



*Kesäfiilisvideo ei ole perinteinen markkinointivideo.*

## Markkinointikampanjoilla runsaasti näkyvyyttä Imatralle, koskinäytöksillä ennätysyleisö

**Tiedote**      **9.9.2019 17:23**

Imatran kesäfiilisvideo tavoitti yli 382 000 katsojaa.

Julistautuminen kansallishmeeksi keväällä 2018 aloitti Imatran kaupungin markkinointisuunnitelman mukaisen brändikampanjan, joka jatkuu edelleen. Yksi tämän vuoden isoimmista yksittäisistä markkinointitoimenpiteistä oli pääkaupunkiseudun Finnkinon elokuvateattereissa esitetty [Imatran kesäfiilisvideo](#) -kampanja, josta on tullut positiivista palautetta. Mainosvideo näytettiin valikoidusti ennen elokuvaa ajalla 24.5. - 31.7.2019, ja videon näki tätä kautta yli 212 000 katsojaa.

Imatran kesäfiilisvideolle ostettiin kevään ja kesän aikana näkyvyyttä myös Youtubesta ja Facebookista, joissa se sai yhteensä lähes 170 000 eri henkilön katselukertaa.

Imatran kesäfiilisvideon tarkoitus on herättää katsojan mielenkiinto Kansallishme Imatraa kohtaan. Näiden ja muiden markkinointitoimenpiteiden johdosta Kansallishme.fi-sivun kävijämäärän kasvu edellisvuodesta on yli 100 prosenttia. Imatran monipuolisista tapahtumista, aktiviteeteista ja palveluista kertova Vuoden paras loma -kampanja alkoi kevättalvella ja tavoitti sähköisen mainonnan kautta yhteensä 140 000 ihmistä. Vuoden paras loma -kampanjan ilmoituksia julkaistiin myös Helsingin Sanomien kesäliitteessä ja Etelä-Savon, Kymenlaakson sekä Etelä-Karjalan alueen kesälehdissä.

Ukonniemi-kampanjat ovat suunnattu pääasiassa kahdelle eri kohderyhmälle, aktiivisille lomailijoille sekä urheiluseuroille ja ammattilaisurheilujoukkueille. Myös Imatran kesäteatterin mainonta tavoitti laajasti potentiaalisia katsojia ja se näkyi hyvänä

lipunmyyntituloksena.

Perinteisten medioiden rinnalla tehtiin Imatra Base Campin toimesta myös Googlen hakusanamainontaa ja verkkobannerimainontaa.

Markkinointitoimenpiteiden jatkuvalla mittaamisella varmistamme panostusten tuloksellisuuden ja pystymme viilaamaan mainosten kohdennettavuutta sinne, mikä on optimaalisinta, kertoo Imatra Base Campin toimitusjohtaja **Jukka Aalikko**.