

# Tampere Hakametsä Sport Campus

## Konsepti- ja toteutussuunnitelman julkistaminen

Tilaisuuden viestintä ja markkinointi

H+K tarjous  
Luottamuksellinen

Päivitetty 9.2.2021

# Lähtökohta

Hakametsä Sport Campuksen konsepti- ja toteutussuunnitelman voittajatyö julkistetaan 25.2.2021. Tällöin järjestetään virtuaalinen tilaisuus, jonka kautta saadaan huomiota Hakametsä Sport Campukselle sekä voittaneelle suunnitelmalle.

Valtakunnallisen kampanjan kohderyhmät ovat yritysten sekä urheilu- ja liikunta-alan edustajat, media sekä suuri yleisö Pirkanmaalla ja valtakunnallisesti.

*Tämä tarjous perustuu 16.11.2020 saatuun tarjouspyyntöön sekä käytyyn keskusteluun 29.1.2021. Kiitämme mahdollisuudesta tarjota palveluitamme!*



# Näkemyksemme

Toimenpiteiden tavoitteena on tehdä Hakametsä Sport Campukselle valitusta konseptista tuttu yritysten sekä urheilu- ja liikunta-alan edustajille, medialle sekä suurelle yleisölle.

Tavoitteena on vahvistaa Hakametsä Sport Campuksen tunnettua, herättää kiinnostus ja myönteinen suhtautuminen hanketta kohtaan sekä ohjata kävijöitä tarkemman tiedon äärelle verkkosivulle.

Sidosryhmiä tavoitellaan kahdessa aallossa:

1. Ennen tilaisuutta, jolloin kohderyhmiä tavoitellaan osallistumaan konseptin julkaisutilaisuuteen
2. Tilaisuuden jälkeen, jolloin voittajakonseptia tehdään tutuksi kohderyhmille.



A solid teal square located in the upper left quadrant of the slide.

# Kanavat, materiaalit ja toteutus

## Voittajakonseptia havainnollistetaan videolla

Konsepti- ja toteutussuunnitelman voittaneesta konseptista tuotetaan video, joka innostaa tutustumaan Hakametsä Sport Campuksen konseptiin.

Havainnollinen video esittelee, millainen alueesta voi tulla ja mitä konsepti tuo sekä tamperelaisille että valtakunnallisesti. Video luo tunnelmaa ja kertoo konkreettisesti **Hakametsä Sport Campuksen mahdollisuuksista mm. yrittäjille ja liikunta-alan toimijoille.**

Videota voidaan käyttää konseptin julkistamistilaisuuden lisäksi esimerkiksi hankkeen verkkosivulla sekä sidosryhmätapaamisissa. Pitkästä videosta tuotetaan tarvittaessa myös lyhyempiä pätkiä somekäyttöön.

Videon toteutustapa ja kustannukset muodostuvat sen mukaan, onko voittajakonseptista olemassa videomateriaalia. Tampereen kaupunki vastaa alkuperäisiin videoihin liittyvistä käyttöoikeuksista voittajakonseptin edustajan kanssa.

# Tavoitteena riittävä peitto ja toisto bannerimainonnalla

Koska kohderyhmä on laaja, tieto tapahtumasta sekä voittajakonseptista on tärkeä tarjota useissa kanavissa.

Laaja kohderyhmä tavoitetaan tehokkaasti maksetun bannerimainonnan kautta talous-, liikunta- ja urheilu- sekä yleis- ja uutismediassa Pirkanmaalla sekä valtakunnallisesti.

Bannerimainonta toteutetaan kahdessa aallossa:

- 1) Ennen tilaisuutta kerrotaan mahdollisuudesta osallistua tilaisuuteen
- 2) Tilaisuuden jälkeen mainonnalla tehdään voittajakonseptia ja Hakametsä Sport Campuksen mahdollisuuksia tutuksi.

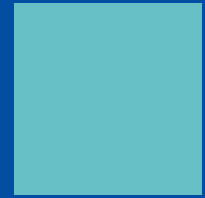
- Banneripaikkojen varaukset ja bannerien suunnittelu
- Videon käsikirjoitus
- Videotuotanto alkaa
- Bannerimainonnan 1. vaihe käynnistyy
- Videon kommenttikierrokset
- Videon julkaisu tilaisuudessa, verkkosivuilla, somessa ym.
- Tilaisuuden jälkeen bannerimainonta, jossa kerrotaan voittajakonseptista

Vkot  
5-6

Vko 7

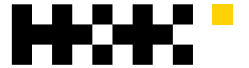
Vko 8

Vko 9-



# Alustava kustannusarvio





Työvaihe	Yhteensä € + alv.
<b>Video</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Noin yhden minuutin mittainen video, jossa pääviestit</li><li>• H+K:n työ: videon konseptointi, käsikirjoitus, tuotannon valvonta</li><li>• OneMinStory/Luoda Production Oy:n työ (alihankinta): videon toteutus, editointi, musiikki, tekstinostot grafiikkana</li></ul> Vaihtoehto 1 Valmista videomateriaalia hyödyntävä video, jossa animoidut tekstiotsikot kuljettavat tarinaa yhdessä musiikin kanssa Vaihtoehto 2 Havainnekuvista ja konseptia esittelevistä animaatiokohtauksista koostettu video sisältäen animoinnit	4 400  1 990 2 790 Somevideot 200/kpl
<b>Bannerit</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kahden erilaisen bannerin tekstisuunnittelu</li><li>• Kahden erilaisen bannerin graafinen suunnittelu</li><li>• Mediasuunnitelman teko, aineistojen toimitus ja yhteydet medioihin</li></ul> Mediaehdotukset hintoineen ovat tämän tarjouksen seuraavalla sivulla.	3 800  Taitto eri kokovariaatioihin 250/banneri

Hintoihin lisätään alv 24 %. Kustannusarvio sisältää kaksi kommentointikierrosta. Mikäli työn määrä muuttuu merkittävästi, päivitämme kustannusarviota vastaavasti.

## Valitut banneripaikat

### Sanoma

**Sanoma RON** (mm. HS.fi, IS.fi, aamulehti.fi, satakunnankansa.fi, paikallislehdet)

**Aluekohdennus:** Valtakunnallinen B2B-kohdennus, kiinnostuksen kohde urheilu, yrittäjät

**Mainosnäytöt:** 200 000

**Mainosmuoto:** cross-screen paraati 980x400 ja 600x600

**Hinta:** 4 368 € / 2 viikkoa

**Alma Media** (Alma Verkosto: mm. Iltalehti, Kauppalehti ja Talent Verkosto: mm. Kauppalehti, Talouselämä)

**Auekohdennus:** Pirkanmaa ja PK-seutu

**Mainosnäytöt:** Pirkanmaalla 500 000 + arvio Talent Verkoston näyttömääristä 65 000, PK-seudulla 1 000 000 + arvio Talent Verkoston näyttömääristä 135 000

**Mainosmuoto:** mobiiliparaati 300x300 ja desktop-pystyparaati 300x600

**Hinta:** 8 415 € / 2 viikkoa

# Kiitos,

## kääritäänkö hihat?

Hill+Knowlton Strategies

Heini Malin  
heini.malin@hkstrategies.com  
p. 040 739 3347

Emilia Jantunen  
emilia.jantunen@hkstrategies.com  
p. 050 357 3884