

Porttilipunmyynnin kehittäminen

Case: Lahti2017 Pohjoismaisten hiihtolajien
MM-kisat

LAHDEN
AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden ala
Liiketalouden koulutusohjelma
Markkinointi
Opinnäytetyö
Syksy 2016
Jenna Murto

Lahden ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma

MURTO, JENNA:

Porttilipunmyynnin kehittäminen
Case: Lahti2017 Pohjoismaisten
hiihtolajien MM-kisat

Markkinoinnin opinnäytetyö, 50 sivua, 11 liitesivua

Syksy 2016

TIIVISTELMÄ

Tämä opinnäytetyö on toiminnallinen. Työn tavoitteena oli luoda porttilipunmyyntiin liittyviä kehitysehdotuksia Salpausselän kisojen 2016 eli MM-esikisojen pohjalta. Näiden ehdotuksien tarkoituksena oli auttaa kehittämään lipunmyyntiä entistä paremmaksi tulevia Lahti2017 MM-kisoja varten.

Työn lähteenä käytettiin aihealueen kirjallisuutta, joka keskittyi käsittelemään erityisesti tapahtumia ja niiden osa-alueita, tapahtumakokemusta ja palvelun laatua sekä vapaaehtoistyötä. Lisäksi työssä käytettiin lähteinä myös keskusteluja Lahti2017-kisaorganisaation tapahtumakoordinaattorin kanssa sekä kirjoittajan omia havaintoja. Kirjoittaja suoritti keväällä 2016 työharjoittelunsa Lahti2017-kisaorganisaatiolla järjestäen Salpausselän kisoja 2016 työskennellen erityisesti myyntiosaston parissa.

Opinnäytetyön toiminnallinen osuus rakentuu Salpausselän kisojen porttilipunmyynnin toimintojen analyysin ympärille. Analyysin avulla havaittiin, että suurin osa MM-esikisojen porttilipunmyynnissä esiintyneistä ongelmista pystytään korjaamaan yksityiskohtaisemmalla suunnittelulla. Joillain alueilla ongelmia aiheutti myös vapaaehtoistyöntekijöiden perehdyttämisen vähyys.

Toiminnallisen opinnäytetyön tuotoksena syntyi kolme erilaista tuotosta: kisaorganisaation lipunmyynnistä vastaavan edustajan käyttöön tarkoitetut porttialueen muistilista ja vapaaehtoisten perehdyttämissuunnitelma sekä lipunmyyjille suunnattu lipunmyynnin infopaketti.

Asiasanat: urheilutapahtuma, lipunmyynti, vapaaehtoiset, asiakaspalvelu

Lahti University of Applied Sciences
Degree Programme in Marketing

MURTO, JENNA: Improving Processes of On-site
Ticketing
Case: Lahti2017 Nordic World Ski
Championships

Bachelor's Thesis in Marketing 50 pages, 11 pages of appendices

Autumn 2016

ABSTRACT

This Bachelor's thesis is functional. The aim of this thesis was to come up with proposals to improve the on-site ticketing processes for the Lahti2017 Nordic World Ski Championships.

Sources include literary material related to the topic, conversations with the event coordinator of the Lahti2017 organisation and the author's own observations. The author completed a practical training semester with the organization in spring 2016 during the Lahti Ski Games 2016 working mostly in the sales department.

The functional part of the thesis focuses on analyzing the processes of the on-site ticketing in Lahti Ski Games 2016 and finding problems that occurred during the event in that area. The analysis found that the cause for most problems was the lack of detailed planning. Also the lack of an in-depth orientation for the volunteers was causing some problems in certain areas.

Three products came out of the thesis process: a checklist for the physical environment of the on-site ticketing and an orientation plan for the event coordinator to use and a ticketing handbook for the volunteers that work in ticketing.

Key words: sports event, ticketing, volunteers, customer service

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	TAPAHTUMA	4
2.1	Tapahtuman järjestäminen	8
2.2	Tapahtumakokemus	12
2.3	Palvelun laatu	14
2.4	Tapahtumalogistiikka	16
2.5	Urheilutapahtumat	19
2.6	Vapaaehtoistyöntekijät tapahtumissa	21
3	CASE: LAHTI 2017	26
3.1	Porttialue	27
3.2	Lipunmyynti	28
3.3	Vapaaehtoistyöntekijät	31
3.4	Isoimmat ongelmat ja niiden ratkaisut	35
4	YHTEENVETO	39
	LÄHTEET	44
	LIITTEET	47

1 JOHDANTO

Lahti2017 MM-kisat järjestetään 22.2.–5.3.2017 Lahdessa. Kisat ovat pohjoismaisten hiihtolajien maailmanmestaruuskisat, joissa kilpaillaan kolmessa eri lajissa: mäkihyppy, maastohiihto ja yhdistetty. Kisoja järjestävä organisaatio Lahti2017 koostuu kahdesta tahosta – Lahti Regionin tytäryhtiö Lahti Events Oy:sta ja Lahden Hiihtoseurasta.

Kisat ovat sekä Lahdelle että Suomelle juhlakisat. Pohjoismaisten hiihtolajien MM-kisat järjestetään nyt ennätysellistä seitsemättä kertaa Lahdessa ja kaiken lisäksi vuosi 2017 on myös Suomen 100-vuotisjuhlavuosi.

Kisojen merkitys on suuri sekä Suomelle että suomalaiselle hiihtourheilulle. Ne tuovat Suomelle ja Lahdelle merkittävää kansainvälistä näkyvyyttä. Juhlakisojen ansiosta saadaan tervetullutta turismia sekä Lahteen että myös lähikaupunkeihin – kaikki Lahden hotellit ovat varattuina kisaorganisaation ja median käyttöön, joten useat kisavieraista löytävät majapaikkansa esimerkiksi Heinolan, Kouvolan tai Helsingin hotelleista tai yksityismajoituspaikoista Lahden lähialueelta.

Lahti2017 MM-kisojen tapahtumapaikalla Lahden Salpausselällä on jo yli 90 vuoden ajan järjestetty vuosittain Salpausselän kisat, jotka koostuvat maailman cupin osakilpailuista. Vuonna 2016 järjestetyt Salpausselän kisat järjestettiin maailmanmestaruuskilpailuiden esikisoina, joiden aikana maailmalle annettiin esimakua tulevista juhlakisoista. Samalla kilpailut olivat kisaorganisaatiolle kenraaliharjoitus, josta saatu palaute ja kokemus antoivat organisaatiolle tarpeellista tietoa siitä, mitä ehkä pitäisi maailmanmestaruuskisoissa tehdä toisin ja mitä taas ei tarvitse muuttaa.

Tämä opinnäytetyö on toiminnallinen opinnäytetyö. Toiminnallisella opinnäytetyöllä tarkoitetaan opinnäytetyötä, joka pyrkii tutkimuksen sijasta toiminnan ohjeistamiseen, opastamiseen, toiminnan järjestämiseen tai järjeistämiseen ammatillisessa kentässä. Alasta riippuen tämä voi tarkoittaa esimerkiksi jonkinlaista ohjetta tai ohjeistusta, kuten esimerkiksi

perehdyttämispöytäkirjasta. Toiminnallisessa opinnäytetyössä siis yhdistyvät käytännön toteutus ja sen raportointi. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 9.)

Toiminnallisiin opinnäytetöihin kuuluu raportin lisäksi prosessin lopputuloksena valmistuva tuotos, joka on usein kirjallinen. Opinnäytetyöraportissa tulee selostaa prosessia ja oppimista, kun taas tuotoksessa eli produktissa tulisi puhutella sen kohde- ja käyttäjäryhmää. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 65.)

Tämän opinnäytetyön aihe rajautuu Lahti2017 maailmanmestaruuskilpailuiden porttilipunmyyntiin ja porttialueen palveluun. Kisaorganisaation visiona ovat ainutlaatuiset juhlakisat, joissa jokaisella on hyvä olla, ja yksi kisojen viidestä arvosta on asiakaslähtöisyys. Sen takia on tärkeää, että lipunmyynti ja sen asiakaspalvelu toimivat hyvin.

Porttialue on usein kisavieraiden ensimmäinen kosketus kisoihin, varsinkin silloin, kun vieraat ostavat liput portilta. Mutta ostettiinpa liput sitten portilta, Kauppakeskus Triossa sijaitsevasta Lahti Regionin infopisteestä, Lahden kauppatorilla sijaitsevasta lipunmyyntipisteestä tai jostain Ticketmasterin jakelukanavasta, kuten Makuunista tai Ticketmasterin verkkokaupasta, on joka tapauksessa jokaisen kisavieraan kuljettava porttialueen läpi tullessaan kisa-alueelle.

Tämän takia porttialueella on tärkeä rooli kisavieraiden palveluelämyksen rakentamisessa. Jos vieraiden ensimmäinen kosketus kisoihin on negatiivinen, koko kisaelämys saattaa sen takia leimautua negatiiviseksi. Sen takia onkin tärkeää, että porttialueen toiminnot ovat tehokkaita ja asiakasystävällisiä, jotta voidaan luoda kisavieraille positiivinen ensikosketus juhlakisoihin.

Jokainen kisaorganisaation osa-alue tarkastelee omalta osaltaan esikisoissa onnistuneita ja epäonnistuneita seikkoja ja pyrkii kehittämään toimintaansa paremmaksi maailmanmestaruuskisoja varten. Tätä ajattelutapaa seuraten myös siis kisaorganisaation myyntiosaston

tavoitteena on tarkastella omaa osa-aluettaan ja sen toimintaa ennen esikisoja ja niiden aikana.

Opinnäytetyön toiminnallinen osuus perustuu omaan työkokemukseeni esikisoissa, joissa toimin työharjoittelijana ja työskentelin lipunmyynnistä vastaavan tapahtumakoordinaattorin apuna. Työharjoitteluni ansiosta minulla on omasta takaa jo tukeva tietopohja siitä, miten asiat esikisoissa hoidettiin ja miten toiminnot sujuivat. Käytän silti työssäni apuna myös porttilipunmyynnissä työskennelleiden vapaaehtoisten kisaorganisaatiolle antamaa palautetta sekä kisaorganisaation tapahtumakoordinaattorin kanssa käytyjä lukuisia keskusteluja. Toiminnan tarkastelun perusteella kartoitetaan esikisojen aikana lipunmyynnissä tehdyt virheet ja osa-alueet, joissa on kehitettävää ja samalla paikannetaan myös ne toiminnot, jotka toimivat ja joihin ei tarvitse tehdä muutoksia.

Opinnäytetyön tavoitteena on luoda toimiva porttialueen palveluun ja toiminnoille suunnattu suunnitelmaehdotus, jota voidaan käyttää apuna Lahti2017 MM-kisojen porttialueen toiminnan suunnittelussa.

Opinnäytetyön teoreettinen osa muodostuu viidestä osa-alueesta, joita ovat tapahtuma, tapahtumakokemus, palvelun laatu, porttialue ja lipunmyynti tapahtumissa sekä vapaaehtoistyöntekijät tapahtumissa. Ensin siis määritellään yleisesti tapahtumat ja sen jälkeen lähennetään tarkastelua tapahtumakävijöiden tapahtumakokemukseen ja sen merkitykseen. Sitten tarkastellaan palvelun laatua, tapahtuman logistiikkaa ja viimeiseksi usein tapahtumissa käytettävien vapaaehtoistyöntekijöiden erityispiirteitä.

Raporttiin sisältyy myös toiminnallisen opinnäytetyön tuotosten luomisen aikana tehty analyysi MM-esikisoista eli vuoden 2016 Salpausselän kisoista. Tuotoksena työstä syntyy materiaalia, jota tapahtumakoordinaattori tai muu organisaation edustaja voi käyttää apuna työssään koordinoimissaan porttilipunmyyntiä.

2 TAPAHTUMA

”Tapahtuma: tilaisuus tietyssä paikassa tiettyyn aikaan; erityisten olosuhteiden kulissit; varteenotettava tilaisuus.” (Getz 2007, suomennos kirjoittajan.)

Bladen, Kennell, Abson ja Wilde (2012, 3-5) tiivistävät tapahtumien ominaispiirteitä seuraavasti: Tapahtumat ovat usein luonteeltaan väliaikaisia, perustuvat ihmisten kokoontumiseen, tuovat esille rituaaleja ja ovat ainutlaatuisia tilaisuuksia. Suurimmalla osalla tapahtumista on alkamisaika, ohjelma ja loppumisaika. Tämä koskee kuitenkin pääosin vain suunniteltuja tapahtumia, sillä spontaanit tapahtumat tapahtuvat yleensä ilman erityistä suunnittelua. Tapahtumat muodostuvat ihmisistä eli perustuvat siis ihmisten yhteen kokoontumiseen, vaikka osallistujamäärä voikin vaihdella eri tapahtumien välillä suuresti. Joissain tapahtumissa osallistujamäärän seuraaminen on helpompaa kuin toisissa, riippuen esimerkiksi kulunvalvonnasta. Kun kulunvalvonta on tarkkaa ja sisään pääsee vain esimerkiksi lipulla tai kulkuluvalla, on tapahtumanjärjestäjällä paljon tarkempi kuva siitä, kuinka paljon tapahtumassa on osallistujia. Ilmaistapahtumissa, joissa paikalle pääsee ilman mitään valvontaa, on osallistujamäärän seuraaminen paljon hankalampaa.

Bladen ym. (2012, 7) perustelevat pohjimmaisista tapahtumien järjestämisen syistä Maslow'n tarvehierarkiaan nojautuen. Kun ihmisen ensisijaiset fyysiset tarpeet ja toissijainen turvan tarve on täytetty, kaipaa ihminen seuraavaksi sosiaalista vuorovaikutusta. Sosiaalisen luonteensa vuoksi ihmiset kehittävät sosiaalista kanssakäymistään perheen ulkopuolelle, mikä luo tarpeen tapahtumille ja niiden järjestämiselle. Näille tapahtumille on luonteenomaista sisältää rituaaleja, symboleja ja artefakteja. Tähän Bladen ym. (2012, 8) mainitsevat esimerkkitapahtumana häät, joille on tunnusomaista erityiset puvut, juomat, ruoat, puheet ja tavat.

Getz (2007, 18–19) toteaa kirjassaan, että tapahtumaa on mahdotonta toistaa. On mahdollista, että suunnitellut tapahtumat ovat kaavaltaan samankaltaisia, mutta tapahtumapaikan, ohjelman ja ihmisten olemukset

tekevät yksittäisestä tapahtumasta aina aineellisesti ja kokemuksellisesti erilaisen. Getz lisää, että myös osallistujien ja vieraiden odotukset, mielialat ja asenteet ovat aina uusia, mikä muuttaa tapahtumakokemusta jokaisella kerralla merkittävästi (tapahtumakokemuksesta tarkemmin kappaleessa 2.2.).

Tapahtuma voi olla joko suunniteltu tai suunnittelematon. Getz (2007, 21) kertoo, että suunniteltu tapahtuma suunnitellaan ja järjestetään jonkin tietyn lopputuloksen saavuttamiseksi. Tapahtuman suunnitteluun sisältyy muun muassa tapahtuman teemojen, tapahtumapaikan, kulutustavaroiden, palveluiden sekä ohjelman muotoilun ja toteutuksen suunnittelu. Nämä kaikki edellä luetellut tekijät vaikuttavat tapahtuman osallistujien, vieraiden, katsojien ja muiden osallisten tapahtumakokemukseen. Bladen ym. (2012, 15) korostavat, että suunniteltujen tapahtumien kesto on normaalisti päätetty ja ilmoitettu etukäteen.

Getzin (2007, 28) mukaan suunnitellut tapahtumat perustuvat ammatillisten tapahtumasuunnittelijoiden ja – johtajien työhön, kun taas suunnittelemattomat tapahtumat perustuvat spontaaniuteen ja ennustamattomuuteen. Getz on eritellyt näiden kahden erilaisen tapahtumatyyppin ominaisuuksia tarkemmin neljän eri piirteen (tarkoitus, ohjelma, valvonta, vastuu) mukaisesti (taulukko 1).

TAULUKKO 1. Suunnitellut ja suunnittelemattomat tapahtumat (Getz 2007, 28, suomennos kirjoittajan).

	Suunnitellut tapahtumat (perustuvat ammatillisten tapahtumasuunnittelijoiden ja – johtajien työhön)	Suunnittelemattomat tapahtumat (perustuvat spontaaniuteen ja ennustamattomuuteen)
Tarkoitus (purpose)	Tuottajien etukäteen miettimät tavoitteet ja toivotut lopputulokset, joihin suurimmat osakkaat voivat myös vaikuttaa.	Osallistujien aiomukset saattavat olla epäselviä, niitä voi olla monia erilaisia tai ne voivat olla jopa ristiriidassa keskenään.
Ohjelma (programme)	Ohjelma on suunniteltu ja aikataulutettu, usein hyvinkin yksityiskohtaisesti. Tapahtumien suunnittelijat pyrkivät luomaan elämyksiä vieraille, osanottajille ja katsojille.	Luontaista spontaanit aktiviteetit tai se, että alkuunpanon jälkeen toiminta muuttuu aavistamattomaksi.
Valvonta (control)	Johtajat ja viralliset osakkaat, kuten valtiot, valvovat tapahtumaa.	Ei erityistä johtamisjärjestelmää. Saattaa kuitenkin esiintyä mahdollisesti tarvetta poliisin valvonnalle.
Vastuu (accountability)	Tapahtumatuottajat ja – johtajat ovat virallisesti vastuussa.	Ei virallisesti vastuunkantajaa. Kuitenkin jokainen yksityishenkilö on lainalaisesti vastuussa omista teoistaan.

Tapahtumia järjestetään monin eri teemoin ja tarkoituksin. Berridge (2007, 12–13) erittelee kirjassaan erilaiset tapahtumat seuraaviin tapahtumalajeihin:

- liiketoiminta- ja yritystapahtumat
- hyväntekeväisyys- ja rahankeräystapahtumat
- näyttelyt, messut ja markkinat
- viihde- ja vapaa-ajan tapahtumat
- festivaalit
- valtio- ja kansalaistapahtumat
- tunnusmerkin omaavat tapahtumat (hallmark events)
- markkinointitapahtumat
- konventio- ja kokoustapahtumat
- sosiaaliset/elämänkaaren tapahtumat
- urheilutapahtumat

Tum, Norton ja Wright (2006, 11) esittävät kirjassaan kolmijakoisen tapahtumien lajittelutavan, jossa tapahtumat jaetaan julkisiin tapahtumiin, yksityisiin tapahtumiin ja vapaaehtoistapahtumiin. Getz (2005, 19 & 2007, 22) taas havainnollistaa suunniteltujen tapahtumien typologiaa kuvion 1 mukaisesti.



KUVIO 1. Suunniteltujen tapahtumien typologia (mukaillen Getz 2007, 22).
Suomennos kirjoittajan.

Tum ym. (2006, 11) kertovat, että tapahtumajärjestäjän näkökulmasta on havaittavissa neljä tärkeintä tapahtuman ominaisuutta. Nämä neljä ominaisuutta ovat tapahtuman koko, tuote-/palveluvalikoiman monipuolisuus, epävarmuus osallistujamäärästä, hinnasta, aikataulusta ja teknisistä vaatimuksista sekä vuorovaikutus kuluttajien kanssa ja kontakti kuluttajien ja toimeksiantajien välillä.

2.1 Tapahtuman järjestäminen

Vallo ja Häyrinen (2014, 161) jakavat tapahtumaprosessin suunnittelu-, toteutus- ja jälkimarkkinointivaiheisiin. Heidän mukaansa minimiaika onnistuneen tapahtuman tekemiseen nämä kaikki vaiheet sisältäen on vähintään pari kuukautta. Tietenkin tähän vaikuttaa suuresti tapahtuman koko ja laji. Vallo ja Häyrinen keskittyvät käsittelemään kirjassaan enemmänkin business-to-business -tapahtumia eivätkä niinkään yleisötapahtumia, mutta kaikilla tapahtumilla on silti samat yleispiirteet,

joten Vallon ja Häyrisen kirja sopii osiltaan lähteeksi tähän opinnäytetyöhön.

Iiskola-Kesonen (2004, 8-9) on määritellyt erikseen vielä ennen suunnitteluvaihetta tapahtuvaksi vaiheen, jossa määritellään tapahtuman tavoitteet. Tämän vaiheen aikana mietitään, miksi ja kenelle tapahtuma tehdään, miten vastuut, velvollisuudet ja oikeudet jakautuvat, mihin taloudellinen voitto suunnataan ja miten mahdolliseen tappioon on varauduttu sekä tuleeko tapahtumasta jatkuva.

Vallo ja Häyrinen (2014, 161–166) kertovat suunnitteluvaiheen olevan tapahtuman järjestämisen vaiheista eniten aikaa vievin. Suunnitteluvaihe sisältää projektin käynnistämisen, resursoinnin, ideoinnin, vaihtoehtojen tarkistuksen, päätökset ja varmistamisen sekä käytännön organisoinnin. Suunnitteluvaiheessa laaditaan tapahtumabrief, johon kootaan muun muassa tapahtuman tavoite, viesti, kohderyhmä, toteutustapa, tapahtumalaji, tapahtuman isäntä, tunnelma ja budjetti. Lisäksi suunnitteluvaiheessa suunnitellaan tapahtumakäsikirjoitus, johon kootaan tiedot siitä, mitä tapahtuu, missä tapahtuu ja milloin tapahtuu.

Iiskola-Kesonen (2004, 10) hahmottelee tapahtuman suunnitteluvaihetta hieman Vallost ja Häyrisestä poiketen. Iiskola-Kesonen kertoo, että tapahtuman suunnitteluvaihe muodostuu projektisuunnitelman luomisesta. Projektisuunnitelma sisältää tapahtuman tavoitteet ja niiden arvointitavat, avaintulokset, toimenpiteet, organisaation, toteutusaikataulun ja budjetin. Projektisuunnitelma siis sisältää käytännössä Vallon ja Häyrisen erikseen erottelemat tapahtumabriefin ja tapahtumakäsikirjoituksen sisällöt. Tapahtuman suunnitteluvaiheen voi toteuttaa hieman eri tavoin, mutta silti siihen tulisi aina sisältyä pääpiirteittäin samat suunniteltavat asiat.

Suunnitteluvaiheessa tulee myös kiinnittää huomiota tapahtuman sujuvuuteen, sillä se vaikuttaa tapahtuman laatuun. Sujuvuutta voidaan parantaa huomattavasti asioiden huolellisella etukäteen suunnittelulla ja aikatauluttamisella. Tapahtumasuunnitelmaa laatiessa löydetään keinot tavoitteiden saavuttamiseksi ja onnistumisen takaamiseksi. Selkeällä

suunnitelmalla helpotetaan resurssien tehokasta käyttöä ja eri toimintojen johtamista. Tämän avulla myös ajankäyttö on tehokkaampaa. (Iiskola-Kesonen 2004, 9; Vallo & Häyrinen 2014, 167.)

Itse tapahtuman toteutuksen vaihe on ajallisesti nopein tapahtuman järjestämisen vaiheista. Se sisältää rakennusvaiheen, itse tapahtuman ja tapahtuman purkamisen. Sekä Vallo ja Häyrinen että Iiskola-Kesonen painottavat tapahtuman projektipäällikön roolia tapahtuman toteutuksessa. Projektipäällikön vastuulla on tapahtuman järjestelyjen kulkeminen suunnitelmien mukaisesti ja aikataulussa pysyminen. Hänen vastuullaan ovat myös päätökset siitä, mitä tehdään mahdollisissa ongelmatilanteissa, jotka häiritsevät tapahtuman etenemistä käsikirjoituksen mukaisesti. On myös tärkeää, että projektipäällikkö pitää erillään kiinteistä työtehtävistä tapahtuman aikana ja keskittyy tarkkailemaan tapahtuman onnistumista kokonaisuutena, kannustamaan työntekijöitä ja ratkomaan mahdollisia ongelmatilanteita. Tätä samaa logiikkaa tulisi soveltaa myös muihin tapahtuman vastuuhenkilöihin, ja heidän tulisi pysytellä taustalla tarkkailemassa enemmänkin kokonaiskuvaa kuin ratkoa pieniä ongelmia. (Iiskola-Kesonen 2004, 11; Vallo & Häyrinen 2014, 161, 171.)

Ennen tapahtumaa olisi hyvä järjestää kenraaliharjoitus, jonka avulla pystytään varmistamaan eri osa-alueiden toimiminen ja mahdollisesti paikantamaan ja korjaamaan mahdolliset ongelmat. Tapahtumalla tulisi olla suunnitteluvaiheessa laaditun käsikirjoituksen mukainen kellotettu aikataulu, jonka mukaisesti kaikki tapahtuu. (Vallo & Häyrinen 2014, 169–170.)

Vallo ja Häyrinen (2014, 175) ottavat esille tapahtumien musiikin ja äänimaailman tärkeyden. He painottavat, että musiikki on tärkeässä osassa, kun luodaan tapahtuman tunnelmaa ja äänimaailma on osa tapahtuman somistusta. Musiikkia voidaan käyttää tapahtumissa esimerkiksi tunnelman luojana taustamusiikkina, viihdytyksenä mahdollisina odotusaikoina tai esityksen huippukohtien korostajana.

Kolmas Vallon ja Häyrisen määrittelemä vaihe on jälkimarkkinointi, ja se kestää yleensä hieman pidempään kuin tapahtuman toteutusvaihe ja sisältää kiitokset asianosaisille, materiaalin toimituksen, palautteen keräämisen ja työstämisen, yhteydenottopyyntöjen hoitamisen ja lupauksen lunastamisen aloittamisen sekä yhteenvedon. (Vallo & Häyrisen 2014, 161.)

Iiskola-Kesonen (2004, 12) on taas hieman Vallostaa ja Häyrisestä poiketen määritellyt tapahtumaprosessin viimeisen vaiheen nimellä tapahtuman päättäminen. Hän kertoo tapahtuman päätösvaiheen koostuvan purkamisesta, siivoamisesta, palautteen keräämisestä ja tekijöiden kiittämisestä, dokumentoinnista ja mahdollisen seuraavan tapahtuman miettimisestä, jos tapahtuma aiotaan järjestää uudelleen. Iiskola-Kesonen painottaa, että purku- ja siivoustöiden tekoon olisi ihanteellista ottaa tekijöiksi talkoolaisia, jotka eivät olleet töissä tapahtuman aikana. Näin tekijät eivät ole liian väsyneitä hoitamaan lopputyöt huolellisesti.

Iiskola-Kesonen kertoo myös, että talkoolaisia ja henkilökuntaa varten järjestettävä kiitostilaisuutta ei tulisi järjestää heti tapahtuman jälkeen, vaan heille tulisi suoda jonkin mittainen hengähdystauko. Kiitostilaisuudella palkitaan tekijöitä ja samalla annetaan mahdollisuus palautteen ja mielipiteiden antamiseen. Myös yhteistyökumppaneita ja sidosryhmiä tulisi kiittää pian tapahtuman jälkeen. Iiskola-Kesonen mainitsee, että olisi hyvä järjestää heille tapahtuma, jossa viestitään tapahtuman tulokset ja samalla annetaan osallistujille muistolahja. Tämän kaltainen tapahtuma toimii hyvänä arvostuksen osoituksena ja samalla jälkimarkkinointina. (Iiskola-Kesonen 2004, 12.)

Tapahtuman suunnitelmien ja mitattujen tulosten dokumentointi on tärkeää, sillä ne unohtuvat melko nopeasti tapahtuman jälkeen. Iiskola-Kesonen (2004, 12) huomauttaa, että dokumentointiin tulee kiinnittää kunnolla huomiota, sillä usein tapahtuman jälkeen sitä tekemässä olleet henkilöt ovat väsyneitä ja arkistointiin ei jakseta keskittyä kunnolla. Erityisen tärkeää on laittaa tapahtumat tiedot talteen siinä tapauksessa,

jos tapahtuma aiottaa järjestää uudestaan tai siitä pyritään luomaan pysyvä. Tulevia tapahtumia järjestettäessä aikaisemman tapahtuman suunnitelmat, tiedot ja palautteet ovat tärkeässä roolissa.

2.2 Tapahtumakokemus

SuomiSanakirja.fi (2016a) määrittelee sanan elämys voimakkaasti koetuksi kokemukseksi. Kokemuksen se määrittelee taas seuraavasti: ”kokemalla saatu tieto tai taito” ja ”koettu tapaus, elämys” (2016b). Elämys ja kokemus ovat siis loppujen lopuksi melko samaa tarkoittavia sanoja. Sen takia tässä työssä esiintyykin molempia sanoja melko vapaasti tarkoittaen samaa asiaa.

Elämys/kokemus on itsessään aineeton hyödyke. Se kuitenkin jättää elämyksen kokijan mieleen jäljen, joka säilyy siellä pitkän aikaa. Cornellin psykologian professorien Travis Carterin ja Thomas Gilovichin tekemien tutkimusten perusteella ihmiset ovatkin onnellisempia ostaessaan elämyksiä, kuin ostaessaan tavaroita. (Pine & Gilmore 2011, 19.)

Sekä Bladen, Kennell, Abson ja Wilde (2012, 57) että Getz (2005, 90, 163; 2007, 172) tunnistavat Pinen ja Gilmoren (1999; 2011) käsitteen elämystalous (engl. The Experience Economy) ja sen merkityksen tapahtumatuotannolle. Pinen ja Gilmoren (2011, 17) mukaan nykytaloudessa ei riitä enää kauppatavara ja palvelut. Nykyisin kuluttajat seuraavat yhä tarkemmin rahankäyttöään tavaroihin ja palveluihin ja käyttävät mieluummin rahaa mieleenpainuviin ja arvostettuihin elämyksiin kuin tavaroihin.

Siirtyminen elämystalouteen voi johtaa siihen, että kuluttajat tulevat vaatimaan yhä enemmän kaikenlaisia tapahtumia ja odottavat entistä uniikimpia ja lumoavampia elämyksiä (Getz 2005, 90). Tapahtumat ovat siis olennainen osa elämystaloutta. Tapahtuman luoma elämys, tai toisin sanoen tapahtumakokemus, on keskeisessä osassa kun tapahtumaa tarkastellaan tapahtumaosallistujien näkökulmasta. Tästä syystä siihen tulisi myös kiinnittää tarkasti huomiota tapahtumajärjestäjän puolelta.

Tapahtumaosallistujan elämyksen muodostumisen pohjana on aistien stimulointi (Bladen ym. 2012, 71). Aistien stimuloinnilla voidaan myös vaikuttaa jonkin verran tapahtumaosallistujien käytökseen, kuten esimerkiksi rohkaista osallistujia juhlimaan tai sitten olemaan hiljaa (Getz 2005, 165). Aisteja käytetään useissa tilanteissa myös esimerkiksi nälän tai janon herättämiseen tapahtumaosallistujissa, esimerkiksi hyvän ruoan tuoksu saattaa herättää heissä halun ostaa ruokaa. Esteettisyys eli tapahtuman ulkonäön avulla aisteihin vetoaminen ja sen avulla esimerkiksi tunnelman nostaminen tai tapahtuman brändin vahvistaminen on myös yksi esimerkki aistien stimuloinnista.

Tapahtuman luoma elämys, tai tapahtumakokemus, on jokaiselle tapahtumaosallistujalle erilainen. Syynä erilaisten kokemusten muodostumiseen on se, että kokemus muotoutuu aina henkilökohtaisesti tapahtumaosallistujan mielessä osallistujan ja tapahtuman välisen vuorovaikutuksen perusteella sekä tunteellisella, fyysisellä, älyllisellä että jopa henkisellä tasolla. Jokainen osallistuja kokee siis tapahtuman eri osa-alueet eri tavalla oman aikaisemman tietämyksensä ja olemuksensa perusteella. (Pine & Gilmore 2011, 17.)

Bladen ym. (2012, 69) soveltavat Clawsonin (1963) mallia kokemuksen kolmiosaisesta luonteesta tapahtumaosallistujien kokemuksen avaintekijöiden tunnistamiseen (Kuvio 2). Mallin mukaan tapahtumaosallistujan kokemus koostuu odotuksesta, tapahtumapaikalle kulkemisesta sekä toiminnasta tapahtumapaikalla.



KUVIO 2. Kokemuksen kolmivaiheinen luonne (mukaillen Bladen, Kennell, Abson & Wilde 2012, 69). Suomennos kirjoittajan.

2.3 Palvelun laatu

Getz (2005, 179) toteaa, että Berryn, Parasuramanin ja Zeithamlin (1990) kehittämä Servqual-malli on tunnetuin lähestymistapa palvelun laatua tarkastellessa. Servqual-malli koostuu viidestä eri osa-alueesta, jotka ovat suomennettuina konkreettinen ympäristö, luotettavuus, reagointialttius, vakuuttavuus ja empatia (Grönroos 2009, 116).

Grönroos (2009, 116) kuvailee Servqual-mallin osa-alueita seuraavanlaisesti: Konkreettinen ympäristö liittyy palveluyrityksen toimitilojen, laitteiden ja materiaalien miellyttävyyteen sekä asiakaspalvelijoiden ulkoiseen olemukseen. Luotettavuus tarkoittaa, että palveluntarjoaja tarjoaa asiakkaalleen heti ensimmäisellä kerralla täsmällistä ja virheetöntä palvelua sekä tekee sovituksessa ajassa sen, mitä on luvannut. Reagointialttius liittyy palveluntarjoajan henkilöstön halukkuuteen auttaa asiakkaita, vastata heidän pyyntöihinsä, kertomaan

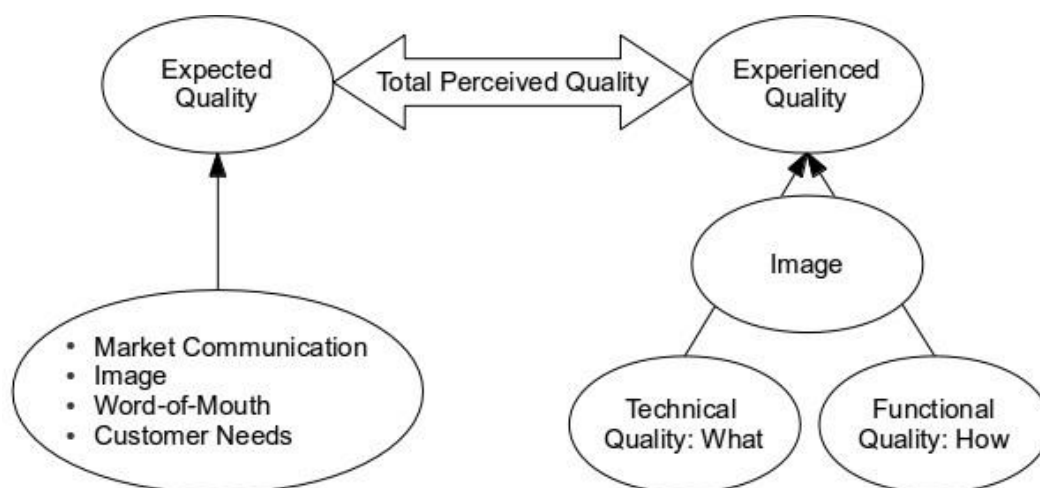
heille, milloin palvelu annetaan ja palvella heitä viipymättä.

Vakuuttavuudella tarkoitetaan sitä, että työntekijöiden käyttäytyminen saa asiakkaat luottamaan yritykseen ja tuntemaan olonsa turvalliseksi. Lisäksi henkilöstö on kohteliasta ja osaa vastata asiakkaiden kysymyksiin.

Empatia tarkoittaa, että yritys ymmärtää asiakkaiden ongelmia, toimii heidän etunsa mukaisesti sekä kohtelee heitä yksilöinä ja että sen aukioloajat ovat sopivat.

Getz (2005, 179–180) käsittelee näitä osa-alueita tarkemmin tapahtumien näkökulmasta. Konkreettisesta ympäristöstä Getz mainitsee esimerkkeinä muun muassa jonotuksen, tapahtumapaikan siisteyden sekä symboleiden, logojen ja muiden visuaalisten edustustekijöiden esiintymisen tapahtumassa. Luotettavuudesta Getz luettelee esimerkkeinä muun muassa ongelmien puuttumisen, informaation ja rahan käsittelyn tarkkuuden, lupauksen pitämisen ja tapahtumaohjelman alkamisen ajallaan. Reagoivallisuudesta Getz mainitsee konkreettisina esimerkkeinä puheluihin ja pyyntöihin vastaamisen sekä henkilöstön ja vapaaehtoisten palvelualltiuden. Vakuuttavuutta Getz kuvailee henkilöstön ja vapaaehtoisten pätevyytenä ja tapahtuman turvallisuutena, jota Getz vielä tarkentaa uhkien puuttumiseksi ja luottamuksellisuudeksi. Empatian Getz kertoo olevan välittämistä, yksilöllistä kohtelua ja lähestyttävyyttä (asiakkaiden on helppo lähestyä tapahtumahenkilöstöä ja pyytää heiltä apua).

Servqual-menetelmällä mitataan sitä, minkälaiseksi asiakkaat kokevat palvelun laadun. Asiakas vertaa näiden viiden Servqual-mallin osa-alueen mukaisesti palveluun kohdistuneita odotuksiaan hänen siitä saamiinsa kokemuksiin. Tämän vertailun perusteella asiakas sitten muodostaa käsityksensä palvelun laadusta ja sen seurauksena on joko tyytyväinen tai tyytymätön saamaansa palveluun. Tämä perustuu odotusten vahvistamiseen tai kumoamiseen. Asiakkaan tyytyväisyys palvelun laatuun riippuu siis siitä, kuinka hyvin palvelu täyttää asiakkaan odotukset. (Getz 2005, 179; Grönroos 2009, 116.)



KUVIO 3. Grönroosin palvelun laadun malli (Prevos 2012).

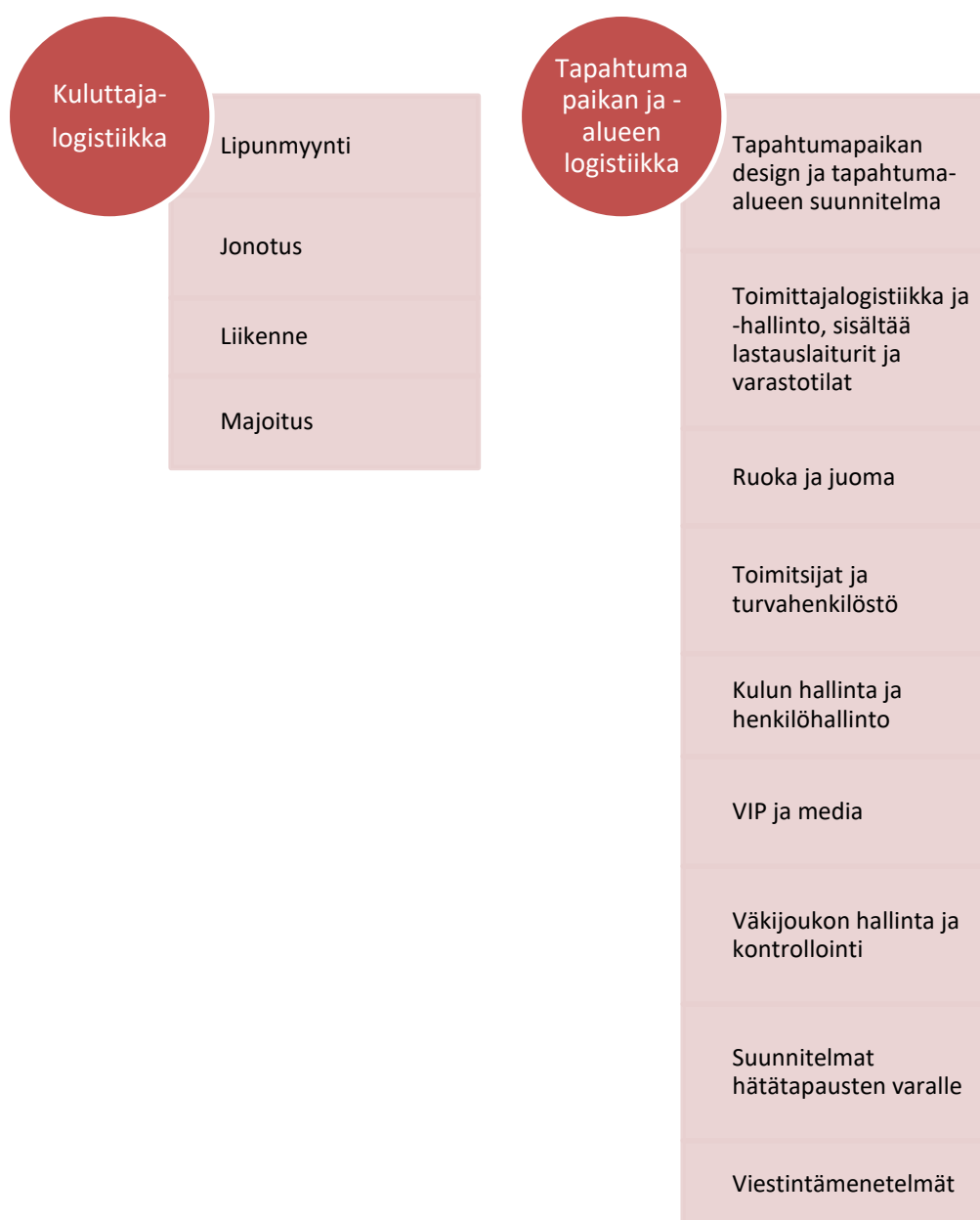
Kuviossa 3 oleva Grönroosin luoma malli hahmottaa hyvälaatuisen palvelun mielikuvan syntymistä asiakkaan mielessä. Asiakkaan odotukset palvelun laadusta (eli expected quality) rakentuvat palvelun viestinnän, imagon ja asiakkaiden tarpeiden perusteella. Odotuksiin vaikuttavat myös asiakkaan kuulemat tarinat muiden kokemuksista kyseisestä palvelusta. Koettu palvelun laatu eli experienced quality taas rakentuu sekä sen perusteella, mitä palvelu sisältää että sen perusteella, miten palvelu tarjotaan. Yksinkertaisesti sanottuna se muodostuu siis sen perusteella mitä tapahtuu ja miten tapahtuu. Lopulta asiakkaan odotukset ja kokemukset yhdistyvät asiakkaan mielessä kokonaiskuvaksi palvelun laadusta. (Grönroos 2007, 76–77.)

2.4 Tapahtumalogistiikka

Bladen ym. (2012, 93) jakavat tapahtuman logistiikan kuluttajalogistiikkaan sekä tapahtumapaikan ja tapahtuman sijainnin logistiikkaan kuvion 4 mukaisesti. Tämän työn kannalta olennaisimpia kuviossa esitettyjä logistiikan osa-alueita ovat lipunmyynti ja jonotus.

Bladen ym. (2012, 101) toteavat osuvasti, että asiakkaan näkökulmasta lippujen ostamisen, niiden vastaanottamisen ja niiden käyttämisen

prosessi luo usein ensimmäisen vaikutelman, jonka asiakkaat saavat tapahtumasta. Se on siis asiakkaan ja tapahtumaorganisaation välisen suhteen aloituspiste. Sen takia onkin erittäin tärkeää, että vaikutelmasta tehdään mahdollisimman hyvä. Lippujen jakeluun, hakemiseen ja turvaseikkoihin liittyvät asiat tulee siis olla tarkasti mietitty ja suunniteltu tapahtumaorganisaation toimesta.



KUVIO 4. Tapahtumalogistiikka (mukaillen Bladen ym. 2012, 93).
Suomennos kirjoittajan.

Cherubini, Iasevoli & Lauretta (2007) toteavat, että lippukassan avulla tapahtumaorganisaatio pystyy suoraan hallitsemaan asiakassuhteitaan ja kontrolloimaan kysyntää kapasiteettiin ja vapaisiin paikkoihin nähden. Välikäsien käyttäminen lipunmyynnissä vie tapahtumaorganisaatiolta suuren osan tätä hallintaa pois. He kuitenkin huomauttavat, että lippukassa saattaa myös aiheuttaa ongelmia. Jonojen pituudet ja asiakaspalvelijoiden ammattitaito ovat suuressa roolissa, kun lippuja myydään lippukassasta käsin. Tämän takia on tärkeää suunnitella lipunmyynti hyvin etukäteen.

Lipunmyynti toimii keinona kontrolloida asiakasmääriä ja tarkastella vieraiden liikkumista tapahtuman aikana (Bladen ym 2012, 102). Tapahtumajärjestäjä voi hallita myynnissä olevien lippujen määrää, eli se pystyy kontrolloimaan sitä, ettei paikalle tule osallistujia enemmän kuin tapahtuma-alueelle voi turvallisuusrajoitusten tai esimerkiksi istumapaikkojen mukaisesti tulla. Se voi myös ennakoida tapahtumaosallistujien määrää lippujen ennakkokysynnän avulla ja mahdollisesti järjestää lisäpaikkoja tapahtuma-alueelle niin, että myyntiin saadaan vapautettua lisää lippuja. Tapahtuma-alueen sisäänkäynnin yhteydessä olevan lipuntarkastuksen ja kulunvalvonnan avulla tapahtumaa järjestävän organisaation on myös mahdollista tarkkailla sitä, kuinka paljon alueella on ihmisiä mihinkin aikaan.

Bladen ym. (2012, 102) myös huomauttavat, että tapahtuman ennakkomyynti auttaa yleensä tasaamaan kassavirtaa. On yleistä, että tapahtuman kassavirta on epätasapainossa, sillä monet kustannukset esiintyvät jo ennen itse tapahtumaa ja tapahtuman ohessa saatavia tuottoja. Ennakkolipunmyynti auttaa tasapainottamaan tätä kassavirran epätasapainoa, sillä siitä saatujen myyntitulojen avulla saadaan usein katettua kustannukset, jotka täytyy suorittaa ennen tapahtumaa (Cherubini ym. 2007, Bladen ym. 2012, 102 mukaan).

Tapahtuma-alueelle pääsy vaatii usein tapahtumaosallistujilta jonottamista. Tämä porttialueella jonottaminen on usein

tapahtumaosallistujan ensimmäinen fyysinen vaikutelma tapahtumasta, mikä tekee jonotuksen suunnittelusta tärkeän osa-alueen tapahtuman logistiikkaa suunniteltaessa (Bladen ym. 2012, 105).

Bladen ym. (2012, 105) ovat jakaneet jonottamisen kolmeen eri osa-alueeseen: virtuaalinen jonottaminen, fyysinen jonottaminen ja poistumisstrategiat. Virtuaalisella jonottamisella tarkoitetaan sitä, että asiakkaat voivat liittyä jonoon puhelimen tai internetin avulla ja odottaa ilmoitusta siitä, että he ovat lähellä jonon etuosaa. Ilmoituksen saapuessa he voivat sitten siirtyä tapahtuma-alueelle ja näin vähentää reilusti jonottamisaikaansa.

Fyysinen jonottaminen on yleisin jonottamisen muoto ja tämän työn kannalta myös oleellisin. Jonottamisesta tulisi pyrkiä suunnittelemaan mahdollisimman mieluista ja yksinkertaista. Ideaalista olisi, jos odotusaika olisi minimaalinen ja jonottajat pääsisivät suojaan säältä (auringon- tai sateensuoja). Paikalla tulisi olla tarpeeksi työntekijöitä käsittelemässä jonoja ja jonotusaikojen viestiminen asiakkaille on hyvä tapa hallita heidän odotuksiaan. Mieluisen jonottamisympäristön luomisessa auttaa muun muassa jonon kapasiteetin hallitseminen, jonottajien viihdyttämien esimerkiksi musiikilla tai TV-näytöillä, jonojen pituudesta kertovat opasteet ja esimerkiksi VIP-henkilöille tarkoitettut toissijaiset jonot. (Bladen ym. 2012, 105.)

2.5 Urheilutapahtumat

”Urheilutapahtumiksi kutsutaan niitä varsinaisia kilpailuja tai kisoja, joiden aikana urheilutoiminta tapahtuu.” (Getz 2007, 42, suomennos kirjoittajan.)

Kaikenkokoisten ja -tyyppisten urheilutapahtumien määrä ja tärkeys on kasvanut huomattavasti viimeisen vuosisadan aikana. Urheilutapahtumat yhdistävät väliaikaisesti resursseja muodostamaan yksilöiden tai joukkueiden välisiä virallisia tai epävirallisia kilpailuja osallistujia, katsojia ja muita osanottajia varten. Urheilutapahtumat voivat kestää yhdestä

päivästä useaan päivään ja niissä voi olla joko paikallisia, valtakunnallisia tai kansainvälisiä osallistujia. (Pernecky & Lück 2013, 79.)

Urheilutapahtumat ovat monella tapaa samankaltaisia kuin kulttuuritapahtumat. Molemmat ilmentävät kulttuurin tuntemusta ja syvällistä rituaalien ja symbolien ymmärtämistä. Molempien kautta ihmiset ilmaisevat tunteitaan ja molemmissa ilmenee tietyt säännöt ja rituaalit sekä erityinen tietämys, jota tarvitaan tapahtumaan osallistuessa. (Beech, Kaiser & Kaspar 2014, 43.)

Mallen ja Adams (2008, 2) nimeävät sekä urheilu-, viihde- että turismitapahtumissa esiintyvät kaksi erilaista tapahtumatyyppiä perinteisiksi tapahtumiksi sekä ns. niche-tapahtumiksi. Perinteiseksi tapahtumaksi he määrittelevät urheilutapahtuman, joka järjestetään viihteen, kilpailun tai turismin lisäämisen vuoksi. Perinteisellä tapahtumalla on kaksi ominaispiirrettä, joista toinen on se, että tapahtumaa on tukemassa jokin hallintoelin ja toinen on se, että toiminta on tunnistettavaa ja perinteiden mukaista urheilua.

Niche-tapahtumalla Mallen ja Adams (2008, 2) tarkoittavat tapahtumaa, joka perustuu innovaatioihin ja vanhojen tapahtumien muuttamiseen tai uusimiseen tai jopa kokonaan uuden tapahtuman luomiseen. Monet tämänkaltaiset tapahtumat perustuvat perinteisiin tapahtumiin. Niche-tapahtumilla on kolme ominaista piirrettä: 1) ne on luotu tiettyä kohdeyleisöä varten, 2) ne eivät tarvitse välttämättä perinteistä hallintoelintä toimintaansa ja 3) niissä saattaa esiintyä tunnistettavia osia perinteisistä tapahtumista tai sitten ne voivat olla muodoltaan epätavallisia.

Getzin (2007, 42) mukaan urheilutapahtumat voidaan jaotella erilaisiin tyypeihin seuraavan lajittelutavan mukaisesti:

- Ammattimainen tai amatööritapahtuma
- Sisä- tai ulkotapahtuma (lisäksi muut erityiset tapahtumapaikkavaatimukset)
- Säännöllisesti tai kerran järjestettävä tapahtuma

- Paikallinen, alueellinen, kansallinen tai kansainvälinen tapahtuma
- Osanottajille, katsojille tai molemmille tarkoitettu tapahtuma
- Urheilufestivaalit (urheilun juhliminen, usein nuorisolle, sisältää monta lajia), yksittäiset tai usean lajin tapahtumat

Lisäksi Getz (2007, 43) esittelee kirjassaan myös seuraavanlaisen urheilutapahtumien lajittelutavan:

- Säännölliset pelit, kilpailut ja kisat (liigassa)
- Aikataulutetut turnaukset ja mestaruuskilpailut (liigat tai kutsukilpailut)
- Ainutkertainen urheilu (media- tai katsojapainotteinen)
- Näytösottelut
- Urheilufestivaali
- Usean lajin tapahtumat (esim. Olympialaiset)

Urheilutapahtumissa, kuten myös muissa suuremmissa tapahtumissa, vapaaehtoiset ovat usein suuressa roolissa. Erityisesti kansainvälisissä urheilutapahtumissa tarvitaan tuhansia vapaaehtoisia mukaan toimintaan, jotta tapahtuma saadaan toteutettua. (Mallen & Adams 2008, 54.)

2.6 Vapaaehtoistyöntekijät tapahtumissa

Getz (2005, 35) määrittelee sanan vapaaehtoinen seuraavanlaisesti:

Vapaaehtoinen on joku, joka ilmoittautuu tai tarjoaa palvelujaan organisaatiolle omasta tahdostaan ja yleensä odottamatta palkkiota. Mutta vapaaehtoisilla on henkilökohtaisia tavoitteita, joita he haluavat saavuttaa vapaaehtoistyön kautta. Käytännössä monet niin sanotut vapaaehtoiset on rekrytoitu lahjomalla tai hienovaraisella pakottamisella, kuten soveltamalla sosiaalista painetta tai lupaamalla palkkiota. On itseasiassa yhä yleisempää, että vapaaehtoiset saavat aineellisia hyötyjä työstään. (Suomennos kirjoittajan.)

Getz (2005, 235) määrittelee seuraavat ominaisuudet vapaaehtoistyöntekijöiden erikoisominaisuuksiksi:

- Monet ovat yleensä hyvin innoissaan itse tapahtumasta, mutta eivät välttämättä siitä vastuussa olevasta organisaatiosta; toiset tukevat vahvasti tapahtuman takana olevaa aatetta.
- Heillä ei usein ole paljoa kokemusta ja he tarvitsevat koulutusta.
- Monet haluavat pitää hauskaa – he tietävät kuinka järjestää ja nauttia juhlista.
- Monet haluavat mielellään lyhytaikaista vastuuta, erityisesti itse tapahtuman aikana.
- Monet ovat taiteellisesti lahjakkaita enemmän kuin teknisiin asioihin suuntautuneita.

Getz (2005, 235) painottaa listan ohessa, että yleistyksen ovat aina yleistyksiä, eikä niitä tulisi ottaa liian vakavasti. Tapahtumat houkuttelevat paljon erilaisia vapaaehtoisia eri tekijöistä riippuen.

McKee (2016) kuvailee artikkelissaan kolmea suurinta syytä siihen, minkä takia ihmiset tekevät vapaaehtoistyötä. Nämä syyt ovat itsekkäät syyt (*self-serving*, suomennos kirjoittajan), sosiaaliset syyt (*relational*, suomennos kirjoittajan) ja usko (*belief*, suomennos kirjoittajan). Näitä kolmea syytä McKee selittää kolmen motivaation tason pohjalta, joita ovat perustaso, toinen taso ja korkein taso.

Itsekkäät syyt muodostavat McKeen (2016) mukaan vapaaehtoistyöntekijän motivaation ensimmäinen tason. Itsekkäillä syillä hän tarkoittaa sitä, että vapaaehtoiseksi ilmoitaudutaan omien tarpeiden takia. Syitä tähän voivat olla esimerkiksi työ tai ammatti, ystävyysuhde, yhteenkuuluvuus tai muu omia tarpeita palveleva syy. Tässä McKee mainitsee esimerkiksi muun muassa työharjoittelijat, jotka saavat arvokasta työkokemusta usein ilmaiseksi tekemästään työstä. Toinen vapaaehtoistyöntekijöiden motivaation taso perustuu sosiaalisiin syihin. Tällä McKee tarkoittaa sitä, kun henkilö ryhtyy vapaaehtoiseksi esimerkiksi ystävän pyynnöstä. Korkein eli kolmas vapaaehtoistyöntekijän motivaation taso perustuu McKeen mukaan henkilön uskoon ja vakaumukseen. Se on vahvin sitoutumisen taso, sillä henkilön vapaaehtoisuus perustuu

intohimoon jotain aatetta tai tarkoitusta kohtaan. He uskovat tapahtumaan ja sen tarkoitusperään.

McKee (2016) kertoo, että usein vapaaehtoiset liittyvät toimintaan motivaation perustason tai toisen tason pohjalta, mutta ajan myötä he alkavat uskomaan tarkoitukseen vahvemmin ja sitä myötä motivaatio siirtyy pohjautumaan korkeimpaan tasoon.

Getz (2005, 236) kertoo Smithin (1981) käsitelleen vapaaehtoisten motivaatiota melko samojen linjojen mukaisesti kuin McKee. Smith väittää, että vapaaehtoiset eivät ikinä liity toimintaan mukaan puhtaasta epäitsekkydestä vaan siihen liittyy aina monia tekijöitä. Smithin mukaan vapaaehtoisuuteen liittyy aina kolmen eri kannustimen vuorovaikutus. Näitä kannustimia ovat aineelliset palkkiot (tavarat tai raha, *goods or money*), ihmistenväliset palkkiot (kunnia tai ystävyysuhde, *prestige or friendship*) ja merkitykselliset kannustimet (saavuttaminen tai itsensä toteuttaminen, *achievement or self-fulfillment*).

Getz (2005, 236) kertoo, että "social exchange theory" on teoria, jonka mukaan vapaaehtoistyöntekijät saattavat aloittaa työn epäitsekäistä syistä, mutta ajan myötä arvioivat työn jatkamista erilaisten palkkioiden mukaisesti. On tärkeää löytää tasapaino saamisen ja antamisen välille. Tämä väite on ristiriidassa McKeen (2016) ajatuksien kanssa, joiden mukaan vapaaehtoinen aloittaa työn itsekkäämmistä syistä ja ajan myötä hänelle kehittyy vakaumukseen perustuva motivaatio, kuten edellä kerrottiin. Sekä Getzillä että McKeellä on kuitenkin hyviä näkökohtia, ja vapaaehtoisten kanssa työskentelevän tulisikin ottaa molemmat ajatuslinjat huomioon.

Getz painottaa, että "social exchange" – teorian perusteella olisi luotava järjestelmä, joka ottaisi huomioon ajan kuluessa muuttuvat tarpeet. Jotkut vapaaehtoiset saattavat olla tyytyväisiä tehdessään samaa työtä koko ajan, kun taas toiset kaipaavat säännöllistä konsultaatiota ja tehtävien muutoksia. Olisi myös tärkeää rekrytoida vapaaehtoisia eri tavoin, sillä eri henkilöt etsivät eri asioita. Vapaaehtoistyöntekijän uran eri vaiheet tulisi

ottaa huomioon ja kehittää sen mukaisesti palkkioita, joilla vapaaehtoisten sitoutumista ja motivaatiota saisi mahdollisesti vahvistettua.

Getz (2005, 240) ottaa esille tärkeän seikan tapahtumien vapaaehtoistoiminnasta. Tapahtumissa saattaa esiintyä stressitekijöitä, jotka vaikuttavat sekä palkatun henkilöstön että vapaaehtoistyöntekijöiden työntekoon ja saattavat aiheuttaa henkilön niin sanotun loppuun palamisen eli toisin sanoen burnoutin. Getz luettelee seuraavat stressitekijät tekijöiksi, jotka saattavat aiheuttaa työntekijän loppuun palamisen:

- intensiivinen ajan ja energian sitouttaminen
- osaavien tai sitoutuneiden ihmisten pieni määrä
- työn määrän suuruus tai liika vaativuus
- tapahtumaorganisaation työntekijöiden ja vapaaehtoisten huonot välit tai ryhmien sisäiset jännitteet
- isot väkijoukot ja niistä seurauksena olevat riskit ja paineet
- mediaan ja politiikkaan liittyvät seikat, avoin julkinen silmälläpito
- taloudellisen tuen puuttuminen ja jatkuva resurssien tarve
- vapaaehtoisten aineellisten palkkioiden puuttuminen
- epävarmuus omasta tehtävästä
- ohjauksen puuttuminen
- tylsä tai epätyytyttävä työ

Näiden lisäksi Getz (2005, 240) kertoo Howellin (1986) havainnoineen, että usein kaikista vahvimmin sitoutuneet ja tehokkaimmat vapaaehtoiset palavat loppuun todennäköisemmin. Tämä johtuu yleensä liikasuorittamisen aiheuttamasta stressistä ja liiasta vastuusta.

Deanin (1985, Getzin 2005, 240 mukaan) määrittelemät kolme vapaaehtoisen loppuun palamisen oiretta ovat tunneperäinen uupumus, minuuden häviäminen ja tunne vähentyneestä henkilökohtaisesta suorittamisesta. Tunneperäinen uupumus tarkoittaa esimerkiksi sitä, että henkilö tuntee, ettei hänellä ole enempää annettavaa. Minuuden häviämisellä tarkoitetaan sitä, että henkilö menettää jollain tasolla

kosketuksen omaan persoonallisuuteensa. Tunne vähentyneestä henkilökohtaisesta suorittamisesta tarkoittaa sitä, että henkilö tuntee saavansa aikaan vähemmän kuin ennen. Tämä saattaa usein yhdistyä masennukseen tai itsetunnon laskemiseen.

Vapaaehtoisten kanssa työskentelevien organisaation edustajien tulisikin siis muistaa muun muassa jakaa työtehtävät tarkasti. Tällä saadaan vähennettyä vapaaehtoisten epävarmuutta omista tehtävistään ja lisättyä heidän tunnettaan siitä, että he saavat ohjausta tarpeen tullen. Kauhanen, Juurakko & Kauhanen (2002, 121) toteavat, että tärkeä osa esimiestyöskentelyä on jakaa työtehtävät ja kertoa, mitä tehdään ja miksi. Kun työntekijä osaa tarkastella omaa tehtäväänsä koko projektin kokonaisuuden kautta, se auttaa työntekijää muodostamaan kuvan mielekkästä työstä ja se on eduksi koko projektille.

Iiskola-Kesonen (2004, 11) painottaa, että hyvän koulutuksen ja perehdytyksen lisäksi on tärkeää luoda talkoolaisille hyvä ilmapiiri ja tunnelma. Tämän avulla saadaan innostettua tekijöitä ja näin autetaan heitä viihtymään työtehtävissään. Iiskola-Kesonen korostaa, että usein hyvä ilmapiiri talkoolaisten keskuudessa auttaa monien ongelmien ratkaisuisissa ja tulee esille myös itse tapahtumassa. Lisäksi hän myös mainitsee, että hyvin koulutetut ja innostuneet työntekijät osaavat usein ratkaista suurimman osan tapahtumassa esiintyvistä ongelmista omin avuin. Iiskola-Kesosen kertoman perusteella vapaaehtoistyöntekijöiden esimiehen tulisikin siis kiinnittää huomionsa kahteen tärkeään pääasiaan: talkoolaisten koulutukseen ja perehdytykseen sekä heidän keskuudessaan vallitsevaan ilmapiiriin ja tunnelmaan.

3 CASE: LAHTI 2017

Tässä osassa keskityn tarkastelemaan yksityiskohtaisesti Salpausselän kisoja 2016 opinnäytetyöni kannalta olennaisimmilta osilta eli porttialueen, lipunmyynnin ja lipunmyynnin vapaaehtoisten kannalta. Tarkoituksena on luoda kehittämisehdotuksia avuksi Lahti2017 kisaorganisaation tapahtumakoordinaattorin työhön MM-kisoja varten. Toiminnallisen osuuden tuotoksena syntyivät kisaorganisaation porttilipunmyynnistä vastaavan edustajan käyttöön tarkoitetut porttialueen muistilista ja vapaaehtoisten perehdytysuunnitelma sekä lipunmyyjille suunnattu lipunmyynnin infopaketti.

Tämä osuus on toteutettu pääosin oman työharjoittelukokemukseni pohjalta. Olin Lahti2017 kisaorganisaatiolla työharjoittelussa kevään 2016 ajan, joten olin mukana sekä ennen vuoden 2016 Salpausselän kisoja, niiden aikana että niiden jälkeen. Tein työharjoitteluni osana myyntitiimiä ja toimin erityisesti tapahtumakoordinaattorin apuna. Salpausselän kisojen ajan olin vastuussa Hämeen portista, joka sijaitsee kisojen pääportilta katsottuna kisa-alueen vasemmassa reunassa. Olin silti tekemisissä myös pääportin lipunmyynnin kanssa sekä noudettavien lippujen kontin kanssa, joka myös sijaitsi pääportilla. Pääosin koko työharjoitteluni liittyi lipunmyyntiin, joten kaikki näiden kisojen lipunmyyntiin liittyvä on minulle tuttua.

Koko työharjoitteluaikani tein erittäin tiivistä yhteistyötä kisaorganisaation tapahtumakoordinaattorin kanssa, joten monet keskustelumme opinnäytetyön aiheesta ja yleisesti kisojen lipunmyynnistä toimivat oman kokemukseni lisäksi tukena tässä työssä. Sen lisäksi sain käyttööni kisaorganisaatiolta myös vapaaehtoisten lipunmyyjien tekemän palautteen, jota käytän työni tukena mahdollisuuksien mukaan. Palautteen on laatinut toinen pääporttien lipunmyyntiryhmä, joten se ei edusta kaikkien vapaaehtoisten mielipiteitä, mutta tuo silti hyviä näkökulmia esiin.

Olen jakanut opinnäytetyöni toiminnallisen osion seuraavanlaisiin kategorioihin: porttialue, lipunmyynti, vapaaehtoistyöntekijät. Tutkin

jokaista osa-aluetta ensin Salpausselän kisojen 2016 pohjalta käyttäen apuna sekä omaa kokemustani tiiviistä yhteistyöstä tapahtumakoordinaattorin kanssa kisojen lipunmyynnin parissa että lipunmyynnin vapaaehtoisten kisaorganisaatiolle kisojen jälkeen antamaa palautetta. Seuraavaksi siirryn pohtimaan mahdollisia kyseiseen osa-alueeseen liittyviä riskejä tai ongelmia. Tämän kaiken pohjalta esitän sitten lopulta erilaisia toteutusratkaisuja ja toimintaehdotuksia kuhunkin osa-alueeseen liittyen. Lopuksi vielä otan esiin suurimpia mahdollisesti esiintyviä ongelmia ja esitän niille ratkaisuja.

3.1 Porttialue

Salpausselän kisoissa 2016 porttialueelta nousi esiin muutama pieni ongelma. Lipunmyyntikoppien ulkoseiniin kuuluvat hintakyltit eivät olleet paikallaan kisojen alkaessa, ja viimeinen kyltti saatiin paikalleen vasta lauantaina (kisat alkoivat perjantaina). Myös ainakin Hämeen portin lipunmyyntikopista puuttui joitakin tarvikkeita, kuten roskakori, perjantaiamuna vapaaehtoistyöntekijöiden tullessa paikalle. Tämän kaltaiset ongelmat olisi erittäin helppo välttää suunnittelemalla myös pienet yksityiskohdat tarkemmin etukäteen. Vaikka roskakorin puuttuminen ei olekaan suuri asia, sellaisen metsästäminen ja erikseen paikalle vieminen vie turhaa aikaa muutenkin kiireisenä kisapäivänä.

Pääportin lipunmyyntikopeissa työskennelleet vapaaehtoiset ovat olleet kisoissa töissä jo monen vuoden ajan joka vuosi, joten heiltä tuli tarkemmat tarvikevaatimukset jo etukäteen. Pääportilta ei siis puuttunut mitään olennaista perjantaiamuna. Tästä voisi ottaa opikseen ja MM-kisoissa toimittaa aina samanlaiset tarvikkeet kaikkiin lipunmyyntikoppeihin, vaikka vain yhdestä kopista tulisi pyyntö.

Hintakylttien puuttuminen lipunmyyntikoppien ulkoseinistä ei sekään ole itsessään vakava ongelma. Kuitenkin porttialueen viimeistely, siisti ulkomuoto hintakylttejä myöten antaa tapahtumakävijöille paremman kuvan tapahtumasta ja erityisesti sen laadusta. Niinpä tässäkin asiassa

olisi eduksi suunnitella selkeästi etukäteen mahdolliset tarpeet ja niiden täyttäminen.

Porttialueella ilmenneet ongelmat johtuivat selvästi yksityiskohtaisen ja käytäntöön perustuvan suunnitelman puutteellisuudesta. Esiintyneet ongelmat olivat kuitenkin pieniä ja suurimmilta osin suunnittelu oli tehty erittäin hyvin. Tämänkaltaisten ongelmien välttämiseksi olisi kuitenkin hyvä luoda yksityiskohtaisempi, entistä käytännönläheisempi suunnitelma porttialueesta ja sinne tarvittavista materiaaleista. Lisäksi tulisi myös päättää, kuka kyseiset materiaalit hoitaa paikoilleen. Opinnäytetyön toiminnalliseksi tuotokseksi on luotu porttialueen ja lipunmyynnin muistilista, joka pyrkii keräämään yhteen nämä asiat ja toimimaan tukena porttialueen valmisteluissa.

3.2 Lipunmyynti

Nykyään monet ostavat tapahtumalippunsa internetistä etukäteen, mutta Salpausselän kisoissa on pitkät perinteet ja monet haluavat pitää niistä kiinni ja ostaa lippunsa tuttuun ja turvalliseen tapaan portilta. Sen takia kisaorganisaatio pitää tärkeänä porttilipunmyyntiin keskittymistä ja sen laadun takaamista.

Kuten jo aikaisemmin työssäni mainitsin, pääportilla oli töissä jo todella kokeneita Salpausselän kisojen vapaaehtoistyöntekijöitä. Tämä oli erittäin hyvä vahvuus silloin, kun asiakkaat esittivät lipunmyyjille erilaisia kysymyksiä esimerkiksi kisoista, maksutavoista tai kisa-alueesta. MM-kisoissa tulee olemaan paljon enemmän vapaaehtoisia, kuin Salpausselän kisoissa oli, joten mukana tulee olemaan entistä enemmän myös uusia kasvoja.

Tämä uusien vapaaehtoisten määrän lisääntyminen tulisi ottaa tarkemmin huomioon myös lipunmyyjien koulutuksen aikana, ja organisaation kannattaisi tarjota vapaaehtoisille jonkinlainen tietopaketti tai muuten informoida lipunmyyjä niin, että asiakkaiden kysymyksiin osataan luukulla vastata, vaikka ei olisikaan kovin kokenut Salpausselän kisojen

lipunmyyjä. Yksi hyvä idea olisi myös pitää lipunmyyntikopeissa esimerkiksi jonkin verran kisa-alueen karttoja tai mahdollisesti muuta infomateriaalia, jos asiakkaat sellaista sattuisivat pyytämään. Kisa-alueella oli Salpausselän kisojen aikana myös info-koppi, mutta asiakaspalvelun laadun kannalta olisi asiakkaalle helpompaa, jos he saisivat tarvittaessa vastauksia kysymyksiinsä myös jo lipun oston yhteydessä.

Lipunmyyntikoppien aukioloajat toimivat hyvin jo Salpausselän kisoissa. Luukut aukaistiin noin puolta tuntia ennen ensimmäisen kisan alkamista. Lipunmyynti suljettiin viimeisen kisan loputtua, sillä ei haluttu että viimeistä kisaa pääsisi kesken kaiken seuraamaan liputta. Vaikka lipunmyynnin aukioloajat oli määritetty hyvin etukäteen, lauantaiaamuna pääportille kuitenkin kertyi jonoa. Syynä jonon kertymiseen oli se, että toisen lipunmyyntikopin ryhmä ei avannut lipunmyyntiluukkujaan ajoissa. Ratkaisuna tähän tulevaisuudessa tulisi määrittää tiukat ajat siihen, milloin luukut avataan ilman poikkeuksia.

Yksi Salpausselän kisojen aikana ilmennyt lipunmyyjien ja lipunmyynnistä vastanneiden organisaation edustajien kannalta ikävä ongelma oli fyysisten lippujen tulostaminen ja säilyttäminen. Salpausselän kisoissa lipunmyyntiratkaisuna käytettiin sitä, että tulostimme toimistolla etukäteen lipunmyyntikoppeihin tietyt määrät jokaista lipputyypistä. Lisäksi molemmissa pääporttien kopeissa oli Ticketmasterin lipputulostimet, joten kopissa pystyi suoraan tulostamaan lisää lippuja, jos ne sattuivat loppumaan.

Lippujen etukäteen tulostamisesta kuitenkin aiheutui ongelmia lippujen säilyttämisen suhteen. Liput menivät helposti sekaisin, ja niitä piti kantaa jokaisena aamuna ja iltana toimiston ja kopin välillä. Helpoin ratkaisu tähän olisi se, että jokaisella lippuluukulla olisi oma tulostin ja tietokone, josta vain klikattaisiin asiakkaan haluamat liput ja tulostettaisiin ne suoraan ostotapahtuman yhteydessä. Tähän ratkaisuun kuitenkin liittyy myös riskejä.

Voi olla, että lipunmyyjä vahingossa tulostaa esimerkiksi väärän lipun tai tietokoneen kanssa tulee muuten ongelmia, mikä hidastaa ostotapahtumaa merkittävästi. Myös internet-yhteydessä saattaa ilmetä ongelmia tai katkoksia, mikä saattaa pysäyttää myynnin hetkeksi kokonaan. Näiden lisäksi myös tietokoneiden ja tulostinten hankkiminen jokaiselle lippuluukulle maksaa luonnollisesti enemmän, kuin että niitä olisi vain esimerkiksi yksi tulostin koppia kohden tai vain toimistorakennuksessa. Vapaaehtoiset olivat lisäksi kommentoineet palautelapussaan, että heidän mielestään lippujen tulostus kopissa myyntitapahtuman yhteydessä on hidasta.

Salpausselän kisojen aikana lipputulostinten pitäminen lipunmyyntikopeissa ei osoittautunut niin tehokkaaksi, kuin olimme etukäteen ajatelleet. Lipunmyynnistä jäi usein pitkiksi ajoiksi yksi henkilö kokonaan pois, kun lippuja tulosteltiin lisää. Lippukoppien työntekijöitä ei ollut myöskään koulutettu tarpeeksi hyvin käyttämään tulostinta, mikä vaikutti myös merkittävästi tulostamisen hitauteen ja tehokkuuteen. Lipunmyyjille pidettiin lippukoulutus, jossa myös tulostimen käyttö neuvottiin, mutta sitä pitäisi harjoitella enemmän etukäteen niin, että käyttö kiireessä ja paineen alaisena toimisi ilman ongelmia.

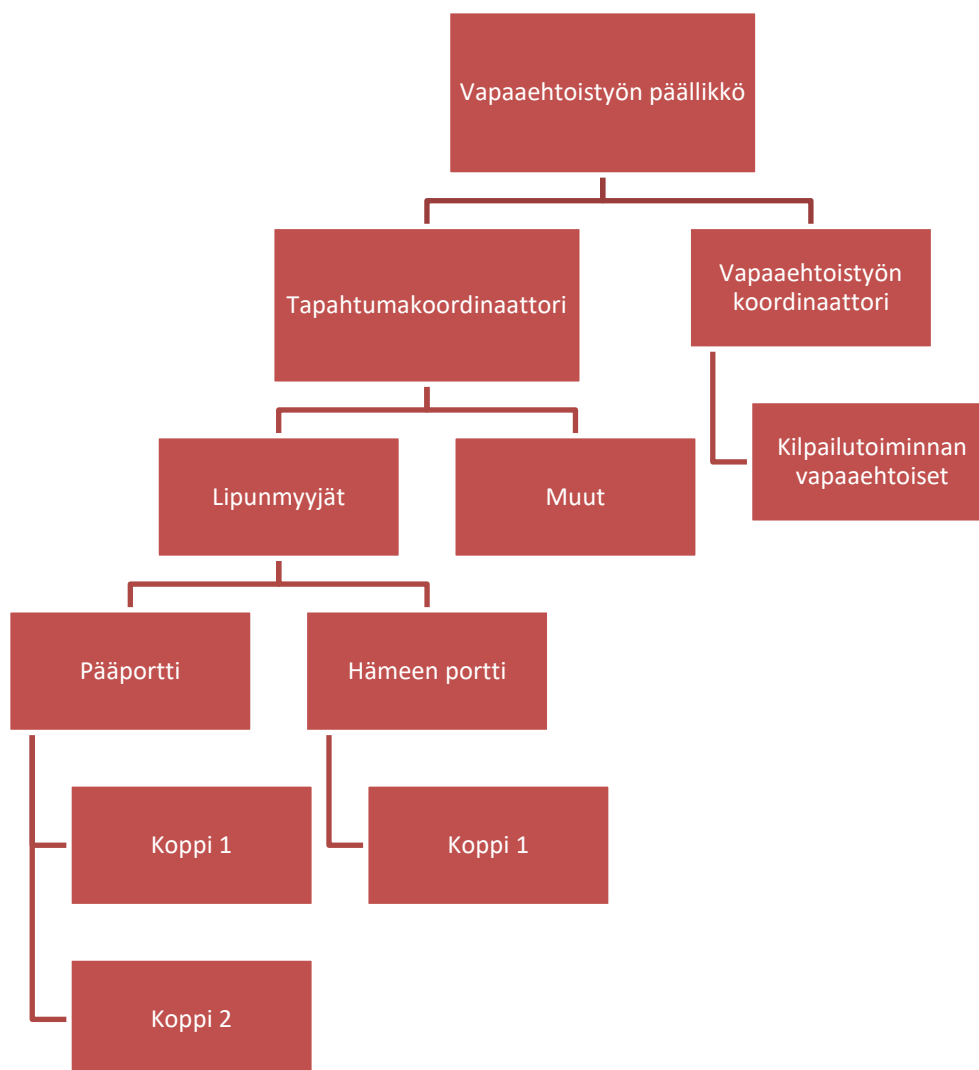
Yksi ratkaisu olisi myös se, että lipputulostimet sijoitettaisiin vain toimistolle, josta toimistolla toimiva henkilöstö (esimerkiksi lipunmyynnistä vastaava organisaation edustaja) sitten tarpeen tullen toisi porteille lisää lippuja. Tällöin porteille tulisi tulostaa valmiiksi lippuja siis etukäteen. Jo Salpausselän kisoissa lippujen siistin järjestyksen kanssa oli ongelmia, joten nyt MM-kisoissa lippujen järjestys on todella tärkeää suunnitella etukäteen. Salpausselän kisat kestivät kolme päivää, mutta MM-kisat kestävät vielä yhdeksän päivää pidempään. Tämä tarkoittaa siis myös huomattavasti enemmän erilaisia lipputyyppejä. Jokaiselle kisapäivälle on monta eri paikkakategoriaa ja jokaiseen eri kategoriaan on tarjolla vielä eri hintaluokkien lippuja. Liitteestä 1 löytyy Salpausselän kisojen 2016 hintataulukko ja liitteestä 2 MM-kisojen tämän hetkinen hintataulukko (lippupaketit), joista saa jo jonkin näköisen kuvan lippujen määrästä.

Jos lippuja siis säilytetään fyysisesti lipunmyyntikopeissa, niin varsinkin ensimmäisten päivien aikana lippuja tulee olemaan todella paljon. MM-kisoissa lippuja tullaan luultavasti myymään portilla kuitenkin vain kyseiselle tapahtumapäivälle, mikä helpottaa lippumäärää jo huomattavasti. Koppeihin tulisi lippujen siistin järjestyksen vuoksi kehittää jonkinlainen hyllyysteemi tai muu, mihin liput saa hyvin säilytykseen ja mistä tietty lipputyyppi on helppo löytää ja ottaa, kun asiakas sellaisen haluaa. Tässä toimintaratkaisussa on silti riskinä lippujen sekoittuminen tai katoaminen, mikä vaikeuttaa rahojen laskemista ja tilitystä päivän päätteeksi erittäin paljon.

3.3 Vapaaehtoistyöntekijät

Seuraavalta sivulta löytyvä kuvio 5 havainnollistaa vuoden 2016 Salpausselän kisojen vapaaehtoistoiminnan kokonaisuutta. Tämän työn kannalta olennaisinta on keskittyä porttialueelle sijoittuviin vapaaehtoihin ja varsinkin lipunmyynnin vapaaehtoihin. Jokainen Salpausselän kisojen toimintaan osallistunut vapaaehtoinen sai työstään palkkioksi kisaliput koko kisaviikonlopulle. Sen lisäksi vapaaehtoisille järjestettiin perehdytysseesioita ja jonkin aikaa kisojen jälkeen kiitostilaisuus.

Lipunmyynnin vapaaehtoiset MM-esikisoissa pystyy jakamaan kolmeen eri ryhmään: Pääporttialueen lipunmyyntikoppi 1 ja lipunmyyntikoppi 2 sekä Hämeen portin lipunmyyntikoppi. Pääportin lipunmyyntikopeilla oli omat päälliköt, hekin vapaaehtoisia, jotka olivat erittäin kokeneita ja tunsivat työnsä ja kisat hyvin. Myös usea muu lipunmyyntiryhmäläinen oli tehnyt työtä ennenkin, ja ryhmille oli kehittynyt jo yhteishenki ja tietty oma kaava. Hämeen portilla oli töissä uusia lipunmyyntivapaaehtoisia, mutta heilläkin oli useilla kokemusta asiakaspalvelusta. Kaikkien lipunmyyntikoppien ryhmät pysyivät samoina koko kisaviikonlopun ajan, eikä henkilöstöä siirrelty koppien välillä.



KUVIO 5. Vuoden 2016 Salpausselän kisojen vapaaehtoiset

Lipunmyyntihenkilöstön vahva kokemus Salpausselän kisoista oli eduksi etenkin silloin, kun asiakkaat esittivät lipunmyyjille kysymyksiä. Kokeneempien lipunmyyjien oli helpompi vastata kysymyksiin kokemuksensa pohjalta, koska kisoissa säilyy usein monia asioita samoina vuodesta toiseen. Vahva tietämys kisoista on erittäin hyvä etu ja parantaa selkeästi myös asiakaspalvelun laatua.

Molempiin pääportin lipunmyyntikoppeihin sijoitettiin Ticketmasterin lipputulostimet, joilla pystyi tulostamaan kopista loppuun myytyjä fyysisiä lippuja lisää. Tästä kuitenkin aiheutui ongelma, sillä kummassakaan

kopissa ei tunnettu tulostamisen auttavan vaan vievän aikaa ja olevan vain haitaksi. Myös maksupäätteiden käyttämisen kanssa oli hankaluuksia ja lipunmyyjät eivät tunteneet oloaan varmaksi niitä käyttäessään.

Nämä edellä mainitut ongelmat on melko helppo korjata nyt MM-kisoja ajatellen perehdytyksen lisäämisellä ja syventämisellä. Kuitenkaan se ei pelkästään riitä, sillä Salpausselän kisojen aikana tuli myös selkeästi esille se, että joidenkin vapaaehtoisten keskuudessa ilmeni pientä vastarintaa kisaorganisaation päätöksiä kohtaan. Täytyisi siis myös luoda ymmärrys vapaaehtoisten ja kisaorganisaation välille, jotta sekä kisaorganisaation tekemät päätökset että vapaaehtoisten asenteet olisivat harmoniassa keskenään. Turha jännite vapaaehtoisten ja organisaation välillä heijastuu kiistämättä myös molempien työhön, ja tätä myötä se näkyy myös asiakkaille ja vaikuttaa muun muassa palvelun laatuun ja työmotivaatioon.

Uskon, että todella hyvällä perehdytyksellä saadaan melkein kaikki nämä ongelmat katoamaan. Mitä ikinä kisaorganisaatio päättääkään lopullisesta MM-kisojen lipunmyynnin prosessista (myydäänkö suoraan koneelta vai tulostetaanko liput etukäteen tms.), on syvällä ja perinpohjaisella perehdytyksellä tärkeä rooli. Vapaaehtoisten tulisi opetella tulostusta ja maksupäätteiden käyttöä etukäteen kunnolla niin, että prosessi tulisi sitten oikean myyntitapahtuman aikana selkärangasta ja mahdollisimman nopeasti. Ja tämän seurauksena asiakas on tyytyväinen, jonot ovat pienempiä ja lipunmyyjillä on vähemmän stressiä, kun työ sujuu helpommin ja ilman suurempia vaikeuksia.

Ennen vuoden 2016 Salpausselän kisoja vapaaehtoisille lipunmyyjille pidettiin lippukoulutus, jossa käsiteltiin melko paljon kisojen myynnin yleistilaa ja muuta yleistietoa. Vapaaehtoiset kirjoittivat myöhemmin palautelapussaan kyseisestä koulutuksesta seuraavasti: ”Ensimmäinen koulutus 21.1.2016 oli sisällöltään sekava eikä sellaisenaan ollenkaan tarpeellinen.”

Perehdytyksessä olisi hyvä kattaa nopeasti ja pintapuolin yleisesti lipunmyynnin tilaa ja muuta yleistietoa kisoista, jotta vapaaehtoiset saavat

kokonaiskuvan kisoista, mutta suurin painopiste tulisi olla kuitenkin käytännön asioissa. Vapaaehtoisten on hyvä saada hieman yleiskäsitystä siitä, minkälaisessa tapahtumassa he ovat osana, mutta liika tämänlainen tieto selkeästikin vaikuttaa vain sekavalta ja turhulta vapaaehtoisten näkökulmasta. Tärkeintä heille on saada tarpeellista infoa itse käytännön asioista ja omiin työtehtäviinsä olennaisesti liittyvistä asioista.

Vapaaehtoisille lipunmyyjille pitäisi keskittyä kertomaan mahdollisimman tarkasti eri lipputyypeistä ja niiden ominaisuuksista, erilaisista maksuvälineistä (esimerkiksi Liikunta- ja kulttuuriseteli, Virike-seteli) ja muusta infosta, jota lipunmyyntikopissa asiakaspalvelun yhteydessä oikeasti käytännössä tarvitsee. Eri kisojen alkamisajat, kisa-alueen kartta ja lipunmyynnin aukioloajat ovat sellaisia tietoja, jotka lipunmyyjien olisi myös hyvä hallita ainakin jollain tasolla. Asiakas saa parempaa asiakaspalvelua, mutta myös lipunmyyjien on helpompi palvella asiakkaita ja näin tunne omasta suoriutumisesta ja suorittamisesta vahvistuu.

Lipunmyyjille pidettiin ennen Salpausselän kisoja myös toinen koulutus, joka keskittyi maksupäätteisiin ja mukana oli lipunmyyjien lisäksi myös muita vapaaehtoisia, jotka tarvitsivat työssään maksupäätettä. Tästä koulutuksesta vapaaehtoiset jättivät seuraavanlaista palautetta:

Toisen koulutuksen 2.2.2016 asiat (olivat) ok, mutta ryhmä liian suuri ja toimijat kisojen eri osa-alueilta ja tarpeet erilaiset. Ehdotamme lipunmyyjille omaa koulutusta. Jo tänä vuonna oli paljon kisojen ensikertalaisia ja etenkin heille perusteellisempi perehdytys olisi tarpeen.

Lipunmyyjille tulisi vastaisuudessa pitää oma koulutus, jossa he saisivat opetella maksupäätteiden käyttöä ja muuta tarpeellista yksitellen tai pienissä ryhmissä. Pienemmässä ryhmässä on myös matalampi kynnyks kysyä kysymyksiä ja näin ollen myös oppia enemmän.

Kun kisat ovat meneillään, lipunmyyjille tulee tarjota tukea ja ohjeita myös kisaorganisaation puolelta. Kuten Salpausselän kisoissakin jo oli, myös MM-kisojen aikana lippukopeissa tulee olla puhelimet ja selkeästi ylös merkityt tarvittavat puhelinnumerot, joihin lipunmyyjät voivat soittaa

tarvittaessa. Lipunmyyntikopit ovat fyysisesti melko kaukana toimistosta, eikä asiakaspalvelija voi usein lähteä pois paikalta, joten on tärkeää, että heidän on helppo tavoittaa apua mahdollisimman nopeasti silloin, kun sitä tarvitaan.

Vapaaehtoisten palautelapussa todetaan seuraavasti tiedonkulusta:

Aina on parantamisen varaa, mutta esim. tieto lauantain iltamäen peruutuksesta ja toimintaohjeet tulivat heti kopille saakka.

Nettisivuilla (oli) sellaista tietoa, mitä lipunmyynnissä ei ollut esim. maksuvälineistä: Smartumin liikuntaseteli oli mainittu asiakkaan mukaan hyväksytyksi maksuvälineeksi, (mutta) kopilla vain tieto Liikunta- ja kulttuurisetelistä ja Virike-setelistä.

Tämäkin palaute taas tukee toteamustani perehdytyksen huomattavasta merkityksestä. On tärkeää tarjota vapaaehtoisille kaikki mahdollinen informaatio lipunmyyntiin liittyen, jotta palvelu olisi mahdollisimman toimivaa. Puutteellinen tieto maksuvälineistä vaikuttaa heti palvelun nopeuteen ja asiakaspalvelun laatuun, kun lipunmyyjät eivät ole varmoja, voivatko he ottaa tietynlaisen maksuvälineen vastaan. Tämä johtaa aikaa vievään ja ylimääräiseen soitteluun ja tarkisteluun sekä mahdollisesti jopa asiakkaan mielen pahoittamiseen.

3.4 Isoimmat ongelmat ja niiden ratkaisut

Kisaorganisaation tapahtumakoordinaattorin pyynnöstä päätin vielä määritellä mahdolliset porttialueella ja lipunmyynnissä ilmenevät ongelmat ja tunnistaa niille ratkaisumallit, joita voidaan seurata mahdollisten ongelmien ilmetessä. Tiivistettynä nämä ongelmat ja niiden ratkaisut löytyvät taulukosta 2.

TAULUKKO 2. Mahdollisia ongelmia ja niiden ratkaisuja

Tekniset ongelmat	<ul style="list-style-type: none"> - Kopeissa tarpeeksi lipunmyyjiä selvittämään tilanne - Tukihenkilöstöstä aina joku saatavilla - Puhelinnumerot selkeästi esillä kopissa
Lipunmyynnin hidastuminen	<ul style="list-style-type: none"> - Infoa porttialueella lipun ostamisesta mobiililaitteella - Tarpeeksi myyjiä paikalla - Lipunmyynnin avaaminen ajallaan - Tukea saatavissa tarpeen tullen
Uhkaava tilanne tai muu hätätilanne	<ul style="list-style-type: none"> - Porteilla järjestyksenvalvojat - Tilanteesta riippuen soitto hätäkeskukseen tai kisaorganisaation edustajalle
Kommunikaatiokatkokset	<ul style="list-style-type: none"> - Lipunmyyjät toimivat viimeisimmäksi saaneensa informaation mukaisesti (tilannetaju tärkeää) - Kisaorganisaatiolla vastuu viestiä lipunmyyjille mahdollisista muutoksista tai muusta sellaisesta - Kisa-alueella on infopiste, johon asiakkaita voi ohjata

Suurimmat ongelmat luultavasti tulevat aiheutumaan siitä, jos lipunmyynnissä käytettävään elektroniikkaan tulee jotain vikaa. Tämä saattaa johtua esimerkiksi itse teknisistä laitteista, sähkönkulun katkoksesta tai laitteiden yhteyksien pätkimisestä. Lipunmyyntikopissa käytettäviä laitteita ovat muun muassa puhelimet, maksupäätteet, kassakoneet ja mahdollisesti tietokoneet ja lipputulostimet. Näissä laitteissa esiintyvistä vioista ja katkoksista johtuen asiakaspalvelu voi hidastua huomattavasti.

Avun pyytäminen käy nopeasti puhelimitse, mutta on myös pieni mahdollisuus, että puhelimet eivät jostain syystä toimisi (yhteydet, akun loppuminen tai muuta sellaista). Lipunmyyntikopissa tulisi siis olla aina tarpeeksi henkilökuntaa paikalla, jotta mahdollisten ongelmien sattuessa joku henkilöstöstä voi lähteä lipunmyyntikopista pyytämään apua lähistöllä olevalta Ticketmasterin henkilöstöltä tai sitten kisaorganisaation toimistolta, joka sijaitsee hieman kauempana tapahtuma-alueella.

Mahdollisia lipunmyynnin hidastumiseen johtavia tilanteita varten olisi hyvä, jos porttialueella olisi jossain näkyvillä infoa siitä, että lippu on myös mahdollista ostaa mobiililaitteella internetistä. Näin ne asiakkaat, jotka ovat haluttomia jonottamaan, saavat muistutuksen siitä, että heille on nopeampikin vaihtoehto tarjolla.

Lipunmyynnin hidastumista voi aiheuttaa myös se, jos jokin asiakaspalvelutilanne vie normaalia enemmän aikaa. Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi jotain asiakkaiden esittämiä pyyntöjä, joihin ei ole osattu varautua etukäteen ja joihin liittyen lipunmyyjän täytyy kysyä kisaorganisaation edustajalta ohjeita. Tämä johtaa puheluihin lipunmyyjien ja kisaorganisaation edustajien välillä ja pysäyttää vähintään yhden lipunmyyjän myynnin siksi aikaa, kunnes asia on selvitetty. Näihin tilanteisiin on vaikea varautua ennalta, vaikka kuinka yritettäisiin miettiä etukäteen kaikki mahdolliset asiakkaiden kysymykset, huolet ja odotukset. Asiakaspalvelussa tulee usein eteen odottamattomia tilanteita.

Tämänkaltaisissa tilanteissa myyjältä täytyy löytyä tilannetajua ja hänen täytyy löytää tasapaino laadukkaan asiakaspalvelun ja palvelun riipeyden välillä. Onko esimerkiksi sopivaa pyytää asiakasta odottamaan sivummalla kisaorganisaation edustajan saapumista paikalle sillä välin, kun lipunmyyjä jatkaa myymistä? Joissain tilanteissa tämä on sopiva ratkaisu, kun taas toisissa asiakas saattaa kokea sen töykeäksi.

On myös mahdollista, että porttialueella syntyy jonkinlainen uhkaava tilanne tai hätätilanne syystä tai toisesta. Kulunvalvonnassa portilla on järjestyksenvalvojia, mutta tilanteesta riippuen voi olla myös tarvittavaa soittaa apua tai tukea paikalle. Lipunmyyjillä tulee olla tässäkin tilanteessa selkeästi esillä tarvittavat puhelinnumerot, joihin soittaa tarpeen tullen. Tärkeää kuitenkin on, että lipunmyyjät eivät missään nimessä aseta itseään minkäänlaiseen vaaraan.

4 YHTEENVETO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli käsitellä vuoden 2016 Salpausselän kisojen eli MM-esikisojen porttialueen toimintaa erityisesti lipunmyynnin näkökulmasta ja kehittää sitä Lahti2017 MM-kisoja varten. Opinnäytetyöraportti koostui teoriaosasta ja analyysiosasta, ja opinnäytetyön tuotoksena syntyi porttialueen muistilista, vapaaehtoisten perehdytysuunnitelma ja lipunmyynnin infopaketti.

Opinnäytetyön teoriaosuuteen sisältyi tietoa tapahtumista, tapahtumakokemuksesta, palvelun laadusta, tapahtumalogistiikasta, urheilutapahtumista ja vapaaehtoistyöntekijöistä. Siinä kerrottiin, kuinka tapahtumilla on yhteisiä pohjimmaisia piirteitä, mutta silti nykyään on olemassa lukematon määrä erilaisia tapahtumatyyppejä.

Tapahtumakokemuksen tärkeyttä korostettiin elämystaloutteen (experience economy) siirryttäessä ja palvelun laatua esiteltiin Servqual-mallin osa-alueiden mukaisesti. Tapahtumalogistiikassa käsiteltiin lipunmyyntiä ja jonotusta. Urheilutapahtumien erityispiirteitä esiteltiin ja viimeisenä kerrottiin vapaaehtoisten käytöstä tapahtumista ja siinä mahdollisesti esiintyvistä ongelmista.

Toinen osa opinnäytetyöraportista koostui case-analyysistä. Siinä tarkoituksena oli käsitellä MM-esikisojen porttialueen ja erityisesti lipunmyynnin toimintaa ja löytää sieltä huomioita, jotka auttaisivat kehittämään kyseistä toimintaa paremmaksi Lahti2017 MM-kisoja varten. Suurin osa tästä osuudesta perustui MM-esikisoilla tekemääni työharjoitteluun ja kaikkeen siitä oppimaani. Tukena osuudessa toimivat myös lukuisat kisaorganisaation tapahtumakoordinaattorin kanssa käymäni keskustelut ja yhden porttilipunmyyjistä koostuvan vapaaehtoisryhmän laatima palaute.

Ensimmäinen osuus rakentui MM-esikisojen porttialueen analyysin ympärille. Esille tuli siellä esiintyneitä ongelmia, joita olivat muun muassa joidenkin tarvikkeiden puuttuminen ja hintakylttien paikolleen laittamisen hitaus. Ongelmia analysoimalla pystyttiin todeta, että kaikki porttialueella

esiintyneet ongelmat pystytään korjata käytännönläheisemmällä ja yksityiskohtaisemmalla suunnittelulla etukäteen. Suunnitelmissa tulisi määritellä kaikki tarvittavat tarvikkeet ja henkilöt, joiden vastuulla niiden hankkiminen ja paikalleen laittaminen on.

Seuraava osuus koostui lipunmyynnin analysoinnista. Salpausselän kisojen pitkien perinteiden vuoksi fyysinen porttilipunmyynti on edelleen tärkeässä osassa, eikä lipunmyynti ole siirtynyt kokonaan internetiin. Huomioitiin, että suurin osa porttilipunmyyjistä omasi erittäin paljon arvokasta kokemusta Salpausselän kisojen lipunmyynnistä, mikä teki asiakaspalvelusta paljon sujuvampaa ja helpompaa. Tässä otettiin esille myös se fakta, että MM-kisoihin on tulossa huomattavasti lisää uusia vapaaehtoisia, minkä takia perehdytyksen perinpohjaisuutta tulisi myös tehostaa, jotta saataisiin MM-kisoihinkin mahdollisimman sujuvaa ja laadukasta asiakaspalvelua. Mainittiin myös, että lipunmyyntikopeissa voisi olla esimerkiksi muutama kisa-alueen kartta, jonka asiakkaalle voisi antaa hänen kysyessään neuvoa lipun oston yhteydessä.

Lipunmyynnin aukioloajat olivat sopivat ja toimivat jo Salpausselän kisoissa 2016. Luukut avattiin noin puolta tuntia ennen ensimmäisen kisan alkua ja suljettiin viimeisen kisan loputtua. Lauantaiaamuna kuitenkin osaa lippuluukuista ei avattu ajoissa, mikä johti jonon kertymiseen. Tähän sopiva ratkaisu olisikin se, että lipunmyyntiin tulisi määrittää kiinteät ja tiukat avaamisajat.

Suurin haaste MM-esikisojen lipunmyynnissä oli fyysisten lippujen tulostus ja säilyttäminen. Liput menivät helposti sekaisin ja ne vaativat edestakaista kuljettamista aamuisin ja päivän päätteeksi lippukoppien ja toimiston välillä. Tässä kohdassa työtä tuotiin esille erilaisia ratkaisuehdotuksia kyseiseen ongelmaan, mutta lopullinen päätös on muun muassa tapahtuman budjetista kiinni.

Seuraavaksi painotettiin sitä, kuinka hankalaa fyysisten lippujen kanssa toimiminen tulee olemaan MM-kisoissa, jos kaikki liput tulostetaan etukäteen. Jo esikisoissa ilmeni ongelmia, vaikka kisapäiviä oli vain kolme.

MM-kisat kestävät 12 päivää ja kun jokaiselle päivälle on monta eri paikkakategoriaa ja jokaisessa paikkakategoriassa vielä monta hintaluokkaa, tulee lippuja olemaan todella paljon. Lippuja saatetaan kuitenkin myydä portilla vain kyseiselle tapahtumapäivälle, mikä selkeyttäisi jo todella paljon lippujen kanssa toimimista.

Seuraava osa analyysistä keskittyi vapaaehtoistyöntekijöihin. Vapaaehtoistoiminnan kokonaisuutta MM-esikisoissa havainnollistettiin kuviolla keskittyen erityisesti porttilipunmyyntiin. Jokainen kisoihin osallistunut vapaaehtoinen sai palkkioksi liput koko kisaviikonlopulle ja lisäksi heille järjestettiin perehdytystilaisuuksia ja kisojen jälkeen kiitostilaisuus. Porttilipunmyynnin vapaaehtoiset jakautuivat kolmeen ryhmään: pääportin koppi 1 ja koppi 2 sekä Hämeen portin koppi. Pääportin ryhmällä oli omat kokeneet vapaaehtoiset päälliköt, jotka huolehtivat oman lipunmyyntikoppinsa toiminnasta.

Vapaaehtoisilla oli jonkin verran ongelmia erityisesti lipunmyyntikopeissa olleen tekniikan käyttämisessä (maksupäätteet, lipputulostin) ja tämän ongelman ratkaisuksi esitettiin syvempää perehdytystä. Myös laitteiden käyttämisen harjoittelun tärkeyttä painotettiin. Seuraavaksi kerrottiin vapaaehtoisten olleen hieman tyytymättömiä perehdytyksissä olleeseen turhaan sisältöön, joka ei keskittynyt vapaaehtoisten käytännön työhön. Tämän tyytymättömyyden todettiin olevan osin aiheellista ja tuettiin ajatusta siitä, että perehdytyksen pitäisi keskittyä pääosin käytäntöön. Kuitenkin todettiin sen olevan hyödyllistä, jos perehdytyksessä silti kerrottaisiin hieman yleistietoa kisoista, jotta vapaaehtoisille muodostuu kokonaiskuva toiminnasta.

Viimeinen osio analyysistä keskittyi isoimpiin porttilipunmyynnissä mahdollisesti esiintyviin ongelmiin ja niiden ratkaisuihin. Ongelmat jaettiin neljään eri lajiin: tekniset ongelmat, lipunmyynnin hidastuminen, uhkaava tilanne tai muu hätätilanne ja kommunikaatiokatkokset.

Teknisiin ongelmiin on ratkaisuna se, että kopeissa tulee olla aina tarpeeksi lipunmyyjiä selvittämään tilanne, tukihenkilöstöstä

(kisaorganisaatio tai Ticketmaster) tulee olla aina joku saatavilla ja puhelinnumerot avun ja ohjeiden pyytämistä varten tulee olla selkeästi esillä lipunmyyntikopissa. Lipunmyynnin hidastumiseen ratkaisuna toimii se, että lipunmyyntialueella on esillä informaatiota siitä, että lippuja on myös mahdollista ostaa mobiililaitteella internetistä. Lisäksi lipunmyyjiä tulee olla koko ajan tarpeeksi paikalla, lipunmyynti tulee avata ajallaan ja tukea täytyy olla saatavissa tarpeen tullen. Uhkaavien ja hätätilanteiden sattuessa lipunmyyjien tulisi tilanteesta riippuen soittaa joko kisaorganisaation edustajalle tai sitten hätäkeskukseen. Porteilla on myös järjestyksenvalvojat. Kommunikaatiokatkosten sattuessa lipunmyyjien tulisi toimia aina viimeisimmän saamansa informaation mukaisesti (tietysti tilanteen mukaan, tilannetajua on hyvä olla). Kisaorganisaatiolla on vastuu informoida porttilipunmyynnin työntekijöitä aina tarpeen tullen. Lipunmyynnistä voidaan ohjata asiakkaita myös kisa-alueella olevalle infopisteelle, jos lipunmyyntikopilla ei ole tarvittavaa tietoa.

Tuotoksena opinnäytetyöstä valmistui porttialueen muistilista ja vapaaehtoistyöntekijöiden perehdytysuunnitelma sekä lipunmyynnin infopaketti. Jokaiseen tuotokseen tulee varmasti vielä muutoksia ja lisäyksiä, mitä lähemmäs kisoja mennään ja mitä enemmän asioita saadaan päätettyä. Tuotokset onkin tarkoitettu tapahtumakoordinaattorin työn avuksi ja hänen muokattavakseen asioiden selkeytyessä.

Porttialueen muistilista sisältää portille tarvittavien tarvikkeiden listan sekä listan, johon on kerätty porttialueeseen liittyviä muistettavia asioita ennen kisoja, kisapäivinä ja kisojen jälkeen. Vapaaehtoisten perehdytysuunnitelma koostuu kahden eri perehdytystilaisuuden sisältösuunnitelmasta sekä alustavasta aikataulusta tilaisuuksille ja muulle vapaaehtoisten informoinnille. Lipunmyynnin infopaketti sisältää päiväkohtaisen muistilistan, johon on kerätty muistettavat asiat aamulla, päivällä ja illalla, listan lipunmyyntikopissa tarvittavista tarvikkeista, tietoa hyväksytyistä maksuvälineistä, muuta infoa lipuista, lipunmyynnin aukioloajat, tietoa katsomoista ja vastauksia usein kysytyihin kysymyksiin.

Lisäksi infopakettin mukana olisi hyvä antaa vapaaehtoisille myös lippuhinnastot.

LÄHTEET

Painetut lähteet

Beech, J., Kaiser, S. & Kaspar, R. 2014. The Business of Events Management. Harlow: Pearson Education.

Berridge, G. 2007. Events Design and Experience. Events management series. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Bladen, C., Kennell, J., Abson, E. & Wilde, N. 2012. Events Management: an introduction. Abingdon: Routledge.

Getz, D. 2005. Event Management & Event Tourism. 2. uudistettu painos. New York: Cognizant Communication.

Getz, D. 2007. Event Studies. Events management series. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Grönroos, C. 2007. Service management and marketing: customer management in service competition. 3. uudistettu painos. Chichester: Wiley.

Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Helsinki: WSOYpro.

Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka?: Käsikirja tapahtumajärjestäjille. SLU-julkaisusarja. Helsinki: Suomen liikunta ja urheilu.

Kauhanen, J., Juurakko, V. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Porvoo: WSOY.

Mallen, C. & Adams, L.J. 2008. Sport, recreation and tourism event management: theoretical and practical dimensions. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Pernecky, T. & Lück, M. 2013. Events, society and sustainability: critical and contemporary approaches. Routledge advances in event research. London: Routledge.

Pine, B.J. & Gilmore, J.H. 2011. The Experience Economy. Updated edition. Boston, Massachusetts: Harvard Business Review Press.

Tum, J., Norton, P. & Wright, J.N. 2006. Management of event operations. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Vallo, H. & Häyrynen, E. 2014. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma.

Vilkka, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Tammi.

Elektroniset lähteet

Cherubini, S., Iasevoli, G. & Lauretta, G. 2007. Events Ticketing Management: The Case of The Olympic Winter Games Torino 2006 and The Fifa World Cup Germany 2006 [viitattu 15.8.2016]. Saatavissa: http://www.marketing-trends-congress.com/archives/2007/Materiali/Paper/It/Cherubini_Iasevoli.pdf

McKee, T. 2016. Why People Volunteer – The Top Three Reasons People Volunteer. Volunteer Power [viitattu 9.8.2016]. Saatavissa: <http://www.volunteerpowers.com/articles/why.asp>

Prevos, P. (2012). The incompleteness theorem of performance measurement in service delivery. Presented at the World Business Capability Congress, Auckland [viitattu 30.8.2016]. Saatavissa: <http://invisiblewater.org/service-quality/>

SuomiSanakirja.fi. 2016a. Sivistyssanakirja: elämys [viitattu 8.6.2016]. Saatavissa: <http://www.suomisanakirja.fi/el%C3%A4mys>

SuomiSanakirja.fi. 2016b. Sivistyssanakirja: kokemus [viitattu 8.6.2016].

Saatavissa: <http://www.suomisanakirja.fi/kokemus>

LIITTEET

Liite 1. Salpausselän kisojen lippuhinnat vuosi 2016

Liite 2. Lahti2017 MM-kisojen lippupakettien hinnat

Liite 3. Porttialueen muistilista *(ei liitetty tähän versioon, liitteen voi pyytää nähtäväksi kisaorganisaatiolta tai työn tekijältä)*

Liite 4. Lipunmyynnin infopaketti *(ei liitetty tähän versioon, liitteen voi pyytää nähtäväksi kisaorganisaatiolta tai työn tekijältä)*

Liite 5. Vapaaehtoisten lipunmyyjien perehdyttämissuunnitelma *(ei liitetty tähän versioon, liitteen voi pyytää nähtäväksi kisaorganisaatiolta tai työn tekijältä)*

LIITE 1



SALPAUSSELKÄ

MM-ESIKISAT 19.–21.2.2016

PÄÄSYLIPUT

PERJANTAI 19.2. Hypätään naisten hyväksi			
	ALUELIPPU , ei erikseen numeroituja istumapaikkoja		
Aikuiset	24,00 €		
Eläkeläiset & opiskelijat	19,00 €		
Lapset (7–16 v.)	14,00 €		
	Jokaisen lipun hinnasta 5 € Planin työhön kehitysmaiden tyttöjen hyväksi		
	Jokaisen lipun hinnasta 5 € suomalaisille mäkihyppääjätöille ja -naisille		
LAUANTAI 20.2. Lauantaikarnevaalit			
	B	A	Premium
Aikuiset	29,00 €	39,00 €	59,00 €
Eläkeläiset & opiskelijat	24,00 €	34,00 €	49,00 €
Lapset (7–16 v.)	19,00 €	29,00 €	39,00 €
Lipputarjoukset	KAVERI-COMBO joka viides henkilö ilmaiseksi kaveriporukassa		
	PERHELIPPU (1-2 aikuista, 2-6 lasta) "A" 25 € / lippu ja "B" 16 € / lippu PERHELIPULLA PERHE SISÄÄN YHDESSÄ esim. B 2 aikuista ja 2 lasta = 64 €		
LAUANTAIN LIPPUJEN LISÄTIEDOT			
B	A	PREMIUM	
aluelippu	Istumapaikat maastohiihto- ja mäkihyppystadionilla, pääsy kurkistamaan kulissien taakse hiihdon huoltoalueelle (Lahti Paddock)	Istumapaikat maastohiihto- ja mäkihyppystadionilla, pääsy kurkistamaan kulissien taakse hiihdon huoltoalueelle (Lahti Paddock), ilmainen kahvi, ohitustaista ravintoloissa, parkkipaikka	
SUNNUNTAI 21.2. Koko perheen supersunnuntai			
	ALUELIPPU , ei erikseen numeroituja istumapaikkoja		
Aikuiset	24,00 €		
Eläkeläiset & opiskelijat	19,00 €		
Lapset (7–16 v.)	14,00 €		
Lipputarjoukset	2 ELÄKELÄISTÄ YHDEN HINNALLA		
	PERHELIPPU (1-2 aikuista, 2-6 lasta) 13 € / lippu PERHELIPULLA PERHE SISÄÄN YHDESSÄ esim. B 2 aikuista ja 2 lasta = 52 €		
2-3 PÄIVÄN PAKETIT			
	Normaalihintaisista aikuisten lipuista -10 € loppuhinnasta	Normaalihintaisista eläkeläisten ja opiskelijoiden lipuista -10 € loppuhinnasta	Normaalihintaisista lastenlipuista (7-16 v.) -5 € loppuhinnasta
RYHMÄLIPUT			
Mikäli olet kiinnostunut ostamaan pääsylippuja yritykselle tai ryhmälle, ota yhteyttä sales@lahti2017.fi			
LISÄTIEDOT JA KISAHOJELMA			
www.salpausselankisat.fi			
Hinnat sis. ALV (10 %). Lippujen hintoihin lisätään Lippupalvelun toimituskulut (0-10 € → 1,50 € 10,01-39,99 € → 2,5 € 40 → 3,50 €). Portilta ostettaessa lippujen hintoihin lisätään Lippupalvelun haarukan mukaan palvelumaksut (2 € 4 € 5 €). Lipputarjouksissa toimituskulut lisätään per lippu.			

LIITE 2

FI | HOKKINEN WORLD JAZZ CHAMPIONSHIP

LAHTI 2017



storaenso

LIPPUPAKETIT

	METSÄ & MONTTU F3 + track zona	HUUTO-KAARRE C3 + F2	HUUTO-KAARRE C2 + F2	HUUTO-KAARRE C1 + F2	KISA-RINNE B2 + E2	KISA-RINNE B1 + E1	PÄÄSUORA A3 + F1	PÄÄSUORA A2 + D2	PÄÄSUORA A1 + D1
PAKETTI 1 Kisamestarit 22.2.-5.3.	Ole Salpausselän itseohjautettu kunniallas ja kaikkien lajien arvostettu asiantuntija. Kisamestarina olet aina palkalla siellä missä koetaan kisojen hienoimmat hetket niin ladulla, mäessä kuin tanssiparketilla.								
Normaali	362,50 €	412,50 €	412,50 €	512,50 €	512,50 €	652,50 €	652,50 €	792,50 €	882,50 €
Lapsi	183,00 €	298,00 €	298,00 €	398,00 €	398,00 €	538,00 €	538,00 €	678,00 €	768,00 €
Erikisalennus	252,50 €	302,50 €	302,50 €	402,50 €	402,50 €	542,50 €	542,50 €	682,50 €	772,50 €
PAKETTI 2 Mäkilotka 23.-26.2.	Asetu huilpuusemiin Betonin juurella ja hurraa hyppyrin heeroksille sydämesi kyttydestä. Etsi neljä päivää hiihtonielmaa ja näe koko normaalimäen kisarumban lisäksi maastohiihdon ja yhdistetyn huilpuhetket.								
Normaali	139,50 €	159,50 €	159,50 €	199,50 €	199,50 €	259,50 €	259,50 €	319,50 €	359,50 €
Lapsi	71,50 €	119,50 €	119,50 €	159,50 €	159,50 €	219,50 €	219,50 €	279,50 €	319,50 €
Erikisalennus	99,50 €	119,50 €	119,50 €	159,50 €	159,50 €	219,50 €	219,50 €	279,50 €	319,50 €
PAKETTI 3 Mäklässä 24.-26.2.	Nauti kolme päivää juhlaiksojen alurdaatuisesta tunnelmasta. Ensimmäisen kisavilkonlopun rayttävät normaalimäki, maastohiihdon ja yhdistetyn huilpuhetket sekä unohtumaton litaohjelma. Tee komea telemark-alastulo kisapalkoille.								
Normaali	105,50 €	120,50 €	120,50 €	150,50 €	150,50 €	195,50 €	195,50 €	240,50 €	270,50 €
Lapsi	54,50 €	90,50 €	90,50 €	120,50 €	120,50 €	165,50 €	165,50 €	210,50 €	240,50 €
Erikisalennus	75,50 €	90,50 €	90,50 €	120,50 €	120,50 €	165,50 €	165,50 €	210,50 €	240,50 €
PAKETTI 4 Betonin Parhaat 24.-25.2.	Parrkeeraa alastulorinteeseen varrelle ja ota ensimmäinen MM-vilkonloppu haltuun kisojen parhailta palkoilta. Ja kun mäkihypyyn sankarit ovat ratkoneet paremmuutensa, on aika ottaa kaikki lrti litarientojen tasokkaasta tarjonnasta.								
Normaali	71,50 €	81,50 €	81,50 €	101,50 €	101,50 €	131,50 €	131,50 €	161,50 €	181,50 €
Lapsi	36,50 €	61,50 €	61,50 €	81,50 €	81,50 €	111,50 €	111,50 €	141,50 €	161,50 €
Erikisalennus	51,50 €	61,50 €	61,50 €	81,50 €	81,50 €	111,50 €	111,50 €	141,50 €	161,50 €
PAKETTI 5 Hiihtokuningas 28.2.-5.3.	Saavu keskelle parasta MM-huomaa ja ota Salppuri haltuun majesteettillisella meiningillä. Nauti lajien kuninkuustajelsta kuusi hienoa päivää ja hippaa hovisi seurassa litarientojen huomassa.								
Normaali	197,50 €	227,50 €	227,50 €	287,50 €	287,50 €	367,50 €	367,50 €	447,50 €	497,50 €
Lapsi	100,50 €	167,50 €	167,50 €	227,50 €	227,50 €	307,50 €	307,50 €	387,50 €	437,50 €
Erikisalennus	137,50 €	167,50 €	167,50 €	227,50 €	227,50 €	307,50 €	307,50 €	387,50 €	437,50 €
PAKETTI 6 Salppurin Sekahaku 28.2.-1.3.	Tee täsmäisku Salppurin tunnelmaan! Jännitä naisten kymppiä päivällä ja viihdy maamme eturivin tangoartistien seurassa pitkälle Salppurin yöhön. Aamuilla pyyhki talkapölyt silmistä ja jatka suksisankarien urotekojen ihailua ladulla ja mäessä.								
Normaali	66,50 €	76,50 €	76,50 €	96,50 €	96,50 €	121,50 €	121,50 €	146,50 €	161,50 €
Lapsi	34,00 €	56,50 €	56,50 €	76,50 €	76,50 €	101,50 €	101,50 €	126,50 €	141,50 €
Erikisalennus	46,50 €	56,50 €	56,50 €	76,50 €	76,50 €	101,50 €	101,50 €	126,50 €	141,50 €
PAKETTI 7 Latusankarit 28.2.-2.3.	Keskellä toista kisavilkkoa luodaan sankaritainoita, niin ladulla kuin tanssiparketilla. Kisakansaa viihdyttävät hiihto- ja tangokuninkailiset sekä mäkkikortat. Pakkaa siis mukaan talvi- ja tanssikenkä, plpo sekä kampa. Nähdään kisapalkoilla!								
Normaali	100,50 €	115,50 €	115,50 €	145,50 €	145,50 €	185,50 €	185,50 €	225,50 €	250,50 €
Lapsi (7-16 v)	52,00 €	85,50 €	85,50 €	115,50 €	115,50 €	155,50 €	155,50 €	195,50 €	220,50 €
Erikisalennus	70,50 €	85,50 €	85,50 €	115,50 €	115,50 €	155,50 €	155,50 €	195,50 €	220,50 €
PAKETTI 8 Viestien Ykköset 2.-3.3.	Koe kisojen mielenkiintoisimmat hetket viestien ja suurmäen kuninkuuden ratkeamista jännittäen. Iltan hämärtyessä otat kisojen päättäjävilkonlopun vastaan voitonkiito silmässä Salppurin kirkkaan tähtitaivaan alla.								
Normaali	71,50 €	81,50 €	81,50 €	101,50 €	101,50 €	131,50 €	131,50 €	161,50 €	181,50 €
Lapsi	36,50 €	61,50 €	61,50 €	81,50 €	81,50 €	111,50 €	111,50 €	141,50 €	161,50 €
Erikisalennus	51,50 €	61,50 €	61,50 €	81,50 €	81,50 €	111,50 €	111,50 €	141,50 €	161,50 €
PAKETTI 9 Latusankarit 2.-5.3.	Perusta leiri ladunvarteen ja kajauta ilmoille Salpausselän komein kannustushuuto. Viestit, parisprintit ja kuninkuusmatkat varmistavat että neljä hienoa päivää pitö, luisto ja lennokkaus ovat vähintäänkin kohdallaan.								
Normaali	134,50 €	154,50 €	154,50 €	194,50 €	194,50 €	249,50 €	249,50 €	304,50 €	339,50 €
Lapsi	69,00 €	114,50 €	114,50 €	154,50 €	154,50 €	209,50 €	209,50 €	264,50 €	299,50 €
Erikisalennus	94,50 €	114,50 €	114,50 €	154,50 €	154,50 €	209,50 €	209,50 €	264,50 €	299,50 €
PAKETTI 10 Telvaan Talka 3.-4.3.	Päättäjävilkonlopun talkahetket kaikki yhdessä. Miesten viesti, naisten kolmekymppiä ja kaksi unohtumatonta yötä Telvaan talkataivaan alla. Nyt kannattaa olla toiveissaan varovalinen, sillä tänä vilkonloppuna tempout voi onnistua oikeasti.								
Normaali	71,50 €	81,50 €	81,50 €	101,50 €	101,50 €	131,50 €	131,50 €	161,50 €	181,50 €
Lapsi	36,50 €	61,50 €	61,50 €	81,50 €	81,50 €	111,50 €	111,50 €	141,50 €	161,50 €
Erikisalennus	51,50 €	61,50 €	61,50 €	81,50 €	81,50 €	111,50 €	111,50 €	141,50 €	161,50 €
PAKETTI 11 Latusankarit 3.-5.3.	Nauti kolme päivää hiihtoherkkua Salpausselän legendaarisissa hiihtomaastossa. Näe ja koe miten lajien ässät ratkovat paremmuuttaan viestihiihdossa, parisprintissä ja kuninkuusmatkoilla. Juhlaiksojen ohjelma jatkuu iltamyöhään ja päättäjät kruunaavat kisokokemuksen.								
Normaali	100,50 €	115,50 €	115,50 €	145,50 €	145,50 €	185,50 €	185,50 €	225,50 €	250,50 €
Lapsi	52,00 €	85,50 €	85,50 €	115,50 €	115,50 €	155,50 €	155,50 €	195,50 €	220,50 €
Erikisalennus	70,50 €	85,50 €	85,50 €	115,50 €	115,50 €	155,50 €	155,50 €	195,50 €	220,50 €

LISÄTIEDOT JA KISA OHJELMA www.lahti2017.fi

ERIKOISALENNUS = Opiskelijat, eläkeläiset, työttömät, varusmiehet. Alle 7-vuotiaat ilmaiseksi.

Kalkki tautukon hinnat ovat kokonaishintoja, jotka sisältävät Ticketmasterin toimituskuluja (10,01-39,99 € → 2,5 € | 40 → 3,50 €) ja ALV 10%.