

MARKKINOINTISUUNNITELMA

2015

Somero



Painoarvot

Someron kaupungin markkinointia vuonna 2015 tullaan painottamaan uusasukashankintaan sekä nykyisten yritysten kasvun tukemiseen.

Markkinoinnissa digitaalisen median rooli tulee kasvamaan ja printtimedian käyttöä pyritään vähentämään. Esimerkiksi lehti-ilmoituksiin käytetyt eurot tullaan siirtämään sosiaalisen median kampanjoihin. Lehti-ilmoituksista ei kuitenkaan kokonaan päästä, sillä paikallislehdessä ilmoittelu on yksi elinkeinotoimen merkittävimmistä viestintäkanavista. Sen sijaan valtakunnan kattavia lehtiä ja niiden imagomainoksia tullaan korvaamaan kohdennetuilla Facebook -kampanjoilla sekä Google-mainonnalla.

Elinkeinotoimi kartuttaa vuoden aikana asiakasrekisteriä, jonka tärkein osa ovat yritysten sähköpostiosoitteet. Jatkossa yritysten sähköpostiosoitteita hyödynnetään elinkeinotoimen viestinnässä ja näin pyritään tehostamaan viestin tavoitavuutta yrittäjien keskuudessa.





Teemat

Vuoden 2015 markkinointi rakennetaan Yllättävä Somero -teeman ympärille. Toimenpiteiden lähtökohtana käytetään päivitettyä elinkeinopoliittista ohjelmaa sekä brändistrategiaa, ulkoasun pohjana taas graafista ohjeistoa sekä sen määrittelemää typografiaa ja värimaailmaa. Lisäksi ulkoasussa käytetään virallisen logon lisäksi Sydän -liikemerkkiä.



01

Matkailumarkkinointia painotetaan alkuvuoteen, someen ja kieliversioihin.

Näkyminen matkamessuilla, Härkätie-yhdistyksen osastolla. Lisäksi lisänäkyvyys somessa erilaisten kilpailujen ja mainoskampanjoiden avulla. Innostetaan matkablogisteja sekä ryhmäretkien järjestäjiä käymään Somerolla, kehitetään matkailumarkkinointimateriaaleista kieliversiot ja tuetaan paikallisten tapahtumien järjestämistä.

MATKAILU



02

ASUKKAAT



Asukashankinnan tukena sosiaalinen media ja Tonttipörssi Tonttipörssin käyttöönotto alkuvuoden aikana, mukana yksityiset maanomistajat sekä Paikallislehti Somero. Sisällytetään Tonttipörssiin Löydä oma paikkasi -peli, jota hyödynnetään Oma Koti 15 -messuilla. Tonttipörssiä käytetään yhtenä myynnin työkaluna, ei ensisijaisesti markkinoinnin välineenä.

03

Yrityshankinnassa voimavarat keskitetään Harjuun Valonia -yhteistyön avulla löydetään Harjun teollisuusalueen punainen lanka, ja rakennetaan markkinointi sen ympärille. Markkinoidaan Harjua Alihankinta2015-messujen yhteisosastolla.

Markkinointi toteutetaan yrittäjävetoisesti profiiliin sopivalla tavalla. HUOM! Edellyttää profiilin valmistumista.

HARJU



04

JOULU



Missio: LähiJoulu -ajattelu kaikkien tietoisuuteen
Kannustetaan asukkaita hankkimaan joululahjansa paikallisilta, ja näin tekemään yhteistä hyvää.

Kampaniat



Messut ja tapahtumat

Matka2015 -messut

Somero on mukana Härkätietyhdistyksen osastolla Matka2015-osastolla 15.-18.1.

Oma koti15 -messut

Startataan asukashankintakampanja omalla osastolla Omakotimesseilla.

Senioritempaus ja Suomakiertue

Someron kaupunki ottaa pöydän Senioritempauksesta sekä Suomakiertueesta. Someron esittely ulkoistetaan mahdollisesti Someron paikallisoppaille.

Siivouspäivä

Osallistutaan kansainväliseen siivouspäivään ja otetaan mukaan koulut, Ecotekola, toimintakeskus sekä paikalliset toimijat.

Nostalgiviikko

Autetaan yrittäjien yhteistyössä ideoiman Nostalgiviikko-tapahtumasarjan markkinoinnissa.

Badding -tapahtuma

Tuetaan kansallisen uutiskynnyksen ylitykseen tähtäävää tapahtumaa ja autetaan sen markkinoinnissa.

Suviheinäviikot

Kootaan Suviheinäviikkojen tapahtumat yhteen ja tiedotetaan paikallisia sekä lähialueen (kesä)asukkaita niistä.

Yrittäjäpäivä

Yrittäjäpäivään kehitellään sekä viihteellistä että kehittävää ohjelmaa, ja näin muistetaan somerolaisia yrittäjiä.

Alihankintamessut

Lähdetään yrittäjien kanssa Alihankintamessuille yhteisellä isolla osastolla, jossa jokainen yritys saa esittäytyä itsenäisesti.



asukkaat



yrietykset



matkailijat



Printtimedia

Esitteiden kieliversiot

Matkailuesitteestä tehdään kieliversiot, ensisijaisesti englanti, mahdollisesti myös venäjä, ruotsi ja saksa. Tehdään myös yleisesite englanniksi.

Matkailukartta

Toteutetaan matkailukartta, jota voidaan jakaa ilmaiseksi matkailijoille.

Lehtimainonta

Lehtimainontaa vähennetään ja näin keskitetään energiaa helpommin mitattavaan digitaaliseen mediaan.

Digimedia

Kieliversiot

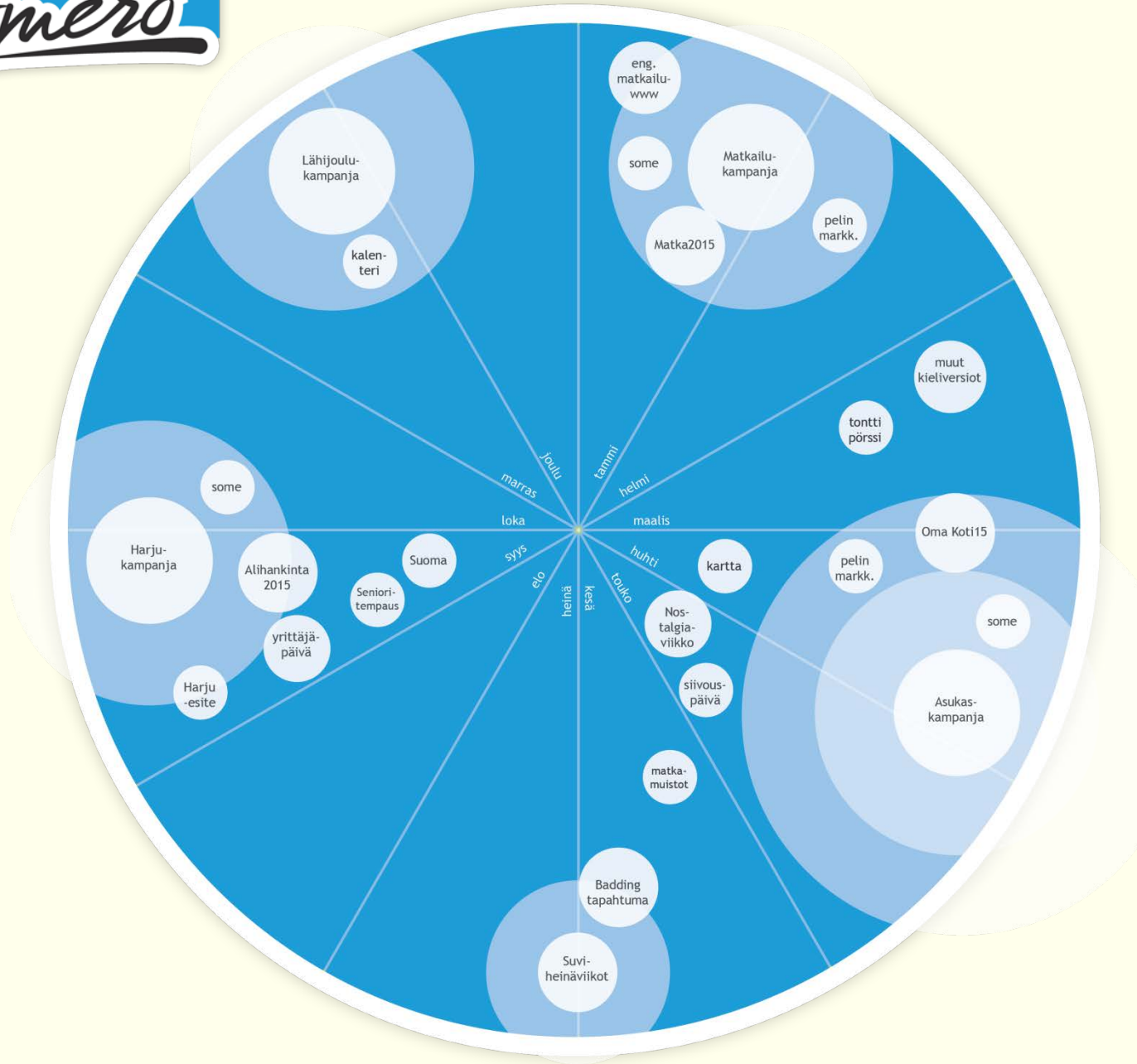
Nettisivuista tehdään omat kieliversiot; koko matkailuosio sekä kaupungin esittely kokonaisuudessaan englanniksi ja muilla kielillä suppeasti, muu sivusto suppeasti englanniksi.

Sosiaalinen media

Toteutetaan kampanjoita sosiaalisessa mediassa ja hyödynnetään monipuolisemmin sen mahdollisuuksia, esim. Woo-box -kampanjatyökalua jolla rakennetaan erilaisia testejä, pelejä ja kilpailuja.

Kuvapankkikuvat

Jatketaan kuvapankkikuvien hankintaa, joiden avulla markkinoinnista tehdään houkuttelevampaa - unohtamatta paikallisia kuvaajia ja heidän otoksiaan.





MARKKINOINTISUUNNITELMA 2015

Kampanjat	15000	Messut	14000
Asukkaat	7000	Matka2015 -messut	1000
Harju	3000	Oma Koti 15 -messut	7000
Matkailu	3000	Suoma-kiertue	500
Joulu	2000	Senioritempaus	500
Tapahtumat	11000	Alihankintamessut	5000
Siivouspäivä	1000	Markkinointi	15000
Nostalgiviikko	2000	Printtimedia	4000
Somerniemen kesätori	1500	Digitaalinen media	5000
Badding -tapahtuma	5000	Suoramarkkinointi	1000
Suviheinäviikot	1000	Hankinnat	5000
Yrittäjäpäivä	1000	Muut	5000
Yht.			60000