

Markkinointiviestinnällinen yhteistyö

Järvenpään kaupungilla ei ole aikaisemmin ollut omaa erityistä linjausta markkinointiviestinnällisen yhteistyön pelisäännöistä. Perinteisesti on puhuttu sponsoroinnista, mutta ilmaisu markkinointiviestinnällinen yhteistyö kertoo paremmin siitä, että kyseessä on nimenomaan markkinointiviestinnän ehdoilla tehty yhteistyö, ei avustus tai vastikkeeton tuki.

Paikallisten toimijoiden kanssa on tehty sopimuksia markkinointiviestinnällisestä yhteistyöstä viestinnän budjetista ja viestintäjohtajan päätöksellä. Toiminnan läpinäkyvyyden ja toimijoiden yhdenvertaisen kohtelun näkökulmasta on tärkeää, että kunnalla on jatkossa markkinointiviestinnälliseen yhteistyöhön sovitut periaatteet.

Markkinointiviestinnällistä yhteistyötä voidaan tehdä tapahtuman, toiminnan, henkilön tai organisaation kanssa. Yhdessä sovitun markkinointiviestinnän vastikkeena voi olla joko raha tai tuotteiden tai palvelujen tarjoaminen. Markkinointiviestinnällistä yhteistyötä tehdään erityisesti urheilun ja kulttuurin eri aloilla. Se on aina nimenomaan vastikkeellista yhteistyötä kahden eri osapuolen välillä. Se on tai voi olla merkittävä markkinointiviestinnän keino. Kunnan näkökulmasta tämä voi tarkoittaa esimerkiksi positiivisen mielikuvan vahvistamista ja näin vahvistaa kunnan vetovoimaisuutta.

Kaupungin yhteistyökohteisiin kuuluvat urheilua, liikuntaa ja terveitä elintapoja edistävät järvenpääläiset urheilu- ja liikuntatoimijat sekä kulttuuria edistävät järvenpääläiset kulttuuritoimijat sekä hyvinvointia ja terveyttä edistävät yhdistykset ja yhteisöt.

Markkinointiviestinnällisen yhteistyön malli Järvenpäässä

- Laaditaan markkinointiviestinnällisen yhteistyön periaatteet
- Markkinointiviestinnällistä yhteistyötä haetaan samassa hakuikkunassa avustusten kanssa sähköisellä hakulomakkeella. Lomakkeen täyttäminen edellyttää vahvaa tunnistautumista.
- Markkinointiviestinnällinen yhteistyö sisältyy viestintäbudjettiin.
- Markkinointiviestinnällisen yhteistyön koko budjettia ei jaeta hakujen perusteella, vaan osa siitä jätetään seuraavan vuoden varrella jaettavaksi nopeampaan tarpeeseen, kuten tapahtumien markkinointiyhteistyöhön.
- Viestintäjohtaja tekee päätökset sovittavista yhteistyösopimuksista.
- Viestintäjohtajalla on yhteistyötahojen valinnoissa apunaan tiimi, johon kuuluu kulttuurijohtaja, HYTE-johtaja, liikuntapäällikkö ja johtava asiantuntija (HYVO). Näin varmistetaan prosessin läpinäkyvyys ja tasapuolisuus.

Markkinointiviestinnällisen yhteistyön periaatteet Järvenpäässä:

1. Yhteistyön lähtökohtana on yhteistyökumppanin tuoma myönteinen julkisuus Järvenpään kaupungille.
2. Yhteistyö on kaupungille yksi markkinointiviestinnän keino.
3. Kaupungin markkinointiviestinnällisen yhteistyön kohteisiin kuuluvat urheilua, liikuntaa ja terveitä elintapoja edistävät järvenpääläiset urheilu- ja liikuntatoimijat sekä kulttuuria edistävät järvenpääläiset kulttuuritoimijat sekä hyvinvointia ja terveyttä edistävät yhdistykset ja yhteisöt.
4. Henkilö/taho/joukkue/kohde, jonka kanssa yhteistyötä tehdään, saa yhteistyöstä rahallisen korvauksen tai muuta aineellista hyötyä toiminnalleen.
5. Markkinointiviestinnällistä yhteistyötä haetaan sähköisellä lomakkeella ja viestintäjohtaja päättää harkinnanvaraisista markkinointiviestinnällisen yhteistyön kohteista.

Liite 1. Markkinointiviestinnällinen yhteistyö, toimintatavat ja periaatteet

6. Markkinointiviestinnällistä yhteistyötä tehdään vain järvenpääläisten tai Järvenpäässä toimivien hakijoiden kanssa. Yhteistyötä voidaan tehdä myös Järvenpäässä järjestettävän tapahtuman kanssa (tilat ymv. huomioiden).
7. Markkinointiviestinnällinen yhteistyökumppani hyväksyy, että kaupunki nostaa yhteistyön esille kunnan viestinnässä ja markkinoinnissa. Yhteistyötahon edustaja osallistuu tarpeen mukaan kunnan tilaisuuksiin erikseen sovittavalla tavalla. Kaupungin tarjoama näkyvyys tukee osaltaan yhteistyön toista osapuolta.
8. Markkinointiviestinnällisestä yhteistyöstä tehdään kirjallinen sopimus kaupungin ja valitun yhteistyökumppanin kesken.
9. Kaupungin yhteistyöstä maksama summa voidaan periä takaisin, mikäli yhteistyösopimuksen ehtoja ei ole noudatettu.
10. Markkinointiviestinnällinen yhteistyö edellyttää, että valittu yhteistyökumppani tuo kaupunkia esiin omassa toiminnassaan sopimuksessa erikseen sovittavalla tavalla.

Markkinointiviestinnällisen yhteistyön sopimuksen keskeinen sisältö

Kaupungin markkinointiviestinnällisestä yhteistyöstä laaditaan kirjallinen yhteistyösopimus. Kirjallinen sopimus varmistaa, että kumpikin osapuoli on ymmärtänyt ehdot. Sopimukseen merkitään molempien osapuolten (kaupunki ja valittu yhteistyökumppani) velvoitteet. Sopimuksessa määritellään mahdollisimman yksityiskohtaisesti yhteistyön sisältö ja määrä, esim. tehtävä markkinointiviestintä ja siitä mahdollisesti maksettava rahasumma tai muu kaupungin tarjoama vastike.