

Tapahtumaviestinnän suunnittelupohja

Vastaamalla tämän dokumentin kysymyksiin, puolet tapahtumaviestinnästä on tehty!

Voit listata omat vastauksesi mustalla kirjoitettujen tekstien tilalle.

1. Tapahtuman perustiedot

Lähde liikkeelle listaamalla tapahtuman perustiedot. Käytä samoja perustietoja ja muotoiluja läpi viestinnän.

- Mitä tapahtuu? (tyypillisesti tapahtuman nimi kertoo jo jotain tästä)
- Milloin?
- Missä?
- Kenelle? – tuleeko tekstiin asti?
- Kuka järjestää?

2. Markkinointiviestinnän tavoitteet

- Keitä tapahtumaan tavoitellaan ja kuinka paljon?
- Keitä tavoittelemme viemään viestiämme eteenpäin?
- Mitä viestinnän tavoitteita meillä on tapahtuman aikana – onko niitä?
- Mitä toiveita ja tavoitteita meillä on tapahtuman jälkeen – onko niitä?

3. Kohderyhmät ja heille räätälöidyt viestit

Määrittele, mitä kohderyhmiä tapahtumalla on, esim. nuoret, ikääntyneet, maahanmuuttajat, alakouluikäisten lasten vanhemmat. Ennen kuin mietit viestien sisältöjä, pysähdy kohderyhmien äärelle: miten voit houkutella heitä mukaan? Apukysymyksiä:

- Mikä vastaanottajalle on olennaista? Mitä hän jo tietää, mistä tarvitsee lisätietoa?
- Mitä tarpeita hänellä on? Mikä häntä innostaa ja motivoi?
- Mihin (mahdollisesti arkiseen asiaan) tapahtuma on ratkaisu?
- Mitä houkuttelevaa voimme tarjota osallistujalle?

Muotoile kohderyhmää/iä puhuttelevia viestejä. Mieti eri näkökulmia samaan tapahtumaan, jotka voisivat toimia viestinnän kärkinä. Muista tunneviestintä!

- Kirjaa eri viestikärjet ylös tähän!

Mitä kuvia tai kuvituksia käytät tapahtumaviestinnän tukena? Miten hankit kuvat?

- Kuva 1:
- Kuva 2:

4. Kanavat ja aikataulusuunnitelma

Listaa vähintään pääkanavat, joissa tapahtumasta viestitään. Muista myös muiden tarjoamat kanavat kuten tapahtumakalenterit, paikallislehdet, ilmoitustaulut ja somen puskaradiot.

Luo ainakin someviestintää varten yksinkertainen suunnitelma sisällöistä, joita ajattelet julkaista ja työstä markkinointimateriaalit ja saatetekstit hyvissä ajoin valmiiksi.

Tähän tyyliin:

Päivä	Viestin kärki	Kuva/video	Instagram	Facebook	XX:n tapahtumakalenteri

5. Kuka hoitaa? – muistilistaa tapahtumaviestintään

Alla on check-lista asioista, jotka toimivat muistin tukena, kun suunnittelet tapahtumaviestintää ja mietit työnjakoa. Voit poistaa turhat. Kaikissa tapahtumissa ei tarvita kaikkia kohtia.

Ennen tapahtumaa:

- Viestintäsuunnitelma (tämä käsillä oleva dokumentti)
- Kutsuteksti + mahdollinen tiedote
- Markkinointimateriaalit
 - kuvat
 - tekstit

- videot
- mainokset eri kanaviin
- Työnjako eri kanavien ja tahojen kanssa, esim.
 - sisäinen viestintä
 - sidosryhmäviestintä: yhteistyökumppanit (+ heidän tilinsä)
 - verkkosivut
 - ilmoitustaulut ja infonäytöt
 - somekanavat
 - sähköpostiviestit ja WhatsApp
 - somekanavien yhteisöt (FB puskaradiot)
 - verkon tapahtumakalenterit
 - media, kutsutaanko toimittajia?
- Viestintärekvisiitat tapahtumaan:
 - opasteet
 - liehut ja liput
 - ohjelmatulosteet seinälle
 - jakomateriaalit pöytiin

Tapahtuman aikana

- Tekniikka (videokokous, livestream)
- Viestintärekvisiitan kokoaminen, kiinnitys, esillepano
- Viestintämateriaalit tapahtumasta myöhempään viestintään ja mahdollisesti seuraavan tapahtuman markkinointiin.
 - kuvat ja kuvausluvut
 - videot
 - haastattelut
 - kommentit
 - muistiinpanot puheenvuoroista
 - sähköpostilista kiertämään (jos tarvitaan jatkoviestintään)
- Viestintään liittyvät muistutukset osallistujille (esim. seuraa meitä somessa)

Tapahtuman jälkeen

- Fiilis- ja sisältöpostaukset
- Kiitos- ja palauteviestien lähetys:
 - Kutsutaan mukaan seuraavaan tapahtumaan
 - Seuraa meitä somessa
- Kuvat arkistoon pidemmälle viestintään (seuraavat tapahtumat)

Vinkki! Yksi tapa jakaa töitä ja rytmittää tekemistä on syöttää yllä olevasta listasta kaikki tarpeellinen viikkotasolla suunnitelmaksi tekstimuotoiselle aikajanelle (tai exceliin). Tähän tyyliin:

VKO 11

- Printtimainoksen tekstit MINNA
- Somepostausten ideointi TIINA

VKO 12

- Printtimainoksen taitto Canvalla MINNA
- Somepostausten kuvien tuottaminen TIINA

VKO 13...