

Maakunnallisen markkinointiohjelman jatko aika ja lisärahoitushakemus

Markkinointiohjelman tavoitteena on luoda edellytykset parantaa yhteisen aluemarkkinoinnin avulla maakunnan vetovoimaisuutta, kilpailukykyä ja tunnettuutta. Kaksivuotinen markkinointiohjelma on päättymässä kesäkuussa 2014. Yhteismarkkinoinnin vakiinnuttamisen tueksi haetaan hankkeelle ajallista ja rahallista jatkoa.

Pohjois-Savon maakuntastrategia määrittelee maakunnan tärkeimmiksi tavoitteiksi työvoiman riittävyyden ja osaamisen takaamisen. Maakunnallinen markkinointiohjelma (2012-2014) on laajasti Pohjois-Savon kärkitoimialoja sekä kasvutavoitteita tukeva hanke. Hankkeen ensimmäinen vaihe keskittyi pysyvien yhteismarkkinoinnin työkalujen ja toimintamallien kuntoon laittoon. Pysyvä Kuopion alueen tunnettuuden kasvattaminen ja imagon kohennus vaatii useiden vuosien pitkäjänteisen ja systemaattisen markkinoinnin, jotta mielikuvat alueesta saataisiin tuoreutettua.

Käynnissä olevan ohjelman tavoitteena on koko maakunnan vetovoiman ja houkuttelevuuden kasvu Kuopio-kärkisellä aluebrändillä. Nykyinen hanke alkoi toukokuussa 2012 ja päättyy kesäkuussa 2014. Ohjelmaa ovat rahoittaneet Kuopio, Iisalmi, Siilinjärvi, Varkaus, Lapinlahti ja Leppävirta, oppilaitoksista: Itä-Suomen yliopisto, SAKKY, Savonia, YSAO sekä Pohjois-Savon Sairaanhoidopiiri. 80 % ohjelman rahoituksesta tulee 2012-2014 hankekaudella Pohjois-Savon liiton kautta kehittämisrahastosta sekä EAKR-rakennerahastosta. Kokonaisbudjetti kahdelle vuodelle on 1,68 Milj. €. Vuoden 2014 alusta mukaan hankkeeseen ovat halukkuutensa ilmaisseet myös Tuusniemen kunta, Sisä-Savon kuntayhtymä (Suonenjoki, Vesanto, Tervo, Rautalampi).

Marraskuussa 2013 ensimmäiset yrityskumppanit (Yara, Pohjois-Savon Osuuspankki, Savon Voima) ovat myös lähteneet rahoituskumppaniksi mukaan ja uusia kumppanuusneuvotteluja käydään joko ajan. Yritykset näkevät hankkeen hyödyt osaajarekrytoinnin sekä alueen elinvoiman kasvattamisen näkökulmasta.

Ensimmäisen vaiheen tulokset:

Ensimmäisen hankevaiheen tavoitteet markkinointityökalujen, yhteistyön rakentamisen ja operatiivisten markkinointitoimenpiteiden toteuttamisen näkökulmasta ovat toteutuneet.

- Toimintamalli: Yhteismarkkinoinnin toimintamalli kuntien, oppilaitosten, yritysten ja sairaanhoidopiirin kanssa on rakennettu.
- Public-Private yhteistyö: Yritykset on sitoutettu mukaan yhteiseen katto-brändiin. Rahallinen osallistuminen yhteismarkkinointiin. Ensimmäiset yrityssopimukset solmittu Savon Voiman, Yara Suomen ja Pohjois-Savon Osuuspankin kanssa. Yritysten toiveet käytännön markkinointitoimenpiteiden taustalla.

13.01.2014

- Pysyvä brändistrategia ja markkinoinnin työkalut: Markkinoinnin työkalut ovat valmiina: yhdessä työstetty brändistrategia, graafinen ilme, markkinoinnin ja viestinnän linja, sähköinen entry-portaali ja mediaseuranta.
- Yhteinen tahtotila: Sisäinen lanseeraus on aloitettu tavoitteena yhteinen vahva tahtotila.
- Käytännön toimenpiteet: Ulkoiset näkyvät ja tehokkaat markkinointitoimenpiteet on aloitettu eri kohderyhmiin.
- Jalkautus: Kattobrändi on jalkautunut muihin sisarhankkeisiin, mm. lentokenttäalueen kehittämishanke, matkailun selvitystyö ja uudelleen organisointi. Jalkautuminen muihin toimintoihin jatkuu.
- Muu yhteistyö: Vahva yhteistyö Kuopio -Tahko markkinointi Oy:n kanssa. Toimenpiteet vahvistavat ja tukevat toisiaan.

JATKOAJAN HANKESUUNNITELMA TIIVISTETYSTI

Nyt haettava jatkoaika toteuttaa ensimmäisessä vaiheessa luotuja linjauksia ja käyttää olemassa olevia työkaluja. Toimenpiteet keskittyvät markkinointinäkyvyyden kasvattamiseen valituissa kohderyhmissä sekä kansainväliseen painotukseen silloin kun se substanssin toimesta on perusteltua. Jatkovaiheessa yritykset ovat entistä voimakkaammin mukana työskentelyssä ja tavoitteen mukainen julkisen ja yksityisen sektorin yhteismarkkinointimalli toimii.

Toisen vaiheen tulokset:

- *Tavoitteelliset toimenpiteet jatkuvat: tuloksellinen markkinointi jatkuu; fokusointi kohderyhmiin nuoret ja opiskelijat, osajarekrytointi, yleisimago (tunnettuus, houkuttelevuus, mielikuvat vahvistuvat > oppilaitoksiin hakijoita, osajia avoimiin työpaikkoihin, uusia yrityksiä, paluumuuttajia)*
- *Yhteinen tahtotila, halu toimia puhemiehenä: Yhteinen sisäinen tahtotila vahvistuu (jokainen toimii puhemiehenä alueelta, sisäinen markkinointi)*
- *Yhteistyö- ja innovaatioalustat: Toimialakohtaiset toimenpiteet jatkuvat*
- *Viesti monistuu: Toimijat hyödyntävät kattobrändiä osana omaa markkinointia (kuuluminen suurempaan kokonaisuuteen)*
- *Brändin jalkautuminen palvelun laatuun, palvelumuotoilu: Brändi jalkautuu myös palveluun. Palvelustandardin luominen Pohjois-Savoon "Savo-standardi" yhdessä oppilaitosten kanssa. (palvelun laadun parantaminen)*
- *Markkinointiosaaminen kasvaa: Brändi jalkautuu oppilaitoksiin ja opintosisältöihin, harjoitustöihin ja harjoituspaikkoihin.*
- *Alueen tunnettuus nousee hankkeen avulla uudelle tasolle seuraavina vuosina. Tällä on myönteisiä vaikutuksia elinkeinoelämän, rekrytoinnin ja muuttovoiton näkökulmasta.*

Pysyvät vaikutukset

Hankkeen jälkeen Kuopion ja maakunnan yhteismarkkinointi jatkuu luodun toimintamallin mukaisesti pysyvänä toimintana. Alueen tunnettuus kansallisesti ja kansainvälisesti nousee hankkeen avulla uudelle tasolle seuraavina vuosina. Pohjois-Savoon liitettävät vahvuudet tunnistetaan ja mielikuva tukee alueen kasvua ja vetovoimaa. Alueelle on saatu uusia osajia alueen ulkopuolelta ja alueen oppilaitokset ovat vetovoimaisia opiskelupaikkoja. Hankkeen myötä alueen toimijoiden yhteistyö sekä viestinnän ja markkinoinnin osaaminen on saavuttanut uuden tason.

13.01.2014

Jatkoajan budjetti

Ajallista ja rahallista laajennusta haetaan hankkeelle seuraavasti: ajalle 1.7.2014 – 30.4.2015 ja tällöin hankkeen kokonaisbudjetti nousee 800 000 euroa. Yhteensä hankkeen kokonaisbudjetiksi tulee 2,480,000 euroa.

Kokonaisbudjetti 2,480,000 € jakaantuu:

EAKR-rahoitus 70 %, maakuntarahasto 10 %, kunnat 12,50 %, muu julkinen rahoitus 1 % ja yksityinen rahoitus 6,5 %.

Liitteenä jaetaan rahoitustaulukko.

Merkittään, että Iisalmen kaupunki, Siilinjärven ja Lapinlahden kunnat sekä Pohjois-Savon sairaanhoitopiiri ovat jo osaltaan hyväksyneet jatkosuunnitelman.

Liitteet 12 8746/2013 Hankkeen rahoituslaskelma

Valmistelija
Kirsi Soininen
etunimi.sukunimi(at)kuopio.fi

puh. 017 18 2020

Päätösehdotus Kaupunginjohtaja Petteri Paronen

Kh. hyväksyy maakunnallisen markkinointiohjelman jatkoajan suunnitelman ja rahoitusmallin.

Päätös Kaupunginhallitus hyväksyi yksimielisesti kaupunginjohtajan ehdotuksen.

