

Nina Lauronen & Elina Multala

Lasten pääsiäiskaraoke Katinkullassa

Matkailun koulutus-
ohjelma, Restonomi

Kevät 2016



KAJAANIN
AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

TIIVISTELMÄ

Tekijä(t): Lauronen Nina & Multala Elina

Työn nimi: Lasten pääsiäiskaraoke Katinkullassa

Tutkintonimike: Restonomi (AMK), Matkailun koulutusohjelma

Asiasanat: Tapahtuman järjestäminen, toiminnallinen opinnäytetyö, karaoke

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön aiheena oli suunnitella ja toteuttaa Lasten pääsiäiskaraoke – tapahtuma. Tapahtuma toteutettiin 27.3.2016 Vuokatin Holiday Club Katinkullassa, ja opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Ohjelmatoimisto Viihdehiipt Oy. Opinnäytetyön tavoitteena oli järjestää lapsille idealtaan erilainen tapahtuma, jonka toimeksiantaja voisi mahdollisesti järjestää myös jatkossa. Kohderyhmän karaoketapahtumalle muodostivat pääasiassa Katinkullassa majoittuneet lapsiperheet.

Toiminnallisen opinnäytetyönprosessin aikana perehdyttiin tapahtuman järjestämisprosessista kertovaan kirjallisuuteen, joka tuki tapahtuman suunnittelua ja järjestämistä. Tarkoituksena oli perehtyä teorian kautta tapahtuman järjestämisen vaiheisiin sekä käytännön asioihin, jotka tuli huomioida tapahtuman järjestämisprosessissa. Pääteoriapohjana opinnäytetyössä toimi toiminnallisen opinnäytetyön, tapahtuman järjestämisen ja tapahtuman markkinoinnin teorian. Lisäksi perehdyttiin karaokesta kertovaan kirjallisuuteen.

Tapahtuman arviointi tapahtui pääasiallisesti havainnoinnin avulla. Tämän tueksi karaoketapahtumaan osallistuneilta kerättiin palautetta kyselylomakkeilla. Lisäksi toimeksiantajalta sekä tapahtumapaikan henkilökunnalta pyydettiin palautetta järjestetystä tapahtumasta.

ABSTRACT

Author(s): Lauronen Nina & Multala Elina

Title of the Publication: Karaoke Event for Children at Katinkulta

Degree Title: Bachelor of Hospitality Management, Tourism

Keywords: organizing events, functional thesis, karaoke

The objective of this functional thesis was to plan and organize a karaoke event for children. The event was occurred on 27th March 2016, at Holiday Club Katinkulta in Vuokatti. The commissioning party of this thesis was an event production agency, Viihdehuiput Oy. The aim of the thesis was to organize an event for children, which differed from previous events and could also be organized by the commissioning party in the future. The target group of the event consisted of families with children who spent their Easter holiday at Katinkulta.

During the functional thesis process, the literature supporting the event production, planning and organization process was researched. Based on the theory, the aim was to examine the steps and other practices that must be taken into account when organizing an event. The main theory was based on the functional thesis, event organization and marketing, and Karaoke theory.

The organized event was evaluated through observation. Feedback was also collected from the visitors at the karaoke event using feedback forms. In addition to the event feedback, feedback was also requested and received from the commissioning party and the personnel of Hotel Katinkulta.

SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	1
2 TOIMEKSIANTAJA JA TAPAHTUMAPAIKKA	2
2.1 Ohjelmatoimisto Viihdehuiput Oy	2
2.2 Holiday Club Katinkulta, Vuokatti	3
3 TOIMINNALLINEN OPINNÄYTETYÖ	5
4 TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN	7
4.1 Suunnitteluvaihe.....	7
4.2 Toteutusvaihe.....	10
4.3 Jälkimarkkinointivaihe	12
4.4 Tapahtuman suunnittelun menetelmät	13
4.4.1 Tapahtuman suunnittelu tähden avulla	13
4.4.2 Tapahtuman suunnittelu viiden W:n avulla.....	15
4.5 Tapahtuma ja markkinointi	16
4.5.1 Tapahtumamarkkinointi.....	17
4.5.2 Tapahtuman markkinointi	18
4.6 Asiakaskokemus	19
4.7 Tapahtuman arviointi.....	21
5 KARAOKE	23
5.1 Karaoken synty.....	23
5.2 Karaoke Suomessa	24
5.3 Lasten karaoke.....	25
6 LASTEN PÄÄSIÄISKARAOKE KATIKULLASSA	27
6.1 Tapahtuman suunnittelu.....	27
6.2 Tapahtuman toteutus	32
6.3 Tapahtuman palaute ja arviointi	35
6.4 Tapahtuman kehittäminen.....	37
7 POHDINTA.....	39
LÄHTEET	42
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Yhtenä toiminnallisen opinnäytetyön toteuttamisvaihtoehdoista on tapahtuman järjestäminen. Halusimmekin tehdä opinnäytetyömme toiminnallisena, sillä siinä yhdistyvät sekä teoria että käytäntö. Erityisesti tapahtuman järjestäminen vaikutti mielenkiintoiselta aiheelta sen monivaiheisuuden vuoksi. Halusimme järjestää lasten tapahtuman, joka eroaisi muista alueella järjestetyistä tapahtumista, jotka painottuvat paljolti liikuntaan. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Ohjelmatoimisto Viihdehuiput Oy ja sen yrittäjä Kalle Lauronen.

Opinnäytetyön tavoitteena oli luonnollisesti järjestää onnistunut tapahtuma sekä antaa tapahtuman myötä ideoita toimeksiantajalle tulevia tapahtumia varten. Tapahtuman järjestämisestä on meille hyötyä tulevaisuudessa etenkin, jos päädymme työskentelemään tapahtumien parissa. Opinnäytetyönä järjestetyksi tapahtumaksi muodostui lopulta Lasten pääsiäiskaraoke, joka järjestettiin Holiday Club Katinkullan tiloissa Vuokatissa pääsiäisenä 2016.

Toiminnallisen opinnäytetyön raportointiosuudessa käsitellään aluksi tapahtuman järjestämistä varten hankittua teoriapohjaa. Tapahtuman järjestämisen voidaan katsoa koostuvan useammasta vaiheesta, ja tapahtuman suunnittelussa voidaan käyttää apuna erilaisia menetelmiä. Tämän lisäksi opinnäytetyössä perehdytään muun muassa karaoken historiaan ja sen tuloon Suomeen. Tämän jälkeen esitellään lasten karaoketapahtumaprosessi suunnitteluvaiheesta arviointiin asti. Lopuksi pohditaan opinnäytetyön sujumista ja onnistumista.

Liitteenä opinnäytetyössä on karaoketapahtumaa varten tehty juliste, jota käytettiin markkinointivälineenä Katinkullan markkinointikanavien lisäksi. Lisäksi liitteenä on palautelomake, jolla kerättiin palautetta tapahtumaan osallistuneilta. Kerättyä palautetta hyödynnettiin tapahtuman arvioinnissa.

2 TOIMEKSIANTAJA JA TAPAHTUMAPAIKKA

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Ohjelmatoimisto Viihdehuiput Oy. Tapahtuman järjestämispaijaksi valittiin Vuokatissa sijaitseva Holiday Club Katinkulta, sillä se on suosittu järjestettävän karaoketapahtuman kohderyhmän, eli lapsiperheiden, keskuudessa. Katinkullasta tapahtumalle löytyivät myös sopivat tilat, mikä vaikutti osaltaan myös tapahtumapaikan valintaan.

2.1 Ohjelmatoimisto Viihdehuiput Oy

Opinnäytetyön toimeksiantaja Viihdehuiput Oy on vuonna 1994 perustettu ohjelmatoimisto, joka on erikoistunut erilaisten tapahtumien ja kiertueiden järjestämiseen. Tunnetuimmat yrityksen järjestämistä kiertueista ovat Audi Rinnerieha, Audi After Ski ja Finlandia Golfday -kiertue. Ohjelmatoimisto Viihdehuiput Oy järjestää paljon tapahtumia myös yrityksille aina asiakkaan tarpeet ja resurssit huomioiden. Lisäksi Viihdehuiput Oy on tehnyt tapahtumia myös monelle tunnetulle yritykselle, kuten Audille, sijoitusyhtiö Finlandialle, Pauligin Tazzalle ja Haltille. (Lauronen 2016.)

Tapahtuminen ja kiertueiden ohella Viihdehuiput Oy tekee myös normaaleja ohjelmatoimiston keikkoja, eli heidän kauttaan järjestyvät äänentoistot, juontajat, DJ:t sekä karaokelaitteet ja -vetäjät. Viihdehuiput Oy tarjoaa ammattitaitoisia promootiohenkilöitä, jotka valitaan ja koulutetaan aina itse. Lisäksi Viihdehuiput Oy tekee yhteistyötä monen TV-tuotantoyhtiön kanssa, ja he selostavat urheilulähetyksiä valtakunnallisille televisiokanaville. Yhteistyökumppaneista kiertueilleen Viihdehuiput Oy neuvottelee aina itse, samoin kuin yritys vastaa myös kiertueiden tapahtumapaikkojen ja -päivien sopimisesta. Ohjelmatoimisto Viihdehuiput Oy on jo 21 vuoden ajan tehnyt vuosittain noin 150 tapahtumaa kautta maan. (Lauronen 2016.)

Viihdehuiput Oy on aiemmin järjestänyt lapsille suunnattuja karaokeiltoja vain loma-aikoina. Lasten karaokeet on järjestetty yhtenä iltana viikossa parin tunnin mittaisena ennen aikuisille tarkoitettua karaokea. Karaokeilloissa ei kuitenkaan ole jaettu osallistujille palkintoja tai muita muistamisia. Muita lapsille suunnattuja tapahtumia Viihdehuiput Oy on järjestetty muun muassa Audi Rinneriehan muodossa, jossa kilpailut keskittyvät pääosin liikunnallisiin aktiviteetteihin ja leikkeihin.

2.2 Holiday Club Katinkulta, Vuokatti

Tapahtuman järjestämipaikkana toimii Holiday Club Katinkulta, joka sijaitsee Kainuussa Vuokatin alueella. Katinkulta on kylpylähotelli ja loma-asuntokohde, jossa on perinteisen kylpylähotellimajoituksen lisäksi tarjolla majoitusta myös lomamasuntojen ja lomahuoneistojen muodossa. Holiday Club Katinkullan hotelli avattiin vuonna 1998, ja vuonna 2000 sinne valmistui 26 uutta loma-asuntoa. Myöhemmin loma-asuntoja on rakennettu lisää, joiden lisäksi Katinkullan yhteyteen on rakennettu myös Villas-huoneistoja. Katinkullan kylpylähotellissa on yhteensä 116 huonetta, ja kaikki loma-asunnot sijaitsevat aivan Katinkullan lähiympäristössä. (Vuokatti 2016; Holiday Club 2016a.)

Majoituksen ja kylpylän lisäksi Holiday Club Katinkullan palvelutarjontaan myös monipuoliset aktiviteetti- ja harrastevaihtoehdot. Kesällä hotellin lähiympäristöstä löytyy kolme golf-kenttää, jonka lisäksi alueella on mahdollista harrastaa myös muun muassa tennistä, keilausta ja squashia. Talvikausina Vuokatti tarjoaa mahdollisuudet erilaisiin talviaktiviteetteihin aina laskettelusta ja hiihdosta retkiluisteluun. Aktiviteettien ja harrastemahdollisuuksien lisäksi Holiday Club Katinkulta tarjoaa puitteet myös kokouksille, tapaamisille ja virkistyspäiville. Katinkullasta löytyvät jopa 2000 hengelle kokoustiloja, jotka mahdollistavat erilaisten tapahtumien, seminaarien, koulutusten ja kokousten järjestämisen. (Holiday Club 2016b.)

Holiday Club Katinkullassa on hotellin yhteydessä myös ravintoloita ja baareja, joiden tarjonnasta löytyy niin à la carte –annoksia kuin pizzoja. Lasten pääsiäiska-

raoke järjestettiin Katinkullan NightCat-yökerhossa, jonka tilat soveltuivat parhaiten tapahtumalle, sillä se toimii järjestämipaikkana myös aikuisten karaokeilloille. Yökerhossa on esiintymislavan lisäksi tilava tanssilattia ja hyvät ääni- ja valotekniikat, jotka tukivat myös valintaa pääsiäiskaraoken järjestämipaikan taustalla.

3 TOIMINNALLINEN OPINNÄYTETYÖ

Ammattikorkeakoulututkintoon kuuluva opinnäytetyö voidaan tutkimuksellisen opinnäytetyön sijaan toteuttaa myös toiminnallisena opinnäytetyönä, jolloin työhön sisältyvät sekä käytännön toteutus että sen raportointi. Toiminnallisen opinnäytetyön tuloksena on aina konkreettinen tuote, joka voi olla esimerkiksi ohjeistus, opastus tai vaihtoehtoisesti tapahtuman toteutus. Perehdytysoppaat, turvallisuusohjeistukset ja tapahtuman tai messuosaston toteuttaminen ovat myös esimerkkejä ammattikorkeakoulun toiminnallisesta opinnäytetyöstä. Pelkkä käytännön toteutus ei itsessään kuitenkaan riitä opinnäytetyöksi, vaan opiskelijan tulee raportoinnin kautta osoittaa alan tietojen ja teorioiden riittävä hallinta. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 9–10.)

Toiminnallinen opinnäytetyö on hyvä aloittaa aiheanalyysillä eli aiheen ideoinnilla. Aiheanalyysivaiheessa opiskelija pohtii, mitkä aihepiirit alan opinnoissa kiinnostavat häntä erityisesti. Aihepiirin valinnan jälkeen opiskelija etsii usein kontakteja työelämästä, sillä on suositeltavaa, että toiminnallisella opinnäytetyöllä on työelämälähtöinen toimeksiantaja. Toiminnallinen opinnäytetyö tukee opiskelijan ammatillista kasvua, ja opinnäytetyönsä myötä opiskelija voi mahdollisesti myös työllistyä alalleen. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 16–17, 23.)

Aiheanalyysivaiheen jälkeen opinnäytetyölle tehdään toimintasuunnitelma, jossa kuvataan, mitä tehdään, miten tehdään ja miksi tehdään. Toimintasuunnitelman pääasiallinen tavoite on jäsentää, mitä ollaan tekemässä, mutta samalla opiskelija osoittaa pystyvänsä johdonmukaiseen päättelyyn sekä ideassaan että tavoitteissaan. Toimintasuunnitelma aloitetaan lähtötilanteen kartoituksella, jossa selvitetään, mitä vastaavanlaisia ideoita alalta jo löytyy. Tämän jälkeen on hyvä kartoittaa opinnäytetyölle kohderyhmä sekä idean tarpeellisuus kyseiselle kohderyhmälle. Toimintasuunnitelmavaiheessa tulisi myös etsiä lähdekirjallisuutta ja mahdollisia aiemmin tehtyjä tutkimuksia tulevan opinnäytetyön tueksi. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 26–27.)

Toiminnallisessa opinnäytetyössä opiskelijan tulee myös osoittaa kykyä pohtia kriittisesti oman alansa teorioita. Lisäksi opiskelijan olisi hyvä pyrkiä kehittämään alan ammattikulttuuria lähdemateriaaleista nousevien käsitteiden avulla. Toiminnallisessa opinnäytetyössä tehtyjä valintoja tulee perustella alan teorioista nousevien tarkastelutapojen avulla. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 42.) Esimerkiksi tapahtuman järjestämisprosessissa teoreettiseksi näkökulmaksi voidaan nostaa tapahtumaprosessin eri vaiheet sekä tapahtumamarkkinointi.

Toiminnallisen opinnäytetyön raportointi riippuu opinnäytetyön toteuttamistavasta. Tapahtuman järjestämisessä raportointiin tulee liittää tietoa tapahtuman ohjelmasta ja siihen liittyvistä ratkaisuista, tapahtuman tiedottamisesta, ilmoittautumisjärjestelyistä ja sopimuksista. Lisäksi on hyvä kertoa tapahtuman mahdollisesta oheishjelmasta sekä sen suunnittelu- ja tuotantoprosessista. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 55.)

Toiminnallisen opinnäytetyön arviointi poikkeaa tutkimuksellisen opinnäytetyön arvioinnista, sillä ne ovat luonteeltaan hyvin erilaisia. Opinnäytetyön arvioiminen on oleellinen osa opiskelijan oppimisprosessia. Yhtenä toiminnallisen opinnäytetyön arviointikohteena on luonnollisesti työn idea, johon luetaan aihepiirin kuvaus, asetetut tavoitteet, kohderyhmä ja teoreettinen viitekehys. Erityisesti asetettujen tavoitteiden saavuttaminen on tärkeä osa toiminnallisen opinnäytetyön arvioinnissa. Arvioinnissa on hyvä myös tuoda ilmi ne tavoitteet, jotka jäivät saavuttamatta, ja samalla pohtia syitä, miksi näin pääsi käymään. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 154–155.)

Toiminnallisesta opinnäytetyöstä voidaan kerätä myös palaute kohderyhmältä arvioinnin tueksi, jolloin arviointi ei jää ainoastaan subjektiiviseksi. Palautteen avulla voidaan pyytää kommentteja esimerkiksi tapahtuman onnistumisesta ja kiinnostavuudesta kohderyhmän keskuudessa. Yhtenä arviointitapana nähdään myös työn toteutustapa, johon luetaan aineiston kerääminen sekä keinot asetettujen tavoitteiden saavuttamiseksi. Lisäksi tapahtuman järjestämisen yhdeksi arviointiperusteeksi katsotaan tapahtuman käytännönjärjestelyiden toteutuminen onnistuneesti. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 157–158.)

4 TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN

Tapahtuman järjestäminen on verrattavissa projektiin. Sekä tapahtumaprosessi että projekti ovat monivaiheisia tapahtumaketjuja, joille on asetettu selkeät tavoitteet. (Etelä-Pohjanmaanliitto 2008, 7.) Projektin tavoin myös tapahtuma on usein kertaluonteinen. Jos tapahtuman luonne kuitenkin muuttuu kertaluonteisesta esimerkiksi vuosittain järjestettäväksi, ei sitä voida ajatella enää projektina, vaan siitä tulee osa organisaation vakituista toimintaa. Organisaatio perustetaan sekä tapahtumia että projekteja varten, ja tavallisesti niille on määritelty ennakkoon tietyt budjetit. (Iiskola-Kesonen 2004, 8.)

Tapahtuman järjestämisprosessi sisältää tapahtuman suunnittelu-, toteutus- ja jälkimarkkinointivaiheen. Onnistuneen tapahtuman luomiseen aina suunnitteluvaiheesta jälkimarkkinointivaiheeseen asti tulee varata aikaa vähintään pari kuukautta. Jos aikaa ei ole varattu tapahtuman järjestämisprosessille riittävästi, joudutaan tinkimään tapahtuman toteutuksesta ja laadusta. (Vallo & Häyrynen 2012, 157.)

4.1 Suunnitteluvaihe

Sanonta hyvin suunniteltu on puoliksi tehty, sopii hyvin myös tapahtumien järjestämisprosessiin. Tapahtumien suunnittelu tulee aloittaa jo hyvissä ajoin ennen tapahtuman varsinaista toteutusta. Suunnitteluvaihe on tapahtumaprosessin pisin ja aikaa vievin vaihe, ja sen pituus riippuu järjestettävän tapahtuman suuruudesta. Isoimpien tapahtumien suunnitteluvaihe voidaan aloittaa jopa vuosia ennen varsinaista tapahtumaa, sen sijaan pienemmissä tapahtumissa suunnitteluvaiheen kesto on joitakin kuukausia. (Vallo & Häyrynen 2012, 158.) Huolellisen suunnittelun myötä tapahtumalle asetettujen tavoitteiden realistisuutta on helpompi arvioida ja suunnittelun avulla löydetään myös ne keinot, joilla tapahtumalle asetetut tavoitteet saavutetaan parhaiten (Iiskola-Kesonen 2004, 9).

Suunnitteluvaiheessa kerätään jokaisen suunnitteluvaiheeseen osallistuvan henkilön ideat yhteen, minkä jälkeen parhaimmat vaihtoehdot valitaan jatkokon. Tapahtuman ideoinnissa voidaan hyödyntää myös erilaisia menetelmiä, joilla ideointia voidaan nopeuttaa ja helpottaa. Erilaisia ideointimenetelmiä löytyy paljon, joista käytetyimpiä ovat aivoriihitoiminta, tuplatiimimenetelmä ja mind mapping. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 35–36.)

Suunnitteluvaiheessa tapahtumaa varten on hyvä laatia tapahtumabrief, josta ilmenevät reunaehdot tapahtuman suunnittelulle ja järjestämiselle. Tapahtumabrief kokoaa yhteen vastaukset tapahtumaa koskeviin kysymyksiin, joita ovat muun muassa miksi ja kenelle tapahtuma järjestetään, mitä järjestetään, miten tapahtuma toteutetaan, millainen on tapahtuman sisältö, ketkä toimivat tapahtuman isäntinä ja millaista tunnelmaa tapahtumalla tavoitellaan. Tapahtumabrief sisältää tiedot tapahtuman budjetista. Tapahtumabriefin lisäksi tapahtumaa varten laaditaan tapahtumakäsikirjoitus, joka toimii työkaluna tapahtumassa työskenteleville henkilöille. Käsikirjoitus tehdään etukäteen projektipäällikön toimesta, ja siitä löytyy työntekijöille kaikki oleellinen tieto tapahtumaa varten. (Vallo & Häyrinen 2012, 159–162.)

Tapahtumaa suunnitellessa tulee pohtia, miksi tapahtuma järjestetään ja mitkä ovat sen tavoitteet. Tavoitteita ja syitä tapahtumalle voivat sen luonteesta riippuen olla esimerkiksi uuden tuotteen julkaisu, median huomion saaminen tai uuden asiakasryhmän hankkiminen. (Allen 2000, 4–6.) Tavoitteiden asettaminen helpottaa löytämään vastauksia myös muihin tapahtuman onnistumisen kannalta tärkeisiin kysymyksiin, kuten siihen, onko tapahtumasta tarkoitus tehdä toistuva ja mikä on tapahtuman kohderyhmä (Iiskola-Kesonen 2004, 9). Kohderyhmää kartoitettaessa on hyvä huomioida esimerkiksi osallistujan sukupuoli, ikäryhmä sekä asuinpaikka. Kohderyhmän analyysin tulisi kulkea mukana läpi koko tapahtuman suunnitteluvaiheen, sillä tapahtuman ohjelma ja sisältö tulee luoda juuri heitä varten. Kohderyhmä ja tapahtuman tavoitteet määrittävät yleensä sen, millaista tapahtumaa ollaan järjestämässä. (Vallo & Häyrinen 2012, 121–122.)

Kohderyhmän analysoinnin jälkeen määritellään tapahtuman luonne, joka voi olla joko asia- tai viihdetapahtuma tai niiden yhdistelmä (Vallo & Häyrinen 2012, 102).

Tämän lisäksi voidaan aloittaa suunnitella, miten tapahtuma järjestetään. Tapahtuman järjestämistä varten tarvitaan henkilökuntaa ja tukipalveluja, jotta tapahtuma olisi onnistunut. Lisäksi on tärkeää rajata tapahtumaa varten budjetti, joka kattaa mahdollisimman laajasti tapahtuman järjestämisen osa-alueet jättäen samalla tilaa myös yllättäville kustannuksille. (Watt 1998, 6–7.)

Yleisötapahtumissa myös tapahtumapaikan valinnalla on suuri merkitys tapahtuman kannattavuuteen. Myös tapahtumapaikan sijainnilla on iso vaikutus kohde-ryhmään, mutta toisaalta tapahtuman kävijät eivät välitä tapahtumapaikan etäisyydestä. Asiakkaille on kuitenkin tärkeää, että tapahtumapaikalle on hyvät kulkuyhteydet ja pysäköintitilaa löytyy riittävästi. Lisäksi tapahtumapaikan imagolla on kävijöille suuri merkitys. (Kauhanen ym. 2002, 38.)

Tapahtuman järjestämisessä on otettava huomioon myös tapahtuman ajankohta. Ajankohta vaikuttaa suuresti tapahtuman onnistumiseen. Tapahtuman kohde-ryhmä ja luonne auttavat usein määrittämään, milloin tapahtuma olisi hyvä järjestää. Tapahtuman ajankohdan suunnittelussa on tärkeää ottaa huomioon esimerkiksi ihmisten loma-ajat. Suurin osa tapahtumista järjestetään juuri lomien aikaan, ja näin ollen monia tapahtumia saattaa olla samana viikonloppuna, mikä vähentää tapahtumien kävijämäärää. Myöskin televisio-ohjelmat, kuten maailmanmestaruuskilpailut ja formulat, voivat viedä tapahtumalta kävijöitä, jos tapahtuma järjestetään samaan aikaan suosittujen televisiolähetysten kanssa. (Kauhanen ym. 2002, 37.)

Tapahtuman suunnittelussa on luonnollisesti tärkeää huomioida myös tapahtuman turvallisuus. Vastuu tapahtuman turvallisuudesta on viime kädessä tapahtuman järjestäjällä. (Paasonen 2013, 26–27.) Kokoontumislain 14 §:n mukaan tapahtuman järjestäjän tulee myös tehdä tapahtumasta kirjallinen ilmoitus tapahtumapaikan poliisille vähintään viisi vuorokautta ennen tapahtuman alkamista. Ilmoitusta ei kuitenkaan tarvitse tehdä, mikäli tapahtuman osallistujamäärä on vähäinen tai sen ei katsota edellyttävän toimenpiteitä järjestyksen ja turvallisuuden ylläpitämiseksi tapahtuman luonteen tai järjestämipaikan vuoksi. (Kokoontumislaki 530/1999, 14 §.) Tämän lisäksi tapahtumaa järjestettäessä on huomioitava myös

muita tapahtuman turvallisuuteen liittyviä lakeja, joita ovat muun muassa laki järjestyksenvalvojista, pelastuslaki, terveydensuojelulaki sekä laki kuluttajapalveluista. (Liskola-Kesonen 2004, 87).

Koska Lasten pääsiäiskaraoke järjestettiin Holiday Club Katinkullan NightCat-yökerhon tiloissa, ei tapahtumasta tarvinnut tehdä erikseen kirjallista ilmoitusta alueen poliisiviranomaisille. Myöskään odotettu osallistujamäärä ei ollut tapahtumassa niin suuri, että tapahtumasta olisi tarvinnut tehdä ilmoitusta poliisille. Pelastuslaissa määriteltyä pelastusilmoitusta ei tarvinnut tehdä, koska tapahtuman järjestämispaikassa kyseiset luvat ovat kunnossa. Opinnäytetyönä järjestetty tapahtuma oli suunnattu lapsille, ja osallistujamäärän ei arvioitu kasvavan kovin suureksi. Riitti myös, että tapahtumapaikalla oli yksi järjestyksenvalvoja.

Lasten karaoketapahtuman suunnitteluvaiheessa mietittiin myös mahdollisia turvallisuusriskejä ja toimia niiden varalle. Mahdollisia riskejä tapahtumassa olisi voinut olla jalan murtaminen portaissa tai pyörtyminen liiasta jännittämisestä, joten näitä varten oli tiedossa esimerkiksi, mistä löytyisivät tarvittavat ensiapuvälineet. Myös tapahtumassa toimineella henkilökunnalla oli tietoa, kuinka toimia kyseisissä tilanteissa.

4.2 Toteutusvaihe

Tapahtuman toteutusvaihe on se vaihe, jossa suunnitteluvaiheessa tehdyt suunnitelmat toteutetaan. Tapahtuman toteutusvaiheeseen katsotaan kuuluvaksi kolme eri vaihetta, joita ovat rakennusvaihe, tapahtuman varsinainen toteutus ja purkuvaihe. Osassa tapahtumista toteutusvaiheeseen eniten aikaa kuluu rakennusvaiheeseen, jolloin rakennetaan tapahtumaa varten kaikki oleellinen, kuten esiintymislavat ja tarvittavat tekniikat. (Vallo & Häyrinen 2012, 163–164.)

Toteutusvaiheessa on tärkeää luoda tapahtumalle toteutussuunnitelma, josta käy ilmi tapahtuman toteutusvaiheet sekä niiden aikataulut. Toteutussuunnitelmassa on hyvä tarkastella vielä tapahtuman ajankohtaa. Huomioon otettavana seikkana

on esimerkiksi se, onko tapahtumalle suunniteltu ajankohta kohderyhmän kannalta otollinen ja järjestetäänkö samaan aikaan mahdollisesti muita tapahtumia samalle kohderyhmälle. Suunnitelmassa kerrotaan lisäksi tapahtumaa varten tarvittavista luvista ja käydään läpi, mistä ja miten luvat saadaan. (Kauhanen ym. 2002, 50–51.) Alun perin suunnitelmana oli ottaa Lasten pääsiäiskaraoke -tapahtumasta kuvia opinnäytetyötä varten. Kuvattaessa tapahtumaan osallistuneita lapsia olisi kuitenkin täytynyt pyytää lupa jokaisen kuvissa esiintyvien lasten vanhemmalta, sillä kuvat olisivat tulleet julkiseen käyttöön opinnäytetyön myötä. Tämän myötä päädyttiin ratkaisuun, ettei tapahtumassa kuvattu järjestäjien osalta lainkaan. Näin ollen vältyttiin tilanteilta, joissa esimerkiksi kuvassa taka-alalla olevan lapsen vanhemmilta ei ollutkaan pyydetty lupaa kuvaamiseen.

Toteutussuunnitelmassa on myös hyvä tarkastella myös tapahtumapaikkaa sekä miettiä organisaation ulkopuolisia palveluja, kuten mitä tapahtumassa tarjoillaan ja mihin hintaan. (Kauhanen ym. 2002, 51.) Myös Lasten pääsiäiskaraokessa tarjottiin kävijöille tukipalveluja, sillä järjestämispaikkana toimivan NightCat-yökerhon baari oli tapahtuman aikaan auki, ja sieltä oli mahdollisuus ostaa alkoholittomia virvokkeita.

Tapahtuman aikataulutusta suunniteltaessa on tärkeää huomioida tapahtuman kokonaiskesto (Vallo & Häyrinen 2012, 166–167). Koska Lasten pääsiäiskaraoken osallistujamäärää oli ennalta vaikea arvioida, ei osallistujamäärää rajoitettu. Ajallisesti tapahtuman kestoksi valittiin kaksi tuntia, jonka ajateltiin olevan sopiva kohderyhmälle. Tässä ajassa lapset eivät kokisi turhautumista esimerkiksi tapahtuman loppupuolelle sijoitetun palkintojen jakamisen suhteen.

Tapahtumapaikalla tulee huomioida riittävä opastus, jotta osallistuja löytäisivät helposti perille. Tapahtumaan ilmoittautumisen ohella osallistujien toivottaminen tervetulleiksi on myös yksi tärkeä osa tapahtuman alkua. Osallistujat pitävät siitä, että heidät toivotetaan tervetulleiksi ja heidät huomioidaan heti tapahtuman alussa. (Vallo & Häyrinen 2012, 174–176.)

Musiikki on usein tärkeä osa tapahtumaa, minkä vuoksi on hyvä järjestää kunnolliset äänentoistovälineet, vaikka vähän kalliimmalla hinnalla. Jälkeenpäin on mielekkäämpää saada asiakkailta kiitosta hyvistä äänentoistolaitteista. (Vallo & Häyrinen 2012, 170–171.) Varsinkin Lasten pääsiäiskaraoke -tapahtumassa musiikki ja äänimaailma ovat tärkeässä roolissa, joten toimiva äänentoistojärjestelmä on välttämätön tapahtuman onnistumisen kannalta.

4.3 Jälkimarkkinointivaihe

Tapahtuman toteutusta seuraava jälkimarkkinointivaiheessa on aika kiittää kävijöitä, kerätä palaute ja tehdä yhteenveto tapahtumasta. Kiitokset tulee osoittaa kaikille tapahtumaan liittyville henkilöille. Näihin henkilöihin kuuluvat niin osallistujat, esiintyjät, juontajat ja isännät kuin rakentajat sekä muut henkilöt, jotka ovat jotenkin olleet osana tapahtuman toteutusta. (Vallo & Häyrinen 2012, 180–184.) Tapahtuman osallistujia voidaan kiittää myös pienellä lahjalla, joka muistuttaa osallistujaa tapahtumasta (Allen 2000, 237). Koska opinnäytetyönä järjestetty tapahtuma on suunnattu lapsille, annettiin jokaiselle tapahtumaan osallistuneista pieni palkkio laulamista sekä tapahtumaan osallistumisesta.

Tapahtuman jälkeen tulee arvioida, mitkä asiat tapahtumaprosessissa onnistuivat ja mitkä asiat vastaavasti olisivat vaatineet toisenlaista toteutusta. Tapahtuman arviointiin olisi hyvä saada mukaan kaikki tapahtuman järjestämiseen osallistuneet henkilöt. Tapahtumasta on myös hyvä kerätä palautetta niin yleisöltä, yhteistyökumppaneilta kuin osallistujilta. Saadut palautteet tulisi analysoida ja raportoida huolellisesti seuraavaa tapahtumaa varten. (Kallio & Määttä 2013, 39.) Mikäli tapahtumakonseptista tulee toistuva, on seuraavan tapahtuman suunnittelu hyvä aloittaa edellisen tapahtuman palautteiden läpikäymisellä. Kerätyn palautteen avulla saadaan selville esimerkiksi, millainen mielikuva osallistujille jäi tapahtumasta ja päästiinkö tapahtumassa tavoitteisiin. Jokaisen tapahtuman tarkoitus on täyttää asiakkaiden odotukset ja mieluusti jopa ylittää ne. (Vallo & Häyrinen 2012, 184–186.)

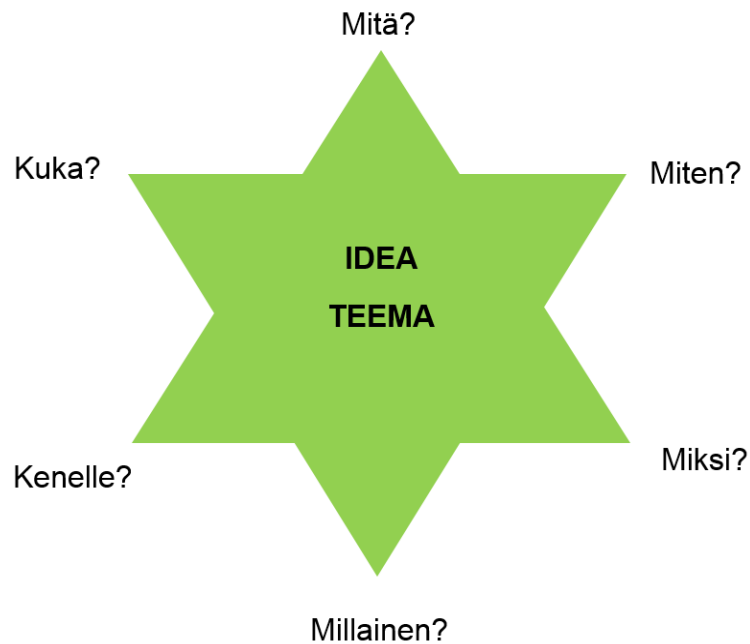
Tapahtuman jälkeen voidaan laatia loppuraportti projektipäällikön toimesta. Loppuraportti on tarkoitettu yleensä vain tapahtuman järjestäneelle organisaatiolle, jotta tapahtumaa voidaan mahdollisesti jatkossa kehittää paremmaksi. (Kauhanen ym. 2002, 128.) Yhteenvedossa on hyvä arvioida, mitkä asiat tapahtumassa menivät hyvin ja missä onnistuttiin, mutta samalla tulisi myös pohtia, mitä seuraavalla kerralla voitaisiin tehdä paremmin. Yhteenvedoon liitetään mukaan tapahtuman lopullinen budjetti, josta saadaan pohja seuraavan tapahtuman budjetointia varten. (Vallo & Häyrinen 2012, 188–189.)

4.4 Tapahtuman suunnittelun menetelmät

Tapahtuman suunnittelun tukena voidaan käyttää erilaisia menetelmiä, jotka ohjaavat ideointi- ja suunnitteluvaiheessa kiinnittämään huomiota tapahtuman onnistumisen kannalta olennaisiin ja merkityksellisiin seikkoihin. Vallon ja Häyrisen menetelmässä tapahtuman suunnitteluvaihe on visualisoitu kahdesta kolmiosta muodostuvan kuusisakaraisen tähden avulla, jossa jokainen tähden sakara sisältää yhden kysymyksen. Wolfin menetelmä perustuu taas kuuteen kysymyssanaan. Näihin kysymyksiin vastaamalla tullaan ottaneeksi huomioon kaikki onnistuneen tapahtuman järjestämistä vaativat seikat. (Vallo & Häyrinen 2012, 106; Wolf 2005, 1–3.)

4.4.1 Tapahtuman suunnittelu tähden avulla

Tapahtuman suunnittelussa ja toteutuksessa voidaan käyttää apuna kahdesta kolmiosta muodostuvaa, kuusisakaraista tähteä (Kuva 1). Kummankin kolmion sakaroiden päissä on kolme kysymystä, joihin tulee löytyä vastaus jo ennen tapahtuman suunnittelun käynnistämistä. Ensimmäistä kolmiota kutsutaan strategiseksi kolmioksi, kun taas toinen kolmio, operatiivinen kolmio, on tapahtuman toteuttamista. Kolmiot kysymyksineen muodostavat kuusisakaraisen tähden, jossa kaikkien osa-alueiden tulee olla tasapainossa, jotta tapahtuma toteutuisi onnistuneesti. (Vallo & Häyrinen 2012, 101–105.)



Kuva 1. Tapahtuman suunnittelu tähden avulla (Vallo & Häyrinen 2012, 106).

Strategisen kolmio koostuu kysymyksistä mitä, miksi ja kenelle. Mitä vastaa kysymykseen tapahtuman lähtökohdista, luonteesta ja virallisuusasteesta. Tapahtuma voi olla luonteeltaan esimerkiksi asia-, viihde- tai yhdistelmä tapahtuma. Tapahtuman luonteen lisäksi on päätettävä ajankohta ja paikka järjestettävälle tapahtumalle. Lisäksi on tärkeää tietää, kenelle tapahtumaa suunnitellaan, eli mikä on tapahtuman kohderyhmä. On myös hyvä pohtia, miten hyvin tapahtumanjärjestäjät tuntevat kohderyhmän sekä miten kohderyhmä tavoitetaan parhaiten. Kolmion viimeinen kysymys etsii vastausta siihen, miksi tapahtuma järjestetään. Ennen tapahtuman suunnittelua ja järjestämistä on mietittävä tarkoin, mitä organisaatio tapahtumallaan viestii ja miksi tapahtumaan osallistutaan. Näihin kysymyksiin tulisi löytyä vastaus joko tapahtuman järjestävältä organisaatiolta tai tapahtumaa järjestävältä taholta. Strategisen kolmion avulla saadaan tapahtumalle idea. (Vallo & Häyrinen 2012, 101–102.)

Tähden toinen kolmio, operatiivinen kolmio, antaa vastauksen siihen, mikä on tapahtuman teema. Kolmion avulla etsitään vastauksia kysymyksiin, miten, millainen ja kuka. On tärkeää olla selkeä ajatus siitä, miten tapahtuma toteutetaan siten, että asetetut tavoitteet saadaan toteutettua eli miten tapahtumaprosessin tulisi edetä. Tämän lisäksi tulee miettiä, millainen tapahtuman sisältö tulee olemaan.

Tapahtuman sisällön suunnittelussa tulee huomioida tavoiteltu kohderyhmä, asetetut tavoitteet ja halutut viestit. Operatiivisen kolmion viimeinen kysymys, kuka, vastaa kysymyksiin tapahtuman organisaation ja järjestäjien vastuualueista. Suurin vastuu tapahtumaprosessin aikana on tavallisesti tapahtuman projektipäälliköllä. (Vallo & Häyrinen 2012, 103–105.)

4.4.2 Tapahtuman suunnittelu viiden W:n avulla

Tapahtuman suunnittelua voidaan tarkastella myös viiden W-alkuisen kysymyksen (who, what, when, where & why) ja how-kysymyksen avulla. Tapahtumaa suunnitellessa tulisi vastata kysymyksiin kenelle, mitä, miten, missä ja miksi sekä miten, sillä ne luovat perustan onnistuneelle tapahtumalle. Vastaamalla kyseisiin kysymyksiin tapahtumaa varten saadaan suoria vastauksia, joilla on tärkeitä vaikutuksia tapahtumalle. (Wolf 2005, 1–3.)

Who-sanalla etsitään vastausta siihen, kenelle tapahtumaa ollaan järjestämässä. Kohderyhmää voidaan määritellä useiden seikkojen kautta, kuten ikäluokan, sukupuolen ja asuinpaikan mukaan. On myös tärkeää huomioida, ovatko osallistujat pariskuntia vai perheitä ja tuntevatko osallistujat toisensa jo entuudestaan. Myös tapahtuman arvioitu osallistujamäärää vaikuttaa tapahtuman ajankohtaan ja tapahtumapaikan valintaan. What-kysymys taas hakee vastausta tapahtuman luonnetta koskien. Tapahtuma voi olla sosiaalinen tapahtuma, kuten häät tai syntymäpäivät tai työhön liittyvä tapahtuma. Tapahtuman luonne vaikuttaa paljon tapahtumaan, kuten ilmapiiriin ja aikataulutukseen. (Wolf 2005, 3–9.)

When-sanalla kysytään, milloin tapahtuma järjestetään. Tämä käsittää tapahtuman ajankohdan lisäksi myös tapahtuman keston, joka vaikuttaa mitä myös olennaisesti tapahtuman budjettiin. Mitä nopeammin saadaan vastaus when-kysymykseen, sen nopeammin voidaan alkaa suunnittelemaan ja varmistamaan tapahtuman hankintoja ja budjettia. Where-kysymys hakee vastausta siihen, missä tapahtuma järjestetään. Tapahtumapaikan valinta on ensimmäisiä asioita tapahtuman suunnittelussa. Tapahtumapaikkaa valitessa on esimerkiksi hyvä huomioida

oida, järjestetäänkö tapahtuma sisällä vai ulkona. Myös tapahtumapaikan saavutettavuutta, kapasiteettia sekä palveluita, joita tapahtumapaikka tarjoaa, on hyvä pohtia paikkaa valitessa. (Wolf 2005, 10–13.)

Why-kysymyksellä haetaan vastausta, miksi tapahtuma järjestetään ja mikä on sen tarkoitus. Sosiaaliset tapahtumat ovat yksilöllisiä, ja tapahtuman tarkoitus perustuu pitkälti tapahtumanjärjestäjän näkemykseen. Tapahtuman tarkoituksen määrittäminen auttaa tekemään päätöksiä tapahtuman suhteen, ja tapahtuman tavoitteisiin keskittymällä saadaan apua esimerkiksi budjetin ja somistuksen suunnitteluun. How-kysymyksen avulla saadaan vastaus siihen, miten suuri budjetti tapahtumaa varten on varattu. Tapahtuman suunnittelun alkuvaiheessa budjettia on vaikea tietää tarkasti, mutta olisi tärkeää määritellä budjetin maksimaalinen taso. Suunniteltaessa hankintoja kuluja olisi hyvä pysyä lähellä budjettia sekä muistaa ja huomioida myös se, että tapahtumaprosessissa voi ilmaantua äkillisiä ja yllättäviä kuluja ennakkoon määriteltyjen hankintojen ulkopuolelta. (Wolf 2005, 15–17, 21.)

4.5 Tapahtuma ja markkinointi

Yritykset ja organisaatiot joutuvat kilpailemaan nykyisin jatkuvasti siitä, miten heidän viestinsä erottuisivat kilpailijoiden viesteistä. Koska perinteiset markkinointikeinot eivät välttämättä tuota toivottua lopputulosta kohderyhmän keskuudessa, on siirrytty etsimään muita vaihtoehtoisia markkinointikeinoja. Tämän myötä myös tapahtumamarkkinointi on lisääntynyt organisaatioiden markkinointikeinona. (Vallo & Häyrinen 2012, 19.)

Tapahtumamarkkinointi on vielä melko uusi markkinointitapa, ja se sekoitetaan usein tapahtuman markkinointiin. Tapahtumamarkkinoinnissa tapahtuman markkinointi ja tapahtuman toteutus on yhdistetty toisiinsa ja siihen kuuluvat kaikki ne tapahtumat, jolla yritys tai organisaatio pyrkii markkinoimaan tuotteitaan. (Iiskola-Kesonen 2004, 60.) Tapahtumien tavoitteena voi olla esimerkiksi yrityksen brändin vahvistaminen, tuotteiden lanseeraus tai uusien asiakassuhteiden luominen (Isohookana 2007, 171).

4.5.1 Tapahtumamarkkinointi

Tapahtumamarkkinoinnilla tarkoitetaan tapahtuman ja markkinoinnin yhdistämistä. Markkinoinnilla pyritään välittämään organisaation haluttu viesti kohderyhmälle ja saada heidät toimimaan toivotulla tavalla, kun taas tapahtumamarkkinointi yhdistää organisaation ja kohderyhmän ennakkoon suunnitellussa tapahtumassa. Tapahtumalla pyritään vaikuttamaan ihmisten tunteisiin, ja onnistuessaan tapahtuma välittää organisaatiosta sekä sen työntekijöistä tapahtumaan osallistuneille positiivisen mielikuvan. Mikäli organisaatio haluaa luoda tapahtumamarkkinoinnista toimivan kilpailukeinon, tulee järjestettävien tapahtumien olla laadukkaita ja mielenpainuvia. (Vallo & Häyrinen 2012, 19, 27–28.)

Tapahtumamarkkinoinnista voidaan puhua, jos seuraavat kriteerit täyttyvät:

- Tapahtuma on etukäteen suunniteltu.
- Tapahtumalle on määritelty tavoite ja kohderyhmä.
- Kokemuksellisuus, elämyksellisyys ja vuorovaikutteisuus toteutuvat tapahtumassa. (Vallo & Häyrinen 2012, 20.)

Lasten pääsiäiskaraoke -tapahtumalle oli asetettu ennalta tavoitteita ja kohderyhmä. Lisäksi tapahtumassa toteutuivat kokemuksellisuus ja vuorovaikutteisuus. Tapahtuma oli myös suunniteltu etukäteen, joten kyseessä voidaan katsoa olleen tapahtumamarkkinointia. Tapahtuman kautta toimeksiantaja luo mielikuvan yrityksestään tapahtumaan osallistuneille, ja samalla osoittaa tapahtuman järjestämispaikalle olevansa luotettava ja ammattitaitoinen tapahtumanjärjestäjä.

Tapahtumamarkkinoinnin vahvuuksiin katsotaan kuuluvan muun muassa sen ainutkertaisuus ja erottuminen muista markkinointikeinoista. Tapahtumamarkkinointi luo uskollisuutta asiakaskunnassa, minkä lisäksi se jättää usein kohderyhmälle myös pysyvän muistijäljen. Toisaalta on hyvä muistaa, että tapahtumamarkkinoinnin epäonnistuessa muistikuvat voivat jäädä myös negatiiviseksi. Lisäksi tulee huomioda, että tapahtumamarkkinointi voi olla organisaatiolle kallis keino luoda kontakteja kohderyhmiin. (Muhonen & Heikkinen 2003, 47.)

Tapahtumia voidaan järjestää myös yhdessä yhteistyökumppanin kanssa. Yhteistyössä toteutetussa tapahtumassa voidaan yhdistää organisaation resursseja, jolloin on mahdollisuus monipuolisempiin ja näyttävämpiin tapahtumiin. Tämän lisäksi tapahtuman järjestämisestä syntyvät kustannukset voidaan puolittaa yhteistyökumppaneiden kesken. (Iso-Hookana 2007, 172.) Yhteistyökumppaneiksi luokitellaan useimmiten yritykset, joiden kanssa toteutetaan sponsoriyhteistyötä, mutta lisäksi siihen luokitellaan myös erilaiset sidosryhmät, jotka auttavat tapahtuman toteuttamisessa aineettomin vastikkein (Iiskola-Kesonen 2004, 58). Opin- näytetyönä järjestetyssä karaoketapahtumassa yhteistyökumppanina toimi makeisvalmistaja Haribo, jonka kautta tapahtumaan hankittiin palkinnot sekä maskottille luomaan lapsille mieleenpainuvia kokemuksia.

4.5.2 Tapahtuman markkinointi

Tapahtuman järjestämisessä markkinointi nousee suureen rooliin. Tapahtumaa tulisi osata markkinoida oikealle kohderyhmälle, oikealla imagolla ja oikeaan aikaan hyvissä ajoin ennen tapahtumaa. Kun tapahtuman oikea kohderyhmä on tarkkaan mietitty, on syytä pohtia, millä keinoin ja mitä kautta tieto tapahtumasta saadaan välitettyä kohderyhmälle. On myös tärkeää pohtia, miten tapahtumaa pystytään markkinoimaan heille oikein. (Kauhanen ym. 2002, 113.)

Tapahtuman markkinoinnin kohderyhmät voidaan jakaa neljää osa-alueeseen, joita ovat osallistujamarkkinointi, yleisömarkkinointi, markkinointi yhteistyökumppaneille sekä sisäinen markkinointi. Osallistujamarkkinointi on tärkeässä roolissa esimerkiksi kilpailuissa ja messuilla, sillä se vaikuttaa suuresti yleisölle tarjottavan tuotteen sisältöön. Osa tapahtumista järjestetään ainoastaan osallistujia varten, jolloin tieto tapahtumasta halutaan välittää vain heille. Yleisömarkkinoinnilla on suuri merkitys tapahtuman kannattavuuteen. Osassa tapahtumista merkittävä osuus tuloista koostuu pääsylippituloista, minkä vuoksi yleisömarkkinoinnin onnistuminen vaikuttaa merkittävästi tapahtuman taloudelliseen menestymiseen. Tapahtuman talouteen vaikuttaa merkittävästi myös tapahtuman markkinointi yhteistyökumppaneille, kuten sponsorointiyhteistyöyrityksille sekä muille tapahtuman sidosryhmille. (Iiskola-Kesonen 2004, 58.)

Sisäisellä markkinoinnilla tarkoitetaan tapahtuman organisaation sisäistä tiedottamista (Vallo & Häyrinen 2012, 55). Sisäinen markkinointi kuvaa, kuinka tapahtuman tavoitteet ja itse tapahtuma markkinoidaan tapahtuman tekijöille. Sisäisellä markkinoinnilla luodaan myös yhteenkuuluvuuden tunnetta, ja samalla se sitouttaa tapahtuman työntekijöitä. Etenkin talkoovoimin järjestetyissä tapahtumissa sisäinen markkinointi nousee tärkeään rooliin. (Iiskola-Kesonen 2004, 56.)

Sopivan markkinointikanavan valitsemisessa kannattaa pohtia, millä tavoin potentiaaliset tapahtumaan osallistujat tavoitetaan mahdollisimman taloudellisesti. Markkinointikanavia ovat muun muassa sanomalehdet ja posterit sekä internet ja radio. Markkinointikanavan valitsemisessa kannattaa huomioida lisäksi se, että tietyt markkinointikanavat tavoittavat halutun kohderyhmän paremmin kuin toiset. (Raj, Walters & Rashid 2009, 111.)

Lasten pääsiäiskaraoken markkinointikeinoina ja –kanavina käytettiin paperisia mainosjulisteita sekä Vuokatin internet-sivustolla olevaa tapahtumakalenteria. Valitut markkinointikanavat katsottiin riittäviksi ja myös taloudellisesti ajateltuna kannattavimmiksi, sillä esimerkiksi lehti-ilmoitus olisi voinut jäädä matkailijoilta huomaamatta. Sen sijaan Vuokatti.fi-verkkosivustolla sijaitsevan Vuokatin alueen tapahtumakalenterin kautta kohderyhmän tavoittaminen oli varmempaa.

Koska pääasiallinen kohderyhmä tapahtumalle olivat Katinkullassa pääsiäisloomaansa viettävät lapsiperheet, saatiin markkinointikanavien ja -keinojen valinnan myötä lasten karaoken markkinointia kohdistettua oikealle kohderyhmälle. Tapahtumaa varten painatettuja mainosjulisteita kiinnitettiin ympäri Katinkullan tiloja. Ilmoitus Lasten karaokesta Vuokatin tapahtumakalenteriin hoidettiin Katinkullan henkilökunnan kautta.

4.6 Asiakaskokemus

Tapahtuman onnistuminen riippuu loppujen lopuksi pitkälti tapahtumakävijöiden kokemuksesta, eikä niinkään esimerkiksi tapahtuman ohjelmasta. Asiakaskokemus on siis yksi tärkeimmistä mittareista tapahtuman onnistumista arvioidessa.

(Chaichee 2015.) Tapahtumissa asiakaskokemuksen muodostuminen alkaa jo ennen tapahtumaa jatkuen aina tapahtuman jälkeiseen aikaan (Dataprisma 2016).

Asiakaskokemus koostuu kohtaamisista, mielikuvista sekä tunteista, joita asiakkaalle muodostuu yrityksen toiminnasta. Asiakaskokemukseen vaikuttavat myös asiakkaan tekemät alitajuiset tulkinnat, minkä vuoksi on haastavaa vaikuttaa siihen, millaisia asiakaskokemuksia asiakkaat muodostavat. Yritysten on mahdollista kuitenkin itse päättää, millaisia asiakaskokemuksia ne haluavat pyrkiä asiakkaalleen luomaan. (Löytänä & Korteso 2011, 11.)

Asiakaskokemuksen syntymisessä asiakkaan subjektiivisella odotusarvolla on merkitystä. Hyvä asiakaskokemus muodostuu siitä, että asiakas huomioidaan, häntä kuunnellaan ja esitettyihin kysymyksiin vastataan välittömästi. Mikäli asiakas kokee palvelun ylittäneen hänen odotuksensa, on sillä asiakkaalle suurempi arvo, kuin sillä, että palvelu täyttää hänen odotusarvonsa. (Fischer & Vainio 2014; 9, 165.)

Asiakaskokemuksen voidaan katsoa rakentuvan neljästä psykologisesta näkökulmasta. Hyvä asiakaskokemus tukee asiakkaan minäkuvaa ja vahvistaa sen ohella myös asiakkaan identiteettiä. Esimerkiksi ympäristötietoinen henkilö valitsee kotimaisia ja lähellä tuotettuja tuotteita, kun taas urheilija rakentaa omaa imagoaan merkkikenkien kautta. Yllätyksellisyys ja elämykset luovat myös hyvän asiakaskokemuksen. Tavalliset ja arkipäiväiset asiat eivät tuo elämyksiä. Positiivisesti yllättävä elämys asiakaskokemuksen luomisessa voi olla tilanteeseen sopiva suositelu esimerkiksi ravintolassa juoman valinnassa. (Löytänä & Korteso 2011, 43–46.)

Yhtenä näkökulmana hyvän asiakaskokemuksen muodostamisessa on myös muistijälkien jättäminen. Asiakkaan positiivinen muistijälki yrityksestä tarkoittaa aiemmin tapahtunutta positiivista kokemusta, ja vastaavasti negatiivinen muistijälki kielii huonosta kokemuksesta. Voi myös olla, ettei asiakkaalla ei ole yrityksestä muistikuvia, jolloin voidaan katsoa yrityksen epäonnistuneen muistijälkien luomisessa. Positiivinen asiakaskokemus johtaa myös siihen, että asiakas palaa

myöhemmin uudelleen saatuaan hyvää palvelua. (Löytänä & Kortesus 2011, 48–49.)

Asiakkaan odotusten ylittäminen on merkittävä osa positiivisen asiakaskokemuksen luomista. Odotukset ylittävä kokemus koostuu kolmesta osasta, joihin luetaan ydinkokemus, laajennettu kokemus sekä odotukset ylittävä kokemus. Ydinkokemuksella tarkoitetaan sitä hyötyä tai arvoa, jonka vuoksi asiakas ostaa tuotteen tai palvelun. Laajennetun kokemuksen kautta tuotteen tai palvelun arvoa asiakkaalle lisätään. Odotukset ylittävän kokemuksen elementtejä taas ovat aitous, henkilökohtaisuus, oikea-aikaisuus, jaettavuus, yllättävyys sekä tunteisiin vetoaminen. (Löytänä & Kortesus 2011, 59–64.)

4.7 Tapahtuman arviointi

Tapahtumien asiakaskokemusta voidaan mitata usealla eri tavalla, joita ovat muun muassa paperiset kyselylomakkeet, kävijöiden antama suullinen palaute sekä sähköpostitse tapahtuman kävijöille välitetty kyselylomake (Chaichee 2015). Tapahtumanjärjestäjän onkin tärkeää saada tietoonsa, millaisia mielikuvia tapahtumaan osallistuneille jäi tapahtumasta, ja mitä tapahtumaan osallistujat pitivät siitä kokonaisuudessaan. Palautteita voidaan hyödyntää, kun tarkastellaan, onnistuiko tapahtumalle asetetut tavoitteet saavuttamaan. (Vallo & Häyrynen 2012, 184.)

Tapahtuman arvioinnissa voidaan hyödyntää eri menetelmiä. Tapahtuman onnistumista voidaan arvioida esimerkiksi havainnoinnin avulla. Havainnoinnin myötä saadaan selville, toimivatko havainnoitavat ihmiset sillä tavoin, kuin he väittävät toimivansa. Havainnointi on tarkkailua, joka voi olla joko hyvin systemaattista ja tarkasti määriteltyä, tai vastaavasti se voi olla vapaata. Systemaattisessa havainnoinnissa havainnointi on jäsenneiltyä, ja havainnoija on usein ulkopuolinen henkilö. Osallistuva havainnointi on taas vapaamuotoisempaa, ja havainnoija osallistuu ryhmän toimintaan. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 212–214.)

Opinnäytetyönä järjestetyn tapahtuman arvioinnissa oli piirteitä havainnoinnista. Tapahtuman havainnoinnin voidaan katsoa olleen osallistuvaa ja siten vapaamuotoista, sillä havainnointi suoritettiin opinnäytetyön tekijöiden toimesta. Tapahtumassa seurattiin muun muassa tapahtuman yleistä ilmapiiriä ja tunnelmaa sekä tapahtumaan osallistuneiden ihmisten käyttäytymistä sekä ilmeitä, joiden pohjalta havainnointia ja arviointia suoritettiin. Havainnoinnin tueksi käytettiin myös palautekyselyä, jolla kartoitettiin kirjallisesti osallistujien mielipiteitä tapahtumasta.

Tapahtumanjärjestäjä hyötyy osallistujapalautteen keräämisestä. Kun järjestetyistä tapahtumista kerätään palautetta, voidaan seuraavia tapahtumia muokata palautteiden pohjalta osallistujien toivomusten mukaisesti. Tapahtumanjärjestäjän tavoitteena on yleensä ylittää asiakkaiden odotukset, ja jättää heille tapahtumasta mieluinen muistikuva. Asiakkaiden odotusten täyttymisestä ei voida saada kuitenkaan tietoa, jos tapahtumaan osallistuneilta ei kerätä tapahtumasta palautetta. (Vallo & Häyrinen 2012,184.)

Palautetta tapahtumasta voidaan kerätä osallistujilta joko kirjallisella tai sähköisellä lomakkeella. Yleensä kirjallinen palaute olisi hyvä kerätä tapahtuman loppuun ennen osallistujien poistumista tapahtumapaikalta. Kuitenkaan aina kaikki tapahtuman kävijät eivät vaivaudu vastaamaan palautekyselyihin, joten yhtenä keinona onkin houkuttaa osallistujia vastaamaan kyselyyn arpomalla palkinto vastaajien kesken. (Vallo & Häyrinen 2012, 185.) Lasten pääsiäiskaraoke -tapahtuman kirjallinen palautekysely pyrittiinkin tekemään mahdollisimman lyhyeksi ja selkeäksi, jotta tapahtumaan osallistuneet saataisiin vastaamaan kyselyyn.

Lisäksi tapahtuman onnistumista voidaan arvioida luonnollisesti myös tapahtuman osallistujamäärän perusteella. Myös tapahtuman tuomat tuotot voivat olla yksi arvioinnin mittareista. (Watt 1998, 76.) Lasten karaoketapahtuman onnistumisen arvioinnissa yhtenä mittarina käytettiin havainnoinnin ja palautekyselyn lisäksi tapahtuman osallistujamäärää. Tapahtumaan osallistuneiden määrän avulla pystyttiin arvioimaan, koettiinko tapahtuma tarpeeksi kiinnostavana kohderyhmän keskuudessa ja oliko tapahtumassa riittävästi osallistujia sen toimimiseksi.

5 KARAOKE

Karaoke on lauluharrastus, joka on merkittävä viihdeteollisuuden ala, ja sillä on myös merkittävä rooli tämän päivän ravintolakulttuurissa. Karaoke on ihmisille tapa viettää aikaa ystävien kanssa. Karaoken suosiolle löytyy monia syitä, joista tärkeimmät ovat sen helppous ja hauskuus. Karaokea voi laulaa kuka tahansa taidoista huolimatta, ja se voi tuoda mukanaan myös onnistumisen kokemuksia. (Kesseli 2007, 7–11.)

5.1 Karaoken synty

Erään tarinan mukaan ensimmäiset karaokelaitteen tapaiset kokeilut nähtiin Japanissa toisen maailmansodan jälkeen jukeboksiin liitettyjen mikrofoniin myötä. Tällöin sanat luettiin lauluvihkoista tai -kirjoista. Jo tätä ennen lauluharrastuksella oli ollut pitkät perinteet Japanissa, sillä 1900-luvun alussa japanilaiset kokoontuivat musiikkibaareihin laulamaan pianon säestyksellä. Ensimmäiset varsinaiset karaoketaustanauhut ja -laitteistot syntyivät kuitenkin vasta 1970-luvun alussa japanilaisen Daisuke Inouen kehittäminä. (Kesseli 2007, 18–21.)

Karaoke-nimitys tulee japanin kielen sanoista karappo okesutura, joka tarkoittaa tyhjää orkesteria. Alkujaan karaoke-sana viittasi soittolaitteeseen, johon oli kytketty mikrofoni solistia varten. Karaoken syntysijat löytyvät siis Japanista, jossa karaokea harrastettiin aluksi musiikkibaareissa. Myös Suomessa karaoke on suuressa suosiossa, ja se onkin laajalle levinnyt osa-alue musiikkiviihteessä. (Kesseli 2007, 7–10.)

1970-luvun lopussa karaoke alkoi leviää Japanista maailmalle, etenkin niihin maihin, joissa asui japanilaisperäistä väkeä. Suomeen karaoke rantautui vasta myöhemmin, ja ensikosketuksen karaokeen suomalaiset saivatkin Ruotsin ja Suomen välisillä risteilyaluksilla. 1980-luvun puolivälissä risteilyaluksilla laulettiin englanninkielisten karaokelevyjen tahtiin. Risteilykaraoken tunnettuutta kuuluisaksi on

tehnyt entinen tangokuningas Jari Sillanpää, joka aloitti viihdetaitelijauraansa juurikin laivakaraoken parissa. (Kesseli 2007, 26, 31.)

5.2 Karaoke Suomessa

Karaoken läpimurto Suomessa koettiin 1990-luvun alkuvuosina. Karaokesta kirjoitettiin paljon lehdissä, ja sen myötä monet ravintolat innostuivat kokeilemaan karaokea. Laman aikaan karaokeinnostus näytti laantuvan, mutta kymmenessä vuodessa karaoke otti pysyvän paikkansa osana suomalaista viihdekulttuuria. (Kesseli 2007, 11–12.)

Suomalainen karaoke ei häviä laajuudessaan karaoken kotimaalle Japanille, ja tällä hetkellä karaokella on Suomessa jopa puoli miljoonaa harrastajaa. Suomalainen karaoke on synnyttänyt menestystarinoita, jotka on huomioitu myös vanhoissa karaoken maissa. Nykyään suomalainen Hevikaraoke on merkkituote, jota lanseerataan myös ulkomaille. Karaoken maailmanmestaruuskilpailut ovat myös suomalaisen organisaation keksintö. (Kesseli 2007, 7, 10.)

Karaoken laulajat ja laulupaikat jaetaan osa-alueisiin, joita ovat ravintolakaraoke, kotikaraoke ja kilpakaraoke. Karaokella on myös suuri suosio musiikkifestivaaleilla sekä oheisohjelmiana muissa yleisötapahtumissa. Eniten karaokea lauletaan kuitenkin baareissa ja ravintoloissa. Karaokebaareja, joissa karaoke on ohjelmassa ainakin kerran viikossa, löytyy Suomesta noin 1500. (Kesseli 2007, 10.)

Suomessa järjestetään vuosittain karaokelaulannan suomenmestaruuskilpailut, jossa osallistujat ovat 18 vuotta täyttäneitä amatöörilaulajia. SM-Karaoke –kilpailua on järjestetty vuodesta 1991 lähtien. Kilpailussa esitetään ainoastaan suomenkielisiä kappaleita tai suomalaisten artistien ja orkesterien Suomessa tunnetuksi tekemiä vieraskielisiä kappaleita. Karaoken suomenmestaruuskilpailussa tuomarit arvioivat kilpailijoiden lauluäänen ja –tekniikan lisäksi kappaleen tulkintaa ja laulajien esiintymistä. KSF Entertainment Group Oy ja Goodprea Oy, jotka

omistavat oikeudet rekisteröityyn SM-Karaoke –tuotemerkkiin, haluavat tarjota tapahtuman myötä suomalaisille laulajille unohtumattoman elämyksen karaoken parissa. (SM-Karaoke 2016.)

Karaokevetäjät ympäri Suomen keräävät tietoa suosituimmista ja lauletuimmista karaokekappaleista. Tietyt laulut ovat suosikkeja vuodesta toiseen. Kesällä 2012 julkaistun uutisen perusteella suosituimpia karaokessa esitettyjä kotimaisia ja englanninkielisiä kappaleita olivat seuraavat:

Suosituimmat suomenkieliset kappaleet:

1. Jenni Vartiainen - Missä muruseni on
2. Paula Koivuniemi - Aikuinen nainen
3. Anna Hanski - Kotiviini
4. Vesa-Matti Loiri - Lapin kesä
5. Suvi Teräsniska - Hento kuiskaus

Suosituimmat englanninkieliset kappaleet:

1. Frank Sinatra - My Way
2. Celine Dion - My Heart Will Go on
3. Sonata Artica - Tallulah
4. Elvis Presley - Love Me Tender
5. Adele - Rolling in the Deep.

(Iltalehti 10.7.2012.)

5.3 Lasten karaoke

Myös lapset ovat kiinnostuneita laulamaan karaokea. Lasten nuorena aloittama säännöllinen musiikkiharrastus muokkaa lapsen musiikillista makua ja mielikuvi- tusta. Alle kouluikäiset lapset eivät osaa vielä hallita duureja ja molleja, vaan ne vaihtelevat lapsen vireystason ja mielialan mukaan. Tällöin lapsi laulaa parhaiten lastenlauluja ja yksinkertaisia rallatuksia, vaikka kuunteleekin mieluusti aikuisten musiikkia. Lapset pitävät erityisesti lauluista, jotka ovat mukaansatempaavia ja ryt- mikkäitä. (Kesseli 2007, 101.)

Lapsille on myös julkaistu omia karaokelevyjä useiden kotimaisten tuottajien toimesta, millä on pyritty turvaamaan kotimaisen lastenlauluperinteen säilyminen. Markkinoilla on saatavilla myös erilaisia kouluttavia palautelevyjä, joista Staraoke lienee tunnetuin. Staraoke on lapsille suunnattu karaokelaulupeli, jota pelataan tietokoneella. MTV3-kanavalla pyöri 2000-luvun alussa myös Staraoke-laulukilpailu, jossa lauluvalikoima koostui suomenkielisistä poplauluista, ja myös pelin grafiikka oli suunniteltu lapsille mieluisaksi. Muuten lapsille ei kuitenkaan löydy samalla tavalla karaokelaulukilpailuja kuin aikuisille. (Kesseli 2007, 101–102.)

Lastenkaraoketapahtumissa on huomattu, että lapset haluavat usein laulaa toisensa kanssa. Lasta on helpompi innostaa laulamaan kahdestaan tai ryhmän mukana. Suomessa lapsille ei kuitenkaan ole tarjolla omia karaokelaulupaikkoja kodin ulkopuolella. Kauppakeskuksissa ja tavarataloissa voidaan järjestää lastenpäivien yhteydessä mahdollisuutta laulaa karaokea, mutta muuten lapsille järjestettävää karaokea ei löydy. Myös osa ravintoloista tarjoaa lapsille mahdollisuuden käydä laulamassa karaokea joko päiväsaikaan tai alkuillasta. (Kesseli 2007, 102.)

Lasten pääsiäiskaraoke -tapahtumassa kappalelistassa oli mukana sekä lastenlauluja että lauluja aikuisten listalta. Tapahtumassa käytettiin Melplay:n karaokelaitteita. Suosituimmiksi lastenlauluksi esiintyvien lasten keskuudessa osoittautuivat Kolme varista, Hämä-hämähäkki ja Ihahaa. Pop-lauluista lasten suosiossa olivat etenkin paljon radiosoittoa saaneet kappaleet.

6 LASTEN PÄÄSIÄISKARAOKE KATIKULLASSA

Toiminnallisen opinnäytetyömme aiheeksi muotoutui Lasten pääsiäiskaraoke -tapahtuma Vuokatin Katinkullassa. Tapahtuma järjestettiin sunnuntaina 27.3.2016. Tapahtuman järjestämisen suunnitteluvaiheessa hyödynnettiin opinnäytetyöprosessin aikana hankittua teoriapohjaa. Tapahtuman onnistumisen arvioimiseksi osallistujilta kerättiin myös palautetta, jotka toimivat tukena havainnoinnille.

6.1 Tapahtuman suunnittelu

Lasten pääsiäiskaraoke -tapahtuman ideointi ja suunnittelu aloitettiin vuoden 2015 syksyllä opinnäytetyöprosessin alettua. Opinnäytetyönä järjestettävän tapahtuman suunnittelussa käytettiin apuna Vallon ja Häyrisen teoksesta löytyvää tähtimallia ja sen kuutta kysymystä. Suunnittelu aloitettiin pohtimalla vastauksia tähtimallin strategisen kolmion kysymyksiin.

Tähtimallin strateginen kolmio muodostuu kysymyksistä mitä, kenelle ja miksi (Kuva 2). Näihin kysymyksiin tulee olla vastaus joko tapahtuman organisaation johdolla tai vastaavasti henkilöllä, joka haluaa järjestää tapahtuman. (Vallo & Häyrinen 2012, 101–102.) Halusimme järjestää lapsille suunnatun tapahtuman, joka voisi mahdollisesti toimia toimeksiantajallemme myös jatkossa valmiina tapahtumakonseptina tai ideana muille lasten tapahtumille. Onnistuessaan tapahtuma toimisi myös osaltaan markkinointikeinona toimeksiantajallemme. Lisäksi omina tavoitteinamme oli perehtyä opinnäytetyön kautta tapahtumanjärjestämisen vaiheisiin sekä kehittää osaamista tällä matkailun osa-alueella.



Kuva 2. Tapahtuman suunnittelun strateginen kolmio (mukaillen Vallo & Häyrinen 2012, 101.)

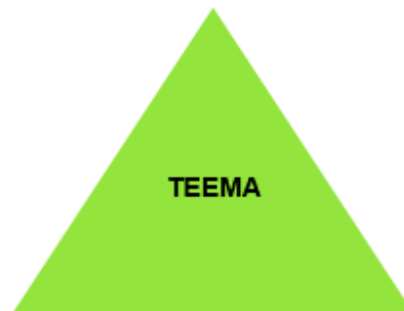
Opinnäytetyön yhtenä tavoitteena oli järjestää idealtaan erilainen tapahtuma, josta jäisi lapsille mieleenpainuvia ja mukavia muistoja. Tapahtuman paikaksi valittiin Vuokatissa sijaitsevan Holiday Club Katinkulta ja ajankohdaksi vuoden 2016 maaliskuun huhtikuu, joka tarkennettiin myöhemmin pääsiäisviikonlopuksi. Tapahtumapaikan ja toimeksiantajan puolelta tapahtuman ajankohta ohjeistettiin valikoimaan tarkoin, jotta varmistettaisiin, että tapahtumassa riittäisi kävijöitä. Tämän vuoksi ajankohdaksi valittiin pääsiäinen, joka on Vuokatissa ja Katinkullassa matkailullisesti sesonkiaikaa, ja siellä majoittuu tällöin paljon kohderyhmäämme kuuluvia lapsiperheitä. Tämän myötä varmistettiin, että alueella on ihmisiä, joita tapahtuma voisi kiinnostaa. Tapahtumapaikan ja –ajankohdan valinta yhdessä tapahtuman kohderyhmän kanssa olivat siis vahvasti sidoksissa toisiinsa. Matkailijoiden lisäksi

tapahtuman kohderyhmään kuuluivat luonnollisesti myös alueella asuvat paikalliset.

Ideaksi tapahtumalle muotoutui lopulta lapsille suunnattu karaoketapahtuma. Karaoke valittiin tapahtuman ideaksi siksi, että usein vain aikuisille järjestetään karaokelauluiltoja. Tapahtuman myötä myös lapset saivat mahdollisuuden päästä laulamaan karaokea ja esiintymään yleisön edessä. Järjestettävä tapahtuma nimettiin Lasten pääsiäiskaraokeksi sen ajankohdan mukaisesti.

MILLAINEN?

- Tapahtuma rakentuu lasten karaokeesityksistä.
- Kaikki esiintyjät palkitaan ja lisäksi arvotaan heidän kesken palkinto.
- Haribo-nallen vierailu tapahtumassa.
- Juontaja toimeksiantajan kautta.



MITEN?

- Tapahtuman suunnittelu toimeksiantajan avustuksella.
- Tapahtuma etenee prosessina, johon kuuluvat suunnitteluvaiheen lisäksi toteutus- ja jälkimarkkinointivaihe.

KUKA?

- Toimeksiantajana Viihdehuput Oy
- Tapahtuman sisällön suunnittelusta vastaamme itse

Kuva 3. Tapahtuman suunnittelun operatiivinen kolmio (mukaiillen Vallo & Häyri-
nen 2012, 103.)

Operatiivinen kolmio vastaa kysymyksiin miten, millainen ja kuka. Opinnäytetyönä järjestettävän tapahtuman toimeksiantajana toimi Ohjelmatoimisto Viihdehuput

Oy, jonka avustuksella tapahtuma suunniteltiin ja toteutettiin. Tapahtumaprosessi eteni vaiheittain suunnitteluvaiheesta toteutus- ja jälkimarkkinointivaiheeseen. Suunnitteluvaiheessa tapahtuman ideoinnin jälkeen sovittiin Katinkullan kanssa tapahtuman ajankohdasta sekä tapahtumaa varten tarvittavasta tilasta. Valinnassa päädyttiin hotellin NightCat-yökerhoon, jonka tilat olivat soveltuvimmat tapahtumallemme. Lisäksi yhteistyökumppani Haribon kanssa tuli sopia tapahtuman palkinnoista sekä heidän tunnuksena tutuksi tulleen maskottinallen käyttämisestä tapahtumassa. Myös markkinointia varten painatettiin mainokset (Liite 1) ja ne vietiin Katinkultaan noin viikkoa ennen varsinaista tapahtumaa. Mainosjulisteiden lisäksi tapahtumasta tiedotettiin tapahtumakalenterissa Vuokatin nettisivulla. Tapahtuman markkinoinnin suunnitteluun ja markkinointikeinojen valintaan saatiin apua toimeksiantajalta. Lopulta markkinointikeinoja ja -kanavia valitessa päädyttiin siihen ratkaisuun, että markkinointikanavina olisivat riittäviä paperiset mainosjulisteet Katinkullassa sekä ilmoitus Vuokatin tapahtumakalenterissa.

Tapahtuma rakentui lasten karaoke-esitysten ympärille, ja juontaja karaokea varten saatiin toimeksiantajan kautta. Tapahtumaan osallistuvat lapset saivat valita laulamansa kappaleet karaokelistalta, jonka jälkeen he toimittivat kappaletoiveen nimellään varustetulla lomakkeella karaoken juontajalle. Tapahtumassa käytetyn karaokelistan laulut vaihtelivat lasten lauluista tämän päivän hitteihin, jotta kaikille tapahtumaan osallistuneille lapsille löytyisi mieluinen kappale esitettäväksi. Tämä myös mahdollisti suuren ikähaarukan tapahtuman kohderyhmän keskuudessa. Laulavia lapsia varten oli varattu pieniä Haribon näytekarkkipusseja, joita laulajat saivat esiintymisensä jälkeen. Koko tapahtumaillan päätteeksi arvottiin laulajien kesken vielä viisi Haribon karkkilaatikkoa.

Karaoke-esitysten rinnalle haluttiin tapahtumaan myös yllätyksellisyyttä ja mielenpainuvia muistoja ja kokemuksia lapsille. Tapahtuman puoliväliin sijoitettiin Haribon maskottinallen vierailu. Haribo toimii yhteistyökumppanina toimeksiantajamme järjestämällä Audi Rinnerieha –kiertueella, jonka myötä Haribon saaminen yhteistyökumppaniksi meidän tapahtumaamme oli mahdollista. Yhdessä toimeksiantajan kanssa Haribolta kysyttiin kiinnostusta yhteistyöhön kanssamme.

Toimeksiantaja järjesti tapahtumapaikalle Haribon karkit ja Haribo-nalle –puvun. Haribon maskottinallen suunniteltiin vierailevan tapahtumassa lasten karaoke-esi-
tysten lomassa. Meistä opinnäytetyöntekijöistä toinen puki maskottipuvun pääl-
lensä ja toimi nallena tapahtuman aikana. Nalle jakoi tapahtuman kävijöille saman-
laisia näytekarkkipusseja, joita myös esiintyneet laulajat saivat. Lisäksi tapahtu-
man suunnitelmaan kuului, että nalle tanssi lasten kanssa vierailunsa aikana.

Vallon ja Häyrisen tähtimallin tueksi tapahtuman suunnitteluun otettiin avuksi myös
jo aiemmin esittely Paulette Wolfin teoria viidestä W-alkuisesta (who, what, when,
where, why) ja how –kysymyksestä.

- Who? (Kenelle?) Tapahtumamme on suunnattu lapsille ja lapsiperheille. Koska
Vuokatti on merkittävä matkailukohde, tulee tapahtuman koh-
deryhmä muodostumaan alueella majoittuvista matkailijoista
sekä paikallisista.
- What? (Mitä?) Lasten pääsiäiskaraoke, joka on luonteeltaan viihdetapah-
tuma.
- When? (Milloin?) Pääsiäisviikonloppuna, 27.3.2016. Tapahtuman kesto on
kaksi tuntia, kello 18–20.
- Where? (Missä?) Holiday Club Katinkullassa Vuokatissa.
- Why? (Miksi?) Halusimme järjestää lapsille suunnatun karaoketapahtuman,
sillä usein vain aikuisille tarjotaan mahdollisuus päästä laula-
maan karaokea. Toimeksiantajan näkökulmasta tarkoitukse-
namme on järjestää onnistunut tapahtuma, jonka konseptia
toimeksiantajamme voi mahdollisesti käyttää myöhemmin uu-
destaan. Onnistuessaan tapahtumamme toimii myös hyvänä
markkinointikeinona toimeksiantajallemme.
- How? (Miten?) Tapahtuman suunnittelu toimeksiantaja Ohjelmatoimisto Viih-
dehuiput Oy:n avustuksella. Toimeksiantajalla tapahtumaa
varten karaokelaitteet sekä juontaja. Tapahtumapaikkana Ka-
tinkullan NightCat-yökerho. Tapahtuma rakentuu lauluesitys-
ten ympärille ja kaikki halukkaat pääsevät esiintymään. Ka-
raoken laulut vaihtelevat lastenlauluista tämän päivän hittei-
hin.

Lasten pääsiäiskaraoke oli viihdetapahtuma, sillä yhtenä sen tarkoituksista oli luoda tapahtumaan osallistuville viihdyttävä ilta karaoken merkeissä. Tapahtumaa suunniteltaessa oli tärkeää huomioida tapahtuman kesto, joka määriteltiin kahdeksi tunniksi. Koska tapahtumaan osallistuvien määrää oli haastavaa arvioida ennalta, ja kohderyhmä oli iältään nuorta, ajateltiin kahden tunnin olevan sopiva tapahtuman kesto ajatellen. Tällöin osallistujat eivät ehtineet pitkästää, mutta kahden tunnin aikana ehti esiintyä myös monta tapahtumaan osallistunutta lasta.

Vallon ja Häyrisen tähtimallin sekä Wolfen kysymysten avulla karaoketapahtuman ideoinnissa ja suunnittelussa saatiin kiinnitettyä huomiota tapahtumaprosessin onnistumisen kannalta tärkeisiin seikkoihin. Lisäksi teoriat ohjasivat tapahtumaprosessin etenemistä oikeaan suuntaan. Tämän myötä opinnäytetyön teoreettinen ja käytännöllinen puoli saatiin myös yhdistettyä.

Tapahtuman suunnittelussa tehtiin paljon yhteistyötä toimeksiantajan ja Katinkullan henkilökunnan kanssa, sillä heillä on vankka kokemus tapahtumien järjestämisestä. Opinnäytetyön tekijöinä vastasimme tapahtuman ideoinnista ja mainoksen suunnittelusta. Hoidimme tapahtumaan liittyviä käytännön asioita siltä osin, mitä pystyimme tekemään. Veimme esimerkiksi tapahtuman mainosjulisteet painoon, jonka jälkeen kiinnitimme valmiit julisteet paikoilleen Katinkultaan. Toimeksiantaja järjesti tapahtumapaikalle yritykseltä löytyvät karaokelaitteet ja vetäjän. Lisäksi toimeksiantaja toi tapahtumaan Haribo-nalle –puvun sekä esiintyjille jaettavat palkinnot.

6.2 Tapahtuman toteutus

Lasten pääsiäiskaraoke toteutettiin pääsiäissunnuntaina 27.3.2016 Holiday Club Katinkullan NightCat-yökerhon tiloissa. Pääsiäinen on Vuokatin alueella matkailullisesti sesonkiaikaa, joten myös Katinkullassa oli tapahtuman aikaan paljon majoittujia ja etenkin lapsiperheitä. Lasten pääsiäiskaraoke aloitettiin sunnuntai-iltana kello 18.00 ja tapahtuma jatkui aina kello 20.00 asti. Kun tapahtumapaikan ovet avattiin, ei paikalle aluksi saapunut kuin muutamia lapsia vanhempineen. Tapah-

tumatilassa soitettiin mukaansatempaavaa musiikkia heti ovien auettua, mikä herätti kiinnostusta ja houkutteli ohikulkevia tapahtumaan yhä enemmän. NightCat-yökerhon ovella tapahtumaan tulijat toivotettiin tervetulleiksi tapahtumaan ja samalla ohjeistettiin, mistä karaokelistat löytyisivät ja miten tulisi toimia, mikäli haluaisi laulaa.

Tapahtuman alusta ehti kulua noin 15–20 minuuttia, ennen kuin ensimmäiset laulajat olivat saaneet valittua haluamansa kappaleen ja uskaltautuivat laulamaan. Tämän jälkeen myös muut tapahtumaan saapuneet lapset rohkaistuivat, ja karaoke-esityksiä saatiin nähdä ja kuulla katkeamatta tapahtuman loppuun saakka. Useimmat esittivät kappaleita 2-3 henkilön pienryhmissä, mutta mukaan mahtui myös yksin esiintyviä. Karaoke-esityksen jälkeen laulajat saivat palkkioksi esiintymisestään pienen Haribon näytekarkkipussin, mikä saattoi myös osaltaan innoittaa lapsia esiintymään.

Tapahtuman puolivälissä Haribon maskottinalle vieraili tapahtumassa suunnitelman mukaisesti. Nallesta oli etukäteen maininta tapahtuman paperisissa mainoksissa, ja siitä kerrottiin myös juontajan toimesta karaoke-esitysten välillä hieman ennen nallen saapumista. Haribo-nalle jakoi tapahtumassa oleville kävijöille näytekarkkipusseja ja tanssi lisäksi lasten kanssa yökerhon tanssilattialla. Nallen vierailun aikana lasten karaoke-esitykset jatkuivat normaalisti.

Haribon maskottinallen vierailun jälkeen vietiin tapahtumatilan pöytiin palautelomakkeita, joita tapahtuman kävijät saivat täyttää loppuillan aikana. Tapahtuma päätettiin palkintojen arvontaan, joka aloitettiin noin 19.50, eli kymmenen minuuttia ennen tapahtuman loppumista. Karaoke-esitysten aikana esiintyjien nimet oli kerätty ylös arvontaa varten ja arvonta suoritettiin viimeisen lauluesityksen aikana. Tapahtumassa laulaneiden lasten kesken arvottiin viisi Haribon karkkilaatikkoa. Lasten karaoken päättyessä kello 20.00 kiitettiin paikalle saapuneita kävijöitä sekä laulaneita lapsia karaokejuontajan toimesta. Lisäksi ovella jaettiin vielä ylijääneitä näytekarkkipusseja poislähteville ja kerättiin täytetyt palautteet. Samalla myös kiitettiin kävijöitä vielä kerran tapahtumaan osallistumisesta.

Tapahtumaillan aikana eri laulajia oli 22, mutta esityksiä kuultiin useampia, kun monet lapsista lauloivat useampaan kertaan. Esittäjien valitsemat laulut vaihtelivat esiintyjien iän mukaan lastenlauluista nykypäivän pop-lauluihin. Esiintyneiden lasten määrä oli sopiva, sillä näin kaikki halukkaat pääsivät laulamaan useampaan kertaan. Lasten ikä vaihteli arviolta 4-vuotiaasta aina 12–13 -vuotiaisiin asti, mutta suurin osa laulajista oli iältään noin 4–7 -vuotiaita. Suurin osa tapahtumaan osallistuneista lapsista oli myös tyttöjä, sillä laulajista vain yksi oli poika. Tapahtumassa kävijöissä oli kuitenkin myös poikia, mutta he lähinnä kuuntelivat ja katselevat muiden esityksiä sekä tanssivat laulujen tahtiin yökerhon värivalaistulla tanssilattialla. Tanssilattia oli muutenkin hyvin suosittu lasten keskuudessa, sillä karaoke-esitysten aikana se oli miltei täynnä koko ajan.

Lasten pääsiäiskaraokessa oli luonnollisesti mukana myös lasten vanhempia. Arviolta kokonaiskävijämäärä tapahtumassa oli noin 40–50 henkeä. Arvioituun kokonaiskävijämäärään on luettu mukaan myös ne perheet ja lapset, jotka eivät olleet tapahtumassa koko aikaa, vaan kävivät siellä vain hetken aikaa.

Tapahtumassa karaoken juontaja saatiin toimeksiantajan kautta, jonka myötä tapahtuma saatiin vietyä läpi sujuvasti ja ammattitaitoisesti. Opinnäytetyöntekijöinä meidän roolimme tapahtuman aikana oli toivottua tapahtumaan tulijat tervetulleiksi Lasten pääsiäiskaraokeen NightCat-yökerhon ovella, ja ottaa tarvittaessa osallistujien ulkovaatteita narikkaan säilytykseen. Lisäksi ohjeistimme ovella tapahtumaan tulijoita, mistä karaoken laululistat löytyisivät, ja miten tulisi toimia, mikäli haluaisi laulaa. Tehtäviimme kuului myös ojentaa palkkiot laulajille esiintymisen jälkeen. Karaoke-esitysten aikana keräsimme esiintyneiden lasten nimet ylös, ja tapahtuman lopuksi suoritimme arvonnän.

Lasten karaoketapahtumassa ei ollut varsinaista jälkimarkkinointivaihetta, vaan se tapahtui karaoken lopuksi osallistujien lähtiessä NightCat-yökerhosta. Kävijöiden lähtiessä jaoimme heille ylijääneitä näyttekarkkipusseja tapahtumasta lähteville. Samalla kiitimme omalta osaltamme kävijöitä tapahtumaan osallistumisesta.

6.3 Tapahtuman palaute ja arviointi

Lasten pääsiäiskaraoksen onnistumisen arviointi pohjautui pitkälti havainnointiin. Lisäksi havainnoinnin tapahtumasta kerättiin palautetta pienimuotoisella palautekyselylomakkeella (Liite 2). Palautekyselyn avulla haluttiin kartoittaa tapahtuman tunnelmaa kävijöiden näkökulmasta. Lisäksi kysyttiin, osallistuisiko palautteen antaja vastaavanlaiseen tapahtumaan myös tulevaisuudessa. Tämän jälkeen palautteen antajalle jätettiin vielä mahdollisuus kertoa kehittämisehdotuksia tulevia tapahtumia varten ja samalla kysyttiin, mikä nykyisessä tapahtumassa oli mieleenpainuvinta.

Palautekyselyt jaettiin pöytiin tapahtuman puolivälin jälkeen, ja lomakkeet kerättiin ovelta kävijöiden pois lähtiessä tapahtumapaikalta. Palautekyselyn toteuttaminen osoittautui kuitenkin hieman odotettua haastavammaksi, sillä moni tapahtuman kävijöistä seisojaksi ja kuuntelijaksi tanssilattialla pöydissä istumisen sijaan. Tapahtumaan osallistuvat lapset olivat myös oletettua nuorempia, jolloin kirjallisten osuuksien täyttäminen palautteista oli miltei mahdotonta. Kirjallisena palautteena tapahtumasta saatiin 10 täytettyä palautelomaketta, jonka lisäksi saatiin myös muutamia suullisia palautteita kävijöiden lähtiessä tapahtumasta. Palautelomakkeiden vähäiseen määrään saattoi vaikuttaa myös se, että tapahtumassa käyneistä perheistä monissa oli 2-4 lasta, jolloin he täyttivät vain yhden palautelomakkeen. Lisäksi tapahtumaan osallistui useampi perhe, jotka kävivät tapahtumassa vain hetken aikaa, ja näin ollen heidän palautteensa jäi puuttumaan.

Palautelomake koostui kahdesta monivalintakysymyksestä ja yhdestä vapaamuotoisesta palautekysymyksestä. Ensimmäinen palautelomakkeen kysymys koski kävijöiden mielipidettä tapahtumasta. Vastausvaihtoehtoina kysymykseen käytettiin kolmea hymynaama-kuviota, joista ääripäät kuvasivat tyytyväistä sekä pettynyttä ja niiden välinen naama neutraalia ilmettä. Lähes kaikki palautteeseen vastanneet olivat ympyröineet tyytyväisen naaman ja vain yksi vastaajista oli ympyröinyt keskimmäisen. Tämän perusteella voidaan ajatella tapahtuman kävijöiden viihtyneen tapahtumassa.

Palautelomakkeen toisen kysymyksen myötä palautteenantajaa pyydettiin vastaamaan, tulisiko hän uudelleen samanlaiseen tapahtumaan. Vastausvaihtoehtoina kysymykselle olivat kyllä ja ei. Jokaisessa kymmenessä palautetussa kyselylomakkeessa vastaus oli myönteinen, mikä kertoi myös osaltaan siitä, että tapahtuma oli ollut mieluinen, ja näin ollen lapset ja heidän vanhempansa tulisivat myös uudestaan vastaavanlaiseen tapahtumaan.

Palautelomakkeen kolmanteen kysymykseen saatiin vastaus neljässä palaute- tussa lomakkeessa. Kolmannella kysymyksellä kartoitettiin, mikä tapahtumaan osallistuneiden mielestä tapahtumassa oli ollut parasta ja mitä osallistujat olivat jääneet kaipaamaan. Täytetyistä palautelomakkeista kävi ilmi, että erityisesti musiikki ja laulaminen sekä tanssiminen olivat olleet lasten mieleen. Myös Haribonalle mainittiin mieleen jääneenä asiana eräässä palautteessa. Palautteista kävi myös ilmi aikuisten tyytyväisyys siihen, että tapahtuman myötä lapsille oli annettu mahdollisuus päästä laulamaan, ja he myös uskaltoutuivat laulamaan yleisön edessä. Tapahtuma oli koettu myös mieleenpainuvaksi ja lapsille jääneen siitä hyvät muistot.

Eräässä palautelomakkeessa oli esitetty kehittämissuhteita mahdollisia tulevia tapahtumia varten. Palautteessa toivottiin karaoken rinnalle enemmän oheisohjelmaa. Tapahtumaan voisi liittää esimerkiksi tanssikilpailun lasten kesken tai seuraa johtajaa –tyylisiä tanssileikkejä. Tapahtumapaikkaa kehuttiin tilavaksi, ja yhtenä kehittämissuhteena olikin, että tilaan olisi voitu rakentaa askartelupaikan, jonka teemana olisi voinut olla tapahtuman ajankohdan mukaisesti pääsiäinen. Lisäksi eräässä palautelomakkeessa toivottiin myös, että aikuisetkin olisivat päässeet laulamaan järjestetyssä tapahtumassa.

Havainnoinnin ja suullisten palautteiden perusteella tapahtuman voidaan myös katsoa onnistuneen hyvin ja tapahtuman kävijät vaikuttivat myös tyytyväisiltä. Havainnoinnin pohjalta lapsille olisi voinut myös kehittää karaoke-esitysten rinnalle oheisohjelmaa, sillä esimerkiksi tanssilattia valokoneen oli yllättävän suosittu lasten keskuudessa. Lapset olivat innokkaita laulamaan, vaikka osaa selvästi jännitti ylei-

sön edessä esiintyminen. Kaiken kaikkiaan tapahtuman tunnelma oli iloinen ja kävijät lähtivät tapahtumasta hymyssä suin ja innokkaita laulajia olisi riittänyt varmasti myös pidempäänkin.

Kirjallisten palautteiden lisäksi muutamalta tapahtumaan osallistuneelta kävijältä saatiin myös suullista palautetta, jotka olivat nekin hyvin positiivisia. Opinnäytetyön toimeksiantaja oli myös erittäin tyytyväinen tapahtumaan, ja hänelle koki tärkeäksi, että opinnäytetyöntekijöinä saimme itsellemme prosessin aikana lisää kokemusta ja oppia tapahtuman järjestämisestä. Tämän lisäksi saimme suullista palautetta Holiday Club Katinkullan vastaavalta henkilöltä, jonka mukaan tapahtuma oli myös onnistunut hyvin. Taulukkoon 1 on koottu Lasten pääsiäiskaraoken onnistumiset ja kehittämiskohteet tapahtuman mahdollista jatkuvuutta ajatellen.

<p>Tapahtuman onnistumiset:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kävijöiden tyytyväisyys tapahtumaan. - Tapahtuman kävijät tulisivat vastaanlaiseen tapahtumaan myös jatkossa. - Haribo-nallen vierailu tapahtumassa. - Musiikin ja tapahtumatilan valinta. - Tapahtuman ajankohta ja kävijämäärä. - Tapahtuman tunnelma. 	<p>Tapahtuman kehittämiskohteet:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lisää oheisohjelmaa karaoken ja Haribo-nallen rinnalle. - Tanssilattia hyötykäyttöön esimerkiksi tanssikilpailun tai –leikkien muodossa. - Tapahtumatilaan voisi rakentaa lisäaktiviteetiksi askartelunurkkauksen tapahtuman teemaa mukaillen. - Tapahtuman teeman vaihtuminen järjestämisajankohdan mukaisesti.
--	---

Taulukko 1 Lasten pääsiäiskaraoken onnistumiset ja kehittämiskohteet

6.4 Tapahtuman kehittäminen

Lasten pääsiäiskaraoke järjestettiin ensimmäistä kertaa, joten tapahtuman aikana saatiin kehitysideoita jatkoa varten niin palautteiden kuin oman havainnoinnin

kautta. Koska tapahtumaan osallistuvien lapsien ikää ei pystynyt arvioimaan ennakoon, oli haastavaa keksiä tapahtumaan sisältöä. Lasten pääsiäistapahtumaan osallistuneet olivat kuitenkin yllättävän nuoria, jota voisi myös odottaa jatkossa, mikäli vastaavanlainen tapahtuma aiotaan järjestää. Tämän myötä karaoken lisäksi tapahtumaan on helpompi ideoida oheisohjelmaa, kun osataan odottaa tietyn ikäisiä kävijöitä.

Tulevissa tapahtumissa oheisohjelmana karaoken rinnalla voisi toimia tanssilliset kilpailut ja leikit, kuten eräässä palautteessakin ehdotettiin. Tapahtumapaikan tanssilattian valot ja tilassa soiva musiikki houkuttelivat lapsia tanssilattialle. Karaoken oheen voisi ideoida jatkossa tanssikilpailun, jossa lapset saisivat esitellä taitojaan karaokelaulujen tahtiin. Kävijäpalautteessa ehdotettua tanssileikkiä seuraa johtaja -tyylillä voisi käyttää yhtenä vaihtoehtona tanssilattialla toteutettavaksi aktiviteetiksi. Tapahtumaa voisi jatkossa järjestää myös eri teemoin esimerkiksi vuodenaikojen ja juhlapyhien mukaisesti. Teemaa voisi hyödyntää esimerkiksi jaettavissa palkinnoissa tai askartelunurkkauksessa, jota oli myös ehdotettu tapahtuman kävijäpalautteessa.

Järjestetyn Lasten pääsiäiskaraoken kävijäpalautteiden ja havainnoinnin pohjalta vastaavanlaisen tapahtuman järjestäminen myös jatkossa voisi olla onnistunut. Tapahtumalle riittäisi varmasti myös jatkossa kysyntää etenkin, jos lasten karaoke järjestettäisiin sesonkiaikana. Katinkullan matkailulliset sesonkiajat sijoittuvat eri vuodenaajoille, jotka toisivat vaihtelevuutta tapahtuman ideointiin sekä tapahtuman sisällölle ja teemalle.

7 POHDINTA

Opinnäytetyöprosessin alkuvaiheessa olimme molemmat kiinnostuneita tekemään opinnäytetyömme toiminnallisena, sillä sen kautta oli mahdollista yhdistää sekä teoreettisen tiedon hakeminen että käytännön kokemus. Toiminnallisen opinnäytetyön toteuttamistavoista kiinnosti erityisesti tapahtuman järjestäminen, jonka osa-alueilla halusimme kehittää osaamistamme. Opinnäytetyöprosessin alkaessa ideoimme molemmat omien tapahtumien toteuttamista, mutta koska kohderyhmämme ja ideamme osoittautuivat melko samankaltaisiksi, päätimme toteuttaa opinnäytetyön yhdessä.

Opinnäytetyömme tarkoituksena oli järjestää idealtaan erilainen tapahtuma lapsille. Lapsille järjestettävät tapahtumat ovat usein liikunnallisia tai muuten toiminnallisia tapahtumia, ja yleensä vain aikuisille on tarjottu mahdollisuus laulaa karaokea. Tämän vuoksi tapahtumamme ideaksi muotoutui Lasten pääsiäiskaraoke. Vuokatin alueella ei myöskään ole tietävästi järjestetty aiemmin vastaavanlaisia tapahtumia, joten esiteltyämme ehdotuksemme tapahtuman järjestämispaikalle Holiday Club Katinkullalle kiinnostuivat he tapahtumasta heti. Opinnäytetyömme muina tavoitteina oli suunnitella ja järjestää onnistunut lasten karaoketapahtuma, jossa lapset pääsivät esiintymään oikean yleisön eteen. Lisäksi omia tavoitteitamme opinnäytetyöprosessissa olivat oman ammatillisen osaamisen kehittäminen ja tapahtuman järjestämisprosessiin perehtyminen.

Kokonaisen tapahtuman järjestämisprosessista suunnitteluvaiheesta toteuttamiseen ja jälkimarkkinointiin meillä ei ollut varsinaisesti aiempaa kokemusta. Tämän vuoksi oli hyvä, että tapahtuman ideointi aloitettiin aikaisessa vaiheessa ja ehdimme perehtyä hyvin teoriapohjaan. Saimme myös toimeksiantajaltamme hyviä neuvoja ja ehdotuksia tapahtumaproessin aikana, mikä ohjasi meitä suunnittelussa oikeaan suuntaan ja edesauttoi osaltaan tapahtuman onnistumista.

Opinnäytetyö ja tapahtuman järjestämisprosessi etenivät sujuvasti. Tapahtuman järjestämisen teoriaan perehtymisen kautta varsinaisen tapahtuman suunnittele-

minen oli helpompi aloittaa. Kirjallisuudesta löytyneiden menetelmien avulla tapahtuman käytännön suunnittelu ja järjestely olivat selkeämmin hahmotettavissa. Kaiken kaikkiaan Lasten pääsiäiskaraoke -tapahtuma onnistui hyvin niin suunnittelun kuin varsinaisen toteutuksen osalta. Olimme myös positiivisesti yllättyneitä tapahtumaan osallistuneiden määrästä, sillä aluksi hieman pelkäsimme, ovatko lapset riittävän rohkeita tulemaan tapahtumaan ja esiintymään yleisön edessä. Oli kuitenkin hienoa nähdä, miten lapset voittivat jännityksensä ja rohkaistuivat esiintymään tapahtuman aikana.

Tapahtuman onnistumista arvioitiin pitkälti omien havainnointien pohjalta, joiden tueksi kerättiin palautetta tapahtuman kävijöiltä pienimuotoisten kyselylomakkeiden avulla. Vaikka täytettyjä palautelomakkeita saatiin takaisin vain osalta tapahtumaan osallistuneista, voidaan tapahtuman onnistumista arvioida silti melko luotettavasti. Tapahtuman voidaan katsoa onnistuneen, sillä pääasiassa kaikki suulliset sekä kirjalliset palautteet olivat positiivisia niin tapahtuman kävijöiltä kuin toimeksiantajalta sekä tapahtumapaikasta vastaavalta henkilöltä. Lisäksi tapahtuman onnistumista kuvaa se, että tapahtumassa riitti kiinnostuneita kävijöitä koko tapahtuman ajan.

Yhteistyö toimeksiantajan kanssa sujui koko prosessin ajan erittäin hyvin ja molemmat osapuolet hyötyivät opinnäytetyön toimeksiannosta. Valitessamme karoketapahtuman järjestämispaikkaa yhdessä toimeksiantajan kanssa päädyimme Holiday Club Katinkultaan, johon vaikutti osaltaan se, että toimeksiantajamme vastaa muutenkin Katinkullan karaokesta. Tämän vuoksi oli helppo sopia kyseinen paikka tapahtuman järjestämispaikaksi. Tapahtumapaikan valinta osoittautui toimivaksi, sillä jo tapahtuman suunnitteluvaiheessa halusimme tapahtuman paikkaan, jossa riittäisi potentiaalisia osallistujia tapahtumamme kannalta.

Opinnäytetyöprosessin aikana vastaan tuli myös muutamia haasteita. Oman haasteensa prosessiin toi tapahtuma-ajankohdan valinta niin päivämäärän kuin kellonajan suhteen. Esimerkiksi säätila olisi voinut vaikuttaa tapahtuman osallistujamäärään, sillä hyvällä ilmalla ihmiset olisivat viettäneet aikaa luultavasti mieluummin ulkona. Myös tapahtuman kellonajat oli haasteellisia valita, sillä tapahtumaamme osallistujien ikäluokkaa oli vaikea arvioida ennakolta. Tämän vuoksi liian

myöhäinen tapahtuma-ajankohta olisi voinut karkottaa perheitä, joissa lapset ovat hyvin nuoria.

Ajankohdan lisäksi oli haasteellista arvioida tapahtuman osallistujamäärää etukäteen, sillä ennen tapahtuman alkua tiedossa oli vain se, että Katinkullan alue olisi täynnä pääsiäislomaa viettäviä matkailijoita. Opinnäytetyön toimeksiantaja ja tapahtumapaikan vastaava olivat koko prosessin ajan luottavaisia siitä, että tapahtumassamme riittäisi osallistujia, sillä lapsille suunnatusta karaokesta oli kysely myös aiemmin. Loppujen lopuksi tapahtuman kävijämäärä oli erittäin sopiva tapahtuman kestoa ajatellen, sillä kahden tunnin aikana kaikki halukkaat pääsivät laulamaan jopa useampaankin kertaan.

Kaiken kaikkiaan koemme, että toiminnallinen opinnäytetyö kehitti osaamistamme ammatillisesta näkökulmasta tapahtuman järjestämisprosessia ajatellen. Tapahtuman järjestämisprosessin aikana pystyimme hyödyntämään ja kehittämään niitä taitoja, joita olemme koulutuksemme myötä jo saaneet. Opinnäytetyönä järjestetyn karaoketapahtuman kautta meille myös konkretisoitui hankkimamme teoria ja huomasimmekin, miten monivaiheinen tapahtumanjärjestämisprosessi todellisuudessa on ja kuinka suunnitteluvaihe on tapahtuman järjestämisprosessin aikaa vievin vaihe.

LÄHTEET

Allen, J. 2000. Event planning: The ultimate guide to successful meeting, corporate events, fundraising galas, conferences, conventions, incentives and other, special events. Etobicoke: John Wiley & Sons Canada.

Chaichee, A. 2015. Experq-blogi: Miten mitata tapahtuman asiakaskokemusta? Saatavilla: <http://www.experq.com/en/news-view.php?article=37&title=miten-mitata-tapahtuman-asiakaskokemusta>- Viitattu 23.5.2016.

Dataprisma. 2016. Tapahtumanjärjestäjän blogi: Positiivinen asiakaskokemus alkaa ilmoittautumislomakkeesta. Saatavilla: <http://www.dataprisma.fi/fin/ilmoittautumislomake-vaikuttaa-ostopaatokseen.html> Viitattu 23.5.2016.

Etelä-Pohjanmaanliitto. 2008. Tapahtumajärjestäjän opas. Saatavilla: http://www.epliitto.fi/images/C_57_Tapahtumajarjestajan_opas.pdf Viitattu 6.2.2016.

Fischer, M. & Vainio, S. 2014. Potkua palvelubisnekseen: Asiakaskokemus luodaan yhdessä. Viro: Print Best.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino.

Holiday Club. 2016 a. Historia. Saatavilla: <http://www.holidayclubresorts.com/fi/yri-tys/historia/> Viitattu 24.2.2016.

Holiday Club. 2016 b. Katinkulta. Saatavilla: <http://www.holidayclubresorts.com/fi/kohteet/katinkulta/> Viitattu 24.2.2016.

Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka: Käsikirja tapahtumajärjestäjille. [S.l.]: Suomen Liikunta ja Urheilu.

Iltalehti. 10.7.2012. Tässä on Suomen karaokebiisien top 20. Saatavilla: http://www.iltalehti.fi/viihde/2012071015824945_vi.shtml. Viitattu 26.4.2016.

Isohookana, H. 2007. Yrityksen markkinointiviestintä. Helsinki: WSOYpro.

Kallio, T., & Määttä, I. 2013. Tapahtumajärjestäjän opas. Lahti: Lahden Seutu – Lahti Region Oy / IDEAL. Saatavilla: http://www.lahtiregion.fi/filebank/5590-Tapahtumajarjestajan_Opas2014.pdf Viitattu 8.2.2016.

Kauhanen, J., Juurakko, A., & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus (1. p. ed.). Porvoo ; Helsinki: WSOY.

Kesseli, P. 2007. Karaoken ABC: Kun suomi tarttui mikkiin. Jyväskylä: Gummeruksen Kirjapaino Oy.

Kokoontumislaki 530/1999. 01.09.1999. Helsinki. Oikeusministeriö. Saatavilla: <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990530> Viitattu 25.2.2016.

Lauronen, K. 2016. Yrittäjä Ohjelmatoimisto Viihdehuiput Oy. Haastattelu 5.4.2016.

Löytänä, J. & Korteso, K. 2011. Asiakaskokemus: Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino.

Muhonen, R. M., & Heikkinen, L. 2003. Kohtaamisia kasvokkain: Tapahtumamarkkinoinnin voima. Helsinki: Talentum.

Paasonen, J.,. 2013. Yleisötilaisuuksien turvallisuus. Helsinki: Tietosanoma.

Raj, R., Walters, P., & Rashid, T. 2009. Events management: An integrated and practical approach. London: Sage.

SM-Karaoke. 2016. Tietoa kilpailusta. Saatavilla: <http://www.sm-karaoke.fi/site/tietoa-kilpailusta/> Viitattu 26.4.2016.

Vallo, H., & Häyrinen, E. 2012. Tapahtuma on tilaisuus: Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen (3. uud. laitos. ed.). Helsinki: Tietosanoma.

Vilka, H., & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi.

Vuokatti. 2016. Holiday Club Katinkulta. Saatavilla: <http://www.vuokatti.fi/fi/Majoitus/Hotellit/Hotellit?id=e6921b16-8a73-4336-9c86-42e1bd334ba7> Viitattu 24.2.2016.

Watt, D. C. 1998. Event management in leisure and tourism. Harlow: Addison Wesley Longman.

Wolf, P., Wolf, J., & Levine, D. 2005. Event planning made easy: 7 simple steps to making tour business or private event a huge success - from the industry's top event planners. New York: McGraw-Hill.

LIITTEET

Liite 1 Mainosjuliste



Lasten pääsiäiskaraoke
Katinkullan yökerhossa

27.3
Klo 18.-20.00

Kaikkien laulajien
kesken arvotaan
palkintoja!

Menossa mukana
myös
Haribo-nalle

Tapahtuman Järjestää:
Kajaanin ammattikorkeakoulun
Restonomiopiskelijat
opinnäytetyönään

Liite 2 Palautekysely

PALAUTEKYSELY PÄÄSIÄISKARAOKESTA

Ympyröi hymynaama, joka kuvaa mielestäsi parhaiten tapahtumaa.



Tulisitko uudestaan samanlaiseen tapahtumaan?

KYLLÄ

EN

Mikä tapahtumassa oli mielestäsi parasta? Mitä jäit kaipaamaan?



KIITOS PALAUTTEESTASI!