Vinkkejä kylätapahtumien markkinointiin

Saatteeksi

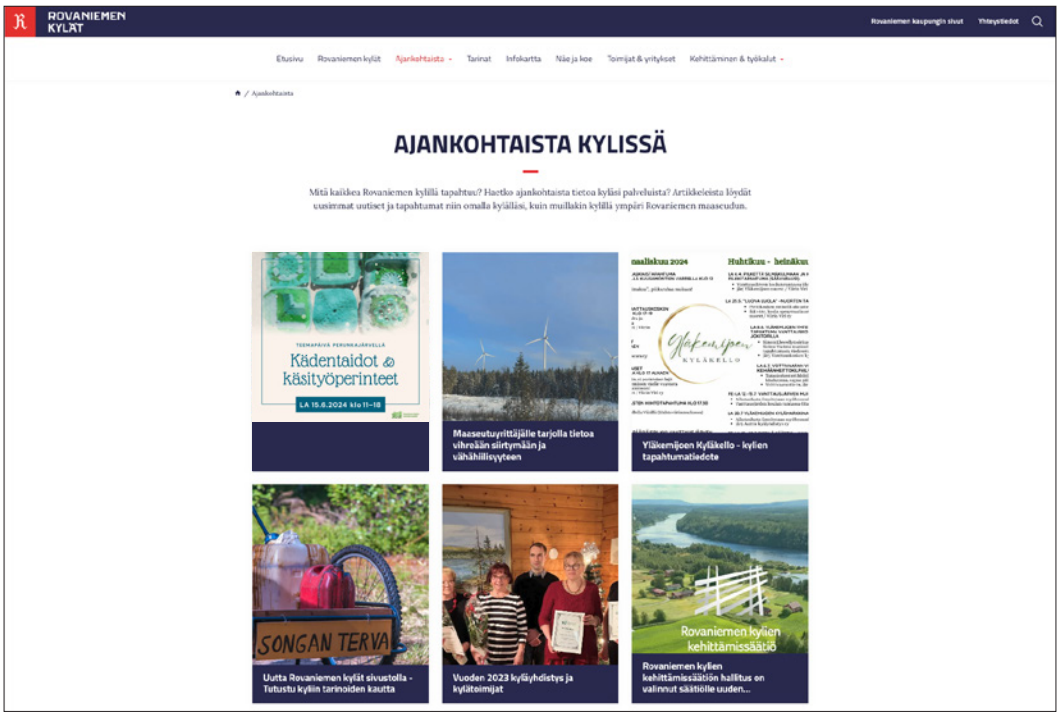
Tähän ohjeistukseen on koottu vinkkejä, miten kylätapahtumalle saisi entistä enemmän näkyvyyttä. Vinkkien ajatuksena on, että kuka tahansa pystyy matalalla kynnyksellä tekemään markkinointia oman kylän tapahtumalle ottamalla haltuun muutamat perusjutut.

Poimikaa vinkeistä teille sopivimmat ja kokeilkaa rohkeasti viestinnän eri keinoja tai kanavia tapahtuman markkinointiin. Testaamalla selviää, mikä tapa on juuri teille se paras ja toimivin.

VISUAALINEN ILME

Yhtenäinen ilme & viestintä jää mieleen

Tapahtuman markkinoinnissa kannattaa hyödyntää yhden-näköisyyttä. Visuaaliset elementit jäävät helpommin mieleen, joten tapahtumalle kannattaa aina valita jokin kuva, väri tai muoto mistä sen tunnistaa.



Missä kylätapahtumaa voisi mainostaa?

Mieti, ketkä voisivat olla kiinnostuneita tapahtumasta ja missä heidät voi tavoittaa? Halutaanko paikalle pelkästään oman kylän tai lähipitäjien väkeä vai toivotaanko osallistujia (tai näkyvyyttä tapahtumalle) isommalta alueelta?

1. **TAPAHTUMAKALENTERI**
   rovaniemenkylat.fi & tapahtumat.rovaniemi.fi
   Verkkosivujen tapahtumakalenteria kannattaa hyödyntää tapahtumissa, joihin toivotaan osallistujia myös oman kylän ulkopuolelta. Rovaniemen tapahtumakalenteri näkyy Kaleva Median kanavissa, joka kattaa laajasti koko pohjoisen kylät ja kaupungit. Tapahtumien luomiseen ja tapahtumakalenterin käyttöön löytyy omat erilliset ohjeet.

2. **SOSIAALINEN MEDIA**
   Facebook, Instagram sekä Whatsapp-ryhmät ovat hyviä kanavia tapahtuman mainostamiseen ja ihmisten tavoittamiseen. Tapahtumasta kannattaa kertoa oman kylän Facebook-ryhmän lisäksi esimerkiksi myös teemaan sopivissa ryhmissä. Muista mainita aina selkeästi tapahtuman paikka *esim. Perunkajärvi (Rovaniemi)*, mikäli mainostat muissa kuin paikallisissa ryhmissä. Näin kiinnostuneet osallistujat hahmottavat heti missä päin karttaa tapahtuma sijaitsee.

3. **PAIKALLISET & LÄHIALUEEN LEHDET (menovinkit)**
   Lehdet julkaisevat maksutta alueen menovinkkejä, joten jos tapahtumalle haluaa enemmän näkyvyyttä, lehden toimitukseen kannattaa laittaa vinkki tulevasta tapahtumasta.

   Uusi-Rovaniemi: ur.toimitus@uusirovaniemi.fi

4. **ILMOITUSTAULUT**
   Hyödynnä ilmoitustaulut ja muut yleiset paikat, mihin on mahdollista jättää A4- tai A3-kokoinen mainos tapahtumasta.

5. **YSTÄVÄT, TUTTAVAT, NAAPURIT, HARRASTUSKAVERIT, SUKULAISET...**
   Eteenpäin kerrottu tieto, suosittelu sekä vinkit ovat yksi tehokkaimpia mainostuksen keinoja. Muista siis hyödyntää oma verkostosi ja kertoa tulevasta tapahtumasta mahdollisimman monelle.

Miten kylätapahtumaa voi mainostaa?

Mitä enemmän tapahtuma saa näkyvyyttä, sitä todennäköisemmin tapahtuma muistetaan ja se herättää kiinnostusta.

Lisäksi ihmisillä on varsin lyhyt muisti, joten tapahtumaa kannattaa...

1. **ENNAKKOMARKKINOIDA** hyvissä ajoin etukäteen

   Miten: Jaa tietoa Facebook-ryhmissä, sähköpostilla tai tulostettujen mainosten avulla.

   Tavoite: Herättää kiinnostusta & kertoa mitä luvassa.

2. **MUISTUTTAA** lähempänä tapahtuma-ajankohtaa

   Miten: Hyödynnä samat kanavat kuin ennakkomarkkinoinnissa. Facebook ei toimi täysin kronologisesti tai ajallisesti loogisesti, joten se saattaa näyttää postauksia joillekin vasta 1-2 päivän viiveellä. Tämä on hyvä huomioida, kun miettii ajankohtaa milloin postaus kannattaisi tehdä.

   Tavoite: Varmistaa, että mainoksen aiemmin nähneille tapahtuma muistuu uudelleen mieleen.

3. **KERTOA TAPAHTUMASTA** myös tapahtumapäivänä / tapahtuman aikana.

   Miten: Tässä viestinnässä Instagram, Facebook sekä Whatsapp ovat hyviä.

   Tavoite: Saada osallistumista empimään jääneet & ekstemporee-tekemistä kaipaavat innostumaan ja tulemaan paikanpäälle.

4. **JÄLKIMARKKINOIDA** tapahtuman jälkeen

   Miten: Jaa kuvia ja tunnelmia Facebookissa tai Instagramissa

   Tavoite: Huomioidaan & kiitetään mukana olleita sekä välitetään tapahtumatunnelmia myös heille, jotka eivät päässeet paikalle. Kokemuksia ja tunnelmia jakamalla voi jäädä helpommin mieleen ja lisätä sitä kautta kiinnostusta seuraaviin tapahtumiin.

Vinkkejä valokuvien valintaan & käyttöön

Kuvien avulla pystyy välittämään tunnelmia, myymään tuotteita ja herättämään mielenkiintoa. Usein selkeä ja yhtä asiaa kuvaava valokuva on viestinnällisesti toimivampi kuin paljon informaatiota sisältävä yleiskuva. Kuvia kannattaa käyttää monipuolisesti mutta määrällisesti maltilla.

Ohessa vinkkejä kylätapahtumien markkinoinnissa käytettävien valokuvien valintaan.

MARKKINOINNISSA KÄYTETTÄVÄT KUVAT

Markkinoinnissa käytettävien kuvien ensisijainen tarkoitus on kiinnittää katsojan huomio. Suosi kuvia, joista pystyy nopeasti hahmottamaan mitä kuvassa on. Mainoksissa toimii hyvin mm. selkeät lähikuvat, abstraktit pinnat sekä sävymaailmaltaan harmoniset laajemman ns. yleiskuvat.

Huomiota herättävät kuvat toimivat erityisesti ennakkomarkkinoinnissa.

TUNNELMASTA VIESTIVÄT KUVAT

Tapahtuman viestinnässä on hyvä käyttää tunnelmaa välittäviä yleiskuvia sekä erilaisia toimintoja kuvaavia lähemmäs rajattuja lähikuvia. Näitä yhdistelemällä saadaan luotua mielenkiintoinen kokonaisuus.

Hyödynnä tunnelmakuvia erityisesti tapahtuman aikana sekä tapahtuman jälkeen tehtävässä viestinnässä.

MUISTA MYÖS NÄMÄ!

KUVIEN JULKAISU

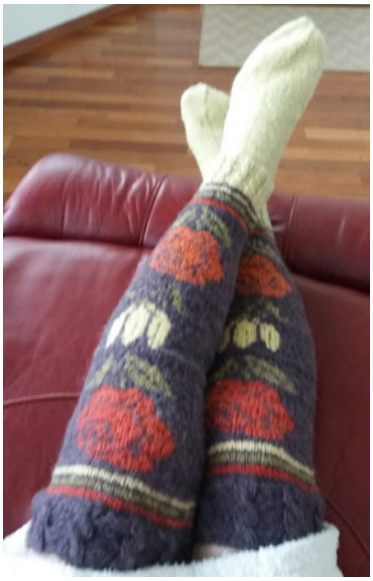
Julkisissa tapahtumissa on luvallista kuvata ilman erillistä lupaa. Hyvä käytäntö on kuitenkin varmistaa kuvissa näkyviltä / tunnistettavilta henkilöiltä lupa kuvan julkaisemiseen esimerkiksi Facebookissa.

TEKIJÄNOIKEUDET

Kuvan ottaneella henkilöllä on aina tekijänoikeus kuvaan. Muista mainita valokuvien yhteydessä kuvaajan nimi. Pyydäthän aina kuvaajalta luvan kuvien käyttöön.

ESIMERKKEJÄ

Tapahtuman markkinointiin soveltuvat kuvat



Kuvat: Perunkajärven kyläyhdistys. Kuvien käyttö tai kopioiminen ilman lupaa kielletty.

ESIMERKKEJÄ

Teemasta, toiminnasta & tunnelmasta viestivät kuvat

Kuvat: Perunkajärven kyläyhdistys. Kuvien käyttö tai kopioiminen ilman lupaa kielletty.

ESIMERKKI

Mielenkiintoinen ja tarinallinen kuvakokonaisuus

Kuvat: Perunkajärven kyläyhdistys. Kuvien käyttö tai kopioiminen ilman lupaa kielletty.

ESIMERKKI

Kiinnitä katsojan huomio

Paljon informaatiota sisältävän yleiskuvan sijaan on viestinnällisesti tehokkaampaa kiinnittää huomio yhteen asiaan kerrallaan. Yleiskuvasta hahmottaa valikoiman. Lähikuvat esittelevät myytäviä tuotteita. Kuvan rajaus vaikuttaa kuvalla välitettävään viestiin, joten mieti mihin haluat kiinnittää katsojan huomion.

YLEISKUVA

LÄHIKUVA

LÄHIKUVA

LÄHIKUVA

Kuvat: Perunkajärven kyläyhdistys. Kuvien käyttö tai kopioiminen ilman lupaa kielletty.

Iloa ja inspiroivia hetkiä kylätapahtumien kehittämisen ja markkinoinnin parissa!

Rovaniemen kylien kehittämissäätiö
LEADER Peräpohjola
Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahasto: Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Toteutettu osana Osaavat ja osallistavat RoiKylät -hanketta
yhteistyössä Kokoamo Oy:n ja Moniko Oy:n kanssa.

2024