

# IMAGON RAKENTAMISEN TYÖPAJA



# CASE LANDELUKSUS VIHTI



Seitsemän yrittäjän yritysryhmähanke

- Rahoitus: Leader Ykkösakseli
- Hallinnointi: ProAgria ja Vihdin kunta

Tavoite

- Vihdin matkailullisen profiilin muuttaminen yrittäjiä miellyttävämpään suuntaan
- Yhteisten tuotetarjoomaan kehittäminen
- Vihdin tarinan kertominen
- Laadukkaan sisällöntuottaminen

Lue lisää: [www.landeluksus.fi](http://www.landeluksus.fi)

# IDENTITEETIN VAHVISTAAMINEN



Tarinakoneen STORIPUU -tarinatyöpajassa jokainen sai kertoa oman Vihti-tarinansa, josta muodoistettiin yhteinen tarina.

## STORIPUU

### I. Tarinaelementit

- Anssi Kela, Pahantorjuja
- TV:stä tuttu: Tove, Pahat pojat, Rakkaat lapset, Teknari
- Helene Schjerfbeck ja Venny Soldan-Brofelt
- Asiakas ja tuotteet ja palvelut
  - Lähellä Helsinkiä, helsinkiläisten perinteinen mökkikunta, mutta silti kaukana 'maalla'
  - Metsäravintolat, Nuksio, kulttuuritapahtumat
- Aidot timantit
  - Pala maaseutua lähellä kaupunkia
  - Rehellinen uusimaalainen miljö
  - Evakkojen tarina: suorasukainen ja työteliäs

# LOGO, BRÄNDI JA GRAAFINEN ILME



Hankkeen työnimi oli Lentoon, mutta tiimi päätti jo varhaisessa vaiheessa, ettei logoon panosteta. Landeluksus.fi -domain rekisteröitiin Vihdin kunnalle ja sen alle perustettiin hankkeen sisällöille koti.

Sisäisiin materiaaleihin ja myyntiesitteisiin luotiin oma ilme Canvan työkaluilla. Graafikkoa ei käytetty ja rahaa säästy.

Landeluksus on tummanvihreä kuin Nuuksion metsät ja kirjaimet ovat kullankeltaiset kuin Vihdin viljavat pellot ja hevosen harja - ja elämä Vihdin Landeluksuksessa on kuin suoraan Suomi-filmistä.

# VISUAALINEN TARINANKEKERRONTAA



Alusta asti oli selvää, että kuvamateriaalin ja yhteisen visuaalisen tarinan kertomiseen panostetaan:

- Budjetti: 15.000 euroa valo- ja videokuvaukseen, stailaukseen ja skriptin kirjottamiseen
- tuloksena syntyi kuvapankki neljästä vuodenajasta
  - jokaiselle 7 yrittäjälle 2 x 3 h kuvaukset
  - kuvat yhteistä tarinaa varten
  - jokaisen yrittäjän omien päätuotteiden kuvamateriaalit
- Landelüksus brändivideo sekä videopankki YouTubeen
- Samat mallit tarinakuvauksissa, mallit olivat paikallisia vihtiläisiä yrittäjiä, jotka halusivat antaa kasvot Landelüksukselle
  - brändiyhteistyö: kaikki mekot oli toisen yrittäjän omasta mallistosta

# CASE NUUKSIO LAKELAND



Nuuk시오 Lakeland hanke päättyi 2022 lopussa ja vuonna 2024 perustettiin 28 Nuuksion alueella toimivan matkailuyrityksen yhdistys.

Tavoitteena oli saada vastapaino Visit Espoon kaupunkilähtöiselle matkailuviestinnälle ja kolmen kunnan alueella sijaitsevalle Nuuksion kansallispuistolle oma identiteetti ja digitaalinen alusta, josta palvelut löytyvät helposti.

Lue lisää: [www.nuuksiolakeland.fi](http://www.nuuksiolakeland.fi)

# TAPAHTUMAT JA YHTEISTYÖ



Hawkhill Cottage Resort keksi koronavuosina järjestää omille asiakkailleen LuxNuuksio -tapahtuman. Ja siitä se sitten lähti...

Tapahtuma päätettiin laajentaa koko yhdistyksen yhteiseksi tapahtumaksi ja samalla kehitettiin vuosikello, johon ideoitiin 5 vastuullisuutta korostavaa yhteistä tapahtumaa:

1. LuxNuuksio: ilmastonmuutos ja lumitilanne
2. Nuuksio Sauna Weekend: ilmastonmuutos ja jäättilanne
3. Nuuksio Lupin Battle: vieraslajien torjunta
4. Nuuksio Lyhtyjen Yö: yhteisöllisyys ja hyvinvointi
5. NuuksioAid: yhteiskuntavastuu ja Ukrainan tukeminen

Lisäksi yhdessä on järjestetty Nuuksion Metsäravintolat pop-up Helsingin Michelin-tähtien julkistamisen yhteyteen

# TYÖPAJAN 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





## YHTEYSTIEDOT

Hanna Kallioniemi

Northern Luxury Consulting Oy

040 5302 999

[hanna@nlux.fi](mailto:hanna@nlux.fi)

[www.nlux.fi](http://www.nlux.fi)



NORTHERN  
LUXURY