

Somero

SOMERON KAUPUNKI

brändi- käsikirja



Aluksi



Someron kaupungin arvot ovat avoimuus, kehitysmuutos, yhteisöllisyys sekä asukaslähtöisyys. Kaupunginstrategiamme visio on, että vuonna 2025 Somero on väestö- ja työpaikkamäärältään kasvava asukas- ja ympäristöystävällinen hyvinvoivien ihmisten yhteisö. Somero tunnetaan yhdessä tekemisen meiningistään, kulttuuristaan sekä kuntakokoonsa nähden monipuolisista liikunta- ja vapaa-ajanpalveluista. Brändityön tehtävä on tukea Someron kaupunkistrategian toteuttamista: brändistrategia linjaa, miten me viestimme strategiamme mukaisesti.

Hyvä brändi on kilpailuetu Someron kaupungille: brändityö on identiteetin vahvistamista, mielikuvien synnyttämistä, tunnettuuden kasvattamista sekä lisäarvon tuottamista. Sen avulla kaupunkiin houkutellaan uusia asukkaita, kesäasukkaita, yrityksiä ja matkailijoita, jotka ovat elinvoiman kehittymisen kannalta ensiarvoisen tärkeitä. Lisäksi sillä vahvistetaan sisäistä ilmapiiriä, autetaan nykyisten asukkaiden ja yhteisöjen yhteen hitsautumista ja sitoutumista sekä synnytetään kotiseurakkautta ja -ylpeyttä.

Brändistrategian pohjana on hyödynnetty mm. vetovoima- ja muuttajatutkimuksista kerättyä dataa sekä brändi- ja kilpailija-analyysin tuloksia. Sen tehtävänä on linjata, mitkä ovat Someron aidot vetovoima- ja erottautumistekijät ja miten niitä tullaan korostamaan kaikessa kaupungin toiminnassa. Se perustuu kaupungin identiteettiin, joka taas pohjautuu kaupungin arvoihin sekä siihen, mitä se tulevaisuudessa haluaa olla ja edustaa.

Brändityö vaatii rohkeutta rajata ja korostaa, mitä Somero sisimmiltään todella on. Brändityö ei ole pelkkää päälle liimattua mainontaa, vaan sen juuret ovat tukevasti kaupungin perustoiminnassa. Brändi syntyy tarinoista sekä arjen kohtaamisista ja kaikilla somerolaisilla on brändityössä oma roolinsa: jokainen meistä voi toiminnallaan vaikuttaa Someron vetovoimaan, sekä hyvässä että pahassa - olemme kaikki käveleviä Somero-mainoksia.



osa 1

brändistrategia

Tunnettu ja arvostettu



brändiäidin

TARKOITUS

lisätä alueen elinvoimaa kaupungin strategiaa tukien

VISIO

Tunnettu ja arvostettu

PERIAATTEET

Asiakaslähtöisyys, laatu, jatkuva parantaminen



Kohde-ryhmät

Jotta brändityö olisi tehokasta, on rajattava kohderyhmät, joille sitä suunnataan. Rajaus ei poissulje ketään ulkopuolelle, vaan ohjaa ja kanavoi työtä oikeaan suuntaan. Kohderyhmiä voidaan tarvittassa pilkkoa myös pienempiin alakohderyhmiin ja rinnalle ottaa muita ryhmiä.

ASUKKAAT

Potentiaaliset muuttajat / Nykyiset asukkaat

Pääkohderyhmänä on +25 -vuotias pariskunta, jolla (mahdollisesti alle kouluikäisiä) lapsia. Tulevat tyypillisesti pk-seudulla, koska ovat kyllästyneitä ainaiseen hälinään ja stressiin; etsivät rauhallista paikkaa johon asettua, ja jossa kasvattaa lapsensa. Kaipaavat rauhaa ja hiljaisuutta, turvaa ja pysyvyyttä, hyvää oloa ja seesteisyyttä. He ovat kuitenkin tottuneet siihen, että on varaa valita - oli kyse sitten harrastuksesta tai palvelusta, ja haluavat jatkossakin että läheltä löytyy kaikki tarvittava.

YRITYSPÄÄTTÄJÄT

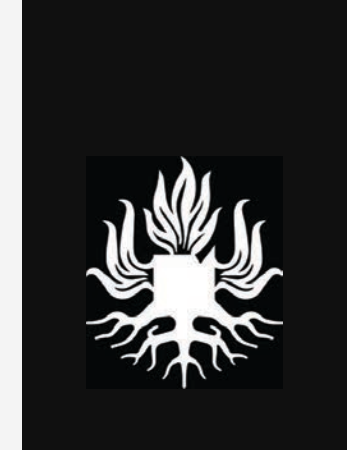
Sijoittuvat yritykset / Nykyiset yritykset

Yrityspäätäjät arvostavat uudessa sijoittumispaikassa toimintansa kannalta hyvää logistista sijaintia sekä sopivaa tonttia tai toimitilaa, ja odottavat kunnalta sujuvaa palvelua sekä nopeaa päätöksentekoa. Lisäksi he arvostavat positiivista yritysilmapiiriä sekä verkostoitumis- ja yhteistyömahdollisuuksia muiden yritysten kanssa. Myös sopivaa työvoimaa ja tarvittaessa T&K -toimintaa pitää löytyä joko sijoittumispaikkakunnalta tai ainakin riittävän läheltä sitä.

MATKAILIJAT

Kotimaan matkailijat / Kansainväliset matkailijat

Somero on erityisesti päiväretkiä tekevien yksittäismatkailijoiden (pääkohderyhmä +25-vuotiaat naiset PK-seudulta/isommista kaupungeista) suosiossa, sillä se on sijainniltaan helpon matkan päässä, riittävän kaukana arjesta ja silti riittävän lähellä. Somerolle tullaan rentoutumaan ja irtautumaan arjesta, sitä varten matkailijat tarvitsevat mieleistensä tekemistä. Somerolta sitä löytyykin moneen makuun, etenkin kulttuurinnälkäselle.



Asemointi

Somero tavoittelee asemaa tunnettuna ja arvostettuna pikkukaupunkina, jossa yhdistyvät maaseudun sekä kaupungin parhaat puolet.

Someron kilpailijoita, etenkin asukashankinnassa, ovat 100 km säteellä Helsingistä sijaitsevat maaseudun kunnat ja kaupungit, joissa asukkaita on 5000-10000 ja taajama-aste 50-80%



Seuranta

Brändityölle asetetaan sekä laadullisia, määrällisiä että toiminnallisia mittareita.

Mittareilla seurataan sekä ulkoisen, että sisäisen tunnettuuden ja brändimielikuvan kehitystä, esim.

- kuinka hyvin asukkaat tuntevat Yllättävä Somero -brändin
- kuinka potentiaalisena asuin-, sijoittumis- tai vierailupaikkana Somero nähdään

Seurantatiedot saadaan tilinpäätöksistä, tilastoista, tyytyväisyyskyselyistä sekä vetovoimatutkimuksista.

Brändiarkkitehtuuri



PÄÄBRÄNDI

Someron kaupunki

Ylimmällä tasolla on Someron kaupunkibrändi, joka ohjaa alemman tason alabrändejä ja konsepteja. Brändin ydinviestit ja visuaalinen ilme siis määritellään pääbrändin tasolla ja alemmien tasojen täytyy olla samassa linjassa niiden kanssa.

KONSEPTIT

Yllättävä Somero
Sijoitu Somerolle

Brändikonseptit ovat suoria konseptitason sovelluksia pääbrändin ydinviesteistä tai muista pääbrändiin perustuvista viestinnällisistä konsepteista. Konseptien ilme pohjautuu aina suoraan pääbrändin ilmeeseen.

ALABRÄNDIT

Alabrändit ovat konseptisovelluksia vahvempia ja itsenäisempiä, ja niillä on omat visuaaliset ilmeensä logoineen ja väreineen. Niiden tulee kuitenkin sopia yhteen pääbrändin kanssa, ja omalla ilmeellään tukea pääbrändiä.

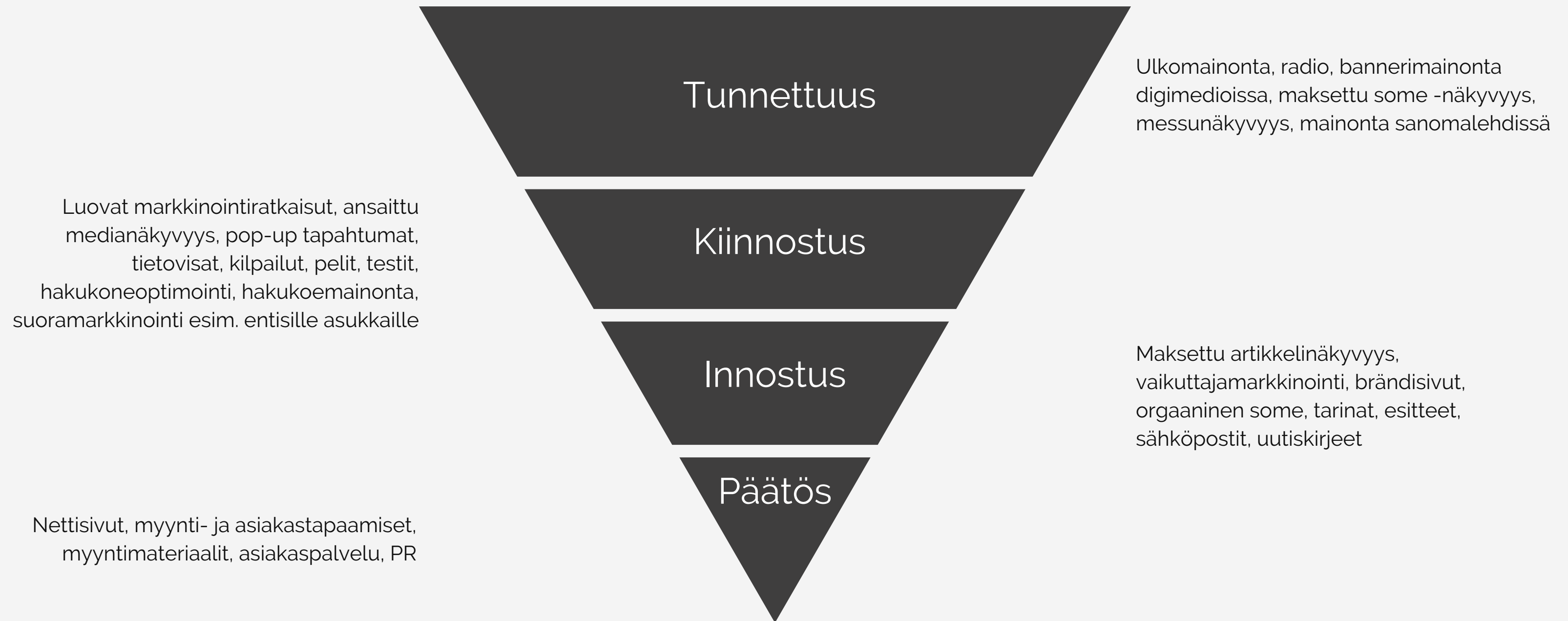
Visit Somero

ERILLISBRÄNDIT

Erillisbrändit ovat kaupunkikonserniin kuuluvia yhtiötä tai niiden hallinnoimia ja markkinoimia palveluita, joilla on omat itsenäiset ilmeensä. Niiden ei tarvitse olla täysin linjassa kaupunkibrändin kanssa, jota kuitenkin suositellaan.

Someron Vesihuolto Oy
Someron Lämpö Oy
Someron Talkkarit Oy
Koy:t, Lamminniemen
Hyvinvointikeskus Oy
Someron Liikunta ry
Someron Kulttuuri ry

Kanavat





osa 2

brändikonsepti

Yllättävä Somero



Yllättävä Somero

Someroa ei tunneta kovinkaan hyvin. Siksi jokainen Somerolle tuleva yllättyy nähdessään mitä kaikkea sillä on tarjota.

Somero yllättää niin potentiaalisen asukkaan, yrityspäätäjän kuin matkailijankin.

Slogan



Juttu tääl onnistuu

Slogan kuvaa kaupungin identiteettiä ja arvomaailmaa: Somero suhtautuu avoimesti ja myönteisesti kehitykseen ja yhteisönsä palvelemiseen. Se on myös palvelulupaus: Somerolla asiat onnistuvat, oli kyse sitten asumiseen, yrittämiseen tai matkailuun liittyvistä asioista.

Slogan myös kertoo somerolaisten mentaliteetista: somerolaiset ovat tekijäkansaa, ja yhteen hiileen puhaltaminen on heille tärkeää, jopa itsestään selvää. Yrittäjäyys on somerolaisilla vahvasti verissä, ja palvelutarjonta onkin siksi huippuluokkaa – ja myös somerolaisten suosiossa. Somerolaiset ovat sitkeitä, rohkeita ja optimistisia: tarmoa löytyy mitä hullumpien ideoiden eteenpäin viemiseen.

Ydinviestit



SOMERO ON...

MONIPUOLINEN

Somerolla on todistetusti kokoonsa nähden paras palvelu- ja vapaa-ajan tarjonta (yksityiset ja julkiset): muista ei löydy esimerkiksi omaa uimahallia, keilahallia, elokuvateatteria ja kuntosaleja. Meillä on myös oma terveyskeskus ja lukio. Somerolla on verrokkikuntiin* nähden korkein työpaikkaomavaraisuus sekä eniten yrityksiä ja työpaikkoja suhteutettuna asukaslukuun. Ja kun puhutaan kaupallisista palveluista, on somerolaistarjonta erittäin monipuolinen – mitä Somerolta ei löydy, sitä et tarvitse.

KAPPALE KAUNEINTA MAASEUTUA

Aikanaan Suomen suurin maatalouspitäjä on vuosien saatossa muovautunut palvelurikkaaksi kaupungiksi, joka edelleen tarjoaa sekä maaseudun vilskettä että kaupungin rauhaa. Somerolta löytyy korpea, harjuja, kangasmetsiä, saven muovaamia notkoja, kallioita, soita, yli sata järveä/vesialuetta, lakeuksia, vehreitä lehtoja - viljavia peltoja unohtamatta... Etelä-Suomen luontoa siis monipuolisimillaan ja parhaimmillaan!

YLLÄTTÄVÄN LÄHELLÄ

Somero on keskellä kaikkea, ja kuitenkin keskellä ei mitään. Helsinkiin, Turkuun ja melkein Tampereellekin hurauttaa tunnissa ja sadan kilometrin säteeltä löytyvät lähes puolet suomalaisista sekä kaikki mitä ihminen ympärilleen tarvitsee: oppilaitokset, työpaikat, kauppakeskukset... Yrityksille rahtiliikenteen keskiössä oleva Somero puolestaan on logistisesti mahtava mahdollisuus.

TEKIJÖIDEN KAUPUNKI

Pienessä mutta pippurisessa maaseutukaupungissa puhalletaan yhteen hiileen ja yritteliäisyys on osa somerolaista perimää. Somerolta on lähtöisin kulttuurin ja urheilun suurnimiä, ja nykyisin Somerolla vaikuttaa lukuisia aktiiveja, joita on kiittäminen monenlaisesta toiminnasta. Somerolaiset ovat tekijäkansaa, ja yhteen hiileen puhaltaminen on heille tärkeää, jopa itsestään selvää.

*Verrokkikuntia ovat 100 km säteellä Helsingistä sijaitsevat maaseudun kunnat ja kaupungit, joissa asukkaita on 5000-10000 ja taajama-aste 50-80%

Arvolupaukset



Somero on maanmainio paikka olla, elää ja yrittää missä elämänvaiheessa tahansa. Me somerolaiset olemme sitkeä ja notkea porukka jolla on rohkeutta tehdä asiat paremmin ja eri tavalla. Vannomme avoimuuden nimeen ja uskomme yhdessä tekemiseen sekä asukaslähtöiseen kehittämiseen.

ASUKKAAT

Jos etsit unelmiesi kotia maaseudulta, täällä saat eniten vastinetta rahoillesi. Me lupaamme parhaan paikan hyvälle elämälle maaseudulla, lähellä kaikkea. Somerolta löydät kappaleen kauneinta maaseutua sekä kaupungin kattavat palvelut - oikeasti.

YRITYSPÄÄTTÄJÄT

Jos haet uutta paikkaa yrityksellesi, kelpaa sinun tuoda laajakaistasi Somerolle: kun sadan kilometrin säteeltä löytyvät tärkeimmät lentokentät ja satamat, sekä lähes puolet suomalaisista, voisi sanoa jo olevansa keskellä kaikkea. Meillä vallitsee tekemisen meininki, ja meitä kiinnostaa aidosti mitä yrityksille kuuluu haluten tarjota niille hyvän kasvualustan.

MATKAILIJAT

Matkailijalle Somero tarjoaa seikkailuja moneen makuun ja kaiken ikäisille: itsensä haastaminen kahdenkymmenen metrin korkeudessa, kellohelmojen hypistely, lehmien ihastelu notkomaisissa, naisten haku tanssilavalla, kulttuurielämys kartanossa, yöpyminen taivasalla, kesätorin hulinaa... Nähtävää ja koettavaa riittää yllättävän paljon, yllättävän läheltä.



Bränditarina

Keskeltä Suomen kauneinta maaseutua, suurten kaupunkien kainalosta löytyy pieni ja pippurinen kaupunki nimeltään Somero. Tämän aikoinaan Suomen suurimman maatalouspitäjän juuret ovat syvällä hämäläisessä maaperässä, ja vuosien saatossa siitä on muovautunut palvelurikas kaupunki, joka edelleen tarjoaa sekä maaseudun vilskettä että kaupungin rauhaa. Nykyään se on maanmainio paikka olla, elää ja yrittää missä elämänvaiheessa tahansa.

Somerolaiset ovat sitkeää ja notkeaa kansaa, joilla on saappaat syvällä Varsinais-Suomen savessa, jsekä rohkeutta tehdä asiat eri tavalla ja paremmin kuin muut. Nykypäivän Somero on rakentunut kaskenpolttajien kovalla työllä ja raudanlujalla asenteella, eikä siis ihme, että yritteliäisyys on osa somerolaisten perimää. He ovatkin todellista tekijäkansaa, jolle yhteen hiileen puhaltaminen on tärkeää, jopa itsestään selvää.

Somero on sopivasti keskellä kaikkea, ja kuitenkin tarvittaessa keskellä ei mitään. Jos etsit unelmiesi kotia tai kesäpaikkaa maaseudulta, läheltä Helsinkiä, täällä saat eniten vastinetta rahoillesi. Me lupaamme parhaan paikan hyvälle elämälle maaseudulla, lähellä kaikkea.

Somerolta löydät kappaleen kauneinta maaseutua sekä kaupungin kattavat palvelut - oikeasti.



osa 3

Brändi-identiteetti

Millainen on Somero

Persoona



Somero on altavastaaja, joka vielä todistaa olevansa parempi kuin muut. Siis vähän kuin se eräs luokan nurkassa kyyhöttävä, joidenkin ehkä vähän junttinakin pitämä oppilas. Hän on kyllä fiksu ja hänellä olisi paljon annettavaa, mutta sitä moni ei ole huomannut – siis vielä, mutta tähän tulee muutos. Tyyppinä se on siis sympaattinen, mutta aliarvostettu, ja siksi urhea ja sitkeä. Se on aito, omaperäinen, rento ja reilu.

AVOIN

Somero ei turhaa hienostele vaan on oma itsensä: se on aito, avoin ja reilu. Se puhuu asioista niiden oikeilla nimillä, eikä panttaa tietoa. Somero käy mielellään vuoropuhelua muiden kanssa ja on avoin uusille ehdotuksille ja ideoille.

KEHITYS- MYÖNTEINEN

Somerolla on katse tulevaisuudessa. Se ei muutoksia kavahda, vaan kehittää itseään ja ympäröivää maailmaa tarmokkaasti ja innostavasti muut huomioiden.

YHTEISÖLLINEN

Somerolle on tärkeää sitä ympäröivät ihmiset ja yhteisöt. Se on sosiaalinen ja usein asettaa muiden tarpeet omiensa edelle. Somero vannoo yhteistyön nimeen ja haluaakin tehdä sitä aina ja kaiken aikaa. Se on ylpeä omistaan ja myös näyttää sen.

ASIAKAS- LÄHTÖINEN

Asukkaat ja yhteisöt ovat Someron suurin voimavara – niistä se saa virtaa. Somero haluaa tehdä asukkaidensa ja yhteisöidensä näköisiä päätöksiä. Somero on yllätyksiä täynnä ja aina välillä se onnistuu yllättämään myös asukkaansa!



Miltä Somero kuulostaa?

Äänensävy ja tyyli

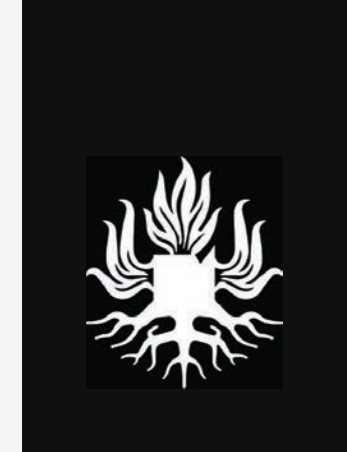


Somero kuulostaa omaperäiseltä ja leppoiselta tyypiltä, joka on itsevarma ja asiantunteva, empaattinen ja avoin.

Someron tone-of-voice eli äänensävy, jolla se puhuu: rento kaveri jolla on pilkettä silmäkulmassa ja kielessään vähän särmää.

- Suora puhuttelu 'meiltä' 'sinulle', keskusteleva rakenne
- Rennon värikkäät sanavalinnat
- Puheenomaisuus
- Rohkeus olla aito

Teksti on värikästä, ilmaisu aitoa ja ihmisläheistä, tarpeetonta virkamiesjargonia vältetään.



Ääni- ja kuvamaailma

Äänimaailmassa hyödynnetään hiljaisuutta, luonnon ääniä (laineet, linnunlaulu, metsän humina) sekä Baddingia, etenkin Paratiisin kohtaa:

"Sinä sanoit menkäämme, Maalle meidän landelle, Mietin nyt juttu tää onnistuu".

Kuvissa ja tarinoissa kaiken keskiössä iloiset ja/tai iloisesti yllättyneet, aidot ihmiset.

Todelliset mielikuvat syntyvät aidoista kohtaamisista.



Lopuksi

Brändi syntyy tarinoista sekä arjen kohtaamisista, joten jokaisella somerolaisella on brändityössä oma roolinsa: jokainen meistä voi toiminnallaan vaikuttaa Someron vetovoimaan, sekä hyvässä että pahassa.

**Olemme kaikki käveleviä
Somero-mainoksia.**

elinkeinoasiantuntija
Tanja Uusitalo
p. 044 7791 282
tanja.uusitalo@somero.fi

Somero

Juttu tääl onnistuu