

2028/07.02.01/2017

ALOITE

Usko, että tekojen kautta tulee voitto!

Me allekirjoittaneet valtuutetut esitämme, että Joensuun Uutisten liitteeksi suunniteltaisiin uusyrityskasvua, osuuskuntatoimintayrittämistä ja uusia suurtapahtumia tukeva, laadultaan hyvätasoinen tapahtuma- ja matkailumarkkinointilehti. Ilmestymisajankohdat; ennen kesäsesonkia ja joulumarkkinointia – esim. toukokuu ja marraskuu.

Esitämme, että lehti toimisi ensimmäisen vuoden ilmaismarkkinointikanavana kaikille uuden yrityksen perustaneille tai tapahtuman toteuttajille.

Hankintakilpailu lehden tekijästä ja ideointiryhmän valinnasta tulisi olla täysin läpinäkyvä, avoin ja paikallisuus ykkösasiana.

Esitämme myös, että lehti tehdään ilman jo yritystoimintaa hallinnoivia järjestöjä ja yhteisöjä.

Markkinointilehden teossa olisi tarjolla erinomainen mahdollisuus hyödyntää myös media-alan opiskelijoiden opinnäytetyötään tekevien osaamista oman toiminnan kehittämisessä.

Joensuun kaupungilla on oma tapahtumapäällikkö ja Ilosaarirock.

Joensuu tarvitsee uusia tekoja; yrittäjyyttä ja työllisyyttä lisääviä, elinvoimaa antavia; musiikin, liikunnallisuuden, luonnon mahdollisuudet huomioivia tapahtumia. Tapahtumia lapsiperheille, ikäihmisille, Tapahtumia vauvasta vaariin, erilaisuudet huomioiden – ylitse seurakuntarajojen!

Joensuun kaupungin aidolla markkinointituella muutos on mahdollista.

Joensuussa 18.12.2017

Jussi Nieminen
Jussi Wihonen
Eero Bogdanoff
Sampsa Jääskeläinen
Anni Järvinen

Marjatta Rätty
Marjatta Rätty, PS

Antti Hakola
Antti Hakola

Marko Haakana
Mentti Juntunen
Alia Dannguber

Kaupunginvaltuusto	§ 161	18.12.2017
Kaupunginhallitus	§ 225	04.06.2018
Kaupunginvaltuusto	§ 95	18.06.2018

Valtuutettu Marjatta Rädyn ynnä muiden valtuustoaloite tapahtuma- ja matkailumarkkinointi - lehdestä Joensuun Uutisten liitteeksi

2028/07.02.01/2017

KV 18.12.2017 § 161

Valtuutettu Marjatta Rätty jätti 18.12.2017 valtuuston puheenjohtajalle valtuustoaloitteen tapahtuma- ja matkailumarkkinointi -lehdestä Joensuun Uutisten liitteeksi.

Valtuustoaloitteen olivat allekirjoittaneet myös Jussi Wihonen, Eero Bogdanoff, Sampsa Jääskeläinen, Anni Järvinen, Osmo Kokko, Marko Haakana, Martti Juntunen ja Alia Dannenberg.

Päätös:

Lähetettiin kaupunginhallituksen valmisteltavaksi.

KH 04.06.2018 § 225

Kaupunginhallitus päätti kokouksessaan 21.12.2017 § 544 siirtää asian hallintopalvelujen viestinnän valmisteltavaksi.

Valtuustoaloitteessa esitetään uuden, laadultaan hyvätasoisen, tapahtuma- ja markkinointilehden suunnittelua. Lehti jaettaisiin kahdesti vuodessa, ennen kesäsesonkia ja joulua, Joensuun uutiset -tiedotuslehden välissä. Lehden tavoitteena olisi tukea uusyrityskasvua, osuuskuntatoimintayrittäjyyttä ja uusia suurtapahtumia. Aloitteessa esitetään, että lehti toimisi ensimmäisen vuoden ajan ilmaismarkkinointikanavana kaikille uuden yrityksen perustaneille tai tapahtuman toteuttajille. Hankintakilpailutuksen tulisi olla avoin ja lehden tekemisessä voitaisiin hyödyntää media-alan opiskelijoita.

Tämän tyylistä tapahtuma- ja markkinointilehteä ei toteuteta tällä hetkellä Joensuun kaupungin toimesta.

Matkailumarkkinoinnin trendit

Matkailumarkkinointi, kuten markkinointi yleisesti, digitalisoituu voimakkaasti. Verkkomyynnin ja mobiilikäytön kasvu, online matkatoimistot, kuluttajistuminen ja suosittelumarkkinoinnin kasvava merkitys sekä analytiikka, markkinoinnin kohdennus ja automaatio ovat esimerkkejä matkailumarkkinoinnin uusista mahdollisuuksista. Asiakkaan palvelupolun kehittäminen digitaalisessa ympäristössä tuotteiden esittelystä ostotapahtumaan on ensisijaisimpia toimenpiteitä (TEM 2015: Matkailumarkkinoinnin tilanne).

Matkailijat tukeutuvat yhä enenevässä määrin päätöksenteossaan toisten matkailijoiden arvioihin ja kokemuksiin kohteesta tai palvelusta. Tällöin

puhutaan suosittelumarkkinoinnista, jossa korostuvat digitaaliset kanavat: sosiaalisen media ja erilaiset verkkosivut, joissa voidaan antaa palautetta saadusta palvelusta tai tuotteesta.

Kotimaan matkailukohteen valinta

Taloustutkimuksen tutkimuksen mukaan idea viimeisimpään kotimaan kaupunkilomaan vuonna 2017 saatiin sukulaiset ja tuttavat 55 %, aikaisemmat kokemukset 39 %, internet-sivustot 10 %, sosiaalinen media 5 %, sanoma- ja aikakauslehdet 4 % ja matkaesitteet 2 %.

Käytetyimmät tietolähteet viimeisimmän kotimaan kaupunkiloman suunnittelussa vuonna 2017 olivat internet-sivustot 46 %, aiemmat kokemukset 17 %, sukulaiset/tuttavat 14 %, sosiaalinen media 7 %, matkaesitteet 3 % ja sanoma- ja aikakauslehdet 3 %. (Taloustutkimus 2017: Suomi tänään).

Joensuun uutiset -tiedotuslehti

Joensuun uutiset jaetaan Joensuussa asuville ilmaisjakelulehti Karjalaisen Heilin välissä ja ykköskantoja niihin talouksiin, joihin Heiliä ei jaeta. Lehti ei tavoita matkailijoita, jotka suunnittelevat kotimaanmatkailua, ja saapuvat Joensuuhun jakelun ulkopuolelta. Heidän tavoittamiseksi ensisijainen valinta ovat digitaalinen markkinointi ja suosittelumarkkinointi, jota tuetaan paikan päällä jaettavalla aineistoilla. Tähän tarkoitukseen ehdotettu lehtituote sopii.

Joensuun matkailumarkkinoinnin kehittäminen

Joensuun kaupungin matkailumarkkinoinnin järjestäytyminen suunnitellaan vuoden 2018 aikana. Joensuun matkailumarkkinoinnin kehittämiseksi tärkeimpiä ensisijaisia valintoja ovat digitaalisten palvelupolkujen hyödyntäminen yhdessä sisältö- ja suosittelumarkkinoinnin kanssa sekä analytiikan ja sen pohjalta tehtävän kehitystyö. Tehtävien kanavavalintojen tulee pohjautua saatavilla olevaan tutkimustietoon, yleisiin trendeihin ja analytiikkaan. Suunnittelussa on otettava huomioon myös kustannustehokkaat ja asiakkaat tavoittavat kanavat.

Kaupunginverkkosivu-uudistuksessa on otettu huomioon matkailijoille suunnatun sivuston kehittämistarve. Parhaillaan kaupunki tekee sosiaalisen mediassa suosittelijamarkkinointikampanjaa #myjoensuu, jossa osallistetaan kaupunkilaisia ja täällä matkaavia jakamaan valokuvia Joensuusta.

Ehdotettu tapahtuma- ja matkailumarkkinointilehti tukisi kesän matkailuseasonkia paikallisesti. Tällöin se pitäisi linkittää jatkumoksi kautta esittelevään digitaalisen markkinointiin. Lehden jakaminen joensuulaisiin talouksiin tukisi kaupunkilaisten tietoutta tulevan kauden tapahtumista- ja matkailumahdollisuuksista, jolloin kaupunkilaiset olisivat valmiimpia kertomaan tuttavilleen Joensuun tarjonnasta.

Tuotteen ensimmäinen mahdollinen julkaisu voisi olla vuoden keväällä 2019 ja vaatisi noin 30 000 euron määrärahan varaamisen per lehti. Kokonaiskustannukseen vaikuttaa myös painosmäärä. Tuotteen konseptointi ja visuaalinen ilmeen suunnittelu 5 000 euroa, sisällöntuotanto 6 000, valokuvat 6 000 euroa, taitto 2 000 euroa ja painokustannukset 7 000 euroa.

Ehdotus kaupungin kustantaman tapahtuma- ja matkailumarkkinointilehden toimimisesta ilmaismarkkinointikanava yrityksille vääristää paikallista markkinatilannetta ja olisi haitallinen paikallisille mainostilaa tarjoaville yksityisille toimijoille. Kaupungin hankinnat kilpailutetaan julkisina hankintoina Pohjois-Karjalan hankintatoimen kautta tai työ tehdään olemassa olevien sopimustoimittajan kanssa.

Opinnäyte- ja harjoittelupaikkojen tarjoaminen opiskelijoille on tärkeää. Kaupungin viestintään otetaan harjoittelijoita töihin tapauskohtaisesti ja tarpeen mukaan. Yhteistyön tiivistäminen alueen oppilaitoksiin on yksi toiminnan vahvistamisen muoto.

Yhteenveto

Ensisijaisesti kaupungin matkailumarkkinoinnin toimenpiteitä ja resursseja tulisi katsoa kokonaisuutena ja valita tämän perusteella sopivat kanavat ja tuotteet.

Tämä työ linkittyy uusien matkailutuotteiden, tapahtumien ja palveluiden kehittämiseen alueella ja asiakaskokemuksen parantamiseen, joka kasvattaa suosittelijamarkkinoiden määrää. Tätä työtä tehdään parhaillaan muun muassa Elinvoimaa tapahtumista -hankkeessa. Tärkeää on yhteistyö paikallisten matkailuyrittäjien ja matkailuun sopivien palvelujen tarjoajien kanssa

Valmistelija: viestintäpäällikkö Reeta Knuuti

Kaupunginjohtajan päätösehdotus:
Kaupunginhallitus ehdottaa, että kaupunginvaltuusto päättää

merkitä edellä olevan vastauksena valtuutettu Marjatta Rädyn ja muiden valtuustoaloitteeseen ja todeta aloitteen loppuun käsitellyksi.

Päätös:
Hyväksyttiin yksimielisesti.

KV 18.06.2018 § 95

Ehdotus:
Kaupunginhallitus ehdottaa, että kaupunginvaltuusto päättää

merkitä edellä olevan vastauksena valtuutettu Marjatta Rädyn ja muiden valtuustoaloitteeseen ja todeta aloitteen loppuun käsitellyksi.

Keskustelu:
Asiassa käytiin keskustelu, jossa yksi valtuutettu käytti puheenvuoron.

Keskustelussa ei tehty päätösehdotuksesta poikkeavia esityksiä.

Päätös:
Hyväksyttiin yksimielisesti.