



SANDSTORM EVENTS

Laura SANDSTRÖM

- Yrittäjä: tapahtumat, konsultointi, puhuja
- Sponsorointi & Tapahtumat ry, operatiivinen johtaja
- Osakas: Finnish iGaming Events + Wayment oy
- Portion Boys: yhteistyöt & Media
- Tapahtumateollisuus hallituksen jäsen

Raikkaan kaupallisuuden puolestapuhuja

SPOT
Sponsorointi & Tapahtumat ry

SANDSTORM-EVENTS.COM



Sponsorointi & Tapahtumat ry



Sponsorointi & Tapahtumat ry on yhteisö, jonka tehtävänä on yhdistää alan toimijat, lisätä sponsoroinnin ja tapahtumamarkkinoinnin tuloksellisuutta, osaamista ja arvostusta.

Visio:

ALAN VAHVIN JA VAIKUTUSVALTAISIN VERKOSTO

Missio:

KASVATTA A ALAN MERKITTÄVYYTTÄ

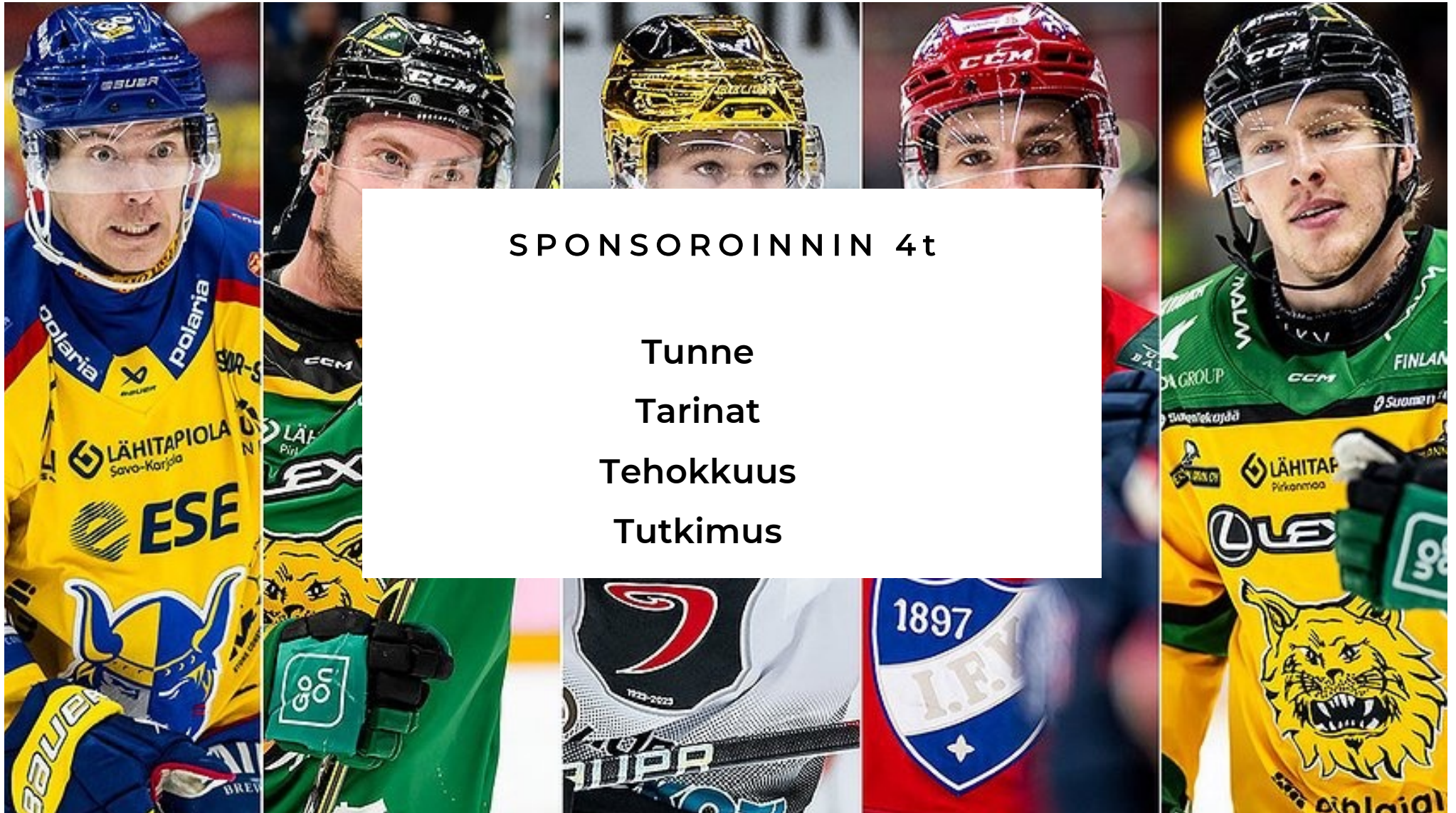


A photograph of a soccer ball on a green grass field. In the background, a soccer goal is visible, slightly out of focus. The lighting suggests it might be late afternoon or early morning, with a warm glow. A white rectangular box is overlaid in the center of the image, containing the text "SPONSORINTI".

SPONSORINTI



Vastikkeellista yhteistyötä
Luovin markkinoinnin muoto
Tarinan kerrontaa
Intohimoja
Arvojen jakamista
Yhteisön rakentamista
Vaikuttamista tunteiden kautta
Kokemusten luomista
Brändin elämyksellistämistä
Yleisön sitouttamista
Pitkäjänteistä kumppanuutta
Tekoja

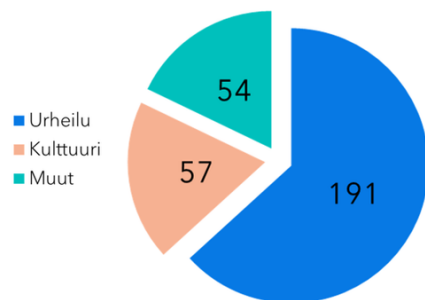


SPONSOROINNIN 4t

Tunne
Tarinat
Tehokkuus
Tutkimus

Sponsorointi

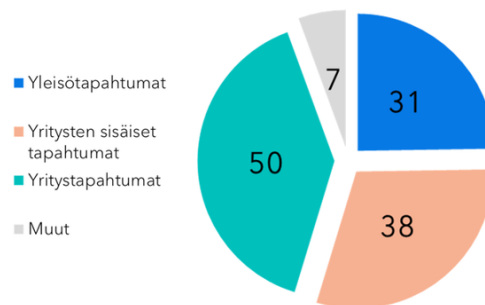
302 MEUR



+10,6 %

Tapahtumat

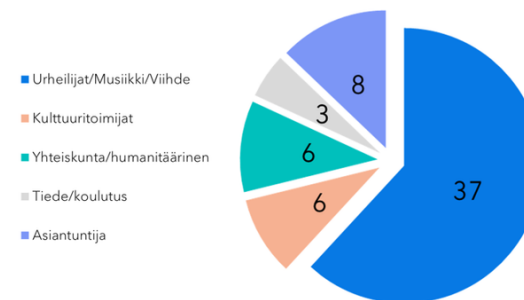
126 MEUR



+1,6 %

Vaikuttajat

60 MEUR



+13,2 %



RAHAPELILAINSÄÄDÄNTÖ

**Suomen rahapelilainsäädäntö muuttuu vuonna 2027,
jolloin muillekin kuin Veikkaukselle sallitaan toimiminen
Suomessa (Onlinepelit ja vedonlyönti)**

**Ennusteiden mukaan kasvattaa sponsorointia noin 20%
eli noin 60 miljoonaa euroa**

Näkyvät jo sopimussummissa kasvuna (Veikkaus)



MOTIIVIT TOP 5

1. Näkyvyys
2. Brändin/tuotemerkin vahvistaminen
3. Yhteiskuntavastuullisuus
4. Myynti
5. Tavoiteltava kohderyhmä

SOPIMUSTEN MÄÄRÄT

	Urheilu	Kulttuuri
Keskiarvo	47	10
Mediaani	24	8
Max	300	26



A photograph of three young women running joyfully along a dirt path in a park. They are all smiling and looking towards the camera. The woman on the left is wearing a grey jacket and blue jeans. The woman in the middle is wearing a blue top and blue jeans. The woman on the right is wearing a light-colored trench coat and dark pants. The background shows large trees and other people walking in the distance.

“Ihmiset unohtavat mitä sanoit ja mitä teit, mutta he eivät koskaan unohda, mitä sait heidät tuntemaan.”

Maya Angelou

A photograph of a soccer ball on a green grass field. In the background, a soccer goal is visible, slightly out of focus. The lighting suggests it might be late afternoon or early morning, with a warm, golden glow. A white rectangular box is overlaid on the center of the image, containing the word "TRENDIT" in bold, black, sans-serif capital letters.

TRENDIT

Mittaaminen ja ROI

Sponsorit vaativat entistä selvempiä todisteita siitä,
mitä arvoa yhteistyö tuottaa.

Pelkkä näkyvyys ei riitä.

Mittaamistapoja on erilaisia, tärkeintä on määrittää
tavoitteet yhdessä.



Esimerkkejä mittaamisesta

Näyttökerrat, reach, peitto eri kanavissa

(TV, somesisältö, tapahtumaympäristö)

Sitoutuminen: klikkaukset, tykkäykset, kommentit,
jakamiset

Liidit / yhteystiedot

(QR-koodit, digitaalinen lomake, badge-skannaukset,
osallistujat)

Konversiot / myyntivaikutus (jos mahdollista)

Brändimittarit ennen / jälkeen: muistettavuus, asenne,
mielikuva



Vaikuttajamarkkinointi ja sponsorointi

Vaikuttajamarkkinointi ja sponsoroinnin rajapinta häilyvä

Yhdistetyt kampanjat: sponsori + tapahtuma + vaikuttaja =
laajempi yleisön tavoittaminen

Brändin uskottavuus ja autenttisuus korostuvat:
vaikuttajien yleisösidos + tuki tapahtumalle



Vastuullisuus ja yhteiskuntavastuu

Jatkuvasti kasvussa, haetaan vaikuttavuutta

Brändit tarvitsevat konkreettisia tekoja ja tarinoita

Ympäristövastuullisuus, sosiaalinen vastuullisuus,
yhteisöllinen vastuullisuus = arvopohjaiset sopimukset
yleistyvät kokoajan



Uudet toimialat ja kasvavat segmentit

Mainonnan pirstaloituminen

Sponsoroinnin edullisuus ja vaikuttavuus

Startupit, terveyden ja hyvinvoinnin alat , B2B



Asiakkuudenhoito

Jää usein liian vähälle huomiolla

Asiakaspito ja luottamus - aina on helpompaa pitää
vanhoja kuin hankkia uusia

Järjestä tapahtumia myös sponsoreille:
verkosto tuo lisäarvoa sponsorijalle

Tiedonjako puolin ja toisin



A photograph of a soccer ball on a green grass field. In the background, a soccer goal is visible, slightly out of focus. The lighting suggests it might be late afternoon or early morning, with a warm, golden glow. A white rectangular box is overlaid in the center of the image, containing the word "CASET" in bold, black, sans-serif capital letters.

CASET

Vastuullisuus on kuningaslaji - Suomen 1. auringonvoimalla toimiva jalkapallostadion



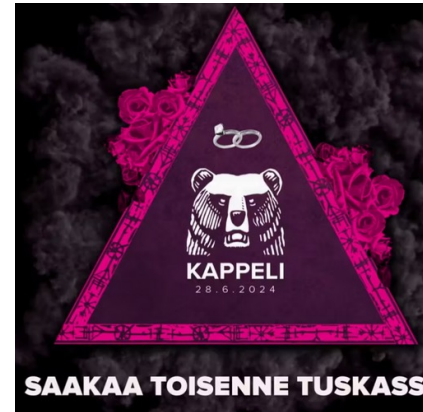
@REALLYGREATSITE

Lumme Energia on Helsingin Jalkapalloklubin (HJK) ympäristöystävällisyysmatkan pääyhteistyökumppani. Vuonna 2023-2024 Lumme Energia toteutti yhdessä HJK:n kanssa uraauurtavan aurinkovoimalahankkeen, joka yhdistää **ympäristövastuun, urheilun ja innovatiiviset energiaratkaisut.**

Hankkeen tavoitteena oli rakentaa ja ottaa käyttöön Töölön jalkapallostadionin katolle rakennettu aurinkovoimala, joka tuottaa uusiutuvaa energiaa stadionin käyttöön, pienentää hiilijalanjälkeä ja **toimii konkreettisena esimerkkinä ilmastotekoja edistävästä sponsoroinnista.** Hanke on hyvä esimerkki siitä, kuinka sponsorointi voi luoda pysyvää muutosta ja hyötyä urheiluseuralle. Aurinkovoimala toimii pitkäaikaisena malliesimerkkinä kestävästä kehityksestä ja HJK:n edelläkävijyydestä.



Karhu Kappeli – Raskaan sarjan häät



@REALLYGREATSITE

Festivaalin keskelle luotu kappeli toimi näyttämönä ainutlaatuisille metallihäille, jotka heijastivat Karhun ja Tuskan yhteistä tarinaa rakkaudesta, aitoudesta ja voimasta.

Hääpari haettiin valtakunnallisella kampanjalla, johon kuului sosiaalisen median näkyvyys, julistekampanja ja videohakemukset. Valikoidulle parille tarjottiin unohtumaton kokemus heidän näköisessään ympäristössä.



Blockfest x Wolt x Ticketmaster

Kesällä 2024 Wolt ja Ticketmaster yhdistivät voimansa tarjotakseen festarikävijöille uuden palvelun, jossa asiakkaiden oli mahdollista tilata Blockfest-rannekkeet ennakoon kotiinkuljetettuna.

Palvelu teki festivaaleille valmistautumisesta entistä helpompaa ja sujuvampaa, sillä asiakkaat, jotka olivat valinneet Wolt-lipputyyppin, pystyivät tilaamaan rannekkeet suoraan kotiin tai noutamaan ne lähimmästä Wolt Marketista.

@REALLYGREATSITE



UFF x Ruisrock second hand festivaalimallisto

Ruisrock ja UFF kutsuivat erityisesti kierrätysmuotiin liittyvistä ratkaisuista tunnetun suunnittelija Mauro Severinon miettimään yhdessä, miten vuoden 2023 myyntituotteet voitaisiin toteuttaa valmistamatta yhtään uutta tekstiiliä. Syntyi tarkasti kuratoidut second hand -tuotemallistot, jotka olivat myynnissä Ruisrockin festivaalialueella vain tapahtuman ajan.

Ruisrockissa sijainnut UFF Second Hand myymälä keräsi toistakymmentä tuhatta kävijää ja UFF nousi festivaalin kävijöille tehdyssä kyselyssä muistetuksi kumppaniksi

@REALLYGREATSITE



OP Ryhmän ja [Ruisrockin](#) yhteistyö jatkuu - Rahaoke raikui Ruissalossa

Ruisrock kokoaa ihmiset musiikin, taiteen ja elämyksien pariin. OP Ryhmä puolestaan haluaa olla rakentamassa toiveikkaampia tulevaisuuksia – yhdessä asiakkaidemme kanssa. **Yhteistyökumppanuudella haluamme luoda yhteisiä, tunteita herättäviä kokemuksia ja elämyksiä, joista kävijöille jää mieleenpainuva muistijälki.**

Toimme Ruisrockiin Rahaoke, jossa festarikävijät pääsivät avaamaan äänihuuliaan rahasta kertovilla kappaleilla. **“Haluamme tukea nuorten mahdollisuuksia toteuttaa unelmiaan oman talouden hallinnan avulla, ja yksi tapa edistää tätä tavoitetta on mennä sinne, missä nuoret ovat.”** Tämän vuoden OP Ryhmän läsnäolo Ruisrockissa ei varmasti jäänyt keneltäkään huomaamatta, sillä muun muassa Rahaoke toi talousaiheet osaksi festaritunnelmaa musiikin keinoin ja tarjosi festarikävijöille mahdollisuuden viihtyä OP:n kanssa, sanoo OP Ryhmän pääjohtaja [Timo Ritakallio](#).

@REALLYGREATSITE



Kaleva x Häät ennen hautajaisia

Kaleva on elokuvan pääyhteistyökumppani. Elokuvan koko tematiikka tukee Kalevan missiota parantaa suomalaisten kuolemaan varautumista henkivakuutuksella ja auttaa oivaltamaan, että kuolema voi kohdata myös työikäisen. **Yhteistyöllä halusimme herättää keskustelua vaikean aiheen ympärillä uudella ja erottuvalla tavalla.**

Kaleva etsi uusia tapoja tavoittaa kohdeyleisöään ja viestiä sille erottuvalla tavalla. Selkeä tavoite elokuvayhteistyölle oli henkivakuutustarpeen herättäminen oivalluttavalla ja kiinnostavalla tavalla ja poistaa varautumattomuuden yleisintä estettä: ”Henkivakuutus ei ole tullut mieleen”.



Villasukkajuoksun SM-kisat, Orivesi

Villasukkajuoksun SM on Oriveden kaupungilla järjestettävä jokavuotinen kisa. Novita Oy on yksi Oriveden Villasukkajuoksun SM-kilpailujen yhteistyökumppaneista vuonna 2022.

Yhteistyön myötä Novita jakoi villasukkien ja villasukkajuoksun ystävien iloksi upean Talvetar-sukkamallin, joka on suunniteltu seuraavia kisoja varten.

Yhteinen viestintä molempien kanavassa, joka sopi kohderyhmälle erinomaisesti.

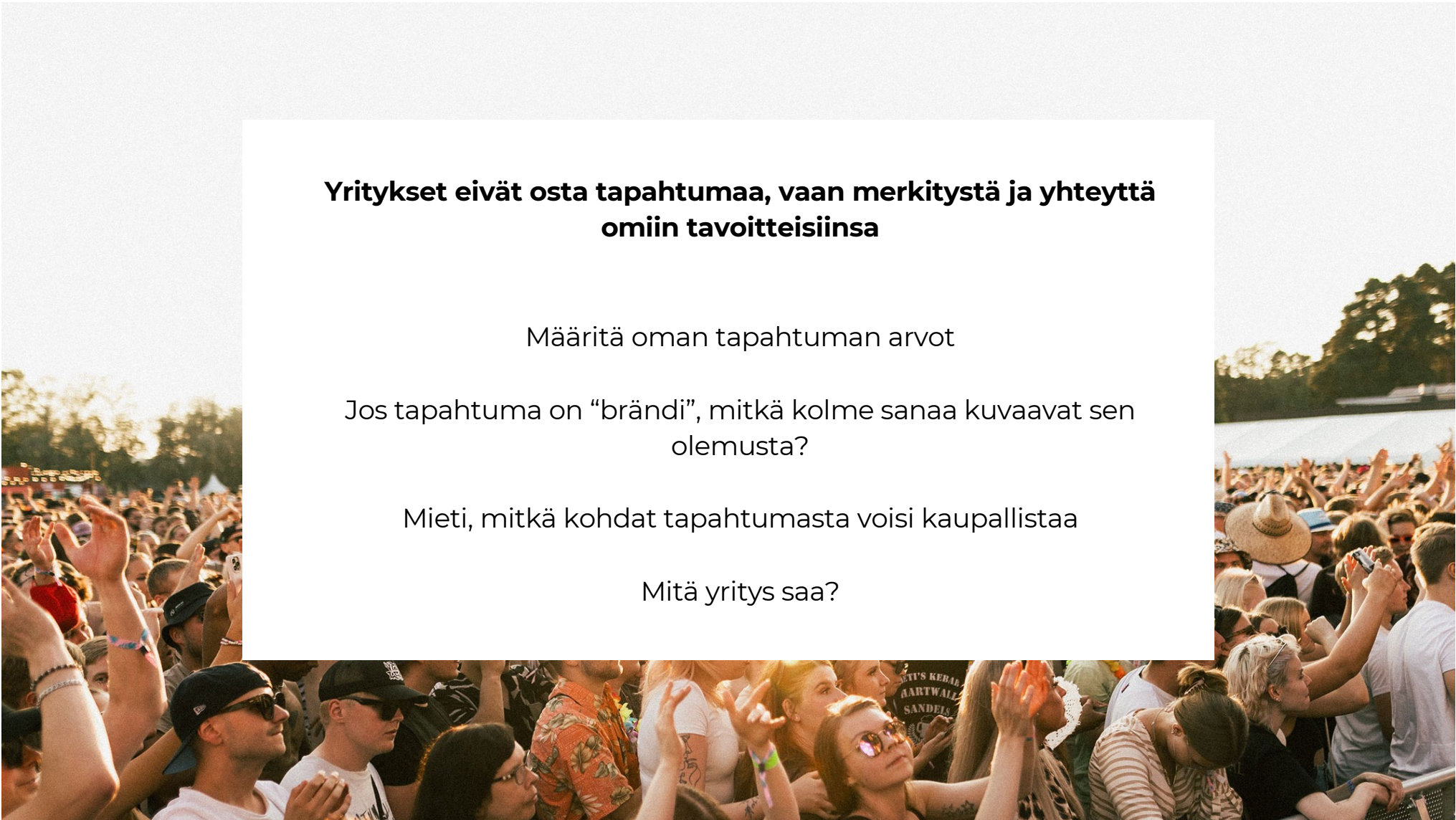
Tämän yhteistyön avulla saatiin **Villasukkajuoksun viestintää valtakunnalliseksi, ja Novita sai sisältöä joka sopi heidän teemaansa täydellisesti.**

@REALLYGREATSITE



A photograph of a soccer ball on a green grass field. In the background, a soccer goal is visible, slightly out of focus. The lighting suggests it might be late afternoon or early morning, with a warm glow. A white rectangular box is overlaid on the center of the image, containing the text.

**Miten lähteä
liikkeelle?**



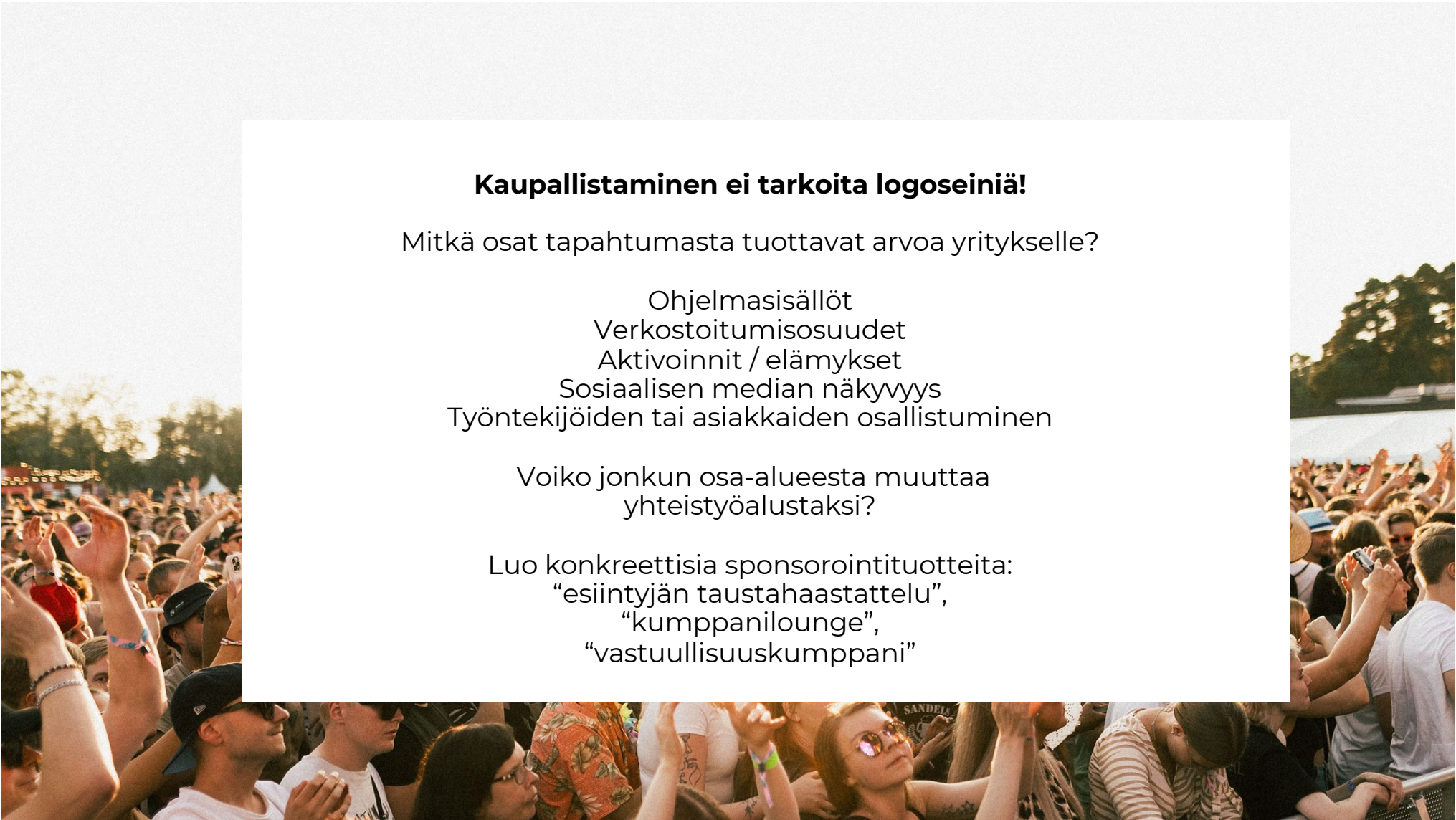
**Yritykset eivät osta tapahtumaa, vaan merkitystä ja yhteyttä
omiin tavoitteisiinsa**

Määritä oman tapahtuman arvot

Jos tapahtuma on “brändi”, mitkä kolme sanaa kuvaavat sen
olemusta?

Mieti, mitkä kohdat tapahtumasta voisi kaupallistaa

Mitä yritys saa?



Kaupallistaminen ei tarkoita logoseiniä!

Mitkä osat tapahtumasta tuottavat arvoa yritykselle?

Ohjelmasisällöt
Verkostoitumisosuudet
Aktivoinnit / elämykset
Sosiaalisen median näkyvyys
Työntekijöiden tai asiakkaiden osallistuminen

Voiko jonkun osa-alueesta muuttaa
yhteistyöalustaksi?

Luo konkreettisia sponsorointituotteita:
"esiintyjän taustahaastattelu",
"kumppanilounge",
"vastuullisuuskumppani"

Rakenna ratkaisu, älä hinnastoa

Aloita tavoitteesta, älä hinnasta

Esittele lyhyesti: tapahtuma / yleisö / tavoite / näkyvyys /
aktivointimahdollisuudet

Luo 2–3 erilaista tasoa (esim. näkyvyys – aktivointi – strateginen
kumppanuus)

Konkretisoi: mitä yritys saa ennen / aikana / jälkeen tapahtuman
Lisää mittarit ja raportointilupaus
("raportoimme teille vaikutukset yhteistyön jälkeen")

Lisää myös "soft value":
vieraanvaraisuus, verkostoituminen, yhteisövaikutus





SPONSOROINTI VOI OLLA MYÖS MUUTAKIN KUIN RAHAA

Tuoteyhteistyö: tarjoilu, juomat, kalusto, tekniikka, kuljetus, majoitus

Palveluyhteistyö: markkinointi, media, somenäkyvyys, viestintä

Tilat ja infrastruktuuri: tapahtumapaikka, lava, kalusteet

Henkilöresurssit: vapaaehtoiset, esiintyjät, juontajat, koulutus

Datayhteistyö: yhteinen näkyvyys, tutkimus tai kävijädata-analyysi

Ekologiset tai vastuullisuusyhteistyöt: esim. kierrätyspalvelu,
hiilijalanjäljen kompensointi

Tuotepalkinnot, lahjat, kilpailut, arvonnat

ÄLÄ UNOHDA PAIKALLISUUTTA

Paikalliset yritykset tuntevat alueen ja sen ihmiset

Pienikin panos voi olla merkityksellinen tapahtumalle

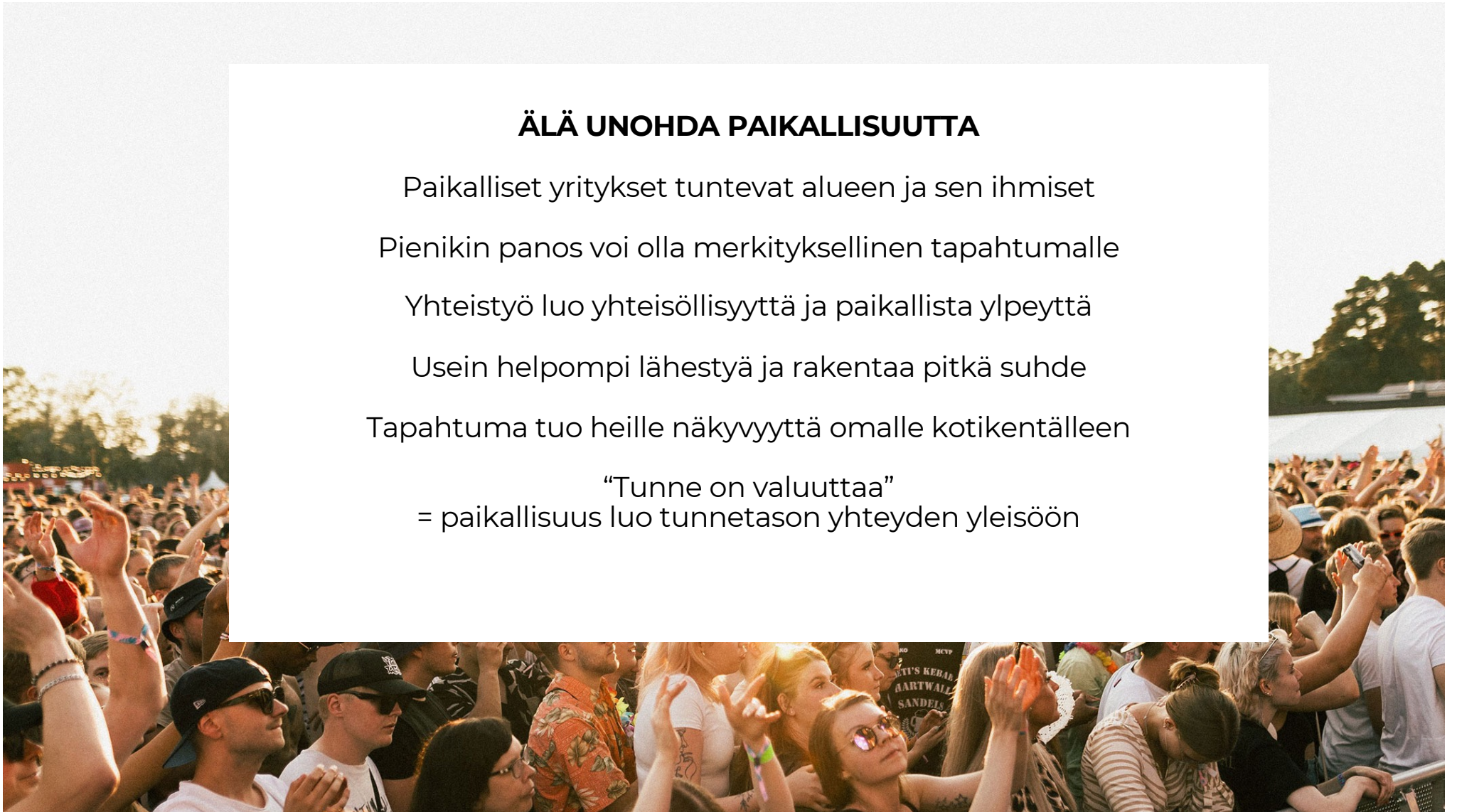
Yhteistyö luo yhteisöllisyyttä ja paikallista ylpeyttä

Usein helpompi lähestyä ja rakentaa pitkä suhde

Tapahtuma tuo heille näkyvyyttä omalle kotikentälleen

“Tunne on valuuttaa”

= paikallisuus luo tunnetason yhteyden yleisöön



KIRSI JUUSTI LÄHITAPIOLA

- ✓ Tee hyvin kotityöt
- ✓ Lähesty arvot edellä
- ✓ Sisältöihin mukaan



SANTERI MÄÄTTÄNEN VATTENFALL

- ✓ Selvitä yrityksen tavoitteet
- ✓ Miten voit olla apuna tavoitteissa
- ✓ Kohderyhmät ja myynti



KIITOS

Ota yhteyttä



Laura Sandström
p. 040 830 6003
laura,.sandstrom@spot.fi

www.spot.fi