

MITÄPÄ SE
hyvejää

Puolanka

- Lappia lukuunottamatta Suomen harvimpaan asutettu kunta (asukastiheys n. 0,98as/km²)
- Väkiluku n. 2450
- Yksi Suomen nopeiten kuolevista kunnista



Puolangan pessimistit ry

- Itsenäinen puolankalainen kulttuuriyhdistys
- Perustettu n. 2006-2007 (riippuu keneltä kysyy)
- Pyrkimys levittää pessimismin ilosanomaa ympäri maailmaa
- Puolangan pessimismipäivät joka vuosi 1.1. - 31.12.



Puolangan pessimistit ry

Historiaa

- Pessimismi-ilta
 - Järjestettiin n. 10 vuoden ajan
 - Sketsejä, musiikkia, tilataidetta, palkintoja
- Toiminta loppui v. 2016
 - "Edes pessimismi ei kannata"



Puolangan pessimistit ry

Historiaa

- E-Puolanka -hanke (2017)
 - Osa-alueena pessimismibrändin kehittäminen
- Ensimmäisten videoiden julkaisu
 - Valtavat katsojamäärät



Puolangan pessimistit ry

Videot

- V. 2017 julkaistut videot keräsivät jopa satojatuhansia näyttökertoja Facebookissa
- Videoiden kautta saavutettu tunnettuus mahdollisti jatkossa toiminnan laajentamisen
 - Mm. Grilli-Kahvila 2017-2019



Toiminta nykyään

- Sosiaalinen media
 - Videot, kuvat, tekstit, musiikkia
- Pessimismitalo
 - Avattiin kesällä 2020
- Oheistuotemyynti
 - Grillillä, Pessimismitalolla, tapahtumissa sekä verkkokaupassa
- Pessimismimusikaalit
 - Oma katsomo v. 2021
- Konsertit
- Lehti
 - Humoristinen ilmaisjakelulehti, jaossa mm. Pessimismitalolla sekä verkkokauppatilauksien mukana



Viestintä

Se mistä meidän kai piti
täällä puhua...



- Kaikki sisältö pohjautuu vahvaan brändiin
 - Taustalla oleva tarina tekee brändistä mielenkiintoisen
- Brändi tunnetaan myös Suomen ulkopuolella
- Pitkäjänteinen brändin rakentaminen on asettanut odotuksia sisällön laadulle
 - Odotukset täytyy myös lunastaa!



- Puolangan pessimistit ry on itsenäinen kulttuuriyhdistys
- Kuntamarkkinointi on vain sivutuote
 - Pyrkimyksenä ei ole elvyttää Puolankaa
 - Puolanka ei ole kuoleva kunta, se on kuollut
- Tehdään mitä halutaan!



Mitä viestintämme on?

- Huumoria & taidetta
 - Vahva brändi mahdollistaa laajan toiminnan
- Mainoksia
 - Omat tapahtumat, verkkokauppa, kaupalliset yhteistyöt



Mihin viestintä perustuu?

- Puolangalla ei kannata mikään
 - Alkuperäinen ajatus
- Samaistumispinnat
 - Pessimismi
 - Suomalaisuus
 - Kainuulaisuus
 - Pienet kylät



- "Positiivinen pessimismi"
 - Ideana ei ole tehdä asioita pessimistisesti & mahdollisimman huonosti tai masentaa ketään
- "Pessimisti ei pety"
 - Pessimisti näkee sudenkuopat, joten osaa välttää ne
- Synkistäkin asioista löydetään huumoria



Suhtautuminen pessimisteihin

- Kunta
 - Kunta sietää toimintaamme
- Kuntalaiset
 - Jakaa mielipiteitä
 - Ovat tottuneet
- Paikalliset yritykset
 - Suhtautuvat pääosin hyvin
 - Sujuvaa yhteistyötä
- Kaikki muut
 - Hämmennystä, kiinnostusta, positiivisin vastaanotto



Mihin pyrimme?

- Tunnettuuden lisääminen
 - Lisää yleisöä
 - Kansainvälinen näkyvyys?
- Myynnin lisääminen
 - Omavaraisuuden vahvistaminen
- Toiminnan kasvattaminen
 - TV-sarja, lyhytelokuva...?



Top 5 vinkit

- Tarina
 - Hyvästä tarinasta on helppo muodostaa toimivaa viestintää
- Aitous
 - Löydä oma tyyli
 - Hyödynnä löytyvää osaamista
- Laatu
 - Tuotetun sisällön täytyy olla laadukasta
- Kehittyminen
 - Reflektoi
 - Hyödynnä mitattavia tuloksia, tutki mikä toimii ja mikä ei
- Aktiivisuus
 - Säännöllinen julkaisutahti on erityisen tärkeää sosiaalisen median algoritmien miellyttämiseksi

Kysymysten aika.