
SUOMEN TANSSIURHEILULIITTO
TIEDOTUS@DANCESPORT.FI
ALISA HEINO

VIESTINTÄSTRATEGIA 2025

MILTÄ KANAVAT OVAT NÄYTTÄNEET ENNEN?
VISIO TULEVAISUUDESTA
MITTAREITA
KULMAKIVET

MILTÄ KANAVAT OVAT NÄYTTÄNEET ULOSPÄIN ENNEN 2025?

IG

Ennen: passiivista materiaalia - tekstit keskiössä - info edellä
Lajiemme huiput / keulakuvat hukkuvat informaation alle.
Vrt. esim. Liettuan liiton some.

FB

Ennen: FB & IG materiaali ovat kulkeneet käsi kädessä - sama info kahdessa kanavassa samalla tavoin esitettynä
Voiko tähän tulla muutos?

YT (EI OLLUT KÄYTÖSSÄ)

Ennen kanava ei ole ollut aktiivisessa käytössä.
Kanava merkitykselliseen asemaan ja käyttöön huhtikuusta 2025 alkaen.

JÄSENKIRJEET

Ennen: kaikki jäseninfo on poimittu nettisivujen uutisista suoraan jäsenkirjeisiin.
Voidaanko jäsenkirjeissä käyttää teemoja, otsikointeja, graaffista suunnittelua tulevaisuudessa?

KANAVAT KUNTOON

VIESTINNÄN TUKEE STUL STRATEGIAA

MITÄ MAHDOLLISUUKSIA TANSSIURHEILULLA ON NÄKYÄ JA KUULUA JA MITEN?

VISIO TULEVAISUUDESTA



TIEDOTTAMINEN

Stoorit:

Koulutukset, päivämäärät, ajankohtaiset asiat ja teemat, jotka löytyvät 'ajankohtaiset highlightit'. Materiaalilla tunnistettava graafinen ilme.

Muu info:

Feediin harkinnan mukaan - viestitään värein ja tunnistettavin graafisin ilmein.

INSTAGRAMIN VALOVOIMA

Huippu-urheilun näkyvyys:

Tanssiurheilijoiden nostattaminen, idolit ja fanikulttuurin luominen.

Markkinoinnin näkökulma:

Vahva brändi-ilme. Kumppaneita kiinnostava ilme ja myönteisyys.

MATERIAALI

Actioneita lisäävää materiaalia (liikkuvakuva) ja julkaisut, joilla on pidempi elinkaari somessa (jaot, kommentit). Korkealaatuinen kuva- / videomateriaali.



TIEDOTTAMINEN

FB materiaali saa olla tiedotuspainotteisempaa vrt. IG. Ajankohtaiset uutiset. Lajikohtaiset infokanavat / STUL tiedotuskanava käyttöön?

FACEBOOKIN VALOVOIMA

Mainonta:

Maksettua mainontaa -kilpailumainosten kotipaikka - arvokilpailuiden näkyvyys ja yleisön tavoittaminen.

Tapahtumat:

Arvokilpailutapahtuminen levittäminen vrt. maksettu mainonta - orgaaninen mainonta (esim. foorumit).

Korkealaatuinen kuva- / videomateriaali.

VISIO TULEVAISUUDESTA



YOUTUBE

KÄYTTÖÖNOTTO

Otetaan käyttöön oma kanava, jossa striimataan SM arvokilpailut, DanceSportFin TV.

Tulevaisuudessa striimissä arvokilpailutapahtumat, haastattelut, kumppanit, urheilijahaastattelut (ammattimaisuus), livetilaisuudet.

Tanssiurheilulla mahdollisuus sponsoreihin, yrityskummeihin, kun tanssiurheilu näkyy ja kuuluu - jatkumo on taattu.

Korkealaatuinen kuva- / videomateriaali.



JÄSENKIRJEET / UUTISET

LUETTAVUUS / KIINNOSTAVUUS

Kaikki jäsenistöä koskeva info helposti luettavaan muotoon huomioiden otsikointi nettisivuilla ja jäsenkirjeissä.



NETTISIVUT

PÄIVITTÄMINEN

Sivuja:

Jäseninfo / seurojen materiaalit

Koulutusinfo

Materiaalit (mm. säännöt)

Etsitkö tanssiurheiluseuraa?

Huippu-urheilu

Hallinto

Medialle

Etusivu:

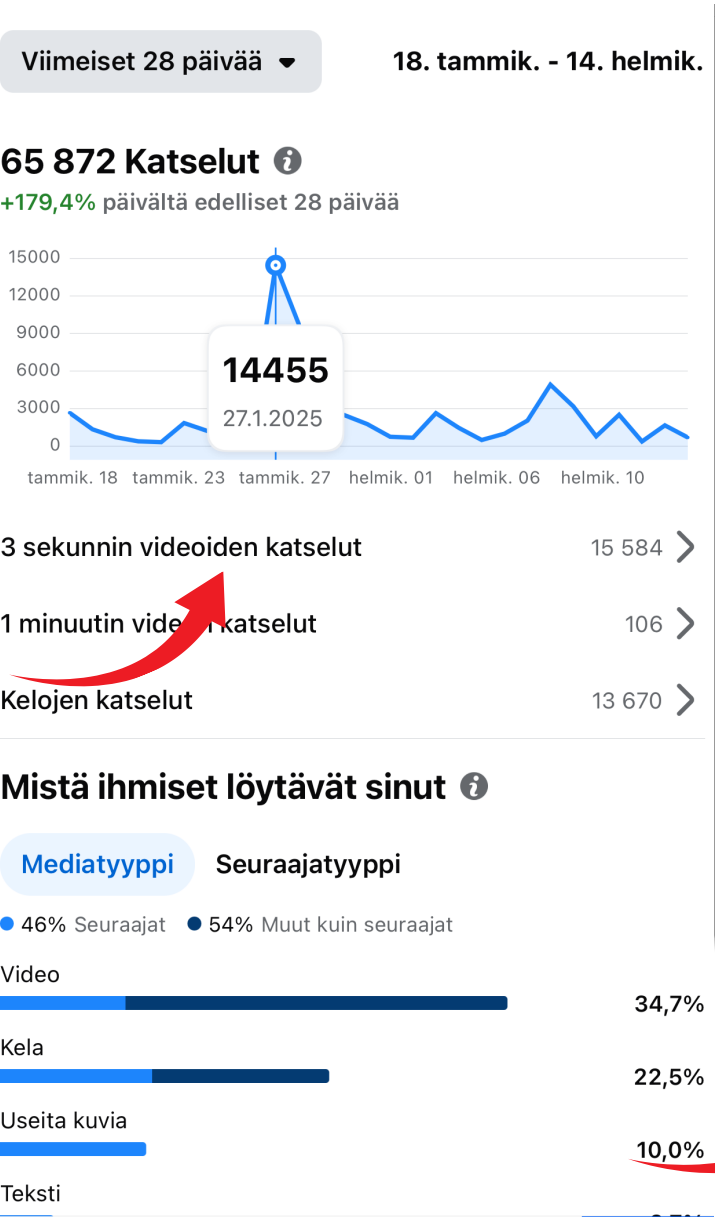
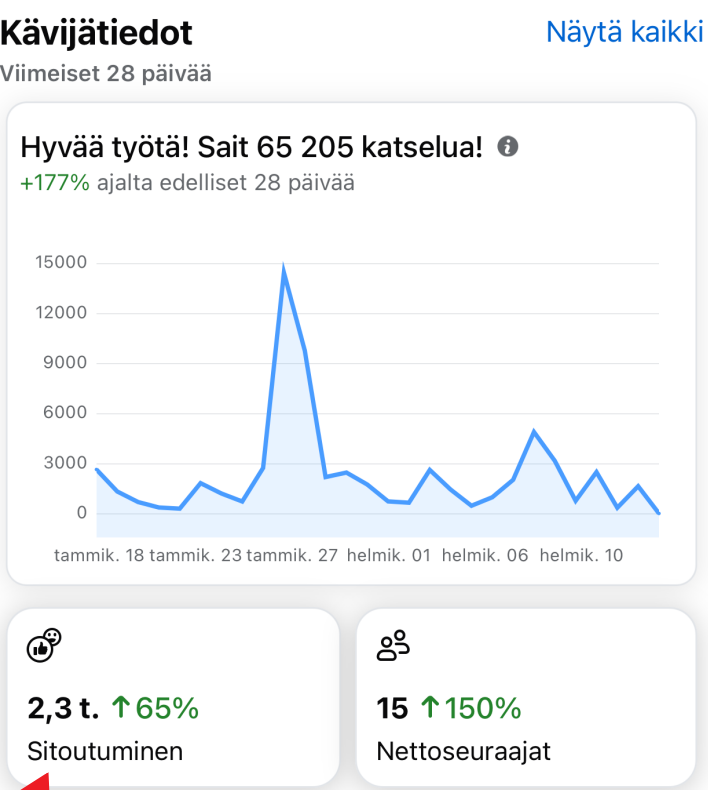
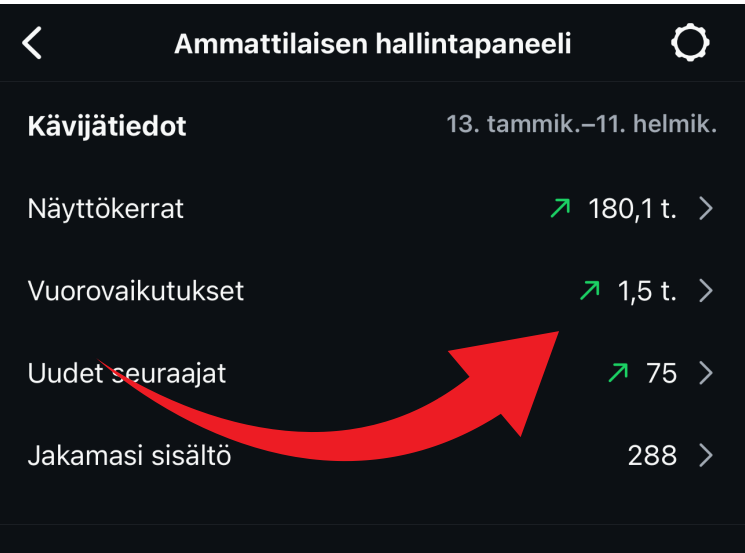
Houkuttelevuus,

monilajisuus,

logotilat,

keskiöön arvokilpailut

KAHDEN KUUKAUDEN MITTARI



ANALYYSIA

Ensimmäisen kuun aikana tehdyt suuntamuutokset

käänsivät mittarit nousuun. Sitoutuminen

somesisältöön lisääntyi 65%, uusia seuraajia tulee

tasaista tahtia liiton kanaville, vuorovaikutukset sekä

näyttökerrat ovat lisääntyneet. Kaikista parhaita

tulosta ovat tehneet lyhyet videot ja huonoiten

menestyvät tekstiin keskittyvät sisällöt.

VIESTINNÄN KULMAKIVIÄ

-Rohkeus kokeilla uutta ja nähdä mahdollisuudet ennen esteitä-

Vuonna 2025 viestintä on rohkeaa, positiivista ja monilajisuutta korostavaa.

Tavoitteena on vahvistaa liiton näkyvyyttä ja yhteisöllisyyttä sekä tukea huippu-urheilua ja kehityshankkeita.

Näin viestintä näkyy käytännössä:

- **Monilajisuus esiin kaikilla kanavilla**

Viestintä tuottaa ja hyödyntää materiaalia niin, että tanssiurheilun koko kirjo pääsee esille.

Lisäksi viestinnän sävy on kannustava ja innostava.

- **YouTube osaksi liiton viestintää**

YouTube otetaan käyttöön keskeisenä kanavana, jota hyödynnetään kehityshankkeissa ja tanssiurheilun tunnettuuden kasvattamisessa. Tanssiurheilun ja huippu-urheilun seuraaminen ei ole enää sattumanvaraista - lajin näkyvyys ja liiton elinvoimaisuus vahvistuvat. Striimipalvelu tukee myös jäsenmäärien kasvua.

- **Sosiaalinen media strategian ytimessä**

Somea hyödynnetään liiton strategian jalkauttamisessa ja yhteisöllisyyden vahvistamisessa. Esimerkkinä helmikuun 2025 arvokilpailujen yhteydessä toteutettu tsemppikampanja ja positiivisuutta lisääviä sisältöjä.

- **Viestinnällä arvoa ja kumppanuuksia**

Viestinnälliset ratkaisut tukevat liiton markkina-arvon kasvua ja luovat mahdollisuuksia uusille kumppanuuksille. Hyvin suunniteltu viestintä tukee niin huippu-urheilua kuin kehityshankkeitakin - ja vahva viestintä tarkoittaa myös vahvaa taloutta.

- **Seurojen tukeminen**

Viestinnän avulla seurat saavat ajankohtaista tietoa muun muassa koulutuksista ja muista kehitysmahdollisuuksista.

- **Kohti tunnistettavaa ja arvostettua brändiä**

Suomen Tanssiurheiluliitosta rakennetaan vahva ja tunnettu brändi, joka yhdistää hyvinvoinnin, kulttuurin, liikunnan ja huippu-urheilun.