



Videosisältöä FC Lahden sosiaaliseen mediaan

LAHDEN
AMMATTIKORKEAKOULU
Muotoiluinstituutti
Medianomi
Opinnäytetyö
Kevät 2018
Joonas-Alexis Okkonen

**Lahden ammattikorkeakoulu
Mediasisällön suunnittelu
OKKONEN, JOONA-ALEKSI**

VIDEOSISÄLTÖÄ FC LAHDEN SOSIAALISEEN MEDIAAN

Medianomin opinnäytetyö, 25 sivua, 2 liitesivua

Kevät 2018

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyöni kertoo, kuinka videomateriaalia koostetaan Veikkausliigajoukkue FC Lahden sosiaaliseen mediaan. Opinnäytetyössäni käsittelen tekemiäni videoita, niiden ideointia, vertailukehittämistä ja editointia. Videot koostuvat itse kuvaamastani ja digitoidusta arkistomateriaaleista. Videoiden julkaisu tapahtui FC Lahden sosiaalisen median kanavissa, kuten Facebookissa, Instagramissa, Twitterissä sekä YouTubessa. Tuottamani mediasisällön kohdeyleisönä olivat lahtelainen jalkapallokansa, aina "light usereista" "hard usereihin".

Avainsanat: Markkinointiviestintä, yhteisöviestintä, sosiaalinen media, urheilu- ja seuramarkkinointi, FC Lahti, Veikkausliiga

ABSTRACT

My thesis describes how to compose video material for Veikkausliiga team FC Lahti's social media. In my work, I deal with the videos I have made, their ideas, comparative development and editing. The videos are made up of my own scenes and digitized archive materials. The release takes place on Facebook, Instagram, Twitter and Youtube. The target audience is the club's own supporters and football fans.

Keywords: Marketing communication, organizational communication, social media, sport- and club marketing, FC Lahti, Veikkausliiga

Sisältö

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1. JOHDANTO

2. FC LAHTI

3. FCLahtiTV

4. FC LAHDEN SOSIAALISET MEDIAT

- 4.1 Youtube
- 4.2 Facebook
- 4.3 Twitter
- 4.4 Instagram

5.VIDEOT JA EDITOINTI

- 5.1.Referenssit ja suunnittelu
- 5.2. Arkistojen helmiä
- 5.3 Joulukalenteri
- 5.4 TOP 5 Maalit
- 5.5 Pelaajien huippuhetket
- 5.6 Kausikorttimainos

6. TUOTTEELLISTAMINEN

7. YHTEENVETO

LÄHTEET

1. JOHDANTO

Opinnäytetyöni käsittelee Veikkausliigaseura FC Lahden mediatiimissä tekemääni sosiaalisen median videosisältöä. Tekemäni videot julkaistiin FC Lahden sosiaalisen median kanavissa kuten, Facebookissa, Instagramissa, Twitterissä ja FC Lahden YouTube-kanavalla, FCLahtiTV:ssä. Kohdeyleisönä on FC Lahden kannattajat ja jalkapallosta kiinnostuneet.

Kipinän opinnäytetyöhöni sain keväällä 2017, kun tein työharjoittelujaksoa FC Lahdessa. Löysimme FC Lahden pelaajien pukukopin kätköistä satoja vanhoja VHS-kasetteja pölyttymästä. Kasetit sisältivät FC Lahden koti- ja vierasotteluita aina vuodesta 1999 lähtien. Siitä alkoi suunnitteluprosessi, kuinka vanha videomateriaali saadaan hyödynnettyä FC Lahden markkinoinnissa.

Opinnäytetyön tavoitteena on tuottaa videosisältöä FC Lahden sosiaaliseen mediaan ja FCLahtiTv:seen. Mitä enemmän tuotetaan videomateriaalia, sitä enemmän myös seuran yhteistyökumppanit ovat näkyvillä. Samalla saadaan viihdyttävää materiaalia FC Lahden seuraajille, sekä myös uusia tuotteita FC Lahden markkinointiin.

2. FC LAHTI

HISTORIA

FC Lahti perustettiin marraskuun seitsemäntenä päivänä 1996, kun velkatakaan alle vajonneet Reipas ja Kuusysi fuusioituivat. Ensimmäisen kerran fuusiosta seurojen välillä oli puhuttu jo 1960-luvulla ilman tulosta, joten neuvottelut eivät olleet 30 vuodessa helpottuneet yhtään. Vuoroviikoin kumpikin seura oli vetäytymässä neuvotteluista. Silloinen Lahden kaupunginjohtaja Kari Salmi ja puolueeton selvitysmies Olavi Vahter saivat lopulta taakseen lahtelaisen liike-elämän kärkinimiä, seurojen puheenjohtajat Matti Viljasen ja Martti Salomaan ja lahtelaisten jalkapallovaikuttajien kannatuksen. Vastaperustettu FC Lahti sai vastuulleen vanhojen seurojen velat vastineeksi Ykkösen ja Kakkosen sarjapaikoista. Kakkosen sarjapaikalle tuli FC Lahden reservijoukkue FC Pallo-Lahti. Sitten FC Lahti on vakiinnuttanut paikkansa suomalaisen jalkapallon huipulta.

(lainaus: FC Lahden verkkosivut)

3. FCLahtiTV

FC Lahdelle perustettiin ensimmäiset sosiaalisen median kanavat vuonna 2012, kun Juha Seppä tuli seuralle toimistoharjoitteluun. Seppä oli yksin toteuttamassa hanketta, joten sisältöä tuli harvakseltaan. Hän kuvasi pelaajien haastatteluja ja rangaistuslaukauskilpailuja fanien iloksi. Seppä teki uusia asioita suomalaisen jalkapallon seuratasolla ja kehitti niitä innovatiivisesti.

Sosiaalisen median sisältö oli Suomessa tuolloin tuoretta. Ainoat jalkapalloseurat olivat TPS ja HJK, jotka olivat tehneet vastaavaa ennen FC Lahtea.

Vuonna 2014 Kim Kallström ja hänen isänsä Hasse (Hans-Peter) Kallström perustivat FC Lahdelle KuhnuriTV:n. Tarkoituksena oli saada seuralle oma TV-kanava, jonne ei kuvattu vain pelaajien haastatteluja, vaan myös minidokumentteja, jotka toivat kanavalle lisäarvoa. KuhnuriTV pystyi tuomaan FC Lahden kannattajia lähemmäksi joukkuetta. Kanavan tärkeimpiä videoita ovat ottelukoosteet. Niiden tekeminen mahdollistui, kun Kallström sai käyttöönsä ottelutallenteet Veikkausliigan peleistä. Videot tehtiin palveluna faneille, jotta he näkevät kaikki maalit ja huippuhetket uudelleen, eivätkä ne poistu sivuilta.

Ensimmäinen video FC Lahden sosiaalisessa mediassa oli Matti Klingan haastattelu 31.8.2012.

Tänä päivänä kanava on nimellä FCLahtiTV.



FCLahtiTV:n logo

4. FC LAHDEN SOSIAALISET MEDIAT

4.1 YouTube

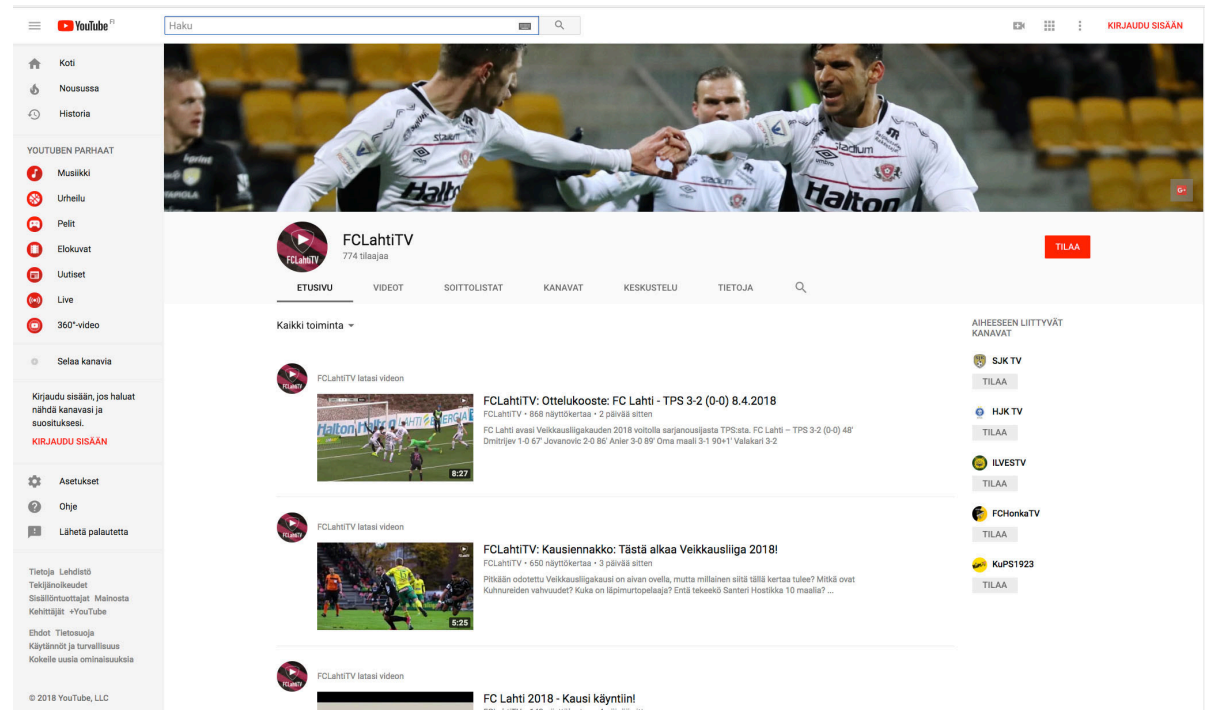
YouTube on vuonna 2001 perustettu videopalvelu johon käyttäjät voivat itse ladata sisältöä omalle kanavalleen. Sivulla on mahdollisuus tilata, tykätä, kommentoida ja jakaa muiden käyttäjien sisältöä.

FC Lahdella on kanava nimeltä FCLahtiTV, josta löytyy seuran ottelukoosteet, lehdistötilaisuudet, minidokumentit, haastattelut ja pelien kohokohdat.

Uusina tuotteina toin sivuille Arkistojen helmiä/Throwback Thursdays, TOP 5 Maalikoosteet, Pelaajien huippuhetket ja Kausikorttimainoksen.

FC Lahden YouTube-tilillä on videoita yhteensä 234 kappaletta ja näyttökertoja 260 048.

2017 videoita kertyi 105, joka on melkein puolet enemmän kuin edellisenä kautena 2016.



Kuvakaappaus FC Lahden YouTube-tililtä

4.2 Facebook

Facebook on sosiaalisen verkostoitumisen sivusto internetissä. Käyttäjä voi lisätä kuvia, videoita, uutisia ja linkkejä muusta sisällöstä verkossa.

FC Lahden sivustolta löytyy tietoa tapahtumista ja sopimusjulkaisuista. Lisäksi sivustolla on mainoksia, kuvia, videoita ja kilpailuja.

Facebookissa tykkääminen eri emoji-hymiöillä mahdollisti esimerkiksi tekemäni Top 5 Maalit-äänestyskilpailun. Sivustolla muita tekemiäni videoita olivat Arkistojen helmiä, Maalikoosteet ja Kausikorttivideo.



The screenshot shows the Facebook profile of FC Lahti. The profile picture is the club's crest. The cover photo features a player holding a 'Kausikortit 2018' (Season Cards 2018) and text that says 'FC Lahden verkkokaupasta ja toimistoilta'. The main post is from FC Lahti, dated 28 March 2018, at 9:20. The post text reads: 'RUUTU+ | Veikkausliiga alkaa lauantaina 7.4. ja FC Lahti pelaa ensimmäisen ottelun 8.4. Sen kunniaksi tarjoamme 2kk Ruutu+ puoleen hintaan 9,95€ - Tilaa nyt Ruutu näiden ohjeiden mukaan ja tuet samalla Lahtelaista juniorijalkapalloilua! Toimintaohjeet: 1. Mene osoitteeseen https://kauppa.ruutu.fi/veikkausliiga2018 ja anna koodi: FCLAHTI2018 2. Tilaa tuote ohjeiden mukaan, tarvittaessa luo uusi tili tai kirjaudu olemassa olevilla tunnuksilla sisään Ruutuun... Näytä lisää'. Below the text are three video thumbnails: 'KEISARI AARNIO', '007', and 'VENAUSLIGA'. The post has 9,145 likes and 8,895 people who followed it. The right sidebar shows the club's contact information: phone 03 880810, website www.fclah.fi, and a list of people who liked the post, including Lahtiblogi, Huuhkajat, and ESS.fi.

Kuvakaappaus FC Lahden Facebook-tililtä

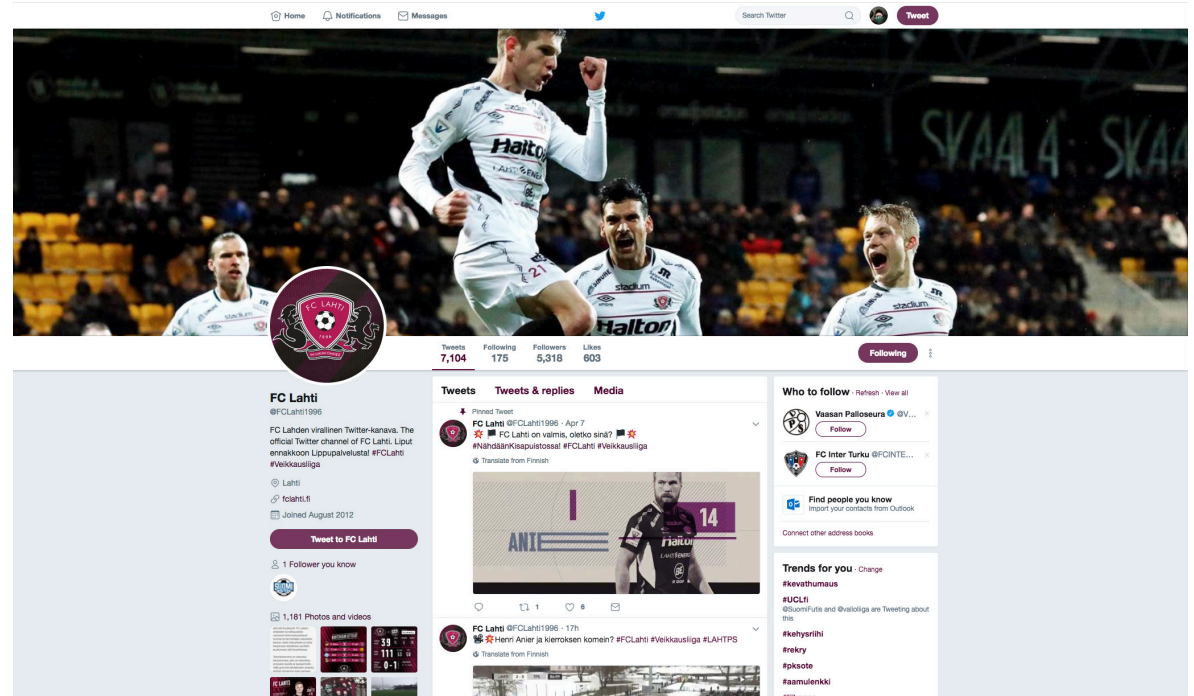
4.3 Twitter

Twitter on pikaviestintä sivusto, joka kehitettiin vuonna 2006. Sen kautta twiitataan, eli lähetetään pikaviestejä. Palvelun avoimuuden takia uutiset liikkuvat nopeasti, koska kuka tahansa voi kirjoittaa ja seurata ketä tahansa. Viestin pituus on 280 merkkiä, joten viestit pysyvät lyhyinä ja ytimekkäinä. Twiitteihin lisätään aihetunnisteita, eli hashtageja tekstin loppuun.

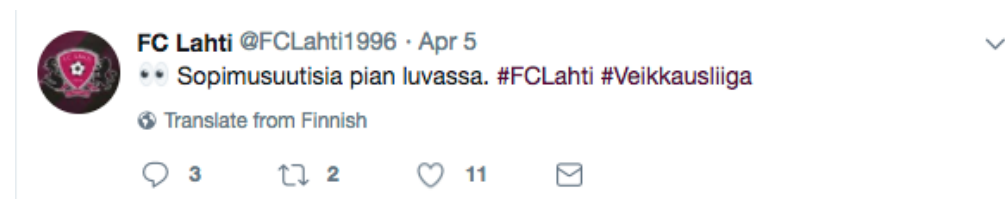
FC Lahti käyttää Twitteriä uutisten, kuvien ja videoiden julkaisuun ja lisäksi otteluiden live-seurantaan. Esimerkkinä #LAHTPS joka klikkaamalla käyttäjä löytää kaiken julkaistun materiaalin FC Lahden ja TPS:n välisestä pelistä. FC Lahti käyttää omista twiiteissään muun muassa tunnisteita: #fclahti #veikkausliiga #vahvemmatyhdessä.

Urheiluseuroille Twitter on tärkeä viestintäkanava, koska kaikki urheilutoimittajat seuraavat tilejä ahkerasti. Twitter on myös erinomainen paikka antaa esimerkiksi vinkki tulevasta siirtoutumisesta.

FC Lahden otteluseurannalle on oma Twitter-tili: @fclahtilive



Kuvakaappaus FC Lahden Twitter-tililtä



Kuvakaappaus FC Lahden Twitter-tililtä

4.4 Instagram

Instagram on mobiilisovellus johon käyttäjä voi ladata kuvia ja videoita. Videoiden pituus on maksimissaan yksi minuutti.

FC Lahti julkaisee sisältöä Instagram-tililleen ahkerasti. Uudet pelaajasopimukset näkyvät tilillä heti. Maalikoosteet ilmestyvät pelatun pelin jälkeen ja informaatio tulevista peleistä on ajan tasalla.

Uusien päivitysten myötä Instagramissa on mahdollisuus kuvata myös live-videota. Se sopii erinomaisesti pelipäivien huumaan, jolloin kannattajat näkevät videolla joukkueen pelaajia ennen ottelua ja voivat kommentoida reaaliaikaisesti. Myös otteluseuranta näkyy FC Lahden Instagram tarinassa.

Instagramiin tein videoista lyhennettyjä versioita. Esimerkiksi ottelukoosteen editoin maalikoosteeksi, jotta pituus pysyi minuutin mittaisena.



Kuvakaappaus FC Lahden Instagramista



Kuvakaappaus FC Lahden Instagramista

5. VIDEOT JA EDITOINTI

Olen tuottanut mediasisältöä FC Lahden sosiaaliseen mediaan Veikkausliigakauden 2017 alusta aina liigakauden 2018 alkuun asti. Työharjoitteluni FC Lahden mediatiimissä mahdollisti videoiden tekemisen arkistoidusta materiaalista. Videosarjojen nimiksi tulivat Arkistojen Helmiä/ Throwback Thursdays, TOP 5 maalit, Pelaajien huippuhetket. Kauden 2018 alkuun tein Kausukorttimainoksen.

Suurena apuna videota suunnitella on kerätä referenssejä muun muassa maailman parhailta jalkapalloseuroilta ja yhdistelemällä hyviä ideoita ja muokkaamalla niitä FC Lahden käyttöön. Välillä videoita pitää tuottaa erittäin nopealla aikataululla. Esimerkiksi pidetyn maalivahdin sopimus julkaistaan seuraavana aamuna ja pelaajasta tehty huippuhetkikooste pitää olla valmis pian sopimusjulkaisun jälkeen.

Vaikeuksia työssä tuottivat puutteelliset tiedot, joita esiintyi ottelukoosteiden tekemisessä. Videoissa ei ollut välttämättä tietoa vuosiluvusta, vastustajajoukkueesta, tai edes pelin tuloksesta. Näissä tapauksissa auttoivat FC Lahden vanhat otteluraportit. Vuoden tunnistamista helpoittivat joka vuosi vaihtuvat peliasut. Tietoa piti kerätä välillä itse internetistä. Löysin muun muassa erään turkkilaisen jalkapallo-sivuston, josta löytyi kaikki FC Lahden pelien tulokset vuodesta 1997 eteenpäin. Myös Yleisradion vanhoista otteluraporteista oli apua silloin, kun ottelussa oli syntynyt uutisoitu maali.

Videojulkaisun julkaisuajankohta on tärkeää. Julkaisimme esimerkiksi videon "Arkistojen helmiä: FC Lahti - IFK Mariehamn" ennen kyseisten joukkueiden kohtaamista.

"Viihdyttävä sisältö ei välttämättä tarjoa konkreettista hyötyä, vaan se palkitsee synnyttämällä tunnereaktion. Yleensä viihdyttäväksi materiaaliksi mielletään hauska sisältö, mutta yhtä viihdyttävä voi olla sisältöä, joka suututtaa."

Isokangas & Vassinen, 2010, 68

30 minuuttia pitkä video saa enemmän katsojia, jos sen pilkkoo osiin ja nimeää osat erikseen. Esimerkiksi itse tein 90 minuutin ottelusta 2-4 minuutin ottelukoosteen, minuutin mittaisen maalikoosteen, ja valitsin yhden maalin josta tein oman erillisen videon FC Lahden sosiaaliseen mediaan. Pidemmän videon riskinä on, että katsoja voi kyllästyä ja lopettaa videon kesken. Lyhyemmät videot suhteessa pitkiin, keräävät enemmän katsojia.

“Hyvin harva videoista lähtee heti leviämään ruton lailla. Moni ei lähde ollenkaan, mutta osa saattaa lähteä nousuun vasta ajan myötä. Jos tekee pelkästään videosisältöä internettiin, kannattaa panostaa sisältöön, joka on viihdyttävää vielä vuodenkin päästä. Kannattaa myös muistaa, että silloin kun yksi video kerää paljon katsojia, se vetää yleensä muutkin saman tekijän videot nousuun perässään.

Reaaliaikaisuus on nousemassa verkossa yhä vahvempaan rooliin. Jo muutaman vuoden on ollut palveluita, jotka mahdollistavat suoran live-seurannan lataamisen verkkoon mobiililaitteesta.

Mitä helpommin ja nopeammin kulutettavaa sisältöä pystytään tuottamaan, sitä enemmän sisältöäsi seurataan. Aikaa myöten videosisältö on myös itse sisällön tuottajille nopeampaa.”

Isokangas & Vassinen, 2010, 165-168

5.1 Referenssit ja suunnittelu

Videoita suunnitellessani selasin eri jalkapallojoukkuiden sosiaalisia medioita. Keräsin referenssejä ja ideoita hyvistä videosarjoista, minkä mittaisia videoit olivat ja minä ajankohtana niitä julkaistiin. Yhdistelemällä hyviä ideoita sain kokonaisuuksia jotka sopivat FC Lahden sosiaaliseen mediaan.

Jalkapalloseurojen sosiaalisessa mediassa oli videoita ottelukoosteista, maalikoosteista, uutisista ja pelaajien huippuhetkistä.

Löysin italialaiselta jalkapallojoukkueelta Juventukselta videon jossa oli koostettuna kuukauden parhaat hetket.

Englantilaisen Arsenalin sosiaalisessa mediassa oli välillä vanhaa arkistomateriaalia videoissa.

Ranskalaiselta Paris Saint-Germain -joukkueella löytyi video, jossa oli emoji-hymiöillä suoritettava pelaajan äänestysmahdollisuus.

Hollantilainen joukkue Feyenoord oli julkaissut vanhan ottelukoosteen, jonka julkaisu tapahtui pelipäivän aamuna. Peli oli samaa joukkuetta vastaan.

Videoiden pituus riippui missä video julkastiin. Esimerkiksi Instagramissa oli lyhyitä videoita ja Facebookissa pidempiä.

Joihinkin videoihin oli lisätty kehykset, jotta liikkuvan kuvan resoluutio pysyi laajakuvana, jos video haluttiin julkaista neliönä.

Otin kehykset käyttöön FC Lahden videoissa muun muassa joulukalenterissa, pelaajien huippuhetkissä ja Top 5 -maaleissa. Neliö muotona toimi hyvin esimerkiksi Instagramissa. Värimaailmana käytin FC Lahden omia värejä.

FC Lahden Kausikorttivideossa käytin 60-luvun kaitafilmiä tuomaan videolle historiallisen kosketuksen Kisapuistosta.

Käytössäni oli lahtelaisten indie rock/punk -bändien: Club de Layn ja Van Dammesin musiikkia.

Näin syntyivät Arkistojen helmiä, Top 5 Maalit, Pelaajien huippuhetket ja Kausikorttivideo.



Kuvakaappaus Arsenalin facebook-sivulta.

5.2 Arkistojen helmiä/ Throwback Thursday

Arkistojen helmiä/Throwback Thursdays on vanha 90 minuutin peli tiivistettynä 2-4 minuuttiin. Arkistomateriaaleista valittua muistorikasta viedomateriaalia, jonka tavoitteena on verestää muistoja katsojille. Videot julkaistiin sosiaaliseen mediaan torstaisin, ennen samaa joukkuetta vastaan pelattavaa peliä tai muuten, kun sosiaalisen median virrassa on hiljaisempia hetkiä, esimerkiksi ottelutauosta johtuen.

Instagramiin tein jokaisesta videosta erillisen lyhennetyn koosteen, koska palvelu hyväksyy maksimissaan 1 minuutin mittaisia videoita.

Ottelu lähestyi IFK Mariehamnia vastaan. Päätin tehdä koosteen joukkuetta vastaan pelatusta pelistä. Löysinkin arkistoista pelin, missä Rafael Pires Vieira tekee hattutempun ja FC Lahti kaataa IFK Mariehamn:in 3-0 kotikentällään. Rafael pelasi FC Lahdessa kausina 2005-2016. Hän pääsi FC Lahden Hall of Fameen.

Video julkaistiin FC Lahden YouTube-kanavalle, Facebookkiin ja Instagramiin. Facebookin video oli 4minuuttia pitkä jossa oli kaikki Maalit, tolpat ja läheltä piti -tilanteet. Instagramin videossa näkyi vain maalit, jotta video pysyi lyhyenä.

Videon näyttökerrat: Facebook 2400 Instagram 1111



Kuvakaappaus FC Lahden YouTube-videosta



Kuvakaappaus FC Lahden YouTube-videosta

5.3 Joulukalenteri

Joulukalenteri oli yksi tekemäni tuote, jossa hyödynsin vuosien varrelta hyvää ja jopa ennennäkemätöntä materiaalia. Joulukuun ensimmäisestä päivästä lähtien FC Lahden Facebookiin ja Instagramiin avautui joulukalenteri-luukku. Luukusta paljastui joka päivä uusi, "vanha maali".

Löysin Veikkausliigan kauden 2013 koosteista helmiä joita käytin videoissa. Joulukalenteriin lisättiin pientä fontti-hassuttelua, jota muuten ei tulisi tehtyä. Luukkuja tehdessä oli erinomainen tilaisuus käyttää digitoidusta materiaalista tappiopelien maaleja joista ei muuten koosteita tulisi tehtyä.

Itsenäisyyspäivälle valikoitui spesiaali Jukka Vannisen maali, jonka hän teki belgialaista Club Bruggea vastaan Eurooppa Liigan kolmannella karsintakierroksella vuonna 2009.

Kalenterin loppupäähän oli hyvä saada ikimuistoisia maaleja, muun muassa Jari Litmasen saksipotku, joka keräsi eniten katsojamääriä. Viimeiseen luukkuun valitsin Veikkausliigakauden 2017 maalin, jolla FC Lahti ratkaisi pääsynsä Eurooppa Liigan karsintoihin seuraavaksi vuodeksi.

Video julkaistiin FC Lahden Facebookiin ja Instagramiin.

Jari Litmasen saksipotku -videoon kertyi näyttökertoja Facebookiin 7700 ja Instagramiin 1475



Kuvakaappaus FC Lahden Instagramista.

5.4 Top 5 maalit

Tutkin Euroopan suurimpien jalkapalloseurojen Facebook-sivuja ja keräsin sieltä talteen itselleni hyviä referenssejä, miten seurat käyttivät menneiden vuosien hienoja maaleja. Mieleeni painui erilaiset TOP 5 -maailkoosteet. Ranskan Ligue 1 -sarjaa pelaavalla Paris Saint-Germain -joukkueella löytyi video, jossa oli emoji-hymiöllä suoritettava äänestysmahdollisuus.

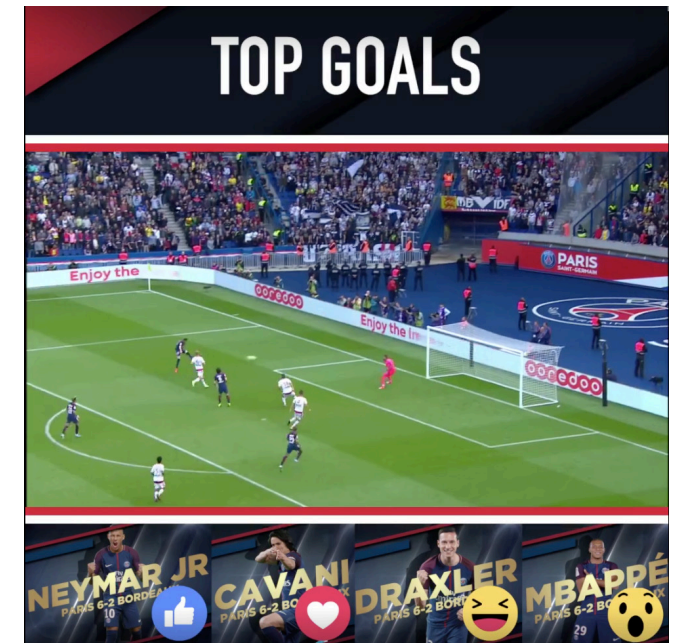
Digitoidusta materiaaleista löytyikin helmiä, jotka sopivat Top 5 maalit -videoon. Esimerkkinä FC Lahti - VPS -ottelun lähestyessä julkaisimme videon, jossa oli vuosien varrelta komeimmat osumat juurikin VPS:aa vastaan.

Videossa oli mahdollista äänestää mielestään paras maalintekijä, hymiöitä klikkaamalla. Äänestys toimi tosin vain Facebookissa joten Instagramiin täytyi tehdä erillinen versio ilman äänestysmahdollisuutta.

Video keräsi näyttökertoja Facebookissa 3500 ja Instagramissa 763.



Kuvakaappaus FC Lahden Instagramista.



Kuvakaappaus PSG-Facebook -sivulta

5.5 Pelaajien huippuhetket

Pelaajien Huippuhetket-video sisältää videossa esiintyvän pelaajan huippuhetkiä ja unohtumattomia tilanteita. Videon tarkoituksena on tuoda tiettyä pelaajaa esille, ja näyttää hänen parhaimmat suoritukset katsojalle.

Aleksandr Vasjutin - Vuoden maalivahti

Kausina 2016-2017 FC Lahden maalivahtina pelannut Aleksandr Vasjutin voitti Veikkausliigan 2017 Vuoden Maalivahti -palkinnon. Videossa näkyy koosteena maalivahdin huippuhetket FC Lahden paidassa.

Vasjutin oli lainassa FC Lahdessa venäläiseltä jalkapalloseuralta Zenitiltä. Maalivahti debytoi FC Lahden joukkueessa 13.8.2016 vantaalaista PK-35 -joukkuetta vastaan. Hän päästi yhden maalin omiin, mutta tasoitti pelin lisääjällä puskien kulmapotkusta pallon verkkoon. Vasjutin pääsi heti FC Lahden kannattajien suosioon. Kannattajat lauloivat venäläisellä sävelmällä ALEX DAVAI DAVAI, ALEX DAVAI DAVAI, ALEX DAVAI DAVAI, ALEKSANDR VASJUTIN!

Koosteeseen kokosin Vasjutinin torjuntaja, itsevarman puskun kuudentoista ulkopuolelta ja tietenkin hänen maalinsa FC Lahden paidassa. Video julkaistiin FC Lahden Facebookiin ja Instagramiin.

Video keräsi näyttökertoja Facebookissa 2600 ja Instagramissa 1546



Kuvakaappaus FC Lahden Instagramista.

5.6 Kausikorttimainos

Kisapuisto on ollut lahtelaisen jalkapalloilun koti. Ensimmäinen kenttä paikalla oli jo 1930-luvulla ja paikka sai kohennusta Helsingin olympialaisten takia vuonna 1952. Kisapuiston nurmella pelattiin kolme olympiaottelua.

Vuosikymmenien jälkeen Kisapuiston stadion sai tekonurmen ja stadionin ympäristä korjailtiin. Remontin jälkeen Veikkausliigan kausi 2018 pelataan kisapuistossa, FC Lahden kotistadionilla.

Tavoitteenani oli tehdä mainosvideo, joka sytyttää faneja uuteen kauteen ja tuo muistoja esiin.



Kuvissa näkyy videon vaihtuva väriskaala.

Video alkaa mustavalkoisesta kuvasta ja orkesterin musiikista. Mustavalkovideossa ammutaan juuri rangaistuspotkua Kisapuistossa 1960-luvulla. Kelafilmi vaihtuu vuonna 2001 tehtyyn maaliin HJK:ta vastaan. Tuuletuksien jälkeen Drilon Shala iskee maalin, joka vei joukkueen mitalisijoille vuonna 2008 FC Lahden voittessa pronssia Veikkausliigassa. Shalan maalin kannattajat muistavat aina. Litmasen saksipotun saattamana käydään läpi FC Lahden joukkuekuvia. Vuonna 1998 otettu kuva on seuran ensimmäinen. Seuraavana tulevat vuosien 2004 ja 2005 joukkuekuvat. Viimeisenä joukkuekuvana tulee kauden 2008 kuva. Samana vuonna FC Lahti voitti ensimmäisen mitalinsa. Videoon alkaa kuvien jälkeen ilmestymään väriä hitaasti Drilon Shalan viimeistellessä saksipotkumaalin Hongan verkkoon. Jari Litmasen patsas FC Lahden huiviin puettuna ja Petri Pasasen poistuminen viheriöllä tuovat taukoa muuten vauhdikkaaseen liikkeeseen. Video siirtyy tuorempien maalien tykitykseen ja värit kirkastuvat. Loppu huipentuu viimekauden viimeiseen maaliin, joka johdatti FC Lahden Veikkausliigan neljännelle sijalle. Maali ratkaisi myös Eurooppa Liigan karsintapaikan. Musiikki loppuu kun pallo osuu maaliin, ja ääni vaihtuu ottelun selostajaksi. Kuvaan tulee teksti: Tästä jatketaan ja video loppuu FC Lahden logoon.



Kuvasin Kausikorttivideota varten Kisapuistoa ja pelaajien pukukopeista kuvituskuvaa, mutta lopulliseen videoon mahtui vain Litmasen patsaasta otettu video ja joukkuekuvat. Kuvituskuvaa piti karsia, jotta sain videoon enemmän liikettä, koska musiikki oli hidastempoinen.

Video onnistui ja sai hyvän vastaanoton FC Lahden faneilta. Osa katsojista muistelikin kommenttikentässä pelin tilanteita ja toiset fiilistelivät musiikkia, jonka kertosäe on kuultu myös FC Lahden peleissä kannattajien laulamana.

- Vanhaa kelafilmiä Kisapuistosta 60-luvulta.
- 1999-2017 väliltä huippuhetkiä ja detaljia kisapuistosta.
- Litmasen patsas.
- Liukuva väriskaala.
- Kuvauksissa ei saa näkyä lunta, joten kuvakulmat mietittävä tarkkaan.

Kesto: Reilu minuuti

Musiikki: FC Lahti - Otetaampa miehestä mittaa.

(Lahden sinfoniaorkesteri ja FC Lahden joukkue 1997)




Maali ratkaisi Eurooppa Liigan karsintapaikan FC Lahdelle.

6. TUOTTEELLISTAMINEN

Videoita on pysytty tuotteistamaan FC Lahdessa. Yhteistyökumppaneille on myyty logonäkyvyyttä esimerkiksi ottelukoostessa (Karjala) ja Arkistojen helmissä (Planmill).

Tuotteistamalla videot, on saatu myös uusi tuote FC Lahden myyntimiesten salkkuihin, jota voidaan tarjota yhteistyökumppaneille. Esimerksi yrityskumppanille voidaan tarjota näkyvyyttä videon alku- tai loppuplanssissa logon muodossa.

Kaikissa tekemissäni videoissa oli lopussa Planmill:in logo.



KuhhuriTV: Karjala ottelukooste: HJK - FC Lahti 1-4 (0-2) 12.9.2016


2 522 näyttökertaa

FCLahtiTV
Julkaistu 12.9.2016

TILAA 775

FC Lahti nappasi maanantaina kauden ensimmäisen vierasvoittonsa upealla tavalla, kun HJK kaatui Helsingissä selvin 4-1 lukemin. Kuhnureiden maaleista vastasivat Kalle Multanen, Jasse Tuominen, Aleksii Paananen sekä Pyry Kärkkäinen.

Kuvakaappaus FC Lahden YouTube-tililtä.



FCLahtiTV: #TBT FC Lahti - TPV 4-3 22.9.1999

526 näyttökertaa

FCLahtiTV
Julkaistu 15.6.2017

TILAA 775

Nyt palataan vuoteen 1999 ja FC Lahden ensimmäiselle liigakaudella. Vastassa silloinen Tampereen ylpeys TPV. Ota tukeva asento, sillä tuosta ottelusta ei puuttunut mitään. On rankkaria, punaista korttia, lisääjän maalia, tolppaa ja ylähirttä.

Kuvakaappaus FC Lahden YouTube-tililtä.

7. YHTEENVETO

Työn tuloksena FC Lahden sosiaalisen median videoiden määrät tuplaantuivat kaudelle 2017 kaudesta 2016. FC Lahti julkaisi sosiaalisessa mediassa 60 videota kaudella 2016 ja videoiden määrä oli nyt 129. Laadukkaan uuden videotuotteen ansiosta FCLahtiTV:stä tuli entistä kiinnostavampi kanava. FC Lahden myyntihenkilöt saivat FCLahtiTv:stä uuden tuotteen mitä myydä ja Planmill:stä tuli FCLahtiTV:n uusi yhteistyökumppani.

Työ oli palkitsevaa, koska FC Lahden henkilökunnalta ja seuraajilta saamani palaute oli positiivista. Myös julkaisujen kommenttiketjuissa oli mukavasti elämää ihmisten muistellessa vanhoja aikoja. Harjoittelussani digitoimat videot mahdollistivat FC Lahdelle materiaalia, mistä he voivat tehdä videoita jatkossakin.

Tavoitteet olivat nostaa seuraajamääriä ja lisätä laadukasta sisältöä jotka toteutuivat.

LÄHTEET

Kirjat:

Isokangas, A. & Vassinen, R. 2010. Digitaalinen jalanjälki. Helsinki: Talentum.

Sivustot

<http://www.fclahti.fi/>

<https://www.youtube.com/user/KuhnuriTV>

<https://twitter.com/fclahti1996?lang=en>

<http://www.mackolik.com/Takim/397/FC-Lahti/1999>

Facebook:

<https://www.facebook.com/Arsenal/>

<https://www.facebook.com/fclahti/>

<https://www.facebook.com/feyenoord/>

<https://www.facebook.com/Juventus/>

<https://www.facebook.com/PSG/>

Instagram:

<https://www.instagram.com/arsenal/?hl=en>

<https://www.instagram.com/fclahtiofficial/?hl=en>

<https://www.instagram.com/feyenoord.rotterdam/?hl=en>

<https://www.instagram.com/juventus/?hl=en>

<https://www.instagram.com/psg/?hl=en>

Haastattelut:

Kim Kallström. FC Lahti-mediataimi. Haastattelu: 20.2.2018 FCLahtiTV:stä