Suomenmestaruuskilpailuiden viestinnän vuosikello



Viestintä- ja tapahtumakoordinaattori

3kk. ennen tapahtumaa

LANSEERAUS JA ENNAKKOMARKKINOINTI

- Viestintäkoordinaattori suunnittelee ja toteuttaa kilpailun markkinointigrafiikat.
- Kilpailun lanseeraus sosiaalisessa mediassa.
- Tapahtumasivun julkaisu osoitteessa www.dancesportfinevents.com.
- Ennakkolippujen myynnin avaaminen Biletti-palvelussa.
- Yhtenäisen visuaalisen ilmeen käyttöönotto kaikissa viestintäkanavissa.

STUL
SUOMEN TANSSIURHEILULIITTO

Viestintä- ja tapahtumakoordinaattori

2kk. ennen tapahtumaa

- AKTIIVINEN SISÄLTÖMARKKINOINTI
- Sosiaalisen median julkaisujen jatkaminen.
- Paikallisen ja valtakunnallisen median kontaktoinnin suunnittelu.

STUL
SUOMEN TANSSIURHEILULIITTO

Viestintä- ja tapahtumakoordinaattori

1kk. ennen tapahtumaa

- MEDIASUHTEET JA KILPAILUN KIINNOSTAVUUS
- Paikallismedian ja valtakunnallisen median kontaktointi.
- Ennakkobuffijutun valmistelu Lianan mediatyökalussa.
- Toimitusten ja alueellisten medioiden kohdentaminen.
- Urheilijaesittelyjen ja kilpailuun liittyvien sisältöjen julkaiseminen (yhteistyöseura)
- Media-akkreditoinnin käytännön järjestelyjen valmistelu.

STUL
SUOMEN TANSSIURHEILULIITTO

Viestintä- ja tapahtumakoordinaattori

2vk. ennen tapahtumaa

- ENNAKKONÄKYVYYDEN VAHVISTAMINEN
- Urheilijaesittelyt ja kiinnostavat ennakkosisällöt sosiaalisessa mediassa.
- Kilpailun lähestymisen aktiivinen viestintä.
- Media-akkreditoinnin avaaminen.
- Maksetun Meta-mainonnan materiaalien ja kohdennusten valmistelu.

STUL
SUOMEN TANSSIURHEILULIITTO

Viestintä- ja tapahtumakoordinaattori

1vk. ennen tapahtumaa

- MEDIAN AKTIVOINTI JA MAINONTA
- Ennakkotiedotteen lähettäminen medialle Lianan kautta.
- Tiedotteen kohdentaminen paikallisille ja valtakunnallisille toimituksille.
- Maksettu Meta-mainonta käynnistyy.
- Median kutsuminen paikan päälle kilpailuun.
- Media-akkreditointien vastaanottaminen ja vahvistaminen.
- Kilpailuviikon toisen mediatiedotteen lähettäminen Lianan kautta.
- Viimeiset somejulkaisut ja muistutukset lipunmyynnistä.

STUL
SUOMEN TANSSIURHEILULIITTO

Viestintä- ja tapahtumakoordinaattori

Kilpailupäivä

- LIVEVIESTINTÄ JA SISÄLLÖNTUOTANTO
- Ajankohtaiset sosiaalisen median päivitykset kilpailun aikana.
- Tulosten ja kilpailun kohokohtien julkaiseminen.
- Valokuvien ja videomateriaalin tuottaminen.
- Haastattelut kilpailijoista, voittajista ja muista kiinnostavista henkilöistä.
- Lyhyiden somevideoiden julkaiseminen jo kilpailupäivän aikana.
- Median avustaminen ja akkreditoitujen toimittajien palveleminen.

STUL
SUOMEN TANSSIURHEILULIITTO

Viestintä- ja tapahtumakoordinaattori

Kilpailun jälkeen (1–3 päivää)

- JÄLKIVIESTINTÄ JA TULOSTEN HYÖDYNTÄMINEN
- Kilpailun jälkeisen uutisen julkaiseminen liiton verkkosivuilla.
- Kilpailutulosten viestiminen sosiaalisessa mediassa.
- Lehdistötiedotteen lähettäminen kansalliselle medialle kilpailutuloksista.
- Erityinen huomio Champion-luokan voittajiin ja muihin uutisarvoisiin tuloksiin.
- Voittajahaastattelujen julkaiseminen.
- Kilpailupäivän videoiden ja kuvien julkaiseminen jälkikäteen.
- Median jälkikontaktointi ja kiinnostavien uutisaiheiden tarjoaminen.
- Materiaalien kokoaminen tulevaa markkinointia ja viestintää varten.

STUL
SUOMEN TANSSIURHEILULIITTO



Viestintä- ja tapahtumakoordinaattori

SM-KILPAILUJEN VIESTINNÄN VUOSIKELLO

Ennakkomarkkinoinnista kilpailupäivään

Kilpailu	Lanseeraus (3 kk ennen)	Aktiivinen kampanja	Kilpailu
Latin SM	Marras–joulukuu	Tammi–helmikuu	Tammi–helmikuu
Vakio & soolo SM	Tammikuu	Maalis–huhtikuu	Huhtikuu
Rock'n'Swing SM	Tammi–helmikuu	Maalis–toukokuu	Huhti–toukokuu
10-tanssi & para SM	Heinäkuu	Syys–lokakuu	Lokakuu

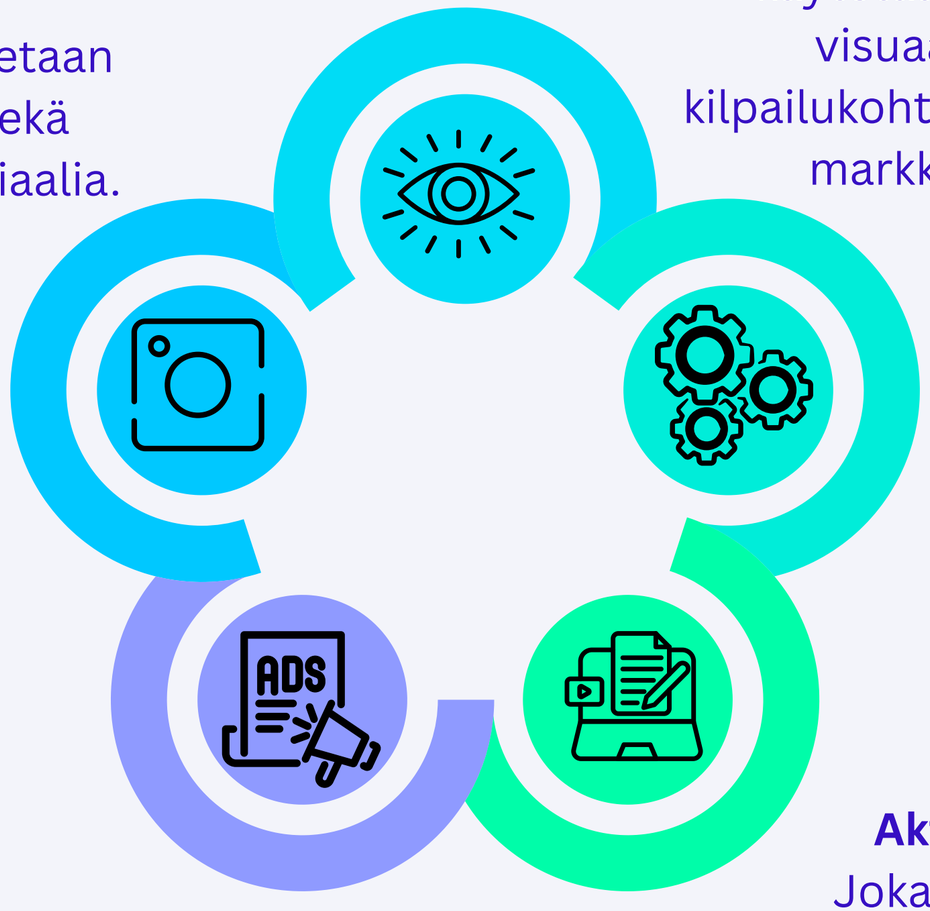
Ajankohdat tarkentuvat kilpailujen vahvistettujen päivämäärien mukaan.

STUL
SUOMEN TANSSIURHEILULIITTO

Yhtenäiset toimintaperiaatteet kaikille SM-kilpailuille

Jälkiviestintä:
Jokaisesta kilpailusta tuotetaan uutinen, tulosviestintä sekä haastattelu- ja videomateriaalia.

Yhtenäinen ilme:
Kaikissa SM-kilpailuissa käytetään liiton yhteistä visuaalista linjaa ja kilpailukohtaisesti muokattavia markkinointipohjia.



Säännöllinen someviestintä:
Jokaisella kilpailulla on ennakkoon suunniteltu sisältökalenteri.

Sama mediaprosessi:
Jokaisesta SM-kilpailusta lähetetään vähintään kaksi ennakkojuttua medialle Lianan kautta sekä kilpailun jälkeen tulostiedote.

Maksettu mainonta:
Meta-mainonta toteutetaan kilpailua edeltävällä viikolla.

Aktiivinen kilpailupäivä:
Jokaisessa SM-kilpailussa on nimetty somevastaava ja sovittu sisällöntuotanto.

STUL
SUOMEN TANSSIURHEILULIITTO