

*#SKATINGFINLAND*

# SEUROJEN

MARKKINOINTI- JA VIESTINTÄKOULUTUS

ILO – KANNUSTUS – TURVALLISUUS – TAVOITTEELLISUUS

# Sisältö

- Millaista on hyvä markkinointi ja viestintä?
- Markkinointi- ja viestintäkanavat
- Seurojen harrastajarekrytointi
- Tapahtumamarkkinointi
- Tiedottamisen periaatteita
- Miten pärjätä pienillä resursseilla?
  - Miten taitoluisteluliitto voi auttaa?

# MITÄ ON MARKKINOINTI JA VIESTINTÄ?

## MARKKINOINTI

- Tavoitteena kasvattaa tuottoa
- Kohderyhmänä nykyiset ja potentiaaliset asiakkaat = harrastajat, harrastajien vanhemmat ja tapahtumien yleisö
- Mitattavissa määrällisellä tutkimuksella

## VIESTINTÄ

- Tavoitteena rakentaa ja ylläpitää mainetta sekä välittää selkeitä organisaation arvoihin perustuvia viestejä
- Kohderyhmänä työntekijät, media, yhteistyökumppanit ja kaikki markkinoinnin kohderyhmät
- Mitattavissa laadullisella tutkimuksella

# MILLAISTA ON HYVÄ MARKKINOINTI JA VIESTINTÄ?

- Omien tavoitteiden määrittäminen
- Kohderyhmän tunteminen
  - Oikean kanavan löytäminen
    - Useampi kanava tavoittaa useampia kohderyhmiä
- Mahdollisimman selkeästi ymmärrettävä viesti tavoittaa
  - Ei turhan monimutkaisia lauserakenteita ja sanoja
- Kohdennus
  - Laitetaanko viesti vain seuran jäsenille vai kaikille? Jne...
    - Kaikkien ei tarvitse vastaanottaa kaikkea
- Vuorovaikutus
  - Kommentteihin vastaaminen, arvonnat, somejaot

# MILLAISTA ON HYVÄ MARKKINOINTI JA VIESTINTÄ?

- Hyödyllinen sisältö
  - Miten solmia luistimet, mitä mukaan ensimmäisellä kerralla luistelukouluun, mihin kannattaa kiinnittää huomiota illan kilpailussa, mistä halliin pääsee sisään? Jne.
- Tarinallisuus
  - Miten vangita katsojan huomio?
    - **Persoonat (TÄGÄÄ LUISTELIJAT)**, kauden tavoitteet ja niiden toteutuminen, kausi = tarina
- Yleisön edun ajaminen pelkän oman edun sijaan
- Tulosten seuranta
  - Mikä toimii kyseisellä kohderyhmällä ja mikä taas ei?

# MARKKINOINTI- JA VIESTINTÄKANAVAT

- Meta (Meta Business Suite)
  - Erittäin laajat kohderyhmät
    - Facebook
      - Aikuiset
    - Instagram
      - Nuoret, nuoret aikuiset, aikuiset
- TikTok
  - Nuoret/nuoret aikuiset
- LinkedIn
  - Työntekijöiden rekrytointi, kumppanit, verkostoituminen, kriisiviestintä
- Verkkosivut
  - Selkeys
  - Käyttäjäystävällisyys
  - Seuran brändiä korostava
- Ilmoitustaulut
  - Joskus rajoitteita maksullisen toiminnan mainostamiseen liittyen (ilmaiset kokeilukerrat vaihtoehto?)
- Paikallismediat
  - Olemassa olevien kontaktien hyödyntäminen, omatoiminen lähestyminen
- **Puskaradio**

# HARRASTAJAREKRYTOINTI

- Tapahtumien nosteen hyödyntäminen (some ja muu toiminta)
  - Haluatko sinäkin maailmanmestariksi? – Tule luistelukouluumme
- Ilmaiset kokeilukerrat
  - Matalan kynnyksen tapa ihastua lajiin, voisiko näitä järjestää talvisin myös esim. koulun pihassa?
- Lajin tuominen uuteen ympäristöön
  - Voiko temppuja tehdä jäähallin ulkopuolella, ulkojäällä tai jopa maalla?
- Laji- ja seurarajojen rikkominen
  - Yhteistyö toisen paikallisen urheiluseuran kanssa
    - Tapahtumat, kokeilukerrat useamman lajin kesken
- Turvallinen, monipuolinen ja salliva harjoitteluympäristö
  - Kaikenlaisten luistelijoiden esille tuominen esim. verkkosivuilla ja somessa
  - Lajin ennakoasetelmaa "tyttöjen lajina" tulee pyrkiä murtamaan
  - Sukupuolten moninaisuus
    - Vaikka lajin kilpailusäännöt eivät tätä aina tue, harjoitteluympäristö voi sitä aina tukea

# TAPAHTUMAMARKKINOINTI

- **Markkinointisuunnitelma**

- Markkinointitoimenpiteiden suunnittelemisen tärkeiden ajankohtien ympärille
  - Esim. lipunmyyntien aloitus, toiset "sarjan" tapahtumat
- Lippuarvonnat – näkyvyyttä tapahtumalle
- Urheilijoiden näkyvyyden hyödyntäminen
  - Sekä kasvattaminen
- Lajin visuaalisuuden hyödyntäminen digimarkkinoinnissa
- Tapahtumajännityksen luominen
  - Asetelmat ennen tapahtumaa, edellisen tapahtuman postausten nostaminen ja huomion siirtäminen omaan tapahtumaan
  - Voiko joku luistelija esim. tehdä videosarjan, jossa seurataan tapahtumaan valmistautumista hänen näkökulmastaan?
- Toisten lajien esiintyjät tapahtumaan
  - Parhaimmassa tapauksessa lajin ulkopuoliset löytävät tiensä näin katsomoon
- **Miksi katsoja haluaisi tuhllata vapaapäivänsä ja rahansa tapahtumaan?**



# TIEDOTTAMISEN PERIAATTEITA

- On tärkeää, että jokaiselta seuralta löytyy viestintä- ja kriisiviestintäsuunnitelma
  - Tähän nivoutuu myös sosiaalisen median pelisäännöt (positiivinen yhteisö, urheiluhenki jne.)
    - Taitoluisteluliitolta löytyy kriisiviestintään ja somen pelisääntöihin malli
- Hallituksesta viestintävastaava
  - Mistä kaikesta on mahdollista resurssien puitteissa tiedottaa? Pitääkö yhden ihmisen vastata kaikesta yksin, vai voiko vastuun jakaa esimerkiksi tietyn "tiedottajaringin" kesken, jota hallinnoi viestintävastaava?
- Avoimuus ja läpinäkyvyys sisäisessä toiminnassa
  - Esimerkiksi seurateamsit kokoavat liittohallituksen päätökset jäsenseuroille.
    - Uutiskirje jäsenistölle?
- Tärkeää ylläpitää jäsenrekisterissä tietoa siitä, onko luistelijalla kuvauslupa kunnossa
  - Ja toimia lupien puutteissa
- Suosittelemme, että etenkin alaikäisten lasten sukunimet jätetään joukkue-esittelyissä pois verkkosivuilta
  - Kuvassa esiintyvien ja nimien yhdistäminen myös tarpeetonta.

# TIEDOTTAMISEN PERIAATTEITA

- Missä tiedotteita julkaistaan / kenelle ne on suunnattu?
  - Verkkosivut, sähköpostin postituslista, somejako?
- Tiedotteissa henkilön nimi **boldataan**, kun se mainitaan ensimmäisen kerran
- Jos tiedotteeseen halutaan sitaatti, on syytä pohtia kenen sitaatti
  - Valmentaja vai luistelija?
- Tiedotteiden sävy = seuran arvojen mukainen
- Tiedotussuunnitelma
  - Tapahtumakalenteri, vastuujako
- Seuran somet ja muut digikanavat ovat loistavia paikkoja tuoda myös seuratoimijoita/vapaaehtoisia esille.

# MITEN PÄRJÄTÄ PIENILLÄ RESURSSILLA?

#SKATINGFINLAND

- Omien resurssien tunnistaminen ja valjastaminen
  - Raha ≠ resurssit
- Voiko talkootyön herättämiseksi luoda porkkanan?
- Tärkeää tunnistaa olemassa oleva osaaminen
  - Luistelijoiden vanhemmat?
- Voivatko luistelijat ottaa koppia myös seuran somesta?
- Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty
- Urheilu on tunnebisnestä ja sitä kannattaa hyödyntää.
- Tekoälyn hyödyntäminen

ILO – KANNUSTUS – TURVALLISUUS – TAVOITTEELLISUUS

# MITEN PÄRJÄTÄ PIENILLÄ RESURSSILLA?

#SKATINGFINLAND

- Seurat ovat Suomen Taitoluisteluliittoa lähempänä joukkueita sekä yksilöitä.
  - Juttuvinkit/Somevinkit liitolle
- Seurat järjestävät tyypillisesti kevätnäytöksiä kauden vaihteessa, joten tapahtumia on hyvä yrittää mainostaa etenkin myös luistelun ulkopuoliselle yleisölle ja houkutella uudet katsojat tätä kautta luistelukouluun. Tapahtumien avulla voi myös kerätä tietoa omasta kohderyhmästään.
- Talkoohengen nostattaminen, "me" -hengen luominen, out of the box -ajattelu
  - Vaikka jollain tavalla olisi aina tehty, niin ei tarvitse aina tehdä

ILO – KANNUSTUS – TURVALLISUUS – TAVOITTEELLISUUS

# MITÄ TAITOLUISTELULIITTO TARJOAA?

## SAATAVILLA:

- Kuvapankki
- Videopankki
- Synchro Tour ja yhteinen someilme
- Kriisiviestintäsuunnitelma (malli)
- Someohje (malli)

## EI VIELÄ SAATAVILLA:

- Miten voisimme auttaa?