



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Onnistuneen tapahtuman tuottaminen

Ronja Pyykkönen

2018 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Onnistuneen tapahtuman tuottaminen

Ronja Pyykkönen
Palvelujen tuottaminen ja johtaminen
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2018

Ronja Pyykkönen

Onnistuneen tapahtuman tuottaminen

Vuosi	2018	Sivumäärä	49
-------	------	-----------	----

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia tapahtuman onnistumista, siihen vaikuttavia tekijöitä sekä järjestettävään tapahtumaan liittyviä ennakko-odotuksia ja niiden yhteyksiä tapahtuman onnistumiseen. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Tapahtumatoumisto X. Tapahtuma järjestettiin joulukuussa 2017 ja tämän opinnäytetyön kirjoittaja oli vasuussa tapahtuman tuotannosta.

Tarkoituksena oli suunnitella ja toteuttaa Asiakasyritys Y:n henkilöstölle onnistunut ja ryhmähenkeä vahvistava pikkujoulutapahtuma, joka vastasi henkilöstön toiveita ja odotuksia. Tavoitteena oli myös löytää tapahtuman tuotantoon liittyviä kehityskohtia, joiden avulla toimeksiantaja pystyisi kehittämään Asiakasyritys Y:n henkilöstölle järjestettäviä tapahtumia tulevaisuudessa. Opinnäytetyön tulosten avulla toimeksiantaja pystyy kehittämään palveluntarjontaansa laadukkaammaksi ja asiakasyritykselle sopivammaksi.

Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys koostui tapahtumaprosessia ja onnistuneen tapahtuman järjestämistä käsittelevästä teoriasta. Opinnäytetyön keskeisimpiä käsitteitä olivat onnistunut tapahtuma, tapahtuman järjestäminen, tapahtumaprosessi ja asiakastyytyväisyys. Teoreettisessa viitekehyksessä käsiteltiin tapahtumaprosessin eri vaiheita, joita olivat suunnittelu-, tuotanto- ja jälkimarkkinointivaihe sekä asiakastyytyväisyyttä osana tapahtuman onnistumista.

Tutkimusmenetelminä käytettiin teemahaastattelua ja kyselyä eli survey tutkimusta. Opinnäytetyötä varten selvitettiin kyselyn avulla henkilöstön asiakasodotuksia ja toiveita pikkujouluja kohtaan, jotta tapahtumanjärjestäjä pystyi huomioimaan näitä toiveita ja suunnittelemaan tapahtuman sisältöä ja ohjelmaa niiden pohjalta. Järjestettävän tapahtuman jälkeen henkilöstölle toteutettiin palautekysely, jonka avulla selvitettiin heidän tyytyväisyyttään tapahtumaan, sen sisältöön ja järjestelyihin. Tehtyjen kyselyiden tulosten perusteella pystyttiin arvioimaan, kuinka hyvin tapahtumanjärjestäjä onnistui vastaamaan vieraiden ennakko-odotuksiin, toiveisiin ja tarpeisiin järjestetyssä tapahtumassa, ja kuinka hyvin tapahtuma onnistui läsnä olleiden vieraiden näkökulmasta.

Kyselytutkimuksista ja Asiakasyritys Y:n kanssa käydystä palautepalaverista saatujen palautteiden perusteella vieraat olivat tyytyväisiä ja tapahtuma oli kokonaisuudessaan onnistunut. Tapahtuma onnistui saavuttamaan sille asetetut tavoitteet eli onnistuttiin järjestämään ryhmähenkeä vahvistava ja onnistunut tapahtuma, joka vastasi asiakkaiden odotuksia ja toiveita. Paljon positiivista palautetta tuli hyvästä ruoasta ja juomasta, rennosta ja huolettomasta ilmapiiristä, illallisen yhteydessä järjestetystä palkintogaalasta, tapahtumapaikasta ja tapahtuman järjestelyistä. Kehityskohteiksi nousivat tapahtuman ennakotiedottaminen ja aktiviteetin valinta.

Asiasanat: Asiakastyytyväisyys Tapahtumassa, Onnistunut Tapahtuma, Tapahtuman Järjestäminen, Tapahtumaprosessi

Ronja Pyykkönen

Organizing a Successful Event

Year	2018	Pages	49
------	------	-------	----

The objective of this functional thesis was to investigate the success of an event, the factors which affect it and the expectations for an upcoming event and how those expectations affect how successful the event will be. This thesis was commissioned by Event company X. The event was held in December 2017 and the author of this thesis was responsible for the event production.

The purpose of this thesis was also to plan and produce a successful Christmas party to Client company Y's personnel. The event also needed to meet the wishes and expectations of the personnel. The second objective was to examine whether there was something that could be developed in the event process or which enables the commissioner to develop the Client company Y's events in the future. With the results of the thesis, the commissioner can improve the quality of its services and possibly make its servicescape more customer-friendly.

The theoretical framework covers theory on the event production process and theory on organizing a successful event. The key concepts in this thesis are successful event, organizing an event, event process and customer satisfaction. The theoretical framework describes the various phases of the event process, such as planning, production and the post-event actions, as well as customer satisfaction as a part of the success of the event.

The research methods used in this thesis were theme interview and survey. The survey researches Client company Y's personnel's expectations and wishes for the upcoming Christmas party. The objective of making the survey was that the event organizer could take the results into consideration and then on basis of the results, plan the content of the event. After the Christmas party, a feedback questionnaire was carried out with the personnel to examine how satisfied they were with the event, its contents and arrangements. The results of the survey indicate how well the event organizer succeeded in meeting the guests' expectations, wishes and needs for the event and how well the event succeeded from the perspective of the guests.

Based on the feedback from the survey and a feedback meeting with the Client company Y, guests were satisfied, and the event was successful. The objectives were met, because the event organizer succeeded to organize an event, which strengthened the personnel's team spirit and responded to customers' expectations and wishes. Guests provided positive feedback on the event venue and event arrangements in general. The areas that required development in the future were activity choices and informing about the event.

Keywords: Customer Satisfaction at The Event, Event Organizing, Event Process, Successful Event

Sisällys

1	Johdanto	6
2	Toimeksiantajan ja asiakasyrityksen esittely.....	6
3	Onnistuneen tapahtuman tuottaminen	7
3.1	Tapahtumaprosessi	10
3.1.1	Suunnitteluvaihe	11
3.1.2	Toteutusvaihe.....	13
3.1.3	Jälkimarkkinointivaihe ja tapahtuman arviointi.....	14
3.2	Asiakastyytyväisyys osana tapahtuman onnistumista.....	14
4	Asiakasyrityksen pikkujoulujen tapahtumaprosessin kuvaus.....	16
4.1	Tapahtuman suunnitteluvaihe	16
4.1.1	Tapahtumabrief	17
4.1.2	Tapahtumabriefin toteutus ja tulokset	18
4.1.3	Ennakko-odotuksia mittaavan kyselyn toteutus	19
4.1.4	Ennakko-odotuksia mittaavan kyselyn tulokset.....	20
4.1.5	Tapahtuman ideointi	22
4.1.6	Tuloksena kolme tapahtuma ehdotusta	25
4.2	Tapahtuman toteutusvaihe.....	29
4.2.1	Pikkujoulutapahtuma.....	30
4.2.2	Pikkujoulujen ohjelma	30
4.3	Tapahtuman jälkitoimenpiteet ja arviointi	31
4.3.1	Palautekysely ja kyselyn tulokset	32
4.3.2	Palautepalaverit.....	35
4.3.3	Kehitysehdotukset	36
5	Johtopäätökset	37
	Lähteet	39
	Kuviot	40
	Taulukot	40
	Liitteet.....	41

1 Johdanto

Tämä toiminnallinen opinnäytetyö on kuvaus projektista, jonka aikana suunnitellaan ja toteutetaan pikkujoulut opinnäytetyön toimeksiantajan pitkäaikaiselle asiakasyrityksen henkilöstölle joulukuussa 2017. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Tapahtumatoimisto X, joka on myös päävastuussa tapahtuman järjestämisestä. Työskentelen itse kyseisessä tapahtumatoimistossa tuotantokoordinaattorina ja vastaan tapahtuman toteutuksesta. Käytän opinnäytetyössä toimeksiantajasta nimeä Tapahtumatoimisto X ja asiakasyrityksestä nimeä Asiakasyritys Y.

Opinnäytetyön tavoitteena on tutkia tapahtuman onnistumista, siihen vaikuttavia tekijöitä sekä järjestettävään tapahtumaan liittyviä ennako-odotuksia ja niiden yhteyksiä tapahtuman onnistumiseen. Tavoitteena on myös löytää tapahtuman tuotantoon liittyviä kehityskohtia, joiden avulla toimeksiantaja pystyy kehittämään Asiakasyritys Y:n henkilöstölle järjestettävää tapahtumia tulevaisuudessa sekä omaa palveluntarjontaansa laadukkaammaksi ja asiakasyritykselle sopivammaksi. Tarkoituksena on järjestää Asiakasyritys Y:n henkilöstön toiveita ja odotuksia vastaava, mieleenpainuva, henkilöstön ryhmähenkeä vahvistava ja kaikin puolin onnistuneet pikkujoulut.

Opinnäytetyö keskittyy tapahtuman järjestämisen ja onnistumisen kannalta oleelliseen teoriaan. Opinnäytetyön pääkäsitteitä ovat tapahtuman järjestäminen, tapahtumaprosessi, onnistunut tapahtuma ja asiakastyytyväisyys. Työn teoriaosuudessa perehdytään tarkemmin siihen mitä vaiheita tapahtumaprosessi pitää sisällään ja mitä huomioon otettavia asioita kuhunkin vaiheeseen sisältyy. Lisäksi opinnäytetyössä käsitellään onnistuneen tapahtuman järjestämisen strategisia ja operatiivisia kysymyksiä sekä pohditaan lyhyesti asiakastyytyväisyyttä ja sen yhteyksiä tapahtuman onnistumiseen. Teoriaosuuden lisäksi opinnäytetyö sisältää kuvauksen järjestetyn tapahtuman tapahtumaprosessista ja varsinaisesta toteutuksesta, tehdyt kyselyt toteutuksineen ja tuloksineen sekä kyselyiden pohjalta ilmenneet tapahtuman tuotantoon liittyvät kehitysehdotukset.

2 Toimeksiantajan ja asiakasyrityksen esittely

Toimeksiantajana toimiva yritys Tapahtumatoimisto X on perustettu vuonna 2012. Tapahtumatoimisto X on B2B- ja B2C-tapahtumien suunnitteluun ja toteutukseen erikoistunut yritys, joka järjestää muun muassa erikokoisia kuluttajakokouksia kuten messuja ja promootioita, yritys- ja lanseeraustapahtumia, seminaareja ja konferensseja, henkilöstötapahtumia sekä palkinto- ja juhlaaaloja. Tapahtumatoimisto X:n toimitilat sijaitsevat Espoossa, mutta yritys palvelee asiakkaitaan kotimaan Suomen lisäksi myös ulkomailla, kuten Kiinassa, Dubaissa, Saksassa, Ruotsissa, Englannissa ja jopa Yhdysvalloissa. Tällä hetkellä tapahtumatoimistossa työskentelee hieman yli 50 tapahtuma-alan ammattilaista.

Projektin tapahtuma järjestetään tapahtumatoimiston pitkäaikaiselle asiakkaalle, jolle Tapahtumatoimisto X on järjestänyt useita erilaisia tapahtumia jo monien vuosien ajan. Näihin tapahtumiin lukeutuvat muun muassa erilaiset messut, myyntitapahtumat, lanseeraustilaisuudet ja henkilöstötapahtumat. Asiakasyritys Y on kansainvälinen yritys, joka maahantuo ja myy elintarvikkeita yli 32 maassa ja työllistää maailmanlaajuisesti yli 81 000 henkilöä. Asiakasyritys Y toimii myös Suomessa, jossa se aloitti toimintansa vuonna 2004. Yrityksen toimitilat sijaitsevat Helsingissä ja yritys työllistää tällä hetkellä Suomessa noin 25 henkilöä.

Tapahtumatoimisto X on tehnyt yhteistyötä Asiakasyritys Y:n Suomen toimiston kanssa vuodesta 2012 saakka. Viime vuosien aikana Tapahtumatoimisto X on alkanut tehdä yhteistyötä myös Asiakasyritys Y:n Ruotsin ja Norjan toimistojen kanssa ja tästä johtuen se on päässyt toteuttamaan muutamia Asiakasyritys Y:n tapahtumia myös ulkomailla. Tapahtumatoimisto X suunnittelee ja toteuttaa lähes kaikki Asiakasyritys Y:n Suomen vuotuiset tapahtumat, joten perinteiseen tapaan se järjesti myös vuoden 2017 pikkujoulut Asiakasyritys Y:n Suomen toimiston henkilöstölle.

3 Onnistuneen tapahtuman tuottaminen

Liskola-Kesosen (2004, 16) mukaan tapahtumat ovat aineettomia palveluja, jotka muodostuvat sarjoista tekoja. Getz (2007, 18) puolestaan määrittelee tapahtuman hetkelliseksi ilmiöksi, jota suunnitellaan yksityiskohtaisen aikataulun avulla. Tapahtumat lajitellaan usein neljään eri kategoriaan, joita ovat kuluttajataapahtumat, henkilöstötapahtumat, yritystapahtumat sekä lanseeraukset ja promootiot. Lisäksi tapahtumat voidaan lajitella asiataapahtumiin, viihdetapahtumiin ja niiden yhdistelmiin. (Vallo & Häyrinen 2016, 75.) Tämä opinnäytetyö paneutuu asiakasyritykselle järjestettäviin pikkujouluihin, jotka luokitellaan henkilöstötapahtumaksi.

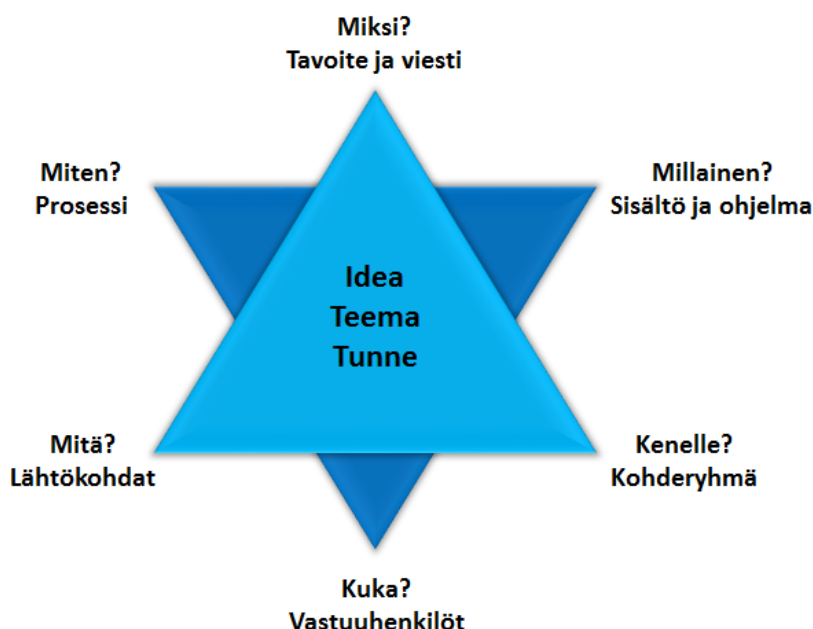
Henkilöstötapahtumat lukeutuvat yritystilaisuuksiin, joiden tarkoituksena on tukea yrityskuvaa ja ilmentää totuudenmukaista yrityskulttuuria. Henkilöstölle järjestettävien tapahtumien tarkoituksena on luoda yhteishenkeä ja lisätä viihtyvyyttä. Henkilöstötapahtumia voivat olla esimerkiksi kesäjuhlat, pikkujoulut, elämys- ja seikkailuretket ja erilaiset kick-off-tapahtumat. Työyhteisön kulttuuri vaikuttaa siihen, miten paljon yritys panostaa henkilöstöön ja minkälaista vapaa-ajan toimintaa se on valmis tukemaan. (Harju 2003, 65.)

Oli kyse minkä tyyppisestä tapahtumasta tahansa, kaikki tapahtumat vaativat onnistuakseen tarkkaa ja järjestelmällistä suunnittelua, tavoitteiden asettamista sekä kaikin puolin toimivaa yhteistyötä asiakkaiden, tapahtuman järjestäjän, alihankkijoiden ja muiden sidosryhmien välillä. (Vallo & Häyrinen 2016, 121.) Onnistuneessa tapahtumassa ovat tunnelma ja sisältö kohdallaan ja ilmapiiriin sekä hyvän tunnelman lisäksi onnistuneen tapahtuman tunnistaa siitä, että vieraiden lisäksi myös tapahtuman isännät viihtyvät. Onnistunut tapahtuma on siis monen tekijän muodostama kokonaisuus, jota ei voida etukäteen varmistaa, mutta siihen voidaan

vaikuttaa panostamalla huolellisesti tapahtuman eri osa-alueisiin. Tapahtuman onnistumisen takaamiseksi eri osa-alueiden täytyy muodostaa yhtenäinen kokonaisuus. (Iiskola-Kesonen 2004, 16.)

Kaikki tapahtumaan osallistuvat vaikuttavat myös osaltaan tapahtuman kulkuun, jonka vuoksi jokaisella on oma mielipiteensä tapahtuman onnistumisesta. Onnistumista voidaan tutkia tapahtuman jälkeen tarkastelemalla tapahtuman järjestäjän näkökulmasta, kuinka hyvin asetetut tavoitteet on saavutettu tapahtumassa sekä kyselemällä tapahtumaan osallistujilta heidän mielipiteitään ja kokemuksiaan tapahtumasta. (Kivistö 2014.) Usein tapahtuman voidaan ajatella onnistuneen, kun osallistujan odotukset tapahtumasta täyttymisen lisäksi ylittyvät (Iiskola-Kesonen 2004, 22 - 23).

Vallo & Häyrinen (2016, 121 - 125.) kuvailevat onnistunutta tapahtumaa kahdesta kolmiosta muodostuvalla tähtikuviolla (kuvio 1). Kolmiot sisältävät strategisia ja operatiivisia kysymyksiä, joihin täytyy osata vastata ennen tapahtuman suunnittelun aloittamista. Onnistuneen tapahtuman mallin ensimmäinen kolmio sisältää tapahtuman strategiset kysymykset, joita ovat miksi, kenelle ja mikä tapahtuma järjestetään (kuvio 1). Kysymysten avulla pystytään asettamaan tapahtumalle selkeät tavoitteet, kohderyhmä ja tapahtuman lähtökohdat eli mitä, missä ja milloin järjestetään. Organisaation johdolla tai tapahtuman järjestäjällä täytyy olla vastaus näihin strategisen kolmion kysymyksiin, sillä näistä kolmesta kysymyksestä syntyy tapahtuman idea. (Vallo & Häyrinen 2016, 121 - 122.)



Kuvio 1 Onnistuneen tapahtuman malli (Vallo & Häyrinen 2016, 121 & 125)

Ennen tapahtuman suunnittelun aloittamista on mietittävä tarkkaan, miksi tapahtuma järjestetään, mitä organisaatio tapahtumalla tavoittelee ja mitä se haluaa viestiä tapahtumalla ja tapahtumassa. Tapahtumilla voi olla erilaisia tavoitteita riippuen tapahtumatyypistä. Tavoitteet voivat olla konkreettisia kuten myynnin lisääminen tai uusien asiakkaiden hankkiminen. Tavoitteena voi olla myös vain mieleenpainuvan ja elämyksellisen tapahtuman järjestäminen. (Vallo & Häyrinen 2016, 121 - 122.)

Lisäksi on tärkeää tietää kenelle tapahtuma järjestetään eli ketkä ovat tapahtuman kohderyhmä. Kohderyhmä voi olla suuri yleisö tai rajattu kutsuvierasjoukko. He voivat olla esimerkiksi organisaation omaa henkilökuntaa, yhteistyökumppaneita, asiakkaita tai potentiaalisia asiakkaita. Tärkeää on kuitenkin miettiä etukäteen, miten hyvin kohderyhmä ja heidän mielenkiinnon kohteensa tunnetaan, miten heidät tavoitetaan, miten asetetut tavoitteet saavutetaan parhaiten sekä miten halutut viestit saadaan perille juuri tälle kohderyhmälle. Nämä asiat selvittämällä ja niitä analysoimalla tapahtumasta osataan tehdä kohderyhmälle sopiva ja heitä kiinnostava. Kohderyhmän tuntemalla tapahtuman järjestäjän on myös helpompi valita oikeat viestintäkanavat, joilla kohderyhmä tavoitetaan. (Vallo & Häyrinen 2016, 122, 131 - 133.)

Tapahtuman järjestäjän täytyy myös määritellä tapahtuman lähtökohdat eli mitä ollaan järjestämässä ja millainen tapahtuma on halutulle kohderyhmälle ja kulloisellekin tavoitteelle oikea. Tässä kohtaa on tärkeää valita tapahtuman paikka ja aika. Tapahtumapaikkoja voivat olla esimerkiksi vuokrattavat tilat, organisaation omat tilat, laivat tai liikuntahallit, mutta tärkeää on, että tapahtumapaikka on kohderyhmälle ja tapahtuman luonteeseen sopiva. Tapahtumapaikkaa valitessa on oleellista miettiä muun muassa liikenneyhteyksiä, tilan kokoa suhteessa osallistujien määrään, tilan soveltuvuutta järjestettävään tapahtumaan ja tilan sopimista yrityksen imagoa, somistusmahdollisuuksia, äänentoistoa ja tarjoilun järjestämistä. Parhaimmillaan tapahtumatila on sellainen, joka tukee tapahtuman tavoitetta ja tarkoitusta sekä luo tapahtuman idean tai teeman. (Vallo & Häyrinen 2016, 122.)

Toisen kolmion kysymykset ovat operatiivisia, joiden tarkoituksena on selventää tapahtuman toteutusta. Operatiivisten kysymysten avulla pohditaan miten ja millä resursseilla tapahtuma tullaan järjestämään, millainen tapahtuman ohjelma ja sisältö sekä kuka tai ketkä toimivat tapahtuman vastuuhenkilöinä ja mikä roolitus kenelläkin on tapahtumassa. Operatiiviset kysymykset auttavat vastaamaan kysymyksiin siitä, miten tapahtuma toteutetaan niin, että haluttu tavoite saavutetaan, viestit saadaan välitetyksi vieraille ja, että idea sekä teema näkyvät läpi koko tapahtuman? Tehdäänkö tapahtuma itse tai ostetaanko palveluita organisaation ulkopuolisilta toimijoilta? Kuka tapahtumaa johtaa ja mitkä ovat resurssit? (Kuvio 1, Vallo & Häyrinen 2016, 121 - 127.)

Lähtökohta hyvin ja tarkkaan suunniteltuun ja täten onnistuneeseen tapahtuman järjestämiseen on, että nämä kaksi kolmiota ovat tasapainossa. Jos jokin kolmion kulmista on jätetty huomioimatta, tapahtumasta tulee tasapainoton, ja tapahtuman vieraat huomaavat toimintomuuden tunnelmassa tai viimeistään siinä tunteessa, joka heille jää päällimmäisenä tapahtuman jälkeen. (Kuvio 1, Vallo & Häyrinen 2016, 121 - 127.)

3.1 Tapahtumaprosessi

Shone & Parry (2013, 114 - 115.) määrittelevät tapahtumien järjestämisen ainutkertaiseksi projektiksi, joka voi kestää muutamasta päivästä useisiin kuukausiin. Vallo & Häyrinen (2016, 189) kuvaavat tapahtuman järjestämisen kolmevaiheisena prosessina, joka koostuu suunnittelu-, toteutus- ja jälkimarkkinointivaiheesta. Tapahtuman onnistumiseksi jokaisen prosessin vaiheen tulee olla järjestelmällisesti suunniteltu ja toteutettu. (Vallo & Häyrinen 2016, 189.)

Ennen varsinaista tapahtumaprosessin aloitusta täytyy olla idea minkälaisesta tapahtumaa aletaan suunnittelemaan ja toteuttamaan, sekä tapahtumalle täytyy asettaa tavoitteet. Tavoitteet voivat vaihdella tapahtumalajista ja kohderyhmästä riippuen, mutta mitä huolellisemmin tavoitteet on määritelty sitä todennäköisemmin asetetut tavoitteet tullaan saavuttamaan. (Iiskola-Kesonen 2004, 8 - 9.) Tapahtuman tavoitteita voivat olla esimerkiksi ryhmähengen kasvattaminen, myynnin lisääminen ja uusien asiakkaiden hankkiminen. Asettamalla tapahtumalle tarkkaan mietityt, mitattavat tavoitteet, voidaan tapahtuman onnistumista tutkia jälkeenpäin esimerkiksi tarkastelemalla, kuinka hyvin tapahtumalle asetetut tavoitteet saavutettiin. (Vallo & Häyrinen 2016, 132.)

Oli kyse sitten minkä tyyppisestä tapahtumasta tahansa, tapahtuman järjestämisessä on otettava aina huomioon aikataulutus, tapahtumapaikka, ohjelman sisältö, ilmoittautuminen ja sen sujuvuus, tarjoilut, toimiva tekniikka, mahdolliset esiintyjät, osallistuja- ja esitysmateriaalit sekä monet muut pienet asiat kuten parkkipaikat, opastus ja narikka. Lisäksi on päätettävä toteutetaanko tapahtuma itse alusta loppuun vai ostetaanko palvelu kenties ulkopuoliselta tapahtumatoimistolta. Oman organisaation suunnittelema ja tuottama tapahtuma vaatii sitoutumista ja paljon työtä, mutta sen avulla voidaan usein säästää kustannuksissa, koska kun suunnitellaan ja toteutetaan itse, ei synny esimerkiksi ylimääräisiä suunnittelukustannuksia. Haasteena kuitenkin on, että useimmiten yrityksissä ei ole osaavaa tai kokenutta tapahtumanjärjestäjää, jolloin suuri vastuu ja työmäärä saattavat tulla yllätyksenä. Lisäksi tapahtuman suunnitteluun ja toteuttamiseen käytetty aika on aina pois henkilökunnan omasta varsinaisesta työajasta. (Vallo & Häyrinen 2016, 77 - 78.)

Jos tapahtuma päätetään ulkoistaa tapahtumatoimistolle, toteutusidea, teema, projektipäällikkö ja tuotantotiimi tulevat yleensä tapahtumatoimistolta. Lisäksi tapahtumatoimisto koordinoi, rakentaa ja valvoo tapahtumaa organisaation toiveiden mukaisesti, jolloin oman organisaation työntekijöille jää aikaa keskittyä omaan työhönsä. Tapahtuman ulkoistaminen tuo

mukanaan myös muita etuja, kuten esimerkiksi tapahtumatoimiston laajan alihankkijaverkoston ja erityysoaamisen, joita omasta organisaatiosta ei välttämättä löydy. (Vallo & Häyrinen 2016, 78 - 79.)

Edellä mainittujen lisäksi tapahtuman järjestäjä voi luoda myös ketjutetun tapahtuman ostamalla eri osia eri palveluntarjoajilta tai se voi osallistua valmiiseen tapahtumaan ja näin ollen hyödyntää omassa tapahtumassaan jo olemassa olevaa kattotapahtumaa kuten konserttia, urheilutapahtumaa tai näyttelyä. Ketjutetun tapahtuman tai kattotapahtuman hyödyntämisessä etuna on sen helppous, sillä tarjolla on usein valmiita paketteja useisiin eri teemoihin ja tarpeisiin. (Vallo & Häyrinen 2016, 77.)

3.1.1 Suunnitteluvaihe

Tapahtuman tavoitteiden määrittelyn jälkeen siirrytään tapahtuman ideointiin ja suunnitteluun. Ennen yksityiskohtaisempaa tapahtuman suunnittelun aloittamista kerätään ideoita tapahtuman toteutuksesta. Tapahtuman ideointiin kannattaa varata riittävästi aikaa ja resursseja, jotta mahdollistetaan, että tapahtuman toteutuksesta saadaan paljon erilaisia ideoita ja toteutustapoja, joita voidaan sitten muokata ja karsia suunnittelun aikana. (Shone & Parry 2013, 114 - 115.) Ideointia voi harjoittaa sekä yksin että ryhmässä, mutta ryhmässä ideoinnin seurauksena tulee useimmiten enemmän erilaisia näkemyksiä ja ajatuksia, joiden seurauksena voi löytyä helpommin tapahtumalle idea. Joskus tapahtuman idea voi syntyä organisaation arvoista tai toiminnasta, ajan ilmiöistä, tapahtumapaikasta tai tapahtuman tavoitteesta. (Vallo & Häyrinen 2016, 123.)

Ideoinnin apuna voi hyödyntää erilaisia ideointimenetelmiä, joita ovat esimerkiksi aivorihi ja 8x8-menetelmä. Ideoinnin tavoitteena on kehittää mahdollisimman paljon ratkaisuehdotuksia kehittämisen kohteena olevaan ongelmaan. Tärkeää on, että ongelmaa lähestytään mahdollisimman kaukaa ja kriittikittömästi, sillä ideointiprosessin edetessä ideoinnin kohdetta tarkennetaan. (Tuulaniemi 2013, 182.)

Tapahtumaa ideoidessa tulee ottaa huomioon esimerkiksi budjetti, aikataulu ja kohderyhmä. Ideoinnin aikana tulee esille usein myös erilaisia kysymyksiä, joihin on hyvä löytää vastaukset ennen tarkempien yksityiskohtien suunnittelua. Tällaisia kysymyksiä voivat olla esimerkiksi missä ja milloin tapahtuma pidetään? Miltä tapahtuman ilme näyttää? Mitä materiaaleja ja välineitä tarvitaan? Tai esimerkiksi kuinka kuljetukset järjestetään? Tällaisiin kysymyksiin tulee selvittää vastaukset ennen kuin aletaan ideoidaan tapahtuman suurempia yksityiskohtia. (Shone & Parry 2013, 114 - 115.)

Tapahtuman suunnitteluvaihe on eniten aikaa ja työtä vievin vaihe, johon panostaminen on tapahtuman onnistumisen kannalta erityisen tärkeää. Mitä aikaisemmin tapahtuman suunnittelu aloitetaan, sitä enemmän suunnittelussa on varaa erilaisille ideoille ja yksityiskohdille.

Suunnittelun tarkoituksena on löytää keinoja, joilla asetetut tavoitteet on mahdollista saavuttaa. (Iiskola-Kesonen 2004, 9 - 10.) Suunnitteluvaihe sisältää muun muassa tapahtuman järjestämisen käynnistämisen, resursoinnin, ideointia ja erilaisten vaihtoehtojen kartoitusta, päätöksien tekemistä ja vahvistamista sekä käytännön toteutuksen organisointia ja suunnittelua. (Vallo & Häyrynen 2016, 191 - 192.)

Suunnitteluvaihe alkaa useimmiten tapahtumabriefillä, jossa selvitetään tapahtuman suunnitteluvaiheen kannalta keskeisimmät asiat. Tapahtumabrief on yleensä asiakirja, josta käy ilmi tapahtuman oleelliset tiedot, kuten tapahtuman tavoite, teema, sisältö, kohderyhmä ja budjetti sekä tapahtuman toteutus ja haluttu tunnelma. Toinen tärkeä suunnitteluvaiheen työkalu on tapahtumakäsikirjoitus, jonka laatii useimmiten tapahtuman projektipäällikkö tai tuottaja. Käsikirjoitus voi olla esimerkiksi tapahtuman tarkka kirjallinen aikataulu, josta käy ilmi mitä tapahtumassa tapahtuu, missä tapahtuu, milloin tapahtuu ja mitkä ovat kunkin toteutukseen osallistuvan henkilön työtehtävät. Hyvin ja tarkasti suunniteltu ja aikataulutettu tapahtuma varmistaa tapahtuman sujuvuuden ja se korreloi osallistujien tyytyväisyyteen. (Vallo & Häyrynen 2016, 196 - 197.)

Tapahtuman suunnitteluvaiheessa laaditaan myös tapahtuman budjetti, jotta saadaan mahdollisimman tarkka käsitys tapahtumasta syntyvistä kuluista. (Muhonen & Heikkinen 2003, 120.) Budjetin määrittäminen ja laatiminen vaativat hyvää organisaatiokykyä ja paljon kärsivällisyyttä ja siksi budjettia laadittaessa on hyödyllistä tarkastella esimerkiksi vastaavanlaisia ja aikaisemmin toteutettuja projekteja, jotta saadaan realistisempi pohja budjetoinnille. (Vallo & Häyrynen 2016, 177.) Tapahtuman budjetti on useimmiten ennalta määrätty asiakkaan puolesta, joten tapahtuman järjestäjän on huolehdittava, että tapahtuma on toteutukseltaan sellainen, että menot pysyvät budjetin sisällä. (Saget 2006, 234 - 235.)

Yhtenä osana suunnitteluvaihetta on käytännön toteutuksen organisointi, joka pitää sisällään muun muassa kriittisten varausten, kuten tapahtumatilan, esiintyjien ja tarjoiluiden alustavat varaukset sekä tapahtuman alustavan aikataulun ja sujuvuuden suunnittelua. Tapahtuman sujuvuuteen vaikuttavat esimerkiksi se onko tapahtumassa riittävästi henkilökuntaa tai onko tapahtuman aikataulu tarpeeksi väljä mahdollisille viivästymisille tai yllättäville muutoksille. Tapahtuman sujuvuus vaikuttaa yleiseen viihtyvyyteen ja asiakastyytyväisyyteen tapahtumassa, joten sen ennalta suunnittelu on erittäin tärkeää. (Vallo & Häyrynen 2016, 197.)

Myös tapahtuman kannalta oleelliset viranomaisilmoitukset ja turvallisuuteen liittyvät tekijät tulee huomioida jo suunnitteluvaiheessa. Tapahtumaa suunniteltaessa täytyy miettiä tarvitseeko tapahtumaa varten hakea erillisiä lupia, kuten tupakanmyynti-, arpajais- tai anniskelulupaa ja tarvitseeko tapahtumasta tehdä esimerkiksi meluilmoitusta tai turvallisuus ja pelastussuunnitelmaa viranomaisille. Mikäli tapahtumassa soitetaan elävää musiikkia tai taustamusiikkia, tapahtuman järjestäjän täytyy ilmoittaa tästä viranomaisille ja maksaa

soitettavasta musiikista tekijänoikeusmaksuja. Luvat ja ilmoitukset vaihtelevat tapahtumalajien mukaan ja on tärkeää, että tapahtumanjärjestäjä huolehtii tarvittavien ja asianmukaisten lupien hakemisesta hyvissä ajoin ennen tapahtumaa. (Vallo & Häyrinen 2016, 180 - 181.)

3.1.2 Toteutusvaihe

Suunnitteluvaiheen jälkeen aletaan konkreettisesti toteuttaa suunniteltua tapahtumaa. Toteutusvaihe on kaikista tapahtumaprosessin vaiheista lyhyin, sillä tapahtuma saattaa olla ohi päivissä tai jopa muutamissa tunneissa. Tapahtuman toteutusvaihe jaetaan rakennusvaiheeseen, itse tapahtumaan ja purkuvaiheeseen. Rakennusvaihe on toteutuksen työläin ja aikaa vievin osuus, sillä silloin kaikki suunnitellut elementit, rakenteet ja somisteet laitetaan valmiiksi tapahtumaa varten. (Vallo & Häyrinen 2016, 199.)

Rakennusvaihe on tärkeää suunnitella etukäteen mahdollisimman hyvin, tapahtumatila ja toimijat huomioiden. On tärkeää miettiä esimerkiksi missä järjestyksessä rakentaminen tapahtuu ja missä vaiheessa tapahtumatilaan voidaan tuoda eri alihankkijoiden tarvikkeita ja elementtejä. Rakennusta ja purkua koskevan aikataulun laatiminen on tärkeä osa tapahtuman riskienhallintaa, joten aikataulu tulee myös jakaa kaikkien alihankkijoiden kesken, jotta jokainen tapahtuman toteutukseen osallistuva toimija on tietoinen käytettävissä olevasta ajasta ja osaa sen perusteella aikatauluttaa omaa työtänsä rakennuksen ja purun aikana. (Vallo & Häyrinen 2016, 199.)

Rakennuksen aikana on useimmiten kannattavaa järjestää tapahtuman läpivienti eli kenraaliharjoitukset, etenkin jos on kyse isommasta ja paljon tekniikkaa sisältävästä tapahtumasta. Tapahtuman läpiviennillä ja ohjelman kenraaliharjoituksilla varmistetaan tapahtuman onnistuminen, sillä sen aikana voidaan korjata mahdollisia virheitä, tehdä muutoksia sisältöön tai esimerkiksi muuttaa esiintyjien ja puhujien esiintymisjärjestystä. Tapahtuman läpiviennin aikana testataan muun muassa tekniikan, kuten valojen sekä äänen toimivuutta ja esiintyjät voivat käydä läpi ohjelmanumeronsa. Hyvä ajankohta kenraaliharjoituksille on, kun tapahtuma on melkein kokonaan rakennettu eli esimerkiksi tapahtumaa edeltävänä iltana tai muutama tunti ennen tapahtuman alkua. (Vallo & Häyrinen 2016, 199, 200 - 201.)

Rakennusvaiheen jälkeen siirrytään itse tapahtumaan. Tapahtuma etenee etukäteen määritellyn aikataulun mukaisesti ja tapahtuman onnistumiseksi on tärkeää, että jokaisella tapahtumassa työskentelevällä on tiedossa oma roolinsa ja tehtävänsä. (Muhonen & Heikkinen 2003, 124 - 125.) Projektipäällikkö tai joissakin tilanteissa tapahtuman tuottaja on isossa roolissa tapahtuman aikana, sillä hänen tehtävänä on esimerkiksi valvoa, että tapahtuma etenee suunnitellusti ja aikataulussa. (Iiskola-Kesonen 2004, 11.) Projektipäällikön täytyy olla myös valmis ratkomaan eteen tulevia ongelmia ja hän vastaa siitä, kuinka edetään, jos tapahtumassa tulee yllättäviä muutoksia suunnitelmiin. (Vallo & Häyrinen 2016, 268.)

Tapahtuman jälkeen viimeisten vieraiden poistuessa tapahtumapaikalta, aloitetaan purku. Tapahtuman purun aikana puretaan muun muassa kaikki tapahtumaa varten rakennetut elementit, tekniikka ja somistus. Purku sisältää myös vuokrattujen tavaroiden ja kalusteiden palautuksen ja tapahtumatilojen siivouksen. Purku aloitetaan useimmiten heti tapahtuman jälkeen, mutta joissain tapauksissa se voidaan aloittaa vasta seuraavana päivänä. (Vallo & Häyrinen 2016, 198 - 199.)

3.1.3 Jälkimarkkinointivaihe ja tapahtuman arviointi

Tapahtuman jälkitoimenpiteisiin kuuluva jälkimarkkinointi, tulee hoitaa noin kaksi viikkoa tapahtuman jälkeen. Jälkimarkkinointiin kuuluu muun muassa kiitosten lähettäminen kaikille tapahtumaan osallistuneille, materiaalien kuten kiitoslahjojen toimitus, palautteen kerääminen ja tapahtuman yhteenvedon työstäminen esimerkiksi palautepalaverien muodossa. Jälkimarkkinoinnilla tapahtumanjärjestäjät osoittavat mukana olleille vieraille, alihankkijoille ja muille yhteistyökumppaneille arvostaneensa heidän osallistumistaan tapahtumaan. (Vallo & Häyrinen 2016, 220.) Tapahtuman jälkitoimenpiteisiin panostaminen viestittää myös, että tapahtuman kokonaisuus on ajateltu huolellisesti loppuun asti. (Muhonen & Heikkinen 2003, 125.)

Yksi hyvin tärkeä tapahtuman jälkitoimenpiteisiin kuuluva toimenpide on palautteen kerääminen. Keräämällä palautetta tapahtumaan osallistuneilta vierailta, saadaan arvokasta tietoa siitä, miten tapahtuman osallistujat kokivat tapahtuman, päästiinkö tavoitteisiin, mitä olisi voitu tehdä toisin ja mikä oli osallistujien mielestä kaikkein parasta. Kerättyä palautetta tulee verrata lähtötilanteeseen eli tapahtuman tavoitteisiin. Tapahtumanjärjestäjä kokoaa kerätystä palautteesta yhteenvedon, analysoi sen ja oppii sen avulla mikä onnistui erityisen hyvin ja missä on parannettavaa. Seuraavaa tapahtumaa järjestettäessä voidaan ottaa oppia edellisen tapahtuman opeista ja oivalluksista. (Vallo & Häyrinen 2016, 220 - 221.)

3.2 Asiakastyytyväisyys osana tapahtuman onnistumista

Asiakastyytyväisyys on tunne, joka syntyy, kun asiakas vertaa tuotteen tai palvelun suorituskykyä tai lopputulosta odotuksiinsa, joita hänellä on ollut sitä kohtaan (Kotler ja Keller 2009, 868). Ylikosken (2000) mukaan tuotteen tai palvelun laatua käytetään usein tyytyväisyyden mittarina, mutta laatu on vain yksi tekijä, joka vaikuttaa asiakkaan tyytyväisyyteen. Palveluissa tyytyväisyys muodostuu ennen kaikkea siitä, mitä hyötyä asiakas kokee palvelusta saavansa. Tärkeintä on, millaisia ominaisuuksia palvelu kokonaisuutena sisältää, kuinka vuorovaikutustilanteet ovat sujuneet ja millaisia seurauksia palvelun käytöllä asiakkaalle on. (Ylikoski 2000, 150 - 151.)

Asiakastyytyväisyyteen tapahtumassa vaikuttavat tekijät on kuvattu kuviossa 2. Kuvion mukaan asiakkaalla on tapahtumaan osallistuessaan tiettyjä ennakko-odotuksia tapahtumasta ja nämä ennakko-odotukset vaikuttavat siihen, mitä asiakas kuvittelee tapahtumasta saavansa.

Tapahtuman aikana asiakas vertaa odotuksiaan tapahtumassa kokemiinsa asioihin ja hänelle syntyy käsitys siitä, onko tapahtuma hänen mielestään onnistunut ja onko hän tyytyväinen tapahtumaan kokonaisuutena vertaillessaan odotuksiaan ja kokemuksiaan tapahtumasta (kuvio 2).



Kuvio 2 Asiakkaan tyytyväisyys tapahtumassa. (Iiskola-Kesonen 2004, 24)

Yleisimmät asiat, jotka tuottavat asiakkaille tyytyväisyyttä tapahtumissa liittyvät Shonen ja Parryn (2004) mukaan palveluun ja tunneperäisiin asioihin. Tunneperäisiä asioita ovat esimerkiksi sosiaalinen kanssakäyminen muiden ihmisten kanssa, tapahtuman tunnelma sekä mahdollisuus rentoutumiseen ja viihtymiseen. Palveluun liittyviä tyytyväisyyttä tuottavia asioita ovat puolestaan esimerkiksi tapahtuman ohjelma ja henkilökunnan käyttäytyminen asiakasta kohtaan. (Shone & Parry 2004, 249 - 250.)

Erilaiset vuorovaikutustilanteet ovat isossa merkityksessä asiakkaan kokemuksen syntymisessä tapahtumissa. Asiakas on tapahtuman aikana vuorovaikutuksessa tapahtuman henkilökunnan ja muiden asiakkaiden kanssa. Lisäksi asiakas on vuorovaikutuksessa palveluntarjoajan eli tapahtumanjärjestäjän kanssa. (Iiskola-Kesonen 2004, 25.) Vuorovaikutustilanteet eivät kuitenkaan välttämättä edellytä sitä, että asiakkaan täytyy keskustella tapahtuman henkilökunnan tai muiden asiakkaiden kanssa, vaan heidän käytöksensä ja pelkkä läsnäolo vaikuttavat tapahtumassa aistittavaan tunnelmaan ja sitä kautta asiakkaan kokemukseen (Ylikoski 2000, 318).

Asiakkaan kokemukseen ennen tapahtumaa ja tapahtuman aikana vaikuttaa saavutettavuus. Saavutettavuudella tarkoitetaan tässä tapauksessa, sitä kuinka helpoksi asiakas kokee tapahtumaan osallistumisen tai kykeneekö asiakas ylipäättään osallistumaan tapahtumaan. Tällaiseen saavutettavuuteen vaikuttavat esimerkiksi tapahtumapaikka, tapahtuman ajankohta, aikataulut ja liikenneyhteydet. (Iiskola-Kesonen 2004, 20.)

Mikäli esimerkiksi tapahtumapaikka sijaitsee syrjässä, huonojen liikenneyhteyksien varrella, asiakas saattaa kokea tapahtumaan saapumisen hankalaksi. Shonen ja Parryn (2004) mukaan, yleisimmin asiakkaiden tyytymättömyyttä tapahtumassa aiheuttavat osa-alueet liittyvät juuri tapahtuman saavutettavuuteen. Tyytymättömyyttä aiheuttavat muun muassa huonot liikenneyhteydet tapahtumapaikalle, vähäiset parkkipaikkojen ja istumapaikkojen määrät, informaation puute tapahtuman aikana sekä liian pitkät jonot ja wc-tilojen epäsiisteys. Asiakkaan tyytyväisyyden takaamiseksi on siis erityisen tärkeää, että näihin edellä mainittuihin asioihin panostetaan tapahtuman järjestelyissä. Esimerkiksi näkyvät opasteet tapahtumassa tekevät alueella liikkumisen miellyttäväksi ja helpoksi ja näin ollen se lisää tapahtuman saavutettavuutta asiakkaan silmissä. (Shone & Parry 2004, 249 - 250.)

Ylikosken (2000) mukaan palveluympäristöllä on sitä enemmän merkitystä asiakkaan kokemukseen, mitä kauemmin hän viettää aikaansa organisaation tiloissa. Ympäristön merkitys kasvaa myös, kun palvelun tarkoituksena on tuottaa asiakkaalle mielihyvää. Mitä kauemmin asiakas esimerkiksi tapahtuma-alueella viettää aikaansa, sitä tärkeämpää hänelle on, että alueen tilat on hyvin suunniteltu ja, että ympäristö on siisti. Tämän vuoksi on tärkeää kiinnittää huomiota myös alueen koristeluun, koska se vaikuttaa omalta osaltaan tapahtuman tunnelmaan ja sitä kautta asiakkaan kokemukseen. (Ylikoski 2000, 235.)

4 Asiakasyrityksen pikkujoulujen tapahtumaprosessin kuvaus

Pikkujoulujen tapahtumaprosessi sisälsi tapahtuman suunnittelu-, toteutus- ja jälkimarkkinointivaiheen, josta käytän tässä opinnäytetyössä nimeä jälkitoimenpide ja tapahtuman arviointi vaihe. Pikkujoulujen tapahtumaprosessin vaiheet on nähtävissä liitteessä 1. Suunnitteluvaiheessa toteutettiin Asiakasyritys Y:n tapahtumista ja markkinoinnista vastaavalle henkilölle tapahtumabrief sekä henkilöstölle tapahtumaan liittyviä ennakko-odotuksia selvittävä kysely. Suunnitteluvaihe sisälsi myös tapahtuman ideointivaiheen, joka toteutettiin projektitiimin kesken aivoriihenä. Ideoinnin seurauksena syntyi kolme erilaista tapahtumaehdotusta pikkujouluista, joista asiakas valitsi yhden toteutettavaksi.

Tapahtuman toteutusvaihe sisälsi tapahtuman rakennusvaiheen, varsinaisen tapahtuman ja tapahtuman purun. Tapahtuman jälkitoimenpide ja arviointivaiheessa lähetettiin muun muassa kiitosviestit alihankkijoille ja yhteistyökumppaneille sekä toteutettiin tapahtuman vieraille palautekysely. Arviointivaiheessa pohdittiin tapahtuman onnistumista palautekyselystä saatujen tulosten perusteella (liite 1).

4.1 Tapahtuman suunnitteluvaihe

Asiakasyrityksen pikkujoulujen tapahtumaprosessin suunnitteluvaihe aloitettiin noin kolme kuukautta ennen tapahtuman suunniteltua toteutusta. Suunnitteluvaiheen aluksi, ennen varsinaista ideointia ja tapahtuman sisällön suunnittelua, tapahtumanjärjestäjät asettivat tapahtumalle omat tavoitteensa. Tavoitteiksi määriteltiin suunnitella ja järjestää

kokonaisuudessaan onnistunut tapahtuma, jossa rento ilmapiiri, yhteisöllisyys ja elämyksellisyys kohtaavat sekä vieraat viihtyvät. Tavoitteena oli, että tapahtumasta jäisi vieraille hyvä mieli ja hymy huulille.

Tapahtumanjärjestäjän omien tavoitteiden määrittelyn jälkeen varsinainen tapahtuman suunnittelu aloitettiin tapahtumabriefillä, joka toteutettiin Asiakasyritys Y:n tapahtumista ja markkinoinnista vastaavalle henkilölle teemahaastatteluna. Teemahaastattelun jälkeen toteutettiin vielä Asiakasyritys Y:n henkilöstölle kysely, jossa selvitettiin muun muassa pikkujouluhin liittyviä ennakko-odotuksia ja toiveita. Haastattelusta ja kyselyn tuloksista saatiin suunnitteluvaiheeseen ja tapahtuman ideointiin arvokasta tietoa Asiakasyritys Y:n henkilöstöltä, joiden perusteella lähdettiin ideoimaan tapahtumaan sisältöä. Seuraavissa luvuissa esitellään Asiakasyritys Y:n yhteyshenkilölle toteutetun haastattelun ja henkilöstölle tehdyn ennakko-odotuksia mittaavan kyselyn tulokset sekä perehdytään tapahtuman suunnitteluvaiheeseen.

4.1.1 Tapahtumabrief

Tapahtuman suunnitteluvaihe aloitettiin tapahtumabriefillä, joka toteutettiin teemahaastatteluna Asiakasyritys Y:n yhteyshenkilölle. Haastateltava oli noin 40-vuotias nainen, joka on vastannut Asiakasyritys Y:n tapahtumista ja markkinoinnista noin 10 vuoden ajan. Haastattelu nauhoitettiin ja lopuksi litteroitiin äänitteestä kirjalliseen muotoon.

Teemahaastattelu on puolistrukturoitu haastattelumenetelmä, joka kuuluu laadullisen eli kvalitatiivisen tutkimuksen tiedonkeruumenetelmiin, jonka avulla pyritään ymmärtämään kohteen laatua, ominaisuuksia ja merkityksiä kokonaisvaltaisesti. Teemahaastattelulla voidaan tutkia yksilön ajatuksia, kokemuksia, tunteita ja sanatonta kokemustietoa. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 47 - 48.) Teemahaastattelussa haastattelu perustuu tiettyihin ennalta määriteltyihin aihealueisiin ja on tyypillistä, että haastattelun aihealueet ovat tiedossa, mutta kysymysten tarkka muoto ja järjestys puuttuvat. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2004, 197.)

Teemahaastattelussa esitetään tarkkojen kysymysten sijaan siis avoimia kysymyksiä ja annetaan keskusteluteemoja, joten on hyvin tärkeää laatia kysymyksiä joihin vastaaja ei pysty vastaamaan kyllä tai ei, jotta haastattelija vaikuttaa vastaajan vastauksiin niin vähän kuin mahdollista. Teemahaastattelussa on tärkeää, että vastaajat saadaan kertomaan hyvin vapaamuotoisesti ja laajasti tutkittavasta ilmiöstä. (Kananen 2008, 53-54.)

Teemahaastattelun tekeminen jaetaan kolmeen eri vaiheeseen. Teemahaastattelun ensimmäisessä vaiheessa tehdään taustatyötä eli suunnitellaan tulevaa tutkimusta ja mietitään aihepiirejä, joista haastattelussa halutaan saada tietoa. Tämän jälkeen haastattelu toteutetaan ja siinä edetään suunnitelman mukaan. Haastattelun jälkeen seuraa analysointivaihe eli yhteenveto saadusta aineistosta. Haastatteluaineisto kannattaa kirjoittaa muotoon mahdollisimman sanatarkasti, jotta tulosten analysoiminen on helpompaa. (Kananen 2008, 81.) Jokainen

vaihe on tutkimuksen onnistumisen kannalta oleellinen ja tutkimuksen luotettavuuden kannalta on tärkeää, että tutkimuksen tekijä paneutuu huolella joka vaiheeseen. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 47 - 48.)

4.1.2 Tapahtumabriefin toteutus ja tulokset

Haastattelun teemat ja kysymykset laadittiin onnistuneen tapahtuman mallin strategisten kysymysten pohjalta. Haastattelussa tapahtuman strategisiin kysymyksiin vastaavia teemoja olivat tapahtuman lähtökohdat, tapahtuman tavoite ja viesti sekä tapahtuman kohderyhmä. Tapahtumabriefissä asiakkaalta selvitettiin, miksi tapahtuma järjestetään eli mitkä ovat sen tavoitteet, mitä tapahtumalla tahdotaan viestiä, kenelle se järjestetään sekä mitä järjestetään eli missä ja milloin tapahtuma järjestetään (liite 2).

Yhdeksi haastattelun teemaksi nostettiin myös tapahtuman ohjelma ja sisältö, joka vastaa kysymykseen millainen ja lukeutuu tapahtumaan liittyvien operatiivisten kysymysten piiriin. Asiakkaalta haluttiin selvittää myös, millainen tapahtuma ollaan järjestämässä eli onko tapahtuma asia-, viihde vai -yhdistelmä tapahtuma, minkälaista tunnelmaa tapahtumaan tavoitellaan ja minkälaista ohjelmaa he haluaisivat tapahtumassa olevan (liite 2).

Haastattelun tavoitteena oli kartoittaa tapahtuman reunaehdot ja asiakkaan tavoitteita tapahtumaa kohtaan. Haastattelu toteutettiin, jotta tapahtumanjärjestäjä saisi arvokasta tietoa asiakkaan lähtökohdista, tavoitteista ja toiveista tapahtumaa kohtaan ja pystyisi sitten ottamaan nämä huomioon parhaalla mahdollisella tavalla jo tapahtuman suunnitteluvaiheessa. Haastattelun tuomien vastausten perusteella olisi myös helpompi lähteä suunnittelemaan juuri asiakkaan toiveisiin ja tavoitteisiin vastaavaa tapahtumaa. Tapahtuman onnistumisen kannalta on myös erityisen tärkeää, että tapahtumanjärjestäjä tiedostaa strategiset ja operatiiviset kysymykset jo tapahtuman suunnittelun alkuvaiheessa.

Tapahtumabriefissä eli haastattelussa asiakkaalta kysyttiin, mitä toiveita ja odotuksia heillä on tapahtuman suhteen, johon asiakas vastasi, että he toivovat, että suunnittelemme heille kolme erikokoista ja sisällöltään toisistaan eroavaa tapahtuma ehdotusta pikkujouluista, joista he sitten valitsevat yhden joka toteutetaan. Tapahtumien budjetiksi asiakas antoi tässä vaiheessa 10 000 - 50 000 euroa. (Asiakasyritys Y:n Tapahtuma- ja markkinointivastaavan haastattelu 2017.)

Asiakas kertoi, että tapahtuman kohderyhmä koostuu noin 25 - 60 vuotiaista miehistä ja naisista, joista noin 60 % on miehiä ja 40 % naisia. Kohderyhmässä on henkilöitä myynnin ja markkinoinnin puolelta, jotka ovat työskennelleet yrityksessä monta vuotta ja henkilöitä, jotka ovat vasta aloittaneet työnsä yrityksen palveluksessa. Osa henkilöstöstä on siis osallistunut usean vuoden ajan yrityksen pikkujouluihin ja osa osallistuu nyt ensimmäistä kertaa. Asiakas kertoi, että kohderyhmä on hyvin aktiivinen ja pitää menevästä tekemisestä, minkä

vastapainoksi he arvostavat rentoa yhdessä oloa hyvän ruoan ja juoman äärellä. (Asiakasyritys Y:n Tapahtuma- ja markkinointivastaavan haastattelu 2017.)

Asiakkaalta kysyttiin myös mikä hänen mielestään tekee tapahtumasta onnistuneen ja mitkä tekijät siihen vaikuttavat. Asiakas vastasi, että tapahtuman onnistuminen on lähes taattu, kun on riittävästi hyvää ruokaa ja juomaa sekä jokin kiva ryhmässä toteutettava aktiviteetti. Hän lisäsi myös, että tunnelmallinen tapahtumatila sekä stressitön ja rento ilmapiiri ovat myös tärkeitä tekijöitä tapahtuman onnistumisen kannalta. (Asiakasyritys Y:n Tapahtuma- ja markkinointivastaavan haastattelu 2017.)

Haastattelun aikana asiakas kertoi, että heidän yrityksensä asettama tavoite pikkujouluille on ennen kaikkea ryhmähengen vahvistaminen. Asiakasyritys haluaisi myös, että tapahtuma sisältää jossain muodossa ripauksen glamouria sekä rentoa yhdessä oloa ja yhteistä, ryhmähenkeä vahvistavaa tekemistä. Haastattelussa kävi myös ilmi, että asiakasyritys toivoo, että tapahtuma sisältää henkilöstön myyntikokouksen, vapaaehtoisen aktiviteetin sekä illallisen, jonka yhteydessä suoritetaan yrityksen myyntihenkilöiden palkitseminen. Asiakas painotti myös, että he toivovat pikkujouluja, jotka olisivat heidän henkilöstölleen irtiotto arjesta ja samalla palkinto menestyksekkästä työvuodesta. (Asiakasyritys Y:n Tapahtuma- ja markkinointivastaavan haastattelu 2017.)

4.1.3 Ennakko-odotuksia mittaavan kyselyn toteutus

Asiakasyritys Yn yhteyshenkilön haastattelun lisäksi, yrityksen henkilöstölle toteutettiin tapahtumaan liittyviä ennakko-odotuksia mittaava kysely (liite 3). Kysely tehtiin Internetissä sijaitsevalla Survey Monkey nimisellä kyselytutkimustyökalulla ja henkilöstölle lähetettiin linkki Internet sivuilla olevaan kyselyyn. Henkilöstön sähköpostiosoitteet saatiin Asiakasyritys Y:n yhteyshenkilöltä.

Kysely tunnetaan survey-tutkimuksen keskeisenä menetelmänä. Kyselytutkimuksen etuna on, että sen avulla voidaan saada vastauksia hyvin suurelta joukolta ihmisiä ja voidaan kysyä monia asioita. Palautetta voidaan kerätä kirjallisella tai sähköisellä kyselylomakkeella tapahtuman tekijöiltä, isänniltä ja tapahtumaan osallistuneilta. Hyvin toimiva tapa kerätä palautetta on lähettää mobiililaitteeseen tai sähköpostiin linkki palautekyselyyn. Tämä tapa tietenkin edellyttää sen, että osallistujien sähköpostiosoitteet ja puhelinnumerot ovat tapahtumanjärjestäjän tiedossa. Palautekyselyn linkki tulisi lähettää mahdollisimman nopeasti tapahtuman jälkeen, kun kaikki on vielä hyvin muistissa ja täten vastaaminen on helppoa ja vaivatonta. (Bergström & Leppänen 2009, 484 - 485.)

Erilaiset palautekyselyt kuten tyytyväisyystutkimukset kohdistetaan useimmiten yrityksen nykyiseen asiakaskuntaan, ja niissä selvitetään yrityksen ja yrityksen tuotteiden tai palvelun toimivuus suhteessa asiakkaan odotuksiin. Kokemusten lisäksi pitäisi siis mitata asiakkaan

odotuksia ja niiden toteutumista. Asiakastyytyväisyys on yhtä kuin asiakkaan kokema laatu suhteessa asiakkaan tarpeisiin ja odotuksiin. (Bergström & Leppänen 2009, 484 - 485.)

Kyselyn avulla oli tarkoituksena selvittää pikkujouluihin osallistuvan henkilöstön mielipiteitä viime vuosien pikkujouluista sekä toiveita ja ennakko-odotuksia tuleviin pikkujouluihin liittyen. Kysely on tarpeen tehdä, sillä asiakasyrityksen tapahtumiin eikä etenkään henkilöstön sisäisiin tapahtumiin kohdistuvaa tyytyväisyyttä ole aikaisemmin tutkittu. Näin ollen ei myöskään ole tarkkaa tietoa siitä, mihin tapahtuman osa-alueisiin henkilöstö on aikaisempina vuosina ollut tyytyväinen ja mitkä osa-alueet taas ovat heidän mielestään kaivanneet kehittämistä. Kyselyn avulla saatiin arvokasta tietoa siitä, mitä henkilöstö toivoo tapahtumalta ja nämä mielipiteet ja toiveet pystyttiin ottamaan huomioon pikkujoulujen suunnitteluvaiheessa.

Kysely tehtiin Asiakasyritys Y:n kaikille 25 työntekijälle. Vastajat olivat iältään 25 - 60 vuotiaita ja heistä 60 % oli miehiä ja loput 40 % naisia. Osa vastaajista on työskennellyt yrityksen palveluksessa usean vuoden ajan, mutta joukossa oli myös kolme uutta henkilöä. Kaikki 25 työntekijää vastasivat kyselyyn. Kysely sisälsi seitsemän kysymystä ja se tehtiin suomeksi ja englanniksi, sillä yrityksen henkilöstössä on myös vieraskielisiä työntekijöitä.

Kyselyn kysymysten laatimisessa käytettiin hyödyksi onnistuneen tapahtuman mallin operatiivisia kysymyksiä, jotka vastaavat kysymyksiin siitä miten onnistunut tapahtuma järjestetään ja millainen on onnistunut tapahtuma. Operatiivisten kysymysten avulla pystyttiin selvittämään asiakasyrityksen henkilöstön mielipiteitä, siitä millainen on heidän mielestään onnistunut tapahtuma ja mitkä asiat vaikuttavat tapahtuman onnistumiseen. Kyselyn avulla saatiin arvokkaita näkemyksiä, joiden avulla tapahtuman onnistuminen saavutetaan todennäköisemmin. Vastausten perusteella pystyttiin myös ottamaan erilaisia asioita huomioon pikkujoulujen suunnittelu- ja toteutusvaiheessa.

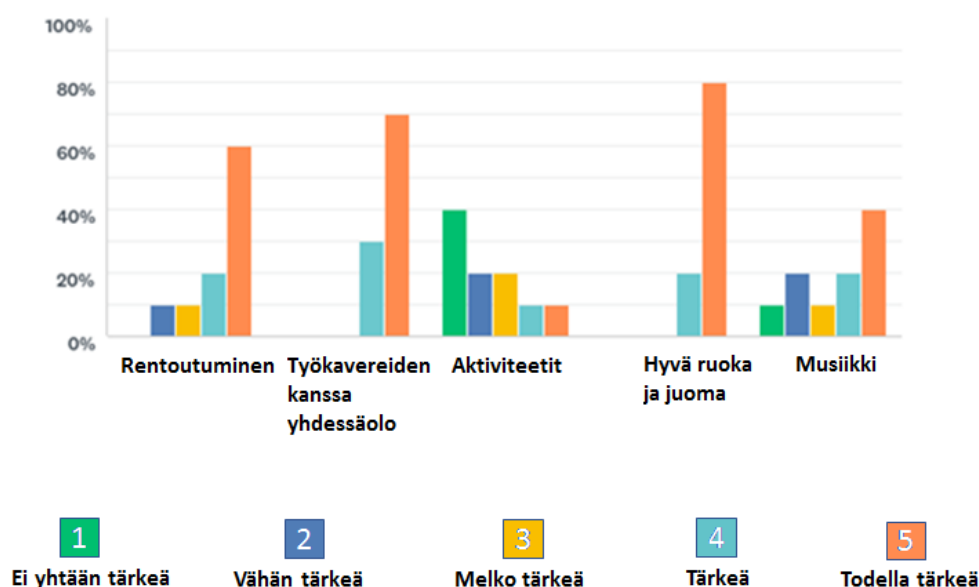
4.1.4 Ennakko-odotuksia mittaavan kyselyn tulokset

Kyselyssä vastaajilta kysyttiin, mitä mieltä he ovat olleet aikaisempien vuosien pikkujouluista, niiden ohjelmasta ja järjestelyistä. Tarkoituksena oli tiedustella mitkä asiat ovat olleet hyviä ja onnistuneita sekä puolestaan mitkä asiat vaatisivat kehittämistä, jotta esimerkiksi pikkujoulujen ohjelman suunnittelussa voitaisiin ottaa vieraiden toiveet huomioon. Vastaajia pyydettiin myös laittamaan tärkeysjärjestykseen rentoutuminen, yhdessäolo työkavereiden kanssa, aktiviteetit, ruoka ja juoma sekä musiikki pikkujoulujen näkökulmasta. Tällä kysymyksellä saatiin tietoa, siitä mihin asioihin pikkujouluissa kannattaa panostaa ja mitkä asiat voi mahdollisesti jättää vähemmälle huomiolle. Vastaajia pyydettiin myös kertomaan toiveistaan ja odotuksistaan tulevia pikkujouluja kohtaan. Vastaajia pyydettiin muun muassa kommentoimaan, minkälaista ohjelmaa ja aktiviteettia he toivoisivat tapahtumassa olevan ja mikä heidän mielestään tekee tapahtumasta onnistuneen.

Ensimmäisenä kyselyssä vastaajaa pyydettiin kuvailemaan muutamalla sanalla yrityksen aikaisempia pikkujouluja esimerkiksi, mitkä asiat ovat olleet hyviä ja onko jotain asioita mitä pitäisi kehittää. Tämän kysymyksen vastauksista ilmeni, että aikaisemmissa pikkujouluissa hyvää on ollut muun muassa tarjoilut, yhteishenki, musiikkiesitykset sekä hienot ja lämminhenkiset tapahtumatilat. Vastauksista ilmeni myös, että juhlat ovat olleet vastaajien mielestä onnistuneita silloin kuin ohjelma on ollut hyvin rentoa eikä ole ollut kiire mihinkään. Vastaajien mielestä kehitettävää oli puolestaan siinä, että aikaisempina vuosina pikkujoulut ovat olleet melko rauhallisia ja nyt toivottiin, että olisi tiedossa jotain jännityksellisempää ja mahdollisesti liikunnallista ohjelmaa.

Vastanneilta kysyttiin myös, mitkä asiat ovat heille tärkeimpiä pikkujouluja ajatellen ja heitä pyydettiin numeroimaan annetut vaihtoehdot tärkeysjärjestykseen asteikolla 1 - 5, jossa numero yksi on vähiten tärkeä ja numero viisi eniten tärkeä (taulukko 1). Näitä vaihtoehtoja olivat rentoutuminen ja hemmottelu, yhdessäolo työkavereiden kanssa, aktiviteetit, hyvä ruoka ja juoma sekä musiikki.

Enemmistö eli jopa 80 % vastanneista oli sitä mieltä, että hyvä ruoka ja juoma ovat tärkeimpiä asioita pikkujouluissa. Toiseksi tärkeimmäksi asiaksi pikkujouluissa vastaajat luokittelivat työkavereiden kanssa yhdessä vieton ja kolmanneksi rentoutumisen sekä hemmottelun. Vähiten tärkeimpänä pidettiin aktiviteettien ja musiikin merkitystä osana pikkujouluja.



Taulukko 1 Ennakko-odotuksia mittaavan kyselyn tulokset: tärkeimmät asiat pikkujouluissa 2017.

Kyselyllä selvitettiin myös vastaajien odotuksia ja toiveita pikkujouluista ja esimerkiksi tapahtuman ohjelmasta. Vastauksista ilmeni, että pikkujouluihin toivottiin viihdyttävää ja rentoa ohjelmaa, jotain liikunnallista tai hyvinvointiin liittyvää aktiviteettia sekä riittävästi vapaa-aikaa ohjelman lomassa. Useissa vastauksissa toivottiin myös jotain hauskaa ohjelmaa kuten stand up komiikkaa. Lisäksi menevän musiikin, hyvän ruoan ja juoman sekä yhdessä olon tärkeyttä korostettiin useissa vastauksissa.

Kyselyn päätteeksi vastaajia pyydettiin kuvailemaan, mitkä asiat heidän mielestään tekevät tapahtumasta yleisesti ottaen onnistuneen. Vastauksien perusteella hyvä valmistautuminen, hyvät tarjoilut, kiireetön ja rento tunnelma sekä hyvä palvelu tekevät tapahtumasta onnistuneen. Myös tilaisuuteen sopivaa ohjelmaa ja tapahtumapaikkaa pidettiin tärkeänä edellytyksenä tapahtuman onnistumiselle.

Yhteenvetona vastauksista voidaan päätellä, että yhdessäolo, maukas ruoka ja juoma, kiireetön ja stressitön tunnelma sekä ryhmässä tehtävä esimerkiksi liikunnallinen aktiviteetti ovat sellaisia asioita, joita pikkujoulujen kohderyhmä pitää tärkeänä. Tästä voidaan todeta, että vastaajat odottavat pikkujouluilta rentoa, lämminhenkistä ja ennen kaikkea mukavaa iltaa työkavereiden kanssa, hyvän ruoan ja juoman äärellä. Kyselyn vastausten perusteella pikkujouluissa täytyy myös olla jokin jännityksellinen elementti ja riittävästi vapaa-aikaa ohjelma-numeroiden välissä.

4.1.5 Tapahtuman ideointi

Asiakasyritys Y:n tapahtuma- ja markkinointivastaavan haastattelun sekä henkilöstölle suunnatun tapahtumaan liittyviä ennako-odotuksia mittaavan kyselyn tulosten perusteella lähdettiin suunnitteluprosessissa eteenpäin ideoimaan ja suunnittelemaan kolme erikokoista tapahtuma ehdotusta. Suunnitteluvaiheen aluksi ideoitiin tapahtumien sisältöä haastattelussa ja kyselyssä ilmenneiden asiakkaan toiveiden ja ennako-odotusten pohjalta. Ennen pikkujoulujen sisällön ideointia päätettiin, että tapahtuma alkaa myyntikokouksella ja illallisen yhteydessä palkitaan yrityksen henkilökuntaa. Nämä tekijät tuli siis huomioida pikkujoulujen ideoinnin ja suunnittelun aikana. Ideointi aloitettiin tapahtuman teemasta, jonka yhteyteen alettiin miettimään teemaan sopivaa aktiviteettia. Kaikkien kolmen tapahtuman keskeiseksi teemaksi valittiin hyvä ryhmähenki ja yhdessä tekeminen, sillä nämä asiat nousivat esille useaan otteeseen Asiakasyritys Y:n yhteyshenkilön haastattelussa ja henkilöstölle tehdyssä kyselyssä.

Teeman ympärille lähdettiin ideoimaan sopivaa tapahtumapaikkaa sekä tapahtuman sisältöä ja ohjelmaa. Tapahtuman eri osa-alueiden ideoimiseen käytettiin aivorihtä, johon osallistui kolme työntekijää Tapahtumatoimisto X:stä. Nämä kolme työntekijää olivat tapahtuman tuottaja eli minä itse, tapahtuman projektipäällikkö ja suunnittelutiimin suunnittelija. Aivorihti toteutettiin kaksivaiheisena ja sen tuloksena syntyneet ideat pohjautuivat haastattelussa ja kyselyssä henkilöstöltä esille tulleisiin asioihin, toiveisiin ja odotuksiin.

Aivorihi (engl. brainstorming) on yksi luovan ongelmanratkaisun ideointimenetelmistä, jossa tarkoituksena on tuottaa mahdollisimman paljon ideoita, joista myöhemmin valitaan käyttökelpoisimmat. Aivoriheen aikana kerätään ideoita, ajatuksia ja tietoa ryhmissä, joissa on vähintään kaksi, mutta mielellään 6 - 12 osanottajaa. Aivoriheen tarkoituksena on, että kaikki esille tulevat ideat kirjataan ylös kritisoimatta ja kun ideoita on saatu tarpeeksi kasaan, niitä kehitetään ja yhdistellään. Menetelmän vahvuutena on ideoiden runsaus ja se, että toisten ideoinnin pohjalta voi syntyä täysin uusia ideoita ja opitaan uusia lähestymistapoja tarkasteltavia asioita kohtaan. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 146.)

Aivoriheen ensimmäisenä vaiheena oli ideoida erilaisia tapahtuman järjestämiseen ja sen luonteeseen sopivia tapahtumapaikkoja ja tiloja. Yrityksen henkilöstölle tehdystä kyselystä ilmeni, että yritykselle aikaisemmin järjestetyissä tapahtumissa hienoissa paikoissa sijaitsevat ja lämminhenkiset tapahtumatilat olivat olleet pikkujoulujen onnistumisen kannalta merkittävässä osassa. Tämä otettiin erityisen tarkasti huomioon tapahtumapaikan ideoinnissa. Tapahtumapaikan tai tilan täytyi myös olla sellainen, johon mahtuu 25 henkilöä samanaikaisesti illallistamaan ja viettämään yhteistä aikaa. Tapahtumapaikkoja ideoidessa täytyi ottaa myös huomioon mahdollinen yön yli yöpyminen, tapahtumatilojen käytännöllisyys ja paikan soveltuvuus erilaisten ohjelmanumeroiden toteuttamiseen.

Aivoriheen osallistuneet kirjasivat ylös paperille viiden minuutin ajan omia ideoitaan pikkujoulujen järjestämiseen sopivista tapahtumapaikoista. Ideointihetken päätteeksi ideat esiteltiin muille ja niitä lähdettiin kommentoimaan, vertailemaan ja karsimaan. Lyhyen ideoinnin tuloksena pikkujoulujen tapahtumapaikaksi esiteltiin muun muassa Rukaa ja Leviä sekä Himoksen tunnelmallisia mökkejä, asiakasyrityksen omia tiloja ja muutamia pääkaupunkiseudulla sijaitsevia ravintoloita sekä kokous- ja kylpylähotelli Långvikia.

Tapahtumapaikkoja vertaillaessa esille tuli huomioita siitä, että esimerkiksi Levi ja Ruka ovat sijainniltaan muita paikkoja kauempana, joten aikaa säästääkseen sinne täytyy matkustaa lentokoneella. Lennot Lappiin puolestaan ovat kalliita ja syövät suuren osan budjetista ja näin ollen muusta tekemisestä. Tästä johtuen Ruka ja Levi tapahtumapaikkoina päätettiin unohtaa ja keskityttiin lähempänä sijaitseviin tapahtumapaikkoihin, joihin pystyy matkustamaan esimerkiksi bussilla. Näin ollen vaihtoehdoiksi jäivät yrityksen omat tilat, Himos ja muutamat pääkaupunkiseudun ravintolat ja kokous- ja kylpylähotelli Långvik.

Tapahtumapaikkojen ideoinnin jälkeen lähdettiin ideoimaan tapahtuman sisältöä, ohjelmaa ja ryhmähenkeä vahvistavia aktiviteetteja. Pikkujoulujen sisällön ideoinnissa otettiin jälleen huomioon haastattelussa ja kyselyssä ilmenneet vastaajien odotukset ja toiveet tapahtuman sisällöstä. Kyselyn vastauksissa korostui muun muassa hyvän ruoan ja juoman tärkeä merkitys, joten tästä syystä ruoka ja etenkin yhdessä ruokailu päätettiin ottaa merkittäväksi osaksi pikkujouluja.

Aktiviteetista puolestaan haluttiin ryhmähenkeä kohottava ja mahdollisesti liikunnallinen. Kyselyn perusteella henkilöstön tiimihenkeä ja työilmapiiriä kohottavat aktiviteetit olivat aikaisemmissa henkilöstön tapahtumissa olleet suosittuja. Liikunnalliset aktiviteetit on usein myös helppo toteuttaa tiimeissä, jolloin henkilöstön tiimihenkeä ja työilmapiiriä saadaan kohotettua. Kyselystä ilmeni myös, että rento yhdessäolo esimerkiksi jonkun hyvinvointiin liittyvän aktiviteetin tai ohjelmanumeron merkeissä on etenkin Asiakasyritys Y:n naispuolisten työntekijöiden mieleen. Muun muassa nämä asiat otettiin huomioon, kun lähdettiin ideoimaan pikkujoulujen sisältöä.

20 minuutin aktiviteettien ja ohjelmanumeroiden ideoinnin jälkeen ylös kirjatut ideat esiteltiin jälleen ryhmän kesken ja niitä kommentoitiin sekä vertailtiin. Pikkujoulujen ohjelmaksi ideoitiin paljon erilaisia aktiviteetteja kuten leikkimielistä mäkiautoilua, kokkisotaa, huskysafaria, kelkkailua, laskettelua, cocktailkoulua, viininmaistelua, talviolympialaisia, oman elokuvan tekoa elokuvan tuotantoyhtiön avustuksella, kylpylää, saunaa ja spa-hoitoja. Myyntikokouksen ja aktiviteettien oheen puolestaan ideoitiin eri tyyppisiä illallisia esimerkiksi perheillallista, fine diningia ja illallista julkkiskokin valmistamana. Illallisen yhteyteen ideoitiin myös Oscar-tyyppistä palkintogaalaa, erilaisia musiikkiesityksiä, taikuria ja stand up-komiikkaa.

Näistä ideoista lähdettiin karsimaan heikoimpia pois miettimällä erilaisia riskitekijöitä ja muita asioita, jotka saattaisivat vaikuttaa merkittävästi tapahtuman onnistumiseen. Ideoitujen aktiviteettien kirjo oli hyvin laaja, joten aktiviteetteihin liittyvien riskitekijöiden listaaminen helpotti vaihtoehtojen karsimista. Aktiviteetteihin liittyi riskejä etenkin, jos ne olivat kovin säästä riippuvaisia tai tarvitsivat toimiakseen talvista säätä ja lunta, sillä suunnitteluvaiheessa eli syys- ja lokakuun vaihteessa ei voinut vielä tietää minkälainen talvi olisi tulossa. Aktiviteettien tahdottiin myös olevan riittävän omaperäisiä, kiinnostusta herättäviä ja mahdollisesti sellaisia joita yrityksen henkilöstö ei ole aikaisemmin kokeillut. Lisäksi asiakas ilmaisi haastattelussa toivovansa, että aktiviteetti olisi sellainen johon kaikki pystyisivät halutessaan osallistumaan esimerkiksi kunnosta tai iästä riippumatta. Aktiviteetin tuli myös olla kaikille vapaaehtoinen ja sellainen, että halutessaan vieras voisi valita jotain vaihtoehtoista tekemistä tilalle.

Nämä asiat huomioon ottaen päätettiin hieman perinteisemmät ja talvisen sään vaativat aktiviteetit kuten kelkkailu ja laskettelu sekä hieman fyysisempää kuntoa vaativat aktiviteetit kuten talviolympialaiset ja mäkiautoilu jättää pois vaihtoehtojen listalta. Lopulta jäljelle jääviä ideoita lähdettiin yhdistelemään ja jalostamaan eteenpäin ja niistä luotiin kolme toteutukseen ja kokoluokaltaan erilaista tapahtumaa. Tapahtuman sisällön ideoinnin ja suunnittelun jälkeen jokaiselle tapahtumalle tehtiin tarkat budjetit, jotka esitettiin tapahtuma ehdotusten esittelyn yhteydessä asiakkaalle.

4.1.6 Tuloksena kolme tapahtuma ehdotusta

Tapahtumaehdotukset luotiin asiakasyrityksen yhteyshenkilön haastattelun ja henkilöstölle tehdyn kyselyn tulosten pohjalta. Kaikkia suunniteltuja tapahtumia yhdisti se, että ne alkavat henkilöstön myyntikokouksella jota seuraa ryhmähenkeä vahvistava aktiviteetti. Kaikki suunnitellut toteutukset sisältävät vieraiden toivomaa vapaa-aikaa, mutta myös ohjattua ohjelmaa ja yhdessäoloa. Henkilöstölle tehdystä kyselyssä vastanneista jopa 80 % oli sitä mieltä, että hyvä ruoka ja juoma ovat tärkeimpiä asioita pikkujouluissa, joten nämä kaksi asiaa ovat vahvasti läsnä näissä kolmessa eri kokoluokan tapahtumaehdotuksissa.

Lisäksi kaikissa kolmessa tapahtumaehdotuksessa tapahtumat päättyvät illalliseen, jonka yhteydessä järjestetään palkintogaala, jossa palkitaan yrityksen henkilöstöä kuluneen vuoden hyvin tehdystä työstä. Nämä ideoidut tapahtumat esitellään seuraavaksi koko järjestyksessä, pienen kokoluokan toteutuksesta suurimpaan.

Ehdotus 1: Pienen kokoluokan tapahtuma

Ensimmäinen ehdotus sisälsi pikkujoulutapahtuman, joka oli toteutukseltaan pienimuotoisin ja budjetiltaan noin 10 000 euroa. Asiakasyrityksen henkilöstölle tehdystä kyselystä ilmeni, että hyvin rennot ja kaiken ohjelman lomassa riittävästi vapaa-aikaa sisältävät henkilöstötapahtumat ovat olleet aikaisemmin henkilöstön mielestä onnistuneimpia. Tästä inspiroituneena pienen kokoluokan tapahtuman keskiössä oli kiireettömyys ja yhteisen ajan viettäminen rennoissa ja kotoisissa tunnelmissa. Tähän pohjautuen myös ohjelma on suunniteltu hyvin vapaa-muotoiseksi unohtamatta kuitenkaan yhdessä tekemistä ja ryhmähenkeä kohottavaa aktiiviteettia.

Tässä pienen kokoluokan tapahtumaehdotuksessa pikkujoulut järjestettäisiin asiakkaan omalla toimistolla Helsingissä. Yrityksen toimisto valikoitui tapahtumapaikaksi ennen kaikkea kustannussyistä, koska erillistä tilavuokraa ei tule, pystytään rahalla hankkimaan muuta sisältöä pikkujouluihin. Yrityksen tilat tarjoavat myös loistavat puitteet pikkujoulujen järjestämiselle isojen salien ja kokoustilojen sekä sauna- ja suihkutilojen vuoksi.

Pienen kokoluokan toteutuksessa pikkujoulut alkavat aamiaisella, jonka yhteydessä vieraille jaetaan joulukuusenkoristeet ja asiakkaan ilmeellä brändätyt villasukat. Aamiaisen jälkeen päivä jatkuu muutaman tunnin kestäväällä myyntikokouksella, jonka jälkeen tarjoillaan lounasta yrityksen tiloissa sijaitsevassa ravintolassa. Lounaan jälkeen koittaa noin kolmen tunnin tauko, jonka aikana ohjelma on vapaata.

Tauon aikana vierailla on mahdollisuus peseytymiseen ja saunomiseen asiakasyrityksen toimistotilojen yhteydessä sijaitsevilla sauna- ja suihkutiloissa, jotka on varattu päiväksi yrityksen käyttöön. Naisille tarjotaan myös mahdollisuus hiusten- ja meikinlaittoon ammattikampaajan ja maskeeraajan toimesta. Vieraat voivat myös halutessaan lähteä käymään kotonaan ennen

iltapäivän aktiviteettia ja illallista. Vapaa-ajan päätyttyä vieraat pääsevät koristelemaan toimistolle tuotua joulukuusta hieman tavallisesta poikkeavalla ja hausalla tavalla. Joulukuusi on koristeltu etukäteen pienillä viinapulloilla ja ideana on, että vieraat vaihtavat kuusen oksilla roikkuvat pullot heille myyntikokouksen alussa annettuihin joulukuusenkoristeisiin.

Kuusen koristelun jälkeen vieraat ohjataan tilaan, jonne on järjestetty ulkopuolisen palveluntarjoajan puolesta cocktailkoulun. Cocktailkoulussa vieraat pääsevät maistelemaan cocktaileja ja oppivat baarimestarin ohjeistuksella sekoittamaan erilaisia drinkkejä, joiden alkoholeina käytetään joulukuusen oksilta löytyneitä alkoholeja. Cocktailkoulun päätteeksi vieraat pääsevät suunnittelemaan yrityksen ilmeen mukaisen nimikko-cocktailin.

Cocktail-koulun jälkeen vuorossa on rento ja lämminhenkinen perheillallinen, joka tarjoillaan pitkissä pöydissä, jouluseksi somistetussa konferenssihuoneessa. Illallisen ruoat ovat perinteisiä jouluruokia pienellä ”twistillä” ja annokset ovat hyvää ryhmähenkeä mukailevia eli jaettavia. Illallisen aikana, ruokalajien välissä palkitaan yrityksen henkilöstöä. Palkintogaalaa varten tilaan tuodaan iso televisio, josta näytetään etukäteen eri kilpakategorioista, niiden ehdokkaista ja voittajista luotua sisältöä. Palkintogaalan juontaa yrityksen toimitusjohtaja. Voittajat saavat rahapalkintojen lisäksi kehystetyt kunniakirjat tunnustuksena hyvin tehdystä työstä.

Illallisen jälkeen vieraat kuljetetaan bussikuljetuksella Helsingin keskustaan Ravintola Riffiin, jossa he jatkavat iltaa aina yön pikkutunneille saakka. Jatkojen aluksi vieraille tarjoillaan piparkakkuja ja heidän aiemmin päivällä kehittämää nimikkocktaileja. Loppuillan ohjelma on vapaamuotoista.

Ehdotus 2: Keskisuuren kokoluokan tapahtuma

Toinen tapahtuma ehdotus oli toteutukseltaan keskisuuri ja tapahtuman budjetti noin 25 000 euroa. Tässä ehdotuksessa tapahtuma järjestettäisiin Kirkkonummella sijaitsevassa kokous- ja kylpylähotelli Långvikissa. Långvik valittiin tapahtumapaikaksi, koska hotelli tarjoaa erinomaiset puitteet ja kaiken tarvittavan kokouksen, suunnitellun aktiviteetin, illallisen ja iltaohjelman järjestämistä varten. Lisäksi Långvik sijaitsee vain noin puolen tunnin ajomatkan päässä Helsingistä ja kaikki pikkujoulujen aikana käytössä olevat tilat ovat joko saman katon alla tai vähintään hotellin pihapiirissä, joten liikkuminen paikasta toiseen on helppoa ja ryhmä pysyy paremmin yhdessä koko illan ajan.

Tapahtumapäivän aamuna vieraat saapuvat omilla kyydeillään tapahtumapaikalle ja kirjautuvat sisään hotellihuoneisiin. Pikkujoulujen ohjelma alkaa Långvikin kokoustilassa järjestettävällä myyntikokouksella, jonka yhteydessä tarjoillaan kevyt aamupala. Muutaman tunnin myyntikokouksen jälkeen vieraat siirtyvät Långvikin tiloissa sijaitsevaan, yksityiskäyttöön

varattuun Ravintola Bistron, jonka ravintolan keittiössä toteutetaan kolmen ammattikokin ohjaamana Kokkisota niminen kokkauskilpailu.

Kokkisodassa vieraat jaetaan 8 hengen joukkueisiin, jossa joukkueet kilpailevat toisiaan vastaan valmistamalla lounaaksi soveltuvan ruoka-annoksen. Jokainen ryhmä saa yhden ruoanlaittoa opastavan ammattikokin, joka on valinnut raaka-aineet ja tehtävän ruoka-annoksen etukäteen. Voittaja on se ryhmä, kenen ruoka-annos on herkullisin ja voittajan valitsevat ammattikokit. Kokkisota valittiin aktiviteetiksi, koska se on ryhmähenkeä kasvattava ja leikki-mielinen kilpailu, jossa ryhmät pääsevät kaiken lomassa valmistamaan itselleen lounaan haus-kalla ja erilaisella tavalla.

Kokkisodan jälkeen ryhmät syövät valmistamansa lounaan Ravintola Bistron tiloissa, jonka jäl-keen seuraa viinin- ja oluenmaistelukurssi. Paikanpäälle tulee viini- ja olut asiantuntijat, joi-den opastuksella vieraat pääsevät maistelevaan eri viinejä ja oluita. Viinin ja oluen maiste-lun jälkeen koittaa parin tunnin tauko, jonka aikana vieraat pääsevät saunomaan, nauttimaan kylpylän antimista ja valmistautumaan iltaa varten.

Illallinen katetaan Långvikin Merikabinettiin ja vieraille tarjoillaan kolmen ruokalajin illalli-nen. Illallisen aikana järjestetään palkintogaala, jossa palkitaan yrityksen henkilöstöä. Palkin-togaalaa varten tilaan tuodaan iso televisio, josta näytetään etukäteen luotua sisältöä eri kil-pakategorioista, niiden ehdokkaista ja voittajista. Palkintogaalan juontaa yrityksen toimitus-johtaja ja voittajat saavat rahapalkintojen lisäksi kehystetyt kunniakirjat tunnustuksena hyvin tehdystä työstä.

Ilta päättyy Långvikin Jake's Clubiin, jossa DJ soittaa vieraiden lempimusiikkia aina yön pikku-tunneille saakka. Illan aikana Jake's Clubiin saapuu tunnettu suomalainen muusikko esiinty-mään ja vieraille tarjoillaan yöpalaksi hotdodgeja. Seuraavana aamuna vieraat voivat halutes-saan mennä aamiaiselle Ravintola Bistron, jonka jälkeen he lähtevät omilla kyydeillään ta-kaisin kotiin.

Ehdotus 3: Suuren kokoluokan tapahtuma

Kolmas pikkujouluehdotus oli toteutukseltaan suurin ja tapahtuman budjetti on noin 50 000 euroa. Tässä ehdotuksessa pikkujoulut ovat kaksipäiväiset ja ne järjestetään Himoksella. Hi-mos valittiin tämän ehdotuksen tapahtumapaikaksi tunnelmallisuuden ja ennen kaikkea paik-kakunnan palveluntarjoajien tarjoamien aktiviteetti mahdollisuuksien vuoksi. Lisäksi Himok-sen todettiin sopivan erityisen hyvin tapahtumapaikaksi, sillä sinne on Helsingistä vain kolmen tunnin ajomatka ja vieraat on helppo majoittaa vierekkäin sijaitseviin mökkeihin ja välimat-kat eri kohteisiin ovat lähellä toisiaan. Lisäksi Himoksella on upeat puitteet muun muassa myyntikokouksen ja illallisen järjestämiseen.

Tapahtuma alkaa, kun vieraat noudetaan bussikuljetuksella yrityksen toimistolta tapahtumapäivän aamuna. Bussissa vieraita odottaa paperipussit, jotka sisältävät pientä aamiaista. Himokselle päästyään vieraat ohjataan kirjautumaan sisään mökkeihin, joissa heitä odottaa lahja eli yrityksen ilmeellä brändätyt villasukat. Mökkeihin sisäänkirjautumisen jälkeen vieraat ohjataan kohti Villa Rantatuoppia, jossa myyntikokous järjestetään. Asiakkaan käyttöön on varattu myös isompi huvila yhteisen ajan viettoon varten.

Myyntikokouksen välissä tarjoillaan kevyt lounas, jonka jälkeen paikanpäälle tulee tunnettu elokuvaohjaaja luennoimaan tarinankerronnasta ja elokuvaohjauksesta. Tämän luennon tarkoituksena on siivittää vieraat tulevaa aktiviteettia varten, joka on oman elokuvan teko. Vieraat jaetaan kahteen ryhmään, jossa he alkavat työstämään oman elokuvansa käsikirjoitusta elokuvaohjaajien avustuksella. Elokuvien käsikirjoitukset on pääosin kirjoitettu jo etukäteen elokuvaohjaajien toimesta, mutta ryhmät saavat mahdollisuuden lisätä omia ideoitaan ja näkökulmiaan käsikirjoitukseen, jotta siitä tulee heidän yrityksensä näköinen.

Elokuvien teemat ovat klassinen vanhanajan etsiväelokuva ”Komisario Palmun” inspiroimana sekä futuristinen ”Star Wreck” -indie elokuva. Elokuvien teemoja tukemaan paikanpäälle tulee elokuvakalustoa ja erilaisia elementtejä kuten erikoistehosteita, vihreä näyttö, rekvisiittaa sekä puvustus- ja maskeeraustiimit. Lisäksi molemmat ryhmät saavat oman vastaavan ohjaajan, teknisen valokuvaajan, valaisijan ja leikkaajan elokuvan teon ajaksi.

Ryhmän jäsenet saavat kukin oman roolin elokuvan tuotannosta ja näitä rooleja ovat ohjaaja, äänimies, tuotantosihteeri, kuvaaja, lavastaja ja näyttelijät. Elokuvan kuvaamiseen on kaksi tuntia aikaa, jonka jälkeen elokuvan leikkaajat työstävät kuvattuja materiaaleja ja editoivat elokuvat valmiiksi ensi-iltaa varten. Tällä välin vierailloilla on vapaa-aikaa saunomiseen, porealtaassa rentoutumiseen ja illalliseen valmistautumista varten.

Finedining-illallinen tarjoillaan yksityiskäyttöön varatussa Ravintola Liiterissä. Illallisen aikana toteutetaan päivällä kuvattujen elokuvien ensi-illat katsomalla elokuvat suurelta valkokankaalta. Illallisen jälkeen on palkintogaalan vuoro, joka toteutetaan Oscar-Gaala-tyyppisesti näyttämällä videomateriaalia eri kategorioista ja voittajista mahtipontisen musiikin soidessa taustalla. Hollywood ja elokuva teeman siivittämänä palkintogaalan juontaa tunnettu suomalainen näyttelijä ja voittajille jaetaan rahapalkinnon lisäksi kullanväriset Oscar-patsaat. Ilta päättyy Himos Areenalle, jonne halukkaat voivat lähteä kuuntelemaan suomalaisen bändin keikkaa.

Seuraavana aamuna vieraille tarjotaan mahdollisuus kaksi tuntia kestävään huskysafari-ajeluun, kylpylässä käyntiin, hierontaan tai muuhun vapaavalintaiseen spa-hoittoon. Illalla noin kello kuuden aikaan vieraat kuljetetaan takaisin Helsinkiin bussikuljetuksella ja pikkujoulut päättyvät.

4.2 Tapahtuman toteutusvaihe

Suunnitteluvaiheen jälkeen kaikki kolme erikokoista tapahtumaehdotusta esitettiin Asiakasyritys Y:lle budjettien kera, joista erityisesti pienen ja keskisuuren tapahtuman toteutukset kiinnostivat asiakasta. Asiakasyritys Y:n mukaan kaikki kolme ehdotusta olivat hyviä, innovatiivisia ja heidän yrityksensä näköisiä, mutta lopulta hinta ja toteutuksien sisältö vaikuttivat päätökseen ratkaisevasti.

Pienessä toteutuksessa asiakasta kiinnosti erityisesti se, että ohjelman lomassa oli vähemmän ohjattua ohjelmaa ja riittävästi vapaa-aikaa. Heidän mielestään myös naisille suunnitellut kampauksien ja meikkien laitot olivat hyvä lisä pikkujoulujen ohjelmaan. Keskisuuressa toteutuksessa asiakas piti siitä, että pikkujoulut järjestetään pääkaupunkiseudulla, jotta vieraat voivat halutessaan lähteä pikkujoulujen jälkeen kotiin, hotellimajoituksen sijaan. Asiakas piti myös siitä, että kaikki pikkujoulujen ohjelma tapahtuu samassa paikassa, eikä vieraita tarvitse kuljettaa paikasta toiseen päivän aikana. Myös Långvik pikkujoulujen tapahtumapaikana ja ympäristönä kiinnosti asiakasta sen idyllisyyden vuoksi.

Asiakas oli itse perehtynyt, että Långvik tarjoaa yhdessä ulkopuolisten palveluntarjoajien kanssa erilaisia aktiviteetteja ryhmille ja ehdotti, että keskisuuren toteutuksen sisällön aktiviteetit, kokkisota ja viini- ja olutmaistelukurssi, vaihdetaan Långvikin tarjoamaan Långvikin Labyrintti nimiseen peliin. Pienen kokoluokan toteutuksesta otettiin myös meikin ja kampausten laitto osaksi keskisuuren toteutusta. Lopullinen pikkujoulujen toteutus on siis muunnelma pienen ja keskisuuren tapahtumien ehdotuksista.

Kun asiakas oli hyväksynyt tapahtuma ehdotuksen, aloitettiin varsinainen tapahtuman tuotantotilojen, esiintyjän ja menujen vahvistamisella sekä alihankkijoiden kontaktoimisella. Tämän jälkeen alettiin suunnittelemaan palkintogaalan tarkempaa sisältöä, ilmettä ja varsinaista toteutusta. Palkintogaalan teemaksi valikoitui mahtipontinen Oscar-gaala, koska asiakas ihastui kyseiseen ideaan suuren kokoluokan tapahtuma ehdotuksessa. Oscar-teema näkyi muun muassa palkintogaalan ilmeessä ja mahtipontisessa taustamusiikissa ja palkinnoissa, jotka olivat Oscar-teemalle tyypillisesti kultaisia Oscar-patsaita.

Kun kaikki kriittiset varaukset tiloja ja esiintyjä myöten oli vahvistettu, lähetettiin vieraille pikkujoulujen kutsut ja infokirjeet noin puolitoista kuukautta ennen tapahtumaa. Kutsut ja niiden mukana lähetettävä infokirje suunniteltiin yhdessä suunnittelutiimin kanssa ja ne sisälsivät kaiken tarvittavan tiedon päivän kulusta ja aikataulusta.

Tuotantoprosessin aikana tapahtumalle luotiin tarkka aikataulu, joka jaettiin kaikkien alihankkijoiden ja yhteistyökumppaneiden kesken. Tapahtuman alihankkijoina toimivat tapahtumatekniikkaa tarjoaja yritys, Långvikin Labyrintti -pelin palveluntarjoaja sekä paikallinen kauneushoitola, joka toteutti Asiakasyritys Y:n naisvieraiden kampaukset ja meikit. Lisäksi

kaikki tapahtumaan osallistuvat alihankkijat ja yhteistyökumppanit briiffattiin hyvin ennen tapahtumaa, jotta varmistettiin, että kaikki tapahtuman osalliset ovat tietoisia siitä mistä tapahtumasta on kyse, kenelle tapahtuma tehdään, miksi tehdään ja mitkä ovat kenenkin työroolit ja vastuualueet tapahtuman aikana.

4.2.1 Pikkujoulutapahtuma

Asiakasyrityksen Pikkujoulut järjestettiin kokous- ja kylpylähotelli Långvikissa Kirkkonummella 14. - 15.12.2017. Päivä alkoi aikaisin aamulla tapahtuman rakennuksella, jonka aikana tehtiin kaikki tarvittavat valmistelut kuten opasteiden kiinnitykset, tilojen somistukset sekä teknisten laitteiden asennukset ja testaukset. Rakennuksen aikana Långvikin Merikabinettiin sijoituvan illallisen yhteydessä järjestettävää palkintogaalaa varten tilaan asennettiin 90-tuumainen televisio, ajotietokone ja kaiuttimet musiikkia varten. Laitteiden asennusten jälkeen testattiin television, kaiuttimien ja muiden laitteiden toimivuus sekä käytiin palkintogaalan sisältö ja juoksutus läpi yhdessä asiakasyrityksen yhteyshenkilön ja toimitusjohtajan kanssa, joka toimi myös palkintogaalan juontajana.

Ennen varsinaisen tapahtuman alkua ja vieraiden saapumista käytiin vielä kertaalleen päivän aikataulu, vastuualueet ja tehtävät yhdessä läpi tapahtuma-avustajan, meikkaajan- ja kamppaajan, ravintolahenkilökunnan sekä tarjoilijoiden kesken, jotta varmistettiin, että jokainen tapahtumaan osallistuva tietää mitä päivän aikana on tiedossa. Myöhemmin illalla tehtiin vielä pikkujouluissa esiintyvän artistin soundcheck Långvikin Jake's Clubilla.

4.2.2 Pikkujoulujen ohjelma

Kaikkien valmisteluiden jälkeen vieraat alkoivat saapua Långvikiin. Pikkujoulujen ohjelma alkoi aamulla henkilöstön myyntikokouksella, jota varten Långvikista oltiin varattu 25 hengelle soveltuva kokoustila. Tapahtumapäivän aamuna vieraat otettiin vastaan hotellin aulassa, josta heidät ohjattiin matkalaukkujen säilytyshuoneeseen ja siitä edelleen kokoustilaan. Kokoustilassa vieraita odotti kevyt aamupala, joka sisälsi kinkku- tai graavilohileivän, marjasmoothien, hedelmiä, kahvia, teetä ja mehua. Myyntikokous kesti noin neljä tuntia ja taukojen aikana vieraille tarjottiin lisää hedelmiä, kahvia, teetä ja muita virvokkeita. Myyntikokouksen jälkeen vieraat ohjattiin hotellin vastaanottoon kirjautumaan sisään hotellihuoneisiin ja vieämään matkatavarat huoneisiinsa. Tämän jälkeen vieraille tarjottiin lounas Långvikin ravintola Bistrossa. Lounas tarjottiin buffetista ja erityisruokavaliot omaaville vieraille oli tarjolla vaihtoehtoiset ruoat.

Lounaan jälkeen vieraita pyydettiin kokoontumaan hotellin aulaan aktiviteetin aloitusta varten. Aktiviteetti eli Långvikin Labyrintti -peli on escaperoom-hengessä toteutettu tiimiseikkailu Långvikin hotellin eri tiloissa. Pelin toteutti Långvik yhteistyössä erään ohjelmapalveluyrityksen kanssa ja he myös hoitivat kaikki aktiviteettiin liittyvät järjestelyt ja ohjeistukset paikan päällä. Pelin ideana oli selvitä labyrintin läpi 4 - 5 hengen ryhmissä erilaisten vihjeiden

avulla. Ryhmät saivat ipadit, joihin tuli vihjeitä pelin edetessä ja vihjeen ratkaistuaan ryhmä pääsi etenemään labyrintissa. Voittaja oli se joukkue, joka selvisi ensimmäisenä labyrintistä ulos.

Ennen pelin aloitusta vieraat jaettiin viiden hengen joukkueisiin ja ohjelmapalveluyrityksen edustaja piti lyhyen esittelyn pelistä, kertoi pelin ohjeet ja jakoi kullekin ryhmälle oman ipadin. Tämän jälkeen ryhmät lähetettiin matkaan. Peli kesti noin tunnin, jonka jälkeen koitti neljän tunnin vapaa-aika ennen illallista. Vapaa-aikana vieraille tarjottiin mahdollisuus hotellin kylpylässä käyntiin, rantasaunalla saunomiseen ja avantouintiin sekä vapaavalintaiseen spa-hoitoon hotellin kauneushoitolassa. Vapaa-aikana naisvieraille oli myös mahdollisuus ammattilaisten tekemään meikkiin ja kampausten laittoon. Meikit ja kampaukset vieraille teki Kirkkonummella sijaitseva kauneushoitopalveluita tarjoava yritys.

Pikkujoulujen illallinen tarjoiltiin Långvikin Merikabinetissa. Illallisen aikana, ruokalajien välissä toteutettiin Oscar-gaala-teemainen palkintogaala, jonka juontajana toimi Asiakasyritys Y:n toimitusjohtaja. Tapahtumatoimisto X:n tapahtuma-avustaja toimi palkintogaalan aikana muun muassa palkintojenjakajan roolissa.

Illallisen jälkeen vieraat siirtyivät Långvikin kellarikerroksessa olevaan Jake's Clubiin jatkoille, jossa heille esiintyi laulaja Mika Ikonen yhdessä kitaristinsa kanssa sekä loppuillasta DJ soitti musiikkia. Vieraille tarjottiin vielä yön pikkutunneilla hot dogeja yökerhon vieressä olevassa Viinikellarissa. Pikkujoulut päättyivät yökerhon mentyä kiinni klo 03.00, jonka jälkeen vieraat siirtyivät hotellihuoneisiinsa. Seuraavana aamuna vieraille oli vielä mahdollisuus käydä hotellin aamiaisella, jonka jälkeen koitti kotiin lähdön aika. Tapahtuman purku aloitettiin pikkujouluja edeltävän päivän aamuna. Purun aikana tilat siivottiin somisteista ja opasteista sekä kaikki asennettu tekniikka purettiin pois.

4.3 Tapahtuman jälkitoimenpiteet ja arviointi

Noin muutama päivä tapahtuman jälkeen lähetettiin kiitosviestit vieraille sekä kaikille tapahtuman tekoon osallistuneille yhteistyökumppaneille ja alihankkijoille. Tapahtuman toteutuksen jälkeen tapahtumaan osallistuneille vieraille toteutettiin palautekysely (liite 4), jolla haluttiin mitata tapahtuman onnistumista. Palautekysely toteutettiin ennako-odotuksia mittaavan kyselyn tavoin Survey Monkey -kyselytutkimustyökalulla. Palautekyselyllä selvitettiin vieraiden tyytyväisyyttä tapahtumaan, sen järjestelyihin, sisältöön ja ohjelmaan. Palautekyselyn avulla saatiin arvokasta tietoa vieraiden mielipiteistä ja kokemuksista tapahtumasta ja saatiin selvitettyä, kuinka onnistunut tapahtuma oli vieraiden näkökulmasta ja mitä kehitettävää mahdollisesti on.

4.3.1 Palautekysely ja kyselyn tulokset

Palautekysely tehtiin Asiakasyritys Y:n kaikille 24 hengelle, jotka osallistuivat tapahtumaan. Survey Monkey -kyselytutkimustyökalulla tehty palautekysely lähetettiin sähköpostilinkkinä pikkujouluihin osallistuneille seuraavana päivänä tapahtuman jälkeen. Tapahtumaan osallistuneiden sähköpostiosoitteet saatiin Asiakasyritys Y:n yhteyshenkilöltä. Palautekysely oli auki noin kolme viikkoa tapahtuman jälkeen, jotta myös pikkujoulujen jälkeen joululomille jääneet henkilötkin pystyisivät vastaamaan palautekyselyyn lomansa jälkeen.

Palautekyselyssä vastaajia pyydettiin antamaan palautetta pikkujouluista. Palautekyselyn kysymykset laadittiin siten, että vastausten perusteella saadaan mahdollisimman kattava kuva tapahtuman onnistumisesta ja tavoitteiden toteutumisesta. Kyselyssä vastaajia pyydettiin muun muassa kertomaan, missä asioissa tapahtumassa heidän mielestään onnistuttiin, missä epäonnistuttiin ja mitkä asiat mahdollisesti kaipaisivat vielä kehittämistä. Palautekyselyyn vastasi yhteensä 20 henkilöä, joka on noin 85 % tapahtumaan osallistuneesta henkilöstöstä. Nämä 20 henkeä olivat myös kaikki vastanneet ennako-odotuksia mittaavaan kyselyyn, joten taustatiedot olivat samat kuin aiemmin. Vastaajat olivat siis iältään 25 - 60 vuotiaita ja heistä noin 60 % oli miehiä ja 40 % naisia.

Kysely sisälsi 10 kysymystä ja kysymykset olivat sekä suomeksi että englanniksi. Kaikki palautteet annettiin ja käsiteltiin täysin anonymisti. Palautekyselyn toteuttamisen jälkeen jokaiseen kysymykseen saadut vastaukset luettiin läpi ja luokiteltiin kysymyksittäin taulukoihin. Taulukoiden sisällä vastaukset jaoteltiin negatiivisiin ja positiivisiin palautteisiin, jotta palautteen läpikäyminen olisi järjestelmällisempää.

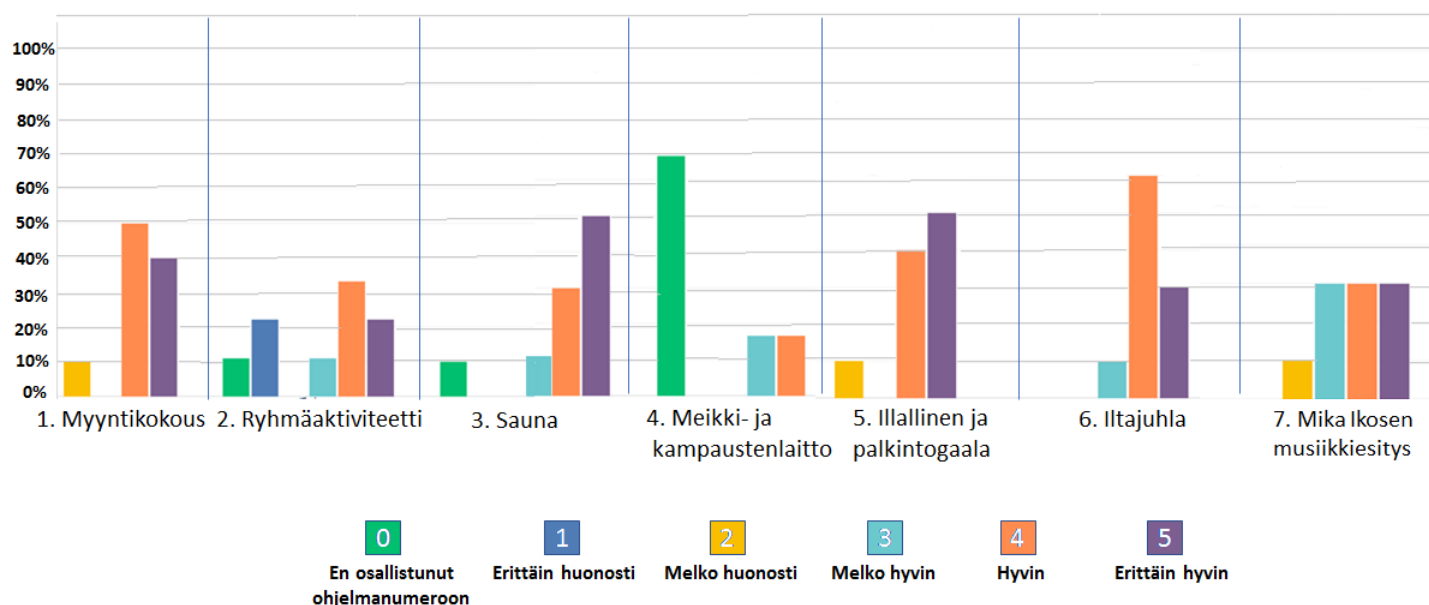
Pikkujouluista saatu palaute oli pääosin hyvin positiivista. Monien vastaajien mielestä pikkujoulut olivat kokonaisuudessaan onnistuneet ja moni kommentoi pitäneensä tapahtumapaikasta, koska kaikki pysyivät päivän ajan yhdessä ja ihmiset eivät hävinneet illan aikana omille teilleen. Ruokaa ja juomaa sekä etenkin yöllä tarjoiltuja hot dogeja keuhuttiin erinomaiseksi ja päivän aikataulua sopivan väljäksi. Vastaajat pitivät siitä, että tapahtuma oli mukavan rento, eikä ohjelmaa ollut liikaa. Myös tapahtuman puitteita keuhuttiin erinomaisiksi ja muun muassa rantasauna ja palkintogaala sai paljon hyvää palautetta. Palkintogaalaa keuhuttiin hyväksi ja yllätykselliseksi ohjelmanumeroksi ja se lisäsi vastaajien mielestä kivasti jännitystä iltaan sekä teki pikkujouluista hieman tavallista hienommat.

Ryhmäaktiiviteettina toteutettu Långvikin Labyrintti -peli puolestaan jakoi vastaajien mielipiteitä. Osa piti aktiiviteettia hauskana ja erilaisena, mutta osa koki sen oudoksi ja hieman turhaksi ohjelmanumeroksi. Pelin ohjeistuksen kommentoitiin olevan sekava, mistä johtuen vieraat olivat kokeneet, että peli ei oikein toiminut kuten sen olisi pitänyt. Parannettavaa olisi siis monen mielestä ollut aktiiviteetin valitsemisen suhteen. Myös kaksi naisvastaajaa koki,

että kampaajia ja meikkaajia olisi voinut olla vähän enemmän, jotta laittautuminen olisi sujunut nopeammin.

Palautekyselyssä vastaajia pyydettiin antamaan arvosana 1 - 5 kullekin tapahtuman osa-alueelle sen mukaan kuinka hyvin ne vastaajan mielestä olivat onnistuneet tapahtumassa. Vastaajat saivat myös antaa kommenttikenttään vapaata palautetta siitä, miksi he kokivat jonkin tapahtuman osa-alueen onnistuneen tai epäonnistuneen. Näitä tapahtuman osa-alueita olivat myyntikokous, ryhmäaktiiviteetti eli Långvikin Labyrintti -peli, meikki- ja kampausten laitto, illallinen ja palkintogaala sekä illan esiintyjän Mika Ikosen musiikkishow. Taulukossa numero 1 merkitsee sitä, että vastaajan mielestä kyseinen ohjelmanumero tai aktiiviteetti on sujunut erittäin huonosti, 2 melko huonosti, 3 melko hyvin, 4 hyvin ja 5 erittäin hyvin. Vastaajia pyydettiin vastaamaan kysymykseen 0, mikäli he eivät osallistuneet kyseiseen aktiiviteettiin tai ohjelmanumeroon.

Vastauksien perusteella sauna, illallinen ja palkintogaala olivat eniten vastaajien mieleen, sillä ohjelmanumerot saivat arvosanakseen viisi. Peräti 50 % vastaajista oli sitä mieltä, että illallinen ja palkintogaala olivat erittäin onnistuneita kokonaisuuksia. Perusteluita hyviin arvosteluihin ja onnistumisiin olivat muun muassa erittäin herkullinen kolmesta ruokalajista muodostunut illallinen, Merikabinetin jouluinen somistus valoineen ja palkintogaalan Oscar-tee-mainen toteutus Oscar patsailla ja jännitystä lisäävällä musiikilla. Myös Jake's Clubilla järjestettyä iltajuhlaa pidettiin onnistuneena ja vastaajista 60 % antoi iltajuhlalle arvosanaksi neljä. Tähän vastaajat olivat kommentoineen muun muassa onnistumisen syyksi mukaansa tempaavaa artistia, hyvää DJ:tä, joka soitti monipuolista musiikkia ja yöllä tarjottavia herkullisia hot dogeja.



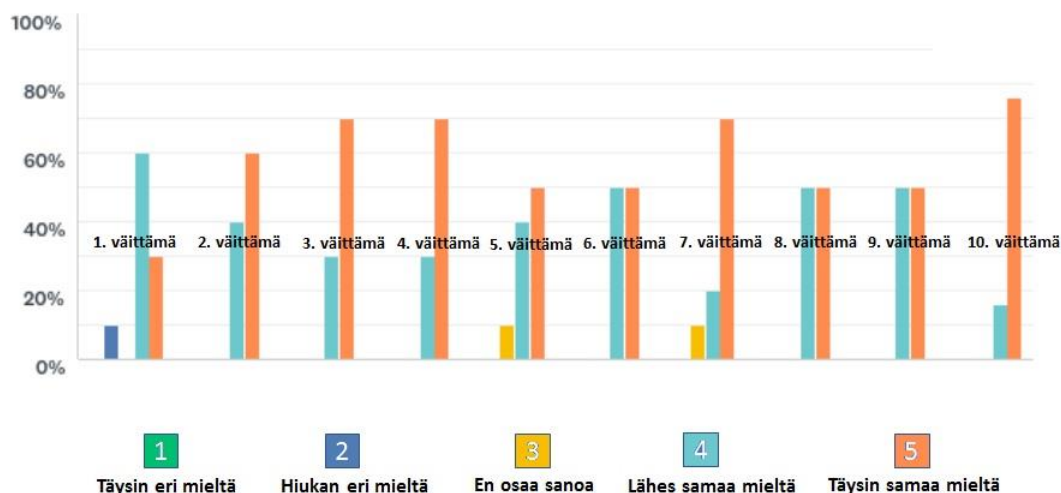
Taulukko 2 Palautekyselyyn vastanneiden antamat arvosanat pikkujoulujen sisällöstä 2017.

Taulukosta 2 on nähtävissä, että vähiten onnistuneeksi vastaajat kokivat ryhmäaktiviteetin eli Långvikin Labyrintti -pelin. Se oli ainut vaihtoehtoista, jolle osa vastaajista noin 25 % antoi arvosanakseen ykkösen. Näissäkin tuloksissa on nähtävissä aktiviteettiin osallistuneiden jakautuneet mielipiteet, sillä kuitenkin noin 35 % vastanneista antoi tälle ryhmäaktiviteetille arvosanaksi neljä ja noin 20 % viisi. Osan vastaajien mielestä aktiviteetti oli siis onnistunut.

Vastaajilta haluttiin myös selvittää jäivätke he kaipaamaan tapahtumalta jotain, jota olivat mahdollisesti odottaneet, mutta se ei toteutunut tapahtumassa. Suurin osa ei vastannut tähän kysymykseen mitään, minkä perusteella voidaan olettaa, että tapahtumalta ei jääty kaipaamaan mitään. Kaksi ihmistä kuitenkin vastasi tähän kysymykseen, joista toinen toivoi sika-riibaaria iltajuhliin ja toinen pidempää aamupala-aikaa.

Palautekysely sisälsi myös erilaisia väittämiä, joihin vastaajia pyydettiin vastaamaan, olivatko he esitetystä väittämästä 1 täysin eri mieltä, 2 hiukan eri mieltä, 3 en osaa sanoa, 4 lähes samaa mieltä vai 5 täysin samaa mieltä. Asiakasyrityksen henkilöstön antamat vastaukset näihin väittämiin ovat nähtävillä taulukosta 3.

- | | |
|--|--|
| 1. Ennakkotiedotus oli riittävää ja sain kaiken tarvitsemani tiedon ajoissa. | 6. Tapahtuman ohjelma oli mieluista. |
| 2. Tapahtuman kesto oli sopivan mittainen. | 7. Tapahtuman henkilökunta oli palveluultista ja palvelu hyvää. |
| 3. Tapahtumapaikka oli mieluista. | 8. Tapahtuman tarjoilut olivat hyviä. |
| 4. Tapahtumassa oli riittävästi yhdessä tekemistä ja olemista. | 9. Järjestelyt paikanpäällä toimivat hyvin. |
| 5. Tapahtumavahvisti henkilöstömme ryhmähenkeä. | 10. Tapahtumaa kohtaan olleet ennako-odotukseni täyttyivät tapahtumassa. |



Taulukko 3 Pikkujoulujen palautekyselyn vastaukset väittämiin 2017.

Yhteenvetona väittämien vastauksista voidaan sanoa, että suurin osa vastaajista sanoi olevansa lähes samaa mieltä tai täysin samaa mieltä väittämistä, mikä tarkoittaa erittäin hyvää tulosta kaikkien väittämien ollessa positiivisia. Suurin osa vastaajista oli täysin samaa mieltä siitä, että tapahtuman kesto oli sopivan mittainen, tapahtumapaikka mieluista ja, että tapahtuman henkilökunta oli palveluultista ja palvelu hyvää. Tapahtuman tavoitteena oli ennen

kaikkea vahvistaa Asiakasyritys Y:n henkilöstön ryhmähenkeä, joten on erittäin hyvä, että suurin osa tapahtumaan osallistuneista on ollut sitä mieltä, että tapahtumassa on ollut riittävästi yhdessä tekemistä ja olemista sekä pikkujoulujen on koettu vahvistaneen henkilöstön ryhmähenkeä. Lisäksi noin 75 % vastanneista on ollut täysin samaa mieltä väittämän kanssa siitä, että heidän pikkujouluja kohtaan olleet ennako-odotukset täyttyivät tapahtumassa.

Vastausten perusteella parannettavaa olisi esimerkiksi tapahtuman ennakkotiedottamisen suhteen, sillä noin 10 % vastasi olleensa väittämästä ”Ennakkotiedotus oli riittävää ja sain kaiken tarvitsemani tiedon ajoissa” hiukan eri mieltä ja toiset 10 % vastasi väittämään puolestaan en osaa sanoa. Tästä voidaan päätellä, että osa tapahtuman vieraista olivat hiukan tyytymättömiä tapahtuman ennakkotiedottamiseen. Lopuissa väittämissä vastaukset jakautuivat tasan lähes samaa mieltä ja täysin samaa mieltä vastauksien kesken.

Palautekyselyn lopuksi vastaajia pyydettiin antamaan vapaata palautetta ja kokonaisarvosana pikkujouluille. Vastaajien antamien arvosanojen keskiarvo oli 9 ja vapaassa palautteessa vastaajat kiittelivät tapahtuman järjestäjiä onnistuneista juhlista ja hyvistä järjestelyistä, joten voidaan todeta, että pikkujoulut onnistuivat kokonaisuudessaan hyvin.

4.3.2 Palautepalaverit

Tapahtuman jälkeen on hyvä aika yhteenvedolle, joka voidaan toteuttaa esimerkiksi palautepalaverina ensin projektitiimin kesken ja sitten asiakkaan kanssa. Palautepalaveri on hyvä pitää mahdollisimman nopeasti tapahtuman jälkeen, kun kaikki asiat ovat vielä tuoreessa muistissa. Palautepalavereissa käydään läpi tapahtumasta saadut palautteet, keskustellaan missä onnistuttiin ja missä voisi vielä parantaa, arvioidaan toteutuivatko tapahtumalle asetetut tavoitteet ja mitkä ovat jatkosuunnitelmat tuleville tapahtumille. Palautepalaverien tavoitteena on löytää erityisesti hyviä oppeja tulevia tapahtumia silmällä pitäen. (Vallo & Häyrinen 2016, 228.)

Jokaisesta tapahtumasta kannattaa aina tehdä kirjallinen yhteenveto esimerkiksi muistio. Näin saadaan hyväksi työkaluksi jokin dokumentti siitä mikä meni hyvin ja missä tarvitsee seuraavan kerran parantaa. Yhteenvetoon suositellaan liitettävän suunniteltu ja toteutunut budjetti, jotka toimivat hyvänä pohjana seuraavalle vastaavanlaiselle toteutukselle. (Vallo & Häyrinen 2016, 229.)

Palautteiden keruun jälkeen projektitiimin kesken pidettiin sisäinen palautepalaveri, jossa käytiin projektin vaihe vaiheelta läpi ja paneuduttiin tapahtumapäivän onnistumisiin sekä kehityskohtiin. Palautepalaverissa käytiin läpi myös Asiakasyritys Y:n henkilöstöltä saadut palautteet, joiden perusteella saatiin selvä kuva siitä mikä oli tapahtumassa erityisen onnistunutta ja missä on vielä kehitettävää. Palautepalaverissa arvioitiin myös, miten hyvin tapahtumalle

asetetut tavoitteet saavutettiin tapahtumaprosessin ja tapahtuman aikana sekä kuinka hyvin toteutettu tapahtuma vastasi asiakkaiden toiveita ja odotuksia.

Projektitiimin kesken pidetyn sisäisen palautepalaverin jälkeen pidettiin vielä palautepalaveri Asiakasyritys Y:n saman yhteyshenkilön kanssa, jolle toteutettiin tapahtumabrief haastatteluna tuotantoprosessin alussa. Asiakkaan yhteyshenkilön kanssa käydyssä palautepalaverissa käytiin läpi projekti tuotantovaiheesta toteutukseen saakka, ja asiakas sai kommentoida tapahtuman onnistumisia ja mahdollisia epäonnistumisia. Palautepalaverin tarkoituksena on löytää vastauksia siihen, oliko asiakas tyytyväinen tapahtumaan, mitä kehitettävää on, kuinka hyvin tapahtuma on onnistunut vastaamaan asiakkaan tarpeisiinsa sekä täyttikö tapahtuma heidän odotuksensa ja ennalta asetetut tavoitteet.

Projektitiimin sisäisessä palautepalaverissa projektin todettiin sujuneen tapahtumaprosessin mukaisesti ja aikataulussa sekä budjetissa pysyttiin. Projektitiimin välinen yhteistyö oli mutkatonta ja kommunikaatio prosessin aikana sujui hyvin. Erityisen onnistuneeksi projektitiimi koki tapahtuman suunnitteluprosessin. Suunnitteluprosessiin käytettiin riittävästi aikaa sekä resursseja ja se näkyi myös lopputuloksessa. Kaikki kolme ideoitua tapahtumaehdotusta olivat sekä projektitiimin että asiakkaan mielestä erittäin hyviä ja innovatiivisia. Tarkkojen suunnitelmien pohjalta oli myös helppo luoda budjetit ja aikataulut niin lähelle toteutumia kuin mahdollista.

Asiakasyritys Y:n yhteyshenkilön kanssa käydyssä palautepalaverissa tapahtuman koettiin onnistuneen kokonaisuudessaan erittäin hyvin. Tapahtumabriefissä asiakas kertoi, että he ovat asettaneet ryhmähengen vahvistamisen pikkujoulujen tavoitteeksi. Asiakas oli sitä mieltä, että saavutimme tämän tavoitteen. Asiakkaan mukaan henkilöstön välinen ilmapiiri on muuttunut pikkujoulujen jälkeen positiivisempaan suuntaan ja he kokevat sen johtuvan suurimmaksi osaksi pikkujouluista, jossa ryhmä vietti tiiviisti aikaa yhdessä päivän ajan erilaisten aktiviteettien parissa.

Onnistumiseksi koettiin myös tapahtuman sisältö, josta etenkin hyvin toteutettu palkintogaala oli asiakkaan mieleen. Kiitosta tuli myös hyvistä tarjoiluista ja tapahtumapaikasta. Asiakas koki, että pikkujouluissa oli riittävästi vapaa-aikaa suhteessa ohjelmaan, mutta oli myös muun henkilöstön kanssa samaa mieltä siitä, että Långvikin Labyrintti -peli ei toiminut ryhmäaktiiviteettina niin hyvin kuin hän oli alun perin kuvitellut. Asiakas kertoi myös, että kaikki vieraat olivat viihtyneet pikkujouluissa erittäin hyvin ja kertoi kuulleensa yrityksen johdolta asti hyvää palautetta ja kiitosta hyvin järjestetyistä pikkujouluista.

4.3.3 Kehitysehdotukset

Tapahtuma onnistui suurimmalta osin sekä projektitiimin että Asiakasyritys Y:n mielestä erittäin hyvin, mutta muutamia kehityskohteita nousi esiin henkilöstölle tehdyn palautekyselyn

tuloksista. Palautekyselyn tuloksista voidaan todeta, että tapahtumaan liittyvään ennakkotiedottamiseen oltiin vastaajien joukossa hieman tyytymättömiä. Ennakkotiedottamista ei ole ollut tarpeeksi, tapahtumasta ei ole tiedotettu tarvittavia asioita tai sitä ei ole tehty riittävän ajoissa.

Yhdessä kehityskohteeksi voidaankin katsoa ennakkotiedottamiseen panostaminen tulevissa tapahtumissa. Ennakkotiedottamista voitaisiin toteuttaa kutsujen ja infokirjeiden lisäksi myös ennen tapahtumaa lähetettävillä teasereiksi kutsutuilla sähköpostiviesteillä tai tekstiviesteillä, joissa kerrotaan tulevasta tapahtumasta pieniä innostusta nostattavia asioita. Näin saadaan helposti jaettua tärkeää informaatiota tapahtumaan liittyen, muistutetaan ja mainostetaan tapahtumaa ja samalla kasvatetaan tapahtuman osallistumisprosenttia eli varmistetaan, että mahdollisimman moni kutsuttu tulee paikanpäälle.

Ennakkotiedottamisen lisäksi kehitettävää on tapahtuman aktiviteetin valitsemisen suhteen. Pikkujoulujuhlien ohjelmassa ollut ryhmässä toteutettava Långvikin Labyrintti -peli jakoi siihen osallistuneiden mielipiteitä. Osa aktiviteettiin osallistuneista piti aktiviteetista ja osa koki, että se oli turha ja täten epäonnistunut valinta. Tästä voidaan ottaa opiksi, että aktiviteettiehdotusten ja lopullisten valintojen pitäisi aina tulla tapahtumanjärjestäjältä, jotta pienennetään epäonnistumisen mahdollisuutta tässä kohtaa. Tästä voidaan ottaa opiksi, että tapahtumajärjestäjän olisi pitänyt selvittää etukäteen perinpohjaisemmin minkälainen aktiviteetti on kyseessä, arvioida sopiiko se kyseiselle kohderyhmälle ja selvittää onko aktiviteetista mahdollisesti jotain aikaisempia kokemuksia positiivisilla tai negatiivisilla palautteilla.

Tulevaisuudessa tapahtuman vieraille voitaisiin myös antaa etukäteen mahdollisuus valita mieleinen aktiviteetti useiden tai muutaman eri aktiviteetin joukosta. Tällöin vieraat pääsevät itse vaikuttamaan tapahtuman ohjelmaan ja saavat valita itselleen mieleistä tekemistä. Oppia voitiin ottaa myös siitä, että mikäli tulevaisuudessa tapahtumassa on esimerkiksi hius-ten ja meikinlaittoa, kannattaa paikanpäälle varata enemmän tekijöitä, jotta laittautuminen on sujuvampaa ja vähemmän aikaa vievää.

5 Johtopäätökset

Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia tapahtuman onnistumista, siihen vaikuttavia tekijöitä sekä järjestettävään tapahtumaan liittyviä ennako-odotuksia ja niiden yhteyksiä tapahtuman onnistumiseen. Tavoitteena oli myös löytää tapahtuman tuotantoon liittyviä kehityskohtia, joiden avulla toimeksiantaja pystyy kehittämään asiakasyrityksen henkilöstölle järjestettäviä tapahtumia tulevaisuudessa sekä omaa palvelu tarjontaansa laadukkaammaksi ja asiakasystävällisemmäksi. Tarkoituksena oli järjestää kaikin puolin onnistunut Asiakasyritys Y:n henkilöstön toiveita ja odotuksia vastaava ja mieleenpainuva pikkujoulutapahtuma, joka vahvistaisi yrityksen henkilöstön ryhmähenkeä.

Projekti onnistui kokonaisuudessaan hyvin ja se saatiin toteutettua tavoitellussa aikataulussa ja määritellyssä budjetissa, tapahtumaprosessin vaiheiden mukaisesti. Projektia koordinoineen tiimin yhteistyö oli sujuvaa ja tapahtumaprosessin aikana luotuihin kolmeen eri kokoluokan tapahtumaehdotuksiin oltiin tyytyväisiä sekä projektitiimin että asiakkaan puolelta.

Suurin osa henkilöstöltä saadusta palautteesta oli positiivista, joten tapahtumaa voidaan pitää onnistuneena. Tapahtuman onnistumisiksi koettiin erityisesti illallisen yhteydessä järjestetty palkintogaala ja hyvät tarjoilut. Onnistumiseksi koettiin myös se, että päivän ohjelman ja aktiviteetin lomaan oltiin jätetty riittävästi vapaa-aikaa ja, että pikkujouluihin onnistuttiin luomaan rento ja kiireetön ilmapiiri. Asiakasyritys Y:n yhteyshenkilön kanssa käydystä palautepalaverista ja henkilöstölle tehdyn palautekyselyn tuloksista ilmeni, että tapahtuma onnistui myös vahvistamaan henkilöstön ryhmähenkeä, joten tapahtumalle asetetut tavoitteet voidaan katsoa saavutetuiksi. Kehitettävää löytyi muun muassa pikkujoulujen ohjelmassa sekä ennakotiedottamisessa.

Tapahtumaprosessin aikana löydettiin myös tapahtuman tuotantoon liittyviä kehityskohtia ja ehdotuksia tapahtumaprosessin parantamiseksi. Erityisesti suunnitteluprosessin ja ideoinnin tärkeys korostui projektin aikana. Mitä enemmän aikaa ja resursseja ideointiin ja suunnitteluun käytetään, sitä parempia tuloksia ja innovatiivisempia tapahtumia saadaan aikaiseksi.

Myös ennako-odotuksia mittaavan kyselyn ja palautekyselyn toteuttaminen koettiin tärkeäksi osaksi tapahtumaprosessia ja se aiotaan ottaa osaksi tapahtumien suunnitteluprosessia. Tapahtumatoimisto X aikoo tulevaisuudessa toteuttaa asiakkaillensa enemmän tapahtumiin liittyviä kyselyitä, sillä niistä saadut tulokset koettiin hyödyllisiksi yrityksen toiminnan kehittämisen kannalta. Tutkimalla asiakkaan toiveita ja odotuksia ennen tapahtumaa, Tapahtumatoimisto X pystyy aivan uudella tavalla ottamaan asiakkaansa huomioon tapahtuman suunnittelussa. Tapahtuman jälkeen toteutettavien palautekyselyiden tulosten avulla Tapahtumatoimisto X pystyy puolestaan oppimaan ja kehittymään entistä paremmaksi tapahtumatoimistoksi.

Opinnäytetyön tulokset otetaan huomioon tulevien tapahtumien suunnittelussa ja etenkin opinnäytetyön asiakasyrityksen sisäisiä tapahtumia järjestettäessä. Onnistumisia hyödynnetään jatkossa ja kehityskohdista sekä kehitysehdotuksista otetaan oppia tuleviin tapahtumiin. Palautteet sekä projektipalavereista tehtyt projektimuistiot arkistoidaan yrityksen käyttöön, jotta kaikki Asiakasyritys Y:n kanssa yhteistyötä tekevät Toimeksiantaja X:n työntekijät löytävät ne helposti. Palautteita voidaan hyödyntää ja niistä voidaan ottaa oppia myös, kun Toimeksiantaja X suunnittelee ja toteuttaa muita tapahtumia.

Lähteet

Painetut

Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita Prima.

Getz, D. 2007. Event studies: theory, research and policy for planned events. Event management Series. Oxford: Elsevier, Butterworth-Heinemann.

Harju, L. 2003. Työelämän tapahtumat ja tilaisuudet. Keuruu: Otavan Kirjapaino.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2004. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumanjärjestäjälle. Iisalmi: SSLU.

Kananen, J. 2008. KVALI - Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja - sarja. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.

Kotler, P., Keller K-L., Goodman, M-B. & Hansen, T. 2009. Marketing Management. Harlow: Pearson Education Limited.

Muhonen, R. & Heikkinen, L. 2003. Kohtaamisia kasvokkain: tapahtuma markkinoinnin voima. Talentum.

Ojasalo, K., Moilanen, T & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät - Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOY

Saget, A. 2006. The event marketing handbook: beyond logistics & planning. Chicago: Kaplan publishing.

Shone, A. & Parry, B. 2004. Successful Event management: A Practical Handbook. 2. painos. Hampshire: South-Western, A division of Cengage Learning, inc.

Shone, A. & Parry, B. 2013. Successful Event Management: A Practical Handbook. 4. painos. Cengage Learning Australia.

Tuulaniemi, J. 2013. Palvelumuotoilu. 2. painos. Talentum.

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2016. Tapahtuma on tilaisuus - tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tallinna: Tietosanoma. 5. uudistettu painos.

Ylikoski, T. 2000. Unohtuiko asiakas?. 2.painos. Keuruu: Otavan kirjapaino.

Sähköiset

Kivistö, P. 2014. Onnistunut tapahtuma. Pointproduction. Viitattu 24.10.2017.
<http://www.pointproduction.fi/onnistunut-tapahtuma/>

Julkaisemattomat

Asiakasyritys Y. 2017. Tapahtuma- ja markkinointivastaavan haastattelu. 15.9.2017. Helsinki.

Kuviot

Kuvio 1 Onnistuneen tapahtuman malli (Vallo & Häyrinen 2016, 121 & 125)8

Kuvio 2 Asiakkaan tyytyväisyys tapahtumassa. (Iiskola-Kesonen 2004, 24)..... 15

Taulukot

Taulukko 1 Ennakko-odotuksia mittaavan kyselyn tulokset: tärkeimmät asiat pikkujouluissa 2017. 21

Taulukko 2 Palautekyselyyn vastanneiden antamat arvosanat pikkujoulujen sisällöstä 2017.. 33

Taulukko 3 Pikkujoulujen palautekyselyn vastaukset väittämiin 2017. 34

Liitteet

Liite 1: Pikkujoulujen tapahtumaprosessin vaiheet. 2017.....	42
Liite 2: Haastattelurunko. 2017.	43
Liite 3: Pikkujoulujen ennakko-odotuksia mittaava kysely. SurveyMonkey. 2017.....	44
Liite 4: Pikkujoulujen palautekysely. Surveymonkey. 2017.	46

Liite 1: Pikkujoulujen tapahtumaprosessin vaiheet. 2017.



Liite 2: Haastattelurunko. 2017.

Teema 1. Lähtökohdat: MITÄ?

- Mitä toiveita ja odotuksia teillä on tapahtuman suhteen?
- Millainen budjetti tapahtumalla on (budjetti €/hlö)?
- Mikä teidän mielestänne tekee tapahtumasta onnistuneen? Mitkä tekijät vaikuttavat tapahtuman onnistumiseen?

Teema 2. Tapahtuman tavoite ja viesti: MIKSI?

- Miksi tapahtuma järjestetään? Mitkä ovat tapahtuman tavoitteet?
- Mikä tapahtuman viesti on? Mitä tapahtumassa/tapahtumalla halutaan viestiä?

Teema 3. Tapahtuman kohderyhmä: KENELLE?

- Kertoisitko vähän tapahtuman kohderyhmästä? (mm. miten hyvin kohderyhmä tunnetaan, heidän kiinnostukset, keitä he ovat(ammattiryhmät)?
- Minkä ikäisistä henkilöistä kohderyhmä koostuu?
- Kuinka paljon miehiä ja kuinka paljon naisia?

Teema 4. Tapahtuman ohjelma ja sisältö: MILLAINEN?

- Millainen tapahtuma ollaan järjestämässä? Asia-, viihde vai -yhdistelmä tapahtuma?
- Minkälaista ohjelmaa haluaisitte tapahtumassa olevan?
- Minkälaista tunnelmaa tapahtumaan tavoitellaan?

Liite 3: Pikkujoulujen ennakko-odotuksia mittaava kysely. SurveyMonkey. 2017.

Christmas party 2017 - Expectations of the upcoming event

Sinun mielipiteesi ja kommenttisi ovat tärkeitä tulevien Pikkujoulujen onnistumisen kannalta, joten vastaattehan teille esitettyihin kysymyksiin mahdollisimman huolellisesti.

Kyselyyn vastaaminen kestää muutaman minuutin ja tulokset käsitellään nimettömästi sekä ehdottoman luottamuksellisesti. Voit vastata kysymyksiin joko suomeksi tai englanniksi.

Kiitos etukäteen vastauksistasi!

Your opinion and comments are important in terms of success of the upcoming Christmas party, so please answer all the questions as accurate as possible.

Answering to the inquiry will take you a few minutes. Results will be handled anonymously and absolutely confidentially. You can answer the questions either in Finnish or in English.

Thank you in advance for your answers!

* 1. Sukupuoli?
Gender?

☐ Man
☐ Woman

* 2. Ikä?
How old are you?

☐ 20-29
☐ 30-39
☐ 40-49
☐ 50-59
☐ 60 or older

* 3. Kuvaile muutamalla sanalla yrityksenne aikaisempia Pikkujouluja (esimerkiksi mitkä asiat ovat olleet hyviä/onnistuneita ja onko jotain asioita mitä pitäisi kehittää)?

In few words how would you describe your company's previous Christmas parties (for example which things have been nice/successfull and is there something that needs to developed)?

* 4. Mitkä asiat ovat sinulle tärkeimpiä Pikkujouluja ajatellen? Numeroi vaihtoehdot tärkeysjärjestykseen asteikolla 1-5 (1=vähiten kiinnostava ja 5=eniten kiinnostava).

What things are the most important to you when it comes to the Christmas party? Please rate the alternatives in order of importance 1-5, where 1 is the least important and 5 is the most important thing to you.

	1	2	3	4	5
Relaxation	☐	☐	☐	☐	☐
Being together with your co-workers	☐	☐	☐	☐	☐
Activities	☐	☐	☐	☐	☐
Good food and drinks	☐	☐	☐	☐	☐
Music	☐	☐	☐	☐	☐

* 5. Minkälaisia asioita odotat tämän vuoden Pikkujouluilta (esimerkiksi minkälaista ohjelmaa, aktiviteetteja toivoisit Pikkujouluissanne olevan)?

What kind of things you wish for this year's Christmas party (for example what kind of activities, program etc.)?

* 6. Mitä muita odotuksia sinulla on tulevien Pikkujoulujen suhteen?

What other expectations do you have towards the upcoming Christmas party?

* 7. Kuvaile muutamalla sanalla yleisesti mitkä asiat tekevät tapahtumasta onnistuneen?

In few words describe generally what things make event successful?

Kiitos, Thank you

Kyselytutkimuksen toteuttaa
 SurveyMonkey
 Katso miten helposti voit luoda kyselytutkimuksen.

Liite 4: Pikkujoulujen palautekysely. Surveymonkey. 2017.

Pikkujoulut 2017 - Palautekysely
Christmas party 2017 - Feedback of the event

Sinun mielipiteesi ja kommenttisi pikkujoulujen onnistumisesta ovat tärkeitä, joten vastaattehan teille esitettyihin kysymyksiin mahdollisimman huolellisesti.

Kyselyyn vastaaminen kestää muutaman minuutin ja tulokset käsitellään nimettömästi sekä ehdottoman luottamuksellisesti. Voit vastata kysymyksiin joko suomeksi tai englanniksi.

Kiitos etukäteen vastauksistasi!

Your feedback about the past Christmas party are important, so please answer all the questions as accurate as possible.

Answering to the inquiry will take you a few minutes. Results will be handled anonymously and absolutely confidentially. You can answer the questions either in Finnish or in English.

Thank you in advance for your answers!

* 1. Sukupuoli?
Gender?

☐ Mies/Man
☐ Nainen/Woman

* 2. Osallistuitko ensimmäistä kertaa yrityksen pikkujouluihin?

Did you participate in company's Christmas party for the first time?

☐ Kyllä/Yes
☐ En/No

* 3. Ika?
How old are you?

☐ 20-29
☐ 30-39
☐ 40-49
☐ 50-59
☐ 60 or older

* 4. Anna palautetta yrityksen pikkujouluista. Missä mielestäsi onnistuttiin/mikä toimi mielestäsi hyvin ja missä voitaisiin vielä parantaa?

Give us feedback about the Christmas party. Describe in few words what things were good/successful about the Christmas party and what things could be improved?

* 5. Anna arvosana kullekin tapahtuman osa-alueelle sen mukaan kuinka hyvin ne mielestänne onnistuivat. 1 erittäin huonosti, 2 melko huonosti, 3 melko hyvin, 4 hyvin, 5 erittäin hyvin. Vastaa 0 mikäli et osallistunut johonkin alla olevista osa-alueista.

Voit halutessasi myös kommentoida alle miksi jokin osa-alue epäonnistui ja onnistui erityisen hyvin.

Give a grade to each element/activity of the event depending on how well you think those elements succeeded. 1 very badly, 2 pretty badly, 3 pretty well, 4 well, 5 very well. Answer 0 if you didn't participated in one of the following activities.

You may also give us comment below why some elements of activities failed or succeeded.

	0	1	2	3	4	5
Myyntikokous Sales meeting	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ryhmä aktiviteetti (Långvikin labyrinttipeli) Group activity (Långvik's Labyrinth game)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sauna	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Meikki ja kampausten laitto Makeup and hair	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Illallinen ja palkintogaala Dinner & Sales Awards	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Iltajuhla Jake's Clubilla Afterparty at Jake's Club	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Illan esiintyjän Mika Ikosen musiikkishow Mika Ikonen's music performance at Jake's Club	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Vapaat kommentit

Free comments

6. Mitä asioita jaitte mahdollisesti kaipaamaan tapahtumassa?

What kind of things did you feel that the event was possibly missing?

* 7. Arvioikaa seuraavia väittämiä tapahtumasta kokemuksienne perusteelle.
1 täysin eri mieltä, 2 hiukan eri mieltä, 3 en osaa sanoa, 4 lähes samaa mieltä,
5 täysin samaa mieltä

Evaluate the following claims regarding the event for the basis of your experience.

1 completely disagree, 2 slightly disagree, 3 can not say, 4 almost agree, 5 fully agree

	1	2	3	4	5
Ennakkotiedotus oli riittävää ja sain kaiken tarvitsemi tiedon riittävän ajoissa.	☐	☐	☐	☐	☐
I got enough information and I got it early enough.					
Tapahtuman kesto oli sopivan mittainen.	☐	☐	☐	☐	☐
The duration of the event was suitable.					
Tapahtumapaikka oli mieluista.	☐	☐	☐	☐	☐
The event venue was pleasant.					
Tapahtumassa oli riittävästi yhdessä tekemistä ja olemista.	☐	☐	☐	☐	☐
The event had enough things to do together with my co-workers.					
Tapahtuma vahvisti henkilöstömme ryhmähenkeä.	☐	☐	☐	☐	☐
Event strengthened personnel's team spirit.					
Tapahtuman ohjelma oli mieluista.	☐	☐	☐	☐	☐
The agenda of the event was pleasant.					

Tapahtuman henkilökunta oli palvelualtista ja palvelu hyvää.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

The event staff was helpful and the service during the event was good.

Tapahtuman tarjoilut (kokoustarjoilut, lounas, illallinen ja yösnaek) olivat hyviä.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Catering was good.

Järjestelyt paikan päällä toimivat hyvin.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

All the arrangements Tapahtumaa kohtaan olleet ennakkoodotukseni täyttyivät tapahtumassa.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

My expectations of the event were fulfilled at the event.

* 8. Mitä mieltä olitte pikkujoulujen ohjelmasta (ryhmä-aktiiviteetti, rantasauna, meikkien ja kampausten laitto, palkintogaala jne.)

What did you think about the event's program and activities?

* 9. Minkä kokonaisarvosanan antaisitte tapahtumalle (4-10)?

What grade would you give for the event (4-10)?

10. Onko jotain muuta mitä haluaisitte sanoa/mistä haluaisitte antaa palautetta pikkujouluihin ja niiden järjestelyihin liittyen?

Is there anything else you would like to say, or do you want to give more feedback about the Christmas party or the arrangements?

Kiitos, Thank you