

# **Viisi askelta onnistuneen tapahtuman järjestämiseen**

**Opas ensikertalaiselle tapahtumanjärjestäjälle**

Miia Huotari  
Claudia Kalin

Opinnäytetyö  
Marraskuu 2017  
Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala  
Tradenomi (AMK), Yritystoiminnan kehittämisen koulutusohjelma

Tekijät Huotari Miia, Kalin Claudia	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä Marraskuu 2017
	Sivumäärä 60	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi <b>Viisi askelta onnistuneen tapahtuman järjestämiseen - Opas ensikertalaiselle tapahtumanjärjestäjälle</b>		
Tutkinto-ohjelma Yritystoiminnan kehittämisen koulutusohjelma, Tiimiakatemia		
Työn ohjaaja(t) Ulla Luukas		
Toimeksiantaja(t) -		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Työn päätavoite oli tutkia, löytyykö tapahtuman järjestämisestä aina tiettyjä vaiheita ja rakenteita, jotka toistuvat. Tutkimuskysymykseen haettiin vastausta haastattelujen, teorian ja kirjoittajien oman kokemuksen kautta tapahtumanjärjestäjinä. Tutkimuksen taustalla oli tavoite kirjoittaa tapahtuman järjestämien opas, mikäli rakenteita olisi löydettävissä.</p> <p>Tutkimusotteena oli laadullinen tutkimus ja aineistonkeruumenetelmänä käytettiin asiantuntijoiden teemahaastattelua sekä itsehavainnointia. Aineiston analyysimenetelminä käytettiin teemoittelua sekä luokittelua. Analyysi yhdisti saatuja tietoja haastatteluista, kirjallisuudesta sekä kirjoittajien omasta kokemuksesta. Teoriamateriaali koostui pääasiassa vieraskielisistä Internet-lähteistä.</p> <p>Tutkimukseen osallistui yhteensä yhdeksän tarkoin valittua tapahtumanjärjestäjää ympäri Suomea sekä ulkomailla. Näkökulmien huomioimiseksi mukaan valittiin tapahtumanjärjestäjiä eri tapahtumakategorioista. Kaikilla heillä on vuosien kokemus tapahtumien järjestämisestä.</p> <p>Analyysin jälkeen tulokset esitellään tarkasti luvussa neljä. Tässä luvussa esitellään tarkasti myös kirjoittajien oma kokemus alalta yhden case-esimerkin avulla. Tuloksena havaittiin, että tapahtumat järjestyvät lähes poikkeuksetta saman kaavan mukaisesti oli kyseessä sitten minkälainen tapahtuma hyvänsä. Tämän löydöksen jälkeen opas oli mahdollista kirjoittaa. Opas pohjautuu tutkimuksissa löydettyihin rakenteisiin. Teos yhdistää kirjoittajien ja ammattilaisten tietotaitoa. Tapahtumakirjallisuutta käytettiin myös lähdemateriaalina.</p> <p>Työ koostuu kahdesta osasta: kirjallisesta raportista sekä Viisi askelta onnistuneen tapahtuman järjestämiseen oppaasta.</p>		
Avainsanat ( <a href="#">asiasanat</a> ) Tapahtuma, tapahtuman järjestäminen, tapahtuman vaiheet, tapahtumanjärjestäjä, projekti, opas		
Muut tiedot Opinnäytetyö koostuu kahdesta osasta: kirjallinen raportti + Viisi askelta onnistuneen tapahtuman järjestämiseen – Opas ensikertalaiselle tapahtumanjärjestäjälle (sivuja 74)		

Authors Huotari Miia, Kalin Claudia	Type of publication Bachelor's thesis	Date November 2017 Language of publication: Finnish
	Number of pages 60	Permission for web publication: x
Title of publication <b>Five steps for organizing a successful event - an event management guide for beginners</b>		
Degree programme Bachelor of Business Administration, Tiimiakatemia		
Supervisor(s) Luukas Ulla		
Assigned by -		
Abstract  <p>The main objective was to find out whether there are certain phases and structure to be found in event management. The topic was studied through interviews with event management professionals as well as observing writers' own background as event planners. Behind the study there was a goal to write an event management guide for beginners if the phases and structure could be found.</p> <p>The research was conducted using qualitative research approach. The collected data was analyzed using theming and grouping. The analysis combined data from the interviews, writers' own knowledge and literature. Theory material consisted mostly of foreign internet sources. Nine event professionals took part to the interviews. They were carefully selected and represented different areas of event management. All of them have years of expertise in planning and organizing events both in Finland and abroad.</p> <p>After the analysis the outcome was carefully presented in the chapter four. At this point there is also a thorough overview into the writers' own knowledge of event management. The topic is familiarized with one profound case example. The writers' have many years of experience in event management.</p> <p>The outcome was positive; there can be found certain structure in event management. After that finding an event phases model was created and the guide was possible to write. The event management guide for beginners bases on the structure found in the study. The opus combines writers' own knowledge as well as the professionals' interviewed. Event literature was utilized as source material also.</p> <p>The work consists of two parts: the written report and the event management guide.</p>		
Keywords/tags Event, event management, event organizing, event producer, event steps, project, guide		
Miscellaneous The work consists of two parts the written report and Five steps to a successful event - a guide for event management beginners (74 pages)		

## Sisältö

<b>1</b>	<b>Onnistuneen tapahtuman järjestämisen vaiheet .....</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Tutkimusasetelma .....</b>	<b>4</b>
2.1	Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset .....	4
2.2	Tutkimusmenetelmät .....	5
2.3	Analyysimenetelmät.....	7
2.4	Reliabiliteetti ja validiteetti .....	10
<b>3</b>	<b>Tapahtumat ja niiden järjestäminen .....</b>	<b>11</b>
3.1	Käsitteet.....	11
3.2	Tapahtuman vaiheet .....	13
3.3	Avaimet onnistuneeseen tapahtumaan.....	17
<b>4</b>	<b>Tutkimustulokset.....</b>	<b>25</b>
4.1	Oma osaaminen - Orientaatioiltapäivä .....	26
4.1.1	Suunnitteluvaihe.....	26
4.1.2	Kehittelyvaihe .....	30
4.1.3	Spurttivaihe .....	33
4.1.4	Tapahtuma.....	36
4.1.5	Loppuvaihe .....	37
4.2	Haastattelut.....	38
<b>5</b>	<b>Tapahtuman mallin luonti ja opas .....</b>	<b>42</b>
5.1	Tapahtuman malli.....	42

<b>6 Pohdinta.....</b>	<b>49</b>
<b>Lähteet .....</b>	<b>53</b>
<b>Liitteet .....</b>	<b>57</b>
Liite 1. Viisi askelta onnistuneen tapahtuman järjestämiseen- Opas ensikertalaiselle tapahtumanjärjestäjälle .....	57

## **Kuviot**

Kuvio 1. SMART-työkalu .....	18
Kuvio 2. Esimerkki kulu- ja tulobudjetista .....	21
Kuvio 3. Tapahtumaluvat ja käsittelyajat .....	23
Kuvio 4. Orientaatioiltpäivän aikajana .....	29
Kuvio 5. JAMKin orientaatioiltpäivän tilasuunnitelma .....	33
Kuvio 6. Freytagin käyrä .....	44
Kuvio 7. Suunnitteluvaiheen mallinnus.....	46
Kuvio 8. Lopullinen malli tapahtuman eri vaiheista .....	48

## **Taulukot**

Taulukko 1. Havainnetaulukko haastattelujen purkamisessa käytetystä litteroinnista	8
Taulukko 2. Havainnetaulukko haastattelujen ja lähdemateriaalin yhdistämisestä .....	9

# 1 Onnistuneen tapahtuman järjestämisen vaiheet

Opinnäytetyö on kehittämistutkimus, jossa tavoitteena on luoda tapahtumanjärjestäjän<sup>1</sup> opas. Ensin tutkitaan, onko tapahtuman järjestämisestä mahdollista löytää tiettyjä rakenteita ja vaiheita, jotka toistuvat. Kun tähän kysymykseen on saatu vastaus, tiedetään, onko yleismaailmallista opasta alasta mahdollista kirjoittaa. Työn taustalla vaikuttaa vahvasti kirjoittajien oma kokemus ja osaaminen tapahtumanjärjestäjänä. Opinnäytetyö on kaksiosainen. Se koostuu tästä kirjallisesta raportista sekä liitteenä olevasta lopullisesta tuotoksesta eli oppaasta.

Tapahtumien skaala on kasvanut merkittävästi viime vuosikymmenien aikana. Tätä myöten myös akateemiset tutkimukset alalta ovat lisääntyneet aiheiden vaihdellessa laajasti. (Park & Park 2016, 109, viitattu: Jones 2012 sekä Getz 2012; Lee & Back 2005.) Niin Suomessa kuin maailmallakin järjestetään lukuisia merkittäviä tapahtumia vuosittain, mutta tilastotietoa niistä on kehnosti. Tällä hetkellä Suomessa tilastoidaan vain kongressitapahtumat, mutta lisää tietoa kaivattaisiin ehdottomasti sekä tapahtumien taloudellisista että kulttuurisista ja sosiaalisista vaikutuksista. Esimerkiksi Yhdysvalloissa tapahtumateollisuuden arvon on arvioitu olevan vuositasolla 280 miljardin arvoinen. (Toivonen & Salovaara 2017.)

Niin tilastotietoa kuin kotimaista kirjallisuuttakin tapahtumista on verrattain vähän. Useissa viimeaikaisissa teoksissa näkökulma on rajattu tarkasti esimerkiksi yritystapahtumiin. Tutkimuksen tavoitteena on etsiä, löytyykö erityyppisten tapahtumien järjestämisestä niitä yhdistäviä rakenteita ja vaiheita. Näin ollen hyvin erilaisia tapahtumia voisi istuttaa samaan muottiin ja aiheesta voisi kirjoittaa tapahtumanjärjestäjän oppaan. Oman kokemuksen kautta kirjoittajilla on jo omia havaintoja mahdollisista vaiheista, joten oma osaaminen on avattu tässä työssä tarkasti. Havainnoinnin lisäksi tiedonkeruumenetelmänä on käytetty teemahaastatteluja, joissa haastateltiin tapahtuman järjestämisen alan ammattilaisia.

Työn lopullisena tavoitteena on päästä kirjoittamaan tapahtuman järjestämisen opas eli teos, joka kokoaa yhteen tietoa tapahtuman järjestämisestä. Tekijät halusivat

---

<sup>1</sup> Tekstissä käytetään sanoja 'tapahtumanjärjestäjä' sekä 'tapahtuman järjestäminen'. Kotimaisten kielten keskukselta kysytyn ohjeistuksen mukaisesti.

tuottaa jotain konkreettista, eikä esimerkiksi vain suunnitelmaa oppaasta. Näin opinäytetyön lopputuloksesta olisi konkreettista hyötyä tapahtumia järjestäville. Raja-  
tessa vielä aihetta kohderyhmäksi muotoutuivat ensikertalaiset tapahtuman-järjestä-  
jät. Tuottamalla opas olisi siis tavoitteena auttaa varsinkin noviisia tapahtumanjärjes-  
täjää, jolle ei itselleen ole kertynyt vielä kokemusta tapahtumien järjestämisestä. Te-  
kijätkin olisivat vastaavaa opasta kaivanneet ensimmäistä tapahtumaprojektia teh-  
dessään. Saman totesivat myös monet haastatellut tapahtumanjärjestämisen am-  
mattilaiset.

Oppaan tavoitteena on koota yksiin kansiin ammattilaisten hiljaista tietoa ja kirjoitta-  
jien omaa osaamista. **Hiljainen tieto** on käänös englannin kielen sanasta tacit know-  
ledge, joka tarkoittaa näkymätöntä ja dokumentoimatonta tietoa, jota ihmiselle on  
syntynyt hänen kokemustensa, tunteidensa ja havainnoinnin pohjalta. (Tacit know-  
ledge n.d.) Ensikertalaiselle tapahtumanjärjestäjälle ei ole voinut vielä kehittyä hil-  
jaista tietoa ja muukin olemassa oleva tieto on pääasiassa löydettävissä hyvin haja-  
naisesti esimerkiksi internetistä.

Tekijöiden oppimisympäristössä Tiimiakatemiolla tapahtumat ovat suosittuja projek-  
teja, sillä niissä oppii kattavasti eri osa-alueista, esimerkiksi markkinoinnista, myyn-  
nistä sekä organisoinnista. Oppaan tavoitteena on näin myös jakaa tietoa Tiimiakate-  
mian toisille opiskelijoille sekä muille aiheesta kiinnostuneille.

## 2 Tutkimusasetelma

### 2.1 Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset

Tutkimusongelmana työssä on se, voiko tapahtuman järjestämisestä kirjoittaa alaa  
yleistävän oppaan. Aihetta lähdettiin tutkimaan etsimällä vastausta kysymykseen,  
löytyykö tapahtumien järjestämisestä tiettyjä rakenteita ja vaiheita, jotka toistuvat  
eri tapahtumissa. Kun tähän kysymykseen saadaan vastaus, on mahdollista tietää,  
voiko tapahtuman järjestämisestä kirjoittaa kattavan oppaan, joka sopii käsikirjaksi  
kaikenlaisiin erilaisiin tapahtumiin. Alusta lähtien tekijöiden halu ja kiinnostus tehdä  
opas oli suuri, mutta ensin sen edellytykset oli tutkittava.

Työn tekijöillä on itsellään kokemusta tapahtumien järjestämisestä koko opiskelujen ajalta, joten viitteitä oppaan kirjoittamismahdollisuuksista oli jo. Tarvittiin kuitenkin vielä tutkimustietoa siitä, oltiin-ko asiassa oikeilla jäljillä. Pelkkä tekijöiden subjektiivinen kokemus ei riitä vahvistukseksi. Aihetta lähestyttiin analysoimalla tarkasti yksi tekijöiden tekemistä tapahtumista ja tutkimalla sen rakenne. Lisäksi päätettiin haastatella yhdeksää alan ammattilaista. Perimmäisenä tarkoituksena oli tieto siitä, löytyykö heidän järjestämistään tapahtumista samoja vaiheita, mutta samalla saatiin myös kerättyä tietoa ammattilaisilta opasta varten.

## 2.2 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusote on kvalitatiivinen eli laadullinen. Kvalitatiivinen ote valittiin siksi, että tapahtumien järjestämisestä ilmiönä haluttiin saada syvälinen näkemys sekä luoda aiheesta uutta tietoa. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla samaa tavoitetta olisi ollut mahdoton saavuttaa. (Kananen 2012, 29.) Tutkimusta ja opasta varten tehdyt haastattelut suoritettiin teemahaastatteluina. Haastatteluita tehtiin yhteensä yhdeksän kappaletta, jotka tehtiin joko kasvotusten tai puhelimitse. Yksi haastatelluista halusi vastata laajasti sähköpostitse. Työtä varten haastateltiin yhdeksää tapahtuman järjestämisen alan ammattilaista, joista jokaisella on vuosien kokemus erilaisista tapahtumista, pienistä suuriin. Haastateltavat valikoituivat sen mukaan, että tietoa saatiin erilaisista näkökulmista. Henkilöt löytyivät omasta verkostosta, verkosta etsimällä sekä suositusten kautta. Haastatteluissa kysyttiin lopuksi, ketä kyseinen henkilö suosittelee haastateltavaksi. Näin saimme myös haastateltavilta apua sopivien ihmisten löytämiseen. Suurimmaksi osaksi haastateltavat olivat jyväskyläläisiä, mutta he ovat järjestäneet tapahtumia eri puolilla Suomea ja maailmaa. Tapahtuma ja tapahtuman järjestäminen ovat käsitteinä hyvin selkeitä, joten ilmiöön liittyviä haastateltavia oli helppoa löytää (Kananen 2010, 54).

Osa haastateltavista työskentelee yhden tietyn tapahtumakonseptin parissa, osa taas työskentelee tapahtumien tuottajana ja järjestäjänä kuluttaja- tai yritysasiakkaille.



Joukosta useampi työskentelee useamman kuin yhden tapahtuman parissa. Haastateltaviin viitataan tarvittaessa koodein: Haastateltava 1 = H1, Haastateltava 2 = H2 ja niin edelleen.

Haastateltavat kontaktoitiin puhelimitse ja jokainen heistä oli hyvin kiinnostunut aiheesta ja suostui helposti haastatteluun. Aihe oli selkeästi heidän toimialaltaan, joten he pystyivät hyvin hyödyntämään omaa ammattitaitoaan. Aihe oli haastatelluille selkeästi mieluinen ja jokainen halusi jakaa omaa osaamistaan. Haastatteluja sopiessa auttoi myös, kun oli suosittelu joltain hänen tuntemaltaan ihmiseltä. Näin henkilöön oli jo olemassa jonkinlainen kontakti. Haastattelut suoritettiin huhti- ja toukokuun aikana vuonna 2017.

Haastatteluita varten muodostettiin kysymys- ja aihekokonaisuuksia pohjautuen siihen, mitä asioita haluttiin tietää ja oppia oppaan kannalta. Haastatteluiden avulla haluttiin päästä erityisesti selville tapahtuman järjestämisen vaiheista, jotta saataisiin käsitys siitä, onko toisteisuutta olemassa. Kysymykset olivat kuitenkin hyvin avoimia, jotta mahdollistettiin keskustelu ja kanssakäyminen haastateltavien kanssa. (Kananen 2010, 54.) Keskustelunaiheita ohjasi jonkin verran tekijöiden oma kokemus siitä, mitä jo tiedettiin tapahtumista, sillä ilmiö oli kirjoittajille jo tuttu. Se oli eduksi haastattelutilanteissa, sillä oma kokemus mahdollisti hedelmällisen keskustelun haastateltavien kanssa.

Ensimmäinen haastattelutapaaminen antoi suuntaa lopuille haastatteluille, sillä ensimmäinen haastateltava oli tekijöille entuudestaan tuttu. Hänen kanssaan keskustellessa aiheet muodostuivat paremmin ja hän auttoi sparrailemaan teemoja ja kysymyksiä. Näin saatiin tuleville haastatteluille hyvä runko, ja tutun kanssa haastatteluilannetta oli helppoa harjoitella. Lisäksi hän oli täysin aiheeseen sopiva haastateltava, sillä hänellä on vuosien kokemus muun muassa messujen järjestämisestä ympäri Suomea.

Kaikki haastattelut olivat yksilöhaastatteluita. Tässä tapauksessa huomattiin, että oli eduksi olla kaksi haastattelijaa. Näin keskustelua syntyi monipuolisemmin kuin vain kahdenkeskisessä haastattelussa. Kumpikin tekijä oli siis läsnä jokaisessa haastattelutilanteessa. Ensimmäisissä haastatteluissa huomattiin, että keskustelunavaukset oli-

vat ensin liian rajaavia; yritettiin hakea ennalta päätelty vastaus. Kirjoittajat reflektoivat huomiota keskenään ja tulevaisuudessa tätä pyrittiin välttämään. Kananen (2010, 55) toteaa, että teemahaastattelun alussa ei saisi mennä yksityiskohtiin, sillä se rajaa pois asioita, joilla voi olla merkitystä. Seuraavissa haastatteluissa keskityttiin jättämään johdattelevuus pois, ainoastaan autettiin haastateltavaa laajentamaan vastaustaan, jotta tietoa saatiin erilaisista näkökulmista.

Muutama haastatteluista haastoi tekijöitä, sillä näissä haastateltavat kokivat muutamat aiheet itselleen liian laajoiksi ja vastaukset uhkasivat jäädä suppeiksi. Pohjalla olevat haastattelut auttoivat kuitenkin lisäkysymysten muodostamisessa. Näin jokaisesta haastattelusta saatiin jotakin uutta tietoa tai toisia haastatteluista vahvistavaa.

Kahden viimeisen haastattelun aikana huomattiin saavutetun saturaatiopiste eli vastaukset alkoivat muistuttaa toisiaan eikä uutta tietoa enää tullut. Näin tiedettiin, että haastatteluista on tehty riittävästi. Tässä vaiheessa oltiin jo selkeästi huomattu tietyt vaiheet ja lainalaisuudet, jotka toistuivat jokaisessa käsittelemässämme tapahtumassa. (Kananen 2010, 54.) Nämä samat aiheet olivat tulleet esille myös lähdemateriaalissa sekä omasta kokemuksestamme.

## 2.3 Analyysimenetelmät

Jokainen haastattelu äänitettiin, jotta haastattelutilanteessa päästiin keskittymään keskusteluun ja tilanteeseen oli helppo palata aina uudestaan. Äänitteet kirjattiin loppuksi auki taulukkoon poimien oleelliset kohdat ylös. Taulukossa 1 on havainnollistettu, miltä taulukko näytti. Lauseiden perään kirjattiin aina äänitteen aikaleima eli kohta, josta viesti oli poimittu. Näin äänitteeseen päästiin palaamaan aina tarvittaessa tarkistamaan esimerkiksi, miten haastateltava on tarkalleen sanonut asian. Lisäksi vastaukset jaoteltiin taulukkoon luokittain yläotsikoihin, jotta tieto oli helposti löydettävissä tarvittaessa. Propositiotason litterointi todettiin hyödyllisimmäksi tavaksi, sillä näin oli helpoiten löydettävissä eri haastatteluissa toistuvat asiat (Kananen 2010, 59). Näin litteroinnin yhteydessä haastatteluaineisto myös jo alustavasti analysoitiin luokittelun avulla. Luokittelun avulla materiaalista muodostetaan ryhmiä ja

joukkoja, joihin kuuluvat kohdat jakavat samoja ominaisuuksia tai muistuttavat toisi-  
aan. (Luokittelu 2015.) Luokittelun yhteydessä otsikot saivat nimensä haastatteluissa  
toistuneista kysymyksistä ja aiheista.

Taulukko 1. Havainnetaulukko haastattelujen purkamisessa käytetystä litteroinnista

STEPIT	KOMMENTTI	TYÖKALUT	ÄLÄ TEE NÄIN	TEE NÄIN	KUKA	AIKA
	Mitä tapahtumia tekee?				H1	2:29
Lähtee omasta ideasta ja intresseistä, ei toimeksiantona					H1	3:50
Kolme vaihetta: suunnittelu, ylläpitävä ja aktivoiva, lopuksi tuotanto					H1	8:04
	Myynti vie aikaa, samoin alku ja ideointi				H1	9:26
		Facebook, Basecamp			H1	10:14
				Kysy yökerhoilta	H1	11:24
				Kenelle tapahtuma on suunnattu	H1	13:00
				Mieti, missä teet ja miten	H1	16:42
			Älä jätä budjettia tekemättä		H1	17:09

Haastattelujen taulukoinnin jälkeen rakennettiin vielä toinen taulukko, jonne yhdistettiin haastatteluista saadut tiedot ja lähdekirjallisuudesta esiin nousseet asiat. Myös nämä otsikoitiin teemoittain, jotta opasta kirjoittaessa oli helppoa löytää halutut asiat oikeisiin kohtiin. Tässä kohden hyödynnettiin myös teemoittelua aineiston analyysimenetelmänä. Niin lähdemateriaalista kuin haastatteluista oli noussut esiin tiettyjä teemoja, joita pystyi nostamaan otsikoiksi. (Teemoittelu 2016.) Mitä enemmän jokin kohta toistui, sitä tärkeämmäksi se tiedettiin. Laadullisen tutkimuksen tunnusmerkkien mukaisesti aineiston analyysi ei voinut edetä suoraviivaisesti, vaan aineiston kokoaminen, tulkitseminen ja työn kirjoittaminen olivat edestakaisin liikkuvia prosesseja. (Kananen 2012, 30.) Taulukossa 2 on esimerkkinä materiaalin yhdistäminen tapahtuman vaiheista. Tämän lisäksi materiaali jaettiin seuraaviin otsikoihin: avaimet onnistuneeseen tapahtumaan, työkalut, check list. Haastatteluissa siis niin

sanotusti lyötiin kaksi kärpystä yhdellä iskulla, sillä samaan aikaan saatiin tietoa tapahtumien vaiheista ja niiden toistuvuudesta sekä muutakin sisältöä mahdollista tulevaa opasta varten.

Taulukko 2. Havainnetaulukko haastattelujen ja lähdemateriaalin yhdistämisestä

ENNAKKO	TAPAHTUMAPÄIVÄ	JÄLKEEN
Hyvä taloushallinta tärkeää	Jokaisella oma pelipaikka	Kerää palaute
Tiedottamisessa: kenelle, milloin, kuka?		Jälkivalaveri
Mitä tahansa teetkin, miksi teet sen?		
Aseta tavoitteet: mitä haluat saavuttaa		

Lähes jokainen haastateltava oli kiinnostunut myös lopputuloksestamme eli valmiista oppaasta. Suurin osa oli valmiita lukemaan oppaan ja antamaan siitä kommentteja. Lisäksi opas kiinnosti yhtä haastateltavaa siksi, että hän oli tuottanut oman tapahtuma-alan yrityksensä puitteissa alan aiheista blogitekstejä sekä videoita. Hänen mielestään opas oli hyvin kiinnostava ja hyödyllinen.

Opinnäytetyö sisältää myös havainnointia, sillä siinä kuvataan tarkasti kirjoittajien oma kokemus tapahtumanjärjestäjänä ja he havainnoivat omaa toimintaansa. Havainnointi pohjautuu vuonna 2015 tehdyn tapahtuman dokumentteihin, sähköposteihin sekä kirjoittajien omiin kokemuksiin tapahtumasta. Näin ollen havainnointi on osallistavaa, sillä kirjoittajat ovat olleet itse läsnä tilanteessa. (Kananen 2010, 69.) Vaikka tapahtumasta on muutama vuosi aikaa, oli siihen helppoa palata juurikin tarkoin säilytettyjen dokumenttien sekä viestinnän avulla. Tiimiakatemiolla tärkeä osa oppimista ovat projekteihin sisältyvät dokumentit, sillä niillä oman osaamisen voi osoittaa.

Tavoitteena havainnoinnin avulla on selittää tarkasti, miten oma kokemus on auttanut tietopohjassa ja tämä onnistuu vain refleктоimalla syvällisesti omaa toimintaa. Yksityiskohtaisella dokumentoinnilla pyritään siihen, että työ on mahdollisimman lä-

pinäkyvä ja vertaisten on helppo arvioida prosessia (Kananen 2012, 44). Oma tapahtuma on avattu tarkasti sitä väittämää vasten, että tapahtumasta löytyy tietty rakenne, joka on verrattavissa muun materiaalin löydöksiin.

## 2.4 Reliabiliteetti ja validiteetti

Laadullisessa tutkimuksessa luotettavuuden arviointi on huomattavasti haastavampaa kuin määrällisessä tutkimuksessa. Tässäkin tutkimuksessa saadun tiedon taustalla ovat teemahaastattelut, joita voi tulkita monella eri tavalla, kun numerot taas ovat tulkittavissa vain yhdellä tavalla. (Kananen 2010, 68–69)

Opas luetutettiin osalla haastateltavista. Näin saatiin arviointi tehdyistä päätelmistä. Tavoitteena oli luoda ja rakentaa opas, joka on käytännönläheinen ja oikeaoppinen, joten koko ajan rakennettaessa opasta, sitä kehitettiin yhteistyössä. Kirjoittajat pyysivät kommentteja, neuvoja ja apua sekä tapahtuman järjestäjiltä että muilta tahoilta, jotta lopputulos eli opas olisi erittäin hyvä sekä onnistunut. Vaikka meiltä löytyy tapahtuman järjestämisestä laajaa osaamista, emme ole halunneet rakastua omiin ideoihimme ja näkemyksiimme, joten kehittäminen yhteistyössä on auttanut meitä pääsemään tähän lopputulokseen, joka toivottavasti palvelee tarkoitustaan.

Lisäksi luotettavuutta saatiin saturaatiosta. Oikeilla jäljillä tiedettiin olevan, kun samat asiat alkoivat toistua haastatteluissa. Lisäksi nämä samat asiat olivat tulleet esille ilmiöön liittyvässä lähdemateriaalissa sekä kirjoittajien omasta kokemuksesta. Tämä vahvisti käsitystä, että juuri nuo asiat olivat tärkeitä oppaan sisällön kannalta.

Myös jatkuvalla dokumentaatiolla haluttiin varmistaa luotettavuutta. Haastattelut äänitettiin ja niistä kirjattiin muistiinpanoja. Prosessi on pyritty avaamaan mahdollisimman tarkasti ja analyttisesti, mikä myös lisää luotettavuutta. Lisäksi opasta ja opinnäytetyötä kirjoitettiin rinnakkain, jotta saatiin päiväkirjamaisesti prosessi dokumentoitua mahdollisimman totuudenmukaisesti. (Kananen 2010, 69–71.)

Tutkimuksen siirrettävyys voi olla haastavampi asia. Varsinkin, kun tietopohjana on vahvasti myös tekijöiden omat kokemukset ja osaaminen, joka on aina subjektiivista. Siirrettävyys riippuu suurelta osin haastateltavista sekä siitä, millaisia johtopäätöksiä

tekee. Vaikka tekijät saavuttivat saturaatiopisteen, voi olla, että vielä löytyy haastattavia tapahtumajärjestämisen alalta, joilta tulisi erilaisia vastauksia. Lisäksi haastatteluja ja muuta tietoa voi tulkita lukuisilla eri tavoilla ja sitä myöten tulla erilaisiin johtopäätöksiin. Esimerkiksi kirjoittajien luoma malli sekä tapahtumien jaottelu vaiheisiin ei varmasti ole ainoa mahdollinen versio aiheesta. Tavoitteena kirjoittajilla on kuitenkin ollut tuoda uutta tietoa alalle, jolloin myös muihin johtopäätöksiin päätyminen ei ole haitaksi.

Kvalitatiivisen tutkimuksen arvioinnin kriteerit ovat hankalammin määriteltävissä kuin kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen. Tämä johtuu siitä, että kvantitatiivinen tutkimus pohjaa luonnontieteisiin, kun taas kvalitatiivisessa tutkimuksessa on aina mukana tutkijan oma tulkinta aiheesta. Tämä tekee tuloksista subjektiivisia. (Kananen 2012, 24, 30.) Tällä alalla ei kuitenkaan ole varsinaisesti oikeaa ja väärää vastausta, on vain erilaisia tulkintoja. Ja nämä erilaiset tulkinnat ja uudet näkökulmat rikastuttavat alaa.

### **3 Tapahtumat ja niiden järjestäminen**

Aluksi on tärkeää määritellä keskeiset tapahtumiin ja tapahtuman järjestämiseen liittyvät käsitteet.

#### **3.1 Käsitteet**

##### **Mikä on tapahtuma?**

Tietyn ajan kestävä normaalista poikkeava kohtaamistilanne, jollekin tietylle kohderyhmälle, jossakin tietyssä paikassa ja tiettyyn aikaan (Juurioja 2017).

Tapahtuma on vieraille erityinen kokemus, joka poikkeaa täysin hänen normaalista jokapäiväisestä elämästä. Tapahtumien tavoitteena on luoda erityinen tunnelma sekä uniikki ja laadukas kokemus teeman sekä symboliikan ympärille. Tapahtumat voidaan määritellä esimerkiksi koon, muodon tai sisällön mukaan. (Allen, O'Toole, Harris & McDonnel 2008, 12.)

Tässä erilaisia tapahtumalajeja: Avajaiset, banketit, cocktail-tilaisuudet, ensi-illat, fanitapaamiset, festivaalit, pikkujoulut, kevätjuhlat, henkilöstöjuhlat, flash mob, floor-show, hyväntekeväisyysgaalat, julkistamistilaisuudet, kongressit, läksiäiset, messut, paneelikeskustelut, pop up –tapahtumat, risteilyt, road show, televisioitavat juhlat, tiedotustilaisuudet, syntymäpäivät, torilla tavataan, työpajat, urheilu- ja liikuntatapahtumat, valtiolliset tapahtumat, virtuaalitapahtumat, webinaarit, merkkipäivät, juhluvuodet, yritysysteistyöt ja monia muita. (Catani 2017, 7–8.)

### **Tapahtuma on projekti**

Tapahtuman toteuttaminen on projektityötä, koska sillä on selkeät tavoitteet ja aikataulu. Tapahtumat ovat monesti projektin tavoin kertaluonteisia. (Iiskola-Kesonen 2004, 8.)

Projekti voidaan määritellä harkituksi ja suunnitelluksi hankkeeksi, joka pyrkii johonkin ennalta määriteltyyn tavoitteeseen. Hankkeella on aina aikataulu, määritellyt resurssit ja oma projektiryhmä. Projekti on ainutkertainen, koska sillä on aina alku, keskikohta ja loppu. Jotta tapahtuma saadaan järjestelmällisesti toteutettua, se voidaan suunnitella ja toteuttaa projektityöskentelyn periaatteita noudattaen. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 23.)

Projektimaisella tavalla toimiminen tapahtuman järjestämisessä voi olla avuksi, sillä se tuo toimintaan loogisuutta. Lisäksi projektitoiminnasta löytyy selkeät ja toistuvat vaiheet, joita voidaan seurata. Ennen projektitoiminnan aloitusta tulee olla idea, josta alkaa tapahtumaprojektin elinkaaren vaiheet. Ne ovat aloitus, suunnittelu, toteutus ja lopetus. (Iiskola-Kesonen 2004, 8.)

### **Tapahtumanjärjestäjä**

Tapahtumanjärjestäjällä tarkoitetaan nimettyä vastuuhenkilöä, joka vastaa tapahtuman suunnittelusta aina jälkimarkkinointiin saakka. Tämä henkilö tunnetaan myös projektipäällikkönä. (Vallo & Häyrinen 2014, 273.)

Tapahtumanjärjestäjä on kaiken toiminnan taustalla. Hän huolehtii muun muassa tilat, lupa-asiat, rahoituksen, kokoaa tiimin sekä talkoolaiset ja työntekijät, suunnittelee ohjelman, tiedottaa tapahtumasta ja huolehtii, että tapahtuma saadaan toteutettua vision mukaisesti ja kaikesta muusta. (Saksala 2015, 14.)

Projektipäällikkö huolehtii, että nämä kaikki asiat tulevat hoidettua ajallaan ja sovitusti. Hän ei itse välttämättä näitä kaikkia asioita tee, vaan mahdollistaa sen, että projektiryhmä saa hoidettua sovitut asiat ajallaan. (Huotari 2017.)

### 3.2 Tapahtuman vaiheet

Jokainen tapahtuma on erilainen, mutta riippumatta tapahtuman koosta tapahtuman järjestämisprosessi kulkee samaa reittiä, jossa edetään vaihe vaiheelta: tapahtumakonseptin ideointi, vastuutahojen organisointi, tapahtumapaikan varaaminen, budjetointi, tiedottaminen ja markkinointi, turvallisuusasioista huolehtiminen, itse tapahtuman toteutus sekä tapahtuman jälkeinen raportointi ja arviointi. Tapahtuma on projekti, jonka osa-alueiden järjestelmällinen läpikäynti vaikuttaa lopputulokseen. (Tapahtuman suunnittelu, n.d.)

#### **Käynnistysvaihe**

Tapahtuma on projekti, joka syntyy usean vaiheen tuloksena. Käynnistysvaihe voi tarkoittaa erilaisia asioita eri projekteissa. Käytännössä se on kaikkea, mitä tapahtuu ennen projektin hyväksymistä ja ennen kuin yksityiskohtainen suunnittelu alkaa. (Valdellon 2015.)

Käynnistysvaihe on projektin hallinnan elinkaaren ensimmäinen vaihe. Tässä vaiheessa selvitetään ja kehitetään projektin idea. Tämän vaiheen tavoitteena on tutkia, onko projektia mahdollista toteuttaa. Lisäksi tehdään päätöksiä siitä, kuka toteuttaa hankkeen ja kenelle tai keille tämä projekti toteutetaan. (Baars 2008.)

Lisäksi tässä vaiheessa mietitään myös projektin tavoitteet, laajuus ja rajoitteet. Projektiryhmän tulee vastata näihin kysymyksiin ennen kuin voi siirtyä eteenpäin: Mitkä



ovat tämän projektin tavoitteet? Miksi nyt? Mitä hyötyä projektista on? (Valdellon 2015.)

### **Suunnitteluvaihe**

Kun projektin toteutus on saanut hyväksynnän, siirrytään suunnitteluvaiheeseen. Suunnitteluvaihe on tyypillisesti kaikkein harkituin vaihe. Tällöin luodaan etenemissuunnitelma siitä, miten saadaan vietyä projekti alusta päätökseen asti. Heti alussa tulee miettiä ja kuvata selkeästi, mitä pitää tapahtua ja miten se tullaan toteuttamaan. (Silvers 2014.)

Kannattaa ehdottomasti laatia projektisuunnitelma, se toimii projektin toteutuksen, seurannan ja arvioinnin tukena (Mäntyneva 2016).

Projektin tavoitteet ja projektinhallintaa tukevat osa-alueet pitäisi olla suunnitelmassa tasapainossa. Lisäksi projektisuunnitelman yksityiskohtaisuus ja laajuus kannattaa miettiä tarkoin, ettei tee liian tarkkaa, esimerkiksi ota kantaa jokaiseen yksityiskohtaiseen tekniseen ratkaisuun projektisuunnitelmassa. Tärkeää on pitää projektisuunnitelmassa projektin kuvaus kokonaisuutena helposti ymmärrettävänä. (Mäntyneva 2016.)

Projektisuunnitelma kuvaa tiiviisti ja selkeästi projektin keskeisen sisällön, tavoitteet, aikataulun, kustannusarvion, käytettävät voimavarat ja riskit (Projektisuunnitelman teko 2010).

Hyvä projektisuunnitelma on sellainen, että kuka tahansa pystyy toteuttamaan projektin annettujen ohjeiden mukaisesti, vaikka projektipäällikkö ei olisi itse läsnä.

Kannattaa pitää mielessä se, että suunnittelu on usein jatkuvaa ja toistuvaa työtä. Tämä kuitenkin riippuu täysin projektin laajuudesta, luonteesta ja monimutkaisuudesta, mikä tekeekin suunnittelusta ja suunnitelmasta entistä tärkeämpää. (Silvers 2014.)

## **Toteutusvaihe**

Toteutusvaihe on projektin kolmas vaihe. Tämän vaiheen projektin hallinnan ominaispiirteitä ovat: Suunnitelmien soveltaminen ja niiden vieminen käytäntöön, henkilöstön palkkaaminen, tarjouspyyntöjen lähettäminen, urakoitsijoiden vahvistaminen ja aikataulun laatiminen. Seuranta ja valvonta, suunnitelmien testaaminen sekä arviointi, päätöksien teko, projektin etenemisen raportointi tärkeille sidosryhmille ja aktiivinen riskienhallinta. (Allen, O'Toole, Harris & McDonnell 2008, 164.)

Toteutusvaiheen alkuun projektiryhmä keskustelee tärkeistä asioista sekä päätöksistä. Projektiryhmän on hyvä tarvittaessa vielä läpi käydä suunnitteluvaiheen suunnitelmat sekä tarvittaessa tehdä muutoksia. Tiimin on hyvä keskittyä projektin laajuuteen sekä varmistaa, että kaikki suunnitelmat ovat yhteensopivia keskenään ja myös tavoitteet ollaan otettu huomioon. (Allen, O'Toole, Harris, McDonnell 2008, 164–165.)

Toteutusvaiheen aikana järjestetään kaikki, mitä tarvitaan hankkeen toteuttamiseen (The six phases of project management n.d.).

Toteutusvaihe tekee viimein kaikesta suunnitelmasta totta. Toteutusvaiheessa on erittäin tärkeää, että jokainen projektitiimin jäsen ymmärtää sekä tietää omat vastualueensa, roolinsa ja tehtävänsä. Tapahtuman onnistuminen vaatii jokaisen tahon välistä mutkatonta yhteistyötä. (Vallo & Häyrinen 2014.)

## **Tapahtuma**

Perinteisesti projektinhallinnassa toteutusvaihe on toiseksi viimeinen vaihe, johon kuuluu toimituksen luovuttaminen. Tapahtumat eivät ole aineellisia hyödykkeitä, jotka voidaan luovuttaa samalla tavalla kuin esimerkiksi rakennukset. Tästä syystä tapahtumaprojekteissa on ylimääräinen vaihe, jota kutsutaan "tapahtumaksi". (Allen, O'Toole, Harris & McDonnell 2008, 165.)

Tapahtumat tiivistyvät hetkeen, kun tapahtuma toteutetaan. Tapahtumavaihe alkaa heti kun vieraat saapuvat paikalle oli valmista tai ei. Tapahtuma rakentuu kaikkien

ennalta suunniteltujen ja järjesteltyjen asioiden pohjalta. Tapahtuman aikana toteutetaan suunnitelmat ja seurataan, miten kaikki toimii sekä tarvittaessa tehdä muutoksia ja korjauksia kesken kaiken.

Tärkeä on, että kaikki on suunniteltu jokaista yksityiskohtaa myöten ennen tapahtumaa, ja jokaisella järjestävällä henkilöllä on omat tehtävänsä sekä roolit tapahtumassa tapahtuman mahdollistamiseksi.

Joissakin tapahtumissa kannattaa seurata tapahtuman aikataulua huolella sekä tiiviisti, sillä monet tehtävät riippuvat täysin muista tehtävistä. Viivästykset yhdessä tehtävässä tai palvelussa voivat aiheuttaa suuria ongelmia kaikissa eri aspekteissa. (Silvers 2014.)

### **Projektin päätös**

Kaikki projektit lopulta päättyy. Projektipäällikön tulee tietää, milloin projekti on saatettu päätökseen. Ennen projektin saattamista päätökseen on tiimin täytettävä tavoitteensa. Lisäksi on hyvä käydä kaikkien sidosryhmien kanssa läpi, miten projekti on edennyt. Tämä kertoo sen, kuinka hyvin projekti on suoritettu, ja jos on vielä tehtävää niin mitä. Tärkeää, että jokainen ymmärtää milloin projekti on suoritettu loppuun. Kun yhteisymmärrys projektin päätöksestä ollaan saatu, on aika juhlia. (The four phases of project management 2016.)

Hankkeen sulkemisvaiheen tarkoituksena on muodollisesti sulkea projekti (Martinez n.d.). Projektin päätyttyä käydään huolella läpiraha-asiat sekä, miten projekti meni. Jokainen projekti on oppimisprosessi, joten on hyvä keskustella siitä missä onnistuttiin ja missä puolestaan epäonnistuttiin. Tarkka dokumentaatio projektista auttaa menestymään tulevissa hankkeissa, kun vanhoja virheitä ei toisteta. (Project closure phase: 8 steps of closing process group n.d.)

Projektin päätösvaiheessa projektiryhmän kannattaa käyttää yksinkertaista raportointimallia, jolla voidaan analysoida ja reflektoida projektia sen tuloksia loppuvaiheessa tai sen jälkeen. (Junkkari 2016.)

Motorola on nimensä mukaisesti Motorolassa kehitetty projektin arviointityökalu (Luukas, Ahmaniemi & Silvennoinen 2016). Työkalu sopii mainiosti lähes minkä tahansa projektin loppuarviointiin ja se helpottaa oppimisen viemisessä käytäntöön. Motorola koostuu neljästä kysymyksestä: (Junkkari 2016.)

Mikä meni hyvin?

Mikä meni huonosti?

Mitä opimme?

Mitä teemme ensi kerralla paremmin / mitä viemme käytäntöön? (Luukas ym. 2016.)

### 3.3 Avaimet onnistuneeseen tapahtumaan

#### **Tarkoituksen ja tavoitteiden määrittäminen**

Määritä projektisi tavoitteesi mahdollisimman tarkasti: Haluatko jakaa tietoa osanottajille? Ilmaista kiitollisuutta jollekulle, hankkia varoja projektiin tai tarjota elämyksen sekä iloa asiakkaalle? (Prokofieva n.d.)

Yksi tehokkaimmista ja vielä vähän käytetystä työkaluista tavoitteiden saavuttamiseksi on SMART –kaava, joka on havainnollistettu visuaalisesti kuviossa 1. Kun projektin ääriviivat on kartoitettu, on aika asettaa tavoitteet. SMART –kaavan avulla voit arvioida tavoitteesi. SMART:n tehtävänä on selventää, miten tavoitteet ovat syntyneet, ja kriteerit tavoitteiden saavuttamiseen. (SMART goals n.d.)



Kuvio 1. SMART-työkalu (SMART goal setting n.d.)

S = Specific - Tavoitteen tulee olla yksityiskohtainen ja tarkasti määriteltävissä.

M = Measurable - Tavoitteen tulee olla jollakin mittarilla helposti mitattavissa.

A = Attainable - Tavoitteen tulee olla saavutettavissa oleva.

R = Relevant - Tavoitteen tulee olla järkevä, osuva sekä oikeasti hyödyllinen.

T = Time Based - Tavoite tulee olla sidottu aikaan.

(Bouchard 2017.)

### **Hyvä projektipäällikkö**

Hyvä suunnittelu ja oikea tiimin valinta vievät projektin tiettyyn pisteeseen asti. Projektia kuitenkin tulee johtaa aktiivisesti onnistuakseen. Projektipäällikkö on avainroolissa tässä hyvin tärkeässä ponnistuksessa, joten tarpeellista tässä tehtävässä ovat hyvät johtamistaidot. Kuitenkin avoimella ja oppivalla asenteella pääsee projektinjohtamisessa pitkälle. (Pulkkanen n.d.)

Projektipäällikön tehtäviin kuuluu suunnitella ja organisoida hanke alusta loppuun. Hyvällä projektinjohtajalla on yleensä seuraavat piirteet, jotka auttavat projektin viemisessä maaliin. Johtajan tulee olla suunnittelija. Hän ajattelee työjärjestystä ja tietää, mitä tulee tapahtua milloinkin ja millä pelipaikoilla kunkin tulee pelata. Hän on

myös luotettava sekä hyvä kommunikoimaan muiden ihmisten kanssa. (Roberts 2017.)

On todettu hyväksi, että projektipäällikkö työskentelee yhdessä muun tiimin kanssa. Näin luodaan parempia työsuhteita ja opitaan jokainen kunkin jäsenen vahvuuksista ja heikkouksista. Mikä parasta luottamus kasvaa molemmin puolin. Johtajan tehtävänä on myös opettaa, ja motivoida joukkuetta ja yksilöitä saavuttamaan tuloksia.

Hyvän johtajan tunnistaa myös siitä, että hän antaa tiimiläisilleen vastuuta, luottaa ja arvostaa heitä. Kannattaa antaa tunnustusta hyvästä työstä, jotta motivaatio pysyy yllä, sillä jokainen haluaa tuntea arvostusta ja saada heidän työstään kiitosta.

Hyvä johtaja on tärkeässä roolissa saattaakseen projektin onnistuneesti päätökseen (Driver 2017).

### **Osaavien henkilöiden hankinta projektiin**

Projektin laajuuden määrittämisen jälkeen, on helpompi tunnistaa omat kykynsä hakeen toteuttamista varten. Kuitenkin usein tarvitaan myös muita henkilöitä mahdollistamaan projektin toteutus. Nämä henkilöt muodostavat projektiryhmän, tiimin, joka toteuttaa tapahtuman. Jokaiselle tiimin jäsenelle jaetaan tehtävät ja vastuut huomioiden henkilöiden osaamisen ja kiinnostuksen kohteet. Kun tiimin henkilöt ovat oikeilla paikoilla, se mahdollistaa projektin toteutuksen siten, että saavutetaan hyvät tulokset. (Rivera 2014.)

Vaikka tiimin jäsenellä olisi kaikki tarvittavat tiedot ja taidot, on äärimmäisen tärkeää, että he ovat omistautuneet projektiin, sillä ilman sitoutumista määräaikoihin ei päästä ja palvelu sekä tuotteiden laatu ei välttämättä ole tarpeeksi hyvää. (Roberts 2017.)

### **Projektisuunnitelman laatiminen**

Projektisuunnitelman tehtävänä on osoittaa hankkeen eri vaiheet, toiminnot ja tehtävät kussakin projektin vaiheessa. Tyypillisesti se osoittaa, milloin tehtävä alkaa ja päättyy sekä kunkin tehtävän väliset riippuvuudet. (Aston 2017.)

Suunnitelman tarkoituksena on rakentaa hyvin yksityiskohtainen sekä kattava kuvaus projektista. Yhtenä projektisuunnitelman vankkana sekä tärkeänä kohtana on laatia aikataulu projektille. Lisäksi tulee miettiä suunnitelmassa mahdolliset riskit sekä niiden hallitseminen projektin aikana.

Projektiryhmä laatii projektisuunnitelman siitä, miten hanke saadaan vietyä loppuun. On tärkeä dokumentoida jokainen kohta huolella, jotka vaikuttavat projektiin, sen suunnitteluun ja toteutukseen. Projektisuunnitelmassa tulisi olla seuraavat asiat: Projektin tarkoitus, tausta, päämäärä, tavoitteet, aikataulu, talousarvio, riskien arviointi, roolit, vastuut, suunnitelma. (Project plan n.d.)

### **Budjetin tekeminen ja seuranta**

Budjetointi on yksi suurimmista keinoista hallita raha-asioita. (Kts. kuvio 2.) Monet ihmiset kuvittelevat, että budjetointi on hyvin haastavaa, ja aiheuttaa vaivaa sekä päänsärkyä. Todellisuudessa budjetoiminen on melko helppoa. (Caldwell 2017.)

Budjetti on arvio, jonka tehtävänä on seurata projektin tuloja sekä menoja (Budget – What is a budget? N.d.).

Budjetin tarkoituksena on määrittää, onko rahaa toiminnan mahdollistamiseen, liiketoiminnan laajentamiseen ja tulojen tuottamiseen itselle. Ilman huolellista talousarviota riskinä on kuluttaa enemmän rahaa kuin sitä todellisuudessa on, tai puolestaan päinvastoin, ei käytetä riittävästi rahaa esimerkiksi liiketoiminnan kasvattamista ja kehittämistä varten. (Curtis 2017.)

Budjetin tehtävänä ei ole olla pelkkä ennuste tapahtuman tulevasta taloudesta, vaan sen tulisi enemmänkin olla aktiivinen suunnitelma, jota seurataan ja päivitetään koko ajan. Tavoitteena on tähdätä mahdollisimman hyvään tulokseen. Kun taloudelliset tavoitteet asetetaan tarpeeksi kunnianhimoisesti, on todennäköisempää, että ne saavutetaan ja näin ollen päästään parempaan tulokseen verrattuna siihen, että tavoitteet ovat vaatimattomat tai niitä ei ole ollenkaan. Niinpä budjetin laatiminen on todella tärkeää onnistuneen tapahtuman järjestämisessä. (Budjetointi n.d.)

Kulut	Arvioitu	Toteutunut
Tilavuokra	1 200,00 €	0,00 €
Äänentoisto	500,00 €	0,00 €
Kalusteet	350,00 €	0,00 €
Koristeet	300,00 €	0,00 €
Tarjoilut	690,00 €	0,00 €
Kattaustarvikkeet	100,00 €	0,00 €
Painomateriaalit	150,00 €	0,00 €
Facebook mainonta	400,00 €	0,00 €
Lehtimainos	150,00 €	0,00 €
Autovuokra	100,00 €	0,00 €
Bensat	50,00 €	0,00 €
Projektiryhmän palkkio	4 000,00 €	0,00 €
Pelivaraa	500,00 €	0,00 €
<b>Yhteensä</b>	<b>8 490,00 €</b>	<b>0,00 €</b>

Tulot	Arvioitu	Toteutunut
Lipputulot (á 65€)	9 750,00 €	0,00 €
<b>Yhteensä</b>	<b>9 750,00 €</b>	<b>0,00 €</b>

Voitto- ja tappiolaskelma	Arvioitu	Toteutunut
Kulut yhteensä	8 490,00 €	0,00 €
Tulot yhteensä	9 750,00 €	0,00 €
<b>Yhteensä</b>	<b>1 260,00 €</b>	<b>0,00 €</b>

Kuvio 2. Esimerkki kulu- ja tulobudjetista

### Aikataulun laadinta

Projektit koostuvat monista erilaisista tehtävistä, joista jokaisella on alku sekä loppu (Ray 2017). Aikataulut on yksi projektinhallinnan työkalu, se viestii mitä työtä on tehtävänä, kuka tehtävän suorittaa sekä millainen aikataulu niillä on. Jotta projekti saadaan suoritettua ajallaan, aikatauluissa tulee pysyä. (Project scheduling n.d.)



Suosittelavaa on ottaa käyttöön kalenteri tai jokin muu ajanhallinnan työkalu. Se helpottaa ajanhallintaa ja aikataulutusta projektissa (Jussila n.d.).

### **Viestinnän tärkeys**

Projektin johtaminen ilman minkäänlaista viestintää on täysin mahdotonta. Projektit ovat useimmiten hyvin monimutkaisia kokonaisuuksia, jotka koostuvat lukuisista yksityiskohdista, vaatimuksista sekä päätöksistä. Jokaisessa vaiheessa on tehtäviä, jotka ovat riippuvaisia toisista tehtävistä, päätöksistä sekä muista ihmisistä. Vaikka projektissa käytettäisiinkin projektin hallinnantyökaluja, ei se ole riittävää, ellei osata viestiä projektin etenemisestä toisten kanssa. Jatkuva kommunikointi on tärkeää onnistumisen kannalta. (Harnedd 2015.)

### **Lupien ja ilmoitusten hakeminen**

Usean tapahtuman järjestämiseen tarvitaan lupia. Lupien määrä riippuu tapahtuman luonteesta sekä koosta. Suurimmalle osalle tapahtumista pakollisia lupia ovat tapahtumapaikan omistajan lupa sekä poliisille tehtävä ilmoitus yleisötilaisuudesta. (Kts. kuvio 3.) Tapahtumanjärjestäjän vastuulla on lupien hakeminen ja ilmoitusten tekeminen. Ilman tarvittavia lupia ei saa järjestää tapahtumaa, tällöin poliisilla on oikeus keskeyttää tapahtuma. Järjestäjän on hyvä ottaa selvää millaisia lupia ja ilmoituksia tapahtuma vaatii. (Luvat ja ilmoitukset, n.d.)

Tällaisia viranomaislupia on:

- Maankäyttölupa
  - Ilmoitus poliisille yleisötilaisuuden järjestämisestä
  - Ilmoitus elintarvikkeiden valmistamisesta, tarjoamisesta ja myynnistä
  - Tilapäinen anniskelulupa
  - Meluilmoitus
  - Musiikin esityslupa Teostolta
  - Ilmoitus pyrotekniikasta (ilotulitteet, avotuli jne.)
  - Ilmoitus julkisesta kokoontumisesta
  - Arpajaislupa
  - Turvallisuussuunnitelma pelastuslaitoksen kanssa
- (Catani 2017.)

Tapahtumaluvat ja käsittelyajat			
Hakemus tai lupa:	Hakemus toimitetaan:	Luvan myöntäjä:	Käsittelyaika:
Maanomistajan lupa (kaupungin yleiset alueet)	Kaupungin palvelupiste tai sen nettisivuilla	Kaupungin palvelupiste	2 + 2 vk*
Alueen käyttö lupa mm. urheilukentät, liikuntapaikat	Liikuntapalvelut	Liikuntapalvelut	2 + 2 vk*
Elintarvikelupa, tupakointi, myynti	Kaupungin palvelupiste / ympäristöterveydenhuolto	Ympäristöterveydenhuolto	2 vk
Meluilmoitus	Kaupungin palvelupiste tai sen nettisivuilla	Ympäristönsuojelu	2 vk
Jätehuollon ilmoitus	Kaupungin palvelupiste / ympäristönsuojelu	Ympäristönsuojelu	2 vk
Tilapäistakenteet yli 2vk / toimenpidelupa	Kaupungin palvelupiste tai sen nettisivuilla	Rakennusvalvonta	2 + 2 vk*
Pelastuslaitoksen ilmoitukset, pelastussuunnitelmat	Pelastuslaitos	Pelastuslaitos	2 vk
Ilotulitus, pyrotekniset laitteet	Pelastuslaitos	Pelastuslaitos	1 vk
Poliisin luvat ja ilmoitukset	Poliisilaitos	Poliisilaitos	2 + 5 vk*
Anniskelulupa	Aluehallintovirasto	Aluehallintovirasto	4 vk
Tilapäinen sähkö	Sähköyhtiö	Sähköyhtiö	2 vk

Kuvio 3. Tapahtumaluvat ja käsittelyajat (Jyväskylän kaupunki n.d. muokattu)

### Huomioi aistit

London & Partners ja CWT Meetings & Events laativat vuonna 2015 tutkimuksen aistimuksista. Tutkimuksessa todettiin, että lähes 80 prosenttia kokouksen suunnitteli-

joista koki, että moni aistimuksellinen tapahtuma on paljon mieleenpainuvampi kokemus tapahtuman osanottajille kuin tapahtuma ilman useita aisteja. 42 prosenttia tutkituista uskoo, että erottuu muista tapahtumista, kun kaikki aistit ovat aktivoituna tapahtumassa. Ja yli kolme neljäsosaa vastaajista oli sitä mieltä, että aisteja tulisi paremmin hyödyntää tapahtumien teossa. (Byford 2015.)

Aistiemme välitykselle syntyy tunnekokemukset tapahtumassa. Ihmisellä on viisi perusaistia, jotka ovat näkö, kuulo, haju, maku ja tuntoaisti. Nämä aistit kannattaa tapahtumassa pyrkiä herättämään eloon. Ne kannattaa ottaa huomioon jo tapahtuman suunnittelussa. Aistit mahdollistavat kontaktien syntymisen ihmisten kesken ja ne ovat myös yhteydessä tunteiden syntymiseen. Tunteita herättämällä voi jättää syvemmän muistijäljen ihmismieleen. Aistimme täydentävät toinen toisiaan ja ne sulautuvat yhteiseksi tiedoksi, joiden perusteella syntyvät kokemuksemme. Mitä monipuolisemmin tapahtuman järjestämisessä on eri aistit otettu huomioon, sitä yhtenäisempi kokonaisuus jää osallistujan mieleen. Useamman aistin yhtäaikainen stimulointi jättää paremman asiakaskokemuksen sekä mahdollistaa onnistuneemman tapahtuman.

Jotta aisteista saadaan tapahtuman kannalta paras mahdollinen lopputulos irti, pitää huolehtia, että eri aistikokemukset ovat harmoniassa keskenään, sillä siten ne vahvistavat valittua teemaa ja tapahtuman mukaansatempaavuutta. (Kinnunen 2017.)

### **Yhteenveto**

Tällaisia vaiheita asiantuntijat ovat löytäneet. Vaiheita voi olla vaikea todentaa teoreettisesti, mutta alan gurun kirjoituksissa toistuvat usein samat vaiheet. He pohjaavat tietonsa useimmiten omaan vuosien kokemukseensa tapahtumajärjestäjänä.

Viimeaikaiset tutkimukset tapahtuman järjestämisen alalla ovat keskittyneet paljon tapahtuman vierailijan kokemukseen ja käytökseen. Aiemmin tutkimuksissa keskityttiin esimerkiksi tapahtumien taloudellisiin vaikutuksiin. Usein lähestymiskulmana on mikrotason tutkimus eli case-tutkimukset. (Park & Park 2016, 109.) Tapahtuman vierailijan kokemuksen yhteydessä on tutkittu myös asiakaspalvelun ja sen kehittämisen

vaikutusta tapahtumakokemuksen parantamiseen (Ralston, Ellis, Compton & Joongwon 2007, Abstract).

Opinnäytetyön kirjoittajat halusivat ottaa tutkimuksen lähestymistavaksi tapahtumanjärjestäjän näkökulman esimerkiksi vieraan sijaan. Aiheen rajaaminen järjestäjän näkökulmaan johtui siitä, että kirjoittajilla on itsellään tausta tapahtumanjärjestäjänä ja juuri se näkökulma kiinnostaa. Myöskään pelkkä yksittäinen case-esimerkki ei riittänyt, vaan aihetta ja ilmiötä haluttiin tutkia laajemmin.

## 4 Tutkimustulokset

Koska tekijöiden oma kokemus tapahtumanjärjestäjänä on merkittävä osa tietoperustaa, on se syytä avata tarkasti. Käsiteltäväksi tapahtumaksi on otettu yksi case-esimerkki; ensimmäinen tapahtuma, jota kirjoittajat ovat tehneet yhdessä. Lisäksi analysoidaan tarkasti teemahaastatteluiden vastaukset, jotka antavat vastauksen niin kysymykseen siitä, löytyykö tapahtuman järjestämisestä samoja rakenteita kuin ammattilaisten tietoa oppaaseen.

Tapahtumien tuottaminen on kiinnostanut meitä jo useamman vuoden ajan. Olemmekin järjestäneet lukuisia tapahtumia viimeisen kolmen vuoden aikana aina muutamman kymmenen hengen tapahtumista usean tuhannen hengen tapahtumiin.

Olemme taitojemme karttuessa huomanneet yhdenmukaisuuden järjestämissämme tapahtumissa, joten halusimme tutkia, löytyykö tapahtuman järjestämisestä tiettyjä rakenteita ja vaiheita, jotka toistuvat aina. Siitä lähti idea, että haluamme tutkia tapahtuman järjestämistä hieman enemmän sekä selvittää onko näin. Onko jokainen tapahtuma omanlaisensa projekti vai perustuuko tapahtuman järjestäminen samoihin lainalaisuuksiin? Siksi haastattelimme yhdeksää tapahtumanjärjestäjää, etsimme paljon tietoa tapahtumien järjestämisestä niin Suomessa kuin muualla maailmassa sekä perustamme osan löytämistämme tiedosta omaan kokemukseemme tapahtumanjärjestäjänä. Näiden tietojen pohjalta rakensimme lopulta *Viisi askelta onnistuneen tapahtuman järjestämiseen* -oppaan, jonka keskeisenä teemana on tapahtuman järjestämisen malli.

Kerromme nyt tarkemmin yhdestä isoimmasta tapahtumaprojektista, jonka olemme yhdessä toteuttaneet. Kuvaamme tapahtuman vaihe vaiheelta ja nostamme esiin saamamme suurimmat opit.

## 4.1 Oma osaaminen - Orientaatioiltpäivä

### **Jyväskylän ammattikorkeakoulun uusien opiskelijoiden orientaatioiltpäivä**

25.8.2015 järjestimme uusille Jyväskylän ammattikorkeakoulun (JAMK) opiskelijoille avajaisten yhteyteen orientaatioiltpäivän, jonka tarkoituksena oli tutustuttaa kaikki uudet opiskelijat JAMKin sisäisiin palveluihin sekä auttaa opiskelijoita orientoitumaan kouluvuoteen. Tapahtumaa järjestimme kolmihenkisen projektiryhmän kokoonpanolla kesän 2015 ajan.

#### 4.1.1 Suunnitteluvaihe

Päävalmentajamme Ulla sai kevään 2015 lopulla viestin JAMKin johdolta, että he tarvitsevat kiinnostuneita tiimiakatemiaalaisia järjestämään 2000 uudelle oppilaalle orientaatioiltpäivän syyslukukauden ensimmäiselle päivälle, sillä JAMKin henkilökunnan resurssit eivät riittäisi tapahtuman tekemiseen kesää vasten.

Olimme kiinnostuneita tapahtumien järjestämisestä, joten valmentajamme oli yhteydessä meihin ja kehotti meitä ottamaan yhteyttä Jyväskylän ammattikorkeakoulun päässä toimivaan yhteyshenkilöömme.

Soitimme yhteyshenkilölle toukokuun alussa, jolloin hän kertoi meille orientaatioiltpäivän idean, mitkä ovat meidän roolit ja tehtävät sekä muut käytännön seikat. Meidän tehtäväksemme tuli järjestää orientaatioiltpäivä syyslukukauden avajaisten yhteyteen 25. elokuuta kello 14:00-16:00.

Ammattikorkeakoulun sisäiset palvelut eivät normaalisti ole kovin houkuttelevia opiskelijoiden keskuudessa, joten tehtäväksemme tuli ideoida tapahtumaan elämys, joka on opettavainen, toiminnallinen sekä ryhmäyttävä uusille opiskelijoille.

Kaikki lähti siitä, että kirkastettiin tapahtuman idea eli mietimme: mitä, missä, milloin sekä kenelle. Suurin osa näistä vaatimuksista tuli asiakkaaltamme. Ne antoivat tietyt raamit, mutta niiden kautta oli helppo lähteä kehittämään tapahtumaa.

Seuraavaksi mietimme miksi tapahtuma järjestetään ja mitkä ovat tavoitteemme. Lähtökohtaisesti mietimme omalta kannaltamme, että järjestämme tapahtuman koska meidät siihen pyydettiin. Lisäksi itse tapahtumalla oli toki syvemmät tarkoitusperät uusien opiskelijoiden sekä opiskelijapalveluiden kannalta. Henkilökohtaisia tavoitteitamme oli oppia tapahtuman järjestämisestä sekä tehdä liiketoimintaa.

Joka vuotisenä perinteenä oli, että uudet opiskelijat perehdytettiin Jyväskylän ammattikorkeakoulun sisäisiin palveluihin kuten kirjastoon, kouluterveydenhuoltoon, liikuntapalveluihin ja niin edelleen. Aiempina vuosina oli ollut orientaatioviikko, jolloin koko viikon ajan tutustuttiin näihin palveluihin, mutta tällä kertaa haluttiin, että opiskelijat kuulevat palveluista oleellisen orientaatioiltapäivän aikana, jotta voisivat paljon nopeammin aloittaa lukukauden.

Näin jälkikäteen olisimme voineet miettiä vielä tarkemmin omia tavoitteitamme, kuten paremman ansaintamallin tässä projektissa ja etenkin sitä, palveleeko tapahtuman tarkoitus asiakkaita eli uusia opiskelijoita. Mitä he saavat päivän aikana ja onko ylipäättään tällainen tapa tutustuttaa opiskelijat muun muassa koulupsykologin palveluihin hyvä? Tapahtuma varmasti olisi ollut aivan erilainen, jos tähän kohtaan olisimme ymmärtäneet keskittyä paremmin.

Kun tapahtuman idea ja tapahtuman tarkoitus olivat kutakuinkin selvillä, aloimme miettiä tapahtumaa paljon tarkemmin. Mietimme, miten saamme tiettyjen vaatimusten puitteissa luotua tapahtuman, jossa on sellainen elämys, jota meitä pyydettiin luomaan.

Tiimiakatemiolla muutamat henkilöt pyörittivät omaa pakopelihuonetta, joten idea tapahtuman teemasta lähti sieltä, sillä pakopelihuoneet oli tuolloin vielä melko uusi juttu ja ne kiinnostivat ihmisiä. Teemaksi muodostui siis pakopelihuone, jossa opiskelijat noin 20 hengen ryhmissä kiertävät kaikki JAMKin sisäisten palveluiden pisteet ja jokaisen pisteen lopuksi ratkovat erilaisia arvoituksia tiiminä. Tarkoituksena oli, että

ryhmät kilpailevat toisiaan vastaan ajan sekä oikeiden vastauksien osalta. Lisäksi ohjelmassa oli tutustuminen yhteistyökumppaneiden pisteisiin sekä halutessaan sai ottaa tiimikuvan yhdessä artisti Redraman kanssa.

Kun nämä asiat olivat selvillä, laadimme projektisuunnitelman tapahtumaprojektille. Kävimme läpi projektiryhmämme kesken, mitä kukakin haluaa tehdä ja oppia projektissa. Sen mukaan jaoin tehtävät kullekin jäsenelle.

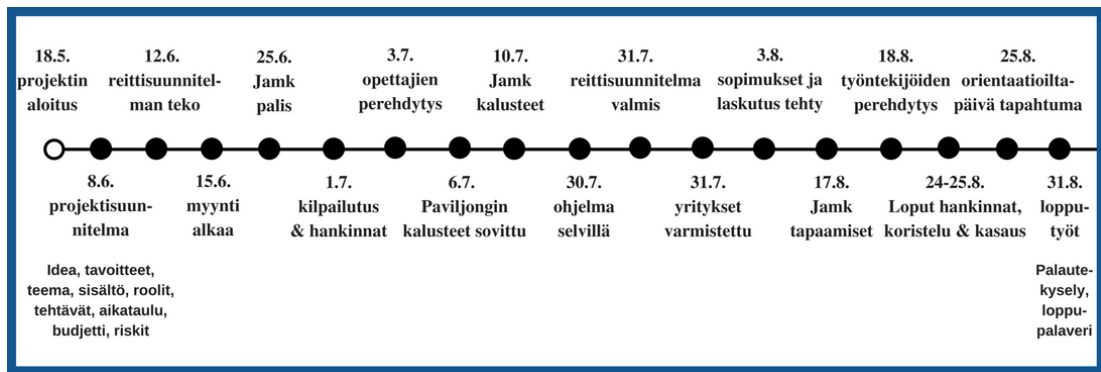
Claudia halusi ottaa johtamishaasteen, joten hänet valittiin projektipäälliköksi. Lisäksi hän toimi yhteyshenkilönä JAMKin henkilökunnan sekä tutoreiden kanssa. Miia hoiti yritysyhteistyökumppanuudet eli myynnin sekä kaiken informoinnin heille. Lisäksi Miia suunnitteli, miten tila rakennetaan ja somistetaan. Matleena vastasi yhteistyöstä Jyväskylän Paviljongin eli tapahtumapaikan kanssa. Hän myös vastasi projektin taloudesta sekä kaikista hankinnoista, joita teimme projektia varten.

Kun jokaisen roolit olivat selvillä, kävimme läpi mitä kaikkia tehtäviä pitää tehdä ja jaoin kenen vastuulle mikäkin tehtävä kuului.

#### Tehtävät ja niiden vastuuhenkilöt

- Reittien suunnittelu (Matleena)
- Aikataulutus (Claudia)
- Työvoima tapahtumaan (Matleena)
- Juonnot + juontaja (Claudia)
- Ytk -myynti (Miia)
- Palkinnot opiskelijoille (Claudia)
- Tutorien ohjeistaminen (Claudia)
- KV-koordinaattorien ohjeistaminen (Claudia)
- Yhteistyökumppaneiden ohjeistus (Miia)
- Sopimukset (Miia)
- Opiskelijoiden tiedotus (Claudia)
- Paviljonki yhteistyö (Matleena)
- Talous (Matleena)
- Hankinnat (Matleena)
- Ohjeistus (Claudia)
- Tilasuunnitelma (Miia)
- JAMKin henkilökunnan ohjeistus (Claudia)
- Haalarimerkki (Miia)

Pilkoimme tehtävät vielä pienempiin osiin ja teimme sen pohjalta **aikajanan**, jotta projekti saadaan tehdyksi ja kaikki valmiiksi ennen tapahtumapäivää. (Kts. kuvio 4.)



Kuvio 4. Orientaatioiltaanpäivän aikajana

Seuraavana vuorossa oli projektin talous. JAMKilta olimme saaneet tietyn budjetin, jonka saimme käyttää somistuksiin, kalusteisiin ja kaikkiin muihin hankintoihin. Paviljongista tila oli hankittu jo etukäteen, joten meidän ei tarvinnut sitä budjetoida omiin menoihimme. Tuloa tuli meille yhteistyökumppanuuksista sekä myös JAMKilta pieni korvaus vaivannäöstämme.

Seurasimme koko ajan hyvin tarkasti menopuolta ja pidimme kiinni siitä, että budjetti ei pääsisi ylittymään sekä kilpailutimme kaikki kuluerät. Kuitenkin näin jälkikäteen olisimme voineet tarkemmin vielä laatia tavoitteet: kuinka paljon yhteistyökumppanuuksia haluamme, minkälaisia muunlaisia yhteistyösopimuksia olisimme voineet laatia eri yritysten kanssa sekä millä muilla keinoin olisimme voineet tehdä rahaa tapahtuman avulla.

Oli hauska huomata, kun kirjoitimme tätä opinnäytetyötä ja avasimme tarkemmin aiempaa tapahtumaprojektia, toistuvat samat asiat niin tekemässämme oppaassa kuin haastatteluissa. Vaikka emme olleet ajatelleet tuolloin tapahtuman 4E teoriaa, jonka ovat luoneet J. Pine ja J. Gilmore, olimme ottaneet nämäkin asiat tapahtuman suunnittelussa huomioon. Eli viihdyttävyyden, opettavan sisällön, esteettisyyden sekä eskapismien eli paon todellisuudesta.

Tapahtuman suunnitteluvaiheessa projektisuunnitelmaa tehdessä mietimme heti mitä riskejä on. Lähinnä pohdimme sitä, että 2000 ihmisen pitää kiertää 10 pistettä kahden tunnin aikana noin 20 henkilön ryhmän kanssa, miten tämä onnistuu, miten ihmiset kuulevat kaikki mitä pisteillä puhutaan, miten he osaavat siirtyä seuraavalle



pisteelle niin, etteivät eksy ryhmästä. Mietimme myös, mitä jos aikaa jää ylimääräistä eli mitä ihmiset voivat tehdä loppuajan.

Oli todella hyvä, että mietimme riskejä ja kehitelimme näihin riskeihin ratkaisut. Kuten sen, että rakensimme kaksi identtistä rataa, jotta kaikkien ei tule mahtua ja kiertää samaa rataa. Ideana oli, että jokaisella pisteellä on kerralla kuusikymmentä henkilöä ja tilaa varattu niin, että ryhmät mahtuvat kuuntelemaan.

Tutorit ohjeistimme etukäteen hyvin ja kerroimme heidän tehtävänsä. Lisäksi ohjeistimme miltä pisteeltä kukin ryhmänsä kanssa aloittaa. Huolehdimme myös siitä, että he varmasti tietävät oman ryhmänsä jäsenet sekä osaavat ohjeistaa seuraamaan heitä koko tapahtumapäivän ajan. Tällä hyvällä ohjeistuksella halusimme välttää riskejä, kuten epäselvyyttä ja epätietoisuutta.

#### 4.1.2 Kehittelyvaihe

Suunnitteluvaihe on melko intensiivinen vaihe. Kun on päätetty suurista linjoista, on aika siirtyä viemään asioita eteenpäin.

Me tapasimme heti kehittelyvaiheen alkuun ennen juhannusta JAMKin puolen projektiryhmän, joille esittelimme ideamme ja kävimme muun muassa läpi projektisuunnitelmamme kokonaisuudessaan. Lisäksi sovimme myös muista ajankohtaisista asioista. He näyttivät meille vihreää valoa, joten päätimme lähteä viemään ideoitamme käytäntöön.

Palaverin jälkeen aloimme miettiä, mitä hankintoja tarvitsemme tapahtumaa varten. Lopputulos oli: messuseiniä, pöytiä, telkkareita, messumattoa, valokuvauspiste, kohdevalot pisteille, äänentoisto, somisteet ja rekvisiitat tapahtuman teemaan sekä tietysti myös ensimmäiset haalarimerkit opiskelijoille.

Kun olimme miettineet kaiken tarvittavan, aloimme tutkia, ketkä kaikki tarjoavat näitä palveluita. Sen jälkeen kontaktoimme palveluntarjoajia sekä kysyimme tarjouksia. Budjettimme oli sen verran tiukka, että mahdollisimman paljon oli lainattava muun muassa meiltä itseltämme tai JAMKilta. Tietysti joitakin asioita kuten messuseiniä, kohdevaloja, rekvisiitat, äänentoisto sekä haalarimerkit oli hankittava.

Palaverin jälkeen Claudia puolestaan alkoi ohjeistaa koulun henkilökuntaa sekä tuteita tapahtumasta. Henkilökunnalle lähetimme infon siitä, että heidän tulisi laatia omasta jutustaan kolmen minuutin mittainen esitys suomeksi sekä englanniksi, jonka he esittävät näille kaikille 13 ryhmälle. Sovimme myös heidän kanssaan tapaamisesta ennen koulujen alkua, jolloin käymme vielä tarkemmin läpi jokaisen roolin sekä tehtävät. Matleena sopi Paviljongin kanssa tarvittavista kalusteista sekä myös tilasta kokonaisuudessaan. Hän sopi myös JAMKin kanssa kalusteista sekä tarvikkeista, joita lainaisimme tapahtumaa varten.

Meidän tapahtumassamme hyvä asia oli se, että tapahtumaan ei tarvinnut myydä lippuja, vaan JAMK hoiti, että kaikki uudet opiskelijat saapuvat avajaisiin sekä orientaatioiltaan. Eli pystyimme lupaamaan yhteistyökumppaneille, että 2000 ihmistä tulee kuulemaan heidän tuotteistaan ja palveluistaan.

Miia otti hoitaakseen yhteistyökumppanuudet. Hän keräsi kontaktilistan ja aloitti yhteistyökumppanuuksille myynnin. Tarkoituksena oli saada Jyväskylässä toimivia yrityksiä mukaan tapahtumaan esittelemään heidän omia tuotteita sekä palveluita uusille opiskelijoille, sillä moni uusista opiskelijoista oli tullut Jyväskylään toiselta paikakunnalta.

Markkinointiakaan meidän ei juuri tarvinnut tehdä sillä Jyväskylän ammattikorkeakoulu hoiti sen suurimmaksi osaksi itse. Kuitenkin teimme heille markkinointitekstit, joita he jakoivat omissa kanavissaan kuten heidän omissa sosiaalisen median kanavissa sekä myös sähköpostitse viikkokirjeissä.

Näin suuressa tapahtumassa turvallisuus- ja lupa-asiat tulee miettiä huolella ja varmistaa, että kaikki on varmasti kunnossa. Tässä tapahtumassa meidän ei tarvinnut näitä asioita kuitenkaan juuri miettiä, vaan JAMK hoiti nämä puolestamme.

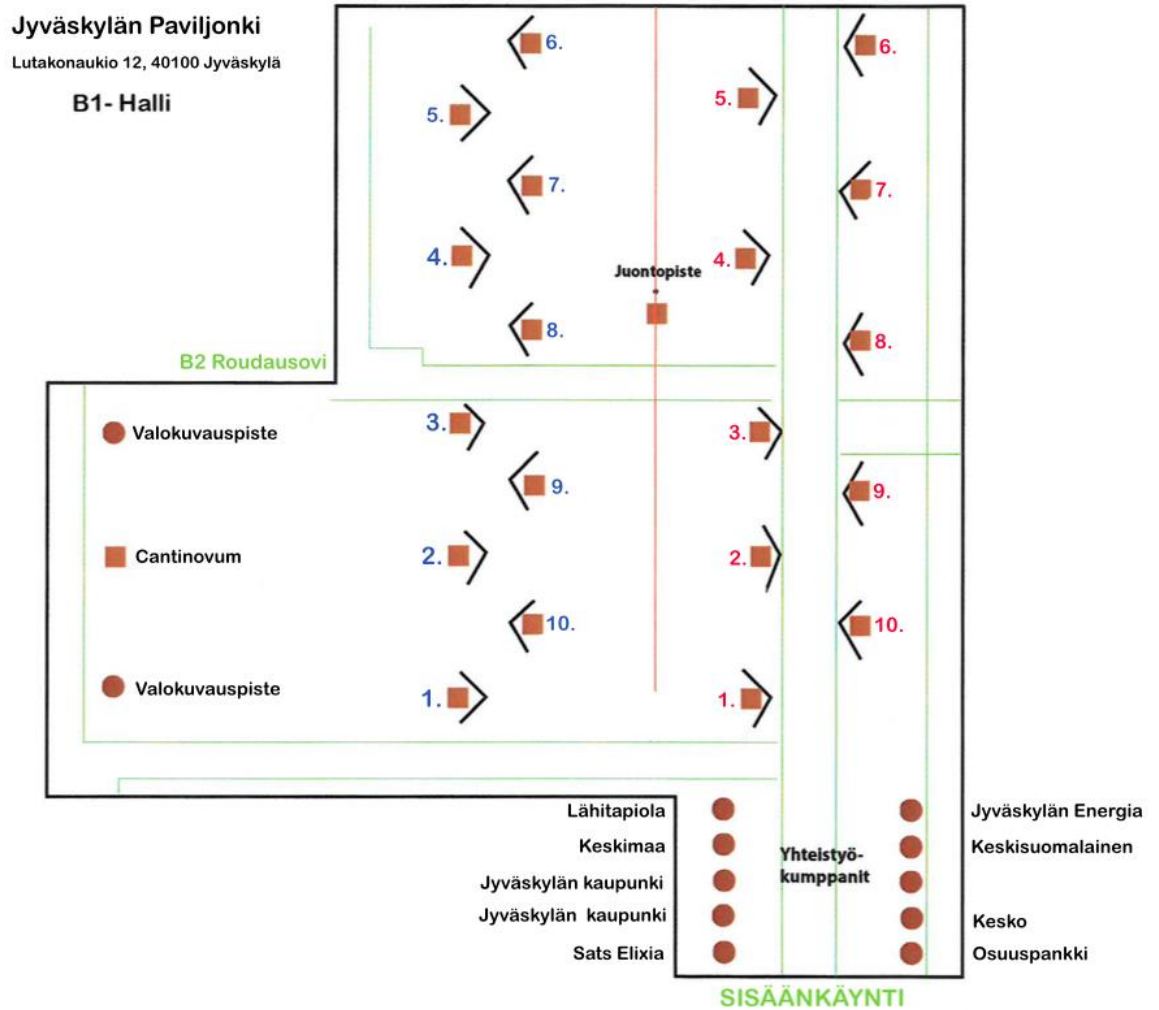
Tapahtumaan osallistui yli 2000 henkilöä, joten kolmistaan emme olisi pystyneet toteuttamaan niin suurta tapahtumaa. Tarvitsimme projektin mahdollistamiseksi lukuisia muita henkilöitä, kuten vahtimestareita, tapahtumatilan rakentajia, apuvoimaa tapahtumapäivään, joten saimme perehdyttää henkilöt omiin tehtäviin. Tapahtuman ydin oli Jyväskylän ammattikorkeakoulun sisäiset palvelut, joten meidän tuli perehdyttää myös heidät kaikki, jotta he tietävät mitä tuleman pitää ja mitä heiltä vaaditaan. Eli sen, että he laativat omasta palvelustaan kolmen minuutin esityksen, jossa

tulee kaikki tärkeä informaatio, ja he esittelevät sen kaikille 10 ryhmälle iltapäivän aikana. Myös tutorit, jotka kulkevat koko päivän ryhmänsä kanssa tuli ohjeistaa huolella.

Oman haasteensa projektiin toi se, että tapahtumaa järjestettiin kesäaikaan, joten monet henkilöt, jotka olivat tärkeitä tapahtuman onnistumisen kannalta, lomailivat. Heitä oli vaikea tavoittaa, joten se vaikeutti viestintää, eli emme voineet olla täysin varmoja siitä, ymmärsikö jokainen oman roolinsa sekä tehtävänsä. Onneksi kuitenkin kesälomien päätyttyä pystyimme informoimaan kaikki sidosryhmät vielä kasvotusten, jolloin viesti varmasti meni perille. Kaiken kaikkiaan nämä perehdytysketket olivat hyviä, sillä kukin sai vuorollaan kysyä asioista, jotka askarruttivat mieltä ja me saimme paljon helpommin sovittua asioista ja vietyä niitä eteenpäin.

Yksi aikaa vievimmistä asioista oli asiakkaan polun rakentaminen sekä tilasuunnitelman teko. (Kts. kuvio 5.) Olimme aiemmissa projekteissa joskus miettineet asiakkaan polkua, mutta tässä tapahtumassa skaala oli huomattavasti isompi kuin koskaan. 2000 ihmisen liikkumista on vaikea ennustaa ilman kokemusta. Paneuduimme kuitenkin pitkään ja hartaasti siihen, miten he liikkuisivat tilassa ja miten tila kannattaisi suunnitella. Asiakkaan polku meidän kokemuksemme mukaan tarkoittaa sitä matkaa, jonka asiakas kulkee aivan tapahtuman alusta sen loppuun. Eli: miten ja mistä asiakas saapuu, mitä näkee ensin, mitä tekee, mitä tuntee ja lopulta, miten poistuu. Tilasuunnitelma auttoi paljon siihen, että paikka ei ruuhkautuisi liikaa. Onneksi keksimme idean kahdesta identtisestä radasta.

Tilan alussa olivat yhteistyökumppaneiden pisteet, jotta jokainen väkisinkin kulkisi niiden ohitse vähintään kahdesti, niin saapuessa kuin poistuessa. Tällä varmistimme lupaamamme näkyvyyden ja ihmisvirran yhteistyökumppaneillemme. Siitä tila jakautui kahteen rataan, joissa esittelypisteet olivat. Lisäksi seinustalla oli valokuvauspiste. Tila ja polku toimivat ihan hyvin, vaikka tila itsessään olikin valitettavasti vähän karu.



Kuvio 5. JAMKin orientaatioiltaanpäivän tilasuunnitelma

#### 4.1.3 Spurtтивaihe

Tunnistimme tapahtumastamme vielä yhden vaiheen, jonka nimesimme spurtтивaiheeksi. Kutsumme sitä sillä nimellä siksi, että se oli tapahtumassamme intensiivinen loppuviimeistelyn vaihe: kuin juoksijan loppurutistus ennen maalia. Meillä spurtтивaihe kesti hieman alle kaksi viikkoa. Kaikki suurimmat tehtävät olivat tehtyinä, kun tapasimme elokuun puolivälissä JAMKin projektiryhmän. Kävimme läpi, missä vaiheessa olemme tällä hetkellä, mitä kaikkea olemme tehneet kesän aikana sekä mitä asioita oli vielä hoidettavana ennen orientaatioiltaanpäivää.

Kesäloman jälkeen tapasimme myös Jyväskylän ammattikorkeakoulun henkilökunnan, jotka tulivat esittelemään orientaatioiltaan heidän omia palveluitaan. Perehdytimme heidät ja kävimme heidän kanssaan läpi kaikki ohjeistukset ja perehdyimme heidän kaikkiin kysymyksiin ja huoliin.

Ohjeistimme myös JAMKin vahtimestareita siitä, mitä toivomme heidän tekevän ja tuovan orientaatioiltaan. Ja varmistimme myös sen, että kaikki tilaamamme tavarat JAMKilta hoidetaan tapahtumaan. Lisäksi kävimme kaikkien tutoreiden ja kansainvälisen puolen yhteyshenkilöiden kanssa heidän tehtävänsä ja roolit orientaatioiltaan. Osuuskuntamme kaikki jäsenet tulivat auttamaan meitä orientaatioiltaan, joten myös heidän kanssaan oli hyvä käydä läpi, mitä odotamme heiltä ja millaisia tehtäviä kullekin on tapahtumapäivän aikana. Jaoimme roolit kiinnostuksen sekä kokemuksen mukaan henkilöille.

Spurttivaiheessa kävimme myös Paviljongin kanssa vielä tarkemmin läpi, miten tapahtumatila tullaan rakentamaan, miten ihmiset tulevat kulkemaan tapahtumassa sekä mitä tavaroita Paviljongin puolesta tulee tapahtumaan. Kävimme myös aikataulut läpi, esimerkiksi milloin meidän pitää viimeistään poistua tilasta.

Tapahtuman yhteistyökumppaneille laadittiin tarkemmat infot sekä sopimukset. Kerroimme tarkemmat tiedot tapahtumasta: muun muassa moneltako he voivat tulla rakentamaan tapahtumaa, missä hallissa tapahtuma sekä heidän pisteensä ovat, miten he voivat toimittaa omat tuotteensa sekä päivän muu aikataulu.

Ohjeistaminen ja varmistaminen on todella tärkeää. Me ohjeistimme paljon sähköpostin sekä Facebook-ryhmien välityksellä. Vaikka ajattelimme, että turha viestiä liikaa, huomasimme, että parempi viestiä liikaa kuin liian vähän. Saimme koko ajan sähköposteja opettajilta, henkilökunnalta ja tutoreilta, kun heille oli jäänyt kysyttävää, vaikka oikeastaan nämä asiat eivät koskettaneetkaan heitä mitenkään.

Kun olimme miettineet kaiken valmiiksi, teimme ajolistan tapahtumapäivälle. Eli mitä tapahtuu, milloin ja kuka hoitaa minkäkin tehtävän. Listasimme ajolistaan kaiken kello 8:00 palaverista sinne saakka, kun tapahtuma on saatu siivottua ja purettua viimeistä laatikkoa myöten. Jokainen tehtävä oli ajoitettu minuutilleen.

Siinä vaiheessa, kun olimme saaneet kaikilta yhteistyökumppaneilta myöntävän vastauksen sopimuksesta, lähetimme heille laskun.

Muutama päivä ennen tapahtumaa askartelimme teemaan sopivaa rekvisiittaa muun muassa pisteiden numerot, kuvausseinän taustan, opasteet ja niin edelleen. Lisäksi teimme kaikki tulostettavat materiaalit, kuten kuvauslupalaput, ohjelaput, yhteistyökumppaneiden logot sekä mysteeriarvoituslomakkeet.

Loput tarvittavat hankinnat teimme tapahtumaa varten edellisenä päivänä. Tämä siksi, että saimme paljon tavaroita lainaksi muualta, joten hankinnat olivat lähinnä vain pientä rekvisiittaa teemaan liittyen. Lisäksi budjetin ollessa pieni, keskityttiin siihen, että varmasti kaikki oleelliset ja tärkeät hankinnat saadaan varmasti hommat-  
tua.

Budjetista tosin olisi voinut säästää suuremman osan koristeluun, sillä isoon messuhalliin hukkui vähäiset koristelut ja halli näytti lähinnä kolkolta eikä pakopelihuoneelta. Elämyksen rakentumisen kannalta kannattaa hieman panostaa teemaan niin, että se välittyy vieraille.

Ennen tapahtumapäivää laitoimme vielä kaikille tahoille muistutusviestin, jotta kaikki muistavat varmasti tulla paikalle oikeaan aikaan ja ovat varmasti valmistautuneet päivän koitokseen.

Näimme vielä projektiryhmän kesken ennen tapahtumapäivää. Tuolloin kävimme läpi loput tehtävät vaihe vaiheelta ja mietimme jokaisen omat tehtävät.

Tapahtumatilan saimme käyttöömmme tapahtumapäivän aamuna. Näimme siellä kello 8:00 koko porukalla. Meitä oli paikalla projektiryhmä, osuuskuntamme jäsenet, vahtimestarit sekä Paviljongin työntekijät. Jaoimme tehtävät ja kävimme vielä ajolistan läpi vaihe vaiheelta. Kaikki osanottajat tapahtumanjärjestämiseen sai itselleen ajolistan, jotta jokainen tietäisi mitä kunkin tulee milloinkin tehdä ja hoitaa.

Kun tehtävät ja aikataulut olivat jaettu, osa porukasta alkoi roudata tavaroita, osa taas rakensi ja kokosi pisteitä, toiset koristelivat tapahtumahallia, osa puolestaan asetti opasteita ja merkitsi pisteitä, loput testasivat, miten tekniikka toimii, kuten valot, äänentoisto, televisiot pisteillä sekä kamera valokuvauspisteellä.

Noin 12:00 aikaan yhteistyökumppanit tulivat laittamaan omia pisteitään kuntoon. Heidät otettiin vastaan ja käytiin vielä heidän kanssa läpi kaikki asiat ja päivän aikataulu. Kello 13:00 aikaan JAMKin henkilökunta tuli laittamaan omia pisteitään kuntoon. Kävimme vielä heidän kanssaan läpi aikataulut sekä tarkistimme laitteiden toimivuuden.

Samaan aikaan pidimme kenraaliharjoituksen. Testasimme, että kaikki varmasti toimii, kaikki ovat paikoillaan sekä hommat ovat tehtynä. Kaikki oli valmiina noin puoli kahdelta eli puoli tuntia ennen tapahtuman virallista alkua.

#### 4.1.4 Tapahtuma

JAMKin uudet opiskelijat ja henkilökunta olivat ennen orientaatioiltaa Paviiljongin auditoriossa lukuvuoden avajaisissa. Heidän ohjelmansa viivästyi noin tunnilla. Tiesimme heti, että tästä tulee paljon ongelmia, sillä emme pystyneet pidentämään omaa tapahtumaosuuttamme. Pahoittelimme viivästymistä kaikille ja oli tärkeää pitää kaikki kartalla missä mennään. Yhteistyökumppaneille ja henkilökunnalle kerrottiin rehellisesti, että ohjelma tulee viivästymään ja muutamme lennossa suunnitelmaa. Päätimme, että ihmiset kiertävät pisteet ja tekevät arvoituksia, mutta jokainen ryhmä saa vapaasti kierrellä miten haluavat, kunhan käyvät kaikilla pisteillä.

Emme olleet varautuneet tarpeeksi hyvin riskeihin emmekä olleet miettineet varasuunnitelmaa, joten emme varautuneet siihen, että päivän aikana Paviiljongissa oleva lukuvuoden avajaiset voisivat venähtää tunnilla. Näin meidän suunnittelemllemme kahden tunnin ohjelmalle jäi aikaa vain yksi tunti. Tilaisuutta ei voinut venyttää, sillä monien henkilökunnan jäsenten täytyi lähteä esimerkiksi hakemaan omat lapsensa päiväkodista neljältä. Joten siinä tilanteessa ei auttanut muuta kuin improvisoida.

Lopulta avajaiset päättyivät ja opiskelijat saapuivat tapahtumaamme. Emme näyttäneet paniikkia ja kaaosta, jotka tuntuivat sisällämme. Toivotimme uudet opiskelijat sekä henkilökunnan tervetulleiksi. Kun kaikki olivat paikalla messuhallissa, Claudia aloitti juontamisen ja ilmoitti pelin säännöt.

Loppujen lopuksi porukka kierteli ryhmissä JAMKin sisäisten palveluiden pisteitä haluamassaan järjestyksessä ja ratkaisivat samalla annettuja mysteereitä. Lisäksi muuta

tapahtumassa oli Redraman kanssa ryhmäkuvaus sekä yhteistyökumppaneiden pisteiden läpikäynti. Vaikka suunnitelmat menivät enemmän kuin pahemmin mönkään, selvisimme kuitenkin tästä yllättävän hyvin ja ihmisillä tuntui olevan hauskaa. Tilanne olisi voinut olla katastrofaalinen, jos emme olisi keksineet lennossa plan B:tä, mutta ei varmasti olisi ollut pahitteeksi, jos olisimme jo aiemmin miettineet erilaisia skenaarioita. Tästä opimme, että varasuunnitelma kannattaa aina tehdä.

Tunnin jälkeen palkitsimme parhaiten selviytyneet joukkueet JAMKin sekä yhteistyökumppaneiden tuotepalkinnoilla ja kiittelimme vielä kaikkia osallistuneita mahtavasta orientaatiopäivästä. Kotiin lähtiessään kaikki opiskelijat vielä saivat matkaansa meidän suunnittelemamme haalarimerkin orientaatioilmapäivästä.

#### 4.1.5 Loppuvaihe

Kun kaikki opiskelijat olivat lähteneet tapahtumasta, aloimme purkaa tapahtumaa. Vahtimestarit keräsivät kaikki JAMKin tavarat pakettiautoihin ja toimittivat ne oikeille paikoille. Puolestaan Paviljongin henkilökunta keräsi omat tavaransa ja alkoivat siivota tilaa. Me projektiryhmänä kiittelimme kaikkia tahoja yhteistyöstä. Huolehdimme, että tila saatiin kuntoon ja mitään tai ketään ei jäänyt tapahtumapaikalle. Tämän jälkeen lähdimme projektiryhmän kesken syömään, sillä olimme saaneet vihdoin kaikki tehdyksi.

Seuraavana päivänä tapahtuman jälkeen laitoimme vielä kaikille tahoille kiitokset tapahtumasta. Olimme myös luoneet palautekyselyn kaikille eli yhteistyökumppaneille, työvoimalle, JAMKin henkilökunnalle, jotka olivat tapahtumassa esittelemässä palveluitaan, tutoreille, Paviljongille sekä vielä kaikille ensimmäisen vuosikurssin opiskelijoille. Saimme yllättävän paljon palautetta jokaiselta taholta. Saimme kehuja, mutta myös rakentavaa palautetta tapahtuman järjestämisestä, joista olimme samaa mieltä heidän kanssaan.

Kävimme palautteet läpi projektiryhmän kesken ja teimme jälkimotorolan, jossa reflektoimme oppimaamme eli mikä meni hyvin, mikä huonosti, mitä teemme jatkossa toisin sekä mitä opimme. Kävimme myös loppupalaverissa läpi budjetit.



Vielä lopuksi pidimme JAMKin ryhmän kanssa loppupalaverin. Kävimme läpi kaikki saamamme palautteet, meidän tekemän motorolan, talousluvut sekä keskustelimme, miten kaikki sujui ja miten orientaatiopäivä tulisi jatkossa hoitaa. Sitten vuorossa oli enää viimeiset laskutukset ja sen jälkeen projekti olikin kasassa.

Paljon tuli tehtyä virheitä, mutta sitä enemmän tuli opittua ja koettua uutta. Vaikka tämä tapahtumaprojekti ei ollut todellakaan helpoimmasta päästä jäi käteen todella paljon ja isoimpana innostus tehdä lisää erilaisia tapahtumia.

## 4.2 Haastattelut

Teemahaastattelun kolme kärkeä olivat: tapahtuman vaiheet, onnistunut tapahtuma sekä haasteet ja epäonnistumiset tapahtumanjärjestämisessä. Näistä eniten keskityttiin tapahtuman vaiheisiin, sillä se oli ehdottomasti laajin aihe ja tulisi muodostamaan oppaan rungon. Aihetta lähestyttiin ensin pyytämällä haastateltavaa kertomaan omin sanoin tapahtuman kulku eli mitä vaiheita tapahtuman järjestämiseen kuuluu. Seuraavaksi tarkennettiin aihetta vielä kysymällä, mitä työvaiheita tehdään ennen tapahtumaa, mitä tapahtumapäivän aikana sekä tapahtuman jälkeen. Näin saatiin pilkottua suurta aihekokonaisuutta ja saatiin kattavasti sisältöä.

Onnistunut tapahtuma sekä haasteet ja epäonnistumiset valikoituivat aiheiksi siksi, että niiden kautta saimme myös tietoa siitä, mitkä kohdat ovat tärkeitä ja vaikuttavat vahvasti tapahtuman onnistumiseen. Näiden vastausten kautta saimme myös oppaaseemme lisättyä ammattilaisten vinkkejä lukijoiden käyttöön.

Seuraavaksi käydään läpi haastatteluista saadut tutkimustulokset. Kommentteja on stilisoitu puhekielestä sujuvammaksi yleiskieleksi merkitystä kuitenkin muuttamatta.

### **Miten tapahtuma rakentuu vaihe vaiheelta?**

Eri haastatteluista nousi esiin erilaisia painotuksia, kuten toivottua. Tämä johtui siitä, että henkilö oli järjestänyt samaa tapahtumaa monta vuotta, jolloin esimerkiksi poh-

jatyötä ei tehdä samalla tavalla kuin ensimmäistä kertaa järjestettävässä tapahtumassa. Haastateltavista taas ne, jotka järjestivät lukuisia eri tapahtumia vuodessa, oli selkeä sama kulku joka tapahtumassa. Selkeästi kuitenkin usea sanoi, että ensimmäinen vaihe eli suunnitteluvaihe vie eniten aikaa. Kaikki tapahtumaa edeltävä työ tähtää kohti tapahtumapäivää, joten tämän takia ennen tapahtumaa on eniten työtehtäviä. Moni myös jaotteli vaiheet kolmeen: ennen, tapahtumassa ja jälkeen. Erilaisista tapahtumista huolimatta kaikilla haastateltavilla toistui samat tai samankaltaiset vaiheet ja työtehtävät. Osa haastateltavista luetteli oman tapahtumansa näkökulmasta ihan alusta loppuun, miten hänen tapahtumansa rakentuu. Näistä listoista saimme hyödyllistä tietoa, varsinkin vertailemalla niitä toisiinsa. Osalle haastateltavista taas tuollaisen listan luettelu olisi ollut mahdotonta johtuen esimerkiksi tapahtuman kokoluokasta. He nostivat sitten tiettyjä pääkohtia esiin.

*Siinä on semmoinen startti, kun sulla palaa energiaa ja sitten on survanto, kun sä teet vähän koko ajan. Ja sitten tulee se loppupaukku, että näin mä ehkä jakaisin nämä nopeasti, eli kolme vaihetta. (H1, 2017)*

*– – suurin työhän tapahtuu ennen sitä itse tapahtumaa. (H5 2017)*

*Ensin kun tapahtumaa lähtee suunnittelemaan, se alkaa hyvin isoista linjoista eli ensinnäkin mikä tapahtuma se on. (H3 2017)*

### **Mitkä työvaiheet vievät eniten aikaa tapahtuman järjestämisessä?**

Moni oli edelleen sitä mieltä, että suunnitteluvaihe ja pohjatyön tekeminen ovat eniten aikaa vievimmat kohdat. Usealla toistui kommentteissa myös myynti. Mutta tekemällä suunnittelun ja aikataulutuksen hyvin varmistaa myös tapahtuman onnistuminen. Yksi haastateltavista puolestaan muotoili hienosti, että suunnittelu vie aikaa sen takia, että kestää saada ajatukset konkretiaan.

*Kyllä se suunnittelu totta kai on, että siinä on niin monta liikkuvaa osaa – – (H6 2017)*

*Kyllä se pohjan tekeminen tai sen ohjelman ja koko paketin suunnittelu, niin se vie ylivoimaisesti eniten (aikaa). (H4 2017)*

*Minkä kuuluisi viedä eniten aikaa on myynti. (H1 2017)*

### **Mitä työkaluja käytät hyödyksesi tapahtuman suunnittelussa ja toteutuksessa?**

Tämä kysymys otettiin esille siksi, että halusimme tietää millaisia työkaluja ja esimerkiksi sovelluksia alan ammattilaiset käyttävät. Vastauksista voisi sitten saada hyviä vinkkejä tulevaan oppaaseen. Yllätyksenä tuli, että projektinhallinta- ja viestintätyökalujen lisäksi moni otti esiin budjetin ja sen merkityksen tapahtuman järjestämisessä. Se koettiin hyvin tärkeäksi, se ohjaa monia päätöksiä ja valintoja.

*Budjetti on kyllä semmoinen, että alussa käytin sitä vain tapahtuman alussa ja lopussa, mutta nyt käytän sitä työkaluna ihan koko ajan. Päivittän sitä viikoittain – – (H2 2017)*

### **Mitkä ovat suurimmat haasteet tapahtuman järjestämisessä?**

Kuten ehkä monessa projektissa, esiin nousi usein ajanhallinnan ja projektinhallinnan haastavuus. Vastaukset olivat osuvia, sillä nuo osa-alueet kulkevat mukana alusta loppuun oli kyseessä tapahtuma- tai jokin muu projekti. Haasteena koettiin myös itsestä riippumattomat asiat ja muutokset. Muutama korosti tässä kohtaa toimivan tiimin tärkeyttä, joka auttaa selviämään haasteista.

*No kyllä se on se, että kaikki langat pitää pitää käsissä ja se ei ole missään nimessä helppoa, että siinä on niin paljon asioita, mitä pitää ottaa huomioon. (H3 2017)*

*No justinsa se, että sä tiität, että sä et voi tehdä kaikkea itse ja sitten sun pitää löytää oikeanlainen tiimi ja ihmiset siihen ympärille. (H8 2017)*

### **Mistä tiedät, että tapahtuma on onnistunut?**

Tässä kohtaa tuli esiin mitattavuuden vaikeus, sillä moni kuvaili tietävänsä tapahtuman onnistuneen, kun huomaa tapahtuman tunnelman olevan hyvä ja vieraillole hyvä fiilis. Osa taas osasi muotoilla, että onnistumisen näkee palautteesta; jos saa hyvää palautetta ja vain vähän huonoa, voi tapahtumaa pitää onnistuneena.

Muutama taas otti esiin liiketaloudelliset mittarit. Eli tapahtuma on onnistunut, kun ei ole tullut tappiota tai budjetin tavoitteissa on pysytty.

*Sisäinen fiilis sen kertoo, kun näkee ihmisten viihtyvän. (H9 2017)*

*Siitä kun tilillä on rahat ja laskut on maksettu. Se on aika konkreettinen.*

*Tietysti se, että se jälkipalautte, mitä tulee (on hyvää) – – (H4 2017)*

*No ainakin paras mittari on se, jos ihmiset ostaa uudestaan. (H7 2017)*

### **Minkälaisia epäonnistumisia sinulla on ollut matkan varrella?**

Tässä kohdassa yllätti, että moni ei osannut kertoa kovin tarkasti epäonnistumisiaan. Niihin ei haluttu takertua, vaan lähes jokainen näki ne vain hyvinä oppeina, ja että niistä aina jotenkin selvittää. Yksittäisinä epäonnistumisina nostettiin esiin asioita, joihin ei ole voinut itse vaikuttaa kuten sää. Näissä kuitenkin korostettiin varautumisen merkitystä. Sitä, että pitää olla tietoinen, että jotain menee aina eri tavalla kuin on suunniteltu ja siihen pitää osata varautua.

*– – ne epäonnistuneet keissit, mitkä voi vieläkin kalvaa, niin onhan ne olleet hyviä oppeja – – (H1 2017)*

*No vesisade on yksi! Että ensimmäisenä vuonna satoi neljä tuntia vettä kaatamalla putkeen, niin se oli kompastuskivi. (H4 2017)*

### **Mitkä ovat suurimmat opit, joita olet saanut tapahtumien teosta?**

Opit olivat vastauksissa usein hyvin konkreettisia ja pieniä esimerkkejä. Muutama myös mainitsi, että tapahtumien tekemistä ylipäätään oppii tekemällä ja kokemus tuo myös nopeutta tekemiseen. Tässäkin kohdassa useampi nosti esiin budjetin ja talouden hallinnan asiana, josta on oppinut paljon. Yksi vastaajistamme taas kertoi opeista pitkän listan sisältäen sekä pieniä yksittäisiä asioita että suuria oppeja ylipäätään tapahtuma-alalta.

*– – niistä opeista, niin varmaan hyvä taloushallinta heti alkuun ja sitten varmaan rahoitus ja budjetointi – – (H1 2017)*

*No elämäni suurin, kovin oppi on kyllä sopimukset (...) ja kilpailuttaminen. (H2 2017)*

*Details, details, details – pienet yksityiskohdat paljastavat miten hyvin kokonaisuus on suunniteltu ja toteutettu. (H9 2017)*

### **Anna vinkkejä, mitä kannattaa tai ei kannata tehdä tehtäessä tapahtumaa?**

Tämän kysymyksen otimme esiin aina haastattelun loppupuolella ajatuksia yhteen kokoavana kysymyksenä. Kommentit, jotka olivat jo tulleet, saattoivat toistua, mutta tällä tavoin ne saatiin vielä tiivistettyä ja esiin nousivat jokaisen mielestä juuri ne tärkeimmät kommentit.

*Mutta ehkä just se, että miettii tarkasti, että miksi sitä tapahtumaa lähtee tekemään ja mitä sillä yrittää tavoitella. (H7 2017)*

*-- (pitää) hankkia siihen sitten semmoisia osaavia tekijöitä rinnalle, että tekee sen rekrytoinnin aika tarkkaan -- (H5 2017)*

## **5 Tapahtuman mallin luonti ja opas**

Tärkein johtopäätös, joka saatiin materiaalien pohjalta, oli huomio siitä, että tapahtumissa on löydettävissä sama kaava tai rakenne, joka toistuu huolimatta siitä, mikä tapahtuma on kyseessä. Se oli tärkeä oivallus, sillä se antoi alkusysäyksen sille, että tapahtumajärjestämisen opas on mahdollista kirjoittaa. Jos mitään yhteneväisyyttä ei olisi tullut esiin, ei olisi ollut mahdollista kirjoittaa aiheesta opasta.

### **5.1 Tapahtuman malli**

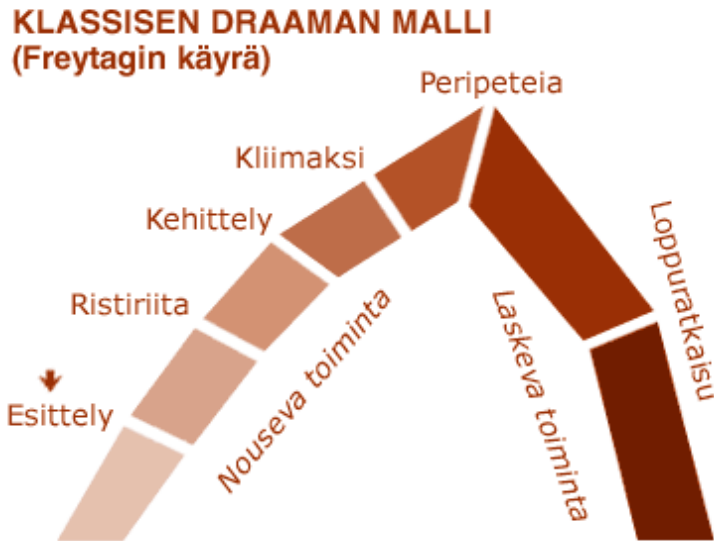
Ensimmäisenä opasta tehdessä haluttiin luoda löydetyistä tapahtuman vaiheista malli, joka muodostaa rungon koko oppaalle. Alusta lähtien oli tavoitteena luoda konkreettinen mallinnus aiheesta, sillä kuvalla halutaan havainnollistaa ja korostaa

tekstissä esiin tulevia kohtia. Joillekin visuaaliset esitykset on helpompi sisäistää kuin pelkkä teksti. (Korpela, 2002.)

Oppaan kirjoittamisen ajan visuaalinen malli oli kuitenkin vielä luonnosvaiheessa. Siitä tehtiin useita eri versioita käsin etsittäessä, millainen muoto olisi helpoiten lukijan omaksuttavissa ja upotettavissa oppaaseen. Tapahtumien vaiheiden malli sai lopullisen muotonsa vasta muun oppaan ollessa valmis.

Haastatteluiden analysoinnin yhteydessä esiin nousseet tapahtuman järjestämisen vaiheet jaoteltiin kolmeen: ennen, tapahtumassa ja aikana. Kaikkien haastattelujen sekä lähdemateriaalin tutkimisen jälkeen kirjattiin ylös kaikki eri tehtävät tapahtumajärjestämisessä, jotka olivat nousseet esiin. Myös kaikkein pienimmät, jottei mitään jäisi pois. Sen jälkeen suurta kokonaisuutta alettiin tiivistää miettien, mitkä kohdat voi yhdistää, ja mikä kohta sopii isomman kokonaisuuden alaotsikoksi.

Alussa malli oli polku, joka oli jaettu kolmeen osaan, kuten haastatteluiden materiaalit. Kuitenkin ongelmaksi muodostui ennen-vaiheen pituus; tapahtumaprojektissa suurin osa työtehtävistä tapahtuu ennen tapahtumaa, mikä huomattiin juuri aineistoa kasatessa ja taulukoitaessa. Tekijät alkoivat miettiä, miten polkua saisi pilkottua vielä pienempiin palasiin, säilyttäen kuitenkin jonkinlaisen jaottelun. Alettiin miettiä muita käyriä ja malleja, jotka kulkisivat samaan tapaan kuin tapahtumassa: pitkä alkuvaihe kohti h-hetkeä eli tapahtumapäivää, jonka jälkeen tehtävät vähenevät ja toiminta hiipuu. Pian saatiin oivallus yhteydestä Freytagin käyrän eli tutummin draaman kaaren kanssa.



Kuvio 6. Freytagin käyrä (Aaltonen, n.d.)

Freytagin käyrä on nykyajan tunnetuimpia draaman rakenteen malleja. Sen keksi teatterintutkija Gustav Freytag vuonna 1863. Mallissa draama on jaettu viiteen osaan: johdanto, nouseva toiminta, huippukohta, käänne ja loppuratkaisu. Siitä on lukuisia sovelluksia, kuten kuviossa 1 nähtävä versio. (Lehtinen, 2006, 21–24.)

Kuviossa 6 nähtävä malli on ottanut nimityksensä Jouko Aaltosen versiosta Freytagin mallista, sillä hänen mukaansa se muodostuu seuraavista draaman vaiheista:

1. Ekspositio eli esittelyjakso
2. Konflikti eli ristiriidan ilmaantuminen
3. Komplikaatio eli kehittely
4. Kriisi tai kliimaksi
5. Loppuratkaisu

Eri sovellutuksissa on erilaisia nimityksiä samoille asioille, mutta tästä huolimatta sisältö pysyy samana. Perusajatus on se, että ennen huippukohtaa eli kliimaksia on nousevaa toimintaa, ja sen jälkeen laskevaa toimintaa. Merkittävin ero mallien välillä on oikeastaan se, asettuvatko vaiheet kaarelle symmetrisesti vai ei. Esimerkiksi Freytagin alkuperäinen malli on symmetrinen, kun taas Aaltosen tulkinnassa nouseva toiminta vie pidempään kuin laskeva. (Lehtinen, 2006, 24–25; viitattu Aaltonen, 2003, 63–64.)

Varsinkin tapahtuman järjestämisessä nouseva toiminta kestää yleensä pidempään kuin laskeva toiminta. Suunnittelu ja tapahtuman rakentaminen vievät pidemmän aikaa kuin jälkityöt. Tämä tuli esille myös haastatteluissamme. Kysyttäessä ennen tapahtumaa olevia vaiheita tuli listaa yleensä aika pitkälti, kun taas jälkityöt yleensä tyypistettiin muutamaankin vaiheeseen. Tämän takia oma käsityksemme tapahtuman vaiheiden kaaresta pohjautuu enemmän Jouko Aaltosen versioon Freytagin käyrästä.

Freytagin käyrää Aaltosen tapaan soveltaen päädyimme jakamaan oman mallimme myös viiteen osaan:

1. Suunnitteluvaihe
2. Kehittelyvaihe
3. Spurttivaihe
4. Huippukohta
5. Lopetus

Suunnitteluvaihe pitää sisällään kaiken tapahtuman vaatiman suunnittelutyön. Ensin lähdetään liikkeelle tapahtuman ideasta: mitä, miksi, kenelle (Häyrinen & Vallo 2014, 103.) Seuraavaksi suunnitellaan itse tapahtuma, budjetoidaan, aikataulutetaan ja jaetaan roolit. Suunnitteluvaiheen aikana luodaan koko tapahtuman perusta. (Silvers 2013.) Suunnitteluvaiheen voi käytännössä tiivistää projektisuunnitelmaksi. Se on dokumentti, johon sisältyy kaikki käsittelemämme kohdat. Alla olevasta kuviosta 7. näkee vaiheen havainnollistuksen kuvana.



## 1. Suunnitteluvaihe



Kuvio 7. Suunnitteluvaiheen mallinnus

Kehittelyvaiheessa taas siirrytään suunnittelusta toimintaan. Suunnitelmat pääsevät käytäntöön ja luovat pohjan toiminnalle. Kehittelyvaihe sisältää monia isoja kokonaisuuksia, kuten myynnin ja markkinoinnin sekä koko projektin mukana kulkevia kohtia, kuten viestintä. Kehittelyvaihe on konkreettista työntekoa verrattuna siihen, että suunnitteluvaiheessa tehdään paljon ajattelutyötä.

Kolmannessa vaiheessa tekeminen tiivistyy aivan kuin kyseessä olisi juoksijan loppukiri. Tästä keksittiin nimitys spurtinvaihe. Tehtäviä on enää kourallinen, mutta vaihe on usein fyysinen. Sillä siinä tehdään esimerkiksi ihan konkreettista rakennustyötä

juhlapaikalla tai käydään vaikka kaupassa. Spurtтивaiheessa on periaatteessa samaa konkreettista tekemistä kuin kehittelyvaiheessakin, mutta halusimme nostaa sen kuitenkin erilliseksi osaksi. Omaan sekä haastateltaviemme kokemukseen pohjaten tuo vaihe kuitenkin erottuu selkeästi muusta tekemisestä. Se tarkoittaa yleensä tiivistä noin parin viikon ajanjaksoa, jolloin viimeisiä tehtäviä tehdään kelloa katsomatta.

Neljäs kohta eli huippukohta mallissamme kuvaa itse tapahtumaa. Kaikki toiminta siihen asti on tähdännyt tuohon muutamaan hetkeen tai päivään. Huippukohta oppaassa sisältää vain muutamia tehtäviä, sillä jokainen tapahtumapäivä on erilainen. Me emme voi määrittää, mitä silloin tapahtuu. Kohta sisältää siis vain yleisiä vinkkejä siitä, mitä tapahtumassa kannattaa muistaa ja miten päivästä selviää. Tämä ei siis tarkoita, etteikö tapahtumassa olisi runsaasti tekemistä, päinvastoin. Usein tapahtumapäivä on suorastaan kaottinen, sillä silloin tapahtuu niin monta asiaa yhtä aikaa. Kaaoksesta selviytyminen pohjaa hyvin tehtyyn pohjatyöhön esimerkiksi suunnittelu- vaiheessa.

Kun huippukohta eli tapahtuma on ohitse, on jäljellä enää lopetusvaihe, jota kutsutaan usein nimellä jälkityöt. Laskevan toiminnan vaiheessa on oppaassa enää vain vähän kohtia: siivoaminen ja purku, jälkimarkkinointi, palaute sekä loppupalaveri. Tämän jälkeen voisivat vaiheet alkaa pyöriä uudestaan, jos tapahtuman tekijä päättäisi tehdä tapahtuman uudestaan.

Vaiheiden mallinnus tehtiin lopulliseen muotoonsa muun oppaan ollessa valmis. Visuaalinen ulkoasu oli kuitenkin muotoutunut ajatuksissa jo hyvissä ajoin. Tutkijat kokivat, että tien muotoon tehty mallinnus kuvastaa tapahtumanjärjestäjän kulkemaa matkaa. Kuten muutkin projektit, tapahtumaprojekti alkaa jostakin ja päättyy jonnekin. Tästä muotoutui myös loppuvaiheessa punainen lanka oppaaseen: toimimme matkan oppaina lukijalle ja apunamme matkan varrella on lukuisia ammattilaisia. Kirjoitimme tämän ajatuksen auki esipuheeseen, jolloin lukija pääsee jo alusta lähtien kiinni ajatukseen, että joku kulkee hänen rinnallaan loppuun saakka.

Mallissa tien varrella olevat nastat kuvaavat viittä eri yläotsikkoa. Näin ennen jokaista ylälukua on aloituskuvaksi valittu vain yksi osa tiestä. Ikään kuin zoomataan lähemmäksi, jolloin paljastuu, että yksittäisellä yläotsikolla on useita alaotsikoita. Näin viiteen päävaiheeseen jaoteltu tapahtuma on helppo sisäistää. Jos kaikki alakohdatkin

olisivat jo näkyvissä kokonaisessa mallinnuksessa, olisi kuva sekava ja työmäärä tuntuisi kenties liian suurelta.

Nastojen vieressä taas on juuri kyseistä vaihetta kuvaavia elementtejä. Aivan jokaista työvaihetta ei ole visualisoitu, sillä muuten kuva olisi todella sekava. Rakennusvaiheessa pyrittiin kuitenkin koko ajan helppoon omaksuttavuuteen ja selkeyteen. Tämän takia malli kävi läpi monta muokkauskertaa, kunnes lopputulokseen oltiin tyytyväisiä. Lopullinen malli rakennettiin Photoshopin sekä Canva-ohjelman avulla. (Kts. kuvio 8.)



Kuvio 8. Lopullinen malli tapahtuman eri vaiheista

## 6 Pohdinta

Heti aluksi tiesimme, että tapahtumat ovat aiheena meille läheinen ja kiinnostava, joten se valikoitui opinnäytetyön aiheeksi. Jouduimme kuitenkin pitkään hiomaan aiheen tulokulmaa ja kirkastamista.

Työn tavoitteena oli saada vastaus kysymykseen, voiko tapahtuman järjestämisestä löytää tiettyjä rakenteita ja vaiheita, jotka toistuvat huolimatta tapahtuman tyypistä.

Tiedonkeruumenetelminä käytettiin sekä itsehavainnointia että teemahaastatteluja. Itsehavainnoinnissa onnistuttiin hyvin tarkasti kuvaamaan oma osaaminen ja kokemus tapahtumien järjestämisestä yhden tapahtuman kautta. Oman toiminnan havainnointi on toki hyvin subjektiivista ja vaikuttaa sitä kautta luotettavuuteen. Oma toimintaa on vaikeaa tutkailla ulkopuolelta. Tämän takia haluttiin ottaa rinnalle myös teemahaastattelut, jotta johtopäätökset eivät pohjaisi vain omiin kokemuksiin ja mielipiteisiin. Alan asiantuntijoiden haastattelut toivat tutkimukselle lisää luotettavuutta ja uskottavuutta. Kehitysideana haastattelujen pohjalta tehdyn oppaan olisi voinut luetuttaa vielä kaikilla haastateltavilla, jotta heiltä olisi saanut vielä lisäkommentteja ja mahdollisia korjauksia. Tämä olisi lisännyt vielä luotettavuutta, sillä he olisivat päässeet vahvistamaan sanansa ja tarkistamaan, että olemme käsittäneet oikein.

Haastattelut onnistuivat hyvin ja niistä saatiin hyödyllistä tietoa. Teemat ja aihepiirit olisi voinut kuitenkin rajata vielä paremmin, jotta tieto olisi ollut varmasti vielä relevantimpaa ja sen jäsentely helpompaa. Tässä kohden näkyi kirjoittajien kokemattomuus haastattelutilanteista. Haastatteluja tehdessä kuitenkin saavutettiin saturaatiopiste. Sen saavuttaminen oli tärkeä onnistuminen, sillä sen avulla päästiin lopputulokseen, että tapahtumien järjestämisessä on löydettävissä tietty kaava. Tämän löydöksen ansioista oli mahdollista lähteä rakentamaan tapahtuman järjestämisen mallia sekä opasta, joka oli tavoitteena alusta lähtien.

Tapahtuman järjestämisen rakenteiden ja vaiheiden löytyminen oli kiinnostavaa ja kirjoittajat oppivat siitä paljon. Ilman haastattelujen tuomaa materiaalia ei olisi ryhdytty miettimään, onko vaiheita enemmän kuin tavalliset kolme: ennen, tapahtumassa ja jälkeen. Oli hieno oivallus löytää ja keksiä uusi jaottelutapa.

Lähdeaineiston kokoamisessa noudatettiin suurta huolellisuutta, sillä aiheesta on löydettävissä paljon tietoa varsinkin ulkomaisista lähteistä. Lähteitä tarkasteltiin kriittisesti ja niistä pyrittiin valitsemaan luotettavimmat ja ammattimaiset. Ilman kirjoittajaa tai tarkkaa päiväystä olevat tekstit valittiin myös tarkasti, jotta luotettavuus säilyisi. Pääpaino oli vieraskielisissä lähteissä. Verkkoaineiston määrä on merkittävä, sillä tekijät kokivat verkosta löytyvän kaikista ajankohtaisimman tiedon alasta. Tietoa löytyi hyvin ja sen tuomiin rikastaviin näkökulmiin oltiin tyytyväisiä.

Lopullisen oppaan kirjoittaminen oli antoisaa ja oli hienoa saada tuotettua konkreettinen oma teos. Raportin palauttamiseen mennessä opasta ehdittiin jo jakaa muutamalle Tiimiakatemian opiskelijalle heidän tapahtumaprojektiansa tueksi. Näin jo ainakin alustavasti onnistuttiin tiedon jakamisessa aloitteleville tapahtuman järjestäjille. Myös koko opiskelujen ajan kerätty osaaminen oli hienoa saada yksiin kansiin ja tavoitteena on tulevaisuudessa jakaa opasta ainakin Tiimiakatemian sisällä.

Täysin vastaavaa tutkimusta aiheesta ei löydetty, joten hyvää vertailukohdetta ei oikein ollut. Kuitenkin lopputuotosta eli opasta vastaavia teoksia löytyy niin suomeksi kuin muilla kielillä. Niihin lopputulosta verrattiin kriittisesti. Hyviä tapahtuman järjestämisen oppaita on olemassa muutamia, mutta niissä on usein joku rajattu näkökulma. Esimerkiksi Tampereen ja Jyväskylän kaupungeilla on omat oppaat tapahtumien järjestämiseen, joissa on hyviä ohjeita, mutta pitkälti opas on kirjoitettu juuri kaupungin näkökulmasta. Lisäksi esimerkiksi Vallon ja Häyrisen Tapahtuma on tilaisuus - kirja on hyvin suosittu ja siellä on paljon yhteneväisyyksiä tämän tutkimuksen löydöksiin. Kuitenkin kirjan päänäkökulma on tapahtumamarkkinoinnissa eli kirja on tarkoitettu yrityksille, jotka haluavat hyödyntää tapahtumia osana markkinointiaan. Me emme halunneet tyytyä vain tähän näkökulmaan, sillä tapahtumien järjestäminen on paljon muutakin kuin vain markkinointia.

Tässä työssä otettiin laaja näkökulma niin, että tutkimus ja opas koskevat tapahtumia aina häistä seminaareihin. Välillä aihe tuntui jopa vähän liian laajalta ja vaikka tässä saavutettiinkin saturaatiopiste, on mahdollista, että uutta ja poikkeavaa tietoa olisi ollut vielä löydettävissä. Siinä voisi olla jatkotutkimuksen aihe eli tutkia tapahtumien järjestämisen vaiheita suuremmalla otoksella ja tapahtumien skaalalla.

Seuraavaksi voisi tutkia oppaan toimivuutta esimerkiksi muutaman ensikertalaisen tapahtumanjärjestäjän kanssa. Heidän kanssaan tutkittaisiin, miten oppaastamme on heille apua, ja puuttuuko sieltä heidän mielestään jotain oleellista. Toisena vaihtoehtona olisi ottaa kaksi verrokkia tapahtumanjärjestäjää: toinen saisi oppaan ja toinen ei, jonka jälkeen tutkittaisiin kummankin tapahtuman ja projektin onnistumista. Tässä saattaisi olla kuitenkin vaikeaa erottaa, mihin tekijöihin juuri meidän oppaamme on vaikuttanut. Varsinkin johtuen siitä, että välttämättä verrokkitapahtumanjärjestäjät eivät ole tiedoiltaan ja taidoiltaan samalla tasolla ja lisäksi myös tapahtuman luonne vaikuttaa asiaan.

Toinen vaihtoehto olisi tehdä yhteistyötä yhden aloittelevan tapahtumanjärjestäjän kanssa ja analysoida, miten opas kulkee mukana hänen tapahtumansa eri vaiheissa ja miten siitä on apua. Lisäksi loppuun analyysi siitä, mitä lisää järjestäjä olisi vielä kaivannut ja oliko jokin osa sisällöstä hänelle aivan turhaa.

Seuraava askel tulevaisuudessa voisi olla nettisivun rakentaminen oppaan ympärille. Opas tulisi sinne yleiseen jakoon ladattavana pdf:nä. Näin täytyisi tavoitteemme tiedon jakelusta kaikille kiinnostuneille. Sivustoon voi rakentaa myös ansaintamalleja joko mainostulojen kautta tai esimerkiksi laajentamalla tarjoomaa asiantuntijapalveluihin. Opas olisi tällöin ensimmäinen houkutin ostamaan kirjoittajilta tapahtuman järjestämisen palveluita tai esimerkiksi konsultointia. Emme suinkaan tekisi nettisivua, jolla ei ole mitään virkaa, vaan tarkoituksena olisi myös jakaa meidän omia tapahtuman järjestämisen oppeja aktiivisesti, esimerkiksi blogitekstien sekä videoiden muodossa, jolloin pystymme saamaan oman paikkamme asiantuntijoina ja luotettavina tapahtumanjärjestäjinä.

Oppaan painaminen konkreettiseksi kirjaksi on myös selkeä askel tulevaisuudessa. Näin sen levittäminen onnistuu hyvin niin omassa ympäristössämme Tiimiakatemiolla kuin esimerkiksi lähikirjastoihin ja toisille kampuksille. Ensimmäisenä ajatuksena on toisten vilpityn auttaminen mahdollisimman hyödyllisellä oppaalla, mutta ei ole lainkaan poissuljettua myös tienata kirjamyynnillä tulevaisuudessa. Suurempien erien painaminen ja myynti vaativat kuitenkin jo enemmän huolellista suunnittelua ja ennen tätä kirja pitäisi taittaa vielä parempaan muotoon. Tällöin voisimme ottaa avuk-

semme jonkun, jolla on graafisen alan osaamista, jotta oppaasta tulisi varmasti ammattimaisen näköinen. Ammattilaisen taidoilla ja ohjelmilla oppaasta saa vielä paremman sekä painokelpoisen.

## Lähteet

- Allen J., O'Toole W., Harris R. & McDonnell I. 2008. Festival & Special Event Management. Neljäs painos. Queensland: John Wiley & Sons Australia.
- Aston, B. 2017. How To Create The Perfect Project Plan. The Definitive Guide. Dpm, 18.7.2017. Viitattu 16.11.2017 <http://www.thedigitalprojectmanager.com/project-plan-guide/>.
- Baars, W. 2008. The Six Phases Of Project Management – Initiation Phase. The Project Management Hut, 26.10.2008. Viitattu 8.11.2017. <https://pmhut.com/the-six-phases-of-project-management-initiation-phase>.
- Bouchard, C. 2017. How to set SMART goals for a successful event? Gevme, The latest event industry insights, 19.5.2017. Viitattu 19.11.2017. <https://www.gevme.com/blog/how-to-set-smart-goals-for-a-successful-event/>.
- Budget – What is a budget? N.d. Debitoor Dictionary. Viitattu 15.11.2017. <https://debitoor.com/dictionary/budget>.
- Budjetointi. N.d. Yritystoiminta. Viitattu 10.11.2017. <http://www.tieto.osaavayrittaja.fi/budjetointi>.
- Byford, J. 2015. Events industry not using sensory experiences to their full potential, according to new study, 13.10.2015. Lehdistö tiedote. London & Partners. Viitattu 19.11.2017. <http://www.londonandpartners.com/media-centre/press-releases/2015/20151013-events-industry-not-using-sensory-experiences-to-their-full-potential-according-to-new-study>.
- Caldwell, M. 2017. Reasons Why You Should Budget Your Money. The Balance, 21.7.2017. Viitattu 10.11.2017. <https://www.thebalance.com/reasons-to-budget-money-2385699>.
- Catani, J. 2017. Onnistunut yritystapahtuma - järjestäjän käsikirja. Helsinki: Alma Talent Pro.
- Curtis, G. 2017. Six Steps To A Better Business Budget. Investopedia, 2.2.2017. Viitattu 11.11.2017. <https://www.investopedia.com/articles/pf/08/small-business-budget.asp>.
- Doyle, A. 2017. A Guide for Part-Time Planners: Here Are 15 Tips on How to Execute Great Meetings and Keep Your Day Job. Successful Meetings, 66, 8, 16-23. Viitattu 5.11.2017. <http://web.a.ebscohost.com.ezproxy.jamk.fi:2048/ehost/detail/detail?vid=0&sid=e2043766-12b8-476e-85f3-e1e921f241f4%40ses-sionmgr4006&bdata=JnNpdGU9ZWwhvc3QtbGl2ZQ%3d%3d#AN=124503125&db=hjh> ProQuest European Business.
- Driver, S. 2017. 4 Things All Great Bosses Do. Business News Daily, 27.10.2017. Viitattu 14.11.2017. <https://www.businessnewsdaily.com/6129-good-manager-skills.html>.



- Harnedd, B. 2015. Why Communication Is Important In Project Management. Teamgantt, 15.12.2015. Viitattu 7.11.2017. <https://www.teamgantt.com/blog/why-communication-is-important-in-project-management/>.
- Huotari, S. 2017. Projektityöskentelyn ammattilainen. Aditro Oy. Haastattelu 17.11.2017.
- Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka?: Käsikirja tapahtumajärjestäjälle. Helsinki: Suomen liikunta ja urheilu.
- Junkkari, J. 2016. Yksinkertaisia johtajan ja yrittäjän työkaluja - Motorola, 8.4.2016. Viitattu 18.11.2017. <http://www.intotalo.com/yksinkertaisia-johtajan-ja-yrittajan-tyokaluja-motorola/>.
- Jussila, H. N.d. Ajanhallinta: Kalenterin käyttö. Ajanhallintablogi. Viitattu 8.11.2017 <http://www ajanhallintablogi.com/19>.
- Juurioja, J. 2017. Tapahtumanjärjestäjä. Eventsson. Haastattelu 11.10.2017.
- Yleisimmät tapahtumaluvat ja käsittelyajat. N.d. Jyväskylän kaupunki. Viitattu 29.9.2017. [https://www.jyvaskyla.fi/instancedata/prime\\_product\\_julkaisu/jyvaskyla/embeds/jyvaskylawwwstructure/84162\\_tapahtumat\\_aikataulu.pdf](https://www.jyvaskyla.fi/instancedata/prime_product_julkaisu/jyvaskyla/embeds/jyvaskylawwwstructure/84162_tapahtumat_aikataulu.pdf).
- Kananen, J. 2012. Kehittämistutkimus opinnäytetyönä, Kehittämistutkimuksen kirjoittamisen käytännön opas. Tampereen yliopistopaino – Juvenes Print.
- Kananen, J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Tampereen yliopistopaino – Juvenes Print.
- Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Helsinki: WSOY.
- Klassisen draaman malli. N.d. Viitattu 29.9.2017. <http://elokuvantaju.uiah.fi/oppimateriaali/kasikirjoitus/esittely.jsp>.
- Kinnunen, S. 2017. Aistit tekevät tapahtuman, 15.2.2017. Messukeskus. Viitattu 18.11.2017. <http://messukeskus.com/aistit-tekevät-tapahtuman/>.
- Korpela, J. 2002. Kuvien käytöstä viestinnässä yleensä ja Webissä erityisesti. Viitattu 12.11.2017. <http://jkorpela.fi/kuvat.html>.
- Luvat ja ilmoitukset. N.d. Visit Tampere. Viitattu 19.11.2017. <https://www.tapahtumatoimisto.com/fi/materiaalipankki/luvat-ja-ilmoitukset>.
- Lehtinen, J. 2006. Jännite ja tieto, Jännitteen ja tiedon välinen yhteys draamatekstissä. Pro gradu-tutkielma. Tampereen yliopisto ,teatterin ja draaman tutkimus. Viitattu 29.9.2017. <https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/94154/gradu01539.pdf?sequence=1>.
- Luokittelu, Menetelmäpolkuja humanisteille. 2015 Jyväskylän Yliopisto, Koppa. Viitattu 5.11.2017. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineiston-analysimenetelmat/luokittelu>.
- Luukas, U., Ahmaniemi, R. & Silvennoinen, E. 2016. Tiimivalmentamisen ideapakka. Helsinki: Ideapakka.

Martinez, M. N.d. Project management life cycle. Project Management Skills for New and Aspiring Project Mangers. <https://www.project-management-skills.com/project-management-life-cycle.html>.

Mäntyneva, M. 2016, Miten projektisuunnitelma tehdään? HAMK Unlimited Professional. 2.11.2016. Viitattu 9.11.2017. <https://unlimited.hamk.fi/yrittajyys-ja-liiketoiminta/miten-projektisuunnitelma-tehdaan/>.

Park, K. & Park, S. B. 2016. Topic Trend of Business Management Research. Event Management, 20, 109-115. Viitattu 5.11.2017. [https://www.researchgate.net/publication/301334692\\_Topic\\_Trend\\_of\\_Event\\_Management\\_Research](https://www.researchgate.net/publication/301334692_Topic_Trend_of_Event_Management_Research) Business Source Elite.

Project closure phase: 8 steps of Closing Process Group. N.d. Master of Project Academy. Viitattu 16.11.2017. <https://blog.masterofproject.com/project-closure-phase/>.

Project plan/ Project definition. N.d. Project Management.com. Viitattu 16.11.2017. <https://www.projectmanagement.com/deliverables/375/Project-Plan-Project-Definition-> .

Project scheduling N.d. Project Insight. Viitattu 7.11.2017. <http://www.projectinsight.net/project-management-basics/project-management-schedule>.

Projektisuunnitelman laatiminen. 2010 Tekes, Ohje Projektisuunnitelma, 19.5.2010. [http://www.esmo.fi/sivut/wp-content/uploads/2015/05/projektisuunnitelman\\_laatiminen.pdf](http://www.esmo.fi/sivut/wp-content/uploads/2015/05/projektisuunnitelman_laatiminen.pdf).

Prokofieva, I. N.d. 10 Tips for Organizing a Successful Event. Culture & Creativity. Viitattu 15.11.2017. <https://www.culturepartnership.eu/en/article/10-tips-for-successful-event>.

Pulkkanen, A. N.d. 10 johtamisvinkkiä kehittyvälle projektipäällikölle. Agendum. Viitattu 11.11.2017. <https://www.agendum.com/projektinhallinta/3-johtaminen>.

Ralston, L. S., Ellis, G. D., Compton, D. M., Joongwoon, L. 2007. Staging Memorable Events and Festivals: An Integrated Model of Service and Experience Factors. International Journal of Event Management Research, 3, 2, 24-38. Viitattu 5.11.2017.

<http://web.a.ebscohost.com.ezproxy.jamk.fi:2048/ehost/detail/detail?vid=0&sid=b3be2f62-675f-40c0-88e8-d97c499ea881%40sessionmgr4009&bdata=JnNpdGU9ZWZwZ3QtbGl2ZQ%3d%3d#AN=31912763&db=hjh>  
Business Source Elite.

Ray, S. 2017. What Is Project Scheduling? Project Manager, 31.3.2017. Viitattu 8.11.2017. <https://www.projectmanager.com/blog/what-is-project-scheduling>.

Rivera, M. 2017. 7 Key Ingredients to Successful Project Execution and Completion. Collaborative Minds Blog, 20.10.2014. Viitattu 13.11.2017. <https://www.comindware.com/blog-7-key-ingredients-successful-project-execution-completion/>.

Roberts, M. 2017. 5 Key Elements of a Successful Project. The Balance, 6.10.2017. Viitattu 15.11.2017. <https://www.thebalance.com/key-elements-successful-project-1669721>.

Saksala, E. 2015. Tuottajan käsikirja. Helsinki: Like Kustannus.

- Silvers, J. R. 2013. The phases of event management. Viitattu 7.11.2017. <http://www.juliasilvers.com/embok/Guide/Phases.htm>.
- SMART goals. N.d. Your Coach. Viitattu 19.11.2017. <http://www.yourcoach.be/en/coaching-tools/smart-goal-setting.php>.
- SMART goal setting. N.d. Habitica Wiki. Viitattu 19.11.2017. [http://habitica.wiki.com/wiki/SMART\\_Goal\\_Setting](http://habitica.wiki.com/wiki/SMART_Goal_Setting).
- Tacit knowledge. N.d. Business Dictionary. Viitattu 29.10.2017. <http://www.businessdictionary.com/definition/tacit-knowledge.html>.
- Tapahtuman suunnittelu. N.d. Tapahtumakaupunki Jyväskylä. Viitattu 9.11.2017. <https://www.jyvaskyla.fi/tapahtumakaupunki/jarjestaminen/suunnittelu>.
- Teemoittelu, Menetelmäpolkuja humanisteille. 2016. Jyväskylän Yliopisto, Koppa. Viitattu 5.11.2017 <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineiston-analyysimenetelmat/teemoittelu>.
- The Four Phases of Project Management. 2017. Harvard Business Review, 3.10.2016. Viitattu 18.11.2017. <https://hbr.org/2016/11/the-four-phases-of-project-management>.
- The six phases of project management. N.d. Project management training. Viitattu 18.11.2017. <https://www.projectmanagement-training.net/category/six-phases/>.
- Toivonen, M., Salovaara, S. 2017, Suomessa aliarvostettu ala on maailmalla miljardiluokan bisnes. Lehdistötiedote 21.9.2017, Visit Finland. Viitattu 6.11.2017. <http://www.visitfinland.fi/news/suomessa-aliarvostettu-ala-on-maailmalla-miljardiluokan-bisnes/>.
- Valdellon, L. 2015. Best Practises for Your Project Management Initiation Phase. Wrike, 28.10.2015. Viitattu 6.11.2017. <https://www.wrike.com/blog/best-practices-project-management-initiation-phase/>.
- Vallo, H. & Häyrinen, E. 2014. Tapahtuma on tilaisuus, tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 4. uudistettu laitos. Helsinki: Tietosanoma.

## **Liitteet**

- Liite 1. Viisi askelta onnistuneen tapahtuman järjestämiseen- Opas ensikertalaiselle tapahtumanjärjestäjälle

CLAUDIA KALIN & MIIA HUOTARI



VIISI ASKELTA  
ONNISTUNEEN TAPAHTUMAN  
JÄRJESTÄMISEEN

OPAS  
ENSIKERTALAISELLE  
TAPAHTUMAN  
JÄRJESTÄJÄLLE

TIIMIAKATEMIA

# Sisällysluettelo

## Esipuhe 1

### Tapahtuman määrittelmä 2

- Mikä on tapahtuma? 2

### Tapahtumanvaiheet 3

#### 1. Suunnitteluvaihe 4

Suunnitteluvaiheen johdanto 5

Kirkasta idea! 5

Tapahtuman tarkoitus ja tavoitteet 6

Ideoi ja suunnittele tapahtuma 7

Roolit ja tehtävien jako 8

Talous 9

- Kulu- ja tulobudjetti 10

Aikataulu 11

Taustatyö 12

Mieti 4E 13

Riskianalyysi 14

Plan B 15

Suunnitteluvaiheen check-list 16

#### 2. Kehittelyvaihe 17

Kehittelyvaiheen johdanto 18

Tilan hankinta 18

Kilpailutus ja hankinnat 19

Sopimukset kuntoon 20

Myynti 21

Markkinointi 22

- Markkinointisuunnitelma 22

- Kohderyhmä 22

- Kanavat 23

- Sisältö 23

- Aikataulutus 23

- Tiedottaminen 24

Viestintä 25

Lupa-asiat 26

Vakuutukset 28

Tapahtuman turvallisuus 28

Rekry ja perehdytys 29

Asiakkaan polku 30

Kehittelyvaiheen check list 32

### **3. Spurttivaihe 34**

Spurttivaiheen johdanto 35

Roolit ja vastuunjako 35

Tapahtuman rakentaminen / paikat kuntoon 36

Loppuhankinnat & tavaroiden kuljetus 37

Kenraaliharjoitus 38

Kaikki valmista tunti ennen h-hetkeä 39

Spurtti-vaiheen check list 40

### **4. Huippukohta 41**

Huippukohdan johdanto 42

Liikenteen ohjaus 42

Ota vieraat hymyssä suin vastaan 43

Seuraa ohjelman kulkua ja pidä huolta, että aikataulussa pysytään 43

Huolehdi muistakin kuin vieraista 44

Dokumentoi 46

Projektipäällikkö fiilistele tapahtumaa 46

Huippukohdan check list 47

### **5. Lopetus 48**

Lopetuksen johdanto 49

Tapahtuman purku ja siivous 49

Jälkimarkkinointi 50

Palautteen keruu 50

Loppupalaveri 51

Tapahtuman tulevaisuus 52

Talouden jälkihoito 52

Loppuvaiheen check list 53

### **Kiteytys 54**

#### **Avaimet onnistuneeseen tapahtumaan 55**

Suunniteluvaiheen check list 56

Kehittelyvaiheen check list 57

Spurttivaiheen check list 59

Huippukohdan check list 60

Lopun check list 61

### **Kiitokset! 62**

### **Lähteet 63**

### **Omia muistiinpanoja 66**

# Esipuhe

Hei sinä tapahtumanjärjestäjä! Hienoa, että olet löytänyt tämän oppaan käsiisi. Varsinkin jos olet ensikertalainen tapahtumien maailmassa, niin mahtavaa! Tämä opas on luotu auttamaan juuri sinua ensikertalaista tapahtumajärjestäjää ja tapahtumista kiinnostunutta. Yksiin kansiin on pyritty kokoamaan jokaisessa tapahtumassa toistuvat kohdat. Niistä on luotu matka, jonka jokainen tapahtumanjärjestäjä kulkee. Ja me toimimme sinun matkaoppainasi mahtavien erityisvieraiden kanssa.

Jos teet aivan pientä tapahtumaa, voi olla etteivät oppaan kaikki kohdat tunnu sinulle tarpeellisilta. Jätä huoletta täysin sinua koskemattomat asiat pois. Mutta joissain kohdin ole avoin. Saatat esimerkiksi ajatella, ettei myynti ja markkinointi kosketa sinun pieniä synttärjuhliasi mitenkään. Mutta pitäähän sinun jotenkin myydä juhla vieraillesi ja kertoa siitä heille esimerkiksi kutsukortein. Ajattele siis kaikkia oppaan kohtia skaalaten ne omaan tapahtumaasi. Opas sopii siis monipuolisesti erilaisiin ja erikokoisiin tapahtumiin. Kenties suunnittelet pikkujouluja parinkymmenen hengen työporukalle tai isompaa konserttia kotikaupunkiisi. Niin tai näin, perusasiat toistuvat aina.

Opasta varten olemme haastatelleet monia tapahtumanjärjestämisen ammattilaisia ja heidän vinkkinsä kulkevatkin koko kirjan mukana. Lisäksi tekstistä kumpuaa oma kokemuksemme tapahtumien järjestämisestä. Viime vuosien aikana olemme järjestäneet lukuisia tapahtumia muutaman kymmenen hengen tapahtumista usean tuhannen hengen tapahtumiin. Lisäksi pohjalla on lähdekirjallisuutta, joista löytyykin hyvä listaus oppaan lopusta.

Oppaasta on haluttu tehdä hyvin käytännönläheinen, liitteinä on ihan konkreettisia työkaluja sinulle, jotta pääset nopeasti kiinni toimintaan. Lisäksi jokaisesta vaiheesta on tehty check-lista, jonka avulla tarkistat aina nopeasti millä mallilla hommasi on. Älä lue tätä kirjaa vain kerran kannesta kanteen, vaan pidä tätä mukana koko projektisi ajan.

Terveisin,  
Claudia & Miia





# Tapahtuman määritelmä

## Mikä on tapahtuma?

Englanniksi tapahtuma on event. Tapahtuma-käsite juontaa juurensa latalaisesta verbistä "evenire", jonka johdannaisena toimii "eventus". Se siis tarkoittaa tulosta eli sitä, jota saadaan aikaiseksi. Tapahtuman päätarkoituksena on saada tuloksia oli tapahtuma millainen hyvänsä.

Tapahatumien avulla kootaan ihmiset yhteen tiettyyn paikkaan sovittuna ajankohtana. Tapahtumien tarkoituksena on olla vieraille ainutkertainen kokemus sekä poiketa jollakin tapaa normaalista arjesta.

Tapahatuma voi olla mikä tahansa tilaisuus pienestä suureen, yksityistilaisuudesta valtavaan yleisötapahtumaan. Tapahtumia voi järjestää niin yksityishenkilö kuin yritysikin. Tapahtumalla voidaan tarkoittaa niin konsertteja, seminaareja, messuja, markkinoita kuin monia muitakin tilaisuuksia.

**Tapahatuma on tilaisuus,  
joka kokoaa ihmiset yhteen.  
- Claudia**



**Normaalista poikkeava  
kohtaamistilanne, jollekin tietylle  
kohderyhmälle, tiettyyn aikaan  
tietyissä paikassa.  
- Miia**



# Tapahtuman vaiheet



# 1. Suunnitteluvaihe



# Suunnitteluvaiheen johdanto

Kun lähdetään tekemään tapahtumaa, on hyvä ihan ensimmäiseksi tehdä projektisuunnitelma. Sen tarkoituksena on kuvata ja hahmottaa tarkemmin tapahtuman keskeinen sisältö, tavoitteet, tehtävät, kustannusarvio ja aikataulutus. Onnistunut projektisuunnitelma parhaimmassa tapauksessa auttaa projektin toteutuksessa, seurannassa sekä toimii myös arvioinnin tukena. Projektisuunnitelma muodostaa koko suunnitteluvaiheen rungon.

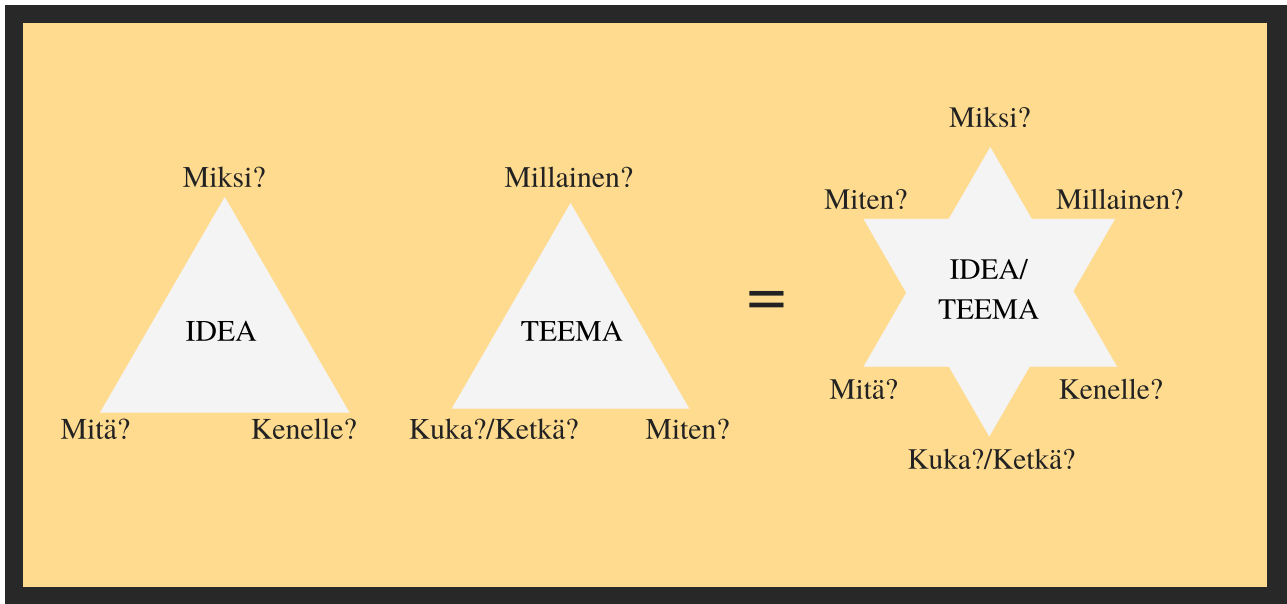
Kun mietit nämä seuraavat kohdat huolella projektin alussa, saat jo näistä hyvät eväät tapahtuman rakentamiseksi. Kuten vanhassa suomalaisessa sananlaskussa sanotaan, hyvin suunniteltu on puoliksi tehty. Näin se toimii myös tapahtuman järjestämisessä.

## 1.Kirkasta idea

Ihan ensimmäiseksi kun lähdet luomaan tapahtumaa ja projektisuunnitelmaa, pitää olla jokin idea siitä, mitä haluat tehdä. Eli mieti nämä kysymykset: Mitä, missä, milloin, kenelle?

*Esimerkki: Järjestetään kaikille uusille Jyväskylän ammattikorkeakoulun opiskelijoille avajaiset ja orientaatioiltapäivä, jossa tutustutetaan heidät koulun tarjoamiin palveluihin, Jyväskylän Paviljongissa syyslukukauden ensimmäisenä päivänä kello 14-16.*

Näihin kysymyksiin kun saat vastaukset, olet jo pitkällä. Ne ohjaavat kaikkea tulevaa suunnittelutyötäsi sekä valintojasi. Moni tapahtumanjärjestäjä tekee sen virheen, että keksii vain oman idean ja rakastuu siihen. Älä pysähdy tähän, vaan mieti myös onko tapahtumalle tarvetta ja onko muilla kiinnostusta siihen. Jos haluat perehtyä asiaan kunnolla tee asiasta pienimuotoinen tutkimus, mutta vähintäänkin kysy muutamalta lähipiiristäsi mielipide.



*Onnistuneen tapahtuman malli (Vallo & Häyrinen 2016)*

*Nämä kysymykset kun huolella mieltii, rakentuu tapahtuman idea ja teema, jotka ovat tärkeä osa tapahtuman suunnittelua.*

## 2. Tapahtuman tarkoitus ja tavoitteet

Seuraava asia, jota lähdetään miettimään on, miksi tapahtumaa lähdetään toteuttamaan.

Miksi-kysymyksestä muotoutuu tapahtuman tarkoitus ja tavoitteet. Mikä on sen tavoite sinulle ja mitä tapahtumasi kävijä saavuttaa. Lisäksi voit miettiä suurempaa mittakaavaa; mitä tapahtumasi tuo yhteisöllesi tai kotikaupungillesi.

Jos tapahtumasi on liiketoiminnallinen, voit miettiä sille jo alustavia rahallisia tavoitteita. Budjetointi-kohdassa pääset kuitenkin asian kimppuun vielä syvällisemmin.

### Mieti nämä:

1. Miksi järjestät juuri tämän tapahtuman?
2. Mikä on oma tavoitteesi, mistä tiedät onnistuneesi?
3. Mitä tapahtuma antaa kävijällesi?
4. Onko tapahtumalla syvempi tavoite tai tarkoitus?
5. Taloudelliset tavoitteet?



### 3. Ideoi ja suunnittele tapahtuma

Kun tapahtuman idea on kutakuinkin selvillä, kannattaa lähteä ideoimaan tapahtumaa tarkemmin. Kannattaa miettiä, mikä on tilaisuuden teema, minkälaista ohjelmaa tapahtumapäivänä on luvassa, kuinka kauan tapahtuma kestää ja niin edelleen.

Ota ainakin nämä asiat huomioon:



Valitkaa  
ajankohta tarkkaan!  
- Soile



*Esimerkki: Teema orientaatioiltapäivässä on pakopelihuone, jolloin opiskelijat kiertävät noin 20 hengen ryhmissä tapahtumahallia ratkaisten mystisiä tehtäviä kuullen myös samalla Jyväskylän ammattikorkeakoulun tarjoamista sisäisistä palveluista. Ideana on selviytyä ryhmänä mahdollisimman nopeasti tehtävistä ja kiertää kaikki pisteet. Muuta ohjelmaa on ryhmäkuvaus, ottaa kuva julkkiksen kanssa sekä tutustua näytteilleasettajien ja yhteistyökumppanien pisteisiin. Ohjelman kesto on kaksi tuntia.*

Jotkut asiat muotoutuvat ja rakentuvat helposti, mutta tapahtuman suunnitteluun kuuluu lähes poikkeuksetta aina ideointia ja se ei tapahdu aivan käden käänteessä. Voit joutua ideoimaan pikkujoulujen teemaa, asiakastilaisuuden ohjelmaa, tapahtuman nimeä ja niin edelleen. Tässä muutamia hyviä **ideointityökaluja**, joita voit kokeilla yksin tai yhdessä, jotta saatte suunniteltua tapahtuman, jonka ympärille on kiedottu punainen lanka.

#### Ideointityökalut:

**1. Lapputalkoot** - Ideoitte projektiryhmän kanssa esimerkiksi post-it-lapuille suuren määrän suodattamattomia ideoita

**2. Tuplatimantti** - Esimerkiksi lapputalkoilla saaduista ideoista karsitaan kunnes jäljellä on muutama vahva idea, joita aletaan kehittää eteenpäin. Lopuksi taas tiivistetään ja jäljellä on kenties enää yksi timanttinen idea.

**3. Lappu kiertää** - Jokainen miettii ideoita n. 5 minuuttia, jonka jälkeen paperi kiertää seuraavalle ja hän jatkojalostaa edellisen ideoita tai inspiroituu keksimään aivan uusia. Paperi kiertää ainakin kerran kaikilla.

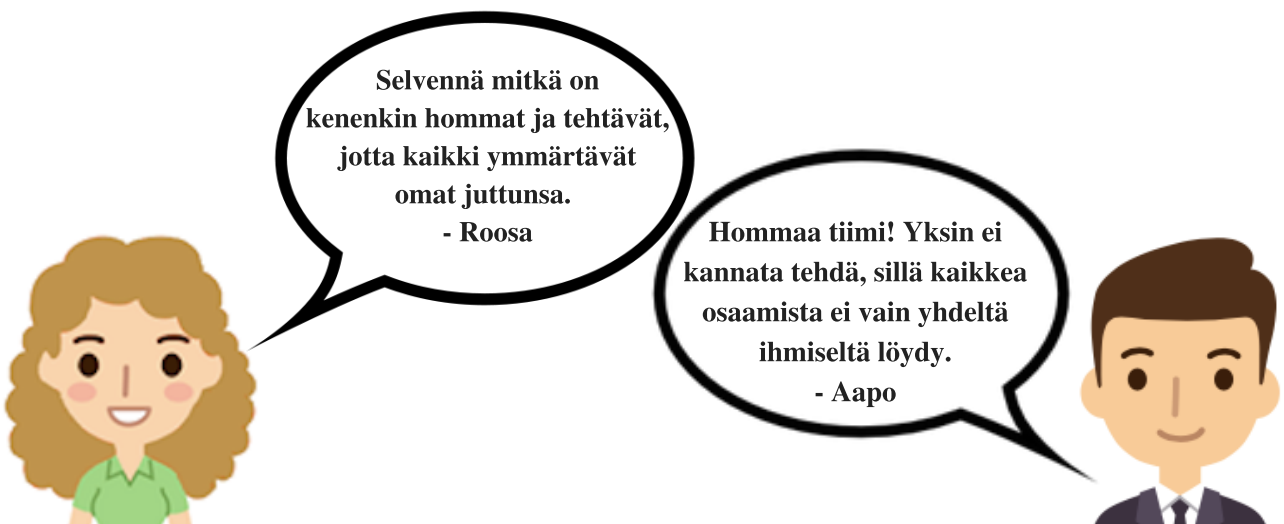
## 4. Roolit ja tehtävien jako

Tapahtumaa suunniteltaessa pitää miettiä heti alkuun, millä kokoonpanolla tapahtumaa aikoo järjestää. Yksin vai yhdessä?

Kun teet tapahtumaa, projekti tarvitsee aina vetäjän, jotta tapahtuma saadaan saatettua loppuun. Jos teet tapahtumaa yhdessä muiden kanssa, on hyvä jakaa vastuualueet sekä tehtävät projektiryhmän kesken, mielellään vielä jokaisen osaamisen ja kiinnostuksen mukaan. Vaikka teetkin tapahtuman yksin, lähes aina tarvitset ihmisiä ympärille tilaisuuden mahdollistamiseksi oli kyse sitten tarjoiluista tai esiintyjistä.

Kun roolit on mietitty, on hyvä jakaa tehtävät mahdollisimman tarkasti ja niin, että jokainen ymmärtää ja tietää, mitä omalle vastuualueelle kuuluu. Roolien ja tehtävien jaon tarkoituksena on helpottaa johtamista, organisointia sekä sitouttaa tekijät kantamaan kortensa kekoon.

*Esimerkki vastuualueista ja tehtävistä:*



## 5. Talous

Budjetointi on äärimmäisen tärkeää projektissa kuin projektissa. Budjetti on arvio, jonka tarkoituksena on ennustaa taloutta. Se kertoo kuinka paljon rahaa menee kuluihin (*kulubudjetti*) sekä kuinka paljon puolestaan tulee rahaa (*tulobudjetti*) ja mistä nämä koostuvat.

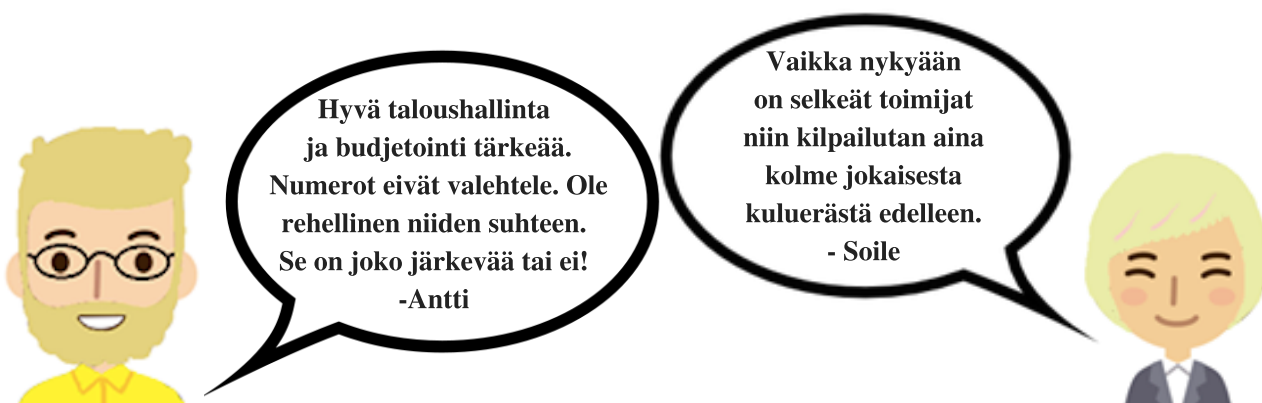
Budjettia tehdessä on pyrittävä siihen, että kulut ovat pienemmät kuin tulot. Jos huomaat, että olet budjetoanut nurinkurin, pitää miettiä miten voit karsia mahdollisia kuluja. Voitko esimerkiksi kilpailuttaa eri toimijoita tai millä keinoin on mahdollista ansaita lisää rahaa? Jos tarkoituksesi on tehdä oikeaa liiketoimintaa, ole valmiina siihen, että tapahtumasi voi kaatua tähän kohtaan. Jos et yksinkertaisesti saa tehtyä ansaintamallista järkevää, ei sinulla ole varaa tehdä tapahtumaa. Ellei taskustasi satu löytymään ylimääräistä tai teet tapahtuman vapaaehtoistyönä.

*Esimerkki: Jyväskylän uusien opiskelijoiden orientaatiopäivässä yhteistyökumppaneilta saadaan rahaa kun myymme promootiopaikkoja paikallisille yrityksille, jotta he voivat markkinoida sekä myydä omia tuotteita ja palveluita 2000 opiskelijalle.*

Muista kulubudjettia tehdessä, että aina tulee muuttuvia ja yllättäviä kuluja, joten budjetoita aina pelivaraa. Tämän takia ei kannata budjetoida liian optimistisesti. Tee ennemmin vaikka kaksi budjettia: pahin mahdollinen tilanne ja realistisempi.

Budjetti antaa suuntaa esimerkiksi siihen kuinka monta lippua sinun on myytävä, jotta pääset omillesi. Se on hyvä työkalu siis myös tavoitteiden asetannassa. Muista, että budjettia ei ole tarkoitus vain tehdä kerran ja unohtaa sitten. Budjettia täydennetään ja seurataan koko projektin ajan.

Huomioithan sen, että jos järjestäjänä toimii yritys, joka on arvonlisäverovelvollinen, budjetoithan kaikki tulot ja kulut alvittomana.





## Kulu- ja tulobudjetti

Kulut	Arvioitu	Toteutunut
Tilavuokra	1 200,00 €	0,00 €
Äänentoisto	500,00 €	0,00 €
Kalusteet	350,00 €	0,00 €
Koristeet	300,00 €	0,00 €
Tarjoilut	690,00 €	0,00 €
Kattaustarvikkeet	100,00 €	0,00 €
Painomateriaalit	150,00 €	0,00 €
Facebook mainonta	400,00 €	0,00 €
Lehtimainos	150,00 €	0,00 €
Autovuokra	100,00 €	0,00 €
Bensat	50,00 €	0,00 €
Projektiryhmän palkkio	4 000,00 €	0,00 €
Pelivaraa	500,00 €	0,00 €
<b>Yhteensä</b>	<b>8 490,00 €</b>	<b>0,00 €</b>

Tulot	Arvioitu	Toteutunut
Lipputulot (á 65€)	9 750,00 €	0,00 €
<b>Yhteensä</b>	<b>9 750,00 €</b>	<b>0,00 €</b>

Voitto- ja tappiolaskelma	Arvioitu	Toteutunut
Kulut yhteensä	8 490,00 €	0,00 €
Tulot yhteensä	9 750,00 €	0,00 €
<b>Yhteensä</b>	<b>1 260,00 €</b>	<b>0,00 €</b>

## 6. Aikataulu

Oli kyseessä isompi tai pienempi tapahtuma, yleensä tapahtumien teko vie aikaa. Tapahtuman voi järjestää muutamassa tunnissa, mutta parhaimmillaan tapahtuman suunnittelu sekä toteutus voi viedä aikaa jopa vuosia. Tähän toki vaikuttaa tapahtuman luonne, koko sekä monet muut tekijät.

Tapahtuman aikataulu on melko helposti rakennettavissa. Kaikki lähtee siitä, että on sovittu ajankohta, jolloin tapahtuma on. Sen jälkeen kalenteriin tai esimerkiksi **aikajanalle** merkitään kaikki tehtävät ihan pienistä suuriin ja asetetaan deadlinet. Olisi hyvä myös määrittää vastuhenkilö jokaiselle tehtävälle, jotta projektipäällikkö tietää kenen vastuulla on mitäkin, jotta hommat tulee hoidetuksi.



*Aikajana helpottaa projektin tehtävien seuranta.*

Aikataulutukseen on olemassa lukuisia erilaisia sovelluksia, joihin kannattaa tutustua (ks. lista) Yksinkertaisimmillaan alkuun pääsee kuitenkin omalla kalenterilla sekä vaikka valkotaululle piirretyllä aikajanalla. Pääasia on, että jostain voi seurata aikataulua.

### Aikataulutuksen ja projektihallinnan työkaluja:



## 7. Taustatyö

Tapahtuman järjestäminen vaatii aina jonkin tarpeen. On hyvä kartoittaa heti alkuvaiheessa jo projektisuunnitelman yhteydessä, onko ylipäättään tarvetta tällaiselle tapahtumalle. Tarvetta voi kartoittaa haastatellen tai kyselyn avulla mahdollisille potentiaalisille asiakkaille tai se voi tulla myös toimeksiantajalta tai omasta tarpeesta.



Kun tiedetään, että tapahtumalle on tarve, kannattaa selvittää minkälaisia vastaavanlaisia tapahtumia on jo olemassa ja miten ne ovat toimineet. Kannattaako järjestää tapahtumaa Jyväskylään, jos samanlainen vastaava tapahtuma on jo? Onko olemassa joitakin keinoja, joilla erottautuu muista tapahtumista tai mitä voisit kehittää, jotta tapahtuma olisi onnistuneempi kuin vastaavat? On tärkeää myös selvittää, mitä tapahtumia tuona samaisena ajankohtana on lähialueella sekä myös muualla Suomessa. Jos on kaksi tapahtumaa samana ajankohtana, jonne on menossa sama kohderyhmä, joutuu vieras päättämään kumpaan tilaisuuteen osallistuu ja sen seurauksena voi osallistujamäärä jäädä pienemmäksi. Kannattaa siis tehdä taustatyötä! Tämä on tärkeää varsinkin jos teet jotakin tapahtumaa ensimmäistä kertaa. Moni muu tapahtuma on voinut vuosien aikana vakiinnuttaa asemansa, eivätkä ihmiset markkinoinnista huolimatta löydä sinun tapahtumaasi, vaan valitsevat vanhan tutun.

### **Kysymykset taustatyötä varten eli näihin tarvitset vastaukset:**

- Onko tapahtumalle tarvetta?
- Millaisia kilpailijoita tapahtumallasi on?
- Mitä muita tapahtumia on samaan aikaan?
- Miten voit erottua kilpailijoistasi?

## 8. Mieti 4E

Yksi hyvä työkalu tapahtuman rakentamiseen on 4 E:tä. Ne pohjaavat Pine ja Gilmoren Experience Economy-artikkelin teoriaan ja kirjaimet tulevat sanoista: entertainment, education, esthetics sekä escapism.



Tapahtumissa on hyvä miettiä osallistujan näkökulmasta näitä neljää kohtaa, jotta tapahtuma tarjoaa osallistujalle monipuolisesti sisältöä.

Viihteellä tarkoitetaan tietysti ohjelman ja tapahtuman viihdyttävyyttä, mitä tapahtumasi tarjoaa, jotta vieraasi viihtyy? Hoitaako esimerkiksi joku esiintyjä tapahtumasi viihdepuolen?

Opettavaisella haetaan takaa sitä, mitä uutta vieraasi saa tapahtumasta? Opetuksella ei tarkoiteta luennointia syntymäpäiväjuhlassa, vaan esimerkiksi mitä uutta vieras oppii itsestään, oppiiko hän tuntemaan uusia ihmisiä tai saako hän jonkin uuden kokemuksen.

Esteettisyys liittyy tapahtumapaikkasi somistamiseen ja tapahtuman ulkoasuun. Koristeisiin ei tarvitse tuhata tuhansia, mutta mieti miten pienillä parannuksilla saat tilasta viihtyisän.

Eskapismi tarkoittaa todellisuuspakoa. Miten varmistat, että vieraasi irtautuu arjesta tapahtumassasi? Tapahtuma tarjoaa yleensä elämyksen, joka poikkeaa tavallisesta.

Kun uhraat vähän aikaa näille neljälle elementille, on sinulla mahdollisuus aivan huipputapahtumaan!

## 9. Riskianalyysi

Tapahtumissa ja yleensäkin projektityössä on aina omat riskinsä. Kannattaa siis ehdottomasti kartoittaa kaikki mahdolliset riskit sekä varautua ja keksiä ratkaisut niihin. Kun riskejä osaa ennakoida ja pystyy varautumaan niihin hyvissä ajoin, saa tapahtumasta paljon toimivamman ja vastoinkäymisiin osataan varautua niin, ettei niistä koidu niin suuria vahinkoja. Mieti riskianalyysissä tapahtumaan kohdistuvia riskejä, henkilöihin niin vieraisiin kuin henkilökuntaan kuuluvia riskejä sekä ulkopuolisia riskejä. Pääasia, että mietit ja varaudut kaikkiin mahdollisiin skenaarioihin!

*Esimerkki:*

*Riski 1: Avajaistapahtuma kestää odotettua pidempää ja aikatauluissa ei pysytä.*

*Ratkaisu 1: Jätetään aikaa siirtymiin ja siihen, että aikataulussa on hieman pelivaraa. Pyritään lähtökohtaisesti siihen, että ohjelmassa pysytään, mutta jos ei niin mietitään, mitä voi karsia ohjelmasta, jos tapahtuman venyttäminen ei ole mahdollista.*

*Riski 2: Tapahtuma on osittain tai kokonaan ulkona ja voi sataa vettä.*

*Ratkaisu 2: Hommataan joka tapauksessa tapahtumaan teltoja ja katoksia, jotta sade ei haittaa. Tapahtumapaikka suunnitellaan ja valitaan niin, että paikka ei tulvi ja maapohja on sellainen, ettei kengät kastu. Mahdollisesti myös siirtymisissä tapahtumapaikalle ja pois on järjestetty sateenvarjoja / sadetakkeja osallistujille. Osallistujia on informoitu sekä he ymmärtävät pukeutua sääolosuhteiden mukaisesti. Laitteet suojataan ja huolehditaan, että ne eivät kastu, jos ne eivät kestä sitä.*

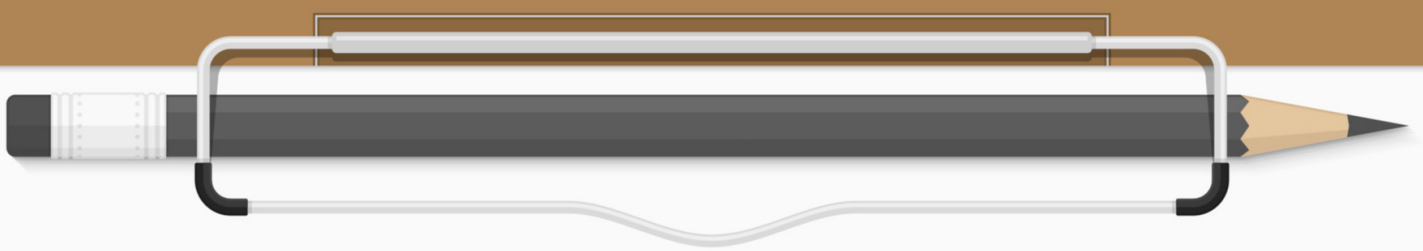
Riskianalyysi		
Mikä riski?	Todennäköisyys?	Hallintamenetelmät?
Tapahtuma on ulkona ja sataa vettä.	3/5	Hommataan teltoja ja katoksia.
Ohjelmanumero viivästyy	4/5	Esim. Ohjelman järjestystä muutetaan / keksitään muuta ohjelmaa ajankuluksi.
Projektipäällikkö sairastuu	2/5	Tarkat ohjeet laaditaan etukäteen sekä ajolista, jotta kuka vaan pystyy katsomaan että kaikki tulee hoidetuksi.

## 10. Plan B

Tapahtuma on siitä intensiivinen projekti, että kaikki mihin olet tähdännyt vaikka vuodenkin ajan, saattaa tiivistyä vain muutamaan tuntiin. Vaikka kuinka suunnittelet, olet, että jotain menee erilailla, kuin ajattelit. Se on enemmän poikkeus kuin sääntö, että jotain menee pieleen. Riskianalyysiä tehdessäsi valmistaudut kuitenkin pahimpiin epäonnistumisiin, niihin, jotka voivat pilata tapahtumasi täysin. Tärkeää on tehdä Plan b, miten toimitaan, kun jotain muuttuu. Tämä helpottaa jokaisen työntekijän oloa, kun he tietävät miten toimia poikkeustilanteissa, mutta se myös auttaa pitämään tapahtumasi tunnelman yllä. Sillä on tärkeää, että vieraat eivät aisti pinnan alla kuplivaa katastrofia. Se pilaa tunnelman äkkiä, jos vieraat huomaavat, että jotain on pielessä. Älä ikinä näytä heille paniikkiasi. Mutta infoa kuitenkin asiallisesti vieraita, jos muutos tai epäonnistuminen vaikuttaa heihin. Epätietoisuudessakaan ei ole kivaa. Jos unohdit esimerkiksi tilata kahvit, kerro siitä vieraille ja pahoittele tapahtunutta. Yritä suhtautua asiaan huumorilla, koska kaikkea voi sattua. On tärkeää saada tapahtuma eteenpäin.

Ole valmis myös improvisoimaan lennosta, kaikkea ei voi ennustaa. DJ ei saa iltajuhlissa vieraitasi tanssimaan, mutta he viihtyvät pelaamassa beer pongia. Keskity siis jälkimmäiseen. Kunhan ihmiset viihtyvät, se riittää. Sinun suunnittelemasi hieno ohjelmanumero ei uppoakaan, mutta vieraat viihtyvät muualla. Päästä irti omasta ajatuksestasi ja keskity positiiviseen. Epäonnistumisia on aikaa analysoida jälkikäteen. Niitä ei kuulu puida tapahtumassa.





# Check list ✓

- Tapahtumalla on nimi  
.....
- Tiedät miksi tapahtuma järjestetään  
.....
- Tapahtuman tavoitteet on mietitty  
.....
- Kenelle tapahtuma järjestetään on selvä  
.....
- Tapahtumapäivä/ -ajankohta on selvä  
.....
- Tapahtumapaikka mietitty  
.....
- Paikka on teknisesti ja logistisesti sopiva  
.....
- Vastuhenkilöt sovittu  
.....
- Tapahtuman sisältö suunniteltu  
.....
- Selvitetty onko päällekkäisiä tapahtumia  
.....
- Kulu- ja tulobudjetti tehty  
.....
- Määritelty tehtävät ja toimenpiteet  
.....
- Kaikki riskit kartoitettu ja mietitty ratkaisu  
.....
- Seurataan projektin etenemistä  
.....

## 2. Kehittelyvaihe





# Kehittelyvaiheen johdanto

Suunnitteluvaihe on yleensä melko intensiivinen vaihe. Kun suuret linjat on mietitty, aloitetaan viemään asioita eteenpäin ja käytäntöön. Nyt alkaa konkreettinen tekeminen. Tätä seuraavaa vaihetta kutsutaan kehittelyvaiheeksi. Tässä luvussa esitellään kehittelyvaiheen stepit, jotka kuuluvat tapahtuman järjestämiseen.


## 1. Tilan hankinta

Tilan hankkiminen tapahtumallesi on yksi ensimmäisistä konkreettisista askelista, sillä se määrittää paljon muita asioita. Millainen tila sopii tapahtumaasi ja kuinka paljon sinulla on budjetissa tilaa? Tila vaikuttaa suuresti tapahtumasi tunnelmaan ja toisaalta haluamasi ohjelma vaikuttaa tilan valintaan. Myös mahdolliset haluamasi koristelut riippuvat paljon tilasta, mikä taas vaikuttaa budjettiisi.

Tilaa valitessa on tärkeää ottaa huomioon myös tuleva vierasmääräsi, kuinka suurta tapahtumaa järjestät? Ihmisillä pitää olla tilaa liikkua, mutta iso tyhjä tila taas saa tapahtumankin vaikuttamaan tyhjältä.

Valitse siis tilasi tarkkaan, sillä se ratkaisee monta osaa tapahtumasi suunnittelussa.

Lisäksi tila vie budjetistasi usein yhden isoimmista yksittäisistä siivuista, joten se on merkittävä investointi. Varaa tähän kohtaan myös aikaa ja kärsivällisyyttä, sillä neuvotteluissa on osapuolena aina myös tilan omistaja, hänelle ei ehkä käykään suunnittelemasi tapahtuman päivämäärä.



Liian suuri tila  
kävijämäärään  
nähdessä on huono.  
- Soile

Kun olet löytänyt oikean tilan, käy sopimusasiat tarkasti läpi tilan omistajan kanssa, jotta olette samalla kartalla. Näin välttyt ikäviltä yllätyksiltä tapahtuman jälkeen

## 2. Kilpailuttaminen ja hankinnat

Tässä projektissa  
neuvottelutaidot kehittyvät!  
- Claudia



Kun sinulla on tila, voit lähteä suunnittelemaan muita hankintoja. Nämä kaikki riippuvat budjetistasi, mihin sinulla on varaa. Jos budjettisi on tiukka, kannattaa useampaan otteeseen katsoa menopuolta; onko jotain mitä voisit supistaa? Jos esimerkiksi tarvitset koristeita tapahtumaasi, voitko lainata ne joltakulta? Tai voisitko tehdä yhteistyökumppanuussopimuksen ja saada koristeet sponsoroituna joltakin yritykseltä?

Jos sinulla taas on iso budjetti, voit panostaa haluamiisi asioihin, mutta muista, että pienistä puroista syntyy iso virta. Älä ole silti löyhäkätinen rahan suhteen, vaan seuraa koko ajan budjettia.

Kilpailuttamisella voit parhaimmillaan säästää tuhansia ellet jopa kymmeniä tuhansia. Siksi aloita tämäkin hyvissä ajoin ja ole valmis neuvottelemaan. Älä hyväksy heti ensimmäistä tarjousta, vaan kysy suuntaa myös ainakin kahdelta muulta toimijalta. Hinta on toki ratkaiseva, mutta myös erilaiset sopimusehdot.

## 3. Sopimukset kuntoon

Et ehkä ole tullut ajatelleeksi sitä, että ostaessasi kaupasta maitopurkin tulet jo solmineeksi kaupan kanssa sopimuksen. Kun ostopäätös on tehty, se velvoittaa sinua maksamaan kaupalle sovitun hinnan tuotteesta ja myyjää toimittamaan sinulle tuotteen. Jos jostakin syystä tuote ei ole sellainen kuin sen pitäisi, on kauppa sopimuksen mukaan myös velvollinen korvaamaan tuotteen sopimusehtojen mukaisesti.

Sama pätee tapahtumiin. Sopimuksia tulee lähes poikkeuksetta sovittua eri toimijoiden kanssa tapahtumia järjestettäessä. Tulet tekemään sopimuksia muun muassa näissä tilanteissa: vuokrasopimus tapahtumapaikasta, kun ostat tai vuokraat palveluita ja tuotteita eri tahoilta, yhteistyökumppanuusasioissa yritysten ja järjestöjen kanssa, viranomaisten kanssa lupa-asioissa, vakuutuksia tehdessä sekä myös järjestäessäsi ulkopuolisia henkilöitä töihin tai talkoolaisiksi tapahtumaan.

Lyhyesti sanottuna sopimus sitoo kumpaakin osapuolta ja kummankin tulee noudattaa sovittua sopimusta. Kun sovit jotakin eri toimijoiden kanssa, tee AINA kirjallinen sopimus. Vaikka suullinen sopimus on yhtä lainvoimainen kuin kirjallinenkin, niin voi riitatilanteessa olla vaikea todistaa, mitä oikeasti on sovittu. Lisäksi kun asiat on kirjoitettuna ylös, on ne helpompi ymmärtää, tulkita ja ne ovat myös ylhäällä.

## Nämä asiat tulee kirjata sopimukseen!

Sopimuksen kohde

Sopimusehdot

Hinta

Sopimuksen kesto: kertasopimus, määräaikainen vai toistaiseksi voimassaoleva

Toimitusaika ja maksuehdot

Force Majure

Sopimusrikkomusten seuraamukset

Sopimusehtojen muuttaminen

Sopimuksen irtisanominen ja purkaminen



Pyydä apua joltakin  
kokeneemmalta, jos et  
ole tehnyt sopimuksia  
aiemmin.  
- Miia



Sopimukset pitää  
aina tehdä kirjallisina!  
- Roosa

## 4. Myynti

Saatat ajatella, että myyntiä ei tarvitse tehdä kaikissa tapahtumissa, mutta jos ajattelet niin olet täysin hakoteillä. Vaikka jokaisessa tapahtumassa ei myydäkään pääsylippuja kuluttajille tai hankita messuille lukuisia näytteilleasettajia, on totuus kuitenkin se, että joudut tekemään myyntityötä, jotta saat työyhteisösi henkilöstön innostumaan sekä osallistumaan työhyvinvointipäivään tai vaikkapa saamaan kaverisi osallistumaan syntymäpäivillesi. Joudut kertomaan ja myymään idean niille ihmisille, joiden haluat osallistuvan tapahtumaasi. Siitä on yksinkertaisuudessaan myynnistä kyse.

Isommissa tapahtumissa, joissa myydään lippuja sekä hankitaan yhteistyökumppaneita mahdollistamaan tapahtumaa, on hyvä käyttää enemmän aikaa myyntityöhön ja aloittaa se hyvissä ajoin. Ja on myös todella tärkeää, että joku johtaa myyntiä, jotta tavoitteisiin päästään ja tulosta syntyy.

Myynnissäkin tärkeää on varata siihen aikaa sekä asettaa selkeät tavoitteet. Budjetistasi tulee suoraan lukumäärä, kuinka paljon sinun on myytävä päästäksesi omillesi. Myös se kuinka paljon haluat sen päälle tehdä vielä voittoa, määrää suoraan tehtävän työmäärän. Työmäärä taas määrittää ajan, joka sinun tulee käyttää myyntiin. Osa on varmasti aivan raakaa suorittamista, osan hoitaa kunnolla hoidettu markkinointi. Mutta varsinkin ensimmäistä kertaa järjestettävät tapahtumat pitää todella myydä ihmisille, sillä kaikkeen uuteen suhtaudutaan usein vähän ennakkoluuloisesti, sillä luottamusta ei ole vielä rakentunut.

Mutta ihan jokaisessa tapahtumassa on suotavaa aloittaa myynti pikimmiten, sillä ihmiset tупpaavat suunnittelemaan menonsa pitkällekin ja nopealla varoitusajalla osallistuminen voi olla haastavaa tai jopa mahdotonta.



**Aloita riittävän  
ajoissa, sillä myyntiin pitää  
käyttää aikaa!**  
- Jyri

## 5. Markkinointi

Tämä ei ole markkinoinnin opaskirja, sillä siitä aiheesta riittää paljon tietoa muista lähteistä. Tutki siis niitä, jos markkinointi on sinulle vielä vierasta. Tai ota projektiisi mukaan henkilö, jolla on kokemusta markkinoinnista. Tässä kuitenkin muutama sana tapahtumien markkinoinnista. Jokaiseen tapahtumaan kuuluu jossain määrin markkinointia. Vaikka kyseessä olisi vain omat syntymäpäiväsi, pitää sinun jotenkin ilmoittaa vieraille tapahtumasta. Tässä tapauksessa esimerkiksi kutsukortit ovat markkinointia.

Isommissa tapahtumissa on toki enemmän liikkuvia osia, mutta pääperiaate on sama: tavalla tai toisella sinun on kerrottava ihmisille tapahtumastasi ja se on markkinointia.

### Markkinointisuunnitelma

Kannattaa tehdä markkinointisuunnitelma, jotta sinulla on jossain ylhäällä mietittynä suunnitellut toimet. Sen ei tarvitse olla upea pilkuntarkka dokumentti, vaan esimerkiksi hyvä aikajana voi olla riittävä. Tärkeää on, että olet kuitenkin selkeästi miettinyt markkinointia etukäteen, sillä muuten se saattaa unohtua työn touhussa. Kukaan ei tiedä tapahtumastasi, ellet kerro siitä!

Huomioithan sen, että tapahtumaa pitää alkaa markkinoimaan jo hyvissä ajoin ennen tapahtumaa. Sisällytäthän suunnitelmaasi ennakkoon, tapahtuma-ajankohtana sekä myös jälkeen tehtävän markkinoinnin.

### Kohderyhmät

Myös markkinoinnissa vaikuttaa tapahtumasi kohderyhmä. Ketä tavoittelet tapahtumaasi osallistujaksi? Tätä olet pohtinut jo alkuvaiheessa, joten tämä kohta sinulla pitäisi olla valmiina.

Jos teet kohdennettua mainontaa esimerkiksi Facebookissa ja Instagramissa, olisi hyvä tietää mahdollisimman tarkasti millainen on potentiaalinen asiakkaasi. Kohdennetun mainonnan kautta löydät potentiaaliset asiakkaat sinulle ja tällöin saat oikean kohderyhmän paremmin löytämään tapahtumasi.

## Kanavat

Kun tiedät ketä tavoittelet, mieti missä kanavissa hän liikkuu. Miten tavoitat haluamasi ihmiset? Onko Facebook tehokkain vai pitääkö sinun tehdä lehtimainos? Vai toimiiko henkilökohtainen kontaktointi parhaiten? Esimerkiksi sosiaalisen median markkinointi on nykyään hyvin helppoa ja tehokasta pienillä kuluilla. Älä tässäkään kohtaa lukkiudu vain omiin lempikanaviisi. Se toimii, jos tavoittelet juuri itsesi tyyppistä ihmistä. Mutta jos tavoittelet esimerkiksi 70-80 vuotiaita miehiä, voivat kanavavaihtoehdot olla hieman erilaiset.

## Sisältö

Seuraavaksi lähdet miettimään markkinointiviestiesi sisältöä. Kun tiedät kenelle puhut ja missä kanavassa, on selkeää lähteä miettimään viestejä. Myös tapahtumasi tyyli ja henki määrittävät esimerkiksi visuaalisen ulkoasun ja puhetyylin. Sisältöä tekemään kannattaa ottaa henkilö, jolle kirjoittaminen on helppoa ja jolla on vähän visuaalista silmää. Hommaan on turha laittaa henkilöä, joka pohtii yhtä Facebook-postausta tuntitolkulla.



## Aikataulutus

Samalla kun suunnittelet sisältöä, tee myös markkinoinnin aikataulutus. Niin muistat helposti, mitä sinun pitää tehdä minäkin päivänä. Varsinkin kun viestintä tapahtuu usein monessa eri kanavassa, auttaa asiaa, kun kaikki on taulukoitu ylös. Kun kerran jaksat suunnitella ja tehdä pohjatyön kunnolla, helpottuu urakka myöhemmin. Seuraavassa kuvassa näet *sisältökalerin*, joka helpottaa markkinoinnin suunnittelua sekä toteutusta.

Sisältökalereri						
Pvm	Aihe	Sisältö	Kanavat	Ajastettu?	Vastuuhenkilö	Lisätietoa
15.5.	Lipunmyynti auki	Käyhän ostamassa liput kesän kuumimmille festareille	Fb/Ig/Snapchat	Kyllä	Laura	Kuva viime vuoden festareista
18.5.	Kilpailu	Kenet haluat esiintymään festareille. Äänestä ja voita liput sinulle ja kaverillesi kesän kuumimmille festareille!	Fb/Ig	Kyllä	Jaakko	Lisää koostevideo viime vuoden festareilta
22.5.	Ketä mukana	Tänä vuonna menossa mukana...	Fb/Ig	Ei	Jaakko	Laita artisteista kuva
25.5.	Mitä muuta tapahtuu?	Festareilla ei tarvitse bähdä nälkää, sillä menossa mukana 25 streetfood yrityksen herkkuotteita. Tule siis herkuttelemaan!	Fb/Ig	Kyllä	Mikko	Kaikkien yritysten logot kuvaan
28.5.	Parhaat vinkit kesäpäivään	10 vinkkiä ikimuistoiseen kesäpäivään.	Fb/blogi	Ei	Laura	Jaa Jaakon oma blogiteksti

## Tiedottaminen

Osa markkinointia on myös tiedottaminen. Se ei välttämättä koske sinua, varsinkin jos järjestät yksityistä tapahtumaa, mutta halusimme nostaa asian ylös, sillä se usein unohtuu. Tiedottaminen tarkoittaa viestimistä tapahtumastasi ulkopuolisille toimijoille. Jos haluat esimerkiksi tapahtumallesi näkyvyyttä tiedotusvälineissä on hyvä laittaa mediatiedote. Valmistele uutisen muotoon juttu tapahtumastasi ja laita loppuun yhteystietosi. Lähetä tiedotetta alueesi tärkeimpiin kanaviin. Kannattaa usein soittaa myös perään, niin varmistat tiedotteen läpimenon. Tämä on sinulle ilmaista näkyvyyttä, joten hyödynnä se ehdottomasti! Ole valmis lehtikuvauksiin tai vaikka radiohaastatteluun.

Jos tapahtumassasi on paljon yhteistyökumppaneita, voit suunnitella myös heidän kanssaan yhteisen tiedotteen. Jos yritykset panostavat tapahtumaasi paljon, haluavat he myös luultavasti kertoa asiakkailleen tästä. Tällöin on fiksuja mieltä yhdessä miten asiasta tiedotetaan, jotta jokainen saa asiansa kuuluviin mieleisellään tavalla. Tiedotteen ei aina tarvitse olla todella virallinen, voit myös toimittaa yhteistyökumppaneillesi valmiin mainoksen tai iskulauseen, jonka he voivat laittaa esimerkiksi nettisivuilleen.

## 6. Viestintä

Sanotaan, että kaikki kaatuu johtamiseen ja johtaminen kaatuu viestintään. Toisin sanoen projektinjohtajan tärkein työkalu on viestintä. Hän on linkki kaikkien eri tahojen välillä ja hänen pitää olla kartalla, mitä tapahtuu. On hyvin vaikeaa vetää projektia, jos ei tiedä mitä muut tekevät. Oli tapahtuma aivan pieni tai suuri, ovat tapaamiset tärkeitä. Kasvokkain viestintä tapahtuu tehokkaammin kuin esimerkiksi Facebookin ryhmässä. Muista siis järjestää tarpeeksi aikaa palavereille ja tapaamisille. Ja vielä, että joku suunnittelee niiden agendan. Turhasta palaverista ei hyödy kukaan.

Lisäksi on tärkeää määritellä projektiryhmän viestintäkanavat; mitkä ovat teille luontevia käyttää. Maailma on pullollaan erilaisia alustoja, jotka on suunniteltu nimenomaan projektityöskentelyyn. Sopikaa lisäksi pelisääntöjä: esimerkiksi Whatsappissa ei päätetä merkittävistä asioista. Tai tärkeisiin asioihin pitää kuitata, että on nähnyt ja ymmärtänyt viestin.

Sen lisäksi, että projektiryhmän pitää palaveerata, jotta asiat edistyvät, täytyy viestiä muidenkin toimijoiden kanssa. Tapahtumanjärjestäjänä sinulla on viime käden vastuu kaikesta. Älä oleta, että bussit saapuvat juuri silloin kun pitää, vaikka oletkin ne tilannut - tarkista asia. Mietit tarjosikohan tilan vuokraaja roskakorit - varmista asia. Eli jos mikään mietityttää tai ajattelet, että pitääköhän tuo varmistaa, tee se!



Tärkeimpien yhteistyökumppaneiden kanssa kannattaa myös tavata kerran tai pari. Heillä on varmasti monia kysymyksiä, joita on hyvä selkeyttää. Haluat, että kaikki ovat samalla kartalla tapahtumapäivänä. Älä luota pelkkään sähköpostitse tapahtuvaan viestintään. Kasvotusten varmistat, että viestisi menee todella perille ja sinua kuunnellaan.




## 7. Lupa-asiat


Tämä on tärkeä kohta! Monet tapahtumat ovat tyssänneet siihen, että on unohdettu tehdä jokin ilmoitus ajallaan. Jos tapahtumasi on pieni, voi olla, etteivät lupa-asiat koske sinua. Asia kannattaa kuitenkin tarkistaa, sillä onhan se ikävää jos hyvä tapahtuma kaatuu näihin asioihin.

Selvitä siis ajoissa, mitä kaikkia lupia ja ilmoituksia sinun tulee tehdä. Sillä itse papereiden täyttämisen lisäksi luvilla voi olla pisimmillään kuukauden käsittelyaika. Ja jos sinulla on papereita täyttäessä tullut jokin virhe, jolloin käsittelyaika venyy vielä entisestään. Aloita siis selvitystyö mahdollisimman ajoissa, äläkä lykkää ikäviä paperitöitä.

Monien isompien kaupunkien sivuilta saattaa löytyä listausta tapahtuman järjestäjälle, mitä lupia pitää hoitaa ja mihin ne pitää toimittaa. Muista myös, että viranomaiset ovat alansa ammattilaisia, joten vaikka turhauttaisikin, soita heille, niin saat asiat ainakin kerralla oikein.



**Ensin päätetään  
järjestetäänkö tapahtuma,  
sitten haetaan luvat!**  
- Toni



**Luvat pitää olla kunnossa  
ennen kuin on tapahtumaa.**  
- Soile

Tapahtumaluvat ja käsittelyajat			
Hakemus tai lupa:	Hakemus toimitetaan:	Luvan myöntäjä:	Käsittelyaika:
Maanomistajan lupa (kaupungin yleiset alueet)	Kaupungin palvelupiste tai sen nettisivuilla	Kaupungin palvelupiste	2 + 2 vk*
Alueen käyttölupa mm. urheilukentät, liikuntapaikat	Liikuntapalvelut	Liikuntapalvelut	2 + 2 vk*
Elintarvikelupa, tupakointi, myynti	Kaupungin palvelupiste / ympäristöterveydenhuolto	Ympäristöterveydenhuolto	2 vk
Meluilmoitus	Kaupungin palvelupiste tai sen nettisivuilla	Ympäristönsuojelu	2 vk
Jätehuollon ilmoitus	Kaupungin palvelupiste / ympäristönsuojelu	Ympäristönsuojelu	2 vk
Tilapäistakenteet yli 2vk / toimenpidelupa	Kaupungin palvelupiste tai sen nettisivuilla	Rakennusvalvonta	2 + 2 vk*
Pelastuslaitoksen ilmoitukset, pelastussuunnitelmat	Pelastuslaitos	Pelastuslaitos	2 vk
Ilotulitus, pyrotekniset laitteet	Pelastuslaitos	Pelastuslaitos	1 vk
Poliisin luvat ja ilmoitukset	Poliisilaitos	Poliisilaitos	2 + 5 vk*
Anniskelulupa	Aluehallintovirasto	Aluehallintovirasto	4 vk
Tilapäinen sähkö	Sähköyhtiö	Sähköyhtiö	2 vk

Huom! Muistathan hommata luvat myös musiikin esittämiseen Teostolta ja Gramexilta.

Luvat ja ilmoitukset käsitellään, kun kaikki siihen kuuluvat liitteet ja selvitykset on laadittu ja toimitettu lupakäsittelijälle.

\*Osassa lupia on vielä päätöksen jälkeinen lainvoimaisuusaika, esimerkiksi poliisi voi myöntää luvat aikaisintaan vasta sitten kun maanomistajan lupa on lainvoimainen. Osa viranomaisista voi kuitenkin ottaa käsittelyyn hakemuksen jo silloin, kun maanomistajan puolelta lupa on varmistumassa.

## 8. Vakuutukset

Tapahtumajärjestäjälle suositeltava vakuutus on vastuuvakuutus. Se suojaa järjestäjää mahdollisten vahingonkorvausvelvollisuuden varalta. Se siis korvaa henkilö- ja esinevahinkoja, joita tapahtumassasi on aiheutunut asiakkaallesi.

Jos järjestät sellaista tapahtumaa, jossa on arvokasta irtaimistoa niin on suotavaa ottaa irtaimistolle oma vakuutus. Tällaisia esimerkkejä on pop-up kauppa tai messut, jossa on kymmenien yritysten tuotteita usealla kymmenellä tuhannella eurolla tai vastaavasti suuret tapahtumat, joissa satoja jollei useita tuhansia kävijöitä.

Tapahtuman vakutuutusasioissa kannattaa olla yhteydessä vakuutusyhtiöön!

## 9. Tapahtuman turvallisuus

Aina suunniteltaessa tapahtumaa kannattaa miettiä tapahtuman turvallisuutta oli kyseessä sitten pieni tai iso tapahtuma. Etenkin suurimmassa tapahtumissa pelastus- ja turvallisuussuunnitelmat ovat pakollisia.

Tapahtuman turvallisuuteen liittyy paljon huomioitavia asioita, jotta tapahtumasta tulee turvallinen yleisölle. Pitää miettiä järjestyksenvalvonta, aluerajat, pelastustiet, sammutuspeitteet, liikennesuunnitelmia ja niin edelleen. Pelastus- ja turvallisuussuunnitelman laatiminen huolella on ehdottoman tärkeää. Suunnitelma laatiessa on huomioitava, että se tehdään järjestäjän näkökulmasta tapahtumassa työskenteleviä varten. Sitä ei siis tehdä viranomaisia varten, vaan suunnitelman lähtökohtana on miettiä, miten tapahtuma järjestetään turvallisesti ja miten mahdollisiin vaara- ja onnettomuustilanteisiin on varauduttava.

### **Muista nämä:**

1. Sinä järjestäjänä olet vastuussa koko tapahtuman turvallisuudesta
2. Muista hakea tarvittavat luvat ja ilmoitukset
3. Tee aluekartta tapahtumasta turvallisuutta varten
4. Ohjeista työntekijät ja talkoolaiset turvallisuusasioissa
5. Hanki isommissa tapahtumissa talkoo- ja vastuuvakuutus

## 10. Rekry ja perehdytys

Useimmiten tarvitset tapahtumaasi työntekijöitä. Pienemmässä tapahtumassa voi pärjätä projektiryhmän voimin, mutta isommassa tapahtumassa taas voi olla niin ulkopuolisia työntekijöitä kuin lukuisia vapaaehtoistyöntekijöitäkin. Panosta rekrytointiin. Haluat tapahtumasi onnistuvan ja yksi tärkeä osa siitä on se, että sinulla on osaavia ihmisiä, joiden käsiin voit luottaa tapahtuman eri osa-alueita.

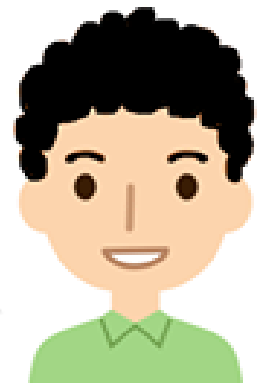
Lisäksi on tärkeää, että infoat ja perehdytät työntekijäsi hyvin ja hyvissä ajoin. He tekevät parhaansa, kunhan he vain tietävät mitä heiltä odotetaan ja mikä heidän paikkansa on tapahtumapäivänä. Järjestä työntekijöidenkin kanssa yhteinen palaveri, jotta he voivat kysyä kaikki epäselvyydet. Pelkkä infoviesti sähköpostissa ei auta kovin pitkälle. Tässäkin kohtaa on viestintä todella tärkeää ja se, että sitä on riittävästi.

Muista myös kannustaa vapaaehtoistyöntekijöitä jollain. He tekevät sinulle arvokasta työtä ilmaiseksi, joten voisitko muistaa heitä esimerkiksi pienillä lahjoilla tai vaikka yhteisellä karonkalla? Aivan kuten muissakin työyhteisöissä, myös projektityöskentelyssä on hyvä ilmapiiri tärkeää. Arvosta työntekijöitäsi ja huolehdi heidän hyvinvoinnistaan, niin se näkyy heidän työpanoksessaan.



**Tee rekrytointi tarkkaan ja hommaa osaavia tyyppejä.**  
- Roosa

**Pitää löytää oikeanlainen tiimi ja ihmiset ympärille, joihin voit luottaa.**  
- Henry



# 11. Asiakkaan polku


Asia, jolla varmistat tapahtumasi laadun ja asiakaslähtöisyyden on suunnitella asiakkaan polku.

Mikä on asiakkaan polku? Se on asiakkaasi matka, jonka hän kulkee siitä lähtien, kun hän ensimmäisen kerran kuulee tapahtumasta aina tapahtuman päättymiseen sekä jälkimarkkinointiin. Älä siis pelkästään mieti asiakkaan oltavia tapahtumassa, vaan keskity kokonaisuuteen.

Visualisoi matka esimerkiksi polun muotoon paperille. Huomioi polkua rakentaessasi joka vaiheessa se, mitä kaikkea asiakas kuulee, näkee, tuntee, maistaa tai haistaa. Aisteihin muutenkin kannattaa panostaa tapahtumassa, jotta elämys voisi olla mahdollisimman kokonaisvaltainen.

Aloita asiakaspolun rakentaminen, siitä mistä vieras kuulee tapahtumastasi. Näkeekö hän lehdessä mainoksen vai saako hän kutsun kirjeitse tai kasvotusten. Mitä kaikkea muuta tapahtuu ennen kuin vieras saapuu tapahtumaan? Saako hän puhelinsoiton, näkeekö hän raitiovaunussa tapahtumamainoksen vai onko hän Facebook-tapahtumasivulla, jossa vieras saa informaatiota ennakkoon tapahtumasta tai joutuuko hän ostamaan lipun tapahtumaan netistä lippupalvelun kautta.

Seuraavaksi mieti asiakkaan kulkua tapahtumapaikalle. Esimerkiksi: saapuminen autolla - liikenteenohjaus - parkkipaikalta juhlatilaan - narikka.



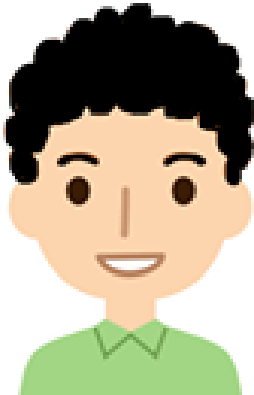
Miettimällä asiakkaan polun,  
varmistat tapahtumasi laadun.  
- Claudia

Lopuksi mieti asiakkaan matkaa tapahtumassa. Mitä kaikkea asiakas kokee tapahtumassa? Miten vieras liikkuu tapahtumapaikalla ja mitä kaikkea tapahtuu siihen asti, kun asiakas poistuu tapahtumasta kotiin. Etenkin tässä vaiheessa ota kaikki aistit huomioon!

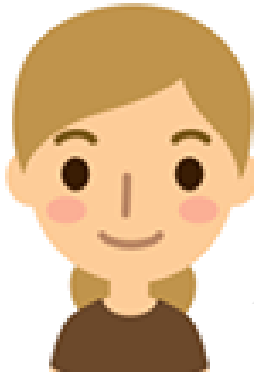
Asiakaspolku on kuin tarina, jota asiakas kulkee, joten ota huomioon myös se, mitä tapahtuu tapahtuman päätyttyä. Lähetätkö vieraallesi kiitosviestin, lahjan vai pyydätkö kommentteja sekä palautetta tapahtumasta sähköpostiin tehdyn kyselylomakkeen avulla.

Merkitse siis ylös jokainen kohta, jonka läpi asiakkaasi matka kulkee. Varmista jokaisessa kohdassa, että asiakkaasi matka polulla on sujuva. Tarvitset esimerkiksi hyviä opasteita, jotta vieraat löytävät perille, liikenteenohjauksen pitää toimia, juhlapaikan luona voi olla ulkotulia, jotta sen näkee hyvin ja narikassa palvelun tulee olla hyvää ja toimivaa.

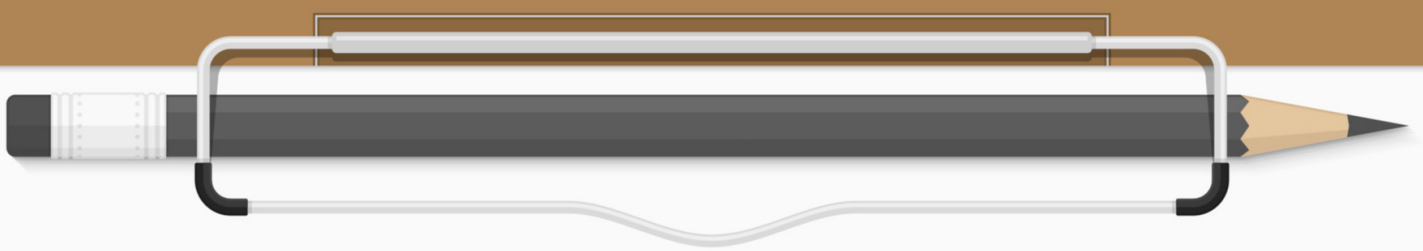
Tässä on vain esimerkin mukaisesti muutama kohta, käy polku yksityiskohtaisesti läpi, jotta mitään ei jää miettimättä. Saatat huomata unohtaneesi täysin jonkin kohdan. Muista, että sinulle kuitenkin tapahtumanjärjestäjänä tulee valitus, jos jokin ei toimi. Vaikka se ei olisi täysin sinun toimialueellasi, on sinulla silti vastuu siitä. Esimerkiksi viime vuosina on tullut paljon uutisotsikoita festareiden aiheuttamista liikenneuhkista, joiden takia osa festarikävijöistä ei ole nähnyt lempiartistiaan. Onnistuneessa tapahtumassa haluat välttää nämä sudenkuopat. Huolehtimalla jokaisen kohdan tarkasti, varmistat myös erottumisesi muista tapahtumista. Kun kaikki menee nappiin ja jopa odotettua paremmin asiakkaan mielestä, olet onnistunut hyvin.



Mieti mitä tapahtuu milloinkin  
ja miten asiakas kulkee  
läpi koko tapahtuman.  
- Henry

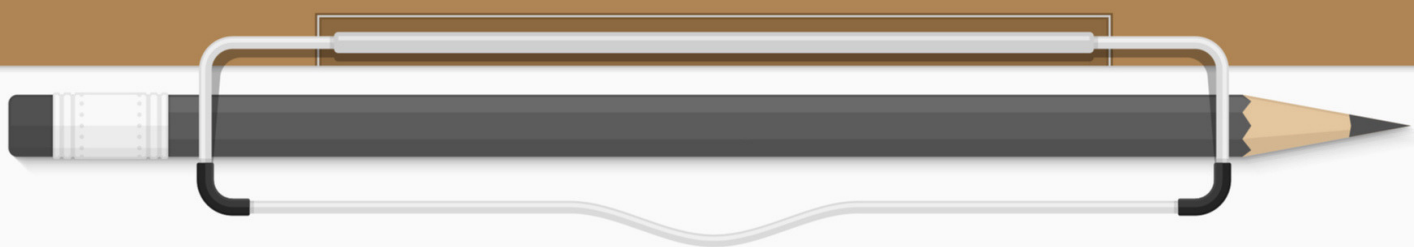


Keskity  
asiakaskokemukseen ja  
yllättämään asiakas positiivisesti.  
Näin voit erottua muista, kun  
odotukset ylitetään.  
- Marjo



# Check list ✓

- To do list ja tehtävät jaettu
- Kilpailutettu kaikki suurimmat kuluerät
- Tila valittu, joka sopii hyvin tarpeisiin
- Hankintalista tehty
- Päätökset hankinnoista sovittu / hankinnat tehty
- Sopimukset kirjallisina
- Markkinointisuunnitelma valmis
- Markkinoinnin tavoitteet päätetty
- Kohderyhmät mietitty
- Kanavat valittu ja ne ovat käytössä
- Markkinoinnin aikataulu tehty
- Tiedotteet tehty
- Myyntitavoitteet mietitty
- Myynti on startattu



- Aktiivinen viestintä eri sidosryhmien kanssa
- Selvitetty mitä lupia tarvitaan
- Tarvittavat luvat hommattu
- Tapahtumalle on hankittu vakuutukset
- Turvallisuusasiat hoidossa
- Pelastussuunnitelma tehty
- Rekrytointi tehty
- Työntekijät perehdytetty
- Säännölliset palaverit käytössä
- Tilasuunnitelma tehty
- Kuljetukset mietitty / sovittu (Rakentaminen ja vieraiden tulo)
- Asiakkaan polku suunniteltu
- Päivitä budjettia
-



### 3. Spurttivaihe



# Spurttivaiheen johdanto

Spurttivaihe pitää sisällään viimeiset hetket ennen tapahtumaa. Yleensä tässä vaiheessa alkaa näkyä konkreettisemmin, mitä on saatu aikaiseksi. Tila alkaa muistuttaa tapahtumapaikkaa, tarjoilut ovat valmiina, tehdään vielä viime hetken testailut ja kaikki on lopulta valmista ennen vieraiden tuloa.

## 1. Roolit ja vastuunjako

Tapahtuman luonne ja koko vaikuttavat siihen, kuinka paljon tarvitset apuvoimia tapahtuman mahdollistamiseksi. Esimerkiksi pienet minimalistiset juhlat saa järjestettyä ilman ulkopuolisten apua, mutta suurempi tapahtuma ja ohjelman määrä tapahtumassa vaikuttaa siihen, kuinka paljon tarvitset tapahtuman mahdollistamiseksi ylimääräistä apua.

On tärkeää miettiä etukäteen kaikkien pelipaikat sekä tehtävät. Esimerkiksi näin: 10 kokoa ja järjestää tilan, 2 lipunmyyjää, 1 ovimies, 1 narikka, 5 baarimikkona, 1 blokkia, 3 huolehtii tarjoilut, 5 järjestyksenvalvojaa, 1 juontaja, 1 ääni- ja valomies jne.

Tärkeää on miettiä myös ketä tarvitset ennen tapahtumaa sekä tapahtumapäivänä. Lisäksi pitää huolehtia siitä, että jokainen ymmärtää oman paikkansa sekä tietää omat tehtävänsä. Siksi on hyvä perehdyttää ulkopuoliset henkilöt annettuun tehtävään. Tähän kannattaa oikeasti panostaa!



## 2. Tapahtuman rakentaminen/paikat kuntoon



**Ennen tapahtumaa pitää  
huolehtia paikat kuntoon!**  
- Antti

Spurttivaihe voi kestää muutamasta viikosta aina muutama tuntiin. Sinä aikana rakentuu tapahtuma ja suunnitellut asiat viedään toteen. Yleensä yhtenä isoimpana hommana on tapahtumapaikan rakentaminen. Tapahtuman mahdollistamiseksi voidaan tarvita useita kymmeniä jopa satoja rekka-autollisia rekvisiittaa ja tavaraa.

Parhaimmillaan pystytetään jopa rakennuksia, kasataan valtavia esiintymislavoja maailmanluokan tähdille, suljetaan kaupungin keskustan kadut sekä myös messuhalliin voidaan rakentaa kymmeniä lampia ja maailman suurin saunamaailma. Kaikki on siis mahdollista, mutta kysymys kuuluukin, mikä on oleellista ja mistä kaikesta olet valmis maksamaan ja kuinka paljon?

No vaikka et tekisikään mitään noin hurjaa ja isoa, niin sinun tulee laittaa kuitenkin juhlapaikka kuntoon ja huolehtia, että kaikki järjestyy. Pitää siivota, koristella ja somistaa tilat, huolehtia pikkuasioista ja hioa yksityiskohdat kuntoon, tarjoilut, niiden esillepano ja niin edelleen.

Ennen spurttivaihetta kannattaa suunnitella ja organisoida tapahtuman rakentaminen ja jokaisen tehtävät sekä pelipaikat, jotta kaikki sujuu jouhevasti eikä pikku asiakaan kuten vessapaperin ostaminen jää hoitamatta. Ihan simpelit muistilistat ovat tähän tarkoitukseen hyviä. Niihin listataan jokainen pienikin asia ja niitä käydään huolellisesti läpi, kunnes jokainen kohta on hoidettu.

**Hyvin suunniteltu  
on puoliksi tehty.**  
-Janne

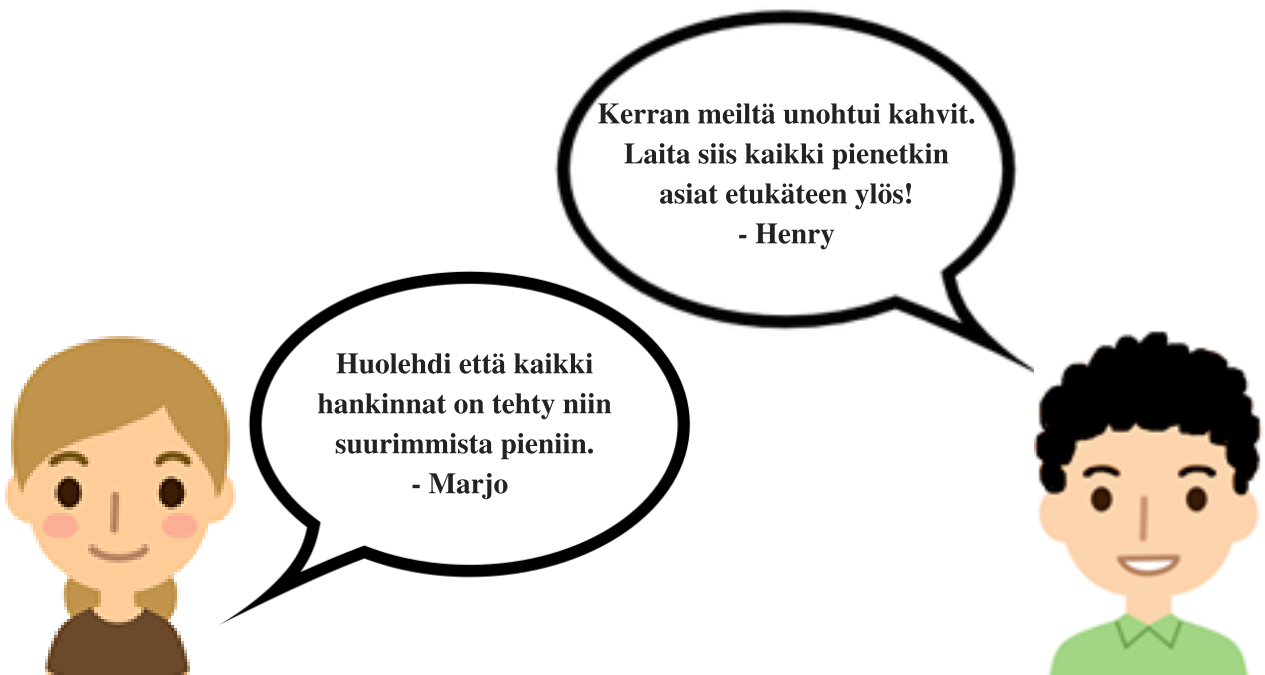


### 3. Loppuhankinnat ja tavaroiden kuljetus

Olet jo varmastikin tehnyt suurimmat hankinnat ennen tätä vaihetta, mutta nyt on aika muistaa ne kaikki pikkuasiatkin. Tapahtuman loppuvaiheet ovat lähinnä vain fyysistä suorittamista: käydään kaupassa, roudataan, uudestaan kauppaan, järjestellään ja huomataan jotain vielä puuttuvan. Tässäkin vaiheessa etukäteissuunnittelu auttaa. Kun teet etukäteen hyvät kauppalistat ja mietit, kuka hoitaa minkäkin osa-alueen, helpottaa ja nopeuttaa se toimintaa. Älä esimerkiksi lähde kauppaan valmistautumatta, jos teet 100 hengen tapahtumaa ja tarvitset sinne kahvitukseen tavarat. Suunnittele etukäteen, kuinka monta kahvi- ja maitopakettia tarvitset.

Mieti myös etukäteen tarvitseeko sinun esimerkiksi vuokrata pakettiauto tavaroiden kuljetusta varten, jos saat tämän ajatuksen edeltävänä iltana voi niitä olla vaikea ja kallis saada.

Isommissa tapahtumissa voidaan lukuisilla paketti- ja rekka-autoilla roudata tavaraa tapahtumapaikalle, niin suunnittele ja huolehdi, että autot pääsevät mahdollisimman lähelle tapahtumapaikkaa ja tavaroiden roudaus tapahtumapaikalle on mahdollisimman jouhevaa. Huomioithan myös sen, että tavaroille löytyy jokin laskupaikka, jotta ne eivät ole muun lastauksen ja rakentamisen tiellä. Lisäksi suunnittele tavaroiden kuljetus niin, että kaikki tavarat eivät tule kerralla. Sillä, jos tavaraa tulee hyvin paljon monelta eri taholta, säästyt turhalta odottelulta ja sählingiltä. Muista hyvin suunniteltu, on puoliksi tehty!



## 4. Kenraaliharjoitus

On tärkeää käydä koko tapahtuman kulku tarkasti läpi koko työntekijäporukan kanssa. Tähän kannattaa varata hyvin aikaa, jotta jokainen tietää paikkansa ja tehtävänsä koko päivän läpi. Esimerkiksi tekniikka pitää käydä tarkasti läpi, jotta kaikki toimii. Jokaisen ihmisen lipunmyyjästä juontajaan tulee tietää tarkasti oma osuutensa.

Kannattaa siis tehdä jonkinlainen tapahtuman käsikirjoitus, jokin dokumentti, josta jokainen voi seurata ohjelman kulkua. Yksi selkeä pohja tälle on esimerkiksi *ajolista*.

### Ajolista on selkeä taulukko, johon tulee seuraavat asiat:

Kellonaika  
Ohjelmanumero  
Mitä tapahtuu? (eli ohjelma auki selitettynä)  
Missä?  
Huomiot!  
Kenen vastuulla ohjelma on?

*Tässä esimerkki: Miltä ajolista näyttää.*

Ajolista					
Kello	Ohjelma	Mitä tapahtuu?	Missä?	Huom!	Vastuhenkilö
20:00	Vieraiden vastaanotto	Vieraat ohjataan paikalle	Pääövet/narikka	Anna käsiohjelma	Salla
20:15	Avajaiset alkaa	Verhot aukeaa ja musiikki alkaa soida	Auditorio	Matti saapuu lavalle	Kalle
20:16	Ensimmäinen juonto	Matti toivottaa vieraat tervetulleiksi	Auditorio	-	Matti

Ajolista on tarkoitus tulostaa jokaiselle henkilölle, jota se koskee ja he voivat helposti merkitä omat vastuukohtansa, mutta samalla myös olla kärryillä, mitä muuta tapahtuu samaan aikaan. Pienetkin asiat kannattaa pilkkoa ajolistaan hyvin tarkkaan; kukaan ei sytytä kynttilöitä, ellei jossain ole sovittu, että Kalle sytyttää ne kello 19.30.

## 5. Kaikki valmista tunti ennen h-hetkeä

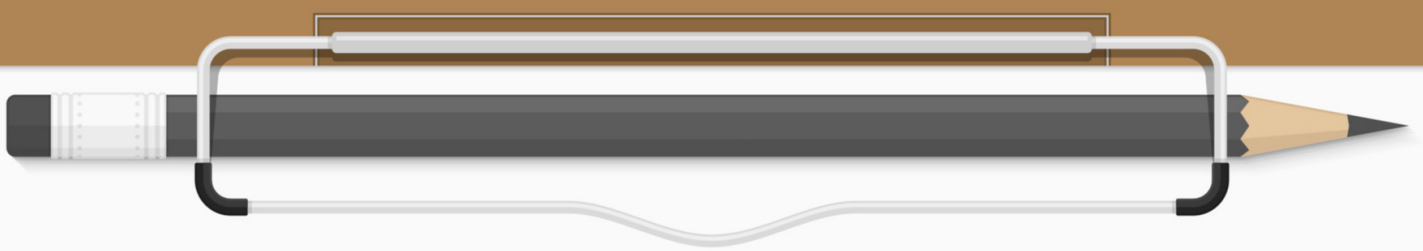
Aina tapahtumaa tehdessä tulee joitakin muutoksia ja unohduksia, joten olisi hyvä pyrkiä siihen, että kaikki olisi tunti ennen h-hetkeä valmiina. Siinä on sitten vielä hetki varmistaa, että kaikki on kunnossa ja tärkeintä on se, että voi vielä hengähtää ennen tilaisuutta ja asennoitua tulevaan. Kukaan ei halua tulla tapahtumaan, jossa vielä kylttejä pystytetään ja äänentoistoa testataan, kun vieraat saapuvat paikan päälle eli ole ajoissa. Osa vieraista saapuu aina etuajassa paikalle, joten tämänkin takia sinun on syytä olla ajoissa.



Aloita riittävän ajoissa,  
että saat kaikki tehdyksi  
ennen tapahtumaa.  
- Jyri



H-hetki lähestyy,  
oletko valmis?  
- Claudia



# Check list ✓

- Kaikille jaettu omat roolit ja tehtävät
- Varmista kaikki (esim. työntekijät paikalla, tarjoilut tulossa...)
- Kaikki hankinnat tehty
- Rakennus ja roudaustyö suoritettu
- Tilan koristelu, somistus ja asettelu on tehty
- Tapahtumapaikka siivottu
- Katsottu, että kaikki toimii
- Kaikki omilla paikoilla
- Ajolista tehty ja käyty läpi
- Tarjoilut valmiina
- Kenraaliharjoitus suoritettu
- Kaikki valmista tunti ennen H-hetkeä
- Tee "selviytymispakkaus" tapahtumaan
-

## 4. Huippukohta





# Huippukohdan johdanto

Olet tehnyt valtavasti hommia päästäksesi tähän vaiheeseen. Viimein kova työ ja odotus palkitaan, sillä nyt on vuorossa itse tapahtuma eli huippukohta koko tapahtumaprojektissasi. Kaikki huipentuu tähän. Nauti siis kovasta saavutuksestasi ja siitä, että olet päässyt näin pitkälle!

## 1. Liikenteen ohjaus

Ehdottoman tärkeä on miettiä jo hyvissä ajoin ennen tapahtumaa millä vieraat pääsevät saapumaan perille ja miten vieras ohjataan tapahtumaan. Onko heille järjestetty yhteinen kuljetus, onko tapahtuma sellaisessa paikassa minne kätevästi pääsee tulemaan julkisilla liikennevälineillä, kävellen vai pitääkö osallistujien tulla omilla kyydeillä, jolloin he tarvitsevat parkkipaikan.

Kannattaa myös miettiä tapahtuman luonne kun miettii kuljetuksia tapahtumaan. Esimerkiksi, jos kyseessä on iltatilaisuus, jossa on tarjolla alkoholia, ei ole hyvä, että ihmiset tulevat paikalle omilla autoilla, jollei vieraille ole järjestetty majoitusta yöksi.

Ensivaikutelman tärkeyttä ei voi kyllin korostaa eli on tärkeää, että osallistujat pääsevät helposti paikalle ja järjestelyt sujuvat. Oli kyseessä järjestetty kuljetus tapahtumapaikan oven eteen, julkisella kulkuvälineellä lähelle tapahtumapaikkaa tai auton saa hyvin parkkiin lähialueelle ja liikenteen ohjaus sujuu jouhevasti tapahtumaan ja sieltä myös pois.

Muista myös etukäteen informoida osallistujia osoitteella ja tee myös tarvittaessa kartta, jotta ihmiset löytävät perille. Tapahtumapaikan läheisyyteen kannattaa myös viedä opasteita ja kylttejä, jotta ihmiset varmasti löytävät perille. Myös juhlapaikan läheisyyteen kannattaa laittaa vielä esimerkiksi ulkotulia; ne toimivat niin suunnannäyttäjinä kuin somisteina. Isommissa tapahtumissa on tärkeää, että paikalla on ihan liikenteenohjaajia, jotka ohjaavat kunkin autoilijan paikalleen, jotta parkkeeraus sujuu jouhevasti.

## **2. Ota vieraat hymyssä suin vastaan**

Kuten jo aikaisemmin olemme kertoneet, on ensivaikutelma todella tärkeä. Muistathan sen, että ihmiset ovat tulleet tänne tapahtumasi takia, joten arvosta sitä.

Et välttämättä ole vastaanottamassa vieraitasi, joten on tärkeää, että ensimmäiset osallistujien kohtaamat ihmiset ottavat heidät hymyssä suin vastaan, oli sitten kyseessä ovimies tapahtumapaikalla tai vaikka liikenteen ohjaaja läheisellä parkkipaikalla. Panosta myös siihen, mitä asiakas näkee heti kun hän saapuu tapahtumapaikalle. Yllätä hänet!

Vaikka ensivaikutelma on tärkeä, ja siihen kannattaa ehdottomasti panostaa, on tärkeää, että vieraat kokevat koko illan olevansa tärkeitä ja tervetulleita tapahtumaan. He ovat ne, jotka ovat mahdollistaneet tapahtuman. Pidä siis heistä huolta!

## **3. Seuraa ohjelman kulkua ja pidä huolta, että aikataulussa pysytään**

On hyvä laatia ennen tapahtumaa tarkka suunnitelma siitä, miten tapahtuman kulku etenee ja mitä tapahtuu milloinkin.

Joissakin tapahtumissa pitää aikatauluttaa jopa sekunnin tarkkuudella: esimerkiksi, jos ilotulitus alkaa samaan aikaan, kun artisti aloittaa viimeisen kappaleen kello 00:00. On tärkeää, että kaikki ohjelman kulussa mukana olevat tietävät, milloin on hoidettava mikäkin tehtävä, mitä muuta tapahtuu ennen sitä, samaan aikaan ja sen jälkeen. Jonkun on myös hyvä seurata ajolistaa ja huolehtia siitä, että kaikki tapahtuu ja vielä toivon mukaan niin kuin on suunniteltu. Olisihan se kurja uudenvuodenaattona suuressa yleisötapahtumassa, jos ilotulitus alkaisi vasta vartin yli kaksitoista yöllä.

Mutta aina ei kuitenkaan tarvitse eikä myöskään kannata tehdä liian aikataulutettua tapahtumaa. Parempi toisinaan antaa tietyt raamit sekä palaset, joiden mukaan rakentaa tapahtuma osallistujien kesken. Esimerkiksi syntymäpäivien kakkupöydästä suoraan ei vieraita välttämättä kiinnosta lähteä leikkimään yhteisleikkejä ja pelailemaan, vaan voi olla ihan mukava vaan istuskella ja seurustella keskenään pöydän ympärillä. Anna ihmisten olla osa tapahtumaa ja rakentaa sitä.

Jaan aikataulun kaikille tapahtumaa tekeville, myös asiakkaalle jos hän tahtoo.  
- Janne



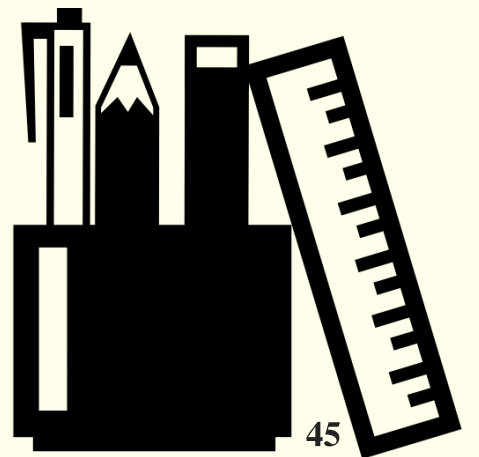
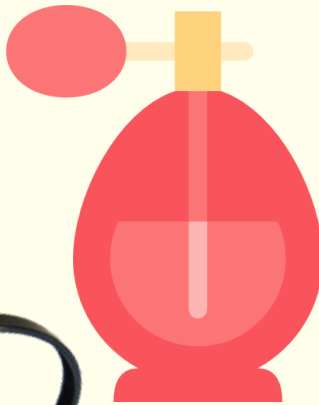
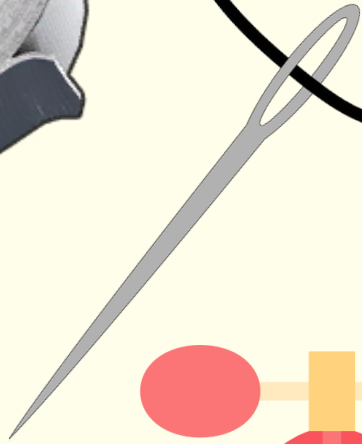
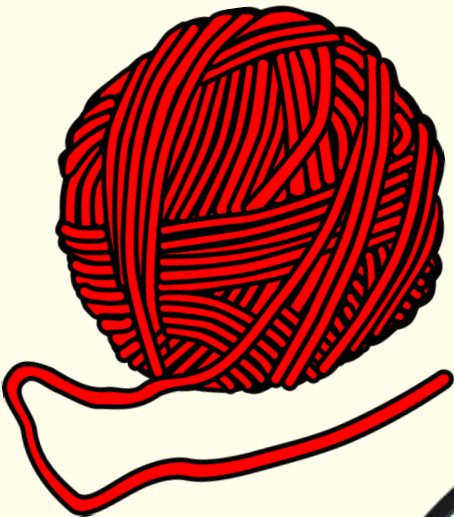
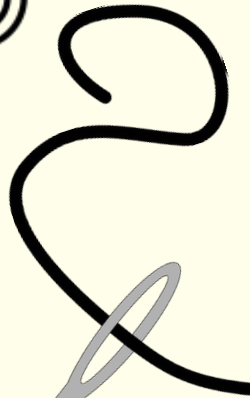
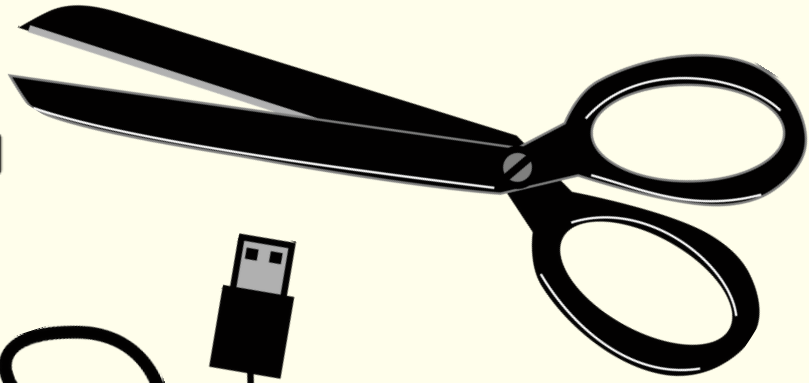
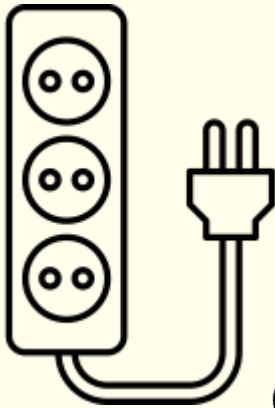
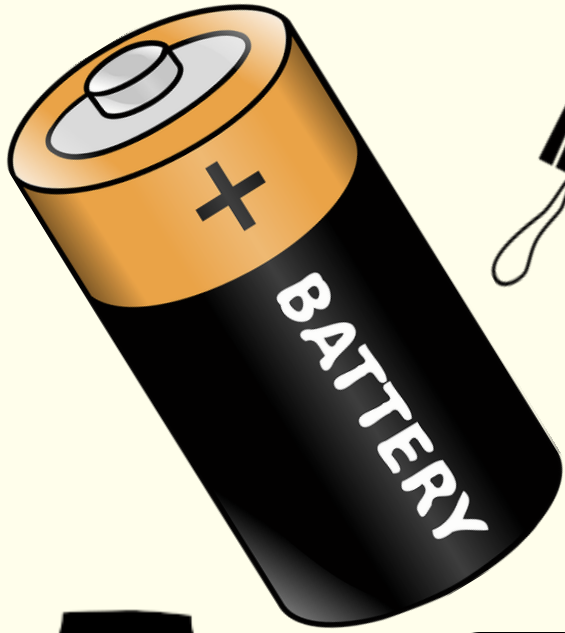
## 4. Huolehdi muistakin kuin vieraista

Lähtökohtaisesti tilaisuudet järjestetään vieraille sekä osallistujille. Mutta siitä huolimatta ei saa missään nimessä unohtaa niitä tahoja, jotka mahdollistavat tapahtuman onnistumisen. Huolehdi vieraiden lisäksi myös henkilökunnasta, yhteistyökumppaneista sekä esiintyjistä.

Katso, että he saavat pidettyä taukoja, heillekin on järjestetty mahdollisesti tarjottavaa sekä hyvä myös varautua *selviytymispakkauksella*. Se voi sisältää kaikkea tarpeellista päänsärkylääkkeistä sukkahousuihin aina kännykän latureihin, riippuen toki tapahtuman luonteesta.

Pidä huolta henkilökunnasta, esiintyjistä ja asiakkaista.  
-Aapo





## 5. Dokumentoi

Yksinkertainen asia, joka monesti unohtuu: ota kuvia! Tapahtumapäivä on usein sellainen puristus, josta ei jälkikäteen muista mitään. Ellet ole palkannu valokuvaajaa tapahtumaan, valitse henkilö, jonka tehtävänä on ottaa tapahtumassa kuvia. Ne ovat hyviä muistoja päivästä, mutta niiden pohjalta voi myös arvioida, miltä tapahtuma näytti. Varsinkin jatkoa ajatellen on hyvä dokumentoida tapahtumaa, jotta löytää esimerkiksi mahdollisia kehityskohteita. Myös videointi on todella hyvä tapa tallentaa tapahtuman fiilis. Tästä saat tuotettua myös kivan videon jälkimarkkinointiin.

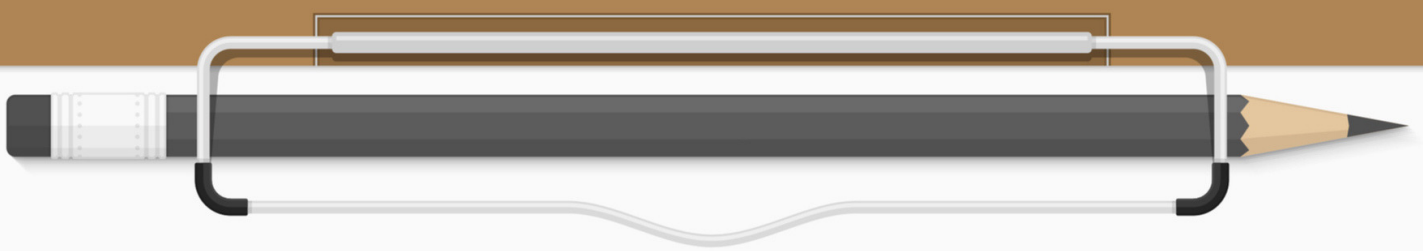
Huom! Muistathan pyytää lupaa kuvattavilta kuvien julkaisuun.

## 6. Projektipäällikkö fiilistelee tapahtumaa

Projektityötä tehdessä on aina päätyyppi, joka pitää kaikki langat käsissään. Hänet tunnetaan projektipäällikkönä. Jos sinä olet projektipäällikkö, älä ota tapahtumapäivälle mitään tehtävää. Ole se tyyppi, joka tarkkailee ja huolehtii, että kaikki sujuu sekä ihmisillä on mukavaa. Ja tietysti seurustele vieraiden ja muiden kanssa ja fiilistele oman kätesi jälkeä.

**Keskity vain projektin johtamiseen!  
Älä tapahtumassa ota itsellesi mitään  
muuta tehtävää vaan keskity itse  
tapahtumapäivään ja asiakkaisiin.  
- Roosa**





# Check list ✓

- Huolehdi, että vieraat pääsevät sujuvasti paikalle
- Ota vieraat hymyssä suin vastaan
- Seuraa ohjelman kulkua
- Huolehdi että aikataulussa pysytään
- Huolehdi vieraista
- Huolehdi henkilökunnasta
- Dokumentoi
- Nauti tapahtumastasi
- Yllätä vieraat ja ylitä odotukset
- Seuraa vieraitesi fiilistä
- 
- 
- 
-

# 5. Lopetus



# 5. Lopetus

## Lopetuksen johdanto

Nyt voit huokaista helpotuksesta, sillä tapahtuma on takana päin. Ole ylpeä siitä, että olet saanut tapahtuman tehdyksi!

Älä kuitenkaan lopeta vielä. Nyt vielä viimeiset tehtävät, jotta projekti saadaan vietyä maaliin.

### 1. Tapahtuman purku ja siivous

Jossakin vaiheessa tapahtuma päättyy ja ihmisten on aika lähteä omiin koteihinsa. Sen jälkeen vuorossa on tapahtuman purku sekä siivous. Kaikki tavarat viedään pois oikeisiin paikkoihin sekä oikeille ihmisille. Tapahtumapaikka siivotaan ja huolehditaan siitä, että se on vähintään yhtä hyvässä kunnossa kuin ennen tapahtumaa.

Ennen kuin lähdet, varmista vielä ettei ketään ihmisiä, tavaroita tai muutakaan jää tapahtumapaikalle.



Tapahtuman jälkeen  
tapahtuma puretaan ja  
laitetaan paikat kuntoon.  
- Antti



## 2. Jälkimarkkinointi

Olo tapahtuman jälkeen saattaa olla väsynyt, mutta onneksi olet etukäteen miettinyt jälkimarkkinoinnin toimenpiteet, eikö? Kiitä vieraitasi, yhteistyökumppaneitasi sekä työntekijöitäsi. Jätä heille hyvä mielikuva tapahtumasta, jos aiot esimerkiksi jatkaa tapahtumaasi. Julkaise valokuvia tapahtumastasi, niin vieraat pääsevät palaamaan tapahtuman fiilikseen. Tee jälkimarkkinointitoimenpiteet mahdollisimman pian heti tapahtuman jälkeen, kun vielä ihmiset muistavat.

Sosiaalisen median julkaisujen ajastamiseen on olemassa erilaisia palveluja esimerkiksi Hootsuite. Lisäksi esimerkiksi Facebook itsessään tarjoaa ajastamismahdollisuutta päivityksiin. Kun olet tehnyt ajastukset etukäteen, voit vain levätä tapahtuman jälkeen.

Huom! Jälkimarkkinointiin voi yhdistää myös palautteen keruun.

## 3. Palautteen keruu

Vierailta on hyvä kysyä palautetta, jotta jatkossa voidaan tehdä asiat paremmin.  
- Henry



On hyvä kysyä tapahtuman jälkeen vierailta, yhteistyökumppaneilta sekä muilta sidosryhmiltä palautetta. Sen tarkoituksena on kertoa missä asioissa onnistuitte ja missä puolestaan on petrattavaa. Etenkin, jos aiot tehdä tapahtuman uudelleen, on palautekysely äärimmäisen tärkeä, jotta voit jatkossa parantaa ja kehittää tapahtumaa entisestään.

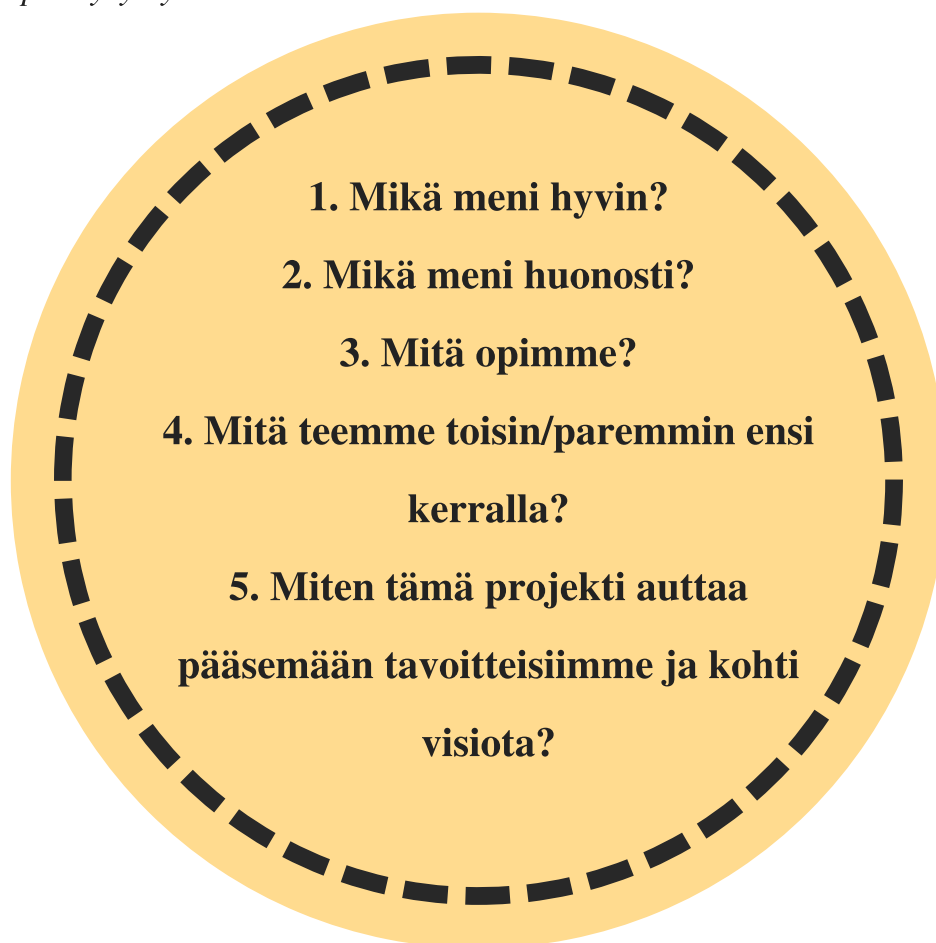
Jos haluat saada mahdollisimman monelta vieraalta palautetta, kannattaa kyselystä tehdä lyhyt ja ytimekäs monivalintakysely.

Yhteistyökumppaneiltasi sekä työntekijöiltäsi kannattaa kysyä palautetta syvällisemmin, he ovat luultavasti valmiita paneutumaankin siihen paremmin.

## 4. Loppupalaveri

Loppupalaveri on hyvä pitää ainakin projektiryhmän kesken sekä mahdollisesti myös merkittävien asiakkaiden ja yhteistyökumppaneiden kanssa. Loppupalaverissa on hyvä käydä kaikki palautteet läpi. Ja yhdessä porukan kanssa käydä läpi onnistumiset, epäonnistumiset, mitä opimme ja miten viemme oppimamme käytäntöön? Tätä työkalua kutsutaan *Motorolaksi*.

*Motorolan pääkysymykset:*



Tärkeää on antaa myös projektiryhmän kesken palautetta toisten suoriutumisesta. Varsinkin ensikertalaiselle palautteen saaminen omasta työpanoksesta on todella tärkeää kehittymisen kannalta.

Kun viralliset asiat on hoidettu, voitte pitää projektiryhmän kesken myös vaikka virkistyspäivän. Tehkää jotain kivaa yhdessä, näin saatte mukavan lopetuksen projektille.

## 5. Tapahtuman tulevaisuus

Jos tapahtumasi oli niin onnistunut, että haluat jatkaa sitä tulevaisuudessakin, on tapahtuman jälkeen tärkeää kehittää tapahtumaa eteenpäin. Tällöin käydään tarkasti läpi onnistumiset ja epäonnistumiset, jotka antavat suuntaa tulevalle. Tapahtuman järjestäminen helpottuu jonkin verran ensimmäisen yrityksen jälkeen, sillä kokemus tuo yleensä tehokkuutta. Nyt voit aloittaa saman prosessin uudestaan, mutta moni vaihe nopeutuu, sillä olet tehnyt jo paljon pohjatyötä.

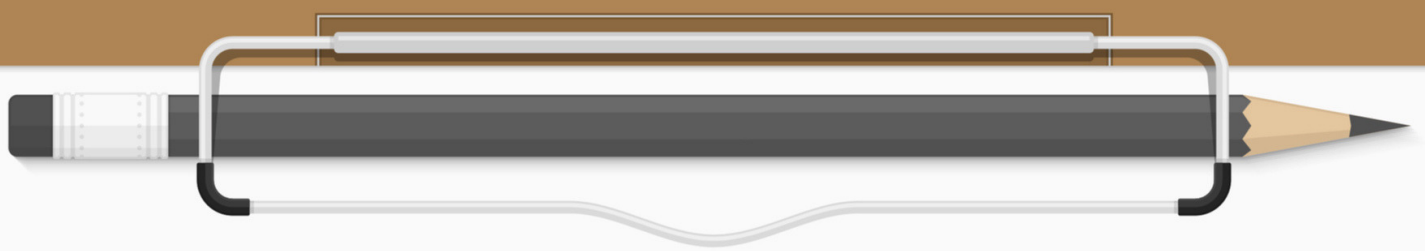
Myös jatkon kannalta olisi tärkeää, että olet dokumentoinut projektia. Kun tutkit alkuperäisiä suunnitelmia, näet mitä kehitettävää sinulla on jo lähtien suunnitteluvaiheesta.



## 6. Talouden jälkihoito

Taloutta pitää seurata ja hoitaa koko tapahtumaprojektin ajan. Monesti kuitenkin vielä projektin päätyttyä laskuja lähetetään puolin ja toisin. Kun kaikki tulot ja kulut ovat tiedossa ja merkittynä toteutuneeseen kulu- ja tulobudjettiin, näyttää budjetti tuloksen. Kuinka paljon rahaa jäi käteen tai pahimmassa tapauksessa, miten paljon tuli tappiota järjestäjille?

On siis ehdottoman tärkeää, että taloutta seurataan koko projektin ajan ja pyritään tekemään hyviä päätöksiä hankintojen suhteen sekä myös mietitään hyviä ansaintakeinoja tapahtuman mahdollistamiseksi.



# Check list ✓

- Huolehdittu paikat kuntoon
- Palautettu kaikki tavarat oikeille paikoille
- Kaikkia osapuolia on kiitetty!
- Palaute on kerätty
- Loppupalaveri pidetty
- Motorola tehty
- Kaikki projektin talousasiat hoidettu
- Miten tästä eteenpäin mietitty!
- 
- 
- 
- 
- 
- 
-

# Kiteytys

Tapahtumia oppii paljolti tekemällä, älä siis huoli, vaikka asiat eivät mene kerralla oikein. Vaikka kuinka hyvin valmistautuisi, vähintään jotain pientä menee aina pieleen. Niin se on joka projektissa. Tärkeintä on, että lähdet tekemään ja kokeilemaan. Toivottavasti tämä opas toimii matkan varrella tien tasoittajana.

**Jos muistat nämä kolme ohjenuoraa, pääset jo pitkälle:**

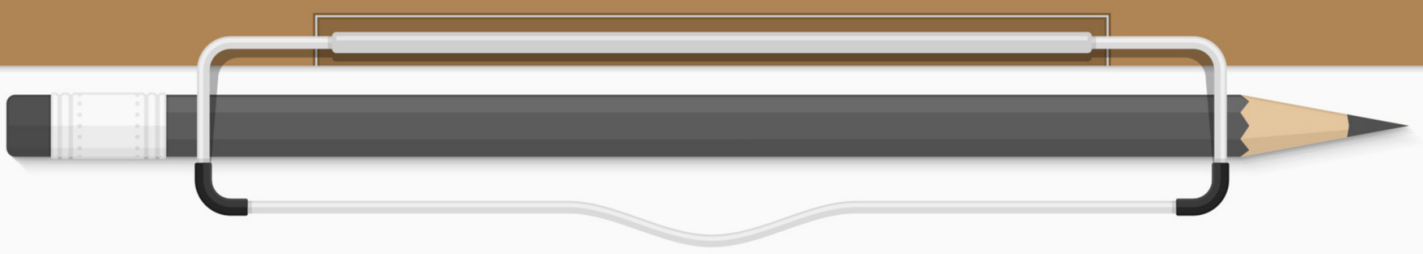
- 1. Aika.** Varaa hyvin aikaa tapahtumaprojektiin ja lähde tekemään asioita ajoissa.
- 2. Innostus.** Tapahtuma on tiivis ja työläskin projekti, jos sinulla on innostusta tehdä tapahtumaa, sen voima kantaa pitkälle!
- 3. Hanki hyvä tiimi.** Yksin voi saada paljon aikaiseksi, mutta parhaimpaan lopputulokseen pääsee hyvän ja osaavan tiimin kanssa. Eli ota tapahtumaprojektiisi mukaan hyviä tyyppejä joiden kanssa haluat tehdä hommia!

Varaa riittävästi aikaa!  
- Jyri

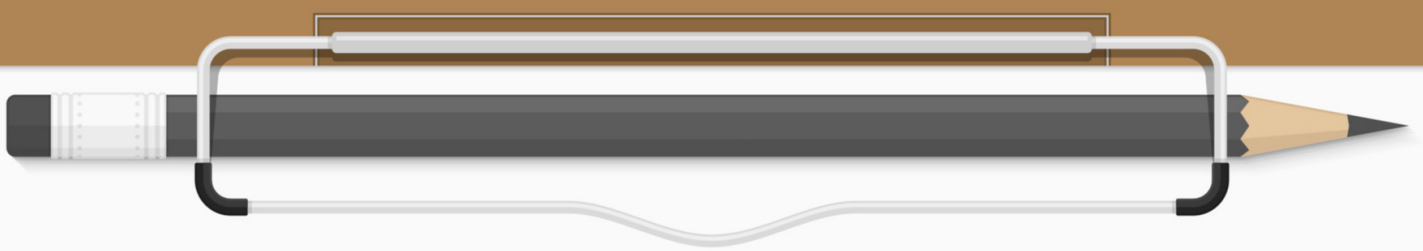
Vaikka tapahtumien teko ei ole aina helppoa, muista nauttia ja ole innoissasi.  
- Roosa

Hommaa tiimi! Yksin ei kannata tehdä.  
- Aapo



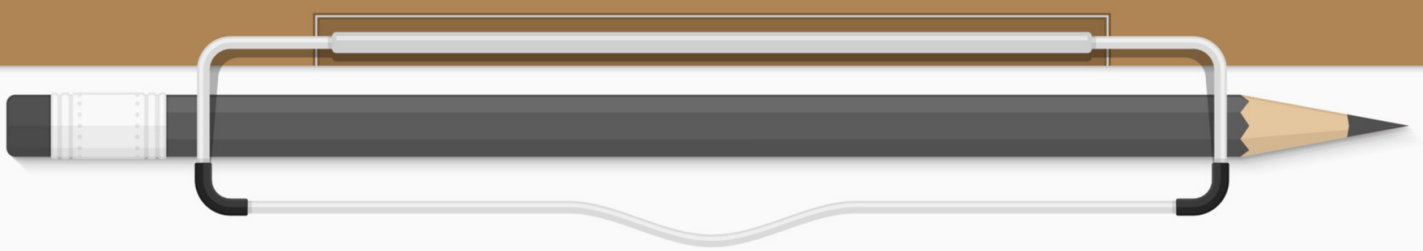


# Tapahtuman vaiheiden Check listat



# Suunnitteluvaiheen Check list

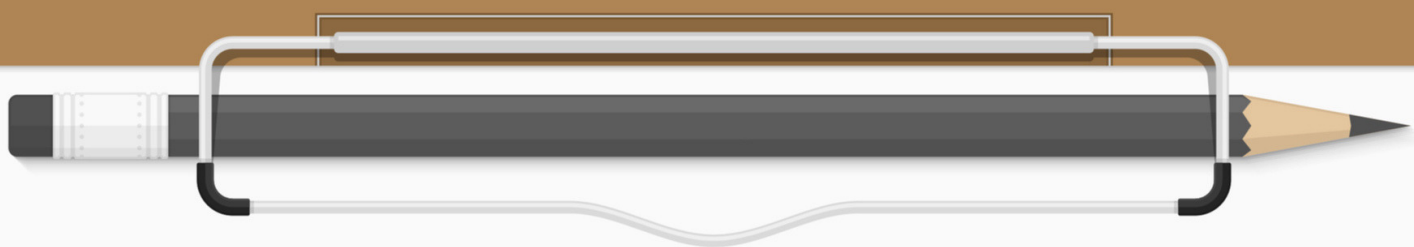
- Tapahtumalla on nimi
- Tiedät, miksi tapahtuma järjestetään
- Tapahtuman tavoitteet on mietitty
- Kenelle tapahtuma järjestetään, on selvä
- Tapahtumapäivä/ -ajankohta on selvä
- Tapahtumapaikka on mietitty
- Paikka on teknisesti ja logistisesti sopiva
- Vastuhenkilöt sovittu
- Tapahtuman sisältö suunniteltu
- Selvitetty, onko päällekkäisiä tapahtumia
- Kulu- ja tulobudjetti tehty
- Määritelty tehtävät ja toimenpiteet
- Kaikki riskit kartoitettu ja mietitty ratkaisu
- Seurataan projektin etenemistä



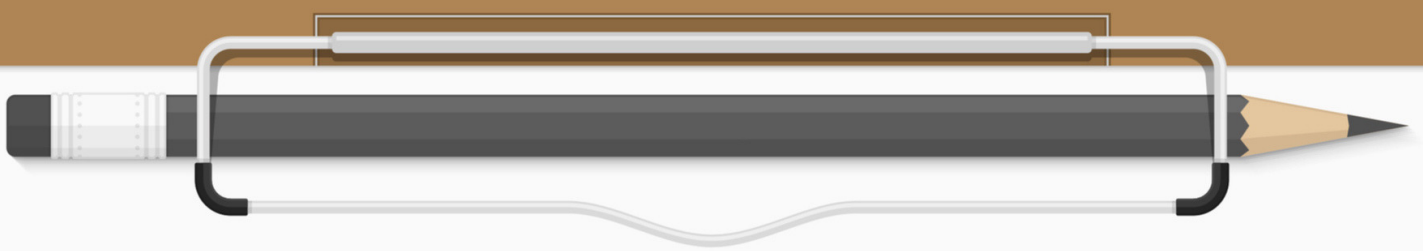
# Kehittelyvaiheen Check list

- To do list ja tehtävät jaettu
- Kilpailutettu kaikki suurimmat kuluerät
- Tila valittu, joka sopii hyvin tarpeisiin
- Hankintalista tehty
- Päätökset hankinnoista sovittu / hankinnat tehty
- Sopimukset kirjallisina
- Markkinointisuunnitelma valmis
- Markkinoinnin tavoitteet päätetty
- Kohderyhmät mietitty
- Kanavat valittu ja ne ovat käytössä
- Markkinoinnin aikataulu tehty
- Tiedotteet tehty
- Myyntitavoitteet mietitty
- Myynti on startattu



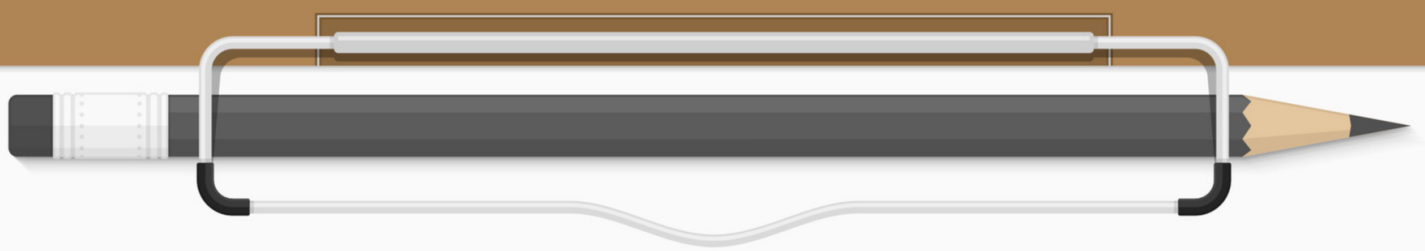


- Aktiivinen viestintä eri sidosryhmien kanssa
- Selvitetty mitä lupia tarvitaan
- Tarvittavat luvat hommattu
- Tapahtumalle on hankittu vakuutukset
- Turvallisuusasiat hoidossa
- Pelastussuunnitelma tehty
- Rekrytointi tehty
- Työntekijät perehdytetty
- Säännölliset palaverit käytössä
- Tilasuunnitelma tehty
- Kuljetukset mietitty / sovittu (Rakentaminen ja vieraiden tulo)
- Asiakkaan polku suunniteltu
- Päivitä budjettia
-



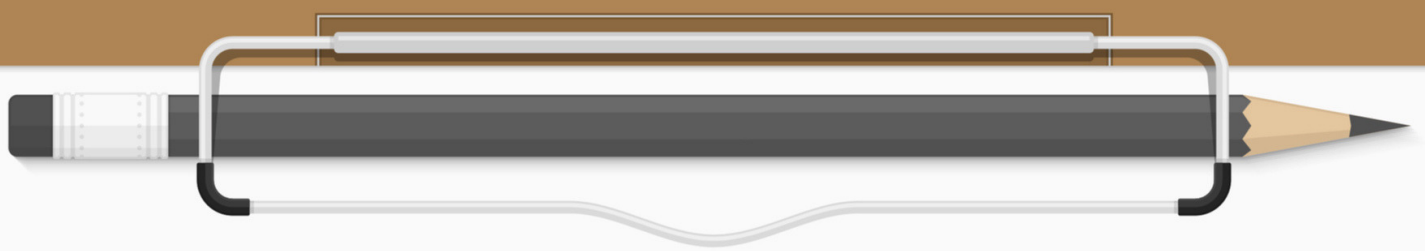
# Spurttivaiheen Check list

- Kaikille jaettu omat roolit ja tehtävät
- Varmista kaikki (esim. työntekijät paikalla, tarjoilut tulossa...)
- Kaikki hankinnat tehty
- Rakennus ja roudaus työ suoritettu
- Tilan koristelu, somistus ja asettelu on tehty
- Tapahtumapaikka siivottu
- Katsottu, että kaikki toimii
- Kaikki omilla paikoilla
- Ajolista tehty ja käyty läpi
- Tarjoilut valmiina
- Kenraaliharjoitus suoritettu
- Kaikki valmista tunti ennen H-hetkeä
- Tee "selviytymispakkaus" tapahtumaan
-



# Huippukohtdan Check list

- Huolehdi, että vieraat pääsevät sujuvasti paikalle
- Ota vieraat hymyssä suin vastaan
- Seuraa ohjelman kulkua
- Huolehdi, että aikataulussa pysytään
- Huolehdi vieraista
- Huolehdi henkilökunnasta
- Dokumentoi
- Nauti tapahtumastasi
- Yllätä vieraat ja ylitä odotukset
- Seuraa vieraitesi fiilistä
- 
- 
- 
-



# Lopetuksen Check list

- Huolehdittu paikat kuntoon
- Palautettu kaikki tavarat oikeille paikoille
- Kaikkia osapuolia on kiitetty!
- Palaute on kerätty
- Loppupalaveri pidetty
- Motorola tehty
- Kaikki projektin talousasiat hoidettu
- Miten tästä eteenpäin mietitty!
- 
- 
- 
- 
- 
- 
-

# Kiitos!

Suuren suuret kiitokset ensinnäkin kaikille haastateltavillemme:

**Soile Niinikoski**  
**Aapo Nives**  
**Henry Wilen**  
**Marjo Hiekkala**  
**Jyri Linden**  
**Toni Arppe**  
**Roosa Pihlajamäki**  
**Antti Korhonen**  
**Janne Caro-Pykälä**

Kiitos, että uhrasitte aikaanne meille ja jaoitte parhaat oppinne tapahtumajärjestämisestä!

Lisäksi kiitos Tiimiakatemiaalle, inspiroivalle oppimisympäristölle, jossa olemme saaneet tehdä ja kokeilla monenlaista, niitä tapahtumiakin.

Kiitos myös sinulle arvon lukija, että jaksoit kahlata läpi koko oppaan. Oikein paljon tsemppiä sinulle tapahtuman järjestämisen koitoksiin. Muista nauttia ja ottaa kaikki ilo irti tästä matkasta!

**Kiittäen,**  
**Claudia & Miia**



# Lähteet:

## Kirjallisuutta:

Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. & McDonnell, I. 2011. Festival and special event management. 5. painos. Milton: John Wiley & Sons Australia.

Allen, J. 2002. The business of event planning - behind-the-scenes secrets of successful special events. Ontario: Wiley cop.

Capell, L. 2013. Event management for dummies. Chichester: John Wiley & Sons.

Catani, J., 2017. Onnistunut yritystapahtuma - järjestäjän käsikirja. Helsinki: Alma Talent Pro.

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

Jansson, M. 2007. Messuguru. Messumarkkinoijan ideakirja. Jönköping: Fairlink AB.

Jyrä, J. Nupit Kaakkoon - musiikkitilaisuuden järjestäminen. 2010. Helsinki: Kirjapaja.

Kimball, C., Entrepreneur Press. 2011. Start your own event planning business: Your step-by-step guide to success. United States of America: Entrepreneur Media Corporation.

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

Mäntyneva, M. 2016. Hallittu projekti - jäntevästä suunnittelusta menestykselliseen toteutukseen. Helsinki: Kauppakamari.

Ruuska, K. 2005. Pidä projekti hallinnassa: suunnittelu, menetelmät, vuorovaikutus. Helsinki: Talentum.

Richman, L. 2011. Successful Project Management. New York: American Management Association.

Saksala, E. 2015. Tuottajan käsikirja. Helsinki: Like Kustannus Oy.

Shore, A. & Parry, B. 2010. Successful event management. Hampshire: Gengage Learning EMEA

## Muita lähteitä:

Asennetta projekteihin:

<https://projektipomo.com/tag/onnistunut-projekti/> (Viitattu 12.9.)

Five Factors That Lead to Successful Projects:

<https://project-management.com/five-factors-that-lead-to-successful-projects/> (Viitattu 12.9.)

How to plan an event:

<https://www.wildapricot.com/articles/how-to-plan-an-event> (Viitattu 12.9.)

Miksi budjetointi on tärkeää:

<https://www.finazilla.fi/miksi-budjetointi-tarkeaa/> (Viitattu 12.9.)

Six Steps to Successful Community Events:

<https://search.proquest.com/abicomplete/docview/218290766/F3914F31EA2245E5PQ/3?accountid=11773> (Viitattu 20.10.)

Tapahtumajärjestäjän muistilista:

[https://www.ouka.fi/c/document\\_library/get\\_file?uuid=03b47767-6570-44ea-995c-49e2e31620fa&groupId=50266](https://www.ouka.fi/c/document_library/get_file?uuid=03b47767-6570-44ea-995c-49e2e31620fa&groupId=50266) (Viitattu 23.8.)

Tapahtumajärjestäjän muistilista: [http://www.pohjois-savonkylat.fi/File/Kehittyvät\\_kylät\\_-hanke/Kyläturvallisuus/TAPAHTUMAJÄRJESTÄJÄN\\_MUISTILISTA.pdf?529699](http://www.pohjois-savonkylat.fi/File/Kehittyvät_kylät_-hanke/Kyläturvallisuus/TAPAHTUMAJÄRJESTÄJÄN_MUISTILISTA.pdf?529699) (Viitattu 23.8.)

Tapahtumajärjestäjän opas:  
<https://www.laurea.fi/tiedotteet/Documents/58%20Tapahtumajärjestäjän%20opas.pdf> (Viitattu 12.9.)

Tapahtumakaupunki Jyväskylä: Tapahtumajärjestämisen opas:  
[http://www.jyvaskyla.fi/instancedata/prime\\_product\\_julkaisu/jyvaskyla/embeds/jyvaskylawwwstructure/85052\\_Tapahtumajarjestajan\\_opas\\_syyskuu\\_2016.pdf](http://www.jyvaskyla.fi/instancedata/prime_product_julkaisu/jyvaskyla/embeds/jyvaskylawwwstructure/85052_Tapahtumajarjestajan_opas_syyskuu_2016.pdf) (Viitattu 23.8.)

Tapahtumanturvallisuus  
<https://www.ouka.fi/oulu/ajankohtaista/turvallisuus> (Viitattu 25.8.)

The Event Checklist Used By Top Event Planners  
<https://www.wildapricot.com/articles/event-checklist> (Viitattu 12.9.)

Visit Tampere:  
<https://www.tapahtumatoimisto.com/fi/materiaalipankki/tiedotus-ja-markkinointi> (Viitattu 25.8.)

Welcome to the Experience Economy:  
<https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy> (Viitattu 20.10.)

5 Key Elements of a Successful Project:  
<https://www.thebalance.com/key-elements-successful-project-1669721> (Viitattu 20.10.)

10 Killer Tips on How To Make Your Event Successful:  
<http://www.eventmanagerblog.com/10-killer-tips-on-how-to-make-your> (Viitattu 20.10.)



Omia muistinnanonoja:

A series of 18 horizontal lines for writing, each preceded by a grey binder ring on the left side.

A series of 18 horizontal lines for writing, each preceded by a grey binder ring on the left side.

A series of 18 horizontal lines for writing, each preceded by a grey T-shaped marker on the left side.

A series of 18 horizontal lines for writing, each preceded by a grey binder ring on the left side.

## CLAUDIA KALIN & MIIA HUOTARI

Tässä oppaassa pureudutaan tapahtuman järjestämisen eri vaiheisiin ja niihin kuuluviin tehtäviin. Opas esittelee tiiviisti tapahtuman järjestämiseen kuuluvat perusasiat sekä tarjoaa hyödyllisiä työkaluja eri vaiheisiin.

Opas on suunnattu ensikertalaisille tapahtumien maailmassa, mutta myös kokeneemmat järjestäjät voivat käyttää teosta työnsä tukena. Myös olemassa olevaa tapahtumaa voi kehittää oppaan vinkkien avulla. Opas sisältää muun muassa hyödyllisiä check listoja, joiden avulla voit helposti tarkastaa oletko tehnyt kuhunkin vaiheeseen kuuluvat tehtävät.

Opasta varten on haastateltu yhdeksää alan ammattilaista Suomesta. Lisäksi teoksessa näkyy vahvasti kirjoittajien oma kokemus tapahtuman järjestäjänä.

TIIMIAKATEMIA