



*Kampanjaan kuului humoristinen video vieraanvaraisuudesta.*

## **Kaupungin vieraanvaraisuuskampanja tavoitti 2,1 miljoonaa henkilöä**

**Tiedote**      **12.10.2022 12:53**

Kampanja rakensi positiivista Imatra-brändiä.

Imatran tämän vuoden iso markkinointikampanja ylitti odotukset. Se tavoitti yhteensä 2 111 811 henkilöä. Lisäksi mainoksia näytettiin eri verkkosivuilla yli kolme miljoonaa kertaa.

Markkinointikampanja käynnistyi äitienpäivänä toukokuussa.

Sen kanavina olivat Youtube, Google, Facebook, Instagram, Finnkinon elokuvateatterit, vaikuttajamarkkinointi, Ruutu-palvelu ja ulkomainonta.

### **Humoristinen video vahvisti brändiä**

Imatran kuluvan vuoden suurimman brändimarkkinointikampanjan keskiössä oli humoristisesti karjalaista vieraanvaraisuutta havainnollistava video, joka keräsi sosiaalisen median kanavissa yhteensä lähes 900 kommenttia.

Positiivisen kommentoinnin voimasta se sai paljon näkyvyyttä ja rakensi positiivista Imatra-brändiä. Kampanjasivuun ja sitä kautta vieraanvaraiseen Imatraan tutustui 43 000 ihmistä.

Harvoin mainokset saavat kommentointia ollenkaan, saati sitten positiivista kommentointia. Olemme onnistuneet jälleen herättämään ihmisten huomion ja saaneet Imatralle maksetun näkyvyyden lisäksi hienosti maksutonta näkyvyyttä, Imatra Base Camp Oy:n markkinointipäällikkö **Katri Storhammar** iloitsee.

Kampanjan aikana kerättiin tarinoita karjalaisesta vieraanvaraisuudesta. Niistä tuotettuun näyttely Kulttuuritalo Virtaan.

Kaupungin markkinointiyhtiö Imatra Base Camp on toteuttanut useana vuonna näyttäviä markkinointikampanjoita. Niiden avulla on tehty tunnetuksi muun muassa kolmea uutta koulukeskusta ja kaupungin matkailuvaltteja.

### **Lisätietoja:**

Markkinointipäällikkö Katri Storhammar, Imatra Base Camp, p. 020 617 6677, [katri.storhammar@imatra.fi](mailto:katri.storhammar@imatra.fi)

Toimitusjohtaja Jukka Aallikko, Imatra Base Camp, p. 020 617 7007, [jukka.aallikko@imatra.fi](mailto:jukka.aallikko@imatra.fi)

## **Kampanja lukuina**

### **Google:**

- Youtube 1 844 964 (näytöt), 267 489\* (yli 30 sek. katselua = tavoittavuus)
- Display 1 341 197 (näytöt)

### **FB ja IG:**

- FB video 864 074\* (maksettu tavoittavuus) + 211 400\*\* (orgaaninen)
- FB & IG tarinankeräys 118 125\* (maksettu tavoittavuus)
- IG video 69 632\* (maksettu tavoittavuus) + 24 810\*\* (orgaaninen)
- FB näyttely 113 058\* (maksettu tavoittavuus)

### **Maria Veitolan IG:**

- 140 800\* (maksettu tavoittavuus)

**Finnkino** 8.-24.5. (Helsinki, Espoo, Vantaa, Lahti, Kouvola, Kotka)

- 122 423\* (katselija)

**Ruutu**

- 180 000\* katselua (näyttöä)

Ulkomainonnan tavoittavuuksia ei ole tilastoitu.

**Kaikki kampanjan some-kommentit:** 871 kpl

**Yhteensä:**

- maksetut tavoittavuus \*- 1 875 601
- orgaaniset tavoittavuus \*\*- 236 210
- Googlen näytöt (eri verkkosivut) yht. 3 186 161
- Kampanjasivun vierailut 42 681 kävijää.