

Vastaanottaja
VANTAAN KAUPUNKI



Tikkurila Festivaali nosti itsensä ja Vantaan Suomen tapahtumakartalle vuonna 2015

Tikkurila Festivaali vuosimallia 2015 oli kaikin puolin menestys: aurinko paistoi ja yleisöennätys rikottiin. Tämän lisäksi positiivista palautetta saatiin runsain mitoin tapahtuman järjestelyistä sekä puitteista.

Vuonna 2015 Tikkurila Festivaali pidettiin heinäkuun toiseksi viimeisenä viikonloppuna 24.7.-25.7.2016. Lavalle nousivat jälleen kerran kuuma kotimainen kärkikaarti: Apulanta, SANNI, Antti Tuisku, Halo Helsinki, Anna Abreu, Yö, Eppu Normaali ja moni muu.

Tapahtuman valokuvat ja tapahtumavideo löytyvät festivaalin kotisivuilta www.tikkurilafestivaali.fi.

Puhtaasti kotimainen, puhtaasti erilainen on nykyisin Ekokompassi –tapahtuma.

Puhtaasti kotimainen –teeman voi yhdistää myös tapahtuman tavoitteisiin tukea kestäväää kehitystä ja ympäristöä säästäviä toimia.

Festivaalialueen sijainti Hiekkaharjun ja Tikkurilan rautatieasemien välittömässä läheisyydessä mahdollistaa yleisön saapumisen julkisilla kulkuneuvoilla vaivattomasti: Helsingin rautatieasemalta siirtyy nopeimmillaan alle puolessa tunnissa päälavan edustalle.

Myös festivaalin sähkösuunnitelmissa huomioidaan uusiutuvat energialähteet.

Tapahtuman koko sähkönkulutus toteutetaan pääsääntöisesti tuulisähköllä yhteistyössä Vantaan Energian kanssa.

Festivaalialue sijoittuu aivan Tikkurilan ytimen tuntumaan ja Kehäradan varrelle. Sijainti tarjoaa poikkeukselliset mahdollisuudet toteuttaa viihtyisä cityfestivaali laajalla ohjelma- ja oheispalvelutarjonnalla.

Vastaanottaja
VANTAAN KAUPUNKI

OSAPUOLET:

TF Marketing Oy
Y-tunnus: 2693346-6
Henry Fordin katu 6A
00150 Helsinki

Vantaan Kaupunki
Asematie 7
01300 Vantaa
Yhteyshenkilö: Annukka Larkio

Vantaan Kaupunki markkinointitukihakemus

Hakija: Tikkurila Festivaali / TF Marketing Oy
Saatu summa: 15 000 €
Tapahtuma: Tikkurila Festivaali 24.- 25.7.2015

Haimme vuoden 2015 Vantaan markkinointitukea, perusten Vantaalla järjestettävän suuren kulttuuritilaisuuden yhteydessä tapahtuvaan Vantaan kaupungin näkyvyyden vahvistamiseen ja markkinointiin.

Tikkurila Festivaali edistää toiminnallaan Vantaan tunnettavuutta kulttuurikaupunkina ja käyttää tapahtumamarkkinoinnissaan soveltuvien osin Vantaan virallisen brändin mukaista ulkoasua.

Vastuullisuus:

Tikkurila Festivaali on Ekokompassi –tapahtuma.

Vastuullisuus ja ekologisuus – arvot tuotannossa -> Vantaan kaupunki pääyhteistyökumppanina

- Viestinnässä tuodaan esille nämä kulmat, joihin Vantaan Kaupunki liittyy sekä tavoite- että tunnetasolla (some, yhteistyökumppanien viestintä jne.)

Mainonta ennen tapahtumaa:

Tikkurila Festivaali oli näkyvästi esillä muun muassa Sanoman ja Nelonen Median kanavilla ja medioissa. Tämä tarkoitti vahvaa kansallista kuuluvuutta, tapahtumanäkyvyyttä ja sisällöllisiä puheenaiheita radiokanavilla. Varsinkin Radio Suomipopilla kuulijat, eli koko Suomen kansa, eivät voineet olla kuulematta, että Vantaalla järjestetään jo toista kertaa Tikkurila Festivaali niminen musiikkitapahtuma.

Vuonna 2015 Vantaalla oli kaksi suuren luokan kansallista tapahtumaa, jotka olivat Asuntomessut ja Tikkurila Festivaali. Uskomme, että Tikkurila Festivaali tulee olemaan Vantaan Kaupungin suurin yksittäinen mainos- ja näkyvyyskampanja tulevina vuosina. Kyseessä on hyvin paikallishenkinen/ paikallinen tapahtuma, mutta tunnettuuden tasolla hyvin kansallinen näkyvyys ja presenssi mediassa.

Mainoskampanjat eri medioissa, jossa Vantaa oli kaupunkina vahvasti mukana.

MEDIA

- Tikkurila Festivaalin omat digi- ja Somekanavat
- Nelosen mediat Suomi-Pop ja muut:
- tapahtumanäkyvyys/kuuluvuus 12/2014-07/2015
Radio Suomipopin haastattelut
- Radio Suomipop radiomainonta 2015
- Sosiaalinen media: 24/7 ja 365
- Tiketti ja Lippu.fi kanavat ja viestintä bannerit
- Ulkomainonta (JCD ja Helsingin keskustan pintoja)

NÄKYVYYS

Pääyhteistyökumppani + logo

Yleinen tietoisuus + spotit
Suora haastattelu + verkko
joulukuu 2014 – heinäkuu

SoMe + Yleinen tietoisuus
Artikkelit, Uutiskirjeet,

Sisältönäkyvyys

Vastaanottaja

VANTAAN KAUPUNKI

- | | |
|--|-----------------------------|
| • Printtimainonta Vantaan Sanomat, Helsingin Uutiset | Logonäkyvyys |
| • Asiakaslehdet | Mainoksissa logonäkyvyys |
| • Promootiot kauppakeskuksissa ja muissa tapahtumissa | Logonäkyvyys |
| • Lipunmyyntipisteet: | Logonäkyvyys |
| - R-Kioskit Jumbossa, Hotelli Vantaa, Tikkuraitti ja muut vastaavat. | |
| • Julisteet ja Flyerit | Pääyhteistyökumppani + logo |
| • Tapahtumaesite: Jaettu kumppaneille, kahviloissa, Hotelli Vantaalla sekä yleisölle | Avauspuhe + mainos |

Tapahtuman aikainen näkyvyys:

Vantaan kaupunki on näkyvästi esillä myös itse tapahtuman aikana. Näkyvyyttä oli ainakin seuraavissa kosketuspintoissa.

- | | |
|--|---|
| • Tikkurila Festivaalin omat digi- ja Somekanavat | Somesisältöä+ logo |
| • YLE: ohjelmat, haastattelut ja uutiset (6 kpl) uutiset suora | Radiolähettykset, verkko ja tv- |
| • Sosiaalinen media sen kaikissa muodoissa | Somesisällöt ja -jaot |
| • Tiketti ja Lippu.fi kanavat ja viestintä | Mainonta ja artikkelit |
| • Tapahtumaesite | logo + mainos |
| • Muut mahdolliset yleiset kumppanien mainospinnat | Logonäkyvyys |
| • Logonäkyvyys Vantaan kaupungille | kosketuspintoja alueella |
| • Vantaan näkyvyys tapahtuman screeneillä | Videonäkyvyys |
| • Lehdistön kiinnostus tapahtumaan | lukuisia artikkeleita ja kuvia Tapahtumasta |
| • Bloggareiden kiinnostus tapahtumaan | blogijutut + kuvat |
| • Iltalehden haastattelu nettitelevisio | nettitelevisio |

Näkyvyys: Ansaittu näkyvyys, Suomen päämediat, kumppanit ja sosiaalinen media

- Suora näkyvyys Gigantin pk-seudun toimipisteissä (kaikki myynnissä olevat televisioruudut) ja mainonnassa.
- YLE:n uutiset ja haastattelut
- Radio Suomipop, Radio Aalto, Radio Extreme, Radio Rock, Loop
- Kaikki iltapäivälehdet sekä etelä Suomen Median paikallisjulkaisut
- Mielenkiintoiset vieraat ja julkisuuden henkilöt: Seiska (Seitsemän päivää lehti) teki aukeaman jutun Tikkurila Festivaalista.
- Bloggareiden blogit
- Mercedes Benzin artisti- ja somekampanjointi Sosiaalisessa mediassa
- Tikkurila Festivaalin omat Somekanavat

Näkyvyys Suomen päämedioissa, markkinoinnissa, viestinnässä ja Sosiaalisen median kanavissa.

Saadun palautteen (mediat, media- ja mainostoimistot) mukaan Tikkurila Festivaali oli yksi Suomen puhutuin ja seuratuin kesätapahtuma kaikkine oheistoimintoineen.

Täten voimme todeta, että Vantaan Kaupungin saama ROI on todella erinomainen.

Tikkurila Festivaalin omat kanavat tavoittivat yli miljoona suomalaista useaan otteeseen.

Ansaittu televisio- ja radionäkyvyys ylitti myös miljoonan rajan: Pelkästään perjantaina YLE haastatteli sekä suoriin radiolähettyksiin sekä Seitsemän Uutisiin 5 kertaa. Tavoitettavuus + miljoona katsojaa & kuulijaa.

Tikkurila Festivaali, ja etenkin laadukas kokonaisuus sekä palvelut, houkutteli Vantaalle ja Tikkurilaan suuren määrän Suomen eturivin merkkihenkilöitä.

Harvoin näin nuori tapahtuma houkuttelee paikalle eturivin julkimoita, ministereitä, virkamiehiä, huippu-urheilijoita sekä kulttuuri- ja liikemaailman johtohahmoja että heidän tärkeitä sidosryhmiään.

Vastaanottaja
VANTAAN KAUPUNKI

Tuottoon, näkyvyyteen ja palautteeseen nähden markkinointituki voisi kaikilla laskennallisilla mittareilla olla jopa huomattavasti vuoden 2015 tasoa suurempi.

ALLEKIRJOITUKSET:

Helsingissä ____ . ____ .2015

TF Marketing Oy

Jan Grehn