

KERAVA

ERVO



**Keravan
brändi-
strategia**

ERAVA

KERVO

Kerava – Hyvän elämän kaupunki

Keravan brändin luoman mielikuvan tehtävänä on tukea kaupunkia toteuttamaan strategiaansa ja kulkemaan johdonmukaisesti kohti uutta visiota.

Toteuttaakseen tämän tehtävän brändin tulee nivoutua osaksi kaupungin toimintaa. Seuraavaksi avaamme, miten Keravan brändityön valinnat toteuttavat kaupungin kärkihankkeiden tavoitteita.

” Haluamme rakentaa kotoisan kokoisesta ja sydämeltään suuresta Keravasta kaupungin, jossa kaikkien on hyvä elää ja viettää aikaa.

Uusien ajatusten kärkikaupunki

- ✘ Taide- ja kulttuuritapahtumat ja niiden ympärille rakentuva vuorovaikutteinen kaupunkilainen kulttuuri luo hedelmällisen pohjan innovaatioiden syntymiselle, yrittäjyydelle ja uusille palveluille.
- ✘ Kerava avaa taiteen, kulttuurin ja tapahtumien kautta ovia uusiin maailmoihin ja kokemuksiin, jotka ruokkivat luovuutta, mahdollistavat oivalluksia ja tukevat läpi elämän jatkuvaa oppimista.
- ✘ Liikenteen solmukohdasta tulee kätevän lisäksi myös haluttu.

Sydämessä keravalainen

- ✘ Brändin ytimeksi valittu kulttuuri on keravalaisen yhdessä tunnistama ilon ja ylpeyden aihe.
- ✘ Panostaminen kulttuuriin nostaa myös muut sivistyspalvelut näkyväksi ja erottuvaksi kokonaisuudeksi.
- ✘ Jaetut kulttuurikokemukset vahvistavat keravalaisen yhteenkuuluvuuden tunnetta ja luovat yhteisöllisyyttä, joka puolestaan lisää tunnetta turvallisuudesta.

Hyvinvoiva viherkaupunki

- ✘ Keravan muista erottava kaupunkilainen kulttuuri ja taide ei rajoitu vain betoniin. Rosoisen kaupungin taide tapahtuu yhtä paljon puistoissa kuin purkutaloissa.
- ✘ Kulttuuriin panostaminen luo toimivan toisiaan tukevan parin viherkaupunkimielikuvan kanssa. Vihersuunnittelussa kiinnitetään huomiota Aurinkomäen kehittämiseen.

Arvolupaus kertoo, millaista arvoa tuotamme

Arvolupaus kertoo ulkoisesti, mitä lupaamme Keravan nykyisille ja potentiaalisille asukkaille sekä Keravasta kiinnostuneille muille sidosryhmille.

Arvolupaus on se asia, jonka haluamme jäävän ihmisten mieliin, kun he näkevät sisältöjämme, kuulevat meistä tai asioivat kanssamme. Sen ympärille rakennetaan kaikki tekemisemme sosiaalisen median julkaisuista rekrytointiviestintään ja mediatyöhön.

Arvolupausta voidaan myös käyttää sloganina tai esimerkiksi kampanjoiden pääviestinä.

Keravan arvolupaus:

***Kaupunki
kulttuurille***

Kaupunki kulttuurille

Kaupunki kulttuurille -sanapari oivalluttaa, haastaa ja herättää lukijansa.

Se on lupaus siitä, että kaupunki tarjotaan alustaksi kulttuurin eri muodoille ja uusille mahdollisuuksille. Se on viesti siitä, että Kerava luo edellytykset elävän ja moniäänisen kulttuurin ja uusien ajatusten syntymiselle.

Yhteenkirjoitettuna kaupunkikulttuuri puolestaan nivoo yhteen kaiken sen, mitä Keravan uuden brändin mukaisista teoista syntyy ja mikä tekee jatkossa Keravasta erottuvan, kiinnostavan, houkuttelevan ja inspiroivan paikan.

Narratiivi tunnelataa brändin arvo- lupauksen

Tarinan tarkoituksena on sitoa yhteen erottautumista ja tavoitteitamme parhaiten esittelevät viestit kiinnostavaan sekä ajatuksia herättävään muotoon.

Tarina ei ole mekaanisesti toisteltava, ulkoa opeteltava litania siitä, mitä jo teemme. Sen sijaan se on tekemistämme ohjaava työkalu, joka konkretisoi brändin strategiset valinnat.

Se auttaa tekemään Keravan tavoitteista totta.

Kerava – Kaupunki kulttuurille

Kulttuurin tekijät uudistivat keravalaisuuden. Rosoisesta Keravasta kehittyi elävää moniäänistä taidetta, kiinnostavia ravintoloita ja kulttuuria 12 kuukautta vuodessa tarjoava kaupunki.

Kerava on pienen vehreän kaupungin mitta-kaavasta ja mahdollisuuksista nauttivan asuinpaikka, jossa ei tarvitse luopua suurkaupungin rososta ja eläväisyydestä. Kaikki on kävelymatkan päässä ja tunnelma on kuin suurkaupungin eloisassa kaupunginosassa, oli kyse sitten galleriasta, katutaiteesta tai ravintolaelämyksestä. Kaikkea tätä on tarjolla myös marraskuussa.

Kaupunki houkuttelee aktiivisesti taiteilijoita työskentelemään Keravalle, edellyttäen taiteen näkymistä katukuvassa, kuppiloissa ja tapahtumissa. Taide sidotaan kaikkeen kaupunkikulttuuriin aina kun se on mahdollista.

Kaupunkikulttuuri muodostuu monista kokonaisuuksista. Kerava tunnetaan osallistavana tapahtumakaupunkina, jossa ihmiset ovat liikkeessä ja kokoontuvat erilaisten kulttuuri-tilaisuuksien ohella myös urheilu- ja liikuntatapahtumiin. Kerava elää todeksi visiota uudenlaisesta kaupungista, jossa uskalletaan ajatella ja toimia isommin kuin pikkukaupungeissa on totuttu.

Keravalla toteutetaan uusia avauksia ennakkoluulottomasti ja etsitään jatkuvasti uusia tapoja kehittää kaupunkia yhdessä kaupunkilaisten kanssa. Yhteisöt ja järjestöt ovat tärkeitä – kutsumme ihmisiä yhteen, tarjoamme tiloja, vähennämme byrokratiaa sekä näytämme suuntaa kehitystä kirittäväillä teoilla.

Virkeä kaupunkikulttuuri ja vahva oma identiteetti houkuttelee uusia asukkaita, jotka kaipaavat inhimillistä mittakaavaa, mutta haluavat kuitenkin asua siellä missä tapahtuu. Kaupungissa on kokoon nähden monipuolinen ravintolatarjonta ja useita vaihtuvia popup- ja panimoravintoloita, joissa etätyöläiset nauttivat lounaansa ja viettävät vapaa-aikaa hyvän ruuan, ihmisten ja taiteen parissa.

Tästä syntyy itseään suurempaa kaupunkikulttuuria, joka kiinnostaa suurta joukkoa myös pienen kaupungin ulkopuolella.

Kerava – Kaupunki kulttuurille!



Brändin ominaisuudet ja äänensävy määrittävät, miten viestitään

Äärimmäisen olennaista on paitsi se, mitä sanotaan, myös se, *miten* sanotaan.

Valitut sanat, ja viestintätyyli ratkaisevat sen, mitä Keravasta lopulta ajatellaan. Ne kertovat kanssaihmisille, olemmeko aktiivisia vai passiivisia, kurttuotsaisia vai leppoisia, jutustelemmeko vai jyräämmekö ja olemmeko uskottavia vai kilvenkiillottajia.

Äänensävy ei tarkoita päälleliimattuja lasautuksia. Se tarkoittaa tietoisia sanavalintoja, harkittua tyyliä ja tietoista valintaa siitä, millä tavalla muihin suhtaudutaan ja miten heidän kanssaan viestitään.

Yhteen kokoava

Kerava tehdään yhdessä. Oli kyse taiteesta, vähän elävämmästä arjesta tai kotiseutuylpeydestä, kaupunki voi tukea, mutta vasta yhdessä tekemällä puheista tulee totta.

Innostava

Kerromme asiamme positiivisesti ja visioimme rohkeasti. Tuomme esille onnistumisia, niitä pieniäkin.

Määrätietoinen

Näytämme, että olemme aktiivinen ja tavoitteellinen toimija. Viestimme selkeästi ja ymmärrettävästi yhteisestä suunnasta.

Näin se tehdään!

Tuodaan erilaisia tahoja yhteen tekemään asioista kiinnostavampia, mutta ennen kaikkea kokonaisvaltaisempia ja taloudellisesti kannattavia.

Näin se tehdään!

Suhtaudutaan asioihin valoisasti ja mahdollisuuksina. Puhuttellaan yleisöjä. Inspiroidaan innostuksella. Muistetaan iloita, innostua ja innostaa aina, kun sille on sopiva hetki.

Näin se tehdään!

Muistetaan aina, miksi asioita tehdään, keitä tavoitellaan ja miten onnistumista mitataan.

Vältetään tätä!

Ei omista onnistumisia itselle, vaan kiitetään jopa korostuneesti kumppaneita.

Ei pelata aina varman päälle.

Vältetään tätä!

Ei jäykistellä.

Ei etäännytetä.

Ei arvostella.

Ei riitä, että tapahtuu jotain.

Sen jonkin tulee nivoutua osaksi yhteistä Keravaa ja matkaa kohti tavoitetta.

KERAWA

ERVVO

**FR
RAWA**

KERVVO