



INNOSTAVA ELINVOIMAINEN ESPOO -OHJELMA, OHJAUSRYHMÄ

Aika maanantai 16.12.2019 klo 14.00–15.30

Paikka Valtuustotalo, Vihreä liitto

Paikalla Jaana Jalonen (pj)
Johanna Karimäki (vara-pj)
~~Mikko Kiuttu~~
Kimmo Oila (saapui klo 14.09)
~~Toni Seppänen~~
Tuula Antola
Susanna Tommila
~~Harri Rinta-aho~~
Olli Isotalo (poistui 15.25)
~~Riikka Puusniekka~~
Jaana Tuomi
Erkki Pärssinen
~~Riikka-Maria Yli-Suomu~~

Nuorisovaltuutettu ~~Toivo Hursti~~

Ohjelmapäällikkö Harri Paananen

Viestintävastaava Mari Ala-Mikkula

Muut kutsutut Sanna Lindholm
Marjut Gerkman
Sari Mäkisalo
Markku Markkula

1 Kokouksen avaus ja esityslistan hyväksyminen

Puheenjohtaja avasi kokouksen klo 14.01.

2 Edellisen kokouksen pöytäkirja

Käytiin läpi ja hyväksyttiin edellisen kokouksen pöytäkirja.

3 Espoo Innovation Gardenin ja kasvukäytävän kansainvälisen tunnettuuden lisääminen, case Finnoo (Marjut Gerkman), klo 14.10

Espoo Innovation Gardenin ja metron kasvukäytävän tunnettuuden lisäämiseen tähtäävä IEE-ohjelman projekti toteuttaa tavoitettaan lisätä tunnettuutta sijoittajien, yritysten ja osajien keskuudessa brändityön ja markkinoinnin keinoin. Yhtenä osana projektia luotiin brändikonsepti Finnoolle. Marjut Gerkman teknisestä ja ympäristötoimesta kertoi konseptin synnystä ja alueen markkinoinnista.

Ohjausryhmän käsittely

Finnoolle on luotu selkeä viestintä- ja markkinointikonsepti, jonka pohjana on Espoo-tarina ja alueen omat vahvuudet (meri, metro, luonto, vihreys, vehreys). Kaupunki omistaa maat Finnossa, mikä on mahdollistanut ihan uudenlaisen lähestymistavan alueen markkinoinnissa. Yhteistyötä on tehty laajasti paitsi kaupunkiorganisaation sisällä, myös yhteistyökumppaneiden ja sidosryhmien kanssa.

Konseptin määrittelyn ensimmäisessä vaiheessa laitettiin työkalut ja sisällöt kuntoon. Toisessa vaiheessa herätellään kohderyhmien kiinnostusta, ja kolmannessa vaiheessa vahvistetaan Finnoon tarinaa asukkaiden ja sidosryhmien kertomana.

Konseptin mukaisesti Finnoo rakentuu Espoon parhaista paloista, ja visuaalisessa linjassa korostuu muun muassa merellisyys. Markkinointiviestit koostuvat sanapareista ja -yhdistelmistä. Materiaalit on tehty suomeksi ja englanniksi, ja ilme yhdistyy aina Espoon kaupungin ilmeeseen.

Alkuvaiheessa tavoitteena on ollut puhutella yksilöitä, mutta myös yrityksiä. Käytössä on useita eri kanavia: some, digi, ulkomainonta ja printtimainonta.

Kävijämäärät espoo.fi/finnoo -sivustolla kasvoivat reilusti kampanjan aikana.

Vuoden 2020 aikana on tarkoitus lähteä tekemään kohdennetumpaa mainontaa. Toistaiseksi ollaan enemmänkin tavoiteltu sijoittajia ja rakennuttajia, ja tarjottu heille materiaalia omaan markkinointiinsa.

Tutustu Finnoon markkinointiin:

- [esitysmateriaali](#)
- www.espoo.fi/finnoo
- [video](#)

4 Work Pilots -jatkoehdotus (Sanna Lindholm), klo 14.30

Lokakuun kokouksessa IEE-ohjelma käsitteli nuorille keikkatyötä tarjoavaa Work Pilots -palvelua. Keskusteltiin, että ohjelman tuella voitaisiin kohdistaa rahoja esimerkiksi maahanmuuttajanuorten ja vammaisten työllistämiseen. Kokouksessa sovittiin, että jatkoehdotus käsitellään joulukuun kokouksessa.

Ohjausryhmän käsittely

Vuoden 2019 aikana nuorille keikkatöitä tarjoavaa Work Pilots -alustan käyttöä on rahoitettu elinkeino- ja kaupunkikehitysyksiköstä. Tarjoaja ollaan kilpailuttamassa vuoden 2020 alussa.

Marraskuuhun 2019 mennessä toteutuneita keikkoja on ollut 378 ja työmahdollisuuden saaneita nuoria 168. Mitään negatiivista palautetta ei ole tullut. Work Pilots on ollut erinomainen keino tehdä kaupunkia työnantajana tunnetuksi, ja sillä on vaikuttavuutta myös nuorten itsetuntoon ja tulevaisuuden uskaan.

Espoon työllisyyspalvelut on hakeutunut työllisyyden kuntakokeiluun, missä kohderyhmänä ovat muun muassa kaikki alle 30-vuotiaat ja heidän työllisyyspalveluidensa järjestäminen. Nuorten työllisyyden ekosysteemityöskentely on käynnistymässä vuonna 2020 yhteistyössä kaupungin kumppaneiden kanssa. Nuorten työttömyys on laskenut, mutta tehtävää riittää vielä.

Nuorten keikkatöiden pyörittämiseen käytetään 40 000 € elinkeino- ja kaupunkikehitysyksikön hallinnoimia nuorten työllistymisen edistämiseen kohdennettuja perintörahoja. IEE-ohjelmalta haetaan 10 000 € toimintaa varten. Kyseinen määräraha kohdennettaisiin

- vammaisille ja osatyökykyisille
- maahanmuuttajataustaisille
- niiden alueiden nuorille, joilla on paljon työttömyyttä
- lastensuojelun asiakkaille

IEE-ohjausryhmä pidetään ajan tasalla, miten rahaa on kohdennettu ja mitä sillä ollaan saatu aikaan.

Ohjausryhmä päätti tukea nuorten työllistymistä edistävää keikkatyöpalvelua 10 000 eurolla.

Tutustu:

- [esitysmateriaali](#)

5 Business Espoo -yrityspalveluverkoston kehittäminen viestinnän näkökulmasta (Sari Mäkisalo), klo 14.50

Yhtenä IEE-ohjelman toimenpiteenä syntynyt yrityspalveluverkosto Business Espoo on toiminut Otaniemessä yhteisissä tiloissa reilun vuoden verran. Markkinointipäällikkö Sari Mäkisalo hoitaa ja koordinoi Business Espoon viestintää, ja esitteli tehtyjä toimenpiteitä ja tulevan vuoden suunnitelmia ohjausryhmälle.

Ohjausryhmän käsittely

Business Espoo on seitsemän toimijan verkosto, joka tarjoaa yrityspalveluita Espoon ja lähikuntien yrittäjille ja yrityksille.

Viestinnällä tavoitellaan

- tunnettuuden rakentamista
- palvelujen käyttöasteen kasvua
- tavoitemielikuvan vahvistamista: tunnettu, ketterä, yritysten tavoitteiden vauhdittaja
- hyötyä asiakkaille

Palveluista on muodostettu kuusi eri koria: ideasta yrittäjäksi, tavoitteena kasvu, apua rekrytointiin, osaamisen kehittäminen, osaamisen kehittäminen, kansainvälistyminen ja ohjeita muutostilanteisiin. Palvelut toimivat pohjana kaikelle viestintätöölle.

Viestintäryhmä laati viestintästrategian, missä kiteytetty miksi olemme olemassa ja mitä tavoitellaan. Myös visuaalinen ilme on määritelty, ja se kattaa muun muassa tunnuksen, äänensävyn ja brändivalokuvat. Näkyvin osa viestinnän tekemistä ovat syksyllä 2019 julkaistut verkkosivut www.businessespoo.com. Vuoden aikana on ollut paljon tapahtumia ja niiden järjestämistä jatketaan myös ensi vuonna. Tapahtumien osalta ollaan kuitenkin mietitty tarkkaan, mitä järjestetään itse, koska on myös paljon sellaisia tapahtumia, missä voidaan olla osallisia.

Toistaiseksi ollaan aika vähän voitu keskittyä kohdentamiseen markkinoinnissa, mutta jatkossa se helpottuu. Seitsemän toimijan omat kanavat ovat käytössä viestinnässä ja markkinoinnissa. Vaikuttajaviestintä, eli puheenvuorot ja esitykset ovat tärkeässä roolissa. Vuonna 2020 panostetaan sisältömarkkinointiin (asiakastarinat: millaista apua yrittäjät ovat saaneet), kehitetään verkkosivuja edelleen, perustetaan LinkedIn-kanava, toteutetaan erilaisia markkinointikampanjoita (Länsiväylä, screen-mainokset), järjestetään tapahtumia, panostetaan mediaviestintään ja kehitetään sisäistä viestintää.

Erkki Pärssinen totesi, että Business Espoon tekeminen profiloituu helposti englanninkielisen termistön kautta liian vieraaksi pienyrittäjille, mikä pitää ottaa huomioon viestinnässä.

Mediaviestinnässä tulee olla vielä entistä proaktiivisempi ja tavoitteet on asetettava korkealle. Somekanavia kannattaa hyödyntää maksimaalisesti.

Huom. Kannattaa laittaa omaan kalenteriin: Elinkeinofoorumi 21.4.2020

Tutustu Business Espooseen:

- [esitysmateriaali](#)
- www.businessespoo.com
- #businessespoo

6 Muut asiat

- Ohjelmapäällikkö kertoi, että ohjelman loppuvuoden raportti tulee sähköpostilla tammikuun aikana.
- Ohjelmapäällikön sijaiseksi 3.8.2020–7.1.2021 tulee Business Espoon kehittämispäällikkö Maarit Viik-Kajander. Maarit tulee kokouksiin jo vuoden alusta lähtien.

7 Seuraavat kokoukset

Sovittiin, että vuoden 2020 alkupuoliskolla pidetään kokoukset seuraavasti:

- 27.1. klo 14–16
- 10.2. klo 14–15.30
- 4.3. klo 14–16
- 1.4. klo 14–16
- 13.5. klo 14–16
- 8.6. klo 14–16

Mari A-M lähettää kalenterikutsut kaikille.

8 Kokouksen päättäminen

Puheenjohtaja päätti kokouksen klo 15.31.

Allekirjoitukset

Jaana Jalonen
puheenjohtaja

Mari Ala-Mikkula
kokouksen sihteeri