

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Muotoilu / Designer-stylisti

Lea Innanen

YRITTÄMISEN ILO -TAPAHTUMAKOKONAISUUS

Designer-stylistin rooli tapahtuman koordinoijana

Opinnäytetyö 2014

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Muotoilu

INNANEN, LEA

Yrittämisen ILO -tapahtumakokonaisuus -

Designer-stylistin rooli tapahtuman koordinoijana

Opinnäytetyö

37 sivua + 11 liitesivua

Työn ohjaaja

Lehtori Esko Ahola

Toimeksiantaja

Uutta Elinvoimaa

Syyskuu 2014

Avainsanat

designer-stylisti, tapahtumat, koordinointi, stailaus,
yrittäjäyys

Opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella, tuottaa ja koordinoita yrittäjäyysisältöinen tapahtuma Kouvolassa, yhteistyössä muiden kymenlaaksolaisten organisaatioiden kanssa. Uutta Elinvoimaa -hankkeen hallinnoima, järjestyksessään toinen Yrittämisen ILO -tapahtuma pidettiin 5. syyskuuta 2014. Tapahtuman tarkoituksena oli yrittäjämyönteisyyden sekä positiivisuuden ilmapiirin lisääminen Kymenlaakson alueella.

Tutkimustavoitteena on osoittaa designer-stylistin rooli tapahtuman koordinoinnissa sekä tapahtumanjärjestämisen ongelmakohtien ja yhteistyössä esiintyvien haasteiden ratkaiseminen. Aihetta on käsitelty tutkimuskysymysten avulla: Mikä on designer-stylistin rooli tapahtuman koordinoinnissa kun tapahtuma toteutetaan useiden eri toimijoiden yhteistyönä? Alakysymykseni ovat: Mitä haasteita useiden eri organisaatioiden yhteistyössä voi esiintyä tapahtumanjärjestämisen yhteydessä designer-stylistin näkökulmasta? Millä tavoin designer-stylisti voi omalla työpanoksellaan ratkaista tapahtumanjärjestämisen ongelmakohtia?

Tutkimuksessa on hyödynnetty laadullisista tutkimusmenetelmistä toimintatutkimusta, osallistuvaa havainnointia ja tarkkailevaa havainnointia.

Huolellisen suunnittelun tuloksena toteutuneen tapahtuman sisältö oli tavoitteisiin nähden onnistunut ja järjestelyt toimivat. Yhteistyö eri organisaatioiden kesken on ensiarvoisen tärkeää alueellisen kehityksen näkökulmasta, mutta toimintatavoissa on yhä kehitettävää. Designer-stylisti voi olla avainasemassa yhteistyön ja tapahtuman koordinoinnissa. Sen lisäksi designer-stylistin visuaalinen osaaminen sekä yksilön henkilökohtaiset erityistaidot ovat suuri etu tapahtumanjärjestämisen kentällä.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Design

INNANEN, LEA

Bachelor's Thesis

Supervisor

Commissioned by

September 2014

Keywords

Yrittämisen ILO Event

37 pages + 11 pages of appendices

Esko Ahola, Senior Lecturer

Uutta Elinvoimaa

designer-stylist, events, coordination, styling,
entrepreneurship

The aim of this bachelor's thesis project was to plan, produce and coordinate an entrepreneurship event in Kouvola in cooperation with other organisations in the Kymenlaakso area. The second multi-organisational Yrittämisen ILO event was managed by Uutta Elinvoimaa project and it was held on 5 September 2014. The purpose of the event was to increase the entrepreneurial attitudes and regional positivity in Kymenlaakso.

The study has two main goals: to point out the role of the designer-stylist in the coordination of the event, and also to solve the challenges and problem areas which may arise in the arranging events, and in the related event cooperation. Answers are found through a research problem: What is the role of the designer-stylist in the coordination of an event, when the event is carried out in cooperation with several different organisations? The following secondary questions are presented: From the viewpoint of the designer-stylist, what are the types of challenges which may present themselves in the cooperation of different organisations in the arranging of the event? In which ways can a designer-stylist solve these problem areas with his/her own efforts?

The qualitative research methods of action research, researcher participation and covert observational research have been implemented in the study.

As the result of careful planning, the event's contest reached its set goals, and the arrangements worked well. From the viewpoint of regional development, the cooperation between different organisations is the key, but there is still room for improvement in the operating methods. A designer-stylist can hold a key position in the coordination of cooperation and the event itself. Furthermore, a designer-stylist's visual know-how and his/her individual, specialized skill set can provide a great advantage in the field of event arrangement.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6	
2	TYÖN TAVOITTEET JA LÄHTÖKOHDAT	7	
	2.1	Projektin tavoitteet	7
	2.2	Tutkimuskysymykset	8
	2.3	Tutkimusmenetelmät	8
	2.4	Viitekehys	9
	2.5	Kohderyhmä, yhteistyötahot ja asiakas	10
	2.6	Työtehtävät ja aikataulu	11
	2.7	Budjetti ja mahdolliset riskit	16
3	TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN	16	
	3.1	Tapahtuman järjestämisen lähtökohdat	16
	3.2	Tapahtumanjärjestäjän työvälineitä	17
	3.3	Organisaatioyhteistyö	20
4	YRITTÄMISEN ILO -TAPAHTUMAKOKONAISUUDEN JÄRJESTÄMINEN JA KOORDINOINTI	21	
	4.1	Yrittämisen ILO -tapahtumakokonaisuus	21
	4.2	Ideointi ja suunnittelu	22
	4.3	Myynti ja markkinointi	23
	4.4	Yrittämisen ILO -verkkojulkaisu	26
	4.5	Tapahtuman toteutus	28
5	POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET	34	
6	LOPUKSI	35	
	LÄHTEET	36	

LIITTEET

Liite 1. Viestintäsuunnitelma

Liite 2. Tapahtumajuliste

Liite 3. Infopisteen kyltti

Liite 4. Salikohtainen ohjelma

Liite 5. Mediakortti

Liite 6. Palautekyselylomake

1 JOHDANTO

Kymenlaakson ainutlaatuisuutta ja yhdessä tekemisen voimaa tuotiin näyttävästi esille jo toisen kerran Yrittämisen ILO -tapahtumalla Yrittäjän päivänä 5.9.2014. Tapahtumalla on ollut vaihtuva teema. Ensimmäisenä vuonna teema oli Ihmeen hienoo yrittää ja tänä vuonna teemana oli Elämyksiä moneen makuun. Työn toimeksiantajana oli Kymenlaakson ammattikorkeakoulun hallinnoima Uutta Elinvoimaa -hanke, projekti-päällikkönä Sanna Heimonen. Tavoitteena oli järjestää onnistunut yrittäjyysisältöinen tapahtumakokonaisuus ja vahvistaa Yrittämisen ILO -brändiä ja lisätä tämän tunnettuutta Kymenlaakson alueella. Projektia tarjottiin aikaisemman yhteistyön ja tapahtumakokemukseni perusteella. Toimin myös osatoteuttajana edellisen Yrittämisen ILO -tapahtuman työryhmässä, joten brändi oli entuudestaan tuttu. Kymenlaaksoilaisena koin olevani myös henkilökohtaisella tasolla motivoitunut tavoittelemaan projektin menestystä.

Kokonaisuuteen kuuluivat päivätapahtuman lisäksi Yrittämisen ILO -verkkolehti, yritysten verkostoitumistapahtuma Kymikontakti, Kymenlaakson ammattikorkeakoulun lukuvuoden avajaiset sekä yrittäjien iltajuhla. Tapahtumakokonaisuus tuotettiin jo toisen kerran kymenlaaksoilaiden organisaatioiden yhteistyönä.

Yrittämisen ILO -tapahtumakokonaisuus huipentui syyskuun viidentenä, kun Kuusankoskitalolla järjestettiin avoin päätapahtuma, jonka ohjelma koostui erilaisista yrittäjyysseemaisista luennoista ja tietoisuista, paneelikeskustelusta, yritysmessuista. Paikalle saapui odotetusti yrittäjiä ja yrittäjyydestä kiinnostuneita sekä opiskelijoita. Päivätapahtuman lisäksi vietettiin vielä yrittäjien omaa iltajuhlaa myöhemmin Kouvolan kuntotalolla. Kotkassa myös järjestettiin yrittäjän päivän tapahtumia Yrittämisen ILO -nimen alla, vaikka kyse muuten oli itsenäisistä tapahtumista.

Opinnäytetyön tavoitteena on osoittaa designer-stylistin rooli ja designer-stylistin ammattitaidon tuoma lisäarvo tapahtuman koordinoinnissa sekä tapahtumanjärjestämisen ongelmakohtien ja yhteistyössä esiintyvien haasteiden ratkaiseminen. Samalla avataan designer-stylistin toimenkuvan monipuolisuutta ja erilaisia mahdollisuuksia, joilla koulutus vastaa tämän päivän työmarkkinoiden tarpeisiin.

2 TYÖN TAVOITTEET JA LÄHTÖKOHDAT

2.1 Projektin tavoitteet

Yrittämisen ILO -tapahtumasta toivotaan jokavuotista perinnettä. Tapahtumalla tavoitellaan yrittäjämönteisyyttä sekä kymenlaaksolaisen yhdessä tekemisen esiin tuomista. Tavoitteena on positiivisuuden ilmapiirin ja kotiseutuylpeyden vahvistaminen koko Kymenlaakson alueella sekä Yrittämisen ILO -brändin tunnettuuden lisääminen. Brändin, eli tavaramerkin tarkoituksena on yksilöidä yrityksen, tuotteen tai palvelun persoonaa ja saada aikaan mielikuvien yhdistyminen vastaanottajan tajunnassa (Loiri & Juholin, 130–131).



Kuva 1. Yrittämisen ILO -tunnus. (Janne Forsman 2013)

Yrittämisen ILO -tunnus ja tapahtuman graafinen ilme on suunniteltu oppilastyönä Kymenlaakson ammattikorkeakoulussa ensimmäistä Yrittämisen ILO -tapahtumaa suunniteltaessa vuonna 2013. Tunnuksen on suunnitellut graafisen suunnittelun opiskelija Janne Forsman. Tunnuksen pääväri on luottamusta herättävä ja asiantuntevana koettu sininen, joka voidaan yhdistää myös paikalliseen yritys-

markkinointiin (Kouvola 2012, s.18). Tunnus koostuu sinisestä ympyrästä, jonka sisällä lukee valkoisin kirjaimin teksti Yrittämisen ILO. O-kirjaimen keskelle jäävästä aukosta on muotoiltu puoliympyrä, jolla viitataan ilosta nauravan suun muotoon.

2.2 Tutkimuskysymykset

Tutkimuskysymys syntyi aihetta rajaamalla: Mikä on designer-stylistin rooli tapahtuman koordinoinnissa, kun tapahtuma toteutetaan useiden eri toimijoiden yhteistyönä?

Alakysymyksiä ovat: Mitä haasteita useiden eri toimijoiden yhteistyössä voi esiintyä tapahtumanjärjestämisen yhteydessä designer-stylistin näkökulmasta? Millä tavoin designer-stylisti voi omalla työpanoksellaan ratkaista tapahtumanjärjestämisen ongelmakohtia?

Jari Metsämuurosen (2000, 12–13) tekstissä on käsitelty aiheen rajaamisen merkitystä ja hyvän tutkimuskysymyksen merkitystä. Tutkittava kysymys on sellainen, jonka avulla voidaan ratkaista ongelma, tuottaa uutta tutkimusta, lisätä teorian tietoa tai jonka avulla voidaan parantaa tai tehostaa oppimista.

2.3 Tutkimusmenetelmät

Käytin tutkimuksessani laadullisista tutkimusmenetelmistä toimintatutkimusta, osallistuvaa havainnointia ja tarkkailevaa havainnointia. Havainnoinnin avulla hahmotamme ja ymmärrämme ympäristöämme joka päivä, eikä tieteellinen havainnointi lopulta eroa siitä suuresti. Arkea havainnoimalla pyrimme ymmärtämään jokapäiväiseen elämään vaikuttavia tekijöitä, kun tieteessä pyritään järjestelmällisesti keräämään aineistoa tiettyyn ongelmaan tai kysymykseen. Tieteelliselle havainnoinnille asetettavat vaatimukset, kuten kriittisyys, uuden tiedon tuottaminen ja objektiivisuus, erottavat sen arkipäivän tarkkailusta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2005, 201–202)

Laadullisen tutkimuksen tavoitteena on ilmiön ymmärtäminen sekä selittäminen, tulkinta ja usein myös soveltaminen. Tutkimuksessa tulkitaan ilmiötä, joka yleensä liittyy psyykkisiin, sosiaalisiin tai kulttuurisiin yhteyksiin. Laadullisten aineistojen analyysissä on aina kysymys merkityksellisen toiminnan tutkimuksesta. (Anttila 2005, 275–276.)

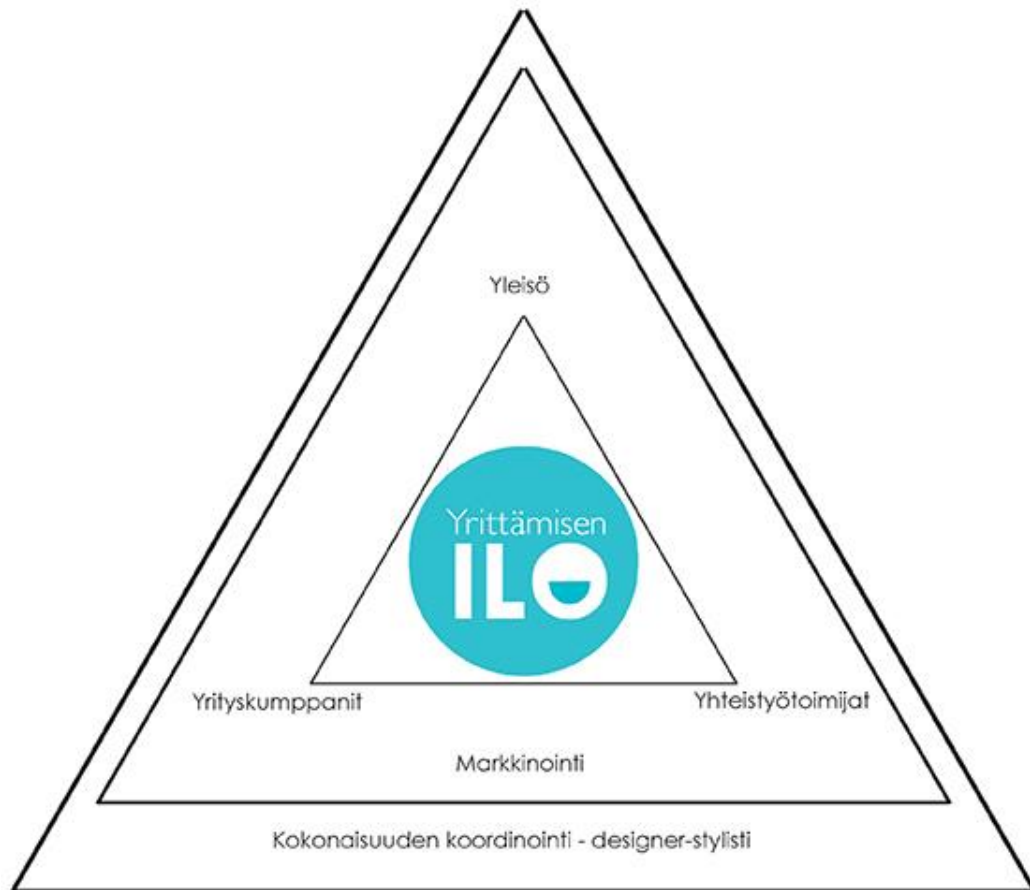
Havainnoin osin ulkopuolisena tarkkailijana sekä osin osallistuvana tarkkailijana työskennellessäni ensimmäisen Yrittämisen ILO -tapahtuman projektitiimissä vuonna 2013 Kouvola Innovationin ollessa vastuussa tapahtuman kokonaiskoordinoinnista. Havainnoinnin perustuessa aiempaan kokemukseen vastaavan tapahtumakokonaisuuden projektissa on tutkimuksen riskinä asioiden olettaminen tai pitäminen itsestäänselvyytenä. Tutkijan on oltava tietoinen itsestään havainnoijana pysyäkseen kriittisenä ja objektiivisena. (Ruohonen 2009, 11)

Työssä tarkastellaan organisaatioiden välistä yhteistoimintaa ja markkinoinnin tavoitteita designer-stylistin näkökulmasta tapahtuman koordinoijana. Tutkimuksen tuloksia apuna käyttäen saadaan tuotettua eri organisaatioiden yhteistyönä onnistunut tapahtumakokonaisuus ja osoitetaan designer-stylistin osaamisen tuoma lisäarvo tapahtuman järjestämisessä.

2.4 Viitekehys

Työn ensisijaisena tavoitteena oli onnistuneen Yrittämisen ILO -tapahtumakokonaisuuden koordinointi. Onnistumisen edellytyksenä oli tapahtuman järjestämiseen oman työpanoksensa antava yhteistyötoimijoiden joukko. Näiden organisaatioiden yhteyshenkilöistä koostui projektitiimi. Tärkeässä asemassa olivat myös kumppanit, joiden avulla tapahtumaa rahoitettiin, sekä yleisö, jolle tapahtumaa tehtiin.

Yhteistyötoimijoilta toivottiin myös omaa aktiivista panosta tapahtuman markkinoinnissa omille yhteistyötahoilleen. Sekä myyntiä ja markkinointia että koko tapahtumakokonaisuuden suunnittelua ja toteutusta hallinnoi koordinoijana Kymenlaakson ammattikorkeakoulun Uutta Elinvoimaa -hanke ja suunnittelijana designer-stylisti.



Kuva 2. Viitekehys. (Innanen 2014)

Viitekehyksessä on kuvattu Yrittämisen ILO -tapahtumakokonaisuuteen sisältyneiden keskeisten elementtien suhdetta toisiinsa. Yksi keskeinen osa tapahtumaa oli sen markkinointi. Markkinoinnin tavoitteena oli positiivinen näkyvyys, jolla houkuteltiin kumppaniehdokkaita mukaan sekä herätettiin kohdeyleisön kiinnostus.

2.5 Kohderyhmä, yhteistyötahot ja asiakas

Tapahtumakokonaisuus oli suunnattu yrittäjille, yrittäjyydestä kiinnostuneille sekä opiskelijoille. Päiväohjelma oli maksuton ja avoin kaikille. Päiväohjelmaan sisältyi myös Kymenlaakson ammattikorkeakoulun lukuvuoden avajaiset. Avajaisia oli toteuttamassa Kymenlaakson ammattikorkeakoulun viestintäpalveluiden työryhmä. Opiskelijoille oli järjestetty edestakainen linja-autokuljetus tapahtumaan sekä Kotkan että Kouvolan kampuksilta.

Tapahtuma järjestettiin vuoden 2014 tapahtuman koordinoinnista vastaavan Kymenlaakson ammattikorkeakoulun ja Uutta Elinvoimaa -hankkeen lisäksi yhteistyössä

seuraavien kymenlaaksolaisten toimijoiden kanssa: Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus, Euroopan sosiaalirahasto, Vipuvoimaa EU:lta -hanke, Protomo, Kouvola Innovation, Kouvolan kaupunki, Kouvolan seudun ammattiopisto, Lappeenrannan teknillisen yliopiston Kouvolan yksikkö, Kymenlaakson kauppakamari, Kouvolan nuor-kauppakamari, Kymen Yrittäjät paikallisyhdistyksineen, Kouvolan aikuiskoulutuskeskus, Y4, Cursor, Helsingin yliopiston koulutus- ja kehittämiskeskus Palmenia, Euroopan aluekehitysrahasto sekä Vetovoimainen Kymenlaakso -hanke.

Työn toimeksiantajana oli Kymenlaakson ammattikorkeakoulun hallinnoima Uutta Elinvoimaa -hanke. Hankkeen tavoitteena on vahvistaa yrittäjyysmyönteisyyttä sekä luoda uusia yrityksiä ja työpaikkoja, kohteena erityisesti rakennemuutoksen johdosta irtisanotut ja irtisanomisuhan alle joutuneet henkilöt. Osatoteuttajana hankkeessa ovat mukana myös Kouvolan kaupunki sekä Kouvolan seudun ammattiopisto. (Kymenlaakson ammattikorkeakoulu 2014)

2.6 Työtehtävät ja aikataulu

Ensimmäinen tapahtumaa koskeva kokoontuminen sovittiin tammikuun 10. päivälle. Osanottajat olivat suurelta osin olleet mukana tekemässä tapahtumaa jo viime vuonna, joten kovin syvällinen alustus ei ollut tarpeen. Kokouksessa käytiin keskustelua viime vuoden Yrittämisen ILO -tapahtumasta, ideoitiin sekä keskusteltiin yhteisistä tavoitteista ja budjetista, jaettiin työryhmät sekä sovittiin jatkosta, jolloin työryhmät kokoontuisivat tilanteen mukaan joko viikoittain tai harvemmin. Koordinoijan tehtävänkuvaaan kuului jokaisen työryhmän toimintaan osallistuminen. Kävimme myös esimieheni Sanna Heimosen johdolla markkinoimassa hanketta ja tulevaa tapahtumaa Kouvolan kauppakeskus Veturissa tammikuussa sekä Kinnon, Cursorin ja Suomen Yrittäjien järjestämässä yritysten omistajanvaihdos -aiheisessa seminaarissa Myllykoskella helmikuussa. Kauppakeskus Veturissa oli myös toinen kolmen päivän mittainen markkinointijakso syyskuun alussa ennen tapahtumaa, tällöin paikalla oli liiketalouden opiskelija Sandra Pekkalin.

Projektin aikana olin mukana tapahtumakokonaisuuden suunnittelun kaikissa vaiheissa; ohjelmasisältö, viestintä, visuaalinen ilme, sekä niiden toteutuksessa. Sen lisäksi minulla oli vastuu tapahtuman myynnistä, kumppanuuksien ylläpidosta sekä messu-alueesta ja näytteilleasettajista.

Myyntitoimenpiteinä oli mediakortin ja myyntikirjeen laatiminen sekä potentiaalisten yrityskumppaneiden kontaktointi. Tämän lisäksi täydensin rekisteriin jatkuvasti uusia kontaktoitavia yrityksiä, ylläpidin myyntikirjanpitoa ja laskutustietoja, laadin sopimukset kumppanuuksista sekä toimin kumppaneiden yhteyshenkilönä, oli kyse sitten tavanomaisesta viestinnästä tai ratkaisujen etsimistä erityistoimia vaativiin tilanteisiin. Messukarttaa suunnittelin sitä mukaa kuin osastoja varattiin. Tuotin myös tarvittaessa erilaista graafista materiaalia olemassa olevista elementeistä.



Kuva 3. Yrittämisen ILO -kansikuva Facebookissa. (Innanen 2014)

Yrittämisen ILO -tapahtumalle oli luotu oma sivu Facebookiin jo edellisen tapahtuman yhteydessä ja otimme sen välittömästi aktiiviseen käyttöön alkaessamme suunnitella vuoden 2014 tapahtumaa. Pidimme Facebookia helppona tapana saada positiivista näkyvyyttä laajasti pienellä budjetilla. Käytimme sivun profiilikuvana Yrittämisen ILO -tunnusta. Laadin uuden informatiivisen kansikuvan tapahtuman uudella teemalla, noudattaen brändin väritystä ja tuttuja elementtejä. Facebookin kansikuvan mittojen mukaisella oranssilla suorakaiteen muotoisella pohjalla on vasemmalla sini-valkoinen Yrittämisen ILO -tunnus, keskellä suorakaidetta valkoisella tekstillä lukee teema: ”Elämyksiä moneen makuun”, sekä tapahtuma-aika ja -paikka sekä nettiosoite. Suorakaide rajoittuu oikealla tuttuihin sisäkkäisiin renkaisiin. (Yrittämisen ILO, Facebook 2014)

Tapahtuman yhteydessä harjoittelijana työskennellyt Sandra Pekkalin laati Facebook-sivulle erillisen viestintäsuunnitelman, jonka mukaan hän päivitti sivulle uutisia sovittuina ajankohtina. Pekkalinin lisäksi sivulla oli useita ylläpitäjiä eri organisaatioista. Minä tuotin myös sisältöä oman harkintani mukaan, tarkoituksena pitää sivua aktiivisesti ihmisten uutissyötteessä. Seurasin aktiivisesti paikallisia uutisia sekä

yritysmaailman tapahtumia ja julkaisin ajankohtaisia ja mielenkiintoisia aiheita Yrittämisen ILO -sivuna. Tapahtumapäivänä hyödynsin sivua erilaisista asioista tiedottamiseen. Julkaisin tietoja aikatauluista, ohjelmanumeroista ja oheistoiminnasta, yleisön käytössä olevasta langattomasta verkosta, kahvilan tarjouksista sekä muista käytännön asioista. Tykkäyksien ja kommenttien perusteella oli todettavissa, että sivua seurattiin myös tapahtumapaikalta käsin.



Kuva 4. Mainoksen muokkaus tapahtuman markkinointia tukevaksi. (Innanen 2014)

Sain tehtäväksi muokata Uutta Elinvoimaa -hankkeelle suunnitellun mainoksen niin, että se tukisi myös Yrittämisen ILO -tapahtuman markkinointia. Aikaa tähän toimenpiteeseen oli käytössä rajallisesti ja valmis aineisto oli kopioitu internetistä ja sillä oli alhainen resoluutio. Lopputulos oli kuitenkin tyydyttävä ja saimme 100 x 100 mm mainoksen lehteen ajoissa. Sovitin Uutta Elinvoimaa -hankkeen logon valmiiseen mainospohjaan ja lisäsin oikean yläkulman tyhjiin tilaan Yrittämisen ILO -tunnuksen sekä kontrastina toimivan mustan informatiivisen tekstin ”Olemme mukana Kuusankoskitalolla 5.9.” Mainos tuli ulos tapahtumaa edeltävällä viikolla. Pidimme informaatiota riittävänä. Yrittämisen ILO -tunnus olisi jo yleisölle tuttu ja kiinnostuneiden olisi helppoa saada lisätietoa internetin hakupalveluiden avulla.

Viestintäryhmässä suunniteltiin viestinnän toimenpiteet sekä yleinen aikataulu, jolla suunnitellut toimenpiteet pyrittiin toteuttamaan. Taulukon (liite 1) suunnitelmasta laati Kouvolan aikuiskoulutuskeskuksen yhteyshenkilö Marjo Lahtinen. Viestinnän tavoitteena oli positiivinen näkyvyys katukuvassa, paikallismedioissa ja sosiaalisessa mediassa sekä kumppaneiden ja yleisön tavoittaminen. Suunnitelmasta poikettiin

lehtimainosten osalta, kun myöhemmin solmimme sopimuksen päämedia-kumppanuudesta MTV Oy:n kanssa. Sopimukseen sisältyi alueellinen tv-mainonta Kymenlaaksossa aikaväleillä 28.7.–3.8. ja 22.8.–5.9. sekä alueellinen mobiilimainonta Kymenlaaksossa aikavälillä 1.8.–5.9. yksilöidyillä näyttökerroilla. Tämän lisäksi sopimukseen sisältyi Yrittämisen ILO -verkkolehden sijoittaminen mtv.fi-alustalle aikavälillä 1.8.–5.9., eli julkaisun ilmestymisestä tapahtumapäivään asti.

Myynti saatiin käyntiin maaliskuun viimeisellä viikolla, alkaen ensisijaisesti kumppanuuksien myynnistä. Kumppanuusyriyksille tarjottiin rahan vastineeksi näkyvyyttä, jolloin kumppanuusmyynnin aikataulu määräytyi mainostoimisto Dakarin mukaan. Dakarilta viestittiin, että juhannukseen mennessä toimitetut logot ehtisivät mainosmateriaaleihin ajoissa. Vaihtoehtoina tarjottiin myös muita myyntiartikkeleja, jos yritys ei ollut kiinnostunut kumppanuudesta. Kumppanuuksien lisäksi myytävänä oli erikokoisia ilmoituksia verkkojulkaisusta, joita voitiin myydä aina heinäkuun puoleen väliin asti. Kymikontaktin osallistumisia myytiin elokuun alkuun, jolloin aikaa jäi osallistujien toivomien kontaktien järjestämiseen. Kouvolan nuorkauppakamari vastasi itse Kymikontaktin käytännön järjestelyistä.

Messuosastoja tapahtuman yritys messuille myytiin aktiivisesti elokuun loppuun asti, mutta käytännössä messuosastoja varattiin vielä paikan päällä tapahtumassa syyskuun viidentenä. Iltajuhlan myynti alkoi täysipainoisesti vasta kesälomien jälkeen maanantaina 28.7. ja illalliskortit olivat varattavissa aina tapahtumaa edeltävälle viikolle, jolloin pitopalvelu edellytti vierasmäärän vahvistamista. Tässä vaiheessa varattiin mahdollisuus vielä parikymmenen lipun myymiseksi viimehetkellä mukaan haluaville, joita kokemuksesta osattiin odottaa.

Ohjelmasisältö valmistui pienissä osissa kevään aikana. Ennen heinäkuuta ja yleisen lomakauden alkua oli lähes kaikki luennoitsijoista sekä heidän aiheensa saatu vahvistetuksi. Tapahtumajulisteet (liite 2) valmistuivat ennen kesäkuun loppua ja jakelu koko Kymenlaakson alueelle suoritettiin välittömästi. Heinäkuun ajan työskentelin enimmäkseen yksin verkkolehden ilmoitusmyynnin ja messuosastojen myynnin sekä tapahtumapäivän suunnittelun ja valmistelun parissa. Elokuussa messuosastojen myynti oli aktiivisimmillaan.

Yrittäjien iloinen
Iltajuhla
on täällä.

Yrittämisen ILO -jatkot
Kouvolan Kuntotalolla

perjantaina 5. syyskuuta 2014
alkaen klo 19 ja päättyen keskiyön aikaan

TUU SIEKII!
Ei pönölystä, vaan biletyistä.

Yrittämisen ILO

MENU | OHJELMA

Kotkan polkien silakoita	Kuohuvaa ja kauniita sanoja
Puurin kanan täytetyt kananmunapuolikkaat	Pöydät notkuvat lähiruokaherkuista
Riipisen palvattua possua	Puumien huumaa
Kotijuustoa Sippolasta	Illan juontaa Markku Purho
Punaherukkahyytelöä Valkealan herukoista	Juhlaväkeä tansittaa The Secrets
Kurkkuja naapurin pellolta vaarin tapaan	Riisu pois ja arkipaita, jotain juhlavaa päälle taita.
Lehtisalaattia mummon tapaan	Juhlapaikan osoite: Kouvolan Kuntotalo Salpausselänkatu 38 45100 Kouvola
Lehtosen salaattikimara	Ilalliskortti 45€ / juhlija
Lohisalaattia Valkealan malliin	Ilmoittautumiset 18.8.2014 mennessä.
Anjalankosken lampaan lihapyörökät	Ilmoittathan erityisruokavälän ilmoittautumisen yhteydessä.
Fransin kermaiset perunat	Yhteystiedot: Minna Ikonen minna.ikonen@kyamk.fi
Riitan keittiön rieskaa ja voita	Kaisuonna Pikkarainen kaisuonna.pikkarainen@studnet.kyamk.fi
Kahvi	Oikeudet muutoksia pidätetään.
Lähiruuan kattaa Valkea Karhu	Kymenlaaksossa nähdään!

KYAMK
Yrittäjät
Kouvola
Vipuvoimaa EU:lta
mtv
Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysväestö

Kuva 5. Iltajuhlan esite. (Pasanen & Innanen 2014)

Iltajuhlaa valmisteli oma työryhmä Minna Ikonen johdolla. Hänen ja kolmen designer-stylisti -opiskelijan tiimi ohjasi iltajuhlan suunnittelua kymenlaaksolaisten yrittäjien kanssa ja vastasi käytännön järjestelyistä. Iltajuhlan markkinointimateriaalina käytettiin kuvan esitettä. Vasemmalla kuvassa on kaksipuolisen esitteen etusivu ja oikealla takasivu. Esite on iltajuhlatyöryhmän Veera Pasanen suunnittelema ja minua pyydettiin muokkaamaan se painokelpoiseksi ja siten, että A4-paperiarkista saataisiin tulostamalla kolme kaksipuolista esitettä. Samalla sovitin elementtien suhdetta tasapainoiseksi ja viimeistelin ulkoasua. Esitteen valmistuttua jalkauduimme Minna Ikonen kanssa kiertämään Kouvolan alueen yrityksiä, iltajuhlan myyntiä ja markkinointia tehden.

Messukartan päivityksen, viimeisten myyntien ja kumppaneiden kanssa käydyn vuorovaikutuksen lisäksi tapahtumaviikko täyttyi enimmäkseen käytännön järjeste-

lyistä. Valmistin graafista materiaalia tapahtumaa varten, kuten kyltin osoittamaan infopisteen sijaintia (liite 3), salikohtaiset ohjelmat (liite 4), drinkkilippuja iltajuhlaan ja informatiivisen diaesityksen päivän ohjelmasta Kuusankoskitalon monitoreihin. Esimieheni kanssa kokosimme esiintyjille kiitokseksi lahjakassit. Keräsin esiintyjien sähköiset esitykset ja huolehdin ne jokaisen salin ohjelman mukaan koneelle valmiiksi esitettäväksi. Kokosin muun materiaalin vietäväksi tapahtumapaikalle. Aikaa jäi myös iltajuhlatiimin valmisteluissa auttamiseen.

2.7 Budjetti ja mahdolliset riskit

Viime vuodesta poiketen tapahtumalle haettua lump sum -rahoitusta ei hyväksytty. Lump sum eli kertakorvausmenettelyn tavoitteena on keventää pienten hankkeiden hallinnointia. Menettelyssä kertakorvauksen määrä muodostuu kustannusarvion perusteella. Kertakorvausmenettelyä voidaan myöntää hanketyypeille, kuten erilaiset selvitykset, tapahtumien järjestäminen, tulosten levittäminen tai muut kertaluonteiset toimenpiteet. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2011)

Näin ollen kaikki tapahtumakokonaisuuden kulut tuli peittää myynnillä, eli kumppanuuksilla, lehti-ilmoituksilla ja messuosastoilla. Myynti toteutettiin osana koordinoitua. Tässä tapauksessa riskinä oli myynnin jääminen alle tavoitteen, jolloin koko tapahtuman toteutuminen olisi vaakalaudalla.

Tapahtuman ajankohta pian kesälomakauden jälkeen asetti myös oman haasteensa lähinnä myynnin sekä opiskelijoiden osallistamisen kohdalla. Aikatauluun suhteutettuna oma vastuuni, samoin toimenkuvani koordinoijana olivat hyvin laajat. Vastaavasti kokemukseni tämän kaltaisesta tapahtumamyynnistä ennen projektia oli verrattain vähäinen.

3 TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN

3.1 Tapahtuman järjestämisen lähtökohdat

Kirjallisuudessa on lukuisia erilaisia luokitteluja erityyppisille tapahtumille. Tässä työssä tapahtumasta puhuttaessa tarkoitetaan määritelmältään ”kertaluontoista tai toistuvasti järjestettävää joukkokokoonantumista, joka on kestoltaan rajallinen” ja ”suunni-

telmallinen, organisoitu ja tietynlaiseen ohjelmaan sidottu tilaisuus” (Kainulainen 2005, 62–71).

Tapahtumat ovat kuuluneet ihmiskunnan ja yhteisöjen elämään kautta historian. Omaleimaisilla tapahtumilla kaupungit voivat erottautua positiivisesti. Tapahtumat voivat olla kaupungin julkisuuskuvan kannalta merkittävässä osassa ja monen suomalaisen kaupungin nimi liitetään mielikuvissa johonkin tunnettuun tapahtumaan. Tapahtumien merkitys on kuitenkin myös paljon muuta kuin yhteisöllisyyden ja julkisuuskuvan rakentamista. Elävöittämällä kaupunkikuvaa luodaan tuloja myös alueen yrittäjille. Näin ollen alueen kulttuurielämän ja yhteishengen rakentamisen lisäksi tapahtumat lisäävät työllisyyttä aloilla, joiden on arvioitu omaavan eniten taloudellista kasvupotentiaalia. (Iso-Aho 2011, 10–12)

3.2 Tapahtumanjärjestäjän työvälineitä

Yrittämisen ILO -tapahtumasta toivotaan toistuvasti järjestettävää perinnettä, jolloin tapahtuman jatkuva kehittyminen on välttämätöntä. Tapahtumat kehittyvät usein osittain tiedostamatta palautteiden ja yhteenvetojen perusteella, vaikka ennakoitiin reagoitiin perustuvaa kehittämistapaa tehokkaampi. Kinnusen (2011, 23) mukaan olemassa olevien tapahtumien kehittämiseen tulisi paneutua kuin kokonaan aivan uuden tapahtuman suunnitteluun. Näin ollen tapahtuma uudistuu ja pysyy kiinnostavana vuodesta toiseen, säilyttäen hyväksi havaitut käytännöt.

Yrittämisen ILO -brändi perustuu vahvaan alueellisen osaamisen esittelyyn. Tapahtuman sisällön omaperäisyyttä on lisätty käsiteltävien ilmiöiden ajankohtaisuudella ja ohjelman korkeaa laatua pidettiin yllä korkeatasoisilla esiintyjillä. Tapahtumalla erottuminen on ensiarvoisen tärkeää, mutta runsaan tarjonnan aikana yhä haastavampaa. Yrittämisen ILO -tapahtuman sekä tekemisessä että sisällössä kuitenkin erottuivat paikallinen yhdessä tekeminen ja yhteistyön voima.

Vuosittain vaihtuvalla teemalla pidettiin sisältö hallinnassa. Kohderyhmäksi määriteltiin yrittäjät ja yrittäjyydestä kiinnostuneet sekä opiskelijat. Kohderyhmän näkökulmasta päivä tapahtuma arvioitiin parhaimmaksi ajankohdaksi. Heille, jotka eivät päässeet irrottautumaan töistään koko päivän ajaksi, ohjelmasta oli mahdollista poimia omasta näkökulmasta kiinnostavat yksittäiset aiheet. Tapahtuma haluttiin pitää maksuttomana kaikille. Tällöin yritykset halutessaan saattoivat osallistua tapahtuman

toteuttamiseen rahallisesti kumppanuuksia ostamalla tai osallistumalla yritys messuille näytteilleasettajana. Taloudellinen tilanne ei saanut kuitenkaan olla esteenä osallistumiselle ohjelmasisältöön yleisönä. Tapahtuman ilmapiirin toivottiin pysyvän rentona ja yleispositiivisena kautta linjan, mikä huomioitiin myös sisältöä suunniteltaessa. Paikalla oli musiikkiesityksiä sekä muuta viihteellistä sisältöä ja tapahtuman järjestäjät ja juontajat loivat omalla asenteellaan ympärilleen iloa ja yhteenkuuluvuutta, tapahtuman ydinmission mukaisesti. Oheispalveluiden laadusta ja riittävydestä pyrittiin pitämään huolta mahdollisuuksien mukaan. Ruokailumahdollisuuksia oli useita, kulkeminen pyrittiin huomioimaan kaikin mahdollisin keinoin sekä turvallisuus- ja informaatioasiat olivat listattu ennakkoon ja helposti käytettävissä.



Kuva 6. Kaavio tapahtuman kehittämistyössä hyödynnettävästä arviointi- ja kehitystyökälistä. (Kinnunen 2011)

Kinnunen (2011, 32–42) käyttää oheista kaaviota tapahtuman eri osa-alueiden arvioinnin apuvälineenä. Kaaviossa kuuden eri osa-alueen alle on nimetty tunnusmerkkejä, joiden toteutumista arvioidaan oman tapahtuman kohdalla. Kaavion avulla voidaan löytää kehittämistä kaipaavat osa-alueet ja kohdistaa toimenpiteet sinne, missä niitä kaivataan. Korkeasta motivaatiosta ja uskomisesta asian tärkeyteen kertoi se, että projektitiimin jäsenet olivat osittain itse hakeutuneet tehtävään ja osa toimi mukana täysin vapaaehtoistyövoimana. Jäsenet toimivat omissa töissään hyvin erilaisissa tehtävissä, mikä antoi tiimille laaja-alaisen ammattitaidon toimiakseen tehokkaasti ja tuloksellisesti.

Taloudenpito on arvioitu kunkin Yrittämisen ILO -projektin kohdalla erikseen ja talouden suunnittelu pitkällä tähtäimellä ei toistaiseksi ole ollut mahdollista. Voittoa tapahtumalla ei ole ollut tarkoitus tuottaa. Tämän vuoden tapahtuman sisällön suunnittelu perustui osittain myynnin tavoitteisiin, jolloin myynnin jääminen tavoitteista olisi tarkoittanut pahimmillaan tapahtuman perumista kokonaan, ellei kuluja olisi saatu peittoon muillakaan tavoin. Kehitettävää tässä osa-alueessa on riittämiin, mutta toistaiseksi pysyvää ratkaisua ei ole onnistuttu löytämään.

Sisäinen tiedottaminen pidettiin joustavana ja vuorovaikutuksellisenä. Ulkoisen tiedottamisen uskottavuus oli koko tiimin yhteistyön tulosta. Markkinointi suunniteltiin kohderyhmän tavoittamiseksi niillä keinoin kuin taloudellisesti oli mahdollista, yhteistyötoimijoiden olemassa olevia verkostoja ja kumppanuuksia hyödyntäen. Tapahtumajärjestelyjen laadukkuus oli merkittävä tekijä tapahtumapaikan valinnassa. Paikallisesti tunnetulla alueella liikkumista pidettiin helppona ja kaikki oli lähellä. Turvajärjestelyissä ei ollut moitittavaa ja tekniikka oli luotettavaa ja paikan oman henkilökunnan toimesta hyvin hoidettu. Järjestäjätahojen toiminta sijoittuu julkiseen sektoriin sekä yrityksiin ja yhteys paikallisiin toimijoihin sekä alueen ulkopuolisiin verkostoihin ja kattojärjestöihin oli olemassa. Verkostojen kattavuuteen nähden tavoitettavuuden olisi odottanut olevan tehokkaampaa. Olemassa olevien verkostojen hyödyntämisessä on paljon kehitettävää tulevien tapahtumien kohdalla.

Toistaiseksi tapahtuma jatkuvuudestaan huolimatta on toiminut erillisinä projekteina siten, että päävastuu on vuosittain vaihtunut organisaatiolta toiselle. Tällä hetkellä tapahtuman ollessa ohi, ei seuraavan tapahtuman kohtalosta ole tehty mitään päätöksiä. Jatkuvuuden kannalta ideaalisessa tilanteessa vastuunvaihto organisoitaisiin

tehokkaasti, ennen edellisen tapahtumaprojektin päättymistä, mutta halukkaita tähän ei ole ilmoittautunut. Yhteistyöorganisaatioilla on pyrkimys Yrittämisen ILO -perinteen jatkuvuuteen, mutta nähtävästi tällä hetkellä resursseja toimenpiteisiin ei ole.

3.3 Organisaatioyhteistyö

Vaikka tapahtuman koordinoinnin kokonaisuudesta on vastannut yksi organisaatio kerrallaan, on tapahtuma tuotettu organisaatioiden välisen yhteistyön keinoin. Tapahtumatyöryhmä, eli projektitiimi, koostuu näiden organisaatioiden yhteyshenkilöistä. Helinin mukaan tiimin määrittelevät yhteiset tavoitteet, joiden saavuttamisesta kaikki kokevat vastuuta (2006, 213).

Tapahtumatyöryhmän koostuessa monialaisesta työryhmästä, on haasteena myös osaamisen valjastaminen mahdollisimman tehokkaasti luovan työn prosessissa. Yhteistyötahojen vastuuhenkilöiden vahvuuksien ja valmiuksien tunnistaminen auttaa tehtävänjaon kautta parhaiden tulosten saavuttamisessa. Tällöin tapahtuman koordinaattorille etuna on tuntemus ryhmäprosessin ohjaamisesta. Osallistujat toimivat yhdessä sisällöntuottajina ja vastaavat päätösten teosta ja toimenpiteistä sekä niiden tekemättä jättämisestä. Ryhmätyöprosessin suunnittelu sekä sopivien työkalujen valinta tähtäävät siihen, että ryhmän koko kapasiteetti tulee hyödynnettyä. (Kantojärvi 2012, 10–11)

Kun ihmiset tottuvat siihen, että luova ajattelu voi tapahtua virkistysiltojen lisäksi myös työpaikoilla ja kokoushuoneissa, saadaan palavereissa ja työpajoissa parempia tuloksia aikaan. Jos tilaisuudessa sovitaan, että on yksi henkilö kirjaamassa kaiken muistiin, tällöin muut voivat muistiinpanojensa sijasta keskittyä ideointiin. Ideointi on hedelmällisintä juuri silloin, kun joukossa on eri alojen asiantuntijoita. (Kantojärvi 2012, 126–135)

Yrittämisen ILO -projektin voidaan katsoa olevan nimenomaan tällainen luovan ongelmanratkaisun prosessi, jossa lopputuloksen saavuttamiseen ei ole yhtä oikeaa vastausta ja ratkaisu edellyttää mielikuvitusta ja useiden vaihtoehtojen puntaroimista. Tässä tapauksessa koko työryhmää ei voida alustaa erillisellä luovan prosessin työpajalla, mutta koordinaattori voi omalla roolillaan edesauttaa luovuuden ilmapiiriä erilaisin keinoin. Ideointipalavereissa kaikki ovat samanarvoisia keskenään, puheenvuoroja ei tarvitse pyytää vaan puheenvuorot saavat vaihtua luonnollisesti

keskustellen. Annetaan tilaa naurulle ja hulluillekin ideoille. Kenenkään ideoita ei tyrmätä heti alkuun vaan yritetään löytää ensin ehdotuksen avaamia mahdollisuuksia, jolloin idean esittäjä kokee oman työpanoksensa arvokkaaksi ja tuo ideoitaan keskusteluun jatkossakin. Ideoiden huonotkin puolet voidaan ilmaista rakentavasti, jolloin keskustelu pysyy mielekkäänä ja positiivisen sävyisenä edesauttaen luovan ilmapiirin säilymistä ja innovatiivista ajattelua.

4 YRITTÄMISEN ILO -TAPAHTUMAKOKONAISUUDEN JÄRJESTÄMINEN JA KOORDINOINTI

4.1 Yrittämisen ILO -tapahtumakokonaisuus

Tänä vuonna tapahtuman teemana oli Elämyksiä moneen makuun. Tiimi piti lähiruoka-ajattelua ajankohtaisena ja vetovoimaisena aiheena, joka houkuttelisi sekä yleisöä että yhteistyökumppaneita. Vaikka puhuttiin lähiruoasta ja siihen liittyvästä tuotantoketjusta aina kuljetuksiin ja jälleenmyyntiin, teemana ”elämykset” antaa mahdollisuuksia esitellä ja markkinoida kymenlaaksolaista osaamista useasta eri näkökulmasta. Teema huomioitiin myös myyntiä suunniteltaessa.

Kuusaasali

13:00 Tapahtuman avaus ja Kyamkin lukuvuoden avajaiset. Puheita yrittäjyydestä. Mukana keskus-telemaassa taiteilija, suunnittelija **Paolo Suhonen**, IVANA-helsingin, toimintajohtaja **Jouko Eho**, Oxford Research Oy sekä Kyamkin rehtori **Petteri Ikonen** ja Kaaanin puheenjohtaja **Satu Poikkele**.

14:15 III kumppanuuksipöytä: ELINTARVIKETOIMIOIDEN KASVUYRITTÄJYYS JA OSAAMISEN KEHITTÄMINEN. Tilaisuuden sparraajina toimivat **Taru Höyryläinen** ja **Munu Ruusinen** Helsingin yliopiston Ruralla-instituutista, Laadulla kasvuyrittäjäksi, **Ari Paari**, yrittäjä, **Puusin Kanala & Lasse Rainio**, yrittäjä, **Pekeri Jusotalo** Lähiruuan kasvupotentiaali, **Ismo Eerola**, yrittäjä, **Benjamin maastilatori**, Heila lähiruokatori

16:15 Menestyminen on mahdollista. Tohtori, valmentaja **Ilkka Vuolainen**, Kyamk. Miten on mahdollista ryhtyä yrittäjäksi haastavissakin olosuhteissa, riippumatta omasta koulutuksesta tai työhistoriasta.

Yläaula

13:00 Näytteilleasettaja

18:00

Ala-aula

13:00 Näytteilleasettaja

18:00

Kirjasto

13:00 Kuusankosken kirjastossa esillä yrittäjyyteen ja makuihin liittyviä kirjoja.

Voikkaasali

14:15 Startup Afternoon - Kesustelua ja puheita startupista. Mukana mm. Hupparihörhö **Sami Kuusela**, Kotka Games, Patteri Network ja Fiban.

15:45 Pitchauskisan parhaimmat pitchit ja voittajan julkistaminen.

16:00 Kymenlaakso Arena. Maistuva Kymenlaakso. Kesustelemassa toimintajohtaja **Maria Tjernerdt**, Mustilan Viini Oy / projektipäällikkö **Paula Kalla**, Kouvola Innovation Oy / toimintajohtaja **Pekko Kaikkonen**, Hovivuoka Oy / toimintajohtaja **Timo Nisula**, Kouvolan laketti Oy / asiantuntija **Pekko Terhemaa**, Pro Agra Etelä-Suomi ja yrittäjä **Markku Vi-Kotola**, Vi-Katalan Lämpöolot, Paneelin puheenjohtajana Kouvolan Sanomien toimituksen päällikkö **Petri Käpyläinen**, Kymenlaakso Areenan järjestökoti yhteistyössä Kouvolan seudun kaupunkamari- sasto ja Helsingin yliopisto, Koulutus- ja kehittämiskeskus Palmenia.

17:15 Yrittämisen ilo - tee työtä jolla on merkitystä, se jää viivan alle. Kokemuksia yrittäjyydestä luovalla alalla katekopsin kautta. Toimintajohtaja **Piija Airokainen**, Superlouder Oy /superson Oy.

Mattila Tietokuja

14:00 Tarinoita Spirit maaseutuyrittäjyydestä, projektipäällikkö **Pasi Jäsanti**, Kyamk

14:30 Valmistautuminen omistajanvaihdokseen, projektipäällikkö **Marja Kotajainen**, Avaimet vaihtoon -projekti, Kouvola Innovation Oy

15:00 Yrittäjän työttömyysturva ja starttiraha, **Antero Järvinen**, TE-toimisto

15:30 Finverran rahoituspalvelut aloittavalle yrittäjälle

16:00 Tauko

16:30 Yrittäjäkoulutus. **Maarit Heikkilä**, Kouvolan Aikuiskoulutuskeskus

17:00 Ajankohtaista Yrittäjäjärjestöitä, Kymen Yrittäjät

17:30 Uuden yrityksen pankki- ja vakuutuspalvelut sekä yrittäjän YEL. Kymenlaakson Osuuspankki

Hirvelä

13:00 Kymen Yrittäjien paikallisyhdistykset esillä

18:00

Piha-alue

13:00 Vohvelibaari, Suolaista ja makeita vohveileita sekä myyntipiste, josta herkkuja mukaan. Suolaisten vohveleita 4€, makeita 3€, sis. kahvin. Herkut valmistaa ja tarjoilee Kouvolan Aikuiskoulutuskeskus

Pilkkanmaa Yritscaseja

14:00 Yritscase 1. Osuuskunta - joustavaa yhteistyötä. **Jouko Ahonen** ja **Anne-Mari Junnola** Restauraantiosuuskunta Kymen Karmin

14:30 Yritscase 2. KyminRing, **Timo Pohjola**

15:00 Tauko

15:30 Yritscase 3. Kuusankosken Taideruukki Kymintehtaalla - TaideTupa PikkuSelman omistaja, Taideruukki ry:n puheenjohtaja **Vesa Ravinen**

16:00 The European Academic Network for Open Innovation. Tutkija **Ekaterina Albats**, LUT Kouvola. Puheenvuoro englanniksi.

Studio 123 Peli

13:00 Tilaisuuden avaus

13:15 Kotka Games - Pelitalon tarina

13:45 Blackland Games - Kokemuksia mobiilipelen kehittämisestä

14:15 Dark Amber Softworks - Spin-offista Start-Upsiksi

15:00 Keynote - **Suvi Lahti**, koordinaattori, Nirogames "Pellyttämisen parhaimmat sutenkuopat ja parhaimmat mahdollisuudet"

16:00 Lopetusnauhat

Kouvola. **mtv**

Päilytystykumppaneina

Kuva 7. Päivätapahtuman ohjelma. (Dzgoeva, 2014)

Päivätapahtuma koostui yritys messuista, nimekkäistä puhujista, erilaisista yritys-caseista ja tietoisista sekä paneelikeskustelusta. Avoimen päivätapahtuman ympärille rakentuneeseen tapahtumakokonaisuuteen kuuluivat myös verkkolehti, yritysten verkostoitumistapahtuma Kymikontakti, Kymenlaakson ammattikorkeakoulun lukuvuoden avajaiset sekä yrittäjien oma iltajuhla. Päiväohjelman sekä julisteen (liite 2) graafiseen muotoonsa saattoi tapahtuman yhteydessä graafikkona toiminut Kyamkin opiskelija, Anastasia Dzgoeva.

Yrittämisen ILO -lehti kertoo kiinnostavista yrityksistä, ihmisistä ja ilmiöistä Kymenlaaksossa. Lehti julkaistiin 1.8. tukemaan tapahtuman markkinointia. Tänä vuonna verkkojulkaisuna toteutettu lehti ideoitiin projektitiimin voimin ja yhteistyöorganisaatiot osallistuivat myös sisällöntuotantoon. Lehden toimituksesta vastasivat Ville Mattinen sekä Tony Tavi ja ulkoasusta paikallisen mainostoimisto Creandan yrittäjä Amanda Hyökki. (Mattinen & Tavi 2014)

Kouvolan Nuorkauppakamarin Kymikontakti on pääasiassa kymenlaaksolaisille yrityksille suunnattu verkostoitumistapahtuma, jonka tarkoituksena on tuoda yrittäjiä yhteen, mahdollistaa tutustuminen toisiin yrittäjiin, yritysten tuotteisiin ja palveluihin sekä esitellä omaa toimintaansa muille (Kouvolan nuorkauppakamari 2014). Kymikontakti oli yrittäjille tänä vuonna poikkeuksellisesti maksuton ja se järjestettiin Yrittämisen ILO -tapahtuman yhteydessä. Kouvolan Nuorkauppakamari vastasi Kymikontaktin sisällön toteuttamisesta.

Iltajuhlassa juhlistettiin yrittäjyyttä ja erityisesti kymenlaaksolaista yrittäjyyttä. Tarkoituksena oli tuottaa opiskelijaryhmän avulla yrittäjien itsensä suunnittelema tapahtuma. Iltajuhlan suunnittelun ohjauksesta sekä toteutuksesta vastasi Kymenlaakson ammattikorkeakoulun Minna Ikonen sekä designer-stylisteista koostuva opiskelijatyöryhmä.

4.2 Ideointi ja suunnittelu

Ideoinnin lähtökohtana sovittiin tapahtuman kattavan koko Kymenlaakso entisen Kouvolan sijaan. Päätettiin vuoden 2014 teeman liittyvän lähiruokaan ja lähiruokatuotantoon liittyviin toimialoihin. Tapahtumapaikasta käytiin keskustelua, lopulta päätös pitäytyä Kuusankoskitalossa oli yksimielinen. Kuusankoskitalon etuna pidettiin ensiluokkaista tekniikkaa sekä osaavaa henkilökuntaa, joka olisi käytössä myös tapahtuman toteutuksessa.

Projektitiimi jaettiin pienempiin työryhmiin jäsenten oman mielenkiinnon ja erityisosaamisen mukaan. Tapahtumatyöryhmä keskittyisi päivätahtuman sisällön suunnitteluun ja varmistamiseen. Myyntityöryhmä toimi myynnin tukena myyntiargumenttien sekä myyntiin liittyvän viestinnän suunnittelussa. Sen lisäksi perustettiin viestintätyöryhmä, joka keskittyi viestinnän suunnitteluun sekä sen toteuttamiseen projektitiimissä tehtyjen päätösten mukaan. Toimitustyöryhmä oli vastuussa Yrittämisen ILO -julkaisun tuottamisesta yhteisten päätösten mukaisesti ja projektitiimin avustuksella. Kaikki esitykset käsiteltiin projektitiimin kokouksissa ja päätökset tehtiin yhteistyön hengen mukaisesti. Koordinaattorin toimenkuvaan kuului erillisten vastualueiden lisäksi kaikkiin työryhmiin osallistuminen.

Ohjelma rakentui pitkälle edellisen vuoden malliin. Huippuluennoitsijat ja paneelikeskustelu järjestettiin isoissa saleissa sekä pienemmissä kokoushuoneissa tietoisuutta eri teemoilla. Suurimmassa Kuusaasalissa, johon mahtui viisisataa henkeä, pidettiin Kymenlaakson ammattikorkeakoulun lukuvuoden avajaiset, joka sisälsi pääpuhujan Paola Suhosen luennon. Sen lisäksi salissa oli Ruoka-Kouvola -projektin järjestyksessään kolmas kumppanuuspöytä, joka sisälsi keskustelua elintarviketoimijoiden kasvuyrittäjyydestä, sekä tohtori Ilkka Virolaisen luennon yrittäjänä menestymisestä. Voikkaasalissa oli kaksisataa yleisöpaikkaa. Siellä ohjelmassa oli keskustelua startupeista, startupit ovat tavallisesti nuoria kasvuun ja kansainvälistymiseen tähtäviä yrityksiä (Dagmar 2014), paneelikeskustelu aiheella Maistuva Kymenlaakso sekä Pirjo Airaksisen luento kokemuksista luovan alan yrittäjyydestä. Studio 123 oli varattu kokonaan peliteemalle. Pienemmät kokoushuoneet olivat sisustettu reilun kahdenkymmenen hengen yleisölle. Saleissa kuultiin tietoisuutta aloittaville yrityksille, yrittäjän työttömyysturvasta ja starttirahasta, rahoituspalveluista ja vakuutuksista sekä yrityksen omistajan-vaihdoksesta. Yrittäjyysteemaisia case-esittelyjä oli osuuskuntayrittämisestä, case KymiRing sekä Taideruukki Kuusankosken Kymin- tehtaalla. Lisäksi kokoushuoneissa kuultiin Kyamkin Spirit-hankkeen tarinoita maaseutuyrittäjyydestä sekä Lappeenrannan teknillisen yliopiston englanninkielinen puheenvuoro avoimista innovaatioista.

4.3 Myynti ja markkinointi

Yleisölle maksuttoman tapahtuman tapauksessa rahoitus järjestetään tavallisesti tukija kohdeavustuksien mahdollistamana, tai, kuten Yrittämisen ILO:n kohdalla,

yhteistyökumppaneiden voimin. Maksuttomista tapahtumista ei voida odottaa suoraa taloudellista hyötyä, mutta näkyvyyden kautta syntyvä arvo voidaan lukea markkinoitointitoimenpiteeksi. Myyntiargumentit olivat enimmäkseen arvostusperusteluja.

Yrittämisen ILO Mediakortti

ELÄMYKSIÄ MONEEN MAKUUN

Yrittämisen ILO Mediakortti

ELÄMYKSIÄ MONEEN MAKUUN

Pääyhteistyökumppanuuks

- Logonäkyvyys tapahtuman markkinoinnissa
- MTV3:n netti- sekä TV-mainonnassa
- Yrittämisen ILO -verkkosivulla
- Facebookissa Yrittämisen ILO -sivulla
- Lehtimainoksissa
- Julisteissa
- Ohjelmalehtisissä
- 1/2 sivun ilmoitus Yrittämisen ILO -verkkolehdestä
- Oma esittelytila messualueella, leveys 2 metriä
- Osaillistuminen Kymenlaaksin
- Mahdollisuus 10 min. puheenvuoroon fms. päivä tapahtumassa
- 4 lippua illajuhlaan

Sopimuksen arvo 2450 € + alv. 24%

Yhteistyökumppanuuks

- Logonäkyvyys MTV3:n nettimainonnassa sekä Yrittämisen ILO -verkkosivulla
- 1/2 sivun ilmoitus Yrittämisen ILO -verkkolehdestä
- Oma esittelytila messualueella, leveys 2 metriä
- Osaillistuminen Kymenlaaksin
- 2 lippua illajuhlaan

Sopimuksen arvo 1250 € + alv. 24%

Järjestäjä pidättää oikeudet muutoksiin.

Kymenlaakson ammattilaisuutta ja yhdessä tekemistä haetaan näytäväksi esille ja löydetään Yrittämisen ILO -tapahtumalla Yrittäjien päivänä 8.9. Tapahtumapaikkana Kuusankoski ympäristöineen.

Tapahtuman teema tänä vuonna on Elämyksiä moneen makuun. Teema antaa mahdollisuuksia esitellä ja markkinoitua kymenlaakslaisia osaamista useasta eri näkökulmasta. Päivätapahtuma koostuu messuista, nännikkästä panajasta, yritysoseasta, lehtisistä ja paneelikeskustelusta. Tapahtuma on kaikille avoin.

Tapahtumakokoukseen kuuluvat Yrittämisen ILO -verkkolehti, yritysten vertaistapahtumat Kymenlaaksin, Kymenlaakson ammattilaiskoulun kokoukset avoimella ja Yrittämisen ILO:n, Päämediassa MTV Oy:n tv-, netti- ja mobiililäisillä Kymenlaakson alueella.

Yrittämisen ILO -verkkolehti on päivittäin julkaistu, joka kokee rykyn Yrittäjien päivän juhlaa sekä tarjoaa kymenlaakslaisille iltamaisia ja ilmiäisiä maakunnassamme. Lehti ilmestyy sähköisesti 1.8.2014.

Kymenlaakki on pääosaosa kymenlaaksoissa yrityksiä koskevat tiedot, joiden avulla yrityksiä on mahdollista löytää toisistaan, yritysten haasteisiin ja palveluihin sekä esitellä omaa toimintaansa muille. Tarjonta mahdollisuuden vähintään kolmeen kertaan per vuosi. Kymenlaakki on tänä vuonna polkukokouksella maanantai ja maanantai 100 yritystä ilmoittautumajärjestystä.

Yrittäjien illajuhlaa juhlistetaan yrittäjyyttä ja kymenlaaksoa sekä lavaltaan uusia ja vanhoja tultuja.

www.yrittamisenilo.fi
www.facebook.com/yrittamisenilo

Lisäohjeja ja myynti:
Kymenlaakson ammattilaiskoulun
Lea Inanen
044 702 8250
lea.inanen@kyamk.fi

Messuosasto:

- leveys 2 metriä
- Arvo 200.00€ + alv 24%

Kymenlaakki:

- Esittely, kontaktoidu, hae
- verkkosivulla
- 3 x 15 min. frellit

Mukaan mahtuu 100 ensimmäistä ilmoittautunutta ja lisätietoja osoitteessa: www.kymenlaakki.fi

Yrittäjien illajuhla:

Illajuhlassa juhlistetaan yrittäjyyttä ja kymenlaaksoa sekä lavaltaan uusia ja vanhoja tultuja.

45.00 €/hlö (sis. alv.)

Järjestäjä pidättää oikeudet muutoksiin.

www.yrittamisenilo.fi
www.facebook.com/yrittamisenilo

Lisäohjeja ja myynti:
Kymenlaakson ammattilaiskoulun
Lea Inanen
044 702 8250
lea.inanen@kyamk.fi

Yrittämisen ILO -lehden ilmoitushinnat

Ilmestymispäivä 1.8.2014
Lehtiä mainostetaan mm. MTV 3-sivulla 1.8.-5.9. MTV 3-sivulla on viikottain 100 000 yksilöllistä kävijää Kymenlaaksoissa.

	1 sivu	1/2 sivu	1/4 sivu
vaaka	190x277 mm	110x136 mm	92x277 mm
pysty	190x277 mm	110x136 mm	92x277 mm
vaaka	190x465 mm	110x232 mm	92x465 mm
pysty	190x465 mm	110x232 mm	92x465 mm
Logopaini	35x20 mm		

Hintoihin lisätään alv. 24 %

Painovalmiit (300dpi) ilmoitusaineistot pdf-tiedostona viimeistään 30.6. osoitteeseen: aineisto@creanda.fi

Materiaali ilmoitusvalmiuteen 15 €, mennessä ilmoituksen valmistus 85€ (alv.0%)/h tai sopimushinta. Mainostilasto Creanda, puh. 040 480 4775

Icc väriprofiili: ISCoated_v2_e1.cicc

Aineistot: aineisto@creanda.fi

Lehden lailla:
Mainostilasto Creanda
Amanda Hyöksi
Puhelin 040 480 4775
amanda.hyokki@creanda.fi

Tänä vuonna Yrittämisen ILO -tapahtuman pääjärjestäjänä toimii Kymenlaakson ammattilaiskoulun, koordinoijana Iitta Elvölmä -hanke. Hanketta rahoittavat Kaakkois-Suomen ELY-keskus, Manner-Suomen ESR-ohjelma, Kouvolan kaupunki ja Kymenlaakson ammattilaiskoulun. Hankkeen päätehtävänä on Kymenlaakson ammattilaiskoulun ja osatehtävänä Kouvolan seudun ammattilaispiiri / Kouvolan kaupunki.

Yrittäjien päivät ovat tänä vuonna tekemästä mm. Kymen Yrittäjät paikallisyhteistyönä, Kymenlaakson kauppakamari, Kouvolan nuorkauppakamari, Kymenlaakson ammattilaiskoulun, Kouvolan Innovaatio, Kouvolan aikuiskoulutuskeskus, Kouvolan seudun ammattilaispiiri, Helsingin yliopiston koulutus- ja kehittämiskeskus Palménia, Lappeenrantaan lehtimäinen yliopisto ja Canset. Lisäksi tapahtuman valmistelun ja järjestelyihin osallistuu suuri joukko seutunne yrittäjiä ja yrittäjäyhteisöjä hienosti.

Kuva 8. Mediakortti. (Innanen 2014)

Ensimmäisenä määrittelimme hinnaston tapahtumakokonaisuuden myyntiartikkeleille, joita olivat kumppanuuspaketit, lehti-ilmoitukset sekä messuosastot. Kumppanuuksia suunniteltaessa olimme päätyneet kahteen erihintaiseen pakettiin, pääyhteistyökumppanuuteen ja yhteistyökumppanuuteen. Lehti-ilmoitusten hintojen määrittelystä vastasi lehden toimitus ja messuosastojen hinta pidettiin samana kuin vuosi sitten. Hinnaston perusteella laadin mediakortin (liite 5) liitettäväksi myyntikirjeeseen, jonka laadimme yhteistyössä esimieheni Sanna Heimosen ja Kymenlaakson kauppakamarin viestintäpäällikön Annemari Backmanin kanssa. Backman oli myös kartoittanut kymenlaaksolaisia yrityksiä valmiiksi kontaktirekisteriksi, jota saatoin hyödyntää myynnin alkuvaiheessa. Rekisteriin oli koottu ensisijaisesti kärkiyritykset sekä elintarvikealan yrityksiä.

Myynti oli etupäässä minun vastuullani, mutta olimme projektitiimissä yhteisesti sopineet jo olemassa olevien kontaktien hyödyntämisestä. Myynti alkoi lopulta

viikolla 13. Ensimmäisenä kartoitettiin potentiaaliset kumppanit. Lähestyin yritysten vastuuhenkilöitä sähköpostilla, jonka jälkeen soitin varsinaisen myyntipuhelun. Kumppanuuksien kohdalla esitin tapaamista, jossa voisin esitellä tapahtumakokonaisuuden ja kumppanuuspakettien sisältöä yksityiskohtaisesti. Tein myös kierroksia kaupungilla sekä teollisuusalueilla, jolloin poikkesin yrityksiin ilman sovittua aikaa ja pyysin saada tavata henkilön, joka yrityksessä vastasi tämän kaltaisista päätöksistä. Joissakin yrityksissä pääsin tapaamaan tavoittelemaani henkilöä. Niissäkin, joissa en päässyt, sain vastuuhenkilön tiedot yhteydenottoa varten sekä olin näyttäytymällä jäänyt minut vastaanottaneen henkilön mieleen jättäessäni aineistoa tutustuttavaksi. Pääyhteistyökumppanuuksia solmittiin kolme: Kouvolan Lakritsi, MTV Oy sekä Kouvolan kaupunki ja yhteistyökumppanuuksia seitsemän: Kymenlaakson Sähkö, KSS Energia, Kymenlaakson Osuuspankki, Nordea, Nitro ID, Lumon sekä Kymen Seudun Osuuskauppa. Myyntisuunnitelman mukainen tavoite oli kerätä pääyhteistyökumppanuuksia vähintään viisi ja yhteistyökumppanuuksia kymmenen kappaletta.

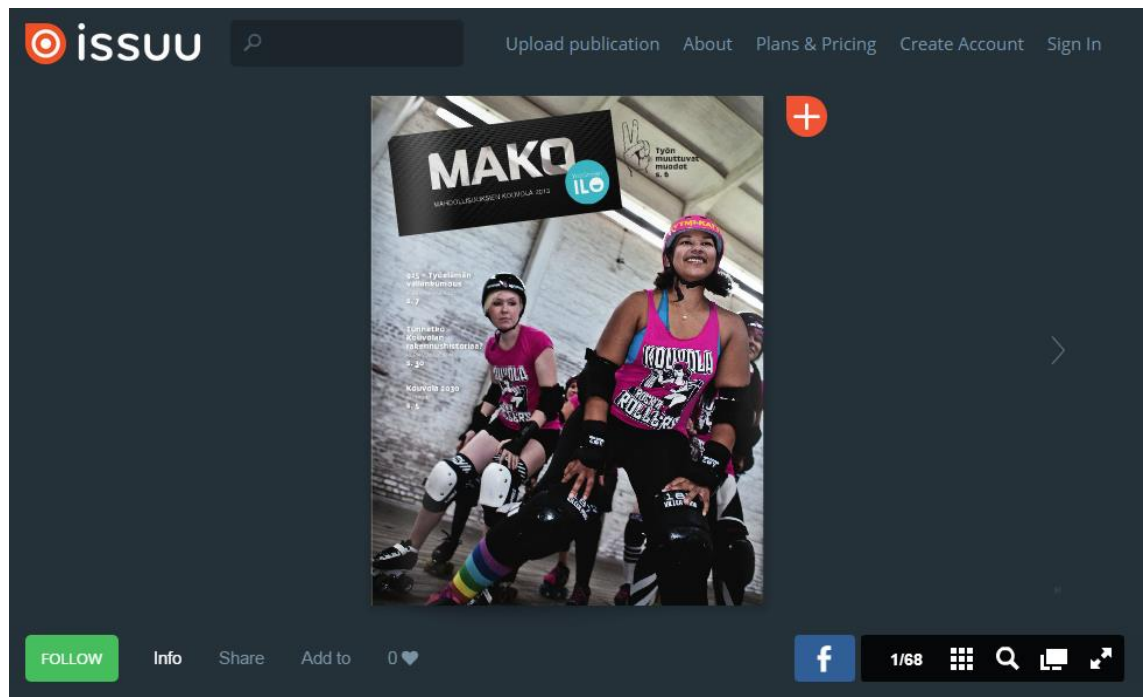
Lehti-ilmoitusten ja messuosastojen myyntiprosessi alkoi samalla tavoin, mutta näiden kohdalla hinnat olivat huomattavasti pienemmät, eikä koettu olevan tarpeen solmia tapaamisia, ellei asiakas niin toivonut. Viime vuoden lehdessä mukana olleita yrityksiä lähestyin suoraan soittamalla. Myynnin edetessä tein huomion, että lähettämani sähköposti oli usein jäänyt lukematta, joten vaihdoin toimintamallia suoraan puheluihin. Puhelinkontaktien tukena käytin tarvittaessa valmistamaani sähköpostimallia.

Verkkolehteen myytiin 24 ilmoitusta, kun mukaan lasketaan myös ne, jotka sisältyivät kumppanuuksien hintaan. Pelkkiä ilmoituksia laskutettiin 3940 euroa, kun hinnat ovat laskettu ilman arvonlisäveroa. Messuosastoja tapahtumassa oli yhteensä 55, kun mukaan laskettiin myös Kymen yrittäjien paikallisjärjestöjen sekä kumppaneiden erikseen maksuttomat osastot. Messuosastojen laskutettava summa oli 6600 euroa ennen arvonlisäveron lisäämistä.

Yleisen taloudellisen tilanteen epävarmuus sekä yritysten mittavat säästötoimenpiteet tekivät myynnistä haastavaa. Siitä huolimatta, että tunsin jatkuvasti jääväni myyntituloksella alle tavoitteiden, laskutusten yhteenvedon perusteella tapahtuman myynti ja markkinointi onnistui hyvin siten, että kerätyllä tuotolla saatiin halutut toimenpiteet toteutettua ja kustannukset katettua.

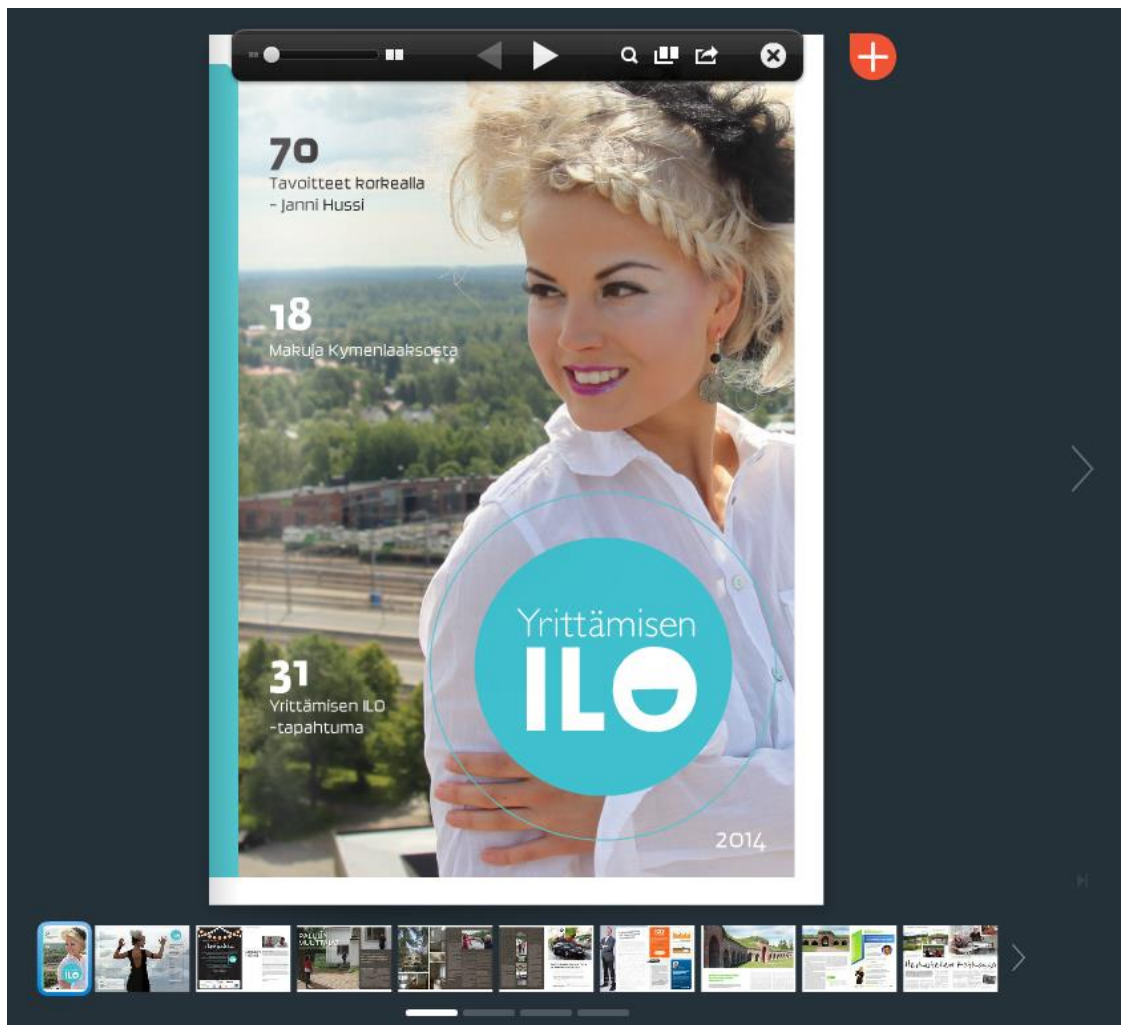
4.4 Yrittämisen ILO -verkkójulkaisu

Yrittämisen ILO -julkaisulla tavoiteltiin positiivisen ilmapiirin leviämistä kymenlaaksoisten keskuudessa ja mieluiten myös yli maakunnan rajojen. Julkaisun toimittajat Mattinen ja Tavi vierailivat eri kaupungeissa ja pienissä kylissä etsimässä kiinnostavia kymenlaaksoisia yrittäjätarinoita, ilmiöitä ja persoonia. Julkaisu liittyi Yrittämisen ILO -tapahtumakokonaisuuteen ja toimi yhtenä tapahtuman markkinointikanavana ilmestyessään sopivasti ennen tapahtumaa. Projektitiimissä käsiteltiin lehteä yhtenä tapahtumakokonaisuuden osuutena ja kustakin yhteistyöorganisaatiosta osallistuttiin aktiivisesti myös sisällöntuotantoon. Julkaisun toimitusvastuu osoitettiin yhteisellä päätöksellä kokeneisiin käsiin Ville Mattiselle ja Tony Taville, jotka olivat vastuussa myös viime vuoden Yrittämisen ILO -lehden toimittamisesta.



Kuva 9. Kuvakaappaus MaKo-verkkójulkaisun kansisivulta. (Mattinen 2013)

Viime vuonna vastaava julkaisu toteutettiin paperisena. Lehden jakelu tapahtui silloisen yhteistyökumppanin, Kouvolan Sanomat -paikallislehden liitteenä nimellä MaKo - Mahdollisuuksien Kouvola. MaKo ladattiin sen lisäksi myös pysyväälle verkkoalustalle, jonka kansisivulta kuvakaappaus (Mattinen & Tavi 2013), jolloin myös julkaisun levittäminen olisi mahdollisimman mutkatonta. Samaa toteutusmallia punnittiin vaihtoehtona myös tänä vuonna, lopulta kuitenkin kustannussyistä päätettiin tuottaa julkaisu kokonaan sähköisenä.



Kuva 10. Kuvakaappaus Yrittämisen ILO -julkaisun kansisivulta. (Mattinen 2014)

Viime vuoden kokemuksen perusteella voitiin todeta, ettei MaKo-nimi auennut lukijoille ja aiheutti sekaannusta. Tähän perustuen projektitiimissä päätettiin pitää julkaisu nimeltään yksinkertaisesti Yrittämisen ILOna. Tämän katsottiin myös tavoitteiden mukaisesti vahvistavan brändin tunnettuutta. Kannen kuvaan valittiin maanlaajuisesti tunnettu kymenlaaksolainen fitnessmalli ja mediakasvo Janni Hussi.

Issuu-verkkoalustan keräämän tilaston mukaan lehteä oli 5.11. mennessä luettu 1698 kertaa, enimmäkseen Suomesta. Muutamia lukukertoja oli myös Ruotsista, Norjasta ja Tanskasta, Yhdysvalloista kolme sekä yksittäisiä kävijöitä Saksasta, Ranskasta, Italiasta, Venäjältä ja Saudi-Arabiasta. Lehden parissa käytetty aika oli ollut keskimäärin neljä minuuttia lukijaa kohden. Lehteä on jaettu sähköisesti 18 kertaa. Tilasto ei sisällä mtv.fi-alustan tietoja.

Yrittämisen ILO -lehden ilmoitushinnat

Ilmestymispäivä 1.8.2014
Lehteä mainostetaan mm. MTV.fi-sivuilla 1.8.-5.9.
MTV.fi-sivustolla on viikoittain 120 000
yksilöllistä kävijää Kymenlaaksosta.

1 sivu	190x277 mm	450 €
½ sivu vaaka	190x136 mm	270 €
½ sivu pysty	92x277 mm	270 €
¼ sivu vaaka	190x65 mm	150 €
¼ sivu pysty	92x136 mm	150 €
⅛ sivu vaaka	92x65 mm	100 €
Logoparkki	35x20 mm	30 €

Hintoihin lisätään alv. 24 %

Painovalmiit (300dpi) ilmoitusaineistot
pdf-tiedostona viimeistään 30.6.
osoitteeseen: aineistot@creanda.fi

Materiaalit ilmoitusvalmistukseen 15.6. mennessä.
Ilmoituksen valmistus 85€(alv.0%)/h tai
sopimushinta.
Mainostoimisto Creanda, puh. 040 680 6775

Icc väriprofiili: ISOcoated_v2_eci.icc

Aineistot:
aineistot@creanda.fi

Lehden taitto:
Mainostoimisto Creanda
Amanda Hyökki
Puhelin 040 680 6775
amanda.hyokki@creanda.fi

Kuva 11. Julkaisun ilmoitushinnasto. (Innanen 2014)

Julkaisun toteuttaminen sähköisenä mahdollisti myös edellisvuotta huomattavasti edullisemmat ilmoitushinnat. Tämän lisäksi myyntiargumentteina voitiin käyttää myös sähköisen julkaisun ekologisuutta ja monien yritysten pyrkimystä vähentää paperin määrää toimistoissa sekä viestinnässä. Etukäteen oli mahdotonta tietää, kuinka tämä vaikuttaisi myyntiin, mutta tulevien vuosien kannalta tätä kokeilua voitaisiin mahdollisesti käyttää vertailussa. Verkkolehden taittoi Amanda Hyökki Mainostoimisto Creandasta. Ilmoitustiedot ovat mediakortista (Liite 5).

4.5 Tapahtuman toteutus

Päivän onnistuminen edellytti suuren määrän tarkkaan määriteltyjä ennakkovalmisteluja, joiden lisäksi oli varauduttu niin sanottuihin yllättäviin tekijöihin. Olin jättänyt tapahtumaa edeltävän viikon viimeistä kokousta ja muutamaa asiakaskontaktia lukuun ottamatta vapaaksi valmisteluille. Toimitin viimeistellyn messukartan Kuusankoskitalolle, jotta vahtimestarit saattoivat valmistella messualueetta mahdollisimman paljon jo ennakkoon. Kävin myös ohjeistamassa vahtimestarit luentosali kerrallaan tekniikan ja somistuksen tarpeisiin. Kuusankoskitalon lounaskahvilaa olin tiedottanut tapahtumasta samalla kun myin heille logonäkyvyyden Yrittämisen ILO -julkaisuun keväällä. Valmistin tulostettavia materiaaleja, kuten minuuttikyltit saleihin, salikohtaisen ohjelman kuhunkin oveen, laadin palautekyselyn (liite 6) ja pakkasin mielestäni tarpeellisia apuvälineitä, kuten saksia, kyniä ja sinitarraa sekä viimevuotiset logolla varuste-

tut nimikyltit. Tämän lisäksi olin mukana iltajuhlan valmisteluissa noutamassa pääyhteistyökumppanin sponsoroimia Kouvolan Lakritsin tuotteita sekä hankkimassa pihlajanoksia somisteeksi lähialueen luonnosta.

Yrittäjän päivän ohjelma alkoi Kouvolan nuorkauppakamarin toteuttamalla Kymikon-taktilla, johon osallistuminen oli vaatinut ilmoittautumisen ennakoon. Olin sitoutunut toimimaan tapahtuman yhteyshenkilönä Kuusankoskitalolla koko päivän ja olin aamukahdeksasta lähtien paikalla huolehtimassa asioiden sujuvuudesta ja valmiina reagoimaan mahdollisesti ilmeneviin yllätyksiin. Toin mukamani tarvittavat varusteet, kuten eri tilojen ohjelmat oviin kiinnitettäväksi sekä infomateriaalin, laatimani palautelomakkeet ja sekalaisen valikoiman mahdollisesti tarpeellisiksi osoittautuvia kyniä, teippiä, sakset ja sinitarraa. Kiersin tarkistamassa, että tiloissa kaikki oli järjestyksessä ja valmiina päivän ohjelmaan.



Kuva 12. Tapahtumapaikkaa somistamamassa Janika Ripatti. (Innanen 2014)

Kouvolalaisen e.liten luova johtaja Janika Ripatti tarjosi päivä tapahtuman sekä iltajuhlan somisteiksi yrityksensä valaisimia, joiden kuosit olivat Paola Suhosen suunnittelema. Suunnittelija ja yrittäjä Paola Suhonen oli yksi tapahtuman pääesiintyjistä.

Olimme ohjeistaneet näytteilleasettajia saapumaan rakentamaan messuosastojaan kello 10 - 12, jotta kaikki olisi tyylikkäästi valmiina tapahtuman auetessa yleisölle yhdeltä, ja suurelta osin näin tapahtuikin. Aiemmin Kymikontaktin hintaan sisältynyt yritysnäyttely aiheutti jonkun verran odottamatonta sekaannusta. Tänä vuonna Kymenlaakson ammattikorkeakoulu maksoi Kymikontaktin järjestämisestä, jolloin se voitiin tarjota yrittäjille maksuttomana. Internetsivujen maininta, että Kymikontaktin yritysnäyttelyn sijasta olisi mahdollista varata messuosasto samassa yhteydessä järjestettävästä Yrittämisen ILO -tapahtumasta (Kouvolan nuorkauppakamari 2014), oli jäänyt osalta huomiotta. Ratkaisin tilanteen siten, että yritysten annettiin jättää materiaalinsa esille Kymikontaktin ajaksi veloituksetta ja sen lisäksi tarjosin myös mahdollisuuden lunastaa oman messuosaston hinnastomme mukaan. Tällä menettelyllä saimme myös täytettyä kaksi messuosastoa edellisenä päivänä tehtyjen peruutusten tilalle. Messuosastojen myynti tuotti 6600 euroa (veroton summa).



Kuva 13. Messukartta. (Innanen 2014)

Kuusankoskitalon ohjeellisen pohjapiirroksen mukaan oli laadittu messukartta, jonka mukaan yritykset saattoivat löytää oman paikkansa aula- ja lämpiötiloista. Talon vahtimestarit olivat asettelleet etukäteen toimitetun kartan mukaisesti pöydät ja

sähköpostikkeet merkityille paikoille. Vain osa yrityksistä toi omat messukalusteet mukanaan ja aikaisemman kokemuksen perusteella varasimme pöydän niillekin yrityksille, jotka eivät tarvetta ilmoittaneet ennakkoon. Sähköt esittelypisteelle sai ennakkoon pyytämällä. Vahtimestarit olivat myös tapahtumapäivänä käytettävissämme täydellä miehityksellä. Heidän toimestaan tekniikka oli hoidettu valmiiksi annetun ohjeistuksen mukaan sekä saleissa että aula- ja lämpiötiloissa.

Tapahtuman käytännön järjestelyissä auttoivat Kouvolan seudun ammattiopiston matkailualan kolmannen vuosikurssin opiskelijoita. Osa näistä opiskelijoista oli ollut apuna myös edellisen vuoden tapahtumassa. Sen lisäksi, että kaksi opiskelijaa ohjasi näytteilleasettajia esittelypisteille, oli heidät ohjeistettu infopisteen ylläpitoon. Jokaisessa salissa oli myös opiskelijoita, joiden tehtävänä oli huolehtia tekniikan sujumisesta ja esitysten pysymisestä aikataulussa sekä tarpeen tullen esiintyjien avustamisesta tai reagoiminen yllättäviin tilanteisiin. Aikataulun seuraamiseksi oli valmistettu lyhyille puheenvuoroille kolmen minuutin jäljellä olevaa aikaa kuvaava kyltti ja pidempiin ohjelmanumeroihin viiden minuutin kyltti, joita esiintyjille voitiin näyttää määräajan lähestyessä. Motivoituneiden opiskelijoiden kanssa työskenteleminen sujui hienosti ja heidän apunsa oli todella arvokasta.

Sisätiloissa ohjelmat sujuivat mukavasti aikataulussa ja ilman ongelmia. Yleisölle avoin ohjelma alkoi yhdeltä Kymenlaakson ammattikorkeakoulun lukuvuoden avajaisilla, mikä oli ylivoimaisesti päivän suosituin ohjelmanumero. Yksi pääpuhujistamme, Pirjo Airaksinen, oli sijoitettu myöhäiseen iltapäivään ajatellen näitäkin yrittäjiä, jotka eivät aikaisemmin päivällä päässeet paikalle. Tämä osoittautui kuitenkin virheelliseksi arvioksi, sillä yleisömäärä väheni merkittävästi neljän jälkeen ja Airaksisen luento luovien alojen yrittäjyydestä oli kuulemassa enää vain hyvin pieni joukko. Yleisesti ottaen kaikki puheenvuorot saivat oman yleisönsä ja saleissa riitti yleisöä.

Jaettujen esitteiden sekä saleissa tehdyn silmämääräisen laskennan perusteella tapahtuma saavutti runsaat viisisataa kävijää. Määrää pidettiin odotusten mukaisena. Vuoden takaiseen tapahtumaan verrattuna kävijämäärä oli alhaisempi, mutta sen pääteltiin johtuvan siitä, että ohjelmasta oli tietoisesti jätetty pois viime kerralla mukana ollut yleisövetonaula ja markkinointi oli selkeästi kohdennettu yrittäjille.



Kuva 14. Kouvolan aikuiskoulutuskeskuksen vohvelibaari. (Innanen 2014)

Yksi tapahtumatiimin aktiivisista yhteistoimijoista, Kouvolan aikuiskoulutuskeskus, perusti opetuskeittiönsä voimin pihanäyttämölle pop-up -vohvelibaarin tapahtuman ajaksi. Tarjolla oli täytettyjä suolaisia sekä makeita vohveleita ja mukaan sai ostaa näyttäviä juustokakkuja. Kymenlaakson ammattikorkeakoulun lukuvuoden avajaisissa on ollut tapana tarjota avajaisvieraille kahvit ja tänä vuonna oli sovittu yhteistyöstä aikuiskoulutuskeskuksen kanssa. Avajaisten jälkeen Kymenlaakson ammattikorkeakoulun messuosastolta sai hakea kuponkeja, joita vastaan sai kahvin ja valitsemansa vohvelin. Kuponkeja oli tarjolla kaikelle yleisölle. Yllättävänä tilanteena vohvelibaarin sähkötkatkesivat juuri ruuhkaisimmalla hetkellä, jolloin osa yleisöstä jäi ilman tarjoilua. Kuusankoskitalon vahtimestarin koettaessa ratkaista syytä katkoksellet, vohvelibaarissa tarjoiltiin ensihätään kylmiä täytteitä nälkäisille vieraille. Vika johtui ylikuormituksesta ja saatiin pian korjatuksi. Tilanne ei yleisesti vaikuttanut päivän ohjelmaan, mutta jäi ikävänä välikohtauksena muutamien vuoroaan odottaneiden vieraiden mieleen. Pihanäyttämö oli katettu, jolloin huonokaan sää ei olisi ollut esteenä vohvelibaarin toiminnalle. Päivän sää oli kuitenkin ajankohtaan nähden jopa ennätysellisen lämmin ja aurinkoinen.

Päivätapahtuma päättyi ohjelman mukaan kuudelta. Tämän jälkeen oli varattu tunnin mittainen siirtymäaika iltajuhlaan siltä varalta, että vieraat tahtoivat siistiytyä ja

vaihtaa vaatteita. Iltajuhlapaikkana toimi Kuntotalo Kouvolan keskustassa. Yrittäjien ideoima iltajuhla haluttiin pitää keskustassa, jotta juhlakansan olisi mahdollisimman vaivatonta jalkautua Muodin Yön tunnelmiin ja ravintoloihin jatkoille. Yrittäjien työryhmä toivoi iltajuhlaan 300–500 vieraan osanottoa, jolloin ei Kuntotalolle juuri jäänyt vaihtoehtoja. Vanha liikuntasali oli saatu somistettua viihtyisäksi.



Kuva 15. Illallispyöytä yrittäjien iltajuhlassa. (Parkkali 2014)

Suureen saliin oli katettu noutopöytä illalliselle, viinibaari sekä valtavia tynnyreitä baaripöydiksi. Noutopöytä oli somistettu sadonkorjuun tunnelmaan kurpitsoidilla ja kynttilöillä ja viinibaari sekä baaripöydät oli somistettu yhtä lailla ajankohtaisilla pihlajanoksilla. Salissa ei ollut varsinaisia istumapaikkoja, mutta katsomoon salin laidalle pääsi lepuuttamaan jalkojaan. Tarkoituksena oli kuitenkin viettää ennen kaikkea iloista juhlaa tanssien ja nauraen. Erillisessä huoneessa oli ns. konjakkibaari, johon pääsi istumaan pöydän ääreen rauhalliseen ympäristöön. Konjakkibaarissa oli alkoholien lisäksi tarjolla Kouvolan Lakritsin lakritsihiippuja entisaikojen herrasmiesten konjakkihuoneen hengessä. Juhlaan myytiin noin kaksisataa illalliskorttia. Iltajuhlan tunnelmia kuvasi Kouvolan seudun ammattiopiston opettaja Jaana Parkkali.

5 POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Projektin ensisijaisena tavoitteena oli onnistunut yrittäjyysisältöisen tapahtumakokonaisuuden järjestäminen, Yrittämisen ILO -brändin vahvistaminen ja tunnettuuden lisääminen Kymenlaaksossa. Myynnin ja markkinoinnin tuloksilla tapahtuma saatiin toteutettua ja sisältöä pidettiin enimmäkseen onnistuneena niin työryhmän kuin tapahtumassa kerätyn palautteen perusteella. Projektin edetessä tein havainnon, että eritoten yrittäjille Yrittämisen ILO -brändi oli jossain määrin tuttu, vähintään nimeltä. Osa oli myös vierailut uteliaisuudesta jo viime vuoden tapahtumassa. Edellisen vuoden kumppanit ja näytteilleasettajat suhtautuivat todella positiivisesti tapahtuman järjestämiseen. Myös sellaiset yritykset, jotka eivät kokeneet mahdolliseksi lähteä mukaan tällä kertaa. Osa oli mukana myös tänäkin vuonna. Päälimmäisenä yrittäjien kanssa keskustellessa nousi esiin kokemus, että juuri tällaista toimintaa Kymenlaaksoon kaivattaisiin. Samaa viestivät projektitiimin tiivis ja kannustava yhteistyö sekä vilpitön ilon ilmapiiri tapahtumassa.

Tapahtumaa markkinoitiin vuosi sitten Kouvolan alueen tapahtumana. Tänä vuonna haluttiin kokeilla kuinka koko Kymenlaakso saataisiin mukaan. Vastaanotto muualla Kymenlaaksossa oli positiivinen ja utelias. Varsinainen osallistuminen kuitenkin jäi suhteellisen vähäiseksi, etenkin pienten yritysten osalta. Projektitiimin palautekeskustelussa käsitelimme mahdollisuutena tapahtuman järjestämistä tulevaisuudessa Etelä-Kymenlaaksossa tai vaihtoehtoisesti sen pilkkomista eri puolille maakuntaa itsenäisiksi tapahtumiksi saman brändin ja päämäärän nimissä. Opinnäytetyön valmistuessa kuitenkin tapahtuman tulevaisuuden osalta nämä asiat olivat vielä avoimena. Yhteistyönä toteutettavan tapahtuman haasteina ovat olleet puutteellinen tiedonkulku sekä hyvistä aikomuksista huolimatta tehtävien kasaantuminen lopulta koordinoijan toteutettavaksi. Yhtenä tiedonkulun parantavana toimenpiteenä pitäisin projektitiimin pitämistä entistä tiiviimpänä. Vastaavasti tämä myös tukisi vastuun ja tehtävien jakamista enemmän yhteistyötoimijoille.

Kahden tapahtuman jälkeisiä, lyhyen aikavälin vaikutuksia on vaikea arvioida. Tapahtumakokonaisuudella tavoitettujen alueellisten vaikutusten analyysi edellyttää perusteellista tutkimusta, jota voisi pitää mahdollisena tutkimusaiheena tulevaisuudessa. Sosiaalisen median ja erilaisten mobiilisovellusten yhä yleistyessä yritysten ja tapahtumatuotannon työvälineenä, havaitsin myös mahdollisia etuja

tapahtumaa tukevan Yrittämisen ILO -sovelluksen kehittämisestä. Sovellus voisi mahdollistaa yritysten ja yleisön yhdistämisen tapahtumaan jo suunnitteluvaiheessa, mikä tukisi maakunnallista yhteisöllisyyttä, mutta myös tapahtuman markkinointia. Sovellus mahdollistaisi myös entistä tehokkaammin interaktiivisten elementtien yhdistämistä tapahtuman ohjelmasisältöön.

6 LOPUKSI

Opinnäytetyön tavoitteena oli koordinoida eri organisaatioiden yhteistyönä tapahtuvaa tapahtumakokonaisuuden suunnittelua ja toteutusta. Ominä tavoitteinani, ammatillisen osaamisen osoittamisen lisäksi, oli oppia tarkastelemaan produktiivista työtä analyttisesti ja tieteellisestä näkökulmasta, tuottamaan tieteellistä tekstiä sekä laatimaan realistinen aikataulu produktiivisen työn tueksi.

Esimieheltä saamani rohkaiseva palaute on painottunut juuri tapahtuman tuottamisen edellyttämän järjestelykyvyn ja visuaalisen sekä graafisen osaamisen yhdistämiseen. Lisäksi sain erityistä kiitosta ammattimaisesta esiintymisestä yllättävien ja negatiivistenkin tilanteiden parissa. Projektin myötä olen oppinut yhä paremmin tunnistamaan omat ammatilliset vahvuuteni sekä designer-stylistin koulutuksen antamat edellytykset toimia nykyajan työelämässä.

Oman osaamiseni tunnistamisen ja hyödyntämisen sekä laajan kokonaisuuden ammattimaisen hallinnan lisäksi olen pystynyt osoittamaan innovatiivisuutta ja ongelmanratkaisutaitoja, riskinottoa sekä kykyä sietää painetta ja epävarmuutta. Toivoisin tulevien projektien myötä saavani lisää esiintymisvarmuutta sekä kehittyä myyntityössä, jonka koen edesauttavan menestymistä myös monenlaisissa designer-stylistin työtehtävissä. Tapahtumamuotoilun projektit, joissa olen työskennellyt opiskeluaikana, sekä erityisesti seminaari- sekä opinnäytetyö, ovat syventäneet osaamistani, tuoneet ammatillista itsevarmuutta ja valmistaneet tarttumaan jatkossa työelämän haasteisiin.

LÄHTEET

- Anttila, Pirkko 2005. Ilmaisuu, teos, tekeminen ja tutkiva toiminta. Hamina: Akatiimi.
- Dagmar. Startupille Suomi on laukaisualusta. <http://www.dagmar.fi/uutiset/startupille-suomi-laukaisualusta> [viitattu 5.11.2014]
- Helin, Kari 2006. Yhdessä menestymisen taito. Helsinki: Talentum.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2005. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Iso-Aho, Juha 2011. Miksi tarvitsemme tapahtumia? Teoksessa Tapahtumatuotannon palapeli. Näkökulmia merkityksiin, muutoksiin ja kehittämiseen. Toim. Iso-Aho, Juha & Kinnunen, Joni. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Sarja F. Katsauksia ja aineistoja. Helsinki.
- Kainulainen, Kimmo 2005. Kunta ja kulttuurin talous. Tulkintoja kulttuuripääoman ja festivaalien aluetaloudellisista merkityksistä. Akateeminen väitöskirja. Tampereen yliopisto. Yhdyskuntatieteiden laitos. Tampere University Press.
- Kantojärvi, Piritta 2012. Fasilitointi luo uutta. Menesty ryhmän vetäjänä. Helsinki: Talentum.
- Kinnunen, Joni 2011. Tunne tapahtumasi - työvälineitä arviointiin ja kehittämiseen. Teoksessa Tapahtumatuotannon palapeli. Näkökulmia merkityksiin, muutoksiin ja kehittämiseen. Toim. Iso-Aho, Juha & Kinnunen, Joni. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Sarja F. Katsauksia ja aineistoja. Helsinki.
- Kouvola 2012. Graafinen ohjeisto 1.0. Design New Kouvola. http://www.kouvola.fi/material/attachments/aintranet/konsernihallinto/viestinta/65q98Uacf/Kouvola_2012_graafinen_ohjeisto_280212.pdf [viitattu 5.11.2014]
- Kouvolan nuorkauppakamari 2014. Ajankohtaista. Kymikontakti. <http://www.konuka.fi/ajankohtaista/kymikontakti/kymikontakti/> [viitattu 29.10.2014]

Kymenlaakson ammattikorkeakoulu. Projektit: Uutta Elinvoimaa.

<http://www.kyamk.fi/Ty%C3%B6el%C3%A4m%C3%A4lle/Projektit/Uutta%20Elinvoimaa/Uutta%20Elinvoimaa%20-projektina/> [viitattu 5.11.2014]

Loiri, Pekka & Juholin Elisa 1998. Huom! Visuaalisen viestinnän käsikirja. Helsinki: Inforviestintä.

Mattinen, Ville & Tavi, Tony 2014. Yrittämisen ILO. Verkkojulkaisu. Issuu.

http://issuu.com/yrittamisen_ilo/docs/yritt_misen_ilo [viitattu 9.11.2014]

Mattinen, Ville & Tavi, Tony 2013. Mahdollisuuksien Kouvola. Yrittämisen ILO - verkkojulkaisu. Issuu. http://issuu.com/kouvolassa.net/docs/mako_2013 [viitattu 9.11.2014]

Metsämuuronen, Jari 2000. Metodologian perusteet ihmistieteissä. Metodologia -sarja 1. International Methelp. Helsinki.

Ruohonen, Sinikka 2009. Toimintatutkimus design-alan opinnäytetyössä. Teoksessa Luova työ tutkimuksen kohteena. Avauksia design-alojen metodologiaan. Toim. Leena Mäkelä-Marttinen. Kouvola: Kymenlaakson ammattikorkeakoulun julkaisuja. Sarja A. Oppimateriaali. Nro 23.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2011. Rakennerahasto. Rahoituksen hakeminen.

http://www.rakennerahastot.fi/vanhat_sivut/rakennerahastot/fi/03_hakijalle/03_hakijalle/index.html. [viitattu 24.10.2014]

Yrittämisen ILO. Facebook. <https://www.facebook.com/yrittamisenilo> [viitattu 9.11.2014]

VIESTINTÄSUUNNITELMA

VIESTINTÄSUUNNITELMA

YRITTÄMISEN ILO 2014

TAVOITE: Positiivinen näkyvyys :)					
AJANKOHTA	Teema	Toimenpiteet	Kohderyhmä	Kanavat	
vko 6, vko 13, vko 17, vko 22, vko 34, vko 36, vko 37	VKO 6: Yleistiedote: mitä, missä, milloin, kenelle, järjestäjät. Pääteeman lanseeraus. VKO 13: Pääyhteistyökumppaneiden lanseeraus. VKO 17: Ohjelman keskeisten osien lanseeraus. VKO 22: Lehden ennakkolanseeraus?? VKO 34: Koko ohjelman lanseeraus/ohjelman markkinointi yleisölle, näyttelleasettajien määrä yms. VKO 36: Ohjelman markkinointi yleisölle. VKO 37: Tapahtuman toteutuma.	Mediatiedotteiden kirjoitus	Aluemia, päättäjät, viranomaiset, kaupungin viestintä, yrittäjäyhdistykset ja järjestäjien sidosryhmät ja viestintäyhteydet	sähköpostijakelu, YILO -nettisivut, järjestäjien nettisivut, YILO-fb,	
vko 6 ja vko 22	Nettisivujen uudistaminen	Uudistus 1: tavoitteena myynnillisyyden Uudistus 2: tavoitteen ohjelman julkistus ja yleisön saaminen tapahtumaan	1. Myynnin kohderyhmä. 2. Yleisö	Nettisivut	
vko 22 ja vko 34	Tiedotus kumppaneille	Uutiskirje: kerrotaan pääyhteistyökumppaneille tapahtuman myynnin edistymisestä ja ohjelmasta sekä muista ajankohtaisista asioista.	Pääyhteistyökumppanit ja kumppanit	sähköposti	
vko 33 - 37	Lehti-ilmoitukset	Lehti-ilmoitusten suunnittelu, taitto	Yleisö	Kouvolan Sanomat, Ilmälajalehdet?, järjestäjien lehdet?	
vko 6 -	Muu viestintä: tiedotus yrittäjäjärjestöille (sähköposti, tapaamiset??), Kouvola Hub hyödyntäminen, erilaisten tapahtumien hyödyntäminen markkinoinnissa ja myynnissä	Jalkautuminen yrittäjäjärjestön kokouksiin? Info HUB:issa + markkinointimateriaalia paikan päälle. 13.2. - tapahtumassa markkinointi Myllykoskella.	Potentiaaliset näyttelleasettajat ja kumppanit sekä yleisö	Kirje, sposti, tapahtumat	
?	Viestintämateriaali: lasinaluset, ohjelmalehtiset, julisteet, banderollit, roll ups	Toteutus budjetin mukaisesti	Yleisö		
?	Videot, kuvamateriaali 2013 ja kuvauksen järjestäminen 2014	Videon tuottaminen, vanhojen kuvien siirtoa nettiin ja facebookiin, kuvauksen järjestäminen 2014 tapahtumaan	Pääyhteistyökumppanit, kumppanit, näyttelleasettajat ja SUURI yleisö	nettisivut ja facebook	
TAVOITE: MYynti					
ALKAA VIIKOLLA 6.					
AJANKOHTA	Teema	Toimenpiteet	Kohderyhmä	Kanavat	
vko 5	Mediakortti - päivitys	hintojen yms päivitys 2014 tapahtumaan			
vko 5	Myyntisuunnitelma (myyntiargumentit)	Myyntiargumenttien pohtiminen ja päättäminen			
vko 6	Myyntikirjeet - eri kohderyhmien huomiointi	Myyntikirjeiden tai sähköpostien tuottaminen ja lähettäminen			
elokuu	Tiedotus näyttelleasettajille	Tiedottaminen ja ohjeistus käytännön toimenpiteistä tapahtumapäivänä.			
vko 38	Jälkimarkkinointi	Kiitoskirje ja mediatiedote	Pääyhteistyökumppanit, kumppanit, näyttelleasettajat, järjestäjät sekä media	sähköposti	

TAPAHTUMAJULISTE



ELÄMYKSIÄ MONEEN MAKUUN

5.9.14 KUUSANKOSKITALOLLA
klo 13-18 JA STUDIO123:SSA

Tapahtuma on kaikille avoin ja maksuton.

OLETKO YRITTÄJÄ TAI YRITTÄJYYDESTÄ KIINNOSTUNUT?

Tervetuloa viettämään yrittäjän päivää monipuolisen ohjelman pariin.

Tapahtumassa mukana mm.



Taiteilija, suunnittelija
Paula Suhonen,
 IvanaHelsinki.



Toimitusjohtaja
Pirjo Airaksinen,
 Superlouder Oy/ Superson Oy



Toimittaja ja
 hupparihörhö
Sami Kuusela



Tohtori, valmentaja
Ilkka Virolainen,
 Kyamk

Keskustelua yrittäjyydestä, tietoisuutta yrittäjyyden eri vaiheisiin, yrityscaseja, paneelikeskustelu, pelialan yritysten esittelyä, näytteilleasettajia ja paljon muuta. Tutustu ohjelmaan osoitteessa
www.yrittamisenilo.fi

Tarjolla herkullisia makuja: ulkona tarjolla suomalaisia ja makeita vohveleita sekä myyntipiste, josta herkkuja mukaan. Suolainen vohveli 4€, makea 3€, sis. kahvin. Kahvila Valkaman Yrittämisen ILO –tarjouksena kahvi ja pulla 2,50€

Olethan sinäkin mukana seudun vuoden tärkeimmässä yrittäjyystapahtumassa.

Päyhteistyökumppaneina



Kouvola

KYAMK
 University of Applied Sciences

LUUTTA
ELINVOIMAA



KSAO
 KOULUOLAN SEUDUN
 AMMATTIOPISTO



Kouvola
 KINNO | Kouvola Innovation Oy

PROTOMO

KYMENLAAKSON
 KAUPPAKAMARI

konuka



Vipuvoimaa
 EU:lta



INFOPSTEEN KYLTTI



SALIKOHTAISET OHJELMAT



Kuusaasali

- | | |
|----------------|---|
| 13:00 | Tapahtuman avaus ja Kyamkin lukuvuoden avajaiset. Puhetta yrittäjyydestä. Mukana keskustelemassa taiteilija, suunnittelija <i>Paola Suhonen</i> , IVANA Helsinki, toimitusjohtaja <i>Jouni Eho</i> , Oxford Research Oy sekä Kyamkin rehtori <i>Petteri Ikonen</i> ja Kilaanin puheenjohtaja <i>Satu Poikselkä</i> . |
| 14:00 | |
| 14:15
16:00 | III kumppanuuspöytä: ELINTARVIKE-TOIMIJOIDEN KASVUYRITTÄJYYS JA OSAAMISEN KEHITTÄMINEN. Tilaisuuden sparraajina toimivat <i>Torsti Hyyryläinen</i> ja <i>Manu Rantanen</i> Helsingin yliopiston Ruralia-instituutista. Laadulla kasvuyrittäjäksi, <i>Ari Puuri</i> , yrittäjä, Puurin Kanala & <i>Lasse Rainio</i> , yrittäjä, Polven Juustola. Lähiruuan kasvupotentiaali, <i>Ismo Eerola</i> , yrittäjä, Benjamin maatilatori, Heila lähiruokatori. |
| 16:15
17:00 | Menestyminen on mahdollista. Tohtori, valmentaja <i>Ilkka Virolainen</i> , Kyamk. Miten on mahdollista ryhtyä yrittäjäksi haastavissakin olosuhteissa, riippumatta omasta koulutuksesta tai työhistoriasta. |



SALIKOHTAISET OHJELMAT



Voikkaasali

- | | |
|-------|---|
| 14:15 | Startup Afternoon - Keskustelua ja puheita startupeista. Mukana mm. hupparihörhö <i>Sami Kuusela</i> , Kotka Games, Patteri Network ja Fiban. Pitchauskisan parhaimmat pitchit ja voittajan julkistaminen. |
| 15:45 | |
| 16:00 | Kymenlaakso Areena: Maistuva Kymenlaakso. Keskustelemassa toimitusjohtaja <i>Maria Tigerstedt</i> , Mustilan Viini Oy, projektipäällikkö <i>Paula Kulla</i> , Kouvola Innovation Oy, toimitusjohtaja <i>Pekka Kaikkonen</i> , Hoviruoka Oy, toimitusjohtaja <i>Timo Nisula</i> , Kouvolan Lakritsi Oy, asiantuntija <i>Pekka Terhema</i> , Pro Agria Etelä-Suomi sekä yrittäjä <i>Markku Yli-Kaitala</i> , Yli-Kaitalan Lomamökit. Paneelin puheenjohtajana Kouvolan Sanomien toimituksen päällikkö <i>Petri Karjalainen</i> . Kymenlaakso Areenan järjestävät yhteistyössä Kouvolan seudun kauppakamariosasto ja Helsingin yliopisto, Koulutus- ja kehittämisskeskus Palmenia. |
| 17:00 | |
| 17:15 | Yrittämisen ilo - tee työtä jolla on merkitystä, se jää viivan alle. Kokemuksia yrittäjyydestä luovalla alalla kantapään kautta. Toimitusjohtaja <i>Pirjo Airaksinen</i> , Superlouder Oy / Superson Oy. |
| 18:00 | |



SALIKOHTAISET OHJELMAT



Mattila

Tietoiskuja

- 14:00 Tarinoita Spirit-maaseutuyrittäjyydestä, projektipäällikkö *Pasi Jaskari*, Kyamk.
- 14:30 Valmistautuminen omistajanvaihdokseen, projektipäällikkö *Marja Katajainen*, Avaimet vaihtoon -projekti, Kouvola Innovation Oy.
- 15:00 Yrittäjän työttömyysturva ja starttiraha, *Antero Järvinen*, TE-toimisto.
- 15:30 Finnveran rahoituspalvelut aloittavalle yrittäjälle
- 16:00 Tauko
- 16:30 Yrittäjäkoulutus, *Maarit Helkala*, Kouvolan Aikuiskoulutuskeskus.
- 17:00 Ajankohtaista yrittäjäjärjestöltä, Kymen Yrittäjät
- 17:30 Uuden yrityksen pankki- ja vakuutuspalvelut sekä yrittäjän YEL, Kymenlaakson Osuuspankki.



SALIKOHTAISET OHJELMAT



Pilkanmaa

Yrityscaseja

- | | |
|-------|--|
| 14:00 | Yrityscase 1. Osuuskunta - joustavaa yhteisyrityttämistä, <i>Jaana Ahonen ja Anne-Mari Junnola</i> ,
Restaurointiosuuskunta Kymen Karstiini. |
| 14:30 | Yrityscase 2. KymiRing, <i>Timo Pohjola</i> . |
| 15:00 | Tauko |
| 15:30 | Yrityscase 3. Kuusankosken Taideruukki
Kymintehtaalla, TaideTupa PikkuSelman omistaja,
Taideruukki ry:n puheenjohtaja <i>Vesa Parvinen</i> . |
| 16:00 | The European Academic Network for Open Innovation, |
| 17:00 | Tutkija <i>Ekaterina Albats</i> , LUT Kouvola.
Puheenvuoro englanniksi / In english. |



SALIKOHTAISET OHJELMAT



Studio 123

Peli

- | | |
|-------|--|
| 13:00 | Tilaisuuden avaus |
| 13:15 | Kotka Games - Pelitalon tarina |
| 13:45 | Blackland Games - Kokemuksia mobiilipelien kehittämisestä |
| 14:15 | Dark Amber Softworks - Spin-offista start-upiksi |
| 15:00 | Keynote - Peliyrittämisen pahimmat sudenkuopat ja parhaimmat mahdollisuudet, koordinaattori <i>Suvi Latva</i> , Neogames |
| 16:00 | Lopetussanat |



MEDIAKORTTI

**Päyhteistyökumppanuus**

- Logonäkyvyys tapahtuman markkinoinnissa
 - MTV3:n netti- sekä TV-malnonnassa
 - Yrittämisen ILO -verkkosivulla
 - Facebookissa Yrittämisen ILO -sivulla
 - Lehtimainoksissa
 - Julisteissa
 - Ohjelmalehtisissä
- ½ sivun ilmoitus Yrittämisen ILO -verkkolehdestä
- Oma esittelytila messualueella, leveys 2 metriä
- Osallistuminen Kymikontaktiin
- Mahdollisuus 10 min. puheenvuoroon tms. päivätapahtumassa
- 4 lippua illtjuhlaan

Sopimuksen arvo 2450 € + alv. 24%

Yhteistyökumppanuus

- Logonäkyvyys MTV3:n nettimainonnassa sekä Yrittämisen ILO -verkkosivulla
- ¼ sivun ilmoitus Yrittämisen ILO -verkkolehdestä
- Oma esittelytila messualueella, leveys 2 metriä
- Osallistuminen Kymikontaktiin
- 2 lippua illtjuhlaan

Sopimuksen arvo 1250 € + alv. 24%

Järjestäjä pidättää oikeudet muutoksiin.

Kymenlaakson alunlaatuluulta ja yhdessä tekemistä tuodaan nähtävästi esille ja toisen kerran Yrittämisen ILO -tapahtumalla Yrittäjän päivänä 5.9. Tapahtumapaikkana Kuusankoskitalo ympäristöineen.

Tapahtuman teema tänä vuonna on Elämyksiä moneen makuun. Teema antaa mahdollisuuksia esitellä ja markkinoida kymenlaaksoilaisista osaamista useasta eri näkökulmasta. Päivätapahtuma koostuu messuista, nimekkäistä puhujista, yritys-caseista, teelaiskuista ja paneelikeskustelusta. Tapahtuma on kaikille avoin.

Tapahtumakokonaisuuteen kuuluvat Yrittämisen ILO -verkkolehli, yritysten verkostoitumistapahtuma Kymikontakti, Kymenlaakson ammattikorkeakoulun lukuvuoden avajaiset sekä yrittäjien illtjuhla. Päämediانا MTV Oy:n tv-, netti- ja mobiilimainonta Kymenlaakson alueella.

Yrittämisen ILO -verkkolehli on puolivuotinen julkaisu, joka tukee syksyn Yrittäjän päivän juhlaa sekä kertoo kiinnostavista yrityksistä, ihmisistä ja ilmiöistä maakunnassamme. Lehli ilmestyy sähköisenä 1.8.2014.

Kymikontakti on pääosassa kymenlaaksoilaisille yrityksille tarkoitettu pikatreffit, joiden aikana yrityksillä on mahdollista tutustua toisiin yrittäjiin, yritysten tuotteisiin ja palveluihin sekä esitellä omaa toimintaansa muille. Tarjoamme mahdollisuuden vähintään kolmeen treffiin per yritys. Kymikontakti on tänä vuonna poikkeuksellisesti maksuton ja mukaan mahtuu 100 yritystä ilmoittautumisjärjestyksessä.

Yrittäjien illtjuhlassa juhlistetaan yrittäjyyttä ja Kymenlaaksoa sekä lavataan uusia ja vanhoja tultuja.

www.yrittamisenilo.fi
www.facebook.com/yrittamisenilo

Lisätietoja ja myynti:
 Kymenlaakson ammattikorkeakoulu
 Lea Innonen
 044 702 8250
lea.innonen@kyamk.fi

Olethan sinäkin mukana!

Tänä vuonna Yrittämisen ILO -tapahtuman pääjärjestäjänä toimii Kymenlaakson ammattikorkeakoulu, koordinoijana Uutta Elinvoimaa -hanke. Hanketta rahoittavat Kaakkois-Suomen ELY-keskus, Manner-Suomen ESR-ohjelma, Kouvolan kaupunki ja Kymenlaakson ammattikorkeakoulu. Hankkeen päätoteuttaja on Kymenlaakson ammattikorkeakoulu ja osatoteuttajana Kouvolan seudun ammattiopisto / Kouvolan kaupunki.

MEDIAKORTTI



Messuosasto:

- leveys 2 metriä

Arvo 200.00€ + alv 24%

Kymikontakti:

- Esittäydy, kontaktoidu, hae = verkostoidu
- 3 x 15 min. treffit

Mukaan mahtuu 100 ensimmäistä.
Ilmoittautumiset ja lisätietoja osoitteessa:
www.kymikontakti.fi

Yrittäjien illtjuhla:

Illtjuhlassa juhlistetaan yrittäjyyttä ja
Kymenlaaksoa sekä tavataan uusia ja
vanhoja tuttuja.

45.00 €/hlö (sis. alv.)

Järjestäjä pidättää oikeudet muutoksiin.

www.yrittamisenilo.fi
www.facebook.com/yrittamisenilo

Lisätietoja ja myynti:
Kymenlaakson ammattikorkeakoulu
Lea Innanen
044 702 8250
lea.innanen@kyamk.fi

Yrittämisen ILO -lehden
ilmoitushinnat

Ilmestymispäivä 1.8.2014
Lehteä mainostetaan mm. MTV.fi-sivuilla 1.8.-5.9.
MTV.fi-sivustolla on viikoittain 120 000
yksilöllistä kävijää Kymenlaaksosta.

1 sivu	190x277 mm	450 €
½ sivu vaaka	190x136 mm	270 €
½ sivu pysty	92x277 mm	270 €
¼ sivu vaaka	190x65 mm	150 €
¼ sivu pysty	92x136 mm	150 €
¼ sivu vaaka	92x65 mm	100 €
Logoparkki	35x20 mm	30 €

Hintoihin lisätään alv. 24 %

Painovalmiit (300dpi) ilmoitusaineistot
pdf-tiedostona viimeistään 30.6.
osoitteeseen: aineistot@creanda.fi

Materiaalit ilmoitusvalmistukseen 15.6. mennessä.
Ilmoituksen valmistus 85€(alv.0%)/h tai
sopimushinta.
Mainostoimisto Creanda, puh. 040 680 6775

icc väriprofiili: ISOcoated_v2_ecl.icc

Aineistot:
aineistot@creanda.fi

Lehden talita:
Mainostoimisto Creanda
Amanda Hyökki
Puhelin 040 680 6775
amanda.hyokki@creanda.fi

Yrittäjän päivää ovat tänä vuonna tekemässä mm. Kymen Yrittäjät paikallisyhdistyksineen, Kymenlaakson kauppakamari, Kouvolan nuorkauppakamari, Kymenlaakson ammattikorkeakoulu, Kouvolan Innovation, Kouvolan aikuiskoulutuskeskus, Kouvolan seudun ammattilopisto, Helsingin yliopiston koulutus- ja kehittämisskeskus Palmenia, Lappeenrannan teknillinen yliopisto ja Cursor. Lisäksi tapahtuman valmisteluun ja järjestelyihin osallistuu suuri joukko seutumme yrityksiä ja yrittäjyyshenkisiä ihmisiä.

PALAUTEKYSELYLOMAKE

**PALAUTEKYSELY: Yrittämisen ILO 5.9.2014, Kouvola**

Rengastakaa sopivin vastausvaihtoehto.

Olen a) vieras b) näytteilleasettaja

1. Kuinka mielenkiintoinen ja kiinnostava ohjelma mielestänne oli

ei lainkaan kiinnostava erittäin kiinnostava

1 2 3 4 5

2. Mitä mieltä olette seuraavista seikoista tapahtuman toteutuksessa

	erittäin heikko				erinomainen
a) tilaratkaisut	1	2	3	4	5
b) tekninen toteutus	1	2	3	4	5
c) puheenvuorojen sisältö	1	2	3	4	5
d) järjestelyjen sujuvuus	1	2	3	4	5

3. Mitä olisitte jättäneet pois ohjelmasta? Mitä olisi pitänyt olla mukana?

4. Mikä oli parasta tapahtumassa? Mikä heikointa?

5. Mitä kautta saitte tiedon tapahtumasta? Oliko viestintä riittävää?

6. Oletteko tutustuneet Yrittämisen ILO -lehteen? a) kyllä b) en

7. Vapaa sana/kommentit/kehittämisehdotukset tulevia tapahtumia varten:

Kiitos palautteestanne! Täytetyn lomakkeen voitte palauttaa lähtiessänne ilmoittautumistiskille.