

JYVÄSKYLÄN
K3 KANGAS

**Elämäsi
Kangas** 



Yhteenveto

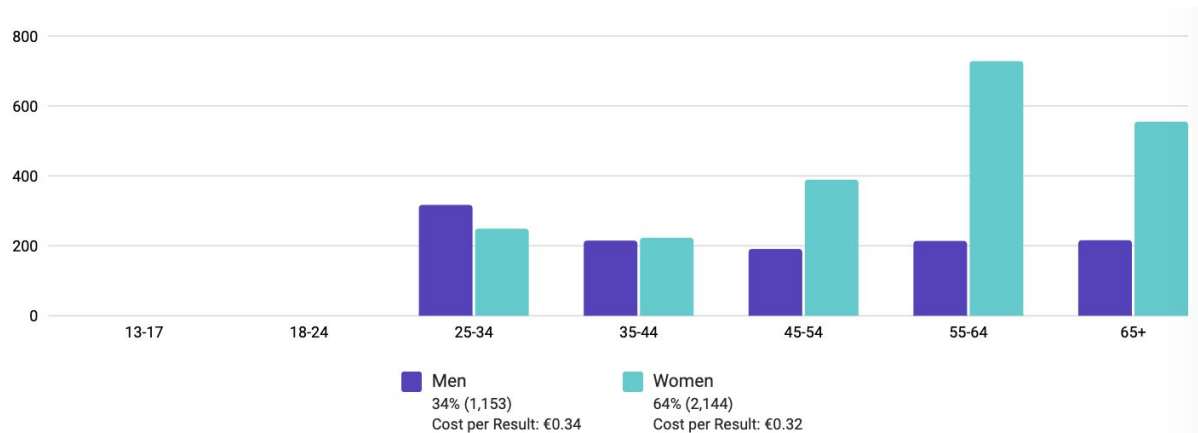
Jyväskylän Kankaan digikampanja pyrki esittelemään ja kasvattamaan tietoutta Kankaan kehittyvästä asuinalueesta. Kampanjan materiaaleissa tuotiin esille alueen ainutlaatuista luonnetta ja mahdollisuuksia, Kankaan yhteisöllisyyttä sekä alueen historiaa – ja tulevaisuutta.

Mainoskampanjaa toteutettiin eri vaiheiden kautta, joissa osallistettiin niin alueen asukkaita, vaikuttajia ja näiden seuraajia kuin myös täysin uusia potentiaalisia kangaslaisia, joille alue ei ollut ennestään tuttu.

Mainoskampanja tavoitti kokonaisuudessaan mainonnassa yli **120 000** käyttäjää Facebookissa ja Instagramissa ja mainoksilla oli yhteensä yli **645 000** näyttökertaa. Kampanjan mainoksia klikattiin yhteensä yli **7 200** kertaa. Yhteensä kampanjan mainontaan käytettiin mediabudjettia **3 500 €**.

Koti lähellä luontoa, keskellä kaupunkia

- Kankaan aluetta tuotiin esille erilaisten teemoiteltujen videoiden muodossa, joissa korostetaan alueen erityispiirteitä.
 - Luonto ja ympäristö
 - Arkkitehtuuri
 - Yhteisöllisyys
 - Älykäs asuminen



Mainonta uusille potentiaalisille asukkaille

- Mainonta uusille asukkaille tavoitti noin **40 000** uniikkia käyttäjää Facebookissa ja Instagramissa, ja mainokset keräsivät yli **120 000** näyttökertaa.
- Mainosten kautta siirryttiin Kankaan kampanjasivulle yli **1 000** kertaa ja klikkauksen hinta (CPC) oli keskimäärin noin **0,41 €**.
- Suurimmat tavoitetut kohderyhmät olivat 25–44-vuotiaat naiset.
- Kaikkein aktiivisimmin mainoksia klikkasivat 55–64-vuotiaat naiset.
- Vaihee mainoksiin käytettiin mediabudjettia yhteensä **989 €**.



Jyväskylän Kangas

Published by Samppa Sassi · 30 October at 13:00 ·

Haluaisitko kotipaikan keskeltä Jyväskylän kaupunkia? Kankaan alueella kerrostalokämpäkin tuntuu omakotiasumiselta – ainakin Kaisan mielestä. 😊

”Varsinkin kesäisin tulee sellainen olo, että kerrostalossa asuvana omistaa melkein omakotitalon mukavuudet, kun saa viljellä omaa viljelylaatikkoa yhteispihalla ja käydä grillaamassa yhteiskokkauspihalla. 😊” Kaisa



Reach more people with this post

You could reach up to 987 people per day by boosting your post for €20.

4,935
People reached

347
Engagements

Boost post

116

2 comments 2 shares



Jyväskylän Kangas
Sponsored · 



Kankaalla on älyä. 💡 Smart City -ajattelu tekee Jyväskylän Kankaasta teknologisesti viisaan ja turvallisen alueen, jonne [...See More](#)



JYVASKYLA.FI

Tutustu elämään Jyväskylän Kankaalla.

[LEARN MORE](#)



Kirill Petrov and... 4 Comments 2 Shares

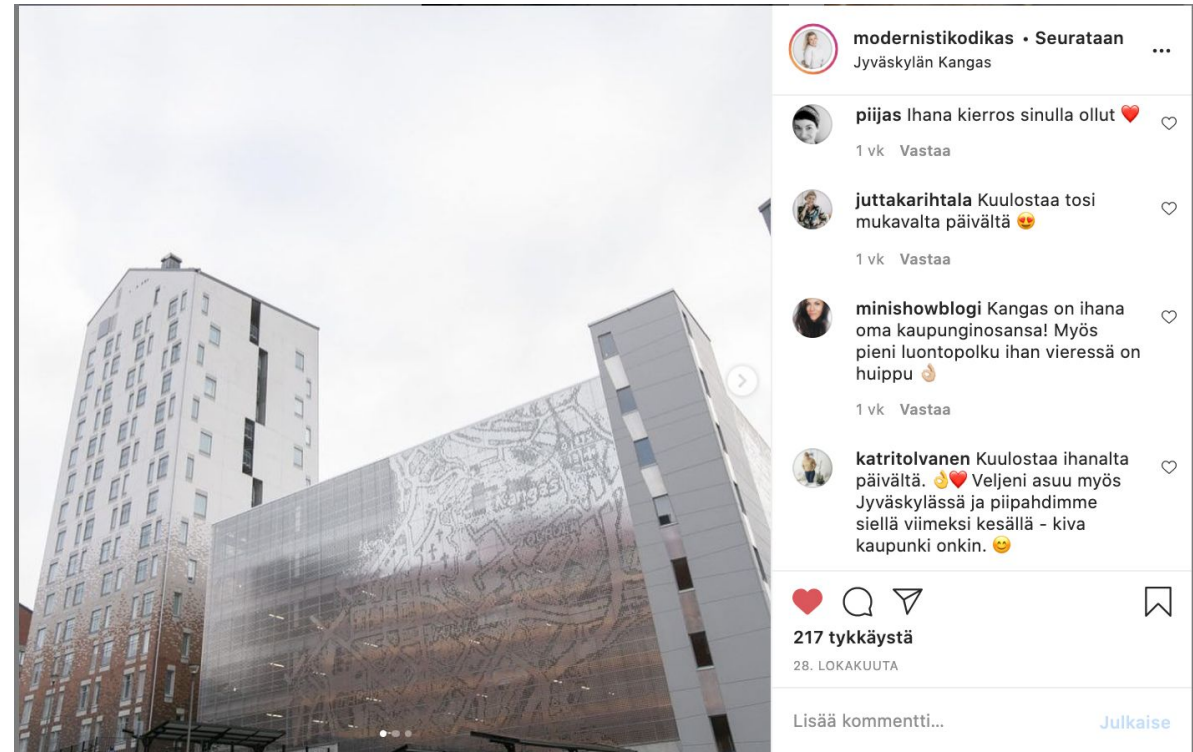
Videomainokset

- Kankaan videomainokset tavoittivat yhteensä **74 900** uniikkia käyttäjää Facebookissa ja Instagramissa. Mainoksilla oli yhteensä **294 136** näyttökertaa.
- Kankaan kampanjasivulle siirryttiin mainosten kautta **3 378** kertaa. Klikin hinta oli alhaisimmillaan **0,24 €**. Keskimääräinen klikin hinta oli **0,33 €**.
- Julkaisujen eri teemoista mainonnassa kaikkein parhaiten menestyivät **Arkkitehtuuri** sekä **Teknologia**.
 - *Persoonallista rakentamista, kaupunkiviljelyä ja Smart City -ajattelua.*
 - *Kankaalla on älyä. Smart City -ajattelu tekee Jyväskylän Kankaasta teknologisesti viisaan ja turvallisen alueen.*
- Yhteensä videoiden mainostamiseen käytettiin **1 200 €**

Vaikuttajakampanja: Modernisti Kodikas

- Kampanja herätti paljon keskustelua Modernisti Kodikas -IG-tilin stori- ja video-sisältöjen puolella, tulevaisuuden asuminen kiinnostaa selkeästi!
- Myös moni alueen asukas laitto Kertulle viestiä ja jakoi fiiliksiä ja kokemuksiaan Kankaalta.
- Vaikuttajayhteistyötä nostettiin maksetulla mainonnalla Kankaan somekanavien puolella. Mainonta tavoitti **37 000** käyttäjää ja linkin klikkauksia Kankaan sivuilla julkaistuun uutiseen kertyi **513**. Klikkauksen hinta oli keskimäärin **0,58 €**.

Maksettua mainontaa käytettiin yhteensä **300 €**.



Kohdeilmoitukset

- Kankaan alueen myytävät kohteet herättivät paljon kiinnostusta:
- Mainokset keräsivät yhteensä **2 273** klikkausta (siirtymistä YIT:n ja Skanskan sivuille).
Klikkauksen hinta oli Facebookissa **0,28 €**.
- Kohdeilmoitukset tavoittivat yhteensä **49 264** käyttäjää Facebookissa ja Instagramissa ja niillä oli **152 232** näyttökertaa.
- Yhteensä kohdemarkkinointiin käytettiin mainosbudjettia **800 €**.

K Jyväskylän Kangas
Sponsored · 🌐

Uusi koti keskeltä historiallista punatiilialuetta?
🏡 Jyväskylän Kankaalla yhdistyy viheralueiden runsaus ja kaupungin rytmin ...See More



YIT.FI
Tutustu vapaisiin asuntoihin. LEARN MORE
YIT Kodin uudet myytävät asunno...

👍 You, Eija Määttä and 20 others 1 Share

K Jyväskylän Kangas
Sponsored · 🌐

Uusi koti ekologiselta ja luovalta asuinalueelta – Jyväskylän sydäimestä, Tourujoen kainalosta. ❤️ ...See More



KODIT.SKANSKA.FI
Sylinteri nyt myynnissä! LEARN MORE
Jyväskylän Kangas on entiselle t...

👍 Jouko Pilkkakangas and 5... 2 Comments

”Uuden alueen kehitys vaatii paljon vahvaa asiantuntemusta, yhteistyötä, erinomaisia kumppanuuksia ja erityisesti vuorovaikutusta ja -puhelua alueen asukkaiden kanssa. Yhtä tärkeää on näkemyksellisyys ja intohimo hyvän kaupunkiympäristön kehittämiseen. Jyväskylän Kangas alueena on inspiroinut valtavasti – historiallinen vanha teollinen alue elää uutta elämää uuden asumisen muodossa. Yhteistyö ja hyvä yhteinen tekeminen ovat valtava voimavara, joka synnyttää hyvän ja merkityksellisen lopputuloksen. Toteutettu kampanja näkyi selkeästi Skanska Kotien Kankaan Sylinteri -nimisen asuinkohteen nettisivukävijöiden määrässä ja parhaimmillaan kävijämäärät kohde- ja asuntosivuilla jopa triplaantuivat edelliseen vastaavaan ajankohtaan verraten. Kampanja toi myös muutamia uusia liidejä. Pidin kampanjaa myös helposti lähestyttävänä sekä ihmisen ja alueen näköisenä ja erityisesti samaistuttavana.”

Marja Kuosma

Myynti- ja markkinointijohtaja
Skanska Kodit



”Uudelle asuinalueelle syntyy parhaimmillaan positiivinen, tunnettu ja omaleimainen identiteetti. Tällaisen identiteetin rakentaminen on suunnitelmallista ja pitkäjänteistä työtä. Jyväskylän Kankaan osalta alueen kehittämistä on lähestytty juuri näin, suunnitelmallisesti yhteistyössä, organisaatorajat unohtaen. Jyväskylän Kangas on inspiroiva alue historiansa ja sijaintinsa puolesta: lähellä luontoa, keskellä kaupunkia. Toteutettu digimarkkinointikampanja tuki tämän mielikuvan muodostumista hienosti - Kankaan asukkaat intoutuivat jakamaan positiivisia kokemuksiaan ja visuaalinen toteutustapa avasi kaupunginosan parhaita puolia uusille tuttavuuksilleen. Kampanjalla onnistuttiin hienosti ohjaamaan uusia vierailijoita myös YIT Kotien Kankaan sivuille, etenkin myynnissä olevan kohteen, Jyväskylän Arvon talon, pariin. Kampanja-aikana saavutettu laaja näkyvyys tulee todennäköisesti vaikuttamaan alueen tunnettuuteen ja mielikuviin myös pitkällä aikavälillä.”

Anna-Eerika Mattila

Markkinointipäällikkö

YIT Suomi Oy



”Kankaan alueen kehittämisen perustana on yhteistyökumppanuus kunnan ja rakennusliikkeiden kesken. Solmittu kumppanuus on mahdollistanut alueen pitkäjänteisen kehittämisen ja muodostanut perustan laaja-alaiselle yhteistyölle myös markkinoinnissa ja viestinnässä. On ollut hienoa nähdä, kuinka pitkäjänteinen ja perusteellinen markkinointiviestinnän konseptointi- ja kehittämistyö on alkanut tuottamaan tuloksellista markkinointiviestintää käytännössä. Kankaan digimarkkinointikampanjassa tiivis kommunikaatio sekä kuntapuolen että yrityskumppanien ja asiansa osaavan toimistokumppanin välillä mahdollisti onnistuneen markkinointikampanjan toteuttamisen. Kankaan digimarkkinointikampanja on hieno ja tuloksellinen esimerkki yhteisesti suunnitellusta, toteutetusta ja kustannetusta kampanjasta, jonka onnistumisen perustana on ollut osapuolten keskinäinen luottamus ja sitoutuminen yhteiseen tekemiseen.”

Suvi Vuojolainen

Elinkeino- ja markkinointipäällikkö

Jyväskylän kaupunki

