

KOKEMÄKI
INVEST IN

STRATEGIA & MARKKINOINNIN KÄSIKIRJA

Kokemäen kaupunki
Investointistrategia
Kehityshanke



Euroopan unionin
osarahoittama

Prizztech



SATAKUNTALIITTO
Regional Council of Satakunta





Tämä käsikirja on luotu vuoden 2025 alussa tehdyn konsepti- ja strategiatyön pohjalta. Työhön kutsuttiin osallistumaan yli 70 kunnallista ja yrityspuolen päätöksentekijää Satakunnan alueelta. Työprosessin kuvaus löytyy yksityiskohtaisesti tämän käsikirjan sivuilta 3–9.

PROSESSI

3-9

STRATEGIA

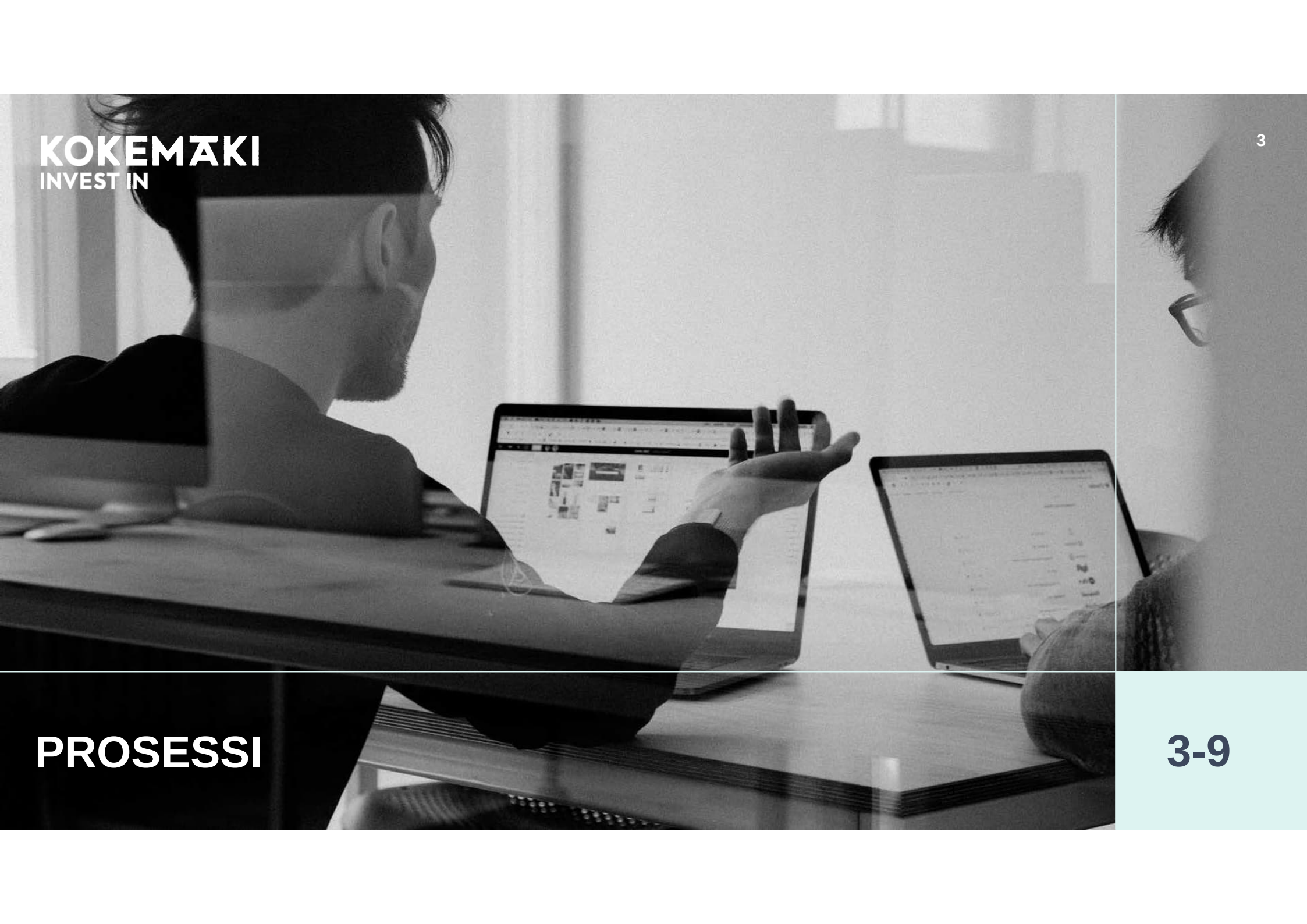
10-14

VISUAALINEN IDENTITEETTI

15-23

MARKKINOINTISUUNNITELMA

24



KOKEMÄKI
INVEST IN

3

PROSESSI

3-9

VAIHE 1

ORIENTAATIO

Ensimmäisen vaiheen tavoitteena on kerätä taustatietoa strategian muodostamista varten sekä luoda työryhmän kesken yhteinen ymmärrys strategian rakentamisesta ja siihen osallistuvista tahoista.

Kesto: Noin 3 viikkoa

Taustatutkimus

Kysely työryhmälle

Aloitustapaaminen

Yhteenveto ja tarkennukset

Mieltymykset ja trendit

Sitoutumisen tekijät

Erityispiirteet

Vahvuudet ja heikkoudet

Digitaalinen kysely strategian muodostamiseen osallistuville työryhmän jäsenille, heidän näkemystensä kartoittamiseksi.

Aloitustapaaminen, jossa arvioidaan nykytilanne ja käydään läpi tavoitteet työryhmän jäsenten (anonyymien) kyselyvastausten pohjalta.

Yhteenveto kyselyvastauksista, työpajakeskusteluista ja muista havainnoista, joka toimii toisen vaiheen perustana.

Tässä vaiheessa määritellään myös sidosryhmät, jotka osallistuvat kolmanteen vaiheeseen.

VAIHE 2

STRATEGIATYÖPAJAT

Toisen vaiheen tavoitteena on määritellä visio ja missio, jotka resonoivat koko organisaation läpi (mitä, miten ja miksi); syventää ja jakaa tietoa resursseista ja haasteista; sekä määritellä asemoituminen ja persoona.

Kesto: Noin 5 viikkoa

Työpaja 1: Visio ja missio

Yhteinen ymmärrys visiosta ja missiosta: Mitä, miten ja miksi?

Työpaja 2: Asemoituminen

Yhteinen ymmärrys markkina-asemasta. Kilpailutilanne nyt ja tulevaisuudessa. Vahvuutemme, heikkoutemme ja mahdollisuutemme.

**Markkinakuvan tutkimus
Yhdysvalloissa**

Markkinatutkimus, joka toteutettiin yhteistyössä Worldwide Partners (WPI) -globaalin verkoston kanssa, keskittyen sijoittajien tarpeisiin.

Työpaja 3: Persoona

Yhteinen ymmärrys brändipersoonasta ja sen ominaisuuksista: Arvot, äänensävy, kohderyhmät ja sidosryhmät.

Yhteenveto ja tarkennukset

Ydinelementtien vahvistaminen: Visio ja missio, kohderyhmä(t), arvot, bränditarina ja iskulauseet.

VAIHE 3

STRATEGIAN MUODOSTAMINEN JA OSALLISTAMINEN

Kolmannen vaiheen tavoitteena on vahvistaa brändin ydinelementit: visio ja missio, kohderyhmä(t), palvelut, arvot, bränditarina ja iskulauseet.

Kesto: Noin 5 viikkoa

Strategiakehyksen suunnittelu

Kohderyhmien tarkempi kartoitus. Strategian ensimmäisen version laatiminen, jota voidaan arvioida valittujen sidosryhmien osallistamisen kautta.

Ulkopuolisten sidosryhmien osallistaminen

Ensimmäisen strategiaversion testaaminen ja arviointi valittujen sidosryhmien kanssa ideoiden vahvistamiseksi ja palautteen keräämiseksi.

Strategiakehyksen tarkentaminen ja viimeistely

Vastausten validointi ja strategian viimeistely tarvittavin muutoksin ja tarkennuksin.

VAIHE 4

STRATEGIAKÄSIKIRJA

Strategiakäsikirja kootaan aiempien vaiheiden dokumentaation pohjalta, esitellen prosessin ja lopputuloksen.

Kesto: Noin 4 viikkoa

Strategiakirjan tuottaminen

Prosessi

Vaatimukset

Menetelmät

Visio ja missio

Vetovoimatekijät

Asemointi

Persoona

Ydinviesti

Tarkastelu strategiaryhmässä

Käsikirjan viimeistely

Tarkastelun aikana saadun palautteen perusteella tehdyt muutokset, korjaukset ja lisäykset.

VAIHE 5

VIESTINTÄ- JA VISUAALINEN KONSEPTI

Strategiasta ja kohdemarkkinatutkimuksesta johdettu markkinointisuunnitelma, joka viestii prosessin aikana luodun strategian kohderyhmälle merkityksellisellä tavalla.

Kesto: Noin 3 viikkoa

Konseptin visuaalinen toteutus ja kuvatuotanto

Tarkastelu strategiaryhmässä

**Viestinnällisen ja visuaalisen
konseptin viimeistely**

Tarkastelun aikana saadun palautteen perusteella tehdyt muutokset, korjaukset ja lisäykset.

Markkinointisuunnitelman aikataulu: dia 48.

Viikko 1	Viikko 2	Viikko 3	Viikko 4	Viikko 5	Viikko 6	Viikko 7	Viikko 8	Viikko 9	Viikko 10	Viikko 11	Viikko 12	Viikko 13	Viikko 14	Viikko 15	Viikko 16	Viikko 17	Viikko 18	Viikko 19	Viikko 20
Ensimmäinen kuukausi				Toinen kuukausi				Kolmas kuukausi				Neljäs kuukausi				Viides kuukausi			
Vaihe 1: Perehtyminen			Vaihe 2: Strategiatyöpajat					Vaihe 3: Strategian muotoilu ja osallistaminen					Vaihe 4: Strategiakäsikirja				Vaihe 5: Visuaalinen identiteetti		

An aerial photograph of a large lake with numerous forested islands and peninsulas. The water is dark blue, and the land is covered in dense green trees. The sky is clear and blue.

KOKEMÄKI
INVEST IN

10

STRATEGIA

10-14

VISIONME

Olemme kansainvälisesti tunnettu ja houkutteleva investointialue, jossa osaaminen, tila, vihreä energia ja yksilöllinen palvelu yhdistyvät tavalla, joka ylittää odotukset. Saavutamme tuloksia, jotka ylittävät kokomme moninkertaisesti.

MISSIONME

Mahdollistamme kansainväliset investoinnit, jotka edistävät alueellista kasvua tarjoamalla tulijoille selkeät prosessit, vahvan infrastruktuurin ja yhteisön, johon voi luottaa. Rakennamme kasvualustan, jossa investoinnit voivat menestyä ja kasvaa kestävästi.

STRATEGISET PAINOTUKSET

Strategisesti muutamme pienen kokomme eduksi tarjoamalla ylivoimaista palvelua ja teemme luonnollisista vahvuuksistamme konkreettisia myyntivaltteja. Asemoidumme rohkeasti ”Land of Industry” ja toimimme sen mukaisesti.

VETOVOIMA- TEKIJÄT

Suomalaisen yhteiskunnan vakaus ja luotettavuus

Alueellinen teollinen synergia ja yhteisön vahvuus

Vihreä energia

Infrastruktuuri ja liikenneyhteydet

KONKREETTISET TAVOITTEET

Rakennamme brändimallia, joka mahdollistaa Satakunnan kuntien kansainvälisen profiilin nostamisen. Pitkällä aikavälillä tämä herättää sijoittajien kiinnostuksen alueeseen ja vauhdittaa investointien kasvua.

TOIMIMME KOKOAMME SUUREMMIN

Olemme sitoutunut kumppani, jolle mikään kohtaaminen ei ole liian suuri tai liian pieni. Innostumme asiakkaistamme ja suhtaudumme intohimoisesti toivottaaksemme yritykset osaksi yhteisöämme Kokemäellä.

Meitä ei rajoita kokomme – asiakaslähtöisyys ja ketteryys tekevät meistä kilpailukykyisiä isompien toimijoiden joukossa. Samalla olemme sitoutuneet edistämään vihreää siirtymää.

LAND OF INDUSTRY

Kokemäki tunnetaan parhaiten vakaudestaan, luotettavuudestaan ja vahvasta seudullisesta teollisesta synergiasta. Alue tarjoaa runsaasti hyvin koulutettua ja luotettavaa työvoimaa eri toimialoille.

Tarjoamme kaiken olennaisen infrastruktuurin vihreästä energiasta erinomaisiin liikenneyhteyksiin.

Vahvuutemme ei rajoitu kokoomme. Kokemäki on "Land of Industry", joka ylittää odotukset ja toimii tehokkaammin ja menestyksekkäämmin, kuin koko antaisi olettaa.

KOKEMÄKI
INVEST IN

15

VISUAALINEN IDENTITEETTI

15-23

15

MILTÄ SE NÄYTTÄÄ?

Tämän osion tarkoituksena on esitellä Kokemäki Invest in -hankkeen visuaalinen ilme sekä ohjeistaa, miten sen eri elementtejä käytetään ja sovelletaan käytännössä.

Pyydämme ystävällisesti noudattamaan näitä ohjeita mahdollisimman tarkasti.

Vaikka visuaalisen ilmeen elementit tarjoavat tilaa luovuudelle, yksityiskohdilla on aina suuri merkitys. Niiden huolellisella huomioimisella varmistetaan, että visuaalinen ilme säilyy ehjänä ja yhtenäisenä kaikissa käyttökohteissa.

Kiitos, että tutustuit ohjeisiin. Toivomme, että nautit uuden ilmeen käyttämisestä ja soveltamisesta.

Kokemäki Invest in -hankkeen symboli noudattaa Kokemäen kaupungin visuaalista ilmettä, sillä sen muotokieli pohjautuu suoraan Kokemäen viralliseen logoon.

Symbolista on olemassa kaksi eri versiota:

1. Ensisijaisessa versiossa symbolin tekstirivit ovat vasemmalle tasattuja.
2. Toissijaisessa versiossa tekstit ovat oikealle tasattuja. Tätä versiota käytetään ainoastaan silloin, kun symboli sijoitetaan median oikeaan ylä- tai alakulmaan.

Ensisijainen versio

KOKEMÄKI
INVEST IN

Toissijainen versio

KOKEMÄKI
INVEST IN

Jätä aina riittävästi tyhjää tilaa Kokemäki Invest in -symbolin ympärille. Symbolin ympärillä tulee olla kaikilla sivuilla vähintään symbolin O-kirjaimen kokoinen suoja-alue.

Symbolia ei saa sijoittaa lähemmäs julkaisupinnan reunaa kuin tämä suoja-alue sallii.

Sama suoja-alue koskee sekä symbolin ensisijaista että toissijaista versiota.



KOKEMÄKI
INVEST IN

KOKEMÄKI
INVEST IN

Symboli voidaan esittää joko täysin mustana tai täysin valkoisena taustaväristä riippuen.

Varmista aina, että symbolin ja taustan välillä on riittävä visuaalinen kontrasti.

KOKEMÄKI
INVEST IN

KOKEMÄKI
INVEST IN

Kokemäki Invest in -markkinointimateriaaleissa käytettävät värit pohjautuvat Kokemäen kaupungin visuaaliseen ilmeeseen, sillä sininen ja vihreä ovat täsmälleen samat kuin kaupungin virallisissa materiaaleissa.

Muita kaupungin virallisia värejä ei käytetä Kokemäki Invest in -materiaaleissa.

Vihreän vaaleampaa sävyä voidaan hyödyntää tuomaan monipuolisuutta ja vaihtelua värikokonaisuuksiin.

Blue
#3C475C
R60 G71 B92
C80 M68 Y44 K30

Green
#20AFA2
R32 G175 B162
C75 M6 Y44 K0

White
#FFF
R255 G255 B255
C0 M0 Y0 K0

Green 15%
#DDF3F1
R221 G243 B241
C11 M0 Y7 K0

Black
#000
R0 G0 B0
C0 M0 Y0 K100

Aivan kuten symboli ja värit, myös typografia perustuu Kokemäen kaupungin visuaaliseen ilmeeseen.

Perustekstit, informatiiviset sisällöt ja kaikki pidemmät kappaleet kirjoitetaan samalla fontilla, jota Kokemäen kaupunki käyttää saavutettavissa materiaaleissaan: Segoe UI.

Segoe UI on valmiiksi asennettuna useimmissa Microsoft Windows -käyttöjärjestelmissä.

Poikkeuksena Kokemäen kaupungin visuaalisesta ilmeestä otsikoissa ja muissa lyhyemmissä, korostusta vaativissa tekstiosuuksissa voidaan käyttää Teko Regular -fonttia. **Huomaathan, että aina kun Teko Regular on käytössä, kaikkien kirjainten tulee olla versaalilla.**

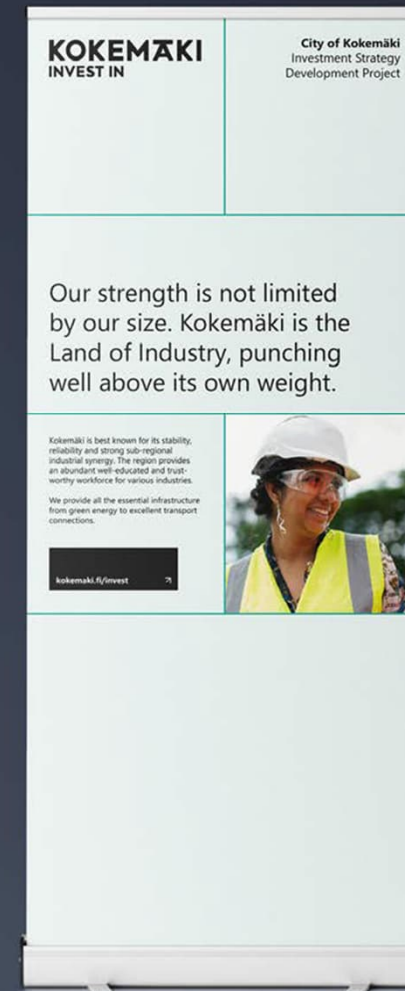
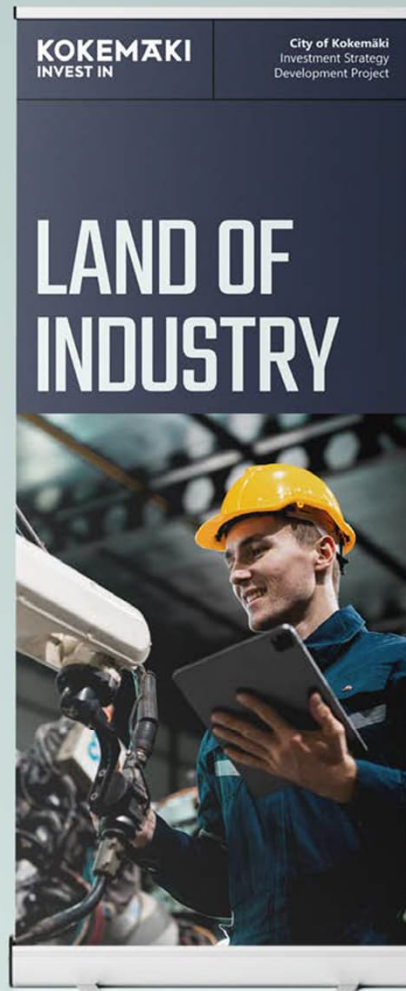
Teko-fontin voi ladata ja asentaa maksutta Google fontsista:
fonts.google.com/specimen/Teko

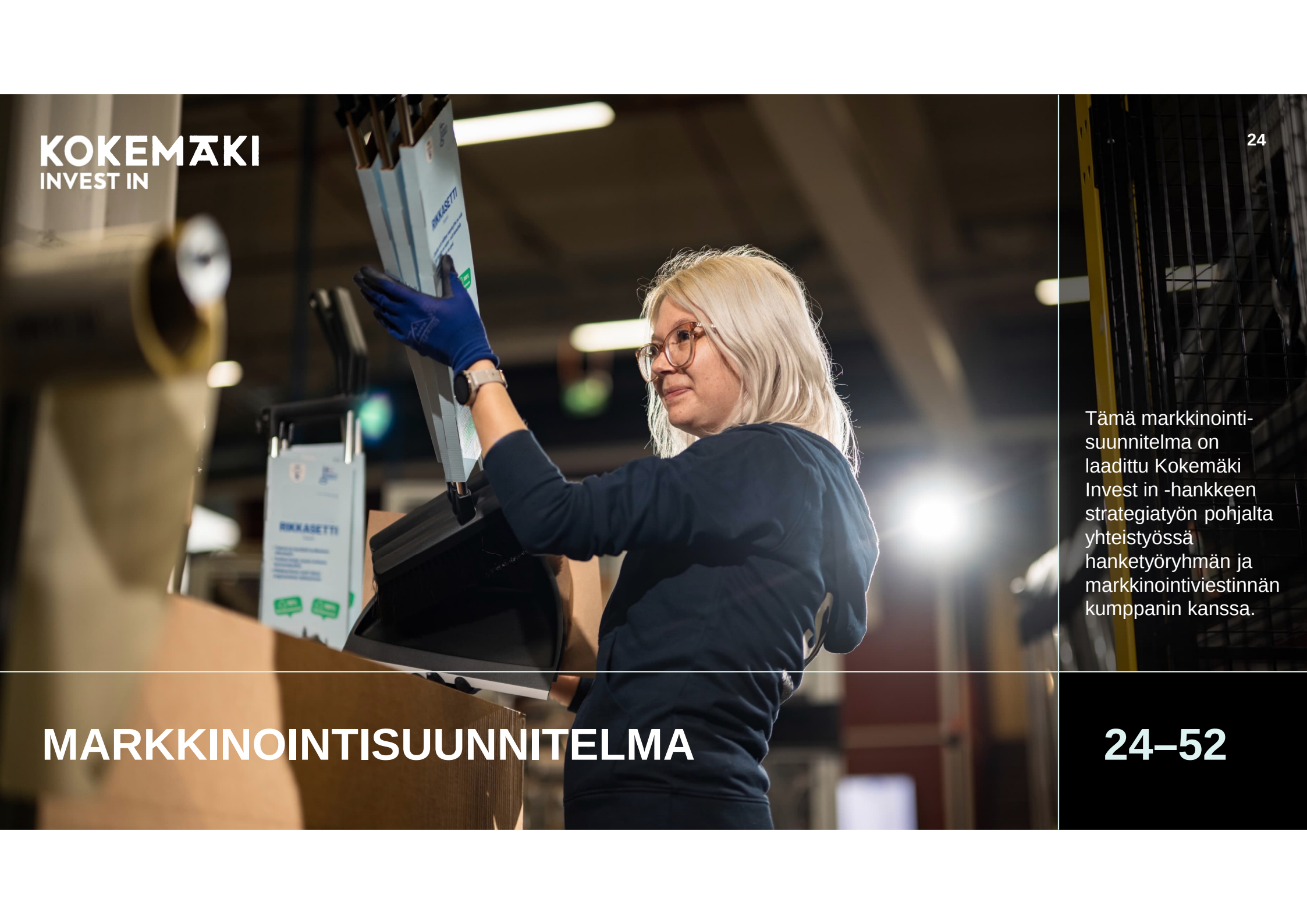
TEKO
REGULAR ALL
CAPS 180/160

Segoe UI Regular / **Bold**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.







KOKEMÄKI
INVEST IN

MARKKINOINTISUUNNITELMA

24

Tämä markkinointisuunnitelma on laadittu Kokemäki Invest in -hankkeen strategiatyön pohjalta yhteistyössä hanketyöryhmän ja markkinointiviestinnän kumppanin kanssa.

24–52

MARKKINOINTI- SUUNNITELMAN STRATEGINEN TAVOITE

Markkinoinnin strateginen tavoite on asemoida Kokemäki kansainvälisesti uskottavana, matalariskisenä ja operatiivisesti ennustettavana sijoittumisympäristönä data- ja teollisuuslähtöisille investoinneille Euroopassa.

Markkinoinnin tehtävä ei ole luoda kiinnostusta yleisellä tasolla, vaan tukea sijoittumispäätöksen valmistelua tarjoamalla faktapohjaista, läpinäkyvää ja due diligence -tarkastelua kestäväää tietoa. Invest in -hankkeissa markkinointiviestinnän uskottavuus perustuu siihen, että kaikki väitteet voidaan todentaa.

Kolme alatavoitetta

1. madaltaa ensimmäisen yhteydenoton kynnystä
2. nopeuttaa go/no-go -arviointia
3. ohjata kiinnostus suoraan oikeisiin, kahdenkeskisiin keskusteluihin

Onnistuminen näkyy tunnistettuina liideinä, käynnistyneinä keskusteluina sekä sijoittumisprosesseina, jotka etenevät jatkoselvityksiin, vierailuihin ja investointivalmisteluun.

MARKKINOINTISUUNNITELMAN POLKU

PIPELINE → KONTAKTIEN RAKENTAMINEN

Rakennetaan suorat yhteydet rooleihin, jotka osallistuvat sijoittumispäätösten valmisteluun ja arviointiin.

Tavoite

- käynnissä olevat, nimetyt keskustelut oikeiden roolien kanssa

Toimenpiteet

- kohdennettu sähköpostimarkkinointi
- LinkedIn-profiilit ja kohdennettu outreach
- tarkasti kohdennettu LinkedIn-mainonta
- päätöksentekoa tukeva verkkosivusto
- rajatut asiantuntijakeskustelut ja henkilökohtaiset tapaamiset

VALIDOINTI

Markkinointi toimii samalla markkinapalautteen keräämisen välineenä.

Tavoite

- tunnistaa epävarmuudet ja päätöksenteon esteet riittävän aikaisessa vaiheessa

SIJOITTUMISTA HARKITSEVAN TOIMIJAN PÄÄTÖKSENTEKO- POLKU

Vaiheet

1. Awareness
2. Initial screening
3. Technical validation
4. Risk and compliance review
5. Internal investment case
6. Site visit & negotiation
7. Go/no-go

Kokemäen rooli jokaisessa vaiheessa

- tarjota oikea tieto oikeaan aikaan
- vähentää epävarmuutta
- nopeuttaa arviointia
- mahdollistaa suorat keskustelut

KESKEINEN YDINVIESTI

Markkinointiviestintä rakentuu selkeään ydinviestintään ja brändilauseeseen varaan.

Kokemäki. Finland. Predictable. Operating environment. Industrial investment. EU access.

- Land of Industry – punching above our weight.

Brändilause toimii strategisena kehyskertomuksena, mutta markkinointiviestinnän ensisijainen tehtävä on välittää konkreettista ja todennettavaa tietoa sijoittumispäätösten tueksi.

YDINVIESTIÄ TUKEVIA VIESTEJÄ

Tukiviestien tarkoitus on konkretisoida ydinviesti due diligence -henkisessä markkinointiviestinnässä.

Highly educated, experienced and stable workforce.

Kokemäen työvoimapohja rakentuu teolliseen osaamiseen, vakaaseen työmarkkinaaan ja ennustettavaan koulutusjärjestelmään. Tämä vähentää rekrytointi- ja operointiriskiä pitkällä aikavälillä.

Reliable electricity supply with available capacity.

Sijainti Suomen ainoalla sähköylijäamäalueella mahdollistaa edullisen ja riittävän sähkösaannin. Kokemäki on kantaverkon solmukohdassa, jossa kapasiteettia vahvistetaan, toisin kuin monilla alueilla, joilla verkkorajoitteet estävät uusia hankkeita. Toimitusvarmuus on korkea ja sähkökapasiteetti lainsäädännöllisesti turvattu.

Municipal permitting processes are clearly defined and fast.

Lupa- ja kaavoitusprosessit ovat etukäteen kuvattavissa aikatauluineen ja vastuineen. Päätöksenteko on lähellä, eikä prosessi muutu lennossa.

Reliable logistics connections across Finland and the Nordics.

Tie- ja rautatieyhteydet tukevat teollista toimintaa ja raskasta logistiikkaa. Satamat, syväväylät ja lentokentät ovat lähellä.

A practical gateway to the European Union market.

Suomi ja Kokemäki tarjoavat täyden EU-markkina- ja sääntelypääsyn yhdestä, vakaasta toimintaympäristöstä käsin.

Cool, stable climate that supports energy-efficient operations.

Ilmasto pienentää jäähdytys- ja toimintariskejä ja parantaa energiatehokkuutta.

Politically stable, low-risk operating environment.

Suomen yhteiskunta ja sääntely-ympäristö ovat ennustettavia pitkällä aikavälillä.

TIIVISTYKSET OTSIKOIHIN JA VISUAALISIIN NOSTOIHIN

Due diligence -otsikot (primäärit)

- Industry-ready infrastructure
- Clear processes
- Reliable infrastructure
- Local decisions
- This is how we punch above our weight
- Loyal experienced workforce

Brändikehykset (sekundääriset)

- Land of Industry
- Local decisions. Global relevance.
- Industrial land, energy infrastructure and EU market access

Näitä ilmauksia käytetään vain yhdessä faktapohjaisen sisällön kanssa. Niitä ei käytetä yksinään kampanja- tai mainoslauseina.

KOHDERYHMÄT

Kohderyhmien, kilpailijoiden ja investointiympäristön määrittely perustuu hanketyöryhmän antamaan tausta-aineistoon ja valmistelutyöhön.

Keskeiset haasteet

- Suomen ja Kokemäen vähäinen tunnettuus
- oletus hitaista prosesseista
- epävarmuus työvoimasta ja infrastruktuurista

Primary decision-makers

- investment- ja strategiajohto
- site selection -konsultit
- kansainvälisestä laajentumisesta vastaavat roolit

Etsivät:

- ennustettavaa toimintaympäristöä
- nopeita ja selkeitä prosesseja
- matalaa operatiivista riskiä

Technical evaluators

- CTO/CIO ja tekninen johto
- operations- ja infrastruktuurivastuut
- energia- ja kapasiteettiasiantuntijat

Arvioivat:

- energiaa ja kapasiteettia
- infrastruktuuria ja käyttövarmuutta
- operatiivista toteutettavuutta

Risk & compliance stakeholders

- risk, legal ja compliance
- ESG- ja governance-roolit

Arvioivat:

- sääntely-ympäristöä
- turvallisuutta ja vakautta
- pitkän aikavälin ennustettavuutta

EKOSYSTEEMI- AJATTELU

Kokemäki ei asemoi itseään yksittäisen toimialan kautta, vaan toimintaympäristönä, jossa energia, data, teollisuus ja infrastruktuuri tukevat toisiaan operatiivisesti.

Kokemäelle tulossa oleva datakeskus toimii alustana liiketoiminnoille, jotka hyödyntävät Kokemäen olemassa olevaa ekosysteemiä, kuten:

- hukkalämpöä hyödyntävät teolliset ja energiantensiiviset toiminnot
- kyberturvallisuus-, ohjelmisto- ja digitaaliset palvelut
- teollinen jatkojalostus ja datakeskukseen liittyvä oheisliiketoiminta
- paikallisen osaamisen ja työvoiman hyödyntäminen osana toimintaa

MAANTIETEELLINEN FOKUS PRIORITEETTI- JÄRJESTYKSESSÄ

Nämä alueet muodostavat kokonaisuuden, jossa tuotantoyritykset ja datatoimijat toimivat, sijoittumispäätöksiä valmistellaan ja kansainvälisiä laajentumisia suunnitellaan.

Markkinointi toteutetaan osavaltiokohtaisesti kohdennettuna, mutta yhteisellä viestillisellä rungolla.

Markkinoinnin alkuvaiheen fokus suositellaan rajattavaksi kahteen prioriteettiosavaltioon.

Markkinointi kohdistetaan alueille, joilla:

- valmistellaan kansainvälisiä sijoittumispäätöksiä
- toimii site selection- ja investointikonsultteja
- energiantensiivinen teollisuus ja datatoimijat etsivät uusia sijainteja
- EU-markkinaan liittyvä toimintavarmuus korostuu.

Kohdemarkkinat määritellään ja päivitetään operatiivisesti markkinatilanteen, resurssien ja käynnissä olevien keskustelujen perusteella.

Esimerkkejä priorisoiduista kohdemarkkinoista

- Washington DC
- Virginia
- Texas
- Ohio

Kohdemarkkinat voivat muuttua markkinatilanteen, resurssien ja käynnissä olevien investointiprosessien perusteella.

KIINNOSTAVAT TOIMIJAT

Kohderyhmät on valittu sen perusteella, missä Kokemäen kilpailuetu liittyy energiaan, infrastruktuuriin, operatiiviseen vakauteen ja EU-markkinaan.

Lisäksi

Eurooppaan laajentuvat yritykset

- USA-yritykset, jotka tarvitsevat EU-tukikohdan
- regulaatioherkät ja ESG-vaatimuksia kohtaavat toimijat
- toimijat, joille ennustettava toimintaympäristö on kriittinen

Datakeskusekosysteemi (ankkuri)

- HPC, AI ja pilvipalvelut
- dataintensiiviset alustat ja palvelut

Reliable energy. Predictable processes. A location built for operational security.

Kyberturvallisuus ja ohjelmistot

- kyberturvayritykset
- SaaS- ja ohjelmistoyritykset
- data governance-, compliance- ja valvontaratkaisut

A stable, low-risk EU hub with world-class connectivity

Hukkalämpöä hyödyntävä teollisuus

- elintarviketuotanto
- prosessi- ja materiaaliteollisuus
- energiaa hyödyntävät jatkojalostusratkaisut

A data-enabled platform for heat-powered industrial growth.

Teollinen valmistus ja materiaaliklusterit

- valmistava teollisuus ja jatkojalostus
- materiaalipohjaiset teolliset toiminnot
- alueellinen teollinen synergia ja työllistävyys

Industrial synergy that reduces operating risks and increases efficiency.

APUTYÖKALUNA SYNTEETTINEN YLEISÖ

Synteettistä yleisöä voidaan käyttää markkinoinnin ja viestien ennakkotestaukseen simuloimalla kohderyhmien kysymyksiä, reaktioita ja päätöksentekologiikkaa tekoälymallien avulla.

Työkalu ei korvaa todellisia markkinakeskusteluja, mutta voi auttaa tunnistamaan epäselviä väitteitä, puuttuvia tietoja ja viestinnällisiä riskejä ennen varsinaista markkinointia.

VERKKOSIVUT (DUE DILIGENCE -TIETOPANKKI)

Sisältöjen faktapohja

Hanketyöryhmä toimittaa verkkosivujen ja muun markkinointiviestinnän perustana käytettävät ajantasaiset tiedot investointiympäristöstä, infrastruktuurista, tonteista, energiasta, rahoitusmahdollisuuksista sekä muista kilpailutekijöistä. Markkinointikumppani vastaa tiedon jalostamisesta kohderyhmille relevantiksi ja vaikuttavaksi sisällöksi.

Verkkosivusto toimii investointiprosessin ensisijaisena tietopankkina ja tukee sijoittumispäätöksen valmistelua kaikissa arviointivaiheissa.

<https://kokemaki.fi/invest-in/>

Verkkosivut ovat markkinoinnin ydin

- etusivu
- keskeiset päätöksentekosisällöt
- yhteystiedot

Sisältö

- lähteistettävä ja ylläpidettävä tieto
- selkeät vastuuhenkilöt tietojen päivittämiseen

Lainmukaisuus

- WCAG 2.1 -ohjeistuksen AA-tason saavutettavuus
- evästehyväksyntä
- GDPR

KOKEMÄKI INVEST IN -LINKEDIN – ORGANISAATIOTILI

Sisältöjen ensisijainen tehtävä on vahvistaa operatiivista uskottavuutta ja tukea due diligence -ajattelua.

Vastuut

- Sisällöntuottaja (markkinointiviestintäkumppani)
- Hyväksyjä (markkinointiviestintäkumppani)
- Moderaattori (hanketyöryhmän edustaja)

<https://www.linkedin.com/showcase/invest-in-kokemaki/>

HANKETYÖRYHMÄN LINKEDIN – HENKILÖPROFIILIT

Due diligence -ajattelu nojaa ihmisiin, ei tileihin. Hanketyöryhmän edustajien henkilökohtainen LinkedIn-aktiivisuus on osa markkinointia.

Hanketyöryhmä

- on aktiivinen LinkedInissä projektin ajan
- jakaa ja kommentoi Kokemäki Invest In -sisältöjä
- tuo Kokemäkeä esiin omasta roolistaan käsin
- osallistuu keskusteluihin, kun aihe liittyy investointeihin, energiaan, infraan tai prosesseihin

Hanketyöryhmäläisten henkilöprofiilit

- lisäävät uskottavuutta
- tekevät päätöksenteon läheisyyden näkyväksi
- tukevat institutionaalista luottamusta
- madaltavat yhteydenottokynnystä

Minimitaso

- 1 oma julkaisu per viikko
- 3 omaa kommenttia per viikko
- kommentointi voi tapahtua myös yritystilin nimissä

KOHDISTETTU MAKSULLINEN LINKEDIN- MAINONTA

Mainonnan tehtävä on tavoittaa rajattu joukko relevantteja päätöksentekijöitä mahdollisimman tarkasti.

Rooli (julkaisijana yritysprofiili)

- suodattaa oikeat roolit oikean tiedon äärelle
- tukee due diligence -ajattelua, ei liidimyyntiä

Periaatteet

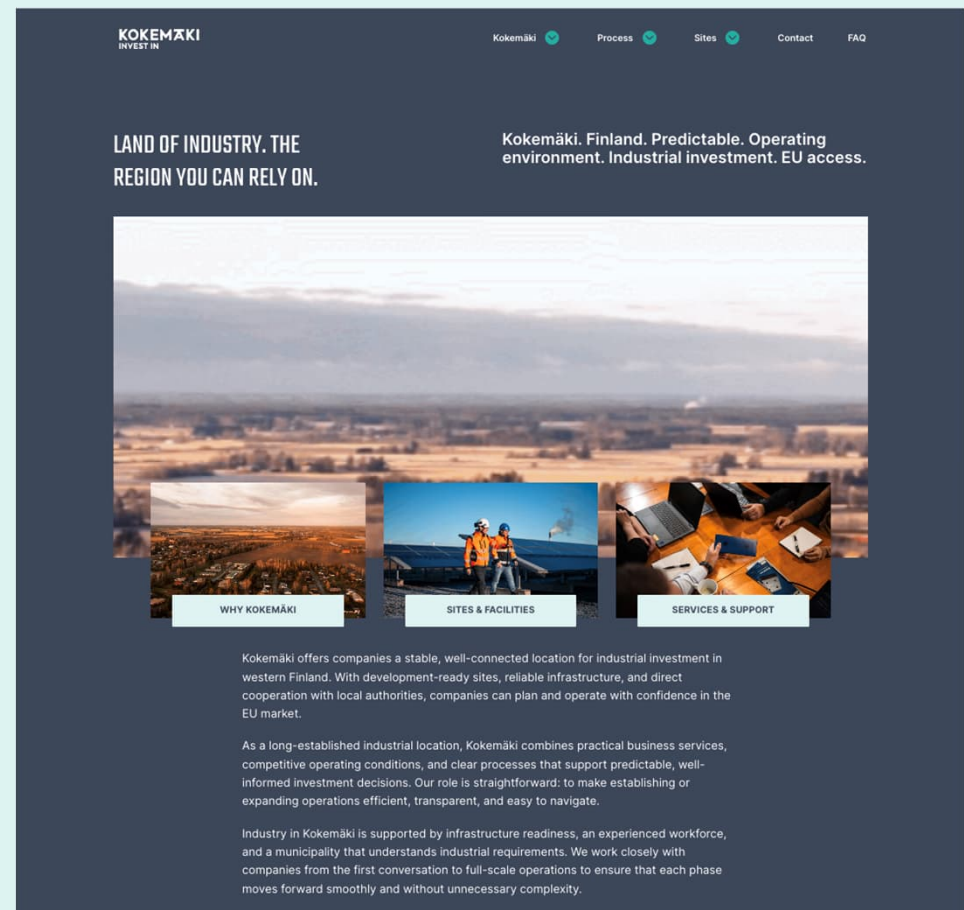
- käynnistetään vasta, kun verkkosivun faktasisällöt valmiit
- mainonta ohjaa verkkosivuille

ESIMERKKEJÄ

LinkedIn-mainokset



www-sivut



KOHDENNETTU SÄHKÖPOSTI- MARKKINOINTI

Rooli

- hallittu ja kohdennettu ensikontakti
- mahdollistaa suorat keskustelut relevanttien toimijoiden kanssa

Periaatteet

- rajattu ja tarkasti kohdennettu vastaanottajajoukko
- korkeintaan kaksi kontaktointikierrosta
- yhteydenotot kohdistetaan vain relevantteihin rooleihin
- toteutuksessa huomioidaan Yhdysvaltain markkinointisääntely, ostopalveluna hankittavan osoitteiston tietolähteiden laatu sekä lähettäjämaineeseen liittyvät riskit

VIDEO- JA SISÄLTÖ- KOKONAISUUS

Video tukee investointipäätöksen varhaista arviointivaihetta tarjoamalla selkeän, uskottavan ja faktapohjaisen kuvan Kokemäestä toimintaympäristönä kansainvälisille kohderyhmille.

Tavoitteena

- madaltaa ensimmäisen kontaktin kynnystä
- tukea due diligence -ajattelua
- konkretisoida energiaa, infrastruktuuria ja toimintaympäristöä
- vahvistaa institutionaalista uskottavuutta
- Huom! Tavoitteena ei ole yleinen imagomarkkinointi

Kokonaisuus muodostuu

- yhdestä päävideosta
- useista lyhyemmistä teemasisällöistä verkkosivuille ja LinkedIniin
- kohderyhmäkohtaisista videoversioista eri käyttötarkoituksiin

Sisällöt suunnitellaan erikseen verkkosivujen tietopankki-käyttöön, LinkedIn-jakeluun, mahdollisiin tapaamisiin ja esitysmateriaaleihin.

ROUND TABLE -KESKUSTELUT

Rajatut ja kutsuperusteiset keskustelutilaisuudet tukevat suhteiden rakentamista toimijoihin, jotka osallistuvat kansainvälisten investointien arviointiin, valmisteluun ja sijoittumispäätöksiin.

Round table -tilaisuuksien rooli

- rakentaa uskottavuutta oikeiden toimijoiden keskuudessa
- mahdollistaa luottamukselliset keskustelut
- tunnistaa relevantit jatkokeskustelut ja yhteistyömahdollisuudet

Kohderyhmät

- site selection -konsultit
- investointi- ja laajentumisjohdon edustajat
- infrastruktuuri- ja energiatoimijat
- kansainvälisten sijoittumishankkeiden valmistelijat
- julkisen ja yksityisen sektorin verkostotoimijat

Mahdollisia yhteistyötahoja

- Finnish American Chambers of Commerce (FaCC)
- Team Finland -verkosto
- Business Finland
- Suomen suurlähetystö ja konsulaatit
- AmCham Finland
- alueelliset investointi- ja yritysverkostot

1:1-TAPAAMISET

Rooli

1:1-keskustelut ovat luottamuksellisia jatkovaiheen tapaamisia toimijoiden kanssa, jotka ovat tunnistaneet Kokemäen potentiaalisiksi vaihtoehdoksi sijoittumiselle tai jatkoselvityksille.

Toimintamalli

1:1-keskustelut käynnistyvät tyypillisesti muun markkinoinnin, verkostojen tai suorien yhteydenottojen pohjalta. Keskustelut etenevät toimijakohtaisesti.

Tavoite

- syventää operatiivista ymmärrystä
- arvioida sijoittumisen realistisia edellytyksiä
- tunnistaa mahdolliset esteet ja lisäselvitystarpeet
- sopia seuraavista vaiheista

Kokemäen rooli

- tarjota realistinen ja läpinäkyvä kuva toimintaympäristöstä
- vastata due diligence -vaiheen keskeisiin kysymyksiin
- koordinoita tarvittavat asiantuntijat ja tiedot
- mahdollistaa sujuva eteneminen jatkoselvityksiin

MARKKINOINNIN RAJAUKSET (DUE DILIGENCE -NÄKÖKULMASTA)

Markkinointi kohdistetaan vain investointeihin, jotka ovat operatiivisesti, infrastruktuurisesti ja strategisesti realistisia Kokemäen toimintaympäristössä.

Investointityypit, joita ei edistetä

- Toimijat, joihin liittyy merkittäviä geopolittisia, pakote-, sääntely- tai turvallisuusriskejä.

LIIDIN MÄÄRITELMÄ

Liidi määritellään toimijaksi, jolla on tunnistettava yhteys Kokemäen tarjoamaan toimintaympäristöön ja kiinnostus sijoittumisen edellytyksiin.

Yhteydenottoa ei aktiivisesti jatketa, mikäli kiinnostus ei etene konkreettisiin keskusteluihin tai vastauksia ei saada kahden yhteydenottokierroksen jälkeen.

Liidin omistaja

- Prizztech Oy, kun yhteydenotto tulee Prizztechin omistamiin kanaviin
- Kokemäen kaupunki, kun yhteydenotto tulee Kokemäen omistamiin kanaviin

VASTEAIKA JA VASTUUT

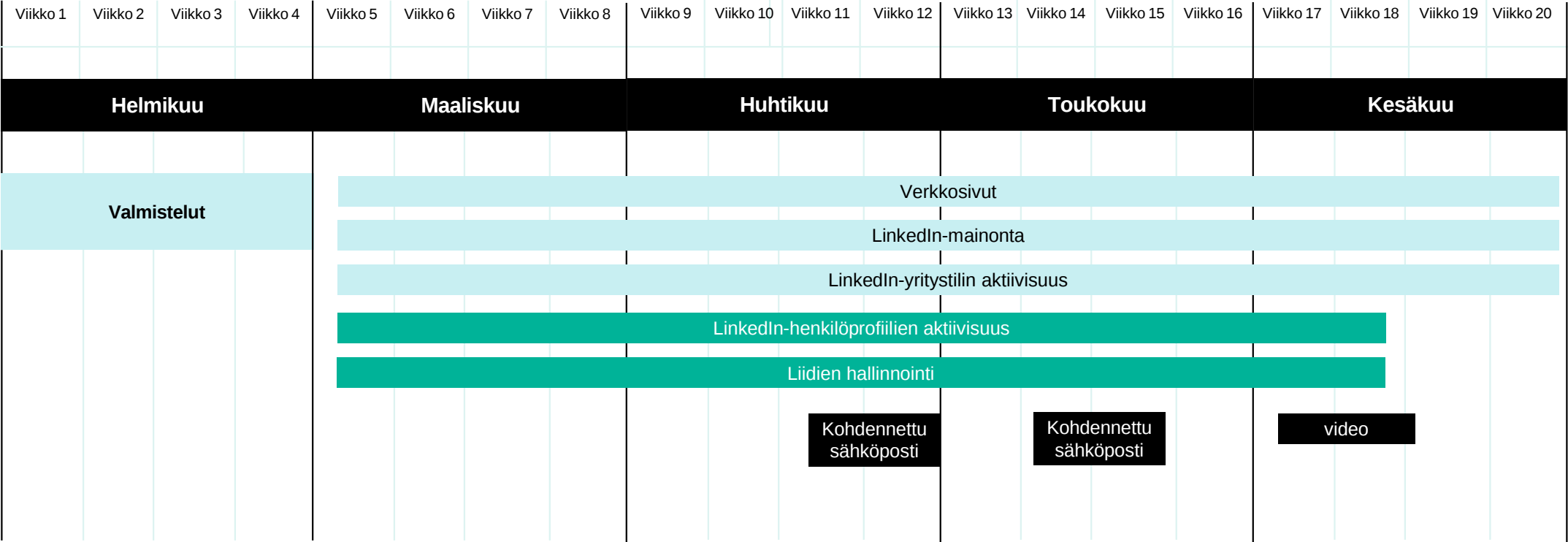
Nopea ja ennustettava reagointi on osa Kokemäen sijoittumispalvelun uskottavuutta.

Markkinoinnissa luvataan ensimmäinen vastaus yhden arkipäivän sisällä.

Liidien koordinointi ja seuranta on keskitetty hanketyöryhmän sisällä nimetyille vastuutoimijalle.

- Nimetään päävastuullinen yhteydenottojen koordinointiin.
- Määritellään varahenkilöt ja tiedonkulun toimintamallit.
- Varmistetaan, että kaikki sijoittumiskeskustelut dokumentoidaan ja ne etenevät hallitusti.

PROJEKTIN AIKATAULU



MITTARIT JA OPERATIIVINEN OHJAUS

Operatiivinen suunnittelu

Kanavakohtaiset budjetit, tavoittavuustavoitteet ja operatiiviset kontaktimäärät määrittämään hankkeen toteutussuunnitelmassa markkinatilanteen, käytettävissä olevien resurssien sekä käynnissä olevien investointiprosessien perusteella.

Toimenpiteiden priorisointi

Markkinointisuunnitelma kuvaa investointimarkkinoinnissa hyödynnettäviä toimintamalleja. Kaikkia toimenpiteitä ei ole tarkoituksenmukaista toteuttaa samanaikaisesti, valinnat tehdään käytettävissä olevien resurssien, budjetin ja kulloisenkin markkinatilanteen perusteella.

Markkinoinnin onnistumista arvioidaan ensisijaisesti sen perusteella, syntyykö relevantteja sijoittumiskeskusteluja ja etenevätkö ne jatkoselvityksiin.

Mittarit (liidit)

- tunnistetut varteenotettavat liidit
- käynnistyneet 1:1-keskustelut
- eteneminen konkreettisiin jatkotoimiin

Operatiiviset signaalit

- LinkedInin maksullisen markkinoinnin CPR
- verkkosivun avainosoiden käynnit
- kohdennettuihin sähköposteihin saapuneet asialliset vastaukset
- päätöksentekorooolien osallistuminen keskusteluihin

RISKIT JA RAJAUKSET

Markkinointimalli on tarkoituksella rajattu, jotta resurssit voidaan kohdistaa toimijoihin, joilla on realistinen yhteys Kokemäen tarjoamaan toimintaympäristöön.

Keskeiset riskit

- Kiinnostus kohdistuu toimijoihin, joille Kokemäki ei ole operatiivisesti relevantti.
- Markkinointi synnyttää kiinnostusta, joka ei johda jatkokeskusteluihin.
- Resurssit eivät riitä kaikkien kiinnostuneiden toimijoiden käsittelyyn.

Rajaukset ja riskienhallinta

- Markkinointi kohdistetaan vain määriteltuihin kohderyhmiin ja osavaltioihin.
- Kanavavalinnat on rajattu (LinkedIn, verkkosivut, sähköposti).
- Markkinointi ohjaa kiinnostuksen faktapohjaiseen tietoon, ei lupauksiin.
- Markkinoinnissa vältetään viestintää, joka voisi tulkinnallisesti muodostaa sitovia investointi- tai kapasiteettilupauksia.

YHTEISTYÖ, ROOLIT JA VASTUUT

Suunnitelman toteutus edellyttää selkeää päätöksentekoa, vastuunjakoa ja jatkuvaa tiedonkulkua osapuolten välillä.

Roolitus perustuu hankkeen projektirakenteeseen sekä toimeksiannon tavoitteisiin.

Kokemäki/hanketyöryhmä

- vastaa lähtötiedoista ja faktapohjaisesta asiantuntemuksesta
- määrittelee sijoittumiseen liittyvät linjaukset ja painopisteet
- omistaa sijoittumiskeskustelut ja sidosryhmäyhteydet.

Markkinointiviestintäkumppani

- vastaa markkinointiviestinnän toteutuksesta ja sisällöntuotannosta sovittujen linjausten mukaisesti
- tukee strategista ohjausta ja kansainvälisen viestinnän koordinoitua
- hallinnoi viestintä- ja markkinointikanavia sekä kampanjoiden toteutusta
- tuottaa jatkuvaa analytiikkaa, havaintoja ja kehitysehdotuksia markkinoinnin optimointiin.

Lisätietoja:

Kokemäen Invest in -ohjelma

Katja Ojakoski
Projektipäällikkö
044-710 5422
katja.ojakoski@prizz.fi
Prizztech Oy

Tero Patoranta
Asiantuntija
044-720 4641
tero.patoranta@prizz.fi
Prizztech Oy