



Viestintä- ja markkinointisuunnitelma (pohja)
Strateginen 6-kenttäanalyysi
Kohderyhmämarkkinointi
Ohjeita tiedotteen tekemiseen (esimerkkítiedote)

Mitä suunnitelmapohja sisältää?

1. TAVOITTEET
(Strateginen 6-kenttäanalyysi)
2. KOHDERYHMÄT
(Kohderyhmämäärittely)
3. KANAVAT
4. RESURSSIT
5. MITTAAMINEN



Strateginen 6-kenttäanalyysi

Jokainen suunnitelman tekemiseen osallistuva henkilö tekee ensin analyysin seuran tilanteesta. Vastaa kysymyksiin:

1. Nykyisen toiminnan vahvuudet
2. Nykyisen toiminnan heikkoudet
3. Tulevan toiminnan mahdollisuudet
4. Tulevan toiminnan uhat
5. Toimintaympäristön muutosnäkymät
6. Toimintakykyämme edistävät tekijät (Toimintakyky syntyy siitä, että tiedämme, missä olemme edellä ”kilpailijoita”)

Tehdään yhteenveto ja johtopäätökset yhdessä.

Strateginen 6-kenttäanalyysi

Vahvuudet

Heikkoudet

Mahdollisuudet

Strateginen 6-kenttäanalyysi

Uhat

Muutosnäkymät

Edistävät
tekijät

TAVOITTEET

Vetovoima – pitovoima

Konkreettisia tavoitteita, joita voidaan mitata: esim. Harrastajamäärän lisääminen, yli 65v jäsenmäärä seurassa, vapaaehtoisten sitouttaminen, näkyvyyden nostaminen, julkaisujen määrä, yhteistyöt muiden järjestöjen kanssa, somen seurantamäärät



Kohderyhmäanalyysi

Kenelle toimintaa tehdään?

Miten löydän kohderyhmäni? Etsimällä ja tutkimalla

Kohderyhmän kuvaus. Valitse pienryhmissä kaksi eri kohderyhmää ja tee tarkka kuvaus heistä.

- Henkilökohtaiset tiedot (nimi, ikä, harrastukset jne.)
- millainen koulutustausta, missä töissä/vai eläkkeellä vai..., mitä tekee vapaa-ajallaan, mistä pitää / mistä ei pidä, missä kanavissa viettää aikaansa ja mitä arjen haasteita hänellä on teidän toimialaanne liittyen.
- Missä oleilee ja missä kanavissa oleilee?
- Liikkumiseen/liikunnan ostamiseen liittyvät haasteet
- Miten minä voin auttaa häntä?

- ESIM MAIJA 65v
- KUVAILU



- VEIKKO 82 v
- KUVAILU



Mieti viestintä ja markkinointi Maijalle 65v

Mikä on viestin ydin?
Mitä korostat?

Paikallislehdet ja –mediat
Suora kontakti
Ilmoitustaulut
Some

Viestin tyyli ja sävy

Yhteys Maijan arkeen

Sitouttaminen ja
yhteisöllisyys

VIESTINNÄN KANAVAT

Nettisivut

Some: yli 60v **Facebook** (ja Instagram)

Seuran sisäiset:
sähköposti ja whatsapp

Lehdet, radiot, tv

Ilmoitukset

Tapahtumat – paikkakunnan
ikäntyneiden tapahtuman

Painettu materiaali – jakoon **kauppoihin**
ja terveyskeskuksiin

Yhteistyö: paikalliset muut järjestöt
esim. eläkeläisjärjestöt tai seurakunta

Yhteistyö ikäihmisteen kanssa toimivien
asiantuntijoiden kanssa kunnassa



RESURSSIT

Rahat, ihmiset ja muut resurssit

- Viestinnän ja markkinoinnin budjetti osana seuran budjettia
- Kuka tekee konkreettisesti viestintää ja markkinointia?



GRAAFINEN ILME

Typografia – eli tekstityypit

Esim. ARIAL

Värimaailma

Kuvat

- Kuviin kannattaa panostaa-
ikääntyviä ihmisiä kuvissa,
muista myös liiton maksuton
kuvapankki seuroille!

Logot



MITTAAMINEN

Esim .

Harrastajamäärä

Ryhmien määrä

Vapaaehtoisten määrä

Lehtijuttujen määrä

Julkaisujen määrä

Facebook seuraajat ja
julkaisujen kattavuus

Ryhmien kannattavuus



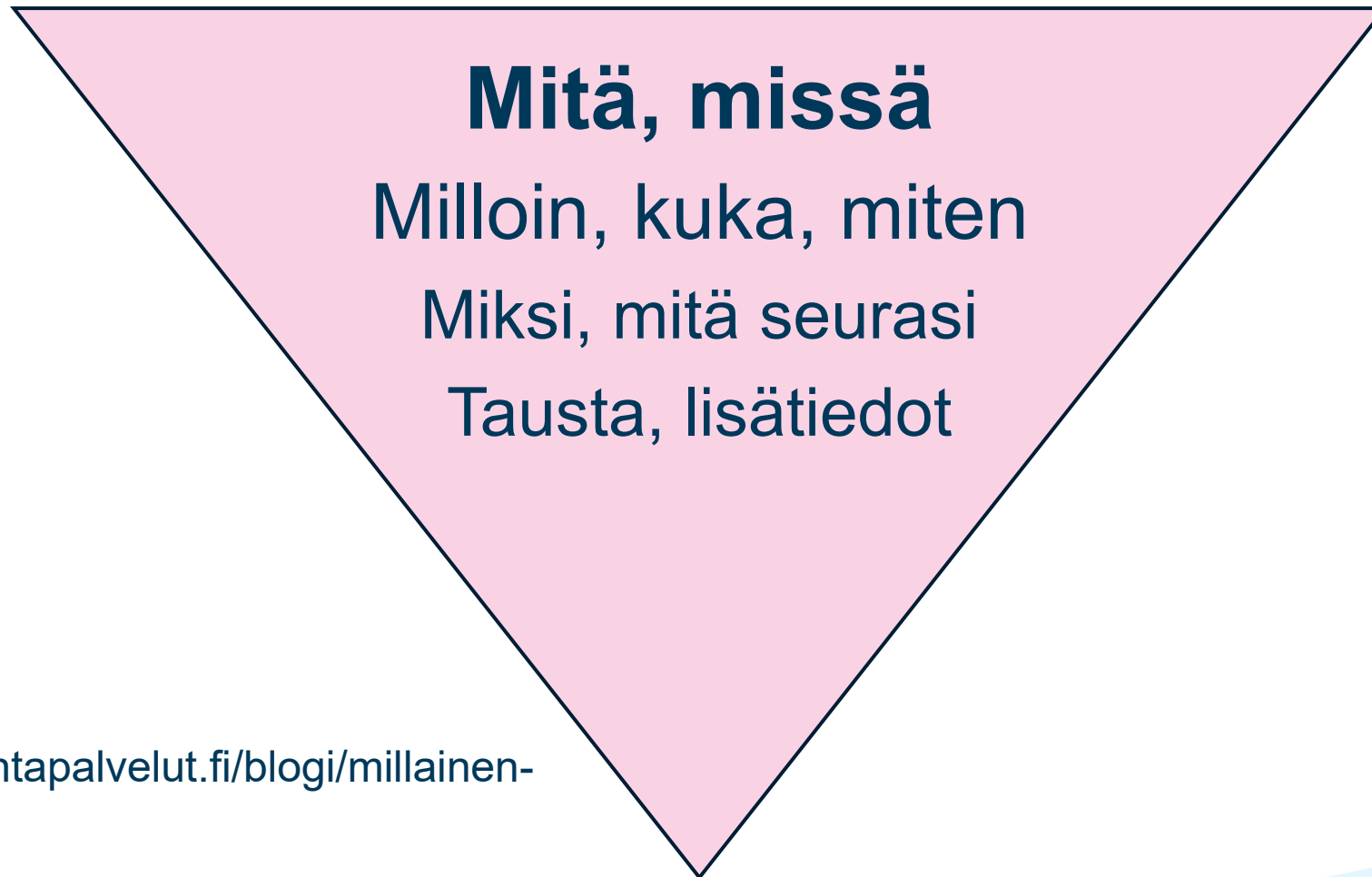
Viestinnän vuosikello

Tammi	Helmi	Maalis	Huhti	Touko	Joulu

Viestinnän vuosikello

Heinä	Elo	Syys	Loka	Marras	Kesä

Tiedotteen rakenne - kirjoitus



STT: <https://www.viestintapalvelut.fi/blogi/millainen-on-hyva-tiedote>

Esimerkki tiedote

Lehdistötiedote xx. kuuta 2025

Julkaisuvapaa heti

SEURA XX käynnistää uuden "Ikiliike"-toiminnan ikääntyville – liikettä ja yhteisöllisyyttä yli 60-vuotiaille

SEURA XX tuo syksyllä ohjelmistoonsa uuden liikuntakonseptin nimeltä Ikiliike, joka on suunnattu yli 60-vuotiaille. Ikiliike tarjoaa turvallista, monipuolista ja iloista liikkumista kaiken kuntoisille senioreille – ei suorituspaineita, vaan hyvinvointia ja yhdessäoloa.

Ikiliike vastaa kasvavaan tarpeeseen: yhä useampi ikääntynyt kaipaa ohjattua, sopivan kuormittavaa liikuntaa sekä mahdollisuutta tavata muita samassa elämäntilanteessa olevia.

“Ohjatuissa ryhmissä keskitytään erityisesti tasapainoon, liikkuvuuteen ja lihaskuntoon – asioihin, jotka ylläpitävät toimintakykyä ja ehkäisevät kaatumisia,” kertoo SEURA XX:n pj xxx xxx.

“Tärkeintä on liikkumisen ilo ja hyvä mieli.”

Ikiliike-ryhmät alkavat syyskuussa 2025. Ensimmäiset tutustumiskerrat ovat maksuttomia. Ikiliikkeen pääkohdat:

- Suunnattu yli 60-vuotiaille – mukaan voi tulla milloin vain, ilman aiempaa liikuntataustaa.
- Ohjelmassa mm. kevennettyä voimistelua, tuolijumppaa ja kehonhallintaa.
- Ohjauksesta vastaavat koulutetut liikunnanohjaajat – kuka?.
- Ryhmä/iä järjestetään missä [paikkakunnalla].

Toiminta on osa voimisteluseuran tavoitetta edistää kaikenikäisten hyvinvointia ja tarjota matalan kynnyksen mahdollisuuksia liikkua.

Lisätietoja ja ilmoittautuminen: nimi, sähköposti, puhelin ja seuran nettisivut

Jos seuralla on julkaisuvapaita kuvia, niin lisätään mukaan!

KYSYMYKSIÄ OMAN IKILIIKE-TIEDOTTEEN SUUNNITTELUUN

1. Miksi juuri nyt?

– Mikä saa seuran käynnistämään Ikiliikkeen nyt? Onko taustalla havaittu tarve?

2. Kenelle toiminta on tarkoitettu?

– Ikäraja, liikuntatausta, erityistarpeet?

3. Miten osallistuminen toimii?

– Aikataulu, ilmoittautuminen, maksut?

4. Mitä hyötyä osallistujalle on?

– Fyysinen kunto, sosiaaliset kontaktit, elämänlaatu?

5. Missä ja milloin toiminta tapahtuu?

– Tarkat paikat, aloituspäivämäärät?

6. Kuka kertoo lisää?

– Onko nimetty yhteyshenkilö tai tiedottaja?

Tavoitteiden saavuttaminen

Yhteinen arvio tavoitteiden saavuttamisesta.

PIENIN ASKELIN TAVOITTEISIIN,
KAIKKEA EI TARVITSE
SAAVUTTA KERRALLA.



VOIMISTELU LIIKUTTAA

PUOLTA MILJOONAA SUOMALAISTA



JÄSENIÄ

121 399

JÄSEN-
SEUROJA

312

JOISTA
TÄHTISEUROJA

102



TYTTÖJÄ

67 952

NAISIA

33 261



POIKIA

11 976

MIEHIÄ

3 870



ALLE 18-VUOTIAAT
MUU / EI HALUA
KERTOAA

3 365

YLI 18-VUOTIAAT
MUU / EI HALUA
KERTOAA

975



OHJAAJIA JA
VALMENTAJIA

7 025



LISENSSI-
HALTIJOITA

22 901



SUOMEN
VOIMISTELULIITTO

@voimistelu



#voimistelu



SUOMEN
VOIMISTELULIITTO



VOIMISTELLEN
LÄPI ELÄMÄN.

@voimistelu      #voimistelu

