



Oulu me

TOIMINTA-AJATUS; Miksi Oulu MC ry on olemassa?

Yhdistyksen tarkoitus on:

- Kehittää ja ohjata jäsentensä liikennekäyttäytymistä
- Pyrkii lisäämään moottoripyöräilijöiden ja moottoripyöräilyn turvallisuutta
- Järjestää kuljettajien koulutus- ja opetustoimintaa
- Edistää jäsentensä välistä yhteenkuuluvuutta.

Jäsenkysely 6-8.2024

Kysymykset ovat monivalintaisia, ellei perässä ole muuta mainintaa

-2 Täysin eri mieltä

-1 jokseenkin eri mieltä

0 En ota kantaa

1 jokseenkin samaa mieltä

2 Täysin samaa mieltä

Kysymykset:

Olemme kehittämässä Oulu MC:n toimintaa tulevaisuutta varten. Pyydämme teitä käyttämään hetken aikaa kyselyyn, jotta voimme tehdä kerhosta entistä paremmin jäseniään palvelevan.

1. Minulle tärkeitä asioita kerhon toiminnassa ovat:

- Kerhon järjestämät päivän ajoretket
- Ajokoulutukset
- Huolto- pesu- ja korjaustilat työkaluineen
- Tallipaikka, jossa moottoripyörää voi säilyttää
- Naisten oma toiminta; mm. Ajoretket ja muut tapahtumat
- Sosiaaliset tapahtumat kesällä, kuten illanvietot, ajokauden avajaiset, päättäjäiset jne.
- Talvikauden tapahtumat, kuten esim. Keilailu, pikkujoulut, kulttuuritapahtumat, liikunnalliset tapahtumat, kuusenkaatajaiset
- Osallistuminen ralleihin, mp-messuihin, tai muihin ulkopuolisiin tapahtumiin, esim. Mp-messut
- Kerhon järjestämä moottoripyörämatkailu laajemmin kotimaahan
- Kerhon järjestämä moottoripyörämatkailu ulkomaille
- Keskustelufoorumi, jossa voi ilmoittaa itse järjestämästään matkasta tai halukkuuden osallistua matkoihin
- Kerhovierailut, yhteistoiminta muiden suomalaisten kerhojen kanssa
- Mistä muista tapahtumista tai toiminnasta olisit kiinnostunut? (Kommenttikenttä)

2. Haluan seurata kerhon toiminnasta tiedottamista:

- Verkkosivuilta
- facebookista
- Instagramista
- sähköpostista
- Omasta apista
- Tekstiviestin kautta
- Keskustelufoorumista
- Jostain muualta, mistä? (Kommenttikenttä)

3. Oulu MC ry tarvitsee oman kokoontumisajon.

- Millainen Oulu MC:n oma kokoontumisajon tulisi olla? (Kommenttikenttä).
- Jos kuvaamani kokoontumisajo järjestettäisiin, osallistuisin siihen.
- Jos kuvaamani kokoontumisajo järjestettäisiin, haluaisin olla mukana järjestämässä sitä.

4. Minua kiinnostaisi osallistua kerhon toimintaan

- Osallistumalla tapahtumiin
- Osallistumalla tapahtumien ideointiin, suunnitteluun ja toteutukseen
- Jos vastasit jompaankumpaan negatiivisesti, miksi asia ei kiinnosta? (Kommenttikenttä)
- Mitä pitäisi tehdä, että kiinnostus aktiiviseen kerhotoimintaan lisääntyisi? (Kommenttikenttä)

5. Kerhon järjestämissä tapahtumissa minulle tärkeitä seikkoja ovat:

- Tarjoilut
- Järjestetty ohjelma
- Paikka
- Hinta
- Aikataulu
- Millaista porukkaa siihen osallistuu

6. Joudumme jossain vaiheessa etsimään uudet kerhotilat. Uusissa tiloissa minulle tärkeitä ovat:

- Sijainti Oulun keskustan välittömässä läheisyydessä
- Huolto- ja pesutilat
- Talvisäilytystilat, tallipaikka
- Viihtyisät kerhotilat
- Keittiö ja ruoanlaittomahdollisuudet
- Sauna
- Karaoke- ja tanssimahdollisuudet
- Pelit, kuten biljardi, darts jne.
- Joku muu, mikä? (kommenttikenttä)

Kiitoksia vastauksesta! Se on meille tärkeä!

Jäsenkyselyn tulokset

Tärkeimpinä asioina toiminnassa pidettiin:

1. Ajokoulutuksia
2. Kerhon järjestämiä päiväretkiä
3. Huolto- ja korjaustiloja

Kannatusta saivat myös:

- Pidemmät ajoretket kotimaassa
- Erilaiset tapahtumat sekä ajokauden aikana, että talvella.
- Tallipaikkatilat

Jäsenkyselyn tulokset

Tiedottamisessa parhaina kanavina pidettiin:

1. Sähköposti - selvä ykkönen
2. Verkkosivusto
3. Whatsapp

Väite: Oulu MC tarvitsee oman kokoontumisajon.

- Äänet jakautuivat puolesta ja vastaan noin 50-50, mitä pidimme melko heikkona kannatuksena



Nyt ei ole sille oikea aika

Jäsenkyselyn tulokset

Kerhon toimintaan osallistuminen:

- Mukana toiminnassa normaalisti: 74% haluaa osallistua, 23% ei ota kantaa. 3% ei halua osallistua
- Mukana toiminnassa vastuuhenkilönä: 40% haluaa toimia vastuuhenkilönä, 42% ei ota kantaa, 17% ei halua toimia vastuuhenkilönä

Johtopäätös:

Halukkaita vastuunkantajia on, mutta enemmän olisi parempi. Vastuutehtävissä toimimisesta tulee tehdä mielekkäämpää.

Jäsenkyselyn tulokset

Tärkeitä asioita kerhon järjestämissä tapahtumissa:

- Aikataulu
- Muut osallistujat
- Paikka
- Hinta
- Tarjoilu
- Järjestetty ohjelma

Johtopäätös:

Äänet hajautuivat paljon, eli on tarvetta monenlaiselle ja monentasoiselle tapahtumalle, myös pienryhmien omille tapahtumille.

Jäsenkyselyn tulokset

Tärkeitä asioita uusien kerhotoilojen etsimisessä:

- Huolto- ja pesutilat
- Viihtyvyys
- Talvisäilytyspaikka
- Sijainti Oulun lähellä

Johtopäätös:

Ei suuria yllätyksiä. Tarpeet vaihtelevat aika paljon, mutta huoltotilat ja viihtyvyys olivat tärkeimpiä. Emme syvenny tähän, koska tarjonta antaa puitteet päätökselle, kun sen aika tulee.

Tavoite

Oulu MC ry 2030-luvulla

- Aktiivinen kerho, joka järjestää ajokoulutuksia, sosiaalisia tapahtumia sekä ajoretkiä pääasiallisesti paikallisesti Oulun lähialueella, mutta myös Suomen sisällä
- Jäsenistössä on motoristeja eri ikäryhmistä ja genreistä. Nämä kaikki tulevat keskenään toimeen.
- Tiedottaminen toimii sekä sisäisesti että ulkoisesti. Kaikki tietävät, mitä on tapahtumassa ja milloin
- Hyvämaineinen kerho, joka tunnetaan moottoripyöräharrastuksen vastuullisena edistäjänä.

Johtopäätös:

- Oulu MC ry on jo tällainen kerho! Kuitenkin....
- Uhkia on näköpiirissä. Miten turvataan, että kerho säilyy elinvoimaisena ja aktiivisena uhista huolimatta? Lisäksi, miten toiminnan mielekkyyttä voidaan parantaa entisestään?

SWOT-ANALYYSI

Vahvuudet

- Ajokoulutukset; MPEAK, SMOK
- Vappuajo
- Jäsenmäärä on tällä hetkellä hyvä
- Hyvät tilat; säilytys ja huoltomahdollisuudet
- Merkistä riippumattomuus, monenlaisia motoristeja ilman skismaa
- Talous on ihan kunnossa
- Hyvä maine ”kunnon kerhona”
- Yhteistyökumppanit ja verkosto
- Henkilöstö; kouluttajat, järjestysmiehet, teknisesti osaavia henkilöitä

Uhat

- Verkostojen ja suhteiden riippuvuus yhdestä henkilöstä
- Muuttuva ryhmädynamiikka – tuntevatko jäsenet kerhon omakseen?
- Tilat lähtevät alta jossain vaiheessa, mistä uudet?
- Jäsenistön ikääntyminen -> jäsenkato

Heikkoudet

- Jäsenistön passiivisuus, aktiivisia on vain pieni osuus jäsenistä
- Vastuuhenkilöiden puute
- Korkea keski-ikä
- Me-henki on heikko

Mahdollisuudet

- Oulun alueella voi olla tilaus suurille mp-tapahtumille
- Alan yrityksiä ja toimijoita on melko paljon
- Hailuodon silta, avaako uusia mahdollisuuksia kokoontumisajolle?
- Jäsenistössä on vahva halu ajoretkille ja sosiaalisuudelle. Ne pitää vain osata ja haluta toteuttaa sekä löytää vastuuhenkilöitä

Haaste

Ratkaistavia ongelmia ovat siis:

1. Kerho tarvitsee ikäjakaumansa takia jatkuvasti uusia jäseniä. Miten heitä saadaan?
2. Miten parannetaan jäsenistön ME-henkeä, jotta kerho tarjoaisi entistä paremman paikan harrastaa moottoripyöräilyä
3. Miten saadaan enemmän vastuuhenkilöitä hoitamaan kerhotoimintaa?

Haaste 1.

Markkinointi, jotta kerho saisi jatkuvasti uusia jäseniä

Kohderyhmät

Nuoret; mopoilijat ja A1-korttilaiset

Hyviä puolia

- + Into ja energia
- + Nuorena ihminen kykenee oppimaan asioita

Vähemmän hyviä puolia

- Vastuullisuus ei välttämättä ole vielä kypsynyt, käyttäytyminen voi aiheuttaa ristiriitoja vanhempien jäsenten kanssa
- Pappa betalar, eli nuorten harrastaminen ei usein ole taloudellisesti itsenäistä
- Harrastuskausi on lyhyt. Edessä ovat opiskelu, työelämä, perhe-elämä, ruuhkavuodet

Johtopäätös

Nuoret motoristit ovat tärkeä ja otollinen liikennekasvatuksen ja ajokoulutuksen kohderyhmä. Tälle kohderyhmälle kerho voisi järjestää missionsa mukaisesti tapahtumia, jossa vastuullista liikennekäyttäytymistä, koulutuksia ja harrastuksen sosiaalisia puolia esitellään. Tämä jää ”kytemään” myöhempiä aikoja varten. Jäsenyyden ja harrastamisen kannalta nuoriso ei välttämättä koe tarvetta liittyä yhteen ”wanhojen” kanssa, vaan haluavat harrastaa keskenään. Siksi tähän kohderyhmään ei kannata erityisesti panostaa jäsenhankintamielessä.

Kohderyhmät

Nuoret; A2-korttilaiset

Hyviä puolia

- + Into ja energia
- + Nuorena ihminen kykenee oppimaan asioita
- + A2 kortti tarkoittaa astetta vakavampaa harrastuneisuutta
- + Elämällä on jo suunta

Vähemmän hyviä puolia

- Taloudellisesti vielä usein riippuvainen vanhemmista
- Harrastuskausi on mahdollisesti lyhyt. Edessä ovat työelämä, perhe-elämä, ruuhkavuodet

Johtopäätös

Nuoret motoristit, jotka ovat edenneet A2-tasolle, suhtautuvat sen verran vakavasti harrastukseen, että ajokoulutus voi kiinnostaa. Myös muut kerhon palvelut, kuten tilat, huoltomahdollisuudet jne. voivat olla tärkeitä etuja. Ikäkuilu on silti olemassa. Kohderyhmänä A2-korttilaisiin kannattaa panostaa jossain määrin, vaikka harrastuksen keston ennuste olisikin lyhyt. Tällä markkinoinnilla luodaan potentiaalista jäsenistöä pitkällä aikavälillä.

Kohderyhmät

Keski-ikäiset motoristit (+35 v.)

Hyviä puolia

- + Elämäntilanne vakiintunut, harrastaa selkeästi halusta ajaa moottoripyörällä
- + Vastuullisuus, ymmärrys ajotaidon ja asenteen merkityksestä on kasvanut
- + Harrastus on taloudellisesti vakaalla pohjalla
- + Harrastamisen ennuste on pitkä
- + Ikä ei tuo ristiriitoja vanhan polven kanssa, vähemmän sosiaalisia ongelmia

Vähemmän hyviä puolia

- Osa ikäryhmästä elää edelleen ruuhkavuosia ja siksi ajankäyttö on rajoitettua. Toisaalta, koska harrastus on aloitettu, sitä on ainakin jonkin verran.

Johtopäätös

Kohderyhmällä on aikaa ja varaa harrastaa. Tämä kohderyhmä tuo eniten etuja ja vähiten haasteita kerholle, joten tämä on jäsenhankinnan ensisijainen kohderyhmä. Jatkossa nämä joutuvat ajamaan A-kortin, joten tavoitetaan autokoulusta, yhteistyön kautta.

Kohderyhmät yhteenveto

Pääkohderyhmä on varttuneet motoristit,

joilla on aikaa, tahtoa ja varaa harrastaa moottoripyöräilyä. Tämä sukupolvi alkaa olemaan enenevässä määrin A-kortin erikseen suorittavia, joten kohderyhmä on tavoitettavissa autokouluissa.

Toissijainen kohderyhmä on A2-kortin ajaneet motoristit,

joita pyritään houkuttelemaan jäseneksi suoraan autokoulusta (autokouluyhteistyö). Tämä tuo nuorta aikuista porukkaa kerhoon. Taloudellisessa mielessä tavoite on kuitenkin pääasiassa tietoisuuden lisäämisessä ja siinä, että nämä henkilöt myöhemmin palaavat pitkäaikaisemmaksi jäseneksi.

Kerhotoiminnan kohderyhmänä ovat myös A1 motoristit

ja siinä sivussa myös mopoilijat ovat tervetulleita. Tälle ryhmälle pyritään järjestämään tutustumis- opetus- ja valistustoimintaa.

Markkinointi

Kohderyhmän tavoittaa parhaiten autokoulusta. Kehitetään siis kontakteja ja yhteistyötä autokoulujen kanssa

Oulu MC tarjoaa ak:lle:

- Autokoulukumppanille näkyvyyden omassa verkostossaan ja markkinoinnissaan; verkkosivuilla, esitteet kerholla, tapahtumissa,
- Koulutusyhteistyö; esim. Luennot, kouluttajien koulutukset
- Uskottavuutta mp-kouluttajana, kun ovat yhteistyössä merkittävän mp-kerhon kanssa



Autokoulu tarjoaa OMC:lle:

- Paikan Oulu MC esitteille. Esite mukaan oppilaiden aineistoon
- Mahdollisuuden tulla pitämään luento tai esittäytyminen kurssille
- Mahdollisuuden kutsua oppilaita (ja henkilökuntaa) tutustumiskäynnille Oulu MC:hen

Markkinointi

Verkkosivusto on yhdistyksen näyteikkuna maailmalle

Hyvää sivustolla tällä hetkellä:

- Vaihtuvat herokuvat antavat realistisen ja monipuolisen kuvan kerhon toiminnasta
- Selkeä rakenne
- asiallinen sisältö

Verkkosivuston kehityskohteet:

- Moottoripyöräily on intohimolaji. Markkinoinnin tulee vedota tunteeseen ja kohderyhmän tarpeeseen. Sisältö ja ulkoasu kannattaa kehittää tästä näkökulmasta.
- Verkkosivuston rooli yhdistyksen sisäisessä ja ulkoisessa tiedottamisessa

Tulevaisuustyöryhmä suosittelee:

1. Laaditaan markkinointisuunnitelma

- Selkeä ja tunteeseen vetoava narratiivi: esim.

Oulu MC Ry tarjoaa parhaat mahdolliset puitteet sekä yhteisön moottoripyöräharrastukselle. Meidän porukassa saat harrastuksesta enemmän irti ja pystyt kehittymään kuljettajana.”

- Tavoitteena saada viesti perille jokaiselle Oulun alueen A- ja A2 korttia ajavalle motoristille
- Autokouluyhteistyö: tavoitetaan uudet motoristit sieltä, missä he syntyvät.
- Tutustumispäivät, pienimuotoiset koulutukset, teematapahtumat, kampanjat ym. Joihin kutsutaan erityisesti kerhoon kuulumattomia motoristeja sekä nuorta polvea (A1 ja mopoilijat?)
- Aineiston laadinta ja päivitys: Suunnitellaan ja toteutetaan markkinointisuunnitelman vaatimat aineistot, esim. Presentaatio ja esitteet
- **Verkkosivuston päivitys!!**

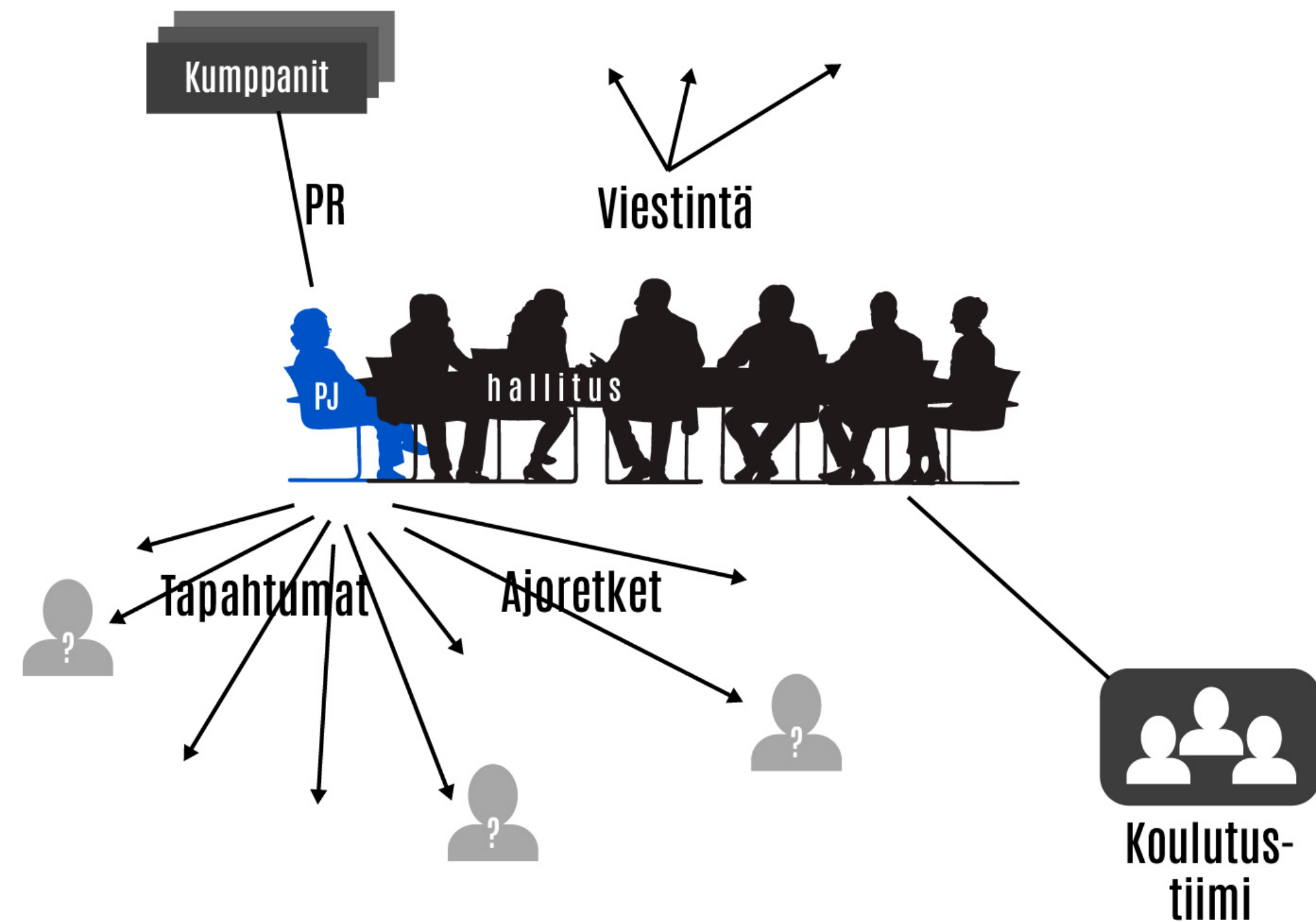
2. Toteutetaan markkinointia aktiivisesti.

Haaste 2.

Organisaation kehittäminen, jotta kerhon toiminta olisi rakenteellisesti mahdollisimman mielekästä ja tehokasta

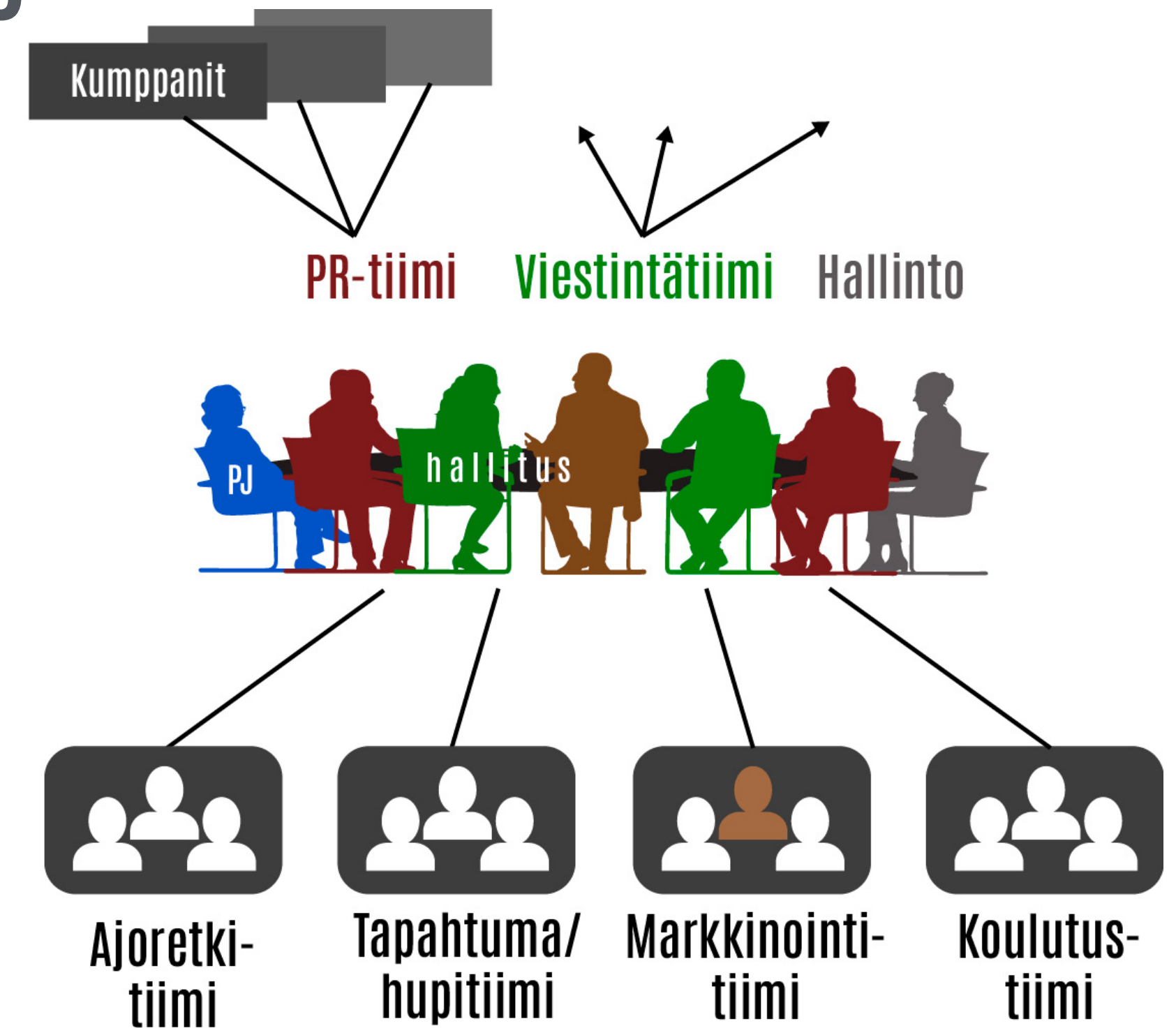
Organisaation kehittäminen

Nyt



- Koulutustoiminta toimii erinomaisesti, viestintä ihan ok
- Vaikea löytää vastuuhenkilöitä ajoretkiin ja tapahtumien järjestämiseen -> jatkuvaa kyselyä, kuka tekisi sitä ja tätä
- Yksittäiset henkilöt joutuvat ottamaan paljon vastuuta

Ehdotus



- Perustetaan toimikuntia, eli tiimejä hoitamaan käytännön asioita vuosi kerrallaan. Hallitus määrittää budjetin, jonka puitteissa tiimi toimii.
- Ryhmässä syntyy vuorovaikutus > ideoita syntyy ja into kasvaa. Yhdessä tekeminen on kivempaa kuin yksin > enemmän ja parempia tapahtumia
- Kaikilla hallituksen jäsenillä on oma tehtävä tai vastuualue hallituksessa

Organisaation kehittäminen

Ehdotus toimikunniksi:

- **Huvi/tapahtumatiimi** – järjestää sosiaaliset tapahtumat, kuten ajokauden avajaiset/päättäjäiset, pikkujoulut...
- **Koulutustiimi** – järjestää ajokoulutuksia (tämä on jo ja toimii ilmeisen hyvin)
- **Tiedottaja vai tiedotustiimi** – vastaa verkkosivuista, somekanavista, suunnittelee ja julkaisee tiedotteet, informoi jäseniä, hallitusta ja tarvittaessa yhteistyökumppaneita esim. tapahtumissa
- **Ajoretkitiimi** suunnittelee ja organisoii ajoretkiä, ylläpitää matkakohdekirjastoa, lisäksi tarvitaan reserviin vapaaehtoisia vetäjiä
- **PR-tiimi** – Vastaa siitä, että suhteet luodaan ja ylläpidetään siihen verkostoon, mikä määrittellään kerholle tärkeäksi
- Mitä muuta?

Edut:

- Selkeä tehtävä vuodeksi eteenpäin, voidaan ennakoida ja suunnitella hyvin.
- Yksittäisen ihmisen on usein tympeää ottaa vastuu tehtävästä. Tiimissä vastuuta kannetaan porukassa.
- Vuorovaikutus lisääntyy > ideat lisääntyvät, into kasvaa ja koko homma onkin mukavaa
- Yhdessä tekeminen sitoo toimintaan, koska ne muutkin täytyy ottaa huomioon.
- Mahdollisimman suoraviivainen ja selkeä vastuiden jako. Hallituksen ei tarvitse stressata ja käyttää aikaa yksittäisten käytännön asioiden hoitoon.
- Kun asioita järjestää ryhmä, se usein kasvaa ja ruokkii kaikkea yhdessä tekemistä > kerhon me-henki paranee.

Haaste 3.

Toimintakulttuurin kehittäminen, jotta kerhon toimintaan olisi mahdollisimman mukavaa osallistua

Tiedottamisen kehittäminen

Ehdotuksia:

- **Verkkosivuston kehittäminen sekä ulkoisena (markkinointi-), että sisäisenä tiedotuskanavana**
 - Verkkosivusto koettiin kyselyssä tärkeäksi viestintäkanavaksi. Tällä hetkellä sieltä on hankala löytää tietoa ajantasaisista tapahtumista ja uutisista
- **Sähköpostitiedotus**
 - Tärkeäksi koettu viestintäkanava. Toimii jo kuten pitääkin.
- **Whatsapp**
 - Uusi tieto, joka kyselystä saatiin, oli WA:n suuri suosio. Tämä kannattaa hyödyntää.
 - Suosittelemme perustettavaksi WA-ryhmän tai -yhteisön, johon liitetään jäseniä pyynnöstä. Kanavaa hallinnoi viestintätiimi, joka julkaisee tiedotteita.
 - Tiedotteisiin ei ole kommentointimahdollisuutta, vaan kanavan viestintä on yksisuuntaista
- **Viestintätiimi vastaamaan tiedottamisesta**
 - Suora kontakti hallitukseen, jotta tiedetään, mistä tiedottaa
 - Palauteviestintä ja jäsenten yhteydenotot johtoporukoihin kannattaa myös määrittää ja informoida selkeästi.

Toimintakulttuurin kehittäminen

Ehdotuksia:

- **Ideapankki**

- Luodaan menettely, jossa yksittäisten kerholaisten on helppo tuoda omia tapahtuma- tai muita ideoita vastuuhenkilöiden tietoon. Näin rikastutetaan tapahtumien sisältöä ja tarjontaa. Menettelytapa on auki...tätä voisi vielä käsitellä.

- **Ajoretkikirjasto**

- Luodaan menettely, jossa ajoretkikohteita voidaan lisätä ”kirjastoon” tietyillä spekseillä. Näitä ovat esim. Kohde, sen lyhyt esittely, reittiehdotus, tauko- ja tankkauspaikat, retken kesto, palvelut matkan kohteessa tai reitillä sekä halukkuus vetää ajoretki. Tästä Miikalla oli luonnos. Lopullinen toteutustapa vielä auki. Tällainen kirjasto tekisi ajoretkien suunnittelun helpommaksi ja todennäköisesti lisäisi aktiivisuutta.

- **Kehittyvä motoristisukupolvi toiminnan kohteeksi**

- Oulu MC Ry:n mission mukaista valistavaa toimintaa voitaisiin suunnata myös kerhon ulkopuolisiin, esim. A1 ja mopokorttilaisiin, teemapäivät, kerhoon tutustumispäivät, mopon ”kikkailu”kurssi, keulimissimulaattori jne. Tämä toimii samalla markkinointina.

- **Monitasoisia ja -teemallisia tapahtumia**

- Tarvitaan sekä matalan kynnyksen tapahtumia kerholla, että isompia tapahtumia maisemavaihdoksella.
- Pienryhmätoiminnan kehittäminen; kerholaisia on moneen junaan. Tarvitaan naisryhmätoimintaa, endurotoimintaa, kruisailua, matkateemaista toimintaa, tekniikasta kiinnostuneille huoltokoulutusta jne.

- **Me-henki ja toiminnan aktiivisuus ovat kumulatiivisia ilmiöitä. Aloitetaan vastuutiimeistä ja luotetaan prosessiin.**

Ekstrat

Irrallisia ideoita, joilla voi olla yllättävän suuria merkityksiä

STRATEGIAPROJEKTI - Tulevaisuustyöryhmä



Vappuajot

Vappuajo on Oulu MC Ry:n järjestämä tapahtuma, joka kerää joka vuosi satoja motoristeja. Hyödynnetään tämä tapahtuma kerhon markkinoinnissa.

Jotain aktiviteettia kannattaa järjestää lähtöalueelle prisman parkkipaikalle, missä odotusaikaa on muutama tunti ja motoristit hengailevat ympäriinsä.

- Pieni tapahtuma-alue, jossa järjestettyä odotusohjelmaa
- Oma standi tai teltta, jossa infoa kerhosta
- Myytävänä grillimakkaroida, kahvia & pullaa jne.
- Arvonta, arvonnana palkintona lahjakortti tai öljynvaihto kumppanille
- Ideoita?

Ajoretkikirjasto

Esimerkki ”retkikortista”

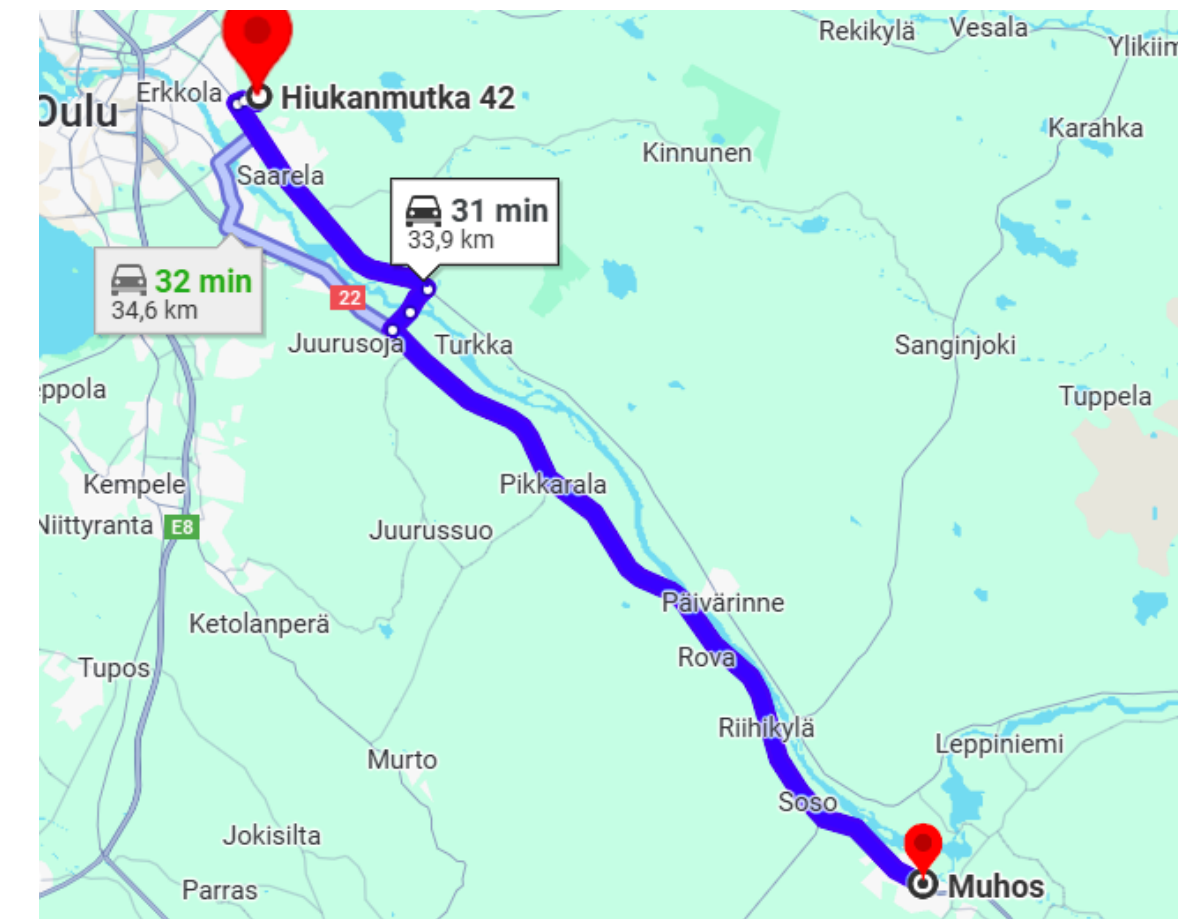
Ideana on kerätä tällaisia kortteja etukäteen ajoretkitiimin käyttöön mahdollisimman paljon.

- Retken reitti ja kohde
- Kuvaus kohteen luonteesta; onko se nähtävyys, palvelukohde, kulttuurikohde, maastokohde jne.
- Kuvaus reitistä; millaista tietä, etäisyys, retken oletettu kesto, millainen varustus kannattaa olla...
- Taukopaikat, tankkauspaikat ja muut palvelut reitin varrella
- Näiden yhteyteen henkilöt voivat myös kirjata, jos tuntevat reitin/kohteen ja olisivat valmiit toimimaan retken vetäjänä

Oulu MC ry
17.09.2024

1

ESIMERKKI



Muhos, Oulu-Muhos.

Arvioitu Kesto 30-45min suuntaansa

Majoitus: Ei

Ryhmäkoko Majoitukseen: ---

Pysähdyspaikat:

Maikkula, Neste Oulun baari.

Reitin kuvaus:

Reitti alkaa Kerhon pihalta, josta voidaan jatkaa joen pohjoispuolta tai eteläpuolta.

Määränpäässä löytyy Muhos ja sen kaikki hienot nähtävyydet. Määränpäässä mahdollista ruokailla aukiolo-aikojen puitteissa. Matkan taittamista ei suositella ruuhka-aikaan suuresta liikenne määrästä johtuen.

Hajaideoita

Markkinointi

Nuorten päivät, tutustumistapahtuma, ajokoulutusta nuorille (mopot, A1, A2, mutta saa muutkin osallistua). A2- ja A-kortin saajille vuoden (tai loppuvuoden??) ilmainen jäsenyys.

Tapahtumat

Naismotoristitapahtumia ja -retkiä, nuorisoon keskittyviä tapahtumia, X-genre-tapahtumia, eli tutustumista moottoripyöräilyn eri lajeihin, voi sisältää esitelmää, näytöksiä ja jos mahdollista, myös kokeilua

Tilat

Poliisilta vapautumassa varastotilaa > lisää tallipaikkoja.

Tilojen etsiminen kannattaa aloittaa asap, ettei tule liian kiire, kun vuokrasopimus yllättäen irtisanotaan. Vinkki kiinteistövälittäjille, että huomauttavat, jos tulee sopivia kohteita tarjolle. Selvitys omistustiloista: mitä se tarkoittaa juridisesti? Millaisia rahoitusratkaisuja on? Omistustiloissa raha ei menisi hukkaan, vaan se kartuttaisi kerhon omaisuutta. Kun laina on maksettu, kerholla olisi omat tilat ilman kustannuksia.

Maksut

Kaikki maksut sidottava indeksiin. 2% korotus ei koskaan nouse esteeksi. Jaksottainen suurempi korotus voi aikaansaada irtisanomispäätöksiä.

Tiedottaminen

- Foorumipohjainen keskustelukanava
- Oulu MC Ry:n oma appi, eli mobiilisovellus

Yhteenveto

Jotta tulevaisuuden uhat voidaan välttää, tarvitaan:

1. Aktiivista ja suunnitelmaan pohjautuvaa markkinointia ensisijaisena kohderyhmänä aikuiset moottoripyöräilijät
2. Rakenteellisia muutoksia toiminnan organisointiin; irrallisen henkilöiden vastuuttamisen sijaan vastuutiimejä, jotka vastaavat hallitukselle oman vastualueensa toiminnan järjestämisestä
3. Lukuisia yksittäisiä muutoksia käytännön toimintaan, esim. Ideapankki, ajeretkikirjasto, pienryhmien huomiointi, toissijaisten kohderyhmien huomiointi, tapahtumien kehittäminen.

A man with a beard and sunglasses, wearing a black leather motorcycle jacket, is sitting on a motorcycle. The motorcycle has a large headlight and a black seat with orange stripes. The background is dark and out of focus.

Kiitos!

STRATEGIAPROJEKTI - Tulevaisuustyöryhmä

Antti Vähäkangas, Harri Väänänen, Jaakko Kemppainen, Jaana Väänänen, Juhana Heikkala, Jukka Laitinen, Lea Hämälä, Matti Pohjola, Miikka Lauri, Raimo Kangasharju, Sari Niskasaari, Suvi Manninen