

Osallistuva budjetointi

Markkinointisuunnitelma

Tavoitteet

- n. 75 helsinkiläistä osallistuu kolmeen samansisältöiseen työpajaan lokakuun lopulla
- vuorovaikutteisuus Osallistuva budjetointi.fi:ssä, keskustakirjasto.fi:ssä ja keskustakirjaston facebook-sivuilla
- medianäkyvyys, tavoitteena n. 10 osumaa
- käyttäjätiedon kerääminen keskustakirjaston suunnittelun tueksi
- kirjastopalveluiden kehittäminen käyttäjälähtöisesti
- eteneminen työpajoissa saaduista tuloksista käytäntöön
- keskustakirjasto -hankkeen tunnetuksi tekeminen
- kirjaston brändin uudistaminen

Kohderyhmät

- verkkosurffaajat, helsinkiläiset ”mielipidevaikuttajat” ja aktiiviset kaupunkilaiset
- yhdistykset ja järjestöt
- WDC –vuodessa mukana olleet, kaupunkikulttuurista ja kansalaisaktivismista kiinnostuneet
- ks. kohderyhmien listaus Cennossa

Pääviesti

Päätä rahasta helsinkiläinen! Vaikuta tulevaisuuden kirjaston kehittämiseen

Kirjasto tarjoaa ensimmäistä kertaa helsinkiläisille mahdollisuutta päättää yhdessä 100 000 € suuruisen kehittämisrahan käytöstä. Raha on osa keskustakirjaston vuosittaista budjettia ja se käytetään tulevaisuuden kirjastoa kehittäviin toimintapilotteihin. Uusi tapa toimia yhdessä kaupunkilaisten kanssa muuttaa kirjastoa – ja ehkä myös kaupunkilaista.

Kanavat

Sisäinen viestintä vko 40

- Helmi (VM)
- kaupungin Helmi (?)

Omat verkkokanavat

- www.keskustakirjasto.fi vko 40 (VM), kootaan kokonainen tietopaketti, esittelyssä myös projektiaihiot
- www.helmet.fi uutinen viikolla 41, tapahtumailmot viikolla 42 (VM & RM)
- www.hel.fi vko 42 (?)
- www.osallistuvabudjetointi.fi vko 40 (HO)
- sosiaalinen media (VM & HO)

Sähköpostikutsut

- ennakkotieto vko 40
- varsinainen kutsu vko 41 (mieti myös digium-ilmoittautuminen + infopaketti keskustakirjasto-sivuilla, joihin osallistujilla on mahdollisuus tutustua etukäteen), HO
- meillä on unelmoijien spostosoitteet, työpajoihin osallistuneiden spostosoitteet, tiettyjä kaupunkiaktiivien listoja, joita voi käyttää

FB-markkinointi

- kaikista työpajoista yksi yhteinen facebook-tapahtuma, jossa kissainkokoisin kirjaimin linkki ennakoilmoittautumiseen (facebookin tapahtumaan ilmoittautuminen ei ole sitova), oltava valmiit vko 41/42 (VM & HO)

Lehdistötiedotteet (VM)

- etukäteispuffaus vko 40
- viikkoa ennen vko 42
- juuri ennen aloitusta vko 43
- työpajojen jälkeen, miten meni?, vko 45 (tehdäänkö tämä? vai vähän myöhemmin, kun pilotit käynnistetään?)

Kaupungin lehdille etukäteistietoa (VM)

- Helsinki-info
- Helsingin henki

Seuranta ja arviointi (VM & HO & PL)

- työpajojen osallistujamäärä
- medianäkyvyys (VM)
- facebook-tapahtuman osallistujamäärät ja kommentointi (HO)
- asiakkaiden kommentit ja palaute verkossa, somessa, kirjastoissa
- asiakkaiden kommentit ja palaute työpajoissa ja työpajojen kävijämäärä (tehtävä erikseen palautelomake työpajoihin, VM)
- työskentelyn sujuvuus työpajoissa
- sisäisen markkinoinnin onnistuminen, henkilökunnan asenne ja ilmapiiri
- ”tarkkailijat” mukaan työpajoihin jokaisesta kirjastosta