

Amanda Peltola

Tulkoon joulu -hyväntekeväisyyskonsertin järjestäminen ja markkinointiviestintä

Opinnäytetyö

Kevät 2018

SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Tradenomi (AMK), Liiketalous



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Tutkinto-ohjelma: Liiketalous

Suuntautumisvaihtoehto: Markkinointi

Tekijä: Amanda Peltola

Työn nimi: Tulloon joulu -hyväntekeväisyyskonsertin järjestäminen ja markkinointiviestintä

Ohjaaja: Terhi Anttila

Vuosi: 2018 Sivumäärä: 40 Liitteiden lukumäärä:5

Opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella ja toteuttaa Tulloon joulu -hyväntekeväisyyskonsertti sekä sen markkinointiviestintä. Opinnäytetyön ensimmäisenä tavoitteena oli perehtyä tapahtuman suunnitteluun. Työssä painotetaan perehtymistä erityisesti musiikkitapahtuman suunnittelemiseen. Tapahtuman suunnitelmassa pohditaan aluksi sitä, miten järjestetään onnistunut tapahtuma. Tämän pohjalta lähdettiin miettimään konsertin taustoja, kohderyhmää sekä käytännön asioita.

Opinnäytetyön toisena tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa Tulloon joulu -konsertin luonteelle sopiva markkinointiviestintä. Kolmantena tavoitteena oli arvioida tapahtuman onnistumista. Konsertin onnistumisen arviointi toteutettiin opinnäytetyöntekijän itsearviointina. Mittarina arvioinnissa käytettiin tapahtumalle asetettuja tavoitteita.

Opinnäytetyön tekijä suunnitteli ja toteutti joulukonsertin itsenäisesti. Opinnäytetyön toimeksiantajan rooli tapahtumassa oli toimia taustatukena. Tulloon joulu -konsertin tarkoituksena oli saada ihmisten kuuntelemaan tunnelmallista joulumusiikkia kokonaisvaltaisesti suunnitellussa konsertissa, jossa otetaan huomioon niin kuulo- kuin näköaistikin. Tarkoituksena oli tuottaa lämminhenkinen ja kotoisa tapahtuma, josta kuulijat saavat ison annoksen joulufiilistä. Tapahtuman tuotto lahjoitettiin paikallisesti hyväntekeväisyyteen. Tapahtuman tuotolla haluttiin kehittää ja edistää jalasjärvisien lasten ja nuorten kulttuurin ja musiikin opetusta.

Tulloon joulu -konsertin markkinointiviestintä koettiin tapahtuman luonteelle sopivaksi. Markkinointiviestintä noudatti konsertin teemaa ja tiukkaa budjetointia johdonmukaisesti. Konsertti toteutui laaditun suunnitelman mukaisesti ja sai paljon musiikin ystäviä liikkeelle. Konsertti oli kaikin puolin erittäin onnistunut tapahtuma, ja se keräsi kuulijoiltaan positiivista palautetta. Budjetin kannalta tärkein asia oli, että konsertti tuotti enemmän kuin menoja oli ja rahat saatiin siirtää eteenpäin hyvään tarkoitukseen.

Avainsanat: musiikkitapahtuma, konsertti, tapahtuman suunnitelma, tapahtumamarkkinointi

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Business and culture

Degree programme: Business Management

Author: Amanda Peltola

Title of thesis: Organizing the Tulkoon joulu charity concert and designing its marketing communication

Supervisor: Terhi Anttila

Year: 2018 Number of pages:40 Number of appendices:5

The purpose of this thesis was to plan and organize a Christmas charity concert and its marketing communication. The first goal of the thesis was to study how to design an event plan. The plan emphasized the importance of studying particularly how to design a music event. The first step of planning an event was to research how to organize a successful event. The following step was to think about the background of this concert, the target group, and all the practical things.

The second goal of this thesis was to plan and implement marketing communication suited to the nature of the Tulkoon Joulu concert. The third goal was to evaluate how successful the concert was. The evaluation was done as the author's self-assessment. The goals set for the concert were used as the basis for the evaluation.

The author independently designed and executed the Christmas concert in question. The role of the commissioner of the thesis was to provide background support. The aim of the Tulkoon joulu concert was to give people a chance to listen to Christmas songs at a comprehensively designed event, which would please the ear and the eye. The aim was to produce a warm-hearted and cozy event that would give a huge amount of Christmas spirit to the audience. The profit from this concert was donated to charity locally. With the profit from the event, the aim was to support and develop the culture and music learning of the local children and youngsters.

The marketing communication of the Tulkoon joulu concert was found suited to the nature of the concert as a charity event. The marketing communication consistently followed the theme and strict budget of the concert. The concert was implemented as planned, and it attracted a good number of music lovers. The concert was in every way a successful event, which gathered positive feedback from its audience. The most important thing from the perspective of the budget was that the event produced more than it cost, and so a large sum of money could be donated to a good cause.

Keywords: musical event, concert, event plan, marketing communication

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	1
Thesis abstract.....	2
SISÄLTÖ.....	3
Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo.....	5
1 JOHDANTO.....	6
1.1 Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoitteet.....	7
1.2 Ylivallin Nuorisoseura.....	8
2 TAPAHTUMAN SUUNNITTELU.....	10
2.1 Onnistunut tapahtuma.....	10
2.2 Tapahtuman luonne ja ajankohdan valinta.....	11
2.3 Tapahtumapaikka.....	12
2.4 Kohderyhmä.....	14
2.5 Tapahtuman budjetointi.....	15
2.6 Lipunmyynti.....	16
2.7 Äänentoisto.....	16
2.8 Lavakartta.....	17
2.9 Valaistus.....	18
2.10 Soundcheck.....	18
2.11 Esiintymispaikan järjestäminen.....	19
3 KONSERTIN MARKKINOINTIVIESTINNÄN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS.....	21
3.1 Markkinointikanavat.....	23
3.2 Facebook.....	23
3.3 Lehtimainonta.....	26
3.4 Mainosjuliste.....	27
4 TULKOON JOULU -HYVÄNTEKEVÄISYYSKONSERTTI.....	30
4.1 Tapahtuman tausta.....	30
4.2 Tapahtuman nimeäminen.....	31
4.3 Tapahtuman tuottaminen.....	32
4.4 Yhteistyökumppaneiden valinta.....	33

5 KONSERTIN ONNISTUMISEN ARVIOINTI	37
LÄHTEET	40
LIITTEET	41

Kuva-, kuvio- ja taulukkoluettelo

Kuva 1. Lavakartta.....	17
Kuva 2. Julkaistu tapahtuma Facebookissa (Facebook-julkaisu 27.11.2017).....	25
Kuva 3. JP Kunnallissanomien mainos konsertista (JP Kunnallissanomat. 14.12.2017).....	27
Kuvio 1. Tapahtuman toimintaideamalli (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 35).....	11
Kuvio 2. Markkinointiviestintäsuunnitelman sisältö (Vallo & Häyrinen 2014, 58).	22
Kuvio 3. Erilaiset yhteistyökumppanuudet (Kauhanen ym. 2002, 41).	33

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön tekijä halusi toteuttaa toiminnallisen opinnäytetyön, johon sisältyisi tapahtuman suunnittelu ja toteutus. Idea konsertin järjestämisestä syntyi opinnäytetyön tekijän pitkäaikaisen haaveen myötä. Luova opinnäytetyön tekeminen tuntui sopivalta haasteelta, sekä projektilta, johon ei kiinnostus loppuisi. Opinnäytetyön tekijä oli pitkään halunnut järjestää oman konsertin kotipaikkakunnallaan, sillä hän on muutamia vuosia jo laulanut erilaissa tilaisuuksissa, joten hän koki oman konsertin järjestämisen ajankohtaiseksi. Tapahtuman järjestämiseen olennaisesti liittyvä tapahtumamarkkinointi sopi opinnäytetyön tekijän markkinoinnin suuntautumiseen opiskelujen aikana. Tapahtuman järjestämisestä ei kuitenkaan ollut aikaisempaa kokemusta, joten tämä projekti tulisi olemaan uusi ja opettava kokemus.

Järjestettävä tapahtuma on joulukonsertti, sekä hyväntekeväisyystapahtuma. Tapahtuman tuotto tullaan lahjoittamaan eteenpäin. Hyväntekeväisyyskohteena on jalasjärvien lasten ja nuorten kulttuurin ja musiikin edistäminen. Idea tapahtuman luonteesta hyväntekeväisyystapahtumana syntyi aika pian itse idean synnyttyä. On hienoa ja tärkeää edistää jotain hyvää tarkoitusta tapahtuman tuotoilla. ”Mitkä ovat musiikkitilaisuuksien järjestämisen syyt silloin, kun kysymys ei ole taloudellisen voiton tavoittelusta?”, kysyy Jyrä kirjassaan Nupit kaakkoon (2010, 11). Tässä tapahtumassa tarkoituksena ei ole saada mahdollisimman suurta taloudellista voittoa itselle vaan tarkoituksena on saada paikalle mahdollisimman paljon ihmisiä nauttimaan hyvästä musiikista ja saada heidät virittäytymään joulun tunnelmaan.

Tapahtuma järjestetään Jalasjärvellä joulukuussa 2017. Tämä opinnäytetyö sisältää konsertin suunnittelun, markkinointiviestintäsuunnitelman, tapahtuman toteutuksen ja sen itsearvioinnin. Tapahtuman tavoitteena on järjestää mahdollisimman onnistunut tapahtuma ja eheä kokonaisuus. Tässä konsertissa tapahtuman onnistuminen koostui siitä, miten konsertti toteutui, miten paljon ihmisiä se tavoitti ja paljonko onnistuttiin keräämään rahaa hyväntekeväisyyteen.

1.1 Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoitteet

Opinnäytetyön tarkoitus on suunnitella ja toteuttaa Tulkoon joulu -hyväntekeväisyyskonsertti sekä sen markkinointiviestintäsuunnitelma. Opinnäytetyön ensimmäisenä tavoitteena on perehtyä tapahtuman suunnitteluun. Suunnitelmassa perehdytään siihen, mitä kaikkia asioita täytyy ottaa huomioon musiikkitapahtuman suunnitelmassa. Musiikkitapahtuman suunnitelmassa täytyy ottaa monipuolisemmin huomioon erilaisia vaiheita, kuin esimerkiksi muunlaisen tapahtuman suunnitelmassa. Konsertin suunnitelmaa varten käytetään lähdekirjallisuutta nimenomaan siitä, miten järjestetään musiikkitapahtuma. Lähteet tulevat käsittelemään sitä, mitä musiikkitapahtuman suunnitelmassa tulee ottaa huomioon. Myös muiden tapahtumien työvaiheista on hyötyä tämän konsertin suunnitelman laatimisessa. Suunnitelman täytyy olla mahdollisimman perusteellinen, jotta tapahtumasta tulisi onnistunut.

Opinnäytetyön toisena tavoitteena on suunnitella ja toteuttaa Tulkoon joulu -konsertin luonteelle sopiva markkinointiviestintä. Mietittävänä on, miten tällaista tapahtumaa tulee markkinoida ja mitä asioita tulee ottaa huomioon nimenomaan musiikkitapahtumaa järjestettäessä. Markkinointiviestintä tulee suunnitella tapahtuman luonteelle sopivaksi ja siinä tulee ottaa huomioon se, että kyseessä on jouluihin hyväntekeväisyyskonsertti. Markkinointiviestintäsuunnitelmassa erityisesti markkinointibudjetin pitäminen mahdollisimman alhaisena on tärkeä asia, sillä konsertista on tarkoituksena saada mahdollisimman hyvä tulos hyväntekeväisyyteen. Opinnäytetyön kolmantena tavoitteena on arvioida tapahtuman onnistumista. Konsertin arviointi toteutetaan opinnäytetyön tekijän itsearviointina. Arviointi perustuu tapahtuman osallistujamäärään ja siihen, miten hyvin konsertin suunnitelmassa olleet tavoitteet onnistuttu toteuttamaan.

Tämän kokoluokan konsertti on opinnäytetyön tekijälle ainutkertainen tapahtuma. Opinnäytetyöntekijä tulee järjestämään tulevaisuudessa eri teemaisia konsertteja, mutta näin iso konsertti on ainutlaatuinen. Tulevaisuutta varten ja tulevia konsertteja varten, tämä opinnäytetyö antaa paljon ajatuksia siihen millaisia tulevat konsertit olisivat.

1.2 Ylivallin Nuorisoseura

Joulukonsertin järjestämisessä on mukana Ylivallin nuorisoseura. Opinnäytetyön tekijän kotikylän nuorisoseura on myös opinnäytetyön toimeksiantajan roolissa. Ylivallin nuorisoseura on vuodesta 1999 asti pyörittänyt matkailunähtävyys Hiidenkirnu Pirunpesää. Matkailunähtävyys on auki toukokuusta syyskuun loppuun asti vierailijoilleen. Pirunpesällä on mahdollisuus laskeutua 23 metriä syvään Isovuoren kallion laella olevaan onkaloon. Alue tarjoaa kesä kautena auki olevan kahvilan palvelut, näkötornin, sekä uuden kodan ja luontopolut. Isovuoren kalliolla olevalle Pirunpesälle noustessa sen luonto hämmentää ihmisen mielen upeudellaan. Pirunpesä työllistää kesäisin oman kylän nuorisoa, tarjoten monelle sen ensimmäisen kesätyöpaikan. Nuorisoseura järjestää Ylivallin kylässä myös erilaisia tapahtumia vuoden varrella kyläläisilleen. Tärkeitä tapahtumia ovat esimerkiksi kylän omat pikkujoulut ja äitienpäiväjuhla. Nämä tapahtumat keräävät usein monta henkeä pääasiassa Ylivallin kylässä asuvia viettämään yhteistä juhlaa ohjelman ja kakkukahvien lomassa.

Valtakunnallisilla nuorisoseurat.fi-nettisivuilla lukee kaikkien Suomen nuorisoseurojen toiminta-ajatus, joka kertoo, että nuorisoseurojen tehtävänä on lasten ja nuorten harrastus mahdollisuuksien ja kasvatustoiminnan edistäminen (Nuorisoseuran strategia ja arvot 2016). Nuorisoseurojen tehtävänä on myös tukea heidän kasvuaan aktivoimalla heitä vastuullisiksi kansalaisiksi. Eri-ikäiset lapset ja nuoret ovat yhdenvertaisia, ja tarjoamalla toimintaa voidaan vahvistaa heidän yhteisöllisyyttään ja hyvinvointia yhteiskunnassamme. Toiminta-ajatuksen pohjalta Ylivallin Nuorisoseuran rooli opinnäytetyön toimeksiantajana sopii hyvin heidän arvomaailmaansa.

Hyväntekeväisyystapahtumaa järjestettäessä on tavoitteena saada kerättyä mahdollisimman suuri summa valitulle hyväntekeväisyyskohteelle. Tuloverolain (L 30.12.1992/1535) 22§ mukaan yleishyödylliseksi yhteisöksi lasketaan nuorisoseurat, joiden toiminta on hyödyllistä ja yleistä. Yhdistystä ei veroteta, jos kyseessä ei ole elinkeinon harjoittaminen. Verovapaata toimintaa on yhdistyksen toiminnan rahoittaminen erilaisilla tapahtumilla. (Verotusohje yleishyödyllisille yhdistyksille 2016, [Viitattu 10.5.2018].) Nuorisoseuran järjestämä hyväntekeväisyystapahtuma on näin

ollen verotonta tuloa. Jos tapahtuman järjestäjänä olisi ollut yksityishenkilö, verotettaisiin konsertista kerättyä tuottoa. Nuorisoseuran rooli toimeksiantajana mahdollisti konsertin tuottojen lahjoittamisen verottomasti eteenpäin.

2 TAPAHTUMAN SUUNNITTELU

Jyrä (2010, 11) muistuttaa, että ison kokoluokan tapahtuman järjestäminen vaatii paljon suunnittelua ennen itse tapahtumaa. Suunnitelman tulee olla huolella pohdittu ja valmisteltu, ja sen tulee huomioida monta erilaista osasta. Ihmiset saapuvat musiikkitapahtumiin vapaaehtoisesti omalla vapaa-ajallaan, joten tapahtumien taustalla olisi hyvä olla jokin vahva aate, mistä toiminta on saanut alkunsa.

Vallo ja Häyrinen (2014, 22) huomauttavat, että tapahtuman suunnitelmassa tulee pohtia tarkasti, miten eri aistit otetaan huomioon tapahtumassa. Jokaista ihmisen aistia pohtimalla tapahtumasta tulee syvällisempi kokonaisuus ja se jää ihmisten mieliin. Visuaalisuuden huomioon ottaminen suunnitelmassa on tärkeä keino vaikuttaa näköaistiin. Konsertissa visuaalisuus koostuu esiintymisalueen lavastamisesta. Kuuloaistiin vaikutetaan musiikilla, joka on tässä tapahtumassa tärkein aistimisen keino.

Vallon ja Häyrisen (2014, 63) mukaan tapahtumassa tulee olla aina perusasiat kunnossa, oli tapahtuma sitten luonteeltaan minkäläinen tahansa. Perusasioiden huomioon ottaminen on tärkeää jo suunnitteluvaiheessa. Tässä konsertissa perusasiaina pidetään konsertin järjestämisessä mukana olevan vapaaehtoisväen huolehtimista, kuten heille ruokailun järjestämisestä ja kahvitusta. Yleisöä mietittäessä perusasioihin kuuluu liikenteenohjaus helpottamaan parkkeerausta, sekä naulakoiden ja istumapaikkojen riittävydestä huolehtiminen. Vallo ja Häyrinen (s. 63) muistuttavat, että on esimerkiksi parempi varata istumapaikkoja varmuuden vuoksi enemmän, jolloin ei todennäköisesti tule yllätyksiä.

2.1 Onnistunut tapahtuma

Vallo ja Häyrinen (2014, 103) kertovat, että onnistuneen tapahtuman aistii sielun joka sopukassa ja tunnelma tapahtuman aikana on ainutkertainen. Onnistunut tapahtuma sykkii lämmintä valoa ja iloa tapahtumassa mukana oleville.

Kauhasen ym. (2002, 35) mukaan onnistuneen tapahtuman taustalla on kysymyksiä, joihin vastaamalla tapahtuma onnistuu. Tapahtuman järjestämisessä on strategisia kysymyksiä, joita tulee pohtia suunnitelmassa. Yleisötapahtumaa, kuten tässä tapauksessa konserttia, ideoidessa voidaan suunnittelussa hyödyntää toimintaideamallia (kuvio 1). Tämä toimintaideamalli kysyy tapahtuman järjestäjältä tärkeitä kysymyksiä, jotka kattavat seitsemän erilaista osa-aluetta. Nämä osa-alueet tulee huomioida ja niiden täytyy olla tasapainossa, jotta tapahtuma on onnistunut. Näitä seuraavia seitsemää toimintaideaa on sovellettu konsertin suunnitteluvaiheessa.



Kuvio 1. Tapahtuman toimintaideamalli (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 35).

2.2 Tapahtuman luonne ja ajankohdan valinta

Kauhasen ym. (2002, 37) mukaan tapahtumaa suunniteltaessa on tärkeää valita oikeanlainen ajankohta tapahtumalle. Usein tiettyinä sesonkiaikoina, kuten jouluna, itsenäisyyspäivänä ja muina suurina juhlapäivinä on tarjolla paljon tapahtumia jokai-

sella paikkakunnalla. Nämä tapahtumat kilpailevat asiakkaiden huomiosta ja väkisin asiakkaat valitsevat itselleen sopivan tapahtuman ja jakautuvat näihin. Joidenkin tapahtumien luonne vaikuttaa merkittävästi siihen, milloin on johdonmukaista järjestää jokin tapahtuma.

Tämä tapahtuma on luonteeltaan joulukonsertti. Joulukonsertit järjestetään suurin piirtein ennen joulua alkaen marraskuun puolelta ja päättyen joulun juhlinnan aloitukseen. Joulukonsertteja on tarjolla paljon ja monenlaisia ympäri naapurikuntia. On todennäköistä, että myös tämän konsertin kanssa voi olla päällekkäisiä tapahtumia. Tällaisissa tilanteissa tulee toivoa, että konsertin teema on kuitenkin niin ajankohdainen, että se saa suuret ihmismäärät liikkeelle, mikä osaltaan edesauttaa sitä, että osallistujia riittää jokaiseen tapahtumaan.

Tänä vuonna joulukonserttien rinnalla järjestetään paljon itsenäisyyspäivän tapahtumia. Vuonna 2017 itsenäinen Suomi täyttää 100 vuotta ja ympäri maata järjestetään monenlaisia Suomi 100 -teemaisia tapahtumia. Konsertin ajankohdan on selkeämpi olla vasta itsenäisyyspäivän jälkeen, jolloin ihmiset ovat päässeet yli tämän tärkeän päivän juhlinnasta. Tämä jälkeen he voivat keskittyä paremmin joulun vastaanottamisen aloitukseen. Konsertin ajankohtaan vaikuttaa suuresti myös esiintymispaikan varaustilanne. Esiintymispaikan varaustilanteen vuoksi Tulkoon joulu -konsertti tullaan järjestämään sunnuntai-iltana 17.12.2017. Konsertti täytyy järjestää viikonloppuna, sillä arkena aikataulu tulisi olemaan liian tiukka. Viikonloppuisin on paremmin aikaa myös vapaaehtoisilla työntekijöillä saapua järjestämään tapahtumaa. Esiintymissali saadaan konsertin käyttöön lauantaina päivällä, jolloin suunnitelmien mukaan alkaa salin valmistelu. Mitä enemmän on aikaa valmistella konserttia, sitä parempi. Tällä aikataululla konsertti voidaan rauhassa valmistella, jolloin kaikki tarvittava saadaan varmasti tehtyä ajoissa valmiiksi.

2.3 Tapahtumapaikka

Konsertin sijaintia ja tapahtumapaikkaa valittaessa on tärkeää valita sijainti, johon on ihmisten helppo tulla. Tulkoon joulu -konsertti tullaan järjestämään opinnäytetyön tekijän kotipaikkakunnalla Jalasjärvellä. Pienemmällä paikkakunnalla tapahtuman

järjestäminen on huomattavasti edullisempaa, kuin esimerkiksi Seinäjoella. Konsertin järjestäminen paikassa, jossa henkilö on ennestään tunnettu esiintyjä, edesauttaa konsertin onnistumista. Ennestään tunnettu esiintyjä saa ihmiset kiinnostumaan tapahtumasta ja näin ollen mahdollisimman paljon ihmisiä saapuu kuuntelemaan konserttia.

Jyrän (2010, 25–26) mukaan tärkeä asia, joka pitää ottaa huomioon tapahtumapaikkaa valittaessa, on että tila on kohderyhmää varten hyvällä paikalla. Usein tilat, joita on tarjolla tapahtumaa varten, ei ole tarkoitettu musiikkitilaisuuksien järjestämiseen. Tila voi olla väärän kokoinen tai muotoinen, eikä akustiikka toimi tilassa halutulla tavalla. Siinä kohtaa, jos tapahtumapaikkoja on huonosti tarjolla halutulla sijainnilla tai paikkakunnalla, on oltava joustava. Täytyy miettiä, voisiko tilaa somistaa tiiviimmän tuntuiseksi, jos tila on liian suuri tai onko akustiikalle jotain tehtävissä. Liian suuri tila on parempi vaihtoehto, kuin liian pieni tila, sillä pieni tila voi muodostua turvallisuusriskiksi. Esiintymispaikan akustiikkaan voidaan vaikuttaa lisäämällä esiintymissaliin isoja kankaita, kuten taustakangas esiintyjille tai esimerkiksi akustiikan muokkaamisen tarkoitettuja akustiikkapaneeleita. Tilan huono akustiikka johtuu esiintymispaikan kovista pintamateriaaleista, joista ääni sinkoilee ja aiheuttaa epäselvyyttä musiikkiin. Tämä taas tekee musiikista epäselvää ja laulun lyriikoita ei kuule selkeästi.

Tämä tapahtuma järjestetään Jalasjärven koulukeskuksen urheilusalissa. Sali on tarkoitettu pääasiassa koulukeskuksen oppilaiden urheilemista varten, sekä paikkakunnan urheiluseurojen harjoituksia varten. Tästä johtuen tilan akustiikkaa ei ole huomioitu tilasuunnittelussa. Tilassa on kuitenkin aikaisemmin järjestetty konsertteja, joten sen pohjalta pystyy ennakoimaan, että hyvän akustiikan saaminen tilaan on nytkin täysin mahdollista. Salia käytetään myös muiden tilaisuuksien järjestämiseen, joissa kuullaan musiikkia ja pidetään puheita. Koulukeskuksen sali on myös hieman liian iso odotettua kävijämäärää varten. Tilaan mahtuu istumapaikat tuhannellekin ihmiselle, joka ei vastaa Tulkoon joulu -konsertin odotettua kävijämäärää. Näistä puutteista huolimatta koulukeskuksen sali on paras vaihtoehto konsertin tapahtumapaikaksi.

Kaikissa tilaisuuksissa takahuoneen olemassaolo tapahtumaa järjestäville vapaaehtoisväelle on tärkeä viesti heille siitä, että he ovat tärkeitä. Myös tässä tapahtumassa halutaan tapahtumaa järjestäville saada yhteinen tila, jossa on tarjolla ruokaa, virvokkeita, sekä monelle tärkeää asiaa, kahvia. Tämä on konsertin suhteen hyvä päätös, sillä koska konsertti on hyväntekeväisyystapahtuma ja pääosin kaikki ihmiset työskentelivät ilmaiseksi, on hienoa tarjota heille tämä mahdollisuus.

2.4 Kohderyhmä

Vallon ja Häyrisen (2014, 121–124) mukaan se, kenelle tapahtuma järjestetään, on suunnittelun aloittamisen peruskysymys. Tapahtuman kohderyhmä tulee tuntea tarpeeksi hyvin, että tapahtumasta tulee mittaluokaltaan oikean kokoinen ja kohderyhmän luonteelle sopiva tapahtuma. Olipa tapahtuman kohderyhmä sitten minkäläinen tai kokoinen yleisö, täytyy tapahtuma toteuttaa silti aina yhtä huolellisella asenteella. Kohderyhmän kartoittamisessa tulee miettiä esimerkiksi, kumpaan sukupuolta ja minkä ikäistä tapahtuman kohdeyleisö suurimmaksi osaksi on.

Tässä tapahtumassa kohderyhmä on aika laaja. Pääasiassa tapahtuman kohdeyleisö on aikuiset naiset. Naiset haluavat virittäytyä joulun tunnelmaan vieraillemalla joulukonserteissa. He osallistuvat todennäköisesti tapahtumaan ystävän kanssa tai ottavat mukaan puolison ja ehkä mahdollisesti lapset. Lapset on huomioitu tapahtumassa siten, että alle kouluikäiset pääsevät tapahtumaan ilmaiseksi

Tapahtumat, joissa on sama kohderyhmä kuin Tulkoon joulu -konsertissa, vaikuttavat tämän konsertin osallistuvien määrään. Tulkoon joulu -konsertin kanssa tulee olemaan myös päällekkäisiä konsertteja. Samaan aikaan järjestetään Kurikan kirkossa Arja Korisevan oma joulukonsertti. Tämä tulee varmasti vaikuttamaan myös Tulkoon joulu -konsertin yleisöön, sillä konserttien kohderyhmä on osittain sama. Yhtä aikaa konsertin kanssa järjestetään myös Jalasjärven kirkossa kauneimmat joululaulut. Kauneimmat joululaulut ovat perinteinen tapahtuma, joka saa koko kirkon täyteen laulamaan joulun toivotuimpia kappaleita. Päällekkäiset tapahtumat ovat suuri haaste Tulkoon joulu -konsertille. On vaikeaa kilpailla suosituksen laulajan tai erittäin perinteikkään tapahtuman kanssa. Tällaisessa tilanteessa tulee luottaa

tapahtuman markkinointiviestintään, sekä siihen, että yleisöä tällaisena sesonkai- kana tulee riittämään kaikkiin tapahtumiin.

2.5 Tapahtuman budjetointi

Vallon ja Häyrisen (2014, 52) mukaan tapahtumaa suunniteltaessa on tärkeää ottaa varhaisessa vaiheessa mietittäväksi tilaisuuden budjetti, sillä usein tapahtumaa jär- jestettäessä kulupuoli kasvaa nopeasti suunnittelun edetessä. Tapahtumaa suunni- teltaessa onkin tärkeää miettiä, miten saadaan kasvatettua tuottoa. Tähän kuuluu olennaisesti pääsymaksun suuruuden miettiminen.

Jyrän (2010, 14–15) mukaan tapahtumaa budjetoitaessa tulee ottaa huomioon monta eri asiaa. Suuri kuluerä konserteissa on äänentoistosta aiheutuvat kulut, ku- ten äänimies, sekä äänentoistolaitteiden mahdollinen vuokraaminen. Myös erilaiset lavarakenteet tuovat joskus isonkin loven budjetointiin. Myös itse esiintymistilan ti- lavuokrasta koostuu iso menoerä, jonka hintaan vaikuttaa usein myös tapahtuman ajankohta. Tilaa varatessa täytyy samaan aikaan tiedustella myös tilan tilavuokraa.

Vallon ja Häyrisen (2014, 53) mukaan tapahtumaa suunniteltaessa kannattaa var- haisessa vaiheessa miettiä onko tapahtuman kohderyhmä sellainen, että jokin yh- teistyökumppani kokisi hänelle edukseen lähteä mukaan tähän projektiin. Yhteistyö- kumppanit helpottavat konsertin järjestämistä ja budjettia. Tässä konsertissa yhteis- työkumppaneiden panostus helpottaa huomattavasti konsertin budjettia. Äänentois- tolaitteet ja valaistus konserttiin tulevat yhteistyökumppanin kautta normaalia hal- vemmalla, jolloin maksettavaksi jää vaan äänimiehen palkkio. Lavarakenteet ovat iso menoerä ja siksi konsertissa joudutaan luopumaan joistakin toiveista. Korok- keella oleva esiintymislava helpottaa yleisön näkemistä lavalle, varsinkin jos yleisö on samalla tasolla. Korokkeen hankinnasta joudutaan tinkimään ja panostamaan sen sijaan taustakankaaseen. Taustakangas on tärkeä, sillä se parantaa tilan akus- tiikkaa, poistaa tilan urheiluhallimaisuutta ja tekee tilasta kodikkaamman.

Konsertin esiintymistilana käytettävän urheilusalin vuokra on halpa sitä käyttäville urheilijoille, mutta vuokra on korkea siellä tapahtumia järjestäville. Kurikan kaupun-

gin yhteistyö konsertin kanssa tarjoaa urheilusalin käytön ilmaiseksi. Kaupungin sivistystoimelle tehdään hakemus, jonka perusteella tällaiset avustuspäätökset tehdään. Konsertin luonne hyväntekeväisyystapahtumana tuo huomattavan edun mahdollisuudelle saada sali ilmaiseksi konsertin käyttöön.

2.6 Lipunmyynti

Kauhasen ym. (2002, 114) mukaan ennen tapahtumaa täytyy miettiä lipunmyynnin aloituksen ajankohtaa, minkälaiset liput valmistetaan, sekä missä lippuja myydään ja millä hinnalla. Pohdittavana on, mikä kanava tekee nämä edellä mainitut asiat tehokkaimmin kustannusten ja tulosten suhteen. Helpointa pienessä tapahtumassa on valjastaa tapahtumassa mukana olevat myymään lippuja. Hyvä tapa myydä lippuja on miettiä voisiko joku paikallinen huoltoasema tai kauppa ottaa liput myyntiin.

Tässä konsertissa tapahtuman liput viedään ennakkomyyntiin paikalliseen elokuva-teatteriin Kinoon. Tämä on tehokas tapa myydä tapahtuman lippuja, sillä Kino on yksi konsertin yhteistyökumppaneista. Kinon asiakaskunta on kohderyhmältään samankaltainen kuin järjestettävän konsertin kohderyhmä. Kohderyhmän on helppo ostaa konsertin lippuja siellä samalla asioidessa. Ennakkolippujen myynnin lisäksi konsertin lippuja saa ostettua myös konsertin ulko-ovelta. On kuitenkin tärkeää tarjota mahdollisuus ostaa konserttilippuja etukäteen. Ennakkomyynnin perusteella voidaan osata arvioida, minkä verran ihmisiä on ainakin tulossa paikan päälle ja kuinka paljon lippuja ollaan mahdollisesti vielä myymässä paikan päällä.

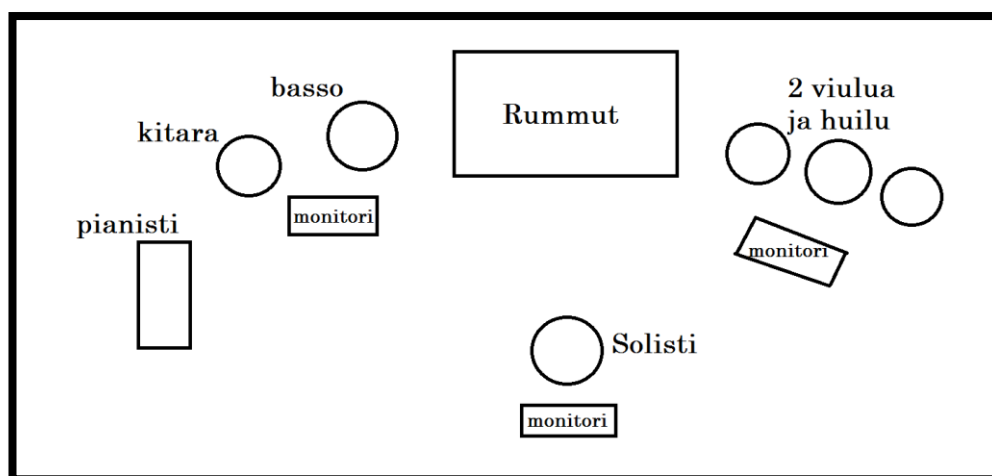
2.7 Äänentoisto

Erittäin tärkeä osa musiikkitapahtuman järjestämisessä on oikeanlaisen äänentoiston järjestäminen konserttiin. Äänentoiston kokoluokkaa mietittäessä täytyy ottaa huomioon tilan koko, akustiikka, minkälaista musiikkia konsertissa soitetaan, sekä miten tavaroiden roudaaminen eli kuljetus tapahtumapaikalle onnistuu. (Jyrä 2010, 61.)

Tässä konsertissa äänentoistolaitteet tulevat konsertin yhteistyökumppanilta H-Soundilta. H-Sound tulee palkkaamaan konserttia varten äänimiehen, joka miksoi tapahtuman äänen. Äänentoisto suhteutetaan konsertin ja sen tilan vaatimuksiin, jolloin saadaan optimaalinen äänentoisto konsertille. Jyrä (2010, 66) neuvoo, että miksaus-termi tarkoittaa äänensävyjen ja niiden voimakkuuksien säätämistä äänentoiston laitteilla.

2.8 Lavakartta

Jyrä (2010, 64) neuvoo, että lava-aluetta ja sinne sijoitettavien valojen, soittimien ja ihmisten sijoittamista varten on hyvä suunnitella erillinen lavakartta, jonka avulla pystytään hahmottamaan millainen järjestys lavalla toimisi. Lavakartta on yleensä kuvallinen kartta lintuperspektiivistä kuvattuna. Kartassa tulee mainita soitinlista, sekä niiden paikat lavalla. Kartassa näkyvät myös monitorit, sekä joskus äänentoistossa tarvittavat kanavalistat näkyvät myös tässä.



Kuva 1. Lavakartta.

Tässä lavakartassa on kulmamonitorit vain osalle esiintyjistä. Pianisti ja rumpali käyttävät konsertissa korvamonitoria, jonka avulla he kuulevat oman soittonsa ja siksi he eivät tarvitse monitoria eteensä.

2.9 Valaistus

Jyrän (2010, 68) mukaan valaistuksella on tärkeä rooli erilaisia konsertteja suunniteltaessa. Valaistuksella pystytään luomaan konserttiin tietynlainen tunnelma ja voidaan vaikuttaa konsertin visuaalisuuteen suurestikin. Isoissa tapahtumissa valoista huolehtii erillinen valoteknikko, jonka tehtävänä on saada aikaiseksi joskus näyttävätkin valoefektit. Valoteknikot säätelevät valoja musiikin tunnelmaa mukailleen.

Tulkoon joulu -konsertissa halutaan valoilla tuoda tunnelmaa konserttiin, sekä myös tärkeimpänä tehtävänä valaista lava-alue. Konsertin valojen halutaan olevan yksinkertaiset ja hillityt. Monissa isomman kokoluokan konserteissa valaistuksesta vastaa erilliset valomiehet, mutta koska konsertin valot tulevat olemaan yksinkertaiset, ei tehtävään tarvita erillistä valoteknikkoa. Joulukonsertissa taustakangasta vasten tulee nousemaan muutama valkoinen spottivalo, joka tulee korostamaan taustakangana olevaa Lennolin kangasta. Näiden valojen tehtävänä on tuoda tunnelmaa eikä niinkään valaista. Lavan molemmissa reunoissa tulee olemaan kaksi valkoista spottivaloa, joiden valokeila suuntautuu esiintymislavalle päin. Näiden valojen tehtävänä on valaista esiintyjät. Tunnelmallisuutta konserttiin valaistuksen kautta tuovat myös joulukuusissa olevat pienet jouluvalot. Nämä pienet valot eivät myöskään valaise vaan tarkoituksena on tuoda konserttiin tunnelmaa.

2.10 Soundcheck

Soundcheck on tärkeä osa musiikkitapahtumien järjestämistä. Soundcheckin tehtävänä on säätää lavalta tulevat äänet kohdalleen, sekä soittajille monitoreista kuuluva musiikki. Tässä tarkastetaan lavalta tulevien äänien tasot ja säädetään niitä haluttuun suuntaan. Soundcheck toimitetaan musiikkitapahtuman järjestämisessä, siinä vaiheessa, kun kaikki soittimet ja äänentoistolaitteet on saatu asennettua paikoilleen tapahtumapaikalla. Soundcheckiin tulee varata tarpeeksi aikaa, sillä se on tärkeä osa konsertin onnistumista.. Jukka Jyrä (2010, 67) neuvoo kirjassaan, että soundcheckin tehtävänä on ainoastaan saada säädöt kohdalleen, eikä tässä kohtaa bändi voi enää harjoitella. Bändi soittaa vain hetken, jonka aikana äänimies säätää äänien tasot, niin yleisölle kuin soittajille tulevat äänet. Soittajien ja laulajien on tärkeää kuulla selkeästi oma soitto tai laulu.

Tässä konsertissa viimeiset harjoitukset tullaan pitämään soundcheckin jälkeen, jolloin äänimies on paikalla tekemässä vielä säätöjä. Harjoituksissa soitetaan läpi soitettavat kappaleet läpi siinä järjestyksessä, kun ne soitetaan itse konsertissa. Äänimies tulee olemaan mukana viimeisissä harjoituksissa, jolloin hän on myös mukana tekemässä tarvittavat miksausukset eri kappaleissa.

2.11 Esiintymispaikan järjestäminen

Itse tapahtumapaikan tilasuunnittelua mietittäessä on mietittävä mihin esiintymislava sijoitetaan. Usein tiloissa, jossa järjestetään yleisötapahtumia, on selkeä paikka esiintymislavalle. Tässä tapauksessa, kun kyseessä on urheilusali esiintymisalueen voi sijoittaa aika vapaasti. Konsertin esiintymissalissa on kiinteä nouseva katsomo, joka määrittää esiintymisalueen. Saliin on saatavilla lisäksi lattia-alalle irtonaiset ja siirrettävät tuolit. Jos tilassa on irtonaiset tuolit joita voidaan siirrellä, on suunniteltava miten tuolit sijoitetaan tilaan. Mahdollisuus tuolien siirtelemiseen antaa paljon vapautta siihen millaisen tapahtumapaikasta pystyy tekemään. Tässä konsertissa, kun tapahtuma on isossa urheilusalissa, on hyvä yrittää sijoittaa istuimet mahdollisimman väljästi. Tuolien sijoittelulla voidaan saada tila tuntumaan tiiviimmältä, vaikka esiintymistila olisikin iso sali.

Jukka Jyrä (2010, 32) kirjoittaa kirjassaan, että yleensä mikseripöytä tulee pyrkiä sijoittamaan keskelle tilaa. Miksauspöydän sijainti keskellä konserttia helpottaa äänimiehen työskentelyä, jolloin hän kuulee aitiopaikalta lavalta tulevan äänen. Monissa esiintymispaikoissa haasteena on juuri miksauspöydän sijoittaminen keskelle tilaa. Usein esiintymistilat ovat ahtaita tai erikoisen muotoisia, jolloin miksauspöydällä ei ole selkeää paikkaa. Esiintymistilan sijoittelua miettiessä täytyy muistaa myös se, että miksaajan ja hänen pöytänsä takaa ei juurikaan näe esiintymislavalle. Tämän vuoksi ei kannata sijoittaa miksauspöydän taakse istumapaikkoja yleisölle. Tässä konsertissa, kun esiintymistila on niin suuri, ei miksaajan sijoittamisella saliin ole haastetta. Miksauspöytä pystytään sijoittamaan esiintymislavasta nähden keskelle salia, niin ettei pöytä ole yleisön tiellä.

Konsertin salia päästään järjestämään konserttia varten edeltävänä päivänä. Järjestämisessä tullaan noudattamaan laadittua suunnitelmaa eri osasten sijoittelusta

konsertin esiintymissalissa. Kuitenkin jotkut asia, kuten tuolien sijoittelu voidaan tarkalleen päättää vasta, kun alkaa konsertin järjestäminen. Myös konsertin lava-alueen suunnitelma päästää käytännössä vasta toteuttamaan siinä kohtaan kun esiintymissali saadaan käyttöön. Jos tässä kohtaa ilmenee jotain ongelmia esiintymispaikan järjestelyssä, ongelmat yritetään ratkaista mahdollisimman hyvin.

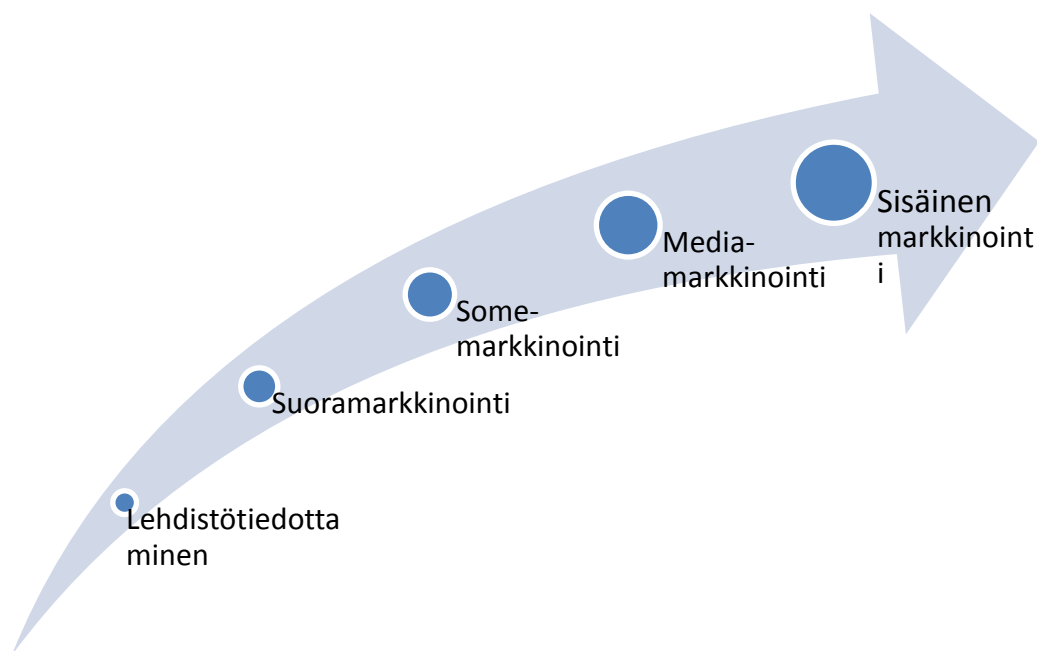
3 KONSERTIN MARKKINOINTIVIESTINNÄN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

Kauhanen ym. (2002, 116) korostavat, että organisoitavaa tapahtumaa tulee markkinoida, sillä ilman markkinointi mahtavakin tapahtuma voi epäonnistua, jos väkeä ei saavu paikalle. Tällöin ongelmaksi muodostuu myös tapahtuman taloudellinen puoli. Mainonnan avulla kerrotaan itse tapahtumasta ja saadaan ihmiset innostumaan tapahtumasta. Kauhanen ym. (2002, 113) neuvoo, että tapahtumamarkkinoinnissa on tärkeää huomioida seuraavat asiat:

- kohderyhmä
- tapahtuman imago ja sisältö
- myyntikanava
- pääsylipun hinta
- kilpailevat asiat
- ajankohta

Tapahtumamarkkinoinnissa on kyse markkinoinnin ja tapahtuman yhdistämisestä. Yleisesti tapahtumamarkkinoinnin määritelmä on, että se on strategisesti pitkäjänteistä toimintaa, jolla yritys kohtaa kohderyhmänsä. Toisin sanoen tapahtumamarkkinointia ovat kaikki ne tapahtumat, missä yritys edistää imagoaan, brändiä tai myyntiä. Yksittäisen tapahtuman tavoitteena voi olla esimerkiksi yrityksen mielikuvan kehittäminen, sekä tarkoitus tuoda esiin yrityksen tärkeitä arvoja. Tapahtumien järjestäminen on oltava osa yrityksen markkinointistrategiaa, jolloin markkinoinnista muodostuu yhtenäinen kokonaisuus. Tapahtumamarkkinoinnin erottaa muusta markkinoinnista sen, että tapahtuma on etukäteen suunniteltu ja tapahtuman kohderyhmä, sekä tavoitteet ovat määriteltynä. Tapahtuman tulee olla elämys ja siksi tapahtuman markkinointiin tulee panostaa. Tapahtumalla tulee olla yhtenäinen visuaalinen ilme, joka tulee esille markkinointiviestinnässä selkeästi. (Vallo & Häyri-
nen 2014, 19–23.)

Vallon ja Häyrisen (2014, 58) mukaan markkinointiviestintäsuunnitelman tulee sisältää nämä seuraavat viisi osasta (kuvio 2).



Kuvio 2. Markkinointiviestintäsuunnitelman sisältö (Vallo & Häyrinen 2014, 58).

Vallon ja Häyrisen (2014, 58) mukaan markkinointiviestintäsuunnitelmaan tulee valita ne markkinoinninkeinot, jotka sopivat parhaiten kohderyhmälle, tapahtuman tavoitteille, sekä budjetille. Jokaisella näillä viidellä osasella on tärkeä tehtävä. On tärkeää saada myös lehdistö kiinnostumaan tapahtumasta, sillä jutun saaminen lehteen lisää tapahtuman näkyvyyttä. Myös sosiaalisen median kanavilla esimerkiksi Facebookin avulla voidaan tavoittaa paljon ihmisiä.

Raninen ja Rautio (2002, 16) puhuvat mainonnasta eikä markkinointiviestinnästä. Termi markkinointiviestintä ei kuvaa heidän mielestään tarpeeksi monipuolisesti sitä mainonnan laajaa tarkoitusta, joka pitää sisällään monta erilaista työvaihetta. Kaiken ytimenä on se, että mainoksen tulee tavoittaa ihmisten tunteet, sekä tarpeet. Jos halutaan mainoksen tehoavan kohderyhmään, täytyy jonkun se myös huomata. Ranisen ja Raution (2002, 22) mukaan ihmisillä täytyy olla syy tai tarve sille, mihin hänen huomionsa kiinnittyy. Monesti mainokset voivat olla ihmisille yhdentekeviä ja jotta tämä este ylitettäisiin vastaanottajassa saatava aikaisiksi tunnereaktio.

3.1 Markkinointikanavat

Konsertin järjestämisessä halutaan käyttää mahdollisimman edullisia markkinoinnin keinoja, jotta kulut pysyisivät mahdollisimman pieninä. Tärkeänä markkinointikanavana konsertille on paikallislehti, joka tavoittaa laajasti konsertin kohderyhmän. Paikallislehti julkaistaan maanantaisin ja torstaisin Jalasjärven ja Peräseinäjoen ta- louksiin, jotka ovat lehden tilaajia. Lehtimainokset ovat kalliita ja siksi mainoksen suunnittelussa tulee ottaa tarkasti huomioon se, että mainoksen vaatima palstatila olisi mahdollisimman pieni. Lehtimainokseen tulee sisällyttää vain ainoastaan kon- sertin kohderyhmän kannalta olennaiset asiat. JP Kunnallissanomissa ilmestyvässä mainoksessa, halutaan pitää yhtenäisen ulkonäkö konsertista valmistettavan mai- nosjulisteen kanssa. Konsertin lehtimainos tullaan julkaisemaan vasta konserttia edeltävänä torstaina. Tämä torstaina ilmestyvä lehti julkaistaan laajempaa levik- kinä ja se tulee tavoittamaan isomman yleisön, kuin lehden normaali levikkialue ta- voittaisi. Konsertin lehtimainos voidaan myös siksi julkaista hieman myöhemmin, sillä konsertista tulee olemaan kuvallinen lehtikirjoitus aikaisemmassa maanantain lehdessä (liite 1). Muuten torstain lehti-ilmoituksen julkaisemisajankohta olisi liian myöhäinen, ellei lehdessä olisi jo aikaisemmin tietoa tulevasta konsertista. Näiden perinteisten markkinointikanavien lisäksi konserttia markkinoidaan Facebookissa tapahtumajulkaisuna.

3.2 Facebook

Sosiaalinen media on noussut viime vuosina tärkeäksi osaksi markkinointia. Sosi- aalisen median käyttäminen on tehnyt ihmisistä vaikutusvaltaisempia ja aktiivisem- pia markkinoijia. Sosiaalinen media on aukaissut suoran ja erittäin nopean kommu- nikointiväylän yritysten ja kuluttajien välille. Sosiaalista mediaa pystytään hyödyntä- mään tapahtumamarkkinoinnissa ennen tapahtumaa, mutta myös tapahtuman ai- kana ja sen jälkeenkin. Tulevasta tapahtumasta voidaan luoda oma tapahtuma Fa- cebookiin, jota kautta ihmisille voidaan tiedottaa tulevasta tapahtumasta. Tätä kautta tapahtuman osallistujat voidaan virittää tulevaan tapahtumaan ja sen tee- maan. Sosiaalinen media koetaan nopeaksi viestintäväyläksi, sillä sitä kautta voi

helposti päivittää tapahtumaan liittyvää tietoa. Sosiaalinen media on myös edullinen markkinointiväylä tai jopa ilmainen. (Vallo & Häyrynen 2014, 86–88.)

Sosiaalisen median väylä mahdollistaa tapahtumien järjestäjälle uudenlaisia keinoja tavoittaa kohderyhmää. Vallon ja Häyrysen mukaan (2014, 90) on kuitenkin hyvä hyödyntää sosiaalista mediaa vain oikeissa kohdissa, eikä antaa sille pääroolia tapahtumamarkkinoinnissa. He muistuttavat sosiaalisen median muuttuvan nopeaan tahtiin ja siksi ei kannata välttämättä hyödyntää jokaista uusinta ominaisuutta, jota somessa on tarjolla. Kohderyhmä saattaa kokea osan uudesta tekniikasta vieraaksi. Vallon ja Häyrysen mukaan (s. 90) sosiaalista mediaa kannattaa hyödyntää seuraavissa asioissa:

- Kanavana ideoimiselle
- Kanava kutsujen lähettämiseksi
- Keinona markkinoida
- Väylänä viestinnälle
- Väylänä palautteenantamiselle

Juslénin (2013, 45) mukaan Facebook-mainonta eroaa huomattavasti verkkomaailman ulkopuolella tapahtuvasta mainonnasta, kuten paikallislehdessä olevista lehti-ilmoituksista. Mainosten tuottaminen verkkoon on hyvin erilaista, kun painetun median mainosten valmistaminen, sillä verkossa olevat mainokset eivät esimerkiksi maksa ollenkaan joissain tapauksissa. Juslénin (s. 28) mukaan markkinointi Facebookissa rakennetaan Facebook-sivun ja sen ympärille kerääntyvien asiakkaiden ympärille. Facebook-markkinoinnin tulee olla pitkäjänteistä, koska sivun tulokset paranevat ajan myötä, kun myös asiakaskunta kasvaa.

Tässä konsertissa Facebook-mainonnalle ei ole valmista sivua ja asiakasryhmää, missä markkinoida tapahtumaa. Konsertista julkaistaan tapahtuma (kuva 2) Facebookissa opinnäytetyön tekijän oman Facebook-tilin kautta. Tapahtuman julkaiseminen yksityisenä henkilönä on tässä kohtaa helpoin keino tavoittaa parhaiten konsertin kohderyhmä. Tapahtuman julkaisija jakaa tapahtuman nähtäväksi kaikille Facebook-kavereilleen lähettämällä julkaistusta tapahtumasta tapahtumakutsun. Nämä kutsun saaneet voivat vuorostaan ilmoittaa omille Facebook-kavereilleen ai-

kovansa osallistua tapahtumaan tai olevansa kiinnostuneita tapahtumasta. Tällä tavalla tapahtuma lähtee tavoittamaan mahdollisimman suurta joukkoa ihmisiä. Tapahtuman lähestyessä konsertin Facebook -tapahtumassa tullaan julkaisemaan erilaista sisältöä. Sisältö tulee olemaan kertomusta tapahtuman eri vaiheista, kuten koska lipunmyynti alkaa. Myös konsertin yhteistyökumppaneista tullaan julkaisemaan kirjoitus, missä kerrotaan jokaisen yrityksen roolista tapahtuman järjestämisessä.

Vallon ja Häyrisen (2014, 128) mukaan täytyy suhtautua varauksellisesti Facebookissa oleviin tapahtumakutsuihin. Tapahtumakutsuun on helppo vastata saapuvansa paikalle tai olevansa kiinnostunut tapahtumasta. Termi no show -ihminen tarkoittaa niitä ihmisiä, jotka ilmoittavat tulevansa paikalle tapahtumaan, mutta eivät tulekaan. Erityisesti sosiaalisen median kautta vastattujen kutsujen joukossa on erityisen korkea no show -ihmisten prosentti. Myös tässä konsertissa tulee ottaa varauksella ihmisten ilmoittautuminen tapahtumaan. Tapahtumaan ilmoittautuneiden joukossa tulee olemaan varmasti pienempi prosentti niitä jotka jättävät tulematta, kuin ne ihmiset jotka ilmoittavat olevansa kiinnostuneita tapahtuvansa ja olisivat mahdollisesti osallistumassa tapahtumaan.



TULKUON JOULU
Hyväntekeväisyyskonsertti
Amanda Peltola & AlBumi

JOULU
17 Tulkoon joulu -hyväntekeväisyyskonsertti
 Julkinen · Järjestäjä: Amanda Peltola

17. joulukuuta 2017 klo 19:00–20:30
 noin 4 kuukautta sitten

Koulukeskus Jalasjärvi
 Jalasjärvi [Näytä kartta](#)

Kuva 2. Julkaistu tapahtuma Facebookissa (Facebook-julkaisu 27.11.2017).

3.3 Lehtimainonta

Monille lehtien tilaajille suuri syy tilata lehti on sen paikallisuus. Paikallislehden vahvuutena on tavoittaa paikallinen kohderyhmä muita medioita paremmin. Sanomalehdessä olevan ilmoituksen pystyy tekemään ajankohtaiseksi lehden muun mainonnan kanssa. Paikallislehdellä on tärkeä paikka kotitalouksissa muiden isompien valtakunnallisten tai maakunnan lehtien kanssa. (Raninen & Rautio 2002, 118.)

Lehti-ilmoituksen tehokkuuteen vaikuttavat mainoksessa seuraavat seikat (Raninen & Rautio 2002, 123):

- ilmoitusajankohta
- sijainti lehdessä
- ilmoituksen muoto ja koko
- ilmoituksen kuvat
- ilmoituksen värit, asettelu ja tekstit

Sanomalehtimainoksen hinta määräytyy ilmoituksen koon mukaan, joka lasketaan palstamillimetrien mukaan. Ilmoituksen korkeus kerrotaan käytettyjen palstojen mukaan (Raninen & Rautio. 2002, 127). Tämän tapahtuman lehti-ilmoituksen leveys on 2 palstaa ja korkeus 4,5 pmm, jonka mukaan ilmoituksen hinta määräytyy.

Konserttia edeltävänä torstaina 14.12 julkaistaan lehtimainos Jalasjärven paikallislehdessä Tulkoon joulu -hyväntekeväisyyskonsertista. Konsertin lehtimainoksesta tehdään värillinen ilmoitus, jotta se kiinnittäisi mahdollisimman hyvin ihmisten huomion. Lehtimainokseen tulee sisällyttää vain tärkein sisältö, jotta mainoksesta tulee mahdollisimman pieni ja näin mainoksen hinta on mahdollisimman alhainen. Lehti-ilmoitukseen tulee sisällyttää vain kaikki olennainen tieto, jota lehden lukija voisi oletettavasti tarvita. Lehtimainoksen ovat kalliita panostuksia markkinoinnissa, vaikka kyseessä onkin paikallislehti, johon lehti-ilmoitus tulee. Silti lehtimainoksesta joutuu maksamaan hyvän hinnan. Mainoksen tulee erottautua muiden mainosten joukosta edukseen mahdollisimman hyvin, vaikka mainos olisikin pienehkö. Mainoksen kautta olisi hyvä pystyä välittämään konsertin teemaa ihmisille. Tärkein asia, joka olisi hyvä mahdollistaa tulevaan konsertin lehtimainokseen, ovat yhteistyökumppanit. Tähän mainokseen ei ole kuitenkaan ole mahdollista kokonsa vuoksi mahdollistaa

kaikkia yhteistyökumppaneita. On kuitenkin hyvä, että konsertin yhteistyökumppanit näkyvät konsertin muussa markkinointimateriaalissa, kuten mainosjulisteissa. Yhteistyökumppanit ovat näyttävästi mukana myös Facebook-mainonnassa, sekä itse konsertissa. Yhteistyökumppaneiden toivotaan ymmärtävän, ettei heidän logojaan voida mahduttaa konsertin jokaiseen markkinointimateriaaliin ja varmasti myös he sen ymmärtävät, koska kyseessä on hyväntekeväisyyskonsertti, jolloin jokainen säästö budjetista menee kuitenkin hyväntekeväisyyskohteeseen.



Kuva 3. JP Kunnallissanomien mainos konsertista (JP Kunnallissanomat. 14.12.2017).

3.4 Mainosjuliste

Mainosjulisteen olennainen asia on fontin tyyppi eli kirjainten ulkonäkö. Fontti viestittää lukijalleen yhtä tärkeän sanoman, kuin mainoksen tekstin sisältökin. Konsertin mainosjulisteessa erilaiset fonttityypit elävöittävät julisteen ulkonäköä. Mainosjulisteen teossa tärkeä osa on sommitella mainokseen haluttavat osaset tasapainoiseksi kokonaisuudeksi. Sommiteltavina elementteinä ovat kuvat ja tekstit. (Raninen & Rautio 2002, 222–229.)

Mainosjulisteen luonnostelu

Mainosjulisteen luonnostelu kannattaa aloittaa hyvissä ajoin ennen konserttia. Valmis mainosjuliste auttaa myös koko tapahtuman teeman hahmottamisessa. Mainosjulisteen luonnosteleminen auttaa tiivistämään tapahtuman halutun teeman. Koska tämän tapahtuman mainosjulisteen luonnostelussa ei ole käytössä mitään ammattilaisten käyttämää ohjelmaa, mainosjulisteen luonnos rakentuu luovuutta käyttäen

Word-ohjelmassa. Mainosjulisteiden luonnoksen tekoon voi kulua paljonkin aikaa, koska jos mainosjulisteesä on monta liikkuvaa elementtiä, voi osasten sommittelua jatkaa vaikka kuinka pitkään erilaisilla variaatioilla. Tässä kohtaa on hyvä käyttää luovuuttaan, jos aikaa vain riittää.

Konsertin mainosjulisteen luonnostelun ensimmäinen vaihe on miettiä mitä kaikkea tietoa julisteeseen halutaan. Ensimmäiseksi tulee miettiä mitä tekstiä ja minkälaisia kuvia mainosjulisteeseen halutaan mahtutaa. Konsertin mainosjulisteeseen on tärkeää saada ensinnäkin konsertin nimi näkyvästi esille, sekä se, että konsertti on hyväntekeväisyystapahtuma. Julisteeseen tulee laittaa myöskin konsertin solistin, sekä konsertissa soittavan bändin nimet ja valokuvat näkyvästi esille. Tärkeät tekstit, joita tulee mainosjulisteeseen sisällyttää, ovat tapahtumapaikka, sekä aika. Myös lippujen hinta ja niiden ostopaikka tulee ilmoittaa mainosjulisteesä selkeästi. Konsertin mainosjulisteeseen on tärkeää saada näkyville myös konsertin yhteistyökumppaneiden logot, sillä he ovat tärkeä osa konsertin järjestämistä.

Tässä projektissa mainosjulisteen luonnoksen saatua viimeisen muotonsa juliste siirretään ammattikäytössä olevaan muokkausohjelmaan (liite 2). Julisteiden luonnos kootaan uudelleen täysin mainosjulisteen luonnoksen mukaan uuteen muokkausohjelmaan. Tämä käytettävä muokkausohjelma valmistaa painolaatuisia julisteita, joita myös monet ammattilaiset ja painotalot käyttävät työssään. Kun luonnos on siirretty toiseen ohjelmaan, on vuorossa julisteiden tulostaminen. Mainosjulisteet voidaan tämän jälkeen tulostaa halutussa koossa.

Mainosjulisteen painatus

Mainosjulisteen painatusta miettiessä kannattaa pohtia, miten laadukas julisteiden halutaan olevan. Julisteiden laatu korreloi siihen, miten paljonko rahaa joudutaan käyttämään mainosjulisteeseen. Painotalot valmistavat laadukkaasti haluamasi markkinointimateriaalit, mutta tämä vie suuren osan tapahtuman budjetista. Painatessa mainosjulisteet ammattilaisella painotalossa, joutuu mainosjulisteen painatusmäärää rajoittamaan, jotta budjetti ei ylittyisi. Tämä tarkoittaisi myös sitä, että mainosjulisteen levityspaikat joutuisi harkita tarkkaan. Koska tässä tapahtumassa budjetti halutaan pitää mahdollisimman pienenä, julisteet valmistetaan itse tulostamalla. Tämä on halpa vaihtoehto, jos julisteiden laatu ei tarvitse olla täydellinen ja

saman laatuinen, kun mitä painotalot tuottaisivat. Itse tulostamalla julisteet pystytään tulostamaan käytössä olevalla tulostimella kokoon A3. Tämä koko on tarpeeksi suuri, jotta mainosjulisteet erottuvat kauppojen ilmoitustaululta. Konsertin tarpeisiin mainosjulisteista tulee konsertin tarpeisiin myös tarpeeksi laadukkaita julisteita.

Tuottamalla mainosjulisteet halvemmalla, voidaan julisteita valmistaa enemmän budjetin raameissa. Tällä tavalla mainosjulisteiden mainospaikkoja pystytään myös laajentamaan, jolloin mainosjuliste tavoittaa lisää silmäpareja. Mainosjulisteiden mainospaikkoja voidaan laajentaa ympäri Jalasjärveä ja sen lähikuntien erilaisiin liikkeisiin ja kaupunkeihin, joissa konsertin kohderyhmän ihmiset voisivat vieraila. Mainosjulisteiden jakamisessa kannattaa hyödyntää vanhempien, sukulaisten ja ystävien apua, jolloin mainosjulisteet jakautuvat helpommin ympäri pitäjää.

4 TULKOON JOULU -HYVÄNTEKEVÄISYYSKONSERTTI

Vallon ja Häyrisen (2014, 93–94) mukaan tapahtuma on käytännössä samanlainen tilanne, kun kutsuisit vieraita kylään. Vieraiden halutaan viihtyvän, heidän tulee tuntea itsensä kotoisaksi. Vieraiden tulee kokea myös se, että heitä varten on nähty vaivaa. Tapahtuman järjestämisessä tulee olla positiivista energiaa, jotta tapahtuma olisi onnistunut. Tekemisen iloa tarvitaan projektin aikana, jolloin ilo välittyy tapahtumassa mukana oleville.

Tämä on tärkeä ohjenuora Tulkoon joulukonsertin toteutuksessa, sillä konserttiin tulijoiden tulee tuntea olonsa kotoisaksi ja odotetuksi. Suuri toive on saada konsertin toteutuksen kautta välittymään se ilo, millä konsertti on rakennettu. Tämän ohjeen perusteella täytyy nauttia projektin jokaisesta vaiheesta suunnittelusta toteutukseen, jotta ilo välittyy kuulojoilleen sitten kun on konsertin aika.

4.1 Tapahtuman tausta

Opinnäytetyön tekijällä idea konsertin järjestämisestä syntyi jo muutama vuosi sitten. Ensimmäisen kerran realistinen ajatus konsertin järjestämisestä oli keväällä 2014, jolloin konsertin järjestämiseen kannusti musiikinopettaja. Vasta nyt ajankohta konsertin järjestämiseen alkoi tuntua oikealta. Varsinkin konsertin järjestäminen opinnäytetyöksi tuntui loogiselta ja oikealta ajankohdalta. Konsertin ajankohdaksi valikoitui nopeasti joulun aika, jolloin konsertista tuli joulukonsertti.

Joulun sesonki on aikaa, jolloin ihmisiä on paljon liikkeellä. Ennen joulua ihmiset aktivoituvat joulun valmisteluun, johon kuuluu joululahjojen osto, jouluruokien valmistelu, kodin siivoaminen joulukuntoon, sekä joulumusiikin kuuntelu. Monet käyvät ennen joulua kauneimmissa joululauluissa, jossa lauletaan yhteislauluja, mutta myös erilaisia joulukonsertteja on tarjolla. Joulukonsertin teema on selkeä ja sen puitteissa on helppoa luoda tunnelmallinen konsertti.

Konsertin tarkoituksena on myös lahjoittaa tapahtuman tuotto hyväntekeväisyyteen. Konsertin tuoton lahjoittaminen hyväntekeväisyyteen on luonteva valinta, sillä tapahtuman tarkoituksena on muutenkin tuoda hyvää mieltä ihmisille. Koska konsertin

järjestäminen on opinnäytetyn kohteena, on hienoa pystyä lahjoittamaan tuotto eteenpäin. Hyväntekeväisyys- teema saa myös ihmisiä yleensä paremmin liikkeelle, kun osallistumalla tapahtumaan tukee myös hyvää tarkoitusta. Hyväntekeväisyyskohde valikoitui nopeasti tapahtuman suunnitteluvaiheessa. Koska konsertti on kulttuurillinen tapahtuma, myös konsertin tuotto menee kulttuurin ja musiikin pariin. On tärkeää tukea lasten ja nuorten kulttuurista kehitystä. Tästä syystä kohteeksi valikoitui nimenomaan lasten ja nuorten kulttuurin edistäminen.

4.2 Tapahtuman nimeäminen

Tapahtuman tai konsertin nimeä suunniteltaessa, on tärkeää ajatella, minkälaisen mielikuvan nimellä halutaan antaa. Tapahtuman nimen tulee olla mieleenpainuva. Nimi on yleensä se asia, joka pitää jäädä ihmisille mieleen, kun he näkevät ilmoituksen tulevasta konsertista. Kun ihmiset kertovat tapahtumasta eteenpäin ystävilleen on tärkeää, että konsertin nimi olisi jäänyt heille mieleen. Usein tunnetuilla solisteilla myös konsertti kulkee heidän nimellään, koska heidän nimi on tunnettu. Tässä tapauksessa konsertti halutaan olevan kokonaisuus, eikä ainoastaan solistin esiintyminen. Tästä syystä johtuen konsertin nimeksi tulee nimi, joka kuvaa mahdollisimman hyvin sitä millainen konsertti tulee olemaan.

Tässä konsertissa tärkeimpänä ajatuksena on virittää ihmiset joulun viettoon ja saada heidät rauhoittumaan hetkeksi kaiken joulukiireen keskellä. Rauhoittumalla kiireestä ja joulustressistä, ihmiset ehkä löytävät sen joulun tärkeimmän sanoman eli rauhoittumisen läheisten kanssa. Konsertti halutaan olevan tunnelmallinen ja ei ainoastaan konsertti jossa soitetaan musiikkia vaan kokonaisuus, johon kuuluu niin musiikki kuin visuaalisuuskin. Konsertin nimessä on tärkeää tuoda mahdollisimman hyvin esiin nämä mielikuvat. Tapahtuman nimi, Tulkoon joulu -hyväntekeväisyyskonsertti, tulee samannimisestä joululaulusta. Tämä joululaulu välittää juuri sellaista joulun tunnelmaa, jota myös tällä konsertilla halutaan välittää sen kuulijoille. Opinnäytetyön tekijälle tämä joululaulu antaa lämpimän joulunodotuksen tunnelman, jota tällä konsertilla halutaan sen kuulijoille välittää.

4.3 Tapahtuman tuottaminen

Tapahtuman tuottajalla on vastuu kokonaisuudesta, jolloin tulee varmistaa, että jokainen yksityiskohta toimii. Vallon ja Häyrisen (2014, 95) mukaan kokeneet tapahtuman tuottajat osaavat hallita kaikki pienetkin yksityiskohdat. Tapahtumaa ei heidän mukaansa tule järjestää suurpiirteisesti, sillä se kostaantuu jossain kohtaa projektia.

Tässä tapahtumassa opinnäytetyön tekijän rooli on toimia tämän tapahtuman tuottajana. Yleisesti tapahtumien tuottajat pitävät kaikki langat käsissään ja vastaavat tapahtuman sisällöstä, markkinoinnista, mainonnasta, budjetoinnista ja työvaiheiden organisoimisesta (Saksala 2015, 23). Tässä tapahtumassa tuottajan rooli on monipuolinen. Tuottajan ensimmäiseen tehtävään kuuluu konsertin suunnitelman laatiminen, johon kuuluu tapahtuman ajankohdan ja paikan miettiminen. Tuottajan tehtävänä on varata konsertin esiintymissali, sekä tiedustella mahdollisuus saada yhteistyökumppanuuden kautta esiintymispaikka ilmaiseksi konsertin käyttöön. Tärkeänä tuottajan tehtävänä tässä projektissa on olla yhteydessä yhteistyökumppaneihin ja sopia heidän kanssaan yhteistyönkuvioista. Tuottaja suunnittelee markkinoitviestintä suunnitelman, ja toteuttaa sen käytännössä. Tässä tapahtumassa tuottaja suunnittelee itse kaiken markkinointimateriaalin, jotta budjetti pysyy mahdollisimman maltillisena.

Kun konsertti lähestyy, tuottajan tehtävänä on huolehtia konsertin esiintymistilan valmistelusta ja mahdollisesti organisoida vapaaehtoisväen työtehtäviä. Konsertin aikana tuottajan tulee huolehtia asioiden sujuvuudesta ja hoitaa mahdolliset ongelmatilanteet. Tuottajan tehtävänä tässä tapahtumassa on vastata tapahtuma ulkoisesta ja sisäisestä viestinnästä. Tässä projektissa tulee olemaan vapaaehtoisväkeä, jolla on paljon kokemusta tämän kaltaisten tapahtumien järjestämisestä. Koska konsertin tuottaja toimii tuottajan roolissa ensimmäistä kertaa, on hyvä, että tapahtuman järjestämisessä on kokenutta apua saatavilla tarpeen tullen.

4.4 Yhteistyökumppaneiden valinta

Yhteistyökumppaneita miettiessä kannattaa asettua yrityksen asemaan, miettien sitä, mikä olisi heille eduksi. Sellaisia organisaatioita, jotka hyötyisivät yhteistyöstä, kannattaa lähestyä mahdollisesta yhteistyöstä. Myös tapahtuman ja yrityksen imago ja arvomaailma tulisi olla samankaltainen konsertin tavoitteiden kanssa. Yritykset haluavat selkeän kuvan siitä, mitä tapahtuma pitää tarkalleen sisällään, jolloin he pystyvät muodostamaan oikealaisen kuvan tulevasta tapahtumasta ja tekemään päätöksen osallistumisesta. (Vallo & Häyrinen 2014, 54.)

Kauhasen ym. (2002, 41) mukaan tapahtuman suunnittelemisen aloitusvaiheessa on tärkeää miettiä mahdollisimman pian yhteistyökumppaneita. Yhteistyökumppanit jaetaan kirjan mukaan kuuteen eri ryhmään:



Kuvio 3. Erilaiset yhteistyökumppanuudet (Kauhanen ym. 2002, 41).

Tässä tapahtumassa ei ole jokaisesta kirjassa mainitusta jaottelusta yhteistyökumppania. Tapahtuman järjestämisen kannalta on tärkeää saada projektiin mukaan yrityksiä joiden panostus parantaa tapahtuman laatua. Tässä tapahtumassa yhteistyökumppaneiden valinta tapahtuu sen perusteella, keiden apua tarvitaan tapahtuman järjestämisessä. Yritysten kannalta on tärkeää, että tapahtuman tukeminen hyödyttää myös heitä jotenkin.

Konsertin yhteistyökumppanit ovat pääasiallisesti samalta paikkakunnalta, jossa konsertti järjestetään. Tällöin yritykset hyötyvät parhaiten konsertin markkinoinnin

tuomasta näkyvyydestä. Yrityksen nimen näkyessä tapahtuman markkinointimateriaalissa, ovat he myös tukemassa samalla konsertin hyväntekeväisyyskohdetta ja jakavat saman arvomaailman. Pääasiassa yrityksiä lähestytään sähköpostin välityksellä. Sähköpostilla yritysten lähestyminen on hyvä keino selkeästi välittää yhteydenoton tarkoituksen. Kirjoittamalla pystyy tarkasti ilmaisemaan konsertin luonteen ja tarkoituksen, sekä sen mikä yrityksen rooli olisi tulevassa tapahtumassa. Sähköpostin lähettäminen antaa myös yritykselle aikaa miettiä organisaation sisällä lähtevätkö he mukaan yhteistyökumppaniksi.

Lenmol Oy. Lenmol Oy on vuonna 1976 perustettu tekstiilialan yritys, jonka tehdas ja pääkonttori sijaitsevat Jalasjärvellä. Yritys työllistää heidän nettisivujen mukaan noin 20 henkilöä. Lenmol Oy:n toiminnan perusajatuksena on yrityksen tuotteiden kotimainen ja kilpailukykyinen tuotanto ja suunnittelu. Lenmolin valikoimiin kuuluu kodin erilaiset sisustustekstiilit, kuten verhot ja sisustustyyny. Yritys valmistaa tehtaassaan myös huonekaluteollisuudelle kankaita ja pehmusteita. Heidän palveluihin kuuluu myös kotien ja julkisten tilojen tilasuunnittelu. (Lenmol Oy, [viitattu 3.5.2018].)

Lenmolilta tähän projektiin lähti mukaan sisustussuunnittelija Maija Tamminen. Hänen kanssaan yhteistyössä konserttiin laaditaan suunnitelma tunnelmallisesta ja talvisesta konsertin esiintymisalueesta. Yhteistyö alkoi vierailulla Lenmolin Jalasjärven myymälässä, jossa yhdessä Maija Tamminen kanssa valikoitiin erilaiset tekstiilit konserttia varten. Tilasuunnitelma valmistui nopeasti kankaiden, sekä muiden sisustustekstiilien valinnan jälkeen. Haluttu tyyli suunta pohjautui pitkälti jo suunnitellun mainosjulisteen teemaan. Tekstiilien valinnan jälkeen oli vuorossa muun rekvisiitan miettiminen konserttiin. Yhteydenpito jatkui puhelimen välityksellä ja seuraava tapaaminen oli päivää ennen konserttia. Lauantaipäivällä konserttisali vapautui ja alkoi konsertin lava-alueen somistaminen. Salin somistus valmistui iltaan mennessä ja se oli juuri konsertin teeman mukainen ja parempi kuin oli odotettavissakaan. Konsertin lava-alue ylitti odotukset, sillä vaikka suunnitelma oli laadittu, oli hienoa nähdä sali valmiina.

Morsiuspukuliike Haavemaa. Morsiuspukuliike Haavemaa on seinäjokinen juhlapukuja myyvä ja vuokraava yritys. Yrityksen kanssa yhteydenotto tapahtui myös sähköpostin välityksellä. Sähköpostissa tiedusteltiin, olisivatko he kiinnostuneita lähtemään mukaan konsertin toteutukseen. Ajatuksena oli heidän kauttaan saada

lainaksi juhlapuku konsertin solistin käyttöön. Morsiuspukuliike Haavemaa halusi ystävällisesti lähteä mukaan ja antaa oma panostuksensa konsertin toteutukseen. Muutamaa viikkoa ennen konserttia tapahtui esiintymisasujen sovitus yrityksen työntekijän kanssa. Konsertin teeman vuoksi optimaalinen esiintymisasu olisi tummansininen juhla-asu. Liikkeessä oli täydellinen juhlamekko, joka sopi konsertin teemaan. Puku oli juuri sopivan juhlava, mutta ei kuitenkaan liian vanhojentanssimekko-tyyppinen. Konsertin jälkeen esiintymisasun sai sovitusti palauttaa, jolloin he huolehtivat puvun pesusta seuraava käyttökertaa varten.

Hair & Beauty Spa. Tämä Seinäjoella sijaitseva yritys tarjoaa laadukkaita parturikampaamo- ja kosmetologipalveluita. Parturikampaamopuolen yrittäjä on kotoisin Jalasjärveltä ja siksi hänen yhteistyönsä konsertissa oli luontevaa. Yrittäjä Laura Lähdesmäki toteutti konsertin solistin kampauksen ja meikin illan konserttia varten. Tässä tapauksessa, kun konsertin järjestäjänä on konsertin solisti ja murehdittavaa riittää ihan konsertin alkuun asti, on todella suuri helpotus, että kampauksen ja meikkauksen saa jättää ammattilaisen hoidettavaksi. Ammattilaisen työskennellessä on hyvää aikaa keskittyä ja rauhoittua konserttia varten. Tässä kohtaa on myös hyvä hetki viimeistellä, jos on viime hetken asioita hoidettavana. (Hair & Beauty Spa, [Viitattu 3.5.2018]).

H-Sound. H-Sound on Jalasjärvinen yritys, joka tuottaa äänentoisto- ja valaistuspalveluita erilaisiin tapahtumiin. Yrityksen perustaja Kristian Huovinen kuuluu myös konsertin bändin kokoonpanoon. H-Soundin kaluston avulla konserttiin toteutetaan äänentoisto, sekä valaistus. Koska esiintymissali on iso ja myös lava-alue, tarvitaan konserttia varten paljon teknisiä laitteita. H-Soundin kautta konserttiin palkattiin myös ääniteknikko, joka miksasi salin äänen. (H-Sound, [Viitattu 10.5.2018]).

Ylivallin Nuorisoseura. Hiidenkirnu Pirunpesä on Ylivallin Nuorisoseuran pyörittämä matkailunähtävyys, joka on auki aina kevästä syksyyn. Ylivallin nuorisoseura on tapahtuman nimellisesti järjestävä taho. Nuorisoseura on yhdistys, jonka tehtävä tässä tapahtumassa on olla mukana konsertin järjestämisessä vapaaehtoistyötoimin, sekä hoitaa konsertin maksuliikenne heidän kirjanpitäjän kautta

Elokuvateatteri Kino. Kino on paikallinen elokuvateatteri Jalasjärvellä. Kinon omistaa Mukula r.y., joka järjestää monenlaisia musiikkitapahtumia Jalasjärvellä ympäri

vuoden. Kesän lopussa he järjestävät Aukusti -tapahtuman, joka on kaksipäiväinen musiikkifestivaali Jalasjärven keskustassa Lamminjärven rannalla. Talvella Aukusti on järjestänyt nyt jo muutaman vuoden ajan IIsut- tapahtumaa Jalasjärven urheiluhallilla. Koska Mukula r.y. on suuri kulttuuritapahtumien järjestäjä Jalasjärvellä, oli luontevaa pyytää heitä konsertin yhteistyökumppaniksi. Elokuvateatteriin tuli myyntiin muutamaa viikkoa aikaisemmin konsertin ennakkoliput.

Kurikan kaupunki. Kurikan kaupunki avusti konsertin järjestämisessä tarjoamalla ilmaiseksi käyttöön konsertin urheilusalin. Yhteydenotto Kurikan kaupunkiin tapahtui sähköpostin välityksellä kulttuuritoimen johtajan kanssa. Hänen kauttaan tämän kaltaiset päätökset hoidetaan kaupungissa. Jonkin ajan kuluttua häneltä tuli puoltava vastaus salin ilmaisesta käytöstä konserttia varten. Tämän jälkeen otettiin yhteyttä kirkonkylän ala-asteen sihteeriin, jolla on hoidettavana tämä salin varauskirja. Tavallisesti sali, missä konsertti järjestettiin, olisi maksanut ison summan ja vienyt huomattavan osan budjetista, joten tämä oli merkittävä yhteistyökumppanuus konsertille. Samalla konsertti saavutti hyvää näkyvyyttä saadessaan ilmoittaa Kurikan kaupungin olevan yksi konsertin yhteistyökumppaneista.

5 KONSERTIN ONNISTUMISEN ARVIOINTI

Opinnäytetyön tekijän mielestä tapahtuma oli erittäin onnistunut. Opinnäytetyön kirjoittaminen yhdessä konsertin järjestämisen kanssa sai pohtimaan tapahtuman järjestämistä syvällisemmin. Perinpohjainen suunnitelma auttoi ottamaan huomioon monta tärkeää asiaa, joita tulee ottaa huomioon tapahtumaa järjestettäessä. Konsertin suunnitelma auttoi luomaan konsertille markkinointiviestintäsuunnitelman. Tässä viestinnän suunnitelmassa valitut markkinointiviestinnän keinot olivat juuri oikeat tapahtuman luonteelle. Lehti-ilmoitus toteutui aikataulussa ja se mukautettiin sopivaan tapahtuman budjettiin. Lehti-ilmoituksen ulkonäkö vastasi konsertille valittua teemaa, joka piti markkinointikampanjan yhtenäisenä.

Facebookissa julkaistu tapahtuma tavoitti myös paljon ihmisiä. Tapahtuman läheisyydessä Facebookin kautta yli 50 ihmistä ilmoitti osallistuvansa tapahtumaan ja melkein 130 ihmistä ilmoitti olevan kiinnostunut tapahtumasta. Tapahtumailmoitukselle ei ollut asetettu selkeää tavoitetta, miten paljon ihmisiä pitäisi ilmoittaa tulostaan tai kiinnostuksestaan. Saavutettuun tapahtumailmoituksen julkisuuteen Facebookissa sai olla kuitenkin erittäin tyytyväinen.

Konserttiin suunniteltu mainosjuliste sopi täydellisesti konsertin teemaan ja julisteseen saatiin ylös kaikki se tieto, mitä oli tarkoituskin saada. Mainosjuliste oli myös visuaalisesti hyvin aseteltu ja julisteen värit ja kuvat noudattivat teemaa täydellisesti. Myös muu markkinointimateriaali, kuten ohjelmalehtinen ja lippu, sopi ulkonäöllisesti tapahtumaan.

Tapahtumapaikasta tuli yhteistyökumppanin kanssa yhteistyöllä juuri sellainen kuin se oli Lennolin työntekijän Maija Tammisen kanssa suunniteltu. Konserttisali oli tunnelmallinen ja ajatuksella sisustettu, joka hienosti yhdisti konsertin teeman ja konsertista jo julkaistun markkinointimateriaalin. Konserttialueen järjestelyt toteutuivat aikataulussa ja kaikki saatiin rakennettua ajoissa. Lava-alueen valmistuttua oli viimeiset bänditreenit, jolloin päästiin ensimmäistä kertaa soittamaan esiintymispaijalla. Viimeiset harjoitukset sujuivat hyvin ja ongelmia ei syntynyt. Tämän jälkeen sai ruveta keskittymään itse konsertin aloitukseen ja valmistautua siihen.

Konsertista ei kerätty palautekyselyä, sillä se olisi ollut tapahtuman luonteen vuoksi hieman hankalaa. Opinnäytetyön ohjaajan kanssa juteltiin erilaisista vaihtoehdoista kerätä palautetta. Totesimme kuitenkin palautteen keräämisen olevan hieman vaikeaa, koska tapahtuma on konsertti.

Tulkoon joulukonsertti oli isoilla puitteilla järjestetty tapahtuma. Opinnäytetyönkin kannalta oli hyvä järjestää tapahtuma, johon panostetaan paljon. Tapahtumassa oli mukana paljon yhteistyökumppaneita, joista jokainen antoi tärkeän panostuksen konserttiin. Konsertin järjestämisestä voisi tulla jokavuotinen perinne, esimerkiksi joulun odotuksen aikana, jolloin konsertin teema olisi selkeä. Ison konsertin järjestäminen opetti paljon tapahtumajärjestämisestä ja sen markkinoinnista. Tulkoon joulukonsertti antoi haaveen järjestää jatkossakin erilaisia konsertteja, sillä kuuli-joita konserteille varmasti olisi. Konsertin järjestäminen jatkossa pienimuotoisemmin on kuitenkin parempi vaihtoehto. Ison konsertin järjestäminen tähän kohtaan oli kuitenkin oikea ratkaisu. Pienemmällä panostuksella järjestettävä tapahtuma olisi rahallisesti pienempi panostus, jolloin myös konsertista voisi saada enemmän tuottoa.

Yhteistyö Ylivallin nuorisoseuran kanssa toimi moitteettomasti. Konsertin maksullinen kulkue kulki nuorisoseuran tilin kautta ja siitä huolehti yhdistyksen oma kirjanpitäjä. Tämä jakoi osan vastuusta toimeksiantajalle ja se myös selkeytti huomattavasti tapahtuman järjestämistä. Lisäksi nuorisoseuralta oli konsertin järjestämisessä mukana vapaaehtoisia auttajia, jotka olivat mukana konsertin purkamisessa, sekä liikenteenohjauksessa.

Heti konsertin jälkeen yleisö tuli antamaan suullisesti palautetta tapahtumasta. Yleisö joutui jopa jonottamaan että he pystyivät antamaan oman kiitoksensa tapahtuman järjestämisestä konsertin solistille. He kiittelivät hyvin järjestetystä ja onnistuneesta tapahtumasta. Kiitosta tuli myös konsertin huolellisesti järjestetystä esiintymisalueesta ja konsertissa esitetty musiikki sai paljon ylistystä. Konsertin tavoitteet olivat selkeästi tämän palautteen perusteella täyttyneet. Konsertin yhteistyökumppanit olivat erittäin tyytyväisiä tapahtuman onnistumiseen. Yhteistyökumppaneille tarjottiin mahdollisuus osallistua ilmaiseksi konserttiin ja moni saapui paikalle kuuntelemaan valmista esitystä, jonka järjestämisessä jokainen oli jollain lailla mukana. Konsertissa soittaneen AIBumi -bändin jäsenet kiittelivät myös onnistuneesta

tapahtumasta ja he olivat erittäin tyytyväisiä tapahtuman järjestelyihin ja tapahtumaan saapuneeseen yleisömäärään. Kaiken kaikkiaan Tulkoon Joulu -konsertti oli opinnäytetyön tekijän unelmien täyttymys, josta hän oli jo pitkään haaveillut. Konsertti taltioitiin ammattilaisen videokuvaajan toimesta, joten konsertin tunnelmaan voi palata halutessaan aina uudelleen.

LÄHTEET

- Hair & Beauty Spa. 2015. Hair & Beauty Spa on palveleva ja moderni hyvinvointikeskus Seinäjoen keskustassa. [Verkkosivu]. Graphic Design Koivuporras. [Viitattu 7.5.2018]. Saatavana: <http://www.hair-beautyspa.fi/yritys>
- H-SOUND. Ei päiväystä. Etusivu. [Verkkosivu]. H-SOUND. [Viitattu 10.5.2018]. Saatavana: <http://www.h-sound.net/>
- Juslén J. 2013. Facebook-mainonta. Vantaa: Akatemia 24/7 Oy.
- Jyrä, J. 2010. Nupit kaakkoon: musiikkitilaisuuden järjestäminen. Helsinki: Kustannus-Osakeyhtiö Kotimaa.
- Kauhanen, J. Juurakko, A. & Kauhanen, V. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Vantaa: WSOY.
- L 30.12.1992/1535. Tuloverolaki.
- Lennol Oy. "Ei päiväystä". Lennol Oy: Yritys. [Verkkosivu] Lennol Oy. [Viitattu 7.5.2018]. Saatavana: http://www.lennol.fi/lennol_oy
- Nuorisoseuran strategia ja arvot. 2016. Nuorisoseurojen toiminta-ajatus. [Verkkosivu]. Nuorisoseurat. [Viitattu 6.5.2018]. Saatavana: <https://nuorisoseurat.fi/jarjesto/strategia-ja-arvot/>
- Rautio, J. & Raninen, T. 2002. Mainonnan ABC. Porvoo: WSOY.
- Saksala, E. 2015. Tuottajan käsikirja. Helsinki: Like Kustannus Oy.
- Vallo, H. & Häyrinen, E. 2014. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma Oy.
- Verotusohje yleishyödyllisille yhteisöille. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. [Viitattu 5.5.2018]. Saatavana: https://www.vero.fi/syventavat-vero-ohjeet/ohje-haku-sivu/47999/verotusohje_yleishyodyllisille_yhteisoi3/

LIITTEET

Liite 1. Lehtikirjoitus

Liite 2. Mainosjuliste

Liite 3. Pääsylippu

Liite 4. Ohjelmalehtisen etu- ja takakansi

Liite 5. Ohjelmalehtisen sisäsivut

LIITE 1. Kuvallinen lehtikirjoitus konsertista (JP Kunnallissanomat 11.12.2018)



Amanda Peltola laulaa joulukonsertissa Albumin säestyksellä.

Joulumieltä hyvän- tekeväisyyskonsertista

TERHI RINTALA

Tulevana sunnuntaina Jalasjärven koulukeskuksessa järjestetään hyväntekeväisyyskonsertti, jonka tuotto menee jalasjärveläisten lasten ja nuorten kulttuurin ja musiikin opetukseen. Konsertissa kuullaan Kurikan kultakurkku 2017 -titelin kesällä nimiinsä voittanutta **Amanda Peltolaa**. Häntä säestää Albumi-yhtye.

Konsertti kantaa nimeä Tulkoon joulu.

- Joululaulut merkitsevät minulle paljon. Niillä pystyy tuottamaan hyvää mieltä ja joulufiilistä myös muille.

Amanda Peltolan rakkain joululaulu on Taivas sylissäni.

- Lauloin sen solistina musiikkiluokkien joulukonsertissa yhdeksännellä luokalla. Oma laulamiseni käynnistyi siitä, joten sillä on merkitystä myös henkilökohtaisella tasolla.

LIITE 2. Tapahtuman pääsylippu



LIITE 3. Konsertin ohjelmalehtisen etu- ja takakansi

Konsertin yhteistyökumppanit

TULKOON JOULU

Hyväntekeväisyyskonsertti

Amanda Peltola

&

AlBumi

Lämpimästi tervetuloa!










LIITE 4. Konsertin ohjelmalehtisen sisäsivu

Solisti: Amanda Peltola

Albumin jäsenet: Kristian Huovinen, Hanna Huovinen, Tomi Ranto & Ilkka Kivimäki

Poikkihuilu: Hanna Kuhna

Viulistit: Sohvi Vuorinen ja Lotta Viitala

Miksaus: Juha Oksanen

Konsta Jylhän joululaulu

San. & Säv. Konsta Jylhä

Oi jouluyö

San. & Säv. Adophe Adam
Suom. Kyllikki Sollanterä

Heinillä härkien kaukalon

Suom. Matti Korpilahti

Hallelujah

San. & Säv. Leonard Cohen

Varpunen jouluaamuna

San. Sakari Topelius
Suom. K.A. Hougberg
Säv. Otto Kotilainen

Valkea joulu/ White Christmas

San. & Säv. Irving Berlin
Suom. Kullervo

Sydämeeni joulun teen

San. Vexi Salmi
Säv. Kalervo Halonen

Sylvian joululaulu

San. Sakari Topelius
Säv. Karl Collan
Suom. Martti Korpilahti

Jouluterveiset pohjolasta

San. & Säv. J. Feliciano
Suom. A. Ollikainen

Taivas sylissäni

Säv. Carola Häggkvist
Suom. Pia Perkiö

Tähti, Tähdistä kirkkain

San. Vexi Salmi
Säv. Kisu Jernström -
Kalervo Halonen

Tulkoon joulu

San. & Säv. Pekka Sijojoki

Happy Xmas (War is over)

San. & Säv. John Lennon –
Yoko Ono