

# **RANUAN KUNTA BRÄNDISTRATEGIA**

**V1.1**

# SISÄLLYS

Brändistrategia on työkalu niin Ranuan kunnalle kuin sen kumppaneille.

Se määrittelee Ranuan kunnan brändin ytimen, tavoiteidentiteetin, viestit ja visuaalisen viestinnän elementit.

1. **Tausta ja tavoitteet**
2. **Visio & arvot**
3. **Kohderyhmät ja brändiviestintä**
4. **Positio ja vahvuudet**
5. **Erottautumistekijät**
6. **Tavoitemielikuva ja brändilupaus**
7. **Pääviesti**
8. **Lisäviestit**
9. **Äänensävy**
10. **Bränditarina**

# 1. Tausta ja tavoitteet

Lapin etelärajalla sijaitseva Ranua saa itselleen uuden brändin loppuvuodesta 2022.

Brändin uudistamiseen ovat osallistuneet Ranuan kuntalaiset. Vastaamalla kyselyyn Ranua-mielikuvastaan ja tuntemuksistaan he ovat tuoneet mukaan työhön paljon arvokkaita näkemyksiään Ranuan vahvuuksista ja kehittämiskohteista sekä omaa tunne- ja ajatusmaailmaansa.

Työssä on ollut mukana kunnan brändityöryhmä kahden työpajan kautta.

1. Uusien asukkaiden saaminen
2. Elinvoimaisuuden edistäminen & yritystoiminnan monipuolistaminen ja kasvattaminen
3. Nykyisten asukkaiden kotiseutusuhteen ja osallisuuden tunteen vahvistaminen

## 2. Visio ja arvot

Ranuan kunnan uusi brändi perustuu vuoden 2022 kuntastrategiaan ja sille määritellyille arvoille. Ranuan brändi tukee ja toteuttaa kuntastrategian visiota, jossa:

*Ranua on rohkeasti uudistuva ja yritteliäs kunta, jonka elinvoima kumpuaa aktiivisesta yhteisöstä sekä monipuolisesta elinkeinoelämästä ja rikkaasta luonnosta.*

**Avoimuus**

**Rohkeus**

**Vastuullisuus**

**Lapsiystävällisyys**

**Yritteliäisyys**

# 3. Kohderyhmät ja brändiviestintä

## 1. Tulevaisuuden ranualaiset

Lapista, ja erityisesti Lapin maaseutumaisissa kunnissa asumisesta kiinnostuneet. Heille on tärkeää metsästys, kalastus, eräily ja luonnossa oleminen sekä sujuva arki ja tarpeelliset palvelut.

Vapaa-ajan asukkaat, joilla on jo kytkös ja tunneside Ranualle, missä vapaa-ajan asunto on helppo muuttaa pysyväksi asunnoksi.

Lisäksi Suomeen töihin haluavat ja Ranuasta kiinnostuneet yritykset.

He kaikki ovat ensisijaista kohderyhmää, joiden kiinnostus herätetään uudella brändillä ja siihen pohjautuvalla viestinnällä.

## 2. Rohkeat ranualaiset

Nykyiset asukkaat, joiden Ranua-suhdetta, osallisuutta ja yhteisöllisyyttä vahvistetaan ja syvennetään uuden brändin avulla.

Paluumuuttajat, joiden Ranua-suhdetta ja kotiseuturakkautta herätellään vahvemmin henkiin uuden brändin kautta.

Tunneside Ranuaan on vahva. Molemmat kohderyhmät ovat hyviä kotiseutunsa, ranualaisuuden ja alueella elämisen puolestapuhujia ja sanansaattajia.

## 3. Ranua-uteliaat

Kotimaiset ja kansainväliset matkailijat, vapaa-ajan asukkaat sekä elämänlaatua etsivät etä- ja monipaikkatyöläiset.

Uteliaisuutta ruokitaan pitkäjänteisellä mielikuvan ja maineen rakentamistyöllä sekä tarjoamalla tietoa alueesta myös medianäkyvyyden kautta.

Tärkeä viestinnän kohderyhmä, jolle tarjotaan tietoa Ranuasta kiinnostavana paikkana tietää, tutustua, vierailta ja lomailla.

## 4. Positio ja vahvuudet

**ROHKEASTI  
HAASTAEN**

A blue, hand-drawn scribble graphic that loops around the text 'ROHKEASTI HAASTAEN', starting from the top left and ending at the bottom right.

Ranuan kilpailijoita ovat sekä pohjoisen Suomen isot kaupungit kuten Rovaniemi ja Oulu, sekä Lapin muut maaseutumaiset kunnat. Kuntabrändistrategiassaan Ranua haastaa rohkeasti kilpailijansa ja tuo itseään esiin mielenkiintoisena vaihtoehtona sitä lähellä oleville suuremmille paikkakunnille ja muille Lapin kunnille.

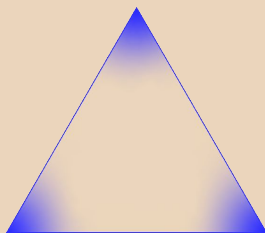
Ranuan brändi nojaa vahvuustekijöihinsä, joita ovat sujuva arki, omaleimainen luonto sekä idearikas yrittäjyys.

Brändi saa tukea matkalleen Lappi-brändistä ja ajankohtaisista trendeistä, kuten luontobuumista, etä- ja monipaikkatyöstä, elämän ja työn merkityksellisyydestä, työn ja vapaa-ajan tasapainosta, elämyshakuisuudesta, turvallisuuden tunteesta, omavaraisuudesta, yhteisöllisyydestä ja vastuullisuudesta.

# 5. Erottautumistekijät

*Persoonallisuus*

**LEMPEÄ**

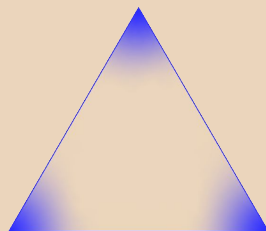


**VAHVA**

**INNOKAS**

*Tarjoama*

**HUOLEHTII**

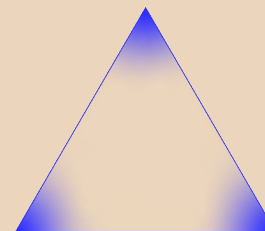


**KOLAHTAA**

**USKALTAA**

*Superlatiivit*

**ARVOSTAVIN**



**KESYTTÖMIN**

**SISUKKAIN**

# 6. Tavoitemielikuva ja brändilupaus

## Ranuan brändi rakentuu kolmen vahvan kärjen varaan.

### Hyvien eväiden koti

Ranualla elämä on helppoa. Arki sujuu hyvin. Elämänlaatua lisäävät alhainen veroäyri ja liikenneuhkien puute.

Kunnassa pidetään lempeää huolta kaikenikäisistä asukkaista, lapset ja varhaiskasvatus erityisen huomion kohteena.

Ranuaan syntyy vahva kotiseurakkaus ja ylpeys omista juurista, jotka kantavat läpi elämän maailman melskeissä.

### Luonnoltaan rohkea

Ranuan luonto on kaunista, omaleimaista, villiä ja suurelta massalta vielä tuntematonta.

Eteläisen Lapin maaseutumainen ja lumivarma Ranua kätkee sisälleen paljon luonnon antimia, upeita paikkoja, kiinnostavia tarinoita ja ihmeteltävää. Hillojen poiminnan ja arktisten eläinten ihailun lisäksi pääset mukaan metsästysporukoihin, revontuliretkelle ja voit kalastaa vaelluskaloja Suomen sisävesillä.

Suomen soisin kunta kasvattaa asukkaistaan sisukkaita selviytyjiä.

### Sinnikäs bisnesympäristö

Ennakkoluuloton, uusia ja luovia yritysideoita ymmärtävä Ranua kannustaa niiden toteutukseen ja uskaltaa jakaa riskejä yhdessä yritysten kanssa.

Rohkeiden ideoiden löytämiselle ja tukemiselle on kunnassa pitkät perinteet 1920-luvun umpihankiajokaskeksinnöistä sukellusveneajeluihin Simojärvellä ja nykyisen yrityscentän reviiiriään valtakunnalliseksi laajentuneisiin menestyjiin.

Ranualla vaan moni asia kolahtaa ja lokahtaa kohdilleen.



## 7. Pääviesti

Ranuan olemus kiteytyy yhteen sanaan. Viestiä käytetään sekä sloganina että lupauksena siitä, mitä Ranua tarjoaa.

*Ranua on*

**KESYTTÄMÄTÖN**

## 8. Lisäviestit

### **Kesyttämätöntä luontoa**

*Kairan, jänkien ja  
tallomattomien polkujen  
luvattu maa.*

### **Kesyttämättömiä ihmisiä**

*Tukka tuulessa, juuret  
maassa, sydämessä  
lämpöä ja silmissä tulta.*

### **Kesyttämättömiä ideoita**

*Ei ole olemassa mahdotonta  
– on vain keksimättömiä  
ratkaisuja*



# Äänensävy

Ranua on kesyttämätön myös äänensävyltään. Se tarkoittaa rohkeaa, näkyvää ja hieman hulluttelevaa tapaa kertoa itsestään. Ranua ei kumartele muita eikä pienentele itseään, vaan ottaa oman paikkansa. Ei röyhkeästi tai pahanilkisesti vaan itsevarmasti ja pieni pilke silmäkulmassa - rohkeasti haastaen.

Kesyttämättömyys voi toisinaan tarkoittaa levottomiakin juttuja ja tarinankerrontaa. Kuin istuisit paikalliseen pirttiin ja kuulisit toinen toistaan ihmeellisempiä tarinoita ummenajokkaasta, Raha-Reinosta, sukellusveneistä ja tuhannen kilon hillasaaliista. Tai sitten hyppäät paikallisen opettajan matkaan revontulimetsälle, etkä enää koskaan ajattele entiseen tapaan pimeistä öistä.

Ranua arvostaa ihmisiä, luontoa ja elämää. Se toivottaa tulijat tervetulleeksi lempeydellä ja ottaa lämmöllä mukaan porukoihin. Ranuan puheessa vilahtelevat paikalliset sanat ja sanonnat, luontovertauukset ja legendan heitto. Kuitenkin sillä tavalla, että niistä saa muualta tullutkin ainakin suurimmaksi osaksi selvää.

# Bränditarina / Kesyttämätön Ranua

Alussa oli suo, kuokka ja ranualainen, joka teki kotinsa näille kairoille. Muut huhusivat, ettei niistä ole asuinpaikaksi eivätkä ne kelpaa poronhoitoon.

Umpihangessa ajellessaan, jängällä tarpoessaan ja Simojärvellä sukeltaessaan ranualainen viihtyi. Luonto ravitsi, hengitys kulki ja ajatus juoksi.

Ajan myötä Ranuan vahvaan kallioperään juurtui ihmisiä, joilla syntyy villejä ideoita ja joita paikka hellii hurjalla luonnollaan. Tämä tarina jatkaa yhä kasvuaan.

