

# **Käsikirja salibandyn ottelutapahtuman järjestämiseen, Porvoon salibandyseura Ry**

Julia Turunen



<b>Tekijä</b> Julia Turunen	
<b>Koulutusohjelma</b> Matkailun koulutusohjelma	
<b>Opinnäytetyön nimi</b> Käsikirja salibandyn ottelutapahtuman järjestämiseen, Porvoon salibandyseura Ry	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 36 + 36
<p>Tässä produktityyppisessä opinnäytetyössä käsitellään tapahtumia strategisena työkaluna ja laaditaan käsikirja salibandyn ottelutapahtuman järjestämiseen. Toimeksiantajana opinnäytetyössä toimii Porvoon salibandyseura Ry.</p> <p>Opinnäytetyössä opponoidaan jo olemassa olleita käsikirjoja ja pyritään näiden pohjalta laatimaan toiminnallinen ja hyödyllinen käsikirja salibandyn ottelutapahtumien järjestämiseen.</p> <p>Opinnäytetyössä pyritään ymmärtämään tapahtuman muuttuvaa positiota strategisena työkaluna, mistä koostuu hyvä käsikirja ja kuinka näitä voitaisiin hyödyntää salibandyn ottelutapahtuma järjestämisessä. Olennainen kysymys on myös, kuinka kerrätä kattavasti, mutta toiminnallisesti ottelutapahtuman järjestämisen ohjeistus käsikirjaan niin, että kokemattomampikin tapahtumatuottaja voisi järjestää ottelutapahtuman käsikirjan ohjeistuksella.</p> <p>Opinnäytetyön produktia; käsikirjaa voidaan hyödyntää yleisesti salibandyn ottelutapahtuman järjestämiseen, vaikkakin opinnäytetyö on toteutettu Porvoon salibandyseura Ry: lle toimeksiantona.</p>	
<b>Avainsanat</b> tapahtuma, käsikirja, ottelutapahtuma, urheilu, salibandy	

## Sisällys

1	Johdanto .....	1
1.1	Porvoon salibandyseura .....	1
1.2	Opinnäytetyön rajaus ja rakenne .....	3
2	Tapahtuma strategisena työkaluna .....	4
2.1	Tapahtuma merkitys strategisena työkaluna .....	4
2.2	Tulos keskeinen .....	5
2.3	Sidosryhmät keskiössä .....	6
2.4	Tarkoituksenmukaista tavoitteellista muotoilua ja asettelua .....	7
2.5	Strateginen tuotanto .....	8
2.6	Reflektoiva ammatinharjoittaja .....	9
3	Käsikirjan laatiminen .....	10
4	Ottelutapahtuman käsikirjan laatiminen .....	12
4.1	Projektisuunnitelma .....	12
4.2	Ottelutapahtumien tavoitteet .....	13
4.3	Organisoituminen .....	14
4.4	Budjetti ja kustannusrakenne .....	15
4.5	Tapahtumapaikka .....	16
4.6	Tapahtuman ohjelma ja aikataulu esimerkki .....	17
4.6.1	Tapahtuman perusrunko .....	17
4.6.2	Aikataulu & tekninen ajolista .....	19
4.6.3	Ohjelmaehdotuksia .....	19
4.7	Sidosryhmät .....	22
4.8	Viestintäsuunnitelma .....	23
4.8.1	Markkinointi .....	23
4.8.2	Markkinointi ehdotuksia .....	25
4.8.3	Kohdeyleisö .....	26
4.9	Riskien hallinta .....	26
4.10	Tapahtuman jälkeiset toiminnot .....	28
4.10.1	Konkreettinen muistijälki .....	29
4.10.2	Aineeton muistijälki .....	29
4.11	Muistilista tapahtuman tuottamiseen .....	29
5	Käsikirjan esittely .....	30
6	Pohdinta .....	32
	Lähteet .....	34
	Liitteet .....	36
	Liite 1. Mood board .....	36
	Liite 2. Kyselylomake .....	37

Liite 3. Budjetti .....	38
Liite 4. Käsikirjoitus .....	39
Liite 5. Ottelutapahtuman esimerkki "Ajolista" .....	41
Liite 6. Turvallisuus suunnitelma.....	42
Liite 7. Käsikirja salibandyn ottelutapahtuman järjestämiseen .....	44

# 1 Johdanto

Tässä produktityyppisessä opinnäytetyössä tutkitaan tapahtumia strategisena työkaluna ja laaditaan käsikirja salibandynt ottelutapahtumien järjestämiseen. Toimeksiantajana tässä opinnäytetyössä toimii Porvoon salibandyseura ja tarkennetusti heidän naisten edustusjoukkueensa, jonka ottelutapahtumia tämän käsikirjan on tarkoitus kehittää. Aihe valikoitui havainnoinnin ja ajankohtaisuuden perusteella. Olen itse pelannut Porvoon salibandyseuran naisten edustusjoukkueessa neljä vuotta ja pidän nyt välivuotta. Tänä aikana ottelutapahtumista on noussut esiin useita eri kehittämisen ja monipuolistamisen kohteita. Käsikirja tulee selkeyttämään ottelutapahtumien tuottamisprosessia ja sen myötä organisaatiosta useampi voidaan osallistaa ottelutapahtumien tuotantoon. Käsikirja antaa myös variaatioita ottelutapahtumien monipuolistamiseen ja elävöittämiseen niin, että yleisöä saataisi sitoutettua ja yleisömäärää nostettua. Käsikirjalla halutaan helpottaa Porvoon salibandyseuran ottelutapahtumaprosessia luomalla selkeät ohjeet ja ehdotukset ottelutapahtuman tuottamiseen.

Opinnäytetyön tavoitteena on luoda käsikirja onnistuneen ottelutapahtuman tuotantoon. Käsikirjassa tarjotaan ohjeet perustapahtuman järjestämiseen sekä optioksi annetaan eri tapahtumiin valittavia vaihtelevia oheisohjelmia. Oheisohjelmat tuovat tapahtumaan sisältöä ja tarjoavat lisäarvoa vieraille ja niiden vaihtuessa ajoittain, myös katsojien mielenkiinto säilyy ja kysymys mielessä ”mitähän tänään ottelussa tapahtuu?” pysyy ajankohtaisena. Oheisohjelma voi olla joko Porvoon salibandyseuran itsensä järjestämää tai sitten yhteistyökumppanin kanssa järjestettyä, jos mahdollista niin katsojia osallistavaa ohjelmaa.

Tähän asti ottelutapahtumat ovat toteuttaneet hyvinkin samantapaista kaavaa useamman kauden ajan, kauden aikana voi olla yksi tai kaksi hieman tapahtumarikkaampaa ottelua, mutta nyt tarkoituksena on nostaa yleisesti ottelutapahtumien tasoa ja profiilia. Käsikirjan tavoitteena on tuoda tapahtumiin uusia vaihtoehtoja sekä toimintatapoja, joilla tapahtumien houkuttelevuutta voitaisiin lisätä. Yleisö maksaa sisäänpääsystä ja heille tulisi näin ollen tarjota vastinetta rahalle, tekemällä itse tapahtumasta elämys. Tapahtumissa halutaan ylittää katsojien odotuksia, niin kentällä kuin sen ulkopuolellakin ja tarjota heille Wow-efektejä.

## 1.1 Porvoon salibandyseura

Porvoon salibandyseura (PSS) on vuonna 2003 perustettu salibandyseura. Porvoon salibandy seuralla on aktiivisia joukkueita ja ryhmiä yhteensä 34 kappaletta. Korkein sarjataso on naisissa naisten salibandyliiga sekä miehissä 2. divisioona. Tämä opinnäytetyö

keskittyy luomaan käsikirjan ja ohjeiston, jonka avulla naisten joukkueen ottelutapahtumia voidaan tuottaa ja kehittää eteenpäin. Naisten edustusjoukkue pelaa kaudella 2018-2019 naisten salibandyliigaa. (Porvoon salibandyseura Ry, 2018.)

Porvoon salibandy seuran arvot kiteytyvät yhteisöllisyyteen, rehellisyyteen, läpinäkyvyyteen, vastuullisuuteen sekä positiivisuuteen. He tarjoavat mahdollisuuden liikkua ja pelata salibandya, nauttia urheilusta ja pitää hauskaa ikään katsomatta. Missiona on tehdä salibandyistä nautittavampaa sekä lisätä tavoitettavuutta kaikille. Visiona on olla Itä-Uusimaan paras urheiluseura. (Porvoon salibandyseura Ry, 2018.)

Porvoon salibandyseuralla on menossa 2016 vuonna käyntiin laitettu strategiatyö, jonka tarkoituksena on määrittellä minkälainen urheiluseura Porvoon salibandyseura vuonna 2020 on (Uljuu, 2016). Tämä käsikirja ottelutapahtumien tuottamiseen naisten liigajoukkueelle tukee tätä strategiatyötä kehittämällä seuran edustusjoukkueen ottelutapahtumia, jotka taas ovat niitä, joihin mediaa, yleisöä ja junioreita kerääntyy. Ottelutapahtumia kehittämällä, myös seuran imago ja tunnettavuus kehittyi, yleisömäärien noustessa. Tämä taas vie Porvoon salibandyseuraa lähemmäs heidän tavoitettaan olla alueensa paras urheiluseura.

Porvoon salibandyseuran naisten edustusjoukkue pelaa naisten salibandyliigassa, mikä on Suomen korkein sarjataso naisissa salibandyn osalla. Joukkueella on yhden kauden aikana yhteensä yhdeksän runkosarjan kotiottelua, joihin ottelutapahtumien käsikirjaa voidaan hyödyntää. Näiden lisäksi, voidaan olettaa, että joukkue pelaa jatkopelejä kolmesta jopa viiteentoista peliin, joista parhaimmillaan noin puolet ovat kotipelejä. Kauden aikana joukkue ottaa osaa myös Suomen Cup-sarjaan, johon jokainen naisten salibandyliigaa pelaava joukkue on velvoitettu osallistumaan. Naisten salibandyliiga joukkueen tulevat Suomen Cup: in peleihin mukaan kolmannella kierroksella, kun kaksi ensimmäistä karsintakierrosta on pelattu läpi. Suomen Cup: in vastustajat sekä kotiedun saajat arvotaan ja ensimmäisenä otteluparista nostettava joukkue toimii kotipelinä. Näin ollen kotipelejä myös Suomen Cup: in myötä voi olla useampia, riippuen joukkueen menestyksestä. Voittaja pääsee jatkopeleihin ja häviöjä karsiutuu pois. Suomen Cup pelien lukumäärää ei voida arvioida etukäteen, sillä otteluparit arvotaan, samalla kuin myös kotiottelun saava joukkue. Edellisellä ottelukaudella Porvoon salibandyseuran naisten joukkueella ei ollut yhtään Suomen Cup kotiottelua, mutta tulevalle kaudelle on arvottu yksi. Maksimissaan kaksi ottelua sen lisäksi on mahdollista vielä tulla.

Ottelut ovat vastustajasta, ajankohdasta sekä pelin merkityksestä riippuen vetäneet 150 hengestä 300 henkeen katsojia. Yleisömäärien vaihtelu on todella suurta, mikä aiheuttaa

taloudellisia huolia sekä oheisohjelman suunnittelu hankaloituu. Tähän asti ottelutapahtumat tarjoavat yleisölle mahdollisuuden seurata ottelua paikan päällä, käyttää kahvion palveluita sekä kuunnella juontoja ja musiikkia. Harvemmin ottelutapahtumissa järjestetään varsinaista ohjelmaa myös yleisölle ja tämä on epäkohta, johon käsikirjalla pyritään vaikuttamaan. Tavoitteena on, että kun ottelutapahtumien tasoa sekä profiilia nostetaan, yleisölukumäärien vaihtelu pienenee. Tämä loisi taloudellista vakautta joukkueen toimintaan sekä katsoja lukumäärien noustessa, ottelutapahtumien taso on mahdollista pitää korkeammalla.

## **1.2 Opinnäytetyön rajaus ja rakenne**

Tämä opinnäytetyö rajoittuu spesifisti Porvoon salibandyseuran naisten edustusjoukkueen ottelutapahtumia käsittelevään käsikirjaan. Toistaiseksi tästä aiheesta rajataan pois yksittäisten tapahtumien suunnittelu etukäteen ja tämä jätetään käsikirjan käyttäjän ratkaistavaksi. Käsikirja antaa välineet yksittäisten ottelutapahtumien suunnitteluun ja tuotantoon.

Tässä opinnäytetyössä käsitellään teoriaa tapahtumista strategisena työkaluna ja sen edellytyksiä sekä käsikirjaa yleisesti. Käsikirjaa käsittelevään teoria osuuteen on opponoitu muita käsikirja teoksia. Teoria osuuden jälkeen käsitellään käsikirjan laatimista ottelutapahtumille ja nimenomaan Porvoon salibandyseuralle. Lopuksi produkti esitellään ja itse käsikirja löytyy liitteenä (Liite 7.).

## 2 Tapahtuma strategisena työkaluna

Tässä kappaleessa käsitellään tapahtumia teoriassa. Kuinka tapahtumia voi käyttää strategisena työkaluna ja mitä niihin sisältyy. Työn tavoitteena on tuottaa käsikirja ottelutapahtuman tuottamisesta ja näin ollen teoriassa käydään läpi myös kysymystä: Mistä ja miten koostuu hyvä ja selkeä käsikirja? Näitä edellä mainittuja kysymyksiä käsitellään myös Porvoon salibandy seuran näkökulmasta ja niitä peilataan heidän ottelutapahtumiinsa ja niiden tuotantoon.

### 2.1 Tapahtuma merkitys strategisena työkaluna

Tapahtuman merkitys strategisena työkaluna on kehittyvä näkökulma ja mielentila, jota tapahtumatuottajat ovat alkaneet pikkuhiljaa hyödyntää. Toiminta- ja budjettikeskeinen tehokkuus alkaa käymään vanhanaikaiseksi, kun strategisen ja intuitiivisen ajattelumallin arvostus nostaa suosiotaan mietittäessä mitä menestys ja tulokset ovat. (Sharples, Crowther, May & Orefire 2014, 10-12.)

Strategia tapahtumatuotannossa on merkittävä asia, sillä se takertuu ongelmakohtiin, koordinoi ja priorisoi resursseja. Strategia myös käytännössä antaa suunnan tehokkaalle taktiikalle, jota käytetään yksittäisessä tapahtumassa. Taktiikka antaa eväät yksittäiseen tapahtumaan tai otteluun, kun taas strategia toimii ikään kuin sateenvarjona, jonka alla esimerkiksi taktiikkaa toteutetaan. Tapahtuman käyttäminen strategisena työkaluna on luonnollista ja tehokasta, sillä mahdollisuudet tavoittaa kohderyhmän yleisöä sekä tehdä elämyksiä heille, tukee yrityksen tai toimijan strategiaa. (Kiuru, 2016, 74.)

Tapahtumatuottajilta vaaditaan venymistä pois pelkästä toiminnallisesta muotista, jossa he toistaiseksi ovat pääasiassa toimineet. Heiltä vaaditaan ymmärrystä huomattavasti strategisemmasta roolista tapahtumatuotannon prosessissa. Ajatusmallin muutos ja hallinnallinen lähestyminen tapahtumien luomiseen koskee ominaisuuksia, tavoitteita sekä vaikuttaa eri sidosryhmiin. (Sharples & ym. 2014, 10.)

Viisi yhteen punoutunutta periaatetta strategiseen tapahtumien luomiseen liittyen ovat:

1. Tulokeskeinen
2. Sidosryhmien keskeiset näkymät
3. Tarkoituksenmukainen suunnittelu/design
4. Strateginen persoona
5. Refleктоiva ammatinharjoittaja



Nämä ovat ohjenuoria, jotka muokkaavat tapahtumatuotantoa alusta alkaen ja ne ovat olennainen ja sisäänrakennettu osa useiden erilaisten tulosten mahdollistamisessa. Nämä toimintaperiaatteet tukevat tapahtumatuottajan strategista kehittymistä sekä oppimista. (Sharples & ym 2014, 12.)

Tapahtumien strateginen suunnittelu tukee Porvoon salibandyseuran visiota sekä missiota olla alueen vetovoimaisin urheiluseura. Hyödyntämällä strategisen tapahtumatuotannon työkaluja, Porvoon salibandyseura saa kilpailuetua muihin alueen urheiluseuroihin nähden. Porvoon salibandyseuralla on mahdollisuus hyödyntää esimerkiksi eri vastustajien tuomaa latausta tapahtumalle, ajankohtien vaihtelua ja ideaalin ajankohdan hyödyntämistä, kumppaneiden osallistamista tapahtumasisältöihin sekä fanien huomioimista esimerkiksi fanitavaramyynnillä sekä arvonnoilla.

## **2.2 Tulos keskeinen**

Tulokset ovat tapahtumatuotannon keskipisteenä ja tärkeimpänä tavoitteena. Tämä periaate laajentaa tapahtuma tuotannon kehittymistä tutusta ja turvallisesta "tässä ja nyt"-ajattelusta enemmänkin "miksi ja miten"-ajatteluun. Tehdäkseen tämän, tapahtumatuottajan tulee ymmärtää ja pitää mielessä sidosryhmien tärkeys sekä osallistaa heitä tapahtumatuotannonprosessiin. Sidosryhmillä on jättimäinen rooli tapahtumatuotannossa. Tuottajan tulee tunnistaa sidosryhmät sekä osallistajat yhtä lailla kuin niiden koostumus sekä toiveet. Tekemällä tämän, tuottaja saa työnsä punaisen langan, joka ohjaa tapahtuman suunnittelua, designia sekä lopputuotosta. Tapahtumatuottajalla tulisi aina olla tuloskeskeinen näkökulma koko tapahtuma projektin ajan. (Sharples & ym 2014, 14.)

Tapahtuman menestyksen mittareina toimii tavoitetut ja havaitut tulokset, joita on saatu esimerkiksi osallistamalla sidosryhmän jäseniä tapahtuman eri vaiheissa. Tapahtumatuottajan tulee selvittää tapahtuman strateginen konteksti, löytääkseen harmonisoidun logiikan tapahtumasuunnittelun edistymiseen vaadittavissa useissa ja monimuotoisissa päätöksissä tapahtumaproessin aikana. (Sharples & ym 2014, 14.)

Sidosryhmien monipuolisten, jopa kilpailevien pyrkimysten, prioriteettien sekä huolien tunnistaminen auttaa tasapainottamaan ja priorisoimaan, jos tapahtumassa toimitaan useiden eri sidosryhmien kanssa. Tavoitteena on kuitenkin miellyttää ja palvella sidosryhmien tarpeita sekä täyttää heidän toiveitaan tapahtumaan liittyen. Tapahtumatuottaja ei saisi jättää tunnistamatta ja huomioimatta vaadittuja tuloksia, tapahtuman koosta riippumatta. (Sharples & ym 2014, 14.)

Porvoon salibandyseuran kohdalla tavoitteellisuus on hyvinkin olennaista. Ottelutapahtumista kerätty tuotto ohjataan suoraan joukkueen kauden aikana muodostuviin kuluihin hallivuokrista, matkustamisesta, tuomarimaksuista ja muista juoksevista kuluista. Kehittämällä ottelutapahtumia ja keskittymällä siihen, että miksi ja miten ottelutapahtumia tehdään ja pyritään kehittämään, saadaan optimaalisin tulos sekä tuotot niin yksittäisestä ottelutapahtumasta kuin pidemmällä tähtäimellä tulevista ottelutapahtumista. Yhden ottelutapahtuman onnistuminen voi tuottaa huomattavaa tulosta myös tuleviin ottelutapahtumiin.

Porvoon salibandyseuran ottelutapahtumissa tavoitteet liittyvät rahallisten tavoitteiden lisäksi tunnettavuuteen, lajiharrastajien lukumäärään ja tietenkin yksittäisen ottelun voittamiseen. Se, että ottelutapahtumissa on paljon yleisöä ja he viihtyvät hyvin, tukee myös näitä tavoitteita sekä Porvoon salibandyseuran strategiatyötä kohti alueen parhaaksi urheiluseuraksi. Yleisön viihtyessä sana tapahtumien sisällöllisestä arvosta leviää ja näin tapahtumien kohdeyleisö laajenee.

### **2.3 Sidosryhmät keskiössä**

Sidosryhmien keskittäminen tapahtumien tuottamisen ja suunnittelun keskiöön on hyvin tärkeää strategisen tapahtuma tuotannon saralla. Tapahtuman strategisen tuotannon kanssa työskenteleminen vaatii sen, että ymmärretään sidosryhmien tarkoitus sekä merkitys läpi prosessin. Tapahtumaa kohtaan kohdistuu aina useita eri odotuksia ja kiinnostuksen kohteita eri sidosryhmien edustajilta, mitkä pitää ottaa huomioon jo hyvissä ajoin tapahtumaa suunniteltaessa. Samankaltaisuutta ja vastavuoroisuutta on hyvä käyttää korostamaan useita odotuksia ja sen myötä useita eri tuloksia, jotka koostavat ja hyödyttävät tapahtumaa. (Sharples & ym 2014, 15.)

Jos tapahtuman on tarkoitus menestyä, tapahtumatuottaja ei voi keskittyä vain yhden sidosryhmän tarpeisiin ja toiveisiin tai vain yhteen tulokseen. Se ei palvele tapahtuman sidosryhmiä tasapuolisesti ja voi johtaa sidosryhmien kaikkoamiseen. Haasteena on toimia tapahtumien moninaisen luonteen kanssa ja tuottaa lajitelma tuloksia, jotka miellyttävät useita eri sidosryhmiä. Tämä johtaa takaisin logiikan harmonisointiin, josta puhuttiin aikaisemmassa kappaleessa. Tapahtuman pitäisi aina perustua sidosryhmien toiveisiin ja huolenaiheisiin, haasteena on huomioida ja palvella kaikki sidosryhmät. Sidosryhmien osallistaminen tapahtuman tuotantoon yhteistoimintoina tai yhteistyönä tapahtuman kanssa voi muuttaa tapahtuman tuotannon enemmänkin yhteistoiminnalliseksi yritykseksi, mikä osallistaa ja innovoi sidosryhmiä. (Sharples & ym 2014, 15.)

Sidosryhmät voidaan jakaa kolmeen eri ajatusmalliin.

1. Tuottaja keskeinen
2. Sijoittaja keskeinen
3. Osallistuja keskeinen

Tuottaja keskeinen priorisoi toiminnalliseen ja taloudelliseen mukavuuteen. Sijoittaja keskeisen sidosryhmän intressit ovat muutamassa pää sidosryhmässä, jotka tarjoavat materiaalista tukea tapahtumalle. Osallistuja keskeinen sidosryhmä keskittyy osallistujien miellyttämiseen. Sidoryhmien keskittäminen tapahtumien ytimeen on tasapainoinen lähestyminen ja työkalu mietittäessä eri sidoryhmien vaadittuja ja toivottuja tuloksia. (Sharples & ym 2014, 15.)

PSS: n ottelutapahtumissa eri sidoryhminä voidaan pitää ensinnäkin yleisöä ulkoisena sidoryhminä. Ulkoisia sidoryhmiä ovat myös vierasjoukkue, sponsorit ja kumppanit, jotka ovat osallisena tapahtumassa joko taloudellisesti, nimellisesti tai tuotannollisesti sekä Porvoon salibandyseuran oma henkilöstö sekä pelaajat. Sponsorit, kumppanit, vierasjoukkue sekä yleisö ovat niin sanottuja ulkoisia sidoryhmiä ja oma henkilöstö sekä pelaajat kuuluvat sisäisiin sidoryhmiin.

## **2.4 Tarkoituksenmukaista tavoitteellista muotoilua ja asettelua**

Tapahtumatuottajan tulee myös osittain toimia yleisön kokemusarkkitehtina samoin kuin tulosten mahdollistajana sidoryhmille. Tapahtumatuottajan tulee ymmärtää tärkeimpien sidoryhmien luonne sekä mikä heitä motivoi. Vasta sen jälkeen tuottajalla on hallussaan todellinen ymmärrys, punainen lanka sekä periaatteet, joita hyödyntää tulevan tapahtuman tuottamisessa. Niin kuin toisessa viidestä periaatteesta todettiin, että tuottajan tulee ymmärtää strateginen konteksti ja tulosten laaja kirjo. Sama pätee myös tarkoituksenmukaiseen tavoitteelliseen muotoiluun ja asetteluun, taustalla toimivana logiikkana tapahtuman ulkoasua kohtaan. (Sharples & ym 2014, 16.)

Tapahtumatuottajan rooli on luoda sopivat puitteet ja ulkoasu tilalle, jossa yleisö voi saavuttaa parhaan mahdollisen kokemuksen. Tavoitteena on, että kokemus olisi ennemminkin tuotettu yleisölle kuin vain toimitettu. Prosessin aikana tuottajan tulee opiskella mitkä asiat toimivat tehokkaimmin ja tarjota toivotut tulokset, jopa laajemmat tulokset kuin mitä oli osattu toivoa. Kilpailu ja odotusten nouseminen korkeammalle haastavat tapahtumatuottajaa suunnittelemaan tapahtumansa kokonaisvaltaisemmin ja tarkoituksen mukaisesti. (Sharples & ym 2014, 16.)

Ottelutapahtumassa tarkoituksen mukaista ja tavoitteellista muotoilua ja asettelua voidaan hyödyntää esimerkiksi valoeffektien, savukoneiden, värien ja muotojen, tilan asettelun

sekä henkilökunnan vaatetuksen keinoin. Näitä kaikkia hyödyntämällä ja yhdistelemällä, voidaan luoda katsojalle tilaisuus, jossa he viihtyvät ja yllättyvät positiivisesti. Nämä ovat yksittäisiä tehosteita, joilla asiakkaan polkua voidaan täydentää. Kokonaisuutena näistä syntyy tarkoituksen mukainen ottelutapahtumakokemus, joka vie ottelutapahtumaa kohti tuloksellisempia tapahtumia.

## 2.5 Strateginen tuotanto

Tapahtumatuottajien toimenkuva on siirtymässä pois stereotyyppisestä ajatuksesta normaalista tapahtumatuottajasta. Tapahtumatuottajat ovat tähän asti pääasiassa olleet suunnittelijoita, koordinaattoreita tai organisoijia, mutta nykysuuntaus on enemmänkin se, että tapahtumatuottajat ovat sidosryhmien aikomusten tulkitsijoita, osallistujien profiloijia sekä useiden eri tulosten mahdollistajia. Tapahtumatuottajien tulee kehittää itseään kohti strategista persoonaa, jotta hänellä on mahdollisuus työskennellä tapahtumien strategisen tuotannon parissa, vanhanaikaisen tapahtumasuunnittelun sijaan. (Sharples & ym 2014, 17.)

Palvelun laadun näkökulmasta tapahtumatuottajan taito analysoida ja ottaa huomioon osallistujien tavoitteita ja motivaatiota osallistua juuri tiettyyn tapahtumaan. Tulee myös ottaa huomioon, että asiakkaan kokemus ei ole riippuvainen vain yhdestä ottelutapahtumasta. Asiakkaan kokemus palveluntarjoajasta, tässä tapauksessa Porvoon salibandyseuran naisten edustusjoukkueesta, ja elämys muodostuvat monesti pidemmällä aikavälillä palveluntarjoajan ja asiakkaan suhteen aikana. (Buswell, Et al. 2017, 13.)

Porvoon salibandy seuran tapauksessa tämä on olennainen huomioon otettava asia ja erittäin hyvin toteutettaessa, kauden kestäessä yli 6 kuukautta ja erinäisiä tapahtumia aina ottelutapahtumista jopa talkootapahtumiin mahtuu tuolle aikavälille huomattava määrä.

Tapahtumatuottajan ei myöskään tarvitse välttämättä luoda alusta loppuun koko elämystä asiakkailleen. Asiakkaan kokemus voidaan luoda myös yhteisvoimin, jopa niin, että asiakas itse aktiivisesti osallistuu sen tuottamiseen. Asiakkaan osallistaminen tapahtuman asiakaskokemuksen vahvistamiseksi on erittäin voimakas työkalu. (Buswell & ym 2017, 12) Esimerkkejä osallistamisesta tapahtumissa on esimerkiksi sosiaalisen median aktivointi kampanjat, aktivoivat promootiokampanjat sekä syy-seuraus kampanja; maalin syntyessä tapahtuu jotain asiakkaille mieluisaa, mutta hyötyäkseen tästä, esimerkiksi alennuksesta kahvion tuotteesta, heidän tulee itse tehdä jotain saadakseen hyöty, esimerkiksi ostettava kahvion tuotteita.

Porvoon salibandyseuran naisten liiga ottelussa osallistamista voi hyödyntää laajalla skaalalla. Katsojia voidaan osallistaa erilaisin kilpailuiden keinoin, aktivoivien promootioiden avulla sekä esimerkiksi maalin syntyessä kahviossa voidaan reagoida alentamalla tilapäisesti jonkun tietyn tuotteen hintaa.

Strategisen tuotannon nojalla, myös ottelutapahtumassa tapahtumatuottajan tulee strategisesti suunnitella asiakkaan polku tapahtuman sisällä sekä ottaa huomioon asiakkaan kohtaamat asiat, miten hän mahdollisesti reagoi tiettyihin asioihin ja kuinka sitä reaktiota voidaan vahvistaa ja mahdollisesti hyödyntää asiakaspolun seuraavassa vaiheessa.

## **2.6 Refleктоiva ammatinharjoittaja**

Viimeisenä, muttei vähäisimpänä viidestä strategisen tapahtuman järjestämisen periaatteesta on refleктоiva ammatinharjoittaja. Tapahtuma-alan ollessa jatkuvan muutoksen alainen, niin pitkällä kuin lyhyelläkin aikavälillä, tapahtumatuottajan tulee aina olla valmis oppimaan ja refleктоimaan menneestä tämän hetkiseen tilanteeseen. Tapahtumatuottajan tulee arvioida jo tavoitettuja sekä tavoiteltavia tuloksia ja samaan aikaan löytää hetket oppimiselle sekä refleктоimiselle. (Sharples & ym 2014, 18.)

Tällä on positiivinen vaikutus tapahtumatuottajan tulevien tapahtumien tuloksiin, tämän mahdollisiin työntekijöihin sekä hänen omaan uraansa. Mitä enemmän tuottaja on valmis oppimaan ja sisäistämään, sitä enemmän kokemusta ja vahvuuksia tuottajalla tulee olemaan strategisena tapahtumantuottajana. (Sharples & ym 2014, 18.)

Puhuttaessa Porvoon salibandyseurasta tulee ottaa huomioon, että kyseessä on urheiluseura, jonka resurssit tapahtumien jatkuvaan kehittämiseen ovat rajalliset ja työ tehdään monesti vapaaehtoisten voimin. Refleктоiva ammatinharjoittaja tarkoittaa käytännössä sitä, että tuottaja on jatkuvasti tietoinen ja tarkkaavainen kehitysalueita kohtaan. Kuka Porvoon salibandyseuran organisaatiossa kantaa vastuuta tästä osa-alueesta? Ottelutapahtumat ovat keskeinen osa salibandykilpaurheilutoimintaa ja tästä syystä niitä tulisi jatkuvasti pyrkiä kehittämään ja kyseenalaistamaan. Toistaiseksi ottelutapahtumien tuotantoon on nimetty kaksi henkilöä kotiotteluvastaaviksi sekä joukkueenjohtajat, jotka ovat vahvasti osallisena ottelutapahtumien tuotantoon, heidän tulisi ensikädessä pohtia ja jatkuvasti miettiä kehityskohteita ottelutapahtumia kohtaan. Porvoon salibandyseuralla ei ole ammattilaista tapahtuma-alalta ottelutapahtumien tuotannossa, jonka vuoksi olemassa olevaa henkilökuntaa tulisi valistaa ottelutapahtumien tuotannosta esimerkiksi tapahtuma workshoppien avulla. Porvoon salibandyseuran voisi olla hyvä tehdä yhteistyötä paikallisten oppilaitosten kanssa ottelutapahtumien kehitysprosessissa.

### 3 Käsikirjan laatiminen

Käsikirja on teos, jossa esittää keskeiset käytännön tiedot joltakin alalta tai jotain tiettyä toimintoa ajatellen. (Kotimaisen kielen keskus ja kielitaito Oy, 2018) Käsikirjaa kirjoitettaessa tulee ottaa huomioon käsikirjan kohderyhmä, käsikirjan käyttötarkoitus sekä sovellettavuus. Hyvä käsikirja sisältää tarpeeksi kattavasti tietoa ja on samalla tiivis ja selkeästi luettava, jotta käsikirja on toiminnallisesti pätevä.

Käsikirja on opas, josta lukija saa toimintaohjeita ja -neuvoja käsikirjan aihetta koskevaan asiaan. Käsikirja helpottaa jonkin uuden asian opettelua ja tekemistä, sen ollessa rakenteeltaan sekä sisällöltään helposti luettava ja ymmärrettävä. Käsikirjaa tehtäessä, tulee tarkasti miettiä, mihin tarkoitukseen käsikirja on päätymässä. Hyvä käsikirja on helppoluokinen, selkeä, yksinkertainen ja ymmärrettävä myös alan ulkopuolelta tulevalle henkilölle. (Rentola 2006, 93, 98, 101.)

Tutustuttuani kahteen opinnäytetyöhön, joiden tavoitteena on ollut työstää käsikirja heidän aihettaan koskevalle alueelle sekä kirjoitettuun konkreettiseen käsikirjaan seuraavat asiat ovat olleet olennaisessa osassa.

- Suunnittelu
- Tavoitteet
- Onnistunut tapahtuma
- Organisaatio
- Markkinointi / viestintä
- Budjetti / taloudenhallinta
- Turvallisuus ja riskien hallinta
- Jälkitoimenpiteet

Kia Aution (2014) kirjoittamassa opinnäytetyössä on keskitytty konkreettisesti kyseisen tapahtuman järjestämisen ohjeistukseen. Oppaassa käydään läpi tapahtumaa ennen tapahtuvat asiat, tapahtuman aikana sekä sen jälkeen. Kun taas Hanna Iiskola-Kesosen (2004) kirjoittamassa käsikirja teoksessa tapahtumanjärjestäjille tekijä käy hyvin laajasti tapahtuman vaiheet läpi aina suunnittelusta, onnistuneeseen tapahtumaan, sen turvallisuuteen sekä talouteen. Hanna Iiskola-Kesonen (2004) on suunnannut teoksensa pääasiassa vapaaehtoisvoimin toimiville urheiluseuroille ja yhdistyksille yleisesti lajista riippumatta. Kun taas Kia Autio (2014) on selkeästi kohdentanut opinnäytetyönsä yhden lajin turnausten järjestämisen tarpeisiin. Näiden kahden erityyppisen teoksen välimaastosta löytyy malli, jolle tämän opinnäytetyön tuotos käsikirja sijoittuu.

Yhteen vedettynä, käsikirjan tulee sisältää aiheestaan hyödyllistä, oleellista ja selkeää informaatiota. Käsikirjan tulisi ohjeistaa alalta kokemattomampikin käyttäjä niin, että hän onnistuu toteuttamaan käsikirjan ohjeiden mukaan asian, jota käsikirja käsittelee.

Porvoo salibandyseuran naisten joukkueelle tehtävä käsikirja ottelutapahtumien tuottamiseen ohjeistaa kokemattomammankin henkilön tuottamaan yleisöä kiinnostava ja uudella tavalla stimuloiva ottelutapahtuma. Käsikirja sisältää yleisesti ottelutapahtuman tuottamisen oleelliset vaiheet, mutta jättää myös tuottajalle pelivaraa esimerkiksi aikataulutuksen, tarkan budjetoinnin sekä ohjelmasisältöjen osalta.

## 4 Ottelutapahtuman käsikirjan laatiminen

Tämän opinnäytetyön tuloksena syntyy käsikirja Porvoon salibandyseuran naisten edustusjoukkueen ottelutapahtumien tuottamiseen, tavoitteenaan kehittää jo olemassa olevia ottelutapahtuman tuottamisen käytäntöjä ja näin ollen lisätä myös kävijämäärää otteluissa.

Ulkoasu käsikirjalle tehdään itse, mutta Henna Uljuan (2016) opinnäytetyön: ”Graafinen ohjeistus urheiluseuralle, Porvoon Salibandyseura Ry” ohjeistukseen nojaten. Henna Uljuan (2016) graafisen ohjeistuksen mukaisesti käsikirjan fontti on Helvetica, värimaailma on vahvasti keltainen ja musta. Porvoon salibandyseuran omaa logoa on käytetty.

Käsikirjan luominen salibandy ottelutapahtumalle vaatii syvää ymmärrystä lajin luonteesta ja vaatimuksista, samoin kuin tapahtumista itsestään. Tapahtumien järjestämiseen ohjeistavaa käsikirjaa luotaessa tulee ottaa huomioon salibandy, yleisön sekä sidosryhmien toiveet ja vaatimukset ja on pyrittävä ylittämään niin yleisön kuin sidosryhmien odotuksia.

Käsikirjassa käsitellään Porvoon salibandyseuran naisten edustusjoukkueen ottelutapahtumien tuotantoa. Tässä käsikirjassa pyritään yhdenmukaistamaan ja yksinkertaistamaan ottelutapahtumien tuotanto, mutta samalla myös kehittämään niitä. Tavoitteena on nostaa ottelutapahtumien kävijämäärää huomattavasti ja jotta se olisi mahdollista, tulee ottelutapahtumat kehittää parhaaseen mahdolliseen muotoonsa. Käsikirja itsessään löytyy liitteistä (liite 7.).

### 4.1 Projektisuunnitelma

Projekti lähtee liikkeelle jo olemassa olevan tiedon kartoittamisesta sekä syvemmästä tutustumisesta käsikirjan tuotantoon sekä Porvoon salibandyseuran ottelutapahtumien tuotantoon. Kun nämä kaksi osa-aluetta on käyty läpi ja niihin on tutustuttu läpikotaisin, tulee alkaa miettiä kuinka hyödyntää niitä Porvoon salibandyseuran ottelutapahtumien tuotantoon keskittyvään käsikirjaan. Oheisessa taulukossa on esitetty projektin eri vaiheet viikoittain. Yhteensä projektin tekemiseen on budjetoitu 12 viikkoa, joiden aikana on tavoitteena saada valmiiksi kattava teoria osuus sekä perusteltu empiirinen tausta, joiden pohjalta valmistelen käsikirjan ottelutapahtumien tuottamista varten.

Projektin eri vaiheissa on tavoitteena peilata jo läpikäytyä aineistoa ja teoriaa ja soveltaa sitä Porvoon salibandyseuran naisten joukkueen ottelutapahtumien käsikirjan tarpeisiin. Produktin ulkomuoto, sisältö sekä asiajärjestys tulevat varmasti useaan otteeseen muuttumaan produktin valmistuksen aikana, mutta uskon, että näin produktiin löydetään paras ja toimivin muoto.



Taulukko 1. Opinnäytetyön aikataulu

vko	Opinnäytetyön aikataulutus
34-35	Opinnäytetyö projektin käynnistys, orientoituminen sekä taustatutkimusta.
36-39	Aineistoihin tutustumista sekä teorian kirjoittamista.
40-42	Aineiston keräämistä sekä teorian kirjoittamista, muihin käsikirjoihin/oppaisiin tutustumista.
43-44	Käsikirjan tuottaminen ja peilaaminen teoriaan sekä esimerkki käsikirjoihin.
45-46	Opinnäytetyön oikolukeminen ja viimeistely, kypsyyskoe.

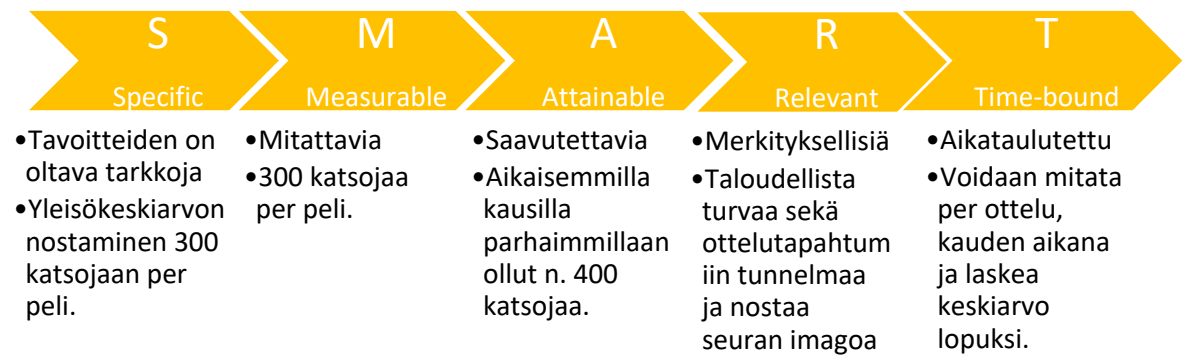
#### 4.2 Ottelutapahtumien tavoitteet

Ottelutapahtuman suunnittelu lähtee käyntiin tavoitteen asettelusta. Ilman selkeää tavoitetta on vaikea luoda toimivaa ja tuloksellista tapahtumaa, joka viehättäisi myös asiakkaitaan. Tavoitteen asettelussa on otettava realistisesti huomioon käytössä olevat resurssit sekä mahdollisuudet. On tähdättävä korkealle, mutta realistisesti.

Tapahtumien tavoitteena on luoda mieleenpainuva ja koukuttava kokemus, joka koskettaa jokaista tapahtumaan osallistujaa. Tavoitteena on jättää osallistujille kosketettava ja mieleenpainuva muistijälki. Jotain mitä näkemällä tai tuntemalla he palaavat tapahtuma päivään sekä jotain konkreettista, joka muistuttaa tapahtumasta. Näiden avulla pyrimme vaikuttamaan osallistujan valintaan olla osallisena tapahtumassa uudestaan.

Tavoitteiden asettelussa on hyvä edetä S.M.A.R.T- mallin mukaan. S.M.A.R.T.- mallissa tavoitteet määritellään sen mukaan, että ne ovat tarkkoja, mitattavia, saavutettavia, merkityksellisiä sekä aikaan sidottuja. Tällä tavalla tavoitteiden toteutumista on helppo ja selkeä mitata. Tavoitteiden on oltava tarkasti määritettyjä niin, että niistä syntyy jokin määre, joka on mitattavissa. Tämän lisäksi tavoitteiden tulee olla realistisia siinä mielessä, että ne tulee olla saavutettavissa ja niiden tulee merkitä jotain, jotta motivaatio niiden tavoittelemiseen pysyy yllä. Lisäksi tavoitteet ja niiden mittaaminen tulee olla aikatauluun sidottu niin, että tätä tavoitellaan tällä aikavälillä ja tavoitteen mittaaminen voidaan suorittaa, kun aikamääre päättyy. Jos tavoitteita ei ole sidottu aikatauluun, myös niiden merkitys alkaa häilyä ja niiden mitattavuus horjuu. (Hirvonen 2016; Hämäläinen 2018.)

Kuvio 1. S.M.A.R.T – malli tavoitteiden asettamiseen



Määrälliseksi tavoitteeksi on asetettu 300 henkilön keskiarvo katsojaluvuissa kauden aikana. 300 henkilöä on realistinen, mutta kuitenkin yksittäiselle naisten liiga pelille korkea katsoja luku, sillä kaudella 2017-2018 mitattu keskiarvo naisten liigan otteluista oli 164 katsojaa. Tämä luku on uusi naisten salibandyliigan keskiarvo ennätys. (Salibandy.fi, 2018.) Tämän tavoitteen saavuttamiseksi vaaditaan toimiva ja tavoittava markkinointi ja viestintä suunnitelma.

Tapahtuman menestystä voidaan mitata esimerkiksi kyselyn avulla. Katsojia aktivoidaan osallistumaan kyselyyn arvonnalla avulla. Arvonta sekä arvonnalla palkinnot vaihtelevat yksittäisten tapahtumien mukaan. Porvoon salibandyseuralle edullinen ja kevyt tapa toteuttaa kysely on esimerkiksi Webropol tai Lyyti alustalla. Budjetin kasvaessa voidaan harkita myös mobiilisti toteutettavaa kyselyä. Kysely kerää informaatiota osallistujan yhteystiedoista, tapahtumakokemuksista sekä toimii osallistumisena arvontaan. Kysely lomake löytyy liitteistä (Liite 2.)

Osallistujien motivointiin ehdotuksena on esimerkiksi kuponki kahvioon, jolla saa 20% alennusta valitsemastaan tuotteesta. Esimerkiksi 1 € kahvikupin saa 0,8 €. Tämä ei ole Porvoon salibandyseuralle suuri taloudellinen riski, mutta kannustaa osallistujaa jättämään yhteystietonsa ja tuntemuksensa tapahtumasta. Lisäksi osallistujien kesken arvotaan kunkin pelitapahtuman kumppanin tarjoamia palkintoja.

### 4.3 Organisoituminen

Jotta voidaan tuottaa onnistunut ottelutapahtuma, tulee tapahtuman järjestämiseen osallistuvat henkilökunnan organisoitua. Parhaiten tämä onnistuu ensin valitsemalla tapahtumalle projektipäällikkö, jonka jälkeen projektipäällikkö voi hallinnoida ja organisoida henkilökunnan niiden vahvuuksien ja osaamisalueiden mukaisesti. Toimiva tiimi edistää toimivan tapahtuman syntyä. (Iiskola-Kesonen H., 2004.)

Ottelutapahtumissa tiimi koostuu useasta eri alueen vastaavasta sekä tapahtumavastaavasta, joka vastaa tapahtuman yleisestä onnistumisesta. Vastaavan tehtävänä on valvoa, että järjestelyt ja tuotanto etenevät suunnitelmien mukaan. Kahviolle, toimitsijoille, oheisohjelmalle sekä otteluprotokollalle, mukaan lukien kentän kunnossapito, on valittu vastaavat ja heidän tehtävänsä on huolehtia oma osa-alueensa kuntoon ottelutapahtumaan. Osa-alue vastaavat ovat vastuussa projektipäällikölle, joka tässä tapauksessa on tapahtumavastaava. Vastaavien apuna on vapaaehtoisia työntekijöitä sekä luvussa 2. mainittuja ulkoisten sidosryhmien jäseniä kumppaneita ja sponsoreita.

#### **4.4 Budjetti ja kustannusrakenne**

Ottelutapahtuman budjetti koostuu tapahtumapaikan vuokrasta, henkilöstökustannuksista, ohjelmasta syntyvistä kustannuksista sekä tuomarimaksuista. Ottelutapahtumassa moni asia tapahtuu vapaaehtoisten voimin, mikä vaikuttaa positiivisesti budjettiin ja kustannusrakenteeseen. Myös sponsoreiden ja kumppaneiden osuus ottelutapahtumassa on merkittävä ja heidän panoksensa näkyy vahvimmin ohjelmasisällöissä.

Ottelutapahtumien ulkoiset sidosryhmät kuten sponsorit ja kumppanit, ovat suuressa roolissa suunniteltaessa ottelutapahtuman kokonaisuutta ja etenkin sen ohjelman rakentamisessa ja niiden kulujen jakamisessa. Monesti kumppanit ovat ne, joiden toiveiden ja teemojen mukaan ohjelmaa pyritään suunnittelemaan. Esimerkiksi Kotipizzan ollessa otte-luisäntänä, pelissä myydään Kotipizzan pitsoja ja niitä voidaan pitää myös markkinointi valttina. Samoin kuin muiden kumppaneiden tuottamaa ohjelmaa & tuotteita. Sekä kumppanit että ottelutapahtuma saavat positiivista näkyvyyttä. Näin ollen markkinoinnin kulut ja mahdollisesti myös ohjelma kulut pienenevät oleellisesti.

Lipunmyyntiä voitaisi kehittää niin, että normaalin kausikortin sekä ovelta ostetun yksittäis-lipun lisäksi, ottelutapahtumaan voisi ostaa lippuja myös etukäteen. Lippujen etukäteen ostaminen olisi mahdollista toteuttaa esimerkiksi ZUPticket palvelun kautta tai sitten esi-merkiksi yhteistyössä ticketmaster.fi: n kanssa. Arvioisin Zup ticket palvelun käyttökuluiksi koko kaudeksi noin 300€. Arvioni perustuu keskusteluihin muiden palvelua käyttäneiden salibandyseurojen kokemuksiin. Näiden kanavien kautta tavoittaa myös kohderyhmän ul-kopuolisia henkilöitä, jotka voivat parhaassa tapauksessa innostua lähtemään katsomaan, miltä naisten salibandyliiga Porvoossa näyttää. ZUPticket suosittelee käyttäjää lähellä ole-via tapahtumia, jolloin etenkin kyseinen sovellus olisi potentiaalinen markkinoinnin sekä lipunmyynnin kanava.

Kahvion budjetti peliä kohden on noin 150€/peli. Suuri osa kahvion tuotteista on joko pe-laajien tai toimihenkilöiden itse valmistamia. Suuri osa kahvion tuotteista on saatu joko

sponsorointina tai lahjoituksena. Kahviota pyörittää yhteensä kolme henkilöä per peli ja he tekevät kahviotyötä vapaaehtoisesti.

Kokonaisuutena tapahtuman kulut ovat noin 4500€/ottelu, johon sisältyy sekä kiinteät, että vaihtelevat kulut. Kuluja ovat esimerkiksi: ohjelmakulut, tapahtumapaikan vuokra sekä tekniikka (valot, savukoneet, sähköt, äänentoisto yms.), kahvion kulut, henkilöstökulut sekä otteluprotokollaan kuuluvat kulut esimerkiksi tuomarimaksut. Tämä budjetti sisältää myös ison osan hyödykkeistä, joita voidaan uudelleen käyttää useissa ottelutapahtumissa. Suurin kuluerä menee tapahtumatekniikkaan. Kustannusarvio taulukkona löytyy liitteistä (Liite 3.).

Otteluihin odotetaan noin 350 katsojaa ottelua kohden. Ottelulipun hinta yksittäin on 9€ per henkilö. Alennusryhmän lippu (opiskelija, työtön, eläkeläinen) on 6€/lippu. Kausikortteja myydään 60€ per kortti. Jatkopelien sisäänpääsy ei kuulu kausikortin hintaan.

Ottelutapahtuman tuotot syntyvät siis maksullisesta oheisohjelmasta kuten arvonnoista, sisäänpääsylipuista sekä kahvilan tuotteista. Näiden yhteistuottojen tulee ylittää ottelutapahtuman yhteiskulut. Jokaista pelitapahtumaa kohden tapahtumatuottajan tulee pitää huolta, että ohjelma ja tapahtuman sisältö on valittu niin, että joukkue jää ottelutapahtumasta voitolle.

#### **4.5 Tapahtumapaikka**

Tapahtumapaikkana voi toimia käytännössä mikä vain halli, joka täyttää salibandyn turvallisuusmääräykset ja johon on mahdollista asentaa 20 metriä x 40 metriä suuri pelikenttä sekä katsomot. Kentälle tulee asentaa liigavaatimukset täyttävä taraflex-mattoalusta ja kenttä on rajattava kansainvälisen salibandyliiton hyväksymällä kaukalolla, joka on muovinen noin 50 cm korkea kaukalo, jonka kulmat on pyöristetty. Kentän ulkopuolelle tulee jäädä vähintään 1-2 metrin varoalue. (Salibandy.fi B, 2018.)

Porvoon salibandyseuran käytössä jo vuosia toiminut Aurora halli, on lähes poikkeuksetta PSS naisten kotiottelu areena. Tämä on myös budjettiystävällinen valinta Porvoon salibandy seuralle, sen ollessa ainoa salibandy seura Porvoon alueella ja naisten pelatessa ylimmällä sarjatasolla. Vuokrataso on edullinen verrattain muihin salibandyyn tarkoitettuihin halleihin pääkaupunkiseudulla.

Tapahtuman kannalta Aurora halli on ihanteellinen valinta. Halli on yksinomaan salibandyn käytössä sekä sieltä löytyy tarvittavat ominaisuudet tapahtuman järjestämiseen. Aurora hallilla on oma keittiö, kahvio sekä kumppani alue, joka tarjoaa monipuoliset mahdollisuudet erilaiselle oheisohjelmalle.

Tapahtumissa pääväreinä käytetään iloista räikeän keltaista sekä mustaa. Näiden korostamiseen käytetään myös harmaata ja valkoista. Seuran värien käyttäminen lisää tunnistavuutta ja katsoja ei voi erehtyä kenen tapahtumassa ovat katsojana. Pieni osa käytetävistä tapahtuma designista on nähtävissä mood board -kuvassa (Liite 1.). Tavoitteena on saada tapahtuma muistuttamaan mahdollisimman paljon isoja urheilujuhlia esimerkiksi jalkapallon tai jääkiekon parissa, kun hallit on myyty loppuun ja hallilla vilisee molempien joukkueiden kannattajia, logoja sekä värejä.

Hallin seinille tulee ripustaa PSS lippuja, värejä sekä kumppaneiden & sidosryhmien mainoksia ja tervehdyksiä. Hallin seinät ovat keltavalkoiset ja se tukee myös tapahtuman designin suunnittelua.

Tavoitteena on saada tapahtumiin mahdollisimman mood board -kollaasia muistuttava tunnelma. Suuren urheilutapahtuman tuntu pienemmässä paketissa. Tärkeitä asioita mood boardista nostettaviksi ovat naisten urheilu, urheilujuhla, urheilun ilo sekä tapahtumien kiinnostavuus. Mood board löytyy liitteistä (Liite 1).

#### **4.6 Tapahtuman ohjelma ja aikataulu esimerkki**

Tässä kappaleessa käydään läpi ottelutapahtumaa kokonaisuutena. Esitellään ottelutapahtuman perus runko sekä aikataulu esimerkki yksittäisestä ottelutapahtumasta. Liitteistä löytyy myös niin kutsuttu ajolista (Liite 5), josta käy ilmi tarkasti aikataulutetusti, mitä tapahtuu, moneltako ja kenen vastuulla kyseinen toiminto on. Liitteenä löytyy myös kopio ottelu käsikirjoituksesta, joka keskittyy enemmän ottelutapahtumaan henkilökunnan näkökulmasta (Liite 4). Käsikirjoitus myös sisältää oleelliset tiedot turvallisuusvastaavista, lähimmästä sairaalasta, osoitteesta sekä kotijoukkueen peliasuista. Käsikirjoituksessa myös on vaiheittain kerrottu mitä tapahtuu milloinkin.

##### **4.6.1 Tapahtuman perusrunko**

Ottelutapahtuman perusrunko koostuu naisten salibandyliigan ottelu protokollan ympärille. Ottelun tulee noudattaa tiettyä protokollaa, joka käytännössä vaikuttaa pääasiassa aikatauluihin ja ottelun sisäisiin toimintoihin ja niiden ajoitukseen.

Tapahtuman toteutus tulee suunnitella hyvissä ajoin ennen tapahtumapäivää. Suunnittelu ja taustatyö aloitetaan viikkoja ennen tapahtumapäivää ja noin viikkoa ennen suunnitellut

ja pohjustetut palikat kasataan yhteen. Tapahtuman valmistelu ja viimeistely on hyvä aloittaa hyvissä ajoin, jotta voidaan välttyä viime hetken paniikilta ja tehdä korjausliikkeitä tarvittaessa.

Itse tapahtuma päivä alkaa, kun hallin ovet avataan yleisölle ja mahdollisesti jo siitä, kun asiakas saapuu hallin pihalle, riippuen onko ohjelmaa järjestetty jo hallin ulkopuolelle. Ottelutapahtuma itsessään koostuu kaikesta mitä sen hetken ja ovien sulkeutumisen välillä tapahtuu. Porvoon salibandyseuran ottelutapahtumat joutuvat seuraamaan tarkasti Suomen salibandyliiton laatimaa ottelu protokollaa, mutta tämä koskee käytännössä vain itse ottelua, ei oheisohjelmaa ja -toimintoja.

Ottelutapahtuman järjestäminen alkaa tapahtumapaikan valinnasta ja varaamisesta oikealle ajalle. Tämä tehdään yleensä kaikille otteluille samalla, kun otteluohjelma julkaistaan ennen kauden alkua syyskuussa. Tämän jälkeen tulee miettiä budjetin kautta, mihin kaiken on mahdollisuudet, kuka lähtee otteluisännäksi ja mitä tarjottavaa otteluisännällä mahdollisesti voisi olla tapahtumalle.

Tapahtumapäivänä henkilökunta saapuu hallille 4 tuntia ennen ottelun alkua ja alkaa tehdä esivalmisteluita. Henkilökunnalle on jaettu omat työskentely- sekä vastualueet, joita he alkavat työstää saavuttuaan paikalle. Kahvio, tekniikka, kuulutukset sekä juonnot, ohjelmapistet sekä itse kenttä tulee laittaa käyttö kuntoon niin, että ne ovat viimeistään kaksi tuntia ennen peliä käyttökunnossa ja valmiit toimintaan. Sound check: in ehtii tehdä vielä myöhemminkin, mutta hyvän tapahtuma kokemuksen luomiseksi, kaiken olisi hyvä olla valmista kaksi tuntia ennen peliä, kun yleisöä alkaa pikkuhiljaa valumaan paikalle, vieras joukkue saapuu hallille niin henkilökunta on valmiina palvelemaan.

Noin puolitoista tuntia ottelua ennen molemmat joukkueet lämmittelevät kentällä, jonka aikana kentällä ei voi järjestää muuta ohjelmaa. Kentän ulkopuolella on mahdollisuuksia järjestää ohjelmaa katsomon molemmissa päädyissä, Aurora hallin yläsanteella sekä ulkona. Kahvio sijaitsee heti sisääntulo aulassa. Tähän kohtaan sekä erätauoille on kumppaneilla ideaalein tilaisuus järjestää haluamaansa ohjelmaa, ellei se ole yleisö aktivointi esimerkiksi maalin syntyessä tapahtuu toiminta x.

Ottelun alkaessa samaan aikaan ei tapahdu käytännössä mitään, sillä itse ottelu on koko tapahtuman ydin. Kuulutukset, mainokset sekä musiikki kuuluvat olennaisena osana otteluun. Kahvio on myös ottelun aikana auki jatkuvasti. Jos ohjelmaa on järjestetty myös ot-

telun oheen kaukalon ulkopuolelle, näihin on mahdollista osallistua myös erien aikana. Ottelussa pelataan kolme 20 minuutin mittaista erää, jotka ajallisesti venyvät usein puoleen tuntiin, jos ottelussa on paljon pelikatkoja.

Ottelun jälkeen palkitaan joukkueiden parhaat ja kiitetään yleisöä. Tässä vaiheessa katsojilla on mahdollisuus hakea nimikirjoituksia tai käydä ottamassa kuvia pelaajien kanssa. Yleensä halli tyhjenee hyvin nopeasti pelin päätyttyä. Tätä voitaisiin ehkäistä esimerkiksi pelaaja haastatteluin heti pelin jälkeen.

Ottelun jälkeen tapahtumaan järjestetyt puitteet puretaan, halli siistitään ja kahvio inventoidaan ensi tapahtumaa varten. Tähän menee noin puolitoistatuntia ottelun päätyttyä. Jälki-markkinointi sekä muut toiminnot käydään joukkueen sekä Porvoon salibandyseuran sosiaalisessa mediassa läpi.

#### **4.6.2 Aikataulu & tekninen ajolista**

Naisten salibandyliigassa tulee noudattaa tiettyä protokollaa peliin liittyvissä asioissa. Kaikki mitä itse pelin ja sen protokollan ympärillä tapahtuu, on kiinni tapahtuman järjestäjistä. Esimerkki käsikirjoitus ottelutapahtumalle löytyy liitteistä. (Liite 4.)

Ajolista, jota henkilökunnan sekä yhteistyökumppaneiden on noudatettava, tulee olla näkyvissä ja tiedossa kaikilla toimijoilla esimerkiksi taukuhuoneen tai henkilökunnan tilojen seinälle ripustettuna. Ajolista toimii ohjenuorana, jossa käydään tapahtuma minuutti minuutilta läpi sekä siinä nimetään vastuut kaikista toiminnoista. Tämä helpottaa tapahtuman hallinnoimista. Esimerkki ajolista löytyy liitteistä. (liite 5.)

#### **4.6.3 Ohjelmaehdotuksia**

Tässä kappaleessa käydään läpi ideoimiani ohjelmaehdotuksia ottelutapahtumiin. Näistä yhteen ottelutapahtumaan voi halutessaan ottaa yhden tai useamman ohjelman sekä lisää voi ideoida tulevaisuutta varten. Yksinkertainen keino pitää asiakkaiden mielenkiintoa yllä, on tarjota heille mielenkiintoista, vaihtuvaa ohjelmaa. Mitä enemmän vaihtoehtoja on, sitä useampaan peliin ohjelman vaihtelua voidaan hyödyntää. Pitkällä mittakaavalla ensimmäisen kauden aikana olisi hyvä kokeilla kaikki läpi ja tehdä kartoittavaa mielipidetutkimusta otteluiden jälkeen, mistä on pidetty ja mistä ei. Näin tapahtumaorganisaatio saisi hyödyllistä dataa siitä, mitä ottelutapahtumiin kaivataan ja mistä tykätään. Tämä tieto on hyödyllistä tulevien kausien kannalta siinä mielessä, että tulevilla kausilla voidaan hyödyntää niitä ohjelmanumeroita, joista yleisö on eniten pitänyt ja toisaalta myös karsia niitä, joista ei ole niin pidetty.

Lippujen hankkimiseen voisi tarjota uuden, sähköisen vaihtoehdon. Tämä helpottaisi ovien aukeamisen jälkeistä jonoa lipunmyyntiin, jossa osa joutuu odottamaan ulkona. Sähköistämällä ainakin osan lipunmyynnistä, saadaan sisäänpääsy joutuisammaksi ja tavoitetaan mahdollisesti uusia asiakkaita sähköisten lipunmyyntipalveluiden sovellusten kautta. Kaksi vaihtoehtoa, joita salibandyjoukkueet ovat käyttäneet ovat esimerkiksi ZUPticket sekä ticketmaster.

Sisäänpääsy kampanja on oikein markkinoituna tehokas kampanja saada hallille lisää hyvää urheilutunnelmaa. Esimerkiksi kun asiakkaita pyydetään pukemaan keltaista päälle ja sen johdolla heille luvataan 1€ alennus sisäänpääsylipusta tai sisäänpääsylimppuun sisällytetään 1 ilmainen kahvi mukaan. Hallille saadaan lisää Porvoon salibandyseuran tunnusvärejä ja katsomokulttuuri kehittyy.

Esiintyjä ottelun alkuun tai erätauolle. Esimerkiksi laulaja opiskelija tai laulaja sekä säestäjä. Nämä voisi pyytää Porvoon musiikkiopistolta opiskelijoiden joukosta. Halpa tapa saada osaamista tapahtumaan sekä hieno tilaisuus myös opiskelijalle päästä esiintymään mahdollisesti useiden satojen henkilöiden eteen.

Kirpputori ottelutapahtuman yhteydessä niin, että kaikki halukkaat saavat lahjoittaa urheiluun liittyvää tavaraa myytäväksi kirpputori pöydille katsomon toiseen pätyyn. Etenkin lapsille suunnattu tavara sekä urheiluvälineet myyvät normaalisti hyvin. Ajatuksena on, että kaikki saavat tuoda tavaraa myyntiin, mutta lahjoituksena, jolloin tuotot tulevat lyhentämättöminä joukkueen tuottoihin. Kirpputoria voi vetää esimerkiksi katsomossa olevat pelaajat, juniorijoukkue tai pelaajien vanhemmat.

Makkarakoju hallin ulkopuolella tuomassa yleisötapahtuman tuntua. Makkarakoju tarjoaa katsojille hieman täyttävämmän vaihtoehdon kahvion tuotteille ja mikä olisi sen parempaa kuin "kisakärkkäri". Tämän voi toteuttaa kumppanin avuin ja henkilökuntana voidaan pitää katsomossa olevia pelaajia sekä taustahenkilöitä, tarvittaessa myös kumppanin omaa henkilökuntaa.

Fanituotemyyntiä ei toistaiseksi ole vielä Porvoon salibandyseurassa harjoitettu, mutta näen sen olevan erittäin suuri mahdollisuus. Ainakin fanikaulahuiveja ja pelipaitoja olisi hyvä olla myytävänä. Näin ottelutapahtumaan saataisi myös joukkueen väriä ja urheilujuhlan tuntua, kun yleisöstä löytyisi joukkueen pelipaitoja ja kannatushuiveja! Tämä ei olisi kovin suuri satsaus, mutta voisi olla tuottoisa niin rahallisesti kuin ottelutapahtuman tunnelman kannalta.



Stadium shop, josta olisi mahdollista ostaa lajiin liittyviä urheiluvarusteita kuten mailoja, sisäpelikenkiä, harjoitteluasuja ja suojalaseja. Tämä ohjelma vaatii Stadiumia kumppanina osallistumaan melko suuresti ottelutapahtumaan, mutta toisaalta paikalla on ideaali kohderyhmään kuuluva otos. Tämä toimisi hyvin fanituotemyynnin yhteydessä.

Monenlaisia erätaukokisoja ja esiintymisnumeroita kentällä pelaajien lähtiessä pukukoppiin noin 10 minuutiksi. Helppoja kisoja olisi esimerkiksi pallon ”puttaaminen” keskiympyrään ja kenen pallo jää lähimmäksi keskustaa voittaa tai sitten keskiympyrästä maaliin vetäminen 3 yritystä. Monesti myös kotijoukkueen varamaalivahti jää lämmittelemään kentälle erätauon ajaksi ja tätä voisi hyödyntää esimerkiksi rangaistuslaukaus kilpailulla, jonka torjuisi joukkueen maalivahti. Esiintymisnumeroita voisi olla esimerkiksi Porvoon voimistelijoiden esiintyminen, juniorijoukkueen näytösottelu tai jokin muu paikallisen seuran tai yhdistyksen esiintyminen.

Arvonnat saavat aina ihmiset innostumaan ja osallistumaan, jos palkintohoukute on tarpeeksi suuri. Arvontoja voi järjestää hyvin monella eri tapaa ja palkintoja voi vaihdella kauden aikana jatkuvasti. Välillä olisi hyvä aktivoida yleisöä osallistumaan arvontoihin sosiaalisen median kautta ja välillä paikan päällä. Arvonnat vastiketta vastaan ovat luvan varaisia ja lupa-asia selvitykset tulee tehdä paikallisen poliisiviranomaisen kanssa (Arpajaishallinto 2018).

Lajin keulakuvien haastattelemine ottelutapahtumassa lisää katsojien ymmärrystä lajista sekä pitää mielenkiinnon ylhäällä. Kun katsoja saa kuulla asiantuntijan kommentteja ja ajatuksia lajiin liittyvissä kysymyksissä, saa hän lisäarvoa ottelutapahtuma kokemukselle.

”Lounge-katsomo” Rajataan pieni osa katsomosta ja sisustetaan mukavammaksi olla ja siistimmän näköiseksi. Ideana tehdä pienestä alueesta katsomoa olohuone hallilla, johon katsojilla on mahdollisuus voittaa paikat ja katsoa peliä luksus katsomossa. Tätä varten voidaan järjestää esimerkiksi sosiaalisen median arvonta tai sitten arvonta, johon voi edellisessä ottelutapahtumassa osallistua ja pelien välissä arvotaan paikkojen voittajat.

Pelaaja haastattelu heti pelin jälkeen tai jollain erätauolla mahdollistaa yleisön pääsemisen lähemmäksi joukkuetta ja sen pelaajia. Joukkueet ja sen pelaajat ovat lähtökohtaisesti ne, jotka ottelutapahtuman luovat. Ottelutapahtumassa haastattelun onnistumiseksi, tulee haastattelijan osata esittää myös oikeat kysymykset.

Laukomistutka ja tarkkuusveto kilpailut ovat hyviä yleisön aktivoimiseen, esimerkiksi kovimman tutkatuloksen ja tarkimman laukojan tittelin saavat voidaan palkita seuraavaan kottipeliin ilmaisella sisäänpääsillä tai kahvion tuotteella. Houkuttelee etenkin junioreita sekä lajin harrastajia.

Otteluihin ehdottaisin myös isoa näyttöä tai valkokangasta ja projektorია, joka olisi sijoitettu esimerkiksi hallin takaseinälle niin, että kaikki yleisössä näkevät sen. Tällä tavoin saadaan jo ennakoon valmisteltua sisältöä esimerkiksi kumppanien mainoksia, videoita joukkueen valmistautumisesta peliin ja videokuvaustekniikan ollessa ajan tasalla, yleisölle voitaisiin tarjota esimerkiksi hidastuksia maaleista.

#### **4.7 Sidosryhmät**

Kuten luvussa 2 jo todettiin, sidosryhmät voidaan karkeasti jakaa kahteen ryhmään sisäisiin- ja ulkoisiin sidosryhmät. Sisäiset sidosryhmät käsittävät Porvoon salibandyseuran oman henkilökunnan, toimijat, joukkue, vapaaehtoiset sekä pelaajien sukulaiset. Ulkoiset sidosryhmät taas käsittävät käytännössä sponsorit, yhteistyökumppanit, yleisö ja vierasjoukkue.

Ulkoisista sidosryhmistä esimerkkeinä kaudella 2018-2019 Stadium, Uusimaa, Itävyäly sekä Porvoon autopalvelu. Henkilökunta koostuu pääasiassa sisäisen sidosryhmän jäsenistä. Aktiviteetit ja erätauko ohjelmat ovat usein ulkoisen sidosryhmän osapuolien valmistelemaa, yhteistyössä henkilökunnan kanssa.

Kumppanit ja sponsorit ovat ottelutapahtumissa suuressa roolissa siinä mielessä, että he mahdollistavat suuren osan ohjelmasisällöistä. Jokaisessa pelissä yksi kumppaneista toimii otteluisäntänä, joka vastaa sen ottelut markkinoinnista omissa kanavissaan ja päättäkseen otteluisännäksi, heiltä täytyy tulla vähintään yksi ohjelman liittyvä lisäys. Otteluisäntänä yritys saa huomattavaa näkyvyyttä ennen ottelua sekä sen aikana. Ottelun jälkeen keskittyminen yleensä siirtyy seuraavaan otteluun ja sen otteluisäntään.

Kumppaneita hyödyntämällä saadaan yleisölle ajankohtaista ja vaihtuvaa ohjelmaa, joka pitää yleisön mielenkiinnon yllä ja houkuttelee ottamaan osaa useampiinkin ottelutapahtumiin. Kumppaneiden ohjelmatoteutukset voidaan tuottaa suurella tai hyvinkin pienellä budjetilla.

## 4.8 Viestintäsuunnitelma

Viestintä ottelutapahtumasta yleisölle päin tapahtuu sosiaalisen median kanavien kautta. Sosiaalisen median kautta on mahdollista tavoittaa suuri osa yleisöä sekä potentiaalista yleisöä. Kohderyhmän tavoittaminen on helpompaa, kuin suoramarkkinointi tai printeissä tapahtuva markkinointi.

Sisäinen viestintä tapahtuu käytännössä tapahtumaorganisaation kesken. Kun tapahtumatuottaja on valittu, hänen tulee viestiä selkeästi tapahtuman eri vaiheista ja työnjaosta muille tapahtumassa osallisena oleville. Jokaiselle osa-alueelle olisi hyvä nimetä vastuuhenkilö, joka sitä osa-aluetta hoitaisi. Näitä osa-alueita ovat esimerkiksi kahvio, ohjelmisto, tapahtuman ilme ja visuaalisuus sekä myös efektit. Näiden osa-alueiden vastaavat vastaisivat asioiden etenemisestä sekä viestinnästä tapahtumatuottajalle.

### 4.8.1 Markkinointi

Ottelutapahtuman markkinointi perustuu sosiaaliseen median, painettuihin mainoksiin sekä pelaajien radiohaastatteluihin. Näiden kanavien kautta tulee pyrkiä tavoittamaan mahdollisimman laaja kohdeyleisö mahdollisimman mielenkiintoisella ja koukuttavalla tavalla. Tarinallistaminen on yksi avainsana ottelutapahtuman markkinointiin. Sosiaalisessa mediassa ottelutapahtuma markkinointi olisi hyvä tapahtua kuvien ja liikkuvan kuvan avulla niin, että joukkueen pelaajat ovat aktiivisesti mukana otteluiden markkinoinnissa. Painetuissa mainoksissa sekä artikkeleissa tulisi myös keskittyä luomaan kuvalla tai kuvilla tunnelma, jota ottelutapahtumassa halutaan saavuttaa. Radiohaastattelu on hieman marginaalisempi tapa tavoittaa kohdeyleisöä, mutta erittäin hyvä keino saada joukkueen henkeä ja ”meininkiä” kuuluviin.

Ottelumarkkinointi tulee aloittaa noin viikkoa ennen ottelun ajankohtaa, ellei kyseessä ole erittäin tärkeä ottelu tai isomman kaavan tapahtumaottelu. Tällöin markkinointi tulisi aloittaa jo kuukautta, jopa kahta ennen ottelutapahtumaa. Viikko ennen tapahtumaa aloitettu markkinointi tulisi kohdentaa nimenomaan tulevaan otteluun sekä mitä muuta tapahtumassa tapahtuu. Näin saadaan kohdeyleisö saman tien koukutettua varaamaan tulevalle ottelutapahtumalle aikaa.

Tapahtumakokemus alkaa siitä hetkestä, kun ensimmäinen ottelutapahtuman markkinointimateriaali tavoittaa kohderyhmän yleisön. Mielikuvat ja odotukset tapahtumaa kohden alkavat muodostua jo tässä vaiheessa. Näin ollen on oleellista, että markkinoinnissa markkinoidaan sitä, mitä aiotaan asiakkaille tarjota. Ylimarkkinointi ei täytä haluttuja tar-

peita ja siitä on enemmän haittaa kuin hyötyä, sillä asiakkaan toiveet ja tarpeet tulee pysyä täyttämässä, jotta hän saapuisi vielä uudestaan ottelutapahtumaan. Jos asiakas joutuu pettymään, etenkin ylimarkkinoinnin seurauksena, voi hän tuntea olonsa huijatuksi ja jättää tulematta jatkossa.

Facebook on Porvoon salibandy seuran omista viestintäkanavista tehokkain ja se tavoittaa laajimman osan potentiaalisesta kohderyhmästä, sillä sekä nuorempi että vanhempi osa katsojista ovat Facebookin käyttäjiä. Facebookin kuukausittainen käyttäjämäärä Suomessa kokonaisuudessaan on 2,9 miljoonaa käyttäjää (Talouselämä, 2018). Instagram toimii hyvin nuoremman väestön tavoittamiseen ja koko ajan enemmissä määrin myös vanhempi ikäryhmä liittyy Instagramin käyttäjiksi. Instagramin kuukausittainen käyttäjämäärä Suomessa taas oli vuonna 2017 noin 1 miljoona (DNA 2017).

Sosiaalisen median käyttäjät eivät halua nähdä suoranaisia mainoksia ja ne saatetaan kokea jopa ärsyttävänä, kun taas esimerkiksi kuva, jossa pelaajat pitävät hauskaa yhdessä, vetoaa sosiaalisen median käyttäjiin paremmin. Storytelling eli tarinallistaminen taas toimii markkinoinnin keinona hyvin. Tarinallistamisella markkinoitavasta asiasta pyritään tekemään kohderyhmälle kiinnostava, luomalla tuotteen ympärille kiinnostava tai tunteisiin vetoava tarina, johon kohderyhmän jäsenet voivat samaistua. Tarinallistamisen avulla tehdystä tuotteen tai asian markkinoinnista, kohderyhmän jäsen ei välttämättä koe markkinointia mainoksena, vaikka se olisi sitä. (Kalliomäki 2014.)

Sosiaalisen median kanavien lisäksi, ottelutapahtuma viestintäkanavana käytetään myös perinteisempiä printtimedioita. Uusimaa sekä Itäväylä ovat Itä-uudenmaan alueen sanomalehtiä ja molemmat näistä lehdistä lähes poikkeuksetta kirjoittavat Porvoon salibandy seuran naisten joukkueen otteluista. Näissä lehdissä on myös lähes poikkeuksetta mainokset tulevista ottelutapahtumista. Tähän voisin ehdottaa myös otteluennakoita, vähintäänkin ”tärkeimpien” pelien alla. Itäväylä on Porvoon alueen ilmaisjakelulehti ja näin ollen se tavoittaa helposti suuren määrän potentiaalisia katsojia. Uusimaa taas on Porvoon alueen virallinen sanomalehti, joka toimii niin sanomalehtenä kuin nettilehtenäkin.

Viestintää toteutetaan myös perinteisten julisteiden avulla. Julisteita levitetään kauppojen ilmoitustauluille, kouluille, päiväkodeille sekä urheiluhalleille Porvoon alueella. Julisteen tulee sisältää mielenkiinnon herättävä kuva sekä selkeästi tärkeimmät faktat ottelutapahtumaan liittyen. Lippujen hinnat sekä kuinka niitä voi ostaa, ohjelma, vastustaja sekä tietenkin aika ja paikka.

Alla oleva kuva 1 on esimerkki Facebook mainoksesta, joita käytetään sosiaalisen median alustoilla ottelutapahtumien markkinoinnissa. Samalla pohjalla on myös tehty julisteita. Sosiaalisen median kanavissa vielä syvempi tarinallistaminen sekä videoiden käyttö voisi toimia hyvin ja herättää katsojan mielenkiinnon. Mielestäni tässä mainoksessa on hyvin valjastettu myös otteluisäntä, Kotipizza, ottelumarkkinointiin mukaan.



Kuva 1. Esimerkki markkinointimateriaalista sosiaalisessa mediassa. (PSS Naiset ja tyttö-juniorit 12.10.2018)

#### 4.8.2 Markkinointi ehdotuksia

Yksi markkinoinnin keino, jota voisi käyttää kerran tai kaksi kauden aikana, on yleisö promootio. Joukkueen pelaajista muutama kärkipään pelaaja sijoitetaan joko kauppakeskus Lundiin tai sitten Taidetehtaalle, mahdollisimman vilkkaaseen aikaan. Heidän tarkoituksensa on jakaa alennuskuponkeja otteluiden sisäänpääsylippuihin sekä nimikirjoituksia pelaajakortteihin. Promootio kampanjaa voi helposti myös muokata lisäämällä siihen arvontoja ja kiinteän valokuvaus seinän, jota vasten ihmiset voivat tulla ottamaan kuvia pelaajien kanssa.

Nuorempaa kohdeyleisöä voidaan tavoittaa esimerkiksi salibandy kokeilutunnein, joita vedetään lapsille ja nuorille pelaajien toimesta. Ajatuksena naisten joukkueen pelaajat voivat myös ”kaapata” jonkun Porvoon koulun liikunta tunnit viikoksi ja näin houkutella nuoria ottelutapahtumiin katsojiksi sekä mahdollisesti pelaamaan itsekin salibandyä.

Arvonnoista ja kilpailuista kerättyjen yleisön jäsenten kontaktoiminen jälkikäteen esimerkiksi ikään kuin uutiskirjeellä, jossa kerrotaan joukkueen terveiset ja kiitokset, sekä tulevista ottelutapahtumista ja niiden ohjelmasisällöistä. Näin saataisi viesti perille suoraan yksittäisille henkilöille. Tämä vaatii sen, että arvonnassa tai kilpailussa on kysytty ja saatu markkinointilupa.

#### **4.8.3 Kohdeyleisö**

Kohdeyleisö ottelutapahtumissa on hyvin monimuotoinen. Yleisön ikähaarukka on äärimmäisen laaja ja motiivit ottelutapahtumaan osallistumiselle vaihtelevat myöskin hyvin paljon. Peruspohja yleisölle koostuu pääasiassa kotijoukkueen pelaajien vanhemmista, isovanhemmista sekä kavereista. Näiden lisäksi juniori joukkueet sekä ”vakiokatsojat” luetaan tähän samaan kastiin. Vaihtelevaa yleisörunkoa taas edustaa vierasjoukkueen pelaajien sukulaiset ja ystävät.

Jotta ottelutapahtumien kävijämäärää saataisiin kasvatettua, tulisi markkinointi kohdistaa niin, että se tavoittaisi mahdollisimman laajasti kohdeyleisönsä, mutta houkuttelisi myös kohdeyleisön ulkopuolisia paikalle. Kohderyhmän ulkopuolisia markkinoinnin kohteita voisi esimerkiksi olla paikalliset koulut, työpaikat, hyvinvointilaitokset ja kuntosalit sekä kauppakeskukset ja kaupungat. Koulujen kanssa etenkin olisi hyvä pyrkiä yhteistyöhön, jotta saataisiin kokonaisia luokkaryhmiä tutustumaan lajiin ja mahdollisesti jopa innostumaan harrastamisesta.

Yhteistyö myös muiden alueen urheiluseurojen kanssa olisi mahdollisuus. Muiden seurojen ja urheilulajien kanssa voisi tehdä ”lajivaihtoja” niin, että PSS naisten peleihin kutsuttaisiin esimerkiksi koripallo seuran juniorijoukkueet ja miksei edustusjoukkueetkin. Sillä ajatuksella, että vuorostaan PSS naisten joukkue yhdessä juniorijoukkueiden kanssa menisi koripallo seuran otteluun katsojiksi. Tällä saataisi molempien seurojen katsomokulttuuria ja -lukumäärää nostettua sekä mahdollisesti käännytettyä tässä tapauksessa koripallon puolelta salibandyn joko pelaajaksi asti tai sitten katsojaksi.

#### **4.9 Riskien hallinta**

Riskien hallinta ottelutapahtumassa tulee ottaa huomioon merkittävässä asemassa itse tapahtumaa. Käytännössä kaikki toiminnot tulee ajatella niiden riskien ja turvallisuuden kautta.

Järjestyksen valvojat ovat erittäin suuressa merkityksessä tapahtuman turvallisuudesta puhuttaessa. Ottelussa on vähintään yksi sataa katsojaa kohden. (Liveto 2018.). Näistä

yhden täytyy olla esimiesasemassa ja näin ollen päävastuussa. Järjestyksen valvojilla on tieto paloturvallisuus välineistöstä sekä ensiapu tarvikkeiden sijainnista. Järjestyksen valvojan tehtävä ottelutapahtumassa on käytännössä pitää yleisöä silmällä ja mennä mahdollisiin yhteenottoihin väliin. Ottelutapahtumassa, jos tunteet kuumenevat katsomossa, riski järjestyshäiriöistä kasvaa ja näin ollen myös järjestyksenvalvojen on oltava hereillä koko pelin ajan.

Taulukko 2. Riskianalyysi

<b>Riski</b>	<b>Todennäköisyys</b> 1-5	<b>Vakavuus</b> 1-5	<b>Toiminnot</b>
<b>Järjestyshäiriö</b>	Epätodennäköinen 2	2	6 Järjestyksen valvojaa valmiudessa ympäri hallia.
<b>Tulipalo</b>	Epätodennäköinen 1	3	Tulipalon sammutusvälineitä sijoitettuna ympäri tapahtuma paikkaa. Järjestyksen valvojilla on valmiudet evakuoida ja aloittaa esisammutus.
<b>Pelaajan loukkaantuminen</b>	Todennäköinen 3	1-5	Molemmilla joukkueilla on omat huoltajat mukana. Ensiaputaitoinen henkilökunta/järjestyksenvalvojat.
<b>Vika rakenteissa</b>	Epätodennäköinen 1	4	Rakenteiden huolto ja kunnossapitäminen, niiden tarkastaminen.

Ottelutapahtuman riskien kartoitus taulukosta käy ilmi mahdolliset riskit tapahtumassa ja niiden todennäköisyys sekä vakavuus. Vakavuus on kuvattu numeroin asteikolla 1-5, jolloin 1 on lievin, ei kovin vakava riski, koskee maksimissaan yhtä henkilöä ja 5 on todella vakava riski, joka vaatii äkillisiä toimia turvallisuuden turvaamiseksi tai avunantamiseksi. Riskien todennäköisyyttä on kuvattu asteikolla 1-5, jolloin 1 on epätodennäköinen ja 5 on varma. Lopuksi vielä toiminnot, mitä kyseisen riskien välttämiseksi tulee tehdä:

Taulukossa ensimmäisenä on maininta järjestyshäiriöstä. Naisten salibandyottelussa todennäköisyys on suhteellisen pieni ja riskiä pidetäänkin epätodennäköisenä, mutta mahdollisena. Järjestyshäiriön vakavuus on lievän tasolla, mutta voi pahimmillaan olla jopa vakava. Järjestyshäiriön riskiä ehkäistään varautumalla riittävän usealla järjestyksenvalvojalla.

Ottelutapahtumassa käytetään paljon sähkölaitteita sekä esimerkiksi savukoneita, jolloin tulipalon riski on olemassa. Tätä pidetään kuitenkin myös epätodennäköisenä, mutta vakavuus voi pahimmillaan olla jopa erittäin vakavan tasolla. Toiminnot riskin ehkäisemiseksi on kattavat sammutusvälineet ympärillä ja järjestysvalvojat, jotka ovat tietoisia niiden sijainnista sekä he ovat evakuointi valmiudessa.

Pelaajan loukkaantuminen tulee ottaa huomioon olennaisena riskinä ottelutapahtumassa, sillä lähes jokaisessa ottelussa käy vähintään lievä urheiluvamma. Tätä riskiä pidetään todennäköisenä ja vakavuus riippuu täysin tilanteesta. Lievimmillään vamma voi olla esimerkiksi venähdys ja pahimmillaan raajan katkeaminen, pään alueen vamma tai sairauskohtaus. Toimintoja tämän riskin ehkäisemiseksi ja lieventämiseksi, jokaisella joukkueella on läsnä omat huoltajansa ensiapulaukkuineen. Lisäksi järjestyksenvalvojista löytyy ensiapuvalmiudella varustettuja yksilöitä ja ambulanssi on ottelun ajan valmiudessa hallin ulkopuolella. Myös paikallinen sairaala on tiedotettu ottelutapahtumasta.

Vika rakenteissa tai rakennelmissa on yksi huomioon otettava riski. Aurora halli on vastikään remontoitu urheiluhalli, jonka rakennustarkastukset on juuri suoritettu. Aikaisempina talvina riski esimerkiksi katon romahtamisesta on ollut suurempi, hallin kuulussa riskiryhmään samankaltaisten hallien romahtaessa lumen painon vuoksi. Myös katsomo rakennelma voi romahtaa. Nämä riskit ovat kuitenkin epätodennäköisiä lähtökohtaisesti, mutta vakavuus vaihtelee ja voi olla jopa erittäin vakava. Toiminnot tämän riskin ennaltaehkäisyyn ovat käytännössä rakenteiden huolto ja kunnossapito sekä niiden tarkastus säännöllisin väliajoin.

Tulipalon sattuessa lähin kokoontumispaikka sijaitsee viereisen Kokonhallin pihalla. Kokonhalli sijaitsee Aurora hallin vieressä tien toisella puolella. Henkilökunta on tutustunut hallin pelastussuunnitelmaan ja he tietävät kuinka toimia hätätilanteen sattuessa. Ottelutapahtuman juontaja välittää ohjeet ja toimintasuunnitelman yleisölle. Loukkaantumisen tai sairaskohtauksen tilanteessa stand by tilassa oleva ambulanssi mahdollisimman lähellä hallia. Pelastustiet on pidettävä auki ja järjestyksenvalvojien on valvottava, että ne ovat auki. Järjestyshäiriöiden välttämiseksi vastustaja joukkueen kannattajille on varattu oma tila katsomosta.

#### **4.10 Tapahtuman jälkeiset toiminnot**

Ottelutapahtuman jälkeiset toiminnot keskittyvät pääasiassa menneen ottelutapahtuman muisteluun ja "fiilistelyyn" sekä seuraavasta ottelutapahtumasta informoimiseen. Tässä vaiheessa, onnistuneen tapahtuman jälkeen, on helppo markkinoida tulevaa ottelutapahtumaa edellisen varjolla.



Markkinoinnissa tulee keskittyä yleisön huomioimiseen, kiitetään yleisöä joukkueen tuke-  
misesta ja tulemisesta hallille ”kuudenneksi pelaajaksi”. Heidän läsnäolonsa sekä kannus-  
tamisensa kuitenkin luo ottelutapahtumaan hyvän ilmapiirin. Otteluissa käy useita valoku-  
vaajia, joiden materiaalia Porvoon salibandyseura saa vapaasti käyttää omiin tarkoituk-  
siinsa. Ottelusta tallennettujen kuvien ja videoiden kautta markkinoinnissa asiakkaita voi-  
daan viedä ikään kuin takaisin siihen hyvään tapahtumaan, jossa he joko olivat osana tai  
sitten eivät, jolloin he näkevät mitä menettivät. Kuvat ja videomateriaali puhuvat paremmin  
kuin tuhat sanaa.

Arvonnan voittajat julkaistaan ottelutapahtumaa seuraavalla viikolla noin viikon puolivä-  
lissä. Näin ottelusta on mahdollista saada lisää sosiaalisen median seuraajia eli koukute-  
tua kohderyhmää Porvoon salibandy seuran naisten joukkueen markkinointikanaviin. Pal-  
kinto voidaan toimittaa tai se voi olla haettavissa viikolla tai sitten seuraavassa kotiottelu-  
tapahtumassa.

#### **4.10.1 Konkreettinen muistijälki**

Ottelutapahtumasta asiakkaalle olisi jätettävä jonkinlainen konkreettinen muistijälki. Tämä  
tarkoittaa käytännössä jotain konkreettista asiaa, joka muistuttaa asiakasta tapahtumasta  
positiivisella tavalla. Se voi olla esimerkiksi kuva joukkueen kanssa, nimikirjoitus tai jokin  
fanitavara. Konkreettisen muistijäljen jättäminen on oleellista siinä mielessä, että asiakas  
tämän esineen tai asian nähdessään pala kokemaansa tapahtumaan ja näin heidät saa-  
daan mahdollisesti tulemaan seuraaviinkin ottelutapahtumiin.

#### **4.10.2 Aineeton muistijälki**

Aineeton muistijälki taas on asioita, joita asiakas voi muistella ja ne vievät hänet takaisin  
tapahtumaan ja siihen hetkeen, josta muistijälki on jäänyt. Aineeton muistijälki ei ole mi-  
tään konkreettista, mutta se jättää ikimuistoisen jäljen ihmisen mieleen. Isoin ja vaikuttavin  
asia, joka tulisi jättää ihmisten mieliin, on yhteenkuuluvuuden tunne. Tunne siitä, että olet  
osa jotain hienoa etkä missään nimessä haluaisi jäädä siitä paitsi. Tämä on myöskin se  
tunne, joka ihmisen tuo aina uudestaan hallille.

#### **4.11 Muistilista tapahtuman tuottamiseen**

Muistilistalle on koottu ottelutapahtuma tuotantoprosessin olennaisia vaihteita sekä hyödyllisiä  
neuvoja, joita tapahtumatuottajan olisi hyvä pitää mielessään tapahtumaprosessin ai-  
kana. Muistilistaan on helppo palata tarkastamaan mitä on tehty ja onko jotain unohdettu  
ilman, että tarvitsee käydä koko käsikirjaa läpi.

## 5 Käsikirjan esittely

Käsikirjassa käydään läpi ottelutapahtuman tuottaminen alusta loppuun ja loppuun lisätään vielä hyödyllinen muistilista, johon voi palata tarkastamaan tärkeimpien työvaiheiden muistamisen. Käsikirjassa käydään läpi ottelutapahtuman tavoitteet, organisaatio, budjetti, tapahtumapaikka, ohjelmasisällön rakentaminen ja aikatauluesimerkki, sidosryhmien hyödyntäminen, viestintä, riskien hallinta, tapahtumapäivä, tapahtuman jälkeiset toiminnot sekä muistilista.

Käsikirjan graafisessa suunnittelussa on hyödynnetty Porvoon salibandyseuralle vuonna 2016 Henna Uljuan tekemää opinnäytetyötä: Graafinen ohjeistus urheiluseuralle, Case: Porvoon salibandyseura Ry. Henna Uljua on laatinut kattavan ohjeiston Porvoon salibandyseuran graafiselle puolelle ja tähän tutustumalla myös käsikirja oli helppo suunnitella samaa ohjeistoa noudattavaksi.

Sisällysluettelo alussa kertoo, mistä järjestyksestä asiasisällöt löytyvät ja mitä kaikkea yli-päättänsä käsikirja sisältää. Tavoitteet käydään heti ensimmäisenä läpi ja painoituksena on, että kaikilla ottelutapahtuman järjestämiseen osallistuvilla tulee olla selkeästi tiedossa ottelutapahtuman tavoitteet. Ilman tätä, on vaikea pyrkiä ja päästä tavoitteeseen, jos kaikki eivät sitä tavoittele. Aikaisemmin läpikäyty SMART-malli on hyvä apuväline tavoitteiden järkevään asetteluun ja sitä olisikin hyvä hyödyntää myös yksittäisten ottelutapahtumien tavoitteiden asettelussa ja kerrata tavoitteet ennen jokaista ottelutapahtumaa.

Organisoituminen käydään heti tavoitteiden asettelun jälkeen läpi. Organisoitumisen kappaleessa halutaan painottaa organisoitumisen tärkeyttä ja tarjota eväät sen toteuttamiseen. Pääprinsiippinä on, että ottelutapahtuman järjestämiseksi, tulee valita projektipäällikkö sekä vastaavat henkilöt eri osa-alueille. Projektipäällikkö valvoo päältä päin, että järjestelyt etenevät suunnitellulla tavalla.

Budjetti ja tuottolaskelma on erittäin tärkeä painotus tapahtuman järjestämisessä, sillä lähtökohtaisesti tapahtuman pitää olla sidosryhmiä miellyttävä ja yllättävä, mutta myös kannattava. Ottelutapahtumien tuotoilla mahdollistetaan joukkueen matkustaminen ja niillä katetaan joukkueen kuluja kauden aikana. Tässä kappaleessa esitellään yksi esimerkki pohja budjettilaskelmasta, jota voi hyödyntää ottelutapahtuman järjestämisprosessissa.

Ohjelmasisällön rakentaminen ja aikatauluesimerkki on yleisön näkökulmasta varmasti yksi tärkeimpiä kappaleita, sillä tässä kappaleessa esitetään erilaisia oheisohjelma vaihtoehtoja, joita käytetään ja varioidaan eri ottelutapahtumissa. Kappaleessa myös pyritään

ohjeistamaan, kuinka hyvä ohjelmasisältö rakennetaan ja lisäksi annetaan yksittäinen aikataulusimerkki ottelutapahtumasta sisältöineen.

Sidosryhmien hyödyntäminen kappaleessa käydään läpi, kuinka erisidosryhmiä voi hyödyntää ja kuinka heidän toiveitaan ja tarpeitaan tulee kuunnella ja toteuttaa. Pääsidosryhmiä ovat kumppanit, sponsorit, yleisö ja joukkueet sekä tietenkin henkilökunta.

Viestintä kappaleessa käydään läpi sekä tapahtuman sisäistä viestintää ja kuinka sitä tulisi hoitaa sekä markkinointiviestintää, etenkin sosiaalisessa mediassa. Porvoon salibandyseuran viestintää hoitaa viestinnän ammattilainen, jolloin tämä kappale keskittyy käytännössä uusien näkökulmien nostamiseen.

Riskien hallinta kappale on erittäin tärkeä ottelutapahtuman järjestämisen kannalta ja riskien hallinnassa tulee ottaa huomioon moninaisia asioita. Turvallisuudesta jo riskien ennaltaehkäisyyn. Kappaleessa kerrotaan pääpointit, joihin erityisesti tulee kiinnittää huomiota.

Tapahtumapäivä kappale keskittyy täysin itse ottelutapahtumapäivän toimintoihin. Mitä itse tapahtumapäivänä tulee tehdä ja mihin tulee kiinnittää huomiota? Tapahtuman jälkeiset toiminnot kappale käsittelee lähinnä jälkimarkkinointiin liittyviä asioita, mutta myös seuraavaan ottelutapahtumaan siirtymistä.

Muistilista on viimeisenä kappaleena ja siinä lähinnä kerrataan lyhyesti aikaisemmissa kappaleissa käytyjä asioita ja listataan lukijalle helposti pääpointteja, joista voi tarkastaa onko tapahtumasuunnittelussa ja -järjestämisessä muistettu ottaa nämä pääpointit huomioon.

Käsikirjaa käyttää pääasiassa Porvoon salibandyseuran kotiotteluvastaavana toimiva henkilö. Käsikirjan on tarkoitus olla apuväline hänelle ottelutapahtumien tuottamiseen sekä kehittämiseen. Käsikirja tulee olemaan osa Porvoon salibandyseuran strategiatyötä ja sitä säilytetään niin konkreettisesti toimistolla, kuin verkossakin. Käsikirjan sijaitessa verkossa sitä on helpompaa päivittää ja kehittää eteenpäin. Näin ollen myös muut joukkueet voivat tarvittaessa hakea viitteitä omien ottelutapahtumiensa kehittämiseen käsikirjasta. Käsikirjan kehittämisen vastuu jää Porvoon salibandyseuran johtoryhmälle sekä kotiottelutapahtuma vastaaville. Tarvittaessa Porvoon salibandyseura voi hyödyntää joukkueiden sisältä löytyviä resursseja tapahtuma-alalta. Kehityksen ylläpitämiseksi Porvoon salibandyseuran olisi hyvä aika-ajoin tehdä kysely otantoja yleisölle sekä joukkueille ja analysoida vastaukset niin, että niitä voidaan hyödyntää käsikirjan sekä ottelutapahtumien kehittämisessä.

## 6 Pohdinta

Tuloksena syntynyt käsikirja salibandyn ottelutapahtuman järjestämiseen, on kattava noin 25 sivuinen teos, jossa käydään läpi ottelutapahtuman järjestämisen erivaiheita ja osaluokkia. Tavoitteena oli luoda käsikirja teos, jonka pohjalta voidaan kehittää Porvoon salibandyseuran naisten edustusjoukkueen ottelutapahtumia ja joka ohjeistaa ottelutapahtuman järjestämiseen. Nämä tavoitteet saavutettiin mielestäni hyvin.

Olen tyytyväinen saamiini opinnäytetyön tuloksiin eli käsikirjaan, joka on laadittu tämän produktityyppisen opinnäytetyön pohjalta. Jo alussa opinnäytetyöstä rajattiin pois yksityiskohtainen yksittäisen tapahtuman suunnitteleminen ja järjestäminen. Mielestäni tämä oli hyvä rajaus, sillä yksityiskohtainen sekä tapahtumakohtainen järjestämisen läpikäyminen olisi venyttänyt opinnäytetyötä todella pitkäksi enkä usko, että näin käsikirjasta olisi saatu todellista hyötyä irti. Tämän opinnäytetyön produkti käsikirja on tiivis kokonaisuus, josta lukija saa ymmärrettävän kuvan ottelutapahtumien järjestämisestä. Käsikirja kertoo lähinnä vaiheet, mitä milloinkin tulee ottelutapahtuman järjestämisessä tehdä, mutta yksityiskohdat ja tarkennukset jäävät ottelutapahtuman tuottajan päätettäväksi.

Luotettavuus olisi voinut käyttää enemmän lähteitä ja tehdä kyselytutkimuksen, jotta opinnäytetyö olisi luotettavampi. Kyselytutkimuksen tekeminen olisi varmasti tarjonnut hyvää informaatiota ottelutapahtumien nykytilasta ja siitä, mitä niiltä toivottaisi. Lähtökohta oli kuitenkin se, että ottelutapahtumat kaipasivat huomattavaa parannusta ja tästä opinnäytetyöstä saa eväitä niiden kehittämiseen. Tulevaisuudessa, kun ottelutapahtumia on tehty uudella tavalla ja tarjottu yleisölle monipuolista, vaihtuvaa ohjelmaa olisi hyvä kartoittaa yleisön tyytyväisyyttä ja selvittää mistä yleisö on tykännyt ja mistä mahdollisesti ei. Käsikirjan laatimisesta ei löytynyt juuri ollenkaan aineistoa, jolloin paras tapa saada selville, millainen on hyvä käsikirja, oli opionoida valmiita teoksia ja verrata niitä toisiinsa.

Yhteenvetona näen, että opinnäytetyöprosessi yhdessä produktin kanssa olivat onnistunut kokonaisuus. Ottelutapahtumien kehittämiseen vaaditaan huomattava määrä työtä ja joku, joka huolehtii kehityksen ylläpidosta. Käsikirjan pohjalta tätä työtä on hyvä lähteä jatkaamaan. Varmasti helpoin tapa ottelutapahtumien kehittämiseen on niiden jatkuva kriittinen tarkastelu sekä kehittäminen.

Kehittäisin produktiani ehdottomasti yksityiskohtaisemmaksi ja vielä selkeämmäksi niin, että käytäisiin alusta alkaen läpi, mistä ja miten esimerkiksi tapahtumapaikka varataan sekä kuinka käytännössä ohjelmistoa valitaan ja tekniikkaa tilataan. Tämä käsikirja on toistaiseksi vain pintaraapaisu aiheesta, johon voisi syventyä huomattavasti tarkemmin

ajan ja resurssien salliessa. Tulevaisuutta ajatellen ehdottaisinkin Porvoon salibandyseuralle yhteistyötä esimerkiksi paikallisten oppilaitosten kanssa, jotka voisivat oppilaidensa kanssa projektina kehittää ottelutapahtumien käsikirjaa sekä itse tapahtumia niin, että syvennyttäisi yksityiskohtiinkin tarkemmin.

Opinnäytetyöprosessi sujui osaltani hyvin. Aihe oli minulle erittäin mielenkiintoinen ja kiinnostava ja koen sen vastaavan lähes täydellisesti ammattiosaamistani tapahtuma-alalla sekä salibandyn osalta. Koin työhön paneutumisen helpoksi, sillä sekä salibandy, että tapahtumat yleisesti ovat minulle erittäin mielenkiintoisia aiheita. Välillä oli vaikeaa astua ulos joukkueen pelaajan roolistani ja tarkastella ottelutapahtumia ulkopuolisen silmin ja siinä vaiheessa yleensä täytyi pitää pieni tauko sekä ajatusmallin tietoinen muutos. Toisaalta välillä ajatusmaailma siirtyi liikaa työelämään ja tapahtumien tuottamiseen yrityksille ja oli vaikeaa pitää mielessä, että käsikirjaa luodaan urheiluseuralle, joka ei lähtökohtaisesti myy tapahtumaa eteenpäin ja tuottoja tavoitellaan lähinnä joukkueen toiminnan tukemiseen.

Pysyin asettamassani aikataulussa, muutamaa pientä viivästystä lukuun ottamatta. Itse opinnäytetyön prosessin olisin voinut aloittaa jo aikaisemmin syksyllä, jopa kesällä, jolloin olisi jäänyt enemmän aikaa opinnäytetyön ja produktin työstämiselle. Toisaalta, nyt opinnäytetyössä ja itse aiheessa pysyi jatkuvasti sisällä, kun työstäminen oli jokapäiväistä ja hyvin tiivistä. Uskon, että jos olisin aloittanut ja tehnyt opinnäytetyötä pidemmällä aikavälillä, opinnäytetyön tekeminen olisi ollut jaksottaista ja katkonaista, toisaalta aika olisi riittänyt tutustua esimerkiksi teoriaan laajemmin sekä perustella käsikirjan laatimista tarkemmin teorian pohjalta.

## Lähteet

Arpajaishallinto 2018, Tavara-arpajais luvat. Luettavissa:

[https://www.arpajaishallinto.fi/tavara\\_arpajaiset\\_bingo/tavara\\_arpajaisluvut](https://www.arpajaishallinto.fi/tavara_arpajaiset_bingo/tavara_arpajaisluvut). Luettu 4.11.2018

Autio Kia 2014, Opas kansainvälisen ultimateturnauksen järjestämiseen sisä- kaudella Suomen Liitokiekkoliitto ry:lle. Luettavissa:

[https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/83681/Autio\\_Kia.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/83681/Autio_Kia.pdf?sequence=1&isAllowed=y) . Luettu 27.10.2018.

Buswell J., Williams C., Donne K. and Sutton C. 2017. Service Quality in Leisure, Events, Tourism and Sport, 2<sup>nd</sup> edition. Luettu 18.9.2018.

DNA, 2017. Digitaalisen elämäntavan tutkimus. Luettavissa:

[https://corporate.dna.fi/documents/94506/930199/DNA+Digitutkimus+2017\\_raportti+medi+alle\\_somebarometri.pdf](https://corporate.dna.fi/documents/94506/930199/DNA+Digitutkimus+2017_raportti+medi+alle_somebarometri.pdf). Luettu 28.10.2018.

Hirvonen Elsi 11.05.2016. Markkinoinnin tavoitteiden asettaminen SMART- kaavan avulla. Luettavissa: <https://www.powermarkkinointi.com/blogi/markkinoinnin-tavoitteiden-asettaminen-smart-kaavan-avulla>. Luettu 3.11.2018.

Hämäläinen Santeri 12.7.2018. Sisältömarkkinoinnin työkalut: SMART-tavoitteet.

Luettavissa: <https://www.hehkumarketing.com/sisaltomarkkinointi/sisaltomarkkinoinnin-tyokalut-smart-tavoitteet/>. Luettu 3.11.2018.

Kalliomäki M., 2014. Tarinallistaminen: Palvelukokemuksen punainen lanka. Sähkökirja. Talentum.

Kiuru Timo, 2016. Experience Marketing. Luettavissa: <http://www.timokiuru.com/wp-content/uploads/2018/09/20160106-Timon-kirja-master-edited-Sep2018.pdf>. Luettu 27.10.2018.

Korpela J. 2015, ¡Qué chévere! – Opas Perun elämysmatkailuun. Luettavissa:

[http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/102005/korpela\\_janika.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/102005/korpela_janika.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Luettu 27.10.2018.

Kotimaisen kielen keskus ja kielitaito Oy, 2018. Luettavissa:  
<https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/netmot.exe?motportal=80>. Luettu 27.10.2018.

Liveto, 2018. Tapahtuman järjestyksenvalvonta. Luettavissa:  
<https://liveto.fi/tapahtumanpelikirja/tapahtuman-jarjestyksenvalvonta/>. Luettu 22.10.2018.

Porvoon salibandyseura Ry, 2018. Seurainfo Luettavissa:  
<https://www.porvoonsalibandyseura.net/2>. Luettu 28.10.2018.

Rentola, M. 2006. Hyvä opas. Teoksessa Jussila, R., Ojanen, E. & Tuominen, T. Tieto kirjaksi. Kansanvalistusseura, Helsinki.

Salibandy.fi A, 2018. Salibandyliigassa kaikkien aikojen parhaat yleisömäärät. <https://salibandy.fi/uutiset/huippu-urheilu-uutiset/salibandyliigassa-kaikkien-aikojen-parhaat-yleisomaarat/>. Luettu 16.10.2018.

Salibandy.fi B, 2018. Salibandyn olosuhdekriteerit. Luettavissa: <https://salibandy.fi/pelaaminen/olosuhteet/salibandyn-olosuhdekriteerit/>. Luettu 29.10.2018.

Sharples L., Crowther P., May D., Orefire C. 2014. Strategic Event Creation. Luettu 18.9.2018.

Talouselämä, 2018, Facebookin käyttäjämäärät ovat tippuneet tietosuojakohun jälkeen, 300 000 käyttäjää lopettanut Facebookin käytön. Luettavissa:  
<https://www.talouselama.fi/uutiset/facebookin-kayttajamaarat-ovat-tippuneet-tietosuojakohun-jalkeen-300-000-kayttajaa-lopettanut-facebookin-kayton/767b33e2-7dc2-38bd-9824-4f0f667ea0d0>. Luettu 28.10.2018.

Uljua Henna, 2016. Graafinen ohjeistus urheiluseuralle, Porvoon Salibandyseura Ry. Luettavissa:  
[http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/115120/Graafinen\\_ohjeistus%20urheiluseuralle\\_PSS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/115120/Graafinen_ohjeistus%20urheiluseuralle_PSS.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Luettu 28.10.2018.

PSS Naiset ja tyttöjuniorit 12.10.2018. Ottelumainos, Facebook - päivitys. Luettavissa:  
<https://www.facebook.com/pssnaiset/photos/pcb.1982859481793128/1982850511794025/?type=3&theater>. Luettu 29.10.2018.

# Liitteet

## Liite 1. Mood board





## Liite 2. Kyselylomake



Tyytyväisyys ottelutapahtumassa

### 1. Kuinka tyytyväinen olet tapahtumaan kokonaisuutena? \*

- Huippu tapahtuma
- Erittäin hyvä tapahtuma
- Hyvä tapahtuma
- Ihan ok tapahtuma
- Huono tapahtuma

### 2. Mikä tapahtumassa oli parasta? \*

- Yhteistyökumppaneiden läsnäolo
- Aktiiviteetti pisteet
- Peli itsessään
- Kahvio ja sen herkut
- Tunnelma
- Tuttujen tapaaminen
- Uusi ja erilainen tapahtumasisältö
- Muu:

### 3. Osallistuisitko uudestaan? \*

- Kyllä
- En

### 4. Mitä toivoisit tuleviin ottelutapahtumiin?

500 merkkiä jäljellä

### 5. Kuinka kuulit tapahtumasta?

### 6. Vielä yhteystietosi arvontaan osallistumista varten.

Etunimi   
Sukunimi   
Matkapuhelin   
Sähköposti   
PSS vai Classic

### Liite 3. Budjetti

Kustannuserittely	Yhteensä			€ 2 842,00
<b>Porvoon salibandyseura ottelutapahtuma</b>				
<b>MENOT</b>				
<b>Tilat</b>	<b>kpl</b>	<b>yksikkö</b>	<b>á</b>	
Aurora halli 5 tunniksi	6	h	€ 50,00	€ 300,00
Promootio paikka: Taidetehtas + Lundi (sponsorointi kaupungilta)	2	kpl	€ 0,00	€ 0,00
Somistus kulut	1	kpl	€ 200,00	€ 200,00
Tapahtuma tekniikka	1	kpl	€ 1 000,00	€ 1 000,00
*Videotykki, Savukone x 2, Go-pro kamera x 2, Videokamera,				€ 0,00
ZUPticket (arvio)	1	kpl	€ 300,00	€ 300,00
	<b>kpl</b>	<b>yksikkö</b>	<b>á</b>	
Lippumenot	6	kpl	€ 2,00	€ 12,00
Kahviomenot (arvio)	1	kpl	€ 100,00	€ 100,00
Otteluohjelma lehtinen (sponsorointi painotalolta)	1	kpl	€ 50,00	€ 50,00
				<b>€ 1 962,00</b>
<b>Henkilökunta</b>	<b>kpl</b>	<b>yksikkö</b>	<b>á</b>	
Toimitsija	2	hlö	€ 40,00	€ 80,00
Kuuluttaja	1	hlö	€ 50,00	€ 50,00
Järjestyksenvalvojat	5	hlö	€ 100,00	€ 500,00
Tuomarit	2	hlö	€ 65,00	€ 130,00
Tuomarivalvoja	1	hlö	€ 70,00	€ 70,00
Promoottori	1	hlö	€ 50,00	€ 50,00
Kahviotyöntekijä	3	hlö	€ 0,00	€ 0,00
				<b>€ 880,00</b>
<b>Markkinointi</b>				
Facebook, Instagram & Snapchat	2	kpl	€ 50,00	€ 100,00
Uusimaa mainokset	5	kpl	€ 20,00	€ 100,00
Itäväylä mainokset	6	kpl	€ 20,00	€ 120,00
Julisteet	20	kpl	€ 5,00	€ 100,00
				<b>€ 420,00</b>
<b>Ohjelma</b>				
Kirpputori	1	kpl	€ 50,00	OPTIO
Laukaisututka	2	kpl	€ 50,00	OPTIO
Maajoukkuevalmentaja (matkakulut jaetaan SSBL kanssa)	2	hlö	€ 0,00	OPTIO
Lajilähettiläs (matkakulut)	3	hlö	€ 0,00	OPTIO
Makkarakoju + myyjä (osasponsorointi)	1	kpl	€ 100,00	OPTIO
Arvonta (palkinnot sponsoroiteja)	1	kpl	€ 20,00	OPTIO
Porvoolainen esiintyjä ottelun alkuun tai erätauolle	1	kpl	20-100	OPTIO
Stadium shop (sponsorointi) 15% tuotoista joukkueelle	1	kpl	€ 80,00	OPTIO
Lounge katsomon järjestäminen	1	kpl	€ 100,00	OPTIO
Erätaukokisat toteutettavissa jo olemassa olevalla välineistöllä.	1	kpl	€ 30,00	OPTIO
Palkinnot kumppanilta				
Pelaajahaastattelut	1	kpl	€ 0,00	€ 0,00
				<b>€ 0,00</b>
<b>Tapahtumaorganisaation työ</b>	<b>kpl</b>	<b>yksikkö</b>	<b>á</b>	
Suunnittelu ja toteutus	250	h	€ 0,00	€ 0,00
				<b>€ 0,00</b>
				<b>€ 4 500,00</b>
<b>TULOT</b>				
<b>Tulot</b>	<b>kpl</b>	<b>yksikkö</b>	<b>á</b>	
Lipputulot	300	kpl	€ 10,00	€ 3 000,00
Kahviotulot (arvio)	1	kpl	€ 1 500,00	€ 1 500,00
Kirpputori myynti (jos ohjelmistossa)	1	kpl	€ 150,00	
Fanituotemyynti (jos ohjelmistossa)	1	kpl	€ 150,00	
Makkarakoju myynti (jos ohjelmistossa)	1	kpl	€ 150,00	
				<b>€ 4 500,00</b>
				<b>TOTAL TUOTOT</b>
				€ 1 658,00
				37 %

#### Liite 4. Käsikirjoitus



### **Tervetuloa ottelutapahtumaan PSS- XXX yy.yy.201x klo xx:xx**

14:00 Ovet auki henkilökunnalle – puitteet kuntoon: valaistus, näytteilleasettajat, savukooneet, äänentoisto...

14:30 Tekniikan tsekkaus

15:30 Kahvio pystyyn

16:00 Pukukopit joukkueille ja tuomareille

16:00 Hallin ovet avoinna katsojille

16:00 Kahvio auki

16:15 Kumppanien pisteet auki. Koko pelin ajan

16:30 Makkaramyynti hallin edessä alkaa. (OPTIO)

17:00 Toimitsijalista avauskokoontamiseksi (joukkueet toimittavat toimitsijapöydälle)

17:15 Sisälämmittely kentällä alkaa.

17:35 Vastustajan ja kotijoukkueen valmentaja haastattelu. Kenttäkuuluttaja hoitaa.

15:43 Kuulutus "lämmittelyaika jäljellä 2 minuuttia"

15:45 Kuulutus "lämmittelyaika on päättynyt"

17:45 Lämmittelyaika on loppunut. Joukkueet siirtyvät pukukoppeihin. Lajin tai seuran tunnetun henkilön haastattelu/ motivointisanat.

17:49 Kuulutus Tervetuloa seuraamaan Naisten salibandyliigan ottelua PSS - XXX

17:51 Vierasjoukkueen kokoonpano ja vierasjoukkue kentälle

17:53 Kotijoukkueen sisääntulokappale ja joukkueen esittely

17.59 Avauskentälliset ja tuomareiden esittely

18:00 Ottelu alkaa

Kuuluttaja kuuluttaa pelin tapahtumia ja ”ensimmäistä erää on jäljellä 1 minuutti”

n. 18:30 1. Erätauko 12 min. Haastatteluita ja aktiviteettipisteille ohjaus ja arvonta aukeaa

Kuuluttaja kertoo pelintapahtumista ja innostaa katsomoa kannustamaan. ”toisen erän viimeinen minuutti käynnistyy”

n.19:12 2. Erätauko 12 min. Lajilähettilään haastattelu. Tarkkuus kisailu kentällä katsojille. Maalilta putti keskiympyrään, kenen pallo jää lähimmäksi keskustaa, voittaa. Yleisesti ohjelmaa.

Kuuluttaja pitää huolta katsomosta ja innostaa kannustamaan. Kuudes pelaaja peliin mukaan. ”Pelin viimeiset kaksi minuuttia käynnistyvät.”

n. 20:00 Peli päättyy. Valokuvaus ja nimikirjoitusten jako tilaisuus.

n. 20:05 Pelaaja haastattelu mikrofoniiin.

Kuuluttaja pitää huolen, että asiakkaat tietävät tapahtuman jatkosta ja kehottaa kuviin molempien joukkueiden pelaajien kanssa.

21.00 Ovet menevät kiinni asiakkailta ja tapahtuman purku alkaa.

Kuuluttajan kiitokset ja turvallista kotimatkaa, tervetuloa uudelleen.

Arvonnan voittajat julkaistaan seuraavalla viikolla.

**Tapahtuman yhteyshenkilö:**

Xxxxx xxxxxxxxxxxx

**Pelipaikka:**

Aurora Halli, Jääkiekkotie 3, Porvoo

**Lähin sairaala:**

Porvoon sairaala, Sairaالاتie 1, Porvoo

**Kotijoukkueen peliasu:**

Paita: Keltainen Shortsit: musta Sukat: musta

## Liite 5. Ottelutapahtuman esimerkki "Ajolista"

Tapahtuma			
Ottelutapahtuma xx.xx.2018-2019 klo xx:xx			
Vastaava tuottaja			
TBC			
Tapahtumapaikka			
Aurora Hall, Jääkiekkote 3, Porvoo			
PSS- Time	Toiminto	Vastaava	Kommentit
xx.xx.2018			
14:00	Ovet auki Auroralle	Kokohallin vahtimestari	
14:00	Tekniikka	Tekniikan tarjoaja	Valojen sekä savukoneen testaus heti kun saavat asennettua.
	*sisäänkanto ja asennus		
	* Valo- ja savukoneiden testaus		
14:30	Sound check	Juontaja / kuuluttaja	
15:30	Kahvila: pöydät, asettelu, tuotteiden esillelaitto ja valmistelu, kassa * 16:00 valmiina!	Vastaava johtaa Kahvilatyöntekijät x 3	
15:30	Lipunmyyntipiste kurtoon.	Vastaava	
16:00	Joukkueiden sekä tuomareiden pukukopit tarkastus ja siistiminen	hallivastaava	
16:00	Kahvila aukeaa		
16:15	Kumppanin ohjelma valmiina akamaan	Kumppani/ohjelmavastaava	
16:30	Sausage car ready and open outside the hall	Kumppani/ohjelmavastaava	
17:00	Toimitsijalistat sekä joukkueiden kokoonpanot	Joukkueet	
17:15	Joukkueiden lämmittelyaika alkaa	Joukkueet	
17:35	Molempien joukkueiden valmentajien haastattelu	Juontaja	
17:43	Juontaja kuuluttaa jäljellä olevan lämmittelyajan	Juontaja	
17:45	Lämmittelyaika loppuu		
17:45	Joukkueet pukukoppeluihin		
17:45	Puheenvuoro/haastattelu tms. ohjelma tai vain fiilistelyä	Juontaja	
17:49	Tervetullais puhe	Juontaja	
17:51	Vastustajan esittely	Juontaja	
17:52	Kotijoukkueen sisääntulokappale	Juontaja	
17:53	Kotijoukkueen esittely musiikin soidessa	Juontaja	
17:55	Joukkueiden kentälliset	Juontaja	
17:59	"Viuhdyttävää iltaa hyvät katsojat"	Juontaja	
18:00	Ottelun aloitus		
n. 18:30	1. erätauko 12 minuuttia.		
18:30	Ohjelmaa kentällä, haastatteluita, kisoja.	Juontaja	
	Kyselylomake yleisön täytettävänä		
	Kumppanien ohjelmasisällöt auki yleisölle ja aktiivinen käyttöaika.	Kumppani/ohjelmavastaava	
18:42	Peli jatkuu. Juontaja yllyttää kannustamaan!	Juontaja	
n. 19:13	2. erätauko 12 min.		
19:13	Ohjelmaa kentällä, haastatteluita, kisoja.	Juontaja	
		Kumppani/ohjelmavastaava	
19:24	Peli jatkuu. Juontaja yllyttää kannustamaan!	Juontaja	
20:00	Peli päättyy. Parhaiden pelaajien palkitseminen	Juontaja	
20:00	Kuvia sekä nimikirjoituksia saatavilla.	Juontaja	
20:00	Pelaaja haastattelu kaikkien kuullen.	Juontaja	
20:10	Joukkueiden loppuverryttely	Joukkueet	
20:30	Loppusivous & rakenteiden purkaminen	Tapahtumaorganisaatio	
21:30-22:00	Ovet kiinni lähtessä.	Tapahtumaorganisaatio	

## Liite 6. Turvallisuus suunnitelma

### Turvallisuus suunnitelma

#### Ottelutapahtuma PSS – XXXX xx.xx.xxxx

#### Aurora halli, Porvoo

Tapahtuman yleiskatsaus:	PSS – XXXX naisten salibandy liiga ottelutapahtuma, joka kerää salibandy sekä urheilufanit Itä-Uudenmaan alueelta. Tapahtuma koostuu aktiviteetti pisteestä, kahviosta, salibandy pelistä sekä tapahtuma ohjelmasta, joka valitaan yksittäisiin otteluihin erikseen.
Osallistujat:	Henkilökunta, lipun ostaneet katsojat, koti- ja vieras joukkue sekä huoltoryhmät.
Päivämäärä:	XX.XX.XXXX
Järjestäjä:	Porvoon salibandy seura
Tapahtumapaikka:	Aurora halli, Porvoo
Tapahtuman turvallisuus ja hyvinvointi:	Tapaturman sattuesssa hälytysajoneuvot ohjataan Aurora hallin pelastusteille Jääkiekkotie 1, Porvoo. Ottelutapahtuman aikana hallin lähistöllä on aina vähintään yksi ambulanssi valmiudessa toimimaan. Henkilökunta sekä järjestyksenvälvojat antavat ensiapua tarvittaessa. Ilmoitus hätäpalveluille Porvoossa. Turvallisuus ja vastuuvakuutukset.
Rakenteet, lavat:	Halli rakenteet, Katsomot ovat erilliset rakenteet. Kaukalo sekä mahdolliset kumppanien ohjelmaan tarvitsemat rakenteet. Kahvio.
Elektroniset järjestelmät:	Äänentoistojärjestelmä, hallin valot sekä efektiiviset valot, savukone (optio), videokamerat/televisiokamerat.
Ruoka, juoma ja oheismyynti	Kotijoukkueen pitämä paikallinen kahvio. Tuotteet on pääosin tuotettu itse tai hankittu kumppaneilta. Alkoholia ei myydä. Fanituotemyynti (optio).
Jätteiden hävitys:	Hallilta löytyy useita jäteastioita, jotka tyhjenetään ottelutapahtuman loppuksi hallin pääroskakoireihin.

Turvallisuus:	Porvoon poliisilaitokselle tehdään ilmoitus yleisötapahtumasta. Hallilla on asianmukainen turvallisuushenkilöstö. Yksi turvallisuusvastaava sekä useita järjestyksenvalvoja kortillisia järjestyksenvalvoja.
Väkijoukon/liikenteen ohjaus:	Järjestyksenvalvojat valvovat väkijoukkoa. Liikenteen ohjaus on toteutettu kyltein, jotka ohjaavat kahdelle eri parkkipaikalle, Aurora hallin parkkipaikalle sekä Kokonhallin parkkipaikalle.
Viestintä:	Juontaja/kuuluttaja pitää huolen, että evakuoinnin sattuessa, yleisölle kerrotaan ohjeet evakuointiin sekä selkeästi tapaamispaikka, mihin evakuointi suoritetaan. Järjestyksenvalvojat tukevat tätä viestiä.
Ensi-apu valmius:	Molemmilla joukkueilla on omat huoltajansa, jotka ovat ensiapuvalmiudessa. Lisäksi järjestyksenvalvojat ovat ensiapu valmiuden omaavia. Ambulanssi on valmiudessa pihalla.
Tulipalo valmius:	Aurora hallin paloturvallisuus on tarkastettu palokunnan toimesta. Palontorjunta välineistöä on sijoitettu ympäri Aurora hallia ja asiaankuuluvasti merkattu. Järjestyksenvalvojat ovat valmiudessa toimimaan esisammuttajina palon sattuessa, kunnes palokunta saadaan paikalle.
Hätä toimenpiteet:	Hädän sattuessa Aurora halli evakuoidaan tarpeen mukaan sekä hätäviranomaiset hälytetään paikalle. Jos hätä ei ole koko yleisöä uhkaava, annetaan ensiapua ja hälytetään asiaankuuluva hätäviranomainen paikalle.





# SISÄLLYS

- 🏆 Tavoitteet
- 🏆 Organisoituminen
- 🏆 Budjetti
- 🏆 Tapahtuman runko
- 🏆 Tapahtumapaikka
- 🏆 Ohjelma ja aikatauluesimerkki
- 🏆 Sidosryhmät
- 🏆 Viestintä
- 🏆 Riskien hallinta
- 🏆 Tapahtumapäivä
- 🏆 Tapahtuman jälkeiset toiminnot
- 🏆 Muistilista

# TAVOITTEET

Tavoitteet tulee määrittää konkreettisesti jokaisen ottelutapahtuman järjestämisprosessin alkaessa.

Jokaisen ottelutapahtuman järjestämiseen osallistuvan tulee olla perillä tavoitteista ja mitä ottelutapahtumalla halutaan saavuttaa.

Kävijämäärä tavoite per ottelu on 300 henkilöä.

Ikimuistoinen tapahtuma.

Sitouttaa asiakkaat saapumaan hallille uudestaan.

Näin saadaan jatkumoa ja lisää taloudellista vakautta järjestää jatkossakin huipputapahtumia!

# ORGANISOINTI

Onnistunut tapahtuma prosessi vaatii projektipäällikön, joka tulee valita ennen itse tapahtumajärjestämisen aloittamista.

Tapahtumaprojekti lähtee liikkeelle organisoitumisesta, jonka jälkeen on tarkoitus, että jokainen tietää oman työtehtävänsä. Jokaiselle osa-alueelle on valittava omat vastaavat, jotka pitävät huolta oman osa-alueensa suunnitellusta toteutumisesta ja he tekevät päätöksiä osa-alueensa ongelmakohtissa.

Osa-alueita ovat:

- Kahvio
- Kenttätoiminnot
- Oheisohjelma
- Markkinointi
- Turvallisuus

Projektipäällikkö vastuussa siitä, että kaikki osa-alueet etenevät ajallaan ja suunnitellusti. Osa-alue vastaavat raportoivat projektipäällikölle ja tarvittaessa projektipäällikkö auttaa itse tai järjestää apuvoimia. Osa-alue vastaavilla on apunaan vapaaehtoisia ja alihankkijoiden edustajia, esimerkiksi järjestyksenvalvojat.

Kun organisointi ja vastaavat on päätetty, tulee työtehtävät ja aikataulu käydä yhteisesti sekä vielä työskentelyryhmä kohtaisesti läpi. Ottelutapahtuman järjestämisprosessin aikana, tulee pitää yhteisiä tuotantopalavereita, joissa käydään läpi kunkin työskentelyryhmän eteneminen ja voidaan yhteisesti käydä esimerkiksi ongelmakohtia läpi ja löytää niihin ratkaisuja.

# BUDJETTI

Ottelutapahtuman budjetti koostuu tapahtumapaikan vuokrasta, henkilöstökustannuksista, ohjelmasta syntyvistä kustannuksista sekä tuomarimaksuista. Ottelutapahtumassa moni asia tapahtuu vapaaehtoisten voimin, mikä vaikuttaa positiivisesti budjettiin ja kustannusrakenteeseen. Myös sponsoreiden ja kumppaneiden osuus ottelutapahtumassa on merkittävä ja heidän panoksensa näkyy vahvimmin ohjelmasisällöissä.

Kokonaisuutena tapahtuman kulut ovat noin 3000€/ottelu, johon sisältyy sekä kiinteät, että vaihtelevat kulut. Otteluihin odotetaan noin 300 katsojaa ottelua kohden. Ottelulipun hinta yksittäin on 9€ per henkilö. Alennusryhmän lippu (opiskelija, työtön, eläkeläinen) on 6€/lippu. Kausikortteja myydään 60€ per kortti. Jatkopelien sisäänpääsy ei kuulu kausikortin hintaan.

Ottelutapahtuman tuotot syntyvät siis maksullisesta oheisohjelmasta kuten arvonnoista, fanituotemyynnistä, kirpputorista, sisäänpääsylipuista sekä kahvilan tuotteista. Näiden yhteistuottojen tulee ylittää ottelutapahtuman yhteiskulut. Jokaista pelitapahtumaa kohden tapahtumatuottajan tulee pitää huolta, että ohjelma ja tapahtuman sisältö on valittu niin, että joukkue jää ottelutapahtumasta voitolle.

# BUDJETTI

Budjetointi esimerkki menot:

<b>Kustannuserittely</b>	<b>Yhteensä</b>			<b>€ 2 842,00</b>
<b>Porvoon salibandyseura ottelutapahtuma</b>				
<b>MENOT</b>				
<b>Tilat</b>	<b>kpl</b>	<b>yksikkö</b>	<b>á</b>	
Aurora halli 5 tunniksi	6	h	€ 50,00	€ 300,00
Promootio paikka: Taidetehtas + Lundi (sponsorointi kaupungilta)	2	kpl	€ 0,00	€ 0,00
Somistus kulut	1	kpl	€ 200,00	€ 200,00
Tapahtuma tekniikka <i>*Videotykki, Savukone x 2, Go-pro kamera x 2, Videokamera,</i>	1	kpl	€ 1 000,00	€ 1 000,00
ZUPticket (arvio)	1	kpl	€ 300,00	€ 300,00
	<b>kpl</b>	<b>yksikkö</b>	<b>á</b>	
Lippumenot	6	kpl	€ 2,00	€ 12,00
Kahviomenot (arvio)	1	kpl	€ 100,00	€ 100,00
Otteluohjelma lehtinen (sponsorointi painotalolta)	1	kpl	€ 50,00	€ 50,00
				<b>€ 1 962,00</b>
<b>Henkilökunta</b>	<b>kpl</b>	<b>yksikkö</b>	<b>á</b>	
Toimitsija	2	hiö	€ 40,00	€ 80,00
Kuuluttaja	1	hiö	€ 50,00	€ 50,00
Järjestyksenvalvojat	5	hiö	€ 100,00	€ 500,00
Tuomarit	2	hiö	€ 65,00	€ 130,00
Tuomarivalvoja	1	hiö	€ 70,00	€ 70,00
Promootori	1	hiö	€ 50,00	€ 50,00
Kahviotyöntekijä	3	hiö	€ 0,00	€ 0,00
				<b>€ 880,00</b>
<b>Markkinointi</b>				
Facebook, Instagram & Snapchat	2	kpl	€ 50,00	€ 100,00
Uusimaa mainokset	5	kpl	€ 20,00	€ 100,00
Itäväylä mainokset	6	kpl	€ 20,00	€ 120,00
Julisteet	20	kpl	€ 5,00	€ 100,00
				<b>€ 420,00</b>
<b>Ohjelma</b>				
Kirpputori	1	kpl	€ 50,00	OPTIO
Laukaisututka	2	kpl	€ 50,00	OPTIO
Maajoukkuevalmentaja (matkakulut jaetaan SSBL kanssa)	2	hiö	€ 0,00	OPTIO
Lajilähettiläs (matkakulut)	3	hiö	€ 0,00	OPTIO
Makkarakoju + myyjä (osasponsorointi)	1	kpl	€ 100,00	OPTIO
Arvonta (palkinnot sponsoroiteja)	1	kpl	€ 20,00	OPTIO
Porvoonlainen esiintyjä ottelun alkuun tai erätaulolle	1	kpl	20-100	OPTIO
Stadium shop (sponsorointi) 15% tuotoista joukkueelle	1	kpl	€ 80,00	OPTIO
Lounge katsomon järjestäminen	1	kpl	€ 100,00	OPTIO
Erätaukokisat toteutettavissa jo olemassa olevalla välineistöllä.				
Palkinnot kumppanilta	1	kpl	€ 30,00	OPTIO
Pelaajahaastattelut	1	kpl	€ 0,00	€ 0,00
				<b>€ 0,00</b>
<b>Tapahtumaorganisaation työ</b>	<b>kpl</b>	<b>yksikkö</b>	<b>á</b>	
Suunnittelu ja toteutus	250	h	€ 0,00	€ 0,00
				<b>€ 0,00</b>

# BUDJETTI

Budjetointi esimerkki tulot:

	Yhteensä			€ 4 500,00
<b>TULOT</b>				
<b>Tulot</b>	<b>kpl</b>	<b>yksikkö</b>	<b>á</b>	
Lipputulot	300	kpl	€ 10,00	€ 3 000,00
Kahviotulot (arvio)	1	kpl	€ 1 500,00	€ 1 500,00
Kirpputori myynti (jos ohjelmistossa)	1	kpl	€ 150,00	
Fanituotemyynti (jos ohjelmistossa)	1	kpl	€ 150,00	
Makkarakoju myynti (jos ohjelmistossa)	1	kpl	€ 150,00	
				€ 4 500,00
				<b>TOTAL TUOTOT</b>
				€ 1 658,00
				37 %

# TAPAHTUMAN RUNKO

Ottelutapahtuman perusrunko koostuu naisten salibandyliigan ottelu protokollan ympärille. Suunnittelu ja taustatyö aloitetaan viikkoja ennen tapahtumapäivää ja noin viikkoa ennen suunnitellut ja pohjustetut palikat kasataan yhteen. Tapahtuman valmistelu ja viimeistely on hyvä aloittaa hyvissä ajoin, jotta voidaan välttyä viime hetken paniikilta ja tehdä korjausliikkeitä tarvittaessa.

Itse tapahtuma päivä alkaa, kun hallin ovet avataan yleisölle ja mahdollisesti jo siitä, kun asiakas saapuu hallin pihalle, riippuen onko ohjelmaa järjestetty jo hallin ulkopuolelle.

Ottelutapahtuman järjestäminen alkaa tapahtumapaikan valinnasta ja varaamisesta oikealle ajalle. Tämän jälkeen tulee miettiä budjetin kautta, mihin kaikkeen on mahdollisuudet, kuka lähtee otteluisännäksi ja mitä tarjottavaa otteluisännällä mahdollisesti voisi olla tapahtumalle.

Tapahtumapäivänä henkilökunta saapuu hallille 4 tuntia ennen ottelun alkua ja alkaa tehdä esivalmisteluita. Henkilökunnalle on jaettu omat työskentely- sekä vastuualueet, joita he alkavat työstää saavuttuaan paikalle. Kahvio, tekniikka, kuulutukset sekä juonnot, ohjelmapistteet sekä itse kenttä tulee laittaa käyttö kuntoon niin, että ne ovat viimeistään kaksi tuntia ennen peliä käyttökunnossa ja valmiit toimintaan.

Sound check on hyvä tehdä hyvissä ajoin, jotta kaikki olisi valmista yleisön saapuessa.

## TAPAHTUMAN RUNKO

Noin puolitoista tuntia ottelua ennen molemmat joukkueet lämmittelevät kentällä, jonka aikana kentällä ei voi järjestää muuta ohjelmaa. Kentän ulkopuolella on mahdollisuuksia järjestää ohjelmaa katsomon molemmissa päädyissä, Aurora hallin ylätasanteella sekä ulkona. Kahvio sijaitsee heti sisääntulo aulassa. Tähän kohtaan sekä erätauoille on kumppaneilla ideaalein tilaisuus järjestää haluamaansa ohjelmaa, ellei se ole yleisö aktivointi esimerkiksi maalin syntyessä tapahtuu toiminta x.

Kuulutukset, mainokset sekä musiikki kuuluvat olennaisena osana otteluun. Ottelussa pelataan kolme 20 minuutin mittaista erää, jotka ajallisesti venyvät usein puoleen tuntiin, jos ottelussa on paljon pelikatkoja.

Ottelun jälkeen palkitaan joukkueiden parhaat ja kiitetään yleisöä. Tässä vaiheessa katsojilla on mahdollisuus hakea nimikirjoituksia tai käydä ottamassa kuvia pelaajien kanssa. Yleensä halli tyhjenee hyvin nopeasti pelin päätyttyä. Tätä voitaisiin ehkäistä esimerkiksi pelaaja haastatteluin heti pelin jälkeen.

Ottelun jälkeen tapahtumaan järjestetyt puitteet puretaan, halli siistitään ja kahvio inventoidaan ensi tapahtumaa varten. Jälkimarkkinointi sekä muut toiminnot käydään joukkueen sekä Porvoon salibandyseuran sosiaalisessa mediassa läpi.



# TAPAHTUMAPAIKKA

Ottelutapahtuman sijainti ja tapahtumapaikka tulee valita jo hyvissä ajoin tapahtumajärjestämisen alkuvaiheessa. Tapahtumapaikka luo pohjan yhdessä organisaation kanssa itse tapahtumalle. Tapahtumapaikan puitteissa järjestetään kaikki tai sitten ei mitään.

Aurora halli on toiminut kotihallina jo useita vuosia ja se onkin erittäin toimiva kokonaisuus nimenomaan salibandyottelun järjestämiseen. Tapahtumapaikat yksittäisille ottelutapahtumille on hyvä varata jo otteluohjelman julkaisun yhteydessä, yleensä syyskuun alkuvaiheilla. Näin voidaan varmistua siitä, että saadaan ottelutapahtumiin sopiva tapahtumatila.

Vaihtelun vuoksi, olisi välillä hyvä kartoittaa myös vaihtoehtoisia tapahtumapaikkoja ottelutapahtumalle. Hyviä vaihtoehtoja voisivat olla esimerkiksi jäähalli tai Kokonhalli. Molemmissa käyttökustannukset ovat kohtuulliset ja ottelutapahtuman kannalta näissä on puitteet kunnossa ja mahdollisuus suurempaan yleisömäärään kuin Aurora hallilla.

# OHJELMA

Ohjelmasuunnittelu aloitettava hyvissä ajoin. Kartoitettava myös kumppaneiden mahdollisuudet tarjota tukea ohjelman rakentamiseen. Ohjelma vaihtoehtoja on useita, joista valitaan yhdestä kolmeen oheishjelmaa per ottelutapahtuma. Ohessa esitellään oheishjelmavaihtoehdot:

- 🎧 **Fanituotemyynti** - Fanikaulahuiveja ja pelipaitoja olisi hyvä olla myytävänä. Näin ottelutapahtumaan saataisi myös joukkueen väriä ja urheilujuhlan tuntua, kun yleisöstä löytyisi joukkueen pelipaitoja ja kannatushuiveja!
- 🎤 **Erätaukokisoja & esiintymisiä** – Laulaja opiskelija tai laulaja sekä säestäjä. Porvoon musiikkiopistolta opiskelijoiden joukosta. Porvoon voimistelijoiden esiintyminen, juniorijoukkueen näytösottelu tai jokin muu paikallisen seuran tai yhdistyksen esiintyminen. Pallon ”puttaaminen” keskiympyrään ja kenen pallo jää lähimmäksi keskustaa voittaa tai sitten keskiympyrästä maaliin vetäminen 3 yritystä. Rangaistuslaukaus kilpailu, jonka joukkueen varamaalivahti torjuu ja pysyy samalla itse lämpimänä.
- 🛍️ **Stadium shop** – Mahdollisuus ostaa lajiin liittyviä varusteita kuten mailoja, sisäpelikenkiä, harjoitteluasuja ja suojalaseja. Stadium kumppanina vaaditaan järjestämään tämä ohjelma. Toimisi hyvin fanituotemyynnin yhteydessä ja mahdollisesti fanituotteiden jälleenmyyjänä.

# OHJELMA

- 🍷 **Makkarakoju hallin ulkopuolella** – Tuo yleisötaapahtuman ja markkinoiden tuntua. ”Kisakärkkäri” olisi hyvä lisä kahvion perustuotteille. Tämän voi toteuttaa kumppanin avuin ja henkilökuntana voidaan pitää katsomossa olevia pelaajia sekä taustahenkilöitä, tarvittaessa myös kumppanin omaa henkilökuntaa.
- 🎟️ **Arvonta** – Arvonnat saavat aina ihmiset innostumaan ja osallistumaan, jos palkintohoukute on tarpeeksi suuri. Arvontoja voi järjestää hyvin monella eri tapaa ja palkintoja voi vaihdella kauden aikana jatkuvasti. Välillä olisi hyvä aktivoida yleisöä osallistumaan arvontoihin sosiaalisen median kautta ja välillä paikan päällä. Arvontaa järjestettäessä tulee varmistaa, että seuralla on lupa järjestää arvontoja ottelutapahtumissa.
- 🏆 **Laukomistutka ja tarkkuusvetokisa** – Laukomistutka ja tarkkuusveto kilpailut ovat hyviä yleisön aktivoimiseen esimerkiksi kovimman tutkatuloksen ja tarkimman laukojan tittelin saavat voidaan palkita ilmaisella sisäänpääsillä seuraavaan ottelutapahtumaan tai kahvion tuotteella. Houkuttelee etenkin junioreita sekä lajin harrastajia.
- 🍷 **Lounge katsomo** – Rajataan pieni osa katsomosta ja sisustetaan mukavammaksi olla ja siistimmän näköiseksi. Ideana tehdä pienestä alueesta katsomoa olohuone hallilla, johon katsojilla on mahdollisuus voittaa paikat ja katsoa peliä luksus katsomossa. Tätä varten voidaan järjestää esimerkiksi sosiaalisen median arvonta tai sitten arvonta, johon voi edellisessä ottelutapahtumassa osallistua ja pelien välissä arvotaan paikkojen voittajat.

# OHJELMA

**Pelaajahaastattelu** – Heti pelin jälkeen tai erätauolla pikainen haastattelu mahdollistaa yleisön pääsemisen lähemmäksi joukkuetta ja sen pelaajia. Joukkueet ja sen pelaajat ovat lähtökohtaisesti ne, jotka ottelutapahtuman luovat.

Ottelutapahtumassa haastattelun onnistumiseksi, tulee haastattelijan osata esittää myös oikeat kysymykset.

**Lajin asiantuntijan haastattelu** – Lajin keulakuvien haastattelemisen ottelutapahtumassa lisää katsojien ymmärrystä lajista sekä pitää mielenkiinnon ylhäällä. Kun katsoja saa kuulla asiantuntijan kommentteja ja ajatuksia lajiin liittyvissä kysymyksissä, saa hän lisäarvoa ottelutapahtuma kokemukselle.

**Screen** – Otteluihin suosittelisin myös isoa näyttöä tai valkokangasta ja projektoria, joka olisi sijoitettu esimerkiksi hallin takaseinälle niin, että kaikki yleisössä näkevät sen. Tällä tavoin saadaan jo ennakkoon valmisteltua sisältöä esimerkiksi kumppanien mainoksia, videoita joukkueen valmistautumisesta peliin ja videokuvaustekniikan ollessa ajan tasalla, yleisölle voitaisiin tarjota esimerkiksi hidastuksia maaleista.

**Kirpputori** – Ottelutapahtuman yhteydessä toteutettuna niin, että kaikki halukkaat saavat lahjoittaa urheiluun liittyvää tavaraa myytäväksi kirpputori pöydille katsomon toiseen pätyyn. Etenkin lapsille suunnattu tavara sekä urheiluvälineet myyvät varmasti hyvin. Ajatuksena on, että kaikki saavat tuoda tavaraa myyntiin, mutta lahjoituksena, jolloin tuotot tulevat lyhentämättöminä joukkueen tuottoihin. Kirpputoria voi vetää esimerkiksi katsomossa olevat pelaajat, juniorijoukkue tai pelaajien vanhemmat.

# OHJELMA

Aikataulu- / tekninen ajolista esimerkki:

Tapahtuma Otteletapahtuma xx.xx.2018-2019 klo xx:xx		
Vastaava tuottaja TBC		
Tapahtumapaikka Aurora Hall, Jääkiekkotie 3, Porvoo		
PSS-Time	Toiminto	Vastaava
xx.xx.2018		
14:00	Ovet auki Auroralle	Kokohallin vahtimestari
14:00	Tekniikka	Tekniikan tarjoaja
	*sisäänkanto ja asennus	
	* Valo- ja savukoneiden testaus	
14:30	Sound check	Juontaja / kuuluttaja
15:30	Kahvila: pöydät, aseteltu, tuotteiden esillelaitto ja valmistelu, kassa	Vastaava johtaa
	* 16:00 valmiina!	Kahvilatyöntekijät x 3
15:30	Lipunmyyntipiste kuntoon.	Vastaava
16:00	Joukkueiden sekä tuomareiden pukukopit tarkastus ja siistiminen	hallivastaava
16:00	Kahvila aukeaa	
16:15	Kumppanin ohjelma valmiina alkamaan	Kumppani/ohjelmavastaava
16:30	Sausage car ready and open outside the hall	Kumppani/ohjelmavastaava
17:00	Toimitsijalistat sekä joukkueiden kokoonpanot	Joukkueet
17:15	Joukkueiden lämmittelyaika alkaa	Joukkueet
17:35	Molempien joukkueiden valmentajien haastattelu	Juontaja
17:43	Juontaja kuuluttaa jäljellä olevan lämmittelyajan	Juontaja
17:45	Lämmittelyaika loppuu	
17:45	Joukkueet pukukoppeihin	
17:45	Puheenvuoro/haastattelu tms oheisohjelma tai vain fiilistelyä	Juontaja
17:49	Tervetullais puhe	Juontaja
17:51	Vastustajan esittely	Juontaja
17:52	Kotijoukkueen sisääntulokappale	Juontaja
17:53	Kotijoukkueen esittely musiikin soidessa	Juontaja
17:55	Joukkueiden kentälliset	Juontaja
17:59	"Viihdyttävää iltaa hyvät katsojat"	Juontaja
18:00	Ottelun aloitus	
n. 18:30	1. erätauko 12 minuuttia.	
18:30	Ohjelmaa kentällä, haastatteluita, kisoja.	Juontaja
	Kyselylomake yleisön täytettävänä	
	Kumppanien ohjelmasisällöt auki yleisölle ja aktiivinen käyttöaika.	Kumppani/ohjelmavastaava
18:42	Peli jatkuu. Juontaja yllyttää kannustamaan!	Juontaja
n. 19:13	2. erätauko 12 min.	
19:13	Ohjelmaa kentällä, haastatteluita, kisoja.	Juontaja
		Kumppani/ohjelmavastaava
19:24	Peli jatkuu. Juontaja yllyttää kannustamaan!	Juontaja
20:00	Peli päättyy. Parhaiden pelaajien palkitseminen	Juontaja
20:00	Kuvia sekä nimikirjoituksia saatavilla.	Juontaja
20:00	Pelaaja haastattelu kaikkien kuullen.	Juontaja
20:10	Joukkueiden loppuverryttely	Joukkueet
20:30	Loppusiivous & rakenteiden purkaminen	Tapahtumaorganisaatio
21:30-22:00	Ovet kiinni lähtiessä.	Tapahtumaorganisaatio

# OHJELMA

Ottelun käsikirjoitus organisaation ja sidosryhmien nähtäväksi:

## **Tervetuloa ottelutapahtumaan PSS- XXX yy.yy.201x klo xx:xx**

14:00 Ovet auki henkilökunnalle – puitteet kuntoon: valaistus, näytteilleasettajat, savukoneet, äänentoisto...

14:30 Tekniikan tsekkaus

15:30 Kahvio pystyyn

16.00 Pukukopit joukkueille ja tuomareille

16:00 Hallin ovet avoinna katsojille

16:00 Kahvio auki

16:15 Kumppanien pisteet auki. Koko pelin ajan

16:30 Makkaramyynä hallin edessä alkaa. (OPTIO)

17.00 Toimitsijalista avauskokoonpanoineen (joukkueet toimittavat toimitsijapöydälle)

17.15 Sisälämmittely kentällä alkaa.

17.35 Vastustajan ja kotijoukkueen valmentaja haastattelu. Kenttäkuuluttaja hoitaa.

15.43 Kuulutus "lämmittelyaika jäljellä 2 minuuttia"

15.45 Kuulutus "lämmittelyaika on päättynyt"

17.45 Lämmittelyaika on loppunut. Joukkueet siirtyvät pukukoppeihin. Lajin tai seuran tunnetun henkilön haastattelu/ motiivintisanat.

17.49 Kuulutus Tervetuloa seuraamaan Naisten salibandyliigan ottelua PSS - XXX

17.51 Vierasjoukkueen kokoonpano ja vierasjoukkue kentälle

17.53 Kotijoukkueen sisääntulokappale ja joukkueen esittely

17.59 Avauskentälliset ja tuomareiden esittely

18:00 Ottelu alkaa

Kuuluttaja kuuluttaa pelin tapahtumia ja "ensimmäistä erää on jäljellä 1 minuutti"

n. 18:30 1. Erätauko 12 min. Haastatteluja ja aktiviteetipisteille ohjaus ja arvonta aukeaa

Kuuluttaja kertoo pelintapahtumista ja innostaa katsomoa kannustamaan. "toisen erän viimeinen minuutti käynnistyy"

n. 19:12 2. Erätauko 12 min. Lajilähettilään haastattelu. Tarkkuus kisailu kentällä katsojille. Maalilta putti keskiympyrään, kenen pallo jää lähimmäksi keskustaa, voittaa. Yleisesti ohjelmaa.

Kuuluttaja pitää huolta katsomosta ja innostaa kannustamaan. Kuudes pelaaja peliin mukaan. "Pelin viimeiset kaksi minuuttia käynnistyvät."

n. 20:00 Peli päättyy. Valokuvaus ja nimikirjoitusten jako tilaisuus.

n. 20:05 Pelaaja haastattelu mikrofonin.

Kuuluttaja pitää huolen, että asiakkaat tietävät tapahtuman jatkosta ja kehottaa kuviin molempien joukkueiden pelaajien kanssa.

21.00 Ovet menevät kiinni asiakkailta ja tapahtuman purku alkaa.

Kuuluttajan kiitokset ja turvallista kotimatkaa, tervetuloa uudelleen.

Arvonnain voittajat julkaistaan seuraavalla viikolla.

**Tapahtuman yhteyshenkilö:**

XXX XXXXXX

**Pelipaikka:**

Aurora Halli, Jääkiekkotie 3, Porvoo

**Lähin sairaala:**

Porvoo sairaala, Sairaالاتie 1, Porvoo

**Kotijoukkueen peliasu:**

Paita: Keltainen Shortsit: musta Sukat: musta

# SIDOSRYHMÄT

Sidosryhmät jaetaan kahteen ryhmään sisäisiin- ja ulkoisiin sidosryhmät. Sisäiset sidosryhmät käsittävät Porvoon salibandyseuran oman henkilökunnan, toimijat, joukkue, vapaaehtoiset sekä pelaajien sukulaiset. Ulkoiset sidosryhmät taas käsittävät käytännössä sponsorit, yhteistyökumppanit, yleisö ja vierasjoukkue.

Henkilökunta koostuu pääasiassa sisäisen sidosryhmän jäsenistä. Aktiviteetit ja erätauko ohjelmat ovat usein ulkoisen sidosryhmän osapuolien valmistelemia, yhteistyössä henkilökunnan kanssa.

Kumppanit ja sponsorit ovat ottelutapahtumissa suuressa roolissa, sillä he mahdollistavat suuren osan ohjelmasisällöistä. Jokaisessa pelissä yksi kumppaneista toimii otteluisäntänä, joka vastaa sen ottelut markkinoinnista omissa kanavissaan ja päästäkseen otteluisännäksi, heiltä täytyy tulla vähintään yksi ohjelman liittyvä lisäys.

Kumppaneita hyödyntämällä saadaan yleisölle ajankohtaista ja vaihtuvaa ohjelmaa, joka pitää yleisön mielenkiinnon yllä ja houkuttelee ottamaan osaa useampiinkin ottelutapahtumiin. Kumppaneiden ohjelmatoteutukset voidaan tuottaa suurella tai hyvinkin pienellä budjetilla.

# VIESTINTÄ

Viestintä ottelutapahtumasta yleisölle tapahtuu sosiaalisen median kanavien kautta. Sosiaalisen median kautta on mahdollista tavoittaa suuri osa yleisöä sekä potentiaalista yleisöä.

Sisäinen viestintä tapahtuu käytännössä tapahtumaorganisaation kesken. Kun projektipäällikkö on valittu, hänen tulee viestiä selkeästi tapahtuman eri vaiheista ja työnjaosta muille tapahtumassa osallisena oleville. Jokaiselle osa-alueelle tulee nimetä vastuuhenkilö. Osa-alueiden vastaavat vastaisivat asioiden etenemisestä sekä viestinnästä tapahtumatuottajalle.

Kohdeyleisö on erittäin tärkeää pitää mielessä viestintää toteuttaessa. Kohdeyleisön ikähaarukka on äärimmäisen laaja ja motiivit ottelutapahtumaan osallistumiselle vaihtelevat paljon. Peruspohja yleisölle koostuu pääasiassa kotijoukkueen pelaajien vanhemmista, isovanhemmista sekä kavereista. Näiden lisäksi junioreijoukkueet sekä ”vakiokatsojat” luetaan tähän samaan kastiin. Vaihtelevaa yleisörunkoa taas edustaa vierasjoukkueen pelaajien sukulaiset ja ystävät.

Kohderyhmän ulkopuolisia markkinoinnin kohteita ovat esimerkiksi paikalliset koulut, työpaikat, hyvinvointilaitokset ja kuntosalit sekä kauppakeskukset ja kaupat. Koulujen kanssa on hyvä pyrkiä yhteistyöhön, jotta saataisiin kokonaisia luokkaryhmiä tutustumaan lajiin. Yhteistyö muiden alueen urheiluseurojen ja urheilulajien kanssa voisi olla järkevää, ”lajivaihto” niin, että PSS naisten peleihin kutsuttaisiin esimerkiksi koripallo seuran juniorijoukkueet. Sillä ajatuksella, että vuorostaan PSS naisten joukkue yhdessä juniorijoukkueiden kanssa menisi koripallo seuran otteluun katsojiksi.



# VIESTINTÄ

Ottelutapahtuman markkinointi perustuu sosiaaliseen median, painettuihin mainoksiin sekä pelaajien radiohaastatteluihin. Tarinallistaminen on yksi avainsana ottelutapahtuman markkinointiin. Sosiaalisessa mediassa ottelutapahtuma markkinointi olisi hyvä tapahtua kuvien ja liikkuvan kuvan avulla niin, että joukkueen pelaajat ovat aktiivisesti mukana otteluiden markkinoinnissa.

Painetuissa mainoksissa sekä artikkeleissa tulisi myös keskittyä luomaan kuvalla tai kuvilla tunnelma, jota ottelutapahtumassa halutaan saavuttaa. Radiohaastattelu on hieman marginaalisempi tapa tavoittaa kohdeyleisöä, mutta erittäin hyvä keino saada joukkueen henkeä ja ”meininkiä” kuuluviin.

Mielikuvat ja odotukset tapahtumaa kohtaan alkavat muodostua jo markkinoinnin alkuvaiheessa. Näin ollen on oleellista, että markkinoinnissa markkinoidaan sitä, mitä aiotaan asiakkaille tarjota.

Facebook sekä Instagram ovat toistaiseksi tehokkaimmat sosiaalisen median kanavat, joilla Porvoon salibandyseura kohdeyleisöään tavoittaa. Esimerkiksi kuva, jossa pelaajat pitävät hauskaa yhdessä, vetoaa sosiaalisen median käyttäjiin paremmin kuin pelkkä teksti ja fakta.

Tarinallistamisella markkinoitavasta asiasta pyritään tekemään kohderyhmälle kiinnostava, luomalla tuotteen ympärille kiinnostava tai tunteisiin vetoava tarina, johon kohderyhmän jäsenet voivat samaistua.

# VIESTINTÄ

Ottelutapahtuman viestintäkanavina käytetään myös printtimedioita kuten Uusimaa sekä Itäväylä. Ottelun jälkeen julkaiseminen lehdissä on jo toimivaa, mutta otteluennakot nostaisivat ihmisten mielenkiintoa jo ennen ottelua ja houkuttelisi heitä osallistumaan tapahtumaan.

Perinteisten julisteiden avulla markkinoinnin toteuttaminen. Julisteita levitetään kauppojen ilmoitustauluille, kouluille, päiväkodeille sekä urheiluhalleille Porvoon alueella. Julisteen tulee sisältää mielenkiinnon herättävä kuva sekä selkeästi tärkeimmät faktat ottelutapahtumaan liittyen. Lippujen hinnat sekä kuinka niitä voi ostaa, ohjelma, vastustaja sekä tietenkin aika ja paikka.

# VIESTINTÄ

## Ehdotuksia markkinoinnin parantamiseksi:

- 📍 Yleisö promootio: Joukkueen pelaajista muutama kärkipään pelaaja sijoitetaan joko kauppakeskus Lundiin tai sitten Taidetehtaalle, mahdollisimman vilkkaaseen aikaan. Heidän tarkoituksensa on jakaa alennuskuponkeja otteluiden sisäänpääsylippuihin sekä nimikirjoituksia pelaajakortteihin. Promootio kampanjaa voi helposti myös muokata lisäämällä siihen arvontoja ja kiinteän valokuvaus seinän, jota vasten ihmiset voivat tulla ottamaan kuvia pelaajien kanssa.
- 📍 Nuorempaa kohdeyleisöä voidaan tavoittaa esimerkiksi salibandyn kokeilutunnein, joita vedetään lapsille ja nuorille pelaajien toimesta. Ajatuksena naisten joukkueen pelaajat voivat myös ”kaapata” jonkun Porvoon koulun liikunta tunnit viikoksi ja näin houkutella nuoria ottelutapahtumiin katsojiksi sekä mahdollisesti pelaamaan itsekin salibandya.
- 📍 Arvonnoista ja kilpailuista kerättyjen yleisön jäsenten kontaktoiminen jälkikäteen esimerkiksi ikään kuin uutiskirjeellä, jossa kerrotaan joukkueen terveiset ja kiitokset, sekä tulevista ottelutapahtumista ja niiden ohjelmasisällöistä. Näin saataisi viesti perille suoraan yksittäisille henkilöille. Tämä vaatii sen, että arvonnassa tai kilpailussa on kysytty ja saatu markkinointilupa.

# RISKIEN HALLINTA

Riskiä hallinta ottelutapahtumassa tulee ottaa huomioon merkittävässä asemassa itse tapahtumaa. Käytännössä kaikki toiminnot tulee ajatella niiden riskien ja turvallisuuden kautta. Turvallisuusvastaavalla on suuri rooli omalla osa-alueellaan. Hänen on laadittava turvallisuus-suunnitelma tapahtumalle sekä pelastusuunnitelma.

Järjestyksenvalvojat – Vähintään 1 per 100 asiakasta  
Paloturvallisuus – Oltava järjestyksenvalvojen tiedossa ja palokunnan on tarkastettava tapahtumapaikka ajoittain.

Pelaajan, henkilökunnan tai katsojan loukkaantumiseen on varauduttava ensiaputaitoisin järjestyksenvalvojin sekä henkilökunnan on osattava ensiavun perusteet, kunnes tilanteenmukaiset ensihoitajat on saatu paikalle.

Riski	Todennäköisyys 1-5	Vakavuus 1-5	Toiminnot
Järjestyshäiriö	Epätodennäköinen n 2	2	6 Järjestyksen valvojaa valmiudessa ympäri hallia.
Tulipalo	Epätodennäköinen n 1	3	Tulipalon sammutusvälineitä sijoitettuna ympäri tapahtuma paikkaa. Järjestyksen valvojilla on valmiudet evakuoida ja aloittaa esisammutus.
Pelaajan loukkaantuminen	Todennäköinen 3	1-5	Molemmilla joukkueilla on omat huoltajat mukana. Ensiaputaitoinen henkilökunta/järjestyksenvalvojat.
Vika rakenteissa	Epätodennäköinen n 1	4	Rakenteiden huolto ja kunnossapitäminen, niiden tarkastaminen.

# RISKIEN HALLINTA

Esimerkki turvallisuussuunnitelmasta:

**Turvallisuus suunnitelma Ottelutapahtuma PSS – XXXX  
xx.xx.xxxx Aurora halli, Porvoo**

**Tapahtuman yleiskatsaus:** PSS – XXXX naisten salibandy liiga ottelutapahtuma, joka kerää salibandy sekä urheilufanit Itä-Uudenmaan alueelta. Tapahtuma koostuu aktiviteetti pisteestä, kahviosta, salibandy pelistä sekä tapahtuma ohjelmasta, joka valitaan yksittäisiin otteluihin erikseen.

**Osallistujat:** Henkilökunta, lipun ostaneet katsojat, koti- ja vieras joukkue sekä huoltoryhmät.

**Päivämäärä:** XX.XX.XXXX

**Järjestäjä:** Porvoo salibandy seura

**Tapahtumapaikka:** Aurora halli, Porvoo

**Tapahtuman turvallisuus ja hyvinvointi:** Tapaturman sattuessa hälytysajoneuvot ohjataan Aurora hallin pelastusteilteille Jääkiekkotie 1, Porvoo. Ottelutapahtuman aikana hallin lähistöllä on aina vähintään yksi ambulanssi valmiudessa toimimaan. Henkilökunta sekä järjestyksenvalvojat antavat ensiapua tarvittaessa. Ilmoitus hätäpalveluille Porvoossa. Turvallisuus ja vastuuvakuutukset.

**Rakenteet, lavat:** Halli rakenteet, Katsomot ovat erilliset rakenteet. Kaukalo sekä mahdolliset kumppanien ohjelmaan tarvitsemat rakenteet. Kahvio.

**Elektroniset järjestelmät:** Äänentoistojärjestelmä, hallin valot sekä efektilavot, savukone (optio), videokamerat/televisiokamerat.

**Ruoka, juoma ja oheismyynti:** Kotijoukkueen pitämä paikallinen kahvio. Tuotteet on pääosin tuotettu itse tai hankittu kumppaneilta. Alkoholia ei myydä. Fanituotemyynti (optio).

**Jätteiden hävitys:** Hallilta löytyy useita jäteastioita, jotka tyhjennetään ottelutapahtuman lopuksi hallin pääroskakoreihin.

# RISKIEN HALLINTA

**Turvallisuus:** Porvoon poliisilaitokselle tehdään ilmoitus yleisötapahtumasta. Hallilla on asianmukainen turvallisuushenkilöstö. Yksi turvallisuusvastaava sekä useita järjestyksenvalvoja kortillisia järjestyksen valvoja.

**Väkijoukon/liikenteen ohjaus:** Järjestyksenvalvojat valvovat väkijoukkoa. Liikenteen ohjaus on toteutettu kyltein, jotka ohjaavat kahdelle eri parkkipaikalle, Aurora hallin parkkipaikalle sekä Kokonhallin parkkipaikalle.

**Viestintä:** Juontaja/kuuluttaja pitää huolen, että evakuoinnin sattuessa, yleisölle kerrotaan ohjeet evakuointiin sekä selkeästi tapaamispaikka, mihin evakuointi suoritetaan. Järjestyksenvalvojat tukevat tätä viestiä.

**Ensi-apu valmius:** Molemmilla joukkueilla on omat huoltajansa, jotka ovat ensiapuvalmiudessa. Lisäksi järjestyksenvalvojat ovat ensiapu valmiuden omaavia. Ambulanssi on valmiudessa pihalla.

**Tulipalo valmius:** Aurora hallin paloturvallisuus on tarkastettu palokunnan toimesta. Palontorjunta välineistöä on sijoitettu ympäri Aurora hallia ja asiaankuuluvasti merkattu. Järjestyksenvalvojat ovat valmiudessa toimimaan esisammuttajina palon sattuessa, kunnes palokunta saadaan paikalle.

**Hätä toimenpiteet:** Hädän sattuessa Aurora halli evakuoidaan tarpeen mukaan sekä hätäviranomaiset hälytetään paikalle. Jos hätä ei ole koko yleisöä uhkaava, annetaan ensiapua ja hälytetään asiaankuuluva hätäviranomainen paikalle.

# TAPAHTUMAPÄIVÄ

Tapahtumapäivän tulee noudattaa ottelutapahtuman perusrunkoa ja sitä tulee jokaista ottelutapahtumaa järjestettäessä muokata tilaisuuteen sopivaksi kumppaneiden ja kohdeyleisön toiveiden ja tavoitteiden mukaan.

Ottelutapahtumapäivä keskittyy aamusta iltaan kaiken jo etukäteen suunnitellun ja järjestetyn yhteen nivomiseen. Ennakkojärjestelyt on hyvä tehdä etukäteen mahdollisimman kattavasti, jotta itse tapahtumapäivä sujuu mahdollisimman sujuvasti.

# TAPAHTUMAPÄIVÄN JÄLKEISET TOIMINNOT

Ottelutapahtuman jälkeiset toiminnot keskittyvät pääasiassa menneen ottelutapahtuman muisteluun ja "fiilistelyyn" sekä seuraavasta ottelutapahtumasta informoimiseen. Tässä vaiheessa, onnistuneen tapahtuman jälkeen, on helppo markkinoida tulevaa ottelutapahtumaa edellisen varjolla.

Markkinoinnissa tulee keskittyä yleisön huomioimiseen, kiitetään yleisöä joukkueen tukemisesta ja tulemisesta hallille "kuudenneksi pelaajaksi". Otteluissa käy useita valokuvaajia, joiden materiaalia Porvoon salibandyseura saa vapaasti käyttää omiin tarkoituksiinsa. Ottelusta tallennettujen kuvien ja videoiden kautta markkinoinnissa asiakkaita voidaan viedä ikään kuin takaisin siihen hyvään tapahtumaan, jossa he joko olivat osallisena. Kuvat ja videomateriaali puhuvat paremmin kuin tuhat sanaa!

Arvonnain voittajat voidaan julkaista ottelutapahtumaa seuraavalla viikolla noin viikon puolivälissä. Näin ottelusta on mahdollista saada lisää sosiaalisen median seuraajia eli kookutettua kohderyhmää.

Ottelutapahtumasta asiakkaalle olisi jätettävä jonkinlainen konkreettinen muistijälki. Esimerkiksi kuva joukkueen kanssa, nimikirjoitus tai jokin fanitavara. Isoin ja vaikuttavin aineeton asia, joka tulisi jättää ihmisten mieliin, on yhteenkuuluvuuden tunne. Tunne siitä, että olet osa jotain hienoa etkä missään nimessä haluaisi jäädä siitä paitsi. Tämä on myöskin se tunne, joka ihmisen tuo aina uudestaan hallille.

Markkinoinnin siirto menneestä tapahtumasta tulevaan ottelutapahtumaan tulee tehdä ottelutapahtumaa seuraavalla viikolla.



## MUISTILISTA

- 🕒 Ohjelmasuunnittelu aloitettava hyvissä ajoin. Kartoitettava myös kumppaneiden mahdollisuudet tarjota tukea ohjelman rakentamiseen.
- 🕒 Kahvion organisoiminen, vastaava jaettava jokaiseen otteluun. Henkilökunnan varaaminen. Leipomisvuorolista joukkueelle ja taustahenkilöille. Inventaario jokaisen pelin jälkeen tuotteista, näin osataan varautua seuraavan kotiottelun kahvioon etukäteen tehokkaammin.
- 🕒 Tilavaraukset hoidettava kuntoon heti kun otteluohjelma julkaistaan. Samalla tulee miettiä, halutaanko järjestää ”tapahtumaotteluita” kauden aikana esimerkiksi jäähallilla tai Kokonhallilla.
- 🕒 Kärsivällisyys on malttia tapahtuman tuottamisessa.
- 🕒 Aikatauluista kiinni pitäminen on kaiken A ja Ö. Tapahtumatuottajan vastuulla on huolehtia, että asiat tapahtuvat ajallaan niin tapahtuman ensivalmisteluissa kuin jälkipuinneissakin.

## MUISTILISTA

Tapahtumapaikan modifioiminen ottelutapahtumaan sopivaksi. Mahdolliset visuaaliset elementit, koristelut, valoeffektit tulee miettiä huolella etukäteen, jotta tapahtumapäivänä on mahdollisimman helppoa vain rakentaa tapahtumapaikka suunnitelmien mukaiseksi.

Äänentoisto tulee huolehtia kuntoon niin, että kaiuttimet sekä mikrofonit sekä tietokone, jolta äänentoistoa ohjataan, ovat toiminnassa ottelutapahtumassa. Mahdolliset soittolistat sekä sisääntulo-, maali-, jäähy sekä vastustajan maalikappaleet tulee miettiä ja valmistella etukäteen.

Hyvin etukäteen suunniteltu ja valmisteltu tapahtuma, mahdollistaa rennon ilmapiirin itse tapahtumaan!

