

Limingan uudenlainen markkinointi ja sisällöntuotanto / Valtuustoaloite

KV 10.06.2024 § 54

Limingan Kokoomuksen valtuustoryhmän aloite:

Googlettamalla mistä Liminka tunnetaan, saadaan ensimmäisenä vastaus sekä linnuista että luonnosta, meidän ollen myös vetovoimainen ja vireä kasvukunta. Meille kaikille tuttua kauraa.

Visit Limingan sivuilta nostona kohta, jossa mainostetaan täältä löytyvän tekemistä, näkemistä ja kokemista kaikenikäisille.

Limingan Kokoomus esittää, että näinä päivinä kun joka momentilta pitäisi löytää säästöjä. Kunta tarkastelisi mahdollisuutta tulevissa kuntaa markkinoivissa mainoskampanjoissa, ennemmin kuin ostetaan palvelut kunnan ulkopuolelta - aktivoitaisiin Liminkalaiset järjestöt, urheiluseurat, höntsäporukat, eläkeläisryhmät, koululuokat, moottoripajat, bändit ja muut kimpat tuottamaan videopätkiä vaikkapa esimerkinomaisesti tyyliin ”minun Liminka on...”

Tällaisella lähestymiskulmalla, tietämättä vielä tulevia markkinointibudjetteja, voitaisiin porkkanaksi heittää sopiva kompensatio jokaisesta valmiiseen tuotokseen tulevasta sekunnista tehneelle taholle. Menettelyllä saataisiin käytettävä budjetti pidettyä pääosin emäpitäjässä kuten myös Visit Limingan teksteille tekemisestä, näkemisestä ja kokemisesta omilta kuntalaisilta videoevidenssiä.

Selvitettäviä kohtia:

- Miten iso osa kunnan markkinointibudjetista voitaisiin käyttää tähän esitykseen?
- Kuinka moni yhdistys/toimija olisi kiinnostus saamaan tuloja tätä kautta? Otetaan
 - yhteyttä Liminkalaisiin yhdistyksiin ja eri ryhmiin eri kanavia käyttäen: Kunnan
 - järjestämät työpajat, facebook, whatsApp-ryhmien ,puhelimitse..
- Sisällön viimeistely ja siihen tarvittava resursointi?
- Voisimmeko pienentää nykyistä markkinointibudjettia?

Limingassa 10.6.2024

Minna Rautio

Jenni Kujala

Kristian Ruotsalainen

Juuso Raitio

Matti Kahilakoski

Päätös

Aloite lähetetään kunnanhallitukselle valmisteltavaksi.

KH 19.08.2024 § 187

Valmistelija

Elinvoimajohtaja Teemu Haapala, p. 044 577 9037,
teemu.haapala@liminka.fi

Kokoomuksen valtuustoryhmä on esittänyt, että kunnan videomarkkinoinnissa ruvettaisiin enemmän hyödyntämään paikallisten järjestöjen, porukoiden ja ylipäättään liminkalaisten tuottamaa videomarkkinointimateriaalia. Teemana voisi olla vaikkapa ”minun Liminkani on...”.

Joukkoistamisen ajatus on erinomainen ja paikallisella, ei-ammattimaisella tuotannolla saataisiin rouheita ja autenttisia videoita Limingan markkinointiin. Ajatus on hyvin kannatettava.

Limingan kunnan markkinointibudjetti on hyvin pieni – niin euroiltaan kuin verrattuna moneen muuhun alueen kuntaan. Lisäksi on myös hyvä huomata, että kunnan markkinointibudjetista valtaosa kuluu mainosajan ja -paikan hankintaan, ei sisällöntuotantoon. Vuosittain sisällöntuotantoon käytettävä raha on hyvin pieni, vaikka sitä on voitu joinakin vuosina hieman kasvattamaan hankkeiden viestintäbudjettien avulla.

Sisällöntuotanto tehdään tällä hetkellä hyvin pitkälti kunnan omilla resursseilla, samoin esim. some-viestintä tapahtuu täysin kunnan omien resurssien avulla. Tiettyihin mainoksiin ja produktioihin käytetään ulkopuolista apua, jotta kun ammattilaiset tekevät osan sisällöstä, säästyy omaa resurssia muihin viestinnän osa-alueisiin.

Lisäksi on hyvä huomata, että kunnan markkinointibudjetista ja kunnan omasta resurssista menee myös nettisivujen ylläpito, kehittäminen ja sisällöntuotanto kokonaisuudessaan, samoin VisitLiminka -brändin ja sivuston osalta.

Näin ollen on todettava, että paikallisella, 3. sektorin videotuotannolla ei markkinointibudjettiin saada juurikaan säästöä. Lisäksi on tärkeää huomioida, että mikäli tuotantoja ryhtyy tekemään ei-ammattilaiset, niin videoiden suunnittelu, editointi, läpikäynti, jne. vaatii hyvin suurella todennäköisyydellä enemmän aikaa viestinnän sisäisiltä resursseilta, kuin ammattilaisten kanssa tehtynä, joka on sitten työaikana pois muusta tekemisestä.

Mutta! Ajatus on niin hyvä, että Limingan kunta haluaa lähteä kokeilemaan, millaisia lopputuloksia tällainen toimintamalli voisi tuottaa! Esitämme, että vuoden 2025 aikana pilotoidaan muutaman 3. sektorin tahon kanssa toimintamallia ja otetaan siitä oppia, niin että tulevina vuosina (2026->) voitaisiin hyödyntää tätä mallia entistä enemmän. On hyvä muistaa, että vuonna 2026 olemme Euroopan kulttuuripääkaupunki ja vuonna 2027 Limingan kunta täyttää pyöreitä vuosia (550 v.) eli erinomaisia mainosmateriaaleja tullaan tarvitsemaan. Pitäen mielessä videomateriaalien loppuunsaattaminen ja jakelu sekä mainosaikaan ja -paikkoihin kuluvat kustannukset.

Kääritään siis hihat aloitteen mukaisesti vuonna 2025 pilotin merkeissä!

Esittelijä

Kunnanjohtaja Rajala Pekka

Päätösehdotus

Kunnanhallitus hyväksyy valtuustoaloitteeseen annetun vastauksen ja antaa sen edelleen valtuustolle tiedoksi.

Päätös

Kunnanhallitus hyväksyi esityksen yksimielisesti.

KV 26.08.2024 § 64
535/00.05.01/2024

Päätös

Kunnanvaltuusto merkitsi tiedoksi vastauksen valtuustoaloitteeseen.