnettuuden kasvun ja vetovoimaisuuden lisäämisen, perusteella.

Markkinointiyhteistyötä harkitessa arvioidaan erityisesti sopimuksen merkitystä kunnan vetovoiman, tunnettuuden ja näkyvyyden lisäksi.

Lisäksi yhteistyötä arvioidaan kunnan voimassa olevan strategian ja sen tavoitteiden kannalta.

