



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Opas palvelutalotapahtumien järjestämiseen

Friberg, Samuli

2014 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu
Leppävaara



Opas palvelutalotapahtumien järjestämiseen

Samuli Friberg
Liiketalous
Opinnäytetyö
Lokakuu, 2014

Laurea-ammattikorkeakoulu
Leppävaara
Koulutusohjelma

Tiivistelmä

Samuli Friberg

Opas palvelotalotapahtumien järjestämiseen

Vuosi	2014	Sivumäärä	55
-------	------	-----------	----

Yksinäisyys ja aktiviteettien puuttuminen ovat seniori-ian suurimpia ongelmia. Lisäksi mahdollinen liikuntakyvyn rajoittuminen tai henkisen kunnon aleneminen tekevät arjesta yksitoikkoista elämänlaadun heikentyessä. Seniori-iässä tulisi myös pystyä nauttimaan elämästä. Apua tuovat senioreille suunnatut toimintakerhot esimerkiksi palvelukeskuksissa sekä virikkeitä ja tietoa tarjoavat tapahtumat, kuten Aktiivisuutta Elämään Senioreille-tapahtuma, joka järjestettiin Laurea-ammattikorkeakoulun Otaniemen kampuksella osana InnoEspoo-hanketta. Tapahtuma onnistui hyvin ja tarjosi senioreille virikkeitä sekä tärkeitä ihmiskontakteja.

On kuitenkin paljon henkilöitä, jotka asuvat esimerkiksi palvelukeskuksessa, eivätkä voi matkustaa tapahtumapaikalle ilman apua. Lisäksi tapahtuman sijainti voi olla hankala löytää. Tähän ratkaisuna on tuoda virikkeet ja tieto senioreiden luokse palvelukeskuksiin. Tätä opinnäytetyötä olen työstänyt sillä ajatuksella, että sen pohjalta voidaan kehittää ensisijaisesti opiskelijoille suunnattu opas palvelukeskustapahtumien järjestämiseen. Opas sisältää ohjeita käytännön työhön ja tapahtumien markkinointiin. Oppaassa käsitellään molempia edellä mainittuja aiheita, mutta opinnäytetyöraportti keskittyy enemmän opintojeni suuntautumisen mukaan markkinointiin.

Tietoperusta muodostui pääasiassa markkinointiviestinnästä.

Tapahtumia järjestettiin viidessä palvelukeskuksessa Espoossa kahden viikon aikana touko-kuussa 2014. Tapahtumissa toteutettiin havainnointia sekä kerättiin palautetta lomakkeella. Järjestäville opiskelijoille oli omat palautelomakkeensa ja vierailijoille omat. Havainnoista ja saadusta kirjallisesta palautteesta työstin palauteraportin, josta ilmenee tapahtumien onnistuminen sekä kehityskohteet että johtopäätökset, jotka johtivat raportissa esitettyjen ideoiden kehittämiseen.

Tapahtumat olivat kokonaisuudessaan onnistuneita ja niitä pyydettiin uudelleenjärjestettäväksi jo syksyllä. Kehittämisen kohteet liittyivät enimmäkseen tilaisuuden järjestelyihin ja viestintään. Ongelmia tuotti enimmäkseen ajanhallinta, varsinkin suunnitteluvaiheessa.

Asiasanat

markkinointiviestintä, seniori, hyvinvointi, viriketoiminta, elämän laatu

Friberg, Samuli

Guide for organizing events in Senior Service Centers

Year	2014	Pages	55
------	------	-------	----

Loneliness and the lack of activities are some of the largest problems facing senior citizens. With the deterioration of physical mobility and possibly also mental abilities, it is clear that the potential for senior citizens to experience a greatly weakened quality of life is significant.

Clubs or groups that offer activities, for example in Senior Service Centers (SSC), and events that provide stimulation and information for senior citizens can help to alleviate these problems. An example of such an event is the Aktiivisuutta Elämään Senioreille event held at the Otaniemi campus of Laurea University of Applied Sciences and is a part of InnoEspoo. The event provides information, stimulation and important human contacts. However, there are still many who, for example, live in Senior Service Centers and cannot travel without assistance. The location of the event can also be problematic to find.

The solution to this is to transfer the same stimulation and information on a smaller scale to the SSCs. The inspiration for this thesis project was the desire to development of a guide for students and offering instructions and advice about organizing and marketing these events. Although both organizing and marketing aspects are discussed equally in the guide, this thesis report will focus more on marketing.

The knowledge base consists mainly of marketing communications.

The events described in the report were held in five different SSCs in May 2014 over a period of two weeks. During the individual events the author and the project manager both collected feedback using an answer sheet and conducted observation throughout the event. The students who were organizing the events had their own answer sheets and the visitors had their own. From the answers and observations a feedback report was produced which is incorporated into this thesis report. The feedback report indicates the success of the events and the areas that need to be improved. Suggestions for improvements are elaborated further in this thesis report.

As a whole, the events were successful and it was hoped that these events would be held again in the autumn. Suggestions for improvements were given mostly by the students who were organizing the events concerning the arrangements and communication. Problems mostly came from my own time management. At times I simply ran out of time while planning and had to rush to finish the work. Too many tasks and not enough time.

Keywords marketing communications, senior citizen, wellbeing, stimulating activity, quality of life

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Toimintaympäristö ja kohderyhmä	6
3	Markkinointiviestintä	8
	3.1 Markkinointiviestinnän keinot.....	8
	3.2 Senioreille suunnattu markkinointiviestintä.....	10
4	Tapahtumat palvelukeskuksessa	11
	4.1 Tapahtumien suunnittelu ja järjestäminen palvelukeskuksessa	11
	4.2 Tapahtumien markkinoinnin suunnittelu ja toteutus palvelukeskuksessa	13
5	Tutkimus.....	17
	5.1 Menetelmät ja toteutus.....	17
	5.1.1 Havainnointi.....	17
	5.1.2 Palautteen kerääminen	18
	5.2 Aineiston kerääminen ja analysointi	19
6	Tulokset.....	27
7	Yhteenveto ja johtopäätökset	28
	Lähteet	30
	Kuvat..	33
	Taulukot	35

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön aiheena on opas tapahtumajärjestäjille palvelukeskuksissa. Kyseessä on toiminnallinen opinnäytetyö, jossa suunnittelu ja toteutus on testattu käytännössä palvelukeskustapahtumissa ennen opinnäytetyön kirjoittamista. Lopputuotoksena on opas opiskelijoille palvelukeskustapahtuman järjestämiseen ja tapahtuman markkinointiin.

Opinnäytetyöraportissa kolme ensimmäistä kappaletta ovat teoreettisia, lukuun ottamatta kappaletta 4.3 joka aloittaa käytännön kuvaamisen. Kappaleessa 5 esitellään kehitysehdotukset. Lopuksi esitetään tulokset, yhteenveto ja johtopäätökset.

Pohjateoriaa kirjoitettaessa sekä mahdollisia kuvallisia materiaaleja käytettäessä lähteenä on käytetty kirjallisia lähteitä, internet-lähteitä sekä lyhyitä ja epämuodollisia haastatteluja suuremman vastaavan tapahtuman järjestäjien opiskelijoiden ja ohjaajien kanssa.

Opinnäytetyön tarkoituksena on saada aikaan lyhyt ohjekirja, jonka avulla opiskelijat ja ohjaajat voivat suunnitella ja toteuttaa alusta lähtien palvelukeskustapahtuman, ja muokata suunnitelmia oman tapahtumansa erityispiirteiden mukaan. Tässä raportissa keskitytään pohjateorian osalta enimmäkseen tapahtumamarkkinointiin, koska se oli oma osuuteni kyseisissä tapahtumissa.

2 Toimintaympäristö ja kohderyhmä

Toimintaympäristöä tämän työn tapahtumille ovat Espoon Keskusten, Tapiolan, Soukan, Lepävaaran ja Kauklahden palvelukeskukset. Palvelukeskukset ovat kaupungin hallinnoimia senioreille suunnattuja rakennuksia, jotka toimivat kohtaamis- ja asuinpaikkoina (espoo 2014). Kauklahden palvelukeskus on hyvä esimerkki palvelukeskuksesta, jossa on myös asukkaita. Palvelukeskuksissa seniorit voivat tavata toisiaan ruokailun, käsityöpajojen, liikuntatuntien ja erilaisten kulttuuri- ja virkistystapahtumien muodossa (espoo 2014). Opinnäytetyö liittyy siis hyvinvointisektoriin, nimenomaan senioreiden hyvinvointiin yleisellä tasolla sekä virikkeellisyyteen. Esimerkiksi KOTIIN-hankkeessa keskitytään myös senioreiden elämän laadun parantamiseen tarjoamalla HyvinvointiTV-nimisen konseptin välityksellä tietoa sekä suoria lähetystyöitä eri aihealueista (KOTIIN-hanke, Lehto, P.). Käytännössä HyvinvointiTV tuottaa ikääntyneille, eli senioreille, ohjattuja liikuntatuokioita, eri aihealueiden asiantuntijaluentoja ja muuta vastaavaa senioreiden hyvinvointia edistävää ohjelmaa (laurea 2014). Yksi teoreettinen vaihtoehto voisi olla yhdistää HyvinvointiTV ja Aktiivisuutta Elämään Senioreille-tapahtumat. Tästä ideasta tarkemmin lisää kehitysideoissa.

Jokaisessa palvelukeskuksessa on omat erityispiirteensä, Leppävaarassa on esimerkiksi joka viikko tietty päivä, jolloin keskuksen kävijämäärä on suuri, muuten Leppävaarassa on hyvin vähäisesti kävijöitä. Ikävä kyllä tämä tieto tuli vasta kun tapahtuman päivämäärä oli jo sovittu. Tästä johtuen tapahtuman kävijämäärä jäi hyvin vähäiseksi, vähäisemmäksi mitä suunniteltiin.

Edellä mainitun lisäksi jokaisen palvelukeskuksen rakenteelliset erot ja tilaratkaisut vaikuttivat suunnitteluun ja myös myöhemmin toteutukseen. Myös tapahtumien kellonaika oli vaikuttava tekijä, erityisesti niiden ihmisten kohdalla, jotka eivät asu palvelukeskuksessa. Opinnäytetyöraporttiin on lisätty kuvia eri palvelukeskusten tiloista, joita tapahtumissa hyödynnettiin.

Edellä mainituilla tekijöillä oli enemmän tekemistä tapahtumien käytännönjärjestelyiden suunnittelussa, mikä ei ollut tämän opinnäytetyön pääpaino. Tästä syystä käytännön järjestelyistä on vähemmän tekstiä tässä raportissa.

Opinnäytetyön kohderyhmä ovat seniorit. Tässä raportissa senioreilla tarkoitetaan 65-vuotiaita ja sitä vanhempia henkilöitä ja joiden toimintaan ovat alkaneet iän tuomat muutokset vaikuttaa (Markkinointi ikäihmisille 2005). Tarkempi kohderyhmä on palvelukeskuksissa asuvat seniorit, koska tapahtumia on suunniteltu ensisijaisesti heitä ajatellen. Kyseessä on mahdollisesti henkilöitä, jotka asuvat kaukana tai heidän kuntonsa on huonontunut siihen pisteeseen, etteivät he kykene matkustamaan kovinkaan pitkää matkaa. Tämän takia he jättävät saapumatta tapahtumaan tai tapahtumiin, joihin heillä olisi mielenkiintoa osallistua ja voisivat edistää heidän hyvinvointiaan. Lisäksi kohderyhmään lasketaan mukaan seniorit, jotka eivät asu palvelukeskuksessa mutta vierailevat siellä lähes päivittäin esimerkiksi päivätoiminnan kerhoissa.

Tämä on Aktiivisuutta Elämään Senioreille-palvelukeskustapahtumien ydinajatus, tuoda kiinnostava, tietoa ja virikkeitä tarjoava tapahtuma niiden ihmisten luokse, jotka eivät itse välttämättä kykene matkustamaan tapahtumaan muualle, varsinkaan kauas.

Tapahtumien aikana havainnoituna sekä palautteista huomataan, että seniorit arvostivat suuresti näitä tapahtumia. Arvostusta tuli myös palvelukeskusten henkilökunnalta sekä johtajilta. Kysyntä tämän kaltaisille tapahtumille on siis vähintään kohtuullista Espoon alueella. Avainkäsitteitä tässä opinnäytetyössä ovat hyvinvointi, viriketoiminta, markkinointiviestintä ja tapahtumamarkkinointi.

Hyvinvoinnilla tarkoitetaan sananmukaisesti sitä, että ihmisellä on hyvä olla ja hän kokee oman olemassaolonsa hyväksi ja nautinnolliseksi. Tämän määritelmän sisältö voi vaihdella yksilöittäin koska jokainen yksilö kokee eri asiat hyväksi omassa elämässään (Hyvinvointi

2014). Tähän opinnäytetyöhön määritelmää on yksikertaistettu siten että hyvinvoinnilla tarkoitetaan fyysistä toimintakykyä sekä henkistä hyvinvointia.

Viriketoiminta on toimintaa, jonka tarkoitus on tukea ja kuntouttaa senioreiden fyysistä ja henkistä toimintakykyä. Viriketoiminnan on tarkoitus olla mukavaa ja mielekästä, joten sitä voidaan toteuttaa monella eri tavalla (Viriketoiminta ja muistikuntoutus 2014). Fyysinen viriketoiminta voi olla, kuten tässä opinnäytetyössä, keppijumppaa tai muuta vastaavaa ohjattua fyysistä aktiviteettia. Henkistä viriketoimintaa voidaan toteuttaa esimerkiksi testeillä tai peleillä. Opinnäytetyössä kuvatuissa tapahtumissa henkistä viriketoimintaa edusti esimerkiksi rasti, jossa vierailija sai kertoa omista muistoistaan.

3 Markkinointiviestintä

Markkinoinnin perusteoriaan kuuluvasta Neljän P:n mallista hyödynnettiin tapahtumien markkinointiin kohtaa Promotion, markkinointiviestintä (Riikka & Heikkinen, 2003, 21).

Markkinointiviestintä on yrityksen toteuttamaa viestintää, joka kohdistuu yrityksen ulkoisiin sidosryhmiin. Markkinointiviestinnän tarkoituksena on lisätä kysyntää yrityksen tarjoamaa tuotetta tai palvelua kohtaan. Erään määritelmän mukaan markkinointiviestintä on lyhyesti kokonaisuudessaan kaikki viestintä, mitä toteutetaan yrityksen ulkopuolella (Mitä on markkinointiviestintä? 2014).

Mikäli markkinointiviestintä on onnistunut, johtaa se kaupallisella tasolla ostotapahtumaan. Täysin onnistunut markkinointiviestintä menee tätä pidemmälle, tällöin asiakas ostaa myöhemmin uuden tuotteen (Markkinointiviestintä 2014). On saavutettu pysyvä asiakassuhde.

AES-tapahtumien markkinointi tähtäsi mielikuvamarkkinointiin, tarkemmin tapahtuman imagoon eli tapahtumakuvaan. Positiivinen ulkoinen mielikuva tapahtumista olisi paras mahdollinen tulos. Mielikuvallisista tekijöistä mainonnassa pyrittiin tuomaan esille iloisuutta ja urheilullisuutta (Rope & Vahvaselkä, 1998, 63-65).

3.1 Markkinointiviestinnän keinot

Markkinointiviestinnän keinoja ovat muun muassa mainonta, PR ja viestintä, myynninedistäminen, myyntityö, suoramarkkinointi, markkinointiprosessi ja brändi (Mitä on markkinointiviestintä? 2014).

Markkinointiviestinnän keinoista tässä opinnäytetyössä käytettiin mainontaa esitteiden ja julisteen muodossa sekä myynninedistämistä tapahtuman muodossa. Koska opinnäytetyössä ku-

vaittavien tapahtumien tarkoitus ei ole kaupallinen ja voittoa tavoitteleva, on edellä mainittuja keinoja sovellettu toimintaympäristöön ja kohderyhmään sopivaksi. Tästä syystä esimerkiksi Facebookin kautta toteutettava mainonta jätettiin pois. Seuraavaksi kuvataan keinoista esitteet, myynninedistäminen, messut ja tapahtumat. Keinoja käytettiin itse opinnäytetyössä käytännössä sekä. Messuja kuvaillaan tässä työssä vertailukohtana tapahtumien rakenteelle.

Esitteet ovat mainonnan välineitä joiden tarkoitus on lyhyesti, selkeästi ja mieleenpainuvasti toimittaa haluttu viesti asiakkaalle (Näin teen loistavan esitteen 2011). Tämän opinnäytetyön tapahtumien kohdalla haluttu viesti on tapahtumien päivämäärä, sijainti ja tapahtuman sisältö.

Myynninedistäminen on tukitoimi markkinoinnille. Se kattaa kaikki toimenpiteet, jotka vaikuttavat jakelutien tehokkuuteen sekä asiakkaiden tai kuluttajien ostokäyttäytymiseen. Kyseiset toimenpiteet vaikuttavat lopulta tuotteen kulkuun loppukuluttajalle (Taloussanakirja: myynninedistäminen 2014). Esimerkiksi mainonta ja suhdetoiminta ovat myynninedistämistä. Opinnäytetyön tapahtumissa myynninedistämistä oli esimerkiksi projektipäällikön ja opinnäytetyön tekijän jatkuva liikkuminen tapahtuman vierailijoiden joukossa kertomassa muista tapahtumapäivämääristä- ja sijainneista sekä mahdollisuudesta seuraavan vuoden tapahtumiin.

Aktiivisuutta Elämään Senioreille(AES)-palvelukeskustapahtumia voidaan verrata sisällöltään ja kaavaltaan messuihin. Molemmissa itse tapahtuma on pienempien osien, messuosastojen tai rastien, muodostama kokonaisuus. Suurin ero AES-tapahtumien ja messujen välillä on, että messujen tarkoitus on messuista riippuen löytää uusia asiakkaita, löytää jälleenmyyjiä, kehittää olemassa olevia asiakssuhteita, hankkia julkisuutta, vahvistaa oman yrityksen brändiä tai toteuttaa suoramyntiä (Jansson 2007, 12). Messujen ensisijainen tarkoitus on olla kaupallinen tapahtuma, jossa osanottajat pyrkivät tavalla tai toisella höytymään messuista taloudellisesti.

AES-tapahtumat ovat senioreille tarkoitettuja hyvinvointitapahtumia, joissa ei tavoitella kaupallista hyötyä. Samalla tavoin kuin urheiluseurojen lajikohtaiset leirit sekä tilaisuudet, AES-tapahtumat tarjoavat toimintaa, yhdessä oloa ja hyvää mieltä kohderyhmälleen.

Messuilla toimimisesta yhtäläisyyksiä AES-tapahtumiin ovat rastit, messuilla messuosasto, joiden toimintaa ylläpitävät AES-tapahtumissa opiskelijat. Messuosastolla toimiva myyjä voi huonolla käytöksellään, kuten olemalla välinpitämätön, pilata potentiaalisen uuden asiakkuuden (Jansson, 2007, 67). Opiskelija voi vastaavalla toiminnalla aiheuttaa kohtaamisen, joka johtaa negatiiviseen mielikuvaan koko tapahtumasta. AES-palvelukeskustapahtumissa rasteja on verrattain vähän, joten mahdollisen vahingon korjaamiseen on rajatusti tilaisuuksia. Opis-

kelijoiden on oltava tarkkoja ja kärsivällisiä, seniorit eivät esimerkiksi mahdollisesti enää kuule kovinkaan hyvin.

Valitettava tosiasia on myös, että negatiiviset mielikuvat syntyvät helpommin ja tallentuvat kielteisen sävynsä takia helpommin muistilohkoon. Negatiivisen mielikuvan saanut kävijä voi jakaa omaa mielipidettään muille kävijöille, jopa ennen kuin he ovat ehtineet itse tutustua tapahtumaan ja muodostaa omaa mielipidettään (Vallo, 2009, 17). Nykyisin myös internet ja sosiaaliset mediat toimivat tehokkaina jakokanavina negatiivisille tarinoille (Maineenhallinta 2014).

3.2 Senioreille suunnattu markkinointiviestintä

Markkinointikohderyhmänä seniorit ovat valitettavan usein laiminlöytyjä ja useimmiten heille markkinoitavat tuotteet ovat elinkaaren loppupäässä ensisijaisten kohdemarkkinoiden saavutettua kasvumaksiminsa. Lisäksi senioreille suunnattuun markkinointiin liittyy kielteisiä ennakkokäsityksiä, jotka ovat aiheettomia. Markkinointiviestinnän menetelmiä valittaessa on kuitenkin oltava huolellinen. Esimerkiksi Yhdysvalloissa tehdyn tutkimuksen mukaan suoramarkkinointi on parhaiten senioreille soveltuva, koska seniorit haluavat tuotetta koskevat tiedot paperilla nähtäväksi. Muita soveltuvia menetelmiä ovat TV, radio ja aikakauslehdet (Markkinointi ikäihmisille 2005).

Haasteita senioreille markkinoitaessa on muun muassa uudet kulut, joita syntyy esimerkiksi eri dokumenttien, kuten tuoteohjeiden ja sopimusten, tekstiä suurennetaan paremmin näkyväksi senioreille. Lisäksi senioreilla on yleensä enemmän aikaa ottaa tarjolla olevasta tuotteesta selvää kuin nuoremmilla ihmisillä. Tuotteen olisi oltava selkeä, eritoten jos kyseessä on elektroninen tuote, ja siitä olemassa oleva tieto helposti saatavissa (Markkinointi ikäihmisille 2005).

Tutkimuksen mukaan niin sanotun kolmannen osapuolen merkitys kasvaa ostopäätöstä tehtäessä, mitä enemmän ikää on. Kolmas osapuoli on henkilö johon seniori luottaa, kuten ystävä, oma lapsi tai lääkäri. Otettaessa huomioon kolmannen osapuolen, kuten omien lapsien, vaikutus seniorin ostopäätöksiin, muuttuu senioreille suunnattu markkinointi hyvin moniulotteiseksi (Markkinointi ikäihmisille 2005).

Käytännön järjestelyjä suunniteltaessa on huomioitu tapahtumatilaisuuden järjestämisen perusasioita, kuten tapahtuman tavoitteen määrittelemine, tapahtuman kohderyhmän kartoittaminen, paikat, ajankohta, luvat ja muut vastaavat huomioitavat seikat (Vallo, s.108-150).

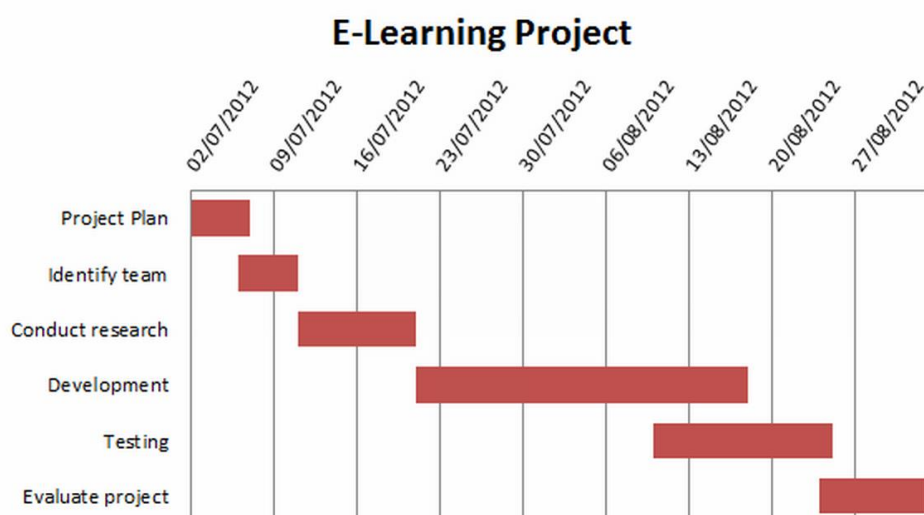
4 Tapahtumat palvelukeskuksessa

Opinnäytetyön tapahtumien markkinoinnin tavoite oli ennalta mainostaa tapahtumia sekä markkinoida tulevia tapahtumia. Tavoite oli, että kävijöille jäisi positiivinen mielikuva tapahtumista. Silloin uusien AES-tapahtumien mainonta herättää positiivisen tunnereaktion, joka johtaa toivottavasti uuteen vierailuun palvelutalossa.

4.1 Tapahtumien suunnittelu ja järjestäminen palvelukeskuksessa

Palvelukeskuksissa järjestettävien tapahtumien suunnittelun pohjana käytetään tapahtumien, kuten messujen ja urheilutapahtumien markkinointia ja mainontaa.

Opiskelijatöissä työprosessin aikataulun kuvaamiseen tehokas työkalu on gantt-kaavio. Gantt-kaavio on helppo luoda Microsoft Excel-taulukko-ohjelmalla.



Kuva 1: Esimerkkikuva gantt-kaaviosta (Data Handling and Spreadsheet Skills 2014)

Tapahtumien käytännön järjestelyjen suunnittelusta ja toteutuksesta vastasi sekä tapahtumia valvova lehtori sekä Laurean Otaniemen opiskelija, joka toimi toisena projektipäällikkönä. He aloittivat suunnittelutyön samaan aikaan yhdessä mainonnan suunnittelun kanssa. Saatuaan vapaaehtoiset tapahtumien rastiin pitäjät opiskelijoista, he antoivat opiskelijoille tehtäväksi suunnitella oman rastiinsa aihealueen mukaisen sisällön sekä laatia niistä tarvelistan. Esimerkiksi yksittäisen tapahtuman rastisuunnitelmasta löytyy liitteistä.

Tapahtumissa oli mukana myös niin sanottu hyvinvointirasti, jonka järjestämisestä vastasivat Omnia-ammattiopiston kosmetologian opiskelijat. Rasteissa oli sisältönä kynsien lakkausta, hierontaa sekä (mahdollisuuksien mukaan) hiusten hoitoa.

Opiskelijoiden rastien sijainnit itse palvelukeskuksissa ja sijainnin tuomat vaikutukset suunnitteluun oli käyty etukäteen tarkastamassa projektipäällikön sekä opinnäytetyön tekijän toimesta jokaisessa palvelukeskuksessa. He vierailivat paikan päällä, kuvasivat ja sopivat vielä kertaalleen käytössä olevat tilat sekä kirjasivat tarpeelliset tiedot ja poikkeavat asiat kirjallisesti ylös. Näiden tietojen avulla rasteja suunnittelevat opiskelijat kykenivät suunnittelemaan oman rastinsa mahdollisimman hyvin, myös odottamattomien asioiden varalle.

Suunnittelun tueksi opiskelijoille otettiin alkuvaiheessa jokaisesta tapahtumapaikasta, kyseisen sijainnin johtajan kanssa sopien, kuvia tapahtumapaikkojen sisätiloista jossa rastit tulisivat sijaitsemaan.

Alla on esimerkkejä kuvista ja tiloista tutustumiskäynneistä.



Kuva 2: Liikuntasali, Kauklahti

Yllä olevassa kuvassa on Kauklahten palvelukeskuksen liikuntasali, jossa kyseisen tapahtuman aikana järjestettiin keppijumppa-rasti. Tämän kaltaisen kuvan avulla rastia järjestävä opiskelija tai opiskelijat pääsevät näkemään tilojen pohjaratkaisuja sekä varustelutasoa, jotta käytännön suunnitelman lukkoon lyöminen onnistuu ilman jatkuvia tarkistuskäyntejä tai puhelinsoittoja. Kuvan lisäksi projektipäällikkö lähetti opiskelijoille säännöllisesti käyntien jälkeen sähköpostia, jossa selitettiin lyhyesti tiloista sekä kerrottiin mahdolliset muutokset tai erityistapaukset.



Kuva 3: Takkahuone, Espoon Keskus

Yllä oleva kuva on Espoon Keskusten palvelukeskuksesta, kyseinen tila toimi Espoon Keskusten tapahtumassa hyvinvointirastina joka sisälsi kynsien lakkausta sekä hierontaa. Kyseinen rasti oli toteutettu Omnian ammattiopiston kosmetologiopiskelijoiden toimesta.

Suunnitteluvaiheessa sekä lehtori että projektipäällikkö pitivät yhteyttä rasteja pitäviin opiskelijoiden sähköpostilla, puhelimitse sekä tarvittaessa henkilökohtaisilla tapaamisilla ja sovitulla kokouksilla. Omnian opiskelijoiden kohdalla pidettiin yhteyttä heidän opettajaansa, joka myös osallistui tapahtumiin. Samoja yhteydenpitokäytäntöjä käytettiin myös mainontaa suunniteltaessa.

4.2 Tapahtumien markkinoinnin suunnittelu ja toteutus palvelukeskuksessa

Suurempi Aktiivisuutta Elämään Senioreille- tapahtuma järjestettiin Laurean Otaniemen yksikössä, jossa paikalla olevaa markkinointipäällikköä haastateltiin epävirallisesti ja nopeasti. Tästä haastattelusta selvisi, mitä keinoja he olivat käyttäneet mainontaan. Heidän käyttämiä keinoja höydynnettiin AES-palvelukeskustapahtumien mainonnan suunnittelussa.

AES-palvelukeskustapahtumien markkinoinnin suunnittelu aloitettiin helmikuun puolessa välissä. Ero yritysten toteuttamaan tapahtumamarkkinointiin on se, että AES-tapahtumilla ei ole käytössä markkinointia ja mainontaa varten rahallista budjettia. Tämän takia käytössä olevat markkinointiviestinnän kanavat jäävät vähälukuisiksi. Koska Laurea-ammattikorkeakoulu toimi

yhdessä Espoon kaupungin kanssa tapahtumia järjestäessään, oli Laurealla käytössä kaupungin paino. Tämä mahdollisti printtimainonnan käytön mainosflyereiden ja julisteiden osalta. Suunnittelutyö aloitettiin noin neljä kuukautta ennen itse tapahtumia. Tapahtumia valvova lehtori toivoi, että mainonnan visuaalisuus seuraisi suuremman tapahtuman mainosmateriaalin mallia. Tämä tehdään siksi, että valmiissa ohjekirjassa on yksinkertainen flyer-malli sekä selvä esimerkki. Lisäksi myös että näiden tapahtumien mainonnan ulkoasullinen yhtenäisyys säilyy.

Suunnittelun kulku alkoi ensimmäisellä palaverilla, jossa sovittiin mainontatavat ja jatkon kulku. Käytettäviksi mainontatavoiksi sovittiin flyer, joka jaetaan jokaiseen tapahtumapaikkaan ennen tapahtumaa ja myös jokaisen tapahtumapaikan johtaja ja henkilökunta mainostavat suullisesti tapahtumaa asukkaille ja muille säännöllisille kävijöille. Lisäksi käytettiin myös mainosjulistetta, joka kiinnitettiin tapahtumapaikan ilmoitustaululle.

Flyer sekä juliste suunniteltiin aiemman tapahtuman vastaavien pohjaa hyväksi käyttäen, jotta tapahtumien kuuluminen samaan pakkaan tulisi selväksi. Muutokset itse flyerin sisältöön sekä pienemmät muutokset ulkoasuun jäivät opinnäytetyön tekijän tehtäväksi, sekä suunnittelu että käytännön toteutus, kun ne olivat ensin hyväksytyt suunnittelua valvovan lehtorin toimesta. Käytännön sisältöä flyeriin sekä mainosjulisteeseen ovat tapahtumapaikat, tapahtumien päivämäärät, lyhyt yleispiirteinen kuvaus tapahtumien sisällöstä, järjestävien tahojen logot sekä kaksi valokuvaa kuvaamaan tapahtumia sekä luomaan tunnereaktioita.

Ensimmäinen raakavedos mainosflyerista ja julisteesta suunniteltiin kynällä paperille. Raakavedoksesta tehtiin kahdesta kolmeen erilaista versiota, joista parhaimmalta vaikuttavasta tehtiin Word-ohjelmalla ”rautalankamalli”, jonka saattoi lähettää valvovalle lehtorille palautteen saamista varten.

Palautteen ja hyväksynnän jälkeen Word-mallista tehtiin PhotoShop-ohjelmalla varsinainen mainosflyer ja juliste Laurean Leppävaaran kampuksen markkinointiyksikön avustuksella. Käytännössä apu oli teknistä tukea asioissa, joista opinnäytetyön tekijä ei ollut perillä koskien itse PhotoShop-järjestelmää. Tätä viimeistä versiota vielä muokattiin Espoon kaupungin palvelukeskusjohtajan pyynnöstä aivan viimeisenä mahdollisena hetkenä, ennen kuin kyseinen flyer ja juliste menivät painoon ja jakeluun tapahtumapaikoille.

Lopullisen flyerin ja julisteen teon ja sitä edeltäneen suunnitteluvaiheen väliin jäi pitkä aika-väli, jonka aikana varsinaista suunnittelutyötä ei enää tarvinnut tehdä joten opinnäytetyön tekijä keskittyi palkkatyöhönsä sekä samaan aikaan käynnissä olleeseen työharjoitteluun. Tämä johti kuitenkin siihen että aika kului liian nopeasti ja jakeluvaihe jäi liian lähelle ensimmäistä tapahtumaa. Alkuperäinen suunnitelma oli että flyerit ja julisteet olisivat kaikissa ta-

pahtumapaikoissa viimeistään kaksi viikkoa ennen ensimmäistä tapahtumaa. Kaksi viikkoa oli aika, jonka ajateltiin olevan riittävä siihen että tapahtumaan tulijat näkisivät mainoksen sekä saisivat sovittua mahdolliset muut menonsa sopimaan ajankohdan kanssa.

Työn aikatauluttamisessa ei otettu kunnolla huomioon mahdollisia ulkoisia häirtatekijöitä kuten yllättävät menot, sairastumiset, kommunikaatiokatkokset tai muut vastaavat. Niistä selvittiin, mutta aikataulu venyi ja lopulta kaikki markkinointiin liittyvä viimeistely jouduttiin tekemään valmiiksi melkein viime hetkellä.

Lopulta kävi niin, että flyerit saatiin jaettua tapahtumapaikoille siten, että ensimmäiseen tapahtumaan oli aikaa vain muutama päivä. Se oli aivan liian vähän ja ajanpuutteen vaikutukset huomattiin kahdessa ensimmäisessä tapahtumassa. Niistä lisää palautteiden purku-osiossa. Aikatauluun tulisi siis varata aikaa myös tarkistuskäynnille ennen varsinaisia tapahtumia, jotta voitaisiin olla varmoja että ihmiset ovat nähneet mainokset ja saataisiin tätä kautta myös arvio tapahtuman kävijämäärästä.

Flyeriin ja mainosjulisteeseen tehdyt, palvelukeskuksissa pidettävien tapahtumien mukaiset, muutokset ja kuvavalinnat ovat sisällöllisesti kohtalaiset mutta ulkoisesti suurta eroa ei ole havaittavissa verrattuna aiemman ja suuremman tapahtuman vastaaviin. Kuva valmiista flyeristä ja siten myös tapahtuman julisteesta on esiteltyä alla.

Aktiivisuutta Elämään Senioreille

Hyvinvointitapahtumat Espoon palvelukeskuksissa

Leppävaara 8.5. klo 11-14, Armas Launiksen katu 9.

Soukka 9.5. klo 11-15, Soukankaari 7.

Espoon Keskus 13.5. klo 12-15, Espoonkatu 8.

Tapiola 14.5. klo 11-14, Itätuulenkuja 4, 1.krs.

Kauklahti 15.5. klo 12-15, Hansakartano 4.



Aktiviteetteja, virikkeitä, elämyksiä ja tietoa!
Tapahtumassa olevat rastit ovat Laurean opiskelijoiden suunnittelemia ja toteuttamia.
Tapahtumat ovat ilmaisia!
TERVETULOA!

innoESPOO

ESPOO
ESBO

LAUREA
AMMATTIDIDAKKOULU

omnia

Kuva 4: Flyer-mainos

Flyerin ja julisteen lisäksi jokaiselle tapahtumalle tehtiin oma, yksinkertainen käsiohjelma. Käsiohjelmasta vierailija pystyi näkemään päivän tapahtuman rastit ja niiden sisällön. Käsiohjelman teko jäi viime hetkeen yllättävien muutostöiden takia, joten ohjelman ulkoasun laatu jäi heikoksi.

Käsiohjelman suunnittelutyö meni kokonaisuudessaan samaa rataa kuin flyerin sekä julisteen, paitsi että lopullisen käsiohjelman viimeistely teki toinen projektipäällikkö kiireiden takia.

5 Tutkimus

Opinnäytetyössä toteutettiin tutkimus koskien tapahtumien kysyntää ja kehittämisen kohteita. Työ oli luonteeltaan tutkimuksellista kehittämistyötä, jonka tarkoituksena oli tulosten pohjalta uusien ideoiden ja oppaan kehittäminen (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti, 2014, 19).

5.1 Menetelmät ja toteutus

Valitut menetelmät tutkimukselle olivat havainnointi ja palautelomake. Menetelmät valittiin helpon toteutuksensa ja yksinkertaisuutensa takia. Yksinkertaisuudella tarkoitetaan tämän työn yhteydessä sitä, että menetelmät ja niiden toteutus oli helppo selittää ymmärrettävästi senioreille tarvittaessa.

5.1.1 Havainnointi

Havainnointia voidaan käyttää omana yksittäisenä menetelmänä tai muiden menetelmien tukena. Havainnointi on varsinkin tukimenetelmänä tehokas, koska se ei ole vain satunnaista havaitsemista vaan systemaattista tarkkailua. Tilanteisiin, joissa muutokset tulevat nopeasti ja yllättäen, havainnointi on joustavuutensa takia hyvä menetelmä. Havainnoija voi valita ottaako hän täysin ulkopuolisen tarkkailijan roolin, osallistuvan tarkkailijan roolin vai toimiiko hän näiden ääripäiden välimaastossa. Ulkopuolinen tarkkailija keskittyy ainoastaan tarkkailemaan ja osallistuva tarkkailija ottaa osaa tarkkailtavaan tilanteeseen (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti, 2014, 114).

Tapahtumissa suoritettiin opinnäytetyön tekijän sekä projektipäällikön toimesta tutkimustoimena havainnointia. Havainnointi valittiin tähän opinnäytetyöhön käytettäväksi yhdessä lehtorin ja projektipäällikön kanssa koska havainnointi on menetelmänä helppo toteuttaa tapahtuman aikana eikä se ole riippuvainen havainnoitavan kohteen vastaanhalusta. Havainnointi antaa suoraan ja välitöntä tietoa ihmisten käyttäytymisestä ja reaktioista tapahtumia kohtaan (kvaliMOTV 2014).

Havainnoinnin haitta menetelmänä on, että mikäli havainnoija ei ehdi tallentaa havaintojaan nopeasti, tiedot jäävät muistinvaraisiksi. Muistivaraisissa tiedoissa riskinä on, että tiedot ovat vääriä tai tärkeä yksityiskohta jää kirjaamatta myöhemmässä vaiheessa (kvaliMOTV 2014).

Havainnoinnin kohteena olivat vierailijat ja tapahtumia järjestämässä olleet opiskelijat. Tapahtumissa havainnoitiin vierailijoiden suhtautumista tapahtumaan kokonaisuutena sekä yleistä ilmapiiriä. Tarkoituksena oli saada lisätietoa tapahtumien onnistumisesta palautteiden lisäksi.

Havainnointi toteutettiin käytännössä siten, että sekä opinnäytetyön tekijä että projektipäällikkö liikkuvat koko tapahtuman ajan tapahtuma-alueella kirjaten havaintojaan ylös tai painaen ne muistiin. Tämä tehtiin samaan aikaan palautteiden keräämisen kanssa. Lisäksi tapahtuman jälkeen projektipäällikkö ja opinnäytetyön tekijä keskustelivat lyhyesti havainnoistaan mikäli aikaa oli. Saatu aineisto kirjattiin tämä opinnäytetyön palautteista kertovan kappaleen yhteyteen ja analysoitiin lukemalla. Lukemisen perusteella tehtiin johtopäätökset joista tarkemmin tämän raportin lopussa.

5.1.2 Palautteen kerääminen

Palautteen kerääminen on tärkeä osa tapahtumien kehittämistä. Palautteesta saatavaa tietoa käytetään tapahtumien kokonaisvaltaiseen kehittämiseen sekä saadaan yksittäisen tapahtuman osan toiminnasta tietoa. Yksittäinen osa voi olla esimerkiksi tapahtuman järjestäjät. Palautteista tulisi tulla ilme ainakin tapahtuman onnistuminen kokonaisuudessa, järjestelyiden onnistuminen, ajankohdan valinnan onnistuminen, vastasiko tapahtuman sisältö vierailijoiden tarpeita ja onnistuivatko tapahtuman järjestäjät hyvin? Vastaavan palautteen saaminen myös järjestäviltä opiskelijoilta on suunnittelun ja taustatyön kehittymisen kannalta tärkeää (Palautteen kerääminen, 2014).

Palautelomakkeen suunnittelussa tulee ottaa huomioon mitä halutaan tietää ja millä kysymyksillä tieto saadaan. Lomakkeen rakenteessa ja sisällössä huomioon otettavia asioita ovat lomakkeen pituus, enintään 15-20 minuuttia vastattaessa, kysymysten selvyys, kysymysten pituus, kysymysten määrä ja sanavalinnat (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti, 2014, 130-131).

Palautelomake tulisi aina testata jollakin tavalla ennen lopullista käyttöönottoa (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti, 2014, 133). Tämän opinnäytetyön kohdalla aika loppui kesken joten tätä testausta ei ehditty suorittaa.

Tapahtumissa kerättiin palautelomakkeella vierailijoilta ja tapahtumaa järjestäneiltä opiskelijoilta palautetta tapahtumien sisällöstä sekä järjestelyistä. Lomakkeen lisäksi palautetta saatiin suullisena palautteena sekä vierailijoilta että opiskelijoilta ja palvelukeskusten johtajilta. Palvelukeskusten johtajien palaute sisälsi myös palvelukeskusten henkilökunnan mielipiteitä ja heidän ehdottamiaan kehitysideoita tulevaisuutta varten. Palautelomakkeet toimitti lehtori ajan loputtua kesken ennen ensimmäistä tapahtumaa, eikä opinnäytetyön tekijä ehtinyt viimeistelemään ideoimaansa lomaketta loppuun. Lopullinen lomake kuitenkin toimi riittävän hyvin. Tähän raporttiin on myös lisätty opiskelijoiden palaute, heidän palautteensa on myös opinnäytetyölle yhtä tärkeää. Palautteen purkamisessa ja analysoinnissa on otettu huomioon myös suulliset palautteet.

5.2 Aineiston kerääminen ja analysointi

Havainnoinnin ja palautelomakkeen tulokset kerättiin yhteen ja analysoitiin. Havainnoinnista saadun materiaalin analyysi syntyy kahdesta vaiheesta, pelkistämisestä ja tulkinnasta. Pelkistämisessä havainnot yhdistetään havaittujen ilmiöiden yleistämiseksi tulkintaa varten. Tulkinnasta saadaan havaintojen tulokset. Palautelomakkeen analysointiin on olemassa useita eri analyysimenetelmiä kuten hajontaluvut, ristiintaulukointi ja korrelaatiot. Näiden perustavien menetelmien lisäksi voidaan käyttää esimerkiksi klusterianalyysia, faktorianalyysia tai varianssianalyysia (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti, 2014, 119, 134-135).

Käytetyt palautelomakkeet tehtiin hyvin yksinkertaisiksi joten niiden tulkinta ja analysointi onnistuu ilman mainittuja menetelmiä. Analyysi suoritettiin myös tästä syystä yksinkertaisesti.

Täytetyt palautelomakkeet kerättiin yhteen opinnäytetyön tekijän haltuun purkamista ja analysointia varten. Vierailijapalautteen lomakkeessa vastattiin sekä numeroin että kirjallisesti. Numerolla vastattavat kysymykset ovat seuraavassa järjestyksessä; 1: rastien mielenkiintoisuus? 2: rastien määrä? 3: rastien sisältö? 4: rastien pitäjät? 5: tapahtuman kellonaika? 6: sain hyödyllistä tietoa? 7: yleisarvosana? Arvostelu on asteikolla 1-5, 1 on heikko ja 5 erinomainen. Tällä kaavalla alempana tulevat kaaviot on kirjattu. Kaaviossa on kirjattu tieto seuraavalla tavalla, horisontaalisesti asetellut numerot ovat vastaajaa kuvaava ja vertikaaliset numerot ovat kysytyjen kysymyksiä tunnusnumerot. Osassa kaavioita on vastauksissa jäänyt tyhjiä kohtia, tämä johtuu siitä että vastaaja ei ole vastannut kysymykseen ja se on kirjattu numerokoodilla 0.

Opiskelijoiden palautteessa on samaan kysymykseen liitetty sekä numerollinen vastaus että kirjallinen vastaus, tästä syystä opiskelijoiden palautteiden purkuosiossa on kirjattu tämän tekstin kaavioihin yleisarvosana, ja muuten palaute on tuotu kirjoitettuna esiin. Kirjallinen osa palautteissa on tärkeä kehitysideoiden kannalta. Myös havainnoinnista saadut tiedot on otettu huomioon palautteen purussa

Vastauksista koostetut kuviot löytyvät tämän opinnäytetyön liitteistä (liitteet 2-11). Kuviot kuvaavat sekä vierailijoiden palautteet että opiskelijoiden palautteet.

Leppävaara

Leppävaaran palvelukeskuksessa vierailleiden senioreiden täyttämien palautelomakkeiden mukaan tapahtuma onnistui hyvin. Yleisarvosana tapahtumalle oli neljän ja viiden välillä. Lisäksi kaikki vastauksen antaneet ilmaisivat halunsa tulla vastaaviin tapahtumiin uudelleen.

Palautelomakkeiden lisäksi saatiin suullista palautetta vierailijoiden taholta liittyen tapahtuman markkinointiin. Eräät vierailijat eivät olleet tietoisia tapahtumasta ennen kuin heille kerrottiin siitä itse tapahtumassa. Tästä saatiin selville että markkinointimateriaali oli todellakin ollut liian lyhyen aikaa esillä palvelukeskuksessa ennen tapahtumaa. Tämä mahdollisuus oli etukäteen tiedostettu, johtuen mainosmateriaalin painoon toimittamisen ajankohdasta. Myös mainosmateriaalin kuvavalintaa kritisoitiin harhaanjohtavana, kuvien kuvatessa iäkstä pariskuntaa sauvakävelylenkillä. Tämä selittyy sillä että, sopivaa kuvamateriaalia ei tälle vuodelle vielä ollut olemassa. Kuvissa käytettiin samaa kuvapankkia kuin suuremmassa Otaniemen AES-tapahtumassa.

Leppävaaran tapahtuman vierailijamäärä jäi vähäiseksi johtuen valitusta päivästä. Leppävaarassa on palvelukeskuksen johtajan mukaan todella hiljaista pois lukien yhtä päivää viikossa. Tapahtuman ajankohta oli tätä kiireisempää päivää seuraavana päivänä.

Itse tapahtumasta vierailijoilla ei ollut mitään negatiivista sanottavaa. Esimerkiksi kokonaisuus, rastien sisältö sekä tapahtuma-aika saivat hyvät tai erinomaiset arvostelut. Leppävaaran tapahtumassa palautteiden mukaan suosituin rasti oli Kauneudenhoitorasti.

Espoon Keskus

Espoon keskuksen tapahtumasta saatiin positiivista palautetta, lisäksi Espoon Keskuksessa oli enemmän vierailijoita kuin Leppävaarassa. Tapahtuman muut osa-alueet saivat hyviä arvosteluja mutta tapahtuman kellonaikaa kritisoitiin hieman. Kellonaika olisi voinut erään vierailijaryhmän mukaan olla myöhäisempikin johtuen heidän ryhmänsä aikataulusta. Muilta osin tämä ryhmä kuitenkin piti tapahtumaa erittäin onnistuneena ja kysyivät jo milloin seuraava tapahtuma olisi. Suosituin rasti oli vastausten perusteella Espoon keskuksen tapahtumassa Karaoke-rasti.

Soukka

Soukan palvelukeskuksessa tapahtumalle annettiin yleisarvosanaksi erinomainen. Tämä palautte koski käytännö järjestelyjä. Markkinoinnista tuli suullista palautetta siitä että mainosmateriaali ehti olla liian lyhyen aikaa esillä. Kritiikki markkinointia kohtaa on ymmärrettävää, koska Leppävaaran ja Soukan tapahtumapäivät olivat ensimmäisinä. Markkinointimateriaalin työstäminen ja valmistuminen jäivät viimeiseen mahdolliseen hetkeen. Itsemateriaali ehti siis olla näissä palvelutaloissa vain joitakin päiviä. Suosituin rasti Soukan tapahtumassa oli manikyri- eli Hyvinvointirasti.

Soukassa huomattiin lisäksi materiaaliongelma liittyen rastien käyttämiin välineisiin ja tarvikkeisiin. Hemoglobiinin mittausrastilla olivat tarvittavat tarvikkeet lopussa jo puolivälissä tapahtumaa ja niitä oli tilattava lisää.

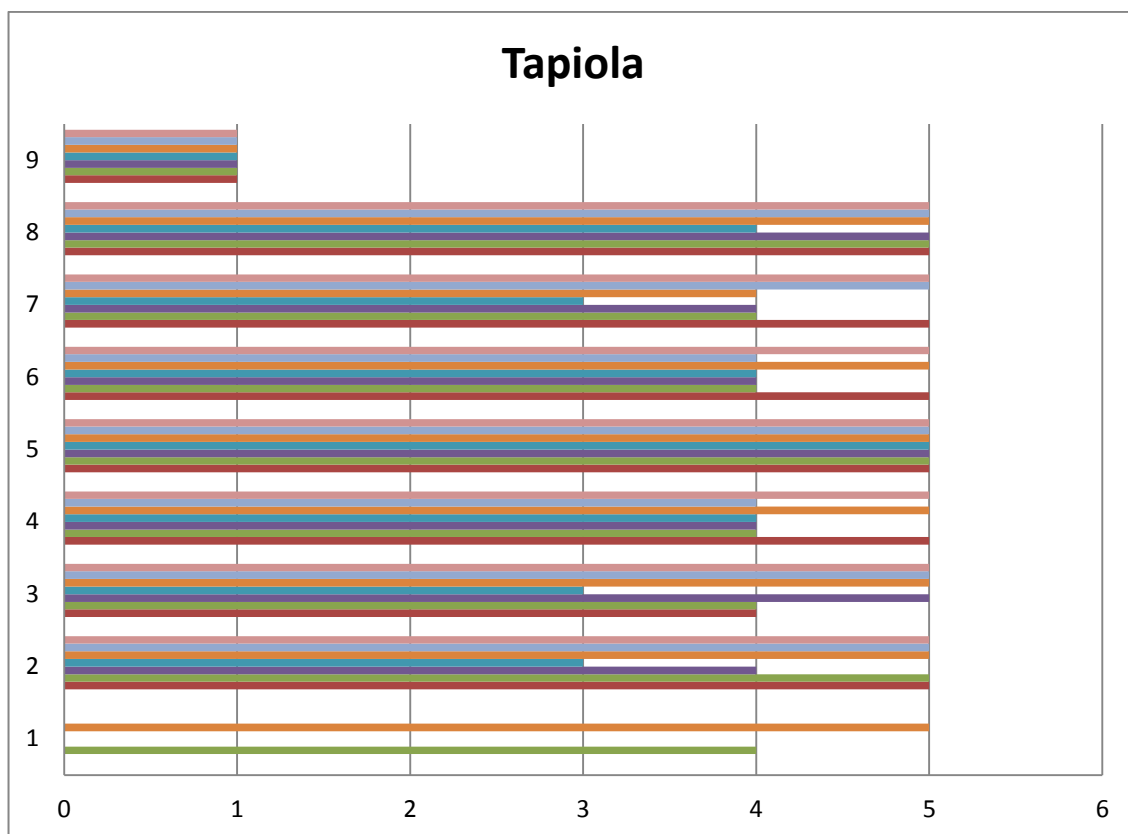
Kauklahti

Kaukalahden palvelukeskuksen tapahtumassa saatu palaute oli todellisesti positiivista. Kauklahti oli arviolta tapahtumista vierailijamäärältään runsaslukuisin. Runsas kävijämäärä ei takaa runsasta palautemäärää. Kaukalahden tapahtumasta saatiin vierailijamäärään suhteutettuna todella vähän vastauksia palautelomakkeisiin.

Järjestelyt saivat kiitosta vierailijoilta. Markkinointi oli myös onnistunut hyvin Kaukalahden kohdalla. Kauklahti oli tapahtumista viimeinen joten mainosmateriaali oli ollut näkyvä noin kaksi viikkoa. Materiaalista mainittiin että ne saisivat olla enemmän ammattimaisempia. Suosituin rasti oli Kaukalahdessa Karaoke-rasti, joka keräsi lähes kokonaisen ruokalan täyteen yhdessä laulavia senioreita.

Tapiola

Tapiolan palvelukeskuksen tapahtuma oli käännekohta, jolloin tapahtumat alkoivat sujua kokonaisuudessa. Vierailijoita oli runsaasti ja ilmapiiri oli sekä vierailijoilla että opiskelijoilla erinomainen. Kehonkoostumusrasti yhdessä Verenpaineen mittaus- ja Hemoglobiinin mittausrastin kanssa olivat suosittuja vierailijoiden keskuudessa. Kyseisille rasteille muodostui jono pitkäksi aikaa. Tästä syystä vierailijoilta saatua kritiikkiä oli, että rasteja voisi olla enemmän ja tapahtuma voisi kestää pidempään. Yllättävää saaduissa palautevastauksissa oli se, ettei tapahtuman kokonaiskestolle ollut annettu kuin kahden vastaajan toimesta arvosana. Tapiolaa voi hyvin pitää käännekohtana tapahtumien ketjussa. Tapiolan tapahtumaa varten myös mainosmateriaalit ehtivät olla näkyvässä pidemmän aikaa.



Kuvio 1: Tapiolan kävijäpalaute

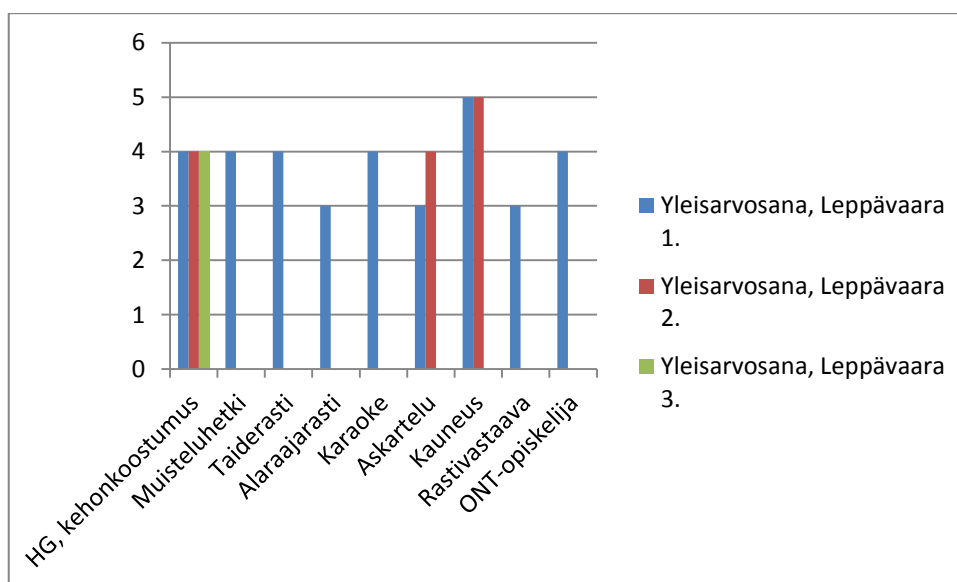
Suosituimmat rastit Tapiolan tapahtumassa olivat palautelomakkeiden mukaan Kehonkoostumus- ja Alaraajarastit. Tähän voidaan lisätä Hemoglobiinin mittaus- ja Verenpaineen mittausrastit.

Vierailijapalautteiden jälkeen käsitellään tapahtumissa rasteja pitäneiden opiskelijoiden vastauslomakkeiden tulokset. Opiskelijapalautteiden lomakkeissa opiskelijat antoivat sekä numeron että sanallisen palautteen tapahtuman järjestelyistä, rastilla käyneiden vierailijoiden mielipide rastista, viestinnästä koskien tapahtuman järjestelyitä, oman rastinsa onnistumisesta ja yleinen kokonaisarvosana kyseisestä tapahtumasta.

Numerovastaukset syötettiin Excel- taulukko-ohjelmaan ja niistä tehtiin kuvaavat kaaviot. Kaaviot löytyvät tämän opinnäytetyön liitteistä. Opiskelijoiden antamat kirjalliset vastaukset samoista lomakkeista otetaan huomioon tulosten purussa. Lisäksi myöhempien tapahtumien erikoisuudet vastauksissa mainitaan erikseen, esimerkiksi eräässä tapauksessa kolmen henkilön vastaukset ovat yhdellä lomakkeella.

Leppävaara, opiskelijat

Leppävaaran opiskelijapalautteissa oli hyvin paljon samaa kuin asiakaspalautteissa. Opiskelijoiden kohdalla negatiivista palautetta tuli lähinnä käytännön järjestelyistä ja tiedottamisesta. Se on sama kuin asiakaspalautteissa mainittu vähäinen tieto tapahtumasta. Tämä johtuu ensisijaisesti siitä, että kyseinen tapahtuma oli ensimmäinen ja vielä harjoittelua.



Kuvio 2: Leppävaaran yleisarvosana

Kuten kuviosta on huomattavissa, opiskelijoiden mukaan tapahtuma toimi kokonaisuudessaan heidän osaltaan hyvin. Sanalliset palautteet ja huomautukset antavat kehitysideoita siitä, miten tapahtumaa tulisi kehittää järjestäjien kannalta. Lähinnä kehitysideat koskivat viestintää ja käytännön ohjaamista rastien pitäjille ennen tapahtumaa ja tapahtuman aikana, varsinkin mikäli kyseessä on ensimmäinen tapahtuma ja rastien pitäjät ovat vielä kokemattomia käytännön toiminnan suhteen.

Leppävaaran tapahtumassa järjestelyiden osalta tehtiin virhe, kun Karaoke-rastin musiikin saatavuutta ei varmistettu etukäteen ollenkaan. Musiikin oletettiin olevan saatavilla yhdessä tarvittavien laitteiden kanssa. Toinen ongelma oli, että alun perin Taide- ja Askartelurasteja varten varattu tila ei ollutkaan vapaana. Tilassa oli käynnissä talon oma kokoontuminen, joka oli tiedossa kyllä etukäteen, mutta itse kokoontuminen venyi pidemmäksi kuin oli aiemmin ilmoitettu.

Kaiken kaikkiaan Leppävaaran tapahtumassa oli ongelmia. Ensimmäiseksi tapahtumaksi se sujui kokonaisuudessaan kohtuullisesti. Tämä johtui loistavien opiskelijoiden, iloisten vierailijoiden sekä hyvän ja tarkan suunnittelutyön ansiosta. Yllätyksiä tulee kuitenkin aina. Siksi on tärkeää että järjestäjät kykenevät myös improvisoimaan tarpeen vaatiessa. Hyvin tehty suun-

nitelma antaa varaa improvisoida silloin, kun asiat eivät mene alkuperäisen suunnitelman mukaan.

Soukka, opiskelijat

Soukan tapahtumassa asiat sujuivat paremmin kuten aiemmin on mainittu. Tämä näkyy myös opiskelijoiden antamista palautteista. Yhdessäkään lomakkeessa ei ollut pienempää arvosanaa kuin kolme. Kirjallisissa palautteissa mainitaan että tilojen käyttöä olisi voitu miettiä rastien sijoittamisessa tarkemmin. Lisäksi Kehonkoostumusrastilla tuli ongelmia, koska normaali laite oli muualla käytössä kyseisen päivän.

Hemoglobiinin mittausrasti oli eräässä nurkkauksessa aivan Taide- ja Askartelurastin vieressä ja lähellä Alaraaja- ja Kehonkoostumusrastia. Jälkikäteen mietittynä kyseisen rastin sijoittelu ei ollut paras mahdollinen. Rastilla oli ahdasta aina kun vierailijoita oli rastilla enemmän kuin kaksi.

Soukassa opiskelijat olivat pääosin tyytyväisiä tapahtumaan, järjestelyihin ja muutenkin käytännön puoleen. Asiaan vaikutti kokemuksen karttuminen edellisestä tapahtumasta ja sitä kautta kohonnut itseluottamus. Myös tiedonanto ja palaverit sekä sähköpostiviestintä käytännönjärjestelyistä vastanneen opiskelijan ja rasteja pitäneiden opiskelijoiden kanssa oli toiminut tehokkaammin. Kaikilla oli selvä käsitys omasta tehtävästään ja siitä kuinka päivä etenee ja he osasivat varautua siihen kuinka paljon väkeä tulisi olemaan paikalla.

Yhteenvetona opiskelijat paransivat Soukan tapahtumassa Leppävaaraan verrattuna paljon toimintaansa, jolloin tapahtuma toimi paremmin. Viestintä toimi ja isoja ongelmia ei syntynyt. Hemoglobiinin mittausrastilla kertakäyttömateriaalit olivat vähällä loppua, mutta se oli käytännössä ainoa ongelma.

Espoon Keskus, opiskelijat

Espoon Keskustan tapahtumassa opiskelijoilla oli isompia ongelmia, jotka johtuivat viestinnän hetkellisestä tehottomuudesta järjestelyistä vastanneen projektipäällikön ja rasteja pitäneiden opiskelijoiden välillä. Siitä myös opinnäytetyön tekijä ottaa syyn.

Alaraajarastia pitäneiden opiskelijoiden sanallisesta palautteesta käy ilmi että heidän kohdallaan viestinnässä on ollut puutteita. Espoon Keskuksen asiakkaat olivat yleisellä tasolla siinä kunnossa että Alaraajarastin testit eivät heidän kohdallaan tulisi toimimaan. Tämä asia oli tiedossa, mutta sitä ei viestitty kunnolla rastia pitäneille opiskelijoille. Mikäli viestintä olisi toiminut kunnolla, he olisivat voineet suunnitella vaihtoehtoisen ohjelman rastilleen. Toinen

ongelmia aiheuttanut tilanne koettiin Hemoglobiinin mittausrastilla, käytössä olleista kahdesta mittauslaitteesta toiseen tuli häiriö. Tästä syystä lopputapahtuman ajan rastilla olleiden opiskelijoiden piti pärjätä yhdellä laitteella. Espoon Keskuksessa tämä tilanne ei ollut niin vakava ongelma, koska vierailijoita tuli tasaisesti ilman suurempaa ruuhkaa.

Liitteissä olevasta kaaviosta näkee, että ongelmista huolimatta kokonaisuudessaan tapahtuma oli opiskelijoiden mielestä onnistunut. Parasta palautetta antoivat Hyvinvointihetkeä pitäneet opiskelijat. Kauneudenhoitorastia pitäneet Omnian opiskelijat antoivat negatiivista palautetta siitä, että heille varatussa tilassa oli epäkäytännöllisen mallinen pöytä. Lisäksi samassa tilassa oli hierontaa tarjonnut rasti. Molempien ollessa suosittuja kohteita, pienessä tilassa vallinnut melutila nousi välillä kovaksi. Muuta negatiivista palautetta ei juuri tullut. Negatiiviset palautteet koskivat siis ensisijaisesti rastien sijoittelua.

Kehitysehdotuksena tästä tapahtumasta saatiin viestinnän parantaminen, varsinkin jos tiedot muuttuvat alkuperäisestä suunnitelmasta.

Tapiola, opiskelijat

Tapiola oli ensimmäinen tapahtuma, jossa sekä asiakaspalautteen että opiskelijapalautteen perusteella asiat sujuivat hyvin. Asiakkaita kävi paljon verrattuna aikaisempiin ja ilmapiiri opiskelijoiden joukossa parani entisestään. Ilmapiiri oli ollut ensimmäisestä tapahtumasta asti erinomainen pienistä ongelmista huolimatta.

Opiskelijoiden vastausten perusteella Tapiolan tapahtumaa varten oli käyty riittävästi palaveria, sähköpostikeskusteluja sekä viestitty muillakin tavoin. Mitään suurempaa ongelmaa ei ollut. Ainoa ongelma oli Hemoglobiinin mittaus- ja kehonkoostumusrasteille syntynyt ruuhka puolessa välissä päivää, ja siitä syntynyt kiire. Kyseessä on kuitenkin positiivinen ongelma ja kaikki sujui hyvin. Opiskelijoidenkin mielestä pieni kiire oli hyvä asia, jolloin aika tuntui kuluvan nopeammin.

Kuvio todistaa yleisarvosanan osalta, että Tapiolan tapahtuma onnistui hyvin. Vierailijat kysyivät milloin seuraava tapahtuma olisi. Opiskelijat poistuivat tapahtumasta varmasti paremalla mielellä kuin aiemmista tapahtumista. Tapahtumasta saatu kehitysidea koski Karaoke-rastin sijoittamista. Rastin sijoittaminen ruokalan viereen ruokailun aikana ei ollut viihtyvyyden kannalta paras mahdollinen ratkaisu. Lisäksi vieressä olleessa kahvitilassa oli erään järjestön kahvitilaisuus. Tulevaisuudessa vastaavat tilaisuudet ja ajanvaraukset tilojen osalta tulee selvittää hyvissä ajoin.

Kauklahti, opiskelijat

Kauklahti oli tapahtumista viimeinen ja vierailijamäärältään selvästi suurin. Opiskelijat olivat suurimmaksi osaksi tyytyväisiä tapahtuman järjestelyihin. Alaraajarastissa sijoittamisessa oli pieni suunnitteluvirhe, käytössä ollut tila oli pitkä ja suora sisäpuutarhakäytävä. Tila oli mahdollisesti liian kapea rastia varten. Lisäksi rastilla ollutta uloskulkuovea ei merkitty tarpeeksi hyvin. Oven vieressä oli mHealthBoosterin esittelypöytä, joten monet vierailijat eivät huomanneet että kyseisestä ovesta pääsi ulos. Tämä tuotti välillä sekaannusta. Muuten tapahtumasta saatu palaute oli erittäin positiivista, kuten liitteissä löytyvästä olevasta kuviosta näkee. Ongelma on palautelomakkeiden vähyys, joka ei anna numerollisesti täyttä kuvaa tapahtuman onnistumisesta. Suulliset sekä kirjalliset palautteet kuitenkin täydentävät palautekonaisuuden.

Palautelomakkeita oli opiskelijoiden täyttämänä vain muutama kappale Kauklahten jälkeen. Vastauksista näkee, että opiskelijat olivat asiakkaiden tavoin tyytyväisiä siihen miten tapahtuma sujui, ja miten siitä viestittiin. Kehitysidea, joka tapahtumasta saatiin, on tilojen käytön suunnittelu. Tilojen käytössä täytyy olla vieläkin tarkempi.

Johtajien palaute

Opiskelijoiden ja vierailijoiden palautteen lisäksi kerättiin lyhyet, avoimesti kirjoitetut, palautteet palvelukeskusten johtajilta. Lisäksi yhdeltä palvelukeskuksen johtajalta saatiin palaute puhelinkeskustelussa. Johtajat olivat puolestaan pyytäneet palautetta omalta henkilökunnaltaan. Henkilökunnan palautteet on otettu huomioon palautepurussa sekä kehitysideoissa.

Kiitosta saatiin etenkin rasteista ja opiskelijoista. Palautteessa lukee suoraan, että näitä tapahtumia toivotaan järjestettävän kahdesti vuodessa. Positiivista oli palautteen mukaan myös se, että vaikka käytössä olleet laitteet olivat epäkunnossa, ei nämä tekniset ongelmat välittyneet vierailijoille millään tavalla.

Kehitysehdotuksia tuli hyvä määrä. Muun muassa kävijämäärän seurannan suunnittelua pyydettiin, tapahtuman käsiohjelmaan tarkempaa kuvausta tapahtumasta, viestintään tarkennusta ja enemmän huomiota. Erinomaisena kehitysehdotuksena tapahtumalle voitaisiin järjestää avaus- ja infotilaisuus heti tapahtuman alussa. Edelliseen lisätään vielä toivomus yhdestä tai kahdesta opiskelijasta ohjaamaan vierailijoita ovella tai tapahtuman sisällä.

Muita huomioita olivat rastien määrä, joka voisi olla suurempi. Ehdotus että rastien nimet ja ohjaavat nuolet olisi kirjoitettu tietokoneella, eivätkä käsin kuten tänä keväänä. Mahdollinen asukkaiden alentunut suorituskyky tulisi ottaa paremmin huomioon ja erilaisia mittauksia tekevillä rasteilla otettaisiin ylös vierailijoiden yhteystietoja mahdollisia jatkotoimenpiteitä varten.

Toimeksiantajan palaute

Palvelukeskuksista kerätyn palautteen, sekä opiskelijoilta ja palvelukeskusten johtajilta saadun palautteen lisäksi, opinnäytetyöhön saatiin toimeksiantajan palaute ja arvio opinnäytetyöstä. Toimeksiantajan palautteeseen on lisätty vertaisarvointi, jossa opinnäytetyö lähetettiin opinnäytetyön tekijän toimesta kolmelle opiskelijalle. Opiskelijat olivat opinnäytetyön tekijän ystäviä samasta kampuksesta ja he eivät olleet tutustuneet opinnäytetyön aiheeseen aiemmin. Toimeksiantaja oli tapahtumia järjestämässä ollut lehtori. Toimeksiantajan palaute saatiin sähköpostin välityksellä. Opiskelijoiden palaute saatiin vapaamuotoisena Facebook-keskusteluiden välityksellä.

Toimeksiantaja oli kokonaisuudessaan tyytyväinen opinnäytetyön lopputulokseen. Toimeksiantaja mainitsi, että hän olisi kaivannut oppaassa käytettyjen prosessikaavioiden yhdistämistä, jolloin prosessi ja prosessin sisältämät vaiheet antaisivat kokonaiskuvan yhdellä kertaa. Tätä kokonaiskuvaa tukisi oppaan teksti. Opiskelijat kertoivat että opas on heidän mielestään hyvä ja he osaisivat aloittaa opinnäytetyössä kuvattujen tapahtumien järjestämisen. Yksi vastanneista opiskelijoista kysyi, olisiko ollut mahdollista kuvata prosesseja ja käytännön toteutusta oppaassa vielä tarkemmin.

Toimeksiantajan kertoma parannusehdotus oppaaseen olisi käytettyjen Word-toimintojen taita hankala toteuttaa. Kaaviosta tulisi myös opinnäytetyön tekijän mielestä liian suuri kooltaan. Oppaassa kuvatut kaaviot ja niitä tukeva teksti on tehty siten, että kaaviot kuvaisivat prosessin mahdollisimman yksinkertaisesti ja teksti selittäisi sisällön kuvaamatta jääneet vaiheet. Opiskelijan ehdottama tarkennus prosesseihin ja käytännön toteutukseen olisi mahdollista toteuttaa. Opinnäytetyön tekijän mielestä liian tarkka kuvaus on turha, koska tapahtumien luonteeseen kuuluu tietyn tasoisen joustavuuden säilyttäminen. Liian tarkasti tehty tapahtumasuunnitelma ei aina jätä liikkumavaraa yllättävien tilanteiden varalle.

6 Tulokset

Tulokset saaduista palautteista ovat yleiskuva tapahtumien kysynnästä sekä konkreettiset kehitysideat. Tapahtumien kysynnällä tarkoitetaan tässä opinnäytetyössä sitä, että haluavatko vierailijat ja palvelukeskusten henkilökunta että tapahtumia järjestetään tulevaisuudessa?

Ilmapiiri oli yleisesti positiivinen sekä kävijöiden että tapahtumaa järjestävien opiskelijoiden kohdalla. Lähes poikkeuksetta suosituin rasti kävijöiden keskuudessa, silmämääräisesti kävijöiden määrää katsoen, oli testit sekä hyvinvointirastit. Eräänä tekijänä kyseisten rastien suosioon oli varmasti se, että rasteilla kului aikaa ja sen ajan kävijät pystyivät käyttämään myös keskusteluun opiskelijoiden kanssa. Monelle seniorille on todella tärkeää saada ihmiskontaktia. Vierailijat ja henkilökunta kertoivat suoraan palautteissa että haluaisivat ottaa tapahtu-

miin osaa uudelleen. Osa vierailijoista kysyi opiskelijoilta milloin seuraavan kerran tapahtuma olisi heidän palvelukeskuksessaan.

Tuleviin tapahtumiin voitaisiin kehittää kävijöiden seurantametodi, jolla kävijöiden kokonaismäärä saataisiin mahdollisimman tarkasti kirjattua. Tätä voidaan käyttää tutkimuksen tarkentamiseksi, esimerkiksi tutkimuksen tuloksen laadullisuuden takaamiseksi. Saatuja kyselyvastauksia voidaan verrata kävijämäärään jolloin saadaan selville kyselyyn vastanneiden prosentuaalinen osuus kävijöistä.

Tapahtumien alussa voitaisiin järjestää infotilaisuus, jossa opiskelija tai muu henkilö järjestäjätaholta pitää lyhyen tervetuliaispuheen sekä antaa nopean tietopaketin kävijöille. Esimerkiksi nopea rastien sijaintien ja sisällön esittely. Tämän idean jatkoksi yksi tai kaksi opiskelijaa voisi toimia niin kutsuttuina sisäänheittäjinä ovella tai sen läheisyydessä. Tällä tavalla tapahtumaan saataisiin mahdollisesti lisää kävijöitä, joita markkinointimateriaali ei ole tavoittanut. Samalla he voivat toimia myös oppaina, tarpeen vaatiessa. Eräs vaihtoehto edelliselle voisi olla tapahtumaisäntä- tai emäntä. Tämä olisi vastuullinen tehtävä, sillä huono isännöitys tulee ihmisille luontaisemmin kuin etiketin mukainen laatutoiminta. Huonoa isännöityttä on esimerkiksi jättää vieraat heitteille, passiivisuus ja innottomuus (Vallo, 2009, 26). Hyvää isännöityttä konkreettisesti on, että isäntänä toimiva henkilö on sitoutunut tapahtumaan ja se näkyy hänestä ulospäin. Hän tietää tapahtuman sisällön sekä aikataulun ja toimii tarvittaessa myös oppaana kävijöille (Vallo, 2009, 55).

Eräs mahdollisuus tulevaisuudessa kehittää tapahtumia on tehdä yhteistyötä KOTIIN-hankkeen Hyvinvointi-TV:n kanssa. Aktiivisuutta Elämään Senioreille-palvelukeskustapahtumista voisi tehdä videotaltiointia jota lähettää Hyvinvointi-TV:ssä, tai tehdä jopa suoraan lähetystä, jolloin henkilöt ketkä eivät satu asumaan kyseisessä palvelukeskuksessa voivat silti olla mukana. Hyvinvointi-TV voisi olla myös yksi markkinointikeino tulevaisuudessa, tämän hetken flyer-mainosten, julisteiden, puskaradion ja mahdollisten ilmaisjakelulehtien lisäksi. Tässä työssä ei tehty alustavasti eikä myöhemmässäkään vaiheessa suunnitelmaa jatkoseurannasta mainonnan tehokkuuden osalta, koska oleelliset tiedot tätä työtä varten saatiin suoraan palautelomakkeissa, suullisena palautteena tai havainnoinnin kautta.

Eräessä palauteessa ehdotettiin, että tapahtumien ohjauskyltit sekä rastien nimikyltit olisivat tietokoneella tehtyjä eivätkä käsintehtyjä. Tämä on enemmän henkilökohtainen mielipide, joten tämän idean suhteen voivat järjestävät opiskelijat toimia kuten itse haluavat.

7 Yhteenveto ja johtopäätökset

Onnistunut tapahtuma on monen asian summa ja se on riippuvainen tapahtuman tavoitteista, ympäristöstä sekä toteutuksesta. Tapahtumamarkkinoinnissa onnistumista on syytä siksi katsoa monelta eri kannalta (pointproduction.fi). Tämän opinnäytetyön tapauksessa operatiiviselta kannalta, eli miten tapahtumien järjestäminen onnistui kokonaisuudessaan.

Yhteenvetona kaikesta palautteesta sekä saaduista havaintohuomioista voidaan todeta, että alkuun liittyvistä ongelmista huolimatta, tapahtumat onnistuivat kokonaisuudessaan lopulta hyvin. Tapahtumat olivat suosittuja vierailijoiden sekä palvelukeskusten henkilökunnan keskuudessa ja uusia tapahtumia pyydettiin jo tämän vuoden (2014) syksyille. Se on liian aikaista, palautteita käsitellään vielä opinnäytetyötä kirjoitettaessa lehtorin sekä Espoon Kaupungin palvelukeskuspäällikön kanssa. Päätökset jatkosta tehdään tämän vaiheen jälkeen.

Kehitettävää on vielä, palautteista saatu informaatio antoi paljon ideoita tapahtumien järjestelyyn, markkinoinnin ja taustaviestinnän kehittämiseen. Palauttelomakkeiden käsittelyssä oli haasteita, koska lomakkeet tehtiin nopeasti ajanpuutteen takia. Siitä syystä lomakkeiden suunnittelu jäi vähäiseksi, tämä johti siihen, että sopivan purku- ja analysointimenetelmän valitseminen oli hankalaa. Suurimmat yksittäiset ongelmat johtuivat ajanpuutteesta.

Tässä opinnäytetyössä kuvatut tapahtumat tuottivat konkreettista materiaalia tulevaisuuden AES-palvelukeskustapahtumien järjestämiseen ja suunnitteluun. Esimerkiksi runsaasti kuvamateriaalia, jota voidaan hyödyntää tapahtumien mainonnassa.

Johtopäätös tapahtumista on, että palvelukeskustapahtumia on hyvä järjestää edistämään senioreiden hyvinvointia. Kyseessä on opiskelijoille myös hyvä tilaisuus päästä harjoittelemaan tapahtuman suunnittelua ja järjestämistä. Tapahtumat ovat senioreiden keskuudessa pidettyjä ja tiedon sekä testien takia myös erittäin hyödyllisiä.

Tämä opinnäytetyöraportin liitteenä on valmis opaskirja tapahtumien järjestämiseen palvelukeskuksissa, joka on suunnattu ensisijaisesti opiskelijoille. Siihen on listattu perusasioita ja näistä tapahtumista opittua ensikäden tietoa, jotta suunnittelutyö helpottuu, ja tapahtumien järjestämisestä tulisi mahdollisimman tehokasta opiskelijoille.

Lähteet

Kirjalliset lähteet

Hakala, J. 2004. Opinnäytetyöopas ammattikorkeakouluille. Tampere: Tammer-Paino Oy.

Harju, L. 2003. Työelämän tapahtumat ja tilaisuudet. Helsinki: Otava.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2013. Tutki ja kirjoita. 18. uud.painos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Hoyle, L. 2002. Event marketing: how to successfully promote events, festivals, conventions and expositions. John Wiley & Sons, Inc.

Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjälle. Suomen Liikunta ja Urheilu Ry.

Jansson, M. 2007. Messuguru - messumarkkinoija ideakirja. 3.uud.painos. Fälth & Hässler.

Lehto, P. 2008. KOTIIN-hanke. Asiakasvetoiset interaktiiviset ratkaisut ikääntyvän kotona selviytymisen tukena. Laurea-ammattikorkeakoulu.

Muhonen, R. & Heikkinen, L. 2003. Kohtaamisia kasvokkain. Tapahtumamarkkinoinnin voima. Helsinki: Talentum.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät - uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3. uud.painos. Sanoma Pro Ry.

Rope, T. & Vahvaselkä, I. 1998. Nykyaikainen markkinointi. WSOY.

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2012. Tapahtuma on tilaisuus - tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 3.uud.painos. Tietosanoma Oy.

Vallo, H. 2009. Isännyyden ihanuus. Tilaisuudet, tapahtumat. Otavan Kirjapaino Oy.

Sähköiset lähteet

Comlab. 2005. Markkinointi ikäihmisille. Viitattu 2.11.2014.

http://www.comlab.hut.fi/opetus/501/OLO2_kooste5.pdf

Earlylearning. 2014. Viriketoiminta ja muistikuntoutus. Viitattu 2.11.2014.

http://www.earlylearning.fi/product_catalog.php?c=111

Espoo. 2014. Palvelukeskukset. Viitattu 2.11.2014.

<http://www.espoo.fi/palvelukeskukset>

Grapevine. Mitä on markkinointiviestintä? Viitattu 2.11.2014.

<http://grapevine.fi/2014/01/mita-on-markkinointiviestinta/>

Kotiin. 2014. HyvinvointiTV. Viitattu 2.11.2014.

<http://kotiin.laurea.fi>

Markkinointiviestintä42. Markkinointiviestintä. Viitattu 2.11.2014.

<http://www.42.fi>

Meltwater. 2014. Maineenhallinta. Viitattu 16.10.2014.

<http://www.meltwater.com/fi/solutions/viestintaratkaisut/maineenhallinta/>

FMS-ITskills. 2014. Data Handling and Spreadsheet Skills. Viitattu 16.10.2014.

<http://fms-itskills.ncl.ac.uk/pgres/dhss/gantt.html?style=print>

Point Production. 2014. Onnistunut tapahtuma. Viitattu 16.10.2014.

<http://www.pointproduction.fi/onnistunut-tapahtuma/>

Promedico. 2014. Palautteen kerääminen. Viitattu 20.11.2014.

<http://www.promedico.fi/palautteen-kerminen/>

Taloussanomat. 2014. Taloussanakirja: myynninedistäminen. Viitattu 2.11.2014.

<http://www.taloussanomat.fi/porssi/sanakirja/termi/myynninedist%E4minen/>

Terveyskirjasto. 2014. Hyvinvointi. Viitattu 2.11.2014.

http://www.terveyskirjasto.fi/kotisivut/tk.koti?p_artikkeli=ont00037

Wanda. 2011. Näin teen loistavan esitteen. Viitattu 2.11.2014.

http://wanda.uef.fi/tkk/liferay/projektit/tyovoimavaraaja2/wp-content/uploads/2011/11/onnistunut_esiteA4.pdf

Wanhasatama. 2014. Tapahtumamarkkinointi on yksi tehokkaimmista markkinoinnin muodoista - Wanha Satama. Viitattu 5.11.2014

<http://www.wanhasatama.com/heme/Sivut/Artikkeli5.aspx>

Kuvat

Kuva 1: Esimerkkikuva gantt-kaaviosta	11
Kuva 2: Liikuntasali, Kauklahti	12
Kuva 3: Takkahuone, Espoon Keskus	13
Kuva 4: Flyer-mainos	16

Kuviot

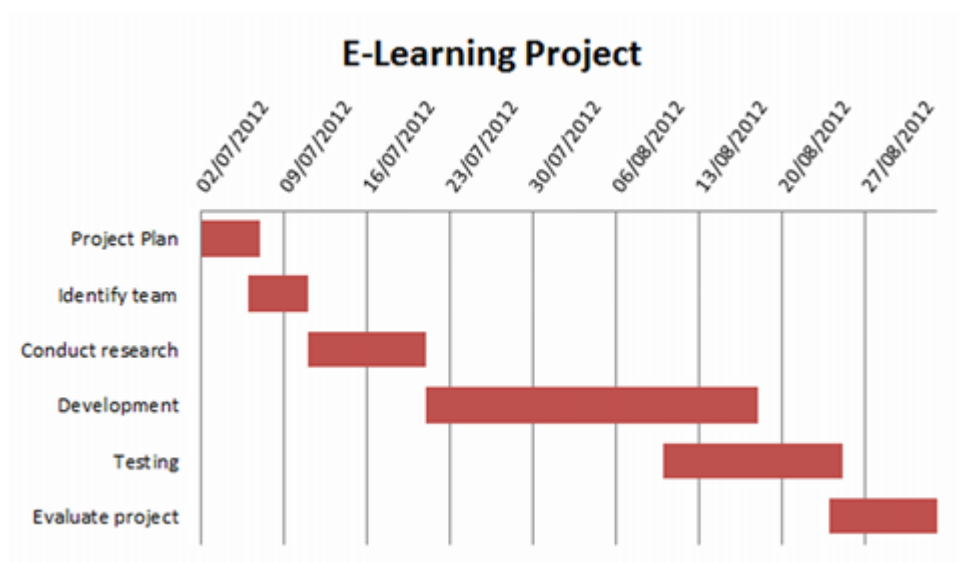
Kuvio 1: Tapiolan kävijäpalaute	22
Kuvio 2: Leppävaaran yleisarvosana	23

Taulukot

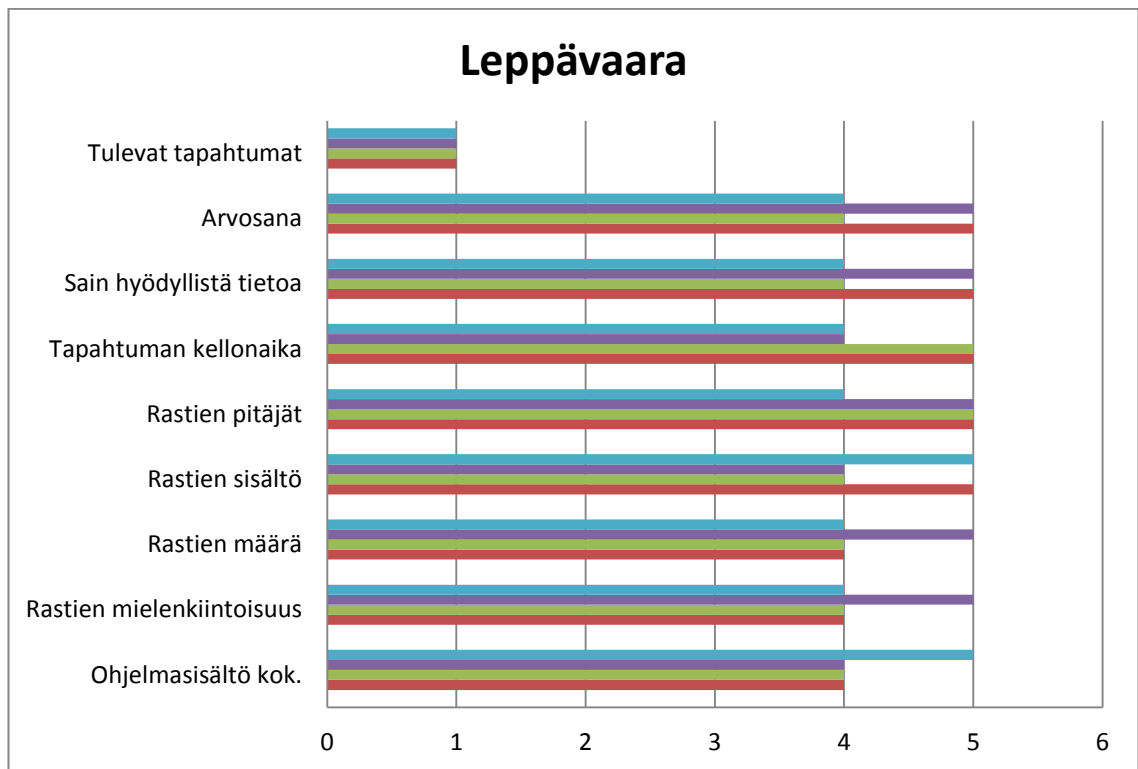
Liitteet

Liite 1. Esimerkkikuva gantt-kaaviosta.....	37
Liite 2. Leppävaaran kävijäpalaute.....	38
Liite 3. Espoon Keskuksen kävijäpalaute	39
Liite 4. Soukan kävijäpalaute	40
Liite 5. Kauklahden kävijäpalaute	41
Liite 6. Tapiolan kävijäpalaute	42
Liite 7. Leppävaaran yleisarvosana	42
Liite 8. Soukan yleisarvosana	43
Liite 9. Espoon Keskuksen yleisarvosana.....	43
Liite 10. Tapiolan yleisarvosana.....	44
Liite 11. Kauklahden yleisarvosana	45
Liite 12. Esimerkki rastisuunnitelmasta.....	45
Liite 13. Opas palvelukeskustapahtumien järjestämiseen.....	46

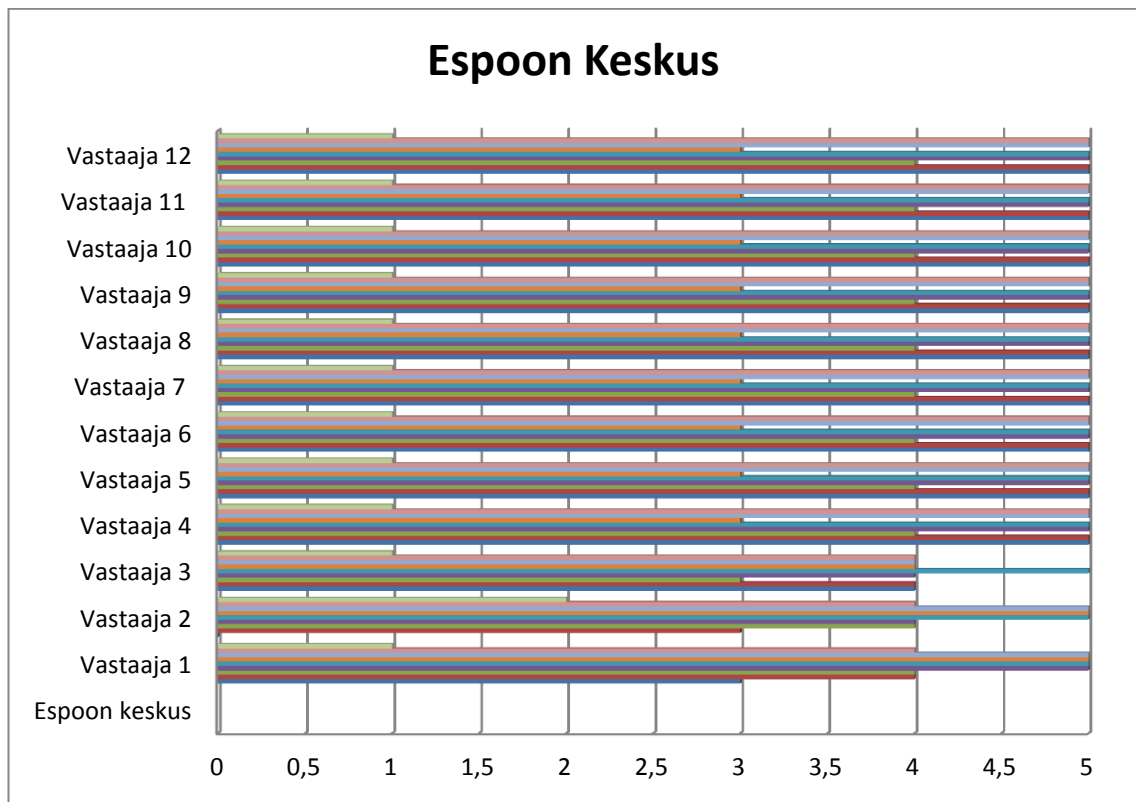
Liite 1. Esimerkkikuva gantt-kaaviosta



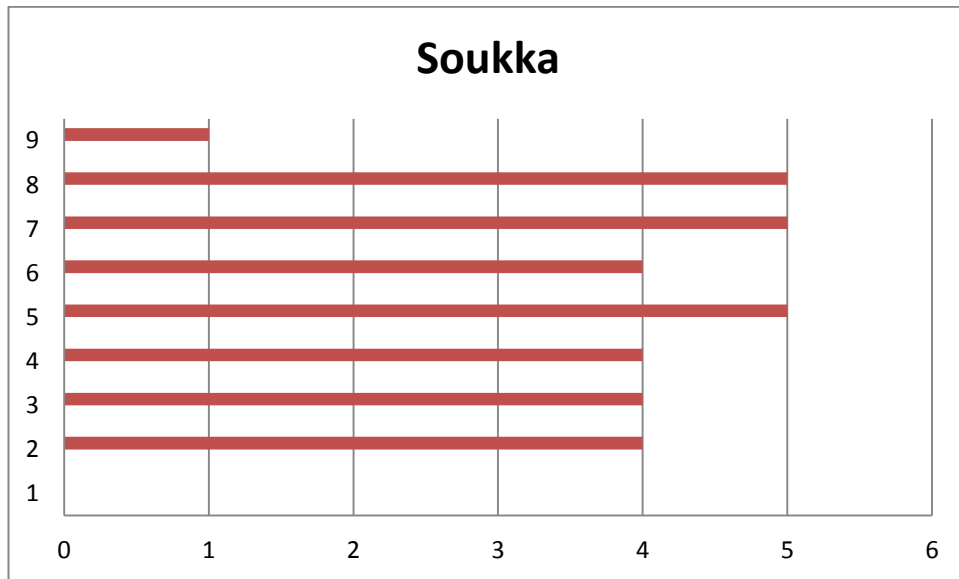
Liite 2. Leppävaaran kävijäpalaute



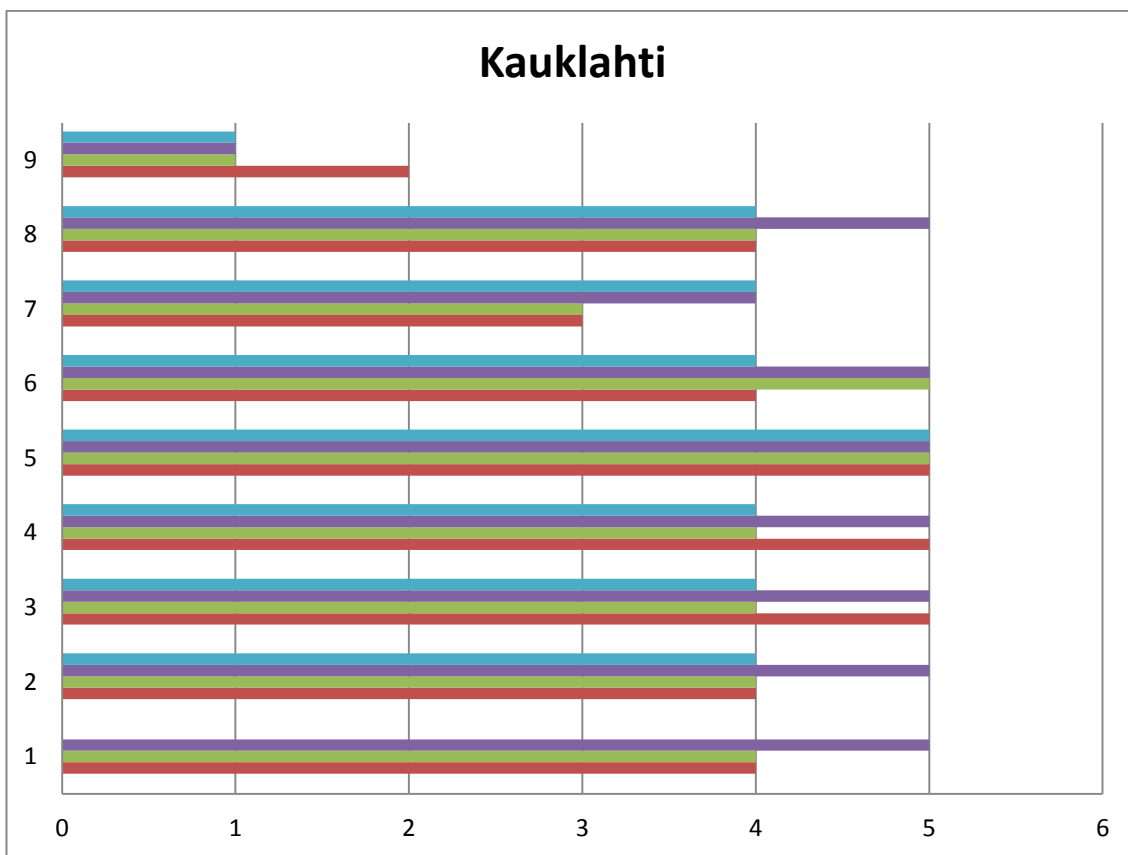
Liite 3. Espoon Keskusten kävijäpalaute



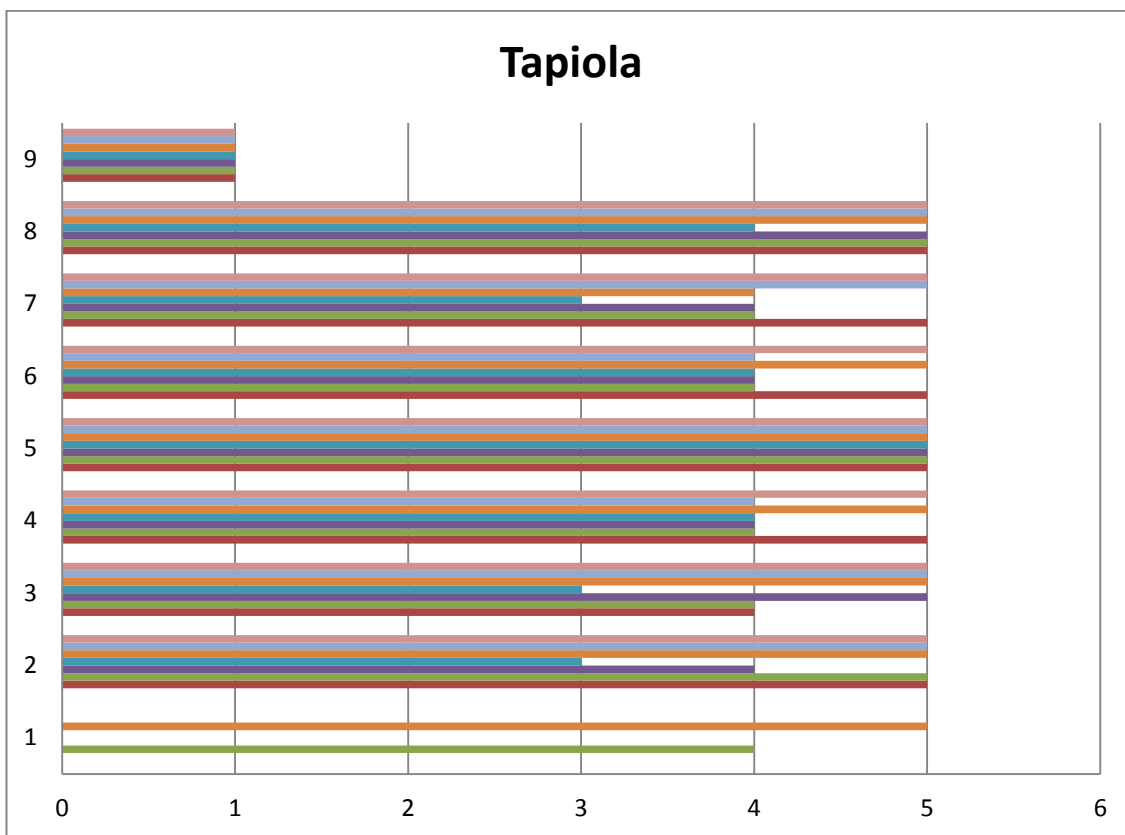
Liite 4. Soukan kävijäpalaute



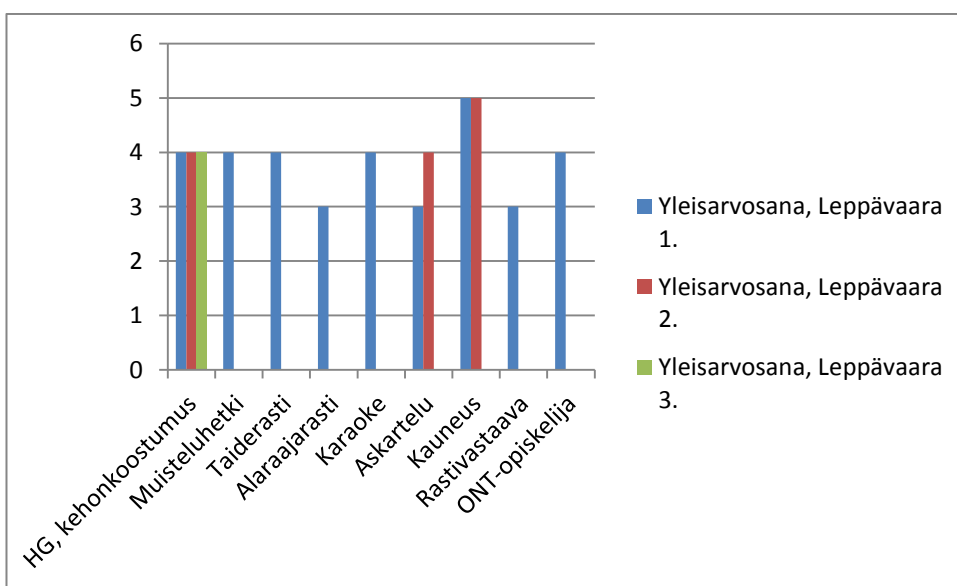
Liite 5. Kauklahten kävijäpalaute



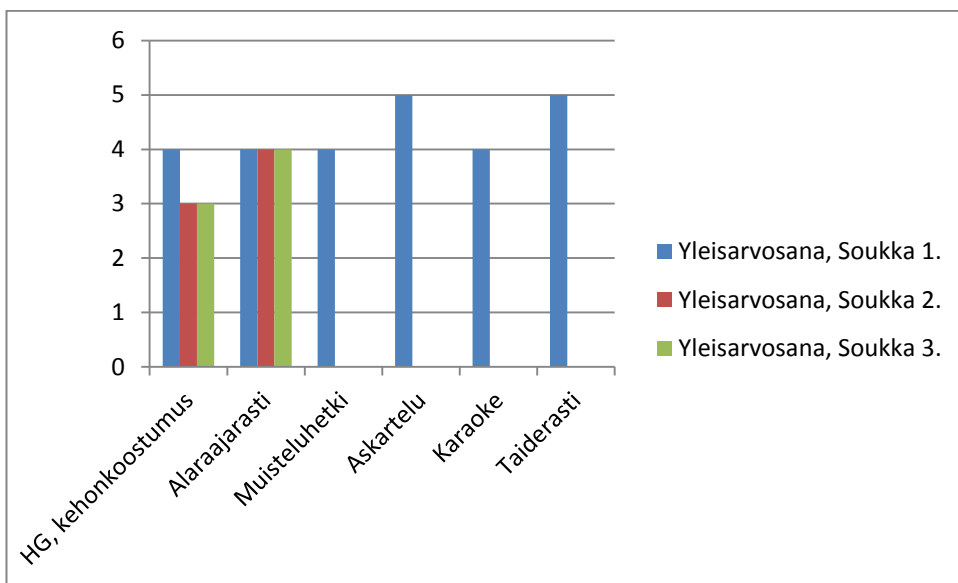
Liite 6. Tapiolan kävijäpalaute



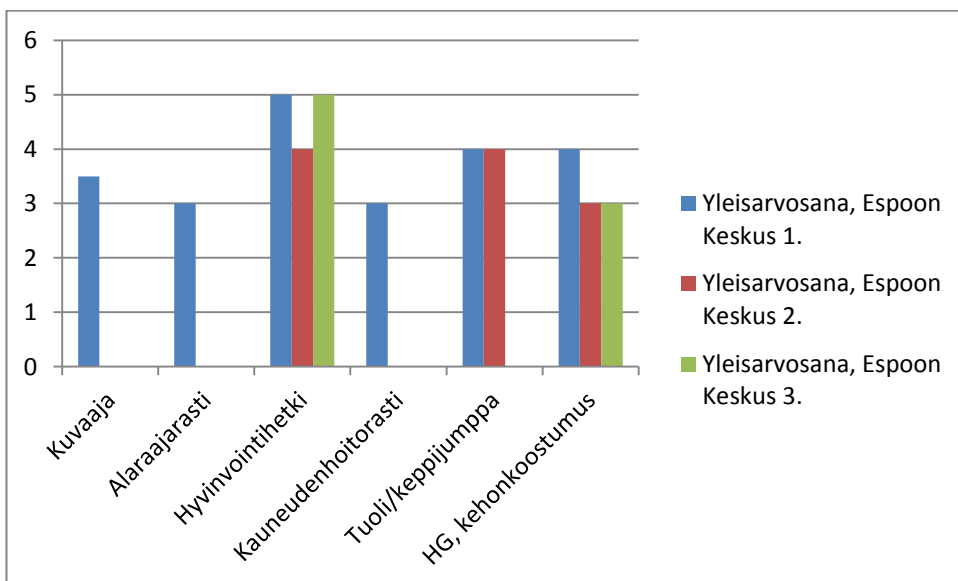
Liite 7. Leppävaaran yleisarvosana



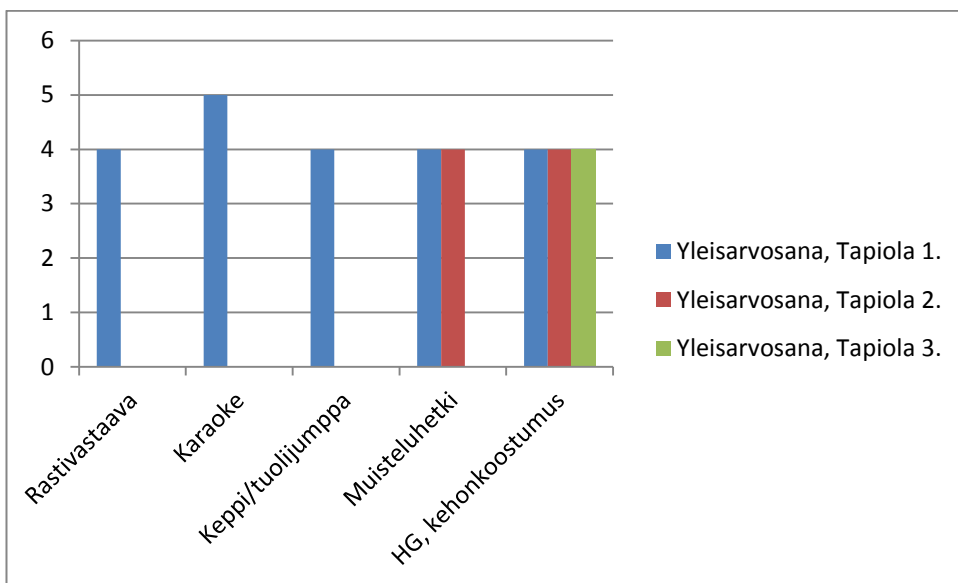
Liite 8. Soukan yleisarvosana



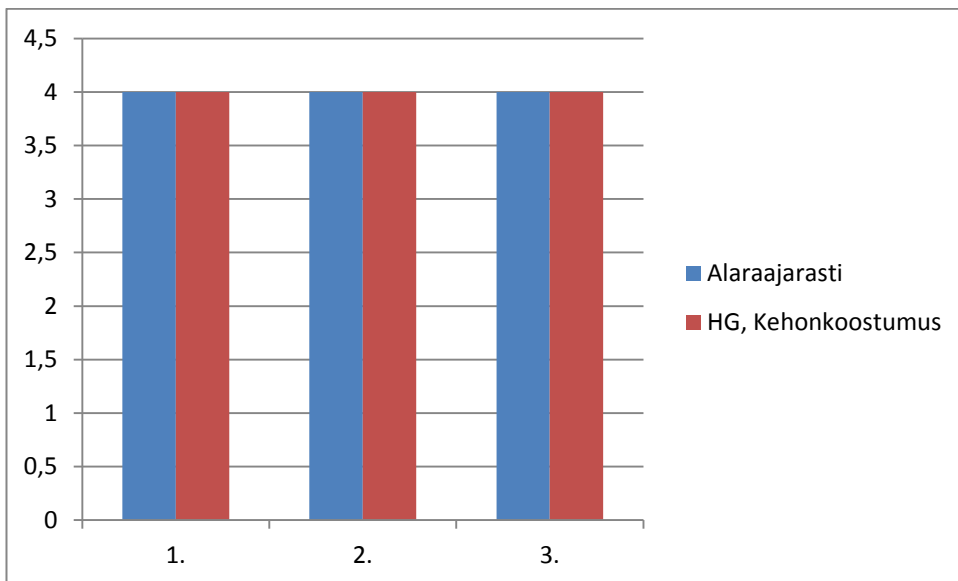
Liite 9. Espoon Keskuksen yleisarvosana



Liite 10. Tapiolan yleisarvosana



Liite 11. Kaukalahden yleisarvosana



Liite 12. Esimerkki rastisuunnitelmasta

Paikka	Rasti	Ketkä	tarvikkeet	Tila	Huomioitavaa

Liite 13. Opas palvelukeskustapahtumien järjestämiseen

Opas palvelutalotapahtumien järjestämiseen

Samuli Friberg

Laurea-ammattikorkeakoulu, 2014

1. Kenelle opas on

Tämä opas on ensisijaisesti tarkoitettu Laurea-ammattikorkeakoulun opiskelijoille. Aktiivisuutta Elämään Senioreille-palvelukeskustapahtumien järjestäminen tehdään yhteistyönä Laurea-ammattikorkeakoulun ja kaupungin välillä. Suunnittelu, käytännön järjestelyt sekä järjestävät opiskelijat ovat Laurea-ammattikorkeakoulun vastuulla.

2. Tapahtumien yleispiirteet

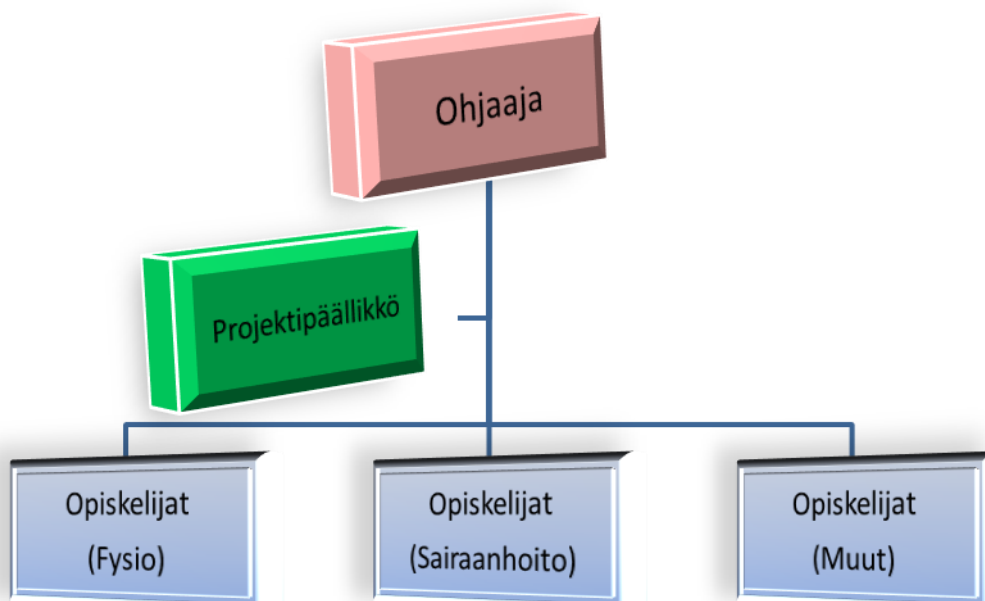
Palvelukeskustapahtumat ovat senioreille tarkoitettuja hyvinvointitapahtumia. Tapahtumien tarkoitus on tuoda suuremman hyvinvointitapahtuman sisältö palvelukeskuksiin. Palvelukeskukset ovat ympäristönä haastavia, tilat voivat olla hyvin rajoitettuja tai palvelukeskuksen asukkaat voivat kärsiä liikuntakyvyn rajoittumisesta.

Palvelukeskuksissa rastien määrä on pienempi kuin suuremman mittakaavan hyvinvointitapahtumassa joten valitut rastit tulee miettiä huolella. Yhteistyökumppaneita kuten tuotesittelijöitä voi olla hyvin rajoitetusti tai ei ollenkaan.

3. Työnjako, kuka tekee mitä?

Työnjako palvelukeskustapahtumien järjestämisessä on periaatteessa yksinkertainen. Ohjaaja tai opettaja on vastuussa opiskelijoiden värväämisestä sekä mahdollisten yhteistyökumppanien hankinnasta. Ohjaajan vastuulla on myös huolehtia mahdollisista lupa-asioista yhdessä kaupungin edustajan kanssa.

Opiskelijoista saadaan projektipäällikkö, joka vastaa käytännön suunnittelusta, järjestelyistä sekä markkinoinnista yhdessä ohjaajan kanssa. Hänen vastuullaan on käydä tapahtumaa toteuttavien opiskelijoiden kanssa läpi heidän rastisuunnitelmiaan. Tehtävämäärän helpottamiseksi voidaan delegoida esimerkiksi markkinointi toiselle opiskelijalle.



Kaavio: Esimerkki järjestelyiden hierarkiasta

Yllä oleva kaavio kuvaa esimerkkityönjakoa jossa päävastuu on ohjaajalla. Projektipäällikkö toimii suunnittelijana ja toteuttajana yhdessä opiskelijoiden kanssa mutta myös viestii ohjaajan kanssa suunnitteluprosessin edistymisestä. Projektipäällikkö tekee lisäksi tapahtumia varten palautelomakkeen sekä tapahtumakohtaisen käsiohjelman. Palautelomakkeet voivat koskea pelkästään vierailijoita tai sekä vierailijoita että opiskelijoita.

Projektipäällikön kokonaistyömäärän helpottamiseksi rasteja pitävät opiskelijat suunnittelevat omien rastiensa sisällön sekä listaavat tarpeelliset tarvikkeet.

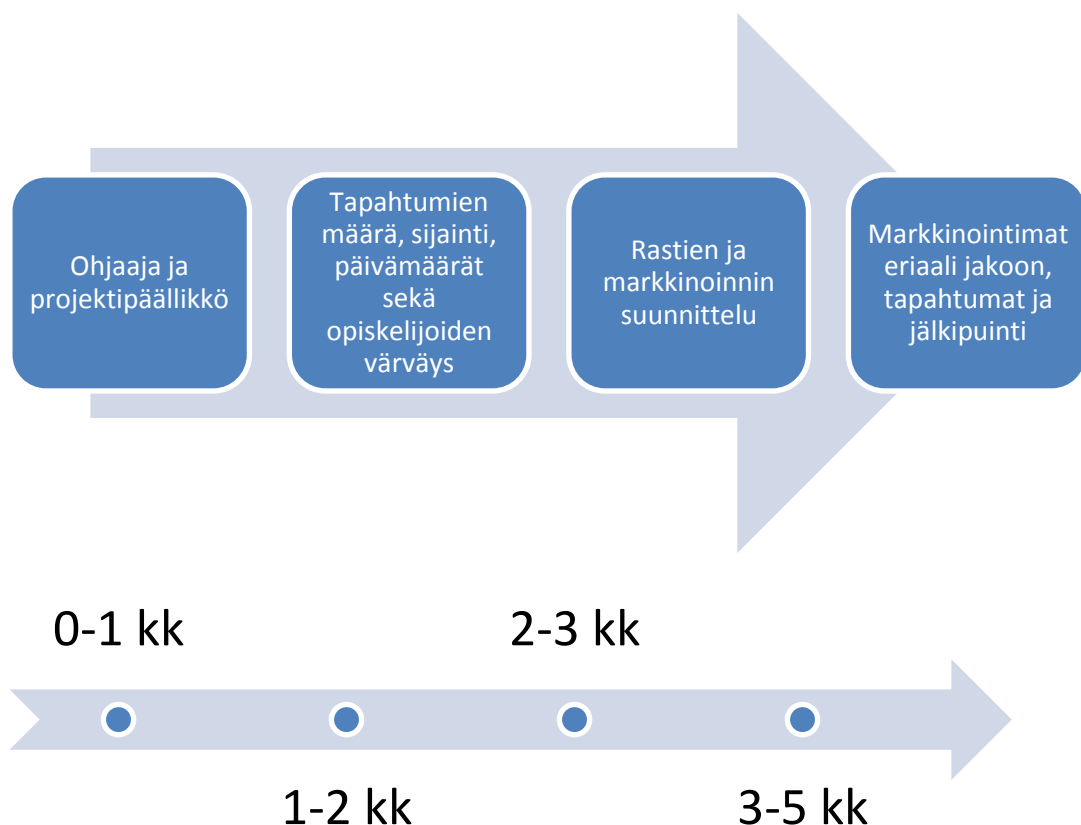
4. Käytännön järjestelyt

Käytännön järjestelyiden suunnittelua aloitettaessa on tärkeää tietää tapahtumien lukumäärä, ajankohta ja sijainnit. Sijaintitieto on tärkeä suunnittelun kannalta, siitä saadaan tarvittavien rastiensa määrä.

Suunnitteluprosessin tässä vaiheessa on tärkeää säilyttää tehokas viestintä projektipäällikön, ohjaajan ja opiskelijoiden välillä. Ohjaaja ja projektipäällikkö myös viestivät tarvittaessa kaupungin edustajan kanssa.

Käytännön suunnittelun tulisi vastata rastien osalta seuraaviin peruskysymyksiin: mitä rasteja järjestetään? Kuinka monta opiskelijaa tarvitaan millekin rastille? Mitä tarvikkeita tarvitaan? Onko erikoishuomioita? Pystyvätkö opiskelijat osallistumaan kaikkiin tapahtumiin? Mikäli eivät, miten korvataan puuttuva rasti vai korvataanko puuttuvaa rastia ollenkaan?

Suunnitteluprosessin jälkeen ovat käytännön tapahtumat. Tapahtumien päätyttyä kerätään palautteet purkua varten. Palautteiden perusteella tehdään raportti joka käydään läpi ohjaajan, projektipäällikön ja kaupungin edustajan kanssa. Alla olevassa kaaviossa on esimerkki prosessin eri vaiheista ja niitä kuvaavasta aikajanasta.



Kaavio: Käytännön järjestelyiden prosessi sekä aikajana

Rastit ja niiden suunnittelu

Rastien sisällön suunnittelusta vastaavat rasteja pitävät opiskelijat. Tämä on käytännössä huomattu toimivaksi tavaksi. Siksi sitä suositellaan käytettäväksi. Opiskelijat pitävät oman

koulutusalan rastia sekä laativat lyhyen suunnitelman siitä, miten he toteuttavat rastinsa ja mitä tarvikkeita he siihen tarvitsevat. Alla olevaa esimerkkirastisuunnitelmaa voidaan käyttää avuksi rasteja suunniteltaessa.

Paikka	Rasti	Ketkä	tarvikkeet	Tila	Huomioitavaa

Kuvio: esimerkki rastisuunnitelmasta

Suunnittelutyön tueksi projektipäällikkö vierailee tapahtumakohteissa ja tutustuu tiloihin etukäteen. Projektipäällikkö voi kuvata käytössä olevat tilat sekä kirjata muistiin kohteen erityisvaatimukset tai tarvikepuutteet. Mikäli nämä tiedot on saatavilla aiemmista tapahtumista tai muuta kautta, ei vierailua ole välttämätöntä tehdä. On kuitenkin suositeltavaa aina tutustua etukäteen tapahtumien kohdepaikkoihin hyvissä ajoin. Alla on esimerkkejä eri tilakuvista.

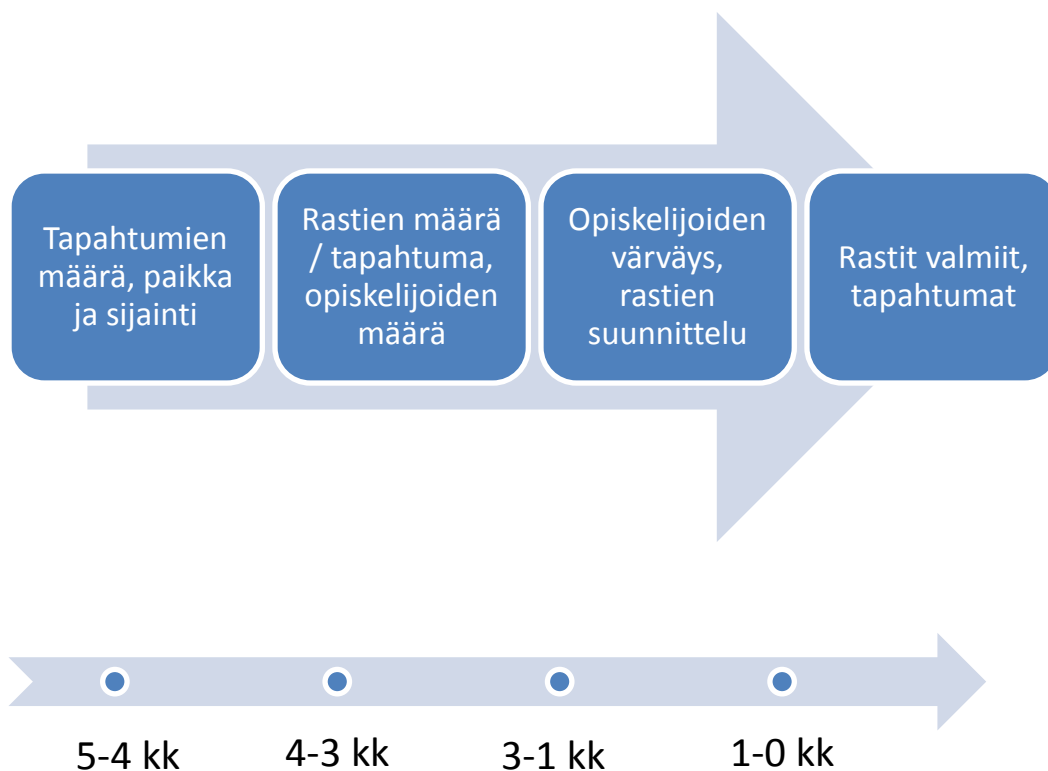


Kuva 1: Liikunsali, Kauklahti



Kuva 2: Liikuntavälinevarasto, Kauklahti

Yllä olevat kuvat ovat hyvä lisäapu suunnitteluun. Kuvat ovat yksinkertaisia ja ne kuvaavat tilan koon, muodon ja varustelun. Liikuntavälinevaraston kuva on hyvä esimerkki hyvin varustetusta liikuntatilasta. Alla oleva prosessikaavio kuvaa rastien suunnittelun kulkua käänteisessä aikajärjestyksessä. Aikajana alkaa viisi kuukautta ennen tapahtumien ajankohtaa ja lähestyy vaihe vaiheelta nollahetkeä, eli itse tapahtumia.



Kaavio: Rastien suunnitteluprosessi aikajanalla

5. Mainonta

Mainonnan suunnittelu aloitetaan samaan aikaan käytännön järjestelyiden kanssa, noin 3-5 kuukautta ennen tapahtumia.

Mainontaan on käytetty flyeria sekä julistetta. Näiden **menetelmien** lisäksi on mahdollista käyttää ilmaisjakelumediaa, jotka antavat mainostilaa julkaisuistaan ilmaiseksi. Mikäli tapahtuman markkinoinnille on rahallinen budjetti, keinot lisääntyvät. Mainitut keinot ovat tapahtumille, joilla ei ole käytössä budjettia eikä rahoitusta.

Aktiivisuutta Elämään Senioreille

*Hyvinvointitapahtumat Espoon
palvelukeskuksissa*

Leppävaara 8.5. klo 11-14, Armas Launiksen katu 9.

Soukka 9.5. klo 11-15, Soukankaari 7.

Espoon Keskus 13.5. klo 12-15, Espoonkatu 8.

Tapiola 14.5. klo 11-14, Itätuulenkuja 4, 1.krs.

Kauklahti 15.5. klo 12-15, Hansakartano 4.



Aktiviteetteja, virikkeitä, elämyksiä ja tietoa!
Tapahtumassa olevat rastit ovat Laurean opiskelijoiden suunnittelema ja toteuttamia.

Tapahtumat ovat ilmaisia!
TERVETULOA!



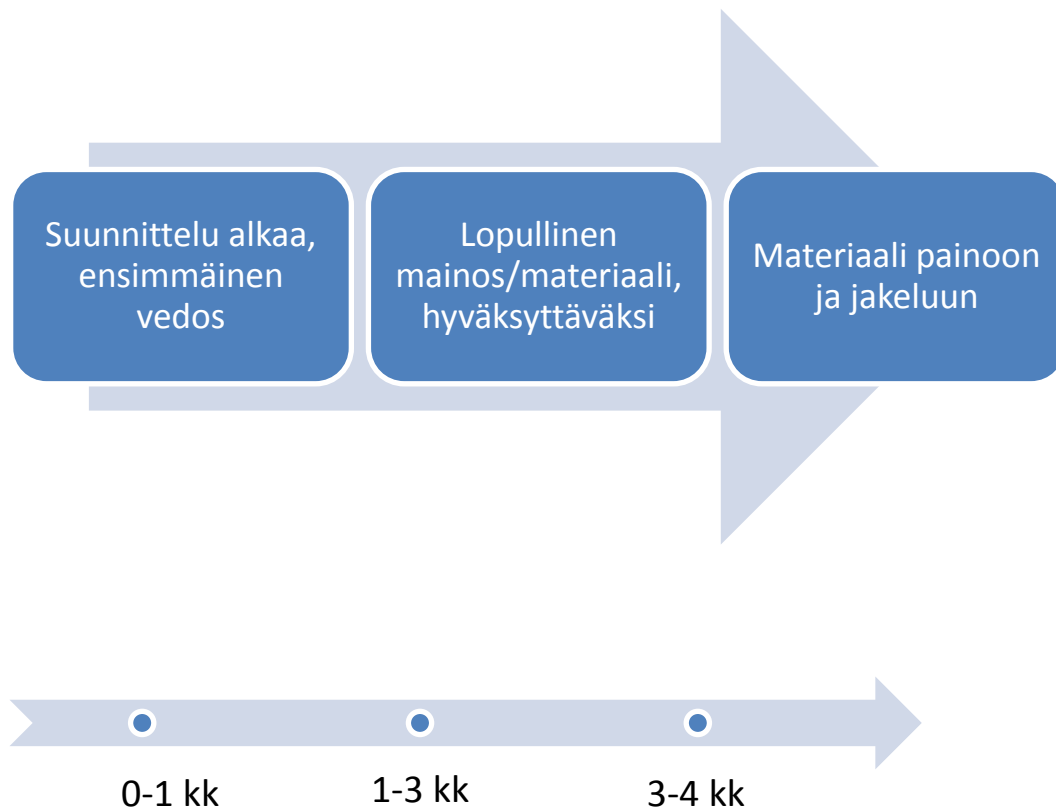
Kuva 3: Mainosflyer- ja juliste 2014

Yllä on kevään 2014 palvelukeskustapahtumien flyer ja julistepohja joka on tehty PhotoShop-ohjelmalla.

Markkinoinnin suunnitteluprosessi etenee hyvin suoraviivaisesti. Aluksi päätetään käytettävät markkinointiviestinnän kanavat ~~markkinoinninväylät~~, kuten printtimainonta. Sitten käydään läpi tiedot, joita materiaalissa halutaan tuoda esiin.

Seuraavaksi suunnitellaan ensimmäinen vedos esimerkiksi ~~mainos~~flyerista tai julisteesta. Tämä voidaan tehdä joko tietokoneella tai perinteisesti vihkolla ja kynällä. Ensimmäinen vedos mainoksesta esitetään ohjaajalle, korjausohjeiden saamisen ja suunnitelman hyväksymisen jälkeen tehdään PhotoShop-ohjelmalla (tai muulla vastaavalla) varsinainen mainos. Tämä ver-

sio annetaan myös ohjaajan hyväksyttäväksi ennen kuin se siirretään painoon. Lisäksi sama mainos lähetetään Espoon kaupungin edustajalle myös hyväksyttäväksi. Lopullisen hyväksynnän saanut materiaali lähtee painoon ja siitä eteenpäin jakeluun.



Kaavio: Markkinoinnin ja mainonnan suunnittelun prosessi aikajanalla

Markkinoinnin tulisi olla valmiina kolme tai neljä viikkoa ennen ensimmäistä tapahtumaa riittävän jakelun ja näkyvyyden takaamiseksi. Tästä syystä prosessikaaviossa viimeinen aikajakso on asetettu ajalle 3 - 4 kuukautta ennen ensimmäistä tapahtumaa.

Mainosmateriaalin ei tarvitse olla visuaalisesti monimutkainen tai hätkähdyttävä. On suositeltavampaa pitäytyä tietopainotteisessa mainoksessa. Kuvia mainoksissa tulisi käyttää harkiten. Kuvat olisi hyvä olla edellisistä tapahtumista otettuja, jotta kuvien kautta välittyy katsojalle oikea mielikuva tapahtumien sisällöstä ja luonteesta.

6. Toiminta tapahtumissa

Tapahtumapäivänä opiskelijoiden ja projektipäällikön tulisi saapua palvelukeskukselle tunti ennen tapahtuman alkua. Tällä tavalla projektipäällikkö ja opiskelijat voivat reagoida mahdollisiin yllätyksiin paikan päällä.

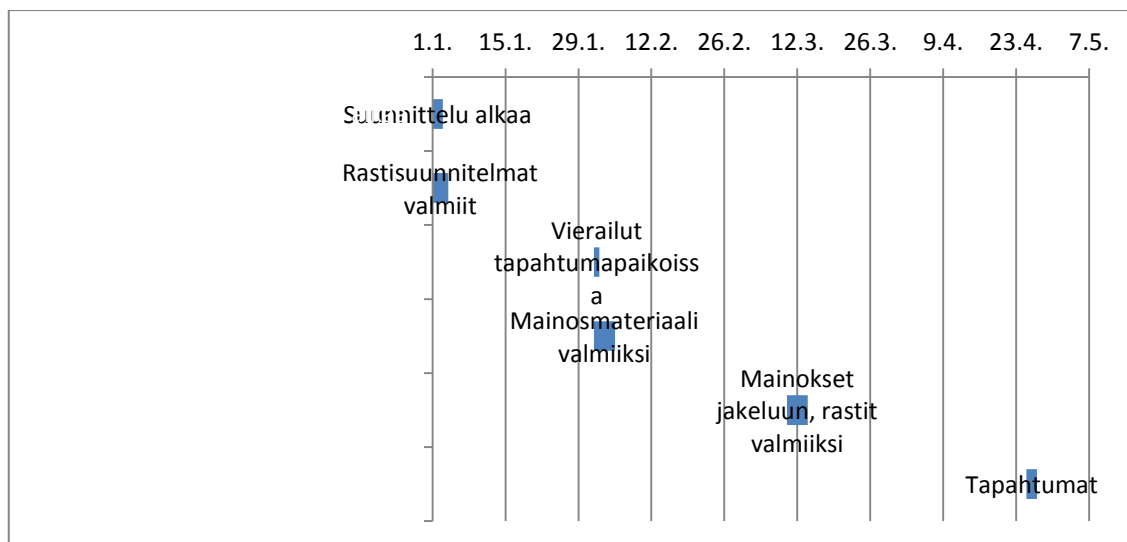
Opiskelijat pystyttävät rastinsa ja valmistautuvat tapahtumaan. Projektipäällikkö kiertää rasteilla valvomassa valmisteluja. Tapahtuman alusta ensimmäiset kymmenen minuuttia ovat avaustilaisuutta, jossa projektipäällikkö toivottaa vierailijat tervetulleiksi ja kertoo tapahtuman sisällöstä ja rastien sijainneista lyhyesti.

Tapahtumien aikana projektipäällikkö kiertää tapahtumassa keräten palautetta, havainnoiden sekä ohjaten vierailijoita. Mikäli tapahtumissa on toinen opiskelija projektipäällikön lisäksi keräämässä palautteita, kerätään palautteet yhteen projektipäällikölle ja havainnot käydään läpi tapahtuman jälkeen. Samalla muut opiskelijat purkavat omia rastejaan.

7. Suunnittelun aikataulu

Suunnittelu tulisi kokonaisuudessaan aloittaa noin kolme tai neljä kuukautta ennen ensimmäistä tapahtumaa. Kokonaisuudessaan tapahtumien läpivienti suunnitteluvaiheesta purku- ja raportointivaiheeseen kestäisi tapahtumien määrästä riippuen viidestä kuuteen kuukautta.

Aikataulun suunnittelun kannalta perustasoinen gantt-kaavio on riittävä palvelukeskustapah- tumia varten. Microsoft Excel-ohjelmalla kyetään helposti tekemään yksinkertaisia perus gantt-kaavioita ja mikäli tarpeellista, löytyy niiden tekoon myös ohjeita esimerkiksi YouTu- besta.



Kuva 4: gantt-kaavio

Yllä oleva gantt-kaavio on tehty yksinkertaiseksi esimerkiksi oppaaseen havainnollistamistar- koituksessa. Kyseinen kaavio sisältää kuusi eri tehtävää tai vaihetta noin viiden kuukauden ajanjaksolle jaettuna. Tehtävät ovat nimikkeiltään yleiskuvaavia.

8. Viestintä järjestäjien välillä

Viestintä suunnitteluvaiheessa opiskelijoiden, projektipäällikön ja ohjaajan välillä tulisi olla sovittua ja systemaattista. Sovitut palaverit ja sähköpostiviestintä ovat esimerkkejä, joilla viestintää toteutetaan.

Viestintä palvelukeskusten johtajien sekä kaupungin palvelutoiminnan johtajan kanssa on ensisijaisesti ohjaajan vastuulla. Tutustumiskäynnit palvelukeskuksiin sopii kuitenkin ne toteutettava opiskelija, todennäköisesti projektipäällikkö.

9. Yhteistyökumppanit

Tapahtumien yhteistyökumppaneina Laurea-ammattikorkeakoulun kanssa ovat olleet Espoon kaupunki, Omnia-ammattiopisto sekä mHealth Booster.

Mahdollisten yhteistyökumppaneiden hankinta on ohjaajan vastuulla. Yhteistyökumppaneita voivat olla esimerkiksi, toiset oppilaitokset, viranomaislaitokset tai ulkopuoliset tuotesittelijät.