



Seinäjoki Semester Festistä elämyksiä opiskelijoille

29.12.2023

Seinäjoella opiskeleville Sedun, Seinäjoen lukioiden ja SeAMKin opiskelijoille suunnattu konsertti järjestettiin ensimmäistä kertaa lokakuussa 2023. Tapahtuman tavoitteena oli ensisijaisesti tarjota opiskelijoille maksuton konserttielämys ja yhteisöllistä tekemistä opiskelutarjojen keskeelle sekä tukea näin opiskelijoiden hyvinvointia ja pääsyä kulttuurin pariin. Tapahtumalla haluttiin myös nostaa esiin Seinäjokea opiskelukaupunkina sekä vahvistaa mukanaolevien organisaatioiden yhteistyötä uudella projektilla. Konsertti kantoi nimeä Seinäjoki Semester Fest. Seinäjoki Areenan B-hallissa 5.10.2023 järjestetyssä konsertissa esiintyivät Yeboyah ja Kasmir sekä DJ Paski, joka myös juonsi konsertin. Järjestäjätahoilla oli mahdollisuus tuoda konsertin yhteydessä organisaationsa esille, esimerkiksi järjestämällä konserttitilassa oleville osastoilleen ohjelmaa.



Tunnelmia Seinäjoki Semester Festistä lokakuulta 2023. Artisti kutsui ihmisiä myös kanssaan lavalle.

Konsertin järjestelyjen koordinaatiovastuu oli Seinäjoen ammattikorkeakoulun viestinnällä ja markkinoinnilla, mutta tapahtuman järjestämisestä vastaavaan työryhmään kuului jäseniä kustakin järjestäjäorganisaatiosta. Opiskelijoille maksuttoman konsertin tarjosivat yhteistyössä Seinäjoen kaupunki, SeAMK, Seinäjoen koulutuskuntayhtymä Sedu, Seinäjoen ammattikorkeakoulun opiskelijakunta SAMO sekä OmaSp yhdessä Töysän ja Kuortaneen Säästöpankkisäätiöiden kanssa. Tapahtuma oli päihteetön.

Tapahtuman tuotannon valmistelu ja aikataulutus

Tapahtuman alustavat suunnitelmat käynnistyivät vuoden 2022 SeAMKin 30-vuotisjuhlakonsertin myötä, joka kampusalueella järjestettynä kiinnosti myös SeAMKin ulkopuolisia henkilöitä. SeAMKin näkökulmasta uusi konsertti haluttiin laajemmaksi kattamaan mahdollisuuksien mukaan kaikkia paikkakunnalla opiskelevia. Käytännössä keskeisimmät varsinaiset tuotantoon liittyvät toimet tapahtuivat vuonna alkukevästä 2023 alkaen. Tapahtuman tuotantoon liittyviä toimenpiteitä on kuvattu kuviossa 1.

Toteutus: keskeisimmät tuotannon toimet ja aikataulut

Alkukevät 2023	Huhtikuu	Toukokuu	Kesäkuu (+heinäkuu)	Elokuu	Syys- ja lokakuu
organisaatioiden keskustelut mukanaolosta	tuottajan työn aloitus	järjestäjätahojen rahoitusosuuksien sopiminen	valo- ja ääni-toteutuksen kilpailutus	EA-palveluiden kilpailutus	aikataulun ja tapahtumatilan suunnittelu
tuottaja-harjoittelijan rekrytointi	artistitoive-kysely opis-kelijoille	artistisaatavuus-tiedustelut	keikkaneuvottelut	rannekeiden kilpailutus	ilmoittautuminen
tapahtumatilan varaus	budjetointi	keikkaneuvottelut	artistien buukkaus	tarjouspyyntö tapahtumarakenteista	markkinoinnin tehovaihe
	alustavat hinta-tiedustelut	tiedotus lukioille	markkinointi-suunnitelma	riderit ja käytännön asiat artistien tuottajien kanssa	tilaukset ja hankinnat
	Areena-käynti: keikkamyymien käytännön järjestelyjen suunnittelu		visuaalisen ilmeen suunnittelu	tarkennukset AV-tarjoukseen	catering
				dj-juontajan buukkaus	pelastussuunnitelma
				nimen ja ilmeen vahvistaminen	yleisötilaisuusilmoitus poliisille
				markkinointimateriaalit ja markkinoinnin aloitus + insta-tili	rannekejaot
					tapahtuman rakentaminen
					KONSERTTI JA STREAM 5.10.
					jälkimarkkinointi & somekampanja
					palautteet ja vaikuttavuusarviointi

Tapahtuman markkinointi ja viestintä

Tapahtumaan liittyvät markkinointi ja viestintä kulkivat käsi kädessä tapahtumatuotannon kanssa. Tapahtuman koordinoijana SeAMK vastasi viesteistä ja visuaalisista materiaaleista, mutta kukin järjestäjäorganisaatio hoiti materiaalien ja yhdessä läpikäydyn aikataulun pohjalta viestinnän oman organisaationsa opiskelijoille valitsemissaan kanavissa. Tapahtumaan liittyvän markkinoinnin toimenpiteiden aikataulua on avattu tarkemmin kuviossa 2.

Markkinoinnin aikataulu					
Huhtikuu	Toukokuu	Elokuu	Syyskuu	Lokakuu	
Forms-kysely artistitoiveista opiskelijoille	Forms-äänestys artistitoiveista opiskelijoille	Mainos Slice-lehdessä	Artistijulkistusuutiset ja ilmoittautumislinki intrat, sähköpostit, Teams- ja Wilma-viestit	Rannekejako torilla	
- levitys (SeAMK): Teams-viestit, intra	- levitys (SeAMK): Teams-viesti	Tapahtuma-uutinen: intra, Wilma, paperi- ja screen-ilmoitukset	Juliste- ja screen-mainonta kampuksilla	Viimeiset uutiset ja viestit	
Paperi- ja screen-ilmoitukset kampuksella	WhatsApp-viesti opiskelija- ja tutor-ryhmiin	kampuksilla	QR-koodit ilmoittautumiseen kampuksilla	Tapahtumainfo ilmoittautuneille	
(kyselyt jaettu levitettäväksi myös Sedulle ja lukioille)		Ständi SeAMKin orientaatiopäivässä	Somemarkkinointi:	Mediatiedote	
		Facebook-tapahtuma	- Artistijulkistukset	Somemarkkinointi:	
		Instagram-tili	- Tapahtuman perustiedot Q&A –video	- Rannekejakoinfo osa 2 + storyt	
		Someen teaser- ja trailerivideot sekä esittelypostaus	- Ilmoittautumis-/osallistumistutoriaalivideo	- Loput järjestäjäesittelyt	
			- Järjestäjäorganisaatioiden esittely	- Aikataulu, infokoonti, Paski-esittely	
			- Rannekejakoinfo osa 1	- Storyt ja postaukset paikan päältä	
			Ständi SeAMKilla	- Kiitos-postaus & kuvakoonti	
				- Koostevideo	
				Somekampanjat (SeAMK):	
				- 1: Kuva+stream-linkki, 2: koostevideo	

SeAMK myös striimasi ja teki koostevideon tapahtumasta. Koostevideo oli myös järjestäjätahojen markkinoinnin käytettävissä tapahtuman jälkeen. Tapahtumalle tehtiin oma Instagram-tili, jotta kaikki jaettava materiaali olisi myös helposti ja avoimesti saatavilla somessa.

Tapahtuman tuloksellisuus

Konsepti ja järjestelyt sekä ammattimaisuus saivat kiitosta osallistuneilta sekä myös artisteilta. Palautekyselyissä saatiin myös hyviä kehitysehdotuksia mahdollista jatkoa varten. Tapahtuman tuloksellisuudesta on tehty erillinen arviointiraportti, josta tässä nostetaan esille vain muutamia asioita. Tapahtumaan ilmoittautui reilut 600 opiskelijaa ja eri organisaatioiden tekemien viestintätoimenpiteiden myötä viestinnällä pyrittiin usean toiston myötä tavoittamaan kaikki kaupungissa opiskelevat noin 10 000 opiskelijaa/oppilasta. Striimiä seurasi suorana lisäksi parisataa henkilöä. Pidempää koostetta katsottiin Youtubessa jälkikäteen lähes 100 kertaa. Sosiaalisessa mediassa tehtiin orgaanisten päivitysten lisäksi myös kohdennettuja maksullisia kampanjoita. Niillä tavoitettiin yhteensä 365000 tiliä ja 460000 näyttökertaa. Striimiin saatiin ohjattua toisella kampanjalla 761 klikkausta. Semester Fest Instagram-tili tavoitti 7500 tiliä, ja yhteensä 227 sitoutumista julkaisuihin. Seuraajia oli 84. Julkaisuja tehtiin 10 kpl, tarinoita 31 ja keloja 1 kappale. SeAMKin TikTokissa Seinäjoki Semester Fest-julkaisuilla oli yhteensä 5200 näyttökertaa. SeAMKin Instagram-tilillä Seinäjoki Semester Fest-julkaisut tavoittivat orgaanisesti 60 000 tiliä. Julkaisuita 5, tarinoita 9 ja keloja 2. Yhteensä kokonaistavoittavuus somessa oli siis noin 437 000. Muiden järjestäjätahojen tapahtuman tuloksellisuuteen liittyvät luvut laskettaisiin tähän lisäksi. Työryhmän arvioissa nousivat esille mm. tapahtuman ajankohta, ihmisten myöhäinen tapahtumaan ilmoittautuminen sekä ilmaistapahtumaan liittyvä matala kynnys joko perua tulonsa tai jättää tulematta. Tapahtumaa suunniteltiin alun perin heti lukuvuoden alkuun, mutta muiden tapahtumien vuoksi sille ei valitettavasti löytynyt sopivaa ajankohtaa. Etukäteen oli jo tiedossa, että kouluajan ulkopuolella, mutta kuitenkin kellonajaltaan aikaisin tapahtuva päihteetön tapahtuma ei houkuttele kaikkia. Ajankohta kilpailee myös opiskelijoiden ja oppilaiden muun vapaa-ajan ja harrasteiden kanssa. Kohderyhmän oli ikähaitariltaan ja makumieltymyksiltään laaja, joten artistivalinnat eivät voi miellyttää kaikkia. Tapahtumassa oli mukava tunnelma, joten siitä näkökulmasta tapahtuman päätavoite toteutui. Organisaatioiden sisäisen viestinnän ja somen avulla viestiä saatiin myös levitettyä kohderyhmälle valtakunnallisesti, joten vaikka kehitettävää jäi erityisesti osallistujamäärän suhteen, voidaan tapahtuman tavoitteet kokonaisuudessaan katsoa onnistuneeksi.

Outi Kemppainen viestintä- ja markkinointipäällikkö, SeAMK**Saara-Mari Kontiokoski** tapahtuman tuottajajarjoittelija, SeAMK**kulttuurituotannon** opiskelija