

Markkinointiviestintä- strategia ja kumppanuus- ohjelma

Seuratoimijapäivät 17.-18.8.2024

Mari Heikkinen

Pajulahti 2024



Miksi

Nykyisessä strategiassa harrastajamäärien tavoitteista jäätiin, urheilullista menestystä on saavutettu. Haluttiin toimia, joilla tavoitteita voidaan saavuttaa.

Tavoitteissa realistista onnistua vain yhteistyössä seurojen kanssa. Halutaan tukea seuroja vahvemmin ja luoda seuroille onnistumisen edellytyksiä yhdessä liiton kanssa – liitto on seuroja varten.

Koulujudohanketta halutaan hyödyntää laajemmin.

Tunnistettiin että judon uniikki arvomaailma ja kasvatuksellinen puoli ovat lajin erottuvuustekijä ja vahvuus. Näillä on yhteiskunnallinen vaikutus.

Valittiin markkinointiviestintästrategian tekeminen (miksi, mitä ja miten) ja kumppanuusohjelman luominen (resurssien vahvistaminen, kasvun tukeminen).

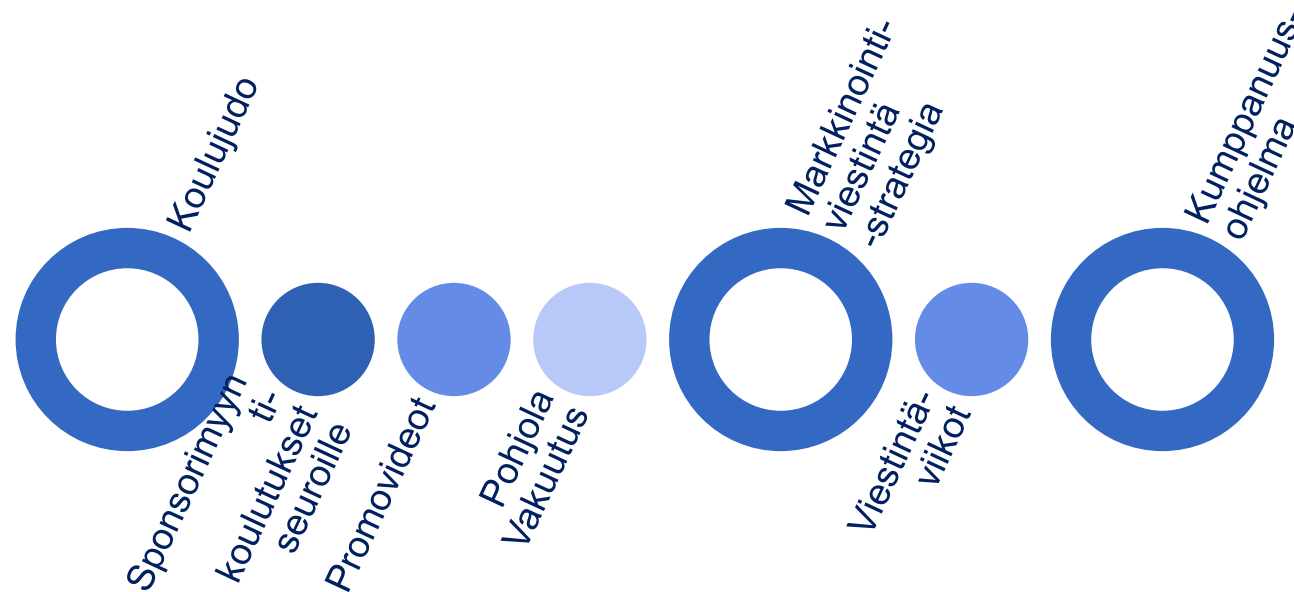
Miten

Nykytilanteen analysointi: Kohderyhmien, viestintätapojen sekä kanavien valinta

Keskeisten osa-alueiden valinnat: Talouden vahvistaminen, jäsenmäärän kasvattaminen ja seurojen aktivoiminen

Voitettavat kamppailut:

- Talouden tervehtyttäminen omarahoitusosuuden kasvattamisella
 - Sponsorointi/kumppanuusohjelma
 - jäsenmäärän kasvattaminen
- Judon arvomaailman viestintä (rohkeus, kohteliaisuus ja itsehallinta) oikealle kohderyhmälle oikeaan aikaan
 - Lasten vanhemmat (6-9v), koulut, seurat, judosta kiinnostuneet
- Seurojen aktivoiminen (koulutukset, viestintäviikot)
- Urheilumenestyksen hyödyntäminen (Yritysten kontaktointit)



Mitä tulee tapahtumaan: Markkinointiviestinnän ja kumppanuusohjelman tavoitekuva

Harrastajamäärän kasvu ja
resurssien vahvistaminen

2025
5500

- 0) Viestinnän organisointi ja strategian jalkautuminen toiminnaksi
 - 1) Koulujudon aktivointi seurakenttään
 - 2) Judolähettiläskonseptin skaalaus
 - 3) Viestintäviikot yhteistoimenpiteenä
 - 4) Kumppanuusohjelman luominen
- Kumppaniksi lajiin: Liitto ja seurat,
Yhteys seurojen puheenjohtajiin
lajista kiinnostuneiden
yrityspäätäjien tunnistamiseksi

2026
6000

- 1) Koulujudon juurruttaminen seurojen keinovalikoimaan
- 2) Judolähettiläsmäärän nousu
- 3) Viestintäviikkojen tavoitettavuuden nousu (seurat & #)
- 4) Uudet sponsorit
- 5) Judon kiinnostavuus noussut naisten ja miesten 30 – 44v kohderyhmässä

2027
6500

- 1) Koulujudoa toteutetaan aktiivisesti ympäri Suomea
- 2) Judolähettiläitä useissa seuroissa
- 3) Viestintäviikot juurtuneet vakiintuneeksi käytännöksi (seurat & #)
- 4) Sponsoreista kasvanut referenssejä ja uusia kumppaneita saatu mukaan

2028
7000

- 1) Koulujudoa toteutetaan aktiivisesti ympäri Suomea. 100 000 liikutettua lasta ja nuorta vuodesta 2023.
- 2) Koulujudolähettiläitä ympäri Suomea, jaettu yli 100 lähettilässtipendiiä
- 3) Viestintäviikot juurtuneet vakiintuneeksi käytännöksi (seurat & #)
- 4) Sponsoreita hankittu yli 100 000 eurolla (tarkentuu sponsorointiohjelmassa)
- 5) Judon kiinnostavuus naisten ja miesten 30 – 44 kohderyhmässä noussut yli 20 %:a (118 000:sta yli 140 000.