



Heli Kitti

KAUSIJULKAISUN TUOTTAMINEN

KAUSIJULKAISUN TUOTTAMINEN

Heli Kitti
Opinnäytetyö
kevät 2013
Liiketalouden koulutusohjelma
Oulun seudun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun seudun ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma, markkinointi

Tekijä: Heli Kitti

Opinnäytetyön nimi: Kausijulkaisun tuottaminen

Ohjaaja: Sirpa Puolakka

Työn valmistumislukukausi ja –vuosi: kevät 2013

Sivumäärä: 35 + 13 liitesivua

Opinnäytetyön aiheena on kausijulkaisun tuottaminen oululaiselle naisjalkapalloseuralle. Kausijulkaisu esittelee jalkapalloseuran toimintaa ja julkaistaan vuosittain kauden alussa. Kausijulkaisun tavoitteena on esitellä seuraa, lisätä seuran tunnettuutta, sitouttaa nykyisiä jäseniä ja herättää uusien pelaajien mielenkiinto seuraa kohtaan. Kausijulkaisu toteutettiin projektityönä.

Opinnäytetyön tietoperustassa käsitellään julkaisun asemaa osana yhteisöviestintää, projektityöskentelyä ja julkaisun tuottamista. Tuottamista käsittelevässä osiossa käydään läpi kaikki kausijulkaisun tekoon kuuluvat vaiheet: sisällön toimittaminen, taitto, paino, jakelu ja budjetti. Osiossa käydään läpi myös taiton eri osa-alueet, kuten visuaalinen ilme ja sisällön koostaminen.

Julkaisun tuottaminen tehtiin projektityönä. Aluksi laadittiin projektisuunnitelma, joka sisältää myös alustavan aikataulun. Tavoitteena oli päättää projekti toukokuun 2013 alussa. Projektipäällikkönä toimi opinnäytetyön tekijä. Toimeksiantajan yhteyshenkilönä toimi sekä opinnäytetyössä että kausijulkaisuprojektissa seuran toiminnanjohtaja. Projektin aikana oltiin yhteydessä myös muihin seuran toimihenkilöihin julkaisumateriaalin hankkimiseksi. Julkaisun laadinnassa hyödynnettiin jo olemassa olevia materiaaleja, kuten valokuvia ja sopimuslomakkeita. Julkaisu taitettiin opinnäytetyöntekijän toimesta Adobe InDesign CS6 – ohjelmalla.

Tämän projektin lopullinen tuotos on valmis kausijulkaisu. Kausijulkaisun painomäärä on 10 000 kappaletta ja se jaetaan seuran jäsenistön ja mainostajien lisäksi Oulun talousalueelle ja lähikuntiin. Kausijulkaisu sisältää joukkue-esittelyt, tietoja seurasta ja sen toiminnasta, pelaajahaastattelun ja yritysten mainosilmoituksia.

Suosittelaaan urheiluseuralle kehitysyhteistyötä oppilaitosten kanssa myös jatkossa. Alan opiskelijoilla on hallussaan uusimmat tiedot markkinointikeinoista, viestinnästä ja visuaalisuudesta, jotka ovat seuran kehittämisen kannalta ajankohtaisia aiheita. Tulevia opinnäytetyöaiheita voisivat olla sisäisen viestinnän kehittäminen, ulkoisen viestinnän kehittäminen ja graafiset ohjeet seuralle.

Asiasanat: julkaisut, projektityö, taitto, yhteisöviestintä, organisaatioviestintä

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree programme in Business Economics, marketing

Author: Heli Kitti

Title of thesis: Producing a periodical

Supervisor: Sirpa Puolakka

Term and year of completion: spring 2013

Number of pages: 35 + 13

The subject of the thesis is to produce a periodical publication for a women's football club in Oulu. The publication presents the football club activities and will be published at the beginning of each season. Goals of the publication are to present the football club, to increase awareness of the club, engage current members and attract new players to the point of interest. The publication was made as a project work.

Context of the thesis deals with publishing as a part of the society communication, project work and production of a publication. The section of production goes through all the steps of the making of a publication: content collecting, layout, printing, distribution and budget. The context also covers the different areas of layout, such as visual appearance and content editing.

The production of the publication was made as a project work. Initially, the project plan was drawn up, and it includes a preliminary schedule. The aim was to finish the project at the beginning of May 2013. The author was also the project manager. The Executive Director of the sponsor of the thesis collaborated in the project of publication. During the project, contact was made also with the other club staff for procurement of materials for the publication. Existing materials, such as photographs and contract forms, were used in the project and in the layout. The layout was made with a layout program Adobe InDesign CS6.

The final output of this project is a complete periodical. Periodical is distributed as 10.000 units to the club members and advertisers, in addition to the Oulu economic area and neighboring communities. Periodical includes team presentations, information about the club and its activities, a player interview and corporate promotional messages.

Recommended that sports club continues the development with educational institutions also in the future. Marketing students have the latest information on marketing efforts, communications and visual design that are important issues for the club at the moment. Upcoming thesis topics could include the development of internal communications, development of external communications and graphic instructions for the club.

Keywords: publications, project work, layout, society communication, organization communication

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
1.1	Tavoitteet.....	6
1.2	ONS:n rakenne ja toiminta	7
1.3	Opinnäytetyön rakenne	8
2	JULKAISUN TUOTTAMINEN OSANA YHTEISÖVIESTINTÄÄ	9
2.1	Yhteisöviestintä	9
2.2	Julkaisun tuottaminen.....	11
3	KAUSIJULKAISUN TUOTTAMINEN	13
3.1	Visuaalinen ilme	13
3.1.1	Typografia.....	14
3.1.2	Kuva ja painopinta	14
3.2	Sisältö	15
3.3	Paino.....	16
3.4	Jakelu.....	16
3.5	Budjetti	17
4	KAUSIJULKAISUN SUUNNITTELU ONS:LLE	18
4.1	Projektin onnistumisen edellytykset.....	18
4.2	Projektsuunnitelma	19
4.3	Riskit	20
5	KAUSIJULKAISUN TOTEUTUS	22
5.1	Aloituspäätökset.....	22
5.2	Tarjouspyynnöt.....	23
5.3	Mainokset.....	25
5.4	Joukkuesivut.....	27
5.5	Muu sisältö	27
5.6	Taitto	28
5.7	Toteutunut aikataulu ja budjetti.....	29
6	POHDINTA	31
	LÄHTEET.....	34
	LIITTEET	36

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni tarkoituksena on tuottaa kausijulkaisu jalkapalloseuralle. Opinnäytetyö on yleensä kattava tiivistelmä opiskelijan ammattitaidosta omalla aihealueellaan. Tämä opinnäytetyö esittelee omaa ammatillista osaamistani ja lisäksi kasvatti sitä uusilla alueilla. Opintoni ovat keskittyneet markkinointiin, mutta tässä opinnäytetyössä ammatillista kasvua vaadittiin myös omien opintokokemusten ulkopuolelle.

Löysin opinnäytetyölleni aiheen ja toimeksiantajan Oulun seudun ammattikorkeakoulun intrasta. Aiheena on kausijulkaisun suunnittelu ja tuottaminen jalkapalloseuralle, mikä sopi minulle täydellisesti – olen harrastanut itse aikoinaan jalkapalloa 13 vuotta ja tästä syystä aihealue on hyvin tuttu. Lisäksi projektityönä toteutettava kausijulkaisu kuulosti aiheena opintoihini soveltuvalta, koska siinä tarvitaan tietotaitoa markkinoinnin eri osa-alueilta ja luvassa oli myös uuden oppimista esimerkiksi julkaisun taiton muodossa.

1.1 Tavoitteet

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää yhteisviestinnän kulmakiviä ja julkaisun merkitystä osana yhteisviestintää sekä selvittää mitä kaikkea on otettava huomioon julkaisua taittaessa ja kootessa. Opinnäytetyön toiminnallisena osana tehdyn projektin tarkoituksena on ollut toteuttaa kausijulkaisu jalkapalloseura Oulu Nice Soccerille (ONS). Kausijulkaisu suunniteltiin ja toteutettiin ONS:n toiveiden pohjalta yhteistyössä seuran toiminnanjohtaja Kirsi Kumpuvaara-Virkkalan kanssa. Kausijulkaisu on seuran ensimmäinen.

Kausijulkaisu esittelee seuraa ja sen toimintaa sekä sisältää joukkue-esittelyt. Kausijulkaisun tavoitteena on saada seuralle tunnettuutta lisäämällä tietoutta, sitouttaa nykyisiä pelaajia ja edesauttaa uusien pelaajien hankinnassa sekä tarjota tietoa muille sidosryhmille, kuten nykyisille ja potentiaalisille yhteistyökumppaneille ja muille seurasta tai jalkapallosta yleensäkin kiinnostuneille. Kausijulkaisu on tärkeä väline seuran ulkoisessa viestinnässä ja kun ONS on suhteellisen uusi seura, on tunnettuuden lisääminen tärkeää kaiken toiminnan kannalta. Mykkänen (1998, 14) perustelee yhteisölehden julkaisemista todellisessa tarpeella – yhteisön tulee viestiä tärkeistä asioista ja lukijoilla on halua saada lisää tietoa.

1.2 ONS:n rakenne ja toiminta

Jalkapallo on joukkueurheilulaji. Joukkueeseen kuuluu juniiori-ikäluokissa aina vähintään seitsemän pelaajaa ja nuorten ikäluokista ylöspäin vähintään 11 pelaajaa, mitkä ovat kenttäpelaajien määrät otteluissa. Joukkueilla on lähes poikkeuksetta myös valmentaja, joka ohjaa joukkueen harjoituksia ja tekee pelaajapäätökset. Jalkapalloa pelataan erilaisissa sarjoissa aina kaveriporukoista harrastesarjojen kautta ammattilaisliigaan. Yleensä joukkueet kuuluvat johonkin urheiluseuraan, jota edustavat peleissä. Seuraan kuuluvat joukkueet kantavat seuran logoa ja peliasut ovat yhdenmukaiset väritykseltään, mikä tuo seuralle tunnettuutta.

Oulun Naisfutis ry on tyttö- ja naisjalkapalloseura, joka perustettiin syksyllä 2005 ja rekisteröitiin keväällä 2006. Virallisen nimen lisäksi seura käyttää markkinointinimeään Oulu Nice Soccer eli ONS. Tässä opinnäytetyössä käytetään ONS-nimeä, koska seura on tunnettu kyseisellä nimellä yleisesti. Seura poikkeaa muista oululaisista jalkapalloseuroista keskittymällä pelkästään naisjalkapalloon eli miesjoukkueita ei ole ollenkaan. ONS:ssa pelaa noin 300–400 pelaajaa 17 eri joukkueessa. Nuorin joukkue muodostuu vuonna 2007 syntyneistä tytöistä ja vanhin on naisten edustusjoukkue, joka nousi naisten liigaan kaudella 2012. (Kumpuvaara-Virkkala 2013, haastattelu.)

Oulun Naisfutis ry:tä johtaa 2-3 viikon välein kokoontuva johtokunta, joka muodostuu puheenjohtajasta ja kahdeksasta jäsenestä, jotka ovat varapuheenjohtaja, seuras sihteeri, toiminnanjohtaja, kolme varsinaista jäsentä ja kaksi varajäsentä. Jokaisella johtokunnan jäsenellä on omat vastuualueensa seuran toiminnassa. Lisäksi seurassa toimii erilaisilla vastuualueilla toimihenkilöitä, jotka vastaavat esimerkiksi seurasiirroista, www-sivuista tai turnauksista. Joukkueita edustavat joukkueenjohtajat, jotka ovat yhteydessä johtokuntaan tai toiminnanjohtajaan. Puheenjohtajana vuonna 2013 toimii Keijo Peuhkurinen. (Oulun Naisfutis ry 2012, hakupäivä 20.5.2013; Peuhkurinen 2013, sähköposti.)

Jokaisella joukkueella on ainakin yksi valmentaja ja joukkueenjohtaja. Lisäksi joukkueella voi olla muita toimi- tai vastuuhenkilöitä, kuten huoltaja ja varustevastaava. Jokainen joukkue on oma yksikkönsä eli joukkueet päättävät itse vastuuhenkilöistään. Kaikki joukkueiden toimihenkilöt ovat mukana toiminnassa vapaaehtoisesti, joten joukkueasioita hoidetaan usein päivätyön ohella. Joukkueet toimivat osana seuraa, joten ne noudattavat seuran sääntöjä ja edustavat seuraa sovitun linjan mukaisesti. Juniorijoukkueilla on omat budjetit, mutta kirjanpito on yhteinen. Edustus-

joukkueen kuluista vastaa seura, samoin kuin hallinnon kuluista. (Peuhkurinen 2013, sähköposti; Oulun Naisfutis ry 2012, hakupäivä 20.5.2013.)

1.3 Opinnäytetyön rakenne

Opinnäytetyö rakentuu viitekehyksestä eli tietoperustasta, ja toiminnallisesta osuudesta, jossa suunnitellaan ja toteutetaan kausijulkaisu projektityönä. Toimeksiantajaa ja opinnäytetyön tarkoitusta esitellään aiemmin tässä johdannossa. Raportin lopussa pohditaan sekä opinnäytetyön, kausijulkaisun että projektin onnistumista.

Viitekehyksessä käydään läpi projektin onnistumiseen vaikuttavia tekijöitä, yhteisviestinnän tarvetta ja julkaisun tuottamista. Tietoperustan pohjalta laadittiin projektisuunnitelma julkaisun tuottamiseksi, jonka pohjalta toteutus tehtiin. Toteutuksen vaiheet käydään läpi empiirisessä osiossa.

Julkaisun taittamisessa käytettiin Adobe InDesign CS6 -ohjelmaa, joka ladattiin kokeiluversiona ilmaiseksi Internetistä. Lisäksi käytettiin Adobe Photoshop Pro -ohjelmaa kuvanmuokkaukseen ja Microsoft Word -ohjelmaa tekstinkäsittelyyn.

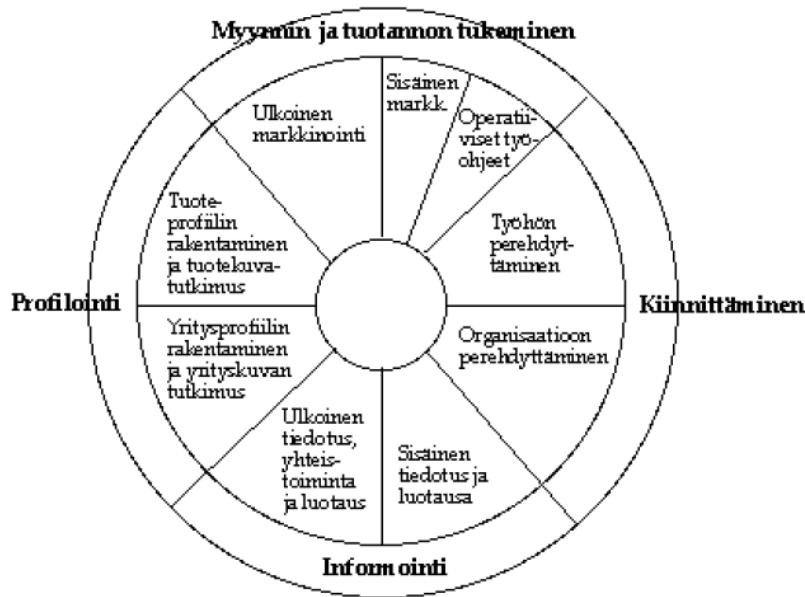
2 JULKAISUN TUOTTAMINEN OSANA YHTEISÖVIESTINTÄÄ

Viestinnässä on kyse sanomien lähettämisestä ja vastaanottamisesta. Viestintä on välttämätöntä yhteisön toiminnalle sekä sisäisenä että ulkoisena viestintänä. Viestintä on monimutkainen prosessi, jossa viestin perillemenossa voi olla useita odottamattomiakin muuttujia, jotka voivat vääristää, vaikeuttaa tai jopa estää viestin perille saamisen. (Ikävalko 1995, 9–11.)

Viestinnän tärkeimmät käsitteet ovat sanoma, kanava tai väline, häly, melu, esteet ja muut häiriötekijät. Sanomalla tarkoitetaan sitä, mitä viestillä halutaan kertoa. Kanavalla tai välineellä viesti toimitetaan perille, ja onkin tärkeää valita ne oikein viestinnän toiminnan tehostamiseksi. Häiriötekijöillä tarkoitetaan viestiin vaikuttavia muuttujia lähettäjän ja vastaanottajan välillä, kuten esimerkiksi viestinnän osapuolten aikaisemmat kokemukset tai vaikka viestin vaikea ymmärrettävyys. Näitä muuttujia ei saada koskaan täysin poistettua, mutta niitä on syytä pyrkiä minimoimaan. (Ikävalko 1995, 11–12.)

2.1 Yhteisöviestintä

”Ilman viestintää mikään yhteisö ei pysty toimimaan” (Ikävalko 1995, 10). Åbergin (1989, 63) mukaan viestinnällä on viisi päätehtävää: perustoimintojen tuki, kiinnittäminen, informointi, profilointi ja vuorovaikutus. Tätä viestinnän kokonaisuutta eli ”Åbergin viestintäpizzaa” (kuvio 1) tulisikin jokaisen yhteisön noudattaa tasapuolisesti. Åbergin pizza –kuvioista nähdään yhteisön sisäisen ja ulkoisen markkinoinnin jakauma sekä jaotus yhteisön toimintaan liittyvään viestintään suhteessa esimerkiksi tuotteita koskevaa viestintää. Viestinnän tehtävät voidaan jakaa myös pitkän aikavälin tehtäviin ja niitä tukeviin lyhyen aikavälin tehtäviin. (Ikävalko 1995, 14–15.) Siukosaaren (2002, 15) mukaan yhteisöviestinnällä on kaksi keskeistä toimintoa: yhteystoiminta eli yhteydenpito sekä tiedotustoiminta.



KUVIO 1. Åbergin pizza (Luoma 1996, hakupäivä 20.5.2013)

Yhteisöviestinnälle määritellään myös tavoitteita, jotka voivat olla projekti-kohtaisia tai tehty pitkälle aikavälille. Ne voivat myös olla määrällisesti tai laadullisesti mitattavissa ja niitä tulee arvioida, jotta tiedetään onko viestinnässä onnistuttu. (Ikävalko 1995, 16.) Tavoitteena on pääsääntöisesti vaikuttaa viestin vastaanottajaan muun muassa lisäämällä tietoutta yhteisöstä (Siukosaari 2002, 11). Tavoitteellisen viestinnän toimintamalli voidaan muodostaa neljästä vaiheesta:

1. Selvitysten tekeminen. Tässä selvitetään millainen mielikuva ihmisillä on yrityksestä ja saadaan tuloksena yhteisön sisäinen ja ulkoinen yhteisökuva.
2. Suunnittelu ja päätöksenteko. Tässä käytetään hyväksi selvityksissä saadut tiedot ja kartoitetaan kohderyhmät, minkä jälkeen luodaan viestintäsuunnitelmia tavoitteineen. Suunnitelmien toteutuminen vaatii myös jatkuvaa päätöksentekoa, joka on tässä vaiheessa tärkeää.
3. Toiminta eli itse viestintä. Toteutetaan viestintää suunnitelmien mukaan ja näin rakennetaan hyvää yhteisökuva.
4. Tulosten arviointi. Tässä vaiheessa verrataan tuloksia tavoitteisiin ja tehdään tarvittaessa korjauksia viestintään.

Näitä neljää vaihetta käytetään yhtä aikaa eli viestintäprosessi on jatkuvaa. (Siukosaari 2002, 19–20.)

Yhteisökuva rakennetaan yhteisöviestinnän välityksellä ja viestintä onkin onnistunutta, jos sidosryhmillä on oikeanlainen mielikuva yhteisöstä (Siukosaari 2002, 11). Tähän liittyy myös yhteisöil-

meen kehittäminen, yksi yhteisöviestinnän osa-alueista, jolla tarkoitetaan yhteisön ulkoista ilmettä, kuten logoa ja esitteitä (sama, 17). Siukosaari (2002, 30–31) painottaakin, että yhteisöviestinnän tavoitteena on yhteisön menestys ja se tukee yhteisöä monilla tavoin.

Yhteisöviestinnässä on myös omat kääntopuolensa, kun viestinnän kohteena on suuri joukko ihmisiä. Sisäisessä viestinnässä sanoman oikealla muodolla ja tarkalla viestinnällä on suuri merkitys. Aulan (1999, 147) mukaan erityisesti delegoitaessa työtehtäviä ryhmälle viestinnän vuorovaikutuksen merkitys kasvaa, koska ryhmässä on enemmän henkilöitä ja täten myös enemmän mahdollisuuksia viestin sanoman vääristymiseen ja tämän myötä informaation väärinymmärrykseen ja – tulkintaan.

2.2 Julkaisun tuottaminen

Kun yhteisö alkaa tuottaa julkaisua, täytyy ensin selvittää ja pohtia julkaisulla suoritettavalle viestinnälle tavoitteet. Pääkysymys kuuluukin, että mitä haluamme sanoa ja kenelle. On mietittävä keinot sanoman välittämiseksi, budjetti sen toteutukseen ja tekijät. Myös aikataulu on syytä laatia. (Ikävalko 1995, 18.) ONS:n kausijulkaisun osalta näitä tavoitteita onkin käsitelty jo alustavasti tämän opinnäytetyön johdannossa, mutta ne käydään tässä läpi syvällisemmin.

Siukosaaren (2002, 191–192) mukaan asiakas- tai jäsenlehden koostamisessa kannattaa käyttää ammattilaisia, kuten mainostoimistoa, koska ammattilaisen avulla tehty luottamusta herättävä ja vakuuttava julkaisu edesauttaa yrityskuvan saamista laadukkaaksi ja arvostetuksi. ONS:n kausijulkaisun yksi tavoitteista onkin yhteisömielikuvan parantaminen. Seura on kuitenkin vielä nuori, joten resursseja mainostoimiston käyttöön ei ole käytettävissä. Lisäksi seuralla on mahdollisuus hyödyntää Oulun laajaa opiskelijaverkostoa ja saada sitä kautta käyttöönsä ajantasaista osaamista yhteistyöhankkeiden muodossa.

Kenelle julkaisu tehdään? Kohderyhmän määrittely vaikuttaa julkaisun sisältöön ja sanoman muodostamisen vaativuuteen – pienelle, rajatulle kohderyhmälle on helpompi kohdistaa viestintä kuin suurelle. Kohderyhmälle suuntautuvan viestinnän suunnittelun apuna voi käyttää esimerkiksi markkinatutkimuksia, mutta usein on turvaututtava maalaisjärkeen. (Pesonen 2007, 3.) ONS:n kausijulkaisulla on useampi kohderyhmä: pelaajat perheineen ja muut seuran jäsenet, nykyiset ja

potentiaaliset mainostajat ja muut yhteistyökumppanit, potentiaaliset uudet pelaajat joka ikäluokassa sekä heistä nuorimpien vanhemmat ja muut lajista kiinnostuneet.

Mitä ja miksi tehdään? On pohdittava julkaisun tarkoitusta ja tärkeintä sanomaa, koska kaikkea ei aina voi viestiä yhdellä kerralla. On mietittävä myös julkaisun perusviestiä eli halutaanko julkaisulla markkinoida tai vaikka vahvistaa yhteisön brändiä. (Pesonen 2007, 3.) Tässä kausijulkaisussa tavoitteena on lisätä vastaanottajien tietoa seurasta sekä parantaa ja vahvistaa seuran imagoa. Lisäksi halutaan sitouttaa nykyisiä jäseniä ja hankkia uusia. (Kumpuvaara-Virkkala 2013, haastattelu.)

Kuka viestii? ONS on julkaisussa viestin lähettäjänä eli sanoman on lähde ONS:n näkökulmasta ja noudatettava seuran graafista ohjeistusta. Pesosen (2007, 2) mukaan yhteisön on hyvä noudattaa yhtenäistä visuaalista linjaa viestinnässään, jotta yritys tunnistetaan helposti viestin lähettäjäksi. ONS:n graafiseen ohjeistukseen sisältyy vasta seuran logo ja väri, joten kausijulkaisussa niiden käyttö on oikeastaan välttämätöntä.

Miten viestitään ja milloin? Pesonen painottaa julkaisun jakeluaikataulun päättämisen ja välineen valinnan tärkeyttä. On pohdittava milloin olisi paras aika julkaista. Lisäksi on tärkeää pohtia etukäteen julkaisun ulkoasua, jakelua eli osoitteiston valintaa, julkaisun lopullista laatijaa, materiaalien hankintoja ja budjettia. (Pesonen 2007, 4-5.) Varsinainen jalkapallon sarjakausi sijoittuu maaliskuun ja syyskuun välille, joten kausijulkaisu ajoitetaan kevääseen. Seuran taloustilanteen ja yhteistyöhalukkuuden seurauksena kausijulkaisu tehdään opinnäytetyönä. Budjetti määräytyy mainostulojen mukaan. Materiaalit hankitaan yhteistyössä toiminnanjohtajan kanssa. Osoitteistoa ei osteta, mutta jakelun suhteen neuvotellaan yhteistyöstä ilmaisjakelulehtien kanssa. (Kumpuvaara-Virkkala 2013, haastattelu.)

3 KAUSIJULKAISUN TUOTTAMINEN

Tässä luvussa käsitellään kausijulkaisun tuottamiseen liittyviä asioita. Tärkein tuottamisen vaihe on taitto, josta kerrotaan tässä tarkemmin. Taiton lisäksi tuottamisesta käsitellään sisällön toimitamista, painoa, jakelua ja budjettia.

Taitto yhdistää tekstit ja visuaalisen ilmeen yhtenäiseksi, helppolukuiseksi kokonaisuudeksi. Taittoa on hyvä suunnitella etukäteen ottamalla huomioon julkaisun olemuksen, vastaanottajat, tarkoituksen, resurssit, aikataulun, kilpailuaseman ja tavoitteet. Nämä kaikki seikat määrittelevät sen suunnan ja tyylin, miten taitto tehdään eli kuinka julkaisun eri osatekijät sommitellaan mielenkiintoiseksi ja informatiiviseksi kokonaisuudeksi. (Juholin & Loiri 1998, 70–72.)

Taitossa perusyksikkönä on sivu ja perustyyleinä staattinen eli samankaltaisena toistuva ja dynaaminen eli rakenteeltaan muunneltu. Aineiston järjestelyyn on taittotyylisiä piittaamatta kolme eri vaihtoehtoa: vertikaalinen taitto, jossa aineisto asetellaan pystysuoriin muotoihin, horisontaalinen taitto, jossa muodot ovat vaakasuoria sekä diagonaalitaitto, jossa aineisto asetellaan kulmasta kulmaan. Taiton voi tehdä myös vapaamuotoisesti, mutta tällöin on vaarana muodostaa epälooginen ja ammattitaidoton kokonaisuus. (Juholin ym. 1998, 74–76.)

Taittotyö tehdään nykypäivänä lähes poikkeuksetta tietokoneella, ja sen voi tehdä omalla työasemalla alusta loppuun. Mykkänen (1998, 142) muistuttaa kuitenkin, että tekniikka on pelkkä työväline taittotyön ja suunnittelun ollessa edelleen taittajan osaamisen varassa. Juholin & Loiri (1998, 80) antavatkin taittajalle kolme muistisääntöä: taittaja edesauttaa viestin oikeanlaista välittämistä välttäen itseilmaisua, taittajalla olisi hyvä olla laaja typografinen osaaminen kirjasintyyppiin ylitarjonnan johdosta ja taittajan tulisi kyetä toimimaan tehokkaana ja kaiken irtiottavana yhteishenkilönä toimituksen ja kirjapainon välillä.

3.1 Visuaalinen ilme

Yhteisöllä on usein harkittu, yhtenäinen graafinen linjaus. Nämä graafiset ohjeet sisältävät esimerkiksi tietoja käytettävistä väreistä ja tunnuksista, ja niiden käyttö auttaa ylläpitämään yhteisön imagoa. Julkaisun graafinen konsepti sisältää tiedot painopinta-alan käytöstä, palstajaosta, värien

käytöstä, typografiasta, tehokeinoista, kuvituksesta, osastoista ja tärkeimmistä lehden osista, kuten kannesta ja keskiaukeamasta. Graafista ilmettä suunniteltaessa on pohdittava millaisia mielikuvia lehden halutaan tuottavan. Graafisen suunnittelijan käyttö on suotavaa, mutta jos se ei ole mahdollista, kannattaa pysyä yksinkertaisessa linjauksessa. (Mykkänen 1998, 48–49, 54.)

3.1.1 Typografia

Typografialla tarkoitetaan tekstin, kuvien ja tyhjän tilan harmoniaa. Parhaimmillaan se houkuttelee lukijan syventymään tekstiin ja tekee lukemisesta miellyttävää ja helppoa. Typografiaan sisältyy tekstikoon ja kirjasintyyppin valinta, palstajaot ja otsikkoasettelut. Myös kuvien asettelu ja rivien välistys ovat osa typografiaa, joka mielletäänkin graafisen ilmeen keskeisimmäksi tekijäksi. (Juholin & Loiri 1998, 32–33; Mykkänen 1998, 147.)

Koska kausijulkaisu on A5-kokoinen eivätkä tekstit ole pitkiä, jätetään tässä käsittelemättä palstajakoa koskevat asiat. Myöskään tehokeinojen ja muiden erityisosaamista vaativien asioiden osuuksia ei tarkastella tässä työssä, koska kausijulkaisua ei ole työstämässä graafinen ammattilainen. Kuten aiemmin todettiin, on parempi pitäytyä yksinkertaisessa linjassa.

Kirjaintyyppin valinta on koko typografian muodostamisen tärkein osa. Eri kirjaintyyppöjä ei kannata käyttää liian paljon, mutta tietynlaisia kirjaintyyppöjä voi myös sekoittaa keskenään. Valinnalle ei ole selkeitä kriteerejä, joten se täytyy tehdä omien mieltymysten ja kokemusten pohjalta – tosin tietyt tekstityypit voivat luoda trendikkään vaikutelman, kun taas toiset viittaavat vaikka historiaan. Kirjaimet jaetaan antiikvoihin, jotka ovat koristeellisia ja sopivat pitkiin leipätekstiosuuksiin sekä groteskeihin, jotka ovat yksinkertaisia ja tuovat esimerkiksi otsikoihin lisää uskottavuutta. Jotta kokonaisvaikutelma olisi yhtenäinen, päätetään kirjaintyyppin lisäksi sen koot, rivivälit ja palstoitukset. (Juholin & Loiri 1998, 34–36.)

3.1.2 Kuva ja painopinta

Kuvalla saadaan usein viesti paremmin ja tehokkaammin perille kuin pelkällä tekstillä (Juholin & Loiri 1998, 52; Mykkänen 1998, 121). Kuvalla voi olla useita eri merkityksiä jutussa – se voi olla korostava tekijä, selittää asiaa tai olla jopa pääaihe (Juholin ym. 1998, 53). Mykkänen (1998, 120–121) korostaa kuvituksen merkitystä ja huomauttaa, että lehden kuvitusta kannattaa suunni-

tella jo etukäteen. Hänen mukaansa suunnittelussa on otettava huomioon esimerkiksi kuvitusten toteutustapa, kuvalähteet, tallennusmuodot ja toimitusaikataulut.

”Hyvä lehtikuva on teknisesti ja sisällöllisesti onnistunut” (Mykkänen 1998, 123). Nykytekniikalla kuvan muokkausmahdollisuudet ovat erittäin monipuoliset, mutta väärällä kuvavalinnalla tai rajauksella voi pilata kuvan tuottaman tehon. Kuvan tulee ensisijaisesti liittyä käsiteltävään juttuun ja oltava aiheenmukainen tyyliiltään. Esimerkiksi vakavaa uutisjuttua ei ole soveliasta kuvittaa piirroksilla. (Juholin & Loiri 1998, 54; Mykkänen 1998, 123.)

Kuvien rajaus on tärkeä osa taittotyötä. Hyvä valokuvaaja ottaa rajausvarat huomioon jo kuvaustilanteessa, koska usein ei tiedetä etukäteen millaiseen paikkaan kuva jutussa tulee. Kuvan rajauksessa täytyy huomioida yhtä suurella painotuksella sekä jäljelle jätettävä että poisrajattava osa. Kuvasta kannattaa rajata pois häiritseviä yksityiskohtia ja ylimääräisiä kohteita, kuten henkilökuvaista muut ihmiset. Kuvan sisältämää liikettä voidaan rajaamalla tehostaa. Liikkuvissa ja suuntautuviissa kuvissa on tärkeää pitää huoli myös siitä, ettei kuva ”hyppää” eli pyri pois päin tekstistä ja julkaisusta, vaan kuvan tulee olla tekstiin tai sisältöön suuntautuva, jolloin lukijan katse säilyy jutussa. (Juholin ym. 1998, 57–58; Mykkänen 1998, 157.)

3.2 Sisältö

Lehden sisältöä suunniteltaessa on otettava ensisijaisesti huomioon ne viestit, joita halutaan lukijoille välittää. Nämä viestit on pidettävä mielessä koko toimituksen ajan, jotta tavoitteet eivät pääse unohtumaan. Juttujen tyylejä on syytä vaihdella, jotta lukijan mielenkiinto säilyy. Tärkeimpiä juttutyyppejä ovat pääkirjoitus, erilaiset uutiset, kuten tuoteuutiset ja nimitysuutiset, juttusarjat ja haastattelut. (Mykkänen 1998, 82.)

Kausijulkaisussa esiintyviä juttutyyppejä ovat pääkirjoitus ja haastattelut. Lisäksi jokaisesta joukkueesta on luotu esittelysivu, jolloin tuo kokonaisuus on juttusarja. Mykkäsen (1998, 87) mukaan juttusarjan haasteena on toisto, mikä saattaa tylsistyttää lukijaa. Kausijulkaisun luonne kuitenkin vaatii seuran joukkueiden esittelyt, mutta sisällön mielenkiintoa on lisätty henkilöhaastattelulla ja muilla jutuilla. Haastattelut luovat henkilökuvia, joihin potentiaaliset pelaajat voivat samaistua ja näin saadaan luotua lisäinnostusta ja sidonnaisuutta.

Sisällön kokoa julkaisun alussa oleva sisällysluettelo, josta lukijan täytyy voida hahmottaa koko julkaisu. Sisällysluettelo on erittäin tärkeä osa koko julkaisua, ja sen olisi hyvä olla helppolukuinen sekä seurata julkaisun loogista etenemistä. (Rantanen 2007, 101.)

3.3 Paino

Painotalo on erittäin tärkeä yhteistyökumppani ja sen valinta kannattaa tehdä huolella. Tarjouspyyntöjä kannattaa lähettää usealle painotalolle, koska hintaerot voivat olla suuria. Kannattaa antaa tarjouspyynnössä mahdollisimmat tarkat tiedot tulevasta julkaisusta, jotta saadaan vertailukelpoisia tarjouksia. Julkaisusta olisi kerrottava ainakin nimi tai julkaisun luonne, koko, laajuus eli sivumäärä, painosmäärä, sidontatapa, paperilaatu, värit ja mahdolliset vaadittavat jälkikäsitteilyt eli postitukset ja kimputtamiset. Tarjouspyyntöön liitetään myös vastausosoite ja toive vastausajankohdasta sekä yhteyshenkilö, joka antaa tarvittaessa lisätietoja. (Mykkänen 1998, 162–164.)

Painotaloja ja tarjouksia vertailtaessa on hyvä ottaa huomioon hinnan lisäksi painotalon referenssit, hinta-laatu-suhde, aikataulu sekä painon osaaminen ja resurssit. Painotalon valinnan jälkeen sovitaan käytännön yksityiskohdista, kuten aineiston toimittamisesta. Painotalojen osaamista voi tarvittaessa hyödyntää, mutta se on usein kallista. Painotaloilla on omat vaatimuksensa aineiston toimitukseen liittyen, kuten käytetyt ohjelmat, kuvien resoluutio ja aineiston tallennusmuoto. Nämä on syytä selvittää ja sopia etukäteen tarkasti, jotta yllättäviltä muutostöistä aiheutuvilta kuluilta vältyttäisiin. Aineiston toimittamisen jälkeen painotalolta saadaan vedos, joka kannattaa huolellisesti käydä läpi sana sanalta ja kuva kuvalta. Varmuuden vuoksi vedos olisi hyvä luetuttaa jollakin ulkopuolisella, koska oma silmä on jo tottunut aineistoon eikä siten huomaa mahdollisia virheitä. Kun vedos on käyty läpi ja todettu virheettömäksi, annetaan painotalolle lupa painoon. Jos virheitä löytyy, voidaan ne vielä tässä vaiheessa korjata, mutta jos ne ovat taittajasta johtuvia voi niistä aiheutua lisäkustannuksia. (Mykkänen 1998, 162–168.)

3.4 Jakelu

Julkaisun jakelu on tärkeä osa koko prosessia. Jakelun kohdistamisella voidaan tehostaa haluttujen tavoitteiden täyttymistä. Mykkäsen (1998, 171–173) mukaan postitusrekisteri eli esimerkiksi asiakasosoiteisto on jakelun perustana, mutta jakelua täytyy laajentaa myös muihin sidosryhmiin. On mietittävä kuka muu voisi olla kiinnostunut julkaisusta eli voisiko julkaisun lähettää esimerkiksi

medialle (sama). Postitusrekisterin lisäksi jakelun kohdistamisessa voi käyttää ostettua osoiterekisteriä, joita voidaan ostaa esimerkiksi Tilastokeskukselta. ONS:n kausijulkaisun jakelun perusteena voisi olla osoiterekisteri, jossa ovat esimerkiksi kaikki Oulun alueella asuvat lapsiperheet, joissa on sopivan ikäisiä tyttölapsia.

ONS:n tapauksessa jakelun perustana on ensisijaisesti jäsenrekisteri, joka kattaa kaikki pelaajat, ja yhteistyökumppanit eli muun muassa yritykset, jotka ovat ostaneet kausijulkaisusta mainostilan. Loppujakelu suoritetaan uuden Oulun talousalueelle sekä lähikuntiin talkootyönä seuran puolesta. Jakelusta ja osoiterekisterin ostamatta jättämisestä on päätetty seuran johtokunnan puolesta, joten en ota tätä vaihetta huomioon kausijulkaisun suunnittelussa ja toteutuksessa projekti-suunnitelman aikataulua lukuun ottamatta.

3.5 Budjetti

Kausijulkaisu rahoitetaan sekä julkaisuun myytävillä mainoksilla että joukkueiden maksamilla kynnyksrahoilla. Jokainen joukkue maksaa kausijulkaisua varten kynnyksrahan 150 euroa, jonka voi kuitenkin korvata myymällä mainoksia. Joukkueet saavat puolet mainosmyyntituloista itselleen, joten ne voivat ahkeralla mainosmyynnillä kustantaa osuutensa kausijulkaisusta ja hankkia toimintaansa varoja. Joukkueita on yhteensä 17, joten kokonaisbudjetti ilman mainosmyyntiä on 2550 euroa.

Budjetti on kohdistettu pelkästään kausijulkaisun painosta aiheutuviin kustannuksiin, joten ulkopuolelle jäävät esimerkiksi kausijulkaisun teon yhteydessä syntyvät puhelin- ja matkakulut. Nämä ovat kuitenkin niin pieni menoerä, että eivät vaikuta julkaisun tekoon rajoittavasti.

4 KAUSIJULKAISUN SUUNNITTELU ONS:LLE

Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty. Tämä sanonta pitää paikkansa ja suunnittelun tärkeyttä projektityössä ei voi koskaan korostaa liikaa. Suunnitelmat voivat matkan varrella muuttuakin, ja näihin muutoksiin olisi hyvä varautua etukäteen. Tästä syystä projektisuunnitelman teko on erittäin tärkeää ja se sisältää myös riskianalyysin.

Projektityöllä saavutetaan jokin aiemmin määritelty tavoite. Kaikille projekteille yhteisiä seikkoja on useita, vaikka projekteja onkin erilaisia: projektilla on tavoite (tässä projektissa kausijulkaisu), tavoite pyritään saavuttamaan projektityöllä, toiminta on ohjattua, sisältää projektisuunnitelman, projektiin osallistuvilla on omat tehtävänsä, projektissa tehdään yhteistyötä asetetun aikataulun mukaisesti, projektilla on budjetti ja etenemistä sekä tuloksia seurataan ja hallitaan. Lisäksi projekti on aina yksilöllinen kokonaisuutensa. (Kettunen 2009, 15.)

4.1 Projektin onnistumisen edellytykset

Projektille määrätään projektipäällikkö, joka vastaa tavoitteen toteutumisesta. Projektipäälliköltä vaaditaan tehtävässä onnistumiseksi päämäärätietoisuutta, täsmällisyyttä ja tarkkuutta, vahvaa itsetuntoa, kykyä johtaa, hyviä ilmaisu- ja neuvottelutaitoja, rohkeutta kohdata epäonnistumisia, uskallusta kieltäytyä ja kykyä hoitaa useita eri asioita samanaikaisesti. (Kettunen 2009, 29–31.) Projektipäällikkönä kausijulkaisuprojektissa on toiminut tämän opinnäytetyön tekijä. Varsinaista valtaa ei projektipäälliköllä kuitenkaan ole ollut käytettävissä tehtävän vaatimalla tavalla, vaan päätökset on tehty esimerkiksi ONS:n johtokunnan kokouksissa. Projektipäällikkö on kuitenkin huolehtinut projektin etenemisestä ja ollut vastuussa jokaisen osion lopullisesta toteutumisesta.

Projektipäällikkö luo projektisuunnitelman, jossa määritellään tarkasti projektin vaatimat resurssit ja aikataulu sekä riskit. Ennen projektisuunnitelman laatimista on kuitenkin kartoitettava eri vaiheisiin kuluva työmäärä, jotta aikataulusta saadaan rakennettua realistinen. (Kettunen 2009, 32, 59.) Tässä projektissa työmäärää oli vaikea arvioida etukäteen, koska kokemusta vastaavanlaisista tehtävistä ei ollut. Projektisuunnitelmaan (liite 1) pyrittiin kuitenkin jättämään tilaa kaikista haastavimmille tehtäville, kuten taitolle, ja varauduttiin joustamaan.

4.2 Projektisuunnitelma

Kävimme toimeksiantajan edustajan eli Oulun Naisfutis ry:n toiminnanjohtajan kanssa aloituskeskustelun helmikuussa 2013. Kävimme läpi mitä olemme tekemässä, kenelle tehdään ja miksi tehdään. Sovimme myös sisällöstä suurpiirteittäin sekä sain ohjeita ja toiveita koskien kausijulkaisun väriä, asetelua ja sivumäärää. Lisäksi sain ohjeistuksen mediakortin tekemiseksi – sen tulisi olla kausijulkaisun kokoinen ja sisältää mallikuvitusta. Päätimme kausijulkaisun kooksi A5. Sovimme pitävämmme yhteyttä palavereiden ja sähköpostien muodossa. Kausijulkaisun julkaisujankohdaksi sovimme toukokuun alkupuolen. Aloituspalaverin pohjalta laadin projektisuunnitelman (liite 1). Tässä kappaleessa käydään läpi projektisuunnitelman vaiheet.

Ensimmäisinä tehtävinä on suunnitella kausijulkaisun rahoittamiseen tarvittavaa mainosmyyntiä varten mediakortti, sopimuslomake, tietolomake joukkueenjohtajia varten ja luonnos kausijulkaisusta. Näiden on oltava valmiina mahdollisimman pian, viimeistään 22.2.2013, jotta mainosmyynti saadaan joukkueenjohtajien kokouksen kautta käyntiin. Joukkueiden mainosmyynnin päättymispäiväksi sovitaan 24.3.2013.

Seuraavaksi aloitetaan painotalojen vertailu ja laaditaan sekä lähetetään tarjouspyyntö vähintään neljälle painotalolle 15.3.2013 mennessä. Edellinen kausijulkaisu on painettu Joutsen Median Painotalon toimesta, joten pyydetään tarjous myös heiltä. Painotalon varmistuttua kootaan ja toimitetaan mainostajille ohjeet logojen toimittamista varten, jotta saadaan ne oikeilla asetuksilla ja oikeassa koossa. Tämä vaihe tulee olla tehtynä 2.4.2013.

2.4.2013 pyydetään joukkueilta esittelytekstit joukkuesivuja varten. Lisäksi vastaanotetaan valokuvausryttäjältä uudet joukkuekuvat ja pyydetään edustusjoukkueelta erikseen tuore valokuva joukkueesta. Seuraavaksi pyydetään seuran puheenjohtajalta tervehdystekstiä kausijulkaisuun. Päätetään myös pelaajahaastatteluista ja mahdollisista muista kausijulkaisuun tulevista jutuista. Sovitaan kuka tekee haastattelut ja kuvaa haastateltavat ja sovitaan muiden juttujen osalta tekijät. Otetaan yhteyttä haastateltaviin tapaamisajankohdan määrittelyksi ja tehdään haastattelut ja kirjoitetaan muut jutut viikkojen 14–15 aikana.

12.4.2013 kootaan aineisto yhteen ja tarkistetaan puuttuuko mitään. Tehdään tarvittavat korjaukset ja muokkaukset, jonka jälkeen aloitetaan taitto 15.4.2013. Taittoa varten hankitaan sopiva ohjelmisto käyttöön. Taiton edetessä suunnitellaan vielä etusivun ulkoasu ja valitaan etusivulle

kuva seuran kuva-arkistosta. Taiton valmistuttua tarkistetaan se ja lähetetään aineisto painotalolle 22.4.2013 mennessä. 23.4.2013 tarkistetaan vedos ja annetaan lupa painoon.

3.5.2013 haetaan julkaisut painosta. Valmiit, painetut kausijulkaisut jaetaan joukkueiden toimesta talkootyönä Oulun talousalueelle ja lähikuntiin, sekä mainostaneille yrityksille. Toimeksiantaja kuitenkin neuvottelee mahdollisten jakeluyhteistyökumppanien kanssa, jotta jakelu saataisiin ulkoistettua.

4.3 Riskit

Riskejä kuuluu jokaiseen projektiin, mutta niiden vaikutusta projektin läpiviemiseen ja lopputulokseen voi minimoida tunnistamalla riskit ja laatimalla varasuunnitelmia. Ristiriitojen ja ongelmatilanteiden hallinta koetaan usein projektipäälliköiden toimesta vaikeimmaksi osaksi projektin vetämistä. Kannattaakin laatia riskianalyysi, joka auttaa ongelmien hallinnassa. Riskien kirjaaminen ylös muistuttaa jokaista projektiin osallistuvaa mahdollisista ongelmista. Riskianalyyssissä arvioidaan kunkin riskin todennäköisyyttä ja riskiastetta eli vaikutusta projektiin. (Kettunen 2009, 75–76.)

Kausijulkaisun tekoon sisältyy paljon riskejä (katso taulukko 1), koska se toteutetaan usean henkilön toimesta ja näin riskien mahdollisuus kasvaa. Tässä projektissa riskit ovat vielä suuremmat, koska julkaisua koostaa ensikertalainen ja projektissa on vahvana vaikuttajana henkilö, joka on vaikuttanut seurassa vasta tammikuusta 2013 lähtien. Taulukkoon on kirjattu mahdolliset riskit ja määritelty niiden kriittisyys ja todennäköisyys sekä laadittu niiden toteutumisen varalle korvaava toimintasuunnitelma. Riskeille on myös määritelty seurantaan tekevä vastuhenkilö.

TAULUKKO 1. Riskianalyysi projektissa Kausijulkaisu ONS:lle

Mahdollinen riski	Kriittisyys (1-3)	Todennäköisyys (1-3)	Kuka seuraa	Miten suojaudutaan
Taiton epäonnistuminen	3	2	Projektipäällikkö	Perehdytään taitto-ohjelmaan huolellisesti ja tarvittaessa konsultoidaan asiantuntijaa. Jätetään myös taitolle riittävästi aikaa.
Projektipäällikön sairastuminen	3	3	Projektipäällikkö	Lyhyt sairaus ei vaikuta, vakavamman sairastumisen kohdalla delegoidaan taitto- tehtäviä muille tahoille.
Toiminnanjohtajan sairastuminen	1	1	Toiminnanjohtaja	Lyhyt sairaus ei vaikuta, vakavamman sairastumisen kohdalla jatketaan yhteistyötä puheenjohtajan kanssa.
Laitteiston rikkoutuminen	1	1	Projektipäällikkö	Vaihdetaan laitteistoa eli jatketaan työtä esimerkiksi Oamk:n tai ONS:n koneilla.
Aineiston viivästyminen	2	2	Projektipäällikkö ja toiminnanjohtaja	Tehdään korvaava aineisto, jätetään aineisto pois tai annetaan lisäaikaa riippuen aineistosta.
Aineiston puuttuminen	3	1	Projektipäällikkö ja toiminnanjohtaja	Laaditaan korvaava aineisto jos mahdollista tai harkitaan aineiston poisjättöä.
Aikataulun venyminen	2	2	Projektipäällikkö	Yritetään saada aikataulu kiinni ylitöiden muodossa, nopeutetaan tulevia tehtäviä.
Kriittisyysarvio: 1 = ei kovin kriittinen 2 = kriittinen 3 = erittäin kriittinen				
Todennäköisyysarvio: 1 = ei kovin todennäköinen 2 = todennäköinen 3 = erittäin todennäköinen				

Suurimmat riskit ovat taiton epäonnistuminen, projektipäällikön sairastuminen ja tärkeän aineiston, kuten joukkuekuvien, puuttuminen. Keskitason riskejä ovat aineiston viivästyminen ja aikataulun venyminen. Toiminnanjohtajan sairastuminen ja laitteiston rikkoutuminen ovat riskejä, jotka eivät aiheuta suurta vaaraa projektin onnistumiselle.

5 KAUSIJULKAISUN TOTEUTUS

Tässä luvussa käsitellään kuinka kausijulkaisuprojekti eteni ja mitä valintoja tehtiin. Projekti ei pysynyt aikataulussa ja osa riskeistä toteutui, mutta lopulta projekti saatiin päätökseen ja tuotokseen ollaan tyytyväisiä. Projektin toteutuminen on esitelty aiheittain, koska projektiin sisältyi niin paljon yllättäviä muutoksia, että aikajanallinen seuraaminen olisi vaikeasti hahmotettavaa.

5.1 Aloituspäätökset

Aloituspäätöksessä sovittiin toiminnanjohtajan kanssa, että teen mahdollisimman pian annettujen mallien mukaisesti kausijulkaisusta näköisluonnoksen (liite 2), mediakortin (liite 3), sopimuksen mainosmyyntiä varten (liite 4) ja joukkueenjohtajia varten lomakkeen, josta selviää kausijulkaisun tietoja (liite 5). Mediakortissa ja kausijulkaisuluonnoksessa toivottiin käytettävien esimerkkikuvia ja mainoksia, jotka saivat olla mitä kuvia tahansa.

Kausijulkaisun profiilista päätettiin jo aloituspäätöksessä, että se olisi A5-kokoinen ja sisällöltään mustavalkoinen, mutta kannet värillisenä. Laajuus saisi olla 30–50 sivua. Kausijulkaisuun toivottiin asettelua niin, että aukeaman oikealla puolella olisi joukkue-esittely ja vasemmalla puolella joukkueen myymät mainokset. Pienimpiä mainoksia mahtuisi sivulle 12. Lisäksi toivottiin, että Prinsessafutiksen ja jalkapallokoulun mainokset sijoitettaisiin etusäkanteen. Näiden toiveiden pohjalta laadin kahdeksansivuisen luonnoksen kausijulkaisusta (liite 2), jotta joukkueet ja mainostajat saisivat käsityksen julkaisun rakenteesta ja mainosten sijoittelusta. Luonnoksen tein Word-tekstinkäsittelyohjelmalla.

Mediakortin, sopimuksen ja tietolomakkeen laadintaa varten sain edellisvuoden kappaleet. Mediakortissa tulisi olla malli jokaisesta mainoskoosta hintoineen ja malliksi mainoskuvia, ja siitä toivottiin kausijulkaisun mallista eli A5-kokoista. Mainosten hinnat oli päätetty johtokunnan kokouksessa ja niiden perusteella tein mediakortin (liite 3). Mainoskojoja oli seitsemän ja osan sai valita joko pysty- tai vaakasuoraan. Pienimmän 1/12-sivun mainoksen hinta oli 150 euroa ja suurimman eli kokosivun mainoksen hinta oli 1800 euroa. Lisäksi oli mahdollista ostaa kannatusilmoitus 100 eurolla. Valitsin mediakorttiin kuvamateriaaliksi edellisvuoden sponsoreiden logoja, tyttö-jalkapalloaiheisia piirroksia Googlen kuvahausta ja osan laadin itse. Sopimus- ja tietolomakkeiden

(liitteet 4 ja 5) koostaminen oli helppoa edellisen vuoden mallilomakkeiden ansiosta, joten ne valmistuivat nopeasti. Muutin tiedot ajantasaisiksi ja hieman säädin asettelua, mutta sisällön jätin muutoin samaksi toiveiden perusteella.

19.2.2013 toimitin ONS:n toimistolle toiminnanjohtajan tarkastettavaksi kausijulkaisuluonnoksen ja mediakortin. Seuraavana päivänä lähetin toiminnanjohtajalle kaikki aloitusmateriaalit pdf-tiedostoina sähköpostitse. Johtokunnalta tuli mediakortin pikamuokauspyyntö uuden päätöksen johdosta, joten muokkasin mediakortin ja sopimuslomakkeen niin, että jäljelle jäi vain kahta mainoskokoa ja hintaa, ja lähetin toiminnanjohtajalle vielä saman päivän aikana. Toiminnanjohtaja välitti tiedostot eteenpäin joukkueenjohtajille 25.2.2013. Tämän jälkeen käytiin vielä neuvotteluja kolmannelta mediakortin versiosta, johon lisättiin kaksi mainoskokoa. Tämä versio sekä uusi sopimuslomake lähetettiin eteenpäin 4.4.2013.

5.2 Tarjouspyynnöt

Seuraava vaihe oli tarjouspyyntöjen lähettäminen painotaloille. Ensimmäisenä kartoitin alueen painotaloja ja valitsin kymmenen laadukkaalta, edulliselta tai luotettavalta vaikuttavaa painotaloa. Sen jälkeen aloitin tarjouspyynnön laadinnan. Osa painotaloista tarjosi nettisivuillaan tarjouksen lähettämistä valmiilla lomakkeella, mistä sain otettua mallia tarjouspyyntöön tarvittavien tietojen osalta. Tarjouksia varten oli tiedettävä julkaisun nimi, koko, laajuus, painomäärä, värillisyys, paperilaatu, rakenne, aineiston toimitustapa sekä toimitusaika.

Julkaisun nimeksi laitettiin Kausijulkaisu ja kooksi A5. Laajuudeksi merkittiin 30–50 sivua, koska tarkkaa määrää ei vielä ollut tiedossa, mutta sulkeisiin tarkennettiin sivumääräksi 36, jotta tarjoukset olisivat mahdollisimman vertailukelpoisia. Painomääräksi kirjattiin johtokunnan päättämä 10.000 kpl ja värillisyudeksi kansien osalta 4/4 ja sisällön 1/1, mikä oli myös johtokunnan päätös. Paperilaadun valitsemiseksi pyydettiin painotalolta ehdotusta kausijulkaisuun sopivasta paperista, koska paperitietoja oli hyvin huonosti saatavilla painotalojen nettisivuilla. Rakenteeksi valittiin stiftaus eli nidonta, aineisto toimitettaisiin painovalmiina pdf-tiedostona, mikä oli aina edullisin vaihtoehto, ja toimitusajaksi viikko 17. Lisäksi toiminnanjohtajan pyynnöstä tarjouspyynnössä tarjottiin hyvitystä vastaan mainostilaa kausijulkaisun takakannesta.

Tarjouspyyntölomakkeen laadinta oli vielä kesken, kun toiminnanjohtaja ilmoitti 11.3.2013, että Stora Enso saattaisi mahdollisesti sponsoroida kausijulkaisua paperilahjoituksena. Palaverissa 12.3.2013 sain yhteystiedot henkilölle, joka toimii ONS:ssa ja työskentelee Stora Ensolla. Selvitimme yhteyshenkilön kanssa puhelimitse paperilahjoituksen hakemista. Sovimme, että teen luonnoksen ja katsomme sitä yhdessä toimistolla läpi. Toimistotapaamiselle tuli viivästyksiä ja koska emme tienneet vielä lopullista sivumäärää ja painotaloa, jotka hakemukseen oli kirjattava, jätimme asian odottamaan. Yhteyshenkilön mukaan vastaus paperilahjoitukseen tulisi muutama päivä, joten asialla ei olisi kiire.

3.4.2013 tarjouspyyntöön lisättiin varmuuden vuoksi vaihtoehto painatukselle omalla paperilla. Lisäksi päätin pyytää tarjousta myös sisällön 4/4-väriyksellä selvittääkseni onko sen vaihtoehdon kustannukset kovin paljon korkeammat. Mustavalkoinen julkaisu vaikuttaisi vanhanaikaiselta ja sellaista mielikuvaa seura ei halua itsestään antaa. Muutin toimitusaikaa viikolla eteenpäin eli uusi toimitusaika olisi viikolla 18. Vastauspyynnöksi merkattiin, että tarjoukset tulisivat 10.4.2013 mennessä. Lähetin tarjouspyynnön (liite 6) painotaloille sekä sähköpostitse että nettisivuilta löytyneiden lomakkeiden kautta 3.-4.4.2013.

Osa painotaloista lähetti tarjouksen jo samana päivänä. Kaksi painotaloa ilmoitti, että he eivät paina kyseisenlaatuisia julkaisuja. Osa painotaloista ilmoitti, että heidän kauttaan ei voi painattaa omilla papereilla. Odotin loputkin tarjoukset, jotka tulivat 10.4.2013 ja laadin neljästä edullisimmasta yhteenvetotaulukon, jotta johtokunta voisi kokouksessa päättää painotalosta. Lähetin tarjoukset ja yhteenvedon toiminnanjohtajalle. 21.4.2013 sain toiminnanjohtajalta tiedon, että olivat päättäneet johtokunnan kokouksessa painopaikaksi Joutsen Median Painotalo Oy:n aiemman yhteistyön ja tunnettuuden perusteella. Otin yhteyttä painotaloon ilmoittaen, että hyväksymme tarjouksen. Tein painovarauksen ja sovin painovalmiin aineiston toimittamisesta 15.5.2013.

22.4.2013 otin jälleen yhteyttä paperianomusta hoitavaan yhteyshenkilöön. Lähetin hänelle tarkasteltavaksi anomuksen, johon odotin vielä lisätietoja. Yhteyshenkilö lähetti anomuksen takaisin 23.4.2013 ja kertoi, että oli lisännyt muutaman kohdan, joihin piti selvittää tiedot, minkä jälkeen voisin lähettää anomukset Stora Enson sihteerille. Lähetin paperianomuksen (liite 7) eteenpäin 24.4.2013 pyytäen pikaista vastausta. Vastaus saapui 8.5.2013 ja siinä pyydettiin palaamaan asiaan, kun tiedämme tarkan sivumäärän ja tämän myötä myös tarvittavan paperimäärän. Tiedustelin millä aikataululla päätöksen tuon tiedon jälkeen saa, johon vastattiin, että päätös voi tulla

muutamassa päivässä, mutta itse paperin toimitus voi kestää noin 2-3 viikkoa. Sovimme lopulta, että Stora Enso ostaa kausijulkaisuun kannatusilmoituksen 300 euron hintaan.

5.3 Mainokset

Joukkueilla piti olla mainosmyyntiaikaa 24.3.2013 asti, mutta johtokunta oli kokouksella päättänyt jatkaa mainosmyyntiaikaa vielä 21.4.2013 jälkeenkin. Sain toiminnanjohtajalta sähköpostitse ensimmäiset mainokset 17.3.2013. Mainosmyyntisopimuksessa lukee, että mainosten toimittamista varten lähetetään ohjeet myöhemmin, joten materiaali-ohjeita sovittiin selvennettävän joukkueenjohtajille. Painotalon varmistumisen myöhäisestä ajankohdasta johtuen en ehtinyt tehdä ohjetta mainosmateriaalin toimittamiseksi, kun joukkueenjohtajat olivat jo vastaanottaneet mainoksia ja sain niitä sähköpostiini. Jouduin luopumaan materiaali-ohjeen teosta ja päätin muokata mainokset itse tarvittavaan muotoon PhotoShopilla.

Koostin mainoksista taulukon, jota täydensin sitä mukaa kun niitä tuli lisää. Taulukon avulla oli helpompi suunnitella julkaisun layoutia mainosten osalta. Mainokset piti alun perin sijoittaa ne myyneiden joukkueiden sivuille, mutta koska osa joukkueista ei saanut mainosmyyntiä kuin vähän tai ei ollenkaan, sain luvan sijoittaa mainokset vapaasti yhdistellen. Viimeiset mainokset toimitettiin minulle 15.5.2013.

Muokkasin mainokset CMYK-väriprofiiliin painotalon vaatimusten mukaisesti ja osaan tein muut tarvittavat muutokset, kuten tekstirivin lisäyksen. Kaksi toimitettua logoa olivat käyttökelvottomia, joten pyysin uudet tilalle suoraan kyseisiltä yrityksiltä 12.5.2013 ja toisen muokkasin itse oikeanlaiseen muotoon, koska yrityksessä ei ollut markkinointihenkilökuntaa paikalla. Mainoksia muokattaessa tarkistin samalla mainostaulukkoa, jotta kaikki mainostajat ovat toimittaneet mainoksen eikä mikään sovittu jäisi puuttumaan. Lopullisesta taulukosta (taulukko 2) oli myös helppo laskea toteutunut mainosmyynti ja tarkistaa budjetti.

TAULUKKO 2. Mainosmyynti

Joukkue	Mainostaja	Hinta		Logo
ONS Edustus	Wash and go	150		x
ONS B1	Hymora	150		x
	Ruskon betoni	150		x
	Hydnum	150		x
	Huoltopalvelu Karppinen	150		x
ONS 98 musta	Oulun kattohuolto	150		x
	LVI-Nurro Oy	150		x
ONS 99 Eximia	Säästöpankki Optia	300		x
	Asianajotoimisto Pekkonen	150		x
	Säilyke Herttua Oy	150		x
	Damella	150		x
ONS 00	Service Restaurants	450	vaaka	x
	Autokumi	150		x
	GraFix	150		x
	Paljekirppis	150		x
	Urheilu-Ulappa	150		x
ONS 00 Alku	Vuokatti	150		x
ONS 01 Ercoma	Säilyke Herttua Oy	150		x
	Mehiläinen	300		x
	INFO Kirjakauppa	150		x
ONS02	Radio design	150		x
	Prism microwave	300	pysty	x
ONS03	ODL Hammaslääkärit	150		x
	Kiimingin Hammaspaikka	300	vaaka	x
ONS05	Mp Seri	150		x
	Kastellinkruunu	150		x
ONS0506	Ravintola Crecian	150		x
	Puukeidas	150		x
	Asianajotoimisto Myllymäki	150		x
	Hovihalli	150		x
	Pekant	150		x
	KL Mechanics	150		x
	Rotuaarin Kodit	150		x
PCB Connect	150		x	
ONS07	CCI	150		x
Seuralle	Stora Enso	300	pysty	x
Yhteensä		6450		

5.4 Joukkuesivut

Kausijulkaisuun tehtiin jokaiselle 17 joukkueelle oma joukkuesivunsa, jolla esitellään joukkue tekstin ja kuvan muodossa sekä listataan pelaajat. Sain joukkueista kuvat valokuvaamolta sähköpostitse 3.4.2013. Muokkasin kuvat CMYK-väriprofiiliin mukaiseksi Photoshopilla. Edustusjoukkueen valokuvaus viivästyi ja sain kuvan käsiteltäväkseni 16.5.2013. CMYK-muokkauksen jälkeen lisäsin kuvan suoraan omalle paikalleen valmiiseen taittoon. Kuvien alle jätettiin tilaa kuvissa esiintyvien pelaajien ja valmentajien nimiä varten.

2.4.2013 pyysin joukkueilta esittelytekstit 10.4.2013 mennessä. Pyynnössä selvitin tilan, mihin teksti tulee sekä annoin ehdotuksia tekstin sisällöksi. Viimeinen joukkue teksti tuli minulle sähköpostitse toukokuun puolella. Joukkue tekstit olivat hyvin erilaisia ja pituudet vaihtelivat kahdesta sivusta kahteen lauseeseen. Muokkasin tekstit yhtenäisempään muotoon ja korjasin kirjoitusasut. Edustusjoukkueen esittelyn yhteyteen lisäsin tulevien liiga-pelien aikataulun. Joukkuesivuille lisätiinkin pelaajalistat kuvatekstin sijaan, joten joukkueenjohtajilta pyydettiin pelaajaluettelot, jotka muokkasin yhtenäisiksi. Pelaajalistoilta ei ollut varattuna esittelysivuille tilaa, joten muokkasin osaa teksteistä vielä lyhyemmäksi ja listasitin pelaajat tiiviissä muodossa. Edustusjoukkueen pelaajalistaan sain tiedot ONS:n kotisivuilta.

5.5 Muu sisältö

Pyysin ONS:n puheenjohtajalta 2.4.2013 tervehdystä kausijulkaisuun 14.4.2013 mennessä. Ohjeistin kirjoittamaan omaperäisen ja positiivisen tervehdyksen, joka sijoitettaisiin kausijulkaisun ensimmäiselle sisäsivulle. Tervehdysteksti saapui minulle sähköpostitse 14.5.2013. Teksti oli pituudeltaan noin kuusi A5-sivua, joten se ei sellaisessa muodossaan sopinut suunnitellulle paikalle. Muokkasin tekstiä lyhyemmäksi ja sijoitin sen layoutissa toiselle aukeamalle saatuaani toiminnanjohtajalta tähän luvan. Muokkasin tekstin yhteyteen kaksi valokuvaa, joista toinen löytyi seuran sivuilta ja toisen sain ONS:n jäseneltä sähköpostitse.

Toiminnanjohtaja kirjoitti jutut Prinsessafutiksesta ja opinnäyteyhteistyöstä. Sain jutut käsiteltäväkseni 8. ja 10.5.2013. Sovimme, että hän tekee myös pelaajahaastattelun junioripelaajasta ja tämän jutun sain 13.5.2013. Haastattelusta pelaajasta sain valokuvan sähköpostitse. Rajasin

kuvan juttua varten sekä muunsin sen CMYK-muotoon. Kirjoitin itse jutun jalkapallokoulusta. Jutut sai sijoittaa layoutissa vapaasti.

5.6 Taitto

Taittoa varten tarvitsin taitto-ohjelman. Valitsin Adobe InDesign CS6:n, koska sen kokeiluversion sai ladata ilmaiseksi Internetistä 30 päiväksi. Latasin ohjelman kotikoneelleni huhtikuun alussa, mutta käyttöönotin sen vasta kuun lopussa, jottei kokeilujakso ehdi varmasti loppua ennen taiton valmistumista. Löysin InDesignia varten käyttöohjeet Internetistä ja lisäksi kirjastosta lainasin käyttööni InDesign-oppaan. Näiden ohjeiden avulla tutustuin ohjelman käyttöön samalla kun tein taittoa.

5.4.2013 huomautan toiminnanjohtajalle, että aineiston pitäisi olla minulla 19.4.2013 mennessä, jotta ehdin taittaa työn huolella. 21.4.2013 johtokunta toivoi, että julkaisun layout olisi valmis 1.5. mennessä senhetkisen mainosmyynnin ja joukkuesivujen osalta. Myöhemmin tulevat mainokset olisi lisätty valmiiseen layoutiin ja julkaisu pitäisi saada painoon 15.5.2013 mennessä. En kuitenkaan voinut aloittaa layoutin tekoa ennen kaiken materiaalin vastaanottamista. Muutosten tekeminen on taitto-ohjelmassa todella hankalaa (Ennola 2012, hakupäivä 7.5.2013.)

11.5.2013 avasin InDesignin aloittaakseni taiton. Huomasin etten voinut luoda julkaisupohjaa ennen kuin tiesin tarkan sivumäärän ja väriprofiilit, joita tiedustelinkin painotalolta. Sain painotalon neuvonantajaan yhteyden 13.5.2013, jonka jälkeen sain luotua julkaisulle rungon. 13.5.2013 aloin luoda InDesign-ohjelmaan julkaisun taittoa varten tarvittavia sivupohjia eli mastereita. Sivupohjien avulla erilaisten, mutta toistuvien sivujen luonti oli helpompaa ja myös sivunumerointi tuli tällä tavoin automaattisesti. Lisäksi täytyi valita kirjaintyypit ja luoda kappaletyylit leipätekstiä, muita tekstejä ja erilaisia otsikoita varten. Kaiken täytyi pohjautua painotalon asettamiin taittoa koskeviin määräyksiin. Taitto-ohjelmaan piti myös syöttää juuri oikeanlaiset väriprofiloinnit ja muut asetukset. Valitsin leipätekstin kirjasintyypiksi Adobe Garamond Pro:n, joka kuuluu renessanssiantikvoiniin. Nämä kirjaintyypit ovat luettavuudeltaan hyviä, koska ne kehitettiin pitkiä tekstejä varten (Itkonen 2007, 32). Otsikoiden kirjasintyypit valitsin vapaammin ottaen kuitenkin huomioon sekä luettavuuden että painotalon antamat ohjeistukset.

Luonnostelin julkaisun layoutin eli asettelun kynällä paperille. Layout sisälsi kaikki sivut ja suunnitelin niihin mainosten ja juttujen sijoituspaikkoja. Aloin lisätä tekstejä ja mainoksia taitto-ohjelmaan ja rakentaa joukkuesivuja. 14.5.2013 saapunut puheenjohtajan teksti toikin eteen ongelman, kun se ei sopinutkaan suunnitellulle paikalle. Kun sen jälkeen vielä saapui lisää mainoksia useaan otteeseen, jouduin tyhjentämään julkaisun ja suunnittelemaan layoutin uudestaan. Uuden suunnitelman toteutin taitto-ohjelmaan niiltä osin kuin se oli mahdollista tehdä ilman uusia muutoksia. 16.5.2013 sain ehdottoman viimeiset mainokset ja niiden muokkaamisen jälkeen pystyin taittamaan julkaisun loppuun edustusjoukkueen kuvaa lukuun ottamatta. Sisällysluettelon sain koostettua tässä vaiheessa, kun sivunumerot olivat tiedossa. Taiton sain valmiiksi illalla 16.5.2013.

Tarkastin taiton esikatselunäkymällä varmistaen kaikkien kuvien linkitysten olevan kunnossa ja kaikkien tekstien olevan kohdallaan. Kun olin tarkastanut julkaisun kahteen kertaan, muunsin sen pdf-muotoon painon antamien asetusohjeiden mukaisesti. 17.5.2013 lähetin julkaisun toiminnanjohtajalle tarkastettavaksi. Hän kävi sen läpi yhdessä puheenjohtajan kanssa ja julkaisu hyväksyttiin lähetettäväksi painoon, kunhan lisään vielä kaksi puhelinnumeroa seuran tietoihin. Tein lisäykset InDesign-ohjelmassa, muunsin julkaisun taas pdf-tiedostoksi ja lähetin aineiston painoon. Vedos oli valmiina nähtäväksi maanantaina 20.5.2013. Kävimme yhdessä toiminnanjohtajan kanssa läpikäymässä vedoksen ja hyväksyimme sen painoon. Painotyöhön oli varattava seitsemän työvuorokautta eli odotimme materiaalin olevan valmista 29.5.2013 mennessä.

Valmiit kausijulkaisut haettiin seuran toimesta painotalolta ja seura hoiti jakelun talkootyönä. Kausijulkaisut jaettiin määrällisesti tasan joukkueiden kesken ja joukkueet hoitivat jakelun itsenäisesti ennalta sovituin aluein. Kausijulkaisu jaettiin suoraan postilaatikoihin. Myös tämän opinnäytetyön liitteenä on valmis kausijulkaisu.

5.7 Toteutunut aikataulu ja budjetti

Kuten edellisissä kappaleissa selvisi, tuli aikatauluun runsaasti muutoksia projektin edetessä. Tämä on kuitenkin normaalia ja kuuluu projektin luonteeseen. Tässä (taulukko 3) esitän lopullisen, toteutuneen aikataulun projektin tärkeimpien vaiheiden osalta verraten suunniteltuun aikatauluun.

TAULUKKO 3. Toteutunut aikataulu

Projektin vaihe	Suunniteltu pvm	Toteutunut pvm
Materiaalit mainosmyyntiä varten	22.2.2013	20.2.2013
Mainosmyynti valmis	24.3.2013	16.5.2013
Materiaaliohjeet mainostajille	2.4.2013	ei toteutunut
Tarjouspyynnöt painotaloille	15.3.2013	4.4.2013
Sisältötekstien pyyntö	2.4.2013	2.4.2013
Joukkue-esittelyjen käsittely	10.4.2013	13.5.2013
Pj:n tervehdyksen käsittely	10.4.2013	14.5.2013
Haastattelun käsittely	12.4.2013	13.5.2013
Muut jutut valmiina	12.4.2013	10.5.2013
Kaikki materiaali valmiina	15.4.2013	16.5.2013
Mainokset saatuna	12.4.2013	16.5.2013
Layout suunniteltu + taiton aloitus	15.4.2013	11.5.2013
Hyväksytetään valmis taitto	20.4.2013	17.5.2013
Lähetetään aineisto painoon	22.4.2013	17.5.2013
Hyväksytään vedos	23.4.2013	20.5.2013
Valmiit julkaisut painosta + jakelu	3.5.2013	29.5.2013

Budjetti oli alun perin ilman mainosmyyntiä 2550 euroa. Mainosmyynnistä saatiin tuloja joukkueiden osuuksien jälkeen 3375 euroa. Kausijulkaisun painattamisen kustannukset ovat painotalon myöntämän takasivun mainoshyvityksen jälkeen 2550 euroa, joten varoja jää seuran käyttöön 825 euroa kausijulkaisun aiheuttamien kustannusten jälkeen.

6 POHDINTA

Opinnäytetyön tavoitteena oli perehtyä kausijulkaisun tuottamiseen ja yhteisöviestintään sekä toiminnallisen osion tavoitteena tuottaa projektityönä kausijulkaisu tyttö- ja naisjalkapalloseura ONS:lle. Kausijulkaisun tavoitteena oli lisätä seuran tunnettuutta, parantaa yrityskuvaa ja sitouttaa seuran jäseniä. Projektin onnistumiseksi laadittiin projektisuunnitelma, jonka pohjalta kausijulkaisun tuottaminen toteutettiin. Kausijulkaisun taitto pohjautui opinnäytetyön viitekehyksessä esitettyyn teoriaan. Projektin tuotoksena oli valmis kausijulkaisu.

Opinnäytetyötä ja siihen liittyvää projektia aloittaessani en tiennyt millaiseen pyörytykseen olin osallistumassa. Minulla ei ollut minkäänlaista kokemusta projektin vetämisestä eikä julkaisun tuottamisesta, joten aihe oli aivan uusi ja tuntematon. Yhteistyötä tein seuran toiminnanjohtajan kanssa, mutta hänellekään julkaisun tuottaminen ei ollut tuttua. Tästä syystä projektisuunnitelman laadinta olikin erittäin tärkeää, jotta projekti etenisi hallitusti ja muistaisimme tehdä oikeassa aikataulussa kaiken oleellisen.

Työn arviointi

Kausijulkaisu onnistui mielestäni ensikertalaiseksi yllättävän hyvin, kun ottaa huomioon kuinka paljon muuttuvia tekijöitä ja kiirettä työstön loppuvaiheessakin vielä oli. Pyrin pitämään kausijulkaisun taiton yksinkertaisena, kuten Mykkänen (1998, 54) taitamatonta neuvoikin. Kausijulkaisu on yleisilmeeltään selkeä ja sisällöltään läpileikkaus seuran toimintaan. Kansi on mielestäni erittäin onnistunut ja erityisesti kanteen valitsemani kuvavalinta osui oikeaan. Mainosten asettelussa säilyi tasapaino ja ilmavuus, jolloin yleisilme ei ollut ahdas. Kuvavalinnat läpi koko julkaisun ovat aiheeseen liittyviä ja tasapainossa keskenään. Prinsessafutisjuttuun sopii hieman leikkisämpi kuvitus piirroksineen, koska kohderyhmänä ovat lapset.

Joukkuesivut olisivat saaneet olla yhtenäisemmät tekstimäärän suhteen, mutta tämä ei ollut omasta työstäni riippuvaista. Sivuille olisi myös voinut lisätä reunakehykset tuomaan ryhdikkyyttä. Kausijulkaisun laajuus oli lopulta riippuvainen budjetista, joten nykyinen sivumäärä ei olisi voinut olla korkeampi. Toteutuneeseen laajuuteen nähden sisältö on mielestäni onnistunut, koska kaikki joukkueet ovat esitelty ja lisäksi julkaisuun saatiin muitakin juttuja mielenkiintoa herättämään ja keventämään lukukokemusta. Kausijulkaisuprojektia aloittaessani haaveilin monimutkaisista tait-

toratkaisuista, mutta saan olla kiitollinen, että nyt olen yleensäkin oppinut taitto-ohjelman peruskäytön.

Projektin läpivienti oli työlästä useiden muutosten johdosta. Haasteena olivat projektiin kuuluvien henkilöiden suuri määrä ja sisäisen viestinnän ongelmat. Viestit eivät menneet perille oikeanlaisina ja tämä aiheutti väärinkäsityksiä ja aikataulujen venymisiä. Edellä mainitut taas aiheuttivat minulle kausijulkaisun taittajana lisätöitä ja todella kovaa kiirettä. Projektin etenemistä hidasti myös oma sairastumiseni, mikä huomioitiinkin riskeissä. Toiminnanjohtaja oli poissa viikot 12–17, jolloin häneen sai yhteyden vain sähköpostitse noin kerran viikossa. Tämä myös vaikeutti projektia, koska poissaolo tuli minulle yllätyksenä emmekä nimenneet hänen tilalleen toista yhteys henkilöä. Kaikesta huolimatta onnistuin pitämään langat käsissäni viimeiseen saakka niin, että julkaisu saatiin taitettua ja painoon.

Myös opinnäytetyöprosessissa ilmeni haasteita. Projektiaikataulun venymiset ja kiireet vaikuttivat suoraan opinnäytetyöprosessin etenemiseen ja aikatauluihin. Opinnäytetyöprosessi oli kuitenkin kokonaisuudessaan hyvin opettava ja palkitseva.

Kehitysehdotuksia

Tämä oli Oulun Naisfutis ry:n ensimmäinen kausijulkaisu, joten projekti toi myös seuralle runsaasti uutta tietoa. Seuraavan kausijulkaisun tuottaminen kannattaa aloittaa jo hyvissä ajoin, jolloin aikaa vieville osuuksille pystytään jättämään tarpeeksi tilaa. Projektisuunnitelma kannattaa tuolloinkin tehdä, jotta voidaan seurata projektin etenemistä vaihe vaiheelta. Mainostajille kannattaa laatia ohjeistus mainosten laadun takaamiseksi. Myös joukkueet ovat varmasti oppineet tästä projektista ja huomaavat valmista kausijulkaisua lukiessaan mitä olisi voinut tehdä toisin. Suositelen hyödyntämään myös jatkossa opiskelijayhteistyötä kausijulkaisun tuottamisessa, koska tällainen projekti tuo opiskelijalle erittäin paljon uutta tietoa ja taitoa.

Lisäksi suosittelen, että Oulun Naisfutis ry:lle laaditaan graafinen ohjeistus. Tämä voidaan toteuttaa opiskelijan toimesta valittaessa yhteistyökumppaniksi esimerkiksi graafista suunnittelua opettava korkeakoulu. Myös sekä sisäinen että ulkoinen viestintä ovat tarpeellisia aiheita tuleville kehitysyhteistyöhankkeille, koska niissä havaittiin projektin aikana puutteita. Seuralta puuttuu viestintäsuunnitelma, joka olisi tärkeä yhtenäisen linjan säilyttämiseksi ulkoisen viestinnän suhteen. Ulkoiseen viestintään sisältyvät myös seuran kotisivut, jotka mielestäni kaipaavat uudistamista ainakin käytön sujuvuuden ja sisällöllisen yhtenäisyyden suhteen. Sisäisen viestinnän on-

gelmana on viestinnän sujuvuus, kun viestintää tapahtuu suuren ryhmän kesken eikä sille ole sovittu yhteistä linjaa. Esimerkiksi sähköpostiosoitteet eivät ole yhtenäisiä, jolloin voisi ajatella sitouttamisen olevan vajanaista. Tämä johtaa usein siihen, että motivaatio viestin vastaanottamiseen ja siihen reagointiin laskee.

Oma oppiminen

Ammatillista kasvua tapahtui jokaisen kolmen prosessin aikana. Kausijulkaisun tuottamisen opettelu toi valmiudet käyttää uusia ohjelmia, kuten InDesignia ja PhotoShopia. Lisäksi opin tässä yhteydessä valtavasti julkaisun tuottamiseen liittyvistä muista seikoista, kuten painotalojen käytännöistä ja toimintatavoista. Projektin läpivieminen taas kasvatti minua ihmisenä – sain huomata pärjääväni myös hyvin stressaavassa tilanteessa ja kovan paineen alaisena. Projektityöskentelystä saamani kokemus on ensiarvoisen tärkeää tulevilla työmarkkinoilla, koska lähes jokaisessa yrityksessä tehdään töitä erilaisissa projekteissa. Opinnäytetyön viitekehyksen kokoaminen toi minulle arvokasta teoreettista tietoa koskien sekä julkaisun taittoa että projektin onnistumista. Yhteisöviestinnän aihealueen käsittely syvensi jo ennestään omaamiani tietoja ja antoi uusia näkökulmia aiheeseen.

Projektin raskaudesta ja haasteellisuudesta huolimatta se antoi minulle erittäin paljon uusia taitoja ja tietoa, ja kasvatti sekä ammatillisesti että ihmisenä. Itsestään ei voi saada kaikkea irti jos ei uskalla heittäytyä ja ottaa haasteita vastaan.

LÄHTEET

Aula, P. 1999. Organisaation kaaos vai kaaoksen organisaatio? Helsinki: Loki-Kirjat.

Ennola, K. 2012. Indesignin käyttö. Hakupäivä 7.5.2013

<http://www.kolumbus.fi/~g633951/atk/IndexIdCS4.htm>.

Ikävalko, E. 1995. Käytännön tiedottaminen: Yhteisöviestinnän käsikirja. 3. painos. Helsinki: Inforviestintä Oy

Itkonen, M. 2007. Typografian käsikirja. 3. laajennettu painos. Jyväskylä: Gummerus.

Juholin, E. & Loiri, P. 1998. HUOM!: visuaalisen viestinnän käsikirja. Helsinki: Inforviestintä

Kettunen, S. 2009. Onnistu projektissa. 2. uudistettu painos. Helsinki: WSOYpro

Kumpuvaara-Virkkala, K. 2013. Haastatteluja kevään 2013 aikana.

Luoma, A. 1996. Yritysten WWW-viestinnän media- ja sanomastrategiat. Hakupäivä 20.5.2013

<http://lipas.uwasa.fi/comm/cmc/semmat/anna/www.html>.

Mykkänen, P. 1998. Yhteisölehti : tekijän opas. Helsinki: Inforviestintä.

Oulun Naisfutis Ry. 2012. Hakupäivä 20.5.2013 <http://onssi.fi/2012/index.php/seura>.

Pesonen, E. 2007. Julkaisijan käsikirja. Jyväskylä: Docendo.

Peuhkurinen, K. 2013. ONSSI matkalla huipulla suomalaisessa tyttö- ja naisjalkapalloilussa. Sähköpostitse 14.5.2013.

Rantanen, L. 2007. Mistä on hyvät lehdet tehty?: visuaalisen journalismin keittokirja. Helsinki: Hill and Knowlton Finland.

Siukosaari, A. 2002. Yhteisöviestinnän opas: yrityksen, järjestön, laitoksen, julkishallinnon yksikön ja muun yhteisön yhteydenpito ja tiedotustoiminta. Helsinki: Tietosanoma.

Åberg, L. 1989. Viestintä tuloksetekijänä. Tietopaketti. Mänttä 1989.

Pidimme toimeksiantajan kanssa aloituspalaverin 12.2.2013. Laadittiin sen pohjalta aikataulu kausijulkaisuprojektille:

- 22.2.2013** Laadittuna mediakortti, kausijulkaisun luonnos, sopimus mainosmyyntiä varten ja kausijulkaisun tietoja -lomake. Toiminnanjohtaja välittää materiaalit joukkueenjohtajille mainosmyyntiä varten.
- 15.3.2013** Tarjouspyynnöt painotaloille.
- 24.3.2013** Joukkueiden mainosmyyntiaika loppuu.
- 2.4.2013** Toimitetaan materiaali-ohjeet mainostajille.
Pyydetään joukkueenjohtajilta kuvaukset joukkueista joukkuesivuille.
Pyydetään puheenjohtajalta tervehdysteksti.
Valitaan haastateltavat, haastattelut tehdään viikkojen 14–15 aikana.
Toiminnanjohtaja kirjoittaa jutut prinsessafutiksesta, jalkapallokoulusta ja opinnäyteyhteistyöstä.
- 10.4.2013** Joukkuekuvausten ja tervehdystekstin läpikäynti ja tarvittaessa muokkaus.
- 12.4.2013** Mainokset oltava saatuna.
Suunnitellaan kausijulkaisun layout.
Aloitetaan haastattelujen puhtaaksikirjoitus ja kuvien valinta sekä Prinsessafutis- ja opinnäyteyhteistyö-juttujen läpikäynti. Valitaan seuran kuvapankista kuvitusta kausijulkaisuun ja muokataan ne tarvittaessa.
- 15.4.2013** Oltava kaikki materiaali valmiina taittoa varten. Aloitetaan taitto.
- 20.4.2013** Lähetetään kausijulkaisun layout hyväksyttäväksi seuran johtokunnalle, tehdään tarvittavat muutokset.
- 22.4.2013** Lähetetään aineisto painoon.
- 23.4.2013** Tarkistetaan vedos ja annetaan lupa painoon.
- 3.5.2013** Julkaisujen haku painosta ja jakelu suunnitelman mukaan.



OULU NICE SOCCER

Kausijulkaisu 2013

Tähän



tekstiä

levikki 10 000 kpl

muuta tarvittavaa tietoa

Prinssessafutis & jalkapallokoulu

Tälle sivulle tulee tietoa prinssessafutiksesta ja jalkapallokoulusta.

ONS:n tervehdys

Tähän tervehdys- /
johdantopuhe seuraan
kuuluvalta henkilöiltä.

Tekstiä, tekstiä, tekstiä.
Tekstiä, tekstiä, tekstiä.
Tekstiä, tekstiä, tekstiä.
Tekstiä, tekstiä, tekstiä.
Tekstiä, tekstiä, tekstiä.



Lisäinformaatiota kevään aikana näillä sivuilla!



©Milonka * IllustrationsOf.com/1101889

Tekstiä, tekstiä, tekstiä. Tekstiä, tekstiä, tekstiä. Tekstiä,
tekstiä, tekstiä. Tekstiä, tekstiä, tekstiä. Tekstiä, tekstiä,
tekstiä. Tekstiä, tekstiä, tekstiä. Tekstiä, tekstiä, tekstiä.
Tekstiä, tekstiä, tekstiä. Tekstiä, tekstiä, tekstiä. Tekstiä,
tekstiä, tekstiä. Tekstiä, tekstiä, tekstiä. Tekstiä, tekstiä,
tekstiä. Tekstiä, tekstiä, tekstiä. Tekstiä, tekstiä, tekstiä.



Painotalon tiedot
Kotipaikka
Muuta tarvittavaa

yhteyksiä ym. tärkeää

ORIFLAME
S W E D E N

Amavillo
RESTAURANT • BAR

KAROLIINA
KEITTIÖT
KEMPELEEN KALUSTE OY

PUMA

SARINA
*Meidän Meitä varten.
Vuodesta 1917.*



Toimistotarvike Juntunen

www.**unikulma**.fi
Miten Teillä nukutaan?

SAFETYCAR
Meillä tehdään kuljettajia

Joukkueen nimi



Kuvassa: tähän kuvassa olevien nimet jne.
Tekstiä tulee muutama rivi kun luettelee kaikki.

Juttu ONS:n toiminnasta

Kausijulkaisuun voi tehdä juttuja/artikkeleita

ONS:n toiminnasta, joukkueista,

saavutuksista, tulevasta, ihan mistä vaan!



Haastattelu

Julkaisuun voidaan

tehdä erilaisten

jalkapallovaikuttajien

haastatteluja.

Haastateltava voi olla

myös esimerkiksi

pelaaja.



tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä
tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä
tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä
tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä
tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä
tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä
tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä tekstiä



OULU NICE SOCCER

Kausijulkaisu 2013

LIITE 3



Tähän tekstiä

Tähän lisää tekstiä. Tähän lisää tekstiä.

MEDIAKORTTI

LEVIKKI: 10 000 kpl

ILMESTYYS: 05/2013

JAKELU: Suur-Oulun talousalue

ONS:n tervehdys

Tähän tervehdys- /
johdantopuhe seuraan
kuuluvilta henkilöiltä.

Tekstiä, tekstiä, tekstiä.
Tekstiä, tekstiä, tekstiä.
Tekstiä, tekstiä, tekstiä.
Tekstiä, tekstiä, tekstiä.
Tekstiä, tekstiä, tekstiä.



©Manica • IllustrationsOf.com/1101889

Tekstiä, tekstiä, tekstiä. Tekstiä, tekstiä, tekstiä. Tekstiä,
tekstiä, tekstiä. Tekstiä, tekstiä, tekstiä. Tekstiä, tekstiä,
tekstiä. Tekstiä, tekstiä, tekstiä. Tekstiä, tekstiä, tekstiä.
Tekstiä, tekstiä, tekstiä. Tekstiä, tekstiä, tekstiä. Tekstiä,
tekstiä, tekstiä. Tekstiä, tekstiä, tekstiä. Tekstiä, tekstiä,
tekstiä. Tekstiä, tekstiä, tekstiä. Tekstiä, tekstiä, tekstiä.

Yhteystietoja ym. tärkeää

1/12 sivu (vaaka)
150,-

1/6 sivu (pysty)
300,-

Yrittäjä Oy

1/6 sivu (vaaka)
300,-

1/2 sivu (vaaka)
900,-



Joukkueen nimi



Pelaajien nimet ja valmentajien yms. nimet.

Joukkueen esittelytekstiä. Joukkueen esittelytekstiä.
Joukkueen esittelytekstiä. Joukkueen esittelytekstiä.
Joukkueen esittelytekstiä. Joukkueen esittelytekstiä.
Joukkueen esittelytekstiä. Joukkueen esittelytekstiä.
Joukkueen esittelytekstiä. Joukkueen esittelytekstiä.
Joukkueen esittelytekstiä. Joukkueen esittelytekstiä.
Joukkueen esittelytekstiä. Joukkueen esittelytekstiä.
Joukkueen esittelytekstiä. Joukkueen esittelytekstiä.
Joukkueen esittelytekstiä. Joukkueen esittelytekstiä.

1/4 sivu (pysty)
450,-

1/2 sivu (pysty)
900,-



KOKO sivu
1800,-

1/3 sivu (vaaka)
600,-



Yhteistyöstä kittään

Mediatalo ABC
Palloliitto
Kiskan grilli
Kaken korjaamo
Design House

Kannattajajäsen / Kummiryitys
(nimi takasivulle)
100,-



Oulu Nice Soccer / Oulun Naisfutis ry
c/o Arina Areena
Nuottasaarentie 12
90400 Oulu



ONS KAUSIJULKAISU (A5) SOPIMUS 2013

(levikki: 10 000 kpl Oulun ja ympäristökuntien talousalueella)

Varaamme seuraavan mainospaikan ONS kausijulkaisusta:

Mainospaikat: (mustavalkomainos)

- | | | | | |
|--------------------------|-----------------------------|--------|----------------------------|----------|
| <input type="checkbox"/> | koko sivun mainos | 1800 € | | |
| <input type="checkbox"/> | puolen sivun mainos | 900 € | __ pysty | __ vaaka |
| <input type="checkbox"/> | 1/3 sivun mainos | 600 € | | |
| <input type="checkbox"/> | 1/4 sivun mainos | 450 € | | |
| <input type="checkbox"/> | 1/6 sivun mainos | 300 € | __ pysty | __ vaaka |
| <input type="checkbox"/> | 1/12 sivun mainos | 150 € | | |
| <input type="checkbox"/> | kannattajajäsen/kummiyritys | 100 € | (nimi viimeiselle sivulle) | |

Yrityksen nimi:

Laskutusosoite:

Y-tunnus:

Yhteys henkilön nimi:

Yhteys henkilön email ja puh:

Myyjä:

Tämä sopimus koskee ONS kausijulkaisuun tulevaa mainosta. Tätä sopimusta on tehty kaksi kappaletta, yksi kummallekin osapuolelle. Allekirjoittaneet sitoutuvat noudattamaan yllämainittuja ehtoja. ONS pidättää oikeuden muutoksiin. Yhteistyökumppani vastaa mainosaineiston toimittamisesta ONS:n ohjeiden ja aikataulun mukaan ja vastaa aineiston oikeellisuudesta.

Aika ja paikka

Aika ja paikka

Yrityksen edustajan allekirjoitus

Myyjän allekirjoitus ja yhteystiedot

Oulu Nice Soccer / Oulun Naisfutis ry
c/o Arina Areena
Nuottasaarentie 12
90400 Oulu
Y-tunnus: 2033198-2



ONS KAUSIJULKAISU (A5)

- noin 30-50 sivua
- levikki: 10 000 kpl jakelu Oulun ja ympäristökuntien talousalueella
- mustavalkoinen (kannet 4-väri)
- kaikkien ONS-joukkueiden kuvat
- jalkapallovaikuttajien haastatteluja
- mainos kausijulkaisussa – tuet ONS:n junioritoiminnan kehittämistä
- ilmestyy toukokuussa 2013

Yritys saa:

- mainoksen kausijulkaisuun
- ONS kausijulkaisu toimitetaan ilmestymisen jälkeen suoraan yritykseen

Yhteistyökumppani vastaa mainosaineiston toimittamisesta ONS:n ohjeiden ja aikataulun mukaan ja vastaa aineiston oikeellisuudesta. Tarkemmat ohjeet mainosaineiston toimittamisesta lähetetään mainossopimuksen allekirjoituksen jälkeen.

Sopimus solmitaan puhelimesta / käynnillä ja vahvistetaan allekirjoituksin tai lähettämällä omasta henkilökohtaisesta sähköpostista kuittaus, että sopimus on hyväksytty.

Laskutus:

Heti tilauksen jälkeen tai 50% heti ja 50% yhden kuukauden jälkeen.

Oulu Nice Soccer
Heli Kitti
Xxxxx.Xxxxxxxxxx@gmail.com
044-XXXXXXX



Kirjapaino Ouluprint Oy
kirjapaino@ouluprint.fi

TARJOUSPYyntÖ 4.4.2013

Pyydämme kausijulkaisun painoa varten tarjoustanne seuraavilla tiedoilla:

Työn nimi:	Kausijulkaisu
Koko:	A5
Laajuus:	30-50 sivua (36)
Painomäärä:	10.000 kpl
Värillisuus:	A) 4/4 B) kannet 4/4 ja sisus 1/1
Paperi:	A) oma paperi (lahjoitus paperitehtaalta) B) pyydämme ehdotusta paperilaadusta - sisus laadukkaampi kuin tulostuspaperi - kannet laadukkaampaa kuin sisuspaperi
Aineisto:	Painovalmis PDF
Rakenne:	Stiftattu
Toimitus:	Viikko 18

Pyydämme myös tarjousta hyvityksestä, jos annamme kausijulkaisun koko takakannen mainostilaksenne.

Noudamme valmiin materiaalin.

Pyydämme tarjoustanne 10.4.2013 mennessä.

Kiittäen

Heli Kitti / Oulu Nice Soccer

Oulu Nice Soccer
Heli Kitti
Xxxxx.Xxxxxxxx@gmail.com
044-XXXXXXX



Stora Enso
Jari Kärkkäinen
Tehtaan johtaja Oulu Mill

PAPERILAHJOITUSHAKEMUS 22.4.2013

Oulu Nice Soccer eli ONS on nuori, vuonna 2006 toimintansa aloittanut ja yhä nopeasti kasvava oululainen tyttö- ja naisjalkapalloilun erikoisseura. Seurassa on n. 450 lisenssipelaajaa joka ikäluokassa aina 2007 syntyneistä tytöistä naisten edustusjoukkueeseen saakka. ONS on nopeasti vakiinnuttanut paikkansa yhtenä Suomen parhaana tyttöjunioriseurana.

Anomme paperilahjoitusta kausijulkaisuumme varten.

Tietoa kausijulkaisusta:

- koko A5
- levikki noin 10 000 kpl
- sivumäärä 30–50 (tarkentuu lähiviikkoina)
- jakelu Oulun seutu + ympäristökunnat
- painoon viimeistään 15.5.2013, painotalo Joutsen Media

Paperiksi toivoisimme:

- kannet vähintään wdgs 170
- sisäsivut vähintään wdgs 100
- arkkikoko vähintään 880mm x 630mm

Painatus tulee 4/4-väriyksellä.

Kiitoksena tuestanne tyttöjalkapalloilun hyväksi tarjoamme puolen sivun mainostilan kausijulkaisusta.

Kiittäen

Heli Kitti / Oulu Nice Soccer