

## Käsikirja markkinointitoimenpiteisiin

Jasmin Rajava

Opinnäytetyö  
Matkailun liikkeenjohdon  
koulutusohjelma  
2018



<b>Tekijä(t)</b> Jasmin Rajava	
<b>Koulutusohjelma</b> Matkailun liikkeenjohto	
<b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b> Käsikirja markkinointitoimenpiteisiin	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 17 + 10
<p>Tämä opinnäytetyö toteutetaan produktiivisena, ja sen pohjalta luodaan käsikirja tapahtumien tuottamiseen. Opinnäytetyön päätavoite on luoda käsikirja tapahtumien tuottamiseen, eli sitä pystytään hyödyntämään laaja-alaisesti toimeksiantajan toiveiden mukaisesti. Alatavoitteena on luoda yleispätevä käsikirja, joka on selkeä ja monikäyttöinen.</p> <p>Opinnäytetyön aihe pohjautuu toimeksiantajan pyyntöön saada monipuolinen käsikirja tapahtumien tuottamiseen, joka käsittelee yleisellä tasolla tapahtumien tuottamista ja antaa yhdenmukaisen ohjeistuksen tuottamisprosessiin. Työskentelen itse toimeksiantajalle, jolloin käsikirjasta on hyötyä myös omassa työnkuvassani.</p> <p>Opinnäytetyö sisältää raporttiosuuden, sekä käsikirjan liitteenä. Opinnäytetyö on rajattu niin, että se käsittelee tapahtumien tuottamisesta kolmea eri pääkohtaa, sekä mitä käsikirjojen on hyvä sisältää yleisellä tasolla.</p> <p>Opinnäytetyön tietoperustassa käsitellään tapahtumien tuottamista, joista muodostuu kolme päälukua, tämän lisäksi tietoperustassa on yksi pääluke, joka käsittelee hyvien käsikirjojen sisältöä ja toteuttamista. Tietoperustassa esitellään myös työn toimeksiantaja. Tietolähteinä on käytetty kirjallisuutta, artikkeleita, muita oppaita ja ohjeita, sekä verkkoaineistoja ja haastatteluita. Empiirisessä osassa käsitellään käsikirjan toteuttamista: miksi toimeksiantaja näkee käsikirjan hyödyllisenä, missä muodossa se toteutetaan ja missä sitä tullaan säilyttämään, mitkä ovat käsikirjan mahdollisuudet, sekä sen sisältö.</p> <p>Opinnäytetyön teko aloitettiin suunnitteluvaiheella kesällä 2018, josta siirryttiin tyypillisen rakenteen mukaan: johdanto, tietoperusta, empiirinen osa ja pohdinta, ajoittain täydentäen osia myös jälkeinpäin. Tämän jälkeen työstettiin käsikirja, joka on valmiissa muodossa esitetty toimeksiantajalle hyväksytysti, jolloin voidaan katsoa opinnäytetyön tavoitteen täyttyneeksi.</p>	
<b>Asiasanat</b> Käsikirja, tapahtuman elinkaari, tapahtuma, suunnitteluprosessi	

## Sisällys

1	Johdanto .....	<b>Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.</b>
2	Onnistunut tapahtuma .....	<b>Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.</b>
2.1	Tapahtumien suunnitteluprosessi .....	3
2.2	Tapahtumien toteutus.....	4
2.3	Tapahtumien jälkityöt .....	5
3	Hyvä käsikirja.....	8
4	Toimeksiantajan esittely .....	9
5	Käsikirjan suunnitteluprosessi .....	11
5.1	Käsikirjan sisältö.....	12
5.2	Käsikirja käytännössä.....	14
6	Pohdinta .....	15
	Lähteet .....	17
	Liitteet.....	18
	Liite 1. Käsikirja markkinointitoimenpiteisiin .....	18

# 1 Johdanto

Opinnäytetyö käsittelee tapahtumien tuottamista ja niiden takana tapahtuvaa taustatyötä; mitä pitää selvittää ja milloin, vastualueet, miten projektinjohto on mahdollisimman tehokasta, raportointi ja koulutusmenetelmät, sekä luvat ja lomakkeet. Näistä tiedoista kasataan yhteen käsikirja markkinointitoimenpiteisiin, joka vastaa toimeksiantajan toiveita ja tarpeita.

Toimeksiantajana opinnäytetyössä on vasta Myynti ja Markkinointi Volyymi Oy:n kanssa fuusioitunut BrandBuddy Oy. Toimeksiantajan yrityksessä ei ennen fuusioitumista ole tuotettu tapahtumia yhtenä palveluista vaan se on täysin uusi palvelumuoto yrityksessä. Tästä syystä toimeksiantaja näkee tärkeänä, että yrityksen käytössä olisi tapahtumatuotantoa käsittelevä käsikirja, jota voidaan hyödyntää uusien keikkaluontoisten tai vakituisien työntekijöiden kouluttamisessa ja joka on samaan aikaan jo valmiiksi talossa työskentelevien oikea käsi uusia tapahtumia suunnitella.

Opinnäytetyössä tutustutaan mielenkiintoisiin artikkeleihin, joissa käydään läpi tärkeitä ja jokaisen tapahtumatuottajan mielenpäällä olevia asioita. Näitä hyödyntäen yhteen kootaan käsikirja, joka kattaa tapahtumien suunnittelun, toteuttamisen, sekä jälkityön mahdollisimman monipuolisesti, sekä helppolukuisesti, jotta opas on helppo ottaa turvaksi tapahtumien suunnittelun missä tahansa vaiheessa.

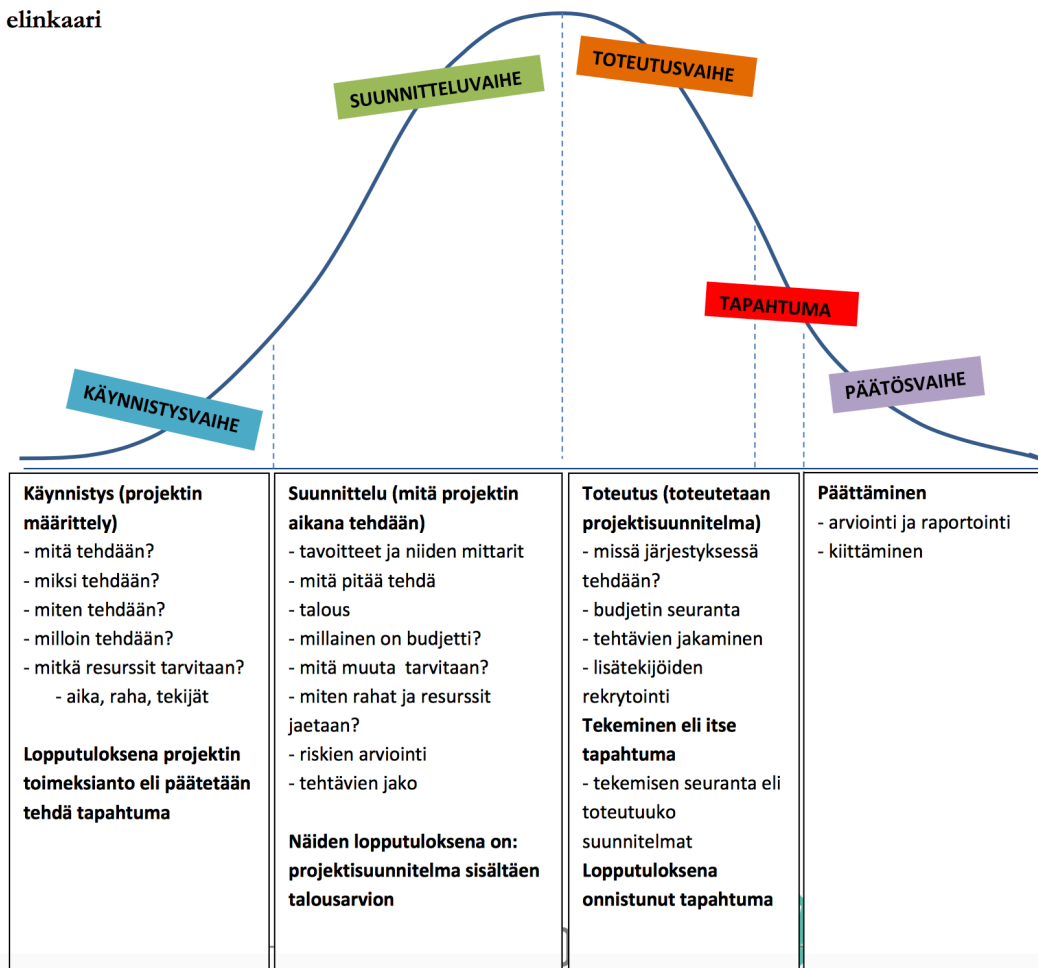
Opinnäytetyön produkti, eli käsikirja, tehdään PowerPoint- muodossa, jotta sitä on helppo muokata, lukea ja tulostaa työntekijöille. PowerPointin avulla käsikirjaan saadaan myös eloa värien, sekä kuvien avulla jolloin käsikirjasta tulee helpommin lähestyttävä, sekä helppolukuinen. Opinnäytetyön produkti on rajattu siten, että sen tulee olla toimiva toimeksiantajan yrityksessä, sekä työntekijöiden kesken. Käsikirjan tulee kuitenkin olla laaja-alainen, jotta se kattaa kaikki tapahtumapalveluiden alla olevat projektit, jotka saattavat erota toisistaan luonteeltaan, sekä samalla lainsäädännöllisesti.

Opinnäytetyön tavoitteena on tehdä produkti, käsikirja, joka toimii yleisenä ohjeistajana tapahtumien tuottamisprosessissa, sekä on yksinkertainen ja helposti muokattavissa. Tapahtumien tuottaminen kehittyi jatkuvasti nopealla vauhdilla, joten vaikka käsikirjaa olisi helppo muokata, sen tulee olla yleispätevä. Tavoitteena on myös, että produkti käsittelee asioita toimeksiantajan toivomalla tavalla, eli yleispätevästi ja niin, että sitä voidaan hyödyntää kaikissa toimeksiantajan tarjoamissa palveluissa. Käsikirjan tulee myös myötäillä toimeksiantajan yritystä, sekä toimintamallia.

## 2 Onnistunut tapahtuma

Hyvä tapahtuma on moniulotteinen, joka inspiroi ja herättää tunteita. Tapahtumia voidaan luoda uusien asiakkaiden hankintaan, oman väen koulutukseen, tiimihengen johtamiseen tai sillä voidaan luoda elämyksiä. Tapahtuman tarkoituksena on herättää kävijälleen muistoja, jotka muodostuvat tunteiden kautta. Hyvä tapahtuma on elämys. (Maruzella 2018)

### 4 Projektin elinkaari



Kuva 1. Projektin elinkaari. EHYT 2015

Tapahtuman elinkaari koostuu neljästä eri osa-alueesta käynnistys, suunnittelu, toteutus ja päättäminen. Tapahtumien käynnistys vaihe koostuu lähinnä ideoinnista ja halutun tavoitteen löytämisestä. Projektin käynnistys vaiheessa määritellään projekti mitä, miksi, miten ja milloin tehdään. Tämän lisäksi kartoitetaan tapahtuman resurssit, eli tarvittava aika, raha, ja tekijät. Käynnistys vaihe päättyy, kun tapahtumalle on muodostunut toimeksianto. (EHYT 2015)

Toimeksiannon jälkeen siirrytään suunnitteluvaiheeseen, joka on tapahtumien elinkaaren pitkäkestoisin, sekä usein haastavin osa. Suunnitteluvaiheessa käydään läpi rahoitus, tapahtuman budjetti, miten rahat ja resurssit jaetaan, tarvittavat materiaalit, riskit ja tehtävän jaot, joiden lopputuloksena vaiheesta saadaan projektisuunnitelma talousarvioin kanssa. (EHYT 2015)

Toteutusvaiheessa toteutetaan projektisuunnitelmaa, joka on luotu tapahtuman suunnitteluvaiheessa. Toteutusvaiheessa korjausliikkeet kuten lisätekkijöiden rekrytointi on mahdollista. Tässä vaiheessa keskeisimmässä roolissa on budjetin seuranta, sekä tehtävien jako ja aikataulutus. Tapahtuma vaihe on koko tapahtuman elinkaaren lyhyt kestoisin osa ja varsinkin tapahtuman johdon puolelta tarkoittaa tekemisen seuranta eli toteutuuko projektisuunnitelma. Tapahtuman jälkeen siirrytään päätösvaiheeseen, jolloin käydään läpi arviointi, raportointi, sekä kiitetään kaikkia tapahtumassa mukana olleita tekijöitä ja asiakkaita. (EHYT 2015)

## **2.1 Tapahtumien suunnitteluprosessi**

Tapahtumia suunniteltaessa tulee muistaa monia tärkeitä seikkoja, joita ilman tapahtuman toteuttaminen jää puolitiehen. Suunnitteluvaiheessa on myös tärkeää ymmärtää mitä tapahtumalla halutaan tuoda esiin, ketä tavoitella, millainen kokonaisuus tapahtuma on ja miten se järjestetään.

Tapahtuman suunnittelussa tulee ottaa huomioon strategiset, sekä operatiiviset kysymykset, joiden avulla tapahtuma saa idean ja teeman. Strategisia kysymyksiä ovat mitä, miksi ja kenelle, joilla vastataan kysymyksiin miksi tapahtuma järjestetään, kenelle se järjestetään ja mitä, missä, milloin tapahtuu. Strategisten kysymysten avulla tapahtumalle luodaan idea. Operatiiviset kysymykset määrittelevät tapahtuman teeman, joita ovat miten, millainen, kuka. Operatiiviset kysymykset vastaavat seuraaviin kysymyksiin, miten tapahtuma järjestetään ja millainen tapahtuman sisältö on. (Vallo & Häyrynen 2012, 101-103)

Tapahtumien suunnitteluprosessi alkaa yleensä ideoimisesta tapahtumia suunnittelevassa tiimissä tai asiakkaalta tulevasta totutusideasta. Suunnitteluprosessi on tapauskohtaisesti joko nopea tai vastakohtana vie pitkän ajan ennekuin toteutuskelpoinen idea on syntynyt. Tapahtumien suunnitteluprosessiin liittyy monia erilaisia vaiheita ja heti alusta alkaen on hyvä muistaa, että hyväkin tapahtumatoteutus voi jäädä toteutumatta, jos suunnittelussa ei olla otettu huomioon alueen lakeja ja ilmoituksia.

Tapahtumien suunnitteluprosessissa tulee ottaa huomioon lupien ja ilmoitusten puitteissa materiaali- ja rakennehankinta, joihin vaikuttavat edellä mainittujen lisäksi myös vuokrattava tapahtumapaikka. Eri paikoilla on erilaisia säädöksiä vielä tarvittavien lupien ja ilmoitusten lisäksi, on siis tärkeää hahmottaa tapahtuman suunnitteluprosessin alusta alkaen missä tapahtuma tullaan toteuttamaan. Yleiset luvat ja ilmoituksen eivät muutu Helsingin alueen sisällä tapahtumapaikasta riippuen.

Tapahtumaa järjestäessä tulee huolehtia, että kaikki tarpeelliset luvat, ilmoitukset ja muut järjestelyt on hoidettu ennen tapahtuman alkamista.

Tapahtuman projektipäällikkö voi Helsingin alueella saada luvat tapahtuman järjestämiseen kaupunkiympäristön toimialalta, kulttuurin- ja vapaa-ajan toimialalta, pelastuslaitokselta sekä Helsingin Satamalta yhdellä sähköisellä hakemuksella. (Helsingin kaupunki 2018)

Luvat ja ilmoitukset, jotka tulee huomioida jo suunnitteluvaiheessa ovat siis: maanomistajan lupa, poliisille tehtävä ilmoitus tapahtumasta, ilmoitus elintarviketurvallisuusyksikölle tarvittaessa, yli 500 hengen tapahtumista ilmoitus ympäristöpalveluihin, ilmoitus kaupungille, sekä lähiasukkaille jos tapahtumasta syntyy melua vielä klo 22 jälkeen.

(My Helsinki 2018)

Tapahtuman aikataulutettu ohjeistus ovat tärkeässä osassa tapahtuman suunnittelua. Aikataulutettu ohjeistus alkaa tapahtuman rakentamisesta ja päättyy kun tapahtuma on purettu. Aikataulutettu ohjeistus on työkalu tapahtumassa työskenteleville ja se kertoo, mitä tapahtuu, missä tapahtuu ja milloin tapahtuu. (Vallo & Häyrynen 2012, 161)

Tapahtuman suunnitteluprosessi sisältää ainakin seuraavat osiot, tapahtumasta riippuen suunnitteluprosessit eroavat toisistaan, projektin käynnistys, resursointi, ideointi, valinnat eri vaihtoehtojen väliltä, muut päätökset ja varmistukset, sekä käytännön organisointi. Suunnitteluprosessi on kestoiltaan noin 75% koko tapahtuman elinkaaresta. (Vallo & Häyrynen 2012, 157)

## **2.2 Tapahtumien toteutus**

Tapahtuman toteutusvaihe on se hetki, kun suunnitteluprosessista valmistunut projektisuunnitelma toteutetaan. Jokaisen, joka työskentelee tapahtumassa, on ymmärrettävä oma roolinsa, sekä osuutensa kokonaisuudessa. Tapahtuman onnistuminen vaatii tekijöiden yhteistyötä tapahtuman elinkaaren jokaisella hetkellä.

(Vallo & Häyrynen 2012, 163)

Projektisuunnitelman toteutusta on tärkeää seurata eri tavoilla, yksilöllisesti ja yhteisesti. Seuranta voidaan toteuttaa esimerkiksi asettamalla välitavoitteita, sekä antamalla tehtäville aikarajoja. Projektijohtajan on osattava antaa erilaisia tavoitteita ja aikarajoja yksilöllisesti tehtävästä ja yksilöstä riippuen. Projektipäälliköllä on oltava selkeä kuva tapahtumasta kokonaisuutena, jotta hän voi ohjata tapahtuman tekijöitä oikein. Tapahtuman toteutusvaiheessa projektisuunnitelmasta saattaa ilmetä epäkohtia, jotka vaativat korjausliikkeitä tai suurempia muutoksia. Jos projektisuunnitelma muuttuu kesken toteutusvaiheen, on tärkeää, että sisäinen tiedotus on kunnossa. (EHYT 2015)

Tapahtuma ei ole sen elinkaaren pitkäkestoisin osa. Tapahtuma on se, mihin kaikki aikaisempi toiminta tähtää. Tapahtuman ensisijainen tavoite voi olla kuluttajien asenteiden muuttaminen, jolloin itse tapahtuman toteuttaminen on toissijainen tavoite. (EHYT 2015)

Tapahtuma noudattaa projektisuunnitelmaa ja sen aikataulutettua ohjeistusta. Tapahtuman alkaessa projektipäällikkö ja muu tapahtumaa toteuttava henkilöstö varmistavat tapahtuman sujuvuutta, sekä seuraavat aikataulutuksen olevan kohdillaan. Tapahtuman taustalla tapahtuu paljon koko toteutusvaiheen aikana. (Vallo & Häyrynen 2012, 166)

### **2.3 Jälkityöt**

Tapahtuman järjestämisessä, suunnittelusta toteutukseen, käytetään paljon työvoimaa. Tapahtuman järjestämisessä on mukana yhteistyökumppaneita, esiintyjä, puhujia, alihankkijoita ja esittelijöitä, joita on muistettava kiitoksen muodossa tapahtuman jälkeen, erityismuistaminen on tarpeen varsinkin, jos tapahtuma on ollut erityisen onnistunut. Tapahtuman elinkaarenaikana, jokainen projektia työstävä on tärkeässä osassa omalla panoksellaan ja sitoutumisellaan. (Vallo & Häyrynen 2012, 181)

Päätös vaiheessa yksi keskeisimmistä tehtävistä on toteutuksen arviointi. Suunnitteluprosessissa valmisteltu projektisuunnitelma ei aina toteudu täydellisesti, mutta tämä ei kaikissa tapauksissa tarkoita tapahtuman epäonnistumista. Haluttuihin tavoitteisiin voidaan päästä, vaikka kaikki projektisuunnitelman kohdat eivät toteutuisi tai ne toteutettaisiin eri tavalla. Tämän johdosta toteutuksen arviointi on ensisijainen tehtävä tapahtuman jälkitöistä. Loppuraporttiin kirjataan tapahtuman tekijöiden mielipiteitä tapahtuman onnistumisesta. Loppuraportista saa selkeän kuvan mikä onnistui, mitä mahdollisia ongelmia tapahtumassa tuli vastaan, tavoitteiden saavuttamisesta, sekä siitä miten tapahtuma onnistui kokonaisuutena. Loppuraportti tehdään tapahtuman tekijöitä, sekä seuraavia tekijöitä varten, havainnoimaan, sekä tukemaan tapahtuman tuottamisen prosessia. (EHYT 2015)

Tapahtuman jälkeen on tärkeää tietää, miten osallistujat kokivat tapahtuman. Miltä kokonaisuus vaikutti, tavoittiko tapahtuma ennako-oletukset, onko osallistujilla kehitysideoita seuraavaan tapahtumaan. Osallistujilta saatu palaute tulee verrata alkutilanteeseen, jonka avulla voidaan päätellä, ylsikö tapahtuma mielikuvatavoitteisiin, määrällisiin ja laadullisiin tavoitteisiin. Palaute tulee aina analysoida, sillä sen perusteella erilaisiin tilanteisiin osataan varautua jatkossa. (Vallo & Häyrynen 2012, 184)



Kuva 2. 12 keinoa mitata tapahtuman onnistumista. Kiviniemi 2018

Tapahtuman onnistumisen mittaamisessa tulee ottaa huomioon erilaisia näkemyksiä ja tuloksia tulee lukea monista eri lähteistä. Yleisön määrä ja laatu kertovat tavoittiko tapahtuma kohderyhmän, jota tavoiteltiin vai oliko yleisön kävijät kohderyhmän ulkopuolelta. Jos tapahtuma on toistuva, tapahtumasta voidaan mitata palaavien asiakkaiden osuutta, jolloin saadaan uusi näkökulma toistuvaan tapahtumaan. Palautekyselyt ovat tapahtumien jälkitöiden perusta, jossa palautetta tapahtumasta kysytään niin asiakkailta kuin tapahtuman tekijöiltä. Tapahtumissa on yleensä monia yhteistyökumppaneita, heidän tyytyväisyytensä ja palautteensa tapahtumasta on tärkeä kerätä jatkoa varten Tyytyväiset yhteistyökumppanit jatkavat tapahtumien tukemista tunneperustan pohjalta, joka syntyy yhteistyö tapahtumista. Verkkosivut ja applikaatiot, jotka ovat yhteydessä tapahtumaan, antavat uuden ajan tapahtumadataa. Verkkosivujen ja applikaatioiden avulla voidaan esimerkiksi selvittää kuluttajan polku sosiaalisen median postauksesta verkkosivuille. (Kiviniemi 2018)

Sosiaalisessa mediassa käytettävät hashtagit antavat tapahtumalle medialukuja, jotka kertovat kuinka paljon tapahtuma on puhuttanut kuluttajia. Mediaosumat ovat relevantteja lukuja, jos tapahtumassa esimerkiksi lanseerataan uutta tuotetta. Maksullisissa tapahtumissa myynnin luvut ovat tärkein mittari, kun mitataan tapahtuman onnistumista. Jos tapahtumalla on spesifejä tavoitteita esimerkiksi uutiskirje, tutkimusraportti tai sähköpostilista niiden tilaus-, lataus- tai liittymisluvut kertovat tapahtuman onnistumisesta. Asiakkaan polku paikan päällä antaa paljon informaatiota tapahtumasta, jos kyseessä ovat esimerkiksi messut tai samantyylinen tapahtuma. No-Show, eli tulematta jättäneet antavat tapahtumanjärjestäjälle lukuja, jotka kertovat tapahtuman kannattavuudesta varsinkin, jos kyseessä on ilmaistapahtuma. Tapahtuman onnistumisen mittaamiseen kannattaa käyttää muutamia edellä mainituista konseptista riippuen. (Kiviniemi 2018)

Tapahtuman jälkitöihin kuuluu tapahtuman onnistumisen mittaaminen. Onnistumista voi mitata tekijöiden raporttien, sekä erilaisten kuluttajakyselyiden avulla. Palautelomakkeen lisäksi on hyvä käyttää myös muita mittareita havainnoimaan tapahtuman onnistumista. Yksi luotettavimmista mittareista on S.M.A.R.T., joka avautuu seuraavasti: Specific, mittari antaa tarkkaa tietoa. Measurable, mittarin tulos on mitattavissa tarvittavassa muodossa. Achievable, tulos on saavutettavissa, jolloin tarvittava tieto on löydettävissä. Realistic, tulos on realistinen, eli kertoo tarkan ja luotettavan tiedon mitatusta tuloksesta. Time-Bound, tulos on aikaan sidottu, eli mittarista saatu tieto on oleellinen juuri mittauksen hetkellä. (Kiviniemi 2018)

Tapahtuman jälkeen pidetään, kaikkien tapahtuman elinkaaren aikana työskentelevien kanssa, yhteenvetopalaveri. Palaverissa käydään läpi osallistujilta ja yhteistyökumppaneilta saatua palautetta, sekä arvioidaan, miten tapahtuman tavoite toteutui. Yhteenvetopalaverissa käydään läpi myös jatkosuunnitelmia, sekä tulevia muutoksia seuraavissa tapahtumissa. Yhteenvetopalaveri tulee kirjata muistiin saatujen palautteiden kanssa, jotta niihin voidaan palata tarvittaessa. (Vallo & Häyrynen 2012, 188)

### 3 Hyvä käsikirja

Hyvä käsikirja sisältää kaikkien tapahtumien osien käsittelyä ja sitä, mitä kaikissa osissa tulee ottaa huomioon tapahtuman johdossa. Hyvä käsikirja on selkeä, yksinkertainen ja ajanmukainen. Hyvästä käsikirjasta ilmenee myös hyvän projektinjohdon perusta, sillä se tulee olla kirjoitettu niin, että käsikirja itsessään on projektin johdossa mukana.

Käsikirjan lukijan tulee hahmottaa, mitkä tehtävistä ovat yksilöllisiä ja mitkä tiimin kanssa tehtäviä. Käsikirjassa tulee myös ilmetä selkeästi toimenpiteiden kulku, mitkä tapahtuvat automaattisesti ja mitkä toiminnan tuloksena. Selkeä tapa antaa ohjeita on hyödyntää käskymuotoa. Käsikirjassa tulee ilmetä syy, miksi käskymuotoa käytetään, mitä toiminnasta seuraa. Itsestäänselvyydet on avattava käsikirjassa. Lukijan ja tekijän näkökulmat toimintamallista saattavat erota, jolloin olennaiset vaiheet käsikirjasta saattavat jäädä huomiotta. Erikoissanasto, termit ja lyhenteet on syytä avata mahdollisimman selkeästi, jotta ne ovat ymmärrettävissä. Käsikirjan tulee noudattaa selkeää kokonaisrakennetta, jossa hyödynnetään väliotsikoita, kuvia ja johdonmukaista järjestystä. Käsikirjan tulee selventää tehtävien toteutusjärjestys, sekä pakollisuus. (Kotimaisten kielten keskus 2018)

Käsikirjassa teksti ja sen viesti ovat keskeisimmässä roolissa. Käsikirjan tekstiä korostetaan eri väreillä, jotka vaikuttavat käsikirjan lukijan tunteisiin ja käyttäytymiseen. Värien käytön ja hyödyntämisen kanssa tulee olla tarkka ja niiden merkitykset kannattaa tarkistaa ennen käyttöä. Vihreä väri on lukijan silmälle mieluisa ja sitä on helppo katsoa, väri yhdistetään varakkuuteen ja vaikutusvaltaan. Punainen väri nostaa sykettä, jonka seurauksena se yhdistetään energisyyteen, väri on näkyvä ja se saa lukijan tekemään nopeita päätöksiä. Sininen väri yhdistetään luotettaviin, vastuullisiin ja turvallisiin asioihin, väri koetaan myös rauhoittavana. Keltainen väri on huomiota herättävä, joka yhdistetään positiivisuuteen, iloisuuteen ja kekseliäisyyteen. Oranssi väri tuo itsevarmuutta, joka piristää ja symboloi onnellisuutta, sekä hauskuutta. (Kolowich 2017)

## 4 Toimeksiantajan esittely

Opinnäytetyön toimeksiantajana on vuonna 2015 perustettu BrandBuddy Oy, joka on perustettu ja sijaitsee edelleen Helsingissä. Toimeksiantajan yrityksessä on kaksi partneria, joista toinen toimii yrityksen toimitusjohtajana ja toinen tapahtumaosaston esimiehenä. Tämän lisäksi yrityksessä työskentelee pääasiallisesti seitsemän henkilöä toimistossa ja useita kenttätyöntekijöitä valtakunnallisesti.

Yritys on osana Nordic Retail Networkia, joka mahdollistaa Suomen lisäksi toiminnan Ruotsissa, Norjassa, Tanskassa ja Baltian maissa. Yrityksen toimintakielinä ovat käytössä suomi, ruotsi ja englanti. Nordic Retail Network on johtava organisaatio joka koordinoi, johtaa, monitoroi, sekä myy projekteja ympäri pohjoismaita. Paikallinen tuntemus on kriittistä täydellisessä palvelun tuottamisessa, joten toiminnot maiden sisällä on johdettu paikallisesti, jotta jatkuva ja tehokas toiminta säilyy. (BrandBuddy Oy 2018)

BrandBuddy Oy on myynninedistämiseen erikoistunut monipalvelutalo. BrandBuddy Oy tuottaa tapahtumien lisäksi monia muitakin palveluita, joilla edistetään monien eri brändien myyntiä ja luodaan näiden tunnettavuutta kuluttajien keskuudessa. BrandBuddy Oy:n palveluista keskeisimmät ovat menekinedistäminen, myyntiesittelyt ja tapahtumat.

Menekinedistämässä luodaan suhteita vähittäismyyntiin vieraillemalla heidän luonaan säännöllisin väliajoin. Menekinedistäminen on tehokas below-the-line – markkinointistrategia, eli markkinointitoimenpide, jossa ei tavoitella suurta yleisöä massamedian avulla vaan markkinointi on taktisempaa toteutusta. Myyntiesittelyissä tuotetta myydään kuluttajille kasvotusten. Myyntiesittelyt toimivat uusien tuotteiden lanseerauksessa, sekä tuotteiden kanssa joissa on teknisiä yksityiskohtia. Tapahtumat luovat tuotteelle persoonallisen kuvan, joiden avulla pystytään kertomaan tuotteen tarinaa ja nostattamaan sen tunnettavuutta. (BrandBuddy Oy 2018)

BrandBuddy Oy tuottaa tapahtumia laajasti. Tapahtumat sisältävät näytejakeluja, pidempiä kiertueita, sekä suuria kokonaisuuksia. Näytejakelut ovat yleensä kaduilla järjestettyjä pienimuotoisia promootioita, joissa työntekijät jakavat brändiltä saatuja näytekappaleita tai markkinointimateriaaleja. Pidemmät kiertueet toteutetaan yleensä autolla, kiertueet voivat kattaa koko Suomen, esimerkkinä tästä kesällä tehtävät festivaali- kiertueet. Isommat kokonaisuudet ovat b2b- tapahtumia, eli yritysten juhlia omille asiakkailleen tai suurempia kokonaisuuksia isojen tapahtumien sisällä. Myyntiesittelypäivät järjestetään kauppaketjujen myymälöiden sisällä ja ne yleensä sisältävät maistatusta, sekä myyntiä.

Muita palveluita, joita BrandBuddy Oy tarjoaa ovat kenttämyyntipalvelut, haamuostaminen, auditointi, rekryointipalvelut, työkalut, ulkoistettu trade marketing- palvelu, sekä myymälämateriaalien suunnittelu ja toteutus. Yrityksen työkalujen ovat suunniteltu helpottamaan raportointia, koulutuksia. Työkalujen avulla kannustetaan työntekijöitä hyviin myyntituloksiin. Työkalut voivat olla esimerkiksi ohjeistuksia tai applikaatioita.

Trade-marketing on myynnin ja markkinoinnin välissä toimiva palvelu, jonka tavoitteena on menestynyt jälleenmyynti. Trade-marketing palveluihin kuuluvat myös esillepanot ja hyllykuvat, myymälämateriaalit, sekä niiden aikataulutus. (Hudd. 2018)

Toimeksiantajan tavoitteena on luoda kokonaisuuksia, jotka vahvistavat brändien, sekä näiden tuotteiden tunnettavuutta ja myyntiä. Palveluita luodaan persoonallisella ja mieleenpainuvalla tavalla, toimeksiantajan slogankin mukaisesti ”We bring life to your brand”, joka taittuu suomeksi monellakin eri tavalla, pääasiana kuitenkin on, että tarkoituksena on herättää asiakkaiden brändit henkiin. (BrandBuddy Oy 2018)

Toimeksiantajan liikevaihto vuonna 2017 oli 1,5 miljoonaa, josta tilikauden tulos on ollut 54.000 euroa. Näin ollen toimeksiantajan yritys on ollut vuonna 2017 liikevoitollinen. Työvoiman vuokraus on toimeksiantajan pääasiallinen toimialaluokitus. (Finder 2018.) Toimeksiantaja luokitellaan edellä mainitun perusteella mukaan PK- yritykseksi, johon kuuluvat pienet ja keskisuuret yritykset. (Tilastokeskus)

## 5 Käsikirja suunnitteluprosessi

Tarve tapahtumatuotantoon liittyvästä käsikirjasta todettiin toimeksiantajalla keväällä 2018 palaverien yhteydessä, joissa keskusteltiin tapahtumatuotannon kehittymisestä toimeksiantajalla. Toimeksiantaja ymmärsi tarvitsevansa käsikirjan, jolla voitaisiin kouluttaa uusia työntekijöitä, sekä helpottaa työntekoa yrityksessä yleisesti tapahtumatuotannon puolella. Käsikirjan suunnittelu alkoi keväällä 2018 ja toteutus aloitettiin saman vuoden syksynä.

Yritykseen halutaan käsikirja tapahtumien tuottamista varten, sillä se on varsin uusi ja samalla nopeasti kasvava osasto. Tapahtumaosaston kasvaessa on huomioitava mahdollisia uusia rekrytointeja uusiin tehtäviin, sekä muistettava myös nykypäivänä lisääntynyt vaihtelevuus työntekijöiden kesken.

Käsikirja olisi siis apuna uusien työntekijöiden rekrytoinneissa, sekä avustamassa uusia käsiä tapahtumien parissa. Käsikirjasta on hyötyä myös jo yrityksessä työskenteleville tekijöille, käsikirjan on tarkoitus vähentää epäröintiä ja nopeuttaa samalla tapahtumientuottamis- prosessia. Kaikkea ei siis tarvitse enää muistaa itse vaan kaikki tieto löytyy yhdestä tiedostosta.

Käsikirjan sisältö tulee olemaan minun vastuullani, sekä aikataulutun käsikirjan teon itse. Tarvittaessa käsikirjan suunnittelussa ja toteuttamisessa hyödynnetään toimeksiantajan yrityksen työntekijöiden mielipiteitä, joiden avulla käsikirjasta saadaan käytännönläheinen. Käsikirjan valmistuessa toimeksiantaja lukee ja hyväksyy käsikirjan, nähdessään sen olevan käytännöllinen, sekä toimeksiantajan työnkuvaan soveltuva. Käsikirjan värit, sekä sen kirjoitusasu ovat myös minun vastuullani.

Käsikirja on helposti muokattavissa, jolloin uusien tapahtumien kautta tulevien uusien tietojen päivitys käsikirjaan on helppoa. Myös vanhojen tietojen päivittämisestä muodostuu helpompi prosessi, kun kaikki tieto löytyy yhdestä tiedostosta, joka on jaoteltu tapahtumaosaston eri osa-alueiden mukaan.

Käsikirjan suunnitteluvaiheessa käydään läpi värien psykologisia vaikutuksia sen lukijaan ja mitä värimaailmaa käsikirjassa halutaan mukailla. Toimeksiantajan oma värimaailma on kelta-oranssi, joten tätä hyödynnetään mahdollisimman paljon käsikirjassa. Keltainen ja oranssi tulevat siis näkymään vahvasti käsikirjassa ja ne tulevat olemaan siinä myös pääväreinä. Tärkeimmät ja akuuteimmat asiat merkataan käsikirjaan punaisella värillä, jolloin sen tärkeyden huomioi myös käsikirjan lukija. Myös sinistä ja vihreää väriä käytetään myös vahvasti käsikirjassa, jotta sen ulkomuoto ja luettavuus saadaan helpommaksi, sekä edellä mainituilla väreillä myös rauhoitetaan tekstiä.

Käsikirjan kuvitus tulee olemaan huomiota herättävää, sekä aiheeseen liittyvää. Kuvituksella tekstillä annetaan visuaalisuutta, jolla helpotetaan käsikirjan luettavuutta ja ymmärrettävyyttä. Kuvituksessa käytetään toimeksiantajalta jo löytyviä kuvituskuvia, sekä symboleita, jotta ymmärrys ja käsikirjan linkittyminen toimeksiantajaan on helpompaa.

Käsikirjan tekeminen aloitettiin järjestelmällisesti ja sen kirjoittaminen eteni käsikirjan päälukujen mukaan seuraavasti: Tapahtuman luominen, tapahtuman valmistelu, tapahtuman rakentaminen, tapahtumapäivä ja tapahtuman jälkeen. Käsikirjan sisältö, sekä päälukujen sisältö suunniteltiin ja kirjoitettiin järjestelmällisesti aina pääluku kerrallaan. Päälukujen alle tehtiin muutoksia, sekä lisäyksiä toimeksiantajan työntekijöiden kommenttien perusteella, eli sen mikä nähtiin tärkeänä ja mikä epäoleellisena. Aikataulullisesti käsikirjan valmistuminen kohdistui marraskuun alulle, jonka jälkeen käsikirjan alalukuihin tehtiin tarvittavia lisäyksiä ja muutoksia. Käsikirja valmistui lopulliseen muotoonsa marraskuun puolessa välissä.

## **5.1 Käsikirjan sisältö**

Käsikirjan sisällön tulee mukautua toimeksiantajan tarpeisiin niin, että siitä on mahdollisimman suuri hyöty yrityksen normaalissa joka päiväisessä työssä. Käsikirjan sisällön tulee olla helposti luettavaa tekstiä, jolloin se tekee itse käsikirjasta helposti lähestyttävän. Sisällön tulee olla kirjoitettu muodossa, josta sen lukija ymmärtää asian tärkeyden. Itsesäänselvyyksiä ei käsikirjassa ole vaan kaikki sen kohdat käsitellään yksityiskohtaisesti, jotta käsikirjasta ei tule käyttökelvoton.

Käsikirjan kirjoitusmuoto on selkeä ja sanat muotoillaan käskymuotoisiksi. Kirjoitusmuoto on asiakielellä kirjoitettu, kuitenkin niin, että se on helppolukuinen ja myös käsikirjaa ensi kertaa lukeva ymmärtää lukemansa. Käsikirjan sisällössä olevat asiakieliset sanat avataan tarvittaessa, jolloin luetun ymmärtämistä edistetään.

Käsikirjan sisällössä hyödynnetään kuvitusta ja värejä, jolloin lukija ymmärtää myös visuaalisella tasolla eri asioiden tärkeyden. Kuvitus auttaa käsikirjan lukijaa ymmärtämään tietyt käsikirjan kohdat käytännössä.

Käsikirjan luonnostelu vaihe alkoi kesällä 2018, jolloin käsikirjan sisältö päätettiin. Käsikirjaa varten käytiin tarkoin läpi, mitkä kohdat kattavat yrityksen tapahtumatuotannon osaston kaikki osa-alueet, jotta se on hyödyllinen mahdollisimman laaja-alaisesti. Käsikirjan sisällöksi päätettiin seuraava:

- Tapahtuman luominen

- Ideointi
- Ideoiden suodattaminen realistiseksi tapahtumaksi
- Tarvittavien materiaalien hahmottaminen
- Oikeiden asiakkaiden kartoittaminen, sekä miten he hyötyvät tapahtumasta
- Kuluttajakontaktit, mikä kohderyhmä halutaan tavoittaa
- Hinnoittelu, katelaskelma
- Tarvittavan reservin hahmottaminen
- Tapahtuman valmistelu
  - POS- materiaalien suunnittelutyö, ulkoistetaanko, tehdäänkö itse
  - Sosiaalinen media
  - Oikean reservin valitseminen, on tärkeää saada oikean tyyppinen reservi, joka kestää tapahtumien painetta
  - Aikataulutus, milloin tilataan ja mitä
  - Alihankkijat
  - Tapahtumapaikan valitseminen, mikä lokaatio sopii tapahtuman luonteeseen ja missä kohdataan oikea kohderyhmä parhaiten, sekä saadaan maksimaaliset kuluttajakontaktit
  - Luvat ja ilmoitukset
  - POS- materiaalien tilaaminen
  - Rapottipohjat valmiiksi reserville, mitä halutaan tietää, mitä tietoja asiakkaat haluavat tapahtumasta yms.
  - Pelisäännöt selviksi reserville
  - Ohjeistuksien tekeminen ja sen läpikäynti yhteisesti reservin kanssa
- Tapahtuman rakentaminen
  - Tilan suunnittelu ja käyttäminen parhaalla mahdollisella tavalla
  - Delekointi reserville, kuka tekee mitä ja mitkä ovat reservin vastualueet
  - Logistiikka, miten rakenteet saadaan lokaatioon, sekä mikä on kannattavin vaihtoehto
  - Viimeiset varmistukset liikkuville osille
- Tapahtumapäivä
  - Tilan, sekä reservin hallitseminen
  - To do- lista aikataulutettuna
  - Reservin tsemppaaminen, sekä tukeminen koko tapahtuman ajan
  - Kuvien ottaminen
  - Sosiaalisen median hyödyntäminen
- Tapahtuman jälkeen
  - Reservin raporttien kerääminen, sekä suodattaminen
  - Kokonaisvaltaisen raportin tekeminen asiakkaille

- Tapahtuman läpikäyminen reservin, sekä esimiesten kanssa, missä voidaan parantaa ensi kerralla, mikä oli hyvää ja mistä voidaan olla tyytyväisiä

Käsikirjassa käsitellään edellä mainittua sisältöä yksityiskohtaisesti. Sisällön kohdat merkitään värikoodeittain, jolloin käsikirja- tiedostoa on selkeää lukea, sekä tarvittu tieto löytyy nopeasti.

## **5.2 Käsikirja käytännössä**

Käsikirja toteutetaan PowerPoint- tiedostona, jolloin käsikirjasta tulee yrityksen näköinen, sekä jolloin sitä on helppo muokata jatkossa. Toimeksiantajalta löytyy jo valmiiksi käsikirjaan haluttua kuvitusmateriaalia, joita on helppo hyödyntää PowerPoint- tiedostossa, saaden siitä mielenkiintoisen lukukokemuksen ja samalla auttamaan käsikirjan lukijoita ymmärtämään sisällön käytännön tasolla.

Yrityksen aikaisemmat käsikirjat eri osastoille on toteutettu PowerPoint- tiedostoina, juuri niiden muokattavuuden vuoksi. PowerPoint- tiedostosta saadaan myös helposti sähköinen ja tulostettu versio tekijälle, tällöin tiedosto muutetaan PDF- tiedostoksi, jolloin ulkomuoto säilyy siistinä ja käsikirjaa on helppo lukea.

## 6 Pohdinta

Opinnäytetyön päätavoitteena oli luoda käsikirja, joka käsittelee tapahtumien tuottamista mahdollisimman laaja-alaisesti, jotta se on hyödynnettävissä erilaisissa kokonaisuuksissa, joita toimeksiantaja tuottaa. Ajatuksena oli luoda käsikirja, jossa käsitellään tapahtuman tuottamista tapahtumien elinkaaren mukaan, jolloin lukija hahmottaa tarvittavien tehtävien lisäksi eri osien pituuden ajassa. Käsikirja on helppolukuinen, sillä liiallista tekstin määrää yhdessä diassa on yritetty välttää, jotta käsikirja on ulkomuodoltaan selkeä ja helposti lähestyttävä.

Käsikirja on helppolukuinen ja sen avulla on mahdollista luoda tapahtumia, jotka sopivat yrityksen tyyliin. Käsikirjan helppolukuisuutta edisti värien käyttö, jolloin asiayhteys ei katkenut, vaikka asian kertomista jatketaan seuraavalla dialla. Käsikirja on hyödyllinen myös yrityksessä työskenteleville, jotka tuottavat tapahtumia jatkuvasti. Käsikirja auttaa muistamaan yksityiskohtia, jotka saattavat jäädä sivuun muiden kiireiden alle. Käsikirja on järjestelmällinen ja se auttaa havaitsemaan tapahtuman rakenteen.

Käsikirja onnistui toivotulla tavalla ja siitä muodostui yksinkertainen, yleispätevä opas, joka ohjeistaa tapahtuman tuottajaa tapahtuman alusta loppuun, jolloin voidaan todeta alatavoitteen täytyneen. Käsikirjan onnistumisen taustalla oli ehdottomasti oma työkokemus yrityksessä, sekä tieto siitä, mitä tapahtumaosasto yrityksessä kaipaa. Läheinen yhteistyö toimeksiantajan kanssa, sekä monipuoliset lähteet auttoivat käsikirjan onnistumisessa ja tekivät siitä elävän.

Käsikirjan yksi ehdottomista positiivisista puolista on värien käyttö niin, että käsikirja on helposti ymmärrettävissä. Värien avulla käsikirja sai myös oman näköisensä ilmeen ja elävöitti käsikirjaa niin, että se on helppolukuinen. Käsikirjasta tuli huomattavasti pidempi kuin aikaisemmin oltiin suunniteltu, mutta lopputulos on kuitenkin miellyttävä ja se sisältää tarvittavan informaation tapahtumien luomiseen yleisellä tasolla.

Itse käsikirjan tekeminen oli nopeampoinen, sillä oma tietoperusta ja mahdollisuus täydentää käsikirjaa työnlomassa helpottivat prosessia. Omien työpäivien aikana tehdyt huomiot puutteista ja mahdollisista heikkouksista oli nopeasti lisättävissä käsikirjaan, jonka vuoksi uskon käsikirjan olevan informaalisesti onnistunut. Käsikirjan sisältöön on lisätty myös huomioita lähteistä, joita on käytetty opinnäytetyössä, jolloin käsikirjan antava informaatio perustuu faktaan.

Opinnäytetyön lähteet on työprosessin loppuvaiheilla tarkastettu ja ne on todettu todenmukaisiksi, mutta ei suoranaisesti akateemiseksi. Lähteissä on myös pyritty mahdollisuuksien mukaan käyttämään lähteitä, joita on käytetty jo aikaisemmin opintojen ohessa ja näin todettu olevan luotettavia. Lähteissä oltaisiin voitu käyttää enemmän akateemisia lähteitä opinnäytetyössä olevien internet- lähteiden sijaan. Lähteissä on käytetty vanhempia painoksia, perusteena näiden käytölle on vanhempien painoksien laajempi katsomus tapahtumien tuottamiseen ja markkinointiin.

Käsikirjan rajaukseen käytettiin prosessissa paljon aikaa, jotta se ei olisi kokonaisuutena liian raskas luettava. Käsikirjan tarkoituksena on kuitenkin olla käytössä perehdytyksissä uusiin työtehtäviin, uusille työntekijöille, sekä helppokäyttöinen ohjeistus tapahtumien tuottamisessa. Käsikirjan päätarkoitus on olla yksinkertainen tarkistus- työkalu, josta tapahtumien tuottajien on helppo tarkistaa tapahtuman tilanne, sekä antaa varmistus tehdyille päätöksille.

Toimeksiantaja on todennut opinnäytetyön ja käsikirjan olevan selkeä, sekä hyödynnettävissä oleva. Käsikirjaa tullaan hyödyntämään toimeksiantajan yrityksessä jatkossa. Värien käyttö katsottiin tärkeäksi osaksi käsikirjaa, sillä ne yhdistävät pääluvut ja niiden alaluvut selkeästi niin, että käsikirjaa on helppo seurata ja tarvittava tieto löytyy nopeasti.

Opinnäytetyöstä opin lähdekriittisyyttä, sekä sen tärkeyttä, jotta tuotettu teksti on luotettavaa. Opin myös rajaamaan tuottamaani tekstiä paremmin, jolloin kirjoittamani teksti ei ole aiheen ulkopuolelta. Aiheenrajaus ja tämän kautta halutun tiedon hahmottaminen muuntautui luonnollisemmaksi, jonka näen huomattavana parannuksena omalla kohdallani. Värien eri merkitykset, sekä niiden hyödyntäminen oikeassa konseptissa olivat minulle mielenkiintoista opiskeltavaa. Opinnäytetyöprosessin aikana opin myös antamaan itselleni aikaa, armollisuutta, sekä suunnitelmallisuutta toteuttamissani asioissa.

## Lähteet

BrandBuddy Oy. Luettavissa: <http://brandbuddygroup.com/fi/#whatwedo> Luettu 29.9.2018.

EHYT 2015. Tapahtumajärjestäjän opas. Luettavissa: [https://www.vahvike.fi/sites/default/files/perussivu-pdf/tapahtumajarjestajan\\_opas.pdf](https://www.vahvike.fi/sites/default/files/perussivu-pdf/tapahtumajarjestajan_opas.pdf). Luettu: 15.10.2018.

Finder. BrandBuddy Oy. Luettavissa: <https://www.finder.fi/Henkil%C3%B6st%C3%B6vuokraus/BrandBuddy+Oy/Helsinki/yhteystiedot/3087133> Luettu 3.10.2018.

Helsingin kaupunki. Tapahtumien järjestäminen. Luettavissa: <https://www.hel.fi/kanslia/fi/palvelut/palvelukuvaus?id=2692>. Luettu: 5.10.2018.

Hudd. M. 30.10.2018. Toimitusjohtaja. BrandBuddy Oy. Haastattelu. Helsinki.

Kiviniemi, M. 2018. Luettavissa: <http://pointtiperille.com/12-keinoa-mitata-tapahtuman-onnistumista/>. Luettu: 7.11.2018.

Kolowich, L. 2017. Luettavissa: <https://blog.hubspot.com/marketing/psychology-of-color>. Luettu: 12.11.2018.

Kotimaisten kielten keskus. Ohjeita ohjeiden tekijöille. Luettavissa: [https://www.kotus.fi/ohjeet/virkakieliohjeita/ohjeita\\_ohjeiden\\_tekijoille](https://www.kotus.fi/ohjeet/virkakieliohjeita/ohjeita_ohjeiden_tekijoille) Luettu 4.10.2018.

Maruzella. Messut ja tapahtumat. Luettavissa: <https://www.maruzella.fi/palvelut/messut-ja-tapahtumat/>. Luettu 29.9.2018.

My Helsinki. Tapahtumajärjestäjän ohjeet. Luettavissa: <https://www.myhelsinki.fi/fi/tapahtumaj%C3%A4rjest%C3%A4j%C3%A4n-ohjeet#luvat>. Luettu 5.10.2018.

Tilastokeskus. PK-yrityksen määritelmä. Luettavissa: [https://www.stat.fi/meta/kas/pk\\_yritys.html](https://www.stat.fi/meta/kas/pk_yritys.html). Luettu 3.10.2018.

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

# Käsikirja - Tapahtumat

BRAND  
BUDDY

Tapahtuman luominen  
Tapahtuman valmistelu  
Tapahtuman rakentaminen  
Tapahtumapäivä  
Tapahtuman jälkeen

## Tapahtumien luominen

BRAND  
BUDDY

- Tapahtumien luominen alkaa aina ideoinnilla, jolloin tiimin tulee olla valppain mielin kehittämässä kokonaisuutta asiakkaalle/asiakkaille
  - Ideointi kannattaa toteuttaa mahdollisimman vapaasti ja käyttää vilkkainta mielikuvitusta
  - Toimeksiannot tapahtumiin annetaan aina tiimipalaverissa, jonka jälkeen tiimille on hyvä antaa muutama päivä aikaa ideoida vapaasti ja kuunnella omaa mielikuvitustaan
- Seuraavassa tiimipalaverissa ideat käydään läpi ja niistä suodatetaan yhdessä toimiva, sekä realistinen kokonaisuus
- Kokonaisuutta suunnitellessa, tulee muistaa realismi myös materiaalien osalta; mitä voidaan ja mitä ei voida toteuttaa, mikä on kustannustehokasta
- Kun realistinen kokonaisuus on suunniteltu siitä tehdään kustannusarvio\*, jolloin tarvittavat viime hetken korjausliikkeet tehdään
- Kokonaisuudesta tehdään tarjous, joka tilanteesta riippuen joko:
  - Tarjotaan asiakkaalle, joka on antanut toimeksiannon
  - Kartoitetaan asiakkaat, jotka hyötyisivät tapahtumasta eniten (kohderyhmä myynnissä)
- Luomisvaiheessa on hyvä suunnitella jo alustava aikataulu, josta on selvästi jokaisen tiimin jäsenen aikataulu

## \*Kustannusarvio

- Kustannusarviossa tulee ottaa huomioon seuraavat:
  - Projektinjohto
  - Myynti
  - Paikkavuokra
  - Tarvittavat materiaalit
    - Per brändi/yhteiset materiaalit
  - Tarvittavien tekijöiden hahmottaminen
  - Logistiset kustannukset
- Muista ottaa huomioon TES:in mukaiset lisät!

## Tapahtuman valmistelu

- Tapahtuman valmistelu- vaiheessa otetaan huomioon kustannusarviosta löytyvät lasketut rahan menot
- Valmisteluvaiheessa on luotava luotettava aikataulu, joka pohjautuu luomisvaiheessa tehtyyn alustavaan aikatauluun
- Aikataulun mukaisesti tehdään toimeksiannot tiimille seuraavista:
  - POS- materiaalit
  - Sosiaalinen media
  - Tekijöiden rekrytointi \*
  - Alihankkijoiden kontaktoiminen (jos tarvetta)
  - Tapahtuman lokaatio \*
  - Luvat ja ilmoitukset \*
  - Projektin luonti Valvomoon, raportointipohjan luominen, tekijöiden lisääminen päivään, linkki Valmoon: <http://valvomo.volyyymi.com/users/login>
  - Ohjeistuksen tekeminen tekijöille, sekä koulutusajankohdan sopiminen \*

## \*Tekijöiden rekrytointi ja ohjeistus

- On tärkeää saada oikean tyyppinen reservi, joka kestää tapahtumien painetta
- Muista nämä ohjeistuksia tehdessä:
  - Yleiset, yhteiset säännöt: myöhästymiset, aikataulu, puhelimien käyttö, vaatetus, tauot
  - Yksityiskohtainen selitys omasta pisteestä, brändistä ja lokaatiosta

## \*Tekijöiden rekrytointi ja tapahtuman lokaatio

- Tekijöiden tulee olla asiakkaan brändin, sekä tuotteiden luontoisia
  - Kartoita myyjät, esittelijät, juontajat, johtaja tyyppiset
  - Tapahtumiin tarvitaan monia eri luontoisia tekijöitä, jotka sopivat tapahtuman, sekä asiakkaiden luonteeseen
- Mikä on tapahtuman tavoite, ketä halutaan tavoittaa, mikä on kohderyhmä
  - Tapahtuman lokaation tulee olla tapahtuman luonteen mukainen, sekä samalla sellainen kohde, jossa saadaan maksimaalinen kuluttajakontakti oikeaan kohderyhmään

# \* Luvat ja ilmoitukset

## • Erilaisia lupia ja ilmoituksia

- [https://www.poliisi.fi/luvat/ilmoitus\\_yleisotilaisuudesta](https://www.poliisi.fi/luvat/ilmoitus_yleisotilaisuudesta)
- Helsingin kaupunki: [ulkoilma@hel.fi](mailto:ulkoilma@hel.fi) \*
- Tampereen kaupunki: [erja.parkkali@tampere.fi](mailto:erja.parkkali@tampere.fi)
- Turun kaupunki: [https://www.turku.fi/sites/default/files/atoms/files/tapahtumailmoitus\\_1.pdf](https://www.turku.fi/sites/default/files/atoms/files/tapahtumailmoitus_1.pdf)
- Oulun kaupunki: <https://www.rotuaari.info/lupahakemus>
- Kamppi: [merika.vanninen@cbre.com](mailto:merika.vanninen@cbre.com)
- Tapahtumien järjestäminen Helsingissä: <https://www.myhelsinki.fi/fi/tapahtumajärjestäjän-ohjeet>
- Narinkkatori sähkö: [heiskanenhannu@me.com](mailto:heiskanenhannu@me.com)

Helsinki		HAKEMUS Alueidenkäyttö	
<p><b>Ilmityksen hakemus postitse:</b> Helsingin kaupunki Kaupunkiympäristön asukas- ja työpalvelut/alueidenkäyttö P.O. Box 58231, 00099 Helsinki kaupunki</p>			
<p><b>Toimita hakemus sähköpostitse:</b> <a href="mailto:ulkoilma@hel.fi">ulkoilma@hel.fi</a> Lisätietoja: <a href="http://www.hel.fi/luvat/yleisetajukset">www.hel.fi/luvat/yleisetajukset</a> puh. 09 310 22111</p>			
<p><b>Alue:</b></p> <p><input type="checkbox"/> Ulkoilmatapahtuma <input type="checkbox"/> Messu- tai markkinointitapahtuma (promootio) <input type="checkbox"/> Sesonkimyyntipaikka <input type="checkbox"/> Muu, mikä?</p>	<p><input type="checkbox"/> Sibamainospaikka (banderoli) <input type="checkbox"/> Koirakoulutus- tai muu koiratapahtuma <input type="checkbox"/> Maa-alueen vuokraus</p>		
<p><b>Hakija:</b></p> <p><input type="checkbox"/> Yritys <input type="checkbox"/> Yhdistys <input type="checkbox"/> Yksityishenkilö</p>	<p>Hakijan nimi</p> <p>Katuosoite, postinumero ja -toimipaikka</p> <p>Puhelin</p> <p>Sähköposti</p>	<p>Y-tunnus / henkilötunnus</p>	
<p><b>Yhteyshenkilö:</b></p>	<p>Yhteyshenkilön nimi</p> <p>Katuosoite, postinumero ja -toimipaikka</p> <p>Puhelin</p> <p>Sähköposti</p>		
<p><b>Asutusosoite</b> (mahdollinen sähkönumero)</p>			
<p><b>apahtumapaikan/ uokattavan alueen sijainti</b></p>			
<p><b>apahtuman/ uokra-ajan kesto</b></p>			
<p><b>apahtuman/ romoation kuvaus</b></p>			
<p><b>lisätietoja</b></p>			
<p><b>littteiden määrä</b> (s. seuraava sivu)</p>			
<p><b>Ilmitysohjeet</b></p>	<p>Hakija vakuuttaa antamansa tiedot oikeiksi, ilmoittaa tutustuneensa Helsingin kaupungin nettisivuille asiaa koskevaan ohjeistukseen sekä ehtoihin ja sitoutuu noudattamaan niitä.</p> <p>Hakija suostuu siihen, että Helsingin kaupunki voi antaa päätöksensä tai muun asiakirjan tiedoksi sähköisenä viestinä ilmoittamaansa sähköpostiosoitteeseen siten kuin sähköisestä asiointista viranomaisasiointimääräasetys 19 §:ssä säädetään.</p> <p>Paikka ja päivätys      Alueidenkäyttö ja nimenselvitys</p>		

## \* Helsingin kaupunki- lomake

[http://www.hel.fi/static/hkr/luvat/hakemus\\_alueidenkaytto.pdf](http://www.hel.fi/static/hkr/luvat/hakemus_alueidenkaytto.pdf)

## \* Esimerkki ohjeistus



## TAPAHTUMA

- ▶ TAPAHTUMA on reipashenkinen hyvän mielen tapahtuma, jossa tavoitellaan perheitä, lapsia ja nuoria tutustumaan erilaisiin aktiviteetteihin ja monipuolisesti vapaa-ajan toimintoihin. (esim.)
- ▶ Tapahtuma tarjoaa ideoita, virikkeitä, sekä monipuolista tarjontaa (esim.)
- ▶ Kampin Narinkkatorilla pidettävän tapahtuman on tarkoitus kerätä uusia asiakkaita, sekä kohdata oikeata kohderyhmää (esim.)
- ▶ Tapahtumalla halutaan viestiä..
- ▶ Tapahtuman yhteistyökumppanit:
  - ▶ Yhteistyökumppani 1
  - ▶ Yhteistyökumppani 2
  - ▶ Yhteistyökumppani 3
  - ▶ Yhteistyökumppani 4

# Pisteet

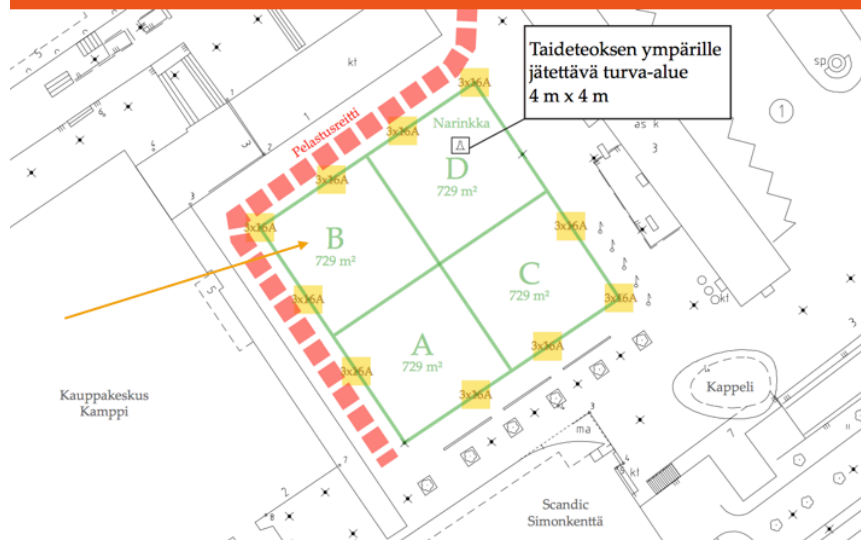
- ▶ Jokaisella promoottorilla on oma vastualueensa, mutta koko tapahtuman ajan tulee myös tarvittaessa avustaa muita, eli roolit voivat hieman vaihdella tapahtuman aikana
- ▶ Esittele ja erittele tekijät, sekä heidän tehtävänsä tässä:
  - ▶ Tekijä 1
  - ▶ Tekijä 2
  - ▶ Tekijä 3
  - ▶ Tekijä 4
- ▶ Kaikilla promoottoreilla tulee olla mustat siistit housut, sekä siistit kengät (esim.)
- ▶ Kaikki materiaalit ja muu vaatetus toimitetaan suoraan tapahtumapaikalle
- ▶ Vaatetuksena brändätyt vaatteet: erittele!

# Yleistä

- ▶ Tapahtuman aikana oman puhelimen käyttö on ehdottomasti kiellettyä!
  - ▶ Tapahtumasta saa toki ottaa kuvia ja jakaa niitä sosiaalisessa mediassa, kunhan kuvien lisääminen tapahtuu tapahtuma-alueen ulkopuolella tauon aikana
  - ▶ Tapahtumapaikalla tulee keskittyä kuluttajien palveluun ja hyvän mielen luomiseen
  - ▶ Oma hyvä fiilis saa toki näkyä, mutta vältetään ylimääräinen höpöttely työkavereiden kesken
- ▶ Jos jostain syystä myöhästyit työaikasi alusta ilmoita siitä heti viestillä projektipäällikölle
  - ▶ On kuitenkin tärkeä muistaa, että tapahtumassa on monta liikkuvaa osaa ja myöhästymiset vaikuttavat koko tapahtuman kulkuun
- ▶ Työvuoron aikana tauot pidetään liikkuvasti ja nämä katsotaan tapahtumapaikalla pistekohtaisesti
- ▶ Omien tavaroiden säilytys, erittele!
- ▶ Pitäkää huolta tapahtuma-alueen yleisestä siisteydestä!

# Yleistä

- ▶ Jokaisella pisteellä promoottoreilla brändätty vaatteet (erittele), mustat siistit housut ja siistit kengät, **kaikilla hiukset kiinni!**
  - ▶ Promoottorilla tulee olla hiukset kiinni hygieniasyistä! (jos tapahtumassa elintarvikkeita)
- ▶ Muistakaa tulla paikalle hieman ennen oman työvuoron alkua. Työpisteellä tulee olla ajallaan työvaatteet päällä, sekä omat henkilökohtaiset tavarat sivussa
- ▶ Päivä on pitkä ja tekijöitä paljon, joten muistakaa pitää kiinni ajoituksista
- ▶ Ottakaa pisteelle juomapullot, pisteeltä saattaa olla vaikea lähetä kesken kaiken, joten täyttäkää pullot ennen vuoroon tuloa
  - ▶ Kun poistutte pisteeltä pitäkää huoli, että piste ei jää yksin
  - ▶ Tulkaa paikalle hyvin levänneinä ja muistakaa syödä hyvin aamulla!
- ▶ **HOX!** Muistakaa esittäytyä työntekijöiden kesken 😊



TAPAHTUMAN  
SIJAINTI

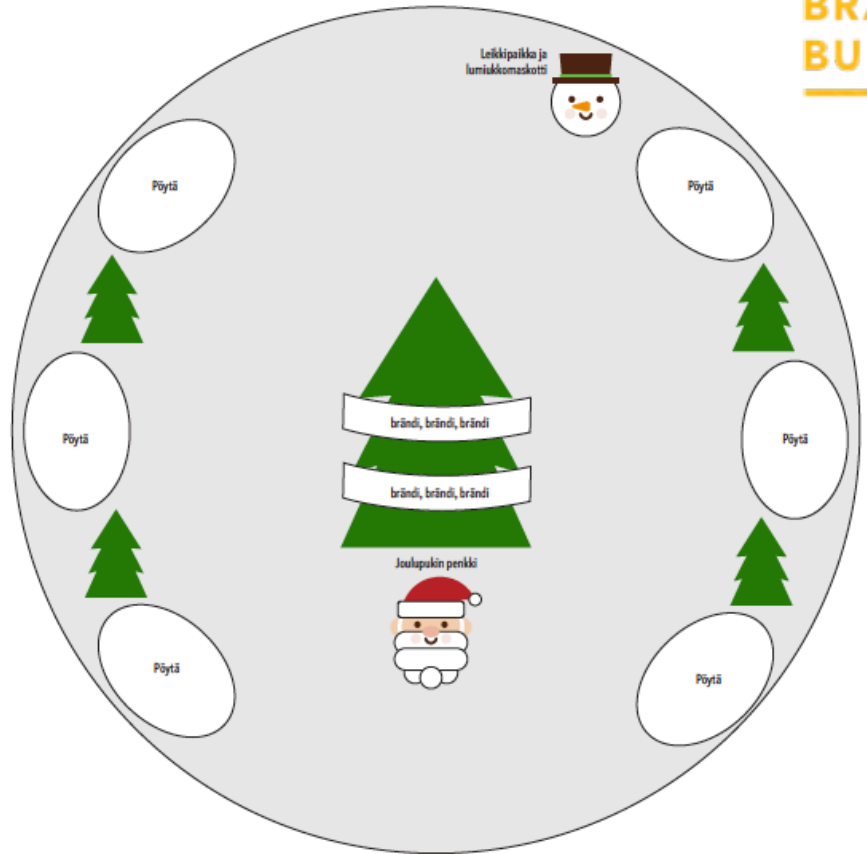
# Koulutus

- ▶ Koulutuspaikka ja ajankohta (erittele)
- ▶ Koulutuksessa käydään kaikki infomateriaalit läpi
  - ▶ Teillä on myös mahdollisuus kysyä kysymyksiä tapahtumaan liittyen 😊
- ▶ Muistakaa **kuittaa** tämä info luetuksi, samalla ilmoitatte olevanne kykenevä osallistumaan torstain koulutukseen!
- ▶ **Jos** et jostain syystä pääse osallistumaan millään tavalla koulutukseen niin olethan yhteydessä pikimmiten niin sovitaan erillinen koulutusaika
- ▶ **Nähdään pian** 😊

## Tapahtuman rakentaminen

- Tapahtuman rakentamisvaiheessa pisteiden suunnittelun tulee olla pisteessä, jossa kaikki tiimiin kuuluvat tietävät omat osa-alueensa
- Tapahtuma-alueesta tehdään viimeinen pohjapiirustus, jonka mukaan tapahtuma rakennetaan\*
- Logistiset kysymykset tulee olla selkeänä
  - Kuka on vastuussa logistiikasta?
  - Vuokraa pakettiauto, tai hoida kuljetus tuotteille tapahtumapaikalle
- Viimeiset muokkaukset tapahtumaa varten tulee olla selkeänä
  - Tarkista, että oikeat tekijät ovat oikeilla pisteillä
  - Tarkasta, että kaikille on selkeää mitä he tulevat tapahtumaan tekemään ja mikä on tapahtuman yhteinen tavoite
- Tee aikataulutettu TO DO- lista tapahtumaa varten
- Muista selvittää käytäntö roskien yms. kanssa lokaatiosta riippuen!

## \* Esimerkki pohjapiirustus



## Tapahtumapäivä

- Tapahtumapäivänä on tärkeää, että projektipäälliköllä on hallussaan tilan ja tekijöiden hallinta
  - Noudata jo valmiiksi tehtyä ohjeistusta, sekä seuraa alueen pohjapiirustusta
- Seuraa TO DO- listasta löytyvää aikataulua, jotta tapahtuman alku pysyy oikeana
- Pidä huolta, että kaikki tekijät ovat selvillä omista tehtävistään
  - Tarvittaessa delegoi toisia tehtäviä tekijöille, jotka ovat saaneet jo oman pisteensä kasattua
- Ota kuvia!
  - Tilannekuvia, joissa ihmisiä
  - Poseerauskuvia pisteillä
  - Tapahtuman ulkoinen olemus
  - Tapahtuman esillepanot
  - Pisteet erikeen
- Hyödynnä BrandBuddyn omaa sosiaalista mediaa (Instagram, Facebook)
  - Jos tapahtumalla on oma sosiaalinen media, näitä päivitetään ensisijaisesti
  - Lähetä kuvia asiakkaille, jos näin on toivottu

# Tapahtuman jälkeen

- Tapahtuman jälkeen tekijöiden tulee täyttää raportit projektista \*
  - Raporttien tulee olla täytettynä projektin jälkeisenä seuraavana arkipäivänä
- Tekijöiden raporttien perusteella tehdään kokonaisraportti, joka lähetetään asiakkaille
  - Raportin lisäksi asiakkaille laitetaan kuvakooste, sekä videoita, joissa näkyy selkeästi tapahtuman tunnelma
- Projektipäällikkö tekee oman koonnin tapahtuman kulusta, sekä mahdollisista kehitysideoista
  - Nämä käydään läpi tiimin yhteisessä palaverissa
  - Koonnin avulla osataan reagoida seuraavia tapahtumia varten
    - Mitä tapahtumasta puuttui, mikä oli onnistunutta
- Tapahtuma käydään yhdessä läpi projektipäällikön aloituksesta tapahtuman tekijöiden kanssa
  - Varmistetaan, että kaikkien mielipide tulee selkeästi esiin
  - Huomioidaan tekijöiden erilaisuus, joillekin on helpompaa kuvailla tunteitaan kirjoittaen, joillekin taas suullisesti
- Tapahtuma päätetään kun kokonaisraportit ja kuvakoosteet on lähetetty asiakkaalle, sekä kun koko tapahtuma on käyty läpi johdon, sekä tapahtuman tekijöiden kanssa

## \*Raportit

- Raporteissa tulee olla kysyttynä ainakin seuraavat seikat:
  - Miten päivä sujui? Mikä oli onnistunutta/epäonnistunutta?
  - Kuluttajakontaktien määrä (arvio)
  - Millä pisteellä työskentelit? Miten kuluttajat kommentoivat tuotetta/tuotteita/aktiviteettia?
  - Kuluttajien kommentit yleisesti tapahtumasta
- Tämän lisäksi raporteissa kysytään erikseen asiakaskohtaiset kysymykset, jotka sovitaan aina asiakaskohtaisesti erikseen
- Näitä on esimerkiksi hyvä ehdottaa:
  - Minkä ikäinen kuluttaja oli kiinnostunut tuotteesta? (keskiarvo)
  - Minkä tyyppinen kuluttaja oli kiinnostunut tuotteesta?
  - Kuluttajien ensireaktio tuotteesta

BRAND  
BUDDY

We bring life  
to your brand