

JYVÄSKYLÄN KAUPUNGIN
VIESTINNÄN JA
MARKKINOINNIN LINJAUKSET
2022-2025

Hyväksytty kaupunginhallituksessa 6.6.2022

LINJAUKSET POHJAUTUVAT KAUPUNKISTRATEGIAAN

- Jyväskylän kaupungin viestinnän ja markkinoinnin linjaukset pohjautuvat Jyväskylän kaupungin strategiaan 2022–2025
- Viestinnän ja markkinoinnin keskeisin tehtävä on tukea kaupungin mission – Jyväskylä on kasvava ja kansainvälinen sivistyskaupunki – toteutumista ja läpinäkyväksi tekemistä
- Viestintä ja markkinointi asemoitu strategian kärkien ja niitä toteuttavien ohjelmien mukaisesti
- Taustalla vaikuttavat myös muut linjauspaperit, kuten edunvalvonnan linjaukset, henkilöstötyön linjaukset jne.
- Viestinnän linjaukset hyväksyy kaupunginhallitus

STRATEGIAN ARVOT LUOVAT POHJAN VIESTINNÄN JA MARKKINOINNIN TYYLILLE

- **Inhimillisuus:** Viestintää ja markkinointia tehdään ihmiseltä toiselle. Kunnioitamme vastaanottajaa ja tuotamme sisältöä eri vastaanottajien näkökulmasta esteettömästi, selkeästi ja oikea-aikaisesti.
- **Rohkeus:** Jyväskylän kaupungin viestintä ja markkinointi on rentoa, raikasta ja asiantuntevaa. Jyväskylä erottuu rohkeilla ja positiivisilla avauksilla.
- **Vastuullisuus:** Jyväskylän viestintä ja markkinointi perustuu aina faktoihin – profiloidumme aitojen ja tutkittujen vahvuuksiemme kautta.
- **Avoimuus:** Kerromme asioista ennakoiden ja tuomme esille myös vaikeat asiat. Avoimuus on tie uuden oppimiseen ja jatkuvaan kehittymiseen.
- **Turvallisuus:** Kerromme asioista oikea-aikaisesti ja lisäämme tiedonsaantia palveluista erityisesti silloin, kuin ihmisten tiedontarve on häiriötilanteista johtuen suuri.

VIESTINNÄN JA MARKKINOINNIN LINJAUKSET 2022-2025

1. Jyväskylän kaupungin viestinnän ja markkinoinnin asiantuntijaresurssit on kohdennettu tukemaan strategian tavoitteiden toteutumista
2. Jyväskylän kaupungin viestintä ja markkinointi tuottaa kiinnostavaa sisältöä ajanmukaisissa kanavissa kohderyhmälähtöisesti
3. Jyväskylän kaupungin viestintä ja markkinointi edistää kaupungin veto- ja pitovoimaa
4. Jyväskylän kaupungin viestintä ja markkinointi edistää vuorovaikutusta kaupunkiorganisaation ja asukkaiden sekä muiden sidosryhmien välillä
5. Jyväskylän kaupungin viestintä ja markkinointi edistää tiimi- ja verkostotyötä kaupungin omassa toiminnassa

VIESTINNÄN JA MARKKINOINNIN TEHTÄVÄT OPERATIIVISELLA TASOLLA

- Strateginen viestinnän ja markkinoinnin johtaminen ja kehittäminen
- Strategisten kärkien viestintä ja markkinointi
- Brändityö ja johdon tuki
- Henkilöstöviestintä
- Kansainvälisen viestinnän kehittäminen
- Valmistelu- ja päätösviestintä
- Palveluviestintä ja palveluiden markkinointi
- Häiriötilanne- ja kriisiviestintä
- Verkkoviestintä ml. sosiaalinen media
- Mediaviestintä
- Sidosryhmäviestintä
- Edunvalvonnan viestintä
- Kaupunkimarkkinointi ja mainetyö
- Tapahtumakaupunkimarkkinointi



TEEMME SUOMEN PARASTA
KUNTAVIESTINTÄÄ JA POSITIIVISESTI
EROTTUVAA KUNTAMARKKINOINTIA

JYVÄSKYLÄ 

VIESTINTÄ JA MARKKINOINTI EDISTÄÄ KAUPUNGIN VETO- JA PITOVOIMAA

- Viestimme palveluista ja autamme kuntalaisia löytämään oikeat palvelut oikeaan aikaan. Nostamme esille Jyväskylän vahvuuksia, onnistumisia ja ylpeydenaiheitamme sekä luomme viestinnällä vahvaa me-henkeä.
- Kaupunkimarkkinoinnilla, mainetyöllä ja brändin kehittämisellä tuemme Jyväskylän kasvua, elinvoimaa ja menestystä.
- Vetovoimatyö on valtakunnallista, mutta yhä enemmän myös kansainvälistä viestintää ja markkinointia Jyväskylän vahvuuksista.
- Viestinnän ja markkinoinnin kehittämisen keskiössä on Jyväskylän brändi, joka rakentuu kaikissa kohtaamisissa ja kokoaa yhteen kaupunkiin liitettäviä mielikuvia.
- Jyväskylä-brändin vahvistaminen on suunnitelmallista ja tavoitteellista kaupunkimarkkinointia sekä mainetyötä tunnistetuille kohderyhmille.
- Jyväskylä-brändiä rakennetaan faktoihin perustuen, mielenkiintoa herättävästi, samaistuttavasti, rohkeasti ja ennakkoluulottomasti.

VIESTINNÄN JA MARKKINOINNIN PAINOPISTEALUEET

- **Palveluviestintä** (pohjana kuntalaki)
 - Hyvinvoinnin Jyväskylä (toimivat palvelut asukkaiden hyvinvoinnin tukena)
 - Resurssiviisas Jyväskylä
- **Kaupunkimarkkinointi** (pohjana strategia ja brändidokumentti):
 - Liikuntapääkaupunki Jyväskylä
 - Opiskelijakaupunki Jyväskylä
 - Elinvoiman Jyväskylä
 - Tapahtumakaupunki Jyväskylä
 - Kulttuurikaupunki Jyväskylä
- Palveluviestinnän ja kaupunkimarkkinoinnin tukena toimii keskitetty **verkkoviestintä** mukaan lukien sosiaalisen media
- Kaikkien yhteinen kehittämisaalue **kansainvälinen viestintä** – My International Jyväskylä

PALVELUVIESTINTÄ VARMISTAA OIKEAN PALVELUN LÖYTÄMISEN OIKEAAN AIKAAN

- Palveluviestintää ohjaa kuntalaki, jonka mukaan kunnan tulee antaa riittävästi tietoja kunnan järjestämistä palveluista, taloudesta, kunnassa valmistelussa olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä päätöksistä ja päätösten vaikutuksista asukkailleen ja muille sidosryhmille
- Toimivat palvelut ja avoin sekä vuorovaikutteinen viestintä niistä ovat myös erottuvuustekijä ja ennen kaikkea pitovoimatekijä
- Palveluviestintä luo mielikuvaa toimivasta, turvallisesta ja innovatiivisesta kaupungista, jossa on hyvä asua, elää, yrittää ja tehdä töitä
- Palveluviestinnässä korostuu oikea-aikaisuus ja selkeys
- Palveluviestinnässä ote on positiivinen, mutta myös vaikeista asioista viestitään asukkaille avoimesti ja lisätään siten luottamusta kaupunkia kohtaan
- Toimiva palveluviestintä luo vahvan pohjan erottuvalle kaupunkimarkkinoinnille

KAUPUNKIMARKKINOINTIA TEHDÄÄN VERKOSTOYHTEISTYÖSSÄ

- Kaupunkimarkkinoinnin tehtävä on edistää kaupungin vetovoimaa
- Pohjana kaupungin brändidokumentti, joka valmistui 2 vuotta sitten ja joka päivitetään vastaamaan strategian kärkiä
- Jyväskylä toteuttaa suunnitelmallista ja tavoitteellista kaupunkimarkkinointia ja maineyötä strategian kärkien kautta kohderyhmälähtöisesti, jyväskyläläisiä ilmiöitä esiin tuoden
- Markkinointia tehdään verkostossa, johon kuuluvat Visit Jyväskylä Region, elinkeinoyksikkö, Jyväskylä Sinfonia, kaupunginteatteri, museot jne.
- Strategian kärjistä nostettujen kaupunkimarkkinoinnin teemojen ympärille rakentuvat kaupungin toimijoita laajemmat markkinointiryhmät ja verkostot