



Brändin merkitys Ylelle

Janne Saarinen, brändipäällikkö

IPR-Huippuseminaari 5.10.2022





Annetaan toimitusjohtajan vastata ensin.

Miksi brändi on niin tärkeä meille?

VIDEO



yle

*Kaikille yhteinen,
jokaiselle oma*



Yle-brändit ovat Suomen arvostetuimpia mediabrändejä

Yle Areena on neljänneksi arvostetuin ja Yle seitsemänneksi arvostetuin brändi.



Ainutlaatuinen tehtävä ja tarkoitus

Brändimme on rakentunut jo lähes 100 vuoden ajan.



yle

Tämän takia olemme olemassa:

Lisäämme ymmärrystä toisistamme ja maailmasta, vahvistamme suomalaista yhteiskuntaa ja kulttuuria.



**Autamme ymmärtämään maailmaa, tarjoamme
tietoa ja elämyksiä,
viihdytämme ja sivistämme.**

A photograph of three young men on a rooftop terrace. The man on the left is wearing a white t-shirt and looking towards the other two. The man in the middle is wearing a red cap and a grey sweater, looking down. The man on the right is wearing a black cap, a beige hoodie with a large bird graphic, and is sitting on a wooden railing, looking towards the other two. The background shows a cityscape with buildings and trees under a cloudy sky.

yle

Jokainen on yhtä tärkeä.

Tuotamme palveluja ja sisältöjä suomalaisille asuinpaikasta, varallisuudesta, iästä tai sukupuolesta riippumatta.



suomi AD



svenska

Erityisenä tehtävänä on huomioida

**erityisryhmien ja
vähemmistöjen
tarpeet.**

Tv-ohjelmiamme alussa näkyvät symbolit kertovat millaisia **saavutettavuutta** parantavia palveluita ohjelmaan liittyy.

yle

Lastensuojelun maailmaan sijoittuva draamasarja Pala Sydäimestä kuvailutulkattiin Yle Areenaan. Kuvailutulkauksessa näköaistin välittämää tietoa kuvaillaan sanallisesti.



Huolehdimme tiedonvälityksestä poikkeusoloissa

Ylen julkisen palvelun tehtävänä on taata, että suomalaiset saavat luotettavaa tietoa kaikissa olosuhteissa.



Tavoitamme kaikki suomalaiset
(viikon aikana)

94
%

Suomalaiset luottavat Yleen
(tavoite 86 %)

83
%

Yle on henkilökohtaisesti merkityksellinen
(tavoite 91 %)

90
%



Suomalaisista 90 % on sitä mieltä, että olemme onnistuneet julkisen palvelun tehtävässämme.

Ylen palveluissa arvostetaan mm. luotettavaa tietoa ja korkeatasoisia lastenohjelmia. Kiitosta saavat sisältöjen ja palvelujen löydettävyys, kotimaiset sisällöt omalla äidinkielellä sekä viestintä poikkeusoloissa.

Lähde: Ylen arvo suomalaisille 2021 / IRO Research



Suhde meihin elää kuitenkin koko ajan.

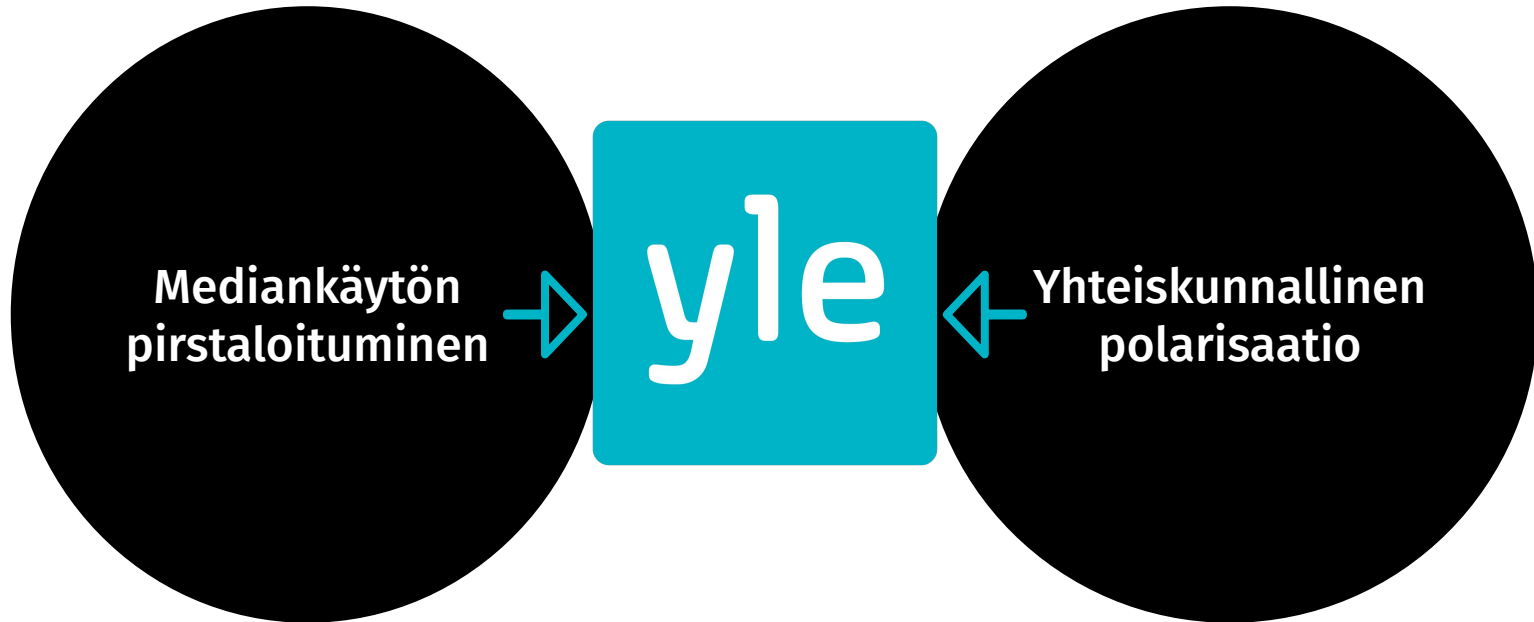
Maailman ja median murros haastaa isosti myös meidät.

A dark, foggy forest scene with a winding road. The road has a white line on the left and a double yellow line in the center. The trees are dense and dark, and the fog is thick, creating a mysterious and somewhat ominous atmosphere.

Järjestäytynyt, turvallinen, **arvattava ja vakaa**
yhteiskunta opettelee **arvaamattomuuteen**
ensin globaalin pandemian
ja nyt hyvin epävakaa naapurin kanssa.

Mitä tahansa voi tapahtua.

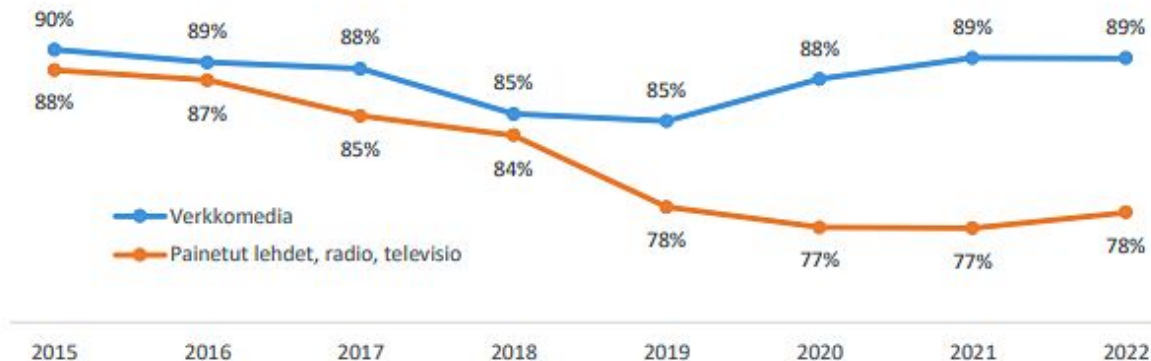
Kaksi meihin vaikuttavaa ilmiötä.



Perinteiset kanavat voivat silti vielä hyvin

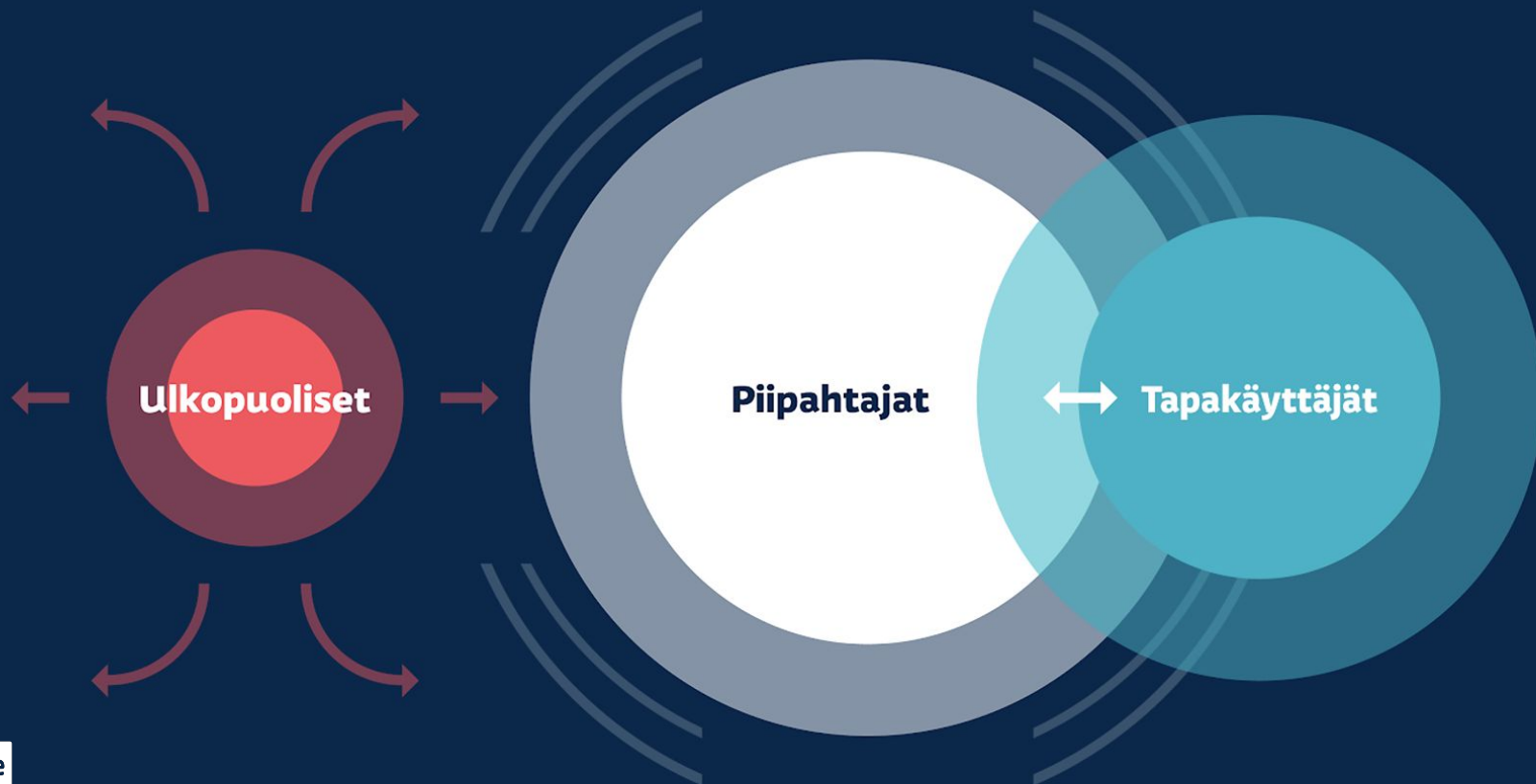
Perinteiset uutiskanavat pitävät asemiaan verkkomedian rinnalla

KUVIO 1. UUTISTEN VIIKKOTAVOITTAUVUUS VERKOSSA SEKÄ PERINTEISESSÄ MEDIASSA SUOMESSA



Q3: Mitä seuraavista mahdollisesti käytit viimeisen viikon aikana uutislähteenä? Valitse kaikki sopivat vastaukset. N=kaikki vastaajat, 2022: 2064, 2021: 2009, 2020: 2050, 2019: 2009, 2018: 2012, 2017: 2007, 2016: 2041, 2015: 1509. Vastausvaihtoehdot näkyvät kuviossa 3.

Tapakäyttäjien ryhmä on kuitenkin pienenemässä...





Miten voimme vahvistaa brändiämme?

Brändistrategiamme kulmakivet.

Miten kuluttajien luottamus voitetaan tässä ajassa?

“There’s three pillars to it (our strategy). One is to continue to build on our lead in news and be the world’s best news destination. Two is to help people engage with their lives and passions. Three is just to put those two things together in a way that makes people come back every day.”

New York Times Company CEO Meredith Kopit Levien (2022)

Miten Yle asemoituu?

Inspiroivaa kokonaispalvelua

Vastaamme muuttuvaan, piipahteluun perustuvaan, median kulutukseen hyödyntämällä ainutlaatuista yhteiskunnallista, luotettavaa rooliaamme ajassa elävän ja inspiroivan sisällön kautta palvelevalla asenteella.

- Siirrämme fokusta tapakäyttäjistä piipahtajiin.
- Hyödynnämme sitä, että olemme ainoa media-alan toimija, joka kattaa koko Suomen - pienet ja suuret asiat ovat molemmat merkityksellisiä.
- Korostamme dialogin roolia nostamalla eri yleisöjä kiinnostavia mediapersoonia voimakkaammin esille.

Mitä lupaamme?

Lisää ymmärrystä, luottamusta ja inspiraatiota.

Kaikille yhteinen, jokaiselle oma.

Lisää ymmärrystä, luottamusta ja inspiraatiota:

Lisää viittaa Yle brändin tuomaan lisäarvoon. Emme lupaa, että kaikki ymmärrys, luottamus ja inspiraatio tulee Ylestä, mutta lupaamme että Yle tuo näitä sinulle lisää. **Ymmärrys** tulee tarkoituksesta. Ymmärrys lisää luottamusta. **Luottamuksen** edellytykset (kompetenssi, hyväntahtoisuus ja luottamuksen arvoinen toiminta) ohjaavat toimintaamme ja luottamus linkittyy Ylen arvoihin. **Inspiraatio** toimii luovuuden lähteenä ja liittää lupauksen paitsi arvoihin myös toimialaan. Inspiraatio on henkilökohtainen kokemus, jolla on innostava ja myönteinen vaikutus yksittäiseen hetkeen tai laajemmin elämään. Inspiraatio laittaa ajatukset liikkeelle, se saa meidät toimimaan.

Kaikille yhteinen, jokaiselle oma = Ylen **erottuvuustekijä**. Kiteyttää julkisen PALVELUN ainutlaatuisuuden. Olemme olemassa suomalaisia varten. Palvelemme ihmisten ja yhteiskunnan tarpeita. Yhdistämme yhteiskunnallisen ja yhteisen, mutta myös henkilökohtaisuuden. Sisäisesti korostaa jokaisen arvostusta ja linkittyy taas Ylen arvoihin. Resonoi yleläisten kokeman merkityksellisen työn kanssa.

Brändi kuuluu meille kaikille

Organisaatio

Toiminta-
ympäristö

Arvot ja
työskulttuuri

Yleläiset

Sisällöt ja
palvelut

Markkinointi ja
muut teot

yle

Ohjaa brändiä

Vaikuttaa brändiin

Ilmentää brändiä

Brändi

Brändistrategia

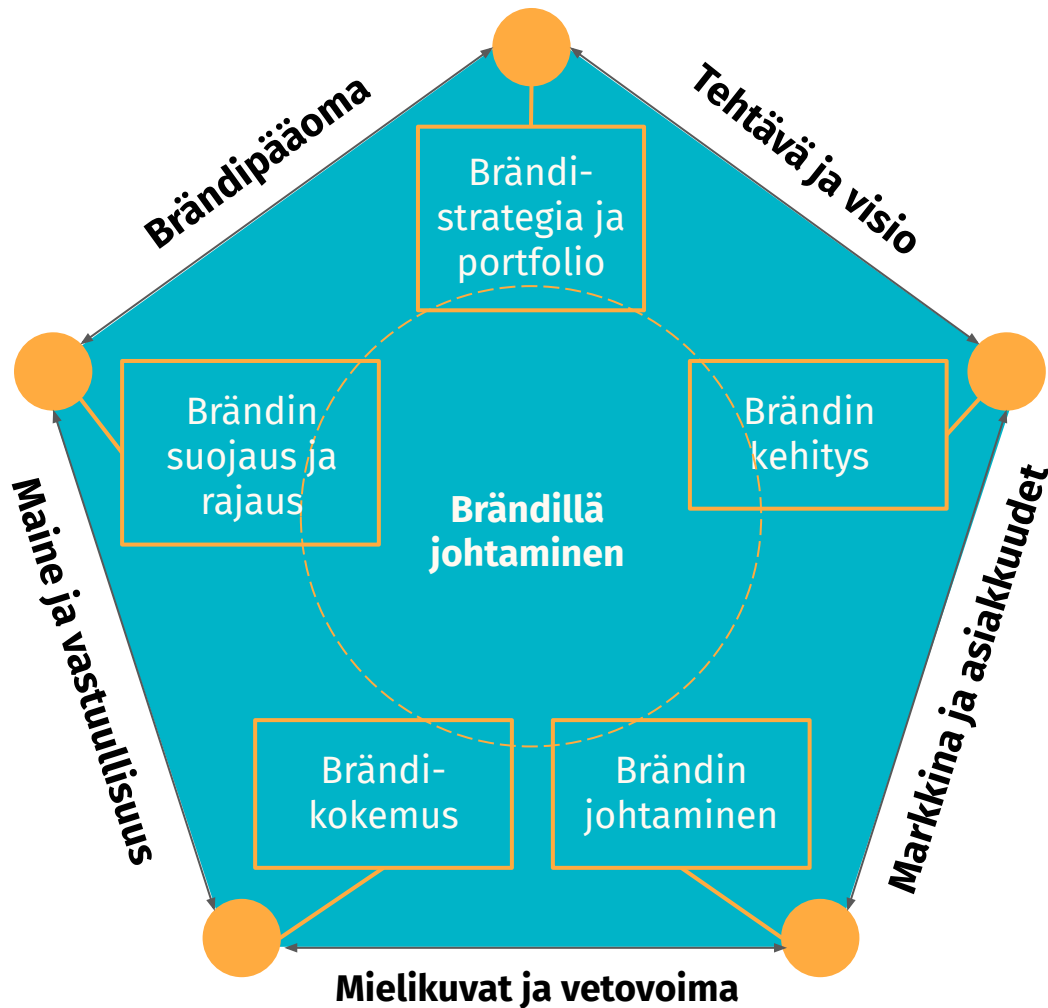
imeytyy kaikkeen tekemiseen siten,
että syntyy haluttu mielikuva

Ylen brändi-johtamisen malli

Viisikulmainen malli, jossa ylhäällä toimintaa ohjaa strategia ja portfolio sen toteuttamiseen.

Keskipitkän aika välin työ luo puitteet, joissa arkea toteutetaan.

Kaiken pohja ja peili on kokemus sekä arjen tekojen johtaminen.





**Kaikille yhteinen, jokaiselle oma
Gemensamt för alla, unikt för mig**