



# Helsinki Marketing

29.4. 2021 Laura Aalto

Helsinki



# Tilannekatsaus. Kohti uutta. Kesä 2021.

Helsinki

# Tilannekatsaus.

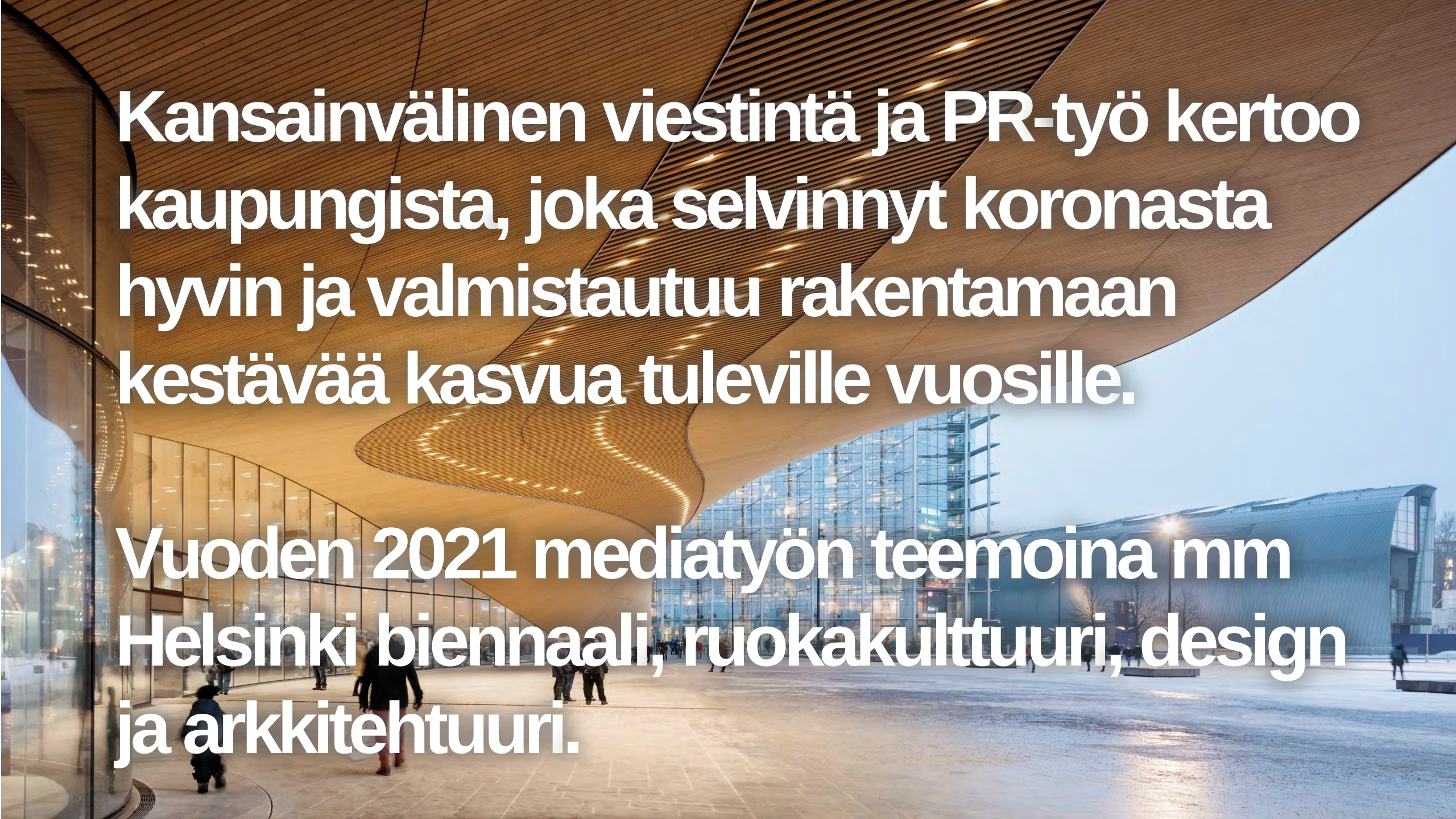


Helsinki

**Destinaatio Helsingin kansainvälinen  
myynti jatkuu.**

**mm. online myyntitapahtumat,  
webinaarit, B2B digitaalinen  
markkinointiviestintä, VR:n  
hyödyntäminen hybriditapahtumissa**

**Helsinki**



Kansainvälinen viestintä ja PR-työ kertoo kaupungista, joka selvinnyt koronasta hyvin ja valmistautuu rakentamaan kestävää kasvua tuleville vuosille.

Vuoden 2021 mediatyön teemoina mm Helsinki biennaali, ruokakulttuuri, design ja arkkitehtuuri.

**Markkinoinnissa on vahvistettu  
asiakasymmärrystä: bränditutkimus,  
vierailijokohderyhmän  
kuluttajatutkimus, profiilityö,  
tarkempi kohdemarkkinarajaus.**

**Helsinki**



Nature,  
space &  
silence

Helsinki

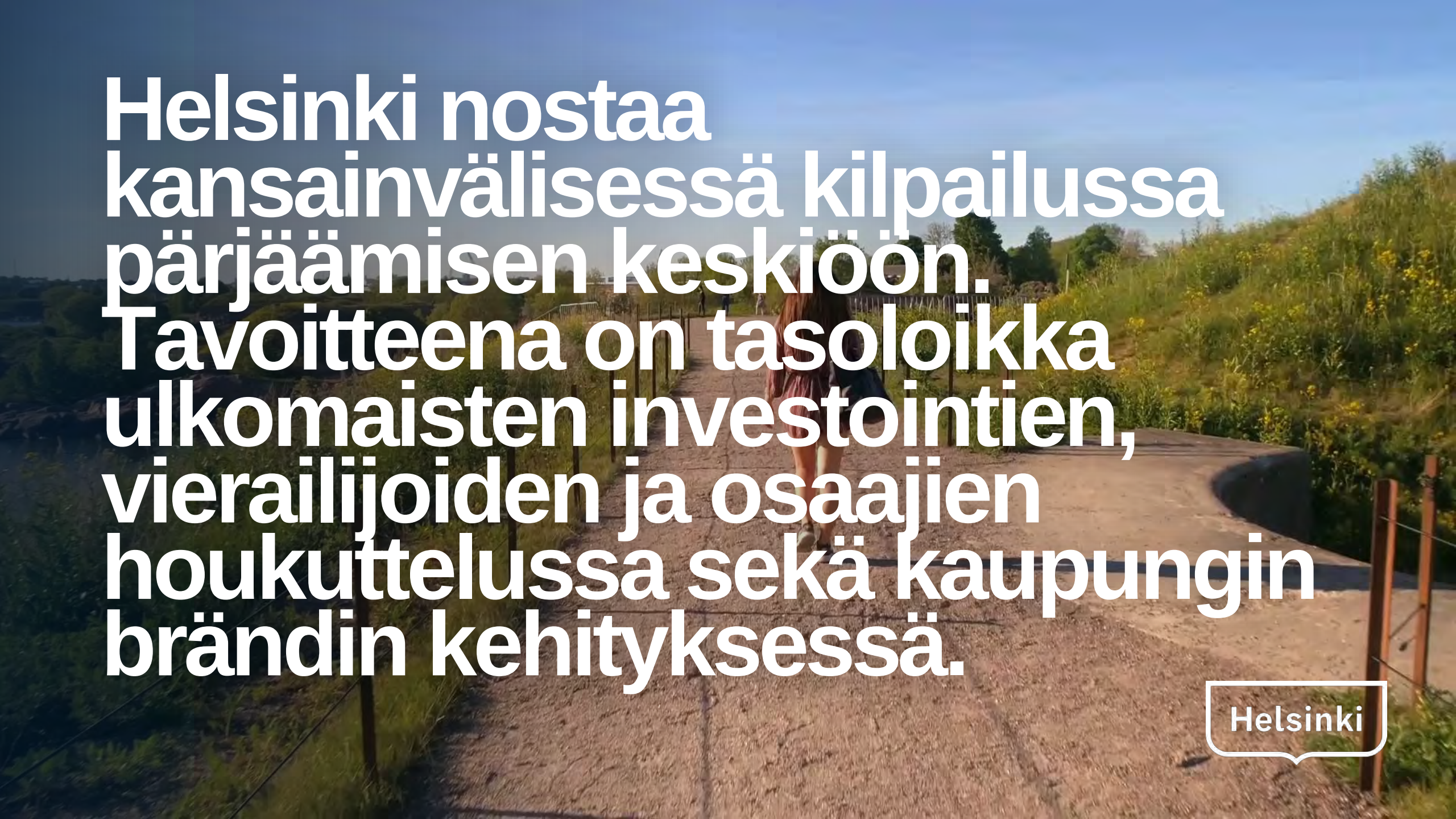
# Combined with urban city life



A lush green park scene with a stream, a bench, and a bridge, with the sun shining through the trees.

# Kohti uutta.

Helsinki

A person is walking away from the camera on a wide, light-colored gravel path. The path curves gently to the right. On either side of the path, there is lush green vegetation, including tall grasses and shrubs. In the background, more trees and a clear blue sky are visible. The overall scene is bright and sunny, suggesting a pleasant day in a park or natural area.

Helsinki nostaa  
kansainvälisessä kilpailussa  
 pärjäämisen keskiöön.  
Tavoitteena on tasoloikka  
ulkomaisten investointien,  
vierailijoiden ja osaaajien  
houkuttelussa sekä kaupungin  
brändin kehityksessä.

Helsinki

An aerial photograph of the Helsinki city skyline at sunset. The sun is low on the horizon, casting a warm orange glow over the city. Several construction cranes are visible, indicating ongoing development. The city is densely packed with buildings, and the water is visible in the background.

**Helsinki Marketingin ja  
Helsinki Business Hubin  
toiminnot yhdistetään uuteen  
Helsinki Partners  
kaupunkimarkkinointi- ja  
invest in -yhtiöön.**

Helsinki

# Kesä 2021.



Helsinki

**Tavoitteemme on, että  
Helsinki on kotimaan  
vierailijoille aidosti  
kiinnostava vaihtoehto, josta  
löytyy mielenkiintoisia  
uutuuksia.**

**1) Digitaalista markkinointiviestintää (MyHelsinki), jonka tavoitteena on ohjata kuluttajia Helsingin vierailukohteiden ja aktiviteettien pariin**

**2) Kesä-Helsinki -materiaalipaketit yritysten käyttöön**

**3) Media- ja vaikuttajaviestintäkampanja**

# 1. Digitaalinen markkinointiviestintä ja MyHelsinki

- Ohjaamme Helsingin tarjonnasta kiinnostuneet MyHelsinki-sivuille. Sivulla kerromme, miksi urbaaniin Helsinkiin kannattaa tulla kesällä 2021.
- MyHelsinki-sivuille kootaan kokonaisuudet kolmelle teemalliselle kohderyhmälle:
  1. **Helsinki Biennaalista kiinnostuneet:** kärkenä biennaalin lisäksi Helsingin muu kuvataidetarjonta
  2. **Perheet:** kärkinä helpot mutta kiinnostavat *klassikkokohteet* ja kiinnostavat majoitukset
  3. **Nuoret aikuiset ja urbaanin kulttuurin fiilistelijät:** kärkinä ruokakohteet ja kiinnostavat majoitusvaihtoehdot



## 2. Kesä-Helsinki – materiaalipaketit

- Tuotamme valmiit kuvat ja liikkuvan kuvan materiaalit matkailutoimialan ja sidosryhmien käyttöön
- Tuotamme valmiit tekstit eri formaatteihin.

# 3. Media- ja vaikuttajaviestintäkampanja markkinoinnin tueksi

- Tehdään media- ja vaikuttajatyötä tukemaan kesän kokemista Helsingissä
- Tavoitteena on tukea mielikuvaa, että Helsingistä löytyy sekä urbaaneja elämyksiä että luontokokemuksia.
  - Korostetaan kesän uutuuksia, kuten Helsinki Biennaalia ja Kasarmitorin kesäterassia
- Vahvistetaan kaupungin olemassa olevaa markkinointia ja aikataulutetaan kampanja tukemaan markkinoinnin ulostuloja
- Puhehenkilöinä kaupungilta pormestari ja elinkeinojohtaja. Lisäksi mukana tapahtumien edustajia ja matkailualan yrityksiä



# Kiitos.

Helsinki