

Saavutettavuuden huomioiminen  
tapahtumamarkkinoinnissa

Folk-tapahtuma Jutajaiset

Karvonen Kimmo

Opinnäytetyö  
Restonomikoulutus  
Restonomi (AMK)

2021

Degree Programme in Hospitality  
Management  
Bachelor of Hospitality Management

---

<b>Tekijä</b>	Kimmo Karvonen	Year	2021
<b>Ohjaaja(t)</b>	Mervi Angeria, Sisko Häikiö, Matti Liimatta		
<b>Toimeksiantaja</b>	Suomen Nuorisoseurat ry Lapin aluetoimisto		
<b>Työn nimi</b>	Considering web accessibility in event marketing		
<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b>	59		

---

The purpose of this thesis was to create an accessible website for Folk-event Jutajaiset. In addition to creating the website the event also needed accessible communication in social media platforms in the form of posts, articles and information based messaging. Communication strategies and content plans also needed to be updated to reflect accessibility laws and practices. The employer of this thesis was Finnish Youthsociety regional office in Lapland.

Accessibility and the communication, perception and usability that comes with it are important means of providing help for people living with some limitations. Accessible communication helps companies to serve all people and raises the awareness of products, services or events they are promoting.

In this thesis, website, communication and social media was used to create accessible and concrete material for the employer to be used in their communication and marketing. Accessibility laws and practices were followed as a guideline in all of the development throughout the thesis. All the material created and developed can be used by the employer as a guide for future events and communication strategies.

Keywords

Accessibility, event marketing, communication

Restonomikoulutus  
Restonomi (AMK)

---

<b>Author</b>	Kimmo Karvonen	Vuosi	2021
<b>Supervisor</b>	Mervi Angeria, Sisko Häikiö, Matti Liimatta		
<b>Commissioned by</b>	Suomen Nuorisoseurat ry Lapin aluetoimisto		
<b>Subject of thesis</b>	Saavutettavuuden huomioiminen tapahtumamarkkinoinnissa		
<b>Number of pages</b>	59		

---

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena oli luoda saavutettavat verkkosivut folk-tapahtuma Jutajaisille. Verkkosivujen lisäksi tapahtuma vaati saavutettavaa viestintää sosiaalisen median julkaisujen, artikkeleiden ja tiedottamisen muodossa. Viestintä- ja sisältösuunnitelmaa oli myös päivitettävä kohtaamaan saavutettavuuden periaatteita. Toimeksiantajana opinnäytetyössä toimi Suomen Nuorisoseurat Ry:n Lapin aluetoimisto Rovaniemellä.

Saavutettavuus ja siihen sisältyvä viestintä, havainnointi ja käytettävyys ovat tärkeitä laissa määrättyjä helpotusta tuovia keinoja ihmisille, jotka elävät joidenkin rajoitteiden kanssa. Saavutettavalla viestinnällä autetaan yrityksiä palvelemaan kaikkia ihmisiä ja saadaan tuotteet, palvelut tai tapahtumat mahdollisimman monen tietoisuuteen.

Tässä opinnäytetyössä verkkosivuja, viestintää ja sosiaalista mediaa luotiin, käytettiin ja suunniteltiin saavutettavuuden lakeja ja neuvoja käyttäen. Toimeksiantajalle tuotettiin konkreettista materiaalia, joka oli valmiina käytettäväksi heidän omassa viestinnässä ja markkinoinnissa. Tuotokset ovat muokattavissa tulevia tapahtumia ja viestintää varten.

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	5
1.1	Opinnäytetyön tausta, tehtävät ja tavoitteet .....	5
1.2	Toimeksiantajan esittely.....	5
1.3	Folk-tapahtuma Jutajaiset.....	6
1.4	Opinnäytetyön raportointi ja muoto .....	6
2	NYKYTILANTEEN KUVAUS.....	8
2.1	Oman työn analyysi .....	8
2.2	Oman osaamisen arviointi .....	9
2.3	Kehittyminen .....	9
2.4	Sidosryhmät.....	10
2.5	Vuorovaikutus työpaikalla .....	11
3	VIIKOITTAINEN TEEMARAPORTOINTI .....	12
3.1	Viikko 1. Perehdyttäminen ja benchmarking .....	12
3.2	Viikko 2. Saavutettavuus ja selkokielen mittarit .....	16
3.3	Viikko 3. Web Content Accessibility Guidelines ja havaittavuus .....	22
3.4	Viikko 4. Digitaalinen markkinointi ja sosiaalisen median sisältösuunnittelu.....	25
3.5	Viikko 5. Markkinointiviestintä ja viestintäsuunnitelma.....	31
3.6	Viikko 6. Sisältömarkkinointi .....	36
3.7	Viikko 7. Vuorovaikutus.....	43
3.8	Viikko 8. Verkkosivujen käytettävyys .....	47
3.9	Joululoma 23.12.2020–06.01.2021 .....	51
3.10	Viikko 10. Sosiaalisen median sisältösuunnitelma.....	51
3.11	Viikko 11. Harjoittelu suoritettu .....	54
4	POHDINTA .....	56

## 1 JOHDANTO

### 1.1 Opinnäytetyön tausta, tehtävät ja tavoitteet

Digitaalimaailman esteettömyys on tullut ajankohtaiseksi puheenaiheeksi verkkomaailman eri osioissa. Julkiset palveluntarjoajat ja oppilaitokset ovat joutuneet muuttamaan verkkosivuja, viestintää ja tiedottamista pysyäkseen esteettömyyden määräämissä ehdoissa. Saavutettavuus on uudenlaisempi termi kuvaamaan esteettömyyttä digitaalisessa ympäristössä. Saavutettavuuden tavoite on saattaa tärkeä tieto kaikkien luettavaksi, havaittavaksi ja ymmärrettäväksi.

Tässä opinnäytetyössä tehtävänä on luoda toimeksiantajalleni verkkosivut käyttämällä saavutettavuuden sääntöjä. Verkkosivut luodaan Folk-tapahtuma Jutajaisille Lapin nuorisoseurojen maksamalla käyttöliittymällä WordPressillä. WordPress oli helppo valinta kotisivujen tekemiseen, sillä Nuorisoseurojen kaikki kotisivut toteutetaan sillä ja siihen on ostettu lisenssi. WordPress on julkistettu 2003 ja tähän päivään mennessä se on yksi suosituimmista kotisivujen rakennusohjelmista, ja sen avulla tuotettu materiaali kattaa jopa 35 % koko internetin sisällöstä. (WordPress 2020)

Tästä eteenpäin tekstissä tapahtumasta puhutaan Jutajaisina. Verkkosivujen luomisessa otetaan huomioon saavutettavuuden piiristä käytettävyys, havaittavuus, selkokieliisyys ja tapahtuman teema. Verkkosivujen lisäksi tehtävänä on kehittää saavutettavaan viestintään, sisältömarkkinointiin ja sosiaalisen median tiedottamiseen.

Toimeksiantajani ei kuulu lain asettamaan saavutettavuuden piiriin, mutta tavoitteena on viedä heidän omaa toimintaansa, tiedottamista ja tapahtumanjärjestämistä siihen suuntaan ja keskusteluiden pohjalta opinnäytetyön aiheeksi muodostui saavutettavuus sen eri muodoissa.

### 1.2 Toimeksiantajan esittely

Toimeksiantajana opinnäytetyössä toimii Suomen Nuorisoseurat ry:n Lapin alue-toimisto Rovaniemellä. Nuorisoseurat on Suomen merkittävin kulttuurisen lapsi- ja nuorisotyöntoimija. Nuorisoseurat tarjoavat kaikenikäisille laadukkaita

harrastuksia, kuten tanssia, teatteria, musiikkia, sirkusta ja liikuntaa. Nuorisoseuratoimintaa on sekä kaupungeissa, että maaseuduilla. Suomen Nuorisoseurat ry on valtakunnallinen nuorisotyötä tekevä järjestö, jonka tehtävänä on tukea paikallisten nuorisoseurojen toimintaa. (Nuorisoseurat 2020.)

Lapin aluetoimisto vastaa Lapin maakunnan nuorisoseuratoiminnasta ja järjestää kulttuuriharrastustoimintaa tukevia tapahtumia, koulutuksia ja muuta toimintaa. Aluetoimistoa ylläpitää Suomen Nuorisoseurat ry ja toimintasuunnitelma on järjestön strategian mukaista. (Nuorisoseurat Lappi 2020.)

### 1.3 Folk-tapahtuma Jutajaiset

Jutajaiset on vuosittain järjestettävä perinteinen kansanmusiikin, kansantanssin ja kansanperinnettä esiin tuova tapahtuma. Tapahtumassa tuodaan esille paikallista ja alueellista osaamista esiintyjien ja yhteistyökumppaneiden voimin. Tapahtuma järjestetään teemoja käyttäen, joita ovat Jutajaiset kouluilla, Jutajaiset kylillä, Jutajaiset kaupungissa, Lasten Jutajaiset sekä Jutajaiset sámegillii.

### 1.4 Opinnäytetyön raportointi ja muoto

Kuvaan työtäni tapahtumaharjoittelijana Suomen Nuorisoseurat ry Lapin aluetoimistolla päiväkirjamuodossa. Kirjaan jokaisen työpäivän jälkeen päivän tehtäväni ja viikon päätteeksi teen teemapohjaisen viikkoanalyysin, jossa käsittelen suurempaa kokonaisuutta teoriaan pohjaten. Opinnäytetyö sijoittuu ajalle 4.11.2020-14.1.2021.

Opinnäytetyöpäiväkirja on henkilökohtainen opinnäytetyön prosessi, joka toimii tekijän muistina koko prosessin ajan (Vilka & Airaksinen 2003, 19). Päiväkirjamainen opinnäytetyö on strukturoitu ja aikataulutettu tapa tehdä opinnäyte omaa työtä tai oman työpaikan käytäntöjä kehittäen. Tällainen opinnäytetyö sopii erityisesti opiskelijalle, jonka työhön liittyy kehittämistä tai esimerkiksi uudessa työssä aloittavalle opiskelijalle. (Laurea 2020.)

Valitsin raportointitavakseni päiväkirjamuotoisen raportoinnin, koska työssäni on tuotoksia, joita työstän harjoitteluni aikana ja joissa kohtaamat ongelmat ja ratkaisut saattavat unohtua pitkän projektin aikana. Päiväkirjamuotoisessa raportissa

pystyn seuraamaan ja kommentoimaan ongelmia ja ratkaisuja päivä ja viikkotasolla ja sen jälkeen voin pohtia, miksi päädyin mihinkin ratkaisuun.

## 2 NYKYTILANTEEN KUVAUS

### 2.1 Oman työn analyysi

Suoritan perusharjoitteluni Suomen Nuorisoseurat Ry:n Lapin aluetoimistolla tapahtumajarjoittelijan roolissa. Perusharjoittelu on 370 tuntia kestävä opintosuunnitelman mukainen pakollinen suoritus, joka on tehtävä ennen valmistumista. Työtehtäviäni ovat Jutajaisten verkkosivujen luominen käyttämällä WordPress-ohjelmaa, sosiaalisen median markkinointi Facebookissa ja Instagramissa sekä sosiaalisen median sisältösuunnitelman päivittäminen, kehittäminen ja ideointi. Luon myös tuki- ja sponsorointihakemuksia tapahtumaa varten kirjoittamalla sähköpostihakemuksia ja käyttämällä valmiita yritysten tarjoamia lomakkeita.

Työtehtäväni voivat lukijalle kuulostaa yksinkertaiselta ja yksiselitteisiltä, mutta ne ovat yllättävän monipuolisia ja haastavia toteuttaa. Työskentelen työnantajan puolesta saadulla kannettavalla tietokoneella eli ”läppärillä”, jota kuljetan jokaisena työpäivänä toimistolle ja kotiin, koska minun täytyy olla tavoitettavissa ongelmien ilmetessä. Työskentelen myös useita päiviä etänä, koska työnkuvaus ja ajoittaiset koronarajoitukset sitä vaativat.

Työtehtäväni voidaan jakaa kolmeen osa-alueeseen, joita ovat verkkosivujen luominen, sosiaalisen median markkinointi ja sisällönsuunnittelu sekä tuki- ja sponsorointihakemusten luominen ja lähettäminen. Työpäivät koostuvat jonkin edellä mainittujen osa-alueen työtehtävistä tai yhdistelystä. Esimerkiksi verkkosivuja luodessa päivitetään sinne siihen mennessä ajankohtaiset asiat ja varmistuneet faktat tapahtumasta. Sosiaalisen median markkinointi tapahtuu Facebookissa ja Instagramissa, mutta myös verkkosivuilta löytyy ajantasainen syöte. Tukijoiden ja sponsorien varmistuessa lisätään heistä tieto verkkosivuille ja mainostetaan sosiaalisessa mediassa tarpeen vaatiessa. Kaikki työ mitä teen yhdellä osa-alueella vaikuttaa siis todennäköisesti muihin.



## 2.2 Oman osaamisen arviointi

Olen toiminut tapahtumaharjoittelijan roolissa vasta yhden perusharjoittelun verran, joten en pidä itseäni vielä valmiina työntekijänä, joka pärjäisi ilman ajoittaista ohjausta ja kehittämiskeskusteluja. Aloittaessani työskentelyn kohtasin uusia työohjelmia, joihin perehtyminen vei aikaa työnteolta, mutta olin innokas oppimaan ja kehittymään.

Ensimmäisten viikkojen aikana pääsin tutummaksi ja opin käyttämään vaadittuja ohjelmia enemmän, mutta työnteosta ei koskaan tullut rutiininomaista oman vähäisen kokemuspohjan vuoksi. Olen aina ollut enemmän ohjeita ja käskyjä tarvitseva ihminen, joten itseohjautuvuus oli työnteossa pieni ongelma läpi harjoittelun. Ongelmien kohtaaminen oli välillä puuduttavaa, mutta myös motivoivaa, koska huomasin mitä omat puutteeni työntekijänä ovat ja miten kehittää niitä tulevaisuutta varten.

Aikaisempi työkokemus toimistotyöstä ja tapahtumanjärjestämisestä olisi ollut hyödyllistä. Toimistotyön staattisuus sai usein vartaloni jumiin ja ergonomiaan täytyi kiinnittää enemmän huomiota. Tapahtumanjärjestämiseen olen tutustunut opiskelujeni aikana useiden eri kurssien ansiosta, mutta ne eivät täysin vastanneet mitä harjoittelun aikana työtehtävissäni vaadittiin.

Kohtasin harjoitteluni aikana uusia ohjelmia, ongelmia ja onnistumisia. Harjoittelu oli hyvää valmennusta tulevaan työelämään ja koen, että sen ansiosta minusta tuli parempi työntekijä nyt ja tulevaisuudessa.

## 2.3 Kehittyminen

Huomasin kehittyväni harjoittelun aikana hyvin selvästi tietyissä asioissa, mutta myös pienten ahaa-elämysten kautta. Harjoittelun alkaessa verkkosivujen rakentaminen ja päivittäminen oli todella pitkäväteistä ja hankalaa, koska en osannut käyttää WordPress-ohjelmaa. Tarvitsin paljon opastusta esimieheltäni, työkaveriltani ja atk-henkilöstöltä. Harjoittelun puolessavälissä olin saanut sen verran

tietoa aikaisemmista ongelmista, että suurin osa verkkosivujen päivittämisestä ja muokkaamisesta sujui hyvin pikaisesti ja ilman suurta vaivaa.

Sosiaalisen median markkinoinnista ja sisällöntuottamisesta opin myös paljon uutta. Sain osallistua työajalla kahteen eri sosiaalisen median markkinointikoulutukseen, jotka pidettiin asiantuntijoiden toimesta etänä verkossa. Kirjoista ja asiantuntijaluennoista sain ideoita ja teoriaa sisällönsuunnitteluun ja miten muokata sitä omiin työtehtäviini. Sidosryhmien kanssa vuorovaikuttaminen ja kommunikointi kehittyi harjoittelun loppua kohti. Tekemäni sponsorointihakemukset ja tarjouspyyntöjen kyselyt kartuttivat kokemustani ulkoisten sidosryhmien kanssa toimimisessa.

Saavutettavuus oli harjoittelun tärkeimpiä käsitteitä ja sain työskennellä siihen liittyvissä asioissa koko harjoitteluni ajan. Saavutettavuus on myös yksi suurimpia kehityskohteita ja tunnen olevani hyvin valmis työskentelemään sen parissa tulevaisuudessa.

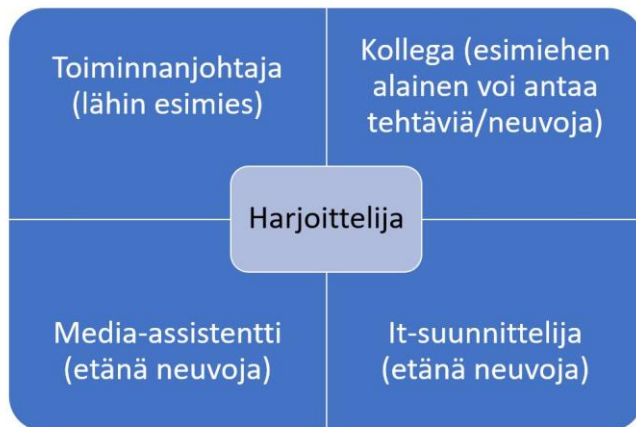
Itseohjautuvuus oli suurin ongelmani työntekijänä harjoittelun alkaessa ja kehityin myös siinä, mutta kehitettävää tältä osalta jäi vielä sukanvarteen tulevaa varten. Kehityskäyrä uudenlaisen oppimisen parissa oli haastavaa ja harjoittelu näytti sen, että opin parhaiten tarkkoja ohjeita ja neuvoja saamalla. Luovuus ei ole vahvoja puoliani ja luovuutta vaativat työtehtävät ilman selvää ohjeistusta vaativat useamman yrityksen ennen onnistumista.

## 2.4 Sidosryhmät

”Nuorisoseurajärjestö koostuu n. 700 paikallisseurasta sekä valtakunnallisesta liitosta. Liitolla on 15 piiriä, joista kuutta aluetoimistoa ylläpitää liitto ja yhdeksän ovat itsenäisiä keskusseuroja” (Nuorisoseurat 2021).

Lapin aluetoimistolla on monta sisäistä ja ulkoista sidosryhmää. Urheiluseurat, kansalaisfoorumi, yrittäjät, yritykset ja muut aluetoimistot, mutta minulle harjoitteluni aikani tärkeimmät sidosryhmät ovat tietyt henkilöt järjestön sisästä. Esimieheni toimii Lapin aluetoimiston toiminnanjohtajana ja samalla harjoittelusta

vastaavana henkilönä. Esimiehehin on vastuussa minun työtehtävistä ja tuotoksista harjoitteluni ajan. Työkaverini, joka on toiminut Jutajaisten parissa usean vuoden ajan ja on tutustunut ohjelmiin ja työtehtäviin auttaa minua tarvittaessa ohjelmien käytössä ja Jutajaisiin liittyvissä asioissa, joita lisään verkkosivuille ja sosiaaliseen mediaan. Sisäiset sidosryhmät, joiden kanssa käyn keskusteluja sisältävät Nuorisoseurojen media-assistentin, it-suunnittelijan ja toimistonhoitajan.



Kuva 1. Sisäiset sidosryhmät Lapin Nuorisoseurat

Olen yhteydessä päivittäin useiden eri sisäisten sidosryhmien kanssa (ks. kuva 1). Ulkoisia sidosryhmiä ovat paikalliset yritykset ja yhdistykset, joiden kanssa olen yhteydessä puhelimen tai sähköpostin välityksellä.

## 2.5 Vuorovaikutus työpaikalla

Vuorovaikutuksessa on aina jonkinlainen viesti ja se on sekä sanallista ja sanatonta viestintää ihmisten välillä. Kasvokkaistilanteissa, joka on tärkein vuorovaikutuksen välinen toimistollamme viestit voivat olla puhetta, sanoja, hiljaisuuksia sekä ilmeitä, eleitä ja asentoja. Vuorovaikutuksessa kaikki ovat yhtä aikaa sekä viestin lähettäjiä, että vastaanottajia. (Isotalus & Rajalahti 2017, 15–16.)

Toimistomme on pieni, mutta työntekoon riittävä tila, joka sijaitsee Rovaniemen ydinkeskustassa. Työskentelemme esimieheni kanssa lähes kasvotusten kannettavat tietokoneet vastakkain, joten työnohjaus ja keskusteluyhteys on

jatkuvasti avoinna. Olemme kirjautuneina useisiin sovelluksiin työpäivän ajan, joiden kautta voimme keskustella etänä reaaliajassa työkavereiden, sidosryhmien sekä tukipalveluiden kanssa. Sovellukset, joita käytämme ovat Nuorisoseurojen intranet, Teams, Facebook ja Instagram.

Lapin aluetoimisto toimii Rovaniemellä, mutta toimistoja on usealla paikkakunnalla, jonka vuoksi useat sovellukset ovat tärkeitä tehokkaan kommunikaation ylläpitämiseksi. Tärkeissä ja kiireisissä asioissa kommunikoimme usein kasvotusten tai puhelimen välityksellä. Palaverit ja kiirettömämmät asiat laitetaan yleensä Teams-sovelluksen kalenteriin, jonka kautta sovittuna ajankohtana liitytään keskustelemaan sovituista asioista.

Kommunikaatio on usein humoristista ja kepeää, koska tulemme kaikki toimeen keskenämme erinomaisesti ja Nuorisoseurat painottavatkin yhteishengessä huumorin mukana pitämistä. Keskusteluissa ja palavereissa on usein mukana ihmisiä ympäri suomea, joten murrekieltä on mukana.

### 3 VIIKOITTAINEN TEEMARAPORTOINTI

#### 3.1 Viikko 1. Perehdyttäminen ja benchmarking

##### Keskiviikko 4.11

Työharjoitteluni alkoi toimistolla yhdessä esimieheni kanssa. Ensimmäinen päivä oli perehtymistä ja tutustumista seuraan esimieheni avulla ja itsenäisesti Nuorisoseurojen verkkosivuihin tutustumalla. Tarvitsin työskentelyyni kannettavan tietokoneen, kirjautumistunnukset työohjelmiin, työpuhelimen ja toimiston avaimet. Tutustuin Nuorisoseurojen kotisivuihin, henkilöstöohjelmaan, perehdytysohjelmaan ja seuran nykytilaan.

Minulle ostettiin seuran toimesta kannettava tietokone, jota tulen käyttämään päivittäin työssäni. Kaikkiin seuran tietokoneisiin pitää asentaa Office-paketti, joka

sisältää mm. Wordin, Powerpointin ja Excelin. Asennuksen suoritti etänä it-suunnittelija, joka otti yhteyden koneeseeni käyttämällä TeamViewer-ohjelmaa.

Ohjelmien asennusten jälkeen minulle annettiin tunnukset sähköpostiin ja seuran WorkPlaceen, jota käytetään paljon kommunikoinnissa seuran sisällä. WorkPlace on sisäiseen viestintään tarkoitettu kommunikaatiosovellus, jonka tarkoitus on korvata nykyiset vanhanaikaiset intranetit helpottaen kaksisuuntaista keskustelua ryhmien, chattien ja liven avulla. (WorkPlace 2021).

Torstai 5.11

Olin toimistolla yksin tänään ja todennäköisesti myös huomenna. Esimieheni ohjeisti minua tutustumaan perehdytysmateriaaliin, tapahtumanjärjestämiseen sekä kirjautua työohjelmiin uusilla tunnuksillani. Loin myös Jutajaisille kansion OneDriveen, jonne lisäämme kaiken, mitä teemme tapahtumaa varten ja se on siellä helposti kaikkien tunnusten omaavien kanssa katsottavissa.

Sain ensikosketuksen Teams-ohjelmaan, jolla esimieheni soitti minulle etävideopuhelun, jossa kävimme läpi vielä perehdyttämiseen liittyviä asioita. Perehdytys on tärkeä osa työssä pärjäämistä ja ymmärsin miksi, sitä tehdään useana päivänä aloittamisen jälkeen. Työpäivät tuntuvat alussa liikkuvan nopeasti, mikä on aina positiivinen yllätys ja loppupäivä kului benchmarkatessa seuran sisäisiä tapahtumia alueellisia ja valtakunnallisia, joista tein muistiinpanoja Jutajaisten verkkosivuja mielessä pitäen.

Perjantai 6.11

Olin yksin toimistolla töissä, kuten eilen vähän arvelinkin. Esimiehelläni oli kiireisiä asioita, jotka hänen piti hoitaa ja oli mukava tietää, että minuun luotetaan sen verran, että pystyn työskentelemään yksin alusta alkaen. Päivän ohjelma oli tiedonhakua edellisen päivän benchmarkkaustulosten jäljiltä. Minulla oli myös merkattu kalenteriin kotisivupalaveri kollegan kanssa, joka pystyi minua neuvomaan verkkosivujen luomisessa käytettävästä ohjelmasta. Pidimme palaverin Teams-ohjelman kautta ja testailimme samalla, miten ohjelma toimii ja mitä

ominaisuuksia se sisältää. Aloitimme sivujen rakentamisen yhdessä ja kohtasimme paljon ongelmia, koska ohjelma oli minulle uusi ja työkaveri oli hieman ruosteessa. Otimme yhteyttä it-suunnittelijaan, joka tuli mukaan palaveriimme neuvomaan ja pääsimme oikeille raiteille. Yksi tärkeä asia mihin kiinnitimme huomiota palaverissa, oli valikoiden luominen verkkosivuille. Valikoilla luodaan väli-lehtiä sivuille, joilla kaikilla on eri otsikot esimerkiksi etusivu, info, ohjelma ja Lasten Jutajaiset. Ilman it-suunnittelijan apua ensi viikon työtehtävät olisivat vaikeutuneet ja vaatineet jälleen yhteydenottoa avun saamiseksi.

Sain esimieheltäni myös tiedon ensiviikon työtehtävistä, jotka tulevat olemaan alkuviikosta tiedonkeruuta ja materiaaliin tutustumista ja loppuviikko verkkosivujen rakentamista.

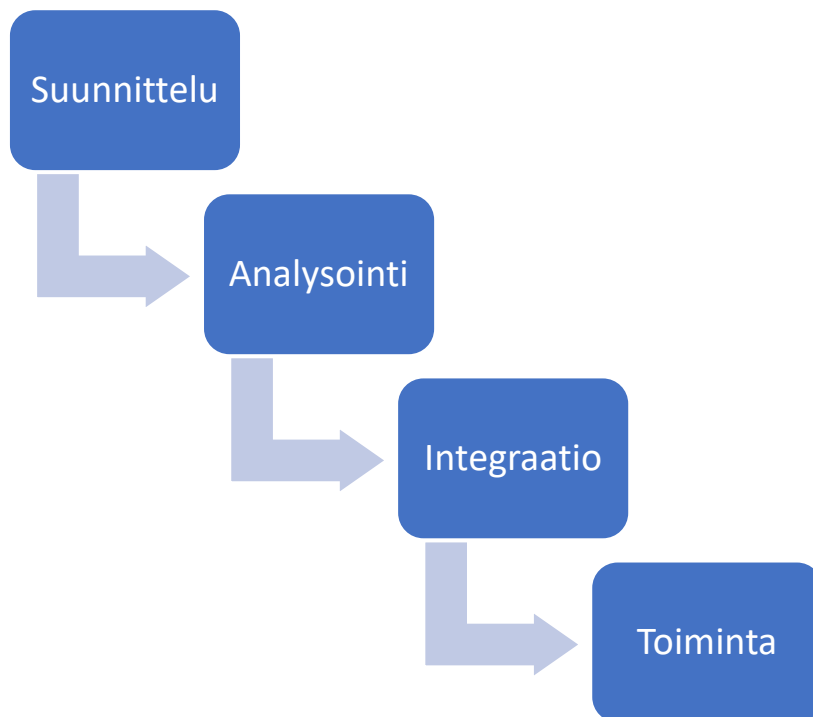
#### Viikon 1 yhteenveto

Ensimmäinen viikko oli vain 3 päivän mittainen, koska aloitin harjoittelun keskellä viikkoa. Kehitystä huomasin kahdella osa-alueella jo lyhyen aloituksen jälkeen. Muutos sohvaperunasta työelämään olisi voinut olla pieni shokki, mutta pehmeä lasku töihin esimieheni perehdytyksen takia helpotti työskentelyn aloittamista. Kehittymiskäyrä erilaisten työohjelmien käytössä ja verkkosivujen luontiohjelman kanssa on myös positiivisesti kasvussa nopean tutustumisen jälkeen.

Työviikon aikana jouduin ottamaan selvää mm. seuran organisaatorakenteesta, perehdytysmateriaalista, arvoista, työohjelmista ja sisäiseen viestintään käytettävistä sovelluksista. Ongelmia kohtasin lähinnä verkkosivujen luomiseen käytettävässä ongelmassa vähäisen kokemuksen ja asian uutuuden takia, mutta ratkaisu ongelmiin löytyi kommunikoimalla ongelmista asiaan perehtyneelle it-suunnittelijalle.

Perehdyttämällä tarkoitetaan kaikkia toimia, joilla uusi työntekijä saadaan nopeasti osaksi uutta organisaatiota. Hyvin tehty perehdyttäminen vie aikaa, mutta mitä nopeammin uusi työntekijä saadaan työskentelemään ilman jatkuvaa ohjausta, sitä nopeammin siitä hyötyy koko organisaatio. Aikaisempi kokemus samansisältöisistä tehtävistä tuottaa selkeämmän yleiskäsityksen työtehtävistä, tällöin perehdytettävän ammattitaitoa vaikuttaa perehdytyksen pituuteen. (Joki 2018, 111–113)

Tuominen (2018) kuvaa benchmarking-prosessin sellaiseksi, jossa tunnistetaan, ymmärretään ja mukautetaan käytäntöjä muista organisaatioista ympärimaailmaa auttamaan omaa yritystä. Benchmarking on osa työtehtäviä, koska sen avulla pystyn tutkimaan muiden yritysten ja tapahtumien erilaisia ominaisuuksia ja ottaa vaikutteita omiin työtehtäviini liittyen.



Kuva 2. Benchmarking-prosessi (Tuominen 2018)

Benchmarking on nelikohtainen prosessi. Suunnitteluvaiheessa tunnistetaan benchmarkkauksen kohde, yritys ja datankeräys metodit. Analysointivaiheessa otetaan selvää nykyisestä toiminnasta ja kehityskohteista ja minkälaista toimintaa tavoitellaan tulevaisuudessa. Integraatiovaiheessa käsitellään tulokset ja

asetetaan toimivat tavoitteet. Toimintavaiheessa toteutetaan tietyt toiminnot ja seurataan edistystä. (Slideshare 2018.)

Benchmarking oli minulle tuttu käsite opiskeluaikojani, mutta en muistanut sen olevan niin tarkkaan tutkittu prosessi. Jälkikäteen ajateltuna nelikohtaisen prosessin seuraaminen tarkasti olisi voinut tuottaa parempia tuloksia. Pidän asian mielessä tulevia viikkoja ajatellen. Oma benchmarking-prosessini on mennyt suoraan analysoinnin kautta toimintaan ilman tarkempaa suunnittelua ja prosessi- maista työskentelyä kohti. Suunnittelu oli vähäistä ja toiminta oli pintapuolista, mutta eteenpäin vievää.

### 3.2 Viikko 2. Saavutettavuus ja selkokielen mittarit

Maanantai 9.11

Saavun työpaikalle aamusta hieman ennen 9. Sovimme esimieheni kanssa Teams-videopalaverin alkavaksi 9 heti aamusta. Esimies tekee useana päivänä töitä koronapandemian takia, mutta, koska saavuin harjoitteluun, tulee hän olemaan paikalla suurimman osan ajasta.

Palaverissa käymme päivän työtehtävät läpi, jotka ovat materiaalin tutkimista ja etsintää tapahtumiin, viestintään ja saavutettavuuteen liittyviä. Esimieheni on alusta asti kertonut, että tukee opiskeluaani ja opinnäytetyön tekemistäni työharjoittelun aikana, koska se liittyy suoraan siihen, mitä työharjoittelussa tulen tekemään.

Teen itsenäistä tiedonhakuja ja materiaaliin tutustumista puolen päivän kieppeille asti, kunnes lähdän koululle opinnäytetyöohjaukseen. Ohjauksen jälkeen siirryn esimieheni pyynnöstä ja luvalla kirjastolle etsimään lisäkirjallisuutta työtehtäviini liittyen.



Tiistai 10.11

Tämän päivän ohjelmassa oli verkkosivujen rakentamisen aloittamista, Jutajais-ten historiaan tutustumista, erilaisiin seuran sisäisiin kansioihin ja kuvapankkeihin tunnusten saamista sekä kirjallisuuteen tutustumista.

Saavuin aamusta toimistolle ja esimieheni on nyt saapunut etätöistä toimistolle seuraamaan ja ohjaamaan työskentelyäni omien työtehtäviensä lisäksi. Minulle teetettiin henkilökohtaiset avaimet toimistolle, joiden ansiosta pääsen kulkemaan toimistolla aina tarvittaessa, vaikka esimieheni ei olisi paikalla. Tähän asti olin käyttänyt esimieheni avaimia.

Aloitin verkkosivujen rakentamisen tänään, mikä jännitti minua hieman, koska kohtasin ongelmia ensimmäisellä tutustumiskerralla, mikä vaati it-suunnittelijan läsnäoloa. Tällä kertaa tiesin, mitä tehdä, ettei samat virheet toistu ja verkkosivujen rakentaminen sai hitaan, mutta tasaisen alun.

Aloitin verkkosivujen rakentamisen historia osiolla ja sain sitä varten tutkittavak-  
seni Jutajaisten historiaa käsittelevän kirjan. Kirjassa eri toimihenkilöt vuosien  
saatossa kertovat Jutajaisista omin sanoin. Kirja sisältää myös useita kuvia vuo-  
silta 1973-2012, joita voin hyödyntää verkkosivuilla tarvittaessa.

Keskiviikko 11.11

Aamuni alkoi historia osion loppuun kirjoittamisesta ja muokkaamisesta. Historia osio oli valittu aloitukseen siinä esiintyvien elementtien vähyyden takia. Osio on suurimmaksi osaksi rakennettu bannerista, erilaisista content-boxeista eli sisällys laatikoista, joiden sisään upotetaan tekstiä.

Emme löytäneet esimieheni kanssa ilmaista kääntömahdollisuutta englanniksi WordPressistä, jonka vuoksi päätimme, että minä käänän englanniksi kaiken kirjoittamani tekstin verkkosivuille. Tämä tulee viemään tilaa verkkosivuilta ja li-  
sää hieman tekemiseen käytettyä aikaa, mutta pidimme kääntämistä tärkeänä

osana ja halusimme lisätä mahdollisuuden lukea teksti englannin kielellä ilman apuohjelmien tai google translate-käännöspalvelun käyttämistä.

Osio valmistui päivän aikana ja nyt oli tärkeää alkaa työstämään, etusivua, että kotisivut saadaan julkaistua. Tähän mennessä verkkosivut ovat olleet ns. huolto-tilassa, joka tarkoittaa, että ainoastaan me, joilla oli tunnukset sivuille, pääsimme katsomaan sisältöä. Etusivujen valmistumisen jälkeen suunnitelma on avata keskeneräiset sivut yleisölle, koska etusivulta tulee löytymään tärkeimmät tämän hetken varmistuneet tiedot tapahtumasta, kuten päivämäärät ja sosiaalisen median tilit.

Torstai 12.11

Aamulla tullessani töihin tiesin, että tästä päivästä eteenpäin ainoa työtehtäväni tulee olemaan verkkosivujen etusivujen rakentaminen ja sen julkaisu. Tehtävänä ja tavoitteena on saada etusivu rakennettua tarvittavilla tiedoilla mahdollisimman nopeasti, että ihmiset näkevät tapahtuman olevan elossa hyvissä ajoin ennen markkinoinnin ja muiden toimenpiteiden aloittamista. Julkaisuajankohta on toivottavasti heti ensi viikon alussa, eli minulla on noin kolme päivää aikaa saada se näyttämään julkaisukelpoiselta.

Olin ennen harjoittelun alkamista ottanut puhelimella kuvia edellistä kotisivuista työnantajan pyynnöstä ja aloitin etusivun rakentamisen vertaamalla, millainen kotisivu oli ollut aiemmin. Tärkeintä oli esimieheni kanssa käytyjen keskustelun perusteella se, että sivulta löytyy helposti tapahtuman päivämäärät, sosiaalisen median syöte, kuvia ja logot. Näiden pohjalta aloitin urakkani kohti julkaisukelpoista sivua.

Perjantai 13.11

Viikon viimeinen päivä ennen ansaittua viikonloppu vapaata, jatkoin etusivun rakentamista. Olin hieman varautunut ja jännittynyt aikaisempina päivinä ja mainitsin eilen, että edessäni oli urakka, mutta asiat eivät olleetkaan niin monimutkaisia.

Olin aikaisemmin tehnyt verkkosivuille valikot, joita ovat etusivu, info, ohjelma, Lasten Jutajaiset, kumppanit, medialle ja historia. Etusivun rakentaminen paljastuikin yksinkertaisemmaksi, mitä odotin, koska tärkeää lisättävää oli vielä niin vähän. Esimieheni kertoi, että etusivua ja muita valikkoja tullaan päivittämään sitä mukaa, kun saamme lisätietoa esimerkiksi esiintyjistä, majoitustarjouksista, yhteistyökumppaneista ja ohjelmasta.

Olin siis huomaamattani saanut etusivun lähes julkaisukelpoiseksi ennen viikonlopun viettoon lähtöä olin vain ajatellut työtä suurempana kokonaisuutena. Julkaisukelpoinen etusivu ei vaadi paljoa, mutta työni onkin julkaisun jälkeen rakentaa muut välilehdet valmiiksi ja päivittää vaadittuja osiota uusilla asioilla ja informaatiolla, mitä järjestämisen ja harjoitteluni aikana ehtii tapahtua.

## Viikon 2 yhteenveto

Viikon tehtävät painottuivat vahvasti verkkosivuihin ja itsenäiseen tiedonhakuun. Verkkosivujen rakentaminen on tullut paljon eteenpäin niistä ajoista, kun minä olin yläasteella ja niiden rakentaminen on monimutkaista, mutta samalla yksinkertaista logiikkaa seuraavaa. WordPress ohjelman käyttäminen on oppimisprosessi ja välillä hyvin intuitiivinen, mutta kompastuskiviä löytyy vielä. Sain kuulla useasti tällä viikolla esimieheltäni, että sivujen on oltava julkaisukelpoiset sekä saavutettavat, millä esimieheni tarkoitti historia osiossa selkokielistä tekstiä kahdella kielellä varustettuna.

Halusin pohtia mitä saavutettavuus on ja miten se tulee näkymään verkkosivuilla käyttämällä useita lähteitä saavutettavuuden ymmärtämiseksi. Saavutettavuuden takaamiseksi minun täytyi tutustua selkokieleen, vaihtoehtoihin kuvateksteihin ja erilaisiin rajoitteisiin, joita verkkosivuihin tutustuva ihminen saattaa kohdata. Sivujen visuaalinen ilme ei ole tärkein kriteeri, vaan minun täytyy ottaa huomioon myös saavutettavuus ja käytettävyys.

Saavutettavuus on digitaalimaailman esteettömyyttä. Saavutettavuus on verkossa toimiville palveluille verrattavissa katukauppojen ja kivijalkaliikkeiden

esteettömyyteen, missä palvelun on oltava fyysisesti esteetöntä. Hirvosen ja Kinnusen (2020, 13) mukaan saavutettavuus on monitahoinen käsite ja siihen liittyy läheisesti käsitteet esteettömyys ja käytettävyys. Saavutettavuusesimerkkejä ovat median saavutettavuus, selkokieliset, viitotut tai tekstitetyt uutiset.

Saavutettavuus on uusi ja tuntemattomampi aihe suurelle yleisölle, koska sen pääasiallinen tarkoitus on saada valtion viranomaiset, liikelaitokset, kunnalliset viranomaiset, itsenäiset julkisoikeudelliset laitokset, kuten kela, yliopistot ja ammattikorkeakoulut saavutettavuuden piiriin. Saatavuuden toteuttaminen on haasteellista sillä ei ole vain yhtä tapaa tehdä oikeita ratkaisuja käyttäjien rajoitteiden ja lisälaitteiden vuoksi. (Selovuo 2019, 18.)

Selovuo (2019, 11) määrittelee saavutettavuuden kaiken digitaalisessa muodossa julkaistun sisällön ominaisuuksia ja sen saattamista ymmärrettäväksi ja käyttökelpoiseksi käyttäjille heidän mahdollisista rajoitteistaan huolimatta.

Tekstin on oltava selkokielistä, mikä tarkoittaa, että sisältöä ja sanastoa on muokattu yleiskieltä yksinkertaisemmaksi. Viestintä on tällöin tarkoitettu henkilöille, joilla on kielellisiä vaikeuksia ymmärtää puhuttua yleiskieltä. Saavutettavuudessa selkokieli on osana kognitiivista saavutettavuutta. Kognitiivinen saavutettavuus tarkoittaa tiedon ja ymmärtämisen liittyvää saavutettavuutta, jota käytetään yleisimmin verkossa tapahtuvassa viestinnässä. Julkisten digitaalisten palveluiden saavutettavuutta parantaakseen Euroopan unioni on luonut direktiivin, joka tuli Suomessa voimaan 2019. Selko- ja yleiskielen erottamista varten on luotu selkokielen mittari, jonka avulla voidaan arvioida tekstin selkokielisyyttä 106 eri tekstikriteerin voimin. (Hirvonen & Kinnunen 2020, 215 – 238.)

<p><b>Teksti kokonaisuutena</b>  Yleisohjeet  Aiheen valinta ja sen käsittely  Informaation määrä  Tekstin sävy ja vuorovaikutus lukijan kanssa  Tekstin jäsentely  Tekstilajikriteerit</p>	<p><b>Sanat</b>  Yleisohjeet  Sanojen selittäminen  Sanojen toisto ja niihin viittaaminen  Kuvallinen kieli  Luvut ja lyhenteet</p>
<p><b>Kielen rakenteet</b>  Yleisohjeet  Sanojen taivutus ja johtaminen  Lause ja virkerakenteet</p>	<p><b>Tekstin visuaalisuus</b>  Yleisohjeet  Rivitys ja palstoitus  Kirjasintyyppi ja -koko  Tausta ja värit  Kuvat</p>

Kuva 3. Selkokielen mittari (Hirvonen & Kinnunen 2020, 238)



1973

Jutajaisten historia juontaa juurensa 1970 -luvulta Sodankylästä kun Lappiin haluttiin perustaa oma tapahtuma kansanmusiikille ja perinteelle. Jutajaisten tavoitteena oli järjestää tapahtuma joka tuo esiin eri kylien kulttuuria sekä osaamista. Ensimmäiset Jutajaiset oli nimeltään Kesäjutajaiset ja ne järjestettiin Sodankylässä 1973 joissa esiintyi yli sata kansanmusiikin soittajaa ja laulajaa. Ohjelmassa oli paikallisten taitajien lisäksi mukana myös kansainvälisyyttä ja niistä löytyi tekemistä niin lapsille kuin aikuisillekin.

1973

History of Jutajaiset dates back to 1973 when it was decided that Lapland needed its own event for folk music and tradition. The goal was to host an event that emphasizes the culture and performing arts in small local villages around Lapland. Name of the first Jutajaiset -event was Summerjutajaiset and they were held in 1973 in Sodankylä where there were hundreds of singers and performers. The event program included local talent as well as international talents and it had events for everyone including children.

Kuva 4. Jutajaisten historia

### 3.3 Viikko 3. Web Content Accessibility Guidelines ja havaittavuus

Maanantai 16.11

Työviikkoni alkoi toimistolla ja keskustelimme esimieheni kanssa verkkosivuihin liittyvistä asioista, viestinnästä ja saavutettavuudesta. Tehtäväni tänään oli kehittää osaamistani tutkimalla saavutettavuusmateriaalia verkossa ja kirjoissa. Viestintäsuunnitelma ja sosiaalisen median sisältösuunnittelu tulee myös olemaan tehtäviäni, mutta nyt keskittyminen on verkkosivuissa.

Tiistai 17.11

Tänään oli aika rutiininomainen päivä ja tunnen, että sama rutiini jatkuu tämän viikon. Tarkoitus on julkaista verkkosivut ennen kuin kuukausi vaihtuu ja työskentelen etusivun parissa päivittäin. Kohtasin muutaman ongelman verkkosivujen rakentamisessa, mutta esimieheni ja it-suunnittelija saivat tehtävän takaisin raitteille.

Keskiviikko 18.11

Tämän viikon tehtävät ovat hyvin paljon muistuttaneet toisiaan ja uskon, että suuremmalla kokemuspohjalla olisin pystynyt työtehtäväni jo hoitamaan aikaisemmin, mutta oppimiskäyrä on ollut korkeahko WordPress -ohjelman käytössä ja sivujen rakentamisessa. Esimies tarkistaa työni edistymisen ja hän on viimeinen sana siinä, onko esimerkiksi banneri, kuva tai teksti kelvollinen visuaalisesti ja sopiiko se Jutajaisten teemaan. En omaa työkokemusta luovista töistä tai harasta niitä vapaa-ajallani, joten työ on kestänyt kauemmin kuin olisimme odottaneet. Tapahtuma on onneksi vielä niin kaukana, että vahinkoa ei kerkeä syntyä sivun valmistuessa marraskuun aikana.

Torstai 19.11

Verkkosivut alkavat olemaan pian julkaisukelpoiset. Tämän päivän työtehtävät olivat hyvin samanlaiset alkuviikkoon verrattuna, mutta ensimmäinen deadline alkaa hämmöttää loppuaan. Ensi viikon aikana työtehtävät muuttuvat monipuolisemmiksi, mutta verkkosivujen rakentaminen ei lopu siihen, että se julkaistaan.

Ensi viikolla saan haltuun seuran sosiaalisen median tilit Jutajaisiin ja Lapin alue-toimistoon, joiden kautta alan mainostamaan tapahtumaa ja kotisivujen julkaisua. Oli puhetta myös artikkelin julkaisusta Lapin Nuorisoseurojen sivuilla, mutta tästä pitää kysyä lisätietoa, sillä en ihan täysin ymmärtänyt mitä ja miten tämä tapahtuu

Perjantai 20.11

Etusivu alkaa näyttämään valmiilta, mutta odotamme julkaisua seuraavaan viikkoon. Tapahtumaan on hankittu esiintyjät aikaisempina vuosina pyytämällä tarjouspyyntöjä ja tekemällä itse työtä. Tänä vuonna esimieheni haluaa yrittää esiintyjähakua, joka tulisi verkkosivuille linkkinä esiintyjähakulomakkeeseen. Ennen julkaisua minun täytyy tutustua esiintyjähakulomakkeisiin verkossa ja sitten rakentaa sellainen etusivulle ja todennäköisesti myös johonkin toiseen valikkoon.

Etusivut alkavat olemaan siinä kunnossa pois lukien esiintyjähaku, että voin keskittyä loppupäivän muihin ns. helpommin rakennettaviin valikoihin, koska ne vaativat vähemmän infoa ja moni lisättävistä asioista on ollut jo viimevuonna vanhalla sivustolla ja täten löytyy työpaikalla olevista kansioista.

Viikko 3 yhteenveto

Suhteellisen monotoinen työviikko työtehtävien kannalta. Saavutettavuus käsitteenä kävi mielessä useamman kerran ja haluaisin kehittää osaamistani ja ymmärrystäni vielä paremmin. Peruspiirteet ovat hyvin jo selvillä, mutta laajana käsitteenä se sisältää paljon erilaista tietoa. Olen tutustunut saavutettavuuteen selkokielen osalta, mutta visuaalinen ilme ja siihen liittyvät asiat ovat vielä

tuntemattomampia ja halusin perehdyttää itseni siihen verkkosivujen rakentamisen ja saavutettavuuden näkökulmasta.

Kari Selovuon (2019) Saavutettavuusopas auttoi ymmärtämään havaittavan informaation merkitystä saavutettavia verkkosivuja rakentaessa ja käytin kirjaa apuna useasti työpäivien aikana yhtenä tietopankkina ja apuvälineenä. Jutajaisten verkkosivut eivät ole lain mukaan saavutettavuuden piirissä, joka tarkoittaa, että tekemäni työ ei tule lainalaiseen tarkasteluun. Siitä huolimatta pidän tehtävääni tärkeänä ja tavoitteena on saada sivuille mahdollisimman huolellisesti tuotettua materiaalia saavutettavuuselementit mielessä pitäen.

Web Content Accessibility Guidelines, joka tuttavallisemmin kirjoitetaan WCAG, tarkoittaa kansainvälistä ohjeistoa, johon nykyiset lain asettamat vaatimukset saavutettavuudesta perustuvat. Ohjeistossa on kolme eri tavoitetasoa A, AA ja AAA, joista AAA-tason saavuttamista pidetään tavoitteena, joka on kohtuudella toteutettavissa. (Selovuo 2019, 23.)

Yksi WCAG:n periaatteista on havaittavuus, jolla tarkoitetaan informaation ja käyttöliittymäkomponenttien esitystä tavoilla, jotka käyttäjä voi havaita. Havaittavuus sisältää tekstivastineet, tekstikoon, värit, kontrastit, sisällän asemoinnin ja tyhjän tilan hyväksikäytön. Vaihtoehtoisella tekstillä tarkoitetaan sitä, että esimerkiksi sokeat käyttäjät pystyvät lukemaan kuvatekstin omilla laitteillaan sen sijaan, että sivulla olisi pelkkä kuva, mitä käyttäjä ei pysty tulkitsemaan. (Selovuo 2019, 61.)

Kuvien vaihtoehtoiset tekstit ovat lyhyt kuvaus grafiikasta, joita pystytään lukemaan ruudunlukuohjelmalla. Vaihtoehtoinen teksti ei ole kuvateksti, vaan vaihtoehtoisen tekstin täytyy kuvailla, mitä tietoa kuvasta voi havaita ja kommunikoida. (Hirvonen & Kinnunen 2020, 71.) Jutajaisten verkkosivuilla vaihtoehtoisia tekstejä käytetään kaikissa lisättävissä kuvissa. Kuvat eivät tarjoa käyttäjälle paljoa informaatiota, sillä suurin osa niistä on kuvia esiintyjistä, historiasta tai maisemista, mutta tekstissä kerrotaan, mitä kuva sisältää.



Havaitsemisen periaatteisiin tutustuminen muistuttaa karusta todellisuudesta, mitä harvoin tulee ajatelleeksi, että moni osa palveluiden käyttäjistä tarvitsee apua palveluntarjoajalta. Käyttämistäni verkkosivuista harva on keskittynyt saavutettavuuden toteuttamiseen, mikä on myös ymmärrettävää, sillä se on käsitteenä uusi, mutta se myös rajoittaa käyttäjien mahdollisuuksia. Tutustumalla saavutettavuuteen moni yritys ja palveluntarjoaja voi helpottaa verkkosivujensa käytettävyyttä. Nuorisoseurojen osalta saavutettavuuteen on alettu keskittymään enemmän lakimuutosten vuoksi, mutta ei pakosta vaan yhteenkuuluvuuden ja osallistamisen kautta.

### 3.4 Viikko 4. Digitaalinen markkinointi ja sosiaalisen median sisältösuunnittelu

Maanantai 23.11

Tänään asiat lähtivät rullaamaan heti aamusta. Etusivut valmistuivat aamupäivän aikana ja seuraavaksi oli vuorossa muut välilehdet. Tämä ei ollut loppujen lopuksi kovin suuren työn takana, koska seuraavaan tapahtumaan on melkein vuoden verran aikaa, oli tarkoituksena laittaa ohjelmaan ja Lasten Jutajaisiin viime vuoden ohjelmat ja julisteet täytteeksi. Infoon laitoin yhteystiedot kuvien kera ja kartan, joka ohjaa toimiston osoitteeseen. Kumppaneihin lisäsin Nuorisoseurojen, Rovaniemen kaupungin ja Rovaniemi-viikkojen logot, koska ne tulevat olemaan kumppanit seuraavassakin tapahtumassa.

Huomasin, että sivujen rakentaminen oli jo minulle paljon tutumpaa ja en ole tarvinnut juurikaan it-suunnittelijan apua. Esimieheni rakensi aikaisemmat sivut erilaisella ohjelmalla, mutta aina, jos tarvitsin apua, sain häneltä hyviä neuvoja. Seuraavaksi oli vuorossa sivujen julkaisu.

Verkkosivut julkaistaan tällä viikolla, mutta ennen sitä täytyy minun tehdä esiintymishakulomake ja liittää se ainakin etusivulle. Odotamme esiintymishakulomakkeen valmistusta, koska haluamme sosiaalisessa mediassa mainostaa kotisivujen julkaisun yhteydessä esiintymishakua.

Tiistai 24.11

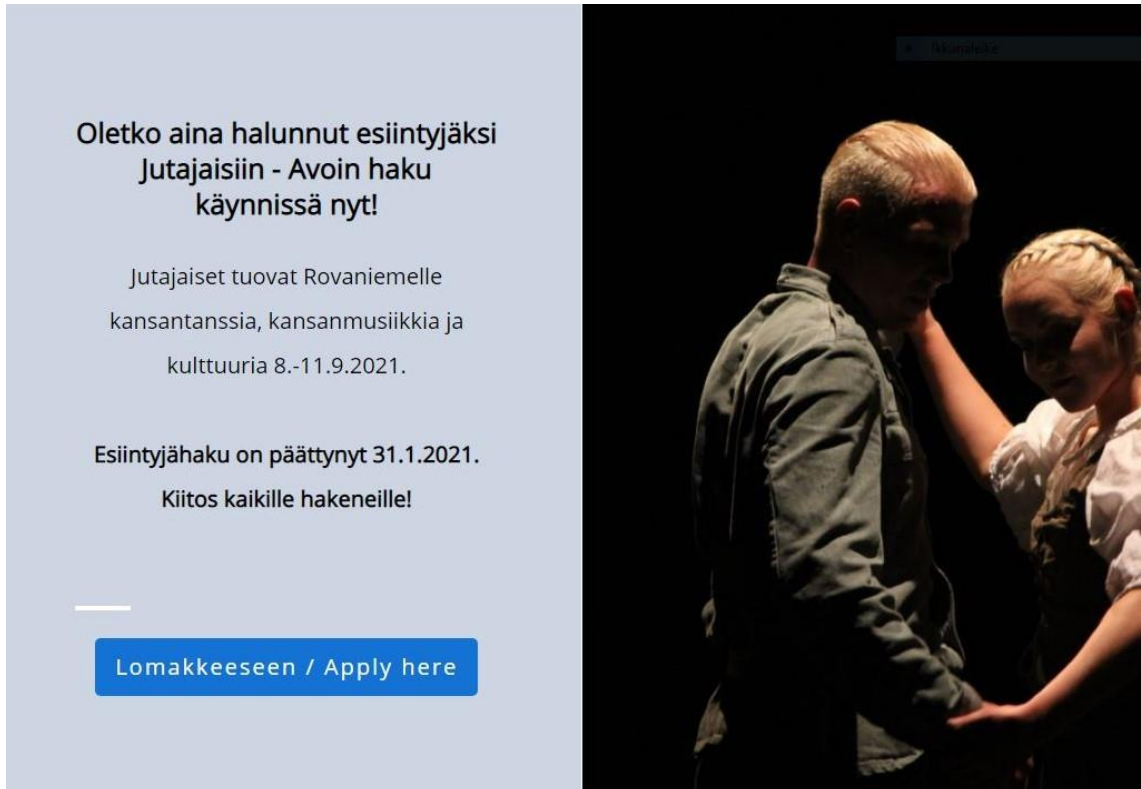
Tämän päivän ennalta suunnitellut työtehtävät olivat artikkelin kirjoittaminen Nuorisoseurat Lappi -verkkosivuille, missä kerrotaan uusien kotisivujen julkaisusta ja siitä, mikä tapahtuma on sekä julkaisujen tekemistä Facebookiin ja Instagramiin. Lapin Nuorisoseuroilla ja Jutajaisilla ei ole virallista sosiaalisen median henkilöä, vaan tilejä hoitaa useampi henkilö, joilla on yhteiset tunnukset käytössään molemmille tileille.

En ole aikaisemmin ollut vastaavassa roolissa, missään aikaisemmassa työpaikassa, joten ennen artikkelin ja sosiaalisen median julkaisuja näytin esimiehelleni luonnoksia ja palautteen perusteella muokkasin niistä sopivia. Viestinnässä oli tärkeää, että sanat, kuva- ja värimaailma ovat tapahtumaan sopivia. Esimieheni kanssa käytyt palaverit olivat edellä mainitusta syystä hyödyllisiä, sillä hän on järjestänyt tapahtuman aikaisemmin ja hoitanut viestinnän tehtäviä sekä hän tietää seuran ja tapahtuman arvot.

Keskiviikko 25.11

Tapahtuma tarvitsee esiintyjä ja tänä vuonna esimieheni haluaa, että verkkosivuilta löytyisi lomake esiintyjähakuun, jota kautta kiinnostuneet esiintyjät saisivat itse hakea Jutajaisiin antamalla tarjouksen. Tämä pienentäisi hieman järjestäjän työtaakkaa, joka sisältää paljon muutakin, kuin pelkästään yksittäisen tapahtuman järjestämistä.

Esiintyjähakulomakkeen tekeminen oli seuraava työtehtäväni ja sen valmistuksessa lisääminen verkkosivuille sekä tietenkin lomakkeen mainostaminen sosiaalisessa mediassa. Aloitin lomakkeen työstämisen benchmarkkaamalla muiden tapahtumien esiintyjähakua ja vertailin sitä kautta, mitä Jutajaisten lomakkeessa pitää olla. Lomake oli yksinkertainen tehdä Google Forms-ohjelmalla ja sen valmistumisessa ei kauaa kestänyt, tarvitsin vain esimiehelläni luvan julkaisuun. Lomakkeen valmistamisen jälkeen tein etusivulle testimonial-laatikot, joiden sisään muokkasin esiintyjähausta tiedot.



Oletko aina halunnut esiintyäksi  
Jutajaisiin - Avoin haku  
käynnissä nyt!

Jutajaiset tuovat Rovaniemelle  
kansantanssia, kansanmusiikkia ja  
kulttuuria 8.-11.9.2021.

Esiintyjähaku on päättynyt 31.1.2021.  
Kiitos kaikille hakeneille!

Lomakkeeseen / Apply here

Kuva 5. Päättynyt esiintyjähaku

Tunsin oloni kipeäksi ja vallitsevan koronatilanteen aikana täytyi minun poistua toimistolta koronatesteihin ja jatkaa loppupäivä etänä.

Torstai 26.11

Eilen jouduin poistumaan töistä koronatesteihin, joten tänään olin karanteenissa kotona siihen asti, että saan testien tulokset. Olin suurimman osan päivästä flunssaisena kotona, mutta halusin saattaa päivän tärkeimmän työtehtävän loppuun, että saamme julkaista artikkelin, verkkosivut sekä tehdä sosiaalisesta mediasta aktiivinen.

Muokkasin vielä esiintyjälomaketta esimiehen kommenttien perusteella ja nyt se on valmis. Valitsimme lomakkeen tehtäväksi Google Forms:illa, koska sen kautta saamme vastaukset yhteen ja samaan paikkaan ja säästämme näin aikaa verrattuna useiden sähköpostiketjujen selailuun.

En voi sanoa, että valitsemamme lomakkeen muoto on visuaalisesti näyttävä, mutta priorisoimme tällä ns. pilottikokeilulla ajan säästämisen ja helppouden kauneuden sijasta.

Sain esimieheltäni tarkat ohjeet artikkelin kirjoittamiseen ja onnistuin hieman flunssaisena saattamaan sen loppuun ja julkaisemaan sen Lapin Nuorisoseurojen sivuilla. Julkaisimme myös verkkosivut, että voin artikkelissa ohjata ihmiset sinne, mutta sosiaalisessa mediassa mainostamme huomenna perjantaina, jos oloni sen sallii.

## Folk tapahtuma Jutajaiset – Esiintyjähaku avattu!



Kuva 6. Artikkelin esiintyjähakusta

Perjantai 27.11

Q

**Viimeisimmät artikkelit**

---

Suomen Nuorisoseurat mukaan :  
harrastamisen Suomen mallin -  
pilotoitihankkeeseen  
Rovaniemellä

---

Nuorisoseurojen pop up -näyttely :  
avataan Joensuussa 13.1.2021

---

Nuorisoseuraliike 140 vuotta – :  
juhlavuosi käynnistyy 8.1.2021  
lyhytelokuvalla

---

Lapin vuoden 2020 tunnustukset :

---

Teatteri Säijje: Virtasen perheen :  
joulukanava valmistui  
koronaepidemiasta huolimatta

---

**Arkistot**

---

tammikuu 2021 :  
joulukuu 2020 :  
marraskuu 2020 :  
lokakuu 2020 :  
syyskuu 2020 :

Aamuni alkoi tarkastamalla omasta kannasta koronatestini mahdolliset tulokset ja onnekseni sieltä löytyi negatiivinen tutkimustulos. Sovimme esimieheni kanssa, että lähdän toimistolle tekemään päivän työtehtävät, vaikka ne hoituisivat myös kotona. Esimieheni mielestä oli tärkeää, että kahden etäpäivän jälkeen saan taas hieman työrutiinista kiinni toimistolla ennen viikonloppu lomiam.

Julkaisin eilen artikkelin ja verkkosivut ilman mainostusta, joten tänään oli aika aktivoita sosiaalisen median tilit. Esimieheni oli myös toimistolla ja sain tehtäväkseni hoitaa ensimmäisen julkaisun uusista kotisivuista ja esiintymishaun mainostamisesta. Asia ei ollut ihan niin yksinkertainen kuin olin kuvitellut, sillä kaikessa viestinnässä on tärkeä muistaa, mitä mainostetaan. Meidän tapauksessamme mainostamme Jutajaisia, joten viestinnän on liityttävä siihen myös visuaalisesti.

Sain tunnukset Canva-nimiseen ohjelmaan, jolla voidaan muokata kuvia ilmaiseksi ja aloin opettelemaan sen käyttöä. Sain myös ulkoisen kovalevyn, joka sisälsi aikaisemmilta vuosilta materiaalia Jutajaisista ja löysin sieltä hyvän tähän tilanteeseen sopivan kuvan. Tein ensimmäiset julkaisuni Facebookiin ja Instagramiin.



## Kuva 7. Kotisivujen julkaisu

Loppupäivän työtehtävä oli avustaa esimiestäni toimintasuunnitelman kirjoittamisessa. Tehtäväni oli avata kirjoittamalla Jutajaisien viisi teemaa, joita ovat Jutajaiset Kouluilla, Jutajaiset Kylillä, Jutajaiset Kaupungilla, Jutajaiset Sámegillii ja Lasten Jutajaiset. Toimintasuunnitelma lähetettiin Rovaniemen Kaupungille kulttuuriavustuksen saamisen edellytyksenä.

## Viikon 4 yhteenveto

Kulunut työviikko sisälsi uutta asiaa ja jo opitun tiedon hyödyntämistä esiintyjälomakkeen teossa. Benchmarking-prosessin tutkiminen oli hyödyllistä ja pääsin hyödyntämään opittua tietoa esiintyjähakulomakkeessa. Suunnittelin mistä etsin mallia lomakkeelle, jonka jälkeen analysoin sisällön ja käytettävyyden. Otin parhaat kysymykset ja muokkasin niitä hakemukseen jo valmiiden kysymysten kaiveriksi ja saimme lomakkeesta yksinkertaisen, mutta asianmukaisen.

Sain myös ensikontaktini sosiaalisen median markkinointiin kirjoittamalla artikkelin verkkosivujen julkaisusta Nuorisoseurojen sivuille sekä tekemällä identtiset julkaisut Facebookiin ja Instagramiin. Saavutettava viestintä on ollut esillä aikaisemmillä työviikoilla, joten käytin hyväkseni keräämäni tietoa selkokieelisestä viestinnästä artikkelissa ja sosiaalisen median julkaisuissa. Tapahtumaharjoittelijana digitaalinen markkinointi ja viestintä sosiaalisessa mediassa on yksi osa työtehtäviäni ja halusin tutustua tarkemmin sen yksityiskohtiin ja peruseräkkeisiin.

Sosiaalisen median viestintää hankaloitti aiheiden suunnittelu. Nuorisoseurojen järjestämä tapahtuma toteutetaan voittoa tavoittelemattomana ja rajallisella budjetilla, josta yhtään euroa ei ole budjetoitu sosiaalisen median markkinointiin. Jutajaisien sosiaalisen median strategia on piittää tapahtuma ihmisten mielessä lisäämällä ajankohtaisia asioita, muistutuksia ja historiaa.

Sosiaalinen media käsitteenä on muuttuva ja siitä väitellään vielä nykypäivänä. Sosiaalista mediaa on kutsuttu kollektiiviseksi termiksi erilaisille sosiaalisille

verkostoille ja yhteisöllisille sivuille, jotka sisältävät blogit, podcastit, arvostelut ja tietopankit. Myöhemmin sosiaalista mediaa on kutsuttu sivuiksi missä käyttäjät voivat lisätä omaa sisältöä, mutta eivät kontrolloi sivuston toimintaa samalla lailla kuin omia verkkosivuja. (Charlesworth 2014.)

Sosiaalisen median erilaista sisältöä voi olla esimerkiksi kuvat ja videot, kilpailut, arvostelut ja kyselyt. Tapahtumapohjaisen sosiaalisen markkinoinnin sisällön tarkoitus on tuottaa lisäarvoa asiakkaalle ennen tapahtumaa, tuoda esiin tärkeimmät viestisi sekä kehittää asiakassuhteita. (Jackson & Angliss 2018, 133–134.)

Ymmärtääksemme digitaalisen markkinoinnin tärkeyden meidän täytyy ensin ymmärtää miten kohderyhmämme vuorovaikuttaa digitaalisessa ympäristössä. Digitaalinen markkinointi nykypäivänä on paljon enemmän kuin pelkästään verkkosivut ja se sisältää mahdollisuuksia ja ongelmia. Markkinointia suunnitellessa pitää tutkia miten asiakkaat toimivat digitaalisessa ympäristössä. Digitaaliset laitteet, alustat, media, data ja teknologia ovat osa digitaalista ympäristöä. (Chaffey & Chadwick 2019.)

### 3.5 Viikko 5. Markkinointiviestintä ja viestintäsuunnitelma

Maanantai 30.11

Työviikko alkaa toimistolla, mutta teemme esimieheni aloitteesta etänä loppuviikon. Kävimme läpi viikon tulevan viikon tehtäviä, mitä voin etänä suorittaa. Henkilökohtaisena huomiona olen tehnyt, että itseohjautuvuus on hyvin tärkeää etätyössä. Minulla on hyvin pieni otanta, mutta vaikuttaa, että toimistolla saan tehtyä hieman enemmän töitä ja keskittymiseni on parempi. Epäilen, että kotona on liikaa stimulaatiota ja työntekemisen päämäärä unohtuu helpommin.

Tehtäviäni tällä viikolla tulevat olemaan kulttuuriapurahan kriteereiden tutkimista, sponsorointi sähköpostien luonnostelua Rovaniemeläisille yrityksille, viestintäsuunnitelman päivittämistä ja kotisivujen hienosäätöä lähinnä visuaalista ilmettä.

Tiistai 1.12

Etäviikko alkoi kotitoimistolla rutiininomaisesti tarkistamalla Workplace-viestit, sähköpostit ja sosiaalinen media. Olin suunnittelut tekeväni tänään sponsorointiluonnostelua Pohjolan Osuuspankille ja tutkimalla, mitä muita yrityksiä Rovaniemeltä voitaisiin lähestyä.

Listallani oli myös kotisivujen ilmeen päivitystä esimieheni ohjeiden mukaan. Tämä sisälsi Jutajaisten historiasta kertovasta kirjasta vanhojen kuvien skannaamista ja liittämistä historiaosioon ja tekstien tasausta sisältölaatikoissa. Joka päivä täytyy myös tarkistaa esiintyjähakulomake ja sinne tulleet mahdolliset vastaukset.

Osallistuin esimieheni toiveesta iltapäiväkerho palaveriin, missä osallistujina olivat kaikki Lapin Nuorisoseurojen iltapäiväkerhotoiminnassa olevat työntekijät ja minun esimieheni, joka on myös heidän esimiehensä. Osallistumiseni syy oli, että näen minkälaista erilaista toimintaa seuralla, on ja minkälaisia palavereja järjestetään.

Keskiviikko 2.12

Tänään huomasin keskittymiseni herpaantuvan etätöissä ja oli hieman vaikeampaa suunnitella omaa työntekoani ja ohjeitani. Tämä on viikko 5 harjoittelussani ja olen päässyt hyvään rutiininomaiseen tekemiseen toimistolla, mutta etätöissä huomaan, että työnteko ei ole sillä tasolla mitä sen pitäisi olla.

Suunnittelin viestintäsuunnitelmaa valmiiseen pohjaan, mikä löytyi Excelistä ja lisäsin sinne mahdollisia ja tulevia viestintätoimenpiteitä erityisesti sosiaalisen median julkaisuja. Jatkoin sponsoriluonnosten muokkausta, joka on osoittanut hieman vaikeammaksi, koska en omaa kokemusta näin tärkeistä ja virallisista kommunikaatioista. Esimieheltäni tulee paljon palautetta ja neuvoja aina luonnosteni pohjalta ja sen ansiosta saan asioita eteenpäin. Verkkosivujen muokkaus on myös osoittanut hankalammaksi, koska en ole luonteeltani visuaalinen ja se mikä



minun silmääni näyttää hyvältä ja valmiilta ei kelpaa aina esimiehelleni, jolla on silmää tällaisille asioille.

Torstai 3.12

Tänään huomasin jälleen, että etätö tuottaa vaikeuksia. Työpäivä oli lähes identtinen eiliseen verrattuna. Luonnostelin sponsorointi sähköposteja, muokkasin kotisivuja ja suunnittelin viestintäsuunnitelmaa. Esimies soitti Teams-puhelun, missä käytiin läpi työtehtäviäni ja sain risuja, ruusuja ja neuvoja miten edetään. Esimiehen neuvot ja tuki ovat olleet positiivinen kokemus harjoittelun aikana, sillä hänellä on hyvin selittävä johtamistyyli, joka ei jätä arvailujen varaan, miten tietyt tehtävät pitää suorittaa. Hänen vinkeillensä jatkoin työpäivän loppuun.

Perjantai 4.12

Etätöviikon viimeinen työpäivä alkoi tarkastamalla kaikki töihini liittyvät järjestelmät. Organisaation sisäinen viestintä, sähköposti, esiintyjähakulomake ja Teams- palaveriohjelma. Helpottunut olo, sillä tänään pääsee lataamaan akkuja viikonlopun ajaksi ja etätöiden tuomat keskittymisvaikeudet poistuvat, kun ensiviikolla jatkuu toimistolla työskentely. Esimieheni huomasi ja kommentoi myös etätöiden vaikutusta työntekoon rakentavalla kritiikillä ja huomasin sen itsekin, joten en ottanut sitä negatiivisesti.

Työpäivän aikana täytyi kerran poistua koneen äärestä ja käydä toimistolla, sillä sinne oli esimieheni sopinut kaiuttimen haun iltapäiväkerho-ohjaajalle ja mikä sen helpompaa kuin lähettää etätöissä tuskaillut harjoittelija paikalle. Toimistolla käynti osoittautui lyhyeksi, kuten arvata saattoi ja matka takaisin etätöihin jatkui.

Keskityin loppupäivän tekemään samoja asioita kuin aikaisempina päivinä eli viestintäsuunnitelman muokkaamista ja suunnittelua, sponsoriluonnostelua Osuuspankille, Rovaniemen Energialle ja Kemijoki Oy:lle, sekä pieniä kotisivumuokkauksia tekemällä. Motivaatio palata ensi maanantaina takaisin toimistolle

on hyvä ja viikon aikana tekemäni asiat on helpompi saada valmiiksi toimistolla esimiehen tuella ja neuvoilla.

#### Viikon 5 yhteenveto

Hankalin työviikko on nyt suoritettu. Työtehtävät eivät olleet vaikeimmasta päästä, mutta itseohjautuvaisuus etätöissä on tuottanut vaikeuksia. Keskityin miettimään mistä se johtuu ja tulín siihen tulokseen, että kotiympäristössä on liikaa virikkeitä ja oma työskentelytyylini sopii paremmin työympäristöön. Henkilökohtaisia kehittämiskohteita löytyi mikä on positiivista tulevaisuutta ajatellen ja rakentavan kritiikin vastaanottaminen on minulle helppoa.

Jutajaisten viestintäsuunnitelman parissa työskentely on ollut mielenkiintoista, mutta ei ilman haasteita. Ymmärrän peruspiirteiltään, mitä siinä haetaan, mutta tietoperusta viestintäsuunnitelman teosta ei ole tarpeeksi hallussa, että onnistuisin siinä ilman ajoittaista ohjausta ja neuvonpitoa. Viestintäsuunnitelmaa laaditaan sosiaalisen median ja verkkosivujen kautta toimivaksi paketiksi, missä suunnitelman pohjalta päivitetään sosiaalista mediaa ja tarvittaessa verkkosivuja ajankohtaisilla asioilla tapahtumaan liittyen.

Jutajaisten viestintäsuunnitelma on yksinkertainen, suuntaa antava ja kuukausittainen tiedosto, missä on tietyille kuukausille ja päiville merkattuna viestinnän tehtävät. Viestintäsuunnitelmaa on toteutettu esimieheni toimesta suureksi osaksi sosiaalisen median viestinnällä ja sidosryhmien avulla. Viestinnän teoriaan ei ole perehdytty ja Lapin aluetoimistolla ei ole yksittäistä viestinnästä vastaavaa kohdehenkilöä, joten viestintäsuunnitelmaa rakentaessa on hyvä perehtyä alan kirjoihin ja julkaisuihin.

Markkinointiviestinnän tulee olla yhteydessä yrityksen strategiaan ja kaiken viestinnän tulee tukea yrityksen tavoitteita. Viestinnän suunnittelulla varmistetaan, että kaikki viestintä tehdään oikein ja oikealla hetkellä. Viestinnän suunnittelussa voidaan käyttää eri tasoja, joita seuraamalla markkinointiviestinnästä saadaan hyvin suunniteltu kokonaisuus. Viestinnässä vaihtoehtoja on paljon, jonka vuoksi suunnittelemattomuus on yleensä hyvin kallista ja johtaa resurssien

tuhlaamiseen. Markkinointiviestintä on yrityksen näkyvimpiä kilpailukeinoja, joten sen suunnittelemiseen on varata paljon aikaa ja resursseja parhaan lopputuloksen saamiseksi. (Isohookana 2007, 92-94.)



Kuva 8. Suunnittelun eri tasot (Isohookana 2007, 92)

Tapahtuma on tilaisuus kirjassa Vallo ja Häyrinen (2016, 36-37) kertovat, että yrityksen kaikki markkinointiviestinnässä käytettävät toimenpiteet tavoittelevat haluttua lopputulosta, joka voi olla tavoitteen mukaan esimerkiksi imagon luontia, uusien asiakkaiden hankintaa tai lahjoitusten saamista.

Jutajaisten viestintä on erilaista, mitä suuremmissa tapahtumissa tai yrityksissä tapahtuu. Viestintä tapahtuu nollabudjetilla sosiaalisessa mediassa ja verkkosivuilla, minkä vuoksi viestintäsuunnitelma on sosiaaliseen mediaan ja verkkosivuille keskittyvä. Kaikki toimenpiteet kirjataan suunnitelmaan etukäteen tai jälkikäteen riippuen suunnitelmallisuudesta ja tallennetaan yhteiseen viestintäsuunnitelma kansioon.

JOULUKUU	KOTISIVUT	SOSIAALINEN MEDIA
	Kotisivujen päivitystä	Juhlavuosi julkaisu
		Esiintyjähaku julkaisu
		Hyvää joulua julkaisu

Kuva 9. Esimerkki Jutajaisten viestintäsuunnitelmasta.

Markkinointiviestintästrategiassa tehdään päätökset eri osa-alueiden ja keinojen käytöstä, mutta budjetti asettaa rahalliset rajat, sille miten eri toimenpiteitä voidaan toteuttaa ja kuinka paljon resursseja suunnitteluun voidaan käyttää. Päätöksiä tehdessä on tiedettävä, miksi viestitään ja mitä tavoitteita viestinnälle asetetaan. (Isohookana 2007, 97–98.) Nuorisoseurojen viestinnän tavoitteena on Jutajaisten esillä pitäminen sosiaalisessa mediassa ja sen ansiosta ihmisten mielessä pitämisen.

### 3.6 Viikko 6. Sisältömarkkinointi

#### Maanantai 7.12

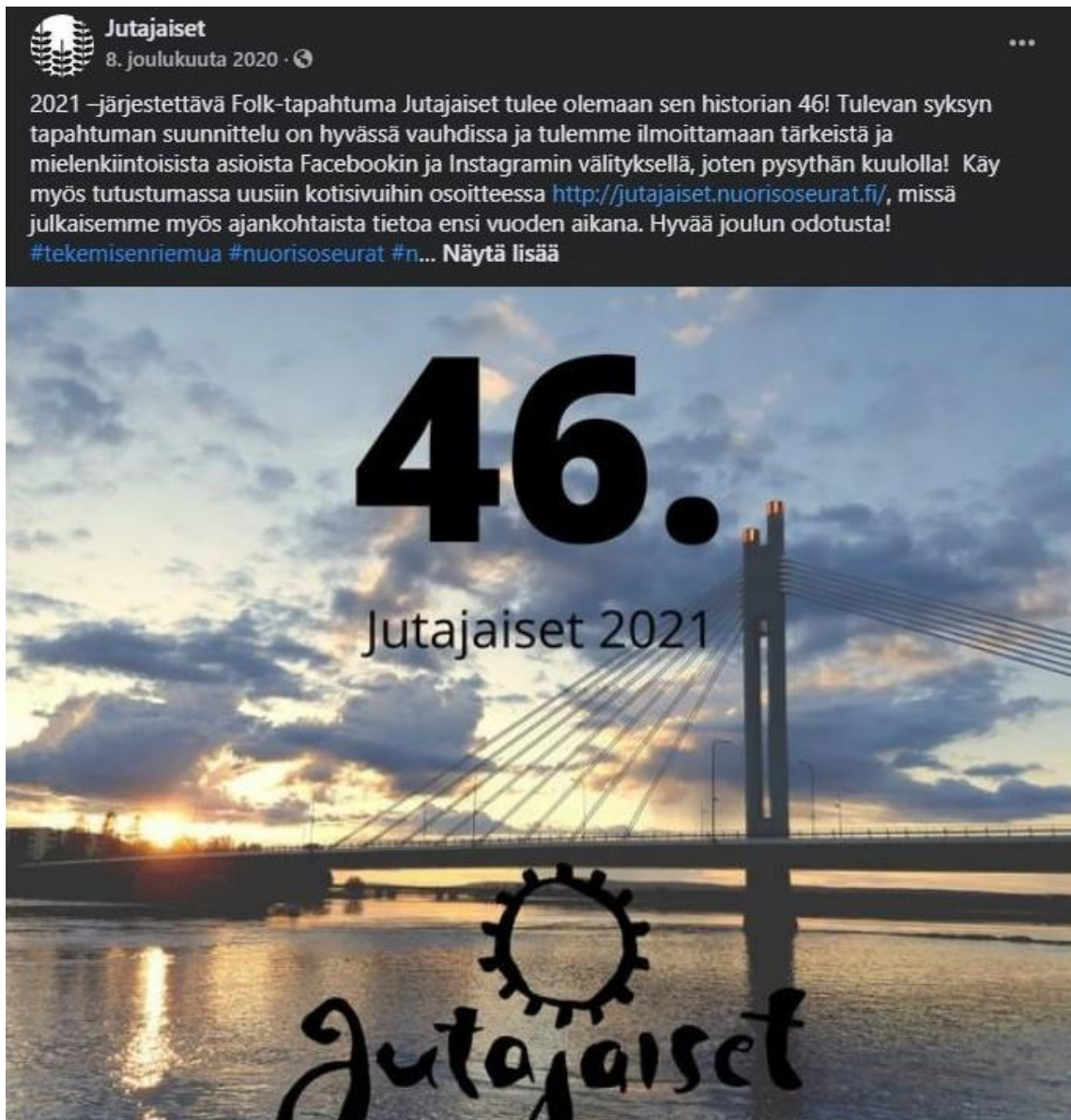
Takaisin toimistolla virkein mielin viikonlopun jäljiltä. Aloitin työpäivän tänään myöhemmin, sillä osallistuin työajalla illalla Pohjolan Leaderin järjestämään Facebook-markkinoinnin koulutukseen. Koulutukseen osallistuminen oli osa työpäivääni, koska olen toimistolla yksi sosiaalisen median päivittäjistä ja päivitän viestintäsuunnitelmaa, missä suurena osana on sosiaalisen median päivittäminen ja sen suunnittelu.

Koulutus oli erittäin mielenkiintoinen, ehkä hieman liian tilastopohjainen alussa, mutta sain hyviä vinkkejä sosiaalisen median markkinointiin, jota voin käyttää työssäni. Sain myös koulutuksessa käytetyt materiaalit sähköpostiini, jonka pystyin jakamaan esimiehelleni.

#### Tiistai 8.12

Tänään ohjelmassa oli viikoittaisen viestinnän suunnittelemista sosiaaliseen mediaan eilisen koulutuksen ohjeiden mukaisesti. Koulutuksessa ja internetissä tutkimieni tietojen mukaan sosiaalista mediaa tulisi päivittää vähintään kerran viikossa sen pysyessä ihmisten mielessä. Minun tehtäväni oli siis miettiä ja suunnitella tulevia julkaisuja sosiaaliseen mediaan Jutajaisten näkökulmasta.

Julkaisu tuli tehdä käyttämällä apuna aiemmin mainitsemaani Canva-ohjelmaa, jolla pystyy muokkaamaan kuvia lisäämällä eri elementtejä, tekstiä, kuvia ja muotoja. Päätin tehdä julkaisun mainostamalla tulevan Jutajaisien olevan sen historian 46 kerta ja kehotin ihmisiä seuraamaan ja pysymään kuulolla meidän sivuillemme ja sosiaalisessa mediassa. Viestinnässä on käytettävä myös tietynlaisia tunnisteita, joita sanotaan hashtageiksi. Hashtageilla voidaan tuoda julkaisua esiin tunnistesanoin ja meidän tunnisteemme ovat Jutajaiset ja Jutajaiset2021. Nuorisoseuran hashtagit ovat tekemisen riemua, Nuorisoseurat ja Nuorisoseurat Lappi.



Kuva 10. 46. Jutajaiset

### Keskiviikko 9.12

Tänään sain osallistua valtakunnallisen aluepalaverin kuuntelemiseen etänä. Aluepalaverissa osallistujia ovat kaikkien seurojen alueelliset toimistot ja siellä käydään pääsihteerin johdolla läpi alueiden kuulumiset ja tulevat tapahtumat. Palaverin lisäksi työtehtäväni peilasivat aikaisempia viikon tehtäviäni. Tavoite oli saada sponsorointiluonnoksi eteenpäin, että ensi viikolla voidaan lähettää valmiit hakemukset.

### Torstai 10.12

Tänään varasin paikan itselleni toiseen sisältömarkkinoinnin koulutukseen huomiseksi. Tällä kertaa koulutuksen aiheena on Instagram-markkinointi ja sen sisältämät ominaisuudet ja mahdollisuudet. Loppuviikon ohjelma liittyy vahvasti sisältömarkkinoinnin suunnitteluun, joten kurssi tulee olemaan hyvin hyödyllinen jälleen töitäni ajatellen. Sosiaalista mediaa täytyy pitää hengissä, joten loin Canvan avulla kuvan, jonka julkaisin Facebookissa ja Instagramissa.



Kuva 11. Esiintyjähaku

Perjantai 11.12

Aloitin työpäiväni hieman myöhemmin illalla olevan viestintäkoulutuksen takia, mutta tapasimme esimieheni kanssa toimistolla hieman toisissa merkeissä. Alue-toimiston pikkujoulut järjestetään huomenna lauantaina ja tämän päivän ohjel-massa oli pienimuotoisten työtehtävien lisäksi järjestää pikkujoulut siihen pistee-seen, että huomenna vapaapäivänä tarvitsee vain tulla paikalle ja juhlat ovat val-miita alkamaan.

Kävimme yhdessä kaupoilla ostelemassa tarvikkeita mm. glögiä, pipareita, lim-saa ja serviettejä. Meidän täytyi myös muokata toimiston kokoustiloja sopivaksi n. 10 hengen juhlia varten ja siivota tilaa valmiiksi tilatulle ruualle. Työpäivä oli erilainen, mutta motivaatiota nostattava, eikä harmittanut yhtään, että pikkujoulut tapahtuvat vapaapäivänä. Juhlissa saan myös huomenna tutustua paremmin

kollegoihini, joita en näe normaalityöpäivän aikana, sillä he työskentelevät eri paikoilla mm. iltapäiväkerhoissa ja teattereissa.

### Viikon 6 yhteenveto

Viikon aikana pääsin osallistumaan mielenkiintoiselle sisältömarkkinointikurssille koskien sosiaalista mediaa. Työtehtävien kannalta paras mahdollinen ajankohta tällaiselle kurssille olisi ennen töiden aloittamista, mutta toisaalta ilman töiden aloittamista en osaa kuvitella osallistuvani kurssille.

Asia, jonka kanssa olen tuskaillut töissä, on sisältösuunnitelma viestinnän osalta Jutajaisille. Aikaisemmin mainitut kompastuskivet nollabudjetti ja suunnitelmallisuuden puute nostavat päätänsä esiin kokemattomana työntekijänä. Sisältömarkkinoinnin kurssi antoi hyviä vinkkejä ja pohjaa sisältömarkkinoinnille, jos työtehtävieni kohde olisi oma yritys tai markkinointibudjetilla varustettu tapahtuma tai tuote. Tapahtumaharjoittelijalle kurssi oli arvokas lisä tietoperustan kasvattamisessa.

Facebookissa mainostaminen ja markkinointi on yksi suosituimmista ja helpoimmista markkinoinnin keinoista, joka on Jutajaisten tärkein kanava verkkosivujen lisäksi. Olen tehnyt sosiaalisen median markkinointia yhtenä osana työtehtäviäni, mutta kurssi antoi lisää mietteitä mitä olisi voitu tehdä toisin ja mitä työkalupakista puuttuu.

Sisältömarkkinoinnin kurssin vetäjä oli Lappilainen asiantuntija Jani Siivola, joka toimii mm. toimitusjohtajana, konsulttina ja markkinoinnin asiantuntijana. Halusin peilata Siivolalta saatua asiantuntijamateriaalia sisältömarkkinoinnista siihen, mitä olen Jutajaisten osalta ja näkökulmasta tehnyt tämän viikon päätteeksi. Käytän lähteenä kurssilta saatua asiantuntijamateriaalia, koska se on ajantasaista, ajankohtaista ja tiedän sen olevan luotettavaa esittäjän meriittien perusteella.

Sosiaalisen median päivityksillä voidaan tavoitella eri asioita, jotka hyödyttävät asiakasta tai yritystä. Päivityksillä voidaan tuottaa hyötyä, osallistamista, viihdyttämistä, tiedottamista ja brändäämistä. Hyöty asiakkaalle voi olla esimerkiksi



vinkki, miten yrityksen tuote sopii eri käyttötarkoitukseen, mielipiteitä kysymällä voidaan osallistaa, tarinalla voidaan tiedottaa, uutinen maailmalta voi viihdyttää ja suositulla tuotteella voidaan brändätä. Edellä mainitut osa-alueet voidaan muokata viikoittaiseksi sosiaalisen median viestintäkalenteriksi. (Siivola 2020.)

## Mitä somepäivityksillä tavoitellaan?

**REDDO!**

### Päivitykset

1. auttavat seuraajaa (hyöty!)
2. kannustavat osallistumaan (osallista)
3. Viihdyttävät (saa aika kulumaan)
4. tiedottavat (kerro ajankohtaisuuksista)
5. keskittyvät yrityksen brändiin (brändää)

Kuva 12. Somepäivityksen tavoitteet (Siivola 2020)

Facebook-mainonnalla on useita tavoitteita yrityksen, tuotteen tai palvelun näkökulmasta. Tavoitteita voivat olla esimerkiksi saada lisää tykkääjiä sivulle, ohjata ihmiset verkkosivulle, mainostaa tiettyä julkaisua, saada lataamaan sovellus tai markkinoida yritystä paikallisesti. (Siivola 2020)

Sosiaalisen median kalenterin tarkoitus on olla myynnin ja markkinoinnin tukena viikoittaisessa tekemisessä. Kalenteri auttaa suunnitelmallisuudessa ja resursseja ei kulu ylimääräiseen tekemiseen työpäivien aikana. Kalenteri auttaa myös uusien tekijöiden perehdytyksessä ja sitä on helppo seurata opetellessaan yrityksen markkinointistrategiaa.

## some-kalenteri myynnin tukena

**REDDO!**

	Auta	Osallista	Tiedota	Viihdytä	Brändää	
ma	ti	ke	to	pe	la	su
Esittely (henkilö, yritys, toimisto)	Hauska esimerkki, miten tuotteenne sopii aivan eri käyttötarkoitukseen	Supertarjous, vain tänään, vain seuraajille	Pistä hyvä kiertämään, jaa hyvä sivusta tai hyödyllinen työkalu	A vai B? anna seuraajiesi vaikuttaa	Lainaus, jaa brändillenne sopiva lainaus	Sesonki ja vapaa-aika, miten teillä juhliataan tai rentoudutaan
Maanantain motivaatio	Aktivoi, miksi uutiskirjeistallesi kannattaa liittyä. Palkitse	Videovinkki	Arvonta	Arkikuva	Hauska fakta, hauska yksityiskohta alailta	Kiitää (yhteistyökumppania, asiakasta...)
Referenssi, tuore työnäyte asiakkaan kommentoimana	Sisäpiirin vinkki, vinkki josta on oikeasti hyötyä	Kysy mielipidettä, testiryhmä	Tarina, miten kaikki alkoi	Maskotti	Fanikuva, joka liittyy yritykseenne	Alennuskoodi
Vastaa kysymykseen Täydennä lause, palkitse vastaajat	Kehu Asiakkaan kommentti, kiitää	Tiimi, esittelen tiimi tai kuukauden työntekijä	Jaa hauska kuva	Suosittelen asiakasta tai yhteistyökumppania	Suosittelen tuotteenne tai palvelu	Tutoriaali, hyödyllinen opas tai tutoriaali
		Järjestä kilpailu	Käyttäjien sisältö	Uutinen maailmalta	Lahjoita tai palkitse	Vision esittely

Kuva 13. Some-kalenteri (Siivola 2020)

Facebookissa markkinointi on ilmaista, mutta maksullisella vaihtoehdolla voidaan kohdentaa omaa viestiä haluttuun kohdeyleisöön, mikä lisää markkinoinnin näkyvyyttä. Pieni yritys voi kohtuullisella summalla kuukaudessa saada tuhansia ihmisiä tavoitettua omalla viestillään. Ilmaisessa markkinoinnissa vastuu näkyvyydestä on omalla aktiivisuudella, yhteistyöllä ja tuurilla. Maksullisen markkinoinnin etuina ovat myös palvelun mukana tulevat mittarit, joilla voidaan seurata markkinoinnin onnistumista. (Siivola 2020.)

## Maksullinen markkinointi Facebookissa

- ▶ Nopea toteuttaa
- ▶ Tehokas kohdistaminen (maa, alue, kaupunki, ikä, sp, kiinnostuksenkohteet)
- ▶ Voidaan muuttaa joustavasti
- ▶ Edullista, 10 eur / 1000 tavoitettua
- ▶ Tavoitetaan juuri halutut kohderyhmät
- ▶ Voidaan tehdä useita kampanjoita päällekkäin
- ▶ Tuloksista saa selkeät tilastot

**REDDO!**

Kuva 14. Maksullinen markkinointi Facebookissa (Siivola 2020)

### 3.7 Viikko 7. Vuorovaikutus

Maanantai 14.12

Työviikko alkoi siivoamalla toimiston kokoustilat viikonlopun pikkujoulun jäljiltä. Saavuin työpaikalle ennen esimiestäni ja aloin siivoamaan roskia ja pesemään tiskejä käsin, jotka olivat liian isoja toimiston tiskikoneeseen.

Siivottuani laitoin työohjelmat päälle ja tarkistin sähköpostini, jossa oli vastaus aikaisemmin lähettämäni tarjouspyyntöön hotelli Aakenukselta. Kiitin tarjouksesta sähköpostilla ja aloin luonnostelemaan majoitustarjousta verkkosivujen info välilehteen.

Tiistai 15.12

Tällä viikolla on tavoite saada sponsorointihakemukset luonnoksista valmiiksi ja lähettää ne yrityksille. Päivän työt olivat siis niiden parissa työskentelyä, joka vie yllättävän paljon aikaa ilman kokemusta. Kotisivujen päivitystä on myös tehtävä majoituksen osalta ja esimiehen kommenttien mukaan hieman muokata ja siistiä muita alueita. Tärkeä osa-alue verkkosivuissa, mikä oli unohtua, on niiden optimointi puhelin ja tablettikäyttöön, joka hoituu myös WordPress-ohjelman kautta. Optimoin sivuja tällä viikolla useamman kerran.

Keskiviikko 16.12

Tänään osallistuin kuunteluoppilaana viestintäkoulutukseen, joka järjestettiin etänä aluetoimistoille. Koulutuksessa käytiin läpi nykyisen viestinnän mahdollisuuksia ja uhkia ja annettiin vinkkejä viestintäkeinoihin. Koulutuksessa oli paljon eri osa-alueiden ammattilaisia mm. teatteripuolelta, tanssista ja tapahtumanjärjestämisestä. Osuuspankin sponsoriluonnoksesta tuli valmista ja lähetin sen esimiehen tarkastuksen jälkeen eteenpäin toiveissa saada Osuuspankista yhteistyökumppani.

Työpäivän piristys oli ehdottomasti kahvittelemahetki, johon osallistui minun ja esimieheni lisäksi meidän kerroksessamme toimivat yritykset ja heidän työntekijänsä. Meidän toimistomme sijaitsee kerrostalossa ja toimistomme ovat vierekkäin, jonka vuoksi näemme toisiamme jokainen päivä, mutta harvoin ehdimme kahvittelemaan yhdessä ja kertomaan kuulumisia.

Torstai 17.12

Päivän ainoa ennalta suunniteltu tehtävä oli saada Prisman, Kemijoki Oy:n ja Rovaniemen Energian sponsorihakemukset valmiiksi. Kaikilla yrityksillä oli eri kriteerit ja hakemislomakkeet, joten ei voinut vain kopioida yhtä hakemusta kaikille kolmelle.

Vuosi lähenee loppuaan, joten Suomen Nuorisoseurojen pääsihteeri oli kutsunut kaikki aluetoimistojen työntekijät palaveriin, missä hän halusi kiittää henkilökohtaisesti hankalan vuoden työpanoksista ja korosti kohokohtia. Palaveri oli hyvin positiivinen ja hyvä idea käytettäväksi muissakin työyhteisöissä, joissa monta ihmistä työskentelee samaa lopputulosta kohden.

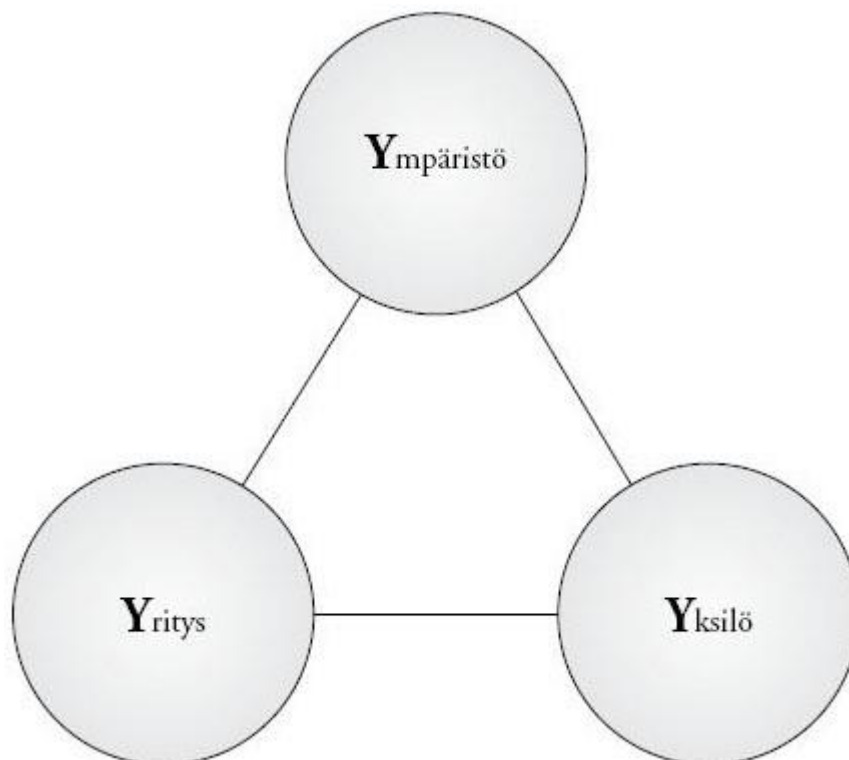
Perjantai 18.12

Tänään oli ensimmäistä kertaa todella kiireinen päivä. Esimieheni jää joululomalle ja sponsorointihakemukset oli saatava lähetettyä tämän päivän aikana. Luonnosteluni olivat puutteelliset ja jouduin muutaman kerran muokkaamaan niitä isommin, mutta lopputuloksena oli hyvä yhteispeli esimiehen kanssa ja sain lähetettyä henkilökohtaiset hakemukset jokaiseen paikkaan. Vaikeuksia yhdessä hakemuksessa tuotti Prisma, jonne sopivaa sähköpostiosoitetta ei tuntunut löytyvän mistään. Jouduin soittamaan kaupan infoon ja sitä kautta sain tarvitsemäni osoitteen hyvissä ajoin ennen työpäivän loppumista. Teimme esimieheni kanssa listan seuraavan viikon työtehtävistä hänen jäädessä lomalle.

## Viikon 7 yhteenveto

Monipuolinen työviikko takana, minkä aikana tein erilaisia työtehtäviä siivoamisesta sponsorointiin. Verkkosivut, saavutettavuus ja viestintäsuunnitelma olivat taka-alalla muiden työtehtävien vuoksi. Tapahtumaharjoittelijan näkökulmasta viikko oli erikoisempi sisältäen palavereja, kahvitteluhetkiä, siivoamista ja koulutusta. Miettiessäni, että mikä sana kuvaisi viikon tapahtumia ja työskentelyä niin mieleeni tuli vuorovaikutus. Nuorisoseuralla järjestää paljon etäpalavereita kaikkien aluetoimistojen kesken, joiden ansiosta heillä tuntuu olevan hyvin toimeen tuleva ja toisensa tunteva valtakunnallinen organisaatio. Vuorovaikutustaidot tulevat esille viikoittain palavereissa ja sidosryhmien kanssa viestinnässä.

Vuorovaikutussuhteita muodostetaan ihmisten, organisaatioiden ja asioiden välillä. Vuorovaikutus usein ratkaisee lopullisen menestyksen yrityksen suhdetoinnassa ja verkostoitumisessa. Vuorovaikutuksen perustan muodostavat yritys, ympäristö ja yksilö. Perustan ansiosta muodostuu kolme vuorovaikutussuhdetta. Yritys ja ympäristö, yritys ja yksilö sekä yksilö ja ympäristö. (Kamensky 2015.)



Kuva 15. Yrityksen, ympäristön ja yksilön vuorovaikutussuhteet (Kamensky 2015)

Toimistollamme vuorovaikutussuhteita muodostuu seuran yksilöiden välillä ja sidosryhmien eli muiden yritysten ja seurojen välillä. Vuorovaikutukseen dramaattisesti vaikuttaneet teknologiamurrokset, kuten internet ja mobiiliteknologia ovat mahdollistaneet ihmisten kanssakäymisen mahdollisuuksiin suuresti. (Kamensky 2015) Lapin aluetoimistolla internetin ja mobiiliteknologian käyttö vuorovaikutuksessa on mahdollistanut nopeamman ja sujuvamman kommunikaation ympäri suomea oman organisaation sekä sidosryhmien välillä.

Vuorovaikutuksen kokonaistoimivuuden kannalta tärkeää on, kuinka hyvin kommunikaatio toimii organisaation sisällä. Mitä isompi organisaatio on kyseessä, sitä enemmän vuorovaikutustilanteita siellä syntyy. Isommissa organisaatioissa onnistunut vuorovaikutus on yksi menestyksen tekijöitä. (Kamensky 2015.) Lapin aluetoimisto on osa suurempaa organisaatorakennetta ja vuorovaikutuksia syntyy enemmän ulos kuin sisäänpäin, sen vuoksi vuorovaikutustaidot ovat taattu menestyksen osatekijä aluetoimistoilla ja organisaation johdolla on tärkeä tehtävä vuorovaikuttaa onnistuneesti.

Vuorovaikutus liittyy myös sosiaalisen median markkinointiin. Kun ihmiset ovat vuorovaikutuksessa yrityksen, henkilön tai viestisi kanssa ja jakavat organisaation toivomaa viestiä leviää tieto nopeammin laajemmalle yleisölle. Facebookissa markkinointi on sosiaalista kanssakäymistä ja keskittyessä sielläkin vuorovaikutustaitoihin sekä ihmisiä kiinnostavaan sisällön tuottamiseen auttaa se yritystä pittemällä aikavälillä. (Hurmerinta 2015, 199.)

Jutajaisten Facebookissa tapahtuva markkinointi toivoo herättävänsä tunteita ja keskusteluja julkaisujen aiheilla. Useammalla ihmisellä ovat tunnukset sosiaaliseen mediaan ja käyttäjien kommentteihin vastailaan aina mahdollisimman nopeaa. Kommentteihin vastaaminen on kanavan koon takia harvinaisempaa, mutta työntekijät ovat valmiita vuorovaikuttamaan.

### 3.8 Viikko 8. Verkkosivujen käytettävyys

Maanantai 21.12

Olen etänä maanantaista keskiviikkoon ja sen jälkeen pääsen joululomalle itsenkin. Sain perjantaina työlistan, mitä pitää tehdä nämä kolme etäpäivää ennen lomien aloittamista ja jaoin tehtävät itselleni, mitä teen päivittäin. Isoin tehtävä oli tehdä kouluttaja/workshop-vetäjä hakemus esiintyjähakulomakkeen viereen.

Lasten Jutajaisiin tarvitaan kotisivuille lisätietoa ja minulla oli kalenterissa sovittu palaveri kollegan kanssa, joka on vastuussa tapahtumasta, mutta se peruuntui viime hetkillä ja asia siirtyy ensi vuoden puolelle. Wikipediassa oli vanhaa tietoa Jutajaisista ja muokkasin sivua uusilla faktoilla ja uutisilla.

Tiistai 22.12

Tänään olisi pitänyt olla toinen palaveri samasta aiheesta kuin eilen, mutta se peruuntui samoista syistä. Kollega oli liian kiireinen omien työtehtäviensä kanssa ja päätti siirtää ensi vuoden puolelle. Kouluttajalomake oli helppo tehdä, koska se noudatti samaa kaavaa kuin esiintyjähaku, mutta vaikeuksia tuotti saada se etusivulle hienosti liitettynä esiintyjähaun alle.

Keskiviikko 23.12

Viimeinen päivä ennen joululomaa kului kotisivujen optimoinnissa ja hienosäädössä. Pieniä muokkauksia olivat esimerkiksi kuvien lisäily, tekstiasun tarkistukset ja laatikoiden symmetria. Saavutettavuustarkistuksia suoritin katsomalla kuvien vaihtoehtoistekstejä ja selkeyttä. Sosiaaliseen mediaan oli myös jälleen Canvalla luotava joulun ja uuden vuoden toivotukset.

Olemme suunnitelleet esimiehen kanssa kotisivujen yläosan eli headerin muokkaamista enemmän tapahtumaa kuvaavaksi, mutta kummallakaan ei ole sellaisesta kokemusta, joten laitoin viestiä it-suunnittelijalle, joka oli ehtinyt aloittamaan joululoman ja vastailee varmaan tammikuussa.



Päivän lopussa tarkastin työlistan, että kaikki asiat olivat tehtynä, sähköpostin ja työohjelmat, mutta kaikki vaikuttivat olevan kunnossa, joten julkaisin joulun toivotukset sosiaaliseen mediaan, sammutin tietokoneeni ja lähdin joululoman viettoon.



Kuva 16. Hyvää joulua julkaisu

Viikko 8 yhteenveto



Työviikko oli lyhyt tulevan joululoman ja pyhäpäivien vuoksi. Viikko koostui lähinnä pienistä hienosäädöistä, muokkauksista ja tehtävistä. Palaverien epäonnistuminen oli harmillista, mutta ymmärrettävää. Verkkosivut näyttävät omaan ja esimiehen silmään onnistuneelta. Saavutettavuus on ollut tärkeä osa verkkosivuja luodessa ja työtehtäviä tehdessä. Sivun käytettävyyteen ja saavutettavuuteen liittyviä asioita on mahdollista parantaa.

Verkkosivujen käytettävyys määritellään siten, että kuinka helppoa sivun tai sovelluksen käyttäminen on ja kuinka helposti sivulta tai sovelluksesta löytyvät toiminnot löytyvät ja ne ymmärretään. (Selovuo 2019, 12) Sivuja rakentaessa on tärkeä ymmärtää, että monet verkkosivut voivat olla toisille käyttökelvottomia. Käytön vaikeus voi johtua useasta eri tekijästä esimerkiksi visuaalisesta suunnittelusta, liian paljon ja liian ahtaasti tungettua tietoa, liikaa tyhjää tilaa ja olennainen sisältö on vaikeasti löydettävissä. (Selovuo 2019, 41–42.)

Jutajaisten verkkosivuilla ajankohtainen tieto, hakemukset ja sosiaalinen media on sijoitettu etusivulle, että olennainen tieto on heti näkyvässä. Sivun rakennettu alhaalta ylöspäin, siten että laidoille oleva tyhjä tila ei ole häiritsevää, mutta keskellä sijaitsevat elementit eivät ole liian täyteen pakattuja käyttäjäkokemusta haittaamassa. Ensimmäistä kertaa sivulle tuleva käyttäjä näkee ensimmäiseksi tapahtuman päivämäärän ja sosiaalisen median linkit.

Jutajaistet - Hetki pohjoiselle folkille

Arktisen alueen svengaavin folkoin tapahtuma Jutajaistet järjestetään 8.-11.9.2021 Rovaniemi-viikon yhteydessä

Jutajaistissa päästään jälleen nauttimaan kansantanssista, kansanmusiikista ja kulttuurista. Tapahtuma tuo esille pohjoista kulttuuriosaamista esiintyjien ja yhteistyökumppaneiden voimin. Lasten Jutajaistet menossa mukana myös 2021! Rovaniemi-viikon yhteydessä!

Jutajaistet ovat osa Suomen Nuorisoseurojen 140-v juhluoden ohjelmaa.

Jutajaistet is once again bringing folk dancing, music

FACEBOOK

Jutajaistet  
8-11.9.2021

SINÄKÖ  
SEURAAVAN  
JULISTEEN  
SUUNNITTELIJA?  
Lähetä: Tuusula 14.3. aamessa!

Jutajaistet  
www.jutajaistet.fi

1 9 9 1 2 4 7 5 4

Kuva 17. Jutajaiset etusivu

Verkkosivuja rakennettaessa pääpaino ei ole visuaalisuudella, mutta epäilen, että osa sivuston elementeistä on rakennettu omaa silmää miellyttäväksi alitajuntaisesti. Häiritseviä visuaalisia elementtejä kutsutaan saavutettavuudessa visuaaliseksi hälyksi. Visuaalista hälyä voivat olla esimerkiksi turhia kuvaelementtejä, koristelutarkoituksessa käytettyjä elementtejä, liiallisia liike-efektejä ja sisällön päälle ilmestyviä turhia painikkeita. (Selovuo 2019, 43.)

Jutajaisten verkkosivuilla on visuaalisia elementtejä, mutta ne eivät ole häiritseviä ja ne on asetettu, joko ajankohtaisen asian viereen tai sivun ylä- tai alaosaan. Kuvat eivät ole tärkeintä informaatiota sivulla vaan tuomassa lisäarvoa tapahtumasta kiinnostuneille, jonka vuoksi niitä on sivulle lisätty.



Kuva 18. Jutajaiset visuaalisuutta

### 3.9 Joululoma 23.12.2020–06.01.2021

Palaan töihin esimieheni kanssa loppiaisien jälkeen 7.1.2021.

### 3.10 Viikko 10. Sosiaalisen median sisältösuunnitelma

Torstai 7.1

Palasimme loman jälkeen töihin virkein mielin ja aloin työstämään kulttuuriavustus hakemusta. Suomen kulttuurirahasto on tukenut Jutajaisia aiemmin ja yritämme saada heiltä jälleen tukea tulevaan tapahtumaan. Tämä ei ole pieni prosessi, koska kulttuuriavustuksen saaminen vaatii todella tarkkaa ja pitkää hakemusta budjettiarvioineen ja toimintasuunnitelmineen.

Kulttuuriavustushakemuksen luonnostelu ja tekeminen tulevat olemaan iso osa loppuaikaani harjoittelussa, joka loppuu 14. päivä tammikuuta. Hakemusten lisäksi sosiaalista mediaa yritämme pitää hengissä vähintään kerran viikossa julkaisemalla ja tänään julkaisuni aihe oli esiintyjä- ja kouluttajahausta muistuttaminen ja hyvää alkavaa vuotta toivottaen.



Kuva 19. Jutajaiset julkaisu

Perjantai 8.1

Jatkoin avustushakemuksen luonnostelua ja kirjoittamista tänään. Esimieheni lähetti minulle sähköpostilla aikaisempia hankehakemuksia ja erilaisten kulttuurirahastojen hakemuksia ja sain ottaa niistä mallia sitä mukaa kun ne sopivat tarkoituksiini tässä hakemuksessa.

Otin yhteyttä Korundiin ja lähetin heille viestin koskien tilavuokrausta syyskyyn Jutajaisia varten. Viimevuonna Korundi oli ehtinyt myydä tilansa, ennen yhteydenottoa, joten tänä vuonna halusimme olla aikaisin liikenteessä. Maanantaina on vuorossa jälleen sosiaalisen median sisältösuunnitelman ideointia ja kuvien luomista.

Viikko 10 yhteenveto

Sosiaalisen median sisältösuunnitelma ideointi on tuottanut vaikeuksia. Suurin osa, mitä tiedän markkinoinnista on perustunut tuotteiden markkinointiin. Tuotteiden markkinointia tulee vastaan päivittäin ja olen saanut siitä hyvän pohjan merkonomikoulutukseni ansiosta, mutta tapahtumamarkkinointi, varsinkin nollabudjetilla on ollut haastavaa. Sisältömarkkinoinnin suunnitelma jäänee kesken-eräiseksi, mutta se olikin toissijainen tehtävä verkkosivujen ollessa prioriteetti.



Kuva 19. Sosiaalisen median sisältösuunnitelma (Siivola 2020)

Kuvassa 19 esitetään sosiaalisen median sisältösuunnitelman rakennusvaiheita. Ymmärrän hyvin suunnitelman käytettävyyden, mutta jälleen kohtaamme haasteita, sillä neuvot eivät ole räätälöity tapahtumamarkkinointia suorittavalle seuralle, jonka markkinointistrategia ja budjetti pois sulkee suurimman osan mahdollisuuksista. Mahdollisuuksia ilmaiseen markkinointiin löytyy tietysti, mutta se rajoittuu sosiaalisen median julkaisuihin, artikkeleihin, blogeihin ja tarinallistamiseen.

Sisältösuunnitelman teossa voidaan käyttää apuna ajatuskarttaa ja luova markkinointitiimi voi kehittää monenlaista kampanjaa ja keinoja omien resurssien rajoissa. Ajatuskartassa mielikuvitus on rajana ja käyttökelpoiset ideat voidaan toteuttaa.



Kuva 20. Esimerkkejä sisältösuunnittelusta (Siivola 2020)

### 3.11 Viikko 11. Harjoittelu suoritettu

#### Maanantai 11.1

Viimeinen työviikko ja työtehtävät noudattavat hyvin samaa kaavaa torstaihin asti, jolloin harjoitteluni on ohi. Tänään tehtäviäni olivat kulttuurirahaston apurahan hakemuksen luonnostelun jatkaminen ja kotisivujen optimointi.

#### Tiistai 12.1

Kulttuuriapurahan luonnostelu on haastavaa, sillä hakemuksen virallisuus ja tärkeys ei anna virheille varaa. Minun täytyy useasti päivittää, muokata ja tarkastuttaa työni jälki esimiehelläni. Työ valmistutaan hitaasti, mutta varmasti.

#### Keskiviikko 13.1

Huomenna on viimeinen työpäiväni harjoittelussa. Tämän päivän tehtävät ovat saattaa kulttuuriapurahan hakemus siihen kuntoon, että sen voi huomenna tarkistaa ja lähettää.

Torstai 14.1

Viimeinen työpäivä oli kevyt ja tehtäväni oli vain viimeistellä työnalla olevia tehtäviäni. Kulttuuriapurahan hakeminen valmistui ja esimieheni tarkastuksen perusteella se oli oikein tehty. Lopun päivästä tarkistelin kaikki työkansiot ja järjestelmät, että kaikki on kunnossa ja sammutin koneeni ja palautin tietokoneen ja avaimet.



#### 4 POHDINTA

Tämän opinnäytetyön tehtävä oli luoda saavutettavat verkkosivut, kehittää saavutettavaa viestintää, suunnitella sekä toteuttaa sosiaalisen median markkinointia ja tiedottamista. Verkkosivujen, saavutettavuuden, viestinnän ja markkinoinnin kohteena oli Jutajaiset tapahtuma. Tavoitteena oli luoda konkreettista saavutettavaa materiaalia, jota voidaan käyttää tapahtuman markkinoinnissa.

Opinnäytetyön aiheeksi valikoitui saavutettavuus yhdessä esimiehen kanssa käytyjen keskustelujen perusteella. Toimeksiantajalle tärkeää työn tuloksessa oli konkreettinen hyöty tuotettavan materiaalin ja verkkosivujen osalta. Saavutettavuus on otettu huomioon toimeksiantajalla, mutta vanhat verkkosivut ja viestintä eivät olleet vielä täysin ajan tasalla. Työn aikana digitaalisen maailman esteettömyyden parissa työskenteleminen hyödytti minua, mutta myös toimeksiantajaa.

Saavutettavuudesta määrätyt lait ja suositukset eivät koskeneet toimeksiantajani täysin, sillä ne ovat suunniteltu enemmän julkisille ja yhteishyödyllisille palveluille. Matkailualalla esteettömyys on hyvin tunnettu käsite ja sen parantamiseksi on tehty paljon toimenpiteitä mm. pyörätuoliramppeja tekemällä. Saavutettavuus sen sijaan, joka tapahtuu digitaalisessa ympäristössä ei ole kehittynyt yhtä vauhdikkaasti mukana.

Verkkoympäristössä toimivat yritykset, jotka ovat omaksuneet saavutettavuuden periaatteet voivat tavoittaa uusia kohderyhmiä tuotteen, palvelun tai tapahtuman markkinoinnissa. Toimeksiantajani järjestämä tapahtuma Jutajaiset on voittoa tavoittelematon, joten saavutettavuudella ei yritetä saada kilpailuetua, mutta se on yksi osa-alue, jota yleisesti matkailualalla voidaan lisätä tutkia ja kehittää.

Opinnäytetyön tuloksena syntyivät saavutettavat verkkosivut, sosiaalisen median julkaisuja, tiedotteita ja artikkeleita, sisältömarkkinoinnin sekä viestinnän suunnittelua. Saavutettavuuteen perehtyminen ja sen parissa työskenteleminen avasi minulle fyysisten tai henkisten rajoitteiden kanssa elävien ihmisten vaikeuksia ja miten tietoa on paras esittää, omaksua ja viestiä erilaisissa ympäristöissä.



Eettisesti saavutettavuuden huomioonottaminen on hyödyllistä ja kannattavaa. Vaikka saavutettavuuden toteuttaminen tapahtuisi pelkästään kilpailuedun kasvattamisen toimenpiteenä hyödyttää se silti kaikkia ihmisiä.

Teoriaa saavutettavuudesta oli haasteellista löytää, joka on osittain syynä, että tässä työssä on turvauduttu kahteen suomenkieliseen luotettavaan teokseen. Esteettömyydestä teoriaa ja tutkimuksia on toteutettu paljon, mutta digitaalimaailman esteettömyys uudempana asiana tuottaa paljon materiaalia, joita ei tässä opinnäytetyössä halunnut tuoda esiin luotettavuuden vuoksi.

Saavutettavan viestinnän tehokkuuden mittareita ei käsitelty tässä työssä, mutta se voisi olla hyvä kehityskohde yrityksille, joilla on kiinnostusta ja resurssit tutkia viestinnän vaikutusta omaan toimintaansa.

Verkkosivujen käytettävyys oli kehittämisenkohteena mielenkiintoinen, koska se on usein itsestäänselvyys ihmisille, joilla ei ole rajoitteita. Suosituimmat verkkosivut ovat monelle helppoja ja yksinkertaisia käyttää, mutta monille se on haastavaa tai mahdotonta.

Sain opinnäytetyöni aikana paljon uusia näkökulmia kehittämiseen, viestintään, käytettävyuteen ja työskentelyyn, joiden ansiosta pystyn paremmin käsittelemään erilaisia kokonaisuuksia asiakkaan ja työntekijän näkökulmasta. Tulevaisuudessa saavutettavuus tulee suurempaan tietoisuuteen ja uskon, että monet eri alat tulevat käyttämään saavutettavuuden periaatteita ja hyötymään siitä suuresti.

Itsensä kehittämistä työtehtävien aikana sai huomata viikoittain. Oma taustani opiskeluissa oli hyödyksi osassa työtehtäviä, mutta saavutettavuus ja sisältösuunnittelu oli osaltani suurimmat kehityksen kohteet. Tutustumalla teoriaan, osallistumalla koulutuksiin ja tekemällä alan töitä kehitystä huomasin konkreettisesti asioissa ja positiivinen palaute esimieheltä innosti keskittymään asioihin laajemmin. Liittymättä opinnäytteeseen sain työpaikalla myös esimieheltäni hyviä toimintamalleja työntekijän kanssa vuorovaikuttamiseen.

## LÄHTEET

Aurela, B & Tiainen, S 2020. Päiväkirjamuotoinen opinnäytetyö eli PONT  
<https://www.laurea.fi/koulutus/pedagogisia-innovaatioita/paivakirjamuotoinen-opinnaytetyo/>.

Benchmarking for superior performance, Xerox Benchmarking methodology:  
Slideshare 2020. <https://www.slideshare.net/oeconsulting/benchmarking-for-superior-performance>

Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. 2019. Digital marketing. New York: Pearson

Charlesworth, A. 2014. Digital marketing: a practical approach. New York: Routledge

Hirvonen, M., Kinnunen, T. & Åkermarck, M. 2020. Saavutettava viestintä: Yhteiskunnallista yhdenvertaisuutta edistämässä. Helsinki: Gaudeamus.

Hurmerinta, J. 2015. On aika muuttua: Menestysopas sosiaalisen aikakauden johtajille. Helsinki: Kauppakamari

Isotalus, P. & Rajalahti, H. 2017. Vuorovaikutus johtajan työssä. Helsinki: Alma Talent.

Jackson, N & Angliss, K 2018. A Practical Guide to Event Promotion. New York: Routledge

Joki, M. 2018. Henkilöstöasiantuntijan käsikirja. Helsinki: Kauppakamari.

Mattila, M. 2012. Jutajaiset 1973-2012. Lapin Nuorison Liitto

Kamensky, M. 2015. Menestyksen timantti: Strategia, johtaminen, osaaminen, vuorovaikutus. Helsinki: Talentum

Nuorisoseurat 2020. <https://nuorisoseurat.fi/>

Nuorisoseurat Lappi 2020. <https://lappi.nuorisoseurat.fi/>

Selovuo, K 2019. Saavutettavuusopas. Euraprint, Eura

Siivola, J. 2020. N-Y-T Yrittäjyyteen! Facebook yrittäjän työpakissa kurssi

Vallo, H & Häyrinen, E 2016. Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtumajärjestäminen. Printon, Tallinna.

Vilka, H & Airaksinen, T 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Tammi, Jyväskylä

Welcome to the world's most popular website builder. WordPress 2020.

<https://wordpress.com/>