



# Jukolan viesti 2016

Lappeenrannassa 18.-19.6.2016

2014\_002

Etelä-Karjalan liitto  
Irene Rummukainen  
Kauppakatu 40 D 5.kerros  
53100 LAPPEENRANTA

Loppuraportti Matkalla Jukolaan – hankkeeseen

## Hankkeen tavoitteet ja keskeiset toiminnot

Hankkeen tavoitteena on lisätä osallistuja- ja katselijamäärää Jukolan Viestissä 18-19.6.2016. Hanke on jaettu yritysmarkkinointiin, osallistujamarkkinointiin ja tapahtumamarkkinointiin. Yritysmarkkinoinnilla haetaan osuusisäntä- ja muita yhteistyökumppaniyrityksiä, jotka monella tapaa hyötyvät yhteistyöstä niin myynnillisesti kuin positiivisen näkyvyyden saavuttamisella. Tapahtumamarkkinointi toteutetaan kilpailua esittelevin lehti- ja radiomainoksin sekä huomiota herättävillä leditaulu ja tienvarsimainoksin.

Tapahtumaa tuodaan julki kohdekunnissa erilaisin ulkomainoksen keinoin (mainostaulut pääväylien varrelle, viirit ja banderollit erilaisissa tilaisuuksissa). Osallistujamarkkinoinnissa panostetaan erityisesti suuren osallistujapotentialin omaaviin itäisten ja eteläisten lähialueiden markkinointitoimenpiteisiin. Pääkanavana käytetään ilmoituksia sikäläisissä alan lehdissä, järjestetään tapahtumapromootioita kv. suurissa suunnistustapahtumissa ja asetetaan linkkejä ja bannereita kohdemaiden suunnistustapahtumien ja liittojen kotisivuille. Oma nettisivu, jukola.com toimii vahvana kanavana.

Maakunnan yrityksille suunnataan kampanja terveellisten elämäntapojen edistämiseksi järjestämällä suunnistuksen alkeiskursseja, edistämällä osallistumismahdollisuuksia kuntorasteille (Etelä-Karjalan suunnistusseurojen iltarastit) sekä halukkaille valmennusta Jukolan viestiin osallistumiseksi.

Osallistujamarkkinointina vuosina 2014-16 julkaistaan erilaisia esitteitä ja julkaisuja lajiharrastajille sekä uusille kohderyhmille. Eriytynyt painopistekohde tulee olemaan Etelä-Karjalan alueella toimivien yritysten henkilöstö, joita aktivoidaan harjoittelemaan yritysjoukkueissa Jukolaa silmällä pitäen. Näin on mahdollista saavuttaa pidempiaikaista kuntoilun tuomaa terveysvaikutusta. Näillä markkinointitoimenpiteillä vahvistetaan Etelä-Karjalan alueen mainetta luontoliikuntaseutuna.

Vuoden 2015 loppupuolikkaalla teimme vahvasti töitä Etelä-Karjalan uusien urheilupaikkojen ja sporttimatkailun esilletuomiseksi Venäjälle ja Kaukoitään. Nyt on ensimmäistä kertaa Jukolan historiassa mukana joukkueita Kiinasta ja Hong Kongista. Myös Venäläisten kiinnostus tapahtumaa kohtaan on runsasta, rahanarvon heilahtelut hiukan vaikeuttavat Venäjän toimintoja.

Hanke tukee hyvinvoinnin edistämistä vahvistamalla yhteisöllisyyttä. Kisavalmisteluihin ja järjestelyihin osallistuu 1700 - 2000 talkoolaista koko Etelä-Karjalan maakunnan alueelta.

Hanke tukee alueen virkistyskäyttöä, koska kilpailuorganisaation toimesta tehtävät suunnistuskartat (noin 30 km<sup>2</sup>) helpottavat kilpailumaaston monipuolista käyttöä, esim. retkeilijät, sienestäjät ja kuntoliikkujat.

## Hankkeen henkilöstö, organisaatio ja keskeiset yhteistyötahot

Hanke työllisti yhden henkilön, Lappee-Jukolan markkinointipäällikön Harri Kaurasen. Kisaorganisaatiossa hänen esimiehenään toimi Lappee-Jukolan kilpailunjohtaja Juha Heimala. Hankkeen aikana yhteistyötä tehtiin aktiivisesti Etelä-Karjalan liiton, Lappeenrannan kaupungin ja suurimpien yhteistyökumppaneiden kanssa. Aktiivisina kumppaneina olivat myös Jukolan taustayhteisöt, Suomen Suunnistusliitto sekä Kaukametsäläiset.

## Toteutuneet rahoitukset ja kustannukset

Todelliset kustannukset	72.050,74
Saatu tuki	50.000,00
Oma rahoitus	22.050,74

## Hankkeen määrällisten tavoitteiden toteumat, tulokset ja vaikutus

Hankkeen avulla Lappee-Jukolan yhteistyökumppani hankinta on onnistunut hyvin. Osuusisännyydet ja muut merkittävät yhteistyösopimukset ovat edellä edellisten Jukoloiden tasosta. Myös osallistujamarkkinointi on onnistunut, Lappee-Jukola ylitti ensimmäisen ilmoittautumiskynnyksen aikaan viimevuotisen ennätysosanoton rajan. Hyvällä kumppanuushankinnalla on odotettavissa myös taloudellista onnistumista. Em. asioilla on positiivinen vaikutus tapahtuman rakentamiseen ja toteutukseen. Hyvä ennakkotilanne luo positiivista henkeä tapahtuman toteutumiselle.

## Hankkeen tiedottaminen

Hankkeesta ei ole järjestetty varsinaisia tiedotustilaisuuksia. Lappee-Jukola organisaatio on tuonut omissa tilaisuuksissaan esille hankkeen tuesta markkinointipäällikön palkkauksen osalta.

## Hankkeen kilpailuttamismenettely

Hankkeeseen ei liity toimintoja joita olisi tullut kilpailuttaa.

## Toiminnan jatkuvuus hankkeen päätyttyä

Hankkeen päätyttyä hankkeen avulla palkattu henkilö jatkaa työsuhdettaan Lappeen Riennon palkkaamana toistaiseksi.

  
Harri Kauranen

6.6.2016





Etelä-Karjalan liitto  
Irene Rummukainen  
Kauppakatu 40 D 5.kerros  
53100 LAPPEENRANTA

Loppuraportti Matkalla Jukolaan – hankkeeseen

Lisäselvitys loppuraporttiin

Hankkeen määrällisten tavoitteiden toteumat, tulokset ja vaikutus

Yritysmarkkinointi

Tavoitteena oli kaikkien osuuskien osuussännyksien myynti hyvissä ajoin ennen tapahtumaa, ja ilman viime hetken "alennusmyyntiä". Meillä oli kaikki osuussännytykset myytynä viime vuoden Louna-Jukolaan mennessä ja kaikki sopimukset olivat rahalliselta arvoltaan normaalia tasoa.

Muiden isompien sopimusten teko oli käynnissä osuussännyksien myynnin rinnalla. Saimme lähes osuussännytyksen sopimuksia tehtyä mm. Harvestia Oy:n, Värska Veden, Holiday Clubin, Hankkijan ja Finnsementin kanssa.

Edellisiin Jukoloihin verrattuna saimme yhteistyösopimuksia euroilla mitattuna enemmän kuin aiemmat järjestäjät ovat saaneet.

Tapahtumamarkkinointi

Markkinointikanaviksi valittiin Kaakonkulman ja Etelä-Karjalan alueella kuuluvat radiokanavat, paikallinen lehti-ilmoittelu ja Lappeenrannan alueella olevat ledi-taulut.

Eri radioissa oli huhti-kesäkuun aikana lähes 1000 toistoa, se saavutti koko maakunnan väen.

Lappeenrannan Uutisissa oli vähintään ¼ sivun kokoinen mainos joka viikko helmikuusta kesäkuun alkuun.

Lehti ilmestyy koko maakunnan alueella Taavetista Parikkalaan.

Lappeenrannassa olevat ledi-taulut ovat erittäin näkyvä "media" markkinoinnillisesti katsottuna. Meillä oli niissä mainoksia yhteensä 8 viikon ajan maaliskuu-toukokuun aikana.

Osallistujamarkkinointi

Osallistujamarkkinointi onnistui erinomaisesti. Lappee-Jukola oli ylivoimaisesti suurin sisä-suomen jukola ikinä. Meillä oli 17576 ilmoittautunutta suunnistajaa mukana. Olemme historia tilastoissa sijalla 2. Vain viime vuotinen Paimio-Jukola on ollut suurempi. Lisäksi teimme yhteistyötä Etelä-Karjalan liiton, Imatran ja Lappeenrannan kaupunkien kanssa kiinalaisten suunnistajien saamiseksi Lappee-Jukolaan. Toinen selkeä tavoite oli venäläisten suunnistajien määrän kasvattaminen.

Molemmat tavoitteet täyttyivät, kiinalaiset olivat mukana yhdellä joukkueella, ja venäläisten määrä kasvoi lähes 50%:lla viime vuotisesta.