



LSL



Markkinointi- ja viestintäsuunnitelma 2026

9.2.2025

Minna Immonen & Maria Niemi



Jatkuvat toimenpiteet

- Tiedotus: Aikataulukauden muutokset
- Poikkeuksista tiedottaminen (häiriöt, työmaat)
- Facebookin ylläpitäminen
- Uutiskirjeet
- Nettisivujen ylläpito ja päivitys
- Asiakastyytyväisyyskyselyt 3 kertaa vuodessa
- Opiskelijamessut 2 kertaa vuodessa yhteistyössä Lahti-Pisteen kanssa
- Painetun materiaalin ja digitaalisten markkinointimateriaalien päivittäminen, tuottaminen ja jakelu
- Pysäkkijulisteiden tekeminen
- Koululaisten, opiskelijoiden ja opetusalan henkilöstön ohjeistaminen
- Palvelupisteiden ohjeistaminen
- Myynti- ja palveluohjeiden päivittäminen
- Matkustusehtojen päivittäminen
- Päätöstiedotus (joukkoliikennelautakunta)
- Yhteistyö Waltti Solutionsin kanssa ja lippujärjestelmän muutokset.
- Palveluliikenteen viestintä
- Viestinnän ja markkinoinnin hankinnat
- Seutu- ja kuntaryhmien sihteerinä toimiminen



www.lahti.fi/pysakkikokeilu

Keskustan pysäkkikokeilu

Uudet pysäkit Vesijärvenkadun ja Aleksanterinkadun risteykseen. Osa linjoista ajaa suoraan Vesijärvenkatua kiertämättä toria.

- Varsinainen pysäkkikokeilun viestintä on Lahden kaupunkiympäristön viestijöiden vastuulla, mutta tehdään tiiviissä yhteistyössä LSL:n viestinnän kanssa.
- Mukana myös matkustajainformaatioon liittyviä kokeiluja, joiden toteuttamismahdollisuuksia työstetään yhdessä infrasta vastaavien tahojen kanssa.
- LSL:n viestinnän näkökulmasta tärkeää on opastaminen, jotta matkustajat löytävät oikeat pysäkit, reitit ja vaihtoyhteydet.
 - Tähän pyritään ennakoivalla ja laajalla tiedottamisella sekä alueella ja liikennevälineissä olevalla informaatiolla.
 - Yhdistyy linjastomuutosten tiedottamisen kanssa.
- Kerätään palautetta ja tehdään seuranta mm. asiakastytyväisyyskyselyssä.

Linjastomuutokset

Laatukäytävät, keskustan pysäkkikokeilu ja liikenteen kustannustehokkuuden parantaminen tuovat merkittäviä muutoksia linjastoon.

- Suurin osa muutoksista toteutetaan kesäkaudelle 1.6. alkaen.
- Uusien sopimusten myötä seutuliikenteen muutokset erityisesti Hollolassa, Heinolassa ja Orimattilassa vaativat tiedotusta ja yhteistyötä kuntien kanssa myös tiedotuksen osalta.
- Tiedottamisella pidetään aihetta esillä koko kevät-kesä.
 - Tiedotteen kotijakelu Lahden alueella
 - Lehti-ilmoitukset ja mediatiedotus
 - Infotilaisuudet Lahdessa, Hollolassa ja Heinolassa
 - Somenostot, uutiskirje, lsl.fi ja mobiilisovellus
- Tiedotusta tehdään eri näkökulmilla esim. yölinjat, laatukäytävät kaupunginosittain, seutulinjat, PHKS-yhteydet jne.





Palveluliikenne

Lempi ja Nestori

Jos palvelussa tapahtuu muutoksia, markkinointimateriaalia uudistetaan ja aiheesta viestitään palveluliikenteen käyttäjille.

Matkustajainformaatio

Matkustajainformaation kehitystä tehdään tiekarttaan ja pysäkkikokeiluun liittyvien suunnitelmien mukaan. Viestinnän työpöydällä erityisesti julisteet, kartat ja aikataulutuloste.

Pysäkkijulisteet

- Ulkoasua uudistetaan käyttäjäpalautteen pohjalta. Aikataulut selkeämmiksi ja suuremmalla tekstillä.
- Samalla varaudutaan tilan käytössä tuleviin muutoksiin linjojen numeroinnin, nimeämisen ja vuorotarjonnan osalta.
- Toteutetaan myös toiminnallisuusmuutoksia julistegeneraattoriin, joilla vähennetään julisteiden vaatimaa manuaalista työtä.
- Käyttöön priorisoitujen muutostarpeiden mukaan porrastetusti vuoden 2026 aikana.

Linjakartat

- Teetetään jokaisen liikennöintikunnan alueelle nykyaikainen ja selkeytetty kartta linjoista ns. metrokartta
- Kartat korvaavat pysäkkijulisteiden automaattisesti muodostuvan kartan, joka ei nykyisellään ole kovin informatiivinen.
- Mahdollista jakaa myös tulosteena asiakaspalvelussa.
- Käyttöön viimeistään syksyn aikataulukaudelle.

Aikataulutulosteet

- Tavoite: Nykyistä paremmin käyttäjien tarpeisiin vastaava resurssiviisaasti toteutettu aikataulutuloste.
- Vuoden 2026 aikana selvitetään vaihtoehdot ja kustannukset.
- Käynnistetään hankinta siten, että tavoiteltu uusi tuloste on käytössä vuonna 2027.

Matkustajainformaatio

Pysäkki- ja bussi-informaation uudistus

- Nykyinen pysäkki- ja bussi-informaatio muodostuu useista järjestelmistä, sopimuskumppaneista ja ylläpitotehtävistä.
- Digitaalisen informaation roolia haluttaisiin kasvattaa.
- Painetun informaation hallintaa pyritään järkevöittämään ja yhtenäistämään.
- Tulevaisuuden mallissa pyritään selkeään vastuunjakoon, seudulliseen yhtenäisyyteen ja toimivaan kokonaisuuden ohjaukseen.
- Avoimia kysymyksiä on vielä paljon mm. teknisistä ratkaisuista, vastuunjaosta, kustannuksista, näyttöjen määrästä ja aikatauluista.
- Käynnistetään projekti vuoden 2026 lopulla kartoittamalla tarpeet ja mahdollisuudet. Mahdollinen hankinta todennäköinen 2027.
- Tavoitteena on kilpailuttaa kokonaisratkaisu, joka sisältäisi näyttöinfran, huollon, ylläpidon sekä painetun ja digitaalisen informaation hallinnan pysäkeillä. Kokonaisuus on mahdollista jakaa myös pienempiin osiin.



Brändiuudistus

Kestävää ilmeen uudistamista

- Kilpailutus oli auki Hankinta Sammossa syksyllä 2025.
- Kilpailutuksen kautta valittiin kumppaniksi Pentagon Design Oy.
- Työn aikana luodaan asiakassegmentoinnissa tunnistettuja pääkohderyhmiä puhutteleva brändikonsepti, joka toimii pohjana kaikelle viestinnälle, markkinoinnille ja visuaaliselle identiteetille.
- Työssä osallistetaan asukkaita ja sidosryhmiä.
- Uudistuksen taustaa:
 - LSL:llä ei ole aikaisempaa brändistrategiaa
 - Nykyinen graafinen ohjeisto vuodelta 2014
 - Linja-autojen ulkoasu on vuodelta 2014 (sähköbussit 2021)
 - Uusien liikennöintisopimusten linja-autoihin halutaan uutta ilmettä.



Brändiuudistus

Työn vaiheet

Vaihe 1: Aloitus ja nykytila-analyysi
Vaihe 2: Asukas- ja sidosryhmäosallistaminen
Vaihe 3: Brändikonseptin ja bränditarinan määrittely
Vaihe 4: Visuaalisen identiteetin suunnittelu
Vaihe 4.1: Asukkaiden osallistaminen ja visuaalisen ilmeen testaus
Vaihe 5: Brändikirja ja jalkautussuunnitelma

Työskentely ja käyttöönotto

Työn aikataulu tammi-kesäkuu 2026, jonka aikana tehdään:

- Brändistrategia
- Brändikirja
- Graafinen ohjeisto
- Esimerkkimateriaalit päivitettynä uuden visuaalisen mallin mukaiseksi
- Suunnitelma työn tulosten jalkauttamisesta matkustajille ja sidosryhmille.

Kaiken näkyvän materiaalin päivittyminen kestää kauemmin ja uutta & vanhaa ilmettä tulee näkyä rinnakkain pitkään.

Materiaalien päivittämiselle tehdään erillinen suunnitelma.

Bussien ulkoasu päivittyy aina uusien liikennesopimusten alkaessa.



Kuvallinen viestintä

Opasvideot ja valokuvat

Toimiva viestintä ja markkinointi perustuu visuaalisuuteen. Uuden brändin mukaisia videoita ja valokuvia suunnitellaan syksyllä ja kuvauksia toteutetaan 2026-2027.

1. Brändikuvat
2. Informatiivisia ja markkinoinnillisia lyhytvideoita markkinointikanaviin.

Somekanavien kehittäminen

Tukea kanavavalintojen tekemiseen

- Haluamme todellista tietoa sosiaalisen median strategian ja kanavavalintojen tueksi.
- Päätöksiin vaikuttavat asiakastutkimuksen tulokset, jonka lisäksi muodostamme kokonaiskuvan eri somealustojen trendeistä ja tulevaisuudesta. Mikä on hyödyllistä juuri Lahden seudun liikenteelle? Mitä haluamme somessa saavuttaa?
- Laaditaan selvitys sosiaalisen median potentiaalista Lahden seudun liikenteen viestinnässä ja markkinoinnissa huomioiden vaadittavat resurssit ja kohderyhmät.
- Toteutetaan brändityön valmistumisen jälkeen syyspuolella 2026 (siirtyi vuodelta 2025).

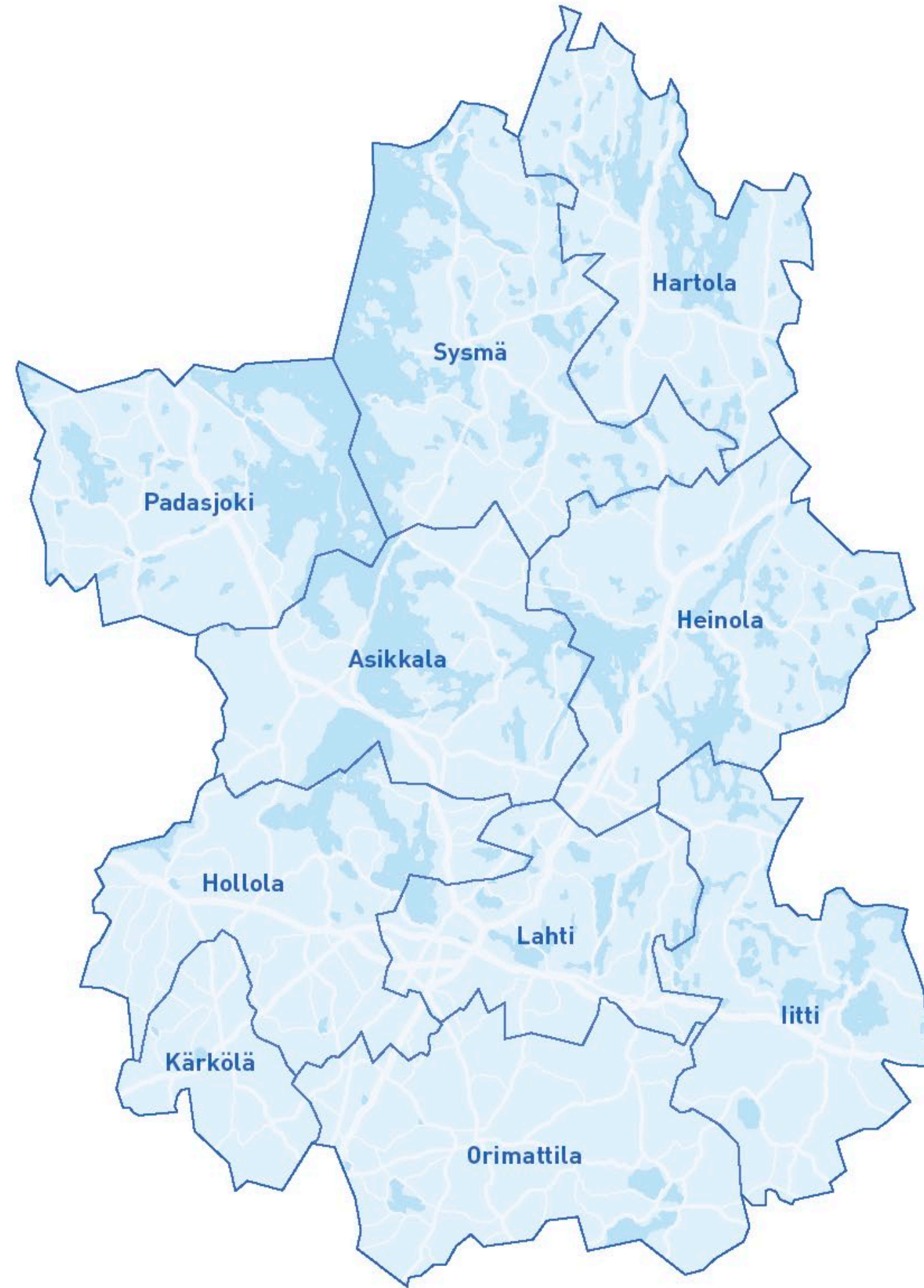


Tasataksa

Muutosviestintä ja markkinointi

Vyöhykerajat poistuvat ja hinnoittelu uudistuu 1.6.2026. Uudistus yksinkertaistaa matkustamista kaikkialla ja alentaa lipunhintoja pitkillä matkoilla eli yli kahden vyöhykkeen matkoilla.

- Uudistuksesta sekä selkeästä ja edullisesta joukkoliikenteestä viestitään koko liikennöintialueella ennen ja jälkeen uudistuksen.
- Uudistus vaatii kaikkien olemassa olevien markkinointimateriaalien päivittämisen.
- Julkaisu huhtikuu-toukokuu
- Landing-sivu lsl.fi/tasataksa





Lahti-Pisteen yhteistyö

Lahden seudun liikenteen asiakaspalvelu toimii kaupungin keskitetyssä asiakaspalvelupisteessä palvelutorilla kauppakeskus Triossa.

Jatketaan asiakaspalveluprosessin kehittämistä viime vuonna tehtyjen toimenpiteiden ja palvelumuotoiluprojektin löydösten myötä.

- Toimintatapojen kehittäminen
- Tiedonhallinnan ja tiedonkulun parantaminen
- Hyvitysten käsittelyn jatkokehitys ja laajentaminen
- Brändin jalkauttaminen



Mankelit

Viestintä- ja markkinointi

Mankelien markkinointi on siirtynyt Lahden kaupungilta joukkoliikenneyksikölle. Työ painottuu maalis-syyskuulle.

Pääviestit:

- Huhtikuun alku: Kausilipun ennakkomyynti
- Huhtikuun loppu: Kausi alkaa
- Kesäkuu: Mankeleilla kesään
- Elokuu: Koulujen ja töiden alku.



Lippu- ja maksujärjestelmän uudistukset

Waltti 2026

Lippu- ja maksujärjestelmän uusien ominaisuuksien julkaisu on riippuvainen Waltti Solutionsin oman kehitystyön aikatauluista.

- Senioreiden liput myyntiin Waltti Mobiili -sovellukseen mahdollisesti jo keväällä
- VR-lippuyhteistyö: Junabussi-yhdistelmäliput myyntiin → julkaisu mahdollisesti jo keväällä. Laajempi markkinointi syksyllä.
- Lähimaksua useammalle matkustajalle toivotaan kovasti, mutta aikataulusta ei ole vielä tietoa. Kehitystyötä lykättiin viime vuonna järjestelmätoimittajasta johtuen.
- Mahdolliset hinnastomuutokset päätösten mukaan.



Bussilla tapahtumiin ja urheilemaan

Talven markkinoitkampanja

LSL vie helposti lähellä oleville harrastus- ja tapahtumapaikoille. Hyvänmielen talvilomakampanja nostaa esille kuntien liikkumis- ja kulttuuripaikkoja, joiden luokse pääsee kätevästi bussilla.

Julkaistu: Helmikuu 2026



Neljä vyöhykettä kahden hinnalla

Tarjous koskee 180, 270 ja 365 vuorokauden kausilippuja.

[Lue lisää ja osta →](#)



Löydä oma reittisi

LSL vie sinut perille Lahdessa, Hollolassa, Heinolassa, Orimattilassa, Asikkalassa ja Padasjoella. Etsi reitti lähtöpaikasta määränpäähän.

[Reittioppaaseen →](#)



Nettisivut

Kehittäminen

Jatketaan nettisivujen kehitystyötä.

LSL:n kotisivut sijaitsevat samassa verkkoympäristössä Lahden kaupungin sivujen kanssa. Sivut on julkaistu vuonna 2021.

- Syksyllä suunnitelma nettisivujen uudistamiselle.
- Sisällöntuotantoa syys-joulukuu
- Merkittävänä uudistuksena mm. englanninkielisen sivuston laajentaminen ja kääntäminen samalle tasolle suomenkielisen kanssa.

Kohderyhmät

Kohderyhmät

Markkinoinnin kohderyhmät ovat perustuneet vahvasti lipputuotteiden asiakasryhmiin.

Vuoden 2025 asiakassegmentointitutkimuksessa kohderyhmiä on kirkastettu.

Vastausten perusteella potentiaaliset joukkoliikenteenkäyttäjät jaettiin neljään eri kategoriaan, joissa kahdessa on saavutettavissa selkeää matkustuksen kasvua.

1. Bussinkäyttäjät

- vakiintuneet käyttäjät ja autoilua välttävät

2. Hybridikäyttäjät

- matkustavat tilanteen helppouden mukaan bussilla tai autolla

Noin 50 %
uskoo
lisäävänsä
joukkoliikenteen
käyttöä
entisestään.

Asiakasryhmät	Kuntalaisuus	Sidosryhmät
Juniorit (0-6 vuotiaat)	asikkalalaiset	palvelupisteet
Lapset (7-16 vuotiaat)	heinolaiset	liikennöitsijät
Nuoret (17-24 vuotiaat)	hollolalaiset	koulusihteerit/opintosihteerit
Aikuiset (25-64 vuotiaat)	lahtelaiset	kuntien yhteyshenkilöt
Seniorit (yli 65-vuotiaat)	orimattilalaiset	kuntapäättäjät
	padasjokelaiset	tapahtumajärjestäjät
	+ muut päijäthämäläiset	kumppaniyritykset

Viestintäkanavat

Netit ja lipunmyyntikanavat	Muu digitaalinen	Sosiaalinen media	Ulkomainonta	Tapahtumat	Teams	Painettu	Radio
www.lsl.fi • Uutiset • Aikataulupalvelu • Alasivut	Google Ads	Facebook • Päivitykset • Linkit • Keskustelut • Tapahtumat • Kilpailut • Mainokset	Aikataulunäytöt	Senioritapahtumat	Tiedotus- ja yhteydenpito-kanava kuntien palvelupisteisiin	Paikallislehdet (tiedotteet, mainokset, artikkelit): • Kaupunkilainen • Etelä-Suomen Sanomat • ESS Viikko • Itä-Häme • Padasjoen Sanomat • Kesälehdet	Mahdollisuus mainoksiin paikallisradiossa.
Kuntien kotisivut • Uutiset • Linkitys • Intrat	Meta (mainonta)	Youtube • Ohje- ja markkinointivideot	Kuntien digitaaliset mainostaulut	Opiskelija-tapahtumat		LSL:n esitteet	
	Suoratoistopalvelut ja televisio		Aikataulu- ja pysäkkijulisteet	Asukasillat			
Sovellukset • Waltti Mobiili • Reittiopas	Mediatatlot (mm. Hämeen Media)		Bussiteippaukset	Kuntien tapahtumat			
Waltti-kauppa			Bussinäytöt				
Kumppanisovellukset (mm. VR Matkalla)							

Kustannukset 2026

Kustannusarvio 2026

Kustannus	Summa (alv. 0 %)
Asiantuntijapalvelut	105 000
Mainostilat	54 000
Promotuotteet	3000
Pysäkkijulisteet	15 000
Esitteet	30 000
Muut painotuotteet	8 000
Markkinointiyhteistyö ja muut kulut	3 000
Lahjakortit ja arvontavoitot	2 000
Yhteensä	220 000

Kiitos



Yhteystiedot: Minna Immonen
viestintä- ja markkinointisuunnittelija
Lahden seudun liikenne
minna.immonen@lahti.fi

Maria Niemi
viestintä- ja markkinointisuunnittelija
Lahden seudun liikenne
maria.niemi@lahti.fi