

Loud' N Live Promotions Oy Ltd

Iskelmä Myyrmäki Food & Wine Festival + James Blunt konsertti

Suurten kulttuuritapahtumien ja festivaalien kapunkimarkkinointituki anomus.

Liite 3. Markkinointisuunnitelma

Tapahtuman markkinointi

Iskelmä Myyrmäki tapahtuman markkinoinnissa huomioidaan niin pääkaupunkiseutua kuin valtakunnallista kohdeyleisöä. Tämän mahdollistaa paikallisen ja valtakunnallisen tv-mainonnan ja printtimedian käyttö. Seuraamme lipunmyyntiyritysten tilastointia lippujen ostopaikoista ja tarvittaessa osamme kohdentaa sen mukaisesti toimenpiteet juuri niille alueille missä tarvetta ilmenee.

James Bluntissa pääpaino markkinoinnissa on radiossa, printissä ja digitaalisessa mainonnassa. Tämä toimii parhaiten, kun haemme valtakunnallista kattavuutta ja huomiota. Myyrmäen jalkapallostadion on suhteellisen tuntematon muualle päin suomea, mutta tämän konsertin jälkeen paikka tullaan tietämään myös tulevaisuudessa mahdollisena konserttipaikkana. Tämä on omiaan lisäämään alueen houkuttelevuutta muualtakin tulevalle kansalle kuin vain etelä-suomen osalta.

Radiomainonta on iso osa tätä toimintaa,, koska sillä tavoitetaan musiikin kuulijat jotka haluavat tulla kuulemaan artisteja livenä ja samalla nauttimaan tapahtuman tarjonnasta. Radiomainonta on arvokasta käyttää mutta on tehokasta valtakunnallisesti. James Bluntin osalta olemme jo ensimmäisen osan tehneet ennen lipunmyynnin aloitusta ja seuraava kierros tulee helmi-maaliskuussa.

Printtimainonta on välttämätöntä varsinkin paikallisten medioiden osalta. Alueellisen mainonnan käyttäminen aluelehtien kautta tuo tapahtuman ja konsertin lähelle alueiden asukkaita ja sidosryhmiä. Kevään aikana pidetään paikalliset lehdet hyvin tietoisina miten tapahtuman asiat edistyvät ja sitä kautta yhteistyössä ostomainonnalla saadaan elinvoimaa myös näiden toimintaan. Valtakunnallisesti iltapäivälehdet sekä aikakauslehdet ovat avainasemassa jolla tieto etenee asioista ja tapahtumista.

Digitaalinen mainonta jossa käytetään niin sosiaalista kuin bannerinäkyvyyksiä ns. digilehdissä on nykypäivää ja ottaa oman osansa markkinoinnissa. Digimainonta on helpompi kohdistaa tarvittaessa alueelle kuin valtakunnallisesti. Facebook ja Instagram ovat sellaisia missä pystytään tekemään pikaisesti mainoksia ja tiedottaa asioista ja yhteistyökumppaneista. Tällaisessa esim. kaupungin näkyminen ja esittely toimii mielikuvia yhdistävänä tekijänä tapahtuman ja kaupungin välillä vahvistaen kulttuurikaupunki ajatusta.

Loud' N Live Promotions Oy Ltd

Iskelmä Myyrmäki Food & Wine Festival + James Blunt konsertti

Suurten kulttuuritapahtumien ja festivaalien kapunkimarkkinointituki anomus.

Vantaan kaupungille tapahtumassa varattu näkyvyys paketti

Näkyvyys tapahtuman ennakkomainonnassa ja markkinointimateriaaleissa.

Kaupungin logo

- Televisiomainonta (valtakunnallinen+paikallinen)
- Tapahtuman yhteistyökumppanosiossa materiaaleissa
- Printtimainonta (Valtakunnallinen+paikallinen)
- Tapahtuman www -sivut
 - Linkki kaupungin sivuille www-sivuilta.
- Tapahtuman facebook yhteisössä ja tapahtumasivuilla (Food & Wine)
 - Sivuston cover-kuvassa.
 - Tapahtuman eventissä, logona esillä.

Näkyvyys tapahtuma-alueella

- Promootio-oikeus kaikilla yleisö alueilla
- Näkyvyys festivaalialueen esiintymislavalla verhoilussa logona.
- Näkyvyys sisääntuloporteissa verhoiluissa logona.
- Screeni-mainonta. 10 sekunnin kaupungin mainos lavan näytöillä.
- Banderolli näkyvyys festivaali-alueella (kaupungin haluamien banderollien sijoittelu ympäri aluetta sopiviin paikkoihin).
- Kuvausseinä (sijainti yleisö-alueella jossa myös Vantaan kaupungin logo)

Myyntipaikka/promootiopiste festivaalialueella

- Festivaalialueella Vantaan Kaupungin promootio-oikeus omalla pisteellä.

Liput

- Kaupunki saa 50 kpl 2pv festivaalilippuja käyttöönsä kilpailuitaan varten.
- Mahdollisuus kaupungin pitää asiakastilaisuus Myyrmäki Iskelmäfestivaalissa
 - Gold VIP passeja 50 kpl, johon sisältyy (sisään pääsy myös tapahtuman VIP-alueille).