

Lisää sisältöjä promoottoritoiminnan kautta

31.12.2024

Seinäjoen ammattikorkeakoulussa on jo monena vuonna pyöritetty opiskelijoista koostuvaa opiskelijalähettilästoimintaa. Muutamia eri nimiä kantanut toiminta on tällä hetkellä nimetty promoottoritoiminnaksi. Jo toista lukukautta tätä nimeä kantava toiminta jakautuu kahteen osaan: messu- ja somepromoottoritoimintaan. Messupromoottorit toimivat pääasiassa messuilla ja somepromoottorit sosiaalisessa mediassa. Promoottoritoimintaa organisoi SeAMKin viestinnän ja markkinoinnin tiimi ja kahtena viime lukukautena vetovastuussa ovat olleet markkinoinnin suunnittelija sekä viestintä- ja markkinointipäällikkö.Promoottoritoimintaan saavat hakea mukaan kaikki SeAMKin opiskelijat. Haku alkaa keväisin ja päättyy alkusyksystä, mutta tarvittaessa promoottoreita voidaan valita myös lukuvuoden mittaan. Hakemuksen lähettäneet henkilöt haastatellaan ja heidän joukostaan valitaan sopiva määrä promoottoreita toimimaan kyseiselle ajanjaksolle. Kahtena viime lukukautena messupromoottoreita on valittu noin 5–6 henkilöä ja somepromoottoreita noin 4–9 henkilöä. Osa promoottoreista on toiminut niin messu- kuin somepromoottorinakin. Opiskelijat saavat promoottorina toimimisesta palkkaa. Promoottoritoiminnan tavoitteena on saada aitoja sisältöjä opiskelijoilta eri kanaviin. Opiskelijoille tämä tarjoaa mahdollisuuden kehittää tai hankkia uutta osaamista sisällöntuotannossa tai muussa markkinoinnissa. Promoottoreiksi valittuja opiskelijoita pyydetään tuottamaan oma kevyt suunnitelmansa, joten myös suunnittelutaidot kehittyvät. Pääkohderyhmänä promoottoreiden tehtävissä ovat potentiaaliset tutkintokoulutukseen hakijat, joka heidät tulee huomioida sisältöideoissa sekä toteutuksen tyyleissä. Promoottorit tekevät osan tehtävistään itsenäisesti, osan mahdollisesti pienissä ryhmissä. Promoottoritoimintaa tarjoaa mahdollisuuden kansainvälistymiseen ja kohtauttaa opiskelijoita, sillä toiminnassa on ollut sekä ja suomen- että jotain muuta kieltä äidinkielenään puhuvia opiskelijoita. Toiminta ohjeistoineen ja tapaamisineen on järjestetty suomeksi ja englanniksi.

Messuilta aidot opiskelijakokemukset

Messupromoottorit valitaan osallistumaan tiettyihin tapahtumiin. Yleensä nämä tapahtumat pitävät sisällään marraskuun lopussa Helsingissä järjestettävät Studia-messut sekä tammikuussa Seinäjoella järjestettävät OpinLakeus-messut. Tämän lisäksi tehtävään voi mahdollisesti kuulua myös esimerkiksi yksittäisiä kouluvierailuja tai joitain pienempiä messutapahtumia. Pyrimme valitsemaan messupromoottoreiksi opiskelijoita mahdollisimman laajasti eri tutkinto-ohjelmista, jotta messuilla olisi esillä mahdollisimman laaja kattaus SeAMKin aloja ja opiskelijoita. Tällä halutaan mahdollistaa se, että messuvierailija kuulee aitoja opiskelijoiden kokemuksia ja saa kysyä lähempänä omaa mieltään askarruttavista asioista. Promoottorit perehdytetään tehtävään, sillä jokaisen messuille osallistuvan promoottorin täytyy oman tutkinto-ohjelman lisäksi osata esitellä myös kaikkia muita tutkinto-ohjelmiamme sekä SeAMKia ja Seinäjokea yleisesti. Messuilla sekä tapahtumissa on aina mukana myös SeAMKin henkilökuntaa, joiden vastuulla on mm. tapahtumakokonaisuus ja kaikkiin aloihin sekä SeAMKiin liittyvät kysymykset. Edellä mainittujen asioiden lisäksi Studia-messuilla on kahtena edellisvuotena ollut mahdollisuus myös päästä tekemään podcastia. Messupromoottorit ovat itse ideoineet aiheita ja ovat päässeet messujen aikana äänittämään niitä jaksoiksi. Aiheet ovat vaihdelleet opiskelukaupungin valitsemisesta perhe-elämän ja opiskelujen yhdistämiseen. Jaksoja pääsee kuuntelemaan SeAMK TALK nimisestä podcastista, jonka löydät Spotifysta.

Somepromoottorit ideoivat ja tuottavat sisältöä sosiaalisen median kanaviin

Somepromoottorien tehtäviin kuuluu pääasiassa sisällön tuottaminen SeAMKin somekanaville joko itse ideoituna tai markkinoinnin tiimin toimeksiantamana. Sisältöä halutaan niin opiskelijoiden arjesta ja elämästä täällä Seinäjoella, kuin myös esimerkiksi esittelyjä eri tutkinto-ohjelmista ja SeAMKin kampuksen tapahtumista. Sisällöksi toivotaan autenttista ja aitoa sisältöä, johon mahdollisten opiskelusta kiinnostuneiden tai omien opiskelijoidemme on helppo samaistua. Somesisällön lisäksi promoottorit ovat päässeet tekemään myös esimerkiksi podcasteja. Messupromoottorien tuottamien jaksojen tapaan nämä löytyvät SeAMK TALKista. Somepromoottoreiksi pyritään valitsemaan eri tutkinto-ohjelmien opiskelijoita, jotta sisältöä saataisiin luotua mahdollisimman laajasti ja huomioiden eri tutkinto-ohjelman ominaispiirteitä. Tärkeintä valinnassa ovat kuitenkin opiskelijan omat ideat sisällöille sekä halu tehdä ja kehittyä sisällöntuotannossa. Somepromoottoritoimintaan osallistuvan opiskelijan täytyy olla valmis tuomaan esille oman arkensa ja tutkinto-ohjelmansa lisäksi myös kaikkia muita tutkinto-ohjelmia sekä koko SeAMKia, mielellään myös omilla kanavillaan. Etukäteen ei tarvitse tietenkään osata kaikkea, vaan toiminnan alkaessa markkinoinnin tiimi perehdyttää opiskelijat.

Promoottoritoiminnan vahvuudet ja

kehitettävät asiat

Kuten kaikessa, myös promoottoritoiminnassa on joitain hyvin toimivia asioita ja joitain kehitettäviä asioita. Suurimpana vahvuutena ovat tietenkin itse opiskelijat, jotka ovat halukkaita lähtemään mukaan promoottoritoimintaan. Ilman heitä tämä olisi mahdotonta. Niin messu- kuin somepromoottoritkin ovat tärkeitä henkilöitä kohtaamaan mahdollisia tulevia hakijoita. Opiskelijan arjesta ja elämästä on usein helpompi kuulla opiskelijalta itseltään kuin vaikkapa henkilökunnan kertomana. Hakijoita voi mietityttää moni asia opiskelussa ja promoottorien omien kokemuksien jakaminen voi ja toivottavasti auttaakin tähän asiaan. Kehitettävänä asiana on promoottorien tuottamat sisältöideat ja niiden laajuus. Emme aina ole saaneet sisältöä aivan niin laajasti kuin olisimme toivoneet. Monesti ideat jäävät helposti ”pintapuolisiksi” ja eri promoottoreilta tulleet sisällöt ovat samantapaisia. Tätä asiaa on kuitenkin saatu tasattua siten, että promoottoreille on annettu valmiita toimeksiantoja juuri niistä aiheista, joista sisältöä halutaan tehtävän enemmän. Sisältöideoiden laajentamiseen on myös auttanut etukäteen suunnittelu niin meidän kuin opiskelijoidenkin puolelta. Somepromoottorit suunnittelevat sisällön ja ennen tekemistä hyväksyttävät sen markkinoinnin tiimillä. Näin ideointivaiheessa saadaan vielä muokattua ideaa haluttuun suuntaan. Ihan aina tämä ei onnistu syystä tai toisesta, mutta onnistuessaan tämä on hyväksi havaittu tapa. Promoottoritoiminta on konsepti, jonka avulla opiskelijoita saadaan mukaan erilaisiin tapahtumiin ja tuottamaan tarvittua opiskelijasisältöä. Opiskelija voi tästä myös hyötyä mm. ammatillisen tai viestinnällisen osaamisen kasvulla tai verkostoitumistaitojen kehittymisellä. Tulevana kevätlukukautena tulemme kokeilemaan somepromoottoritoimintaa jälleen hieman eri tavalla, jotta voimme kehittää toimintaa entisestään. Toivottavasti tuloksena on mielekästä yhteistyötä ja yhdessä opiskelijoiden kanssa tavoitteita saavutetaan entistä paremmin. Annemari KeltamäkiSuunnittelija, markkinointi**Outi Kemppainen** viestintä- ja markkinointipäällikkö Kirjoittajat työskentelevät SeAMKin viestinnässä ja markkinoinnissa, jonka missiona on tukea SeAMKin strategisten tavoitteiden toteutumista vaikuttavalla ja vuorovaikutteiselle viestinnällä. Annemari Keltamäen työnkuvaan kuuluu mm. SeAMKin sosiaalisen median kanavien ylläpito ja päivittäminen, audiovisuaaliset tuotannot ja muutamat tapahtumat. Outi Kemppainen vastaa tiimin esihenkilönä mm. viestinnän ja markkinoinnin tiimin operatiivisesta johtamisesta ja kokonaisuudesta, hakijamarkkinoinnista ja muusta SeAMK-tasoisesta mainonnasta sekä kampanjoista ja osasta tapahtumia. Asiasanat: promoottori, some, messut, tapahtumat, opiskelijat, markkinointi