

K I T E E

# Markkinointi osana viestintää

Markkinoinnin kärjet

yhteisö, luottamus, palvelut, tulevaisuus

# K I T E E

## Markkinoinnin kärjet

**Teollisuutta ja maataloutta - parasta pienille ja keskisuurille yrityksille!**

- Kiteellä monipuolinen yrityskanta
- Puhoksen kehittyvä teollisuusalue (markkinointiryhmä muodostumassa BJ)  
BIOTER- investointihanke ja siihen liittyvä kehittämishanke käynnistyvät maaliskuussa 2024
- Vahva maatalous ja alkutuotanto ja elintarvikkeiden jatkojalostus

**Kohderyhmä: yrittäjät ja yritystoimintaa harkitsevat**

# K I T E E

## Markkinoinnin kärjet

### Liikunta- ja moottoriurheilukaupunki

- Merkittävä moottoriurheilukeskus lentokenttineen, moottoriratoineen ja ampumaurheilumahdollisuuksineen
- Hutsin monipuolinen liikuntakokonaisuus, jäähalli, uimahalli, kentät ja hyppyrimäet
- Pesäpallo paikallinen menestystarina jo vuosikymmeniä
- Moottorikelkkailu- ja pyöräilyreitistöt

Kohderyhmät: moottoriurheilusta ja ilmailusta kiinnostuneet, metsästäjät, liikunnalliset luonnon läheisyyttä arvostavat ihmiset

# K I T E E

## Markkinoinnin kärjet

Elämän laatua ja olemisen helppoutta tavalliselle ihmiselle

- Monipuolinen yksityinen palvelutarjonta, laadukkaat kaupungin palvelut
- Monipuolinen kulttuuri- ja tapahtumatarjonta
- Houkuttelevat tontit ja sujuva rakentaminen

Kohderyhmät: kaikki pienen seutukaupungin helppoutta arvostavat vauvasta vaariin

# K I T E E

## Markkinoinnin kärjet

**Mansikkapaikka kesäasukkaille, matkailijoille ja pidempiaikaiseen viipymiseen!**

- Mökkiläisten suosima
- Hieno luonto ja vedet

**Kohderyhmät: luontoihmiset, loma-asunnon ostosta haaveilevat, etätyöläiset, vierailijat**

# K I T E E

## Markkinoinnin kärjet

### Kaupungin oma vahva viestintä

- Kaupunki palveluiden tuottajana ja laadukkaana viestijänä
- Kaupunki vetovoimaisena työpaikana
- Työterveyshuolto ja muut edut
- Vahva talous takaa turvallisuuden ja jatkuvuuden