

PONNAHDUSLAUTA TAPAHTUMA-ALALLE 1.3. – 30.12.2023

Viestintäsuunnitelma

Viestinnän sisältö / pääviesti

Hanke tarjoaa 18-29-vuotiaille nuorille tavan päästä tutustumaan tapahtuma-alaan monipuolisten valmennusten, harjoittelun sekä oman tapahtuman suunnittelun kautta, sekä uravalmennuksen avulla selkeämmän polun tapahtuma-alan työn tai opiskelujen pariin.

Slogan & hissipuhe

Tapahtuma-alalla tarvitaan sinua!

Ponnahduslauta tapahtuma-alalle -valmennuksella tuetaan omaa polkuaan etsiviä nuoria löytämään itselleen ura tapahtuma-alalla tai laajemmin kulttuuri- ja taidealoilla. Tällä tavoin ratkeaa myös tapahtuma-alaa koskettava tarve löytää alalle uutta työvoimaa! Monipuolinen tapahtuma-alaa esittelevä valmennus on suunnattu 18-29-vuotiaille varsinaissuomalaisille nuorille. Valmennuksella pyritään mahdollistamaan osallistujille työpaikka tapahtuma-alalla tai selkeämpi polku opintojen pariin.

Viestinnän tavoitteet

- Saada hanke yleisön tietoon ja saada osallistujia hankkeeseen
- Tiedottaa hankkeesta, sen toimenpiteistä ja tuloksista yleisölle (esim. osallistujat, rahoittaja, Humak ja Humakin verkostot)
- Pitää kaikki hankkeeseen osallistuvat tahot sekä osallistujat ajan tasalla hankkeen vaiheista ja toimenpiteistä

Viestinnän kohderyhmät

- Humak ja Humakin verkostot
- Yhteistyökumppanit
- Osallistujat
- Rahoittaja
- Välillinen kohderyhmä: Varsinais-Suomen kulttuuri- ja tapahtuma-alan yritykset + ostopalveluyritykset
- Välillinen kohderyhmä: yritysten se osa henkilökunnasta, jotka eivät osallistu hankkeeseen, mutta joiden osaaminen kehittyy hankkeeseen osallistuvien myötävaikutuksella (jotka työllistyvät hankkeen toimesta tms.)
- Suurempi yleisö

Välillisiä kohderyhmiä ovat mikro- ja pk-yritysten asiakkaat, joiden asiakaspalvelu laajenee ja monipuolistuu. Välillisiä hyödyn saajina ovat myös muut sidosryhmät esim. tavarantoimittajat ja palveluiden toimittajat. Välillisinä kohderyhminä ovat myös yritysten se osa henkilökunnasta, jotka eivät osallistu hankkeeseen, mutta joiden osaaminen kehittyy hankkeeseen osallistuvien myötävaikutuksella.

Sisäisen viestinnän kohderyhmiä ovat hankkeessa mukana olevat toimijat. Työkaluina tässä ovat Teams, sähköposti, tekstiviestit ja puhelut, sekä jatkossa myös fyysiset tapaamiset.

Viestintäkanavat (sisäinen ja ulkoinen viestintä) (ja toimenpiteet)

- Humakin viestintäkanavat & nettisivut
 - Hankkeesta tiedottaminen, uusien hakijoiden tavoittaminen ja infoaminen
 - Melko virallinen
- Sosiaalinen media (Facebook, Instagram, TikTok, Google) – Humakin somekanavien alla
 - Markkinointivideo hakijoiden tavoittamiseksi
 - Melko vapaamuotoinen
- Hankkeen omat nettisivut: ponnahduslauta.humak.fi
 - Sisäinen viestintä: yleiset tiedot, aikataulut, materiaalit
 - Ulkoinen viestintä: hankkeen yleisesittely, blogitekstit
 - Virallinen kanava
- Tiedotteet / uutiskirjeet
 - Te-palvelut, kuntakokeilu, pajatoiminta ym. työllisyyspalveluille
 - Virallinen
- Blogitekstit / julkaisut
 - Hankkeesta tiedottaminen yleisölle sekä erityisesti Humakin verkostoille
 - Noin kerran kuussa julkaistava teksti, jokaiselle hanketyöntekijälle (Eveliina, Tiina, Benny) noin 3-4 julkaisua kullekin kokonaisuudessaan hankkeen aikana
- Julisteet, flyerit
 - Uusien hakijoiden tavoittaminen
 - Hankkeesta tiedottaminen
 - Fyysiset opasteet valmennuspaikoille
- Yhteistyökumppaneiden kanavat ja verkostot
 - Mahdollisuuksien mukaan yhteistyökumppanit voivat käyttää kanaviaan ja verkostojaan markkinoinnissa ja tiedottamisessa
- Lyyti
 - Hakulomake
 - Haastatteluun ilmoittautuminen
 - Kanava hakijoille
 - Virallinen kanava
- Sähköposti
 - Sisäinen viestintä hanketyöryhmän ja Humakin asiantuntijoiden kanssa
 - Viestintä osallistujien kanssa hankkeen alkuvaiheessa (virallisempi kanava)
 - Ulkoinen viestintä yhteistyökumppaneille, valmennusten puhujille, ostopalveluihin
 - Virallisempi kanava
- Microsoft Teams
 - Sisäinen viestintä hanketyöryhmän kesken
 - Sisäinen viestintä Humakin asiantuntijoiden kanssa
 - Melko vapaamuotoinen, nopea reagointi
- WhatsApp
 - Nopea ja matalan kynnyksen viestintä osallistujien kanssa
 - Vapaamuotoinen
- Tekstiviestit
 - Yhteistyökumppaneiden tavoittaminen

- Ostopalveluiden yhteyshenkilöiden tavoittaminen
- Nopean reagoinnin kanava
- Vapaamuotoinen
- Puhelut
 - Erittäin nopean reagoinnin kanava
 - Vapaamuotoinen
 - Hankehenkilöstö, yhteistyökumppanit, ostopalvelut, osallistujat

Aikataulut, vastuuhenkilöt ja kustannukset / budjetti

- Viestintä alkaa kunnolla maaliskuussa, samalla kun projektipäällikkö aloittaa työnsä ja jatkuu läpi hankkeen, aina joulukuun loppuun saakka
- Päävastuu viestinnästä on projektipäälliköllä, mutta viestinnässä avustavat Humakin asiantuntijat ja yhteistyökumppaneiden kanavia saatetaan hyödyntää viestinnässä myös. Kun projektipäällikön työsuhde on päättynyt, viestintä on muun hankehenkilöstön vastuulla.
- Markkinointibudjetti on 3 500€. Summa jakautuu monen eri markkinointikanavan ja kohteen välillä, mutta pääasiallisesti se käytetään somemarkkinointiin hankkeen alussa, sekä materiaalien painokuluihin (julisteet, flyerit, paidat, lippalakit).

Yhteistyökumppaneiden viestintä

- Yhteistyökumppanit voivat halutessaan viestiä kanavissaan hankkeesta
- Projektipäällikkö rohkaisee hankkeesta tiedottamiseen ja jakaa materiaalia, jota yhteistyökumppanit voivat jakaa kanavissaan

Viestinnän seuranta ja tulosten arviointi

- Somemarkkinointia seurataan statistiikalla
- Osallistujilta kysytään, mistä he kuulivat hankkeesta
- Osallistujilta kysytään, kokevatko he viestintäkanavat toimiviksi