



LAUREA

## Kampanjaryhmäläisen puheenvuoro

Minna Marjamaa

Laurea

# Miksi kampanja?

→ <http://www.youtube.com/watch?v=k-2hziLTSyU>

## Voimavarat yhteen!

- Kirjastojen markkinoinnissa mahdollisuudet ovat monet, toteutuksessa näkyy usein rahan puute ja amatöörimäisyys kipeästi
- Ei yritetä jokainen kirjasto keksiä pyörää yksin: Markkinoinnissa tarpeet samansuuntaisia, yhdistetään rahat ja voimavarat

## Mistä idea?

- Päivin vetämä AMKIT-konsortion ja Virtuaaliammattikorkeakoulun kolmivuotinen eAineistot oppimisen resurssi -hanke
  - rahoitus ja alkusysäys
- E-aineistohankkeen aloitusseminaari 15.3.2007
  - suuntaviivat hankkeelle
- Hankkeessa kaksi pääteemaa:
  - informaatiolukutaidon edistäminen
  - tiedon saavutettavuuden parantaminen ja edistäminen

## 15.3.2007 satoa

- Yhteinen ikuisuusongelma: Kuinka tavoittaa opiskelijat ja henkilökunta ja saada heidät ymmärtämään IL:n merkitys
  - Yritetään vaikuttaa opettajien ja opiskelijoiden mielikuviin viestinnän ja markkinoinnin keinoin kun mikään muu ei auta
1. Informaatiolukutaidon esilletuominen kirjoittamalla ja mukana olemalla seminaareissa ja julkaisuissa, opettajien seuraamissa medioissa, tutkimus
  2. Markkinointikampanja

## Kampanjaryhmän työskentely

- Ensimmäinen kokous toukokuussa 2007 Arcadassa, n. 16 henkeä lähti mukaan työskentelyyn, vetäjinä Päivi Hollanti ja Kimmo Turtiainen
- Avoin ryhmä, ideana saada kirjastolaisia sitoutumaan kampanjaan
- Neljä, viisi kokousta

## Kampanjan tavoitteet

- Pää tavoite: IL on yhteinen asia, IL-ECTS -työryhmän ydinainesanalyysin avaaminen ymmärrettävään ja kiinnostavaan muotoon
- Opiskelijoiden tutustuminen IL:ään verkkosivujen kautta, pääkohtien ymmärtäminen, soveltaminen omissa opinnoissa
- Kohderyhmä: amkien opettajat, opiskelijat, kirjastolaiset

## Miksi tarvitaan markkinointia?

Vaikka tuote hyvä, viesti usein huono, outo tai paperinmakuinen - Ei tavoita kohderyhmää

→ [www.nelliportaali.fi](http://www.nelliportaali.fi)

→ <http://www2.amk.fi/kirjasto/ILydinaines.pdf>

# Miten tehdä seksikäs kampanja?

- Ryhmä mietti visuaalista ilmettä monta kuukautta
- Kysyttiin kiinnostusta mm. Milla Paloniemeltä



# Kilpailu

- Päädyttiin järjestämään opiskelijakilpailu kampanjan sloganista ja visuaalisesta ilmeestä, pääpalkinto iPod
- Päivi ja Kimmo sekä opiskelijaharjoittelija Timo Härkönen suunnittelivat kampanjan, deadline syksy
- Kilpailussa opiskelijaa kehoitettiin ideoimaan slogan, joka kertoo tiedonhankinnan merkityksestä opiskelijan elämässä
- Mikä sinuun puree?

# Onko tämä nyt sitten parempi?

- Kaksi vahvaa työtä, toinen valittiin kampanjaan, toinen DIGMAN käyttöön
- Haluttiin irrottautua perinteisestä ajatuksesta kirjastosta, samoin koettiin SUPER LIBRARIAN -ajatukset oudoiksi
- Ei kohderyhmän aliarviointia
- Jätetään jotain sanomatta, herätetään uteliaisuus



## Ryhmän työskentely

- Kaikille lähti avoin kutsu tulla kampanjatyöskentelyyn mukaan, aluksi mukana noin 16 henkeä, lopussa paljon vähemmän
- Tarkoitus rohkaista kaikkia amkeja osallistumaan yhteiseen työhön
- Ideana tehdä kentän toivoma kampanja oikeaan käyttöön

## Ongelmakohtia

- Porukka pieneni syksyn mittaan, ryhmä ei heijasta koko kenttää
- Päätöksenteko hankalaa, kun ihmiset eivät kovin sitoutuneita
- Päivi ja Kimmo tekivät, ryhmä kommentoi
- Mukavaa!



## Mitä sitte?

- Amkit-foorumilla keskustelua ja tuki kampanjan toteutukselle, tulkaa mukaan keskustelemaan!

<http://www.amkit.fi/forum>

- Aloitatteko kampanjan heti keväällä? Ota yhteyttä minuun, teen jutun Kreodiin kokemuksista