

# Go Iittala Village - hanke

---



# oakhill.

Sales ♥ Marketing

## Iittala Villagen markkinointiviestinnän suunnitelman runko 2021

Iittala Village 23.2.2021

yhteiskehittämisen aamukahvit (teams)

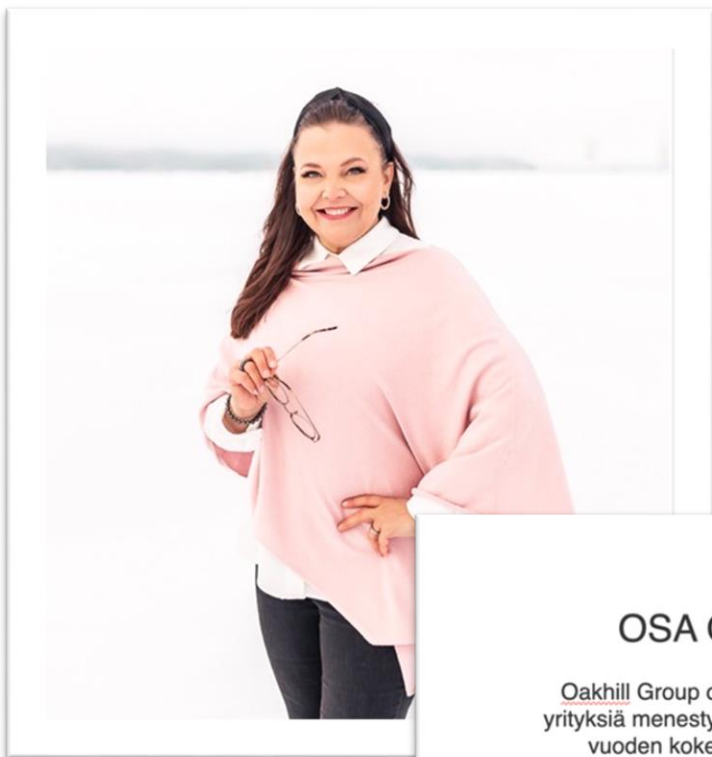


# Aamun ohjelma



1. Pia Niemikotka alkusanat, Go littala Village –hankkeen tavoitteet ja aamun kulku
2. Marika Mesimäki –lyhyt esittely
3. Lähtötilanne ja tavoitteet
4. Matkailumarkkinoinnin perusteet
5. Millaiseen isoon kuvaan liitymme eli matkailun ekosysteemi
  1. Miksi yhdessä tekeminen on tärkeää
  2. Miten digitaaliset kanavat toimivat – mikä on # ja @ ja algoritmi ja miksi niillä on merkitystä
6. littala Village markkinointiviestinnän suunnitelma ja runko
7. Juhlavuoden kampanja – KAIKKI VIESTII – littala lähettiläät
  - Kuka tahansa voi osallistua
  - Tee ainakin nämä 5 asiaa /yhdeksi asiaksi myös suosittelu, jokainen puhuu juhlavuoden sisällöistä ja littalasta hyvää min 5 muulle hlölle
  - Iso yhteinen tavoite
  - Lähdetään markkinoimaan kylä-ilmiötä – yhdessä tekemällä maailman kartalle
8. Vapaata keskustelua ja ideointia!

# Marika Mesimäki



## OSA OAKHILL-ASiantuntijaryhmää

Oakhill Group on asiantuntijoiden perustama ja johtama yritysryhmä, joka auttaa yrityksiä menestymään muuttuvassa markkinassa. Yhtiön johtoa yhdistää lähes 100 vuoden kokemus yrittäjyydestä, liiketoiminnan kehittämisestä, myynnistä ja markkinoinnista, useilta eri toimialoilta.

HÄMEEN  
KAUPPAKAMARI

TAMMI\_DIGITAL

**oakhill.**  
Sales ♥ Marketing

Think Further



**oakhill.**

Sales ♥ Marketing



# Matkailumarkkinoinnista muutama sana





# Matkailijan asiakaspolku



1. Potentiaalinen asiakas haaveilee ja etsii inspiraatiota – tässä vaiheessa kiinnostutaan somen kauniista kuvista, matkabloggarin bloigista tai kaverin jakamasta päivityksestä.
2. Suunnitteluvaiheessa suunnitellaan tarkemmin, etsitään jo tarkempaa tietoa – kysytään kaverilta tai kollegalta vinkkejä, googlataan, käydään somen keskusteluryhmissä ja vierailaan yritysten eri kanavissa.
3. Ostovaiheessa potentiaalinen asiakas on jo valmis tekemään tilauksen verkossa tai tulemaan paikan päälle.
4. Asiakkaan odotukset taas lunastetaan paikan päällä palvelemalla asiakasta hänen tarpeidensa mukaisesti – kaikkien tavoitteena mahdollisimman tyytyväinen asiakas.
5. Jakamisvaihe – Tavoitellaan sitä, että tyytyväinen asiakas jakaa kokemuksensa sosiaalisessa mediassa ja suosittelee eteenpäin!

**oakhill.**

Sales ♥ Marketing

# Miten matkailija löytää kohteita?

---

- Google
- Sosiaalisen median kanavat
- Verkkosivut
- Suosittelut (joko kasvokkain tai somessa)
- Yksittäisen toimijan omat digitaaliset kanavat
- Ansaittu media eli lehtijutut, uutiset jne.
- Maksettu mainonta eri kanavissa
- Ulkomainonta
- Yhteistyökumppaneiden kautta

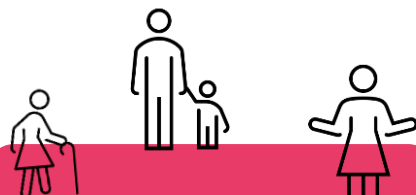
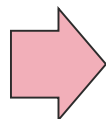




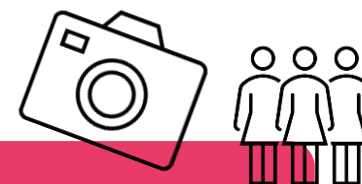
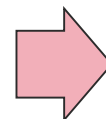
# Markkinoijan muistilista



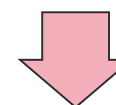
Perusasiat kuntoon:  
Visio, missio ja strategia  
Mitä haluat saada aikaiseksi?



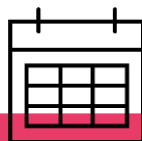
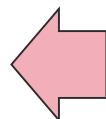
Kohderyhmien määrittely: Kuka on ihanneasiakkaasi?



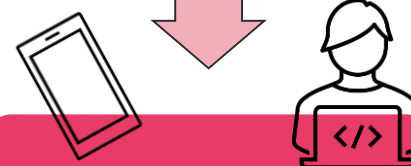
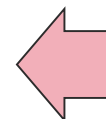
Sisältösuunnitelma:  
Mikä kiinnostaa minun asiakkaitani?



Toteuta suunnitelmaa,  
seuraa tuloksia,  
mukauta toimenpiteitä  
ja toista!



Suunnitelmista toteen!  
Markkinoinnin toimenpiteet kalenteriin, exceliin tmv.



Mistä kanavista tavoitan kohdeyleisöni?

Miksi?

Markkinoinnin tavoitteet

Asiakkaan  
ongelmat ja toiveet

Ratkaisut

Ainutlaatuinen  
Arvolupaus  
USP

Ainutlaatuisuus

Asiakassegmentit

Avainmittarit,  
joilla  
onnistumista  
mitataan

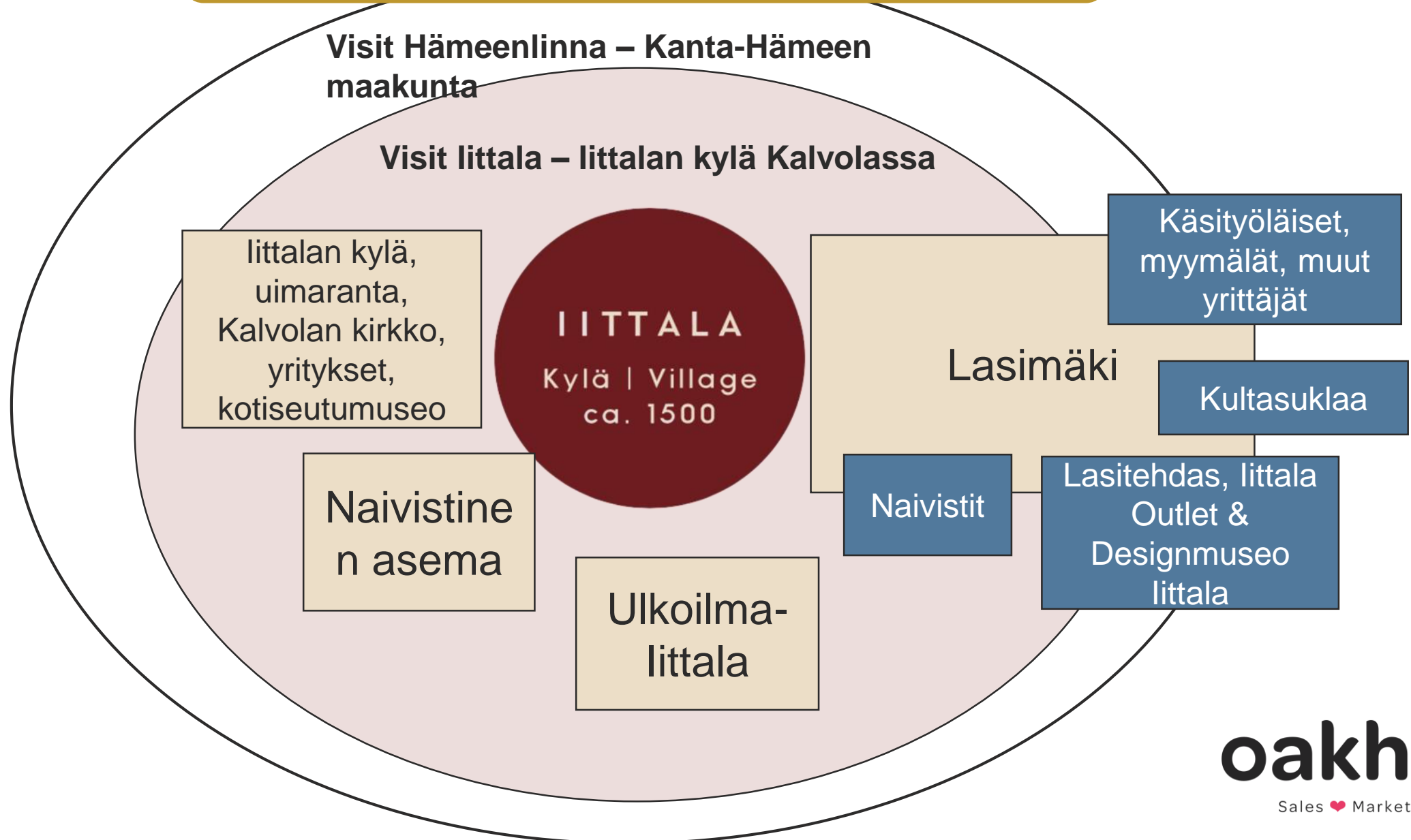
Kanavat

Kylä • the Village  
I I T T A L A •  
ca. 1500

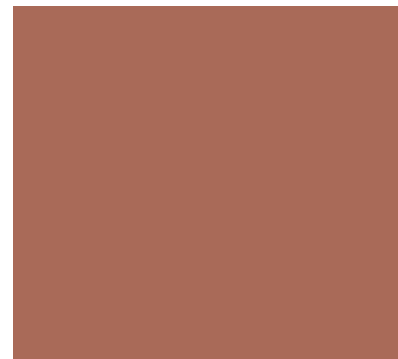
# littala Villagen matkailun ekosysteemi

---

# Visit Finland Lakeland Finland



# Miksi yhdessä tekeminen on tärkeää?



- On koko litalan kylän ja Kalvolan etu, että alueelle tulee kävijöitä, kesäasukkaita, yrittäjiä ja uusia asukkaita eli alueelle saatu ihminen on kaikkien voitto!!

- Yksittäisellä pienellä toimijalla ei ole resursseja saada niin kattavaa näkyvyyttä kuin yhdistämällä voimat

- Kansainvälinen markkinointi vaatii “muskeleita” ja kohderyhmätuntemusta – jätetään se ammattilaisille ja ollaan mukana tekemisessä

**oakhill.**

Sales ♥ Marketing



# Some-kanavat ja niiden toiminta

- Somekanavat näyttävät meille aina sitä tietoa, mistä olemme eniten kiinnostuneita – rakennamme itse itsellemme ”kiinnostuksen kuplaa”
- Löydämme meistä kiinnostuneita asiakkaita somessa tarjoamalla heitä kiinnostavaa sisältöä
- Sosiaalisen media näyttää julkaistuja sisältöjä laajemmalle yleisölle, jos ne saavat heti julkaisun jälkeen huomiota eli niistä tykätään ja niitä kommentoidaan ja jaetaan - HUOMIO – tämä on helppo ja halpa tapa saada Iittalassa toimiville näkyvyyttä – tykätäkää, jakakaa ja kommentoikaa toistenne päivityksiä!
- Yritykset saavat sosiaalisen median kanaville lisäksi parhaiten huomiota käyttämällä päivitysten mainostamiseen vähän maksettua mainontaa



# Sisältömarkkinointi

=

hyvää kiinnostavaa sisältöä + digitaalista  
mainontaa



Yrityksen sosiaalisen median kanavat vaativat maksettua mainontaa näkyäkseen. Algoritmi suosii sellaisia kanavia, joissa käytetään säännöllisesti ja pitkiä jaksoja maksettua mainontaa(\*).

\* Pienikin summa auttaa päivitysten näkyvyyttä, puhutaan noin 20-30 € summista.





# Iittala Villagen markkinointiviestinnän suunnitelma

# Lähtötilanne ja tavoite



- Tavoitteena on lisätä Iittala Villagen markkinointiviestinnän kiinnostusta ja vetovoimaa koko Iittalan kylälle, kaikille sen asukkaille, yrittäjille ja toimijoille.
- Vuoteen 2035 mennessä vuosittain tavoitellaan:
  - minimissään 200 000 kävijää (+10% vuotuinen kasvun kautta)
  - Asukasmäärän kasvu 0,5% per vuosi (n. +30 hlö vuosittain)
  - Uusia pysyviä työpaikkoja 5 htv vuodessa (osa-aikaiset ja kausipaikat yhteenlaskettuna)
  - Kassavirran kasvua 14 Meur/vuosi (200.000 x 70 eur)
  - Arvonnousua ja investointeja
  - Vierailijoiden pidempää viipymää ja lisää vetovoimaa

Lähde: i-Laakso 2030 loppuraportti



# Iittala Villagen brändi ja ydinviestit

# Iittala Village

= Muotoilun, taiteen ja artesaanien kylä



IITTALA  
Kylä | Village  
ca. 1500

# MISSIO

---

- Iittala on tunnettu laadukkaana muotoilun, taiteen ja käsityöläisyyden kylä, joka kiinnostaa sekä kotimaisia että ulkomaisia vierailijoita. Iittala on kutsuva ja helposti lähestyttävä. Koko kylä tekee yhteistyötä ja tuottaa hyvän mielen kohtaamisia.

IITITALA

Kylä | Village  
ca. 1500

# VISIO 2035

---

- Iittala on Suomen nopeimmin kasvava muotoilun, taiteen ja artesaanien kylä, joka houkuttelee koti- ja ulkomaisia vierailijoita ympärivuotisesti.

**oakhill.**

Sales ♥ Marketing



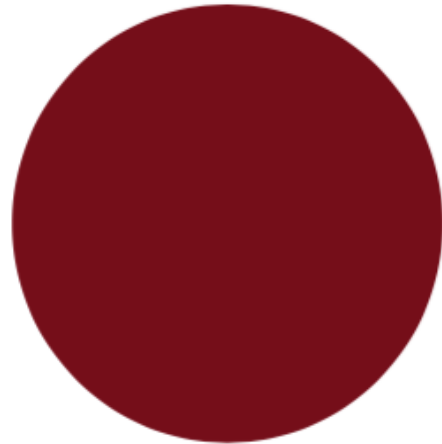
# Visuaalinen ilme

## Väripaletti – Päävärit ja lisävärit

Iittalan kylän väripaletti inspiroituu kylän rakennuksien värimaailmasta.

Päävärejä käytetään ydinasioiden yhteydessä. Lisäväreillä voidaan elävöittää etenkin markkinointi-, tapahtuma- ja sosiaalista viestintää yms. Kun lisävärejä käytetään pienikokoisessa leipätekstissä, voidaan väriä tummentaa lisäämällä siihen 10% mustaa.

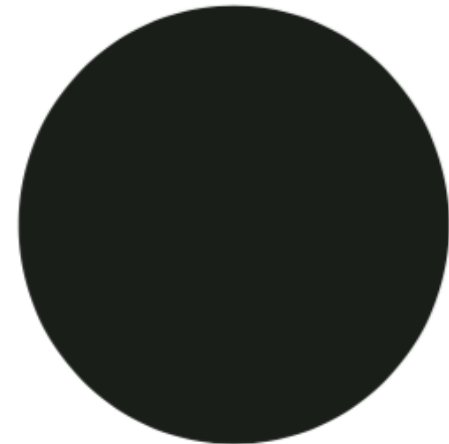
Värikoodit täydentyvät nettisivuprojektin yhteydessä.



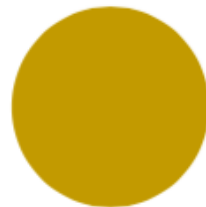
Punamulta  
C29, M100, Y95, K35



Kitinvaalea  
C6, M10, Y18, K0



Räystäänmusta  
C72, M61, Y71, K74



Kartanonkeltainen  
C18, M33, Y100, K7



Vanha roosa  
C20, M54, Y39, K7



Vihervaara  
C58, M31, Y38, K13



Pellavan sininen  
C71, M42, Y16, K2



## Typografia – kunnioittaa litalan lasibrändiä

litalan kylän ilmeen ylätasoa teksteissä, kuten logon, otsikoiden, johdantojen, nostojen ja opasteiden yhteydessä hyödynnetään geometristä, päätteetöntä fonttia, nimeltä Noir, mikä poimii vaikutteita litalan lasibrändistä. Tunnistettava yhteys löytyy esimerkiksi pienen a-kirjaimen muotoilusta.

Typografiaa tulee täsmentää ja täydentää varsinaisten sovellusten suunnittelun yhteydessä esim. nettisivuprojektin aikana.

Fontin voi ladata käyttöön esimerkiksi:  
[www.fontlot.com/8711/noir/](http://www.fontlot.com/8711/noir/)  
[www.myfonts.com/fonts/mindburger-studio/noir/#index](http://www.myfonts.com/fonts/mindburger-studio/noir/#index)

Noir Regular 16 pt

Noir Medium 16 pt

ä ä

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg

Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn

Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu

Vv Ww Xx Yy Zz Ää Öö

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

### Koe litala

Lasimäki on kodikas koko perheen retkikohde keskellä kauneinta Hämettä, 3-tien varrella. litalassa on mahdollista nähdä suomalaisten designklassikoiden synty lähietäisyydeltä sekä tehdä ostoksia ja rentoutua rauhallisen puistomaisessa ympäristössä. Nykypäivä kohtaa myös historian, kun Designmuseo litala johdattaa kävijät tarinan juurille.

Uimaranta 1 km

# Logo



Ensisijainen logomuoto  
huomiota vaativiin  
ympäristöihin



Ensisijainen logomuoto  
huomiota vaativiin ympäristöihin,  
kun punaista ei voida käyttää



Toissijainen logomuoto  
läpinäkyväksi vesileimaksi  
kuvapinnan päälle,  
myös mahdollinen leimasin



Toissijainen logomuoto, joka on  
tarkoitettu leimasimeksi

**oakhill.**

Sales ♥ Marketing



# Asiakaskohderyhmät

# KOHDERYHMÄT



Oman kylän asukkaiden ja toimijoiden lisäksi lasimuotoilusta, taiteesta ja käsityöläisyydestä kiinnostuneet kotimaiset ja ulkomaiset matkailijat

## Kotimaiset vieraat:

(uusien vieraita ja vanhoja tuttuja kävijöitä)

- Lomasesonkien ja viikonloppujen päiväretkeilijät, joista etenkin lapsiperheet Hki-Tre-akselilta
  - Perheiden lomakohde
  - Kesämökkeilijöiden päiväretkikohde
    - Eläkeläisryhmät
  - Työpaikan kokous- ja virkistyskohde Hki-Tre-akselilla
  - Lasiteeman harrastajat, opiskelijat ja ammattilaiset
    - Iittala-lasitehtaan vieraat

## Ulkomaiset vieraat:

(pääsääntöisesti uusien vieraita)

- Painoarvo keski-eurooppalaisissa ja japanilaisissa matkustajissa
- Lasiteeman harrastajat, opiskelijat ja ammattilaiset
- Iittala-lasibrändin vieraat ja fanit
  - Ryhmämatkalaiset

**oakhill.**

Sales ♥ Marketing

# Mistä Iittala Village koostuu matkailuasiakkaan näkökulmasta?



## 1. Kohteet

Naivistien näyttely, Kultasuklaa, Linnarouva, Lasitehdas, yritykset kuten Naskali Leather, Kalvolan kirkko, kylän muut alueet...

## 2. Tuotteet

Taide-esineet, taulut, suklaa, lasituotteet, ruoka jne..

## 3. Tapahtumat

Naivismin talvinäyttely, Suomen lasitaiteen ikonit ja niiden tekijät – näyttely, Musiikkijuhlat...

## 4. Aktiviteetit

Kaikki tapahtumat, lasinpuhalluksen kokeilu, maalaustapahtumat, käsityö-illat, uuden opettelu kuten kalligrafiaa kevein rantein..

**oakhill.**

Sales ♥ Marketing

# Kiinnostavia teemoja sisältöihin

OMAN KODIN  
SISUSTUS

TAIDE

TUOTE-  
KUVAT

AUKIOLOAJ  
AT

YRITTÄJÄ-  
TARINAT

RUOKA

TAPAHTU  
MAT

DESIGN

IITTALA

Kylä | Village  
ca. 1500

FIILISKUVAT

MITÄ  
KAIKKEA  
TARJOLLA  
IITTALASSA  
?

YMPÄRIS  
TÖ

LIFESTYLE

MITEN  
TULLAAN  
IITTALAAN?

UNIIKIT  
JUTUT

IITTALAN  
LASI

**oakhill.**

Sales ♥ Marketing



# Vinkkejä sisällöntuotantoon ja olemassa olevat kanavat

# Tavoitteita someviestinnälle



- Seuraajamäärän lisääminen (päivitykset näkyvät entistä laajemmalle joukolle)
- Päivitysten näkyvyyden kasvattaminen (sekä orgaaninen että maksettu)
- Kaikkien Iittala Village -toimijoiden yhteinen sisältöjen hyödyntäminen, jakaminen ja tykkääminen – vaikuttavuus

**Kiinnostuksen lisääminen = lisää  
kävijöitä**



# Hastagit #somesa



## Yleise

t

+

#iittalavillage (928)

#iittalankyla (23)

#iittala (729 644)

#visitiittala (955)

#visithämeenlinna (23 417)

#ourfinland (657 047)

#ihanlähellä (10 050)

#visithäme (4919)

#hämeexperience (82)

#kotimaanmatkailu (71 473)

## Somepäivityksen sisällön mukaan

#iittala (729 644)

#iittala140years (101)

#naivistitiitalassa (1818)

#art (756 980 786)

#suomalaistataidetta (1471)

#kultasuklaa (2267)

#kultasuklaa30 (16)

#craftmanship (1 168 418)

#finnishdesign (435 148)

**oakhill.**

Sales ♥ Marketing

# Monia mahdollisuuksia olla mukana



# Iittala Villagen omat viestintäkanavat



- Omat verkkosivut [www.iittalavillage.fi](http://www.iittalavillage.fi)
- Iittala Village Facebook <https://www.facebook.com/iittalavillage>
- Iittala Village Instagram <https://www.instagram.com/iittalavillage/>
- Iittala Village Pinterest <https://pin.it/39XmVvn>
- Iittala Village Youtube: <https://www.youtube.com/channel/UCml00xcAvzin236uupDHLw/videos>

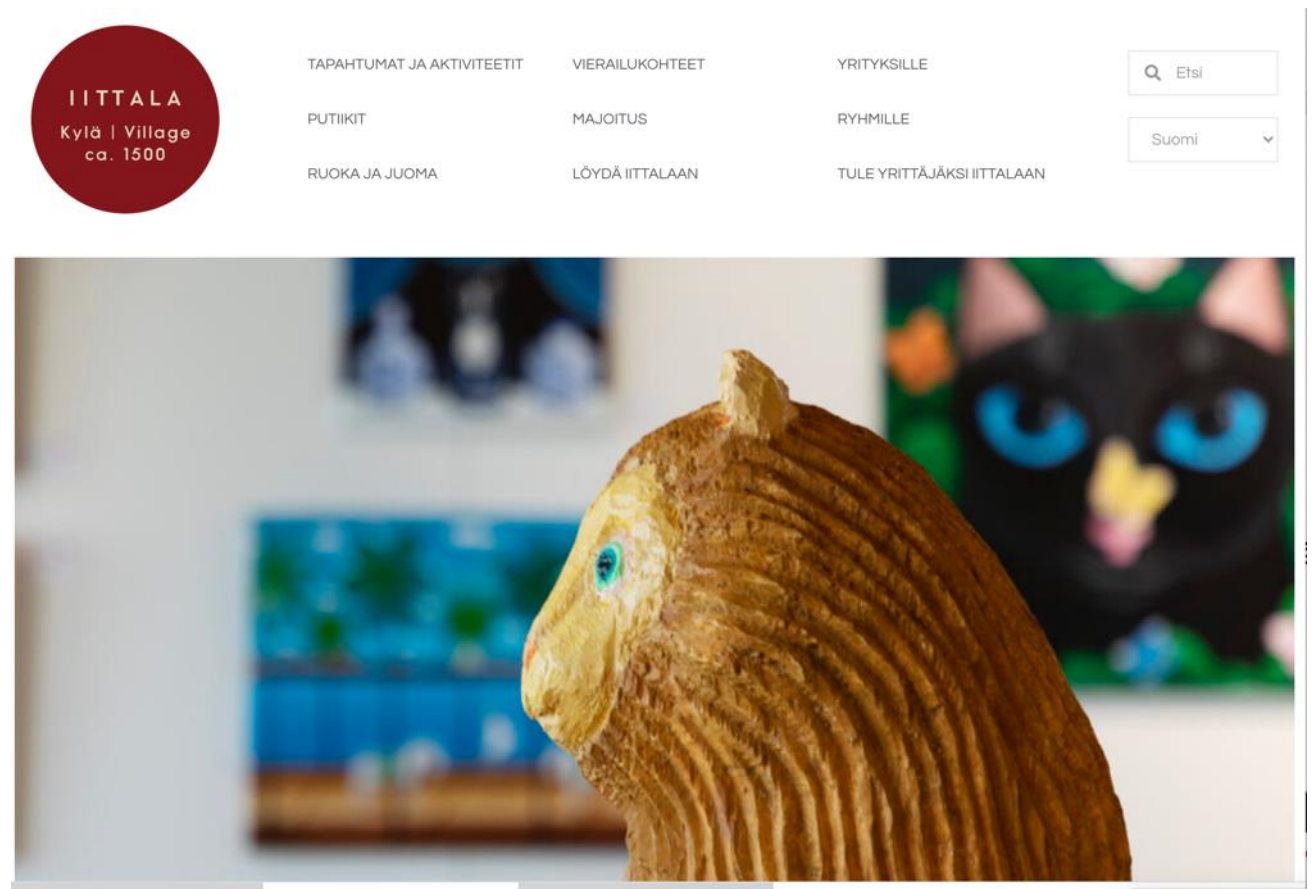
**oakhill.**

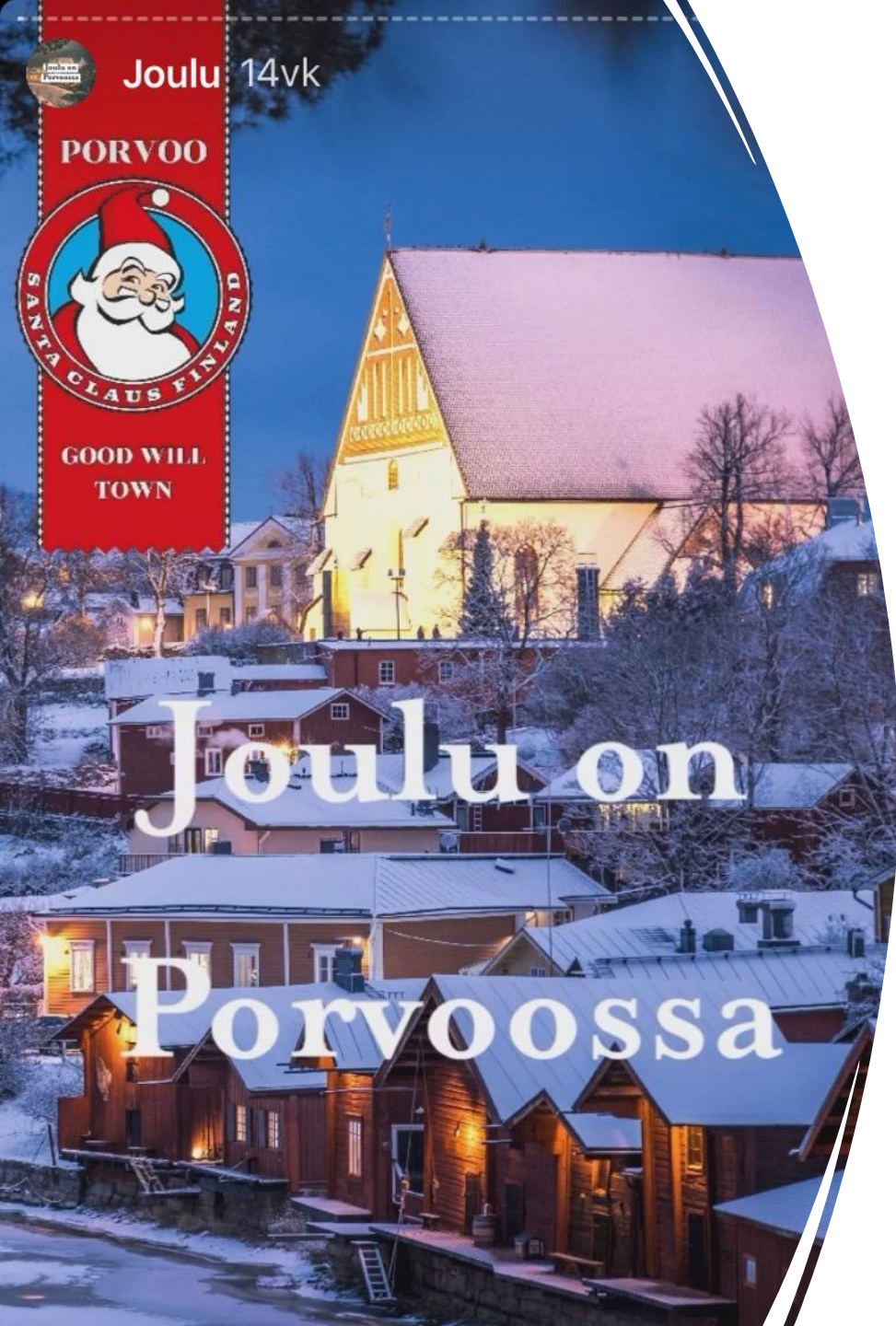
Sales ♥ Marketing

# www.iittalavillage.fi sivun rooli



- Tärkeä ”koti” kylän yleisesittelyyn ja laajempiin esittelyteksteihin
- Toimijoiden laajemmat esittelyt
- Alue isossa mittakaavassa – tekemistä yli ”rajojen”
- Ajankohtaiset tapahtumat kootusti- tärkeää muistaa päivittää omat tapahtumat hameevents.fi – tapahtumakalenteriin , jotta ne nousevat tänne





# Instagram-ideoita

- Instagramissa hyvä esittelyteksti, joka kertoo mistä yrityksessäsi on kyse. Esittely englanniksi, jos haluat kansainvälisiä asiakkaita, sisältö voi olla sekä että. Pyydä kävijöitä jakamaan käynti – Share your experience @iittalavillage #iittavillage
- Instan kohokohtiin kannattaa ottaa asiakasta kiinnostavat jutut – esim. Ruoka, Taide, Putiikit, Lasi, Tapahtumat.
- Instagram (samoin Facebook) ovat todella visuaalisia kanavia ja vaativat paljon houkuttelevia kuvia.
- Lisäksi voi tehdä stooreihin tai reelsiin vähän rennommin rantein sisältöjä.
- Kuvissa kannattaa kiinnittää huomioita valoon ja sävyyn, jotta saadaan ”fiilis” säilymään läpi kaiken
- Vinkki: Ota kerralla paljon kuvia ja tee kuvien ottamisesta säännöllinen tapa, kaikkea ei tarvitse käyttää kerralla

# Instagram-ideoita





fiskars\_village • Seurataan  
Fiskars Village

fiskars\_village Tule viettämään kesäistä päivää ruukkiin ja puhalla ystäväiesi/perheesi/työkavereidesi kanssa lasiesine muistoksi kesästä 2020. Max. 10 osallistujaa kerralla. Huomioithan että varaukset tulee tehdä ennakoon.

Tiedustelut ja varaukset:  
+358 (0) 45 139 0020  
info@biancoblu.fi

Ideoita ja inspiraatiota ennakoon varattavista elämyksistä Fiskarsissa löydät [www.fiskarsvillage.fi](http://www.fiskarsvillage.fi) ❤️.

#fiskarsvillage #fiskars #village



visitporvoo • Seurataan  
Porvoo

visitporvoo Wintery Porvoo is great for a photoshoot and shopping daytrip as well as for a longer getaway in the Finnish nature. The locals of Porvoo take in their lovely town by taking long walks, skiing, enjoying good meals and sitting in cafés for hours on end. It is not difficult to get into the Porvoo mode and fall in love with the place.

The best time to catch a beautiful

antsvanter ja 835 muuta tykkäävät

8. TAMMIKUUTA

Lisää kommentti... Julkaise



nuutajarvi\_glass\_vill: • Seurataan  
Nuutajärven Lasikylä - Nuutajärvi Glass Vill...

nuutajarvi\_glass\_village Lasivetriini lauantaina 22.8.2020 klo 10-16 Nuutajärven Lasikylässä.

Lasikylässä jälleen monipuolista nähtävää ja ohjelmaa: Vanhan lasin tunnistusta, näyttelyitä, luento lasialan opinnoista, pajat ja myymälät avoinna, Kahvila + Keittiö Sylvin herkut, huutokauppa sekä tänä vuonna poikkeuksellisesti myyntipöydät ulkona peräkonttikirppis-tyyliin.

Lasivetriini is a yearly arranged one day event for glass enthusiasts. We have merchants for vintage and antique glass as well as new generation glass artists selling their glass during this unique day in the picturesque

# Facebook

- Facebookissa kannattaa julkaista kaikki tapahtumat
- Facebookissa hyvä esittely tuotteille ja palveluille
- Yhteystiedot, saapumisohjeet
- Hyödyntäkää toistenne sisältöjä, jakakaa tapahtumia ja peukuttakaa sekä kommentoikaa kaverin juttuja!
- Mitä enemmän seuraajia, sitä enemmän näkyvyyttä

The screenshot shows the Facebook profile page for 'Kiss my Turku'. At the top, there is a navigation bar with icons for 'Soita nyt' (Call now), 'Tykkää' (Like), 'Viesti' (Message), and search. The profile name 'Kiss my Turku' is displayed with its logo. Below the name, there is a location pin for 'Aurakatu 8 20100 Turku' on a map. The main content area features a post from 'Kiss my Turku' on 'Tuomiokirkontori' in Turku, with a photo of a church tower in winter. The post text says: 'Vähän aurinkoa sadepäivän iloksi. ☀️ Oikein mukavaa talvilomaa kaikille, jotka tulevien viikkojen aikana lomaileville! 🌨️🌨️'. Below the post, there are statistics: 60 364 likes and 60 869 followers. A list of profile pictures of people who liked the post is visible. At the bottom, the website URL 'http://kissmyturku.fi/' is provided.



# Facebook-ideoita



10. tammikuuta · 🌐

Vanhassa Vääksyssä on tehty jo pitkään töitä alueen kehittämiseksi ja markkinoimiseksi. Täällä tehdään jatkossakin yhteisvoimin töitä matkailun, kulttuuriympäristön ja yhteisöllisyyden hyväksi ❤️ Tänä vuonna tärkeä juttu on Vääksyn kyläkirjan julkaisu! Tervetuloa tutustumaan Päijät-Hämeen Vuoden Kylään 2021!

[Päijät-Hämeen Kylät](#)  
[Asikkalan kunta](#)  
[OP Järvi-Häme](#)  
[Päijät-Häme](#)



ESS.FI


Voitokkaassa kylässä ei jäädä lepäämään laakereille – Vanhassa Vääksyssä tehdään töitä matkailun ja...

**Luo julkaisu**

Kuva tai video · Kerro sijaintisi · Merkitse kavereita

**Ranskalainen kyläkauppa**  
13. helmikuuta kello 11.00 · 🌐

Vink, vink...teimme pienen erän raakalihamakkaroitaa 😊



1765/?\_cft\_\_[0]=AZULgYhi\_-ZelliXdVEMelclYb-eZdN00bQmMSEfg6SZCv1DC5xZB6aMyblqik30BE2prGHou8l

12. helmikuuta kello 20.59 · 🌐

Taidevintillä on huomista alkaen lauantaisin Taiteilijaseuran näyttely!



**TAIDEVINTTI**  
Art Asikkala

**taidenäyttely** -  
kirpputori arvontaa  
maalauspäiviä

Asikkalan Taiteilijaseuran  
Kevättalven  
**Lauantainäyttely**  
13.2.-17.4.2021  
lauantaisin klo 11.-14.00

VAPAA PÄÄSY

# Iittalan muut toimijat



- <https://www.instagram.com/visitiittala/>
- <https://www.facebook.com/visitiittala>
- Kaikki yritykset alueella
- Iittalan asukkaat

ON SUPERTÄRKEÄÄ ON SAADA KAIKKI JAKAMAAN  
YHTEISTÄ #IITTALANKYLÄ JA #IITTALAVILLAGE  
HASTAGIA – VAIN YHTEISTYÖSSÄ ON VOIMAA JA SE  
ON KAIKKIEN ETU! JOKAINEN IITTALAN ASUKAS JA  
TOIMIJA OVAT ALUEEN PARHAITA LÄHETILÄITÄ.  
MUISTA MYÖS ASIAKKAAT – STAATTINEN TARRA  
KAIKISSA MYYMÄLÖISSÄ JA VIERAILUKOhteissa,  
MISSÄ ON KEHOTUS JAKAA SOMESSA  
HÄSTÄGEILLÄ #IITTALAVILLAGE JA #IITTALAN  
KYLÄ ON ILMAISTA MARKKINOINTIA!

# Muut tärkeät



Jatkuva kommunikointi ja viestittäminen sekä tiedottaminen omista tapahtumista ja uutisista kannattaa! Kattomarkkinoijat joutuvat seuraamaan useita kohteita, alueita ja yrittäjiä, mitä aktiivisemmin viestitte itse, sitä helpommin nousette näkyviin eri paikoissa.

- Visit Hämeenlinna <https://www.hameenlinna.fi/matkailu-ja-tapahtumat/> (Outi Mertamo)
- Visit Finland – Lakeland projekti: <https://www.hamk.fi/projektit/western-lakeland/> (Heidi Kerkola, Anna-Maria Laine)
- Visit Häme <https://visithame.fi/> (Heidi Kerkola, Anna-Maria Laine)
- Häme Experience <https://m.facebook.com/hameexperience/>
- Häme Events tapahtumakalenteri (kaikki tapahtumat tänne!)

# Muut mahdollisuudet



## Facebook-ryhmät:

- <https://www.facebook.com/groups/MatkailunKehitystaHameessa>
- <https://www.facebook.com/groups/SuomiMatkailu>
- Kotimaan helmet:  
<https://www.facebook.com/groups/kotimaanmatkailu>
- Matkailu/loma:  
<https://www.facebook.com/groups/466713766849423>

Kulttuurikiikari –lehti (15 000 painos, kevät 2021)



Iittala Villagen juhlavuosi

Koko vuosi yhtä juhlaa!  
Tervetuloa juhlimaan  
kanssamme Iittala Villageen!

---

# Juhlavuoden kampanja: Kaikki viestivät!!

Haastamme koko litalan kylän kaikkine toimijoineen ja asukkaineen toimimaan juhlavuonna litalan lähettiläinä ja käyttämään aktiivisesti omia kanaviaan ja verkostojaan, jotta koko Suomi varmasti tietää, mikä on litalan kylä ja missä se sijaitsee!

Yhteisen litala Villagen some-ilmion luominen auttaa kaikkia näkyvyyden saavutamisessa!

Jokainen litalan tuleva ihminen voi olla sen potentiaalinen uusi asukas tai yrittäjä.



# Osallistuminen on helppoa – tee nämä 4 asiaa!



1. Seuraa aktiivisesti Iittalan omia somekanavia Iittala Village ja Visit Iittala sekä Facebookissa että Instagramissa. Kun sinne tulee uusia päivityksiä tykkää niistä, kommentoi niitä ja jos vain mahdollista, jaa omisssa sosiaalisen median kanavissasi niitä.
2. Jos teet itse Iittalasta jonkun päivityksen, muista aina merkitä missä olet (@iittalavillage) ja käyttää ainakin hashtagia #iittalavillage ja #iittalankyla.
3. Käytä mielellään myös muita hashtag (#) merkintöjä ja kerro, missä myymälässä/tapahtumassa/paikassa olet.
4. Suosittele Iittalaa matkakohteena ystäville, sukulaisille ja

**oakhill.**

Sales ♥ Marketing

# Juhlavuoden tavoitteet



1. Iittala Villagen tunnettuus ja brändi vahvistuu muotoilun, taiteen ja käsityötaitajien keskittymänä
  - Iittala on vierailukohde ja aito aktiivisten ihmisten kylä
    - ✓ tuodaan tutuksi iittalalaista hyggeä
    - ✓ Iittala Villagen-matkailukylän tunnettuus ja sisällöt perheiden kohteena lisääntyy ympärivuotisemmin
    - ✓ vuotuinen vierailijamäärä kasvaa 10% ja myynti kasvaa -lapsiperheet keskiöön
2. Iittalan kiinnostavuus luovan alan taitajien sijoittumispaikkana lisääntyy
  - luovan alan yritysten määrä Iittalassa kasvaa (myös muut yritykset)
3. Iittalan kiinnostus yleisesti kasvaa
  - Potentiaaliset uudet asukkaat





# 100-vuotta täyttävät tahot

Iittalan lasitehdas 140 vuotta ja Design Museo 50 vuotta

- Juhlavuoden tuoteuutuudet: bumerangin muotoinen Aaltovaasi
- Lasimuseolla aukeaa uusi Iittalan lasi –aiheinen näyttely
- Julkaistaan Iittala –kirja huhtikuussa
- Lasiteos valmistuu Iittalan liikenneympyrään –Lasikylän maamerkki

i-valo 50 vuotta

- Tulee mm. lahjoittamaan valot Iittalan suunnitteilla olevalle uudelle skeittipuistolle

Kultasuklaa 30 vuotta

- Näkyy vahvasti markkinoinnissa koko vuoden

Kalvolan Kirkko 100 vuotta

Iittalan Musiikkijuhlat 5 vuotta

- Carmen –miniooppera kesällä

MLL 100 vuotta (2020, mutta juhlivat 2021)

- skeittipuiston toteutuksessa mukana/asukkaiden kädenjäljet

**oakhill.**

Sales ♥ Marketing

# Kehittämishanke: Ulkoilma Iittala 2021

- Lasitaideteos keskustan liikenneympyrään
  - Iittalan lasin kotikylä saa maamerkin lasitehtaan 140 v juhlavuoden kunniaksi
- Skeittipuiston avajaiset ja integroitu asukkaiden kädenjäljet –teos
  - Suunnittelu menossa laajan verkoston kanssa, rakentamisen aikataulu selviää kevään aikana. Tulossa taideaseman tapaan uniikki kokonaisuus
- Tulossa uusi patsas Naivistien koulun edustalle –Naivistinen ulkonäyttely
- Taideaseman virtuaaliset elämykset päivitetään ja uusiakin yllätyksiä luvassa-avoinna 24/7
- Lasimäen piha-alueelle uutta sisältöä suunnitteilla
- Iittalan alueen muraalit herätetään eloon
- Rantareitti Design Factoryn porukan kanssa –uusi mobiiliopastettu kävelyreitti testikäyttöön kevääksi
- Kyläfillarit kuntoon ja käyttöön

IITTALA  
Kylä | Village  
ca. 1500

# Iittala Villagen yhteisviestinnän työryhmä

---

- Jyri Naskali, Naskali Leather
- Sari Hélin, Lasimäen Linnanrouva
- Sanni Hallanvaara, Kulttuurikiikari
- Ulla Heinonen, Naivistit Iittalassa
- Jaana Eriksson, Fiskars lasimuseo
- Tuija Makkonen, Fiskars
- Laura Sahanen, Visit Iittala –facebook
- Karoliina Härkälä, Visit Iittala -facebook
- Seija Rantonen, Iittalan omakotiyhdistys ry
- Susanna Mattila, Kulttuurikiikari, mediatiedotteet juhluvuosi
- Pia Niemikotka, Linnan Kehitys/Go Iittala Village –hanke

Iittala  
Villagen  
markkinoinni  
n vuosikello  
2021

---



# KIITOS!

Minuun voi tarvittaessa olla yhteydessä

Marika Mesimäki

[marika.mesimäki@oakhill.fi](mailto:marika.mesimäki@oakhill.fi)

Puh. 041 454 1861

Verkostoidun mielelläni marika\_mesimaki



**oakhill.**

Sales ♥ Marketing