



MAASEUDUN
SIVISTYSLIITTO

SEUDULLISTA SATOA
toreilla ja myyjäisissä





Sisällysluettelo

Elävä markkinaperinne	4
Terveisemme lukijalle	6
Suunnittelun tärkeys	7
Jotain uutta, jotain vanhaa vai jotain lainattua?	8
Ohjelma	10
Kohderyhmäajattelu	13
Yhteistyökumppanit	14
Vastuunjako	16
Talous	17
Lupa-asiat	18
Markkinointi	20
Viestinnän tärkeys	25
Myyjien rohkaiseminen somistukseen ja tuotteiden visuaalisuuteen	26
Tapahtumaruokailu ja kahviot	28
Tekniikka	29
Jälkityöt ja tapahtuman kehittäminen	30

Elävä markkinaperinne

Markkinat ovat historiallisesti olleet kaupankäynnin paikkoja, joihin myyjät ja ostajat ovat saattaneet matkustaa pitkienkin matkojen takaa. Markkinapaikoille alkoi hiljalleen jäädä pysyviä kauppiaita jonka seurauksena näihin paikkoihin rakentui erilaisia kyliä, keskustoja ja lopulta kaupunkeja. Nykypäivän kaupungeissa on runsaat valikoimat tuotteita ja palveluja, jotka vastaavat ostajien tarpeisiin.

Kivijalkakaupat, supermarketit ja kauppakeskukset hoitavat jatkuvalla tarjonnallaan sen, mitä markkinat ja myyjäiset tarjosivat vielä muutama sata

vuotta sitten. Miksi toritapahtumia, myyjäisiä ja markkinoita siis edelleen järjestetään?

Nykypäivän markkinatapahtuma on kaupankäynnin ohella perinteinen kansanjuhla, jonka mukanaan tuoma tunnelma on useille kävijöille syy osallistua. Oli kyse yhden maatilan pihapiirissä järjestetyistä myyjäisistä tai kaupungin keskustassa järjestettävästä suuremmasta yleisötapahetumasta, on markkinatapahtumassa aina läsnä yhteisöllisyys. Markkinoilla tavataan tuttuja, nautitaan eloisasta tunnelmasta ja iloitaan siitä osaamisesta, joka seudun

tekijöiden käsissä on syntynyt tarjolle myyntikojuihin. Kun lisätään vielä mahdollisuus ostaa itseä kiinnostavia tuotteita, joista tulot menevät taatusti lähelle, on helppo ymmärtää, miksi markkinat voivat hyvin suomalaisen kulttuuriperinteen osana vielä 2010-luvulla.

*Jannina Lahti
Maaseudun Sivistysliitto
Seudullista satoa -hankkeen
projektikoordinaattori*

**“Nykypäivän
markkinatapahtuma
on kaupankäynnin
ohella perinteinen
kansanjuhla, jonka
mukanaan tuoma
tunnelma on useille
kävijöille syy
osallistua.”**

Terveisemme lukijalle

Tämän pienen oppaan olemme kirjoittaneet ensisijaisesti maaseudulla toimiville ruuantuottajille, kädentaitajille ja erilaisille palveluntarjoajille. Kohderyhmänämme ovat myös erilaiset yhdistykset ja yhteisöt, jotka toimivat maaseutuväestön parissa sekä maaseutu ympäristön keskellä. Erityisesti tämä opas soveltuu jokaiselle, joka on kiinnostunut myyjäis-, -markkina-, -tai toritapahtuman järjestämisestä.

Haluamme rohkaista teitä lukijoitamme olemaan ylpeitä osaamisestanne ja näkemään ainutlaatuisen elinympäristönne vahvuudet. Tapahtumat ovat mukava ja tehokas tapa lisätä yrityksen tai yhdistyksen toiminnan, tuotteiden ja palveluiden tunnettua. Lisäksi onnistuneen tapahtuman tunnelma lisää

alueen asukkaiden ja matkailijoiden käsityksiä kotiseudusta ja sen toimijoista.

Hyvästä tapahtumasta voi tulla merkittävä vuotuinen perinne. Ahvenanmaalla pienestä syksyisestä maaseututapahtumasta on 20 vuoden aikana kasvanut valtava paikallisten ja matkailijoiden suosima Sadonkorjuujuhla, jota varten jopa perustetaan yrityksiä. Tapahtuma on merkittävä tulonlähde paikallisille tuottajille ja tärkeä tilaisuus päästä markkinoille uusien tuotteiden kanssa. Yhden maatilan pihapiirissä voi tapahtumaviikonlopun aikana käydä kymmeniä tuhansia asiakkaita. Tämän ei toki tarvitse olla jokaisen tapahtuman tavoite, mutta toimikoon se hyvänä muistutuksena tapahtumien mielettömistä mahdollisuuksista.

Suunnittelun tärkeys

Kun innostus tapahtuman toteuttamiseen on syttynyt, alkaa suunnittelutyö. Eri tapahtumien järjestäminen sisältää useimmiten samankaltaisia vaiheita, mutta jokaisessa on myös omanlaisensa työvaiheet. Nämä tapahtumantekijän vinkit ja muistilistat on koottu erityisesti maaseutu ympäristössä järjestettäviä myyjäis- ja markkinatapahtumia ajatellen.

Suunnittelua varten on hyvä valita vähintään yksi henkilö, joka kirjaa ylös yhdessä suunnitellut ja sovitut asiat. Tältä sivulta löydät myös tapahtumantekijän muistilistan, jonka avulla suunnittelussa huomioitavat asiat on helppo käydä läpi.

Tapahtumantekijän muistilista:

- hyvä idea
- tapahtumapaikka
- tapahtuma-aika
- ohjelma
- yhteistyökumppanit
- vastuunjako
- talous
- lupa-asiat
- markkinointi ja viestintä
- somistus
- tarjoilu
- tekniikka
- palaute ja arviointi
- kehittäminen

Jotain uutta, jotain vanhaa vai jotain lainattua?

Hyvä idea on tapahtumaprosessin lähtölaukaus. Mikä on tapahtuman tarve? Lähdetäänkö toteuttamaan kokonaan uutta tapahtumaideaa? Entä onko kyseessä jokin hyvä vanha perinne, jonka säilyttäminen on arvokasta? Vai onko jossain muualla kenties toimiva hyvä idea, jonka tuominen omalle alueellenne kiinnostaisi?

Hyvä idea yleensä sisältää jo ajatuksen tapahtuman ajankohdasta sekä tapahtumaympäristöksi soveltuvasta paikasta. Onko kyseessä sisä- vai ulkotapahtuma? Kuinka paljon tapahtumaan odotetaan osallistujia? Tarvitseeko tilassa olla keittiötä tai vaikkapa virtaa äänentoistoa varten? Entä mihin vuodenaikaan tapahtuma järjestetään?

Tapahtuman ajankohtaa valittaessa on hyvä ottaa selvää mahdollisista päällekkäisistä tapahtumista. Päällekkäisyys ei kuitenkaan aina ole negatiivinen asia. Yhteistyö on yleensä aina voimavara ja etenkin pienemmillä paikkakunnilla onnistuneen toiminnan edellytys. Olisiko mahdollista tehdä yhteistyötä jonkin jo olemassa olevan tapahtuman kanssa?



Ohjelma

Oli kyseessä millainen tapahtuma hyvänsä, on sillä yleensä aina jokin sisältö ja sitä myötä muodostunut ohjelma. Tapahtumassa saatetaan pitää puheita, jakaa arpajaispalkintoja, nähdä ja kuulla erilaisia esityksiä. Mikä teidän tapahtumanne ohjelma on? Kootkaa ohjelma ylös työryhmäänne varten ja kirjatkaa ylös ohjelman aikataulu. Mikäli ohjelma ei ole yllätys, on siitä hyvä kertoa myös yleisölle.

Tapahtuman ohjelmasta on hyvä tiedottaa etukäteen kaiken markkinointimateriaalin yhteydessä. Lisäksi tapahtumapaikalla ohjelmasta voidaan muistuttaa esimerkiksi painattamalla tapahtumassa jaettavia lentolehtisiä eli flaijereita. Vaikka ohjelma

olisi ollut nähtävillä vaikkapa sosiaalisessa mediassa ennakkomarkkinoinnin yhteydessä, harva muistaa tarkkaa tapahtuma-aikataulua enää tapahtumapaikalla.

Ohjelman seuraamisen kannalta on aina hyvä, jos tapahtumassa on jokin kuuluttaja tai juontaja. Juontajan avulla yleisö pysyy ajantasalla tapahtuvasta ohjelmasta ja osaa tulla tapahtuma-alueella oikeaan paikkaan oikeaan aikaan. Myyjäistapahtumassa juontaja voi lisäksi kertoa yleisölle millaisia myyjiä ja tuotteita tapahtuma-alueelta löytyy.





Kohderyhmäajattelu

Erilaiset tapahtumat ja tuotteet kiinnostavat erilaisia ihmisiä. Tapahtumaa suunniteltaessa on tärkeää miettiä kenelle se on tarkoitettu. Onko kohderyhmänä hyvin rajattu ihmisryhmä? Tavoitellaanko tapahtumaan kaikenlaisia osallistujia? Kohderyhmäajattelu on tärkeää tapahtuman sisältöä suunniteltaessa ja sitä markkinoitaessa.

“Kevät versoo uutta” -myyjäistapahtumaan suunniteltiin lapsille tarkoitettu ohjattu keppihevostyöpaja, jossa keppihevosia sai tehdä maksutta kierrätysmateriaaleista. Työpajan päätteeksi ratsukko pääsi ylittämään esteitä ulos rakennetulle keppihevosesteradalle.

- Jos kohderyhmänäsi on koko perhe, muista huomioida tapahtumassa myös lapset.
- **Can I come too?** Muista, että kaikki tapahtumastasi tai palvelustasi kiinnostuneet asiakkaat eivät välttämättä ymmärrä suomea. Muotoile mainokseesi muutama lause englanniksi, ja tavoitat myös muunkieliset asiakkaat. Muista heidät myös yrityksen tiloissa tai tapahtumapaikalla.
- Muistathan myös liikuntarajoitteiset, heikkokuuloiset ja näkövammaiset kävijät? Usein pienellä suunnittelulla voidaan huomioida myös tapahtuman tai palvelun esteettömyyttä.

Voisiko joku näistä olla teidän yhteistyökumppaninne?

- Kunta
- Kehittämisyritys tai elinkeinoasiamies
- Alueen oppilaitokset
- Erilaiset alueella toimivat hankkeet
- Eri yhdistykset, kuten esimerkiksi:
 - paikkakunnan yrittäjäjärjestöt
 - paikallinen MTK
 - Maa- ja kotitalousnaiset
 - 4H-yhdistys
 - Suomen Punainen Risti
 - kotiseutuyhdistys
 - kyläyhdistykset
 - nuorisoseurat
 - maamiesseurat

Yhteistyökumppanit

Ahvenanmaa vihannoi -tapahtumassa toteutettu “Schnippel disco”, eli vapaasti suomennettuna “pilkkomisdisco” oli erinomainen esimerkki sujuvasta yhteistyöstä. Paikalliset ruokakaupat lahjoittivat tapahtumaa varten hävikkikasviksia pilkottavaksi ja paikallinen ravintola-alan oppilaitos toteutti discon opiskelijoineen. Yleisö pesi kätensä ja ryhtyi pilkkomaan hävikkikasviksia. Leppoisaa musiikkia soittaneet tiskijukat pitivät huolen rennosta tunnelmasta. Lopulta pilkotut kasvikset päätyivät porisemaan yhteiseen pataan, josta ruokaa jaettiin maksutta jokaiselle halukkaalle.



Vastuunjako

Kun tapahtuman tekijätiimi on selvillä yhteistyökumppaneineen, on aika sopia vastuunjaosta. Vastuutehtävät muodostuvat luonnollisesti sen mukaan millainen tapahtuma on kyseessä. Onkin tärkeää, että tekijätiimi tapaa säännöllisesti ja osallistuu suunnitteluun.

On hyvä sopia, kuka tekee lehdistötiedotteet, kuka hoitaa äänentoiston, kuka hakee tarvittavat luvat ja kenen tehtävänä on pyörittää kahviota tapahtuman aikana. Mitä useammilla harteilla tapahtuman toteutus lepää, sen parempi. Tällöin kukaan ei kuormitu liikaa, vaan tapahtumaan liittyvät tehtävät pysyvät sopivan suuruisina. On myös tärkeää, että jokainen tietää omat ja toistensa tehtävät.

Siksi on hyvä, että joku kirjaa yhdessä sovitut asiat ylös ja kertoo ne ääneen tapaamisten päätteeksi. Nämä muistiot ovat myös oiva tapa tiedottaa niitä tekijätiimin jäseniä, jotka eivät juuri tällä tapaamiskerralla päässeet paikalle.

Usein myös suunnittelukokousten välissä tapahtuu asioita, joista on hyvä tiedottaa muita. Sisäinen viestintä kuulostaa niin itsestään selvältä asialta, että kenties juuri siksi se on usein niin helposti unohdettavissa. Viestintään soveltuu sähköpostiketju, WhatsApp- tai Facebook-ryhmä tai mikä tahansa juuri teille parhaiten sopiva viestintämuoto.

Talous

Tapahtumatuotantoon liittyy yleensä aina myös rahaliikennettä. Tapahtumasta syntyy kuluja ja sen luonteesta riippuen se saattaa myös tuottaa tuloa. Millainen teidän tapahtumanne on? Onko tavoitteenanne kerätä pesämunaa kyläkoulun luokkaretkeä varten? Onko maatilan pihapiirissä järjestettävän lähitorin tarkoituksena myydä omaa ja lähialueen yrittäjien uutta satoa? Entä onko tapahtumanne lähinnä markkinointitempaus, jonka tavoitteena ei ole niinkään tuottaa juuri nyt vaan lisätä tunnettuutta tulevaisuutta varten?

Kun tapahtuman tavoite on tiedossa, on myös talousarvion teon aika. Talousarvion pohjaksi soveltuu aivan yhtä hyvin

taulukkolaskentaohjelma kuin ruutuvihkokin. Pääasia on, että tapahtuman kulut ja tuotot on arvioitu ja kirjattu ylös.

Sitä mukaa kun kulut toteutuvat, eli ne eivät ole enää arvioita, talousarviota päivitetään. Päivittämällä talousarviota syntyy lopulta tapahtuman toteuma. Sen avulla on helppo kertoa työryhmälle ja yhteistyökumppaneille tapahtuman taloudesta. Tämän vuoden talousarvio kannattaa myös säilyttää seuraavaa vuotta varten, sillä sen avulla on helpompi suunnitella tulevia tapahtumia.

Lupa-asiat

Poliisi ja pelastuslaitos valvovat myös tapahtumien turvallisuutta. Pääasiallinen sääntö on, että jos tapahtuma on kutsuvierastilaisuus tai sen osallistujamäärä on pieni, ei tapahtumasta tarvitse ilmoittaa viranomaisille. Muissa tapauksissa on poliisille hyvä tehdä ilmoitus yleisötilaisuuden järjestämisestä. Poliisin lisäksi pelastuslaitos on kiinnostunut yleisötilaisuuksista, ja saattaa vaatia turvallisuussuunnitelman laatimista. Onneksi poliisi ja pelastusviranomaiset auttavat mielellään, kunhan tapahtumajärjestäjä on liikkeillä hyvissä ajoin.

Mikäli tapahtumastanne tehdään ilmoitus poliisille, varautukaa valitsemaan tapahtumastanne vastaava organisaatio tai

henkilö. Ilmoitus tehdään paperisena ja siihen on hyvä tutustua hyvissä ajoin. Ilmoitus tulee jättää poliisille viimeistään viisi vuorokautta ennen tapahtuman järjestämistä, mutta suositeltavaa on varata lupa-asioihin runsaasti aikaa. Mielellään jopa pari kuukautta.

Ilmoitus yleisötilaisuudesta on maksullinen, hinta on 30 euroa vuonna 2018. Ajankohtaisen hinnan voi tarkistaa poliisin lupapalvelun palveluhinnastosta. Lisäksi jos tapahtumaa varten hyväksytään tilapäisiä järjestyksenvalvojia, peritään siitä lisämaksu.

Vähäriskisten elintarvikkeiden myynti myyjäisissä tai vastaavissa tilaisuuksissa on sallittua, eikä vaadi erillistä ilmoittamista viranomaisille. Koti- tai maatilataloudessa valmistettujen tilapäisesti myytävien elintarvikkeiden pakkauksiin on merkittävä ainakin elintarvikkeen nimi, yliherkkyyttä sisältävät ainesosat ja valmistuspäivä.

Ammattimaisesta elintarvikealan toiminnasta on aina tehtävä ilmoitus, vaikka toiminta olisikin elintarviketurvallisuuden kannalta vähäriskistä. Kun elintarvikealan yrittäjä myy tuotteitaan, on tämä todennäköisesti jo yrittäjän itsensä tiedossa.

Jos vastaus on kyllä, on tapahtumasta syytä tehdä poliisille ilmoitus:

- **Onko kyseessä suuri tapahtuma, johon odotetaan useita satoja kävijöitä?**
- **Vaatiiko tapahtuma erityisiä liikennejärjestelyitä?**
- **Syntyykö tapahtumasta meluhaittaa? Jos syntyy, muistathan ilmoittaa siitä kunnan/kaupungin ympäristötoimeen vähintään 30 vuorokautta ennen tapahtumaa.**
- **Järjestetäänkö tapahtuma myöhään illalla?**
- **Onko tapahtumassa anniskelua?**

Lisätietoa netistä:

Ilmoitus yleisötilaisuudesta:
www.poliisi.fi/luvat/ilmoitus_yleisotilaisuudesta

Elintarvikkeiden vähäriskisistä myynnistä:
www.jikky.fi/vahariskinen

Markkinointi

Markkinointi on yksi tapahtumajärjestämisen tärkeimpiä kulmakiviä. Markkinoinnilla tarkoitetaan tapahtumasta kertomista tavoitellulle yleisölle houkuttelevalla tavalla. Tapahtumamarkkinoinnin tavoitteena on saada mahdollisimman paljon kohderyhmään kuuluvia osallistujia paikan päälle. Siksi onkin tärkeää miettiä, kenelle markkinointimateriaali suunnataan. Se ohjaa sitä, miltä markkinoinnin visuaalinen ilme näyttää ja mitä markkinointikanavia käytetään.

Erilaiset markkinointikanavat

Eri ihmiset hakevat informaatiota eri kanavista. Yhdet katsovat paikallislehden ilmoitukset kun taas toiset tavoittaa parhaiten internetin

välityksellä. Tyypillisiä markkinointikanavia ovat esimerkiksi sosiaalinen media, eri sanomalehdet, paikkakunnan ilmoitustaulut, tiensivustot, erilaiset esitepöydät, ravintolat ja kahvilat, kirjastot, kunnan tai kaupungin verkkosivut, eri verkkosivujen tapahtumakalentrit ja postilaatikkoihin jaetut esitteet. Mikäli markkinointimateriaalia halutaan jättää yritysten tiloihin on siihen tietenkin ensin pyydettävä lupa.

Markkinoinnissa myös kekseliäisyys on rikkautta. Voisiko tapahtumaanne markkinoida esimerkiksi näkyvällä ennakkotempauksella jollain keskeisellä paikalla? Tempauksessa voisi esimerkiksi soida musiikkia, olla maistiaisja jakaa tapahtumaesitteitä.

Markkinoinnin ajoittaminen

Markkinoinnin aikataulu kannattaa suunnitella hyvin. Digitaalisen materiaalin julkaisussa on eri aikataulu kuin vaikkapa lehti-ilmoituksissa. Digitaalisissa kanavissa, kuten verkkosivuilla ja Facebook-sivuilla, voi halutessaan markkinoida jo muutamia kuukausia ennen tapahtuman ajankohtaa. Tällöin yleisö voi laittaa tapahtumäpäivämäärän itselleen talteen jo hyvissä ajoin. Myös ennakoesitteitä voidaan jakaa halutessaan jo joitain kuukausia ennen tapahtumaa. Kuitenkin esimerkiksi julisteiden kanssa on syytä malttaa lähemmäs tapahtuma-ajankohtaa ja jakaa ne ilmoitustauluille noin 2-3 viikkoa ennen tapahtumaa. Lehti-ilmoitus

puolestaan laitetaan yleensä saman viikon lehteen. Tärkeää on, että markkinointia tehdään säännöllisesti ja yleisön mielenkiintoa pidetään yllä koko markkinointiprosessin ajan.

Hyvä nyrkkisääntö on, että henkilön tulisi törmätä markkinointimateriaaliin kolme kertaa, jotta hän huomaa tapahtuman ja kiinnostuu siitä. Siksi olisi hyvä, että tapahtumaa markkinoitaisiin mahdollisimman monella eri tavalla ja se saisi runsaasti näkyvyyttä. Tämä voi tuntua paljolta tapahtumaa tekevältä työryhmältä, jolle tapahtuman sisältö ja aikataulu on tuttua jo valmiiksi. Kuitenkin ulkopuoliset henkilöt tulee vakuuttaa siitä, että heidän ehdottomasti kannattaa osallistua.

Kevät versoo uutta

su 21.5.
klo 11-15



TAITEILJOIDEN JA

KASITYÖLÄISTEN

KEVÄTMYYJÄISET.

SATOA TALVEN

AIKANA TEHDYSTÄ

MYYJÄISET PIDETÄÄN

SÄRKISALON VANHALLA

KYLÄKOULULLA,

PYHÄLAHDENTIE 485.

puh. 050 3400666

Design Luode

hopeakoruja ja sormustyöpa

Palsanpuron Paja

taottuja tarve- ja konste-esineitä

Shamira Koivunen

kasitoita luonnonmateriaaleista ja yrttiopastusta

Konneveden työpa

mm. puunkahtelimeita ja leikkuulautoja

Hasa Design

balikkivarjaita kankaita ja vaatteita

Mirjami Niskanen

perennoita ja vanhanajan sisäkasveja

Keppihevostyöpa

jonka päätteeksi keppihevostilla esteratsastusta

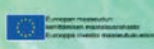
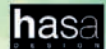
Kasvien vaihtopöytä

Ihana kahvila

jossa kevätherkkuja kuten nokkospiirakkia ja raparperimehua.

Varaathan mukaasi käteistä rahaa.

Myyjien päätteeksi klo 15.30 katsomme Navettakinossa (Pyhälahdentie 972) Selma Vilhusen Hobbyhorse Revolution -dokumenttielokuvan keppihevosharrastuksesta. Elokuvalipun hinta on 5€/kätsoja.



Kylässä kylätiellä

Syyspäätapahtuma Villa Cawénin maisemissa ja
Alvar Cawénin askelissa



Lauantaina 2.9. klo 14 alkaen

Lauantaina Oittila ja sen kodit ovat avoinna vieraille. Kuvataiteilija Alvar Cawénin jalanjäljissä on mahdollista tutustua perinnetaiteisiin kuten ruisleivän leivontaan ja sahdin valmistukseen. Esillä on Cawénin historiaa ja nykypäivän taitajia lähiseudulta. Tule tapaamaan myös CityTorppariamme Elli Isokoskea!

Tapahtuma on osa Seudullista satoa -hanketta.



TULE MYYMÄÄN TUOTTEITASI
VIITASAARELLE SUPERPERJANTAIN

LÄHITORILLE

pe 6.10.2017

VIIME VUONNA YLI 1500 KÄVIJÄÄ!
MYyntIAIKA klo 10-16

KOJUPAIKKA 50€

MUUT PAIKAT 20€

+ SÄHKÖ 10€



ILMOITTAUTUMISET
JA LISÄTIETOA
Seudullista satoa -hanke
jannina.lahti@msl.fi
045 3281 888



Joulutori
Hankasalmen museokylässä
2.12.2017 klo 10-18

Lämpimästi tervetuloa joulutorille!

Museokylän idyllisessä perinnemiljöössä pidettävän joulutorin tekijät ja tuotteet tulevat läheltä. Luvassa on laadukkaiden lähituotteiden myyntiä, 4H-yhdistyksen joulupolku, kansalaisopiston syyssoittajaiset sekä kädentaitaja Eveliina Matilaisen käsitöitä kaiken ikäisille. Kirjailija Sari Kanala lukee lapsille Hissi-Hiiren joulusta. Maa- ja kotitalousnaiset pitävät tapahtumassa kahviota ja keittävät kunnan tarjoaman joulupörrön. Tapaa myös Maaseudun Sivistysliiton CityTorppari! Joulutori avaa Hankasalmen joulunajan ja tapahtumassa valitaan vuoden positiivisin hankasalmlainen. Sään salliessa joulutorilla on myös Kiviojan tilan eläimiä raputeltavana.

Ohjelma:

10.00 Joulutori ja 4H:n joulupolku aukeavat
10.15 Jouluja Hissi! Sari Kanala tarinoi sanoja ja kuvia
11.00 Kansalaisopiston Syyssoittajaiset
12.00 Julkistetaan Hankasalmen vuoden positiivisin
13.00 Hankasalmen kunta tarjoaa riisipörrön
13.30 Jouluja Hissi! Sari Kanala tarinoi sanoja ja kuvia
15.00 Jouluja Hissi! Sari Kanala tarinoi sanoja ja kuvia
18.00 Joulutori hiljenee

Tapahtuma on osa Maaseudun Sivistysliiton Seudullista satoa -hanketta.
Ilmoitaudu myyjäksi tai kysy lisätietoa:
jannina.lahti@msl.fi / 045 3281 888





Viestinnän tärkeys

Vaikka tapahtuman ohjelma, ajankohta ja miljöö olisivat kuinka erinomaisia, ei tapahtuma onnistu jos kukaan ei tiedä siitä. Siksi on tärkeä muistaa markkinoida ja viestiä.

Viestintään on hyvä varata aikaa ja uskallusta. Usein paikallislehdet ovat kiinnostuneita oman alueensa tapahtumista, siksi juttuvinkki tai tiedote on tärkeä muistaa lähettää. Kun kerran olet jo kirjoittanut tiedotteen, miksi et lähettäisi sitä myös maakunnalliseen sanomalehteen, alueradion ja alueuutisten toimitukseen ja vaikkapa Maaseudun Tulevaisuuteen? Usein aidon tekemisen äärellä tapahtuva toiminta kiinnostaa niin toimittajia kuin lukijoitakin. Valtakunnallisten medioiden toimittajat saattavat hyvinkin lähteä tekemään haastattelua juuri teidän tempauksestanne.

Lähetä juttuvinkit ainakin näihin toimituksiin:

- paikallislehti
- kotipaikkakunnan kotisivujen tapahtumakalenteri
- maakunnan lehti
- alueradio
- alueuutiset
- valtakunnalliset sanoma- ja aikakauslehdet

Myyntikojujen ja tuotteiden visuaalisuus:

- **toimiva pakkaus**
- **selkeä ja edustava etiketti**
- **myyjäispöydän somistus**
- **selkeä hinnasto tai hintalaput**
- **visuaalisuus ja ilme linjassa yrityksen kaikessa näkyvyydessä**
- **käyntikortti tai muu hieno sekä helppo tapa jakaa yrityksen nettisivut, verkkokaupan osoite sekä yhteystiedot**

Myyjien rohkaiseminen somistukseen ja tuotteiden visuaalisuuteen

Mikäli kyseessä on myyjäistapahtuma, on myyjä hyvä rohkaista somistamaan myyntipöytänsä. Vaikka tuote olisi laadukas, täytyy sen myös vaikuttaa houkuttelevalta, jotta kauppa tehdään. Myyntipisteen ja pakkausmuotoilun visuaalisuus on merkittävä osa sekä yrityksen että tuotteen ilmettä eli brändiä. Oli kyseessä sitten ihanaa itse tehtyä hilloa, laadukasta rotukarjan lihaa tai vaikkapa hopeasepän käsityönä tehdyt design-korvakorut, ulkonäöllä on väliä! Kauniilta näyttävä myyntialue on etu sekä tapahtuman järjestäjälle että siellä kauppaa tekeville myyjille. Siksi tapahtumajärjestän kannattaa miettiä torialueen somistamista itse ja kannustaa myös myyjä kiinnittämään huomiota visuaalisuuteen.



Tapahtumaruokailu ja kahviot

Ruokailu ja kahvittelu on aina mukavaa. Houkutteleva lähiruoka-annos tai tuore leivos ovat takuuvarmoja myytäviä tuotteita tapahtumassa kuin tapahtumassa. Siksi kannattaa harkita pienen tapahtumaravintolan tai kahvion pystyttämistä tapahtuman ajaksi.

Tapahtuman tarjoilu voi olla esimerkiksi letunpaistoa nuotiolla, hernekeittoa soppatykistä tai jopa viimeisteltyjä lammasmakkara-annoksia päreeltä tarjoiltuna. Niin kuin kaikeassa, myös tässä vain mielikuvitus on rajana. Mikäli ruokapuoli ei ole omaa vahvuusaluetta, astuu kuvaan mahdollisuus yhteistyöstä jonkin yhdistyksen tai yrityksen kanssa. Te saisitte tapahtumaanne arvokasta sisältöä

ja yhteistyökumppaninne saisi tekemästään myynnistä tienestiä. Toisinaan joku yhteistyökumppani, kuten vaikkapa kunta, on kiinnostunut tarjoamaan tapahtumassa kahvia tai vaikkapa joulupuuron. Tällaisia sponsorimahdollisuuksia kannattaa siis kysyä.

Usein tapahtumia varten pystytettävät kahviot ovat niin kutsuttua matalan riskin elintarviketoimintaa, eikä siksi vaadi erityisiä lupia. Ammattimaisemmat toimijat taas ovat tarkemman valvonnan alla. Tapahtumaruokailuun liittyvissä lupa-asioissa voit olla yhteydessä kuntasi terveystarkastajaan, tai etsiä lisätietoa sivuilta **www.evira.fi**

Tekniikka

Suunnitteluvaiheessa on hyvä ottaa huomioon, että tapahtumat vaativat usein tekniikkaa. Äänentoistoa tarvitaan, mikäli tapahtumassa esitetään musiikkia, runoja tai näytelmiä, jos tapahtumassa juonnetaan tai pidetään puheita. Valotekniikkaa puolestaan tarvitaan jos tapahtuma-alue on pimeä eikä luonnonvalo riitä tai jos esimerkiksi esiintymislavalle halutaan lisätehostetta. Myyjäisissä on lisäksi otettava huomioon mahdollisten kylmiöiden, keittolevyjen ja maksupäätteiden sähköntarve. Siksi tapahtuma-alueen sähköpisteet on hyvä olla tiedossa hyvissä ajoin ennen tapahtumaa.

Kun useita sähkölaitteita kytketään esimerkiksi jatkojohtoja käyttäen, on syytä tarkistaa sulaketaulu. Olisi harmillista, jos

yhden sulakkeen alle tulisi kytkeneeksi liian monta laitetta, ja sulake poksahdaisi kesken tapahtuman. Isommat esiintymislavat tarvitsevat runsaasti sähköä, jolloin saatetaan tarvita voimavirtaa.

Tekniikassa täytyy ottaa huomioon myös turvallisuus. Siksi sähkövetoihin ja tekniikkaan liittyvissä asioissa on hyvä kääntyä ammattilaisten puoleen. Niin kauan kun kyseessä on töpselin liittäminen pistorasiaan, on sähköön liittyvät asiat turvallisia maallikollekin. Ulos vedettävät jatkoroikat kuitenkin tarvitsevat jo turvallisuussyistä asianmukaiset kytkennät ja suojaukset jonka vuoksi tehtävään on hyvä etsiä osaava tekijä.

Jälkityöt ja tapahtuman kehittäminen

Vaikka tapahtumapäivä on ohi, ei prosessi ole vielä tullut päätökseen. Tapahtuman jälkeen on syytä kiittää kävijöitä ja tapahtuman tekoon osallistuneita toimijoita esimerkiksi sosiaalisen median kanavissa. Usein tapahtumasta otetut kuvat julkaistaan vasta tapahtuman jälkeen. Mikäli ohjelmaan on kuulunut kilpailuja tai arpajaisia, voidaan voittajat julkaista myös tapahtuman jälkeisessä viestinnässä. Lisäksi on hyvä käydä palautekeskustelu.

Mikäli tapahtumassa on kysytty kävijäpalautetta, käydään saadut palautteet läpi palautekeskustelussa. Lisäksi tapahtuman jälkeen halutaan kuulla tekijätiimin mietteitä onnistumisista ja kehittämisen paikoista. Palautekeskustelu kirjataan samaan tapaan

kuin suunnittelukokousten sovitut asiat. Näin tuoreessa muistissa olevat ajatukset jäävät ylös seuraavien tapahtumien toteuttamista ajatellen. Nimittäin eihän hyvän tapahtuman jälkeen kannata missään nimessä lopettaa! Nyt on aika ryhtyä suunnittelemaan uutta ja kehittää toimintaa opitun perusteella.





Seudullista satoa -hanke 2017-2018



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin