

Mari Timgren

SATAKUNNAN MATKAILUN SISÄINEN MYYNTIPÄIVÄ -
SATAKUNTA HYVÄÄ KOHDETTA 2013

Matkailun koulutusohjelma

2013

SATAKUNNAN MATKAILUN SISÄINEN MYYNTIPÄIVÄ - SATAKUNTA HYVÄÄ KOHDETTA 2013

Timgren, Mari
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma
Syyskuu 2013
Ohjaaja: Nurmi-Rantanen, Kirsi
Sivumäärä: 60
Liitteitä: 10

Asiasanat: tapahtuma, tapahtumamarkkinointi, tapahtuman järjestäminen

Tämän opinnäytetyön aiheena oli Satakunnan matkailun sisäisen myyntipäivän - Satakunta hyvää kohdetta 13.3.2013 -tapahtuman suunnitteleminen ja toteuttaminen. Työn tavoitteena oli järjestää onnistunut myyntipäivä niin näytteilleasettajien, vieraiden kuin järjestäjienkin kannalta. Tapahtuma järjestettiin yhdessä Satakuntaliiton matkailusihteerin Ulla Koivulan kanssa. Sen tarkoituksena oli esitellä satakuntalaisia matkailukohteita satakuntalaisille yhdistyksille, yrityksille ja kouluille. Satakunta hyvää kohdetta -tapahtuma järjestettiin jo 14. kertaa.

Työ toteutettiin toiminnallisena opinnäytetyönä. Teoriaosuudessa kerrottiin ensin Satakuntaliitosta ja sen järjestämistä markkinointitapahtumista. Tämän jälkeen käsiteltiin tapahtumamarkkinointia, onnistuneen tapahtuman järjestämistä, tapahtumaprosessia sekä palautekyselyn toteuttamista.

Tapahtuma järjestettiin Satakuntaliiton toimesta. Tapahtumassa oli mukana ennätysmäärä näytteilleasettajia eli 44 matkailuyritystä/-tahoja ja kutsuvieraita yhteensä liki 200. Tapahtuman onnistumista selvitettiin näytteilleasettajien palautekyselylomakkeella, joita palautui 42 kappaletta. Palautusprosentiksi saatiin noin 68,9 %:a, joka oli kaksi kertaa suurempi kuin viimeisen kolmen vuoden aikana.

Palautteiden perusteella tapahtumaa pidettiin onnistuneena ja tarpeellisena. Satakuntaliiton henkilökuntaa kiitettiin hyvin tehdystä työstä ja paikan valinnasta. Kehittämisehdotuksia annettiin arvonnän toteuttamisesta, juonnosta ja vieraista. Tapahtumaa pidettiin edelleenkin tarpeellisena ja moni näytteilleasettaja lupasi tulla seuraavana vuonna uudelleen.

INTERNAL MARKETING DAY OF TOURISM IN SATAKUNTA - A HUNDRED NICE PLACES TO VISIT IN SATAKUNTA 2013

Timgren, Mari

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Tourism

September 2013

Supervisor: Nurmi-Rantanen, Kirsi

Number of pages: 60

Appendices: 10

Keywords: event, event marketing, event planning

The subject of this thesis was to plan and organize an Internal Marketing Day of Tourism in Satakunta - A Hundred Nice Places to visit in Satakunta 2013. The event was held on March 13th 2013. The purpose of the event was to show travel destinations in Satakunta to companies' representatives, organizations' spokesmen and -women and to schools. The goal of this thesis was to organize a successful marketing event, so that everyone would have enjoyed their day. The orderer of this study was tourism secretary Ulla Koivula from the Regional Council of Satakunta and the event was planned and implemented in co-operation with her. The Internal Marketing Day of Tourism in Satakunta was organized for the 14th time.

The thesis was implemented as an operational thesis. The theory part of this thesis dealt with the Regional Council of Satakunta and its marketing events. Then was told about event marketing, how to organize a successful event, the process of planning and implementing an event and carrying out a questionnaire.

The organizer of this event was the Regional Council of Satakunta. There were a record-breaking number of exhibitors, 44 in total, and nearly 200 guests. The exhibitors had the possibility to give feedback during and also after the event. The meaning of this was to find out, if the event was successful, necessary and useful and also get some suggestions for the future events. They returned 42 questionnaires and the answer rate was 68, 9 %. The answer rate doubled compared to the last three Internal Marketing Days of Tourism in Satakunta.

According to the feedbacks given by the exhibitors, the event was successful and necessary. The staff of the Regional Council of Satakunta was thanked for their work and the choice of the venue. The exhibitors gave some improvement suggestions about the award ceremony, the host and the guests. The event was still considered to be necessary and most of the exhibitors promised to participate again next year.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	TYÖN TAVOITE JA TUTKIMUSTEHTÄVÄ.....	6
3	TOIMINNALLINEN OPINNÄYTETYÖ	7
4	SATAKUNTALIITTO JA SEN JÄRJESTÄMÄT TAPAHTUMAT.....	8
4.1	Satakuntaliitto	8
4.2	Satakuntaliiton tapahtumat.....	8
5	TAPAHTUMAMARKKINOINTI.....	10
5.1	Tapahtumamarkkinoinnin määritelmä.....	10
5.2	Tapahtumalajit	11
5.3	Onnistuneen tapahtuman järjestäminen	12
6	SATAKUNTA HYVÄÄ KOHDETTA 2013 -TAPAHTUMAN LÄHTÖKOHDAT.....	14
6.1	Tapahtumapaikka ja -aika.....	14
6.2	Aikataulutus	15
6.3	Budjetti.....	16
6.4	Tapahtuman vastuhenkilöt.....	17
6.5	Tapahtuman riskit	17
7	SATAKUNTA HYVÄÄ KOHDETTA 2013 - TAPAHTUMAN TAPAHTUMAPROSESSI.....	19
7.1	Suunnitteluvaihe	19
7.2	Toteutusvaihe.....	28
7.3	Jälkimarkkinointivaihe.....	32
7.3.1	Tapahtuman taloushallinta.....	34
7.3.2	Palautteen kerääminen.....	35
8	NÄYTTEILLEASETTAJIEN PALAUTEKYSELY	36
8.1	Toteutus.....	36
8.2	Tulokset ja niiden analysointi	38
9	TAPAHTUMAN ARVIOINTI	50
10	TYÖN LUOTETTAVUUS	51
11	POHDINTA.....	53
	LÄHTEET.....	58
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aihepiiri on tapahtuman järjestäminen. Tapahtumista on tullut jokapäiväistä viihdettä. Niitä kulutetaan yhtä paljon kuin muitakin tuotteita ja palveluita, minkä takia tapahtumamarkkinoinnin ammattilaisten määrä on kasvanut. Tämä on myös johtanut siihen, että tapahtumien järjestämisestä tulisi suunnitella paljon tarkemmin ja paremmin. Kuluttajat ovat tietoisia siitä, että tapahtumia on valtavasti tarjolla, joten he ovat paljon kriittisempiä, vaativampia ja ennalta arvaamattomampia kuin ennen. Aikaisemmin tapahtumat olivat harvinaisia tapauksia ja ihmiset osallistuivat niihin, koska ne olivat jotain uutta ja ainutlaatuisia. Nykyään on varaa valita ja jos tapahtuma ei vaikuta kovinkaan kiinnostavalta, sinne ei mennä. Vaikka tapahtumaa voitaisiin pitää kaikin puolin onnistuneena, se ei takaa sen suosiota. Tärkeintä on erottautua valtavasta tapahtumatarjonnasta sekä kuunnella osallistujien mielipiteitä tapahtumasta, jotta tapahtumasta tulisi paljon parempi. (Preston 2012, 21–22.)

Opinnäytetyöni on toiminnallinen opinnäytetyö, jonka tavoitteena oli järjestää onnistunut Satakunnan matkailun sisäinen myyntipäivä – Satakunta hyvää kohdetta 2013. Itse tapahtuma järjestettiin seuraten Vallon & Häyrisen tapahtumaprosessia (2008), johon kuuluvat suunnittelu-, toteutus- ja jälkimarkkinointivaihe. Tätä prosessia noudattamalla pystyin helposti suunnittelemaan aikatauluani ja tehtäviäni tapahtumaa varten. Myös edellisten tapahtumien materiaalit olivat apuna tapahtuman järjestämisessä.

Vaikka Satakunta hyvää kohdetta -tapahtumaa onkin järjestetty monien vuosien ajan, halusin tehdä opinnäytetyöni tästä tapahtumasta. Halusin opinnäytetyöni koskevan tapahtuman järjestämistä, sillä haluaisin tulevaisuudessa tehdä työtä tällä alalla. Myös tapahtuman tarkoitus, eli satakuntalaisten matkailukohteiden esitteleminen satakuntalaisille yrityksille, yhdistyksille ja kouluille, oli mielestäni ajankohtainen. Lähimatkailu on nyt suosiossa ja monet satakuntalaiset matkailuyrittäjät ovat tämän myös huomanneet. Toivonkin saavani tapahtuman avulla satakuntalaisia tutustumaan maakuntansa tarjontaan ja tajuamaan, että Satakunnasta löytyy yhtä hyviä, ellei jopa parempia, matkakohteita kuin muualta Suomesta.

Kirjallisessa osuudessa johdannon jälkeen kerron työni tavoitteet ja tutkimustehtävät. Kolmannessa luvussa käsittelen toiminnallista opinnäytetyötä sekä sitä, miksi valitsin kyseisen menetelmän. Neljännessä luvussa kerron yleisesti Satakuntaliitosta ja sen järjestämistä tapahtumista. Viidennessä luvussa kirjoitan tapahtumamarkkinoinnista yleisesti ja kerron erityyppisistä tapahtumalajeista. Samassa luvussa kerron myös, miten järjestetään onnistunut tapahtuma. Kuudennessa luvussa kirjoitan Satakunta hyvää kohdetta 2013 -tapahtuman lähtökohdista ja seitsemännessä luvussa kirjoitan itse tapahtumaprosessista ja sen eri vaiheista: suunnittelu-, toteutus- ja jälkimarkkinointivaiheesta. Kahdeksannessa luvussa kirjoitan palautekyselyn toteuttamisesta ja sen tuloksista. Yhdeksännessä luvussa arvioin tapahtuman onnistumista, kymmenennessä pohdin työn luotettavuutta ja viimeisessä luvussa koko työtä.

2 TYÖN TAVOITE JA TUTKIMUSTEHTÄVÄ

Opinnäytetyön päätavoitteena on järjestää kokonaisuudessaan onnistunut myyntipäivä kaikkien osallistujien kannalta. Satakunnan matkailun sisäinen myyntipäivä - Satakunta hyvää kohdetta toteutetaan 14:ttä kertaa, ja sen onnistumista tutkitaan palautekyselyn avulla. Palautekyselyllä pyritään myös selvittämään mahdolliset kehittämissuhteudet tulevia tapahtumia varten. Tarkoituksena on myös selvittää, onko tapahtuma jo menettänyt suosionsa vai onko se edelleen tarpeellinen satakuntalaisten matkailuyrittäjien mielestä. Sivutavoitteeksi määrittelen käytännön kokemuksen hankkimista tapahtumanjärjestämisestä, jotta voisin tulevaisuudessa työllistyä tälle alalle. Tavoitteiden perusteella tutkimustehtäväksi muodostuu selvittää, miten järjestetään onnistunut markkinointitapahtuma ja toteutetaan oikeaa tietoa tuottava palautekysely.

3 TOIMINNALLINEN OPINNÄYTETYÖ

Vilkaan & Airaksisen (2004, 9) mukaan toiminnallinen opinnäytetyö on yksi vaihtoehto ammattikorkeakoulun tutkimukselliselle opinnäytetyölle. Toiminnallisen opinnäytetyön avulla pyritään joko ohjeistamaan tai opastamaan käytännön toimintaa tai järjestämään ja järjeistämään sitä. Tuotoksena voi olla alasta riippuen esimerkiksi perehdyttämisorja, ympäristöohjelma tai turvallisuusohjeistus. Myös erilaisten tapahtumien toteuttaminen, kuten messuosaston tai kansainvälisen kokouksen järjestäminen, kuuluu toiminnallisen opinnäytetyön vaihtoehtoihin.

Tapahtuma, tuote, opas tai ohjeistus, joka toteutetaan toiminnallisena opinnäytetyönä, ei riitä ammattikorkeakoulun opinnäytetyöksi. Tärkeätä on osoittaa kykenevänsä yhdistämään ammatillisen teorian ammatilliseen käytäntöön sekä perustelemaan valintansa: Mihin alan tietoon nojaten tein valintani? Kun toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena on järjestää tapahtuma, tulisi opinnäytetyöraporttiin sisällyttää tietoja tapahtumasta ja sen suunnittelusta. Raportissa pitäisi kertoa tapahtuman itse ohjelmasta ja sitä koskevista valinnanmahdollisuuksista ja ratkaisuista sekä tapahtuman tiedottamisesta, mahdollisen ilmoittautumisen ja osallistumismaksujen määräytymisestä, kutsuprosessista sekä majoitusjärjestelyistä ja sopimuksista. (Vilka & Airaksinen 2004, 41–42, 55.)

Halusin tehdä toiminnallisen opinnäytetyön, koska se tuntui luontevammalta vaihtoehdolta. Toiminnallisen opinnäytetyön tekeminen ei kuitenkaan ole helpompaa kuin tutkimuksen, mutta tätä menetelmää käyttämällä oppii paljon enemmän käytännön asioita. Toiminnallinen menetelmä auttaa myös sivutavoitteeni toteutumisessa eli kokemuksen hankkimisesta tapahtumanjärjestämisessä. Näin pystyn paremmin soveltamaan jo opittua teoriaa tapahtumanjärjestämisestä käytäntöön. Työn toiminnallinen osuus tulee olemaan Satakunnan matkailun sisäisen myyntipäivän suunnittelu ja toteuttaminen. Siihen kuuluu myös palautekyselyn toteuttaminen, jotta pystyisin arvioimaan, onko tapahtuma onnistunut.

4 SATAKUNTALIITTO JA SEN JÄRJESTÄMÄT TAPAHTUMAT

4.1 Satakuntaliitto

Satakuntaliitto toimii Satakunnan maakunnan, sen kuntien ja asukkaiden eduksi kehittämisen-, edunvalvonta-, tutkimus- ja suunnitteluorganisaationa, jolle on määritelty kuusi eri tehtäväkokonaisuutta Satakuntaliiton www-sivuilla. Ensimmäisenä tehtävänä on edistää maakunnan henkistä ja aineellista vaurastumista sekä hyvän ympäristön turvaamista sekä valvoa maakunnan etua. Toisena tehtävänä on vahvistaa maakunnan sisäistä sekä kuntien että kuntayhtymien välistä yhteistyötä sekä toimia maakunnallisena yhteistyöelimenä maakunnan kehittämissasioissa. Kolmantena tehtävänä on hoitaa alueiden kehittämisestä annetun lain mukaiset aluekehitysviranomaisen tehtävät sekä neljäntenä avustaa ja palvella kuntia niiden tutkimus-, suunnittelu- ja kehittämistoiminnassa. Satakuntaliiton viidentenä tehtävänä on huolehtia alueellaan maakuntakaavan laatimisesta ja muista maakuntakaavoitukseen liittyvistä tehtävistä ja edistää maakuntakaavan toteuttamista sekä kuudentena huolehtia lainsäädäntöön perustuvista muista tehtävistä sekä jäsenkuntien yhdessä sille osoittamista tehtävistä. (Satakuntaliiton www-sivut 2013.)

Satakuntaliitossa toimii matkailun alueorganisaatio, jonka tehtävänä on yhteisten matkailumarkkinointitoimenpiteiden organisointi. Se on mukana alueellisten matkailun painotuotteiden työstämisessä sekä koulutus- ja infotapahtumien ja erilaisten markkinointitapahtumien järjestämisessä. Matkailun kehittämistä ja markkinointia koordinoi Satakunnassa matkailun työryhmä, johon kuuluu eri rahoitus- ja toimijatahoja. Satakuntaliiton matkailusihteerinä toimii Ulla Koivula. (Satakuntaliiton www-sivut 2013.)

4.2 Satakuntaliiton tapahtumat

Satakuntaliitto järjestää useita maakunnan yhteisiä markkinointitapahtumia vuosittain. Yksi tapahtumista on Satakunnan maakunnan matkailun road show, joka tänä vuonna järjestettiin 12.–13.2. reitillä Hämeenlinna-Forssa-Loimaa-Turku-Uusikaupunki. Road show on yleensä pieni tapahtuma, esitys tai näyttely, joka liik-

kuu paikasta toiseen (Soutar 2005, 105). Tapahtuman tarkoituksena on esitellä satakuntalaisia matkailutahoja kohdepaikkojen yhdistyksille ja yritysten sihteereille. Tapahtuman esittelijät sekä Satakuntaliiton edustajat kulkevat linja-autolla kohteesta toiseen markkinoiden Satakuntaa sekä sen matkailutuotteita ja -palveluita. (Satakuntaliiton www-sivut 2013.)

Viimeisen kolmentoista vuoden ajan on järjestetty Satakunta hyvää kohdetta - tapahtuma, joka aiemmin tunnettiin esimerkiksi nimellä Satakunnan matkailun sisäinen workshop -myyntitapahtuma. Tapahtumassa esitellään satakuntalaisia matkailukohteita satakuntalaisille yhdistyksille ja yrityksille. Vieraksi kutsutaan erilaisia matkoja ja tilaisuuksia järjestävien yhdistysten matkavastaavia, yritysten sihteereitä, kouluja sekä tiedotusvälineiden edustajia Satakunnasta. (Satakuntaliiton www-sivut 2013.)

Satakuntaliitto ja satakuntalaiset matkailuyritykset ja -tahot osallistuvat myös Suomen järjestämään myyntikiertueeseen, jonka tavoitteena on lisätä matkailualueiden, -kohteiden ja -yritysten ryhmämyyntiä. Suoma on Suomen matkailuorganisaatioiden yhdistys, joka toimii kotimaan matkailun alueellisten organisaatioiden, matkailukeskusorganisaatioiden ja I-kilpi matkailutoimistojen yhteiselimenä ja edunvalvontajärjestönä matkailualan keskusjärjestöihin, valtion matkailuhallintoon ja muihin alalla toimiviin yhteisöihin nähden, tavoittelematta kuitenkaan jäsenilleen välitöntä taloudellista ansiota tai etua. Suomen myyntikiertueella luodaan uusia kontakteja ryhmämatkoja varaaviin asiakkaisiin sekä vahvistetaan jo aiemmin syntyneitä asiakassuhteita. Lisäksi tavoitteena on edistää matkailualan toimijoiden keskinäistä verkostoitumista. Kiertueen reittinä tänä vuonna oli Turku-Lahti-Tampere ja ajankohtana 12.–14.3.2013. (Comma Groupin www-sivut 2013; Satakuntaliiton www-sivut 2013; Suoma ry:n www-sivut 2013.)

Tänä vuonna Satakuntaliitolla oli kaksi osastoa Matka 2013 -messuilla 17.–20.1.2013 Helsingin Messukeskuksessa. Satakuntaliiton osastoilla olivat mukana Selkämeren kansallispuisto, Onni kutsuu kylään -hanke, Satakuntaliitto, Kokemäenjokilaakson matkailuyrittäjät ja Eura. Myös Porilla ja Raumalla oli omat osastonsa Satakuntaliiton osaston vieressä. Satakuntaliitto aikoo myös ensi vuonna osallistua Matka 2014 -messuille samalla periaatteella. (Satakuntaliiton www-sivut 2013.)

5 TAPAHTUMAMARKKINOINTI

5.1 Tapahtumamarkkinoinnin määritelmä

”Tapahtumamarkkinointi on markkinoinnin ja tapahtuman yhdistämistä. Markkinointi on tavoitteellista toimintaa, jonka tehtävänä on välittää organisaation haluama viesti ja saada ihmisen toimimaan organisaation toivomalla tavalla. Tapahtumamarkkinointi on toimintaa, joka tavoitteellisella, vuorovaikutteisella tavalla yhdistää organisaation ja sen kohderyhmät valitun teeman ja idean ympärille tapahtumaan, joka on toiminnallinen kokonaisuus.” (Vallo & Häyrynen 2008, 19.) Vallon & Häyrysen (2008, 19) mukaan tapahtumamarkkinointi on käsitteenä uusi. Yleensä se määritellään strategisesti suunnitteluksi pitkäjänteiseksi toiminnaksi, jossa yhteisö tai yritys viestii kohderyhmänsä kanssa ja kohtaa sidosryhmänsä ennakkoon suunnitellussa tilanteessa ja ympäristössä. Masterman & Wood (2006, 217) määrittelevät markkinointitapahtuman seuraavasti: Tapahtuma, jonka päätavoitteena on markkinoida brändiä, tuotetta, ideaa tai organisaatiota interaktiivisella tavalla. Iiskola-Kesosen (2004, 60) mukaan tapahtumamarkkinointi on tapahtuman ja markkinoinnin yhdistämistä. Siten tapahtumamarkkinoinniksi voidaan siis laskea myös osallistumiset suuriin tapahtumiin, kuten esimerkiksi Matkamessuihin, tai yritysten tuotelanseeraukset. Vallo & Häyrynen (2008, 20) luokittelevat myös kriteerit, joiden perusteella voidaan puhua tapahtumamarkkinoinnista. Tässä tapauksessa tapahtuman on oltava etukäteen suunniteltu, ja sen kohderyhmä sekä tavoite tarkasti määriteltäviä. Tapahtuman täytyy myös olla kokemuksellinen, elämyksellinen ja vuorovaikutteinen.

Tapahtumamarkkinoinnista on hyötyä niille, jotka sitä käyttävät. Yksi päähyödyistä on se, että saadaan joukko ihmisiä samaan paikkaan ja hallittuun ympäristöön. Näin pystytään luomaan uusia sekä ylläpitämään vanhoja asiakassuhteita. Toinen hyöty saadaan kohderyhmästä. Kun kohderyhmä on tarkkaan määriteltä, pystytään luomaan uusia asiakassuhteita, joilla on oikeasti merkitystä yrityksille eikä työ ole ollut turhaa. Kolmas hyöty syntyy hallitusta ympäristöstä, jossa ei markkinoida mitään muuta kuin on alun perin tarkoitettu. Nykyään ihmisille lähetetään paljon markkinointiviestejä, jotka rupeavat nopeasti kyllästyttämään. Siksi tapahtumat ovat hyvä paikka markkinoida tuotteitaan ja brändiä, koska niissä pääsee vuorovaikutukseen

osallistujan kanssa. Kaikki on henkilökohtaisempaa, kun pääsee tutustumaan ihmiseen tuotteen, palvelun tai brändin takana. (Masterman & Wood 2006, 230.)

Satakunta hyvää kohdetta 2013 -tapahtuma on yksi esimerkki tapahtumamarkkinoinnista. Tätä tapahtumaa on järjestetty viimeisen kolmentoista vuoden ajan, ja sen nimi on vaihtunut useamman kerran vuosien saatossa. Aiemmin se on tunnettu esimerkiksi nimellä Satakunta Workshop, mutta konsepti on kuitenkin pysynyt vuosien ajan samana. Tapahtuman päätavoitteena on siis markkinoida ja esitellä satakuntalaisia matkailutuotteita ja -palveluita satakuntalaisille kutsuvieraille. Tapahtuma täyttääkin Vallon & Häyrisen (2008, 20) kriteerit tapahtumamarkkinoinnista, sillä Satakunta hyvää kohdetta 2013 -tapahtuma on etukäteen suunniteltu, ja sen suunnitteluvaihe kestää noin kolme kuukautta. Tapahtuman tavoite ja kohderyhmä ovat myös tarkasti määriteltäviä. Kohderyhmä muodostuu satakuntalaisten yhdistysten ja yritysten matkavastaavista ja sihteereistä sekä kouluista, jotka etsivät luokkaretki- tai käyntikohteita Satakunnan alueelta.

5.2 Tapahtumalajit

Ennen kuin voidaan puhua eri tapahtumalajeista, täytyy määritellä tapahtuma -käsite. Getzin (2007, 18) mukaan tapahtuma on tilaisuus tietyssä paikassa, tiettyyn aikaan ja Bowdin, Allen, O'Toole, Harris & McDonnell (2011, 17) määrittelevät tapahtuman olevan sellainen tilaisuus, joka koostuu monesta erilaisesta, mutta toisiinsa liittyvistä osista. Vallon & Häyrisen (2008, 59) mukaan tapahtuma on aina tilaisuus, oli se sitten minkätyyppinen tai -kokoinen tahansa. Yhteistä jokaiselle tapahtumalle on kuitenkin se, että ne ovat ainutlaatuisia ja väliaikaisia.

Tapahtumat voidaan luokitella esimerkiksi osallistujamäärän, sisällön, toteuttamistavan, päätavoitteen, koon, budjetin tai ajankohdan mukaan. Sisällön mukaan lajiteltuna tapahtumat voivat olla asiatapahtumia, viihdetapahtumia tai näiden yhdistelmiä. Jos tapahtumat lajitellaan toteuttamistavan mukaan, tapahtumat voivat olla itse rakennettuja, ostettuja, ketjutettuja tai kattotapahtumia. (Vallo & Häyrisen 2008, 57–62.) O'Toole (2011, 47) käyttää tapahtumien luokittelussa apunaan Julia Silversin luomaa asteikkoa. Sen mukaan tapahtumat lajitellaan kymmeneen eri kategoriaan,

jotka ovat yritystapahtumat, hyväntekeväisyystapahtumat, näyttelyt, messut ja markkinat, viihde- ja vapaa-ajan tapahtumat, festivaalit, hallituksen ja kuntien järjestämät tapahtumat, markkinointitapahtumat, kokoukset ja kongressit, yksityistapahtumat sekä urheilutapahtumat.

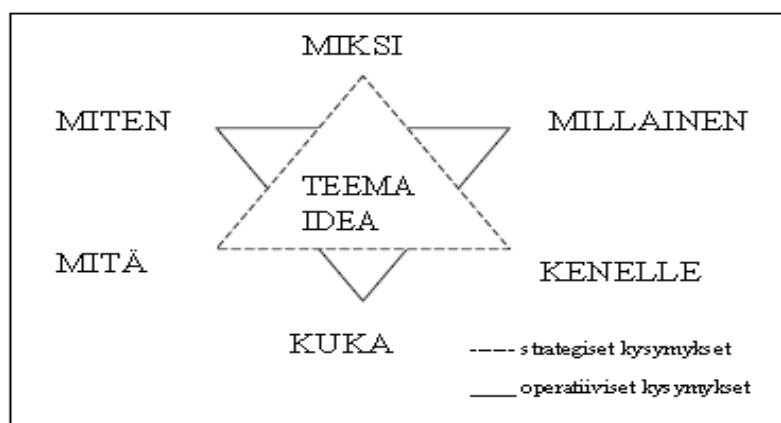
Yritystapahtumat tukevat yrityksen tavoitteita, esimerkiksi asiakassuhteiden hallinnan, koulutuksen ja markkinoinnin suhteen. Hyväntekeväisyystapahtumien avulla pyritään keräämään varoja tai herättämään tietoutta jonkun asiaan suhteen, esimerkiksi Itämeren suojelemiseksi. Näyttelyiden, messujen ja markkinoiden yhteisenä tarkoituksena on tuoda asiakkaat ja yritykset yhteen, jotta syntyisi interaktiivista keskustelua. Viihde- ja vapaa-ajan tapahtumat järjestetään kerran tai kausittain. Näitä ovat yleensä konsertit tai laskiaisriehat. Festivaaleissa juhlitaan paikallista kulttuuria, kuten esimerkiksi Brasilian samba- tai Venetsian karnevaaleissa, kun taas hallituksen ja kuntien järjestämät tapahtumat liittyvät yleensä joko politiikkaan tai tiedottamiseen. Niitä järjestetään usein vaalien tai joidenkin tärkeiden päätösten aikaan. Markkinointitapahtumien tavoitteena on herättää tietoisuutta jostakin tuotteesta tai yrityksestä, kun taas kokouksissa ja kongresseissa ihmiset jakavat tietoa, keskustelevat tai väittelevät tärkeistä asioista. Yksityistapahtumat liittyvät ihmisten sosiaaliseen elämään, ja ne ovat ainoastaan kutsuvierastilaisuuksia, kun taas urheilutapahtumat ovat kaikille avoimia tilaisuuksia joko maksua vastaan tai ilmaiseksi. Suurimpia urheilutapahtumia ovat Olympialaiset ja Wimbledonin tennisturnaus. (O'Toole 2011, 47–48.)

5.3 Onnistuneen tapahtuman järjestäminen

On olemassa viiden W:n järjestelmä, joka auttaa määrittelemään, onko tapahtuma toteuttamiskelpoinen, kannattava ja kestävä. Siksi jokaisen tapahtumajärjestäjän pitäisi kysyä itseltään seuraavat kysymykset: Why, who, when, where ja what eli mitä, miksi, miten, milloin ja kenelle. (Preston 2012, 67 – 71.) Sama ajatus piilee myös Vallon & Häyrisen (2008, 93) määritelmässä siitä, mikä on onnistunut tapahtuma: ”Onnistunut tapahtuma on kuin tähti, joka sykkii lämmintä valoa ja iloa mukanaolijoille. Tähti muodostuu kahdesta kolmiosta: strategisesta ja operatiivisesta. Kummasakin kolmiossa on kolme kysymystä, joihin pitää osata vastata ennen tapahtuman

suunnitteluun ryhtymistä”. Iiskola-Kesosen (2004, 16) mukaan onnistunut tapahtuma taas edellyttää järjestäjiltä huolellista paneutumista siihen, mitä tapahtumassa tarjotaan ja kuinka osallistujat viihtyvät mahdollisimman hyvin. Lisäksi hän vertaa tapahtumia palveluihin, koska niitä ei voi myydä eteenpäin, varastoida eikä myöskään täysin havainnollistaa etukäteen.

Vallon & Häyrisen (2008, 97) mukaan kuvion 1 onnistunut tapahtuma on mahdollinen vain, jos nämä kaksi kolmiota, strateginen ja operatiivinen, ovat tasapainossa. Jos jokin osa-alue on vahvempi kuin toinen, tapahtuma on tasapainoton, mikä yleensä huomataan. Kolmion strategiset kysymykset ovat miksi tapahtuma järjestetään, kenelle tapahtuma järjestetään ja mitä järjestetään, kun taas operatiiviset kysymykset ovat miten tapahtuma järjestetään, millainen tapahtuman ohjelma tai sisältö on ja kuka toimii isäntänä.



Kuvio 1. Onnistunut tapahtuma (Vallo & Häyrisen 2008, 97)

Tapahtumanjärjestäjän täytyy tarkasti miettiä, miksi tapahtuma järjestetään, sillä tapahtuman tavoite määrittelee yleensä sen, mitä seuraavaksi tehdään. On myös selvitettävä osallistujien motiivit eli mikä saa heidät tulemaan tapahtumaan. Toinen strateginen kysymys käsittelee tapahtuman kohderyhmää. Järjestäjien täytyy miettiä, kenelle tapahtuma järjestetään ja miten kohderyhmän yhteystiedot saadaan. Ketä tahansa ei saa kutsua, vaan on tarkoin määriteltävä kohderyhmä, jottei lähetettäisi turhia kutsuja. Kolmas strateginen kysymys koskee tapahtuman luonnetta ja virallisuusasetta. On tarkoin mietittävä, hyödynnetäänkö jotain toista tapahtumaa vai järjestetäänkö tapahtuma kokonaan itse. Näiden kolmen strategisen kysymyksen vastaukset

muodostavat tapahtuman idean, jonka ympärille kaikki muut päätökset nivoutuvat. (Vallo & Häyrinen 2008, 93–94.)

Onnistuneen tapahtuman kolmiossa ensimmäinen operatiivinen kysymys on miten tapahtuma järjestetään. Tähän kysymykseen liittyy keskeisesti tapahtumaprosessi, jolla on kolme eri vaihetta: suunnittelu-, toteutus- ja jälkimarkkinointivaihe. Tapahtumanjärjestäjät päättävät, mitä tarvitaan, jotta idea ja teema näkyvät läpi koko tapahtuman. Toinen operatiivinen kysymys etsii vastauksia tapahtuman sisältöön ja ohjelmaan, jotka riippuvat tapahtuman tavoitteesta, kohderyhmästä ja halutuista viesteistä. Tapahtumanjärjestäjän pitää miettiä, tarvitaanko esiintyjä, musiikkia tai luennoitsijoita sekä sopivatko nämä valinnat valittuun kohderyhmään. Viimeinen operatiivinen kysymys koskee tapahtuman järjestäjiä eli kuka organisoii tapahtuman ja toimii isännänä. Isännän rooli on tärkeä, sillä hänen tehtävänä on vaikuttaa omalla käytöksellään osallistujiin. Hän on tapahtuman sydän, joka voi pelastaa tapahtuman, vaikka kaikki menisikin pieleen. Näiden kolmen operatiivisen kysymyksen vastaukset muodostavat tapahtuman teeman, joka määrää esimerkiksi kutsun ilmeen ja kaikki muut painomateriaalit. Operatiivisen kolmion vastuu on projektiryhmällä ja organisaation projektipäälliköllä. He vastaavat tapahtuman toteuttamisesta. (Vallo & Häyrinen 2008, 95–97.)

6 SATAKUNTA HYVÄÄ KOHDETTA 2013 -TAPAHTUMAN LÄHTÖKOHDAT

6.1 Tapahtumapaikka ja -aika

Satakunta hyvää kohdetta 2013 -tapahtuma järjestettiin Friitala-talolla, Ulvilassa, 13.3.2013. Muita mahdollisia tapahtumapaikkoja olivat Merikievari, Merikarviassa, ja Pripoli, Vähällä-Raumalla. Ulvilan Friitala-talo päätettiin tapahtumapaikaksi jo syksyllä, sillä sopivia paikkoja ei ollut paljon tarjolla, kun otetaan huomioon tapahtuman luonne. Tapahtumapaikan pitäisi olla tarpeeksi houkutteleva, mutta myös helposti saavutettavissa. Palautteiden perusteella tapahtumapaikan ympäristössä tulisi lisäksi olla mahdollisimman paljon parkkipaikkoja. Friitala-talolla on jo aiemmin

järjestetty Satakunta hyvää kohdetta -tapahtuma vuonna 2009 ja silloin sitä pidettiin hyvänä paikkana. Tapahtuma järjestettiin toisessa kerroksessa, mutta tänä vuonna se järjestettiin ensimmäisessä kerroksessa. Allenin, O'Toolen, McDonnellin & Harrisin (2005, 422–423) mukaan paikan valinta on tärkeä päätös, joka lopulta määrittelee monet muut päätökset. He mainitsevat myös tekijöitä, jotka tulisi huomioida paikan valinnassa. Niitä ovat esimerkiksi paikan koko ja sijainti, saatavuus, wc-tilat, pito- palvelumahdollisuus, valaistus sekä turvallisuussuunnitelma. Halsey (2010, 24) mainitsee myös sen, että tapahtumanjärjestäjällä ei aina ole sananvaltaa tapahtumapaikan suhteen, vaan hänen täytyy hyväksyä se paikka, joka on jo etukäteen varattu. Siksi tapahtumanjärjestäjän tulisi tuntea erilaisten juhlapaikkojen ominaisuudet sekä haasteet ja hyödyt.

6.2 Aikataulut

Vallon & Häyrisen (2008, 147) mukaan minimiaika onnistuneen tapahtuman tekemiseen suunnittelusta jälkimarkkinointiin on vähintään pari kuukautta, lyhyemmässä ajassa järjestetyissä tapahtumissa joudutaan usein tinkimään toteutuksesta ja laadusta.

Satakunta hyvää kohdetta 2013 -tapahtuman suunnittelu oli alkanut jo syksyllä, jolloin oli sovittu paikka ja ajankohta (Taulukko 1). Joulukuun lopussa oli myös laitettu ensimmäinen sähköposti satakuntalaisille matkailuyrityksille ja -tahoille tästä tapahtumasta. Samoihin aikoihin oli lisäksi avattu Internet-lomake, jota kautta pystyi ilmoittautumaan näytteilleasettajaksi. Ensimmäinen ilmoittautuminen erääntyi 7.1.2013. Siihen mennessä oli ilmoittautunut vain muutama taho, joten ilmoittautumisaikaa jatkettiin 6.2.2013 saakka. Cafe Hellmanille ilmoitettiin erityisruokavalioista sekä vieraiden kokonaismäärästä viikkoa ennen tilaisuutta eli 6.3.2013. Friitalatalon tilojen tarkastuskäynti tehtiin 6.2.2013, ja tila valmisteltiin tilaisuutta varten 12.–13.3.2013. Tiedotusvälineille lähetettiin myös postissa kutsu, mutta heille lähetettiin lisäksi 11.3.2013 muistutus tapahtumasta, jotta lehdistön edustajia saapuisi paikalle. Itse tilaisuus järjestettiin 13.3.2013 klo 9.30 – 14.00. Viikon päästä tapahtumasta lähetettiin näytteilleasettajille, juontajalle sekä muille osanottajille kiitosviesti. Paperinen versio palautekyselystä annettiin näytteilleasettajien ilmoittautuessa

tapahtuma-aamuna, mutta kiitosviestin yhteyteen laitettiin myös linkki palautekyselyyn niitä varten, jotka eivät vielä olleet vastanneet siihen. Palautekyselyn tulokset analysoitiin toukokuun alkuun mennessä, jolloin myös kirjoitettiin loppuraportti tapahtumasta ja jälkimarkkinointivaihe päättyi.

Taulukko 1. Tapahtuman suunnittelun aikataulukko

Tehtävä	Ajankohta
Ajankohta, pitopaikka ja tarjoilut sovittu	Syksy 2012
Ensimmäinen ilmoittautuminen erääntyy	7.1.2013
Ilmoitus tapahtumasta ilmestyy Satakunnan Yrittäjät -lehdessä	4.2.2013
Toinen ilmoittautuminen erääntyy	6.2.2013
Friitala-talon tilojen tarkastaminen	6.2.2013
Vieraskutsut painoon	8.2.2013
Vieraskutsut lähetetään	14. - 18.2.2013
Pöytävuokralaskujen lähettäminen näytteilleasettajille	18. - 20.2.2013
Vieraiden viimeinen ilmoittautumispäivä	1.3.2013
Vieras määrän sekä erityisruokavalioiden ilmoittaminen Cafe Hellmanille	6.3.2013
Tiedotusvälineille lähetetään kutsu tapahtumaan	11.3.2013
Friitala-talon tilojen valmistelu tapahtumaa varten	12.3.2013
Satakunta hyvää kohdetta 2013 - tapahtuma	13.3.2013
Kiitosviesti näytteilleasettajille	20.3.2013
Palautekyselyyn vastaaminen päättyy	2.4.2013
Palautekyselyn vastausten analysoiminen	2. - 21.4.2013
Jälkimarkkinointivaihe päättyy	9.5.2013

6.3 Budjetti

Yksi tapahtuman tavoitteista voi liittyä talouteen. Tapahtumat voivat olla varainhankinnan välineitä, joihin asetetaan odotus positiivisesta tuloksesta. Negatiivinen tulos

johtuu usein heikosta talouden suunnittelusta ja seurannasta sekä liian optimisesta tulotavoitteista. Tapahtumanjärjestäjä saattaa aliarvioida menot ja yliarvioida tulot. Budjetti pitäisikin rakentaa ja tarkastaa säännöllisin väliajoin, jotta tiedetään, kuinka paljon rahaa on käytettävänä. Pienikin päätös tapahtuman suunnittelun aikana saattaa lohkaista suuren osan tarkoin määritetystä budjetista. (Iiskola-Kesonen 2004, 76 – 77; Allen ym. 2005, 338).

Satakunta hyvää kohdetta 2013 - tapahtuman alustavassa budjetissa oli seitsemän eri menoerää, jotka olivat kutsujen postitus- ja painatuskulut, Esittelijät -esitteen painatuskulut, tarjoilut, Friitala-talon vuokra, juontajan palkkio ja Satakunnan Yrittäjät -lehden ilmoitus. Tapahtuman tuloja olivat näytteilleasettajien pöytävuokrat sekä lisäesittelijät. Ensisijaisena tavoitteena oli kattaa suurin osa menoista pöytävuokrien avulla ja loppuosa jäisi Satakuntaliiton kustannettavaksi.

6.4 Tapahtuman vastuuhenkilöt

Vallon & Häyrisen (2008, 207) mukaan tapahtuman järjestävä organisaatio on vastuussa koko tapahtumasta. Järjestäjien pitää tiedottaa yhteistyökumppaneille tapahtuman tavoite, kohderyhmät sekä mitä heiltä odotetaan. Tärkeätä on myös muistaa olla tavoiteltavissa, jos yhteistyökumppanit kaipaavat tietoa tapahtumaan liittyvistä asioista.

Satakunta hyvää kohdetta 2013 -tapahtuman suunnittelua hallinnoi Satakuntaliiton matkailusihteeri Ulla Koivula, ja hänellä hyväksyttiin kaikki tapahtumaa koskevat päätökset. Tapahtuman käytännön suunnittelu ja toteuttaminen olivat tämän opinnäytetyön tekijän harteilla. Koivulan Ulla teki lopulliset päätökset ja minä vastasin kaikista muista tehtävistä. Tapahtumapäivänä meidän apuna oli myös Satakuntaliiton viestinnän harjoittelija Essi Keskitalo.

6.5 Tapahtuman riskit

Tapahtumien suunnittelussa täytyy myös huomioida tapahtuman riskit. Suurissa tapahtumissa on paljon vieraita ja työntekijöitä, tapahtuma-alue on laaja ja rekvisiittaa

tarvitaan valtavasti. Tällainen tilanne luo mahdollisuuksia vaaratilanteille. Siksi jokaisen tapahtumanjärjestäjän tulisi tehdä riskitaulukko, vaikka tapahtuma olisikin pienimuotoisempi. Jokainen tapahtumaprosessin vaihe sisältää riskejä, jotka eivät kaikki toteudu. Siksi onkin tärkeää tunnistaa riskit ja tehdä suunnitelma niiden välttämiseksi. Riskit voivat liittyä tapahtuman taloudelliseen puoleen, yhteistyökumppaneihin ja markkinointiin sekä tapahtumapaikkaan ja -aikaan. (Getz 2007, 291–293; Bowdin ym. 2011, 594–595; O’Toole 2011, 156–157.)

Satakunta hyvää kohdetta 2013 -tapahtuman riskit voidaan luokitella asiaryhmittäin kolmeen eri luokkaan, jotka ovat sopimus-, asiakas- ja ympäristöriskit. Tapahtuman yhteistyökumppaneita eli sopimusasiakkaita ovat Friitala-talo, Cafe Hellman, Julle Kallio ja Festrent. Satakunta hyvää kohdetta 2013 -tapahtuma järjestetään Friitala-talossa, Ulvilassa, entisen nahkatehtaanmyymälän sekä entisen nahkamuseon tiloissa. Friitala-taloon liittyvät riskitekijät ovat ympäristöriskejä, joita ovat sijainti sekä tilat, joissa tapahtuma järjestetään. Vaikka Friitala-talolla on takanaan pitkä historia, voi se ainakin nuorempien vieraiden keskuudessa olla tuntemattomampi kohde kuin vanhemman väestön. Tätä riskiä pyritään pienentämään liittämällä kutsun takasivulle kartta Friitala-talon liikkeistä ja sisäänkäynnistä sekä laitamalla kutsuun myös Friitala-talon osoite.

Friitala-talossa sijaitseva Cafe Hellman hoitaa esittelijöiden aamukahvi- ja kaikkien osallistujien lounastarjoilut. Siksi täytyykin varmistaa, onko ruokaa tarpeeksi ja onko eri ruokavaliot huomioitu. Tämän takia ilmoitamme viikkoa ennen tapahtumaa Cafe Hellmanin edustajalle ilmoittautuneiden vieraiden sekä näytteilleasettajien määrän, johon olemme lisänneet muutaman ylimääräisen varmuuden vuoksi. Myös kaikki vieraiden ja näytteilleasettajien erityisruokavaliot ilmoitetaan samalla kertaa. Tapahtuman juontajana toimii Radio Porin Julle Kallio. Hän voi sairastua tai vieraat eivät välttämättä pidä hänestä. Tähän emme välttämättä pysty vaikuttamaan, mutta pyrimme kuitenkin valitsemaan sellaisen juontajan, josta on edellisinä vuosina pidetty. Festrentiltä vuokraamme pöytiä, tuoleja, naulakoita, esiintymislavan sekä roskakoreja. Festrentiin liittyviä riskitekijöitä ovat vuokrakalusteiden laatu sekä tavaroiden toimitus. Pyrimme ehkäisemään vuokrakalusteiden laatuun liittyvää riskitekijää sillä, että kävimme Festrentissä tarkastamassa kalusteet, ennen kuin vuokrasimme mitään. Festrent on entuudestaan tuttu yritys Koivulan Ullalle, joten luotin hänen sanaansa

Festrentin suhteen. Lisäksi sovimme, että vuokrakalusteet toimitettaisiin tiistaina 12.3.2013, päivää ennen tapahtumaa, jotta jos jotain tapahtuisi, olisi meillä ainakin yksi päivä aikaa hankkia tilalle jotain muuta.

Asiakasriskiluokkaan lasketaan sekä näytteilleasettajiin että vieraisiin liittyvät riskitekijät. Ne ovat melko samanlaiset. Näytteilleasettajiä täytyykin hyvin perehdyttää tapahtuman tavoitteisiin ja tarkoitukseen, jotta he toimisivat toivomallamme tavalla. Osa näytteilleasettajista onkin osallistunut aiempina vuosina samaiseen tapahtumaan, mutta joukossa on mukana myös ensikertalaisia. Näytteilleasettajat voivat tulla kiipeiksi ennen tapahtumaa, eivätkä välttämättä saa tilalle toista esittelijää. Siksi olemme antaneet mahdollisuuden siihen, että samasta matkailuyrityksestä/-tahosta saa tulla toinenkin esittelijä ilman lisäkorvausta. Kolmannesta esittelijästä kuitenkin jo veloitamme ruokailun vuoksi. Vieraihin liittyviä riskejä ovat sairastuminen, no show ja mielenkiinnon puute tarjontaan. Vieraatkin voivat sairastua, jolloin he eivät saavu paikalle. Samantapainen riski on no show -tapaukset, joka tarkoittaa sitä, että vieras on ilmoittautunut, mutta ei jostain syystä ilmesty paikalle (Vallo & Häyrinen 2008, 118). Näihin riskeihin emme kyllä pysty reagoimaan. Kolmas vieraihin liittyvä riskitekijä on mielenkiinnon puute tarjontaan. Edellisten tapahtumien palautteiden perusteella jotkut vieraat tulevat paikalle vain ruuan tai arvonnän takia. He eivät varsinaisesti ole kiinnostuneita matkailutarjonnasta. Siksi pyrimme kutsumaan sellaisia henkilöitä, jotka ovat olleet viime vuosina kutsuvieraina. Kutsuun ei myöskään paineta tietoa siitä, että tarjolla on lounas vaan pelkästään kerrotaan, että luvassa on tarjoilua.

7 SATAKUNTA HYVÄÄ KOHDETTA 2013 - TAPAHTUMAN TAPAHTUMAPROSESSI

7.1 Suunnitteluvaihe

Tapahtumaprosessiin kuuluu kolme eri vaihetta, joista ensimmäinen on suunnitteluvaihe. Tähän vaiheeseen täytyy varata mahdollisimman paljon aikaa, jotta tapahtuma voisi onnistua. Tapahtuman laajuudesta riippuen, suunnitteluvaihe voi kestää useita kuukausia tai jopa vuosia. Tapahtuman huolellinen suunnittelu auttaa arvioimaan ta-

voitteiden onnistumista. Se auttaa myös löytämään keinot, joilla tavoitteet voidaan saavuttaa ja tapahtuma onnistuu sekä parantaa toiminnan ja ajankäytön tehokkuutta. Suunnitteluvaiheen aikana käynnistetään projekti, resursoidaan tapahtuma, tarkistetaan vaihtoehdot, tehdään päätökset ja varmistetaan ne sekä organisoidaan kaikki käytännön asiat. Suunnitteluvaiheeseen kuuluu olennaisesti myös tapahtumabrief, joka yksinkertaisimmilleen on vastaus seuraaviin kysymyksiin: miksi, kenelle ja mitä järjestetään, miten tapahtuma toteutetaan, mikä on tapahtuman sisältö, ketkä toimivat isäntinä, millaista tunnelmaa tavoitellaan sekä mikä on tapahtuman budjetti? (Iiskola-Kesonen 2004, 9; Soutar 2005, 41; Vallo & Häyrinen 2008, 147–150.)

Satakuntaliitossa järjestettiin kevään aikana monia markkinointitapahtumia, joiden suunnittelussa olin mukana, joten tiesin, että en välttämättä pystyisi joka viikko keskittymään Satakunta hyvää kohdetta 2013 -tapahtuman suunnitteluun niin paljon kuin haluaisin. Siksi oli erittäin tärkeää suunnitella aikatauluni oikein ja uhrata edes yksi päivä viikossa tapahtuman suunnitteluun, jos jäi aikaa. Kun Satakunnan markkinointikierros saatiin pidettyä, pystyin edes jotenkin paneutumaan Satakunta hyvää kohdetta 2013 -tapahtuman suunnitteluun. Satakuntaliitosta löytyi kuitenkin vielä lisää tehtäviä, jotka sotkivat aikatauluani vähän väliä. Tärkeimpänä oli kuitenkin Satakunnan palveluhakemiston päivittäminen ja tietojen kerääminen kunnilta.

Ennen ensimmäistä varsinaista suunnittelupalaveria tammikuun alussa, tapahtuman ajankohta ja paikka olivat jo valmiiksi päätettyjä johtuen siitä, että tapahtuma toteutettaisiin jo runsaan kahden kuukauden päästä. Ensimmäisessä suunnittelupalaverissa sovimme aikataulusta ja muistutusviestin lähettämisestä mahdollisille näytteilleasettajille, joita olivat satakuntalaiset matkailuyrittäjät ja -tahot. Satakuntaliiton matkailusihteerin Ulla Koivulan mukaan (henkilökohtainen tiedonanto 2.1.2013a) tavoitteena oli saada mukaan 35 näytteilleasettajaa tai enemmän, jotta tarjonta olisi tarpeeksi laaja ja kattava. Tarkoituksenahan oli esitellä satakuntalaista matkailutarjontaa. Esittelijöiden viimeiseksi ilmoittautumispäiväksi sovittiin 7.1.2013. Näytteilleasettajien ilmoittautumislomake laitettiin Satakuntaliiton sivuille, mutta myös sähköpostitse pystyi ilmoittautumaan. Tällöin lähetimme heille sähköpostia muiden tarvittavien tietojen saamiseksi.

Ennen kuin aloitin tapahtuman suunnittelemisen, tutustuin aiempien vuosien palautteisiin. Halusin tietää, mitkä ovat olleet ongelmakohtina ja mistä on pidetty. Viikkojen 1 ja 2 aikana kävin läpi viimeisen kolmen vuoden palautteet ja suunnittelumateriaalit. Eniten palautetta on annettu tilasta, juontajasta ja aikataulusta. Vuonna 2010 tilaisuus järjestettiin Villa Talbossa, Raumalla. Silloin eniten palautetta tuli tilasta ja aikataulusta. Tilaa pidettiin ahtaana, pöydät olisi pitänyt sijoitella eri tavalla, akustiikka oli huono, tilaisuuksien välillä oli liian paljon aikaa ja pöydät olivat liian pieniä. Myös pieniin yksityiskohtiin kiinnitettiin huomiota, kuten esimerkiksi roskiksien puuttumiseen ja juontajan asenteeseen. Vuoden 2011 tilaisuus pidettiin Noormarkussa, Ahlströmin virkailijatalolla. Palautetta tuli eniten tilasta, vieraista ja aikataulusta. Esittelijöiden mielestä yritysten väkeä oli liian vähän paikalla, ja vieraat tulivat suurena joukkona samaan aikaan ja liian aikaisin. Esittelijät toivoivat myös sitä, ettei olisi kahta erillistä tilaa vaan kaikki olisivat samassa tilassa. Parkkipaikkoja oli myös vierasmäärään nähden liian vähän ja aikataulusta olisi pitänyt pitää kiinni.

Viime vuonna tilaisuus pidettiin Winnovan juhlasalissa, Porissa. Palautetta tuli pääosin juontajasta, ruoasta, arvonnasta ja tilasta. Esittelijät halusivat, että mietittäisiin juontajan tuomaa lisäarvoa ja hänen tarpeellisuuttaan. Monet ehdottivat, että Ulla Koivula voisi juontaa tilaisuuden, koska hän varmastikin siihen pystyisi. Arvontaan käytettiin myös liian paljon aikaa ja ruokaan olisi pitänyt kiinnittää enemmän huomiota, koska se oli osa tilaisuutta. Tilan käyttöä pitäisi myös suunnitella paremmin, sillä keskellä salia olleet pöydät jäivät pienemmälle huomiolle kuin reunalla olevat. Vuoden 2013 tilaisuudessa pitää siis olla tarkkana niin aikataulun noudattamisessa kuin tilan suunnittelussa. Myös juontajan asemaa pitäisi miettiä tarkemmin. Tapahtuman aikana tulee kuitenkin niin sanottuja tyhjiä kohtia, jolloin vieraat ovat esimerkiksi kiertäneet jo kaikki pöydät ja odottavat seuraavaa ohjelmanumeroa. Silloin juontajan pitäisi viihdyttää vieraita ja pitää tunnelmaa yllä.

Viikon 1 aikana laadin myös Satakunta hyvää kohdetta 2013 -tapahtuman tapahtumabriefin (liite 1), jossa kerrotaan tapahtuman pääkohdat sekä alustava budjetti. Samalla aloin myös työstää Satakunta hyvää kohdetta 2013 Esittelijät -esitettä. Edellisten vuosien tapaan esitteeseen laitettiin jokaisesta näytteilleasettajasta yrityksen/tahon nimi, yhteystiedot, esittelijät sekä lyhyt esittelyteksti omasta yrityksestä/tahosta. Tätä esitettä jaettiin tapahtuman vieraille 13.3.2013. Näytteilleasettajien

muistutusviestissä kerrottiin kaikista Satakuntaliiton kevään aikana järjestämistä tapahtumista. Näin pyrittiin saamaan mukaan esittelijöitä sekä Satakunnan matkailun road show'hun ja Satakunta hyvää kohdetta -tapahtumaan. Muistutusviesti lähetettiin 4.1.2013 ja Koivulan mukaan (henkilökohtainen tiedonanto 2.1.2013a) se on hyvä keino herätellä matkailuyrityksiä ja -tahoja osallistumaan markkinointitapahtumiin. Ensimmäisen kutsun lähettämistä oli kulunut jo muutama viikko eikä kaikkia mahdollisia näytteilleasettajia välttämättä saavutettu.

Viikon 3 aikana rupesin miettimään tapahtuman kutsua. Koivulan mukaan (henkilökohtainen tiedonanto 9.1.2013b) kutsuja aiotaan lähettää saman verran kuin edellisinä vuosina. Viime vuoden Winnovan tilaisuuteen kutsuttiin yli 2 500 vierasta. Hän mainitsi myös sen, että kutsutuista noin 10–15 %:a saapuisi paikalle. Kutsuvieraiden joukossa oli yhdistysten väkeä, yritysten sihteereitä ja matkavastaavia sekä opettajia ja opiskelijoita. Jokaisen Satakunnan kunnan kymmenen suurinta yritystä niin tuloksen kuin henkilöstömäärän mukaan mitattuna sai kutsun tapahtumaan. Lisäksi kutsut lähetettiin terveysasemien ja sairaaloiden matkavastaaville, yliopistoihin, korkeakouluhin sekä ala- ja yläasteille.

Viikon 4 aikana rupesin keräämään tapahtuman kutsuvierasluetteloa. Koivulan mukaan (henkilökohtainen tiedonanto 9.1.2013b) oli tärkeää muistaa kutsua myös edellisten vuosien vieraita, koska he olisivat potentiaalisimpia asiakkaita. Ensimmäiseksi etsinkin edellisten vuosien kutsuvierasluettelot, joista osa oli sähköisessä muodossa ja osa paperilla. Siitä alkoi raskas työvaihe, johon palasin seuraavien kolmen viikkojen ajan aina, kun löytyi sopiva väli. Ensimmäiseksi yhdistin sähköisessä muodossa olevat Excel-tiedostot toisiinsa, poistin kaksoiskappaleet sekä tarkistin paperiversioina olevat kutsuvierasluettelot ja lisäsin puuttuvat vieraat luetteloon. Etsin myös jokaisesta kunnasta 4H-, Martta- ja Eläkeliiton yhdistykset sekä Eläkkeensaajat, Karjalaisseurat ja Kansalliset Seniorit.

Kutsuvieraat oli jaettava vielä lisäksi kahteen osaan, koska järjestimme kaksi eri tilaisuutta klo 9.30 ja klo 12.00. Aikaisempaan tilaisuuteen kutsuttiin Harjavallan, Kokemäen, Lavian, Luvian, Nakkilan, Pomarkun, Porin ja Ulvilan yhdistys- ja yritysväkeä ja myöhäisempään tilaisuuteen Euran, Eurajoen, Honkajoen, Huittisten, Jämijärven, Kankaanpään, Karvian, Köyliön, Merikarvian, Rauman, Siikaisten ja Säskylän

väkeä. Tämä jakoperuste tehtiin, sillä kauempaa tulevien pitäisi lähteä aikaisemmin kotoaan, jotta olisivat ajoissa paikalla. Annoimme kuitenkin vieraille mahdollisuuden vaihtaa tilaisuutta, jos se sopisi paremmin heidän aikatauluihinsa. Koivulan mukaan (henkilökohtainen tiedonanto 6.2.2013d) vaihtomahdollisuuden antamisella pyrittiin ehkäisemään sitä, etteivät vieraat tulisikaan tilaisuuteen, koska aikataulu ei sitä sallisi. Kutsuttujen vieraiden määräksi saatiin lopulta 2 750, joista yhdistyksiä oli 1 782, yritysten ja lehdistön edustajia 806 sekä kouluja 162 kappaletta. Kaiken kaikkiaan kutsuttuja vieraita oli yhteensä 2 828. Sain kutsuttavien osoitetiedot edellisten vuosien aineistosta, Patentti- ja rekisterihallitukselta, Internetistä sekä Satakuntaliitolta.

Viikon 4 ja 5 aikana suunnittelimme Koivulan kanssa myös ilmoituksen Satakunnan Yrittäjät -lehteen. Valitsimme tämän kyseisen lehden, sillä halusimme herätellä yritysten sihteereitä ja saada heidät tulemaan tapahtumaan. Mainos (liite 2) ilmestyi 4.2.2013 julkaistavassa Satakunnan Yrittäjä -lehdessä. Näytteilleasettajat olivat myös toivoneet enemmän yritysten väkeä, koska heillä on enemmän väkeä ja rahaa käytettäväänään kuin yhdistyksillä. Satakunnan Yrittäjä -lehti toimii myös hyvänä markkinointikanavana tapahtuman kohderyhmää ajatellen. Koivulan mukaan (henkilökohtainen tiedonanto 5.2.2013c) muihin lehtiin ei laitettaisi vastaavaa ilmoitusta, sillä tarjoilujen vuoksi oli tärkeää, että vierasmäärä ei kasvaisi valtavasti.

Viikkojen 5 – 7 aikana en ehtinyt tehdä kuin muutaman asian tapahtumaan eteen, koska aikani kului markkinointikierroksen valmisteluihin. Viimeistelin kutsuvierasluettelon, tein osoitetarrat kutsuja varten ja laitoin ne kirjekuoriin. Samalla suunnitelin myös pöytäkyltit tapahtumaa varten. Kutsuissa käytimme sinetiaisen kuvaa, joten päätimme myös laittaa saman kuvan pöytäkyltteihin (liite 3), jotta sama tema jatkuisi koko tapahtuman ajan. Kutsujen virallinen ulkoasu (liite 4) viimeisteltiin myös näiden kolmen viikon aikana, jotta ne saataisiin ajoissa painoon. Aluksi ajattelimme Koivulan kanssa tehdä postikortin, jolloin säästyisimme siltä, että kutsut täytyisi laittaa kirjekuoriin. Toisen suunnittelupalaverin jälkeen päätimme tehdä kutsuisista kuitenkin kaksipuoliset. Kutsuun oli saatava mahtumaan myös esittely valituista Friitala-talon yrityksistä, joihin vieraat voisivat tutustua tapahtuman aikana ja jälkeen. Kutsut sisälsivät lisäksi tiedot ajankohdasta, paikasta ja ohjelmasta sekä listan näytteilleasettajista. 6.2.2013 oli myös näytteilleasettajien viimeinen ilmoittautumis-

päivä, koska alustavasti 7.1. mennessä oli esittelijäksi ilmoittautunut vain 22 yritystä/tahoa.

6.2.2013 pidimme Friitala-talolla toisen suunnittelupalaverimme, johon osallistuivat Satakuntaliiton, Friitala-talon, Cafe Hellmanin ja Ulvilan kaupungin edustajat. Palaverissa päätimme, että vieraat saisivat halutessaan vaihtaa tilaisuutta, jos heidän kutsussaan mainittu aika ei sopisikaan. Tämä ehkäisisi sen, että vieraat eivät tulisikaan, koska se ei sopisi heidän aikatauluunsa. Sovimme myös Cafe Hellmanin edustajan kanssa, että tekisimme ruokaliput tapahtumaa varten, jotta laskuttaminen olisi helpompaa sekä sen, että vierasmäärät ilmoitettaisiin viikkoa ennen tapahtumaa. Myös kutsun ulkoasusta oli puhetta. Paikallaolijoiden mielestä olisi hyvä laittaa kutsuun kartta, josta löytyisivät Friitala-talon ostospaikat sekä parkkipaikat valmiiksi merkittyinä, jotta vieraat voisivat tutustua niihin ennen tapahtumaa.

Samalla tutustuimme tilaan, jossa tapahtuma pidettäisiin. Tärkeää oli myös silmämääräisesti arvioida, mahtuisimmeko kaikki samaan tilaan vai pitäisikö meidän ottaa toinen tila käyttöön. Koivulan mukaan (henkilökohtainen tiedonanto 6.2.2013d) toisen tilan käyttöön ottaminen saattaisi huonontaa siinä olevien näytteilleasettajien asemaa verrattuna niihin, jotka olivat alkuperäisessä tilassa. Saimme samalla myös pohjapiirroksen entisen Nahkatehtaan myymälän tiloista, minkä perusteella pystyimme suunnittelemaan pöytäjärjestyksen. Huomasin, että pöytäjärjestyksen suunnitteleminenkin voi olla varsin vaikeaa. Ensin piti laatia pohjapiirros tilasta oikeassa mittakaavassa ja tehdä oikeankokoiset pöydät, jotta saisimme suuntaa antavan kuvan tilasta. Friitala-talon edustaja ilmoitti meille myös pöytien koon. Yli puolet pöydistä oli kooltaan 75 cm x 125 cm, loput pienempiä tai suurempia. Määräaikaan mennessä näytteilleasettajaksi ilmoittautui 38 matkailuyritystä ja -tahoa, joista kaksi jakoi pöydän tapahtuman aikana. Tilaan oli siis saatava mahtumaan 36 pöytää, sillä Satakuntaliiton pöytä sijoitettaisiin ulkopuolelle, ilmoittautumispisteen yhteyteen. Pöytäjärjestyksen suunnittelussa piti huomioida myös se, että samalta paikkakunnalta tulevat olisivat lähekkäin. Siksi tila jaettiin kahteen osaan, jossa isoimmassa oli Porin seudulla sijaitsevat näytteilleasettajat ja pienemmässä sekä Pohjois-Satakunnan että Rauman seudun näytteilleasettajat (liite 5).

Alustavan aikataulun mukaan kutsut olisi pitänyt lähettää 14.–18.2.2013 välisenä aikana. Kutsut lähetettiin ajoissa painoon, mutta painokoneessa ilmeni ongelmia. Siksi päätimme lähettää kutsut toiseen yritykseen, jotta ne eivät lähtisi vieraille liian myöhään. Saimme kutsut lopulta 20.2., ja viikon 8 aikana lähetimme ne kaikille kutsuvieraille. Vieraiden viimeiseksi ilmoittautumispäiväksi sovimme 1.3.2013, mutta otimme vastaan myös myöhäisiä ilmoittautumisia. Vieraille oli luotu oma ilmoittautumislomake Satakuntaliiton Internet-sivuille, mutta he pystyivät ilmoittautumaan myös puhelimitse. Hoidin vieraiden ilmoittautumisten vastaanoton. Cafe Hellmanin edustajalle piti ilmoittaa 6.3. mennessä tapahtuman vierasmäärä, jotta hän pystyisi varmaan tarpeeksi paljon raaka-aineita lounastarjoilua varten. Ilmoittamamme vierasmäärä oli tarkoituksella suurempi kuin ilmoittautuneiden määrä, koska varauduimme siihen, että tapahtumaan ilmestyisi myös vieraita, jotka eivät olleet ilmoittautuneet ennakkoon.

Viikon 8 aikana hoidimme myös yhdessä matkailusihteeri Ulla Koivulan kanssa pöytien laskuttamisen. Myyntipöydän hinnaksi sovimme 120 € + alv, joka on 24 prosenttia. Jos pöydän jakoi kaksi eri yritystä, hinta oli 102 € + alv /näytteilleasettaja. Tämä hinta muodostui seuraavasti: $(120 \text{ €} + 120 \text{ €} * 0,7) / 2 = 102 \text{ €}$. Eli siis ensimmäinen yritys maksoi 120 € ja toinen 70 %:a kokonaishinnasta, minkä jälkeen näiden lukujen summa jaettiin kahdella, jotta pöytävuokran maksu menisi tasan molemmille. Pöydän hintaan kuului kaksi esittelijää, ja kolmannesta veloitimme 20 € + alv, jolla katoimme ruokailukulut myös hänen osaltaan. Viikon 8 aikana jatkoin myös pöytäkylltien tekemistä, koska näytteilleasettajia oli tullut lisää. Samalla viikolla lähetimme tapahtuman näytteilleasettajille ensimmäisen tiedotteen, jossa pyysimme heitä tarkastamaan pöytä- ja nimikylltien tekstit sekä näytteilleasettajien tiedot esitteestä. Samassa tiedotteessa kerroin myös tapahtuman aikatauluun, ruokailuihin, juontajaan, arvontaan ja pöytiin liittyvät tiedot sekä pyysin lähettämään yrityksestään edustavia kuvia Power Point -esitystä varten. Lisäksi päätimme yhdessä Koivulan kanssa lähettää lehdistön edustajille pienet mainostekstit näytteilleasettajista muutamaa päivää ennen tapahtumaa. Siksi pyysimme esittelijöitä kertomaan kesäkauden uutuuksista tai muusta kiinnostavasta asiasta, jolla pyrimme ylittämään uutiskynnyksen ja saamaan lehdistön edustajia paikalle. Tämän ja edellisten viikkojen aikana vastailin myös näytteilleasettajien esittämiin kysymyksiin tapahtumasta.

Viikon 9 aikana lähetin 180 yritykselle sähköpostitse kutsun, jotta saisimme enemmän yritysväkeä tilaisuuteen mukaan. Niin markkinointikierrökseltä kuin edellisiltä vuosilta saatujen palautteiden perusteella yritysvieraat olivat niitä vieraita, joita haluttiin enemmän, koska heillä on käytettävänä enemmän rahaa kuin yhdistysten väellä. Samalla viikolla pyysin myös Cafe Hellmanilta lopullisen vahvistuksen tarjoiluista. Alustava tarjouspyyntö ja vahvistus tehtiin jo marraskuussa, mutta nyt laitoin muistutuksen tapahtumasta sekä alustavat vierasmäärät. Lisäksi viimeistelin nimi- ja pöytäkyllit sekä otin vieraiden ilmoittautumisia vastaan. Kävimme myös Koivulan Ullan kanssa Festrentissä, koska vuokraamme heiltä tuoleja, pöytiä, naulakoita sekä esiintymislavan tapahtumaa varten.

Tapahtuma pidettiin kahdessa eri tilassa. Näytteilleasettajat olivat toisessa tilassa ja juonto, arvonta sekä ilmoittautumispiste toisessa tilassa. Päätimme tehdä tällaisen ratkaisun, sillä palautteiden perusteella näytteilleasettajat eivät mielellään haluaisi juontajaa ollenkaan, koska juonto häittäisi kaupankäyntiä. Kuten jo aikaisemmin mainitsinkin, juontajaa tarvitaan tyhjien kohtien täyttämiseen, joten palkkasimme juontajan palautteista huolimatta. Pöytiä vuokrasimme Festrentiltä, sillä Friitalatalolla ei ollut tarpeeksi monta pöytää näytteilleasettajia varten.

Viikko 10 kului pääosin viime hetken tehtävien ja tarkastusten parissa. 4.3.2013 lähetin näytteilleasettajille kolmannen tiedotteen, jossa kerroin pöytien koon sekä siihen mennessä ilmoittautuneiden vieraiden määrän. Vahvistin myös puhelimitse Cafe Hellmanin tarjoilut ja Friitala-talon edustajalta pöytien lopullisen määrän. Lisäksi soitin Festrentiin vahvistaakseni vuokraamiemme pöytien määrän. Päivän päätteeksi tulostin vielä nimi- ja pöytäkyllit sekä laitoin Satakunta hyvää kohdetta 2013 - Esittelijät -esitteen painoon. Tiistaina 5.3. rupesin tekemään Power Point -esitystä tapahtumaa varten. Samanlainen esitys tehtiin ensimmäisen kerran viime vuoden tilaisuutta varten, ja se todettiin silloin tarpeelliseksi tapahtumaa varten. Vieraat voisivat saada esimakua näytteilleasettajista esityksen perusteella. Cafe Hellmanin edustaja pyysi myös laatimaan lounas- ja aamukahvilipukkeet, joiden perusteella olisi helpompi laskea osallistuneiden vieraiden ja näytteilleasettajien määrän. Päätin tehdä aamukahvitarjoilua varten siniset lipukkeet ja lounastarjoiluun keltaiset. Lipukkeiden lisäksi tulostin myös riittävästi arvontakuponkeja, joista löytyi kohta, jonka valitessa voisi kieltää tietojensa luovuttamisen näytteilleasettajille. Koivulan (henkilökohtai-

nen tiedonanto 6.2.2013d) mukaan tämä on hyvien tapojen mukainen, sillä kaikki eivät halua markkinointiviestejä.

6.3.2013 viimeistelin Power Point -esitystä sekä ilmoitin vieraiden määrän ja erityisruokavaliot Cafe Hellmanin edustajalle, jotta hän pystyisi paremmin suunnittelemaan ruokalistan tapahtumaa varten. Tarkistin myös, ovatko näytteilleasettajat jo maksaneet pöytämaksun. 7.3.2013 tein suurilta osin esittelijäkuoret valmiiksi. Esittelijäkuoriin laitoin nimikyltit, listan näytteilleasettajista ja ilmoittautuneista vieraista, päivän aikataulun, palautekyselyn, lounas- ja kahvilipukkeet sekä kirjeen, jonka laadin heitä varten. Kaikki muut pystyin jo laittamaan kuoriin paitsi listan ilmoittautuneista vieraista, sillä odotin vielä lisää ilmoittautumisia. Torstaina osallistuin myös Friitala-talolla Tehtaantyttö-kierroksen kokeiluryhmään. Kierroksen ensi-ilta pidettiin 13.3.2013 tapahtuman ohessa. Kierrosta ei valmistettu tapahtumaa varten, mutta se haluttiin ihmisten tietoisuuteen mahdollisimman pian, joten tapahtuma oli hyvä keino siihen. Tehtaantyttö-kierroksen aikana tutustutaan muutamaan Friitala-talon yritykseen ja kuullaan, mitä näiden yritysten tiloissa tehtiin ennen vanhaan. Alustavasti päätimme tehdä kierroksesta maksullisen, mutta koska se oli vielä kehittelyvaiheessa, kierrokseen osallistujilta ei peritty maksua vaan otettiin mieluummin palautetta vastaan.

Perjantaina 8.3.2013 laitoin näytteilleasettajille tiedotteen, jossa kerroin tarkennetun vierasmäärän ja ajo-ohjeet Friitala-talolle. Näytteilleasettajia varten oli varattu pysäköintitilaa Friitala-talon taakse, jotta vieraat voisivat pysäköidä etupihalle sekä virkailijatalon parkkipaikalle. Tein myös tarvittavat kyltit, kuten esimerkiksi parkkipaikkaa ja ilmoittautumista varten. Lisäksi lähetin Friitala-talon edustajalle viestiä, jossa kerroin, että tulemme valmistelemaan tiloja tiistaina ja haluaisimme pöydät valmiiksi tätä varten. Maanantaina 11.3.2013 tein viime hetken valmisteluja ja keräsin tavarat yhteen paikkaan, jotta pystyisimme seuraavana päivänä vain siirtämään ne autoon. Tulostin nimitarrat vieraita varten sekä lähetin lehdistötiedotteen satakuntalaisille lehdistön edustajille.

7.2 Toteutusvaihe

Toteutusvaihe on tapahtumaprosessin seuraava vaihe, joka vie yleensä kaikista vähiten aikaa koko prosessissa. Se on kuitenkin se kaikista tärkein vaihe, jolloin kaiken tulisi onnistua. Tapahtuman toteutuksessa voidaan erottaa kolme vaihetta: rakennusvaihe, itse tapahtuma ja purkuvaihe. Rakennusvaiheen aikana pystytetään kulissit sekä laitetaan rekvisiitta kuntoon. Itse tapahtuma on hetkessä ohi, vaikka suunnittelu onkin kestänyt jopa kuukausia tai vuosia. Tapahtuman kesto voi olla tunti tai päivä, mutta purkuvaihe on yleensä nopeampi. (Vallo & Häyrinen 2008, 153.)

Satakunta hyvää kohdetta 2013 -tapahtuman rakennusvaihe alkoi tiistaina 12.3.2013. Menimme Koivulan Ullan kanssa Friitala-talolle valmistelemaan sekä näyttelyasettajien että juontoon varatun tilan. Koska emme halunneet tavaroiden kuljetuksesta lisäkustannuksia, veimme tavarat autollani Satakuntaliitosta Friitala-talolle, jossa meitä oli vastassa sekä Friitala-talon että Cafe Hellmanin edustaja. Friitala-talon toimitusjohtaja vaihtui maaliskuun alussa, minkä myötä selvisi ensimmäinen tietokatkos tapahtuman suunnittelun aikana. Olimme sopineet, että pöydät tuodaan valmiiksi näyttelyasettajien tilaan. Yllätykseksemme näin ei kuitenkaan ollut tehty, vaan jouduimme Koivulan Ullan kanssa miettimään ratkaisua ongelmaan. Ratkaisu löytyi nopeasti, sillä Festrentiltä oltiin tuomassa vuokrakalusteita tapahtumaa varten, joten soitimme heidät apuun. Kun Festrentin väki saapui, rakennusvaihe sujui paljon nopeammin. Tiistain aikana laitoimme myös Satakuntaliiton pöydän valmiiksi sekä kyltit näyttelyasettajien pöydille, jotta he löytäisivät paremmin oikean pöydän. Suunnitelimme myös Koivulan Ullan kanssa seuraavan päivän tehtäväjärjestystä, jotta tietäisimme, miten toimia muutaman tunnin puitteissa ennen tapahtumaa.

Kaikissa tapahtumissa jaetaan materiaaleja ja tarvitaan erilaisia kylttejä. Esitteet ja niissä olevat yhteystiedot täytyy suunnitella huolellisesti, jotta tapahtuman osallistujat voivat ottaa yhteyttä, jos heillä on jotain kysyttävää. Yhteystiedoissa voi olla projektipäällikön puhelinnumero, mutta itse tapahtuman aikana yhteydenotot ohjataan yleensä infopisteelle. Jaettavien materiaalien kohdalla täytyy myös miettiä, mitä kannattaa jakaa ja missä vaiheessa. Jaettavia materiaaleja voivat olla tilaisuuden ohjelma, osallistujalistat, tilaisuuden esitykset, muistiinpanovälineet ja esitteet. Toisinaan kannattaa jakaa materiaalit ilmoittautumisen yhteydessä tai postittaa etukäteen kut-

sun yhteydessä. Tapahtumapaikan on myös oltava helposti löydettävissä. Siksi täytyy tehdä opastekylttejä, jotka ovat selkeitä ja mahdollisesti eri kielillä eri kansalaisuuksia varten. (Iiskola-Kesonen 2004, 11; Vallo & Häyrinen 2008, 160–162.)

Satakuntaliiton pöydällä oli esillä Satakunnan yleisesitteitä sekä muuta markkinointimateriaalia. Pöydältä löytyivät Satakunta on enemmän -esite, jossa kerrotaan yleisesti koko Satakunnasta sekä sen suurimmista tapahtumista; Satakunnan merialue -esite, jossa kerrotaan Satakunnan rannikkokuntien merellisistä nähtävyyksistä, tapahtumista, ohjelmalveluista, ruokailumahdollisuuksista ja majoituksesta sekä Satakunta satuina – hetkiä historiasta vol. III -satukirja, jossa kerrotaan Suomen ja Satakunnan historiasta esihistoriallisesta ajasta nykypäivään (Satakuntaliiton www-sivut 2013). Otimme mukaan myös Satakunta on enemmän -esitteen kieliversioita, jos vieraat haluaisivat ottaa mukaan sellaisen. Esitteitä on käännetty viidelle eri kielelle: ruotsiksi, englanniksi, saksaksi, ranskaksi sekä venäjäksi. Lisäksi pöydältä löytyi Satakunta hyvää kohdetta 2013 - Esittelijät -esite, johon oli laitettu jokaisesta näytteilleasettajasta yhteystiedot sekä pieni kuvaus yrityksestä/tahosta. Vieraat sekä myös näytteilleasettajat saivat ottaa pöydältämme palveluhakemiston esitteitä, joita on yhdeksän erilaista: ravintolat ja kahvilat -, ostoksia -, museot -, majoitus -, lähiruokaa -, liikuntakohteet -, lasten kohteet -, kokouspaikat - sekä nähtävyyksiä -esite. Pöydälämme oli lisäksi Satakunta -kruunuja, -pinssejä, -postikortteja sekä kyniä. Kaikki vieraat saivat mukaansa ”Satakunta on enemmän” -paperikassin, johon pystyi keräämään näytteilleasettajien pöydiltä esitteitä ja muuta materiaaleja.

Ilmoittautumispiste on tapahtuman tärkein piste, joka määrittelee tapahtuman ensivaikutelman. Pisteessä on vieraiden nimet aakkostettuina joko sukunimen tai organisaation nimen mukaan. Tapahtuman suuruudesta riippuen, täytyy ilmoittautumispisteen henkilökunnan määrä suunnitella tarkasti, sillä se ei anna hyvää kuvaa tapahtumasta, jos osallistujat joutuvat jonottamaan. Ilmoittautumis-, info- tai vastaanottopisteen henkilökunnan täytyy myös olla ystävällistä, reipasta ja palveluultista. Nimikylttien käyttäminen on suositeltavaa, jos kyseessä on iso tilaisuus. Kyltteihin painettavien tietojen täytyy olla oikeat sekä tarpeeksi suurella ja selkeällä tekstityypillä kirjoitettuja. Lisäksi aina kannattaa varata tyhjiä nimikylttejä mahdollisten kirjoitusvirheiden ja myöhäisten ilmoittautumisten varalta. Kylteistä on hyötyä jälkimarkkinoinnin

kannalta, kun tiedetään, ketkä saapuivat paikalle ja ketkä eivät. (Vallo & Häyrinen 2008, 162–164.)

Satakunta hyvää kohdetta 2013 -tapahtuman ilmoittautumispiste sijoitettiin Satakuntaliiton pöydän viereen, jotta vieraat pystyisivät samalla ottamaan pöydältämme haluamansa materiaalia. Satakuntaliitosta kolme henkilöä hoiti vieraiden ilmoittautumisen vastaanoton. Vieraiden nimet tulostettiin tarra-arkille aakkosjärjestyksessä sukunimen mukaan, ja ne myös jaettiin kahteen eri tilaisuuteen. Mukaan otettiin myös tyhjiä tarra-arkkeja kirjoitusvirheiden ja myöhästyneiden ilmoittautumisten varalta. Ilmoittautumisen yhteydessä vieraille jaettiin arvontakupongit sekä lounaslipukkeet.

Satakunta hyvää kohdetta 2013 -tapahtuma alkoi Satakuntaliiton osalta seitsemältä aamulla. Ensiksi pystytimme opastekyltit ulos, jotta näytteilleasettajat ja vieraat löytäisivät Friitala-talolle sekä oikeille parkkipaikoille. Laitoimme myös kyltit valmiiksi Friitala-talon sisäpuolelle ja varmistimme, että kaikki muut asiat olivat Satakuntaliiton osalta kunnossa. Ensimmäiset näytteilleasettajat saapuivat kahdeksan aikoihin, jolloin ohjasimme heidät oikeille pöydille sekä annoimme esittelijäkuoret. Edellisen päivän aikana saimme tietoomme, että tapahtumaan osallistuisi myös kaksi näytteilleasettajaa, joiden ilmoittautumislomake ei koskaan saapunut perille asti. Tapahtumapäivänä tuli lisäksi vielä yksi näytteilleasettaja lisää, joten meidän piti nopeasti löytää ylimääräisiä pöytiä heitä varten. Kaksi näytteilleasettajaa jakoi lopulta pöydän toisen näytteilleasettajan kanssa, kun kysyimme heiltä ensiksi, sopisiko tällainen ratkaisu. Näytteilleasettajia oli lopulta kaiken kaikkiaan 44 kappaletta, kun alkuperäinen määrä oli 38. Edellisenä ja samana päivänä mukaan tulleiden laskutuksen päätimme hoitaa tapahtuman jälkeisellä viikolla. Kun näytteilleasettajat olivat saaneet pöytänsä valmiiksi, heille oli tarjolla aamiaistarjoilu Cafe Hellmanin kabinetissa. Tapahtuman juontaja Julle Kallio saapui näytteilleasettajien kanssa samoihin aikoihin, ja hän tarkisti äänentoiston, jonka ostimme häneltä, koska tilassa ei niitä ollut valmiina.

Kello yhdeksän jälkeen saapuivat ensimmäiset vieraat, jotka ohjattiin odottamaan juontajan tilaan, jossa Julle Kallio toivotti heidät tervetulleiksi sekä viihdytti heitä siellä puoli kymmeneen asti. Tapahtuman virallinen alkamisaika oli 9.30, jonka jälkeen juontaja ohjasi vieraat näytteilleasettajien tilaan. Vieraat saivat vapaasti tutustua näytteilleasettajien pöytiin, ja lounaalle he saivat mennä jo klo 10 aikoihin, jotta Cafe

Hellmanissa ei olisi ruuhkaa varsinaisella lounasajalla. Näytteilleasettajia ohjeistettiin lounastamaan, kun löytyisi sopiva ajankohta siihen. Suurin osa ehtikin syömään ensimmäisen lounastarjoilun aikana. Arvonta suoritettiin 10.45, ja siihen oli varattu vain kymmenen minuuttia. Arvontatilaisuus venyi kuitenkin tunnin verran, koska palkintoja oli neljäkymmentä ja jokainen näytteilleasettaja ojensi sekä esitteli palkintonsa voittajalle. Siksi myös Tehtaantyttö-kierros alkoi vartin myöhässä. Arvonnan jälkeen juontaja päätti ensimmäisen tilaisuuden ja kiitti vieraita osallistumisesta.

Melkein heti ensimmäisen tilaisuuden päätyttyä saapuivat seuraavan tilaisuuden vieraat. Aluksi ilmoittautumispisteen kohdalla olikin vähän ruuhkaa, mutta se hävisi melko nopeasti, kun edelliset vieraat olivat poistuneet. Aluksi juontaja viihdytti vieraita, ennen kuin ohjasimme heidät näyttelytilaan. Tämän tilaisuuden aikana vieraat saivat valita, menevätkö ensiksi syömään vai näyttelytilaan, koska näytteilleasettajien tilassa saattoi olla ruuhkaa. Arvonta suoritettiin aikataulusta poiketen vasta 13.15, koska suurin osa vieraista oli joko syömässä tai kiertelemässä pöytiä. Tämä arvonta suoritettiin nopeammin kuin ensimmäinen, mutta silti se vei liian kauan aikaa. Osa vieraista oli myös ehtinyt lähtemään ja useamman palkinnon voittaja jouduttiin arpomaan uudelleen, koska käytäntönä oli jakaa palkinto paikalla oleville vieraille. Juontaja päätti tapahtuman klo 14.00 ja kiitti vieraita osallistumisesta. Toinen Tehtaantyttökierros alkoi tämän jälkeen.

Tapahtuma saatiin päätökseen aikataulun mukaisesti, vaikka ensimmäisen tilaisuus venyikin vartin verran. Kahden jälkeen näytteilleasettajat siivosivat pöytänsä ja Satakuntaliiton henkilökunta keräsi nimikyltit, jotta pystyimme suorittamaan arvannon näytteilleasettajien kesken. Keräsin palautekyselyt nimikylttien kanssa samaan aikaan, jotta pystyin tarkkailemaan, ketkä palauttivat kyselylomakkeet. Palautekyselyihin sai laittaa oman nimensä, jos halusi. Kiitimme näytteilleasettajia ja Festrentin väen sekä Cafe Hellmanin edustajan kanssa siivosimme molemmat tilat. Veimme viestinnän harjoittelijan kanssa suurimman osan tavaroista takaisin Satakuntaliittoon, ja tämän jälkeen palasin hakemaan Koivulan Ullan sekä jäljelle jääneet tavarat. Päivä päättyi meidän osaltamme tavaroiden takaisin viemiseen Satakuntaliittoon.

7.3 Jälkimarkkinointivaihe

Jälkimarkkinointivaihe on tapahtumaprosessin viimeinen vaihe, joka alkaa tapahtuman jälkeen. Siihen kuuluvat kiitokset asianosaisille, materiaalin toimitus, palautteen kerääminen ja työstäminen, yhteydenottopyyntöjen hoitaminen sekä yhteenvedon työstäminen. Jälkimarkkinointivaihe on tärkeä vaihe, jonka aikana tapahtumanjärjestäjät osoittavat mukana olleille arvostaneensa heidän osallistumistaan tapahtumaan. Järjestäjien pitää myös muistaa kiittää kaikkia tapahtuman järjestämisessä mukana olleita, ei siis pelkästään vieraita. Tapahtuman jälkeen on hoidettava materiaalit, kiitokset, yhteydenottopyynnöt ja yhteenvetopalaveri. (Vallo & Häyrynen 2008, 168–169.)

On suositeltavaa dokumentoida kaikki oleellinen tieto huolellisesti, jotta niitä voitaisiin hyödyntää tulevaisuudessa. Siksi on tärkeää pitää yhteenvetopalaveri, jossa käsitellään tapahtuman kulkua ja budjettia. Palaverissa voidaan käsitellä esimerkiksi sitä, minkälaiset olivat yleiset tunnelmat tapahtumasta, onnistuttiinko tapahtumassa ja mikä meni pieleen. Palaverin aikana käsitellään myös tapahtuman taloudelliseen puoleen liittyvät asiat. Jälkimarkkinointivaiheen aikana tulisi hoitaa laskutus ja tutkia, pysyttiinkö budjetissa. (Iiskola-Kesonen 2004, 12; Soutar 2005, 58; Vallo & Häyrynen 2008, 174–175.)

Viikkojen 12–17 aikana hoidin tapahtuman jälkimarkkinointivaihetta. Tapahtuman jälkeisinä päivinä vein tavarat ja esitteet takaisin paikoilleen. Samalla laskin myös, kuinka paljon esitteitä tuli takaisin ja paljonko vieraat niitä ottivat. Arvontaan osallistuneiden vieraiden yhteystiedot laitoin Excel-taulukkoon, josta pystyin laskemaan tapahtuman lopullisen vierasmäärän sekä poistamaan tiedot niistä vieraista, jotka eivät antaneet lupaa yhteystietojensa luovuttamiselle. Tein tämän osuuden mahdollisimman pian tapahtuman jälkeen, jotta pystyisin lähettämään kiitosviestit näytteilleasettajille. Lähetinkin viikon päästä tapahtumasta vieraiden yhteystiedot ja kiitosviestin kaikille esittelijöille sekä pyysin niitä esittelijöitä, jotka eivät vielä olleet vastanneet palautekyselyyn, vastaamaan siihen sähköisessä muodossa. Laskutin myös niitä näytteilleasettajia, jotka ilmoittautuivat joko päivää ennen tapahtumaa tai tapahtumapäivänä.

Seuraavien kahden viikon aikana kävin Koivulan Ullan kanssa läpi ne palautelomakkeet, jotka palautettiin tapahtuman jälkeen, jotta pystyisimme laatimaan ohjeet seuraavaa tapahtumaa varten. Keskustelimme mahdollisista tapahtumapaikoista, ja siksi laadinkin listan paikoista, joissa seuraavat tapahtumat voisi järjestää. Monet näytteilleasettajat halusivat seuraavan tapahtuman joko Rauman seudulle tai Pohjois-Satakuntaan. Sopivan tilan täytyy kuitenkin olla mahdollisimman suuri, ja siellä pitäisi myös olla ruokailupaikka samassa. Lisäksi tapahtumapaikan itsessään pitäisi olla kiinnostava siinä määrin, että vieraat tulisivat sinne jo itse tilan takia. Keskustelimme myös aikataulun muuttamisesta, koska arvontatilaisuus tultaisiin seuraavalla kerralla järjestämään eri tavalla kuin aikaisemmin. Palautepalaverissa kävimme myös läpi sitä, että kutsuvierasluettelo pitäisi tarkastaa. Osa tiedoista oli niin vanhoja, että eräskin kutsuttu oli ollut kuolleena jo viisi vuotta. Siksi tarkistinkin toukokuun aikana liki 3 000 nimen luettelon ja päivitin kaikki postin ilmoittamat tiedot.

Keskustelimme Ullan kanssa myös näytteilleasettajille varatuista pöydistä. Osa niistä oli vielä varsin vaarallisia, sillä käytännössä pöytälevy lepäsi kahden irrallisen jalan varassa. Pienikin tönäisy tai liika paino olisi riittänyt kaatamaan pöydät kumoon. Pelkäsin koko tapahtuman ajan sitä, että joku pöydistä kaatuisi ja joku loukkaisi itsensä pahasti. Onneksi ensimmäinen pöytä romahti vasta silloin, kun kukaan ei ollut lähelläkään pöytää purkuvaiheen yhteydessä. Varoittelin kaikkia näytteilleasettajia pöydistä sekä pyysin tarkastamaan pöytien jalat säännöllisin välein.

Kokosin tapahtumasta kansion seuraavaa harjoittelijaa varten, kuten Satakuntaliitos on ollut tapana. Kansion tiedot helpottavat tapahtuman suunnittelemista ja toteuttamista. Siihen kerätään kaikki näytteilleasettajilta tulleet sähköpostiviestit, tapahtuman tiedotteet, tarjoukset ja tarjouspyynnöt, palautekyselylomakkeet ja niiden tulokset sekä kaikki muu tapahtumaan liittyvä materiaali. Myös tilan suunnitteluun käytetty aineisto, vieraiden kutsut, pöytäkyllit, nimilätkät ja muut esitteet laitetaan kansioon. Mukaan laitetaan myös loppuraportti, joka on apuna seuraavan harjoittelijan aloittaessa tapahtuman suunnittelua ja toteuttamista. Kansio on ikään kuin todiste siitä, että tapahtuma on järjestetty ja kuinka paljon työtä tapahtuman järjestäminen oikein vaatii.

7.3.1 Tapahtuman taloushallinta

Jälkimarkkinointivaiheeseen kuuluu myös tapahtuman taloushallinta (liite 6). Tapahtuman tuloina olivat näytteilleasettajien vuokraamien pöytien maksut sekä mahdolliset lisäesittelijät. Tapahtumassa oli kaiken kaikkiaan 44 eri näytteilleasettajaa, joista 43:a laskutettiin. Satakuntaliitolla oli tapahtumassa oma pöytänsä, josta ei laskutettu, koska olimme tapahtuman järjestäjiä. Kuten aikaisemmin olen jo maininnut, kokonaisen myyntipöydän hinta oli 120 € + alv (24 %), jaetun pöydän 102 € + alv ja kolmannen esittelijän 20 € + alv. 37 näytteilleasettajaa vuokrasi kokonaisen pöydän, 6 jaetun pöydän ja kolmessa yrityksessä oli tapahtumassa mukana myös kolmas esittelijä (Taulukko 2). Tapahtuman kokonaistulot olivat 6 338,88 €.

Taulukko 2. Tapahtuman tulot

Pöytien/lisäesittelijöiden määrä	Hinta/pöytä tai esittelijä	Yhteensä
37 kokonaista pöytää	120 € + alv (24 %)	5 505,60 €
6 jaettua pöytää	102 € + alv (24 %)	758,88 €
3 lisäesittelijää	20 € + alv (24 %)	74,40 €
Tulot yhteensä, sis. alv (24 %)		6 338,88 €

Tapahtuman menoja olivat tilavuokra, juontajan palkkio, aamiais- ja lounastarjoilut, vuokratilusteet, kutsujen postitus- ja painatuskulut, Esittelijät -esitteen painatuskulut ja Satakunnan Yrittäjät -lehden ilmoitus (Taulukko 3). Aiemmin mainitsin, että budjetissa oli vain seitsemän menoerää. Vuokrasimme Festrentiltä kalusteita, sillä otimme Friitala-talolla käyttöömmme toisen tilan, jossa juontaja viihdytti vieraita ja järjestettiin arvontatilaisuus.

Taulukko 3. Tapahtuman menot

Menoerä	Määrä
Friitala-talon tilavuokra	150 € + alv (24 %)
Juontajan palkkio	600 €
Cafe Hellmanin aamiais- ja lounastarjoilut	2 070,09 € + alv (14 %)
Festrentin vuokratilusteet	847,50 € + alv (24 %)

Kutsujen postituskulut	2 545,20 €
Kutsujen painatuskulut Plusprintistä	510,00 € + alv (24 %)
Esittelijät -esitteen painatuskulut Satakuntaliitossa	39,73 €
Satakunnan Yrittäjät -lehden ilmoitus	178,00 + alv (24 %)
Menot yhteensä, sis. alv (24 % ja 14 %)	7 634,85 €

Budjetin suhteen ensisijainen tavoite oli kattaa suurin osa kuluista näytteilleasettajien pöytävuokramaksuilla, mikä toteutuikin. Satakuntaliiton kustannettavaksi jäi lopulta 1 295,97 euroa. En pystynyt vertailemaan edellisten Satakunta hyvää kohdetta - tapahtumien budjetteja tämän vuoden budjettiin, koska niitä ei ole edeltävinä vuosina erikseen laskettu. Koivulan Ulla piti tulosta hyvänä, sillä se voidaan laskea markkinointikuluksi. Tapahtuman tarkoituksenaan oli markkinoida satakuntalaisia matkailukohteita satakuntalaisille siis myös yksi Satakuntaliiton matkailupuolen tehtävistä.

7.3.2 Palautteen kerääminen

Yksi jälkimarkkinointivaiheen tärkeimmistä tehtävistä on palautteen kerääminen ja työstäminen. Näin voidaan kehittää tapahtumaa tulevaisuudessa. Palautetta voidaan kerätä eri tavoilla, esimerkiksi kirjallisella palautelomakkeella, sähköpostitse tai puhelimitse jälkikäteen, ja se olisi hyvä kerätä osallistujilta, isänniltä ja tapahtuman tekijöiltä. Palautelomake kannattaa aina tehdä tapahtumakohtaisesti. Analysoinnissa täytyy muistaa, että osallistujilta tuleva palaute on totuus. (Vallo & Häyrinen 2008, 171–173.)

Tapahtuman palautekysely päätettiin toteuttaa paperisen lomakkeen avulla. Palaute-lomake jaettiin tapahtumapäivän aamuna ilmoittautumisten yhteydessä. Tapahtuman yhteydessä palautettiin yhteensä 38 lomaketta, minkä takia laitoin vielä sähköpostitse linkin palautekyselyyn, jotta mahdollisimman moni vielä siihen vastaisi. Lopullinen palautettujen lomakkeiden määrä oli 42. Analysoin palautteet viikon 15 aikana ja tein niistä vielä yhteenvedon seuraavaa tapahtumaa varten. Seuraavassa luvussa käsittelen niitä tarkemmin.

8 NÄYTTEILLEASETTAJIEN PALAUTEKYSELY

8.1 Toteutus

Palautetta voidaan kerätä monella eri tavalla. Vilkka & Airaksinen (2004, 58) kuitenkin huomauttavat, että aineiston keräämisen tapa on harkittava tapahtumakohtaisesti sen mukaan, millaista tietoa ja kuinka täsmällistä tietoa toiminnallisessa opin- näytetyössä tarvitaan. Hyvä tapa on kerätä kirjallista palautetta paikan päällä niin, että palautelomake palautetaan ennen lähtöä. Myös sähköinen palautelomake on mahdollinen. Jos tapahtumaan osallistuneiden sähköpostiosoitteet on käytettävissä, voidaan palautelomake tai linkki siihen laittaa sähköpostitse. Palautelomake voidaan lähettää postitse tai faksilla, mutta myös puhelimitse voi kerätä palautetta. (Vallo & Häyrinen 2008, 173.)

Jokaisen tapahtuman jälkeen on tärkeää kerätä palautetta kaikilta osallistujilta, isän- niltä ja tapahtuman tekijöiltä, jotta sitä voitaisiin hyödyntää tulevien tapahtumien suunnittelussa. Palautteet kannattaa kerätä kirjallisessa muodossa, koska ne pysyvät paremmin tallessa. Saatua palautetta tulisi verrata aina lähtökohtatilanteeseen eli ta- voitteisiin, jotka on asetettu tapahtuman suunnittelun alkuvaiheessa. (Vallo & Häyri- nen 2008, 171 – 172.)

Lomakkeen suunnittelussa on omat keinonsa, ja aina täytyy huomioida kyselyn koh- deryhmä. Saatekirje on hyvä olla mukana, jotta vastaaja tietää, mihin tarkoitukseen tietoja käytetään. Kirjeessä pitäisi mainita myös opinnäytetyötä ohjaava oppilaitos. Lisäksi on kiinnitettävä huomiota kirjoitusasuun ja -tyyliin, joihin vaikuttavat olen- naisesti kyselyn kohderyhmä. Lomakkeessa voi olla sekä avoimia että monivalinta- kysymyksiä. Tärkeintä on kuitenkin muotoilla kysymykset niin, että vastaaja ymmär- tää, mitä kysytään, ja että jokaisessa kohdassa halutaan vastaus vain yhteen asiaan. Täytyy myös varoa käyttämästä sellaisia sanoja, jotka aiheuttavat suuria tunteita. Siksi kysymysten muotoilemisessa ei saisi valita sanoja, jotka voivat vaikuttaa joko positiivisesti tai negatiivisesti. Vastausvaihtoehtojen välillä täytyy myös vallita tasa- paino. Jos vaihtoehtoina on esimerkiksi osittain samaa mieltä ja täysin samaa mieltä,

täytyy olla myös osittain eri mieltä - ja täysin eri mieltä -vaihtoehdot. Kysymykset eivät saa myöskään johdatella vastaajaa, sillä kysymyslomakkeen pitää olla puolueeton. Kysymykset eivät saisi olla liian tunkeilevia tai sopimattomia eikä myöskään vaikeasti muotoiltuja. Lisäksi on tärkeää muistaa kysyä vain sellaisia kysymyksiä, joihin halutaan vastaukset ja jotka perustuvat tapahtumalle asetettuihin tavoitteisiin. (Mallen & Adams 2008, 133–134; Vilka & Airaksinen 2008, 59–61.)

Näytteilleasettajien palaute päätettiin kerätä palautekyselynä (liite 7), jonka avulla selvitettiin heidän mielipiteensä Satakunta hyvää kohdetta 2013 -tapahtumasta kokonaisuudessaan ja siitä, pitivätkö he sitä onnistuneena. Palautekyselyn saatekirjeessä kerroin kyselyn tarkoituksesta ja siitä, miten tietoja aiotaan hyödyntää. Palautekysely pyydettiin palauttamaan ennen tapahtumasta poistumista ja vastanneiden kesken pidettiin pienimuotoinen arvonta. Palautekyselyyn pystyi myös vastaamaan Internetissä tapahtuman jälkeen, jos ei tapahtuman aikana ehtinyt sitä tekemään.

Suurin osa kysymyksistä oli monivalintakysymyksiä, loput kyllä tai ei -kysymyksiä sekä avoimia kysymyksiä. Viimeisessä kysymyksessä pyydettiin antamaan kokonaisarvosana tilaisuudesta kouluarvosana-asteikon avulla. Monivalintakysymykset jaettiin neljään vastausvaihtoehtoon, jotka olivat täysin eri mieltä, osittain eri mieltä, osittain samaa mieltä sekä täysin samaa mieltä. Vastaajille ei annettu mahdollisuutta En osaa sanoa -vaihtoehdon valintaan, koska halusimme heidän olevan jotain mieltä kysyttävästä asiasta. Jokaisen osion jälkeen oli mahdollisuus vastata tarkentavasti kyseiseen osioon liittyviin asioihin.

Palautekysely jaettiin kahdeksaan osioon, jotka olivat ennakkotiedotus, tapahtumapaikka ja ajankohta, vieraat, tilaisuuden kulku, yhteistyö Satakuntaliiton kanssa, osallistuminen, kokonaisarvio tilaisuudesta sekä kehittämisehdotukset. Ennakkotiedotusosiossa kysyttiin näytteilleasettajien mielipidettä tapahtuman ennakkotiedotuksesta eli saivatko he riittävästi tietoa tapahtumasta, oliko tieto informatiivista ja oikeaa. Toisessa osiossa haluttiin tietää heidän mielipiteensä tapahtumapaikasta ja ajankohdasta. Kysymykset liittyivät tapahtumapaikan sijaintiin, tilan toimivuuteen ja ajankohdan sopivuuteen. Samalla kysyttiin, missä he haluaisivat seuraavan tapahtuman pidettävän sekä mitä ajankohtaa toivotaan tulevaisuudessa niin vuodenajan kuin vuorokauden ajan suhteen. Kolmannessa osiossa kysyttiin mielipidettä tapahtuman vie-

raista eli oliko heitä sopivasti molemmissa tilaisuuksissa, olivatko he sopivasta kohderyhmästä ja kiinnostuneita tarjonnasta sekä oliko yritysvieraita riittävästi. Viimeinen kysymys oli tärkeä, sillä näytteilleasettajat ovat edellisinä vuosina toivoneet enemmän yritys- kuin yhdistysvieraita, koska heillä on enemmän rahaa käytettäviana.

Neljäs osio käsitteli tilaisuuden kulkua. Siinä kysyttiin arvontatilaisuuden sujuvuudesta, juonnosta sekä tapahtuman aikataulusta. Viidennessä osiossa kysyttiin yhteistyöstä Satakuntaliiton kanssa sekä valmisteluvaiheessa että tapahtuman aikana. Kuu- dennessa osiossa haluttiin selvittää, olivatko näytteilleasettajat osallistuneet aikaisempiin tapahtumiin sekä sitä, kokevatko he hyötывänsä tapahtumasta ja pidetäänkö tapahtumaa tarpeellisena. Seitsemännessä osiossa pyydettiin antamaan tilaisuudelle arvosana kouluarvosana-asteikon perusteella. Näin pystyttäisiin laskemaan tapahtumalle keskiarvo. Viimeisessä osiossa pyysimme antamaan kehittämis ehdotuksia ja muuta palautetta tapahtumasta.

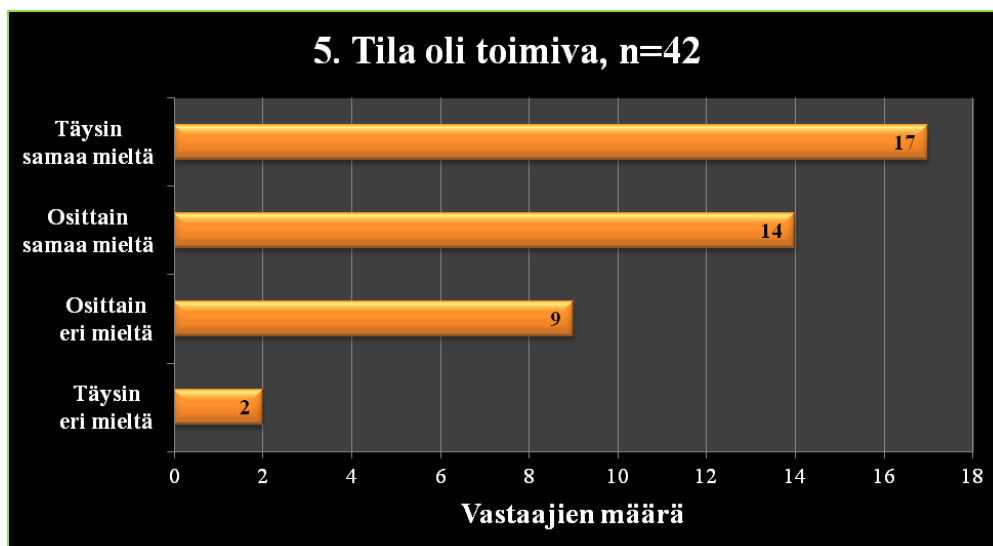
8.2 Tulokset ja niiden analysointi

Näytteilleasettajille jaettiin palaute lomakkeet tapahtumapäivän aamuna ilmoittautumisen yhteydessä. Palautekyselylomakkeita jaettiin yhtä monta kuin oli esittelijöitä ilmoitettu. Esittelijöitä oli ilmoittautunut yhteensä 66, joista kolme oli Satakuntaliitosta. Yksikään satakuntaliittolainen ei vastannut kyselyyn, sillä mukana oli kaksi Satakunnan ammattikorkeakoulun harjoittelijaa ja Ulla Koivula, joka antoi oman kirjallisen palautteensa koko tapahtumaprosessista ennen opinnäytetyön palauttamista (liite 8). Lopullisten laskelmien mukaan tapahtumassa oli esittelijöitä yhteensä 61 sekä 3 Satakuntaliiton edustajaa. Yhteensä näytteilleasettajat palauttivat tapahtuman aikana 38 palautekyselyä. Yksi palautetuista kyselylomakkeista oli kahden eri yrityksen yhteinen, joten laskin sen kahdeksi eri lomakkeeksi. Internetissä palautekyselyyn vastanneita oli vielä neljä. Kolmen edellisen tapahtuman palautusprosentti on pyörinyt 30 %:n ympärillä ja tänä vuonna se oli 68,9 %.

Aion nyt käsitellä niitä palautekyselyn kysymyksiä ja vastauksia, jotka ovat tärkeimpiä tavoitteiden täyttymisen tarkastelussa. Loput palautekyselyn vastaukset löytyvät

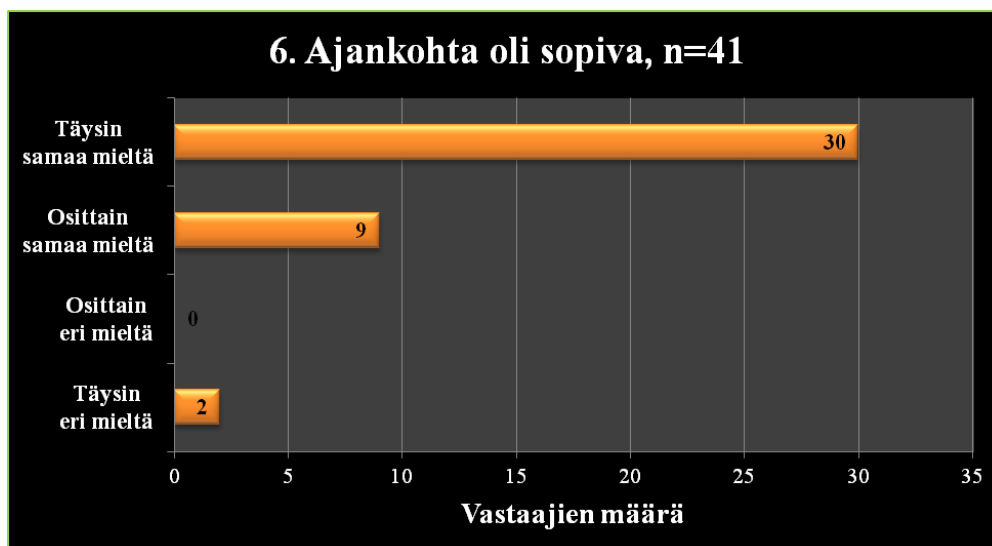
liitteestä 9. Palautekyselyssä kysyttiin kaiken kaikkiaan 23 kysymystä, joihin suurin osa kyselyn palauttaneista vastasikin. Osa jätti vastaamatta toisen sivun kysymyksiin, mikä saattoi ehkä johtua siitä, että he eivät huomanneet niitä. Seuraavalla kerralla tämä voitaisiin välttää siten, että kyselylomakkeen etusivulle laitetaan teksti ”Muittehan vastata kyselylomakkeen jokaiseen kysymykseen” tai sivujen alareunaan ”Käännä ->”. Vastaukset purettiin kysymys- ja vastaajakohtaisesti Excel-tilukkaan, ja niistä tehtiin vielä tiivistelmä Wordiin, jotta niihin olisi helpompi palata seuraavaa tapahtumaa suunniteltaessa. Palautekyselyt numeroitiin, jotta vastauksia pystyttäisiin mahdollisesti tarkastamaan jälkikäteen. Kuten aikaisemmin olenkin jo maininnut, tavoitteina oli järjestää kokonaisuudessaan onnistunut myyntipäivä, selvittää kehittämissuhteet ja sen, onko tapahtuma menettänyt jo suosionsa vai onko se edelleen tarpeellinen yrittäjien mielestä.

Tapahtumapaikasta ja ajankohdasta on edellisten vuosien aikana tullut paljon palautetta. Tällä kertaa pyrittiin löytämään mahdollisimman saavutettavissa oleva paikka sekä sen verran tilava, jotta kaikki näytteilleasettajat mahtuisivat samaan tilaan. Samalla haluttiin myös pitää tapahtuma keväällä, ennen kuin esimerkiksi yhdistysten väki päättäisi retkistään. Viidennessä kysymyksessä, johon vastasivat kaikki kyselyn palauttaneet, kysyttiin tilan toimivuudesta (Kuvio 2). Suurin osa vastaajista (73,8 %) oli samaa tai osittain samaa mieltä siitä, että tila oli toimiva. Muutama haluaisi seuraavan tapahtuman järjestettävän samassa paikassa, mutta osa huomautti tilan akustiikasta. Tilassa kaikui eivätkä vieraat tahtoneet kuulla näytteilleasettajia ja toisin päin. Tila palveli hyvin myös liikuntarajoitteisia, sillä se oli ensimmäisessä kerroksessa. Tulosten perusteella tila oli varsin toimiva, vaikka akustiikka olikin haasteellinen. Kaikki näytteilleasettajat mahtuivat samaan tilaan eikä yksikään sanonut pöytäpaikkaansa huonoksi. Joskus kuitenkin oli huomattavissa, että vieraat eivät kiertäneet sisäringin pöytiä.



Kuvio 2. Näytteilleasettajien mielipide tilan toimivuudesta

Kuudennessa kysymyksessä kysyttiin ajankohdan sopivuudesta, ja siihen vastasi 41 näytteilleasettajaa (Kuvio 3). 95,1 % vastanneista oli samaa tai osittain samaa mieltä siitä, että ajankohta oli sopiva ja vain kaksi näytteilleasettajaa ei pitänyt ajankohtaa sopivana. Jatkokysymysten vastausten perusteella monet haluaisivat tapahtuman ajankohdan pysyvän suunnilleen samana. Toiset haluaisivat pitää tapahtuman jo helmikuun vaiheilla, sillä monet yhdistykset ovat sopineet jo kesän retkistään, jolloin toteutus siirtyy seuraavaan vuoteen. Ajankohtaa voidaan tulosten perusteella pitää sopivana. Sitä ei voida kuitenkaan kovinkaan paljon aikaistaa, sillä se menisi päällekkäin Satakunnan maakunnan matkailun road show'n kanssa. Tapahtuma on myös aina ollut matkailun harjoittelijan päätehtävä harjoitteluaikaan Satakuntaliitossa, joten jos tapahtuma pidettäisiin esimerkiksi helmikuussa, Koivulan Ulla joutuisi hoitamaan suurimman osan valmisteluista.

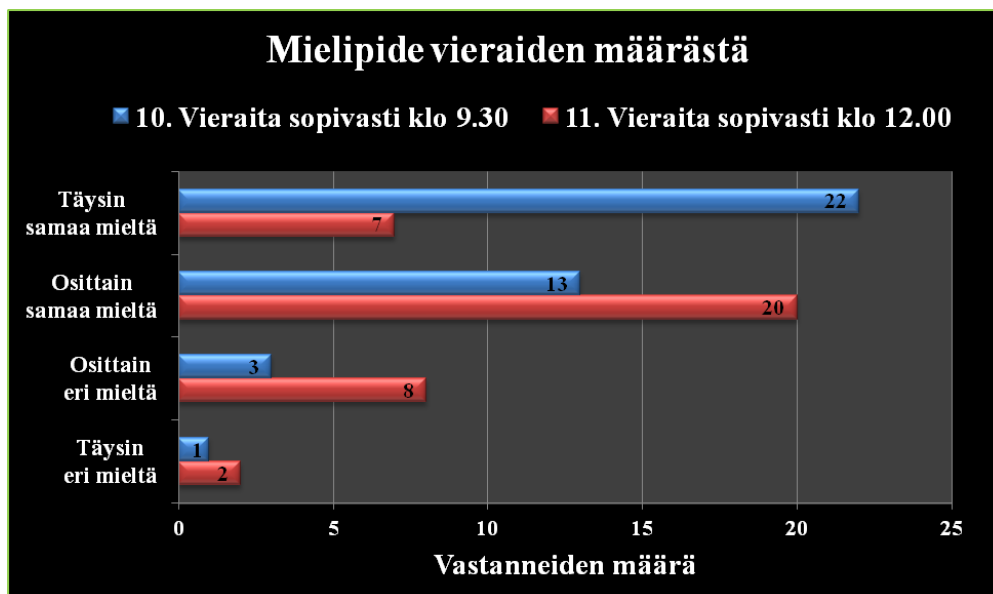


Kuvio 3. Näytteilleasettajien mielipide ajankohdan sopivuudesta

Tärkeänä tietona oli myös selvittää, mitä mieltä näytteilleasettajat olivat tapahtuman vieraista. Siksi vieraita koskevia kysymyksiä oli kaiken kaikkiaan viisi kappaletta. Kymmenenteen kysymykseen vastasi 39 näytteilleasettajaa. Siinä kysyttiin näytteilleasettajien mielipidettä vieraiden määrästä aamutilaisuudessa (Kuvio 4). 89,7 % vastanneista oli samaa tai osittain samaa mieltä siitä, että vieraita oli sopivasti aamutilaisuudessa. 11. kysymyksessä kysyttiin näytteilleasettajien mielipidettä vieraiden määrästä päivätilaisuudessa (Kuvio 4). 72,9 % vastanneista eli 27 näytteilleasettajaa oli samaa tai osittain samaa mieltä siitä, että vieraita oli sopivasti. Kuitenkin moni vastasi vielä kirjallisesti, että päivätilaisuudessa oli liian vähän väkeä.

Edellisissä tapahtumissa on usein käynyt niin, että päivätilaisuudessa on enemmän väkeä kuin aamutilaisuudessa. Tänä vuonna niin ei käynyt, sillä Ulvilan ympärys-kuntien väki kutsuttiin aamutilaisuuteen ja kauempaa tulevat päivätilaisuuteen. Edellisinä vuosina kutsuvieraiden kotipaikkakuntia ei tarkemmin ole mietitty, joten esimerkiksi viime vuonna kauppaoppilaitoksessa pidettävään päivätilaisuuteen tuli enemmän vieraita kuin aamutilaisuuteen. Syy tähän oli se, että lähempänä asuvat kutsuttiin päivätilaisuuteen ja kauempaa tulevat aamutilaisuuteen. Näin kauempaa tulevat joutuivat heräämään aikaisempaa. Lähetin kutsuja yhteensä 2 828 kappaletta, joten vieraita olisi suurin piirtein pitänyt olla 290, koska kuten aikaisemmin olen maininnut, kutsutuista noin 10–15 % olisi pitänyt saapua paikalle. Heitä oli kuitenkin vain vajaa kaksisataa, joten tavoitteista jäätin aika paljon. Ensi tapahtumaa varten aionkin tarkastaa kutsuvierasluettelon, sillä ei ole mitään järkeä lähettää liki 3 000

kutsua ja saada vieraiksi vain vajaat kaksisataa henkeä. Täytyy tarkasti valikoida ne yritykset ja yhdistykset, joista on vieraita yleensä viime vuosien ajan tullutkin. Näin säästytään samalla turhilta postitus- ja painatuskuluilta.

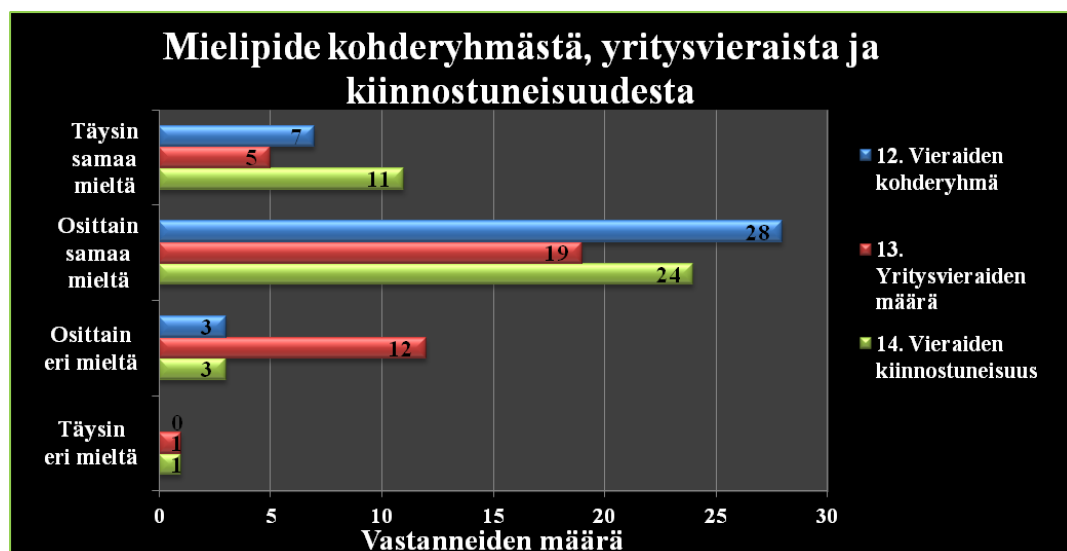


Kuvio 4. Näytteilleasettajien mielipide vieraiden määrästä klo 9.30 ja klo 12.00

Kahdestoista kysymys käsitteli näytteilleasettajien mielipidettä siitä, olivatko vieraat sopivasta kohderyhmästä. Kutsuvieraiden joukossa oli niin yritysten kuin yhdistysten väkeä. Näytteilleasettajat olivat edellisten vuosien palautteiden perusteella halunneet enemmän yritysväkeä, koska heillä olisi enemmän rahaa käytettävänä. Siksi tarkentavana kysymyksenä olikin se, että oliko yritysvieraita riittävästi. 92,1 % vastanneista eli 35 näytteilleasettajaa olivat samaa tai osittain samaa mieltä siitä, että vieraat olivat sopivasta kohderyhmästä ja 64,9 % eli 24 näytteilleasettajaa olivat samaa tai osittain samaa mieltä siitä, että yritysvieraita oli riittävästi (Kuvio 5). Näytteilleasettajilta kysyttiin myös mielipidettä vieraiden kiinnostuksesta tarjontaa kohtaan. Tähän kysymykseen vastasi 39 näytteilleasettajaa, joista 89,7 % oli samaa tai osittain samaa mieltä siitä, että vieraat olivat kiinnostuneita tarjonnasta (Kuvio 5).

Osa näytteilleasettajista olisi halunnut yritysvieraita enemmän, ja että tilaisuudet sovitettaisiin paremmin eri kohderyhmille. Päivätillaisuus karsii yhdistyksiä, joissa on työssäkäyvät vetäjät. Muutaman kerran aikaisemmin on kokeiltu sellaista järjestelyä, että aamutilaisuus on yritysten ja päivätillaisuus yhdistysten väkeä varten. Kuitenkin näytteilleasettajat eivät ole pitäneet tästä järjestelystä, sillä aamutilaisuudessa ei täl-

löin ole ollut tarpeeksi vieraita. Yritysvieraiden suhteen toimimme tänä vuonna eri lailla kuin edellisinä vuosina. Paperisen kutsun lisäksi laitoimme vielä sähköpostitse kutsun niille yrityksille, joiden sähköpostiosoitteet löytyivät heidän www-sivuiltaan. Yritysvieraiden houkutteleminen on ollut ainainen ongelma ja muitakin keinoja tulisi keksiä sähköpostikutsun lisäksi. Näytteilleasettajat ovat myös ehdottaneet, että luovuttaisiin kokonaan paperisista kutsuista, sillä ihmiset reagoivat paremmin sähköpostiviesteihin kuin paperisiin kutsuihin. Näin ei kuitenkaan voitaisi tehdä, sillä tämä tapa ei huomioisi kohderyhmien luonnetta. Kokemuksen ja Satakunnan maakunnan matkailun road show'n palautteiden perusteella yhdistysten väki reagoi paremmin paperikutsuun ja yritysten väki sähköpostikutsuun. Yhdistykset myös tarvitsevat yleensä jotain konkreettista todistetta tapahtumasta, jotta he voisivat käsitellä sitä kouksissaan.



Kuvio 5. Näytteilleasettajien mielipide vieraiden kohderyhmästä, yritysvieraiden määrästä ja vieraiden kiinnostuneisuudesta tarjontaan

Kysymykset 15, 16 ja 17 koskivat tapahtuman kulkua. Jotta tapahtuman onnistumista voitaisiin selvittää, täytyi kysyä näytteilleasettajien mielipidettä tapahtuman kulusta. 15. kysymyksessä kysyttiin, sujuiko arvontatilaisuus hyvin (Kuvio 6). 66,7 % vastanneista eli 24 näytteilleasettajaa olivat samaa tai osittain samaa mieltä siitä, että arvontilaisuus sujui melko hyvin. Tämä tulos yllätti, sillä arvontatilaisuus venyi tunnin mittaiseksi, kun sen alun perin piti kestää vain kymmenen minuuttia. Myös arvonnin informointi oli puutteellista. Näytteilleasettajat ehdottivatkin, että seuraavissa tapahtumissa käytettäisiin SUOMA:n mallia, jossa voittajat heijastettaisiin seinälle ja

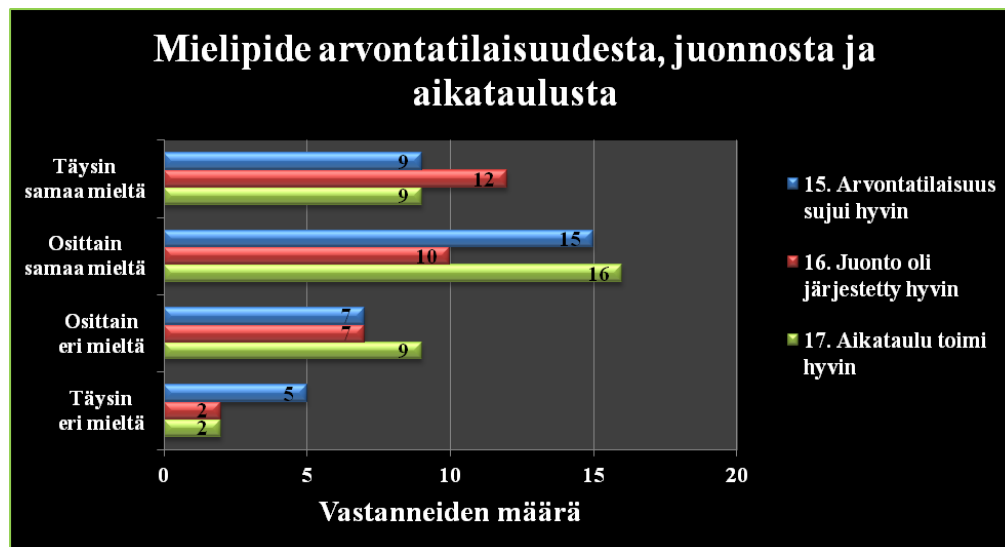
palkinnot noudettaisiin suoraan näytteilleasettajien pöydiltä. Näin voittajan kanssa pystyisi keskustelemaan henkilökohtaisesti ja kertomaan tarvittaessa lisätietoja palkinnosta.

16. kysymyksessä kysyttiin näytteilleasettajien mielipidettä juonnosta (Kuvio 6). Tähän kysymykseen vastasi 31 näytteilleasettajaa, joista 70,9 % oli samaa tai osittain samaa mieltä siitä, että juonto oli järjestetty hyvin. Monet halusivat sitä, että juontajaa ei olisi ollenkaan, sillä he eivät usko juontajan tuovan mitään lisäarvoa tapahtumalle. Tässä tapahtumassa kokeiltiin ensimmäisen kerran myös sitä, että juontoa ei pidetä samassa tilassa näytteilleasettajien kanssa. Osa näytteilleasettajista piti tätä hyvänä ratkaisuna, koska edellisissä tapahtumissa juonto on yleensä häirinnyt näytteilleasettajien keskustelua vieraiden kanssa. Juontoa pitäisi kuitenkin suunnitella paremmin, jotta se onnistuisi seuraavassa tapahtumassa. Seitsemästoista kysymys koski näytteilleasettajien mielipidettä tapahtuman aikataulusta (Kuvio 6). Tähän kysymykseen vastasi 36 näytteilleasettajaa, joista 69,4 % oli samaa tai osittain samaa mieltä siitä, että aikataulu oli järjestetty hyvin. Tämäkin tulos yllätti, koska arvontatilaisuus pitkittyi ja sotki aikataulua. Myös tapahtuman alkamisajasta tuli palautetta, ja sitä ei ainakaan pitäisi aikaistaa, muuten päivästä tulee liian pitkä.

Kuten jo aikaisemmin mainitsinkin, seuraavissa tapahtumissa aiotaan arvontatilaisuus järjestää SUOMA:n tavalla. Näin voidaan varata aikaa enemmän näytteilleasettajien ja vieraiden keskusteluihin. Juontajan suhteen on aina ollut eriäviä mielipiteitä näytteilleasettajien keskuudessa. Osa ei haluaisi juontajaa, toiset pitävät siitä, että on joku, joka viihdyttää vieraita. Tänä vuonna juontaja oli eri tilassa kuin näytteilleasettajat, eikä sen takia juonnosta tullut paljoakaan palautetta. Seuraavaa tapahtumaa varten pitäisi myös aikataulu suunnitella uudelleen, koska arvontatilaisuus jää kokonaan pois. Siitä tulisi kuitenkin selvästi informoida sekä näytteilleasettajia ja vieraita. Siksi olisi hyvä, että tapahtuman alussa pidettäisiin yhteinen aloitus ja näytteilleasettajien esittely, minkä aikana kerrattaisiin päivän ohjelma.

Monet näytteilleasettajat halusivat myös, että tapahtuma jaettaisiin selkeästi yritysten tilaisuuteen sekä yhdistysten tilaisuuteen, jolloin aamutilaisuus olisi yritysten ja päivätilaisuus yhdistysten edustajia varten. Näin ollen näytteilleasettajat pystyisivät paremmin kohdentamaan markkinointipuheensa juuri oikealle kohderyhmälle. Tämä

tapa saattaa kuitenkin karsia liikaa vieraita, sillä joillekin päivätilaisuus on paljon parempi vaihtoehto kuin aamutilaisuus. Jotkut haluaisivat myös mahdollisesti iltatilaisuuden, jolloin useammalla olisi parempi mahdollisuus saapua tilaisuuteen. Iltatilaisuuden aikana on kuitenkin hankalampi miettiä tarjoilua tai jotain sopivaa tapahtumapaikkaa, joka olisi avoinna vielä illempänä. Päivästä saattaisi silloin tulla mahdollottoman pitkä ja raskas.

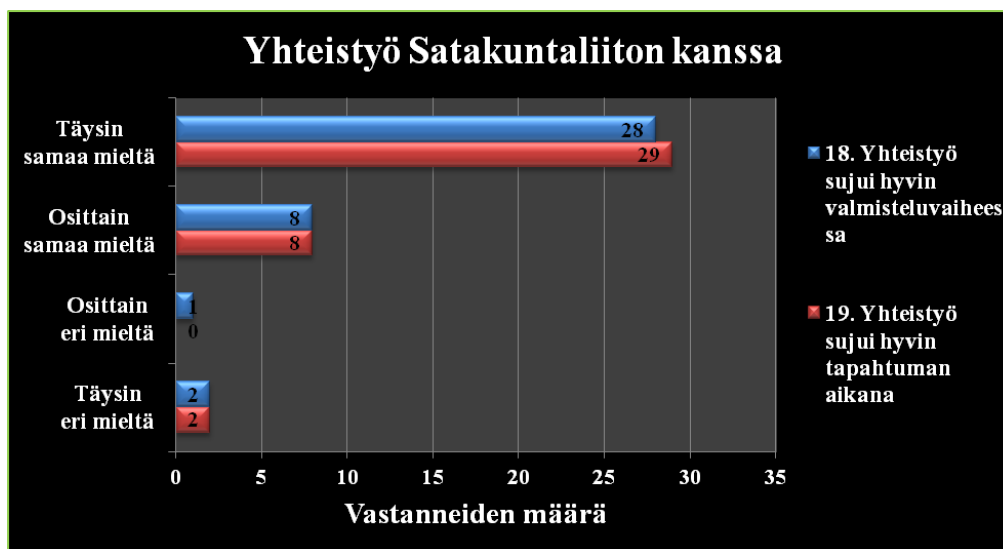


Kuvio 6. Näytteilleasettajien mielipide arvontatilaisuudesta, juonnosta ja aikataulusta

Satakunta hyvää kohdetta 2013 -tapahtuman onnistumiseen vaikutti myös yhteistyö Satakuntaliiton ja näytteilleasettajien välillä. Kysymyksissä 18 ja 19 kysyttiin näytteilleasettajien mielipidettä yhteistyöstä Satakuntaliiton kanssa suunnitteluvaiheen ja tapahtuman aikana (Kuvio 7). 18. kysymyksessä selvitettiin, mitä mieltä näytteilleasettajat olivat yhteistyöstä valmisteluvaiheen aikana. 39 näytteilleasettajaa vastasi tähän kysymykseen, ja heistä 92,3 % oli samaa tai osittain samaa mieltä siitä, että yhteistyö sujui hyvin valmisteluvaiheessa. Kaksi näytteilleasettajaa oli täysin eri mieltä tästä, mikä voidaan selittää sillä, että nämä vastaajat ilmoittautuvat näytteilleasettajiksi tapahtumaa edeltävänä päivänä. Vaikka lähetinkin tiedotteet heille, oli se kuitenkin liian myöhäistä.

19. kysymykseen vastasi 39 näytteilleasettajaa, joista 94,9 % oli myös samaa tai osittain samaa mieltä siitä, että yhteistyö sujui hyvin tapahtuman aikana. Näytteilleasettajat kiittelivätkin hyvin tehdystä työstä ja kertoivat, että Satakuntaliiton henkilökunnan kanssa on helppo toimia. Tiedotteita lähetettiin kiitettäväksi, mutta niitä pitäisi

ehdottomasti tiivistää ja jäsentää paremmin. Näytteilleasettajat haluaisivat vieraiden nimet etukäteen sekä sen, mistä yrityksestä/yhdistyksestä he ovat. Tuloksien perusteella voinkin sanoa, että yhteistyö sujui hyvin koko tapahtumaprosessin aikana. Näytteilleasettajia tiedotettiin tarpeeksi ja tietoja pidettiin informatiivisina.



Kuvio 7. Näytteilleasettajien mielipide yhteistyöstä Satakuntaliiton kanssa valmisteluvaiheessa ja tapahtuman aikana

Kysymykset 20, 21 ja 22 liittyivät siihen, olivatko näytteilleasettajat aikaisemmin osallistuneet tapahtumiin sekä pitivätkö he tapahtumaa tarpeellisena ja hyödyllisenä. 20. kysymykseen vastasi 42 näytteilleasettajaa eli kaikki kyselyn palauttaneet (Kuvio 8). Siinä kysyttiin, olivatko he aiempina vuosina osallistuneet tapahtumaan. 73 % vastanneista oli osallistunut aiemmin tapahtumaan ja 27 % ei ollut. Monet näytteilleasettajat mainitsivat osallistuvansa tapahtumaan, koska se on hyvä keino tavoittaa oikeat kohderyhmät. He myös sanoivat osallistuvansa ensi vuonna uudelleen. Tulosten perusteella näytteilleasettajat pitävät tapahtumaa sen verran tärkeänä, että osallistuvat tapahtumaan joka vuosi uudelleen. Siksi toivonkin, että ensikertalaiset kokivat tapahtuman tärkeäksi markkinointikeinoksi, jotta tulevat ensi vuonna uudelleen. Tapahtumassa oli tänä vuonna mukana myös matkailuyrityksiä/-tahoja, jotka olivat osallistuneet tapahtumaan ensimmäisestä kerrasta lähtien.

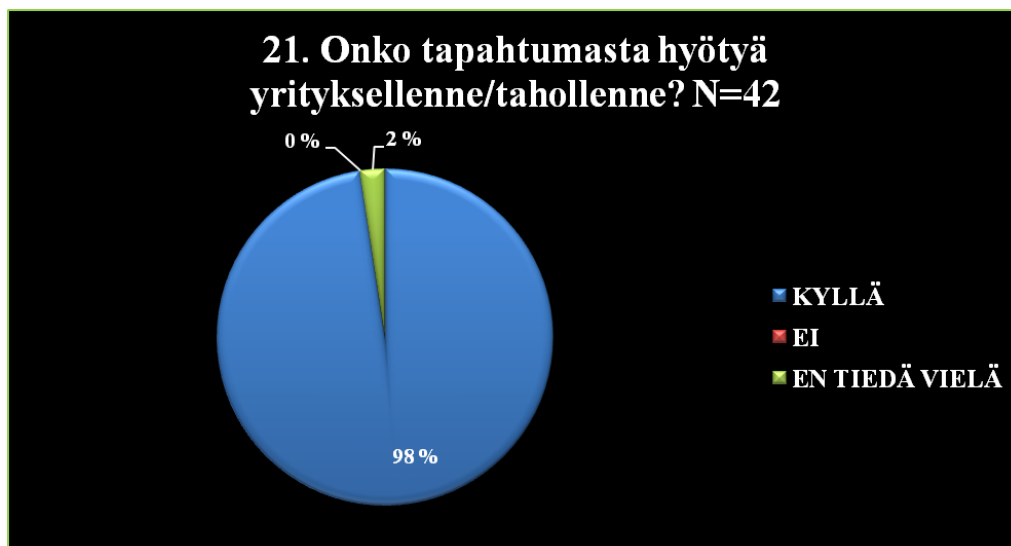
Tapahtuman yhtenä sivutavoitteena oli selvittää, onko tapahtuma näytteilleasettajien mielestä tarpeellinen ja hyödyllinen. Edellä mainitun perusteella tapahtuman suosio ei ole vähentynyt vuosien varrella. Monet näytteilleasettajista mainitsivat myös sen,

että asiakkaat ovat ostaneet heiltä tuotteita tai palveluita, koska ovat saaneet ideoita Satakunta hyvää kohdetta -tapahtumista. Tapahtumassa oli tänä vuonna mukana monia ensikertalaisia, joten tarjonta oli myös vaihtunut edellisvuoteen verrattuna. Onneksi näytteilleasettajia oli jokaiselta seudulta, jolloin Satakunta oli laajasti edustettuna. Eniten näytteilleasettajia tuli odotetusti Porin seudulta, josta tuli 30 matkailuyritystä/-tahoja. Rauman seudulta osallistui 11 ja Pohjois-Satakunnasta kolme matkailuyritystä/-tahoja.



Kuvio 8. Näytteilleasettajien osallistumisprosentti aiempien vuosien tapahtumiin

Kysymyksessä 21 kysyttiin, onko tapahtumasta hyötyä yritykselle/taholle (Kuvio 9). Tähän kysymykseen vastasi myös 42 näytteilleasettajaa. Heistä 98 % piti tapahtumaa hyödyllisenä yritykselleen/taholleen. Yksikään ei vastannut ”ei”, mutta yksi vastasi ”en tiedä”, koska tapahtuman hyötyä ei pysty heti arvioimaan, sillä vaikutukset näkyvät yleensä vasta myöhemmin. 22. kysymyksessä kysyttiin sitä, että kokevatko he tapahtuman tarpeelliseksi yritykselleen/taholleen. Myös tähän kysymykseen vastasivat kaikki palautekyselyn palauttaneet, ja heistä 98 % piti tapahtumaa tarpeellisenä. Kysymyksen 21 ja 22 kuviot ovat täsmälleen samanlaiset, joten laitan vain kysymyksen 21 kuvion. Näytteilleasettajien mielestä tapahtuma oli myös hyvä paikka tavata muita yrityksiä ja verkostoitua. Kuten jo aikaisemmin sanoin, näytteilleasettajat pitivät tapahtumaa niin tarpeellisenä, että osallistuvat joka vuosi uudelleen. Siksi tapahtumaa voidaankin pitää hyödyllisenä niin näytteilleasettajien kuin vieraidenkin kannalta.



Kuvio 9. Näytteilleasettajien mielipide tapahtuman hyödyllisyydestä

Viimeisessä kysymyksessä pyydettiin näytteilleasettajia antamaan tilaisuudelle arvosana kouluarvosana-asteikon avulla 4–10. Tähän kysymykseen vastasi 39 näytteilleasettajaa ja keskiarvoksi saatiin 8,47 (Kuvio 10). Vallon & Häyrisen (2008, 172) mukaan tapahtuman keskiarvon pitäisi tavoitteista riippuen ylittää 9, mutta itse olen tyytyväinen arvosanaan, koska tämä oli ensimmäinen järjestämäni tapahtuma ja odotin ensin huonompaa arvosanaa arvonnän venymisen vuoksi. Kaiken kaikkiaan tapahtumaa voidaan pitää onnistuneena niin näytteilleasettajien, järjestäjien kuin vieraidenkin kannalta. Jos arvontatilaisuus olisi onnistunut, keskiarvo olisi voinut olla huomattavasti parempi.



Kuvio 10. Tilaisuuden kokonaisarvosanajakauma

Kyselylomakkeen lopussa oli myös kohta, jossa näytteilleasettajat pystyivät antamaan kehittämisehdotuksia ja muuta palautetta. Kehittämisehdotuksia ja palautetta tuli niin juonnosta, tilasta kuin arvontatilaisuudestakin. Monet halusivat arvontilaisuuden järjestettävän samalla lailla kuin SUOMA:n tilaisuuksissa, jossa voittajien nimet heijastetaan seinällä ja palkinnot haetaan suoraan näytteilleasettajien pöydiltä. Aion laittaa lopulliseen raporttiin, joka jää Satakuntaliitolle, että arvontatilaisuus kannattaa järjestää SUOMA:n tavalla. Näin tilaisuus ei venyisi ja vieraille jäisi enemmän aikaa tutustua näytteilleasettajien tarjontaan. Tätä tapaa aiotaan käyttää vastaisuudessa myös Satakunnan maakunnan matkailun road show'ssa.

Juontajasta ja juonnosta ei tänä vuonna tullut niin paljon palautetta kuin edellisinä vuosina, mikä saattoi johtua siitä, että juonto oli eri tilassa kuin näytteilleasettajat. Juontajan on koettu aikaisempina vuosina häiritsevän esittelyä juonnoillaan ja sen takia juontajaa ei ole pidetty tarpeellisena. Olen kuitenkin Koivulan Ullan kanssa samaa mieltä siitä, että juontajaa tarvitaan tyhjien kohtien täyttämiseen. Kun vieraat ovat jo kiertäneet näytteilleasettajien pöydät, tarvitaan jotain/joku viihdyttämään heitä sen aikaa, kunnes tilaisuus päättyy. Näytteilleasettajat halusivat myös tapahtuman alkuun yhteisen esittelytilaisuuden, joka virallisesti aloittaisi tapahtuman. Tämä olisi hyvä lisä seuraaviin tapahtumiin, kun saadaan pois aikaa vievä arvontatilaisuus. Samalla tulisi myös tarkastaa ja muokata tapahtuman aikataulutusta, sillä se on ollut samanlainen jo muutaman vuoden ajan.

Lisäksi palautetta tuli tilasta. Osa piti akustiikkaa surkeana, osa haasteellisena. Tilassa kaikui eikä asiakkaita pystynyt kuulemaan sen takia. Tila oli myös varsin matala, mikä vaikutti puhumiseen ja kuuntelemiseen. Tilassa oli myös aika ajoin paljon väkeä, mikä osaltaan saattoi vaikuttaa keskustelun sujumiseen. Monet pitivät Friitalataloa hyvänä tapahtumapaikkana miljöönsä vuoksi. Se oli myös erilainen kuin viime vuoden Winnovan kauppaoppilaitoksen juhlasali. Monen mielestä oli hyvä, että kaikki näytteilleasettajat mahtuivat samaan tilaan. Aluksi epäilin sitä, mahtuisivatko kaikki samaan tilaan, sillä näytteilleasettajia tuli aina vaan lisää. Kun tein pöytäkartan millimetripaperiin, tilaa löytyi enemmän. Haasteelliseksi sen kuitenkin teki se, että pöydät eivät olleet samankokoisia. Kun kävimme tapahtumaa edeltävänä päivänä valmistelemassa näytteilleasettajien tilaa, saimme selville, että melkein kaikki pöydät olivat erikokoisia. 12 pöytää oli isompia kuin alkuperäisen tiedon mukaan, osa pie-

nempiä ja vain muutama oli sen kokoinen, kuin oli ilmoitettukin. Vastaisuuden varalta täytyisi mennä tarkistamaan myös pöytien laatu. Osa pöytälevyistä vain makasi jalkojen päällä, eikä niitä voinut paljon liikutella, sillä ne olisivat pudonneet. Onneksi yksikään pöytä ei pudonnut tapahtuman aikana, vaan vasta purkuvaiheessa. Silloin pöytä oli onneksi tyhjä eikä ketään ollut lähettyvillä.

9 TAPAHTUMAN ARVIOINTI

Tapahtuma onnistui hyvin, vaikka arvontatilaisuus venyikin liikaa. Siksi tapahtuman aikataulua tulisikin miettiä uudelleen seuraavaa tapahtumaa varten. Vieraita tuli lopulta liki pari sataa, vaikka aluksi vaikutti siltä, että vierasmäärä olisi pettymys. Olin kuitenkin halunnut vieraita olevan vieläkin enemmän, mutta paikalla olevat vieraat olivat tyytyväisiä tarjontaan. Vieraat myös nauttivat juontaja Julle Kallion lauluesityksistä sekä olivat aidosti innostuneita arvontapalkinnoista.

Näytteilleasettajat palauttivat 44 palautekyselyä ja lopulliseksi vastausprosentiksi saatiin 68,9 %, joka on tuplasti enemmän kuin viimeisen kolmen vuoden aikana. He antoivat myös erittäin paljon kirjallista palautetta, jotka auttavat seuraavan tapahtuman suunnittelussa. Näytteilleasettajia oli myös ennätysmäärä. Yhteensä 44 eri matkailuyritystä ja -tahoja esitteli toimintaansa Friitala-talossa 13.3.2013. Heistä suurin osa oli osallistunut tapahtumaan aikaisemmin, mutta mukana oli myös ensikertalaisia. Arvontatilaisuuden venymisestä huolimatta näytteilleasettajat olivat tyytyväisiä ja lupasivat tulla ensi vuonna uudestaan.

Tapahtuman rakennusvaiheeseen meni enemmän aikaa, kun olin suunnittelut. Menimme Koivulan Ullan kanssa tapahtumaa edeltävänä päivänä valmistelemaan tilat tapahtumaa varten. Olisimme saaneet enemmän tehtyä edeltävänä päivänä, jos pöydät olisivat olleet valmiiksi plaseerattuina, kuten olimme sopineet. Pöydät olivat ympäri Friitala-taloa ja sen verran raskaita, että emme Ullan kanssa kahdestaan pystyneet pöytiä kantamaan. Viime vuoden tapahtumaan oli palkattu työmiehiä kantamaan pöydät, mutta tänä vuonna emme niin tehneet, koska oletimme pöytien olevan jo

paikoillaan. Onneksi saimme Festrentin miehet avuksemme, koska he toivat muutenkin jo vuokrakalusteita tapahtumaa varten.

10 TYÖN LUOTETTAVUUS

Vilkan & Airaksisen (2008, 154) mukaan toiminnallinen opinnäytetyö tulisi myös tehdä tutkivalla asenteella, vaikkei siinä toteutettaisikaan selvitystä. Toiminnallisessa opinnäytetyössä se tarkoittaa niitä valintoja, joita tehdään sekä niiden tarkastelua ja perustelua nojautuen tietoperustaan ja viitekehukseen, jotka muodostetaan oman alan kirjallisuudesta. Arvioinnin kohteita ovat työn idea, tavoitteiden saavuttamisen arviointi, työn toteutustapa sekä prosessin raportointi ja opinnäytetyön kieliasu (Vilka & Airaksinen 2008, 154 – 159).

Olen käsitellyt opinnäytetyöni luotettavuutta koko raportin läpi. Mielestäni aiheeni työssä oli edelleen ajankohtainen, vaikka tapahtuma järjestettiinkin jo neljäntoista kertaa. Lähimatkailun suosio on nyt kasvamassa vallitsevan taloustilanteen vuoksi. Kun suositaan oman maakunnan matkailukohteita, kehitetään aluetta ja kannatetaan satakuntalaisia matkailuyrittäjiä. Tavoitteenani oli järjestää onnistunut myyntipäivä sekä selvittää, onko tapahtuma edelleen tarpeellinen ja hyödyllinen näytteilleasettajien mielestä. Näytteilleasettajien palautekyselyn perusteella tapahtuma oli onnistunut ja tarpeellinen. Tapahtuman kokonaisarvosanaksi tuli 8,47 (kouluarvosana-asteikko 4-10) ja monet näytteilleasettajat antoivat myös positiivista kirjallista palautetta. Tapahtumaan osallistui ennätysmäärä näytteilleasettajia, jotka myös palauttivat suurimman osan palautelomakkeista. Vieraatkin viihtyivät tapahtumassa ja totesivat saaneensa hyviä vinkkejä retkiään varten. Koivulan Ullan mielestä ”kokonaisuutena vuoden 2013 Satakunta hyvää kohdetta – tapahtuma sujui mallikkaasti ja hyvin. Näytteilleasettajille jäi huolehdittu olo ja vieraat tunsivat itsensä tervetulleiksi sekä saivat paljon hyvää tietoa Satakunnasta. Tapahtuman ajan vallitsi hyvä ja rauhallinen, tsempikäs henki”.

Tavoitteiden onnistumista selvitettiin näytteilleasettajien palautekyselyn avulla. Edellisinä vuosina palautelomakkeen vastausprosentti on pyörinyt 30 %:n ympärillä ja tänä vuonna se oli 68,9 %. 44 näytteilleasettajaa 61:stä palautti lomakkeen, joten tuloksia voidaan pitää suhteellisen luotettavina. Pidän tärkeänä, että palautekysely toteutettiin, koska muuten en pystyisi selvittämään, oliko tapahtuma onnistunut. Jos itse pidän tapahtumaa onnistuneena, ei se kuitenkaan ole puolueeton ja kovinkaan luotettava mielipide. Pyysin myös Koivulan Ullalta erillistä palautetta tapahtumasta paremman luotettavuuden saavuttamiseksi. Hän on ollut mukana koko tapahtuman suunnittelu- ja toteutusprosessin aikana sekä osallistui tapahtumaan näytteilleasettajana ja järjestäjänä.

Opinnäytetyöni lähdemateriaali on pääosin englanniksi, koska uusimpia alan kirjoja ei vielä ole suomennettu. Kirjat ovat suurimmalta osin uusinta painosta, joten tiedot ovat vielä varsin luotettavia. Tapahtuman suunnittelussa käytin apuna myös edellisten tapahtumien suunnitteluaineistoa sekä matkailusihteeri Ulla Koivulan vuosien kokemusta alalta. Satakunta hyvää kohdetta -tapahtuman toteutus ja suunnittelu eteni tapahtumaprosessin vaiheiden mukaan. Näitä vaiheita noudattamalla tiesin, mitä milloinkin piti tehdä ja mihin mennessä. Edellisten tapahtumien palautteiden perusteella pystyin myös suunnittelemaan sellaisen tapahtuman, joka huomioisi näytteilleasettajien antamat kehittämissuhteet ja pyrki parempaan lopputulokseen.

Pyrin kirjoittamaan joka viikko tapahtumaprosessista, jotta tärkeimmät asiat eivät unohtuisi raportista. Pidin myös päiväkirjaa koko opinnäytetyöprosessista, joten kaikki vaiheet ja päätökset ovat tarkasti dokumentoituja. Raportissani teoriaosuus ja käytännön osuus kulkevat rinnakkain, joten rakenne on minusta onnistunut. Projektin raportoinnissa olen pyrkinyt ytimekkääseen sekä asiatyyliseen ilmaisuun. Luvut on jaettu useampaan kappaleeseen, jotka on pyritty samaan sopivan mittaisiksi. Olen myös luonut taulukoita ja kuvioita, jotta tekstiä ja tuloksia olisi paljon helpompi lukea ja tulkita.

11 POHDINTA

Kun kolmas vuosi matkailun opintojen saralla alkoi syksyllä, en tiennyt ollenkaan, mistä teen opinnäytetyöni tai edes, missä aion suorittaa harjoitteluni. Kun lopulta sain harjoittelupaikan Satakuntaliitosta, kaikki palaset loksahdivat kohdalleen. Sain olla mukana erilaisten tapahtumien järjestelyissä ja omana päätehtävänä olikin järjestää Satakunnan matkailun sisäinen myyntipäivä - Satakunta hyvää kohdetta 2013. Tiesin heti, että haluaisin tehdä tästä tapahtumasta opinnäytetyön, koska se liittyi tapahtuman järjestämiseen. Tapahtuman jatko on ollut epävarmaa, koska suunnitteilla on perustaa uusi yhtiö, joka tulisi hoitamaan matkailuun liittyviä toimenpiteitä Satakunnassa. Varmuutta ei kuitenkaan ole, oliko tämä viimeinen Satakuntaliiton järjestämä Satakunta hyvää kohdetta -tapahtuma. Siksi jo suunnitteluvaiheessa halusin tehdä mahdollisimman hyvän ja onnistuneen tapahtuman, jotta voisimme päättää monien vuosien perinteen kunnialla.

Ennen kuin aloitin varsinaisen suunnittelutyön, kävin läpi edellisten tapahtumien aineistot ja palautteet. Sain myös Koivulan Ullalta vinkkejä, miten tapahtuma kannattaisi järjestää. Onneksi tehtäviini kuului myös olla mukana Satakunnan maakunnan matkailun road show'n järjestelyissä. Tämä auttoi tapahtuman suunnittelussa sekä siinä, miten kannattaa olla yhteydessä näyttöilleasettajiin ja muihin yhteistyökumppaneihin. Perehdyin harjoitteluni ohella tapahtuman järjestämiseen liittyvään teoriaan. Koska tein harjoittelua ja opinnäytetyötä samaan aikaan, pystyin käyttämään vain viikonloppuja opinnäytetyön tekemiseen. Jos saisin uudestaan päättää, suorittaisinko harjoittelun samaan aikaan opinnäytetyön rinnalla, valitsisin ehdottomasti toisin kuin nyt. Vaikka olenkin tyytyväinen lopputulokseen, joskus tuntui siltä, että aika ei riittänyt mihinkään. Tavoitteeni oli kuitenkin valmistua syksyllä, koska opintoni olivat kaikki jo suoritettuja, enkä halunnut pitkittää valmistumista joulukuulle.

Luin myös muutaman tapahtuman järjestämiseen liittyvän opinnäytetyön, jotta pystyisin hahmottamaan, mitä raporttiin kannattaisi sisällyttää. Monet olivat tehneet tapahtuman projektina ja ensiksi ajattelinkin, että tekisin samoin. Päätin kuitenkin rakentaa raportin Vallon & Häyrisen (2008) tapahtumaprosessin varaan, koska epäilin, että projektina toteutetun tapahtuman raportista tulisi liian pitkä ja laaja. Koen, että

raporttini nykyinen rakenne on tarpeeksi rajattu ja sopivan mittainen. Halusin mahdollisimman selkeän raportin, jossa toiminnallinen ja teoriaosuus kulkisivat yhdessä mahdollisimman luontevasti. Uskon kuitenkin, että tämä ratkaisu toimi hyvin, vaikka aluksi vaikuttikin siltä, että opinnäytetyöstä tulisi liian lyhyt eikä tarpeeksi kattava.

Tapahtuman suunnitteluvaihe vei eniten aikaa, niin kuin pitikin. Se alkoi minun osaltani tammikuussa ja päättyi maaliskuun 12. päivään, jolloin tapahtuman toteutusvaihe alkoi. Vajaan 2,5 kuukauden aikana hoidin kaikki tapahtumaan liittyvät järjestelyt samalla, kun autoin Satakuntaliiton muiden tapahtumien järjestelyissä. Aikaa ei paljon ollut, joten aikataulu piti suunnitella tarkasti. Jokainen deadline oli tarkoin määritelty ja melkein kaikki pitivätkin paikkansa. Eniten harmitti kutsujen painamiseen liittyvät takaiskut. Pysyin aikataulussa myös seminaarien suhteen ja sain palautekyselyn tulokset analysoitua nopeammin kuin luulin. Olisin voinut palauttaa valmiin opinnäytetyön jo aikaisemmin, mutta halusin viimeistellä sitä rauhassa.

Opin myös monet asiat kantapään kautta. Esimerkiksi näytteilleasettajien ilmoittautumiset olisin voinut vielä vahvistaa puhelimitse ja sähköpostitse. Tämän olisi voinut maininta ilmoittautumislomakkeen yhteydessä, jotta he tietäisivät, että ilmoittautuminen on saapunut perille asti. Näin samalla estettäisiin tapahtumapäivänä ilmoittautuneet näytteilleasettajat, niin kuin nytkin tapahtui. Mielestäni olisin voinut hankkia enemmän näytteilleasettajia, vaikka heitä olikin ennätysmäärä mukana, koska tapahtuma saattoi olla viimeinen lajissaan. Siksi sen olisi pitänyt myös onnistua paljon paremmin. Tapahtuman aikataulu, juontajan osuus ja arvontatilaisuus olisi pitänyt suunnitella tarkemmin, mutta seuraavassa tapahtumassani otan nämä asiat paremmin huomioon.

Eniten huolta aiheutti näytteilleasettajien tilan suunnittelu. Kun ensimmäinen versio pöytäkartasta oli valmis, tuntui siltä, että tilaa oli juuri sopivasti. Tässä vaiheessa näytteilleasettajia oli ilmoittautunut 36 kappaletta. Tapahtumassa oli lopulta mukana 44 eri näytteilleasettajaa ja pöytiä tarvittiin 41 kappaletta, koska kuusi näytteilleasettajaa jakoi pöydän toisen yrityksen/tahon kanssa. Paras tapa ratkaista tilasuunnitteluun liittyvät ongelmat oli millimetripaperin käyttäminen (liite 5). Ajatuksena kuitenkin oli se, että kaikki pöydät olisivat 75 cm x 125 cm, mikä ei tietenkään pitänyt paikkansa, joten rakennusvaihe tapahtumaa edeltävänä päivänä oli hektinen. Pöytiä

ei ollut laitettu paikoilleen, niin kuin oli sovittu ja suurin osa pöydistä oli pienempiä, kuin meille oli ilmoitettu. Seuraavalla kerralla aion tarkastaa kaikki pöydät itse enkä luottaa vain jonkun sanaan.

Mielestäni haastavinta suunnitteluvaiheen aikana oli yhteydenpito näytteilleasettajiin. Lähetin kaiken kaikkiaan kuusi tiedotetta näytteilleasettajille sekä vastailin muutenkin heidän kysymyksiinsä. Palautteiden perusteella tiedotteita olisi voinut olla vähemmänkin ja paljon tiivistetyimmässä muodossa. Kaikkia asioita ei kuitenkaan voitu laittaa samaan tiedotteeseen, jos sillä kertaa ei ollut mitään muuta tiedotettavaa. Monet näytteilleasettajista vastasivat sähköposteihin melko nopeasti, mutta osa voisi vastata nopeammin. Ymmärrän toki, että heillä on muitakin asioita hoidettavanaan, mutta tapahtuman onnistumiseen vaikutti myös vuorovaikutus näytteilleasettajien kanssa sekä suunnitteluvaiheen että tapahtuman aikana. Jos tämä ei sujunut hyvin, siitä mainittiin palautteissa. Tällaiset tilanteet tuovat omanlaista haastetta tapahtuman suunnitteluun, kun koskaan ei voi olla varma, milloin tarvittava aineisto toimitetaan.

Tapahtumapäivänä kaikkein eniten jäi vaivaamaan aikataulu. Aamutilaisuus alkoi suunnitelmien mukaan, ja se sujuikin hyvin arvontatilaisuuteen saakka. Arvonta venyi kymmenestä minuutista tuntiin, mikä olisi tietysti ollut ratkaistavissa jo Satakunnan maakunnan matkailun road show'n arvontatilaisuuden perusteella. Keskustelimme Koivulan Ullan kanssa arvontatilaisuudesta jo tapahtumaa edeltävänä viikkona, mutta päätimme pitäytyä vanhassa tavassa. Suullisesta palautteesta huolimatta, arvontatilaisuus sai kuitenkin melko hyvän kokonaisarvion, vaikka se venyikin. Kun olin käynyt palautteet läpi, ajattelin tapahtuman sittenkin onnistuneen. Tiesin koko ajan, että yksikin huono osa-alue tapahtumassa, saattaisi pilata tapahtuman. Mahdollista ensi vuoden tapahtumaa varten aiotaan arvonta suorittaa aikaisemmin mainitsemani SUOMA:n tilaisuuden tapaan eli heijastamalla voittajat seinälle, jolloin he voivat itse hakea näytteilleasettajien pöydiltä palkinnot ja keskustella niistä lisää. Aikataulun pitäisi myös olla joustavampi, jotta olisi vielä vähän enemmän liikkumisen varaa.

Työlleni asettamat tavoitteet täyttyivät minusta hyvin. Tapahtuma oli loppujen lopuksi varsin onnistunut arvontatilaisuuden venymisestä huolimatta. Positiivista palautetta tuli niin Koivulan Ullalta, näytteilleasettajilta kuin kutsuvierailtakin. Tapah-

tumaan osallistui ennätysmäärä näytteilleasettajia ja kaikki viihtyivät tapahtumassa. Satakunta hyvää kohdetta 2013 -tapahtumasta raportoitiin niin Ulvilan Seudussa, Satakunnan Viikot -lehdessä, Satakunnan Työ -lehdessä sekä Satakuntaliiton www-sivuilla (liite 10). Toimittajia oli paikan päällä myös Uusi Aika -lehdestä. Monet näytteilleasettajat pitivät tapahtumaa tarpeellisena ja hyödyllisenä. Muutama näytteilleasettaja oli osallistunut tapahtumaan ensimmäisestä järjestämiskerrasta lähtien. He kertoivat tapahtuman hyödyllisyyden olevan yksi syy siihen, miksi he joka vuosi osallistuvat tapahtumaan uudelleen ja uudelleen. Monet matkailuyrittäjien asiakkaatkin kertoivat saaneensa idean juuri tästä tapahtumasta. Jos tämä tapahtuma oli viimeinen lajissaan, toivon, että neljäntoista tapahtuman sarja päätettiin kunnialla.

Kuten aikaisemmin olen jo maininnut, tapahtumassa jäätiin vajaat 1 300 € miinukselle. Kauhistelinkin ensin tulosta ja pelkäsin Koivulan Ullan reaktiota. Hän kuitenkin otti asian rennosti ja myös rauhoitteli hermojani. Alustavaa budjettia tapahtumalle ei ollut ja kaikki rahaan liittyvät päätökset tehtiin Koivulan Ullan suostumuksella. Kun hän näki kululaskelman, ei hän pitänyt tätä huonona tuloksena, koska sitä voitaisiin pitää vain yhtenä markkinointikuluna. Edellisten vuosien Satakunta hyvää kohdetta -tapahtumista ei ole tehty kululaskelmia, joten en pystynyt edes vertaamaan näitä keskenään. Koivulan Ulla oli kuitenkin ihan tyytyväinen lopulliseen tulokseen. Suurin menoerä oli postituskulut, joita pyrittäisiin pienentämään tarkastamalla kutsuvierasluettelo. Näin voitaisiin paremmin määritellä kutsuvieraat sekä selvittää heidän sähköpostiosoitteensa. Tällöin osa kutsuista voidaan lähettää sähköpostitse, mikä pienentäisi postituskuluja huomattavasti. Kun järjestän tapahtuman seuraavan kerran, aion kuitenkin pitäytyä budjetissa.

Uskon, että tämän opinnäytetyön myötä sain paljon kokemusta tapahtuman järjestämisestä. Enää en epäroikaan vastaan vastaavanlaista haastetta vastaan ja selviytyä siitä kunnolla. Sain tehdä melkein kaikki päätökset itse sekä suunnitella tapahtumaan liittyvät materiaalit itsenäisesti, vaikka niin ei edellisinä vuosina olekaan tehty. Halusin kuitenkin tehdä tapahtumaan sopivat ja yhtenäiset materiaalit itse, jotta tapahtuma tuntuisi omalta. Samalla sain harjoitella Microsoft Publisher -ohjelman käyttöä. Ymmärrän nyt myös paremmin aikataulutuksen merkityksen tapahtumia järjestettäessä. Kun minun täytyi pääosin tehdä itse kaikki työt muiden harjoittelutehtävien ohella, opin priorisoimaan asioita. Lisäksi ymmärsin sen, kuinka paljon aikaa yhden kutsun, esit-

teen tai kyltin tekemiseen oikein kuuluu. Täytyy huomioida niin kutsun ulko- ja kirjoitusasu sekä se, minkä viestin kutsu välittää lähettäjästään.

Jos tekisin jotain toisin, aloittaisin opinnäytetyön aiheen etsimisen paljon aikaisemmin kuin nyt. Olisin voinut rauhassa aloittaa kirjoitusprosessia ja syventyä aiheeseen paremmin ennen harjoittelua. Kirjoitustyö olisi oikeastaan pitänyt aloittaa jo joulukuussa eikä vasta tammikuussa, kun harjoittelu oli alkanut ja tehtävää oli paljon. Joissakin raportin kohdissa on kuitenkin ollut vaikeaa ilmaista asiaa suoraan ja ytimekkäästi. Haluaisin käyttää paljon korulauseita, metaforia ja hullunkurisia ilmauksia, mutta koska ne eivät kuulu asiatyyliseen tekstiin, olen yrittänyt hillitä itseäni. Vaikka ideoin ja suunnittelin paljon materiaalia suunnitteluvaiheen aikana, olisin voinut kenties esittää enemmän ideoita. Olihan tämä minun opinnäytetyöni. Myös uusien näytteilleasettajien houkuttelemisen tapahtumaan olisi voinut olla tehokkaampaa. Vaikka nyt osallistuikin ennätysmäärä matkailuyrittäjiä/-tahoja, täsmällisempi markkinointi olisi voinut tuoda enemmän näytteilleasettajia tietyiltä alueilta. Erityisesti Pohjois-Satakunta olisi pitänyt olla edustettuna paremmin, jotta satakuntalaiset tietäisivät, että Pohjois-Satakunta on enemmän kuin Jämi. Kun valikoima matkailuyrittäjiä/-tahoja on mahdollisimman laaja, tapahtuma on hyödyllisempi niin näytteilleasettajille verkostoitumistapahtumana kuin vieraillekin. Myöskään Satakunnassa ei matkailijan tarvitsisi keskittyä pelkästään Porin seutuun, eritoten Yyterin alueeseen. Kun Satakuntaa tehdään tutuksi satakuntalaisten keskuudessa, hyöty tulee olemaan suurempi kuin koskaan.

LÄHTEET

- Allen, J., O'Toole, W., McDonnell, I. & Harris, R. 2005. Festival and special event management. 3rd Edition. Australia: John Wiley & Sons Australia, Ltd.
- Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. & McDonnell, I. 2011. Events Management. 3rd Edition. Great Britain: Elsevier.
- Comma Groupin www-sivut. Viitattu 13.3.2013. <http://www.commagroup.com>
- Getz, D. 2007. Event Studies: Theory, research and policy for planned events. Great Britain: Elsevier.
- Halsey, T. 2010. Freelancer's Guide to Corporate Event Design: From technology fundamentals to scenic and environmental design. China: Elsevier.
- Iiskola-Kesonon, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjille. Iisalmi: Suomen Liikunta ja Urheilu ry. SLU-julkaisusarja 10/04.
- Koivula, U. 2013. Matkailusihteeri, Satakuntaliitto. Pori. Henkilökohtainen tiedonanto 2.1.2013a.
- Koivula, U. 2013. Matkailusihteeri. Satakuntaliitto. Pori. Henkilökohtainen tiedonanto 9.1.2013b.
- Koivula, U. 2013. Matkailusihteeri. Satakuntaliitto. Pori. Henkilökohtainen tiedonanto. 5.2.2013c.
- Koivula, U. 2013. Matkailusihteeri. Satakuntaliitto. Pori. Henkilökohtainen tiedonanto 6.2.2013d.
- Mallen, C. & Adams, L.J. 2008. Sport, Recreation and Tourism Event Management: Theoretical and Practical Dimensions. USA: Elsevier.
- Masterman, G. & Wood, E.H. 2006. Innovative Marketing Communications: strategies for the event industry. Great Britain: Elsevier
- O'Toole, W. 2011. Events Feasibility and Development: From strategy to operations. Great Britain: Elsevier.
- Preston, C.A. 2012. Event marketing: How to Successfully Promote Events, Festivals, Conventions and Expositions. 2nd edition. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Satakuntaliiton www-sivut. Viitattu 20.1.2013. <http://www.satakuntaliitto.fi>
- Soutar, C. 2005. Staging events: A Practical Guide. Trowbridge: Cromwell Press.
- Suoma ry:n www-sivut. Viitattu 13.3.2013. <http://www.suoma.fi>

Vallo, H. & Häyrynen, E. 2008. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Vilka, H. & Airaksinen, T. 2004. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi.

LIITELUETTELO

- LIITE 1 TAPAHTUMABRIEF
- LIITE 2 LEHTIMAINOS
- LIITE 3 PÖYTÄ- JA NIMIKYLTTI
- LIITE 4 KUTSU
- LIITE 5 PÖYTÄKARTTA
- LIITE 6 KULULASKELMA
- LIITE 7 PALAUTEKYSELY
- LIITE 8 MATKAILUSIHTTEERI ULLA KOIVULAN PALAUTE
- LIITE 9 LOPUT PALAUTEKYSELYN VASTAUKSISTA
- LIITE 10 LEHTIARTIKKELIT

LIITE 1

(1/2)

Tapahtumabrief: Satakunta hyvää kohdetta 2013

1. Miksi tapahtuma järjestetään?

Satakunta hyvää kohdetta 2013 -tapahtuman tavoitteena on lisätä satakuntalaisten matkailukohteiden tunnettuutta satakuntalaisten keskuudessa.

2. Kenelle tapahtuma järjestetään?

Tapahtuman kohderyhmänä ovat satakuntalaisten yhdistysten, yritysten ja yhteisöjen sihteerit ja matkavastaavat sekä satakuntalaiset koulut ja niiden henkilökunta.

3. Mitä järjestetään, mikä tapahtuma on?

Tapahtuma on jaettu kahteen osaan, jotta välttyttäisiin ruuhkilta. Ensimmäinen tilaisuus alkaa 9.30 ja toinen kello 12. Ensimmäiseksi vieraat ilmoittautuvat, sitten kiertelevät pöytien luona ja viimeisenä on luvassa arvonta sekä lounas. Halukkaille on tarjolla myös Tehtaantyttökierrös, joka on maksuton ohjelma. Kierroksia järjestetään kaksi: klo 11.30 ja klo 14.00.

4. Miten tapahtuma toteutetaan?

Tapahtuman toteuttaa Satakuntaliiton matkailun puoli, johon kuuluvat matkailusihteeri Ulla Koivula sekä matkailun harjoittelija Mari Timgren. Painopalvelut saadaan myös Satakuntaliitosta.

5. Millaista ohjelmaa on ja mitä tapahtumalla halutaan viestiä?

Tapahtuma järjestetään Friitala-talossa, Ulvilassa, entisen nahkatehtaanmyymälän tiloissa keskiviikkona 13.3.2013. Ensimmäinen tilaisuus alkaa 9.30 ja päättyy 11.30. Toinen tilaisuus alkaa 12.00 ja päättyy 14.00.

Tapahtuman juontaa Julle Kallio ja ohjelmassa on luvassa myös arvonta sekä lounas viereisessä Cafe Hellmanissa. Halukkaat voivat myös osallistua lounaan jälkeen Tehtaantyttö -kierrokseen, jonka ensi-ilta on juuri kyseinen tapahtuma.

(2/2)

Tapahtumalla halutaan viestiä sitä, että Satakunnassa on monia erilaisia matkailumahdollisuuksia eikä aina tarvitse matkustaa oman maakunnan ulkopuolelle löytääkseen sopivia vierailupaikkoja.

6. Ketkä toimivat isäntinä/emäntinä?

Pääemännät: Satakuntaliiton matkailusihteeri Ulla Koivula sekä matkailun harjoittaja Mari Timgren.

Sivuisännät ja -emännät: Satakuntalaiset matkailutahot ja -yritykset

7. Millaista tunnelmaa tapahtumaan tavoitellaan?

Tavoiteltu tunnelma on rento, avoin, välittävä ja innostunut.

8. Mikä on tapahtuman budjetti?

Tapahtuman budjetti koostuu seitsemästä osasta: tilavuokrasta ja tarjoilusta, juontajasta, kutsujen postitus- ja painokuluista, lehti-ilmoituksesta sekä Esittelijät -esitteen painokuluista. Ensisijaisena tavoitteena kattaa suurin osa menoista näytteilleasettajien pöytävuokrien avulla ja loput jäävät Satakuntaliiton kustannettavaksi.

Lehti-ilmoitus Satakunnan Yrittäjä -lehdessä 1/2013

Etsitkö uusia ideoita retkiä tai asiakastilaisuuksia varten?

SATAKUNTA
- on enemmän

Tervetuloa **Frïitala-talolle keskiviikkona 13.3.2013**
klo 9.30 tai 12.00 oman valintasi mukaan!

Satakunta hyvää kohdetta -tapahtumassa satakuntalaiset
matkailuyritykset esittelevät tuotteitaan ja palveluitaan.

Tarjoilun vuoksi ilmoittauduthan 1.3.2013 mennessä osoitteessa
www.satakuntaliitto.fi/vieraat-satakuntahyvaakohdetta2013
tai puhelimitse 044 711 4365.



SATAKUNTALIITTO

Pöytä- ja nimikyltit



Satakunta hyvää kohdetta 2013 -kutsu



Yritykset, joihin voi tutustua

A) Nakkamuseo
Esillä tehtaan historiaa, vanhoja työvälineitä ja nahasta kaikkia mahdollista vaatteista koneiden osiin. Opas paikalla. www.nakkamuseo.fi

A) Ellen Design
Käsityönä valmistettuja ekologisia kierrätysdesign tuotteita mm. vanhoista kankaista, piisliinoista, verhoista jne., valmistusta myös tilauksesta. Liikkeessä myös muuten valmistajien kierrätys-, eko- ja retrohenkisiä tuotteita. Verkkokauppa: <http://ellendesign.vahviskauppa.fi>

B) Makea Elämä
Rakkautella "leivotun" ja kotimaisissa paistetuissa englanninkielisissä ym. kirkkikonit, myymälässä myös oheista karkkileivontaa sekä muuten käsityöryhmien tuotteita (mm. Käiho, Villiväinö osi, lastimäki Jan Torstensson, Anna-Riina Kivistö, Ahjon Alkka, Sappuapaja). www.makeaelama.fi

B) Uduitar
Käsintehdyt sisustus- ja lahjatarvikkeita mm. veijaritortut, soittoasetit ja ritumakirjeitä - sisustusideoitulla www.uduitar.fi

C) Villa Salla
Sisustusmyymälä maalaistoromantillaan, kulkineen karkkien ja Long Island -tyylin tuottein. Villa Sallista voit tilata myös sisustuskonseptin kotiisi tai pöytä ne Friitala-talon myymälässä. Verkkokauppa www.villasalla.com

D) Sisustus- ja entisöintistudio Sagan
Modernin ja perinteisen sisustamisen erikoisliike. Myymälässä mm. laadukkaat design -tuotteita ja -valmistajat, uunivanhat ja vanhat entisöidyt kalusteet, upeat tapetit ja kangasmallit sekä piensisustusvälineitä kotiin ja lahjaksi. www.sagan.fi

E) Pekan Parhaat
Voilla käsitellyt leivonnat ja lisäksi erinomaiset leipomotuotteet suoraan leipomon myymälästä. www.pekanparhaat.fi

F) Kierrätyskauppa Korona
Kirppislojottiä pöytäsalilla! Teatteri Ulpuun ylläpitämässä kierrätyskaupassa on retrohenkiä ja myytävää pikkuvarasta laonkalahukin. www.teatteribuffi.fi



Tervetuloa
Satakunta hyvää kohdetta 2013 – tapahtumaan
Friitala-talolle, Friitalantie 11, Uvila,
keskiviikkona 13.3.2013.

Esittehjojinä toimivat seuraavat satakuntalaiset matkailutahtot:

A. Ahlström Osakeyhtiö, Eura, Noormarkku
Ali-Ketolan tila, Kokemäki
Anttilan Tila / Kartano Hostel, Kokemäki (Nature Craft Satakunta)
Anttooran Lomakylä, Pori
Eurajoen kristillinen opisto
Eurajoen matkailutoimisto
Euran kunta
Huitisten kaupunki, elinkeinotoimi
Kajlaasi Ihana Oy
Kuntoutuskeskus Kankaanpää
Lasistudio Jan Torstensson Oy (Nature Craft Satakunta)
Maatilamatkailu Koivuniemien Herra, Menkarvia
Mattilan Marjatalo, Huitinen
Merikarvian kunta
Metsähallitus, Selkämeren kansallispuisto
Ohjelmamestarit Oy, Pori
Ouraooppera -yhdistys, Menkarvia
Porin Seudun Matkailu Oy MAISA
Porin Suomalainen Klubi
Rauman Kaupunginteatteri / FresCo - ravintolat
Rauman kaupunki / matkailupalvelut
Ruikan Mylly, Eurajoki (Nature Craft Satakunta)
Satakuntaliitto
Satasoitoyhdistys ry, Harjavalta
Siikaisten kunta
Silokallio, Uvila
Sunniemen Pajuhila / Pajurannan kesäteatteri, Pori
Taimimoisio, Pori
Teatteriyhdistys Ulpu ry, Uvila
Teresia ja Rafael Lönnströmin Säätiö, Rauma
The Bison, Pori
Uvilan kaupunki
Varamunomala Kurkikorpi, Kankaanpää (Nature Craft Satakunta)
Villilän Kartano, Nakkila
Vuojoen Kartano, Eurajoki
Yhtymä Kypylähotelli

Satakunta hyvää kohdetta 2013

Tervetuloa tutustumaan Satakunnan tarjoamiin matkailumahdollisuuksiin Friitala-talon tiloihin (Friitalantie 11, Uvila, sisäänkäynti Cafe Hellmanin ovesta) keskiviikkona 13.3.2013 klo 12.
Voitte halutessanne vaihtaa klo 9.30 tilaisuuteen, jos se sopii teille paremmin.

Tilaisuudessa saatte uusia ideoita järjestäessänne ryhmille henkilökunta – ja vierasretkiä, kokouksia, luokkaretkiä tai erilaisia asiakastilaisuuksia sekä pääsette tutustumaan Satakunnan mielenkiintoisiin vierailukohteisiin.

Tapahtuman juontaa Julle Kallio.
Matkailuyritysten ja -talojen esittelyjen ohella ohjelmassa on luvassa arvonta sekä tarjontaa. Tapahtuma on maksuton ja kesto noin kaksi tuntia. Kutsu yhdelle.

Kiertelyn ohessa voitte myös tutustua ja tehdä ostoksia Friitala-talon yrityksissä, joista enemmän takasivulla. Luvassa myös Tehtaantyttö –kiertros halukkaille. Lisätietoja alla olevasta osoitteesta.

Ilmoitathan tulostasi pe 1.3.2013 mennessä, osoitteessa www.satakuntaliitto.fi/vieraat-satakuntahyvaakohdetta2013 tai puh. 044 711 4365.

Sydämellisesti tervetuloa!

Ystävällisin terveisin
SATAKUNTALIITTO

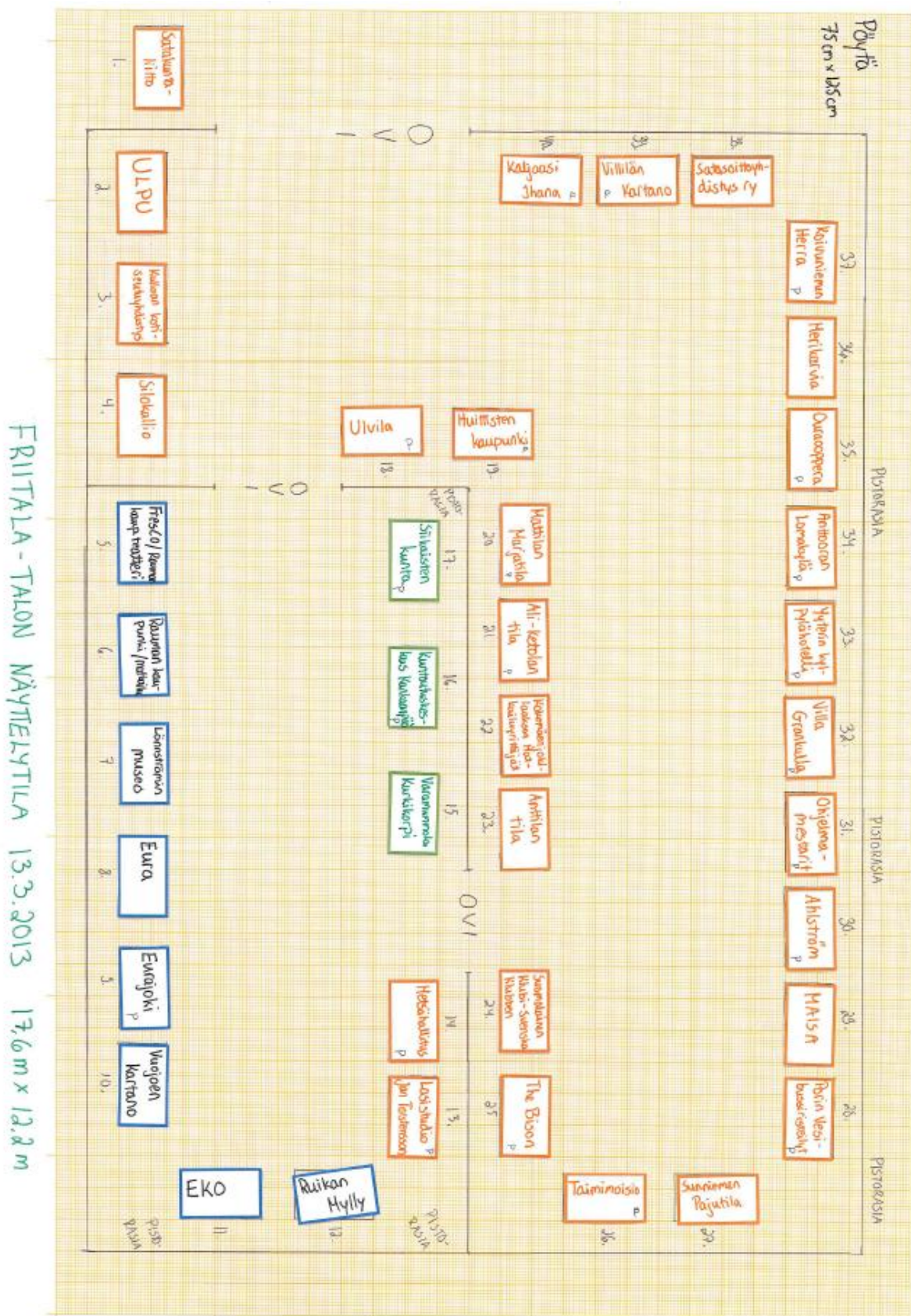
Ulla Koivula
matkailus sihteeri

Mari Timgren
matkailun harjoittelija

Osoitelähde: Patentti- ja rekisterihallitus, Satakuntaliitto ja Internet

LIITE 5

Pöytäkartta



LIITE 6

Kululaskelma

Satakunta hyvää kohdetta 13.3.2013 -tapahtuman taloushallinta**Tulot****Näytteilleasettajien pöytävuokrat sekä lisäesittelijät**

Kokonainen pöytä	37 kpl	120 €/kpl
Jaettu pöytä	6 kpl	102 €/kpl (120+120*0,7)/2=102
Lisäesittelijät (kolmas esittelijä)	3 kpl	20 €/kpl

	alv 0	alv 10 %	alv 14 %	alv 24 %	Yhteensä
Kokonainen pöytä, 37 kpl	4 440,00 €			1 065,60 €	5 505,60 €
Jaettu pöytä, 6 kpl	612,00 €			146,88 €	758,88 €
Lisäesittelijät, 3 kpl	60,00 €			14,40 €	74,40 €
	5 112,00 €			1 226,88 €	6 338,88 €

	alv 0	alv 10 %	alv 14 %	alv 24 %	Yhteensä
Menot					
Kutsujen painatus, PlusPrint	510,00 €			122,40 €	632,40 €
Esitteen painatus Satakuntaliitossa*	39,73 €				39,73 €
Kutsujen lähettämiskulut Satakuntaliitosta**	2 545,20 €				2 545,20 €
Festrent, kalustevuokraus	847,50 €			203,40 €	1 050,90 €
Cafe Hellmanin tarjoilut	2 070,09 €		289,81 €		2 359,90 €
Juontajan palkkio	600,00 €				600,00 €
Satakunnan Yrittäjät -lehden ilmoitus	178,00 €			42,72 €	220,72 €
Friitala-talon vuokra	150,00 €			36,00 €	186,00 €
	6 940,52 €		289,81 €	404,52 €	7 634,85 €
Tulot - Menot	- 1 828,52 €				- 1 295,97 €
Satakuntaliiton kustannettavaksi jää	1 828,52 €				1 295,97 €

* Satakunta hyvää kohdetta 2013 - Esittelijät -esitettä painettu 220 kpl ja yhden hinta on 0,1806 €/kpl. Yhteensä siis 39,73 €.

**Klo 9.30 kutsuja lähetettiin 1 654 kpl ja klo 12.00 kutsuja 1 174 kpl

Kuoren hinta on 0,20 € ja postituskulu 0,70 €. 0,90 € * 2 828 kpl = 2 545, 20 €

LIITE 7

1 (3)



Satakunta hyvää kohdetta 13.3.2013

PALAUTEKYSELY

Hyvä Näytteilleasettaja,

Olen Mari Timgren ja opiskelen matkailua Satakunnan ammattikorkeakoulussa. Osana tätä tilaisuutta, joka on myös opinnäytetyöni, toteutan palautekyselyn, johon pyytäisin Teitä vastaamaan. Oheisella kyselyllä selvitetään Teidän näytteilleasettajien mielipidettä Satakunta hyvää kohdetta 2013 -tapahtumasta kokonaisuudessaan.

Kattavan tuloksen saamiseksi olisi erittäin tärkeää, että kaikki palauttaisivat kyselyn paikan päällä ennen lähtöä. Vastaaminen vie noin 20 minuuttia. Vastauksenne ovat luottamuksellisia, ja tietoja käytetään mahdollisesti seuraavan Satakunta hyvää kohdetta -tapahtuman suunnitteluissa.

1 = täysin eri mieltä, 2 = osittain eri mieltä, 3 = osittain samaa mieltä, 4 = täysin samaa mieltä

Ennakkotiedotus

1. Sain riittävästi tietoa tapahtumasta	1	2	3	4
2. Saamani tietoa oli informatiivista	1	2	3	4
3. Saamani tietoa oli oikeaa	1	2	3	4

Vapaa sana

Tapahtumapaikka ja ajankohta

4. Tapahtumapaikka löytyi helposti	1	2	3	4
5. Tila oli toimiva	1	2	3	4
6. Ajankohta oli sopiva	1	2	3	4

7. Missä haluaisit seuraavan tapahtuman pidettävän? _____

8. Mitä ajankohtaa toivot tulevaisuudessa (Mainitse kuukausi ja alku- tai loppukuu)?

9. Mikä aika päivästä olisi hyvä tilaisuudelle? Voit valita useamman.

A) Aamu

B) Päivä

C) Ilta

Vapaa sana

Vieraat

10. Vieraita oli sopivasti klo 9.30	1	2	3	4
11. Vieraita oli sopivasti klo 12.00	1	2	3	4
12. Vieraat olivat sopivasta kohderyhmästä	1	2	3	4
13. Yritysvieraita oli riittävästi	1	2	3	4
14. Vieraat olivat kiinnostuneita tarjonnasta	1	2	3	4

Vapaa sana

Tilaisuuden kulku

15. Arvontatilaisuus sujui hyvin	1	2	3	4
16. Juonto oli järjestetty hyvin	1	2	3	4
17. Aikataulu toimi hyvin	1	2	3	4

Vapaa sana

Yhteistyö Satakuntaliiton kanssa

18. Yhteistyö sujui hyvin valmisteluvaiheessa	1	2	3	4
19. Yhteistyö sujui hyvin tapahtuman aikana	1	2	3	4

Perustelut

Osallistuminen

- | | | |
|---|-------|----|
| 20. Oletteko osallistuneet aiempina vuosina tilaisuuteen? | kyllä | en |
| 21. Onko tapahtumasta hyötyä yrityksellenne/tahollenne? | kyllä | ei |
| 22. Koetteko tapahtuman tarpeelliseksi yrityksellenne/tahollenne? | kyllä | en |

Vapaa sana

Kokonaisarvio tilaisuudesta

23. Annan tilaisuudelle arvosanaksi (kouluarvosana-asteikko 4-10) _____

Kehittämisehdotuksia ja muuta palautetta

Kiitos vastauksestanne ja osallistumisestanne!
Palautathan kyselyn Satakuntaliiton henkilökunnalle.

Halutessanne voitte jättää yhteystietonne alle.

LIITE 8

Matkailusihteeri Ulla Koivulan palaute tapahtumaprosessista ja tapahtumasta

Ennen Satakunta hyvää kohdetta –tapahtumaa ehdin itse jo syksyllä 2012 varaamaan pitopaikaksi Friitala-talon ja sitä kautta myös tarjoilut. Mutta kaiken muun pääsikin sitten Mari Timgren jo hoitamaan. Mari otti tapahtuman hyvin käsiinsä ja ajatteli asioita koko ajan asiakkaan sekä kannattavuuden kannalta. Mari Timgrenin työskentelytapa oli suora ja rehti, tehokas ja aikaansaava. Hän uskalsi soittaa puhelimella ja keskustella asiat halki, ajoi paikasta paikkaan autollaan noutamaan ja viemään, kävi paikan päällä hoitamassa ja tutustumassa ja esittäytymässä. Hän suhtautui tapahtuman järjestämiseen vakavuudella ja oli työssään uskottava.

Ennakkotiedottamisen esittelijöille Mari hoiti mallikkaasti ja jaksoi paneutua jokaiseen saamaansa palautteeseen energialla ja tarmolla. Hän suunnitteli itse kirjeet ja toi myös tarkistettavaksi joitakin sähköposteja ennen lähettämistä. On hienoa, että hänellä oli vahvuutta tuoda tekstejään myös tarkasteltaviksi etukäteen.

Myös asiakaskutsun Mari suunnitteli itse ja teki mm. tapahtumassa jaossa olleen esitteen itse. Hänellä oli hyvät taidot eri tietokoneohjelmien käytössä.

Huomioitavaa Marin työskentelyssä oli erityisesti se, ettei hän perääntynyt yhdessäkään työtehtävässä. Hän tarttui jokaiseen tehtävään innolla ja energialla ja huolehti tarkoin, että kaikki asiat tulivat hoidettua. Hänellä on hyvä muisti ja nopea äly, mitkä asiat ovat tapahtumajärjestäjälle aa ja oo.

Kokonaisuutena vuoden 2013 Satakunta hyvää kohdetta – tapahtuma sujui mallikkaasti ja hyvin. Näytteilleasettajille jäi huolehdittu olo ja vieraat tunsivat itsensä tervetulleiksi sekä saivat paljon hyvää tietoa Satakunnasta. Tapahtuman ajan vallitsi hyvä ja rauhallinen, tsempikäs henki.

Hyvästä tapahtumasta kiittäen,

Ulla Koivula, Satakuntaliitto

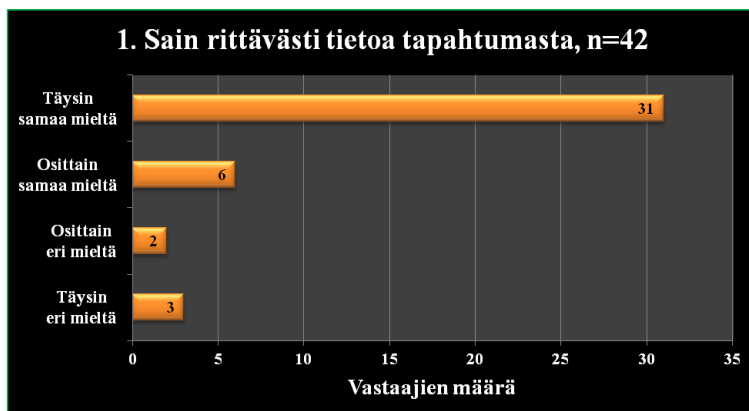
LIITE 9

1 (4)

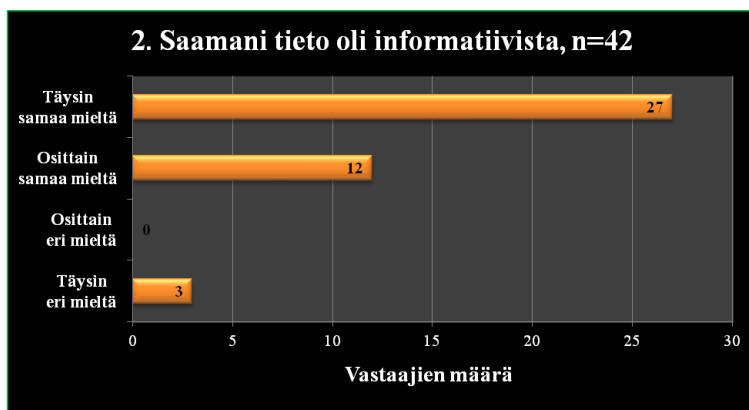
Loput palautekyselyn vastauksista

Ennakkotiedotus

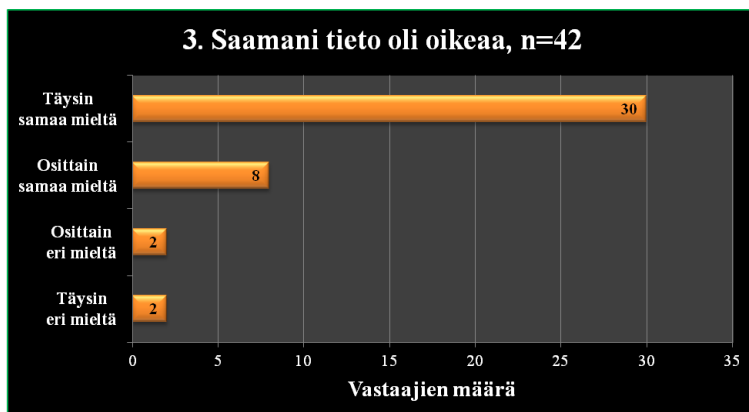
1. Sain riittävästi tietoa tapahtumasta, vastaajia 41



2. Saamani tieto oli informatiivista, vastaajia 41



3. Saamani tieto oli oikeaa, vastaajia 42



Vapaa sana

- Jäi epäselväksi tilaisuuden luonne: messut/ständejä vai seminaari, jonka yhteydessä tori
- Erinomaisen hyvin tuli tietoa etukäteen
- Olin yritykseni kakkosedustaja, ja en saanut sähköposteja suoraan, mikä olisi ollut mukavaa
- Muuten ok, mutta pöytä oli pieni:)
- Tietoa tuli paljon ja usein, mikä on ehdottoman positiivista. Kuitenkin hieman parannettavaa tietojen jäsentelyssä ja olennaisen tiivistämisessä. Mailia tulee paljon, joten selkeys ja tiivistys tärkeää.
- Info-sähköposteja hieman liikaa -> tiivistystä
- Kirjuri Classic - ei tullut tietoa paikasta
- Päivämäärän haluaisin paljon aikaisemmin (=paikkakaan ei niin merkittävä tieto)
- Kiitos Ulla ja Mari, taas kerran:)
- Esittelypöydät olivat pieniä

Tapahtumapaikka ja ajankohta

4. Tapahtumapaikka löytyi helposti, vastaajia 41



7. Missä haluaisit seuraavan tapahtuman pidettävän?

- Porissa
- Noormarkun klubilla, Villilässä, Huittisten Wanhassa Pappilassa
- Sama paikka x 3
- Merikarvialla
- Huittinen? Uusi suunta
- Eurajoella
- Raumalla x 3
- Porin keskustassa
- Reposaaarella
- Vuojoen Kartanolla
- Kuntoutuskeskus Kankaapäässä
- Pohjois-Satakunnassa, Kankaanpäässä/Jämällä

3 (4)

- Friitalassa (jos ei löydy jotain uutta vastaavaa)
- Merikarvian jäähallissa
- Porissa tai Raumalla
- Oliskohan Rauman seutu vuorossa
- Mekanissa

8. Mitä ajankohtaa toivot tulevaisuudessa? (Mainitse kuukausi ja alku- tai loppukuu)

- Maalis-huhtikuu x 3
- Touko- tai elokuu
- Maaliskuun alku x 5
- Maaliskuun loppu x 3
- Sama x 5
- Maaliskuu x 2
- Tammikuun alku
- Helmikuu x 2
- Tämä sama tai pari viikkoa myöhemmin
- Huhtikuun alku
- Helmi-maaliskuu
- Tammi-helmikuun vaihde
- 10/2013 tai 1/2014

9. Mikä aika päivästä olisi hyvä tilaisuudelle? Voit valita useamman. Vastaajia 38



- Aamu x 8
- Aamu/päivä x 19
- Aamu/ilta x 1
- Aamu/päivä/ilta x 2
- Päivä x 6
- Päivä/ilta x 1

4 (4)

Vapaa sana

- Tämänkertainen aikataulu tapahtumalle on hyvä
- Ajankohta hyvä. Tilat muuten hyvät, akustiikka hieman haasteellinen
- Tila oli toimiva, mutta kaikui valtavasti
- Sama kuin nyt
- Eri kohderyhmille sovitettava. Päivätillaisuus karsii yhdistyksiä, joissa on työssäkäyvät vetäjät
- Aloitus aika oli hyvä, alkamisaikaa ei kannata liikaa ainakaan aikaistaa
- Moni yhdistys on jo sopinut tulevan kesän retkistä ja monilla toteutus siirtyy seuraavaan vuoteen

Kehittämisehdotuksia ja muuta palautetta

- Jos on päivätapahtuma ja vieraat samaan aikaan (iso tila), voisi olla jokin yhteinen alustus päivään tms., ei vain kiertelyä ympäriinsä
- Mutta missä oli Aholan Kelpo...?:(
- Mutta missä oli Kelpo???
- Salissa/näyttelytilassa kaikui paljon, joten aika ajoin vaikea puhua muiden kanssa
- Paremmin toimiva WLAN, tack.
- Tila pitäisi olla sellainen, että ääni kantautuisi hyvin. Nyt vieraat eivät tahtoneet kuulla meitä pöydän takaa ja toisinpäin.
- Juontaja pois. Arvontatillaisuus pois, voittajat screenille ja palkintojen nouto esittelypöydästä. Tällöin asiakkaan kanssa pystyy vielä keskustelemaan lisää ja he voivat halutessaan kysyä lisätietoa
- Tilassa ääni kaikui ja oli vaikeuksia kuulla vieraita, vieraiden kuulla esittelijää.
- Tila matala -> ei kuule asiakkaita kaiun takia. Hyvä, että tila 1. kerroksessa.
- Äänentoistossa?
- Tila oli kaikuva, joutui käyttämään kovaa ääntä, (kävi kurkkuun), silti vastaanottajien oli vaikea kuulla, osalla taisi mennä ohi. Tilaisuuden alussa, ennen vieraita, näytteilleasettajille..."
- Päivän ohjelma kertauksen vuoksi ja tarkennettuna olis hyvä saada etukäteen, samoin vierailijoiden nimet
- Friitalan miljöö soveltuu loistavasti tähän tilaisuuteen (ainoa miinus vähäiset wc-tilat). Paljon parempi tila kuin kauppiis
- Tilan akustiikka oli surkea
- Kiitos Mari + muut hyvin tehdystä työstä!
- Hienoa, että juonto + arpajaiset olivat eri tilassa esittelijöiden kanssa. Juonto ei häirinnyt esittelyä. Väkeä oli kivasti etenkin aamupäivällä. Akustiikka saattoi olla hieman huono, sillä vieraiden puhetta ei tahtonut kuulla pöydän toiselle puolelle. Tila palveli hyvin myös liikuntarajoitteisia.
- Osallistujien tiedot samoin kuin osallistujille lähetetty materiaali pitäisi lähettää näytteilleasettajille etukäteen

Aimo Ruususen lehtiartikkeli tapahtumasta Satakunnan Työ -lehdessä, no 27.3.2013

Palveluja ja tapahtumia maakunnan täydeltä

TEKSTI JA KUVA

Aimo Ruusunen

Anttooran lomakylä, Varamummola Kurkikorpi, Ruikan Mylly, Gasthaus Matinliisa...

Siinä muutamia sellaisia esimerkkejä sellaisista satakuntalaisista vapaa-ajan palvelujen tarjoajista, jotka eivät ole olleet ihan joka päivä otsikoissa. Toisissa viikolla ne ja melkeinpä satakunta muuta esittäytyivät Ulvilassa suurelle vierasjoukolle. Tapahtumien järjestäjät ja erilaisten palvelujen tarjoajat olivat liikkeellä yhdessä Satakuntaliiton kanssa.

Metsähallituksen edustaja Anssi Riihiahio lupasi, että

huhtikuun alkupuolella julki- tetaan jotakin aivan uutta, joka liittyy Selkämeren kansallispuistoon. Piia Björk esitteli Porin Puuvillan kokoustilaa, Suvi Taitonen kertoi kaljaasi Ihanan purjehtivan ensi kesänä Kööpenhaminaan ja Riikaan.

Leineperin ruukin toimintaa esitellyt Timo Korkeaaja kertoi, että pää on avautumassa myös idän suunnasta: vieraaksi on tulossa toukokuussa ensimmäinen ryhmä venäläisturisteja.

Kävijät saivat tietoa myös ensi kesän teatteriesityksistä ja musiikkitapahtumista, muun muassa Satasoitosta Kokemäellä ja Harjavallassa.



Anita Reunamo (oikealla) kertoi vieraille Yyterin kylpylähotellin palveluista.

Pia Rauhalammen lehtiartikkeli Satakunnan Viikko -lehdessä, no 21.3.2013



Kankaanpäästä saapui Varamummula Kurkikorven emäntä, isoäiti Sirkka Riitahuhta (toinen vas.) kertomaan hyvinvointi- ja maatilamatkailuyrityksestään ja tarjoamaan kuusenkerkkäsirappia. Muun muassa villiyrttikursseista olivat kiinnostuneita Anneli Lötjönen (vas.), Sirkka Murtonen, Arja Simmelvuo ja Liisa Mäntykorpi. Naisia yhdisti Martta-toiminta.

Maakunnan matkailu esittäytyi Ulvilassa

Satakunta täynnä mielenkiintoisia vierailukohteita.



Satakunnan Kokoomuksen työharjoittelija Essi Kirkkala ja nuorten järjestösihteeri Silri Tuovila olivat etsiskelemässä uusia kokouspaikkoja muualta kuin isoista kaupungeista, sillä jäseniä on ympäri maakuntaa. He kertoivat saaneensa hyviä ja käyttökelpoisia vinkkejä.

SV PIA RAUHALAMMI

MATKAILUPALVELUITA JA -tuotteita Satakunnassa tarjoavia tahoja ja yrityksiä esitteli taannoin Friitala-talossa palvelujaan. Kohderyhmänä olivat maakuntaan matkoja järjestävät tahot, kuten yhdistysten matkavastaavat, yritysten sihteerit ja koulut. Järjestäjänä oli Satakuntaliitto. Ke-

väinen tapahtuma on jo perinne, sillä nyt kokoonnuttiin jo neljäntoista kerran. Tapahtumapalkka vaihtuu vuosittain.

ESIMERKIKSI SATAKUNTALIITON pöydästä vierailijat saivat kattavan tietopaketin esimerkiksi maakunnan ostospäikoistä, nähtävyyksistä, lähiruokayrityksistä ja lasten kohteista.



Matkailukeskus Eteläpäässä järjestetään Sinkut Siikaisiin -tapahtuma 6.–9. kesäkuuta. Samaa viikonloppuun ajoittuu urheilukentälle Siikainen Summer, jossa esiintyy Eppu Normaali. Friitala-talolla iloisin mielin Siikaisten äksöneitä esittelivät yrittäjä Helkki Antikainen ja kunnallispoliitikko, "matkailuministeri" Sari Vuorela. Velkko Velkoma Satakunnan Nuoret Kotkat rystyi kertoi olevansa etsimässä yhdistyksen jäsenille uusia leiri- ja retkikohteita. Sinkkuviiikonloppu ideana sai hänen kannatuksensa, mutta aviopuolisona hän ei siitä ollut sen enempää kiinnostunut.

Essi Keskitalon artikkeli Satakuntaliiton www-sivuilla 18.3.2013

Lähimatkailun helmiä Satakunta hyvää kohdetta - tapahtumassa

Kokouksia kartanomaisemissa, kulttuurielämyksiä teattereissa... Lähimatkailun rajattomat mahdollisuudet tarjoavat erilaisia elämyksiä maaseudun rauhassa sekä kaupungin vilkskeessä. Satakunnassa riittää mistä valita!

Satakunta hyvää kohdetta -tapahtuma esitteli maakunnan matkailutarjontaa satakuntalaisille yrityksille ja yhdistyksille jo 14. kerran. Tapahtuma järjestettiin 13.3.2013 Ulvilan Friitala-talolla. *"Tavoitteenamme oli järjestää tilaisuus, jossa kaikilla osallistujilla olisi hauskaa ja yritykset hyötyisivät vieraista"*, Satakuntaliiton matkailun harjoittelija Mari Timgren kertoo.

Satakunta hyvää kohdetta oli osa Marin opinnäytetyötä. Pitkäaikaisten valmistelujen ja kiireisten viime viikkojen jälkeen olo tapahtuman jälkeen on tyytyväinen. *"Kiitosta näytteilleasettajilta tuli erityisesti potentiaalisista asiakkaista. Tapahtuma tarjosi hyviä ideoita myös omille matkoilleni."*



Päivän ohjelma oli jaettu kahteen eri tilaisuuteen ruuhkien välttämiseksi. Radiojuontaja Julle Kallio viihdytti kitaransa säestyksellä ja auttoi suorittamaan kävijöiden kesken järjestettyä arvontaa. Osallistujat pääsivät myös nauttimaan Cafe Hellmanin maittavasta lounaspöydästä sekä halutessaan osallistumaan ensi-iltansa saaneelle Tehtaantyttö-kierrokselle.

Tapahtuman vajaan 200 vierasta koostuivat matkoja ja tilaisuuksia järjestävien yhdistysten ja yritysten matkavastaavista sekä koulujen ja tiedotusvälineiden edustajista. Seija Vihavainen Kokemäen kansallisista senioreista saapui tapahtumaan kuullakseen Satakunnan matkailun uutuuksista. *"Ilta meneekin esitteitä katsellessa"*, Seija toteaa ja vilauttaa mainoslehtisiä täynnä olevaan kassiaan. Matkavastaavana toimiva Seija kehuu Satakunnan runsaita vaihtoehtoja lähimatkailulle. *"Aina ei tarvitse lähteä merta edemmäs kalaan!"*

4 (5)

Myös Keski-Satakunnan terveydenhuollon kuntayhtymää edustava Satu Koivusalo pitää tapahtumaa onnistuneena. ”Vaikka asunkin itse alueella, ei minulla ollut aikaisemmin tietoa kaikista näistä yrityksistä. Uusia tuttavuuksia on siis syntynyt!” Molemmat vierailijat lupaavat tulevansa ensi vuonna uudelleen, mikäli tilaisuus vain järjestetään. ”Voin suositella!” Satu huudahtaa.



Suuri kiitos päivän onnistumisesta kuuluu myös itse näytteilleasettajille. Tänä vuonna mukana oli ennätyskelliset 44 tahoa. Sirkka-Liisa ja Markku Koivuniemi Koivuniemen Herran Muumaasta ovat olleet mukana jo ensimmäisestä järjestyskerrasta lähtien. ”Satakunta hyvää kohdetta on kevään must! Se, että tulemme tänne vuosittain, on todiste tapahtuman hyödyllisyydestä.”



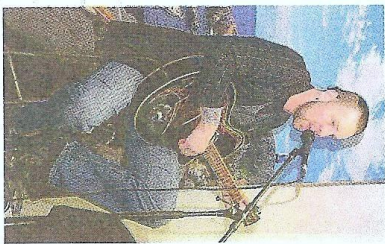
Kaljaasi Ihanaa edustava Suvi Taitonen kehuu myös tapahtuman tuottavuutta. ”Palveluja varattaessa ihmiset mainitsevat usein mistä ovat Kaljaasi Ihanan löytäneet. Useat ovat kertoneet idean syntyneen Satakunta hyvää kohdetta -tapahtumassa”, Suvi iloitsee ja jatkaa: ”Tämä on tosi hyvä markkinointitilaisuus matkailuyrittäjille!”

Katri Mäenpään lehtiartikkeli Ulvilan Seutu -lehdessä, no 21.3.2013

Yritysten ja yhdistysten retki Euroot omaan maakuntaan

Katri Mäenpää

Maailmatkailua, veneretkiä, viinittilaa, lähiruokaa, hemmotteluharjoja, teatteria, liikuntaa, kokousilloja. Satakunta on oikea aarreaitta. Täältä löytyy satakunta hyvää kohdetta yritysten ja yhdistysten retkikohteiksi.



Julie Kallio juonsi tapahtuman ja samalla esinyi messuyleisölle.

Erittäin-talossa järjestettiin viime viikolla satakuntalaisille yrityksille ja yhdistyksille tarkoitettu messutapahtuma Satakunta hyvää kohdetta 2013. Tapahtuman ideana on tuoda oman maakunnan vierailukohteita tutuksi.

Järjestämme tapahtuman nyt 14. kerran. Tapahtuma on koettu hyväksi. Esittelijät tulevat lähellellään, koska näin he pääsevät tapahtuman yritysten ja yhdistysten edustajia kasvokkain, matkailusihettiliä Koivua Satakuntaliitosta selitti.

Tapahtuman tavoitteena on antaa uusia ideoita yrityksille ja yhdistyksille, kun he miettivät henkittämättä, kokouksia tai asiakastilaisuuksia.

Paljon satakuntalaisia yhdistyksiä ja yrityksiä

nan ainoa matjavuinnilla, sekä Country Spa & Resort Grankulla eli Hammailinnassa ja Yyterissä sijaitsevat huvilat, jotka tarjoavat eritaisia hemmotteluharjoja, saunomista ja ruokailua.

Ulvilasta paikalla oli Teatteri Ulpu, joka esittelee 20-vuotisjuhlayhteensä teatteritarjontaa. Ulvilan kaupunki puolestaan esitteli Villa Hellenan, josta saa lähti- ja luonnunokaa, Leinperin ruutkia ja Kylmälahden leirikeskusta. Kullaan Kotiseutu- ja Museoyhdistys esitteli myös Lempeitä sekä Joutsjärven retkeilykohteita.

Ulvilassa on paljon nähtävää ja useita kotiseutukohteita, kuten Kullaan koivu ja Kustaana Savupirtti Joutsjärvellä sekä Taatolan museon Kullaalla. Kirikko-venereiki Joutsjärvellä on esimerkiksi erityisen rentouttava kokemus. Marja-Terttu Ruohomäki ja Timo Korkeaoja esittelivät.

Siokallion kursseksusta markkinoi Yrjö Laine.

Olemme käyneet tässä tapahtumassa joka vuosi, kun se on järjestetty. Tämä on kiva tapa kohdata ihmisiä ja yhdistykset ovat hyvä kohteyhinnä tapahtumalle.

Rafja Pihnen esitteli Ulpuun teatteritarjontaa. Tausaitla Marja-Terttu Ruohomäki ja Timo Korkeaoja kullaan matkakohteineen.



Kyyti- ja markkinointikoordinaattori Eija Kannisto esitteli Ulvilan kaupungin matkailukohteita sekä maistatti kävijöitä hunajapöytäohjelmaa.

