



Tampereen kaupunki IoT-alustan kevytbrändäys

EHDOTUS 31.5.2021



Brief





Työn sisältö

Suunnitella ja toteuttaa Tampereen kaupungin IoT-alustan kevytbrändäys ja sitä tukevat esittelymateriaalit puitesopimuksen mukaiseen toimeksiantoon, puitesopimusehtojen mukaisesti.

- ▶ Työsisältöinä, ensimmäisessä vaiheessa:
- ▶ Strateginen suunnittelutyö, pääviestit ja hissipuhe
- ▶ IoT-alustan käyttöliittymien Tampereen kaupungin mukainen ilme
- ▶ IoT-alustan markkinapaikan Tampereen kaupungin mukainen ilme
- ▶ Esitys-/markkinointimateriaalit (pp-esitykset)
- ▶ Tuote- ja palvelunimien suunnittelu



Tässä ehdotuksemme
käytyyn keskusteluun
pohjautuen





Strategisen suunnitteluprosessin kuvaus



Missä olemme tällä hetkellä? Miltä näyttävät asiakkaiden tarpeet, kilpailuympäristö, trendit, markkinoiden kehitys ja sisäiset kyvyt tai kyvyttömyydet?

Oikea ja rehellinen tilannekuva auttaa tunnistamaan oikeasti tärkeät haasteet ja mahdollisuudet, jotka tulevaisuudessa pitää ratkaista.

Strateginen suunnittelu on valintojen tekemistä. Olemme saaneet hyvän kuvan, missä olemme suhteessa ympäröivään maailmaan ja tilanteisiin.

Nyt teemme ne valinnat, joiden avulla vastaamme esiin tulleisiin havaintoihin suhteessa haluumme siitä, millaisen tulevaisuuden haluamme luoda.

Strategia on se, mitä organisaatio pystyy systemaattisesti käytännössä tekemään. Siksi johdamme strategian linjaukset mahdollisimman pian joko validoitaviksi testeiksi tai suoraan käytännön tekemiseksi, jolla on konkreettisia lopputuloksia.

Pidämme strategian käytännön toteuttamisen tiiviisti kiinni luovassa suunnittelussa, toimenpiteissä ja niiden vaikuttavuuden mittaamisessa.



Kuinka me parhaiten
pystymme auttamaan
teitä?





IoT-alustan markkinoitviestinnän suunnittelu



Käytännön toimenpiteet:

- Asiakkaan tarjoamaan taustadataan, kohderyhmiin sekä Tampere.Finland-brändiinjauksiin perehtyminen
- Yhteispalaveri (2-3 h) työn alkuun
- Villivision oma strateginen suunnittelutyö
- Dokumentointi

Käytännön toimenpiteet:

- IoT-alustan perusviestit ja hissipuhe
- Perusesittely
- Tuotenimien suunnittelu
- Villivision oma strateginen suunnittelutyö
- Dokumentointi

Käytännön toimenpiteet:

- Visuaalinen identiteetti ja ohjeistus
- Landing page, sisältö ja visuaalinen ilme
- Esittelymateriaali
- Yhteistyö ja yhteydenpito Wapicen tiimin kanssa



Suunnittelubudjetin erittely

Suunnittelutyön vaihe	Strategisen työn osuus, á 125 €	Tuotannollisen työn osuus, á 95 €	Yhteensä
IoT-alustan perusviestit ja hissipuhe	45 h		5 625 €
IoT-alustan perusesittely (PP-esitys)		48 h	4 560 €
Visuaalinen identiteetti, värit, kuvamaailma, ikonit, graafinen ohjeistus		55 h	5 225 €
Landing page, visuaalinen suunnittelu ja sisällöt		53 h	5 035 €
Markkinointiviestinnän arjen apu tuntipankkina (mm. tuote- ja palvelunimien suunnittelu, yhteiset suunnittelu- ja sparrauspalaverit Wapicen tiimin kanssa, muut kuin edellä mainitut työkokonaisuudet)		100 h	9 500 €
Yhteensä			29 945 €



Tuntipankki käytännössä

Millainen tuntipankki?

Tuntipankilla toimiessa ei lähde erillisistä toimenpiteistä kuukausittain laskua. Asiakkaana saatte kerran kuukaudessa tai toisin sovituin tarkastelupistein selkeän tuntiraportin, jossa tehdyt toimenpiteet työlajeittain ja käytetyt tunnit raportoidaan 15 minuutin tarkkuudella.

Tuntipankin tunnit eivät vanhene tai mitätöidy kalenterivuoden päättyessä. Tarjoamme tuntipankin täydennystä, kun tuntipankissa on jäljellä 10 % alkuperäisestä tuntimäärästä.

Tuntipankki tuo arkeen sujuvuutta ja helpottaa kokonaisuuksien etenemistä sekä auttaa meitä resursoimaan työkokonaisuuksia.

Villivisio tankkaa ja laskuttaa tuntipankit tuntihintakategorioiden mukaisesti:

100 tuntia **suunnittelutyö, asiakkuuden- ja projektinhallinta = tuotannollinen työ** 95 € / tunti

0 tuntia **strateginen työ** 125 € / tunti

Tuntipankkien laajuus ja jakautuminen määritetään yhdessä asiakkaan kanssa Villivision ehdotukseen pohjautuen, kampanjan mediasuunnitelman sekä sovellusten työvastuiden tarkennuttua.

Ehdotuksemme käynnistykseen on 100 tunnin ja 9 500 euron + alv 24 % tuntipankki ajalle 06-10/2021.

Vleistä



Sopimus syntyy, kun asiakas tilaa toimittajalta palvelut. Mahdolliset lisätyöt tehdään tuntihinnan tai erillisen tarjouksen mukaan, ja lisätoista sovitaan aina etukäteen. Tarjouksen työkokonaisuus tai -kokonaisuudet sisältävät kaksi (2) kommentointi- ja muutoskierrosta. Ylimääräiset kommentti- ja muutoskierrokset laskutetaan erikseen toteutuneen mukaan tuntityönä.

Kuvapankkikuvien käyttöoikeus rajautuu kyseiseen käyttökohteeseen. Villivision valokuvaajien kuvien rajoittamattomat käyttöoikeudet siirtyvät asiakkaalle maksusuoritusten myötä. Kuvamateriaalin hankinta, kuvitustyö, fontti-, paino- ja käännöskustannukset, tekninen toteutus, viestintävirastonmaksut, mediatilakustannukset, matkakulut, päivärahat tai kaikki muut vastaavat kustannukset eivät sisälly tarjoukseen, mikäli niiden kustannuksia ei ole tarjouksessa erikseen määritelty.

Alihankintalaskutuksesta sovitaan aina erikseen asiakkaan kanssa.

Tekijänoikeudet ja referenssioikeus

Asiakas vastaa kaiken ulkopuolisen materiaalin käytön laillisuudesta. Käyttöoikeudet valmiisiin tiedostoihin siirtyvät asiakkaalle maksusuoritusten myötä. Toimittajalla on oikeus purkaa sopimus jäljellä olevasta työstä tai keskeyttää palvelujen ylläpito, mikäli asiakas laiminlyö maksuvelvollisuutensa. Toimittaja voi käyttää halutessaan asiakasta referenssinään.

Lakisääteisten velvoitteiden hoito ja ennakoperintärekisteri

Villivision Oy on suorittanut lakisääteiset vakuutusmaksut. Yritys on merkitty arvonlisäverovelvollisten rekisteriin sekä ennakoperintärekisteriin.

Maksuehdot

21 päivää

Tarjouskokonaisuudesta laskutetaan tilauksesta ja resurssien varauksen yhteydessä 50 %.

Tuntipankki laskutetaan seuraavin vaihein:

- 50 % tilauksesta, resurssien varauksen yhteydessä
- 50 % syyskuussa 2021.

Tarjous on voimassa 14.06.2021 saakka.

Tarjous on luottamuksellinen.



Tämä on Villivisio

Teemme kanssasi voittavia asiakaskokemuksia.



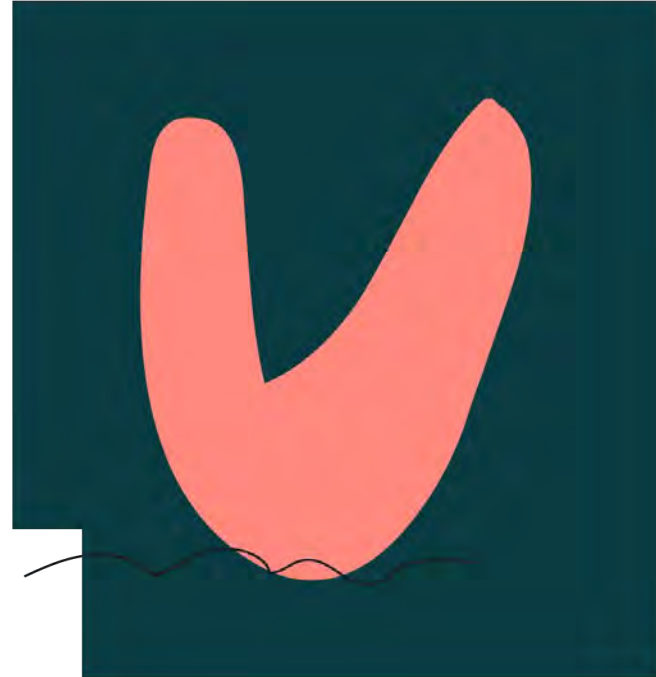


VAM on suunnittelumme malli, lähtökohta ja suunta, jonka avulla huolehdimme juurta jaksuen siitä, että asiakkaasi eivät pety, vaan saavat sen mitä lupaat.

On nimittäin ihan yksi lysti, miten paljon hienoja ja koreita asioita kerrot asiakkaillesi, jos et pysty tekemään niistä totta omassa ja asiakkaasi arjessa.

Lopulta kaikkein tärkeintä on asiakkaasi kokemus, koska jokainen voittava brändi rakentuu ja kasvaa siitä, miten asiakkaasi sinut ja tuotteesi näkevät, kuulevat ja tuntevat.

Siksi VAM. Voittavan asiakaskokemuksen malli.



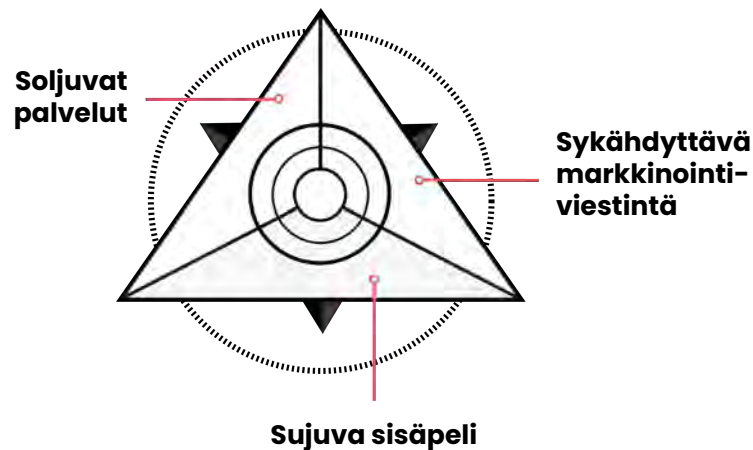


Voittavan asiakaskokemuksen mallilla aitoa arvoa

Miksi? Sinunkin organisaatiosi tärkein kysymys. Strategia rakentaa yhtenäisyyttä ja suuntaa ajatukset ja teot oikeaan suuntaan, mikä luo vaikuttavuutta ulkoiseen viestintään asti. Kun strategia on kunnossa, on brändin lupaus totta ja lunastettavissa joka hetki. Brändi alkaa hengittää.

Miten? Jotta strategiassa linjatut asiat eivät jää haaveiluksi, on syytä vastata miten-kysymykseen. Tällä tasolla suunnittelemme palvelu- ja viestintäkonseptit sekä muut ohjaavat tekemisen tavat sisäiseen ja ulkoiseen viestintään. Näin yrityksesi toimii uskottavasti ja johdonmukaisesti kaikissa kohtaamispisteissä tehden strategiaa todeksi.

Mitä? Kakun pitää olla kaunis päältäkin. Mitä-tasolla syntyy viime kädessä kaikki se, mitä asiakkaasi näkee, kuulee ja tuntee. Kampanjoita, videoita, verkkosivuja, pakkauksia, palvelukohtaamisia, mitä ikinä. Kun miksi ja miten näkyvät Mitä-tasolla, lupauksista tulee totta. Siitä syntyy voittava asiakaskokemus, voittava brändi.

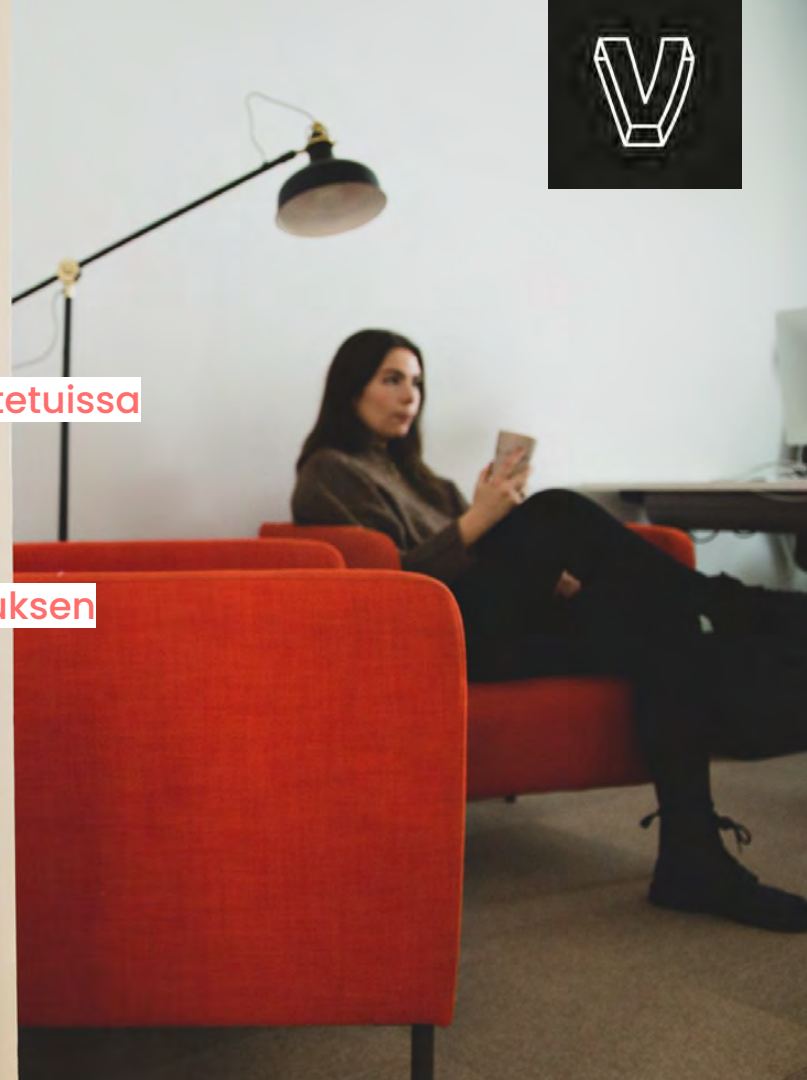




Villivisio on kaksinkertainen Vuoden Toimisto
-tutkimuksen finalistti.

Olemme saavuttaneet myös finaali paikat arvostetuissa
Effie, AdProfit, GrandOne ja Golden Hammer
-markkinointiviestinnän kilpailuissa.

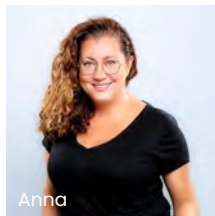
Toimarimme Anna on Marketing Finlandin hallituksen
varapuheenjohtaja.





Ydintiimi

Uskomme, että kun teemme yhdessä, syntyy vaikuttavaa viestintää ja tekoja, jotka näkyvät ja tuntuvat. Asiakkaista pidämme huolen ydintiimimme sekä laajan asiantuntijaverkoston voimin.



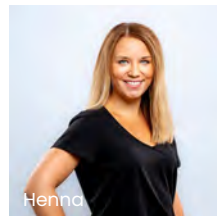
Anna



Pasi



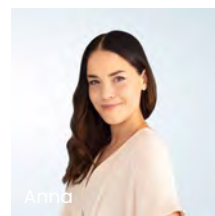
Olli



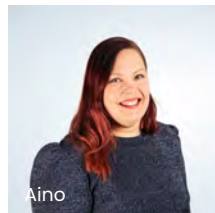
Henna



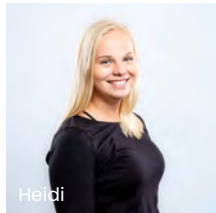
Anna



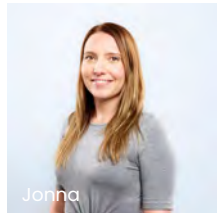
Anna



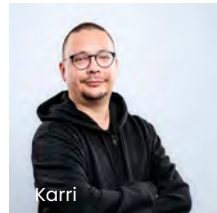
Aino



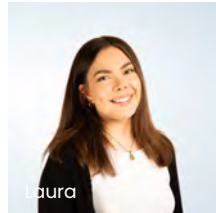
Heidi



Jonna



Karri



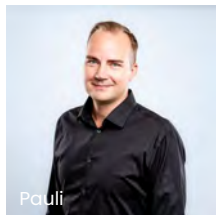
Laura



Laura



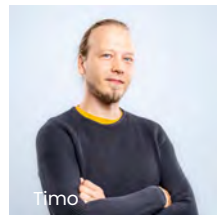
Marja



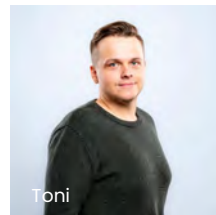
Pauli



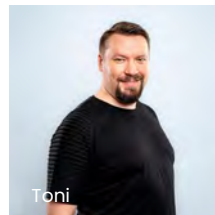
Satu



Timo



Toni



Toni

Arvopohjamme

Välittäminen on meidän välistä kanssakäymistä ja sitä, miten näytämme sen asiakkaalle.

Toisistaan välittävä tiimi välittää myös asiakkaasta ja kertoo, mihin suuntaan kannattaa kulkea. Kun välittää, on helppo kertoa, mitä osaa ja mitä ei osaa. Joskus on hyvä sanoa ääneen, että asiakas tuntee liiketoimintansa meitä paremmin. Se on suoraselkäisyyttä ja avoimuutta, jota omassa kaverissakin arvostaa.

Rohkeus on uskallusta kokeilla, vaikka pelottaisi.

Se on kykyä päästää irti ja altistaa tehty työ maailmalle, vaikka tekisi mieli viilata kulmien rosoja. Rohkeus on elämännälkää ja ymmärrystä siitä, että vain tekemällä ja kokeilemalla voi oppia ja kehittyä. Itsellekin voi ja pitää nauraa, koska miksi ei? Me tehdään asioita meidän tavalla; kokeillaan, onnistutaan ja erehdytään – kaikkia täysin rinnoin ja sydämin.





**Muutama sananen
meistä sanottua.**





Heidän strategisen osaamisensa avulla olemme saaneet kirkastettua viestiämme. Se, mitä olemme sisältä, näkyy nyt myös ulospäin.

Hyvät henkilöt ja ihmisläheinen lähestymistapa. Kestävät myös kritiikkiä. On mukava toimia yhdessä.

Toimisto ymmärtää yrityksemme liiketoimintaa erinomaisesti ja on hyvin sitoutunut kehittämään sitä tukenamme. Toiminta on proaktiivista, luovaa ja yhdessä meidän osaamisemme kanssa sillä saadaan aikaan erinomaisia tuloksia.

Vuoden Toimisto -tutkimuksesta

Asiakkaidemme kokemus kumppanuudestamme

Ominaisuudet ja kyvykkyudet

Meidän tulos

Saatu liiketoimintahyöty

9

Strategiaosaaminen

8,9

Brändiosaaminen

8,9

Viestintä ja mediaosaaminen*

8,8

Digitaalinen osaaminen

8,7

Sitoutuneisuus

9,3

Toimitusten tarkkuus

9,3

Ennakointi ja aloitekyky

8,7

Projektien johtaminen*

9,1

* = Vuoden Toimisto 2019 – alan & kategorian korkein arvosana (markkinointiviestintätoimistot, alle 5 M€ myyntikate)
Tutkimuksessa Villivisio oli tuloksissa oman kategoriansa 3. sijalla.

Asiakkaidemme kokemus kumppanuudestamme

Ominaisuudet ja kyvykkyudet

Saatu liiketoimintahyöty

Strategiaosaaminen

Brändiosaaminen

Viestintä ja mediaosaaminen *

Digitaalinen osaaminen

Sitoutuneisuus

Toimitusten tarkkuus

Ennakointi ja aloitekyky

Projektien johtaminen *

Meidän tulos

9

8,9

8,9

8,8

8,7

9,3

9,3

8,7

9,1

* = Vuoden Toimisto 2019 – alan & kategorian korkein arvosana (markkinointiviestintätoimistot, alle 5 miljoonan euron myyntikate) Tutkimuksessa Villivision oli tuloksissa oman kategoriansa 3. sijalla.

TOIMISTOT

Tamperelainen taito ja avoimuus puhuttelevat

”Kaikki osaaminen ei ole Helsingissä”, sanoo Villivision Anna Lehtisalo. Tamperelaistoimisto täyttää syyskuussa 20 vuotta.

Toimistotilat Tampereen keskustassa Hämeenkadun varrella sijaitsevan jugenditalon yläkerroksessa ovat vielä remontoissa. Villivision työntekijät kurkkivat ikkunoista Keskustorin suuntaan ja rupattelevat iloisesti samalla, kun järjestäytyvät kuvaan. Toimisto muuttaa tänne elokuussa, ja uuteen osoitteeseen siirtymistä odotetaan ilolla ja uteliaisuudella. Nyt työt tehdään kuitenkin vielä Tammerkosken toisella puolella.

Villivision on toiminut Tampereella jo lähes kaksi vuosikymmentä. ”Tiedämme, että monille paikallisille toimistoille ja esimerkiksi Lahdessa ja Seinäjoella olemme pitkään olleet vertailukohta. Helsingissä taas olemme ehkä vasta parin viime vuoden aikana nousseet tutkalle”, sanoo Villivision viestintäjohtaja Anna Lehtisalo.

Villivision on neljän viime vuoden kuluessa painottanut erityisesti strategialähtöistä suunnittelua. ”Vuoden toimisto -tutkimuksessa kukaan ei saaneet todella vahvat pisteet eri strategia- ja brändiosaamisesta. Meillä on myös viestintätoimisto, ja pystymme päihittämään muita listoja strategisen markkinoinnin ja brändin yhdistämisellä. Itse olemme

ovia kilpailutuksiin, joihin on haluttu mukaan juuri kilpailun finalistit.

”**ALA ON KESKITTYNYT** Helsingin, mutta kaikki osaaminen ei ole siellä. Työelämä on muuttunut, eivätkä asiakkaatkaan ole työssään enää sidottuja aikaan tai paikkaan. Se on meille mahdollisuus”, Lehtisalo sanoo.

Vuoden toimisto -kilpailussa Villivision on sekä tänä että viime vuonna ollut harvinaisen finalistin Helsingin ulkopuolelta. Mukaan gaalaan villivisionilaiset lähtivät Tampereelta jo kilpailun ensimmäisenä vuonna 2017, vaikka toimisto ei silloin ollutkaan päässyt finaaliin.

”Meille on tärkeää jalkautua myös Helsinkiin ja tutustua ihmisiin”, Lehtisalo sanoo.

Tutustumista ihmisiin oman toimiston ulkopuolella arvostetaan Villivisionissa muutenkin.

”Ala on todella kilpailtu, ja olemme halunneet rikkoa kyrräilyn ilmapiriiriä avoimuudella ja läpinäkyvyydellä. Olemme esimerkiksi pyytäneet paikallisia kilpailijoitamme toimistollemme

”On asiakkaita etni, että heidän valitsemansa kumppani pystyy toimimaan yhdessä muiden kumppaneiden kanssa. Alahan menee siihen suuntaan, että asiakkaat tykkäävät koota oman tähtitiiminsä”. Meillä pitää olla sitä tukevaa kulttuuria ja asenne”, Lehtisalo sanoo.

Asenne näkyy myös siinä, että Villivision aikoo tarjota uusia tilojaan muidenkin käyttöön.

”Meille tulee isot fasilitointi- ja workshop-tilat, joita muutkin saavat hyödyntää. Alalla on viime aikoina ollut paljon sitä, että toimisto on tiivistä asiakkaan luona. Me puolestamme otamme asiakkaat ja sidosryhmät luoksemme monitoimitiloihimme.”

Uusiin toimistotiloihin tulee muun muassa avotilaa, hiljaisia työskentelytiloja, pari sota-huonetta intensiivisiä asiakasprojekteja varten ja rento lounge. Lehtisalo kuvailee tulevia toimitiloja luovaksi hubiksi, jonka muuntuvat tilat tukevat tiimityöskentelyä.

OMAA TÄSÄÄN LAIRIANSAN Villi-



ARVOKINTEISTÖÖN. Anna Lehtisalo (vas.) ja muut villivisionilaiset muuttoloukseen vanhaan Oiva Oynä tilaan rakennuskonttorin tiloissa. Schrakke pirttimän, vuonna 1912 tulleeseen arvokintekseen kulumatunäkkeä Keskustorille.

tarvitse sinne fyysisiä sivutä. En näle sitäkin vaihtoa mutta emme aktiivisesti h

Valtakunnallisesti toimivon asiakkaita painottuvaa Suomeen. Kahden vuosik historia Tamperella näke rakenteessa. Noin puolet asiakkaista on Pirkanma

”Meillä on hyvin vahva tunnetus, ja olemme muu isoissa kunnallisissa hu h ssa meillä on paikallisu ta valtava kotikenttäet olemme kilpailutuksilla automaattisesti.

VILLIVISION TAUSTA luuttajapulont töissa, nalle on tullut isoja ja hankkeita. Yksi niistä ratikan markkinoinnissa ”Suomessa rake kerran sadassa vuolla mukana histo sa”, Lehtisalo san

Tampereella Villi on myös muutam tunteen Sokos He nointiviestintä.

”Sielläkin oli rakennusvaihe kaan pääsemin Sokos Hotelsiltä tekemään jotal linjasta poikke

Kolmanten merkinä Leh Jospak-bränd starturin palin nykyään käy

Pouttu ja Ve ”Kolme v pakkausinn nimeä. Pää asioita hee lähtien

19
na Lehtisalo
a.
1999
4 miljoonaa

kasvoi edellisellä
na 10 prosenttia



Vaikuttavia toteutuksia yli toimialarajojen

PIRKANMAA

Tampereen
Ratikka

AAMULEHTI



LAPLAND
HOTELS

TOAS

turva
Hymyile, olet Turvassa

J.RINTA-JOUppi oy

OffiStore

fysioline

ICE
POWER

HELSINGIN
KAUPUNGIN
TEATTERI



moovy

TAMPERE

DELUXE
prima
CAT

HAUHAU
CHAMPION

COZIFY
SMART LIVING. FOR LIFE.



VARMA

FINLAYSONIN
ALUE



SOKOS HOTELS

Orkla

TAKSI
TAMPERE
0100 4131

OnniBus.COM

IREMU
KEHÄ-SUOMEN MUSEO

nokian
TYRES



Radisson
SOKOS HOTEL TAMPERE

INSTA



TAMTRON
WEIGH TO KNOW

Betset

DiMEX
TOIMIVA TYÖVAATE

DNA

lunette
The power within



SIMUCUBE

FP-TUOTTEET

Tampereen yliopisto
Tampere University



assi
AHVENISTON-SAIRAALA

Tekniivelsairaala
COXA

SRV

SPONDA

ARME

Amerplast
Caring partner

Lejos
FINLAND



Kiitos.

Jatketaan suunnittelua yhdessä.