

**miltoon** →  
Turun kulttuuritalot /  
ilmiöt – päivitetty tarjous

## → Sisältö

**01\_ Milttonin lähestymistapa**

**02\_ Prosessi ja toteutus**

**03\_ Tiimi**

**04\_ Kustannusarvio**

# 01\_

# Milttonin

# lähestymistapa

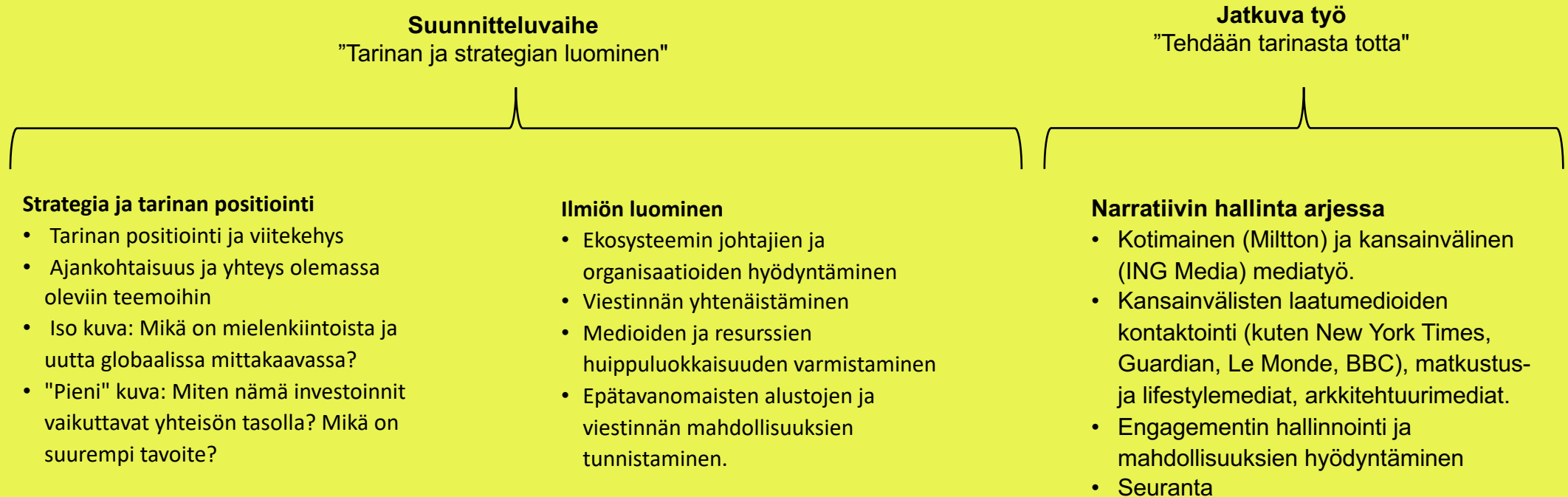
Turun kaupunki tekee strategiaansa pohjautuen ja historiallisia juuriaan kunnioittaen kolme strategista kulttuuri-investointia lähivuosina. Kansainvälisen ja kotimaisen vetovoiman luomiseksi Turku-brändille on tärkeää **investointien tarinan ja niiden merkityksen kytkeminen laajempaan kontekstiin, joka resonoi nykyisen globaalin kaupunkipolitiikan, kulttuurikeskustelujen, meneillään olevien teemojen (esim. ”second cities”), vastuullisuusnäkökohtien ja elämänlaatukysymysten kanssa.**

**Kansainvälisesti Turun vahvuudet ovat osallisuus, yhteisöllisyys ja inklusiivisuus – isossa kuvassa kulttuurin rooli kestävän yhteiskunnan rakentamisessa.**

On tärkeää varmistaa, että laajemman tarinan viitekehys ja positiointi nousevat 1) Turun strategiasta ja asemasta suhteessa kulttuuri- ja kaupunkikehitysarvoihin, 2) näistä mittakaavaltaan ja kunnianhimoltaan merkittävistä investoinneista, 3) koko Turun kulttuuriekosysteemin tuesta ja yhteistyöstä. Tarinan positioinnin lähtökohtana on se, että 1) kulttuuri kuuluu kaikille ja 2) Turku nähdään houkuttelevana kulttuurimatkatkohteena.

Kriittisen massan luomiseksi tarinan ympärille tarjotaan todisteaineistoa sekä kosketuspisteitä ja käytetään mahdollisimman monia kanavia. On tärkeää saada mukaan ja virtaviivaistaa koko Turun ekosysteemi (kuten Helsingin Oodin tapauksessa) olemassa olevien kulttuurilaitosten ja muiden organisaatioiden kanssa.

Näkyvyys kansainvälisessä mediassa voi toimia myös porttina merkityksellisempään näkyvyyteen kotimaisessa mediassa. Positointi ja tarina yhdistettynä huippuluokan kotimaiseen ja kansainväliseen mediatyöhön varmistavat sen, että Turun kulttuurimatkasta tulee median seuraama yhteisöilmiö vuosiksi eteenpäin.

**MILTTONIN LÄHESTYMISTAPA: STRATEGIASTA  
TOTEUTUKSEEN**

# 02\_ Prosessi ja toteutus

Syksy 2022→

Kevät 2023→

2023

2024

1 2 3 4 5

**Suunnitteluvaihe**

Ensimmäinen työpaja, jossa kehystetään ja positioidaan tarina, keskustellaan tavoitteista ja jalostetaan kansainvälinen ja kansallinen (suuri ja pieni) kuva

**Haastattelukierros**

Relevanteille sidosryhmille järjestettyjen haastattelujen pohjalta tarinaa ja viestejä kehitetään edelleen

**Desktop-tutkimusvaihe**  
Miltton ja ING

**Toinen workshop**

hiotaan entisestään valittua tarinaa, positiointia ja viestejä edellisen työpajan, haastattelujen ja tutkimusvaiheen perusteella

**Kolmas workshop**

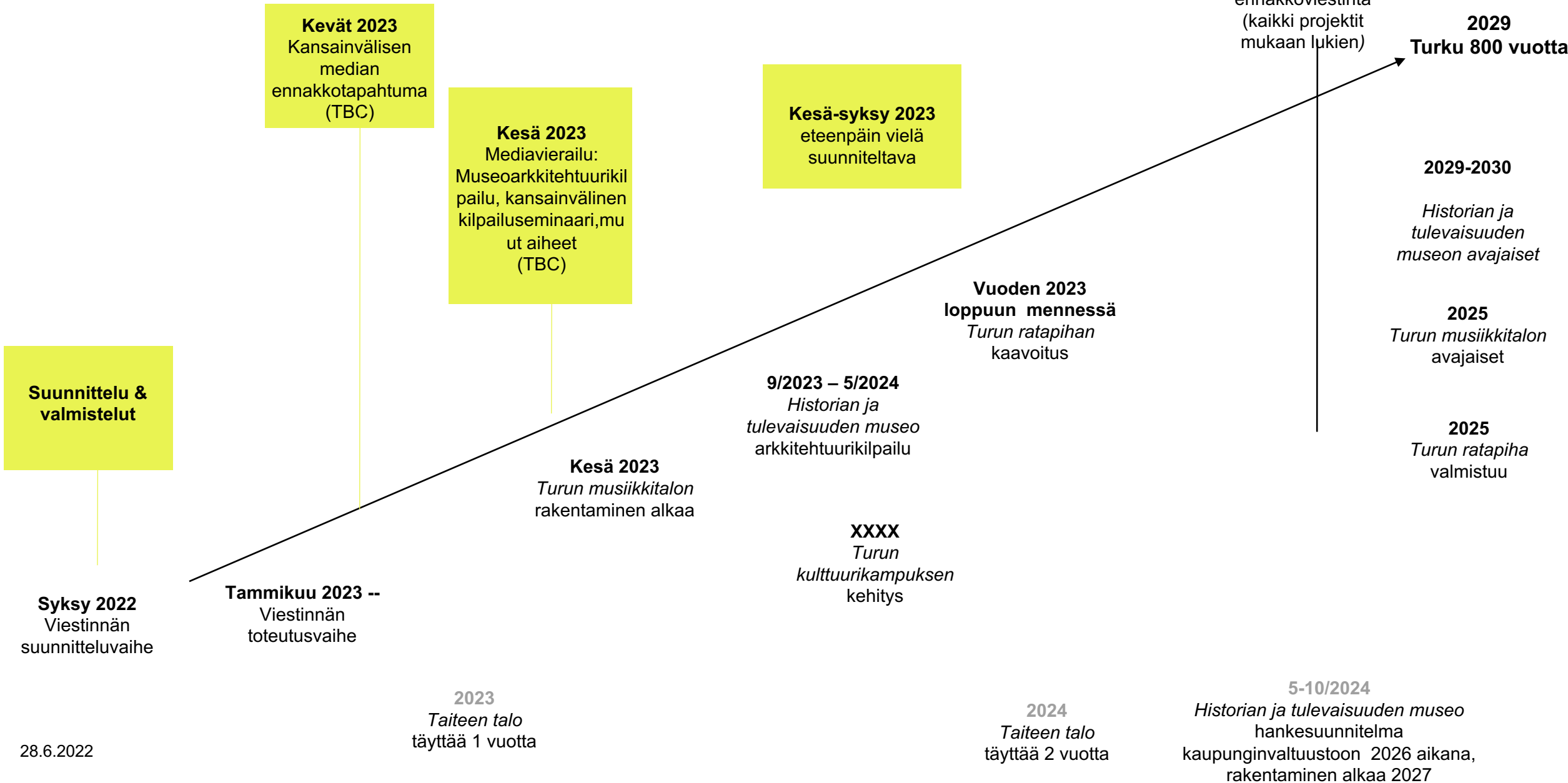
esitellään ja viimeistellään valittu tarina, positiointi ja viestit sekä kotimaan ja kv-tason PR-suunnitelma

**Toteutusvaihe**

PR-toiminnan jatkuva koordinointi ja toteutus kansainvälisesti ja kansallisesti, asiakastuki, projektitapaamiset, seuranta

ALUSTAVA AVAINASKELIEN AIKAJANA

**miltoon**





# Tapamme tehdä strategista viestintää maailmanlaajuisesti

Kun globaali strategia ja tarina ovat paikoillaan, meillä on useita tapoja viedä tarinaa eteenpäin maailmanlaajuisesti tai millä tahansa tietyllä markkina-alueella. **Hyödyntämällä omia toimistojamme, kumppanitoimistoverkostoamme, paikallisia lähettäjiä ja digitaalisia PR-työkaluja.**

## 1.

### Globaali jalanjälkemme

Toimipisteemme sijaitsevat Helsingin lisäksi Tukholmassa, Tallinnassa, Riikassa, Brysselissä ja Washingtonissa. Kaikki markkinointi- ja PR-toimet voidaan suunnitella ja toteuttaa paikallisella twistillä missä tahansa Milttonin toimistossa.

## 2.

### Toimistoverkosto

Miltton on riippumaton toimisto, jolla ei ole kiveen hakattuja kumppaniverkostoja. Tämä tekee meistä ketterän työskennellessämme asiakkaidemme kanssa maailmanlaajuisesti. Voimme varmistaa, että jokainen asiakas saa käsin valitun valikoiman toimistoja, jotka sopivat täydellisesti heidän erityistarpeisiinsa. Jokaisen paikallisen kumppanin lopullinen valinta tehdään yhdessä asiakkaan kanssa parhaan mahdollisen sopivuuden varmistamiseksi.

## 3.

### Paikalliset lähettäjiä

Pystymme rakentamaan kansainvälistä ajatusohjainta hyödyntämällä paikallisia lähettäjiä kullakin markkinalla. Meillä on hyvä strateginen ymmärrys maantieteellisesti kohdistettujen digitaalisten kampanjoiden rakentamisesta mille tahansa valitulle kohderyhmälle. Meillä on myös vahva kokemus paikallisten ajatusjohtajien ja vaikuttajien hyödyntämisestä asiakkaidemme viestien menestyksekkääseen levittämiseen.

## 4.

### Digitaaliset PR-työkalut

Meillä on digitaalisen median työkaluja, joilla voimme ottaa yhteyttä toimittajiin maailmanlaajuisesti joko yleisviestinnällä tai räätälöidyillä viesteillä, jotka on kohdistettu niche-toimittajakunnalle.

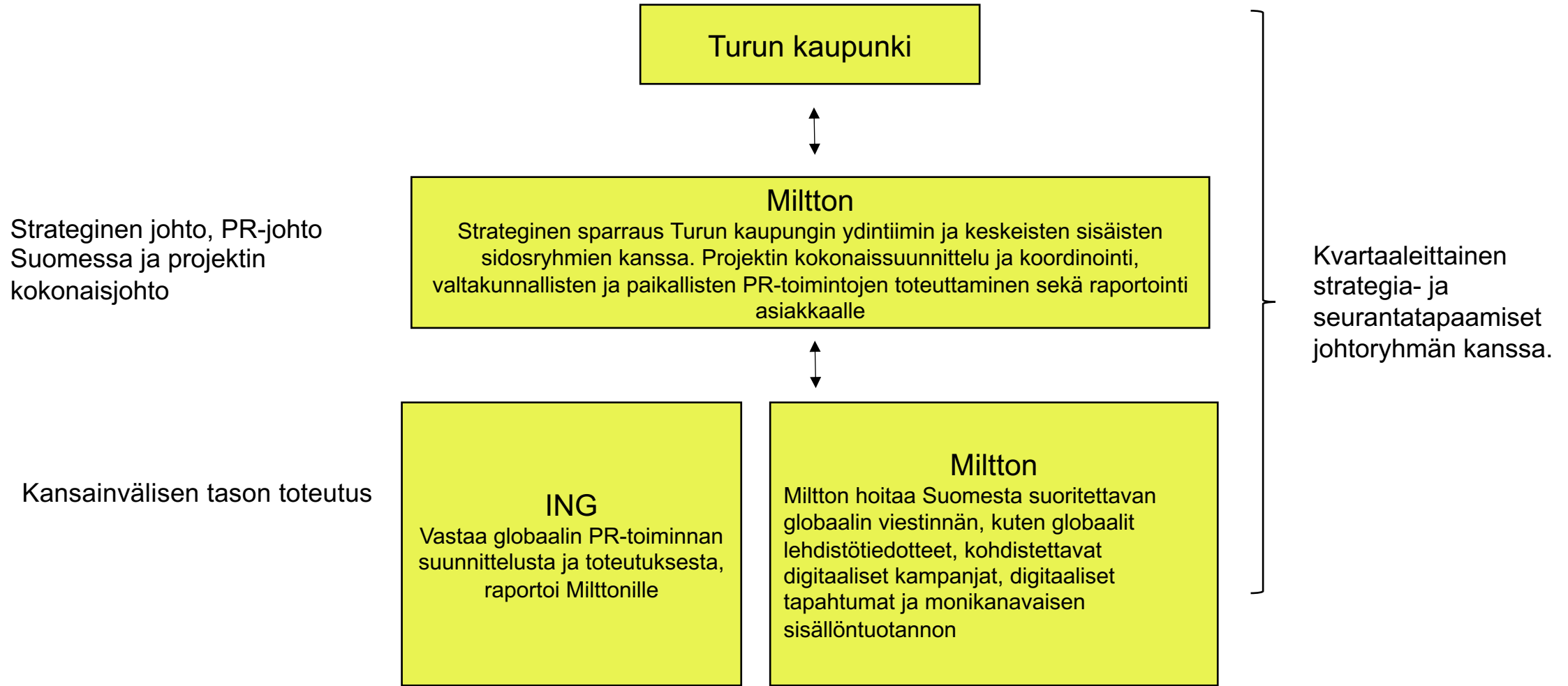
# Ehdotus yhteistyökumppanuudesta: ING

ING media työskentelee arkkitehtuurin, kulttuuri-infrastruktuurin, designin, kiinteistökehittämisen ytimessä. 40 hengen työryhmällä on vuosikymmenten kokemus arkkitehtuurista, taiteesta, kiinteistöalasta, muotoilusta, journalismista sekä PR-alalta. ING suhtautuu intohimoisesti rakennetun ympäristön muutospotentiaaliin, ja ING tuo rooliinsa energiaa, tietoa ja luovuutta.

ING tarjoaa sekä viestintää että kampanjoita sekä laajempaa strategista konsultointia. ING tavoittaa monipuolisen median painetusta digitaaliseen sekä keskeiset vaikuttajat, jolloin asiakkaat saavat näkyvyyttä ja pääsevät luomaan yhteyksiä myös tavanomaisten kanavien ulkopuolelta.

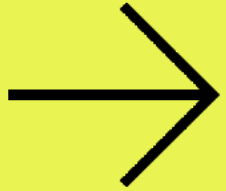
ING:n asiakaslistalla on muun muassa johtavia arkkitehteja, maisema-arkkitehteja, kehittäjiä, sijoittajia ja päätöksentekijöitä. Viime vuosina ING on työskennellyt myös kulttuurilaitosten kanssa, mukaan lukien British Council, Lissabonin taidearkkitehtuuri- ja teknologiamuseo, Design Shanghai, Victoria & Albert Museum ja Pitzhanger Manor. ING on tehnyt yhteistyötä Royal Academyn, London Design Festivalin ja Clerkenwell Design Weekin kanssa tarjoten merkittäviä kulttuurisia interventioita asiakkailleen. ING työskentelee myös kansainvälisten tuotemerkkien, kuten B&B Italian, KONEen ja CBRE:n kanssa.





# 03\_

# Tiimi



# Milttonin tiimi

# Sanna-Mari Jänntti

Director, Urban Affairs



Sanna-Mari on Miltton Groupin Urban Affairsin johtaja. Vuodesta 2017 vuoteen 2021 hän työskenteli strategisten aloitteiden johtajana Helsingin kaupungin pormestarin kansliassa, jossa hänen tehtäviinsä kuuluivat suuret strategiset hankkeet, kansainväliset ja kansalliset sidosryhmäsuhteet sekä eri osastojen toiminnan koordinointi. Sanna-Mari oli myös kaupunginjohtajan COVID-19-koordinoitiryhmän jäsen ja kaupungin johtoryhmän sihteeri.

Aikaisemmin hän on työskennellyt kehitysjohtajana World Design Capital Helsingissä 2012 ja markkinointi- ja kehityspäällikkönä Nykyaiteen museo Kiasmassa. Hän oli myös Guggenheim Helsinki -projektin paikallinen johtaja ja on työskennellyt useiden muiden voittoa tavoittelemattomien ja kansalaisjärjestöjen suurkehityshankkeiden parissa edellisen tehtävänsä aikana Miltton Groupissa vuosina 2012-2017.

Sanna-Marilla on maisterintutkinto Sibelius-Akatemiasta ja kandiditutkinto Surreyn yliopistosta.



# Oona Kasslin

Director, PR & Sosiaalinen media

Oona Kasslin on työskennellyt Milttonilla vuodesta 2013. Hän keskittyy pääasiassa markkinointiviestintään ja PR:ään, ja hänellä on kokemusta muun muassa konseptien luomisesta, projektihallinnasta ja strategisesta suunnittelusta. Hän on myös rakentanut erinomaiset mediasuhteet työskennellessään suomalaisen ja kansainvälisen median kanssa. Oona on työskennellyt myös erilaisissa yritysviestintä- ja mainosprojekteissa, ja suhtautuu viestintään 360-asenteella. Vuosien ajan Oona on työskennellyt asiakkaiden kuten Gasumin, Unileverin, L'Oréalin ja Spotifyn kanssa. Hän vastaa asiakastiimien ohjaamisesta ja strategisesta suunnittelusta.

Oona on valmistunut yhteiskuntatieteiden maisteriksi Helsingin yliopistosta. Hänen pääaineensa on sosiaalipsykologia, sivuaineinaan viestintä, psykologia ja markkinointi. Koulutuksensa ansiosta Oona ymmärtää sekä kuluttaja-ajattelun että suurempia yhteiskunnallisia asioita ja trendejä. Hän on strateginen ajattelija, joka ymmärtää liiketoiminnan tavoitteet ja osaa löytää oikeat toiminnot, jotka auttavat asiakasta saavuttamaan nämä tavoitteet.

Oona on työskennellyt vuosia kansainvälisissä tiimeissä sekä Suomen markkinoiden edustajana että kansainvälisten toimistoverkoston johtajana. Syksyllä 2017 hän työskenteli Kööpenhaminassa pohjoismaisille asiakkaille paikallisten kumppanitoimistojen kanssa. Äidinkielensä suomen lisäksi Oona puhuu ja kirjoittaa erinomaista englantia.



# Mari Fabritius

## Viestintäkonsultti

Mari on monissa viestinnän liemissä keitetty konsultti, joka on hankkinut kannuksia niin vaikuttajaviestinnän, yhteiskuntasuhteiden, journalismin kuin viestinnän suunnittelun kentillä ja taustansa takia ymmärtää laajasti viestinnän eri muotojen yhdistämismahdollisuuksia asiakkaan liiketoimintaan.

Milttonilla Mari on toiminut useammassa roolissa ja hän on aiemmin kerännyt ymmärrystä muun muassa vastuullisuus- ja hankeviestinnästä, ulkopoliittisesta journalismista, kaupunkisuunnittelusta sekä rakennus- ja infra-alalta. Mari on tekijäluonne, joka tahtoo toiminnallaan mahdollistaa koko tiimin onnistumisen.

Monipuolisen taustansa takia Mari on omimmillaan projekteissa, jossa hän pääsee hyödyntämään yhteiskuntatieteellistä näkemystä mediaviestintään ja journalismiin ja helpottamaan asiakkaan viestien kuulluksi tuleamista yhteiskunnassa.

Koulutukseltaan Mari on valtiotieteiden maisteri pääaineenaan poliittinen historia. Lisäksi Mari on opiskellut Latinalaisen Amerikan tutkimusta Universidad Nacional Autónoma de Méxicossa (UNAM).





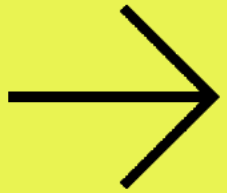
# Alekski Kinnunen

## Copywriter

Alekski on kokenut viestinnän asiantuntija ja kirjoittaja, joka on kirjoittanut yli kymmenen vuoden ajan Helsingin Sanomiin lehden toimittajana sekä vapaana toimittajana. Laaja-alainen kokemus journalismin, viestinnän, taiteen ja opetusalan parissa mahdollistaa Alekskille työssään yhteiskuntaa monipuolisesti syväluotaavan näkökulman. Työ erilaisissa uutistoimituksissa on puolestaan tuonut kokemusta myös jatkuvasti muuttuvissa aikatauluissa ja tilanteissa toimimiseen.

Uransa aikana Alekski on tuottanut erilaisia sisältöjä esimerkiksi Ylelle, Imageen, matkailulehti Mondoan sekä Finnairin Blue Wings magazineen. Hän on vaikuttanut myös Radio Helsingin ja esimerkiksi Taloussanomien ja Ilta-Sanomien toimituksissa.

Tiedottajan roolissa Alekski on saanut kokemusta Espoon modernin taiteen museossa EMMAssa sekä opetustyössä mm. median ja kuvataiteen lehtorina.



# ING Mediatiimi



# Caz Facey

## Director, ING Media

ING:ssä Caz ohjaa toimiston työtä kansainvälisten kaupunkien, kulttuurin ja teknologian parissa, ja on yhä enemmän mukana neuvomassa asiakkaita kestävään kehitykseen ja ilmastonmuutokseen liittyvissä viestintäkysymyksissä.

Cazilla on yli 15 vuoden kokemus viestinnästä arkkitehtuurin, kaupunkien ja kulttuurin aloilla. Hankittuaan tutkinnon visuaalisista taiteista, hän perusti tuotedesign- ja arkkitehtitoimiston Melbourneen.

Hän aloitti uransa Isossa-Britanniassa The Architects' Journalissa ja The Architectural Review'ssa. Caz johti neljän vuoden ajan Royal Institute of British Architects -instituutin arvostettua palkinto-ohjelmaa, joihin kuuluivat myös Stirling-palkinto ja Royal Gold Medal. Tänä aikana hän työskenteli kansainvälisten arkkitehtien, kuten Herzogin ja de Meuronin, Rem Koolhaasin ja Zaha Hadidin kanssa.



# Tom Elliott

## Director, ING Media

Tomilla on yli 15 vuoden kokemus rakennetun ympäristön viestintäkonsulttina, joka on työskennellyt sekä organisaatioviestijänä että alan toimistoissa.

Hän toimi aiemmin markkinointipäällikkönä Foster + Partnersissa. ING:ssä hän neuvoo brittiläisiä ja kansainvälisiä asiakkaita esimerkiksi kiinteistö- ja arkkitehtuuri-aloilla. Hänellä on erityisosaamista monikanavaisten kampanjoiden kehittämisestä – kampanjoiden, jotka erottavat asiakkaat heidän omilla markkinoillaan. Hän vastaa MIPIM:n PR-johtamisesta Isossa-Britanniassa, ja hänellä on laaja kokemus asiakkaiden tukemisesta maailman johtavilla kiinteistömessuilla.

ING:ssä hän vastaa tehokkuuden tukemisesta koko liiketoiminnassa. Hänen tavoitteenaan on maksimoida asiakaspalvelu teknologian sekä innovatiivisten työtapojen avulla. Hän puhuu viestintäasioista alan tapahtumissa, osallistuu moniin paneelikeskusteluihin ja johtaa PR- ja markkinoinnin ammattilaisia kouluttavia työpajoja.



# Marianna Hunt

## Senior Account Manager, ING Media

Mariannalla on noin viiden vuoden kokemus toimittajana työskentelystä, joista kolme The Telegraphin kiinteistötoimittajana. Vuonna 2019 hänestä tuli lehden kaikkien aikojen nuorin kolumnisti, kun hän aloitti sarjan sijoittamisesta ensimmäistä kotiaan varten, ja on kirjoittanut myös muun muassa The Guardianille, Spectatorille ja Financial Timesille. Hän on voittanut lukuisia palkintoja journalistisesta työstään, mukaan lukien MHP 30 Under 30 -palkinnon ja Personal Finance Society -palkinnon.

Marianna on tuonut ING:lle näkemyksensä median nykytilasta sekä kokemuksensa onnistuneiden digitaalisten strategioiden johtamisesta. The Telegraphissa hän auttoi kaksinkertaistamaan Property and Money- lehden sisällön tavoittavuuden LinkedInin ja Twitterin avulla.

Mariannalla on hyvät yhteydet alan tekijöihin, ja hänellä on pitkä kokemus kiinteistöyhtiöiden korkean profiilin toimitusjohtajien haastatteluista. Ennen toimittajaksi tuloaan hän työskenteli markkinoinnin ja tapahtumien parissa brysseliläisessä ajatushautomossa, jossa hän järjesti näyttelyitä ja puheita.

Marianna puhuu venäjää ja ranskaa, ja valmistui huippututkinnolla molemmista kielistä Oxfordin yliopistosta.



# Simone Bettoli

## Account Manager, ING Media

Simone liittyi ING Mediaan asiakkuuspäälliköksi, ja hänellä on kokemusta viestintäkampanjoiden toteuttamisesta. Viestintäkampanjoiden aiheet ovat vaihdelleet huonekaluista sisustukseen ja vieraanvaraisuuteen sekä kulttuurinäyttelyihin ja designkirjoihin. Simone on konsultoinut asiakkaita, kuten arkkitehtitoimistot Rockwell Group ja Michaelis Boyd, tanskalaiset suunnittelijat OEO Studio ja Space Copenhagen sekä lukuisat tunnetut huonekaluvalmistajat, mukaan lukien Vitra ja Artek.

Simone oli osa tiimiä, joka veti FUTURES-viestintäkampanjaa, joka oli uraauurtava näyttely The Smithsonian- museossa Washington D.C:ssä. Hän myös nosti uruguaylaisen muotoilun etualalle Lontoon designmessujen näyttelyssä. Simone valmistui Politecnico di Milanosta sisustusarkkitehtuurin maisteriksi vuonna 2019, mukaan lukien yhden vuoden opiskelun Beuth Hochschulessa Berliinissä. Hän puhuu italiaa ja saksaa.

# 04\_ Kustannusarvio

## → Kuluarvio

Kaikki hinnat ilman ALV:ää. Mahdolliset kulut laskutetaan asiakkaalta toteuman mukaan.

### SUUNNITTELUVAIHE (MILTTON & ING)

31 500 €

- Tausta-analyysi
- Kolme työpajaa
- Haastattelukierros Turun kaupungin keskeisten edustajien kanssa
- Strategiadokumentti (ppt), joka sisältää:
  - kohderyhmät ja keskeiset kanavat
  - PR-narratiivi
  - globaalin tason teemat ja keskeiset viestit
  - aikajana avaintoimintoihin
  - äänensävy ja lähettiläät
  - KPI:t ja mittarointi

### PR-TOIMINNOT SUOMESSA JA KANSAINVÄLISELLÄ TASOLLA VUOTEEN 2024 SAAKKA

29 000 €

- Yksityiskohtaisen PR-suunnitelman laatiminen, sisältäen kymmenen mediatoimintoa
- Suunnitelman toteuttaminen
  - Juttukulmien pitchaus avainmedialle
  - Lehdistötiedotteiden suunnittelu ja tuottaminen
  - Mielipidekirjoitusten, sosiaalisen median postausten tai muun sisällön tuottaminen PR-suunnitelman mukaisesti
- Mediaseuranta
- Raportointi
- Projektinhallinta

### KANSAINVÄLINEN PR VUOTEEN 2024 SAAKKA (ING)

3600 € / KK

- Viiden lehdistötiedotteen suunnittelu ja tuottaminen
- 1-2 lehdistömatkan/kokouksen järjestäminen vuodessa
- Tapaamisten järjestäminen avaintoimittajien kanssa, mielipidekirjoitustuotannon tukeminen PR-suunnitelman mukaisesti



## → Tarjouksen ehdot

- Kaikki hinnat on ilmoitettu ilman arvonlisäveroa (alv).
- Kustannusarviot sisältävät yhdessä sovitun aikataulun noudattamisen edellyttämät työt. Asiakkaan aiheuttamasta tai muutoin onnistuneen lopputuloksen saavuttamiseksi välttämättömästä tai asiakkaan erikseen pyytämästä työstä veloitetaan lisämaksu.
- Kaikki kustannusmuutokset ja sovitut toimet ovat aina asiakkaan hyväksymiä.
- Kustannusarvio perustuu tarjouspyyntöön, esitteeseen tai asiakkaan antamiin tietoihin sekä tietyinä päivinä pyydettyjen palveluiden laajuuteen. Mikäli toteutettavien palveluiden tai projektien laajuus muuttuu merkittävästi neuvottelujen tai yhteistyön alkaessa, Miltton pidättää oikeuden neuvotella projektin kustannukset uudelleen.
- Kustannusarvio ei sisällä tapahtuman tuotantokustannuksia ja muita vastaavia tuotantokustannuksia (kuten kuva- tai videotuotantokustannuksia), mediatilakustannuksia, lakipalkkioita, matka- ja majoituskuluja sekä vastaavia tarjouksessa määriteltyjen tehtävien ulkopuolisia kustannuksia.

→ **Kiitos!**

Sanna-Mari Jäntti

+358 40 053 6581

[sanna-mari.jantti@miltton.com](mailto:sanna-mari.jantti@miltton.com)

Leena Gyllenbögel

+358 40 589 5252

[leena.gyllenbogel@miltton.fi](mailto:leena.gyllenbogel@miltton.fi)