

Työyhteisöviestinnän vaikutus tapahtuman onnistumiseen

Elina Suvi Tuuli Mattila



Tekijä Elina Suvi Tuuli Mattila	
Koulutusohjelma Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma	
Opinnäytetyön nimi Työyhteisöviestinnän vaikutus tapahtuman onnistumiseen	Sivu- ja liitesivumäärä 36 + 2
<p>Tämä opinnäytetyö on tehty tapahtuma-alalla työskenteleville henkilöille muistuttamaan työyhteisöviestinnän merkityksestä ja vaikutuksesta tapahtuman onnistumiseen.</p> <p>Työ on rakenteeltaan laadullinen työ ja koostuu kuudesta pääluvusta. Pääluvut ovat johdanto, tutkimusmenetelmät, haastattelut, työyhteisöviestintä ja onnistunut tapahtuma, haasteet onnistumisen kannalta sekä tapahtuman onnistumisen mittarit ja näistä tehdyt yhteenvedot ja pohdinta.</p> <p>Työssä käytettiin kahta puolistrukturoitua haastattelua kirjoittajan vahvan tapahtuma-alan kokemuksen ja jo olemassa olevan kirjallisuuden ja aineiston tukena. Haastateltaviksi valittiin kaksi tapahtuma-alan ammattilaista tapahtumatuotannon eri funktioista, jotta haastatteluissa tulisi ilmi mahdollisia yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia tapahtumatuotannon eri funktioiden välillä. Työn haastatteluvastaukset perustuvat haastateltavien kokemuksiin ja välittömiin havaintoihin eikä tuloksia näin ollen yleistetä. Haastattelut toteutettiin 19.3.-22.3.2018.</p> <p>Työn tarkoitus on antaa kokonaisvaltainen toimintamalli onnistuneeseen työyhteisöviestintään tapahtumasuunnittelussa ja samalla nostaa esille sen yleisimpiä haasteita.</p>	
Asiasanat tapahtuma, onnistuminen, työyhteisöviestintä, tapahtumaroolit, johtaminen, suunnittelu	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Tausta ja tavoitteet.....	1
1.2	Rajaus ja rakenne	1
1.3	Käsitteet.....	2
2	Aineiston kerääminen.....	5
2.1	Valittu tutkimusmenetelmä	5
2.2	Aineiston hankinta.....	6
3	Haastattelut.....	7
3.1	Production Director Pyry Pietiäinen.....	7
3.2	Event Experience Manager Sofia Wahlberg.....	8
4	Työyhteisöviestintä ja onnistunut tapahtuma	11
4.1	Viestinnän teorioita.....	11
4.2	Tapahtuman määritelmä	12
4.3	Tapahtuma kulttuurisena kokemuksena.....	13
4.4	Oikeaoppinen tapahtumasuunnittelu ja työn johtaminen	15
4.5	Tapahtumaroolit ja vastuunjako.....	17
5	Haasteet onnistumisen kannalta.....	19
5.1.	Turvallisuus.....	19
5.2.	Tapahtumajohtaminen ja palautteen antaminen.....	21
5.3.	Työntekijöiden koulutus.....	22
5.4	Kilpailu ja erottautuminen.....	24
5.5	Tietojärjestelmät.....	26
6	Tapahtuman onnistumisen mittarit.....	28
7	Yhteenveto ja pohdinta.....	31
	Lähteet.....	34
	Liitteet.....	37

1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö on kirjoitettu tapahtuma-alalla työskenteleville henkilöille. Työ kertoo työyhteisöviestinnän vaikutuksesta tapahtuman onnistumiseen.

Jatkuvasti kasvavalla ja kehittyvällä tapahtuma-alalla kilpailu on kovaa, minkä vuoksi työyhteisöviestinnän merkitys korostuu entisestään. Työyhteisöviestinnän, digitalisaation ja kansainvälistymisen tulee tukea kehitystä, sillä onnistunut tapahtuma luo ihmisille elämyksen, jonka he haluavat elää uudelleen. Elämyksen tuottamiseen vaikuttavat useat asiat ja näitä avataan tarkemmin opinnäytetyön seuraavissa luvuissa.

Johdannon seuraavissa kappaleissa avataan työn taustaa ja tavoitteita, rajausta ja rakennetta sekä alan terminologiaa ja käsitteitä.

1.1 Tausta ja tavoitteet

Opinnäytetyön aihe lähti liikkeelle edellisen työpaikkani kommunikaatio-ongelmista ja kehitystarpeista. Olin mukana järjestämässä lähes 100:a yritystapahtumaa, josta sainkin inspiraation kehittää tapahtuma-alalla toimiville henkilöille kokoelman, jonka avulla työyhteisöviestintä yksinomaan nostaisi tapahtuman onnistumisen todennäköisyyksiä.

Opinnäytetyön tarkoitus on avata työyhteisöviestinnän tärkeyttä sekä toimia eräänlaisena suunnitteluoppaana tapahtuma-alalla työskenteleville henkilöille, erityisesti johtohenkilöille.

1.2 Rajaus ja rakenne

Tämä opinnäytetyö on laadullinen työ. Työssä käytettiin kahta puolistrukturoitua haastattelua kirjoittajan vahvan oman kokemuksen ja jo olemassa olevan kirjallisuuden ja aineiston tukena.

Työn teoreettisena viitekehystenä toimii työyhteisöviestintä ja tapahtumajärjestäminen. Työn ensimmäisessä osiossa määritellään tapahtuman ja viestinnän käsitteet, sekä avataan suunnittelun, vastuunjaon, tapahtumaroolien sekä kulttuurisen kokemuksen osuutta onnistuneeseen tapahtumaan. Työyhteisöviestintä on linkitetty jokaiseen edellä mainittuun osioon.

Toisessa osiossa määritellään valittu tutkimusmenetelmä ja aineiston hankintamenetelmä. Kolmannessa osiossa avataan Pietiäisen ja Wahlbergin haastatteluja sekä peilataan heidän vastauksiaan teoriaosuudessa avattuihin käsitteisiin.

Haastatteluiden jälkeen työssä esitetään tapahtumajärjestämisen haasteita onnistumisen kannalta työyhteisöviestinnän merkitystä korostaen.

Haasteiden jälkeen pureudutaan vielä tapahtuman onnistumisen mittareihin, jotta lukijalle jäisi kokonaisvaltainen kuva siitä, mitä onnistunut työyhteisöviestintä on ja miten tapahtuman onnistumista voidaan todellisuudessa mitata.

Yhteenvedossa pohditaan työyhteisöviestinnän linkitystä jokaiseen tapahtumajärjestämisen osa-alueeseen sekä verrataan haastattelujen dataa jo olemassa olevaan aineistoon sekä kirjoittajan omaan kokemukseen. Yhteenvetoon on koottu onnistuneeseen tapahtumajärjestämiseen vaikuttavat osa-alueet, ja siinä avataan työyhteisöviestinnän merkitystä niissä jokaisessa. Yhteenvedossa pohditaan myös tulevaisuuden näkymiä tapahtumalalla ja tapahtumajärjestämisessä, kun digitalisaatio ja kansainvälistyminen rikkovat vaikiintuneita periaatteita ja pakottavat muutokseen.

1.3 Käsitteet

Tämä opinnäytetyö sisältää terminologiaa ja käsitteitä. Tähän lukuun on avattu ne käsitteet, joita ei työssä muutoin tarkemmin selitetä.

Funktio: Perinteisen käsityksen mukaan funktio on matemaattinen käsite, joka tarkoittaa kuvausta eri asioiden välisistä riippuvuussuhteista. Tänä päivänä termiä käytetään myös kuvaamaan yrityksen eri osastoja. Esimerkiksi tapahtuma-alan yrityksen eri funktiot voisivat olla markkinointi, myynti, tapahtumatuotanto, asiakaspalvelu ja it-tuki. (Opetus.tv, Cederberg)

Onnistunut tapahtuma: Tapahtuma, josta ollaan kiinnostuneita ennen tapahtumaa, sen aikana ja vielä tapahtuman jälkeenkin. Onnistuneessa tapahtumassa jokainen tietää tarkalleen oman roolinsa, ja hoitaa työntekijät osaavat hoitaa oman työtehtävänsä ammattitaidolla. Onnistuneessa tapahtumassa viestintä toimii, ja kaikenlaisiin poikkeustilanteisiin on varauduttu huolellisella suunnittelulla. Onnistunut tapahtuma kehittyy jatkuvasti ja luo uusia elämyksiä. Strategiset ja operatiiviset linkittyvät onnistuneeseen tapahtumaan tiiviisti, ja ne on avattu seuraavassa käsitteessä tarkemmin. (Kauhanen ym. 2002, 35.)

Strategiset kysymykset: Strategiset kysymykset vastaavat kysymyksiin: mitä, missä, milloin, miksi, kenelle? Strategiset kysymykset ohjaavat tapahtuman suunnitteluvaihetta, ja niiden tavoite on pitää tapahtuman tavoite ja tarkoitus kirkkaina läpi tapahtumaprojektin. Tapahtuman tavoitteita ei voida nimittäin mitata, jos tapahtumalle ei ole määritelty tavoitteita ja millainen muutos tapahtumalla halutaan saavuttaa. (Laukkanen. 2018)

Operatiiviset kysymykset: Operatiiviset kysymykset vastaavat kysymyksiin: miten, millainen, kuka? Operatiiviset kysymykset ohjaavat tapahtuman toteutusvaihetta. Sekä strategiset että operatiiviset kysymykset ovat tärkeitä tapahtuman yhteisen tavoitteen kannalta, jotta tavoite pysyy selkeänä läpi tapahtumaprosessin. (Laukkanen. 2018)

Työyhteisöviestintä: Työyhteisöviestintä on hyvin lähellä sisäistä viestintää, ja näitä kahta viestintälajia käytetäänkin välillä virheellisesti synonyymeina. Työyhteisöviestintä kattaa kaikki sidosryhmät, jotka viestivät saman asian äärellä. Esimerkiksi tapahtumaprojektissa sidosryhmiä ovat mm. projektin jäsenet, asiantuntijaryhmä, ulkopuoliset sidosryhmät, kuten pitopalvelu ja esiintyjät, tukihenkilöstö, tapahtumatyöntekijät jne. Näiden sidosryhmien välinen viestintä on työyhteisöviestintää. (Juholin, E. 2009)

Laadullinen tutkimus: Laadullinen tutkimus on tutkimustapa, jolla lähtökohtaisesti hankitaan kokonaisvaltaista tietoa tilanteissa, joissa tutkija on vuorovaikutuksessa tutkittavan kohteen kanssa, eli sen keskiössä on aina ihminen itse. Esimerkiksi haastattelut ovat perinteinen laadullisen tutkimuksen tutkimusmenetelmä. Laadullisessa tutkimuksessa pyritään ymmärtämään tutkittavaa kohdetta ja sen yleisenä tarkoituksena on saada selville aiheesta jotakin uutta. Laadullinen ja määrällinen tutkimus ovat tutkimuksen lähestymistapoja, joita ei voida täysin erottaa toisistaan, joten ne ovat toisiaan täydentäviä tutkimuksen lähestymistapoja. (Alasuutari, P. 2011, 31)

Puolistrukturoitu haastattelu: Puolistrukturoitu haastattelu on osittain järjestelty ja osittain avoin haastattelu, jossa haastattelija haluaa saada tutkittavasta kohteesta tietoa kysymällä tarkennettuja kysymyksiä tietystä aiheesta. Puolistrukturoidulle haastattelulle on tyyppillistä, että haastateltavilta kysytään kaikilta samat kysymykset, mutta järjestyksen ei välttämättä tarvitse olla sama (KvaliMOTV).

Kulttuurinen kokemus: Elämys, joka on jokaiselle yksilöllinen asia. Se voi olla kokemus, harrastus, vapaa-ajan aktiviteetti, sosiaalinen tapa, terapeutin kokemus, hyvinvointia ja terveyttä edistävä, viihdettä, työllisyyttä ja kulttuurin kulutusta (Saresma 2002). Jokaisella tapahtumalla halutaan saada kävijässä jokin tunne aikaiseksi, ja suuremmassa mittakaavassa sen voidaan lukea olevan kulttuurinen kokemus. Kulttuurinen kokemus on tänä päivänä yhä vuorovaikutuksellisempaa, ja kulttuurin on tutkittu lisäävän kulttuuria suosivien henkilöiden elinikää (Suomen Mielenterveysseura). Tapahtumat ovat tämän päivän yhteisöllisin kulttuurinen muoto, ja onnistuneen tapahtuman vaikutus näkyy ihmisissä pitkään.

Slack: Slack on hajautettujen ryhmien ja organisaatioiden sisäiseen viestintään suunnattu pikaviestintäsovellus. Slack-ryhmän sisällä voi keskustella sekä yksityisesti yksittäisen

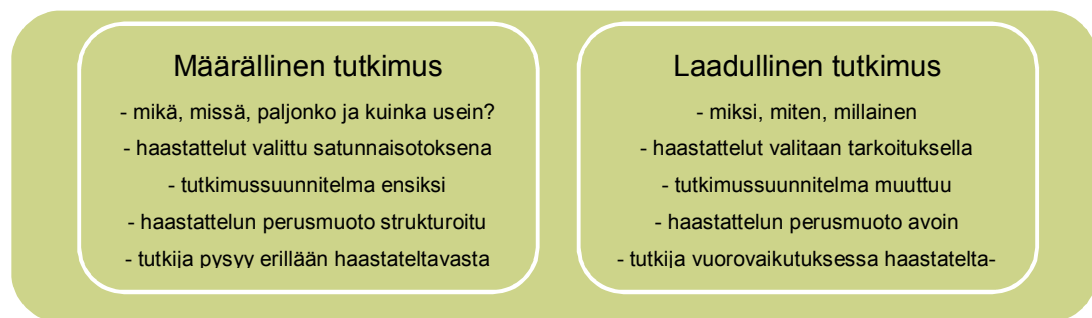
käyttäjän kanssa että ryhmäviestiä usean käyttäjän kanssa tai perustaa kanavan, jolla keskustelu on tarkoitettu suunnata esimerkiksi tietyn aihealueen pariin. Slack tarjoaa useita liitäntöjä ulkoisiin palveluihin kuten Dropboxiin, Twitteriin ja Herokuun. Liitäntöjen avulla voi vähentää esimerkiksi automaattisia sähköpostiviestejä erinäisistä palveluista jokaisen käyttäjän sähköpostilaatikkoon (<https://slack.com/>).

2 Aineiston kerääminen

Seuraavissa luvuissa avataan muutamia mahdollisia tutkimusmenetelmiä ja kerrotaan, millä perustein tämän opinnäytetyön tutkimusmenetelmä valittiin.

2.1 Valittu tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmiä on monia, joten on tutkijan vastuulla, että hän valitsee osuvan tutkimusmenetelmän tutkittavalle kohteelle. Menetelmät voidaan karkeasti jakaa kahteen eri tyyppiin, jolloin tutkimukset ovat joko kvantitatiivisia eli määrällisiä tai kvalitatiivisia eli laadullisia. (Hirsjärvi ym. 2009, 131.) Kuten opinnäytetyön alussa todettiin, tämä opinnäytetyö on laadullinen työ ja sen tarkoitus on tuottaa ymmärrystä työyhteisöviestinnän merkityksestä tapahtuman onnistumisessa.



Taulukko 1. Määrällinen ja laadullinen tutkimus (Hirsjärvi ym. 2007, 133)

Vaikka laadullinen tutkimus on laaja käsite, voidaan siitä erottaa joitakin sille ominaisia peruspiirteitä. Lähtökohtaisesti laadullisella tutkimuksella hankitaan kokonaisvaltaista tietoa aidoissa tilanteissa, joissa haastateltava on vuorovaikutuksessa haastateltavan kanssa, eli sen keskiössä on aina ihminen itse. Laadullisessa tutkimuksen tarkoituksena saada selville aiheesta jotakin uutta. (Alasuutari, P. 2011, 31) Tällä työllä haluttiin esimerkiksi selvittää, onko eri funktioiden välillä eroavaisuuksia työyhteisöviestinnässä.

Laadullisessa tutkimuksessa tulisi suosia sellaisia menetelmiä, jotka mahdollistavat tutkitavan henkilön aitojen kokemusten, mielipiteiden ja ajatusten ilmaisemisen. Jos tämä ei ole mahdollista, ei tutkimuksen tuloksilla ole aitoa ja mitattavaa arvoa. Laadullisen tutkimuksen kohdejoukko valitaan aina tutkimuksen tarkoituksensa tukien. On ensisijaisen tärkeää, että siihen osallistuvat henkilöt ovat hyvin perehtyneitä tutkittavaan asiaan ja toivottavaa onkin, että heillä on siihen liittyvää omakohtaista kokoemusta. (Tuomi ym. 2002, 87-88).

Laadullisen tutkimuksen tarkoituksena on ymmärtää jotakin toimintaa tai luoda teoreettinen tulkinta toiminnalle, eikä luoda tilastollisia yleistyksiä. Sen vuoksi työssä on mahdollista käyttää puolistrukturoitua haastattelumallia.

Tutkijan tulee olla hyvin tarkkana kerätessään tutkimusaineistoa, sillä kaikki tarjolla oleva aineisto ei ole aina relevanttia tietoa, jota voisi käyttää tutkimuksessa. Kun haluttu tutkimusaineisto on kasassa, tulee se analysoida oikeaksi todetuilla metodeilla, jotta tutkimuksen tulokset saadaan hyödynnettyä kaikin puolin. (Hakala 2015, 12–14.) Analysoinnissa on tärkeä muistaa myös työn strategiset ja operatiiviset kysymykset tulosten tukena.

2.2 Aineiston hankinta

Aineiston hankinta on keskeisessä osassa kutakin tutkimusta ja opinnäytetyötä. Aineiston hankintamenetelmiä on useita, joista laadullisen tutkimuksen yleisimpiä tapoja ovat haastattelut, kyselyt ja havainnointi. Näitä aineiston hankintamenetelmiä voidaan käyttää yksittäin, rinnakkain tai erilaisina yhdistelmävariaatioina. (Tuomi ym. 2002, 73)

Tässä opinnäytetyössä on käytetty aineistonkeruumenetelmänä haastatteluja kirjoittajan oman kokemuksen ja jo olemassa olevan aineiston lisäksi. Aineistonkeruumenetelmäksi on valittu puolistrukturoidut teemahaastattelut, sillä huomasi edellisessä työssäni tapahtuma-alalla monien haluavan parantaa työyhteisöviestintää, jolloin tarjoutui mahdollisuus haastatella heitä opinnäytetyötä varten. Koska työn haastatteluvastaukset perustuvat haastateltavien kokemuksiin ja välittömiin havaintoihin, ei tuloksia näin ollen yleistetä.

Haastateltavat valittiin eri funktioista, jotta tietoa saatiin laajalti ja mahdollisia eroavaisuuksia sekä yhteneväisyyksiä eri tahojen väliltä selviäisi. Tämän todettiin hyödyttävän työyhteisöviestinnän haasteiden ymmärtämistä, sekä tuovan ymmärrystä tapahtuma-alan eri funktioissa työskentelevien välille.

Opinnäytetyön haastattelut on tehty 19.3.-22.3.2018.

3 Haastattelut

Seuraavissa kappaleissa esitellään haastateltavien Sofia Wahlbergin ja Pyy Pietiäisen taustaa tapahtuma-alalla, sekä perehdytään heidän käsitykseensä työyhteisöviestinnän merkityksestä tapahtumajärjestämisessä. Molemmat haastateltavista toimivat esimiestehtävissä, jonka vuoksi heillä on vastuu funktionsa viestinnästä. Tämän perusteella voidaan todeta heidän olevan valideja henkilöitä kertomaan työyhteisöviestinnän merkityksestä. Haastateltavat eivät tienneet toistensa vastauksia vastatessaan haastattelun kysymyksiin.

3.1 Production Director Pyy Pietiäinen

Pietiäisen kokemus tapahtuma-alalla alkoi vuonna 2000, jonka jälkeen hän on työskennellyt esimiestehtävissä useissa suomalaisissa tapahtuma-alan yrityksissä. Esimiehenä hän on erittäin omistautunut työlleen sekä yrityksen toiminnan kehittämiseen ja pitää työyhteisöviestintää hyvin tärkeänä elementtinä työn onnistumisessa. Pietiäinen työskentelee tällä hetkellä Bright Group Finlandilla tapahtumatuotannon esimiehenä, Production Director -nimikkeellä. Bright Group Finland tarjoaa omien sanojensa mukaisesti tapahtumiin ja tilaisuuksiin elämyksiä luovat palvelut, ratkaisut ja laitteet. Heidän kohderyhmänsä ovat kuka tahansa tapahtumatekniikkaa tarvitseva yritys tai yksityishenkilö Suomessa, Norjassa ja Ruotsissa. Muun muassa vuoden 2018 Voice of Finland sekä Antti Tuiskun kevään 2018 Areenakiertue ovat Bright Group Finlandin käsialaa.

Kysyttäessä Pietiäisen ajatuksia työyhteisöviestinnän merkityksestä tapahtuman onnistumiseen hän korosti viestinnän merkityksen muuttuneen työpaikka ja -aika -käsityksen takia. On hyvin yleistä, että yrityksen työntekijät tekevät töitä eri kaupungeissa tai maassa, jolloin sisäisen viestinnän merkitys korostuu (Pietiäinen). Varsinkin toiseen maahan viestittäessä on tärkeää, että työntekijät tulevat toimeen monenlaisten ihmisten kanssa, sillä he eivät pääse viestimään kasvojen ja paikoitellen viestintä on sen takia haasteellisempaa (Vaibhav 2009, 7–8.)

Pietiäinen kertoi heidän ottaneen vastikään käyttöön Microsoft Teamsin sekä Sharepoint intranetin palvelut, jotta kommunikointi eri maissa olevien toimistojen välillä olisi sujuvaa.

Jotta tietojärjestelmät tukisivat työntekoa johdonmukaisesti, tulisi aina uuden tietojärjestelmän käyttöönotto opettaa kaikille työntekijöille. Uuden järjestelmän oppiminen vie aina jonkin verran aikaa ja se, miten helpoksi käyttäjät sen kokevat, vaikuttaa ratkaisevasti käyttökokemukseen (Sinkkonen. Kuoppala. Parkkinen. Vastamäki 2002, 25). Pietiäisen mukaan Microsoft Teams ja Sharepoint intranetin palvelut ovat tuoneet viestintään uuden

ulottuvuuden perinteisen sähköpostiviestinnän sijaan. Nämä palvelut mahdollistavat epäformaalimman viestinnän, joka joissakin tapauksissa nopeuttaa tiedonsaamista. Pietiäinen kertoi käyttöönoton olleen askel kehityksessä ja muutoksen sujuneen hyvin. Hän myös korosti, että tärkeintä sisäisessä viestinnässä on ihmisten kuunteleminen ja vuorovaikutteisuus. Ihmiset kaipaavat muutosviestintää, ja se onkin kehittynyt tähän päivään saakka yhä vuorovaikutteisemmaksi (Heiskanen & Lehikoinen 2010, 19.).

Kysyttäessä kenelle vastuu työyhteisöviestinnästä kuuluu, oli Pietiäisen vastaus selkeä, että jokaiselle työntekijälle. Sisäistä viestintää tapahtuu Pietiäisen mukaan monilla yrityksen tasoilla, siksi sisäisen viestinnän toimivuus näkyy suoraan yrityksen toiminnassa ja ilmapiiirissä. Myös Säteri ja Hosiokoski uskoivat toimivan viestinnän sitouttavan henkilökuntaa ja vahvistavan työn tehokkuutta (Säteri & Hosiokoski 2008, 3.). Loppupeleissä on kuitenkin tärkeää, että viestintäjohtaja ja toimitusjohtaja vastaavat viestinnän kehittämisestä (22.3.2018 Pietiäinen). He luovat pohjan yrityksen yrityskulttuurille, jossa työyhteisöviestintä on Pietiäisen mukaan yksi päätekijöistä.

On tärkeää, että jokaisella työntekijällä on sellainen ammattitaito, jolla tapahtumia rakennetaan yhteistyössä jokaisen vahvuuksia korostaen. Pietiäinen korostaakin heidän saavuttaneen Suomen johtavan tapahtumien teknisen toimittaja-aseman juuri heidän yrityskulttuurin sekä arvojen kautta. Yrityksen arvot on tehty jokaiselle työntekijälle hyvin läpinäkyviksi, ja tavoitteista on pyritty viestimään tasapuolisesti kaikille työntekijöille. Pietiäinen uskoo sen tuoneen positiivisen lopputuloksen kullekin tapahtumalle.

3.2 Event Experience Manager Sofia Wahlberg

Wahlberg on työskennellyt tapahtuma-alalla vajaan vuoden verran, mikä tuokin haastattelun tuoretta näkökulmaa. Hänen edeltävät työnsä nuorten vaihto-opiskelijoiden koordinaattorina Yhdysvalloissa sekä Teatteri-ravintolan VIP-koordinaattorina ovat olleet hyvin organisoimispainotteisia, joten järjestäminen ja suunnittelu sinänsä ovat hänelle hyvin tutuja asioita. Wahlberg tulee toimeen monenlaisten ihmisten kanssa ja tämä onkin tyypillinen piirre tapahtuma-alalla työskenteleville henkilöille. (Vaibhav 2009, 7–8.) Ala vaatii siisukasta luonnetta ja kykyä tehdä hyviä päätöksiä nopeasti. Aktiivinen keskustelu sekä kouluttaminen eri funktioiden välillä on Wahlbergin mukaan hyvin tärkeää. Tapahtuma-ala on ala, jossa osaaminen ja ammattitaito tulee konkreettisen tekemisen kautta (Vallo & Häyrinen 2012, 93–94).

Tällä hetkellä Wahlberg työskentelee yritystapahtumia järjestävän Management Eventsin pääkonttorilla Helsingissä Event Experience Manager -nimikkeellä. Wahlberg vastaa yh-

dessä tapahtumatuotannon tiimin kanssa yrityksen kaikista Suomen tapahtumista. Tapahtumatuotannon vastuulle kuuluvat tapahtuman suunnittelu, tapahtuman toteutus sekä tapahtuman purku alusta loppuun. Management Eventsillä eri funktiot tekevät tiiviisti yhteistyötä, mikä suorastaan vaatii sen, että viestintä toimii yrityksessä hyvin. Wahlberg toteaa haastattelussa, että ”vasemman käden tulee niin sanotusti tietää mitä oikea tekee. Tämä säästää työtunteja ja hyvä viestintä ennaltaehkäisee mahdollisia ongelmakohtia itse tapahtumien aikana.”. Kysyttäessä kuinka tärkeänä hän pitää työyhteisöviestintää, tulee vastaus hetkeäkään miettimättä: erittäin tärkeänä. Wahlbergin mielestä hyvää tapahtumaa on mahdotonta luoda ilman hyvää yhteistyötä eri funktioiden välillä ja sujuvaa tiedonkulkua.

Management Eventsillä funktiot koostuvat tapahtumatuotannosta, asiakaspalveluvastavista, it-tuesta, markkinoinnista, projektipäälliköistä, myyjistä sekä studiosta. Wahlbergin mielestä jokaisen olisi tärkeä ymmärtää, mitä muut funktiot tekevät, jotta jokainen pystyisi omalla toiminnallaan edesauttamaan myös heidän työtään. Kokonaisuus vaatii kuitenkin kaikkien funktioiden tiiviin yhteistyön, ja Wahlbergin mukaan kokonais kuvan ymmärtäminen vähentäisi väärinkäsityksiä sekä yleistä tyytymättömyyttä työkavereita kohtaan.

Keskustellessa, kuinka heillä työyhteisöviestintä toimii ja mitä kautta yrityksessä viestitään, Wahlberg sanoo viestinnän sujuvan oman funktion sisällä hyvin, mutta toisinaan tiedonkulun katkeilevan eikä viestintä näin ollen ole niin sujuvaa kuin se toiminnan edun kannalta tulisi olla. Tähän vaikuttavat yleisimmin kiire sekä asioiden priorisointi -käsityksen ero eri työntekijöiden välillä (19.3.2018 Wahlberg). Wahlbergin mukaan funktioiden sisäiset palaverit tulisi ottaa osaksi myös koskemaan muita funktioita, jotta jokainen työntekijä on ajan tasalla.

Pietiäisen tavoin myös Wahlberg piti epäformaaleja viestintäkanavia hyvinä työkaluina, kuten Skypeä sekä Slackia. Niiden aktiivinen käyttö jakasi tietoa tehokkaasti ja ne toimivat hyvänä lisänä viikoittaisten follow up -palavereiden tukena. Yhteisten palavereiden ansiosta niin kutsuttua ”hiljaista tietoa” ei pääsisi syntymään (19.3.2018 Wahlberg). Wahlberg kuitenkin muistuttaa haastattelussa, että liiallinen informaation ja tiedonanto ei takaa parasta lopputulosta. Huonoimmassa tapauksessa työntekijät eivät saa viestien läpi informaation ydintä, mikäli uutta tietoa tulee jatkuvalla syötöllä. Jokaisen, varsinkin johdon, tulisi miettiä mikä tieto on relevanttia kenellekin ja kohdentaa tieto oikeille henkilöille, jotta työskentely pysyy johdonmukaisena ja tehokkaana.

Wahlberg kertoo, että hän tyytyväinen heidän tuottamiinsa tapahtumiinsa. Hän pitää yrityksen kilpailuetuna heidän avoimuutta muutoksille. Elinkeinoelämän keskusliitto (2006) kertookin tämän päivän ongelman olevan liian vähäinen riskien ottaminen. Muuttoliike synnyttää uusia palvelutarpeita, ja palveluntarjoajien on pystyttävä muokkaamaan toimintaansa entistä nopeammalla tahdilla. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2006, 35–36.) Tässä

Wahlberg on yhtä mieltä ja kertookin heidän lisänsä uusia prosesseja, joiden tarkoitus olisi parantaa työyhteisöviestintää tulevaisuudessa. Niiden avulla funktioiden välinen keskustelu pysyy avoimena (Wahlberg 19.3.2018).

Tapahtumissa Wahlberg kertoo heidän viestivän tabletilla olevan Skypen kautta, jotka jokaiselle on jaettu tapahtuma-aamuna. Tällä pyritään varmistamaan, että tieto kulkee tapahtumatyöntekijöiden välillä sujuvasti, ja mahdollisia ongelmatilanteita pystytään ennakkoimaan, kun Skypen kautta saadaan yhteys oikeaan henkilöön, joka on lähimpänä ”ongelmatilannetta”. Näin vältetään tilanteilta, jossa ongelma näkyisi osallistujille, ja aiheuttaisi sitä kautta harmillisen tilanteen, jolta olisi voitu välttyä hyvällä työyhteisöviestinnällä Skypen kautta. Mitä suurempi tapahtuma on kyseessä, sitä isompi merkitys sujuvalla viestinnällä on.

4 Työyhteisöviestintä ja onnistunut tapahtuma

Työyhteisöviestintä ja onnistunut tapahtuma kulkevat käsi kädessä. Usein työyhteisöviestinnän vaikutusta asioiden onnistumiseen kuitenkin aliarvioidaan. Työyhteisöviestinnän vaikutus näkyy kaikessa, ja tämän luvun tarkoitus on käsitellä niitä eri ulottuvuuksia, jotka vaikuttavat tapahtuman onnistumiseen.

Luvuissa avataan työyhteisöviestinnän ja muun viestinnän eri teorioita sekä onnistuneen tapahtuman käsitettä. Seuraavissa luvuissa kerrotaan keinoja oikeaoppiseen työnjohtamiseen, korostetaan suunnittelun tärkeyttä sekä pohditaan erilaisten tapahtumaroolien osuutta tapahtumasuunnittelussa. Nämä kaikki yhdessä muodostavat parhaimmillaan onnistuneen tapahtuman.

4.1 Viestinnän teorioita

Ymmärtääkseen työyhteisöviestinnän käsitteen, tulee viestintään perehtyä hiukan tarkemmin. Viestintää on ollut olemassa aina ja tavalla tai toisella kaikki on viestintää. Viestinnän perustavoite on tuottaa informaatiota ja aikaansaada vuorovaikutusta, jolla tuetaan organisaation toimintaa ja autetaan saavuttamaan sen tavoitteet. (Juholin, 2006, 16.)

Ennen viestintä miellettiin hyvin yksisuuntaiseksi tiedottamiseksi, mutta nykyään viestintä on huomattavasti vuorovaikutuksellisempaa. Tämä näkyy muun muassa siinä, että jokaisella työntekijällä on mahdollisuus vaikuttaa työhönsä.

Vuorovaikutus voi olla satunnaista tai vakiintunutta, ja sen perusmuotoja ovat viestintä kasvokkain, kirjallinen viestintä, sähköinen viestintä sekä näiden kaikkien yhdistelmät. Tapahtuma-alalla viestitään nimenomaan kaikkia viestintäkeinoja hyödyntäen, sillä tapahtuma-alalla toimitaan useiden funktioiden yhteistyössä eikä koko tapahtumatiimi usein ole samassa paikassa samaan aikaan. Myös sanaton viestintä on viestintää, ja se käsittää ilmeiden ja ruumiinkielen (Harris & Sherblom 2011, 107.). Tapahtuma-alalla kohtaa jatkuvasti uusia ihmisiä ja siksi onkin tärkeä miettiä, minkälaisen ensivaikutelman itsestään antaa.

Juholinin (2013, 195) mukaan viestillä on yhtä monta tulkintamahdollisuutta kuin vastaanottajaa ja siksi jokaisella työntekijällä on oma vastuu siitä, että he saavat tarvitsemansa tiedon pystyäkseen toteuttamaan työtehtävänsä oikein. Tapahtumaprojekteissa työskennellään useiden eri aloilla toimivien henkilöiden kanssa, joten viestintätaitoja on hyvä kehittää jatkuvasti, jotta työyhteisöviestintä on selkeää ja yhteiset tavoitteet pysyvät kirkkaina mielessä.

Hyvällä viestinnällä vahvistetaan työyhteisöä ja luodaan organisaatiolle toimiva työympäristö, jossa onnistuneen viestinnän ansiosta työntekijä kokee olevansa merkittävä vaikuttaja organisaation toiminnan edistämiseksi (Kortetjärvi, Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2008, 106–107). Onnistunut viestintä voi viedä organisaation hetkessä huipulle, ja päinvastoin epäonnistunut viestintä vaikuttaa toimintaan negatiivisesti.

Työyhteisöviestintä mielletään usein synonyymiksi sisäiselle viestinnälle. Sisäisellä viestinnällä tarkoitetaan joissakin asiayhteyksissä vain henkilöstön keskinäistä viestintää organisaation sisällä ja siitä voidaan käyttää myös rinnakkaistermiä henkilöstöviestintä (Corneliessen 2011, 164; Lehtonen 2005, 195). Tukiaisen (1999, 112–115) mukaan sisäinen viestintä rakentuu viestintäkulttuurin neljästä ulottuvuudesta: esimiesten viestinnästä ja organisaation toimintatavoista, työntekijöiden välisestä viestinnästä, viestintäprosessin toimivuudesta ja viestintäjärjestelmien käytöstä. Näitä kaikkia tarvitaan onnistuneessa työyhteisöviestinnässä, varsinkin aloilla, joilla on useita työntekijöitä eri funktioissa.

Työyhteisöviestinnän erittäin tärkeä tehtävä onkin ylläpitää vuorovaikutusta ja näin kannustaa jokaista työntekijää kehittämään työyhteisöä. Sisäisen viestinnän ydintehtävä on tukea yrityksen visiota, strategiaa sekä sen arvoja. (Kortetjärvi, Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2008, 106–107.)

Jotta kaikesta yrityksen sisäisestä viestinnästä ja työyhteisöviestinnästä olisi yritykselle hyötyä, tulee sen viestinnällä olla strategia, joka antaa yleisen suunnan organisaation toiminnalle. Ilman strategiaa ja johdonmukaista suunnitelmaa, organisaatio on hukassa. Kallan (2006, 11) mukaan menestyksekkäiden yritysten taustalla on nimenomaan tehokas viestintästrategia. Organisaation johdolla on tärkeä rooli sekä strategian viestinnässä että päivittäisviestinnässä, ja sen tehtävänä on saada koko henkilökunta sitoutettua saman päämäärän tavoittelemiseen avoimella ja läpinäkyvällä viestintästrategialla. Jos työntekijä kokee olevansa tämän viestinnän ulkopuolella, hiipuu motivaatio työskentelyyn ja hänestä tulee vähitellen hyödytön organisaatiolle. Onnistunut viestintä mahdollistaa organisaation menestyksen ja varsinkin nopeasti muuttuvalla alalla, kuten tapahtuma-alalla, se on erityisen arvokas elementti.

4.2 Tapahtuman määritelmä

Tapahtumaksi lasketaan kaikki pienistä yksityistilaisuuksista suuriin massatapahtumiin. Tapahtumat voivat olla messuja, markkinoita, kilpailuja, konsertteja ja monia muita yksityis- tai yleisötilaisuuksia. (Getz 2007, 18.) Tapahtumaa voivat olla järjestämässä henkilöt

organisaation sisältä tai tapahtuma voidaan ostaa tapahtumatoimistosta. Koska kilpailu tapahtuma-alalla on kovaa ja tapahtumien kansainvälinen taso on korkealla, tulisi organisaation aina miettiä luotettavan tapahtumatoimiston hyödyntämistä, jotta laatu olisi taattua.

Jokaisen tapahtuman tarkoituksena on saada aikaan tuloksia ja kuten myös viestinnässä on strateginen suunnitelma, tulisi sellainen olla myös tapahtumasta haluttaville tuloksille. Kun strategia on selvä, saadaan tapahtumasta maksimaalinen hyöty irti ja sen avulla kootua yhteen oikeat ihmiset tiettyä tarkoitusta varten. Siksi haluttujen tulosten saavuttamiseksi on tapahtumaa suunniteltaessa tärkeä miettiä vastausta seuraaviin peruskysymyksiin: Kenelle tapahtuma järjestetään? Miksi tapahtuma järjestetään? Mitä sillä halutaan saada aikaan? Miten se järjestetään? Milloin järjestetään? Näin varmistetaan, että tapahtumalla on selkeä strategia tulosten saavuttamiseksi. (Vallo & Häyrinen 2012, 102–103.)

Tapahtumat voidaan luokitella eri lajeihin niiden koon, muodon tai sisällön perusteella. Bowdinin, McDonnellin, Allenin ja O'Toolen (2011, 19) mukaan tapahtumat voidaan luokitella koon lisäksi myös tapahtuman laajuuden perusteella seuraavasti: paikalliset tapahtumat (local/community event), merkkitapahtumat (hallmark events), suurtapahtumat (major events) ja megatapahtumat (mega-events). Mitä suurempi tapahtuma, sitä suurempi merkitys toimivalla työyhteisöviestinnällä on.

Oli tapahtuman luokitus mikä tahansa, toistuu niissä jokaisessa yksi sama asia: hyvä viestintä on onnistumisen perusta. Tapahtumasuunnittelua varten tarvitaan projektiryhmä, joka vastaa työyhteisöviestinnästä, suunnittelusta, toteutuksesta ja tapahtuman onnistumisesta. Onnistumista voidaan mitata erilaisilla mittareilla, ja niistä kerrotaan tarkemmin työn loppupuolella.

Tapahtuman teossa on niin useita muuttujia, että ilman sujuvaa kommunikoimista ei onnistuneen tapahtuman järjestäminen ole mahdollista. Projektipäällikkö pitää huolen siitä, että jokaisen tapahtumajärjestämisen osa-alueen etenemistä seurataan tasaisin väliajoin, ja epäkohtiin puututaan ajoissa. Näin tie onnistuneen tapahtuman järjestämiseen voi alkaa.

4.3 Tapahtuma kulttuurisena kokemuksena

Työyhteisöviestinnällä on tärkeä rooli myös siinä, minkälaiseksi osallistujat tapahtuman kokevat. Tapahtumalla halutaan aina saada osallistujissa aikaan jokin tunne ja tämä tunne voi näkyä ajattelussa, käyttäytymisessä tai toiminnassa (Laukkanen 2017). Tapahtumajärjestäjän tulisi aina miettiä, mitä osallistujalla jää tapahtumasta päällimmäisenä mieleen. Varsinkin sosiaalinen media on nykyään iso kanava, jossa tapahtumissa koettuja tunteita

jaetaan ja niillä saavutetaan moninkertainen määrä kohdeyleisöä verrattuna siihen, ettei kukaan jakaisi tapahtumasta mitään materiaalia sen aikana tai sen jälkeen. Näiden tunnekokemusten tavoitteina voi olla esimerkiksi yrityskuvan kehittäminen, näkyvyyden hankkiminen, asiakassuhteiden kehittäminen, tuotteiden ja palvelujen myyminen, oman henkilökunnan kouluttaminen tai esimerkiksi yrityksen vision ja arvojen välittäminen. Jotta tavoite olisi mahdollista saavuttaa, tulee tapahtumalle luoda konkreettinen tavoite jo tapahtuman alkuvaiheessa. (Vallo & Häyrynen 2014, 111). Kokemukseni mukaan myös hyvällä työyhteisöviestinnällä parannetaan osallistujien kokemusta ja sillä voidaan luoda lisäarvoa tapahtuman kulttuuriseen kokemukseen.

Tapahtuman tulisi aina saada aikaan elämys, jonka kävijä haluaa kokea uudelleen. Parhaiten elämyksiä pystytään tarjoamaan, kun tapahtumajärjestäjä tuntee tapahtuman kohderyhmän toiveet ja tarpeet ja osaa sitä kautta suunnitella tapahtumasta toimivan kokonaisuuden tavoitteiden saavuttamiseksi (Korhonen, Korkalainen, Pienimäki & Rintala 2015, 13.). Kun kaikki työntekijät on sitoutettu yhteisten tavoitteiden saavuttamiseen, onnistutaan usein tarjoamaan jotain unohtumatonta. Onnistunut työyhteisöviestintä näkyy ja tuntuu, jolloin tapahtumasta tulee kokonaisvaltainen kokemus, joka halutaan kokea uudelleen. Kaikki tapahtumassa tapahtuvat asiat työntekijöistä ja ympäristöstä lähtien vaikuttavat tähän kokemukseen.

Tämän päivän tapahtumakävijöillä onkin suuret odotukset tapahtumilta, joten tapahtumajärjestäjän tulee huomioida tapahtumaympäristön vaikutukset tapahtuman järjestämiseen designia, ohjelmasisältöä, ruokaa, juomaa ja lavastuksia unohtamatta (Catani 2008, 98–100). Kokonaisuus ratkaisee ja onnistuneessa tapahtumassa on otettu huomioon kaikki edellä mainitut aspektit. Niiden lisäksi tapahtumajärjestäjän tulisi tavoitella kävijöille jotain yllätyksellistä, jota he eivät olisi osanneet tapahtumalta odottaa. Elämyksen ei tarvitse olla täysin perinteistä poikkeavaa tai suurta, mutta sen pitää olla jotain enemmän (Vallo & Häyrynen 2014, 172–174.). Kulttuurilliseen kokemukseen vaikuttaa tänä päivänä vahvasti yhteisöllisyyden tunne tapahtumissa ja onnistunut vuorovaikutus usein nostaa elämyksen arvoa. (Tarssanen 2007, 9–12.) Tässä onnistuneella viestinnällä pystytään vaikuttamaan suuresti. Esimerkiksi viime vuoden (2017) Flow Festivaaleilla sattui hurja ukkosmyrsky ja sade oli kaataa useita festivaalialueen teltoja ihmisten päälle, mutta hyvällä viestinnällä asioista tiedotettiin selkeästi ja ihmiset pystyivät toimimaan niiden mukaisesti, eikä katastrofia päässyt syntymään. Ihmiset arvostivat henkilökunnan nopeaa toimintaa ja tiedottamista, jonka vuoksi nämä kävijät mitä todennäköisimmin suosittelivat Flow Festivaaleja myös muille kävijöille.

4.4 Oikeaoppinen tapahtumasuunnittelu ja työn johtaminen

Onnistunut tapahtuma vaatii taustalle hyvän suunnitteluryhmän, jonka välinen viestintä toimii, ja tämän ryhmän kokoaminen on tapahtumaprojektin ensimmäinen vaihe. Suunnitteluryhmä tulee koota eri funktioiden ammattilaisista, ja jo alusta alkaen yhteisen vision tulee olla jokaiselle selvä, jotta työskentely kohti haluttuja tavoitteita voi alkaa. Tähän tarvitaan toimivaa työyhteisöviestintää. Seuraavassa luvussa avataan tapahtuman perusteellista suunnitteluvaihetta ja riskienhallintaa, ja sen jälkeen kerrotaan suunnittelun oikeaoppisen johtamisen tärkeydestä, johon kuuluu vahvasti onnistunut viestintä.

Huolellinen suunnitelma ottaa huomioon kaikki mahdolliset riskitekijät ja antaa vastauksen jokaiseen toimintatilanteeseen. Alla olevasta muistikaavioon on koottu muuttuvat tekijät, joihin jokaisen tapahtuman kohdalla tulisi varautua. (Pelin 2009, 226)

Henkilöriskit	Omaisuusriskit	Taloudelliset riskit
Toimintaan liittyvät riskit	Ympäristöön liittyvät riskit	Vakuutukset
Tekniset riskit	Aikataulun riskit	Ulkopuoliset hankinnat

Taulukko 2. Tapahtumariskit

Itse tapahtumajärjestäminen alkaa suunnitelmasta, jossa määritellään tapahtumajärjestämisen strategiset (mitä, missä, milloin, miksi, kenelle?) sekä operatiiviset (miten, millainen, kuka?) kysymykset (Häyrinen & Vallo 2010, 93.). Nämä kysymykset ovat tärkeitä, jotta tapahtuman yhteinen tavoite pysyy selkeänä läpi tapahtumaprosessin, eivätkä yllättäviä tilanteita näin ollen aiheuta katastrofia, kun tavoitteet on viestitty jokaiselle selkeästi. Strategiset kysymykset toimivat suunnittelun ”punaisena lankana”, kun taas operatiiviset kysymykset ohjaavat enemmän toteutusvaihetta. Molempia tarvitaan viestinnän tukena läpi suunnitteluprosessin. Yrityksen strategia koostuu näiden sarjasta ja ne ohjaavat tapahtumajärjestämistä ja toimintaa pitkällä aikavälillä. (Ahonen, Koskinen & Romero 2009, 25, 52.)

Suunnitelmaa kannattaa käyttää koko tapahtumaprojektin ajan seurannan ja valvonnan apuvälineenä, jotta suunnitelma tukisi tapahtumaprojektin onnistumista perusteellisesti (Ruuska 2007, 175–178). Tasainen seuranta ja viestintä suunnitteluryhmän välillä tukee tapahtumaprojektin etenemistä, sitouttaa tapahtumajärjestämisen eri osapuolia, ja säännölliset kokoukset ovatkin onnistumisen kannalta hyvin tärkeitä. Mitä lähempänä tapahtuma-ajankohta on, sitä tiiviimmäksi kokousaikataulun tulisi muuttua. (Vallo & Häyrinen

2012, 158–163.) Työyhteisöviestinnällä on tässä suuri rooli, sillä jos funktioiden välinen viestintä toimii, etenee tapahtumasuunnittelukin myös jouhevasti.

”Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty”; näin kuuluu vanha sananlasku, joka eittämättä pitää paikkansa. Opinnäytetyötä varten haastatellut Pietiäinen ja Wahlberg totesivat molemmat yksilöhaastatteluissaan, että ilman huolellista suunnittelua on vaikea saada aikaan onnistunutta tapahtumaa. Huolellisella suunnittelulla varmistetaan, että tapahtumajärjestämisessä ollaan varauduttu mitä yllättävimpiin poikkeustilanteisiin. Tiivis yhteistyö eri funktioiden välillä mahdollistaa nopean tiedonkulun, joka säästää arvokkaita työtunteja ja ennaltaehkäisee mahdollisia ongelmakohtia itse tapahtumissa, tiivistää Sofia Wahlberg.

Riskitekijöiden ennakoiminen vähentää riskitilanteiden syntymistä huomattavasti ja siksi riskianalyysin tekeminen suunnitelmavaiheessa on tärkeää Martinsuon ja Kujalan mukaan. Riskienhallinnasta voidaan erottaa kolme päätehtävää, jotka ovat riskien tunnistaminen, riskien arviointi sekä toimenpiteiden suunnittelu ja toteutus. Jotta riskien tunnistaminen olisi helpompaa, olisi riskit hyvä kuvata suunnitelmassa selkeästi kokonaisilla virkeillä. (Artto, Martinsuo & Kujala 2006, 203–204.) Tämä on erityisen tärkeää tapahtumalalla, jossa muuttuvia tekijöitä on paljon ja tapahtumien osallistujamäärät voivat olla suuria. Kun kaikki tapahtuman eri funktioille on viestitty riskit ja poikkeustilanteista on sovittu yhteisesti, hoituu työyhteisöviestintä tapahtuman aikanakin helpommin.

Hyvän suunnitelman lisäksi jokainen tapahtuma tarvitsee esimerkillisen projektipäällikön, joka johtaa omalla esimerkillään ja valvoo strategisten ja operatiivisten kysymysten toteutumista. Koiviston (2010) mukaan tapahtuman johtamisessa on kyse tapahtuman tehtävän, toimintaa ohjaavien periaatteiden ja arvojen, yhteisen tekemisen suunnan, tavoitteiden ja konkreettisten keinojen määrittelystä. Johtamisen tulisi olla luotettavaa ja vastuuntuntoista sekä johtajan toiminnan tulisi olla johdonmukaista. (Koivisto 2010, 34.) Johdonmukainen toiminta vahvistaa työyhteisöä, ja motivoi kaikkia parhaimpaan suoritukseen. Vastuullinen työnjohtaja huolehtii, että asiat etenevät sovitusti ja tunnistaa milloin asioihin täytyy puuttua. Vastuullinen työnjohtaja ei jätä mitään sattuman varaan, ja hänen tulee olla koko ajan perillä siitä, mitä tapahtuu milläkin osa-alueella, ja olla valmiina toimimaan, jos jokin pulma tulee tapahtumaprojektin aikana esille. Kun asioihin puututaan välittömästi ei ehdi syntyä mitään peruuttamatonta ja se on hyvää työyhteisöviestintää, joka mahdollistaa tapahtuman onnistumisen.

Kokemukseni mukaan tapahtuman järjestämisessä on paljon muuttujia, joita ei aina yksi ihminen voi kontrolloida. Siksi hyvän työnjohtajan tehtäviin kuuluu myös taito tunnistaa, milloin hän tarvitsee apua. Suunnittelun lisäksi tilanteiden ennakoiminen on yksi työnjohtajan isoimmista vastuistaan, on erittäin tärkeää pystyä delegoimaan työtehtäviä muuttuvissa tilanteissa. Avoin työyhteisöviestintä näissäkin tilanteissa töiden uudelleenjakamista, kun

niistä keskustellaan avoimesti ja delegoinnit perustellaan. Aina kun työtehtäviin tehdään muutoksia tapahtumaprojektin aikana, tulee niistä informoida koko tapahtumatiimiä, jotta jokainen funktio on ajan tasalla tilanteesta. Isoissa tapahtumaprojekteissa toimivan viestinnän merkitys korostuu, sillä liikkuvia osia on moninkertaisesti pieniin tapahtumiin verrattuna. Tapahtumajohtajalla on vastuu tiedonkulusta ja tapahtumasta ennen tapahtumaa, sen aikana sekä sen jälkeen.

Kauhanen (2002, 123) korostaa, että suunnitelman onnistuminen tulisi analysoida aina jokaisen tapahtuman jälkeen, jotta toimintaa osataan kehittää tulevaisuuden tapahtumia varten. Kehittämiseen tarvitsee sitouttaa kaikki työntekijät ja johdon tulisi olla kriittinen tapahtuman arvioinnissa, myös oman työnsä kohdalla. Näin kehittyminen ja virheistä oppiminen on mahdollista.

4.5 Tapahtumaroolit ja vastuunjako

Kuten aiemmassa kappaleessa todettiin, onnistuneen tapahtuman takaa huolellinen suunnitelma tavoitteiden saavuttamiseksi. Tapahtuman työntekijät ovat tämän suunnitelman ja tapahtuman sydän. Pystyäkseen toimimaan tapahtuman tavoitteiden mukaisesti, on työntekijät sitoutettava osaksi strategiaa. Tämä onnistuu viestimällä avoimesti ja jakamalla vastuualueet, tavoitteet ja käytännön toiminta selkeästi. Kun vastuut ja tapahtumaroolit on jaettu, jokaisella on tarvittava käsitys siitä, mitä häneltä odotetaan (Ahonen, Koskinen & Romero 2009, 25, 52.). Näin myös tapahtumajärjestämistä on helpompi johtaa (19.3.2018 Wahlberg).

Projektiryhmä koostuu projektipäälliköstä, projektin jäsenistä, mahdollisesta asiantuntijaryhmästä, ulkopuolisista sidosryhmistä, tukihenkilöstöstä sekä projektin asettajasta. Jotta isommatkin tapahtumat saadaan järjestettyä onnistuneesti, tulee heidän välisen viestinnän olla sujuvaa ja saumatonta. Viestintää helpottavat tasaisin väliajoin pidettävät suunnittelu-palaverit, joissa tapahtumatyöntekijöillä on mahdollisuus kommunikoida eri funktioiden kanssa ja selvittää kätevästi järjestelyihin liittyviä asioita kasvotusten. (Vallo & Häyrinen 2012, 158–163.) Kokemukseni mukaan tämä parantaa työyhteisöviestintää, sillä kasvotusten jokaisella on mahdollisuus korjata väärinymmärryksiä helpommin, ja selvittää tilanteita, jotka ovat jääneet epäselviksi esimerkiksi sähköpostiviestien välityksellä.

Mitä suurempi tapahtuma on kyseessä, sitä enemmän sidosryhmiä on, ja vastuunjakon merkitys kasvaa. Tapahtumajohtajan ja tapahtumatyöntekijöiden lisäksi sidosryhmiin kuuluvat tapahtuman sponsorit ja kumppanit, tapahtumatilan omistaja, alihankintaverkosto, tapahtumatilan rakentajat, teknikot, catering, järjestyksenvalvojat, ensiapu, asiantuntijaryhmä

sekä mahdolliset puhujat, juontajat ja esiintyjät. On todella tärkeää, että jokainen tietää oman vastualueensa, jotta mikään osa-alue ei jää hoitamatta, ja tähän tarvitaan avointa työyhteisöviestintää. Jokainen vastaa omasta työtehtävästään, jonka lisäksi on tärkeä pitää silmät avoinna tapahtumalle kokonaisuutena, ja huomauttaa, mikäli huomaa epäkohtia jossakin. ”Ilman selkeää vastuunjakoa ei saada yhtäkään onnistunutta tapahtumaa aikaiseksi”, lisää Event Experience Manager Sofia Wahlberg.

Wahlberg toteaaakin haastattelussa, että osapuolten sitouttaminen tapahtuman järjestämiseen on tärkeää tapahtuman onnistumisen kannalta. Tapahtumajärjestäjän kannalta ihan teollista olisi, että työntekijät kantaisivat tapahtuman onnistumisesta vastuun kuin se olisi heidän oma lapsensa. Tällä tarkoitetaan yksinkertaisesti sitä, että tapahtuman suunnittelusta lähtien jokaisen työntekijän tulisi pitää aistinsa hereillä ympärillä oleville asioille ja puuttua epäkohtiin, jos sellaisia kohtaa. Tästä konkreettinen esimerkkutilanne konsertista, jossa työntekijä huomaa tapahtuman aikana kävijöiden joukossa vieraita, jotka ovat tulleet tapahtumaan sääntöjenvastaisesti, eivätkä järjestyksenvalvojat ole tätä huomanneet. Tällöin työntekijän tulee ilmoittaa asiasta järjestyksenvalvojille, jotta he pystyvät hoitamaan oman työtehtävänsä onnistuneesti siitä eteenpäin. Eri funktioiden välinen yhteistyö (työyhteisöviestintä) on todella merkittävää tapahtuman onnistumisen kannalta (Wahlberg, Pietiäinen). ”Ei ole minun tehtäväni” on lause, jota kukaan tapahtumajohtaja ei halua kuulla työntekijöiltä. Tässä tapahtumajohtajalla onkin se suuri tehtävä koko työryhmän sitouttaminen tapahtumaprojektiin. Sitouttaminen tulisi tehdä niin, että työntekijä motivoituisi antamaan kaikkensa kyseiselle tapahtumalle. Sitouttaminen vaatii myös ymmärrystä työyhteisön muiden funktioiden työtehtävistä, joka korostaakin suunnitteluryhmän välisten kokousten merkitystä.

5 Haasteet onnistumisen kannalta

Jatkuvasti muuttuva toimintaympäristö luo omat haasteensa tapahtumajärjestämisllekin. Kuten opinnäytetyön alussa todettiin, vaikuttavat tapahtuman onnistumiseen monet eri tekijät, joihin vastuullinen tapahtumajärjestäjä pystyy vaikuttamaan ennalta ammattitaidolla ja huolellisella suunnittelulla. Haasteet ja riskitekijät on otettava huomioon jo tapahtumaprojektin alusta lähtien. Seuraavissa kappaleissa avataan muutamia yleisimpiä haasteita tämän päivän tapahtumajärjestämisessä sekä sisäisen viestinnän merkitystä niissä.

5.1. Turvallisuus

Turvallisuus ja sen luominen on kaiken tapahtumajärjestämisen lähtökohtana ja siitä huolehtiminen on aina tapahtumajärjestäjän vastuulla. Tämän luvun tarkoituksena on muistuttaa jokaista vastuullista tapahtumajärjestäjää turvallisuuden merkityksestä tapahtumajärjestämisessä. Alla olevaan muistilistaan on koottu tapahtumajärjestäjälle tärkeät turvallisuuteen liittyvät selvitykset (Poliisilaitos).



Taulukko 3. Tapahtumaturvallisuuteen liittyvät selvitykset

Tämän päivän muuttuvassa maailmassa on paljon tekijöitä, jotka ovat lisänneet turvallisuudesta huolehtimisen merkitystä. Perinteisten tapahtumajärjestelyiden lisäksi tulee poikkeustilanteisiin varautua jokaisen tapahtuman yksilöllisten tarpeiden mukaisesti. Turvallisuudesta huolehtimisen tulee olla johdonmukaista ja perusteellista ja tapahtuman koko on otettava tarkasti huomioon. Tapahtuman koosta riippuen on tapahtumaa varten tehtävä viestintäsuunnitelma, turvallisuussuunnitelma, pelastussuunnitelma, ensiapusuunnitelma, liikenteenohjaussuunnitelma sekä evakointisuunnitelma (Poliisilaitos).

Yksi asia, joka vie tapahtumajärjestäjiltä paljon työtunteja on lupa-asioiden selvittely. Tämä vie tapahtumajärjestäjältä paljon työtunteja, sillä vielä ei ole massaa yhtä sivustoa, joka kokoaisi yhteen paikkaan kaiken lainsäädännön sekä lupa- ja ilmoitusasiat tapahtumajärjestämiseen liittyen. Tapahtumajärjestäjän on itse etsittävä tarvittavat tiedot jokaista tapahtumaa varten useiden eri viranomaisten sivujen kautta. Lupa-asioiden selvittäminen on kuitenkin prosessi, jota ei voi laiminlyödä järjestelyissä ja huolellisesti tehty suunnitelma poliisi-, ympäristö-, pelastus-, terveys-, tai rakennusviranomaisille nopeuttaa huomattavasti lupa-asioiden käsittelyaikaa. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 88.)

Lupa-asioiden laiminlyömisestä lisäksi työntekijöiden kokemattomuus on aina turvallisuusriski. Ammattimainen osaaminen ja eri funktioiden työtehtävien ymmärtäminen nousi myös haastatteluissa esille. (Wahlberg, Pietiäinen) Wahlbergin mukaan aktiivinen keskustelu ja kouluttaminen muiden funktioiden työtehtävistä auttaisi jokaista työntekijää hahmottamaan paremmin omaa toimintaansa osana kokonaisuutta. Ihmisten vuorovaikutuksen lisäämisellä (työyhteisöviestintä) vähennettäisiin myös väärinymmärryksiä ja yleistä epätyytyväisyyttä omia työkavereita kohtaan, eikä näin ollen turvallisuuttakaan uhattaisi tietämättömyyden takia.

Aiemmin mainitut useat eri osapuolet tapahtumajärjestämisessä vaativat selkeää yhteistä linjausta onnistumisen kannalta, ja näistä turvallisuus on yksi suurimmista. Mitä suurempi tapahtuma-alue, sitä suurempi merkitys on sillä, miten viestintäyhteydet on rakennettu huolellisesti eri funktioiden välille. Laajalla tapahtuma-alueella esimerkiksi radiopuhelimet ovat hyvä viestintäkeino, mutta tapahtumajärjestäjän on huomioitava, ettei katvealueita jää eli verkon tulee kattaa koko tapahtuma-alue riittäväillä tukiasemilla. Viestintäyhteyksillä saadaan ylläpidettyä tapahtuman turvallisuutta ja toimiva kommunikaatiojärjestelmä on ehdoton kaikissa tapahtumissa koosta riippumatta (Lampinen, 2011). Sujuvalla työyhteisöviestinnällä varmistetaan, että kaikki ovat ajan tasalla poikkeustilanteista, ja näin myös toisten funktioiden auttaminen on helpompaa. Tapahtuman osallistujat kyllä huomaavat, jos kommunikointi henkilökunnan ja muiden välillä ei toimi, tai jos osallistujien ymmärrystä erikoistilanteisiin aliarvioidaan. Tällä tarkoitetaan sitä, että työyhteisöviestinnässä ei saa unohtaa tiedottamista tapahtuman osallistujille.

Viestintäjärjestelmän lisäksi asiakkaille näkyvä turvallisuusmuoto ovat järjestyksenvalvojat. Tapahtuman tulisi olla jokaiselle kävijälle hyvä kokemus, ja järjestyksenvalvojen määrä riippuu täysin tapahtuman luonteesta. Viranomaiset sekä järjestäjät ovat pitkään noudattaneet 1:100 suhdelukua järjestyksenvalvojen määrässä, mutta jokainen tapahtuma arvioidaan yksilöllisesti. (Helsingin kaupungin turvallisuussuunnitelma 2011–2014) Nämä järjestelyt vaativat tapahtumajärjestäjiltä tarkkaa suunnitelmallisuutta ja työyhteisön keskinäistä kommunikointia, jotta mahdolliset ongelmakohdat tulevat ilmi jo ennen tapah-

tumaa. Kun tarvittavat lupa-asiat ja turvajärjestelyt on selvitetty, päästään tekemään lopullinen suunnitelma siitä, mistä ja miten turvajärjestelyt hankitaan. Nämä palvelut joko ostetaan yrityksen ulkopuolelta tai delegoidaan talon sisällä. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 82–83.) Onnistuneen tapahtuman ja työyhteisöviestinnän tulos tulisi ihannetilanteessa olla kaikkien yllä olevien asioiden summa.

5.2. Tapahtumajohtaminen ja palautteen antaminen

Onnistunut tapahtuma vaatii työyhteisöviestinnän johtajaksi tapahtumajohtajan, joka omalla esimerkillään näyttää, miten asiat hoidetaan. Hyvä johtaja toimii ikään kuin organisaation ja sen työntekijöiden käyntikorttina. Hyvän johtajan tulisi aina olla johdonmukainen ja hyvin perillä yrityksen tavoitteista ja suunnitelmista niiden toteuttamiseen. Erityisesti hektisillä toimialoilla, kuten tapahtuma-ala, tämä on äärimmäisen tärkeää. Hyvät johtamistaidot vaativat jatkuvaa viestintää ulkopuolisten toimijoiden sekä sisäisten työntekijöiden kanssa. Tapahtuma-alalla laajat kontaktit alan eri toimijoihin ovatkin erittäin tärkeitä (Vaibhav 2009, 7–8.). Tapahtuman onnistumista haastaa laaja toiminta-alue, joten on hyvin tärkeää, että tapahtumalla on selkeä johtohahmo, joka ohjaa ja valvoo, että asiat etenevät suunnitellusti. Tapahtumajohtajalla on vastuu tapahtumasta ennen tapahtumaa, sen aikana ja sen jälkeen. Tämä selkeyttää koko tapahtumaprojektin kulkua.

Vaikka hyvän johtajan mielletään usein olevan äärimmäisen sosiaalinen ja vuorovaikutustaitoinen, mutta todellisuudessa johtaja voi olla minkäläinen vain. Hyvä johtaja osaa sitouttaa työryhmänsä ja poimii jatkuvasti vaikutteita ympäriltään sekä kuuntelee työntekijöitä.

Johtajille kuuluu päivittäisviestinnän lisäksi palautteenanto ja kehityskeskustelut työntekijöiden kanssa. Niillä varmistetaan, että työntekijät voivat hyvin ja työskentelevät motivoituneesti tapahtuman ja yhteisten tavoitteiden saavuttamiseksi. Työntekijän pitää saada palautetta omasta työstään ja toiminnastaan, jotta hän voi kehittyä (Corneliessen 2011, 222–223). Tämä koskee henkilöstöä kaikilla tasoilla, myös yrityksen johtoa itseään.

Oikeaoppiseen johtamiseen kuuluu avoin keskustelu sekä hyvistä, että huonoista asioista. Jokaisen työntekijän pitäisi pystyä keskustelemaan esimiehensä kanssa kasvotusten, sillä sen vaikutusta pidetään positiivisimpana (Juholin 2013, 148.). Pelkällä positiivisella palautteenannolla ei saada riittävää vaikutusta työpaikan ilmapiiriin ja henkilöstön hyvinvointiin. Rakentavaa palautetta on uskallettava antaa, mutta sen on oltava vuorovaikutteista (Juholin 2006, 168). Kun yrityksessä vallitsee luottamus, työntekijät uskaltavat kokeilla ja ylittää omia rajojaan ja poistua mukavuusalueeltaan.

Hiltusen (2012) mukaan positiivisella palautteella luodaan motivaatiota, kannustetaan työntekijöitä sekä vahvistetaan johtajan tahdon mukaista toimintaa. Julkisesti annettu positiivinen palaute lisää sen painoarvoa ja vahvistaa toivottua toimintamallia. Kielteinen palaute pyritään antamaan korjaavana tai rakentavana palautteena ja sen tarkoitus on lopettaa vääränlainen toiminta. Kokemukseni mukaan tapahtumajohtaja toimii itse omien ohjeidensa mukaisesti, sillä vanha sanonta ”Älä tee niin kuin minä, vaan niin kuin minä sanon” ei tuota toivottua tulosta, ja työntekijät voivat kokea olevansa alempiarvoisia kuin esimiehensä. Sillä ei saada haluttua sitoutumista työntekijöiltä, josta organisaatio sitten pidemmän päälle kärsii. Oikeaoppinen johtaminen on oikeilla raiteilla, kun johtaja tai esimies on saavuttanut luottamuksen työntekijöidensä parissa. (Järvinen 2012, 144)

5.3. Työntekijöiden koulutus

Työntekijöiden ammattimainen kouluttaminen viestii luotettavasta ja vastuullisesta tapahtumasta. Hyvä johtaja haluaakin jatkuvasti kehittää työntekijöiden osaamista, sillä työntekijöiden osaaminen ja ammattitaito ovat tärkeitä tapahtuman onnistumisen kannalta. Tapahtumajärjestämisessä pätee tärkeänä sääntönä se, että mitä useampi työntekijä hallitsee eri osa-alueet, sitä helpompi tapahtumaprojektia on rakentaa. Työntekijälle osaamisen kehittäminen ei tuo pelkästään lisää ammatillista osaamista vaan sillä myös sitoutetaan ja luodaan luottamusta ja jatkuvuuden tunnetta. (Juuti & Vuorela 2015, 72; Lammin-takanen 2012.) Kun tapahtumajärjestäjä pitää huolen työntekijöiden ammattitaidosta, viestii se myös työntekijöille tapahtuman luotettavuudesta, ja tämä motivoi työntekijöitä tunnolliseen työntekoon.

Työntekijöiden koulutus ja ammattitaito ovat perusta turvalliselle ja onnistuneelle tapahtumalle, sillä työntekijät ovat tapahtuman sydän eikä ilman työntekijöitä saada aikaan onnistunutta tapahtumaa. Kokemattomuus on kuitenkin liian suuri turvallisuusriski. Pystyäkseen viestimään tapahtumassa selkeästi ja suoriutumaan työtehtävästä vaadittujen ohjeiden mukaisesti tulee jokaisen työntekijän olla koulutettu työtehtäväänsä varten. Perehdytykseen vaadittu taso vaihtelee tapahtuman koon mukaan, sillä mitä isompi tapahtuma sitä laajempi viestintäalue työntekijöillä on, ja se vaatii onnistunutta kommunikoimista. Perehdyttäminen ja viestinnän toteutustavan kertominen on tapahtumajohtajan vastuulla, ja kar-toitus niiden tarpeesta tulee tehdä aina tapahtumakohtaisesti. Vaikka työntekijällä olisi vuosien kokemus tapahtuma-alalla, tulee osallistuminen koulutukseen kartoittaa jokaisen tapahtuman kohdalla erikseen, sillä jokainen tapahtuma on uniikki, jota varten on tehty yk-

silöllinen toimintasuunnitelma. Johdonmukainen perehdytys myös varmistaa sen, että kaikilla on yhteiset pelisäännöt, sillä pelisäännöt yhtenäistävät työryhmää ja yleensä motivoivat työntekijää toimimaan ryhmän edun mukaisesti (Terävä & Mäkelä-Pusa 2011, 20).

Wahlbergin mukaan perusteellinen viestintätyyli sekä yhtenäiset ohjeet jokaiseen tapahtuma-aamuun tuovat varmistuksen sille, että kaikki tietävät mitä tehdään ja millä tyylillä. Esimerkiksi Management Eventsillä tehdään jokaisena tapahtuma-aamuna yhteinen aamujumppa ja esittelykiertos, jotta tapahtumatyöntekijät saisivat käsityksen, kenen kanssa he tulevat tekemään töitä päivän aikana. Management Eventsillä tämä on koettu hyvin toimivaksi käytännöksi, sillä näin työntekijöiden, jotka ovat usein toisilleen ennestään tuntemattomia, välinen ”jää” on rikottu ja päästään toimimaan saumattomammin yhteen, kun työntekijät ovat tottuneet viestimään toistensa kanssa.

Haasteensa tehtävien kouluttamiseen ja viestintään tuo tapahtuma-alalle nimenomaan tyypillinen osa-aikaistyöskentely. On hyvin yleistä, että iso osa tapahtumatyöntekijöistä tulee töihin ainoastaan tapahtumapäivänä, jolloin jää paljolti työntekijän omalle vastuulle se, kuinka perehtynyt ja omistautunut hän on tehtäväänsä. On jokaisen tapahtumajärjestäjän vastuulla, kuinka syvällisen koulutuksen he pitävät tapahtumatyöntekijöille ja tämä vaihtelee resurssien mukaan (Van der Wagen & White 2015, 166–167.). Mitä isompi tapahtuma on kyseessä, sitä merkityksellisempää työntekijöiden ammatillinen taito on.

Vaikka alan osa-aikaisuus tuo sitouttamiselle omat haasteensa, tulisi yrityksen panostaa työntekijöiden ammattitaitoon mahdollisimman perusteellisilla koulutuksilla, sillä se viestii tapahtuman osallistujille luotettavasta tapahtumasta. Työntekijöiden ammattimaisuus korostuu palvelualoilla, sillä työntekijöillä on iso vaikutus kävijöiden kokemaan elämykseen ja palvelun laatuun. Yrityksen tulisi pitää työntekijöistä hyvää huolta ja osoittaa näin kiitollisuutta heidän työnsä, joka on hyvin stressaavaa ja päivät voivat olla todella pitkiä. Työhyvinvointi sekä sitouttaa työntekijöitä, että lisää työtyytyväisyyttä (Deery 2008, 127; 134–135.). Tämä on hyvin tärkeää tapahtuman onnistumisen kannalta.

Työntekijöiden osaamisen ja viestintätaitojen kartoitus lähtee liikkeelle tapahtumakohtaisen suunnitelman mukaisesti. Tapahtumien luonteita on laidasta laitaan, joten eri tapahtumiin voidaan ja kannattaakin vaatia juuri kyseistä konseptia vastaavat työntekijät. Ahosen, Koskisen ja Romeron (2009) mukaan työntekijöiltä vaaditut erityisosaamisen taidot voidaan määritellä jo suunnitelmassa mm. ammattitaidon, koulutuksen ja luonteenpiirteiden perusteella. Tapahtumatyöntekijöiltä vaaditaan hyvää paineensietokykyä ja periksiantamatonta luonnetta, sillä todellisen ammattitaidon tapahtuma-alalla saa vain kokemuksen kautta. (Vallo & Häyrinen 2012, 92–93.) Tapahtumaryhmää valittaessa onkin tärkeä miettiä, että työntekijöiden asiakaspalvelu on tasalaatuista, sillä jos yksikin työntekijä antaa epäammattimaisen kuvan, vaikuttaa se helposti kävijän mielikuvaan koko tapahtumasta.

Epäammattimaisella toiminnalla on jo annettu väärä viesti kävijälle, jolloin kävijän odotukset seuraavia kohtaamiaan työntekijöitä kohtaan ovat entistä korkeammalla, jotta ensimmäinen epäonnistunut tilanne unohtuisi.

Siksi työntekijöiden kouluttaminen on koko tapahtumatiimin yhteinen etu. Perusteellinen kouluttaminen vahvistaa yhteisöllisyyttä ja työntekijöiden uskoa yhteiseen tekemiseen, ja kun työntekijä tuntee osaavansa, on hänellä myös itseluottamusta yrittää ylittää odotukset. Jatkuvasti muuttuvassa toimintaympäristössä on tärkeä huomioida muutokset ja muokata perehdytystä vastaamaan sen hetkisiä tarpeita. Viestintä ja kommunikointi työntekijöiden ja esimiesten välillä nousee erityisen tärkeäksi muutoksista puhuttaessa. Hyvä johtaja kuuntelee, kommunikoi ja kehittää koulutuksia ja perehdytystä työntekijöiden palautteiden perusteella. On täysin selvää, että työntekijät, jotka ovat kentällä, osaavat kertoa parhaiten mistä ongelmakohdissa kiikastaa. Mahdollisuus kantaa vastuuta yhteisten tavoitteiden onnistumisesta lisää työntekijöiden motivaatiota työtä kohtaa. (Skyttä 2005, 11–12.)

Tapahtuma-ala on hyvä esimerkki alasta, jonka elinehto on vahva yhteistyö eri funktioiden välillä. Yksi sen suurimmista eduista on se, että tapahtumatiimi on mahdollista rakentaa useista eri osaamisen ammattilaisista, erikoisosaamista hyödyntäen. Kokonaisuus ei voi toimia, jos jokin funktio ei osaa toimia tai ei toimi vaaditulla tavalla. Jokaisen funktion johtajan tulee pitää huolta siitä, että hänen tiiminsä hoitaa työtehtävät asiaan kuuluvalla tavalla, ja viestiä palaute välittömästi, mikäli näin ei ole. Kommunikointi ja parannusehdotukset eri funktioiden välillä ovat äärimmäisen arvokkaita toiminnan kehittämisen kannalta. Pietiäinen korostaakin haastattelussa yrityskulttuurin avoimuuden tärkeyttä ja asioiden ääneen sanomisen merkitystä.

Kouluttaminen ja perehdyttämisen tärkeys ovat aivan ensisijaisia asioita alalla, jossa työntekijät ovat usein osittain toisilleen tuntemattomia henkilöitä, ja työnkuva vaatii jatkuvaa viestintää toisten kanssa. Koulutusvaiheessa tulisikin korostaa yhteistyön ja osaamisen merkitystä konkreettisia tilanteita esimerkkeinä käyttäen. Työntekijöiden on helpompaa ymmärtää kokonaiskuvaa ja muiden funktioiden osuutta oman funktion toimintaan, kun jokainen hahmottaa kokonaiskuvan. (Terävä & Mäkelä-Pusa 2011, 20–21).

5.4 Kilpailu ja erottautuminen

Kilpailu tapahtuma-alalla on kovaa nopeasti muuttuvan toimintaympäristön takia, minkä takia jokaisella yrityksellä tulisi olla mieleenpainuva brändi tai jokin erityispiirre, joka erottaa heidät muista alan toimijoista. Toimiva työyhteisöviestintä parantaa kokemuksiin mukaan ihmisten käsitystä yrityksestä, ja tuo lisää kävijöitä. Jokaisen tapahtumajärjestäjän tulisi miettiä erottautumista jo tapahtumasuunnittelun alkuvaiheessa.

Erottautuminen vaatii pitkäjänteistä ja johdonmukaista uurastusta sekä onnistunutta markkinointia. Suurin kilpailuetu, mitä yrityksellä voi tänä päivänä olla, on onnistunut brändi, joka herättää viestinnällään ihmisissä luottamusta. Sen lisäksi tapahtumissa tulee olla aina jotakin uutta, mikä yllättää asiakkaat kerta toisensa jälkeen. Tämä linkittyy vahvasti kulttuuriseen kokemukseen, jossa elämyksen merkitystä korostetaan. Kokemuksen rakentamisen on tärkeää lähteä yrityksen sisältä, ja se näkyy työyhteisöviestinnässä. Kun työntekijät tietävät heidän omat vahvuutensa ja osaavat työskennellä sitä vahvuutta punaisena lankana pitäen, on erottuminen kohderyhmälle helpompaa ja selkeää.

Pystyäkseen kilpailemaan, yrityksen tulisikin aina selvittää markkinatilanne perusteellisesti sekä tuntea ja tunnistaa kohderyhmän juuri sillä hetkellä kaipaama asia. Mikä on tämän hetken kuumin trendi, millä ihmiset saadaan kiinnostumaan tapahtumasta? Nämä ovat hyviä kysymyksiä tapahtuman suunnitteluryhmälle, kun tapahtumaa rakennetaan. Jos yrityksen taustatyöt on tehty puutteellisesti, saattaa se muokata yrityksen strategiaa väärään suuntaan. (Vilkkumaa 2007, 71.)

Kovasta kilpailusta johtuen ammattimainen osaaminen, loistava asiakaspalvelu sekä tapahtumalaadun merkitys nousee hyvin tärkeään asemaan erottautumisessa. (Järvinen, Tuominen & Vataja 2011, 37.) Tässä korostuu edellisessä luvussa kerrottu työntekijöiden koulutus ja sen merkitys. Tapahtuma-alan yritysten nopea kehittyminen yhtenäiseksi palvelukulttuurin kanssa ovat nostaneet kysyntää huomattavasti ja tämän hetken väestönrakenteen ja kasvava elintaso tukevat menestystä. (Shone & Parry 2004, 26–27.) Toisaalta kävijöiden odotukset ovat nousseet huomattavasti myös kansainvälisten rajojen poistuttua, ja pieni Suomikin kilpailee tapahtuma-alalla isompien maiden kanssa. Yritysten on osattava käyttää maantieteellistä sijaintiaan hyödyksi ja tehtävä siitä itselleen valttikortti, joka tuottaa tapahtumalle lisäarvoa. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2006, 35–36.). Pietiäinen toteaa haastattelussa, että heidän asemansa Suomen johtavana tapahtumien tekijänä toimittajana on syntynyt kovan työnteon, arvojen ja yrityskulttuurin tuloksena. Pietiäinen uskoo yrityskulttuurilla olevan ratkaisevan positiivinen vaikutus lopputuloksen kannalta. Yrityksen on oltava ylpeitä omista vahvuuksistaan. Esimerkiksi Management Eventsin tapahtumatilat pyritään aina muokkaamaan ajankohtaisiksi, muun muassa pinnalla olevaa tekoälyä ja robotiikkaa hyödyntäen. Management Eventsin tapahtumakohtaiset ohjelmat on aina suunniteltu ajankohtaisten asioiden ympärille, jolloin kävijälle tulee tunne, että tapahtumasta saatava tieto on validia ja päivitettyä. Kokemukseni mukaan ajankohtaisuus kiinnostaa, motivoi ja ruokkii osallistujan mielikuvaa.

Yrityksen tulee miettiä tarkasti, mitä menestyminen ja erottautuminen tänä päivänä vaatii. Useiden yritysten ongelmakohtana on muutoksen pelkääminen ja liian vähäinen riskien ottaminen. Muuttoliike synnyttää uusia palvelutarpeita ja palveluntarjoajien on pystyttävä muokkaamaan toimintaansa entistä nopeammalla tahdilla. (Elinkeinoelämän keskusliitto

2006, 35–36.) Tämä pätee sekä tapahtuman sisältöön, että työntekijöihin. Tämän päivän tapahtuma-ala on hyvin monipuolinen, jossa luovuus ja ongelmanratkaisukyvyt ovat kovaa valuuttaa. Ala vaatii monipuolisia kykyjä, joista hyviä esimerkkejä ovat pr-taidot, johtamistaito, diplomatiaa, hyviä kommunikointitaitoja, kykyä analyttiseen ja kriittiseen ajatteluun, sekä ammattimaista ryhmätyöskentelytaitoja (Vaibhav 2009, 6–7; 27.). Mikäli yritys onnistuu kilpailemaan näillä osa-alueilla työyhteisöviestintää hyödyntäen, on yritys oikeilla jäljillä. Aina on tärkeä miettiä, mihin halutaan keskittyä ja mikä on se lopullinen erottautumiskeino, sillä sellainen löytyy jokaiselta menestyvältä yritykseltä.

5.5 Tietojärjestelmät

Kuten tämän työn alussa todettiin, on kilpailu kasvavalla tapahtuma-alalla kovaa. Digitalisaatio ja tekniikan kehittyminen mahdollistavat tänä päivänä lähes mitä vain, jos niitä osataan käyttää oikein. Parhaimmillaan tulevaisuudessa voitaisiin elää tilanteessa, jossa tietotekniikka on olemassa ihmistä varten, tietojärjestelmät toimivat työvälineinä ja palveluratkaisuin taloudellisesti järkevällä tavalla, toteaa Affecton Advanced Analytics Director Pekka Savolainen artikkelissaan. Järjestelmiä ja ohjelmistoja kehitetään koko ajan eteenpäin, vaikka välillä pitäisi miettiä, mitä oikeasti tarvitaan.

Toimivat tietojärjestelmät luonnollisesti parantavat tapahtuman asiakaskokemusta, mutta myös työntekijöiden halua käyttää tietojärjestelmää. Jos työntekijä kokee, ettei tietojärjestelmästä saa kaivattua tukea, esimerkiksi päivitetymmän tiedon tapahtumaan osallistuvista henkilöistä, ei järjestelmästä ole kaivattua apua. Pahimmassa tapauksessa tietojärjestelmä jopa hidastaa työntekoa, eikä tietojärjestelmän käyttäminen näin ollen ole eduksi kenellekään. Esimerkiksi Management Eventsillä on tapahtumaan osallistuvien henkilöiden tiedot asiakastietojärjestelmässä, joten henkilömuutosten sattuessa tieto tulisi päivittää saman tien järjestelmään, jotta seuraava järjestelmää käyttävä henkilö saisi voimassa olevan tiedon järjestelmästä saman tien, eikä hiljaista tietoa ehdi syntyä.

Lähes kaikissa yrityksissä tietojärjestelmien käyttäminen on työntekijöille pakollista, joten yrityksellä tässäkin kohtaa suuri vastuu siitä, että tietojärjestelmät ajavat liiketoimintasuunnitelman tavoitteita.

Tekniikan hyödyntäminen on tänä päivänä niin yleistä, että jokaisen työntekijän tulee osata tietojärjestelmien käyttäminen, ja koulutus pitäisi järjestää jokaiselle uudelle työntekijälle. Näin saadaan sidottua yritykselle yhtenäinen käytäntö ja yhdenmukainen tapahtumaryhmän toimintaa.

CRM ja ERP -järjestelmien tulee toimia moitteettomasti, eivätkä tietojärjestelmät saa häiritä tapahtumasuunnittelun toimintaa. Yksi myös haastatteluissa esille nousseista ongelmista oli se, että monissa organisaatioissa käytetään aivan liian useaa tietojärjestelmää yhtäaikaaisesti, jolloin syntyy väistämättä tilanteita, ettei tiedetä mistä löytyy päivitetty tieto. Tämä aiheuttaa turhia sekaannuksia ja antaa organisaatiosta helposti epäammattimaisen kuvan. Sofia Wahlberg toteaa haastattelussa, että saumaton yhteistyö eri funktioiden välillä säästää arvokkaita työtunteja sekä ennaltaehkäisee mahdollisia ongelmatilanteita. Myös yrityksen sisäinen tunnelma ja kokonaiskuva kärsii, jos työntekijöille tulee tunne, että tietojärjestelmän takia heistä saa epäammattimaisen kuvan. Pietiäinen taas nostaa haastattelussa esille nykypäivän muuttuneet työntekotavat tekniikan mahdollistettua etätyöskentelyn jopa eri aikavyöhykkeeltä. Työyhteisöviestinnän merkitys korostuu mitä enemmän organisaation funktion ovat erillään (Pietiäinen).

Tämän takia yrityksen tulisi aina puhua järjestelmien toimivuudesta ja muutoksista avoimesti ja läpinäkyvästi ongelmatilanteita kaihtamatta. Näin vältetään tilanteelta, jossa tekniikka ja sen toimivuus yksinään määräisivät onnistumisen tason. Ongelmatilanteita tulee tahtomattakin joskus, mutta se miten niistä otetaan opiksi, erottavat ammattilaiset muista.

Kuten alussa todettiin, tietojärjestelmien tulee olla hyödyllinen työkalu muun työn tukena, ja siksi organisaation eri osastoilla tulisi olla selkeä kuva siitä, miten ja mihin muut osastot käyttävät yhteistä tietojärjestelmää. Näin tietojärjestelmistä saadaan maksimaalinen hyöty irti ja saadaan kaikki osastot toimimaan yhdenmukaisesti yhteistä tavoitetta kohti. Usein työntekijöiden tietämättömyys aiheuttaa tietokatkoksia eri osastojen välillä, eikä haluttu tieto aina saavuta toista työntekijää. Tämän takia on tärkeä varmistaa, että tietojärjestelmää käytetään yrityksen edun mukaisesti niin, että eri osastot tekevät tietojärjestelmiin juuri niitä lisäyksiä, joita heiltä sinne odotetaan. Sekä Pietiäisen, että Wahlbergin mielestä vastuu tiedottamisesta ja viestinnästä kuuluu viime kädessä johtajille. Heidän tulee pitää huolta, että järjestelmiä käytetään oikein.

Erityisen tärkeää teknologian hyödyntäminen on yrityksille, joiden liiketoimintasuunnitelma perustuu johonkin tietojärjestelmään, tekniseen asiaan tai esimerkiksi mobiilisovellukseen. Esimerkiksi Management Eventsin osallistuvat henkilöt saavat linkin mobiilisovellukseen, jonne heidän tapahtumapäivän tapaamiset on merkitty, ja osallistujat pystyvät näin ollen seuraamaan omaa henkilökohtaista aikataulua mobiilisovelluksen kautta.

Liiketoimintasuunnitelmilla, jotka perustuvat johonkin tietojärjestelmään, ei ole varaa tekniikan ja tietojärjestelmien toimimattomuuteen, mutta silti liian usein joudutaan törmäämään ”teknisiin ongelmiin”. Tämä on väistämätöntä jatkuvasti muuttuvassa ja kehittyvässä maailmassa, kun halutaan jatkuvasti kokeilla uutta, mutta yritysten tulisi pitää mielessä mitä varten tietojärjestelmät ovat alun perin hankittu ja vastaavatko ne sitä käyttötarkoitusta tällä hetkellä (19.3.2018 Wahlberg).

6 Tapahtuman onnistumisen mittarit

Onnistuneen tapahtuman pitää olla mitattavissa, ja mittaaminen on mahdollista ainoastaan, jos tapahtumalle on tehty strateginen suunnitelma ennen tapahtumaa. Kuten opinäytetyön alussa kerrottiin, suunnitelmasta pitää selkeästi käydä ilmi, mitä tapahtumalla halutaan saavuttaa, jotta se voidaan arvioida. Oleellisin syy mittaamiselle on saatujen tulosten hyödyntäminen tulevissa tapahtumissa, ja näistä kerrotaan lisää tämän luvun lopussa.

Onnistumisen mittaaminen kannattaa aloittaa jo tapahtumaprojektin alussa, jolloin työntekijät voisivat seurata esimerkiksi kuukausittain tapahtumaprojektin etenemistä ja sitä, kuinka hyvin ollaan pysytty esimerkiksi aikataulussa. Tähän yksinkertaisin keino voisi kokemuksen mukaan olla esimerkiksi kaavio, johon on merkitty jokaisen funktion tehtävät tapahtuman järjestämiseen. Jokainen funktio merkitsisi kaavioon aina vihreäksi tehtävät, jotka on suoritettu, oranssiksi tehtävät jotka ovat vielä kesken ja punaisella tehtävät, jotka ovat kokonaan tekemättä. Näin sisäistä viestintää hyödyntämällä sidottaisiin koko tapahtumaprojekti tapahtuman onnistumiseen ja tapahtumajohtajan olisi helppo puuttua nopeasti mahdollisiin ongelma-alueisiin. Läpinäkyvän työyhteisöviestinnän merkitys korostuu myös tällaisissa tilanteissa ja mahdollisia delegointeja on helpompi hahmottaa kuvallisen kaavion avulla.


Koska onnistumisen mittareita on olemassa useita, tulee jokaista tapahtumaa varten valita sille parhaiten sopiva mittari. Näin tapahtumasta saadaan perusteellinen analyysi ja seuraava tapahtuma voidaan suunnitella entistäkin toimivammaksi. (Muhonen & Heikkinen 2003, 141–144.) Tulevien tapahtumien kannalta on tärkeää, että koko tapahtumatiimi osallistuu tapahtuman palautteen läpikäymiseen, jotta varmistetaan koko työyhteisöllä olevan samat tiedot. Kokemuksen mukaan työntekijät tulee sitouttaa onnistumiseen ja sen tulosten purkamiseen, sillä kun työntekijä kokee, että hänen antamallaan panoksella on väliä, kokee hän suuremman halun suorittaa työtehtävän.

Luvun alussa kerrottiin palautteen keräämisen olevan todella tärkeää tapahtuman kehittämisen vuoksi. Mittaamiskeinoja on useita, ja mitatessa voidaan käyttää esimerkiksi tavalista paperikyselyä, mobiilisovelluksen kyselyä tai suullista palautetta. Tämän päivän kiireiset ihmiset helposti ohittavat pitkät palautekyselyt, joten ne kannattaa pitää mahdollisimman kompakteina. Relevanttien tulosten saamiseksi, voi palautteen keräämisen suorittaa vielä uudelleen jonkin ajan kuluttua samoilta henkilöiltä. (Mangs, 2015) Edellisessä työpajassani huomasimme lisäksi tilannetajun olevan tärkeää palautetta kerätessä. Esimerkiksi jos asiakas on juuri tuhtunut pieleen menneestä tapaamisesta tapahtumassa, ei häneltä kannata saman tien kysyä, mitä mieltä hän on tapahtumajärjestelyistä. Miellyttävämpi lopputulos molemmille saataisiin tällaisessa tilanteessa esimerkiksi siten, että tapahtumatyöntekijä toisi asiakkaalle pyytämättä juotavaa ja tekisi hänen olonsa mukavaksi

juttelemalla jostakin aivan muusta. Työyhteisöviestinnässä tulisi aina muistaa, että toiset osapuolet ovat vain ihmisiä, ja usein inhimillinen lähestyminen asioihin takaa parhaan lopputuloksen.

Aiemmin kerrottiin tapahtumien onnistumisen olevan toisille tapahtumille tärkeämpiä riippuen siitä, millaiset intressit heillä on tapahtuma-alalla. Tällä tarkoitettiin sitä, että mikäli yrityksen liiketoiminta perustuu tapahtumien järjestämiseen, on tapahtumien onnistuminen ymmärrettävästi heille elinehto, ja jokaisen työntekijän panos tärkeä. Sofia Wahlberg toteaa haastattelussa, että välillä selkeiden prosessien ja ohjeiden puuttuminen saattaa johtaa tilanteisiin, joissa toinen työntekijä pitää jotain asiaa tärkeämpänä kuin toinen, jolloin asia jää helposti muiden tehtävien alle. Mitattavissa oleva arvo ei aina olekaan näkyvää, jonka vuoksi olisi tärkeää, että työntekijöillä on yleinen mmärrys toisen funktion työtehtävistä. Työyhteisöviestinnässä on onnistuttu, kun kaikki ymmärtävät tapahtuma kokonaisuutena. Tapahtuman kokonaisuus voidaan mitata eri osa-alueittain, jolloin välillä paljastuu, että toiset osa-alueet on hoidettu laadukkaammin kuin toiset. Tapahtuman yleisarvion vuoksi olisi tärkeää, että tapahtuman laatu olisi yhtenäistä, ja yhtenäistämiseen tarvitaan työyhteisöviestintää.

Kun katsotaan mittaamisen perusteita, tulisi onnistuminen mitata aina tavoitelähtöisesti eli asetettujen tavoitteiden toteutumisen mukaan. Muhonen & Heikkinen (2003, 134–135) kuvaavat mittaamista seuraavasti:

1. Lähtötason määrittäminen	2. Tavoitteiden asettaminen	3. Tutkimusvaihe
4. Materiaalin analysointi	5. Mietitään jatkotoimenpiteet saatujen palautteiden pohjalta	

Taulukko 4. Tulosten mittaaminen tavoitelähtöisesti

Onnistumisen mittaaminen on tärkeää tapahtumajärjestäjän imagon takia, mutta etenkin tapahtumakävijöiden tulevaisuuden valintojen takia. Tänä päivänä sana kulkee nopeasti sosiaalisessa mediassa, eikä tapahtumajärjestäjän puutteelliset järjestelyt jää kävijöiltä huomaamatta. Jos jokin menee tapahtumassa ei-toivotulla tavalla, on tärkeintä puuttua

asiaan heti ja korjata toiminta tulevaisuutta varten. Kun kuluttaja saa positiivisen kokemuksen tapahtumassa suosittelee hän tapahtumaa myös muille. Siksi tapahtumajärjestäjän on mietittävä huolellisesti, miten nämä tunteet voidaan muuttaa positiiviseksi. (Löytänä & Korteso 2011, 43–49.) Tapahtuma, joka onnistuu ylittämään osallistujien odotukset, saavuttaa aina parhaimmat palautteet.

Yrityksen, joka ei järjestä tapahtumaansa itse vaan valitsee tapahtumajärjestäjäksi jonkin ulkopuolisen toimijan, tulee aina muistaa, että kyseinen tapahtumajärjestäjä edustaa yritystä tapahtuman ajan. Kuluttajat eivät erota, että kyseessä on ulkopuolinen toimija, joten yrityksen on viestittävä työyhteisölle tarkasti, että järjestämisen laadun tulee olla haluttua tasoa, sillä tämä näkyy, kun tapahtuman onnistumista mitataan.

Kun onnistumista mitataan, tulee palaute kerätä sekä sisäisiltä että ulkoisilta sidosryhmiltä, jotta tapahtumasta onnistumisesta saadaan kattava kokonaiskuva. Jos sisäiset ja ulkoiset sidosryhmät ovat kokeneet jonkin asian täysin vastakkaisesti, tulee tapahtumajärjestäjän pohtia mistä tämä johtuu ja mitä asialle voidaan tulevaisuudessa tehdä. Kattavasti kerättyjen palautteiden perusteella pystytään rakentamaan hyviä kehitysideoita sekä muuttamaan olemassa olevia prosesseja (Kauhanen 2002, 126). Tärkeintä on pystyä muokkaamaan tapahtumaa siten, että osallistujat kokevat sen onnistuneeksi.

7 Yhteenveto ja pohdinta

Opinnäytetyön tavoitteena oli avata työyhteisöviestinnän merkitystä tapahtuman onnistumisessa ja selvittää, miten työyhteisöviestintä vaikuttaa tapahtuman onnistumiseen. Työ lähti liikkeelle omakohtaisesta kokemuksestani tapahtumatuotannossa, jossa oma työni usein vaikeutui jonkin toisen funktion takia, ja se yksinkertaisuudessaan opetti ja osoitti viestinnän suoranaisten vaikutusten työn onnistumiseen. Kyse ei koskaan ollut siitä, että funktiot olisivat tietoisesti vaikeuttaneet toisen funktion työtä, vaan tietämättömyys kokonaiskuvasta ja muiden funktioiden toiminnasta aiheutti tietokatkoksia funktioiden välillä. Tämä hidasti työntekoa ja kerrytti turhia työtunteja, joten päätin kirjoittaa aiheesta opinnäytetyön, jotta tapahtuma-alalla työskentelevät henkilöt saisivat kahden kannen väliin koottuna kaiken oleellisen viestinnän vaikutuksesta tapahtumajärjestämiseen. Työn aihe valikoitui siis helposti ja luontevasti, mikä lisäsin kirjoittamisen motivaatiota.

Tutkimusmenetelmänä käytin laadullista tutkimusotetta ja puolistrukturoituja haastatteluja jo olemassa olevan aineiston sekä oman kokemukseni tukena. Valitsin haastattelut kyseilyn sijaan, sillä halusin syventyä haastateltavien välittömiin kokemuksiin, enkä näin ollen yleistä työssä haastattelun vastauksia. Kuten Kimmo Vehkalahti toteaa, saadaan haastatteluista näin pieni, mutta tarkka otanta (Vehkalahti 2014, 13). Haastattelut lisäsivät omaa kiinnostustani työn kirjoittamiseen, sillä huomasin heidän toiveidensa hyvästä työyhteisöviestinnästä vastaavan omia toiveitani. Olisin silti toivonut haastatteluista jotakin yllättävää ja sellaista, mitä en itse olisi tullut ajatelleeksi. Voisin hyvin kuvitella tekeväni jatkotyön, jossa käyttäisin kyselylomakkeita laajemmalle verkostolle, ja hakisin yksityiskohtaisempia vastauksia tekijöihin, jotka haastavat tapahtumasuunnittelua.

Jo olemassa olevat teokset auttoivat tapahtuma-alan ja tapahtumajärjestämisen teorian hahmottamisessa ja yleiset teorit viestinnästä auttoivat ymmärtämään myös viestinnän eri ulottuvuuksia. Minut yllätti se, miten rinnakkain työyhteisöviestintä ja sisäinen viestintä kulkivat eri teoksissa. Se oli toisaalta helpottavaa, sillä itse olen mieltänyt työyhteisöviestinnän aina tärkeäksi osaksi sisäistä viestintää, ja toisin päin. Näiden kahden viestintätavan hahmottamisessa sain hyvin tukea opinnäytetyöohjaajaltani Varpu Jaskaralta. Itse tapahtuma-alan valitsin sen nopeasti muuttuva toimintaympäristön takia, johon kansainvälistyminen ja digitalisaatio ovat tuoneet paljon lisää mahdollisuuksia ja sitä kautta myös omat haasteensa. Työni tapahtuma-alalla osoitti sen hektisyyden ja energisyyden, ja työ tapahtumatuotannossa mahdollisti sen, että oman työnjäljen näki välittömästi. Kyse onkin siitä, osataanko näitä mahdollisuuksia hyödyntää yrityksen toiminnan kannalta järkevästi, sillä kehittämisen tulisi aina tehostaa yrityksen toimintaa ja parantaa sen kilpailukykyä (Puro 2004).

Haastatteluissa nousi vahvasti esille kokonais kuvan ja eri funktioiden työtehtävien ymmärtämisen tärkeys. Wahlbergin mukaan aktiivinen keskustelu ja kouluttaminen muiden funktioiden työtehtävistä auttaisi jokaista työntekijää hahmottamaan paremmin omaa toimintaansa osana kokonaisuutta. Ihmisten vuorovaikutusta lisäämällä (työyhteisöviestintä) vähennettäisiin väärinymmärryksiä ja yleistä epätyytyväisyyttä omia työkavereita kohtaan, joka epäilemättä parantaisi viestinnän laatua ja työntekijöiden motivaatiota sen hyödyntämiseen. Mielestäni juuri tätä kautta tapahtumien taso ja laatu paranisi, kun osattaisiin keskittyä oikeisiin asioihin, ja hyödyntää siinä työyhteisöviestintää. Itse koin, että mitä avoimemmin itse lähestyy työkavereita, sitä helpommin saa apua myös jatkossa, jos tulee tilanteita, joissa tarvitaan työkaverin tukea tai apua. Toivoisin ihmisten ymmärtävän, että itsensä on laitettava likoon voidakseen saada asioille paras mahdollinen lopputulos. Mielestäni ei kannata miettiä liikaa, voiko jotain asiaa kysyä työkaverilta, vaan kannattaa tarttua tuumasta toimeen heti, kun askarruttava tilanne tulee eteen. Näin ongelmatilanteet saadaan selvitettyä nopeasti yksinkertaisella viestinnällä, ja asiat etenevät. Esimerkiksi edellisessä työpaikassani työyhteisöviestintä oli hyvin avointa, ja saatoin marssia toiseen kerrokseen kysymään apua eri funktion työntekijöiltä. Näin tapahtumasunnittelun prosessia saatiin jouhevammin eteenpäin, kun funktiot eivät mieti erillään, missä vika on. Haastatteluiden sekä jo olemassa olevan aineiston yhteinen käsitys tämän päivän tapahtuma-alasta oli hyvin vuorovaikutteinen. Tämän päivän ihmiset kyseenalaistavat helposti muutoksia ja tarvitsevat yhä enemmän mahdollisuuksia vuorovaikutteiseen viestimiseen (Heiskanen & Lehikoinen 2010, 19.). Olen asiasta hyvin samaa mieltä, ja näin jokaisella on mahdollisuus myös vaikuttaa tapahtuman onnistumiseen. Työntekijöiden sitouttaminen tapahtumaprojektiin on luontevampaa, kun jokainen kokee olevansa tärkeä osa tapahtuman onnistumista. Haastatteluissa kävi ilmi, että molemmat haastateltavat olivat tyytyväisiä oman yrityksensä tämän hetkiseen toimintamalliin, eikä näin ollen tarvinnut miettiä suuria muutoksia tulevalle. Molemmat haastateltavat kertoivat, että heidän yrityksissään oltiin juuri panostettu funktioiden välisiin yhteyksiin muun muassa yhteisten palaverien muodossa. Pidän itse juuri kyseisiä palavereja hyvin tehokkaana tapahtumaryhmän sitouttamiskeinoina, ja työn valmistuessa huomasin, että olisin kaivannut haastateltavien syvällisempiä mietteitä ja ajatuksia yhteispalaverien ideaalisuudesta sekä palaverien pituudesta. Näihin hakisin ehdottomasti vastauksia mahdollisissa tulevaisuuden haastatteluissa.

Hyvä johtamistaito nousi myös esille riippumatta siitä, oliko kyseessä pienempi vai suurempi tapahtuma. Jokainen tapahtuma tarvitsee jo suunnitelmavaiheessa selkeän johtohahmon, joka vie tapahtuman suunnittelua johdonmukaisesti eteenpäin ja seuraa, että työn kaikki osa-alueet hoidetaan sovitun mukaisesti. Hyvän johtajan todettiin sitouttavan hyvin työryhmänsä ja hänen odotetaan ottavan vaikutteita ympäriltään ja kuuntelevan

työntekijöitä. Nämä ovat mielestäni todella tärkeitä piirteitä, kun mietitään tapahtuman onnistumista kokonaisuudessaan. Jokaisen osa-alueen tulee toimia parhaalla mahdollisella tavalla ja ne toimivat parhaiten, kun osa-alueita kehitetään jokaisen erikoisosaamisten mukaan ja kuunnellaan mitä kentällä työskentelevät ovat asioista mieltä.

Nostin tapahtuman onnistumisen haasteiksi tietojärjestelmät, johtamisen taidon, palautteen antamisen, työntekijöiden koulutuksen sekä kilpailun alalla. Työyhteisöviestinnän merkitys nousi esille jokaisella osa-alueella, toisissa enemmän ja toisissa vähemmän. Työn perusteella, jokaisen tapahtuma-alalla työskentelevän henkilön tulisi kiinnittää huomiota omaan viestintään, ja johdon tulisi pitää huolta, että viestintää päivitetään ja kehitetään jatkuvasti.

Asia jota jäin miettimään oli, miksi viestintä ei aina toimi tai tuota toivottua tulosta, vaikka molempien haastateltavien, oman kokemukseni sekä olemassa olevan aineiston mukaan kaikkien käsitys toimivasta työyhteisöviestinnästä on sama? Mielestäni syy on yksinkertaisesti siinä, että viestintä on haastavaa. Viestintään tarvitaan aina vähintään kaksi osapuolta, ja jotta tieto siirtyy vastaanottajalle toivotulla tavalla, on viestittävä tavalla, jonka jokainen viestin vastaanottaja ymmärtää tarkoitetulla tavalla. Olen törmännyt usein tilanteisiin, jossa kuulen molempien osapuolten näkemyksen asiasta. Ongelman nähdään yleensä olevan muualla kuin itsessä, ja vastuu omasta tiedonvastaanottamisesta katoaa. Jos jokainen ottaisi hetken miettiäkseen omia työyhteisöviestintätaitoja, voisi lopputulos olla huomattavasti erilaisempi. Työyhteisöviestintään ei kuitenkaan ole olemassa yhtä absoluuttisesti oikeaa keinoa, joten meidän on jatkettava avointa keskustelua ja työyhteisöviestinnän kehittämistä aina tapahtumakohtaisesti. Tapahtuma-alalla työskenteleville henkilöille olisi varmasti hyödyksi joidenkin yleisten yhteisten sääntöjen kokoaminen yhteen paikkaan.

Kaiken kaikkiaan työn rakenne hahmottui lopulliseen muotoonsa melko helposti, ja jätti sellaisen tunteen, että voisin kirjoittaa opinnäytetyön mielelläni koska vain uudestaan. Työ jätti minulle innon kehittää omia viestintätaitoja ja ehkä tulevaisuudessa olen mukana kehittämässä yhteisiä tapahtuma-alan ohjeita tuleville sukupolville muiden alan ammattilaisten kanssa.

Lähteet

Alasuutari, Pertti. 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. Neljäs uudistettu painos. Tampere: Vastapaino.

Aaltola, Juhani & Valli, Raine (toim.) (2010). Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin (3. uud. ja täyd. p.). Jyväskylä: PS-kustannus.

Ahonen, Koskinen & Romero 2009. Opas liiketoimintasuunnitelman laatimiseen. Helsinki: Restmark Oy

Catani Johanna 2017. Onnistunut yritystapahtuma, Järjestäjän käsikirja. Alma Talent Pro, Talentum Media, ensimmäinen painos Luettu 25.11.2017

Cederberg, Janne. <https://opetus.tv/> Luettu: 5.5.2018

Deery, M. 2008. Talent management, work-life balance and retention strategies. Emerald Group Publishing Limited

<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/index.html> Luettu 2.5.2018

Fiske, John 2005: Merkkien kieli: Johdatus viestinnän tutkimiseen. (Introduction to communication studies, 1990.) 8. painos. Tampere: Vastapaino, 1992.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, R. 2007. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Häyrynen, E. & Vallo, H. 2012. Tapahtuma on tilaisuus – tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 3.painos. Helsinki: Tietosanoma.

Juholin, E. 2013. Communicare - Kasva viestinnän ammattilaiseksi. Helsinki: Management Institute of Finland.

Juholin, E. 2009. Viestinnän vallankumous – Löydä uusi työyhteisöviestintä. Helsinki: WSOYpro.

Juholin, E. 2006. Communicare. Viestintä strategiasta käytäntöön. Helsinki: Inforviestintä Oy

Asiantuntijaluento 21.9.2017: Tapahtumanjärjestämisen johtaminen ja toimiminen asiakastoimeksiannoissa Kallio Arttu, Yhteyspäällikkö, Tapahtumantekijät.

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

Koponen, Kari 2017. Tukes. Ohje yleisötapahtumien turvallisuuden edistämiseksi.

Laakso, H. 2004. Brändit kilpailuetuna. Helsinki: Talentum.

Lampinen, Jari 2011. Ekologisen ja turvallisen yleisötilaisuuden järjestämisopas. Pori: Suomen Ympäristö- ja Terveysalan Kustannus Oy.

Laukkanen, A. (2018). Tuloksellinen tapahtuma. Luento Vko 9, Pasilan Haaga-Helia.

Matthews, Doug 2008. Special Event Production. The Process. Butterworth-Heinemann
Luettu: 23.1.2018

Metsämuuronen, Jari (2009). Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä. 4. laitos. Helsinki: International Methelp.

Nummenmaa, Lauri (2009). Käyttäytymistieteiden tilastolliset menetelmät. 1. p., uud. laitos. Helsinki: Tammi.

Paasonen, Jyri 2013. Yleisötilaisuuksien turvallisuus. Helsinki: Tietosanoma Oy

Putkonen, Elina ja Wikström, lida. Opinnäytetyö 2017. Tapahtuman järjestäminen. Haaga-Helia <http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/137635/Porvoo-Adventure-Quest-2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

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

Sinkkonen, Kuoppala, Parkkinen, Vastamäki 2002.

Tarssanen, S. 2007. Elämystuottajan käsikirja. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino.
<https://viestintatieteet-wiki.wikispaces.com/Johdatus+viestint%C3%A4tieteisiin#Viestinn%C3%A4n+k%C3%A4site+ja+malleja> Luettu: 5.3.2018

Terävä, K. & Mäkelä- Pusa, P. 2011. Esimies työhyvinvointia rakentamassa. Luettu: 23.4.2018. http://www.kuntoutussaatio.fi/files/575/punk_esimiesopas_www.pdf

Vaibhav, M. 2009. Career in Event Management. Chandigarh, IND: Abhishek Publications.

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2012. Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 3. uudistettu laitos. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Van der Straeten, K. 2010. Events: How to organize a successful event? Kontlich: Event-planner media

<https://www.ellibslibrary.com/reader/9789521429972/preview> Luettu: 18.4.2018

<https://www.mielenterveysseura.fi/fi/mielenterveys/hyvinvointi/kulttuuri-lis%C3%A4%C3%A4-hyvinvointia> Luettu: 8.5.2018

http://www.turvallisuussuunnittelu.fi/material/attachments/turvallisuussuunnittelu/turvallisuussuunnittelu/turvallisuussuunnitelmia/uusimaa/6930vCHXq/Helsingin_kaupungin_turvallisuussuunnitelma_2011_2014.pdf Luettu: 23.4.2018

<https://www.prcloud.fi/uutiset-ja-blogi/epressi.com-blogi/kirjoitus/lahes-kaikki-tapahtumaviestinnasta.html> Luettu: 2.12.2017

Liitteet

Liite 1. Haastattelussa käytetyt kysymykset

Kuka olet ja missä yrityksessä työskentelet?

Mikä on tämänhetkinen työtehtäväsi?

Millainen on työhistoriasi tapahtuma-alalla?

Miten tärkeänä pidät työyhteisöviestintää? Perustelut.

Toimiiko työyhteisöviestintä teidän yrityksessänne? Miksi/Miksi ei?

Mitä parannuksia toivoisit viestintään ja sen kehittämiseen? Ovatko ne mahdollisia?

Mikä vaikeuttaa/ voisi vaikeuttaa työyhteisöviestintää?

Kenelle kuuluu mielestäsi vastuu työyhteisöviestinnän parantamisesta? Jos vastaus on joku muu kuin sinä itse, perustele myös mitä toivoisit heiltä enemmän.

Minkä tason tapahtumia mielestäsi teette? Oletko tyytyväinen tasoonne?

Vaikuttaako työyhteisöviestintä mielestäsi tapahtuman lopputulokseen? (Jos kyllä, Miten?)

Avoimet/Täydentävät kommentit