

## Suomalaisen lionstoiminnan 14.8. vuosipäivä – konsepti

### NÄIN ONNISTUT

- aloita ajoissa
- sovi organisointitapa
- muodosta projektiryhmä
- etene konseptia noudattaen
- muista, että vuosipäivä on osa jäsenkampanjaa



Vuosipäivästä voit lukea [liiton kotisivuilta](#). Vuosipäivästä käynnistyy myös kolmevuotisen Kutsu Lioniksi – jäsenkampanjan tehokuukaudet eli vuosipäivästä lokakuun [Hyvän Päivään](#).

### Mikä on konsepti?

Kun tapahtuman suunnitelma perustuu konseptiin, eli toistuvaan suunnitelmaan, tapahtumakohtaisiin muutoksiin varaudutaan entistä paremmin. Toimintatapana voi olla jopa, että toteutuksen tiimi vaihtuu jokaiseen tapahtumaan ja konseptin avulla päästään silti tasalaatuiseen toteutukseen jokaisella kerralla. Tapahtumaa palvelevat henkilöt määräytyvät työvuorojen mukaan ja toiminnan pitäisi olla yhtenäinen siitä huolimatta.

### **Suunnitelma piireille/alueille/lohkoille kunkin tarpeen mukaan**

Suomalaisen lionstoiminnan vuosipäivänä 14.8. tai sen läheisyydessä olevana muuna sovittuna päivänä tuodaan eri paikkakunnilla esille lionstoimintaa. Tavoitteena on järjestää osallistava tapahtuma, jonka aikana kerromme toiminnastamme. Tavoitteena on saada ihmiset kiinnostumaan toiminnastamme, houkutella heitä liittymään johonkin olemassa olevaan klubiin, perustamaan uutta klubia tai osallistumaan pop up tyylisesti johonkin lionstapahtumaan ns. lisäksi. Monessa tapauksessa pelkkä esitteiden jakaminen ei herätä kiinnostusta.

Osallistavia tapahtumia ovat esimerkiksi lastentapahtumissa kasvomaalauksien tekeminen ja tatuointitarrojen liimaaminen, onnenpyörä, seikkailuradat ja muut liikunnalliset aktiviteetit jne. Aikuiset jäävät juttelemaan kahvi/makkarapisteissä. Hyväksi koettuja teemoja ovat ympäristöteema, nuorisovaihto ja Lion Quest.

Auta lasta, auta perhettä – keräyksiä voidaan järjestää pitkin kautta ja myös järjestää vuosipäivän yhteydessä lähialueen myymälässä tai kauppakeskuksessa.





Seuraava tapahtumakonseptia voidaan soveltaa sen mukaan, onko tapahtuma sisä- vai ulkotiloissa. Tätä konseptimallia voi käyttää muidenkin tapahtumien suunnitteluun.

Liitto tukee piirien vuosipäivätapahtumia hankkimalla markkinointimateriaalia.

Vuosipäivän tapahtumissa on ensiarvoisen tärkeää hyvin suunniteltu markkinointi – ja viestintäsuunnitelma.

### **Markkinointi ja viestintä**

Markkinoinnin ja viestinnän tulee olla monikanavaista. Tapahtuman markkinointi kannattaa aloittaa hyvissä ajoin ennen tapahtumaa ja sitä tulee jatkaa aina tapahtuman alusta loppuun saakka ja mielellään myös tapahtuman jälkeenkin. Perusteellisesti tehdyllä markkinointi- ja tiedotussuunnitelmalla tavoittaa laajemman yleisön ja hyvä suunnitelma helpottaa varsinkin tapahtuman lähestyessä, jolloin tiedotus ei jää tapahtumakiireiden vuoksi vajaaksi.

Valmistellaan tilaisuudessa tarvittavaa käytettävää hissipuheen sisältö, jotta viestimme on yhtenäinen. Hissipuheen valmistelussa voi käyttää hakukoneista löytyviä malleja, [tässä niistä yksi](#).

Tärkeää on useamman klubin järjestämässä tapahtumassa, että yhdessä käydään läpi klubien aktiviteetit, joista voi kertoa asiasta kiinnostuneille. Tiivistetään perusviesti selkeäksi ja ymmärrettäväksi. Tarkenna perusviesti. Ihmisten aito kohtaaminen ja empaattisuus ovat avainasemassa. Näin kuulijalle jää monipuolinen kuva paikkakunnan leijona-aktiviteeteista.

Markkinointi- ja viestintävastaavan nimeäminen

- suunnitelman teko
- yhteydenpito paikan (kauppakeskus, kaupungin tila, kaupungin tori) markkinointi- ja viestintävastaavaan ja yhteistä markkinointi/viestintäkeinoista sopiminen

- tapahtuman aikaisesta visuaalisesta dokumentoinnista (valokuvat, videot) vastaavan nimeäminen

Tapahtuman markkinointi kohdistetaan yleisölle ja tapahtumassa kävijöille sekä yritysyhteistyökumppaneille. Tässä auttaa kohderyhmän kartoittaminen etukäteen. Kartoituksen avulla voidaan valita markkinointikanavat halutulle kohderyhmälle.

### Markkinointikanavia

- kunnan tai kaupungin tapahtumakalenteriin.
  - mediatiedotteet (lyhyt kuvaus tapahtumasta ja yhteystiedot)
  - sosiaalinen media, kotisivut (klubi ja piiritaso), muista käyttää somemarkkinointimateriaaleissa hashtagia #kutsulioniksi. Täggää myös @suomenlionsliitto postauksiin, niin liiton viestintä voi nostaa paikallisia tapahtumia myös omilla sivuillaan. [Lisää somemainoksista.](#)
  - mainokset lehdissä, radiossa, tv:ssä
  - kadunvarsimainokset, flyerit,, banderollit yms. kaupungilla
  - muita tapahtumakalentereita netissä: median tapahtumakalenterit
  - julisteet kaupungin ilmoitustauluilla
  - huolehdi myös sisäisestä viestinnästä
  - infoa piirin tapahtumasta liiton viestintään ennen ja jälkeen sekä tapahtuman aikana. Videot ja valokuvat. Sovitaan aikataulu, jolloin tapahtuman tiedot lähetetään osoitteeseen [viestinta@lions.fi](mailto:viestinta@lions.fi)

### Työvälineitä

- Liiton kotisivuilla on [runsaasti viestintään ja markkinointiin](#) liittyvää materiaalia sekä [kampanjamateriaalia](#), jotka ovat kaikkien piirien ja klubien käytettävissä. flyerit, winderit, rollupit, banderollit,
- Monella paikkakunnalla leijonat ovat perustaneet Seuraa Lions-aktiiviteetteja WhatsApp-ryhmiä, joissa mainostetaan paikkakunnan leijonatapahtumia. Tapahtumissa voi liittyä ryhmään QR-koodin avulla.
- [Kuinka toimin messuständillä](#) -video

**Esimerkkejä onnistuneista tapahtumista:** Narinkkatori Helsingissä, Wanhat Markkinat Rovaniemellä



#### **A. Ennen tapahtumaa, huhtikuu**

Tärkeää on aloittaa tapahtuman suunnittelu hyvissä ajoin, viimeistään huhtikuussa. Tapahtuman suunnittelu käynnistetään piirikubernöörin johdolla. Esimerkiksi piirin johtoryhmän kokouksessa päätetään, järjestetäänkö piirin myötävaikutuksella tapahtuma useammalla alueella/paikkakunnalla samaan aikaan vai vuosisyklillä kiertäen piirin eri alueilla.

Tämän jälkeen päätetään projektipäälliköstä ja muista vastuualueista. Kuka vastaa paikkakunnan tapahtumasta: piirin, alueen vai lohkon puheenjohtajan vastuulla.

Tapahtuman projektiryhmässä ideoidaan ja sovitaan aikataulu, tapahtumapaikka, talous, kunnan/kaupungin avustukset ja toiminta tapahtuman yhteistyökumppanina. Projektiryhmä pitää säännöllisesti tuotantopalavereja, jotta suunnitelma etenee ja mahdollisiin muutoksiin osataan varautua. Projektin vastuuhenkilö tekee erimielisyystapauksessa lopullisen päätöksen.

Paikka- ja tilavauraukset on hyvä tehdä riittävän ajoissa, viimeistään kesäkuun alkuun mennessä.

**Käytännön järjestelyt, määritellään niiden vastuuhenkilöt**

- Tuotantosuunnitelman valmistelu: ohjelman suunnittelu ja aikataulutus
- Tapahtuma-alueen suunnittelu: esitystekniikka, sähkö, musiikki, vesi, opasteet ensiapu sekä tapahtumakarttojen valmistelemine. Käy kohteessa ja tutustu paikkaan ennen suunnittelun käynnistämistä.
- Luvat ja ilmoitukset (lupa tilan omistajalta, ilmoitus poliisille)
- Budjetoinnin alustava suunnitelma, selvitetään mahdolliset kaupungilta/kunnalta/erilaisilta säätiöiltä anottavat kohde - tai toiminta-avustukset.
- Nimetään markkinointi- ja viestintävastaava, jonka johdolla laaditaan markkinointi- ja viestintäsuunnitelma.
  
- Esiintyjien ja juontajan varaaminen
- Rakenteiden ja tekniikan varaaminen
- Yhteistyökumppaneiden, sponsoreiden ja tapahtumatukien haku
  
- Turvallisuussuunnitelman laatiminen suurissa tapahtumissa, esimerkiksi Narinkkatorin tapahtuma Helsingissä. Suunnitelma pitää olla hyväksyttyinä pelastuslaitoksella ennen kuin poliisi ottaa lupa-asian käsittelyyn. Turvallisuussuunnitelma on kuin tapahtuman käsikirja, jossa on kerrottu miten hommat etenevät, jos tulee jokin poikkeava tilanne missä tahansa tapahtuman osiossa. Iso rooli on turvallisuuspäälliköllä, joka on nimettävä etukäteen, ja järjestysmiehillä. Pienemmissä tapahtumissa on hyvä selvittää, mistä löytyy kauppakeskuksen tai vastaavan ensiapupiste. Pelastuslaitosten [turvallisuussuunnitelman mallipohja](#).
  
- Siisteys- ja ympäristöasiat (jätehuoltosuunnitelma)
  
- Vakuutukset, huom. katso myös [Suomen Lions-liiton vastuuvakuutus](#)

## **B. Ennen tapahtumaa, elokuun alku**

- Ohjelman viimeistely, painomateriaalit sekä muu tarvittava rekvisiitta
- Käy tapahtumapaikalla ja varmista vastaako suunnitelma nykyhetkeä
- Tiedotus alueen asukkaille ja yrityksille
- Tapahtumapäivän työtehtävien jako ja aikataulutus. (tästä voisi olla jokin listaus mm tavaroiden haku, laitteet paikoilleen yms.) ja aikataulutus + varahenkilöt, jos joku sairastuu

### C. Tapahtuman aikana, elokuu

Projektiryhmä on tarpeellista saapua tapahtumapäivänä hyvissä ajoin paikalle. Jokainen hoitaa oman sovituksen työtöhtävän. Jokaisella on tapahtumassa oma rooli ja kaikkien tekeminen on arvokasta. Tapahtuman aikana yhtenäisen vaatetus esim. lionsliivit. Tavoitteena on, että jokainen leijona osaa lyhyesti kertoa paikkakunnan lionstoiminnasta. Ennen tapahtumaa käydään yhdessä paikkakunnan aktiviteetteja läpi, jotta kaikki tietävät kokonaisuuden. Ihmistenkohtaaminen ja empaattisuus ovat avainasemassa.

Laadi työvuorolista, jotta paikalla on sopiva määrä leijonia – ei liian vähän eikä myöskään liian paljon.



### D. Tapahtuman jälkeen, elokuun loppu

- rakenteiden purkaminen ja siivous
- tavaroiden palautukset
- laskujen maksaminen
- budjetin toteuma
- palautekeskustelut ja palautteiden hyödyntäminen
- jälkimarkkinointi, kiitokset yhteistyökumppaneille
- kiitä tapahtumaan osallistuneita somessa

- yhteydenotto mielenkiintonsa ilmaiseksi henkilöille mahdollisimman pian tapahtuman jälkeen. Yhteydenotto käynnistää jäseneksihankinnan prosessin.

### **Kaupunkien ja kuntien tapahtumasuunnitteluohjeet, esimerkkejä**

[Jyväskylä](#)

[Mikkeli](#)

[Oulu](#)



Vaikka olisi koiranilma niin hyvin suunnitellun ja onnistuneen tapahtuman jälkeen sekä osallistujilla että järjestäjillä on hyvä mieli.

Suomen Lions-liitto ry:n viestintätoimikunta, pj Ulla Karppinen, 040 5033 128  
ulla.karppinen(at)lions.fi