



## MARKKINOINTI- JA VIESTINTÄSUUNNITELMA

Valmistelu ja käsittely:  
Liiketoimintajohtaja 5-8/2024  
Tulevaisuustyöryhmä 21.8.2024  
Johtoryhmä 30.10.2024  
Kunnanhallitus 11.11.2024

## Sisällysluettelo

1. Johdanto .....	3
2. Kuntamarkkinoinnin ja markkinointiviestinnän tavoitteet .....	4
3. Ulkoinen viestintä, tiedottaminen ja markkinointi.....	4
4. Markkinoinnin kohderyhmät.....	5
5. Markkinointiyhteistyö .....	6
6. Muu markkinointiviestintä .....	6
7. Sisäinen viestintä ja henkilöstöviestintä.....	7
8. Keinot tavoitteiden saavuttamiseksi .....	8

# 1. Johdanto

Hyvän tiedottamisen ja viestinnän tavoitteena on:

- Mahdollistaa asukkaiden osallistuminen ja vaikuttaminen kunnan toimintaan.
- Välittää tärkeää ja ajankohtaista tietoa kohde- ja yhteistyöryhmille.
- Profiloida kuntaa pitkäjänteisesti ja johdonmukaisesti.
- Luoda ja ylläpitää avoimuutta, vuoropuhelua ja vuorovaikutusta sekä kannustaa asukkaita oman elinympäristönsä kehittämiseen yhteistyössä kunnan kanssa.
- Osallistua yhteiskunnalliseen keskusteluun.

Säkylän kunnan viestintä ja markkinointi toteutetaan Sata syytä –konseptilla. Kunnan slogan ”Sata syytä” pohjautuu kunnan rikkauksiin: 5 tähden arkeen ja Säkylän Pyhäjärveen. Sata syytä kuvastaa kuntalaisten ja siellä toimivien yritysten syitä asua ja yrittää Säkylässä: hyvä työllisyystilanne, osaava työvoima, hyvä paikka asua, luonnon läheisyys, Pyhäjärvi, kalastus- ja ravustusmahdollisuudet, toimivat ja monipuoliset palvelut, hyvät yhteydet ympäri maata, maanlaajuisesti tunnettu kesätori, rauhallisuus ja leppoisa meininki – muun muassa näitä syitä säkyläläiset listasivat omiksi syikseen, kun heiltä kysyttiin parhaita puolia kotikuntaan liittyen.

Säkylän yleisilmeen värit ovat sininen ja raikas vihreä. Värit ovat luontevia valintoja sekä luonnonläheiseen että yrittäjähenkiseen viestintään.

Viestintä tukee kunnan kehittämistä ja tarjoaa mahdollisuuksia asukkaiden osallistumiseen ja vaikuttamiseen. Kuntalaisten kuuleminen ja vaikutusmahdollisuudet ovat tärkeä osa hyvää hallintoa ja toimivaa edustuksellista paikallisdemokratiaa. Ajantasainen tieto mahdollistaa myös toiminnan tehokkaan arvioinnin. Hyvä viestintä on aktiivista, avointa ja kuntalaislähtöistä. Tiedottaminen ja viestintä ovat osa päivittäistä toimintaa.

Säkylässä on rikas ja merkittävä historia tunnetuimpana tapahtumana legenda Piispa Henrikistä ja Lallista. Legendaan liittyy erilaisia versioita tapahtumista ja motiiveista, mutta keskeisesti se on tarina ristirekkestä ja väkivaltaisesta kohtaamisesta kristinuskon levittäjän ja paikallisen asukkaan välillä. Legendasta on tullut osa Suomen historiaa ja kulttuuria, ja sen tapahtumapaikat Säkylässä ovat saaneet symbolista merkitystä. Säkylän teollinen historia on saanut alkunsa myllynkivistä, joita on toimitettu eri puolille Suomea ja aina Ruotsiin saakka. Ilman historiaa ei olisi nykyisyyttä ja siksi se on tärkeää pitää mielessä päivittäisessä viestinnässä ja markkinoinnissa.

Markkinointia tarvitaan kunnan ja sen palveluiden esille tuomiseen. Markkinoinnin avulla luodaan sekä veto- että pitovoimaa. Hyvä markkinointiviestintä on totuudenmukaista ja pitkäjänteistä. Tämä markkinointi- ja viestintäsuunnitelma tarjoaa ohjeita aktiiviseen, avoimeen ja tulokselliseen viestintään ja kuntamarkkinointiin. Suunnitelmassa käsitellään Säkylän kunnan viestinnän ja kuntamarkkinoinnin keskeiset tavoitteet sekä ulkoiseen tiedottamiseen, kunta-yritysyhteistyöhön, kohderyhmäkohtaiseen markkinointiin että yleisempään markkinointiviestintään liittyviä kokonaisuuksia.

Säkylän kuntakuvaa ovat viime vuosina heikentäneet väestön ja palveluiden väheneminen. Toisaalta kuntakuvaa ovat vahvistaneet kattava valokuituverkko, monipuolinen alkutuotanto ja erikoiskasvien viljely, vahva elintarviketeollisuus, useat vihreän energian hankkeet, varuskunnan kehitys, upea Pyhäjärvi, aktiivinen yritystoiminta, hyvä työllisyystilanne sekä viihtyisiä ja turvallinen asuinympäristö. Säkylä katsoo pienestä koostaan huolimatta vahvasti tulevaisuuteen!

## 2. Kuntamarkkinoinnin ja markkinointiviestinnän tavoitteet

Kuntamarkkinointimme on pitkäjänteistä ja suunnitelmallista, aktiivista yhteistyötä oman organisaatiomme, Säkylin yritysten ja elinkeinoelämän, Pyhäjärvisedun kuntien ja seutukunnan sekä kolmannen sektorin toimijoiden kanssa. Se ei ole pelkkää mainontaa, vaan siinä korostuu kokonaiskuva Säkylinstä yhteisönä. Kunnalla on oma kokoava ja koordinoiva rooli kuntamarkkinoinnissa.

- Tavoitteenamme on vahvistaa Säkylin myönteistä kuntakuvaa. Näin parannamme asukkaittemme, yritystemme ja elinkeinojemme toimintaedellytyksiä kunnassamme.
- Tavoitteenamme on myös uusien yritysten ja aktiivisten asukkaiden saaminen kuntaan. Pyrimme vahvistamaan mielikuvaa Säkylinstä paitsi vahvana ja kehittyvänä varuskunta- ja elintarvikekuntana, myös hyvänä asuinpaikkana sekä palvelu- ja yrityskuntana.
- Tavoitteenamme on laajentaa kuntamme tunnettavuutta ensisijaisesti Länsi-Suomen alueella.

Kuntakuvamme perustuu olemassa oleviin vahvuuksiin, kuten poikkeuksellisen puhtaaseen pohjaveteen, aktiiviseen yritystoimintaan, upeaan Pyhäjärveen, vahvaan elintarviketeollisuuteen, Porin Prikaatin ja Säkylin varuskunnan kehittymiseen, hyvään työllisyystilanteeseen sekä viihtyisään ja turvalliseen asuinympäristöön. Pyrimme myös vaikuttamaan positiivisesti niihin tekijöihin, jotka voivat heikentää kuntakuvaa, kuten kuntatalouden suhdanteisiin, palveluiden vähenemiseen ja väestökehityksestä johtuviin haasteisiin.

Onnistunut kuntamarkkinointi vaatii koko organisaation, myös luottamusorganisaation, ja yhteisön sitoutumista ja positiivista osallistumista. Avainasemassa ovat hyvät kunnan palvelut ja toimiva vuorovaikutus. Tyytyväiset kuntalaiset, työntekijät ja luottamushenkilöt ovat parhaita kuntamarkkinoijiamme.

## 3. Ulkoinen viestintä, tiedottaminen ja markkinointi

Internetin ja sosiaalisen median merkitys viestinnässä ja markkinoinnissa kasvaa edelleen. Kunnan kotisivuja kehitetään entistä käyttäjäystävällisemmiksi ja informatiivisemmiksi huomioiden erilaiset käyttäjäryhmät kuten maahanmuuttajat. Tiedot ja palvelut tulee löytyä kotisivuilta käyttäjä- eikä organisaatiolähtöisesti. Käyttäjälähtöisyyteen sisältyy oleellisten palveluiden löytyminen myös muilla kielillä, vähintään englanniksi sekä tekniset ratkaisut, jotka varmistavat tiedon löytymisen erilaisilla laitteilla myös mobiilisti. Sosiaalisen median kanavia hyödynnetään tiedottamiseen ja vuorovaikutukseen kuntalaisten kanssa. Lisäksi vahvistetaan läsnäoloa Suomi.fi-verkkopalvelussa. Seuraava kotisivu-uudistus toteutetaan siten, että sisältö kunnan kotisivuille tulee Palvelutietovarannosta (PTV), joka toimii myös Suomi.fi -verkkopalvelun tietopankkina. Tällöin samoja tietoja ei tarvitse päivittää moneen eri paikkaan.

Viestiä digitaalisissa kanavissa tehostetaan myös verkkomainonnalla. Maksettua digimainontaa tehdään sosiaalisessa mediassa Facebookissa ja Instagramissa sekä hakukonemainontaa Googlessa.

Kunnanvirastolla on 2 infonäyttöä, joissa on näkyvissä tapahtumamainoksia ja muita ajankohtaisia asioita. Toinen näytöstä on sijoitettu viraston aulaan ja toinen näkyy ikkunasta viraston pääsisäänkäynnille.

Asukasillat ja -kyselyt vakiinnutetaan osaksi kunnan toimintaa ja viestintää. Niiden avulla vahvistetaan vuorovaikutteista viestintää ja saadaan ensikäden tietoa, palautetta sekä kehitysehdotuksia suoraan kuntalaisilta.

Lehti-ilmoitukset, työpaikkailmoitukset ja kuulutukset sekä kuntatiedotteet suunnitellaan ja toteutetaan niin, että ne ovat ulkoasultaan yhtenäisiä ja kieliasultaan selkeitä. Myös toimintasuunnitelmat, raportit ja asiakirjat laaditaan niin, että ne ovat visuaalisesti yhteneväisiä ja selkeitä.

Kunta hyödyntää mainostauluja ja -pylväitä markkinoinnissaan ja tiedottamisessaan. Mainostauluja sijoitetaan strategiaan paikkoihin kunnan alueella ja niiden avulla markkinoidaan alueen yritysten palveluita, vapaita tontteja ja tehdään yleistä mielikuvamainontaa. Mainostaulut suunnitellaan houkutteleviksi ja informatiivisiksi, ja niiden avulla pyritään lisäämään kuntakuvan tunnetavuutta ja positiivista mielikuvaa. Mainostaulujen lisäksi positiivista mielikuvaa ja viihtyisyyttä on mahdollista luoda keskustaajaman risteyskohtiin sijoitettavilla viihtyisillä katseenvangitsijoilla.

Tällä hetkellä olevat mainostaulut ym. ovat:

- Mainospylväs Pyhjärventien ja Säskyläntien (mt 214) risteyksessä, joka markkinoi kunnan alueella olevien yritysten palveluita.
- Maanteiden varsilla olevat ”Säskylän kunta” –mainostaulut on toteutettu Keskustaajaman kehittämishankkeen yhteydessä vuonna 2003.
  - o ”Raikkaiden tuulien kunta” – 2 taulua (mt 212 Vuorenmaantiellä Prikaatin kohdalla sekä mt:n 204 varrella Nummiojan risteuksen kohdalla)
  - o ”Poikkeaa kesäkylään” -taulu (mt 204 varrella Käärnummen risteyksessä)
  - o ”Viihdy Pyhjärven rannalla” -taulu (mt 213 Virttaantiellä Korven risteuksen kohdalla)
  - o ”Kesällä kaislikossa kuhisee” -taulu (mt 204 varrella Kiviniityn teollisuusalueen kohdalla)
  - o Tienvarsikylttien sijoittamisessa tulisi huomioida vuoden 2016 kuntaliitos
- Vapaita yritystonteista kertovat mainoskyltit liikealueen, Ristolän sekä Länsi-Säskylän teollisuusalueen kohdalla mt 204 / vt 9 varrella.

Säskylä-tuotteita hyödynnetään markkinoinnissa ja brändäämisessä. Niitä jaetaan erilaisissa tilaisuuksissa ja tapahtumissa sekä myydään kuntalaisille ja vierailijoille. Uusia Säskylä-tuotteita kehitetään ja otetaan käyttöön, ja niiden markkinointiin panostetaan myös sosiaalisen median kanavissa. Lisäksi pyritään lisäämään yhteistyötä paikallisten yritysten kanssa tuotteiden kehittämisessä ja hankinnassa.

## 4. Markkinoinnin kohderyhmät

Markkinoinnissa tärkeää on kohdentaa viestit oikeille kohderyhmille. Yksi tärkeä kohderyhmä ovat yritykset, joille suunnattu markkinointi pyrkii houkuttelemaan uusia yrityksiä ja työpaikkoja kuntaan. Tämä toteutuu korostamalla kunnan strategista sijaintia, vahvaa elintarviketeollisuutta ja tarjolla olevia toimitiloja. Samalla esille nostetaan hyvä työllisyysaste ja ostovoima, jotka houkuttelevat uusia investointeja.

Toinen tärkeä kohderyhmä ovat Säskylässä työssäkäyvät, mutta muualla asuvat. Tavoitteena on saada heitä muuttamaan kuntaan asumaan. Markkinointiviestinnässä korostetaan asumisen helpoutta työpaikan läheisyydessä, kaunista luontoa ja monipuolisia vapaa-ajan palveluita. Laaja tonttitarjonta ja hyvät peruspalvelut ovat myös tärkeitä tekijöitä, jotka houkuttelevat ihmisiä muuttamaan kuntaan.

Kolmantena kohderyhmänä ovat Länsi-Suomen nuoret perheet, joille markkinoidaan Säkylää maaseutumaisena asuinpaikkana vaihtoehtona kaupunkiasumiselle. Tavoitteena on houkutella heitä asumaan kuntaan tarjoamalla rauhallinen ja turvallinen asuinympäristö, luonnonläheinen asuminen ja monipuoliset harrastusmahdollisuudet. Lisäksi mainitaan kattavat valokuituyhteydet, laaja tonttitarjonta ja hyvät peruspalvelut, jotka tekevät Säkylästä houkuttelevan vaihtoehdon nuorille perheille.

Näiden lisäksi markkinoinnissa otetaan huomioon myös muita kohderyhmiä, kuten uudet kuntalaiset, varusmiehet, varuskuntaan töihin tulevat vastavalmistuneet kadetit, matkailijat, loma- ja kesäasukkaat sekä ikäihmiset, jotka etsivät vaihtoehtoja elämäänsä työelämän jälkeen. Kaikkiin näihin ryhmiin kohdistetaan räätälöityjä markkinointiviestejä, jotka korostavat kunkin ryhmän kannalta tärkeitä tekijöitä ja etuja, joita Säkylä tarjoaa asuinpaikkana.

Erittäin tärkeä kohderyhmä on Säkylässä jo asuvat ja heille kohdistettavat viestit pyrkivät lisäämään ylpeyttä kotikunnasta ja pitämään heidät säkyläläisinä tulevaisuudessakin.

## 5. Markkinointiyhteistyö

Kunta tekee yhteistyötä yritysten kanssa tiedottaakseen ajankohtaisista palveluista ja työmahdollisuuksista sekä houkutellakseen uusia asukkaita Säkylään. Yhteistyötä tehdään erityisesti suurten työnantajien, kuten varuskunnan ja elintarviketeollisuuden kanssa. Järjestetään tilaisuuksia, joissa esitellään kunnan tarjontaa ja tarvittaessa tutustutaan eri kohteisiin.

Kunta tukee paikallisten yritysten, yhdistysten ja järjestöjen markkinointia omilla tapahtumillaan ja tiedotuskanavillaan. Tavoitteena on lisätä paikallisten palveluiden käyttöä ja edistää yritysten toimintaedellytyksiä sekä asukkaiden viihtyvyyttä.

Yhteistyötä tehdään erilaisten tapahtumien markkinoinnissa, kuten kulttuuri- ja liikuntatapahtumissa. Tavoitteena on saada tapahtumille näkyvyyttä ja houkutella osallistujia sekä vahvistaa positiivista kuntakuvaa.

Pyhäjärvisuudun kuntien kanssa tehtävä yhteistyö tähtää alueen palveluiden ja työpaikkojen markkinointiin. Tavoitteena on houkutella uusia asukkaita alueelle ja parantaa kuntakuvaa yhteisenä kehittyvänä alueena.

Kunta ylläpitää virallisten kotisivujen lisäksi [visitsakyla.fi](http://visitsakyla.fi) -sivustoa, jossa on kattavasti esitelty Säkylän palvelutarjontaa ja tapahtumat erityisesti matkailijan näkökulmasta, mutta sivusto palvelee myös paikallisesti. Sivustolla esillä olo on yrityksille ja yhdistyksille maksutonta.

## 6. Muu markkinointiviestintä

Muu markkinointiviestintä kattaa laajan kirjon erilaisia viestintäkeinoja, joilla tuodaan esiin Säkylän kunnan vahvuuksia, palveluita ja tapahtumia. Graafinen ilme muodostaa perustan kunnan visuaaliselle identiteetille. Virallisissa yhteyksissä käytetään kunnan vaakunaa, kun taas markkinointimateriaalissa esiintyy logo ja slogan "Säkylä – sata syytä". Logo kertoo modernista, mutta maanläheisestä kunnasta - positiivisella tavalla tavallisesta, siitä, joka elää viiden tähden arkea. Logossa lentelee höytyviä, jotka symboloivat luontoa ja levittävät säkyläläistä elämäniloa ja asennetta joka kertoo, että pienikin pärjää sisukkuudellaan.

Esitteiden avulla välitetään ajantasaista tietoa kunnan palveluista ja tapahtumista. Esitemateriaalin uusiminen säännöllisesti varmistaa, että se on ajan tasalla ja houkutteleva eri kohderyhmille. Lehtimainonnassa painopiste on valittujen teemojen ja kohderyhmien huomioimisessa, ja mainonta suunnataan kohdennetusti eri alueille ja lehtiin. Messuosallistumiset yksin ja yhteistyössä yritysten tai naapurikuntien kanssa tarjoavat mahdollisuuden kunnan ja sen yritysten esittelyyn henkilökohtaisesti, mikä lisää kunnan tunnettavuutta ja aktiivista vaikutelmaa.

Juhlat, seremoniat ja vastaavat tilaisuudet ovat tärkeitä hetkiä kunnan identiteetin ja yhteisöllisyyden vahvistamisessa. Näissä tilaisuuksissa korostuu perinteiden vaaliminen ja ansioituneiden huomioiminen, mikä edistää kunnan yhteenkuuluvuutta ja arvostuksen ilmapiiriä. Lisäksi kulttuuri- ja urheilutapahtumat tarjoavat monipuolista viihdettä ja virkistystä niin paikallisille asukkaille kuin vierailijoillekin, mikä edistää kunnan elinvoimaisuutta ja houkuttelevuutta.

## 7. Sisäinen viestintä ja henkilöstöviestintä

Sisäinen viestintä muodostaa tärkeän osan kunnan organisaation toimintaa, sillä se varmistaa tiedonkulun tehokkuuden ja avoimuuden kaikilla tasoilla. Organisaation sisäisessä viestinnässä keskeistä on tiedon välittäminen kunnan eri toimielimien, luottamushenkilöiden ja henkilöstön välillä.

Avoin sisäinen viestintä luo kannustavaa ja keskustelevaa työilmapiiriä, mikä edistää organisaation kehittymistä ja innovaatioita. Jokaisella yksiköllä on vastuu oman tiedonkulunsa ja sisäisen viestintänsä toteuttamisesta, ja johto on avainasemassa varmistaessaan tämän toteutumisen.

Sisäinen viestintä on kahdensuuntaista, mikä tarkoittaa, että tiedonkulku tapahtuu sekä ylhäältä alaspäin että alhaalta ylöspäin organisaatiossa. Hyvä sisäinen tiedonkulku auttaa organisaatiota saavuttamaan asetetut tavoitteensa ja parantaa työn tehokkuutta ja yhteistyötä eri osastojen ja henkilöstön välillä.

Tärkeitä välineitä sisäisessä viestinnässä ovat henkilökohtaiset keskustelut, intranet, Teams, kehityskeskustelut, toimielinten ja eri yksiköiden kokoukset, yhteistoimintamenettelyn mukainen tiedotus, henkilöstötiedotteet ja -tilaisuudet sekä raportit ja suunnitelmat. Näiden välineiden avulla varmistetaan tiedon saavutettavuus ja ymmärrettävyys sekä positiivinen asenne kaikille organisaation jäsenille.

## 8. Keinot tavoitteiden saavuttamiseksi

Viestintää ja markkinointia tehdään hyödyntäen oheista vuosikelloa. Ulkokehällä on sijoitettu eri kohderyhmiä sekä vuodenaikaan liittyviä teemoja. Vuosikellon ulkopuolelle on sijoitettu eri tapahtumat, joista viestintä osaltaan rakentaa kuntakuvaa sekä luo ja ylläpitää pito- sekä vetovoimaa.



Käytettävät kanavat:

- sakyla.fi
- visitsakyla.fi
- Facebook
- Instagram
- Lehtimainonta
- Järjestetyt tapahtumat
- Verkkomainonta