

FULLMÄKTIGEMOTION:

Förslag för att effektivisera marknadsföringen och kommunikationen i Grankulla stad

VALTUUSTOALOITE:

Ehdotus Kauniaisten kaupungin markkinoinnin ja viestinnän tehostamiseksi

COUNCIL MOTION:

Proposal to Enhance the Marketing and Communication of the City of Kauniainen

Motivering: Grankulla står inför stora utmaningar gällande att balansera stadens ekonomi, öka dess attraktionskraft och locka nya skattebetalare. För att uppnå dessa mål krävs en skärpning av den strategi som nu håller på att utvecklas samt effektiv implementering och beslutsfattande. Inget mål kan dock nås utan kommunikation – särskilt extern kommunikation riktad till de aktörer som är avgörande för måluppfyllelsen. Hittills har staden saknat en egentlig marknadsföringsfunktion; kommunikationen har fokuserat å ena sidan på lagstadgad information till invånarna, och å andra sidan på kommunikation och påverkan utifrån politiker och tjänstemäns egna perspektiv. Kommunikation/marknadsföring som betjänar stadens strategiska mål har saknats.

Förslag: Vi undertecknade föreslår att det parallellt med strategiarbetet skapas en tydlig kommunikationsstrategi för Grankulla, med målsättningar och åtgärder. Samtidigt bör resurser reserveras för dess genomförande, med beaktande av stadens begränsade ekonomiska möjligheter. Det handlar om att styra redan existerande resurser till att fungera på ett nytt sätt – många av de befintliga verktygen och kanalerna kan redan nu användas för att uppfylla kommunikationsmålen utan extra kostnader. Viss ny kommunikation kräver dock tilläggsresurser, vilket bör överenskommas separat.

Vi föreslår konkret:

1. Att en marknadsförings- och kommunikationsgrupp bildas. Gruppen ska bestå av representanter från alla partier i en överenskommen proportion, med kompetens inom marknadsföring/kommunikation, och fungera som en styrgrupp för kommunikationen. Genom att använda frivilliga krafter kan kostnaderna för kommunikationsplaneringen hållas på en lägre nivå.
2. Att en långsiktig (valperiodens) kommunikationsplan tas fram. Som underlag för detta krävs:
 - a. Analys av nuläget och önskat läge
 - b. All tillgänglig forskningsdata om intressenternas nuvarande attityder
 - c. Analys av tillgängliga kanaler och resurser
 - d. Planering tillsammans med relevanta instanser inom stadens förvaltning

3. Framtagning av ett konkret handlingsprogram enligt en så kallad rullande princip för de kommande 1–2 åren
4. Resursreservation och budgetering, med beaktande av att så mycket som möjligt ska kunna genomföras med redan budgeterade medel och befintliga verktyg.

Perustelu: Kauniaisten kaupungilla on käsillä suuria haasteita, jotka koskevat kaupungin talouden tasapainottamista, kaupungin vetovoiman kasvattamista ja uusien veronmaksajien saamista kaupunkiin. Näiden tavoitteiden toteutuminen vaatii parhaillaan työstettävän strategian terävöittämistä sekä sen jälkeen myös tehokasta toteutusta ja päätöksentekoa. Mikään tavoite ei kuitenkaan toteudu ilman viestintää, nimenomaan ulkoista viestintää, joka kohdistuu niihin tahoihin, joista tavoitteiden toteutuminen on riippuvainen. Tähän asti kaupungilla ei ole ollut varsinaista markkinointitoimintaa; viestintä on keskittynyt toisaalta lakisääteiseen kaupunkilaisten informoimiseen ja toisaalta poliitikkojen ja viranhaltijoiden omista lähtökohdistaan harjoittamaan viestintään ja vaikuttamistyöhön. Varsinainen kaupungin strategisia tavoitteita palveleva viestintä/markkinointi on puuttunut.

Aloite: Me allekirjoittaneet ehdotamme, että Kauniaisille luodaan strategiatyön rinnalla selkeä viestintästrategia tavoitteineen ja toimenpiteineen. Samalla varataan resurssit sen toteuttamiseen ottaen huomioon kaupungin rajalliset taloudelliset mahdollisuudet. Kyse on siitä, että tavoitteet voidaan saavuttaa ohjaamalla jo olemassaolevia resursseja toimimaan uudella tavalla, ja suuri osa jo käytössä olevista työvälineistä ja kanavista voidaan saada palvelemaan viestinnän tavoitteita ilman lisäkustannuksia. Osittain uusi viestintä edellyttää kuitenkin lisäpanostuksia, joista on sovittava erikseen.

Ehdotamme konkreettisesti:

1. Markkinointi- ja viestintäryhmän perustamista. Ryhmän tulee koostua erikseen sovittavassa suhteessa kaikkien puolueiden edustajista, joilla on markkinointi/viestintäosaamista, ja sen tulee toimia viestinnän ohjeusryhmänä. Vapaaehtoisten voimien käytöllä voidaan viestintäsunnittelun kustannukset pitää alemmalla tasolla.
2. Pidemmän tähtäimen (vaalikauden) viestintäsuunnitelman laadintaa, sen pohjaksi tarvitaan
 - a. Nyky- ja tavoitetilan analyysi
 - b. Kaikki saatavissa oleva tutkimustieto sidosryhmien nykyisistä asenteista
 - c. Käytettävissä olevien kanavien ja resurssien analyysi
 - d. Suunnitelman laadinta yhdessä relevanttien kaupunginhallinnon tahojen kanssa
3. Konkreettisen toimintaohjelman laadinnan ns. rullausperiaatteella 1-2 lähivuodelle
4. Resurssivaraukset ja budjetoinnin, ottaen huomioon että niin paljon kuin mahdollista saadaan toteutettua jo budjetoiduilla varoilla ja olemassaolevilla välineillä.

Justification: The City of Kauniainen is currently facing significant challenges, including balancing its finances, increasing its attractiveness, and bringing in new taxpayers. Achieving these goals requires a sharper focus in the ongoing strategy work, followed by effective implementation and decision-making. However, no goal can be achieved without communication—especially external communication targeted at the audiences that determine the success of these goals. Up to now, the city has lacked a dedicated marketing function; communication has focused on fulfilling statutory obligations to inform residents and on advocacy efforts based on the perspectives of politicians and civil servants. Strategic communication and marketing to support the city's goals have been missing.

Proposal: We, the undersigned, propose that a clear communication strategy with goals and actions be developed alongside the strategic work of the City of Kauniainen. At the same time, resources should be allocated for its implementation, taking into account the city's limited financial capacity. The idea is to redirect existing resources to work in a new way, and many current tools and channels can be repurposed to serve communication goals without additional costs. However, some new communication efforts will require extra resources, which must be agreed upon separately.

We specifically propose:

1. Establishing a marketing and communication group. It should consist of representatives with experience in marketing/communication from all parties in agreed proportions and serve as a steering group for communication. The use of pro bono resources helps keep the costs of communication planning at a lower level.
2. Creating a long-term (election term) communication plan, based on:
 - a. Analysis of the current state and target state
 - b. All available research data on stakeholder attitudes
 - c. Analysis of available channels and resources
 - d. Plan development in cooperation with relevant city administration bodies
3. A concrete action program prepared using a "rolling principle" for the next 1–2 years
4. Allocation of resources and budgeting, with the understanding that as much as possible should be accomplished with already budgeted funds and existing tools.

Marjukka Nyberg