



Mäntsälän

brändikäsikirja – tiivistelmä 2022

Markkinointiviestintä

- perustuu kunnan strategiaan ja kärkitavoitteisiin
- luo ja vahvistaa haluttua kuntakuvaa ja toimijuutta pitkäjänteisellä tekemisellä
- mahdollistaa kuntalaisten tarvitseman tiedon ja palveluiden saatavuuden
- lisää pitovoimaa ja vetovoimaa.



” KOTIIN ON AINA KIVA PALATA.

Koti ei ole vain koti.
Meille mäntsäläläisille se on
turvasatama ilman satamaa.
Pesä ilman talviunta.
Unelma arjessa.

Joka päivä on kiva palata kotiin,
vaikkei oikeastaan edes kovin
kauaksi sieltä aamulla lähtenytäkään.

M-ajatus ja lähtökohtamme

- ✓ **Vastuullinen viestintä** on ymmärrettävää ja selkeää. Kerromme asioista rehdisti ja luotettavasti. Vältämme kapulakieltä ja konsulttijargonia.
- ✓ **Yhteisölliseen viestintään** kuuluu, että puhumme ”meistä” ja sinuttelemme tuttavalliseen tapaan, mikäli se sopii asiayhteyteen.
- ✓ **Turvallinen viestintä** on luotettavaa, informatiivista ja asiakaslähtöistä, samalla kun se on lämminhenkistä ja välittävää. Vaalimme selkeyttä ja oikeakielisyyttä, ja kerromme asioista aktiivisesti, oikeaan aikaan.
- ✓ **Keskeinen markkinointiviestinnän kärkiteema on hyvä ellei paras arki** - millaista se Mäntsälässä on ja millaisena sen tavoitteellisesti haluamme kokea – sujuvaa, kestävää ja elinvoimaista. Kampanjoissa puhuttelemmme eri kohderyhmiä kattoteemasta johdetuilla kohdennetuilla viesteillä.
- ✓ **Olemme kiteyttäneet nämä arvomme ”M-ajatukseen”,** joka näkyy Mäntsälän tunnuksessa. Idea tähän tuli kuvasta ystävyksistä käsi kädessä.



Maineen rakentamisen perustat

Kunnan oma toiminta vaikuttaa ratkaisevasti maineen rakentumiseen: alueelta täytyy löytyä todellisia vetovoimatekijöitä ja kykyä toteuttaa muutoksia, mikäli niitä tarvitaan. Vain mielikuvien varaan rakennettu maine ilman toimintaa ei ole kestävä. Kuntamaineen rakentumiseen vaikuttavat keskeisesti kuusi tekijää:

- **julkinen kuva** → imago, maine, mistä tunnetaan
- **kunnan palvelut** → kattavuus, sujuvuus, asiointi
- **kuntavastuu** → mitä arvoja ilmaisee ja toteuttaa sanoin ja teoin
- **kuntamiljöö** → viihtyisyys, turvallisuus, kunnossapito, kehittäminen
- **johtaminen** → arvopohja, motivointi, mahdollistaminen, vuorovaikutus
- **innovatiivisuus** → kehittämismyönteisyys, kokeilevuus, ketteryys, virheiden sietokyky

- (Aula, Vehkalahti & Äikäs 2017)

Suunnitelmallisuus, pitkäjänteisyys

Kunnan markkinointiviestintä pohjaa johdettuun, suunnitelmalliseen, pitkäjänteiseen ja linjakkaaseen tekemiseen. Toteutusta kehitetään mittausten ja analyysien pohjalta.

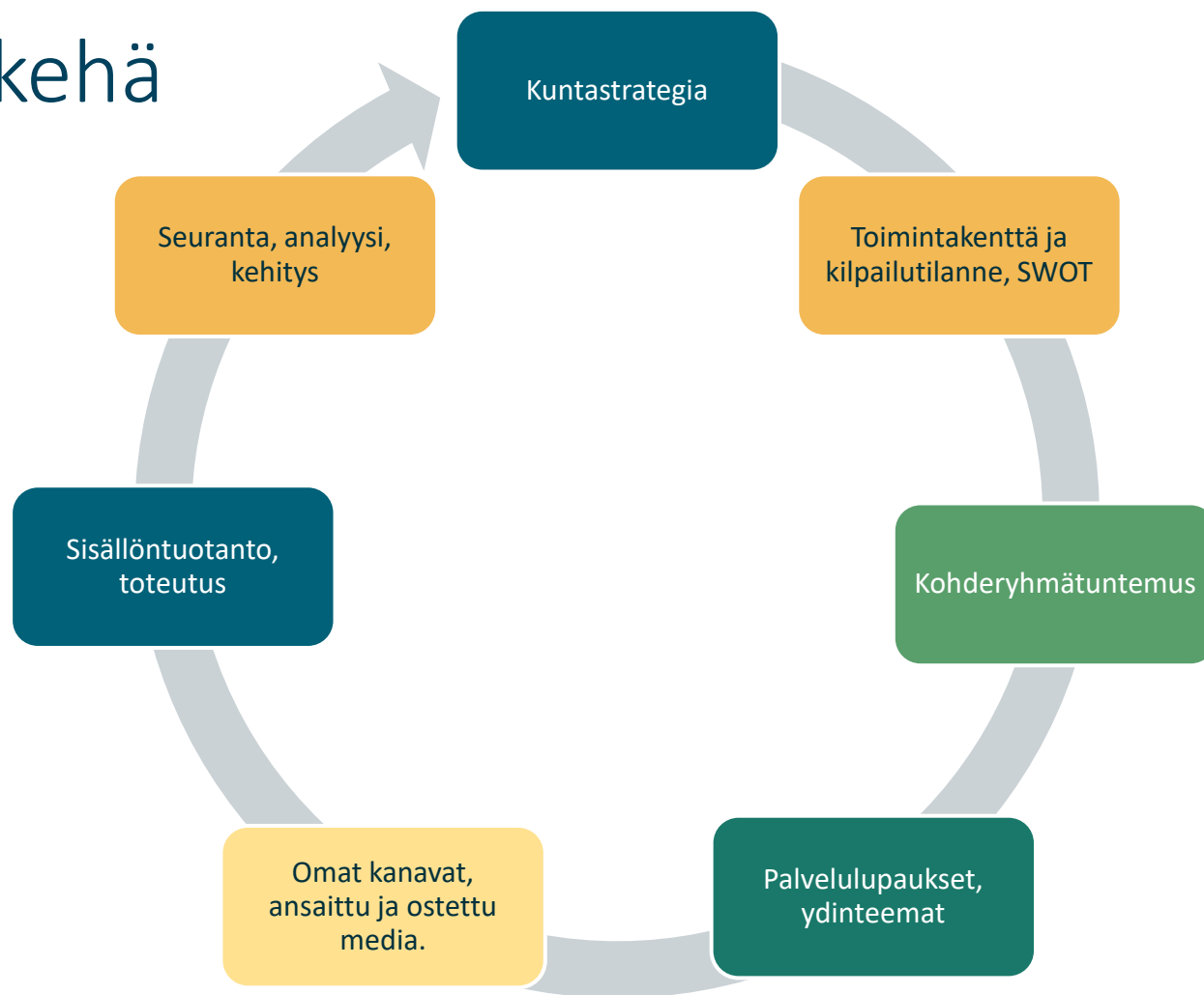
- kokonaisstrategia
- pitkäjänteinen kehittäminen ja ohjaaminen
- koordinointi, synergiaetujen tehostaminen
- mittaus ja analysointi

Maineen ja tunnekokemuksen luominen on johdonmukaista työtä, joka perustuu aina rehellisyyteen, olemassa tai kehitteillä oleviin asioihin ja tavoitteisiin. Onnistuminen edellyttää kaikkien sitoutumista ja yhteistyötä.

Tieto kehittämisen pohjana

- SWOT
- kyselyt ja selvitykset asukkaille ja eri sidosryhmille
- kanava- ja kohderyhmäanalyysit
- aiemman suunnitelmat ja käytännöt, kartoitukset ja selvitykset
- ohjeet ja lait kuntien viestintään liittyen
- mavi-kentän trendien ja kehityskulkujen tuntemus, bench marking
- yhteistyökumppaneiden synergiat, hyvät käytännöt

Mavi onnistumisen kehä



Pääkohderyhmät:



Asukkaat, toimijat,
kumppanit

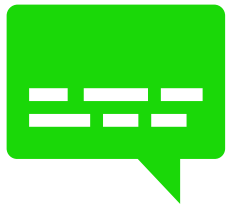


Kiinnostuneet kävijät,
muuttoa harkitsevat



Mäntsälän yleinen
tunnettuus, maine

Kanavamix



1. Markkinointiviestinnän kärjet ja sisällöt kuntastrategiaan pohjaten



2. Kotisivut, some, julkaisut, tilat, tilaisuudet, kampanjat, ilmoittelu, muu näkyvyys, muu mainetyö



3. Tunnettuus, mielikuva, maine, veto- ja pitovoima

Kiinnostava, erottuva ja vahva kokonaiskuva ja tarina kunnasta ja elämästä siellä

→ MAINE, KIINNOSTUS, HALU TIETÄÄ LISÄÄ, LIITTYÄ, OSALLISTUA



Tunne, erottuvuus ja osallisuus

Ihmisiä kiinnostaa faktat – palvelut, toiminta, mutta vaikutuksen tekevät TUNNE JA MERKITYKSELLISYYS.

- Mitä tämä tarjoaa, merkitsee, lupaa juuri minulle/meille
- Miten tämä liittyy minulle tärkeisiin asioihin ja arvoihin
- Voinko samaistua, nähdä itseni tässä
- Miten voimme toimia ja kehittyä täällä

→ **aiheet, äänensävy, kuvamaailma...**



Mäntsälän markkinointi- viestinnän luonne

VIRE

- aktiivinen, ajankohtainen, laadukas, erottuva

ÄÄNENSÄVY

- luotettava, arvostava, lämmin, aito, ihmisläheinen

NÄKYMÄ

- mahdollistava, juureva, turvallinen, yhteisöllinen

→ **MÄNTSÄLÄ JÄÄ MIELEEN**

Tone of voice: luotettava, arvostava, lämmin, aito, ihmisläheinen – äänensävy



- ihmiset ja tekijät,
 - palvelut ja toiminta
 - mahdollisuudet ja unelmat
 - tunnelmat ja näkymät
-
- **kuntastrategia ja palvelulupaukset perustana.**

Mäntsälän graafinen ilme

Keskeinen osa tunnettuuden ja tunnistettavuuden luomisessa.

Mukavaa, että Mäntsälä on mielessä!

Siksi varmastikin olet siinä. Olemme koostaneet sinulle kattavan ohjepaketin Mäntsälän kunnan visuaaliseen ilmeeseen, jossa kerromme myös hieman tavastamme viestiä.

Olemme ylpeitä kotiseudustamme ja haluamme kaikella toiminnalla ja tekemisellä tukea asukkaidemme kestävää ja sujuvaa arkea turvallisessa yhteisössä, jossa hyvinvointi, aktiivinen vire sekä elinvoimaisuus luovat kasvua ja alueellista kehitystä. Kun meillä kaikilla on yhteiset arvot ja sama suunta, saamme sillä aikaan vaikuttavia tekoja.



Graafinen
ohjeisto linjaa
käytännön
tekemistä ja
sovelluksia.



Elementit

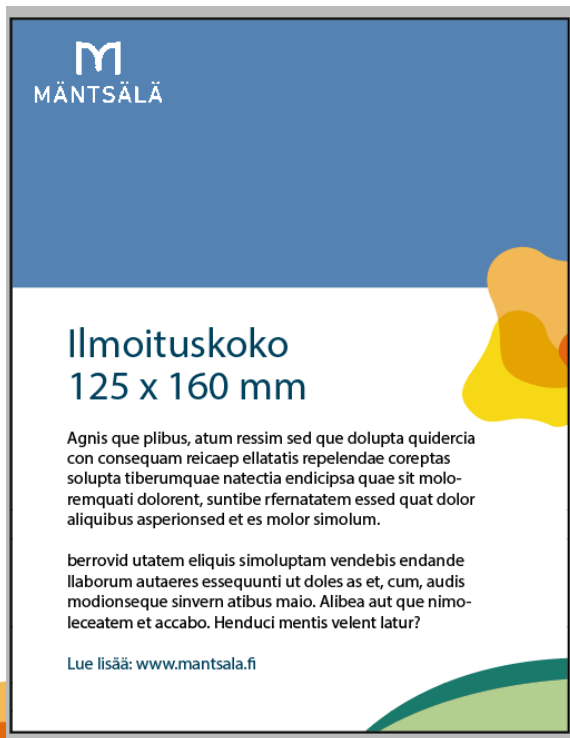
- logo, merkki, typografia ja värimaailma. Sovellukset eri käyttöyhteysissä.

Uudistettu ilme, ilmoittelupohjat

- Koko kunnan käytössä, rekry, tapahtumat, muu ilmoittelu.



Uudistettu ilme, sovelluksia



Kuvamaailma

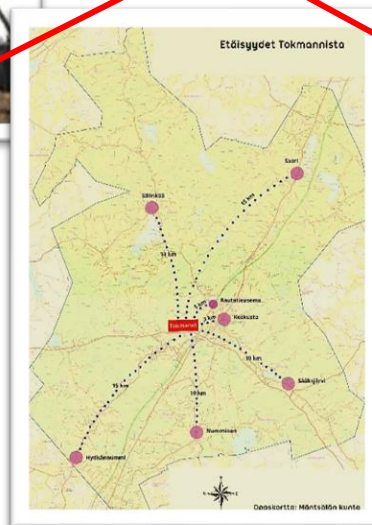
Helposti lähestyttävä,
aito ja rouhea,
ihmisläheinen ja positiivinen,
aktiivinen, luonnonläheinen,
kehittyvä, laadukas.

Me emme pönötä, emme kuvaa vain
tyhjiä tiloja tai taloja vaan ihmisiä,
tekemistä, kohtaamisia, palvelutilanteita,
tunnelmia, tapahtumia jne.



Mitä
teemme ja
tarjoamme,
miten sen
kerromme

Mitä teemme ja tarjoamme, miten sen kerromme



"On se ny kumma, kun täällä
ei mikään toimi. Ihan p----
paikka koko kunta ja mitä ne
siel kunnantalollakin...."

Jokainen on mainelähettiläs

Hyvää mielikuvaa ja mainetta rakennetaan yhdessä, ajan ja vaivan kanssa. Jokainen on omalta osaltaan kunnan mainelähettiläs ja käyntikortti.

- se mitä asioita eri foorumeilla rummuttaa ja miten niillä esiintyy, sataa vääjäämättä yhteiseen laariin.
- Yksikin haitallinen maineteko voi romuttaa kuntamielikuvaa ja -mainetta. Esim. some-kanavissa hyvä käytös, rakentava vuorovaikutus ja muu hyvä netiketti on kaiken perusta.

→ mikä tunnelma, mikä tekemisen meininki, yhteisöllisyys vai kuppikunnat, latistaminen vai onnistumiseen kannustaminen?



Mittarit ja analyysi



**Media- ja
someseuranta**



**Ansaitun median
aiheet ja tila**



**Some-liikenne ja
trendi: seuraajat,
tykkääjät, jaot jne.**



**Osallistuminen
kyselyihin,
tapahtumiin,
aktiviteetteihin**



**Vetovoima,
investoinnit,
tunnettuus-
/maine-
tutkimukset**

esimerkki

 MÄNTSÄLÄ

**Arjessa parasta
on yhdessä tekeminen**



MÄNTSÄLÄ

Parasta arkea.