

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalous

2022

Tiia Kaartovuori

Björkönen kantatila 400 vuotta!

-Juhlavuoden elämyksiä Café Björkönen keskeisimmille kohderyhmille



Opinnäytetyö | tiivistelmä

Turun ammattikorkeakoulu

Liiketalous

2022 | 48 sivua

Tiia Kaartovuori

Björkön kantatila 400 vuotta!

- Juhlavuoden elämyksiä Café Björkön keskeisimmille kohderyhmille

Björkön saaren kantatila juhlii 400-vuotisjuhlavuottaan vuonna 2022. Tilalla toimiva Café Björkö haluaa järjestää elämyksellisiä tapahtumia keskeisimmille kohderyhmilleen juhlavuoden kesäkaudella. Juhlavuoden tapahtumien tavoitteena on olla mahdollisimman mieleenpainuvia ja elämyksellisiä valituille kohderyhmille, sekä parantaa yrityksen tunnettuutta, vahvistaa yrityksen brändiä ja kasvattaa juhlavuoden kesäkauden myyntiä kahteen edelliseen vuoteen verrattuna.

Tässä opinnäytetyössä suunniteltiin toimeksiantajayrityksen keskeisimmille kohderyhmille kaksi elämyksellistä juhlavuoden tapahtumakokonaisuutta, jotka yritykseen toteuttaa Björkön kantatilalla kesäkaudella 2022.

Tapahtumien suunnittelun perustaksi juhlavuodelle määritettiin juhlavuoden viesti, sekä teemat. Teoriaosuudessa syvennyttiin perusteellisesti elämykseen ilmiönä, elämyksellisen tapahtuman suunnitteluun ja toteutukseen, sekä kohderyhmäajatteluun ja asiakassegmentointiin. (Opinnäytetyössä määriteltiin toimeksiantajayrityksen keskeisimmät kohderyhmät ja heidän tunnuspiirteensä, joille juhlavuoden tapahtumat suunniteltiin. Opinnäytetyön tuotokset ovat juhlavuoden tapahtumasuunnitelmat, jotka toimivat perustana Café Björkön juhlavuoden tapahtumien järjestämiselle ja organisoinnille kesällä 2022.

Asiasanat:

Juhlavuosi, tapahtumasuunnittelu, elämyksellisyys, asiakassegmentointi, kohderyhmä.

Bachelor's Thesis | Abstract

Turku University of Applied Sciences

Business

2022 | 48 pages

Tiia Kaartovuori

Björkö Södergrannas Estate 400 years!

- Jubilee events for Key Target Groups

Södergrannas estate located on an island of Björkö celebrates its 400th anniversary in 2022 and Café Björkö wants to organize exciting jubilee events for its main target groups in the summer season 2022. The aim of the jubilee events is to be as memorable and experiential as possible for the selected target groups, as well as to improve the company's awareness, strengthen the company's brand and increase sales for the anniversary year's summer season compared to the previous two years.

In this thesis, two experiential jubilee events were planned for Café Björkö's main target groups. In addition, the author of the thesis designed and implemented the anniversary's marketing posters for the marketing of events. The anniversary message was defined for the jubilee year, as well as the themes that served as the basis for planning the events.

The theoretical part discusses the experience as a phenomenon, the planning and implementation of an experiential event, as well as target group thinking and customer segmentation.

The outputs of the thesis are the jubilee year event plans, which serve as the basis for organizing the events of Café Björkö 's anniversary year in summer 2022.

Keywords:

Anniversary year, event planning, experientialism, customer segmentation, target group.

Sisältö

1 Johdanto	6
2 Björkön kantatila ja Café Björkö	9
3 Juhlavuoden pääviesti ja teema	12
3.1 Eläköön Björkö!.....	13
3.2 teemoina Björkön historia ja luonto	14
4 Elämys ja sen syntyminen	16
4.1 Elämyskokemus.....	17
4.2 Elämyksen elementtejä.....	18
5 Tapahtumasta elämys	20
5.1 Elämyksellisen tapahtuman sisältö	22
5.2 Tärkeimpiä elämystekijöitä tapahtumassa	23
5.3 Käytännön asioita elämyksellisen tapahtuman taustalla	25
6 Café Björkön asiakkaat	26
6.1 Kohderyhmäajattelu ja asiakassegmentointi.....	28
6.2 Segmentoinnin menetelmät.....	29
7 Café Björkön keskeisimmät kohderyhmät	29
8 Björkössä tapahtuu	34
8.1 Unohtumattomia elämyksiä kullekin kohderyhmälle	35
8.2 Juhlavuoden tapahtumat	37
8.3 Juhlavuoden tapahtumien markkinointi.....	42
9 Loppusanat	42
Lähteet	44

Liitteet

Liite 1. Björkön kantatila 400-vuotta -juhlavuoden markkinointijuliste

Liite 2. Björkön kantatilan juhlakauden avajaiset -mainosjuliste

Liite 3. BJÖRKÖ-päivä-mainosjuliste

Kuvat

Kuva 1. Café Björkön visuaalisuus astiastossa ja tuotteissa. 10

Kuva 2. Café Björkön miljö. 11

Kuviot

Kuvio 1. Café Björkön kolme keskeisintä kohderyhmää ja niiden tärkeimmät tunnuspiirteet. 28

Taulukot

Taulukko 1. Björkön kantatilan juhlakauden avajaisten sisältö ja markkinointitapa kohderyhmittäin. 35

Taulukko 2. BJÖRKÖ-päivän sisältö ja markkinointitapa kohderyhmittäin. 37

1 Johdanto

Saaristomeri on Suomessa Itämerellä sijaitseva saaristoalue, joka muodostuu noin 40 000 pienestä ja isosta saaresta. Kooltaan Saaristomeri on Euroopan laajin saaristo ja saarien lukumäärän perusteella maailman suurin saaristo. Saaristomereltä löytyy Metsähallituksen ylläpitämä Saaristomeren kansallispuisto, joka on vuonna 1994 UNESCO:n perustaman Saaristomeren biosfäärialueen ydinosa. Puisto sai vuonna 2007 WWF:n kansainvälisen PAN Parks –sertifikaatin. (Metsähallitus n.d.) Kauniit merimaisemat ja monimuotoiset saaret houkuttelevat Saaristomerelle ihmisiä ympäri maailman. Paikka tarjoaa monipuolisia matkailuelämyksiä kaiken ikäisille ja myös runsaasti liiketoimintamahdollisuuksia.

Björkön saarella, Korppoon Eteläisellä saaristomerellä, toimii kesäkahvila Café Björkö. Café Björkön yhteydessä palvelee myös saariston historiaa esittelevä museo ja pieni puoti. Lisäksi Café Björkö vuokraa saaren kantatilan rantasaunaa ja retkimajoitusta asiakkailleen. Yritys on perustettu vuonna 2020. Opinnäytetyön tekijä on yrityksen perustaja ja toinen omistaja.

Café Björkön toimipaikka, Björkön saaren kantatila, juhlii 400-vuotisjuhlavuottaan vuonna 2022. Juhlavuosi ja sen pääviesti, sekä juhlavuoden teemat halutaan Café Björkössä tuoda asiakkaiden tietoisuuteen ja ulottuville erilaisten tapahtumien ja juhlallisuuksien muodossa mieleenpainuvina elämyksinä kesäkaudella 2022. Juhlavuoden kunniaksi Björkön kantatilalla tulee olemaan erikoisohjelmaa pitkin kesää, mutta tässä opinnäytetyössä keskitytään kahteen päätapahtumaan, jotka juhlakautena järjestetään.

Juhlavuoden suunnittelussa ja järjestämisessä tulee huomioida lukuisia eri asioita. Esimerkiksi Björkön kantatilan poikkeuksellinen ympäristö ja olosuhteet tulee huomioida asianmukaisesti kantatilan 400-vuotisjuhlavuoden suunnittelussa. Tässä opinnäytetyössä syvennyttään kuitenkin siihen, miten luodaan elämyksellisiä juhlavuoden tapahtumia ja kuinka elämyksellistä juhlavuotta suunnitellessa huomioidaan yrityksen keskeisimmät kohderyhmät.

Kyseessä on toiminnallinen opinnäytetyö, jonka tavoitteena on suunnitella Café Björkölle kaksi elämyksellistä ja unohtumatonta 400-vuotisjuhlavuoden tapahtumakokonaisuutta, jotka koskettavat erityisesti valittua kohdeyleisöä.

Opinnäytetyössä vastataan perusteellisesti seuraaviin kysymyksiin:

- Kuinka luodaan elämyksellisiä juhlavuoden tapahtumia Björkön kantatilalla?
- Kuinka yrityksen keskeisimmät kohderyhmät huomioidaan juhlavuoden tapahtumien suunnittelussa?

Café Björkön yrittäjien halu luoda asiakkailleen elämyksien täyteinen juhlavuosi Björkön kantatilalla toimii tämän opinnäytetyön innoittajana. Juhlavuoden tavoitteena on mahdollistaa Café Björkön asiakkaille unohtumattomia elämyksiä Björkön kantatilalla kesällä 2022, parantaa yrityksen tunnettuutta, vahvistaa yrityksen brändiä ja kasvattaa juhlavuoden kesäkauden myyntiä kahteen edelliseen vuoteen verrattuna. Lisäksi tämä toiminnallinen opinnäytetyö haastaa työn tekijän kehittämään valmiuksiaan soveltaa ammattipintoihin liittyviä tietoja ja taitoja käytännössä.

Työ perustuu elämyksellisyyttä, elämyksellisen tapahtuman suunnittelua, sekä asiakassegmentointia ja asiakkaiden kohdentamista käsittelevään tietoperustaan. Tärkeimpiä lähteitä ovat Tapahtuma on tilaisuus (Häyrinen ja Vallo 2016), Elämystuottajan käsikirja (Tarssanen 2009) ja Kohtaaminen: ymmärrä kohderyhmäsi (Tolvanen 2012.)

Opinnäytetyön ensimmäisessä osassa esitellään toimeksiantajayritys sekä yrityksen toimipaikka, Björkön saaren kantatila, joka juhlii 400-vuotisjuhlavuottaan. Tässä osiossa määritetään juhlavuoden pääviesti sekä teemat, joiden ympärille juhlavuoden tapahtumat rakennetaan.

Opinnäytetyön toinen osuus on teemaa esittelevä osuus eli teoreettinen osuus, joka käsittelee elämystä ja elämyksellisyyttä ilmiönä, elämyksellisen tapahtuman suunnittelua ja toteutusta, kohderyhmäajattelua ja asiakassegmentointia. Lisäksi kartoitetaan Café Björkön tärkeimmät kohderyhmät, jotka yrityksessä halutaan erityisesti huomioida juhlavuonna.

Teoriaosuus on rajattu tämän opinnäytetyön kannalta olennaisiin teemoihin ja sen tarkoituksena on kartoittaa työn edellyttämää taustaa ja tietoa, sekä johdattaa lukija kohti opinnäytetyön viimeistä osiota, eli itse tuotoksien esittelyä.

Viimeisessä osiossa esitellään opinnäytetyön tuotokset eli kaksi erillistä, kohdennetulle yleisölle suunnattua elämyksellistä tapahtumakokonaisuutta, jotka toteutetaan Björkön kantatilalla kesäkaudella 2022.

2 Björkön kantatila ja Café Björkö

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja on Tiisa Oy, aputoiminimeltään Café Björkö. Yritys on perustettu vuonna 2020 ja sen kotipaikka on Salo ja toimipaikka Parainen. Yrityksen omistajat ovat Tiia Kaartovuori ja Santeri Knaapinen. Yritys työllisti kesäkaudella 2021 yrittäjien itsensä lisäksi yhden henkilön. Yhtiön liikevaihto vuonna 2021 oli 39000 euroa ja tilikauden tulos 4000 euroa. Tiedot perustuvat yhtiön viimeisimpään tilinpäätökseen, joka on tehty vuonna 2022.

Café Björkö on kesäkaudella palveleva saaristolaiskahvila, joka sijaitsee Korppoon eteläisellä saaristomerellä Björkön saarella, 400 vuotta täyttävällä kantatilalla. Café Björkön toimintamalli on ekologinen ja luontoa kunnioittava. Yrityksen tärkeimpiä arvoja ovat hyvä asiakaspalvelu, käsin tekeminen, ainutlaatuisten elämyksien tarjoaminen, ympäristöystävällisyys ja saariston kulttuuriperinnön säilyttäminen.

Björkön saaren kantatila on poikkeuksellinen paikka pitää kahvilaa, sillä koko saarella ei ole lainkaan runkosähköä. Kaikki kahvilan toiminta mahdollistetaan aurinkosähkön voimin sekä manuaalisesti käsityöllä. Kahvilassa on kantovesi, eikä esimerkiksi tiskikonetta lainkaan, joten kaikki tiski tiskataan käsin. Toimintaympäristö on sijaintinsa ja rajallisten kulkuyhteyksiensä vuoksi haastava, mutta yrittäjien mukaan mielenkiintoinen ja luovuutta ruokkiva.

Café Björkössä suositaan paikallisia tai kotimaisia tuottajia ja suomalaisia raaka-aineita. Kahvilan valikoimassa huomioidaan kattavasti erityisruokavaliot. Café Björkössä halutaan panostaa laadukkaisiin, kotitekoisiin leivonnaisiin ja lähes kaikki tuotteet valmistetaankin alusta loppuun paikan päällä kahvilassa.

Café Björkö on vahvasti visuaalinen yritys. Yrityksessä halutaan panostaa visuaaliseen elämykseen, jossa tärkeimpiä tekijöitä ovat sopusointuisuus, luonnonmukaisuus, yhtenäisyys ja kauniit yksityiskohdat. Kahvilassa visuaalisuus näyttäytyy kauniissa posliiniastioissa, viimeistellyssä tuotteiden

esillepanossa, sekä leivonnaisten ja kakkujen katseen vangitsevassa koristelussa (kuva 1).



Kuva 1 Café Björkön visuaalisuus astiastossa ja tuotteissa.

Markkinoinnissa visuaalisuus tulee esiin värikkäissä ja tunteita herättävissä kuvissa ja videoissa. Lisäksi visualisuus korostuu myös kahvilan ympäristössä; kantatilan pihapiiri on laitettu sellaiseksi, että asiakkaan silmä lepää, minne ikinä hän katsookin (kuva 2.)



Kuva 2 Café Björkön miljöö.

Café Björkön yritysideaan on alusta asti vahvasti kiteytynyt kauniit asiat, joita Björkön kantatilalla esiintyy; ruusut, joita kasvaa villinä pitkin saarta, vanhat ja koristeelliset posliiniastiat, sekä perinteikkäät pastellin sävyt, jotka vilahtavat vanhoissa kalusteissa ja paperitapeteissa kantatilan päärakennuksen huoneissa.

3 Juhlavuoden pääviesti ja teema

Elämyksellistä juhlavuotta suunnitellessa hyvä kysymys pohdittavaksi on, mitä juhlavuoden tapahtumilla halutaan viestiä, eli toisin sanoen mitä asiaa kohderyhmälle on. Tapahtuma viestii organisaation tai yrityksen arvoista, eli suunnitteluvaiheessa on syytä pohtia, minkälaisia asioita, teemoja ja arvoja tapahtumilla halutaan korostaa. Tapahtuma on aina viesti itsessään.

Tapahtuman tulisi siis olla yrityksen tai organisaation näköinen, eli sen imagoa ja arvomaailmaa tukeva. Jokaisella tapahtumalla olisi hyvä olla myös selkeä pääviesti ja mahdollisia sivuviestejä, jotka vahvistavat haluttua sanomaa.

Tapahtuman järjestäjän tulisi sisäistää nämä viestit itselleen jo suunnitteluvaiheessa, jotta viesti välittyy tapahtumassa ja tapahtumaan osallistuville. Viestejä voidaan vahvistaa monilla elementeillä, esimerkiksi tapahtumapaikalla, ohjelmalla, tapahtumaisännän/emännän käytöksellä ja teemoilla. Onnistunut, elämyksellinen tapahtuma edellyttää tapahtuman elementtien kokonaisvaltaista hallintaa. (Vallo & Häyrinen 2016, s. 140–142.)

Café Björkön arvot ja toimintatavat määrittävät juhlavuoden sisältöä ja rakennetta vahvasti. Juhlavuoden halutaan olevan Café Björkön näköinen, eli yrityksen imagoon sopiva; aitoutta, saaristolaisuutta, visuaalisuutta ja ennen kaikkea elämyksellisyyttä korostava ja tukeva. Café Björkössä halutaan, että kesäkauden tapahtumat ja juhlallisuudet koskettavat kaikkia kesäkahvilan asiakkaita, mutta erityisesti kahvilan tärkeimpiä kohderyhmiä.

3.1 Eläköön Björkö!

Björkön saaren kantatilan 400-vuotisjuhlavuoden pääviesti on: ”Eläköön Björkö!” Juhlavuoden viestin taustalla on ajatus olemassaolosta tässä ja nyt ja jatkuvuudesta tulevaisuudessa. Café Björkössä halutaan kantatilan pysyvän eloisana myös tulevaisuudessa ja yksi yrittäjien tavoitteesta onkin ollut uudelleen elävöittää Björkön saarta ja saaren kantatilaa niin, että sillä on edellytykset toimia myös jatkossa. Café Björkön yrittäjien toiveena on myös,

että kantatilan kulttuuriperinnöllisesti arvokkaat rakennukset pystyttäisiin säilyttämään mahdollisimman alkuperäisinä ja hyväkuntoisina tulevinakin vuosina.

”Eläköön Björkö!” – juhluvuoden pääviesti ja ajatus sen taustalla huomioi laajan kohderyhmän aina vanhemmasta sukupolvesta nuorempaan, sekä tuleviin sukupolviin. Björkön kantatila on ollut olemassa pitkään ja se on olemassa edelleen. Kantatila on tiettävästi vuodelta 1622, mutta museoviraston tietojen mukaan asutusta saarella on ollut jo 1500-luvulla. Viimeiset saaren vakituiset asukkaat ennen kantatilan omistajien vaihtumista poistuivat 1980-luvulla. Saaren historia ulottuu kuitenkin jopa viikinkiajalle, jolloin Björkö on ollut tärkeä pysähdyspaikka keskeisen sijaintinsa vuoksi. (Museovirasto n.d.) Björkön historia on siis monivaiheista ja värikästä, ja koskettaa monia. Myös tänä päivänä Björkö ja sen kantatila koskettaa ja yhdistää monia ihmisiä.

Kantatila oli saman suvun omistuksessa melkein 400 vuotta, ennen kuin omistajat vaihtuivat nykyisiin. ”Eläköön Björkö!” – juhluvuoden viestissä Café Björkön yrittäjät haluavat siis huomioida kaikki vauvasta vaariin, joita Björkön saari- ja kantatila jollakin tavalla koskettaa. Pääviestiä tullaan hyödyntämään esimerkiksi juhluvuoden markkinoinnissa, sekä tapahtumien sisällössä, mutta myös esimerkiksi juhluvuoteen liittyvässä koristelussa.

3.2 teemoina Björkön historia ja luonto

Juhlavuoden pääteemat ovat:

- Saariston vanhimpien joukossa – 400 vuotta historiaa ja tarinoita Björkön kantatilalla
- Björkö – Luonnostaan poikkeuksellinen saari

Juhlavuonna Café Björkön yrittäjät haluavat nostaa keskiöön Björkön saaren- ja erityisesti saaren kantatilan pitkän historian ja rikkaan kulttuuriperinnön, ja tästä syystä juhluvuoden pääteemoista toinen käsittelee nimenomaan kantatilan 400-vuotista historiaa aina tähän päivään saakka. Juhlavuonna esitellään myös

kantatilan kunnostusprojektia, joka toteutettiin alkuvuonna 2020, ja joka herätti kantatilan uudelleen eloon ja vanhaan kukoistukseensa asumattomien vuosien jälkeen. Kantatilan historiaa, sekä entisöintiprojektia esitellään asiakkaille esimerkiksi taulunäyttelyn ja teetettyjen kuvakirjojen muodossa.

Kantatilan pitkän historian ja nykyhetken lisäksi Café Björkössä halutaan juhluvuonna korostaa saaren poikkeuksellista luontoa. Toinen juhluvuoden pääteema koskeekin juuri Björkön saaren upeaa ja ainutlaatuista luontoa. Björkön saaren Byviken tunnetaan saaristomeren suosituimpana luonnonsatamana, jonka ehdoton vetonaula on kirkasvetinen sisäjärvi, Insjön. Järvi on suuruudeltaan 10,5 ha ja sen syvyys on enimmillään jopa 17 metriä (Metsähallitus n.d.) Björkön saaren sisäjärvi on todella harvinainen luonnon erikoisuus, joka houkuttelee saarelle varsinkin kesäaikaan ihmisiä kaukaakin. Saaren luonto on kaiken kaikkiaan todella monimuotoista ja kaunista.

Björkön suosittu luonnonsataman ja sisäjärven tunnettuuden ansiosta luontoa korostava juhluvuoden teema on laajaa kohderyhmää koskettava. Saariston luonto on monen vesilläliikkujan intohimo ja kiinnostuksen kohde. Kantatilan 400-vuotisjuhluvuonna Café Björkön yrittäjät haluavatkin osoittaa kunnioituksensa saaren poikkeuksellista luontoa kohtaan, ja korostaa sen herkkyyttä, ainutlaatuisuutta ja haavoittuvaisuutta, sekä vesilläliikkujan vastuuta luonnon suojelussa.

Juhluvuoden teemat ovat lähtöisin Cafe Björkön yrittäjiltä itseltään, sekä saaren kesäasukkailta, saaristossa asuvilta, saaristossa liikkuvilta ja Café Björkön asiakkailta. Juhluvuoden teemojen valinnassa on käytetty pohjana kahvilan asiakkailta ja muilta sidosryhmiltä saatua laajaa suullista ja kirjallista palautetta. Erityisesti Café Björkön asiakkaiden kiitokset ja lämminhenkinen palaute on huomioitu teemojen valinnassa, sillä juhluvuoden tapahtumissa halutaan korostaa juuri Björkön hienoimpia puolia. Kirjallista asiakaspalautetta on olemassa esimerkiksi yrityksen sosiaalisen median kanavissa, kahvilan vieraskirjassa sekä yrityksen sähköpostiviesteissä.

Café Björkössä koetaan juhluvuoden teemojen määrittäminen tärkeänä ensiaskeleena juhluvuoden suunnittelussa. Juhluvuoden teemoja hyödynnetään juhluvuoden sisällön suunnittelun lisäksi myös juhluvuoden tapahtumien markkinoinnissa.

4 Elämys ja sen syntyminen

Saaristo on tärkeä kotimaanmatkakohde ja tarjoaa monenlaisia mahdollisuuksia luoda ikimuistoisia elämyksiä kaiken ikäisille ihmisille. Matkailuelämyksellä tarkoitetaan positiivista, merkittävää ja ikimuistoista kokemusta, johon voi usein liittyä myös kokemus itsensä ylittämisestä, esimerkiksi jonkin täysin uuden asian kokeilemista. Parhaimmillaan tällainen elämys voi johtaa jopa ihmisen ajattelutavan muutokseen tai kehittää häntä henkilökohtaisella tasolla. Matkalla koetun elämyksen jälkeen, esimerkiksi oma tavanomainen arki, voi näyttäytyä aivan uudelta valolta. Jotakin matkalla opittua voidaan jopa omaksua osaksi omaa persoonaa. (Tarssanen 2009, 6.)

Mikä sitten itseasiassa erottaa elämyksen muuten vaan mukavasta kokemuksesta? Esimerkiksi kokemuksen räätälöinti, teemoittelu ja draamallisuus ovat tekijöitä, jotka erottavat elämyksen ja muuten vaan hyvän kokemuksen toisistaan. Elämyksessä korostuu syvällisemmät tunteet ja kokonaisvaltaisuus. Elämyksen syntymistä kuvataan seuraavasti: *“Luminen autio maisema tai tulilla nautittu ateria muuttuu arvokkaaksi elämykseksi, kun makuihin, savun tuoksuun ja kylmänpistelyyn poskilla liitetään merkityksiä, esimerkiksi tarina siitä mitä poronkäritys merkitsi entisaikoina tai miten kylmältä on perinteisesti suojauduttu.”* (Tarssanen 2009, 6–7.) Tämä havainnollistaa hyvin sitä, mikä tekee elämyksestä elämyksen. Elämyksen pitää koskettaa jollakin tavalla, ja herättää ihmisessä tunteita.

4.1 Elämyskokemus

Palvelukokemuksella ja elämyskokemuksella on huomattava ero; asiakkaalle tarjotaan palvelua, kun taas elämyksen ostajaa kohdellaan enemmänkin vieraana. Elämystaloudessa työntekijät ikään kuin työskentelevät näyttämöllä työnkuvansa mukaisessa roolissa, ja ovat tärkeä osa elämyksen luomisesta, kun taas palvelutaloudessa työntekijät ovat myyjiä, tarjoilijoita, oppaita jne. Elämys syntyy siis kokemuksen aikana, eikä sitä voida toimittaa tarkkaan kuvailtuna

palveluna asiakkaalle. Kun palvelussa keskeisintä on se, mitä asiakkaalle tarjotaan, on elämyksien suunnittelussa tärkeintä se, miten vieras kohdataan, eli kuinka häntä esimerkiksi puhutellaan. (Tarssanen 2009, 8–9.) Elämys on siis monen tekijän summa, ja jotta voidaan puhua elämyksestä, on asiakkaalle luotava kokemus, jossa hän kokee ainutkertaisuutta ja erityisyyttä, ja että hänet kohdataan ja huomioidaan henkilökohtaisella tasolla.

4.2 Elämyksen elementtejä

Elämyksen elementtejä ovat yksilöllisyys, aitous, tarinallisuus, moniaistisuus, kontrastisuus ja vuorovaikutteisuus. (Tarssanen 2009, 12–14.)

Yksilöllisyys voi näkyä tuotteessa tai palvelussa esimerkiksi asiakaslähtöisyytenä (Tarssanen 2009, 12.) Café Björkön tapauksessa, juhluvuoden tapahtumissa, tämä yksilöllisyyden elementti voidaan tuoda käytäntöön mahdollisuutena räätälöidä tapahtuman sisältöä eri asiakkaiden mieltymyksien ja tarpeiden mukaan, eli joustavuutena. Yksinkertaisimmillaan siis yksilöllisyys on tapahtumassa vaikka sitä, että jokainen tapahtuman sisältöön tai ohjelmaan osallistuva voi toteuttaa omia mieltymyksiään esimerkiksi aktiviteetin haastavuuden ja tarjotun tiedon osalta. Juhluvuoden tapahtumissa tulee siis olla mahdollisuus toteuttaa kokemuksia omien mieltymysten mukaan, itsensä näköisesti. Lisäksi juhluvuoden tapahtumiin tulee suunnitella jouston varaa, jotta asiakkaat voivat itse vaikuttaa oman tahtonsa ja kiinnostuksensa mukaan, mihin asioihin ottavat osaa, miten haluavat käyttää aikaansa, ja mitä asioita jättävät ehkä välistä.

Aitoudella tarkoitetaan tuotteen, palvelun tai kokemuksen uskottavuutta, eli sitä, kuinka totena asiakas kokee tuotteen, palvelun tai kokemuksen.

Yksinkertaisimmillaan aitous on olemassa olevaa ja todellista kulttuuria ja alueen elämäntapaa (Tarssanen 2009, 12–13.) Café Björkön tapauksessa aitous on helposti todennettavaa ja näyttäytyvää, sillä kantatilan ympäristö on hyvin autenttinen ja vanhaa kulttuuriperintöä on säilynyt runsaasti, eli aitous ja alkuperäisyys on läsnä ja näkyvillä oikeastaan kaikkialla kantatilalla. Aitoutta

voidaan vielä korostaa juhluvuoden tapahtumissa ja sisällössä olemassa olevilla vanhoilla kuvilla, kantatilalta löydetyillä vanhoilla esineillä, sekä olemassa olevilla tarinoilla ja päiväkirjamerkinnoilla. Tapahtumiin saadaan aitoutta ja aitouden tuntua myös aktiviteeteilla ja ohjelmalla, joissa ihmiset pääsevät kokemaan kulttuuria oman toiminnan kautta, eli kokeilemaan erilaisia aitoutta korostavia asioita, kuten pumppaamaan vettä käsin kaivosta, katsomaan kantatilalta löydetyllä kaukoputkella maisemia tai vaikkapa vierailemaan kanalassa ja poimimaan tuoreita kananmunia.

Aitouden tunnetta elämyksiin saadaan tuotua kohtaamisilla, joissa ovat mukana yrityksen aidot ihmiset ja heidän edustama arvomaailmansa. Aidot kohtaamiset ovat merkityksellisiä ja tuovat yrityksen sielun esiin. Yritys ilman sielua, ei ole mitään. (eSignals 2017.)

Tarinallisuus liittyy läheisesti aitouden tunteen synnyttämiseen, sillä kokonaisuuden eri elementtien sitominen yhteen tarinan muodossa, on aitouden tunteen syntymisen kannalta tärkeää. Näin kokemuksesta saadaan tehtyä mukaansatempaava ja tiivistunnelmainen, jolloin ollaan jo lähellä elämyksen syntymistä. Uskottava tarina antaa kokemukselle myös sosiaalisen merkityksen. (Tarssanen 2009, 13–14.) Tarinallisuuden ja tarinoiden avulla saadaan pitkitettyä elämyksestä syntynyttä tunnetta ja täten lisättyä elämyksen vaikutusta ja arvoa kokijalle itselleen. Elämyksessä itseasiassa itse kokemus ei ole välttämättä merkittävin hetki, vaan odotus ja muistot ovat tärkeimpiä asioita. Tarinallisuudella saadaan kokija johdateltua elämyksen pariin ja tarinoiden avulla elämys jää elämään vielä pitkään kokijan mieleen. (eSignals 2017.)

Moniaistillisuudella tarkoitetaan, että kokemuksessa aistiärsykkeiden on vahvistettava haluttua teemaa, ja tuettava kokemuksen mukaansatempaavuutta ja aitouden tunnetta. Aistiärsykkeet tulee suunnitella huolellisesti, jotta kokonaisvaikutelma olisi mahdollisimman vaikuttava ja elämyksellinen, ja jotta aistiärsykeitä ei olisi kuitenkaan häiritsevästi tai liikaa (Tarssanen 2009, 14.)

Aistiärsykeitä Björkön juhluvuoden tapahtumissa ovat esimerkiksi äänimaailma, kuten musiikit ja luonnon äänet, joita asiakas kantatilalla ollessaan kuulee ja erilaiset tuoksut, kuten kahvilasta leijaileva leivonnaisten

tuoksu, puutarhan kukkien tuoksu ja eläinten, kuten ponien haju, jotka asiakas voi haistaa tilalla ollessaan. Myös erilaiset maut, joita kahvilassa pääsee maistelemaan ja esimerkiksi sääolosuhteet, jotka vallitsevat kyseisenä ajankohtana, vaikuttavat kokonaiskuvan syntymiseen.

Kokemuksen kontrastisuus taas puolestaan tarkoittaa sitä, että kokemuksen on oltava erilainen asiakkaan arkeen verrattuna. Asiakkaan tulisi siis voida kokea jotakin uutta, eksoottista tai tavallisesta poikkeavaa. Uuden kokeminen mahdollistaa oman itsensä näkemisen aivan uudella tavalla, uudesta näkökulmasta (Tarssanen 2009, 14.) Kontrastisuutta Björkön juhluvuoden tapahtumiin saadaan niiden tekijöiden esiintuomisella, jotka erottavat Björkössä elämisen ja olemisen tavallisesta kaupunkielämästä. Juuri esimerkiksi sähköttömyydestä ja painevedettömyydestä kertominen ja niiden kokemisen mahdollistaminen jonkin toiminnan tai aktiviteetin kautta, lisäävät kontrastin tuntua ja tekevät kokonaisuudesta elämyksellisen.

Vuorovaikutuksellisuudella tarkoitetaan kokemuksen aikana tapahtuvaa kommunikaatiota, jonka tulisi olla mahdollisimman onnistunutta, eli selkeää, ystävällistä ja positiivista. Tähän elementtiin liittyy olennaisesti yhteisöllisyyden tunne, eli se, että kokemus koetaan osana jotakin porukkaa, perhettä tai yhteisöä (Tarssanen 2009, 14–15.) Björkön juhluvuodessa, sen sisällössä, juhlallisuuksissa ja tapahtumissa, vuorovaikutuksellisuus syntyy Café Björkössä työskentelevien ihmisten, eli elämyksen synnyttäjien ja asiakkaiden, eli elämyksen kokijoiden, välisestä kommunikaatiosta, sekä asiakkaiden välisestä kommunikaatiosta.

5 Tapahtumasta elämys

Hyvään tapahtumaan oletetaan usein liittyvän elämyksellisiä piirteitä, joita voivat esimerkiksi olla estetiikka, viihteellisyys, arjen yläpuolelle nouseminen ja uuden oppiminen. Haasteelliseksi elämyksellisen tapahtuman luomisen tekee kuitenkin se, että jokainen ihminen tuntee ja kokee asiat omalla tavallaan. Siksi tapahtumien elämyksellisyyttä ja elämyksiä suunniteltaessa onkin tärkeää pitää mielessä kohderyhmät, joille tapahtumat on suunnattu. (Häyrinen & Vallo, 139.)

Elämyksellinen tapahtuma on siis jollakin tapaa unohtumaton, moniaistillinen ja kokonaisvaltainen kokemus, joka voi tuottaa kokijalleen muutoskokemuksen. Muutoskokemuksen mahdollistaa tapahtuman design. Tapahtuman designilla tarkoitetaan tapahtuman puitteita, eli missä tapahtuma järjestetään, miten tapahtumatila muotoillaan ja kuinka aistiärsykeitä käytetään ja hyödynnetään. Tapahtumissa pitäisi kyetä luomaan niin mieleenpainuvia kokemuksia, että tapahtumaan osallistunut muistaa ne vielä kymmenienkin vuosien jälkeen. (Häyrinen & Vallo 2016, 139–140.)

Kun tapahtumasta halutaan tehdä mahdollisimman elämyksellinen, on syytä laatia tapahtumalle käsikirjoitus. Käsikirjoitus on ikään kuin näytelmän käsikirjoitus, eli kertoo mitä tapahtuu, missä tapahtuu ja milloin tapahtuu. Käsikirjoitus alkaa siitä, kun vieraat saapuvat ja ”näytelmä” alkaa. Käsikirjoitus on myös työkalu tapahtumassa työskenteleville. Käsikirjoituksessa tulee myös huomioida tapahtuman palvelupolku, eli suunnitella kuinka asiakas/vieras saapuu tapahtumaan, minne hän suuntaa ensimmäiseksi tapahtumapaikalla ja minkälaisia asioita hän odottaa tapahtumaan saapuessaan ja sen jälkeen. Palvelupolkua suunniteltaessa tulee huomioida ihmismäärä, etäisyydet, tilan koko ja muut sujuvuustekijät. Kun tapahtuman käsikirjoitus ja tapahtuman palvelupolku on hiottu kuntoon, on tapahtumalla hyvät käytännön onnistumisedellytykset. (Häyrinen & Vallo 2016, 196–197.)

Tapahtuman aikana tapahtuu paljon sellaista, mikä näkyy tapahtumassa olijoille, mutta sitäkin enemmän tapahtuu kulisseyksissä ikään kuin näkymättömästi. On siis ehdottoman tärkeää, että jokainen tapahtuman

vastuuhenkilö ja järjestäjän roolissa toimiva tietää, mitä häneltä odotetaan elämyksellisen tapahtuman onnistumiseksi. Jokaisella vastuuhenkilöllä tulee olla myös aikataulutettu käsikirjoitus sujuvuuden takaamiseksi, sillä tapahtumassa sujuvuus on laatua. Tapahtuman sujuvuuteen vaikuttaa se, miten hyvin suunnittelu ja aikataulutus on tapahtumaa ennen tehty. (Häyrinen & Vallo 2016, 196–197.)

5.1 Elämyksellisen tapahtuman sisältö

Tapahtuman sisällön ja ohjelman rytmitys on tärkeä asia elämyksellisen tapahtuman luonnissa. Tapahtumassa tulisi olla kiinnostavaa ja puhuttelevaa sisältöä, sekä mukavaa tekemistä. Myös taukoja olisi hyvä olla, jotta osallistujat saavat aikaa jaloitella, seurustella muiden ihmisten kanssa, ehkä käydä vessassa tai hakemassa jotakin syötävää. Tauot ovat tärkeitä myös tapahtuman sisällön ja sanoman sisäistämisen kannalta. Ihmiset eivät jaksaa kuunnella yli puoltatoista tuntia keskittyneesti, vaikka asia olisi kuinka mielenkiintoista. Rytmitystä suunnitellessa kannattaa asettua tapahtumaan osallistujan saappaisiin ja pyrkiä löytämään tapahtumalle jaksotus, joka tukee elämyksellisyyden tunnun syntyä ja palvelee osallistujaa parhaalla mahdollisella tavalla. (Häyrinen & Vallo 2016, 201–204.)

Taukojen pituuksissa tulee ottaa huomioon esimerkiksi arvioitu osallistujamäärä ja vessojen lukumäärä. Jaksotuksessa tulee huomioida myös tapahtuman kokonaiskesto. Ihmisille ei saisi tulla tapahtumassa pitkästynyt olo, eikä asioiden odotteluun tai jonottamiseen saisi mennä liikaa aikaa. Kaikki nämä asiat on syytä huomioida tapahtuman suunnitteluvaiheessa, jotta tapahtuman elämyksellisyys, saumattomuus ja soljuvuus saadaan taattua. Tapahtuman järjestäjän on oltava tapahtumassa ajan hermolla ja toimittava kapellimestarina, mikäli rytmitystä tulee hienosäätää odottamattomien tekijöiden johdosta tapahtuman aikana. Joustavuus ja järjestäjän tarkkaavaisuus ovatkin tärkeitä tekijöitä onnistunutta elämystapahtumaa tavoitellessa. (Häyrinen & Vallo 2016, 204.)

Elämyksellisen tapahtuman varmistamiseksi vaaditaan viitseliäisyyttä ja luovuutta, joka tuo tapahtumaan erityisen säväyksen. Jotta tapahtuma siis jää erityisellä tavalla osallistujien mieleen, on siinä oltava jotakin tavanomaisesta poikkeavaa, johon on käytetty ajatusta ja erityistä vaivaa. Yllätyksellisyys on asia, jota kannattaa pyrkiä lisäämään tapahtumaan, kun halutaan luoda elämyksiä. (Häyrinen & Vallo 2016, 204–206.)

Olennaista on, ettei osallistujille kerrotaisi kaikkia tapahtuman hienoja ja hiottuja yksityiskohtia, vaan ainoastaan suuret linjat, jotka osallistujien tulee etukäteen tietää. Näin voidaan varmistaa, että tapahtumassa osallistujalla riittää ihmeteltävää ja yllätyksellisiä asioita, joita hän ei osannut arvata tai odottaa ennalta. Yllätyksellisyyttä voi olla esimerkiksi esiintyjä tai ohjelmanumero, jota ei paljasteta etukäteen, ilmaistarjoilu osallistujille, esimerkiksi kesätapahtumassa jäätelön tarjoaminen maksutta, tapahtuman erityislaatuinen palveluhenkisyys ja vieraiden osallistaminen, eli yhdessä tekeminen tai vaikkapa jokin giveaway-lahja osallistujalle, josta jää mukava muisto tapahtumasta. (Häyrinen & Vallo 2016, 204–206.)

5.2 Tärkeimpiä elämystekijöitä tapahtumassa

Äänimaailmassa ja musiikissa on tapahtuman suuri voima. Musiikilla voidaan välittää tunnelmaa ja korostaa tapahtuman huippukohtia. Tapahtuman alussa, jo ennen varsinaista tapahtuman alkamista tai ensimmäistä ohjelmanumeroa tapahtumapaikalla voidaan soittaa teemaan ja tunnelmaan sopivaa taustamusiikkia, niin sanottua odotusmusiikkia. Myös tapahtuman päätteeksi voidaan soittaa musiikkia, joka ystävällisesti saattelee vieraat tapahtumasta pois ja välittää tunnelmaa, joka viestii tapahtuman päättymisestä. Elävä musiikki tapahtumassa on miellyttävämpää kuin tallenteelta soitettu musiikki, mutta esiintyvä artisti harvoin soittaa läpi tapahtuman, eli myös tallennemusiikin rooli tapahtumissa on tärkeä. Musiikin tulee olla tilaisuuteen sopivaa ja myös elävää musiikkia esittävän artistin tulee olla tapahtuman designiin sopiva. Artistin myös tulee tietää tarkkaan etukäteen, minkälainen tapahtuma on kyseessä, jotta hän osaa valmistautua ja varautua odotetulla tavalla. (Häyrinen & Vallo 2016, 207.)

Tapahtuman tunnelmallisuutta ja elämyksellisyyttä voidaan lisätä teemaan sopivalla somistuksella ja koristelulla. Koristeita voivat olla esimerkiksi näyttävät kukka-asetelmat, koivun oksista ja lehdistä punotut köynnökset, värikkäät ilmapallot, loimuavat ulkotulet tai hienot tapahtumajulisteet. Lisäksi tapahtumapaikalla tulisi olla selkeät kyltit, jotka opastavat osallistujia tapahtumassa ja tekevät osallistujien olon helpoksi ja mukavaksi. Kylttejä kannattaa olla mieluummin liikaa, kuin liian vähän, sillä selkeys ja hyvä opastus ovat rennon mielentilan saavuttamiseksi tärkeitä tekijöitä ja tapahtumassa osallistujien halutaan tuntevan olonsa mahdollisimman mukavaksi. (Häyrinen & Vallo 2016, 211.)

Tapahtumassa vastaanotto on erityisen tärkeä hetki ja merkittävä osa elämyksellisyyden tunteen synnyttämisessä, sillä vastaanotossa osallistuja kohtaa ensimmäiset tapahtuman ihmiskasvot. Hyvää mieltä osallistujille tuokin reipas vastaanottaja, joka kohtaa jokaisen osallistujan henkilökohtaisesti ja toivottaa tämän tervetulleeksi tapahtumaan, sekä opastaa eteenpäin tapahtumassa. Tässä kohdassa huomaavaisuus ja palveluhenkisyys ovat erityisen tärkeitä, sillä osallistuja muodostaa tapahtuman tunnelmasta käsityksen heti alkumetreillä. Jokainen tapahtumaan osallistuja tulisi kohdata siis rohkeasti ja iloisesti, jotta osallistujan olo on mahdollisimman tervetullut ja vastaanotto jäisi lämpimästi mieleen! (Häyrinen & Vallo 2016, 211–212.)

Elämyksellisessä tapahtumassa pitää totta kai olla hauskaa! Hauskuus ja nauru saadaan taattua, kun elämykset, vieraiden vuorovaikutus, tunnelma ja ohjelman sujuvuus ovat tasapainossa keskenään. Tapahtuman sisällössä tulisi olla sopivaa huumoria ja hauskaa ohjelmaa, joka vapauttaa ja rentouttaa tapahtuman ilmapiiriä. Ihannetilanne on, kun tapahtuma tuntuu kulkevan eteenpäin omalla painollaan ihmisten nauttiessa ohjelmasta ja tunnelmasta ja viihtyessä toistensa seurassa. Todelliseen hauskuuteen vaaditaan kuitenkin jotain erityistä, joka lisää vieraiden yhteenkuuluvuuden tunnetta. Tämä voi olla vaikkapa jokin erikoinen tai jännittävä ohjelmanumero tai vaikka jokin nerokkaasti koottu huumori läjäys, joka koskettaa kaikkia mukana olevia. Yhteenkuuluvuuden tunne onkin osa elämyksen synnyn ydintä. Yhdessä

olemisella saadaan muodostettua sellainen dynamiikka, joka saa läsnäolijan tuntemaan olonsa aivan erityiseksi. Tapahtumaan osallistujat ja tapahtuman järjestäjät, niin sanotut vieraat ja isännät, muodostavat yhteisön, johon halutaan kuulua ja jossa tuntuu, että lähes kaikki on mahdollista. Tällöin kokemus on erittäin merkityksellinen ja elämyksellinen. (Catani 2017, 130.)

Tapahtumissa vallitsevalla tunnelmalla on suuri merkitys siihen, miten ihmiset aistivat asioita. Kiireetön, hyväntuulinen ja leppoisa tunnelma ruokkii positiivisuutta ja lisää aistiärsykkeiden toimivuutta elämyksellisen kokemuksen saavuttamiseksi. Hyvään yleistunnelmaan, joka syntyy esimerkiksi ystävällisen ja asiakaslähtöisen palvelun välityksellä, kannattaa siis panostaa. Myös esimerkiksi tapahtumien kulussa ja sisällössä, juhlakoristelussa ja sisustuksessa, sekä ympäristön yleisessä viihtyisyydessä, tulee huomioida moniaistisuus ja aistiärsykkeiden yhtenäisyys ja yhteensopivuus. (Häyrinen & Vallo 2016, 141.)

5.3 Käytännön asioita elämyksellisen tapahtuman taustalla

Tekniset valmiudet tulee huomioida hyvissä ajoin ennen tapahtuman alkamista, jotta voidaan varmistaa, ettei tapahtumassa koidu yllättäviä käytännön haasteita. Tapahtumapaikalla on oltava saatavilla esimerkiksi tarpeeksi sähkövirtaa tapahtuman vaatimaa tekniikkaa varten. On myös hyvä tehdä suunnitelma sen varalle, mikäli tekniikan toimivuudessa ilmenee ongelmia tapahtuman aikana. Tekniikka tulee myös mitoittaa tapahtuman tarkoitusta vastaavaksi. (Häyrinen & Vallo 2016, 208–209.)

Jos tapahtumassa jaetaan joitakin materiaaleja, kuten esitteitä, yrityslahjoja tai vaikkapa tuotenäytteitä, on etukäteen pohdittava, kuinka paljon jaettavia materiaaleja tarvitaan ja missä vaiheessa ne jaetaan osallistujille.

Ekologisuuden vuoksi esimerkiksi tapahtuman ohjelma voi olla digitaalinen, jotta esitteistä muodostuvalta jätteeltä säästytään. Tällöin on kuitenkin varmistettava, että tapahtuman kohdeyleisöllä on valmiudet käyttää digitaalista versiota tapahtumaohjelmasta. (Häyrinen & Vallo 2016, 209–210.) Björkön kantatilan

tapahtumissa kannattaa suosia perinteistä paperiversiota, sillä nettiyhteydet ovat vaihtelevia. Myös vaikkapa ilmapallojen jakaminen ei sovi saaristossa järjestettävään juhlaan, jossa yhtenä pääteemana on luonto ja sen suojeleminen. On siis hyvä pohtia, minkälainen jaettava materiaali sopii tapahtumaan ja sen henkeen, ja tuoko jaettava materiaali tapahtumaelämykseen lisäarvoa.

Myös turvallisuus tulee ottaa kaikissa tilaisuuksissa ja tapahtumissa aina asianmukaisesti huomioon. Turvallisuuskysymykset tulee miettiä etukäteen aina tapahtumakohtaisesti ja mahdollisiin turvallisuusriskeihin on varauduttava. Viralliset, lakia edellyttävät asiat tulee totta kai huomioida, mutta todella tärkeää on varmistaa myös, että jokainen tapahtumassa työskentelevä ja tapahtuman vastuuhenkilö tietää turvallisuutta koskevat perusasiat. Tällaisia asioita ovat esimerkiksi varapoistumistiet, sammutuskalustojen sijainnit, kokoontumispaikat, paikan osoite ja sijainti hätäpuhelua varten ja henkilöt, jotka vastaavat ensihoidosta. Turvallisuus tapahtumassa on laatua ja edellytys onnistuneelle, elämykselliselle tapahtumalle. (Häyrinen & Vallo 2016, 216–219.)

6 Café Björkön asiakkaat

Yrityksen on tärkeää tietää ja tuntea asiakkaansa, eli ymmärtää minkälaiset ihmiset ostavat yrityksen tuotteita tai palveluita ja minkälaisista ihmisistä yrityksen asiakaskunta koostuu. Lisäksi yrityksen tulisi ymmärtää minkälaiset ihmiset ovat potentiaalisia asiakkaita, eli mahdollisia asiakkaita.

Asiakastuntemus on edellytys yrityksen korkean operatiivisen ja innovatiivisen suorituskyvyn ylläpitämisessä, sekä liiketoiminnan kehittämisessä (Al-Shammari 2012.)

Björkön saaren tavoittaa parhaiten veneellä liikkuen ja isoin osa saarella kävijöistä tulee paikalle veneillen, joko purjeverneellä tai moottoriverneellä. Lähes kaikkia Café Björkön vierailijoita yhdistää siis sama harrastus, veneily. Björkön saarelle kulkee myös maksuton yhteysalus Nauvon Eteläistä reittiä pitkin, mutta yhteysaluksella tulevat ihmiset ovat vain kourallinen vierailijoiden kokonaismäärästä. Taksiverneellä liikkujat ja ryhmämatkoille osallistuvat ovat tärkeä Café Björkön tulevaisuuden kohderyhmä, mutta tällä hetkellä hyvin pienen osuuden vierailijoiden kokonaismäärästä muodostava segmentti.

Suuri osa Café Björkön vierailijoista tulee kotimaasta, mutta myös ulkomaalaisia veneilijöitä matkustaa saarelle joka kesä. Viimevuosina ulkomaalaisten vierailijoiden määrä on ollut vähäinen koronaviruspandemian rajoitustoimien vuoksi, mutta ulkomaalaisten asiakkaiden määrän voidaan olettaa olevan tulevina kesinä kasvussa.

Café Björkön suurin kävijäkunta koostuu pariskunnista ja lapsiperheistä. Björkössä vierailee eniten keski-ikäisiä ja eläkeikäisiä pariskuntia, sekä kahden tai kolmen lapsen lapsiperheitä. Lisäksi saarella vierailee myös nuorempia aikuisia pariskuntia. Saarella vierailee jonkin verran myös aikuisista koostuvia ryhmiä ja porukoita. Lisäksi merkittävän osan Café Björkön asiakkaista muodostaa Björkön saaren kesäasukkaat tai lähisaarien asukkaat.

Björkön sijainti keskellä Saaristomerta sekä saaren luonnonmukaiset olosuhteet karsivat ison vierailijamassan pois, mikä on saaren ympäristön kuormituksen

rajoittamisen kannalta hyvä asia. Lisäksi Café Björkön rajallisten resurssien vuoksi kantatilasta ei pyritäkään kehittämään massakohdetta, mutta vielä kasvun varaa on olemassa. Yrittäjät toivovatkin, että tulevaisuudessa kaudet olisivat mahdollisesti hieman pidempiä ja että vierailijat jakautuisivat tasaisemmin koko kesälle, eikä ainoastaan kuumimmalle lomasesongille. Näin ollen yrittäjät kokevat tärkeänä kehittää tulevaisuudessa myös sellaisten asiakkaiden mahdollisuuksia päästä saarelle, keillä ei ehkä ole omaa vesikulkuneuvoa.

6.1 Kohderyhmäajattelu ja asiakassegmentointi

Segmentoinnilla tarkoitetaan sitä, että yritys perehtyy asiakkaisiinsa ja pyrkii tuntemaan heidät mahdollisimman hyvin. Hyvän asiakastuntemuksen avulla yritys pyrkii rakentamaan asiakkaisiinsa vahvan suhteen ja tarjoamaan asiakkailleen juuri sitä, mitä he haluavat tai saattavat haluta (Weinstein 2012, 26–27.) Käytännössä segmentoinnilla tarkoitetaan prosessia, jossa asiakkaat jaetaan kohderyhmiin. Asiakkaiden ryhmittely tulisi tehdä siten, että ryhmät olisivat mahdollisimman erilaisia keskenään, mutta ryhmän sisällä olevat henkilöt taas olisivat mahdollisimman samankaltaisia keskenään. (Tolvanen 2012, 121.)

Kohderyhmä on siis rajattu ihmisjoukko, jolle jokin tietty toimenpide on suunnattu ja kohderyhmäymmärryksellä puolestaan tarkoitetaan sitä, että ymmärretään syvällisesti, miksi ja miten ihmiset tekevät valintoja. Kohderyhmän käsittäminen yhtenä kokonaisuutena on useimmiten vaarallista, koska palveluista tai tuotteista on vaarana tulla keskinkertaisia, kun ne ovat ikään kuin kaikille suunnattuja. (Tolvanen 2012, 121.)

Kaikkia miellyttämään pyrkivän palvelun ostokiinnostus on huomattavasti pienempi, kuin vaikka 2–3 eri segmentin tarpeille kehitetty palvelu. Segmentointi on siis tärkeä työkalu palveluita ja tuotteita kehitettäessä ja asiakaskeskeisen kulttuurin vahvistamisessa yrityksessä. Tapahtuman kohderyhmänä voivat olla esimerkiksi nykyiset, jo olemassa olevat asiakkaat, potentiaaliset asiakkaat,

sidosryhmät tai vaikkapa yhteistyökumppanit. Tärkeintä on, että kohderyhmät ovat selkeästi mielessä tapahtumaa järjestäessä. (Tolvanen 2012, 121, Häyrinen & Vallo 2016, 147.)

6.2 Segmentoinnin menetelmät

Segmentointimenetelmiä on monia. Segmentoinnin kriteerit riippuvat toiminnan tavoitteesta ja segmentoinnin lähtökohtana voivat olla esimerkiksi tarve, käyttäytyminen, arvo tai tavoite. Sama segmentointi ei siis toimi kaikissa tilanteissa. Kriteereiksi tuleekin valita tekijät, jotka erottelevat asiakkaat tai asiakkuudet tavoitteen kannalta keskeisistä näkökulmista. (Sitra 2016.) Tolvasen (2012) parhaat näkemät segmentoinnit ovat olleet motiivi- tai käyttäytymispohjaisia. Kuitenkin myös demografiset tekijät on useimmiten hyvä ottaa huomioon segmentoinnissa. Esimerkiksi elämänvaihe ja varallisuus selittävät tarpeita ja kysyntää suuresti. (Tolvanen 2012, 121.)

Segmentit herätetään eloon personoinnin avulla, eli luodaan kuvitteellisia asiakaspersoonia, jotka edustavat mahdollisimman tarkasti kyseisen segmentin henkilöitä. Segmentoinnin tavoitteena on tunnistaa erilaisia asiakasryhmiä, joilla kullakin on omat tarpeensa. Segmentointi myös auttaa yritystä tunnistamaan potentiaalisimmat asiakkaansa. Esimerkiksi elämyshakuisen kuluttajan kuvauksen lukeminen tutkimusraportista on täysin eri asia, kuin todellisuudessa nähdä, miten hän käyttäytyy ja mikä saa juuri hänet tekemään ostopäätöksen. (Taloustutkimus n.d.; Tolvanen 2012, 123)

Yksittäisten ihmisten nostaminen segmenttinsä edustajiksi on siis kannattavaa, vaikka vaatii rohkeutta ja vaivaa. Tolvanen perustelee asian seuraavasti: *“Olen nähnyt, miten elävät segmenttikuvaukset saavat markkinoinnin ihmiset innostumaan ja miettimään, miten yrityksen tarjoaman voisi muotoilla juuri näiden yksittäisten esimerkkihenkilöiden kautta.”* (Tolvanen 2012, 123.) Voidaan päätellä, että sama asia pätee markkinoinnin suunnittelun lisäksi myös vaikka tapahtumien suunnittelussa.

7 Café Björkön keskeisimmät kohderyhmät

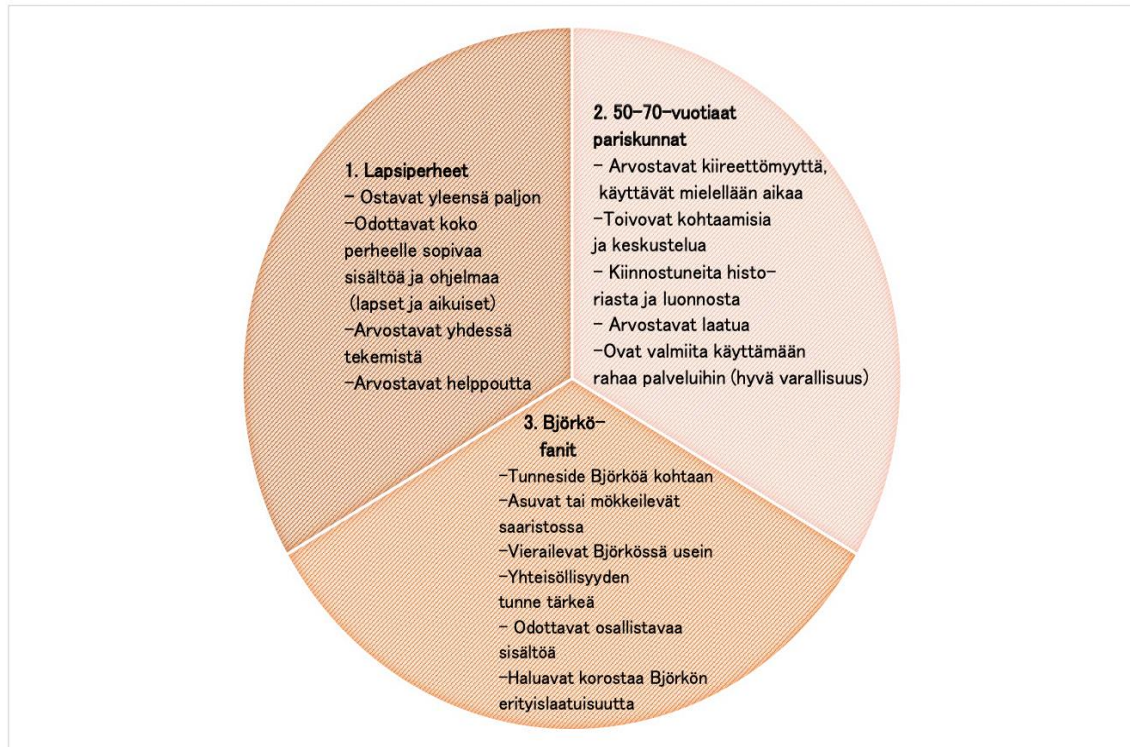
Yrityksen järjestäessä tapahtumaa, on sen tunnettava kohderyhmänsä riittävän hyvin, jotta se osaa tehdä oikean kokoisen ja -näköisen tapahtuman, joka puhuttelee juuri haluttua kohderyhmää. Ennen tapahtuman järjestämistä pitää siis olla selkeänä mielessä minkälaisille asiakkaille yritys järjestää kyseistä tapahtumaa. (Häyrinen & Vallo 2016, 145–147.)

Björkön kantatilan 400-vuotisjuhlavuoden tapahtumissa halutaan huomioida erityisesti Café Björkön keskeisimmät kohderyhmät. Café Björkön tapauksessa, kun suunnitellaan elämyksellisiä tapahtumia, on siis pohdittava, mitkä ovat ne ryhmät, joille juhlavuoden tapahtumat erityisesti suunnataan ja mikä on elämyksellistä kullekin kohderyhmälle.

Café Björkön keskeisimpien kohderyhmien segmentoinnin kriteereinä toimivat psykograafiset tekijät, eli tässä tapauksessa arvot, kiinnostuksenkohteet, elämäntavat ja asenteet, sekä demograafisista tekijöistä perheen koko, elämäntilanne ja tulotaso.

Keskeisimpiä kohderyhmiä muodostuu kolme (Kuvio 1):

- Lapsiperheet
- Noin 50–70-vuotiaat pariskunnat
- Ryhmä nimeltä “Björkö-fanit”



Kuvio 1. Café Björkön kolme keskeisintä kohderyhmää ja niiden tärkeimmät tunnuspiirteet

Lapsiperheet

Kaikista Björkössä kävijöistä iso osa on lapsiperheitä, ja lapsiperheet ovat myös todella tärkeä kohderyhmä Café Björkölle. Kahvila, sekä kantatilan pihapiiri kotieläimineen ja pihapeleineen houkuttelee runsaasti lapsiperheitä paikalle.

Lapsiperheet viipyvät tilalla usein pitkään ja ostavat tuotteita ja palveluita monipuolisesti koko vierailunsa ajan. Lisäksi saaristossa liikkuvien lapsiperheiden vanhemmat ovat usein tehokkaita suosittelijoita ja sanansaattajia.

Lapsiperheiden viihtyminen Café Björkössä on yrittäjien sydämen asia. Lapsiperheet tulevat yrityksen tärkeänä segmenttinä olemaan myös kohderyhmä, jolle juhluvuoden tapahtumat erityisesti suunnitellaan. Tapahtumista pyritään siis luomaan sellaisia, että ainakin lapsiperheet viihtyvät niissä, ja saavat kokea kantatilalla mieleenpainuvia elämyksiä.

Lapsiperheet odottavat tapahtumilta koko perheelle sopivaa tekemistä ja koettavaa. Lapsiperheet arvostavat tapahtumissa sisältöä, joka sopii kaiken ikäisille, eli viihdyttää niin perheen pienimpiä kuin aikuisiakin. Veneilevät lapsiperheet myös arvostavat laajaa palveluvalikoimaa tapahtumissa, eli esimerkiksi sitä, että tapahtumassa on tarjolla sekä mukavaa tekemistä kaiken ikäisille että syötävää ja juotavaa kaiken ikäisten makuun.

Lapsiperheet arvostavat mahdollisesti myös sellaista tapahtumasisältöä, jossa aikuiset osallistuvat tekemiseen vähemmän ja saavat vaikkapa istahtaa ja levähtää siksi ajaksi, kun lapset rientävät hauskojen tekemisten parissa. Tekemisen tulee kuitenkin tapahtua sellaisella etäisyydellä, etteivät lapset lähde kauas vanhemmistaan, mikäli aktiviteetti ei ole ohjattua ja vahdittua tapahtumassa työskentelevän tai tapahtuman järjestäjän johdolla. Lapsien osallistuessa aktiviteetteihin, tarjotaan perheen aikuisille mahdollisuus vain nauttia tapahtuman tunnelmasta, hakea kahvilasta mahdollisesti vaikkapa kylmiä virvokkeita ja tavata muita tapahtumaan osallistuvia.

Helppous, turvallisuus ja mukavuus ovat siis myös asioita, joita lapsiperheet arvostavat. Lapsiperheille arvokasta on yhteinen aika ja muistot, joita yhdessä koetuista hetkistä jää.

Noin 50–70-vuotiaat pariskunnat

Toisen merkittävimmän asiakassegmentin kaikista Björkön vierailijoista muodostaa noin 50–70-vuotiaat veneilevät pariskunnat. Tämän kohderyhmän henkilöitä yhdistää samaan ikähaarukkaan kuulumisen ja yhdistävän vapaa-ajan viettotavan lisäksi monet muutkin tekijät.

Tämä kohderyhmä saattaa vieraillla Björkössä kesäsesongin kiireisimpänäkin aikana, mutta myös kiireisimmän sesongin ulkopuolella, keväästä ja alkukesästä aina myöhäiseen syksyyn, joka tekee kohderyhmästä erittäin tärkeän Café Björkölle.

Näitä aikuisia pariskuntia yhdistää kiireettömyys ja halu tutustua saariston kohteisiin rauhassa, ajan kanssa. Tämän kohderyhmän edustajat viettävät pitkät lomat tai ovat eläköityneet työelämästä ja veneilevät saaristossa pitkän kauden.

Kohderyhmän edustajat ovat useimmiten halukkaita ostamaan tuotteita ja palveluita monipuolisesti ja haluavat tukea saariston yrittäjyyttä. He arvostavat laadukkuutta, siisteyttä, hyvää palvelua ja hyvää tunnelmaa. Kohderyhmän henkilöt ovat usein laajasti kiinnostuneita saariston vierailukohteista, niiden historiasta ja kulttuuritarjonnasta. Kohderyhmän sisältä saattaa löytyä myös kiinnostusta perinnerakentamista kohtaan. Lisäksi kiinnostus luontoa ja kauniita maisemia kohtaan yhdistää tämän kohderyhmän edustajia.

Nämä noin 50–70-vuotiaat, aikuiset pariskunnat, tulevat olemaan yksi kolmesta keskeisimmästä kohderyhmästä, jota haluamme erityisesti muistaa ja huomioida Björkön kantatilan juhluvuoden sisällössä ja juhlallisuuksissa. Juhluvuoden tapahtumat pyritään siis suunnittelemaan sellaisiksi, että ne herättävät mielenkiintoa ja tunteita juuri tässä kyseisessä kohderyhmässä ja synnyttävät heille elämyksiä.

Björkö-fanit

Yksi keskeisin kohderyhmä Café Björkön asiakkaista on ryhmä, johon kuuluu Björkön saaren kesäasukkaat, sekä lähisaarien asukkaat. Nämä ihmiset ovat kautta aikojen viettäneet aikaansa Björkön saarella ja tuntevat saaren ja saaristokulttuurin hyvin. Tähän kohderyhmään kuuluu myös ne ihmiset, jotka ovat erityisen kiinnostuneita juuri Björkön saaresta ja kuuluvat vakiokävijäkuntaan, vaikka eivät asuisi kesäkautta Björkössä tai aivan sen lähellä. Tämän ryhmän nimeksi muodostui Björkö-fanit, sillä segmentti kattaa

kaikki sellaiset henkilöt, joilla on jonkinlainen henkilökohtainen tunneside paikkaa kohtaan, ja suuri kunnioitus Björköä kohtaan.

Tämän kohderyhmän edustajat vierailevat Café Björkön asiakkaina joka kesä ja useita kertoja kesässä. He viettävät Björkössä tai Björkön lähistöllä muutenkin paljon aikaa, ja osallistuvat usein kantatilalla järjestettyihin tapahtumiin ja yhteiseen tekemiseen, kuten talkoisiin. Tämä kohderyhmä on kahvilan toiminnalle monellakin tapaa tärkeä, sekä asiakasryhmänä että sidosryhmänä.

Tämän kohderyhmän ihmiset ovat niitä, jotka toimivat Björkön saaren ja saarelaisten yleisen ja yhteisen hyvän eteen ja mahdollistavat omalta osaltaan myös Café Björkön toiminnan toimivuuden saarella. Nämä ihmiset tuntevat Björkön historian hyvin, ja ovat jopa mahdollisesti olleet osana sitä. Heille tärkeää on Björkön hyvinvointi ja elinvoimaisuus, yhteisöllisyys ja saariston arvostus. Lisäksi tärkeää heille on saaren historian ja perinteiden kunnioitus ja vaaliminen.

Björkön kantatilan 400-vuotisjuhla on Björkö-faneille merkityksellinen asia ja ilon aihe. Café Björkö haluaakin huomioida juhlavuoden tapahtumissa ja elämyksissä erityisellä tavalla juuri tätä kohderyhmää ja tarjota heille tapahtumissa osallistavaa sisältöä, jotta jokainen ryhmän edustaja kokee kuuluvansa tärkeänä osana Björkön yhteisöön.

8 Björkössä tapahtuu

Kun keskeisimmät kohderyhmät ja heidän tunnuspiirteensä ovat selvillä, on seuraavaksi mietittävä, miten juuri näiden kohderyhmien ihmisiä pystytään koskettamaan mahdollisimman elämyksellisesti ja mieleenpainuvasti Björkön kantatilan 400-vuotisjuhlavuoden tapahtumissa.

Tapahtumiin on siis suunniteltava sellaista sisältöä ja ohjelmaa, joka huomioi ja miellyttää sekä lapsiperheitä, noin 50–70-vuotiaita pariskuntia, että Björköfaneja ja tarjoaa kaikille näille kohderyhmille unohtumattomia elämyksiä. Jokaiselle kohderyhmälle halutaan tarjota juuri heidän arvojaan, odotuksiaan ja tarpeitaan vastaavaa elämyksellistä tekemistä, kokemista ja näkemistä Björkön kantatilan juhlavuoden tapahtumissa. Tapahtumien sisällön ja ohjelman tulee myös sopia juhlavuoden teemoihin, Café Björkön arvoihin ja brändiin, sekä huomioida kantatilan erityiset olosuhteet.

8.1 Unohtumattomia elämyksiä kullekin kohderyhmälle

Ohjatulla poniratsastuksella varmistetaan perheiden pienimmille unohtumaton kokemus tapahtumassa. Ohjattua poniratsastusta järjestetään molemmissa juhlavuoden tapahtumissa. Lasten ponitalutuksessa vanhemmat pääsevät kannustamaan lapsiaan ja ottamaan heistä valokuvia, joista jää konkreettisia muistoja tapahtumasta. Tässä aktiviteetissa korostuu uuden oppiminen ja vieläpä hyvin ainutlaatuisessa ympäristössä.

Björkön kantatilalta lähtevälle kulkureitille on rakennettu lapsiperheille suunnattu elämyspolku. Elämyspolku avataan juhlakauden avajaisissa, 24.6.2022. Polun varrelle on maalattu erilaisia kivimaalauksia, joihin kaikkiin liittyy oma tarinansa. Maalauksiin liittyvät tarinat ovat opetuksellisia ja käsittelevät esimerkiksi Björkön saaren historiaa ja luontoa. Koko perheen elämyspolku on helppokulkuinen, joten sen voi kulkea perheen pienimpienkin kanssa. Björkön elämyspolku tarjoaa hauskan seikkailun koko perheelle, ja samassa tulee opittua sekä

Björkön historiaan että luontoon liittyvää tietoa. Tässä aktiviteetissa korostuu siis tarinallisuus, oppiminen, yhdessä tekeminen ja osallistuminen.

Lapsiperheitä varten kantatilan pihamaalle tuodaan molempien tapahtumien ajaksi erilaisia pihapelejä, kuten mölkky, tikkataulu, hyppynaruja ja keppihevosta, joiden parissa kaiken ikäiset ihmiset voivat viettää aikaansa. Lisäksi lapsille järjestetään Björkö-päivänä ohjattu askartelupaja, sekä aarteen etsintä, jossa lapset voivat löytää Björkö-aiheisia palkintoja.

50–70-vuotiaille pariskunnille luodaan tapahtumissa unohtumattomia elämyksiä elävällä musiikilla, joka sopii soitettavaksi kantatilan miljöössä. Elävää musiikkia tulee olemaan molemmissa juhlavuoden tapahtumissa.

Lisäksi kantatilalle rakennetaan juhlavuoden kunnaksi juuri tätä kohderyhmää silmällä pitäen kaksi erilaista näyttelykokonaisuutta, joista toinen esittelee kantatilan pitkää historiaa ja toinen puolestaan kantatilalla 2019 toteutettua kunnostus ja -entisöintiprojektia, sekä Café Björkön syntymistä. Näyttelyt pyritään toteuttamaan mahdollisimman elämyksellisiksi laajasti erilaisia aistiärsyksiä hyväksi, jotta niistä saadaan luotua mahdollisimman vaikuttava ja yhtenäinen kokonaisuus. Näyttelyt avataan juhlavuoden avajaisissa, 24.6.2022, mutta ne ovat esillä ja nähtävissä kaikille asiakkaille koko kesäkauden.

Koska tämä kohderyhmä arvostaa hyvää ja kiireetöntä palvelua, sekä mukavia keskusteluita, toimivat tapahtuman työntekijät rauhallisesti, luoden kiireettömän ja juhlallisen tunnelman. Riittävällä henkilökuntamäärällä ja hyvällä valmistelulla sekä suunnittelulla Café Björkö varmistaa, että tapahtumissa vierailijat kohdataan henkilökohtaisesti ja heidän kanssaan on aikaa keskustella ja vaihtaa ajatuksia.

Björkö-fanit haluavat mahdollisesti olla osana tapahtuman järjestämistä ja sen sisältöä, joten Café Björkö tarjoaa mahdollisuuden kohderyhmän halukkaille olla mukana tapahtumien käytännön järjestelyissä. Björkö-faneihin ollaan yhteydessä jo hyvissä ajoin ennen tapahtumia, jotta he voivat omalta osaltaan vaikuttaa juhlavuoden tapahtumien sisältöön ja osallistua järjestelyihin.

Björkö-faneille on tapahtumissa luvassa osallistavaa ohjelmaa, kuten kesäkauden avajaisissa juhannussalon koristelua ja sen pystytys.

Juhannussalon pystytyksen yhteydessä on myös mahdollisuus vapaaseen sanaan, jolloin halukkaat voivat vapaasti pitää puhevuoron liittyen Björköön tai kantatilan juhlavuoteen. Björkö-fanit tullaan huomioimaan myös erityisillä kiitoksilla yrittäjien tervetuliaispuheessa kesäkauden avajaisissa, sekä BJÖRKÖ-päivän tapahtumassa. Näin halutaan osoittaa, että Café Björkön yrittäjät ovat muistaneet tätä kohderyhmää juhlavuoden mahdollistamisessa.

Björkö-päivänä kaikille Björkön saaren kesäasukkaille ja lähisaarista tuleville tarjotaan Café Björkön toimesta ilmaiset pullakahvit kiitokseksi kuluneesta kesästä, juhlakaudesta ja yhteisöllisyydestä.

Elämyksellisyyttä tapahtumissa saadaan syvennettyä kantatilan ainutlaatuista tunnelmaa korostavalla somistuksella, näyttävillä kukkaistutuksilla, selkeällä kyltityksellä ja yleisellä siistillä visuaalisella ilmeellä, sekä ennen kaikkea erityisellä palveluhenkisyydellä, joka jättää lämminhenkisen muistijäljen. Tapahtumien sisällöistä saadaan yllätyksellistä vierailijoille siten, että kaikkea tapahtumien sisältöä ja ohjelmaa ei kerrota tapahtumien markkinoinnissa etukäteen. Tapahtumissa tullaan huolehtimaan, että kaikki pienetkin yksityiskohdat, kuten työntekijöiden asustus, on huoliteltu ja hiottu teemaan ja tunnelmaan sopiviksi niin, että tapahtumakokonaisuuksista tulee mahdollisimman mieleenpainuvat.

8.2 Juhlavuoden tapahtumat

Tapahtuma 1: Björkön kantatilan 400-vuotisjuhlakauden avajaiset

Björkön kantatilan 400-vuotisjuhlakausi alkaa juhlakauden avajaistapahtumalla, juhannuksena 24.6.2022. Tapahtuma alkaa klo. 12:00, jolloin myös Café Björkö avaa ovensa asiakkaille ensimmäistä kertaa kesällä 2022. Tapahtuma kestää noin iltakuuteen, riippuen hieman puheiden pituuksista ja vierailijoiden osallistumisesta. Tapahtumalle luodaan aikataulutettu käsikirjoitus lähempänä tapahtuman toteutushetkeä, kun viimeisetkin käytännön asiat on saatu sovittua

kaikken tapahtumaan osallistuvien kesken. Aikataulutetun käsikirjoituksen viimeistely käy helposti, kun tapahtuman sisältö ja luonne on jo tarkkaan valmisteltu ja mietitty. Tapahtumaan kutsutaan tervetulleeksi kaikki Café Björkön asiakkaat, mutta erityisesti tapahtumaa markkinoidaan Café Björkön keskeisimmille kohderyhmille. Tapahtuman markkinointikanavat kullekin kohderyhmälle on määritelty taulukossa 1.

Tapahtumapäivään on suunniteltu elämyksellistä ohjelmaa aamupäivästä iltaan ja tapahtuma muotoillaan juhlalliseksi kokonaisuudeksi, joka huomioi erityisesti valitut kohderyhmät. Tapahtuma alkaa Café Björkön yrittäjien tervetuliaispuheella, jonka yhteydessä kerrotaan juhlavuoden kunniaksi rakennetuista valokuvanäyttelyistä, sekä koko perheen seikkailupolusta ja esitellään myös Björkön kantatilan 400-vuotisjuhlavuoden leivos. Tapahtuma jatkuu vapaa-ajalla, jolloin vierailijoilla on mahdollisuus tutustua esimerkiksi juhlavuoden valokuvanäyttelyihin tai perheiden lapsilla on mahdollisuus kokeilla vaikkapa ohjattua poniratsastusta. Tapahtumassa esiintyy live-esiintyjä, joka soittaa tapahtuman aikana kaksi noin tunnin pituista settiä, jolloin vierailijoilla on mahdollisuus tanssiin elävän musiikin tahdittamana. Tapahtumassa vierailijoiden on mahdollista osallistua juhannussalon koristeluun, joka aloitetaan noin klo 16. Yhteisen salon koristelun jälkeen, noin klo. 18, alkaa juhannussalon pystytys, jonka yhteydessä Café Björkön yrittäjät pitävät jälleen puheen juhlavuoteen ja juhannusjuhlaan liittyen ja tapahtuman vierailijoilla on mahdollisuus vapaaseen sanaan. Juhannussalon pystytyksen jälkeen kaikilla paikalla olijoilla on mahdollista osallistua yhteiseen lauluun ja tanssiin.

Juhlakauden avajaisten ydinajatus on käynnistää Björkön kantatilan 400-vuotisjuhlavuosi ja Café Björkön kesäkausi mahdollisimman juhlavasti, mieleenpainuvasti ja elämyksellisesti, sekä viestiä vierailijoille tapahtuman sanoma: Eläköön Björkö ja 400-vuotias kantatila! Tapahtumassa hyödynnetään laajasti erilaisia aistiärsykyitä, kuten visuaalisuutta, ääniä ja erilaisia valaistuksia. Lisäksi tapahtumaan luodaan monia elämystekijöitä, kuten koskettava ja yhteisöllisyyttä korostava puhe, elävää musiikkia ja hauskoja aktiviteetteja. Tässä tapahtumassa korostuvat aitouden, tarinallisuuden,

yhteisöllisyyden ja moniaistisuuden elementit. Tapahtuman sisällössä ja juhlallisuuksissa tuodaan esiin juhlavuoden teemoja ja aitoa Björköläisyyttä, eli autenttisuutta ja saaristolaisuutta.

Taulukko 1. Björkön kantatilan juhlakauden avajaisien sisältö ja markkinointitapa kohderyhmittäin

Björkön kantatilan juhlakauden avajaiset – Tapahtuman sisältö ja markkinointi

	Lapsiperheille:	Noin 50–70-vuotiaille pariskunnille:	"Björkö-faneille"
Sisältö:	<ul style="list-style-type: none"> Koko perheen seikkailupolku Pihapelejä Ohjattu poniratsastus lapsille Juhannussalon koristelu ja salon pystytys-tilaisuus 	<ul style="list-style-type: none"> Elävä musiikki, mahdollisuus tanssiin Juhlavuoden valokuvanäyttely Juhlavuoden leivoksen julkaisu ja esittely Juhannussalon koristelu ja juhlakauden avajaisien puhe 	<ul style="list-style-type: none"> Juhannussalon koristelu ja pystytys Juhlakauden avajaisien puhe ja mahdollisuus vapaaseen sanaan Juhlakauden leivoksen julkaisu, sekä juhlavuoden valokuvanäyttelyt Osallistuminen tapahtuman järjestelyihin ja toteutukseen
Markkinointi -tapa:	<ul style="list-style-type: none"> Mainoskampanjat Café Björkön sosiaalisen median kanavissa (Instagram & Facebook) Tapahtumajulistusten jakaminen mahdollisimman moneen paikkaan (Paraisille, Nauvoon, saariston satamiin ja -vierailukohteisiin) 	<ul style="list-style-type: none"> Facebook -mainonta Café Björkön omalla sivulla, sekä Saariston satamat - Facebook ryhmässä Tapahtumajulistusten levittäminen mahdollisimman moneen paikkaan (Paraisille, Nauvoon, saariston satamiin ja -vierailukohteisiin) 	<ul style="list-style-type: none"> Henkilökohtaiset yhteydenotot puhelimitse tai sähköpostitse "Björkö-fanien" WhatsApp-ryhmässä mainostaminen Juhlavuoden mainosjulisteiden levittäminen lähisaariin Café Björkön some-kanavissa mainostaminen

Tapahtuma 2: BJÖRKÖ-päivä kantatilan 400-vuotisjuhlavuoden kunniaksi

Björkön kantatilan juhlakausi huipentuu heinäkuussa 30.7.2022 järjestettävään BJÖRKÖ-päivään. BJÖRKÖ-päivä on koko perheelle suunnattu

elämystapahtuma, jossa ohjelmaa on koko päiväksi kaikenikäisille. Tapahtuma alkaa klo 12:00 ja viimeinen ohjattu tapahtuma-aktiviteetti on auringonlaskujooga, joka nimensä mukaisesti järjestetään auringonlaskun aikaan.

BJÖRKÖ-päivä saa alkunsa juhlatilaisuudella, joka järjestetään kahvilan pihamaalla. Tilaisuuden aikana kantatilan navetan katolle pystytetään vanha rautaviiri, joka kantatilalta on löytynyt. Rautaviiri esittää kantatilan perustusvuoden 1622. Tämän juhlallisuuden yhteydessä Café Björkön yrittäjät pitävät puheen, jossa summataan kulunutta juhlakautta ja kesää, sekä esitetään kiitokset kaikille mukana olleille. Tapahtumalle laaditaan aikataulutettu käsikirjoitus lähempänä tapahtuman toteutushetkeä, jolloin on saatu varmistettua ja sovittua kaikista yksityiskohdista tapahtumaan osallistuvien toimijoiden kanssa. Tarkan käsikirjoituksen laatiminen on helppoa, kun tapahtuman rakenne, luonne ja sisältö on jo ennalta suunniteltu.

Tapahtumaan toivotetaan tervetulleeksi kaikki Café Björkön asiakkaat ja Björkön ystävät, mutta erityisesti kahvilan keskeisimmät kohderyhmät: lapsiperheet, noin 50–70-vuotiaat pariskunnat, sekä ”Björkö-fanit.” BJÖRKÖ-päivän markkinointikanavat kullekin kohderyhmälle on määritelty taulukossa 2.

Tapahtumaan on suunniteltu elämyksellistä Björkö-aiheista ohjelmaa kaikkia keskeisimpiä kohderyhmiä silmällä pitäen ja lisäksi Café Björkö järjestää tapahtumassa arvontoja, joissa on mahdollisuus voittaa Björkö-aiheisia tuotteita. Lisäksi Björkö-päivän tapahtumassa jaetaan ensimmäiselle 50 asiakkaalle ilmaiseksi Björkö -kangaskassit. Tapahtumassa soitetaan elävää musiikkia ja Café Björkö tarjoilee herkkuja erikoistarjouksin. Kaikkea tapahtumapäivän sisältöä ei paljasteta markkinointivaiheessa, jotta tapahtumaan saadaan sisällytettyä yllätyksellisyyttä. Kuitenkin sellaiset tapahtumapäivän aktiviteetit, jotka edellyttävät osallistujalta jonkinlaista valmistautumista, kerrotaan jo hyvissä ajoin. BJÖRKÖ-päivän elämyksellinen sisältö kullekin kohderyhmälle esitellään taulukossa 2.

BJÖRKÖ-päivän ydinajatus on huipentaa ja kiteyttää Björkön kantatilan 400-vuotisjuhlavuoden kesäkausi. Tapahtumassa halutaan korostaa björköläistä tunnelmaa ja Björkön luonnetta. BJÖRKÖ-päivän punainen lanka onkin tuoda tapahtuman sisällön kautta Björkön monimuotoisuus ja parhaat puolet esille; esimerkiksi lasten aarteenetsinnässä palkinnot piilotetaan kantatilan kauniiseen pihaympäristöön ja aikuisille tarkoitettu auringonlaskujooga järjestetään ulkoilmassa, jossa ihmiset saavat kehonhuollon yhteydessä aistia ja kokea Björkön ainutlaatuisen luonnon ympärillään. Tässä tapahtumassa korostetaan siis juhlapaikan elämyksellisyyttä ja hyödynnetään aitouden, visuaalisuuden ja moniaistisuuden elementtejä.

Taulukko 2. BJÖRKÖ-päivän sisältö ja markkinointitapa kohderyhmittäin

BJÖRKÖ-PÄIVÄ – Tapahtuman sisältö ja markkinointi

	Lapsiperheille:	Noin 50–70-vuotiaille pariskunnille:	"Björkö-faneille"
Sisältö:	<ul style="list-style-type: none"> Ohjattu askartelupaja Aarteen etsintä, jossa Björkö-aiheiset palkinnot Vanhemmille ohjattu joogatunti auringonlaskussa Kasvomaalausta lapsille Pihapelejä, keppihevosia, Björkön seikkailupolku 	<ul style="list-style-type: none"> Elävä musiikki, mahdollisuus tanssiin Arvontoja, joissa Björkö-aiheiset palkinnot, sekä Café Björkön erikoistarjousia 50 ensimmäiselle vierailijalle Björkö-kangaskassit ilmaiseksi Ohjattu joogatunti auringonlaskussa 	<ul style="list-style-type: none"> Tapahtuman järjestelyihin ja toteutukseen osallistuminen (yhdessä tekeminen, yhteisöllisyys) Café Björkö tarjoaa ilmaiset pullakahvit saarelaisille ja tapahtumassa auttaneille Elävä musiikki, mahdollisuus tanssiin Björkö-aiheiset arvonnat, sekä Björkö-kangaskassien jako
Markkinointi -tapa:	<ul style="list-style-type: none"> Mainoskampanjat Café Björkön somessa Tapahtumajulisteiden levittäminen mahdollisimman moneen paikkaan (vierasvenesatamiin ja -vierailukohteisiin.) Digitaalisten mainosjulistien levitys suosittuihin veneilijöiden Facebook -ryhmiin Suullinen mainostaminen asiakaspalvelutilanteissa 	<ul style="list-style-type: none"> Facebook -mainonta Café Björkön omalla sivulla, sekä Saariston satamat - Facebook ryhmässä ja muissa suosituissa veneilijöiden ryhmissä Tapahtumajulisteiden levittäminen mahdollisimman laajasti, myös Björkön luonnonsatamaan Suullinen mainostaminen asiakaspalvelutilanteissa 	<ul style="list-style-type: none"> Henkilökohtaiset kohtaamiset ja yhteydenotot "Björkö-fanien" WhatsApp-ryhmässä mainostaminen Mainosjulistien levittäminen lähisaariin, yhteysalukseen, sekä Björkön luonnonsatamaan Café Björkön some-kanavissa mainostaminen

Tapahtumien sisältöä ja ohjelmaa suunnitellessa on huomioitu elämyksen elementit ja tärkeimmät tapahtuman elämystekijät onnistuneen ja unohtumattoman lopputuloksen saavuttamiseksi. Lisäksi suunnittelussa on huomioitu käytännön asiat tapahtumien taustalla, sekä Björkön ympäristö ja kantatilan puitteet. Juhlavuoden tapahtumien sisältö on suunniteltu tarkkaan elämyksellisyyden näkökulmasta, sekä Café Björkön brändi ja arvot huomioiden. Lisäksi juhlavuoden viesti ja teemat toimivat molempien tapahtumien sisällön ja juhlallisuuksien perustana ja punaisena lankana läpi koko juhlakauden. Kaikessa suunnittelutyössä on pidetty mielessä valitut kohderyhmät ja pyritty luomaan juuri heille sopivia elämyksiä molemmissa tapahtumissa.

8.3 Juhlavuoden tapahtumien markkinointi

Björkön kantatilan 400-vuotisjuhlavuotta ja sen tapahtumia tullaan markkinoimaan Café Björkön sosiaalisen median kanavissa markkinointikampanjalla, sekä opinnäytetyön tekijän suunnittelemien ja toteuttamien mainosjulisteiden avulla (liitteet 1, 2 ja 3.) Mainosjulisteiden digiversioita tullaan levittämään Café Björkön omien kanavien lisäksi esimerkiksi veneilijöiden keskuudessa suosittuihin Facebook-ryhmiin, sekä Björkön luonnonsataman Instagram-tilille. Lisäksi mainosjulisteista painatetaan 100 kappaletta paperiversioita, joita levitetään mahdollisimman laajasti saariston satamiin ja suosittuihin vierailukohteisiin, sekä julkisiin tiloihin Nauvon kylään ja Paraisten kaupunkiin. Kyseiset markkinointijulisteet löytyvät liitteinä opinnäytetyön lopussa.

9 Loppusanat

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena oli vastata perusteellisesti seuraaviin kysymyksiin:

- Kuinka luodaan elämyksellisiä juhlavuoden tapahtumia Björkön kantatilalla?
- Kuinka yrityksen keskeisimmät kohderyhmät huomioidaan juhlavuoden tapahtumien suunnittelussa?

Elämyksellisiä juhlavuoden tapahtumia luodaan Björkön kantatilalla elämyksen elementtejä, sekä elämystekijöitä hyödyntäen. Elämyksen elementtejä ovat esimerkiksi tarinallisuus, aitous ja moniaistisuus. Elämystekijöitä ovat esimerkiksi äänimaailma ja musiikki, vastaanotto tapahtumassa, tapahtumatilan muotoilu ja somistus, sekä tapahtuman sisällön saumattomuus ja sopiva rytmitys. Työssä määritetään myös juhlavuodelle viesti ja teemat, jotka toimivat punaisena lankana tapahtumissa.

Kohderyhmät pystytään huomioimaan tapahtumissa perehtymällä ja syventymällä suunnitteluvaiheessa kohderyhmien edustajien käyttäytymistapoihin ja arvoihin. Hyvän asiakastuntemuksen avulla pystytään suunnittelemaan juuri haluttuja kohderyhmiä parhaiten palveleva ja koskettava tapahtumakokonaisuus.

Työssä perehdytään asiakassegmentointiin ja määritellään kolme keskeisintä Café Björkön kohderyhmää, jotka ovat: lapsiperheet, noin 50–70-vuotiaat pariskunnat ja ryhmä nimeltä ”Björkö-fanit.” Café Björkön keskeisimpien kohderyhmien segmentoinnin kriteereinä toimivat psykograafiset tekijät, eli tässä tapauksessa arvot, kiinnostuksenkohteet, elämäntavat ja asenteet, sekä demograafisista tekijöistä perheen koko, elämäntilanne ja tulotaso.

Tässä työssä esitellään kaksi juhlavuoden kunniaksi rakennettua tapahtumakokonaisuutta, jotka toteutetaan Björkön kantatilalla kesäkaudella 2022. Ensimmäinen tapahtuma on Björkön juhlakauden avajaiset, joka

järjestetään 24.6.2022. Tämä tapahtuma on suunniteltu käynnistämään juhlallisesti ja mieleenpainuvasti Björkön kantatilan 400-vuotisjuhlakausi. Toinen tapahtuma on BJÖRKÖ-päivä, jonka ajankohta on 30.7.2022. BJÖRKÖ-päivä on suunniteltu huipentamaan juhlakausi ja summaamaan kulunutta juhlakesää.

Opinnäytetyöhön on myös liitetty Björkön kantatilan 400-vuotisjuhlavuoden markkinointijuliste, sekä juhlavuoden tapahtumien mainosjulisteet, jotka opinnäytetyön tekijä suunnitteli ja toteutti osana tätä opinnäytetyötä.

Opinnäytetyöprosessi oli kirjoittajalle mielekäs ja alusta asti oli selvää, mitä tehdään ja miksi. Opinnäytetyö toimii perustana ja pohjana Café Björkön yrittäjille Björkön kantatilan 400-vuotisjuhlavuoden järjestämisessä ja organisoinnissa kesäkaudella 2022.

Lähteet

Al-Shammari, M. 2012, Customer-Centric Knowledge Management – Concepts and Applications, Hershey, USA, Information Science Reference.

Catani, J. 2017, Onnistunut yritystapahtuma – Järjestäjän käsikirja, Helsinki, Alma Talent Pro.

E-Signals 2017. Niin hyvää, ettei sanotuksi saa? – Elämys alkaa siitä, mihin sanat loppuvat. Julkaisija: Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Viitattu 16.03.2022. <https://esignals.fi/kategoria/palvelu/elamys-alkaa-siita-mihin-sanat-loppuvat/#c29d4610>

Heliskoski, J. 2016. Segmentoinnilla asiakkaan iholle. Julkaisija: Suomen Itsenäisyyden Juhlarahasto SITRA. Viitattu 18.03.2022. <https://www.sitra.fi/blogit/segmentoinnilla-asiakkaan-iholle/>

Metsähallitus n.d. Björkö. Viitattu 02.03.2022. <https://www.luontoon.fi/saaristomeri/palvelut/bjorko>

Museovirasto 2009. Länsi-Turunmaan ulkosaariston kyläasutus. Viitattu 08.03.2022. http://www.rky.fi/read/asp/r_kohde_det.aspx?KOHDE_ID=5188

Tolvanen, J. 2012, Kohtaaminen – Ymmärrä kohderyhmääsi, Helsinki, Talentum.

Vallo, H & Häyrynen, E. 2016., Tapahtuma on tilaisuus – Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen, Helsinki, Tietosanoma.

Weinstein, A. 2004, Superior Customer Value in the New Economy – Concepts and Cases, Bosa Roca, USA, Taylor & Francis Inc.

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



Tervetuloa juhlimaan!

BJÖRKÖN KANTATILA 400 VUOTTA!

KESÄKAUDELLA 2022

Café Björkö

Café Björkö

JUHLAKAUDEN AVAJAISET

📅 24.6. 2022
🕒 12:00

LUVASSA ELÄMYKSIÄ
KAIKILLE AISTEILLE!

📷 Cafebjorko

30.7.2022
BJÖRKÖ-PÄIVÄ
tervetuloa!

HAUSKAA OHJELMAA KOKO PERHEELLE!

PONIRATSASTUSTA! **CAFÉ BJÖRKÖN HERKKUJA!** **ELÄVÄÄ MUSIIKKIA!**

30 HEINÄKUU 2022 **12:00-18:00**

More Information:

Cafebjorko Café Björkö