

Lyhyesti yhteisen TL 365 ydintarinan käytöstä

- Ydintarina toimii lumettoman ajan elämysten kehittämisessä, yhteistuotteistamisessa ja markkinoinnissa punaisena lankana.
- Ydintarinassa pääideana ”upside down world”, on tarinallinen elementti, jota voidaan toistaa markkinoinnissa myös visuaalisena elementtinä, pyöreä maapallon muoto, jossa toisella puoliskolla kesä, toisella talvi. (vrt. pajassa ollut esimerkkin, canva-kuva herätti ihastusta osallistujissa), mahdollisesti toistuva elementti myös alueen yritysten verkkosivuilla, miten tuotteet esitellään, tai tuotteet voivat olla pallon sisällä, joka käännettäessä ympäri muuttuu talvesta kesäkauteen.
- Vastuullisuusviestinnän näkökulmasta voidaan viestinnässä elementtinä nähdä, myös maailman kääntäminen toisinpäin, eli asiakas kääntää oman toimintansa kulutuksesta/ei-tietoisesta toiminnasta – kestävään kuluttamiseen ja matkustamisen tapoihin/tietoiseen toimintaan.
- Tärkeä toistuva teema: asiakas kääntää meillä oman maailmansa, kiireestä rauhaan.
- Tarinavideon idea jo olikin, avannosta pakkasen, jään äänien, kylmän läpi, valoisaan uuteen kesään, aivan toisenlaiseen maailmaan. Tarinavideolla voi käyttää tarinasta lyhennettyä versiota, valita sopivat lauseet käyttöön videota varten ääniraidalle. Videosta on helppo tehdä kieliversioita, kun kuvakerronta säilyy samana, vaihdetaan vain ääniraita/tarina luettuna eri kielillä.
- Tunturit persoonina, ja hahmoina, aidot kuvat, ei niinkään kuvitettuja, tuntureiden viisauksien jakamista, sekä elämyksissä, että markkinoinnissa, esim. somessa.
- Ylipäättään tuntureiden historia, tuntureista sisältöjen ammentaminen, uskomukset, paikalliset ihmiset kertomassa tuntureiden merkityksestä. Ja tämä myös elämyksissä, linkitetään elämykset osaksi tuntureiden tarinoita, tuntureilla ruokaelämykset, tunturivaellukset, tuntureista ammentavat hyvinvointielämykset jne.
- Paikallisuus, miten paikalliset elävät tuntureiden juurella, korostetaan tuntureiden roolia, että muistutetaan, että kyse on etenkin Tunturi-Lapista, koska nämä tietyt teemat toki myös Lapin/jopa koko Suomen yhteisiä, siksi tärkeä tarinallinen linkitys tuntureihin. (Huom. myös tuntureiden maailma kääntyy toisinpäin)
- Ydintarina käytössä jokaisella yrityksellä omassa toiminnassa vapaasti, jokainen voi hyödyntää tarinaa tekstinä, sen lauseita, sekä mahdollista tarinavideota vapaasti omassa toiminnassaan. Jokainen linkittyy omassa toiminnassaan lähellä olevaan tunturiin/tuntureihin, tuntureiden personointi, tunturin oma nimi, tarina jne.
- Yhteismarkkinoinnissa tunturit, ja esim. kiertomatkaideana tunturista tunturiin, tutustu ja ammenna viisautta meidän kaikista viisaista vanhoista tuntureistamme. Tunturit tarinan hahmoina (aidot kuvat, tuntureiden yksityiskohdat, eri vuorokaudenajat jne.), vaikka ei kuviteta vars. visuaalisiksi graafisiksi hahmoiksi.
- Tekoälyä kannattaa hyödyntää mahdollisuuksien mukaan, ydintarinan kautta tarinallistettuja toteutuksia tiettyihin tuotteisiin tai markkinoinnin toimenpiteisiin
- Tulevissa hankkeissa yhteinen materiaalipankki alueen yritysten käyttöön, yhteismarkkinoinnin ja yhteistuotteistamisen tueksi, videot, kuvat, symbolikuva, toistuvat kuvakehykset somessa jne.