

Kohti onnistunutta Smart  
Cities in Smart Regions -  
konferenssia asiakkaiden  
näkökulmasta

LAHDEN  
AMMATTIKORKEAKOULU  
Liiketalouden ja matkailun ala  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Palveluliiketoiminta  
Opinnäytetyö  
Syksy 2016  
Viivi Rasimus

Lahden ammattikorkeakoulu  
Koulutusohjelma

RASIMUS, VIIVI:

Kohti onnistunutta Smart Cities in  
Smart Regions -konferenssia  
asiakkaiden näkökulmasta

Palveluliiketoiminnan opinnäytetyö, 68 sivua, neljä liitesivua

Syksy 2016

TIIVISTELMÄ

---

Ensimmäinen kansainvälinen Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssi järjestettiin Lahdessa 10.-12. toukokuuta. Tarkoituksena oli koota yhteen tieteen ja käytännön toimijat innovoimaan uusia ideoita ja jakamaan kokemuksia konferenssin kolmen pääteeman aiheista.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssin onnistumista osallistujien näkökulmasta. Teoriakehityksen tueksi toteutettiin määrällinen tutkimus konferenssiin osallistuneille. Työn tarkoituksena oli selvittää konferenssin onnistuneisuutta kävijöiden näkökulmasta ja tarttua niihin epäkohtiin, joita kyselyssä nousi. Kehitysideoiden pohjalta on tarkoitus taata konferenssille hyvä pohja luoda jatkumoa seuraaville vuosille, joissa asiakastarpeet ovat keskiössä.

Tuloksissa saatiin selville vuoden 2016 konferenssin olleen osallistujien mielestä onnistunut kokonaisuus. Vieraat olivat yleistäen tyytyväisiä konferenssin tarjoamaan antiin. Kehitysehdotuksista nousi esille teeman selkeä rajaaminen laadukkaan ohjelmakokonaisuuden saavuttamiseksi. Myös osa käytännön järjestelyistä sai osakseen moitteita, jotka vaikuttivat negatiivisesti onnistuneisuuteen. Suunnitteluvaiheen eri osa-alueilla ja organisaatioryhmien sitoutumisella on ratkaiseva rooli siihen, miten asiakas kokee konferenssin onnistuneisuuden.

Asiasanat: Tieteellinen konferenssi, onnistunut tapahtuma, asiakaskokemus

Lahti University of Applied Sciences  
Degree Programme in Business Studies

RASIMUS, VIIVI:           Towards a Successful Smart Cities in Smart  
Regions Conference: Customers' Perspective

Bachelor's Thesis in Service Management

68 pages, four pages of  
appendices

Autumn 2016

ABSTRACT

---

The first International Smart Cities in Smart Regions 2016 Conference was organized in Lahti in May 10-12. The conference offered a meeting, networking and discussion forum for practitioners and academic experts to share their ideas and innovations.

The aim of the thesis was to clarify how the Smart Cities in Smart Regions 2016 conference managed to fulfill the conference visitors' expectations. A quantitative customer survey was conducted to support the theoretical framework. The aim of the survey was to find out how the conference visitors would rate the conference and to focus on the development and improvement ideas raised in the survey. These analyses provide a good basis for the conference to meet customer expectations in the coming years.

The survey revealed that overall the 2016 conference was a success. In general, the visitors were satisfied with what the conference had to offer. However, the survey also revealed some ideas for improvement. In order to guarantee a quality program for each of the sessions, the themes should be defined more clearly. Negative feedback was given with regards to some of the arrangements and not being able to attract comprehensive target group segments. In the coming years, consistent and clear procedures in all sectors of the conference and having committed conference groups will have a crucial role in how customers will see the conference and whether it is a success.

Keywords: Scientific conference, successful event, customer experience

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	TIETEELLINEN KONFERENSSI	4
2.1	Määritelmien avaaminen	4
2.2	Tieteellisen konferenssin toimintaprosessi	5
2.3	Projektista konferenssiksi	9
2.4	Organisointi ja resurssit	13
2.4.1	Projektipäällikkö	15
2.4.2	Projektiryhmät	16
2.4.3	Sidosryhmät	19
2.5	Rahoitus	21
3	MÄÄRÄNPÄÄNÄ ONNISTUMINEN	23
3.1	Edellytykset onnistuneelle tapahtumalle	24
3.1.1	Strategiset kysymykset	25
3.1.2	Operatiiviset kysymykset	28
3.2	Tapahtuma palvelutuotteena	31
3.3	Laajennettu palvelutarjonta	35
3.4	Talous	39
3.5	Riskien kartoitus	40
4	TUTKIMUS KEHITYKSEN TUEKSI	42
4.1	Määrällinen tutkimus	44
4.2	Tutkimuksen toteutus	45
4.3	Aineiston analysointi	47
5	TULOKSET JA KEHITYSIDEAT	48
5.1	Tulokset	48
5.2	Kehitysideat	56
6	JOHTOPÄÄTÖKSET	63
6.1	Validiteetti ja reliabiliteetti	65
6.2	Oman oppimisen arviointi	66
6.3	Jatkotutkimusideat	67
	LÄHTEET	69
	LIITTEET	75

## 1 JOHDANTO

Lahden ammattikorkeakoulu haluaa toiminnallaan tukea uudenlaista profiloitumista ammattikorkeakoulun totuttuun toimintalinjaan nähden. Visiona Lahden ammattikorkeakoululla on olla oivaltava, tutkiva ja kehittävä organisaatio, jolloin korkeakoulun tarkoituksena on toimia aloitteellisena kasvun edistäjänä ja kansainvälisenä tulevaisuuden osaamisen uudistajana. Kansainvälinen yhteistyö Lahden ammattikorkeakoululle on suuri rikkaus, joka mahdollistaa uusien yhteistyömahdollisuuksien kehittämisen. (Laatukäsikirja 2015, 7.)

Honorary Research Fellow -toiminta (HRF) on yksi käytännön esimerkki kansainvälisesti monimuotoisesta yhteistyöstä yli rajojen Lahden ammattikorkeakoulussa. HRF-toiminta lanseerattiin vuonna 2013. Toiminta tukee osaltaan kansainvälisen strategisen linjauksen kehittämistä. Honorary Research Fellow eli kunniakumppani-tunnustus voidaan myöntää henkilölle osoituksena erityisen ansioituneesta ja arvokkaasta yhteistyöstä ammattikorkeakoulun kanssa. Lahden ammattikorkeakoululla on tällä hetkellä yhteensä kolme kunniakumppania Iso-Britanniasta, Intiasta ja Norjasta. (Lahden ammattikorkeakoulu 2016.)

Taidonnäytteen uudennaiselle profiloitumiselle Lahden ammattikorkeakoulu antoi luodessaan uudennaisen tapahtumakokonaisuuden yhdessä kunniakumppaneiden, kansallisten ja kansainvälisten yhteistyökumppaneiden kanssa. Ensimmäinen kansainvälinen konferenssi Smart Cities in Smart Regions 2016 järjestettiin 10.-12. toukokuuta 2016 Lahdessa. Konferenssin tarkoituksena oli tuoda Lahteen kansainvälisen tason konferenssi, jossa tartuttaisiin ajankohtaisiin aluekehitysteemoihin ja tuotaisiin esille Lahden alueellisia vahvuuksia noudattaen tieteellisen konferenssin protokollaa. Konferenssista on tarkoitus tehdä monivuotinen perinne, jonka ympärille rakennettaisiin oma verkosto. Jatkumolla tarjottaisiin verkoston jäsenille konferenssi, joka toimisi uusien ideoiden kasvualustana. Seuraavaa Smart Cities in Smart Regions -konferenssia kaavaillaan järjestettäväksi syksyllä 2018. Lahden ammattikorkeakoulu on vuosien varrella toiminut erilaisten tapahtumien järjestäjänä ja

yhteistyökumppanina, mutta Smart Cities in Smart Regions 2016 - tapahtumaidea on uusi aluevaltaus.

Tämän tutkimuksellisen oppinäytetyön tavoitteena on arvioida konferenssikokonaisuuden onnistuneisuutta asiakkaan näkökulmasta. Tietoperustaosuudessa käsitellään tieteellisen konferenssin ominaispiirteitä ja perehdytään miten projektista kehitty konferenssi. Tietoperustaosuudessa käydään läpi mihin elementteihin onnistunut tapahtuma perustuu ja mitä tapahtuma vaatii, jotta pystyttäisiin tarjoamaan asiakalle onnistunut tapahtumakokonaisuus. Tarkoituksena on määrällisen tutkimuksen avulla saada selville, miten vuoden 2016 konferenssissa onnistuttiin ja mitä kehityskohteita on otettava huomioon, kun suunnitellaan seuraavaa konferenssia kohderyhmille. Olen laatinut oppinäytetyölle tutkimuskysymykset, joihin pyrin löytämään vastaukset omien oivalluksien, kyselyn ja teorian pohjalta tämän työn lopussa.

Oppinäytetyön tutkimuskysymykset ovat:

”Miten Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssissa onnistuttiin asiakkaiden näkökulmasta?”

”Mitä vaaditaan onnistuneelta tapahtumalta?”

”Mitä seuraavan Smart Cities in Smart Regions -konferenssin järjestämisessä täytyy kehittää asiakkaan näkökulmasta?”

Aiheen valinta oli minulle luonteva, koska toteutin syventävän harjoittelun konferenssiorganisaatiossa. Työskentelin projektiorganisaatiossa lokakuusta 2015 alkaen toukokuun 2016 loppuun asti. Työtehtäviini kuuluivat kattavasti eri konferenssin hallinnointia ja järjestämistä tukevat työtehtävät. Toimin projektipäällikön työparina ja tiiviissä yhteistyössä projektin eri sidosryhmiin. Koimme konferenssin projektiorganisaation kanssa asiakaspalautteen analysoinnin olevan organisaation jäsenille arvokasta tietoa jatkossa, kun he rakentavat seuraavaa konferenssia. Asiakkaisiin keskittyvä aihe rakentui luontevasti tämän työn teemaksi. Tapahtumien eri aihealueista on saatavilla yleisesti kattavasti tietoa,

tapahtumakohtainen analysointi on kuitenkin aina tarpeen koska jokaisessa tapahtumassa on omat ominaispiirteensä. Onnistumisen kehittäminen perustuu aina johonkin pohjatietoon, jota jalostaen pystytään kehityskohdetta aidosti kehittämään. Tietoperusta kiteytyy tapahtuma- ja projektialan kirjallisuudesta lisäksi tuen argumentointia hyödyntämällä saamaani tietoa työskennellessäni konferenssissa läpi koko työn.

Tutkimusmenetelmänä toimii konferenssin osallistujille tehty kvantitatiivinen tutkimus. Sähköisen palautekyselyn tarkoituksena on hahmottaa tapahtuman kokonaisuuden onnistumista ja kartoittaa, miten konferenssia voidaan tulevaisuudessa parantaa. Tutkimustuloksien pohjalta on tarkoitus arvioida, mitkä seikat ovat syytä ottaa huomioon seuraavaa konferenssia järjestettäessä.

Työssä kirjoitusmenetelmänä toimii vetoketjumalli. Rakennusmallin tarkoituksena on tuottaa sisältö, jossa tietoperusta ja viitekehys eivät ole opinnäytetyön erillisinä rakenneosina. Asiakokonaisuudet peilataan ensin teorian valossa ja heijastetaan sitten käytännön toteutukseen. Vetoketjumallia käyttäessä kirjoittaja ja lukija saavat työn edetessä selkeän ja oivaltavan kuvan asiakokonaisuuksista. Vetoketjumalli mahdollistaa lukijalle selkeän luettavuuden, joka etenee teorian pohjalta käytäntöön. (Vuorijärvi & Boedeker 2015, 4-9.) Tässä opinnäytetyössä vetoketjumallin tarkoituksena on saada jouhevasti käsiteltyä tämän konferenssin keskeiset osa-alueet teoriaan peilaten, jolloin asiasisällöt säilyvät yhtenäisinä kokonaisuuksina.

## 2 TIETEELLINEN KONFERENSSI

Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssi järjestettiin hyödyntäen tieteellisen konferenssin säädöksiä. Tämän luvun tarkoituksena on luoda lukijalle pohjaymmärrys tieteellisen konferenssin toiminta-ajatuksesta ja avata tieteellisen konferenssin määritelmää sekä kiteyttää konferenssin toimintalinjoja Smart Cities in Smart Regions -konferenssin kokonaiskuvan hahmottamiseksi. Lukijalle on tarkoitus muodostaa yleiskuva siitä, mihin olennaisiin toimintatapoihin tieteellisen konferenssin järjestäminen perustuu. Lisäksi kappaleessa perehdytään miten Smart Cities in Smart Regions 2016 rakennettiin projektin toimintatapoja mukaillen kansainväliseksi konferenssiksi. Tarkoituksena on esitellä konferenssin keskeisimpiä toimijoita konferenssin mahdollistamiseksi.

Ennen kuin lähdän syventymään asiasisältöön, on selkeää käydä läpi opinnäytetyön ydinterminologia. Työssä keskeisinä määritteinä käytetään projektia, konferenssia ja tapahtumaa, jotka kuvaavat kaikki osaltaan järjestettyä Smart Cities in Smart Regions 2016 -kokonaisuutta. Kappaleen tarkoituksena on antaa vastaukset; miten nämä kaikki määritelmät voidaan kohdistaa samaan asiayhteyteen ja kuinka tieteellinen prosessi kytkeytyi toiminnan keskiöön.

### 2.1 Määritelmien avaaminen

IAPCO (International Association of Professional Congress Organizers) on kokouspalvelujärjestö, joka tarjoaa jäsenilleen laadukkaita standardeja ja ammattimaisia toimintakehityksiä kokousalalla (IAPCO 2009). Yleisesti kokousalalla eri kokousmuotojen käsitteiden merkityksen määrittely vaihtelee hieman. Blinnikka ja Kuha (2004, 13-14) käyttävät kirjassaan IAPCO:n määritelmiä eri kokousmuodoista. Conference eli suomennos konferenssi rakentuu asioiden selvittelystä, ongelmanratkaisusta ja keskustelusta. Konferenssille ei ole määritelty tiettyä kestoaikaa, mutta yleistäen se kestää määrätyn ajan sisältäen selkeät tavoitteet. Toinen käytetty termi on kongressi, joka järjestetään säännöllisin väliajoin ja valitun aiheen käsittelyä varten. Osallistujia on sadoista tuhansiin

kokoontumassa saman kulttuurisen, ammatillisen tai muun ryhmäjaon mukaisesti. Kongressi kestää useita päiviä ja koostuu useista samanaikaisista istunnoista. Kesto kansainväliselle kongressille on vähintään kaksi päivää, missä osanottajista vähintään puolet ovat ulkomaalaisia; neljästä eri maasta ja osallistujia on vähintään 30. Molemmat määritelmät ovat kokoustilaisuuksia, joihin soveltuu samoja käytänteitä. (Blinnikka & Kuha 2004, 13-14.)

Opinnäytetyössäni peilaan teoretietoa lähdekirjallisuudesta, joissa käytetään molempia termejä. Tarvittavaa teoriaa sovelletaan myös tapahtuma-alan kirjallisuudesta, koska käsitteenä sana ”tapahtuma” on laaja-alainen yleiskäsite (Kilpeläinen, Kostainen & Laakso 2012, 6), jonka seurauksena tapahtuma-alan teoria soveltuu hyödynnettäväksi tähän opinnäytetyön teoriaosaan. Työssä hyödynnetään lisäksi projektialan kirjallisuutta puhuttaessa Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssista, koska konferenssi lähti kehittymään projektin toimintalinjoja noudattaen. Lahden ammattikorkeakoulu linjasi Smart Cities in Smart Regions:n konferenssiksi, jolloin englanninkielinen vastine on conference. Sisällöllisesti Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssissa oli piirteitä molemmista termeistä.

## 2.2 Tieteellisen konferenssin toimintaprosessi

Järjestettäessä tieteellistä konferenssia, on sille määritelty tietyt toimintavaatimukset. Asiasisällöllisesti konferenssin keskiössä on sen ohjelma, joka rakentuu tieteellisen prosessin tuloksena. Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssissa kaikki halukkaat konferenssiin osallistujat palauttivat 3 500 merkin mittaisen tiivistelmäkirjoituksen eli abstraktin esityksestään. Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssin haki tiivistelmäkirjoituksia niin käynnissä olevista projekteista, tutkimuksista tai muista prosesseista, joista on saatu jo jotain tuloksia esitettäväksi. Abstraktin kirjoittaja piti kohdistaa työn aihe sopivaksi yhteen konferenssin teemoista. Kirjoittajan tai kirjoittajien piti valita, oliko tiivistelmäkirjoituksen aihe tarkasteltu enemmän tieteellisemmästä vai käytännönläheisemmästä

näkökulmasta. Abstraktien lähettäminen ja julkaisuihin osallistuminen mielletään usein vain korkeakoulu- ja yliopistosektoreille, mutta tässä konferenssissa myös erilaisten yritysten, yhteisöjen ja organisaatioiden abstraktit olivat toivottuja. (Aalto 2016.)

Tieteelliseen työhön pohjautuvat jossain määrin kaikki korkeakoulujen tutkijoiden ja muun henkilöstön tekemät julkaisut (TUTKA 2013). Akateemisessa tutkimuksessa tärkein tiedonvälityskanava on tieteelliset julkaisut. Tieteellinen julkaisutoiminta on linjattu korkeakoulujen ja yliopistojen tehtäväkuvaan ja on näin ollen osa Opetusministeriön myöntämää rahoitusmallia. (Suomen yliopistojen rehtorien neuvosto 2009,10; Opetus- ja kulttuuriministeriö 2015a, 70.)

Tutkimustoiminnan tieteellinen vaatimustaso ja tavoitteet poikkeavat toisistaan ammattikorkeakouluilla ja yliopistoilla (Suomen yliopistojen rehtorien neuvosto 2009,10; Opetus- ja kulttuuriministeriö 2015a, 70). Tieteellisen tutkimustoiminnan eri tyyppiset julkaisut ovat yliopistoissa merkittävää toimintaa, jotka tukevat yliopistojen toimintakenttää tieteellisen tiedon sanansaattajina. Julkaisut ovat kansainvälisellä tasolla barometrinä yliopistojen vertailuissa. (Suomen yliopistojen rehtorien neuvosto 2009, 8.) Ammattikorkeakoulun yhtenä ”tehtävänä on lisäksi harjoittaa ammattikorkeakouluopetusta palvelevaa sekä työelämää ja aluekehitystä edistävää ja alueen elinkeinorakennetta uudistavaa soveltavaa tutkimustoimintaa, kehittämis- ja innovaatiotoimintaa sekä taiteellista toimintaa. Tehtäviään hoitaessaan ammattikorkeakoulun tulee edistää elinikäistä oppimista.” (Finlex 2014, 1:4§.)

Karkeasti julkaisut voidaan erottaa kahteen ryhmään niiden käyttötarkoituksen mukaan; ensimmäinen ryhmä koostuu julkaisuista, jotka ovat tarkoitettu edistämään tiedettä sekä tuomaan uutta tietoa. Toinen julkaisuryhmä koostuu tieteellisen tiedon levittämiseen ympäröivässä yhteiskunnassa. Tieteelliseltä julkaisulta vaaditaan tiettyjen ehtojen täyttymistä. Julkaisun on tuotettava uutta tietoa, missä sovelletaan olemassa olevaa tietoa. Julkaisun on oltava todennettavissa eli se on oltava esitettävissä tai siinä muodossa, että toiset tutkijat voivat hyödyntää

tutkimustuloksia. Julkaisukielen ja -kanavan on mahdollistettava, että tutkimus on kaikkien kiinnostuneiden tutkijoiden saatavilla. Julkaistavan tutkimuksen on perustuttava arviointikäytäntöön, jossa yksi tai useampi julkaisun tietävä ulkopuolinen henkilö antaa arvion tekstistä, jolloin puhutaan vertaisarvioinnista. (TUTKA 2013.) Laatu todennetaan tieteellisissä julkaisuissa arvioimalla, yleensä arviointimenetelmänä käytetään vertaisarviointia (Suomen yliopistojen rehtorien neuvosto 2009, 7). Määritelmänä Opetus- ja kulttuuriministeriön (2015b) mukaan konferenssi tai muu julkaiseva taho pyytää tieteellisten julkaisujen vertaisarvioinnissa tieteenalan asiantuntijoita tekemään ennakkoarvion abstraktien tieteellisen julkaisukelpoisuuden ehtojen täyttämistä (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2015b, 3.3).

Ennen tiivistelmäkirjoitusten eli abstraktien lähettämistä valituille arvioijille ne muutetaan anonymimuotoon arviointia varten. Vertaisarviointi mahdollistaa esitysehdotuksien tasapuolisen arvioinnin, koska arvioijat eivät tiedä kenen abstraktia he lukevat ja arviointi tapahtuu ennalta annettujen kriteerien pohjalta, joka mahdollistaa tasapuolisen arvioinnin kaikille. Abstraktit lähetetään vertaisarviointiin valikoiduille asiantuntijoille, jotka julkaisusarjan ohjausryhmä on valinnut eli tässä kontekstissa Smart Cities in Smart Regions -konferenssiorganisaatio. (Aalto 2016.) Vertaisarvioinnissa arvioijan tehtävä on varmistaa ja arvioida työn kattavuus ja teoreettisen viitekehityksen aineisto, luotettavuus ja tarkkuus tutkimuksen toteutuksessa ja tulosten uutuusarvo rinnastettuna aikaisempiin tutkimuksiin sekä tulosten omaperäisyys. Kirjoittajalle vertaisarviointi voi parhaimmillaan tarjota asiantuntijan kriittisen, mutta rakentavan palautteen tulevaisuuden kirjoittamista ja tutkimuksia varten. (Raivio 2006, 16.)

Tieteellisessä tutkimuksessa korkea laatu on keskeinen tavoite, jonka seurauksena käytetään asiantuntijoiden vertaisarviointia. Arvioijien tehtävänä on erottaa ”jyvät akanoista” ja varmistaa, että tutkimuskirjoitus ylittää julkaisukynnyksen. (Raivio 2006, 15–16.) Vertaisarviointiin on myös esitetty kritiikkiä. Arviointiin saa kulutettua hyvinkin paljon työtunteja. Päteviä asiantuntijoita työllistetään ja tästä johtuen ajankäyttöä täytyy

priorisoida, jolloin toivotun ja luvatus aikataulun välille tulee useasti ristiriitoja. Arvioija ei tee lopullista päätöstä tiivistelmäkirjoituksen julkaisemista, mutta vertaisarvioijalla on tärkeä vastuu antaa oma arvio kirjoituksesta. Mikäli arvion saaminen kestää, luonnollisesti se pitkittää koko prosessia. Prosessissa on myös moitittu, etteivät arvioijat pysty arvioimaan erilaisia tutkimuksia niin neutraalisti, etteivätkö heidän omat ennakoasenteensa vaikuttaisi siihen. (Raivio 2006, 18.)

Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssiin haettiin abstrakteja tieteellisemmistä tutkimuksista, mutta myös käytännönläheisemmät esitysehdotukset olivat tervetulleita. Kirjoittaja pystyi valitsemaan tuottaako hän työstään tieteellisen tai käytäntöön pohjautuvan suullisen työn vai posteriesityksen. Työt eroavat toisistaan vaatimustasoisesti siten, ettei posteriesityksessä esitetyn tutkimuksen tarvitse olla vielä valmistunut eli työssä käy ilmi vain osa tuloksista tai esitetyn tutkimuksen ei tarvitse olla niin laaja kuin suullisen esityksen. Tieteellisille ja käytäntöön pohjautuville töille käytetään eri arviointikriteerejä. Kaikki esittäjäehdokkaat kirjoittivat abstraktin ja valitsivat vertaisarvioitaisiinko se tieteellisimmillä vai käytännönläheisimmillä valintakriteereillä suullisen vai posteriesityksen kategoriassa. Työt ovat sisällöltään hieman erilaisia, jonka seurauksena ne arvioidaan eri kriteerien pohjalta. (Aalto 2016.)

Kaikki abstraktit arvioidaan arviointikriteereillä perustuen sen kategoriaan. Vertaisarvioijat voivat myös ehdottaa mihin kategoriaan kirjoitus heidän mielestään kuuluu. Vertaisarvioinnissa sama abstrakti menee luettavaksi useammalle arvioijalle. Saatujen abstraktien pistemääristä muodostetaan jokaiselle työlle keskiarvo. Konferenssille perustettu tieteellinen ohjausryhmä valitsee konferenssiohjelman, pohjautuen abstrakteille annettuihin keskiarvoihin. Kaikki abstraktit eivät pääse konferenssiohjelmaan; osa hylätään täysin tai osalle voidaan ehdottaa esitystä toisessa kategorialuokassa. Hyväksytyjen abstraktien myötä kirjoittajat pääsevät esiintymään konferenssiin. Esittäjillä on konferenssiesityksen jälkeen mahdollisuus kirjoittaa abstraktistaan täysimittainen kirjoitus (englanniksi full paper), joka julkaistaan konferenssijulkaisussa. (Aalto 2016.) Konferenssijulkaisun on oltava

julkisesti saatavilla kaikille. Julkaisuun voidaan hyväksyä vain full paper -esitykset, jotka ovat täysimittaisia kirjallisia versioita konferenssiesitelmistä. (TUTKA 2013.)

### 2.3 Projektista konferenssiksi

Tapahtumajärjestelyjen alkaessa on hyvin useasti vaikeaa hahmottaa työn laajuutta. Tapahtuman järjestämistä kannattaakin verrata projektiin, koska järjestettäessä uutta tapahtumaa toimii tapahtuma tyypillisenä projektityönä. Tapahtumaprojekti syntyy vaihteittaisista osa-alueista (Iiskola-Kesonen 2004, 8). Tapahtuman järjestämistä voidaan verrata projektiin, jolla on samat lainalaisuudet kuin projektityöllä (Jyväskylän yliopisto 2016).

Projekti määritellään tavoitteelliseksi toiminnaksi, jolla on aikarajoitettu tehtäväkokonaisuus (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 24). Ruuska (2007, 19) määrittää lyhykäisyydessään projektin koostuvan vaihtelevasta määrästä ihmisiä ja muista resursseista, jotka ovat koottu yhteen tilapäisesti suorittamaan tiettyä tehtävää. Kun tapahtumaa aletaan kehittää kertaluontoisesta usein toistuvaksi, tapahtumasta tulee organisaation vakituinen osa organisaation toimintaa (Iiskola-Kesonen 2004, 8). Projektille on tunnusomaista sen vaiheistus, jolloin se koostuu limittäisistä osioista ja tämän seurauksena jokaisessa osiossa ovat omat toimintamallit, ongelmatilanteet ja työskentelytapansa. Projektin etenemistä on mallinnettu prosessiksi. Projektimallien vaiheiden lukumäärästä on löydettäessä erilaisia mielipiteitä lähdekirjallisuudessa, mutta yleensä aina malleista on löydettävissä sama asiasisältö ja elementit. (Ruuska 2007, 22.)

Kettusen (2009, 43-44) mukaan kuvio yksi havainnollistaa projektin koostuvan etenevistä vaiheista, jotka seuraavat toisiaan tai voivat olla osittain lomittain tapahtuvaa toimintaa. Tarpeen mukaan voidaan palata edelliseen vaiheeseen. Koko projekti lähtee kuitenkin liikkeelle tarpeen tai idean tunnistamisesta. Jokaiselle vaiheelle on omat välitavoitteet ja työkalut niiden onnistumiselle. Opinnäytetyön tarkoituksena ei ole

syvällisesti avata projektin vaiheittaista etenemistä, koska lähdekirjallisuudesta saisi rakennettua oman tietokokonaisuuden projektin etenemiselle. Nopean läpileikkauksen tarkoituksena on avata lukijalle tapahtumaprojektin vaiheistus ja auttaa näin hahmottamaan paremmin kokonaisuutta.



Kuvio 1. Yleinen kulku projektille (Kettunen 2009, 43).

Projektien tarpeen tunnistaminen syntyy eri tavoin. Tarpeen tunnistettua idea lähtee liikkeelle. Alussa on hyvin tarkasti mietittävä miksi projekti tehdään, millä resursseilla se tehdään ja mitä projektilta odotetaan. Jo pienillä esiselvityksillä on mahdollista vaikuttaa suuresti projektin mahdollisuuksiin onnistua. Useasti ennen suunnitteluvaiheen aloittamista tarvitaan määrittelyvaihe, jonka tavoitteena on määrittää päämäärät ja kartoittaa tehdäänkö työ talon sisällä vai ulkoistetaanko se, mahdollista on jakaa osa työtehtävistä organisaation kesken ja osa ulkoistaa muille toimijoille. Määrittely luo pohjaa syvällisemmän suunnittelulle. Määrittelyvaiheen aikana on tarkoitus selvittää, onko projektia kannattavaa lähteä toteuttamaan eteenpäin. (Kettunen 2009, 49-51.)

Hyvä suunnitelma takaa tukevat raamit alkaa rakentamaan pohjaa tapahtumalle (Vallo & Häyrynen 2012, 158). Huolellisen suunnittelun avulla pystytään arvioimaan tavoitteiden realistisuus ja niiden selkeys. Tavoitteet pystytään paremmin saavuttamaan ja onnistumaan tapahtumassa, kun suunnittelulla löydetään keinot vaiheittaiseen etenemiseen. Suunnitelmallisuus auttaa käyttämään resursseja tehokkaammin. Yleensä suunnittelutyökaluksi otetaan SWOT-analyysi, jossa määritetään tapahtuman mahdollisuudet, uhat, heikkoudet ja vahvuudet. Suunnitteluvaiheessa on hyvä laatia myös suunnitelma projektista, jossa käy ilmi tavoitteet arviointitapoineen, keskeiset

päämäärät, toimenpiteet joilla tavoitteet saavutetaan, organisaatio, toteutusaikataulu sekä projektille varattu budjetti. (Iiskola-Kesonen 2004, 9-10.) Hyvä suunnitelmakaan ei ole täysi tae projektin onnistumisesta, koska projektin edetessä projektiin tulee muutoksia ja päivityksiä (Kettunen 2009, 55).

Tapahtuman laajuus määrittää, kuinka paljon suunnitteluun kannattaa varata aikaa. Suunnitteluun pitää varata riittävästi aikaa, koska se on ajallisesti aikaavievä ja pisin vaihe. Ennen varsinaista tapahtumaa on hyvä varata useita kuukausia kansainvälisen konferenssin suunnitteluun. Suunnitteluvaiheen alussa mukaan kannattaa ottaa kaikki joiden työpanosta tullaan tarvitsemaan tapahtumassa ja sen järjestelyissä. Näin työntekijät saadaan paremmin sitoutettua tapahtumaan ja todennäköisyys tapahtuman onnistumiselle kasvaa. (Häyrinen & Vallo 2012, 158.)

Toteutuksessa on käsillä totuuden hetki. Onnistuakseen, tapahtuma vaatii järjestelyissä mukana olevien eri tahojen saumatonta yhteistyötä. Toteutus voidaan jakaa rakennusvaiheeseen, jossa rekvisiitta ja kulussit pystytetään. Seuraavaksi esirippu aukeaa ja kaiken pitäisi olla valmista itse tapahtumalle, jonka eteen on kulutettu lukemattomia työtunteja. Tapahtuman loputtua on aika konferenssin purulle ja arvioinnille. (Vallo & Häyrinen 2012, 164.) Projektin päätösvaihe koostuu ulkoisista ja sisäisistä toiminnoista, joista kävijöille näkyvin osa on jälkimarkkinointivaihe. Tässä kohtaa on aika kiittää osallistujia ja kerätä palautetta kävijöiden kokemuksista sekä työstää yhteenveto tapahtumakokonaisuudesta. Palautteen ja sen työstämisen lisäksi päättämiseen kuuluu sisäisen palautteen ja mielipiteiden kerääminen sekä kiitosten osoittaminen kaikille yhteistyötahoille. (Vallo & Häyrinen 2012, 181).

Huolellinen dokumentointi kuuluu tapahtuman päättämisvaiheeseen, mikä on erityisen tärkeää varsinkin silloin, kun tapahtuma aiotaan järjestää tulevaisuudessa uudestaan. Seuraavassa tapahtumassa edellisten vuosien suunnitelmat ja ja palauteaineistot ovat tärkeää materiaalia tapahtuman kehittymiselle. (Iiskola-Kesonen 2004, 12.) Projektista

kannattaa jatkoa ajatellen dokumentoida sen havainnot, opit ja yhteenveto (Kettunen 2009, 183).

Smart Cities in Smart Regions 2016 -projektia alettiin työstämään keväällä 2015 ja pyörät alkoivat pyöriä toden teolla syksyllä 2015, kun konferenssin suunnittelua alettiin työstää yksityiskohtaisemmin ja suunnittelemaan konferenssitarjontaa osallistujille. Projektille perustettiin työryhmät ja valittiin ohjausryhmien edustajat. Konferenssin teemat hahmottuivat ja jokaiselle teemalle suunniteltiin asiantuntijat, jotka vastaisivat teemojen sisällöistä. Yhtenäisen viestin takaamiseksi luotiin konferenssille värimaailma ja tunnistettava logo, visuaalinen ilme toteutettiin Lahden ammattikorkeakoulun opiskelijan ammattitaidolla. Ulkoasulle suunniteltiin sisältö eli viestintäsuunnitelma, jossa aikataulutettiin konferenssiviestintä ja määriteltiin myös kolme ydinviestiä kulloisellekin kohderyhmälle. Viestintäsuunnitelma piti sisällään ulkoisen ja sisäisen viestinnän tarkat ajankohdat missä, kenelle ja mitä viestitään. Ohjelman eri osa-alueita työstettiin ohjausryhmissä valittujen asiantuntijoiden avustuksella, josta alkoi muotoutua ohjelmakokonaisuus. Tarkat ajankohdat tieteelliselle prosessille käytiin läpi ja toimintavaiheille nimettiin vastuuhenkilöt. (Montonen 2016.)

Kun suunnittelu oli edennyt, oli aika ryhtyä toteuttamaan suunnitelmia käytännössä. Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssin ollessa ensimmäinen laatuaan, oli konferenssille luotava uusia toimintatapoja kyseistä konferenssia varten. Lahden ammattikorkeakoulun järjestämistä edellisistä kansainvälisistä tapahtumista pystyttiin hyödyntämään jotain toimintarunkoja. Ensimmäinen askel tieteellisessä prosessissa oli abstraktihaku, jotta konferenssiin saataisiin sisältöä pääpuhujien rinnalle. Kaikki työryhmät antoivat osaltaan omat panostuksensa abstraktihaun eri osa-alueisiin. Eri markkinointikeinojen ansioista ja hieman pidennetyllä palautusajalla abstraktihaku sai runsaasti esitysehdotuksia, joita konferenssille valitut arvioijat pääsivät vertaisarvioinnissa arvioimaan. Osallistujamarkkinointi avautui, kun abstraktihaku oli päättynyt. Osallistujamarkkinoinnissa mitattiin konferenssin houkuttelevuutta ja viestisisältöjen purevuutta. Kaikki tapahtumalle perustetut työryhmät

toimivat omilla vastualueillaan tukeakseen tavoitteiden saavuttamista. (Montonen 2016.)

Konferenssi saatiin kasaan asiantuntijuudella, määrätietoisella otteella ja lukuisilla konferenssiin kulutetuilla työtunneilla. Tapahtumatilat tekniikoineen, henkilökuntineen ja ruokineen ostettiin Lahden Sibeliustalolta, jolla on vankka kokemus isojen tapahtumien järjestämisestä. Konferenssin jälkeen purettiin projektissa työskennelleiden kokemuksia ja toteutettiin tässä työssä läpikäytävä palautekysely osallistujille. Kaiken saadun tiedon pohjalta projektiryhmät läpikäyvät analyysit, joiden pohjalta ollaan oppineempia rakentamaan vieläkin onnistuneempi kokonaisuus sisällöllisesti, jossa keskiössä on osallistujien tarpeet. (Montonen 2016.)

#### 2.4 Organisointi ja resurssit

Tapahtumaa järjestettäessä on syytä tarkasti miettiä mitä hoidetaan itse ja annetaanko ulkopuolisten ammattilaisten hoitaa joitain osa-alueita (Blinnikka & Kuha 2004, 62). Tapahtuman järjestämiseksi tarvitaan paljon erityyppistä osaamista, joten innovatiiviset ja eri osaamisalueiden asiantuntijat ovat syytä valita mukaan (Blinnikka & Kuha 2004, 98). Kannattaa miettiä oman organisaation osaamista ja kuinka paljon työntekijöillä on jo nykyistä työmäärää. Projektityöskentely tulee suunnittelun arkityön lisäksi, joten on syytä harkita ketä mukaan ottaa, jotta työmäärä jakautuu tasaisesta ja pysyy realistisena. (Blinnikka & Kuha 2004, 62.)

Projektiorganisaation täytyy olla johtosuhteiltaan selkeä, selkeästi määritellyt panokset ja voimavarat käytettävissään. (Kauhanen ym. 2002, 24.) Projektin henkilöstön on helpompi motivoitua työhön, kun tavoite ja lopputulos ovat tarkasti tiedossa (Kettunen 2009, 54). On erityisen tärkeää, että valitut henkilöt ovat motivoituneita, sitoutuvat projektiin ja ovat onnistumisesta kiinnostuneita (Iiskola-Kesonen 2004, 31). Mikäli organisaation sisältä löytyy tarpeeksi resursseja ja osaamista on yhdessä tekeminen opettavaista ja antoisaa. Haastavaksi organisoinnin tekee,

mikäli kaikki eivät ole sitoutuneita annettuihin työtehtäviin ja työtehtävät kaatuvat muille. (Blinnikka & Kuha 2004, 62.)

Suomessa toimii paljon ammatillisia palveluntarjoajia kokousalalla. Finland Convention Bureau (FCB) on valtakunnallinen markkinointiorganisaatio alalla, minkä toimintaan kuuluu suunnitella käytännönjärjestelyjä ja kansainvälisten kongressien saamista Suomeen. Yhdistyksen tarkoituksena on markkinoida maata ja näin kasvattaa osanottajien sekä kansainvälisten kongressien määrää Suomessa. FCB tarjoaa lisäksi jäsenyrityksille laadukkaita palveluja tarjoamalla koulutusta ja asiantuntemusta sekä apua kehittää suomalaisia kongressipalveluja. Suomi on FCB:n avulla vakiinnuttanut paikan yhtenä suosituimpana kongressimaana kansainvälisten tilastojen mukaan. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 50-51.) Visit Finland:n (2015) mukaan vuonna 2015 Suomessa järjestettiin 700 kansainvälistä kongressia.

Markkinoilla on myös saatavilla muita kongressitoimistoja, jotka markkinoivat tiettyjä kaupunkeja kongressin sijainniksi. Yleisesti niistä käytetään nimitystä Convention bureau eli esimerkiksi Tampere Convention Bureau. Toimistot tarjoavat ilmaista asiantuntemusta ja apua kongressien järjestäjille suunnittelu- ja kutsuvaiheessa. Toimistojen tärkeimpiin yhteistyökumppaneihin lukeutuvat esimerkiksi kuntia, kaupunkeja, yliopistoja ja korkeakouluja. Kolmas tunnetuimmista palveluntarjoajaryhmistä ovat kongressipalvelutoimistot, jotka tunnetaan nimellä Professional Congress Organizer (PCO). PCO-toimistojen tehtäväkuvaan kuuluvat kongressin suunnittelu, käytännönjärjestelyt, kutsuminen, markkinointi ja taloushallinto korvausta vastaan. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 50–51.) Markkinoilla on myös paljon saatavilla kattavasti erilaisia sähköistettyjä kongressijärjestelmiä suunnittelun ja toteutuksen tueksi. Järjestelmät ovat käytännössä hyödyksi muun muassa laskutuksessa, abstraktien hallinnassa, raportoinnissa ja ohjelmasuunnittelussa. (Blinnikka & Kuha 2004, 66-67.)

Mikäli tapahtuma päätetään järjestää oman organisaation voimin, on sille perustettava oma projektiorganisaatio. Projektityöskentelyssä on tärkeää

ennen kaikkea tiimityön merkitys, koska kaikilla täytyisi olla vahva tahtotila saavuttaa yhteinen lopputulos. Tiedotus ja työnjako takaavat, ettei päällekkäisyyksiä tule ja aikataulutuksella pyritään haluttuun lopputulokseen. Tiedonkulku on erittäin tärkeää, jolla varmistetaan ajantasaisuus ja projektissa ajan tasalla oleminen. (Blinnikka & Kuha 2004, 54–55.) Henkilöstön määrä voi projektin eri vaiheissa vaihdella, henkilöt ovat mukana määräjän. On tärkeää, että avainhenkilöt ovat mukana koko projektin ajan. Projektille yleensä perustetaan eri työryhmiä, jolloin heidän vastuualueensa on syytä kartoittaa ennen aloittamista. (Blinnikka & Kuha 2004, 58–59.)

Ainoastaan silloin päästään hyvään lopputulokseen, kun vastuuhenkilöt tekevät yhteistyötä ja ottavat organisaation muut sektorit huomioon. Projektijärjestelyt muodostuvat monista erilaisista sudenkuopista ja tekemättömistä töistä, jotka täytyvät ratkaista. Usein sudenkuopat vaikuttavat samanaikaisesti moneen osa-alueeseen, jolloin tiimityön merkitys korostuu unohtamatta vastuunjako. (Iiskola-Kesonen 2004, 32-33.)

#### 2.4.1 Projektipäällikkö

Organisaation suunnitellessa ja rakentaessa tapahtuman itse, edellyttää se suurta työpanosta ja sitoutumista. Kun kaikki etsiminen, tekeminen ja varmistaminen tapahtuman järjestämiseksi ovat käytännössä organisaation omalla vastuulla, on pätevän projektipäällikön löytyminen avainasemassa. (Häyrinen & Vallo 2012, 62.)

Huotarinen (2012) määrittelee projektipäällikön toimenkuvan ja vastuun koostuvan siitä, että oikeanlaatuinen ja oikeanlainen lopputuote on valmis sovitussa budjetissa ja aikataulussa. Kirjallisuuden mukaan hyvältä projektipäälliköltä vaaditaan useita ominaisuuksia voidakseen johtaa projektia onnistuneesti. Iiskola-Ketonen (2004, 38) toteaa, ettei projektipäälliköltä vaadita yli-ihmisyyttä. Oleellista on, että hän löytää avukseen ammattilaisia ja pitää huolen asioiden etenemisestä sekä delegoi työtehtäviä. Projektipäällikölle on annettava riittävästi valtaa

tapahtumaan liittyvien asioiden päättämiseksi sekä huolehdittava, että hänellä on kaikki tarvittava tieto saatavilla johtaakseen projektia. (Häyrinen & Vallo 2012, 224.) Selkeyden vuoksi on tärkeää kaikille projektin parissa työskenteleville tehdä selväksi kuka projektia vetää ja kenen vastuualueelle kuuluu mitään.

Smart Cities in Smart Regions 2016 -projektipäällikkö Aallon (2016) mukaan tässä projektissa vaadittavia elementtejä olivat organisointi- ja koordinoititaidot sekä vuorovaikutus- ja verkostoitumistaidot. Sujuvan näkyvyyden takaamiseksi tarvittiin markkinointi- ja viestintäosaamista sekä konferenssin virallisen kielen englannin sujuvaa taitoa. Tärkeiksi ominaisuuksiksi nousivat stressinsietokyky, ajanhallinta, järjestelmällisyys, unohtamatta yhteistyökykyä ja määrätietoisuutta Aalto (2016) toteaa.

#### 2.4.2 Projektiryhmät

Olipa kyseessä talon sisäisten työntekijöiden voimin tai yhdessä talon ulkopuolisten yhteistyökumppaneiden kanssa toteutettu tapahtuma, on selkeä työnjako kaiken toiminnan perusta (Aarrejärvi 2003, 19). Työt palastellaan erityisesti isommissa tapahtumissa pienempiin osiin eri projektiryhmille. Tällöin eri projektiryhmien työskentelyä koordinoi projektipäällikkö. On tärkeä varmistaa, että ryhmät käyttävät aikansa tehokkaasti eivätkä käytä aikaa saman asian käsittelemiseen mikäli se ei ole tapahtuman etenemisen kannalta oleellista. (Vallo & Häyrinen 2014, 232.) Eri ryhmien keskinäinen tiedonkulku on oleellisen tärkeää koko projektin ajan (Kettunen 2009, 140). Eri ryhmien lukumäärää kannattaa miettiä kriittisesti. Mikäli ryhmien lukumäärä nousee liian suureksi, vaikeuttaa se jouhevaan kokoontumiseen ja päätöksentekoon. (Aarrejärvi 2003, 20.)

Tapahtuman tavoitteiden ja koon mukaan projektipäällikön apuna työskentelevät projektiryhmät. Ryhmät voivat koostua ihmisistä oman organisaation sisältä, yhteistyökumppaneista, alihankkijaorganisaatioista tai tapahtumatoimistoista. (Vallo & Häyrinen 2014, 232.) Jäseniltä edellytetään sitoutumista, yhteistyökykyä sekä kiinnostusta hoitaa

vastuualueensa huolella (Kauhanen ym. 2002, 33). Saarelma (2002, 17) käyttää kirjassaan nimitystä järjestelytoimikunta, joka on rinnastettavissa projektiryhmä-käsitteeseen. Ryhmien perimmäisinä tehtävinä on pyrkiä lopputulokseen, jossa kongressista jää positiiviset muistot ja valmius aloittaa vastaavanlainen hanke uudelleen. (Saarelma 2002, 19.)

Tieteellisissä konferensseissa tieteellisen ohjausryhmän merkitys on oleellinen; se luo ohjelmarungon, kutsuu yleensä pääpuhujat ja ohjelmien puheenjohtajat sekä huolehtii tieteellisestä prosessista, josta tämän luvun alussa kerrottiin. Kattava asiantuntemus ja edustus on tärkeää saada niiltä osa-alueilta, joita käsitellään tieteellisessä ohjelmassa. (Saarelma 2002, 17.) Kolmantena ryhmänä Saarelma (2002, 17) mainitsee neuvoa-antavan toimikunnan, johon kutsutaan kongressissa käsiteltävien aiheiden maineikkaita vaikuttajia, jolla pyritään saamaan uskottavuutta. Mikäli osanottajia pyritään saamaan tietyistä maista, toimikunnassa on hyvä olla tunnettuja henkilöitä niistä lokaatioista (Saarelma 2002, 18).

Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssissa toimi neljä tapahtumalle perustettua ryhmää; projektiryhmä, kansainvälinen ohjausryhmä, tieteellinen ohjausryhmä ja alueellinen ohjausryhmä, jotka ovat kuviossa kaksi havainnollistettu. Jokaisella konferenssille perustetulla ryhmällä oli omat vastuualueensa hoidettavanaan. Kansainvälinen, alueellinen ja tieteellinen ohjausryhmä koostui kansallisista ja kansainvälisistä ammattikorkeakoulun, yliopistojen, organisaatioiden ja yhteisöjen edustajista. Jäsenet valittiin ohjausryhmiin oikeanlaisen asiantuntemuksen takaamiseksi. Projektiorganisaatio oli neljästä ryhmästä ainoa ryhmä, jossa jäsenet koostuivat vain Lahden ammattikorkeakoulun henkilökunnasta ja koulun yhdestä opiskelijasta. (Montonen 2016.)

Projektiryhmän vastuulla oli päättää kaikki konferenssia koskevat käytännönasiat, jotka hyväksyttiin muissa ohjausryhmissä. Opiskelijoiden opetuksen integrointi osaksi konferenssijärjestelyitä ja itse tapahtumaa koskevat päätökset kuuluivat ryhmän työnkuvaan. Projektiryhmä kokoontui kerran kuukaudessa ja tapahtuman lähestyessä projektiryhmä kokoontui operatiivisten kysymysten pariin kerran viikossa. Kokoukset järjestettiin NiemiCampuksella Lahdessa vuoden 2015 lopusta tapahtuman h-hetkeen asti, ryhmä kokoontui yhteensä 16 kertaa. (Aalto 2016.)



Kuvio 2. Smart Cities in Smart Regions-tapahtumaorganisaatio (mukaillen Iiskola-Kesonen 2004, 32).

Tieteellinen ohjausryhmä nimensä mukaisesti antoi asiantuntemuksensa tieteellisen arviointiprosessin laadintaan ja arvioijien valintaan. Mikäli arvioijien palautteen pohjalta ei oltaisi päästy ratkaisuun valittavista esityksistä, oli näissä tilanteissa kyseisen ohjausryhmän tarkoitus tehdä päätös valittavista abstrakteista, jotka pääsivät osaksi konferenssin ohjelmaa. Ryhmä kokoontui kolme kertaa sovittuina ajankohtina videoyhteyttä hyödyntäen. (Aalto 2016.)

Alueellisessa ohjausryhmässä sovittiin yhteistyöstä alueellisten toimijoiden välille tapahtuman järjestelyihin liittyen ja tiedon jakamisesta sidosryhmille tapahtuman etenemisestä. Sidosryhmien mukanaolo koettiin tärkeäksi, sillä konferenssilla nähtiin olevan oleellinen merkitys Lahden alueen näkyvyyden ja aluekehityksen tukijana. Konferenssin tarkoitus on tukea Lahden mainetta korkeakoulukaupunkina ja auttaa alueellisesti tärkeiden kehityshankkeiden esilletuomista sekä alueen toimijoiden verkostoitumista oleellisten kansallisten ja kansainvälisten osaajien kesken. Alueellinen ohjausryhmä kokoontui neljä kertaa konferenssiasioiden läpikäymiseen videoyhteyttä hyödyntäen. (Aalto 2016.)

Kansainvälisessä konferenssissa neljäntenä toimijana työskenteli kansainvälinen ohjausryhmä. Ryhmän työnkuva oli olla tukena kansainvälisessä viestinnässä, relevanttien kansainvälisten pääpuhujien identifioinnissa sekä kannustaa kansainvälisiä sidosryhmiä mukaan. Keskeisen rooli ryhmällä oli tapahtuman strategian ja tavoitteiden muotoilussa. Selkärankana toimi Lahden ammattikorkeakoulun Honorary Research Fellow -tutkijaryhmä. Ryhmä kokoontui viisi kertaa konferenssiasioiden pariin. (Aalto 2016.)

### 2.4.3 Sidosryhmät

Sidosryhmät voidaan jakaa ulkoisiin ja sisäisiin tahoihin. Sidosryhmiksi voidaan määritellä kaikki ne, jotka vaikuttavat projektiin tai joiden toimintaan projekti vaikuttaa. Toisin sanoen sidosryhmiksi voidaan sanoa olevan kaikki ne, joiden kanssa järjestävä organisaatio on yhteistyössä. Projektin kannalta sidosryhmät ovat todella suuri voimavara. Projektipäällikön ja -henkilöstön tulee kiinnittää huomiota sidosryhmien aktivoimiseen ja ajan tasalla pitämiseen sekä antaa heille kuuluva arvo. Avoin tiedonkulku ja oleellisten asioiden informointi saa sidosryhmät tuntemaan olonsa tärkeiksi ja on edellytys onnistuneelle yhteistyölle. Sujuva tiedotus takaa sidosryhmien ajan tasalla pysymisen ja mahdollisuuden reagoida tilanteeseen omilla tahoillaan. (Vainio 2007.)

Aina ei kuitenkaan ole yksikertaista sitouttaa sidosryhmiä projektiin. Monet tekijät vaikuttavat sitouttamiseen. Yksi tärkeimmistä sitouttamiskeinoista on hyvä viestintäilmapiiri eli tieto kulkee ja sen jakaminen mielletään oleelliseksi. Asenteen merkitys on myös suuri, kun sidosryhmät havaitsevat toteuttajaorganisaation asenteen hyväksi ja asiat etenevät, tällöin sidosryhmät antavat enemmän itsestään. Olisi tärkeää tietää myös sidosryhmien toimintakenttää, joka auttaa sitouttamisessa. Sidosryhmien muodostamista kannattaa tarkasti harkita projektin tavoitteiden ja sisällön mukaisesti. (Vainio 2007.)

Projektin sidosryhmien tarkoitus on antaa projektille jotakin, mutta sidosryhmät haluavat jotain myös vastineeksi. Ulkoisista sidosryhmistä muun muassa eri organisaatiot, tutkimusyhteistyökumppanit sekä erilaiset asiantuntijat ovat yleisiä yhteistyökumppaneita. Organisaation lähtiessä mukaan sidosryhmäksi, yksi tärkeimmistä tavoitteista on osallistujalle tuottaa todellista lisäarvoa. Organisaatiot saavat usein heille tärkeää näkyvyyttä kuulumalla projektiin. (Vainio 2007.) Hyviä sidosryhmäsuhteita on syytä ylläpitää myös projektin päätyttyä. Erityisesti toimintaympäristöissä, jossa toteutetaan jatkuvasti projekteja, on suhteita syytä pitää yllä. Todennäköisesti sidosryhmäsuhteiden ylläpito projektin elinkaaren ulkopuolella maksaa seuraavan projektin yhteydessä itsensä takaisin. (Mäntyneva 2016, 129.)

Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssissa sidosryhmien tärkeys korostui tapahtuman viestijöinä omien verkostojensa ja viestintätyökalujensa kautta. Konferenssi järjestettiin yhteistyössä kuuden pääyhteistyökumppanin kanssa, jotka olivat Helsingin yliopisto, Lappeenrannan teknillinen yliopisto, Lahden Seudun Kehitys LADEC Oy, Manav Rachna -yliopisto, Aalto yliopisto ja Lahden yliopistokampus. Tiivistä yhteistyötä tehtiin myös Lahden kaupungin ja muiden alueen vaikuttajien sekä Lahden ammattikorkeakoulun Honorary Research Fellow -tutkijaryhmän kanssa. Sisäisinä sidosryhminä toimivat Lahden ammattikorkeakoulun henkilökunta ja opiskelijat. Keskeisimpiin toimijoihin kuuluivat lisäksi ohjausryhmien jäsenet, tapahtumapaikan henkilökunta

sekä kaikki muutkin tahot, jotka olivat konferenssin toiminnassa mukana. (Aalto 2016.)

## 2.5 Rahoitus

Kongressin kuluja pyritään kattamaan mahdollisimman paljon osallistujamaksuilla, mutta hyvin harvoin varat riittävät kattamaan koko kongressista aiheutuvaa kuluerää. Kongressijärjestäjille on tarjolla eri rahoituslähteitä, joista voi hakea avustuksia kongressin järjestämiseen erilaisin ehdoin (Rautiainen & Siiskonen 2007, 158.) Riippumaton ja merkittävä asiantuntijaelin tieteellisten seurain valtuuskunta, TSV, tukee tieteenharjoittamista ja tiedepolitiikkaa, jonka tehtävänä on edistää tieteellistä tiedonvälitystä ja julkaisutoimintaa sekä tehdä tunnetuksi tutkimustietoja ja sen käytettävyyttä yhteiskunnassa. TSV myöntää avustuksia muun muassa kansainvälisten tieteellisten konferenssien järjestämiseen. (TSV 2016.)

Sponsorointirahoituksella voi kattaa osan konferenssikuluista. Sponsoroinnilla tarkoitetaan toimintaa, jossa yrityksen tarkoituksena on tukea jotain toimintaa tai yhteisöä. (Rautiainen ja Siiskonen 2007, 160–161.) Teollisuus ja liike-elämän sponsorirahoitukset ovat vaihtoehtoisia rahoituslähteitä kongressin kulujen kattamiseksi (Finland Convention Bureau 4, 2013). Vuonna 2013 tehdyn tutkimuksen mukaan suomalaiset yritykset käyttivät sponsorointiin vähemmän rahaa verrattuna pohjoismaisiin naapureihin (Virkkunen 2013). Mainostajien liiton (2015) sponsorointibarometrian mukaan merkkejä virkoamisesta on havaittavissa.

Sponsorointi on kaikkien osapuolien yhteistyötä ja vastavuoroisuutta, joissa kaikki hyötyvät. Sponsorioiva yritys haluaa myöntämälleen tuelle vastinetta (Sarjolahti 2014). Vastineeksi sponsori yleensä edellyttää näkyvyyttä kongressissa jossain muodossa (Finland Convention Bureau 4, 2013). Vastoin kuin yleisesti mielletään, sponsoroija voi odottaa sopimukselta muuta hyötyä kuin suoraan heidän tuotteisiin ja tai palveluihin kohdistuvaa kilpailulukuvyn kasvua esimerkiksi tarkoituksenaan ylläpitää hyvää julkisuuskuva (Raj, Walters & Rashid 2009, 124).

Tutkimuksen mukaan tärkeäksi valintakriteeriksi sponsoroivalle yritykselle on kohteen aktiivisuus sosiaalisessa mediassa (Mainostajat 2015).

Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssin rahoitus muodostui lipputulojen lisäksi Lahden ammattikorkeakoulun budjetista ja ulkoisista avustuksista. Tapahtumalle haettiin rahoitusta TSV:n kautta kattamaan konferenssista aiheutuvia kuluja. Myös muutamat yhteistyökumppanit muun muassa Lahden kaupunki ja Lahden Seudun Kehitys LADEC Oy tarjosivat tapahtumalle avustuksensa. (Montonen 2016.)

### 3 MÄÄRÄNPÄÄNÄ ONNISTUMINEN

Tämän luvun tarkoituksena on syventyä siihen, mitä onnistuneelta tapahtumalta vaaditaan. Ymmärtääksemme asiakkaan muodostamaa käsitystä onnistuneisuudesta on ensin perehdyttävä, mitkä ovat yleisesti kriittiset tekijät onnistuneelle tapahtumalle, mitkä ovat suorasti kytköksissä asiakkaan mielipiteen muodostamiseen tapahtumasta (mukaillen Liskola-Kesonen 2004, 24.) Luvussa käsitellään lyhyesti myös tapahtuman taloutta, koska budjetti on varsinkin monivuotisen tapahtuman rehellinen onnistumisen mittari (mukaillen Aalto 2016). Saadakseen onnistumisen leiman, ei tapahtuma kärsi ottaa montaa epäonnistumista, mikäli asiakkaat halutaan pitää tyytyväisinä (mukaillen Vallo & Häyrynen 2014, 109). Luvun lopussa käsitellään lyhyesti riskien kartoitusta ja kuinka niitä pystyttäisiin mahdollisimman hyvin ennaltaehkäisemään sekä varautumaan niihin.

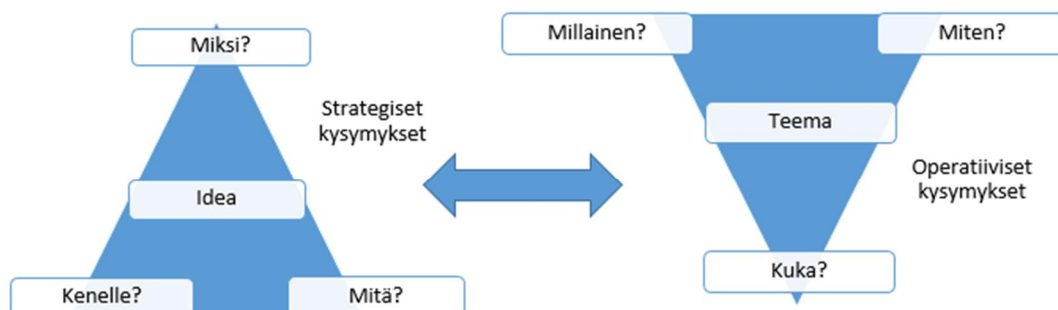
Tapahtuman järjestelmällisen toteuttamisen saavuttamiseksi kannattaa tapahtuman suunnittelun ja toteutuksen alusta alkaen noudattaa projektityöskentelyn periaatteita (Kauhanen ym. 2002, 23). Perinteisesti onnistunut projekti on määritelty niin, että sen aikataulussa ja budjetissa pysytään sekä tapahtuma täyttää sille asetetut laadulliset tavoitteet. Nykyisin on kuitenkin syytä tarkastella projektin onnistuneisuutta moniulotteisemmin. (Lehtimäki 2010.) Tapahtuman onnistuminen koostuu monen asian summasta. Onnistumista voidaan mitata eri näkökulmista katsottuna. (PointProduction 2014.) Ylipäätään onnistumisen määrittelemisen on monimutkaista, koska eri ihmiset voivat mieltää menestyksekkään tapahtuman eri tavalla. (Lehtimäki 2010.)

Projektille kriittisiä menestystekijöitä ovat strategiset asiat. Ylimmän johdon tuki, projektin tavoitteet ja projektinhallinnalliset seikat, kuten resursointi ja aikataulut ovat keskeisiä onnistumiseen vaadittavia elementtejä. Myös monet muut seikat vaikuttavat kokonaisuudessa onnistumiseen. Yleensä projekti jaetaan kahteen onnistumisen osa-alueeseen, projektituotteen onnistumiseen ja projektin hallinnan onnistumiseen. Tiivistettynä tapahtuman voidaan sanoa onnistuneen, kun se täyttää kaikki sille asetetut vaatimukset. (Lehtimäki 2010.)

Suuren kansainvälisen konferenssin suunnittelu on aikaavievä ja työläs prosessi. Onnistumiseen ei pelkästään riitä huolellinen ja ammattimainen valmistautuminen, vaan projektiryhmiltä ja henkilöstöltä vaaditaan täyttä sitoutumista konferenssin toteuttamisessa. Hyvin suunniteltu kokonaisuus ja valmentautuminen antavat järjestäjille mahdollisuuden luottavaisin mielin keskittyä palvelemaan konferenssivieraita. (Blinnikka & Kuha 2004, 184.)

### 3.1 Edellytykset onnistuneelle tapahtumalle

Edellytykset saavuttaa onnistunut tapahtumana, joka kumpuaa ulospäin ja välittyy osallistujille, lähtee tapahtumaorganisaation sisältä. Vallo ja Häyrinen (2014, 109) kuvaavat onnistuneen tapahtuman koostuvan strategisista ja operatiivisista kysymyksistä, johon on osattava vastata ennen kuin tapahtumaa aletaan kunnolla suunnittelemaan. Kuviossa kolme havainnollistetaan kaksi kolmiota, jotka muodostavat kuusi kysymystä.



Kuvio 3. Malli onnistuneelle tapahtumalle (Mukailtu Vallo & Häyrinen 2014, 109)

Tapahtuman onnistumisen edellytyksenä ovat tasapainossa olevat kaksi kolmiota, jotka on esitetty kuviossa kolme. Suunniteltaessa tapahtumaa on jatkuvasti pidettävä mielessä sen teema ja idea, jotka muodostuvat kolmioiden kysymyksistä. Mikäli idea on kadoksissa, on vaarana että ajaudutaan suunnittelemaan pelkkiä teematapahtumia, joiden sisältö on vajavainen ja näin ollen epäonnistunut. Tapahtuman onnistuessa

kohderyhmä kokee saaneensa rahoilleen vastinetta, joissa onnistuneet yksityiskohdat rakentavat kokonaisuuden. (Vallo & Häyrinen 2014, 108-109.)

### 3.1.1 Strategiset kysymykset

Organisaation johdolla tai sillä taholla, jolla on halu tai tarve järjestää tapahtuma täytyy olla vastaus strategisen kolmion kysymyksiin. Idea on tapahtuman punainen lanka, jonka ympärille tapahtuma rakennetaan. Strategisten kysymyksien avulla löytyy yleensä vastaus tapahtuman ideasta. Ideasta voi kehittyä monivuotinen tapahtuma, joka voi muuttua käytännön toteutuksellaan vuosien mittaan tapahtumaidean pysyessä samana. (Häyrinen & Vallo 2014, 109-110.)

#### *Miksi?*

Tapahtuman tavoitteen täytyy olla selkeä, jotta sitä voidaan ylipäätään alkaa rakentaa. Organisaation on osattava vastata strategiseen kysymykseen, **miksi** kyseinen tapahtuma järjestetään. (Häyrinen & Vallo 2014, 103) Smart Cities in Smart Regions 2016 konferenssin idea lähti kehittymään Cambridge-yliopiston professorin Alan Barrellin vieraillessa Lahdessa. Vierailun aikana Barrell tutustui korkeakoulutoiminnan lisäksi Lahden kehitysyritys LADEC:n toimintaan ja erityisesti kaupungin clean tech:n edelläkävijyys sai Barrellin vakuuttuneeksi kaupungin mahdollisuuksista ja potentiaalista olla ”älykäs kaupunki”. Keskustelujen siivittämänä ajatus konferenssista alkoi kehittyä. Älykkäässä kaupungissa uusiutuvien luonnonvarojen hyödyntäminen, energiatehokkuus ja ympäristöä kuormittamattomat ratkaisut ovat keskeisessä roolissa. Ihmisten oikeanlainen toiminta ja eri tahojen yhteistyö ovat älykkään kaupungin edellytys. (Kouvo 2016.)

Tarkoituksena oli tarjota uudentyyppinen tapahtumakokonaisuus, jossa esiteltäisiin tutkimus- ja kokemustietoa. Konferenssin tarkoitus oli luoda matala kynnys osallistumiseen myös ilman aikaisempaa kokemusta tieteellisen konferenssin protokollasta. Konferenssista on tarkoitus tehdä

monivuotinen tapahtuma, joka toimii uusien innovaatioiden kasvualustana. (Aalto 2016.)

Ajatuksen pohjalta ajatus konferenssiverkoston perustamisesta nousi esille. Konferenssille on näin ollen tarkoitus luoda oma innovaatioverkosto, jonka jäsenet tapaavat säännöllisesti jakamaan tietoa älykkäistä ratkaisuista kulloiseenkin valittuun teemaan liittyen. Konferenssissa on tarkoitus vertaisoppia muilta ja päästä innovoimaan uusia mahdollisuuksia eri alueiden erikoistumisien vahvistamiseksi. (Aalto 2016.)

### *Kenelle?*

Keskeisessä roolissa tapahtuman menestymisen kannalta on sen kohderyhmä. Seuraavaksi strategiassa kysymyksessä määritellään vastaus **kenelle** tapahtuma kohdistetaan eli ketkä ovat kohderyhmää. (Vallo & Häyrynen 2014. 104.) Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssin ja myös tulevien konferenssien tarkoituksena on olla eri toimialojen yhteentörmäyttävä ja kohtaamispaikka. Konferenssin kohderyhmään kuuluu kansallisten ja kansainvälisten yritysten, yliopistojen, ammattikorkeakoulujen ja julkishallinnon edustajia. Tarkoituksena on, että eri toimijoiden edustajat saavat jakaa tietoa ja kehittää omaa osaamistaan. (Montonen 2016.)

Konferenssin innovaatioverkoston perustamisen pohjalta kohderyhmäksi tavoiteltiin Triple Helix -mallin mukaista osallistujakattausta, joka tukee innovaatioiden syntymistä. (Montonen 2016.) Kolmoiskierremalli eli Triple Helix -mallikehikko on syntynyt elinkeinoelämän, yliopistojen ja julkishallinnon välisten suhteiden analysointiin. Mallia on alettu käyttää innovaatiokulttuurien kehittämiseksi kansallisessa ja alueellisella tasolla. (Lahtonen & Tokila 2014.)

Ensiaskleet kohti Triple Helix -toimintaa voi alkaa osapuolten yhteistyöstä, jossa eri osapuolet hyödyntävät ydinosaamistaan tarkoituksenaan edistää esimerkiksi alueellista talouskasvua. Yhteistyön syventyessä eri instituutiot alkavat toimia totutun toimintaympäristön ulkopuolella. (Etzkowitz 2008, 8-9.) Vaikka innovaatiotoiminta mahdollistaa

eri instituutioiden toimivan totuttujen työnjakojen ulkopuolella, ei se voi syrjäyttää instituutioiden ydintoimintaa. (Etzkowitz 2008, 19).

Ympäri maailmaa on järjestetty myös Triple Helix -teemaisia konferensseja. Taloudellista kasvua tukee innovaatiotoiminta, johon kyseinen malli pyrkii. Uutta tietoa tuotetaan yhteistyössä Triple Helix -osapuolten välillä esimerkiksi tutkimusryhmissä ja verkostoissa. Mallin pyrkimys on synnyttää alueellisia innovaatioyhteisöjä, joissa eri mukana olevat instituutiot rikkovat totuttuja raja-aitoja ja näin ottavat hoitaakseen toisten instituutioiden rooleja. Esimerkiksi mallissa korostuu yliopistojen rooli kahden muun toimijan rinnalla, jolloin yliopistot ottavat tutkimuksen ja opetuksen rinnalle yhteiskunnassa monia muitakin tehtäviä, muun muassa yrittäjyyden edistämisen. Mallia on kritisoitu vaillinaiseksi eri osapuolien huomioimisessa ja huonosta käytäntöön soveltamisesta. Yhä enenevässä määrin innovaatiot ovat markkinoilla asiakas- ja kuluttajavetoisia, myöskään median voimaa ei tule väheksyä. Näin ollen mallia on täydennetty neljännellä toimijaryhmällä toimivamman kokonaisuuden saavuttamiseksi. (Lahtonen & Tokila 2014.)

### *Mitä, missä ja milloin?*

Seuraavaksi on määriteltävä mitä, missä ja milloin järjestetään. Mitä oikeastaan ollaan järjestämässä ja millainen tapahtuma siitä halutaan kohderyhmälle rakentaa. Tapahtuman ajankohta ja paikka on myös päätettävä. (Vallo & Häyrinen 2014, 104.)

Lahden ammattikorkeakoulu yhdessä kansallisten ja kansainvälisten yhteistyökumppaneiden tarkoituksena oli järjestää kansainvälinen konferenssi, johon osallistuisi vähintään 250 osallistujaa edustaen tieteellisempiä ja käytännönläheisempiä asiantuntijoita Triple Helix -kohderyhmämallin mukaisesti. Konferenssin aiheet rakentuivat kolmen pääteeman mukaisesti, joihin haettiin tieteellisen prosessin kautta niin tieteellisiä tutkimuksia kuin tuloksia käytännön kokeiluista ja hankkeista esitettäväksi joko suullisena tai posteresityksenä. (Aalto 2016.) Tapahtumapaikka ja sen palvelut ostettiin Lahden Sibeliustalolta, joka

tarjosi riittävän isot ja monimuotoiset tilat odotetun 250 osallistujan kestitsemiseen (Montonen 2016).

Konferenssi järjestettiin 2016 toukokuussa 10.–12. päivinä. Ajankohta ajoittui kevään yhdelle kiireellisimmälle kuukaudelle. Saarelman (2002, 22) mukaan sopiva kesto on kolmesta viiteen päivää tieteellisissä ohjelmissa, johon voidaan liittää myös oheistapahtumaa. Ajan ja paikan valinta on tärkeä määrittää potentiaalisten asiakkaiden näkökulmasta (Blinnikka & Kuha 2004, 89). Monien tutkijoiden on vaivattomampi järjestää vapaata pitkäksi viikonlopuksi, esimerkiksi torstaista sunnuntaihin (Saarema 2002, 22). Kansainvälisten kongressien järjestämisessä on syytä tietää myös kansainvälisten vieraiden käytänteet. Kevät on suosittua tapahtuma-aikaa. Mitä aikaisemmin kongressiajankohta on saatu selville, sen paremmin ihmiset osaavat varata kalenterista tilaa sille. (Blinnikka & Kuha 2002, 89–90). Isoa tapahtumaa järjestäessä on syytä pyrkiä pitämään tapahtuma irrallaan muista kilpailevista tapahtumista (Vallo & Häyrinen 2014, 148).

### 3.1.2 Operatiiviset kysymykset

Kun strategisiin kysymyksiin on löydetty vastaus, on seuraavaksi aika perehtyä operatiivisiin kysymyksiin, jotka keskittyvät tapahtuman toteuttamiseen. Sen avulla pyritään löytämään vastaus tapahtuman teemaan. Operatiivisen kolmion sisällöstä on vastuussa projektipäällikkö ja hänen projektiryhmä sekä tilanteesta riippuen muut sidosryhmät. Tämän kolmion tarkoituksena on saada vastaus siihen, mikä on tapahtuman teema. (Vallo & Häyrinen 2014, 108.)

#### *Miten?*

Tapahtumaprosessi vastaa kysymykseen, miten tapahtuma saadaan toteutettua niin, että asetettu tavoite saavutetaan ja **miten** tarvittavat viestit saadaan välitetyksi. Tapahtumaprosessiin kuuluvat suunnittelu-, toteutus- ja jälkimarkkinointivaihe. On myös selvitettävä, miten tapahtuma voidaan järjestää niin, että taataan teeman ja idean näkyvyys läpi koko tapahtuman. (Vallo & Häyrinen 2012, 103.)

Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssille perustetut ohjausryhmät vastasivat projektipäällikön johdolla konferenssin viestin levittämisestä ja tiedottamisesta verkostoissa käyttäen hyödyksi eri kanavia. Pääosin viestintä tapahtui suorien sähköpostiyhteydenottojen ja eri organisaatioiden sähköisten uutiskirjeiden sekä nettisivujen kautta. Myös puhelinmarkkinointia käytettiin tukemaan abstraktihakua. Eri työryhmille asetetut tehtäväkokonaisuudet takasivat, että asetettujen tavoitteiden eteen työskenneltiin tavoitteellisesti. (Aalto 2016.)

### *Kuka?*

Tapahtuman järjestäjällä on aina suuri vastuu. Isännöinnillä on aina suuri merkitys, joka on henkilökohtaista myyntityötä ja vaikuttamista. Jokaisella tapahtumalla on oltava vastuuhenkilöt kuka tai ketkä vastaavat mistäkin. (Vallo & Häyrinen 2012, 104.) Smart Cities in Smart Regions 2016 – konferenssin järjestelyistä vastasivat neljä työryhmää vastuujaikoinen. Itse tapahtumassa isännöitiin projektiryhmän ja Lahden ammattikorkeakoulun opiskelijoiden voimin. (Montonen 2016.)

Vallo ja Häyrinen (2014, 239) määrittelevät hyvien isäntien olevan sitoutuneita tapahtumaan, jolloin he tiedostavat oman roolinsa, kantavat vastuunsa ja ovat asiantuntevia. Isäntien roolit ovat tärkeitä, koska he omalla toiminnallaan edesauttavat tapahtuman onnistumista tai epäonnistumista. Asiakaskohtamiset ovat tärkeitä, jossa vieraille pyritään aina jättämään positiivinen muistijälki. (Vallo & Häyrinen 2014, 239.)

Ulkoisina palveluina ostettiin Sibeliustalolta kokouspaketti, jolloin heidän vastuulla oli huolehtia teknisestä tuesta, tilojen oikeanlaisesta saatavuudesta sekä ruokailuista. Rinnakkaisille sessioille valittiin omat asiantuntijapuheenjohtajat teemoittain. (Aalto 2016.) Aarrejärven (2003, 47) mukaan puheenjohtajan vastuulla on huolehtia, että ennalta sovittu ohjelmajooksutus pysyy aikataulussa. Puheenjohtajan tehtävänä on hallita mahdolliset keskustelut aikataulussa ja aiheessa pysymiseksi. Suositeltavaa on, että puheenjohtajat tapaavat istunnon puhujat yleisesti

ennen h-hetkeä. Tapaamisessa voidaan vielä tarkistaa paikkansapitävä aikataulu ja esiintymisjärjestys (Aarrejärvi 2003, 47.)

### *Millainen?*

Operatiivisen kolmion seuraavassa kysymyksessä on osattava määrittää, millainen tapahtuma tulee olemaan. (Vallo & Häyrinen 2012, 104.)

Kongressin selkärankana toimii tieteellinen ohjelma, jonka on oltava mielenkiintoinen ja uutta tietoa antava. (Saarelma 2002, 28.)

Toiminnallisuus on yhä enenevässä määrin trendinä isommissa konferensseissa, joihin pyritään luomaan keskusteleva ja osallistuva ilmapiiri. Ohjelmalta ja aikataululta vaaditaan aikaa verkostoitumiseen, uusien asioiden omaksumiseen ja ymmärtämiseen. (Rogers 2003, 154.)

Usein osallistuminen konferensseihin on ajallinen ja taloudellinen investointi, jolloin osallistujat haluavat sen olevan tuottoisa ja antoisa (McCabe, Poole, Weeks & Leiper 2000, 247). Ohjelman suunnittelemiseen ja kokoamiseen on syytä varata riittävästi aikaa, jotta pystyttäisiin tarjoamaan kohderyhmille kiinnostava sisältö. Taloudellinen onnistuminen on edellytys riittävästä määrästä osanottajia, joka varmistetaan kiinnostavalla ja kilpailukykyisellä ohjelmalla. (Saarelma 2002, 28–29.)

Tieteelliset ohjelmat rakennetaan yleensä kutsuttavien puhujien esityksistä sekä suullisista ja posteriesityksistä, jotka rakentuvat hyväksytyistä abstrakteista. Kongressit rakentuvat samanaikaisista eri aiheita käsittelevistä rinnakkaissessioista, jotka muodostuvat edellä mainitusta ohjelmasisällöstä. Tapahtumaorganisaatio valitsee jokaiselle sessiolle oman puheenjohtajan, jolla pyritään erityisesti ohjelman sujuvuuteen ja aikataulussa pysymiseen. Vetovastuuseen valitaan ne henkilöt, jotka ymmärtävät asiasisällöstä tarpeeksi kustakin aiheesta. (Saarelma 2002, 28–29.)

Posterisessiossa on näytillä posteriesitykset, jokainen omana julisteenaan. Tässä tilaisuudessa on tärkeää, että esittäjät ovat läsnä posterinsa luona mahdollisia lisäkysymyksiä varten. Työpajoissa eli workshopeissa pyritään sen sijaan löytämään vastaukset tai ratkaisut tiettyihin ongelmiin

työpajamaisesti, ryhmissä työskennellen. Roundtable on samantyylinen tapa vertaisoppia, jossa jokainen vuorollaan kertoo aiheeseen liittyvän esityksen ja näin esitysten jälkeen voidaan yhteisesti keskustella aiheesta. (Saarelma 2002, 30-33.)

Konferensseissa toimivina ohjelmaosioina voivat olla myös paneelikeskustelut, joissa konferenssissa nousseita asioita vertaillaan ja kyseenalaistetaan. Puhujat pääsevät perustelemaan näkemyksiään ja yleisö voi yhtyä keskusteluun puheenjohtajan jakamien puheenvuorojen johdolla. (Blinnikka & Kuha 2004, 100.) Suomessa kongressin järjestäjät järjestävät usein mielellään myös tutustumiskäyntejä laitoksiin ja muihin toimipisteisiin. (Saarelma 2002, 33.)

Kolmepäiväinen Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssi rakentui kolmesta pääteemasta; tulevaisuuden aluekehitys, asukkaat ja kestävä kaupunkikehitys sekä innovaatiot ja älykäs teollisuus, missä jokaisella pääteemalla oli kolmesta viiteen alateemaa. Ohjelman kaksi ensimmäistä päivää rakentuivat kutsutuista pääpuhujista, rinnakkaisista asiantuntijaesityksistä, Lahden kiertotalousjulistuksen allekirjoituksesta ja paneelikeskustelusta. Perinteisten luentoesityksien lisäksi tietoa jaettiin työpajamaisesti workshoppeissa ja roundtable:issa. Kolmantena päivänä osallistujat pääsivät tutustumaan lahtelaisiin edelläkävijäyrityksiin konferenssin teemoihin liittyen, minkä jälkeen esiteltiin Lahden ammattikorkeakoulun oppimisympäristöjä. Konferenssi päätettiin yhteiseen päätöstilaisuuteen, jossa työpajamaisesti hahmoteltiin konferenssille rakennettavaa verkostoa ja kyseltiin osallistujien kokemuksia muista verkostoista. (Aalto 2016.)

### 3.2 Tapahtuma palvelutuotteena

Tapahtuman järjestämisen pohjalla voi olla monia syitä, miksi tapahtuma järjestetään. Yleisesti tapahtuman keskiössä on sen kohderyhmä, jolle sisältöä rakennetaan. Monivuotisen yleisötapahtuman elinehtona on kohderyhmän saaminen paikalle ja saada osanottajat maksamaan

osallistumisestaan. Tästä johtuen on määriteltävä tuote, joka houkuttelee osallistumaan tapahtumaan. (Blinnikka & Kuha 2004, 96.)

Tekes (2009a, 9) määrittelee palvelun toiminnan tai toimintojen yhdistämisenä, jossa palveluntarjoaja pyrkii vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa vastaamaan asiakastarpeeseen. Palvelutuote on dokumentoitu tai vakioitu tuote, joka perustuu palveluun (Tekes 2009a, 9). Tapahtumat voidaan rinnastaa palveluihin, koska molemmat ovat enemmän tai vähemmän aineettomia ja luonteeltaan samankaltaisia. Tapahtumasta jää ainoastaan osallistujalle kokemus, jonka seurauksena jokainen muodostaa oman mielipiteensä tapahtuman onnistuneisuudesta. (Iiskola-Kesonen 2004, 16.)

Yrityskielessä käytetään määritettyä asiakaskokemuksen johtaminen, englanniksi customer experience management. Asiakaskokemuksen johtamisella yritys pyrkii maksimoimaan asiakkaalle tuottaman arvon luomalla merkityksellisiä asiakaskokemuksia. (Löytänä & Kortesus 2011, 12.) Asiakaskokemuksen mallin keskiössä ovat asiakkaan tarpeet. Tunnistettaessa asiakastarpeet voidaan kehittää räätälöityjä tuotteita ja palveluita. (Löytänä & Kortesus 2011, 20.) Yrityksellä on oltava ymmärrys asiakkaan käytännöistä, resursseista ja tavoitteista, jotta pystytään tarjoamaan asiakkaalle arvoa tuottavia ratkaisuja (Löytänä & Kortesus 2011, 21). Asiakkaan saaman arvon merkitys on oltava niin suuri, että hän on valmis maksamaan siitä (Tuulaniemi 2011, 31). Yrityksen on pyrittävä tuottamaan palveluita, jotka kohtaavat asiakkaan tarpeiden kanssa (Korhonen, Valjakka & Apilo 2011, 11). Kyse ei ole kuitenkaan vain rahan ja hyödykkeen vaihdannasta, vaan arvon monipuolisemmasta kokemuksesta. Yksittäinen asiakaskohtaaminen voi antaa asiakkaalle arvoa, vaikka sillä hetkellä raha ja palvelu eivät vaihtaisikaan omistajaa. (Korkman & Arantola 2009, 25.) Asiakaskeskeisyys ja -ymmärrys ovat palvelun tarjoamisessa oleellisessa keskiössä, jotta asiakkaalle osataan luoda oikeanlaista arvoa. (Korhonen ym 2011, 11-12.)

Onnistuneen tapahtuman edellytykset vaativat järjestäjiltä huolellista paneutumista siihen, miten osallistujat saadaan viihtymään.

Palveluajattelua pystytään hyvin soveltamaan tapahtumiin ja näin kehittämään ja johtamaan niitä. Onnistumista ei voi kuitenkaan varmistaa etukäteen, koska osallistujan kokemukset vaikuttavat hänen osallistuessaan tapahtuman onnistumiseen. Tapahtuman ydintoiminnot ja niihin liittyvät muut palvelut ovat syytä miettiä huolellisesti jo suunnitteluvaiheessa, koska silloin ne ohjaavat tapahtumaa päämääräisesti kohti valittuja tavoitteita. (Iiskola-Kesonen 2004, 16-18.)

Palvelun sisältö jaetaan usein ydin-, tuki- ja liitännäispalveluihin. Ydinpalvelu on palvelun tärkein ominaisuus ja syy, miksi asiakas ostaa palvelun. (Tekes; Jaakkola, Orava & Varjonen 2009b, 11-12.) Tapahtuman ydinpalvelu syntyy virallisesta ohjelmasta, joka tuotetaan osallistujille (Blinnikka & Kuha 2004, 97). Ydinaiheita käsitteleviä esitelmiä kutsutaan yleisluennoiksi, jotka muodostavat tieteellisen konferenssin pääohjelman. Yleisluennoilla pääpuhujat esittävät konferenssin aiheeseen liittyviä oleellisia ja merkittäviä kannanottoja tai tutkimustuloksia. Tieteellisessä konferenssissa pääteemoista haarautetaan tietoa lisäluennoiksi eli järjestetään rinnakkaissessioita ydinalueista. Ohjelma voi sisältää myös paneelikeskusteluja, workshoppeja ja poster-näyttelyjä. Näistä rakentuvat tieteellisen konferenssin ohjelma eli ydinpalvelu, joka tuottaa onnistuessaan asiakkaalle arvoa. (Blinnikka & Kuha 2004, 97-100.)

Tapahtuman ydin tarvitsee rinnalleen muitakin palveluja ja toimintoja, joita ilman tapahtuma ei onnistu. Erilaiset toiminnot ja palvelut antavat tapahtumalle myös lisäarvoa. (Iiskola-Kesonen 2004, 17.)

Liitännäispalvelujen tarkoituksena on tarjota osallistujille sosiaalista ja fyysistä lisäarvoa (Blinnikka & Kuha 2004, 97). Oheis-, liitännäis- ja tukipalvelut ovat välttämättömiä ydinpalvelun toimivuudelle. Esimerkiksi ruokailut, taukopalvelut, henkilökunnan palvelut ja sopivat tilat ovat välttämättömiä. Näiden palveluiden lisäksi voidaan tarjota osallistujille oheispalvelujen avulla positiivisia kokemuksia, esimerkiksi tarjoamalla jotain ennenkokematonta ja erilaista. Oheispalveluiden avulla voidaan erottautua edukseen kilpailijoista. (Blinnikka & Kuha 2004, 102-103.) Tyypillisiä oheisohjelmia tieteelliselle konferenssille ovat kaupungin vastaanotto, tervetuloilaisuus ja juhlaillallinen. Ideana tervetulojuhlassa on

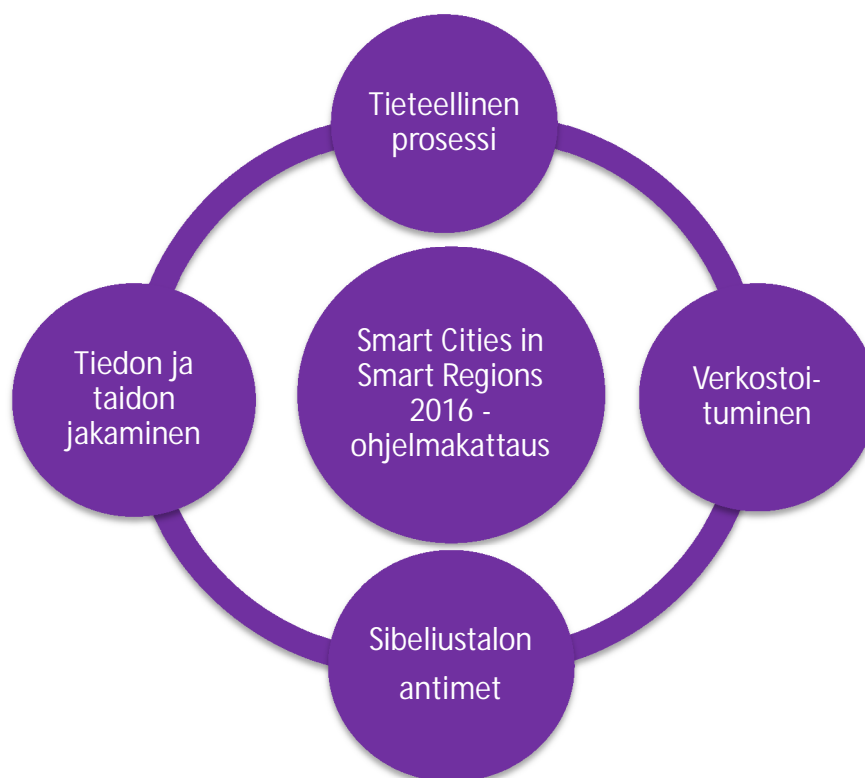
osallistujien tapaaminen ja verkostoituminen. (Blinnikka & Kuha 2004, 104-105.) Oheispalveluohjelmassa on syytä kuitenkin välttää liian tiivistempoista ohjelmaa, jotta osallistujille taataan konferenssin ydinanti. Tavoitteena on tarjota vaihteleva ja virkistävä kokonaisuus, joka tukee selkeää päämäärää. (Blinnikka & Kuha 2004, 102-103.)

Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssin ydintuote muodostui vieraille tarjottavasta tieteellisestä ohjelmasta kolmeen pääteemaan liittyen. Oheispalveluina tarjottiin päivän aikana toteutetut ruokatarjoilut sekä kaksi iltatilaisuutta konferenssin aikana, jossa osallistujat saivat vapaasti verkostoitua ja nauttia tilaisuuden ohjelmasta ja ruokailusta. Kaikille osallistujille tarjottiin sisällöltään sama palvelupaketti, jonka hintaan vaikuttivat milloin konferenssiin ilmoittautui, kuinka moneksi päiväksi ilmoittautui ja oliko osallistuja oikeutettu saamaan opiskelija-alennuksen. Poikkeuksena tästä olivat konferenssiin kutsuvieraat ja Lahden ammattikorkeakoulun opiskelijat, joille konferenssi kuului osaksi opintokokonaisuutta. Aalto (2016) kiteyttää oheistapahtumien ja yhteistyön esimerkiksi Lahden kaupungin ja Cambridge-yliopiston kanssa tuoneen tapahtumalle lisäarvoa. Tapahtuman ylittäessä osallistujan odotukset, on palvelupaketin kaikkien eri osioiden toimittava moitteettomasti. (Blinnikka & Kuha 2004, 97).

Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssin arvoa tuottava palvelupaketti on kuvattu kuviossa neljä. Ydinpalvelu koostui konferenssin monipuolisesta ohjelmakokonaisuudesta. Kuvion ympärille on havainnollistettu konferenssin muut osatekijät, jotka vahvistivat arvon luomista asiakkaalle. Jokaiselle osallistujalle tarjottiin sama kokonaisuus.

Konferenssissa tieteellisen prosessi tarjosi niin esiintyjälle kuin kuulijallekin arvoa. Tieteellinen prosessin tavoitteena on taata kuulijalle laadukasta ja asiasisällöllisesti rikasta ohjelmaa. Esiintyjä saa tieteellisestä prosessista muun muassa palautetta tekemälleen työlle ja osallistuessaan proceedings-julkaisuun julkaisupisteitä. Konferenssiin osallistuessa on tiedon ja taidon jakaminen sekä verkostoituminen osa paikan päällä tarjottavaa arvoa. Konferenssi on hyvä kohtaamispaikka, jossa päästään

innovoimaan uutta ja jalostamaan saatuja oppeja toisten osallistujien kanssa. Sibeliustalo osaltaan tarjosi loistavat puitteet järjestää konferenssi; ihmiset pidettiin tyytyväisinä tilojen toimivuuden lisäksi maistuvalla ruualla. (Montonen 2016.)



Kuvio 4. Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssin arvopaketti asiakkaalle (Mukaiillen Jaakkola, Orava & Varjonen 2009, 12).

### 3.3 Laajennettu palvelutarjonta

Edellisessä kappaleessa määriteltiin peruspalvelupakettia.

Peruspalvelupaketissa ei kuitenkaan käy selville, kuinka asiakasta kohdellaan, miten tarjotaan eri palvelut ja miten asiakas kokee tapahtuman. Onnistumisen varmistamiseksi on oleellista laajentaa peruspalvelupakettia, jonka pohjana toimii palveluajatus. Palveluajatus on toiminnan punainen lanka, joka ohjaa tapahtuman eri osa-alueiden toimintaa. (Iiskola-Kesonen 2004, 18-19.)

Palveluajatuksessa määritellään vastaukset osittain samoihin kysymyksiin kuin strategisessa ja operatiivisessa kolmiossa, jotka käsiteltiin tämän

luvun ensimmäisessä alaluvussa. Tässä luvussa käydään lähdekirjallisuuden avulla läpi kuvion viisi violetilla merkityt aihealueet; viestintä, maine, vuorovaikutus, asiakkaan osallistuminen sekä aika, paikka ja olosuhteet, jotka ovat liskola-Kesosen (2004, 19) mukaan keskeisessä roolissa laajennetussa palveluajatuksessa.



Kuvio 5: liskola-Kesonen 2004, 19. Tapahtuman laajennettu palvelutarjonta

**Viestinnän** tarkoitus on luoda käsitys halutusta aiheesta (Vuokko 2003, 12). Tapahtumassa hyödynnetään paljon perinteistä markkinointiviestintää. (liskola-Kesonen 2004, 22).

Markkinointiviestinnässä pyritään saamaan asiakas tietoiseksi yrityksen viestistä, jonka tarkoitus on vaikuttaa tietoihin ja käsityksiin miten vastaanottaja mieltää organisaation. Suunniteltaessa markkinointiviestintää on tunnettava kohderyhmä, jotta pystyttäisiin maksimoimaan viestisisällön purevuus ja tehokkuus. Erityisesti käytettäessä vierasta kieltä on tärkeää, että puhutaan kohderyhmälle soveltuvalla kielellä. Asiakaslähtöisen markkinoinnin oivallus onkin siinä, että yritys tuntee asiakkaansa. (Vuokko 2003, 12-15.) Markkinointiviestintä

on osa yrityksen markkinointia, joka voi toimia yhtenä kilpailukeinona palvelun tiedottamisessa (Vuokko 2003, 22-23).

Tietoa tapahtumasta voidaan myös välittää suusanallisesti ja vuorovaikutustilanteissa. Näiden viestintämuotojen välillä on kuitenkin eroavaisuuksia. Markkinointiviestintään liittyy lupauksia, joiden todenperäisyys jää asiakkaan ratkaistavaksi ja joita ei aina välttämättä pystytä todellisuudessa toteuttamaan. Suusanallinen viesti liikkuu henkilöltä toiselle ja toimii niin sanottuna puskaradioviestinä, johon osallistuvat yleensä myös henkilöt, jotka eivät ole vierailleet itse tapahtumassa. (Iiskola-Kesonen 2004, 21-22.)

Viestinnälle on valittava sellaiset kanavat, joista parhaiten tavoittaa tavoitellut kohderyhmät. Tärkeänä kohderyhmänä viestinnässä ovat myös eri mediat, joiden teho viestinvälittäjänä tapahtumaa järjestettäessä on suuri. (Iiskola-Kesonen 2004, 64.) Viestintä ja tiedotus ovat aloitettava tapahtumasta hyvissä ajoin, jotta ajantasainen tieto saadaan asianomaisille oikeaan aikaan. Jos tapahtumasta annetaan tieto julkisuuteen, on tiedotuksen aikataulun ja tiedotteiden sisällön suunnittelu aloitettava noin vuosi ennen tapahtumaa ja päätettävä viestintäkanavat. (Aarrejärvi 2003, 93-93.)

Yhtenäisistä markkinointimateriaalien ulkoasuista heijastuu järjestäjien ammattimainen ote ohjelman järjestelyissä. (Saarelma 2002, 64-65.) Markkinoinnissa on syytä miettiä, miten eri markkinointivälineitä käytetään ja miten niissä viestitään, koska sillä voidaan murentaa tai vahvistaa organisaation imagoa ja luoda mainetta (Vallo & Häyrinen 2014, 34). Markkinointitavat toimivat käyntikortteina tapahtumalle, joiden tarkoitus on saada potentiaalinen kohderyhmä osallistumaan tapahtumaan. Mikäli viestiä ei osata kohdistaa oikeille henkilöille oikeassa muodossa, voi muuten hyvin suunniteltu konferenssi kaatua vääränlaiseen markkinointiin. (Saarelma 2002, 64-65.) Vaynerchuck (2016) toteaa puheenvuorossaan, että eri mediat tarjoavat markkinointiähkyn. Haluttu viesti on osattava muotoilla niin, että se takaa tavoitelluille asiakkaille arvoa ja ajan säästöä ostaessaan palvelun.

Järjestävän organisaation **maine** on aina pelissä järjestettäessä tapahtumaa. Myönteisen ja onnistuneen mielikuvan luonut tapahtuma tukee organisaation hyvää kuvaa (Vallo & Häyrinen 2014, 29). Asiakkaan kokemukset ja odotukset vaikuttavat aina tapahtuman maineeseen. Ennen kaikkea henkilökohtaisten kohtaamisien perusteella syntyy maine, mutta siihen vaikuttaa myös kuulopuheet ja muut viestit. Positiivinen maine suojaa virheiltä tiettyyn pisteeseen asti. Selkeä ja hyvä maine kantaa tapahtumaa pitkälle ja saa uudet potentiaaliset asiakkaat ja työntekijät helpommin kiinnostumaan tapahtumasta. (Iiskola-Kesonen 2004, 20-21.)

**Vuorovaikutuksella** on suuri vaikutus siihen, kuinka asiakas kokee tapahtuman onnistuneisuuden. Tapahtumaan osallistuvalla jää mahdollisten kontaktien lisäksi tapahtumasta vain kokemus, jonka perusteella hän arvioi tuleeko hän paikan päälle seuraavan kerran ja millaista viestiä hän tapahtumasta haluaa verkostoissaan jakaa. (Iiskola-Kesonen 2004, 20.) Kohtaamisten, tunteiden ja mielikuvien summasta asiakas muodostaa organisaatiosta kuvan, jota kutsutaan asiakaskokemukseksi (Löytänä & Korteso 2011, 11). Organisaation työntekijät ovat merkittävässä roolissa, kuinka osallistuja kokee vuorovaikutustilanteet. (Iiskola-Kesonen 2004, 20.) Totuuden hetkiksi nimitetään tilanteita, joissa tapahtuman järjestäjä ja osallistuja ovat vuorovaikutuksessa. Tilaisuuden aikana voi olla useampia totuuden hetkiä, jotka vaikuttavat osallistujan mielipiteeseen tapahtumasta. Näin ollen jokaiselle tapahtumassa työskentelevälle on tärkeä korostaa hyvän asiakaspalvelun merkitystä ja yleistä olemusta vuorovaikutustilanteissa. (Iiskola-Kesonen 2004, 23.)

**Asiakkaan osallistuminen** on kriittinen menestystekijä tapahtumissa. Tieteellisessä konferenssissa tärkein anti on korkeatasoinen tieteellinen ohjelma ja sujuvat järjestelyt läpi tapahtumaprosessin. Ohjelman on tarjottava uutta tietoa mielenkiintoisessa muodossa ja riittävästi aikaa vapaaseen keskusteluun kollegoiden ja muiden tapahtumaan osallistuneiden kanssa. (Saarelma 2002, 70.) Aalto (2016) toteaa, että monipuolinen teematarjonta antoi mahdollisuuden esitellä monenlaisia hankkeita; esityshaku veti erityisesti käytännön innovaatiohankkeita.

Strategisessa kolmiossa, joka käsitellään aiemmassa luvussa, käsiteltiin **ajan** ja **paikan** merkitystä konferenssille. Parry ja Shone (2004, 121) painottavat paikan valinnassa lokaation merkitystä. Hyödyksi kannattaa käyttää alan asiantuntijoita, jotta kaikki tapahtuman järjestämisestä koskevat osa-alueet osattaisiin ottaa huomioon lisäksi on osattava arvioida, pystyykö potentiaalinen paikka vastaamaan tapahtuman vaatimiin tarpeisiin. Paikan valintaan kannatta kiinnittää huomiota, koska se on suuressa kytköksessä siihen, miten asiakas mieltää tapahtuman kokonaisuutena. (Shone & Parry 2004, 123.)

### 3.4 Talous

Projektikustannusten arvioinnin pyrkimyksenä on taata kustannustehokkuus ja kannattavuus. Kokonaisuudessaan kustannusten kertymistä voidaan tarkastella vasta projektin toteutuksen jälkeen. Projektikustannuksista on syytä tehdä jo suunnitteluvaiheessa määritelmä, koska suunnitteluvaiheessa tehdään päätöksiä tapahtuman resursoinnista, aikatauluista ja laajuudesta. Toteutusvaiheen edetessä on haastavaa enää säästää kuluissa, koska ne ovat päätetty ja budjetoitu jo suunnitteluvaiheessa. Tapahtuman taloudellisen onnistumisen takaamiseksi on syytä laatia realistinen budjetti ja seurata sen toteutumista tarkasti eri osa-alueiden kohdalta riittävän usein läpi projektin. (Mäntynevä 2016, 75.)

Kannattavassa budjetissa tulot ylittävät menot. Konferensseissa yhdestä keskeisimmistä tuloeristä ovat osallistumismaksut. Yleensä julkisten organisaatioiden tavoitteena on järjestää tapahtumia, joissa ei kuitenkaan tavoitella suurta voittoa vaan pyritään esimerkiksi nollatuloksen saavuttamiseen. (Blinnikka & Kuha 2004, 68-70.) Riskien arvioinnin apuna toimii yksityiskohtaisen budjetin kokoaminen, huomioiden mahdollisimman tarkasti mahdolliset menoerät. Kongressin taloudelle suurin uhka on osallistujamäärän väärin arvioiminen. Ensimmäistä tapahtumaa järjestettäessä on vaikea peilata edellisten vuosien raporteista opitut sudenkuopat ja onnistumisen hetket. Budjetti rakennetaankin aina

pienimmän osallistujamäärän varaan. (Saarelma 2002, 34.) Taloudellisiin seikkoihin on syytä paneutua huolella, koska siihen voi sisältyä myös kauaskantoisia riskejä (Kauhanen ym 2002, 59).

Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssista pidettiin tarkkaa kirjanpitoa menoista ja kuluista koko konferenssin ajan. Ensimmäistä kertaa järjestettäessä edellisen vuoden tulosbudjettia ei ollut suunnannäyttäjänä. Konferenssia alettiin rakentamaan kolmen viitteellisen lipputuloista saatavan tulosbudjetin varaan. Tämän vuoden konferenssi toteutettiin sijoituksena, johon käytetyt rahat maksaisivat itsensä takaisin pitkällä aikavälillä. Tarkoituksena oli rakentaa kokonaisuus, jossa budjetti toimi suuntaa-antavana toiminnan ohjaajana 2016 järjestetyssä konferenssissa. (Montonen 2016.)

### 3.5 Riskien kartoitus

Tapahtumaa järjestäessä ei voi etukäteen varautua kaikkiin yllättäviin tilanteisiin. Riskien kartoituksella voidaan kuitenkin minimoida ja yrittää varautua mahdollisiin ei-suunniteltuihin tilanteisiin. Jo projektisuunnitelmassa on syytä kartoittaa riskit. (Mäntyneva 2016, 131-132.) Suunnitteluvaiheen merkitystä ei voi koskaan korostaa liikaa riskien hallinnan näkökulmasta. Jo suunnitteluvaiheessa on syytä tehdä myös riskianalyysi sudenkuoppien minimoimiseksi. (Kettunen 2009, 56.) Riskianalyysissä tärkeintä on tiedostaa riskit, jotta niihin osataan varautua ja reagoida mikäli tarve vaatii (Blinnikka & Kuha 2004, 127). Hallinnan avulla tunnistetaan riskit ja laaditaan varasuunnitelma (Kettunen 2009, 75).

Riskienhallinnassa käytetään hyödyksi ABC-ajattelua, jossa ensimmäiseksi tiedostetaan riskit eli ne kartoitetaan. Seuraavaksi arvioidaan riskit niiden todennäköisyyden ja merkittävyyden mukaan, joiden pohjalta voidaan tehdä suunnitelmat riskien hallitsemiseksi. Riskien kartoitusta voidaan rakentaa eri tavoilla, yksi tapa on jakaa ne vaiheittain ennen, aikana ja jälkeen.

On mahdollista myös kartoittaa riskejä useammasta eri perspektiivistä, hyödyntäen riskien tunnistamisille tarkoitettujen työkalujen avulla. Riskien tunnistamisen avulla projektiryhmä voi pisteyttää esille tulleet mahdolliset riskit ja näin tehdä tarvittavat toimenpiteet niiden varalle. Riskejä voidaan pyrkiä hallitsemaan monin eri keinoin; toimintoja voidaan ulkoistaa, asian suuruusluokkaa voidaan pienentää tai siihen voidaan vaikuttaa. Omalla suunnittelulla ja toteuttamisella voidaan pienentää osaa riskeistä ilman suuria lisäkustanteita. Riskien hallinnassa on keskeistä kartoittaa, kuinka suuren taloudellisen vastoinkäymisen tapahtuman järjestäjä voi todellisuudessa ottaa. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 54-57.)

Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssissa lähdettiin toteuttamaan visiota, johon oli suuri luotto. Suunnittelu, toteutus ja työjaot jaettiin ammattitaitoisille tekijöille, jolloin koettiin ettei suuremman riskianalyysin kartoitus tuo lisäarvoa konferenssin rakentamiselle. Eri työryhmien tekemiseen ja ammattitaitoon luotettiin, jolloin koettiin että eteen tuleviin ongelmiin ja haasteisiin osattaisiin löytää sopivimmat ratkaisut tilanteiden koittaessa. Sibeliustalolta ostettiin konferenssipaketti, jolloin osa järjestelyistä pystyttiin ulkoistamaan. Konferenssissa annettiin keskeistä vastuuta työryhmille hyödyntää osaamistaan. (Montonen 2016.)

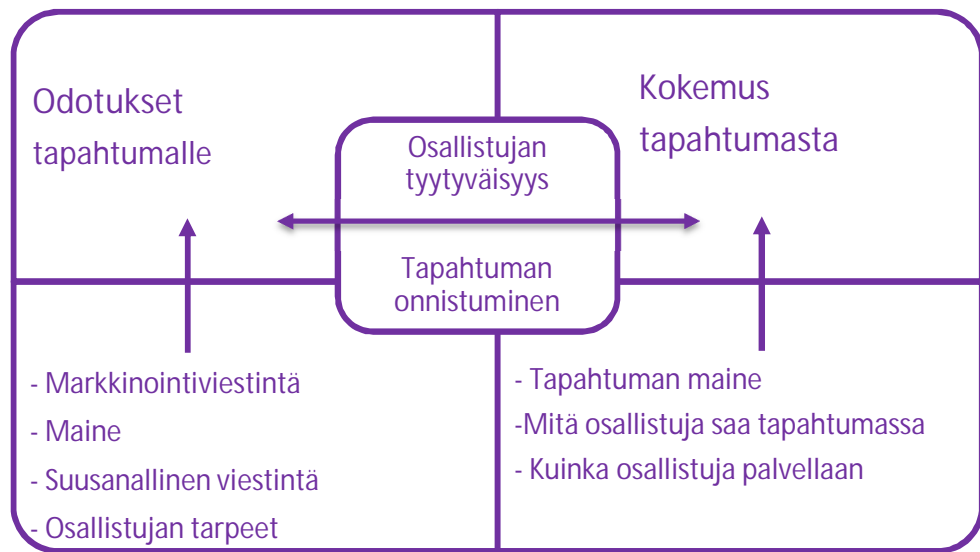
#### 4 TUTKIMUS KEHITYKSEN TUEKSI

Pyrkimys on aina järjestää hyvälaatuisia tapahtumia. Laadun tuomareina tapahtumassa toimivat tapahtuman osallistajat. Tapahtumassa laadun voi jakaa kahteen osaan, tekniseen ja toiminnalliseen laatuun. Tekninen laatu vastaa, mitä asiakas tapahtumasta konkreettisesti saa. Toiminnallinen laatu kehittyy vuorovaikutustilanteista ja tapahtumajärjestäjän toiminnasta, miten häntä palvellaan ja millaisia kokemuksia hän saa. Laatu rakentuu asiakkaan henkilökohtaisiin tarpeisiin, toiveisiin ja kokemuksiin. (Iiskola-Kesonen 2004, 22-23.) Miten tehokkaasti asiakas verkostoituu, miten paljon hän oppii uutta ja miten oivallisia ratkaisua hän löytää ongelmiinsa vaikuttavat lopputuloksen laatuun (Blinnikka & Kuha 2004, 96).

Tapahtuman aikana suurimman vastuun laatumielikuvan muodostamisesta toteuttavat tapahtuman järjestäjät ja työntekijät eri asiakaskohtaamisissa. (Iiskola-Kesonen 2004, 23). Blinnikka ja Kuha (2004, 97) lisäävät, ettei toiminnallisen laadun hyvän lopputuloksen takaamiseksi riitä vain että asiakaspalvelijat hoitavat tehtävänsä hyvin, vaan koko konferenssin paikkakunnan tulisi tarjota osallistujalle konferenssipalvelukulttuuri. Toiminnallinen ja tekninen laatu eivät yksistään riitä ratkaisemaan tapahtuman onnistuneisuutta asiakkaan näkökulmasta (Iiskola-Kesonen 2004, 22).

Suuressa roolissa on myös ulkoisen markkinoinnin vaikutus tapahtuman laatuun ja tapahtuman mielikuvan muodostamisessa. Markkinointi ei saa tuottaa katteettomia lupauksia, jotta täyttämättömät lupaukset eivät tuottaisi pettymystä osallistujille. Tapahtuman mainetta heikentävät tyytymättömät asiakkaat, jotka voivat aiheuttaa kauaskantoisia seuraamuksia. Onnistumiseen vaikuttaa suuresti asiakkaan odotukset tapahtumalle. (Iiskola-Kesonen 2004, 22–23, 25.) Asiakkaan tyytyväisyyden taso määrittää, kuinka onnistuneeksi hän tapahtuman kokee. Asiakas kokee tyytyväisyyttä, kun hänen toiveensa ja odotuksensa täyttyvät. Kuviossa kuusi on havainnollistettu osallistujan tyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä. Tapahtumajärjestäjällä on suuri vaikutus kuviossa

kuusi esitettyihin aihealueisiin, jotka vaikuttavat asiakkaan kokemaan tyytyväisyyden tasoon. (Iiskola-Kesonen 2004, 24.)



Kuvio 6. Osallistujan tyytyväisyyteen vaikuttavat osa-alueet tapahtumassa (Iiskola-Kesonen 2004, 24).

Erittäin keskeinen vaihe on tapahtuman arviointi (Kauhanen ym 2002, 125). Asiakkailta saadut tutkimustulokset ovat aina tärkeää aineistoa. Seuraavaa tapahtumaa suunniteltaessa on järkevää aloittaa edellisen tapahtuman tuottamista opeista ja oivalluksista, jolloin organisaatio pystyy kehittämään toimintaansa. (Vallo & Häyrynen 2012, 180.) Palvelun vastatessa asiakkaan odotuksiin, asiakkaasta voi tulla palvelun uudelleenkäyttäjä. Asiakas välittää tietoa saamastaan hyvästä kokemuksesta myös muille. Asiakkaiden odotukset ovat alati kehittyviä ja voi olla hyvin haastavaa tarkasti tietää, mitä odotuksia asiakkailla on organisaatiota kohtaan. On tärkeää kuunnella asiakkaiden mielipiteitä, jotta osattaisiin vastata asiakkaiden odotuksiin. Yksi parhaista työkaluista asiakkaiden mielipiteiden kuulemiseen on tehdä kohdennettu kyselytutkimus. (Estepon 2011.)

#### 4.1 Määrällinen tutkimus

Tutkimuksella on aina jokin tehtävä tai tarkoitus (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2009, 137). Lähes aina tutkimuksen taustalla on jokin ongelma, joka tarvitsee ratkaisua. Kehittämistutkimuksessa taustalla on prosessi, ilmiö tai asiantila, joka halutaan muutoksen tai kehittämisen jälkeen olevan paremmin. Ongelma voidaan pukea kehittämisen kohteeksi. Ratkaisuun tarvittavien menetelmien valinta perustuu tutkimusongelman täsmentämiseen. Ongelman ratkaisemiseksi tutkija määrittää tiedon ja sen, miten ja mistä tieto saadaan. Keräystä tiedosta analysoidaan ratkaisu pulman selvittämiseksi. (Kananen 2012, 13.) Tavoitteen ollessa selvillä on kehittämisen tueksi valittava jokin menetelmä (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 51).

Menetelmänä tässä opinnäytetyössä käytetään kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta. Määrällisen tutkimuksen tarkoituksena on yleistää. Kvantitatiivisen tutkimuksen ominaispiirteet ovat muun muassa tiedon käsittely ja esittäminen numeroin. (Vilka 2009, 17.) Perusajatuksena on kysyä joukolta tutkittavaa otantaa kysymyksiä tutkimusongelmaan liittyen. Tutkimuksen pyrkimyksenä on tuottaa perusteltua, yleistettävää ja luotettavaa tietoa. (Kananen 2008, 11.) Kvantitatiivista tutkimusta voidaan käyttää kehittämistutkimuksessa, jossa tiedonkeruumenetelmänä hyödynnetään esimerkiksi kyselylomaketta erilaisten mielipiteiden kartoittamiseksi (Kananen 2012, 121). Kysely on yksi tapa kerätä aineistoa (Vilka 2009, 17). Määrällinen tutkimus ja kysely eivät ole sama asia. Usein määrällisessä tutkimuksessa käytetään kyselyä tutkimusaineiston keräämiseen. Kysely sopii aineiston keräämiseen tavaksi, kun tutkittavat ovat hajallaan ja heitä on paljon. (Vilka 2009, 28.)

Tutkijan on otettava huomioon eettisiä kysymyksiä, jotka liittyvät tutkimuksen tekoon. Tutkimuksen teossa eettisesti hyvä tutkimus edellyttää, että tutkija noudattaa hyvää tieteellistä käytäntöä. Lähtökohtaisesti tutkimuksessa tulee kunnioittaa ihmisarvoa. Tutkijan on syytä kunnioittaa ihmisten itsemääräämisoikeutta antamalla mahdollisuus

ihmisten päättää, haluavatko he ottaa osaa tutkimukseen. (Hirsijärvi ym 2009, 23-25.)

#### 4.2 Tutkimuksen toteutus

Tämän opinnäytetyön tutkimus kohdistettiin Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssin 253 kävijälle. Kyselyn tarkoituksena oli selvittää osallistuneiden mielipiteitä konferenssin eri osa-alueiden onnistuneisuudesta ja kerätä kehitysideoita seuraavaa konferenssia varten. Tutkimus toteutettiin sähköisen Webropol-kyselyn avulla, joka lähetettiin sähköpostitse kaikille osallistujille neljä päivää konferenssin jälkeen, maanantaina 16.5.2016. Tapahtumaorganisaatiolla ei ollut käytössä kaikkien Lahden ammattikorkeakoulun opiskelijoiden suoria sähköpostiosoitteita, koska konferenssi oli integroitu osaksi opintokokonaisuutta. Suurin osa Lahden ammattikorkeakoulun opiskelijoista ilmoittautui ohjaavalle opettajalle, jolloin opettaja ilmoitti tapahtumaorganisaatiolle vain opiskelijoiden nimet ja mihin luentoihin he olivat osallistumassa.

Kyselyyn vastanneita oli yhteensä 82 henkilöä. Ystävällinen muistutusviesti lähetettiin kaksi kertaa niille vastaanottajille, jotka eivät olleet vastanneet palautekyselyyn. Kysely pidettiin avoimena heinäkuun 2016 loppuun. Kyselyn viimeinen muistutusviesti lähetettiin kuitenkin jo 23.5.2016. Halusimme pitkällä vastausajalla selvittää hyödyntääkö kukaan vastausmahdollisuutta kesäkuun tai heinäkuun aikana, vaikka kyselystä ei enää lähetetty loppuaikana muistutusviestejä. Harkitsimme palautteen keräämistä myös tapahtumapaikalla eri kävijöiltä, mutta projektiorganisaation kanssa päädyimme toteuttamaan pelkän sähköpostikyselyn.

Sähköiset kyselyt ovat voimakkaasti yleistyneet viime vuosina. Erityisiä vahvuuksia sähköisessä tiedonkeruussa ovat nopeus, edullisuus ja vaivattomuus. Digitaalinen kysely mahdollistaa jatkuvan ja reaaliaikaisen hyödyntämisen ja tiedonkeruun. Toisaalta sähköisten kyselyiden helppous ja hyödynnettävyys ovat synnyttäneet niiden räjähdysmäisen kasvun.

Sähköpostiin ja muihin kanaviin aiheutuva kyselytulva nostattaa vastausväsymystä, joka selittyy alhaisemmilla vastausprosentteilla. (Ojasalo ym 2014, 128–129.) Sähköpostin läpimenoa alentavat sähköpostisuodattimet ja heikko vastaamismotivaatio, jotka ovat yleisimpiä syitä kyselyiden alhaiseen vastaamisprosenttiin. Aktiivisuutta voidaan parantaa erilaisilla keinoilla. Kyselyn lähetys kannattaa ajoittaa aamukuuden ja yhdeksän välille, jolloin viesti sijoittuu sähköpostitilin kärkeen sekä kiinnittää huomiota, miten viestissä tuodaan asiat ilmi hyödyntäen lyhyitä ja ytimekkäitä viestisisältöjä. (Kananen 2015, 216-219.)

Nopeus ja aineiston vaivaton saanti ovat etuja sähköisessä kyselyssä. Aineiston keruulle sähköisessä kyselyssä on esitetty myös kritiikkiä, tutkimuksen teoreettisuutta pidetään vaatimattomana ja pinnallisena. Kyselyssä ei ole varmuutta, kuinka huolellisesti ja rehellisesti vastaajat ovat kyselyyn vastanneet. Väärinymmärryksiä ei voi kontrolloida eikä taata onko vastausvaihtoehdot relevantteja vastaajan näkökulmasta. Kyselyt ovat myös helppo ohittaa, jolloin vastausprosentti pienenee eikä tutkimusaineistosta muodostu välttämättä tarpeeksi kattavaa. (Hirsijärvi ym 2009, 195.)

Kyselyssä kysymysten muoto standardisoidaan eli vakioidaan. Vakioinnilla tarkoitetaan, että kaikilta kyselyyn osallistujilta kysytään samat asiat samalla tavalla ja samassa järjestyksessä. (Vilka 2009, 28.) Virhetulkintojen välttämiseksi kysymystekstit harkitaan tarkasti ja varmistetaan, että vastauskysely on houkutteleva ja vastaajaystävällinen (Kananen 2008, 12). Kyselyn lähetekirjeessä pitää kertoa kyselyn tarkoitus, vastauksen tärkeys ja rohkaista vastaamaan (Hirsijärvi ym 2009, 204).

Tutkimuskyselyssä on syytä onnistumisen määrittämiseksi kysyä konferenssin eri osa-alueista, muun muassa puhujien esityksistä, posterinäyttelyn tasosta, konferenssipaikan järjestelyistä, yleisjärjestelyiden toimivuudesta, henkilökunnan palvelun tasosta ja oheisohjelman kattavuudesta. (Saarelma 2002, 90.) Smart Cities in Smart Regions:n kyselylomake oli rakennettu yhteensä 19 kysymyksestä.

Kysymystyydit muodostuivat avoimista ja monivalintakysymyksistä. Kyselylomakkeesta pyrittiin tekemään helposti vastattava. Kyselystä vain osa kysymyksistä olivat pakollisia. Kaikki kyselyn avoimet kysymykset olivat vapaavalintaisia. Konferenssin virallinen kieli oli englanti, joten kysely toteutettiin samalla kielellä. Kokonaisuudessaan palautekysely löytyy tämän työn lopusta, liitteenä yksi.

#### 4.3 Aineiston analysointi

Kyselyn vastauksien keräämisen jälkeen oli aika vastauksien työstämiselle ja analysoinnille. Vastaukset kerättiin Webropol-kyselytutkimustyökalulla. Kaikki vastaukset tallentuivat Webropol-kyselykansioon, josta vastaukset löytyivät kysymyiskohtaisesti. Kyselyraportin avulla vastauksien tarkasteleminen oli sujuvaa. Webropol-työkalu mahdollisti aineiston analysoinnin ja vertailun. Luontevaa aineiston analysoinnin kannalta oli siirtää kaikki avoimet vastaukset Exceliin jaotellen vastaukset aiheittain. Avoimien kysymysten analysoinnissa jaoin vastaus vastaukselta kaikki saman teeman alle tulleet vastaukset aihekohtaisiksi nipuiksi. Kun avoimet vastaukset olivat niputettu kategorioittain, oli selkeää alkaa analysoimaan kyselystä nousseita tuloksia.

Monivalintavastauksien purkaminen oli yksinkertaista, koska niistä sai suoraan selville jakaumat vastausvaihtoehdoittain. Kysely sisälsi myös avoimien vastauksien mahdollisuuksia, jossa vastaajat saivat vapaammin kertoa kokemuksia kysytyistä aihealueista. Seuraavan luvun tulokset-osiossa on muodostettu havainnollistavia kuvia kyselyn aineistosta kerätyn tiedon pohjalta, jotka auttavat lukijaa hahmottamaan aineiston sisältöä.

## 5 TULOKSET JA KEHITYSIDEAT

Tässä luvussa käsitellään ensimmäistä kertaa Lahdessa järjestetyn Smart Cities in Smart Regions 2016 -tapahtumakokonaisuudesta kerättyjen kyselytutkimuksen tuloksia. Tutkimustulokset pohjautuvat konferenssivieraille tehtyyn asiakastyytyväisyyskyselyyn. Kyselyn tarkoituksena oli selvittää miten osallistujat kokivat konferenssin eri osa-alueet. Tutkimuksessa nousseiden tuloksien perusteella on tarkoitus selvittää, miten seuraavasta konferenssista voidaan tehdä vielä enemmän kohderyhmiä palveleva kokonaisuus. Pohjana kehitysideoille toimii luvussa kolme esiintyvä Vallon ja Häyrisen kuvio onnistuneelle tapahtumalle, joka muodostuu kahdesta kolmiosta.

### 5.1 Tulokset

Tulokset perustavat Lahdessa 10.-12.5.2016 järjestetyn Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssin osallistujille lähettyyn sähköiseen palautekyselyyn. Kyselytuloksien arvioinnin tarkoituksena on avata millainen oli vastaajien vastaajaprofiili, mihin päiviin konferenssissa osallistuttiin, miten järjestelyt toimivat, kuinka helppoa eri ohjelmaosuudet oli löytää konferenssiohjelmasta, henkilöstön palveluallttius konferenssissa, mitkä olivat konferenssin keskeisintä antia sekä millaisena konferenssin tulevaisuus koetaan vastaajien näkökulmasta. Kysely sisälsi yhteensä 19 kysymystä, joista kuusi mahdollisti avoimen vastauksen. Keskimäärin avoimissa vastuksissa oli 32 vastausta per avoin vastaus. Kaikkia avoimia vastauksia ei ole yksittäin käyty läpi, vaan ne on yhdistetty osaksi monivalintavastauksia, asiakokonaisuuksittain. Vastauksien perusteella on tarkoitus löytää, miten konferenssissa onnistuttiin ja miten vaillinaisuuksista voidaan kehittää onnistumisia seuraavassa konferenssissa loistavan konferenssikokemuksen mahdollistamiseksi.

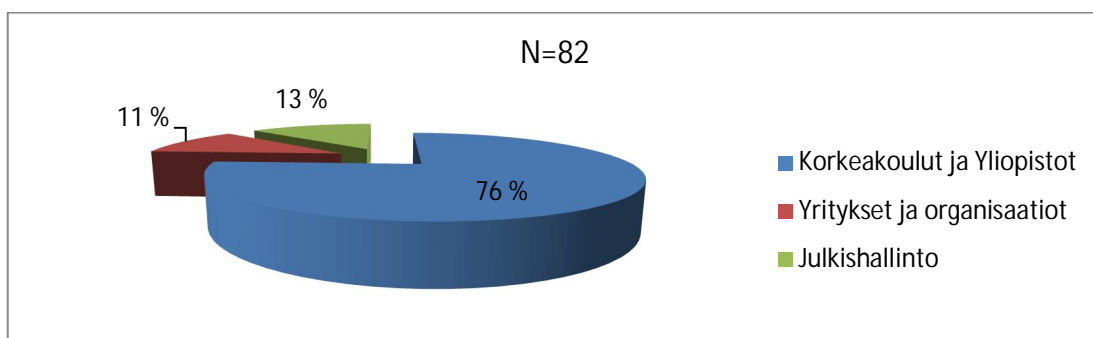
Yhteensä kolmepäiväisessä konferenssissa vieraili 253 osallistujaa kansallisesti ja kansainvälisesti ammattikorkeakouluista, yliopistoista, yrityksistä ja julkishallinnon organisaatioista. Konferenssissa oli osallistujia 15 eri maasta. Ulkomaalaisia konferenssissa oli noin 20 prosenttia koko

osallistujamäärästä. Koko konferenssiin osallistui 41 ulkomaalaista Lahden ammattikorkeakoulun ulkopuolelta. Konferenssin jälkeen lähetettyyn kyselyyn vastauksia saatiin yhteensä 82, joka on noin 33 prosenttia kaikista konferenssiin osallistuneista. 65 prosenttia vastanneista oli naisia. Kyselyyn vastanneista 30 prosenttia oli ulkomaalaisia.

Eniten vastauksia kerättiin kyselyn ensimmäisenä lähetyspäivänä 16.5.2016, jolloin saatiin 29 prosenttia kaikista vastauksista. Toinen virtapiikki syntyi 23.5.2016 toisen muistutusviestin lähetyksen jälkeen, jolloin vastauksia tuli 16 prosenttia koko vastaussaaliista. Loput vastauksista saapuivat tasaisesti toukokuun loppuun mennessä ja kesäkuun alussa kysely sai kolme viimeistä vastausta. Viimeinen vastaus saatiin 15. kesäkuuta. Pitkä vastausaika 31.7.2016 saakka ei tuottanut tälle kyselyllä tavoiteltuja lisävastauksia.

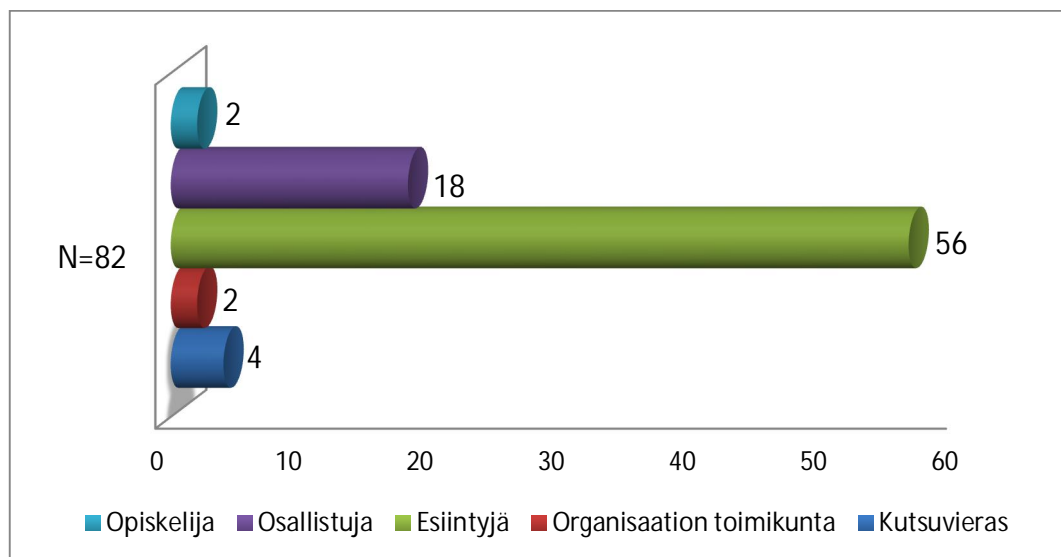
Enemmistö kyselyyn vastanneista oli korkeakoulujen ja yliopistojen edustajia. Loput 20 vastaajaa jakautuivat melko tasaisesti kuvion seitsemän osoittamalla tavalla. Konferenssin tarkoitus oli tuoda Triple Helix -mallin mukainen osallistujakokoonpano, jossa eri ammattikuntien edustus olisi jakautunut tasaisesti eri edustajien kesken. Niin kuin kuvio seitsemän osoittaa, kyselyyn vastausprosentti oli alhaisempi yritysten ja organisaatioiden sekä julkishallinnon edustajien puolesta.

Kuvion seitsemän mukaan konferenssin vastaajat olivat painottuneet ammattikorkeakoulu- ja yliopistosektorille. Myös avoimissa vastauksissa havaittiin korkeakoulujen ja yliopistojen enemmistöedustus. Seuraavan konferenssiin toivottiin lisää kansainvälistä edustusta eri ammattikunnista.



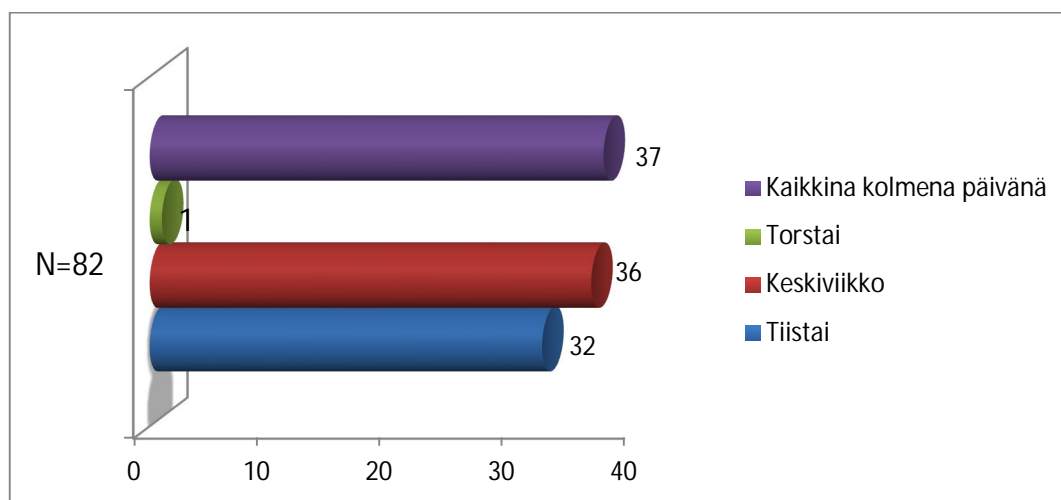
Kuvio 7. Vastanneet kohderyhmittäin

Suurimmalla osalla vastanneista oli esitys konferenssiohjelmassa, niin kuin kuvio kahdeksan osoittaa. Konferenssikysely lähetettiin myös muutamalle konferenssin ydintiimissä työskennelleille, koska he havainnoivat konferenssia vieraan näkökulmasta katsottuna. Vastausprosentti jäi alhaiseksi opiskelijoiden kohdalta.



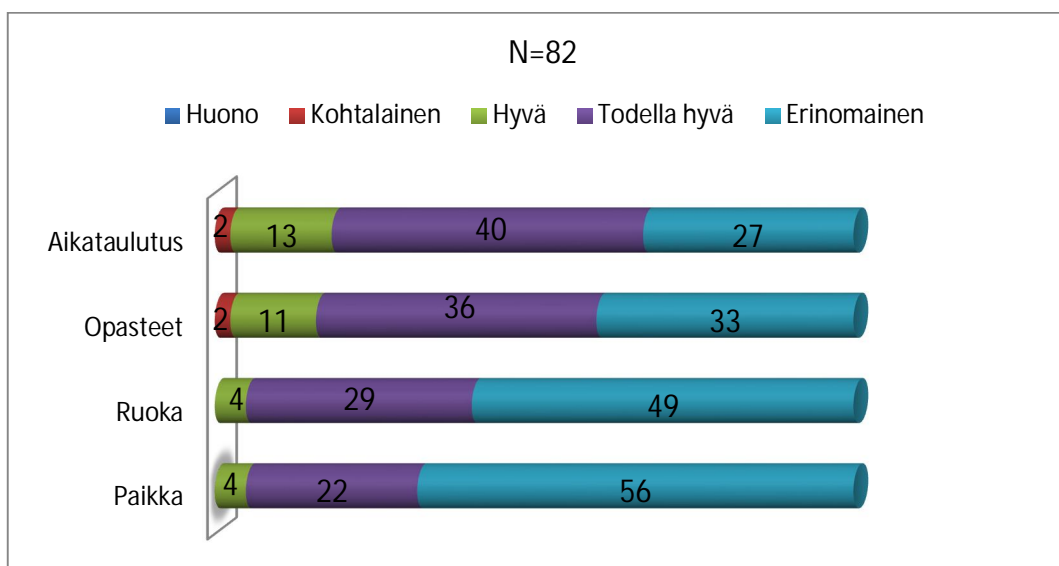
Kuvio 8. Vastanneiden rooli konferenssissa

Konferenssiin myytävät liput oikeuttivat osallistumaan kaikkiin kolmeen päivään tai yhteen vapaavalintaiseen päivään. Torstai jäi yksittäisenä päivänä alhaisimmaksi vierailupäiväksi. Muut vaihtoehdot jakautuivat tasaisesti kuvion yhdeksän osoittamalla tavalla.



Kuvio 9. Konferenssin osallistumisen ajankohdat

Eri osa-alueiden järjestelyt saivat enemmistöltä vastanneista erittäin hyvää tai erinomaista palautetta. Heikompia arvioita saivat kuitenkin myös aikataulut ja opasteet, jotka voidaan todeta kuviosta 10. Avoimista vastauksista parannusehdotuksia annettiin tiukalle aikataulutukselle. Aikataulu oli vedetty melko tiukalle, jolloin vapaampaa aikaa ei ollut konferenssipäivissä. Iltatilaisuudessa oli mahdollisuus verkostoitua ja tutustua muihin osallistujiin enemmän, joka sai kiitosta konferenssivierailta avoimissa vastauksissa. Konferenssi toteutettiin kolmessa eri toimipisteessä. Osa osallistujista koki opasteiden antaneen liian vähäistä informaatiota liikkumiseen kohdepisteiden välillä.

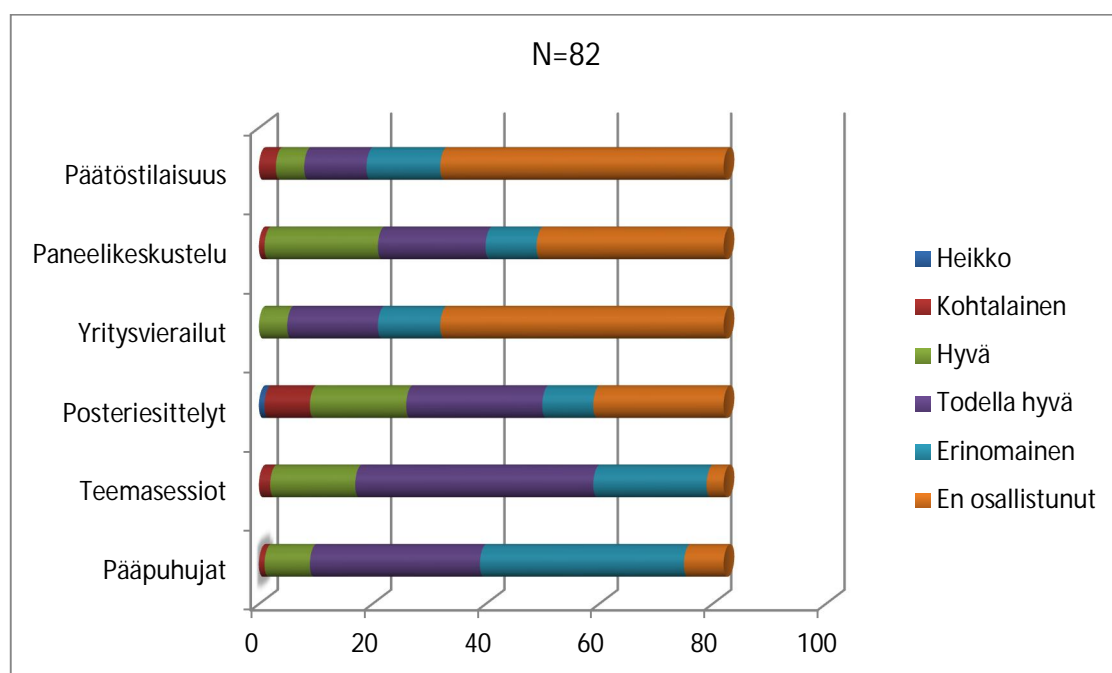


Kuvio 10. Järjestelyjen toimivuus

Konferenssissa oli yhteensä 105 esitystä, joista suullisia esityksiä oli 70, posteriesityksiä 27 ja pääpuhujien puheenvuoroja konferenssissa oli kahdeksan. Konferenssi koostui kolmen pääpäivän ympärille, joista tiistai ja keskiviikko koostuivat rinnakkaisista asiantuntijaesityksistä, pääpuheenvuoroista, paneelista ja Lahden kiertotalousjulistuksen allekirjoituksesta. Torstaiamupäivä vietettiin yritysvierailuilla, joista osallistuja sai valita viidestä vaihtoehdosta mieluisimman. Vierailujen jälkeen FelmanniCampuksella oli vuorossa Lahden ammattikorkeakoulun oppimisympäristöesittelyt, jonka jälkeen konferenssi päätettiin yhteiseen päätöstilaisuuteen. Ohjelmakattaus oli laaja. Ohjelmakuvaukset oli

saatavilla sähköisessä muodossa konferenssin nettisivuilla sekä ohjelmaa jaettiin sähköisessä muodossa. Paikan päälle ohjelmaa tulostettiin paperiversiona, mutta pyrimme alusta asti minimoimaan tulosteiden määrää.

Kuvio 11 osoittaa, ettei riittävää informaatiota osattu tuoda tarpeeksi vahvasti esille. Yhden alhaisimman arvosanan sai posteresityksien olematon informaatio. Kohtalaisiakin eli toiseksi huonoimpia arvioita saivat kaikki muut ohjelmakokonaisuudet paitsi yritysvierailut. Enemmistö vastanneista eivät olleet osallistuneet johonkin kyseisistä ohjelmaosuuksista, minkä osoittaa oranssi väri kuviossa 11. Avoimissa vastauksissa toivottiin enemmän tietoa puhujien taustoista. Esiintyjät toivoivat avoimissa vastauksissa saavansa enemmän käytännön tietoa esiintymisestä ja sen sisällöllisistä vaatimuksista, jolla olisi saavutettu yhtenäisempi linja jokaisessa sessiossa.

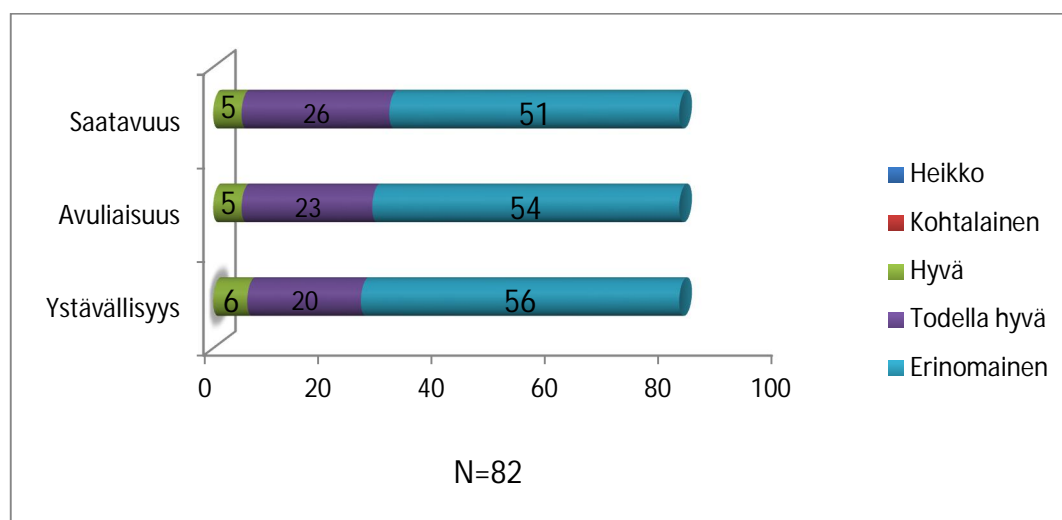


Kuvio 11. Ohjelmakokonaisuuksien löydettävyys ohjelmasta

Avoimissa vastauksissa vastanneet saivat kertoa heidän mielestään mielenkiintoisimman teeman konferenssissa, mihin vastasi 46 henkilöä. Konferenssi rakentui kolmen pääteeman ympärille, jossa jokaiselle pääteemalle oli alateemat. Suurin osa vastanneista kertoi B-teeman

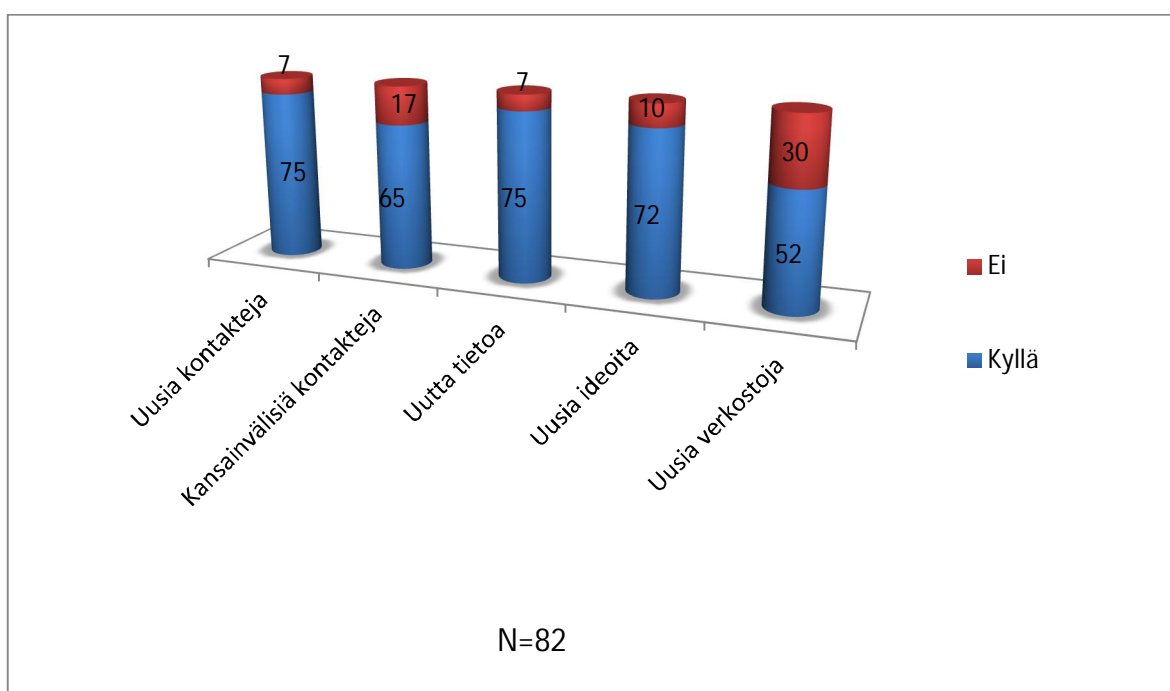
”Citizens and Urban Sustainability” olleen mieluisin. Loput vastaukset jakautuivat tasaisesti A-teeman ”Future Development of Regions” ja C-teeman ”Smart Industry and Innovation” kesken. Parannusehdotuksina avoimissa vastauksissa toivottiin kuitenkin selkeyttä ohjelmakokonaisuuteen. Useat vastaajat kokivat ohjelmakokonaisuuden liian laajaksi, joka heijastui osittain esityksien tasoon. Vastaajat toivoivat selkeämpää ja yhtenäisempää kokonaisuutta, jossa päästäisiin syventymään tiettyjen aiheiden pariin. Ohjelman monimuotoisuus sai osalta osallistujilta kuitenkin kiitosta. Smart City -teema olisi useamman vastaajan mielestä voinut enemmän näkyä myös esityksien ulkopuolella, esimerkiksi mahdollisuutena seurata konferenssia virtuaalisesti. Konferenssin hinnoittelu nousi myös esille avoimissa vastauksissa, jossa hinnoittelu koettiin liian korkeaksi esiintyjien ja opiskelijoiden kohdalla.

Konferenssissa pyrittiin maksimoimaan henkilöstön saavutettavuus koko konferenssirakennuksessa. Sibeliustalolle ulkoistettiin osa palveluista, jolloin heidän palveluihin sisältyivät heidän oma henkilökuntansa. Lahden ammattikorkeakoulun opiskelijoita oli auttamassa eri työtehtävissä konferenssin kolmena päivänä. Kyselyyn vastanneiden mukaan oikeanlainen palvelualltius oli vähintään hyvällä tasolla. Enemmistö vastanneista sai mielestään erinomaista kohtelua kuvion 12 perusteella.



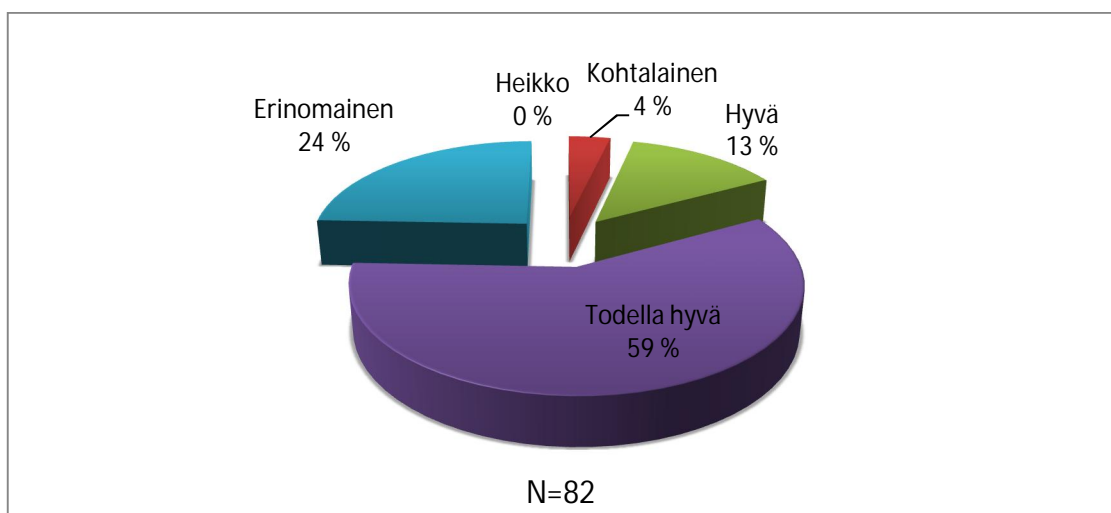
Kuvio 12. Henkilöstön palvelualltius konferenssissa

Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssin tarkoituksena oli jakaa uusia ideoita ja tietoa osallistujille. Konferenssille on tarkoitus perustaa oma verkosto, jossa konferenssi toimisi uusien ideoiden ja tietojen kasvualustana. Vastanneiden mukaan vuoden 2016 konferenssi antoi enemmistölle uusia kontakteja, tietoa, ideoita ja verkostoja. Alhaisimmaksi jäi kuitenkin uusien verkostojen anti kuvion 13 mukaan. Avoimissa vastauksissa kiiteltiin niitä hetkiä, jossa pääsi tutustumaan muihin osallistujiin. Aikaa kaivattiin kuitenkin lisää verkostoitumiselle ja osallistaviin ohjelmakokonaisuuksiin.



Kuvio 13. Anti konferenssissa

Kokonaisuutena konferenssi sai erinomaisen vastaanoton. Enemmistö vastanneista antoi konferenssille toiseksi parhaan arvion, mikä todentuu kuviossa 14. Kuitenkin kolme vastaajista koki, että konferenssi ylsi vain kohtalaiselle tasolle. Avoimien vastauksien perusteella enemmistön mukaan tapahtuman kohokohta oli konferenssin pääpuhujat. Selviksi kohokohdiksi nousivat myös yritysvierailut sekä eri ohjelmakokonaisuudet.



Kuvio 14. Konferenssin saama kokonaisarvio

Tulevaisuudessa konferenssi koetaan toimivan parhaiten kaksipäiväisenä ja yhdellä iltatilaisuudella, toteavat enemmistö kyselyyn vastanneista. 49 vastaajaa 82 vastaajasta ilmaisee suoraan olevansa kiinnostunut saapumaan konferenssiin seuraavanakin vuonna. Vastaajista noin 38 prosenttia kertoo ehkä saapuvansa paikalle. Kaksi vastaajista toteaa, ettei aio saapua paikalle seuraavana vuonna. 68 vastaajaa on kiinnostunut kuulemaan lisää konferenssille perustettavasta verkostosta ja 77 vastaajaa on halukkaita kuulemaan jatkossakin tietoa Smart Cities in Smart Regions -konferensseista.

Yhteenvetona voidaan todeta vuoden 2016 konferenssin olleen vastaajien mukaan onnistunut kokonaisuus; enemmistö vastanneista on kiinnostunut saapumaan ensi vuonnakin paikalle. Vapaan sanan avoimien vastauksien poimintoja:

” I really enjoyed the conference and had a great opportunity to meet with many wonderful people – academics, students, city authorities and industry.”

” Besides the beautiful location of the conference, worth mentioning is the excellent work of the organizers. The conference provided an excellent source of current research and future networking opportunities.”

Tämäkään konferenssi ei kuitenkaan ollut niin onnistunut, ettei kehittämislle olisi varaa. Laaja teema mahdollisti jokaiselle jotakin, mutta kehitystä toivottiin keskittyneempään asiakokonaisuuteen teemoissa. Triple Helix -toiminnan kokonaisvaltaisempaa edustusta ja kansainvälisempää osallistujakuntaa peräänkuulutettiin. Aikataulutus ja selkeämpi informointi olivat keskeisiä parannusehdotuksia. Kävijämäärän kohdalta tavoitteeseen päästiin, mutta laaja ja kolmepäiväinen ohjelma hajaannutti ihmiset toisistaan. Verkostoitumiseen ei oltu varattu ohjelman puolesta riittävästi aikaa. Iltilaisuuksissa ihmiset kokivat, että heillä oli aikaa verkostoitua.

## 5.2 Kehitysideat

Tässä luvussa tartutaan vastauksissa nousseisiin kehitysehdotuksiin. Suurennuslasin alle otetaan epäkohtia, joita nousi kyselyn eri osioissa ja perehdytään niihin tarkemmin. Tarkoituksena on löytää nousseisiin epäkohtiin kehitysehdotuksien avulla ratkaisu, jotta seuraavassa konferenssissa kyseiset tilanteet voitaisiin korjata. Tietysti selvää on, ettei kehitysparannuksien jälkeenkään ole mahdollista tehdä kaikkia asiakkaita täysin tyytyväisiksi. Kehitysparannusten avulla voidaan kuitenkin löytää parempia ratkaisuja, jotka palvelevat kattavammin useamman osallistujan tarpeita ja toisaalta räätälöidä palveluita yksilöllisemmin asiakkaan tarpeisiin.

Tuloksista selvisi, että vastaajista suurin osa arvioi konferenssin toiseksi parhaimmalla tuloksella. Suurin osa vastanneista on kiinnostunut kuulemaan konferenssin toiminnasta jatkossakin sekä tulemaan paikalle

seuraavanakin vuonna. On kuitenkin huomioitava, että asiakastyytyväisyyskyselyyn vastasi alle puolet konferenssiin osallistuneista. Näiden 82 osallistujan joukkoon mahtui henkilöitä, jotka eivät ole kiinnostuneet tulemaan konferenssiin seuraavana vuonna eivätkä halua kuulla jatkossa konferenssin toiminnasta. Tietoperustassa käsiteltiin onnistuneen tapahtuman elementtejä Vallon ja Häyrisen kahden onnistuneen kolmion avulla, jotka muodostuvat strategisista ja operatiivisista kysymyksistä (Vallo & Häyrisen 2014, 199). Jotta tapahtuma pystytään rakentamaan osallistujalle onnistuneeksi kokemukseksi, työskentelyn on suunnittelusta asti oltava johdonmukaista toimintaa kohti haluttua päämäärää.

Konferenssin osallistujille teetetyin kyselyn vastauksista ilmeni, että kysyntää tämän tyyppiselle konferenssille on. Kyselytuloksien mukaan Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssin teemat koettiin vastaajien mukaan liian laajoiksi, jolloin laadukas aiheisiin syventyminen ei ollut riittävällä tasolla jokaisessa ohjelmasesiossa. Jatkon kannalta on aluksi valittava selkeä ja rajattu teema, jota lähdetään toteuttamaan. Ohjelman aiheen valinnassa kannattaa kiinnittää huomiota, ettei aiheet ole liian abstrakteja ja laajoja, jotta laatuvaatimukset täyttyvät. Kohdennetulla teemalla kokonaisuus pysyy selkeästi hallittavissa ja jäsennettävissä. Selkeämpi teemarajaus voi tietysti karsia tiettyjä osallistujia, mutta toisaalta tuoda yhteen oikeat kohderyhmät. Osallistujat turhautuvat, jos tarjolla on liikaa ja heidän on päätettävä liian useasta hyvästä vaihtoehdosta. Liian kattavaan ohjelmakokonaisuuteen voi hukkaa hyvää ohjelmaa, niin kuin Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssissa kävi. Riittämättömällä viestinnällä oli osuutta asiaan.

Kyselyssä ilmeni, ettei tapahtuman tavoiteltua kohderyhmää oltu saatu tasaisesti eri ammattikunnista paikalle; tapahtuman osallistujat olivat painottuneet yliopisto- ja ammattikorkeakoulusektorille. Syitä kahden muun kohderyhmän vähäisestä osallistumisprosentista on varmasti monia. Oikeanlaisella viestinnällä ja puhuttelevalla sisällöllä on suuri merkitys osallistuja-aktiivisuuteen.

Kun tiedetään selkeästi miksi tapahtuma järjestetään ja mikä on konferenssin teema, osataan projektin ohjausryhmät koota oikeista asiantuntijoista selkeine vastuujakoineen. Yli- tai alimitoitettu konferenssiorganisaatio ei palvele halutulla tavalla, vaan on kriittisesti osattava mitoittaa ohjausryhmien tarve. Niin kuin kappaleessa kaksi Vallo ja Häyrinen (2014, 232) toteavat on kaikkien edun mukaista, että ohjausryhmät työskentelevät selkeillä vastuujaoilla konferenssin etenemisen kannalta oleellisten asioiden parissa. Aarrejärvi (2002, 20) lisää, että liian monen ohjausryhmän hyödyntäminen tapahtuman järjestämisessä syö päätöksen teon ketteryyttä ja vaikuttaa heikentävästi halutun päämäärän tavoittamiseen. Selkeät työnjaot helpottavat kaikkien osapuolten tekemistä, mitkä vaikuttavat myös asiakaskokemukseen. Mikäli asiat on osattu koordinoita oikealla resursseilla oikeille tekijöille, työt hoituvat aikataulullaan. Hyvä suunnitelma takaa, että ihmiset käyttävät työtuntinsa tehokkaasti ja oleellisten asioiden parissa. Heti alkuvaiheessa on kyettävä määrittelemään eri työryhmään kuuluvien käytettävyys ja kiinnostus konferenssia kohtaan, jotta ihmiset ovat motivoituneita työskentelemään päämäärien saavuttamiseksi. (Juurakko ym 2002, 33.)

Selkeällä aiherajauksella mahdollistetaan ensinnäkin syvempi ja lujempi yhteistyö niihin sidosryhmiin ja yhteistyökumppaneihin, jotka kokevat aiheen edistämisen omakseen. Esimerkiksi Lahdessa hyödynnettäviä tahoja tai saman teeman parissa työskenteleviä on syytä linkittää tiiviimmin konferenssiin. Etelä-Suomen Sanomat uutisoi tiistaina 6.9.2016 Lahteen perustetusta Smart&Clean -säätöstä, jonka tarkoituksena on rahoittaa hankkeita edesauttaakseen Lahden ja pääkaupunkiseudun älykkäämpää ja resurssiviisaampaa toimintaa. Perustajana toimii Sitra. Kumppaneina toimivat muun muassa kaupungeista Lahti, Helsinki ja Uudenmaan liitto, yrityksistä Kone, Fortum ja Neste sekä tutkimus- ja koulutuslaitoksista Helsingin yliopisto, Aalto-yliopisto ja Lappeenrannan teknillinen yliopisto. (Puttonen 2016.)

Jo olemassa olevaan yhteistyötahoon kytkeytyminen takaisi konferenssille selkeän ja mielenkiintoisen teeman, joka puhuttelisi kansainväliselläkin tasolla. Ohjelma tarjoaisi kattavan ohjelmakokonaisuuden, jossa

yhdistyisivät tieteellisemmän tason töitä ja käytännön läheisemmät hankkeet. Kattavalla eri osajien joukolla saataisiin laadukas ohjelmakokonaisuus valitun teeman mukaisesti. Laadukas ohjelmakokonaisuus vaati taustalle toimivat tukiprosessit, jotka edesauttavat haluttuun lopputulokseen pääsemisen.

Kun kaikki eri ammattikuntien edustajat ovat osaltaan sitoutuneet tavoitteeseen, on konferenssin eri osa-alueiden tehtäväkuvat helppo jalkauttaa. Jokaisella toimijalla on myös valmiina omat kohderyhmät, joille voi viestiä konferenssista. Kun viesti lähtee potentiaaliselle osallistujalle luotettavalta ja ennestään tutulta taholta, viestin sisältö voi herättää paremmin mielenkiinnon.

Palautekyselyssä eri kohderyhmien tasapuoliseen osallistumiseen toivottiin aktiivisuutta. Tapahtuman on luotava arvoa, josta osallistujat ovat valmiita maksamaan. Toisaalta palautekyselyssä kyseenalaistettiin lippujen hintoja, jotka osa vastaajista koki liian hintaviksi. Kun osataan selkeästi kertoa tapahtuman tuoma arvo eri kohderyhmille, voidaan räätälöidä kohderyhmille sopivat konferenssipaketit. Kuten kappaleessa kolme Tuulaniemi (2011, 31) toteaa, asiakkaan on koettava saavansa tapahtumasta riittävästi arvoa maksaakseen lipun hinnan. Osallistujille oikeanlaisilla tavoilla esitetty hyöty saa osallistujat maksamaan lipun hinnan.

Montonen (2016) toteaa Rautiaista ja Siiskosta (2007, 158) kompaten, että tapahtuman kannattavuuden takaamiseksi keskeinen ansaintalogiikka muodostuu lipputuotoista. Tietoperustassa käsiteltiin Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssin peruspalvelupakettia. Samassa luvussa pohjustettiin lähdekirjallisuuden kautta myös laajennettua palveluajatusta palvelupaketin täydentämiseksi. Seuraavissa konferensseissa on laitettava jokaisen tavoitellun kohderyhmän asiakas keskiöön ja mietittävä, mitä arvoa konferenssi pystyy juuri tälle kohderyhmäedustajalle konkreettisesti tarjoamaan ja miten saada maksimalisoitua asiakkaan positiivinen palvelukokemus.

Kun viestipeitto saadaan tarpeeksi kattavaksi, kera myyvän asiasisällön, on konferenssilla kaikki edellytykset toivotun kohderyhmän tavoittamiseen. Konferenssi-aiheiden ollessa yksityiskohtaisempia, on mahdollista löytää selkeämmin sopiva kohderyhmä ja kohdistaa konferenssin sisältö heille. Kun konferenssi pystytään selkeämmin kohdistamaan tavoitelluille kohderyhmille, eri alojen edustus osallistujissa todennäköisesti jakautuu tasaisemmin. Tehokkaan ja oikeanlaisen viestinnän purtua on halutut osallistujat saatu lunastamaan paikkansa kohdistetun teeman konferenssissa, jolloin konferenssi valmis rakentamaan uusia innovaatioita laadukkaana ohjelman ja verkostoitumisen tuloksena. Toivottua verkostoitumista voi ottaa mukaan älykkäillä ratkaisulla jo ennen konferenssin alkua esimerkiksi konferenssisovelluksessa. Muitakin älykkäitä ratkaisuja voi vahvemmin tuoda esille tukitoiminnoissa, niin kuin konferenssin palautekyselyssä toivottiin.

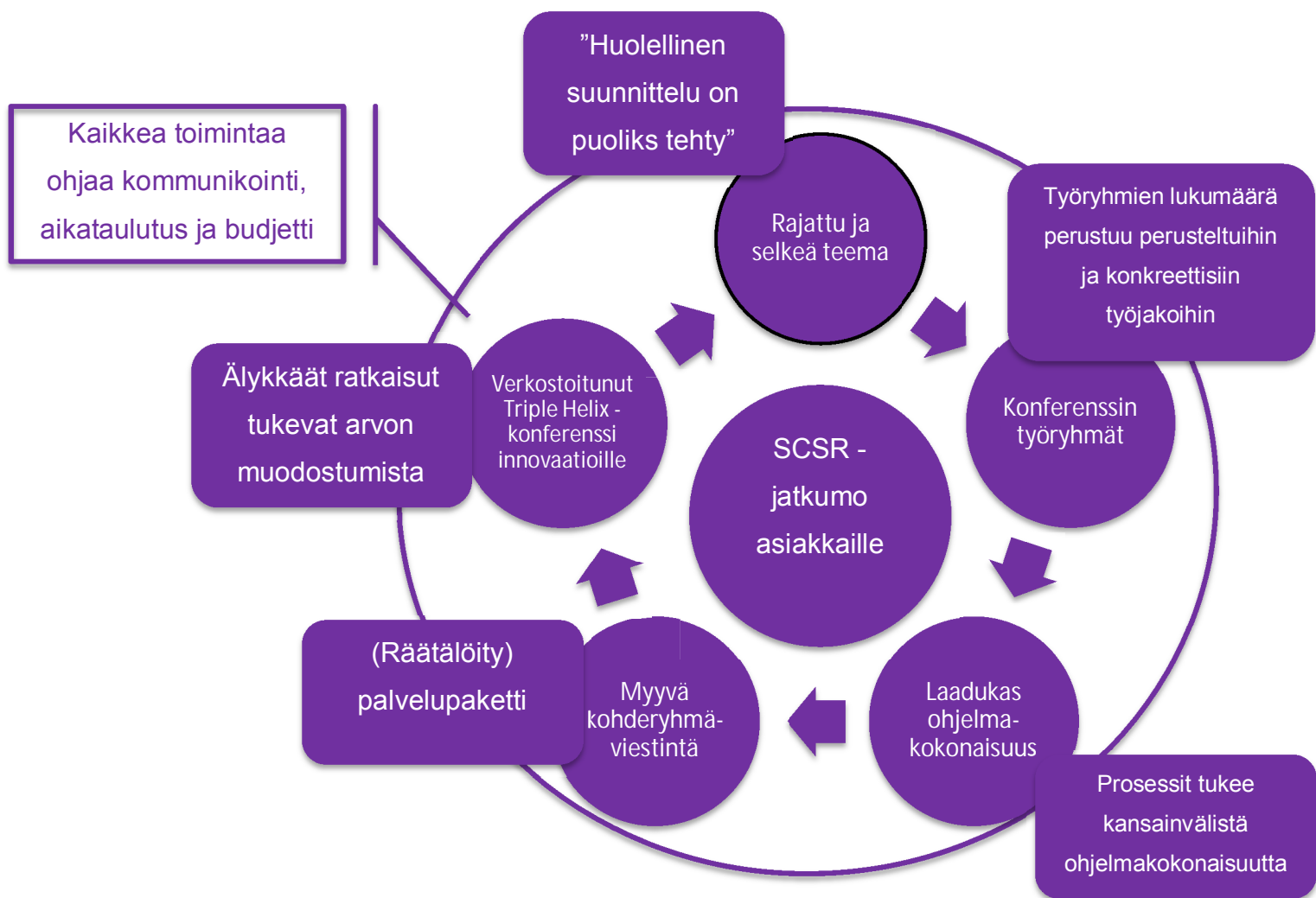
Virtuaaliseuraimien lisäksi tapahtumaan osallistujat voivat sopia tapaamisia konferenssiin konferenssisovelluksen avulla ennen tapahtuman alkua. Alustan kautta voidaan hoitaa myös kaikki ajantasainen tiedotus kohdistetusti kaikille osapuolille jäsenmäärityksellä. Yleiseen informointiin on tapahtuman alkuvaiheesta aina loppuun asti pidettävä huolta, jotta kohderyhmät saavat tarpeellisen tiedon oikeaan aikaan ja toisaalta riittävän aikaisin. Kolmannen luvun alaluvuissa käsiteltiin tapahtuman palvelupakettia ja -ajatusta. On muistettava miten suuren painoarvon asiakas antaa hänen saamalleen palvelulle ja vuorovaikutukselle, jotka vaikuttavat onnistuneeseen kokemukseen. Ennen konferenssia asiakkaan kanssa on monta vuorovaikutustilannetta, joiden pohjalta hän alkaa rakentamaan käsitystä tapahtumasta. Asiakaskokemusta voidaan johtaa jatkuvilla valinnoilla, joita organisaatio tekee, vaikka asiakas ei olisikaan konkreettisesti läsnä. (Mukaillen Löytänä & Korteso 2011, 12; Iiskola-Kesonen 2004, 20.)

Konferenssi toimisi kyselyyn vastanneiden mielestä paremmin kaksipäiväisenä, yhdellä iltatilaisuus. Vastaajat kokivat myös sekavaksi useamman eri tapahtumapaikkaosoitteen. Jatkossa konferenssi on, tilojen niin salliessa, oltava toteutettuna yhdessä paikassa. Selkeät reittiopasteet

on syytä olla hyvin kaikkien osallistujien saatavilla niin tapahtumapaikalle saavuttaessa ja tapahtumapaikalla. Hyvissä ajoin ennen tapahtuman alkua on osallistujille syytä lähettää muistutusviesti osallistumisesta ja tiivis yhteenveto tarvittavista tiedoista, esimerkiksi sähköpostitiedotteen muodossa.

Koko konferenssitoimintaa tukee hyvin suunniteltu aikataulutus, joka ohjaa jokaisen osa-alueen toimintaa. Realistisesta aikataulutuksesta on pyrittävä pitämään kiinni aina konferenssin suunnitteluvaiheesta, itse tapahtumaan aina konferenssin päätökseen asti. Järjestelmällinen aikataulutus vie asioita toivotulla syklillä eteenpäin. Budjetti on toinen keskeisen mittari, joka kulkee käsikädessä konferenssin jokaisessa toimintalinjauksissa. Kolmas koko prosessin läpi kulkeva onnistumista tukeva toiminta on kommunikointi. Ilman toimivaa tiedotusta eivät eri osapuolet saa tarvittavaa tietoa päämäärien saavuttamiseksi. Sujuva kommunikointi kaikkien tarvittavien osapuolten kesken, niin ulkoisesti ja sisäisesti, takaa ajantasalla pysymisen.

Budjetin, kommunikoinnin ja aikataulutuksen huomioimisella jokaisessa konferenssin rakentamisen vaiheessa voidaan edesauttaa konferenssin onnistumisen jatkumoa. Kyselyn pohjalta syntyneen toimintamallin tarkoituksena on tuottaa asiakkaalle kokonaisvaltainen onnistunut konferenssikokemus. Kuviossa 15 on kiteytettynä Smart Cities in Smart Regions -konferenssin kehitysehdotukset, jotka tässä luvussa on läpikäyty.



Kuvio 15: Smart Cities in Smart Regions -konferenssin malli onnistuneelle jatkumolle (Mukaillen Vallo & Häyrinen 2014, 109).

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän opinnäytetyön määränpäänä on onnistunut Smart Cities in Smart Regions -konferenssi asiakkaiden näkökulmasta. Työ ei rakentunut erilleen teoreettisesta ja empiirisestä osuudesta, vaan vetoketjumallimaisesti työn aiheen keskeisimmät asiakokonaisuudet käytiin läpi teemoittain. Kehityksen tueksi toteutettiin määrällinen tutkimus 2016 järjestetyn konferenssin vieraille. Kyselyn tarkoituksena oli löytää vastaus konferenssin onnistuneisuudesta kävijöiden näkökulmasta. Työn alussa määrittelin tutkimuskysymykset, joihin oli tarkoitus löytää vastaukset.

Ensimmäisenä tutkimuskysymyksenä oli ”Miten Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssissa onnistuttiin asiakkaiden näkökulmasta?” Toteutetun kyselytutkimuksen mukaan vuoden 2016 konferenssissa onnistuttiin vastaajien mukaan kiitettävällä tasolla. Tapahtuma keräsi kokonaisuudessaan paljon kiitosta ja moni vastaaja odottaa seuraava konferenssia innolla ja muutama halukas yhteistyökumppanikin löytyi. Avoimien vastauksien yhtenä kysymyksenä oli ”Is there anything else you would like to share about the conference?”. Kysymys keräsi 25 vastausta, joista 23 vastausta suorastaan ylisti konferenssia.

Toisessa tutkimuskysymyksessä pyrittiin löytämään vastaus ”Mitä vaaditaan onnistuneelta tapahtumalta?” Tämän kysymyksen tyhjentävä vastaus voisi kerätyn aineiston perusteella kiteyttää: kaikki vaikuttavat kaikkeen. Iiskola-Kesosen (2004, 8) mukaan tapahtumaa voidaan verrata projektiin, joka on kokonaisuudeltaan laaja ja rakentuu eri osa-alueista. Lähdekirjallisuuden mukaan tapahtuma on aiemmin määritelty onnistuneen, kun se on pysynyt aikataulussa ja budjetissa sekä saavuttanut sille asetetut laadulliset tavoitteet. Nykyisin moniulotteisempi tarkastelu on kuitenkin tarpeen onnistumisen tavoittelussa. (Lehtimäki 2010.) Vallo ja Häyrinen (2014, 102) kuvaavat onnistuneen tapahtuman syntyvän tuikkivasta tähdestä, joka syntyy tasapainossa olevista operatiivisten ja strategisten kysymysten vastauksista. Mielestäni malli ei kuitenkaan pysty täysin antamaan parhaita edellytyksiä onnistuneelle

tapahtumalle, koska asiakkaan kokemukset osallistuessa tapahtumaan vaikuttavat onnistumisen tasoon (Iiskola-Kesonen 2004, 16). Tapahtumat tuotetaan yleisesti asiakkaille, jotka vaikuttavat suuresti onnistuneen tapahtuman muodostamiseen. Asiakkaiden tyytyväisyys on suorassa yhteydessä onnistuneen kokemuksen muodostamiseen, mihin vaikuttavat luvussa neljä esitetyn kuvion kuusi mukaiset elementit (Iiskola-Kesonen 2004, 24.)

Viimeisen kysymyksen tavoitteena oli saada vastaus kysymykseen ”Mitä seuraavassa Smart Cities in Smart Regions -konferenssissa täytyy kehittää asiakkaiden näkökulmasta?” Kokonaisvaltaiseen onnistumiseen on konferenssilla vielä matkaa. Yhtenäisen ja toimivan kokonaisuuden rakentaminen alkaa jo suunnitteluvaiheessa (mukaillen Vallo & Häyrinen 2012, 158). Tämän vuoden konferenssi rakennettiin puhuttelevien teemojen ympärille, mutta eri asiakastarpeisiin vastaaminen oli osittain eksyksissä. Aidolla kohderyhmätuntemuksella osataan tarjota asiakkaille ohjelmakokonaisuus, joka vetää maksavia osallistujia paikalle. Luvussa viisi vastaan palautekyselyssä nousseisiin kehitysehdotuksiin kuvion 15 avulla, jossa kaikki rakentuvat systemaattisesti rajatun ja selkeän teemavalinnan ympärille. Kuvio viisitoista kiteyttää onnistuneen konferenssin tavoitteluun tarvittavat aihekokonaisuudet, jossa asiakas on keskiössä.

Kyselytutkimuksien perusteella voidaan todeta Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssin olleen onnistunut kokonaisuus vastaajien mukaan ja suunnitellulle konferenssiverkostolle löytyy mielenkiintoa. Yleistäen vastaajat pitivät konferenssin tarjoamasta kokonaisannista. Keskeisimpiin kehityskohteisiin vastauksissa nousivat teeman rajaus, aikataulut, konferenssin kesto ja kohdeyleisön tasaisempi osallistujaedustus eri ammattikunnista. Kehitysehdotuksissa tartuin näihin nousseisiin epäkohtiin suunnitellen konferenssille Valloa ja Häyristä (2014, 109) mukaillen jatkumon mallin, joka noudattaminen voi edesauttaa konferenssin kokonaisvaltaisempaa onnistumista. Kuvio löytyy edellisen luvun lopusta.

## 6.1 Validiteetti ja reliabiliteetti

Tutkimusprosessin aikana pyritään objektiiviseen tutkimukseen. Objektiivisuudella tarkoitetaan tutkijan puolueettomuutta. Objektiivinen tutkimustulos on tutkijasta riippumaton eli tutkijalla ei ole vaikutusta tutkimustulokseen. (Vilkkä 2007, 13,16.) Tässä opinnäytetyössä asiakastyytyväisyystutkimus toteutettiin sähköisenä kyselynä, jossa vastaajat saivat linkin kautta vastata kysymyksiin. Tutkija ei pystynyt vaikuttamaan tutkittavien vastauksiin, koska tieto liikkui sähköisesti. Aitojen tuloksien saavuttamiseksi tutkimustuloksen vääristelyyn ei ole aihetta taatakseen vastaustuloksien käytettävyyden kehityksen tukena. Vaikka toimin osana organisaatiota, on vastaajilta saatu rehellinen palaute kaikista arvokkainta tietoa jatkon kannalta.

Pätevä tutkimus ei salli systemaattista virhettä eli tutkijan ja tutkittavien olisi ymmärrettävä kyselylomakkeen kysymykset samalla tavalla, jotta tulos ei vääristy. Validius eli tutkimuksen pätevyys toteutuu kun tutkimusmenetelmä mittaa sitä, mitä tutkimuksella aiottiinkin mitata. Pätevyys saavutetaan, kun tutkimusmenetelmän sisältö suunnitellaan huolellisesti, jotta sillä saadaan selville tutkittava ongelma. (Vilkkä 2015, 193.) Smart Cities in Smart Regions 2016 -asiakaskysely toteutettiin selkokielisesti, hyvää yleiskieltä käyttäen ilman epäselviä käsitteitä. Vastauksista välittyi, että vastaajat olivat ymmärtäneet mitä kysymyksillä haettiin. Kyselyssä oli paljon monivalintavaihtoehtoja, joissa vaihtoehtojen väliltä oli helppo valita. Kysely sisälsi myös muutamia avoimia vastauksia, saadut vastaukset vastasivat kysytyyn kysymykseen. Kyselyyn vastanneiden vastaukset olivat hyvin ymmärrettäviä, jolloin kysymykset antoivat vastaukset haluttuihin kysymyksiin.

Reliaabelius on tutkimuksen luotettavuus, joka tarkoittaa sitä kuinka tarkkoja tulokset ovat. Kun tulokset ovat luotettavia, ne eivät ole sattumanvaraisia ja mittaustulokset ovat toistettavissa. (Vilkkä 2015, 194.) Reliabiliteetissa tarkastellaan toteutetun tutkimuksen tarkkuutta ja mittaukseen liittyviä asioita. Satunnaisvirheet eivät kuulu tarkkaan tutkimukseen, mitkä saadaan selville arvioimalla seuraavia asioita:

vastausprosentti, otos perusjoukosta ja oikeat mittarit mittaavat tutkittavia asioita. (Vilka 2007, 149-150.) Smart Cities in Smart Regions 2016 - tutkimus tehtiin ensimmäisen kerran kyseisen konferenssin jälkeen. Konferenssista ei ole aiemmin saatuja tuloksia, joita voisi arvioida näiden tutkimustuloksien rinnalla. Vastauksista huomasi, että osa vastaajista oli täyttänyt kyselyn hyvinkin nopeasti; vain pakolliset tiedot oli täytetty. Tutkimus lähetettiin heti muutaman päivän päästä konferenssista, milloin tiedot oli hyvin vielä mielessä konferenssiin osallistujilla. Tutkimusotos edusti hyvin osallistujia ja tuloksia voidaan yleistää kattamaan melkolailla koko konferenssiin osallistujia. Vähäisemmiksi jäivät yrityksen ja julkishallinnon edustajien vastaukset, joille konferenssi oli myös suunnattu. Vastausprosentti olisi voinut olla korkeampi, jolloin olisi saatu kattavampi aineisto tekemään kävijöiden välille eroavaisuuksia. Otos edustaa kuitenkin yleisellä tasolla riittävästi konferenssissa vierailleita, jolloin yleisien johtopäätöksien tekeminen on mahdollista.

## 6.2 Oman oppimisen arviointi

Aloitin opinnäytetyöprosessin lokakuussa 2015, kun työharjoitteluni käynnistyi Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssissa. Konferenssiprojekti lähti liikkeelle rivakasti ja opinnäytetyöaiheeni haki jonkin aikaa sopivaa rajausta. Vuosi vaihtui ja suuret työkokonaisuudet täyttivät päivät, jolloin opinnäytetyöaiheen työstäminen jäi hieman taka-alalle. Kertaalleen aiheeni vaihtui kokonaan pois konferenssista, mutta alusta loppuun projektissa työskenneltyäni ja asettamani aikataulu antoivat minulle tilaisuuden tarttua konferenssin tarjoamaan aiheeseen. Konferenssi tarjosi hienon kokemuksen, joka antoi minulle vahvoja valmiuksia tulevaisuuden koitoksiin.

Syvennyin työhön tarkemmin, kun saimme konferenssin hoidettua. Aluksi selkeän linjan hahmottaminen opinnäytetyössä oli haastavaa. Pyörittelin aiheitani ja asiakokonaisuuksia päässäni ja lopulta idea työlle alkoi valjeta. Aloin tutkimaan työhön sopivaa kirjallisuutta ja etsimään tietoa, jota alkoikin löytymään yllättävän hyvin. Todettakoon, että samankaltaisia töitä

on tehty useampia, mutta tämä työ on ensimmäinen laatuaan tästä konferenssista. Koen asiakkaiden kuuntelemisen aina tärkeänä, jotta osataan rakentaa kohderyhmälle suunnattu tarkoituksenmukainen tuote tai palvelu.

Halusin työni tutkimusosiossa syventyä asiakkaiden mielipiteisiin konferenssista, olihan se mielenkiintoista kuulla arvio yhdessä tiimien kanssa toteutetusta työnjäljestä. Vaikka työssä löytyikin visio, koen työn olevan yleiskatsaus konferenssista. Työssäni ei syvennyttä syvällisesti minkään tietyn asian ytimeen. Koen ajankäytöllisesti työn olleen haastava, koska tietoa on saatavilla niin kattavasti ja aiheen rajaus oli osittain lipsuva. Työn kautta viisastuneena osaan hyödyntää tulevaisuudessa aikaa enemmän kehitysideoiden jalostamiseen. Toivon työni olevan avartava tietopaketti, joka ottaa tämän konferenssin keskeisimpiä asiakokonaisuuksia haltuun. Työssäni olen oppinut heijastamaan konferenssista saamiani käytänteitä teorian valoon ja näin halittua isoja asiakokonaisuuksia systemaattisesti.

### 6.3 Jatkotutkimusideat

Opinnäytetyöni toimii mielestäni hyvänä yhteenvedona Smart Cities in Smart Regions 2016 -konferenssista, jossa käsitellään asiakokonaisuuksia melko yleisellä tasolla. Työstä löytyy kattavasti eri mahdollisuuksia lähteä syventymään eri aihealueisiin. Kuten tuloksista huomataan, kysyntää konferenssille on. Huomasin työskennellessäni konferenssiorganisaatiossa, että markkinoilla on tarjolla useampia samankaltaisia konferensseja. Konferensseissa ohjelmasisältö ratkaisee, mikä on osattava tuoda mielenkiintoisella ja ostoaikeen herättävällä tavalla esille.

Mikäli saisin seuraavan vuoden konferenssin tuloksia hyödyntää tämän vuoden tuloksiin, lähtisin kehittämään konferenssille tunnistettavaa konseptia. Smart Cities in Smart Regions -tapahtumakokonaisuudessa on potentiaalia vaikka mihin. Tunnistettavalla ja kilpailukykyisellä konseptoinnilla nykyistä kohderyhmää saataisiin sitoutettua ja uusia

vieraita haalittua mukaan. Konferenssi tarjoaa myös kattavasti muita tulokulmia konferenssin tarkastelemiseen konferenssin kehittämiseksi. Vain luovuus on rajana!

## LÄHTEET

Aalto, A. 2016. Lahden ammattikorkeakoulu. Haastattelu 5.9.2016.

Aarrejärvi, L. 2003. Kokoukset ja kongressit-järjestäjän opas. Helsinki: EDITA.

Blinnikka, P. & Kuha, M. 2004. Idesta kokoukseksi- Asiakaslähtöiden kokousten ja kongressien järjestäminen. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.

Estepon, M. 2011. The Importance of Meeting Customer Expectations (and How to Meet Them!). Unitiv. [Viitattu 5.9.2016]. Saatavilla: <http://www.unitiv.com/intelligent-help-desk-blog/bid/80165/The-Importance-of-Meeting-Customer-Expectations-And-How-to-Meet-Them>

Etzkowitz, H. 2008. The Triple Helix: University-Industry-Government Innovation in Action. Routledge: New York.

Finlex. 2014. Ammattikorkeakoululaki. [Viitattu 14.7.2016]. Saatavilla: <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2014/20140932>

Grönroos, C. 1998. Nyt kilpaillaan palvelulla. Helsinki: WSOY.

Hirsijärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Huotarinen, J. 2012. Hyvä projektipäällikkö on kommunikoija ja päätöksentekijä. [Viitattu 10.7.2016]. Gofore. Saatavilla: <https://gofore.com/hyva-projektipaallikko-on-kommunikoija-ja-paatoksentekija/>

IAPCO. 2009. [Viitattu 5.7.2016]. Saatavilla: <http://www.iapco.org/all-about-iapco/what-we-do/iapcos-aims/>

Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjälle. Suomen Liikunta ja urheilu ry.

Jyväskylän yliopisto. 2016. Tapahtuma on tuote. [Viitattu 8.7.2016].

Saatavissa:

<https://www.jyu.fi/yliopistopalvelut/sidosryhmille/oppaat/kongressijarjestajan-opas/tapahtuma-on-tuote-2212-tapahtuman-jarjestaminen-on-projekti>

Kananen, J. 2008. Kvantti – Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun.

Jyväskylä: Tähtijulkaisut.

Kananen, J. 2012. Kehittämistutkimus opinnäytetyönä –

Kehittämistutkimuksen kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä:

Tähtijulkaisut.

Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas – Näin kirjoitan

opinnäytetyön tai pro gradun alusta loppuun. Jyväskylä: Tähtijulkaisut.

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

Kettunen, S. 2009. Onnistu projektissa. Helsinki: WSOYpro.

Kilpeläinen, P., Kostiainen, E. & Laakso, S. 2012. Kaupunkitutkimus TA

Oy- Kaupungissa tapahtuu. [Viitattu 11.7.2016]. Saatavilla:

[http://www.visithelsinki.fi/sites/visithelsinki.fi/files/files/tapahtumien\\_vaikuttavuus.pdf](http://www.visithelsinki.fi/sites/visithelsinki.fi/files/files/tapahtumien_vaikuttavuus.pdf)

Korhonen, H., Valjakka, T. & Apilo, T. 2011. Asiakasymmärrys

teollisuuden palveluliiketoiminnassa- Tavoitteena ostava asiakas. Helsinki:

EDITA. [Viitattu 1.8.2016]. Saatavilla:

<http://www.vtt.fi/inf/pdf/tiedotteet/2011/T2598.pdf>

Korkaman, O. & Arantola, H. 2009. Arki – eväitä uuteen

asiakaslähtöisyyteen. Helsinki: WSOYpro.

Kouvo, H. 2016. Lighting the fire- Sory of Smart Cities in Smart Regions.

[Viitattu 8.8.2016]. Saatavilla:

<http://www.lamk.fi/english/news/Sivut/Lighting-the-fire-smart-cities-in-smart-regions.aspx>

Laatukäsikirja. 2015. Lahden ammattikorkeakoulu.

Lahden ammattikorkeakoulu. 2016. LAMKin Honorary Research Fellow-ryhmä kasvoi kahdella upealla kunniakumppanilla. [Viitattu 1.7.2016]. Saatavissa: <http://www.lamk.fi/Ajankohtaista/Sivut/LAMKin-Honorary-Research-Fellow-ryhmä-kasvoi-kahdella-upealla-kunniakumppanilla.aspx>

Lahtonen, J. & Tokila, A. 2014. Triple Helix: Malli menestyvälle alueelliselle innovaatiokeskittymälle. [Viitattu 29.7.2016]. Saatavilla: [http://www.taloustieteellinenyhdistys.fi/wp-content/uploads/2014/09/lahtonen\\_tokila1.pdf](http://www.taloustieteellinenyhdistys.fi/wp-content/uploads/2014/09/lahtonen_tokila1.pdf)

Lehtimäki, J. 2010. Projekti onnistumiseen vaikuttavat tekijät. [Viitattu 20.7.2016]. Saatavilla: <https://hlab.ee.tut.fi/hmopetus/projektin-onnistumiseen-vaikuttavat-tekijat.html>

Löytänä, J. & Korteso, K. 2011. Asiakaskokemus- palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum.

Mainostajat. 2015. Sponsorointibarometri:Merkkejä piristymisestä. Uutinen. [Viitattu 18.7]. Saatavilla: <http://mainostajat.fi/sponsorointibarometri-merkkeja-piristymisesta/>

McCabe, V., Poole, B., Weeks, P. & Leiper, N. 2000. The Business and Management of Conventions. Singapore: John Wiley & Sons Australia Ltd.

Montonen, L. 2016. Lahden ammattikorkeakoulu. Haastattelu 19.9.2016.

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

Mäntynevä, M. 2016. Hallittu projekti- Jäntevästä suunnittelusta menestykselliseen toteutukseen. Helsinki: Kauppakamari.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät- Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Opetus- ja kulttuuriministeriö A. 2015. OKM:n ammattikorkeakoulujen tiedonkeruukäsikirja 2015. [Viitattu 14.7.2016]. Saatavilla: [https://www.google.fi/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0ahUKEwjurOTnk9zOAhXqA5oKHWIQD7gQFggIMAI&url=https%3A%2F%2Fconfluence.csc.fi%2Fdownload%2Fattachments%2F36603300%2FAMK%2520Tiedonkeruuk%25C3%25A4sikirja%25202015.pdf%3Fversion%3D1%26modificationDate%3D1449035118529%26api%3Dv2&usg=AFQjCNGu4-9dQNs\\_D6oBAFHj5zl-ixnRjg&bvm=bv.130731782,d.bGg](https://www.google.fi/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0ahUKEwjurOTnk9zOAhXqA5oKHWIQD7gQFggIMAI&url=https%3A%2F%2Fconfluence.csc.fi%2Fdownload%2Fattachments%2F36603300%2FAMK%2520Tiedonkeruuk%25C3%25A4sikirja%25202015.pdf%3Fversion%3D1%26modificationDate%3D1449035118529%26api%3Dv2&usg=AFQjCNGu4-9dQNs_D6oBAFHj5zl-ixnRjg&bvm=bv.130731782,d.bGg)

Opetus- ja kulttuuriministeriö B. 2015. Tiedonkeruukäsikirja- AMK 3.3. Julkaisutiedonkeruu 2015. [Viitattu 14.7.2016]. Saatavilla: <https://confluence.csc.fi/display/suorat/AMK+3.3.+Julkaisutiedonkeruu+2015>

PointProduction. 2014. Mikä määrittelee onnistuneen tapahtuman. [Viitattu 27.7.2016]. Saatavilla: <http://www.pointproduction.fi/onnistunut-tapahtuma/>

Puttonen, K. 2016. Lahdelle ovi auki maailman näyteikkunaan. Lahti: Etelä-Suomen Sanomat.

Raivio, K. 2006. Vertaisarviointi tieteellisessä julkaisutoiminnassa. Sähköinen artikkeli. [Viitattu 14.7.2016]. Saatavilla: <http://www.tieteessatapahtuu.fi/0706/0706Raivio.pdf>

Raj, R., Walters, P. & Rashid, T. 2009. Events management. An Integrated and Practical Approach. London: SAGE Publications Ltd.

Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2007. Kokous- ja kongressipalvelut. Helsinki:Restmark. Tallina: Tietosanoma.

Rogers, T. 2003. Conferences and Conventions. A global industry. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Ruuska, K. 2007. Pidä projekti hallinnassa. Suunnittelu, menetelmät, vuorovaikutus. Helsinki:Talentum.

Saarelma, K. 2002. Kongressiopas- Kuinka tieteellinen kongressi järjestetään. Helsinki: PRIMACARRERA.

Sarjolahti, N. 2014. Mistä sponsori? Sponsoroinnin ABC. Blogi. [Viitattu 18.7.2016]. Saatavilla: <http://www.mass.fi/blog/mista-sponsori-sponsoroinnin-abc/>

Shone, A. & Parry, B. 2004. Successful event management- A Practical Handbook. Thomsom Learning.

Suomen yliopistojen rehtorien neuvosto. 2009. Julkaisujen laadunarvioinnin kehittäminen- Suomen yliopistojen rehtorien neuvoston työryhmien ehdotus. [Viitattu 14.7.2016]. Saatavilla: [http://www.helsinki.fi/halvi/srno/raportit\\_ja\\_julkaisut/Julkaisujen\\_laadunarviointi.pdf](http://www.helsinki.fi/halvi/srno/raportit_ja_julkaisut/Julkaisujen_laadunarviointi.pdf)

Tekes-teknologian ja innovaatioiden kehittämiskeskus. 2009a. Palveluliiketoiminnan sanasto- Vocabulary of Service Business. [Viitattu 10.8.2016]. Saatavilla: [https://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/palveluliiketoim\\_sanasto.pdf](https://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/palveluliiketoim_sanasto.pdf)

Tekes: Jaakkola, E., Orava, M. & Varjonen, V. 2009b. Palvelujen tuotteistamisesta kilpailuetua- Opas Yrityksille. Helsinki: Libris Oy. [Viitattu 10.8.2016]. Saatavilla: [https://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/palvelujen\\_tuotteistamisesta\\_kilpailuetua.pdf](https://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/palvelujen_tuotteistamisesta_kilpailuetua.pdf)

TSV. 2016. Avustukset. Viitattu [1.7.2016]. Saatavilla: <https://www.tsv.fi/fi/avustukset>

TUTKA. 2013 Julkaisuihin liittyvien termien määritelmiä. Jyväskylän yliopiston tutkimus- ja julkaisutietojärjestelmä. [Viitattu 14.7.2016]. Saatavilla: <http://tutka.jyu.fi/help/osiot/julkaisut/termit>

Tuulaniemi. J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum.

Vainio, S. 2007. Sidosryhmien sitouttaminen. Hypermedian opetus. Viitattu 11.7.2016]. Saatavilla: <https://hlab.ee.tut.fi/hmopetus/sidosryhmien-sitouttaminen.html>

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2012 Tapahtuma on tilaisuus - tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tallina: Tietosanoma Oy

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2014. Tapahtuma on tilaisuus - tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tallina: Tietosanoma Oy.

Vaynerchuck. G. 2016. Why Smart People Dismiss Social Media, and Why They Shouldn't. Helsingin: Nordic Business Forum.

Vilkka, H. 2007. Tutki ja mittaa – Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi.

Vilkka, H. 2015. Tutki ja mittaa. Juva: PS-kustannus.

Virkkunen, K. 2013. Suomen sponsorointimarkkina pohjoismaita jäljessä. Uutinen. [Viitattu 18.7.2016]. Saatavilla: <http://www.sponsorinsight.fi/sponsoroinnin-nykytila-suomessa.html>

Visit Finland. 2015. Suomi menestyy hyvin kansainvälisten kongressien järjestäjämäana. [Viitattu 18.7.2016]. saatavilla: <http://www.visitfinland.fi/tutkimukset-ja-tilastot/kongressitilastot/>

Vuokko, P. 2003. Markkinointiviestintä. Helsinki: WSOY.

Vuorijärvi, A. & Boedeker, M. 2015 Asiantuntijaviestintä ja opinnäytetyötekstin rakenne. [Viitattu 20.6.2016]. Saatavilla: [https://www.google.fi/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjsj\\_X3idzOAhXIKCwKHZd7APAQFggZMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.oamk.fi%2Fopinnaytehanke%2Fdocs%2Fkirja\\_artikkelit%2F5\\_valmiit\\_artikkelit%2F15\\_vuorijarvi\\_boedeker.doc&usg=AFQjCNF3WtjxGU3yy8fiVTzj0fiX4k6Chg&bvm=bv.130731782,d.bGg](https://www.google.fi/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjsj_X3idzOAhXIKCwKHZd7APAQFggZMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.oamk.fi%2Fopinnaytehanke%2Fdocs%2Fkirja_artikkelit%2F5_valmiit_artikkelit%2F15_vuorijarvi_boedeker.doc&usg=AFQjCNF3WtjxGU3yy8fiVTzj0fiX4k6Chg&bvm=bv.130731782,d.bGg)

## LIITTEET

Liite 1: Smart Cities in Smart Regions 2016 -asiakastyytyväisyyskysely



# Smart Cities in Smart Regions 2016

## Conference

### 1. What was your role in the Conference? \*

- Invited Guest
- Organizer
- Presenter
- Participant
- Student

### 2. Dear presenter are we allowed to publish your presentation in PDF-form on our web page? \*

All authorized presentations will be published to the web page

- Yes
- Yes but I would like to edit my presentation before the publishing (Please send the edited PDF to smartlahti@lamk.fi)
- No
- I was not a presenter

### 3. I attended the program on \*

- All 3 days
- Tuesday 10<sup>th</sup>
- Wednesday 11<sup>th</sup>
- Thursday 12<sup>th</sup>

### 4. Overall, how would you rate the event? \*

On the scale of 1-5

- 1=Poor
- 2= Fair
- 3=Acceptable
- 4=Very good
- 5=Excellent

**5. How did you find the practical arrangements? \***

On the scale of 1-5

	1=Poor	2=Fair	3=Acceptable	4=Very good	5=Excellent
Venue	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Food	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Guidance	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Time management	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**6. How did you find the program? \***

On the scale of 1-5

	1=Poor	2=Fair	3=Acceptable	4=Very good	5=Excellent	I did not participate
Key notes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Theme Sessions	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poster Sessions	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Site visits	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Panel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Closing Get-together & Coffee	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**7. What themes were the most interesting?**

1000 characters remaining

**8. What was the highlight of the event?**

1000 characters remaining

**9. Where could we improve?**

1000 characters remaining

**10. How was the staff? \***

On the scale of 1-5

1=Poor	2=Fair	3=Acceptable	4=Very good	5=Excellent
--------	--------	--------------	-------------	-------------

Friendliness	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Helpfulness	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Availability	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**11. Prior to the event, how did you find the communication? Did you receive adequate information on the Conference? \***

Yes

I would have liked to get more information  
on

**12. Did you find? \***

	Yes	No
New contacts	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
New international contacts	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
New information	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
New ideas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
New networks	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**13. Is there anything else you'd like to share about the conference? \***

1000 characters remaining

**The next Smart Cities in Smart Regions Conference will take place in fall 2018**

**14. In the future, what would be the recommended length of the conference? \***

- One day
- Two days
- Three days

**15. In the future, how many official evening events should there be in the program? \***

- One evening event
- Two evening events
- Three evening events

**16. Please share with us if you have any expectations related to the next conference in 2018**

1000 characters remaining

**17. Would you be interested to participate in Smart Cities in Smart Regions Conference in the coming years? \***

- Yes
- Maybe
- No

**18. Would you be interested to receive information on \***

Lahti Innovation Network

Yes

No

Smart Cities in Smart Regions 2018 Conference

**19. Please add the required information \***

First name

Last name

Email

Company / Organization

Country