



TUUNAA SUN ETÄTYÖPISTE KAMPANJARAPORTTI

Osat 1 ja 2

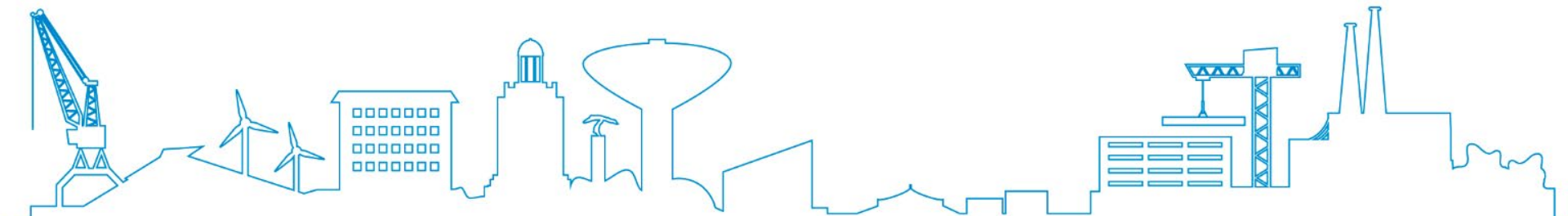


TUUNAA SUN ETÄTYÖPISTE - KAMPANJA



Kotkan kaupunki lanseerasi Tuunaa sun etätyöpiste -ohjelman, josta julkaistiin sarjan kaksi osaa vuoden 2021 aikana. Kampanjoinnin tarkoituksena on saada etätyötä tekevät miettimään omaa hyvinvointiaan ja miten oman elämän voi järjestää Kotkassa paremmin monipaikkatyön avatessa uusia tulevaisuuden näkymiä.

Tavoitteena on saada katsoja seuraamaan paitsi viihdyttävää sisustusohjelmaa, myös yllättämään tämä faktoilla. Kampanjointi on suunnattu pääkaupunkiseudun asukkaille, koska he kärsivät eniten sopivien työtilojen puutteesta korkeiden asumiskustannusten myötä.

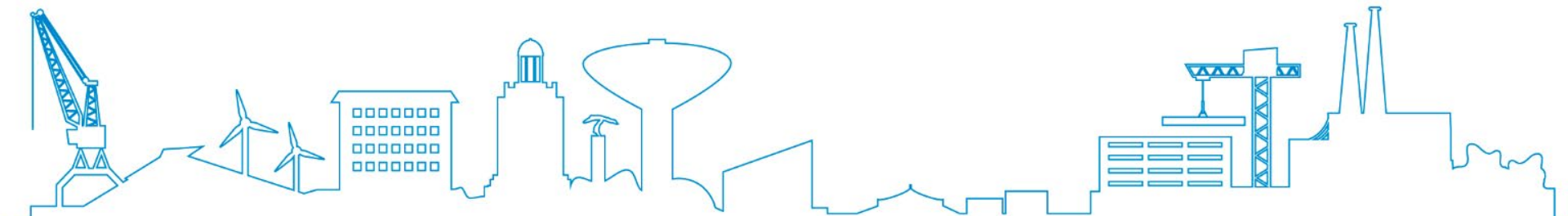


KAMPAJAN TOTEUTUKSET

OSA 1



- Video, josta teaser ja noin minuutin pituinen video
- Tiedote kampanjasta 17.2.2021
- Mainontaa Facebookissa, Instagramissa ja YouTubeissa 17.2.–1.3.2021
- Jaot myös Twitteriin ja LinkedIniin
- Bannerikampanja Alma Media (Iltalehti.fi, Etuovi.com, Kauppalehti.fi, Vuokraovi.com, Telkku.com, Uusisuomi.fi, Autotalli.com, Talouselama.fi, Kotikokki.net) 17.2.–21.3.2021
- Somekampanjan toisto pääsiäisenä 1.–5.4.2021

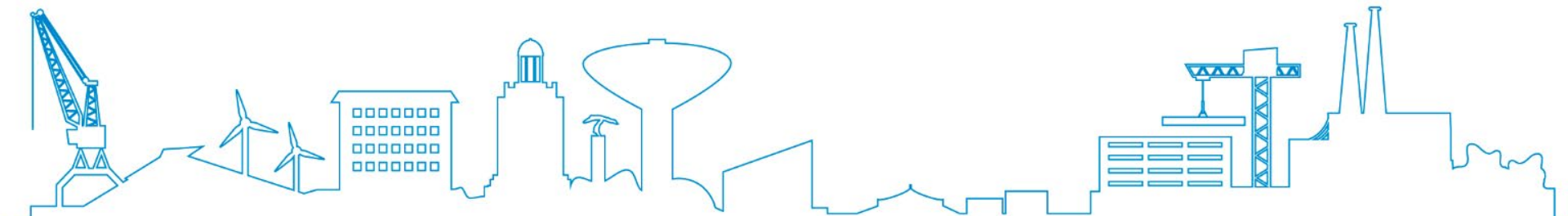


KAMPANJAN TOTEUTUKSET

OSA 2



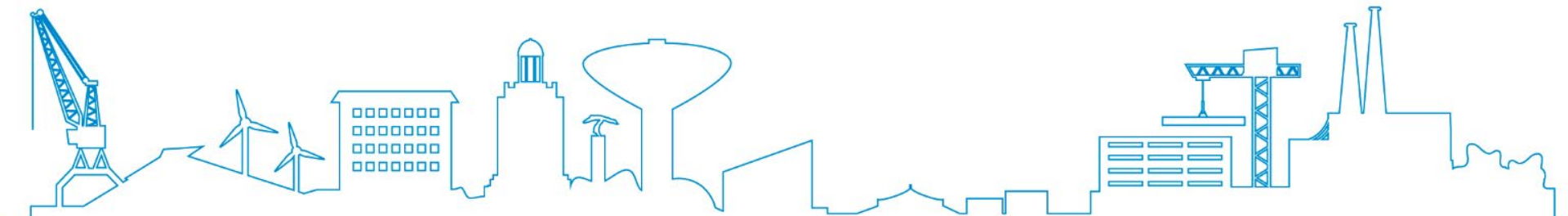
- Video, josta Teaser ja eri pituisia videoita someen ja elokuvateatteriversiot
- Erillinen kampanjasivu Kotka.fi/etatyo
- Tiedote kampanjasta 15.6.2021
- Mainontaa Facebookissa ja Instagramissa sekä jaot YouTube, Twitter ja LinkedIn 18.6.–2.7.2021 ja 19.7.–1.8.2021
- Bannerikampanja Alma Media 15.6.–11.7. ja 17.9.–17.10.2021
- Mainonta elokuvateattereissa Finnkino Helsinki ja Kotkan leffat Pertsä ja Kilu -elokuvan yhteydessä, ensi-ilta 14.7.2021
- Tv-mainos Remppa vai muutto -ohjelman yhteydessä (pk-seutu) 26.8.–28.10.2021



TAVOITTAVUUS YHT.



- YouTube-videot yht. 13 030 katselukertaa 12.4.2022 mennessä
- Kampanjasivun katselut 31.12.2021 mennessä: 4242 (Google Analytics)
- Facebook- ja Instagram-mainonta: kattavuus 187 352, linkin klikkauksia 6404. YouTube-mainonnan katselukerrat 5345
- Näytöt Alma Mediassa yht. 1 843 967, klikkejä 7036 (ohj. kampanjasivulle)
- Finnkinno 25 000 (kontaktitakuu)
- Remppa vai muutto -sarjan katsojaluvut: 242 000 – 362 000 (Finnpanel.fi)
Pk-seudun luvut ei tiedossa.
- Lisäksi orgaanista näkyvyyttä kaupungin somekanavissa.



TULOKSET



Kotkan tulomuuttojen määrä on kasvanut ja lähtömuuttojen määrä vähentynyt. Nettomuuttoliike oli vuoden 2021 ensimmäisen kuuden kuukauden jälkeen ensimmäistä kertaa vuosiin plussan puolella. Muuttotappio on pienentynyt korona-aikana ja merkittävästi vuonna 2021. (Muuttoliikeanalyysi, Timo Aro, 2022)

85 % tulomuuttaneista oli valmiita suosittelemaan Kotkaa ystävilleen. (Kaupungin tekemä kysely muuttaneille)

Kampanja sai positiivista huomiota kuntalaisilta ja helsinkiläiset

