



Brändäyssuunnitelma

Taustaa:

- Brändäystyö on jatkumo käynnissä olevalle maakuntastrategiatyölle. Maakuntastrategia luo perustan kaikelle konsernin markkinointiviestinnälle.
- Tarkoituksena on ensi vaiheessa brändätä maakuntakonserni sekä sen palveluista sote-palvelut. Samalla arvioidaan muiden maakunnan palveluiden brändäystyön tarve ja aikataulutus.
- 1. vaiheessa määritellään brändihierarkia ja brändäysprosessien suhde toisiinsa (sisällöllisesti ja aikataulullisesti). Määrittelyssä käytetään markkinointiviestintätoimiston asiantuntemusta (sisällytetään 1. vaiheen tarjouspyyntöön).
- Määrittelyn perusteella laaditaan 2. ja 3. vaiheiden tarjouspyyntö.

Vaiheistus

- VAIHE 1
 - Yhteisen näkemyksen määrittely ja tavoiteasetanta
- VAIHE 2
 - Visuaalinen ilme ja brändikäsikirja
- VAIHE 3
 - Markkinointiviestintästrategia ja -suunnitelma

→ **Vaiheet tarkentuvat valitun markkinointiviestintätoimiston kanssa laaditun prosessin jäsentymisen myötä.**

Vaihe 1: Yhteisen näkemyksen määrittely ja tavoiteasetanta

- Syvennetään ymmärrystä maakuntakonsernin ja siihen kuuluvien palveluiden, konserniyhtiöiden, liikelaitosten ja yksiköiden asemasta ja suhteesta toisiinsa. Syntyneen ymmärryksen pohjalta määritellään yhteinen tavoitetila, johon pyritään.
- Määritellään luotavien brändien määrä ja työn toteutusaikataulu.
- Määritellään brändihierarkia eli brändien väliset suhteet sekä brändäysprosessien suhde toisiinsa (sisällöllisesti ja aikataulullisesti).
- Pohjatutkimukset (asiakkaat, henkilöstö)
- Työpajatyöskentely
- Määritellään erilaisten selvitysten, kuten markkinatilanneanalyysin, tarpeet

Lisäksi määritellään

- brändin sanallinen olemus; sanat, joihin brändi kiteytyy
- brändilupaus eli mitä lupaamme asiakkaillemme
- brändin pääviestit

→ Orientoituminen seuraavaan vaiheeseen: Miltä brändin pitäisi näyttää, tuntua ja kuulostaa?

Vaihe 2: Visuaalinen ilme ja brändikäsikirja

- Logosuunnittelu, typografia ja värit, kuvatyylit, kuvien käyttö, visuaalinen ohjeisto, materiaalisuunnittelu
- Luodaan brändikäsikirja = ohjeisto siitä, miltä uusi maakunta näyttää ja kuulostaa. Se kertoo luodun brändin tarinan, tärkeimmät ominaisuudet, äänensävy ja ohjeistaa visuaalisten elementtien käytön.

Vaihe 3: Markkinointiviestintä-strategia ja -suunnitelma

Määritellään markkinointiviestinnän

- Teemat
 - Kanavat
 - Vastuut ja prosessit
 - Mittarit
 - Toimenpiteet
 - Aikataulu
-
- Lisäksi tarvitaan suunnitelma brändin jalkauttamisesta muutoksessa mukana oleviin organisaatioihin.

Aikataulu

Maaliskuu 2018

- 1. vaiheen kevennetty kilpailutusmenettely (alittaa kynnsarvon)

Huhtikuu 2018

- 1. vaiheen markkinointiviestintätoimiston valinta ja työskentelyn aloittaminen
- 2. ja 3. vaiheiden kilpailutuksen valmistelu
- 2. ja 3. vaiheiden kilpailutuksen käynnistäminen

Toukokuu 2018

- 2. ja 3. vaiheiden markkinointiviestintätoimiston valinta
- 1. vaiheen työskentely valmis
- 2. vaiheen työskentelyn aloittaminen

Kesäkuu 2018: vaihe 2

- 2. vaiheen työskentely jatkuu

Elokuu-syyskuu 2018: vaihe 2

- Ensimmäiset visuaaliset aihiot arvioitaviksi
- Visuaalisen ilmeen jatkotyöstö
- Visuaalisen ilmeen peruselementit käytössä (→ vaaliviestintä)
- Brändikäsikirjan valmistelu
- Vaihe 2 valmis

Lokakuu 2018

- Käynnistetään vaihe 3 (valmis marraskuussa 2018)

Brändiryhmä

- Ryhmän tehtävänä on ohjata brändäysprosessia sekä tehdä työhön liittyviä linjauksia.
- Valmistelee asiat päätöksentekoon.

- Pj. muutosjohtaja Heli Seppelvirta
- Jari Aaltonen
- Harri Jokiranta
- Päivi Leikkola
- Hanne Rantala
- Johanna Sorvettula
- Asko Peltola
- Tanja Penninkangas
- Hanna Uitto
- Harri Setälä