



10.06.2019

Asia/6

§ 25

Brändikonseptin ja markkinointistrategisten linjausten tilannekatsaus

HEL 2018-001061 T 00 01 01

Päätös

Kaupunginhallituksen elinkeinojaosto merkitsi tiedoksi brändin ja markkinointistrategisten linjausten tilannekatsauksen ja suosittaa etenemistä:

- brändityön edistämisen osalta
- brändi-ilmeen jalkautuksen etenemisen osalta ehdotetun mukaisesti liikelaitosten ja tytäryhtiöiden sekä muiden toimijoiden osalta
- kaupunkiyhteisen brändikoordinaatioryhmän perustamisen suhteen.

Käsittely

Asian aikana kuultavina olivat viestintäjohtaja Liisa Kivelä ja markkinointipäällikkö Sanna Forsström. Asiantuntijat poistuivat kuulemisensa jälkeen kokouksesta.

Esittelijä

elinkeinojohtaja
Marja-Leena Rinkineva

Lisätiedot

Sanna Forsström, markkinointipäällikkö, puhelin: 09-310 22433
sanna.forsstrom(a)hel.fi

Muutoksenhaku

Muutoksenhakukielto, valmistelu tai täytäntöönpano

Päätösehdotus

Päätös on ehdotuksen mukainen.

Esittelijän perustelut

Brändi- ja visuaalisen ilmeen jalkautustyön edistämällä vahvistetaan kaupungin kansainvälistä vetovoimaa sekä vahvistetaan kaupungin toimijoiden tunnistettavuutta ja mielikuvaa yhtenäisenä toimijana. Samalla kehitetään kaupungin omia toimintamalleja ja vahvistetaan kaupungin mielikuvan rikastumista markkinoinnillisin keinoin. Kaupunkia rakennetaan päivittäin jokaisessa brändikohtaamisessa yhdessä helsinkiläisten kanssa paikallisyhteisöä samalla kasvattaen.



10.06.2019

Asia/6

Taustaksi brändi- ja markkinointistrategisten linjausten edistämisen osalta tuodaan esiin aiempi päätöksentekohistoria asiaan liittyen. Helsingin kaupunginhallitus kehotti 20.5.2013 talous- ja suunnittelukeskusta valmistelemaan yhteistyössä kiinteistöviraston, kaupunkisuunnitteluviraston ja hallintokeskuksen viestintäosaston kanssa ehdotuksen kaupunkimarkkinoinnin kehittämisestä toukokuun 2014 loppuun mennessä. Kaupunginhallitus hyväksyi kehittämissuunnitelman 2.6.2014 käsittelyssä, joka sisälsi ehdotuksen markkinointistrategian ja brändityön käynnistämisestä. Helsingin kaupungin markkinointistrategiset linjaukset ja brändikonsepti hyväksyttiin kaupunginhallituksessa 23.5.2016. Päätöksen jälkeen käynnistettiin kaupungin uuden visuaalisen ilmeen suunnittelu, joka oli markkinointistrategiassa määritelty yhdeksi keskeiseksi kohteeksi. Päätöksen uuden ilmeen käyttöön ottamisesta teki Helsingin kaupunginjohtaja Jussi Pajunen johtajistokäsittelyssä 5.4.2017.

[Lue lisää](#)

Helsingin brändin lanseerauksen vaiheet 2016–2019

Vuosina 2016-2017 tehtiin brändikonseptin ja markkinointistrategisten linjausten viestimistä sidosryhmille ja toteutettiin erilaisia pilottiprojekteja.

Visuaalisen ilmeen lanseeraus sisäisille ja ulkoisille sidosryhmille aloitettiin kesäkuussa 2017 kaupungin organisaatiouudistuksen yhteydessä. Toukokuuhun 2019 mennessä on visuaalisen ilmeen jalkautuksen osalta edetty tehokkaasti kaupungin peruspalveluiden osalta. Vuonna 2019 edetään visuaalisen ilmeen jalkautuksen suhteen liikelaitosten kanssa yhteistyössä.

Brändin rakentamisen sisäinen lanseeraus henkilöstölle aloitettiin elokuussa 2017 muun muassa työntekijälähtöisyyden ja palvelulupauksen tietoisuuden lisäämisen toimenpiteiden kautta. Kaupunginkanslian organisaatiouudistus ja uuden viestintäosaston ja sen alla toimivan markkinointiyksikön muodostaminen ajoittui vuosille 2018-2019. Kaupunginkanslian toimintasäännössä linjataan, että markkinointiyksikön toimialaan kuuluvat markkinointi, tapahtumallisuuden kehittäminen, tapahtumat, kaupungin brändin johtaminen sekä kaupungin visuaalisen ilmeen ohjaus.

Brändihierarkian edistäminen

Brändihierarkia on malli, jonka avulla kuvataan Helsinki-brändiin vaikuttavien kaupungin sisäisten ja ulkopuolisten toimijoiden välisiä suhteita ja rooleja. Sen avulla erotellaan myös erilaisille kohderyhmille suunnattuja ja eri tavoin kohdennettuja sisältöjä. Brändihierarkia toimii apuväli-



10.06.2019

Asia/6

neenä ennen kaikkea kaupungin eri organisaatioiden visuaalisen identiteetin sekä viestinnän ja markkinoinnin suunnittelussa. Tavoitteena on visuaaliselta identiteetiltään mahdollisimman yhtenäinen Helsinki-brändi.

Brändihierarkian osalta on edetty Helsingin kaupungin peruspalveluiden osalta tehokkaasti. Vuonna 2019 edetään brändihierarkialinjauksiin koskien tähän mennessä määrittelemättömiä asioita kuten tytäryhtiöiden tai kumppaneiden kiinnittymismallia Helsingin brändiin. Tavoitteena on brändihierarkian kehittäminen edelleen ja linjausten toteuttaminen helmikuuhun 2020 mennessä sekä niiden toimeenpano.

Brändi-ilmeen edistäminen

Markkinoinnin ja viestinnän vaikuttavuus ja tehokkuus tarkoittavat myös yhtenäisempää visuaalista identiteettiä koko kaupunkiorganisaatiossa. Yhtenäinen visuaalinen identiteetti on vaikuttavin ja samalla kustannustehokkain tapa rakentaa tavoiteltua Helsinki-kuvaa. Kun mahdollisimman moni toimija käyttää yhtenäiseen ilmeeseen pohjautuvia materiaaleja toiminnassaan ja viestinnässään, saadaan toimenpiteille enemmän huomioarvoa ja investoinneille enemmän katetta.

Brändi-ilmeen edistämisen osalta vuonna 2019 edetään liikelaitosten kanssa kohti yhtenäistä identiteettiä. Samalla jatketaan ilmeen työkalujen kehitystä kaupunkiyhteisesti kaupunginkanslian ja toimialojen yhteistyössä. Kaupunginkanslian viestintäosastovetoisia ilmeen linjauksia ja toteutuksia tulevat olemaan brändi tiloissa sekä tapahtumissa.

Helsingin tunnettuuden, vetovoiman ja mielikuvan mittaamisen kehitysuunnitelma valmistuu vuoden 2019 aikana ja varsinainen mittaamisen malli ja mittaus toteutetaan vuoden 2020 aikana. Samalla rakennetaan jatkuva malli mittaamiseen jatkuvuuden varmistamiseksi.

Kaupunkiyhteinen brändin koordinaatioryhmä perustetaan

Kaupunkiyhteinen brändin koordinaatioryhmä perustetaan huolehtimaan brändikehityksen kokonaiskoordinaatiosta. Ryhmä koordinoi brändikehitystä ja toimeenpanoa ja huolehtii sen seurannasta. Ryhmää vetää viestintäosaston markkinointiyksikön päällikkö ja ryhmään kuuluvat brändikehitykseen kytkeytyvät vastaavat toimialoilta, Helsinki Marketingin edustaja ja kaupunginkanslian edustajat elinkeino-osastolta, henkilöstöosastolta ja uudelta osastolta. Ryhmä voi oman harkintansa mukaan muokata kokoonpanoan tarpeen mukaan.

Brändityön polku eteenpäin: tärkeimmät kehitettävät kokonaisuudet



10.06.2019

Asia/6

Vuonna 2019 luodaan brändin ohjausmalli, edistetään brändihierarkian linjauksia ja kirkastetaan markkinoinnin kärkiviestejä. Lisäksi tullaan kehittämään mallia brändin vetovoimaisuuden ja tunnettuuden mittaamiseksi sekä kehitetään edelleen brändin mukaisia markkinointimateriaaleja.

Vuonna 2020 tullaan hyväksymään brändihierarkian linjaukset ja toimeenpanosuunnitelma sekä aloittamaan brändihierarkian jalkautus eri toimijoiden kanssa. Lisäksi toteutetaan brändin tunnettuuden ja mielikuvan mittaus sekä kehitetään edelleen brändin mukaisia markkinointimateriaaleja ja -kokonaisuuksia. Vuonna 2020 aletaan myös pohjustaa markkinointistrategisia linjauksia vuosille 2021-2025.

Hallintosäännön 8 luvun 2 §:n mukaan elinkeinojaosto päättää kansainvälisiä asioita ja kaupunkimarkkinointia koskevista periaatteista sekä seuraa niiden toteutumista.

Elinkeinojaoston kokouksessa asiaa esittelee markkinointiyksikön päällikkö Sanna Forsström ja viestintäjohtaja Liisa Kivelä.

Esittelijä

elinkeinojohtaja
Marja-Leena Rinkineva

Lisätiedot

Sanna Forsström, markkinointipäällikkö, puhelin: 09-310 22433
sanna.forsstrom(a)hel.fi

Muutoksenhaku

Muutoksenhakukielto, valmistelu tai täytäntöönpano

Postiosoite

PL 1
00099 HELSINGIN KAUPUNKI
kaupunginkanslia@hel.fi

Käyntiosoite

Pohjoisesplanadi 11-13
Helsinki 17
<http://www.hel.fi/kaupunginkanslia>

Puhelin

+358 9 310 1641

Faksi

+358 9 655 783

Y-tunnus

0201256-6

Tilinro

FI0680001200062637

Alv.nro

FI02012566