

Kouvolan kaupungin viestintä- ja markkinointiohjelma 2024–2029

7230/00.01.05/2024

Kaupunginhallitus 06.05.2024 § 104

Valmistelija: apulaiskaupunginjohtaja Tuukka Forsell, puh. 020 615 9333, tuukka.forsell(at)kouvola.fi

Kouvolan kaupungin viestintä- ja markkinointiohjelma 2024–2029 on yksi Kouvolan kaupunkistrategiaa toteuttavista ohjelmista, ja koskee kaikkia kaupungin toimialoja. Viestintä- ja markkinointiohjelma ohjaa kaikkea kaupungin markkinointia ja viestintää niin, että ne tukevat Kouvolan kaupunkistrategiaa ja sen tavoitteiden toteutumista.

Kouvolan kaupungin viestintä- ja markkinointiohjelma vuosille 2024–2029 on laadittu päivittämällä edellistä, kaupunginhallituksen syksyllä 2020 hyväksymää viestintä- ja markkinointiohjelmaa vuosille 2021–2025.

Viestinnän ja markkinoinnin määrittely

Viestintä on olennainen osa Kouvolan kaupungin palveluja ja toimii kanavana kaupungin ja sidosryhmien välillä. Viestinnän keinoin tuetaan pitkäjänteisesti työyhteisön tuloksellista toimintaa, tavoitteiden saavuttamista, parannetaan palveluita ja niiden saatavuutta sekä lisätään kaupunkilaisten osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksia. Viestintä on tärkeä strategisen johtamisen väline ja osa johtamista, jossa johdolla on aktiivinen rooli. Esimiehillä on merkittävä vastuu viestinnässä alaisilleen. Jokainen Kouvolan kaupungin työntekijä viestii ja luo toiminnallaan mielikuvaa kaupungista. Hyvä ja avoin sisäinen viestintä on ulkoisen viestinnän onnistumisen edellytys.

Kaupungin tavoitteena on vahvistaa asemaansa asukkaiden, osaajien, investointien, matkailijoiden ja tapahtumien houkuttelussa. Aktiivisten kaupungissa keskiössä ovat aina kouvoolalaiset sekä teot, joita tuetaan viestinnällä ja valikoidusti markkinointikampanjoilla. Isot teot luovat uskottavuutta, rakentavat mainetta ja ovat tehokas tapa ansaita valtakunnallista näkyvyyttä. Tunnettuutta rakennetaan erityisesti ansaitun median, strategisten tapahtumien, suosittelijoiden ja tarinoiden kautta. Kouvola toimii vuorovaikutteisesti digikanavissa kasvattaen sähköistä markkinaosuuttaan. Nykyaikainen markkinointi on tavoitteellista, perustuu tosiasioihin, ja säännöllisessä tulosten mittaamisessa hyödynnetään dataa. Yhteismarkkinointi verkostojen ja sidosryhmien kuten alueen yritysten kanssa on avainasemassa markkinoinnin toteuttamisessa. Kaupunki-markkinointi on yksi kokonaisvaltaisen elinkeinopolitiikan osa-alueista ja näkökulma kaupungin johtamiseen.

Viestintä- ja markkinointiohjelman sisältö

Vuosien 2024–2029 viestintä- ja markkinointiohjelma jakautuu rakenteellisesti neljään osioon.

Ohjelman ensimmäinen osio on tiivistelmä. Toisessa osiossa kuvataan ohjelman lähtökohdat: Vima-ohjelman tavoitteena on 1) Aktiivisten kaupunkibrändi elää ja kehittyy. 2) Kaupunki tunnetaan kaikenikäisten oppi-joiden kampuksena. 3) Kouvola tulee kaakon kasvun keskus. Viestinnän ja markkinoinnin tehtävänä on tukea Kouvolan kaupunkistrategiaa ja kertoa kaupungin toiminnasta kuntalaisille, edesauttaa kaupunkistrategian toteutumista teoin ja mahdollistaa tavoitteiden mukainen näkyvyys myös Kouvolan ulkopuolella. Osiossa 2 kuvataan myös brändimatriisi ja organisaation viestintäroolit.

Viestintä- ja markkinointiohjelman kolmannessa osiossa määritetään edellä kuvattuja markkinoinnin ja viestinnän tavoitteiden toteutumista tukevat strategiset valinnat: ydinviesti, narratiivi, sitä taustoittavat kaupunkistrategian kasvukärjet (lapset, nuoret, yritykset), ydinviestistä johdettu pääviestimatriisi, kohderyhmät ja viestinnässä sekä markkinoinnissa käytettävä äänensävy.

Kouvolan ydinviestinä säilyy aiemmasta ohjelmasta tuttu Aktiivisten kaupunki. Kyseessä on lähtökohta, josta käsin Kouvola ja sen asukkaat puhuvat kaupungista ja itsestään. Ydinviesti on perusta, jonka ympärille rakennetaan yksittäiset teot ja viestit. Aktiivisten kaupunki on se mielikuva, jonka halutaan jäävän mieleen Kouvolasta.

Viestintä- ja markkinointiohjelman neljännessä osiossa siirrytään askel kohti käytäntöä ja kuvataan sitä, miten asetetut tavoitteet ja tehdyt strategiset valinnat näkyvät viestinnän ja markkinoinnin suunnittelussa ja toteutuksessa.

Viestinnän ja markkinoinnin painopistealueiksi määritetään asuminen ja ympäristö, matkailu, sijoittumismarkkinointi, kulttuuri ja liikunta sekä kuvataan, mistä näkökulmista kustakin aihealueesta kaupungin kanavissa kerrotaan. Osiossa myös muun muassa kuvataan tavoitellut keskusteluviihtekehukset, kanavat, kriisiviestinnän periaatteet ja tavoitteiden mukaisten toimenpiteiden mittarointi. Osiossa muistutetaan myös, että kaiken viestinnän keskiössä ovat kouvolaalaiset.

Viestintä- ja markkinointiohjelman päivitysprosessi ja konkreettiset muutokset

Edellinen, vuosien 2021–2025 viestintä- ja markkinointiohjelma laadittiin keväällä 2020 prosessissa, jossa oli osallisina niin kaupungin johtoa, asiantuntijoita kuin poliittisia päättäjiäkin. Kumppanina prosessissa oli viestintätoimisto Ellun Kanat. Tehdyllä työllä luotiin yhteinen brändi ja suuntaviivat kaupungin sekä sen toimialojen viestinnälle ja markkinoinnille.

Tässä listatekstissä esitelty Kouvolan kaupungin viestintä- ja markkinointiohjelma vuosille 2024–2029 on päivitetty versio tuosta edellisestä ohjelmasta. Ohjelma päivitettiin talvella 2023–2024 Ellun Kanojen fasilitoimassa työskentelyssä, johon osallistui joukko Kouvolan kaupungin ja Kinnon viestinnän ja markkinoinnin asiantuntijoita.

Päivitystä tehtäessä todettiin, että Kouvolan kaupungin brändi sekä kaupungin viestinnän ja markkinoinnin isot linjat ovat edelleen pitkälti relevantteja. Päivitys nähtiin kuitenkin tarpeellisena, jotta viestintä- ja markkinointiohjelma voidaan edellä kuvatulla tavalla aiempaa vahvemmin sitoa Kouvolan kaupunkistrategian tavoitteisiin, arvoihin ja painopistealueisiin.

Päivitysprosessissa luovuttiin aiemmasta jaosta viestintään ja markkinointiin. Molempia ohjaa nyt yhteinen strateginen linja, jonka mukaiset toimenpiteet kuvataan vuositasolla toimiala-, palvelu- ja hankekohtaisissa viestintä- ja markkinointisuunnitelmissa.

Jo edelliseen viestintä- ja markkinointiohjelmaan sisällynyttä ”jokainen viestii” -periaatetta on avattu päivitettyssä ohjelmassa kuvaamalla organisaation viestintäroolit.

Ohjelmaan on uusina näkökulmina ja osioina tuotu jo mainittu kaupunkistrategian kontekstointi, brändimatriisi, toimenpiteiden vaikuttavuuden mittarointi, kriisiviestintää ohjaavat periaatteet ja toiminnan painopisteet.

Vastaavasti ohjelmaa on virtaviivaistettu jättämällä siitä pois tavoitteita ja osa-alueita, joissa on kolmen viime vuoden aikana edistytty, ja jotka eivät siten enää ole yhtä ajankohtaisia kuin vuosina 2021–2023 uutta brändiä jalkautettaessa.

Kaupungin viestintää ohjaavat viestintä- ja markkinointiohjelman lisäksi erilaiset viestinnän sisäiset ohjeet ja asiakirjat.

Kouvolan kaupungin viestintä- ja markkinointiohjelma 2024–2029 on **liitteenä**.

Tiedotuspäällikkö Minna Seppä on kokouksessa paikalla asiantuntijana vastaamassa kysymyksiin.

Lisätietoja: tiedotuspäällikkö Minna Seppä, puh. 020 615 9284, minna.seppa(at)kouvola.fi, vs. viestintä- ja markkinointipäällikkö Charissa McCarron, puh. 020 615 7518, charissa.mccarron(at)kouvola.fi

Kaupunginjohtajan ehdotus:

Kaupunginhallitus päättää hyväksyä Kouvolan kaupungin viestintä- ja markkinointiohjelman 2024–2029.

Kaupunginhallituksen päätös:

Kaupunginhallitus hyväksyi päätösehdotuksen.

Kaupunginhallitus myönsi läsnäolo- ja puheoikeuden tiedotuspäällikkö Minna Sepälle. Hän oli asiantuntijana läsnä kokouksessa tämän asian käsittelyn aikana.
