



BRÄNDI

ELVYTTÄÄ KUNNAN



KIRSTI LINDBERG-REPO
BRAND AUDIT GROUP



BRÄNDI
ELVYTTÄÄ **KUNNAN**



KIRSTI LINDBERG-REPO
BRAND AUDIT GROUP

Brändi elvyttää kunnan

Copyright © 2020

Brand Audit Group Oy, Helsinki

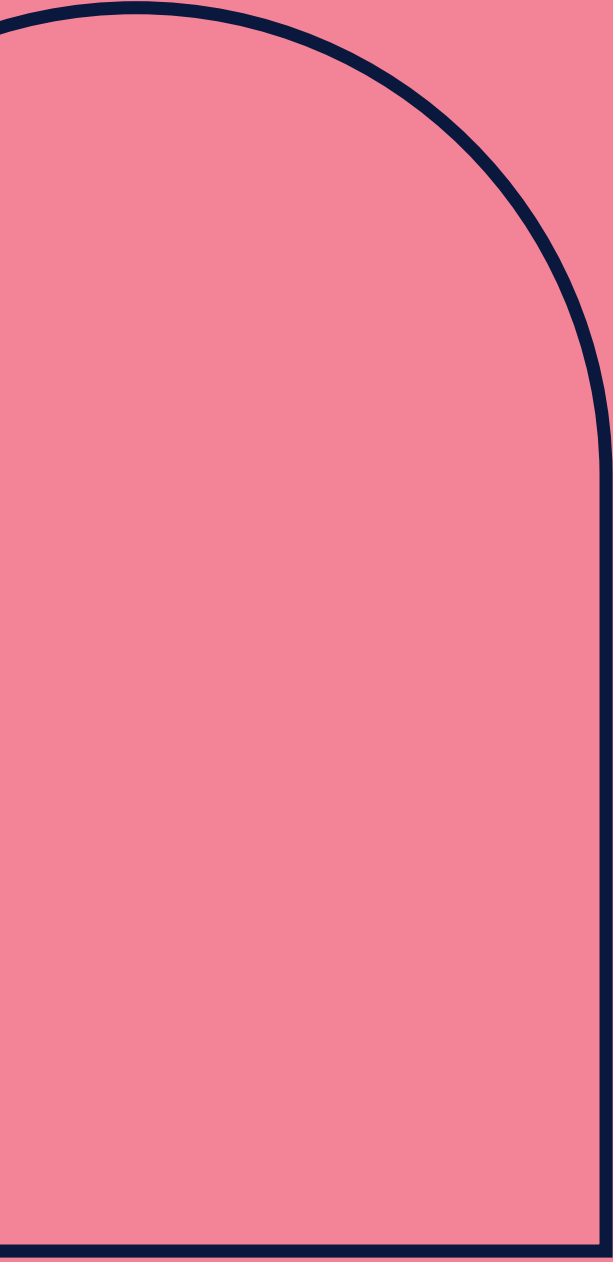
ISBN 978-952-94-3923-2 (nid.)

ISBN 978-952-94-3924-9 (PDF)

Lokakuu 2020

www.brandauditgroup.com

SISÄLLYSLUETTELO



01 **ALKUSANAT**

03 **RAPORTIN TAUSTA JA TARKOITUS**

Lähtökohdat: miten brändi liittyy kunnan elvyttämiseen

Tehty tutkimus kuntien brändityöstä sekä raportin rakenne

Mitä hyötyä tästä raportista on

08 **MIKÄ ON KUNTABRÄNDI JA MISTÄ SE KOOSTUU**

Mistä puhutaan, kun puhutaan kuntabrändistä

Kunnan brändi on monen tekijän summa

Miksi kunnan tulee strategisesti johtaa brändiään

18 **MIKSI BRÄNDI ON TÄRKEÄ KUNNALLE**

Brändiosaaminen vastaa nykyajan uusiin haasteisiin

Vahva brändi herättää kiinnostusta, luottamusta ja sitoutuneisuutta

Vahva brändi nostaa kunnan arvoa ja tuo lisää verorahoja

25 **KUKA BRÄNDITYÖTÄ TEKEE KUNNASSA**

Kunnanjohto ja kunnanjohtaja

Kunnanjohtajien uudet tehtävät

Kunnan työntekijät

Kuntalaiset

33 **MITEN BRÄNDITYÖTÄ TEHDÄÄN**

Brändityö on strategista

Kaikki pohjaa strategiaan

Brändin visio ohjaa työtä

Brändin aseointi

Kunnan identiteetti kaiken pohjana

Arvon luominen ja pehmeät vetovoimatekijät

Digitaaliset palvelut erottuvuustekijänä

Esimerkki: miten Kuhmo on onnistunut asemoimaan brändinsä

Esimerkki: miten kehys- ja seutukunnat ovat onnistuneet asemoimaan brändinsä

Kunnan sanoman tiivistäminen sloganiin

51 **Kuntien vaakunoiden tarinat**

Brändikäsikirja on brändityön keskeinen työkalu

Brändikäsikirjan hyödyt

Minkä takia organisaatio tarvitsee brändikirjan ja mitä organisaatio voi sillä saavuttaa?

Pari esimerkkiä brändikäsikirjoista

Brändiä johdetaan viestinnällä

Miksi ja miten viestitään

Kenen kanssa viestitään

Miten tehdä brändityötä rajallisilla resursseilla

Brändityön vaikuttavuuden mittaaminen, arvioiminen ja kehittäminen

Brändiarvon mittaaminen

Kuntabrändin kehittäminen ja ylläpitäminen

75 **MITEN KUNNAN BRÄNDI NÄYTTÄYTYY KOTIMAANMATKAILIJALLE**

Mihin matkailija kiinnittää huomiota

Matkatarinat

Millenniaalit Länsi-Suomessa

93 **MITÄ ERI KUNNISSA ON TEHTY**

Kuntien somekanavien vertailu

Katsaukset eri kuntien brändeistä

Espoo – Euroopan kestävin kaupunki

Helsinki – One Hel of an impact

Kuhmo – kulttuurin, puuteollisuuden ja luonnon harmoninen tositarina

Lahti – rohkea ympäristökaupunki

Muonio – onnellisia luonnostaan

Puumala – Saimaan kaunein, Suomen kuumien

Pyhtää

Tampere – Tampere.Finland

Vantaa

Vimpeli – pieni kunta, monta sankaria

Ypäjä – Suomen hevospitäjä

Kunnanjohtajien haastattelut

Enontekiö: kunnanjohtaja Jari Rantapelkonen

Iisalmi: kaupunginjohtaja
Jarmo Ronkainen

Muonio: kunnanjohtaja
Laura Enbuska-Mäki

Puumala: kunnanjohtaja
Matias Hilden

Pyhtää: kunnanjohtaja
Jouni Eho

Turku: viestintäjohtaja
Saara Malila

Vaasa: kaupunginjohtaja
Tomas Häyry

Vantaa: viestintäjohtaja
Päivi Rainio

Ypäjä: kunnanjohtaja
Tatu Ujula

210 **LOPPUSANAT:
NÄIN ONNISTUT
KUNTABRÄNDITYÖSSÄ**

10 askeleen malli
kuntabrändityöhön

216 **LÄHTEET JA INSPIRAATIO**

**RAPORTIN
TYÖRYHMÄN
MUODOSTIVAT**

Kirsti Lindberg-Repo
(Brand Audit Groupin
toimitusjohtaja ja
bränditutkija)

Anni Siirola
(tutkimuspäällikkö)

Salla Hiltunen
(editointi- ja
sisältövastaava)

Monica Hutama
(graafinen
suunnittelija ja
taittaja)

Juha Kettunen
(asiantuntija)

ALKUSANAT



Miksi brändi on tärkeä kunnalle? Mitä kunnanjohtajan ja johdon tulee tietää ja osata brändin rakentamisesta kunnan elävöittämiseksi? Kunnan brändi on lupaus sen asukkaille ja sidosryhmille: se viestii kunnan halusta tarjota laadukasta palvelua asiakkailleen. Se on odotusarvo siitä, mitä kunnan asukkaat saavat, kun he asuvat tai valitsevat nimenomaisen kunnan.

Brändi kunnassa ei ole vain tarinankerrontaa vaan yhdistelmä kunnan elinvoimaisuuden kannalta merkittäviä kasvuvoimatekijöitä, jotka tekevät kunnasta houkuttelevan paikan asua, yritysten kasvaa ja perheiden kasvattaa lapsensa. Se on yhdistelmä vetovoimatekijöitä, jotka viestivät kunnan hyvästä maineesta ja heijastavat asukkaiden luottamusta kunnan johtoon ja heidän antamiinsa lupauksiin. Vetovoima heijastaa myös kunnan menneisyyttä, nykyhetkeä ja valoisaa tulevaisuutta. Hyvään kuntabrändiin kuuluu myös pitovoimatekijöitä, jotka saavat nykyiset asukkaat pysymään kunnassa, kuten toimivat sosiaali- ja terveyspalvelut ja mahdollisuus ammatilliseen koulutukseen. Näistä syntyy kunnan maine ja imago, joka houkuttelee uusia tulijoita sekä saa nykyiset asukkaat viihtymään kunnassa.

Kuntabrändi rakentaa sillan kunnan menneisyyden, nykyhetken ja tulevaisuuden välille. Se yhdistää aikaisemman kunnan brändille luodun arvon, tämänhetkiset

ponnistelut ja tulevaisuuden vision. Kunnan brändin eteen tehty työ on investointi tulevaisuuteen ja kääntyy kassavirraksi. Moderni ja dynaaminen kunnanjohto ymmärtää brändin merkityksen ja tekee sen eteen jo useissa kunnissa paljon töitä.

Vahvatkaan brändit eivät pysy vahvoina, ellei brändistä huolehdi. Väsähtänyt brändi-imago rasittaa kunnan mainetta. Koronan jälkeisessä elinvoiman uudelleen käynnistämisessä brändityö on keskeisellä sijalla. Se tulee kirkastaa, viestittää ja määrittää uudelleen.

Miksi vahva kuntabrändi elpyy nopeammin koronan jälkeen? Vahva kuntabrändi toimii arvokkaana voimavarana kunnan elvytystoimissa. Se on kuntaorganisaatio, se on kunnan suhteet sen kaikkiin sidosryhmiin ja se on paikka, joka sille on maantieteellisesti määritelty. Kaikki nämä kolme tekijää yhdessä muodostavat kunnan brändin ytimen, dynaamisen kokonaisuuden, joka vaikuttaa kunnan elvyttämiseen.

Kunta tarvitsee vahvan brändivision ja toteutuksen. Mistä kunnanjohto lähtee liikkeelle brändin elvyttämisen kanssa? Tämä tutkimusraportti tarjoaa paljon tietoa, strategisia työkaluja sekä esimerkkejä, kuinka kunta voi tässä onnistua.

Tervetuloa oppimaan ja innostumaan brändityöstä!

Kirsti Lindberg-Repo

Miksi brändi on tärkeä kunnalle?

Mitä kunnanjohton tulee tietää ja osata brändin rakentamisesta?

Miksi vahva kuntabrändi elpyy nopeammin koronan ja muiden kriisien jälkeen?

Bränditutkija Kirsti Lindberg-Repo työryhmänsä kanssa on tutkinut Suomen kuntien brändejä ja kunnissa tehtävää brändityötä. Tutkimuksen tulokset on paketoitu ”Brändi elvyttää kunnan” -raportin muotoon.

“Kunnan brändiä eletään todeksi joka päivä. Brändi ei ole vain graafinen ohjeistus vaan tapa, jolla kunta kiinnostaa ja kiinnostuu asukkaistaan, yrittäjistään ja muista sidosryhmistään.”

- Vantaan viestintäjohtaja Päivi Rainio

Tunnettu brändi on kunnan tärkeintä aineetonta pääomaa, ja se muodostuu pitkän työn tuloksena. Tämä vaatii strategista johtamista sekä suunnitelmallista työtä. Kuntabrändi on myös aivan kuntastrategian ytimessä, minkä takia brändin johtaminen kuuluu kunnanjohton vastuulle.

Kirsti Lindberg-Repo on Brand Audit Groupin sekä Design Finland 100:n toimitusjohtaja ja perustaja, ja hän on tehnyt vahvan kansainvälisen uran brändityön ja -tutkimuksen parissa.

Hänen asiantuntemuksensa ja kiinnostuksensa kohdistuu erityisesti strategiseen brändijohtamiseen, joka on ollut myös hänen keskeinen tutkimuskohteensa.