



Maitojunalla haettiin entisiä imatralaisia kotiin kesäkuussa.

Maitojuna-kampanja kasvatti paluumuuttohalukkuutta

Tiedote **28.9.2023 09:54**

Kampanja tavoitti 3,5, miljoonaa henkilöä. Katso Maitojunasta videoklippi.

Maitojuna ei ollut lällärjuna.

Imatran kaupungin tämän vuoden suurimman brändimarkkinointikampanjan keskiössä oli Usko mummoa -video ja maitojuna kotiin.

Monikanavainen kampanja käynnistyi 9. toukokuuta ja kanavina olivat Youtube, Google, Facebook, Instagram, Finnkinon elokuvateatterit, Ruutu-palvelu ja ulkomainonta.

-Maitojunaan kutsut entisille imatralaisille, noin 3000 kappaletta, postitettiin keväällä. Junapaikat täytyivät nopeasti. Imatran mummon kanssa maitojunassa Imatralle matkasi perjantaina 30. kesäkuuta noin 140 henkilöä, markkinointipäällikkö **Katri Storhammar** kertoo.

Junamatkan jälkeen maitojunalaiset vietiin teatterille, jossa heille kerrottiin Imatran mahdollisuuksista muuttajille.

Imatran mahdollisuuksiin tutustui 30 000

Kampanja rakensi positiivista Imatra-brändiä. Kampanja tavoitti yhteensä 3,5 miljoonaa henkilöä (vuoden 2022 vastaava kampanja: 2,8 miljoonaa), jonka lisäksi mainoksia näytettiin eri kanavissa yli 5 miljoonaa kertaa.

Kampanjan avulla Imatran mahdollisuuksiin muuttajille (asuumatrala.fi) tutustui yli 30 000 ihmistä.

-Tutkimusten mukaan potentiaalisimpia muuttajia ovat kaupungissa aiemminkin asuneet, jonka perusteella kohderyhmä valittiin. Asukasmarkkinointi on pitkäjänteistä työtä ja ensimmäinen suoraan tälle kohderyhmälle tehty kampanja ylitti tavoitteet kertoo Imatra Base Camp Oy:n toimitusjohtaja **Jukka Aallikko**

-Junamatkan aikana syntyi yhdet asuntokaupat, ja saimme kuulla useita paluumuuttoaikeita Imatralle. Kampanja jätti hyvin positiivisen jäljen maitojunalla kotiin palanneisiin, sekä muihin kampanjan tavoittaneisiin Storhammar jatkaa.

Muuttohalukkuutta olemassa

Maitojunaan ilmoittautuneille tehtiin kyselytutkimus, jonka vastaajista 62 prosenttia ilmoitti kutsun, maitojunamatkan ja teatterin infotilaisuuden lisänneen muuttohalukkuutta Imatralle.

-Vastaajista peräti **42 % aikoo muuttaa Imatralle**, Storhammar iloitsee.

Lisätietoja:

Toimitusjohtaja Jukka Aallikko, Imatra Base Camp, jukka.aallikko@imatra.fi, p. 020 617 7007