

**FITNESS -TAPAHTUMAN  
JÄRJESTÄMINEN  
TOIMEKSIANTAJANA VRAJIM  
PRODUCTONS**

Kaikille avoin liikunnallinen tapahtuma  
Slovakiassa keväällä 2014

Marianna Mäkelä

Opinnäytetyö  
Syyskuu 2013  
Matkailuala

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Matkailun koulutusohjelma

MÄKELÄ MARIANNA:

Fitness -tapahtumanjärjestäminen toimeksiantajana Vrajim Productions  
Kaikille avoin liikunnallinen tapahtuma Slovakiassa keväällä 2014

Opinnäytetyö 65 sivua, joista liitteitä 2 sivua  
Lokakuu 2013

---

Vrajim Productions -yrityksen tarkoituksena on tarjota mahdollisimman kattava valikoima liikuntapalveluita perustuen yrittäjän omaan ammattitaitoon ja innostukseen.

Opinnäytetyön aiheena oli järjestää avoin liikuntatapahtuma Slovakiassa vuonna 2014 keväällä ja tämä toteutettiin toimeksiantona Vrajim Productions: ille. Tapahtumaan tavoitellaan matkailijoita, liikuntaa harrastavia sekä eri liikunta-alojen ammattilaisia.

Tässä työssä toteutettiin kyselytutkimus touko- kesäkuussa 2013 Vrajim Productions: in asiakkaille, jotta saataisiin selville, onko kiinnostusta kaikille avointa liikuntatapahtumaa kohtaan. Kyselyn perusteella asiakkaat ovat kiinnostuneita liikuntatapahtumista ja moni on osallistunut aikaisemmin tapahtumiin. Asiakkaita kiinnostaa verkostoituminen ja sosiaalinen toiminta liikunnallisten aktiviteettien lisäksi. Onnistuneeseen liikuntatapahtumaan vaikuttavat ohjaajien ammattitaito ja tapahtuman onnistunut toteutus sekä erilaisuus aikaisempiin Fitness -tapahtumiin verrattuna.

Kyselyn vastausten pohjalta on toteutettu suunnitelma Fitness – tapahtuman toteuttamiseksi keväälle 2014 ja huomioitu niitä tekijöitä, jotka vaikuttavat elämyksen kokonaisvaltaiseen toteutumiseen. Tapahtuma on liikunnalliselta sisällöltään tarkoitettu haasteeksi kaikille osallistujille ja vastuksena toimii oma keho. Tapahtumassa on yhdisteltynä rankaa aerobista harjoittelua tanssiin ja siten tapahtuma myös pyrkii tavoittelemaan matkailijoita sekä kaikkia liikunnasta innostuneita.

Tapahtuma on hyvä tilaisuus aloittaa treenaaminen, saada opastusta ja tukea omaan harjoitteluun, verkostoitua ja hankkia kontakteja ammattilaisista tai muista osallistujista. Tapahtuma on pyritty suunnittelemaan siten, että aktiivisen liikunnallisen osuuden lisäksi, sosiaaliselle toiminnalle olisi aikaa ja siten olisi mahdollista oppia uutta ja tehdä muutoksia omassa elämässä.

---

Asiasanat: fitness, tapahtuma, elämys, Jumping, Zumba Fitness

## ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Degree Programme in Tourism

MÄKELÄ MARIANNA

Organizing a Fitness Event for Vrajim Productions  
An Open to All Sports Event in Slovakia in the Spring 2014

Bachelor's thesis 65 pages, appendices 2 pages  
October 2013

---

The vision of Vrajim Productions is to provide the most comprehensive range of sports facilities based on the entrepreneur's own skills and enthusiasm.

The subject of this thesis was to organize an open sports event in Slovakia in the spring 2014. The plan was conducted under Vrajim Productions. The target groups of the event are travellers, fitness professionals and enthusiasts. The success of a sports event is created by using professional instructors. On the basis of the survey an event plan combines aerobic training and dance in order to pursue travellers, fitness professionals and enthusiasts.

In this work, a survey was conducted in May-June 2013 among the customers of Vrajim Productions in order to determine the interest in all sports events. In general the customers were interested in sports events and many had participated in past events. Customers were also interested in networking and social activities.

The event offers a good opportunity for working out and finding support for one's own training.

During the event it is possible to network with other professionals and participants. In addition to active sports the event gives space to social activity that enables the learning process and changes in one's own life.

---

Key words: Fitness, Fitness event, Experiential, Jumping Jam, Zumba Fitness

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO .....	14
2 TUTKIMUSSUUNNITELMA .....	6
2.1 Tutkimuksen kohde .....	6
2.2 Käsitteet ja teorit.....	6
2.3 Tutkimuskysymykset.....	10
2.4 Aineisto ja menetelmät .....	12
2.5 Tutkimuksen kulku.....	13
3 VRAJIM PRODUCTIONS JA YRITYKSEN ASIAKKAILLE TEHTY KYSELYTUTKIMUS .....	14
3.2 Liiketoiminta ja palvelut .....	14
3.3 Vrajim Productions: in toimeksianto.....	15
3.4 Kyselytutkimus Vrajim Productions: in asiakkaille.....	16
3.5 Päätelmiä vastauksista .....	17
3.6 Kyselyn tavoitteiden toteutuminen tuloksiin nähden .....	27
3.7 Kyselyn reliabelius ja validius.....	29
4 VAIHEITTAIN SUUNNITELTU FITNESS -TAPAHTUMA VRAJIM PRODUCTIONS: ILLE .....	31
4.1 Fitness -tapahtuman suunnitteluvaihe .....	31
4.2 Kolme toteutusvaihetta Fitness -tapahtuman järjestämisessä .....	34
4.2.1 Rakennusvaihe.....	34
4.2.2 Tapahtuma alkaa Banska YONEZ Bystrika -areenalla.....	38
4.3 Jälkimarkkinointi ja kiitos .....	46
5 FITNESS -TAPAHTUMAN ARVIOINTIA ELÄMYKSEN ELEMENTTIEN JA KOKEMUSTEN TASOJEN KAUTTA .....	50
5.1 Tavoitteena elämyksen tuottaminen .....	50
5.2 Elämyksen tuottaminen Fitness -tapahtumassa.....	50
6 POHDINTOJA.....	64
LÄHTEET.....	66
LIITTEET .....	69

## 1 JOHDANTO

*“Thank you so much Slovakia, was a pleasure work-out with you! Very great -lovely people and I hope see you soon!! Now rest and tomorrow ready to be back home :) Finland... (VP)*

Uudenlainen trampoliinilla tapahtuva liikuntamuoto Jumping Jam on Slovakiassa suosittu ja tehokas liikuntamuoto. Yhä useampi on koulutautunut ohjaajaksi suurissa liikuntatapahtumissa, mutta tavallisia omaksi ilokseen kuntoilevia ja matkailijoita eivät ohjaajatason liikuntatapahtumat tavoita.

Jotta liikunnan ammattilaisia, liikuntaa harrastavia sekä matkailijoita saataisiin yhteiseen tapahtumaan, syntyi Vrajim Productions -yrityksen puolesta idea luoda keväällä 2014 kaikille avoin liikuntatapahtuma Slovakiassa. Tässä työssä olen toimeksiantona tehnyt Vrajim Productions -yritykselle suunnitelman liikuntatapahtuman järjestämisestä ja samalla arvioinut niitä asioita, jotka tapahtumasta tekevät elämyksellisen. Ajatuksena on, että tapahtuma tarjoaa kaikille uuden kokemuksen ja oma keho toimii äärimmäisenä vastuksena ja siten tapahtumaan osallistuminen on kaikille mahdollista liikunnallisesta taustasta huolimatta.

Tapahtuman ajatuksena on myös saattaa yhteen kaikentasoisia liikkujia ja tarjota mahdollisuus verkostoitumiseen, kontaktien solmimiseen, henkilökohtaiseen ohjaukseen omassa harjoittelussa ja mahdollisuus oppia uutta. Siten tapahtuman järjestämisen suunnitelmassa on myös kiinnitetty huomiota siihen, että sosiaalinen toiminta on mahdollista toteuttaa.

Tapahtumassa tärkeintä on pirteä tunnelma ja hyvä henki. Tunnelmaan sopiva musiikki ja aktiviteetit ovat suunniteltu siten, että jokaiselle osallistujalle on tarpeeksi haastetta ja uusia kokonaisuuksia opittavaksi. Tarkoituksena on, että osallistujat kokevat kuuluvansa joukkoon ja olevan osa tapahtuman suurta fitness -perhettä.

## **2 TUTKIMUSSUUNNITELMA**

### **2.1 Tutkimuksen kohde**

Tutkimuksen kohteena ovat Vrajim Productions -yrityksen asiakkaat Slovakiassa. Asiakaskunta käsittää liikunnasta työllistyneet sekä liikuntaa harrastavat henkilöt. Nämä asiakkaat ovat aiemmin osallistuneet tai toimineet itse ohjaajina Slovakiassa järjestettävissä liikuntatapahtumissa, ryhmäliikuntatunneilla sekä osa on osallistunut erilaisiin ohjaajakoulutuksiin.

Slovakiassa Vrajim Productions on ollut mukana jo kolme vuotta järjestämässä erilaisia liikuntatapahtumia sekä ohjaajakoulutuksia. Slovakiassa suosittuja aktiviteetteja ovat olleet Jumping Jam sekä erilaiset latinalaistanssien tunnit. (Vrajim Productions.)

Keväälle 2014 Vrajim Productions haluaa järjestää tapahtuman, jossa on yhdistettynä Jumping Jam -treenausta ja tanssia. Tapahtuma on ensimmäistä kertaa kaikille avoin tapahtuma. Käytännössä tapahtumaan tavoitellaan ammatikseen liikkuvia henkilöitä, liikuntaa harrastavia sekä matkailijoita. Jotta tapahtuma vastaisi kaikkien odotuksia, toteutetaan kysely (Liite 1.) Vrajim Productions:in asiakkaille, jotka ovat tutkimuksen kohderyhmä. Kyselyn pohjalta kehitetään kaikkia kiinnostava ja ainutlaatuinen liikuntatapahtuma.

### **2.2 Käsitteet ja teoriat**

Työssä esille tulevia käsitteitä ovat elämys, Jumping Jam, Zumba -Fitness, Fitness -tapahtumaa suunniteltaessa on apuna käytetty Helena Vallon ja Eija Häyrisen teoksen ohjeita ja vaiheita tapahtuman järjestämisestä ja Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen elämyskolmio teoriaa, jota käydään läpi Sanna Tarssasen elämystuottajan käsikirjan avulla. Elämyskolmion kaikki elementin tasot pitäisi sisällyttää elämykselliseen fitness -tapahtumaan ja siten elämyskolmion eri tasojen kautta pyritään fitness -tapahtumaa tässä työssä myös käymään läpi.

**Jumping Jam** ® liikunta on tehokasta ja parantaa aineenvaihduntaa. Säännöllinen aerobinen Jumping Jam -liikunta on sopiva väline ylläpitää optimaalinen kunto kehossa. Jumping Jam on erittäin kuluttavaa ja suositeltavaa on täydentää kehoa vedellä, antioksidanteilla, vitamiineilla sekä hivenaineilla. Hyppääminen trampoliinilla edistää sujuvan liikkumisen imunestejärjestelmän nestettä, joka poistaa haitallisia aineita kehostamme. Jumping Jam: in rytmisen ja tehokas treeni aiheuttaa sen, että se stimuloi imunestejärjestelmän imusuonten virtausta. Jumping Jam vaikuttaa kaikkien elinten tehokkuuteen kuten esimerkiksi sydän – järjestelmään ja ääreisverenkiertoon. Se alentaa kolesterolia, parantaa hapenottoa ja tehostaa nopeasti eri lihasryhmiä. Se tarjoaa myös helpotusta lihasten jäykkyyteen, edistää rentoutumista sekä auttaa koordinaatioon ja tasapainoon. Jumping Jam on trampoliinilla tapahtuvaa liikuntaa joka yhdistää hauskan ja motivoivan musiikin erityisiin liikkeisiin, joita on yhdistelty tanssista sekä erityyppisistä ryhmäliikunta muodoista. (Jumping School ®, 2011.)

**Zumba Fitness** on aerobinen fitness -ohjelma, jonka musiikki perustuu latinalaistansseihin. Zumban tanssiasteleet perustuvat erilaisiin tanssi muotoihin, joita ovat muun muassa merengue, cumbia, reggaeton, salsa, rumba, calypso ja salsaton. Tunnit koostuvat intervalli -ohjelmasta, jossa liikkeet tehdään nopealla temmolla. Osa liikkeistä on hitaampi tempoisia. Liikkeet vaikuttavat ja kohdistuvat koko vartaloon. Zumba Fitness -ohjaajat voivat halutessaan luoda itse musiikkinsa ja koreografian Zumba Fitness -tunnille, jolloin tunnit ovat yksilöllisiä. Ohjaajat voivat myös poimia musiikin ja koreografian Zumba Fitness -lisenssin sisällöstä, mutta tässä tapauksessa heidän on oltava virallisesti voimassa olevia Zumba Fitness -ohjaajia. (Zumba México) Zumba:n on kehittänyt kolumbialainen koreografi ja tanssija Alberto ”Beto” Perez. Zumba Fitness on LLC: n rekisteröity tavaramerkki. (LLC, Zumba Fitness - ohjaajakoulutuskansio México, 2011.)

**Fitness** on yksi kuntourheilun ja kehonrakentamisen muoto, mutta se heijastuu myös elämäntapaan. Fitness voi olla tyytyväisyyttä, henkistä sekä fyysistä tasapainoa ja hyvinvointia. Fitness on kaikenlaisista itsestään huolehtimista. Terveellistä ruokaa syömällä ja oikein urheilemalla hyvä olo tulee niin henkisesti kuin fyysisestikin. Tämä asenne säilyy elämässä jatkuvasti. Fitness on myös fyysistä kuntoa, jaksamista, sitkeyttä, kestävyyttä ja virtaa. Se on myös positiivista asennetta ja elämäntapaa. Se on myös itsensä ylittämistä, omien liikunnallisten tavoitteiden saavuttamista ja niihin

pyrkimistä. Fitness on myös riittävää lepoa ja kehon huoltoa ja siten se on elämänasenne, joka säilyy. (Kati Puntti, Wordpress, 2013.)

**Fitness -tapahtumalla** tarkoitetaan tässä työssä suunniteltua liikunnallista tapahtumaa, jossa Vrajim Productions on yksi järjestäjistä. Tapahtuma koostuu noin neljä tuntia kestävästä liikuntaohjelmasta, jossa on Jumping Jam: -tunti, tanssia, Zumba Fitness -tanssia sekä lihaskuntotreeni. Näiden välissä on venyttelyä sekä juomataukoja. Loput kaksi tuntia tapahtumasta on varattu verkostoitumiselle. (Vrajim Productions.)

Fitness -tapahtuman järjestämisessä tässä työssä sovelletaan Helena Vallon ja Eija Häyrisen teoksen ohjeita tapahtuman järjestämisestä suunniteltaessa tapahtumaa. Teoriaa sovelletaan Fitness -tapahtumaan siten, että ensin pyritään vastaamaan olennaisiin kysymyksiin tapahtuman järjestämisen kannalta. Näihin kysymysten vastaaminen on olennainen osa tapahtuman suunnitteluvaihetta, joka on ensimmäinen vaihe.

Toinen tapahtuman järjestämisen vaihe teorian mukaan on toteuttamisvaihe, johon kuuluvat rakennusvaihe, varsinainen tapahtuma sekä konkreettinen purkaminen. Opinnäytetyö etenee tämän mallin mukaisesti käyden läpi tapahtuman kokoamiseen liittyvät käytännön järjestelyt, jonka jälkeen teorian mukaisesti edetään varsinaiseen tapahtumaan aikatauluineen. Työssä kerrotaan myös miten tapahtuman purkaminen käytännössä toteutetaan. Helena Vallon ja Eija Häyrisen teoksessa tapahtuman järjestämisen viimeinen vaihe on jälkimarkkinointi. Tässä työssä käsitellään myös jälkimarkkinointia viimeisenä tapahtuman järjestämiseen liittyvänä asiana kuten teoriassa. Liikuntatapahtuman järjestäminen tässä työssä etenee Helena Vallon ja Eija Häyrisen teoksen teorian vaiheiden mukaan. Tapahtuman järjestämisen teoriaa soveltamalla tässä työssä pyritään vastaamaan tutkimuskysymykseen, miten järjestetään liikuntaa harrastaville, ammatti liikkujille ja matkailijoille liikuntatapahtuma

**Elämys** voidaan määritellä moniaistisessa kokonaisvaltaiseksi ja myönteiseksi yksilölliseksi kokemukseksi, joka jättää muistijäljen. Nämä edellä mainitut tukevat toisiaan. Mitä useammalla aistilla ihminen jotakin kokee, sitä syvällisemmin hän kokemansa sisäistää. Kokonaisvaltaisuus tarkoittaa elämyksen eri osa-alueiden liittämistä yhteen ihmisen yksilöllisten toiveiden mukaisesti ja siten myönteisen kokemuksen synnyttämistä. Elämyksen syntymiseen voivat vaikuttaa monet ihmisen



tietoisien ja tiedostamattoman tason tekijät. Tietoisien tason tekijöitä, jotka vaikuttavat tai voivat vaikuttaa elämyksen syntyyn ovat aistit, muistoihin palaaminen, vastakohtien kokeminen, jännitys ja pelko, tiedot ja kokemus. Lisäksi elämyksen syntymiseen vaikuttavat illuusiot ja niiden kokeminen sekä uutuus ja yllätyksellisyys. Sitä vastoin elämyksen syntyyn liittyviä tiedostamattoman tason tekijöitä puolestaan ovat selviytyminen, hoivaamisen tarve, turvallisuuden -ja tekemisen tarve sekä paluu primitiiviseen elämään.

Elämystalouden näkökulmasta ajateltuna, elämyksellä tarkoitetaan sellaista elämystä, joka on kaupallisesti tuotteistettu, pääsääntöisesti myönteinen ja siten tuotannon ja kuluttamisen päämääränä eikä muun toiminnan mahdollinen sivutuote. (Suontausta & Tyni 2005, 162–163.)

Fitness -tapahtumassa tavoitellaan elämyksen täyttymistä ja siksi tässä työssä on aiheellista soveltaa Lapin Elämysteollisuuden osaamiskeskuksen elämyskolmio teoriaa. Elämyskolmion soveltaminen työssä toteutetaan siten, että elämyskolmiosta tarkastellaan eri elämyksen elementtejä sekä kokemuksellista tasoa ja siten esitellään Fitness -tapahtuman näkökulmasta mitkä ovat ne tekijät ja asiat, jotka vastaavat kokemuksellisen tason tekijöitä ja elämyksen elementtejä



KUVA 1. Elämyskolmio (Leo Finland. Elämyksistä kilpailukykyä.)

Työssä sovelletaan elämyskolmio teoriaa siten, että tarkastellaan ensin elämyksen elementtejä yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus teorian tasolla ja siten tarkastellaan fitness -tapahtumaa näiden elementtien toteutumisen näkökulmasta. Työssä annetaan konkreettisia esimerkkejä niistä tekijöistä tapahtumassa, jotka toteuttavat eri kokemuksen tason elementtejä.

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen elämyskolmion kokemuksellisia tasoja sovelletaan myös fitness -tapahtuman elämyksellisyyttä tarkasteltaessa. On tarpeellista käydä läpi teorian kaikki kokemuksen tasot kuten motivaation taso, fyysinen taso, älyllinen taso, emotionaalinen -ja henkinen muutos taso (Leo, Elämyksistä kilpailukykyä) Siten näitä eri kokemuksen tasoja sovelletaan järjestettävään tapahtumaan ja tarkastellaan mitkä asiat saavat aikaan näiden tasojen toteutumisen Fitness -tapahtumassa. Työssä sovelletaan elämyskolmio teoriaa, koska siten pystytään löytämään olennaiset tekijät elämyksen muodostumisessa. Elämyskolmio teorialla pyritään myös löytämään vastausta tutkimuskysymykseen, minkälaisia elementtejä tapahtuman tulisi sisältää, jotta osallistujat saisivat kokonaisvaltaisen elämyksen.

### **2.3 Tutkimuskysymykset**

Tämän opinnäytetyön tarkoitus on tarkastella kaikille avoimen liikuntatapahtuman järjestämistä sekä minkälaisista aktiviteeteistä ja tekijöistä kaikille osallistujille muodostuu kokonaisvaltainen elämys.

Tutkimuskysymysten avulla selvitetään miten luodaan kaikkia tavoiteltuja kohderyhmiä kiinnostava liikuntatapahtuma sekä mitkä ovat ne konkreettiset tekijät tapahtumassa, jotka tekevät tapahtumasta onnistuneen.

Tutkimusongelmat ovat:

1. Miten tapahtumasta saadaan kaikille kohderyhmille mielenkiintoinen ja haastava?
2. Miten järjestetään liikuntaa harrastaville, ammatti liikkujille ja matkailijoille liikuntatapahtuma?
3. Minkälaisia asioita tapahtuman tulisi sisältää, jotta osallistujat saisivat kokonaisvaltaisen elämyksen?

Kaikkien kohderyhmien mielenkiinto on herätettävä. Ammatilaisen kannalta ajateltuna tapahtuman on oltava kiinnostava itsensä kehittämisen näkökulmasta, tavalliselle kuntoilijalle ja matkailijalle on tarjottava haaste. Tutkimuskysymys on apuväline, kun tarkastellaan edellä mainittuja tekijöitä eri kohderyhmien näkökulmasta. Tähän kysymykseen haetaan erityisesti vastausta toteutetulla kyselytutkimuksella, joka tutkii Vrajim Productions: in asiakkaiden mielipiteitä, tottumuksia ja odotuksia liikunnallisen aktiviteetin näkökulmasta.

Toiseen tutkimuskysymykseen lähdän pohtimaan vastausta tapahtuman järjestämisen teorian pohjalta. Teoriassa on esiteltynä tapahtuman järjestämisen kolme eri vaihetta ja siten myös Fitness -tapahtuman osalta teoriaa sovelletaan käymällä läpi suunnitteluvaihe, toteuttaminen sekä jälkimarkkinointi. Näiden vaiheiden käsittelyn avulla pyritään vastaamaan toiseen tutkimuskysymykseen.

Kolmanteen tutkimuskysymykseen haetaan vastausta siten, että fitness -tapahtumaan sovelletaan elämysteoriaa. Erilaisten elämysten elementtien ja kokemusten tasojen kautta, jotka tapahtumassa toteutuvat pyritään löytämään vastaus esitettyyn tutkimuskysymykseen. Kysymyksen avulla halutaan konkreettisesti tuoda esille niitä tekijöitä ja aktiviteetteja, joilla vaikutetaan elämyksen syntymiseen.

## 2.4 Aineisto ja menetelmät

Henkilökohtainen kokemukseni Vrajim Productions: iille työskentelystä auttaa minua liikuntatapahtuman järjestämisen suunnittelussa sekä toteuttamisessa. Olen saanut tietoa yrityksen ympärillä toimivista yhteistyökumppaneista sekä asiakkaista siten, että olen keskustellut molempien kanssa sekä auttanut tapahtumien järjestämisessä ja ottanut vastaan palautetta.

Käytän tässä työssä yrityksen suostumuksella oman kokemuksen kautta hankittua tietoa sekä Vrajim Productions: in haastattelun muodossa antama tietoa. Olen myös lukenut liikuntaan ja harjoitteluun liittyvää aineistoa ja julkaisuja, jotka auttavat aiheen tämän työn aiheen käsittelyssä.

Opinnäytetyössä on toteutettu kvantitatiivinen tutkimus, joka antaa yleisen kuvan mitattavien ominaisuuksien välisistä eroista ja suhteista. Määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimus vastaa kysymykseen, kuinka usein ja kuinka paljon. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa käytetään usein kyselyä tutkimusaineiston keräämisessä. Kvantitatiiviselle tutkimukselle on ominaista tiedon käsittely, esittäminen numeroin, strukturointi, tutkimusprosessin ja tulosten objektiivisuus sekä vastaajien suuri määrä. (Viljakainen 1995, 114.)

Tutkimuksen aineistonkeruumenetelmänä käytän kyselyä, joka on osittain strukturoitu. Kolmessa kysymyksessä on mahdollista vastata avoimesti. Avoimissa kysymyksissä vastaajalle ei ole annettu erillisiä vaihtoehtoja, vaan vastaaja saa vastata kysymyksiin omin sanoin. Yhdeksässä kysymyksessä vastaajille oli annettu 3-10 vastausvaihtoehtoa kysymyksestä riippuen. Täysin strukturoitu haastattelu tarkoittaa, että kaikki tutkimuksessa esitettävät kysymykset on tarkasti ennakoon mietitty ja vastausvaihtoehdot ennalta annettuja ,mutta tämän opinnäytetyön kysymyksissä ei kaikissa ennakoon mietittyjä vastausvaihtoehtoja ollut. (Soininen 1995.)

Kysely on tapa kerätä aineistoa ja tällöin kysymysten muoto on vakioitu. Vakiointi tarkoittaa, että kaikilta kyselyyn vastaavilta kysytään samat asiat, samassa järjestyksessä ja lisäksi aivan samalla tavalla. Kyselylomaketta käytetään, kun havaintoyksikkönä on henkilö ja häntä koskevat asiat asenteet tai käyttäytyminen, mielipiteet tai ominaisuudet. (Soininen 1995.)

Määrällinen tutkimus sopii hyvin tutkimusmenetelmäksi opinnäytetyön toimeksiannolle, sillä tarkoituksena on muun muassa selvittää kuinka usein liikunnallinen aktiviteetti tapahtuu, tuntimääriä, tapahtuman kestoja sekä hintaa ja ikää koskevia asioita. Tarkoituksena on myös tiedustella kaikilta asiakkailta samassa järjestyksessä ja samalla tavalla heidän asenteita, käyttäytymistä mielipiteitä ja ominaisuuksia. Siten kysely oli muodoltaan vakio ja kyselyyn oli tarkoitus vastata nimettömänä. (Soininen 1995, 34.)

Tapahtuman järjestämisessä käytän apuna aiemmin mainittua Vallon ja Häyrisen teosta Tapahtuma on tilaisuus Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen ja tapahtuman elämyksellisyyttä pohtiessani käyttäen apuna Lapin Elämysteollisuuden osaamiskeskuksen elämyskolmioteoriaa, jota käsittelem Tarssasen elämystuottajan käsikirjan avulla sekä Suontaustan Wellness -matkailun teoksen avulla. Näiden teorioiden avulla käyn läpi Fitness -tapahtuman tapahtuman järjestämisen näkökulmasta sekä elämyksellisyyden näkökulmasta. Sovellan siten aineiston teorioita tähän työhön sopivaksi.

## **2.5 Tutkimuksen kulku**

Kolmannessa luvussa esitellään yritystä ja kerrotaan miten idea liikuntatapahtuman järjestämisestä syntyi. Luvussa kerrotaan myös tiedonkeruumenetelmänä toteutetusta kyselytutkimuksesta Vrajim Productions:in asiakkaille. Viidennessä luvussa käsitellään tapahtuman järjestämistä edeten teorian mukaan vaiheittain ja kuudennessa luvussa elämyskolmio teorian avulla pyritään myös pohtimaan miten tapahtumasta saadaan elämyksellinen liikuntatapahtuma ja mitkä ovat ne elementit, jotka tapahtumaan tarvitaan.

Seitsemännessä luvussa on omia pohdintojani sekä Vrajim Productions -yrittäjän pohdintoja tulevaa tapahtumaa silmällä pitäen. Pohdinnoissa on myös yhdistettynä yhteisiä ajatuksia tapahtumaa koskien.

### **3 VRAJIM PRODUCTIONS JA YRITYKSEN ASIAKKAILLE TEHTY KYSELYTUTKIMUS**

Suomessa Vrajim Productions rekisteröitiin keväällä 2011 ja on nuori yritys Suomessa. Suomessa Vrajim Productions on antanut tunteja monilla kuntosaleilla muun muassa Go Go:n ja Fressi -kuntosaleilla Tampereella ja pääkaupunkiseudulla, ryhmäliikuntatunteja muualla Suomessa sekä yksityiset opastukset kuntoiluun. Hän on myös yksi Hyvä Päivä rekisteröidyn yhdistyksen perustajajäsen ja hän on antanut Hyvä Päivä -yhdistyksen tunteja Tampereen Ratinassa.

#### **3.2 Liiketoiminta ja palvelut**

Vrajim Productions tavoite yrityksenä on tarjota korkeatasoisia liikuntapalveluita sekä intensiivisiä treeniohjelmia sekä tapoja, jotka sopivat ihmisten yksilölliseen päivärytmiin ja elämäntapaan.

Tavoitteena on, että minkä tahansa liikuntamuodon asiakas valitsee, kyseessä olisi täysin hänen tarpeisiinsa räätälöity ruokavalion sekä hänen oman liikuntakykynsä suhteen. Yrityksen tavoitteena on myös kannustaa terveeseen elämäntapaan ja saada ihmiset tietoisiksi siitä, miten tärkeä oma terveys on. Terveys näkyy ulospäin, jos ihminen on myös sisäisesti terve..

Vrajim Productions tarjoaa myös erilaisia tanssi palveluja. Yrittäjä on kuulunut myös useisiin esiintyviin hip hop -sekä latinalaistanssi ryhmiin ja ollut koreografina useissa tanssi projekteissa sekä opettajana tanssikouluissa Meksikossa. Siksi yrityksen tarjoama valikoima tansseja on laaja ja tanssi on myös hauska tapa kuntoilla.

Tarjontaan kuuluvat:

a.

1. Fitness –dance
2. Ritmos Latinos ja LatinMix
3. Latin Street Style hip hop

4. Ragga Jam ja Reggaeton
5. Power Beat Dance
6. Jumping Jam
7. Euro Dance

Personal training -palveluun kuuluvat:

1. Ohjeet sekä henkilökohtainen suunnitelma
2. Henkilökohtainen opastus treenaamisessa ja kuntoutuksessa
3. Treenauksen opastus ryhmille
4. Kuntoutus
5. Ravintosuunnitelmat
6. Kung Fu Evolution – body and mind

Fitness -palveluihin kuuluvat:

1. Body Toning ja toiminnallinen treeni
2. Core -harjoitukset, Cross, - ja Circuit training,
3. Rentoutuminen
4. Mixed martial arts training
5. Kuntoutusta tukevaa treeniä
6. Boot Camp
7. Pyöräily

### **3.3 Vrajim Productions: in toimeksianto**

Vrajim Productions: in tulevaisuuden visiona on järjestää liikuntatapahtuma keväällä 2014. Ajatus tapahtuman järjestämisestä kehittyi, kun Vrajim huomasi, että kaikille avoimia liikuntatapahtumia on Slovakiassa erittäin vähän. Tapahtuman sisällön ideana olisi yhdistää fyysisesti raskas Jumping Jam -harjoittelu sekä hauska tanssi ja siten paikalle saataisiin ammattinsa puolesta liikkuvia, liikuntaa harrastavia sekä matkailijoita. Tanssilla sekä hauskalla musiikilla olisi tarkoitus henkisellä tasolla keventää Jumping Jam -aktiviteetin tunnelmaa. Tunnelmasta olisi luotava hauska,

helppo ja rento tavallisen kuntoilijan näkökulmasta sekä ammattilaisen näkökulmasta haastava.

Jotta Vrajim Productions: in asiakkaiden kiinnostusta kaikille avointa tapahtumaa kohtaan voitaisiin selvittää, toteutettiin kyselytutkimus, joka tutkii asiakkaiden asennetta liikuntaa kohtaan sekä heidän kiinnostusta liikuntatapahtumien suhteen. Kyselyn pohjalta on tarkoituksena kehittää tulevaa liikuntatapahtumaa.

### **3.4 Kyselytutkimus Vrajim Productions: in asiakkaille**

Kyselytutkimus toteutettiin Slovakiassa oleville Vrajim Productions: in asiakkaille, jotka ovat erilaisia liikunnallisista taustoistaan. Kesällä 2013 10.5.2013–26.6.2013 välisenä aikana toteutettiin liikunnanlinnallisiin aktiviteetteihin sekä liikuntatottumuksiin liittyvä kysely liikuntaa harrastaville sekä ammatikseen liikkuville. Kyselyyn vastasi 26 henkilöä. Kyselyssä kysyttiin asiakkaiden liikuntatottumuksia ja kysymykset käsittelivät asiakkaiden liikuntaan käytettyä aikaa päivässä, ja minkälaista liikuntaa asiakkaat toivovat tapahtumaan sekä ryhmäliikuntatunneille osallistumista. Kyselyssä tiedusteltiin myös aikaisempiin liikuntatapahtumiin osallistumista, vastaajien kiinnostusta verkostoitua tapahtumassa ja saada opastusta harjoitteluun. Ensin tiedustellaan asiakkaan suhtautumista liikuntaan sekä hänen käyttämäänsä aikaa tunneissa eri tyyppiseen liikkumiseen. On tärkeää tietää eri tyyppisen liikunnan määrä tunneissa, sillä siten tarkastellaan asiakkaiden fyysistä jaksamista tuntimääräisesti. Tämän jälkeen kysytään liikuntatapahtumaan liittyviä asioita kuten tapahtuman kestoa, hintaa, aikaisempiin tapahtumiin osallistumiskertoja sekä henkilökohtaisen ohjauksen määrän tarvetta sekä verkostoitumisen tarvetta. Näillä kysymyksillä selvitetään kuinka paljon tiettyihin osa-alueisiin tulevassa tapahtumassa tullaan käyttämään voimavaroja. Lopuksi tiedustellaan asiakkaiden ammattia ja ikää. Kvalitatiivinen tutkimus soveltuu siten hyvin Vrajim Productions :in toimeksiantoon, sillä halutaan määrällistä informaatiota sekä kysytään asiakkaiden käyttäytymistä ja asenteita. (Soininen 1995, 36-37)

Kysymyksiä laadittaessa on sovellettu tapahtuman järjestämisen teoriaa käyttäen apuna Vallon ja Häyrisen Tapahtuma on tilaisuus teosta sekä Connelly Project Resources : in teosta Planning and Running Sporting Events. Kysymyksiä on laadittu myös soveltaen Lapin Elämysteollisuuden osaamiskeskuksen elämysteoriaa ja apuna käyttäen elämyskolmion mallia, jotta kysymyksiä voidaan tarkastella kolmion kautta.

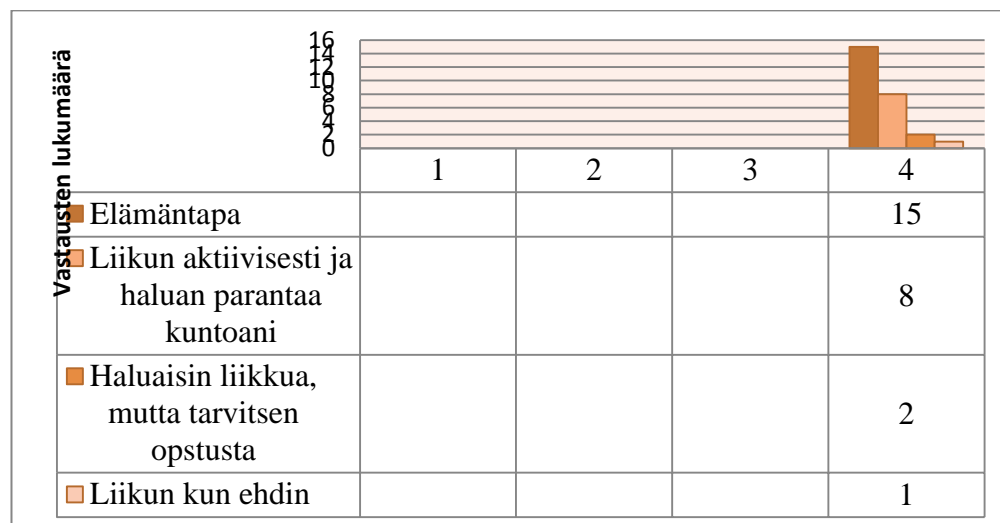


Kysymyksiä laadittiin toimeksiantajan kanssa yhteistyössä siten, ettei vastaajaa johdateltaisi tiettyyn tulokseen. Laadittiin monivalintakysymyksiä yhdeksän, jotta olisi mahdollista saada selville määräästä kertovia vastauksia sekä vastauksia liittyen asenteisiin, odotuksiin ja tapahtumassa järjestettäviin aktiviteetteihin. Kysymyksiä laadinnassa on huomioitu määrällisen tutkimuksen asettama kriteeri. Tässä kohden tarkoitetaan, että vaikka vastaajilla on erilainen liikunnallinen tausta, he voivat kaikki vastata samoihin kysymyksiin samassa järjestyksessä. (Jyväskylän Yliopisto 2013) Näillä perusteilla onnistuttiin luomaan 12 kysymystä yhteistyössä yrittäjän kanssa.

### 3.5 Päätelmiä vastauksista

1. Mikä seuraavista kuvaa parhaiten suhtautumistasi liikuntaan?

TAULUKKO 1. Vastaajien suhtautuminen liikuntaan



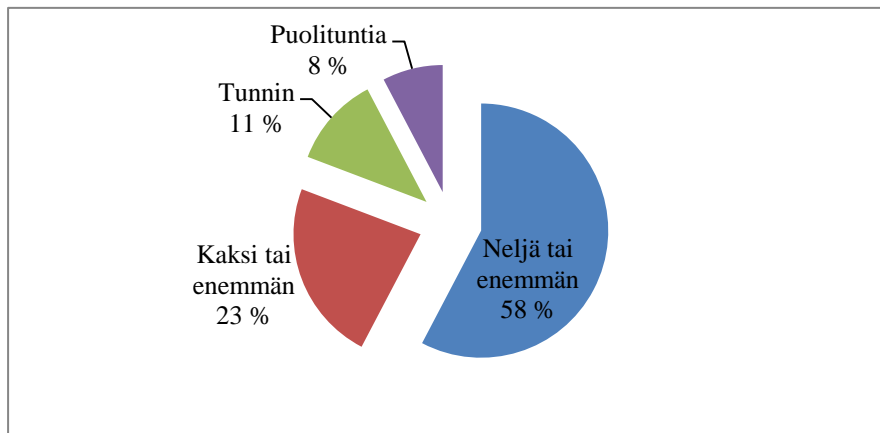
Tiedustellaan miten tärkeäksi vastaaja liikunnan kokee sekä hänen asennettaan liikkumista kohtaan. Tapahtuman luonteen kannalta on tärkeää tietää mikä asiakkaiden asenne on, jotta voidaan päätellä heidän motivaatiotaan sekä kiinnostusta järjestettävää tapahtumaa kohtaan. Motivaation tasolla herätetään asiakkaan kiinnostus ja luodaan asiakkaalle odotuksia tuotetta kohtaan, halu ja valmius osallistua ja kokea. (Leo Finland Elämyksistä kilpailukykyä.) Kysymyksellä saadaan selville kuinka vastaanottavainen

asiakas on ja siten tieto auttaa tapahtuman suunnitteluvaihetta miten markkinoida tapahtumaa innostavasti

Kaksi eniten ääniä saaneet vastaukset ovat: elämäntapa ja liikun aktiivisesti ja haluan parantaa kuntoani. On pääteltävissä, että suurin osa asiakkaista kokee liikunnan tärkeäksi osaksi elämäänsä. Tapahtumaa voidaan alkaa rakentaa liikunnallisesti haastavammaksi ja monipuoliseksi, koska suurin osa liikkuu aktiivisesti. Tapahtumassa ei ole tarpeellista järjestää syvällistä liikkeiden opastusta ja sen sijaan aikaa voidaan käyttää venyttelyyn tai taukoihin enemmän.

## 2. Kuinka monta tuntia päivittäin harrastat liikuntaa?

TAULUKKO 2. Päivittäinen liikunta tunneissa



Tämän kysymyksen avulla saadaan selville mikä on asiakkaiden ajankäyttö liikunnalle ja kuinka paljon he jaksavat liikkua tuntimääräisesti päivittäin. Konkreettinen tuntien määrä kertoo liikunnan osuuden elämässä ja sen pohjalta voi arvioida korreloiko tuntien määrä edellisen kysymyksen vastausten kanssa.

On tärkeätä huomioida kohdeyleisöä ja erityisesti tapahtuman aikataulutuksessa heidän jaksamista on ajateltava (CPR -Group, 7) Kohdeyleisön jaksamisen pohjalta voidaan alkaa suunnittelemaan liikunnallisen aktiviteetin pituutta tapahtumassa ja hahmottelemaan aikataulua, jonka pohjalle tapahtuman toteutusvaihetta aletaan rakentaa.

Kaksi eniten ääniä saanutta vastausta ovat neljä tai enemmän ja kaksi tai enemmän.

Koska on tärkeää, että kaikilla on mukavaa tapahtumassa ja kaikki jaksavat fyysisesti tapahtuman lävitse, tehdään tästä alustava päätös enemmistön mukaan, että tapahtuman aktiivinen liikuntaosuus kestäisi noin neljä ja puoli tuntia juoma taukoineen. On mahdollista tehdä fyysistä haastavuutta tunteihin, mutta myös kevyempiä osuuksia, jotta ammattilaisille mielenkiinto säilyy ja liikuntaa harrastavat sekä matkailijat, jaksavat fyysisen suorituksen läpi ja kokevat onnistumisen tunteen.

### 3. Kuinka monelle ryhmäliikuntatunnille yleensä osallistut?

Kysymyksellä halutaan tiedustella asiakkaiden jaksamista ryhmäliikunnan muodossa, joka voi poiketa paljon asiakkaan omatoimisesti tekemästä liikunnasta. Ohjatun liikunnan suhteen jaksaminen voi olla erilainen. On olennaista tietää myös onko ryhmäliikunta kuinka tuttua asiakkaalle ja siten he ovat saaneet aiemmin opastusta, ohjausta ja lihasvammojen välttämiseksi liittyvää tietoa. Tapahtuman suunnitteluvaiheen kannalta kysymys on tärkeä, sillä siten voidaan aikataulussa ottaa huomioon opastamiseen tarvittavaa aikaa. Tarjoamalla opastusta treenaamiseen voidaan välttää tapahtumassa loukkaantumiset ja siten riskejä voidaan minimoida jo alkuvaiheessa. Tapahtumassa voi keskittyä olennaiseen eikä vahinkoja tule. (CPR - Group, 12).

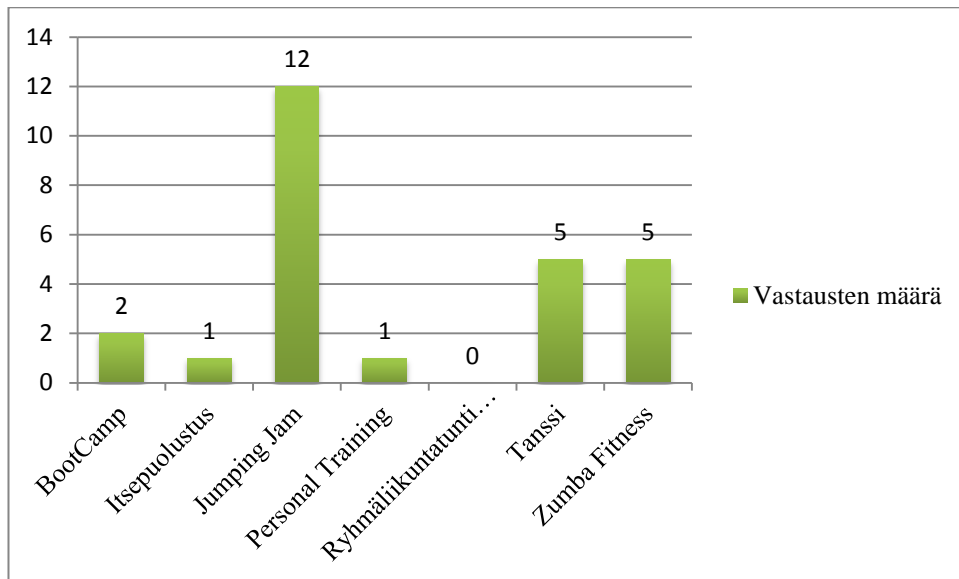
Kaksi eniten ääniä saanutta vastausta ovat:

1. Kolmelle tai enemmän kuin kolme
2. Kahdelle

Johtopäätelmänä on, että itse tapahtuma voi kestää vaikka kuusi tuntia sisältäen Jumping Jam -tunnin sekä Zumba Fitness -tunnin sekä muita ryhmän liikunnallisia aktiviteetteja, mutta loppuaika voi olla esimerkiksi opastusta, neuvontaa sekä yleistä sosiaalista toimintaa. Ryhmäliikuntatuntien osuus ei siis ole kuusi täydet kuusi tuntia, vaan huomioiden asiakkaiden jaksaminen, aktiivinen liikunnallinen osuus voisi olla noin neljä ja puoli tuntia.

#### 4. Mitkä seuraavat kaksi aktiviteettia kiinnostavat sinua eniten?

TAULUKKO 3. Kiinnostavat aktiviteetit



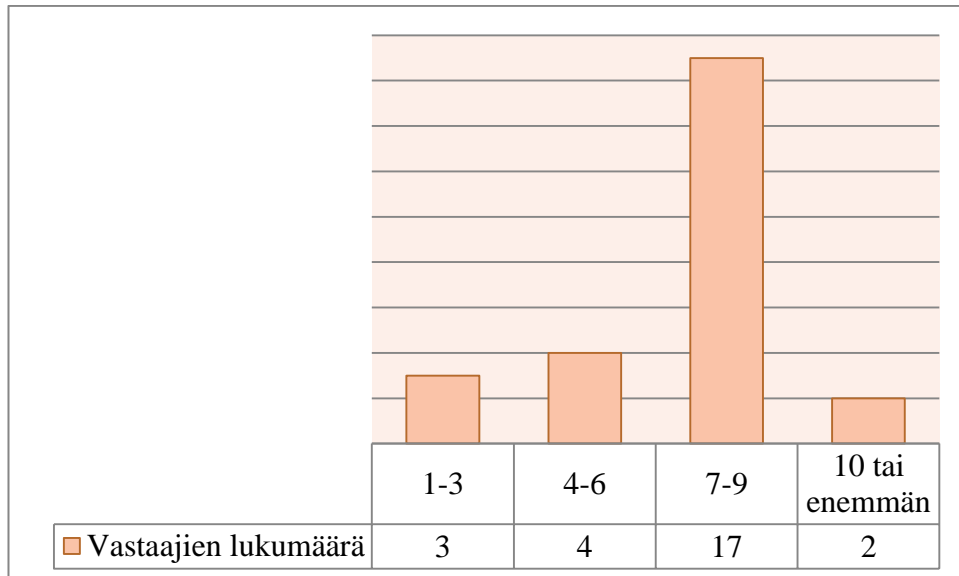
Vastaaja sai valita kaksi aktiviteettiä, koska tapahtuma on tarkoitus koostua suuremmasta kahdesta aktiviteetistä ja siten on helpompi poimia vastausten joukosta ne kaksi, jotka ovat saaneet eniten kannatusta.

Kaksi eniten ääniä saanutta vastausta ovat Jumping Jam ja Zumba -Fitness sekä tanssi. Saadut vastaukset osoittavat, että kaikilla kiinnostaa Jumping Jam. Jumping Jam -tuntien ohella Zumba Fitness ja tanssi saivat ääniä Jumping Jam -tuntien rinnalla. Asiakkailta kannatusta saivat myös itsepuolustus ja Boot Camp. Aikaisempina vuosina Banska Bystrica liikunta areena on täyttynyt osallistujista, kun tarjolla on ollut Jumping Jam: iä tai tanssia. Vastausten perusteella päädytään, että tapahtuma koostuisi ainakin Jumping Jam -osuudesta sekä tunnin Zumba Fitness -tunnista

Tapahtuman järjestämisen kannalta laadittu kysymys neljä on tärkeä, koska vastausten perusteella saadaan selville mitä aktiviteetteja voidaan ainakin ottaa mukaan. Suunnitteluvaiheessa on tärkeätä tietää minkälaista kalustoa paikalle tarvitaan riippuen aktiviteeteista. Näitä ovat esimerkiksi urheiluvarusteita, tavaroita aktiviteettien toteuttamiseen, sponsoriin toimintaa, pukuhuoneet sekä asianmukaiset tilat aktiviteetteja huomioiden. (CPR Group, 8)

## 5. Kuinka moneen liikuntatapahtumaan olet osallistunut?

TAULUKKO 4. Liikuntatapahtumiin osallistuminen



Elämyskolmion motivaation tasolla asiakkaalle herää kiinnostus ja innostus tuotetta kohtaan ja jo motivaation tasolla mahdollisimman monen elämys kriteerien tulisi täytyä (Leo Finland.) Tämän kysymyksen avulla voidaan selvittää asiakkaiden osallistumista liikuntatapahtumiin ja siten kiinnostusta tapahtumia kohtaan. Mikäli asiakas on ollut mukana tapahtumissa, hänen kiinnostus on selvästi herätetty. Siten liikuntatapahtumassa voidaan keskittyä enemmän siihen, että pyritään saavuttamaan myös loput kokemuksen tasot sekä elämyksen elementit.

Kaksi eniten ääniä saanutta vastausta ovat:

1. 7-9
2. 4-6

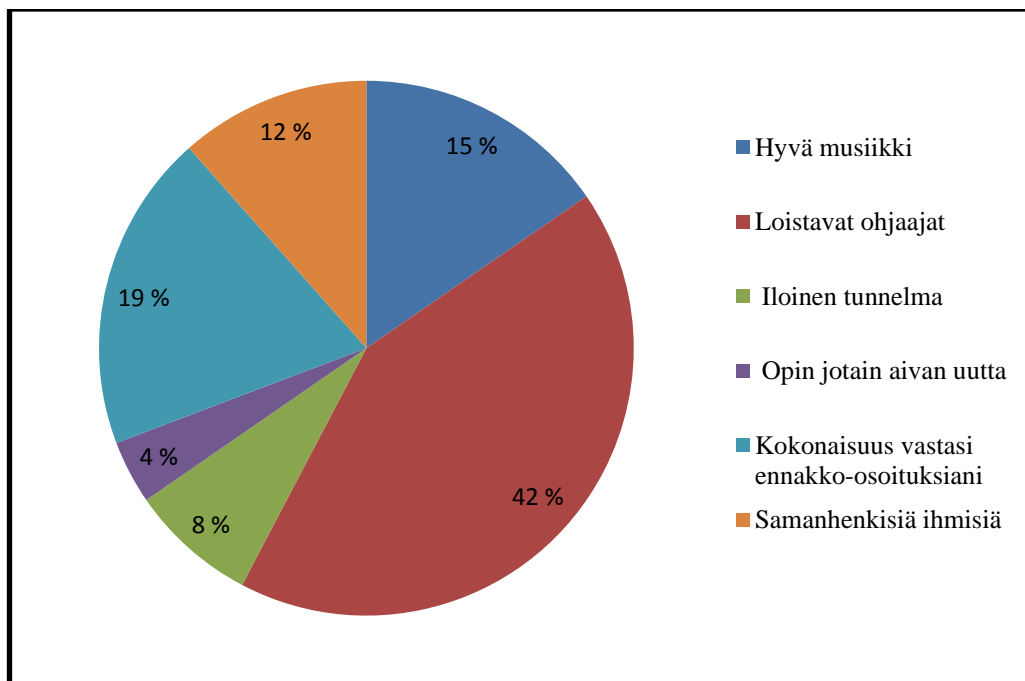
Vastaajista seitsemäntoista on osallistunut 7-9 liikuntatapahtumaan. Tulokseen vaikuttaa, että asiakkaat ovat entuudestaan aktiivisia tapahtumiin osallistujia. Lisäksi moni pääsee tapahtumiin ilmaiseksi tuttavien kautta. Osalla vastanneista asiakkaista tapahtumiin osallistuminen 1-3 kertaa. Tähän saattaa vaikuttaa tapahtumien hinta sekä ajankohta. Kun Jumping Jam -tapahtumia sekä muita aktiviteetteja Vrajim Productions:in ja yhteistyökumppanien johdolla toteutetaan, ne ovat keskittyneet yhden viikon ajalle.

Toiseksi eniten vastaajia sai osallistuminen neljästä kuuteen tapahtumaan. Vain kaksi vastaajaa on vastannut, että ovat osallistuneet 10 tai useampaan tapahtumaan.

Johtopäätöksenä on, että kiinnostusta liikuntatapahtumia kohtaan on.. Tämän kysymyksen vastausten tukena käytetään myös aiempien tapahtumien suuria osallistujamääriä tukemaan päätelmää, että kohderyhmämme on edelleenkin kiinnostunut tapahtumista, joissa Vrajim Productions on mukana.

6. Mitkä kolme asiaa mielestäsi kuvaavat parhaiten onnistunutta liikuntatapahtumaa?

TAULUKKO 5. Onnistunut tapahtuma



Yksilöllisyys on yksi elämyksen elementti. Tuotteen olisi oltava niin ainutlaatuinen ja ainutkertainen, ettei vastaavaa ole muualla. Tuote on asiakkaan tarpeen mukaan joustava ja räätälöitävissä jokaisen asiakkaan mieltymysten mukaan. Tässä kysymyksessä halutaan tietää asiakkaan mielipide siitä mitkä asiat muun muassa tekevät liikuntatapahtumasta elämyksellisen ja vastausten mukaan tapahtumaa suunniteltaessa voidaan ottaa huomioon asiakkaiden mieltymyksiä ja muokata tapahtumaa näiden mukaan jo suunnitteluvaiheessa vastaamaan odotuksia. Siten tapahtuma on aikaisessa vaiheessa räätälöitävissä asiakkaiden vastauksia huomioiden. (Leo Finland.)

Kysymysten vastausvaihtoehdoissa on huomioitu myös elämyksen elementtejä kuten moniaistisuus ja vuorovaikutus tapahtuman miljöön ajatellen.

Myös vuorovaikutus vastauksissa on huomioitu, sillä vastausvaihtoehdoissa on mahdollisuus valita verkostoituminen ja uusien tuttavien kohtaaminen. Emotionaalisen tason näkökulmasta vastausvaihtoehtona on annettu uuden oppiminen ja hän jaksoi kaikki aktiviteetit.

Eniten ääniä saaneet kolme vastausta:

1. Loistavat ohjaajat
2. Hyvä musiikki
3. Kokonaisuus vastasi ennako-odotuksiani

Vastauksista voidaan päätellä, että loistavat ohjaajat vaikuttavat eniten tapahtuman tunnelmaan asiakkaiden mielestä. Ohjaaja tiimiin ammattitaitoon on panostettava, heidän on pystyttävä luomaan vuorovaikutus myös tapahtuman osallistujiin sekä pidettävä yllä innostunutta tunnelmaa. Onnistuneessa tapahtumassa on myös musiikilla suuri merkitys. Musiikin on sovittava tunnelmaan osallistujien saapuessa tapahtumaan sekä poistuessa. Musiikin merkitys on myös Vrajim Productions :in mielestä erittäin tärkeä ja siksi hän laatii musiikin itse. Ennako-odotusten olisi myös täyttyvä ja nämä odotukset voivat perustua aikaisempiin tapahtumiin ja niistä saatuihin kokemuksiin. Siksi onkin tärkeää, että odotukset täyttyivät ja jopa ylittyvät, jotta todellinen elämys syntyy (Leo Finland.)

7. Kuinka monta tuntia olisi sopiva kesto liikuntatapahtumalle?

Konkreettisen tuntimäärän tietäminen on tärkeää tapahtumaa suunniteltaessa. On esimerkiksi tiedettävä kuinka moneksi tunniksi tapahtumapaikka vuokrataan ja kuinka monta tuntia paikalla ovat ohjaajat, promootio -tuotteiden myyjät, kahvila -tai lounaspaikkojen työntekijät sekä valokuvaamot ja muu mainonta liittyen tapahtumaan. Kaikille yhteistyökumppaneille on osattava ilmoittaa jokin aikataulu, jonka pohjalta tapahtumaa aletaan kehittämään. (Eventplanner Spain.)

Vastausvaihtoehdoista neljä tuntia sai eniten ääniä. Vastaajista 11 oli neljän tunnin puolesta ja kolme yli neljän tunnin. Kahdesta kolmeen tunnin kannalla on kuusi asiakasta ja kuusi asiakasta on vähemmän kuin kaksi tuntia puolesta. Toisin sanoen melkein alle puolet asiakkaista on alle neljän tunnin puolesta. Tästä päätellään, että

aktiivinen liikunta osuus taukoineen voi kestää neljä tuntia ja hieman yli. Itse tapahtuma voi kestää vaikka kuusi tuntia sisältäen kaikki liikunnalliset aktiviteetit, mutta loppuaika voi olla esimerkiksi opastusta, neuvontaa sekä yleistä sosiaalista toimintaa.

Noin neljä tuntia olisi hyvä aika liikunnalliselle kokonaisuudelle ja siten myös kauempana asuvien olisi kannattavaa tulla.

#### 8. Paljonko maksaisit enintään tapahtumaan osallistumisesta?

Tapahtuman suunnitteluvaiheessa on olennaista tietää myös paljonko tapahtuman sisäänpääsystä tullaan perimään hintaa. Sisäänpääsymaksu riippuu järjestettävän tapahtuman koosta ja kaikista toimijoista, joita tapahtumassa on. Tapahtumalle voi saada rahoitusta myös sponsoreilta, jolloin se vaikuttaa myös perittävään sisäänpääsymaksuun. On tärkeätä olla todentuntuinen käsitys siitä kuinka paljon pitää pystyä myymään ja liikuntatapahtuman näkökulmasta sisäänpääsy maksuja muiden myyntien ohella. Sisäänpääsymaksut ovat yksi osa koko osuudesta, joista tapahtuman tulot koostuvat. (Jyväskylän Yliopisto.)

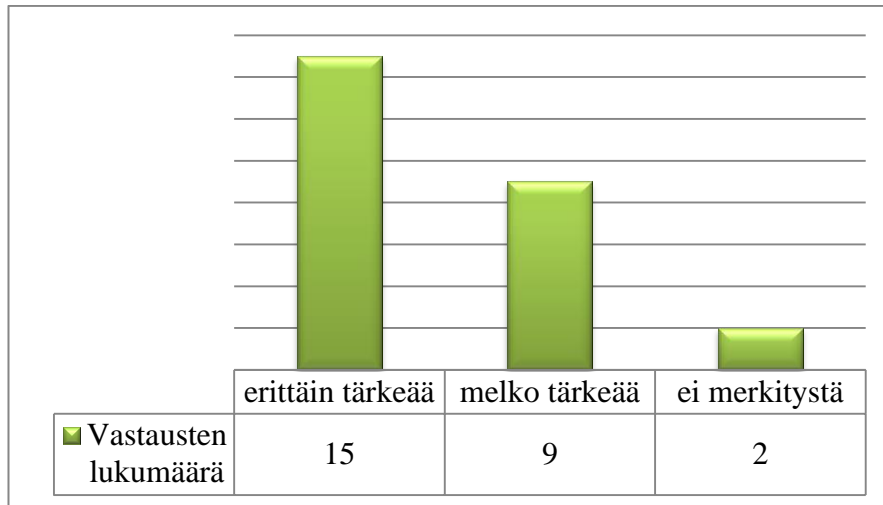
Vaikka tapahtuman kannalta monet tekijät vaikuttavat sisäänpääsymaksun suuruuteen, halutaan tiedustella hintaa myös asiakkailta, sillä on olennaista tietää kuinka paljon Slovakiassa asiakkaat ovat valmiita maksamaan. Koska Suomi poikkeaa Slovakian hinnoista, on yrittäjän näkökulmasta tarpeellista tietää, kuinka paljon vastanneet asiakkaat keskimäärin ovat valmiita maksamaan. Siten hän voi verrata kyselyssä saatua hintaa siihen, joka tapahtuman suunnitteluvaiheessa määräytyy lopulliseksi hinnaksi.

Vastausten keskimääräiseksi tulokseksi kahden desimaalin tarkkuudella saatiin 16,32 euroa.



## 9. Kuinka tärkeää sinulle on solmia uusia suhteita tapahtumassa?

TAULUKKO 6. Verkostoituminen.



Elämyskolmiota tarkasteltaessa tämä kysymys liittyy elämyksen elementteihin ja erityisesti vuorovaikutukseen. Koska halutaan tiedustella vuorovaikutuksen merkitystä tapahtumassa, oli tarpeellista laatia kysymys uusien suhteiden solmimisesta. Vuorovaikutukseen liittyy, että koetaan jotakin yhdessä, esimerkiksi ollaan kaikki samaa perhettä (Leo Finland.)

Vastaajista asiakkaista

1. 15 vastasi erittäin tärkeää
2. 9 melko tärkeää
3. 3 ei merkitystä

Näistä vastauksista päätellään, että sosiaalista toimintaa kannattaa järjestää ja varata aikataulutuksessa aikaa verkostoitumiselle.

## 10. Haluaisitko saada ohjausta tai valmennusta ammattilaiselta tapahtuman aikana?

Vuorovaikutus tapahtumassa voi olla kommunikaatiota ohjaajien kanssa tai osallistujien keskinäinen vuorovaikutus. Vaikka yksinkin voi kokea elämyksen, yhteisöllinen elämys liittyy yksilön kuitenkin tiiviimmin tiettyyn ryhmään Elämyksistä puhuttaessa vuorovaikutuksen elementti on erityisen tärkeä yksilöllisyyden luomisessa; henkilökohtaisella vuorovaikutuksella on ratkaiseva rooli kokemuksen, välittämisessä asiakkaalle mahdollisimman onnistuneella tavalla. (Leo Finland.)

Ammattilaiselta ohjauksen saaminen on vuorovaikutuksellinen tilanne ja erityisesti henkilökohtaisen ohjauksen saaminen tukemaan omaa harjoittelua on hyvin yksilöllistä ja toteutetaan huomioiden liikuntatapahtumaan osallistujan tarpeita. Kysymystä voi tarkastella myös elämyskolmion henkisen tason kautta. Tapahtumassa ammattilaiselta saatu ohjaus liittyen esimerkiksi omaan harjoitteluun tai ruokavalioon, voi johtaa pysyvään muutokseen henkilön eli kokijan fyysisessä olotilassa, mielentilassa tai elämäntavassa. (Leo Finland.) Tapahtuman suunnitteluvaiheessa on pystyttävä suunnittelemaan kuinka monta ohjaajaa kyseiseen tehtävään palkataan ja kuinka paljon varataan aikaa tähän toimintaan (Eventplanner Spain.)

Vastanneista asiakkaista suurin osa ilmaisi haluavansa opastusta tai ohjausta tapahtumassa. Tästä voidaan päätellä, että henkilökohtaista ohjausta voidaan järjestää muun verkostoitumisen ohella aktiivisen liikunnan osuuden päätteeksi. Tämä on myös sosiaalista toimintaa ja vahvistaa osallistujan yhteenkuulumisen tunnetta tapahtumassa.

#### 11. Mikä on ammattisi?

Tarkoituksena on kartoittaa asiakkaiden ammatillista taustaa.

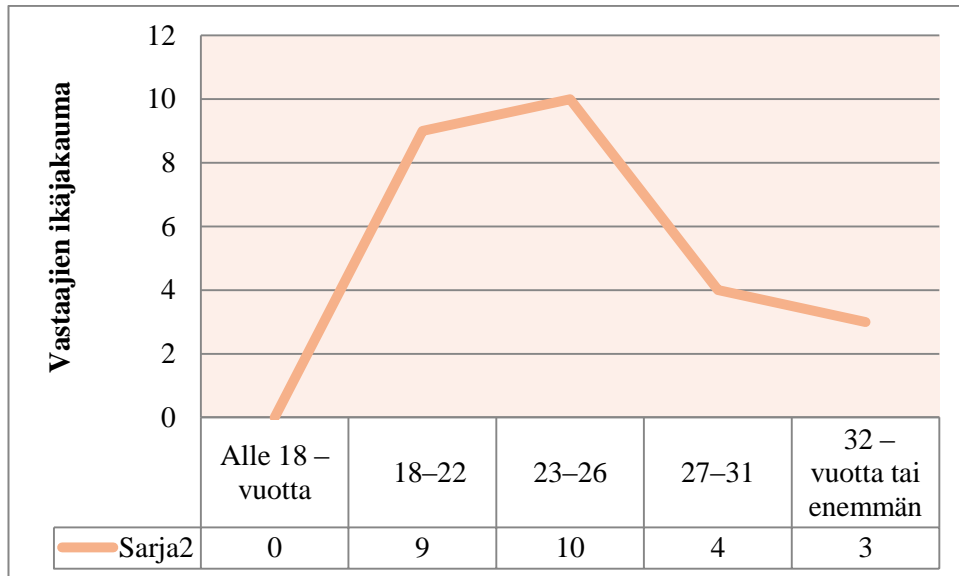
Asiakkaiden joukossa on:

1. Ryhmäliikuntatuntien ohjaajia
2. Personal trainer -ohjaaja
3. Hyvinvointiohjaaja
4. Uija ja Agua Zumba Fitness -vetäjä
5. Sirkus- sekä aerobic -ohjaajia
6. Opiskelijoita sekä palveluammateista työllistyneitä
7. Co co -tanssija.

Tapahtuman jälkimarkkinointia huomioiden on oleellista tietää asiakkaiden tausta ammatin näkökulmasta, koska siten on helpompi tietää millaisia jälkimarkkinointia aiotaan käyttää. Esimerkiksi minkälaiset giveaway -lahjojen sisällöt ovat, panostetaan kuntosali jäsenyyksien markkinointiin, kuinka paljon tullaan markkinoimaan tulevista liikuntatapahtumissa tai ohjaajakoulutuksesta.

## 12. Mikä on ikäsi?

TAULUKKO 7. Ikä



Ikä oli mukana kyselyssä, sillä tapahtuma edellyttää täysi-ikäisyyttä vakuutusten kattavuuden vuoksi, joilla voidaan kattaa mahdolliset henkilövahingot. Suunnitteluvaiheessa on osattava kartoittaa riskejä, joihin kuuluvat henkilövahingot. (Eventplanner Spain.) Lisäksi joissakin tapahtumassa toteutettavissa treeniohjelmissa ja aktiviteeteissa on suositeltavaa täysi-ikäisyys. Liikunnan aiheuttama kuormitus ei vaikuta negatiivisesti alaikäisen kasvuun tai kehitykseen, mutta todella kova kuormitus voi kuitenkin viivästyttää murrosiän alkua ja myöhästyttää kasvua (Nuori Suomi.)

Vastaajista eniten on 23–26 -vuotiaita ja alaikäisiä vastaajia ei ole lainkaan. Tästä voidaan päätellä, että ainakin kyselyyn osallistuneet Vrajim Productions: in asiakkaat ovat täysi-ikäisiä. Sen sijaan kun tapahtumaa aletaan markkinoimaan, on kiinnitettävä huomiota myös ikärajan ilmoittamiseen ennen kuin asiakas ostaa lipun.

### 3.6 Kyselyn tavoitteiden toteutuminen tuloksiin nähden

Kyselytutkimus lähetettiin 40 asiakkaalle, mutta kaikki eivät vastanneet ja kaikkien vastauksia ei pystytty käsittelemään. Joissakin kysymyksissä oli vastattu liian moneen monivalinta kohtaan tai liian suppeasti.

Tavoitteena oli saada 40 ihmisen mielipiteet tulevan tapahtuman järjestämistä tarkastellen ja uutta näkökulmaa vastausten perusteella. Kun kävi ilmi, ettei kyselytutkimus onnistunut täysin, päädyttiin pitämään toteutettua tutkimusta lähinnä suuntaa antavana.

Koska kyselytutkimus käsiteltiin suuntaa antavana, oli tarpeellista selailta Vrajim Productions: ille lähetettyjä vapaamuotoisia palautteita läpi. Palautteita oli tullut sähköpostiin, jonka kautta kyselylomake lähetettiin.. Vapaamuotoiset kirjoitukset käsitelivät lähinnä niitä asioita, joista edellisissä tapahtumissa on pidetty. Lisäksi oli toiveita nimeltä mainittuna tietyistä ohjaajista.

Lopputuloksena päätellään, ettei kyselytutkimus palvellut täysin tarkoitustaan. Vaikka lopuksi tulokset käsiteltiin suuntaa antavina, alkuperäiset ideat tapahtuman sisällöstä ovat lähes yhdenmukaisia saatujen 26 vastaajan ajatusten kanssa ja nämä vastaukset huomioidaan tapahtumaa suunniteltaessa. Lisäksi vaikka vastaajajoukko oli pieni, yrittäjän ja vastaajien käsitykset osuvat joka tapauksessa yksin ja samoille linjoille, joten yrittäjällä on ainakin varmuus siitä, mitä asioita tapahtuman kannattaa tavoitella ja mitä siihen sisällytetään.

Kyselyn toteuttaminen toiseen maahan oli todella vaikeata. Vaikka Vrajim Productions on tunnettu Slovakiassa ja tunnit ovat loppuunmyytyjä, ei kyselyllä tavoitettu niin laajaa joukkoa, jotta oltaisi saatu asianmukainen otos.

Yleisesti ottaen suurin ongelma oli Slovakian kieli.. Kysely tehtiin englanniksi ja Slovakiassa kieli muodostui siten kyselyn osalta ongelmalliseksi. Vaikka vastauksia saatiin, on oltava kriittinen, sen suhteen, että ymmärretäänkö kysely varmasti. Kyselyn olisi voinut kääntää yrityksen yhteistyökumppanien avulla, mutta sitten kysymysten painotus tai muoto olisi voinut muuttua toisella kielellä. Ongelmana oli myös, kun vastaukset slovakiksi olisivat saapuneet, ne olisi pitänyt kääntää takaisin englanniksi. Tämä sai epäilemään, että kuinka relevantteja vastaukset siten olisivat tutkimuksen kannalta olleet.

Tapa, jolla kysely lähetettiin, oli asiakkaita huomioiden mahdollisesti huono. On todennäköistä, ettei sähköpostin kautta toteutettu kyselytutkimus mahdollisesti tavoittanut kaikkia asiakkaita.. Jumping Jam -yhteistyökumppanit sanoivat, että ihmiset lukevat huonosti sähköpostia. Sitä vastoin Facebook: issa saatua suoraa ja vapaamuotoista palautetta molemmilta kohderyhmiltä toukokuun 2013 tapahtumasta

tuli todella paljon. Tätä materiaalia voi käyttää suuntaa antavana, kun tapahtumaa ruvetaan suunnittelemaan ja mietitään mitä osallistujat tapahtumalta hakevat.

Apuna käytettiin myös vuoden 2012 kesän Jumping Jam -tapahtuman sekä niiden yhteydessä järjestettyjen Bailatino -tuntien jälkeen saapunutta vapaamuotoista asiakaspalautetta. Myös edellä mainittu Facebook:issa Vrajim Productions -sivuilla tullut vapaamuotoinen palaute on huomioitu.

Tulevan kevään 2014 tapahtuman sisältöön ja kehittämiseen asiakkaiden mielipiteiden lisäksi vaikuttavat myös yrittäjän omat ideat ja kokemukset perustuen siihen, mitä hän on keskustellut fitness -ammattilaisten sekä harrastajien kanssa. Vrajim Productions:in ammattitaito tuntee asiakkaat ja kyky sekä kokemus räätälöidä tapahtumasta sopiva molemmille kohderyhmille.

### **3.7 Kyselyn reliabelius ja validius**

Tutkimuksen perusasioihin kuuluvat sen reliabelius ja validius. Reliabeliuden kannalta tutkimuksen pitäisi olla luotettava ja toistettavissa mittaustulosten suhteen. Tulokset eivät saisi olla sattumanvaraisia, koska tutkimus pitäisi pystyä toistamaan samalla tavalla ja tulosten pitäisi olla samanlaiset aiempaan verrattuna. (Soininen 1995, 126-129.)

Vrajim Productions:in kanssa toteutettu kyselytutkimuksen luotettavuuden suhteen on sellainen ongelma, että tuloksia analysoidessa ei voida olla täysin varmoja kuinka suuressa määrin kieli oli ongelma. Yrittäjän yhteistyökumppanit yrittivät auttaa kyselyn lähettämisessä asiakkaille, joiden he arvelivat osaavan paremmin englantia. Tästä näkökulmasta arvioitaessa otosta, se ei ollut satunnainen.

Lisäksi yrittäjä itse tavoitteli yhteistyökumppaneita ja asiakkaita, jotka parhaiten taitavat englantia. Jo tässä vaiheessa asiakkaat olivat jo valikoituneet. Tämä huomioiden tutkimus ei ole toistettavissa.

Validiuden suhteen on tarkoitus miettiä juuri sitä tutkimusmenetelmää, jolla halutaan mitata tutkittavaa asiaa. Toisin sanoen mittaako tutkimusmenetelmä juuri sitä asiaa, jota haluttiin tutkia. (Inspirans.)

Kysely osalta saimme vastauksia juuri niihin kysymyksiin, jotka antavat tietoa, siitä mitä elämykselliseltä liikuntatapahtumalta odotetaan. Mutta toinen asia on taas, kuinka kattava saamamme tieto on. Vastaajia oli kuitenkin vain 26 kappaletta.

Näiden tosiasioiden tarkastelu johtaa siihen, että teetetty kyselytutkimus on ehkä jokseenkin arvoton. Siksi yrittäjän kanssa päädyttiin, että se on tukena ja suuntaa antavana muun palautteen ohella, jota on vapaamuotoisesti saatu tapahtuman järjestämisessä.

## **4 VAIHEITTAIN SUUNNITELTU FITNESS -TAPAHTUMA VRAJIM PRODUCTIONS: ILLE**

### **4.1 Fitness -tapahtuman suunnitteluvaihe**

Tapahtumaprosessiin kuuluvat suunnitteluvaihe, toteutusvaihe ja lisäksi jälkimarkkinointivaihe. Tapahtuman suunnitteluvaiheeseen kuuluvat itse hankkeen käynnistäminen, resursointi, ideointi ja erilaisten vaihtoehtojen punnitseminen. Siihen kuuluvat myös päätösten tekeminen ja organisointi. Kun nämä seikat ovat tarkasti suunniteltu, sanotaan, että tapahtuma on jo puoliksi valmis. On tärkeää, että jo tapahtuman suunnitteluvaiheessa otetaan mukaan kaikki, joiden panostusta tapahtuman toteuttamisessa tarvitaan ja joiden näkökulmat ja ideat halutaan mukaan. Näin varmistetaan kaikkien sitoutuminen tapahtuman tavoitteisiin ja todennäköisyys onnistumiselle on suurempi. Suunnitteluvaihe on myös ajallisesti kaikista pisin vaihe ja se vie paljon aikaa ja on tärkeää olla liikkeellä ajoissa mikäli tarvitaan tilavuokrauksia tai jotain muuta ulkoistettua oheispalvelua tapahtuman suhteen. Monia tapahtumia suunnitellaan jo monia kuukausia etukäteen ja joihinkin tapahtumiin jopa puolitoista vuotta aiemmin. (Helena Vallo & Eija Häyrinen 2012, 157–158.)

Tapahtumaa suunniteltaessa olisi hyvä ottaa käyttöön niin sanottu tapahtumabrief, joka kokoaa yhteen sellaiset kysymykset, joihin tapahtuman pitäisi antaa vastaus.

Järjestettävän tapahtuman pitäisi pystyä vastaamaan seuraavanlaisiin kysymyksiin:

1. Miksi tapahtuma järjestetään ja mitä sillä tavoitellaan?
2. Mitä ja kenelle halutaan viestiä?
3. Miten tapahtuma toteutetaan?
4. Mikä on tapahtuman sisältö ja sen tunnelma?
5. Ketkä toimivat isäntinä?

Näihin kysymyksiin olisi löydyttävä vastaus tapahtuman suunnitteluvaiheessa. (Helena Vallo & Eija Häyrinen 2012, 159.)

Tapahtuma järjestetään, koska tarkoituksena on luoda eritasoisille kuntoilijoille, ammattiliikkuville sekä matkailijoille avoin tapahtuma. Tapahtumalla halutaan saattaa yhteen kuntoilijat sekä matkailijat taustastaan riippumatta. Yrittäjä haluaa toteuttaa avoimen tapahtuman, koska on huomannut, että ohjaajakoulutukset houkuttelevat paljon ohjaajia, jotka haluavat uusia diplominsa tai tulevat seuraavan asteen koulutuksiin. Vastaavasti järjestettäessä tavallista liikuntatapahtumaa markkinointiin käytetä voimavaroja paljoa ja harva tulee paikalle. Tapahtumilta puuttuu siis näkyvyyttä. Esimerkkinä tästä tilanteesta, kun Vrajim Productions ohjaa ryhmäliikuntatunteja, asiakkaat ovat selkeästi ilmaisseet kiinnostusta normaaliin liikuntatapahtumaan, mutta markkinointi ei ole heitä tavoittanut.

Tapahtuman tarkoituksena olisi viestiä terveellistä elämäntapaa osana omaa arkea sekä yhteishenkeä liikunnan muodossa ja liittymistä pirteään aktiivisesti liikkuvaan joukkoon. Viestinä on, että jokainen taustastaan huolimatta voi tulla tapahtumaan ja tapahtuma on hyvä tilaisuus aloittaa esimerkiksi terveellinen elämäntapa.

Tapahtumalla halutaan myös viestiä, että se on tarpeeksi haastava kenelle tahansa, vaikka olisi erittäin hyvässä fyysisessä kunnossa, sieltä löytyy silti haastetta tarpeeksi ja on vaivan arvoista tulla kokeilemaan.



KUVA 2. Jumping Jam ja tanssitapahtuma kesällä 2012

Tapahtuman toteuttaa Vrajim Productions ja hänen yhteistyökumppaninsa Slovakiassa urheilutapahtumana areenalla, johon mahtuu 300 henkilöä. Tapahtuman vetäjinä toimivat Vrajim Productions sekä muut ohjaajat. Osa tapahtuman toteuttamisen kannalta olennaiset tekijät kuten valaistus, valokuvaus, rakentaminen sekä purkaminen



vuokrataan. Ei ole tarkoitus, että tapahtuman ideoivat vetäjät toteuttavat konkreettisesti kaiken itse, vaan osa palveluista vuokrataan ja rahoitus saadaan sponsoreilta ja yhteistyökumppaneilta, jotka omistavat Jumping Jam -lisenssin.

Tapahtuma on sisällöllisesti urheilullinen tapahtuma, johon on yhdistettynä tanssia ja hauskaa musiikkia. Ei ole tarvetta pukeutua erityisesti vain tuoda mukavat urheiluvaatteet mukaan sekä kevyet kengät, pyyhe sekä tarvittavat treenitavarat. Areenalta voi myös ostaa tarvittaessa asusteita ja kenkiä mikäli haluaa, muttei ole pakollista. Tunnelmasta halutaan aktiivinen ja pirteä. Tarkoitus on, että kommunikointi on aktiivista ja ihmiset tutustuvat toisiinsa ja ilmapiiri on avoin.

Henkilökunnan on oltava selvillä tapahtuman aikana omista vastuualueistaan. Koko henkilökunnan pitää olla tietoinen miten toimia ja missä vaiheessa. Lisäksi tapahtumalla on oltava isäntä tai johtaja, joka vie tapahtuman läpi. Isäntien pitää määritellä kaikkien järjestämiseen osallistuvien henkilöiden vastuualueet, toimenkuvat, tehtävät sekä aikataulut. (CPR -Group.)

On tärkeää, että tapahtuman isäntä on vastuullinen tapahtuman läpiviennin aikana. Hän on se, joka viime kädessä vastaa kaikista tarvittavista muutoksista tapahtuman aikana. Vaikka kaikki ei menisi aivan niin kuin on suunniteltu tapahtuman aikana, vieraat eivät sitä tiedä ja on tärkeää, että tilanne pystytään hoitamaan sulavasti ilman, että yleisö välttämättä huomaa. (Helena Vallo & Eija Häyrinen 2012, 161–162.)

Fitness -tapahtuman isäntinä toimivat Vrajim Productions ja hänen ohjaajatiiminsä. He myös vastaanottavat asiakkaat tapahtuman alkaessa. Tapahtuman sujuvuutta ja yhteistyötä paikallisten kanssa hoitavat Vrajim Productions -yrittäjän yhteistyökumppanit Slovakiassa. Yrittäjä on koko tapahtuman ajan lavalla pääohjaajana vetämässä toiminnallista osuutta, sekä huolehtii lavaohjelman toimivuudesta ja vaihdoista. Vrajim Productions huolehtii myös verkostoitumisesta liikuntaosuuden jälkeen sekä promoaa Jumping Jam -lisenssiä ja tulevia tapahtumia.

## 4.2 Kolme toteutusvaihetta Fitness -tapahtuman järjestämisessä

Tapahtuman toteuttamisvaihe on hetki, joka varsinaisesti toteuttaa tapahtuman ja toteuttaa suunnitelman. Jokaisen tapahtumassa työskentelevän on ymmärrettävä oma roolinsa ja osuutensa kokonaisuuden kannalta. Jotta tapahtumassa onnistuttaisiin, on yhteistyö sujuttava saumattomasti.

Toteutusvaihe on kolmiosainen:

1. Rakennusvaihe
2. Varsinainen tapahtuma
3. Purkuvaihe

### 4.2.1 Rakennusvaihe

Yleensä rakennusvaihe on toteutusvaiheen eniten aikaa vievä osuus. Tässä vaiheessa kulissit pystytetään ja rekvisiitta laitetaan kuntoon tapahtumaa varten. Itse tapahtuma on vähiten aikaa vievin osuus suhteessa rakennusvaiheeseen. Tapahtuma voi viedä tunteja, iltapäivän tai päivän tai kaksi. Tapahtuman jälkeen on purkuvaihe, joka on usein paljon nopeampi ja tehokkaammin toteutettavissa. (Helena Vallo & Eija Häyrinen 2012, 163–164.)

Tapahtumassa rakennusvaihetta tarkasteltaessa, monet palvelut ovat vuokrattuja. Myyntikojut, myytävät tuotteet, valot, tarvittava tekniikka ja liikunta-aktiviteetteihin tarvittavien välineiden asettelu ovat pääasiassa vuokrattuja palveluita ja vain vähän rakentamista on ohjaajatiimin vastuualueena. Ohjaajat hoitavat paikalle Jumping Jam - sekä Zumba Fitness -lisenssien tuotteiden edustajat, jotka pystyttävät omat myyntipisteensä. Mainostoimistolta on tilattu ständit ja mainonta.

Fitness -tapahtuman vuokrataan yrittäjän mukaan tekniikka, joka sisältää äänen, musiikin ja valotoiminnot. Siten on mahdollista keskittyä olennaiseen, eli varsinaisen

liikunnallisen show: n loistavaan tuottamiseen ja tapahtumasta saadaan ammattimaisen näköinen ja sitä se toki on.

Musiikissa ja äänessä on tapahtumien voima. Tapahtumissa musiikkia voidaan käyttää todella elämyksellisesti ja sillä voidaan virittää tunnelmaa. Jo ennen varsinaista tapahtumaa, voidaan soittaa tunnelmaan sopivaa musiikkia. Odotusmusiikkia olisikin suotavaa soittaa aina, kun aloitus viipyy tai tapahtumaan saavutaan eri aikoihin. (Helena Vallo & Eija Häyrinen 20212,170.)

Tapahtuman rakennusvaiheessa on erityisesti huomioitu musiikki, jota soitetaan jo siitä hetkestä asti, kun asiakas ilmoittautuu ja viimeisen asiakkaan poistumiseen saakka. Musiikki on Vrajim Productions -yrittäjälle tärkeä ja hän pääasiassa laatii kaiken musiikin. Musiikki sopii tapahtumiin mainiosti ja pienellä musiikkikatkelmalla saadaan tavanomaisesta tapahtumasta viihtyisä. Musiikin on sovittava teemaan ja haluttuun mielikuvaan (Helena Vallo & Eija Häyrinen 20212,170.) Fitness -tapahtumassa musiikki on olennainen osa järjestäjille halutun tunnelman sekä teeman aikaansaamiseksi. Lisäksi se tekee areenasta juuri tähän tapahtumaan sopivan. Monet vetävästä tiimistä ovat erittäin musikaalisia, joten musiikkiin kiinnitetään paljon huomiota, mutta myös sen kuulumiseen, sillä se ei saa peittää alleen puheääniä, mikä onkin tekniikan vastuualue.

Tekniikan suhteen tulisi aina varmistaa, mitä teknisiä valmiuksia tapahtumatiloissa on käytettävissä. Ei kannata tehdä oletuksia paikalla olevan varustuksen suhteen. Etukäteen täytyy varmistaa, mitä tietoliikenneyhteyksiä tai teknisiä valmiuksia esitykset ja esiintyjät tarvitsevat. Jos joku esiintyjistä haluaa käyttää omaa tietokonettaan, on varmistettava etukäteen, että laitteet ovat yhteensopivia. Ennen tapahtumaa on myös tarkistettava, että on tarvittava määrä sähkövirtaa tapahtumaa varten sen vaatimiin lavasteisiin ja tekniikkaan. Tekniikan pettämisen varalta on sovittava etukäteen, kuka ryhtyy selvittämään ongelmaa. Kun ollaan tekemässä ammattimaista tapahtumaa, suosituksena on käyttää aina tekniikkaan erikoistuneita alihankkijoita. Nämä löytää parhaiten tapahtumatoimistojen kautta. (Helena Vallo & Eija Häyrinen 20212,171.)

Tapahtuman ohjaajat lähettävät musiikin tekniikalle aikaisin, jotta se olisi varmasti yhteensopiva. Ohjaajat sovittavat liikuttavat mikit, että ne istuvat omaat päähän. Tapahtuman rakentamisvaihetta ajatellen ohjaajien tarvitsee käydä areenalla

testaamassa laitteidensa toimivuus ja vetämässä koetunti, jotta tiedetään miten valojen kohdistaminen ja ääni kuuluvat. Ohjaajatiimin vastuualueena on tuoda vastaanoton kalusteet, henkilökunta paikalle sekä tekniikka vastaanottoon, kuten esimerkiksi tietokone. Pääasiassa tekninen osaaminen on vuokrattu palvelu..

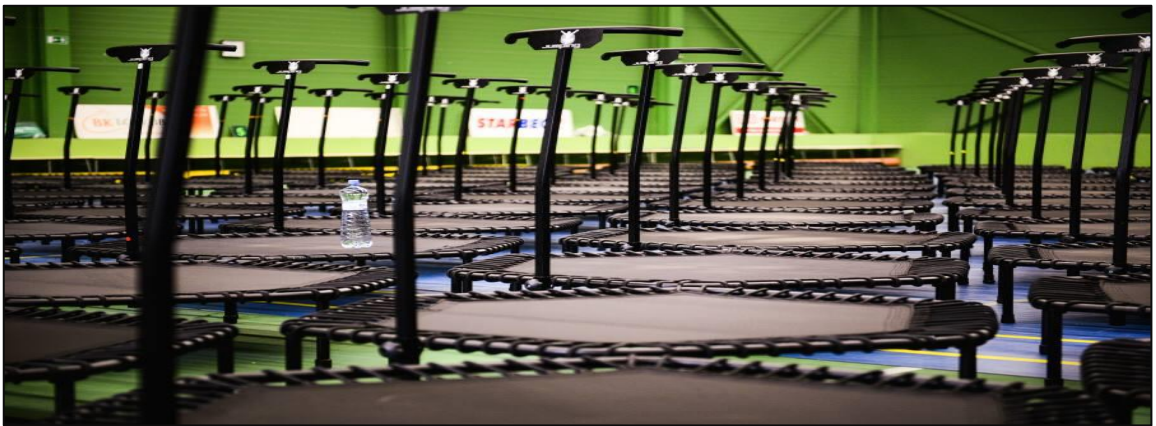
Kaikissa tapahtumissa turvallisuuden on oltava kunnossa. Vastuu tapahtuman turvallisuudesta on aina järjestäjillä. Joihinkin tilaisuuksiin voi olla tarkoituksenmukaista hankkia järjestyksenvalvojia. Toisinaan tarvitaan pelastus -tai turvallisuussuunnitelma. Turvallisuuteen on kiinnitettävä, erityishuomiota, jos on kyse kansainvälisestä tapahtumasta ja mukana on eri maiden kansalaisia, poliittisia tai uskonnollisia päättäjiä tai organisaation ylintä johtoa. Turvallisuuden varmistaminen asianmukaisesti pelastaa monilta harmeilta. Turvallisuussuunnitelman tarkoituksena on kartoittaa mahdolliset riskit ja ennaltaehkäistä ne. Turvallisuuden suhteen hyvä yhteistyökumppani on tärkeä, jonka kanssa voi sopia ensiavun palveluista. Pääsääntönä on se, että paikalla on oltava ensiaputaitoista henkilökuntaa. On suositeltavaa jopa ensiapu -kurssin suorittaminen, mikäli yritykselle tapahtumanjärjestäminen on jatkuvaa. (Helena Vallo & Eija Häyrinen 20212,179–180.)

Ohjelman järjestäjillä on yleensä omat vakuutukset. Tapahtumatoimistoilla ja organisaatioilla on omat vakuutukset, mutta vakuutusyhtiöön kannattaa ottaa aina yhteyttä epäselvissä tilanteissa. (Helena Vallo & Eija Häyrinen 20212,180.)

Fitness -tapahtumassa tapahtuman turvallisuuteen vaikuttavat myös Slovakian oma lainsäädäntö tapahtumanjärjestämisestä. Tämän lainsäädännön yksityiskohtainen ymmärtäminen on tuottanut hieman vaikeuksia. Slovakiassa Fitness -tapahtumaa järjestävät kollegat tuntevat lainsäädännön ja turvallisuuspalvelu tullaan vuokraamaan, joten asia helpottuu.

Vrajim Productions: illa on vakuutus, joka kattaa hänen järjestämänsä tapahtuman aikana osallistujille sattuneet vahingot. Vakuutus kattaa myös vahingon tapahtumasta, vaikka yritys olisi yksi muista tapahtumanjärjestäjistä ja korvaukset mahdollisista vahingoista saadaan myös osallistujille tapahtuneista vahingoista, jotka tapahtuvat Euroopan Unionin maissa. Tapahtuman on kuitenkin täytettävä vakuutusasiakirjassa mainitut kriteerit eikä yrittäjä saa laiminlyödä esimerkiksi liikuntatapahtumassa asiakkaalle tekniikan opastusta, joka ennaltaehkäisee loukkaantumisia. (Tryg yrittäjävakuutusasiakirja, 2011.)

Tapahtumaan mahtuu 300 osallistujaa, mutta osallistujamäärää on vielä tarkennettava. Pukuhuoneissa on 560 ihmiselle lukolliset kaapit. Vessoja on 20 kappaletta pukuhuoneissa. Vastaanoton luona on kolme naisten vessaa ja kolme miesten. Areena on kuin suuri liikuntastudio ja se on suunniteltu ensisijaisesti liikunnallisille tapahtumille. Siten ilmanvaihto on loistava. Turvallisuuden kannalta on olennaista miettiä myydäänkö areenan koko kapasiteettia kuitenkaan täyteen. Tämä siksi, koska areenalla olevat trampoliinit vievät tilaa. Trampoliinien väliin on jätettävä tilaa kulkea sekä trampoliinilla olijien on mahdollista toteuttaa treeninsä. Trampoliinin halkaisijan lisäksi väliä vierekkäiseen trampoliiniin on oltava 75 senttimetriä ainakin. Ja edessä ja takana oleviin 150 senttimetriä, jotta trampoliinien edestä ja takaa pääsee kulkemaan sujuvasti. Ohjaajajättimi kokoaa noin 200 trampoliinia kuntosalilta ja kuljettaa ne areenalle, jonne ne vuokrattu palvelu asettelee. (Vrajim Productions.)



KUVA 3. Trampoliinien asettelu ei saa olla liian tiheä

Hätätilannetta ajatellen trampoliinien ympäristö ei myöskään voi olla aivan täynnä. Siksi areenalle ei saa tuoda treenikasseja tai muita tarvikkeita, joita treenin aikana ei tarvitse. Siksi säilytyskaappeja on varattu. Liikunnallinen osuus on varsinainen päätapahtuma ja suhteellisen lyhyt verrattuna kaikkeen tapahtuman rakentamiseen, purkuun ja yleiseen suunnitteluun nähden niin kuin Helena Vallo & Eija Häyrinen kirjassaan Tapahtuma on tilaisuus kertovat.

#### 4.2.2 Tapahtuma alkaa Banska YONEZ Bystrika -areenalla

Ennen varsinaista tapahtumapäivää käydään läpi tapahtuma vielä kokonaisuudessaan. Näitä kutsutaan kenraaliharjoituksiksi. Kenraaliharjoitukset on suositeltavaa pitää, mikäli kyseessä on suuri tapahtuma, useita esiintyjiä sekä erityyppisiä esityksiä. Kaikki on tarkistettava etukäteen, esimerkiksi toimivatko tekniikka, videot, tietokoneyhteydet, äänentoisto ja muut vastaavat laitteet. Etukäteen on hyvä käydä esiintymisjärjestys, esiintulo ja tekniikka. Kenraaliharjoitukset on hyvä pitää, kun koko tapahtuma on lähes valmiiksi rakennettu usein samana päivänä ennen varsinaista tapahtumaa. (Helena Vallo & Eija Häyrinen 2012, 164–165.)

Vrajim Productions yrittäjänä toteaa, että kenraaliharjoitukset eivät ole niin perusteelliset kuin Helena Vallon ja Eija Häyrisen kirjassa Tapahtuma on tilaisuus käsitelty osuus kenraaliharjoituksista. Vrajim Productions kertoo, että muutamaa tuntia ennen tapahtumaa he käyvät tapahtuman vetävien ohjaajien kanssa tarkistamassa päähän laitettavien mikkien toimivuuden, musiikin laadun ja areenan tarvittavien välineiden järjestyksen sekä tekevät yleiskatsauksen. He myös harjoittelevat liikkumisen lavalla mikin kanssa ja katsovat tilan määrän liikuessaan. Sen enempää he eivät harjoittele.

Ilmoittautumispisteessä osallistujat otetaan vastaan ja heille annetaan mahdollinen nimikyltti, tapahtuman materiaali ja heidät opastetaan eteenpäin. Ilmoittautumispisteen sujuva, joustava ja huomaavainen palvelu on tärkeää. Jo tässä vaiheessa, osallistuja saa käsityksen tapahtuman tunnelmasta. Joskus on suositeltavaa, että pääisäntä kättelee vieraat jo ennen ilmoittautumista (Helena Vallo & Eija Häyrinen 2012, 174–175.)

Tapahtuman alustava toteutumispäivä on ensimmäinen toukokuuta 2014. Tapahtuma alkaa päivällä kello yksi Banska Bystrica YONEX -areenalla ja ilmoittautumiset tapahtumaan alkavat vähintään tuntia aikaisemmin. Kun tapahtumapaikalle saavutaan, sisääntulon luona ilmoittautumisen yhteydessä on reipas ja hyväntuulinen henkilökunta toivottamassa tervetulleeksi ja opastamassa eteenpäin. Koska osallistujia areenalle mahtuu 300 henkilöä, on vastaanotossa ilmoittautumisen sujuttava ripeästi ja ystävällisesti. Vastaanotossa on ilmoittautumisia hoitamassa osa vetävistä ohjaajista.

Yleensä ilmoittautumispisteissä on vieraiden nimet aakkostettuina, joko henkilön tai organisaation nimen mukaan. Jos tapahtuma on suuri ja kaikki saapuvat samaan aikaan, tarvitaan ilmoittautumiseen tarpeeksi henkilökuntaa. Tässä vaiheessa voi syntyä koko tapahtuman sydän, mikäli jo vastaanotossa henkilökunta onnistuu kiitettävällä ja huomaavaisella palvelulla työssään. (Helena Vallo & Eija Häyrinen 2021, 175–176.)

Fitness -tapahtumassa osallistujien nimet ovat aakkostettuina listassa, josta etsitään osallistujan nimi rekisteröintitodistusta vastaan. Myös vastaanotossa olevilla tapahtuman vetäjillä on nimikyltit ja he luovat jo alussa yhteishengen tunnelmaa, koska ovat vastassa asiakkaita. Sitä vastoin, ne jotka eivät loppujen lopuksi saavu paikalle, heille ei jälkikäteen lähetetä valokuvaa, mutta jälkimarkkinointimateriaalia kyllä.



KUVA 4. Vrajim Productions ja yhteistyökumppaneita tekemässä valmisteluja areenalla

Tapahtumapaikalle saavuttuaan osallistuja saa rannekkeen ilmoittautumisestaan vastaan. Ranneke näytetään studioon tultaessa ja siten asiakas kävelee trampoliinin luokse. Kello 13.00 tapahtuma alkaa ja paikalle saapuvat ohjaajat sekä Vrajim Productions toivottaen kaikki tervetulleiksi ja ohjaajat esittelevät itsensä vuorotellen sekä kertovat jotain itsestään. Ohjaajien on myös mainittava tapahtuman alussa myytävät oheistuotteet ja palvelut lyhyesti. Tärkein ja olennaisin on kuitenkin tervetuloitovotus.

Ensimmäinen tunti on Jumping Jam -tunti, joka tapahtumaa markkinoitaessa kantaa nimeä Jumping Party. Jumping party -tunnissa on yhdisteltynä Jumping Jam -lihaskuntoliikkeitä tanssiin. Tunnin on toisin sanoen tarkoitus olla sekoitus Jumping Jam -tunti yhdistettynä Zumba Fitness -tanssiliikkeisiin. Jumping Jam on helppoa ja hauskaa sekä tuttua kaikille. Kaikkien on helppo päästä mukaan, mutta Jumping Jam -liikkeet tarjoavat kuitenkin sopivan haasteen sitä etsiville.

Kello 14.00 alkaa toinen tunti Latin Party. Tunti on tanssitunti, jossa on vaikutteita eri latinalaistansseista kuten merengue, reggaeton, cumbia ja bachata. Modernia rytmikkyyttä tuntiin tuo osittain hip hop -tanssin yhdistely liikkeisiin, jolla voidaan helpottaa rytmiä ja liikkeiden sitovuutta toisiinsa eikä tunti ole siten liian haastava koreografisesti.

Tunti alkaa ensin rauhallisesti, sillä edellinen tunti on juuri palauttanut sykkeen rauhallisemmalle tasolle. Tunti alkaa aluksi merengue -tanssilla, joka on helppo samaa askelkuviota toistava tanssi varioiden liikeratoja. Samalla venytellään ylävartaloa.

Merengue -tanssilla aloitetaan siksi, että kaikki pääsisivät mukaan nopeasti ja merengue mahdollistaa sellaisten kappaleiden soittamisen, jotka ovat kansainvälisesti tunnettuja. Kokemuksien perusteella osallistujat innostuvat aina eniten jos kappaleiden joukossa on sellainen, jonka he tunnistavat.

Merengue -osuuden jälkeen seuraa reggaeton, josta on tullut hyvin nopeasti jopa Euroopassa suosittu urbaani -tanssi ja monille musiikki on jo tuttua. Tanssi on ollut jo itsessään todella suosittua Slovakiassa ja siksi se on otettu mukaan. Reggaeton antaa haastetta osallistujien liikkuvuuteen ja varsinkin monelle ohjaajalle tai muuten selän tai rintakehän liikkumattomuudesta kärsivälle reggaeton on hauska ja haastava tapa harjoittaa oman kehonsa liikkuvuutta. (Zumba Fitness –ohjaajakoulutuskansio, 2012.) Yleisesti ottaen tanssi parantaa lihasten liikkuvuutta, stimuloi verenkiertoa ja parantaa kestävyyttä (Martínez, Marina). Reggaeton -rytmi on helppo ja mukaansatempaava, mutta samalla reisilihakset joutuvat koetukselle. Tämä osuus tarjoaa haastetta niin ammattitason liikkujalle kuin kuntoaan parantavalle.



Latin Party tuntiin otetaan mukaan myös hauskaa ja rentoa cumbia -tanssia, johon pääsee helposti mukaan. Tämän osuuden on tarkoitus olla viihdyttävä. Ohjaaja Vrajim Productions on tässä loistava ja pystyy yhdistelemään helppoja liikkeitä tanssiessa omiin keksimiinsä. Tarkoituksena on, että jokainen nauraa tässä vaiheessa ja yrittää seurata, vaikka eivät osaisikaan aivan samalla tavalla kuin Vrajim Productions ja ohjaajat. Tarkoituksena on, että cumbia -osuudessa myös jokainen ohjaaja tekee omalla tavallaan varioiden ohjattua liikettä ja osaisi nauraa itselleen. Tanssiosuus viestii osallistujalle, että liikunta ja tanssi voi olla hauskaa. Tärkeintä ei ole oikealla tekniikalla tanssiminen vaan osallistumien. Ohjaajien osuus on tässä osuudessa merkittävä ja heidän on saatava luotua tämä kontakti osallistujiiimme ja viihdytettävä heitä. Tarkoituksena on ryhmähengen ja yhteisöllisyyden tunteen saavuttaminen.

Cumbia -osuuden jälkeen pidetään juomatauko ja aloitetaan reippaasti Street Salsa -osuudella. Se on hip hop -tanssia yhdistettynä salsaan. Se on dynaamista ja helppoa mutta kuitenkin latino vaikutukset säilyvät. Se tarjoaa sopivan haasteen, mutta koska yksinkertaiset salsa -liikkeet yhdistetään sekä yksinkertaistetaan hip hop -liikkeillä, se on mahdollista toteuttaa murtamatta hauskaa ja rentoa yhteishengen tunnelmaa. Street Salsa on myös hauska osuus niille, jotka muuten kuuntelevat tai ovat harrastaneet hip hop -tanssia. (Aerobic Fitness Magazine, 2013.)

Tunti loppuu 14.45 rauhallisen ja romanttisen bachata -musiikin soidessa venyttelyyn. Se on rentoutumisen ja juomatauon aika sekä haaveilun. Tässä kohdassa palautetaan syke takaisin normaalille tasolle ja hengitetään. Vrajim Productions näyttää muutaman hauskan bachata -liikkeen lopussa, jotta tunti loppusi hymyileviin asiakkaisiin.

Kello kolme viidentoista minuutin tauon jälkeen alkaa Fast Zumba Fitness -tunti, joka kestää vain puolituntia. Zumba Fitness -tunti koostuu Zumba Fitness -lisenssin luomista liikkeistä, joihin yrittäjä Vrajim Productions on lisännyt omia osuuksiaan huomioiden asiakaskuntaansa ja luoden heihin paremman kontaktin. Vrajim Productions -yrittäjälle on erittäin tärkeää, että hän voi räätälöidä tunteja oman näköisikseen sekä asiakkaidensa profiiliin sopivaksi. Siksi hän käyttää Zumba Fitness -tunneilla omia koreografioita sekä omaa musiikkiaan. Tärkeää puolentunnin Zumba Fitness -tunnissa on säilyttää myös kontakti asiakkaisiin, joka on luotu tapahtuman alussa.

Ohjelma ei saa missään vaiheessa niin sanotusti lässähtää. Siksi myös tässäkin tunnissa ohjaajat varioivat liikkeitään osittain hauskuuttaakseen osallistujia. On tärkeää, että osallistujat näkevät tapahtuman vetäjät myös tavallisina ihmisinä, jotka pitävät hauskaa ja tekevät tanssiliikkeitä omalla tyyllillään, eikä ylivertaisina ja täydellisinä liikkujina.

Taukoja on hyvä pitää säännöllisesti, jotta osallistujat pääsevät jaloittelemaan tai huilaamaan. Taukojen pituus riippuu tapahtuman osallistujamäärästä, tilojen ilmanvaihdosta, vessojen lukumäärästä sekä tarjoilusta ja kaiken sujuvuudesta. Kaikki nämä täytyy osata ennalta arvioida. Viihdetapahtumassa on huomioitava muun muassa se, kuinka monta esiintyjää on ja kuinka pitkiä esitykset ovat ja kuka on pääesiintyjä (Helena Vallo & Eija Häyrinen 2021,167.) Fitness -tapahtumassa vesitauot pidetään ensisijaisesti aina kun siltä tuntuu, mutta myös aikataulussa on huomioitu varsinaiset levähdystauot. Niitä myös pidetään tuntien aikana ohjaajan kertomana ja ne on koreografioiden teossa huomioitu.

Fast Zumba Fitness -tunnin jälkeen voi olla viidentoista minuutin juomatauko ja sen jälkeen 30 minuutin lihaskunto-osuus. Todellista lihaskuntoa hakevat tai lihaskuntoonsa parannusta etsivät kokevat tässä osuudessa henkilökohtaisen haasteen. Tarkoitus on, että kaikki osallistuvat, sillä 30 minuuttia on tarpeeksi lyhyt aika, mutta tarpeeksi pitkä aika tehdä pieni tehotreeni (Mc Ginnis, Biomechanics of sport and exercise 2005, 283-288.) Tämä tehotreeni osuus käsittää kolme erilaista etunojapunnerrusta, vinot vatsalihakset, syvät vatsalihakset sekä alaselän. Tallain saadaan lyhyessä ajassa tehokas kuluttava treeni ja avattua syvät lihakset (Richardson, Jull, Hodges, Hides, Therapeutic exercise for spinal segmental stabilization in low back pain 1999, 79) Streching therapy 2008, 143–151.) Ilman vahvaa alaselkää ei voi olla voimakkaita vatsalihaksia (Karpenko Mike). Lihaskunto -osuus loppuu kello 16.15 venyttelyyn ja rauhalliseen hengitykseen, jota on 16.30 asti. Venyttely on tärkeä rankan treenin jälkeen, jotta keho voi palautua (Ylinen, Streching therapy 2008, 143–151.)

Puoli viisi iltapäivällä loppuu aktiivinen liikuntaosuus. Tämän jälkeen on kuuteen asti aikaa vaihtaa vaatteita, käydä suihkussa ja jutella uusien ja vanhojen tuttavien kanssa sekä verkostoitua. Areenalla on verkostoitumisen sekä oheistuotteiden myynnin tarkoituksena järjestää lounaspaikka ja kahvila, joissa voi tilata terveellistä syötävää sekä välipalaa ja harrastaa nimenomaan verkostoitumista. Nämä ovat toimineen edellisinä vuosina hyvin ja tapahtuman vetäjät ovat aktiivisesti olleet mukana osallistujien kanssa lounastamassa.

Oheismyyntiin liittyen areenalla tullaan myymään lukuisia Jumping Jam sekä Zumba Fitness -fanituotteita. Tuotteiden myyntipisteet ovat osoittautuneet erinomaiseksi kohtaamispaikaksi jutella, ja vaihtaa sananen. Verkostoitumisen kannalta tarjolla on henkilökohtaista ohjausta kuntoilussa sekä mahdollisuus laatia ohjaajan kanssa henkilökohtainen kuntosuunnitelma. Siten myös kokemattomammat kuntoilijat huomaavat, että heidät on huomioitu tarjonnassa.

Aktiivisen liikuntaosuuden jälkeen ohjaajat kiertelevät areenalla keskustellen ja kysellen mielipiteitä osallistujilta. Ohjaajat ystävystyvät ja luovat kontaktin osallistujiin kasvotusten pelkän areenalla esiintymisalavan lisäksi. Tarkoituksena on saada lähempi kontakti tapahtumaan tulleeseen kohderyhmään ja siten heidät saa paremmin paikalle uudemman kerran, kun tapahtuman vetävät ohjaajat eivät tunnu etäisiltä.

Vrajim Productions sekä ohjaajatiimi Slovakiassa ovat huomanneet, että nämä henkilökohtaisesti luodut kontaktit asiakkaiden kanssa, ovat osoittautuneet hyödyllisiksi, sillä moni edellisessä tapahtumassa ollut tulee uusiin tapahtumiin ja usein tuo uuden henkilön mukanaan. Tapahtumiin on helpompi tulla, kun tuntee ihmisiä. Tapahtuman tarkoitus on antaa osallistujille halun oppia enemmän ja kehittää itseään. Se on kevään 2014 Fitness -tapahtuman yksi tavoite.

**VRAJIM cvičí s VAMI:**

**STREDA 12.6.**  
18:00 Mexican MOVES  
19:00 Jumping

**ŠTVRTOK 13.6.**  
18:00 Jumping  
19:00 Mexican MOVES

**PIATOK 14.6.**  
17:00-19:00  
LETNÁ Jumping FUN  
FORMOVÁČKA

**SOBOTA 15.6.**  
Školenie pre Jumping  
Inštruktorov  
Jumping PÁRTY

**SOBOTA večer:**  
Latino Párty

**NEDEĽA 16.6**  
Školenie pre Jumping  
Inštruktorov  
Jumping POWER

**PONDELOK 17.6.**  
18:00 Funkčný tréning  
19:00 Mexican MOVES

**UTOROK 18.6.**  
17:00 Kardio KICK  
BOX/MMA/  
18:00 Jumping

**STREDA 19.6.**  
18:00 TABATA  
19:00 Jumping

**ŠTVRTOK 20.6.**  
18:00 Jumping  
19:00 Mexican MOVES

**PIATOK 21.6.**  
17:00 Mexican MOVES  
18:00 Funkčný tréning

**PONDELOK 24.6.**  
18:00 Jumping  
19:00 Kardio KICK BOX

**vyberte si pohyby, aké len chcete...**

**iGi Fit plný MEXIKA**

Vlado Veverka / www.vladoveverka.sk  
AMRO ZARBALE V MEXIKU

KUVA 5. Malli aikataulusta Jumping Jam/ tanssi – tapahtumasta vuodelta 2012

Lähes joka tapahtumassa on jaettavaa materiaalia.. On pohdittava etukäteen mitä materiaalia jaetaan ja missä vaiheessa. Joskus on tarkoituksenmukaisempaa, että ohjelmaa ei jaeta, vaan se käydään juontajan johdolla läpi tervetuloitovotuksen yhteydessä. Joskus ohjelma on hyvä jakaa osallistujille ilmoittautumisen yhteydessä (Helena Vallo & Eija Häyrinen 2012,172.) Tähän kohtaan voisi todeta, että keväällä järjestettävässä tapahtumassa materiaalia tullaan jakamaan ilmoittautumisen yhteydessä, kun osallistujat saapuvat Banska Bystrika YONEX -areenalle. Ilmoittautumisessa osallistujat esittävät rekisteröinti-ilmoituksensa, jonka he ovat tulostaneet sähköpostistaan. Sitä vastaan osallistuja saa päiväksi kumisen rannekkeen, joka kestää treenin. Hän saa vihkosen, jossa on kerrottuna ohjelma sekä lyhyesti selitetty päivän treenien sisältöä.

Tapahtuma voi videoida, ja video voidaan esittää Internetissä reaaliaikaisesti. Videoitua materiaalia voidaan hyödyntää osaksi tai kokonaan vaikkapa jossakin sisäisessä tapahtumassa ja siitä voidaan oppia seuraavaa tapahtumaa varten. Tapahtumasta kannattaa aina ottaa myös kuvia ja ne ovat hyödyllisiä, kun mietitään seuraavaa tapahtumanjärjestämistä. Mukava idea on myös lähettää tapahtumaan osallistuville jälkimarkkinointilähetyksen yhteydessä kuva tapahtumasta (Helena Vallo & Eija Häyrinen 2012,173.) Fitness -tapahtumassa jälkimarkkinoinnista huolehtivat

tapahtuman järjestäneet vetäjät. Lopuksi otetaan iso ryhmäkuvia ja kuvia ohjaajien kanssa. Näitä kuvia laitetaan Internet -sivuille, mutta myös omilla kameroilla otetaan paljon kuvia. Osallistujamäärästä riippuen pyritään myös ottamaan suuri kuva, jossa olisivat kaikki osallistujat ja tämä kuva lähetetään jälkikäteen heille. Tosin ongelmana on ollut aikaisemmin, että osallistujia on ollut yli 200 ja suurta ryhmäkuvaa otettaessa, hahmot jäävät kovin pieneksi. Fitness -tapahtumasta otetaan myös videoita ja kuvia tuleviin markkinointitarkoituksiin. Tätä varten palkataan henkilö ottamaan ammattimaisia kuvia ja videoita, jotta niitä voidaan käyttää markkinoinnin tarkoituksiin ja ne näyttävät laadukkailta.

Vrajim Productions huomauttaa on tärkeää, että ammattilainen osaa kuvata juuri oikeita tilanteita ja hetkiä, jotta parhaat kohdat Fitness -tapahtumasta saadaan ikuistettua. Lisäksi osallistujille pitää ilmoittaa etukäteen tapahtumassa tapahtumasta kuvaamisesta.



KUVA 6. Malli mainoksesta toukokuulta 2013

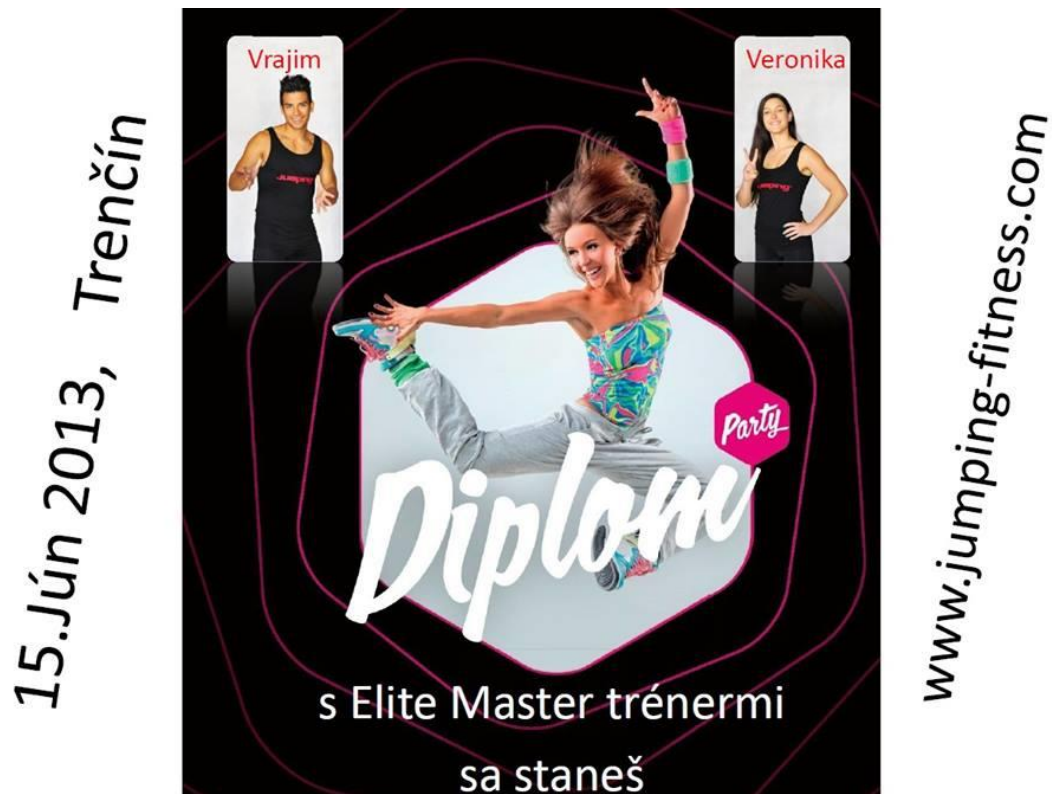
Lisäksi tapahtumapaikan löytämisen täytyy olla osallistujille helppoa ja opasteiden on oltava selkeitä. Osallistumisen esteitä on poistettava tai madallettava. Mikäli tapahtumaan on tulossa eri kansalaisuuksia, on kylttejä oltava eri kielillä. Fitness -tapahtumaan osallistuvista osa jo tietää paikan, mutta kaikille lähetetään sähköpostitse kartta ja tietoa paikasta ja sen sijainnista. Lisäksi heillä on mahdollisuus kysyä sähköpostitse lisätietoa. Tosin sähköpostitse tullaan lähettämään kartan lisäksi tietoa

niistä julkisista kuluvälineistä, joilla areenalle pääsee. Sähköpostimateriaalissa kerrotaan myös miten lentokentältä tai lähimmältä bussi -asemalta pääsee areenalle, mikäli asiakas tulee kauempaa. Materiaalissa kerrotaan myös hinnat. Jos osallistujia tulee omalla autolla, sähköpostimateriaalissa on myös kerrottava paikoituksesta areenan luona. Lisäksi mahdollisuus pyöräparkkiin löytyy. Yhteiskuljetuksia sitä vastoin ei tulla järjestämään, vaan osallistujien on itse tultava paikalle.

### **4.3 Jälkimarkkinointi ja kiitos**

Tapahtuman jälkeen alkaa jälkimarkkinointi. Yksinkertaisimmillaan se voi olla materiaalin toimitus, kiitoskortin toimittaminen tai giveaway -lahjan toimittaminen ja lähettäminen osallistujille. (Helena Vallo & Eija Häyrinen 2021,180.)

Fitness -tapahtumassa osallistujille on varattu giveaway -lahjat, jotka ovat promootiotuotteita sisältävät kangasreput, joissa on Jumping Jam -merkki. He saavat myös oman diplomin osallistumisestaan. Jumping Jam -merkki on tuotteissa, koska Vrajim Productions -yrittäjän yhteistyökumppanit maksavat Jumping Jam -lisenssimaksua. He saavat siten painattaa tuotteita, joissa on Jumping Jam -merkki tai logo. Tapahtumasta ei lähetetä kiitoskorttia, mutta kotiin osallistujat saavat suuren ryhmävalokuvan.



KUVA 7. Diplomista tehty mainos kesältä 2013

Jälkimarkkinointiin kuuluu aina palautteen kerääminen sekä omasta organisaatiosta sekä osallistujilta. Keräystä palautteesta tapahtumanjärjestäjä kokoaa yhteenvedon, analysoi ja oppii siitä. Seuraavan tapahtumansuunnittelu voi alkaa saaduista palautteista. Siten tapahtumaprosessi on jatkuva oppimisprosessi organisaatiolle ja siitä kehkeytyy myös valtaisa oppimispääoma (Helena Vallo & Eija Häyrinen 20212,180.) Palautteen tehtävänä on myös saada selville, miten osallistujat kokivat tapahtuman. Halutaan tietää esimerkiksi päästiinkö tavoitteeseen ja kokivatko osallistujat ja saivatko he tapahtumasta sitä mitä hakivat. Tarkoituksena on selvittää mitä voidaan seuraavalla kerralla parantaa sekä mikä oli kiitettävää. Saatua palautetta tullaan vertaamaan lähtötilanteeseen. Palaute voidaan kerätä kirjallisella tai sähköisellä palautelomakkeella, sähköpostitse tai vaikka puhelimitse jälkikäteen. Kirjallinen palaute kannattaa tehdä lopuksi, ennen poislähtemistä. Nykyisin toimiva vaihtoehto on palaute sähköpostilla tai Internetissä. Kuitenkin olisi hyvä tarkistaa, että sähköpostiosoitteet ovat käytettävissä. Palautelomake kannattaa tehdä tapahtumakohtaisesti ja kysymykset tulisi laatia siten, että kysymyksillä saadaan mahdollisimman kattava kuva. (Helena Vallo & Eija Häyrinen 20212,184–185.)

Fitness -tapahtuman suhteen palautteen kerääminen poikkeaa hieman edellä mainitusta ja se herättää hieman pohdintoja ennen varsinaista päätöstä miten palaute tapahtumasta tullaan keräämään. Vrajim Productions: in Slovakiassa asuvien kollegojen mukaan ja yrittäjän oman kokemuksen perusteella, Slovakiassa ollaan paljon aktiivisempia antamaan palautetta itse tapahtumassa ja sen jälkeen kasvotusten. Osallistujat ovat sosiaalisesti aktiivisia ja juttelevat mielellään ja antavat palautteen tilanteessa.

Toinen aktiivisen palautteen antamisen paikka on ollut Facebook -sivut. Aiemmissa tapahtumissa olevat ovat aktiivisesti antaneet palautetta myös Facebook -sivuilla joko kommentoimalla tapahtumakuvia ja siten antaen mielipiteensä tapahtumasta tai lähettäneet viestiä. Palautetta pohtien, lienee tarkoituksenmukaista hankkia palautetta kasvotusten sekä ylläpitää aktiivisesti tapahtuman Facebook -sivuja, sillä ihmiset tuntuvat Slovakiassa olevat aktiivisempia antamaan palautteen suoraan Facebook -sivuilla ja kasvotusten. Sivulla tapahtuman vetäjiin saa myös yhteyttä jälkikäteen.

Fitness -tapahtumassa palautteen antaminen kasvotusten onnistuu hyvin, sillä aktiivisen urheilullisen osuuden jälkeen on varattu melkein kaksi tuntia aikaa sosiaaliselle toiminnalle. Ohjaajat ovat kiertämässä osallistujien luona, joten olosuhteet palautteelle ovat olemassa. Lisäksi yrittäjä Vrajim Productions kertoo kyselevänsä aktiivisesti jokaisen tapahtuman jälkeen osallistujilta heidän mielipiteitänsä.

Jälkimarkkinointiin kuuluvat myös kiitos osallistujille sekä henkilökunnalle että isännille. Tapahtumaa suunnittelemassa ja etenkin itse tapahtumassa on paljon työvoimaa. Esimerkiksi paikalla on ollut yhteistyökumppaneita, alihankkijoita, esiintyjiä ja puhujia. Hyviin tapoihin ja hyvin suunniteltuun tapahtumaan kuuluvat myös kiitokset tapahtuman jälkeen. Erityisesti jos osallistujapalaute on ollut kiitettävää ja tapahtuma pääsee tavoitteeseensa, on huomaavaista lähettää kiitoskukat tai kiitosviesti onnistuneen tapahtuman luomisesta. (Helena Vallo & Eija Häyrinen 2021,180–181.)

Kiitoksen Vrajim Productions ja yhteistyökumppanit ovat ennen hoitaneet henkilökohtaisesti. Tapahtumassa myös osallistujia tiimi kiittää ja he itse jakavat giveaway -lahjat, jotta he olisivat vielä mukana hyvästeltäessä. Kaikki osallistujat saavat tapahtumasta diplomin omalla nimellä ja päivämäärällä.



Sen on tarkoitus motivoida osallistujia liikkumaan enemmän ja tulemaan uudestaan tapahtumiin. Ennen kaikkea tarkoitus on myös onnitella osallistujaa suorituksestaan ja saada hänelle onnistumisen tunne lopuksi.



KUVA 8. Osa ohjaajatiimiä vuosi 2013

## **5 FITNESS -TAPAHTUMAN ARVIOINTIA ELÄMYKSEN ELEMENTTIEN JA KOKEMUSTEN TASOJEN KAUTTA**

### **5.1 Tavoitteena elämyksen tuottaminen**

Vrajim Productions ja yhteistyössä olevien kumppaneiden tarkoituksena on tehdä Fitness -tapahtumasta elämyksellinen molemmille osapuolille; niin liikuntaa ammatikseen harjoittaville, harrastelijoille sekä matkailijoille. Tässä luvussa käsitellään kolmatta tutkimuskysymystä. Minkälaisia asioita tapahtuman tulisi sisältää, jotta osallistujat kokevat kokonaisvaltaisen elämyksen?

### **5.2 Elämyksen tuottaminen Fitness -tapahtumassa**

Apuna elämyksen hakemisessa tässä työssä on käytetty Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen elämyskolmiomallia. Tässä työssä elämyskolmion avulla arvioidaan elämyskolmion eri elementtien ja tasojen kautta Fitness -tapahtuman sisältöä ja pyritään vastaamaan tutkimuskysymykseen.

Elämyskolmio mallin avulla on mahdollisuus analysoida ja ymmärtää myös erilaisten viihde -ja kulttuurialan tuotteiden elämyksellisyyttä. Malli kuvaa täydellistä tuotetta, jonka tasoilla kaikki elämyksen elementit ovat edustettuina. Mallin avulla on helppo analysoida tuotetta sekä kehittää sitä. (Tarssanen 2006,8.)

Elämyskolmio mallissa elämystä tarkastellaan kahdesta näkökulmasta eli tuotteen elementtien tasolla ja asiakkaan kokemuksen tasolla (Tarssanen 2006,9.) Tapahtuman kannalta olisikin todella tärkeitä, että nämä kaksi kohtaisivat, vaikka tapahtuma tavoittelee kahta lähtökohdiltaan erilaista kohderyhmää. Elämyksen tarjoaminen on kuitenkin haasteellinen ja koska se perustuu Fitness -tapahtumassa syntyneeseen kokemukseen ja saatuun tunteeseen. Elämys voi kahdelle kohderyhmälle olla hyvinkin erilainen. Lisäksi jokainen on yksilö. Vaikka elämys onkin voimakas tunneperäinen kokemus ja mahdoton saada kaikille osapuolille, voidaan tuotteeseen kuitenkin sisällyttää elementtejä, joiden avulla elämys todennäköisesti syntyy. Elementeillä

voidaan siis varmistaa elämyksen kriteerien täytyminen. Tällöin elämyksen synnylle on ainakin mahdollisimmat hyvät olosuhteet. (Tarssanen 2006,9.)

Elämyksen elementeistä yksilöllisyys on ensimmäinen ja sillä tarkoitetaan ainutlaatuisuutta, siten ettei täysin samanlaista ole missään muualla. Yksilöllisyys näkyy muun muassa asiakaslähtöisyydessä, joustavuudessa ja siinä, että tuote on mahdollista räätälöidä jokaisen asiakkaan tarpeiden ja mieltymysten mukaan. (Leo Finland)

Haasteena onkin, että liikaa yksilöittäessä myös kustannukset nousevat ja täytyy miettiä kannattavuutta (Tarssanen 2006,9.) Vrajim Productions -yrittäjän ollessa yksi tapahtuman järjestäjistä tapahtumassa vetäjät ja yrittäjät ovat pyrkineet huomioimaan tavoitellun kohderyhmän mieltymyksiä perustuen aikaisimpien vuosien tapahtumiin sekä suuntaa antavaan kyselyyn. Siten tapahtumaa suunnitellaan asiakkaiden tarpeiden ja mieltymysten mukaan elämyksen yksilöllisyyden kannalta. Yksilöllisyyden yksi osa joustavuus toteutuu tapahtumassa myös, sillä tapahtuma on joustava. Tarvittaessa aktiiviseen liikuntaosuuteen voidaan ottaa esimerkiksi liikkeiden ohjausta, juomataukoja ja vetäjien onkin onnistuttava tarkkailemaan osallistujia ja lukemaan heitä tapahtuman ajan, jotta tarvittaessa pieniä spontaaniutta tuntien aikana voi tapahtua. Siten tapahtuma voisi olla muokattavissa tarpeiden mukaan myös tapahtuessaan.



KUVA 9. Tapahtuma voi olla hyvinkin yksilöllinen kohderyhmän mukaan

Aitous tarkoittaa tuotteen uskottavuutta. Edward Brunerin (1994) mukaan aitouden määrittää loppujen lopuksi asiakas itse. Jos asiakas kokee tuotteen uskottavana, se on aito (Tarssanen 2006,9.) Aitouteen liittyy myös tarina. Kokonaisuuden eri elementit on sidottava toisiinsa yhtenäisellä tarinalla, jolloin kokonaisuudesta saadaan tiivis ja

mukaansatempaava. Uskottava ja aito tarina antaa tuotteelle ja kokemukselle sosiaalisen merkityksen sekä sisällön siten asiakas kokee tuotteen. Tarinalla perustellaan asiakkaalle miksi tehdään se mitä tehdään ja miksi juuri kyseisessä järjestyksessä (Tarssanen 2006,10.)

Vrajin Productions ja yhteistyökumppanien luodessa tapahtumaa on olennainen osa, että tuote on aito, mutta ennen kaikkea uskottava varsinkin kokeneiden sekä liikuntaa ammatikseen harjoittavien silmissä. Jos tämä ryhmä kokee tapahtuman fyysisesti haastavaksi osallistumisvaiheessa, se on uskottava. Mikäli markkinointivaiheessa tapahtuma herättää tämän ryhmän kiinnostuksen ja saa heidät tulemaan paikalle ja he kokevat, että tapahtuma tarjoaa heille jotakin, tapahtuma on uskottava. Harrastajan näkökulmasta viestinnän olisi tarjottava haaste, johon hän haluaa tarttua. Tapahtuma on uskottava, koska paikalla on kokeneet vetäjät, muita ammattilaisia sekä tunnit vedetään hyvien ohjaajien sekä tarvittavan opastuksen voimalla. Jokainen osallistuja voi myös ohjaajan neuvoessa vaikeuttaa liikkeitä halutessaan. Yleisesti tapahtumalle uskottavuutta tuo myös miljöö, joka sopii varustukseltaan ja muuten ulkoiselta olemukseltaan, palvelemaan täysin tapahtumaa. Sekä tapahtuman järjestäjien sekä vetäjien kokemus sekä ammattitaito ovat tärkeitä uskottavuuden elementtejä.

Tapahtumaan liittyy myös tarinaa vastaava idea. Tarkoituksena koko tapahtumalla on edustaa terveellistä elämäntapaa. Syödä terveellisesti, liikkua tarpeeksi ja pitää huolta myös henkisestä hyvinvoinnista ja antaa iloista mieltä ja tunnelmaa. Hyvä olo ei ole vain ulkoista vaan jos keho voi hyvin sisäisesti se näkyy ulospäin.

Koko kehon olo ja hyvä mieli lähtevät sisältäpäin, joka heijastuu terveytenä ulospäin. Tämä idea sitoo tapahtuman yhteen niin ajatukseltaan kuin toiminnaltaan. Siten toiminta tapahtumassa sekä idea olisivat sopusoinnussa keskenään.



KUVA 10. Jumping Party Trencin

Yrittäjä myös sanoo, että vaikka ohjaajat vuorottelevat, vuorottelu tulee osittain sovitusti ja osittain spontaanisti. Se on kuin heidän keskinäinen vuorovaikutus tilanteessa ja tämä toimii. He eivät suunnittele puheenvuoroja etukäteen tai kehen valo kohdistetaan. Valot kohdistetaan siihen, joka puhuu. Valosta vastaavien kanssa on myös sovittu, että kaksi päävetäjää lavalla ovat jatkuvasti valossa, mutta myös taaempänä olevien vetäjien luona valo kiertää ja he improvisoivat. Tämä on heidän tiimilleen yksi ominaispiirre. Improvisoimalla aitous säilyy ja syntyy hauskoja tilanteita. He eivät halua kaikkea tarkasti suunnitella, sillä he kaikki pitävät esiintymisestä ja hauskuuttaa ihmisiä samalla. Liian suunniteltu ei anna varaa spontaaniuteen tapahtumassa ja tämä yllätyksellisyys on osa tämän vetäjätiimin ominaispiirrettä. Yrittäjän paljon käyttämä motto on tässä tilanteessa Just do it (Vrajim Productions)

Kaiken kaikkiaan on huomioitava tapahtuman kokonaiskesto. Ihmisille ei tulisi tulla pitkästynyt olo, mutta hyvin suunnitellussa ja toteutetussa tapahtumassa parasta on yllätyksellisyys. Se on pientä luovuutta, jota tarvitaan tapahtuman elämyksellisyyden varmistamiseksi. Olennaista on, että osallistujille ei kerrota kaikkia yksityiskohtia, mutta suuret linjat tietenkin. Yllätyksellisyyttä kannattaa ideoida aktiivisesti tapahtuman suunnitteluvaiheessa luomalla kaikenlaisia ideoita.

Yllätyksellisyys voi olla yksinkertaisimmillaan arkista huomioimista, vaivannäköä tai viitsimistä (Helena Vallo & Eija Häyrynen 2021,168.)Tältä osin todettakoon, että tapahtuman kesto voisi olla sopiva. Tämä oletama perustuu aikaisempiin kokemuksiin

liikuntatapahtumista sekä suuntaa antavaan asiakaskyselyyn. Lisäksi tapahtuma on fyysisesti hyvin toiminnallinen, joten siltä osin pitkästymistä tuskin tapahtuu. Sitä vastoin yllätyksellisyys on tapahtumassa toteutettu mainiosti sekä nokkelasti.

Vrajim Productions toimii Jumping Party -osuudessa ennalta suunnitellun koreografian mukaisesti, mutta piristää liikkeitä omilla lisäyksillään ja tulkinnoillaan. Nämä elementit hauskuuttavat tunnelma. Lisäksi koko tapahtumaa vetävältä ohjaajatiimiltä odotetaan pieniä soolo -osuuksia, jolloin voi tuoda esiin omaa persoonallisuutta tai vapaata tulkintaa musiikista. Tämä improvisaatio spontaanisti tuo osallistujille vetäjien persoonallisuutta esille sekä heitä lähemmäksi lavalta. Tämä spontaanisuus on tarkoitettu viihdyttäväksi ja hauskaksi osaksi tapahtumaa. On taito saada yleisö nauramaan.

Muuta positiivista yllätyksellisyyttä osoitetaan osallistujia kohtaan, sillä tapahtuman lopuksi, kun on vapaata aikaa kulkea ja verkostoitua areenalla, otetaan yhteiskuva ja annetaan kassi, jossa on erilaisia sponsorituotteita giveaway -lahjana. Otettu valokuva postitetaan myös kaikille, jotka osallistuivat tapahtumaan ja saivat sähköpostitse rekisteröimislomakkeen. Lisäksi jokainen saa diplomin osallistumisestaan ja mahdollisuus päästä valokuvaan ohjaajien kanssa kaksin tai kaveriporukalla.

Tuote pitäisi olla koettavissa mahdollisimman monin aistein. Kaikkien aistien tulisi olla sopusointuisessa harmoniassa keskenään siten, että ne vahvistavat osaltaan haluttua teemaa ja tukevat tuotteen mukaansatempaavuutta. Aistiärsyksiä ei saa kuitenkaan olla liikaa, sillä muuten ne saattavat olla häiritseviä ja kokonaisvaikutelma kärsii. (Tarssanen 2006,10.)

Fitness -tapahtuman yksi vahvuus on moniaistisuus ja sen upea visuaalisuus. Vrajim Productions on järjestänyt useita tapahtumia Meksikossa ja toiminut vetäjänä myös Suomessa, joten yrittäjällä on tajua tapahtuman visuaalisesta merkityksestä. Tapahtumassa moniväri valoilla voidaan tehostaa neovärejä sekä muita kirkkaita värejä, siten saadaan pirteä ja raikas tunnelma. Jumping Jam sekä Zumba Fitness -vaatteet, joita tapahtumassa myydään ja joita ohjaajat käyttävät ovat väreiltään kirkkaita ja samaan värimaailmaan sointuvat valot ovat suunniteltu korostamaan tapahtuman ohjaajien ja henkilökunnan asuja. Myös osallistujilla on mahdollisuus ostaa fanituote vaatteita ja niin sanotusti liittyä joukkoon ja olla yksi tätä värikästä joukkoa.

Myös markkinoinnissa mainonnassa nämä värit toistuvat ja siten värimaailma on yhdenmukainen. Vaikka tapahtumapaikka on areena, se on erittäin studiomainen, joka luo tunnelmallisen ja tumman valaistuksen. Värikkäät valot heijastuessaan vaatteisiin ja muihin materiaaleihin sekä varustukseen tekee tilasta kauniin raikkaan ja värikkään. Värit vaikuttavat mieleen piristävästi ja luo urheilullisen tunnelman olematta kuitenkaan liian räikeä. Siten valojen vaihtelulla saadaan sopiva tunnelma ja viesti pirteästä tapahtumasta, joka erottuu muista.

Musiikki on olennainen osa tapahtumaa ja varsinkin musiikkivalinnoilla voidaan vaikuttaa paljon viihtyvyyteen. Tarkoituksena tunneilla on käyttää tunnettuja kappaleita, jotta osallistuja voivat vaikka niin sanotusta jammailla mukana, hyräillä ja eläytyä tutun musiikin soidessa. Se saa osallistujan jo osallistumaan jos hän lähtee vaikka laulamaan tuttua kappaletta tai vielä parempi jos kappale on hänen todella pitämänsä, se innostaa häntä liikkumaan. Oikeanlainen musiikki tietyn treenin aikana voi vaikuttaa kannustavasti sekä erkaantumaan treenaamisen mausta. Osallistuja eläytyisi musiikista niin, että varsinainen treeni tuntuu hauskalta ja mukavalta.

Tapahtuma on myös konkreettisesti käsin kosketeltava siinä mielessä, että ensimmäisen tunnin Jumping Party aikana treenausvälineenä tarvitaan trampoliinia ja liikkeet perustuvat trampoliinin päällä liikkumiseen ja oma keho toimii vastuksena. Osallistuja tuntee heti treenin tehon oman kehon toimiessa vastuksena. Tavoitteena olisi, että osallistuja huomaa heti tehokkaan liikuntamuodon ja innostuu enemmän.

Tapahtumassa osallistujat osallistuvat myös toimintaan koko ajan itse. He ovat koko tapahtuman suurin tähti ja heidän osallistumisensa ja omat liikkeensä. Osallistujat kokevat tapahtuman itse treenaten ja tanssien ja siten he tekevät koko tapahtuman mahdolliseksi.

Ilman heitä koko tunnelmaa ei olisi eivätkä ohjaajat tapahtuman vetäjinä pelkästään voisi mitenkään toteuttaa tapahtumaa. Siksi henkilökohtainen osallistuminen toimintaan on osa moniaistisuutta.

Kontrasti tarkoittaa erilaisuutta asiakkaan näkökulmasta Tuotteen on oltava erilainen suhteessa asiakkaan arkeen ja asiakkaan on koettava jotain uutta, eksoottista ja tavallisesta poikkeavaa. Uuden kokeminen mahdollistaa itsensä näkemisen aivan

toisenlaisesta näkökulmasta ja vapaana arjen rutiineista. On myös huomioitava eksoottisuus eli mikä on missäkin kulttuurissa eksoottista. (Tarssanen 2006,11.)

Tapahtumassa uutta on, että järjestetään opastusta henkilökohtaiseen treenaukseen ja siten ammattilaiset kokisivat tapahtuman ammatillisesti hyödyllisenä ja vaihtavat ajatuksia sekä kokemuksia muiden osallistujien kanssa. Eksoottisuutta tuo varsinkin Latin Party -tunti, jossa Vrajim Productions on valinnut latino -musiikkia. Vrajim Productions aikoo myös muihin tunteihin sulauttaa mukaan omia kappaleitaan, jotka ovat latinalaisesta Amerikasta, sillä on myös huomannut, että Slovakiassa monet ovat innostuneita kyseisestä musiikista, ja latinalaistanssin harrastajia on paljon. Siten liikuntatapahtumaan saadaan pala etelä -Amerikkaa.

Vuorovaikutus on vaikutusta ohjaajan, vetäjän tai toisen osallistujan kanssa ja se on onnistunutta kommunikointia tuotteen ja sen tuottajien kanssa. Vuorovaikutukseen liittyy olennaisesti myös yhteisöllisyyden tunne ja kokeminen yhdessä jopa perheenä. Myös henkilökohtaisella vuorovaikutuksella osallistujan sekä tapahtuman vetäjän välillä on ratkaiseva osuus kokemuksen sekä tapahtumapaikan puitteiden tarjoaman aktiviteetin suhteen. (Tarssanen 2006,12.) Vuorovaikutus tapahtumassa tulee varmasti toimimaan, sillä osa vetäjistä on keskenään hyviä ystäviä ja osa samaa perhettä. Osa on asunut ja matkustanut yhdessä Jumping Jam -tapahtumien vuoksi. Lisäksi Vrajim Productions tuntee muut tapahtumaa järjestävät vetäjät sekä he ovat henkilökohtaisia ystäviä. Ohjaajien keskinäinen yhteishenki on hyvä ja he tuntevat tuotteensa hyvin ja ovat innokkaita muokkaamaan siten kahdelle liikunnalliselle ryhmälle hauskan ja haasteellisen tapahtuman. Ohjaajien hyvä yhteishenki näkyy myös lavalla.





KUVA 11. Hyvä yhteishenki tapahtumassa osallistujien ja ohjaajien välillä on tärkeä

Kommunikointi osallistujien kanssa on tärkeä tapahtuman aikana ja jälkeen. On tärkeä saada heidät heti alussa tuntemaan olonsa tervetulleeksi, mutta myös mukaan tapahtumaan ja olemaan yksi suurta joukkoa ja jokaisen omalla panostuksella tapahtumassa on vaikutus onnistumiseen ja hyvään yhteishengen. Vetäjien on viestittävä, että osallistujat luovat tapahtuman sekä hyvän yhteishengen. He myös tuntien aikana kommentoivat ja kysyvät kysymyksiä sekä kannustavat osallistujia. Tapahtuman järjestäjien vetäjien on myös osattava tulkita osallistujia, mikäli tarvitaan esimerkiksi taukoa tai enemmän ohjausta. Tarkoituksena olisi myös, että osallistujiksi tulleet liikunnan ammattilaiset kommunikoisivat tavallisten liikuntaa harrastavien kanssa. Ilman muuta tarkoituksena olisi kaikkien kesken kokemusten vaihtaminen sekä oman tunnelman kertominen ja mielipiteiden vaihto sekä verkostoituminen tapahtumassa samanhenkisten ihmisten kanssa ja saada vaikka ammatillisesti uusi kontakteja. Tämä on osa elämystä, jota halutaan tavoitella.

Tässä kohdassa tarkastellaan tapahtumaan osallistuvien kokemuksen rakentumista kohti tunnepitoista elämystä, joka johtaa henkiseen muutokseen (Tarssanen 2006,12.) Alimpana on motivaation taso ja se tarkoittaa asiakkaan kiinnostuksen herättämistä ja tällä tasolla luodaan asiakkaan odotukset tuotetta kohtaan sekä halu, valmius osallistua ja kokea. Tuote tuodaan asiakkaan tietoisuuteen markkinoinnin keinoin ja tässä vaiheessa jo mahdollisimman monen elämuskriteerin tulisi täyttyä (Tarssanen 2006,12.)

Fitness -tapahtumaa kohti asiakkaiden kiinnostus on tarkoitus herättää ohjaajilla sekä sen avoimuudella kaikille. Vrajim Productions -yritystä mainostetaan painetuissa flyereissä, sillä hänen tuntinsa ovat olleet todella suosittuja ja täyttyneet. Lisäksi hänen meksikolaisuuttansa mainostetaan, joka luo kontrastin eksoottisuudesta. Flyerien mainonnassa voisi painottaa enemmän tällä kertaa, että ensimmäisen kerran uusi haaste molemmille kohderyhmille. Sekä painottaa tapahtuman erilaisuutta aikaisempiin nähden. On saatava mainonnassa vaikutelma, että tapahtuma on haastava, mutta juuri sopiva haaste tavalliselle kuntoilijalle ottaa vastaan.

Osallistujien mielenkiintoa olisi herätettävä myös siten, että olisi onnistuttava luoda sellainen viesti, joka viestii, että niin liikuntaan ammatikseen harjoittavat ja normaalit kuntoilijat kiinnostuvat. Olisi viestittävä tapahtumaa itsensä haastamisena ja sillä, että onko valmis liittymään porukkaan? Ammatilaisen pitäisi tarttua haasteeseen jo mielessään lukiessaan esimerkiksi flyerä. Sitä vastoin liikuntaa omaksi ilokseen harrastavan pitäisi saada ajattelemaan, että aion pystyä siihen.

Markkinoinnissa on myös viestittävä, että se on hauskaa ja kivaa liikunnan muodossa annettu haaste. Siten se herättäisi tavallisen liikkujan kiinnostuksen, että siellä on myös hauskaa, ei pelkkää kovaa treeniä. Ammatilaisen näkökulmasta olisi onnistuttava samassa markkinoinnissa herättää motivaatio osallistumaan esimerkiksi, sillä että paikalla on muita ammatilaisia ja lopussa haastava lihaskunto-osuus. Nämä ovat esimerkiksi niitä keinoja, joilla voidaan alkaa lähteä herättämään tavoitteleman kohderyhmän kiinnostusta.

Fyysisellä tasolla asiakas kokee ympäristöönsä aistiensa kautta ja tällä tasolla tuote ensikädessä otetaan vastaan, koetaan, tunnetaan, havaitaan sekä tiedostetaan. Tällä tasolla hyvä tuote takaa miellyttävän kokemuksen, joskin poikkeuksena extreme -lajit. Tällä fyysisellä tasolla mitataan myös tuotteen tekninen laatu. (Tarssanen 2006,21.)

Fitness -tapahtumassa tarkoitus on haastaa itsensä tietyllä tapaa ja varsinkin lopussa oleva 20 minuutin lihaskunto-osuus on haaste kaiken aikaisemman treenin jälkeen. Tämä osuus tuo tiettyä extreme -henkeä tapahtumaan, jota viimeisten minuuttien aikana halutaan tavoitella. Kun kello lyö tasan neljä ja tapahtuma loppuu, tarkoituksena on, että osallistujat fyysisestä lähtökohdastaan riippumatta tuntevat, että tein sen, he selviytyivät ja voittivat itsensä.



KUVA 12. Jumping Jam on tehokas treeni erityisesti keskivartalolle

Itse tuotteen laatua asiakkaat mittaavat koko ajan rasittaen omaa kehoaan tehden erilaisia aktiviteettejä. Siten voi myös punnita onko treeni itselle sopivaa vai todella raskasta. Samalla asiakas näkee koko ajan tapahtuman kulun ja voi arvioida tapahtuman järjestäneiden vetäjien toimiessa ja ohjatessa miten tunnit sujuvat ja tapahtuma toimii. Tapahtuman tekniikan odotetaan myös toimivan hyvin, joka takaa fyysisen tason onnistumisen. Tekniikka toki testataan aluksi, mutta toki yllätyksiä voi sattua. Teknisillä ongelmilla voi olla iso vaikutus fyysisen tason kokemiseen, joten sen toimivuus on tärkeää.

Älyllisellä tasolla prosessoidaan kaikki ympäristön antamat aistiärsykkeet ja toimitaan niiden mukaan, opitaan, ajatellaan, sovelletaan tietoa sekä muodostetaan mielipiteitä. Älyllisellä tasolla päätetään ollaanko tuotteeseen tyytyväisiä ja älyllisellä tasolla hyvä tuote tarjoaa asiakkaalle oppimis -tai harjaantumiskokemuksen, mahdollisuuden oppia jotakin uutta, kehittyä ja saada uutta tietoa tiedostetusti tai tiedostamatta. (Tarssanen 2006,13.)Vrajim Productions ja yhteistyössä toimivien olisi tarkoituksena saada nämä kohdat toimimaan, vaikka haasteena onkin toteuttaa nämä kahden erilaisen kohderyhmän suhteen. Olisi ehkä paras lähestyä tavoittelemaamme kahta kohderyhmää liikunnan ammattilaisia sekä kuntoilusta innostuneita samana ryhmänä, joilla on vain fyysisesti erilaiset lähtökohdat. Jotkut tavalliset kuntoilijat voivat olla fyysisesti todella hyvässä kunnossa ja sitä vastoin osa liikunnan ammattilaisista voi osata hyvän

peruskunnon, joka riittää juuri kolmen päivittäisen tunnin vetämiseen. On siis helpompi ajatella tavoittelemamme osallistujajoukkoa yhtenä ryhmänä, joiden fyysinen kunto saattaa olla vaihteleva.

Älyllisellä tasolla Fitness -tapahtuma tuotteena haluaa antaa erilaisen kokemuksen, joka viestii, että niin ohjaajat kuin normaalia kuntoa ylläpitävät, voivat samasta tapahtumasta löytää haasteen ja kokea sen tehokkaaksi ja hauskaksi. Koska monet todella kovaa lihaskuntoa ylläpitävät ovat liikkuvuudeltaan jäykempiä, tanssillinen osuus ja sen ohjatut liikkeet tarjoaisivat mahdollisuuden parantaa omaa liikkuvuutta hausalla ja erilaisella tavalla. Siten mahdollisuus olisi oppia uutta. Monet normaalia hyvää kuntoa ylläpitävät ovat kyllästyneet samaan tekemäänsä treeniin ja haluaisivat jotain uutta sisältöä, mutta itsekseen oman treenin muuttaminen tehokkaaksi voi olla hankalaa. Tapahtumassa olisi tälle ryhmälle mahdollisuus esimerkiksi 20 minuutin lihaskunto-osuudella lisätä omaan treeniin tehokas osuus.

Osa on kiinnostunut latino -tanssien harrastamisesta, muttei vain ole vielä saanut aikaiseksi mennä ja kokeilla (Vrajim Productions.) Tapahtumassa Latin Party -osuus tarjoaa mahdollisuuden kokeilla ja moni voi innostua liikkumaan aikaisempaa enemmän tanssin muodossa. Moni fyysiseltä liikkuvuudeltaan kankea voi innostua parantamaan liikkuvuuttansa hausalla tavalla tanssin muodossa. Tanssillinen osuus tarjoaa myös hyvä keinon ohjaajille tai kenelle vain parantaa omaa rytmitajua. Yrittäjä on tavannut monia erinomaisia ohjaajia, jotka ovat loistavia asiakkaiden kanssa ja jaksavat fyysisesti staattisia liikkeitä, mutta esimerkiksi rytmillisten liikuntatuntien vetäminen tuottaa vaikeuksia. Siten Fitness -tapahtuman Latin Party -osuus on myös rytmillisesti kehittävä, sillä latino -tansseissa rytmi on tärkeä, mutta helppo löytää ja seurata. Siten olisi mahdollisuus kehittyä rytmillisesti ihan kenen tahansa osallistujan (Jumping Slovenko.)

Kun tapahtumaa tarkastelee uuden oppimisen valossa, uuden oppiminen tässä yhteydessä liittyy kommunikointiin. Kun osallistajat vaihtavat mielipiteitä ja kun tapahtuman jälkeen on mahdollisuus jutella liikunnan ammattilaisten ja tapahtuman vetäjien kanssa, kenellä tahansa on mahdollisuus oppia uutta ja saada neuvoja.

Tämä on Vrajim Productions: Ile tärkeä asia. Hän antaa mielellään neuvoja kollegoidensa kanssa ja pitää tärkeänä osallistujien tavoitettavissa olemista tapahtuman

jälkeen. Yrittäjä on kiinnostunut kuulemaan tapahtuman jälkeen, jos asiakas tarvitsee uuden kunto-ohjelman, neuvoja jokin raajan kuntoutukseen tai ruokavalioon.

Yleensä tarkoituksena antaa tapahtuman lisäksi tietoa, jota asiakkaalla ei ollut ennen tapahtumaan osallistumista, ja jota hän voi alkaa hyödyntää päivittäisessä elämässä. Neuvo voi olla pienikin, mutta jos se saa esimerkiksi muuttamaan asiakkaan jotakin elämäntapaansa liittyvää asiaa lopullisesti, se on onnistunut neuvo. Myös ammatikseen liikkuville tapahtuma pyrkii tarjoamaan jotain uutta opittavaa. Liikunnan ohjaajat voivat ammattinsa puolesta saada uusia kontakteja tapahtumassa, joka mahdollistaa vaikka uusia työmahdollisuuksia yhteistyön merkeissä.

Neljäs taso on emotionaalinen taso eli varsinaisen elämyksen kokeminen. Tätä on hyvin vaikea ennustaa etukäteen, mutta jos fyysinen ja älyllinen taso toimivat, on hyvin todennäköistä, että asiakas kokee positiivisen tunnereaktion (Tarssanen 2006,13.)

Tähän asti on oletettavissa, että Fitness tapahtuman fyysinen ja älyllinen kokemustaso antavat positiivisen reaktion asiakkaalle, joten siten elämys tapahtumassa olisi saavutettavissa. Positiivinen tunnereaktio on iloa, riemua, onnellisuutta, onnistumisen ja oppimisen iloa, voitonriemua, liikutusta tai jotain muuta merkityksellistä yksilölle (Tarssanen 2006,13.)

Vrajim Productions yhtenä tapahtuman järjestäjänä tavoittelee tarkemmin iloa, voitonriemua sekä onnistumista ja jotain merkityksellisille osallistujilleen. Kun tapahtuman aktiivinen liikunnallinen osuus päättyy kello neljä, olisi tarkoitus, että asiakas kokee, että tein sen ja selviydyin siitä haasteesta ja hän on ylpeä itsestään. Tämän haasteen on asettanut tapahtuma, johon hän on osallistunut ja hänen oma kehonsa on ollut vastus. Tunne kello neljä iltapäivällä pitäisi olla myös itsensä voittaminen riemua ja onnistumista. Mitä tahansa joka merkitsee jokaiselle osallistujalle paljon. Osalle tämä voi olla ensimmäinen liikuntatapahtuma, johon on osallistunut ja sen läpikäyminen voi sinänsä olla jo suuri voitto.

Oppimisen iloa tarkoitus on kokea tapahtumassa saatujen mielipiteiden vaihdon johdosta ja ohjattujen tuntien myötä. Sekä mahdollisuus kommunikoida liikunnan ammattilaisten sekä tapahtuman järjestäjien kanssa voi johtaa uuden oppimisen tunteeseen. Jokuhan voi oppia, että pelkästään olemalla sosiaalinen voi saada ammatillista näkyvyyttä ja mahdollisuuden päästä itse seuraavaan tapahtumaan

ohjaamaan. Toinen voi taas saada elämyksen ja innostuksen, että koulutautuu ohjaajaksi ja haluaa kehittää enemmän itseään.

Viimeinen taso onkin henkinen taso ja se on elämyksen kaltainen positiivinen ja voimakas tunnereaktio, joka johtaa henkilökohtaiseen muutoskokemukseen ja melko pysyviin muutoksiin henkilön fyysisessä olotilassa, mielentilassa tai elämäntavassa. Tällöin yksilö kokee olevansa muuttunut ihmisenä, omaksuneensa osaksi maailmankuvaansa tai persoonaansa jotain uutta ja kokee kehittyneensä. Täten voi omaksua vaikka uuden harrastuksen, ajattelutavan tai löytää uusia voimia itsestään (Tarssanen 2006,14.)

Tästä näkökulmasta tarkasteltuna kevään 2014 Fitness -tapahtuma voi todistaa, että on mahdollista saada samalle areenalle niin ammatikseen liikkuvat ja normaalit kuntoilijat. Siten ohjaajat sekä liikuntatapahtumia järjestävät tahot saataisiin huomaamaan, että vastaavanlaisia molemmille suunnattuja tapahtumia kannattaa järjestää, ja niihin saadaan enemmän ihmisiä ja se on eduksi kaikille.

Myös tapahtumaan osallistuvat liikunnan ammattilaiset saadaan huomaamaan, että kaikille yhteinen tapahtuma toimii ja niitä voisi järjestää lisää.

Kuntoilusta innostuneet olisi tarkoitus saada ymmärtämään, että kaikki Jumping Jam –toimintaa sisällään pitävät tapahtumat eivät ole ohjaajakoulutuksia ja se voi olla hauskaa eikä liian raskasta puurtamista ja asioita voi kysyä ja kannattaakin kysyä ammattilaisilta, jotta uusia neuvoja voi omassa elämässään hyödyntää. Tarkoituksena olisi madaltaa tapahtumiin osallistumista, sillä ei tarvitse olla huippukunnossa osallistuakseen liikuntatapahtumiin.

Kaikille tarkoituksena olisi antaa irtautuminen arjesta ja uusien voimavarojen löytäminen itsestä. Toisella voi olla liikkuvuus ja hän ottaa sen osaksi omaa treeniohjelmaansa toiset taas saattavat kokea, että jokin vaiva hoituu tietynlaisella liikkumisella ja osa, että jollakin lihasryhmän täsmällisellä treenillä voi parantaa paljon omaa lihaskuntoansa. Toisille tapahtumassa saatu neuvo ruokavaliossa voi toimia muutoksena tulevaisuudessa. Jokainen osallistuja tekisi jokin muutoksen tai saisi oppimisen tunteen ja, että asiakas vie Fitness -tapahtuman raikkaan ja pirteän tunteen mukanaan kotiin.



KUVA 13. Irti arjesta

## 6 POHDINTOJA

Valitsin Vrajim Productions: in opinnäytetyöni aiheeksi kolmesta syystä. Halusin auttaa yrittäjää, koska hänen täytyy tuottaa kirjallinen suunnitelma Fitness -tapahtumasta henkilölle, joka mahdollisesti voisi olla yksi sponsori tälle tapahtumalle kevääksi. Kyseessä olisi siis ensimmäinen suomalainen sponsori ja siten yrittäjä ajattelee, että tulevaisuudessa Suomeenkin voisi mahdollisesti tuoda Jumping Jam -tapahtumia tai tunteja.

Tämä opinnäytetyö on osittain kirjallinen suunnitelma tapahtumanjärjestämisestä suomeksi yrittäjän mahdolliselle yhteistyökumppanille ja samalla sen toteuttaa sen tärkeän tehtävän, että se pyrkii antamaan tälle sponsorille mahdollisimman selkeän kuvan mitä tapahtuma pitäisi sisältää.

Kiinnostuin myös kirjoittamaan opinnäytetyön Vrajim Productions: Ile siksi, että halusin auttaa ja samalla voisin yhdistää sen oman opinnäytetyöni aiheeksi. Minua kiinnostavat paljon terveellinen elämäntapa, liikunta ja olen harrastanut latinalaistansseja kahdeksan vuotta. Minusta Jumping Jam -tapahtumat ovat upeita ja ohjaajat ovat todella mukavia, joten aiheena fitness -tapahtumanjärjestäminen yhdistettynä opinnäytetyöhön oli motivoiva. Aihe motivoi minua opinnäytteen toteuttamiseen myös siksi, että ajattelin, että saisin kaikenlaista kuvamateriaalia, jota minulla olisi oikeus käyttää ilman, että tarvitsee tehdä sopimuksia luvista ja voisin myös käyttää videoita ja tehdä siten työstä visuaalisesti kivan lukea ja esittää. Lisäksi ajattelin, että voisin käyttää monipuolisesti erilaisia lähteitä. Motivaationi lisäksi myös opinnäytetyön aikatauluni oli etuajassa. Tarkoitukseni oli kirjoittaa opinnäytetyötä kesällä, mutta olin jo kesäkuussa kirjoittanut yli puolet. Heinäkuussa kirjoitin loput ja syyskuussa tarkoituksena oli vain asetella ulkoasua kohdilleen. Lähdemateriaaleja minulla on ollut jonkin verran valmiina, mikä helpotti huomattavasti.

Haastavinta opinnäytetyössä oli tutkimuksen tekeminen sekä taulukot. Nämä eivät todellakaan onnistuneet tieteellisen tutkimuksen kriteerien mukaan. Koko kyselytutkimusosio oli vaikein ja turhauttavin toteuttaa, koska vastauksia oli niin vähän ja koko tutkimus ei mennyt niin kuin suunnittelin. Tutkimukselle asetettujen sääntöjen mukaan kysely ei myöskään toteutunut.



Voisin todeta, että jo alussa pelkästään kieli ongelmat ja se miten kyselyn saaneet valikoituivat, ei ollut satunnainen otos. Siten jo alun perin oli hieman vaikea ajatella tätä tutkimusta täysin tieteellisenä ja relevanttina. Lisäksi monet kysymykset olivat sellaisia, joita yrittäjä halusi kysyä ja sitten yritimme yhdistää kyselyn, joka etenisi vastaajan kannalta siten, että se ei johdattelisi vastaamaan tietynlaisesti. Tämä vaikutti kaiketi kyselytutkimuksen rakenteeseen.

Mukavinta opinnäytteen tekemisessä oli elämyksellisyyden arviointi tapahtuman suhteen. Se oli mukavaa kirjoitettavaa ja teoriaa pystyi hyvin soveltamaan omaan toimeksiantooni. Hieman vaikeampi oli tapahtumanjärjestäminen luku, sillä Fitness - tapahtuman suhteen teoriaa joutui soveltamaan enemmän. Mutta mielestäni sain melkoisen onnistuneen kokonaisuuden aikaan.

Toivon, että yrityksen ja hänen yhteistyökumppanien tapahtumaa mahdollisesti rahoittava henkilö saisi tämän työn suhteen paremman kuvan tapahtumasta ja sen järjestämisestä ja siten Vrajim Productions: Ile tämä työ on hyödyllinen.

Myös tulevaisuudessa uskon, että työstä on hyötyä, mikäli yrittäjän tarvitsee kertoa tarkemmin liiketoiminnasta suomen kielellä. Luku kolme käsittelee hänen yritystä, ja siten antaa kuvan ulkopuoliselle Vrajim Productions: in liiketoiminnasta.

## LÄHTEET

### Kirjalliset lähteet

Belitz Henriksson, J. 2013. Elämä uusiksi. Fit -lehti 7/2013,24–35, 44.

Haikarainen, T. 2013. Hyvällä sykkeellä. Fit -lehti 6/2013, 40–58.

Havlikova, L. 2013. Aerobinen tanssi. Aerobic Fitness Magazine 1/2013, 26.

Mc Ginnis, Peter. 2005. Biomechanics of sport and exercise. State University of New York.

Richardson, C, Jull, G, Hodges, P, Hides,J.1999. Therapeutic exercise for spinal segmental stabilization in low back pain. Churchill Livingstone.

Soininen, M. 1995. Tieteellisen tutkimuksen perusteet.

Suontausta, H, Tyni M. 2005. Wellness – matkailu. Edita

Tarssanen,S. 2009. Elämystuottajan käsikirja. Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus.

Tryg – vakuutusasiakirja.2011.

Vallo, H.2010. Tapahtuma on tilaisuus Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tietosanoma Oy.

Ylinen, Jari. 2008. Streching therapy. Elsevier.

Zumba México.2012. Boletin de Instructor de Zumba. Zumba -Fitness ohjaajan käsikirja.

## Sähköiset lähteet

CPR Group Sport event guide. Building Better Clubs Workshop.Planning and Running Sporting Events. Luettu 10/2013.

[http://www.ipswich.qld.gov.au/documents/health/event\\_management\\_workbook.pdf](http://www.ipswich.qld.gov.au/documents/health/event_management_workbook.pdf)  
www.rgroup.com.au page

Elixia Nordic. Kuntosaliopaste. Luettu 6.8.2013.

<http://www.elixia.fi/info/?menu=15000008&id=111626145>

Event Planner Spain. Luettu. 14.10.2013-21.10.2013.

<http://www.eventplannerspain.com/ideas-y-consejos-eventos/c%C3%B3mo-planificar-y-organizar-un-evento>

Kulttuurin kehittämiskeskus. Etelä-Pohjanmaan liitto. Luettu 10/2013.

[http://eventmanagementguide.frami.fi/uploads/pdf/epliitto\\_tap.pdf](http://eventmanagementguide.frami.fi/uploads/pdf/epliitto_tap.pdf)

Inspirans. Ohjeita tieteelliseen tutkimukseen. Luettu 7/ 2013.

[www.inspirans.fi](http://www.inspirans.fi)

Jumping Fitness

<http://www.jumping-fitness.com/>

JyväskylänYliopisto. Määrällinen tutkimus. Luettu 10/2013.

<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/metelmapolkuja/metelmapolku/tutkimusstrategiat/maarallinen-tutkimus>

Leo Finland. Elämyksistä kilpailukykyä. Luettu 10/2013.

<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=3615>

<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=3615>

<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=4320>

<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=3615>

[http://www.nuorisuomi.fi/files/ns2/Urheiluseurat\\_PDF/Hyva\\_harjoittelu\\_A4vedos.pdf](http://www.nuorisuomi.fi/files/ns2/Urheiluseurat_PDF/Hyva_harjoittelu_A4vedos.pdf)

Nuori Suomi. Selvitysraportti urheilevien lasten ja nuorten fyysis-motorinen harjoittelu. Luettu10/2013

[http://www.nuorisuomi.fi/files/ns2/urheiluseurat\\_pdf/hyva\\_harjoittelu\\_a4vedos.pdf](http://www.nuorisuomi.fi/files/ns2/urheiluseurat_pdf/hyva_harjoittelu_a4vedos.pdf)

Universidad de Caldas en Colombia

[http://www.ucaldas.edu.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=994&catid=230:contacto-saludable&Itemid=640](http://www.ucaldas.edu.co/index.php?option=com_content&view=article&id=994&catid=230:contacto-saludable&Itemid=640)

Varputalvi Wordpress. Kertokaa minulle mitä on fitness. Luettu 6.8.2013  
<http://varputavi.wordpress.com/2013/07/31/kertokaa-minulle-mita-on-fitness/>

Vrajim Productions –Internet sivut  
[www.vrajim.com](http://www.vrajim.com)

Zumba México  
<http://zumbamexico.com.mx/zumbamex/>

Kuvalähteet

Vrajim Productions Facebook sivut

Muut lähteet

DVD Tapout extreme training Cross core combat DVD. Referoitua tietoa: Mike Karpenko.

Keskustelut Gandhi, B. 2013. Toimeksiannon antaneen yrittäjän kanssa käytyjä keskusteluja. Toteutettu 20.6.2013–30.8.2013.

## LIITTEET

Liite 1. Kyselytutkimus Microsoft word -muodossa.

## Elämyksellinen Fitness -tapahtuma

Olemme suunnittelemassa kaikille avointa Fitness –tapahtumaa, johon kaikki liikunnallisesta taustastaan huolimatta voisivat osallistua. Haluaisimme kuitenkin saada sinun mielipiteesi siitä, mitkä ovat ne tekijät, jotka tekevät liikuntatapahtumasta elämyksellisen. Arvostamme mielipidettäsi ja siksi pyydämme vastaamaan oheiseen kyselyyn.

Kiitos osallistumisestasi.

Vrajim Productions

### 1. Mikä seuraavista kuvastaa parhaiten suhtautumistasi liikuntaan?

Valitse yksi vaihtoehto

Elämäntapa

Haluaisin liikkua, mutta haluan opastusta

Liikun aktiivisesti ja haluan parantaa kuntoani

Liikun kun ehdin

### 2. Kuinka monta tuntia päivittäin harrastat liikuntaa? \*

Valitse yksi vaihtoehto

Neljä tuntia tai enemmän

Kaksi tuntia tai enemmän

Tunnin

Puolituntia

### 3. Kuinka monelle ryhmäliikuntatunnille yleensä osallistut? \*

Valitse yksi vaihtoehto

Kolmelle tai enemmän kuin kolme

Kahdelle

Yksi

### 4. Mitkä seuraavat kaksi aktiviteettia sinua kiinnostavat eniten? \*

Valitse vain kaksi vaihtoehtoa

Boot Camp

Itsepuolustus

Jumping Jam

Personal Training

Ryhmäliikuntatunti lihaskuntoa

Tanssi

Zumba – Fitness

**5. Kuinka moneen liikuntatapahtumaan olet osallistunut? \***

Valitse yksi vaihtoehto

1-3

4-6

7-9

10 tai enemmän

**6. Mitkä kolme asiaa mielestäsi kuvaavat parhaiten onnistunutta liikuntatapahtumaa?**

Valitse kolme vaihtoehtoa

Hyvin järjestetty ja upeat tilat

Hyvä musiikki

Iloinen tunnelma

Jaksoin kaikki aktiviteetit

Kokonaisuus vastasi ennakko-osoituksiani

Loistavat ohjaajat

Opin jotain aivan uutta

Sain uusia ystäviä, tuttavvia, kontakteja

Samanhenkisiä ihmisiä

Värivalot

**7. Kuinka monta tuntia olisi sopiva kesto liikuntatapahtumalle?**

Valitse yksi seuraavista

Enemmän kuin neljä tuntia

Neljä tuntia

2-3 tuntia

Vähemmän kuin kaksi tuntia

**8. Paljonko maksaisit enintään tapahtumaan osallistumisesta? \***

Vastaus euroissa

**9. Kuinka tärkeitä sinulle on solmia uusia suhteita tapahtumassa? \***

Valitse vain yksi vaihtoehto

Melko tärkeää

Ei merkitystä

Erittäin tärkeää

**10. Haluaisitko saada ohjausta tai valmennusta ammattilaiselta tapahtuman aikana? \***

Valitse vain yksi vaihtoehto

Kyllä

En

Ei merkitystä

**11. Mikä on ammattisi? \***

## **12. Mikä on ikäsi?**

Kiitos osallistumisestasi. Otamme mielipiteesi huomioon tapahtumansuunnittelussa ja pyrimme rakentamaan tapahtuman, jossa myös sinun odotuksesi toteutuisivat.  
Iloista kesää!