Tornio

Viestintä- ja markkinointi-ohjelma 2030

Tornion kaupunginhallitus 1.6.2026

Tornio

Sisältö

Johdanto **3**

Viestintä- ja markkinointiohjelman tarkoitus **4**

Viestintä **5**

Viestinnän nykytila ja tulevaisuus 6

Ohjelmakauden tavoitteet ja toimenpiteet 7

Toimenpidematriisi, viestintä 8

Markkinointi **9**

Markkinoinnin nykytila ja tulevaisuus 10

Ohjelmakauden tavoitteet ja toimenpiteet 11

Toimenpidematriisi, markkinointi 12

Ohjelman toteuttaminen ja seuranta **13**

Johdanto

Viestintä ja markkinointi rakentavat vahvaa ja yhtenäistä kuntayhteisöä ja edistävät elinvoimaa

Kunnat ovat kuntalaisia varten. Niiden tehtävä on järjestää asukkailleen lakisääteisiä palveluja ja edistää asukkaidensa hyvinvointia ja osallisuutta sekä alueensa elinvoimaa.

Kunnan viestintä tukee demokraattista päätöksentekoa ja toiminnan läpinäkyvyyttä sekä kuntalaisten osallistumismahdollisuuksia ja oikeutta saada tietoa julkisista palveluista, suunnitelmista ja päätöksistä. Viestintä on myös keskeinen johtamisen väline ja sillä on tärkeä rooli kaupungin strategisten tavoitteiden mahdollistajana.

Samalla viestintä on kuitenkin paljon enemmän kuin tiedonvälitystä. Se tuo yhteen erilaisia näkökulmia, luo yhteistä ymmärrystä ja ylläpitää luottamusta kaupungin toimintaan. Asukkaiden yhteenkuuluvuuden tunne, osallisuuden kokemukset, identiteetti ja kotiseutuylpeys rakentuvat arkielämän viestintäprosesseissa.

Tavoitteellisen markkinoinnin ansiosta taas kaupunki ja sen vahvuudet tulevat näkyväksi kilpailussa asukkaista, osaavasta työvoimasta, yrityksistä ja investoinneista, matkailijoista, opiskelijoista ja paluumuuttajista.

Tunnettuus, mielikuvat ja maine vaikuttavat siihen, harkitaanko kaupunkia käynti-, asuin- tai sijoittumiskohteena. Kaupunki, joka tunnetaan ja josta on myönteinen mielikuva, houkuttelee. Ammattimainen, onnistunut markkinointi tuo verotuloja ja on näin kannattava investointi, joka omalta osaltaan vahvistaa kaupungin taloudellista kantokykyä.

Viestinnän ja markkinoinnin keinoin rakennamme vahvaa ja yhtenäistä kuntayhteisöä ja edistämme kotikaupunkimme elinvoimaa.

Viestintä- ja markkinointiohjelman tarkoitus

Viestintä- ja markkinointiohjelma tukee kaupunkistrategian toimeenpanoa

Viestintä- ja markkinointiohjelma perustuu *Rajaton Tornio 2035 – Tornion kaupunkistrategiaan 2026-2030* ja Tornion kaupunkibrändiin.

Viestintä- ja markkinointiohjelma tukee kaupunkistrategian toimeenpanoa ja asettaa tärkeimmät viestinnän ja markkinoinnin kehittämiskohteet tuleville vuosille. Ohjelman tehtävänä on näin kehittää kaupungin viestinnästä ja markkinoinnista näkyvämpää, tavoitteellisempaa, pitkäjänteisempää ja vaikuttavampaa.

Viestintä- ja markkinointiohjelman laatimisessa on hyödynnetty monipuolisesti niin taustakeskusteluja kuin tuoreimpia henkilöstö- ja kuntalaiskyselyjen ja imagotutkimusten tuloksia.

- Taustakeskustelut kaupunginjohtajan johtoryhmässä, toimialojen johtoryhmissä ja kaupunginhallituksessa
- Viestintä- ja markkinointikysely kaupungin henkilöstölle 1/2025
- Verkkosivujen käyttäjätutkimus 4/2025
- Seutukaupunkien vetovoimatutkimus 8/2025
- Viestinnän ja markkinoinnin kehittämissuunnitelma Tornion kaupungille, opinnäytetyö, Lapin AMK 2025
- Muut aineistot: Tornion kaupunkibrändi, Kuntalaistutkimus 2025 (Kuntaliitto), Tornion kaupungin työnantajakuvatutkimus 5/2023

Tornio

Viestintä

Kaupungin viestintä on aktiivista ja monikanavaista. Kehitettävää on kuitenkin esimerkiksi oikea-aikaisessa, helposti saavutettavassa palvelu- ja päätösviestinnässä. Pyrimme vastaamaan kuntalaisten erilaisiin tiedonsaantitarpeisiin muun muassa kehittämällä henkilöstön valmiuksia viestiä omassa työssään.

Viestinnän nykytila ja tulevaisuus

Yhtenäisesti, yhteistyössä, yhteisöllisyyttä rakentaen

Kaupungin viestintä on aktiivista ja monikanavaista ja kehittynyt viime vuosina oikeaan suuntaan. Etenkin sosiaalinen media on vahvistanut viestinnän vuorovaikutteisuutta ja kaupungin läsnäoloa asukkaiden arjessa. Myös päätöksentekoviestintää on vähitellen lisätty.

Uudet digitaaliset sovellukset ja tekoäly parantavat kaupungin edellytyksiä tehdä yhtenäistä, laadukasta, oikein kohdennettua ja asukkaille merkityksellistä viestintää.

Asukkaat toivovat kaupungilta enemmän tietoa esimerkiksi tapahtumista ja vapaa-ajanpalveluista. Myös osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksia tukevaa päätösviestintää tulee edelleen lisätä. Tiedon tulee olla helposti omaksuttavaa ja saatavilla mutkattomasti. Kehitettävää on myös verkkosivujen käytettävyydessä.

Henkilöstö taas toivoo käytännönläheisiä ohjeita, helppokäyttöisiä viestintämateriaaleja ja monipuolista koulutusta. Henkilöstön viestintäosaaminen vaihtelee, viestintäroolit ja -vastuut ovat osin epäselviä ja työarki kiireistä. Kiinnostusta viestintään ja myönteisiä asioita olisi kuitenkin kerrottavana paljon.

Viestintä- ja markkinointiohjelman tavoitteena on kehittää organisaation sisäisiä viestinnän resursseja ja prosesseja, viestintäosaamista sekä keskinäistä yhteistyötä, jotta arjen viestintä on jatkossa yhä helpompaa ja sujuvampaa.

Tätä kautta rakennamme myös toimivaa, avointa ja vuorovaikutteista viestintäkulttuuria, joka pystyy vastaamaan erilaisten kohderyhmien tiedontarpeeseen ja vahvistaa asukkaiden osallisuutta ja yhteisöllisyyttä Torniossa.

Tornio

Viestintä – Ohjelmakauden tavoitteet ja toimenpiteet

Avoin ja vuorovaikutteinen viestintäkulttuuri

Osatavoite 1

Yhteisten resurssien ja osaamisen kehittäminen

Miten?

- Yhtenäisten, brändin mukaisten viestintä- ja markkinointimateriaalien kehittäminen
- Henkilöstön viestintä- ja markkinointi-osaamista vahvistava koulutus
- Strategisen johtamisviestinnän kehittäminen

Osatavoite 2

Arjessa sujuva sisäinen viestintä

Miten?

- Viestinnän ja markkinoinnin keskeisten prosessien ja ohjeiden kuvaaminen
- Viestinnän ja markkinoinnin perehdytysoppaan laatiminen
- Vapaamuotoisen viestintä- ja markkinointiverkoston toiminnan käynnistäminen

Osatavoite 3

Yhteisöllisyyttä ja osallisuutta tukeva asukasviestintä

Miten?

- Verkkosivujen kehittäminen kaupungin tärkeimpänä viestintäkanavana
- Eri asukasryhmien tunnistaminen ja asukasryhmäkohtaisen viestinnän kehittäminen
- Palvelu- ja päätöksentekoviestinnän kehittäminen

Viestinnän ohjelmatason mittarit: Henkilöstön viestintä- ja markkinointikysely, kuntalais- ja päättäjätutkimukset, verkkosivujen käyttäjätutkimus ja verkkoanalytiikka, Väylän käyttäjäanalytiikka, media-analyysit, järjestettyjen koulutusten määrä, ohjelmassa esitettyjen toteutuneiden toimenpiteiden määrä.

Tornio

Toimenpidematriisi, viestintä

Tarkistetaan vuosittain.

Toimenpiteen kuvaus	Vastuutahot	2026	2027	2028	2029	Toteutuu
Osatavoite 1: Yhteisten resurssien ja osaamisen kehittäminen						
Yhtenäisten, brändin mukaisten viestintä- ja markkinointimateriaalien kehittäminen *(brändin mallipohjat ja muu digimateriaali, promotuotteet, uusi mediapankki)*	Viestintä					
Henkilöstön viestintä- ja markkinointiosaamista vahvistava koulutus *(peruskoulutusten sarja, mm. tekoäly, selkeä ja saavutettava kieli, johtamisviestintä)*	Viestintä					
Strategisen johtamisviestinnän kehittäminen *(koulutukset, organisaation muutoskyvyn vahvistaminen viestinnän keinoin)*	Viestintä, HR					
Osatavoite 2: Arjessa sujuva viestintä						
Viestinnän ja markkinoinnin keskeisten prosessien ja ohjeiden kuvaaminen *(sisäisen viestinnän prosessit, keskinäinen yhteistyö, kriisiviestintä, henkilöstökysely)*	Viestintä, HR					
Viestinnän ja markkinoinnin perehdytysoppaan laatiminen *(tavoitteena myös henkilöstön viestintäroolien selkeyttäminen)*	Viestintä, esihenkilöt					
Vapaamuotoisen viestintä- ja markkinointiverkoston toiminnan käynnistäminen *(oto-viestijät, ajankohtaiset teemat, tarpeet ja ratkaisut, sisäinen koulutus)*	Viestintä, toimialat, konserniyhtiöt					
Osatavoite 3: Yhteisöllisyyttä ja osallisuutta tukeva asukasviestintä						
Verkkosivujen kehittäminen kaupungin tärkeimpänä viestintäkanavana *(mobiilikäytettävyys, laadullinen saavutettavuus, käännöstyökalu, analytiikka)*	Viestintä, IT-palvelut					
Eri asukasryhmien tunnistaminen ja asukasryhmäkohtaisen viestinnän kehittäminen *(monikanavaisuus, monikielisyys, muuttajaviestintä)*	Viestintä, toimialat, työllisyyspalvelut					
Palvelu- ja päätöksentekoviestinnän kehittäminen *(päätöksentekoviestinnän ohje, asiakaslähtöiset palvelukuvaukset)*	Viestintä, toimialat					

Tornio

Markkinointi

Kaupunkimarkkinointia on viime vuosina yhtenäistetty ja modernisoitu vahvan Rajaton-brändin pohjalta. Markkinointia tehdään paljon ja monipuolisesti, mutta kokonaisuus on yhä hajanainen. Tavoitteena on kehittää kaupunkimarkkinoinnista suunnitelmallisempaa, pitkäjänteisempää ja vaikuttavampaa.

Markkinoinnin nykytila ja tulevaisuus

Kohti yhtenäistä, vahvaa kaupunkibrändiä

Kaupunkimarkkinointia on Torniossa viime vuosina yhtenäistetty ja modernisoitu osana brändityötä, jonka perustana on lyömätön valtti: rajattomuus. Rajaton Tornio on paitsi kaupunki kartalla myös asenne ja erottamaton osa paikallista identiteettiä.

Seutukaupunkien vetovoimatutkimuksen mukaan Tornion ulkoinen vetovoima kasvaa. Kaupunki paransi sijoitustaan 13 sijaa ja ylsi kärkikymmenikköön vuoden 2025 vertailussa. Tämä kertoo onnistuneesta työstä kaupungin hyvän maineen, tunnettuuden ja houkuttelevuuden vahvistamisessa.

Kaupungin eri yksiköissä ja koko kaupunkikonsernissa tehdään paljon hyvää markkinointia. Markkinoinnin monet osa-alueet asukasmarkkinoinnista myönteisen työnantajakuvan rakentamiseen ja matkailumarkkinoinnista uusien yritysten houkutteluun ovat kuitenkin yhä pirstaleinen kokonaisuus, joka kaipaa selkeää yhtenäistä suuntaa, suunnitelmallisuutta, jatkuvuutta ja pitkäjänteisyyttä.

Asukkaat toivovat enemmän kaupungin ja sen asukkaiden arjesta kertovaa hyvän mielen sisältöä sekä rohkeaa ja tunteita herättävää markkinointia. Henkilöstö taas tarvitsee tukea ja resursseja sekä selkeitä markkinoinnin suuntaviivoja.

Tämä ohjelman tavoitteena on kehittää kaupunkimarkkinointia muun muassa vahvistamalla brändinmukaisuutta, edistämällä henkilöstön ja asukkaiden osallisuutta ja tiivistämällä yhteistyötä kaupunkimarkkinoinnin eri toimijoiden kesken.

Markkinointi perustuu jatkossakin vahvaan brändiin ja aitoihin tarinoihin, jotka kerrotaan kotikaupungistaan ylpeiden torniolaisten omalla äänellä.

Tornio

Markkinointi – Ohjelmakauden tavoitteet ja toimenpiteet

Veto- ja pitovoimainen kotikaupunki

Osatavoite 1

Houkutteleva työnantajakuva

Miten?

- Brändin mukainen rekrytointimarkkinointi
- Arjen onnistumisten viestintä ja henkilöstön ammattitaidon esille tuominen

Osatavoite 2

Pitovoimaa rakentava asukasmarkkinointi

Miten?

- Aktiivinen tapahtumamarkkinointi
- Brändin näkyvyys kaupungin tiloissa, tapahtumissa ja kaupunkiympäristössä
- Asukkaiden osallistaminen kaupunkimarkkinointiin

Osatavoite 3

Kaupunkimarkkinoinnin kehittäminen

Miten?

- Kaupunkimarkkinoinnin toimijoiden yhteistyön edistäminen
- Markkinoinnin tiekartta 2030
- Kaupunkimarkkinoinnin puitesopimus 2027–2030

Markkinoinnin ohjelmatason mittarit: Imago- ja vetovoimatutkimukset, mm. seutukaupunkien vetovoimatutkimus, työnantajamielikuvatutkimus, media-analyysit, toteutuneet markkinointikampanjat, ohjelmassa esitettyjen toteutuneiden toimenpiteiden määrä.

Tornio

Toimenpidematriisi, markkinointi

Tarkistetaan vuosittain.

Toimenpiteen kuvaus	Vastuutahot	2026	2027	2028	2029	Toteutuu
Osatavoite 1: Houkutteleva työnantajakuva						
Brändin mukainen rekrytointimarkkinointi *(avainpaikkojen aktiivinen, monikanavainen digimarkkinointi, messut yms.)*	Viestintä, HR, esihenkilöt					
Arjen onnistumisten viestintä ja henkilöstön ammattitaidon esille tuominen *(mm. yhteinen toimintamalli, blogin aktivoiminen, LinkedIn-viestinnän kehittäminen, työnantajakuvatutkimus)*	Viestintä, HR, toimialat					
Osatavoite 2: Pitovoimaa rakentava asukasmarkkinointi						
Aktiivinen tapahtumamarkkinointi *(mm. tapahtuma- ja harrastuskalenteri, markkinointikampanjat)*	Viestintä, toimialat, Haaparanta					
Brändin näkyvyys kaupungin tiloissa, tapahtumissa ja kaupunkiympäristössä *(kuvauspisteet kaupunkiympäristöön ja tapahtumiin, messu-, tapahtuma- ja muut näkyvyysratkaisut)*	Viestintä, toimialat					
Asukkaiden osallistaminen kaupunkimarkkinointiin *(säännölliset asukasmarkkinointikampanjat 1 x vuosi, Tornio-lähettiläät, osbu)*	Viestintä, toimialat					
Osatavoite 3: Kaupunkimarkkinoinnin kehittäminen						
Kaupunkimarkkinoinnin toimijoiden yhteistyön edistäminen *(mm. Business Tornio, Visit TornioHaparanda ry, Haaparanta, muut)*	Viestintä, EV-työryhmä, Business Tornio					
Markkinoinnin tiekartta 2030 *(ks. yllä, pitkäjänteinen markkinointisuunnitelma yhteistyössä em. toimijoiden kanssa)*	Viestintä, EV-työryhmä, Business Tornio					
Kaupunkimarkkinoinnin puitesopimus 2027 – 2030 *(tarpeiden kartoittaminen, tavoitteiden määrittely, sopimuksen arvo, mahd. kilpailutus)*	Viestintä, hankinnat					

Ohjelman toteuttaminen ja seuranta

Ohjelman toteutuminen edellyttää sitoutumista, vuoropuhelua ja yhteistä näkymää tulevaan

Tässä ohjelmassa korostuvat yhteistyö ja osallisuus. Yhteistyökykymme ja toimiva, poikkihallinnollinen vuoropuhelu ovat ohjelmatyössä olennaisia onnistumisen edellytyksiä. Jokaisen työntekijän työpanoksella on merkitystä, ja ohjelman toteuttaminen on jokaisen työntekijän yhteinen tehtävä.

Ohjelman toteuttamisen kannalta on tärkeää, että kaikki toimialat sitoutuvat edistämään ohjelman tavoitteita ja toimenpiteitä. Toimialojen on tärkeää tunnistaa omia viestintään ja markkinointiin liittyviä tarpeita, kantaa niistä vastuuta ja varata niitä varten tarvittavat resurssit.

On myös tärkeää, että luottamushenkilöt sitoutuvat ohjelman tavoitteiden ja toimenpiteiden edistämiseen ja tukevat niitä johdonmukaisesti päätöksenteon kautta rakentaen myönteistä viestintä- ja markkinointikulttuuria ja yhteistä, jaettua näköalaa tarkoituksenmukaiselle, pitkäjänteiselle viestintä- ja markkinointityölle.

Viestintäpalvelut suunnittelee, kehittää ja koordinoi kaupungin viestintää ja markkinointia kokonaisuutena ja tukee henkilöstöä arjen viestintä- ja markkinointityössä. Viestintäpalvelut myös edistää viestintä- ja markkinointiohjelman toteutumista ja yhteensovittaa sen tavoitteita ja toimenpiteitä kaupunkistrategian ja sen muiden toteuttamisohjelmien tavoitteiden ja toimenpiteiden kanssa (mm. henkilöstöohjelma, digiohjelma).

Viestintäpalvelut seuraa ohjelman toteutumista säännöllisesti yhteistyössä johdon, esihenkilöiden ja luottamushenkilöiden kanssa.

Tornio

Tornion kaupunki
Suensaarenkatu 4
95400 Tornio