

IMAGON *rakentamisen*

TYÖPAJA



HANNA KALLIONIEMI
NORTHERN LUXURY CONSULTING OY

1

sisältö

1 - IDENTITEETIN VAHVISTAMINEN JA
TUNNISTAMINEN

2 - LOGO, BRÄNDI JA GRAAFINEN ILME

3 - MARKKINOINTIKAMPANJAT

4 - SISÄLTÖMARKKINOINTI

5 - DIGITAALINEN LÖYDETTÄVYYS

6 - VISUAALINEN TARINANKERRONTA

7 - TAPAHTUMAT

8 - FYYSISEN YMPÄRISTÖN
KEHITTÄMINEN

9 - KOHTAAMINEN JA OSALLISTAMINEN

10 - YHTEISTYÖ

2

työpajan teemat

OMAN KYLÄN KOHOKOHDAT
 TARINAT JA HISTORIAN HYÖDYNTÄMINEN
 TAPAHTUMAT JA RUOKA
 NETTISIVUT JA SISÄLTÖ
 KYLÄLÄISTEN OSALLISTAMINEN
 MAISEMASUUNNITTELU

3

VISIO

Imagokylä 2030 / _____

Imagokylä
 Kuvitellaan kylän tulevaisuus ja kehittäminen.

1. Rakennukset
 Kuvitellaan kylän rakennukset ja ympäristö.

2. Terveyst ja palvelut
 Kuvitellaan kylän palvelut ja infrastruktuuri.

3. Liikenne ja viestintä
 Kuvitellaan kylän liikenne ja viestintä.

4. Luonto ja vesistö
 Kuvitellaan kylän luonto ja vesistö.

5. Terveyst ja palvelut
 Kuvitellaan kylän palvelut ja infrastruktuuri.

6. Terveyst ja palvelut
 Kuvitellaan kylän palvelut ja infrastruktuuri.

4

SWOT

Nelkenttä /

"Miten voimme ottaa käyttöön innovaatioita (uusia menetelmiä, uusia työkaluja) kylätyössä?"

Voimavaroja

Heikot puolet

Maailmanlaajuiset

Uudet



5

IDENTITEETIN VAHVISTAMINEN JA TUNNISTAMINEN



Identiteetin määrittelytyöpajat

- Järjestä työpajoja, joissa kyläläiset yhdessä määrittelevät, mitkä tekijät tekevät heidän kylästään ainutlaatuisen
- Hyödynnä fasilitoituja menetelmiä, kuten SWOT-analyysiä ja mind mappingia

Paikallisten tarinoiden kerääminen ja jakaminen

- Kerää tarinoita kyläläisiltä
- Järjestä tarinankerrontailtoja

Perinteen ja kulttuurin vaaliminen

- Organisoி perinteisiä tapahtumia ja festivaaleja
- Perusta museo tai näyttely

Luonnon ja maiseman korostaminen

- Suunnittele ja toteuta maisemanhoitohankkeita
- Hyödynnä luontopolkuja ja -reittejä

Osallistavat ja avoin suunnittelu

- Kehitä kyläsuunnitelma
- Ota käyttöön digitaalisia työkaluja ja alustoja

6

IDENTITEETIN VAHVISTAMINEN JA TUNNISTAMINEN



- Kylän vahvuudet ja vetovoimatekijät
- Mitkä ovat kylän arvot?
- Mikä erottaa kylän muista kylistä?
- Osaammeko tunnistaa kylän vahvuudet itse, tarvitaanko ulkopuolinen näkemys?
- Millä keinoilla voimme vahvistaa identiteettiä?
- Paikallisuus on tämän hetken trendi. Opetellaan arvostamaan itseämme ja kotikyläämme
- Paikallisten tarinoiden hyödyntäminen.
- Hyvän puhuminen, hyvän jakaminen
- Mikä on tärkein viesti?
- Verkostot, yhteistyö ja sidosryhmät

7

LOGO, BRÄNDI JA GRAAFINEN ILME



Määrittele brändin arvot ja viesti

- Aloita selvittämällä, mitä kylä edustaa
- Pidä keskusteluja yhteisön kanssa

Brändin visuaalisen ilmeen suunnittelu

- Valitse värit, jotka heijastavat kylän luonnetta
- Fonttien ja muiden graafisten elementtien tulee olla yhdenmukaisia

Logon suunnittelu

- Logo tulisi suunnitella niin, että se on tunnistettava, yksinkertainen ja monikäyttöinen
- Käytä symboliikkaa, joka kuvaa kylän ainutlaatuisia piirteitä

Brändin jalkauttaminen ja markkinointimateriaalit

- Luo yhtenäiset markkinointimateriaalit
- Varmista, että kaikki viestintä on yhdenmukaista

Lanseeraus ja ylläpito

- Julkista uusi brändi ja logo suurella lanseeraustapahtumalla
- Päivitä ja ylläpidä brändiä säännöllisesti

8

LOGO, BRÄNDI JA GRAAFINEN ILME



- Brändi on yleisön mielikuva yrityksestä, palvelusta tai tuotteesta – tai kylästä! Opinnäytetyö Veera Mäkiranta: Brändin vahvistaminen visuaalisen identiteetin keinoin https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/500353/Mäkiranta_Veera.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Logo on yritystä, yhteisöä, tuotetta tms. edustava graafinen tunnus. Logon avulla vahvistetaan brändiä ja imagoa. Logo heijastaa kylän identiteettiä. Toimiva logo on tunnistettava, mieleenpainuva, kiinnostusta herättävä ja monikäyttöinen
- Graafinen ilme on kylän visuaalinen ilme. Graafisen ilmeen tarkoituksena on symbolisoida kylän arvoja, toimintaperiaatteita ja tavoitteita. Yhtenäinen ja tunnistettava.
- Markkinointikampanjoiden suunnittelu ja toteutus – teema, aiheet, kohderyhmät, kanavat ja keinot (esitteet, mainokset, videot...)

9

VISUAALINEN TARINANKERRONTA



Visuaalisen ilmeen suunnittelu

- Yhtenäisyys

Visuaalinen tarinankerronta

- Tunteiden herättäminen
- Tarinoita asukkaiden kautta

Valokuvaajien ohjeistaminen

- Kuvausteemat ja -kohteet
- Luonnollinen valo
- Kuvakulmat ja perspektiivit
- Aito hetkien tallentaminen
- Kuvien jälkikäsittely

Kuvien käyttö ja jakelu

- Käyttöoikeudet ja julkaisuluvat
- Monipuolinen käyttö

10

VISUAALINEN TARINANKERRONTA



- Kuvitetaan kylän parhaat kohteet ja kyläfiilis
- Huumori, villit ideat, kampanjat ja tempaukset
- Interaktiivisuus, osallistaminen, kuvakisat ym
- Mielimaisemat ja selfieseisakit
- Kyläläisten kohtaaminen, persoonien esittely, heittäytyminen
- Avoimuus ja luottamus
- Tarinat, perinne ja kylän uutiset
- Muuttajien muistaminen, tervetulo-paketit, kyläkummit
- Luontokohteet OutdoorActiveen
<https://www.outdooractive.fi/fi/>

11

DIGITAALINEN LÖYDETTÄVYYS



Verkkosivuston optimointi

- Responsiivinen suunnittelu
- Hakukoneoptimointi (SEO)
- Latausnopeus

Sisällön laatu ja relevanssi

- Kohdennettu ja arvokas sisältö
- Usein kysytyt kysymykset (FAQ)

Sosiaalisen median hyödyntäminen

- Aktiivinen läsnäolo tärkeimmissä kanavissa
- Vuorovaikutus ja yhteisön rakentaminen

Online-arvostelut ja testimoniaalit

- Google My Business
- TripAdvisor ja muut matkailusivustot

Sähköpostimarkkinointi

- Sähköpostilistojen rakentaminen
- Uutiskirjeet

Analytiikka ja mittaaminen

- Seuraa ja analysoi

• Jatkuva parantaminen

12

DIGITAALINEN LÖYDETTÄVYYS



- Kotisivut – sekä maksullisia että ilmaisia vaihtoehtoja (erillinen ohje)
- Sosiaalinen media: julkaisut ja mainonta
 - Facebook – sivut ja ryhmät, yksityiset ja julkiset, postaukset ja tarinat, live
<https://www.facebook.com/help/337881706729661>
 - Instagram – kelat, kuvat, karusellit:
https://business.instagram.com/instagram-post-tips?locale=fi_FI
 - Tiktok: lyhyitä videoita. Uuden käyttäjän opas suomi: <https://www.tiktok.com/safety/fi-fi/new-user-guide/>
 - Lisäksi Pinterest ym sovelluksia. Otetaan käyttöön voimavarojen ja harrastuneisuuden mukaan. Löytyykö kylältä nuoria hoitamaan appeja ja tuottamaan sisältöä? Kohderyhmä ratkaisee kanavan ja tyylin.
- Mediayhteydet: lähetetään uutisia paikallislehtiin, pyydetään toimittajia tilaisuuksiin, käytetään hyväksi maksuttomia tapahtumapalstoja ym. Nimetään kyläyhdistykselle tiedottaja, joka pitää huolta mediayhteyksistä.

13

MARKKINOINTI- KAMPANJAT



Kohderyhmän määrittely

- Tunne yleisösi
- Paikalliset vs. ulkopaikkakuntalaiset

Kampanjan tavoitteiden asettelu

- Selkeät ja mitattavat tavoitteet
- Kampanjan kesto ja aikataulu

Viestinnän kanavien valinta

- Digitaaliset alustat
- Perinteiset mediat
- Henkilökohtainen myynti ja suorat kontaktit

Sisällön ja sanoman suunnittelu

- Yhtenäinen ja houkutteleva viesti
- Visuaaliset elementit
- Erikoistarjoukset ja kampanjat

Seuranta ja arviointi

- Mittaaminen ja analysointi
- Palautteen kerääminen

14

SISÄLTÖ- MARKKINOINTI



Sisältömarkkinoinnin keinot

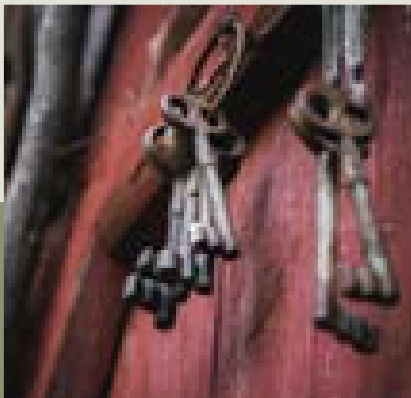
1. Blogit ja artikkelit
2. Videot ja podcastit
3. Sosiaalinen media
4. Uutiskirjeet
5. Infografiikat ja visuaaliset esitykset

Suunnittelussa huomioitavaa

- Kohderyhmän ymmärtäminen
- Sisällön räätälöinti
- SEO (hakukoneoptimointi)
- Johdonmukaisuus ja jatkuva päivitys
- Mittaus ja analyysi

15

FYYSISEN YMPÄRISTÖN KEHITTÄMINEN



Fyysisen viihtyisyyden parantaminen ei ainoastaan tee kohdetta houkuttelevammaksi paikaksi asua, vaan myös lisää sen vetovoimaa vierailijoiden ja uusien asukkaiden silmissä.

Tässä joitakin keskeisiä asioita ja konkreettisia toimia, jotka tulisi ottaa huomioon:

1. Asioita, jotka tulisi ottaa huomioon
 - Asukkaiden tarpeet ja toiveet
 - Ympäristön turvallisuus ja esteettömyys
 - Luonnon ja vihreiden alueiden hyödyntäminen
 - Yhteisöllisyys ja osallistuminen
2. Konkreettisia toimia
 - Puistojen ja vihreiden alueiden kunnostus
 - Jalkakäytävien ja pyöräteiden parantaminen
 - Esteettömyyden parantaminen
 - Paikallisten taiteilijoiden teosten hyödyntäminen
 - Yhteisötapahtumien järjestäminen
 - Yleisen siisteyden ylläpito
 - Valaistuksen parantaminen

16

FYYSISEN YMPÄRISTÖN KEHITTÄMINEN



Kysyttäisiinkö kyläläisiltä?

Kyläkävelyt (esim. Kauhavalainen kylämaisema –hankkeessa toteutettiin kyläkävelyitä, joiden pohjalta mietittiin kehittämiskohteita)

Maisemien avaaminen (näköesteiden poistaminen komeiden näkymien edestä tai liikenneturvallisuussyistä)

Pihat, polut ja joutomaat siisteiksi (romut, puskikot, röttelöt, vieraslajit)

Leikkikenttä, skeittirata, ulkokuntosali ym puuhapaikat kaikenikäisille

- Suunnitelmat, talkootyö, hankkeistaminen

17

TAPAHTUMAT



Tapahtuman suunnittelu ja organisointi

- Tapahtuman tavoitteiden asettaminen
- Budjetin laatiminen
- Aikataulutus
- Luvat ja vakuutukset
- Turvallisuussuunnitelma

Markkinointi ja viestintä

- Kohderyhmän tunnistaminen
- Sosiaalinen media
- Paikallisyhteistyö

Teemoja ja ideoita tapahtumiin

- Kulttuurifestivaalit
- Luonto- ja ulkoilmatapahtumat
- Ruokatapahtumat
- Perhepäivät
- Taide- ja käsityömarkkinat
- Tiede- ja teknologiatapahtumat

Osallistavuus ja yhteisön aktivointi

- Vapaaehtoiset
- Palaute

18

YHTEISTYÖ MUIDEN KYLJEN KANSSA



Yhteiset tapahtumat ja festivaalit

- Tapahtumien ja festivaalien yhteisjärjestäminen

Markkinointi ja mainonta

- Yhteinen markkinointi

Resurssien jakaminen

- Kuvapankkien ja tarinoiden jakaminen

Yhteiset kehityshankkeet

- Yhteiset infrastruktuuri- ja kehityshankkeet

Oppiminen ja best practices

- Kokemusten ja tietotaidon vaihto

Opintomatkat

- Tiedon jakaminen ja oppiminen

Ystävyyskylät

- Tiedonvaihto ja verkostoituminen

19

OSALLISTAMINEN



Osallistavat suunnitteluprosessit

- Työpajat ja workshopit
- Kyselyt ja palautteet

Yhteisötapahtumat ja -aktiviteetit

- Säännölliset yhteisötapahtumat
- Teemalliset tapahtumat

Vapaaehtoistyön ja osallistumisen edistäminen

- Vapaaehtoisroolit
- Kunnostushankkeet

Avoimuus ja vuorovaikutus

- Säännöllinen kommunikointi
- Palautteen kerääminen ja huomioiminen

Koulutus ja tietoisuuden lisääminen

- Koulutustilaisuudet
- Asiantuntijoiden kutsuminen

20

TAPAHTUMAT JA YHTEISTYÖ



- Toimintasuunnitelma, vuosikello
- Säännölliset tapahtumat, osallistaminen
- Talkoot ja tempaukset
- Teemalliset tapahtumat, esim. kirpparikerrokset, avoimet pihat ym
- Yhteistyö, tapahtumien sovittaminen naapureiden kanssa
- Vuoroin vieraisa
- Yhteiset tapahtumat, kiertoajelut kylältä kylälle, pyöräilykampanjat ym
- Valtakunnallisiin kampanjoihin osallistuminen (avoimet kylät, kulttuuriympäristöpäivät, lähiruokapäivä, nuku yö ulkona, saunapäivä ym)
- Osallistuminen paikkakunnan markkinoille, kumppanuuspöytiin ja järjestömarkkinoille tai vaikka lähialueen messuille omalla tai useamman kylän yhteisellä osastolla
- Kumppanikyät, ystävyyskylät, kansainvälinen yhteistyö
- Opintomatkat, bench marking, vierailut, retket

21

YHTEYSTIEDOT

SYDÄMELLISTÄMME PALVELUSI

Hanna Kallioniemi
Northern Luxury Consulting Oy
hanna@nlux.fi
040 5302 999



22