



SOMERON KAUPUNKI

BRÄNDISTRATEGIA

2019

ALUKSI

Someron kaupungin arvot ovat avoimuus, kehitysmuutos, yhteisöllisyys sekä asukaslähtöisyys. Kaupunginstrategiamme visio on, että vuonna 2025 Somero on väestö- ja työpaikkamäärältään kasvava asukas- ja ympäristöystävällinen hyvinvoivien ihmisten yhteisö. Somero tunnetaan yhdessä tekemisen meiningistä, kulttuuristaan sekä kuntakokoonsa nähden monipuolisista liikunta- ja vapaa-ajanpalveluista. Brändityön tehtävänä on tukea Someron kaupunkistrategian toteuttamista. Brändistrategia linjaa, miten me viestimme strategian mukaisesti.

Hyvä brändi on kilpailuetu Someron kaupungille: brändityö on identiteetin vahvistamista, mielikuvien synnyttämistä, tunnettuuden kasvattamista sekä lisäarvon tuottamista. Sen avulla kaupunkiin saadaan uusia asukkaita, yrityksiä ja matkailijoita, jotka ovat elinvoiman kehittämisen kannalta ensiarvoisen tärkeitä. Lisäksi sillä vahvistetaan sisäistä ilmapiiriä, autetaan nykyisten asukkaiden ja yhteisöjen yhteen hitsautumista ja sitoutumista sekä synnytetään kotiseurakkautta ja -ylpeyttä.

Brändistrategian pohjana on hyödynnetty mm. vetovoima- ja muuttajatutkimuksista kerättyä dataa sekä brändi- ja kilpailija-analyysin tuloksia. Sen tehtävänä on linjata, mitkä ovat Someron aidot vetovoima- ja erottautumistekijät, ja miten niitä tullaan korostamaan kaikessa kaupungin toiminnassa. Se perustuu kaupungin identiteettiin, joka taas pohjautuu kaupungin arvoihin, syvimpään olemukseen sekä siihen mitä se tulevaisuudessa haluaa edustaa.

Brändityö vaatii rohkeutta rajata ja korostaa, mitä Somero sisimmiltään todella on. Brändityö ei ole pelkkää päälle liimattua mainontaa, vaan sen juurten tulee olla tukevasti kaupungin perustoiminnassa. Brändi syntyy tarinoista sekä arjen kohtaamisista, joten jokaisella somerolaisella on brändityössä oma roolinsa: jokainen meistä voi toiminnallaan vaikuttaa Someron vetovoimaan, sekä hyvässä että pahassa. Olemme kaikki käveleviä Somero-mainoksia.

STRATEGIA



BRÄNDIYDIN

TARKOITUS

lisätä alueen elinvoimaa kaupungin strategiaa tukien

VISIO

Tunnettu ja arvostettu

PERIAATTEET

Asiakaslähtöisyys, laatu, jatkuva parantaminen

KOHDERYHMÄT

ASUKKAAT

Potentiaaliset muuttajat / Nykyiset asukkaat

Pääkohderyhmänä on +25 -vuotias pariskunta, jolla (mahdollisesti alle kouluikäisiä) lapsia. Tulevat tyypillisesti pk-seudulla, koska ovat kyllästyneitä ainaiseen hälinään ja stressiin; etsivät rauhallista paikkaa johon asettua ja jossa kasvattaa lapsensa. He etsivät Somerolta rauhaa ja hiljaisuutta, turvaa ja pysyvyyttä, hyvää oloa ja seesteisyyttä. He ovat kuitenkin tottuneet siihen, että on varaa valita - oli kyse sitten harrastuksesta tai palvelusta - ja haluavat jatkossakin että läheltä löytyy kaikki tarvittava.

YRITYSPÄÄTTÄJÄT

Sijoittuvat yritykset / Nykyiset yritykset

Yrityspäätäjät arvostavat uudessa sijoittumispaikassa toimintansa kannalta hyvää logistista sijaintia sekä sopivaa tonttia tai toimitilaa, ja odottavat kunnalta sujuvaa palvelua ja nopeaa päätöksentekoa. Lisäksi he arvostavat positiivista yritysilmapiiriä sekä verkostoitumis- ja yhteistyömahdollisuuksia muiden yritysten kanssa. Myös sopivaa työvoimaa ja tarvittaessa T&K-toimintaa pitää löytyä joko sijoittumispaikkakunnalta tai ainakin riittävän läheltä.

MATKAILIJAT

Kotimaan matkailijat / Kansainväliset matkailijat

Somero on erityisesti päiväretkiä tekevien yksittäismatkailijoiden (pääkohderyhmä +25-vuotiaat naiset PK-seudulta/isommista kaupungeista) suosiossa, sillä se on sijainniltaan helpon matkan päässä, riittävän kaukana arjesta ja silti riittävän lähellä. Somerolle tullaan rentoutumaan ja irtautumaan arjesta. Matkailijat tarvitsevat mieleistensä tekemistä, ja Somerolta sitä löytyykin moneen makuun – etenkin kulttuurinnälkäiselle.

Somero tavoittelee asemaa tunnettuna ja arvostettuna pikkukaupunkina, jossa yhdistyvät maaseudun sekä kaupungin parhaat puolet.

Someron kilpailijoita, etenkin asukashankinnassa, ovat 100 km säteellä Helsingistä sijaitsevat maaseudun kunnat ja kaupungit, joissa asukkaita on 5000-10000 ja taajama-aste 50-80%

ASEMointi

SEURANTA

Brändityölle asetetaan sekä laadullisia, määrällisiä että toiminnallisia mittareita.

Seurataan sekä ulkoisen, että sisäisen tunnettuuden ja brändimielikuvan kehitystä, esim.

- kuinka hyvin asukkaat tuntevat Yllättävä Somero –brändin
- kuinka potentiaalisena asuin-, sijoittumis- tai vierailupaikkana Somero nähdään

Seurantatiedot saadaan tilinpäätöksistä, tilastoista, tyytyväisyyskyselyistä sekä vetovoimatutkimuksista.

PÄÄBRÄNDI

Someron kaupunki

Ylimmällä tasolla on Someron kaupunkibrändi joka ohjaa alemman tason alabrändejä ja konsepteja. Brändin ydinviestit ja visuaalinen ilme siis määrittellään pääbrändin tasolla ja alemmien tasojen täytyy olla samassa linjassa sen kanssa.

BRÄNDIKONSEPTIT

Yllättävä Somero

Brändikonseptit ovat suoria konseptitason sovelluksia pääbrändin ydinviesteistä tai muista pääbrändiin perustuvista viestinnällisistä konsepteista. Konseptien ilme pohjautuu aina suoraan pääbrändin ilmeeseen.

ALABRÄNDIT

Alabrändit ovat konseptisovelluksia vahvempia ja itsenäisempiä, ja niillä on omat visuaaliset ilmeensä logoineen ja väreineen. Niiden tulee kuitenkin sopia yhteen pääbrändin kanssa, ja omalla ilmeellään tukea pääbrändiä.

Visit Somero

ERILLISBRÄNDIT

Erillisbrändit ovat kaupunkikonserniin kuuluvia yhtiötä tai niiden hallinnoimia ja markkinoimia palveluja, joilla on omat itsenäiset ilmeensä. Erillisbrändit ei tarvitse olla suoraan linjassa kaupunkibrändin kanssa.

Someron Vesihuolto Oy
Someron Lämpö Oy
Someron Talkkarit Oy
Koy:t, Lamminniemen Hyvinvointikeskus Oy
Someron Liikunta ry
Someron Kulttuuri ry

BRÄNDIKONSEPTI

BRÄNDIKONSEPTI

YLLÄTTÄVÄ SOMERO

Somero yllättää niin potentiaalisen asukkaan, yrityspäätäjän kuin matkailijankin. Se on huonosti tunnettu, eikä sitä nähdä houkuttelevana vaihtoehtona.

Siksi jokainen Somerolle tuleva yllättyy nähdessään mitä kaikkea sillä onkaan tarjota.

SLOGAN

JUTTU TÄÄL ONNISTUU

Slogan kuvaa kaupungin identiteettiä ja arvomaailmaa: Somero suhtautuu avoimesti ja myönteisesti kehitykseen ja yhteisönsä palvelemiseen.

Se on myös palvelulupaus: Somerolla asiat onnistuvat, oli kyse sitten asumiseen, yrittämiseen tai matkailuun liittyvistä asioista.

Slogan myös kertoo somerolaisten mentaliteetista: somerolaiset ovat tekijäkansaa, ja yhteen hiileen puhaltaminen on heille tärkeää, jopa itsestäänselvää. Yrittäjäyys on somerolaisilla vahvasti verissä, ja palvelutarjontamme onkin siksi huippuluokkaa – somerolaiset myös käyttävät niitä. Somerolaiset ovat sitkeitä, rohkeita ja optimistisia: tarmoa löytyy mitä hullumpienkin ideoiden eteenpäin viemiseen

Ydinviestit kertovat mikä tekee Somerosta ainutlaatuisen ja kiteyttävät mitä Somero on. Ne yhdistyvät sloganiin Juttu tääl onnistuu sekä tukevat Yllättävä Somero –brändikonseptia

YDINVIESTIT

SOMERO ON...

MONIPUOLINEN

Somerolla on todistetusti kokoonsa nähden paras palvelu- ja vapaa-ajan tarjonta (yksityiset ja julkiset). Mistä muulta löytyy esimerkiksi oma uimahalli, keilahalli, elokuvateatteri, yksityinen lääkäri ja kuntosalit. Meillä on myös oma terveystakeskus ja lukio. Somerolla on verrokkikuntiin nähden korkein työpaikkaomavaraisuus sekä eniten yrityksiä ja työpaikkoja suhteutettuna asukaslukuun. Ja kun puhutaan kaupallisista palveluista, on somerolaistarjonta erittäin monipuolinen – mitä Somerolta ei löydy, sitä et tarvitse.

KAPPALE KAUNEINTA MAASEUTUA

Aikanaan Suomen suurin maatalouspitäjä on vuosien saatossa muovautunut palvelurikkaaksi kaupungiksi, joka edelleen tarjoaa sekä maaseudun vilskettä ja kaupungin rauhaa. Somerolta löytyy korpea, harjuja, kangasmetsiä, saven muovaamia notkoja, kallioita, soita, yli sata järveä tai muuta vesialuetta, lakeuksia, vehreitä lehtoja - viljavia pelloja unohtamatta... Etelä-Suomen luontoa siis monipuolisimillaan ja parhaimmillaan!

YLLÄTTÄVÄN LÄHELLÄ

Somero on keskellä kaikkea, ja kuitenkin keskellä ei mitään. Helsinkiin, Turkuun ja melkein Tampereellekin hurauttaa tunnissa ja sadan kilometrin säteeltä löytyvät lähes puolet suomalaisista sekä kaikki mitä ihminen ympärilleen tarvitsee: oppilaitokset, työpaikat, kauppakeskukset... Yrityksille Somero taas on logistisesti mahtava mahdollisuus kun se sijaitsee rahtiliikenteen keskiössä.

TEKIJÖIDEN KAUPUNKI

Pienessä mutta pippurisessa maaseutukaupungissa puhalletaan yhteen hiileen ja yritteliäisyys on osa somerolaista perimää. Somerolta on lähtöisin kulttuurin ja urheilun suurnimiä, ja nykyisin Somerolla vaikuttaa lukuisia aktiiveja, joita on kiittäminen monenlaisesta toiminnasta. somerolaiset ovat tekijäkansaa, ja yhteen hiileen puhaltaminen on heille tärkeää, jopa itsestään selvää.

ARVOLUPAUKSET

Somero on maanmainio paikka olla, elää ja yrittää missä elämänvaiheessa tahansa. Me somerolaiset olemme sitkeä ja notkea porukka jolla on rohkeutta tehdä asiat paremmin ja eri tavalla. Vannomme avoimuuden nimeen ja uskomme yhdessä tekemiseen sekä asukaslähtöiseen kehittämiseen.

ASUKKAAT

Jos etsit unelmiesi kotia maaseudulta, täällä saat eniten vastinetta rahoillesi. Me lupaamme parhaan paikan hyvälle elämälle maaseudulla, lähellä kaikkea. Somerolta löydät kappaleen kauneinta maaseutua sekä kaupungin kattavat palvelut - oikeasti.

YRITYSPÄÄTTÄJÄT

Jos haet uutta paikkaa yrityksellesi, kelpaa sinun tuoda laajakaistasi Somerolle: kun sadan kilometrin säteeltä löytyvät Suomen tärkeimmät lentokentät ja satamat, sekä lähes puolet suomalaisista, voisi sanoa jo olevansa keskellä kaikkea. Meillä vallitsee tekemisen meininki, ja meitä kiinnostaa aidosti mitä yrityksille kuuluu ja haluamme tarjota niille hyvän kasvualustan.

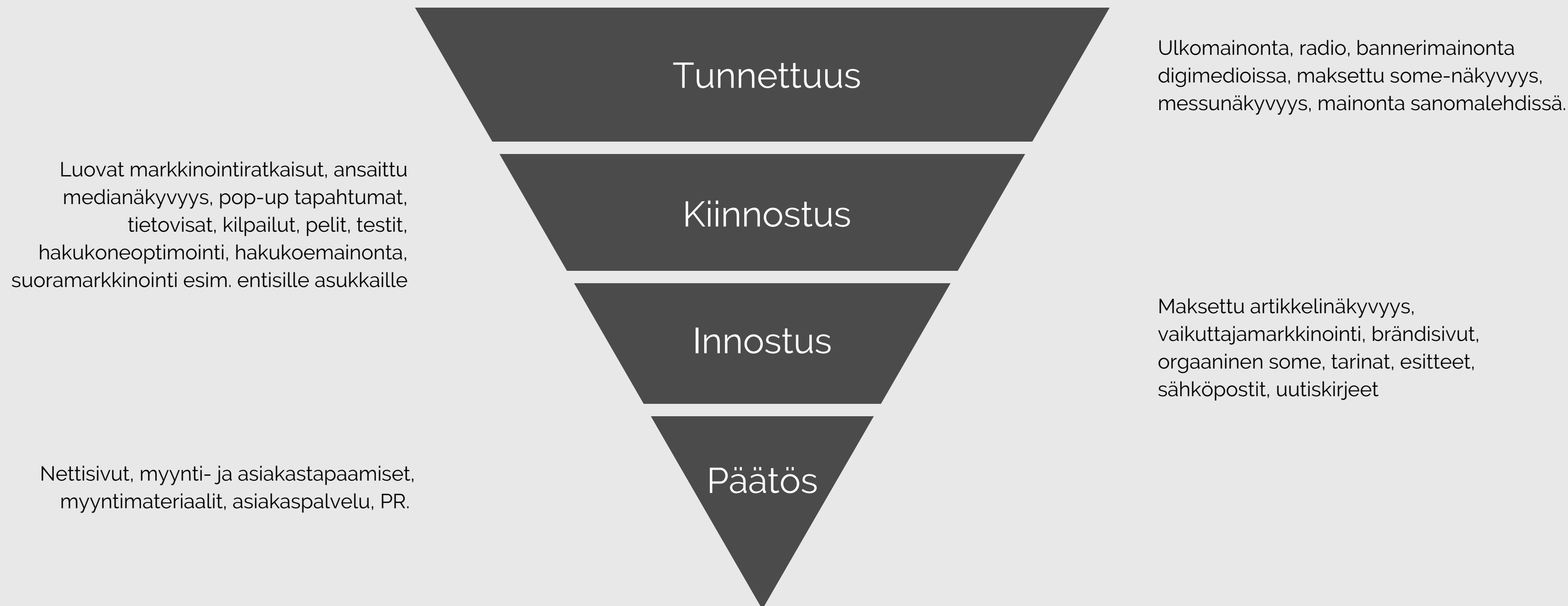
MATKAILIJAT

Matkailijalle Somero tarjoaa seikkailuja moneen makuun ja kaiken ikäisille: itsensä haastaminen kahdenkymmenen metrin korkeudessa, kellohelmojen hypistely, lehmien ihastelu notkomaisemissa, naisten haku tanssilavalla, kulttuurielämys kartanossa, yöpyminen taivasalla, kesätorin hulinaa... Nähtävää ja koettavaa riittää yllättävän paljon.

BRÄNDITARINA

- Ponteva aloitus: keskeltä Suomen kauneinta maaseutua, suurten kaupunkien kainalosta löytyy pieni ja pippurinen kaupunki Somero
- Someron synty: vaakunan symboliikka, yrittäjäysperimä...
- Somerolainen maailmankatsomus ja sielunmaisema
- Someron vahvuudet ja vetovoimatekijät
- Someron arvolupaukset
- Napakka lopetus: Juttu tääl onnistuu!

KANAVAT



**BRÄNDI-
IDENTITEETTI**

PERSOONA

Somero on altavastaaja, joka haluaa todistaa olevansa parempi kuin muut – jopa parempi. Somero on kuin se yksi poika luokan nurkassa, jota kukaan ei huomaa, tai jota pidetään "junttina", vaikka hän on fiksu ja hänellä on paljon annettavaa. Somero aikoo näyttää olevansa parempi kuin mitä siitä ajatellaan! Sympaattinen mutta aliarvostettu, ja siksi urhea ja sitkeä. Aito, omaperäinen, rento ja reilu. Itsevarma, leikkisä ja positiivinen

AVOIN

Somero ei turhaa hienostele vaan on oma itsensä: se on aito, avoin ja reilu. Se puhuu asioista niiden oikeilla nimillä, eikä panttaa tietoa. Somero käy mielellään vuoropuhelua paikallisten kanssa ja on avoin uusille ehdotuksille ja ideoille

KEHITYS- MYÖNTEINEN

Somerolla on katse tulevaisuudessa. Se ei muutoksia kavahda vaan kehittää itseään ja ympäröivää maailmaa tarmokkaasti ja innostavasti muut huomioiden.

YHTEISÖLLINEN

Somerolle on tärkeää sitä ympäröivät ihmiset ja yhteisöt. Se on sosiaalinen ja usein asettaa muiden tarpeet omiensa edelle. Somero vannoo yhteistyön nimeen ja haluaakin tehdä sitä aina ja koko ajan. Somero on ylpeä omistaan ja myös näyttää sen.

ASIAKAS- LÄHTÖINEN

Asukkaat ja yhteisöt ovat Someron suurin voimavara – niistä se saa virtaa. Somero haluaa tehdä asukkaidensa ja yhteisöidensä näköisiä päätöksiä. Somero on yllätyksiä täynnä ja aina välillä se onnistuu yllättämään asukkaansa!

ARVOT OHJAAVAT SOMERON TOIMINTAA

MILTÄ SOMERO KUULOSTAA JA NÄYTTÄÄ

ÄÄNENSÄVY JA TYYLI

Todelliset mielikuvat syntyvät aidoista kohtaamisista.

Somero kuulostaa omaperäiseltä ja leppoiselta tyybiltä, joka on itsevarma ja asiantunteva, empaattinen ja avoin.

Someron tone-of-voice: rento kaveri jolla on pilkettä silmäkulmassa ja kielessään vähän särmiä.

- Suora puhuttelu 'meiltä' 'sinulle', keskusteleva rakenne
- Rennon värikkäät sanavalinnat: pään raapiminen, paistaa postia, me jeesaillaan
- Puheenomaisuus, rohkeus olla aito

Teksti on värikästä, ilmaisu aitoa ja ihmisläheistä, virkamiesjargonia vältetään

KUVA- JA ÄÄNIMAAILMA

Kuvissa kaiken keskiössä iloiset ja/tai iloisesti yllättyneet, aidot ihmiset.

Tarinoiden keskiössä paikalliset aidot ihmiset.

Äänimaailmassa hyödynnetään hiljaisuutta, luonnon ääniä (laineet, linnunlaulu, metsän humina) sekä Baddingia, etenkin Paratiisin kohtaa "Sinä sanoit menkäämme, Maalle meidän landelle, Mietin nyt juttu tää onnistuu"

LOPUKSI.

Brändi syntyy tarinoista sekä arjen kohtaamisista, joten jokaisella somerolaisella on brändityössä oma roolinsa: jokainen meistä voi toiminnallaan vaikuttaa Someron vetovoimaan, sekä hyvässä että pahassa.

**Olemme kaikki käveleviä
Somero-mainoksia.**

elinkeinoasiantuntija
Tanja Uusitalo
p. 044 7791 282
tanja.uusitalo@somero.fi