



Aikuisopiskelijan viikko
2008
www.aoviikko.org

Aikuisopiskelijan viikko 2008

--

Manuaali onnistuneeseen tapahtumaan

Tämä opas on tarkoitettu sinulle, joka järjestät tapahtumia ja toimintaa vuoden 2008 Aikuisopiskelijan viikolle.



Aikuisopiskelijan viikko
2008
www.aoviikko.org

Tavoitteet ja taustat

Markkinointia

Kun Aikuisopiskelijan viikon tavoitteet yksinkertaistaa, on kyse kaikkien aikuiskoulutuskentän toimijoiden markkinoinnista ja elinikäiselle oppimiselle myönteisen asenteen edistämisestä. Toinen tärkeä tavoite liittyy tapaan, jolla aikuiskoulutuksen kentän tulisi toimia. Tavoitteena on:

Edistää eri toimijoiden verkottumista ja yhteistyötä yli oppilaitosrajojen edeten kilpailusta kohti kumppanuutta.

Valtakunnallisuus ja yhteistyö

Aikuisopiskelijan viikko on valtakunnallinen kampanja. Valtakunnallisuus syntyy toki osaltaan projektin tekemästä viestinnästä, mutta ennen kaikkea se syntyy jokaisen paikallisen toimijan omista toimenpiteistä, jotka muodostavat suuremman kokonaisuuden.

Sama logiikka toimii myös seutu- tai maakuntatasolla. Kun voimia yhdistetään, saadaan näytävyyttä ja tehokkuutta huomattavasti enemmän. Yhteistyön edellytyksenä on jokaisen mukana olevan toimijan omat selkeät tavoitteet, jotka ovat riittävän samanlaiset muiden yhteistyökumppaneiden kanssa.

Oma tavoitteesi

Kun aloitat suunnittelemaan toimintoa tai tapahtumaa Aikuisopiskelijan viikolle, käytä vielä hetki koko viikon tavoitteiden kertaamiseen. Vertaa niitä oman organisaationne tavoitteisiin. Sen jälkeen voit käyttää seuraavia kysymyksiä apuna hahmotellessasi tämän projektin tavoitteita.

- Mihin organisaationne prosessiin tapahtuma liittyy?
- Mikä on tapahtuman rooli tässä kokonaisuudessa?
- Mikä on yksittäisen kohtaamisen tavoite, organisaation, osallistujan ja mahdollisten sidosryhmien näkökulmasta?
- Millä mittarilla onnistumista voisi mitata?

Kumppanit koolle

Seuraavaksi voit kutsua kaikki lähialueesi aikuiskoulutuksen toimijat koolle, mikäli jo ette ole kokoontuneet. Voitte esim. seuraavien kysymysten kautta pohtia mahdollisuuksia yhteiseen toimintaan.

- Mitä yksittäisiä toimenpiteitä kukin on ajatellut järjestää?
- Missä voisimme yhdistää voimia?



Aikuisopiskelijan viikko
2008
www.aoviikko.org

- Mitä täysin uutta voisimme tehdä?
- Miten teemme yhteisen projektin?
 - Millainen projekti/tapahtuma hyödyttäisi meitä kaikkia?
 - Kuka hallinnoi ja on vetovastuussa?
 - Mitä resursseja kukin tuo mukaan projektiin? Miten tehtävät jaetaan?
 - Mitä kustannuksia syntyy ja miten kustannukset jaetaan?
 - Mihin tarvitsemme ulkopuolista apua?
- Mikä on tavoitteemme yhteistyölle tänä vuonna? Ensi vuonna? Tulevaisuudessa?

Mukaan suunnitteluun kannattaa oppilaitosten lisäksi pyytää esim. työvoimatoimisto, Yrittäjäjärjestö, Kauppakamari, paikallinen kehitysyhtiö ja/tai maakuntaliitto. He voivat auttaa ennen kaikkea viestinnässä ja mahdollisesti järjestelyissä sekä rahoituksessa.

Tapahtuman perusteita

Saatat olla jo markkinointi- ja oppimistapahtumien tuotannon veteraani, mutta haluamme silti antaa muutamia vinkkejä hyvän tapahtuman järjestämiseksi. Seuraavasta kappaleesta löydät muutamia esimerkkejä Aikuisopiskelijan viikkoon sopivista tapahtumista. Voit käyttää niitä suoraan tai muokata niistä omanlaisesi version tai keksiä täysin oman. Suunnitteletpa minkälaista tapahtumaa tahansa, tästä kappaleesta löydät muistilistoja työsi tueksi.

1. Taustaa

- Mikä osallistujia/kohderyhmää motivoi, miksi he tulisivat tapahtumaan?
- Mitä opittavaa osallistujilla voi olla toisiltaan ja mitä sisältöä he voivat tuottaa tapahtumaan/ tapahtumassa?
- Mitä opittavaa teillä voi olla osallistujilta? Mitä tietoa he voivat sinulle antaa?
- Valitaan kattoteema ja aiheet.
- Millainen on tapahtuman tunnelma? Millaisen mielikuvan haluat sillä herättää?

2. Ohjelma

- Teeman pohjalta rakennetaan karkea ohjelmarunko, puhujalista, jne.
 - Pääpuhujat
 - Esimerkkitapaukset
 - Ryhmätyöt
 - Osallistujien aktivointi
- Ohjelmaan ja järjestelyihin liittyvät päätetyt asiat kirjataan skriptiin, jota päivittämällä seurataan toteutusta. Seuraavat asiat kannattaa muistaa:
 - Puhujien briiffaus tavoitteista
 - Ohjelman tarkentaminen
 - Aikataulut
 - Tarvittavat välineet
 - Puheenjohtajien / fasilitoijan toiminta
 - Avauspuheenvuoro

3. Viestintä

- Miten, kenelle, millä keinoilla ja milloin tapahtumasta viestitään?



Aikuisopiskelijan viikko
2008
www.aoviikko.org

4. Järjestelyt

- Millainen on tapahtuman fyysinen ympäristö ja sen vaatimat järjestelyt
 - Paikka ja tilat
 - Tarjoilut
 - Tekniikat (esim. av-palvelut)
 - Pöytäjärjestelyt
 - Somisteet, julisteet, pöytäliinat, kukat
 - Työntekijät
 - Matkajärjestelyt
 - Luvat (esim. Teosto ja Gramex)

5. Viime hetken tarkistuslista (esim. 2 viikkoa ennen tapahtumaa)

- Käydään ohjelma uudelleen läpi
- Briiffaus puhujille ja muille esiintyjille. Oleellista on saada kaikille yhteinen mielikuva päivän perusrakenteesta. Esim. kuka vastaa päivän aihepiirin yleisestä esittelystä, viitekehyksen luomisesta ja kuka tarkentaa mihinkin aiheeseen.
- Puheenjohtajat käyvät läpi yhteistoiminnan
- Ryhmätyöt tai kartoitukset ja niiden niiden dokumentointi
- Tarkistetaan viestintä (mediat, jne) ja käytännön järjestelyt
- Jaetaan kirjallinen ohje esiintyjille

Esimerkkejä tapahtumista

Liitteestä löydät viisi erilaista tapahtumaesimerkkiä, joita voit vapaasti hyödyntää. Esimerkeistä löytyy hyvin erilaisia lähestymistapoja esim. kohderyhmän, tapahtuman keston, kustannusten ja tyylin osalta.

Aikuisopiskelijan messut

Haastamme sinut ajattelemaan perinteisiä messuja hieman uudella tavalla. Miten voisit kääntää perinteisen näytteilleasettaja - osallistuja asetelman hieman tasavertaisemmaksi ja synnyttää aitoja kohtaamisia ihmisten välillä? Tai voisitko kääntää koko asetelman ylösalaisin? Älä tyydy vain jakamaan esitteitä, kyniä ja karkkeja. Haasta jokainen osastollasi kävijä mukaan toimintaan ja esim. tuottamaan sinulle hyödyllistä tietoa. Muista, että messuilla kannattaa mitata enemmän aidosti tavoitettujen ihmisten määrää, kuin kokonaiskävijöiden määrää.

Messuosastot voivat olla vaikkapa sohvaryhmiä tai hierontapöytiä, kunhan ne jotenkin pystytään linkittämään haluttuun viestintään.

Myös tapahtumapaikka voi olla muuta kuin perinteinen messu- tai urheiluhalli. Vieköö messut sinne, missä ihmiset luontaisesti liikkuvat, kuten ostoskeskukseen tai kävelykadulle. Näin tavoitatte oman viestintänne lisäksi myös ne ihmiset, jotka liikkuvat ko. paikalla muutoinkin.



Aikuisopiskelijan viikko 2008 www.oviikko.org

Päivitä sisäinen softasi! -kohtaaminen

Tämä tapahtuma on vaihtoehto perinteiselle avoimet ovet tapahtumalle tai julkkisluennolle. Toisaalta sen voi pitää juuri avointen ovien päivänä, sen erillisenä ohjelmalla, mutta tällöin saatetaan menettää mahdollisuus eri oppilaitosten yhteistyöhön. Tilaisuuden tarkoituksena ei ole koota paikalle suuren suurista massoista, vaan saada entiset hyvät asiakkaat tuottamaan sinulle tärkeää tietoa ja toisaalta saada heidät innostumaan uudestaan oman osaamisen päivittämisestä.

Ohjelmassa korostuu vuorovaikutus ja asioiden esittämisen tyyli. Esim. hyödyt oman osaamisen näkyväksi tekemisestä näyttökokeella tai oppisopimuskoulutuksen avulla voidaan puheita tarinoiksi, joita esitellään talk showssa.

Urakahvila

Tarkoituksena on tässäkin mennä sinne, minne ihmistenkin on helppo tulla. Tapahtumapaikaksi soveltuu melkein mikä tahansa kahvila jostakin keskeiseltä paikalta. Tilan ei tarvitse olla täysin suljettu, se voi olla esimerkiksi jonkin kahvilan eri kerros, nurkkaus tai muu vastaava hieman omassa rauhassaan oleva osa. Järjestelyiksi riittää tilan käytöstä sekä tarjoiluista sopiminen kahvilan pitäjän kanssa. Virittele tilaan esim. Aikuisopiskelijan viikon julisteita ja tarvittaessa heijasta kuvaa dataprojektorilla seinälle.

Ohjelma kannattaa pitää yksinkertaisena. Otat kaikki osallistujat vastaan, ohjaat heidät ottamaan kahvit ja muut tarjoilut ja aloitat tapahtuman. Lyhyiden alkusanojen jälkeen kahvinjuonnin lomassa voidaan tehdä pieni esittelykierros ja sen jälkeen voit esitellä varsinaisen asiasi. Pidä esitys lyhyenä, noin 15-20 minuuttia, tiivistä siihen tälle kohderyhmälle olennaisin viestisi.

Voit pitää päivän aikana useita kahvitilaisuuksia, joista jokaiseen voit valita vaikka erilaisen kohderyhmän. Kutsu yrittäjät aamukahveille, jokin toinen ryhmä lounaan jälkeen ja kolmas vaikka iltapäiväkahveille.

Tämäkin tapa on melko edullinen ja helppo järjestää. Samalla kun tapaat valitun kohderyhmäsi, saat kaupan päälle näkyvyyttä, joka kohdistuu kahvilan muihin asiakkaisiin. Valitse siis paikka sen mukaan, missä juuri sinun kohderyhmäsi on edustettuna.

Jalkautuminen yrityksiin

Yksittäinen yritysvierailu on jo sinällään hyvä asia, mutta kun paikkakunnan tai seudun kaikki toimijat yhdistävät voimansa ja järjestävät yhdelle päivälle mahdollisimman monta yritysvierailua, syntyy ilmiö. Jos yhdelle henkilölle sovitaan päiväksi 4 vierailua ja paikkakunnalta saadaan 10 henkilöä osallistumaan projektiin, voidaan tavoittaa 40 yritystä.

Tämä on hyvin edullinen tapa näkyä ja saada toimintaa aikaan. Lisäksi tavoitat kaksi kohderyhmää samalla kertaa, sekä yrityksen että toisaalta henkilökunnan yksittäisinä kouluttajina.



Aikuisopiskelijan viikko
2008
www.aoviikko.org

Laatikon ulkopuolella

Tarkoituksena on jalkautua sellaisiin ympäristöihin missä on aikuiskoulutuksen kannalta vaikeasti tavoitettavat kohderyhmät kuten miehet ja ikääntyneet ihmiset. Tarjotaan ihmisille oman kiinnostuksen kohteen kuten urheilutapahtuman, konserttien yms VIP-palveluja sitä vastaan, että saadaan heiltä kartoitus heidän omista koulutustarpeistaan.

Tämän pohjalta saadaan arvokasta tietoa siitä kohderyhmästä, joka ei vielä käytä aikuiskoulutuksen palveluja. Lisäksi tapahtuma toimii hyvänä osana omaa markkinointi - ja imagon rakentamisprosessia.

Viestintä

Valtakunnallinen näkyvyys

Aikuisopiskelijan viikon suurin ja näkyvin toimenpide on kaksipäiväinen Aikuisopiskelijan viikon päätapahtuma Sanomatalolla Helsingissä. Tapahtumaan liittyen Helsingin Sanomien välissä ilmestyy Aikuisopiskelijan viikon alussa oma Aikuiskoulutusliite sekä mainos tapahtumasta.

Valtakunnallinen tapahtuma syntyy siitä, että jokainen aktivoi oman alueensa paikallisen median tekemään tiedotetta / juttua aikuiskoulutusviikosta korostaen aikuiskoulutuksen alueellisesta hyötyä. Näin saamme valtakunnallisella tasolla huikean näkyvyyden ja ansaitsemansa arvostuksen aikuiskoulutukselle.

Vuoden aikuisopiskelija -kilpailu

Lisäarvona on myös vuoden aikuisopiskelija -kilpailu, jossa te saatte ehdottaa teidän mielestänne vuoden parasta aikuisopiskelijaa. Vuoden aikuisopiskelija julkistetaan Aikuisopiskelijan viikon päätapahtumassa Helsingin Sanomatalolla. Palkitulle ja hänen koulutuksensa järjestäjälle on varmasti luvassa valtakunnallista medianäkyvyyttä, joten kannattaa osallistua.

Viestinnän tukimateriaalit

Kaikkea viestintätöytä helpottaaksemme olemme laatineet teidän avuksenne muutamia pohjia, joita voitte vapaasti käyttää / muokata omiin tarpeisiinne sopiviksi.

Julisteet / Flyerit
Tiedotepohjat
Tapahtuman lehtipohja
Teksti - / powerpoint-pohja
Lehtimainospohja

Pohjat löytyvät osoitteesta www.aoviikko.org



Aikuisopiskelijan viikko
2008
www.aoviikko.org

Apuja

Tapahtuman järjestäminen vaatii aina tietyn verran henkilöresursseja ja asiantuntemusta. Jos syksyn tilanne näyttää organisaatiossanne tämän suhteen haastavalta, voimme lämpimästi suositella yhteistyökumppaneitamme käyttöönnne:

Business Arena Oy - Tapahtumia, jossa ihmiset aidosti kohtaavat toisensa.
www.businessarena.fi

Aivoteollinen Toimisto Oy - Kohtaamismarkkinoinnin ammattilaiset
www.aivoteollinen.com

Jaa ideasi!

Aikuiskoulutusviikko on järjestetty jo 10. kertaa ja vuonna 2008 on 11. kerta. Jokainen on varmasti kokeillut hyvinkin erilaisia tapoja omalla alueellaan. Me olemme kiinnostuneita siitä, mitä te olette tehneet ja uskomme, että myös muut tämän viikon kanssa tekemisessä olevat haluaisivat kuulla enemmän juuri teidän alueenne ideoista ja toimenpiteistä.

Ideoita ja toimenpiteitä voit laittaa kirjallisesti tulemaan osoitteeseen helena.miettinen@aike.fi tai vaihtoehtoisesti saavut torstaina 28.8.2008 järjestettävään Aikuiskoulutusviikon infotapahtumaan, jossa käydään läpi parhaita kokemuksia vuosien varrelta, sparrataan toisiamme, ja rakennetaan yhdessä suuntaviivoja tämän ja tulevien vuosien osalta.

Yhteistyöstä palkitaan

Tänä vuonna halutaan palkita hyvistä yhteistyön tekemisestä. Se alue, joka saa yhdessä eniten medianäkyvyyttä, palkitaan. Mittarina toimii lokakuun 2008 loppuun mennessä toimitetut lehtileikkeet, nettiartikkelit yms. Materiaalit voi toimittaa joko sähköisesti osoitteeseen helena.miettinen@aike.fi tai postitse osoitteeseen: Aike Oy, Helena Miettinen, Paasivuorenkatu 5 B, 00530 Helsinki.

| Nimi | Paikka ja kesto | Osallistujan sijoittama aika | Tavoite | Sisältö | Kohderyhmä | Mitattava asia |
|---------------------------|--|------------------------------|---|---|---|---|
| Akkuisopiskelun messut | Ostoskeskus, tori, kirjasto tai muu vastaava. Koko päivän, n. 6-7h | 5 - 30 min | Suuren kontaktimäärän saavuttaminen, hyödyntämällä myös tapahtumapaikan luontaista kävijäkuntaa. Imagon rakentaminen. | Koulustarjonnan esittelyä, neuvontaa, huomioita herättävää ohjelmaa. | Järjestävien oppilaitosten nykyiset ja entiset oppilaat sekä sattumanvaraiset ohikulkijat (kohderyhmään kuuluvat) | Saatujen kontaktien määrä (saadut yhteyshetkedot yms). |
| Päivitä sisäinen softasi! | Puolueeton maaperä (ei oppilaitoksen tilia), mielellään tasa-lattaita. Puoli päivää, n. 4h | 4 h | Rajatumman kohderyhmän tavoittaminen, aiheen syvempi käsitelymahdollisuus sekä välttömät hyödyt | Vuorovaikutteinen tapahtuma, jossa inspiroidaan ajattelua esim. hyvällä alustuksella tai talk show keskustelulla ja haastetaan osallistujat tuottamaan omia ajatuksiaan koskien osaamisen "päivittämistä" ja elinikäistä oppimista. | Potentiaaliset tulevat opiskelijat, esim. alueen yrityksistä ja alunneista. | Koulutuksista kiinnostuneiden ja koulutuksiin ilmoittautuneiden määrää. |
| Urakahvila | Keskeisellä paikalla sijaitseva kahvila, ravintola tai vastaava. Yksi noin 45 min, 2-5 / päivä = 4-6 h. | 45 min | Halutun kohderyhmän tapaaminen helposti lähestyttävässä ympäristössä, asiakkuuden hoitaminen. | Yhden 45 min. kahvioletken sisältö: Lyhyet alkusanat, esittäytyminen, kohderyhmälle sopiva tarina tai info. | Eri aikoihin alkavia tilaisuuksia voi kohdentaa eri ryhmille: Alurnit, yrittäjät, maahanmuuttajat, jne. | Koulutuksista kiinnostuneiden ja koulutuksiin ilmoittautuneiden määrää. |
| Jalkautuminen yrityksiin | Yritysten luona, 45-60 min. | 45-60 min | Yrityssasiakkaiden hankkiminen | Samana päivänä mahdollisimman monella työpaikalla tapahtuva paikallisen aikuiskoulutustarjonnan esittely, painopisteenä erityisesti työn ohella suoritettavat koulutukset ja tutkimot. | Yritykset sekä niiden työntekijät | Yritysvierailuiden määrää, saadut uudet yritysasiakkuudet, yksittäisten koulutuksista kiinnostuneiden ja koulutuksiin ilmoittautuneiden määrää. |
| Laatikon ulkopuolella | Urheilutapahtuma (jääkiekko, jalkapallo, ravit, muu) tai kulttuuritapahtuma (esim. teatteri, rock-konsertti) | 15-30 min | Tavoittaa ns. vaikeat kohderyhmät siellä missä he ovat koolla. | VIP-tiiaisuus urheilu-/kulttuuritapahtuman ohessa. Tarina ammattiturhailijan opinnoista ja tutkimusten mahdollisuuksista, Sisäänpääsyn voi lunastaa osallistumalla 10 minuutin kartoitukseen omista koulutustarpeista. | Urheilutapahtumiin osallistuvat, vaikeasti tavoitettavat kohderyhmät (miehet, ikääntyneet) | Tettyjen kartoitusten määrää. |