



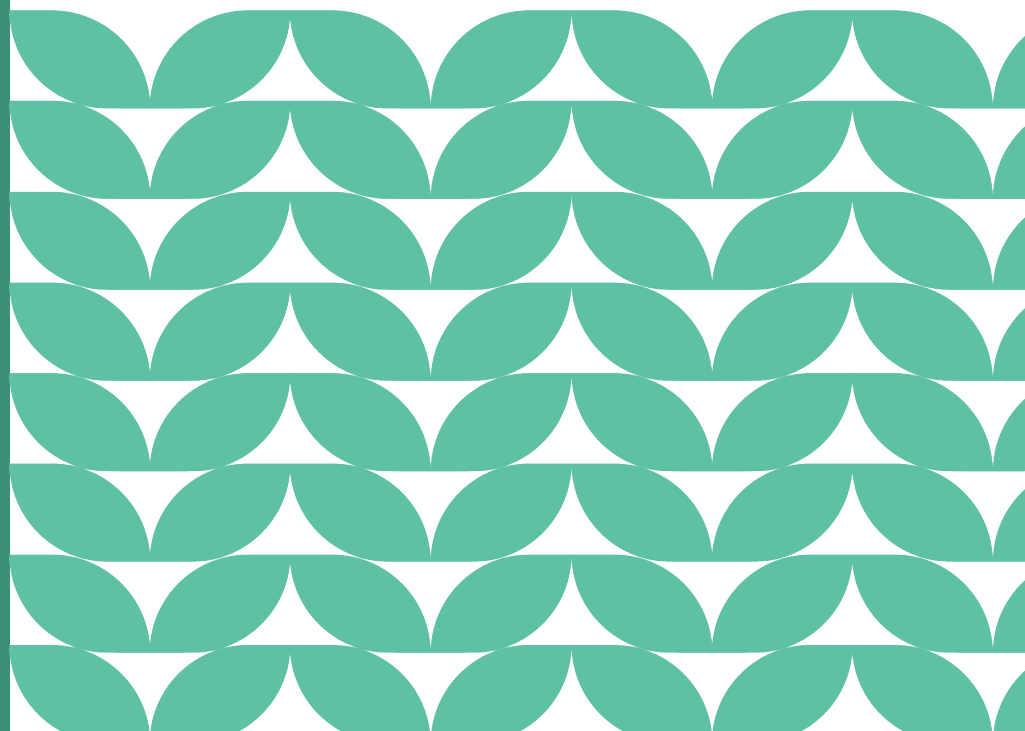
Järvenpään uusi slogan

Heli Komulainen, viestintäjohtaja

Kaupunginhallituksen iltakoulu 3.6.2024



Järvenpää



Miksi Järvenpää tarvitsee sloganin eli iskulauseen?

- Järvenpään nykyinen brändikonsepti luotiin vuonna 2019 – jo viisi vuotta sitten!
- Vuosien varrella olemme havainneet asioita, jotka toimivat hyvin ja sellaisia, jotka eivät toimi yhtä hyvin ja joita siis olisi hyvä muuttaa.
 - Yksi näistä asioista on sanaparien käyttö sloganin sijaan, joka ei ole ottanut tulta toivotulla tavalla.

*Nykyisessä
brändikäsikirjassa:*

Esimerkkejä asiasanoista
(ratio)

ja

Esimerkkejä tunnesanoista
(emootio)

Rohkeutta

onnistumisia

Mahdollisuuksia

intoa

Hyvinvointia

onnea

Yhteisöllisyyttä

iloa

Uuden sloganin valintakriteerit

- Kaupunkistrategiamme tavoitteisiin on kirjattu: ”Kulttuurijuurten hyödyntämistä lisätään kaupungin brändin rakentamisessa.”
- Kulttuurijuurien lisäksi sloganin pitäisi kuvastaa seuraavia tai ainakin olla sopusoinnussa näiden kanssa:
 - Kasvu, dynaamisuus, metropolialueen pohjoinen keskus
 - Ajoissa auttaminen ja yhteisöllisyys
- Sloganin on oltava
 - Erottuva, eli se ei voi sopia isolle määrälle Suomen kuntia, kuten ”Hyvä paikka asua ja yrittää” tms.
 - Napakka ja helppokäyttöinen
 - Puhutteleva



Valintaprosessin kulku

- ”Ehdota slogania” auki verkkosivuilla 19.4.-11.5.2024
- Shortlist esillä Järvenpää-päivässä 11.5. Kaupunkilaiset saivat äänestää suosikkiaan ja keksiä lisää ehdotuksia.
- ”Äänestä suosikkiasi” auki verkkosivuilla 13.-16.5. Edelleen sai tehdä lisää ehdotuksia.
- Valintaryhmän 1. kokoontuminen 16.5.
- Valintaryhmän 2. kokoontuminen 27.5.
- Kaupunginhallituksen iltakoulu 3.6.
- Kesäkuussa: sloganin ilmoittaminen Markkinointiliiton iskulauserekisteriin.
- Elokuussa: kun olemme saaneet vahvistuksen Markkinointiliitolta, julkistamme uuden sloganin ja suoritamme palkitsemiset.
- Tästä eteenpäin: Sloganin hallittu käyttöönotto. Kaikkea materiaalia ei uusita kerralla, vaan sitä mukaan, kun tarpeita tulee eteen.
- Elokuussa: Järvenpään lasten oma slogan hakuun.
 - Tehdään osallistava prosessi Saunakallion varhaiskasvatuksessa ja koulussa.
 - Muut kaupungin varhaiskasvatuksessa ja opetuksessa olevat lapset pääsevät äänestämään Sauniksen ehdotuksista.
- Yrityksille suunnatussa markkinoinnissa jatketaan edelleen myös Business Järvenpään ”Business Beyond the Usual” –slogania.

Kaupunkilaisten ehdotukset

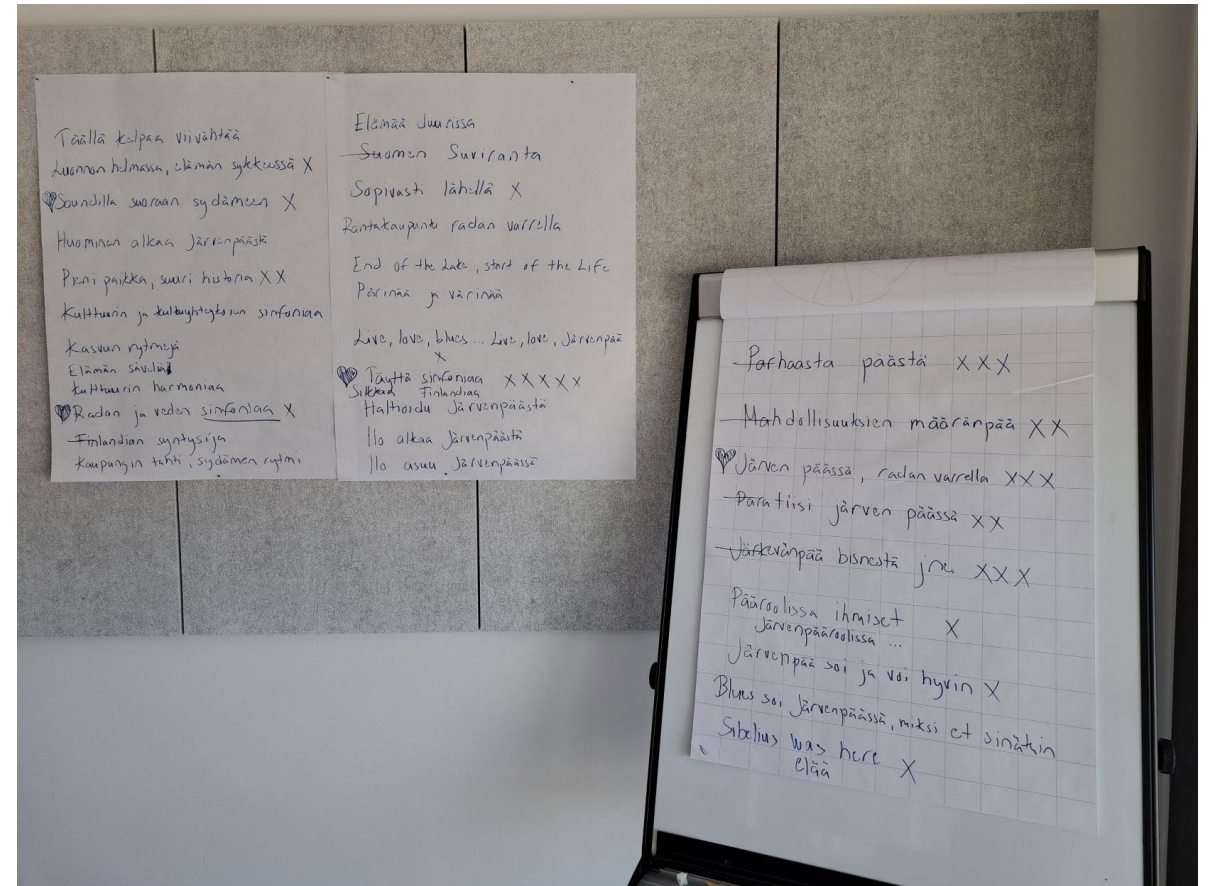
- Saimme kaiken kaikkiaan **329** slogan-ehdotusta. Niistä **53** viestintäjohtaja valitsi short listille äänestettäväksi.
- Osa ehdotuksista tuli äänestysajan jälkeen.
- Äänestäjiä oli verkossa yhteensä 347. Tämän lisäksi sloganeista äänestettiin Järvenpää-päivässä.
- Kaupunkilasten äänet jakautuivat todella monille erilaisille ehdotuksille.

Kaupunkilaisten suosikit (verkkoäänestys + Järvenpää-päivä)

- Luonnon helmassa, elämän sykkeessä, 80 ääntä
- Sibelius was here, 68
- Järven päässä, radan varrella, 64
- Järvenpää – Parhaasta päästä, 55
- Kaupungin tahti, sydämen rytmi, 49
- Soundilla suoraan sydämeen, 36
- Järven paremmalla puolella, 35
- Luonto soi, taide elää, 35
- Mahdollisuuksien määränpää, 23
- Järvenpää – Kotona ollaan! 33

Valinnan tekevän työryhmän (viestinnän ja markkinoinnin ohjausryhmä) kokoonpano

- Heli Komulainen, viestintäjohtaja (pj.)
- Pirre Raijas, kulttuurijohtaja
- Ulla Lehtonen, varhaiskasvatusjohtaja
- Kati Toikka, HR-kehittämispäällikkö
- Heikki Häyhä, ohjelmapäällikkö, Business Järvenpää
- Susanna Aramo, yrityspalvelupäällikkö, Business Järvenpää
- Ari Minadis, viestinnän erityisasiantuntija
- Maria Lassila, viestinnän erityisasiantuntija
- Mika Kavasto, graafinen suunnittelija
- Pilvi Kallio-Meriläinen, osallisuuden erityisasiantuntija



Valintaryhmän suosikkeja ja pohdintoja

- **Järven päässä, radan varrella**
Hylättiin liian toteavana = ei tarpeeksi nostattava
- **Sibelius was here** ja **Sibelius City**
Hylättiin englanninkielisinä ja katsottiin, etteivät käännetyt versiot toimisi.
- **Soundilla suoraan sydämeen**
Musiikkiteema sai kannatusta.
- **Silkkaa Finlandiaa**
Finlandia-sana hylättiin, koska Sibelius ei säveltänyt Finlandiaa Järvenpäässä ja sana voi tuoda mieleen vääriä mielikuvia. -> Käännettiin muotoon **Silkkaa tai Täyttä Sinfoniaa**
- **Radan ja veden sinfoniaa** (ehdotus tullut kaupunkilaisäänestyksen jälkeen)
Ihastuimme sinfonia-sanaan ja aloimme pyöritellä siitä erilaisia versioita.



Valintaryhmän ehdottama uusi slogan



Sinun sinfoniasi

Perustelut:

- Slogan kertoo Järvenpään kulttuurijuurista, jotka eivät vanhene ajan saatossa.
- Sanaa sinfonia on käytetty jo Bysantissa, missä se on merkinnyt harmoniaa ja sopusointua.
- Sinfonia soitetaan aina yhdessä, mikä viittaa Järvenpään yhteisöllisyyteen.
- Slogan puhuttelee jokaista henkilökohtaisesti.
- Slogan on napakka ja täten helppokäyttöinen kaikessa viestinnässä ja markkinoinnissa.
- Slogan on helposti käännettävä: "Your Symphony"
- Slogania on helppo täydentää brändikieleen otettavalla musiikkisanastolla, kuten "yhteinen sävel", "tule meidän orkesteriin" (rekrytointiviestintä) jne.
- Slogan on **erottuva**, se ei sopisi kovin monelle muulle kunnalle Suomessa.
- Business Järvenpään slogan sekä tuleva lasten slogan täydentävät viestintää eri kohderyhmille.