

Viestintäsuunnitelma 2016

1. Viestinnän tavoitteet

Suomen Sulkapalloliiton viestinnän tavoitteet on johdettu strategiasta. Kasvustrategiaa 2012-2016 tukee onnistunut viestintä ja viestinnällä on sen toteutuksessa erittäin suuri merkitys. Sulkapallon näkyvyyden lisääntymistä haetaan sekä mediassa että kisapaikoilla. Lajin tunnettuuden kasvaessa on mahdollista lisätä kilpa- ja harrastajapelaajien määrää. Tämä vaatii myös toiminnan laadun jatkuvaa kehittämistä. Harrastajille suunnattua viestintää tullaan lisäämään ja siihen tullaan panostamaan entisestään.

Vuorovaikutteinen viestintä

Viestinnän kannalta yksi tärkeä tavoite on vuorovaikutteinen viestintä seurojen ja muiden toimijoiden sekä liiton välillä. Seurojen viestintävastaaviin tullaan olemaan vuonna 2016, vuoden 2015 tavoin, tiiviimmässä yhteydessä. Näkyvyyden lisääntyminen mahdollistuu, jos sulkapallotoimijat yhdessä viestivät yhteisistä asioista. Liitto, seurat, hallit ja välinemaahantuoja kertovat omilla viestintävälineillään yhteisistä asioista ja tapahtumista. Kahdensuuntainen viestintä palvelee jäseniä ja asiakkaita. Viestinnän tärkeitä kumppaneita ovat myös huippupelaajat, jotka luovat lajista kiinnostuneille uutta sisältöä. Heidän viestinnässä aktivointi on tärkeää ja se onnistuu sopimalla ja luomalla uusia toimintamalleja.

Kotisivut ja sosiaalinen media

Liiton www-sivujen merkitys uutisoinnissa ja ajankohtaisten asioiden julkaisemisessa on yhä suuri. Sulkapalloliiton sivut (www.sulkapallo.fi, rio.sulkapallo.fi, 365.sulkapallo.fi, sm.sulkapallo.fi, finnishopen.sulkapallo.fi) uusittiin täysin niin ulkonäköllisesti kuin rakenteellisestikin ja ne julkaistiin uudelle julkaisujärjestelmälustalle vuoden 2015 lopussa. Sivustot tehtiin muun muassa suosiotaan jatkuvasti lisääville erilaisille mobiililaitteille sopivammaksi ja ulkonäkö modernimmaksi. Sivujen tavoitteena on huomioida harrastajat paremmin, jolloin heidän on helpompaa löytää lajin pariin ja siitä seurojen jäseniksi. Uudistuksella haluttiin myös palvella paremmin lajin aktiiveja kuten kilpa- ja huippupelaajia sekä seurajäseniä.

Tärkeäksi koettu vuorovaikutus liiton ja jäsenten välillä, kuten tykkäily ja kommentointi, on mahdollista sosiaalisessa mediassa kuten Facebookissa, Twitterissä ja Instagramissa. Sähköisen median hyväksikäyttö antaa mahdollisuuksia kustannustehokkaaseen laajaan näkyvyyteen niin uutisoinnissa kuin toimituksellisen materiaalin levityksessä. Julkaisujärjestelmän tulee olla sellainen, jossa liiton julkaiseman ja jakaman materiaalin lukeminen ja kommentointi on helppoa, mobiilipäätelaitteesta riippumatta. Sosiaalinen media mahdollistaa myös toisinpäin uutisoinnin eli esimerkiksi seurojen uutiset liitto voi jakaa omalla sivullaan.

Näkyvyyden kasvatus

Tavoitteena on lisätä sulkapallon näkyvyyttä ulkopuolisissa medioissa kuten sanoma-, iltapäivä- sekä muissa lehdissä, urheilu- sekä muissa ohjelmissa televisiossa ja radiossa. Medianäkyvyydellä pyritään edistämään seuroihin kuulumattomien sulkapalloilijoiden tuloa järjestyneen sulkapallon pariin sekä saada laji näkyvämmäksi.

Harrastajia ei ulkoisteta

Kansallisen liikuntatutkimuksen (2010) mukaan Suomessa on yli 173 000 sulkapallon harrastajaa. Yksi viestinnän tehtävistä on myös toteuttaa harrastajaverkoston kasvattamista, yhdessä muiden toimien kanssa. Tätä kautta liitto pystyy aktivoimaan harrastajia seurojen jäseniksi, tarjota lisäarvoa harrastukseen ja euroja lajin kehittämiseen. Harrastajaverkoston kasvattamiseen tullaan mahdollisesti perustamaan

palvelu ”Sulkishubi”, josta tulee muun muassa sulkapallon harrastajien yksi kanavista. Ennen palvelun perustamista avattiin vuoden 2015 syksyllä Sulkishubin –aloitussivu, jossa kerätään mahdollisista käyttäjistä rekisteriä ja tiedustellaan toiveita palvelulta. Sulkishubin perustaminen yhdessä kotisivupohjan muutoksen kanssa on myös osa harrastajien parempaa palvelua ja tavoittamista viestinnällisesti. Harrastajien saattamista lajin pariin pyritään myös edistämään liiton kerran vuodessa syksyisin (kauden alussa) julkaisemalla Sulkapallolehdellä, jonka kohderyhmänä ovat harrastajat.

Viestintäsuunnittelulla pitää aina olla tavoitteet, jotta voidaan arvioida miten viestintä on onnistunut. Sulkapalloliiton viestinnän tavoitteille luotiin konkreettiset mittarit, joilla muun muassa viestintäsuunnitelman toteutumista seurataan. Tärkeää on myös niiden mahdollinen mitattavuus.

Tavoitteet vuodelle 2016

- Vuonna 2016 jäsenseurojen jäsenmäärä on 7.500
- Vuoden 2016 loppuun seurojen, joissa on viestintävastaava, määrä on kasvanut 40 % (38:aan) (verrattuna 10/2014: 27)
- Sulkapalloliiton oman median käyttösuosio kasvaa. Facebook-sivun tykkääjien 1.239 (10/2014) ja Twitter-seuraajien 311 (10/2014) määrä nousee 60 % (verrattuna 10/2014) sekä kotisivujen kävijämäärät kasvavat 50 % (verrattuna 12.244/kk uniikkia vierailijaa k.a. 1-9/2014)
- Harrastajat halutaan sitouttaa. Sulkishubissa rekisteröityneiden määrä on vuoden 2016 loppuun mennessä 5000 käyttäjää
- Katsojamäärä liiton huippukisoissa kasvaa 30 % 2016 (1.457:ään) (verrattuna vuoteen 2014: 1.121)

2. Nykytilan kartoitus

Nykytilan kartoitusta varten syksyllä 2014 teetettiin seuroille tyytyväisyyskysely, joka pohjautuu vuoden 2011 kyselyyn. Kyselyllä pystyimme analysoimaan nykytilanteen liiton viestinnästä seuroja ajatellen. Kysely lähetettiin 119 jäsenseuralle ja vastauksia saatiin yhteensä 55 seurasta. Vastausmäärä tyydytti ja kyselyn avulla saimme hyödyllistä tietoa yhdeltä tärkeimmältä sidosryhmältämme eli seuraihmisiltä. Vuonna 2016 toteutetaan uusi kysely.

Vuoden 2014 kyselyn tuloksia

Kyselyyn vastanneista 55 seurasta yli puolella on aktiivinen viestijä tai viestijöitä, mutta kuitenkin reilusti alle puolella vastanneista seuroista viestitään aktiivisesti sosiaalisessa mediassa.

Suurimman osan mielestä Sulkapalloliiton tulisi panostaa tulevaisuudessa viestintään kohtalaisesti tai paljon. Asteikolla 1-5, jossa 1 = ei lainkaan panostusta, 5 = erittäin suuri panostus, suurin osa seuroista vastasi numeron 3 tai 4.

Suurin osa vastanneiden keskuudessa oli sitä mieltä, että Sulkapalloliitto on onnistunut viestinnässä asteikolla 1-5, jossa 1 = huonosti, 5 = erittäin hyvin, hyvin eli eniten tuli vastauksia kohtiin 3 ja 4. Viestintään tullaan yhä jatkossa panostamaan.

Mittarit ja seuranta

Nykytilaa kartoittaa myös yllä mainituissa mittareissa luetellut jäsen-, viestintävastaavien-, www-sivujen kävijä- sekä Facebook tykkääjien- että Twitter seuraajien määrät.

Koska Sulkapalloliitolla ei ole ostettua medianseurantapalvelua on ulkopuolisen median seuraaminen tarkasti ja kiistatta haasteellista. Sulkapallosta on kuitenkin menneenä vuonna kirjoitettu juttuja lehtiin

(mm. Helsingin Sanomat, Huvudstadbladet, Ilta-Sanomat ja Iltalehti sekä muihin pienempiin ja paikallisiin lehtiin, niin painettuihin kuin verkossakin). Laji näkyi myös ruotsinkielisissä urheiluohjelmissa (YLE) sekä muutamissa suomenkielisissä (MTV). Myös pelaajia (Ville Lång) nähtiin mukana myös muissa ajankohtaisohjelmissa. Internetissä toimivia uutiskanavia kuten sportti-sivusto julkaisi useita liiton tiedotteita.

Viestinnän tärkeyden ja merkityksen ymmärtäminen sekä liitossa, että sen sidosryhmissä kasvaa jatkuvasti, mutta sen saaminen tarvittavalle tasolle on vielä kesken. Varsinkin vuorovaikutteisen sekä kaksisuuntaisen viestimisen merkitys ei ole tavoittanut täysin kaikkia sidosryhmiä, mutta sen kanssa työskennellään jatkuvasti.

3. Viestinnän seuranta ja vastuuhenkilöt

Viestinnän onnistumista tarkkaillaan muun muassa mittareiden seuraamisella. Vuoden 2016 tavoitteet ovat johdettu strategian mittareista, jolloin vuoden 2016 viestinnän onnistumista seurataan tavoitteiden toteutumisella. Ulkopuolista medianseurantapalvelua ei ole ostettu.

Liittymen mittariin ”oman median käyttösuosio kasvaa” ja siinä erityisesti kotisivujen kävijämäärän seuraaminen, haluamme seurata myös kävijöiden toimia. Vuoden 2014 lopussa luotiin pohja kotisivujen käyttäjien liikkumisen seuraamiselle ja käyttöön kotisivuilla otettiin Google Analytics-mittaustyökalu.

Aiempi kotisivupohja ei kuitenkaan tukenut käyttäjien seuraamista, eikä lopullinen tieto ollut täysin luotettavaa. Uusien kotisivujen myötä seuraaminen helpottui ja takaa tarkemman seurannan sivuilla tapahtuvalle toiminnalle. Vuonna 2016 aikana kerättyä materiaalia sekä kotisivuille luotuja tavoitteita voidaan käyttää tulevaisuudessa mittarointiin

Kotisivuille määriteltiin tavoitteet, jotka ovat:

Tavoite 1. Lisätä lajin harrastamista Suomessa/Saavutetaan potentiaaliset lajin harrastajat

Tavoite 2. Tukea seurojen jäsenhankintaa

Viestinnän toteutumisesta raportoidaan vuosittain tehtävästä vuosikertomuksessa sekä toiminta- ja viestintäsuunnitelmassa. Vastuuhenkilönä toimii viestintävastaava Sara Anttila sekä toiminnanjohtaja Mika Heinonen. Kukin toimialavastaava vastaa oman osa-alueensa viestinnästä, jota viestintävastaava tukee.

Myös sulkapallon näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa tarkkaillaan seuraamalla mm. sulkapallo hashtagien eli tunnisteiden käyttöä (#sulkapallo). Myös sen käyttöä pyritään lisäämään innostamalla ja saamaan ihmisiä yhä enemmän jakamaan sulkapallo aiheisia kuviaan sosiaalisessa mediassa. Tavoitteena on, että vuoden 2016 lopussa sulkapallo aihetunnisteella merkittyjä julkaisuja löytyy 10 000.

4. Kohderyhmät

Sulkapalloliiton viestinnän kohderyhminä ovat kaiken ikäiset lajin aloittajat, harrastajat sekä kilpa- ja huippupelaajat sekä vielä lajin ulkopuolella olevat. Kaikki kohderyhmät halutaan huomioida viestinnässä, mutta lajin pariin halutut, niin kutsutut ulkopuoliset harrastajat nousevat yhdeksi tärkeimmäksi viestinnällisestä näkökulmasta. Harrastajille suunnattua viestintää tullaan vuoden aikana kehittämään ja lisäämään. Kehityksen ja lisäämisen myötä muut kohderyhmät eivät jää kuitenkaan pienemmälle huomiolle.

Harrastajat ja ulkopuoliset

Viestintää tullaan suuntaamaan erityisesti lajia kevyesti harrastaville, seuroihin kuulumattomille tuomalla lajin ei-kilpailullinen puoli voimakkaasti esiin siellä missä harrastajat ovat. Lajin ulkopuolella oleville ihmisille

sekä harrastajille suunnatulla viestinnällä pyritään madaltamaan kynnystä lajin aloittamisen lisäksi seuraan liittymiselle. Heille halutaan tuoda selkeästi esiin lajin aloittamisen helppous sekä hienous.

Seuroihin liittymisen kannustamisella pyritään tuomaan seuraan kuulumisen lukuisia etuja ilmi sekä painottamaan sitä, että seuraan liittyminen ei vaadi esimerkiksi kilpailemista, jos harrastaja ei sitä itse tahdo. Myös harrastajille halutaan tarjota helpommin saatavilla olevaa tietoa lajista ja sen tapahtumista. Tämä koskee niin aikuisia kuin lapsiakin.

Seurat ja seurojen jäsenet

Seuraan kuuluville halutaan tuoda myös uutisointi ja informaatio helpommin esille. Kotisivuilla ja sosiaalisessa mediassa uutisoimisen ja tiedottamisen lisäksi seuroja lähestytään informatiivisella jäsenpostilla noin kerran kuukaudessa. Tärkeistä tapahtumista ja viestinnällisistä asioista lähestytään myös seuroissa viestijöiksi merkittyjä henkilöitä. Seuroja kannustetaan vuorovaikutteiseen viestintään ja heidän julkaisemia sekä lähettämiä uutisiaan jaetaan aktiivisesti liiton toimesta.

Kilpa- ja huippupelaajat

Kilpa- ja huippupelaajille halutaan tuoda heille tärkeä tieto ja uutisointi entistä helpommin esille. Pelaajia kannustetaan entistä vuorovaikutteisempaan viestintään. Pelaajien päivityksiä ja uutisia jaetaan ja julkaistaan aktiivisesti liiton toimesta. Tämä koskee niin junioreita, aikuis- kuin senioripelaajia.

5. Tuotteet ja palvelukonseptit

Sulkaopallioliiton on erilaisia tuotteita pienistä lapsista kouluikäisiin sekä aikuisista yrityksille ja heidän henkilöstölle sekä asiakkaille. Alla lueteltuna ja avattuna tuotteet, joita liitto tarjoaa ulkopuolisille ihmisille, yrityksille ja ryhmille:

MiniSulkis

Minisulkis on sulkaopalloa ja monipuolista liikkumista perheen pienimmille pelaajille. Ryhmät on tarkoitettu 5-9-vuotiaille lapsille, jotka aloittelevat uutta harrastusta liikunnan parissa. Minisulkista tarjoavat ja ohjaavat eri sulkaopalloseurat. Tunneilla tehdään erilaisia harjoitteita iloisessa ja innostavassa tunnelmassa yhdessä kavereiden ja vanhempien kanssa.

Sulkissäpinä

Sulkissäpinä on sulkaopalloa koululaisille. Päämääränä ja tavoitteena on yhteistyöllä kannustaa lapsia liikkumaan ja tarjota tähän mahdollisuus sulkaopalloseuroissa. Tapahtumassa alakoululaiset pääsevät tutustumaan sulkaopalloon ja kokeilemaan välineitä ja lyöntejä sulkaopallokentällä. Päämääränä tapahtumissa on, että kaikki koulun lapset pääsevät kokeilemaan sulkaopalloa esimerkiksi liikuntatunnin verran. Tapahtumia järjestetään yhteistyössä yhdessä sulkaopalloseurojen, Sulkaopallioliiton, koulujen, urheiluopistojen ja yhteistyökumppaneiden kanssa.

Virtaa Sulkaopallosta

Virtaa Sulkaopallosta –tapahtumat ovat suunnattu yrityksille sekä aikuisryhmille. Aikuissulkaopallon tuote on suunniteltu sulkaopalloseurojen käyttöön, joiden valmentajat vetävät tapahtumaa. Tapahtumat soveltuvat hyvin ihmisten innostamiseen sulkaopalloon, seuratoimintaan ja liikunnan pariin sekä tätä kautta pyrkivät muun muassa ylläpitämään työkykyä. Kyseessä on lajitutustuminen, jossa on otettu huomioon myös terveysliikuntanäkökulma. Tällä pyritään aktivoimaan myös passiivisesti liikkuvat.

Valmennuskoulutukset

Suomen Sulkapalloliiton tarjoama valmentajakoulutus koostuu tasoista 1-3 sekä täydennyskoulutuksesta ja kansainvälisestä koulutuksesta. Valmentajan polun alkuun on tarjolla Tervetuloa ohjaajaksi-, Minisulkis ja Virtaa Sulkapallosta koulutukset. Koulutukset halutaan tuoda kaikkien ulottuville. Kouluttajina toimivat uuteen koulutusjärjestelmään perehtyneet kouluttajat. Oppimisympäristönä käytetään Facebook-ryhmää, joka toimii opiskelun tukena ja aktivoi välitehtävien tekemistä.

Yrityspaketit (Rio Teamin yhteistyökumppani)

Yrityksille tarjotaan mahdollisuus olla mukana nostamassa suomalainen huippusulkapallo uudelle tasolle. Samalla yritys aktivoi henkilöstönsä ja/tai asiakkaidensa liikuntaa. Yritys pääsee myös verkottumaan muiden kumppaneiden kanssa yhteisissä tapahtumissa.

Etuja yhteistyön muodossa: yritysten verkosto - 8 kumppania eri toimialoilta, kumppanilla 1-2 kummiurheilijaa johon tiivis suhde, yritysten verkostotapahtumat 2/vuosi, isäntä vuorottelee ja yrityksen oma Virtaa sulkapallosta tapahtuma 1/vuosi. Näkyvyys Rio Teamin viestinnässä laajasti tapahtumissa ja materiaaleissa

Yrityspaketit (Rio Teamin tapahtumakumppani)

Yritykselle räätälöidään henkilöstö-/asiakastapahtuma, jossa Rio Teamin pelaajat opettavat sulkapallon perusteita tai pidemmälle vietyjä tekniikoita. Tapahtumaan voi lisätä halutun Rio Teamin asiantuntijan luennon kyseisestä osa-alueesta.

5. Kumppanit

Liiton viestinnän kumppaneina toimivat avainroolissa olevat pelaajat, seurat, hallit, maahantuoja sekä yhteistyökumppanit. Myös ulkopuoliset mediat (mm. lehdet, radio, tv, ulkopuolisten toimijoiden sosiaalinen media) toimivat liiton kumppaneina viestinnässä. Kaikki kumppanit ovat liiton viestinnän kannalta erittäin tärkeitä.

Sulkapalloliiton ydinviesti on:

Sidosryhmät Sulkapalloliitolle sekä heille suunnatut ydinviestit:

- **Seurat:** Yhdessä lajin edistäminen paikkakuntakohtaisesti koko valtakunnassa.
- **Pelaajat:** Yhdessä lajin edistäminen, näkyvyyden kasvattaminen sekä yleisesti suomalaisen huippusulkapallon nostaminen, jotta pelaajilla olisi mahdollisimman hyvät olosuhteet lajin harjoittamiseen.
- **Harrastajat:** Hieno ja helppo laji aloittaa, joka sopii kaiken ikäisille. Seurassa siitä saa vielä enemmän irti.
- **Yhteistyökumppanit:** Yhdessä suomalainen huippusulkapallon nostaminen uudelle tasolle ja yrityksen henkilöstön aktivoiminen liikkumaan.
- **Välinetoimittajat:** Yhdessä lajin edistäminen ja näkyvyyden lisääminen koko valtakunnassa.
- **Hallit:** Yhdessä lajin edistäminen ja näkyvyyden lisääminen koko valtakunnassa. Liikunnan riemun tuominen kaikille esille.
- **VALO:** Koko väestön liikunnan lisääminen sekä suomalaisen huippusulkapalloilun nostaminen uudelle tasolle.
- **Opetusministeriö:** Sulkapalloyhteisön laadukas työskentely koko väestön liikuttamisessa ja sen jatkuva kehittäminen.
- **Olympiakomitea:** Rio ja Tokio toiminnan päivittäinen laatu.
- **Opistot, harjoituskeskukset ja akatemit:** Hieno ja monipuolinen laji, joka tukee myös muuta harrastamista sekä harjoittelua. Laji tarjoaa myös työskentely mahdollisuuksia.

- **Koulut:** Hyvä sekä edullinen harrastus, joka takaa kokonaisvaltaisen ja hauskan liikunnan lapselle. Tuo energiaa päivään.
- **Media:** Yksi rankimmista ja nopeimmista mailapelilajeista, jossa paljon hienoja urheilijoita ja tarinoita mukana.

Pelaajat ja seurat ovat liiton viestinnässä tärkeässä roolissa kumppaneina ja sidosryhminä. Pelaajat ja seurat julkaisevat omantakeisia ja yleisö kiinnostavia julkaisuja, joita liitto aktiivisesti jakaa ja julkaisee. Heidän viestimistään sekä sen vuorovaikutteisuutta pyritään jatkuvasti rohkaisemaan ja lisäämään.

Harrastajille suunnatun palvelun Sulkishubin myötä hallien merkitys kumppanina sekä sidosryhmänä kasvaa, sillä he ovat avaintekijöinä Sulkishubin leviämässä ja siellä tarjottavien toimintojen, kuten esimerkiksi kenttävuorojen varaamisen, toimimisessa.

Kumppanina toimiva VALO järjestää lajiliitoille viestintäpalavereja sekä seminaareja muutaman kerran vuodessa, joihin viestintävastaava osallistuu. Näissä pyritään kehittämään liittojen viestintää sekä mahdollisesti toimimaan yhdessä enemmän.

6. Kanavat

Liiton viestinnän pääkanavina toimivat liiton viralliset www-sivut sekä sosiaalinen media, seurojen jäsenpostit ja median sähköpostijakelu. Tärkeitä kanavia ovat myös kasvokkaisviestintä, sähköposti sekä puhelut. Harrastajien tavoittamisessa tulevaisuudessa tärkeää roolia tulee kantamaan Sulkishubi-palvelu. Kanavilla pyritään tavoittamaan kaikki liiton kohderyhmät, tietyillä kanavilla tietyjä kohderyhmiä painottaen.

Internet (Viralliset www-sivut)

www.sulkapallo.fi

Internet-sivut ovat yhä liiton tärkein uutisointi- ja informointikanava. Sivuilla kerrotaan uusimmat uutiset tulevista kilpailuista, niin kansainvälisistä ja kotimaan kilpailuista sekä muista ajankohtaisista sulkapalloaiheista. Sivuilta löytyy myös kattavat tietopaketit lajin säännöistä kilpailujen järjestämiseen. Tavoitteena on, että jokainen kohderyhmä löytää sivuilta kiinnostavaa sisältöä – lajin aloittajat, seuratoimijat sekä huippusulkapallosta kiinnostuneet. Kaikille heille pyritään takamaan helppo käyttö omien väylien kautta. Pelaajan polku 365, Rio Team, SM-kisa, Finnish Open ja Suomen Sulkapallon Hall of Fame ovat omilla Internet-sivuillaan sulkapallo.fi-sivujen alla.

Pelaajan polun tavoitteena on kannustaa ja tukea nuorten omaehtoista harjoittelua. Sivustolta löytyy hyödyllisiä artikkeleja, harjoitusohjelmia, harjoitteita sekä linkkejä. Tarkoitus on tarjota niin harrastajille kuin pelaajille tärkeää tietoa ja vinkkejä harjoittelusta sekä treenaamisesta.

Rio Team-sivusto keskittyy huippupelaajiin ja heidän toimintaansa sekä Rio Team –ryhmästä kertomiseen. Sivulla uutisoidaan Rio pelaajien kisamenestyksiä sekä jokaisesta on tehty oma pelaajaprofiili. Sivustolla avataan myös tulevia Rion olympialaisia sekä Rio Teamin tukihenkilöiden toimintaa ja yritys yhteistyön etuja.

SM-kisa- sekä Finnish Open –sivustot palvelevat kisojen alla. Sivut ovat hyödyllinen informaation lähde tulevista kisoista tiedottamisessa sekä informaation kokoamisessa yhteen paikkaan. Sivut toimivat myös muun muassa menneiden kisasivujen linkkinä.

Suomen Sulkapallon Hall of Fame -sivusto toimii kunniagalleriana. Hall of Fame -sivusto julkistettiin syyskuussa 2014 Sulkapalloliiton 60-vuotisiltajuhlassa Kaivohuoneella. Suomen sulkapallon Hall of Fame kunniagalleriaan valitaan suomalaisen sulkapallon hyväksi tehdystä työstä ansioituneita pelaajia, valmentajia, tuomareita, johtajia, seuratoimijoita tai muita sulkapallon parissa toimineita henkilöitä.

www.badminton.fi

Englanninkielinen sivusto sisältää kolme sivua, joissa avataan sulkapalloa Suomessa, Suomen Sulkapalloliittoa sekä kertoaan hyödyllisimpiä linkkejä. Sivujen tarkoitus on toimia yleisinfona, niin että ne eivät vaadi jatkuvaa päivittämistä, vaan tieto on ajankohtaista vuodenkin päästä.

www.sulkishubi.fi

Sulkapalloliitto tulee avaamaan Sulkishubi nimisen palvelun, jonka tarkoitus on toimia verkostona sekä tavoittaa ja palvella sulkapallon harrastajia ja mahdollisia aloittajia heidän toivomallaan tavalla. Vuoden 2015 syksyllä avattiin Sulkishubi-sivuston kysely- ja kartoitussivu, jonka tarkoituksena on koota sähköpostilistaa ja kysyä harrastajien toiveita palvelulta. Lopullinen palvelu tullaan toteuttamaan harrastajien toiveiden perusteella ja ne huomioiden. Toteutustapa on vielä auki.

Sosiaalinen media

Sosiaalista mediaa käytettiin erityisesti liiton tiedotteiden jakelussa, ajankohtaisuutisoinnissa ja tapahtumine markkinoinnissa. Sosiaalisesta mediasta liitolla oli käytössä Facebook-, Twitter-, Youtube- ja Instagram-kanavat.

[Facebook/Suomen Sulkapalloliitto](#)

Facebook-sivut ovat yksi liiton merkittävimmistä tiedotuskanavista ja se tukee liiton muita kanavia, varsinkin www-sivuja. Se mahdollistaa vuorovaikutteisen ja nopean uutisoinnin kustannustehokkaasti laajalle yleisölle ja usealle kohderyhmälle. Facebookin markkinointityökalun ansiosta esimerkiksi tapahtumia on mahdollista mainostaa Facebook tykkääjien lisäksi muuten tavoittamattomille ryhmille. Facebookissa julkaistaan kaikkien liiton sivujen uutisten lisäksi valokuvia ja videoita kilpailuista ja tapahtumista. Facebookissa liitolla on 1503 tykkääjää (10/2015). 10/2014 tykkääjiä oli 123.

Päivitysten ohje: Facebookissa julkaisujen sävy on asiallinen, mutta rennompi kuin esimerkiksi kotisivuilla uutisoidessa. Pelaajia esimerkiksi puhutellaan etunimillä ja kieli voi olla myös hieman vapaampaa. Asiat pyritään otsikoimaan kiinnostavasti sekä innostavasti ja ihmisiä neuvotaan jakamaan päivityksiä. Sivulla pyritään jatkuvasti luomaan keskustelua ja yhteisöllisyyttä ja rohkaisemaan ihmisiä tykkäämällä esimerkiksi heidän kommentista ja vastaamalla niihin.

Suuria tapahtumia/asioita markkinoidaan tai hehkutetaan etu- tai jälkikäteen Facebookin kansikuvana (mallia SM-kisat, EM-kisat yms.). Suomessa järjestettävien kisojen yhteydessä otetaan käyttöön kansikuvaksi esimerkiksi kisan juliste ja toimintokutsunappi "Varaa nyt" otetaan käyttöön tukemaan lipunmyyntiä. Muutoin toimintokutsunappi toimii yhteydenottonappina liiton kotisivuille.

Sivulla myös julkaistaan arvontoja ja pyritään kertomaan ajankohtaisista tarjouksista. Facebook-seuraajillemme haluamme tiedottaa ajankohtaisista asioista mahdollisuuksien mukaan aina ensimmäisenä. Facebook-sivuille julkaisevat uutisia niin liiton työntekijät kuin myös jotkut vapaaehtoiset.

[Facebook/Minisulkis](#)

Sisältöä tulee kehittää ja aktivoida. Tarkoitus on julkaista lasten vanhempia kiinnostavaa materiaalia kuten esimerkiksi uutisia ja päivityksiä uusista alkavista MiniSulkis-ryhmistä, alle 9-vuotiaille suunnatuista kilpailuista ja muuta lasten liikuntaan liittyvistä asioista. Tästä viestinnästä vastaa nuorisopäällikkö. MiniSulkis-sivulla on 97 tykkääjää (10/2015). 10/2014 tykkääjiä oli 80.

[Facebook/Badminton Finland](#)

Sisältöä päivitetään kotimaassa pidettävien kansainvälisten kilpailujen yhteydessä, esimerkkejä ovat Finnish Open sekä Finnish International Championships ja Finnish International Junior Championships. Badminton Finlandilla on 2915 tykkääjää (10/2015). 10/2014 oli 150 tykkääjää.

[Twitter/Sulkisliitto](#)

Toimii pääasiassa lyhytviestikanavana. Twitterin käyttöä on aktivoitu ja Twitterissä ominaisten aihetunnisteesanojen käyttöä on lisätty. Koska Facebook päivitykset johdetaan suoraan Twitteriin, Facebookin päivityksiä kirjoittaessa kiinnitetään mahdollisimman paljon huomiota Twitterin vain 140 merkin hyväksymiseen twiitauksissa (päivityksissä). Twitter on jatkuvasti kasvava uutisoinnin kanava. Seuraajia Sulkapalloliitolla Twitterissä on 404 ja twiittejä on lähetetty yhteensä 2922 kappaletta (9/2015). 10/2014 seuraajia oli 300 ja twiittejä oli lähetetty 1432

Päivitysten ohje: Twitterissä julkaisujen sävy on asiallinen, mutta rennompia kuin esimerkiksi kotisivuilla uutisoidessa. Twitteriin on johdettu Facebookin uutiset, mutta vuonna 2016 julkaisuja kehitetään ja pyritään julkaisemaan lyhempiä ja Twitteriin paremmin sopivia. Myös hashtagien käyttöä pyritään lisäämään. Twitteriin julkaisevat uutisia niin liiton työntekijät kuin myös jotkut vapaaehtoiset.

Twitter/Badmifi Englanninkielinen Twitter kanava, jonka uutiset ovat johdettu Facebookin Badminton Finland-sivulta. Sisältö päivittyy siis kansainvälisten kilpailujen yhteydessä. Seuraajia on 15 ja twiittejä on lähetetty 118 (9/2015). 10/2014 seuraajia oli 6 ja twiittejä oli lähetetty 67.

[Youtube/Sulkapalloliitto](#)

Sulkapallon YouTube-kanavalle julkaistaan liiton työntekijöiden sekä vapaaehtoisten tuottamaa materiaalia eri tapahtumista ja esimerkiksi huipun treeneistä. Kanavalla markkinoidaan myös Suomessa käytäviä suurimpia kisoja trailereiden muodossa.

[Instagram/Sulkisliitto](#)

Kuvien jakopalvelu Instagram otettiin käyttöön vuonna 2015. Tilin kohderyhmänä ovat erityisesti nuoret ja Instagramin käytöllä pyritään innostamaan mahdollisimman paljon nuoria jakamaan omia sulkapalloaiheisia valokuvia. Sulkapalloliitto julkaisee omia valokuviaan palvelussa sekä uudelleen jakaa pelaajien (Rio Team pääasiassa) valokuvia. Ollakseen läsnä lajin harrastajien parissa liitto käy tykkäämässä mahdollisimman monesta sulkapallo-aiheisesta kuvasta eri käyttäjiltä. Seuraajia on 197 (9/2015).

Sulkapallon näkyvyyttä halutaan tarkkailla vuonna 2016 sosiaalisessa mediassa. Tarkkailun varmistamiseksi ja näkyvyyden lisäämiseksi toimintasuunnitelmaan kirjattiin, että vuoden 2016 lopussa Instagram-palvelusta halutaan löytyvän 10 000 sulkapallo-tunnisteella merkittyä julkaisua (#sulkapallo). Sulkapallon näkyvyyttä pyritään lisäämään innostamalla ihmisiä merkitsemään yhä useammin sulkapallo-tunniste julkaisuihinsa (valokuva tai video).

Päivitysten ohje: Instagramissa julkaisujen sävy on rento ja nuorekas. Kirjakielen käyttö ei ole välttämätöntä ja ei edes suotavaa. Rennot ja iloiset tekstit ovat Instagramiin julkaistessa ehdottomia sekä hyvin hashtagien käyttö tärkeää. Instagramiin julkaisee kuvia ja videoita liiton työntekijät. Aina oman kuvan julkaistessa tai muiden kuvien uudelleen julkaisemisessa mainintaan aina sulkapallo –aihetunniste (#sulkapallo).

Sulkapallosehti

Sulkapallosehti siirtyi vuoden 2016 alusta kerran vuodessa ilmestyväksi printtilehdeksi, josta tehdään myös näköisversio verkkoon. Lehti julkaistaan sulkapalloseuden alussa ja sitä jaetaan halleille, seuroille ja erilaisissa tapahtumissa. Sulkapallosehti toimitetaan ja taitetaan liitossa. Lehden kohderyhmänä toimivat harrastajat

ja lajin ulkopuolella vielä olevat. Sen tarkoitus on innostaa ihmisiä lajin pariin ja siitä mukaan seuroihin. Syyskauden alussa julkaistavaa lehteä painetaan 10 000 kappaletta halleilla, seuroissa ja tapahtumissa jaettavaksi. Lehden sisällön teemat ovat: lapset ja nuoret, aikuisharrastajat, huippusulkaapallo ja Rio Team sekä seurat. Mukana on myös vaihtelevasti juttuja eri aiheista, kuten esimerkiksi Sulkaapalloliiton historiasta tai sulkaapallohallien palveluista sekä esimerkiksi ulkopuolisten kirjoittajien juttuja.

Sulkaapallolehden sisältöön kuuluu erilaisia artikkeleita lapsista ja nuorista, kuten esimerkiksi kertomuksia seuroissa pyörivistä MiniSulkis-ryhmistä tai kouluissa järjestettävistä Sulkissäpinöistä. Lehdessä on myös aina mukana juttuja aikuisharrastamisesta, kuten esimerkiksi helppoja lajivinkkejä ja haastattelu/haastatteluja julkisuuden henkilöstä/henkilöistä, jotka harrastavat sulkaapalloa. Yksi lehden osioista on Rio Team, jossa on haastattelu Rio Team –ryhmään kuuluvasta pelaajasta ja mahdollisesti kertomuksia Rio Teamin tukitoimista kuten yhteistyökumppaneista, fysiikka- tai ravintovalmentajista tai muista projektin tärkeistä toimista. Myös SM-kisat ja Finnish Open ovat lehdessä mainittuna, joko mainoksena tai juttuina. Tarkoitus lehdessä olisi, että jokainen harrasta löytää sieltä itselleen kiinnostavaa luettavaa.

Lehdessä on toiminut eri numeroissa aina jokin oma teema kuten esimerkiksi ravinto, henkinen vire, taktiikka, fysiikka, sulkaapallon aloittaminen ja harrastaminen sekä esimerkiksi ura sulkaapallosta.

Uusinta lehteä mainostetaan Sulkaapalloliiton viestintäkanavissa kuten www-sivuilla, sosiaalisessa mediassa, josta eniten Facebookissa sekä joidenkin seurojen sekä hallien internet-sivuilla. Tavoitteena on saada lehdelle mahdollisimman paljon lukijoita.

Sähköpostit

[Jäsenposti \(MailChimp\)](#)

Ajankohtaisista asioista kertova jäsenposti lähetetään sähköpostimarkkinoinnin järjestelmällä seurojen yhteyshenkilöille sekä muille sitä haluaville seuratoimihenkilöille noin 10 kertaa vuodessa. Seurojen toivotaan jakavan jäsenpostia aktiivisille toimijoilleen. Seuraposti julkaistaan myös liiton sivuilla sekä sosiaalisessa mediassa.

[Median sähköpostijakelu \(Yahoo Groups\)](#)

Yleisöä kiinnostavat uutiset välitetään sähköpostijakeluna median edustajille. Tiedotteet toivotaan julkaistavan mahdollisimman useassa mediassa.

Mediatilaisuudet

Medialle järjestetään tiedotustilaisuuksia ajankohtaisista aiheista. Yleisimmät niistä ovat kotimaassa järjestettävät kansainväliset tai SM-kilpailut tai suomalaisten osallistuminen esimerkiksi EM- tai MM-kisoihin ja olympiavuonna lehdistötilaisuus järjestetään myös olympialaisia ennen.

Muut viestintäkanavat

Liiton viestintää tapahtuu myös esimerkiksi seuroille kasvokkainviestintänä. Kisapaikoilla kohtaamiset ja tapaamiset sekä kahvipöytäkeskustelut kuin myös kokoukset seurojen jäsenten sekä harrastajien kanssa ovat tärkeässä roolissa osana liiton viestintää. Eri kohderyhmiin ollaan yhteydessä myös puolin ja toisin sähköposteilla ja puhelimitse.

7. Viestinnän henkilöresurssit

Liitto palkkasi elokuussa 2014 vakituisen viestintävastaavan Sara Anttilan. Sulkaapalloliiton viestintä koostuu sekä huippusulkaapalloa koskevasta viestinnästä että harrastajille suunnatusta viestinnästä ja kaikesta siltä väliltä.

Viestintävastaavan tehtäväkenttä pitää sisällään viestinnän suunnittelua, toteutusta ja organisointia sekä päivittäisviestintää liiton tekemän viestintäsuunnitelman mukaisesti. Tämän lisäksi tehtäviin sisältyy yhteydenpito seuroihin (pääasiassa viestintävastaavat) sekä muihin sulkapallon parissa toimiviin tahoihin ja henkilöihin.

Viestintää hoitavat myös liiton muut työntekijät, viestiessään oman aihealueidensa asioista sekä myös vapaaehtoiset.

Viestintä- ja lajimarkkinointiryhmä

Viestintä- ja lajimarkkinointiryhmä on yksi Sulkapalloliiton toimintaryhmistä vuonna 2016. Ryhmä kokoontuu noin kuusi kertaa vuodessa suunnittelemaan ja edistämään viestintää. Ryhmässä on sekä viestintäosaajia että esimerkiksi tietokonealan ihmisiä kuin myös seuraihmiä. Ryhmään kuuluu lisäksi liiton työntekijöitä. Ryhmän kokoontumisten lisäksi ryhmän jäsenet ovat tekemisissä erilaisten projektien yhteydessä. Liiton viestintää yhdessä henkilöstön kanssa suunnittelee ja tukee viestintäryhmä, jonka jäseniä vuonna 2016 ovat:

Olli Laine (pj), Janne Kettunen, Leo Koivulehto, Esko Asikainen, Jesper von Hertzen, Iivari Ikonen, Mika Heinonen, Ilkka Hellgren, Tommi Saksa ja Sara Anttila (siht.).

8. Kriisiviestintä

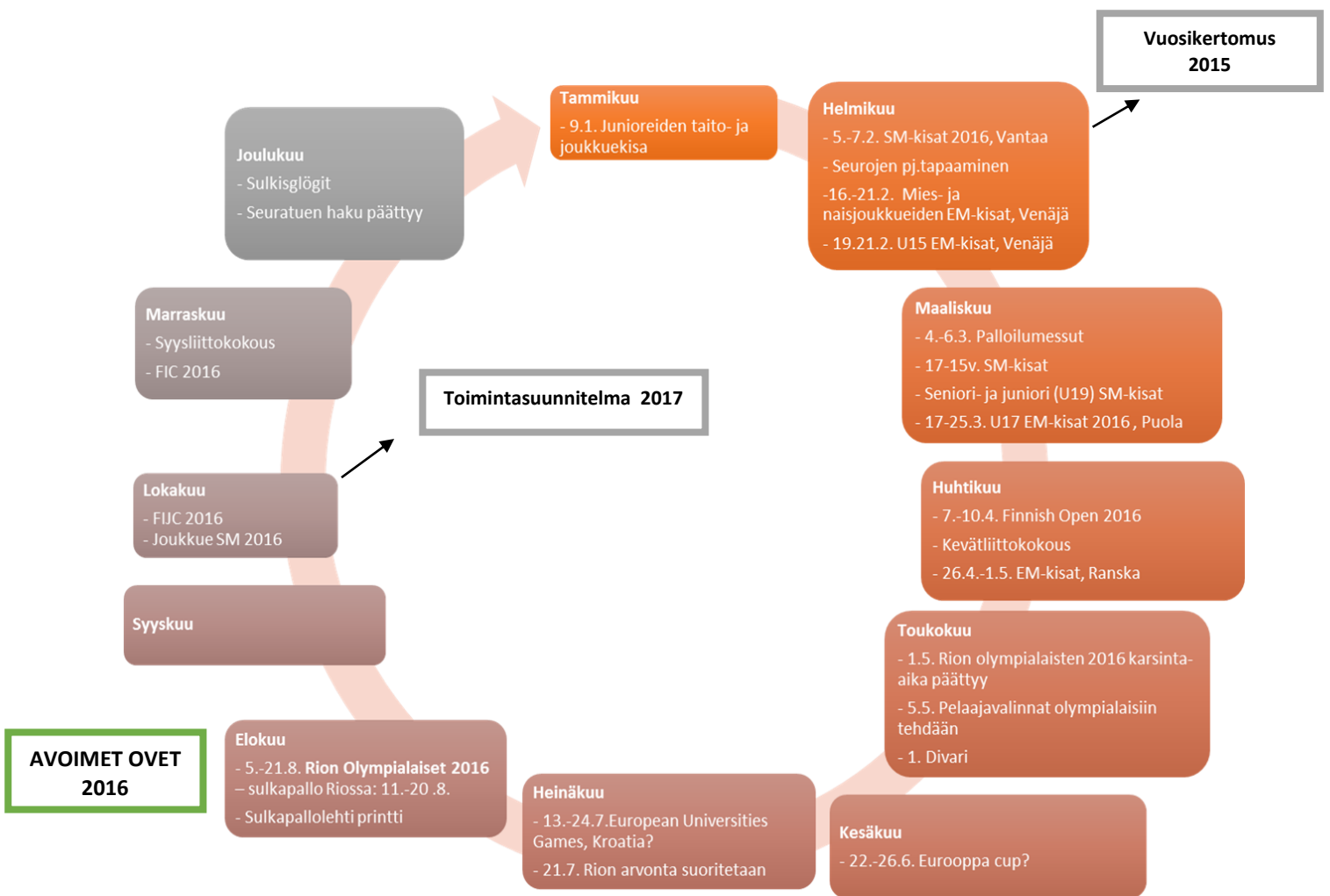
Suomen Sulkapalloliiton hallitus on hyväksynyt alla olevan kriisiviestintäohjeen toukokuussa 2009 ja päivittänyt sen 19.9.2012.

Kriisiviestintäohje on luettavissa Suomen Sulkapalloliiton sivuilta. Kriisiviestintäohjeessa on määritelty kriisitoimenpiteiden johtaja sekä varajäsen sekä kriisiviestintäryhmä ja käytettävät asiantuntijat. Ohjeessa on määritelty mahdollisia kriisitilanteita ja niiden seurauksia sekä toimenpiteitä. Kriisiviestintäohjeeseen pääsee [tästä](#).

9. Operatiivinen suunnitelma

Viestintäkello vuodelle 2016

Suuria viestittäviä tapahtumia vuodelle 2016 (kuva alla). Toiminta kuukausitasossa.



Viestintäkello avattuna tekstimuotoon:

Tammikuu

- 9.1. Junioreiden taito- ja joukkuekisa

Helmikuu

- 5.-7.2. SM-kisat 2016, Vantaa
- Seurojen pj.tapaaminen
- 16.-21.2. Mies- ja naisjoukkueiden EM-kisat, Venäjä
- 19.21.2. U15 EM-kisat, Venäjä

Maaliskuu

- 4.-6.3. Palloilumessut
- 17-15v. SM-kisat
- Seniori- ja juniori (U19) SM-kisat
- 17-25.3. U17 EM-kisat 2016, Puola

Huhtikuu

- 7.-10.4. Finnish Open 2016
- Kevätliittokokous
- 26.4.-1.5. EM-kisat, Ranska

Toukokuu

- 1.5. Rion olympialaisten 2016 karsinta-aika päättyy
- 5.5. BWF:n pelaajavalinnat olympialaisiin tehdään
- 1. Divari

Kesäkuu

- 22.-26.6. Eurooppa cup?

Heinäkuu

- 13.-24.7. European Universities Games, Kroatia?
- 21.7. Rion arvonta suoritetaan

Elokuu

- **5.-21.8. Rion Olympialaiset 2016 – sulkapallo Riossa: 11.-20.8.**
- Sulkapallolehti printti

Syyskuu

Lokakuu

- FIJC 2016
- Joukkue SM 2016

Marraskuu

- Syysliittokokous
- FIC 2016

Joulukuu

- Sulkisglögit
- Seuratuen haku päättyy

Suomessa liiton järjestämien kisojen viestintä

Alla viestintäsuunnitelma- taulukot SM-kisoista ja Finnish Openista 2016. Molemmista kisoista on kaksi eri taulukkoa: aikataulu viikoittain ja aikataulu toimenpiteittäin. Molemmista taulukoissa on lähes samat asiat, mutta ensimmäisessä ne ovat aikajärjestyksessä ja toisessa taulukossa suunnitelma on tehtäväjärjestyksessä.

Taulukoista löytyy vielä selkeämmät Excel-tiedostot, joissa tehtävät ovat selkeämmin värikoodattu.

SM-KISAT

Milloin?

Hyvissä ajoin

Mitä?

SM-logo

Seuraukset/Oheistoimet

SM-logon teko uusimmalla vuosiluvulla

Kuka?

Sara

Marraskuu 45-

Huippusulkapalloa Suomessa roll up ja juliste

Pyydä JP:ltä tai tee roll up ja juliste. Valmiina SM-kisoissa.

JP / Sara

Vapaaehtoisflyer

Flyer, jolla kerätään vapaaehtoisia kisaan (ns. ilmoittautumislomake)

Sara

	Hall of Fame valinnat ja materiaalin päivitys	Tuleeko uusia HoF-valintoja? Jos tulee päivitä materiaali (netti ja seinä).	Sara/Mika
	Kisajuliste ja -flyer sekä kutsut tekoon	Pyydä kisajulistetta JP:ltä tai tee itse	JP / Sara
	Kartoita viestinnän vapaaehtoisia + HEOn opiskelijat	Kartoita ketä mukana SM-kisoissa apuna	Sara
Joulukuu vko 49-	Nettisivut auki	Ensimmäiset uutiset julki myös sos.mediaan mallia: "Sivut auki"	Sara
	MiniSulkis-tapahtuman flyerin teko	MiniSulkis-tapahtumasta flyer	Sara / Tommilta teksti
	Lipunmyynnin aloitus?	Tiedustele koska avataan lipunmyynti ja siit heti mainosta sivuille/someen	Sara
vko 14.-10.1.	Kisajuliste (ja -flyer) painoon/jakoon (kutsujen lähetys?)	Mainosta netti-/kisasivuilla ja somessa <- maksullinen? + Jarin flyer (kts. alas tehtävätaulukko)	Sara /Mika
	SM-traileri jakoon	Traileri ajoissa valmis, nyt jakoon sivuille ja someen	Sara / tekijä: esim. vapaaehtoinen
	Some: Facebookkiin SM-kisatapahtuma	Luodaan SM-kisatapahtuma Facebookkiin - kaikki kutsuu	Sara ja toimisto kutsuu
	Suunnittele lehdistötialisuuden ajakohta	Kysy Vellulta koska pelaajat täällä eli selvitä aikataulu	Sara
	SM-kisasivujen aktivointia	Uutisointi: Liput/Vapaaehtoisia kaivataan	Sara
	Ota yhteys viestinnän vapaaehtoisiiin + HEOn opiskelijat	Ota yhteys ja sovi ketkä mukana ja miten + valmistele heille ohjeistus kisoihin	Sara
	Some: SM hehkutusta Twitterissä, Facebookissa ja Instagarm	Lyhyitä ja ytimekkäitä hehkuksia "SM-tulossa"/"Lipunmyynti alkanut"	Sara

vko 2 11.-17.1.	Kutsut (vko 2-4)	Julisteen pohjalta tehty kutsu - painoon ja lähetetään	JP/Sara
	Seuramarkkinointi	Seura-/viestintävastaavien postissa muistutus kisasta ja liput	Sara
	Hallimarkkinointi	Julisteet, flyerit, roll upit yms halleille ja hallipostilla tiedota tapahtumasta	Sara ja koko toimisto jakaa julisteita
	Tutkalaput sekä organisointi	Tee tutkalaput ja sopikaa kuka organisoii tutkatiimin	Sara ja koko toimisto pohtii organisoinnin
	Kisapaikalle infolaput	Tulosta kisapaikalle "lipunmyynti" yms. infolaput ja laminoi + järkkärilyt	Sara/pyydä apua muilta
	Some: SM hehkutusta Twitterissä, Facebookissa ja Instagram	Lippukilpailuja, vanhojen julisteiden ja videoiden nosto. Fiilistelyä kuvin.	Sara
vko 3 18.-24.1.	Lähetä lehdistötilaisuus kutsu	Alkuviikosta ja loppuviikosta	Sara
	SM-kisasivujen lisääktivointia	Uutinen, esim.: "Osallistujat julki"	Sara
	Some: aktivointia	Face: "10 päivää jäljellä" jne. kuvasarja. Kuvia myös Insta.	Sara
	Some: aktivointia	Esim.: kyselyjä kuvan kera: "Kuka voittaa SM:n tänä vuonna"	Sara
	Minne mennä-palstoille/paikallislehtiin ilmoitukset	Ilmoita eri lehtiin SM-kisa	Sara
vko 4 25.-31.1.	Lehdistötilaisuus (vko 4 tai 5)	Pvm: klo. Paikka: - siitä tiedote medialle/kuva someen	Sara
	Vuoden valinnat	Vuoden valinta taulut tee (kirjoita ja laita laput tauluihin)	Sara ja toimisto
	Kumppani Roll Up ja palkintoseinän keskivuota logoilla	Tee molemmat kumppaniseinät ja	Sara

		pikaisesti painoon. Vahvista Mikalta kumppanit.	
	SM-kisasivujen aktivointi	Uutisointia, Esim.: "Arvonta ja aikataulu ovat nyt julkaistu"/Kahvilapalvelut	Sara
	Some: Vapaahetoiset - muistutus	Vapaaehtoissivun linkitystä Faceen	Sara
	Some: lippukilpailuja	Viimeisiä hehkutuksia ja lippukilpailuja + ajasta aikataulut Faceen!	Sara
vko 5 1.-7.2.	Lehdistölle etukäteisjuttu	Lähetä ennakko lehdistölle	Sara
SM-alkaa 5.2.	SM-kisasivujen aktivointi	Uutisointia, Esim.: "Aikataulu ovat nyt julkaistu", jos ei aiemmin	Sara
	Some: FO:n hehkutusta	Esim. Faceen edellisvuosien videoita/haastatteluja	Sara
	Some aktivointia	Viimeisiä hehkutuksia ja lippukilpailuja + ajasta aikataulut Faceen!	Sara
SM-kisojen aikana viestintä	Perjantai: NYT SE ALKAA Uutinen 1 (aamulla): SM-kisojen aikataulut	Medialle tiedote, uutisiin, someen juttu ja kuvia + videoita	Sara ja apujoukot
	Uutinen 2: karsinnasta pääkisaan selvinneet Uutinen 3:		Sara ja apujoukot
	klo 18 mennessä tulokset ja Uutinen 4: Päivä ohi ja ketkä jatkavat puolivälierissä		Sara ja apujoukot
	Lauantai: Uutinen 5: puolivälierien jälkeen Uutinen 6:	Medialle tiedote, uutisiin, someen juttu ja kuvia + videoita	Sara ja apujoukot
	ketkä finaalissa eli välierien jälkeen		Sara ja apujoukot
	Sunnuntai: Uutinen 7: voittajat		Sara ja apujoukot
	Lisäksi tehtävää SM- viikonloppuna: uutisiin pelaajien kommentteja, videohaastatteluja,		Sara ja apujoukot

valokuvia, juttuja nettiin,
otteluiden videointia

Miten Rio Team näkyä SM:ssä?

Rio roll up ja Rio pöytä

Kisapaikalle, vkolla 5

Sara/toimisto

Nimmareiden jaot

Nimmarikortit kuntoon
vkolla 2 ja kisapaikalle
vkolla 5

Sara

Nimmareiden jaon
mainostus - miten
aikataulu?

AIKATAULU TEHTÄVIEN MUKAAN:

SM-KISAT

Mitä?

Milloin? Kuka?

Missä?

Uutiset/ tiedotteet netissä

SM-kisojen uutisia

vko 49-5, joka viikko
tarvittaessa (varsinkin viikot
1-5) **Sara**

Kisasivuilla,
Facebookissa,
Twitterissä

*Esim. liput,
osallistujamäärä, M&Q-
lista, kahvio, arvonta yms.*

Instagrammissa

SM-kisavideot/traileri

uusi traileri: vko 49-1
vanhoja: vko 1-5 **Sara/
videovapaaehtoinen**

*Mahdollisesti uusi traileri.
Vanhojen muistelua*

SM-logo

SM-kisojen logon
tekeminen uusimmalla
vuosiluvulla

AJOISSA (puoli vuotta
ennen kisaa ainakin), **Sara**

Kisajuliste ja -flyer

SM-juliste, josta myös
flyer (katsojille)

vko 45-49, **JP**

Julisteet: halleille
(toimiston väki) Flyerit:
kisoihin

Jarin ehdottama Flyer

SM-julisteen pohjalta
tehty flyer, jossa ilmainen
sis.pääsy

vko 3/4 Vantaan
liikuntatoimelle lähetettiin
n. 300 ilmaislippua
puolivälieriin ilmaiseksi – ei
toiminut hyvin 2016

Myyrmäen urheiluhalli,
muut Vantaan
liikuntapaikat sekä
viraston työntekijät

Flyer vapaaehtoisille	Vapaaehtoisten keruu flyer (ns. ilmoittautumislomake)	vko 45, Sara	FIC:ssä ja muissa kisoissa ja tilaisuuksissa
Kutsu	Julisteen pohjalta kutsu ja sen lähetys	vko 2, JP ja Sara	
Palkintoseinän keskivuota	Palkintoseinän keksivuota, jossa SM-logo ja kumppanit	vko 4 (niin aikaisin kuin mahd.), Sara	
Kumppani roll Up	Valkoinen Roll Up, jossa kumppanit	vko 4 (niin aikaisin kuin mahd.), Sara	
Huippusulkapalloa -Roll Up	Huippusulkapalloa Suomessa Roll Up, jossa SM, FO, FIJC ja FIC	vko 45- (niin aikaisin kuin mahd.), Sara/JP	
Sosiaalinen media	SM-päivityksiä/ hehkutuksia	vko 49-5, joka viikko, Sara	Some
Facebook, Twitter ja Insta	Kyselyjä "Kuka voittaa tänä vuonna?"	vko 2-5, Sara	
	Maksettu mainonta Facebookissa	Mahd. julisteesta vkolla 1/2, Sara ja Mika	
		tapahtuma Facebookissa vkolla 1/2, Sara ja kaikki kusuu + maksettu Mika	
	Tapahtumakutsu - tapahtuma Facebookiin	vko 1/2, Sara ja kaikki kutsuu - muistuta tapahtumasta viikottain	
	Lippukilpailut Facebookissa	vko 2-5, Sara	
Hallien kautta markkinointi	Hallipostilla SM:n mainonta	vko 2, Sara	Halliposti ja hallit
	Julisteet/flyerit/roll upit halleihin	vko 2 alkaen, kaikki: Mika, Ilkka, Tommi, Vellu ja Sara	
Seuramarkkinointi	Seuraposti: muistutus FO:sta ja vapaaehtoisista ja pääsylipuista	vko 1/2, Sara (voi olla useammassa jäsenpostissa aiheena)	Seura- ja viestintävastaavienpost i
Televisio		Mika	
Netti-tv		BE, Mika	
Lehdistötilaisuus	Mediajakeluun kutsu	vko 3/4, Sara	Mediajakelu

	Lehdistötilaisuus paikassa X klo X	vko 4/5, Sara
Muut materiaalit	Infolaput kisapaikalle	vko 2, Sara (niin ajoissa kuin mahdollista)
	Minne Mennä-palstojen ilmoitukset	vko 3, Sara (niin ajoissa kuin mahdollista)
	Kisatraileri	vko 1, Sara, vapaaehtoinen (niin ajoissa kuin mahdollista)
Respect	Vuoden valinnat	vko 4, Sara (tee taulut) vko 5 uutisointi, Sara
	Hall of Fame	vko 45, Sara, Mika (niin pian kuin valinnat tiedossa tee materiaali) vko 5 uutisointi, Sara
Tutka	Tutkalappujen teko ja organisointi kuka hoitaa tutkaa	vko 2-3 Sara laput ja koko toimisto tutkan oragnisointi

FINNISH OPEN

Milloin?	Mitä?	Seuraukset/Oheistoimet	Kuka?
Hyvissä ajoin	FO-logo	FO-logon teko uusmmlalla vuosiluvulla	Sara
	Vapaaehtoisflyer	Flyer, jolla kerätään vapaaehtoisia kisaan (ns. ilmoittautumislomake)	Sara
vko 52 21.-27.12	Nettisivut auki FIN/ENG	Ensimmäiset uutiset julki myös sos.mediaan	Sara
	Badminton Finalnd Facebook aktivoi (vko 1-2)	Kansikuvan vaihto FO:n logoon	Sara
	FO-traileri (voi olla aiemmin valmis)	Trailerin levitystä sivuilla, somessa	Sara, vapaaehtoinen
vko 6 8.-14.2.	Halleille viesti FO:sta sekä halliyritystapaamisesta?	Infoa kisasta, mitä missä, milloin ja mahdollisesta tapaamisesta?	Sara
	Kisajuliste ja -flyer sekä kutsut tekoon	Pyydä kisajulistetta JP:ltä tai tee itse (mielellään mahd. nopeasti)	JP / Sara

	Lipunmyynnin aloitus?	Tiedustele koska avataan lipunmyynti ja siit heti mainosta sivuille/someen	Sara
	Ota yhteys viestinnän vapaaehtoiisiin	Tähän mennessä ole jo kysellyt vapaaehtoisia. Nyt kartoita ketkä mukana.	Sara
vko 7 15.-21.2.	Kisajuliste ja -flyer painoon/jakoon (kutsujen lähetys?)	Mainosta netti-/kisasivuilla ja somessa <- maksullinen?	Sara /Mika maksullinen
	FO-kisasivujen lisääktivointi FIN	Vapaaehtoisia kaivataan - uutinen kopsaa kisasivulle - Faceen	Sara
	Badget vapaaehtoisille		Sara
	Some: FO:n hehkutusta Twitterissä, Facebookissa ja Instagarm	Lyhyitä ja ytimekkäitä hehkutuksia "FO tulossa"	Sara
vko 8-9 22.-6.3	Kutsut ja perjantain ilmaisliput	Julisteen pohjalta tehty kutsu - lähetetään /ilmaisliput –lähetetään Vantaan Liikuntapalveluihin kun valmista ja osa jaetaan vkolla 14	JP/Sara
	Some: Facebookiin Finnish Open -tapahtuma	Luodaan Finnish Openista tapahtuma Facebookiin - kaikki kutsuu	Sara
	Seuramarkkinointi	Seura-/viestintävastaavien postissa muistutus FO:sta, liput	Sara
	Some: FO:n hehkutusta Twitterissä, Facebookissa ja Instagarm	Kilpailu, vanhojen julisteiden nosto? Fiilistelyä kuvin	Sara
vko 10 7.-13.3.	FO-kisasivujen aktivointia FIN/ENG	Uutinen, esim.: "Huippumäärä ilmoja" /"M&Q lista julkaistu"	Sara
	Tutkalaput	Tee tutkan laput sekä organisointi kuka hoitaa tutkaa	Sara ja organisointi koko toimisto
	Some: aktivointia	Lippukilpailuja Facebookiin, kuvia Instagrammiin	Sara

	Some: aktivointia	Esim.: kyselyjä kuvan kera: "Kuka voittaa FO:n tänä vuonna"	Sara
vko 11 4.-30.3.	FO-kisasivujen aktivointi FIN/ENG	Uutinen, esim.: "Lipunmyynti alkanut"/Kahvilapalvelut FO:ssa	Sara
	Kisapaikalle infolaput	Tulosta kisapaikalle "lipunmyynti" yms. info laput ja laminoi	Sara/pyydä apua muilta
vko 12 21.-27.3.	Lähetä lehdistötilaisuus kutsu	Alkuviikosta ja loppuviikosta	Sara
	Minne mennä-palstoille/paikallislehtiin ilmoitukset	Ilmoita eri lehtiin Finnish Open	Sara
	FO-kisasivujen aktivointi FIN/ENG	Uutisointia, Esim.: "Arvonta ja aikataulu ovat nyt julkaistu"	Sara
	Some: Vapaaehtoiset -muistutus	Vapaaehtoisivun linkitystä Faceen	Sara
	Some: lippukilpailuja		Sara
vko 13 28.3.-3.4.	Lehdistötilaisuus	Pvm: klo. Paikka: - siitä tiedote medialle/kuva someen	Sara
	Respect	Onko jotain tehtävää respect-saralla. BWF ja OKM	
	FO-kisasivujen aktivointi FIN/ENG	Uutisointia, Esim.: "Aikataulu ovat nyt julkaistu", jos ei aiemmin	Sara
	Kumppani Roll Up ja palkintoseinän keskivuota logoilla	Tee molemmat kumppaniseinät ja pikaisesti painoon. Vahvista Mikalta kumppanit.	Sara
	Some: FO:n hehkutusta	Esim. Faceen edellisvuosien videoita/haastatteluja	Sara
	Some aktivointia	Viimeisiä hehkutuksia ja lippukilpailuja + ajasta aikataulut Faceen!	Sara
	Lehdistölle etukäteisjuttu	Lähetä ennakko lehdistölle	Sara

vko 14	Perjantain ilmaislippujen jako	EA:n lähitalot (edellisellä viikolla lähetetty Vantaan liikuntatoimeen) – Vuoden 2016 kisassa ei toiminut toivotusti, ei paljoo lisäkävijöitä	Sara ja Tommi
vko 14 . 4.-10.4.	Torstai: NYT SE ALKAA Uutinen 1:	Medialle tiedote, uutisiin, someen juttu ja kuvia	Sara ja apujoukot
FO alkaa 7.4.	Uutinen 1: Karsinnat käynnissä Uutinen 2: Karsinnat pelattu	Medialle tiedote, uutisiin, someen juttu ja kuvia	Sara ja apujoukot
FO:n aikana viestintä	Perjantai: Uutinen 3: ekat kierrokset esim. MK ja SN Uutinen 4: tokat kierrokset enne klo 17 Uutinen 5/6: loput ottelut	uutisiin, someen juttu ja kuvia Medialle tiedote, uutisiin, someen juttu ja kuvia	Sara ja apujoukot Sara ja apujoukot
	Lauantai: Uutinen 7: miten suomalaiset menestyy		Sara ja apujoukot
	Uutinen 8: miten suomalaiset menestyy ja finalistit/su aikatulut	Medialle tiedote, uutisiin, someen juttu ja kuvia	Sara ja apujoukot
	Somekampanja: ilmaiseksi sisään finaali päivänä	Facebookiin maksettu mainos, että 100 ensimmäistä sunnuntaina ilmaiseksi sisään	Mika, Sara ja apujoukot, maksullinen
	Sunnuntai: Voittajat	Medialle tiedote, uutisiin, someen juttu ja kuvia	Sara ja apujoukot
	Lisäksi tehtävää: uutisiin pelaajien kommentteja, videohaastatteluja, valokuvia, juttuja nettiin, otteluiden videointia		Sara ja apujoukot
Miten Rio Team näkyy FO:ssa?	Rio roll up ja rio pöytä	Kisapaikalle, vkolla 5	Sara/toimisto
	Nimmareiden jaot	Nimmarikortit kuntoon vkolla 2 ja kisapaikalle vkolla 5	Sara

Nimmareiden jaon
mainostus - miten
aikataulu?

AIKATAULU TEHTÄVIEN MUKAAN:

FINNISH OPEN

	Mitä?	Milloin? Kuka?	Missä mainostetaan/jaetaan yms.?
Uutiset/ tiedotteet netissä	Finnish Open uutisia <i>Esim. liput, osallistujamäärä, M&Q- lista, kahvio, arvonta yms.</i>	vko 7-14, joka viikko tarvittaessa Sara	Kisasivuilla, Facebookissa, Twitterissä Instagrammissa
	Finnish Open traileri ja vanhoja videoita	uusi traileri: vko 6/8 vanhoja: vko 9/14 Sara/vapaaehtoinen	
FO-logo	Kisalogo uusimmalla vuosiluvulla	AJOISSA (puoli vuotta ennen kisaa ainakin), Sara	
Kisajuliste ja -flyer	FO-juliste, josta myös flyer (yleisön houkutus)	vko 6/7, JP	Julisteet: halleille (Mika, Ilkka, Tommi, Vellu) Flyerit: kisoihin ja tapahtumiin
Flyer vapaaehtoisille	Vapaaehtoisten keruu flyer (ns. ilmoittautumislomake)	vko 45, Sara	FIC:ssä ja muissa sulkapallokisoissa ja tilaisuuksissa
Kutsu	Julisteen pohjalta kutsu ja sen lähetys	vko 8/9, JP ja Sara	
Palkintoseinän keskivuota	Palkintoseinän keksivuota, jossa SM-logo ja kumppanit	vko 13 viimeistään (niin aikaisin kuin mahd.), Sara	
Kumppani roll Up	Valkoinen Roll Up, jossa kumppanit	vko 13 viimeistään (niin aikaisin kuin mahd.), Sara	
Huippusulkapalloa -Roll Up	Huippusulkapalloa Suomessa Roll Up, jossa SM, FO, FIJC ja FIC	vko 45- (niin aikaisin kuin mahd.), Sara/JP	
Sosiaalinen media	FO-päivityksiä/ hehkutuksia	vko 7-14, joka viikko, Sara	Some

Facebook, Twitter ja Insta	Kyselyjä "Kuka voittaa FO15?"	vko 12-13, Sara	
	Maksettu mainonta Facebookissa	Mahd. julisteesta vkolla 8/10, Sara ja Mika	
		tapahtuma Facebookissa vkolla 8/9, Sara ja Mika	
	Tapahtumakutsu - tapahtuma Facebookiin	vko 8/9, Sara ja kaikki kutsuu - muistuta tapahtumasta viikottain	
	Lippukilpailut Facebookissa	vko 10-14, Sara	
Hallien kautta markkinointi	Hallipostilla FO:n mainonta ja hallitapaaminen	vko 6/7, Sara	Halliposti ja hallit
	Julisteet/flyerit/roll upit halleihin	vko 7/9 alkaen, kaikki: Mika, Ilkka, Tommi, Vellu ja Sara	
Seuramarkkinointi	Seuraposti: muistutus FO:sta ja vapaaehtoisista ja pääsylipuista	vko 8/10, Sara (voi olla useammassa jäsenpostissa aiheena)	Seura- ja viestintävast.posti
Televisio		Mika	
Netti-tv		BE, Mika	
Lehdistötilaisuus	Mediajakeluun kutsu	vko 12, Sara	Mediajakelu
	Lehdistötilaisuus paikassa 7.4.2016 klo 10.00	vko 13, Sara, paikalla Ville, Eetu, Airi ja Nanna + Vellu	
Muut materiaalit	Badget vapaaehtoisille	vko 7, Sara (niin ajoissa kuin mahdollista)	
	Traileri	vko 7 – Sara, vapaaehtoinen (niin ajoissa kuin mahdollista)	
	Infolaput kisapaikalle	vko 7/11, Sara (niin ajoissa kuin mahdollista)	
	Minne Mennä-palstojen ilmoitukset	vko 11/12, Sara (niin ajoissa kuin mahdollista)	
Respect	BWF	uutisointi julkistamisen jälkeen, Sara	
	OKM		

Tutka

Tutkalappujen teko ja
organisointi kuka hoitaa
tutkaa

vko 10-13-3 **Sara** laput ja
koko toimisto tutkan
organisointi

Arvokisoista viestiminen

MM-/EM-kisat

- Uutisten/tiedotteiden kirjoittaminen ennakkoon osallistujien, arvontojen yms. varmistuttua
- Hehkutusta sosiaalisessa mediassa
- Kisojen ollessa lähellä mahdollisen mediatilaisuuden järjestäminen, jossa paikalla kisoihin osallistuvat pelaajat ja valmentaja
- Kisan aikana aktiivinen uutisointi ja mediatiedotteiden jakaminen sekä sosiaalisessa mediassa hehkuttaminen

Olympialaiset

- Rion Olympialaisista 2016 on alettu viestimään jo vuonna 2013 kun Rio Team, olympiavalmennusryhmä, perustettiin. Sen jälkeen uutisoinnissa on käytetty Rio Team-sivustoa ja pelaajia mainostettu Rio Teamin jäseninä.

Ennen:

- Olympiakarsintojen alettua Rion Olympialaisia koskevaa viestintää ja uutisointia on lisätty
- Karsintojen aikana sulkapallofaneja sekä mediaa on pidetty ajan tasalla karsintatilanteesta

Lähellä olympialaisia:

- Maailman Sulkapalloliitto julkaisee Rion Olympialaisiin pääsevät sulkapallonpelaajat 5.5 -> Tuodaan tämän esille isosti (uutisointia, haastatteluja, pelaajakortteja yms.)
- Olympiakomitea julkaisee Suomen olympiajoukkueeseen valitut sulkapalloilijat kesäkuussa -> lisää hehkuttamista omilla kanavilla sekä tarpeen vaatiessa lisätoimia viestinnässä
- Tarkkaillaan olympialaisiin valittujen pelaajien elämää/kisaamista ennen olympialaisia -> viestitään
- Järjestetään mediatilaisuus, jossa paikalla olympialaisiin valitut pelaajat. Eroaa mahdollisesti muista mediatilaisuuksista, esimerkiksi paikan ja tekemisen suhteen.
- Olympialaisten alkamisen lähestyessä lisää uutisointia ja hehkutusta

Aikana:

- Olympialaisten ollessa käynnissä käytä hyväksi Olympiakomitean viestintää (mediatiedotteita, haastatteluja, valokuvia yms.) ja luo lisää omille kanaville

Arvokisamenestymisien ennakointi

Vuoden 2016 toimintasuunnitelmassa mainittiin tärkeissä toiminnoissa arvokisamenestymisten ennakointi. Tässä toimii mallina miesten EM-joukkueen menestyminen vuonna 2014 Baselissa, kun Suomi voitti pronssia. Ennakoinnilla halutaan varautua esimerkiksi EM-mitaliin tai muihin arvokisamenestymisiin.

Tässä ohjeessa mallina toimii ”Baselin pamaus” eli joukkue EM-pronssin aikana ja jälkeen tapahtunut toiminta:

Menestymisen ollessa mahdollista:

- Omilla kotisivuilla sekä sosiaalisessa mediassa suurta hehkutusta ja innostusta aiheesta. Jännityksen kerääminen.
- Medialle uutisointia ja hehkutusta hyvistä mahdollisuuksista. Mahdollisesti henkilökohtaisia yhteydenottoja mediaan.

- Kannustushengen herättämistä. Esimerkiksi yhteinen kisakatsomo tärkeän ottelun/otteluiden kohdalla. Sinne neuvotaan ottamaan sinivalloista mukaan. "Me-henkeä".
- Pelaajalta/pelaajilta viestiä myös faneille, omissa medioissa asian hehkuttamista

Menestymisen tapahduttua:

- Omilla kotisivuilla sekä sosiaalisessa mediassa suurta hehkutusta
- Medialle uutisointia ja hehkutusta menestymisestä. Mahdollisesti henkilökohtaisia yhteydenottoja mediaan.
- Mitalikahvit tai muusta menestymisestä johtuvat kakkukahvit menestyjän/menestyjien kunnaksi sekä paikalle koko sulkapallokansa ja media.
- Pelaajalta/pelaajilta kiitosta faneille kannustamisesta ja tuesta sekä heidän omissa medioissa asian hehkuttamista.
- Mahdollisesti juliste aiheesta (mallia EM-pronssi).

10. Sisäinen viestintä

Liitossa sisäistä viestintää hoidetaan päivittäin. Sisäinen viestintä on tärkeää, mutta eri tavalla kuin esimerkiksi suurissa konserneissa, joissa eri toimitiloja ja satoja työntekijöitä. Koska liiton toimistossa työskentelee päivittäin yhteensä neljä tai viisi ihmistä on asiat helppo hoitaa kasvokkain ja pienessä toimistossa kaikki on helppo saada kuulolle. Yksi tärkeä sisäisen viestinnän väline on henkilöstöpalaverit, joita toteutetaan muutaman kerran kuukaudessa. Siinä kaikkien toimialojen kärkihankkeita päivitetään ja kerrotaan muille uusimmat uutiset ja tulossa olevat asiat. Yleisesti liitossa asiat käydään päivän aikana läpi. Kanavia viestinnälle:

- Kasvokkain keskustelut
- Palaverit
- Esimies-alaiskeskustelut (esimerkiksi kehityskeskustelut)
- Sähköposti
- Kahvipöytäkeskustelut