

Kunnanhallitus 26.3.2007 § 113 LIITE NRO 31  
Valtuusto 2.4.2007 § 22 LIITE NRO 9

# **PUUMALAN KUNTA**



# **MARKKINOINTI- JA VIESTINTÄSTRATEGIA**

## 1. Yleistä

Puumalan kunnan toimintaympäristön analyysissä todetaan, että Puumala sijaitsee luonnonkauniissa ympäristössä ja tunnetaan Saimaan kauneimpana kuntana. Voimakkaasti lisääntyvä vapaa-ajan asutus luo kunnan kehittymiselle uusia mahdollisuuksia. Aktiivinen tonttipolitiikka lisää omakotirakentamista ja tehokas elinkeinopolitiikka ja matkailu luovat mahdollisuuksia työpaikkojen syntymiselle.

### **Puumalan kunnan visio 2013:**

Puumala on puhtaan ympäristön ja luonnonkauniin Saimaan vesistön äärellä sijaitseva virkeä noin 3000 asukkaan itsenäinen kunta.

Kunnan talous on vakaa ja laadukkaasti sekä tehokkaasti järjestetyt peruspalvelut takaavat kuntalaisille hyvän elämän edellytykset. Kunta on vahvasti verkottunut Mikkelin seutuun, mutta eri toimintojen osalta tekee kiinteää yhteistyötä myös Savonlinnan ja Imatran seutujen kanssa.

Puumala on Saimaan matkailun keskittymä, jossa on houkutteleva ympärivuotinen matkailutarjonta ja innovoiva elinkeinopolitiikka. Kunta on imagoltaan vahva ja tunnettu asuinseutu ja se kiinnostaa kaiken ikäisiä sekä uusia vakituisia että vapaa-ajan asukkaita monipuolisen tonttitarjonnan, luonnonkauniin ja turvallisen asuinympäristön vuoksi.

Kunnan strategiassa kriittisiä menestystekijöitä ovat muun muassa tarkoituksenmukaiset palvelut, elinkeinopolitiikka ja matkailu, maanhankinta, tasapainoinen talous, hyvä imago, seutuyhteistyö ja motivoiva henkilöstöpolitiikka.

Kirjassaan Kunnasta brändi, Seppo Rainisto toteaa:

”Alueen menestys riippuu sen ”human powerista”, tahtotilasta, arvoista, luovuudesta ja organisaatiosta enemmän kuin paikan sijainnista tai sen luonnonvaroista. Paikkojen tulevaisuus riippuu myös niiden omasta yhteistyökyvystä. Ne paikat tulevat menestymään, jotka ovat taitavampia kehittämään yhteistyötä toimijoiden kesken ja markkinoimaan osaamisensa uskottavasti. Markkinointi ei ole vain jonkin ryhmän tehtävänä kunnassa, vaan markkinointiajattelun tulisi ulottua kaikille tasoille. Myös tässä tarvitaan uusien asioiden oppimisen lisäksi asenteiden muuttumista, mikä vaatii aina oman aikansa.”

Kunnan strategiassa hyvä imago on yksi kriittinen menestystekijä. Varsinaista imagotutkimusta kunta ei ole teettänyt, mutta eri asioista (vapaa-ajan asutus, yhteydenotot, matkailu yms.) voidaan olettaa, että kunnalla on hyvä ulkoinen imago.

Rainisto kirjoittaa:

”Imagon rakentaminen on pitkäjänteinen, laajavaikutteinen prosessi osana aluesuunnittelua ja –kehittämistä. Siinä vaaditaan systemaattisuutta, taustatutkimuksia, resursseja, poliittista yhdenmukaisuutta ja kaikkien toimijoiden sitoutumista.”

Markkinointi, viestintä, imago ja teot liittyvät toisiinsa. Kunnan strategiassa todetaan, että imagoa kohotetaan laadukkailla palveluilla ja Saimaan ja kauniin luonnon sekä viihtyisän ja turvallisen ympäristön ja paikalliskulttuurin esiintuomisella sekä avoimella tiedottamisella.

Mitä ovat ne asiat, joita Puumalan kannattaa markkinoida, joista viestiä, jotka pitävät yllä hyvää imagoa. Mikä on Puumalan osaaminen. Ne löytyvät kunnan strategiapapereista. Ominta Puumalaa ovat: puhdas luonto, metsätalous, Saimaa, hyvät peruspalvelut ja kunnossa oleva julkinen infrastruktuuri, vapaa-ajan asutus, hyvä imago; Saimaan kaunein kunta, satama, asuinalueet ja neljä vuodenaikaa. Näiden asioiden pohjalle tulle kunnan markkinoinnin rakentua.

## 2. Toimenpiteet

Puumalan kunnan markkinoinnissa ja viestinnässä kiinnitetään huomiota seuraaviin asioihin ja toimitaan näiden asioiden puolesta

- \* Markkinoinnissa ja viestinnässä käytettävä slogan on jatkossa Puumala – Saimaan kaunein
- \* Kunnan visio ja strategia ohjaavat markkinointia ja viestintää
- \* Parannetaan kunnan viestinnän visuaalisuutta ammattilaisen avulla/määräraha talousarvioon v. 2008
- \* Kantatie 62:n liittymän ilmeen parantaminen istutuksin, muulla rakentamisella ja tielaitoksen toimenpitein, vuosi 2008
- \* Sataman viihtyisyyden lisääminen – yleissuunnitelman toteuttamisaikataulun laatiminen
- \* Positiivisuus kaikkeen viestintään, koulutetaan henkilökunta ja luottamushenkilöt tähän
- \* Tiivis yhteistyö Mikkelin seudun kanssa markkinoinnissa ja palvelutuotannossa
- \* Yhteistyö puumalalaisten yritysten ja järjestöjen kanssa

- \* Vapaa-ajan asukkaiden foorumit myös yhdeksi markkinointikeinoksi
- \* Messumarkkinointi pääasiassa seudullisesti
- \* Vetovoimainen kuntaesite
- \* Esittely-DVD
- \* Kiinnostavat kotisivut

### **3. Vastuut ja seuranta**

Kunnanjohtaja johtoryhmänsä kanssa vastuutetaan huolehtimaan kohdan 2 mukaisista toimenpiteistä ja niiden valmistelusta päätöksentekoa varten.

Markkinointi- ja viestintästrategian toteuttamisen seuranta tapahtuu normaalin vuosikolmannesraportoinnin yhteydessä.