

UkiBID-suunnitteluryhmän työpajaideat to 26.2.2026

Ryhmä 1: Markkinointi ja tunnettuus

Ideat: brändäys ja tunnettuus

- kaupunginlahti
- puutalokaupunki
- saaristo ja meri
- murre ”meil o meri iha rannas”, sanonnat/slogan
- tapahtumat ja elämykset
- otetaan mukaan mainostoimisto, tehdään kilpailullinen neuvottelumenetelmä

Markkinointi:

- mediavierailut loppukesästä 2026
- vaikuttajat (some) loppukesästä 2026
- rakennetaan markkinointikoneisto ja asiakasrekisteri
- opastettu elämysbussi- ja juna
- saunat ja urheilu

Toteutusaika: syksy 2026 ja kevät 2027

Toteutuksen luonne: kertaluontoinen toteutus sekä jatkumo, sarja, yhteinen konsepti tai viesti

Budjetti: laajempi toteutus (15 000–25 000 €)

Hyödyt: lisää osallistujia, lisää näkyvyyttä, lisää sitoutumista

Tavoitteet: yhteinen brändi ja tarina, yhteismarkkinointi ja myynninedistäminen, näkyvyyden tekeminen yhdessä, tapahtumien ja yhteinen markkinointirakenne tai -koordinaatio

Ryhmä 2: Elinvoiman vahvistaminen

Ideat: Hyvä brändi vahvistaa kaupungin elinvoimaa

- ihmisiä houkutellaan kaupunkiin kahdella tavalla: asukkaiksi ja turismin kautta
- asukkaat tarvitsevat: laadukkaat asunnot ja työpaikan, siistin ympäristön
- matkailijoita houkuttavat: urheilu ja vapaa-aika, siisteys, info alueesta, Saaristomeren kansallispuisto

Luodaan ”Uki-shop” eli palvelupaketteja sekä työnantajille että matkailijoille.

Palvelupaketeissa kerätään yhteen alueen matkailupalvelut, lisäksi tyky-paketteja tarjolla työnantajille. Luodaan myös ”Yrityskummi”-konsepti, jossa Yrityskummi markkinoi Ukia toiselle yrittäjälle.

Toteutusaika: syksy 2026 ja kevät 2027

Toteutuksen luonne: kimara, yhdistelmä, pysyvämpi rakenne tai toimintamalli, yhteinen konsepti tai viesti

Budjetti: laajempi toteutus (15 000–25 000 €)

Hyödyt: lisää osallistujia, lisää näkyvyyttä, lisää käyttöä, lisää arvostusta, lisää sitoutumista

Tavoite: uusien yritysten houkuttelu, tiedolla johtaminen ja datan hyödyntäminen, palvelupakettien tuotteistaminen.

Ryhmä 3: Viihtyisyys ja elävöittäminen

Idea 1: Valon kaupunki / Venetsialaiset / Lyhtyjen yö

- valoviikot hehkusta joulumarkkinoihin
- outlet pyörimään yrittäjävoimin
- valmiit konseptit ja iltapäivätori
- erilaisia valaistuksia ympäri kaupunkia (kartta ja rastitehtäviä lapsille)
- lasten leikkimaa pop-up
- heijastinpuisto
- valoteemasarja

Idea 2: 1800-luvun tapahtuma

- ajankohta toukokuussa tai juuri ennen / jälkeen Crusell-viikon
- ympärivuotinen tapahtuma
- merellisyys, hevoskärryt
- pukeutuminen 1800-luvun tyyliin

Idea 3:

- urheilutapahtumia, turnaus
- Levi-tunnelmaa rantaravintoloihin "after ski"
- joulusilta

Idea 4:

- pop-up liiketiloja
- ilta-aukioloajat
- K-kaupan eteiseen ja keskustan puoteihin paikalliset tuotteet esille
- lapsille sisäleikkipaikka

Idea 5:

- pump track -rata Leijonapuistoon
- vuokraustoimintaa?
- Hop in Hop out
- tervetulovideo

Toteutusaika: syksy 2026 ja kevät 2027. Syksyn toteutusaika tukee sesongin pidentämistä

Budjetti: laajempi toteutus (15 000–25 000 €)