

Stadion Pop Up projektin konkreettinen eteneminen

Käynnistys 2016

Projektin kolme päätavoitetta

- 1) tehdä Olympiastadion näkyväksi remontin ajaksi
- 2) luoda uusi innovatiivinen matkailukohde Helsinkiin
- 3) osallistaa kaupunkilaiset stadionin kehittämiseen ja tuoda uusi sukupolvi stadionin palvelujen käyttäjäksi

Projekti käynnistyy 1 teemalla, jossa vahvasti mukana yrityskumppanit ja sieltä voi poikia uutta yritystoimintaa tai uutta liiketoimintaa alueen yrityksille.

1. Stadion pop up sisältöä sähköisiin kanaviin

A. Osallistamispilotti

aikataulu: tammikuu-maaliskuu 2016

Toteutus:

Avataan some-tili Uusi Stadion nimellä esim. Facebook ryhmä.

Kerätään ideoita siitä, mitä uudella stadionilla voisi tehdä. Ryhmään kutsutaan mukaan sekä helsinkiläisiä että matkailijoita, sekä englannin että suomen kielillä. Tiliä ja osallistamista fasilitoi opiskelijaryhmä aina yhden viikon kerrallaan. Pilotin kokonaiskesto 6 vkoa.

Tuloksena: kokemuksia siitä miten pohinää synnytetään someen, ja mikä tuntuisi olevan toimiva teema, osallistamisen tapa tai muoto, jolla tätä voisi jatkaa.

Jotta jatkuvuus tässä varmistettaisiin, tässä voisi olla työharjoittelija Haaga-Heliassa fasilitoimassa some-sisältöjä 2016-2018.

B. Sähköinen muistokirja Stadikalta

Helsinkiläisten muistoja stadikalta kerätään kuvien muodossa. Ajatuksena saada muistoja matkavarrelta teemalla mielenpainuvimmat muistot stadionilta. Tähän voisi linkittää Pro Stadion yritysverkoston kumppaniyritykset. Kuvakavalkaadia voisi esitellä yrityksissä. Tässä voisi hyödyntää myös YLEn arkistoja ja linkittää sieltä kuvia helsinkiläisten muistoihin.

C. Workshop Pro Stadion yritysverkostolle yhteistyökuvioiden miettimiseksi ja ideoimiseksi

Pro Stadion yrityskumppaneita ovat:

Actavis, Adecco, Alko, ClearChannel, Fonecta, Grano, Hartwall, Ilta-Sanomat, Kisakallio Lippupalvelu, Mepco, Niemi Palvelut Oy, Prima Pet Premium, Ramirent, Seco Tools, Sodexo Vepsäläinen

2. Fyysisen vierailukeskuksen suunnittelu ja toteutus

- mobiili vierailukeskus
- suunnittelussa ja toteutuksessa tehdään yhteistyötä Aallon arkkitehtiosaston kanssa
- kaupungin keskeisillä paikoilla esim. Espo, Narikkatori
- osa Suomi 100v juhlallisuuksia
- tapahtumia, kumppanitilaisuuksia, teemakampanjoita, eri kohderyhmille

3. Pop up markkinointikiertue

- kiertää eri puolilla Suomea ja markkinoi uutta Stadionia ja sen ensimmäisiä tapahtumia
- yhdistetään digitaalisuutta ja fyysisiä kohtaamisia