



Talvitapahtuman konseptointi palvelumuotoilun keinoin: case Nuuksion Talvirieha

Laura Putkonen
Heidi Tiainen

2019 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

**Talvitapahtuman konseptointi palvelumuotoilun
keinoin: case Nuksion Talvirieha**

Laura Putkonen & Heidi Tiainen
Matkailu- ja palveluliiketoiminta
Opinnäytetyö
Huhtikuu, 2019

Laura Putkonen & Heidi Tiainen

Talvitapahtuman konseptointi palvelumuotoilun keinoin: case Nuuksion Talvirieha

Vuosi	2019	Sivumäärä	61
-------	------	-----------	----

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli luoda talvitapahtumakonsepti Nuuksion Haukkalammelle Natura Viva Oy:lle. Tapahtumakonseptia luotiin yhdessä Natura Vivan edustajien kanssa. Opinnäytetyön tarkoituksena oli kehittää Natura Vivan talvikaudelle toimintaa, sillä heidän toimintansa painottui opinnäytetyötä aloittaessa vain kesäkaudelle. Toimeksiantaja sai lopullisen konseptin vapaaseen käyttöön ja voi käyttää sitä myöhemmissä yrityksen järjestämissä tapahtumissa.

Toiminnallinen opinnäytetyö toteutettiin syksyn 2018 ja kevään 2019 aikana. Valmis tapahtumakonsepti palautettiin toimeksiantajalle joulukuussa 2018. Tutkimusaineistoa kerättiin net scoutingin, haastattelujen, kyselytutkimuksen ja havainnoinnin avulla. Tapahtumakonseptin ideoinnin menetelminä käytettiin miellekarttaa, aivorihtä, profilointia sekä benchmarkingia. Tietoperustana käytettiin kirjallisuutta aiheista tapahtumat, tutkimusmenetelmät, Suomen luonto ja palvelumuotoilu. Palvelumuotoiluprosessin mallina käytettiin Tuulaniemen vuoden 2013 Palvelumuotoilu-kirjassa esiteltyä mallia.

Tutkimustyön tuloksena saatiin kattavaa tietoa potentiaalisten asiakkaiden toiveista ja tarpeista Nuuksion talvitapahtumaa varten. Työn tuotoksena syntyi Nuuksion Talvirieha -tapahtumakonsepti, joka on jaettu kahteen tapahtumaan. Toinen tapahtumista on suunnattu lapsille ja lapsiperheille, ja toinen aikuisille. Tapahtumakonseptin aktiviteetit sijoittuvat Nuuksion Haukkalammen ympäristöön noin 1,5 kilometrin pituiselle reitille.

Toimeksiantajalle lähetettiin visuaalinen PowerPoint -esitys Nuuksion Talvirieha -konseptista. Konseptissa esitellään tapahtuman kohderyhmä, tapahtuman teema ja luonne, tapahtuman aktiviteetit ja tapahtuman aikataulus. Tapahtumakonseptissa on huomioitu sekä yrityksen että potentiaalisten asiakkaiden arvot ja toiveet. Tavoite toteutui, sillä visuaalinen tapahtumakonsepti saatiin palautettua ajallaan.

Asiasanat: Konseptointi, Nuuksio, palvelumuotoilu, tapahtuma

Laura Putkonen & Heidi Tiainen

Creating a Winter Event Concept Using the Methods of Service Design: Case Nuuksio Winter Event

Year 2019 Pages 61

The objective of this thesis was to establish a winter event concept for Natura Viva Ltd. The concept was created in cooperation with the company's representatives. The purpose of this thesis was to create activities for the winter season, because when the thesis project started the activities only operated during the summer months. Natura Viva Ltd. can use the concept freely for their future events.

This functional thesis was written during autumn 2018 and spring 2019. The finished concept was delivered to the company in December 2018. Research material was collected using interviews, questionnaire and observation. The ideation methods of the event concept were mind-mapping, brainstorming, profiling, and benchmarking. Literature about events, research methods, Finnish nature, and service design are covered in the theoretical framework.

Versatile information about potential customer wishes and needs was received as a result of the research for the Nuuksio winter event. The outcome of this thesis is a winter event concept for the Nuuksio National Park, which was divided into two different events, one for adults and the other one for families with children. The activities of the event are located around the Haukkalampi area on a path, which is approximately 1.5km back and forth.

A visual PowerPoint presentation of the concept was sent to the company representative by e-mail. The visual concept included the target group, theme and nature of the event, activities and the schedule. The values and the wishes of both the company and potential customers were considered in the event concept. The objective of the thesis is fully met, because the visual concept was delivered to the company on time.

Keywords: Concepting, event, Nuuksio, service design

Sisällys

1	Johdanto	6
2	Suomen luonto toimintaympäristönä	7
2.1	Nuuksion kansallispuisto	7
2.2	Toimeksiantajan esittely	8
2.3	Muut tärkeät toimijat Nuuksion kansallispuistossa	9
3	Tapahtuman konseptointi	9
3.1	Tapahtuman suunnitteluvaihe	10
3.2	Tapahtuman toteutusvaihe.....	12
3.3	Tapahtuman jälkimarkkinointi.....	13
4	Nuuksion talvitapahtuman konseptointi palvelumuotoilun keinoin	14
4.1	Määrittelyvaihe	15
4.1.1	Miellekartta	16
4.1.2	Aivoriihi	18
4.1.3	Net scouting.....	19
4.2	Tutkimusvaihe	19
4.2.1	Kyselytutkimus.....	20
4.2.2	Haastattelu.....	23
4.2.3	Profiilit	25
4.2.4	Tapahtuman ideointi asiakasymmärryksen pohjalta	29
4.2.5	Havainnointi.....	29
4.3	Suunnitteluvaihe	34
4.3.1	Tarjouspyyntöjen lähettäminen ja keskustelut toimeksiantajan kanssa	36
4.3.2	Seurasaaren joulupolku 2018 -tapahtuman benchmarking	36
4.3.3	Talvitapahtuman rastikierrokset	39
4.3.4	Talvitapahtuman aktiviteettipisteet.....	42
4.3.5	Talvitapahtuman kuvaus	44
4.3.6	Talvitapahtuman aikataulutus	47
4.4	Lopullinen tapahtumakonsepti	49
5	Johtopäätökset	50
	Kuviot	53
	Taulukot	54
	Liitteet.....	55

1 Johdanto

Luonto vaikuttaa positiivisesti luonnossa liikkuvien elämänlaatuun kasvattamalla onnellisuutta ja hyvän olon tunnetta. Nuuksion kansallispuiston monipuolinen luonto tarjoaakin upeat puitteet ulkotapahtumalle kaikkina vuodenaikoina. Luonnossa järjestettävä tapahtuma on aina ainutlaatuinen kokonaisuus, jonka suunnittelussa on otettava huomioon ympäristön tuomat haasteet.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on luoda Nuuksiossa sijaitsevalle luontoaktiviteetteja tarjoavalle yritykselle talvitapahtumakonsepti palvelumuotoilun keinoin. Menetelmäksi valittiin palvelumuotoilu opinnäytetyön tekijöiden aikaisempien kokemusten perusteella. Molemmat ovat opiskelleet opintojensa aikana palvelumuotoilua ja tehneet kehittämissuunnitelmia palvelumuotoilun keinoin. Palvelumuotoilu koettiin tutuksi ja toimivana lähestymistapana tapahtumakonseptin kehittämiseen. Opinnäytetyössä käytetään Tuulaniemen (2013) palvelumuotoilun teoriaa opinnäytetyön pohjana. Opinnäytetyö tehdään parityönä.

Opinnäytetyön aihe saatiin toimeksiantajalta. Kesällä 2018 opinnäytetyön tekijät ottivat yhteyttä eri yrityksiin ja kysyivät mahdollisia opinnäytetyöaiheita. Natura Viva tarjosi aiheita Haukkalammen talvitapahtumasta, sillä yritys halusi kasvattaa talvikauden asiakaskuntaansa. Natura Vivan tarjoama opinnäytetyöaihe oli kiinnostava ja opettavainen. Aihe valittiin yhteisten kiinnostuksen kohteiden ja omien osaamisten perusteella.

Opinnäytetyön tekijät ideoivat talvitapahtumakonseptin asiakaslähtöisesti tutkimalla potentiaalisten asiakkaiden toiveita ja tarpeita. Tapahtuman toteutus, yhteistyökumppaneiden hankkiminen, markkinointi ja tapahtuman järjestäminen on Natura Vivan vastuulla. Natura Viva saa kaikki opinnäytetyön aikana esille tulleet tuotokset käyttöönsä ja voi hyödyntää niitä jatkossa tapahtumissaan. Valmis tapahtumakonsepti, eli visuaaliset ohjeet tapahtuman sisällölle, palautetaan toimeksiantajalle Powerpoint-tiedostona sähköpostitse.

Opinnäytetyössä kerrotaan ensin Suomen luonnosta tapahtuman toimintaympäristönä sekä Nuuksion kansallispuistosta. Tämän jälkeen opinnäytetyössä kerrotaan tapahtuman konseptoinnista ja tapahtuman suunnittelusta, toteutuksesta ja jälkimarkkinoinnista. Lähteinä käytetään sekä suomalaista että kansainvälistä tapahtumakirjallisuutta. Tutkimusvaiheessa syvennytään talvitapahtuman konseptointiin palvelumuotoilun keinoin, ja osiossa eritellään tutkimusmenetelmät sekä tutkimustulokset. Konseptointi on jaettu kolmeen osaan palvelumuotoilukirjallisuuden perusteella: määrittelyvaiheeseen, tutkimusvaiheeseen sekä suunnittelu- vaiheeseen. Opinnäytetyö päättyy johtopäätöksiin.

2 Suomen luonto toimintaympäristönä

Ihmiset, jotka liikkuvat säännöllisesti metsissä, voivat yleisesti sisätiloissa liikkuvia paremmin. Metsässä liikkumisen hyötyjä ovat esimerkiksi luovuuden, onnellisuuden ja hyvän olon tunteen lisääntyminen ja keskittymiskyvyn paraneminen. Luonnossa liikkuvat ovat myös sisällä liikkuvia alttiimpia lähtemään uudestaan luontoon liikkumaan. Luonnossa voi liikkua monin eri tavoin iästä riippumatta. (Keisteri-Sipilä 2017, 14 - 15.)

Suomi kuuluu lauhkeaan, lumen ja metsän ilmastovyöhykkeeseen, ja sen johdosta Suomessa on selkeät neljä vuodenaikaa. Suomen luonto antaa ulkotapahtumalle upeat puitteet. Luonnon monimuotoisuus ja vuodenaikojen mukaan muuttuvat maisemat houkuttelevat jo itsessään kävijöitä luontoon. Talvi on kuitenkin se aika, jolloin Suomen luonnossa on eniten matkailupotentiaalia. Lumi ja jää antavat mahdollisuudet moniin aktiviteetteihin ja sisältävät elämysarvoja jo itsessään. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 25 - 28.)

Suomen pinta-alasta 68 % on metsää. Metsiä arvostetaan niiden virkistymismahdollisuuksien vuoksi, ja jokamiehen oikeudet mahdollistavat erilaisten harrastusten ja virkistysmuotojen tekemisen metsässä. Jokamiehen oikeudet antavat jokaiselle oikeuden esimerkiksi hiihtää, marjastaa tai sienestää metsässä. Metsämatkailu on luontomatkaillen muoto, jossa luontoaktiiviteettien lisäksi matkailijaa informoidaan Suomen metsistä ja niiden ekologiasta. Metsämatkailua voidaan edistää rakentamalla luontokeskuksia tai järjestämällä tapahtumia metsissä. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 34 - 35.)

Ulkotapahtuma luonnossa vaatii tarkkaa suunnittelua ja huolellisuutta. Tapahtumapaikkaa mietittäessä on otettava huomioon useita tekijöitä, kuten yleisön pääsy tapahtumaan, julkinen liikenne, parkkipaikat, wc-tilat, vesihuolto ja sähkön saanti. Erittäin tärkeää on pitää huolta, että paikalle on esteetön pääsy hätätilanteita varten. Ulkotapahtumissa on muistettava myös asiakkaiden mahdolliset rajoitteet ja huolehtia esteettömästä pääsystä tapahtuman tärkeimmille paikoille. Kaikkien turvallisuuden vuoksi mahdolliset korokkeet ja raput on oltava liukuestettyjä. Tapahtuman henkilöstöä ajatellen on huolehdittava henkilökunnan tiloista, lastauspaikoista ja varastotiloista. (Van der Wagen & White 2010, 44 - 45.)

2.1 Nuuksion kansallispuisto

Nuukio on Espoon, Kirkkonummen ja Vihdin alueella sijaitseva monipuolisia ulkoilumahdollisuuksia tarjoava kansallispuisto (Vuoristo & Vesterinen 2009, 161). Nuuksiossa on noin 33 kilometriä merkittyjä reittejä, joista löytyy sopivia reittejä niin aloittelijoille kuin kokeneemmilikin retkeilijöille (Retkipaikka 2018). Reittien varrella on kymmeniä järviä ja soita, monipuolisia kauniita maisemia ja leiriytymismahdollisuuksia nuotiopaikkoineen. Nuuksiossa järjeste-

tään myös opastettuja luontoretkiä. Lisäksi Nuuksiossa on monia retkeilyreittejä, tulentekopaikkoja ja ohjelmapalveluyrityksiä. Nuuksiossa on myös mahdollisuus esimerkiksi ratsastukseen ja koiravaljakkoajeluun. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 161.)

Nuukio on koko historiansa ajan pysynyt suurilta osin asumattomana huonojen kulkuyhteyksien johdosta. Ensimmäiset asutukset Nuuksioon rakennettiin vasta 1800-luvun lopulla, ja näistä rakennuksista löytyy edelleen jäänteitä. (Metsähallitus 2018.) 1900-luvulla rikkaammat kaupunkilaiset rakennuttivat kesämökkejä Nuuksioon, joista osa on edelleen pystyssä. Nuukio toimi pitkään lähinnä retkeilijöiden ja partiolaisten retkeilypaikkana, kunnes 1990-luvun lopussa sille haettiin kansallispuistostatusta. Nuuksiosta haluttiin kansallispuisto sen kirjavan luonnon ja hyvien retkeilyreittien takia, eikä sitä haluttu kaavoittaa asutuskäyttöön. (Natura Viva 2018.) Nykyään Nuuksion kansallispuistossa vierailee vuosittain noin 300 000 ulkoilijaa (Metsähallitus 2018).

2.2 Toimeksiantajan esittely

Natura Viva on vuonna 1987 perustettu osakeyhtiö. Natura Viva on toimialaltaan Muualla luokittelematon huvi- ja virkistystoiminta ja kooltaan mikroyritys. Natura Vivalla on 16 muuta aputoiminimeä, joihin kuuluvat esimerkiksi Cafe Silva ja Haukanpesä Hawk Nest, jotka molemmat sijaitsevat Nuuksiossa Haukkalammella. (Asiakastieto 2018.)

Natura Viva on luontoaktiviteetteihin ja retkeilyyn erikoistunut perheyritys. Yrityksessä työskentelee vakituisesti neljä työntekijää. Tämän lisäksi he palkkaavat kausityöntekijöitä molempiin kahvioihinsa Vuosaassa ja Nuuksiossa. Natura Viva palkkaa myös tarvittaessa luontoaktiviteetteihin ohjaajiksi freelancereina toimivia ammattilaisia. (Lariola 2018.) Natura Vivan arvoihin kuuluvat muun muassa luonnonläheisyys ja luonnon arvostaminen. Yritykselle on tärkeää, että asiakas oppii erätaitoja ja nauttii luonnosta. (Natura Viva 2018.)

Yrityksellä on kaksi toimipistettä, jotka sijaitsevat Helsingin Vuosaassa ja Nuuksion Haukkalammella. Haukkalammen toimipiste avattiin toukokuussa 2018. Natura Vivan toimipisteillä on mahdollisuus melontaan, patikointiin, sup-lautailuun ja fatbikellä ajoon. Heidän toimipisteiltään saa vuokrattua kaikki tarvittavat välineet näihin aktiviteetteihin ja vuokraamojen lisäksi heillä on kesäisin molemmilla toimipisteillä kaikille avoimet kahviot. Natura Viva järjestää toimipisteillään tilauksesta yrityksille esimerkiksi työhyvinvointipäiviä. Haukkalammen toimipisteellä on myös sauna, jonka voi varata pienempiä ryhmiä varten. (Natura Viva 2018.)

2.3 Muut tärkeät toimijat Nuuksion kansallispuistossa

Suomen luontokeskus Haltia on Nuuksion Solvallassa sijaitseva elämyksellinen koko perheen vierailukohde, jossa tutustutaan Suomen luontoon näyttelyiden ja aktiviteettien kautta. Haltiassa järjestetään myös tapahtumia, opastuksia ja luontokoulutoimintaa vuoden ympäri. Haltiasta voi vuokrata ulkoaktiviteettivälineitä kuten suksia, lumikenkiä ja kanootteja. Talossa on myös ravintola, kahvila ja luontokauppa. (Suomen Luontokeskus Haltia 2018.)

Sea & Mountain Adventures Oy on Nuuksiossa ja Porkkalassa sijaitseva tapahtumiin ja kokouksiin erikoistunut perheyrittäjä. Yrityksellä on kaksi huvilaa Nuuksiossa, jotka voi vuokrata kokoustiloiksi tai tapahtumapaikaksi: Karhunpesä ja Safaritalo, jotka sijaitsevat Suomen luontokeskus Haltian ja Natura Vivan Haukkalammen toimipisteen välillä. Sea & Mountain Adventures Oy järjestää toimipisteillään tilauksesta erilaisia aktiviteetteja ympäri vuoden. Talvella heidän kauttaan voi harrastaa lumikenkävaellusta, potkukelkkailua, talvikalastusta, curlingia, kuviokelluntaa ja sup-lautailua. (Sea & Mountain Adventures 2018.)

Nuuksiossa on myös monia muita yrityksiä, jotka tarjoavat majoitusta, ohjelmalveluita tai luontoaktiviteetteja. Näitä ovat esimerkiksi ohjelmalveluyritys Eventure, Solvallon urheilupuisto sekä luontoretkiyritys Arotuli. Nuuksion alueella toimivat yritykset ovat yhdessä luoneet Nuuksio Resort -palvelun, joka auttaa kuluttajia löytämään Nuuksion alueella sijaitsevia yrityksiä ja heidän monipuolisia palveluitaan. Nuuksio Resortilla on sosiaalisen median kanavien lisäksi nettisivut, jonne kaikki mukana olevat yritykset ovat laittaneet lyhyen esittelyn omasta yrityksestään ja linkin yrityksensä omille sivuille. (Nuuksio Resort 2018.)

3 Tapahtuman konseptointi

Tapahtuma sanana sisältää ajatuksen siitä, että jotain tapahtuu. Järjestetty tapahtuma on sellainen, jolla on yksi tai useampi järjestäjä, jotka saavat tapahtuman järjestettyä. Järjestetty tapahtuma tarvitsee sovitun ajan ja paikan, jossa se tapahtuu, ja näistä tulee informoida tapahtuman kohderyhmälle. (Raj, Walters & Rashid 2013, 4 - 5.)

Tapahtuma on projekti, jolla on alku ja loppu. Projektin alussa tapahtumalle määritetään tavoite, jonka täytyttyä projekti voidaan lopettaa. Tapahtumassa vastuu on jollain määrättyllä henkilöllä, vaikka mukana on myös muita toimijoita ja vaikuttajia. Ominaista tapahtumalle on ryhmätyöskentely, jossa jokaisella ryhmällä on oma tehtävänsä ja tavoitteensa. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 23 - 25, 29.)

Tapahtuma on aina ainutlaatuinen kokonaisuus, vaikka sillä olisi vuodesta toiseen sama nimi: tapahtuman työntekijät, sidosryhmät, esiintyjät, kuten myös aika ja paikka ovat muuttuvia

tekijöitä, jotka saattavat vaihtua. Kun tapahtuman projektisuunnitelma on valmis, se esitetään projektia johtavalle taholle, jonka tehtävänä on arvioida mahdolliset riskit. Riskejä arvioidaessa päätetään lopullisesti, onko projektiin kannattavaa tarttua. Jos projektisuunnitelma hyväksytään, on esille tulleet riskit minimoitava hyvällä suunnittelulla. (Kauhanen ym. 2002, 23 - 25, 29.)

Tuulaniemen (2013, 191) mukaan konseptilla tarkoitetaan palvelutuotteen suurta kuvaa, jolla kerrotaan kehitettävän palvelun olennainen idea. Suomen kielessä konsepti-sana on kuitenkin merkitykseltään vaihteleva. Eri ihmiset ymmärtävät sanan eri tavoin. Sanan merkitys vaihtelee sekä ammattialoittain että yritysten sisällä. (Iljin 2006.) Konsepti vaihtaa sanana myös merkitystä käännettäessä se eri kielille. Esimerkiksi Sanakirja.org kääntää sanan konsepti suomesta englanniksi sanoihin concept, first draft ja rough draft, jotka käännettynä takaisin suomeksi tarkoittavat konseptia, ensimmäistä luonnosta ja karkeaa luonnosta.

Iljinin tekemän kyselytutkimuksen mukaan vastaajat kokivat ymmärtävänsä konseptisuunnittelun ja konseptin tarkoituksen, mutta kokivat muiden ymmärtävän väärin mitä sanoilla tarkoitetaan. Kyselyyn vastanneet olivat yhtä mieltä siitä, että sana konsepti tarkoittaa jotain konkreettisempaa kuin sana idea. Konseptisuunnitelma taas on vastaajien mukaan esimerkiksi dokumentti, joka konkretisoi konseptin. (Iljin 2006.) Konseptin rakentaminen alkaa konseptin suunnittelulla, jossa määritellään tarkasti kohderyhmä sekä muita palvelutuotteen kannalta oleellisia asioita (Tuulaniemi 2013, 193 - 195).

Palvelulla tarkoitetaan toimintaa, jolla helpotetaan tai ratkaistaan jokin asiakkaan ongelma. Palvelua ei voi omistaa, mutta sen voi kokea. Palvelussa tärkeää on se, kuinka ihmiset kommunikoivat keskenään. Palvelu on kokonaisvaltainen kokemus, jossa olennaista vuorovaikutuksen lisäksi ovat tilanteessa käytetyt esineet ja ympäristö. (Tuulaniemi 2013, 59.) Myös tapahtuma voidaan siis nähdä palveluna.

Palvelukonseptissa on usein kyse dokumentista, jossa kuvataan suunnitellun palvelun idea yksityiskohtaisesti. Palvelukonseptin tarkoitus on kertoa palvelun kohderyhmä, palvelusta saavat hyödyt, tarvittavat resurssit ja kuinka palvelua käytetään. (Maijala 2018.) Palvelukonseptin onnistuminen perustuu henkilökunnan palveluosaamiseen; onnistunut palvelukohtaaminen asiakkaan kanssa takaa tyytyväisiä asiakkaita. Tyytyväiset asiakkaat mahdollistavat palvelukonseptin uudelleen tuottamisen. (Tuulaniemi 2013, 193 - 195.)

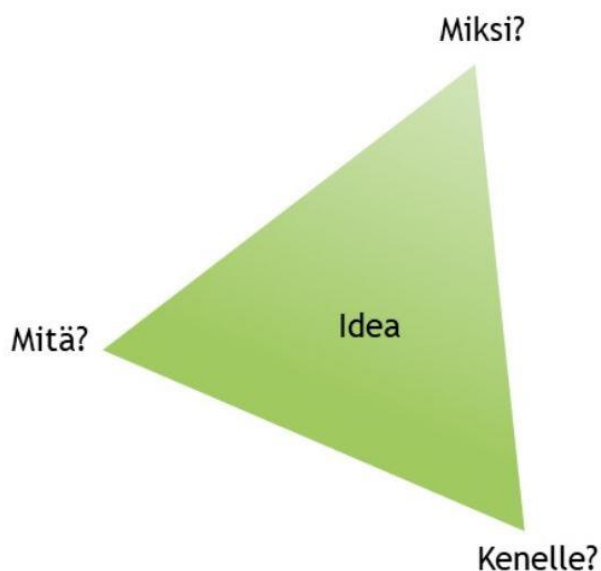
3.1 Tapahtuman suunnitteluvaihe

Tapahtumatuotannon prosessiin kuuluu kolme vaihetta: suunnittelu-, toteutus- ja jälkimarkkinointivaihe. Suunnitteluvaiheen alussa tulee tutustua tapahtuman kohderyhmään mahdollisimman hyvin, jotta asiakkaat saavat parhaan mahdollisen kokemuksen tapahtumasta. Lisäksi

on tiedettävä, miksi tapahtuma tehdään ja mitä sillä halutaan viestiä. Kolmas olennainen tekijä on määrittää lähtökohdat tapahtumalle: missä tapahtuu, mitä tapahtuu ja milloin tapahtuu. Näihin kysymyksiin vastaamalla tapahtumalle syntyy idea, josta on mahdollista muodostaa tapahtumakonsepti. (Vallo & Häyrinen 2016, 120 - 123, 125.)

Tapahtuman suunnitteluvaihe on kaikista tapahtumaprosessin kolmesta vaiheesta eniten aikaa vievä. Suunnittelun tarkoituksena on etukäteen miettiä, miten tapahtuma toteutetaan alusta loppuun ja kuinka asiakkaat ja työntekijät sen kokevat. Tässä ajattelutyössä on hyvä käyttää apuna palvelupolkua. Palvelupolkua tehdessä tulee ottaa huomioon kaikki pienet tekijät, joista tapahtumapäivänä voisi koitua haasteita. (Vallo & Häyrinen 2016, 191.)

Suunnitteluvaiheessa ideoidaan lopullinen tapahtuma. Ideoinnilla määritellään tapahtuman syy, kohderyhmä ja ajankohta. Näiden lisäksi ideoidaan mitä tapahtumassa tapahtuu, missä se pidetään ja miten se järjestetään. Tärkeää on myös pohtia, minkälaisen mielikuvan asiakas saa tapahtumasta. Ideointiin voidaan käyttää useita menetelmiä, jotka auttavat lopullisen tapahtuman luomista. Ideoinnissa yleisesti kerätään ensin paljon erilaisia ideoita, joita muokkaamalla, poistamalla ja yhdistelemällä saadaan ideaali lopputulos. (Kauhanen ym. 2002, 35 - 36.) Vallo ja Häyrinen (2014, 103) kuvaavat idean kehittämistä strategisen kolmion avulla (Kuvio 1).



Kuvio 1: Ideoinnin strateginen kolmio (Mukaihen Vallo & Häyrinen 2014)

Tapahtumalle tulee suunnitteluvaiheessa määrittää suurpiirteinen budjetti. Eri tyylisten tapahtumien budjetit voivat vaihdella suuresti keskenään. Oman tapahtuman alustavaa budjet-

tia mietittäessä tulee tapahtumaa verrata muihin saman tyyliin aiemmin järjestettyihin tapahtumiin ja verrata niiden budjetteja. Ilman alustavaa budjettia tapahtumaan saattaa mennä kaikki yrityksen käytettävissä olevat rahat. (Vallo & Häyrinen 2016, 177 - 178.)

Tapahtumaa voidaan rahoittaa yrityksen tai organisaation omilla varoilla, tapahtumasta saatavilla tuotoilla tai ulkopuolisten rahoittajien avulla. Yritys tai organisaatio on voinut varata tapahtumalle erikseen rahaa, mutta aina se ei ole tarpeeksi. Tällöin tulee miettiä muita rahoitusvaihtoehtoja. Tapahtumasta voidaan saada erilaisia tuottoja, kuten pääsylippu- tai myyntipaikkatuottoja. Pääsylipuista voidaan saada tuottoa jo ennen varsinaista tapahtumaa myymällä ennakkolippuja. Joihinkin tapahtumiin voidaan myös myydä myyntipaikkoja, joista saadaan tuloja myyntipaikkavuokrana, jonka lisäksi voidaan sopia erillinen prosenttiosuus, jonka myyjä maksaa omista tapahtumassa tapahtuneista myynneistään tapahtumanjärjestäjälle. Prosenttiosuudellisessa sopimuksessa on riskinä se, ettei myyjä myy kaikkia tuotteita kassan kautta, jolloin tapahtumanjärjestäjälle maksettava osuus on todellista pienempi. (Kauhanen ym. 2002, 59 - 63, 69 - 71, 152 - 154.)

Tapahtumaa voidaan myös rahoittaa ulkopuolisten rahoittajien avulla esimerkiksi apurahoilla ja tuilla tai sponsoreiden avulla. Apurahaa ja tukia voi saada lähes mistä vain, niin yksittäisiltä henkilöiltä kuin esimerkiksi valtioltakin. Apurahojen ja tukien etsiminen kannattaakin aloittaa jo hyvissä ajoin, jopa muutama vuosi ennen tapahtumaa. Sponsoreiden kanssa tulee tehdä erilliset sponsorisopimukset. Sponsorit voivat saada esimerkiksi tapahtuman mainoksiin oman yrityksensä logon sovittua rahasummaa vastaan. (Kauhanen ym. 2002, 59 - 63, 69 - 71, 152 - 154.)

3.2 Tapahtuman toteutusvaihe

Ennen tapahtumaa on mietittävä, tarvitseeko tapahtumaan palkata henkilökuntaa vai saadaanko tarvittava työvoima vapaaehtoisista. Tapahtumapäivänä tarvittavan henkilökunnan ja vapaaehtoisten määrään vaikuttaa moni asia. Tapahtuman koolla on tietysti merkittävä vaikutus tarvittavan työvoiman määrään: mitä isompi tapahtuma, sen enemmän työntekijöitä tapahtumaan tarvitaan. Työntekijöiden määrään vaikuttaa myös tapahtumassa olevat aktiviteetit ja niihin tarvittavat henkilöstöresurssit. Myös mahdollinen palveluiden ulkoistus toisille yrityksille vaikuttaa tarvittavien työntekijöiden määrään. (Shone & Parry 2010, 225.) Vapaaehtoiset kokevat saavansa työstään erilaisia hyötyjä, kuten henkilökohtainen tyytyväisyys, verkostoituminen, muiden auttaminen, uusien taitojen oppiminen ja omien taitojen hyötykäyttö (Van der Wagen & White 2010, 179).

Vaikka tapahtuma olisi suunniteltu omasta mielestä täydellisesti, silti on aina mahdollisuus väärinymmärryksiin, poikkeustilanteisiin ja muutoksiin. Tapahtuman johtajan on oltava hyvä

kommunikoimaan ja delegoimaan tapahtumapäivänä, jotta mahdollisista muutoksista ja poikkeuksista selvittää. Tapahtuman johtajan on oltava koko päivän ajan tavoitettavissa. Syöminen ja veden juonti on erityisen tärkeää, jotta päätöksenteko- ja ongelmanratkaisukyky eivät heikkene. (Shone & Parry 2010, 231.)

Toteutusvaiheessa suunnitelmat toteutetaan. Kaikkien toteutukseen osallistujien on toimitava yhdessä ja tiedettävä tarkkaan oma roolinsa tapahtuman toteutuksen onnistumiseksi. Tapahtuman toteutusvaiheeseen kuuluu kolme vaihetta: rakennusvaihe, tapahtumavaihe ja purkuvaihe. Rakennusvaiheessa tapahtuman miljöö luodaan konkreettisesti ennalta tehdyn suunnitelman mukaan. Rakennusvaihe tulee suunnitella tarkasti etukäteen, jotta rakentaminen sujuu saumattomasti. Tapahtumavaiheella tarkoitetaan itse tapahtumapäiviä ja purkuvaiheella tapahtumamiljöön purkamista. (Vallo & Häyrinen 2014, 168; 2016, 198 - 199.)

Tapahtumaa toteutettaessa tulee muistaa tarvittaessa tauottaa tapahtuvia asioita. Tapahtuman luonteesta riippuen tapahtuman aikatauluun on jätettävä osallistujille levähdystaukoja. Aikataulus on tehtävä etukäteen ja suunniteltava tapahtuman idean mukaiseksi. Aikataulua on hyvä pitää silmällä tapahtumapäivänä: ollaanko aikataulussa ja tarvitseeko tehdä muutostoimenpiteitä, jotta aikataulussa pysyttäisiin. (Vallo & Häyrinen 2016, 201 - 202.)

Tapahtumapaikalla on oltava selkeät opasteet, joita seuraamalla osallistajat löytävät helposti paikasta toiseen. Opastus on toteutettava osallistujille sopivaksi: jos oletetaan osallistujien olevan vieraskielisiä, tulee opasteiden olla kielellä, jota he ymmärtävät. Tapahtuman sisäänkäynnin on oltava selkeä ja informatiivinen, jotta osallistuja tietää saapuneensa oikeaan paikkaan. (Vallo & Häyrinen 2016, 211.)

3.3 Tapahtuman jälkimarkkinointi

Tapahtuman jälkeen tulee kiittää tapahtumassa mukana olleita työntekijöitä, yhteistyökumppaneita, muita sidosryhmiä sekä asiakkaita. Tämän voi tehdä esimerkiksi pienillä kiitoslahjoilla, korteilla tai muilla pienillä muistamisilla. Kiittäminen osoittaa osallistujille, että heidän osallistumisestaan tapahtumaan arvostetaan. (Vallo & Häyrinen 2016, 220 - 224.)

Tapahtuman jälkeen tulisi myös kerätä palautetta tapahtumasta, jotta tapahtumaa voidaan parantaa mahdollista seuraavaa kertaa varten. Palautetta voidaan kerätä tapahtuman aikana kirjallisella lomakkeella tai tapahtuman jälkeen esimerkiksi sähköpostilla tai puhelimitse. Palautteiden lähettäjien kesken voidaan esimerkiksi arpoa yllätyspalkintoja. Kysymyksillä tulisi selvittää mikä tapahtumassa oli osallistujien kannalta onnistunutta, mitä oltaisiin voitu tehdä toisin ja mikä jäi tapahtumasta parhaiten mieleen. Palautetta tulisi kerätä niin osallistujilta kuin tapahtumassa mukana olleilta tekijöiltäkin. (Vallo & Häyrinen 2016, 224 - 227.)

Tapahtumasta voidaan saada aitoa palautetta ostamalla ulkopuolinen henkilö osallistumaan tapahtumaan ja arvioimaan tapahtuman tunnelmaa. Sama henkilö voi myös haastatella paikalla olijoita ja näin saada myös heidän näkemyksensä tapahtumasta. Tätä menetelmää kutsutaan mystery shoppingiksi. Mysteryshoppaajan tehtävänä on kirjata ylös kaikki tapahtumassa kokemansa, näkemänsä ja kuulemansa. Hänelle kerrotaan tapahtuman tavoitteet, joihin hän vertaa omia muistiinpanojaan. Tämän jälkeen hän laatii yhteenvedon, jossa ilmenee ulkopuolisen näkemys tapahtuman onnistumisesta. (Vallo & Häyrinen 2014, 192.)

Palautteiden keräämisen jälkeen on hyvä pitää suullinen palautepalaveri sidosryhmien kanssa, jossa osalliset voivat vielä antaa vapaata palautetta. Usein kirjoitettu palaute ei kerro kaikkea. Palaverissa käydään myös läpi asiakaspalautteista ilmi tulleet tärkeimmät kommentit. (Vallo & Häyrinen 2016, 224 - 227.)

4 Nuksion talvitapahtuman konseptointi palvelumuotoilun keinoin

Palvelumuotoilu on liiketoiminnan systemaattinen kehittämistapa, jossa asiakkaan kokemus on keskiössä. Palvelumuotoilu mahdollistaa yritysten jo olemassa olevien palveluiden kehittämisen, uusien palveluiden luomisen sekä palveluiden strategiset liiketoimintamahdollisuudet. Palvelumuotoilun tarkoituksena on yritysten liiketoiminnallisten tavoitteiden yhdistäminen asiakkaiden tarpeisiin ja odotuksiin. Palvelumuotoilun tavoitteena on luoda palveluita, jotka ovat kestävän kehityksen periaatteiden mukaisia. (Tuulaniemi 2013, 24 - 27.)

Palvelumuotoiluprosessi on palvelun ja projektin mukaan elävä prosessi. Prosessilla tarkoitetaan toimintatapoja, jotka ovat loogisesti eteneviä ja toistuvia. Ei ole kahta samanlaista palvelumuotoiluprosessia, sillä jokainen suunniteltava palvelu on erilainen ja ainutlaatuinen. Palvelumuotoiluprosessiin kuuluvat seuraavat vaiheet: määrittely, tutkimus, suunnittelu, tuotanto ja arviointi (Kuvio 2). Jokainen vaihe on prosessille erittäin tärkeä lopputuloksen kannalta. (Tuulaniemi 2013, 126 - 129.)



Kuvio 2: Palvelumuotoiluprosessin vaiheet (Mukaiillen Tuulaniemi 2013)

Tässä opinnäytetyössä keskitytään Tuulaniemen (2013) määrittelemän palvelumuotoiluprosessin kolmeen ensimmäiseen vaiheeseen: määrittelyyn, tutkimukseen ja suunnitteluun. Kuviossa 2 näkyy myös opinnäytetyöprosessin aikana käytetyt menetelmät. Talvitapahtuman toteutus ja lopullinen arviointi, ja näiden pohjalta tapahtuman kehittäminen tulevia vuosia varten, ovat toimeksiantajan, Natura Viva Oy:n, vastuulla.

4.1 Määrittelyvaihe

Määrittelyvaiheen alussa määritellään projektin tavoitteet ja selvitetään mitä palvelun tuottava organisaatio ja palvelun käyttäjä palvelusta hyötyvät. Määrittelyvaiheessa annetaan myös suunnitteluvaiheeseen ohjeita ja tavoitteita, aikataulutusta ja alustavia kohderyhmiä. Lisäksi määrittelyvaiheessa selvitetään projektin budjetti sekä taustatiedot ja luodaan projektista yleiskuva. (Tuulaniemi 2013, 132 - 133.)

Määrittelyvaiheessa tulee tehdä esitutkimusta palvelun strategisesta sopivuudesta yritykselle, jolle palvelutuote suunnitellaan. Esitutkimusta varten tulisi tietää palvelun tilaajayrityksen visiot, arvot ja strategia. Lisäksi yritykseltä tulisi saada tietoon sen markkinatilanne, tarjooma, kohderyhmä sekä muut toimintaympäristön tekijät, jotka vaikuttavat yritykseen. (Tuulaniemi 2013, 136.)

Yrityksestä saadut tiedot auttavat palvelun suunnittelussa siten, että palvelusta saadaan yrityksen arvoihin, strategiaan ja imagoon sopiva. Esitutkimuksessa tulisi myös tietää mahdollinen kohderyhmä ja arvioitu potentiaalisten asiakkaiden määrä. Jos suunniteltu palvelu sopii näihin tekijöihin ja potentiaalisten asiakkaiden määrä tiedetään, voidaan palvelu suunnitella liiketoiminnallisesta näkökulmasta. (Tuulaniemi 2013, 136 - 138.)

Toimeksiantajayrityksen toimitusjohtajan kanssa tavattiin syyskuun lopussa, ja tapaamisessa keskusteltiin muun muassa aikataulusta, tapahtuman luonteesta, budjetista sekä kohderyhmästä. Tapahtuman kohderyhmäksi määriteltiin kaikki luonnosta ja ulkoliikunnasta kiinnostuneet henkilöt lapsista iäkkäämpiin ihmisiin, ja tapahtuman luonteesta haluttiin toimeksiantajan puolesta hauska ja helposti lähestyttävä. Toimeksiantaja halusi tapahtuman olevan helmikuun lopussa tai maaliskuun alussa. Toimeksiantajalle oli myös tärkeää, että tapahtumassa hyödynnettäisiin Natura Vivan olemassa olevia liikuntavälineitä, kuten lumikenkiä ja fatbikeä, ja että kaikki liikunnalliset aktiviteetit tapahtuisivat osallistujien omien voimien avulla.

Kahden muun omistajan kanssa tavattiin lokakuun alussa Haukkalammen toimipisteellä. Keskustelun aiheina oli tapahtuman kohderyhmän tarkentaminen, mahdolliset käytettävissä olevat aktiviteettiresurssit ja tapahtuman maksullisuus sekä käytettävissä olevat työntekijät. Tässä tapaamisessa lopulliseksi kohderyhmäksi valittiin aktiiviset luonnosta kiinnostuneet ihmiset, jotka voisivat tulevaisuudessa käyttää Natura Vivan palveluita.

Lokakuun tapaaminen toimeksiantajayrityksen kanssa aloitti määrittelyvaiheen, ja tapaamisen jälkeen pystyttiin toimeksiantajan kommenttien perusteella luoda erilaisia ideoita palvelumuotoilun menetelmien avulla. Tapahtuman budjetista sovittiin syyskuussa toimeksiantajan kanssa siten, että tapahtuman ideointivaiheessa budjettia ei tarvitse miettiä, ja myöhemmin karsittaisiin ylimääräiset menoerät pois.

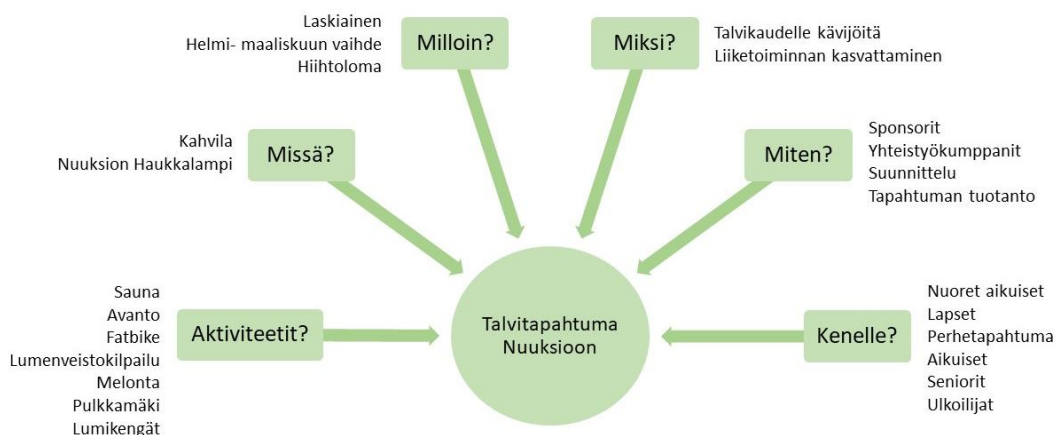
Työn edetessä yhteyttä toimeksiantajaan pidettiin Google Meet -palvelun avulla noin kaksi kertaa kuukaudessa kahden kuukauden ajan. Google Meet -tapaamisessa marraskuussa toimeksiantaja kertoi, että heille on tärkeää toteuttaa tapahtuma mahdollisimman pienin kuluin, jolloin suurimmista kuluista, kuten mahdollisista esiintyjistä, jouduttiin luopumaan.

Nuuksioon suunnatun talvitapahtumakonseptin määrittelyvaiheessa oli tärkeää pohtia, millainen tapahtuma vastaisi toimeksiantajayrityksen arvoja, toiveita ja tarpeita. Määrittelyvaiheessa määriteltiin tapahtuman mahdollinen teema, joka vetoaisi yhdessä toimeksiantajan tarkentamaan kohderyhmään. Määrittelyn apuna käytettiin erilaisia palvelumuotoilun menetelmiä: miellekarttaa, aivoriihimenetelmää sekä net scoutingia.

4.1.1 Miellekartta

Miellekartta on menetelmä, jonka avulla voidaan jäsentää asiakokonaisuuksia ja niihin liittyviä käsitteitä. Miellekartan tekoon on monia eri tapoja. Usein paperin keskelle kirjoitetaan kehitystyön keskiössä oleva aihe, sana tai kysymys, jonka ympärille kirjataan siihen liittyviä sanoja. Sanoja voidaan alleviivata, ympyröidä ja värittää, ja niitä voidaan yhdistää toisiinsa erilaisin nuolin, viivoin ja piirustuksin. Miellekartassa tärkeää on, että kaikki ajatukset liittyvät alkuperäiseen aiheeseen tai ongelmaan. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 34 - 35.)

Opinnäytetyön kirjoittajat tekivät useita miellekarttoja, joita käytettiin esimerkiksi ymmärtämään toimeksiantajayritystä ja sen toimintaympäristöä paremmin. Nuuksion talvitapahtuman miellekartalla (Kuvio 3) hahmotettiin tapahtuman mahdollista luonnetta. Miellekartassa kuvattiin tapahtuman kohderyhmää, tapahtuman sijaintia, kenen voimin tapahtuma järjestetään, mitä aktiviteetteja tapahtumassa voidaan tehdä, mitä tapahtuman järjestämiseen vaaditaan sekä miksi tapahtuma järjestetään. Tapahtuman ajankohdaksi sovittiin helmikuun viimeinen viikonloppu, jolloin on Etelä-Suomen hiihtolomaviikko. Tapahtuman ajankohta todettiin toimeksiantajan kanssa sopivaksi, sillä tapahtuma haluttiin järjestää lumisena, valoisana ajankohtana, jolloin ei ole juhlapyhiä. Hiihtolomaviikolla voidaan tarjota aktiivista tekemistä pääkaupunkiseudulla lomaa viettäville ihmisille.



Kuvio 3: Miellekartta talvitapahtumasta Nuuksiossa

Miellekartan avulla jäseneltiin myös tapahtumaideoita ja eri ideoihin liittyviä elementtejä. Aluksi mietittiin omien kokemusten pohjalta erilaisia tapahtumia, joita on järjestetty talvella, ja joita voitaisiin soveltaa Nuuksioon (Kuvio 4). Nuuksioon ajateltiin valotaidetapahtumaa, urheilukilpailua, laskiaisriehaa ja lumiveistostapahtumaa.

Valotaidetapahtumassa asiakkaat pääsisivät ihastelemaan luontopolun varrelle asennettuja valoinstallaatioita. Tapahtuma olisi ilmainen ja osallistujat voisivat kävellä omatoimisesti tapahtumalle merkatun luontopolun. Tapahtumaidea jouduttiin hylkäämään valoasennusten hankaluuden vuoksi, sillä tapahtuma-alueelle ei ole mahdollista saada riittäviä jatkojohtoja ja muita sähkösaannin kannalta olennaisia asioita.

Urheilukilpailuun ajateltiin maksullista osallistumista, jossa luontoon asennettaisiin erilaisia esteitä, jotka tulee suorittaa mahdollisimman nopeasti. Tällaisessa tapahtumassa on vaarana, että luonto kärsii ja paikalle saapuvat ihmiset eivät koe tapahtumaa luontotapahtumana. Näin ollen urheilukilpailuideoa hylättiin nopeasti.

Laskiaisriehassa tarkoituksena olisi käyttää Nuuksiossa valmiiksi olevia mäkiä mäenlaskuun. Tapahtumaan tuotaisiin ruokaa ja herkkuja myyntiin, mutta muuten tapahtuma olisi maksuton. Tapahtumaidea hylättiin kilpailevien laskiaistapahtumien vuoksi.

Lumitaidetapahtumassa ideana oli luoda Nuuksioon erilaisia lumi- ja jääveistoksia luontopolujen varrelle, joita asiakkaat voisivat omatoimisesti ihaila. Maksuton tapahtuma olisi tietynä päivänä, jolloin paikalla olisi lumen ja jään veistäjiä, jotka rakentaisivat taideteokset suoraan paikoilleen. Veistokset jätettäisiin Nuuksioon luonnossa liikkujien ihailtavaksi. Tapahtuma on liian riippuvainen ulkolämpötilasta sekä lumen ja jään määrästä, joten tapahtumaidea hylättiin.



Kuvio 4: Miellekartta tapahtumaideoista ennen tutkimusvaihetta

Opinnäytetyön edetessä palattiin ajoittain käyttämään miellekarttamenetelmää, sillä se todettiin selkeäksi ja sen avulla asioita jäseneltiin loogisesti. Miellekarttaa on käytetty opinnäytetyössä myöhemmin kappaleessa 4.2.4, jossa erilaisille profiileille sopivia tapahtumaideoita on verrattu keskenään.

4.1.2 Aivoriihi

Aivoriihi eli brainstorming on menetelmä, jolla ongelmia ratkaistaan luovasti usein ryhmissä. Tavoitteena on luovan ajattelun kautta löytää uusia lähestymistapoja erilaisiin ongelmiin. Aivoriihimenetelmässä on tärkeää, että ryhmän jäsenten ideat otetaan vastaan avoimesti eikä ideoita tuomita. Ideat kirjoitetaan ylös ja niitä voidaan ideointivaiheessa myös mahdollisuuksien mukaan yhdistellä. Ideointivaiheen jälkeen siirrytään valintavaiheeseen, jossa ideoita arvioidaan ja pohditaan, mitkä ideoista ovat parhaita. Aivoriihessä on tärkeää, että ideat voivat olla vilttejäkin, sillä hulluimmistakin ideoista saattaa syntyä hyviä jatkokehitysmahdollisuuksia. (Ojasalo ym. 2014, 160 - 163.)

Aivoriihimenetelmää käytettiin miellekartoissa esiintyneiden tapahtumaideoiden luomiseen. Opinnäytetyön tekijät toteuttivat aivoriihen rauhallisessa tilassa, jossa eri ideat kirjattiin ylös post-it lapuille. Ideoita yhdistelemällä saatiin alustavia ajatuksia tapahtuman luonteesta, jotka esiteltiin toimeksiantajalle. Työn edetessä opinnäytetyön tekijät yhdistivät yhdessä toimeksiantajan kanssa tapahtumaideoihin Natura Vivalle tärkeitä arvoja.

Asiakasymmärryksen kehittyessä tapahtumaideoita oli ideoitava lisää huomioiden asiakkaiden tarpeet ja toiveet. Lisäksi tapahtumaideoissa tuli korostua Natura Vivan arvot. Ideoinnissa ai-vorihimenetelmä oli hyödyllinen ideointityökalu. Uudet tapahtumaideat on kuvattu luvussa 4.2.4. esitettyssä miellekartassa (Kuvio 9).

4.1.3 Net scouting

Net scoutingilla tarkoitetaan jonkin asian tutkimista internetin välityksellä. Net scoutingia käytetään yleensä markkinatilanteeseen, ympäristöön ja kilpaileviin yrityksiin tutustumiseen, ja menetelmää usein käytetään palvelun kehittämisen alkukartoitusvaiheessa. Net scoutingin avulla voidaan löytää olemassa olevia ratkaisuja haasteisiin, joita määrittelyvaiheessa on saattanut tulla jo vastaan. Menetelmä mahdollistaa myös uusien trendien löytämisen internetin välityksellä. Net scoutingia tehdessä tulee tarkasti pohtia hakusanat ja käytettyjen lähteiden luotettavuus tulee analysoida tarkasti. (Moritz 2005, 194.)

Net scouting -menetelmää käytettiin alueen muiden toimijoiden tutkimiseen, joita voitaisiin mahdollisesti käyttää tapahtumassa yhteistyökumppaneina. Tarkoituksena oli laajemmin selvittää alueen mahdollisuuksista talvikaudella. Net scoutingin avulla löydettiin tapahtumalle mahdollisia yhteistyökumppaneita. Hakusanoina käytettiin muun muassa termejä ”yritykset Nuuksiossa”, ”talviaktiviteetit Nuuksiossa”, ”Nuuksio yritykset”, ”Nuuksio majoitus” sekä ”Nuuksio ulkoilu”. Lähteiden luotettavuus varmistettiin käyttämällä ainoastaan yritysten omia internetsivuja.

Net scoutingin avulla löytyi monia Nuuksiossa toimivia yrityksiä, jotka tarjoavat erilaisia luontoaiheisia elämys- ja aktiviteettipalveluita. Menetelmän avulla löytyi muun muassa Forest & Mountain Adventures, Haltia sekä Nuuksion yrittäjien yhteinen Nuuksio Resort -palvelu. Net scoutingin avulla löytyi myös tietoa Nuuksiossa järjestetyistä tapahtumista talvikausilla, jotka auttoivat Nuuksiossa järjestettävän talvitapahtuman ideointiprosessissa. Net scoutingin avulla löydettiin myös tapahtumia, joita järjestetään kevään aikana. Näin saatiin selville muiden tapahtumien ajankohtia. Nuuksion talvitapahtuman ajankohta valittiin niin, ettei se mene päällekkäin muiden yleisötapahtumien kanssa.

4.2 Tutkimusvaihe

Palvelumuotoiluprosessin tutkimusvaihe alkaa tutustumalla palvelun loppukäyttäjii eli asiakaskäyttäjii. Tätä varten on kehitettävä asiakasymmärrystä. Asiakasymmärryksellä tarkoitetaan ymmärrystä asiakasryhmän odotuksista, arvoista, tavoitteista ja tarpeista. Asiakasymmärryk-

sen tutkiminen on tärkeää palvelua suunniteltaessa, jotta palvelu saadaan vastaamaan asiakkaiden tarpeita ja toiveita. Palvelu menestyy markkinoilla varmemmin, jos palvelun tuottaja ymmärtää asiakasryhmänsä tavoitteet, toiveet ja tarpeet. (Tuulaniemi 2013, 142.)

Tutkimusvaiheessa perehdytään asiakasryhmään erilaisin tutkimusmenetelmin. Tavoitteena on saada selville mitä asiakkaat, eli palvelun käyttäjät, tarvitsevat ja odottavat palvelulta. Tutkimusmenetelmät valitaan palvelun tavoitteiden perusteella: kuinka saatua tutkimustietoa voidaan hyödyntää palvelun suunnittelussa. (Tuulaniemi 2013, 142.)

Tässä luvussa syvennytään asiakasymmärryksen tutkimiseen. Menetelminä käytettiin kyselytutkimusta sekä haastattelua, joiden avulla asiakkaiden toiveita ja tarpeita Nuuksiossa järjestettävään talvitapahtumaan kartoitettiin. Tutkimuksen pohjalta luotiin asiakasprofiilit, joita käytettiin apuna tapahtuman ideoinnissa.

4.2.1 Kyselytutkimus

Kyselytutkimus suoritetaan usein suurelle joukolle ihmisiä ja sen johdosta kyselytutkimuksella voidaan saavuttaa kattava tutkimusaineisto. Usein kyselystä saatavaa aineistoa kuvataan määrällisesti, mutta sitä on mahdollista myös kuvata ja analysoida laadullisesti. Vaikka kysely on usein helppo ja nopea tutkimusmenetelmä, on sillä myös heikkoja puolia: saatu tieto voi olla pinnallista ja kyselyyn vastanneet henkilöt eivät ehkä olleet tosissaan kyselyä täyttäessä. Kyselyn heikkouksia voi olla myös kysymysten ja vaihtoehtojen asettelu sekä kyselyyn vastanneiden tieto aiheesta. Kysely voidaan toteuttaa postitse, internetissä, puhelimitse tai kasvotusten. (Ojasalo ym. 2014, 121 - 122.)

Nuukсион talvitapahtuman asiakasymmärryksen kartoittamiseksi laadittiin ilmaisella Google Forms -internetpalvelulla kyselylomake. Kyselyn tavoitteena oli saada selville Nuukсион houkuttelevuutta talvikaudella sekä kiinnostavuutta mahdolliseen talvitapahtumaan Nuuksiossa. Kyselyssä käytettiin sekä suljettuja että avoimia kysymyksiä. Kyselyn kohderyhmää ei määritely tarkasti etukäteen, sillä vastauksia haluttiin mahdollisimman monipuolisesti. Kysely testattiin etukäteen lähettämällä se viidelle henkilölle.

Kyselyn testaamisen jälkeen kyselyn esittelyä ja muutamia kysymyksiä tarkennettiin. Kyselyn ensimmäisessä versiossa vastaajan oletettiin tietävän mikä Nuukσιο on ja missä se sijaitsee. Korjatussa versiossa Nuukσιο esiteltiin lyhyesti kyselyn esittelyssä. Korjattuun versioon lisättiin myös tapahtumavaihtoehtoja kysymykseen 23, jossa kysyttiin tapahtumista, jotka saisivat asiakkaan Nuuksioon talvella.

Lomakkeesta luotiin linkki, jota jaettiin sosiaalisessa mediassa, pikaviestipalvelimissa sekä Laurea-ammattikorkeakoulun opiskelijaintra Linkissä. Kysely oli aktiivinen kahden viikon ajan

4.10.2018 - 18.10.2018. Kyselyyn saatiin yhteensä 152 vastausta. Kyselylomake löytyy liitteestä 1.

Kyselylomakkeen ensimmäisessä osiossa tiedusteltiin vastaajien ikää, asuinpaikkakuntaa, onko käynyt Nuuksiossa ja mitä on mahdollisesti tehnyt siellä. Lomakkeen toisessa osiossa vastaajilta tiedusteltiin, onko käynyt talvikaudella Nuuksiossa, ja mitä silloin on siellä tehnyt. Samassa osiossa kysyttiin mitä mahdollisesti toivoisi Nuuksioon talvikaudelle. Kolmannessa osiossa selvitettiin yleistä tyytyväisyyttä Nuuksion palveluista ja saapumisesta Nuuksioon julkisilla ja omalla autolla. Viimeisessä osiossa selvitettiin kiinnostusta osallistua talvella järjestettävään tapahtumaan Nuuksion alueella, ja minkä tyylinen tapahtuma houkuttelisi vastaajan paikalle. Kyselyssä käytettiin sekä monivalintakysymyksiä että avoimia kysymyksiä.

Kyselyn sulkeuduttua vastaukset analysoitiin Excelin avulla. Monivalintakysymysten vastauksista laskettiin prosenttiluvut, jotta tulosten vertailu keskenään olisi selkeämpää. Avoimien kysymysten vastauksia vertailtiin yhtäläisyyksien ja eroavaisuuksien perusteella.

Ensin vastaukset jaoteltiin sen mukaan, oliko kyselyyn vastaaja käynyt Nuuksiossa. Tämän jälkeen vastaukset ryhmiteltiin samankaltaisten vastausten mukaan Excel-taulukkoon. Vastaukset ryhmiteltiin myös iän mukaan.

Google Forms -palvelussa oli nähtävillä erilaisia valmiiksi vastauksista luotuja taulukoita, joita hyödynnettiin vastauksia analysoitaessa. Valmiissa taulukoissa oli nähtävissä esimerkiksi ikä- ja asuinpaikkakunta, jotka auttoivat vastausten analysoinnissa. Kuvioihin oli selkeästi merkitty vastausten prosenttijakauma.

Kyselytutkimuksesta saadut tiedot koettiin luotettaviksi. Kyselyssä olisi kuitenkin voinut olla vähemmän ja tarkemmin muotoiltuja kysymyksiä, jotta vastausten analysointi olisi ollut tehokkaampaa. Vaikka kysely testattiin ennen sen julkaisua, muutama kysymys jäi vastausten perusteella osalle vastaajista epäselväksi. Google Forms -palvelu koettiin toimivaksi vastaus-tulosten visualisoinnin takia.

Kyselyyn vastasi 152 henkilöä, joista yhden vastaajan lomake jouduttiin hylkäämään asiattomuuksien vuoksi. Kyselyyn vastanneista suurin osa (71 %) oli käynyt aiemmin Nuuksiossa. Nuuksiossa käyneistä kolmannes (33 %) asuu Helsingissä, viidennes (26 %) Espoossa ja muut jakautuivat tasaisesti Vantaalle, kehyskuntiin sekä muualle Suomeen. Kyselyn perusteella suurin osa on käynyt Nuuksiossa yhdestä viiteen kertaan pääosin ystävien kanssa kesäisin ja syksyisin.

Vastaajista suurin osa (70 %) oli alle 30-vuotiaita ja vanhin vastaaja oli 86-vuotias. Vastausten perusteella Nuuksiossa ”lenkkeillään, syödään eväitä ja nautitaan luonnosta”. Nuuksiossa

myös vaelletaan, järjestetään partiotapahtumia ja mökkeillään. He, jotka eivät olleet käyneet Nuuksiossa ollenkaan (29 %), kertoivat syyksi liian pitkän välimatkan ja sen, ”ettei vain ole tultu käytyä”.

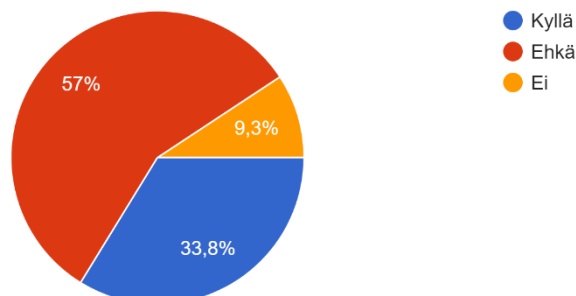
Vain 40 vastaajaa (26 %) oli käynyt Nuuksiossa talvikaudella. Vastausten perusteella talvella Nuuksiossa pääsääntöisesti patikoidaan, lenkkeillään, hiihdetään ja paistetaan makkaraa. Talvikaudelle vastaajat toivoivat luontoon yleisesti paremmin huollettuja ulkoilureittejä ja ajoiteita, saunaa sekä retkitupia yöpymistä varten. Nuuksioon toivottiin talvella myös erilaisia aktiviteetteja, kuten laavuretkä, joulupolkua ja nuotioiltoja. Kyselyn perusteella Nuuksioon saavuttaisiin talvella hyvän sään ja hyvän tapahtuman takia, jos kulkuyhteydet julkisilla liikennevälineillä ovat hyvät. Myös ”selkeämpi ja houkuttelevampi markkinointi monipuolisista aktiviteeteista” saisi saapumaan Nuuksioon useammin talvikaudella.

Nuuksioon saavutaan tavallisesti autolla (87 %). Julkisia kulkuvälineitä käytetään harvemmin. Vastauksista ilmeni, että osa saapuu Nuuksioon myös hiihtäen tai pyöräillen. Vastausten mukaan autolla Nuuksioon saavutettavuuteen oltiin tyytyväisiä: 46 % valitsi vastausvaihtoehdon 4 kysyttäessä tyytyväisyyttä asteikolla 1-5. Kyselystä selvisi, että vaikka paikalle oli suhteellisen helppoa saapua autolla, oli parkkipaikkojen löytyminen ruuhkaisina päivinä mahdotonta: ”Itse koen hankalaksi löytää paikkoja jonne auton voisi parkkeerata käynnin ajaksi”. Nuuksioon toivottiinkin parkkialueiden parannusta. Julkiseen liikenteeseen oltiin vähemmän tyytyväisiä. Vastaajista 47 % valitsivat asteen 3 asteikolla 1-5 tyytyväisyydestä kysyttäessä. Monet toivoivat parannuksia julkiseen liikenteeseen esimerkiksi tihentämällä bussivuoroja. Julkisen liikenteen pysäkit ovat kyselyn mukaan liian kaukana Nuuksion ulkoilureiteistä ja luontotuvista: ”Tulisi käytyä ehkä useammin, mikäli julkiset tai joku muu edullinen kuljetus toisivat lähemmäksi Haukilammen majaa.”

Jopa 91 prosenttia vastaajista olivat kiinnostuneita osallistumaan Nuuksiossa järjestettävään seikkailulliseen talviaktiviteetteja sisältävään talvitapahtumaan (Kuvio 5). Tähän laskettiin sekä kyllä-vastaukset että ehkä-vastaukset. Tapahtumaan toivottiin esiintyjä, nuotiopaikkoja ja ruoan ostomahdollisuutta, palkintojen jakoa sekä mahdollisuuksia kokeilla uusia aktiviteetteja. Tapahtuman tulisi olla hauska, ja lasten ja aikuisten ohjelmat tulisi aikatauluttaa erikseen: ”Mielestäni yhteiskuntamme kaipaisi muutenkin enemmän tapahtumia myös muillekin kuin vain lapsiperheille, ilman että mukaan liitettäisiin aina alkoholi.” Talviseen tapahtumaan toivottiin helppoa saavutettavuutta julkisella liikenteellä, ”rentoa meininkiä” sekä ”fiksua aikataulutusta, noin puolesta päivästä eteen päin, että pienetkin pääsee paikalle”.

Jos Nuuksiossa järjestettäisiin talvitapahtuma, niin olisitko kiinnostunut osallistumaan siihen?

151 vastausta



Kuvio 5: Kuinka moni vastanneista olisi valmis osallistumaan Nuuksion talvitapahtumaan (n=151)

Kyselytutkimuksen tavoite täyttyi, sillä kyselyyn saatiin monia monipuolisia vastauksia, joilla pystyttiin kartoittamaan Nuuksion houkuttelevuutta talvikaudella sekä kiinnostuneisuutta mahdolliseen talvitapahtumaan. Kyselystä selvisi potentiaalisten asiakkaiden toiveita mahdolliselle talvitapahtumalle ja siitä saatiin kehitysideoita Nuuksion saavutettavuuteen talvella. Koska kyselyyn vastasi monia eri kohderyhmien edustajia, oli kyselyn vastauksista mahdollista luoda erilaisia profiileja, joista kerrotaan enemmän kappaleessa 4.2.3. Kyselyn tuloksia käytettiin profiloinnin lisäksi Nuuksion talvitapahtuman ideoinnissa.

4.2.2 Haastattelu

Haastattelu on tutkimusmenetelmä, jonka avulla saadaan syvempää tietoa yksittäiseltä henkilöltä. Haastattelua ei suositella käytettävän ainoana tutkimusmenetelmänä, sillä muut tutkimusmenetelmät usein tukevat toisiaan. Haastattelu voi olla strukturoitu, puolistrukturoitu tai avoin. (Ojasalo ym. 2014, 106 - 107.) Haastattelun etuna pidetään sitä, että se on tiedonkeruumenetelmänä joustavampi kuin moni muu menetelmä. Haastattelussa kysymysten järjestystä on mahdollista vaihtaa haastattelun edetessä tai kysyä lisäkysymyksiä haastateltavalta vastausten perusteella. (Hirsjärvi ym. 2013, 205.)

Haastattelua käytettiin kartoittaessa kohderyhmän toiveita ja tarpeita. Haastattelumuotona käytettiin puolistrukturoitua puhelinhaastattelua, jossa soitettiin neljälle kohderyhmään kuuluvalle 10-56 vuotiaille henkilölle. Haastattelun vastaukset kirjoitettiin haastatteluhetkellä muistiin paperille, eikä haastatteluja äänitetty. Haastatteluvastaukset analysoitiin vertaile-

malla vastauksia keskenään kirjoitettujen muistiinpanojen avulla. Vastauksista etsittiin yhteisyyksiä ja eroavaisuuksia. Huomiota kiinnitettiin erityisesti eri ikäryhmien toiveisiin ja tarpeisiin.

Haastateltavat henkilöt olivat opinnäytetyön tekijöiden lähipiiriin kuuluvia henkilöitä, jotka osoittivat kiinnostusta tapahtumaa kohtaan ja halusivat kertoa omista tarpeista ja toiveistaan enemmän. Kysymykset oli laadittu valmiiksi ja niitä sovellettiin haastattelun edetessä. Haastatelluilta kysyttiin muun muassa toiveista liittyen Nuuksiossa järjestettävään talvitapahtumaan, tapahtuman välttämättömyksistä sekä tapahtumaan saapumisesta. Kysymykset löytyvät kokonaisuudessaan liitteestä 2.

Nuorin haastatelluista, 10-vuotias tyttö, oli haastatteluhetkellä lähdössä koulusta kotiin, ja kysyi haastattelussa myös saman ikäisten ystäviensä mielipiteitä. Lapset kertoivat haluavansa talvitapahtumaan talvisia leikkejä ja pulkkamäen. Myös jännitystä ja luontoaiheisia tehtäviä kaivattiin. Lapsille oli tärkeää, että tapahtumasta saa pillimehua, lämmintä kaakaota ja makkaraa. He toivoivat myös eläimiä tapahtuma-alueelle. Lapset eivät osanneet kertoa, mikä heille olisi tapahtumassa välttämätöntä.

Haastateltaviin kuului noin 2-vuotiaan lapsen äiti, joka kertoi sen ikäisten lasten tarpeista ja tapahtuman kannalta välttämättömistä tekijöistä. Haastattelussa selvisi 1-2 -vuotiaiden nauttivan satutuokioista ja pulkka-ajeluista. He tarvitsevat myös hyvät tilat vaipanvaihdolle ja syöttämiselle. Perheen äiti ei itse kaivannut tapahtumaan kahvittelumahdollisuuden ja kivi-istumapaikkojen lisäksi muuta. Haastateltava saapuisi tapahtumaan mielellään omalla autolla, ja toivoi parkkipaikan olevan lähellä tapahtumapaikkaa.

44- ja 56-vuotiaat aikuiset jakoivat hyvin samankaltaiset mielipiteet. He halusivat tapahtumaan lumikengillä kävelyä sekä retkiluistelumahdollisuutta. Kumpikaan haastatelluista ei halunnut paikalle esiintyjä, ainoastaan rentoa talvista tekemistä ja nuotion, jossa voi paistaa omia makkaroita. Toiveena oli myös, että tapahtumaan voisi tulla omalla autolla, ja että tapahtuman ajankohta olisi valoisaan aikaan.

Yhteenvedon haastatteluista voidaan todeta, että aikuisille suunnattuun tapahtumaan kaivataan kotaa tai muuta lämmittelypaikkaa, jossa voi istua ja paistaa omia eväitä. Haastatellut kertoivat myös tarvitsevänsä talvitapahtumaan rentoja aktiviteetteja, joita voi suorittaa omassa tahdissa, sekä lämmintä juotavaa. Haastatelluille oli tärkeää, että tapahtuma järjestetään joko valoisan aikaan tai pimeään aikaan niin, että metsäalue on hyvin valaistu. Parkkipaikkojen riittävyys ja läheisyys tapahtumapaikalle koettiin tärkeäksi. Esiintyjä ei tapahtumaan kaivattu.

4.2.3 Profiilit

Kyselytutkimuksen ja haastatteluiden tuloksia analysoimalla voidaan jakaa vastaajat erilaisiin asiakasprofiileihin. Asiakasprofiileilla kuvataan tutkimustiedon tuloksia kuvitteellisten asiakkaiden kautta. Asiakasprofiileissa samankaltaiset tavoitteet ja toimintamallit liitetään profiileihin, jotka kuvaavat tietyn ryhmän piirteitä. Asiakasprofiilien avulla voi alkaa ideoida palveluideoita eri profiileille miettien heidän toiveitaan, tarpeitaan ja toimintamallejaan. (Tuulaniemi 2013, 154 - 155.) Profiileja kuvataan yleensä visuaalisesti, ja kuvitteelliselle asiakkaalle annetaan motiivien ja toimintamallien lisäksi kasvot, nimi, ikä ja motto (Ojasalo ym. 2014, 77).

Kyselytutkimuksen ja haastatteluiden analysoinnin jälkeen laadittiin profiilit, joista jokainen kuvaa eri kohderyhmää. Samankaltaiset vastaukset kerättiin sähköisesti yhteen Excel-tiedostoon, ja kerättyjen vastausten perusteella oli mahdollista luoda viisi eri profiilia. Profiilit muodostuivat selkeästi, sillä kyselytutkimuksen ja haastattelun vastauksista löytyi samankaltaisuuksia.

Profiilit nimettiin mahdollisimman kuvaavasti, jotta pelkän nimen nähtyään voi jo saada kuvan millainen profiili on kyseessä. Profiileiksi muodostuivat Anna Aktiivinen, Jaakko Juhlija, Nelli Nuori, Paula Perheellinen ja Urho Ulkoilija. Toimeksiantajan kanssa yhdessä päätettiin, että Annan, Nellin ja Paulan profiilit toimisivat Nuuksion talvitapahtumakonseptin pääkohde-ryhminä. Toimeksiantaja koki näiden profiilien sopivan toimeksiantajayrityksen tämänhetkiseen kohderyhmään parhaiten. Tapahtuma on kuitenkin suunniteltu niin, että Jaakko Juhlija ja Urho Ulkoilijakin voivat nauttia siitä. Annan, Nellin ja Paulan profiilit ovat Kuvio 6, Kuvio 7 ja Kuvio 8. Profiilit ovat kuvioiden lisäksi kuvattu sanallisesti kuvioiden alapuolella.

Anna Aktiivinen, 23

Profiilin kuvaus
 Anna on seikkailunhaluinen opiskelija, joka käy opintojen ohella osa-aikatoissa. Annalle on tärkeää ystävien seura, hyvä ruoka ja mahdollisuus päästä toteuttamaan itseään.

Anna on käynyt Nuuksiossa muutaman kerran retkeilemässä ystävien kanssa. Anna tulisi Nuuksiossa järjestettävään tapahtumaan, jos kulkuyhteydet ovat hyvät ja markkinointi hänelle kohdennettua.

Profiilille tyypillistä ja turhaumat
 Seikkailullinen, seurallinen, energinen. Turhautuu tylsissä tapahtumissa, jossa ei pääse itse osallistumaan. Haluaa tapahtumissa kokeilla uusia aktiviteetteja ja saada uusia kokemuksia.



Profiilin painotukset

Epäsosiaalinen	←		→	Sosiaalinen
Tuttuun turvautuva	←		→	Seikkailullinen
Laiska	←		→	Aktiivinen
Kaikki valmiina	←		→	Omatoiminen

Asiakaskokemuksen keskeiset rakennuspaikat

Markkinointi Hyvä julkinen liikenne Opettavainen ohjelma Hyvä sää Saunamahdollisuus	Helpot, hoidetut reitit Hyvä ruoka grillistä Kasvisruoka Wc-palvelut Uuden kokeminen
---	--

Kuvio 6: Anna Aktiivinen

Anna Aktiivinen (Kuvio 6) on seikkailunhaluinen, aktiivinen ja omatoiminen opiskelija, jolle tapahtumissa on ensisijaisen tärkeää niiden markkinointi. Anna haluaa saada tiedon tapahtumasta ajoissa ja mahdollisesti nähdä useita mainoksia eri paikoissa. Tapahtumassa itsessään tulee olla mahdollisuus seikkailla ystävien kanssa ja mahdollisen ohjelman tulee opettaa jotain uutta. Anna haluaa ostaa paikan päältä kasvisruokaa ja nauttia siitä seikkailun päätteeksi ystäviensä seurassa.

Nelli Nuori, 19

Profiilin kuvaus
Nelli on lukiolainen, joka asuu Keski-Suomessa. Nelli on seikkailua kaipaava henkilö, joka kaipaava hyviä peruspalveluita. Nellille on tärkeää perhe, lemmikit ja ystävät.

Nelli ei ole koskaan käynyt Nuuksiossa. Hän saattaisi osallistua Nuuksiossa järjestettävään talvitapahtumaan, jos markkinointi olisi tarpeeksi kiinnostavaa ja jos hän pääsisi paikalle vanhempiensa autolla.

Profiilille tyypillistä ja turhaumat
Seikkailullinen, perheen tärkeys, eläimet. Nelli turhautuu tapahtumista, jotka ovat liian ohjelmallisia tai liian ohjattuja. Hän haluaa saada hyvää ruokaa, jota ei tarvitse itse valmistaa. Kuuma kaakao on Nellin lempijuoma. Nelli pitää enemmän yhden päivän tapahtumista kuin monen päivän tapahtumista.



Profiilin painotukset

Epäsosiaalinen	←—————▲————→	Sosiaalinen
Tuttuun turvautuva	←—————▲————→	Seikkailullinen
Laiska	←—————▲————→	Aktiivinen
Kaikki valmiina	←—————▲————→	Omatoiminen

Asiakaskokemuksen keskeiset rakennuspaikat

Hyvät peruspalvelut Paljon tehtävää Hevosia, koina Hauskat aktiviteetit Leikkimielinen kilpailu Vanhempien auto	Ei lapsia Polkuja Ruokaa, kaakaota Esiintyjä Tehokas markkinointi Ystävät, perhe
--	---

Kuvio 7: Nelli Nuori

Nelli Nuori (Kuvio 7) on Keski-Suomessa asuva sosiaalinen, seikkailullinen ja aktiivinen nuori, jolle tärkeää tapahtumassa on monipuoliset aktiviteetit, hyvä ruoka ja mahdollisuus pitää hauskaa ystävien kanssa. Nelli haluaa tapahtumaan eläimiä ja leikkimielisen kilpailun. Nelli kulkee Nuuksioon vanhempiensa autolla, joten parkkipaikkojen saatavuus on tärkeää Nellille. Koska Nelli ei ole koskaan käynyt Nuuksiossa, hän tarvitsisi itselleen kohdennettua houkuttelevaa markkinointia ja mahdollisuuden tulla paikalle autolla.



Kuvio 8: Paula Perheellinen

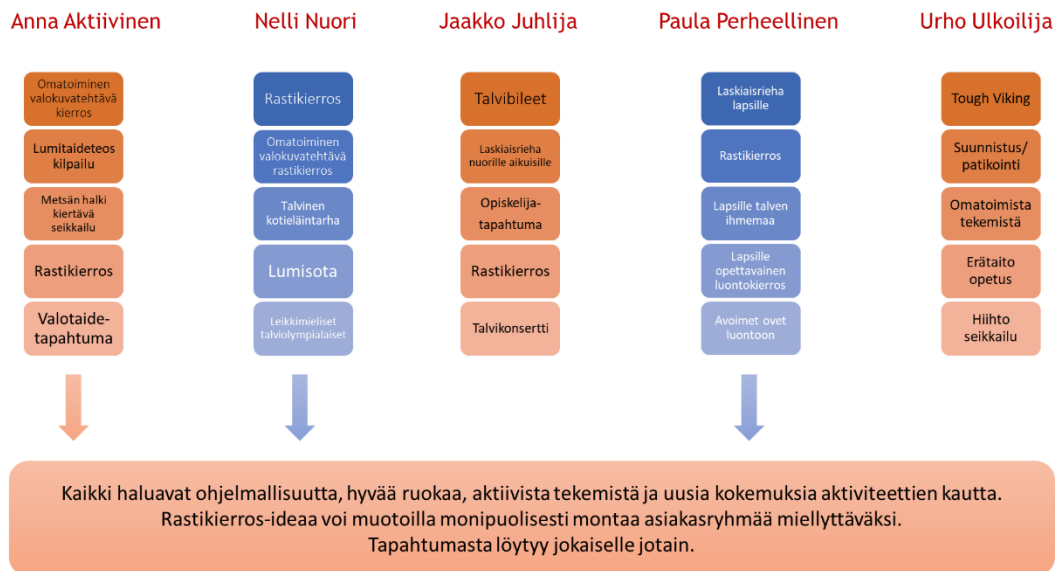
Paula Perheellisen profiili (Kuvio 8) kuvaa pääkaupunkiseudulla asuvaa kolmen lapsen äitiä, jolle tapahtumassa tärkeintä on se, että lapsilla on hauskaa. Paula tarvitsee lapsilleen aktiviteetteja ja hyvää ruokaa. Hän on itse tyytyväinen kahvikupilliseen ja hyviin wc-tiloihin, joissa voi hoitaa myös lasten tarpeet. Paula on kiinnostunut osallistumaan koko perheelle suunnattuun tapahtumaan Nuuksiossa, jos sinne pääsee saapumaan omalla autolla.

Kaksi muuta profiilia ovat Jaakko Juhlija sekä Urho Ulkoilija. Jaakko Juhlija on nuori ja energinen henkilö, joka kaipaa tapahtumissa mahdollisuutta tutustua uusiin ihmisiin. Jaakolle on tärkeää tapahtumassa musiikki, ystävät, hyvä ruoka ja aktiivinen ohjelma. Hyvät julkiset kulkuyhteydet, alkoholi ja jatkopaikkamahdollisuus houkuttelevat Jaakon tapahtumiin.

Urho Ulkoilija on jo iäkkäämpi ihminen, joka nauttii ulkoilusta säässä kuin säässä. Hänelle on tärkeää saada tehdä aktiviteetteja omassa rauhassa. Urho ei pidä ohjailusta tai määräilystä. Urho ei välitä suurista väkijoukoista tai itkevistä lapsista, eikä siksi osallistu usein tapahtumiin. Kun Urho osallistuu tapahtumiin, ovat ne ilmapiiriltään rentoja tapahtumia, joissa saa osallistua omassa tahdissa monipuolisesti erilaisiin aktiviteetteihin tai vain katsella sivusta. Jaakon ja Urhon profiilit eivät sopineet tapahtuman kohderyhmään, sillä heidän toiveitaan ja tarpeitaan ei voida tapahtuman luonteen vuoksi toteuttaa. Jaakko Juhlijaa ja Urho Ulkoilijaa ei nähty kannattavina asiakkaina yrityksen kannalta.

4.2.4 Tapahtuman ideointi asiakasymmärryksen pohjalta

Profiloinnin jälkeen ideoinnissa hyödynnettiin miellekartta-menetelmää, jonka avulla kehitettiin jokaiseen profiiliin omat tapahtumaideat, jotka vastaavat asiakasprofiilin tarpeita, toiveita ja tavoitteita (Kuvio 9). Miellekarttaan on kerätty erilaisia tapahtumaideoita jokaiselle profiilille, ja kohderyhmäksi valittujen profiilien tapahtumaideoita verrattiin lopuksi keskenään.



Kuvio 9: Tapahtumaideoiden vertailua profiilien pohjalta

Tapahtumaideoista nousi esiin muutama, jotka esiintyivät lähes jokaisen profiilin taulukossa. Näitä vertaillen huomioitiin erityisesti yritykseltä tulleet tavoitteet ja tarpeet tapahtumalle: luonnonläheisyys ja yrityksen näkyvyys tapahtumassa. Vertailun tuloksena löytyi yksi tapahtumaidea, jonka kohdalla kaikki vaaditut asiat täyttyivät: seikkailullisia rastikierroksia Haukkalammen luontopoluilla yhdistettynä kahvion edessä tapahtuviin pienempiin aktiviteetteihin. Rastikierroksia ideoitiin kolme: Lapsille suunnatut Merirosvoikeijun mysteeri ja Metsän henki -kierros sekä aikuisille suunnattu Murhamysteeri. Rastikierroksista ja aktiviteeteista kerrotaan enemmän luvuissa 4.3.3 ja 4.3.4.

4.2.5 Havainnointi

Havainnointi on tutkimusmenetelmä, jossa tutkittavaa asiaa tai ilmiötä tarkkaillaan systemaattisesti. Havainnointia voidaan käyttää eri ilmiöiden, ihmisten, esineiden tai ympäristön tarkkailuun. Havainnointi on järjestelmällistä, ja tutkijan on määritettävä tarkasti etukäteen, mitä asioita hän kohteessa havainnoi. Havainnointia tehdessä tulokset tulisi merkitä muistiin

mahdollisimman nopeasti esimerkiksi lomaketta täyttämällä tai valokuvaamalla tilanteita. (Ojasalo ym. 2014, 114 - 115.)

Nuksion Haukkalammelle suoritettiin esihavainnointi 22.10.2018 sekä varsinainen havainnointi 5.11.2018. Esihavainnoinnin tarkoituksena oli tutustua toimintaympäristöön tarkemmin ja saada tietoa alueesta tapahtumapaikkana. Havainnoidessa tarkkailtiin tapahtumaympäristön kokoa ja reittejä, joita voidaan hyödyntää tapahtuman ideoinnissa ja suunnittelussa. Esihavainnointikerta kesti noin kaksi tuntia, ja Cafe Silvan ympäristöä dokumentoitiin valokuvoin. Luontopoluille ei lähdetty tällä kerralla.

Kuviossa 10 on kuva Haukkalammen edustalta olevalta saarelta, jossa käytiin esihavainnoinnin aikana. Saarella oli monia pieniä polkuja, joita voisi hyödyntää tapahtumassa. Saarella oli myös levähdyspaikka aukiolla. Aukiolle olisi mahdollista kehittää tapahtumaa varten esimerkiksi erilaisia aktiviteetteja.



Kuvio 10: Kuva Nuksion Haukkalammen levähdyspaikalta

Varsinainen havainnointikerta oli strukturoitu. Havainnointia varten laadittiin taulukkomuotoinen havainnointisuunnitelma, jota täytettiin kohteessa (Taulukko 1). Havainnointisuunnitelmassa otettiin huomioon julkisten kulkuneuvojen käyttäminen ja sen tuomat haasteet, rastierosten pituus sekä reittien soveltuvuus tapahtuman kohderyhmille. Suunnitelmassa huomiointiin myös tapahtumaan saapuminen omalla autolla. Havainnointisuunnitelmaa täytettiin paikan päällä Nuksiossa tyhjään taulukkoon. Havainnoinnin tulokset kirjoitettiin havainnoinnin jälkeen sähköiseen muotoon.

Havainnointi kesti Nuksiossa noin kaksi tuntia. Havainnointipaikalle Nuksion Haukkalammelle saapumiseen meni bussilla Espoon Leppävaarasta noin puolitoista tuntia. Takaisin päin

kuljettiin bussilla ja junalla Nuuksiosta Espoon keskuksen kautta Leppävaaraan. Matka-aika piteni kymmenellä minuutilla.

Havainnoinnin kohde	Tulokset
Matka julkisilla kulkuneuvolla Haukkalammelle	<p>Kaksi mahdollista reittiä julkisilla kulkuneuvoilla (bussilla) Espoosta Haukkalammelle: 1,5 h Leppävaaran keskustasta Siikajärvelle. Kävelyä mäkisessä maastossa Haukkalammelle 3 km. Matka on kävellen pitkä ja fyysisesti rasittava. Talvella vaarana liukkaus.</p> <p>Poistuttaessa testattiin toista reittiä → bussilla Espoon keskuksen. Kävelyä Haukkalammelta pysäkillä n. 2,5 km autotien viera. Talvella luultavasti parempi vaihtoehto, sillä tie bussipysäkillä on tasainen autotie.</p>
Rastikierrosten pituus ja aika	<p>Merirosvokeijun rastirata: Punarinnankierros 2,4 km - pitkä ja raskas. Vaihdetaan reitti → Haukanholman tulipaikalle vievä kierros 0,4 km - pituudeltaan lyhyt eikä kerkeä väsymään. Reitti oli maastoltaan tasaista eikä tiellä ollut vaaraa aiheuttavia tekijöitä, kuten kaatuneita puita. Reitin kesto noin 1h rasteineen.</p> <p>Murharata: Cafe Silvan edustalla sijaitseva saari, joka on pieni ja soveltuu havainnoinnin mukaan ratkaisutyyppisen radan toteuttamiseen. Rastikierroksen kesto noin 30-45min.</p>
Ennalta suunniteltujen rastien soveltuvuus reiteille	<p>Haukanholman kierroksella rastien etäisyys toisiinsa nähden oli lyhyt ja rastit saadaan piilotettua niin, ettei edelliseltä rastilta näe seuraavalle rastille.</p> <p>Cafe Silvan edustalla olevalle saarelle saadaan rasteja sijoitettua erilleen toisistaan, sillä saarella pieniä aukioita piilossa. Pienet polut vievät aukioille.</p>
Reittien soveltuvuus kohdeyleisölle	<p>Uudet reitit eivät ole vaativia, ovat turvallisia. Lasten radan varrelle mahdollisuus tehdä muun muassa este-rata ja pulkkamäki.</p> <p>Saari on somistettavissa.</p>
Parkkialueiden kartoitus	<p>Lähimmät parkkipaikat 0,4 km päässä, paikkoja ajoneuvoille noin 150. Parkkipaikkoja yhteensä 2. Bussilla kääntömahdollisuus.</p>

Taulukko 1: Havainnointisuunnitelma ja tulokset Nuuksion Haukkalammelle

mukaan Haukanholman reitti on turvallisempi ja pituudeltaan sopivampi lapsia ajatellen. Reitillä oli selvästi merkityt opasteet.



Kuvio 12: Haukanholman opaste

Havainnoinnissa selvisi myös Haukkalammelle saapumisen ongelmat. Julkisilla saapuessa Haukkalammelle vievät reitit lähimmiltä bussipysäkeiltä olivat vaarallisia kapeiden polkujen ja irtokivien vuoksi, sekä rankkoja jyrkkien mäkien ja mahdollisten talvisten sääolosuhteiden vuoksi. Kuten jo kyselytutkimuksen pohjalta tiedettiin, olivat matkat pysäkeiltä Haukkalammelle pitkät, eikä havainnoinnin perusteella niiden jälkeen jaksaisi osallistua liikunnalliseen tapahtumaan. Matkaa kahdelta lähimmältä bussipysäkiltä Haukkalammelle oli noin 3 km (Kuvio 13). Molemmat reitit olivat selkeästi opastettuja. Havainnoinnissa todettiin, että paras tapa saapua paikalle on omalla autolla tai tapahtumaa varten varatulla bussilla, joka kulkisi esimerkiksi väliä Kiasma-Haukkalampi.

Kesällä 2018 Kiasmalta Haukkalammelle järjestettiin sukulabussikytejä Perille asti -hankkeen avulla, jonka tavoitteena on parantaa Pääkaupunkiseudun liikkuvuutta julkisilla kulku-
neuvoilla (Visit Espoo 2018). Opinnäytetyön tekijät ottivat yhteyttä Espoon kaupungin Perille asti -hankkeen yhteyshenkilöön, ja häneltä kysyttiin muun muassa sukulabussin käyttöasteista sekä mahdollisuudesta sukulabussiin myös talvikaudelle. Perille asti -hankkeen yhteyshenkilö ei kuitenkaan vastannut sähköpostikyselyyn. Sukulabussilla olisi voitu mahdollisesti parantaa julkista liikennettä Haltiaan ja Haukkalammelle myös talvisin.



Kuvio 13: Opaste Siikarannan bussipysäkiltä Haukkalammelle

Havainnoitaessa kiinnitettiin huomiota myös parkkipaikkoihin. Lähimmät parkkipaikat sijaitsevat noin 400 metrin päästä Haukkalammelta. Parkkipaikkoja on kaksi, ja niissä on yhteensä tilaa noin 150 ajoneuvolle. Esihavainnointikerralla huomattiin, että parkkipaikat täyttyvät nopeasti viikonloppuisin ja tapahtuman aikana. Talvitapahtuman aikana parkkipaikkoja ei todennäköisesti ole tarpeeksi. Myös tämän takia olisi suotavaa, jos tapahtumaa varten saataisiin yhteinen bussikuljetus ja asiakkaita suositeltaisiin käyttämään sitä oman auton sijaan.

4.3 Suunnitteluvaihe

Suunnitteluvaiheessa aloitetaan palvelun ideointi. Ideoitaessa kehitetään monia erilaisia ideoita kehittämiskohteessa olevan asian mahdollisten ongelmien ratkaisemiseksi. Ideointivaiheessa ei ole tärkeää, kuinka toteutettavia ideat ovat, vaan tärkeää on kehittää paljon ide-

oita. Ideoinnin alkuvaiheessa ideoita luodaan paljon, ja ideointiprosessin jatkuessa ideoita yhdistetään ja karsitaan. Ideoita yhdistelemällä voidaan luoda toteutettavissa oleva ratkaisu ongelmaan. Ideointimenetelmiä on monia erilaisia. (Tuulaniemi 2013, 182 - 183.)

Tutkimuksista saatuja tuloksia käytettiin apuna talvitapahtuman ideoinnissa esimerkiksi tapahtuman aktiviteettien ja tapahtuma-alueen suunnittelussa. Ideoitaessa pohdittiin, kuinka asiakasprofiilien tarpeita ja toiveita tapahtumassa huomioitaisiin ja mikä tapahtuman nimeksi annettaisiin. Suunnitteluvaiheessa ideoitiin tapahtuman aktiviteetteja, aikataulutusta sekä pohdittiin tapahtuman kuvausta. Tapahtuma-aluetta suunniteltaessa hyödynnettiin havainnoinnin tuloksia ja alueelta otettuja valokuvia. Niiden avulla aktiviteettipisteitä, ruokailupaikkoja ja kulkuväyliä voitiin sijoittaa Haukkalammen ympäristöön. Suunnitteluvaiheessa tutkimusmenetelmänä käytettiin benchmarkingia, joka suoritettiin Seurasaaren Joulupolulla joulukuussa 2018.

Tapahtumaa ideoitaessa pohdittiin sitä, kuinka tapahtumaan saataisiin mukaan Natura Vivan tarjoamat talviaktiviteetit, seikkailullista ja hauskaa tekemistä sekä lapsiperheille että aikuisille, ja kuinka tapahtumassa järjestettäisiin ruokailu. Tapahtuman keskipisteenä toimisi Haukkalammen kahvion edustalla oleva aukio, jossa olisi mahdollisuus kokeilla erilaisia aktiviteetteja lumikenkäilystä fatbike-ajeluun. Lisäksi tapahtuma-aukiolla olisi yhteistyökumppaneiden kojuja, joissa pidettäisiin muun muassa arvontoja ja talviaiheisiä kilpailuja.

Ideoinnin tuloksena syntyi kolme seikkailullista rastikierrosta tapahtuman eri kohderyhmille: lapsille, nuorille ja aikuisille. Rastikierrokset sijaitsivat sekä Cafe Silvan edustalla olevalla saarella sekä Haukanholman kierroksella, joista molempiin lähdetään tapahtuma-aukion edustalta. Rastikierroksista kerrotaan tarkemmin luvussa 4.3.3. Rastikierroksia ideoitiin eteenpäin, ja ideat annettiin arvioitavaksi toimeksiantajalle. Toimeksiantaja piti ideoista, mutta koki niiden olevan hankalia toteuttaa pienellä henkilöstömäärällä. Rastikierrokset poistettiin lopullisesta tapahtumakonseptista, jolloin tapahtuman luonne muuttui toimeksiantajan ohjeistuksella rastirataseikkailusta talviriehaan. Toimeksiantajalla on kuitenkin mahdollisuus hyödyntää rastiratakerrosten ideoita myöhemmissä yrityksen järjestämissä tapahtumissa.

Ideoinnissa pohdittiin myös tapahtuman nimeä. Tapahtuman nimen haluttiin kuvaavan mahdollisimman hyvin tapahtumaa: talvinen, luonnonläheinen, hauska, lapsiystävällinen ja aktiivinen. Seikkailukierrosten ja rastiratojen myötä ideaksi ehdotettiin Nuuksion Mysteeriä, mutta tapahtuman luonteen muututtua rastirataseikkailusta talviriehaan alustava nimiehdotus hylättiin. Muita vaihtoehtoja olivat esimerkiksi Nuuksion hiihtolomarieha, Nuuksio liikkuu, Nuuksion lomarieha ja Talvilomaseikkailu Nuuksiossa. Lopulta päädyttiin nimeen Nuuksion Talvirieha, joka sekä toimeksiantajan että opinnäytetyön tekijöiden kesken parhaiten kuvasi tapahtuman luonnetta.

Nuuksion talvitapahtuman suunniteltiin toteutettavan 23.2.2019 Nuuksiossa Natura Vivan Haukkalammen toimipisteen ympäristössä. Tapahtumaa ideoitaessa pohdittiin, että tapahtuma voitaisiin toteuttaa yhdessä yrityksen työntekijöiden, Natura Vivan freelancer-eräoppaiden sekä yhteistyöyritysten kanssa. Erilaisia ruokavaihtoehtoja pohdittiin pienistä ruokarekoista letunpaistajiin, mutta toimeksiantaja totesi Haukkalammen kahvion olevan riittävä tapahtumaa varten. Kahvion henkilökunta voisi itse valmistaa sämpylöitä ja evästarvikkeita asiakkaille. Tapahtumaan haluttiin erilaisia aktiviteettipisteitä asiakkaille, ja toimeksiantajan kanssa keskusteltiin niiden ulkoistamisesta muille Nuuksiossa toimiville yrityksille, joiden kautta tapahtuma voisi saada näkyvyyttä ja jotka tapahtuman myötä saisivat myös itse lisää näkyvyyttä.

4.3.1 Tarjouspyyntöjen lähettäminen ja keskustelut toimeksiantajan kanssa

Tapahtumaa varten otettiin yhteyttä erilaisiin lapsille suunnattuihin esiintyjiin sekä taukojumppia pitävään yritykseen. Tarjouspyyntöjä lähetettiin muutamalle luontoaiheiselle esiintyjälle, mutta tarjoukset hylättiin korkean hinnan vuoksi. Toimeksiantajan kanssa päätettiin käyttää yrityksen omia työntekijöitä aktiviteetteihin sekä mahdollisiin esityksiin. Seuraavassa luvussa esitellyn benchmarkingin mukaan tapahtuma ei välttämättä tarvitse esiintyjää, jos tekemistä on muuten paljon.

Tapahtuman markkinointia pohdittiin yhdessä toimeksiantajan kanssa. Toimeksiantaja päätyi siihen, että tapahtumaa olisi helpointa mainostaa Facebookissa, yrityksen omilla kotisivuilla sekä Nuuksion Haukkalammen toimipisteen infotaululla. Nuuksion talvitapahtuman markkinoinnista tulisi vastaamaan Natura Viva. Tapahtumaa varten yritys avasi Facebookiin tapahtumalle oman sivun ja markkinoisi tapahtumaa pääsääntöisesti sitä kautta.

Itse tapahtuman haluttiin olevan asiakkaille ilmainen. Rastiradoille ja muille pienemmille aktiviteettipisteille osallistuminen sekä tapahtumassa myytävä ruoka ja juoma suunniteltiin aluksi maksullisiksi. Asiakkaat saisivat tuoda paikalle myös omia eväitä, joita pystyisi nauttimaan Cafe Silvan edustalla ja reittien varsilla sijaitsevilla nuotiopaikoilla. Nuotiopaikoille kulku tapahtuisi omatoimisesti alueelta valmiiksi löytyvien opasteiden avulla. Tapahtumaa kuitenkin muutettiin niin, että aktiviteetteihin osallistuminen olisi myös ilmaista, jolloin kynnys osallistua on pienempi.

4.3.2 Seurasaaren joulupolku 2018 -tapahtuman benchmarking

Tapahtumaa voidaan kehittää ottamalla oppia toisista vastaavanlaisista tapahtumista. Tätä menetelmää kutsutaan benchmarkingiksi. Benchmarkingia tehdessä on mahdollisuus löytää

hyviä toimintatapoja, jotka voi soveltaen ottaa käyttöön myös omaan palvelutuotteeseen. Lisäksi benchmarking mahdollistaa muiden tekemien virheiden välttämisen. Benchmarkingin tärkeimpänä tavoitteena on oppiminen ja oppimisen soveltaminen omaan yritykseen tai palvelutuotteeseen. (Tuulaniemi 2013, 138 - 139.) Benchmarking suoritetaan usein yritykseen, joka on menestynyt markkinoilla hyvin. Benchmarkingiin tulee valmistautua identifioimalla omassa palvelussa oleva kehittämisen kohde, jonka jälkeen tulee löytää yritys, jolla kehittämisen kohde tehdään paremmin. (Ojasalo ym. 2014, 186.)

Nuuksion talvitapahtumaa varten päätettiin benchmarkata Seurasaaren Joulupolku. Seurasaaren Joulupolku on vuosittain järjestettävä joulutapahtuma Helsingin Seurasaarella. Vuoden 2018 tapahtuma järjestettiin 16.12. kello 12-18. Tapahtuma on suunnattu pääosin lapsille ja lapsiperheille, ja Joulupolulla on monia eri leikkimielisiä tehtäviä ja rasteja, joissa oppii suomalaisesta jouluperinteestä. (Seurasaaren Joulupolku 2018.)

Seurasaaren Joulupolkuun sovittiin lähestymistavaksi asiakkaan näkökulma. Tapahtumassa kiinnitettiin huomiota siihen, mikä veti ihmisiä puoleensa, mikä toimi hyvin ja harmittiko jokin asia tapahtumassa. Joulupolulla kerättiin sieltä löytyneitä asiakaskokemusta edistäviä elementtejä muistiin, jotta niitä pystyttäisiin hyödyntämään Nuuksion talvitapahtuman suunnittelussa. Tapahtumaa benchmarkatessa kiinnitettiin huomiota myös siihen, kuinka muun muassa valoja ja kylttejä oli käytetty opastusta varten.

Tapahtuma oli asiakkaan näkökulmasta toteutettu hyvin. Kohderyhmä eli lapsiperheet oli otettu taitavasti huomioon erilaisten aktiviteettimahdollisuuksien, pelien sekä leikkien avulla. Aktiviteettipisteet oli sijoiteltu polulle niin, ettei niille pysähtyminen haitannut muiden kävijöiden liikkumista. Seurasaaren Joulupolulla aktiviteetteja oli muun muassa sik-sak-sokkelo-peli (Kuvio 14) sekä esterata, joita molempia voisi järjestää myös Nuuksion tapahtumassa. Koska Seurasaaren Joulupolku oli lapsille suunnattu tapahtuma, ei aikuisille asiakkaille löytynyt heille suunnattuja aktiviteetteja.



Kuvio 14: Ohje aktiviteettiin Seurasaaren Joulupolulla

Seurasaaren keskusaukiolla oli erilaisia esiintyjä kuten joulupukki, tonttuja sekä joululaulukuoro. Esiintyjä katsottiin ohi kulkiessa eikä heidän esityksiään välttämättä jääty katsomaan pidemmäksi aikaa. Esitykset ja joululaulut kuitenkin loivat Joulupolulle tunnelmaa. Seurasaaren Joulupolun aikana huomattiin, että ulkotapahtumaan ei välttämättä tarvita esiintyjää, joka toimisi tapahtuman vetonaulana. Tällöin tapahtumaan tarvitaan paljon tekemistä, aktiviteetteja ja muuta nähtävää, jotta se toimii hyvin ilman esiintyjää.

Seurasaarella oli polun varrella useita mahdollisuuksia ostaa ruokaa kioskeista tai grillata omia makkaroita useilla eri nuotiopisteillä (Kuvio 15). Nuotiopisteet oli sijoitettu turvallisesti siten, että jokainen pääsi halutessaan grillaamaan. Tapahtumassa oli mahdollisuus ostaa paisamatonta makkaraa, joten omia eväitä ei ollut pakko ottaa mukaan. Benchmarkingin myötä myös Nuuksion tapahtumaan toivottiin mahdollisuutta rakentaa siirrettävä nuotiopaikka Cafe Silvan edustalle, ja toimeksiantaja pohtikin sen mahdollisuutta.



Kuvio 15: Nuotiopaikka Seurasaaren Joulupolulla

Yksi tärkeimmistä benchmarkingin kohteista olivat Joulupolulla käytettävät valot ja opastukset. Molempia oli käytetty siten, että asiakas ei eksynyt silloinkaan, kun polku haarautui. Tapahtumassa osoitettiin mahdollisuus kiertää kaksi reittiä, joista toinen oli lyhyempi. Benchmarkkaus suoritettiin pidemmälle polulle. Monia pienempiä polkuja oli merkitty kynttilöin ja jouluvaloin. Suurempien polkujen molemmin puolin oli puihin ripustettu huiveja, jotka kertoivat oikean suunnan.

Seurasaaren Joulupolulla oli hyödynnetty erilaisia valoja ja valonlähteitä oikean suunnan merkitsemiseksi (Kuvio 16). Vasemmalla puolella näkyy, kuinka sähköisiä valoja oli ripustettu puiden ja heinäseipäiden avulla polkujen vierelle. Oikealla puolella taas nähdään kuinka ulkotulilla ja kynttilöitä löytyi pienempien polkujen varsilta, jonne sähköä ei ollut saatavilla. Joidenkin puiden runkoihin oli kiinnitetty lyhtyjä nippusiteillä naulojen ja niittien sijaan, jotta puut selviäisivät tapahtumasta mahdollisimman vahingoittumattomina.

Polkujen ja reittien lisäksi valoa oli hyödynnetty muutamassa valotaideteoksessa, joista kaksi kiinnitti huomion. Ensimmäinen näistä oli Riitta Heiskasen Lyhtykotakylä, jossa ohuista vaaleista kankaista tehtyjen kotien sisään oli laitettu lyhtyjä, jotka valaisivat kotien ympärille koivuista rakennettuja hirviä. Toinen teos oli Joulupolun loppupuolella olleet värikkäät spottivalot, jotka valaisivat puita ja pensaita metsikössä. Myös Nuuksion tapahtumassa haluttiin valoilla ja kynttilöillä luoda opastukset asiakkaille, ja Seurasaaren Joulupolulta saatiin useita hyviä ideoita valojen ja opasteiden käyttöön.



Kuvio 16: Valaistuksia Seurasaaren Joulupolulla

4.3.3 Talvitapahtuman rastikierrokset

Talvitapahtumaan suunniteltiin aluksi kolme rastikierrosta: Merirosvokeijun mysteeri, Metsänhenki ja Murha. Rastikierrokset suunniteltiin eri ikäryhmille sopiviksi tehtävärastien ja vaikeusasteidensa puolesta. Rasteilta saatavat vihjeet ja lopputehtävän ratkaisut suunniteltiin

eroavan toisistaan niin tyyleiltään kuin ratkaisutavoiltaan. Lopulta toimeksiantajan ohjaamana rastikierroksista vain kahta työstettiin eteenpäin. Rastikierrokset suunniteltiin asiakasymmärryksen pohjalta: asiakkaat halusivat aktiivista tekemistä sekä uusia kokemuksia. Rastikierroksia voi tulevissa toimeksiantajayrityksen järjestämissä tapahtumissa muokata tapahtuman kohderyhmän toiveiden ja tarpeiden mukaan. Seurasaaren Joulupolun benchmarkingia hyödynnettiin rastikierrosten pisteiden suunnittelussa.

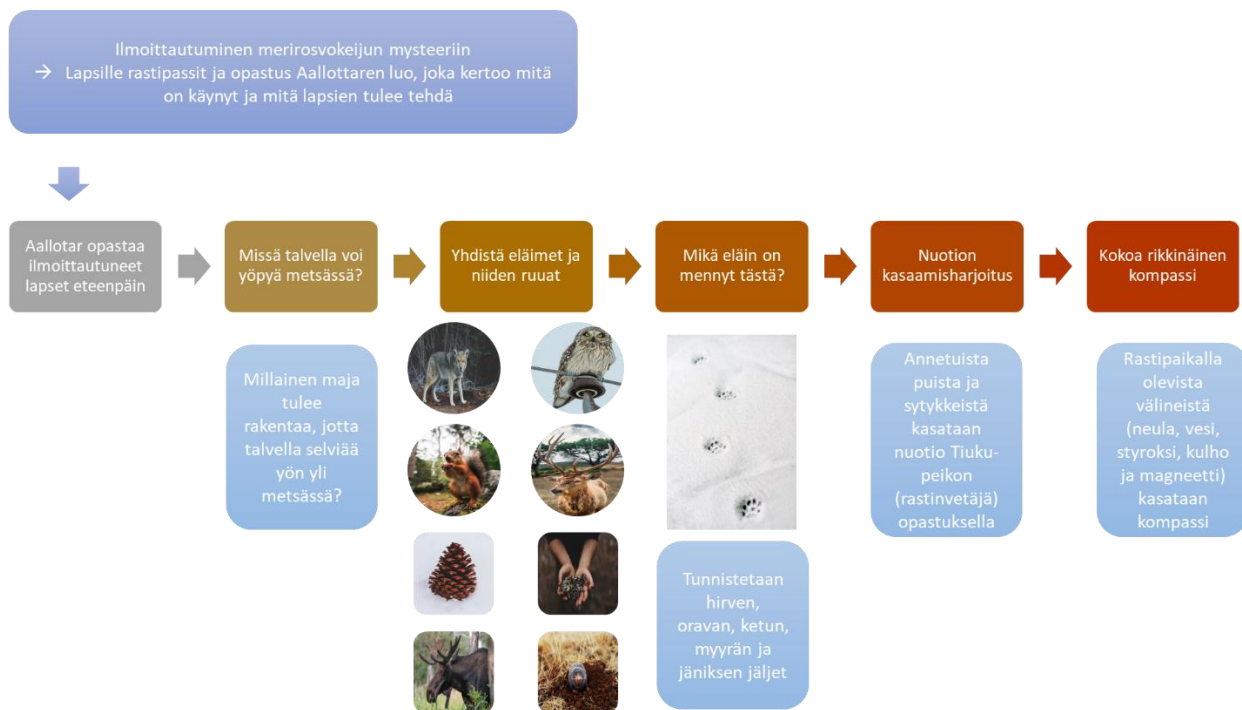
Rastiradoille tulisi ilmoittautua etukäteen internet-lomakkeella, jonka avulla asiakasmäärään pystyttäisiin varautumaan ja asiakkaiden lähtöjä pystyttäisiin aikatauluttamaan etukäteen ruuhkien välttämiseksi. Asiakkaat voisivat ilmoittautua rastiradoille myös paikan päällä, jos rastiradoille jäisi tilaa ilmoittautumisten jälkeen. Ilmoittautumislomake löytyisi Natura Vivan kotisivuilta, ja ilmoittautuessa olisi mahdollista valita haluttu aika rastikierroksen alkamiselle. Muihin aktiviteetteihin pystyisi osallistumaan ilmoittautumatta.

Ajallisesti rastikierrokset suunniteltiin noin tunnin kestäviksi kokonaisuuksiksi, omasta aktiivisuudesta riippuen. Rastikierrokset tulisi suorittaa kerralla alusta loppuun. Lapsille tarkoitettulle rastikierrokselle suunniteltiin makkarapaistopiste kierroksen puoleen väliin, jossa asiakkaat voivat halutessaan levätä ja evästä ennen matkan jatkamista.

Merirosvokeijun mysteeri -rastikierros ideoitiin alle 10-vuotiaille vierailijoille ja heidän vanhemmilleen. Merirosvokeijun mysteeri on jännittävä rastikierros, jossa vierailijoiden tulee auttaa merirosvokeijua Aallotarta löytämään kadonnut kompassi. Tarinan mukaan merirosvokeijua Aallotar haaksirikkoutui lumotulla keijulaivallaan Nuuksioon. Aallottaren kompassi on kadonnut äkkilaskun aikana, eikä Aallotar pääse kotiin ilman sitä. Aallotar tarvitsee apua kompassin löytämiseen. Kuviossa 17 on kuvattu rastikierroksen eteneminen asiakkaan näkökulmasta.

Rastikierros suunniteltiin alkavan Cafe Silvan edustalta, ja reitin pituus on yhteensä noin kilometri. Rastikierroksella on kuusi rastia. Kierroksen rastit on suunniteltu siten, että lapset pystyvät suoriutumaan niistä omatoimisesti tarvittaessa vanhempiensa avulla. Rastikierroksen hinnaksi suunniteltiin 5 € lasta kohden. Vanhemmat voisivat osallistua rastikierrokselle ilmaiseksi. Rastikierrokselle pääsisi kerrallaan pienet, noin 10 hengen ryhmät, jotta rastipaikoille ei muodostu ruuhkaa. Jokaisella rastilla on henkilökunnan jäsen, joka opastaa rastilla toimimiseen ja kertoo rastin tehtävän.

Kuviossa 17 on havainnollistettu lasten rastikierrokselle suunnitellut rastit ja niiden tehtävät kuvin ja lyhyin lausein. Rastit etenevät kuviossa asiakkaan näkökulmasta. Kuvion jälkeen suunnitellut tehtävät on vielä avattu sanallisesti.



Kuvio 17: Merirosvokeijun mysteeri -rastikierros

Merirosvokeijun mysteerin (Kuvio 17) alussa keskustellaan Aallottaren kanssa Cafe Silvan edustalla ja pohditaan yhdessä, mihin suuntaan tulisi lähteä. Aallotar ottaa vierailijat vastaan ja kertoo haaksirikkoutuneensa Nuuksiin ja etsivänsä kompassiaan, mutta ei pysty löytämään sitä yksin. Aallotarta esittäisi henkilökunnan jäsen tai yhteistyökumppaneiden kautta saatu tapahtumatyöntekijä. Vierailijat saavat ohjeet toiselle rastille, jossa lasten tulee pohtia metsässä yön viettämisen mahdollisuuksia rastinvetäjän ohjeistamana. Millainen maja tulisi rakentaa, jotta siinä voisi yöpyä? Pohdiskeltuaan asiaa lapset saavat vihjeen seuraavalle rastille, jossa tulee tunnistaa eläimet ja niiden syömät ruuat. Mitä ruokia syövät poro, susi, orava ja helmipöllö? Rastilla on jäkälää ja käpyjä sekä kuvat hirvestä ja myyrästä, ja lasten tulee yhdistää ruoat eläinkuviin. Tehtävään tuo haastetta hämäyskuva ihmisestä, joka ei kuulu tehtävässä esiintyvien eläinten ruokavalioon. Tehtävän suoritettua ryhmä saa taas opastuksen eteenpäin.

Neljännellä rastilla tulee tunnistaa eläinten jälkiä. Eläinten jäljet vievät seuraavalle rastille ja lähemmäksi kompassin olinpaikkaa. Rastille on jätetty jäniksen, hirven, myyrän, ketun ja oravan jälkiä, jotka tulee tunnistaa. Hirven jälkiä seuraamalla pääsee rastikierroksella eteenpäin. Viidennellä rastilla kasataan nuotio Tiuku-peikolle, joka on myös auttamassa kompassin etsinnöissä. Tiukulla on kuitenkin kylmä ja hän tarvitsee lämmikettä jatkaakseen. Lasten tulee auttaa Tiukua rakentamaan nuotio annetuilla puilla ja sytykkeillä määrättyyn paikkaan, ja nuotion valmistumisen jälkeen nuotion sisällä loimuaa led-valo/tuli. Tiuku-peikolla on taas lämmin, ja se kykenee näyttämään lapsille oikean suunnan seuraavalle rastille.

Kuudennella ja viimeisellä rastilla kompassin osat on löytänyt Kekkuli-myyrä, ja hän tarvitsee apua sen kokoamiseen. Lasten tulee koota kompassi yhteistyössä muiden lasten kanssa. Tehtävässä lasten tulee kasata kompassi käyttäen rastipaikalta löytyviä välineitä ja tehtävän suoritettuaan lapset saavat Kekkulilta pahvisen kompassin, joka tulee viedä Aallottarelle. Kun rastikierron on suoritettu, Aallotar antaa vastineeksi kompassista jokaiselle osallistujalle merirosvokeijun taikapussin, jonka sisällöstä päätettäisiin tarkemmin lähempänä tapahtumaa, kun yhteistyökumppanit ja mahdolliset sponsorit ovat selvillä.

Aikuisten iltaan suunniteltiin pakopeliä muistuttava Murhamysteeri-kierros Cafe Silvan edustalla olevalle saarelle. Murhamysteeri alkaisi tarinan kerronnalla tapahtuneesta murhasta ja etenisi osallistujien päästämiseen saarelle. Saarelle suunniteltiin laitettavan erilaisia vihjeitä, joita ratkomalla murhan voisi selvittää. Vihjeet suunniteltiin sijoiteltavan tarpeeksi kauas toisistaan, jotta edellisellä vihjepaikalla olevat asiakkaat eivät kuulisi seuraavan vihjeen ratkaisua. Murhamysteeriin voisi osallistua yhdessä ystävien kanssa noin neljän hengen ryhmässä, ja saarelle pääsisi samaan aikaan useita ryhmiä, joiden lähtöaika olisi aikataulutettu tapahtumapaikalla. Toimeksiantaja voi hyödyntää sekä rastikierrosta että murhamysteeriä myöhemmissä tapahtumissaan.

4.3.4 Talvitapahtuman aktiviteettipisteet

Opinnäytetyötä varten tehdyn kyselytutkimuksen mukaan potentiaaliset asiakkaat haluavat Nuuksiossa sijaitsevaan talvitapahtumaan ohjattuja aktiviteetteja, jottei talvisäässä tule kylmä. Osa vastaajista mainitsi myös haluavansa nähdä eläimiä. Myös erilaisiin talviaktiviteetteihin, kuten lumikenkäilyyn, osoitettiin kiinnostusta. Kyselytutkimuksen ja haastattelun tuloksia käytettiin tapahtuman aktiviteettipisteitä suunniteltaessa asiakaslähtöisesti.

Natura Vivalla on monia eri aktiviteettivälineitä, joita voi käyttää myös talvella. Tapahtumaan suunniteltiin mahdolliseksi kokeilla Natura Vivan työntekijöiden ohjaamana fatbikeä ja lumikenkäilyä maksutta. Samalla asiakkaat tutustuvat Natura Vivan palveluihin, ja saattavat tulla uudestaan myös toisen vuodenajan aikana. Tapahtumassa eri aktiviteettipisteet on sijoiteltu Cafe Silvan edustalle siten, että pisteillä on tilaa kokeilla eri lajeja. Fatbikelle suunniteltiin merkitty reitti, jonka voi ohjaajan mukana kulkea. Jos tapahtuman aikana ei ole lunta, lumikenkäilyyn sijaan järjestetään lyhyitä patikointiretkiä.

Yhteistyökumppanit pitävät tapahtumassa muita aktiviteettipisteitä. Tapahtumaan ideoitiin monia eri aktiviteetteja (Kuvio 18), joista tapahtuman aktiviteettipisteet koostuisivat: arvontoja, jättiläisbeerpong, lumipallon heittokilpailu, luistelua, puihin kiinnitettäviä arvoituksia, metsään piilotettuja värikkäitä lintuja, esterata, mäenlaskua, satutuokio ja erilaisia leikkejä. Aktiviteetit on suunniteltu siten, että ne voidaan toteuttaa sekä lumisena että lumettomana

päivänä. Esimerkiksi lumipallon heiton voi vaihtaa pallon tai hernepussin heitoksi. Lopulliset valinnat tapahtumaan tulevista aktiviteettipisteistä tekee Natura Viva, joka ottaa yhteyttä yhteistyökumppaneihin ja selvittää minkälaisia aktiviteettipisteitä he voisivat pitää tapahtumassa.

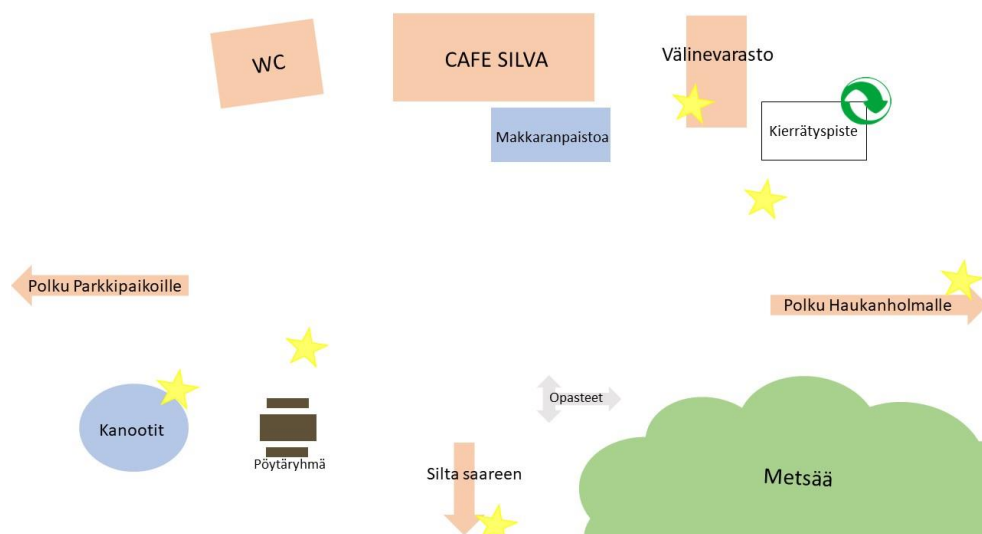
Aktiviteetit talvitapahtumassa

<p>Lasten päivä (11.00 - 15.00)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Värikkäät linnut • Arvoitukset kahviolta Haukanholmalle puissa • Esteradat saarella • Napakelkka • Luistelu • Mäenlasku • Satutuokiot Haukanholmalla • Lumipallon heitto • Hiihto • Fatbike • Lumikengät 	<p>Aikuisten ilta (16.00 - 19.00)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arvoitukset kahviolta Haukanholmalle puissa • Esteradat saarella • Luistelu • Mäenlasku • Kitaristi nuotiolla • Lumipallon heitto • Hiihto • Fatbike • Lumikengät • Liukulumikengät • Jättiläisbeerpong
---	--



Kuvio 18: Aktiviteettipisteet Nuuksion talvitapahtumassa

Kuviossa 19 on havainnollistettu Natura Vivan Haukanholman toimipisteelle suunniteltujen aktiviteettipisteiden mahdollisia sijainteja. Kuvioon on merkitty alueen kiinteät elementit, kuten wc-tilat ja kahvio, sekä alueella havaittuja muita elementtejä, jotka voivat vaihtaa paikkaa ennen tapahtumapäivää: kanootit ja pöytäryhmä. Kuviossa mahdollisten aktiviteettipisteiden sijainnit on merkitty tähtikuvilla. Aktiviteettien sijainnit suunniteltiin niin, ettei aktiviteettien tekeminen häiritse muita alueella liikkuja. Kaikkien aktiviteettien sijainnit voivat vaihtua yhteistyökumppaneiden ja aktiviteettien varmistuttua.



Kuvio 19: Mahdolliset sijainnit aktiviteettipisteille

Kuviossa 19 esitetyt mahdolliset aktiviteettipisteiden sijainnit on suunniteltu toimiviksi rastiratakierrosten kanssa. Rastirataseikkailun vaihduttua Talviriehaksi aktiviteettipisteitä suunniteltiin myös Haukanholman tulentekopaikalle vievälle polulle, joka muutoin olisi ollut vain rastiratojen käytössä. Osa kuviossa 19 esitetyistä aktiviteettipisteistä voitaisiin siirtää kokonaan Haukanholman polun varrelle, jolloin aukiolle saadaan enemmän tilaa aktiviteettien käyttöön. Näin aktiviteetit jakautuvat tasaisesti tapahtuma-alueelle.

4.3.5 Talvitapahtuman kuvaus

Yksi keskeisimmistä palvelukonseptin ominaisuuksista on palvelukonseptin palvelupolku, jossa esitetään asiakkaan kannalta tärkeät kontaktipisteet ja palvelutuokiot. Palvelupolun avulla saadaan suuri kuva palvelusta ja siitä, kuinka palvelu tuotetaan ja mitä palvelun tuottaminen vaatii palvelun tarjoajalta. (Tuulaniemi 2013, 191.) Palvelupolussa asiakkaan polku kuvataan eri vaiheissa asiakkaan ymmärtämistä sekä palvelun laadun kasvattamista varten. Palvelupolun vaiheet ovat esipalvelu, ydinpalvelu sekä jälkipalvelu. (Tuulaniemi 2013, 78 - 79.) Asiakkaan polkua ymmärtämällä on mahdollista parantaa asiakkaan palvelukokemusta.

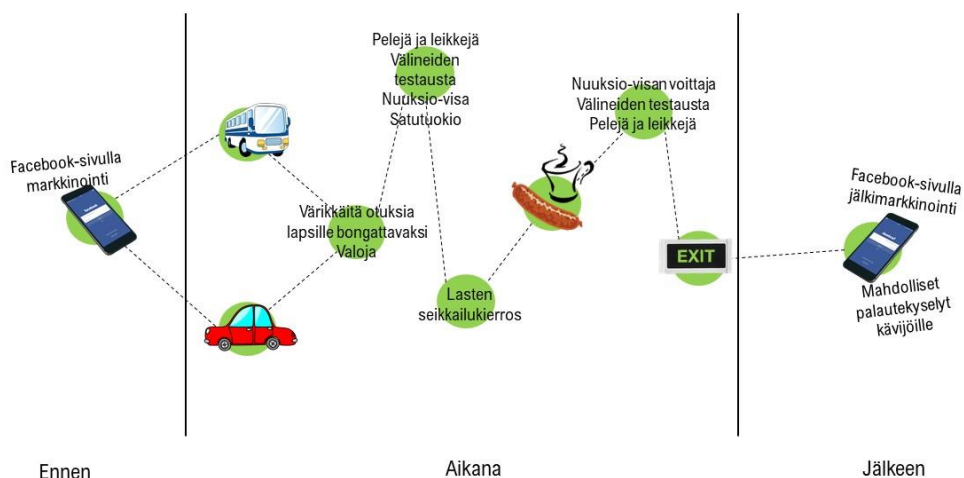
Kuten kyselytutkimuksesta selvisi, aikuisille ja lapsille toivottiin eri aikaan tapahtuvat tapahtumat. Tämän takia päädyttiin siihen, että talvitapahtuma koostuu lasten päivästä sekä aikuisten illasta. Lasten päivä alkaa kello 11 ja päättyy kello 15. Aikuisten ilta alkaa kello 16 ja päättyy kello 19. Lasten päivä koostuu rastikierröksistä, lapsille ja lapsiperheille suunnatuista aktiviteettipisteistä sekä ruokailusta nuotion ääressä. Aikuisten ilta koostuu murhamysteeripelistä tai metsäpakopelistä, kitaratuokiosta nuotiolla sekä aktiviteettipisteistä, jotka soveltuvat hämärään iltaan.

Lapsille suunnatun päivän ja aikuisille suunnatun illan palvelupolut on havainnollistettu erikseen kuvioissa 20 ja 21. Kuviot ovat hyvin samankaltaisia, mutta niiden sisällä olevat aktiviteetit eroavat sisällöltään toisistaan. Molemmat palvelupolut alkavat siitä, kun asiakkaat saavat tiedon tapahtumasta. Tapahtuman markkinointi on suunniteltu lähes täysin Facebookissa tapahtuvaksi, jolloin markkinoinnin kohteena ovat Facebookia käyttävät lapsiperheiden vanhemmat ja muut Facebookia käyttävät nuoret ja aikuiset. Seuraava kontaktipiste on asiakkaiden saapuessa tapahtumaan. Tapahtuman sijainnista johtuen tapahtumaan voidaan saapua joko omalla autolla tai julkisella liikenteellä. Asiakkaita neuvotaan saapumaan mieluummin julkisilla, sillä parkkipaikkatilaa on rajoitetusti.

Lasten päivä (Kuvio 20) etenee parkkipaikalle saapumisen jälkeen värikkäiden lintujen havainnointiin ja valojen ihasteluun. Värikkäät linnut ovat tapahtumatyöntekijöiden polunvarsille asettamia esimerkiksi muovisia tai pahvisia lintuja, tai muita värikkäitä helposti havaittavia Suomen luontoon kuuluvia olentoja. Parkkipaikalta tapahtumapaikalle vievän polun alkuun kiinnitetään lappu, jossa asiakkaita kehoitetaan katsomaan ympärilleen ja laskemaan, kuinka monta värikästä lintua he huomaavat matkalla kahviolle.

Valojen ja värikkäiden lintujen avulla johdatellaan asiakkaat parkkipaikalta tapahtuma-alueelle ja toivotetaan tervetulleeksi tapahtumaan. Tapahtuma-alueella asiakkaat saavat liikkua vapaasti ja tehdä niitä aktiviteetteja, jotka heitä kiinnostavat. Tapahtuma-alue suunniteltiin niin, että kahvion edustalla on aktiviteetteja ja pelejä, joita pääsee heti kokeilemaan tapahtumaan saavuttuaan. Aukion reunalle suunniteltiin lasten seikkailukierroksen aloituspaikka. Asiakkaat saavat lähteä myös omatoimisesti seikkailemaan varsinaisen tapahtuma-alueen ulkopuolelle.

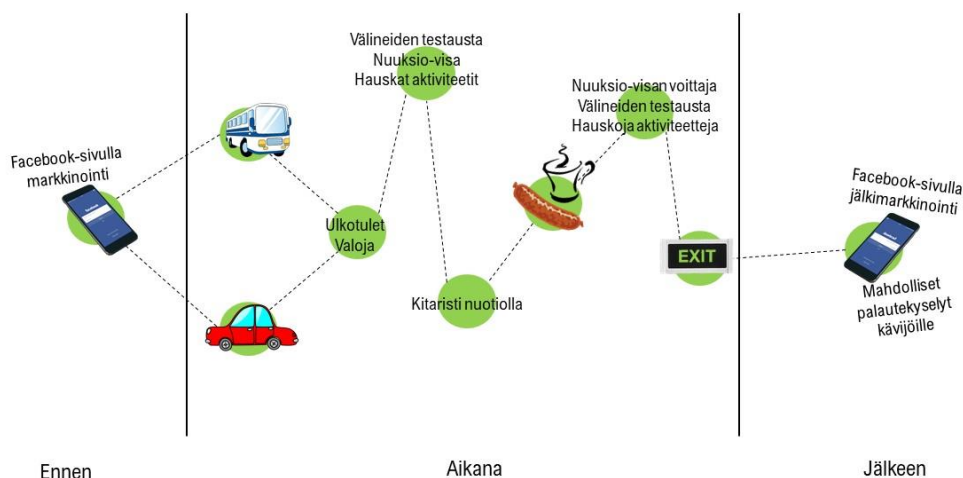
Tapahtuma-alueen keskellä sijaitseva Cafe Silva toimii tapahtuman aikana eväskahviona, ja sen edustalle suunniteltiin makkaranpaistopaikkaa, josta asiakkaat voivat ostaa paistettua makkaraa ja mahdollisesti myös muurinpohjalettuja. Halutessaan asiakkaat voivat myös ostaa Cafe Silvasta raakaa makkaraa ja siirtyä lähistöllä sijaitsevalle Haukanholman tulipaikalle paistamaan makkaroita omatoimisesti. Tulipaikalle vievälle polulle suunniteltiin Nuuksio-aiheisia arvoituksia kiinnitettäväksi naruilla puihin, jolloin kävelijöillä olisi matkalla vielä jotain mukavaa tekemistä, ja samalla he voivat olla varmoja kulkevasa oikeaan suuntaan. Nuotio-
paikalle suunniteltiin tarinankertoja viihdyttämään lapsia. Ruokailun jälkeen on vielä mahdollisuus pelata ja kokeilla eri aktiviteetteja.



Kuvio 20: Lasten päivän palvelupolku

Aikuisten iltaan (Kuvio 21) saavutaan parkkipaikalta myös jalan. Matkan varrelle suunniteltiin valojen ja värikkäiden lintujen lisäksi vielä ulkotulia luomaan tunnelmaa hämärtyvään iltaan. Samoin kuin lasten päivässä myös aikuisten illassa aktiviteettien ja välineiden testausta tapahtui omatoimisesti ohjaajien ohjeistamana. Asiakkaat saivat kokeilla haluamiaan aktiviteetteja oman kiinnostuksensa mukaisesti. Aikuisille suunniteltiin Nuuksio-visa, johon vastaamalla voi voittaa pienen palkinnon. Tästä vastineeksi Natura Viva saa kerättyä asiakkaiden yhteystietoja. Nuuksio-visa vaihdettiin lopulta puihin kiinnitettäviin Nuuksio-arvoituksiin. Toimeksiantaja koki asiakkaiden yhteystietojen keräilyyn olevan turhaa, sillä yrityksestä kiinnostuneet asiakkaat voivat ottaa itse yhteyttä yritykseen varatakseen jatkossa aktiviteetteja heidän kauttaan.

Ruokailu suunniteltiin toteutettavaksi samoin kuin lasten tapahtumassa. Tulipaikalla olevan tarinankertojan sijaan aikuisten illassa tunnelmaa ja viihtyvyyttä olisi luomassa Natura Vivan kautta palkattava kitaristi, joka laulaa nuotiolla ja jutustelee asiakkaiden kanssa. Ruokailun jälkeen asiakkaat voivat vielä osallistua haluamiinsa aktiviteetteihin ja lopulta poistua omatoimisesti tapahtumasta.



Kuvio 21: Aikuisten illan palvelupolku

Tapahtumapäivän jälkeen osallistujat voivat nähdä kiitokset osallistumisestaan tapahtumaan tapahtuman Facebook-sivulla. Näin yritys antaa positiivisen kuvan itsestään ja välittää asiakkaille tiedon siitä, että heidän osallistumisestaan arvostetaan. Henkilökohtaista jälkimarkkinointia ei kuitenkaan toteuteta, sillä asiakkaiden yhteystietoja ei tapahtuman aikana oteta ylös.

4.3.6 Talvitapahtuman aikataulut

Tapahtuman alun ja lopun välissä tapahtuvat asiat tulee aikatauluttaa. Tapahtumassa olevat aktiviteetit tulee sijoittaa alkavaksi ja loppuvaksi tiettyyn aikaan, ja tapahtuman työntekijöiden on pidettävä kiinni siitä, että kaikki tapahtuu ajallaan. Tapahtumassa tapahtuu muutakin kuin asiakkaille näkyviä asioita. (Vallo & Häyrinen 2016, 201 - 202.)

Nuuksion Talviriehaa varten tehtiin alustava aikataulu, jota toimeksiantaja voi muokata tarvittaessa (Taulukko 2). Tapahtuman aikataulu suunniteltiin niin, että aamupäivän ohjelma on suunnattu lapsille ja lapsiperheille, kun taas iltapäivällä aktiviteetit ovat enemmän nuorille ja aikuisille suunnattuja. Lopullinen aikataulu muotoutuu toimeksiantajan toimesta, kun tapahtuman yhteistyökumppanit virallistuvat. Tällöin myös osa aktiviteeteista saattaa muuttua tai peruuntua kokonaan, tai ideoitujen aktiviteettien lisäksi saattaa vielä tulla jotain uutta.

Klo	Ohjelmaa	Aktiviteetit	Muuta
11.00	Ovet aukeaa	Aukeaa: Värikkäiden lintujen bongaus parkkipaikoilta kahviolle Arvoitukset kahviolta Haukanholmalle puissa Esteradat saarella (sik-sak-sokkelo, estehyppely jne.) Jos lunta ja jäätä: Napakelkka Luistelua (omilla luistimilla) Mäenlasku	Kahvio auki Ruokaa? Muurinpohjaletut? Lyhtyjä ja valoja, huiveja puissa tms. ohjeistamassa oikeille reiteille Mahdollisia yhteistyökumppaneiden pitämiä arvontoja Eläimiä (poroja ja koiria)
11.30	Lasten kierrokset alkavat (Marica Korolainen)	Aukeaa: Haukanholmalla satutuokioita nuotiolla (aikataulutettu esim. 30min välein) Lumipallojen heittoa (tai esim. hernepusseja/käpyjä...) Omatoimista hiihtoa Fatbike Lumikengät	
12.00	Taukojumppa		
13.00	Taukojumppa		
13.30	Viimeinen lasten rastikierrros (Marica Korolainen)	Loppuu: Lasten kierrokset	
14.00	Viimeinen taukojumppa		
15.00	Lasten ohjelmat ja aktiviteetit loppuu	Loppuu: Satutuokiot Aukeaa: Jättiläisbeerpong Liukulumikengät	Eläimet poistuvat paikalta
16.00	Emil Conti aukiolla nuotiolla tai Haukanholman tulipaikalla		
17.30	Lumikenkäily / patikointi after dark	Loppuu: Esterata (kerätään pois)	
18.00	Lumikenkäily / patikointi after dark		
18.30	Lumikenkäily / patikointi after dark	Loppuu: Fatbike Lumikengät	
19.00	Tapahtuma loppuu	Loppuu: Jättiläisbeerpong Lumipallojen heittoa (tai esim. hernepusseja/käpyjä...) Värikkäiden lintujen bongaus parkkipaikoilta kahviolle (kerätään pois) Arvoitukset kahviolta Haukanholmalle puissa (kerätään pois) Napakelkka	

Taulukko 2: Nuksion talvitapahtuman 2019 aikataulu

4.4 Lopullinen tapahtumakonsepti

Lopullinen tapahtumakonsepti tehtiin visuaaliseksi Powerpoint-esitykseksi. Tiedostossa esitellään tapahtuman kohderyhmä, tapahtuman luonne, tapahtumassa olevat aktiviteetit, tapahtuma-alue, lasten ja aikuisten tapahtumien sisällöt sekä tapahtumapäivän aikataulu. Esityksen avulla toimeksiantajayritys voi käyttää konseptia tulevaisuuden tapahtumien suunnittelussa.

Tapahtumakonseptin kohderyhmänä ovat luonnosta kiinnostuneet aikuiset, nuoret ja lapset. Tapahtuma on luonteeltaan avoimien ovien tapahtuma, jossa asiakkaat pääsevät tutustumaan Nuuksion Haukkalammen alueeseen ja Natura Vivan tarjoamiin palveluihin. Natura Vivan vastuulla on tuottaa ja järjestää konseptia hyödyntäen talvitapahtuma, hoitaa järjestelyt yhteistyökumppaneiden kanssa, mainostaa tapahtumaa ja tapahtumapäivänä huolehtia käytännön järjestelyistä.

Tapahtuma-alue muodostuu parkkipaikoilta kahvion edessä olevan aukion ohi Haukanholman tulipaikalle vievästä reitistä, jonka pituus edestakaisin on noin 1,5 kilometriä. Lisäksi tapahtuma-alueeseen kuuluu kahvion edustalla oleva saari. Reitti on valaistu ulkotulien ja lyhtyjen avulla, ja reitin varrelle on kiinnitetty opasteita, sekä arvoituksia puihin, jotta mahdollisilta reitiltä eksymisiltä vältetään ja matka olisi asiakkaalle tapahtumarikkaampi. Reitillä on aamupäivällä lapsille ja lapsiperheille suunnattuja aktiviteetteja ja iltapäivällä ja alkuillasta aikuisille suunnattuja aktiviteetteja. Reitillä on muun muassa esteratoja ja värikkäitä lintuja lasten laskettaviksi.

Haukkalammen aukiolla asiakkailla on mahdollisuus kokeilla erilaisia Natura Vivan tarjoamia aktiviteetteja lumikenkäilystä fatbikeen. Lisäksi aukiolle suunniteltiin mahdollisten yhteistyökumppaneiden aktiviteettipisteitä, joihin voi osallistua. Yhteistyökumppaneiden aktiviteettipisteillä olisi muun muassa kilpailuja, lumipallon heittoa ja satutuokioita. Alueelle suunniteltiin myös pientä eläinpuistoa, jossa olisi muun muassa poroja ja huskyja, jotka voitaisiin saada tapahtumaan Nuuksion alueella toimivilta porofarmi- ja huskyajeluyrityksiltä. Asiakkaat voisivat käydä tutustumassa myös eläimiin. Tapahtumassa on myös mahdollisuus omatoimiseen luisteluun, mäenlaskuun ja hiihtämiseen sään salliessa.

Tapahtumassa ruokailu järjestetään Natura Vivan oman kahvion toimesta, mutta asiakkaat voivat tuoda myös omia eväitään esimerkiksi grillattaviksi. Natura Vivan kahvio Cafe Silva voi myydä tapahtumassa esimerkiksi pullaa, kahvia, kaakaota ja makkaraa. Tapahtuma-alueelle suunniteltiin kaksi grillauspaikkaa: päivällä Haukanholman kierroksen grillipaikalle ja illalla siirrettävä nuotiopohja Cafe Silvan edustalla olevalle aukiolle. Kun asiakkaat kokevat nähneensä ja tehneensä tarpeeksi, he voivat poistua alueelta itsenäisesti.

5 Johtopäätökset

Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda talvitapahtumakonsepti Nuuksion Haukkalammelle palvelumuotoilun keinoin. Palvelumuotoilun avulla luodaan ja kehitetään palveluita, jotka vastaavat sekä yrityksen liiketoiminnallisia tavoitteita että asiakkaiden tarpeita ja toiveita (Tuulaniemi 2013, 24 - 27). Yrityksen arvot ja tarpeet on yhdistetty potentiaalisten asiakkaiden tarpeisiin ja toiveisiin myös Nuuksion talvitapahtumakonseptissa. Palvelumuotoilumenetelmien käyttäminen tapahtumakonseptin ideoinnissa todettiin toimivaksi tavaksi, sillä eri menetelmät toivat uusia ideoita tapahtumakonseptin sisältöön.

Tapahtumakonseptin idea saadaan tapahtuman suunnitteluvaiheessa vastaamalla kysymyksiin mitä, missä ja milloin tapahtuu (Vallo & Häyrinen 2016, 120 - 123). Kauhasen, Juurakon ja Kauhasen (2002, 35 - 36) mukaan tapahtuman suunnitteluvaiheessa on pohdittava asiakkaiden saamia mielikuvia tapahtumasta. Nuuksion talviriehan konseptin suunnitteluvaiheessa vastattiin tapahtumakonseptoinnin kysymyksiin asiakkaan näkökulmasta.

Opinnäytetyössä käytettiin asiakasymmärryksen sekä toimintaympäristön kartoittamisen tutkimusmenetelminä kyselytutkimusta, haastattelua sekä havainnointia. Tutkimustulosten perusteella Nuuksiossa järjestettävän talvitapahtuman halutaan sisältävän aktiviteetteja, ulkoilua ja ruokaa valoisan aikaan. Asiakasymmärrystutkimuksen perusteella lapsille ja aikuisille olisi hyvä olla eri tapahtumat. Havainnoinnin tulosten perusteella olisi tärkeää saada bussikuljetus Haukkalammelle esimerkiksi Helsingin keskustasta, sillä Haukkalammen alueella ei ole tarpeeksi parkkipaikkoja yleisötapahtumaa varten.

Kyselytutkimuksessa havaittiin Ojasalon, Moilasen ja Ritalahden (2014, 121 - 122) kuvaamia kyselytutkimuksen luotettavuuden heikkoja puolia, kuten vastaaminen vitsillä. Yksi lomake oli täytetty vastaamalla kysymyksiin asiattomuuksilla. Myös haastattelujen luotettavuudessa huomattiin heikkouksia. Toimeksiantajan tapaaminen ja potentiaalisten asiakkaiden puhelinhaastattelut olisi voitu nauhoittaa, sillä lyhyiden muistiinpanojen perusteella oli ajoittain haastavaa tulkita aineistoa.

Opinnäytetyön tuotoksena luotiin palvelumuotoilun avulla toteutettu visuaalinen talvitapahtumakonsepti, joka palautettiin valmiina ja ajallaan toimeksiantajalle. Toimeksiantajalla on mahdollisuus käyttää konseptia jatkossa muissa yrityksen järjestämissä tapahtumissa sekä talvella että muina vuodenaikoina. Toimeksiantajalla on myös mahdollisuus muokata tapahtumakonseptia jokaiseen tapahtumaansa sopivaksi. Tapahtumakonseptia on mahdollisuus kehittää myös yhteistyöyritysten kanssa. Nuuksion talvirieha -konseptia voidaan kehittää eteenpäin pilotoimalla se, jolloin mahdolliset kehittämisen kohteet voidaan kartoittaa.

Lähteet

Painetut

Grönroos, K. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Helsinki: Talentum.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2013. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

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

Keisteri-Sipilä, E. 2017. Liikuttava luonto: lähellä koko perhettä. Helsinki: Metsäkustannus.

Moritz, S. 2005. Service design. Practical access to an evolving field. Lontoo: KISD.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro.

Raj, R., Walters, P. & Rashid, T. 2013. Events management. Principles and practice. London: Sage Publications.

Shone, A., & Parry, B. 2010. Successful event management: A practical handbook. Hampshire: Cengage Learning.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Tuulaniemi, J. 2013. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum.

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2014. Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2016. Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Van der Wagen, L. & White, L. 2010. Events Management. For tourism, cultural, business and sporting events. Australia: Pearson.

Vuoristo, K-V. & Vesterinen, N. 2009. Lumen ja suven maa. Suomen matkailumaantiede. Helsinki: WSOYpro Oy.

Sähköiset

Asiakastieto. 2018. Natura Viva. Viitattu 9.10.2018. Saatavilla: <https://www.asiakastieto.fi/yritykset/fi/natura-viva-oy/06497660/taloustiedot>.

Iljin, J. 2006. Mitä on konseptisuunnittelu. Viitattu 19.2.2019. Saatavilla: http://mlab.taik.fi/~apaterso/projects/eee/pori/iljin_konseptisuunnittelu_2006.pdf

Luontokeskus Haltia. 2018. Viitattu 26.10.2018. Saatavilla: www.haltia.com.

Maijala, R. 2018. Palvelukonsepti - ideasta kokonaisuudeksi. Viitattu 19.2.2019. Saatavilla: <http://www.palvelupolkuja.fi/ideointi/palvelukonsepti-ideoista-kokonaisuudeksi/>

Metsähallitus. 2018. Viitattu 26.9.2018. Saatavilla: www.metsa.fi.

Natura Viva Oy. 2018. Viitattu 26.9.2018. Saatavilla: www.naturaviva.fi.

Nuukio Resort. 2018. Viitattu 30.10.2018. Saatavilla: www.nuukioresort.fi.

Retkipaikka. 2018. Nuukio ja Nuukion kansallispuisto. Viitattu 9.10.2018. Saatavilla: <https://retkipaikka.fi/nuukio>.

Sea and Mountain Adventures Oy. 2018. Viitattu 30.10.2018. Saatavilla: <https://www.sma.fi/fi>.

Seurasaaren Joulupolku. 2018. Viitattu 17.12.2018. Saatavilla: <http://joulupolku.net/wp/>

Visit Espoo. 2018. Viitattu 23.10.2018. Saatavilla: <https://www.visitespoo.fi/fi/perille-astihanke/>

Julkaisemattomat

Lariola, I. 2018. Toimitusjohtajan haastattelu 25.9.2018. Natura Viva Oy. Helsinki.

Kuviot

Kuvio 1: Ideoinnin strateginen kolmio (Mukaiillen Vallo & Häyrinen 2014)	11
Kuvio 2: Palvelumuotoiluprosessin vaiheet (Mukaiillen Tuulaniemi 2013).....	14
Kuvio 3: Miellekartta talvitapahtumasta Nuuksiossa	17
Kuvio 4: Miellekartta tapahtumaideoista ennen tutkimusvaihetta.....	18
Kuvio 5: Kuinka moni vastanneista olisi valmis osallistumaan Nuuksion talvitapahtumaan (n=151).....	23
Kuvio 6: Anna Aktiivinen.....	26
Kuvio 7: Nelli Nuori	27
Kuvio 8: Paula Perheellinen	28
Kuvio 9: Tapahtumaideoiden vertailua profiilien pohjalta	29
Kuvio 10: Kuva Nuuksion Haukkalammen levähdyspaikalta	30
Kuvio 11: Nuuksion ja Haukkalammen kartta. (Suomen Luontokeskus Haltia 2018.)	32
Kuvio 12: Haukanholman opaste	33
Kuvio 13: Opaste Siikarannan bussipysäkiltä Haukkalammelle	34
Kuvio 14: Ohje aktiviteettiin Seurasaaren Joulupolulla.....	37
Kuvio 15: Nuotiopaikka Seurasaaren Joulupolulla.....	38
Kuvio 16: Valaistuksia Seurasaaren Joulupolulla	39
Kuvio 17: Merirosvokeijun mysteeri -rastikierros	41
Kuvio 18: Aktiviteettipisteet Nuuksion talvitapahtumassa	43
Kuvio 19: Mahdolliset sijainnit aktiviteettipisteille.....	44
Kuvio 20: Lasten päivän palvelupolku	46
Kuvio 21: Aikuisten illan palvelupolku	47

Taulukot

Taulukko 1: Havainnointisuunnitelma ja tulokset Nuuksion Haukkalammelle	31
Taulukko 2: Nuuksion talvitapahtuman 2019 aikataulu	48

Liitteet

Liite 1: Kyselytutkimuksen kysymykset	56
Liite 2: Haastattelun kysymykset	61

Liite 1: Kyselytutkimuksen kysymykset

17.12.2018

Nuuksion kävijäkysely

Nuuksion kävijäkysely

Tällä kyselyllä halutaan kartoittaa ketä Nuuksiossa käy, mihin vuodenaikaan ja mitä aktiviteetteja he Nuuksiossa tekevät. Selvitämme myös mitä Nuuksiossa haluttaisiin tehdä ja mikä saisi ihmisiä talvella Nuuksoon.

Nuukio on Espoon, Kirkkonummen ja Vihdin alueella sijaitseva kansallispuisto.

Kysely umpeutuu 19.10.2018

* Required

1. Oletko käynyt Nuuksiossa? *

Mark only one oval.

- Kyllä
- Ei *Skip to question 9.*

2. Minkä ikäinen olet? *

3. Missä asut? *

Mark only one oval.

- Espoo
- Helsinki
- Vantaa
- Kauniainen
- Kehyskunnat
- Muu Suomi

4. Kuinka usein vieraillet Nuuksiossa? *

Mark only one oval.

- Olen käynyt vain kerran
- Olen käynyt vain muutaman kerran
- Silloin tällöin
- Käyn joka vuosi ainakin kerran
- Käyn vuosittain useita kertoja
- Käyn kuukausittain
- Käyn viikottain
- Other: _____

17.12.2018

Nuuksion kävijäkysely

5. Kenen kanssa käyt Nuuksiossa? **Check all that apply.*

- Yksin
 Ystävien
 Perheen
 Työkavereiden
 Lemmikki
 Kouluryhmä/luokkaretki
 Other: _____

6. Mitä teet(te) yleensä Nuuksiossa?

7. Millä saavuit paikalle?

8. Mihin vuodenaikaan käyt Nuuksiossa?*Check all that apply.*

- Kesä
 Syksy
 Talvi
 Kevät

*Skip to question 12.***9. Minkä ikäinen olet? ***

10. Missä asut? **Mark only one oval.*

- Espoo
 Helsinki
 Vantaa
 Kauniainen
 Kehyskunnat
 Muu Suomi

17.12.2018

Nuuksion kävijäkysely

11. Miksi et ole käynyt Nuuksiossa? *

Nuuksion talvi**12. Oletko käynyt Nuuksiossa talvella? ****Mark only one oval.* Kyllä Ei**13. Mitä teit talvella Nuuksiossa?**

14. Mitä toivoisit Nuuksioon talvikaudelle?

15. Mikä saisi sinut talvella Nuuksioon? *

16. Muuta kommentoitavaa Nuuksion talveen liittyen?

Tyytyväisyyshttps://docs.google.com/forms/d/1zUjqxpdXTwzmK75VPL_-fsHE-Xhh-lc1gPjjY0l9laU/edit

3/5

17.12.2018

Nuuksion kävijäkysely

Jos et ole käynyt Nuuksiossa, voit jatkaa suoraan seuraavaan osioon (voit myös vastata kuulemasi tai mielikuviesi perusteella jos haluat).

17. Kuinka tyytyväinen olet Nuuksion saavutettavuudesta autolla?*Mark only one oval.*

	1	2	3	4	5	
Todella tyytymätön	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin tyytyväinen

18. Kuinka tyytyväinen olet Nuuksion saavutettavuudesta julkisilla?*Mark only one oval.*

	1	2	3	4	5	
Todella tyytymätön	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin tyytyväinen

19. Kuinka tyytyväinen olet Nuuksion palveluihin?*Mark only one oval.*

	1	2	3	4	5	
Todella tyytymätön	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin tyytyväinen

20. Mikä parantaisi tyytyväisyyttäsi?

21. Muuta kommentoitavaa tyytyväisyyteen liittyen?

Nuuksiossa tapahtuu**22. Jos Nuuksiossa järjestettäisiin talvitapahtuma, niin olisitko kiinnostunut osallistumaan siihen?***Mark only one oval.*

- Kyllä
 Ehkä
 Ei

17.12.2018


Nuksion kävijäkysely

23. Millainen tapahtuma saisi sinut paikalle?*Check all that apply.*

- Urheilullinen tapahtuma
- Lapsille suunnattu hauska rieha
- Taiteellinen tapahtuma
- Jännittävä/kauhutapahtuma
- Seikkailullinen tapahtuma
- Tiede/ympäristöaiheinen tapahtuma
- Perhetapahtuma
- Talviaktiiviteettitapahtuma
- Talviset bileet
- Kilpailu
- Other: _____

24. Jos paikalla olisi ... tulisin varmasti!

25. Mitä muuta toivoisit tapahtumalta?

Powered by
 Google Forms

Liite 2: Haastattelun kysymykset

1. Jos luonnossa järjestettäisiin talvitapahtuma, mitä haluaisit tehdä siellä?
2. Millaisia esiintyjä kaipaaisit ulkona pidettävään tapahtumaan talvella? Kaipaaisitko esiintyjä ollenkaan?
3. Mikä tapahtumissa on mielestäsi välttämätöntä?
4. Millaisia aktiviteetteja toivoisit ulkona järjestettävään talvitapahtumaan?
5. Millä haluaisit saapua paikalle tapahtumaan?
6. Mihin aikaan toivoisit tapahtuman alkavan ja mihin aikaan loppuvan?