

Kilpailun järjestäjälle vinkkejä innovaatiokilpailujen viestinnän ja markkinoinnin suunnitteluun:

Aloita miettimään markkinointi ja viestintä hyvissä ajoin!

- Mieti kilpailun tarkoitus, tehtävä, teema, tarkka ajankohta ja kesto
- Mieti kustannukset ja budjettisi
- Kilpailun palkinnot – näitä on hyvä käyttää markkinoinnissa ja viestinnässä!
- Mahdollinen palkintojenjakoseremonia tapahtuma, jota voidaan myös käyttää markkinoinnissa
- Mieti kuka/ketkä on kilpailun kohderyhmää ja kuinka tavoitat osallistujat
- Mieti miksi osallistua juuri tähän kilpailuun:
 - Tunnistetaanko sellaisia alueellisia erityispiirteitä, joiden avulla voitaisiin innostaa nimenomaan juuri kohderyhmääsi osallistumaan?
 - Miten kilpailun ajankohta määrittää mahdollista teemaa tai osallistumishalukkuutta?
 - Tunnistetaanko muita trendejä/ hiljaisia signaaleja, joita voidaan hyödyntää markkinoinnissa ja kilpailun ideoinnissa?
- Kuinka edistyneitä ideoita kilpailulla haetaan? Voivatko varhaisen vaiheen ideat ja jo markkinoilla olevat innovaatiot kilpailla samoissa sarjoissa?
- Mieti ketkä voivat toimia kilpailun tuomareina, jotta voit aloittaa myös heille viestimisen
- Mieti kilpailun pääviesti, otsikko ja muut viestit
- Suunnittele kilpailulle oma visuaalinen ilme
- Mieti ja toteuta kilpailulle oma nettisivu ns. laskeutumissivu eli Landing page, josta löytyy tietoa kilpailusta lyhyesti, tiivistetysti. Se koostuu ainakin kilpailun omasta visuaalisesta ilmeestä, siellä ovat vähintään kilpailun säännöt tai linkki niihin, sekä linkki itse kilpailuun, mahdollisesti omaa ajankohtaista tiedotettavaa kilpailusta
 - Huom! kilpailusta viestiessä useissa kanavissa: Mukana oleva osallistumislinkki tai verkkosivun osoite, jonka kautta kilpailuun pääsee mukaan, on syytä pysyä muuttumattomana. Huomioi siis, että mikäli sinun tarvitsee muokata "Landing pagea" kilpailun aikana (suositellaan välttämään turhia muutoksia), niin ilmoitettu osoite on pysyttävä muuttumattomana, jotta kilpailijat yhä löytävät sen.
- Ennakkomarkkinoinnin voit aloittaa heti näiden asioiden jälkeen, esim. tuomareiden mukaan kutsuminen on jo kilpailun ennakkomarkkinointia
- Suunnitelman eri viestien aikataulutuksesta voit tehdä, kun nämä edellä mainitut asiat ovat sinulla selvillä

Mahdollisia markkinointimateriaaleja ja -kanavia viestimiseen

- Nettisivut
- Uutiskirjeitä tai sähköposteja, joissa muistutetaan kilpailun aikarajoista
- Lyhyitä viestejä kilpailun mainostamiseksi eri sosiaalisen median alustoilla. Käytä sopivia hashtagia
- Digitaalujen materiaali
- Bannereita yrittäjä/yhteistyökumppaneiden nettisivulle
- Flyereita jaettavaksi eri tilaisuuksissa
- Julisteita tai esim. A3-tulosteita
- Lehdistö/mediatiedotteet
- Webinaarit ja ym. virtuaalitapahtumat
- Kasvotusten järjestettävät tapahtumat ja työpajat
- Tarjoa juttu aiheeksi esim. paikalliselle medialle
- Mieti mahdollinen markkinointi muissa tiedotusvälineissä