

A photograph of a wooden boardwalk leading through a forest. In the background, there is a wooden gate structure. The trees are mostly evergreens, but some have yellowed leaves, suggesting autumn. The sky is overcast.

Markkinointi-
suunnitelma
2026

Hollola

Hollola

Strategisen tason tavoite

Markkinoinnin tavoitteena on tehostaa kunnan vetovoimaa kilpailussa asukkaista, yrityksistä ja matkailijoista. Mielikuvaa kunnasta vahvistetaan Hollolan strategian 2025–2029 kaksiosaisen vision: **”hyvinvoiva Hollola”** ja **”houkutteleva Hollola”** kautta. Hollolasta kerrotaan yhteisöllisenä kuntana, joka kehittää aktiivisesti kuntakeskusta sekä kyliä ja edistää asukkaiden sekä yritysten mahdollisuuksia hyvinvointiin ja menestykseen.

Päämääränä on Hollolan tunnettuuden lisääminen ja vahva identiteetti hyvinvoivien ihmisten ja yritysten paikkakuntana sekä haluttuna ja arvostettuna yhteistyökumppanina.

Markkinoinnin tulee olla pitkäjänteistä ja johdonmukaista. Pikavoittoja ei ole.

Hollola

Tärkeimmät kohderyhmät

Hollola

Nykyiset ja potentiaaliset asukkaat

Nykyiset kuntalaiset

Markkinointiviestinnässä korostetaan hyviä palveluita, laadukasta elämää ja luontoa.

Potentiaaliset muuttajat

Mahdollisille muuttajille suunnatussa viestinnässä korostetaan asumisen monipuolisia mahdollisuuksia, elämän laatua sekä hyvätasoisia palveluita.

Yritykset ja yrittäjät

Markkinointiviestinnässä korostetaan:

- myönteistä ja kannustavaa yritysympäristöä
- erinomaista sijaintia
- monipuolisia liiketoimintamahdollisuuksia
- kunnan tarjoamat hyvät tukipalvelut.

Matkailijat ja vierailijat

Luonnon ja aktiviteettien korostaminen

Markkinoinnissa nostetaan esiin kaunis ja monipuolinen luonto sekä lukuisat aktiviteetit, joihin Hollolassa on mahdollisuus ympäri vuoden.

Kulttuurin ja tapahtumien merkitys

Kulttuuritarjonta ja erilaiset tapahtumat ovat tärkeitä houkuttimia.

Matkailijoita kiinnostavia paikkoja ja aktiviteetteja nostetaan teemoittain esille Visit Lahden kanavilla, joilla on laajempi näkyvyys.

Hollola

Erotautumistekijät

Luonnonläheisyys

Hollola tunnetaan luonnosta, joka tarjoaa asukkaille rauhallisen ja viihtyisän ympäristön.

Yhteisöllisyys

Vahva yhteisöllisyys luo yhteenkuuluvuuden tunteen ja tukee asukkaiden sekä yritysten menestystä ja hyvinvointia.

Hyvät palvelut

Hyvin saavutettavat palvelut tekevät Hollolasta houkuttelevan asuinpaikan ja tukevat arjen sujuvuutta.

Hollola

Käytettävät kanavat

Hollola

Digitaaliset kanavat

Käytämme tehokkaasti sosiaalista mediaa, verkkosivuja ja -alustoja sekä hakukonemainontaa tavoittaaksemme laajemman yleisön.

Perinteiset tiedotusvälineet

Myös perinteiset tiedotusvälineet (seudulliset lehdet ja radiokanavat) tukevat kunnan markkinointia ja näkyvyyttä alueella. Edistämme ja pidämme yllä suhteita paikallismedioihin.

Tapahtumat ja kampanjat

Paikalliset tapahtumat ja kampanjat vahvistavat yhteisön sitoutumista.

Hollola

Digimarkkinointi ja sosiaalinen media

Sosiaalinen media

Sosiaalinen media mahdollistaa laajan yleisön tavoittamisen tehokkaasti ja vuorovaikutteisesti.

Kunnan pääkanavat ovat Facebook, Instagram sekä yritys- ja työnantajasisällöissä LinkedIn.

Digitaalinen markkinointi

Google Ads –hakusanamainonta on kustannustehokas kanava, jota on käytetty edeltäneet 1,5 vuotta omakotitonteille. Maaliskuussa 2026 mukaan lisätään yritystontit.

Hollola

Tapahtumamarkkinointi kunnan ulkopuolella

- Matkamessut
 - Helsingin messukeskus, tammikuu
- DuuniExpo
 - LAB-ammattikorkeakoulun Lahden kampus, tammikuu
- Raksa-messut
 - Lahden messukeskus, maaliskuu

Hollola on totta. -kampanja

Hollola

Kampanjan kanavat ja alueellinen kohdennus

- Kunnan omat kanavat (orgaaninen)
- Kunnan omat kanavat (maksettu mainonta) – budjetti 200 €/kk
- Maksettu mainonta Sanoma Media 21.10.2025 – 10.3.2026 – budjetti 24 000 €
 - Sanoma Liikenne tehonosto (somessa)
 - Ruutu Premium Impact Videomainos (Nelosen Ruutu-palvelussa)

Mainonnan maantieteellinen kohdennus

- Päijät-Häme
- Kanta-Häme
- Pk-seutu, Kerava, Järvenpää
- Etelä-Savo ja Etelä-Karjala

Kampanjan tavoite

- Tavoitteena uusien asukkaiden, matkailijoiden ja yrittäjien kiinnostuksen herättäminen.
- Taloustutkimus Oy:n Muuttohalukkuustutkimuksissa vain noin 5 % vastaajista tietää Hollolan. Tilanne on ollut sama jo usean vuoden ajan. Tähän lähdetään hakemaan muutosta.

Hollola

Asumisen markkinointi

Hollola

Asumisen markkinointiviestinnän kärjet sekä kohderyhmät

- Asumisen monet mahdollisuudet
 - Vihreä asuinympäristö, luonto aina lähellä
 - Hinta-laatusuhde
 - Erinomainen sijainti lähellä kaikkea
 - Korkealaatuiset palvelut, terveet koulut
 - Elämisen helppous ja laatu, työn ja vapaa-ajan yhdistäminen
 - Yhteisöllisyys, turvallisuus, rauhallisuus.
-
- Lapsiperheet
 - Nuoret aikuiset
 - Pendelöijät
 - Asiantuntijatyöntekijät
 - Pesänsä tyhjentäneet

Taktinen tonttimarkkinointi

Etuovi
Oikotie
Google Ads –hakukonemainonta

} jatkuvana

Google Ads –mainonnan budjetti 200 €/kk

Lehti-ilmoituksia harkitusti valikoiden ja ajankohta huomioiden asumisen ja rakentamisen teemalehtiin.

- Lehtimainonta on hinnakasta, esim. yhden n. 8 x 18 cm ilmoituksen hinnalla teemme Googlen hakukonemainontaa lähes koko eteläisen Suomen alueella noin 2 kuukauden ajan.

Hollola

Yrityspalvelut

Hollola

Yritystonttien markkinointi

Yrityspalveluiden verkkosivujen hakukoneoptimointi

- parannetaan sivujen orgaanista löydettävyyttä

Hakukonemainonnan aloittaminen keväällä 2026

- aloitusbudjetti 200 €/kk

Kauppalehden toimitilat-palvelun käytön aloittaminen

Markkinoinnin vuosikello

Hollola

JOULUKUU

- Itsenäisyyspäivä 6.12.
- Yritystonttien SEM & Kauppalehden toimitilat-sivusto

TAMMIKUU

- 16.–18.1. Matkamessut
- 28.1. DuuniExpo
- 14.1., 20.1. ja 28.1. 72 h kotivarakoulutukset
- OSBU
- **Hollola on totta. -kampanja Sanoma Media kanavat 1.–10.1.**

MARRASKUU

- Joulunavaus
- Yritystonttien SEM & Kauppalehden toimitilat-sivusto

LOKAKUU

- 1.10. Heijastinpäivä -kampanja
- Yritystonttien SEM & Kauppalehden toimitilat-sivusto

SYYSKUU

- Yritystonttien SEM & Kauppalehden toimitilat-sivusto

ELOKUU

- Hollola-päivä/Holosuu-ehdokkaiden etsintä
- Koulut alkaa
- Yritystonttien SEM & Kauppalehden toimitilat-sivusto
- **Uuden kampanjan suunnittelu alkaa**

HEINÄKUU

- 17.–19.7. Keskiaikatapahtuma
- Yritystonttien SEM & Kauppalehden toimitilat-sivusto

KESÄKUU

- Järvien Sävelet
- Yritystonttien SEM & Kauppalehden toimitilat-sivusto

HELMIKUU

- 7.–8.2. Finlandia-hiihto
- 5.2. ja 11.2. 72 h kotivarakoulutukset
- OSBU
- **HOT Sanoma Media kanavat 1.–10.2.**
- Asumisen markkinointi/omakotitontit

MAALISKUU

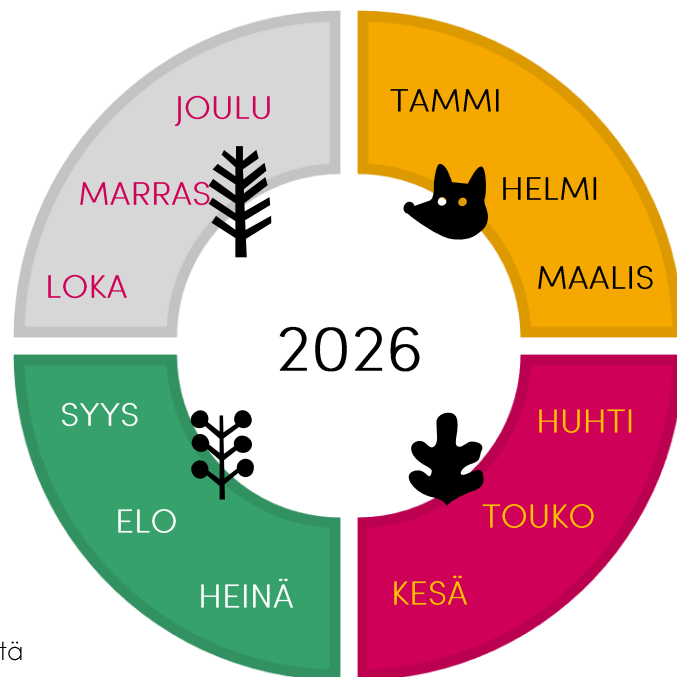
- 13.–15.3. Raksa-messut
- **HOT Sanoma Media kanavat 1.–10.3.**
- Asumisen markkinointi/omakotitontit
- Yritystonttien SEM & Kauppalehden toimitilat-sivusto

HUHTIKUU

- Asumisen markkinointi/omakotitontit
- Yritystonttien SEM & Kauppalehden toimitilat-sivusto

TOUKOKUU

- Asumisen markkinointi/omakotitontit
- Yritystonttien SEM & Kauppalehden toimitilat-sivusto



Hollola

Hollola on totta.

Hollola