

INNOLINK



Seutukaupunkien vetovoimatutkimuksen toteutus

Seutukaupunkiverkosto

Seutukaupunkien vetovoimatutkimuksen seurantatutkimus

Seutukaupunkien vetovoimatutkimus on 57:lle seutukaupungille toteutettu tutkimus kaupunkien tunnettuudesta, imagosta ja vetovoimasta.

Seurantatutkimuksessa toteutetaan uusi tutkimuskierros samoilla kysymyksillä, jotta voidaan säilyttää tutkimuksen vertailtavuus ja tuottaa tietoa seutukaupunkien kehityksestä. Pehmeän ja kovan vetovoiman yhdistelmäindeksi jätetään tältä tutkimuskierrokselta pois ja keskitytään pehmeisiin vetovoimamittareihin suhteessa 2019 tuloksiin.

Tutkimus tuottaa

- kokemuksellisesta tietoa pehmeillä mittareilla seutukaupunkien tunnettuudesta, imagosta, ulkoisesta vetovoimasta ja pitovoimasta.
- kokonaiskuvan seutukaupunkien vetovoimaisuudesta ja sen muutoksesta suhteessa 2019 tuloksiin eri segmenteissä (nuoret, vanhat, lapsiperheet jne.) → elinvoiman, pitovoiman ja vetovoiman kriittiset tekijät ja menestystekijöiden tunnistaminen
- työvälineitä, jotka tukevat kaupunkien imagon ja vetovoiman kehittämistä.

Tutkimus toteutettiin viimeksi sähköisenä tiedonkeruuna tammikuussa 2019.



1. Tuottaa kokemukselliseen tietoon perustuvaa tietoa seutukaupunkien pehmeästä vetovoimasta (tunnettuus, imago, vetovoima eri tekijöissä, muuttohalukkuus)
2. Tuottaa analysoitua tietoa kullekin tutkimukseen osallistuvalla seutukaupungille sen ulkoisesta / sisäisestä vetovoimasta ja vertailutietoa kaupungin aseoitumisesta suhteessa muihin seutukaupunkeihin → segmenttikohtainen tarkastelu
3. Lisätä seutukaupunkien kokonaisnäkyvyyttä ja vetovoimaisuutta
4. Tutkimus muodostaa jatkumon ja tunnistaa muutokset kuntien elinvoimaisuuteen liittyvälle kuntavetovoimabarometrille /-indeksille (sisäinen vuorovaikutus, uuden luominen ja johtaminen) seutukaupungeille ja laajemmin kuntakenttään

Tutkimus tuottaa vertailevaa tietoa kaupungin aseoitumisesta suhteessa seutukaupunkeihin.

Vetovoimatutkimuksen tavoitteena on kartoittaa seutukaupunkien:

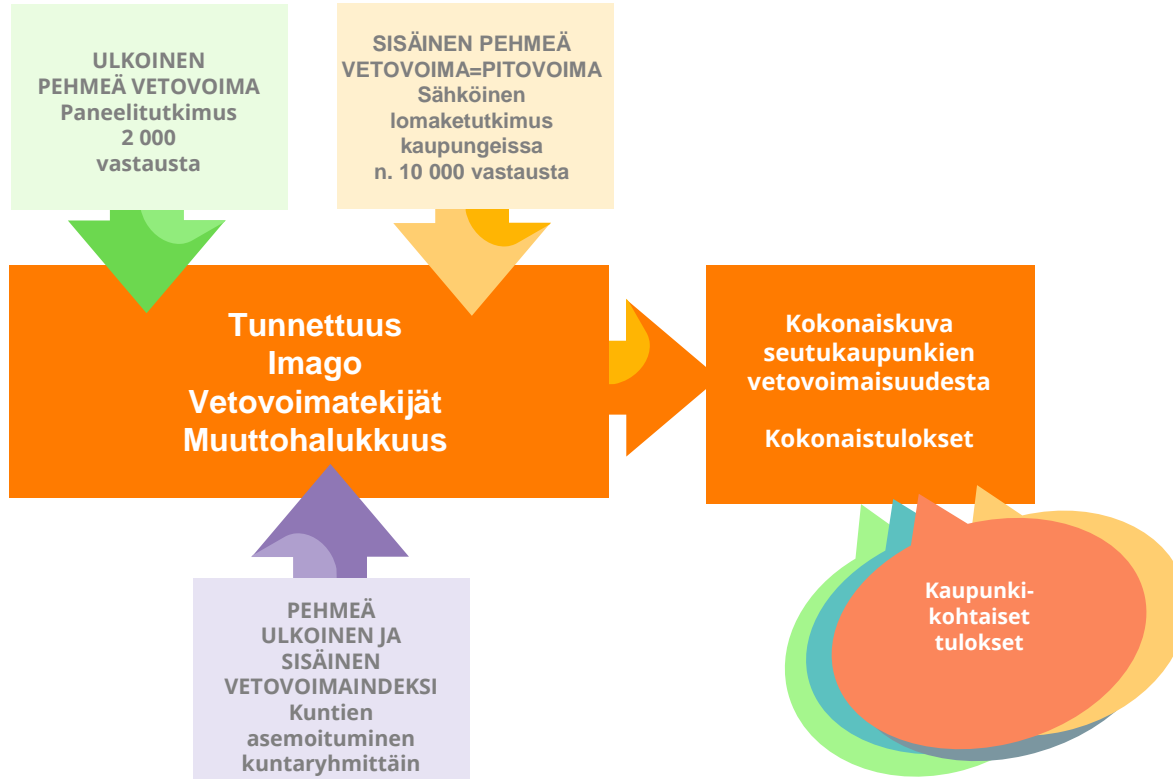
1) **Vetovoimaisuutta ensisijaisesti seutukaupunkien ulkopuolisten asukkaiden näkemyksiä seuraavissa teemoissa:** Imago ja mielikuvat yleisesti asumisen, yrittämisen ja työllistymisen näkökulmasta

- Tutkimusmenetelmä: paneelitutkimus, yht. 2000 vastausta niin että jokaiselle kunnalle tulee vähintään 100 vastausta

Tutkimusta täydentää sisäinen vetovoimatarkastelu

2) **Kaupunkien asukkaille kohdistettavan tiedonkeruun kautta**

- Tutkimusmenetelmä: sähköinen lomaketutkimus, mm. kaupunkien kotisivut, sosiaalinen media, yhteistyökumppanit (esim. oppilaitokset)



1. PÄÄRAPORTTI:
 - Kokonaistulokset: tunnettuus, imago, vetovoima eri tekijöissä, harkinta, kaupunkien positio näiden suhteen
 - Seutukuntien ulkoinen ja sisäinen asukasvetovoimaindeksi (viidennekset)

2. KUNTAKOHTAINEN RAPORTTI (OPTIO)
 - Positio ja erottautumistekijät valtakunnan tasolla ja suuraluetasolla: imago, vetovoima eri tekijöissä
 - Vastaajaprofiilin mukaiset tulokset (Ikä, sukupuoli, ammatti/asema, koulutus, tuloryhmä, perhemuoto jne.)

* Pehmeän ja kovan vetovoiman yhdistelmäindeksi jätetään tästä tutkimuksesta pois, sillä uutta Aron ym. tutkimuksen dataa ei ole saatavilla

MARRASKUU	JOULUKUU	TAMMIKUU	HELMIKUU	MAALISKUU	HUHTIKUU
Tutkimuksen ja sisältöjen suunnittelu	Tutkimuksen ja lomakkeiden rakentaminen	Tiedonkeruu auki	Raportointi ja analysointi	Raportointi ja kokonaistulokset Kuntakohtaisten tulosten esittely	Kuntakohtaisten tulosten esittely
<ul style="list-style-type: none"> Lomakesisältöjen lukitseminen 30.11. mennessä Kuntien yhteyshenkilöiden toimittaminen Innolinkille 30.11. mennessä 	<ul style="list-style-type: none"> 3.12. seutukaupunkiverkoston tapaaminen: tutkimuksen ja aikataulun läpikäynti Ennakkoviesti kunnalle: aikataulu ja linkit + kuvat ja viestit someviestintään Viestintämateriaalien toimitus kuntien yhteyshenkilöille vk 50 Tiedonkeruun käynnistäminen vk 51 Kuntakohtaisten optioiden tilaus 	<ul style="list-style-type: none"> Tiedonkeruu auki kuun loppuun Innolink toimittaa kaksi kertaa sisäisen otoksen kertymän kunnittain + reaaliaikainen näkymä tulokertymään 		<ul style="list-style-type: none"> Maaliskuun alussa tutkimuksen pääraportti valmis Tulosten julkistustilaisuus Kuntakohtaiset raportit ja tulospalaverit tilausjärjestyksessä maaliskuusta alkaen 	<ul style="list-style-type: none"> Kuntakohtaiset raportit ja tulospalaveri

Kuntakohtaiset lisäoptiot

Kuntakohtaiset lisäoptiot

Yhteensä koko paketti: 3 290 €

1. Kuntakohtainen kokonaisraportti (pehmeät ja kovat vetovoimatekijät, hybridiraportti) vetovoimatekijöistä (sivut 12 ja 13): yht. 2280 €

- Tunnistetaan vetovoimaan vaikuttavat tekijät imago/brändi vs. muut → mitä asioita vetovoiman ja houkuttelevuuden näkökulmasta tulisi ensisijaisesti kehittää
- Ymmärretään mistä vahva ja vetovoimainen kaupunkikuva muodostuu → sitoutumisen ja kasvun ajurit
- Tutkittu tieto vetovoiman, pitovoiman ja elinvoiman kehittämiseen, tunnistetaan potentiaalisimmat asiakassegmentit
- Viestinnän tehokkaat kanavat ja oikeat sisällöt, tuki brändityöhön

Kuntakohtaiset raportit erikseen tilattuna:

1.1 Kuntakohtainen raportti, pehmeät vetovoimatekijät: 880 €

1.2 Kuntakohtainen raportti, kovat vetovoimatekijät: 1400 €

Tulospalaveri kuntakohtaisen raportin pohjalta: 550 €

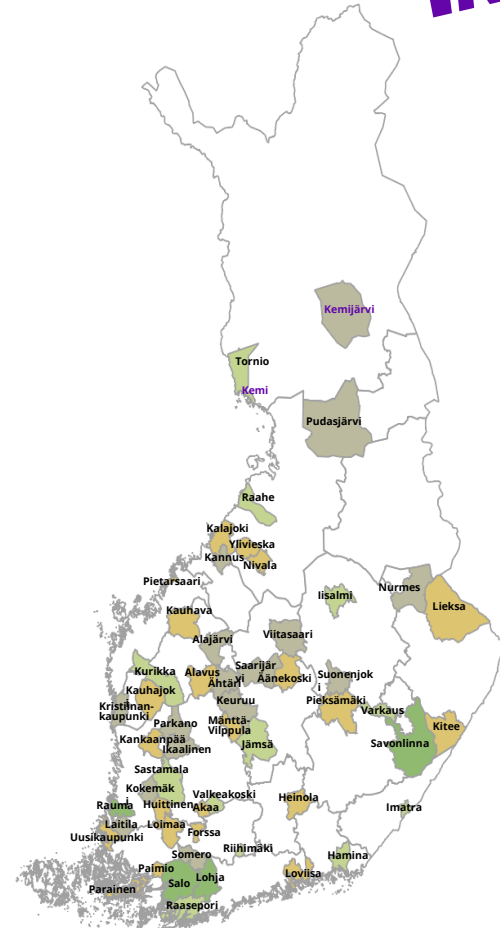
- Tulospalaveri Teamsin kautta sisältäen kaupunkikohtaisten tutkimusten tulosten ja johtopäätösten esittelyn toimenpidesuosituksineen. Huom! Edellyttää kuntakohtaisen raportin tilaamista

2. Infograafipohjainen tulostiedote raportin yhteydessä: 460 €

- Keskeiset vetovoimatekijät, imago ja tunnettuus

Jokainen seutukaupunki voi tilata haluamansa lisäoptiot, jotka laskutetaan kaupungilta yhdessä osassa tilaajan kanssa sovitusti joulukuussa 2021 tai maaliskuussa 2022. Optioiden sisällöt on esitelty tarkemmin seuraavilla sivuilla.

INNOLINK



* Hintoihin lisätään alv 24 %. Laskutus kuntakohtaisesti.

1.1 Kuntakohtainen raportti, pehmeät vetovoimatekijät

N. 20 sivun PowerPoint-muotoinen tulosraportti

Kuntakohtaisen raportin sisältö:

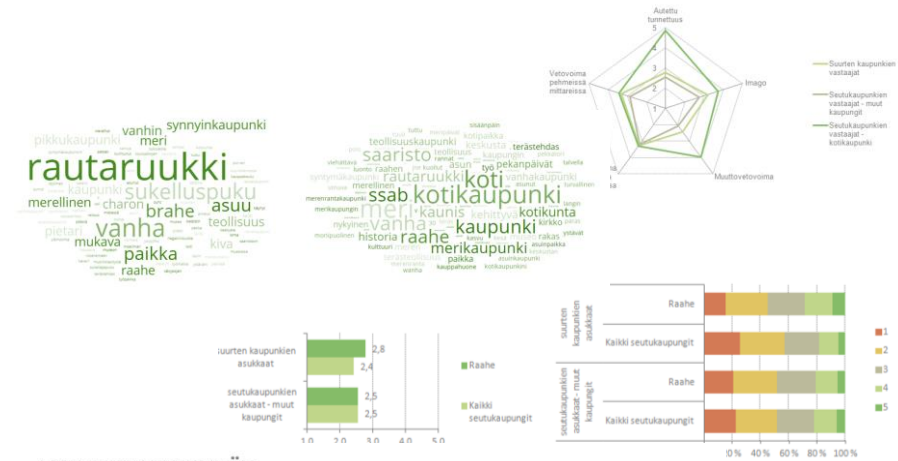
- Kuntakohtaisesti tunnettuus, imago, vetovoima eri tekijöissä, muuttohalukkuus ja mielikuvat (sanapilvet)
- Kunnan imago asukasprofiileittain (Ikä, sukupuoli, ammatti/asema, koulutus, tuloryhmä, perhemuoto jne.)
- Pehmeä vetovoimaindeksi ja kunnan asemoituminen
- Kehittämissuosituksiset

→ Kunnan strategiaa tukevat toimenpiteet

→ Kunnan brändin/imagon kehittäminen

OPTIO: Tulospalaveri kuntakohtaisen raportin pohjalta: 550 €

- Tulospalaveri Teamsin kautta sisältäen kaupunkikohtaisten tutkimusten tulosten ja johtopäätösten esittelyn toimenpidesuosituksineen
- Huom! Edellyttää kuntakohtaisen raportin tilaamista



VETOVOIMATEKIJÄT

Vetovoimatekijät vastaajan iän mukaan

Seutukaupunkien asukkaat - kotikaupunki:

Suurten kaupunkien asukkaat:

	alle 24 vuotta	25-34 vuotta	35-44 vuotta	45-54 vuotta	55-64 vuotta	65 vuotta tai y.	alle 24 vuotta	25-34 vuotta	35-44 vuotta	45-54 vuotta	55-64 vuotta	65 vuotta tai y.
Asunympäristö	4,0	3,9	3,9	4,0	4,1	3,8	2,5	3,3	2,7	3,0	3,8	3,7
Koulutumahdollisuudet	3,3	2,8	3,0	3,0	3,2	3,4	3,5	3,1	3,0	2,9	3,6	3,6
Työllisyysmahdollisuudet	3,5	3,1	3,0	2,9	3,1	3,5	3,3	3,2	3,0	2,7	3,0	3,7
Matkailutarjonta	3,3	3,2	3,2	3,4	3,4	3,6	3,0	2,9	2,9	3,0	3,6	3,3
Saavutettavuus liikenteellisesti	3,6	3,4	3,2	3,4	2,9	3,2	3,0	3,2	3,3	3,2	4,0	3,9
Keskustan viihtyisyys ja vireyt.	2,7	2,8	2,5	2,7	2,8	3,4	2,0	3,0	3,0	3,3	3,2	3,5
Ludistisuus	3,2	2,9	2,9	2,8	3,1	3,2	2,5	3,0	3,2	3,1	3,3	3,2
Turvallisuus	3,6	4,0	3,6	3,9	4,0	3,9	3,0	3,6	3,4	3,6	3,6	4,0
Imagin ja fiilis	3,7	3,2	3,3	3,2	3,4	3,7	2,7	3,3	3,1	3,3	3,8	3,7
Kulttuurin ja vapaa-ajan palvelut	3,5	3,3	3,5	3,7	3,8	4,1	3,3	3,0	3,1	2,9	4,0	3,7
Kaupalliset palvelut	3,2	2,9	2,8	2,8	3,0	3,3	3,0	3,2	3,2	3,3	3,8	3,6
Personaalisuus ja erottuvuus	3,5	3,1	3,0	3,4	3,5	3,8	2,0	3,2	2,9	3,3	3,3	3,9

KEHITYSKOhteet tulevaisuudessa

Mistä asioista toivot kotikaupunki erityisesti huolehtivan tulevaisuudessa pyytäneen houkuttelevana asuinpaikkakuntana?



KAUPUNKIKOHTAISET INDEKSIT

Pehmeä ulkoinen vetovoimaindeksi

Pisteet maksimita: **89 %**

Sijoitus suhteessa muihin seutukaupunkeihin: **6.** /50

Pehmeä sisäinen vetovoimaindeksi

79 %

7. /50



1.2 Kuntakohtainen raportti, kovat vetovoimatekijät: hybridiraportti

N.. 15-20 sivun PowerPoint-muotoinen tulosraportti

Vetovoiman hybridiraportti kertoo, miksi kunnan vetovoima on tietyllä tasolla.

Tämän lisäksi raportti sisältää seuraavat kokonaisuudet:

- Yleinen tarkastelu seutukaupungin yritysraakenteesta ja sen kehityksestä.
- Tilastollinen tarkastelu nuorten muuttoliikkeestä pois kaupungista opiskeluiden alussa ja toisaalta paluumuutosta kaupunkiin perheenperustamisiässä.

Raportissa tarkastellaan, mistä kunnan vetovoima koostuu. Kunnan vetovoimaisuuteen, tunnettavuuteen ja houkuttelevuuteen vaikuttavat imagon lisäksi yksittäisen ihmisen näkökulmasta muun muassa seuraavat tekijät:

- Nykyisen asuinpaikan etäisyys kunnasta
- Mahdollinen asumiskokemus kunnasta
- Perhesiteet kuntaan
- Ystävyyssiteet kuntaan
- Kunnan tarjoamat palvelut (mm. asuminen, vapaa-aika, sosiaaliset palvelut)
- Kunnan työllisyys- ja talouskehitys
- Kunnan väestömäärä ja -rakenne

Kuinka suuri osa vastaajien kokemasta vetovoimasta selittyy näillä tekijöillä ja kuinka suuri osa yleisillä mielikuvilla ja imagolla (brändin vaikutus)?



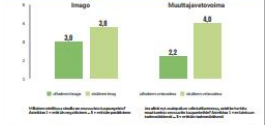
Heinolan keskeiset vetovoimatekijät



Vastaajien mielikuvat Heinolasta



Imago



Tulostiedote sisältää tiiviissä ja visuaalisessa muodossa kuntakohtaiset tulokset tutkimuksesta. Visuaalisessa muodossa oleva tulostiedote on helposti jaettava ja hyödynnettävissä esimerkiksi viestinnässä.

Tulostiedotteen sisältö:

- Keskeiset vetovoimatekijät
- Mielikuvat
- Autettu tunnettuus
- Vetovoima
- Imago
- Muuttajavetovoima

Tulostiedotteen tilaaminen edellyttää kuntakohtaisen raportin tilaamista. Tulostiedote toimitetaan sekä pdf-muodossa että online-linkkinä.

Kiitos!



INNOLINK