

Viestintäsuunnitelma tehdään aina valtakunnallisesta tapahtumasta. Sellainen on hyvä olla olemassa myös paikallisista tapahtumista. Toistuvissa tapahtumissa riittää, kun aiemmin tehty viestintäsuunnitelma päivitetään.

## Perustiedot

<b>Viestittävä asia</b> (tapahtuman nimi/otsikko)	
<b>Aika ja paikka</b> (missä ja milloin tapahtuma järjestetään)	
<b>Toiminnan/tapahtuman vastuhenkilö/taho ja yhteistyökumppanit</b>	
<b>Viestinnän kohderyhmät</b> (kenelle viestintää tehdään? huomioikaa sekä sisäiset, että ulkoiset kohderyhmät)	
<b>Sisäisen viestinnän kanavat</b> (kanavat, joiden kautta tapahtumasta viestitään henkilöstölle/jäsenille/yhteistyökumppaneille sekä kanavat, joita järjestäjät (esim. tapahtuman työntekijät) käyttävät keskinäisessä viestinnässä)	
<b>Markkinointiviestinnän kanavat</b> (kanavat, joiden kautta tapahtumasta viestitään potentiaalisille osallistujille ja muille kiinnostuneille)	
<b>Markkinointiviestinnän materiaalit</b> (käytetäänkö markkinoinnissa kuvaa, videota, grafiikkaa tmv.? ovatko materiaalit valmiina, vai täytyykö viestintää varten esim. tuottaa tekstiä, ottaa kuvia tms.?)	
<b>Viestinnän aikataulu</b> (milloin viestintä aloitetaan ja milloin se lopetetaan? kuinka usein viestitään?)	
<b>Viestinnän vastuhenkilö(t)</b>	

