



Osaamista
ja oivallusta
tulevaisuuden
tekemiseen

Roosa Lohenoja

Hupia Harjannostajaisiin!

Ohjelmakonseptin kehittäminen yritystapahtumaan

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Kulttuurituotannon tutkinto-ohjelma

Opinnäytetyö

22.5.2018

Tekijä(t) Otsikko Sivumäärä Aika	Roosa Lohenoja Hupia Harjannostajaisiin! Ohjelmakonseptin kehittäminen yritystapahtumaan 53 sivua + 5 liitettä 29.5.2018
Tutkinto	Kulttuurituottaja AMK
Koulutusohjelma	kulttuurituotanto
Ohjaaja(t)	Lehtori Leena Björkqvist
<p>Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena on kehittää ohjelmakonsepti yritystapahtumaan. Työn tilaajana on Avaintilaisuus Oy. Erilaisia yritystapahtumia kokonaisvastuullisesti järjestävä yritys on perustettu vuonna 2011. Yritys on erikoistunut rakentamisen kaaren juhliin, erityisesti harjannostajaisiin. Työn tavoitteena on kehittää asiakkaalle räätälöity, myyntiä edistävä ohjelmakonsepti, joka kattaa harjannostajaisten ohjelmatarpeen yhtenä kokonaisuutena.</p> <p>Ohjelmakonseptin kehittämistä varten perehdytään onnistuneen tapahtuman keskeisiin tekijöihin. Opinnäytetyön teoriana on käytetty tapahtuman tuottamisen teoriaa, palvelujen konseptointia sekä ohjelmakonseptin kehittämistä tapahtumaan. Teoreettinen viitekehys muodostuu kotimaisesta ja ulkomaisesta tapahtumatuotantoa sekä palvelujen konseptointia käsittelevästä kirjallisuudesta.</p> <p>Ohjelmakonseptin kehittämisessä sovelletaan Stefan Moritzin (2005) inspiroivaa palvelumuotoilun mallia, joka pelkistetään kolmivaiheiseksi. Mallin ensimmäisessä osassa perehdytään harjannostajaisten juhlagenreen sekä asiantuntijanäkemyksiin tilaisuuden toteutuksesta. Tutkimusmenetelminä käytetään dokumenttianalyysia, 8 x 8 -menetelmää sekä aktiivista havainnointia. Aineiston pohjalta muodostetaan asiakasprofiilit sekä ohjelmakonseptin käsikirjoitus. Kolmannessa vaiheessa kehitetään yhteistyössä esiintyvän taiteilijan kanssa kaksiosainen ohjelmakonsepti juhlaan. Ohjelmakonsepti rakentuu tilaisuuden kronologisesta käsikirjoituksesta sekä varsinaisesta show-käsikirjoituksesta.</p> <p>Opinnäytetyön tuotos on uusi ja tuore ohjelmakonsepti, joka tuottaa ”Hupia harjannostajaisiin!”. Ohjelmaan sisältyy sekä musiikillista että show-ohjelmaa, joten se kattaa harjannostajaisten ohjelmatarpeen kokonaisuudessaan. Tätä kaksiosaista ohjelmakonseptia voidaan soveltaen käyttää erilaisissa Avaintilaisuus Oy:n järjestämissä tapahtumissa. Ohjelmakonsepti yksinmyyntioikeuksineen luovutettiin tilaajalle toukokuussa 2018.</p>	
Avainsanat	tapahtumatuottaminen, palvelukonsepti, ohjelmakonsepti, kohderyhmä

Author(s) Title Number of Pages Date	Roosa Lohenoja Creating fun topping-out parties! Developing a show concept for a corporate event 53 pages + 5 appendices 29 May 2018
Degree	Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme	Cultural Management
Instructor(s)	Leena Björkqvist, Senior Lecturer
<p>The objective of this functional thesis was to develop a show concept for a corporate event. This thesis was commissioned by corporate event organizer, Avaintilaisuus Ltd. The company was founded in 2011 and its core business lies in event management, especially in the field of construction site events such as topping-out celebrations. The ultimate goal of creating this new show-concept tailored to the client's needs is to develop a genre specific show and to boost sales.</p> <p>In order to create a functional show concept, the definition of the key elements of a successful event is necessary. The theoretical part of this thesis discusses event organization in general, and service concept regarding genre specific show concepts in particular. The theoretical framework consists of Finnish and English literature dealing with event organizing and developing service concepts.</p> <p>The service concept is based on Stefan Moritz's (2005) Service Design Methods which is simplified into three key stages: understanding, generating and realizing. In the first stage, the show concept is customized by collecting data by several methods; observation, document analysis and the 8 x 8 method. On the basis of this information, a customer profile and the specific elements of this show genre are defined. Subsequently, the two-fold show concept arises; the script for the event and the script for the show entity.</p> <p>The outcome of this thesis is a reproducible show concept consisting of a musical performance and a show number. The show-concept can easily be varied and is therefore applicable for other kinds of corporate events as well. The new show concept "Fun for Topping-Out Celebrations" with exclusive sales rights was delivered to Avaintilaisuus Ltd in May 2018.</p>	
Keywords	event production, service design, show concept, target group

Sisällys

1	JOHDANTO	1
2	OHJELMAKONSEPTIN KEHITTÄMINEN TAPAHTUMALLE	5
2.1	Tapahtumatuotannon vaiheet	5
2.1.1	Kohderyhmä	7
2.1.2	Milloin, missä ja kuinka paljon?	7
2.1.3	Isännät ja esiintyjät	8
2.1.4	Tapahtuman jälkimarkkinointi	10
2.2	Palvelujen konseptointi	10
2.3	Onnistunut tapahtuma ja ohjelmakonseptin kehittäminen	12
2.4	Asiakasarvon luominen	15
3	AVAITILAISUUS OY / Juhlatykit	17
3.1	Rakentamisen kaaren juhlat	18
3.2	Juhlatykit ja harjannostajaiset	21
3.3	Harjannostajaisten toimintaympäristö ja asiakasnäkökulma	22
4	OHJELMAKONSEPTIN KEHITTÄMINEN	23
4.1	Asiakasyymmärryksen avulla ohjelmakonseptin kehittämiseen	26
4.1.1	Dokumenttianalyysi	26
4.1.2	8x8 -ideointimenetelmä	30
4.1.3	Havainnointi	35
4.2	Ohjelmakonseptin kehittämisvaihe	39
4.2.1	Asiakasprofiilit	40
4.2.2	Ideointi- ja suunnittelupalaverit	44
4.3	Ohjelmakonseptin toteuttaminen	47
5	JOHTOPÄÄTÖKSET JA ARVIOINTI	48
	Lähteet	51
	Liitteet	
	Liite 1. 8 x 8 -menetelmäpajan tulokset	
	Liite 2. Havainnointilomake	
	Liite 3. Esimerkkiraideri (salattu)	
	Liite 4. Show-ohjelman käsikirjoitus (salattu)	
	Liite 5. Valmis ohjelmakonsepti (salattu)	

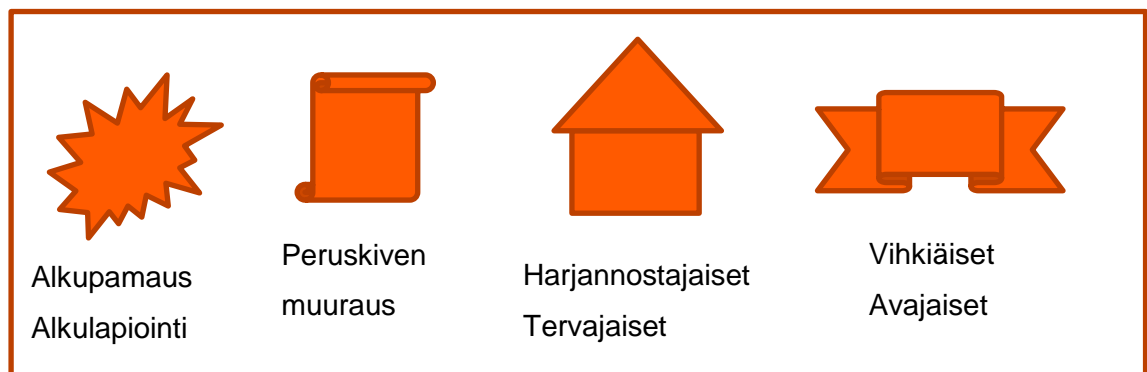
1 JOHDANTO

Suomessa on erittäin aktiivinen tapahtumatuotantokenttä, jossa pelaavat niin alan ammattilaiset kuin muut järjestävät tahot. Tuotettujen tapahtumien määrää ei ole kartoitettu, mutta se on valtava! Kentällä siis töitä riittää. (vrt. Tapahtumainfo). Tapahtumien tarkoitus on tuoda joukko ihmisiä yhteen jakamaan yhteinen kokemus. Tapahtumat tarjoavat ihmisille tilaisuuden irtiottoon arjesta: ne ovat parhaimmillaan ainutlaatuisia ja vertaansa vailla olevia kokemuksia. Onnistuneessa tapahtumassa kaikki elementit ja tunnelma ovat kohdallaan. Vallo & Häyrynen kuvaa teoksessa, *Tapahtuma on tilaisuus – tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen*, että rakenteellisesti tarkasteluna onnistunut tapahtuma muodostuu kahdesta kolmiosta: strategisesta ja operatiivisesta. Strategisen kolmion kolme kysymystä ovat: Miksi tapahtuma järjestetään? Kenelle tapahtuma järjestetään? Mitä järjestetään? Operatiiviset kysymykset puolestaan vastaavat kysymyksiin: Miten tapahtuma järjestetään? Millainen tapahtuman ohjelma on? Kuka toimii tapahtuman isäntänä? (Vallo & Häyrynen 2012, 101-104.) Kun strategisesta ja operatiivisen kolmion kysymyksiin on kattavasti vastattu, lähtökohdat onnistuneelle tapahtumalle ovat olemassa. Nämä strategiset ja operatiiviset kysymykset toimivat myös tämän toiminnallisen opinnäytetyön kivijalkana. Kaksoiskolmion kysymyksiin vastaamalla on mahdollista kehittää asiakkaan tarpeet täyttävä, toimiva ja helposti myytävä ohjelmakonsepti genrespesifiin yritystapahtumaan.

Yritykset järjestävät vuoden ja vuosien mittaan erilaisia tilaisuuksia erilaisiin tarpeisiin. Olipa kyseessä markkinointi, viestintä, koulutus tai henkilöstön huomiointi, tapahtuman avulla siihen saadaan sykkettä. Niinpä yritysten arkisten töiden ohella kulkee tapahtumajärjestelyjä, joiden tuottamiseen usein hankitaan ulkopuolista apua. Jokainen meistä lieinee osallistunut yrityksen pikkujouluihin, mutta monet myös virkistyspäiviin tyky- ja tyhy-päiviin tai asiakastilaisuuksiin. Tilaisuuksien luonne, tavoite ja tarkoitusperä vaihtelevat tapahtumasta riippuen. Jokaisessa tapahtumajärjestelyissä on kuitenkin välttämätöntä ottaa huomioon juhlan tavoite, viesti, kohderyhmä sekä lähtökohdat. (Vallo & Häyrynen 2012, 108, 118, 138.) Yritysjuhlapalveluita tarjoavat yritykset voivat olla yritysjuhlien tuottamisen takana. Tämä jakaa juhlanjärjestäjän riskiä, koska yritysjuhlapalveluita järjestävä taho ottaa usein vastuun tuottamisesta juhlan osa-alueista. Yritysten on yleensä helpointa järjestää tapahtuma, kun yksi taho hoitaa koko paketin – ohjelman, cateringin, kaluston sekä tapahtumatilan.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tuottaa Avaintilaisuus Oy:lle toimiva ja toistettava ohjelmakonsepti. Avaintilaisuus Oy:n aputoiminimi Juhlapykit toimii yrityksen markkinoinninimenä, jota myös tässä opinnäytetyössä käytetään jatkossa puhuttaessa Avaintilaisuus Oy:stä. Tuotettava ohjelmakonsepti sisältää ohjelmallisen käsikirjoituksen juhlan etenemiselle sekä varsinaisen show-osuuden käsikirjoituksen. Ohjelmakonseptin vahvuutena on se, että se ratkaisee juhlatilaisuuden ohjelmatarpeen kokonaisuudessaan. Näin ollen, ohjelman kaksi näennäisesti erillistä osaa nivoutuvat ohjelmallisesti ja sisällöllisesti yhteen, täydentävät toisiaan ja luovat uuden toimivan genrespesifisen ohjelma kokonaisuuden, joka kattaa koko tilaisuuden ohjelmatarpeen.

Juhlapykit on vuonna 2011 perustettu yritystapahtumien järjestämiseen keskittynyt yritys. Juhlapykit tuottaa erilaisia yritysjuhlia kokonaisvaltaisesti tarjoten asiakkaalle juhlan ”avaimet käteen”-periaatteella. Yritys tuottaa juhliin asiakkaiden toiveiden mukaista ohjelmaa, cateringkokonaisuuden, kaluston ja tarvikkeet teeman mukaisesti sekä tarvittaessa myös juhlatilat. Juhlapykit haluaa erottua muista ohjelmapalveluja tarjoavista yrityksistä juhlapalvelutoimistona, sillä asiakas saa kaikki tarvitsemansa juhlapalvelut samasta paikasta. Sen lisäksi, että sopimuspalvelut saa yhdestä paikasta, yritys varmistaa, että juhlaan kiinnitetty koordinaattori vastaa juhlan etenemisestä. Juhlapykit on erikoistunut rakentamisen kaaren juhlien järjestämiseen. Rakentamisen kaaren juhlat ovat erilaisia rakennusprojektin aikajanelle ajoittuvia juhlia. Tilaisuuksissa juhlietaan rakennusprojektin kohokohtia, kuten projektin aloittamista, harjakorkeuden saavuttamista sekä rakennuksen valmistumista. Näitä juhlia ovat muun muassa alkupamaus, peruskiven muurausjuhla, harjannostajaiset, tervajaiset, avajaiset sekä rakennuksen vihkiäiset. Nämä juhlat on esitelty kuviossa 1. Rakentamisen kaaren juhlista Juhlapykit tuottaa selvästi eniten harjannostajaisia.



Kuvio 1. Rakentamisen kaaren juhlat.

Olen työskennellyt yrityksessä sen perustamisvuodesta, 2011, lähtien tapahtumakoordinaattorina. Työnkuvaani on kuulunut laaja kirjo erilaisia työnkuvia toimistotöistä, juhlien koordinointiin ja juontamiseen. Yli sadan juhlan juonto sekä koordinointi on antanut minulle laajan käsityksen yritystapahtumien järjestämisestä. Erityisen syvälle luotaavan käsityksen olen saanut rakentamisen kaaren juhlien kokonaisuudesta. Vuosien aikana olen myös kartuttanut tietoa tilaisuuksiin osallistuvien juhluvieraiden profiilista ja heidän toiveistaan. Onkin huomionarvoista, että opinnäytetyöni yhdistää luontevasti kaksi viime vuosien ponnisteluani: työni Juhlalykkien tapahtumakoordinaattorina sekä kiinnostukseni kulttuurituotantoon ja sen eri osa-alueisiin. Kiinnostuksenkohteeni kulttuurituotannon alalla ovat muun muassa asiakaslähtöisyys palveluiden ja tuotteiden kehittämisessä ja jatkuva halu kehittyä sekä haastaa itseäni uusien projektien parissa.

Ohjelmakonseptin tuottamisen tarve konkretisoitui alkuvuodesta 2018, kun Juhlalykit ilmoitti haluavansa kehittää ohjelmatarjontaansa. Konsepti-idea lähti Juhlalykkien toiveista kehittää ohjelmasta toistettava ja helposti muokattava kokonaisuus. Konseptia käsitteenä käytetään palvelumuotoilussa kuvaamaan ennakoivaa, perusteltua, ymmärrettävää ja oleelliseen keskittyvää kuvausta tuotteesta tai palvelusta. (Miettinen 2011, 119.) Ohjelmakonseptin luomisella pyritään esittämään ohjelmapalvelun keskeiset ominaisuudet. Ohjelmakonseptin luomisen tarkoituksena on toteuttaa juhlasta juhlaan toistettava ohjelmakokonaisuus, joka on luotu asiakkaiden toiveiden mukaisesti. Tällä hetkellä Juhlalykit tarjoaa erilaisia ohjelmakokonaisuuksia laaja-alaisesti eri alojen yritysjuhlisiin. Tilaisuuksien ja tilaajien vaihdellessa, jatkuva toimivien ohjelmakokonaisuuksien räätälöinti ja koordinointi syö paljon voimavaroja. Vaikka Juhlalykkien esiintyjäkaarti on laaja, saattaa tilaajalla tai hänen sidosryhmillään olla mielessä joku erityistoive. Usein tilaaja haluaa yksinkertaisesti nähdä jotain uutta ja ennennäkemätöntä. Pienyrityksessä ei ole erillistä tuotekehitysyksikköä, vaan uusia ideoita luodaan matkan varrella asiakkaan tarpeisiin pikaisesti reagoiden. Sen sijaan että räätälöitäisiin jokaiseen juhlaan uusia, asiakkaan toiveen mukaisia ohjelmavivahteita, päätettiin luoda uusi genrespesifinen ohjelmakonsepti. Ohjelmakonseptin luomisella pyritään ratkaisemaan, ainakin osittain, jatkuva pienräätälöinnin haaste, joka tuottaa myös esiintyjille lisätyötä. Valmis ohjelmakonsepti, jolla on myös uutuusarvoa, voidaan myydä sellaisenaan juhlaan kuin juhlaan. Ydintavoitteena tämän opinnäytetyön osalta on tarjota asiakkaalle helposti ostettava ja toimeksiantajalle helposti myytävä ohjelmakokonaisuus, joka kattaa koko harjannostajaisjuhlan ohjelmatarpeen.

”Hyvän konseptin tunnistaa siitä, että se synnyttää uusia ideoita. On helppo keksiä konseptia tukevia ratkaisuja, viestejä ja muita ilmenemismuotoja. Hyvä konsepti on inspiroiva, luova ja tarttuva, ja se on helppo soveltaa eri yhteyksiin.” (Hamberg 2016)

Opinnäytetyön lähestymistavaksi olen valinnut toiminnallisen opinnäytetyön. Tutkimukselliselle opinnäytetyölle on vaihtoehtona toiminnallinen opinnäytetyö. (Vilka & Airaksinen 2003, 9). Toiminnallisessa opinnäytetyössä tehdään tuotos - jotain konkreettista. Tutkimuksellisessa opinnäytetyössä taas saadaan uutta tietoa tutkimusraportin muodossa. (Salonen 2013, 5-6.) Toiminnallisessa opinnäytetyössä on tarkoituksena tavoitella käytännön ohjeistamista, opastamista ja toiminnan järjestämistä ammatillisella kentällä. Riippuen työympäristöstä toiminnallinen opinnäytetyö voi olla vaikkapa ammatilliseen käyttöön suunnattu ohjeistus, ohje tai opastus. Myös jonkin tapahtuman tai tapahtuman osan järjestäminen voi olla toiminnallinen opinnäytetyö. Tällaisia toteutuksia voivat olla muun muassa messuosaston järjestäminen, konferenssi, ohjelma-osuus tai näyttely. Toteutustapoja toiminnalliselle opinnäytetyölle on monia. Se voidaan toteuttaa kirjan, vihon, oppaan, cd:n, portfolion, kotisivujen tai tapahtuman muodossa. Toiminnalliseen opinnäytetyöhön yhdistyvät termit uutuusarvo, käytettävyys, suunnittelut, konkreettinen tuotos ja ainutkertaisuus, jotka kuvaavat opinnäytetyön tuloksena luotua tuotosta. Ammattikorkeakoulussa tehtävän toiminnallisen opinnäytetyön tekemisessä on tärkeää, että käytännön toteutus ja raportointi nivoutuvat toisiinsa tutkimusviestinnän keinoin. (Vilka & Airaksinen 203, 9-10; Salonen 2013, 13.) Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena on kuvata ohjelmakonseptin tuottamisprosessia ja tuottaa tilaajalle ohjelmakonsepti.

Opinnäytetyön pääkysymys on: ”Minkälainen on onnistuneen harjannostajaisten ohjelmakonsepti?”

Pääkysymyksen tukena on alakysymyksiä, joiden avulla pyrin vastaamaan pääkysymykseen.

- Millainen on onnistunut tapahtuma?
- Miten kehitetään ohjelmakonsepti asiakkaiden toiveiden mukaisesti?
- Minkälaisia tutkimustuloksia on aiemmin saatu tämän juhlijakunnan ohjelmatoiveista?

Opinnäytetyön aluksi esittelen tapahtumatuottamisen teoriaa ja menetelmiä. Tämän jälkeen esittelen palvelujen konseptointia. Rinnalle olen nostanut teoriaa asiakasymmärryksestä ja asiakkaan arvon muodostuksesta. Kerron opinnäytetyössä käytetyistä tutkimusmenetelmistä. Käytän pelkistettyä palvelumuotoilun teoriaa työssäni, kun kehitän Juhlalykeille ohjelmakonseptia, joka kattaa koko harjannostajaisjuhlan ohjelmatarpeen. Luvussa kolme esittelen tilaajan eli Juhlalykit. Tämän lisäksi paneudun syvemmin rakentamisen kaaren juhliin ja kuinka Juhlalykit järjestää näitä juhlia. Neljännessä luvussa esittelen prosessin, jonka avulla ohjelmakonsepti luotiin sekä lopullisen tuotoksen. Viimeisessä luvussa esitän myös saamieni tulosten pohjalta jatkokehitysehdotuksia, arvioin kehitystyötäni ja pohdin tuotoksen merkitystä.

2 OHJELMAKONSEPTIN KEHITTÄMINEN TAPAHTUMALLE

Tässä luvussa määritellään opinnäytetyön tietoperusta sekä keskeiset käsitteet. Tietoperusta koostuu kolmesta osiosta: tapahtuman tuottaminen, palvelujen konseptointi sekä ohjelmakonseptin kehittäminen yritystapahtumaan. Tämän jälkeen käsitellään tapahtuman tuottamisen teoriaa sekä perehdytään tapahtuman suunnitteluprosessiin. Sitteen keskitytään palvelujen konseptointiin ja yritystapahtuman ohjelmakonseptin kehittämiseen. Viimeisessä luvussa perehdytään kohderyhmän tuntemiseen ja asiakasarvon luomiseen. Jo johdannossa esitellyn Vallo & Häyrisen ”Onnistuneen tapahtuman” elementit löytyvät tapahtuman tuottamiskappaleesta.

2.1 Tapahtumatuotannon vaiheet

Tämän opinnäytetyön kehittämisprojektissa kehitetään ohjelmakonsepti harjannostajaisiin. Harjannostajaiset on rajattu yritystapahtuma, mutta siihen pätee samat tapahtumatuottamisen perusteet ja teoria kuin mihin tahansa tapahtumaan. Tämän vuoksi tapahtumatuottamisen vaiheet on hyvä käydä läpi ymmärtääkseen yleisesti tapahtumatuotantoa. Ohjelmakonseptin luominen on osa onnistuneen tapahtuman tuottamista.

Tapahtumien koot vaihtelevat pienistä tilaisuuksista suuriin musiikkifestivaaleihin. Tapahtumat voivat kuitenkin erota sisällöllisesti toisistaan todella paljon. Tapahtumien eroavaisuuksista huolimatta niitä yhdistää tietyt asiat: tavoite, tuottaja sekä yleisö. (Con-

way 2009, 1-2.) Tapahtumien tarkoituksena on tuoda ihmisiä yhteen kokemaan ja tekemään asioita. Tapahtuma koostuu juonesta, teemasta sekä projektiin osallistuvista osapuolista. Tapahtuman osapuolia tuotannon puolelta voivat olla isännät sekä esiintyjät ja kävijäpuolelta vieraat. Jotta tapahtuma olisi kokonaisuudeltaan toimiva, huolellinen suunnittelu on äärimmäisen tärkeää. Tapahtuman vieraille, asiakkaalle ja yleisölle tapahtuman on oltava rahan ja ajan arvoinen kokemus. (Silers 2012, 1-19; Conway 2009, 16.)

Tapahtuman tuotantoprosessi voidaan jakaa kolmeen osioon: suunnittelu-, toteutus- ja jälkimarkkinointivaiheeseen. Tapahtuman tuotantoprosessi aloitetaan suunnittelu-vaiheella, jonka avulla tuotanto käynnistetään ja tapahtumalle valitaan kantava teema. Toteutusvaiheessa suunniteltu tapahtuma toteutetaan käytännössä. Toteutusvaiheeseen kuuluu tapahtuman kulissien rakentaminen ja viime hetken valmistelut, joiden jälkeen on tapahtuman läpiviennin. Läpiviennin jälkeen siirrytään jälkimarkkinointiin, jonka aikana tapahtumaan osallistuneita tahoja kiitetään ja asiakkailta kerätään palautetta tapahtuman jatkokehittämistä varten. (Vallo & Häyrinen 2012, 157-159.)

Onnistuneen tapahtuman perustana on huolellinen suunnittelutyö. Suunnittelu on syytä aloittaa mahdollisimman varhaisessa vaiheessa kaikkien niiden kanssa, joita tapahtuman toteutuksessa tarvitaan. Tapahtumaan osallistuvien tahojen kanssa luodaan tapahtumakäsikirjoitus, eräänlainen manuaali, joka toimii työkaluna tapahtumassa työskenteleville. Siihen on kirjattuna mitä tapahtuu, missä tapahtuu ja milloin tapahtuu. Käsikirja alkaa siitä, kun vieraat saapuvat ja päättyy siihen, kun viimeinen vieras on poistunut. (Vallo & Häyrinen 2012, 158-161.)

Tapahtuman suunnitteluvaiheen alussa on tärkeää keskittyä tärkeisiin strategisiin kysymyksiin. Tärkeimpänä strategisena kysymyksenä on selvittää syy tapahtuman tuottamiselle. Tapahtumakonseptin tarkoitus on antaa suunta suunnitteluprosessille, joten se tulisi luonnostella heti suunnitteluvaiheen alkumetreillä. (Silers 2012, 30-32.) Tapahtuman tarkoituksen sisäistäminen varhaisessa vaiheessa auttaa tapahtumatuotantoon osallistuvia henkilöitä sitoutumaan paremmin tapahtuman tavoitteisiin. Näin saadaan mukaan myös erilaisia näkökulmia ja ideoita. Tapahtuman tavoitteet on asetettava suunnitteluvaiheen alussa. Tavoitteita voivat olla esimerkiksi rahallinen tuotto, suuri kävijämäärä tai uusien asiakkaiden hankinta. Tavoitteiden toteutumista seurataan projektin aikana. (Vallo & Häyrinen 2012, 109-111, 158.)

2.1.1 Kohderyhmä

Tapahtuman suunnittelun peruskysymyksiin kuuluu ”Kenelle tapahtuma tuotetaan?” On tärkeää, että tapahtumatuottaja on kartoittanut kohderyhmän, ennen kuin tapahtuman suunnitelma vahvistetaan. Tapahtuman kohderyhmä on analysoitava tarkkaan, ja sen mukaan kehitettävä tapahtumaa. Kohderyhmä voidaan jakaa karkeasti kolmeen ryhmään - suuri yleisö, valikoitu kutsuvierasjoukko ja avoin kutsuvierasjoukko. Kansainvälisesti tunnetun muusikon keikka on tarkoitettu suurelle yleisölle, kun taas yrityksen työntekijöilleen järjestämään tapahtumapäivään kutsuttu vierasjoukko on rajattu. (Vallo & Häyrinen 2012, 102, 119-122.)

Koko tapahtuman tuotannon ajan on pidettävä mielessä kohderyhmä. Tuottajan on tärkeää osata astua tapahtumaan osallistuvien asemaan ja mietittävä tapahtumatuotantoa heidän kannaltaan. Tuottajan on myös mietittävä kohderyhmän kiinnostuksen kohteita tapahtuman ohjelmasisältöä suunnitellessa. Kohderyhmää määrittäviä tekijöitä ovat muun muassa ikä, sukupuoli, kulttuuritausta ja ruokailutottumukset. (Vallo & Häyrinen 2012, 121.) Tapahtuman ohjelman lisäksi tapahtuman teeman sopivuus on huomioitava tapahtuman kohderyhmän kanssa. Teemojen spektri on laaja, joten tapahtumaa suunniteltaessa on huomioitava teeman sopivuus suhteessa käytössä olevaan budjettiin ja tapahtumapaikkaan. Kohderyhmän edustaja, esimerkiksi tilaaja, voidaan ottaa mukaan tapahtuman teeman suunnitteluun. Näin lisätään yhteisöllisyyden tunnetta suunnitteluvaiheen alusta alkaen ja kohderyhmää voidaan sitouttaa tapahtuman teemaan ja osallistumaan tapahtumaan. (Vallo & Häyrinen 2012, 123-125.)

2.1.2 Milloin, missä ja kuinka paljon?

Tapahtuman suunnittelun lähtökohtiin kuuluvat tapahtuman budjetin suunnitteleminen. Lisäksi tapahtuman ajankohta ja paikka pitää olla valmiina tiedossa tapahtuman suunnittelun alkumetreillä. Onnistuneen tapahtuman kannalta paikan valinta on kriittinen tekijä. Tapahtumapaikan sijainti kohderyhmään nähden on yksi merkittävistä tekijöistä. Oleellista ei sinänsä ole etäisyys, mutta sen vaikutus kohderyhmän näkökulmasta on. Tapahtumapaikan sijainnilla on vaikutusta osallistujien mielikuviin sekä osallistumispäätökseen. (Vallo & Häyrinen 2012, 139; Juurakko, Kauhanen & Kauhanen 2002, 38.)

Ulkona järjestettävään tapahtumaan on helpompi järjestää lisäpaikkoja kuin sisällä järjestettävään tapahtumaan. Jos osallistujia määrä jää odotettua pienemmäksi, ulkotilat

voivat tuntua epäkäytännöllisiltä. Tuottajan on huolehdittava tapahtuman fyysistä puitteista sekä esiintyjistä. Tämän lisäksi lisäksi esimerkiksi saniteettitilojen riittävyys ja mahdollisuudet majoitukseen, pysäköintiin sekä ruokailuun ovat pohdinnan arvoisia asioita. Edellä mainittuja palveluita on oltava riittävästi tarjolla kaikille osallistujille. Oheispalvelut ovatkin tapahtuman onnistumisen kannalta todella tärkeitä. Esimerkiksi puutteelliset saniteettimahdollisuudet hankaloittavat vieraiden viihtymistä tapahtumissa. (Juurakko ym. 2009, 38-39; Conway 2009, 56.)

Tapahtuman ohjauksessa ajan hallinta on yksi tärkeimmistä asioista. Aikataulun luominen toimii tapahtuman kivijalkana. Tapahtuman ajankohta pitäisi olla selvillä ennen aikataulun suunnittelemista. Näin voidaan asettaa takarajat erilaisille tapahtumaan liittyville tehtäville. Aikataulu vaatii koko tapahtumatuotantoryhmältä sitoutumista. Työryhmän sitoutuminen lisää tapahtuman onnistumismahdollisuuksia tuottajan näkökulmasta. Aikataulun laatimisessa kannattaa miettiä tehtävien suoritusjärjestystä sekä niiden keskinäistä riippuvuutta. Esimerkiksi esiintyjää ei voi julkistaa tapahtumaan ennen kuin on varmistettu esiintyjän käytettävyys tapahtuman ajankohtana. Aikataulun avulla voidaan ennaltaehkäistä mahdollisissa ongelmia. Mahdollisten ongelmien ennaltaehkäisyyn liittyy myös aikataulun toteutumisen valvominen. Aikataulun laatiminen sekä sen valvominen kuuluu yleensä vastaavalle tapahtumatuottajalle. (Juurakko ym. 2002, 99-104.)

Tapahtumalle on järkevää määritellä budjetti. Tapahtuman järjestävä taho saa usein valmiin budjetin, jonka puitteissa tapahtuma järjestetään. Suunnitteluvaiheessa tehdään tapahtumalle budjetti, jolla määritellään menot ja kuinka paljon mahdollista tuottoa tapahtumasta kertyy. Osallistujien määrä vaikuttaa tapahtuman suunnitteluun, tuottamiseen sekä budjettiin. Sen mukaan määräytyy tarvittavan tilan suuruus, ruokatarjoilut, kuljetukset sekä tapahtumaan tulevien työntekijöiden määrä. (Vallo & Häyrinen 2012, 147-150.)

2.1.3 Isännät ja esiintyjät

Oikeanlaisen tapahtumaisännän valinta on huolellisesti suunnitellun tapahtuman läpiviemisen kannalta äärimmäisen tärkeää. Tapahtumassa isännällä tai isännillä on keskeinen rooli tapahtuman onnistumisen kannalta. Isännän on otettava myös huomioon tapahtuman teema ja luonne. Isännät ovat viimeinen silaus kulissien, ohjelman ja vieraiden yhdistymisessä onnistuneeksi juhlapaketiksi. Tapahtumaisännän on uskallettava kohdata

vieraat ja heittäytyttävä työhön täysin rinnoin. (Vallo & Häyrinen 2012, 231; Silvers 2012, 230.)

Isännän valinta voi tapahtua oman yrityksen sisältä tai työhön voidaan palkata ammattilainen. Isännäksi on hyvä ottaa ulospäinsuuntautunut, sosiaalinen ja positiivinen ihmisyyppi, joka tuntee juhlaetiketin ja on sisäistänyt sen. Isännän täytyy olla koko ajan positiivisesti läsnä, koska vieraat reagoivat helposti isännän ilmeisiin, kehonkieleen ja eleisiin. Isännän rooli ei ole pelkästään vastaanottaa vieraita, vaan toimia koko tapahtuman tunnelmanluojana ja edesauttaa tapahtuman onnistumista. Isännän on tärkeää sisäistää tapahtuman tavoite, tarkoitus sekä aikataulu. Hänen tehtävänä on myös pitää ohjat ammattimaisesti käsissään koko tapahtuman ajan. (Vallo & Häyrinen 2012, 232-234; Silvers 2012, 227.)

Niin kuin isännän valinnassa, myös esiintyjän valinnassa on otettava huomioon tapahtuman teema ja luonne. Luonteella tarkoitetaan onko tapahtuma hupi- vai asiatapahtuma. Yritystapahtumissa esiintyjän on oltava tasapainossa yrityksen arvojen ja tapahtuman tavoitteiden kanssa. Tapahtumaan voidaan palkata ulkopuolinen esiintyjä, joka on tapahtuman vetonaula. Tätä voidaan hyödyntää tapahtumamarkkinoinnissa. Esiintyjävalinnoilla voidaan kasvattaa yrityksen tunnettua ja imagoa. (Vallo & Häyrinen 2012, 203-204, Silvers 2012, 232.)

Tapahtuman tuottajan on hyvä perehtyä esiintyjään etukäteen, sillä esiintyjän ammattitaidottomuus tai myöhästyminen voivat heikentää tapahtuman uskottavuutta. Esiintyjävalinnassa voi käyttää luovuutta ja rohkeutta. Esimerkiksi nousevat tähdet ovat oivia vaihtoehtoja esiintyjiksi tapahtumaan. Esiintyjän on sovittava tapahtumaan ja tiedettävä mihin hän on tulossa esiintymään. Esiintyjälle on oltava selvää millaisesta tapahtumasta on kyse, mitä esiintyjältä vaaditaan, mikä on tapahtuman tavoite ja millainen tapahtuman kohderyhmä on. Esiintyjän on oltava vieraiden odotuksien arvoinen. (Vallo & Häyrinen 2012, 204-206.)

Tehtävänjako tapahtumatuottajan, isännän ja esiintyjien välillä tulee olla selkeä, jotta tapahtuma saadaan onnistuneesti päätökseen. On tapahtumatuottajan vastuulla jakaa tehtävät ja olla mahdollisimman avoin omassa viestinnässään. Ennen tapahtumaa pidetään tapahtumassa työskentelevien kesken yhteinen tehtävien ohjeistustilaisuus, jossa kerrotaan toimintaohjeet, jaetaan työtehtävät ja käydään läpi muut tapahtuman läpiviennin liittyvät asiat. Tapahtuman loputtua työntekijät kutsutaan yhteiseen jälkipuintiin, jossa

käydään läpi tapahtuman aikana käyneet asiat, annetaan palautetta ja kiitetään tapahtuman tuotantoon osallistuneita henkilöitä. (Conway 2009, 183-185.)

2.1.4 Tapahtuman jälkimarkkinointi

Tapahtuman läpiviennin jälkeen on vuorossa jälkimarkkinointi. Tapahtuman osallistujia on kohteliasta kiittää. Asiakassuhteiden ylläpitämiseksi kiittäminen on todella tärkeää. Kiitosten yhteydessä voi tiedottaa tulevista tapahtumista ja kerätä palautetta niin asiakailta kuin työntekijöiltä. Palaute on hyvä kerätä mahdollisimman pian tapahtuman jälkeen, mieluiten kahden viikon sisällä tapahtumasta. Näin tapahtuma on vielä vastaajien tuoreessa muistissa ja palautteen antaminen tuntuu vaivattomalta. Puhelin- ja sähköpostikyselyt ovat tavallisia palautteenkeruumenetelmiä. Palautetta voi kuitenkin kerätä jo tapahtumassa kyselemällä osallistujilta mielipiteitä tapahtuman onnistumisesta. Tapahtuman loppuarvioinnissa on hyvä ottaa huomioon osallistujien palaute. Näin voidaan jatkokehittää tapahtumaa. (Vallo & Häyrinen 2012, 180 – 182.)

Tapahtumatuottaja tiivistää yhteenvedon palautteesta. Palautteiden avulla voidaan analysoida onnistumiset ja virheet. Koottu yhteenveto toimii tulevaisuudessa tapahtumatuottajan työkaluna, kun suunnitellaan tulevia tapahtumia. Tämän avulla tapahtumatuottajan sekä tapahtumassa työskennelleiden henkilöiden ammattitaitoa voidaan kehittää tulevaisuutta ja seuraavia tapatumia ajatellen. Tapahtuman ollessa menestyksellinen niin tuotannon kuin vieraiden mielestä, on syytä harkita tapahtuman jatkokehitystä. Tapahtumalle voidaan luoda konsepti, jonka avulla tapahtuma ideoidaan, suunnitellaan ja toteutetaan tapahtumakonseptin mukaan. Vaikka konsepti luotaisiin, voidaan tapahtumat yhä pitää erillisinä, mutta niissä seurataan konseptin mukaista, hyväksi havaittua, kaavaa. Kun tapahtuma konseptoidaan, tulee se osaksi yrityksen markkinointistrategiaa. (Conway 2009, 278-279; Vallo & Häyrinen 2012, 73.)

2.2 Palvelujen konseptointi

Konsepti käsitteenä on lähtöisin muotoilusta. Sitä käytetään palvelumuotoilussa kuvaamaan ennakoivaa, perusteltua, ymmärrettävää ja oleelliseen keskittyvää kuvausta tuotteesta tai palvelusta. (Miettinen 2011, 119.) Konsepti -sanalla ei määritellä palvelua vielä kokonaisuudessaan, vaan se esittää tuotteen tai palvelun keskeiset ominaisuudet. Kon-

septoinnin avulla suunnitellaan konsepti, jolla voidaan toteuttaa brändimielikuvaa. Tämän lisäksi tarvitaan lisätutkimusta sekä konkretisointia, joiden pohjalta valitaan parhaat ratkaisut ja keskeisimmät ideat, joiden avulla voidaan kehittää valittua ideaa eteenpäin. Konseptin tarkoituksena on kuvata käyttäjien tarpeita sekä tehdä niistä ymmärrettäviä ja tukea yrityksen päätöksentekoa. (Miettinen 2011, 107; Sammallahti 2009,11; Moritz 2005, 132.) Markkinointitoimisto Folkin toimitusjohtaja Tommi Laiho tiivistää konseptin käytön tärkeyden seuraavasti *”Konsepteja tulisi tehdä, koska se helpottaa kuluttajaa hahmottamaan mitä brändi edustaa ja tarjoaa. Se on samalla tekijöille punainen lanka sekä lähtökohta kaikkeen tekemiseen.”* (Markkinointi & Mainonta, 2013.)

Parantaisen (2007, 11–12) mukaan konseptointi eli tuotteistaminen on työtä, jonka tuloksena osaaminen tai asiantuntemus asiasta muovautuu myynti-, toimitus- ja markkinointikelpoiseksi palvelutuotteeksi. Palvelutuote eroaa fyysisestä tuotteesta. Se on aineeton, ainutkertainen toimintaprosessi, jota ei voi varastoida, vakioida tai kuljettaa. Asiakas osallistuu jollakin tavalla palvelutuotteen tuottamiseen. Olennaista palvelutuotteen kehittämisessä on vuorovaikutus palveluntuottajan ja asiakkaan välillä. Palvelutuote voidaan kehittää esimerkiksi konseptoinnin avulla. Konseptointiprosessin aikana yrityksen markkinointimateriaalit, suunnittelu, myynnin menetelmät, sopimukset, graafinen ilme ja koko konseptin kuvaamiseen liittyvät materiaali tallennetaan tarkasti. Konseptin tarkoituksena on olla niin hyvin dokumentoitu, että kuka tahansa voisi alkaa konseptoidun palvelun tuottajaksi. (Juurakko, Kauhanen & Öhage 2012, 45-46; Parantainen 2007, 11-12.) Tämän opinnäytetyön tuotoksena pyritään luomaan niin selkeä käsikirjoitus ja moneen tilanteeseen käytettävä ohjelmakonsepti, että sitä voidaan tarvittaessa soveltaa Juhlalykkien tuottamiin tapahtumiin useiden eri alan esiintyjien kanssa. Näin ohjelmakonseptia voidaan myydä useampaan tilaisuuteen samaan aikaan tai muokata eri alojen esiintyjille sopivaksi.

Palvelun kehittämisessä on tarpeen määritellä palvelun konsepti ennen kehitystyötä ja sen jälkeen. Tällöin voidaan pitää pohjana sekä arvioida eri päätöksentekovaiheissa sitä ”mitä” on toiminut ja ”kuinka” se on toiminut ja siten kehittää palvelun konseptia. Palveluiden kehittämisessä ”mitä” määrittää tehtävät toimenpiteet, jotta asiakkaan toiveet täyttyvät. ”Mitä” tulisi myös saada linjaan yrityksen strategian kanssa. Tämän jälkeen määritellään ”kuinka” suunniteltu palvelu toteutetaan. Palvelukonsepti linkittyy tiiviisti palvelumuotoiluun ja kehittämiseen. Sillä määritetään muun muassa palvelun toimintatavat (mitä ja kuinka). Lisäksi palvelukonsepti toimii yrityksen strategian ja asiakkaan tarpei-

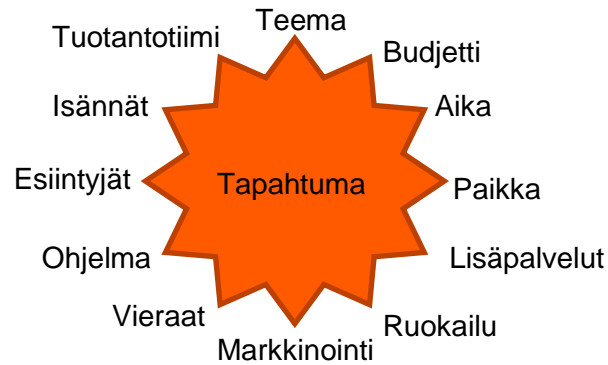
den välissä. (Goldstein, Johnston & Duffy 2002, 120–122.) Tässä opinnäytetyön projektissa ”mitä” kuvaa yrityksen resursseja sekä asiakkaan toiveita harjannostajaisjuhlan ohjelmatoiveista. Nämä kaksi yhdistämällä saadaan vastaus kysymykseen ”mitä” halutaan tehdä. Kysymykseen ”kuinka” vastataan kehittämällä ohjelmakonsepti.

Konseptisuunnittelussa yhdistyy monia näkökulmia: laadullinen ja määrällinen tutkimus, käyttäjäkeskeinen suunnittelu, luonnokset, kuvat sekä mallit. Konseptin avulla voidaan kuvata käyttäjien tarpeet, luoda skenaarioita, ennakoita sekä tarkastella yrityksen brändiä ja strategiaa. Konseptisuunnittelu voidaan jakaa kahteen vaiheeseen: tutkimus- ja projektivaiheeseen. Asiakastarpeiden tunnistaminen, konseptin valinta ja testaus kuuluvat tutkimusvaiheeseen. Projektivaiheessa tarkennetaan konseptin ominaisuudet, kehitetään erilaisia konsepti-ideoita ja lopuksi määritellään konsepti. Yritysten on mahdollista erottua juurikin palveluiden avulla kilpailijoistaan sekä sitouttaa asiakkaita luomalla palvelusuhteita. Hyvällä konseptilla voidaan tuottaa yritykselle kilpailuetua sekä tuloa. (Miettinen 2011, 107–108; Goldstein ym. 2002, 120–122.) Sammallahten (2009) mukaan konseptin prosessi voidaan jakaa kolmen vaiheeseen. Näitä vaiheita ovat määrittely, muotoilu ja arviointi. Määrittelyllä selvitetään asiakkaiden tarpeita ja luodaan ideoita. Muotoilun avulla muodostetaan ideoista konsepti, joka tiivistää määritellyn idean. Arviointivaiheessa valittua konseptia testataan ja sen perusteella luodaan uusia ideoita ja kehitetään konseptia edelleen. (Sammallahti 2009, 87.)

Tässä opinnäytetyössä palvelu jota konseptoidaan on ohjelmakokonaisuus, joka kehitetään tapahtumaan. Ohjelmalla tarkoitetaan koko tapahtuman ohjelmatarpeen kattavaa ohjelmakokonaisuutta. Ohjelmakonseptin kehittämällä pyritään luomaan palvelutuote, joka pohjautuu asiakkaan toiveisiin ja jolla on palveluarvoa asiakkaalle.

2.3 Onnistunut tapahtuma ja ohjelmakonseptin kehittäminen

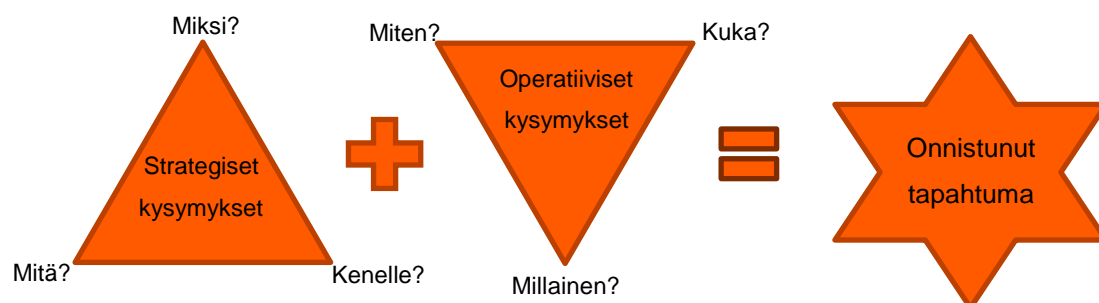
Tässä luvussa käsittelen ohjelmakonseptin kehittämistä tapahtumalle palvelukonseptin kehittämisen näkökulmasta. Tämän jälkeen avaan tapahtumakonseptin kehittämiseen liittyviä strategisia ja operatiivisia kysymyksiä. Tapahtumakonseptin kuvauksella voidaan luoda kokonaiskuva tapahtumasta, vaikka tässä opinnäytetyössä paneudutaan vain ohjelmakonseptin kehittämisprosessiin. Kuviossa 2 esitetään tapahtuma kokonaisuutena, jossa sakarat kuvaavat tapahtuman kokonaisuuden rakentavia tekijöitä.



Kuvio 2. Tapahtuman kokonaisuus ja siihen vaikuttavat tekijät. Mukailten Vallo & Häyri-
nen 2012, 100-106.

Kuviossa 2. on yhdistetty Vallo & Häyrisen (2012) tapahtumatuotannon teoriaa visuaali-
seen muotoon. Näin visualisoidaan tapahtumatuotannon kokonaiskuva. Sakaroiden kär-
jissä olevat termit kuvaavat tapahtumatuotannon eri osa-alueita, joista tapahtuma muo-
dostuu. Tämän opinnäytetyön ohjelmakonseptin tuottamiseksi tarvitaan sakaroiden kär-
jissä olevien osa-alueiden huomioon ottamista. Näin saadaan ohjelmakonsepti yhdisty-
mään onnistuneen tapahtuman rakentaviin tekijöihin mahdollisimman hyvin.

Vallon ja Häyrisen (2012) mukaan onnistuneen tapahtuman rakentamiseen käytetyt pää-
kysymykset voidaan jakaa strategisiin ja operatiivisiin kysymyksiin. Nämä kysymykset
sijoittuvat strategisen ja operatiivisen kolmion ympärille. Kuviossa 3 nämä kaksi kolmiota
yhdistämällä saadaan onnistuneen tapahtuman tähti. Strategisia kysymyksiä ovat ”Miksi
tapahtuma tuotetaan?”, ”Kenelle se suunnataan?” ja ”Milloin ja missä tapahtuma toteu-
tetaan?”. Operatiivisia kysymyksiä ovat ”Millainen on tapahtuman ohjelmasisältö?”, ”Mi-
ten tapahtuma toteutetaan?” ja ”Ketkä ovat vastuuhenkilöt?”. (Vallo & Häyri-
nen 2012, 101 – 103.) Nämä kysymykset toimivat tämän opinnäytetyön tutkimuskysymyksinä



Kuvio 3. Onnistunut tapahtuma. Mukailten Vallo & Häyri-
nen 2012, 101-106.

Strategisen kolmion kysymyksiä pohdittaessa, on tapahtuman tuotannon mietittävä tapahtumalle tarkoitus ja tavoitteet. Tapahtuman tarkoituksen ja tavoitteiden määrittelyllä luodaan tapahtumalle perusta, jonka pohjalta voidaan pohtia kohderyhmää. Tässä vaiheessa on selvitettävä millainen tapahtuma halutaan järjestää valitulle kohderyhmälle. Strategisten kysymysten syvimpänä tarkoituksena on selvittää mikä on tapahtuman idea. Idean avulla voidaan kehittää koko tapahtuma. (Vallo & Häyrinen 2012, 102 - 103.)

Operatiivisilla kysymyksillä vastataan tapahtuman toteuttamiseen liittyviin osioihin. Näihin osioihin kuuluvat muun muassa koko tapahtuman kaari aina suunnittelusta jälkimarkkinointiin. Operatiivisten kysymysten avulla pystytään vastaamaan siihen ketkä ovat vastuussa tapahtumasta, millainen on ohjelman sisältö ja kuka toimii isäntänä. Tapahtuman kohderyhmä sekä tapahtuman tavoitteet ovat määritteleviä tekijöitä, kun aletaan miettiä millaista ohjelmaa tapahtumaan suunnitellaan. (Vallo & Häyrinen 2012, 103-105.)

Tapahtuman tuottajan tehtävänä on vastata molempien kolmioiden kysymyksiin. Onnistuneessa tapahtumassa on otettu huomioon molempien kolmioiden kysymykset ja vastattu niihin perusteellisesti. Operatiivisia ja strategisia kysymyksiä voidaan tarkastella liittämällä. (Vallo & Häyrinen 2012, 106.) Tässä opinnäytetyössä tarkasteltiin tapahtumakokonaisuutta vastaamalla strategisiin ja operatiivisiin kysymyksiin. Ohjelma on tärkeä osa onnistunutta tapahtumaa. Tämän vuoksi ohjelmakonseptin luomisessa otettiin huomioon onnistuneen tapahtuman kokonaisuus. Näin pystyttiin kehittämään ohjelmakokonaisuutta kokonaisvaltaisesti ottaen huomioon tapahtuman kaikki tekijät. Yhtenä tärkeimpänä tekijänä ohjelmakonseptia luodessa oli kohderyhmä eli tapahtuman vieraat.

Ohjelmakonsepti on asiakkaiden tarpeisiin pohjautuva ydintuote, jolla tarjotaan sekä hyötyä että palveluarvoa asiakkaalle. Asiakkaan näkökulmasta ohjelman pitäisi olla hänen tarpeensa täyttävää. Tämän vuoksi on rakennettava palvelupaketti, joka jakautuu ydinpalveluihin ja lisäpalveluihin. (Mukailtu: Lämsä & Uusitalo 2002, 22.) Kehitettävän ohjelmakonseptin on pohjauduttava asiakkaan tarpeisiin, jotta se täyttäisi hänen tarpeensa. Ohjelmakonseptin ydinpalveluihin kuuluu ohjelma, joka tapahtumassa oletetaan olevan. Lisäpalveluita ovat esimerkiksi ohjelman räätälöinti asiakkaalle tai asiakasyritykselle sekä tapahtuman kokonaisvaltainen koordinointi. Tapahtuman koordinointi on taustalla tapahtuvaa näkymätöntä työtä, jossa juhlakoordinaattori vastaa tapahtuman aikataulusta, yhteistyökumppaneista, juhlavieraiden viihtyvyydestä ja selvittää mahdollisia ongelmia.

Ohjelmakonseptin rakentaminen ei ole yksiselitteistä toimintaa. Siihen liittyy aina monipuolisesti kokeiluja sekä pohdintoja. On tärkeää, että käydään läpi kohderyhmän ja palvelusisällön rajaaminen toteuttamiskelpoiseksi. Asiakkaan tarpeet ja halut on hyödyllistä erottaa toisistaan, koska vain asiakkaan tarpeen tulisi määrittää sisältö palvelukonseptille. Ohjelmakonseptoinnin haasteena on kokonaisvaltaisen palvelukokonaisuuden luominen, jossa otetaan huomioon asiakkaiden tarpeet sekä palvelutapahtumien ajalliset rajoitteet. (Tonder, 2013, 73.) Tässä opinnäytetyössä on pyritty tutkimaan asiakkaan ohjelmatarpeita monipuolisesti, jotta saataisiin mahdollisimman laaja ja syvällinen käsitys niistä ohjelmakonseptin luomisen avuksi.

2.4 Asiakasarvon luominen

Ohjelmakonseptia suunnitellessa on huomioitava kohderyhmä, jolla tapahtumaa tuotetaan. (Conway 2009, 52). Asiakasarvon luominen sekä asiakkaan tarpeet ovat konseptin kehittämisen pohjana. Asiakkaan näkökulmasta yrityksen tarjoaman palvelun on oltava houkutteleva. Asiakkaan tarpeiden on täytyttävä, jotta hän päättää asioida yrityksen kanssa. Mielikuvat yrityksestä ja sen palveluista rakentuvat ulkoisten arvoviestien luomien odotusten varaan. Ulkoisia arvoviestejä voivat olla esimerkiksi yrityksen mainoslause tai slogan. (Tonder 2013, 59.)

Yrityksen ja asiakkaan välisestä vuorovaikutuksesta muodostuu asiakkaan kokema arvo. Yrityksen antama arvolupaus on yksi liiketoiminnan keskeisiä asioita. Tämä lupaus määrittää miten yritys erottuu kilpailijoista ja tiivistää mitä yritys tarjoaa asiakkailleen. Arvolupauksella määritetään tarjottava tuote, kuvaillaan kenelle tuote on tarkoitettu, avataan hyöty asiakkaalle sekä määritellään miksi tuote on ainutlaatuinen. Niin kuin jo aikaisemmin mainittiin, asiakkaalla on taas tuotteeseen liittyvät omat odotukset, kokemukset, toiveet ja tarpeet, jotka luovat omat odotukset saatavasta arvosta. Asiakas muodostaa käsityksensä saamastaan arvosta toteutuneen subjektiivisen kokemuksen ja odotuksien perusteella. (Tuulaniemi 2011, 33). Harjannostajaisvieraiden odotuksia, kokemuksia, toiveita ja tarpeita käsitellään tarkemmin luvussa 4, jossa analysoidaan aiemmin tehtyjen asiakaskyselyjen, eri tutkimusmenetelmien ja havainnoinnin kautta kirjattujen dokumenttien sisältöä.

Palvelu on prosessi, jossa palveluntarjoajan tehtävänä on mahdollistaa asiakkaan arvo-tuotantoprosessi sekä tukea asiakkaan arvontuotantoa. Palveluntarjoaja siis palvelee asiakasta. Yritys tarjoaa resursseja sekä palveluprosesseja asiakkaalle, jolloin tapahtuu

vuorovaikutusta asiakkaan ja palveluntuottajan välillä. Arvon luojina toimivat molemmat – asiakas sekä palvelun tarjoava yritys, yhdessä ja erikseen. (Tuulaniemi 2011, 40.) Kuviossa 4 kuvataan Tuulaniemen (2011, 74) asiakkaan arvon muodostumista ja asiakaskokemuksen tasoja.



Kuvio 4. Arvon muodostumisen ja asiakaskokemuksen tasot (Mukaiillen Tuulaniemi 2011, 74).

Kuvion mukaisesti Tuulaniemi jakaa asiakaskokemuksen kolmeen tasoon: toimintaan, tunteeseen ja merkityksiin. Näiden tasojen hierarkiaa havainnollistetaan kuviossa 4. Arvon muodostumisen pyramidi kuvaa asiakaskokemuksen tasoja.

Alimman tason – toiminnan tason tarpeiden täytyminen on edellytys palvelun olemiselle markkinoilla. Toiminnan tasolla pyritään vastaamaan asiakkaan funktionaaliseen tarpeeseen, prosessien sujuvuuteen, savutettavuuteen, palvelun hahmotettavuuteen, käytettävyyteen, tehokkuuteen ja monipuolisuuteen. (Tuulaniemi 2011, 75.) Edellytykset onnistuneen ohjelmakonseptin luomiselle ovat toimiva juhlakokonaisuus, asiakakkaiden toiveiden ja tarpeiden huomiointi harjannostajaisjuhlan ohjelmaosuutta kehittäessä sekä esiintyjän heittäytyminen esiintymiseen. Toimivan tapahtumakokonaisuuden tärkeimpiä elementtejä ovat tapahtuman koordinoitua hoitava juhlakoordinaattori, selkeä ja toimiva ohjelma sekä tekniikan toimiminen moitteettomasti. Asiakaskyselyn kautta analysoidut

tarpeet harjannostajaisjuhlan ohjelmaosuudesta luovat pohjan ohjelmakonseptin luomiselle. Esiintyjän heittäytyminen luotuun ohjelmaan viimeistelee toiminnan tason tarpeiden täyttymisen.

Tunnetasolla tarkoitetaan asiakkaalle syntyvien välittömien tuntemuksen ja henkilökohtaisten kokemusten miellyttävyyttä, helppoutta, innostavuutta, tunnelmaa, tyyliä ja kykyä koskettaa aisteja. (Tuulaniemi 2011, 75) Ohjelmakonsepti pyritään luomaan asiakkaille tunnetasolla miellyttäväksi. Analysoimalla juhluvieraiden harjannostajaistoiveita ohjelmaosuudesta, voidaan luoda ohjelmakonsepti, jolla voidaan synnyttää välittömiä (positiivisia) tunteita ja tuntemuksia juhluvieraiden keskuudessa.

Ylimmällä tasolla – merkityksen tasolla tarkoitetaan kokemukseen liittyviä mielikuva- ja merkitysulottuvuuksia, kulttuurillisia koodeja, tarinoita, oivalluksia, lupauksia, unelmia sekä kokemuksen henkilökohtaisuutta, suhdetta asiakkaan elämäntapaan ja omaan identiteettiin. Kun asiakaskokemuksen optimointi on huipussaan, palveluntuottaja pystyy vastaamaan asiakaskokemusp pyramidin kaikkien tasojen kysymyksiin. (Tuulaniemi 2011, 74–75) Viimeinen silaus ohjelmakonseptiin luodaan räätälöimällä ohjelma niin, että jokaiseen tapahtumaan saadaan henkilökohtaisella tasolla kosketuspintaa.

3 AVAINTILAISUUS OY / Juhlapykit

Avaintilaisuus Oy on vuonna 2011 perustettu yritys, joka järjestää yritysjuhlia avaimet käteen – periaatteella. Avaintilaisuus Oy:n markkinointinimi Juhlapykit kuvaa yrityksen toimintaa juhlien järjestämisen piirissä osuvammin, joten se on vakiintunut nimi yrityksen toiminnassa. Yrityksen ydinsaaminen piilee rakentamisen kaaren juhlissa. Näitä ovat muun muassa harjannostajaiset, tervajaiset, peruskiven muuraustilaisuus, rakennuksen vihkiäiset ja avajaisjuhlat. Yritys tuottaa juhliin asiakkaan tarpeiden mukaan kaluston, cateringpalvelut, esiintyjät, tekniikan, somistuksen ynnä muun tarvittavan sisällön. Juhlia järjestetään ympäri Suomea, mutta pääasiallinen toiminta-alue sijoittuu Etelä- ja Keski-Suomeen. (Juhlapykit 2018.)

Juhlapykkien missio on tuottaa korkealaatuisia yritysjuhlita. Laadun takaamiseksi juhlaorganisaatioon paneutuu tiimin lisäksi yksi vastaava henkilö, juhlaorganisaattori. Juhlaorganisaattori astuu kuvaan jo juhlaa suunniteltaessa. Hän on aktiivisesti yhteydessä juhlan

tilaajaan sekä muihin avainhenkilöihin, jotta juhlan tavoite ja toteutustapa sovitaan hyvissä ajoin osapuolten kesken. Jokaisessa juhlassa juhlakoordinaattori sitoo juhlan osiot yhteen ja varmistaa että kaikki toimii suunnitelman mukaan. Itse juhlassa juhlakoordinaattori vastaa juhlan aikataulutuksesta ja protokollasta; siksi juhlakoordinaattori toimii usein myös juhlan juontajana.

3.1 Rakentamisen kaaren juhlat

Rakentamisen kaaren juhlia ovat mm. alkupamaus, peruskiven muurausjuhla, harjannostajaiset, tervajaiset, rakennuksen vihkiäiset ja avajaisjuhlat. Työmailla järjestetään myös työmaakierroksia, erilaisia tiedotustilaisuuksia ja työturvallisuuteen liittyviä infotilaisuuksia.

Alkupamaus–juhla ajoittuu maanrakennustöiden alkuvaiheeseen. Juhlallisella ja kuuluvalla kallion räjäytyksellä työt lähtevät vauhdikkaasti liikkeelle. Räjäytys symbolisoi rakennettavan maaperän lopullista haltuunottoa rakennushanketta varten. Alkupamausjuhlat ovat cocktail –tilaisuus, johon kutsutaan rakennustyömaan suunnittelijoita, arkkitehteja, tilaajan edustajia, rakennuttaja, pää- ja aliurakoitsijoita, käyttäjiä, poliittisia vaikuttajia, lehdistöä sekä muita projektiin liittyviä avainhenkilöitä. Näissä tilaisuuksissa julkaistetaan rakennusprojektiin liittyviä kiinnostavia yksityiskohtia, jonka vuoksi lehdistö on usein kiinnostunut saapumaan tilaisuuteen. Ellei rakennettavalla alueella ole räjäytettävää kalliota, toteutetaan juhla nimikkeellä alkulapiointitilaisuus. Kentältä kuulemani tiedon mukaan, suurissa putkihankkeissa toteutetaan niin sanottu kuuma putki-tilaisuus, jossa yhdistyviä putkilinjoja tai hankkeen etenemistä juhlistetaan hitsaamalla putkia seremoniaalisesti yhteen.

Peruskiven muuraustilaisuudessa juhlistetaan muuraustöiden aloittamista kansallisesti merkittävässä rakennuskohteissa. Juhla on usein yksityis- tai kutsuvierastilaisuus. Peruskiven muuraus voidaan toteuttaa myös julkisena tilaisuutena, kuten tehtiin Metropolia Myllypuron kampuksen peruskiven muuraustilaisuudessa syyskuussa 2016. Metropolian peruskiven muuraustilaisuutta juhlistamaan oli kutsuttu julkisesti rakennusprojektin kumppanit sekä helsinkiläiset. Arvovaltaiset henkilöt, kuten poliittiset vaikuttajat tai jopa valtionjohdon merkkihenkilöt, kunnioittavat usein peruskiven muurausjuhlaa läsnäolollaan. Tämän lisäksi juhlaan osallistuu rakennuttajan, tilaajan ja käyttäjän edustajia sekä lehdistöä. Juhlassa muurataan fyysisesti rakennettavan kohteen anturaan historiallista aineistoa sisältävä lieriö juhlan seremonian myötä. Anturan sisään muurataan lieriö.

Lieriö täytetään juhlallisoin menoin peruskirjalla, muuraushetkellä Suomessa käytössä olevilla kolikoilla, päivän sanomalehdillä (esimerkiksi Helsingin sanomat sekä paikallislehti) sekä muilla rakennusprojektiin liittyvillä tärkeillä dokumenteilla, kuten havainnekuville ja vuosikertomuksilla. Lieriö siis sisältää historiallista aineistoa, mistä johtuen se omaa aikakapselin luonteen: lieriö kertoo tulevaisuuden sukupolville rakennushankkeesta ja meidän ajastamme. Täytön jälkeen lieriö suljetaan ja muurataan rakennuksen anturaan. On suositeltavaa että lieriö valmistetaan ruostumattomasta teräksestä ja että siinä on sulkumeکانismi. Ruostumaton teräslieriö säilyy anturassa satojen, ellei tuhansien vuosien ajan.

Harjannostajaiset kuuluvat suomalaiseen talonrakennusperinteeseen ja ovat rakennuskohteen työntekijöiden juhla. Harjannostajaisten juhlistaminen on vakiintunut tapa kiittää työmaalla päivittäin uurastavia rakennusalan ammattilaisia. Sen tarkoitus on myös motivoita rakentajia saattamaan rakennushanke aikataulussa ja onnistuneesti maaliin. Perinteisesti harjannostajaiset järjestetään rakennustyömaalla vesikattotöiden valmistuksessa ja kun rakennus on saavuttanut harjakorkeuden. Harjannostajaisia järjestetään uudisrakennusprojekteissa sekä vanhempien rakennusten saneeraustöiden ja peruskorjausten yhteydessä. Perinteen mukaan harjannostajaiset järjestetään usein torstaisin. Nykyisin harjannostajaisia vietetään myös työviikon muina päivinä. Harjannostajaiset järjestää rakennushankkeen tilaaja. Tilaaja kutsuu juhliin harjannostajaisten kutsumishetkellä rakennushankkeen parissa työskentelevät henkilöt sekä rakennusprojektin parissa työskentelevät avainhenkilöt. Koska tilaisuus järjestetään usein työmaalla keskellä työpäivää, se luonnollisesti kuuluu osaksi rakennustyömaalla työskentelevien henkilöiden työpäivään. Tilaisuuden kesto on noin puolitoista tuntia. Harjannostajaisjuhlassa kuullaan puheita, ruokailaan sekä nautitaan viihdyttävästä musiikki- ja show-ohjelmasta. Työmaiden ja urakoiden ollessa tänä päivänä pitkälle alihankintaketjutettuja, harjannostajaiset ovat erittäin merkittävä työmaan henkilöstöä yhdistävä tilaisuus. Harjannostajaisissa eri organisaatioita edustavat rakentajat kokoontuvat saman pöydän ääreen nauttimaan yhdessä juhlasta.

Pohjan tervajaiset ovat harjannostajaisjuhliin verrattava juhla. Tervajaiset järjestetään maan alle rakennettavissa kohteissa, kuten parkkihalleissa tai tunneleissa. Maanalaiset kohteet voivat olla kymmenien metrien syvyydessä, syvällä graniitissa. Perinteen mukaan juhlissa tervataan alin louhittu kohta. Tervajaisiin varataan tervaa ja harjoja. Paikalta louhittu kivi, louhoksen seinämä tai alin louhittu taso toimii tervauspintana, jota konkreettisesti tervataan. Tervaus symboloi vedeneristystä, ”maanalaista vesikattoa”.

Maanalaisten rakenteiden ongelmana on kosteuden läpiteminen kallioperästä ja sen rapauttava vaikutus. Tervajaisia on järjestetty eritoten Helsingissä, jonka infrastruktuuri kulkee läpi kaupungin graniittisen kallioperän.

Rakennuksen vihkiäiset ja/tai avajaiset järjestetään, kun rakennuksen lopputarkastus on tehty ja hyväksytty käyttöön. Juhla järjestetään joko yleisötilaisuutena tai kutsuvierastilaisuutena riippuen kohteesta sekä sidosryhmistä. Kauppojen vihkiäiset ja avajaiset ovat usein yleisötilaisuuksia, joihin kutsutaan paikalle tulevan käyttäjän työntekijät, asiakkaat, lehdistö ja kaikki tilaisuudesta kiinnostuneet. Kauppojen avajaisia ja vihkiäisiä mainostetaan usein paikallislehdissä. Toisinaan avajaiset ja vihkiäiset ovat suljettuja tilaisuuksia, johon kutsutaan paikalle vain rakennusprojektiin osallistuneita henkilöitä, käyttäjä sekä tulevat työntekijät, poliittisesti vaikutusvaltaisia henkilöitä sekä lehdistöä. Vihkiäiset ovat usein juhlallisempi tilaisuus kuin avajaiset ja näin ollen myös usein kutsuvierastilaisuus.



Kuvio 5. Rakentamisen kaaren juhlat aikajärjestyksessä

Tässä opinnäytetyössä luon ohjelmakonseptin harjannostajaisiin. Rakennan ohjelmakonseptista niin joustavan, että sitä voidaan soveltaen käyttää myös muissa tilaisuuksissa.

sisä. Juhlapykit järjestävät rakentamisen kaaren juhlista ylivoimaisesti eniten harjannostajaisia, joten ohjelmakonseptin luominen harjannostajaisiin on tilaajan ensisijainen intressi.

3.2 Juhlapykit ja harjannostajaiset

Juhlapykit panostaa aktiivisesti harjannostajaisien myyntiin, organisointiin ja onnistuneeseen toteutukseen. Koska yritys järjestää harjannostajaisia jatkuvasti, ovat siihen liittyvät prosessit henkilöstölle tuttuja. Tästä huolimatta jokainen työmaa on ainutkertainen haaste. Lisäksi muun muassa rakennuskohteen valmistusvaihe, vuodenaika ja juhlatila vaikuttavat oleellisesti järjestelytarpeisiin. Juhlan käsikirjoitus on pitkälti sama ja se on todettu toimivaksi. Pienillä ruoka- ja ohjelmamuutoksilla harjannostajaisiin voidaan luoda mitä erilaisinta tunnelmaa: harjannostajaisissa on käynyt joulupukki, siellä on nautittu simaa ja tippaleipiä tai kahden ruokalajin gourmet-ateria. Juhlapykit on luovilla ratkaisuillaan vuosien varrella tuottanut harjannostajaisiin uutta lisäarvoa ja saanut siitä asiakkailta paljon hyvää palautetta. Onnistuneessa juhlassa on Vallo & Häyrisen mukaan oltava kunnossa strategiset toiminnot sekä operatiiviset toiminnot. Strategiset toiminnot kuvaavat sitä osaa juhlasta, josta juhlanjärjestäjä vastaa. Juhlapykkien päästessä toteuttamaan harjannostajaisia tai muita tilaisuuksia, viikottain työkseen näitä järjestävät ammattilaiset osaa kysyä tilaajalta ne oikeat strategiset kysymykset, joihin vastaamalla onnistunut tilaisuus toteutuu.

Vuosien kokemuksella ja näkemyksellä Juhlapykit on usein dokumentoinut nämä kysymykset jo tarjousta tehdessään. Näin tilaaja huomaa heti, että kyseessä on asiantunteva yritys. Onnistuneen juhlan kolme tärkeintä operatiivista toimintoa ovat tapahtumaprosessi, sisältö ja ohjelma sekä vastuuhenkilöt. Tapahtumaprosessi kuvaa sitä, kuinka saavutetaan juhlien tavoite, välitetään haluttu viesti juhlan avulla ja että teema näkyy läpi koko juhlan ajan. Sisällön ja ohjelman avulla tuodaan kohderyhmälle eli vieraille lisäarvoa juhlaan ja näytetään ohjelmavaihtojen avulla, että vieraiden tarpeet on huomioitu. Vastuuhenkilöt ovat juhlan tärkeimpiä henkilöitä. He varmistavat, että juhla toteutuu onnistuneesti ja tavoittaa kohderyhmänsä. (Vallo & Häyrisen 2012, 100–105). Näitä kolmea operatiivista toimintoa hiotaan ennen jokaista juhlaa, vaikka toimintojen peruspilarit ovatkin luotu vuosien tekemisen ja kokemisen kautta. Jokaisen juhlan tapahtumaprosessi, sisältö ja ohjelma sekä vastuuhenkilöt käydään aina läpi ennen juhlaa, jotta tilaaja ja vieraat voivat kevyin mielin nauttia onnistuneen juhlan annista.

Harjannostajaiset järjestetään pääsääntöisesti rakennustyömaalla työskentelevien henkilöiden työpäivän loppupuolella. Rakennustyömaalla työaika on yleensä 7.00–15.30 ja juhla on osa työntekijöiden työaikaa. Koska tilaisuus on osa työntekijöiden työaikaa, juhla ajoitetaan päättymään samaan aikaan kuin työpäivä päättyisi. Tavallisesti harjannostajaiset alkavat klo 14.00, jotta puheille, ruokailulle sekä ohjelmaosuudelle jää aikaa. Joskus harjannostajaisiin saatetaan yhdistää muita tilaisuuksia ennen juhlaa tai juhlan jälkeen. Kaikissa erilaisissa juhla järjestelyissä hyvä suunnittelu takaa aikataulussa pysymisen.

3.3 Harjannostajaisten toimintaympäristö ja asiakasnäkökulma

Harjannostajaiset järjestetään usein työmaalla työaikaan, jotta juhlan päävieraat – rakennustyömaalla päivittäin työskentelevät henkilöt, kuten rakentajat, nosturiauton kuljettajat, putkiasentajat, sähköasentajat, maanrakentajat, kivimiehet, iv-asentajat, lasiasentajat, sahaajat, poraajat, siivoojat ja lukemattomat muut rakennusalan työntekijät – voivat osallistuvat juhlaan. Rakennustyömaalla päivittäin työskentelevien henkilöiden pakollinen vaatetus (turvaliivit, turvakengät, kypärä, silväsiiri ja leukanauha) on harjannostajaisissa täysin hyväksytty juhla-asu. Kun juhla järjestetään työmaalla – työntekijöiden työpaikalla – on kutsutuilla matalampi kynnys osallistua juhlaan. Sijainnilla on suuri merkitys kutsuttujen osallistumispäätökseen, siksi harjannostajaiset halutaan järjestää työmaalla. (Juurakko ym. 2002, 38).

Juhlatunnelman luomiseksi on todella tärkeää, että valitut elementit, kuten kalusto, somistus, esiintyjät ja juontaja sopivat juhlan teemaan sekä ovat tasapainossa tapahtuman tavoitteiden kanssa. (Vallo ym. 2012; 152, 203). Rakennustyömaalla olosuhteet juhlien järjestämiseen ovat poikkeuksellisen haastavat, sillä työmaa on usein varsin keskeneräinen. Juhlatilan valmistaminen juhlakuntoon vaatii paljon erityishuomioita tavanomaiseen juhlatilaan verrattuna. Työmaa valmistaa reitin juhlatilaan ja hoitaa tilan siivouksen ja valaistuksen. Työmaa vastaa myös juhlatilan lämmityksestä ja tuottaa ryhmäkeskuk-sia sähköntarpeeseen. Harjannostajaisissa on kuitenkin tärkeää, että juhlaan saadaan arvokkuutta somistus- ja kattauselementeillä sekä toimivilla esiintyjävalinnoilla. Nämä elementit yhdistettynä toimivaan juhla-konseptiin luovat juhlatunnelmaa työmaan keskeneräisiin puitteisiin. Olenkin kuullut rakentajien huudahtavan juhlatilaan tullessaan: ”Täällä on niin hienoa, kynttilät ja kaikki!” (Juhlavieras harjannostajaisissa 2015) Juhlaan panostaminen onkin konkreettinen arvostuksen osoitus työntekijöille, ja toki muutkin juhlavieraat siitä nauttivat.

Rakennusteollisuus.fi työmarkkinatilastoista käy ilmi, että rakennustyömailla työskentelevistä henkilöstä 67 % on 20–50 -vuotiaita miehiä. Rakennuslehden artikkelin mukaan vain 10 % työmaan toimihenkilöistä on naisia. (Rakennuslehti.fi) Harjannostajaisten juhlijakunnan sukupuolijakauma perustuu suurilta osin työmaalla työskentelevien henkilöiden mukaan. Harjannostajaisten vieraista suurin osa todella on 20–50 -vuotiaita miehiä, jotka työskentelevät työmaalla päivittäin. (Havainnointitutkimus 2018.) Tämän vuoksi harjannostajaisten ohjelma luodaan yleensä miesvoittoisen vieraskunnan toiveiden mukaisesti.

Työmaalla työskennellään projektin kestosta riippuen keskimäärin kahdesta kuukaudesta kahteen vuoteen. Usein rakennuskohteen pääurakoitsijalla on vain kourallinen omia työntekijöitä mukana rakennusprojekteissa. Pääurakoitsijan työntekijöitä rakennuskohteessa ovat yleensä työmaan työnjohto, kuten työpäälliköt, vastaavat mestarit sekä asiantuntijatehtävissä toimivat henkilöt. Suurin osa rakennustyömaalla päivittäin työskentelevistä henkilöistä palkataan työmaalle alihankkijoiden kautta. Näiden rakennustyömaalla työskentelevien rakentajien kansalaisuudet ovat yleensä Suomi, Viro, Venäjä, Liettua, Latvia ja Turkki. Rakennusteollisuus.fi teettämän työvoimakyselyn (2016) tulosten mukaan Uudenmaan seudun rakennustyömaiden työntekijöistä 25 prosenttia on ulkomailta tulleita työntekijöitä. Muualla Suomessa työmailla työskentelevistä noin 5 prosenttia on ulkomailta tulleita. Koko maassa 17 prosenttia oli ulkomaalaisia talonrakennustyömaiden kokonaisvahvuudesta. (Rakennusteollisuus.fi) Juhlavieraiden kansallisuudet aiheuttavat haasteita esimerkiksi esiintyjävalinnoissa. Jotta juhlavieraat voisivat nauttia juhlasta täysin rinnoin, olisi esiintymisen toimittava ”kaikilla kielillä”. Hyvänä esimerkkinä toimii Juhlalykkien vuonna 2013 järjestämät Svenska Teatern:in saneerauksen harjannostajaiset. Tällä työmaalla työskenteli 23 eri kansallisuutta. Juhla aloitettiin luettelemalla kaikki maat, joiden kansalaisia oli työmaahenkilöstössä ja toivotettiin heidät englanniksi tervetulleeksi juhlaan. Harjannostajaiset ovat äkkiseltään ajatellen lyhyt ja yksinkertainen työmaatilaisuus, mutta niiden järjestäminen vaatii todellista organisointi- ja kommunikointikykyä, tietoa sekä myös kykyä reagoida yllätyksellisiin tilanteisiin paikan päällä työmaalla.

4 OHJELMAKONSEPTIN KEHITTÄMINEN

Opinnäytetyön toiminnallisessa osuudessa hyödynnettiin palvelumuotoilua ohjelmakonseptin kehittämisessä. Hyödynsin palvelumuotoilua ohjelmakonseptin kehittämisessä, koska palvelumuotoilu tarjoaa helppokäyttöisiä menetelmiä sekä työkaluja ja selkeän

prosessin, jonka avulla voidaan konkretisoida sekä testata nopeasti ja helposti erilaisia aineettomia palvelukonsepteja.

Tuulaniemi kuvaa palvelumuotoilua prosessina ja työkaluvalikoimana. Palvelu on prosessi, jolla autetaan ratkaisemaan jokin ongelma. Palvelu on kokemus, eli jotain mitä omistetaan, se on myös tärkeää ihmisten välistä vuorovaikutusta. Kaikkien palveluiden keskiössä on henkilö, palvelun käyttäjä eli asiakas. (Tuulaniemi 2011, 58-59.) Tässä opinnäytetyössä kehitetyn ohjelmakonseptin tarkoituksena oli parantaa palvelukokemusta asiakkaan näkökulmasta. Tilaajan näkökulmasta tarkoituksena oli optimoida ohjelmatarjontaa kehittämällä harjannostajaisten ohjelmatarpeita palveleva kokonaisuus.

Palvelumuotoilussa yhdistyy moni- ja poikkitieteellinen lähestymistapa, joka yhdistelee erilaisia menetelmiä ja työkaluja eri tieteenaloilta. Palvelumuotoilua voitaisiinkin kuvata ihmiskeskeisenä innovaatioprosessina, jonka avulla pyritään luomaan käyttökelpoisia tulevaisuuden tarpeita vastaavia käytännön ratkaisuja. Prosessissa tehdään yhteistyötä, tarkkaillaan, opitaan, visualisoidaan ja luodaan erilaisia prototyyppisiä tai ideoita. (Ojasalo ym. 2015, 71-72; Lockwood 2010; Moritz 2005, 48.)

Tärkeinä tekijöinä palvelumuotoilussa on asiakasymmärrys sekä käyttäjäkeskeisyys. Asiakasymmärryksellä ja käyttäjäkeskeisyydellä tarkoitetaan ihmisten tarpeiden ja odotusten ymmärrystä sekä toiminnan motiiveja ja arvoja kokonaisvaltaisesti. Edellä mainitut asiat ovat kiinteästi yhteydessä siihen, kuinka tuotetaan ratkaisuja ja arvoa erilaisiin tarpeisiin asioiden, tavaroiden sekä ihmisten välillä. On myös tärkeää muistaa, että yritys ymmärtää sen todellisuuden jossa asiakas elää ja toimii. Kun käyttäjien odotukset sekä tarpeet ovat lähtökohtana suunnitteluprosessissa, tuotteen tai palvelun käytettävyys varmistetaan. (Tuulaniemi 2011, 67-71; Miettinen 2011, 23; Ojasalo ym. 2015, 72.) Tässä opinnäytetyössä on yritetty saada syvempää asiakasymmärrystä aikaisemmin tehtyjen asiakaskyselyjen, muiden tiedonkeruumenetelmien sekä havainnoista kirjattujen dokumenttien avulla. Asiakaskyselyjen sekä muun materiaalin analysointi on ensimmäinen askel kohti uutta ohjelmakonseptia, jolla Juhlalytkit voi edelleen luoda muista erottuvia asiakaskokemuksia. Ohjelmakonseptin luomisella pyritään näyttämään asiakkaalle, että hänen tarpeitaan, odotuksiaan ja arvojaan on ymmärretty syvemmällä tasolla, jolloin asiakkaan harjannostajaiskokemus voi parantua entisestään.

Palvelumuotoiluosaaminen voi antaa yritykselle hyödyllistä kilpailuetua. Asiakasymmärryksellä yritys voi kasvattaa ymmärrystään nykyisistä markkinoista ja nähdä tulevaisuuden mahdollisuuksia. Markkinoille suuntautuminen ja palveluiden tehokas suunnittelu ja muotoilu näkyvät yrityksen tuloksessa. Onnistuneella palvelumuotoilulla voidaan tehokkaasti luoda kilpailuetua ja parantaa tulosta. Moritz (2005) jakaa palvelumuotoilun kuuteen eri vaiheeseen: Ymmärrä (SD Understanding), Pohdi (SD Thinking), Kehitä (SD Generating), Seulo (SD Filtering), Selitä (SD Explaining) ja Toteuta (SD Realising) (Moritz 2005, 122.) Tässä opinnäytetyössä käytettiin Moritzin mallista pelkistetympää mallia. Malli on jaettu kolmeen osaan, jotka ovat Ymmärrä, Kehitä ja Toteuta. Moritzin pelkistettyä palvelumuotoilumallia käytettiin tässä opinnäytetyössä, koska malli tarjoaa helppokäyttöisiä menetelmiä sekä työkaluja ohjelmakonseptin luomiseen. Malli tarjoaa myös selkeän prosessin, jonka avulla voidaan konkretisoida sekä testata nopeasti ja helposti erilaisia aineettomia palvelukonsepteja. Pelkistetty palvelumuotoilun malli toimi tässä opinnäytetyössä optimaalisesti, koska kuudelle eri vaiheelle palvelumuotoilussa ei nähty tarvetta. Mallissa yhdistettiin kaksi peräkkäistä vaihetta yhdeksi isommaksi aihealueeksi eli kolmeksi palvelumuotoilun prosessin vaiheeksi. Taulukossa 6 on kuvattu ohjelmakonseptin kehitysprosessin vaiheet.

Ymmärrä	Kehitä	Toteuta
<ul style="list-style-type: none"> • Asiakastiedon kerääminen • Menetelmät • 8 x 8 -ideamenetelmä • Dokumenttianalyysi • Havainnointi 	<ul style="list-style-type: none"> • Asiakasprofiilien luominen • Ideoiminen & karsiminen • Ohjelmakonseptin hahmottelu • Menetelmät • Asiakasprofiilit • Suunnittelu & ideointi 	<ul style="list-style-type: none"> • Ohjelmakonsepti • Menetelmä • Käsikirjoitus ohjelmakonseptille

Taulukko 6. Ohjelmakonseptin kehittämisen vaiheet ja eteneminen

Taulukossa esitetyt vaiheet toimivat projektin toiminnallisena runkona. Ensimmäisessä vaiheessa paneuduttiin harjannostajaisvieraiden toiveisiin ohjelmatarjonnasta dokumenttianalyysin sekä havainnoinnin avulla. Havainnoinnin avulla kehitettiin harjannostajaisvieras –ryhmät, joista luotiin kehittä –vaiheessa asiakasprofiilit. Lisäksi tutkittiin yleisiä ohjelmatoiveita 8 x 8 -ideointimenetelmän avulla. Ideointimenetelmä auttoi ymmärtämään osallistujien toiveita siitä, millaisia ohjelmatoiveita harjannostajaisiin yleisesti on.

Kehitä -vaiheessa luotiin harjannostajaisvieraista asiakasprofiilit havainnointimenetelmän avulla. Tämän lisäksi ohjelmakonseptia ideointiin ja suunniteltiin kahdessa palaverissa. Palaverien tuloksena hahmoteltiin ohjelmakonseptin runko. Toteuta -vaiheessa luotiin ohjelmallinen käsikirjoitus juhlan kronologiselle etenemiselle sekä show-ohjelman käsikirjoitus, jotka lopuksi luovutettiin toimeksiantajalle yksinmyyntioikeuksin.

4.1 Asiakasymmärryksen avulla ohjelmakonseptin kehittämiseen

Ensimmäisenä Moritzin (2005) palvelumuotoilumallissa ovat yhdistettynä osiot Pohdi (*SD Understanding*) ja Ymmärrä (*SD Thinking*). Tämän vaiheen tarkoituksena on antaa palvelumuotoilulle suunta sekä ohjenuorat tekemiselle. Tässä vaiheessa perehdytään aiheeseen keräämällä tietoa tutkimusaiheesta, kohderyhmästä, toimeksiantajasta, rajoituksista, mahdollisuuksista sekä toimintaympäristöstä. Tutkimalla edellä mainittuja asioita pyritään saamaan syvempi ymmärrys aiheesta. Näin luodaan käsitys tulevasta kehitystyöstä. (Moritz 2005, 124-129.)

Ymmärrä-vaiheessa käytiin läpi toimeksiantajayrityksen nykytilaa, tavoitteita sekä palveluympäristöä ja kohderyhmää. Käymällä yhdessä läpi yrityksen toimintaa luotiin kattava ymmärrys Juhlatyökkien organisaatiosta ja sen tavoitteista. Ymmärrä-vaiheen aikana syvensin asiakasymmärrystäni kohderyhmästä ja heidän toiveistaan harjannostajaisjuhlien ohjelmaosuudesta. Tutkimuskeinoina ymmärryksen lisäämisessä olivat dokumenttianalyysi sekä havainnointi. 8 x 8 -ideointimenetelmän avulla saatiin kerättyä ohjelmatoiveita harjannostajaisiin ammattilaisten näkökulmasta. Tutkimusmenetelmien lisäksi rakensimme Juhlatyökkien kanssa yhteistä ymmärrystä ohjelmakonseptista ja tutkimme toimintaympäristöä sekä resursseja. Toimintaympäristöä ja resursseja tutkiessamme löysimme esiintyjän, joka oli kiinnostunut lähtemään kehittämään ohjelmakonseptia kanssamme. Hän toimisi myös ohjelmaosuuden päätähtenä ja auttaisi jatkokehittämään ohjelmakonseptia testauksen jälkeen.

4.1.1 Dokumenttianalyysi

Syvällisempää tietoa haettiin käyttäjän eli juhluvieraiden toiveista, tarpeista, tavoitteista, odotuksista, arvoista, toiminnan motiiveista (Tuulaniemi 2011, 130.) Tietoa juhluvieraiden toiveista harjannostajaisten ohjelmaosuudesta kerättiin analysoimalla aikaisempia

asiakaskyselyjä sekä muita havainnoimalla kerättyjä dokumentteja. Aikaisemmat asiakaskyselyt suoritettiin vuosien 2011–2017 aikana. Juhlavierailta sekä juhlan tilaajilta kysyttiin juhlan päätteeksi kehitysehdotuksia, toiveita sekä palautetta juhlista. Tuulaniemen (2011, 142) mukaan asiakasymmärryksen lisääminen erilaisilla asiakastutkimuksilla, kuten asiakaskyselyillä, joissa kerätään ja analysoidaan asiakastietoa auttavat ohjaamaan suunnittelua. Nämä asiakaskyselyt oli arkistoitu Juhlalytkkien toimistolle. Asiakaskyselyiden tulosten analysointi toteutettiin dokumenttianalyysin keinoin.

Dokumenttianalyysissä tiedonhankinta voidaan jakaa kahteen keskeiseen analyysitaapaan – sisällön analyysiin ja sisällön erittelyyn. Sisällön analyysillä pyritään kuvaamaan dokumenttien sisältöä sanallisesti, tutkien ja etsien tekstin merkityksiä. Sisällön erittelyllä pyritään analysoimaan dokumentteja muuttaen tekstisisältö määrälliseksi. (Kyngäs H. & Vanhanen L 1999, kirjassa Ojasalo ym. 2015, 137.) Tässä opinnäytetyössä dokumentteja analysoitiin sisällön analyysillä, jotta löydettäisiin syvällisiä merkityksiä dokumenteista.

Aineistolähtöisen sisältöanalyysin ensimmäisessä vaiheessa aineisto valmistellaan analysointia varten. Valmisteluvaiheessa tärkein osa on suunnitella ja tehdä selkeä sekä helposti tulkittava arkistointitapa, jonka mukaan tallentaa ja jaotella aineisto. Toisessa vaiheessa pelkistetään eli selkeytetään ja tiivistetään aineistoa. Pelkistyksellä pyritään tunnistamaan ja rajaamaan näkökulmia runsaasta aineistomäärästä. Tämän jälkeen ryhmitellään tiedosto osiin. Samaa sisältöä kuvaavat löydökset ryhmitellään, yhdistetään luokaksi ja nimitetään luokan sisältöä kuvaavalla nimellä. Ryhmittelyn jälkeen tapahtuu abstrahointi, jossa erotetaan tutkimuksen kannalta tärkeä tieto. (Ojasalo 2009, 123-127.) Koottuja dokumentteja juhlavieraiden harjannostajaistoiveista löytyi valtava määrä Juhlalytkkien toimistolta. Valmistelin löydetyt dokumentit analysointia varten. Analysoinnin jälkeen päätin ryhmitellä dokumentit teemoittain. Dokumenttianalyysissä nousi esiin kuusi erilaista teemaa, jotka on esitelty kuviossa 7.

Stand-up <ul style="list-style-type: none"> - Vitsejä työmaan arjesta - Timo Harjakainen (räväkkä!) - Imitaatio - Naurua ja hahmoja 	Musiikkia <ul style="list-style-type: none"> - Perinteistä haitarimusiikkia - Kaikkea muuta kuin haitarimusiikkia - Populäärimusiikkia
Taikuutta <ul style="list-style-type: none"> - Toimii kaikilla kielillä - Mentalismia 	Kunnioitus tehdylle työlle <ul style="list-style-type: none"> - Kunnan ohjelmaa, monipuolisesti - Ohjelmassa otettu huomioon työmaan työntekijät
Uusiutuvaa ohjelmaa <ul style="list-style-type: none"> - Ei aina samaa vanhaa ohjelmaa - Erikoisnumeroita - Yllätyksiä 	Naisesiintyjä <ul style="list-style-type: none"> - Naissoittajat - Sambatyöt / Burleski - Naiskauneutta

Kuvio 7. Dokumenttianalyysi teemoittain - Tietoa juhluvieraiden toiveista harjannostajais-ten ohjelmaosuudesta.

Dokumenttianalyysissä tutkija tulkitsee saadut tulokset ja tuo kohdeilmioistä esiin uutta tietoa. Tällaista tietoa voi olla esimerkiksi toistuvien rakenteiden tunnistaminen, ryhmitely, loogisen tapahtumaketjun kehittäminen tai kontrastien ja vertailujen tekeminen. (Ojasalo 2009, 127-130.) Teemoista nousi selvästi esille kuusi teemaa, jotka olivat stand-up, musiikki, taikuus, kunnioitus tehdylle työlle, uusiutuva ohjelma ja naisesiintyjät.

”Timo Harjakainen oli täyttä kultaa. Hänen kaltainen esiintyjä tarvitaan jokaisiin harjannostajaisiin. Ninnannunna ja virman piikkiin.” Harjannostajaisien vieras, 2015.

Stand-up osiossa asiakkaat toivoivat erilaisia huumorikokonaisuuksia. Monet olivat kehuneet koomikkoja, joita oli ollut aikaisemmissa juhlissa. Monet toivoivat imitaatio-komiikkaa sekä vitsejä työmaan arjesta. Putous -tv-ohjelmassa vuonna 2011 Aku Hirviniemen esittämä sketsihahmo Timo Harjakainen mainittiin monia kertoja. Timo Harjakainen ”valvovana rakennusmestarina” tulee kertomaan juhlaan, miten rakennustyöt pitäisi oikeasti hoitaa. Harjakais-ohjelmassa yhdistyy komiikka, rakennustyömaan arki sekä Hirviniemen kyky heittäytyä roolihahmoonsa.

”Olen nähnyt monissa harjannostajaisissa trubaduurin harmonikan kanssa. Se on ihan hyvä, mutta tämä bändi ja stand-up koomikko yhdistelmä oli todella hyvä. Kiva, että esiintyjä pidettiin salassa viimeiseen asti.” Harjannostajaisien vieras, 2013.

Musiikki -osiossa saatiin selvä jako perinteistä musiikkia toivovien asiakkaiden ja uudenlaisia musiikkiesityksiä toivovien kesken. Perinteistä musiikkia toivovat halusivat harmonisti-trubaduurin esiintymään harjannostajaisissa. Uudenlaisia musiikkiesityksiä toivovat asiakkaat halusivat harjannostajaisiin kitaristeja, pianisteja, viulisteja, sellistejä, duoja, trioja, bilebändejä ja muita erilaisia kokoonpanoja.

"Miten tuo mentalisti tekee nuo temput? Aikamoinen show Pete Poskiparralla!" Harjannostajaisten vieras 2012.

Taikuus -osiossa toivottiin mentalismia ja erilaisia taikureita. Mentalisteista Noora Karma ja Pete Poskiparta nousivat esille. Esille nousi myös ajatus siitä, että "taikuus toimii kaikilla kielillä". Taikuuden haluttiin olevan myös osana harjannostajaisten yllätyselementtiä. Asiakkaat toivoivat erilaisia taikuuden muotoja, kuten lähitaikuutta sekä lavataikuutta. Myös toiveet tulitaikuudesta nousivat esiin.

"Kiva, että saatiin ohjelmaa. Stand-up koomikko puhui työmaan arjesta, kun olisi ollut töissä työmaalla meidän kanssa. Häneltä tuli myös muutama sana viroksi. Virolaiset olivat innoissaan." Harjannostajaisten vieras 2014.

Kunnioitus tehdylle työlle - osiossa asiakkaat toivoivat panostusta harjannostajaisten ohjelmaan. Moni mainitsi olleensa harjannostajaisissa, joissa ei ollut mitään ohjelmaa. Asiakkaiden toiveet liittyivät ohjelman monipuolisuuteen ja siihen, että ohjelman valinnassa on ajateltu harjannostajaisvieraita.

"Olen osallistunut vuosien aikana kymmeniin harjannostajaisiin. Näissä harjannostajaisissa oli aivan mahtava lopetus, kun saatiin sambaryhmä yllättäen lavalle." Harjannostajaisten vieras 2017.

Uusiutuvaa ohjelmaa -osiossa monet kertoivat aikaisemmissa harjannostajaisissa olleen samanlaista ohjelmaa, jonka vuoksi he toivoivat uusiutuvaa ohjelmaa. Uusiutuvaa ohjelmaa haluttiin erikoisnumeroiden ja yllätysten muodossa.

"Tuo burleski esitys loksautti kyllä jokaisen työntekijän suun ammolleen!" Harjannostajaisten vieras 2011.

Naisesiintyjät -osiossa nousi esille toiveita naiskauneudesta harjannostajaisjuhlissa. Naisesiintyjä haluttiin enenevässä määrässä niin musiikkiosioihin kuin ohjelmaosuuteen. Naisesiintyjä toivottiin harjannostajaisiin tanssimaan, laulamaan, tekemään taikatemppuja ja soittamaan. Miesvoittoiseen juhlakokonaisuuteen toivottiin naisiesiintyjä tuomaan tasapainoa.

4.1.2 8x8 -ideointimenetelmä

Dokumenttianalyysin lisäksi tein 8 x 8 -menetelmällä ideointipajan. Erilaiset kehittämis-, tiedonhaku- sekä ideointimenetelmät tulee hyödyntää suunnitellusti ja harkitusti, jotta saadaan vastattua tutkimuskysymykseen. Kun edellä mainitut menetelmät on analysoitu oikealla tavalla, ne tuottavat tietoa, toimivat ongelmien ratkaisijoina sekä luovat uusia toimintatapoja ja menetelmiä. (Kantojärvi 2012; Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 143.)

Tarkastelin erilaisia ideointimenetelmiä ja päädyin valitsemaan 8x8 -ideointimenetelmän, koska toivoin sen tuovan monta uutta ideaa nopeasti. Tutkiessani 8x8 -ideointimenetelmää tähän opinnäytetyöhön päätin käyttää ideoimisapuna Tutkimuksellinen kehittämis-työ -kurssin henkilöitä. Vaikka heille harjannostajaiskulttuuri ei ollut tuttua, ajattelin, että heiltä voisi saada hyviä ideoita ohjelmakokonaisuuden rakentamiseen. Kaikki kurssille osallistuneet olivat kuitenkin opintojensa loppuvaiheessa olevia kulttuurituottajia eli tapahtumatuotannon tulevia ammattilaisia. Tämän lisäksi harjannostajaisvieraista löytyy aina henkilöitä, jotka ovat osallistuvat ensimmäistä kertaa harjannostajaisiin, niin kuin tämän ideointipajan henkilöt, joille simuloitaisiin ideointipajassa harjannostajaisten tunnelmaa ja juhlan tarkoitusta.

Loin ideointipajan tueksi PowerPoint -esityksen, jonka avulla viritin kohderyhmän harjannostajaistunnelmaan. PowerPoint -esityksen alussa kuvailtiin ideointimenetelmä lyhyesti. Tämän jälkeen paneuduttiin harjannostajaisiin. Esityksen aikana kuulija sai kuvan harjannostajaisten historiasta, harjannostajaisista nykypäivänä, millainen on harjannostajaisten ohjelmaprotokolla, kuinka Juhlapykit järjestää harjannostajaisia ja ketkä harjannostajaisiin osallistuvat. PowerPoint -esityksessä tuli myös ilmi kenelle harjannostajaiset järjestetään ja kuvailtiin keskivertokävijän profiili.

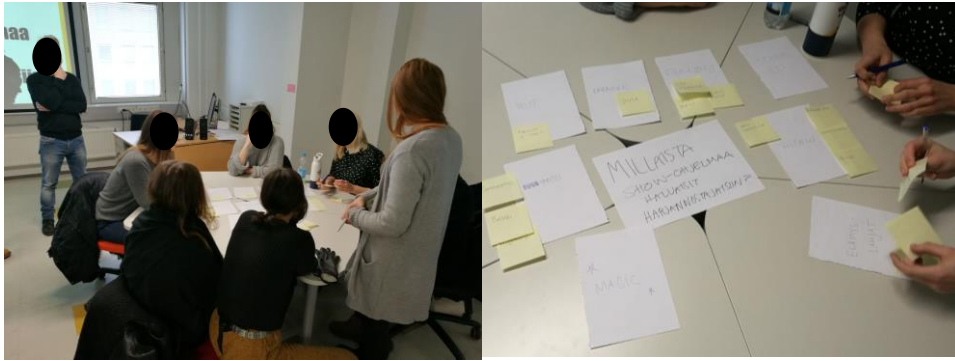
8x8 -ideointimenetelmässä ongelma kirjoitetaan paperille, jonka jälkeen paperin ympärille sijoitetaan kahdeksan tyhjää paperia. Näihin tyhjiin papereihin kirjoitetaan mieleen

tulevat näkökulmat ongelmasta. Nämä näkökulmat siirretään uusiksi aloituspisteiksi. Uusien aloituspisteiden ympärille siirretään taas uudet kahdeksan paperia, joiden ympärille ideoidaan uusia näkökulmia. Menetelmän tarkoituksena on saada ideaan liittyvät mahdollisuudet ja asiat esille. (Ojasalo ym. 2015, 163) 8x8 -ideointimenetelmän avulla pyrittiin yhteisöllisesti herättelemään ideoita tutkimuskysymykseen liittyen. Menetelmä pohjautuikin ongelmanratkaisukeskeisyyteen keskustelun kautta. Sovelsin menetelmää niin, että se sopi kohderyhmän kanssa toteutettavaksi. PowerPoint esityksen päätteeksi ideointiryhmälle jaettiin paperi, johon oli kirjoitettu pääkysymys ”Millaista show-ohjelmaa haluaisit harjannostajaisiin?”. Pääkysymyksen ympärille jaettiin kahdeksan tyhjää paperia, joille ideointiryhmä sai kirjoittaa kahdeksan näkökulmaa. Nämä näkökulmat siirrettiin kahdeksaksi lisänäkökulmaksi, joista etsittiin ideoita harjannostajaisten ohjelman luomiseen. Kuviossa 8 on esitelty 8 x 8 -ideointimenetelmä graafisesti. Kuvassa 9 näkyy tunnelmia ideointipajasta.

Idea	Idea	Idea	Idea	Idea	Idea	Idea	Idea	Idea
Idea	Näkökulma 1	Idea	Idea	Näkökulma 2	Idea	Idea	Näkökulma 3	Idea
Idea	Idea	Idea	Idea	Idea	Idea	Idea	Idea	Idea
Idea	Idea	Idea	Näkökulma 1	Näkökulma 2	Näkökulma 3	Idea	Idea	Idea
Idea	Näkökulma 8	Idea	Näkökulma 8	ONGELMA	Näkökulma 4	Idea	Näkökulma 4	Idea
Idea	Idea	Idea	Näkökulma 7	Näkökulma 6	Näkökulma 5	Idea	Idea	Idea
Idea	Idea	Idea	Idea	Idea	Idea	Idea	Idea	Idea
Idea	Näkökulma 7	Idea	Idea	Näkökulma 6	Idea	Idea	Näkökulma 5	Idea
Idea	Idea	Idea	Idea	Idea	Idea	Idea	Idea	Idea

Kuvio 8. 8 x 8 -ideointimenetelmä (mukailtuna Ojasalo ym. 2015, 164- 165)

PowerPoint esityksen jälkeen ideointipajaan osallistuneet pohtivat millaista ohjelmaa he haluaisivat harjannostajaisiin. 8 x 8 -menetelmäpajasta saatiin monia uusia ideoita (Liite 1.) ohjelmakonseptin luomiseen. Työpajaan osallistuja esittivät monenlaisia mielipiteitä ohjelmasisällöstä. Yleisesti ottaen osallistujille harjannostajaisohjelman sisältö merkitsi kokonaisvaltaista ja elämyksellistä ohjelmakokonaisuutta. Myös räätälöity ohjelma nähtiin osana hyvää ohjelmakokonaisuutta.



Kuva 9. 8 x 8 -ideointimenetelmä Tutkimuksellinen kehittämistyö kurssilla.

Työpajaan osallistuneet keksivät kahdeksan eri näkökulmaa kysymyksen ”Millaista show-ohjelmaa haluaisit harjannostajaisiin?” ympärille. Nämä näkökulmat olivat: Magic (taikuus), tanssi, teemat, karaoke, freebies (ilmaislahjat), stand-up, kilpailu ja elämyslahjat.

Taikuus –osiossa työpajan osallistujat lähtivät pohtimaan erilaisia taikuuden lajeja sekä tunnettuja taikureita. Taikureista osallistujat nostivat esille Taikuri Luttisen, joka oli monelle lapsuudesta tuttu hahmo. Taikuus –osiossa osallistujat nostivat esille taikuuteen miellettäviä asioita, kuten mentalismin, voodooon sekä ennustukset. Mentalisti Noora Karma sopisi osallistujien mielestä harjannostajaisiin mainiosti. Myös tarot korttienlukijaa sekä voodoo-pajaa ehdotettiin harjannostajaisten ohjelmaosioon. Taikuus –osiossa otettiin esille myös sirkus, akrobatia, tulishow sekä ensiapukurssi. Taikuuteen liittyvät asiat nostivat esille toiveita harjannostajaisohjelman elämyksellisyydestä. Osallistujien mielestä olisi mahtavaa nähdä jotain yliluonnollista juhliissa, joissa ei pakosti oleta sellaista näkevänsä. Menetelmäpajaan osallistuneiden mukaan tämä toisi lisäarvoa harjannostajaisten ohjelmaosuuteen.

Seuraavaan osioon menetelmäpajaan osallistuvat lisäsivät tanssin. Osallistujien mielestä tanssi voisi tuoda juhliin yllätyksellisyyttä. Esimerkiksi sambaryhmä, burleski tai napatanssi voisi olla yllätyksenä juhlavieraille. Osallistujat olivat sitä mieltä, että juhlavieraille yllätyksenä tuleva tanssiesitys toisi juhlaan lisää energiaa ja saisi juhlavieraat haltioitumaan. Tanssi-osiossa mainittiin myös muita tanssilajeja, jotka olivat tankotanssi, hawai-tanssi, moderni tanssi, bailatino sekä twerkkaus. Osallistujat mainitsivat, että monet tanssilajit olisivat harjannostajaisten miesvieraiden mieleen, kunhan heidän ei tarvitsisi itse osallistua tanssimiseen.

Teemat –osiossa menetelmäpajaan osallistujat pohtivat voisiko harjannostajaisilla olla vuodenaikaan tai trendeihin perustuva teema. Teemat toisivat harjannostajaisten sisustukseen, somisteiden valintaan sekä esiintyjävalintoihin vaihtelua. Teemoiksi ehdotettiin esimerkiksi gaala, red carpet, Octoberfest, salakapakka, keidas, pelit, taidepaja sekä terveysteema. Jokaisella teemalla olisi tarkoitus tuoda jotain uutta harjannostajaisiin. Osallistujat pohtivat teeman vaikutusta myös harjannostajaisten kiinnostavuuteen. Voisiko teeman avulla tehdä harjannostajaisista kiinnostavamman sellaisille henkilöille, jotka eivät pakosti osallistuisi harjannostajaisiin muuten. Esille nousi myös pohdintoja teemojen kustannuksista - saadaanko tilaajapuolelta rahoitusta teemaharjannostajaisiin.

Karaoke-osiossa osallistujat pohtivat erilaisia harjannostajaisvieraiden osallistamiskeinoja. Open mic, Singa, musabingo ja ”Paavo laulaa” olivat karaoke-osion ympärille mietittyjä vaihtoehtoja. Kaikkien vaihtoehtojen tarkoituksena oli osallistaa harjannostajaisvieraat tekemään yhdessä asioita. Kaikki vaihtoehdot, paitsi musabingo liittyivät siihen, että jokainen voisi astua lavalle ja esittää taitonsa. Musabingossa harjannostajaisvieraat jaettaisiin ryhmiin, jotka arvailisivat soitettuja kappaleita. Osallistujat miettivät vaihtoehtoa, jossa ryhmät jaettaisiin sattumanvaraisesti, jolloin harjannostajaisvieraat voisivat tutustua toisiinsa paremmin musabingon lomassa.

Freebies eli ilmaislahjat –osiossa pohdittiin erilaisten lahjojen antamista. Menetelmäpajaan osallistujien mielestä olisi hienoa, jos harjannostajaisista jäisi joku konkreettinen lahja muistoksi. Lahjat jaettiin kahteen osaan – muistolahjoihin sekä lahjakortteihin. Muistolahjoja olivat taskumatti, käsirasva, hoitopakkaus (care package), kuppi ja muki. Muistolahjojen tarkoituksena oli jättää muisto harjannostajaisista tai rakennuskohteesta. Muistolahjaan kaiverrettaisiin tai liimattaisiin päivämäärä tai kohteen nimi, jotta siitä jäisi pysyvä muisto. Lahjakortti –idean tarkoituksena oli olla kiitos työntekijöille. Lahjakortteja olivat hotelli yö, risteily ja spa-lahjakortti. Osallistujat olivat yhtä mieltä siitä, että ilmaislahjat houkuttelisivat työntekijöitä osallistumaan harjannostajaisiin. Ilmaislahjojen avulla saataisiin osallistujien mukaan myös arvostusta tehdyille työlle sekä mukava muisto harjannostajaisista.

Stand-up osiossa osallistujat miettivät erilaisia huumorikonaisuuksia ohjelmaosioon. Stand-up osio jaettiin myös kahteen osaan – ulkopuolelta tuleviin esiintyjiin sekä harjannostajaisvieraiden omiin ja osallistaviin ohjelmakokonaisuuksiin. Ulkopuolisista esiintyjistä mainittiin Timo Harjakainen, Jarkko Tamminen, Ilkka Kivi sekä huutokauppakeisari.

Harjannostajaisten itsetoteutettuja huumoriohjelmia olisivat osallistujien mielestä rouskaus, vitsi-battle ja työntekijöiden oma show. Osallistujat miettivät, että ulkopuolinen esiintyjä olisi kuitenkin parempi, koska harjannostajaisvieraat eivät pakosti ole yhtä heittäytyviä ja hauskoja kuin ammattilaisesiintyjä. Ammatillaisen valinnalla sekä räätälöinnillä saataisiin juhlaan tunnelmaa, ihmetystä, huumoria sekä ammattimaisuutta.

Kilpailut –osiossa menetelmäpajaan osallistujat miettivät kuinka tärkeää harjannostajaisissa olisi juhlavieraiden osallistaminen juhlaan. Osallistujien mielestä olisi tärkeää, että juhlaan saisi pientä kilpailuhenkeä ja että siellä voitaisiin ottaa mitta toisistaan. Kilpailuista nostettiin esille lihamukin syöntikilpailu, shottikilpailu, paini sumopuvussa, polkuautokisa, kädenvääntö, arvausleikki, kuninkaat ja narrit sekä kahoot ja pokeri. Kilpailuilla voisi osallistujien pohdintojen mukaan luoda mukavaa tunnelmaa harjannostajaisiin, mutta voitaisiin myös kisata ”pukuväen” ja työntekijöiden kesken leikkimielisesti. Kaikki osallistujat olivat yksimielisiä siitä, että kisat toisivat hyvää kilpailuhenkeä juhliin.

Elämyslahjat –osiossa osallistujat halusivat tarjota jotain erilaista harjannostajaisvieraille. Juhliloitten ollessa suurilta osin miehiä, elämyslahjat liittyivät vahvasti miehiseksi miellettyihin asioihin. Elämyslahjoja olivat Ferrari -/ moottoripyöräshow, hienoja autoja ja moottoripyöriä näytillä, Jouni Hynysen kitarakoulu, Pappa-tunturi ajelu, taidepaja, STA-elämys, photobooth (valokuvauskoppi) sekä pöytäjalkapallo ja pöytäjäkiekkoturnaus. Elämyslahjojen ajateltiin tuovan harjannostajaisiin tekemistä, mutta pohdittiin myös kustannusasioita. Olisiko tilaaja valmis maksamaan Ferrarista juhlaan? Tämän lisäksi osallistujat uskoivat, että harjannostajaisiin saataisiin enemmän vieraita, jos paikan päällä olisi jonkinlainen elämys.

Menetelmäpajan tulosten perusteella voidaan sanoa, että harjannostajaisten ohjelman suunnittelussa on valtava määrä vaihtoehtoja, mutta ohjelmasuunnittelu pohjautuu aina budjettiin, juhlatilaan ja käytössä olevaan aikaan. Menetelmäpaja osoitti, että lisäarvon tuottaminen työntekijälle on tärkeä osa harjannostajaisia. Lisäarvoa voitaisiin menetelmäpajan tulosten perusteella saada esimerkiksi räätälöidyistä ohjelmakokonaisuuksista sekä lahjoista. Ilmaislahjoista jäisi juhlavieraille mukava muisto harjannostajaisista. Ilmaislahjojen jakaminen juhlassa toimisi todella hyvin ja sitä ollaankin kokeiltu erilaisissa Juhlatykkien toteuttamissa juhlissa. Usein ilmaislahjojen jakaminen jää kuitenkin budjetitisyistä toteuttamatta.

Tuloksissa näkyi selkeästi myös tunnelman luomisen tärkeys. Ammattilaisuusikoiden, -tanssijoiden, -koomikoiden ja muiden esiintyjien tuominen juhlaan toisi tulosten mukaan harjannostajaisiin tunnelmaa sekä lisäarvoa. Tunnelman luomista tukee, koko juhlan ajan, juhlaan kiinnitetty juhlakoordinattori ja juontaja. Hän varmistaa juhlakansan viihtyvyyden harjannostajaisissa juttelemalla juhlijoiden kanssa. Juontajan rooli on tärkeä myös esiintyjien kannalta. Hän nostattaa esiintyjien tunnelmaa, jolloin esiintyjät voivat esittää parhaan mahdollisen show'n ja näin saadaan kohotettua myös juhlavieraiden tunnelmaa.

Juhlan ohjelmaosuuden tueksi saatiin ideointipajasta hyviä ideoita, kuten teeman käyttäminen juhlassa. Red carpet -teeman mukaisesti esimerkiksi punainen matto sisääntulossa toisi arvokkuutta juhlaan. Teemojen mukaiset somisteet ja juhlien työntekijöiden vaatetus teeman mukaan toisivat juhlaan lisäarvoa ja ihmettelyä koko juhlan ajaksi. Juhlassa tarjottava ruoka voitaisiin myös räätälöidä teemaan mukaan tai vuoden aikaan sopivaksi.

Monet ideointipajan ideoista sopisivat iltajuhlaan, jossa työntekijät viettäisivät enemmän aikaa kuin muutaman tunnin. Esimerkiksi kilpailut ja pelit olisivat oivia aktiviteetteja Juhlatyöskentäjien järjestämiin iltatapahtumiin.

4.1.3 Havainnointi

Havainnointi on tutkimuksellisen kehittämistyön menetelmä. Se on hyvin tärkeä ja hyödyllinen työkalu, kun halutaan saada tietoa siitä, miten ihmiset käyttäytyvät ja mitä tapahtuu luonnollisessa toimintaympäristössä. Tutkimuksessa havainnointi on systemaattista tarkkailua, jonka avulla voidaan kerätä aineistoa niin luonnollisissa ympäristöissä kuin keinotekoisissa tilanteissa. Havainnoinnin on oltava mahdollisimman järjestelmällistä – se kohdistuu ennalta määriteltyyn kohteeseen ja tulokset on hyvä pyrkiä dokumentoimaan välittömästi. Dokumentointitapoja voi olla esimerkiksi videot, havaintopäiväkirja tai valokuvat. Kohteesta riippuen havainnoidaan eleitä, ilmeitä, liikkeitä ja yleisesti ihmisen toimintaa. (Ojasalo ym. 2015, 114-115.) Havainnointia tapahtuu jokaisessa juhlassa, jossa toimin itse juhlakoordinaattorina tai juontajana. Vaikka kaikkia havaintoja ei voi kirjata ylös välittömästi, jokaisesta juhlasta otetaan kuvia sekä videoita, joihin voidaan palata tarpeen tullen. Havainnoinnin tallennukseen voidaan käyttää esimerkiksi video- ja kuvatallennusta, koska tutkijan on vaikea muistaa kaikkea havaitsemaansa. (Moilanen ym. 2009, 104). Kuvauksen kohteena ovat yleensä juhlavieraat, jotka nauttivat juhlasta.

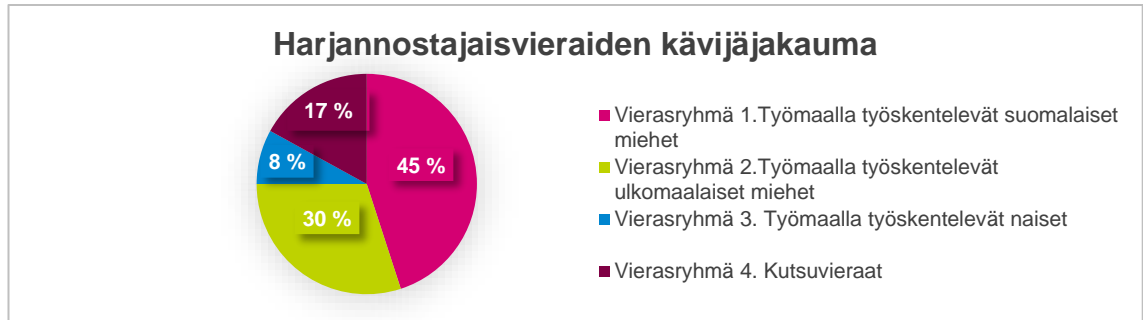
Kuvien ottaminen on osoittautunut hyväksi tavaksi tutkia esimerkiksi ohjelma –osuuden onnistumista juhlassa. Juhlavieraiden kasvoilta voi tulkita helposti, onko ohjelma–osuus ollut viihdyttävä vai ei.

Tässä opinnäytetyössä käytettiin strukturoimatonta havainnointia eli havainnointia, joka ei ole ennalta jäseneltyä. Strukturoimattomassa havainnoinnissa on kuitenkin tärkeää hyödyntää kehitettävään ilmiön liittyvää teoriaa, jonka avulla voidaan tehdä oletuksia ja päätelmiä siitä mitä ilmiössä mahdollisesti tapahtuu. Tämän lisäksi havainnoinnissa on tärkeää olla etukäteen määritellyt tavoitteet sekä menetelmän tarkkuudesta sopiminen. Strukturoimattoman havainnoinnin avulla voidaan saavuttaa monipuolisesti paljon tietoa tutkittavasta ilmiöstä. (Ojasalo ym. 2015, 116; Moilanen ym. 2009, 104.) Strukturoimatonta havainnointia tehtiin opinnäytetyönprosessin aikana kaikissa tapahtumissa, joissa olin juhlakoordinaattorina. Tapahtumia oli 14 kappaletta ja niissä vieraita yhteensä noin 1100. Havainnoinnin pohjalta luotiin myös neljä harjannostajaisvieraan asiakasprofiilia.

Havainnointimenetelmää käytettiin 25.1.- 10.4.2018 aikavälille sijoittuneissa Juhlalytkien tapahtumissa, jossa toimin juhlakoordinaattorina ja/tai juontajana. Ennen menetelmän käyttöä suunnittelin havainnointilomakkeen, johon keräsin tietoa harjannostajaisvieraiden ominaisuuksista. (Liite 2.) Havainnointilomakkeella selvitettiin myös harjannostajaisvieraiden viihtymistä juhlissa sekä heidän toiveitaan ohjelman osalta. Havainnointilomakkeessa haluttiin selvittää harjannostajaisvieraiden sukupuoli, ikä, oliko kyseessä työmaan työntekijä vai ”pukumies”, kansalaisuus, koulutus, työpaikka, pukeutuminen, viihtyminen harjannostajaisissa, toiveet tulevilta harjannostajaisilta sekä kiinnostus harjannostajaisia kohtaan. Havainnoinnin tarkoituksena oli selvittää, millaista ohjelmaa harjannostajaisiin haluttiin ja olivatko vieraat viihtyneet harjannostajaisissa.

Havainnointi tapahtui keskustelujen ja tarkkailun sekä videointien ja valokuvien analysoinnin avulla. Jokaisesta juhlasta otettiin suurpiirteinen otanta rakennustyömaalla päivittäin työskentelevien henkilöiden lukumäärästä, sukupuolijakaumasta, ikäjakaumasta, kansalaisuudesta sekä pukeutumisesta. Kuviossa 10 on kuvattuna harjannostajaisvieraiden kävijäjakauma vierasryhmittäin. Lisäselvityksiä harjannostajaisvieraiden toiveista sekä viihtyvyydestä tehtiin keskustelemalla juhluvieraiden kanssa. Keskustelujen aikana juhluvieraat kertoivat vapaasti juhlatoiveistaan, juhlan viihtyvyydestä sekä syistä miksi on tullut harjannostajaisiin. Havainnointilomakkeeseen kirjattiin harjannostajaisten jälkeen keskustelun lomassa esille nousseita asioita. Kaikkiin havainnointilomakkeen kohtiin ei aina saatu vastauksia, koska usein keskustelu keskeytyi esimerkiksi ruokailun,

ohjelmaosuuden alkamisen tai muiden juhlakoordinaatioon kuuluvien velvollisuuksien vuoksi.



Kuvio 10. Harjannostajaisvieraiden kävijäjakauma vierasryhmien mukaan.

Harjannostajaisvieraat jakautuivat neljään eri ryhmään. Yksi ryhmistä oli noin 20-50-vuotiaat työmaalla työskentelevät miehet. Toinen ryhmä koostui ulkomailta tulleista rakennustyömaalla työskentelevistä 20-50 -vuotiaista miehistä. Kolmas ryhmä koostui työmaalla päivittäin työskentelevistä naisista, iältään 20-40 vuotiaita. Neljänteen ryhmään kuuluivat juhlan kutsuvieraat, jotka eivät työskentele päivittäin työmaalla, mutta ovat jollain tavalla projektissa mukana. Nämä vieraat ovat yleensä johtoryhmää, juhlan tilaajia, tulevia käyttäjiä sekä muita rakennusprojektiin osallistuneita henkilöitä. Taulukkoon 11 on kuvattu havainnoinnin avulla muodostetut juhlavierasryhmät. Näitä neljää juhlavierasryhmää käytettiin asiakasprofiilien luomisen pohjana.

Vierasryhmä 1	Vierasryhmä 2	Vierasryhmä 3	Vierasryhmä 4
<ul style="list-style-type: none"> Mies 20-50 vuotta Kansalaisuus: Suomi Työskentelee päivittäin työmaalla Ammattikoulun käynyt Tulee harjannostajaisiin yleensä esimiehen "pakottamana" Viihtyy harjannostajaisissa n. tunnin Haluaa ohjelmalta; naiskauneutta, perinteistä ohjelmaa, mielekästä ohjelmaa 	<ul style="list-style-type: none"> Mies 20-50 vuotta Kansalaisuus: Viro, Venäjä, Latvia, Liettua, Turkki Työskentelee päivittäin työmaalla Rakennusalan koulutus / Työkokemus Tulee harjannostajaisiin syömään Haluaa ohjelmaa jota ymmärtää (ei kielimuuria) Haluaa lyhyen juhlan - lähtee yleensä ruokailun jälkeen 	<ul style="list-style-type: none"> Nainen 20-40 vuotta Kansalaisuus: Suomi, Viro Työskentelee päivittäin työmaalla Ammattikoulu / Työkokemus Tulee harjannostajaisiin hieman laittautuneena Haluaa viihdyttävää ohjelmaa (ei vain miehille suunnattua) Motivoituu hyvistä juhlista 	<ul style="list-style-type: none"> Mies 40-60 vuotta Työskentelee toimistolla Käy satunnaisesti työmaalla tai ei ollenkaan Koulutus: Ylempi korkeakoulututkinto Haluaa viihdyttävää ohjelmaa Uudenlaista ohjelmaa Syö muodon vuoksi Haluaa laadukasta ruokaa Istuu eturivissä, koko ohjelman ajan

Kuvio 11. Neljä vierasryhmää. Havainnoinnin kautta luodut vierasryhmät.

Ensimmäisen ryhmän vieraita oli harjannostajaisissa selkeästi eniten. Noin 45 % juhlan vieraista koostui suomalaisista työmaalla päivittäin työskentelevistä henkilöistä. Heille oli tärkeää, että harjannostajaisissa olisi mielekästä ohjelmaa, joka olisi räätälöity työmaan arkeen sopivaksi. Erään työmiehen kanssa keskustelimme pitkään ohjelman räätälöinnistä juuri työmaajuhliin sopivaksi. Hänen mukaansa stand-up, taikuus, naisesiintyjät sekä musiikki toimivat juhlissa aina. (harjannostajaiset 3/2018, havainnointi) Tähän ryhmään kuuluvia yhdisti toiveet juhlasta, jossa ruoka, palvelu ja ohjelma on laadukasta ja mieleenpainuvaa.

Toisen ryhmän vieraita oli juhlissa toiseksi eniten. Tähän ryhmään kuuluivat ulkomaalaiset työmaalla päivittäin työskentelevät miehet, joille oli tärkeää, että juhlissa sai ruokaa ja juomaa. Tämän ryhmän toiveet ohjelmasta olivat selkeät. Kaikki halusivat ohjelmaa, josta voisi itse ymmärtää jotain. Heidän mielestään esimerkiksi suomalainen stand-up koomikko juhlissa oli hyväksyttävää, kunhan hän osaisi ottaa myös ulkomaiset juhlavieraat huomioon jotenkin. Monet tämän ryhmän edustajista eivät jääneet lainkaan katsomaan loppuohjelmaa, koska he olettivat, etteivät ymmärtäisi ohjelmasta mitään. Ruokailun aikana soitettu musiikkiohjelma oli heidän mieleensä ja he kuuntelivat mielellään lahjakkaita muusikoita.

Kolmannen ryhmän vieraita oli selvästi vähiten juhlissa. Vain kahdeksan prosenttia juhlien vieraista koostui työmaalla päivittäin työskentelevistä naisista. He tulivat harjannostajaisiin mielellään ja yleensä halusivat hieman laittautua juhlaa varten. He olivat juhlassa alusta loppuun saakka. Kun keskustelin tähän ryhmään kuuluneiden henkilöiden kanssa juhlan ohjelmasta, he olivat yleisesti tyytyväisiä harjannostajaisien järjestelyihin. Jotkut toivoivat ohjelmaa joka ei olisi niin selkeästi miehille suunnattu. Heidän mielestään juhlissa saisi olla enemmänkin julkisuuden henkilöitä esiintymässä. Toiveina oli muun muassa Mikko Leppilampi, Aku Hirviniemi (Timo Harjakainen) sekä Hunks –tanssijat. He sanoivat myös, että harjannostajaiset ovat kiitos heille tehdystä työstä. Harjannostajaiset motivoivat tätä ryhmää jaksamaan projektin loppuun asti.

Neljäntenä ryhmänä olivat kutsuvieraat eli projektiin liittyneet henkilöt, jotka tilaaja on kutsunut harjannostajaisiin, mutta jotka eivät työskentele työmaalla päivittäin. Näihin henkilöihin kuului yleensä projektin johtoporrasta, tulevat käyttäjät, sidosryhmät sekä projektiin muuten liittyneitä henkilöitä. Tämän ryhmän edustajat toivoivat harjannostajaisilta uusiutuvaa ohjelmaa sekä laadukasta ruokaa. Monet tämän ryhmän harjannosta-

jaisvieraista olivat olleet useissa harjannostajaisissa, toisin kuin muiden ryhmien edustajat. Tämän ryhmän edustajat halusivat uudistuvaa ohjelmaa, koska moni oli nähnyt ”harjannostajaisten vakioesiintyjät” jo useita kertoja. Uusiutuvalla ohjelmalla tämän ryhmän edustajat tarkoittivat myös monipuolista ohjelmaa. Eräs tähän ryhmään kuuluva henkilö kertoi harjannostajaisista, joissa oli ollut työmaakerros ennen itse juhlaa. Työmaakerroksen aikana eräästä rakennuksen huoneesta oli alkanut soida laulu sekä akustinen kitara. Työmaakerros oli päättynyt huoneeseen, jossa eräs hyvin kuuluisa solisti, oli soittanut ja laulanut akustisesti muutaman kappaleen. Tämän jälkeen harjannostajaisvieraat oli saatettu solistin saattelemina harjannostajaistilaan. Harjannostajaiset olivat jääneet henkilön mieleen, koska siinä oli osattu yllättää jo useissa harjannostajaisissa kutsuvieraana ollut henkilö. (harjannostajaiset 4/2018, havainnointi / keskustelu)

Kaikkien ryhmien edustajat toivoivat laadukasta ohjelmaa sekä ruokaa. Jokaiselle ryhmälle oli myös tärkeää, että harjannostajaisten ohjelma räätälöitäisiin juhlan mukaan. Tämä toisi lisäarvoa harjannostajaisiin. Etenkin työmaalla päivittäin työskentelevien henkilöiden toiveissa oli räätälöity harjannostajaiskokonaisuus. Näin he tietäisivät, että heidän työmaalla tekemää työtä kunnioitettaisiin ja se motivoisi heitä tekemään projektin loppuun saakka laadukkaasti ja tehokkaasti.

4.2 Ohjelmakonseptin kehittämisvaihe

Kehitä –vaiheeseen palvelumuotoilussa kuuluvat Kehitä (*SD Generating*) sekä Seulo (*SD Filtering*). Tämän vaiheen aikana suunniteltiin ohjelmakonseptia harjannostajaisiin. Kehitä –vaiheessa on tarkoituksena kehittää relevantteja, viisaita ja innovatiivisia ideoita. Kehitä vaiheessa keksitään, tuodaan eloon ja luodaan uusia ideoita ja ratkaisuja kehityskohteeseen. Kehitysprojektissa on oleellista kehitellä ideoita, jotka voidaan yhdistää vahvaksi ja yksityiskohdiltaan tarkaksi konseptiksi. Ideoilla, konsepteilla ja erilaisilla ratkaisuilla pyritään ratkaisemaan toimeksiantajan ongelma. Tämän ratkaisuehdotuksen on oltava myös linjassa yrityksen strategian kanssa. (Moritz 2005, 132-138.) Kehitä -vaiheessa luotiin havainnointimenetelmän avulla asiakasprofiilit harjannostajaisvieraista. Lisäksi järjestettiin kaksi suunnittelu- ja ideointipalaveria, joissa luonnosteltiin ohjelmallista käsikirjoitusta juhlaan sekä käsikirjoitus show-ohjelmalle.

4.2.1 Asiakasprofiilit

Asiakasprofiilien luomisella voidaan kiteyttää ja esittää asiakastietoa. Asiakasprofiilit ovat myös keskeinen asiakastutkimuksen menetelmä. Asiakasprofiilien avulla tiivistetään tutkimuksessa esiin nousseet toiminnan motiivit ja toimintamallit. On tärkeää havaita suuremman ryhmän toteuttama toimintamalli, jonka perusteella voidaan lähteä rakentamaan palveluita ja ratkaisuja toimeksiantajalle. Arvonrakennusmallit pohjautuvat usein asiakasprofiileihin. Niiden avulla voidaan luoda konsepteja ja mitata niiden mahdollista arvoa ennen palvelun markkinoille viemistä. Asiakasprofiilien luominen helpottaa ideoiden karsimista. (Tuulaniemi 2011, 154-155.)

Harjannostajaiset jakavat yleensä saman vierasjakauman – työmaalla päivittäin työskentelevät suomalaiset, ulkomaiset ja naistyöntekijät sekä kutsuvieraat. Tästä syystä on hyödyllistä tuoda asiakastyypit näkyville. Asiakasprofiileilla voidaan lisätä asiakasymmärrystä, jota voidaan taas hyödyntää palveluiden kehittämisessä. Asiakasprofiileja on myös hyvä verrata toisiinsa, jotta voidaan tunnistaa saada kattavampi käsitys asiakaskunnasta. (Tuulaniemi 2011, 157-159.)

<p>Pekka Perusduunari:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sukupuoli: Mies • Ikä: 20-50 -vuotias • Kansalaisuus: Suomi • Työaika: 7.30 – 15.30 • Työolosuhteet: kylmää (talvisin), hikistä (kesäisin), märkää, likaista, sotkuista, vaarallista • Koulutus: ammattikoulu 		<p>Harjannostajaisissa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Haluaa viihdyttävää ohjelmaa • Kaipaa arvostusta työlle • Tulevat ”pakosta”, mutta haluavat, että juhliin on panostettu • Haluaa ohjelmalta: naiskauneutta, ajankohtaisia aiheita, perinteikästä ohjelmaa, laulua, vitsejä, uudenlaista ohjelmaa • Haluaa laadukasta ruokaa • Motivoi jaksamaan projektin loppuun
--	---	---

Kuva 12. Asiakasprofiili: Pekka Perusduunari.

Kuvassa 12 on esitelty ensimmäiseen asiakasryhmään pohjautuva Pekka Perusduunarin asiakasprofiili. Pekka Perusduunari on 20-50 –vuotias suomalainen mies, joka työskentelee rakennustyömaalla maanantaista perjantaihin. Hän työskentelee vaarallisissa, likaisissa ja sotkuisissa olosuhteissa työmaalla, jossa on kesäisin tukahduttavan kuuma

ja talvella jääkylmä. Pekka Perusduunari on käynyt ammattikoulun, josta hän on saanut koulutuksen johonkin rakennustyömaalla tarvittavaan työhön.

Pekka Perusduunari työskentelee yhdellä työmaalla yleensä kahdesta kuukaudesta kahteen vuoteen, riippuen työmaanprojektin suuruudesta. Hän on käynyt elämässään muutamissa harjannostajaisissa, jos työmaapäällikkö tai vastaava mestari on pyytänyt häntä tulemaan paikan päälle. Kun Pekka Perusduunari osallistuu harjannostajaisiin, hän haluaa viihtyä juhlassa. Pekka Perusduunari toivoo laadukasta ja viihdyttävää ohjelmaa sekä hyvää ruokaa. Harjannostajaisten ohjelmalta hän toivoo naiskauneutta, naisia kun ei yleensä työmaalla paljon näe. Tämän lisäksi hän toivoo ajankohtaista ohjelmaa, lauluja, vitsejä ja perinteikästä ohjelmaa. Vaikka perinteinen ohjelma on Pekka Perusduunarille mielekästä, hän kuitenkin toivoo hiljaisesti uudistuvaa ohjelmaa, joka nostattaisi harjannostajaistunnelman kattoon. Pekka Perusduunari kokee, että harjannostajaisilla voidaan näyttää, että hänen työtä arvostetaan. Harjannostajaiset ovat ikään kuin motivaattori lopulle projektille ja kiitos tilaajalta – saahan harjannostajaisista ylijääneet kaljatkin viedä kotiin.

<p>Ragnar Rakentaja:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sukupuoli: Mies • Ikä: 20-50 -vuotias • Kansalaisuus: Viro, Turkki, Latvia, Liettua, Venäjä • Työaika: 7.30 – 15.30 • Työolosuhteet: kylmää (talvisin), hikistä (kesäisin), märkää, likaista, sotkuista, vaarallista • Koulutus: ammattikoulu / työssä oppiminen 		<p>Harjannostajaisissa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Haluaa ohjelmaa, josta ymmärtää itsekin jotain (omalla kielellä / ohjelmaa joka puhuu kaikilla kielillä) • Tulevat paikalle ruoan ja juoman takia • Tulevat ”pakotettuna” paikalle • Haluaa ohjelmalta: naiskauneutta, hauskuutta, taikuutta • Haluaa lyhyen juhlan
--	---	--

Kuva 13. Asiakasprofiili: Ragnar Rakentaja

Toinen asiakasryhmään pohjautuva asiakasprofiili kuuluu Ragnar Rakentajalle (kuva 13). Hän on Virosta suomeen saapunut rakennusmies, joka on iältään 20-50 –vuotias. Ragnar Rakentaja työskentelee myös päivittäin rakennustyömaalla. Hänen työskentelykielenään on yleensä englanti tai suomi. Ragnar Rakentaja osaa jonkun verran suomen kieltä tai ei ollenkaan. Hän on käynyt ammattikoulun joka on valmistanut hänet rakennustyömaan työhön. Joskus Ragnar Rakentaja on hankkinut taitonsa työssä oppien.

Harjannostajaisiin Ragnar Rakentaja tulee yleensä esimiehensä pakottamana syömään ja juomaan. Hän ei mielellään jää ohjelman loppuun asti, koska kokee, ettei kuitenkaan ymmärrä suomen kieltä tarpeeksi hyvin ymmärtääkseen vaikkapa stand-up koomikoiden vitsit. Ragnar Rakentaja haluaa osallistua lyhyeen juhlaan, jossa pääpainona on ruoka ja juoma. Jos hän kuitenkin jää juhlan loppuun asti, Ragnar Rakentaja haluaa ohjelman ”puhuvan kaikilla kielillä”. Tämä tarkoittaa sitä, että ohjelmassa on huomioitu myös ulkomailla tulleet työntekijät. Esimerkiksi stand-up koomikot voivat Ragnar Rakentajan mielestä esittää show’nsa suomeksi, kunhan siinä on otettu vaikka muutamalla lauseella huomioon myös ulkomailla tulleet työntekijät. Ragnar Rakentajan mielestä musiikki, taikuus, kauniiden naisten esittämät tanssiesitykset sekä erikoistaidot, joihin ei tarvita puhetta toimivat harjannostajaisissa hyvin.


<p>Riina Rakennussiivoja:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sukupuoli: Nainen • Ikä: 20-40 -vuotias • Kansalaisuus: Suomi, Viro • Työaika: 7.30 – 15.30 • Työolosuhteet: kylmää (talvisin), hikistä (kesäisin), märkää, likaista, sotkuista, vaarallista • Koulutus: ammattikoulu / työssä oppiminen 		<p>Harjannostajaisissa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Haluaa viihdyttävää ohjelmaa • Kaipaa arvostusta työlle • Tulevat juhliin <i>hieman</i> laittautuneina, haluavat tulla • Haluaa ohjelmalta: laulua, soittoa, vitsejä, taikuutta, julkiksia, uutta ohjelmaa • Haluaa laadukasta ruokaa • Ei vain miehille kohdistettua ohjelmaa • Motivoi jaksamaan päivittäin
--	--	--

Kuva 14. Asiakasprofiili: Riina Rakennussiivoja.

Kuvassa 14 on Riina Rakennussiivoja. Hän on 20-40 –vuotias nainen, joka työskentelee rakennustyömaalla päivittäin. Päivittäisiin työtehtäviin kuuluu rakennustyömaan siivoaminen ja muut avustavat tehtävät. Hän on suomen tai viron kansalainen, joka kuitenkin puhuu suomea. Riina Rakennussiivoja on käynyt ammattikoulun tai oppinut työssä.

Riina Rakennussiivoja tulee mielellään harjannostajaisiin. Hän laittautuu maltillisesti juhlaan ja haluaakin yleensä vaihtaa työmaavaatteet arkivaatteisiinsa, toisin kuin työmaalla työskentelevät miehet. Riina Rakennussiivoja kokee tulevansa arvostetuksi juhlassa. Hänen mielestään on mukavaa, että rakennustyömaalla päivittäin työskenteleville

järjestetään juhlia, joissa on laadukasta ohjelmaa, ruokaa sekä juomaa. Hän haluaa, että ohjelma on viihdyttävää ja monipuolista. Parhaimmillaan harjannostajaisohjelmaan kuuluu soittoa, vitsejä ja julkkiksia. Riina Rakennussiivoojan mielestä esimerkiksi Mikko Lepilampi juontajana olisi unelmien täyttymys. Hänen mielestä on todella tärkeää, ettei ohjelma ole vain miehille suunnattua. Vaikka naispuolisia harjannostajaisvieraita on vähän, heidänkin toiveitaan pitäisi kuunnella. Myös taikuus ja mentalismi puhuttelevat häntä.

Tuomas Tilaaja:		Harjannostajaisissa:
<ul style="list-style-type: none"> ● Sukupuoli: Mies ● Ikä: 40–60 -vuotias ● Kansalaisuus: Suomi ● Työaika: vaihteleva / ma-pe 9-17 ● Työolosuhteet: Toimistotöissä, satunnaisia työmaakäyntejä ● Koulutus: Ylempi korkeakoulututkinto 		<ul style="list-style-type: none"> ● Haluaa viihdyttävää ohjelmaa ● Pukeutuu pukuun ja kravattiin ● Syö muodon vuoksi ● Haluaa: laulua, soittoa, vitsejä, taikuutta, uutta ohjelmaa ● Haluaa laadukasta ruokaa ● Pitää yleensä puheen ● Istuu eturivissä, muiden bisneshenkilöiden kanssa ● On juhlassa sen loppuun asti

Kuva 15. Asiakasprofiili: Tuomas Tilaaja.

Tuomas tilaaja on rakennusprojektin ylemmässä johdossa työskentelevä 40-60 –vuotias suomalainen mies. Hän pukeutuu pukuun ja kravattiin niin toimistolla kuin harjannostajaisissa. Hän on käynyt ylempään korkeakoulututkinnon ja osallistuu rakennusprojektiin toimistolta käsin. Hän hoitaa diilejä, sidosryhmäsuhteita, tilaa ja maksaa harjannostajaiset sekä vierailee satunnaisesti rakennustyömaalla tarkastamassa projektin etenemisen.

Harjannostajaisia tulee Tuomas Tilaajalle vuodessa useita, koska hän on mukana useammassa rakennusprojektissa. Tämän vuoksi Tuomas Tilaaja toivoo aina uusiutuvaa ohjelmaa. Hän on nähnyt harjannostajaisesiintyjien ”vakiokasvot”. Hänen mielestään paras ohjelma on sellainen, joka tuo lisäarvoa juhlalle. Se ei kuitenkaan voi maksaa liikaa, koska harjannostajaisbudjetti on määrätty etukäteen. Tuomas Tilaajan toiveissa ohjelman suhteen on myös, että juhlassa lauletaan, soitetaan, kerrotaan vitsejä, taivotaan, tanssitaan. Oikeastaan mikä tahansa ohjelma on Tuomas Tilaajan mieleen, kunhan vieraat viihtyvät. Tuomas Tilaaja pitää juhlissa yleensä puheen muistaen harjannostajaisprojektiin liittyneitä henkilöitä sekä työmaalla päivittäin työskenteleviä henkilöitä, jotka

ovat harjannostajaisten kunniavieraita. Hän istuu yleensä eturivissä muiden kutsuvieraiden kanssa ja syö maltillisesti. Hän istuu harjannostajaisissa alusta loppuun saakka.

Pekka Perusduunarin, Ragnar Rakentajan, Riina Rakennussiivoojan sekä Tuomas Tiilaajan asiakasprofiilit luotiin kehittä –vaiheeseen, jotta suunnittelupalaverissa voitaisiin luoda kaikkien asiakasprofiilien tarpeita palveleva ohjelmakonseptin käsikirjoitus. Asiakasprofiilit ovat myös kuvaus toimeksiantajalle harjannostajaisvieraista ja heidän toiveistaan. Toimeksiantajan on mahdollista kehittää ohjelmakonseptia myöhemmin asiakasprofiilien avulla.

4.2.2 Ideointi- ja suunnittelupalaverit

Ohjelmakonseptin luomista varten pidettiin kaksi ideointi- ja suunnittelupalaveria, joihin osallistui opinnäytetyön tekijän lisäksi ohjelmakonseptin luomisesta kiinnostunut esiintyjä. Palaverissa käytiin läpi asiakasprofiileja sekä ymmärrä -vaiheen 8 x 8 -menetelmäpajasta ja dokumenttianalysista saatuja tuloksia. Näiden perusteella lähdettiin käsikirjoittamaan ohjelmakonseptia. Ideointi- ja suunnittelupalaverissa lähdettiin luomaan listoja, joihin oli kirjattu mahdollisimman laajakirjoisesti ideoita.

Ideoinnissa tavoitteena on kehittää mahdollisimman monia ratkaisuehdotuksia kehittämisen kohteena olevaan ongelmaan. Ideointi aloitetaan yleisesti kaukaa ja kriitikittömästi, mutta prosessin edetessä ideoinnin kohdetta tarkennetaan. Esimerkiksi listoilla ja käsitekartoilla voidaan koota mahdollisimman paljon ideoita, josta voidaan seulontavaiheessa karsia osa pois toteuttamiskelpoisuutta arvioimalla. Yleinen ajatus on, että mitä enemmän ideoita, sitä suuremmalla todennäköisyydellä saadaan ongelmanratkaisun kannalta merkittäviä osia. (Tuulaniemi 2011, 180-181; Moritz 2005, 136-139; Hirsjärvi ym. 1997, 34-35.)

Ensimmäinen palaveri pidettiin 9.3.2018 Herttoniemessä ohjelmakonseptin luomisesta kiinnostuneen esiintyjän, Antin, kanssa. Ensimmäiseksi määriteltiin Juhlalykkien järjestämien harjannostajaisten tyypillinen aikataulu, joka jakautui kuuteen päävaiheeseen. (Kuvio 16) Nämä vaiheet ovat juhlavieraiden saapuminen, juhlan aloitus, juhlapuheiden pitäminen, ruokailu, ohjelmaosuus ja juhlan lopetus. Ohjelmakonseptia lähdettiin suunnittelemaan Juhlalykkien juhlaprotokollan sekä Antin esiintymistaitojen ympärille.

1	klo 13.45	Juhlavieraat saapuvat
2	klo 14.00	Juhlan avaus
3	klo 14.05	Juhlapuheet
4	klo 14.30	Ruokailu – pöytiin tarjoiltuna
5	klo 15.00	Show-ohjelmaosuus
6	klo 15.30	Juhla päättyy

Kuvio 16. Juhlalykkien juhlaprotokolla

Juhlaprotokolla eli käytännössä juhlan aikataulu määritteli ohjelman pituuden sekä laajuuden. Oli tärkeää tiedostaa, että harjannostajaisten aikataulu on rajallinen. Aikataulun lisäksi juhlan luonteeseen kuuluu tärkeitä juhlaelementtejä, kuten juhlapuheita sekä ruokailu, joiden ympärille ohjelma rakennettiin.

Juhlaprotokollan lisäksi juontajan ja juhlakoordinaattorin eli tapahtuman isännän rooli oli todella tärkeä. Tapahtuman juontaja ja juhlakoordinaattori ovat yleensä Juhlalykkien järjestämissä tapahtumissa sama henkilö. Tapahtumassa isännällä eli juontajalla on keskeinen rooli tapahtuman onnistumisen kannalta. Juontaja on tärkeä linkki kulissien, ohjelman ja vieraiden yhdistymisessä onnistuneeksi juhlapaketiksi. Tapahtuman juontajan on uskallettava kohdata vieraat heti juhlan alkumetreiltä juhlan loppuun saakka ja heittäytyttävä tapahtumassa työhönsä täysin rinnoin. (Vallo & Häyrynen 2012, 231; Silvers 2012, 230.) Juontajan rooli tapahtumassa on toimia ohjelmakonseptin tukena. Juontaja innostaa vieraita musiikillisen osuuden aikana ja nostattaa tunnelman kattoon ennen kuin show -osuus alkaa.

Tuuli Mattelmäki toteaa kirjassa Palvelumuotoilu (Miettinen 2011, 77) että palveluiden ideoinnissa nykyisten ja tulevien käyttäjien lisäksi eri alojen asiantuntijoita ja toimijoita on hyvä ottaa mukaan suunnitteluprosessin eri vaiheisiin. Tässä opinnäytetyössä nykyisten ja tulevien käyttäjien eli asiakkaiden mielipiteet sekä toiveet suunnitteluprosessissa analysoitiin aikaisemmin tehtyjen asiakaskyselyiden perusteella, 8 x 8 -menetelmäpajan tulosten avulla sekä havainnoinnin kautta luotujen asiakasprofiilien avulla.

Esiintyjän erikoistaitona oli imitaatio sekä stand-up. Lähdimme kehittämään ohjelmakonseptia juhlan aikataulun, Antin esiintymistaitojen sekä ymmärrä-vaiheessa kerättyjen ideointi- ja tiedonkeruumenetelmien saatujen tulosten pohjalta. 8 x 8 -menetelmäpajassa yhtenä näkökulmana oli stand-up. Menetelmäpajaan osallistuneiden mielestä ulkopuolinen, ammattilaisstand-up esiintyjä olisi hyvä vaihtoehto, koska ammattilaisen valinnalla

sekä räätälöidyllä ohjelmalla saataisiin juhlaan tunnelmaa sekä kepeyttä. Dokumentti-analyysin kautta luotujen asiakasprofiilien avulla saatiin myös monia ideoita ohjelmakonseptin luomiseen.

Tiedonkeruumenetelmien kautta saatuja ideoita olivat muun muassa uusiutuva ja juhlaan mukautuva ohjelma, työmaalla päivittäin työskentelevien työntekijöiden työn kunnioitus ja arvostus, musiikin lisääminen ohjelmaosioon sekä ”ohjelman puhuminen kaikilla kielillä”. Lähdimme pohtimaan, miten edellä mainitut ideat saataisiin täytäntöön ohjelmakonseptin kehittämisessä.

Uusiutuvan ohjelman puitteissa mietimme Antin kanssa stand-up ja imitaatio -showta, joka olisi joka kerta vähän erilainen. Antilta löytyi läjäpäin vitsejä, imitaatiotaitoa sekä innostusta kehitellä uutta. Ohjelmakonseptiin lähdettiin luomaan runkoa, jonka ympärille Antti pystyi lisäämään tai karsimaan vitsejä tilanteesta, vieraskunnasta, vieraiden innostuneisuudesta ja aikataulusta riippuen.

Työmaalla päivittäin työskentelevien työntekijöiden työtä haluttiin kunnioittaa räätälöimällä ohjelmasta juuri rakentamisen kaareen sopiva. Halusimme että erilaiset työmaan arjesta kertovat tarinat ja vitsit kulkisivat mukana läpi ohjelman. Palaverissa tuli mieleemme, että työmaan esimies eli vastaava mestari voisi antaa tietoa etukäteen työntekijöistä. Vastaava mestari on usein mukana harjannostajaisjärjestelyissä. Hän antaa tietoja työmaasta, juhlatilan pohjapiirustuksesta sekä järjestää tarvittaessa käynnin työmaan juhlatilaan ennen harjannostajaisia. Saamalla etukäteen tietoja työmaalla työskentelevistä henkilöstä, voitaisiin show'ta räätälöidä. Show-osiossa voisi olla tiedossa esimerkiksi työmaapäällikön tai sähkömiehen nimi, joka voitaisiin yhdistää johonkin vitsiin ja näin räätälöidä ohjelmakokonaisuutta asiakkaalle. Vastaava mestari voisi myös kertoa työmaalla tapahtuneista kummelluksista, maneeereista tai muista sattumuksista, jotka voitaisiin käyttää show'ssa. Liitteestä (3) löytyy esimerkkiraideri, jonka pohjalta tietoja voidaan kysyä etukäteen.

Musiikilla on suuri rooli erilaisissa tapahtumissa ja niiden avulla voidaankin luoda tapahtumalle haluttu tunnelma ja teema. Erityisesti elävä musiikki koetaan erilaisissa juhlissa miellyttävänä (Vallo & Häyrinen 2008, 158–159.) Musiikin lisäämisellä halusimme luoda tunnelmaa sekä tuoda ohjelmaan alkuun, keskelle ja loppuun yhdistävää tekijää. Musiikko joka soittaisi koko harjannostajaisten ajan, olisi tärkeä osa ohjelmakonseptia.

Alussa muusikko soittaisi tervetulumusiikkia ja ruokailun aikana hän soittaisi seurustelu/taustamusiikkia. Muusikko nostattaisi juhlan tunnelmaa erilaisilla erikoisnumeroilla sopivissa väleissä, kuten juuri ennen juhlapuheiden alkua ja ennen show-osuuden alkua. Juhlan lopussa, show-osuuden alkaessa muusikko tukisi Antin show'ta laullisilla ja soitollisilla elementeillä.

Ohjelman puhuminen kaikilla kielillä oli yksi haastavimmista tekijöistä, mutta asiakasprofiilien ja asiakaskyselyjen tulosten perusteella, se oli yksi tärkeimmistä osioista ohjelmakonseptia luodessa. Pohdimme, että musiikki puhuu kaikilla kielillä, joten musiikkiosuus ohjelmakonseptissa oli välttämätön. Tämä lisäksi mietimme show-osuuteen aloitusta, jossa tervehdittäisiin juhluvieraita suomeksi, viroksi ja venäjäksi. Vitsien lomaan kehitelimme myös vitsiä, joka kerrottaisiin viroksi. Näin saataisiin ulkomailta tulleiden huomio. Ulkomailta tulleista rakennustyömaalla päivittäin työskentelevistä henkilöistä suurin osa on virolaisia, jonka vuoksi halusimme lisätä viron kieltä ohjelmaan. Tilanteesta riippuen Antti voisi myös lisätä show-osuuteensa vitsejä englanniksi.

Seuraavaa palaveria varten annoimme toisillemme tehtäväksi miettiä vitsejä sekä ohjelmakokonaisuutta. 10.4.2018 pidetyssä palaverissa hiottiin vitsejä, imitaatiota sekä musiikillista osuutta. Tähän mennessä olin myös saanut asiakasprofiilit luotua loppuun, joten minulla oli spesifimpää tietoa harjannostajaisvieraiden toiveista. Halusimme lisätä dokumenttianalyysistä sekä 8 x 8 -menetelmäpajan tuloksista poimitun yllätystekijän ohjelmaan. Yllättävyyttä ohjelmaan päätimme hakea sillä, ettei esiintyjää kerrottaisi etukäteen. Antti istuisi juhluvieraiden joukossa jutellen heidän kanssaan. Näin Antti saisi luotua yhteyden juhluvieraisiin jo ennen esiintymistään. Kun hänen vuoro tulisi esiintyä, hän pomppaisikin juhluvieraiden joukosta lavalle. Antti piti ideasta, koska hän koki olevansa rentoutuneempi lavalla show-osuuden alkaessa, jos hän on saanut tutustua yleisöön etukäteen.

4.3 Ohjelmakonseptin toteuttaminen

Prosessin viimeinen osa - toteuta-vaihe koostuu selitä (SD Explaining) ja toteuta (SD Realising) osiosta. Toteuta-vaiheeseen kuuluu kaikkien palvelujen kehityskohteiden visualisointi. Syntyneet ideat havainnollistetaan ymmärrettävällä tavalla ja kirjoitetaan ohjeet palvelun käytännön toteuttamisesta. Toteuta -vaiheen tavoitteena on viedä konsepti markkinoille eli testata prototyyppiä tai ottaa palvelu käyttöön. Vaikka konsepti olisikin valmis vietäväksi markkinoille, on edelleen huomioitava, että kehityskohteeseen kuuluu

jatkuva kehitysprosessi. (Moritz 2005, 141-145; 224-234.) Toteuta vaiheessa kuvattiin suunniteltu ohjelmakonsepti harjannostajaisiin. Toteuta-vaiheessa luotu käsikirjoitus ohjelmakonseptille ja show'ille luovutettiin toimeksiantajalle toukokuussa 2018. (Liitteet 4 & 5)

5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA ARVIOINTI

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää ohjelmakonsepti Juhlalykkien järjestämiin harjannostajaisjuhliin. Ohjelmakonseptin kehittämisen tarkoituksena oli kattaa koko harjannostajaisjuhlan ohjelmatarve.

Opinnäytetyön tietoperustaa lähdettiin hankkimaan tapahtuman suunnittelun ja konseptisuunnittelun teorioiden kautta. Tapahtuman tuottamisen perusteita avattiin tietoperustassa ensimmäisenä, koska haluttiin selvittää millainen on onnistunut tapahtuma. Tämän jälkeen keskityttiin palvelun konseptoimisen teoriaan, jotta voitaisiin perustella miksi kannatti luoda ohjelmakonsepti. Tietoperustan lopussa keskityttiin ohjelmakonseptiin kehittämiseen sekä asiakasarvoon ja sen luomiseen.

Ohjelmakonseptin kehittämiseen sovellettiin Moritzin kolmivaiheista palvelumuotoilumallia. Palvelumuotoilun menetelmien avulla saatiin kattava näkemys kohderyhmästä ja heidän toiveistaan. Palvelumuotoiluprosessia käyttämällä saatiin opinnäytetyö etenemään johdonmukaisesti. Ensimmäisessä vaiheessa perehdyttiin aiheeseen keräämällä tietoa tutkimusaiheesta, kohderyhmästä, toimeksiantajasta, rajoituksista, mahdollisuuksista sekä toimintaympäristöstä. Näin luotiin käsitys tulevasta kehitystyöstä. (Moritz 2005, 124-129.) Ymmärrä-vaiheessa käytiin läpi toimeksiantajayrityksen nykytilaa, tavoitteita sekä palveluympäristöä ja kohderyhmää. Ymmärrä-vaiheen aikana tutkin toimeksiantajayritystä ja syvensin asiakasymmärrystäni kohderyhmästä ja heidän toiveistaan harjannostajaisjuhlien ohjelmaosuudesta. Tutkimuskeinoina olivat dokumenttianalyysi, 8 x 8 -ideointimenetelmä sekä havainnointi.

Ideointi- ja tiedonkeruumenetelmien avulla keksittiin ideoita, jotka toimivat ohjelmakonseptin kehittämisessä runkona. Näitä ideoita työstettiin suunnittelupalavereissa. Tapahtuman käsikirjoituksen tai tässä tapauksessa ohjelman käsikirjoituksen on syytä sisällyttää kaikki tapahtumaan kulkuun liittyvät tekijät oikeassa järjestyksessä. Käsikirjoitus aut-

taa tapahtumaan osallistuneita työntekijöitä hahmottamaan tapahtuman kulun alusta loppuun. (Silvers 2012, 224-225.) Suunnittelupalavereissa luotu harjannostajaisten käsikirjoitus sekä show-osuuden käsikirjoitus toimivat tämän opinnäytetyön ohjelmakonseptina.

Ohjelmakonseptin tarkoituksena oli luoda kohderyhmälle räätälöity ja kehitetty ohjelma kokonaisuus, joka kattaa koko harjannostajaisten ohjelmatarpeen. Asiakkaiden ei tarvitse osallistua aktiivisesti ohjelmaan, vaan heille tarjotaan helposti lähestyttävää viih-teellistä ohjelmasisältöä harjannostajaisiin. Harjannostajaisjuhlissa halutaan tarjota asiakkaille räätälöityä ohjelmaa, joka voidaan linkittää rakennustyömaan arkeen ja työmaan kommelluksiin. Tämän lisäksi juhlavieraille halutaan tarjota musiikkia, joka keventää harjannostajaistunnelmaa.

Yhteistyö toimeksiantajan ja opinnäytetyöntekijän välillä toimi hyvin. Viestintä osapuolten välillä toimi hyvin ja tehtävien jako onnistui erinomaisesti. Projektin alussa opinnäytetyöntekijälle annettiin vapaat kädet ohjelmakonseptin tuottamiselle. Raameja ohjelmakonseptin tuottamiseen olivat vain budjetti ja harjannostajaisten aikataulu sekä paikka. Suunnittelutyö eteni vauhdilla ja toimeksiantajan kautta saatiin yhteys ohjelmakonseptiin kiinnitettyyn esiintyjään, Anttiin.

Harjannostajaisten kohderyhmä oli hyvin määritelty ja opinnäytetyön tekijä oli päässyt tutustumaan kohderyhmään jo aikaisemmin työssään. Asiakkaiden profilointi ja havainnointi toteutettiin lyhyellä aikavälillä. Havainnoinnin avulla saatiin tarpeeksi kattava kuva juhlavieraista, mutta strukturoidulla havainnoinnilla olisi voinut saada laajemman ja syvällisemmän kuvan harjannostajaisten asiakaskunnasta. Näin olisi voitu panostaa vielä enemmän asiakkaiden syvällisiin harjannostajaisohjelmatoiveisiin ja luoda entistä paremmin yleisöä palveleva ohjelmakonsepti.

Mielestäni ohjelmakonseptin luominen onnistui hyvin ja siihen saatiin tarpeeksi tukea niin toimeksiantajalta kuin opinnäytetyön ohjaajalta. Kehittämiskohteen hyöty toimeksiantajalle näkyy, kun ohjelmakonseptia aletaan myydä. Uskon kuitenkin, että ohjelmakonseptin kehittämisestä on monia hyötyjä niin asiakkaille kuin toimeksiantajallekin.

Toimeksiantaja oli mukana projektin etenemisessä tiiviisti. Toimeksiantaja oli tyytyväinen luotuun ohjelmakonseptiin. Vaikka opinnäytetyön toimeksiantaja ei ehtinyt nähdä ohjelmakonseptin show-osuuden viimeistä versiota, he olivat tyytyväisiä. Toimeksiantajan mielestä tämä oli hyvä alku ohjelmakonseptille ja sen jatkokehittäminen tulevaisuudessa

oli heidän toiveissaan. Tulevaisuudessa ohjelmakonseptiin olisi hyvä lisätä esimerkiksi taikuutta, joka päätettiin jättää show-osuudesta pois. Lisäksi stand-up koomikon, Antin, vitsejä ja kertomuksia voidaan jatkokehittää useammalle kielelle. Tämän lisäksi muusikolla voisi olla suurempi rooli show-osuudessa. Tämä tukisi show-osuutta ja antaisi musiikille suuremman roolin koko juhlassa. Ohjelmakonseptista on tarkka käsikirjoitus olemassa, joten jatkokehitys on mahdollista toimeksiantajan puolelta. Ohjelmakonseptin jatkokehittämisellä varmistetaan, että harjannostajaisvieraat viihtyvät harjannostajaisissa myös tulevaisuudessa. Lisäksi ehdotan jatkokehitysehdotuksena ohjelmakonseptin patentoimista, jotta sille saataisiin laillista turvaa.

Lähteet

Avaintilaisuus Oy kotisivut, 2018. <https://www.avaintilaisuus.fi>

Goldstein, S., Johnston, R., Duffy, J. & Rao, J. 2002. The Service concept: the missing link in service design research? Journal of Operations Management, 20, s. 119-136.

Hamberg, P. 2016. Konsepti, tuo myynnin ja markkinoinnin voimatekijä. <https://mbe.fi/blogi/konsepti-tuo-myyntin-ja-markkinoinnin-voimatekija/> Viitattu: 25.4.2018.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2015. Tutki ja kirjoita. 20. uud. p. Helsinki: Tammi.

Juurakko A., Kauhanen J. , Öhage U. ja T:mi Sananjuuri 2012 Kulttuurista liiketoimintaa. Kustantaja Sananjuuri

Kantojärvi, Piritta 2012. Fasilitointi luo uutta (2. painos). Helsinki: Talentum

Laiho, Tommi 2013. Tarina konseptista. Markkinointi & Mainonta. https://www.markkain.fi/blogit/laihon_klinikka/tarina-konseptista-6287158 Viitattu: 19.4.2018

Laine, Kari 2006. Naiset tarttuvat rakennustöihin. Turun Sanomat. <http://www.ts.fi/uutiset/talous/1074141713/Naiset+tarttuvat+rakennustoihin> Viitattu: 15.3.2018

Lämsä Anna-Maija & Uusitalo Outi 2002: Palvelujen markkinointi esimiestyön haasteena. Helsinki: Edita.

Lockwood, T. 2010. Design Thinking. Integrating Innovation, Customer Experience and Brand Value. Allworth Press. New York

Mannila, Merja 2017. Rakennuslehti., artikkeli / Verkojulkaisu. <https://www.rakennuslehti.fi/2017/08/692338/> Viitattu: 15.3.2018

Miettinen, Satu (toim.) 2011. Palvelumuotoilu - uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Moritz, S. 2005. Service Design. Practical access to an evolving field. Luettavissa: https://issuu.com/st_moritz/docs/pa2servicedesign. Luettu: 29.3.2018.

Ojasalo, Katri & Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo 2015 (3.-4.painos). Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Ojasalo, Katri & Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo 2009. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYpro Oy.

Parantainen, J. 2007. Tuotteistaminen. Rakenna palvelusta tuote 10 päivässä. Talentum. Helsinki.

Rakennusteollisuus. 2018.

<https://www.rakennusteollisuus.fi/Tietoa-alasta/Tyoelama/Tietoja-tyovoimasta-rakennusalalla/Tyovoima-rakennusalalla/> Viitattu: 15.3.2018

Rakennusteollisuus. 2018.

<https://www.rakennusteollisuus.fi/Tietoa-alasta/Talous-tilastot-ja-suhdanteet/Kuvio-pankki/Tyomarkkinat/> (viitattu: 15.3.2018)

Rakennusteollisuus.2018. <https://www.rakennusteollisuus.fi/contentassets/4b92cddd8f7d42a88cf25cb39b841a13/chartoriginal.png> Viitattu: 15.3.2018

Rakennusteollisuus. 2018.

<https://www.rakennusteollisuus.fi/Tietoa-alasta/Talous-tilastot-ja-suhdanteet/Kuvio-pankki/Tyomarkkinat/> (viitattu: 15.3.2018)

Salonen, Kari 2013. Näkökulmia tutkimukselliseen ja toiminnalliseen opinnäytetyöhön. Turku: Turun ammattikorkeakoulu.

Sillanpää, Maria 2008. Tiede-lehti 1/2008. https://www.tiede.fi/artikkeli/kysy/miksi_torstai_on_hernekeittopaiva (Viitattu 27.3.2018)

Silvers, J. 2012. Professional event coordination. Hoboken, M.J: John Wiley & Sons, Inc.

Stickdorn, M. & Schneider, J. 2010. This is service design thinking. John Wiley & Sons, Inc. Hoboken. New Jersey

Tapahtumainfo 2018. <https://tapahtumainfo.fi/> (viitattu 2.2.2018)

Toikko, T. & Rantanen, T. 2009. Tutkimuksellinen kehittämistoiminta. Tampere: Tampereen yliopistopaino Oy.

Tuulaniemi, Juha 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum.

Vallo, Helena & Häyrinen, Eija 2012. Tapahtuma on tilaisuus - Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tietosanoma Oy Tallinna Raamatutrükikoda.

Vilka, Hanna & Airaksinen, Tiina 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Liite 1. 8 x 8 -menetelmäpajan tulokset

Pidin 8x8 -ideointityöpajan tutkimuksellinen kehittämistyö -kurssin opiskelijoille maanantaina 13.3.2018. Työpajaan osallistui 11 kulttuurituotannon opiskelijaa, jotka olivat iältään 22-35 -vuotiaita.

Kysymys: Millaista show-ohjelmaa sinä haluaisit harjannostajaisiin?

Osallistujat:

Aalto-Setälä Jaana, kulttuurituotannon opiskelija vuosikurssi 2015

Dählberg Eemeli, kulttuurituotannon opiskelija vuosikurssi 2014

Kokko Hanna, kulttuurituotannon opiskelija vuosikurssi 2015

Kukkonen Elina, kulttuurituotannon opiskelija vuosikurssi 2014

Niemi Aino, kulttuurituotannon opiskelija vuosikurssi 2015

Nieminen Varpu, kulttuurituotannon opiskelija vuosikurssi 2014

Malmio Tapani, kulttuurituotannon opiskelija vuosikurssi 2013

Määttä Katri, kulttuurituotannon opiskelija vuosikurssi 2015

Riste Juho, kulttuurituotannon opiskelija vuosikurssi 2015

Tarvainen Liisa, kulttuurituotannon opiskelija vuosikurssi 2015

Tsuchiya Leena, kulttuurituotannon opiskelija vuosikurssi 2015

Taikuri Luttinen	Tulishow	Noora Karma	Hawai-Lei	Tankotanssi	Napatanssi	taidepaja	terveys-hifestely	October-fest
Sirkus	MAGIC	Tarot Korttien lukija	Moderni tanssi	TANSSI	Burleski	Gaala	TEEMAT	keidas
Akrobatia	Voodoo -paja	Ensiapukurssi	Bailatino	Twerkkaus	Samba	Red Carpet	pelit	salakapakka
Ferrari / Prätkä-show	Hienot autot + mopot	Jouni Hynyksen kitara-koulu	MAGIC	TANSSI	TEEMAT	-	open mic night	Singa
Pöytäfutis / Lätkä / NHL tur-naus	ELÄMYS-LAHJAT	Pappa -turi ajelu	ELÄMYS-LAHJAT	MILLAISTA OHJEL-MAA HALUAISIT HARJANNOSTAJAI-SIIN?	KARAOKE	musa-bingo	KARAOKE	"Paavo laulaa"
Photo booth	STA-elämys	Taidepaja	KILPAILU	STAND -UP	FREEBIES	-	-	-
lihamukin syönti-kisa	Shottikiipailu	Paini su-mopuvussa	Timo Harjainen	Roustaus	Huutokaup-pakeisari	Spa -lahjakortti	Mukit	Hotelli yö
Kahoot / Pokeri	KILPAILU	Polkuauto-kisa	Jarkko Tamminen	STAND -UP	Työntekijöiden oma show	Taskumatit	FREEBIES	Risteily
Kuninkaat ja narrit	Arvausleikki	kädenvääntö	-	Ilkka Kivi	Vitsi -battle	Käsirasva	Kupit	Care Package

Liite 2. Havainnointilomake

Tein havainnointilomakkeen, joka toimi apunani havainnoidessani harjannostajaisvieraiden ohjelmatoiveita. Tutkittavia ominaisuuksia oli:

Sukupuoli:

Ikä:

Työmaan työntekijä vai ”pukumies”:

Kansalaisuus:

Koulutus:

Työpaikka:

Pukeutuminen:

Mitä haluaa harjannostajaisista?

Miksi tulee harjannostajaisiin?

Onko harjannostajaisten ohjelma ollut viihdyttävä?

Millaista ohjelmaa haluaisi harjannostajaisista?

Onko ruoka ollut hyvää?

Kokevatko harjannostajaiset palkitseviksi?

Harjannostajaistoivee

Liite 3. Esimerkkiraideri (salattu)

Liite 4. Show-ohjelman käsikirjoitus (salattu)

Liite 5. Valmis ohjelmakonsepti (salattu)