

02 Yhteistyökumppanit

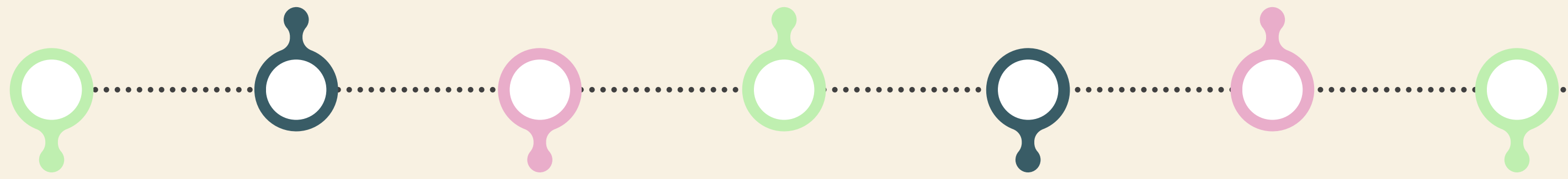
Suunnitteluvaiheessa kartoitetaan yhteistyökumppanit, joita voivat olla esimerkiksi kokoontumistiloja tarjoavat kyläyhdistykset, lähikirjastot, kotiseutumuseot ja senioriasuntojen yhteiskäyttötilojen vastuuhenkilöt.

04 Markkinointi

Tehokas markkinointi kattaa somen lisäksi paikallislehdet, toiminnan toteuttajan kotisivut, jaettavat flyerit ja "puskaradion". Suorat mainosjakelut asiakkaan postilaatikkoon tavoittavat kohderyhmän hyvin.

07 Toiminnan arviointi ja juurruttaminen

Asiakkaan palautteen toiminnan sisällöstä ja toteutuksesta voi kerätä suullisesti tai esimerkiksi anonyymilla palautelomakkeella. Lisäksi on hyvä käydä palautekeskustelua yhteistyökumppaneiden kanssa toiminnan kehittämiseksi.



01 Toiminnan sisällön suunnittelu

Toiminnan sisältö suunnitellaan henkilöstöressurssien, henkilöstön erityisosaamisen ja kohderyhmän toimintakyvyn mukaan. Suunnitteluvaiheessa huomioidaan myös kokoontumistilan asettamat rajoitukset toiminnalle.

03 Aikataulutus

Aikataulutuksessa on huomioitava yksittäisen työpajan kesto, välimatkat ja siirtymisiin käytettävissä oleva aika. Lisäksi on hyvä huomioida alueen vakiintunut kulttuuri- ja virkistystoiminta, johon kiertue voidaan mahdollisesti integroida.

05 Toiminnan toteutus

Tapahtumapäivänä toiminnan toteuttaja valmistelee työpajat ja vastaanottaa asiakkaat. Hyvä työpajatoiminta on vuorovaikutteista ja erilaisiin tilanteisiin ja ryhmäkokoihin mukautettavaa.

01 Toiminnan sisällön suunnittelu

Aikaisemman kiertueen toiminnan arvioimisen jälkeen voidaan alkaa suunnitella ja aikatauluttaa seuraavaa kiertuetta.

02

Toiminta ja kohderyhmä

Suunnitellaan millaiseen ja minkä tahon toteuttamaan toimintaan tai tapahtumaan yhteiskuljetus toteutetaan, mietitään kuljetukselle sopiva kohderyhmä ja markkinoidaan kuljetusmahdollisuutta kohderyhmälle.

04

Reititys

Yhteiskuljetuksen reitti määritellään mahdollisimman resurssitehokkaasti kohderyhmän, toimintapaikan sijainnin ja tapahtumapäivän aikataulun mukaan.

07

Markkinointi ja viestintä

Markkinointi kannattaa resursoida tarkasti niin taloudellisesti kuin ajankäytöllisesti. Oikea-aikainen viestintä monia eri viestintäkanavia hyödyntäen saavuttaa kohderyhmän parhaiten. Toimiva "puskaradio" on todettu tehokkaaksi viestintäkeinoksi.

01

Toiminnan resursointi

Kartoitetaan toimintaan varatut resurssit. Kuljetustoiminta vaatii paitsi runsaasti koordinoitua myös taloudellista resursointia. Vapaaehtoistyöntekijöillä on merkittävä rooli esimerkiksi viestinnässä sekä asiakkaan apuna toimimisessa ja tukena olemisessa itse tapahtumapäivänä.

03

Kohderyhmän erityistarpeet

Kuljetukseen ilmoittautumisen yhteydessä kartoitetaan kohderyhmän mahdolliset erityistarpeet, joita voivat olla esimerkiksi terveyteen liittyvät fyysiset tai sosiaaliset haasteet, tarvittavat apuvälineet tai saattajan tarve.

05

Liikennöitsijän kilpailutus ja valinta

Liikennöitsijän kilpailutuksessa huomioidaan toiminnan toteuttajan mahdolliset hankintasäädökset.

Tarjouspyynnössä tärkeitä tietoja ovat tapahtumapaikka, päivämäärä, reitti, asiakasmäärä ja asiakkaiden mahdolliset erityistarpeet.

08

Toiminnan toteutus ja arviointi

Tapahtumapäivänä asiakkaat noudetaan ennalta sovitun aikataulun ja reitin mukaisesti. Koordinaattori huolehtii kuljettajan ja asiakkaiden ajantasaisesta tiedottamisesta. Toimintaa arvioidaan palautteen, kehitysehdotusten ja erilaisten kuljetuskokeilujen perusteella.



Seinäjoki
KULTTUURI

