

Tapahtuma-alan tarve AsTu -täydennyskoulutuspäivälle

Mira Tiilikainen

Tekijä(t) Mira Tiilikainen	
Koulutusohjelma Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Tapahtuma-alan tarve AsTu -täydennyskoulutuspäivälle	Sivu- ja liitesivumäärä 34 + 2
<p>Tämä opinnäytetyö tutkii tapahtuma-alan koulutusmahdollisuuksia ja sen tarvetta uudelle täydennyskoulutuspäivälle. Tapahtuma-ala kehittyy jatkuvasti, jolloin tuottajan työnkuva muodostuu alan tarpeita ja trendejä mukailleen. Suomessa on tarvetta koulutetuille ja osaville ammattilaisille, sillä tapahtuma-ala on yksi liiketoiminnan tärkeimmistä muodoista. Tuottajien tehtävänä on osata hyödyntää kokonaisvaltaisesti alan mahdollisuuksia.</p> <p>Opinnäytetyö on jaettu kolmeen pääteemaan, jotka käsittelevät työskentelyä tapahtumalalla, tapahtuma-alan koulutustarjontaa ja työn varsinaista tuotosta eli täydennyskoulutuspäivää. Ensimmäisen teeman tehtävänä on johdatella aiheeseen ja esitellä tuottajan työn pääpiirteitä. Ensimmäisessä teemassa käsitellään myös alan trendejä, joista käy ilmi mitä ajankohtaista osaamista tuottajalta vaaditaan oleellisen osaamisen lisäksi. Toisessa teemassa keskitytään tarjolla oleviin tapahtuma-alan koulutusmahdollisuuksiin Suomessa. Koulutustarjonta painottuu ammattikorkeakouluihin ja kaupallisiin koulutustentarjoajiin. Koulutustarjonnan katsastaminen kokoaa yhteen Suomen tapahtuma-alan koulutusmahdollisuudet, joita vertailemalla löytyy koulutusten puutteellisuudet. Kolmas teema pohjautuu hankittuun tietoperustaan, jota varten on tehty tukemaan kaksi asiantuntijahaastattelua. Näiden teemojen ja asiantuntijahaastatteluiden avulla on laadittu suunnitelma uudelle tapahtuma-alan täydennyskoulutuspäivälle, joka vastaa alan tämänhetkisiin tarpeisiin.</p> <p>Opinnäytetyön tuotoksena on AsTu -täydennyskoulutuspäivä, joka on suunniteltu toteutettavissa olevaksi. Täydennyskoulutuspäivän nimi perustuu käsiteltäviin aiheisiin, joita ovat asiakaskokemus ja tuloksellisuus. Koulutuspäivä jakautuu tasaisesti aiheiden ympärille, mitkä osoittautuivat kehittämisen kohteiksi tuottajan työssä. AsTu -täydennyskoulutuspäivä on esitelty omassa luvussaan suunnittelun eri näkökulmista. Opinnäytetyö sisältää esitteen, josta näkyy AsTu -täydennyskoulutuspäivän yleisilme.</p>	
Asiasanat Tapahtuma, tapahtuma-ala, tuottaja, tapahtumanjärjestämisprosessi, tapahtuma-alan koulutus, täydennyskoulutus	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Työn tavoitteet ja raja- aus	1
1.2	Työn rakenne	2
1.3	Tutkimusmenetelmä	2
1.4	Keskeiset käsitteet	3
2	Työskentely tapahtuma- alalla	4
2.1	Tuottaja	4
2.2	Tapahtumanjärjestämis- prosessi	6
2.2.1	Suunnitteluvaihe	6
2.2.2	Toteutusvaihe	7
2.2.3	Jälkimarkkinointivaihe	9
2.3	Onnistunut tapahtuma	10
2.4	Tapahtuma-alan trendit	10
2.4.1	Sisältö	11
2.4.2	Budjetti	11
2.4.3	Asiakaskokemus	12
2.4.4	Teknologia	13
2.4.5	Turvallisuus	15
3	Tapahtuma-alan koulutustar- jonta	16
3.1	Ammattikorkeakoulut	16
3.1.1	Kulttuurituottajan (AMK) koulutus	17
3.1.2	Tradenomin (AMK) koulutus	17
3.2	Kaupalliset koulutustarjoajat	18
3.2.1	Markkinointi-instituutti	19
3.2.2	Faustus Oy	19
3.2.3	Alma Talent Oy	21
3.3	Ammatillinen koulutus	21
3.4	Muu koulutus	21
4	Täydennyskoulutuspäivä	23
4.1	Asiantuntijahaastattelut	23
4.1.1	Helena Wallon haastattelu	23
4.1.2	Juhapekka Koppasen haastattelu	24
4.2	Koulutuspäivän suunnitelma	26
4.2.1	Mitä koulutetaan?	26
4.2.2	Miksi koulutetaan?	27
4.2.3	Ketä koulutetaan?	27
4.2.4	Kuka kouluttaa?	27

4.2.5	Miten koulutetaan?.....	28
4.2.6	Milloin ja missä koulutetaan?	29
4.2.7	Miten markkinoidaan?	29
4.2.8	Kuinka paljon maksaa?	30
4.2.9	Miten arvioidaan?.....	30
4.2.10	Miten erotutaan?	31
5	Pohdinta.....	32
5.1	Johtopäätökset.....	32
5.2	Hyödynnettävyys.....	32
5.3	Prosessin ja oman oppimisen arviointi	33
6	Lähteet.....	35
7	Liitteet	38

1 Johdanto

Opinnäytetyöni aiheena on katsastaa tapahtuma-alan koulutus ja kehittää joukkoon tuottajille lisäarvoa tuova täydennyskoulutuspäivä, joka on johdettu tämän työn tietoperustasta ja empiirisestä osuudesta. Tietoperusta käsittelee tapahtuma-alan työtä ja tarjolla olevia alan koulutusmahdollisuuksia. Tuottaja on suunnittelija, sillä tapahtumanjärjestämisprosessista 75 % on suunnittelua (Vallo & Häyrinen 2016, 189). Sanonta ”hyvin suunniteltu on puoliksi tehty” tiivistää alan opin. Tapahtuma-alalla oppii tekemällä, ja mitä enemmän työkokemusta karttuu, sen tietävämpi, pätevämpi, taitavampi on.

Maailmalla tapahtuma-ala on yksi tärkeimmistä liiketoiminnan muodoista ja jatkuvasti kasvussa. Suomessa on kaikki valmiudet onnistuneiden tapahtumien järjestämiseen, mutta alan kokonaista arvoa ja vaikutuksia ei vielä osata hyödyntää täysin. (Evento 2017.) Tapahtuma-ala tarjoaa etuja niin Suomen taloudelle kuin yhteiskunnalle (Evento 2017), joten maamme tarvitsee osaavia tuottajia näyttämään kykynsä alalla.

Ongelmana on, että tapahtuma-alan koulutus jää suoritettuun ammattikorkeakoulututkintoon. Sen jälkeen työssä ei ole varaa virheisiin, sillä tuottaja edustaa itseään ja organisaatiotaan. Tapahtuma-ala tarvitsee täydennyskoulutuspäivän jo valmistuneille ammattilaisille, mikä kannustaa heitä laajentamaan osaamistaan alan kysynnän ja trendien mukaisesti. Täydennyskoulutuksen tavoitteena on antaa valmiudet ennakoida ja toimia koko tapahtumanjärjestämisprosessissa tuloksellisesti.

1.1 Työn tavoitteet ja rajaus

Opinnäytetyöni tavoitteena on suunnitella toteutettavissa oleva täydennyskoulutuspäivä, joka vastaa alan tämän hetkisiin tarpeisiin tuoden lisäarvoa sekä itse työntekijälle, että koko tapahtumanjärjestämisprosessiin. Tavoitetta varten olen tehnyt katsauksen alalla työskentelyyn, alan trendeihin ja tarjolla oleviin koulutusmahdollisuuksiin.

Tapahtuma-alalla työskentelyyn perehdyn yleisesti, sillä aiheena se on laaja. Keskityn tuottajan työhön ja vaatimuksiin sekä itse tapahtumanjärjestämisprosessiin. Perehtyminen alan työskentelyyn toimii lähtökohtana, josta voin etsiä koulutuksien vastaavuuksia itse työhön. Tämä helpottaa minua, kun alan tutkia tarjolla olevia koulutusmahdollisuuksia ja esitellä niitä. Koulutusmahdollisuudet tutkin koko Suomen alueelta keskittyen ammattikorkeakoulujen ja kaupallisten koulutustentarjoajien tarjontaan. Yksittäisiä kursseja on olemassa paljon, joten kaikkia en aio esitellä. Keskityn muutamiin selkeisiin linjoihin sekä esittelen muita koulutusmahdollisuuksia lyhyesti. Työssäni esitellyt koulutusyritykset ovat tunnettuja ja kokeneita alalla. Tapahtuma-alan työskentelyn ja koulutusmahdollisuuksien

perehtymisen jälkeen esittelen päätavoitteeni eli näiden avulla kootun uuden täydennyskoulutuspäivän. Täydennyskoulutuspäivää rakentaessani käytän apuna seuraavia tutkimuskysymyksiä: *Millainen on hyödyllinen täydennyskoulutuspäivä?* ja *Mitä lisäarvoa täydennyskoulutuspäivä tuo?*

Opinnäytetyöni rajaan Suomen alueelle, mutta aion hyödyntää työssäni alan kansainvälisiä kasvavia trendejä, sillä yleensä trendit lähtevät liikkeelle suurista maista, kuten Yhdysvalloista. Näin pystyn hyödyntämään täydennyskoulutuksen kehittelyssä uutta, joka ei ole vielä saavuttanut Suomea.

Työn lopputulosta voidaan hyödyntää jatkossa tapahtuma-alan yrityksissä, jotka voivat järjestää kyseistä täydennyskoulutuspäivää sellaisenaan tai omana variaationaan. Täydennyskoulutuksella tähdätään tuomaan tuottajalle uusia keinoja, joilla on lisäarvoa sekä tuottajalle itselleen että koko tapahtumanjärjestämisprosessiin.

1.2 Työn rakenne

Opinnäytetyöni ensimmäisessä osiossa esittelen työni taustoja, tavoitteita ja keskeisiä käsitteitä. Toisessa osiossa esittelen työskentelyä tapahtuma-alalla ja sen järjestämisprosessia, mikä rakentuu kolmesta päävaiheesta. Kolmannessa osiossa katsastan korkeasteen koulutusmahdollisuudet alalle sekä yritysten järjestämät koulutukset. Neljännessä osiossa esittelen uuden, lisäarvoa tuovan täydennyskoulutuspäivän, joka rakentuu edellisten osioiden trendien ja vaatimuksien sekä asiantuntijahaastatteluiden pohjalta. Opinnäytetyön viimeinen osio on tarkoitettu opinnäytetyön pohdinnalle ja omalle arvioinnilleni. Työn lopusta löytyy lähdeluettelo ja liitteet, joihin olen viitannut työssäni.

1.3 Tutkimusmenetelmä

Opinnäytetyöni on laadullinen tutkimus ja hyvin aineistolähteinen. Tarkoitukseni on kuvata tapahtuma-alaa, siihen liittyvää koulutusta ja uutta täydennyskoulutusta. (Drake & Salmi 2018.) Laadullisessa tutkimuksessani esittelen tuotokseni sanoilla ja lauseilla ilman määrällisiä keinoja (Kananen 2014, 18).

Kolmannen osion lähteet ovat internetin kautta etsityt eri ammattikorkeakoulujen nettisivut koulutuksineen ja valikoitujen yritysten tarjoamat koulutukset. Lähteille teen sisällönanalyysin, jolloin saan selville koulutusten yhtenäisyydet ja eroavaisuudet sekä sen, mitä oleellista puuttuu alan tämänhetkisestä koulutuksesta.

Työni neljäs ja empiirinen osuus perustuu jo kerättyihin menetelmiin ja asiantuntijahaastatteluihin. Vertailen edellisten osioiden tuotoksia ja tiivistän ne yhteen. Asiantuntijahaastattelut tuovat esiin näkemyksiä, joita on vaikea löytää kirjallisuudesta.

1.4 Keskeiset käsitteet

Tässä kappaleessa määrittelen opinnäytetyöni keskeiset käsitteet.

Tapahtuma on käsitteenä hyvin laaja, sillä se sisältää reilusti erilaisia tapahtumia, joita ovat esimerkiksi seminaarit, avajaiset, lanseeraukset, promootiot, messut jne. Tapahtumat vaihtelevat kooltaan muutamista henkilöistä aina useisiin tuhansiin henkilöihin ja ne voivat olla organisaation sisäisiä tai ulkoisia tapahtumia. Kaikille tapahtumille on kuitenkin yhteistä, että niiden päämääränä on saada tuloksia aikaan. (Korhonen, Korkalainen, Pienimäki & Rintala 2015, 7.)

Tapahtuma-ala on toimiala, joka kasvaa jatkuvasti Suomessa ja luo monipuolisesti työllistymismahdollisuuksia (Evento Awards 2015).

Tuottaja eli suunnittelija, järjestäjä, projektipäällikkö; nimityksiä on monia, on henkilö, jolla on päävastuu tapahtumanjärjestämisprosessissa. Hän on sitoutunut täysillä työhönsä ja hallitsee kokonaisuuden. (Vallo & Häyrinen 2016, 266.) Tuottajan työnkuva viittaa monipuolisesti eri tehtäviin tapahtuma-alalla, mutta opinnäytetyössäni käsittelen tuottajaa tapahtumanjärjestämisprosessin näkökulmasta.

Tapahtumanjärjestämisprosessi koostuu kolmesta päävaiheesta: suunnittelusta, toteutuksesta ja jälkimarkkinoinnista, mistä muodostuu itse tapahtuman kokonaisuus (Vallo & Häyrinen 2016, 189).

Tapahtuma-alan koulutuksella tarkoitetaan koulutusta, mikä antaa valmiudet toimia tuottajan työtehtävissä. Ammattikorkeakouluissa voi suorittaa kulttuurituottajan ammattikorkeakoulututkinnon, mikä on kestoltaan 4 vuotta. (Ammattinetti 2018.)

Täydennyskoulutus antaa mahdollisuuden päivittää omaa ammatillista osaamistaan jo hankitun koulutuksen ja kokemuksen lisäksi (Täydennyskoulutus.fi 2018).

2 Työskentely tapahtuma-alalla

Monipuolista, hektistä ja unohtumatonta – sitä työskentely tapahtuma-alalla tiivistettynä on. Vaikka omat käytännön kokemukseni alalta ovat vielä vähäisiä, muodostuu tämä käsitys alasta ensimmäisenä. Tuottajan työ on kutsumusammatti, johon päädytään. Tämän pääluvun tarkoituksena on syventyä jatkuvasti kehittyvään tuottajan työhön, joka mukautuu asiakkaiden tarpeista ja toiveista sekä alan trendeistä.

Tapahtuma-alan työ on palkitsevaa, sillä siinä pääsee suunnittelemaan jotain ainutlaatuista, jota ei koskaan pysty toistamaan tismalleen samanlaisena (Catani 2017, 20). Alalla työskentelyä rajoittaa vain tuottajan oma luovuus (ja valtaosassa tietenkin budjetti, kun ajatellaan reaalisesti). NykYTEknologia saattaa kyseenalaistaa tapahtumien mahdin, mutta fakta on se, että kasvokkaiset kohtaamiset ovat korvaamattomia (Evento 2017). Tapahtumat tarjoavat arvokkaita verkostoitumismahdollisuuksia ja tätä perinnettä tulee vaalia.

Kaiken perustana alalla on, että tapahtuma tarjoaa elämyksiä ja sillä on selkeä tavoite. Tapahtumien järjestäminen ei ole ilmaista, joten niiden tavoite tulee määritellä aivan ensimmäiseksi. Liiketoiminnassa tapahtuman tavoitteet voidaan määritellä kolmeen päätaavoitteeseen, joita ovat suhteiden syventäminen, liiketoiminnan parantaminen ja brändin vahvistaminen. (Catani 2017, 19.)

2.1 Tuottaja

Tuottaja on se, joka vastaa elämyksien ja tavoitteiden toteutumisesta, jotka muistetaan vielä vuosienkin päästä. Tuottajalla on päävastuu koko prosessista (Catani 2017, 11) ja hän hallitsee sen, vaikka kaikki ei aina menisikään suunnitelman mukaan. Menestyäkseen tapahtuma-alalla tarvitsee laajan kirjon ominaisuuksia, jotka auttavat saavuttamaan asetetut tavoitteet.

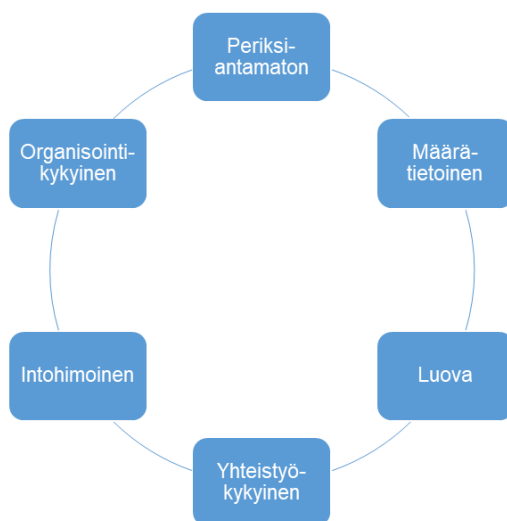
Tuottajan perusominaisuuksiin kuuluu, että hän on täydellisesti sitoutunut työhönsä (Vallo & Häyrinen 2016, 266) huolimatta vastoinkäymisistä. Tuottajan rooli on keskeisessä asemassa, sillä vaikka hän on projektin johtaja, ei siitä urakasta selviydy yksin. Hänellä on kyky delegoida tehtäviä ja vastuita muille (Vallo & Häyrinen 2016, 267). Parhaimmillaan hän tuntee tiimensä vahvuudet, jolloin oikeat henkilöt työskentelevät oikeissa tehtävissä. Tuottaja toimii johtajana, joka pitää jokaista tiimin jäsentä tasavertaisena ja kannustaa tiimiä. Hyvään johtajaan luotetaan, sillä hän osaa pitää omat mieltymyksensä erillään projektin tavoitteista ja tehdä oikeita päätöksiä tapahtumaan liittyvistä asioista ja henkilöistä (Vallo & Häyrinen 2016, 267).

Tilanne elää jatkuvasti projektissa, jolloin tiedonkulun täytyy olla ripeää ja ajankohtaista. Tuottaja vastaa siitä, että hänen ja tiimin käytössä on kanava, jonka kautta selviää projektin tilanne milloin vain (Vallo & Häyrynen 2016, 267). Hän ylläpitää kanavaa ja raportoi nopeasti muutoksista. Tiedon pimittäminen johtaa vain tehtävien viivästyksiin, joten jatkuva kommunikointi molemmin puolin on tärkeää.

Tuottajan päätehtävä on olla perillä asioista ja varmistaa eri asioita. Varmistamisella pyritään siihen, että kaikki yksityiskohdat huomioitu ja asioista ollaan yhteisymmärryksessä. Eri osapuolet voivat käsittää asioita eri tavoin, ellei niitä sovita tarkoin ja varmisteta, jolloin lopputulos saattaa olla ihan muuta. (Vallo & Häyrynen 2016, 267 –268.)

Hyvä tuottaja osaa myös asettaa itsensä kohderyhmän tilalle, ja tätä kautta etsiä tietoa ja toiveita tapahtumalle. Tapahtuma tehdään aina vieraita varten, joiden tulee tuntee itsensä tervetulleiksi ja toivotuiksi tapahtumaan. Onnistunut tapahtuma saa mainetta helposti, mistä vieraat myöhemmin mieluusti kertovat. (Vallo & Häyrynen 2016, 268.) Tuottaja saa tästä kiitosta, mutta valitettavasti hän on myös se, joka ottaa vastuun tapahtuman epäonnistumisesta. Tämän takia tuottajalla on aina varasuunnitelma hallussa (Vallo & Häyrynen 2016, 268), jotta epäonnistuneilta tapahtumilta vältytään. Tuottajan hyvä ennakointikyky ja reipas toiminta tekevät tapahtumasta onnistuneen pienistä virheistä huolimatta.

Edellisten kappaleiden perusteella olen sitä mieltä, että hyvän tuottajan pääominaisuuksiin kuuluu organisointikyky, periksiantamattomuus, määrätietoisuus, luovuus, yhteistyökyky ja intohimoinisuus, mitkä olen koonnut vielä alla olevaan kuvioon 1. Nämä ominaisuudet ovat tärkeitä tapahtuma-alalla, kun mietitään, kuka sopii tuottajaksi ja menestyy siinä.



Kuvio 1. Menestyvän tuottajan pääominaisuudet

Tiivistettynä menestyvä tuottaja omaa asennetta eikä pelkää haasteita. Hän hallitsee erilaiset tilanteet ja omaa keinoja, joilla hämmästyttää muita. Hän nauttii yksityiskohtien viilaamisesta, rakastaa työtään eikä koe yhtään työpäivää pakonomaiseksi.

2.2 Tapahtumanjärjestämisprosessi

Tapahtumanjärjestämisprosessi on pitkäjänteinen prosessi, joka tulee hoitaa huolella alusta loppuun saakka. Prosessi rakentuu kolmesta eri päävaiheesta, joita ovat suunnitteluvaihe, toteutusvaihe ja jälkimarkkinointivaihe. Suunnitteluvaihe kattaa 75 % koko prosessista, joten perusteellinen syventyminen siinä palkitaan seuraavissa vaiheissa. Itse toteutusvaihe on vain 10 % ja loput 15 % prosessista käytetään viimeisessä jälkimarkkinointivaiheessa. Koko prosessiin täytyy varata aikaa vähintään kaksi kuukautta, jotta voidaan puhua onnistuneesta tapahtumasta. Seuraavissa kappaleissa esittelen nämä prosessin vaiheet tarkemmin. (Vallo & Häyrinen 2016, 189 –190.)

2.2.1 Suunnitteluvaihe

Suunnitteluvaihe on kaikista aikaa vievin, sillä siihen sisältyy lukuisia yksityiskohtia. Vaiheen etuja kuitenkin on, että tiimi tuo esille erilaisia näkökulmia ja ideoita. Samalla sitoutetaan tapahtuman henkilökuntaa sen tavoitteisiin jo alusta alkaen ja vahvistetaan tapahtuman todennäköistä onnistumista. (Vallo & Häyrinen 2016, 191.)

Uutena keinona suunnitteluvaiheessa on käytetty kohderyhmän kanssa yhdessä luomista eri kanavien kautta, jolloin kohderyhmällä on mahdollisuus vaikuttaa ja jopa luoda aivan uusia tapahtumakonsepteja, kuten pop up -ilmiöt. (Vallo & Häyrinen 2016, 192.)

Lähtökohtana suunnittelulle on, että tapahtuman tavoitteet ovat selvillä. Suunnitteluvaihe voidaan myös jakaa kolmeen eri osa-alueeseen, joita ovat tapahtuman sisällön tuotanto, tekninen tuotanto sekä kaupallinen tuotanto. (Vallo & Häyrinen 2016, 192.)

Sisällön tuotannon suunnitteluun kuuluvat strategiset suunnittelut, eli tavoitteet, ideat, teemat, sanomat ja elementit. Lisäksi siihen kuuluvat myös palvelut ja tuotteet, palvelupolku ja käsikirjoitus. Teknisen tuotannon suunnitteluun kuuluvat tapahtumapaikan valinta, ympäristösuunnittelu, tapahtumarakenteet, tekniikka, erilaiset lupa-asiat, rakentaminen ja purkaminen sekä aikatauluttaminen. Kaupallisen tuotannon suunnitteluun kuuluvat budjetointi, tunnusluvut, mittarit ja mittaaminen, kohderyhmät, verkkosivut, kutsuminen, markkinointisuunnitelma, sosiaalinen media, yhteistyö- ja sponsorointikumppanuudet. (Vallo & Häyrinen 2016, 192 –193.)

Suunnitteluvaiheessa tehdään projektisuunnitelma, joka toimii suunnannäyttäjänä tapahtumalle. Siitä selviää keinot tapahtuman toteuttamiseen, työtehtävät ja toimenpiteet aikatauluineen, resurssit ja riskit. Projektisuunnitelmassa esitellään työtehtävät siten, että tärkeimmät aloitetaan ensiksi. Kaikille työtehtäville nimetään vastuuhenkilö(t), jotta prosessin eteneminen olisi jouhevaa. Tehtävien muuttuessa tai lisääntyessä projektisuunnitelmaan tulee muutoksia, mutta pohjaltaan se noudattaa koko ajan samaa linjaa ja toimii selkeänä työkaluna tapahtumanjärjestäjille. (Korhonen ym. 2015, 11.)

Projektisuunnitelman tukena käytetään alustusta, eli tapahtumabrief -asiakirjaa, joka on kooste tapahtuman tiedoista ja toiveista. Asiakirjasta löytyy vastaukset seuraaviin kysymyksiin: Miksi? Kenelle? Mitä? Missä? Milloin? Miten? Millainen? Kuka? Nämä kysymykset auttavat rajaamaan tapahtuman ja ohjaamaan koko prosessin kulkua. (Vallo & Häyri-
nen 2016, 193 –194, 316.)

Suunnitteluvaiheessa on myös tärkeää valita työryhmälle yhtenäinen kanava tai kanavia, joiden kautta edellä mainittuihin tiedostoihin, ajankohtaisiin ilmoituksiin ja keskusteluihin pääsee reaaliajassa käsiksi. Omalla kokemuksellani voin suositella Slackia, joka on erity-
tän näppärä ja helppokäyttöinen työkalu – bussimatkan aikana ehtii tarkastamaan viimeisimmän tilanteen omalta älypuhelimeltaan.

Ennen toteutusvaihetta laaditaan tapahtumakäsikirjoitus, josta saa kokonaiskäsityksen tapahtuman kulusta. Siitä käy ilmi, että mitä, missä ja milloin tapahtuu päivän tai päivien aikana. Käsikirjoitus on yksityiskohtainen kaikkine vastuuhenkilöineen, tehtävineen, paikkoi-
neen ja aikatauluineen. Se kirjoitetaan tapahtumapäivän alusta loppuun asti, jo ennen vieraiden saapumista alkaen valmisteluista. Käsikirjoitus päätetään siihen, kun viimeiset vieraat ovat poistuneet, mahdolliset jälkitoimenpiteet ja yhteenveto päivästä on tehty. Huolimatta perinpohjaisesta käsikirjoituksesta, tapahtumissa tulee lähes aina muutoksia. Silloin eduksi on ripeä ja ennakoiva toiminta, jolloin tapahtuma voi jatkua luistavasti eteenpäin, ilman että vierailta on mitään aavistusta käsikirjoituksesta poikkeamisesta. (Vallo & Häyri-
nen 2016, 196 –197.)

2.2.2 Toteutusvaihe

Toteutusvaiheeseen kuuluvat kaikki ne hetket, jotka tekevät tapahtumasta toden ja reaali-
aikaisen kokemuksen. Kaikkien tapahtuman työntekijöiden on oltava perillä omista vastuistaan ja tehtävä yhteistyötä keskenään, jotta tapahtuma onnistuu. (Vallo & Häyri-
nen 2016, 198.) Huolellisen suunnitteluvaiheen tulokset palkitaan, kun tapahtuma kulkee eteenpäin sujuvasti ja tarkoituksenmukaisesti. Parhaimmillaan tässä vaiheessa tuottaja

keskittyy enää yksityiskohtien hiomiseen, tapahtuman kulun seuraamiseen ja työn tulok-
sista nauttimiseen. (Catani 2017, 98.)

Toteutusvaihe voidaan myös jakaa kolmeen eri osa-alueeseen, joita ovat rakennusvaihe,
itse tapahtuma ja purkuvaihe (Vallo & Häyrinen 2016, 198). Rakennusvaihe on näistä kol-
mesta yleensä kaikista aikaa vievin. Myös purkuvaiheeseen täytyy varata riittävästi aikaa
ja huomioida se tilavuokrassa, sillä usein vaihe ajoittuu tapahtuman jälkeiselle päivälle.
(Vallo & Häyrinen 2016, 199.)

Itse tapahtumavaihe kätkee sisäänsä lukuisia yksityiskohtia, jotka takaavat tapahtuman
sujuvan etenemisen. Tuottajan on tärkeää pysyä koko ajan rauhallisena, vaikka mitä sat-
tuisi (Catani 2017, 99). Vieraat huomaavat taatusti, että jotain on pielessä, jos tuottaja
elehtii epävarmasti ja juoksee tapahtumassa.

Ennen tapahtumaa järjestetään kenraaliharjoitukset, joiden tehtävänä on varmistaa tapah-
tuman onnistuminen. Silloin käydään läpi koko tapahtuman kulku ja sen toimivuus, tek-
niikka ja esiintymisjärjestykset. Suurimman hyödyn harjoituksista saa irti silloin, kun kaikki
pääsevät mukaan osallistumaan. Harjoitukset järjestetään yleensä muutamaa päivää en-
nen tai samana päivänä, kun itse tapahtuma on. Niiden etuna on, että silloin on vielä mah-
dollisuus tehdä muutoksia lopulliseen tapahtuman kulkuun. (Vallo & Häyrinen 2016, 200 –
201.)

Tapahtuman toteutuksessa käytetään apuna ennalta tehtyä käsikirjoitusta ja palvelupol-
kua, mitkä ohjaavat tapahtuman kulkua eteenpäin suunnitelman mukaisesti. Tapahtuman
alun ja lopetuksen tulee olla selkeät ja kaiken niiden väliltä aikataulutettua. Päivään tulee
sisältyä tarpeeksi taukoja suositellun mukaisesti, eli noin parin tunnin välein. Tuottajan
tehtävänä on varmistaa, että kaikki sujuu käsikirjoituksen mukaisesti ja vieraat viihtyvät.
Lähes aina kaikki ei kuitenkaan suju niin kuin on suunniteltu, jolloin tuottaja on se, joka
vastaa muutoksista ja ilmoittaa tiimillensä niistä. Tarvittaessa tuottajalla on myös oikeus
aientaa ohjelmaa, jos kaikki on sujunut odotettua ripeämmin ja tilanne sitä vaatii. Vieraat
eivät saa pitkästyä eivätkä kummastella muka myöhäistä ohjelmanumeroa. (Vallo & Häyri-
nen 2016, 199 –204.)

Tapahtuman tekniikka, musiikki ja äänimaailma tekevät siitä tunnelmallisen ja erityisen.
Näille nimitetään vastuuhenkilöt, jotka vastaavat niiden toimivuudesta koko tapahtuman
ajan. (Vallo & Häyrinen 2016, 207 –209.) Toteutukseen kuuluu useita eri osia, jotka hel-
pottavat tapahtuman kulkua ja lisäävät vieraiden tyytyväisyyttä. Näitä ovat esimerkiksi ja-
ettavat materiaalit, kuten ohjelmat ja esitteet, nimikyltit, opasteet, istumajärjestys, kuljetuk-

set ja varatut parkkipaikat. (Vallo & Häyrinen 2016, 209 –216.) Tapahtumassa on aina oltava yllätyksellisyyttä, joka ylittää vieraiden odotukset ja saa heidät tuntemaan huomioiduiksi. Yllätyksellisyyden ei tarvitse olla mitään suurta (kuten helikopterijäteli, vaikka se olisi unohtamatonta), vaan vieraista aidosti välittämistä. Se on jotain, mitä ei etukäteen kerrota vieraille, kuten yllätysesiiintyjä tai kuohuviinitarjoilu. Yllätyksellisyys on osa elämystä, joka vieraille tarjotaan, ja josta he ilahtuvat. (Vallo & Häyrinen 2016, 204 –206.)

Tuottaja vastaa siitä, että tapahtuman turvallisuus on kunnossa. Vieraat ovat tärkeässä asemassa, joten heidän täytyy tuntea olevansa turvassa. Tuottaja laatii tapahtumalle pelastus- ja turvallisuussuunnitelman. Niiden avulla kartoitetaan riskit ja pyritään ennalta ehkäisemään onnettomuuksia. (Korhonen ym. 2015, 20.)

Toteutusvaiheen lopputuloksena syntyy tavoiteltu kokonaisuus, jolloin tyytyväiset vieraat ovat yhtä ainutlaatuista kokemusta rikkaampia. Onnistuneen päivän loputtua tuottaja kokoaa tiiminsä yhteen, jolloin käydään läpi lyhyt yhteenveto ja iloitaan työntuloksista.

2.2.3 Jälkimarkkinointivaihe

Viimeinen vaihe tapahtumanjärjestämisprosessissa on jälkimarkkinointivaihe, mikä hoidetaan noin kahden viikon sisällä tapahtuman päättymisestä. Vaiheeseen kuuluvat kiitokset, materiaalien toimitukset, palautteen kerääminen ja työstäminen, yhteenvetopalaveri ja yhteydenotot. (Vallo & Häyrinen 2016, 220 –221.)

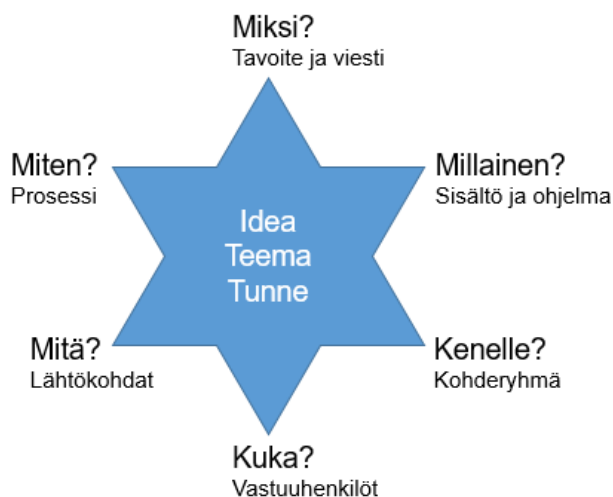
Tapahtumaa ei synny ilman oikeita henkilöitä, joten jokainen mukana ollut ansaitsee kiitokset. Kiitokset lähetetään vieraille, esiintyjille, puhujille, juontajille, isännille, projektitiimille ja muille, jotka ovat olleet mukana tekemässä tapahtumaa. Kiitosviestin lisäksi vieraille voidaan antaa kiitoslahjakassit jo tapahtumasta lähtiessä ja tapahtuman erityisvieraille kiitoskukat. Kiitokset ovat pieni ele, jolla viestitään arvostusta. (Vallo & Häyrinen 2016, 221 –222.)

Palaute on arvokasta tietoa, joka pitää aina kerätä tapahtuman aikana tai jälkeen. Nykyisin on monia eri kanavia palautteen keräämiseen, kuten mobiilisovellus, joka mahdollistaa palautteenannon paikan päällä. Palaute kerätään vierailta, isänniltä ja tiimiltä. Sen avulla saadaan selville vieraiden mielipiteet ja asetettujen tavoitteiden saavuttaminen. Palautteen analysointi on oppimisprosessi, mistä tuottaja oppii uutta tulevaa varten. (Vallo & Häyrinen 2016, 224 –227.)

Viimeiseksi pidetään tiimin kanssa palaveri, jossa käydään läpi palautteet, tavoitteet ja jatkosuunnitelmat, kuten yhteydenotot. Palaveri on tarkoitettu sitä varten, että siellä voi rehellisesti ilmaista kaiken tapahtumasta ja koko prosessista. Lopuksi palaveri dokumentoidaan talteen, jotta sitä voi jatkossa hyödyntää. Palaveri toimii ammattimaisena päätöksenä kyseiselle tapahtumanjärjestämisprosessille. (Vallo & Häyrinen 2016, 228 –229.)

2.3 Onnistunut tapahtuma

Tapahtumanjärjestämisprosessin jälkeen on aika analysoida onnistunutta tapahtumaa, mutta sen myös tietää, milloin tapahtuma on onnistunut – upeasta tunnelmasta. Analysoinnin apuna käytetään tähtimallia, joka rakentuu strategisista ja operatiivisista kysymyksistä. Strategisilla kysymyksillä etsitään vastaukset tavoitteisiin ja viesteihin, kohderyhmään ja lähtökohtiin. Operatiivisilla taas prosessiin, sisältöön ja ohjelmaan sekä vastuuhenkilöihin. Alla olevasta kuviosta 2 käy ilmi tähtimallin runko. (Vallo & Häyrinen 2016, 121 –128.)



Kuvio 2. Onnistuneen tapahtuman malli (Vallo & Häyrinen 2016, 128)

2.4 Tapahtuma-alan trendit

Ihmisten välinen kohtaaminen on kautta aikojen ollut yksi tärkeimmistä syistä osallistua tapahtumiin, ja tämä vuorovaikutus on arvokasta (Toivonen 2018, 2). Kuitenkin uusia trendejä ilmaantuu jatkuvasti, joita täytyy osata mukailla. Tapahtumat eivät ole enää perinteisiä kasvokkaisia kohtaamisia, vaan ne ovat paljon muutakin, kuten koko elämän ajan vaalittavia arvokkaita kokemuksia. (Fenich 2016, 31.)

CWT Meetings & Events on tehnyt syyskuussa 2017 selvityksen tapahtuma-alan tulevista trendeistä. Selvityksen mukaan alan viimeisimmät trendit voidaan jakaa viiteen pääkategoriaan, joita ovat sisältö, josta käytetään myös nimitystä kaikkikanavaisuus, budjetti, asiakaskokemus, teknologia ja turvallisuus. Esittelen nämä trendit tarkemmin seuraavissa alaluvuissa. (CWT Meetings & Events 2018, Vallo & Häyrinen 2016, 299.) Trendien tutkimisen tarkoituksena on löytää täydennyskoulutuksessa hyödynnettäviä näkökulmia, jotka tarvitsevat osaamista.

2.4.1 Sisältö

Tapahtuma on yhtä kuin sen sisältö, ilman sisältöä ei ole tapahtumaa. Sisällön tuotannossa keskitytään entistä enemmän löytämään mieleenpainuvimmat vastaukset kysymykseen *Miksi?* Tapahtuman sisältö jaetaan useiden kanavien ja aistien kautta, jolloin se tuodaan esiin asiakkaille elämyksinä ja tunteina. (Endless Events 7.12.2017, Vallo & Häyrinen 2016, 299.) Monisensoriset tapahtumat ovat keino saavuttaa tavoitteet kaikista tehokkaimmin. Tämä tarkoittaa ihmisen kaikkien viiden eri aistin; näön, kuulon, maun, hajun ja kosketuksen hyödyntämistä tapahtumassa. Mitä enemmän nämä aistit stimuloivat, sitä enemmän tapahtuu aivotoimintaa. (Endless Events 2018.)

Tuottajan täytyy osata asettua asiakkaiden asemaan ja ymmärtää tapahtuman tarkoitus heidän näkökulmastaan. Sen jälkeen asiakkaille täytyy taata asiankuuluvat tiedot etukäteen ennen tapahtumaa, jotta tarkoitus iskostuu heidän mieleensä. Näin laaditaan tarkoituksenmukainen agenda tapahtumaan, joka on ainutlaatuinen, kaikkia osapuolia hyödyttävä kokonaisuus. Tapahtuman jälkeen on tärkeää selvittää, kuinka sisältö tarttui asiakkaisiin. Asiakkaiden täytyy kokea, että heidän aikaansa on arvostettu. (Endless Events 7.12.2017.)

2.4.2 Budjetti

Budjetti aloitetaan aina siitä arvosta, minkä tapahtuma voi tuottaa (CWT Meetings & Events 2018). Alalla on ennustettu budjetin kiristymistä, vaikka hintataso on jatkuvassa nousussa. Etukäteissuunnittelulla pyritään hallitsemaan budjetin kokonaisuus ja välttämään turhia menoeriä, esimerkiksi viime hetken rekisteröintejä. (Successful meetings 1.1.2018.)

Tuottajia kehoitetaan keskittymään kustannussäästöihin ja kustannusten poistamiseen, jotka voivat samaan aikaan olla ympäristöystävällisiä tekoja, kuten vesipullojen korvaaminen ja paperisen materiaalin minimoiminen. Yhtä oikeaa kustannusleikkauskohdetta ei

ole, vaan tuottajan tulisi aina kartoittaa tapahtumakohtaisesti, mistä voi kerryttää kustannussäästöjä. Helpoimpia tapoja säästää ovat kuitenkin leikkaukset ruuasta ja juomasta sekä aktiviteeteista. (Successful meetings 1.1.2018.)

Tuottajan täytyy käydä avoimia keskusteluja tapahtuman tavoitteista sidosryhmien kanssa, jotta yhdessä voidaan suunnitella toimivia kokemuksia niin budjetillisesti kuin arvollisesti. Varmistamisella taataan, että sidosryhmät ymmärtävät täysin tapahtuman tavoitteet ja näin löytävät parhaat taloudelliset valinnat. (Successful meetings 1.1.2018.)

2.4.3 Asiakaskokemus

Asiakkaat etsivät ainutlaatuisia kokemuksia ja asiakaskokemuksen täytyy olla koko tapahtumaprosessin ajan kunnossa. Tässäkin trendissä täytyy asettua asiakkaan asemaan, jotta palvelupolun toimivuus voidaan testata. (Vallo & Häyrinen 2016, 299.)

Epätavalliset tapahtumapaikat eivät enää yllätä, sillä niiden viimeaikainen ja kasvava suosio vain lisääntyy. Enää ei ole mitään sääntöjä, kun kyseessä on tapahtumapaikan valinta. Ikimuistoiset kokemukset tarjotaan odottamattomissa tapahtumapaikoissa. Kekseliäs tuottaja kuitenkin näkee tavallisissa tiloissa mahdollisuuden luoda eri keinoin säkenöivän tapahtuman. Tuottajalla on myös kykyä hyödyntää tilaan sisäänrakennettua sisustusta. Tapahtumapaikan onnistuneella ja mieleenpainuvalla valinnalla asiakaskokemus nostetaan aivan uudelle tasolle, sillä se viestii kohderyhmän tuntemisesta ja heidän odotusten ylittämisestä. (Successful meetings 1.1.2018.)

Tarjoilut ovat myös osa asiakaskokemusta ja trendinä onkin heijastaa tapahtuman teema myös tarjoiluihin – tai jopa tehdä tapahtuma tarjoiluiden ympärille. Tarjoilujen tehtävänä on täyttää niin asiakkaiden mahat kuin odotukset, mistä muodostuu positiivinen asiakaskokemus. (Fenich 2016, 31.)

Asiakaskokemukseen kuuluu yllätyksellisyys, mikä on oleellinen osa tapahtuman toteutusvaihetta. Yllätyksellisyyttä ei kerrota etukäteen, vaan se paljastuu ajan myötä tapahtumassa. Sen tehtävänä on nostattaa asiakaskokemusta ja tarjota heille jotakin unohtamattomaa. Taitava tuottaja käyttää samoja yllätyksellisyystekijöitä harkiten ja etsii jatkuvasti uusia keinoja odotusten ylittämiseen.

Vaikka edellä mainitut tekijät ovat näyttävimpiä asiakaskokemuksen synnyttäjiä, ovat asiakkaiden odotukset pienissä osatekijöissä. Asiakaskokemuksen muodostuminen alkaa

ensimmäisestä yhteydenotosta ja jatkuu aina viimeiseen seurantaan asti. Kaikella vuorovaikutuksella on osuus heidän käsitykseensä tapahtuman tuottamasta arvosta. He arvostavat mahdollisimman yksinkertaista ja helppoa prosessia. (Eventmobi, 2.11.2017.)

2.4.4 Teknologia

Tapahtuma-alan yksi suurimmista ja jatkuvasti kehittyvistä trendeistä on ehdottomasti teknologia (Vallo & Häyrinen 2016, 298). Vaikka tutkimuksia tehdään jatkuvasti, miltä alalla näyttää muutamien vuosien kuluessa, ei niiden pohjalta voida täysin ennustaa. Teknologia kehitty nopeasti, jolloin tänä päivänä hyväksi koettu menetelmä saattaa olla silloin työläs ja väistynyt uuden, paremman keksinnön tieltä. Teknologian tehtävänä on olla käyttäjäystävällinen, jotta vuorovaikutus olisi helpompaa ja asiakaskokemus parempaa (CWT Meetings & Events 2018).

Teknologian myötä on syntynyt uusia trendejä ja vanhat ovat vahvistuneet, sillä se vaikuttaa laajasti ja monipuolisesti eri tekijöihin. Vielä muutamia vuosia sitten tapahtuman oma internetsivusto, sosiaalinen media ja mahdollinen sovellus olivat toivottua lisää tapahtumaan budjetin salliessa. Nykyään ne ovat olennainen osa tapahtumaa ja onkin mahdollonta kuvitella enää tapahtumaa ilman näitä tekijöitä, sillä valtava osa informaatiota kulkee niiden kautta. Ne toimivat arvokkaina tietolähteinä niin tapahtumanjärjestäjille kuin vieraille. Jotta jokaisella olisi tasavertaiset mahdollisuudet näiden käyttöön, tapahtumassa tulee taata kaikille ilmainen langaton internetyhteys. (Fenich 2016, 31.)

Sosiaalista mediaa tullaan käyttämään yhä voimakkaammin markkinoinnin ja viestinnän keinona alalla, sillä sen kustannustehokkuus ja reaaliaikaisuus saavuttavat suurimman yleisön. Sosiaalisella medialla voidaan herätellä yleisöä ennen tapahtumaa ja alustaa siihen. Sosiaalisen median käyttö on suunniteltava tarkoin, sillä se on läsnä koko tapahtumanjärjestämisprosessin ajan. Käytöstä vastaavat erikseen somettajat, joiden työ joitakin vuosia sitten tehtiin muiden työtehtävien päätyttyä. Käytettävät kanavat valikoidaan kohderyhmän mukaan, esimerkiksi Twitter on varma valinta liike-elämän tapahtumiin. Tapahtumassa täytyy varmistaa, että sosiaalisen median hashtagit ovat esillä selkeästi ja oikein kirjoitettuina. Osallistujat käyttävät ahkerasti sosiaalista mediaa, mikä on ilmaista näkyvyyttä tapahtumalle. (Vallo & Häyrinen 2016, 299.)

Tapahtumille luodaan varta vasten uusia sovelluksia, joko tapahtumakohtaisesti tai yleisempään käyttöön. Ennen kaikkea sovellukset tuovat tapahtuman asiakkaan luo ja mahdollisuuden tutustua tapahtumaan perusteellisemmin ennen h-hetkeä. Sovelluksessa käyty vuorovaikutus mahdollistaa myös kommunikoinnin molemmin puolin, eikä vain pe-

rinteisesti järjestäjiltä osallistujille. Sovelluksen kautta osallistujat pystyvät esittämään mielipiteitään sekä toiveitaan ja näin vaikuttamaan tapahtumaan. Jopa tapahtuman aikana heillä on mahdollisuus ehdottaa hienosäätöjä, jos tapahtuma siten tarjoaisi enemmän arvoa. Sovelluksessa asiakkaat voivat etukäteen verkostoitua ja sopia tapaamisia sekä suunnitella ajankäyttöä. Esimerkiksi isoissa tapahtumissa oma henkilökohtaisesti laadittu aikataulu pitää huolen siitä, että vähintään itselle tärkein ja hyödyttävien tarjonta tulee käytyä läpi. Sovelluksessa saattaa myös olla mahdollisuus ilmoittautumiseen, jolloin säästää aikaa rekisteröinnissä. Tulevaisuudessa kasvojen tunnistamisella saatetaan hyvinkin korvata perinteiset osallistujien nimikyltit. (Eventmobi, 2.11.2017, Fenich 2016, 31.)

Sovelluksia laajennetaan tekoälyllä ja chattiboteilla, jolloin tapahtumanjärjestäjät voivat keskittyä muihin tapahtuman työtehtäviin ja yksityiskohtiin, kun chattibotit huolehtivat osallistujien kysymyksistä ja niiden vastauksista nopeasti (Eventmobi, 2.11.2017).

Tapahtumissa tuotetaan paljon materiaalia, joten jo ekologisuuden kannalta on järkevämpää siirtää jaettava materiaali verkkoon. Suuri määrä printattuja materiaaleja turhauttaa asiakkaita, sillä niille ei välttämättä ole ylimääräistä tilaa ja niiden jatkuva kanniskelu estää muun toiminnan, kuten verkostoitumisen aloittamisen eli kättelyn ja esittelyn. Sen sijaan älypuhelimella he löytävät itseään kiinnostavat materiaalit helposti muutamien klikkauksien päästä tapahtuman sivuilta tai sovelluksesta. Kuitenkin muutamia printattuja materiaaleja esimerkiksi ohjelmasta on hyvä olla yhteisesti näkyvillä, jos ei ole mahdollisuutta ylimääräisiin näyttöihin, joihin ohjelmat heijastettaisiin. Kasvavana trendinä myös liikelahjojen materiaalia vähennetään. Liikelahjoissa panostetaan entistä enemmän laadukkuuteen ja ekologisuuteen, jolloin ne ovat virtuaalisia, myöhemmin hyödynnettäviä arvostuksen näytteitä, kuten e-kirjoja – eivätkä kaappiin päätyviä logojojoja ja kuulakärkikyniä. Sekä asiakkaat että luonto kiittävät, kun ylimääräistä materiaalia vähennetään. (Fenich 2016, 31, Vallo & Häyrinen 2016, 300.)

AR- ja VR-todellisuuden kasvu oli varovaista viime vuonna, mutta nyt sen suosio on vauhdikasta. AR eli lisätty todellisuus on teknologialla tuotettua keinotekoisia lisää todelliseen ympäristöön, kuten kuvia tai ääniä. VR eli virtuaalitodellisuus on simulointilaitteilla saavutettava keinotekoinen ympäristö. Nämä ulottuvuudet tarjoavat ennennäkemättömiä keinoja tapahtuman elävöittämiseen. Niiden avulla voidaan luoda virtuaalisia tapahtumia, parantaa tapahtumakokemusta ja mobiilivaihtoehtoja. Kaiken tämän avulla se synnyttää uusia tapoja vaikuttaa ja osallistua tapahtumassa. (Eventmobi, 2.11.2017.)

Hybriditapahtumat ovat erilaisia tapahtumamuotoja, joissa osallistujat ovat mukana virtuaalisesti. Hybriditapahtumat muodostuvat yhä suosituimmiksi teknologian kehittyessä, sillä niiden etuna on, että tapahtuma voidaan jakaa osallistujien kanssa huolimatta heidän

maantieteellisistä alueista ja aikavyöhykkeistä (Fenich 2016, 31, Meetings Imagined 2018).

2.4.5 Turvallisuus

Suomi tunnetaan turvallisena maana, joka houkuttelee siellä järjestämään myös suuria, kansainvälisiä tapahtumia. Turvallisuutta ei kuitenkaan saa käyttää kilpailuetuna, sillä siihen ei ole mitään takuita. Nykyajan maailma on ennalta arvaamaton ja turvallisuuden mainostaminen saattaa hyvinkin saada uhat liikkeelle. Jatkuvasti lisääntyneet luonnonkatastrofit ja ihmisten aiheuttamat hyökkäykset ovat hallinneet alan keskustelua turvallisuudesta (Successful meetings 1.1.2018). Turvallisuus on yksi harvoista tapahtuman osa-alueista, minkä budjetti on nousussa (Successful meetings 1.1.2018).

Tapahtumasuunnittelussa lähdetään siitä, että kaikkeen on varauduttava. Tapahtuman riskianalyysi, turvallisuus- ja pelastussuunnitelma, järjestyksenvalvonta ja ensiapuhenkilöstö kuuluvat suunnittelun perusteisiin. (Vallo & Häyrinen 2016, 300.) Viime aikoina Euroopassa ovat lisääntyneet tietyt uhat, kuten ampujat, ajoneuvoväkivallat, ryntäykset ja protestit, joten niitä varten tehdään yhä enemmän varautumissuunnitelmia. Tapahtumissa suositaan yhä enemmän näkyvän turvallisuuden lisäämistä. Asiakkaiden toiveisiin kuuluvat turvatarkastus, laukkujen tutkiminen ja näkyvä, uniformullinen turvallisuushenkilöstö paikan päällä. Näillä toimenpiteillä pyritään luomaan turvallisuuden tunnetta. (Successful meetings 1.1.2018.)

Myös kyberturvallisuuden toimenpiteisiin panostetaan enemmän, sillä tapahtumat kätkevät sisäänsä suuren määrän sähköistä ja verkotettua tietoa. Esimerkiksi asiakkaille tarjottavan wifi-yhteyden täytyy olla turvallinen, sillä sitä käyttävät lähes kaikki. (Successful meetings 1.1.2018.)

3 Tapahtuma-alan koulutustarjonta

Olen usein kuullut tuottajilta eri luennoilla, kuinka he ovat sattuman varaisesti päätyneet tapahtuma-alalle. Heidän koulutuksensa on ollut aivan muuta kuin tuottajan koulutus, jolloin osaaminen on karttunut vuosien työn tuloksena. Tuottajaksi voi päätyä useita eri teitä pitkin, sillä yhtä selkeää koulutusta ei tällä hetkellä ole (Opintopolku 2018).

Koulutustarjonta on alalla suppea, sillä se jää muutamaankin tutkintoon valmistavaan ammattikorkeakoulutukseen ja kaupallisten koulutustarjoajien kursseihin, joissa käydään läpi tapahtuma-alan perusteet. Näiden jälkeen tarjolla ei ole koulutusmahdollisuutta, joka sisältäisi vastaisi uutta ja ajankohtaista osaamista. Eri kanavat, kuten Opintopolku ja Koulutus.fi, ylläpitävät tietoja ajankohtaisista koulutuksistaan. Sivustot ovat helppokäyttöisiä eri koulutusten etsimiseen, mitä itsekkin käytin tässä osiossa apuna. (Opintopolku, Koulutus.fi 2018)

Seuraavissa alaluvuissa esittelen parhaiten tapahtuma-alalle soveltuvia koulutusmahdollisuuksia. Koulutustarjonnan esittelyssä olen keskittynyt ammattikorkeakouluihin ja kaupallisiin koulutustarjoajiin, jotta niiden vertailu keskenään on yhdenmukaista. Suurimpana erona niiden välillä on koulutuksen kesto. (Opintopolku, Koulutus.fi 2018.)

3.1 Ammattikorkeakoulut

Tällä hetkellä yhdessäkään ammattikorkeakoulussa ei ole tarjolla selkeää tapahtuma-alan koulutusohjelmaa. Lähimpänä vaihtoehtona on kulttuurituottajan ammattikorkeakoulututkinto, joka on laajuudeltaan 240 opintopistettä eli kestoltaan 4 vuotta. (Opintopolku 2018.) Tämän lisäksi tradenomin ammattikorkeakoulututkinnosta voi työllistyä tapahtuma-alalle, sillä vahva ja monipuolinen liiketoimintaosaaminen kannustaa erilaisiin työtehtäviin. Liiketalouden koulutusohjelmassa ei kuitenkaan ole tarjolla suuntautumisvaihtoehtona tapahtuma-alan opintoja, toisin kuin johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelmassa. (Ammattinetti 2018, Haaga-Helia 2018.) Seuraavissa kappaleissa esittelen tarkemmin molemmat koulutusohjelmat.

Näiden muutamien vaihtoehtojen lisäksi myös restonomien ammattikorkeakoulututkinnosta voi työllistyä tapahtuma-alalle, mutta matkailualalla keskitytään ohjelmalveluiden järjestämiseen, joten en pidä tätä vertailukelpoisena edellä mainituille koulutuksille (Palkkaverailu 2018).

3.1.1 Kulttuurituottajan (AMK) koulutus

Kulttuurituottajaksi voi tällä hetkellä opiskella kolmessa eri ammattikorkeakoulussa, Metropoliaassa, Seinäjoen ammattikorkeakoulussa (SeAMK) ja Humanistisessa ammattikorkeakoulussa (Humak). Kaikki ovat laajuudeltaan 240 opintopistettä ja niihin haetaan korkeakoulujen valtakunnallisessa yhteishaussa (Opintopolku 2018).

Kyseisten ammattikorkeakoulujen tarjoama kulttuurituottajan koulutus noudattaa samaa linjaa. Opinnoissa pääpisteenä on tuotantoprosessin hallinta, eli ideointi, suunnittelu, toteuttaminen, markkinointi ja viestintä, mikä vastaa tapahtumanjärjestämisprosessia. Opinnoissa painottuvat sekä kulttuurintuntemus että liiketalous, ja siinä tähdätään yksilölliseen ammattitaitoon. Opinnot sisältävät paljon työelämälähtöisiä projekteja ja toimeksiantoja. (Humak, Metropolia, SeAMK 2018.)

Metropolia (2018) on Suomen johtavana kulttuurialan oppilaitoksena jakanut kulttuurituottajan opinnot seuraaviin osa-alueisiin:

- kulttuurintuntemus
- kulttuurin rahoitus ja taloushallinto
- markkinointi ja tiedotus
- juridiikka
- johtamis- ja ryhmätyötaidot
- kansainvälistyminen
- yrittäjyys
- viestintä- ja mediataidot
- tuotantoprosessit
- tutkimusmenetelmät
- ja tietotekniset sovellukset.

Kulttuurituottaja on alan moniosaaja, ja hänellä on laaja asiantuntemus. Työelämässä hän selvittää asiakkaiden tarpeet, joiden pohjalta tuottaa kulttuurisia sisältöjä ja tuotantoja, kuten tapahtumia ja kampanjoita. (SeAMK 2018.) Työssä yhdistyy taide, talous ja viestintä (Humak 2018). Mielenkiinnon mukaan kulttuurituottajan työympäristöjä voivat olla esimerkiksi kuvataidegalleriat ja näyttelytilat, kulttuurijärjestöt, tapahtumat tai vaikka oma yritys (Metropolia 2018).

3.1.2 Tradenomin (AMK) koulutus

Tämä kappale käsittelee tradenomin koulutusta johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelman näkökulmasta. Aiheena tämä on itselleni läheinen, sillä tätä kautta itsekin koulutaudun tapahtuma-alalle.

Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma on laajuudeltaan 210 opintopistettä, minkä suositeltu suoritus aika on kolme ja puoli vuotta (Haaga-Helia 2018). Ainoastaan

Haaga-Helia tarjoaa tätä kyseistä koulutusohjelmaa. Aiemmin Kymenlaakson ammattikorkeakoulu, joka nykyään on nimeltään Xamk – Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu, tarjosi myös johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelman. (Opiskelupaikka, Xamk 2018.) Haaga-Helia kehittää jatkuvasti koulutusohjelmiaan, jotta ne vastaisivat entistä enemmän työelämän tarpeita. Syksystä 2016 lähtien johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelmassa on käytetty uutta opetussuunnitelmaa, vaikka edellisestä opetussuunnitelmasta oli kulunut vain neljä lukukautta. (Haaga-Helia 2018.)

Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelman suuntautumisvaihtoehtoina ovat markkinointi, myynti ja palvelu, yhteisöviestintä, HR ja johtaminen, juridiikka, taloushallinto, yrittäjäyys sekä kokoukset ja tapahtumat, mihin tässä kappaleessa keskitytään. Suuntautumisopinnot ovat yhteensä 10 opintopistettä. Tämän lisäksi tehdään oppinnäytetyö, josta tulee 15 opintopistettä lisää. (Haaga-Helia 2018.)

Johdon assistentti on moniosaaja, joka osaa haastaa itseään työssään. Haaga-Helian (2018) opetussuunnitelmassa koulutuksen ydinosaaminen rakentuu seuraavista osa-alueista:

- liiketoimintaosaaminen
- viestintä- ja tiedonhallintaosaaminen
- organisointi-, palvelu- ja myyntiosaaminen.

10 opintopisteen suuntautumisopinnoina kokoukset ja tapahtumat on tiivis, mutta kattava kokonaisuus. Sisältöön kuuluu tapahtuma-alan teoria painottuen sidosryhmiin, tapahtumien erityispiirteisiin, tapahtumanjärjestämisprosessiin ja tapahtuman onnistumisen arviointiin. Lisäksi työelämälähtöisesti toimitaan tapahtumanjärjestäjänä toimeksiannossa, jolloin käytäntöön sovelletaan opittua teoriaa. (Haaga-Helia 2018.)

Tradenomin ammattikorkeakoulututkinto takaa monipuoliset työllistymismahdollisuudet liiketoiminnassa, jolloin vain omat kiinnostuksen kohteet ovat rajana. Johdon assistenttien organisointitaidot ovat omiaan menestyvälle tuottajalle.

3.2 Kaupalliset koulutustarjoajat

Koulutus.fi -internetsivusto kokoaa yhteen tarjolla olevia työelämän koulutuksia eri aloilta (Koulutus.fi 2018). Sivuston helppokäyttöinen haku ei kuitenkaan löydä tapahtuma-alalle kuin yhden koulutuksen Markkinointi-instituutilta. Kaupallinen koulutustarjonta on tällä hetkellä vähäistä. Seuraavissa alaluvuissa esittelen tapahtuma-alan kaupallisen koulutustarjonnan, joka löytyy yritysten internetsivuilta.

Näille kaikille koulutuksille on yhteistä, että kouluttajana on Helena Wallo, Faustus Oy:n toimitusjohtaja, kouluttaja ja konsultti. Hän on tapahtuma-alan vahva ammattilainen, mihin hänen osaamisensa perustuu. Hän on kouluttanut jo vuodesta 2004 lähtien. Helena kuuluu useisiin yhdistyksiin, kuten MPI Finlandiin. Opinnäytetyössäni yhtenä lähteenä olen käyttänyt juuri hänen teostaan, nimeltään Tapahtuma on tilaisuus. (Faustus 2018.) Seuraavassa pääluvussa on hänen haastattelunsa, jossa käydään läpi hänen koulutustautansa ja tapahtuma-alan tämänhetkisiä tarpeita.

3.2.1 Markkinointi-instituutti

Markkinointi-instituutti on jatko- ja täydennyskouluttaja, joka on perustettu vuonna 1930. Kouluttajat ovat arvostettuja asiantuntijoita. Yritys kouluttaa monipuolisesti liiketoiminnan eri osa-alueista, ja tarjolla on yli 100 aihetta. Koulutukset ovat kestoltaan 1–4 kuukautta ja soveltuvat hyvin työn ohessa suoritettaviksi. (Studentum.fi 2018.)

Markkinointi-instituutti tarjoaa yhden alan koulutuksen nimeltään Onnistunut tapahtuma. Koulutus on kestoltaan yhden kuukauden, johon sisältyy 1 koulutuspäivä ja ohjattua etäopiskelua 2–4 tuntia viikossa. Koulutuksen hinta on 1 200 €, mihin lisätään alv 24 %. Koulutus on suunnattu aloittelijoille, jotka järjestävät työssään tapahtumia. (Markkinointi-instituutti 2018.)

Koulutuksen sisältöön kuuluu tapahtumanjärjestämisprosessi, tapahtuman tuloksellisuus, tavoitteet ja onnistuminen. Lisäksi koulutuksessa annetaan henkilökohtaista ohjausta, opetetaan sitouttamaan henkilökuntaa mukaan prosessiin sekä tarjotaan käytännönläheisiä työkaluja ja ideoita. Koulutus kattaa tapahtumakokonaisuuden, jonka jälkeen on valmis luomaan toimivia tapahtumia. (Markkinointi-instituutti 2018.)

Koulutus kätkee sisäänsä kaiken oleellisen, jonka avulla pääsee alkuun tapahtuma-alalla. Haittapuolena tosin on, että kyseistä koulutusta ei ole tarjolla usein. Seuraavan kerran koulutus järjestetään 29.1.2019, eli melkein vuoden kuluttua perehdyttyäni maaliskuussa 2018 tähän koulutukseen. (Markkinointi-instituutti 2018.)

3.2.2 Faustus Oy

Faustus Oy on vuonna 2007 Helena Wallon perustama koulutusyritys, joka keskittyy tapahtumantuotantoon. Sen tavoitteena on edistää tapahtuma-alan osaamista. Faustus tarjoama koulutus on käytännönläheistä, missä opitaan vuorovaikutteisesti eri menetelmistä ja työpajoista sekä peilataan aitoihin Wallon kokemuksiin alalta. (Faustus 2018.)

Faustuksen tämän hetkiseen koulutustarjontaan kuuluu Tapahtuma on tilaisuus -tehovalmennus, webinaareja ja verkkokursseja. Yhteyttä ottamalla voidaan räätälöidä omiin tarpeisiin sopiva koulutus. (Faustus 2018.)

Tapahtuma on tilaisuus -koulutus on suunnattu jo alalla työskenteleville, missä opetetaan järjestämään entistä onnistuneempia tapahtumia. Koulutukseen kuuluu yksi koulutuspäivä, Wallon Tapahtuma on tilaisuus -kirja sekä koulutuksen jälkeinen yhden tunnin mittainen konsultointitapaaminen. Koulutuspäivän aikana perehdytään muun muassa tavoitteelliseen tapahtumamarkkinointiin, sosiaalisen median hyödyntämiseen, tapahtuman johtamiseen ja tapahtumaisäntien rooleihin sekä merkityksiin. Koulutuksen hinta on 490 €, mihin lisätään alv 24 %. (Faustus 2018.)

Keväällä 2018 on tarjolla vain yksi livewebinaari, muut webinaarit ovat ostettavia tallenteita. Kyseinen webinaari, Tapahtumajärjestämisen ABC, on puolentoista tunnin mittainen katsaus tapahtumanjärjestämisen perusteisiin ja se on tarkoitettu aloitteleville tapahtuman järjestäjille. Webinaarissa on varattu aikaa myös osallistujien kysymyksille. Koulutuksen hinta on 177 € (+ alv 24 %), mikä sisältää webinaarin ja sähköisen koulutusmateriaalin. (Webakatemia.fi 2018.) Tarjolla on kolme ostettavaa webinaaritallennetta, aiheista Tapahtumien ja tilaisuuksien taitava isännöinti, Moniaistiset tapahtumat – aistien käyttö tapahtumissa ja Yrityksen onnistunut messuosallistuminen. (Faustus 2018.)

Faustuksella on heti saatavilla Tapahtuman järjestäminen - verkkokurssi tapahtuman suunniteluun. Kurssilla käydään läpi kaikki tapahtuman järjestämisen osa-alueet ja Onnistuneen tapahtuman malli -käyttö. Opiskelu on itsenäistä ja aikaa on yksi kuukausi ostopäivästä, joten sen etuihin kuuluu oman aikataulun suunnitelmallinen käyttö. Kurssi rakentuu osioista, joissa käydään läpi tapahtumanjärjestäminen yksityiskohtaisesti, pohdintatehtävistä, esimerkeistä ja vinkeistä. Verkkokurssin kokonaishinta on 97,90 €. (Tapahtumatoh-tori 2018.)

Tarjolla on kaksi koulutusta tilattavana ryhmille, joita voidaan räätälöidä omien tarpeiden mukaan alkuperäisestä mallista. Aiheina ovat Tavoita tapahtumasi tähtihetket tarinalla ja Tapahtumaisäntänä toimiminen. Ensimmäisessä koulutuksessa perehdytään tapahtumamarkkinointiin ja tarinaosaamiseen ja toisessa koulutuksessa isännöityden monipuolisuuteen ja hyödynnettäviin mahdollisuuksiin. (Faustus 2018.)

3.2.3 Alma Talent Oy

Alma Talent julkaisee useita talous- ja ammattilaismedioita viikoittain ja tekee lisäksi paljon muuta, kuten tarjoaa koulutusta. Yritys tarjoaa sisältöä, joka heidän sanoin ”vie lahjakkaan ammattilaisen seuraavalle tasolle”. Alma Talent järjestää vuosittain yli 300 eri liiketoimintaa kehittävästä koulutusta. Koulutukset ovat käytännönläheisiä ja sisältävät paljon keskusteluita ja verkostoitumismahdollisuuksia, sillä kouluttajina toimivat inspiroivat oman alansa asiantuntijat. (Alma Talent 2018.)

Alma Talentilla on tarjolla keväällä 2018 yksi tapahtuma-alan koulutus, nimeltään Tapahtumamarkkinointi – järjestä onnistunut tapahtuma. Koulutus on kaksi päiväinen ja hintaa sillä on yli 1 000 €, mikä määräytyy yksityisen tai julkisen sektorin ja etuhintojen mukaan. Koulutuksessa perehdytään koko tapahtumanjärjestämisprosessiin, tapahtuman tavoitteiden asettamiseen ja mittaamiseen, sosiaalisen median hyödyntämiseen ja markkinointisuunnitelmaan. Tämä vuorovaikutteinen koulutus on suunnattu alalla aloitteleville, sillä sen päätavoitteena on auttaa järjestämään onnistunut tapahtuma. (Alma Talent 2018.)

3.3 Ammatillinen koulutus

Ammatillinen koulutus pohjautuu paljolti matkailualan puolelle, mitä myös jo mainitun reserotonin (AMK) tutkinto on (Opintopolku 2018). Ammatillisen koulutuksen uudistuksessa tapahtuma-alaa tullaan onneksi käsittelemään liiketalouden perus- ja ammattitutkinnon yhtenä osaamisalana (Wallo 3.4.2018).

Matkailun ohjelmapalvelujen ammattitutkinto jakautuu kahteen eri osaamisalaan, joita ovat ohjelmapalvelutuottajan osaamisala ja tapahtumatuottajan osaamisala. Ohjelmapalvelutuottajan tutkinnon osat ovat ohjelmapalvelujen suunnittelu, liiketoiminnan suunnittelu ja ohjelmapalvelujen markkinointi sekä ohjelmapalvelujen myynti ja toteuttaminen. Tapahtumatuottajan tutkinnon osat ovat tapahtuman suunnittelu sekä tapahtuman tuottaminen ja toteuttaminen. (Edupoli 2018.)

3.4 Muu koulutus

Tähän lukuun olen koonnut tiivistetysti muita koulutusvaihtoehtoja ammattikorkeakoulujen ja kaupallisten koulutustentarjoajien lisäksi. Nämä ovat kuitenkin lyhyitä koulutuksia eivätkä vastaa tutkintoa. Tutkintoon valmistuu ainoastaan Suomen koulutusjärjestelmän mukaisesti, joten myöskään edellä esitellyt kaupalliset koulutukset eivät valmista tutkintoon.

Tapahtumatoimistot saattavat tarjota yhtenä palvelunaan alan koulutusta eri näkökulmista. Esimerkiksi tapahtumatoimisto Voltti tarjoaa koulutuksen aiheista Tapahtuman kaupallinen tuotteistaminen ja markkinointi ja Esteetön tapahtuma – mitä se vaatii? (Voltti 2018.)

Suomen kirjastot ja kaupungit ovat järjestäneet yksittäisiä koulutustilaisuuksia, mitkä käsittelevät tapahtuma-alan perusteita. Marraskuussa 2017 Varsinais-Suomen maakuntakirjasto järjesti päivän mittaisen koulutuksen nimeltään Kirjasto ja kumppanit asialla: Onnistunut tapahtuma. (Kirjastot.fi 2018.)

Snellman-kesäyliopisto tarjoaa verkkokurssin tapahtumatuotannosta. Tapahtumat ja kuinka niitä tehdään -kurssi sisältää viisi puolentoista tunnin mittaista luentoa. Kurssi soveltuu aloittelijoille ja se toimii pikaoppaana tapahtumatuotantoon. (InHuntProEdu 2018.)

4 Täydennyskoulutuspäivä

Tässä luvussa esittelen opinnäytetyöni lopputuloksen, eli uuden täydennyskoulutuspäivän, joka vastaa tapahtuma-alan nykyisiä ja tulevia tarpeita. Tarjolla oleva alan koulutus on keskenään hyvin samantapaista, keskittyen tapahtuma-alan perusteiden huolelliseen läpikäymiseen.

Tämä luku rakentuu asiantuntijahaastatteluista, joiden avulla yhdessä tietoperustan kanssa päästään työn tavoitteeseen, eli itse täydennyskoulutuspäivään, joka on viimeinen osio tässä pääluvussa.

Vaikka maailma muuttuu koko ajan, on silti työnteon keskiössä yhä ihminen. Enää ei riitä, että osataan työ – tämän lisäksi tarvitaan oppimishalua ja -kykyä, valmiutta muuttumiseen, jotta voidaan vastata tulevaisuuden tarpeisiin. On mahdotonta sanoa, onko tämänhetkinen osaaminen arvokasta enää kymmenen vuoden päästä. (Ruostetsaari 5.1.2018.) Tapahtuma-alan täydennyskoulutukselle on tarvetta, jotta pysytään muutoksessa mukana ja pystytään entistä paremmin vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin, jopa ylittämään ne ennennäkemättömin tavoin.

4.1 Asiantuntijahaastattelut

Opinnäytetyötäni varten tein kaksi asiantuntijahaastattelua, jotta sain syvällisemmän ymmärryksen ja käsityksen aiheeseen (Kananen 2014, 76). Haastattelu oli tyyliltään puolistrukturoitu, eli olin etukäteen miettinyt aiheet, joihin etsin tietoa (Drake & Salmi 2018). Haastattelukysymykset löytyvät opinnäytetyöni liitteestä.

Haastattelukysymykset rakensin siten, että alkuun esittelen haastateltavien taustoja tapahtuma-alalta ja mielipiteitä alan koulutuksesta. Tämä on pohjustuksena aiheelle ja tukee tutkimaani alan koulutustarjontaa. Loput kysymykset keskittyvät tapahtuma-alan trendeihin ja tuottajan ominaisuuksiin, jotka ohjaavat tavoitettani luoda hyödyllinen ja ajankohdainen täydennyskoulutuspäivä. Kysymykseni olivat avoimia, jotka ovat tieteellisesti todettu hyviksi, sillä ne tuottavat tietoa laajasti (Kananen 2014, 79). Haastattelut auttoivat minua löytämään yhtäläisyyksiä tietoperustasta, jolloin pystyin erottamaan olennaisimmat vaatimukset.

4.1.1 Helena Wallon haastattelu

Tavoitin Helena Wallon sähköpostitse, jolloin varsinainen haastatteluosuus käytiin 3.4.2018. Koin, että haastattelu hänen kanssaan toisi valtavasti lisäarvoa työlleni, sillä onhan hänen teoksensa yksi opinnäytetyöni päälähteistä ja kaikki tarjolla oleva kaupallinen

koulutus hänen kouluttamaansa. Onnekseni tavoitin Wallon ja sain mahdollisuuden perehtyä aiheeseen hänen henkilökohtaisista näkökulmistaan kirjan lisäksi.

Wallolla on takanaan pitkä tausta tapahtuma-alalla, vaikka suoranaista selkeää koulutusta siihen ei ole. Hän on koulutukseltaan ekonomi ja pääaineena opiskellut markkinointia. Työuransa hän aloitti markkinointiassistenttina vakuutusyhtiössä 1990-luvun alussa, jolloin myös toteutti ensimmäiset tapahtumansa. Wallon uran kolme pioneiritapahtumaa olivat vuonna 1992 järjestetty sisäinen ja ulkoinen kumppanitapahtuma sekä vuonna 1993 että 1994 järjestetty asiakas- ja yhteistyökumppanitapahtuma. Wallo kertoo, että virallisesti hän ei ole tapahtuma-alalla, vaan hän on käyttänyt työtehtävissään tapahtumia osana markkinointiviestintää. 1990-luvun lopussa Wallo kokosi yhteen markkinoinnin yhteistyökumppanit: mainos-, media-, viestintä- ja tapahtumatoimiston, jolloin kiteytti heille yhteen pelaamisen merkityksen.

Tarjolla olevan koulutuksen pitäisi Wallon mielestä selkeämmin olla erikoistunut tapahtumiin sekä yliopistoissa että ammattikorkeakouluissa, sillä koulutus keskittyy liikaa matkailualan yhdeksi osioksi. Ammatillisen koulutuksen uudistuminen tuo tarvittavaa osaamista. Tapahtuma-alaa käsitellään reformin valmistuttua yhtenä liiketalouden perus- ja ammattitutkinnon osaamisalana.

Wallo toteaa, että viime aikaisista trendeistä teknologia on eniten vaikuttanut hänen työhönsä. Tämän myötä on tullut useita eri tapahtumasovelluksia, minkä haasteena on jatkuvasti olla perillä niistä.

Wallo korostaa, että tuottajan johtamistaidot tulevat korostumaan entisestään tapahtumanjärjestämisprosessissa, sillä kokonaisuus järjestyy pienistä osasista, joita ohjaavat ihmiset. Onnistunut tapahtuma vaatii saumatonta yhteistyötä, jolloin prosessissa jonkun täytyy toimia suunnan näyttäjänä.

Tapahtuman osa-alueet, joihin kiinnitetään nyt ja lähitulevaisuudessa yhä enemmän huomiota, ovat tavoitteiden määrittäminen ja mittaaminen, turvallisuus, idean synnyttäminen ja tapahtuman käyttö muutoksen välineenä.

4.1.2 Juhapekka Koppasen haastattelu

Haastattelin puhelimitse Juhapekka Koppasta 6.4.2018. Hän on Prime Eventin toimitusjohtaja, jolla on vankka 23 vuoden kokemus alalta. Koppanen on koulutukseltaan kansainvälisen politiikan maisteri ja itseoppinut tapahtuma-alan ammattilainen. Aikoinaan alalle

hän päätyi sattumanvaraisesti, kun lapsuuden ystävä tarvitsi apua tapahtumanjärjestämissä prosessissa.

Koppanen ei ole perehtynyt tarkemmin tämän hetkisen koulutuksen sisältöön, mutta hänellä oli paljon sanottavaa omasta kokemuksesta. Koulutukset tarjoavat vain pintaraapaisun alasta, sillä se on hyvin laaja eikä yhtä selkeästi rajoittunut kuin matkailuala. Koulutusten lähestymismallit ovat aiemmin olleet vajaita, sillä kouluttajilla ei välttämättä ole ollut alan kokemusta ja tärkeitä näkökulmia on jätetty käsittelemättä. Koulutuksessa tulisi korostaa tuloksellista ajattelua ja sitä, että prosessi käydään asiakkaan ehdoilla. Ala on kah-tiajakautunut, joka muodostuu tapahtumanjärjestäjistä ja tapahtumamarkkinoinnista. Koppanen korostaa tapahtumamarkkinoijien roolia niin sanottuna alan varsinaisina asiantuntijoina, sillä he keskittyvät tapahtuman tavoitteisiin ja niiden analysointiin. Heidän työssään korostuu metrologia, sillä jokaisella tavoitteella tähdätään muutokseen. Tähän myös koulutuksien tulisi keskittyä, viedä koulutusta enemmän tapahtumamarkkinoinnin puolelle ja lähestyä metrologian kannalta, esimerkiksi Event ROI -metodologian osaaminen vahvasti. Koppanen mainitsee myös, että koulutusohjelmissa tulisi korostaa opetusmetodeina osallistamista, ryhmyttämistä ja interaktiivisuutta.

Koppanen mainitsee ajankohtaisiksi trendeiksi hybriditapahtumat, kokemuksellisuuden ja interaktiivisuuden. Alan trendit ovat kansainvälisesti samoja, mutta saapuvat Suomeen jäljessä. Esimerkiksi hybriditapahtumat ovat hitaasti rantautuneet Suomeen, eikä niitä ole montaa vielä järjestetty. Koppanen järjesti ensimmäisinä kyseisen tapahtuman Suomessa. Kokemuksellisuudesta Juhapekka kertoo, että pitkään 1990-luvulla siihen ei ollut tarpeeksi resursseja panostaa, mutta lähiaikoina kokemuksellisuuteen on kiinnitetty yhä enemmän huomiota ja resursseja. Kokemuksellisuus auttaa muistamaan asioita ja tukee asetettuja tavoitteita. Interaktiivisuus tukee kokemuksellisuutta. Koppanen kertoo, että hänelle itselleen merkittävin trendi on ollut Event ROI, joka yli 15 vuotta sitten syvensi tapahtumien todellisiin tarkoituksiin. Event ROI on laadukas apuväline suunnitteluun, mutta siinäkin on puutteita.

Tuottajalta vaaditaan lähitulevaisuudessa samoja taitoja kuin ennenkin, joista Koppanen korostaa kokonaisuudenhahmottamistaitoa. Osaamisalueen painopisteenä on tuloksien asettaminen ja ymmärtäminen, joita tulee käsitellä asiakkaan näkökulmasta. Liian usein puhutaan enemmän kuin toimitaan, kun joko osaaminen tai resurssit tulevat vastaan. Myös ymmärrys monikanavaisuudesta korostuu tuottajan työssä, sillä enää ei ole vain yhtä kanavaa käytössä. Kohderyhmälle täytyy määritellä sopivimmat kanavat, jotta saadaan toivottuja tuloksia.

Haastattelun loppuun Koppanen mainitsee, kuinka tapahtumatoimistot nykyään ovat yhä enemmän markkinointitoimistoja. Tapahtumatoimistot haluavat laajentaa osaamistaan markkinoinnin eri osa-alueisiin.

4.2 Koulutuspäivän suunnitelma

Tapahtuma-alan nykyinen koulutustarjonta on riittävä perusteiden hallitsemiseen, mikä auttaa pääsemään alalla alkuun. Parhaiten alalla oppii tekemällä, kun kokemusta kertyy. Eri organisaatioilla on eri työskentelytavat, jolloin kaikki opetellaan alusta alkaen uudelleen (Koppanen 6.4.2018). Lähtökohtana kuitenkin on, että ymmärtää tapahtumanjärjestämisprosessin ja sen osatekijät (Koppanen 6.4.2018).

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on laadittu täydennyskoulutuspäivä asiakaskokemuksesta ja tuloksellisuudesta, jotka ansaitsevat tulla tapahtumanjärjestämisprosessin keskiöön. Koulutussuunnitelman taustalla on tarve kehittyä kyseisissä tapahtuma-alan osa-alueissa. Täydennyskoulutuspäivä on rakennettu tietoperustan, alan trendien ja asiantuntija-haastattelujen pohjalta, mistä kävi ilmi asiakaskokemuksen kehittäminen ja tuloksellisuuden ymmärtäminen.

Oma tuotokseni on AsTu -täydennyskoulutuspäivä eli *Asiakaskokemus ja tuloksellisuus (AsTu) mukaan tapahtumiin*. AsTu on yksipäiväinen koulutustilaisuus tuottajille oman ammatillisen osaamisen päivittämiseen. Seuraavissa alaluvuissa AsTu on kerrottu koulutussuunnitelman eri osioiden näkökulmista. Opinnäytetyöni liitteenä 2 on esite AsTu -täydennyskoulutuspäivästä, joka sisältää perustiedot kuten ajankohdan ja ohjelman.

4.2.1 Mitä koulutetaan?

Täydennyskoulutuspäivä jakautuu kahteen eri osa-alueeseen, asiakaskokemukseen ja tuloksellisuuteen. Koulutuspäivä jakautuu tasaisesti aiheiden ympärille, aamupäivä käsittelee asiakaskokemusta ja iltapäivä tuloksellisuutta.

Asiakaskokemus on ehtinyt jo jonkin aikaa olla mukana liiketoiminnassa, mutta sen kaikkia ulottuvuuksia ei ole vielä tunnistettu (Futurelab, 23.1.2017). Koulutuspäivässä käydään läpi asiantuntijan johdolla, mitä mahdollisuuksia asiakaskokemuksen kehittämiseen on ja kuinka sitä voidaan mitata. Tapahtumien synnyttämä asiakokemus vaikuttaa tavoitteisiin ja tuloksiin, joten asiakaskokemuksen käsitteleminen toimii tukena täydennyskoulutuspäivän toiselle osiolle eikä ole irrallinen teema.

Täydennyskoulutuspäivän toinen osa-alue käsittelee tuloksellisuutta, minkä tavoitteena on tiedottaa osallistujia käyttämään tapahtuman eri mittareita oikein ja analysoimaan mitattuja tuloksia.

4.2.2 Miksi koulutetaan?

Koulutuksen tavoitteena on aina tuottaa lisäarvoa osallistujille (Kupias & Koski 2012, 21). Tavoitteiden kannalta on tärkeää, että osallistujat kokevat ne omiksi ja toimintaansa tukeviksi (Kupias & Koski 2012, 21). Täydennyskoulutuspäivän tavoitteena on parantaa tapahtumanjärjestämisen prosessin asiakaskokemusta ja keskittyä sen mittaamiseen sekä käsitellä tapahtumanjärjestämisen prosessia tuloksellisesta näkökulmasta.

Tapahtuma-ala kehittyy jatkuvasti ja alalla on kysyntää tietäville ammattilaisille, jotka hallitsevat viimeisimmät alan trendit ja osaavat hyödyntää niitä sekä ymmärtävät tapahtuma-alan merkityksen suuremmassa mittakaavassa kuin vain toteutusvaiheessa. Tapahtumanjärjestämisen prosessin painopiste on siirtymässä jälkimarkkinointivaiheeseen, mikä on haastavin ja olennaisin osio, sillä silloin analysoidaan koko prosessin tulokset.

4.2.3 Ketä koulutetaan?

Täydennyskoulutuspäivä on suunnattu tapahtuma-alan työntekijöille, erityisesti tuottajille, jotka vastaavat tapahtumanjärjestämisen prosessista. Aikaisempi koulutus alalta on hyödyksi, mutta ei välttämätöntä. Kokemus alalla työskentelystä on välttämätöntä, jotta ymmärtää täydennyskoulutuksen tarkoituksen ja hyödyntämisen.

Koulutuksen tavoitteita laadittaessa eritellään kohderyhmän osaaminen, odotukset ja motivaatio, sillä siten voidaan saavuttaa koulutuksen tarjoama hyöty (Kupias & Koski 2012, 25). Tämän täydennyskoulutuspäivän ideaali kohderyhmä on iästä ja sukupuolesta riippumattomat tuottajat, jotka eivät ole työskennelleet alalla vielä pitkään. Varhaisessa vaiheessa opittu tuloksellisuuden ymmärtäminen auttaa menestymään uralla jo alusta lähtien.

4.2.4 Kuka kouluttaa?

Hyvä koulutus syntyy kouluttajan avulla, kenellä on sekä asiasisällön osaamista, että ohjausosaamista (Kupias & Koski 2012, 44). Valitsin kouluttajaksi Helena Wallon. Wallon vankka ammattitaito sekä monivuotinen kokemus täyttää hyvän kouluttajan vaatimukset. Lisäksi kouluttajan valintaani helpotti, että olin perehtynyt jo Wallon koulutuksiin – hän nousi ylivoimaisesti esiin taitavana kouluttajana. Palautteet Helenan Wallon koulutuksista ovat olleet huippuluokkaa (Faustus 2018).

Aamupäivän osuudessa vierailevana luennoitsijana on Kari Korkiakoski, aiheesta Asiakaskokemuksen mittaaminen. Korkiakoski on asiakaskokemuksen asiantuntija yli 20 vuoden kokemuksella. Korkiakoskella on takanaan useita tilaisuuksia, joissa hän on luennoinut asiakaskokemuksen eri aiheista. Vierailevan luennoitsijan tarkoituksena on antaa perusteellisempi käsitys asiakaskokemuksesta ja tehostaa koulutuspäivää. (Speakersforum 2018.)

4.2.5 Miten koulutetaan?

AsTu -täydennyskoulutuspäivä on perinteinen tietopainotteinen, luennointiin rakentuva koulutus (Kupias & Koski 2012, 60). Koulutuspäivä rakentuu kahdesta eri teemasta, eli asiakaskokemuksesta ja tuloksellisuudesta, ja neljästä varsinaisesta luennosta.

Koulutuksen tärkein hetki on sen aloitus, sillä aloitus kokoaa yhteen koulutuksen tavoitteet, kokonaiskuvan ja motivaation. Virallisen aloituksen jälkeen on varattu aikaa osallistujien esittäytymisille, jotta ilmapiiri tulisi tutuksi ja turvalliseksi. (Kupias & Koski 2012, 65.)

Ensimmäisen luennon, Asiakaskokemuksen kehittäminen, yhteydessä käydään läpi osallistujien ennakkotehtävä. Ennakkotehtävä on miellekartta asiakaskokemuksesta ja sen kehittämisestä, minkä tarkoituksena on pohjustaa aiheeseen ja tukea koulutuksen tavoitteita (Kupias & Koski 2012, 53). Toinen luento, Asiakaskokemuksen mittaaminen, tiivistää käsitellyn teeman ja samalla johdattelee iltapäivän luentoihin esittelemällä eri keinoja asiakaskokemuksen mittaamiseen.

Iltapäivän luennot ovat teoriapainotteisia ja vaativat osallistujilta ajatustyötä. Kolmas luento, Tapahtuman mittarit, käsittelee tapahtumissa käytettäviä eri mittareita ja niiden hyödynnettävyyttä. Luento pohjautuu eri esimerkkeihin, joissa esitellään tavoitteita, mittareita, ja mittaamista. (Vallo & Häyrinen 2016, 60 –61.) Koulutuspäivän viimeinen luento, Tulosten analysointi, opettaa osallistujia käsittelemään mitattuja tavoitteita ja selkiyttämään niille jatkotoimenpiteitä.

Koulutusmateriaalina käytetään havainnollistamismateriaalia, esimerkiksi dioja, kuvia ja videoita, mitkä konkretisoivat luentoja ja tukevat oppimista. Koulutusmateriaali valmistellaan etukäteen. Materiaalia käytetään pääkohtien havainnollistamiseen, sillä liian tiiviit ja sisällöntäyteiset materiaalit vievät huomiota pois kouluttajasta. (Kupias & Koski 2012, 74 –75.)

Koulutuspäivä päätetään kysymyslinikkaan, jossa osallistujat voivat esittää päivän aikana ilmaantuneita mielteitä. Huolellisesti toteutettu lopetus vaikuttaa pitkälti positiivisesti osallistujien tunnetilaan ja muistikuviin. (Kupias & Koski 2012, 69 –70.)

4.2.6 Milloin ja missä koulutetaan?

Koulutuspäivä on suunniteltu toteutettavissa olevaksi, mutta sitä ei ainakaan vuonna 2018 järjestetä. Olen valinnut sille toimivan ajankohdan ja perustellut valintani tässä alaluvussa. AsTu -täydennyskoulutuspäivä järjestettäisiin loppusyksystä 2018 Helsingissä, sillä koulutuksen järjestelyihin kuluu aikaa. Koulutuksen tarkka ajankohta olisi torstai 25.10.2018 klo 9.00 – 16.00 ja koulutustilana Meeting Park CAMPUS.

Koulutuspäivä on rytmitetty siten, että osallistujat jaksavat työskennellä aktiivisesti aamusta iltapäivään asti (Kupias & Koski 2012, 58). Päivän aikana tarjoillaan lounas ja pidetään taukoja luentojen välissä. Ajankohdan täytyy olla mahdollisimman monelle osallistujalle sopiva, siksi valitsin päivän viikon lopusta, jolloin työkiireet ovat helpottuneet. Elo- ja syyskuu saapuvat yllättävän nopeasti, mikä tarkoittaa tuottajille sitä, että kyseiset kuukaudet ovat jo työntäyteiset eikä vapaita aukkoja löydy. Joulun lähestyminen taas tarkoittaa vilkasta pikkujoulukautta, jolloin marras- ja joulukuu ovat poissuljettuja vaihtoehtoja. Lokakuu on oivallinen aika toteuttaa AsTu -täydennyskoulutuspäivä, sillä osallistujat ehtivät vielä järjestämään kalenterinsa sopivaksi.

Koulutustilana on Meeting Park CAMPUS Helsingin ydinkeskustassa, kauppakeskus Forumin yhteydessä. Koulutukseen täytyy kaikilla olla yhtäläiset mahdollisuudet osallistua, johon Helsinki sijainniltaan tarjoaa helpot ja nopeat kulkuyhteydet muualtakin Suomesta. Meeting Park CAMPUS sijaitsee alle 200 metrin päässä kaikkien julkisten kulkuneuvojen pysäkeistä ja rakennuksessa on myös parkkihalli. Meeting Park CAMPUS on monipuolinen koulutuskeskus, josta löytyy 4 isoa luokkaa, 2 pienempää luokkaa ja 4 ryhmätötilaa. Isot luokat ovat muokattavissa 40–150 henkilölle, mitkä on järjestelty luentomallisesti esitettävälle koulutukselle (Kupias & Koski 2012, 91). (Meeting Park 2018.)

4.2.7 Miten markkinoidaan?

AsTu -täydennyskoulutuspäivää markkinoidaan digitaalisesti, sillä se on kustannustehokasta ja saavuttaa kohderyhmän vaivattomasti. Koulutus on uusi, joten sille ei ole vielä kannattavaa perustaa omia internetsivuja. Koulutus hukkuu helposti muiden koulutusten sekaan erilaisilla hakusivustoilla, eivätkä tuottajat ole hakusivustojen ahkerimpia käyttäjiä, joten kohderyhmää ei saavutettaisi. Markkinointi sosiaalisessa mediassa alkuun on toimin vaihtoehto. Koulutusta voidaan markkinoida tapahtuma-alan yhdistyksissä, kuten MPI

Finlandissa ja Congress Network Finlandissa. Yhdistykset ovat luotettavia ja suuria kanavia markkinointiin, sillä ne kokoavat yhteen tapahtuma-alan ammattilaiset ympäri Suomen. (Viitala & Jylhä 2013, 109.)

Sosiaalisessa mediassa kohderyhmälle sopivin markkinointikanava on Facebook, sillä tänä päivänä melkein jokainen omistaa Facebook-tilin. Facebookissa on helppoa seurata itselleen mielenkiintoisia sivustoja, jotka ehdottavat samantapaisia tapahtumia seuraajilleen. Tapahtumia saa jaettua siellä suuren yleisön tietoisuuteen. Facebook-markkinoinnin etuna on myös vuorovaikutteisuus kohderyhmän kanssa, sitä kautta voidaan nopeasti kommunikoida ja vastata osallistujien kommentteihin sekä kysymyksiin täydennyskoulutuspäivästä (Viitala & Jylhä 2013, 109).

4.2.8 Kuinka paljon maksaa?

Täydennyskoulutuksen hinta muodostuu useista osatekijöistä, joista suurimmat kulut koostuvat kouluttajasta ja tilanvuokrasta. Kouluttajan palkkio muodostuu hänen ammattipätevyydestä, työhön kuluvasta ajasta sekä tuottamasta hyödystä. Kokeneen kouluttajan päiväpalkkio on vähintään 508 euroa. (Akava 1.1.2017.) Tilavuokra on joko 90 tai 180 euroa tunnilta, riippuen osallistujamäärästä. (Meeting Park 2018.)

AsTu -täydennyskoulutuksen hinta on mukailtu muun kaupallisen koulutustarjonnan mukaisesti ja maksu laskutetaan ilmoittautumisen jälkeen. Ilmoittautuminen on sitova. Koulutuksen hinta on osallistujille 450 euroa, sisältäen arvonlisäveron 24 %, tarjoilut ja materiaalit.

4.2.9 Miten arvioidaan?

Arviointi on tärkeä osa koulutusta eikä sitä saa sivuuttaa. Arvioinnin avulla voidaan kehittää koulutusta sekä tukea osallistujien kehittymistä. Arvioivaa palautetta tarvitaan monilta, jotta saadaan kokonais käsitys ja voidaan verrata arviointeja keskenään. Koulutuksen alussa pidetty esittely toimii perustana arvioinnille, jolloin siihen voidaan peilata asetettujen tavoitteiden saavuttamisesta ja koulutuksen vaikutuksia. (Kupias & Koski 2012, 163 – 164.)

Koulutuksen vaikutuksen arviointi voidaan jakaa neljään eri tasoon, joita ovat ensimmäinen, toinen, kolmas ja neljäs taso. Ensimmäisellä tasolla arvioidaan, mitä koulutuksesta pidettiin. Toisella tasolla arvioidaan, mitä koulutuksesta opittiin. Ensimmäisen tason arviointi toimii lähtökohtana, mutta ei kuitenkaan kata tavoitteiden saavuttamista. Toisella tasolla pystytään toteamaan koulutuksen vaikutuksia. Näiden tasojen oppimista voidaan ar-

vioida monin eri tavoin, kuten arviointi- ja palautelomakkeilla, havainnoimalla, keskustelemalla, tehtävillä ja kokeilla. Kolmannen tason arviointi tähtää koulutuksen jälkeisiin vaikutuksiin, mikä sen tarkoituskin on. Koulutus on jäänyt liian vajaaksi, jos vaikutukset eivät näy pidemmälle osallistujien toiminnassa. Kolmannen tason arviointi on työläämpää kuin edellisten tasojen. Neljäs taso käsittää arvioinnin koulutuksen laajemmista vaikutuksista ja se vaatii perusteellisten tutkimusten tekoa. Arviointi kohdennetaan organisaatioiden toimintaan, siinä missä edellisten tasojen arviointi on suunnattu yksilöille. (Kupias & Koski 2012, 170 – 175.)

AsTu -täydennyskoulutuksen arviointi keskittyy yksilön oppimisen arviointiin, mikä tapahtuu koulutuksen päätyttyä erillisellä palautelomakkeella. Palautelomake sisältää kohtia kouluttajasta, koulutuksesta ja opiskelijasta. Lomakkeessa on myös tilaa osallistujien omille, vapaille kommenteille. Palautteet käsitellään luottamuksellisesti ja niitä hyödynnetään täydennyskoulutuspäivän kehittämisessä. Kaikki palaute otetaan vastaan, sillä rakentava palaute auttaa kehittämään koulutusta osallistujien näköiseksi.

4.2.10 Miten erotutaan?

Tapahtuma-alan tarjolla oleva kaupallinen koulutus on keskenään samanlaista, sillä se käsittelee alan perusteita. AsTu -täydennyskoulutuksen tarkoituksena on erottua aiheella, jota ei ole vielä käsitelty muissa koulutuksissa tarkemmin. AsTu -täydennyskoulutuspäivään osallistumisen edellytyksenä on alan perusteiden hallitseminen. Muut kaupalliset koulutukset ovat suunnattuja enemmän alalla aloitteleville.

5 Pohdinta

Tässä viimeisessä luvussa esittelen opinnäytetyöni johtopäätökset, sen hyödynnettävyyden sekä lopuksi arvioin opinnäytetyöprosessia ja omaa oppimistani, mikä päättää opinnäytetyöni.

Opinnäytetyössäni pyrin saavuttamaan niin työlle kuin itselleni asettamat tavoitteet, joita avaan enemmän seuraavissa alaluvuissa.

5.1 Johtopäätökset

Opinnäytetyöprosessia aloittaessani olin määrittellyt avuksi tutkimuskysymykset: *Millainen on hyödyllinen täydennyskoulutuspäivä?* ja *Mitä lisäarvoa täydennyskoulutuspäivä tuo?* Tutkimuskysymyksiä määrittäminen auttoi minua rajaamaan aiheen ja mielestäni löysin molempiin kysymyksiin vastaukset. Täydennyskoulutuspäivä on hyödyllinen, kun sen vaikutukset kestävät vielä pitkälle koulutuksen jälkeen. Tarkoituksena on rohkaista osallistujia jatkuvaan osaamisen kehittämiseen. Täydennyskoulutuspäivä on onnistunut tuomaan lisäarvoa sekä tuottajalle että organisaatiolle, kun asetettuja tavoitteita osataan mitata ja analysoida. Koulutuspäivän aikana käsitellyt aiheet ymmärretään laajemmin ja niiden syy-seuraussuhteet. Tutkiessani alan koulutustarjontaa huomasin useita samankaltaisuuksia, joista jäi kuitenkin uupumaan muutoksien ja tuloksellisuuden käsittely.

Täydennyskoulutuspäivässä käsitellään aiheita, jotka ovat juuri nyt ajankohtaisia alalla ja tarvitsevat parannusta. Tapahtuma-ala muuttuu kuitenkin jatkuvasti, joten opinnäytetyöni tuotos ei ole hyödynnettävissä kuin rajoitetun ajan. Vuoden kuluttua alaa saattavat puhutella uudet aiheet, joita varten tarvitaan täydennyskoulutusta.

5.2 Hyödynnettävyys

Opinnäytetyöni hyödynnettävyys perustuu alan ajankohtaisiin tarpeisiin ja toimivaan toteutukseen. Täydennyskoulutuspäivä tulisi toteuttaa vuoden sisällä, jolloin sen tulokset olisivat vielä ajankohtaisia ja hyödyllisiä.

Täydennyskoulutuspäivän suunnitelmaa voidaan käyttää alustavana, minkä tapahtuma-alan yhdistykset tai kaupalliset koulutustentarjoajat voisivat toimeenpanna. Sisällön lopulliseen tuottamiseen tarvitaan tilatun ammattilaisen osaamista, jolloin luennot voidaan räätälöidä lopulliseen muotoonsa ajankohtaisimpia näkökulmia hyödyntäen.

Täydennyskoulutuspäivän hinta on kiinteä, mutta riippuen sen markkinoinnista, voidaan esimerkiksi yhdistyksen jäsenille tarjota edullisempaa jäsenhintaa.

Osaava tuottaja tuo onnistumisia ja oivalluksia tapahtumanjärjestämisprosessiin, sekä innostaa muita kanssatyöskentelijöitään kohti yhteisiin asetettuihin tavoitteisiin. Kouluttautamalla koulutuksen investointi näkyy pitkällä aikavälillä tuottajan työssä. Työmarkkinoilla arvostetaan ja halutaan taitavia työntekijöitä, joten itsensä kehittäminen ei koskaan mene hukkaan.

5.3 Prosessin ja oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyöni tein opintojeni viimeisenä suorituksena, jolloin pystyin keskittymään kokonaan siihen ilman muita häiriötekijöitä. Aikaa työn tekoon kului suositellun suoritusajan verran, eli noin kolme kuukautta, mikä vastaa täysipäiväisesti työskenneltynä opinnäytetyön opintopisteitä. Koulutusohjelmassani opinnäytetyö suositellaan aloitettavaksi jo työharjoittelun aikana, jolloin sen työstämiseen on aikaa yksi lukuvuosi. Alussa epäröin ja jännitin, kun olin poikennut suositellusta suoritustavasta, mutta näin jälkepäin oli tämä paras mahdollinen ratkaisu. Sain keskittyä ainoastaan opinnäytetyön tekemiseen ja minulla oli taustalla kaikkien kurssien opit. Onnistuin noudattamaan omaa aikatauluani, jolloin deadlinejen saavuttaminen tuntui hyvältä. Missään vaiheessa en kokenut olevani pulassa aikataulun kanssa, mutta viimeisimmät viikot kuitenkin loivat tietynlaista jännitystä ja lisäsivät suorituspaineita.

Itse kuulun niiden lukemattomien muiden opiskelijoiden joukkoon, joiden mielestä opinnäytetyön aloittaminen on kaikista vaikeinta. Aloittamista on helppo lykätä päivittäin, jolloin vähitellen omatunto alkaa kolkuttaa ja on pakko aloittaa. Aloittamisen viivästyminen johtui siitä, että koko prosessi on aina vaikuttanut kaukaiselta ja pelottavalta. Kirjoittaminen oli vaiheista itselleni mieluisinta, sillä se osoitti opinnäytetyön olevan aivan normaalin osaamisen näyte laajemmassa mittakaavassa, mitä olin harjoitellut koko kolme ja puoli vuotta kestäneen tutkintoni ajan.

Prosessin hahmottaminen alkuun oli vaikeaa, sillä sitä varten täytyi kerätä eri osasia, joista kirjallinen kokonaisuus muodostui. Opinnäytetyötä varten jouduin tekemään paljon taustatutkimusta, kun aiemmin olin tottunut suoraan aloittamaan työn kirjoittamisen. Tarvittavan materiaalin kerääminen täytyi rajata ja analysoida. Lähteiden määrän hallitseminen oli haastavaa, sillä yhtä yhtenäistä päälähdettä ei löytynyt vaan jouduin tutkimaan useita eri vaihtoehtoja. Käytin työssäni myös englanninkielisiä lähteitä, ja vaikka oma englanninkieleni on sujuvaa, koin käännökset ylimääräiseksi työksi. Toisaalta englanninkieliset lähteet olivat monipuolisia ja sisälsivät paljon yksityiskohtaista tietoa. Tutkiessani trendejä löysin samoja yhtäläisyyksiä eri lähteistä, joten ne ovat paikkansapitäviä.

Aiheena haastavinta minulle oli tuloksellisuuden käsittely. Huomasin sen opetuksen olevan liian vähäistä niin omassa koulutusohjelmassani kuin muissakin. Tuloksellisuus on kuitenkin tapahtumanjärjestämisprosessin päämääränä, joten sen syvällisemmälle opetukselle olisi tarvetta.

Opinnäytetyöprosessi oli työläs mutta opettavainen. Jouduin laittamaan työskentelytapani uusiksi, sillä aiemmin olin tottunut tekemään annetut yksilötehtävät valmiiksi jo kurssien alkupuolella. Tällä kertaa jouduin rytmittämään työntekoani ja jakamaan sen useisiin eri välietappeihin. Oppimistani prosessin aikana voin peilata tuottajan työhön. Suunnittelu- vaihe heijastuu toteutukseen, sillä ilman huolellista suunnittelua toteutus on irtonainen. Noudatin alussa suunnittelemaani opinnäytetyön runkoa, joka on mielestäni looginen. Prosessia helpotti, että tiesin, mitä pääluvut käsittelevät. Niiden alle oli helppoa koota tietopuustaa ja muuta tuotosta. Täydennyskoulutuspäivän luku voisi mielestäni olla asiantuntevampi, mutta se kattaa pääkohdat koulutussuunnittelusta. Aiheena sitä olisi voinut käsitellä laajemminkin, mutta itselleni parhaiten se toimi rajattuna vain suunnitelmaan.

Tutkintoani aloittaessani en kuvitellut itseäni tapahtuma-alan pääaineopiskelijana. Olen useita kertoja kuullut, kuinka tapahtuma-alalle vain jostain syystä päädytään, ilman sen kummempia suunnitelmia. Itsekin päädyin mutkien ja useissa tapahtumissa vapaaehtoisena toimimisen kautta opiskelemaan tapahtuma-alaa pääaineena. Opintojeni loppusuoralla voin sanoa, että olen enemmän kuin iloinen pääaineeni onnistuneesta valinnasta. Opinnäytetyöni aiheen valintaan sain apua ohjaajaltani, kun ilmaisin mielenkiintoni alalla työskentelyyn ja vapaaehtoistyöhön. Itse haluan olla tapahtuma-alan kokenut ammattilainen ja kehittyä jatkuvasti työssäni, joten koulutusten tutkiminen vaikutti minusta kiinnostavalta. Ken tietää, parin vuoden kuluttua saatan löytää itseni juuri tämän opinnäytetyön esittelemältä täydennyskoulutuspäivän luennolta.

6 Lähteet

Alma Talent, 2018. Alma Talent. Luettavissa: <https://www.almatalent.fi/>. Luettu: 25.3.2018.

Alma Talent, 2018. Tapahtumamarkkinointi – järjestä onnistunut tapahtuma. Luettavissa: <https://events.almatalent.fi/tapahtumamarkkinointi/>. Luettu: 25.3.2018.

Alma Talent, 2018. Tietoa meistä. Luettavissa: <https://events.almatalent.fi/tietoa-meista/>. Luettu: 25.3.2018.

Akava, 1.1.2017. Akavan palkkiosuosituksset 2018. Luettavissa: <https://www.akava.fi/palkkiosuosituksset>. Luettu: 18.5.2018.

Ammattinetti, 2018. Kulttuurituottaja. Luettavissa: <http://www.ammattinetti.fi/amatit/detail/d2322bc10a65344601b744a28b20826c>. Luettu: 27.2.2018.

Ammattinetti, 2018. Tradenomit ja merkonomit työelämässä. Luettavissa: http://www.ammattinetti.fi/artikkelit/detail/27_artikkeli;jsessionid=0644A87054. Luettu: 11.3.2018.

Catani, J. 2017. Onnistunut yritystapahtuma. Alma Talent Pro. Helsinki.

CWT Meetings & Events, 2018. 2018 Meetings and events future trends. Luettavissa: <https://www.cwt-meetings-events.com/content/me/asia/en/get-inspired/2018-meetings-events-forecast.html>. Luettu: 27.3.2018.

Drake, M. & Salmi, M. 2018. Opinnäytetyö ja menetelmät tutuksi. Menetelmäopinnot virtuaalisesti. Haaga-Helia Moodle.

Edupoli, 2018. Matkailun ohjelmapalvelujen ammattitutkinto. Luettavissa: <http://www.edupoli.fi/koulutukset/koulutusalat/matkailuala/matkailun-ohjelmapalvelujen-ammattitutkinto/>. Luettu: 25.3.2018.

Endless Events, 7.12.2017. 2018 Event trends that will shape the events industry. Luettavissa: <https://helloendless.com/2018-event-trends/>. Luettu: 27.3.2018.

Endless Events, 2018. Multi-sensory events are more memorable. Luettavissa: <https://helloendless.com/engaging-five-senses-event-planning/>. Luettu: 27.3.2018.

Eventmobi, 2.11.2017. Event management trends 2018. Luettavissa: <https://www.eventmobi.com/blog/event-management-trends-2018-attendee-experience-ai-and-virtual-reality/>. Luettu: 27.3.2018.

Evento, 21.9.2017. Suomessa aliarvostettu ala on maailmalla miljardiluokan bisnes. Luettavissa: <https://eventolehti.fi/artikkelit/suomessa-aliarvostettu-ala-on-maailmalla-miljardiluokan-bisnes/>. Luettu: 26.2.2018.

Evento Awards, 25.3.2015. Tapahtumasta jää muutakin kuin kuitti ruudulle. Luettavissa: <https://eventoawards.fi/ajankohtaista/tapahtumasta-jaa-muutakin-kuin-kuitti-ruudulle/>. Luettu: 27.2.2018.

Faustus, 2018. Pyydä tarjous/yhteydenotto. Luettavissa: <http://www.faustus.fi/yhteystiedot>. Luettu: 24.3.2018.

Faustus, 2018. Tapahtumamarkkinoinnin kouluttaja ja puhuja. Luettavissa: <http://www.faustus.fi/tapahtumamarkkinointi-kouluttaja>. Luettu 24.3.2018.

- Faustus, 2018. Tapahtumamarkkinointi koulutus – Tapahtumien isännöiminen. Luettavissa: <http://www.faustus.fi/tapahtumamarkkinointikoulutus/tapahtuman-isannoiminen-koulutus>. Luettu: 24.3.2018.
- Faustus, 2018. Tavoita tapahtumasi tähtihetket tarinalla -koulutus. Luettavissa: <http://www.faustus.fi/tapahtumamarkkinointikoulutus/tapahtumamarkkinointi-koulutus-tapahtumat-ja-tarinallistaminen>. Luettu: 24.3.2018.
- Fenich, G. G. 2016. Meetings, Expositions, Events, and Conventions – An Introduction to the Industry. Fourth edition. Pearson. England.
- Futurelab, 23.1.2017. Asiakaskokemuksen trendit 2017. Luettavissa: <https://www.futurelab.fi/asiakaskokemuksen-trendit-2017/>. Luettu: 13.4.2018.
- Haaga-Helia, 2018. Opinto-opas. Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma. Luettavissa: <http://www.haaga-helia.fi/fi/opinto-opas/koulutusohjelmat/johdon-assistenttityon-ja-kielten-koulutusohjelma>. Luettu: 11.3.2018.
- Haaga-Helia, 2018. Opinto-opas. Opintopolut OPS2016. Luettavissa: <http://www.haaga-helia.fi/fi/opinto-opas/johdon-assistenttityon-ja-kielten-koulutusohjelma/opintopolut-2016?userLang=fi>. Luettu: 11.3.2018.
- Humak Humanistinen ammattikorkeakoulu, 2018. Tuottaja on taiteen, talouden ja viestinnän taitaja. Luettavissa: <https://www.humak.fi/opiskelijaksi/kulttuurituottaja/kulttuurituottaja-amk/>. Luettu: 26.2.2018.
- InHuntProEdu, 2018. Tapahtumat ja kuinka niitä tehdään. Luettavissa: <https://www.inhuntproedu.fi/kauppa/tapahtumat-ja-kuinka-niita-tehdaan/>. Luettu: 25.3.2018.
- Kananen, J. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä. Jamk julkaisuja. Jyväskylä.
- Kirjastot.fi, 2018. Koulutus tapahtumatuotannosta 2.11. Luettavissa: https://www.kirjastot.fi/ammattikalenteri/koulutus/koulutus-tapahtumatuotannosta-211-d95ee?language_content_entity=fi. Luettu: 25.3.2018.
- Koppanen, J. 6.4.2018. Toimitusjohtaja. Prime Event Oy. Haastattelu. Helsinki.
- Korhonen, H., Korkalainen, K., Pienimäki, T. ja Rintala, S. 2015. Laurea ammattikorkeakoulu. Tapahtumajärjestäjän opas. Luettavissa: <https://www.laurea.fi/tiedotteet/Documents/58%20Tapahtumajärjestäjän%20opas.pdf>. Luettu: 27.2.2018.
- Koulutus.fi, 2018. Tapahtumatuotannon koulutukset. Luettavissa: <https://www.koulutus.fi/haku/tapahtuman-jarjestaminen>. Luettu: 13.3.2018.
- Kupias, P. & Koski, M. 2012. Hyvä kouluttaja. Sanoma Pro Oy.
- Markkinointi-instituutti, 2018. Onnistunut tapahtuma. Luettavissa: <https://www.markinst.fi/kurssit/276/onnistunut-tapahtuma>. Luettu: 13.3.2018.
- Meetings Imagined, 2018. Learn how to tackle a growing industry trend, the "hybrid meeting". Luettavissa: <https://meetingsimagined.com/tips-trends/learn-how-tackle-growing-industry-trend-hybrid-meeting>. Luettu: 27.3.2018.
- Meeting Park, 2018. Meeting Park CAMPUS. Luettavissa: <https://www.meeting-park.fi/fi/toimipiste/campus>. Luettu: 13.4.2018.
- Metropolia, 2018. Kulttuurituotanto. Luettavissa: <http://www.metropolia.fi/haku/koulutustarjonta-nuoret-kulttuuri/kulttuurituotanto/>. Luettu: 26.2.2018.

Opintopolku, 2018. Tulokset haulle ”tuottaja”. Luettavissa: https://opintopolku.fi/app/#!/haku/tuottaja?page=1&facetFilters=teachingLangCode_ffm:FI&tab=los. Luettu: 11.3.2018.

Opiskelupaikka, 2018. Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma. Luettavissa: <https://www.opiskelupaikka.fi/Koulutus/Ammattikorkeakoulu/AMK-Yhteiskuntatieteiden-liiketalouden-ja-hallinnon-ala/Johdon-assistenttityon-ja-kielten-koulutusohjelma>. Luettu: 11.3.2018.

Palkkavertailu, 2018. Tapahtumatuottaja koulutus ja työ. Luettavissa: <http://palkkavertailu.com/koulutus/tapahtumatuottaja>. Luettu: 11.3.2018.

Ruostetsaari, A. 5.1.2018. Maailma muuttuu – muututko sinä? Luettavissa: <https://eventolehti.fi/artikkelit/maailma-muuttuu-muututko-sina/>. Luettu: 27.3.2018.

SeAMK Seinäjoen ammattikorkeakoulu, 2018. Kulttuurituottaja. Luettavissa: <https://www.seamk.fi/kaikki-koulutukset/kulttuurituottaja-amk/>. Luettu: 26.2.2018.

Speakersforum, 2018. Kari Korkiakoski. Luettavissa: <https://www.speakersforum.fi/kari.korkiakoski>. Luettu: 13.4.2018.

Studentum.fi, 2018. Markkinointi-instituutti. Luettavissa: <https://www.studentum.fi/koulutukset/markkinointi-instituutti/>. Luettu: 24.3.2018.

Successful meetings, 1.1.2018. Meetings trends for 2018. Luettavissa: <http://www.successfulmeetings.com/Strategy/Meeting-Strategies/Meetings-Trends-for-2018-Security-Experiential-Events/>. Luettu: 27.3.2018.

Tapahtumatohtori, 2018. Tapahtuman järjestäminen – verkkokurssi tapahtuman suunnitteluun. Luettavissa: <https://www.campwire.com/buy/bd39c459-5d9d-4740-baeb-b348b0cb2f81>. Luettu: 24.3.2018.

Toivonen, M. 2018. Tapahtuma-ala kasvavana liiketoimintana kansainvälisesti ja Suomessa. Mediaplanet, erikoisjulkaisu, maaliskuu 2018, s. 2.

Täydennyskoulutus.fi, 2018. Mistä löydän tietoa täydennyskoulutukseen liittyvistä vaihtoehdoista? Luettavissa: <http://www.taydennyskoulutus.fi/>. Luettu: 18.5.2018.

Vallo, H. 3.4.2018. Toimitusjohtaja. Faustus Oy. Haastattelu. Helsinki.

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2016. Tapahtuma on tilaisuus. Tietosanoma Oy. Helsinki.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2013. Liiketoimintaosaaminen – Menestyvän yritystoiminnan perusta. Edita Publishing Oy. Porvoo.

Voltti, 2018. Palvelut. Luettavissa: <http://www.tapahtumatuotantovoltti.fi/palvelut/koulutus/>. Luettu: 25.3.2018.

Webakatemia.fi, 2018. Tapahtuman järjestämisen ABC. Luettavissa: <https://webakatemia.fi/koulutus/tapahtuman-jarjestamisen-abc/>. Luettu: 24.3.2018.

Xamk, 2018. Koulutus. Luettavissa: https://www.xamk.fi/koulutus/tutkinto-amk/?fwp_field_of_study=liiketalous. Luettu: 11.3.2018.

7 Liitteet

Liite 1 Haastattelukysymykset

Liite 2 Esite AsTu -täydennyskoulutuspäivä

Haastattelukysymykset

1. Kuinka kauan olet työskennellyt tapahtuma-alalla?
2. Mikä on koulutustaustasi ja kuinka päädyit työskentelemään tapahtuma-alalle?
3. Mitä mieltä olet tarjolla olevasta alan koulutuksesta, puuttuuko siitä jotain oleellista?
4. Mikä alan viimeaikainen trendi on vaikuttanut eniten työhösi ja millä tavoin?
5. Mitä tuottajalta vaaditaan lähitulevaisuudessa?
6. Mikä tuottajan osaamisalue korostuu entisestään lähitulevaisuudessa?
7. Onko sinulla mahdollista muuta mielenkiintoista näkökulmaa aiheeseen?

Hei tuottaja!

AsTu

mukaan tapahtumiin!

AsTu on aivan uusi, loppuvuodesta 2018 järjestettävä täydennyskoulutus asiakaskokemuksesta ja tulokellisuusludesta tapahtuma-alan ammattilaisille. Täydennyskoulutus on suunnattu sinulle, joka haluat tehdä vaikuttavia tapahtumia tulokellisesti. Mittarit käyntiin, kohta koulutetaan!

Torstai 25.10.2018 klo 9.00 - 16.00

Meeting Park CAMPUS

Helsinki

Koulutuspäivän ohjelma

9.00	Koulutuksen esittely
9.10	Osallistujien esittäytyminen ja odotukset
9.30	<i>Asiakaskokemuksen kehittäminen</i>
10.15	Tauko
10.30	<i>Asiakaskokemuksen mittaaminen</i>
11.45	Yhteenveto aamupäivästä
12.00	Lounas
13.00	<i>Tapahtuman mittarit</i>
14.15	Kahvitauko
14.30	<i>Tulosten analysointi</i>
15.15	Kysymysklinikka
16.00	Koulutuspäivä päättyy

> Ota yhteyttä <

> Ilmoittaudu <