



Betoniteollisuuden viesti Suomelle

Kesäkokous 10.8.2012

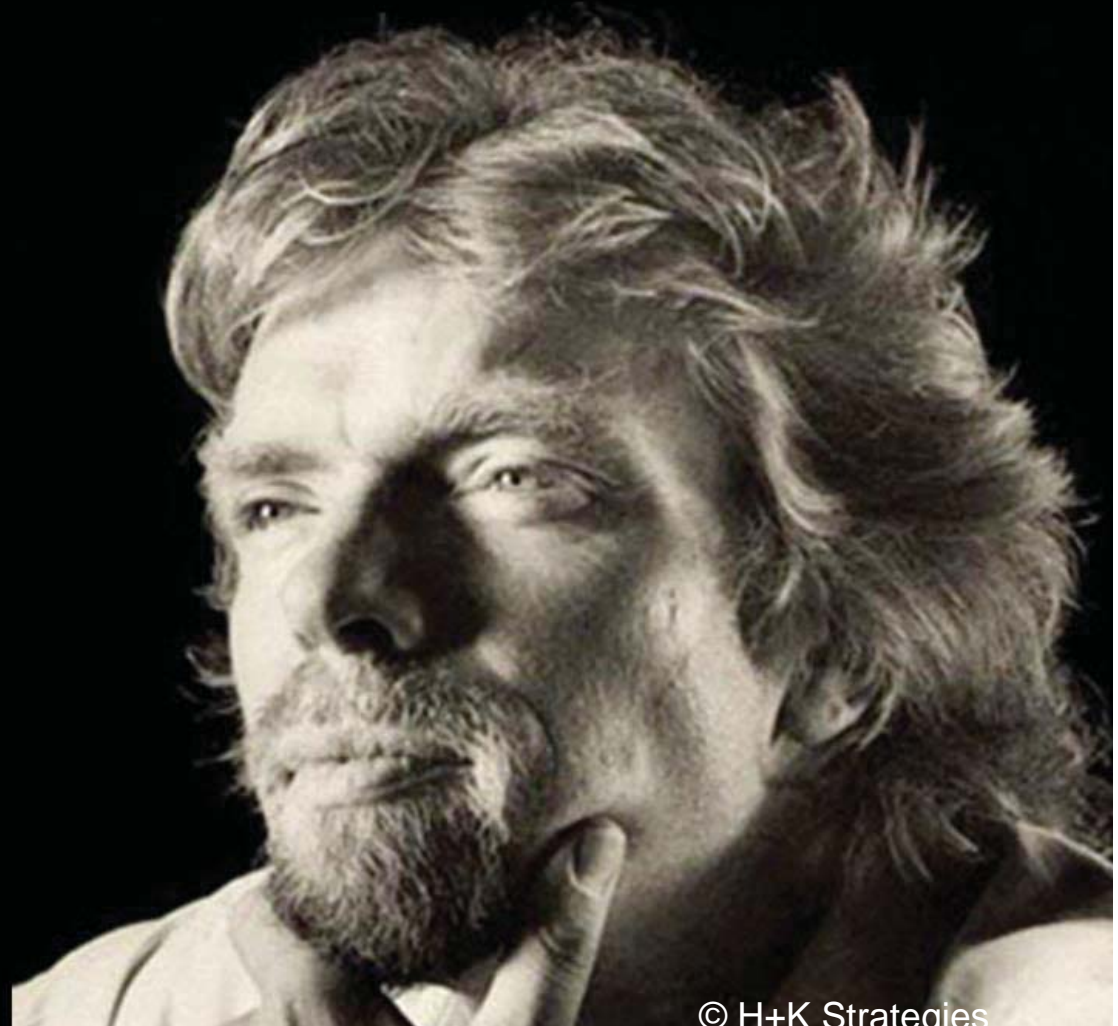
Tampere

Markko Ihamuotila



"A good PR story is infinitely more effective than a full-page ad,
and a damn sight cheaper."

- *Richard Branson, Chairman of Virgin Group*



Kivirakentamisen viestinnän sidosryhmiä



HILL+KNOWLTON
STRATEGIES

Kivirakentaminen mediassa

Verkostoanatomia
15.5.2011–15.5.2012

Hs.fi

Aamulehti.fi

Kauppalehti.fi

Rakennuslehti.fi

Kuntalehti.fi

Rakennusmaailma.fi

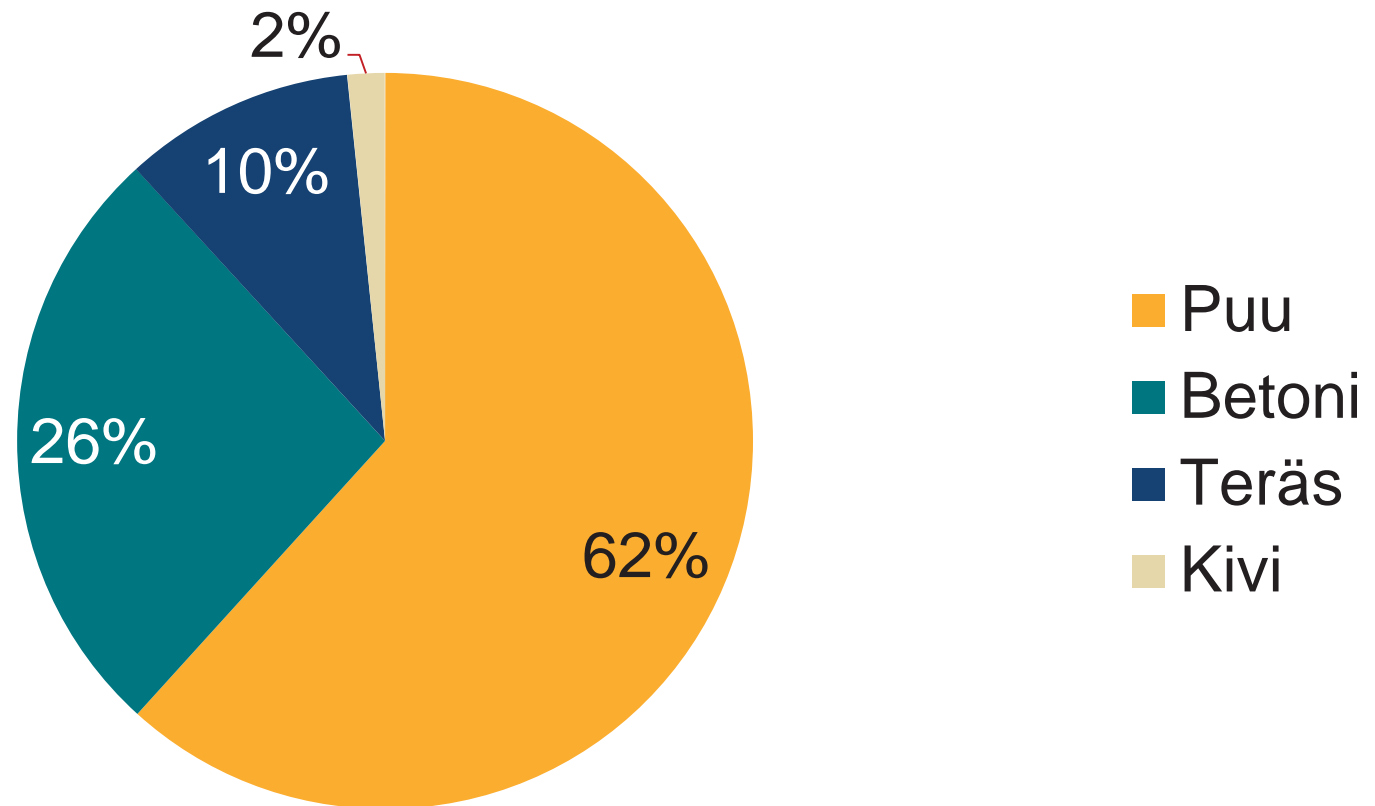
Taustamateriaali:

- 1 999 uutista
- 41 087 lausetta
- 475 677 sanaa



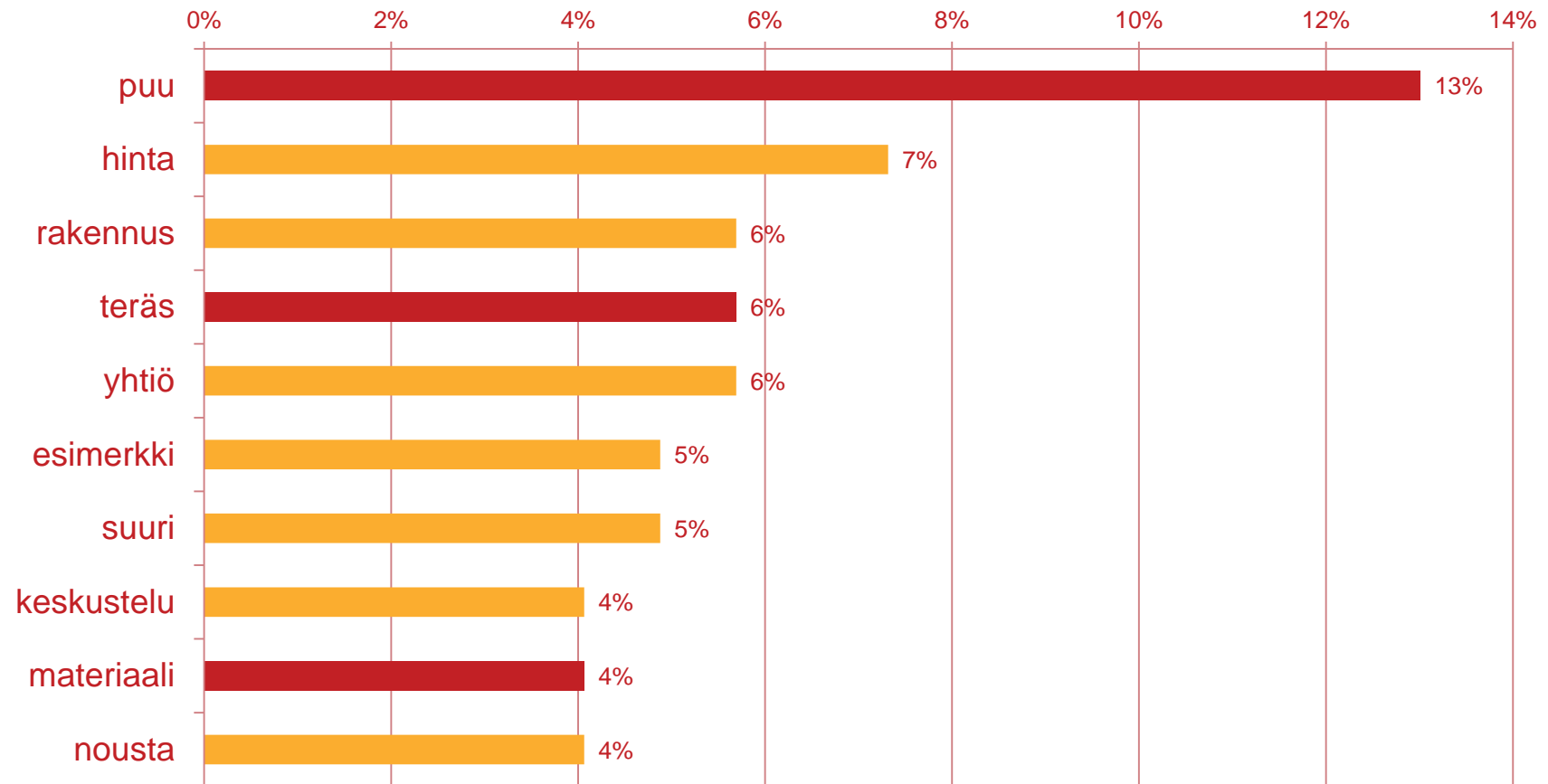
Rakennusmateriaalien esiintyminen

6



Betoni-sanojen kanssa esiintyy

7



Hankkeet ja projektit

Kustannukset

8

Yritykset

Rakentaminen

Infrarakentaminen

Teollisuusrakentaminen

Taloudellinen tilanne

Asuntorakentaminen

Uudisrakentaminen

Korjausrakentaminen

Ympäristö ja energia

Puukerrostalo

Rakennusmateriaalit

Työllisyys

Betoni

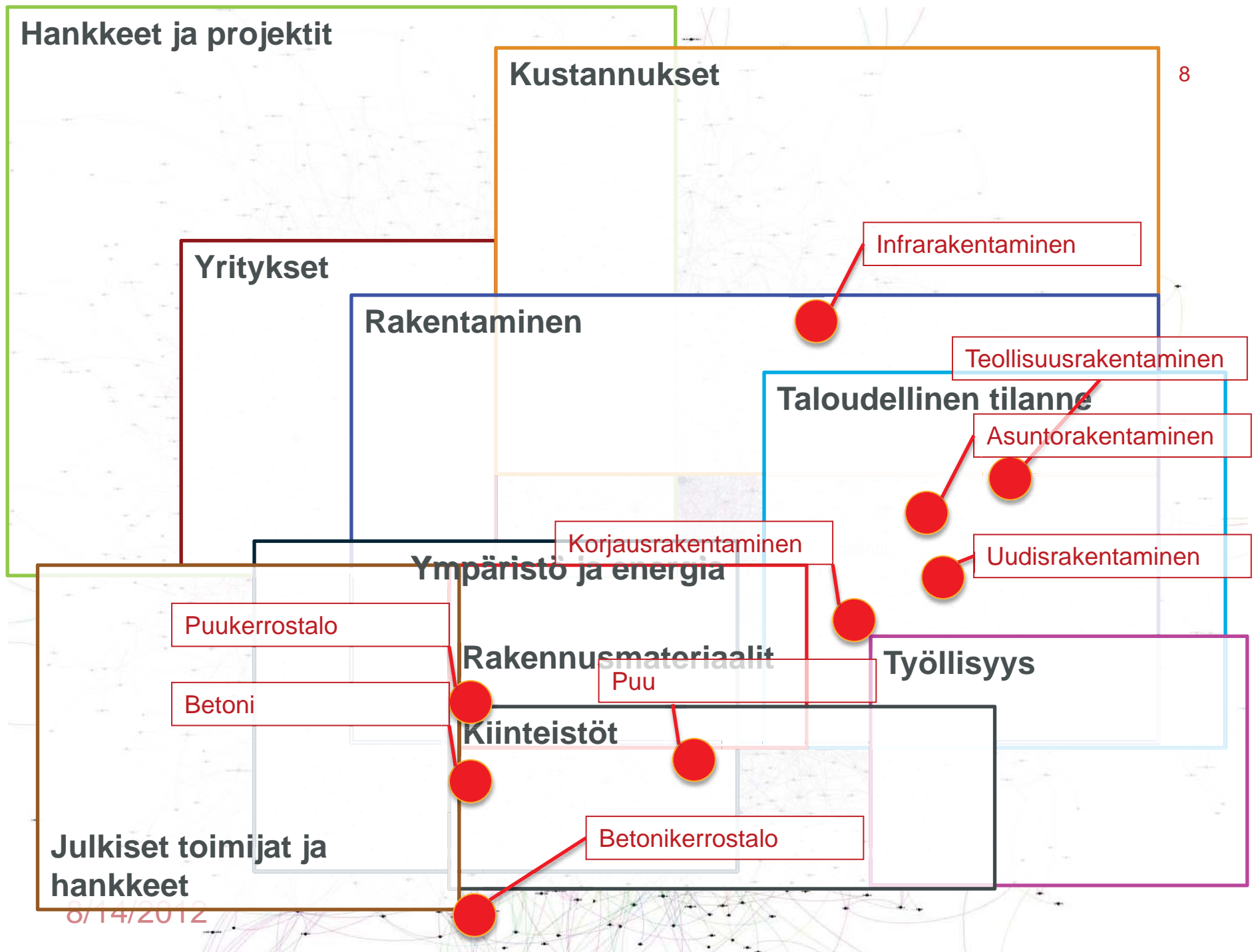
Puu

Kiinteistöt

Betonikerrostalo

Julkiset toimijat ja hankkeet

07/14/2012



Isot teemat

”Mielikuvat”

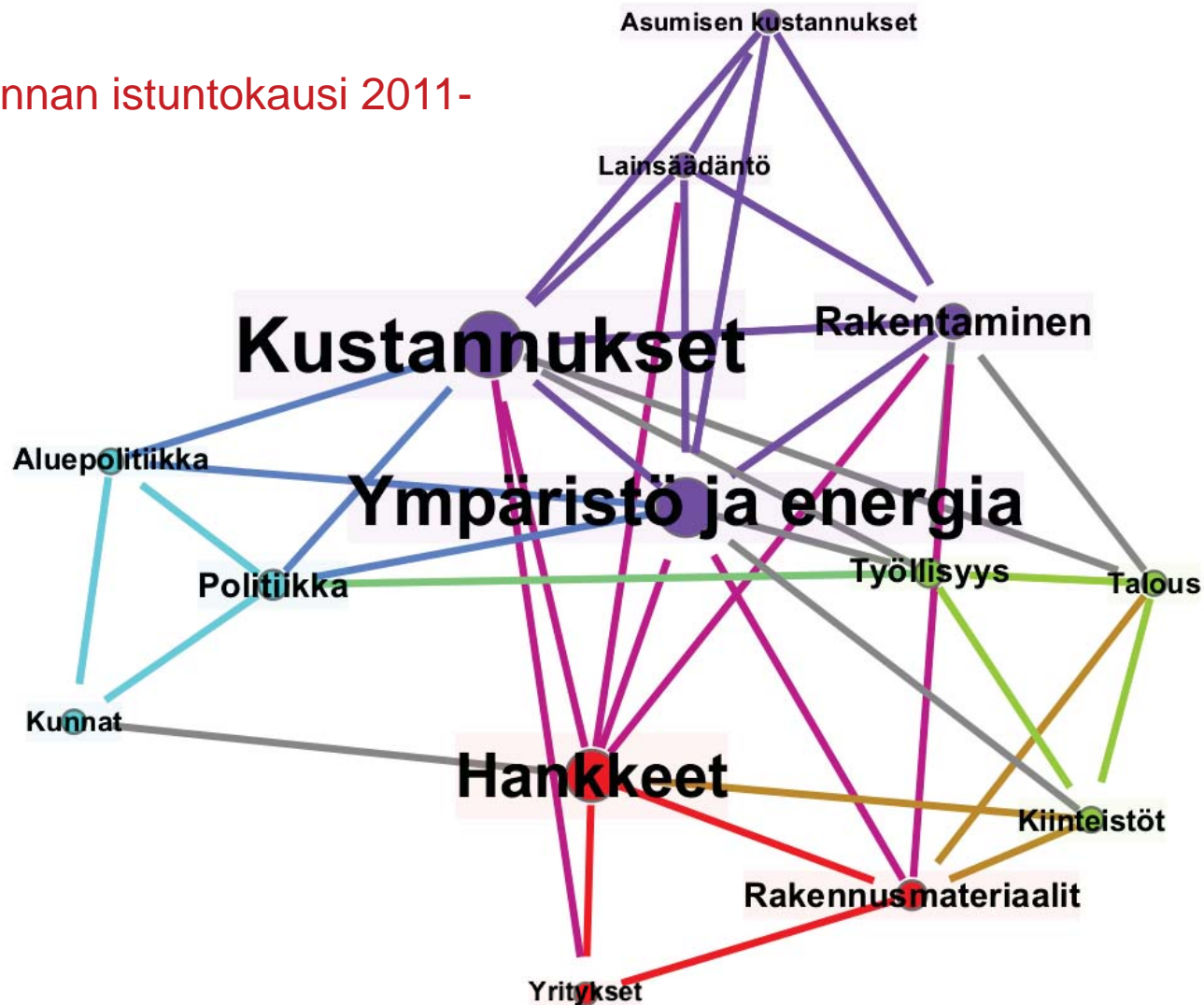
”Kivirakentamisen brändi”

”Faktat”

Teemat yhdistettyinä

10

- Media
- Eduskunnan istuntokausi 2011-



+ +

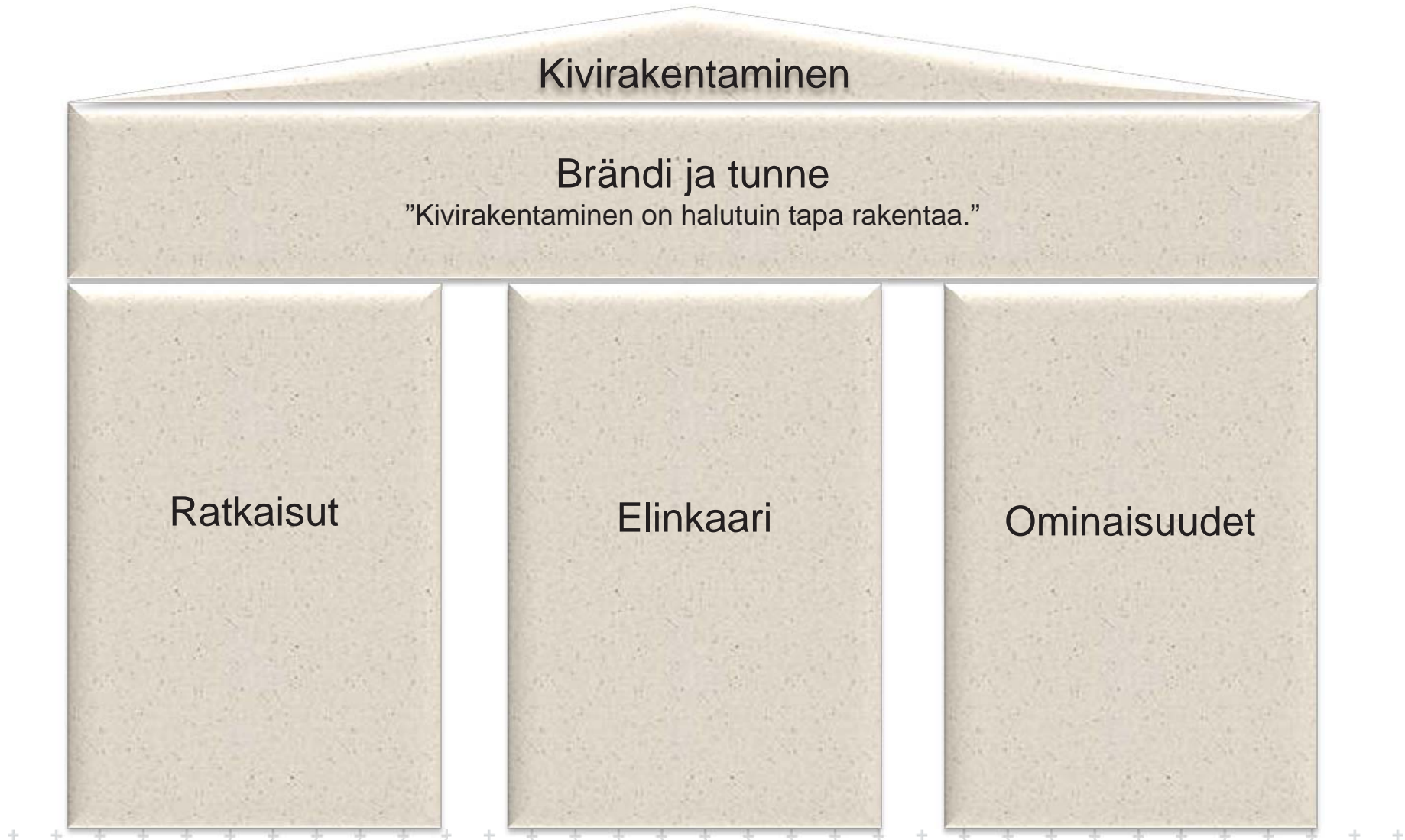
+ + +

Kivirakentamisen "brändiarvon" kasvattaminen



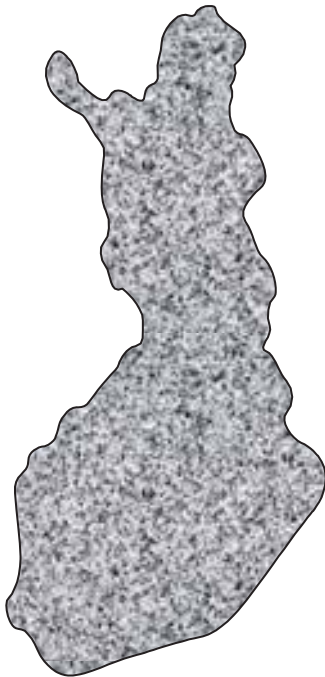
Viestinnän sävy ja sisältö

1. Kivirakentamisen puolustautumisasetus käännetään aktiiviseksi yhteistyökumppanuudeksi
 - Parhaat ja tarkoituksenmukaisimmat ratkaisut
2. Rakennuksen koko elinkaareen liittyvät ympäristövaikutukset
3. Kivirakentamisen imagoon liitetään kotimaisuus, kestävyys, turvallisuus ja pitkäikäisyys
 - Hyvien moni-ilmeisten kotimaisten ja ulkomaisten referenssien hyödyntäminen → hyvä elinympäristö
 - Konseptit, ratkaisut, uutuudet ja toteutusmallit korostuvat

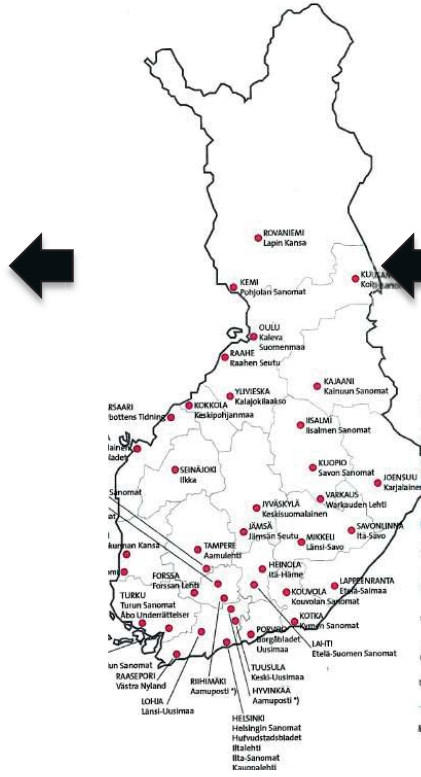


Betoniteollisuus ry:n jäsenet ja maakuntamediat

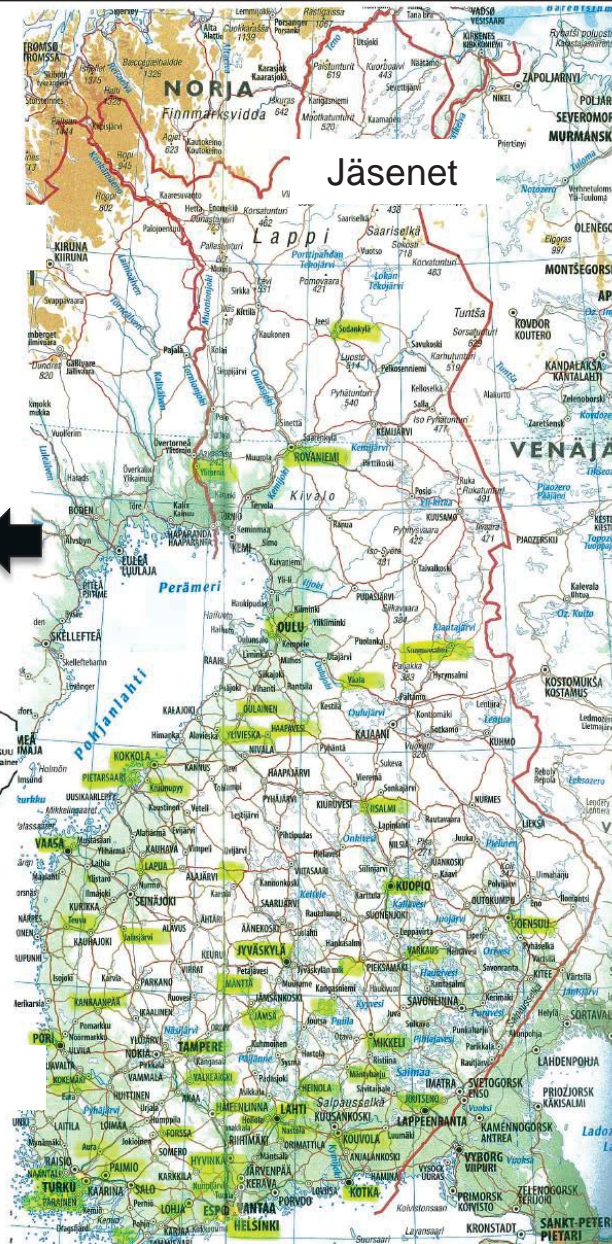
Paikallismediat



Maakuntamediat



Jäsenet



+ + + + +

+ + + + +

HILL+KNOWLTON
STRATEGIES

Kiitos!

