

VAIHE	1. URHEILUTAPAHTUMAN IDEOINTI	2. HAKEMINEN	3. ARVIOINTI	4. ALUSTALLE LIITTYMINEN	5. MATKAILU- JA ELÄMYSPALVELUIDEN YHDISTÄMINEN	6. PITCHAUSTILAISUUS, MATKAILUTOIMIIHOIDEN VERKOSTOLLE (2 krt / vuosi tai tarpeen mukaan)	7. ENNEN URHEILUTAPAHTUMAA	8. URHEILUTAPAHTUMAN AIKANA JA JÄLKEEN	9. OPIEN JA KOKEMUSTEN JAKO (BOOTCAMP)
URHEILUTAPAHTUMAN JÄRJESTÄJÄ	Hyödyntää nettisivuilla olevat materiaalit. On tarvittaessa yhteydessä kaupunkiin.	Täyttää sähköisen yhteistyölomakkeen verkosivujen kautta → siirtyy Planneriin	Antaa vastaukset mahdollisiin lisäkysymyksiin	Saa kutsun liittyä Jyväskylän kaupungin Teams-alustalle, mikäli hakee yhteistyökumppaneita.	Tapahtuman järjestäjä valmistelee 5-7 min hissipuheen tapahtumasta. Tavoitteena kertoa millaisia kumppaneita sekä palveluita hakee matkailu- ja elämyspalveluiden puolelta sekä muualta. Apuna profiilintyökalu ja vinkkipaketti. Tapahtuman järjestäjä voi myös itsenäisesti kontaktoida alustalla olevia palveluntuottajia.	"Pitchaa" tapahtuman matkailu- ja elämyspalveluille tilaisuudessa.	Solmi yhteistyökumppanuuksia kontaktien, Teams-alustan ja pitchaustilaisuuden perusteella.	Tapahtuman järjestäjä toteuttaa tapahtuman.	Osallistuu Bootcampille.
TAPAHTUMAKAUPUNKI JYVÄSKYLÄ	Vastaa sivun ylläpidosta ja on yhteyshenkilö. Käy tarvittaessa ennakkokeskustelun tapahtumanjärjestäjän kanssa. Voi hyödyntää vinkkipakettia ja profiilintyökalua keskustelun tukena.	Kontaktointi tapahtuman järjestäjän ja sopii etenemisestä ennen lomakkeen lähettämistä / sen jälkeen. Keskustelu viestintäjohtaja + markkinointipäällikkö, muut asiantuntijat valmistelijoina.	Hakemuksen läpikäynti. Varmistetaan ettei päällekkäisyyksiä tai hae muuta tukea Jyväskylän kaupungilta. Tapahtuman arviointi lomakkeen perusteella. Selvitetään mahdollisuus lyhyellä tapahtumajohonkin olemassa olevaan kokonaisuuteen. Päätös markkinointiyhteistyön tasosta. Infotaan tapahtumatoinnin ohry, sovitut ja tulossa olevat. SM- ja KV-tasoiset tapahtumat, jotka täyttävät yhteistyön tason. Apua hakemiseen - "intention letter" ja "bid book"	Lisää kaikki yhteistyökumppaneita hakeneet tapahtumajärjestäjät Teams-alustalle. Vastaa alustan ylläpidosta.	Ilmoittaa Visit Jyväskylä Regionille tapahtumajärjestäjän tarpeista liittyen matkailu- ja elämyspalveluihin. Kutsuu tapahtuman järjestäjän mukaan seuraavaan pitchaustilaisuuteen. Mikäli riittävän merkittävä tapahtuma, voidaan järjestää harkinnan mukaan tarpeeseen.	Vhteistyössä pitchaustilaisuus Visit Jyväskylä Regionin kanssa.	Yhteydenpito tapahtuman järjestäjään. Yhteistyön syvyys riippuen sovutusta markkinointiyhteistyön tasosta.	Tapahtuman toteutuminen ja seuranta, paikallaolo varsinkin uusissa tapahtumissa, ovatko sovitut asiat toteutuneet? Jälkityö: Tarvittaessa kontaktointi/palauttekeskustelu tapahtuman jälkeen. Palauttekyseily lähetetään tapahtumajärjestäjälle, tilastointi, tapahtuman tulevaisuus. Mahdollinen vaikuttavuuden arviointi yhteistyössä tapahtuman järjestäjän kanssa.	Järjestää 1 krt vuodessa "Bootcampin", jossa tapahtumien järjestäjät ja palveluiden tuottajat jakavat oppoja sekä kokemuksia. "Bootcampin" ohjelmassa lähdetään mukaan myös tuoda osaksi olemassa olevaa tilaisuutta.
VISIT JYVÄSKYLÄ REGION			Tietoisiksi ennakkoon tulevasta tapahtumasta.		Kokoa matkailu- ja elämyspalveluiden verkostosta tahot pitchaustilaisuuteen.	Järjestää pitchaustilaisuuden 2 krt vuodessa (tai tarpeen mukaan). Pitchaustilaisuus voidaan myös mahdollisesti järjestää osana muuta tapahtumaa. Osallistujina palveluntuottajat + tapahtumien järjestäjät. Tilaisuudessa tapahtuman järjestäjät pitchaavat tulevat tapahtumat sekä kumppanuuksimallisuudet. Tallentaa tilaisuuden. Lähettää pitchausseuran tallenteen / tapahtuman järjestäjän tiedot verkostolle. Yhteystietojen ja kontaktien jakaminen osallistujien kesken.			Bootcampille osallistuminen. Matkailu- ja elämyspalveluiden kutsuminen mukaan.
LISÄÄ TIETOA	WWW-sivuilla selkeät "näin toimii" askelmerkkiohjeet kun haluat tuoda urheilutapahtuman Jyväskylään: https://www.jyvaskyla.fi/tapahtumakuunki/urheilutapahtumat Tukena myös muut ladattavat taustamateriaalit (kuten valitut osat Avidlyn ja JAMKin selvityksestä) sekä vinkkipaketti urheilutapahtumien järjestäjälle yhteistyökumppaneiden hakemiseen.	Päivitetty yhteistyölomake, jossa mukana kysymys tarpeesta yhteistyökumppaneiden etsimiseksi. Yhteistyölomakkeen linkki selvästi esillä nettisivulla.		Erilaiset tapahtumiin liittyvät kumppanuuksien valmiiksi koottuna Teams-alustalla. Kaikki yhteistyökumppaneita hakeneet tapahtuman järjestäjät saavat kutsun alustalle, riippumatta yhteistyön tasosta kaupungin kanssa.	Vinkit hissipuheen rakentamiseksi osaksi Teams-alustan ohjetta ja materiaalipankkia. Muistutus vielä vinkkipaketin hyödyntämiseksi - miten tapahtuman järjestäjä voi lähetyä matkailupalveluiden tarjoajia.		Hyödyntää vinkkipakettia yhteistyökumppanuuksien sopimiseen	Osa yhteistyökumppanuuksista voi toteutua / hyödyntää myös tapahtuman jälkeen. Oppilaitosten ja korkeakoulujen harjoittelijat apuna. Timiakatemiaan opiskelijajäyttäjät järjestämään varjo- ja oheistapahtumia? KIHU ja Liikuntatieteellinen -seminaarit, tietoiskut, kansantajuistaminen. Muut pop up- palvelut. Tapahtuman vaikuttavuuden arviointi yhdessä oppilaitosten opiskelijoiden kanssa (kevyempi vaihtoehto asiantuntijatyölle)?	Bootcampin toteutus kuvattu omalla välisivulla.



Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto

Vipuvoimaa
EU:lta
2014-2020

"Kansainvälisten urheilutapahtumien Jyväskylä -hankkeelle" ja sitä on rahoittanut Euroopan unionin aluekehitysrahasto (EAKR). Hanke on rahoitettu osana Euroopan unionin COVID-19-pandemian johdosta toteuttamia toimia.

Tapahtumakaupunki / Urheilutapahtumat -nettisivun päivittäminen

Sivusto

<https://www.jyvaskyla.fi/tapahtumakaupunki/urheilutapahtumat>

Kehitysidea 1

Urheilutapahtuman järjestäjälle voisi lisätä selkeät askelmerkit miten toimia - tyyliin "Näin järjestät onnistuneen urheilutapahtuman Jyväskylässä".

- 1) Miksi Jyväskylä? - tutustu mahdollisuuksiin
- 2) Ole yhteydessä Jyväskylän kaupunkiin:
<https://www.jyvaskyla.fi/tapahtumakaupunki/urheilutapahtumat/yhteystiedot>
- 3) Lähetä yhteistyölomake
- 4) Liity alustalle ja hae yhteistyökumppaneita
- 5) Toteuta onnistunut tapahtuma meidän avullamme

Kehitysidea 2

Avidlyn ja JAMKin selvityksistä valikoidut osiot nettisivulle ladattavaksi, esimerkiksi Jyväskylän vahvuudet urheilutapahtumien puolella. Näiden avulla tapahtumia järjestävät tahot voivat perustella kaupungin valintaa.

Kehitysidea 3

Vinkkipaketti urheilutapahtumien järjestäjille yhteistyön muodostamiseksi matkailutoimijoiden

Kehitysidea 4

Selkeät "Call-to-action" napit eli toimintakehoitteet ohjaamaan vierailijaa. Linkkinappi hakulomakkeeseen ja ohjeet sen käyttämiseen.

Tämä vinkkipaketti voidaan julkaista esimerkiksi <https://www.jyvaskyla.fi/tapahtumakaupunki/urheilutapahtumat> sivulla . Sitä voi käyttää myös Tapahtumakaupunki Jyväskylän tiimi keskusteluissa urheilutapahtuman iäriestäjän kanssa.

Vinkkipaketti: Miten urheilutapahtuman järjestäjä voi tehdä itsestään houkuttelevan kumppanin matkailutoimijalle?

Urheilutapahtumat lisäävät **matkailua sekä palveluiden käyttöä ennen tapahtumaa, sen aikana ja sen jälkeen**. Matkailutoimijat voivat hyötyä tapahtumasta laajemmin kuin vain sen aikana. Erityisesti isojen tapahtumien aikana tai korkeassa sesongissa eurot ohjautuvat ilman yhteistyötäkin matkailutoimijalle, joten esimerkiksi tapahtuman aikainen myynti ei ole aina paras argumentaatio yhteistyölle.

Urheilutapahtuman järjestäjän kannattaakin miettiä miten **tapahtuman/tapahtumien ja toiminnan kautta voidaan pitkällä aikajänteellä lisätä matkailutoimijan hyötyjä**. Tämä sitouttaa matkailutoimijan yhteistyöhön, joka tuo järjestäjälle etuja oman tapahtuman järjestämiseksi.

Matkailutoimijan hyöty yhteistyöstä: Urheilutapahtuman järjestäjä - tarjoa näitä etuja matkailutoimijalle (hotelli, ravintola, ohjelma- ja elämyspalvelut)

1) Kasvava liiketoiminta ja eurot

- Urheilutapahtuman osallistujien hotellivaraukset, ravintolavaraukset, palveluvaraukset (majoituspaketit, menut) ohjataan matkailutoimijalle
Matkailuyritys tuottaa liitännäispalveluja tapahtumaan esim. Banketit, vip, anniskelu, catering, kuljetus
Muista, että hyödyt voivat näkyä myös ennen tapahtumaa tai sen jälkeen

2) Markkinointi ja näkyvyys

- Matkailupalveluiden markkinointi tapahtuman yleisölle ja omalle jäsenistölle monikanavaisesti (verkkosivut, uutiskirjeet, tapahtumaviestintä ja mainonta, kutsut, pre/post tapahtumat) ennen tapahtumaa - aikana - jälkeen
- Mahdollisuus houkutella uusia asiakkaita matkailutoimijan palvelujen piiriin normaalia edullisemmin

3) Verkostot ja kontaktit

- Tapahtumaan tulevat osallistujat, yritykset, ammattilaiset, puhujat, vieraat
- Yhteyden luominen vaikutusvaltaisiin henkilöihin / yrityksiin voi johtaa tulevaan yhteistyöhön tai suosituksiin ja siten liiketoiminnan kasvuun

4) Pitkäaikainen kumppanuus

- Useita tapahtumia: yleisötapahtumia, omia henkilökunnan kokouksia, koulutuksia, tapahtumia, jäsenistön tapahtumia (myös urheilutapahtuman ulkopuolella)
- Jäsenetujen kautta asiakkaita myöhemmin
- Suorituspaikkojen yhteinen ylläpito

5) Imago ja mainehyöty

- Tapahtumassa mukana olevan matkailutoimijan näkyminen positiivisesti sille sopivan tapahtuman kumppanina
- Vahvistaa matkailutoimijan uskottavuutta ja brändiä ja tuo sen ensisijaiseksi valinnaksi kohderyhmälle

6) Laajennettu sesonki

- Matalan sesongin aikaiset tapahtumat ovat matkailutoimijoille erityisen kiinnostavia, sillä normaalisti hiljaiseen aikaan tapahtuma voi houkuttaa paljon matkailijoita/kävijöitä ja tuottaa siten liiketoimintaa

7) Henkilökuntaa / työntekijöitä / tapahtumien tuottamista

- Henkilökuntaa tapahtuman aikaiseen matkailupalvelujen tuottamiseen
- Henkilökuntaa matkailuyrityksen sesonkeihin/omiin tapahtumiin tapahtuman ulkopuolella
- Ohjelmapalvelujen / Tyhyppäivien yms. tuottamista matkailutoimijan asiakkaille omalla erityisalueella
- Puhujia / asiantuntijoita eri tilaisuuksiin
- Testiasiakkaita erilaisille palveluille

Ennen kuin teet ehdotusta hyödyistä, profiloit tapahtumasi profilointityökälulla. Tärkeintä on miettiä tapahtuman potentiaali kumppanin näkökulmasta (tapahtuman suuruus joko itse tapahtuman aikana tai sen välillinen koko eli vaikutus tapahtumaa ennen/jälkeen) sekä kohtaako erityisesti arvomaailmanne

Urheilutapahtuman järjestäjän hyöty yhteistyöstä: Mieti yhteistyön mahdollisia etuja laajasti

1) Tilat ja tilat edullisesti

- Tapahtumatilat / tapahtumapaikka alle listahinnan
- Tilat sinun muihin tapahtumiin ja toimintaan: kokoukset, tiedotustilaisuudet, palkitsemisjuhlat

2) Henkilöresurssit:

- Matkailutoimija voi ottaa osan tapahtumasta hoitaakseen - säästää sinun henkilöstöresursseja ja kustannuksia
- Markkinointi, näkyvyys, imago yhdessä
- Tapahtumajärjestäjä voi näkyä matkailutoimijan verkostossa - tapahtuman järjestäjän markkinointi uusille kohderyhmille
- Matkailutoimijan omien kaupallisten kumppanien hyödyntäminen

3) Tapahtuman aikaiset palvelut:

- Majoitukset, ruokailut yms. henkilökunnalle / puhujille / tähdille maksuttomasti tai edullisesti

4) Asiakaskokemuksen varmistaminen

- Jäsenedut
- Jäsenedut oman urheiluseuran jäsenille - tapahtuman aikana ja jälkeen

5) Eurot

- Tapahtuma-ajan provisiot, palvelut (jotka joutuisi ilman yhteistyötä ostamaan) oman organisaation jäsenille
- Matkailutoimijan palveluostot tapahtuman järjestäjältä muina aikoina, esim henkilöstöä sesonkeihin tai ohjelmapalveluja
- Matkailutoimijan kaupalliset kumppanit (esim. tavarantoimittajat) potentiaalisia yhteistyökumppaneita / sponsoreita tapahtumalle

Lisäksi yhteistyöhakulomakkeeseen

Millaista apua toivot yhteistyökumppaneiden etsimiseen?

Avoin

Millaisia yhteistyökumppaneita haet tapahtumalle?

Avoin

Tämä voidaan lisätä esimerkiksi Teams-alustalle Word-muotoisena dokumenttina / PowerPointina tai pitchaustilaisuuden ennako-ohjeisiin urheilutapahtumien järjestäjälle.

Hissipuhe

Hissipuhe tarkoittaa lyhyttä ja napakkaa puheenvuoroa, jolla pyritään vakuuttamaan kuulija tai herättämään mielenkiinto.

matkailutoimijoille ja muille kumppaneille. Hissipuheen tulisi ottaa kantaa ainakin seuraaviin asioihin:

Tapahtuman vaikuttavuus

Kaupunkia ja yhteistyökumppaneita kiinnostaa, miten paljon taloudellista ja imagohyötyä tapahtuma tuo laajasti seudulle

Tapahtuman profiili, uutuusarvo ja erottuminen

Kerro millainen tapahtuma on luonteeltaan. Havainnollista tunnelma! Muista, että muut eivät välttämättä tunne kohderyhmääsi tai luonnetta. Voit hyödyntää tässä apina profilointityökalua

Tapahtuman kohderyhmä(t)

- Urheilijat / osallistujat, taustajoukot ja yleisö. Millaisia he ovat, mistä he tulevat ja kuinka paljon?

Hyödyt kumppaneille (hyödynnä vinkkipakettia)

- Millaisia yhteistyökumppaneita haet ja miksi? Mitä hyötyjä tapahtuma tarjoaa heille?

Hissipuheen laatimisessa voi hyödyntää oheista tapahtuman profilointityökalua ja seuraavia vastinpareja

Vastinparien tarkoitus on auttaa yksinkertaistamaan viestiä siitä, millainen tapahtuma on luonteeltaan. Valitse mihin ”päättyyn” asetut!

Tapahtuman järjestäjä	<i>Seuravetoinen</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<i>Kaupallinen</i>
Taso	<i>Paikallinen</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<i>Kansainvälinen</i>
Tyyppi	<i>Yksilölaji</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<i>Joukkuelaji</i>
Suorituspaikka	<i>Keskitetty</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<i>Hajautettu</i>
Suorituspaikan ympäristö	<i>Rakennettu</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<i>Luonnonmukainen</i>
Tapahtuman luonne	<i>Viihteellinen</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<i>Kilpailullinen</i>
Brändiarvo	<i>Matala</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<i>Korkea</i>
Kaupallisuus	€	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	€€€
Kohderyhmä	<i>(Aktiivi)liikkujat</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<i>Kilpaurheilijat</i>
Majoituspalveluiden käyttö	<i>Matala</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<i>Korkea</i>
Oheispalveluiden käyttö	<i>Matala</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<i>Korkea</i>
Osallistujat	<i>Katsojat, fanit, tukijoukot</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<i>Vain kilpailijat</i>

Pitchaustilaisuus matkailutoimijoiden verkostolle

Idea:	<p>Aamu- tai iltapäivän mittainen tilaisuus, jossa esitellään tulevat (urheilu)tapahtuma(t) matkailu- ja elämyspalveluiden tuottajille yhteistyökumppanuuksien sopimiseksi.</p> <p>Pitchaustilaisuus voidaan myös tuoda osaksi olemassa olevaa tapahtuman ohjelmaa</p>
Toteutus:	<p>2 kertaa vuodessa tai tarpeen mukaan, Tyypillisesti 6-12 kk ennen tapahtumaa on riittävän lähellä sopiva aika. Vaihtoehtoisesti tarpeen mukaan, mikäli tapahtuma on riittävän merkittävä. Voidaan toteuttaa paikan päällä tai online.</p>
Osallistujat:	<p>Tapahtumien järjestäjät, jotka pitchaavat idean kumppaneille. Matkailu- ja elämyspalveluiden tuottajat, jotka voivat toimia</p>
Järjestäjä:	<p>Visit Jyväskylä Region, yhteistyössä Tapahtumakaupunki Jyväskylä</p>
Ennen tapahtumaa:	<p>Tapahtuman järjestäjät valmistelevat 5-7 min "hissipuheen" tulevasta tapahtumasta (ks. vinkkipaketti, hissipuheen laatiminen). He ilmoittavat Visit Jyväskylä Regionille ja Tapahtumakaupunki Jyväskylälle ennakoon millaisista kumppanuuksista ovat kiinnostuneita.</p> <p>Visit Jyväskylä Region kutsuu paikalle tapahtumien kannalta</p>
Tapahtuman aikana:	<p>Visit Jyväskylä Region ja Tapahtumakaupunki Jyväskylä avaavat tilaisuuden.</p> <p>Tapahtumien järjestäjien hissipuheet - 5-7 min per hissipuhe + kysymyksiä ja vastauksia</p> <p>Hissipuheiden jälkeen pienryhmäkeskustelut tapahtumien ja palveluntuottajien kesken. Mahdollisuus kiertää useampi tapahtuma läpi.</p> <p>Visit Jyväskylä Region varmistaa tapahtuman näätteeksi, että</p>
Tapahtuman jälkeen:	<p>Hissipuhe-esitykset sekä materiaali tallennetaan. Visit Jyväskylä Region lähettää tallenteen ja materiaalit koko verkostolle.</p>

”Bootcamp”: Oppien ja kokemusten jako

Idea:	Tilaisuus, jossa tavoite jakaa vertaisoppimisen keinoin hyviä käytäntöjä, oppeja ja kokemuksia sekä syventää yhteistyötä
Toteutus:	Kasvokkain järjestettävä tapahtuma, esimerkiksi iltapäivä. Tasalattiatila, jossa mahdollista käydä keskustelua 4-6 hengen pöytäryhmissä. <i>Ei auditorio.</i> Voidaan toteuttaa myös olemassa olevan tapahtuman ohjelman
Osallistujat:	(Urheilu)tapahtumien järjestäjät, jotka järjestäneet tapahtuman Jyväskylässä. Matkailu- ja elämyspalveluiden tuottajat sekä muut palveluiden tuottajat ja kumppanit.
Järjestäjä:	Tapahtumakaupunki Jyväskylä, mukana myös Visit Jyväskylä Region
Ennen tapahtumaa:	Ennakkona MOTOROLA -mallin mukainen pohdinta tarjoaa neljä kysymystä, joiden avulla oppimisprosessin eri vaiheita voidaan arvioida ja kehittää osaamista eteenpäin: - Mikä meni hyvin? - Mikä huonosti? - Mitä olemme oppineet? - Mitä viemme laajemmin käytäntöön? Osallistujat voivat MOTOROLAn pohjalta pohtia ajatuksia ennakkoon. Mikäli halutaan kuulla esityksiä toteutuneista tapahtumista, nämä voidaan purkaa esimerkiksi Pecha Kuchan -formaatin avulla . Formaatissa kullakin esiintyjällä on käytettävissään 20 kalvoa x 20 sekuntia. Tämä auttaa pitämään esitykset mielenkiintoisina, ohjaa
Ohjelma:	Avaus Pecha Kucha -esitykset: 20 kalvoa x 20 sekuntia per esiintyjä, joissa tapahtumien järjestäjät ja palveluntuottajat jakavat kokemuksia Pienryhmäkeskusteluja esitysten pohjalta (esim. Learning Cafe), joissa pureudutaan ylös käytäntöihin, oppeihin tai muihin kysymyksiin eri teemoissa. Yhteenveto