

Suomussalmen kunnan MARKKINOINTISUUNNITELMA 2024 - 2025



Kunnanhallitus

12.3.2024

SISÄLTÖ

1. Kuntamarkkinoinnin visio	3
2. Suomussalmen brändi	3
3. Kohderyhmät	4
3.1. Muuttajat	
3.2. Matkailijat	
3.3. Yritykset ja investorit	
4. Markkinointikanavat	6
5. Budjetti	7

1. Kuntamarkkinoinnin visio

Suomussalmi on muuttovoittopaikkakunta, joka houkuttelee jatkuvasti uusia asukkaita kiinnostavilla asumismahdollisuuksillaan, luonnonläheisillä aktiviteeteillaan sekä monipuolisilla palveluillaan ja työmahdollisuuksillaan.

Suomussalmi on kasvava matkailukohde, joka tunnetaan aktiivisen luontoliikkuajan Hos-sasta, Raatteentien historiasta sekä vivahteikkaasta kulttuurista.

Arjen helppous, monipuoliset harrastusmahdollisuudet ja asumisen viihtyisyys takaavat kiinnostavan kohteen uutta kotia etsivälle.

Menestyvät yritykset työllistävät monipuolisiin tehtäviin biotaloudesta teknologiateollisuu-teen.

2. Suomussalmen brändi

Tavoitteena on johdonmukainen Suomussalmibrändin rakentaminen. Markkinointisuunni- telmassa määritetään kuntastrategian mukaisesti arvot, joiden halutaan assosioituvan ih- misten mielissä Suomussalmeen. Markkinointiviestintä rakennetaan tukemaan tavoiteltu- jen brändiassosiaatioiden vahvistumista. Tavoiteltavat brändiassosiaatiot tarkennetaan kohderyhmittäin luvussa 3.

Tavoitellut assosiaatiot

Houkuttelevat asumismahdollisuudet, luonnonläheinen aktiviteettitarjonta, arjen helppous ja monipuolinen työpaikkatarjonta, omaleimainen kulttuuri

Houkuttelevat asumismahdollisuudet

Kirkkaat vesistöt, luminen talvi, neljä vuodenaikaa, luonnonrauha ja -puhtaus, asumis- / mökkeilymahdollisuus järven rannalla, edullinen hintataso

Arjen helppous

Kuntakeskus Ämmänsaari kompakti kylä (lyhyet etäisyydet työ, kaupat, koulut, päiväkodit), laadukkaat perhepalvelut, (kattava edullinen kerhotarjonta, kunnan lastenhoitoapu, laaduk- kaat edulliset liikuntapaikat, toimiva päivähoito, uusi koulu), kansalaisopiston edullinen tar- jonta

Luonnonläheinen aktiviteettitarjonta ympäri vuoden

Reitit (lenkkeily, maastopyöräily, vaellus, melonta, hiihto, kelkkailu), liikuntapaikat, metsäs- tys (vapaa pienriistan metsästysoikeus), kalastus (monipuoliset vesistöt), mökkeily, mar- jastus ja keräily, aktiivinen teatteritoiminta, yhdistystoiminta

Monipuolinen työpaikkatarjonta

Positiiviset yritys- ja työnantajatarinat, työllistyminen yrittäjänä, etätö ja -yrittäjäyys, vahvat toimialat (IT, rakennus, kaivannais, matkailu, biotalous, metalli, sote, opetus)

Omaleimainen kulttuuri

Hiljainen kansa, monipuolinen tapahtumatarjonta, teatteri, kulttuuri- ja sotahistoria

Slogan

Lomakohteessa ympäri vuoden

3. Kohderyhmät

Kuntamarkkinoinnin kohderyhmiä ovat potentiaaliset Suomussalmelle muuttajat, matkailijat sekä potentiaaliset uudet yrittäjät ja investorit.

3.1 Muuttajat

Visio

Positiivinen nettomuutto. Väestön ikä- ja sukupuolijakauma tasapainottuu ja työikäisen väestön väheneminen hidastuu.

Kohderyhmän kuvaus

Lapsiperheet, nuoret aikuiset, työperäiset muuttajat (suomi ja kansainvälinen), etätöläiset, vapaa-ajanasukkaat, Suomussalmelta pois muuttaneet. Kohderyhmään kuuluvat sekä Suomessa, että Suomen ulkopuolella asuvat potentiaaliset tulomuuttajat.

Brändi

Luonnonläheinen aktiviteettitarjonta ympäri vuoden

Hiihto, moottorikelkkailu, kalastus (monipuoliset vesistöt), maastopyöräily, luontokuvaus, metsästys (vapaa pienriistan metsästysoikeus), lenkkeily, vaellus, melonta, liikuntapaikat, mökkeily, marjastus ja keräily, aktiivinen teatteritoiminta, yhdistystoiminta

Viihtyisät asumismahdollisuudet

Edulliset rantatontit mökkeilyyn ja asumiseen, kirkkaat vesistöt, luminen talvi, neljä vuodenaikaa, luonnonrauha, Ämmänsaari kompakti kylä (ruuhkattomuus, lyhyet etäisyydet työ, kaupat, koulut, päiväkodit), monipuoliset kylät ja selkoset omaa rauhaa kaipaaville, laadukkaat perhepalvelut, kattava edullinen kerhotarjonta, toimiva päivähoito, uusi koulu, pienet opetusryhmät, Kiantaopiston edullinen tarjonta, maksuton hoitoapu alle 4 v lasten perheille,

monipuoliset edulliset liikuntaharrastukset, rauhallinen ympäristö, kylpylä, liikuntamahdollisuudet.

Monipuoliset työmahdollisuudet

Positiiviset yritys- ja työnantajatarinat, työllistyminen yrittäjänä, etätyö ja -yrittäjyys, vahvat toimialat (IT, rakennus, kaivannais, matkailu, biotalous, metalli, sote, opetus)

Yhteisöllinen ja vastaanottava identiteetti

Asettautumispalvelut kansainvälisille muuttajille (asuntola, koto-ohjaajat, työpaikka + puolisotyöpaikka), naisnäkökulma, lapset ja lapsiperheet, verkostot yhdistystoiminnan kautta

3.2 Matkailijat

Visio

Matkailun aluetaloudellinen vaikutus kasvaa

Täsmennetyt tavoitteet:

Matkailijamäärä Hossa 120 000 / vuosi

Syys- ja talvisesonki vahvistuu

Kotimaan ja lähimarkkinoiden omatoimimatkailijamäärä kasvaa

Kansainvälinen ryhmämatkailu kasvaa

Kohderyhmän kuvaus

Koko perheen luonto- ja kulttuurimatkailukohde

Omalla autolla matkustavat: Suomi, Pohjoismaat, Baltia, Keski-Eurooppa

Matkanjärjestäjien ryhmät: Keski-Eurooppa

Luontoaktiiviteetteja ja luonnonrauhaa kaipaavat: mökkeilijät, retkeilijät, maastopyöräilijät, kalastajat, luontokuvaajat, melojat, kalastajat, metsästäjät, sukeltajat, karhunkatselijat, hiihtäjät, lumikenkääilijät, revontuli- ja maisemayöpyjät, moottorikelkkailijat ja esteetöntä luontoliikuntaa arvostavat

Kulttuurista innostuvat: Kulttuuri- ja sotahistoria, tapahtumat, teatteri

Brändi

Visit Suomussalmi

Hiljainen kansa, Raatteen tie, Hossa, omaleimainen kulttuuritarjonta, sotahistoria, aktiviteetit luonnossa, vesistöt, kalastus, hiljaisuus, puhtaus, luminen talvi, erämaisuus, rauhoittuminen luonnon helmassa, monipuoliset suojelualueet, ympärivuotisuus

Hossa

Värikallio, Julma Ölkky, monipuoliset luontoelämykset (vaellus, maastopyöräily, melonta, luontokuvaus, lumikenkäily, kalastus), rauhallisuus, kristalliset vesistöt, harjumaisemat, kansallispuisto, rauhoittuminen, hengähtäminen, sulautuminen luontoon, rikkaus, erämainen kaunis luonto, esteettömyys

3.3 Yritykset ja investorit

Visio

Uusia yritysinvestointeja toteutuu

Täsmennetyt tavoitteet:

Sähkön tuotanto ja -kulutusyksiköiden käyttöönotto (tuuli- ja aurinkosähkö, vety, johdannaiset, datakeskukset)

Investointeja teknologia- ja metalliteollisuuteen, biotalouteen, kaivannaisiin

Hossan majoitus- ja palvelutarjonta kasvaa

Kohderyhmän kuvaus

Kotimaiset ja kansainväliset investorit ja investori-operaattorit

Brändi

Kasvava ja kehittyvä Hossa

Investointitukijärjestelmä

Rautatie

Edulliset yritystontit

Olemassa olevat liiketilat

Uskallamme investoida: Tarinat toteutuneista investoinneista, yrittäjätarinat, kunnan toiminta investointien edesauttamiseksi, tuki työvoiman saamiseksi

4. Markkinointikanavat

Sosiaalinen media

Visit Suomussalmi IG

Brändiviestintää suomeksi ja englanniksi. Visuaalisesti näyttävät kuvat. Ei tekstiä ja logoja kuvan päällä.

Visit Suomussalmi FB

Informatiivista viestintää ja brändiviestintää. Tapahtumat, menovinkit, kohteet. Voidaan yhdistää tekstiä kuvan päälle.

Visit Suomussalmi Youtube

Brändiviestintää suomeksi ja englanniksi.

Suomussalmi IG

Informatiivista- ja brändiviestintää. Tarinat ja positiivinen imago sisältö.

Suomussalmi FB, Youtube ja LinkedIn

Informatiivista viestintää ja brändiviestintää

Vaikuttajayhteistyö

Tehdään IG- ja Youtube-kanavissa sisältömarkkinointia vaikuttajayhteistyösopimusten kautta. Vaikuttajien tuottamaa sisältöä hyödynnetään myös kunnan omissa kanavissa.

Radio- ja TV

Pohjois-Pohjanmaa, Pirkanmaa, Kanta-Häme, Uusimaa
Brändiviestintää ja teemallisia kampanjoita, muuttajat, matkailijat, investorit

Display-kanavat

Teemallisia kampanjoita, brändiviestintää

Printtimediat

Erä-Kainuu, matkailun ja asumisen sisältömarkkinointi; muut brändiin sopivat julkaisut, toimituksellinen sisältö, sisältömarkkinointi

Laskeutumissivustot

Muutasuomussalmelle.fi

Muuttajamarkkinoinnin laskeutumissivusto

Visitsuomussalmi.fi

Matkailumarkkinoinnin laskeutumissivusto (kampanjakohtainen laskeutumissivu määritetään visitsuomussalmi.fi -sivun sisällä kampanjakohtaisesti)

Investinsuomussalmi.fi

Luodaan suomussalmi.fi -sivun alle oma alisivusto investointien edistämiseksi

5. Budjetti

Budjetti määritetään vuosittain talousarviossa ja jyvitetään markkinoinnin vuosikellossa.