

PIRKKA STREET BASKET

KEVÄT 2019 - PALAUTTEET

- Kysely seuroille kiertueen jälkeen
- 14/19 vastausta
- Vaihtoehdot:
 - Kyllä
 - Ei
 - Jotain siltä väliltä
- Lisäksi avoimet vastaukset

Vastaukset on analysoinut Veera Sääski / Koripalloliitto



PIRKKA STREET BASKET – KEVÄT 2019

VUODEN HAUSKIN KOULUPÄIVÄ! Katukorista alakoululaisille.

HELSINKI PE 3.5.	ORIMATTILA TI 14.5.	TAMPERE..... TO 23.5.
FORSSA MA 6.5.	LAUKAA KE 15.5.	KARKKILA PE 24.5.
JÄRVENPÄÄ..... TI 7.5.	LAPPEENRANTA . TO 16.5.	OULU MA 27.5.
TIKKURILA KE 8.5.	KOTKA PE 17.5.	ROVANIEMI..... TI 28.5.
MUNKKINIEMI TO 9.5.	KAARINA MA 20.5	KEMIJÄRVI..... KE 29.5.
VANTAA PE 10.5.	TURKU..... TI 21.5.	
KLAUKKALA..... MA 13.5.	LOIMAA KE 22.5.	

www.basket.fi/katukoris

#PIRKKA
#PIRKKASTREETBASKET
#PIKKUSUDET
@PIKKUSUDET

Ennakkomarkkinointi



- **57 %** vastaajan mielestä ennakkomarkkinoinnilla tavoitettiin toivottu määrä osallistujia
- **86 %** vastaajista oli tyytyväisiä saatuihin materiaaleihin
- **71 %** mielestä etukäteismarkkinointi sujui hyvin – ja loppujen **29%** mielestä melko hyvin

Esimerkkiviesti
kouluille koettiin
hyödylliseksi

“Oli hyödyllistä, kun oli valmiit materiaalit, mitä pystyi välittämään suoraan kouluille.”

Julisteiden kanssa
oli hankaluuksia

“Materiaalille mitä seuroille lähetetään emme keksi käyttöä, koska kaikki markkinointi tapahtuu sähköpostilla kouluille.”

“Markkinointitoimiston viestit menivät roskapostiin ja julisteet lähtivät ennen kuin olimme ehtineet kuitata niitä.”

Ennakkomarkkinointi



“Koulujen etukäteismarkkinointi oli hankalaa, vaikka käytössä oli kaupungin avustuksella kanava kouluille. Näkyvyyttä pitäisi pystyä lisäämään ja samalla pitäisi pystyä saamaan tapahtumaan enemmän muitakin kuin jo pelaavia. Kouluja ja useampia joukkueita voisi houkutella mukaan kisalla, jossa eniten joukkueita tuova koulu palkitaan jollakin.”

Tapahtumaan ei saatu haluttua määrää osallistujia

Jälkimarkkinointi kaipaa virikkeitä

“Liiton materiaali ja videot + some oli hyvä. Kaiken kaikkiaan liiton markkinointityö mennyt selvästi eteenpäin. Markkinoinnillisesti jälkimarkkinointi edelleen haaste. Miten saadaan lasten innostus säilymään kesän yli?”



Jatkossa julisteiden kanssa tullaan toimimaan eri tavalla. Ennakko- ja jälkimarkkinointiin mietitään uusia keinoja.

Tapahtumapäivä ja -paikka

- **100 %** mielestä tapahtuma oli onnistunut
- **86 %** mielestä tapahtumapaikka oli toimiva – ja loppujen 14% mielestä melko toimiva
- **93 %** mielestä tapahtumapaikan sijainti oli hyvä

“Hienosti sujunut päivä, vaikka porukkaa olikin jo iso määrä. Meillä on toimiva konsepti ja yhteistyö!”

“Kiinnostaisi järjestää tapahtuma myös lauantaina, jolloin enemmän ihmisiä liikkeellä.”

“Hienoa että paikallinen kauppias haluaa järjestää tapahtuman kanssamme keskellä kaupunkia upeissa maisemissa.”



Tapahtumat järjestetään myös jatkossa ensisijaisesti kauppojen pihalla. Pelipaikan soveltuvuus tapahtumaan arvioidaan kuitenkin aina tapauskohtaisesti.

Kauppiasyhteistyö ja eväät



- **79 %** vastaajan mielestä yhteistyö kauppiaan kanssa sujui hyvin
- **86 %** vastaajista oli tyytyväisiä eväisiin – loput 14% melko tyytyväisiä
- **79 %** vastaajista oli tyytyväisiä kahviteltan sisältöön – loput 21% melko tyytyväisiä
- **7** seuraa tekee myös muuta yhteistyötä kaupan kanssa ja **6** seuraa olisi kiinnostuneita jatkamaan yhteistyötä myös muussa toiminnassa

Eväisiin toivotaan
jossain lisäyksiä

“Kahviteltalle toivoisimme opettajille jotain "terveellistä" evästä, esim. pikkuporkkanoita.”

“Runsaammat eväät. Osa koulujen luokista ovat eväiden varassa päivän ajan.”

Yhteistyöhön
kauppiaan kanssa
toivotaan tukea
liitolta

“Voisiko liiton kautta yrittää rakentaa Kescoon yhteyttä esim. koriskoulujen osalta? Jotenkin paikallinen kauppias siihenkin mukaan.”



Myös opettajille suunnitellaan terveellinen eväs. Viestissä kouluille pitää täsmentää, että eväs on vain lisä – ei lounas. Seuroille esitellään malleja yhteistyön toteuttamisesta.

Muu toiminta



- **100 %** vastaajista oli tyytyväisiä rekan porukan toimintaan
- **100 %** mielestä rekasta löytyi kaikki tarvittava
- **93%** mielestä viestintä eri tahojen kanssa sujui hyvin

Maajoukkueen
pelaajia toivotaan
vieraksi

“Iso toive olisi saada Susijengin-pelaaja mukaan tapahtumaan. Tänä vuonna peruuntui kaikki yritykset viime hetkillä.”

Tapahtuma myös
yläkoululaisille

“Samanlainen tapahtuma olisi kiva myös yläkoululaisille.”

Vieläkin tarkempi
rautalankamalli

“Uusille seuroille olisi hyvä olla selkeä rautalankamalli, mitä pitää tehdä.”



Maajoukkuepelaajien vierailuja ei voida luvata – mutta kiertueelle otetaan mukaan ainakin pahvisia pelaajia. Laaditaan vielä tarkemmat ohjeet uusille järjestäjille. Yläkoululaisten tapahtuma otetaan mietintään.

Muu toiminta



“Suurimpana toiveena on saada tuleville tapahtumille jokin ohjelma, jolla teemme otteluohjelmat tapahtumaan. Nyt oli todella haastellista tehdä excelillä jo tällaiselle joukkue- ja pelaajamäärälle otteluita. .”

Apuohjelma
otteluohjelmien
tekoon

“Vaikka yksittäisiä tanssimuuveja palkittiin, voisi seuraavan tapahtuman yhteydessä palkita koko päivän parhaimman kannustuksen tai parhaimman koulun, mikä on panostanut kannustamiseen. Ennakkomarkkinoinnissa voisi tätä mainostaa ja näin ollen luokat voisivat helpommin jäädä kannustamaan muita koko päivän ajaksi ja useampi eri luokka-asteen joukkue tulisi samasta koulusta.”

Kannustuspalkinnosta
etukäteen
ilmoittaminen



Selvitetään soveltuuko joku olemassa oleva ohjelma myös kiertueen otteluohjelmien tekoon.
Arvioidaan etukäteen ilmoitettavan kannustuspalkinnon mahdollisuutta.

Hyvän mielen palautteita

“Yhteistyö oli jälleen loistavaa joka välittyi myös koululaisille ja opettajille mistä saimme myös kiitosta.”

“Rekan porukka oli juuri tällaiseen tapahtumaan sopivaa.”

“Rekan porukalle hattu päästä. Erityiskiitos Veeralle. Positiivisella asenteella ja kovalla rutiinilla alkaa mennä tapahtumat. Mikko veti varmaan tyyliin ja on tietysti iso osa tapahtumaa, mistä kauppiaskin kiitteli. Teemu oli loistava lisä porukkaan. Paiski hommia mukana ihan täysillä kun kenttiä laitettiin pystyyn ja ilahduttavasti opasti nuoria talkoolaisia myös kädestä pitäen.”



“Koripalloliiton toimijat hoitivat hommansa hyvin. Kuuluttaja sai lapset hyvin mukaan. Liikkumista tuli varmaankin tällä tavalla tuplasti lisää. Innostunut tunnelma sai kiitosta myös ulkopuolisilta! Koris ja seura saivat hyvin näkyvyyttä!”

KIITOS!

Uusia ennätyksiä

- Kevään kiertueella liikkui 550 koululaista enemmän kuin edellisenä keväänä
- Kiertue kävi pohjoisempana kuin koskaan aiemmin
- Pikkusudet-Instagram tavoittaa koko aika enemmän



PVÄ	SEURAAJAT	JULKAISUT
21.4.2017	180	134
7.3.2018	466	227
13.9.2018	1000	318
18.6.2019	1154	394

	TAPAHTUMIA	OSALLISTUJIA
KEVÄT 2018	19	7000
SYKSY 2018	14	4500
KEVÄT 2019	19	7550