



LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Lahti University of Applied Sciences

TAPAHTUMASTA ONNISTUNUT ELÄMYS

Case: Ehkäisevän työn päivät 2014

LAHDEN
AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun ala
Matkailun koulutusohjelma
Tapahtumamatkailu
Opinnäytetyö
Kevät 2015
Moona Havo
Johanna Kinnunen

Lahden ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma

HAVO MOONA
KINNUNEN JOHANNA

Tapahtumasta onnistunut elämys
Case: Ehkäisevän työn päivät 2014

Tapahtumamatkailun opinnäytetyö, 56 sivua, 19 liitesivua

Kevät 2015

TIIVISTELMÄ

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena oli kartoittaa toimeksiantajan, Sosiaalialan osaamiskeskus Verson, tapahtuman asiakastyytyväisyyttä. Asiakastyytyväisyyttä tutkittiin asiakastyytyväisyyskyselyn, haastatteluiden sekä havainnoinnin avulla. Toimeksiantajana toimi Sosiaalialan osaamiskeskus Verso, joka toimi myös pääjärjestäjänä valtakunnallisilla Ehkäisevän työn päivillä.

Opinnäytetyö koostuu kahdesta osiosta: teoriaosuudesta, jossa kerromme opinnäytetyön keskeisimmistä käsitteistä, sekä toiminnallisesta osuudesta, jossa selvitämme tapahtuman onnistuneisuutta asiakkaan näkökulmasta sekä tapahtuman elämyksellisyyttä. Aineistoa kerättiin sekä kvalitatiivisin että kvantitatiivisin tutkimusmenetelmin. Kvalitatiivisia tutkimusmenetelmiä olivat haastattelut ja havainnoinnit tapahtuman aikana, sekä asiakastyytyväisyyskyselyn avoimet vastaukset ”tuntui hyvältä” ja ”jäi harmittamaan”. Kvantitatiivisia tutkimusmenetelmiä hyödynnettiin suuremman tietomäärän keräämisessä asiakastyytyväisyyskyselyssä.

Laadimme asiakastyytyväisyyskyselyn saadaksemme tietää asiakkaiden kokemuksia tapahtumasta. Toimeksiantajan saatua vastaukset asiakkailta, analysoimme aineiston perusteella tapahtuman onnistuneisuutta sekä elämyksellisyyttä. Analyysin avulla toimeksiantaja voi kehittää seuraavan vuoden tapahtumaansa paremmaksi ja asiakkaiden toiveita kuunnellen heitä paremmin palvelevaksi. Vastauksia saimme kiitettävästi. Asiakastyytyväisyyskysely lähetettiin 177 asiakkaalle ja saimme vastaukset yhteensä 146 asiakkaalta. Avovasatuksiin saimme vastaukset yhteensä 84 asiakkaalta. Tuloksista kävi ilmi, että tapahtuma oli osin todella onnistunut, mutta kehityskohteita vielä löytyy. Tapahtumassa oli hyödynnetty elämyksellisiä elementtejä onnistuneesti, joskin tapahtuman ulkoinen teema Onnellinen kaupunki jäi hieman valjuksi.

Asiasanat: tapahtuma, onnistunut tapahtuma, asiakastyytyväisyys, elämys, verkostoituminen tapahtumassa

Lahti University of Applied Sciences
Degree Programme in Tourism Management

HAVO MOONA
KINNUNEN JOHANNA

How to make an event as a
successful experience
Case: Ehkäisevän työn päivät 2014

Bachelor's Thesis in Event Tourism 56 pages, 19 pages of appendices

Spring 2015

ABSTRACT

The aim of this functional thesis was to survey the customer satisfaction at the event, Ehkäisevän työn päivät 2014 (Prevention Work Days 2014), that was organized by Sosiaalialan osaamiskeskus Verso, which commissioned this thesis. The commissioning organization is the local center for expertise in the social welfare industry. The customer satisfaction was researched by means of a customer satisfaction survey, interviews and observation. The employer for the thesis was the center of expertise in social industry, Verso, which is the main organizer in the event Prevention Work Days 2014.

The thesis consists of two parts; the theoretical part, in which we examine the primary concepts of the thesis, and the practical part, which contains our research methods and results. We collected the information by using both quantitative and qualitative research methods. Our qualitative methods were interviews and observations during the event, as well as the open questions of the customer satisfaction survey. Quantitative methods were used in the customer satisfaction survey in order to collect as much information as possible.

We created the customer satisfaction survey in order to find out about the customers' experiences in the event. After the results of the survey were collected, we analyzed the given results in terms of how successful the event turned out. The information we gathered can be used by the employer in the future. With this information the employer is able to take notice of what the customers of the event want and, therefore, the event can be developed. We received a good amount of answers with our survey. The survey was sent to 177 people, of which 146 gave an answer. The open questions of the survey were answered by 84 people. The results show that the event was rather successful, however there are aspects that can be improved in the future. The event was successful in terms of experience, even though the theme of the event was not as strong as it could have been.

Key words: event, successful event, customer satisfaction, experience, networking at events

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
1.1	Aiheen valinta	6
1.2	Toimeksiantajan ja tapahtuman esittely	7
1.3	Tutkimusongelma	9
1.4	Työn rajaukset ja rakenne	10
2	ONNISTUNUT TAPAHTUMA	12
2.1	Mikä on tapahtuma?	12
2.2	Elementit onnistuneeseen tapahtumaan	13
2.2.1	Strateginen kolmio	14
2.2.2	Operatiivinen kolmio	15
2.2.3	Tapahtumaprosessi	16
2.2.4	Tapahtuman onnistuneisuuden mittarit	16
2.3	Palautteen kerääminen ja sen analysointi	17
2.4	Tapahtuman markkinointi	17
2.5	Verkostoituminen tapahtumassa	18
2.6	Asiakastyytyväisyys	19
3	TAPAHTUMAN ELÄMYKSELLISYYS	21
3.1	Elämyksellisyys	21
3.1.1	Elämyksen neljä ulottuvuutta sekä elämyskolmio	22
3.1.2	Elämyskolmion elämyksen elementit ja kokemustasot	23
4	TUTKIMUS	26
4.1	Tutkimusmenetelmät	26
4.2	Tutkimuksen toteutus	28
4.3	Kyselylomake	30
5	TULOKSET	33
5.1	Tapahtuman havainnointia	33
5.2	Kvalitatiiviset tutkimustulokset	34
5.3	Kvantitatiiviset tutkimustulokset	39
5.3.1	Tapahtuman onnistuneisuus	Error! Bookmark not defined.
5.3.2	Verkostoituminen ja yhteisöllisyys tapahtumassa	Error! Bookmark not defined.
5.3.3	Uuden oppiminen ja tapahtumasta saatu hyöty	Error! Bookmark not defined.
5.3.4	Elämyksellisyysden toteutuminen tapahtumassa	Error! Bookmark not defined.

6	JOHTOPÄÄTÖKSET JA TOIMENPIDESUOSITUKSET	44
6.1	Johtopäätökset tutkimustuloksista	44
6.1.1	Tapahtuman onnistuneisuuden analysointi	45
6.1.2	Elämyksellisyyden analysointi	47
6.2	Ehdotuksia seuraavalle vuodelle	49
7	YHTEENVETO JA ARVIOINTI	51
7.1	Validiteetti ja reliabiliteetti	51
7.2	Työnjako	52
7.3	Oma arviointi opinnäytetyöstä ja opinnäytetyöprosessista	53
	LÄHTEET	54
	LIITTEET	56

1 JOHDANTO

Tässä kappaleessa kerromme, miten valitsimme opinnäytetyömme aiheen. Esittelemme myös toimeksiantajamme Sosiaalialan osaamiskeskus Verson, sekä Ehkäisevän työn päivät -tapahtuman. Kerromme luvussa tutkimusongelmamme, mitä lähdimme selvittämään tutkimuksessa, sekä työmme rakenteesta ja rajauksesta.

1.1 Aiheen valinta

Päädyimme tekemään yhteistyötä toimeksiantajan kanssa tutustuttuamme Ehkäisevän työn päiviin elämysmatkailun opintojaksolla. Olemme molemmat kiinnostuneita tapahtumista ja niiden jälkimarkkinoista, minkä vuoksi tahdoimme toteuttaa tapahtuman pohjalta asiakastyytyväisyyskyselyn toimeksiantajalle. Opinnäytetyön aihealue herätti kiinnostuksemme, sillä siinä pystyimme yhdistämään tapahtumatuotannon sekä elämysosaamisen opintojaksoilla oppimamme tiedot.

Toimeksiantajallemme Sosiaalialan osaamiskeskus Versolle oli tärkeää, että asiakastyytyväisyystutkimus toteutettiin, sillä sen avulla toimeksiantaja voi kehittää tapahtumaa seuraavaa vuotta varten. Asiakastyytyväisyyttä tutkittiin myös vuoden 2013 Ehkäisevän työn päivillä, ja tulosten perusteella tapahtumaa toteuttava organisaatio sai jo tehtyä paljon parannuksia vuoden 2014 tapahtumaan.

Tämä opinnäytetyö auttaa meitä saamaan lisää kokemusta ja tietoa kyselytutkimuksen tuottamisesta, sekä sen analysoinnista ja hyödyntämisestä mahdollisissa tulevaisuuden tapahtumissa työelämässä. Käytämme opinnäytetyössä kahta eri tutkimusmenetelmää ja kolmea eri tiedonkeruumenetelmää saadaksemme mahdollisimman kattavaa tutkimusmateriaalia.

Tämä opinnäytetyö toimii apuna tapahtuman järjestäjille tapahtuman muotoilussa elämyksellisemmäksi ja mieleenpainuvammaksi hyödyntäen työn teoria- ja empiiristä osuutta. Kyselylomakkeen kysymyksiä voi hyödyntää selvitettäessä minkä tahansa tapahtuman elämyksellisyyttä. Onnistuneen tapahtuman

tietoperustaa apuna käyttäen tapahtumanjärjestäjä voi myös punnita tapahtumansa eri osa-alueita. Työssä erittelemme, mitkä asiat ovat tärkeitä onnistuneen tapahtuman kannalta ja miten tapahtuman eri osien avulla päästään tapahtumalle asetettuihin tavoitteisiin. Tässä tapahtumassa tavoitteena oli ehkäisevän päihdetyön, edistävän mielenterveystyön, pelihaittojen sekä perhe- ja lähisuhdeväkivallan ehkäisytyön huomioiminen sisällöllisen teeman, Ehkäisevä työ kuuluu kaikille, kautta.

1.2 Toimeksiantajan ja tapahtuman esittely

Opinnäytetyömme päätoiminen toimeksiantaja on Sosiaalialan osaamiskeskus Verso. Käytämme tässä työssä toimeksiantajasta lyhyempää nimeä Verso. Verson pääasiallisena tehtävänä on kehittää ja välittää sosiaalialan osaamista ja asiantuntemusta sekä perus- ja asiantuntijapalveluita. Sen yhtenä tavoitteena on ylläpitää alueellisten asiantuntijapalveluiden yhteistyötä sekä toteuttaa kehittämis-, kokeilu-, ja tutkimustoimintaa. Verson toimintaa ohjaavat laki ja asetus sosiaalialan osaamiskeskustoiminnasta. (Päijät-Hämeen sosiaali- ja terveysyhtymä 2014.)

Ehkäisevän työn päivät järjestetään verkostoyhteistyönä, eli tapahtuman suunnittelussa ja toteutuksessa on mukana useita eri toimijoita. Tapahtuman järjestämiseen osallistuvat muun muassa Lahden ammattikorkeakoulu, Lahden kaupunki, Päijät-Hämeen koulutuskonserni, Lahden diakoniainstituutti, Koulutuskeskus Salpaus, Ehkäisevä päihdetyö EHYT, Etelä-Suomen aluehallintovirasto, Päijät-Hämeen ehkäisevän mielenterveys- ja päihdetyön verkosto (PETE) sekä Sosiaalialan osaamiskeskus Verso. Tapahtuma toteutetaan monialaisen tiimin voimin, mikä mahdollistaa hyvin laajan ja innovatiivisen ideoinnin tapahtumaa varten. (Ehkäisevän työn päivät 2014.)

Ehkäisevän työn päivät järjestetään 24.–25.9.2014 Lahdessa, Fellmannian tiloissa. Tapahtuma järjestettiin ensimmäisen kerran vuonna 2013 Porissa, joten tänä vuonna kyseessä ovat toiset Ehkäisevän työn päivät. Tapahtumasta halutaan tehdä vuosittain toistuva. (Ehkäisevän työn päivät 2014.)

Ehkäisevän työn päivien asiasisällöllinen teema rakentuu teeman Ehkäisevä työ ympärille. Teemaa lähestytään neljän keskeisen ilmiön, ehkäisevän päihdetyön, edistävän mielenterveystyön, pelihaittojen sekä perhe- ja lähisuhdeväkivallan ehkäisytyön kautta. Tapahtuman koulutuksellinen sisältö keskittyy näihin osa-alueisiin, joiden pohjalta ohjelma perustuu ehkäisevän työn sisältöön, keinoihin ja menetelmiin, rakenteseen ja kohdennettuun viestintään. (Ehkäisevän työn päivät 2014)

Tapahtuma tarjoaa osallistujille mahdollisuuden tutustua aiheisiin elämyksellisissä työpajoissa. Työpajojen lisäksi tapahtumassa on seminaareja ja rinnakkaisseminaareja, joissa vierailevat puhujat käsittelevät tapahtuman teemaan liittyviä aiheita. Tapahtumassa eri alojen ammattilaiset pääsevät kohtaamaan, ja heillä on mahdollisuus jakaa omia kokemuksiaan ja näkemyksiään ehkäisevästä työstä innostavassa ilmapiirissä. Tapahtuman kohderyhmänä ovat sosiaalialan ammattilaiset ja opiskelijat sekä kasvatuksen, opetuksen, kulttuurin että nuoriso- ja liikuntatoimen aloilta. Mukana on myös poliisin, yksityisen sektorin ja seurakuntien edustajia. Luennoitsijoista osa tulee tapahtumaan ainoastaan esiintymään ja osa myös osallistuu tapahtumaan vierailijana. (Ehkäisevän työn päivät 2014)

Vaikka tapahtuman aiheet ovat hieman synkkiä, tapahtumanjärjestäjä haluaa tuoda tapahtuman luonteeseen valoa ja toivoa sisällöllisillä ratkaisuilla. Tapahtuman ulkoisella teemalla, Onnellisella kaupungilla, luodaan positiivista mielikuvaa hyvän olon työvälineiden ja aktiviteettien tukemiseksi. Koska tapahtuma on maksullinen, Ehkäisevän työn päivien järjestäjä haluaa tarjota asiakkailleen laadukkaita seminaareja, joista on hyötyä asiakkaalle myös työelämässä. Seminaaripäivien välisenä iltana asiakkaille järjestetään illallinen musiikin kera.

Ehkäisevän työn päivillä elämyksellisyyttä luodaan tarinan avulla. Ulkoista teemaa, Onnellista kaupunkia, hyödynnetään tapahtumatilan sisustuksessa, tapahtumahenkilökunnan rooleissa ja tapahtuman blogikirjoituksissa.

Tapahtumassa toimii isäntänä Onnellisen kaupungin pormestari, ja Onnellisen kaupungin työntekijöitä parveilee pitkin tilaa erilaisissa rooleissaan muun muassa jakamassa hyvän mielen aforismeja. Myös ruokailun aikana soitetulla musiikilla

tuodaan torimaista ilmapiiriä tapahtuma-alueen ruokalaan. (Ehkäisevän työn päivät 2014)

Tapahtumassa on erilaisia toiminnallisia elementtejä, jotka lisäävät tapahtuman mielenkiintoisuutta ja vahvistavat sen ulkoista teemaa ja positiivista tunnelmaa. Tällaisia ovat esimerkiksi Onnellisuuspuu (liite 3, kuva 2), aistihuone (liite 3, kuva 1), rooliasuhuone ja STOP-peli. Yhteisöllisyyttä luodaan myös Fellmannian aulassa olevan pinssiseinän (liite 3, kuva 5) avulla. Jokainen vieras valitsee itselleen sopivan pinssin, joka kuvastaa hänen rooliaan ehkäisevässä työssä.

Edellisen vuoden Ehkäisevän työn päivien asiakastyytyväisyyskyselyn tulokset osoittavat ongelmakohdiksi tapahtumaan ilmoittamisen ja siihen liittyvät käytönnön järjestelyt. Jonotusjärjestelyt olivat edellisessä tapahtumassa sekavat, ja vierailloilla oli ongelmia hahmottaa mihin he jonottavat. Edellisvuoden vastauksien perusteella kehityskohteita ovat myös nimilaput ja lista osallistujista verkostoitumisen helpottamiseksi. Lisäksi vieraat toivoivat luentomateriaaleja etukäteen aikataulujen seuraamisen ja muistiinpanojen tekemisen helpottamiseksi. Taukojen lisääminen luentojen väliin ja mahdollinen kahvitarjoilu olivat myös vierailijoiden toiveina. Kyselyn tuloksista oli havaittavissa, että tapahtuman tavoitteina olivat verkostoituminen, uuden oivaltaminen ja oppiminen. Nämä seikat oli huomioitu tämän vuoden tapahtumassa ja niitä oli parannettu. (Ehkäisevän työn päivät 2013)

1.3 Tutkimusongelma

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, miten Ehkäisevän työn päiviä voidaan parantaa seuraavaa vuotta ajatellen. Tutkimuksen avulla selvitetään, mihin asiakkaat olivat tyytyväisiä tapahtumassa ja mitkä asiat eivät toimineet heidän näkökulmastaan. Toisena tavoitteena työllä on selvittää, mitkä ovat onnistuneen tapahtuman elementtejä ja kuinka ne toteutuvat tässä tapahtumassa. Työn kolmantena tavoitteena on tutkia, miten tapahtuman elämyksellisyys vaikuttaa tapahtumasta syntyvään kokemukseen kokonaisuudessaan. Onnistunut tapahtuma saa asiakkaat tulemaan tapahtumaan uudestaan ja tapahtumasta

saadaan muodostettua vuosittain toistuva perinne, mikä on yksi tapahtumanjärjestäjän tavoitteista.

Tutkimuskysymyksemme ovat seuraavat:

- Mihin asiakkaat olivat tyytyväisiä tapahtumassa, ja mihin eivät?
- Miten onnistuneen tapahtuman elementit toteutuivat tapahtumassa?
- Oliko tämä tapahtuma elämyksellinen?

1.4 Työn rajaukset ja rakenne

Työssä haluamme tutkia, miten onnistunut ja elämyksellinen tapahtuma luodaan. Lähestymme aihetta tapahtuman järjestäjän sekä asiakkaan näkökulmasta. Havainnoinnissamme kiinnitämme erityistä huomiota tapahtuman puitteisiin, jotka luovat raamit onnistuneelle tapahtumalle. Työssä emme analysoi tapahtuman seminaarien, eli asiasisällön onnistumista. Analyysissä emme myöskään ota huomioon mahdollisia kommentteja majoituksesta ja kuljetuksesta, mitkä eivät liity itse tapahtumaan.

Tämä opinnäytetyö rakentuu tapahtumaan tuotetun asiakastyytyväisyys-tutkimuksen ympärille. Ensimmäisenä työssä avaamme teoreettista viitekehystä, jota käytämme kyselytutkimuksen kysymysten laatimisen perusteena ja opinnäytetyön aihealueen käsitteiden avaamisessa. Sen jälkeen esittelemme toteutetun tutkimuksen ja siihen käytetyt tutkimusmenetelmät.

Tutkimuksen esittelyn jälkeen kerromme saamistamme tutkimustuloksista. Esittelemme tulokset kolmessa eri kategoriassa: havainnoiden saadut tulokset, kvalitatiivisin menetelmin kerätyt tulokset sekä kvantitatiivisin menetelmin kerätyt tulokset.

Opinnäytetyön lopussa kerromme tämän tutkimuksen validiteetistä ja reliabiliteetistä. Lopussa pohdimme myös opinnäytetyön onnistuneisuutta sekä opinnäytetyöprosessia. Opinnäytetyö sisältää liitteenä tutkimusta varten tehdyn kyselylomakkeen, avoimien kysymysten vastaukset, kuvia Ehkäisevän työn tapahtumasta sekä tapahtuman aikataulun.

Johtopäätösten jälkeen analysoimme asiakastytyväisyyskyselyn, haastatteluiden ja havainnoin tuloksia. Jaamme tutkimustulosten analysoinnin kahteen pääteemaan: tapahtuman onnistumiseen (Moona Havo) sekä elämyksellisyyteen tapahtumassa (Johanna Kinnunen).

2 ONNISTUNUT TAPAHTUMA

Onnistunut tapahtuma on asiakkaalle miellyttävä ja elämyksellinen kokemus. Sisällön lisäksi tapahtuman puitteilla on suuri merkitys onnistuneen kokonaisuuden kannalta. Tässä kappaleessa esittelemme onnistuneen tapahtuman ja tapahtumaprosessin teoriaa, palautteen keräämisen merkityksen sekä näkökulmia tapahtuman markkinoinnista, verkostoitumisesta ja asiakastyytyväisyydestä.

2.1 Mikä on tapahtuma?

”... *events are about experiences, meaning, content and meetings.*” (Mikaela & Helena reklambyrå 2011, 5). Niin tapahtuman järjestäjät kuin tapahtuman kävijätkin ymmärtävät, että tapahtumilla on tänä päivänä syvempikin merkitys, kuin tapaaminen tai juhla. Hyvällä tapahtumalla on selkeä tarkoitus ja sisältö. Siellä asiakkailla on mahdollisuus olla vuorovaikutuksessa muiden osallistujien ja henkilökunnan kanssa, ja he voivat kokea tapahtuman elämyksenä.

Tapahtuma voidaan määritellä tilaisuudeksi, jolla pyritään aina täyttämään jokin tietty tarve. Se on mahdollisuus sosiaaliselle tai kulttuuriselle elämykselle tavanomaisen arjen ulkopuolella. Tapahtuma on aina tuotanto, jolla pyritään saavuttamaan jotakin. Tapahtuman luonne vaikuttaa tapahtumaympäristöön ja kävijän osallistumiseen. Tapahtumat voidaan jaotella kolmeen kategoriaan: aistimus-, hyöty- ja joukkoonkuulumistapahtumiin. (Berridge 2007, 5; Catani 2008, 48-49.)

Aistimustapahtumassa ympäristö on suuressa roolissa. Näissä tapahtumissa viihteellisyys ja ohjelmallisuus on tärkeää. Kävijä osallistuu tapahtumaan passiivisesti, havainnoiden tapahtumaa. Tällaisia tapahtumia ovat gaalat, show't ja esitykset. Hyötytapahtumassa kävijä saa osallistumisesta jotakin hyötyä itselleen. Hyöty voi olla verkostoitumista, ammatillisen osaamisen kehittämistä tai henkilökohtaista kehittymistä. Hyötytapahtumia ovat vip-tilaisuudet, seminaarit ja koulutukset. Joukkoontumistapahtumassa kävijä osallistuu tapahtumaan aktiivisesti ja on vuorovaikutuksessa muiden kävijöiden kanssa.

Tapahtumaympäristö ei ole tässä tärkeässä osassa, vaan suurin merkitys on

sosiaalisilla vuorovaikutuksilla. Tällaisia tapahtumia ovat perhejuhlat ja erilaiset vapaa-ajan tilaisuudet. (Catani 2008, 48-49.)

2.2 Elementit onnistuneeseen tapahtumaan

Tapahtuman järjestämisprosessin kokonaisvaltainen hallinta vaikuttaa tapahtuman lopulliseen onnistuneisuuteen ja siihen, onko tapahtumalla saavutettu haluttu lopputulos. Tapahtumanjärjestäjän on tärkeä miettiä, mihin kyseisellä tapahtumalla pyritään ja mitä sillä halutaan saavuttaa. Tapahtumalle on asetettava selkeät tavoitteet, missio ja visio, jotka toimivat tapahtumaprosessin lopussa mittareina sille, onnistuiko tapahtuma odotusten mukaisesti. (Reber 2008.)

Tavoitteiden asettamisen lisäksi yksi tärkeimmistä onnistuneen tapahtuman elementeistä on oikeiden henkilöiden valitseminen vastuutehtäviin. Vastuun jakaminen on tehtävä siten, että koko järjestäjäorganisaatiolle on selvää, kuka on vastuussa mistäkin osa-alueesta. Myös tapahtuman mahdollisista kuluista vastaavat tahot on selvitettävä ja sovittava hyvissä ajoin tapahtuman järjestelyprosessissa. (Gooch 2013.)

Jos kyseessä on isomman luokan yleisötapahtuma johon osallistuu suuri määrä ihmisiä, tapahtumanjärjestäjän on selvitettävä mahdollisimman ajoissa tarvittavat luvat ja ohjeistukset kunnalta, poliisilta ja muilta viranomaisilta. Myös tarvittava järjestyksenvalvonta ja muut tapahtumapaikan hallintaan liittyvät asiat on sovittava yhteistyökumppanien ja viranomaisten kanssa hyvissä ajoin.

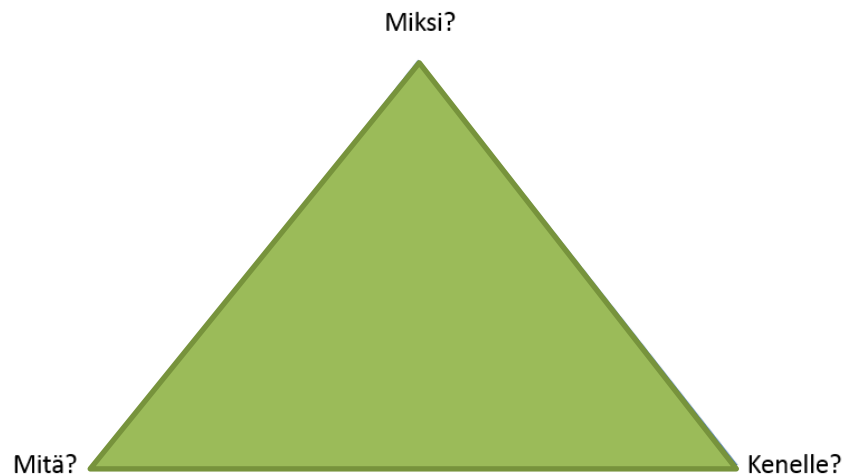
Tapahtumaan tarvitaan lisäksi turvallisuussuunnitelma, jonka suunnittelu on aloitettava ajoissa. Turvallisuussuunnitelma tulee pitää ajan tasalla mahdollisten muutoksien ilmetessä. (Gooch 2013.)

Tapahtumanjärjestäjän on kyettävä olemaan joustava. Vaikka tapahtumaprosessi olisi hyvin suunniteltu, muutoksia voi aina tulla, joskus yllättäenkin.

Tapahtumajärjestäjän on pystyttävä reagoimaan monenlaisiin muutoksiin tapahtuman järjestelyprosessin ja tapahtuman aikana. Tämä on yksi syy, miksi vastuuhenkilöiden nimeäminen organisoinnin alkuvaiheessa on tärkeää; kun jollakin tapahtuman osa-alueella tulee muutoksia, tarvittavat vastuuhenkilöt osaavat ottaa asian heti hoitaakseen. (Gooch 2013.)

2.2.1 Strateginen kolmio

Tapahtuman suunnittelussa voidaan käyttää apuna Vallon ja Häyrisen (2014, 103) määrittelemää strategista kolmiota, joka sisältää kolme keskeisintä kysymystä tapahtuman järjestämisessä: miksi, kenelle ja mitä? (kuvio 1.) Tapahtuman järjestäjän on mietittävä tapahtuman tavoitetta, kohderyhmää ja tapahtuman sisältöä. Vastaukset näihin kolmeen kysymykseen muodostavat tapahtuman idean, jonka ympärille tapahtuma rakentuu.



KUVIO 1. Strategisen kolmion osat.

Selkeän idean määrittämisen jälkeen tapahtuman järjestäjän on mietittävä sopivaa tapahtumapaikkaa. Hyvin valittu tapahtumapaikka on tärkeä osa tapahtuman onnistumisesta. Paikan on palveltava sekä kävijöiden tarpeita että tapahtuman ideaa ja tavoitetta. (Reber 2008.)

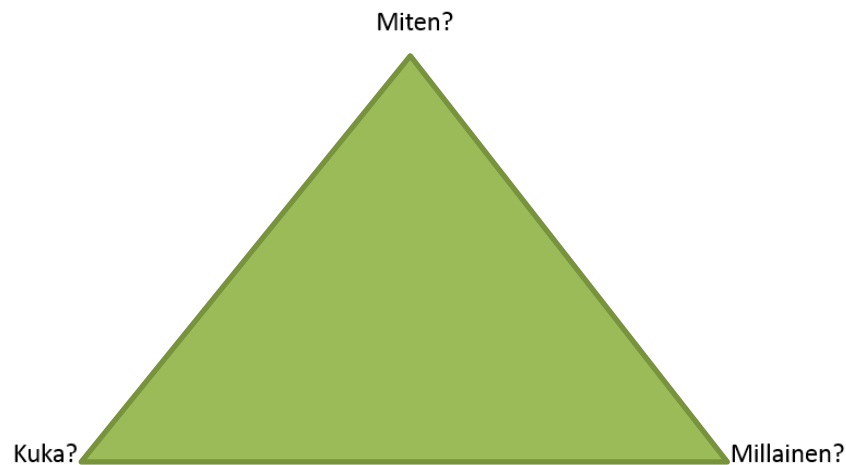
Lisäksi tapahtuman sisältöä suunnitellessa järjestäjän on pohdittava millainen tapahtuman asiakas on profiililtaan. Profiilia määriteltäessä on huomioitava seuraavat asiat; sukupuoli, ikä, kiinnostuksen kohteet, tuleeko asiakas tapahtumaan yksin vai avecin kanssa ja kustantaako asiakas itse osallistumisensa. Näiden tietojen avulla tapahtumanjärjestäjä voi suunnitella tapahtuman ohjelmaa. (Vallo & Häyrisen 2008, 113.)

Onnistuneessa tapahtumassa on oltava käsikirjoitus tapahtuman sisällöstä. Tapahtumaprosessi on suunniteltava siten, että haluttu tavoite saavutetaan.

Tapahtumanjärjestäjän on suunniteltava millä tavalla kävijöitä ohjataan ja opastetaan tapahtuman aikana, jotta asiakastyytyväisyys säilyy korkeana ja tapahtuma on sujuva. (Reber 2008; Vallo & Häyrinen 2014, 106.)

2.2.2 Operatiivinen kolmio

Tapahtuman varsinaisessa toteuttamisessa apuna voi käyttää Vallon ja Häyrisen (2014, 106–107) toista kolmiomallia: operatiivista kolmiota (kuvio 2.). Tämä malli toimii apuna mietittäessä, miten tapahtuma järjestetään, millainen tapahtuman sisältö on ja kuka toimii isäntänä.



KUVIO 2. Operatiivisen kolmion osat.

Tapahtumanjärjestäjän on suunniteltava miten tapahtuman teema saadaan näkyville koko tapahtuman ajan. Lisäksi sisältöä suunniteltaessa, ja esimerkiksi esiintyjä tai ulkopuolisia juontajia valitessa, on huomioitava tapahtuman tavoite ja idea. Tapahtumalla on oltava selkeät vastuuhenkilöt eli isännät, jotka ottavat vastuun tapahtuman onnistumisesta. (Vallo & Häyrinen 2014, 106–107.)

Onnistuneessa tapahtumassa kaikkien osa-alueiden tavoitteesta vastuuhenkilöihin on oltava tasapainossa. Jokaisen tapahtuman osan on toimittava moitteettomasti, sillä usein tapahtuman kävijät huomaavat pienetkin ongelmat tapahtuman toimivuudessa, mikä puolestaan lisää tyytymättömyyttä tapahtumaan. Kun tapahtuma on perusteellisesti suunniteltu, lähtökohdat onnistuneeseen tapahtumaan ovat hyvät. (Vallo & Häyrinen 2014, 108.)

2.2.3 Tapahtumaprosessi

Onnistuneessa tapahtumassa tarvitaan aikaa suunnitteluun, toteuttamiseen ja jälkimarkkinointiin. Tapahtumaprosessin on hyvä kestää vähintään kaksi kuukautta suunnitelun alkamisesta jälkimarkkinointiin. Tällöin saadaan todennäköisemmin tapahtumaan halutut elementit tapahtumapaikasta sen esiintyjiin. (Vallo & Häyrinen 2008, 147.)

Tapahtumaprosessissa suurin osa ajasta menee suunnitteluun, ja siihen on hyvä varata tarpeeksi toimintaresursseja. On myös syytä pohtia, mihin aikaan tapahtuma järjestetään; onko esimerkiksi syksy paras aika tapahtumalle, vai onko se yleisin tapahtuma-aika kohderyhmän alalla? Suunnitteluvaiheessa projekti käynnistetään, punnitaan eri vaihtoehtoja ja tehdään päätöksiä. Lisäksi varmistetaan tilavaraukset ja muut tilaukset, sekä tehdään käytännön organisoinnit. Tapahtuman järjestäjän täytyy harkita tapahtuman eri osat tarkkaan. Jo oikein valitulla tapahtumatilalla saadaan luotua toivottu vaikutus asiakkaisiin. Itse tapahtuma on koko tapahtumaprosessin osista lyhytkestoisin. (Vallo & Häyrinen 2008, 147; Mikaela & Helena reklambyrå 2011, 8.)

Tapahtuman jälkeen suoritetaan jälkimarkkinointi. Jälkimarkkinointivaiheeseen kuuluvat palautteen kerääminen sekä organisaatiosta että osallistujilta. Jälkimarkkinointiin voi kuulua myös giveaway- lahjan tai kiitoskortin toimittaminen. (Vallo & Häyrinen 2008, 168.)

2.2.4 Tapahtuman onnistuneisuuden mittarit

Tapahtuman onnistuneisuutta voidaan arvioida palautteen kautta; antoivatko asiakkaat positiivista, negatiivista vai neutraalia palautetta. Neutraali palaute ei aina välttämättä tarkoita, että tapahtuma koettiin keskivertaisen hyvänä; pahimmassa tapauksessa tapahtuma ei jättänyt asiakkaalle minkäänlaista mielipidettä. Tämä kieli tapahtuman agendan heikosta suunnittelusta, mitä pyritään välttämään Vallon ja Häyryrisen kolmiomallien avulla. (Vallo & Häyrinen 2008, 103–108.) Nämä kolmiomallit kattavat kaikki tärkeät kysymykset, jotka tapahtumassa tavanomaisesti tulee ottaa huomioon suunnittelu- ja toteutusvaiheessa. Jos tapahtuma on pystynyt vastaamaan kaikkiin malleissa

esitelyihin kuuteen kysymykseen siten, että tapahtuma on tuottava ja kannattava, voidaan tapahtuman katsoa onnistuneen. Jos taas johonkin kysymykseen ei ole kyetty vastaamaan, on sillä tapahtuman osa-alueella tehtävä parannuksia kokonaisvaltaisen onnistumisen tukemiseksi.

2.3 Palautteen kerääminen ja sen analysointi

Palautteen kerääminen tapahtuman jälkeen yksi keino tapahtuman järjestäjälle saada tietoa asiakkaiden mielipiteistä. ”*On tärkeää saada tietää, miten osallistujat kokivat tapahtuman, pääsimmäkö tavoitteeseen, mitä olisimme voineet tehdä toisin ja mikä oli osallistujien mielestä kaikkein parasta.*” (Vallo & Häyrinen 2008, 171.)

Tapahtumanjärjestäjän on verrattava saamaansa palautetta tapahtuman tavoitteisiin, jotka on suunnitteluvaiheessa asetettu. Näin saadaan selville, onko operatiivisiin ja strategisiin kysymyksiin vastattu tavoitteen mukaisesti ja ovatko ne toimineet tasapainossa. Palautteen kerääminen ja analysointi kasvattavat organisaation hiljaista tietoa ja osaamista. Samalla nähdään, mitkä tapahtuman osat ovat toimineet ja mitkä asiat voidaan tulevaisuudessa korjata tai jättää kokonaan pois. (Vallo & Häyrinen 2008, 171.)

Palautteen keräämiseen on monia keinoja. Palautteen voi kerätä lomakkeen muodossa paikan päällä tai sähköisesti tapahtuman jälkeen, postitse tai faksilla. Palautetta on myös mahdollista kerätä tapahtuman aikana haastattelemalla osallistujia. Haastattelut ovat hyvä suoran palautteen mittari, jossa asiakas on suorassa kontaktissa yrityksen tai sen edustajan kanssa (Rope & Pöllänen 1998, 78). Suorassa asiakaskontaktissa asiakas voi antaa palvelusta kiitosta, mielipiteitä ja kritiikkiä. Haastattelun voi toteuttaa myös tapahtuman jälkeen puhelimitse. (Vallo & Häyrinen 2008, 173.)

2.4 Tapahtuman markkinointi

Tapahtuman markkinoinnilla ei tarkoiteta ainoastaan tapahtumaan liittyvää mainontaa. Jotta markkinointi olisi täysipainoista ja onnistunutta, on

markkinoinnin oltava läsnä ennen tapahtumaa, sen aikana ja sen jälkeen. Tapahtumaan osallistuva toivoo usein kokevansa tapahtuman elämyksenä, joka on kiinnostava ja mieleenpainuva. Tätä varten on olemassa käsite ”3E’s of marketing”, joka pitää sisällään seuraavat asiat: enterntainment (viihde), excitement (innostus) ja enterprise (yritteliäisyys). Näillä käsitteillä tarkoitetaan, että kävijä haluaa tapahtuman olevan viihdyttävä ja innostava. Lisäksi kävijä haluaa nähdä tapahtumanjärjestäjän olevan innovatiivinen. (Bladen, Kennell, Abson & Wilde 2012, 163.)

Tapahtumaa ennen järjestäjän on laadittava markkinointisuunnitelma. Suunnitelman tarkoituksena on selvittää tapahtuman ja sen järjestäjien tämänhetkinen tilanne, ja määrittää halutut tavoitteet markkinoinnin suhteen. Tyypillisiä markkinoinnin tavoitteita ovat asiakastyytyvyyden kasvattaminen tai myynnin kasvu. Kun tavoitteet on määritelty, luodaan siihen sopiva toimintaprosessi ja markkinointistrategia. Suuremmissa tapahtumissa voi olla oma markkinointitiimi, joka ottaa koko markkinoinnin kentän hoitaakseen. On kuitenkin huomioitava, että koko organisaation on oltava tietoinen siitä, minkälaisia toimenpiteitä tapahtuman markkinoinnissa tehdään, jotta kokonaiskuva tapahtumasta säilyy kaikilla osapuolilla. (Bladen ym. 2012, 164–166.)

2.5 Verkostoituminen tapahtumassa

Verkostoitumisella tapahtumassa ei aina tarkoiteta ainoastaan uusien asiakassuhteiden luomista, vaan että ihmisille annetaan mahdollisuus tutustua toisiinsa ja luoda uusia hyödyllisiä kontakteja. (Bluestone 2013.)

Verkostoituminen on tärkeä osa ammatillisia tapahtumia ja seminaareja. Onnistunut verkostoitumistapahtuma on yhtä aikaa viihdyttävä ja hyödyllinen. Tapahtumanjärjestäjän on huolehdittava tietyistä asioista, jotta verkostoituminen tapahtumassa olisi helppoa ja miellyttävää. Jos tapahtuman pääasiallisena tavoitteena on saada ihmiset verkostoitumaan, ei tapahtumaa kannata täyttää liiallisella ohjelmalla, kuten useilla seminaareilla tai esityksillä. Tämä vie kävijöiden huomion pois verkostoitumisesta ja jättää sille liian vähän aikaa.

Tapahtuman ohjelman on siis oltava tasapainossa sen ajan kanssa, mitä asiakkailta on käytettävissä verkostoitumiseen. (Misner 2013.)

Tapahtumanjärjestäjän on pystyttävä luomaan innostava ympäristö, joka antaa kävijöille mahdollisuuden osallistua ja tuoda omia mielipiteitään ja kokemuksiaan julki. Verkostoituminen on sitä onnistuneempaa, mitä enemmän kävijät pääsevät osallistumaan tapahtumaan, eikä heidän tarvitse olla ainoastaan kuuntelijan roolissa. (Bluestone 2013.)

Tapahtumaan osallistuvia on kannustettava verkostoitumiseen. Tämä on hyvä aloittaa jo markkinointivaiheessa ennen tapahtumaa, mutta verkostoitumisen on oltava esillä myös tapahtuman aikana (Misner 2013). Nykyisin tehokas tapa herättää kiinnostus verkostoitumiseen ja aktiivisuuteen on sosiaalinen media, jonka kautta kävijät voivat aloittaa verkostoitumisen jo ennen varsinaista tapahtumaa. Perussääntönä on, että tapahtumanjärjestäjän tulee aloittaa kiinnostuksen herättäminen ainakin viidestä kuuteen viikkoa ennen tapahtumaa. Tämän voi tehdä useaa kanavaa hyväksi käyttäen, kuten sosiaalista mediaa, sähköpostia ja uutiskirjeitä. Useita kanavia käytettäessä varmistetaan mahdollisimman suuren ihmismäärän tavoittaminen ja aktivointi. (Bluestone 2013.)

Verkostoitumista tavoitteleviin tapahtumiin kutsutaan usein joko saman alan ihmisiä, tai ihmisiä, joilla ylipäätään on samoja kiinnostuksen kohteita. Myös eri alojen ihmiset, jotka ovat kaikki kiinnostuneita liiketoiminnan kasvattamisesta, voivat olla hyviä kontakteja toisilleen. (Bluestone 2013.)

2.6 Asiakastyytyväisyys

Asiakastyytyväisyys syntyy kontaktipinnasta, minkä asiakas kokee yrityksen tai palvelutilanteen aikana. Kontaktipintoja ovat henkilöstö-, tuote-, tutkimusjärjestelmä- ja miljöökontaktit. Tutkimusjärjestelmäkontakteilla tarkoitetaan tietojärjestelmiä, kuten ilmoittautumisprosesseja. Kontakteista syntyy kokemuksia, jotka koetaan sen perusteella, millaiset odotukset asiakkaalla on palvelutilanteesta tai yrityksestä. Tilanteen jälkeen asiakkaan odotukset joko täyttyvät tai poikkeavat negatiivisesti tai positiivisesti odotuksista. Täyttääkseen

asiakkaan odotukset yrityksen tulee tietää asiakkaan taustoja, ja tämän avulla yrittäjä voi ennakoida asiakkaan odotuksia (Ylikoski 1999, 149). Ennako-odotuksiin vaikuttavat yrityksen toimiala ja sen kilpailijat, liikeidea, markkinointi, asiakkaan aikaisemmat kokemukset yrityksestä sekä suusta-suuhun –viestintä. (Rope & Pöllänen 1998, 28, 33.)

Asiakkaan kokema palvelun laatu muodostuu odotetun laadun ja koetun laadun yhdistelmästä. Mielikuva odotetusta laadusta saadaan luotua markkinoinnin, yrityksen imagon ja viestinnän avulla. Siihen vaikuttavat myös asiakkaan omat tarpeet palvelusta. Nämä luovat pohjan kokonaislaadun kokemiselle, johon vaikuttavat tekninen (mitä) ja toiminnallinen (miten) laatu. Kokonaislaadun kokemiseen vaikuttavat myös asiakkaan tunteet ja mielentila palvelun aikana. (Pesonen, Lehtonen & Toskala 2002, 44, 50)

Vuorovaikutuksen laatu on suuressa roolissa asiakastyytyväisyyden syntymisessä. Asiakkaalle on tärkeää, miten vuorovaikutus toimii palvelun tarjoajan kanssa ja se muodostaa palvelusta syntyvää kokonaiskuvaa. Palvelun laatuun vaikuttavat henkilöt, jotka tuottavat palvelun. Näitä ovat asiakaspalvelijoiden lisäksi kaikki palveluketjun työntekijät, kuten tapahtumassa keittiötyöntekijät, aulahenkilökunta ja tekniikkatuottajat. Myös ilmoittautumisjärjestelmät ovat osa vuorovaikutusta, vaikka ilmoittautumisen yhteydessä ei varsinaisesti olla kontaktissa henkilöiden kanssa. (Pesonen ym. 2002, 44.)

Asiakkaan tyytyväisyys palveluun on sidonnainen nykyhetkeen, eli tehdyt asiakastyytyväisyyskyselyt kuvaavat vain sen hetkisen tilanteen asiakastyytyväisyydestä (Rope & Pöllänen 1998, 59). Tämän takia yrityksen tai organisaation tulee tehdä palveluistaan tai tapahtumistaan systemaattisesti tyytyväisyystutkimuksia. Tyytyväisyysseurannan avulla yritys tai organisaatio voi kehittää toimintaansa tutkimusten perusteella. Yrityksen tai organisaation kiinnostus asiakkaan mielipiteistä lisää kuitenkin myös asiakkaan odotuksia palvelusta, sillä asiakkaan mielipidettä on kysytty toiminnan parantamiseksi. Jos yritys tai organisaatio ei tämän jälkeen kehitä toimintaansa, asiakkaan luottamus yritykseen heikkenee. Asiakastyytyväisyyden seuranta tulee olla jatkuvaa, ja sen tuloksia on hyödynnettävä toiminnassa. (Ylikoski 1999, 149-150.)

3 TAPAHTUMAN ELÄMYKSELLISYYS

Toinen tutkimuskysymyksistämme käsittelee tapahtuman elämyksellisyyttä. Tässä kappaleessa kerromme yleisesti elämyksellisyydestä, sekä esittelemme elämyksen neljä ulottuvuutta ja elämyskolmion. Erityisesti elämyskolmio toimii suurena analysointivälineenä tutkimuksessamme.

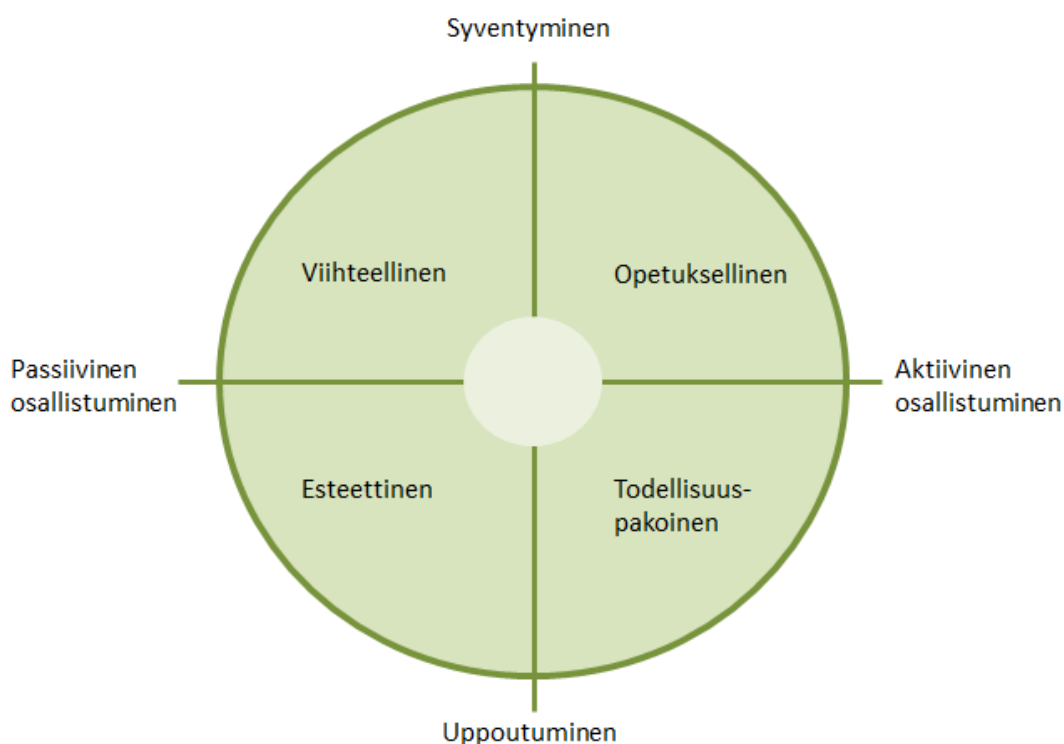
3.1 Elämyksellisyys

Elämyksiä on myyty jo ennen kuin varsinainen elämysteollisuus on syntynyt. Elämyksiä ovat myyneet museot, elokuvateatterit, eläintarhat, huvipuistot ja konsertit. Nämä kaikki ovat täyttäneet elämysteollisuuden tärkeimmän tunnusmerkin: Asiakas maksaa siitä, että hän pääsee kokemaan ikimuistoisia ja arjesta poikkeavia hetkiä. (Frank 2012, 282.)

Tapahtumaa suunniteltaessa on tapahtuman järjestäjän mietittävä omaa tapahtumaansa hieman pidemmälle, millä keinoin saada siitä mielenkiintoisempi ja asiakkaita koskettavampi. Elämyksellisellä palvelutuotteella tuodaan asiakkaalle lisäarvoa ja näin houkuttelevampi vaihtoehto. Elämyksellistä palvelutuotetta rakennettaessa on tapahtuman järjestäjän pohdittava, miten elämyksellinen tapahtuma eroaa tavallisesta tapahtumasta. Elämyksellisyyteen liittyy Tarssasen ja Kyläsen luoman elämyskolmiomallin (Kylänen 2005, 8) mukaan draamallisuus ja teemoitus. Tapahtuman työntekijät eivät ole pelkästään henkilökuntaa, vaan he ovat osa tapahtuman tarinaa olemalla sen roolihenkilöitä. Elämyksellistä palvelutuotetta luodessa tapahtuman järjestäjän tulee ajatella luovasti. Normaalisti tapahtumapaikka, sen luonne ja esitystapa ovat aina samanlaisia, mutta elämyksellisyyttä tavoiteltaessa voidaan keksiä uusia, innovatiivisempia ja luovempia ratkaisua perinteisiin tapoihin (Mikaela & Helena reklambyrå 2011, 14).

3.1.1 Elämyksen neljä ulottuvuutta sekä elämyskolmio

Pinen ja Gilmoren elämismallin (Pine & Gilmore, 102) mukaan elämys voidaan kokea neljällä eri tavalla: viihteellisenä, esteettisenä, opetuksellisena tai todellisuuspakoisena (kuvio 3). Elämyksen kokemiseen vaikuttaa se, miten elämyksen tuottaja tuo elämyksen asiakkaalle. Kun elämys koetaan viihteellisenä, asiakas on elämyksessä passiivinen osapuoli, kuten elokuvaelämyksessä. Opettavainen elämys toteutetaan siten, että asiakas osallistetaan elämykseen, kuten puumajan rakentaminen, jääveistoksen veistäminen tai seinäkiipeily työpaikan virkistystilaisuudessa. Kun haetaan todellisuuspakoista elämystä, tulee asiakasta osallistaa ohjelmaan vahvasti ja samalla saada tämä uppoutumaan elämykseen täysin. Asiakasta passiivisesti osallistavassa versiossa, esteettisessä elämyksessä, asiakas vain aistii ympäristöään. Kokonaisvaltaisessa elämystuotteessa otetaan kaikki nämä osa-alueet huomioon.

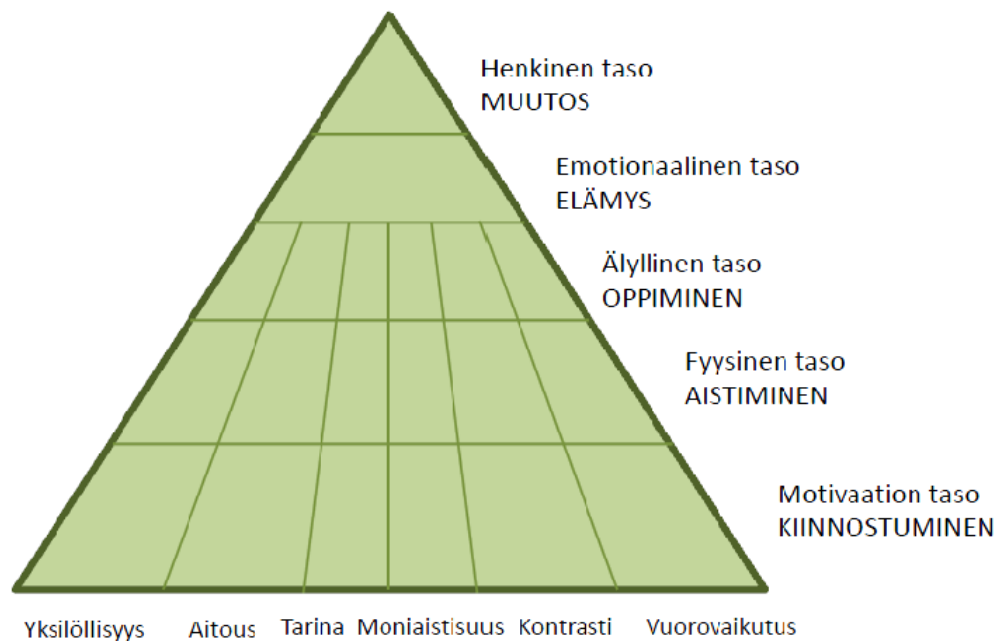


KUVIO 3. Elämyksen neljä ulottuvuutta (Pine & Gilmore 1998)

Elämyksellisyyden neljän ulottuvuuden lisäksi tapahtumanjärjestäjä voi käyttää hyödykseen Tarssasen ja Kyläsen (2005, 8) kehittämää elämyskolmiomallia. Arkikielessä elämys ja kokemus kulkevat usein käsi kädessä eikä niiden välille

tehdä eroa. Asiakas voi saada tapahtumasta kokemuksia ilman että kokee elämyksen. Elämys on kokemuksesta kehittyneempi muoto. Ei ole palvelun tuottajan käsissä, kokeeko asiakas elämyksen. Palvelun tuottaja voi elämyskolmiomallia hyödyntäen edesauttaa elämyksen kokemista tuomalla asiakkaalle sitä tukevia elementtejä (Tarssanen & Kylänen 2005).

Elämyskolmiomallissa on otettu huomioon asiakkaan kokemisen eri tasot, joita ovat motivaation, fyysisen, älyllisen, elämyksellisen ja henkisen kokemuksen tasot. Elämyksen toteutumiseen tarvitaan kolmion mallin mukaan viiden kokemuksen tason lisäksi kuusi osa-alueetta, joiden avulla kokemisen tasot toteutetaan. Nämä tuotteen, eli elämyksen, eri elementit ovat yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus (kuvio 4). Elämyskolmiomalli kuvaa palvelutuotetta, jossa kaikki elämyksen osa-alueet ovat edustettuina.



KUVIO 4. Elämyskolmio (Tarssanen & Kylänen 2005)

3.1.2 Elämyskolmion elämyksen elementit ja kokemustasot

Tarina tuo palvelutuotteeseen mukaansatempaavan lisän: koko tuotteen on rakennuttava sen ympärille, jotta asiakas pystyy eläytymään palvelutuotteeseen. Tavalliseenkin tuotteeseen saadaan lisäarvoa tarinallistamalla se. Ehkäisevän työn

tapahtumassa järjestäjä sai seminaariin tarinallisuutta rakentamalla sen Onnellisen kaupungin teeman ympärille. Järjestäjä toi tapahtumaan tarinallisuutta rekvisiitan, aktiviteettiteemojen ja roolihahmojen avulla. Teemoitetussa tapahtumassa asiakas on vastaanottavaisempi elämykselle kuin tavallisessa tapahtumassa. Teemoitettu seminaaritapahtuma jättää selkeämmät ja elävämmät muistijäljet tapahtumasta. Tarinallisen palvelutuotteen rakentamisessa on tärkeää yhdistää tuotteen eri elementit, kuten seminaarit, tauot ja ruokailut, tarinan ympärille, jotta jokainen tapahtuman osa on kietoutunut osaksi tarinaa. (Kylänen 2005, 13.)

Moniaistisuudella pyritään aktivoimaan asiakkaan aisteja. Aistiärsykykeitä kannattaa harkita tarkkaan, eikä niitä saa olla liikaa, jottei kokonaisvaikutelma kärsi. Palvelutuote voi sisältää ruokaa ja juomaa teeman ympärillä, sekä asiakkaita osallistavaa tekemistä ja musiikkia, joilla tuetaan tarinaa. (Kylänen 2005, 14.)

Vuorovaikutus on vahva osa elämyskokemusta. Siihen liittyy myös läheisesti yhteisöllisyyden tunne. Elämysuotteen tarjoajan on tämän saavuttamiseksi vähintäänkin esiteltävä palvelutuotteeseen osallistujat toisilleen, jolloin asiakkaiden on helpompi omaksua me-henki. Asiakas tuntee olevansa osa ryhmää ja pystyy jakamaan kokemuksiaan ryhmän kanssa. (Kylänen 2005, 14–15.)

Muita elämyksen elementtejä ovat aitous, kontrasti ja yksilöllisyys. Yksilöllisyydellä pyritään siihen, että palvelutuotetta ei voi kokea missään muualla uudelleen samalla lailla. Tämän saavuttamiseksi tuotteen tarjoaja voi räätälöidä tuotettaan. Elämyksellisen palvelutuotteen ollessa aito asiakas tuntee ”kuin hän olisi siellä”. Tätä tunnetta voidaan tapahtumassa tuoda esille rekvisiitalla. Ehkäisevän työn päivillä Onnellisen kaupungin aitoutta tuotiin esille tienmerkkiviitoituksin, roolihahmoin ja ruokailun markkinateemalla. Kontrastin avulla elämyksellisestä tapahtumasta saadaan luotua arjesta poikkeava kokemus. Tapahtuman tuottajan on huomioitava asiakkaidensa taustat. Jos asiakkaat osallistuvat usein elämyksellisiin tapahtumiin tai tapahtumiin, jotka on rakennettu tarinan ympärille, ei tapahtumaa koeta niin erilaisena ja poikkeavana. Tämän tapahtuman asiakasryhmät olivat mm. sosiaalialan työskentelijöitä, ja heidän työarkeensa ei kuulu monenlaisiin tapahtumiin osallistuminen. (Kylänen 2005, 12–14.)

Toimivassa elämystuotteessa kaikki elämyskolmiossa esitellyt elämystuotteen elementit on täytetty ja ne näkyvät jokaisella kokemuksen tasolla: motivaation, fyysisen, älyllisen, emotionaalisen ja henkisen kokemuksen tasolla. (Kylänen 2005, 15–16.)

Ensimmäisellä kokemuksen tasolla, motivaation tasolla, asiakas kiinnostuu palvelutuotteesta esimerkiksi tuotteen markkinoinnin kautta. Elämystuotteessa jo markkinoinnin tulee täyttää mahdollisimman monta hyvän elämystuotteen elementtiä. Motivaation heräämisen jälkeen pyritään vaikuttamaan asiakkaan fyysiseen tasoon. Onnistuneessa elämystuotteessa varmistetaan asiakkaan fyysisten tarpeiden täytyminen, eli asiakkaalla ei saa olla liian kylmä tai kuuma, nälkä tai jano ja hänen tulee tuntea olonsa turvalliseksi. Poikkeuksia tähän ovat extreme-elämystuotteet. Kun fyysiset tarpeet täytyvät asiakas on otollisempi aistimaan tuotetta kaikilla aisteillaan. (Kylänen 2005, 15–16.)

Älyllisellä tasolla yritetään mahdollistaa asiakkaan uusi oppiminen joko tietoisesti tai tiedostamatta. Aistimalla ympäristöään ja sitä analysoidessaan voi kehittyä henkilökohtaisella tasolla. Hyvä elämystuote aiheuttaa asiakkaassa positiivisen tunnereaktion, jolloin varsinainen elämys koetaan. Emotionaalisella tasolla asiakas kokee jotakin itselleen merkityksellistä. (Kylänen 2005, 16.)

Henkisellä tasolla asiakas parhaimmillaan kokee henkilökohtaisen muutoksen ajatustavassaan tai elämäntyyliinsä ja muuttaa toimintaansa. Asiakkaalle saattaa syntyä uudenlainen kuva itsestään; työhönsä kyllästynyt saattaa innostua uudelleen työstään käytyään elämyksellisellä palkintomatikallaan, ja uskoo näin ollen jälleen omiin kykyihinsä osana työyhteisöä. (Kylänen 2005, 16.)

4 TUTKIMUS

Tässä kappaleessa esittelemme käyttämämme tutkimusmenetelmät. Käytimme kvantitatiivista ja kvalitatiivista tutkimusmenetelmää saadaksemme kattavaa tutkimusmateriaalia. Avaamme tutkimuksemme toteutuksen vaiheet, sekä kerromme yksityiskohtaisesti, miten teimme pääasiallisen tutkimusmateriaalilähteen eli asiakastyytyväisyyskyselylomakkeen. Kerromme myös perustelut lomakkeeseen valitsemillemme kysymyksille.

4.1 Tutkimusmenetelmät

Kvalitatiivisilla tutkimusmenetelmillä kerätään tietoa luonnollisissa ja todellisissa tilanteissa, ja tiedonhaussa suositetaan ihmistä tiedonkeruun välineenä.

Tiedonkeruussa käytetään laadullisia menetelmiä, kuten haastatteluja, havainnointia sekä diskursiivisia analyysejä teksteistä. Tässä työssä käytimme kvalitatiivisten aineistojen keräämiseen haastatteluja ja havainnointia.

Haastattelutavat vaihtelevat haastattelutilanteen ja tutkimustavoitteiden mukaan, minkä vuoksi valitsimme avoimen vastaustavan (Dunderfelt 2004, 43).

Havainnoinnissa käytimme tarkkailevaa havainnointia, eli observaatiota (Vilka 2006, 43; Dunderfelt 2004, 44). Emme osallistuneet tapahtuman toimintaan, vaan havainnoimme tapahtuman kulkua ulkopuolisina tarkkailijoina. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 1997, 165.)

Kvantitatiivisille tutkimusmenetelmille ominaista ovat määrälliset, eli numeeriset tutkimustulokset ja niiden tilastollisesti esitettävä muoto (Hirsijärvi ym. 1997, 137). Kvantitatiiviset tutkimusmenetelmät tukevat erityisesti tilastollista tutkimuksen työstämistä, ja tutkimuksia joissa mitataan tai selvitetään tutkittavaa asiaa tai ilmiötä (Dunderfelt 2004, 48; Järventausta, Moisala & Toivakka 1999, 56). Kun tutkittava asia tai ilmiö ei ole kokeellinen tutkimus, se täytyy muuttaa mitattavaan muotoon esimerkiksi antamalla vastauksille numeeriset asteikot yhdestä viiteen (Järventausta ym. 1999, 56). Käytimme tässä työssä kvantitatiivista tutkimusmenetelmää kerätessämme asiakastyytyväisyyskyselyn tuloksia suurelta joukolta.

Usein tutkimuksissa käytetään vain toista tutkimusmenetelmää, mutta mielestämme kahden tutkimusmenetelmän käyttäminen tässä työssä oli tarpeellista, jotta saisimme tarkempaa tietoa tapahtuman eri elementtien onnistuneisuudesta ja siitä, oliko tapahtuma elämyksellinen. Kvalitatiivisella menetelmällä saimme tapahtuman aikana enemmän tietoa siitä, mitä mielikuvia tapahtuman aiheet ovat nostattaneet asiakkaissa. Näihin kysymyksiin asiakkaiden oli helpompi vastata tapahtuman aikana, kun tunteet ja mielikuvat olivat vielä tuoreena mielessä. Tapahtuman jälkeen keräsimme asiakkaiden kokemuksia tapahtumasta kokonaisuudessaan, mikä taas auttaa toimeksiantajaamme Versoa kokoamaan päätelmät tapahtuman onnistumisesta.

Tapahtuman jälkeen lähetetyssä kyselyssä käytimme kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Tavoitteena oli saada prosentuaalista tietoa esimerkiksi siitä, kuinka monet kävijöistä kokivat oppineensa tapahtuman aikana jotain uutta. Verson kannalta oli myös kiinnostavaa tietää, mitkä asiat vaikuttivat positiiviseen tai negatiiviseen kokemukseen tapahtumasta. Näitä asioita varten kyselylomakkeeseen varattiin vapaata kirjoitustilaa.

Tässä tutkimuksessa käytimme strukturoituja kysymyksiä, eli kysymyksiä joihin on annettu valmiit vastausvaihtoehdot. Tällä kyselymenetelmällä vältetään myös tiettyjä virheitä tutkimustulosten kannalta. Vastaja saattaa esimerkiksi olla kielellisesti heikko ilmaisemaan mielipiteitään, tai hän saattaa kokea kritiikin antamisen hankalaksi. Suljetuilla vastausvaihtoehdoilla kritiikin antaminen on helpompaa ja tutkimuksen tekijä pystyy tarttumaan ongelmakohtiin helpommin. (Heikkilä 2004, 50.)

Strukturoidun kyselyn (liite 1) etuja ovat helppo ja nopea vastattavuus sekä tutkijalle helpompi analysoitavuus. Strukturoidussa kyselyssä on myös haastavia puolia. Vastausvaihtoehto ”en osaa sanoa” saattaa saada turhan paljon osumia, jos vastaajalla ei ole aikaa pohtia kysymyksiä tarkasti. Kysymyksiin voi vastata jopa lukematta itse kysymyksiä. Saatekirjeessä pyrimme herättämään vastaajien mielenkiintoa mainitsemalla, että tutkimustulokset ovat osa kahden opiskelijan opinnäytetyötä. Uskoimme tämän nostavan vastaajien määrää. Kyselyssä käytettiin suljettujen kysymysten lisäksi yhtä dikotomista kysymystä, joka sisältää

vain kaksi vastausvaihtoehtoa. Tämän lisäksi käytimme kahta avointa kysymystä, joissa vastaaja voi vapaasti kirjoittaa vastauksensa. (Heikkilä 2004, 50-51)

4.2 Tutkimuksen toteutus

Aloitimme opinnäytetyön miettimällä ensin teoriapohjaa, jonka avulla pystyimme rakentamaan asiakastyytyväisyyskyselyn kysymykset. Teoriasta oli meille hyötyä myös vastausten analysoinnissa. Samalla mietimme, miten haluamme rajata työmme, jotta tutkimus käsittelee vain tapahtuman onnistuneisuuden ja elämyksellisyyden käsitteitä, ei tapahtumia yleisesti.

Aloitimme tutkimuksen toteutuksen kvalitatiivisella tutkimusmenetelmällä. Ennen kyselylomakkeen kokoamista osallistuimme tapahtumaan havainnoidaksemme ja arvioidaksemme tapahtuman eri elementtien onnistuneisuutta asiakkaan silmin. Kiinnitimme havainnoinnissa huomiota asioihin, jotka ovat merkityksellisiä asiakkaan näkökulmasta. Käytimme havainnoinnissa myös hyväksemme kokemusta ja osaamistamme tapahtumanjärjestämisestä. Toteutimme havainnoinnin kiertelemällä tapahtumapaikalla ja osallistumalla mahdollisuuksien mukaan erilaisiin aktiviteetteihin. Kirjasimme ylös havaintojamme, jotka koskivat tapahtuman ulkoista toteutusta ja sujuvuutta (mm. opastukset, sisustukselliset elementit ja henkilökunta). Kiinnitimme havainnoinnissa huomiota myös teeman näkyvyyteen. Lopullisissa tutkimustuloksissa analysoimme ja avaamme näitä havaintoja, joita teimme tapahtuman aikana.

Tapahtumassa vieraillessamme haastattelimme kävijöitä. Halusimme saada heiltä päällimmäisiä mielipiteitä tapahtuman kulusta tukemaan jälkepäin lähetettävää, kvantitatiivista asiakaskyselyä. Toteutimme haastattelut tapahtuman toisena päivänä, jolloin asiakkailta oli jo kattavampi mielikuva tapahtumasta edellisen ja kyseisen päivän perusteella. Valintaa tuki myös se, että osa asiakkaista osallistui vain toiseen seminaaripäivään. Haastatteluissa meillä ei ollut käytössä strukturoitua haastattelulomaketta, vaan annoimme vastaajille mahdollisuuden kertoa vapaasti mielipiteitään tapahtuman kulusta. Kuljimme tapahtumapaikalla asiakkaiden joukossa, ja pyrimme pysäyttämään yksittäisiä asiakkaita tai pieniä ryhmiä vastaamaan haastatteluun. Toinen meistä avasi keskustelun asiakkaiden

kanssa kysyen heiltä vapaita kommentteja tapahtumasta, ja toisen tehtävänä oli kirjata ylös asiakkaiden vastauksia. Saimme yhteensä 20 vastausta. Koimme vastaajien saamisen hieman hankalaksi, sillä monet lähestymistämme ihmisistä eivät olleet halukkaita vastaamaan haastatteluamme kiireellisyyden vuoksi. Näin ollen emme saaneet kerättyä aivan niin paljon haastatteluvastauksia kuin alunperin suunnittelimme. Analysoimme myös näitä asiakkaiden antamia vastauksia työmme tutkimustuloksissa.

Johanna Kinnunen osallistui tapahtumaan molempina päivinä, ja teki ensimmäisenä tapahtumapäivänä havaintoja tapahtuman kulusta. Toisena tapahtumapäivänä osallistuimme tapahtumaan yhdessä, jolloin toteutimme asiakkaiden haastattelut ja jatkoimme yhteistä havainnointia. Tapahtuman päätteeksi kirjasimme yhdessä havaintomme ja haastatteluvastaukset.

Seuraavaksi toteutimme tutkimuksemme kvantitatiivisen osion, eli tapahtuman kävijöille lähetetyn palautekyselylomakkeen. Hyödyntämällä tietoperustaa saimme ideoita siihen, minkälaisien kysymysten avulla saamme parhaiten tietää tapahtuman onnistuneisuuden tai elämyksellisyyden elementeistä asiakkaan näkökulmasta. Käytimme elämuskolmiota kysymysten laatimisessa. Elämuskolmion avulla suunnittelimme kysymyksiä, joiden avulla saimme tietää, täyttikö tapahtuma elämyksen elementtejä. Esimerkiksi yhdessä kysymyksessä selvitimme, kuinka moni vastaajista koki oppineensa tapahtuman aikana jotain uutta. Uuden oppiminen on yksi elämuskolmion tasoista. Hyödynsimme myös onnistuneen tapahtuman teoriaa kysymystutkimuksen laatimisessa.

Noin viikko tapahtuman jälkeen tapasimme toimeksiantaja Verson yhteyshenkilön. Kokosimme hänen kanssaan kyselylomakkeen. Lomakkeen avulla pyrimme selvittämään asiakkaiden tyytyväisyyttä tapahtumaan kokonaisuudessaan sekä sen eri elementtien, kuten asiakaspalvelun, opastuksen ja seminaarien, sisällön onnistuneisuutta.

4.3 Kyselylomake

Kyselylomake (liite 1) toteutettiin toimeksiantajan kanssa yhteistyössä. Olimme suunnitelleet kysymykset omatoimisesti teoriapohjaan perustuen.

Kyselylomakkeeseen lisättiin myös toimeksiantajan suunnittelemaa kysymyksiä, ja lomaketta muotoitiin toimeksiantajan toiveiden mukaisesti. Kyselylomake on suoran asiakaspalautteen menetelmä. Suoran asiakaspalautteen etu on se, että palautetta on helppo antaa. Tällöin saadaan runsas vastausmäärä. (Rope & Pöllänen 1998, 80)

Asiakastyytyväisyystutkimuksen tavoitteena on selvittää, mitkä asiat vaikuttavat asiakastyytyväisyyteen ja mikä on tämän hetkinen asiakastyytyväisyys.

Asiakastyytyväisyystutkimuksen perusteella palautteeseen reagoidaan, ja tehdään toimenpiteitä toiminnan kehittämiseksi. Toistuvien asiakastyytyväisyystutkimusten avulla voidaan seurata asiakastyytyväisyyden kehittymistä. (Ylikoski 1999, 156.)

Kysymyslomaketta laatiessa pohdimme, miten kysymykset asetetaan niin, että ne eivät ohjaile vastaajan mielipiteitä. Valitsimme strukturtoidut kysymykset myös siitä syystä, että niihin on helppo ja nopea vastata. Mietimme kysymysten muotoa tarkkaan, ettei niitä ollut mahdollista tulkita väärin. Aloitimme helpoilla, henkilötietoja koskevilla, kysymyksillä, joka nostaa vastaajan innostusta vastaamaan ja etenemimme enemmän pohtimista vaativiin kysymyksiin. Tällä kyselymenetelmällä vältetään myös tiettyjä virheitä tutkimustulosten kannalta. (Kananen 2006, 12; Heikkilä 2004, 50).

Selvitimme kyselyssä vastaajien taustatietoa iän ja sukupuolen osalta. Tavallisesti strukturtoidut haastattelut ja kyselyt alkavat henkilötiedoista (Dunderfelt 2004, 45). Kysyimme myös vastaajan roolia tapahtumassa, ja oliko vastaaja osallistunut tapahtumaan edellisenä vuonna. Sovimme yhdessä toimeksiantajamme kanssa, että tätä enempää taustatietoa vastaajista ei tarvita, sillä tiedot eivät ole toimeksiantajan näkökulmasta tarpeellisia.

Teoriapohjassamme tärkeimpiä käsitteitä ovat onnistunut tapahtuma, elämyksellisyys ja verkostoituminen tapahtumassa. Nämä käsitteet ohjasivat

kysymysten muotoutumista. Aloitimme kyselyn henkilötietojen jälkeen kysymyksillä, joissa selvitimme asiakkaan yleistä tyytyväisyyttä tapahtuman onnistuneisuuteen. Näitä kysymyksiä suunnitellessamme halusimme selvittää tapahtuman onnistuneisuutta asiakkaan näkökulmasta. Jos nämä kysymykset saavat paljon positiivisia vastauksia, voimme todeta tapahtuman olleen onnistunut. Mikäli tapahtuma ei ole vastaajan mielestä kokonaisuudessaan onnistunut, on tapahtumanjärjestäjän tehtävä muutoksia tapahtuman strategisella tai operatiivisella puolella. Tapahtumaprosessissa pienetkin virheet voivat näyttäytyä asiakkaalle hyvin negatiivisina, joten kokonaisvaltainen onnistuminen on tapahtumassa tärkeää.

Seuraavaksi asetimme kysymykset verkostoitumismahdollisuuksista tapahtumassa. Verkostoituminen on tärkeä osa ammatillisia tapahtumia, ja Ehkäisevän työn päivät haluavat tarjota asiakkailleen mahdollisuuden luoda hyödyllisiä ammatillisia kontakteja. Kyselylomakkeeseen muodostimme kysymyksen, jossa halusimme tietää asiakkaiden mielipiteen verkostoitumisen helppoudesta tapahtumassa. Asiakkaiden vastaukset määrittelevät sen, kuinka onnistuneesti Ehkäisevän työn päivät ottaa huomioon verkostoitumista edistävät tekijät. Onnistuneelle verkostoitumiselle on annettava tapahtumassa runsaasti aikaa, ja sitä varten on luotava innostava ympäristö. Mikäli vastaajat antavat tästä aiheesta negatiivista palautetta, on tapahtumanjärjestäjän kehitettävä verkostoitumisen mahdollisuuksia ja kannustettava asiakkaita entistä enemmän luomaan tapahtuman aikana uusia kontakteja.

Selvitimme kyselylomakkeessa myös asiakkaiden tyytyväisyyttä yhteisöllisyyteen tapahtumassa. Yhteisöllisyyttä ja verkostoitumista koskevat monet samat lainalaisuudet, joiden tulee toimia saumattomasti parhaan mahdollisen asiakaskokemuksen takaamiseksi. Yhteisöllisyyttä koskevat kysymykset antavat tietoa siitä, kokivatko asiakkaat olevansa osa tapahtumaa, ja annettiinko heille tapahtuman aikana tarpeeksi mahdollisuuksia tuoda omia mielipiteitään esille.

Lopuksi kysyimme lomakkeessa elämyksellisyyteen liittyviä asioita. Kysyimme kokiko vastaaja saaneensa tapahtumasta inspiraatiota työhönsä, ja synnyttikö jokin asia tapahtumassa innostuksen kipinän. Näillä kysymyksillä selvitimme,

toteutuiko elämyskolmiossa esitelty oppimisen taso tässä tapahtumassa. Kaikista elämyskolmion tasoista oppimisen tason merkitys korostuu erityisesti ammatillisissa tapahtumissa, joissa tarkoitus on tarjota koulutusta kävijöille. Jos tapahtuma onnistuu jättämään asiakkaan mieleen jonkin pidemmälle kantavan idean tai tunteen, voidaan elämyksen sanoa syntyneen. Tähän tähdätään myös Ehkäisevän työn päivillä.

Tapahtuman ulkoisen teeman osalta selvitimme, kuinka kantava ja näkyvä Onnellisen kaupungin teema oli asiakkaan näkökulmasta. Onnistuneessa tapahtumassa teema tuodaan selvästi esille, ja sillä edesautetaan elämyksen syntymistä asiakkaalle. Teema auttaa palvelutuotteeseen uppoutumista, ja mahdollistaa parhaimmillaan kokonaisvaltaisen elämyksen kokemisen. Onnellinen kaupunki valittiin tapahtumaan ulkoiseksi teemaksi tuomaan tarinallisuutta, joka on yksi elämyskolmion taso. Kysymys teeman näkyvyydestä antaa tapahtumanjärjestäjälle tietoa siitä, onko teeman osalta syytä tehdä parannuksia tulevilla Ehkäisevän työn päivillä, jotta mahdollisimman monet elämyksellisyyden tasot tulisivat täytetyksi.

Päätimme asettaa jokaisen kysymyksen pakolliseksi vastata, jotta saisimme mahdollisimman kattavan tutkimusmateriaalin. Sukupuolta selvittävä kysymys vaihdettiin vapaaehtoiseksi Verson pyynnöstä.

Teimme kyselyn Webropol-ohjelmalla. Verson kahden yhteyshenkilön hyväksytyä kyselylomakkeen lähetimme sen kaikille sähköpostiosoitteensa jättäneille asiakkaille Webropolin kautta. Sähköpostiosoitteita oli 177. Kirjoitimme sähköpostiviestiin saatteen, jossa kiitettiin asiakkaita osallistumisesta tapahtumaan ja kehoitettiin vastaamaan asiakastyytyväisyyskyselyyn viestiin liitetyn linkin kautta. Viikko kyselyn lähettämisen jälkeen lähetimme vielä muistutusviestin asiakkaille Webropolin kautta.

5 TULOKSET

Kappaleessa jaoin tulosten esittelyn kolmeen isompaan kategoriaan: tapahtuman havainnoinnista saatuihin tuloksiin, kvalitatiivisiin ja kvantitatiivisiin tutkimustuloksiin. Käytimme tulosten esittelyssä jaottelua aihealueittain, käyttäen hyödyksi asiakastyytyväisyyskyselyn avoimia vastauksia.

5.1 Tapahtuman havainnointia

Vieraillessamme tapahtumassa havainnoimme tapahtumaa ulkopuolisina tarkkailijoina sekä tapahtuman järjestäjän näkökulmasta. Kiinnitimme huomioita niihin seikkoihin, joihin tapahtuman asiakas kiinnittää huomiota osallistuessaan tapahtumaan.

Tapahtumapaikalla kyltitykset olivat havaintojemme mukaan liian vähäisiä, tai ne oli sijoiteltu liian näkymättömiin paikkoihin. Positiivista oli se, että kyltityksessä oli käytetty tapahtuman teemaa Onnellista kaupunkia, mikä tuki elämyksellistä tapahtumaa; kyltit oli tehty kuin ne olisivat olleet katukylttejä (liite 3, kuva 3). Muita sisustuksellisia elementtejä tapahtumaan oli tuotu kahdella paperimassasta tehdyllä maatalan eläimellä ja Onnellisuus-puulla, johon asiakkaat saivat kirjoittaa asioita, jotka tekevät heidät onnellisiksi. Ryhmähenkeä luotiin tapahtumaan pinssiseinän avulla, josta jokainen sai valita itselleen sopivimman persoonaa kuvaavan pinssin päivän teemaan liittyen.

Hyvän mielen osoitus, tapahtumatalo Fellmannian ulkopuolelta lähtevä kulkue, oli mielenkiintoinen elementti. Hyvän mielen osoitus oli yksi rinnakkaisseminaareista. Kuitenkin havaintojemme mukaan vain hyvin harvat seminaarivieraat osallistuivat siihen, ja mukana oli pääasiassa tapahtumassa mukana olleita opiskelijoita. Tämänkaltaiseen tempaukseen osallistuminen vaatii melko paljon heittäytymiskykyä, ja koska tempaukseen vaadittiin poistuminen itse tapahtumapaikalta, voi kynnys osallistumiseen helposti nousta. Uskomme näiden olevan tekijöitä, joiden vuoksi vierailijat eivät kokeneet riittävästi mielenkiintoa tempausta kohtaan. Emme kuitenkaan haastatelleet asiakkaita siitä, miksi he eivät osallistuneet tempaukseen, sillä suoritimme haastattelut ennen tempausta ja lopetimme havainnoinnit Hyvän mielen osoituksen alkaessa. Koko tapahtumaan

osallistui lopulta vain hieman yli puolet alunperin suunnitellusta määrästä, jolloin rinnakkaisseminaareja oli asiakasmäärään nähden paljon. Tämä johti siihen, että rinnakkaisseminaarien osallistujamäärät olivat odotettua pienemmät. Tästä johtuen myös Hyvän mielen osoituksen osallistujamäärä vaikutti vähäiseltä.

Itse koimme, että tapahtumapaikalla teeman tulisi olla näkyvämmiin esillä. Vaikka sisustuksellisia ja roolituksellisia ratkaisuja oli käytetty teeman tukemiseksi, ne eivät omien havaintojemme mukaan täysin riittäneet koko tapahtuma-alueelle. Fellmannian kokoisessa tilassa vaaditaan jo paljon rekvisiittaa, jotta koko alue saadaan teemoitettua täydellisesti. Sisäänkäynnissä oli kuitenkin yritetty tuoda teemallisuutta esiin paperimassaeläimillä (liite 3, kuva 4).

5.2 Kvalitatiiviset tutkimustulokset

Saimme haastatteluvastauksia yhteensä 20 henkilöltä, joista 2 oli miehiä ja 18 naisia. Haastatteluissa toistuivat samat teemat. Moni asiakas mainitsi samoja ongelmakohtia sekä positiivisia elementtejä tapahtumassa.

Positiivisena nähtiin ennen kaikkea se, että tapahtuma antoi hyvän mielen ja toi lisää vahvistusta omaan työhön. Tapahtuma nähtiin tarpeellisenä ja laadukkaana. Lisäksi tapahtuman oheisohjelma ja työpajat koettiin mielenkiintoisina. Kehuja saivat myös mielenkiintoiset seminaarit, tapahtuman aihepiirit ja ystävällinen henkilökunta. Iltaohjelman mainittiin olleen tunnelmaltaan rento ja miellyttävä.

Negatiiviset kommentit vierailijoilta liittyivät pääasiassa tapahtuman käytännön järjestelyihin. Monet haastatteluihin vastanneista kertoivat tapahtumaan ilmoittautumisen olleen epäselvä, ja se tuotti hankaluuksia. Myös Internetissä etukäteen esitelty ohjelma oli monen vastaajan mielestä liian sekava.

Tapahtuman ensimmäisenä päivänä ilmoittautumisen ja ohjelman varsinaisen alkamisen välissä oli vastaajien mielestä liikaa aikaa. Vaikka tälle ajalle oli järjestetty kahvit, muutaman vastaajan mielestä siitä informoitiin huonosti, ja näin ollen kaikki eivät saaneet asiasta tietoa. Osa asiakkaista oli jopa käynyt tässä välissä itse ostamassa kahvit tapahtumatalon kahviosta.

Muutammat vastaajista kertoivat, että heidän mielestään tapahtumaan oli suunniteltu liikaa ohjelmaa kahdelle päivälle. Tämä aiheutti sen, että heidän oli hankala valita mihin ohjelmaan osallistuisi, jos kiinnostavat ohjelmat sattuivat ohjelmassa päällekkäin. Myös oheistoiminnalle kaivattiin lisää aikaa, sillä jotkut vastaajista kokivat, että heillä ei ollut riittävästi tai lainkaan aikaa osallistua erilaisiin oheisaktiviteetteihin.

Kyselylomakkeen (liite 1) lopussa oli avoimia kysymyksiä. Näissä halusimme selvittää, mitkä asiat tuntuivat hyvältä tapahtumassa ja jättivät positiivisen mielikuvan, ja mitkä seikat puolestaan jäivät painamaan mieltä. Vastaustapa näihin kysymyksiin oli vapaa kirjoitus -kenttä. Vastauksia avoimiin kysymyksiin saatiin yhteensä 133 kappaletta (65 vastausta kysymykseen ”tuntui hyvältä” ja 68 vastausta kysymykseen ”jäi harmittamaan”). Tutkimustuloksissa ei ole huomioitu opiskelijoiden antamia vastauksia, joita oli yhteensä 32 (16 vastausta kumpaankin kysymykseen). Nämä vastaukset jätimme pois Verson pyynnöstä. Kyselyyn vastasi 177 henkilöä, joten saimme kysymykseen ”tuntui hyvältä” vastauksia 45 % kaikista vastanneista, ja kysymykseen ”jäi harmittamaan” vastasi 47 % kaikista vastanneista.

”Seminaarin teemat ja sisällöt olivat ajankohtaisia oman työni kannalta.”

”Liian paljon eri sessioita, valinnan vaikeus.”

Tapahtuman seminaarien laaja sisältö sai vastaajilta hyvin ristiriitaista palautetta. Monet vastaajista kiittivät tapahtumanjärjestäjää runsaasta sisällöstä, mutta se koettiin myös osittain haitallisena. Positiivinen lähtökohta vaikeaan aiheeseen sai kiitosta vastanneilta, mutta runsaan sisällön takia moni koki jääneensä paljosta paitsi, sillä seminaarit oli järjestetty päällekkäin. Tästä syystä asiakkaan ei ollut mahdollista osallistua kuin kahteen rinnakkaisseminariin päivän aikana. Asiakkaat toivoivat tapahtumaan kompaktimpaa ja rajatumpaa ohjelmasisältöä, jotta jatkossa asiakas ei joutuisi tekemään valintaa mielenkiintoisten seminaarien välillä.

Vastaajat kokivat, että heidän oli mahdollista osallistua aktiivisesti seminaareihin ja tapahtuman kulkuun. Tapahtuma sisälsi paljon toiminnallisia ominaisuuksia,

mikä on osa elämiskolmiota (Kylänen, 2005). Kommenteissa erityistä kiitosta sai tapahtumassa esiintynyt lapsikuoro, joka toi lisää positiivisuutta tapahtumaan.

Päivien aikana järjestetyt aktiviteetit, kuten korva-akupunktio ja hieronta saivat muutamalta taholta kiitosta, mutta kiireisen aikataulun ja informaation puutteen vuoksi nämä jäivät monelta asiakkaalta kokematta. Asiakkaat olisivat toivoneet enemmän aikaa aktiviteettipisteillä käyntiin seminaarien lomassa.

”verkostoitumisen kannalta hyvä”

”Vapaalle keskustelulle olisi saanut luentojen välissä antaa enemmän aikaa.”

Noin joka viides (liite 2) vastaajista piti uusien ihmisten ja kollegoiden tapaamisesta tapahtumassa. Asiakkaat kokivat tapahtuman hyvänä paikkana tavata samanhenkisiä ihmisiä ja luoda uusia kontakteja. Osa vastaajista kuitenkin kertoi, että tapahtumassa ei ollut heidän mielestään riittävästi aikaa verkostoitumiselle.

Ammatillisissa tapahtumissa verkostoituminen on suuressa roolissa, ja yksi tapahtumanjärjestäjän haasteista on luoda innostava tapahtumaympäristö, joka tarjoaa ohjelman lisäksi riittävän määrän aikaa verkostoitumiselle. Monet vastaajista mainitsivat ohjelmaa olleen liikaa, vaikka sisällöt olivatkin mielenkiintoisia. Tämä johtaa siihen, että vaikka ihmiset olisivat halunneet jakaa ajatuksiaan seminaarista, heillä ei ollut siihen tarpeeksi aikaa paikan päällä. Jatkossa tämän tapahtuman haasteena on pystyä säilyttämään monipuolinen ja laadukas seminaarisältö, mutta tarjota vastapainoksi asiakkaille aikaa jakaa mielipiteitään ja hankkia uusia hyödyllisiä kontakteja.

”Onnellinen kaupunki oli hyvä lähestymistapa aiheeseen.”

”odotin että Fellmanniasta olisi tehty enemmän kaupungin näköinen”

Onnellisen kaupungin teema, koko tapahtuman elämyksellisyys ja asiakkaiden osallistaminen olivat vastaajien mielestä onnistuneita, sillä tapahtuman ulkoinen teema sai pääasiassa positiivista palautetta vastaajilta. Teema nähtiin positiivisena lähestymistapana vaikeaan aiheeseen. Toisaalta tapahtuman teeman sanottiin tuntuneen ”päälle liimatulta”, ja että se jäi kaiken kaikkiaan heikoksi

toteutukseltaan. Teema ei sellaisenaan auennut kaikille, vaikka sen oli tarkoitus olla koko tapahtuman läpi kantava elementti.

”Oppimaani aion hyödyntää myös muussa työssäni”

Vastaajat olivat tyytyväisiä seminaarien luennoitsijoiden ammattitaitoon ja kokivat saaneensa uutta intoa omaan työhönsä. Vastaajien mielestä uudet innovaatiot innostivat, motivoivat uudella tavalla omaa työtä ja nostattivat heidän ammattitaitoaan.

Uuden oppiminen on verkostoitumisen ohella yksi tärkeimmistä syistä, miksi ammatilliseen tapahtumaan osallistutaan. Tämä tapahtuma ei saanut juuri lainkaan negatiivista palautetta seminaarien asiasisällöstä, vaan sitä pidettiin hyödyllisenä ja kiinnostavana.

”Tapahtumassa oli hyvä henki.”

”yleisinfo päivistä jäi puutteelliseksi”

Negatiivisia kommentteja vastaajat antoivat informaation puutteesta ja heikoista opasteista tapahtumapaikalla. Vastaajien mielestä opasteet esimekiksi kahvioon ja ruokalaan olivat olemattomat ja yleinen informointi ilmaisista kahveista ja aktiviteettipisteiden sijainneista oli puutteellista. Asiakkaiden puolesta toivottiin konkreettista aikataulua tapahtumapaikalle, josta olisi voinut kätevästi tarkistaa ohjelmaa tapahtuman aikana.

Lisäksi osassa vastauksista ilmeni tyytymättömyyttä tapahtuman henkilökuntaa kohtaan. Opiskelijat, jotka olivat tapahtumapaikalla töissä, eivät olleet vastauksien mukaan tarpeeksi tietoisia tapahtuma-alueesta ja sen sisällöstä. Henkilökunnan oikeaoppinen ja perusteellinen informointi ennen tapahtumaa on tärkeää, sillä tapahtumassa ollaan asiakaspalvelutyössä. Tällöin jokaisen henkilökunnan jäsenen on oltava valmis vastaamaan asiakkaiden esittämiin kysymyksiin ja palvelemaan heitä parhaalla mahdollisella tavalla joka tilanteessa. Tapahtumanjärjestäjällä on vastuu siitä, että asiakaspalvelu tapahtumassa toimii hyvin. Huono asiakaspalvelukokemus jättää herkästi negatiivisen mielikuvan tapahtumasta, vaikka muilla osa-alueilla tapahtuma olisikin onnistunut täyttämään asiakkaan odotukset. Jatkossa tapahtumanjärjestäjän on tärkeä ottaa huomioon

opiskelijoiden perusteellinen perehdyttäminen työtehtäviin ja tapahtuman sisältöön.

Ilmoittautumisprosessi ja tapahtuman internettiin tehdystä blogista löytyvä ohjelma olivat joidenkin vastaajien mukaan hankalia sekä epäselviä. 68 vastaajasta kymmenen mainitsi ongelmia joko ilmoittautumisessa tai ohjelman vaikealukuisuudessa (liite 3; liite 4). Osa vastaajista oli tästä syystä ilmoittautunut väärin seminaareihin, eivätkä he olleet tietoisia tapahtuman aikataulutuksesta. Näin ollen ohjelmasta jäi sekava kuva osalle kävijöistä.

Ilmoittautumisprosessilla on suuri merkitys sen kannalta, minkälainen mielikuva asiakkaalle muodostuu ennen varsinaista tapahtumaa. Mikäli ilmoittautuminen on hankalaa, luo se negatiivisemmän mielikuvan kuin helppo ja sujuva ilmoittautuminen. Myös yleisen informaation antaminen niin ennen tapahtumaa kuin sen aikana on tärkeää, sillä osallistuminen tapahtumaan on tehtävä asiakkaalle mahdollisimman helpoksi ja vaivattomaksi, kun halutaan varmistaa korkea asiakastytyväisyys. Korkea asiakastytyväisyys puolestaan takaa suuremman mahdollisuuden, että asiakas saapuu tapahtumaan seuraavallakin kerralla. Ohjelmaa oli tässä tapahtumassa runsaasti, minkä vuoksi riittävän informaation antaminen olisi ollut ehdottoman tärkeää asiakkaan viihtyvyyden kannalta.

”Tilana ei paras mahdollinen”

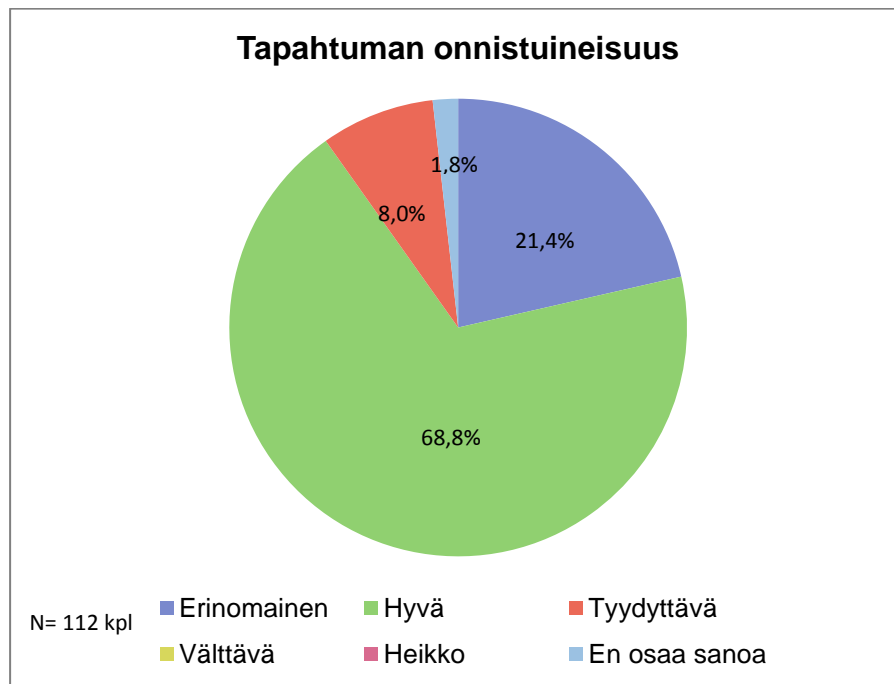
Tapahtumatila sai vastauksissa niin kiitosta kuin negatiivistakin palautetta. Neljässä kommentissa tapahtumatilat koettiin hyväksi, mutta kolmessa muussa kommentissa Fellmannian tiloja pidettiin liian suurina. Tapahtumasta toivottiin tiiviimpää, esimerkiksi vain kahden kerroksen laajuista. Nyt tapahtuman seminaarit ja aktiviteetit levittyivät kaikkiin viiteen kerrokseen. Tämän takia opastus jäi heikoksi, eikä asiakkailla jäänyt eri aktiviteeteille riittävästi aikaa.

5.3 Kvantitatiiviset tutkimustulokset

Lähetimme kyselylomakkeen (liite 1) tapahtuman jälkeen kaikille osallistujille, joita oli yhteensä 177. Vastauksia saimme yhteensä 146. Näistä vastauksista opiskelijoiden antamia oli 34, ja loput olivat osallistujien, luennoitsijoiden ja muiden asiakkaiden, eli maksavien asiakkaiden. Toimeksiantajan pyynnöstä opiskelijoiden vastaukset analysoitiin erikseen muista vastaajista, jotta saisimme paremman kuvan tapahtumaan osallistuneiden asiakkaiden mielipiteistä. Toimeksiantajaa kiinnosti erityisesti maksaneiden asiakkaiden mielipiteet tapahtumasta ja nämä henkilöt saattavat olla tulevaisuudessa potentiaalisia osallistujia tapahtumaan. Verso pitää myös opiskelijoiden mielipiteitä tärkeinä, vaikka ei haluakaan keskittyä niihin varsinaisesti tutkimuksessa. Opiskelijoiden vastauksia ei käsitellä tässä tutkimuksessa.

Vastaajista 97 oli naisia ja 14 miehiä sekä yksi, joka ei ollut ilmoittanut kyselyssä sukupuoltaan. Suurin osa vastaajista oli 30–59-vuotiaita. Vastaajista suurin osa, 81 henkeä, oli tapahtumassa osallistujan roolissa, mikä on tutkimuksen kannalta otollista, sillä tapahtumaa halutaan parantaa etenkin osallistujan näkökulmasta. Suurin osa vastanneista ei ollut osallistunut aikaisemmin tapahtumaan; vain 27 henkilöä oli osallistunut viime vuonna Porissa järjestetyille Ehkäisevän työn päiville.

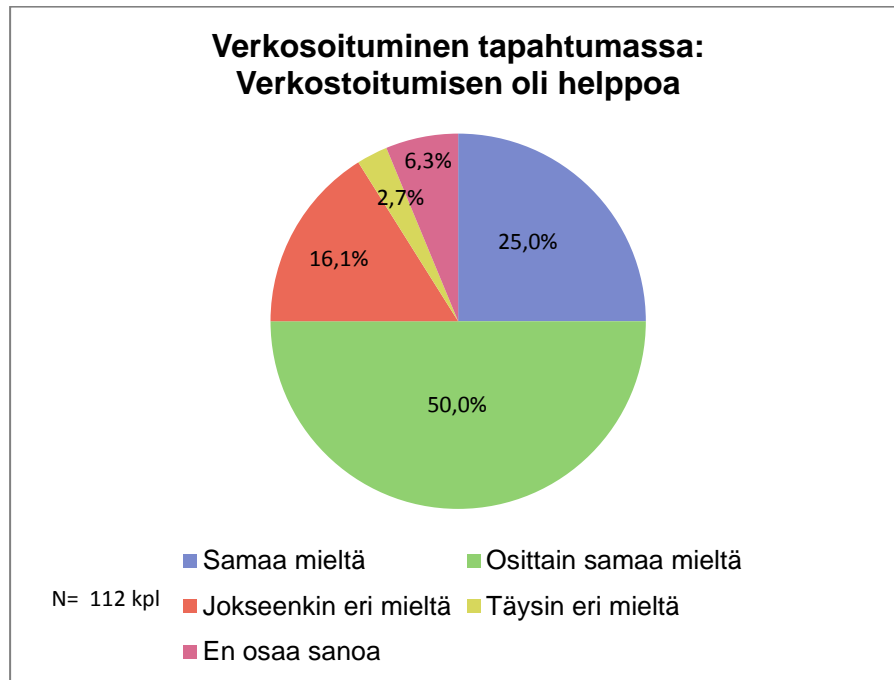
Tapahtuma onnistui vastaajista 90,2 %:n mielestä (tapahtuma oli kokonaisuudessaan hyvä tai erinomainen). 8% vastaajista oli sitä mieltä, että tapahtuma onnistui heikosti ja 1,8 % ei osannut kommentoida. (kuvio 5). 80,4 % vastaajista aikoo osallistua tapahtumaan myös tulevaisuudessa jos mahdollista. 13,4 % oli eri mieltä ja 6,3 % ei osannut sanoa.



KUVIO 5. Mielipiteet tapahtuman onnistuneisuudesta.

Selkeästi tehokkaimapana markkinointikeinona on tässä tapahtumassa ollut asiakkaan oma työpaikka tai organisaatio, sillä 67 % sai tietää tapahtumasta omalta työpaikaltaan. Tapahtuman oma blogi tavoitti 20 asiakasta ja loput olivat kuulleet tapahtumasta joko ystävältä tai he olivat osallistuneet edellisenä vuonna tapahtumaan.

Vastaajista 75 % oli samaa mieltä tai osittain samaa mieltä siitä, että verkostoituminen oli tehty tapahtuman aikana helpoksi (kuvio 6). 16,1 % oli jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa. 2,7 % oli täysin eri mieltä aj 6,3 % ei osannut sanoa.



KUVIO 6. Miten verkostoituminen onnistui tapahtumassa.

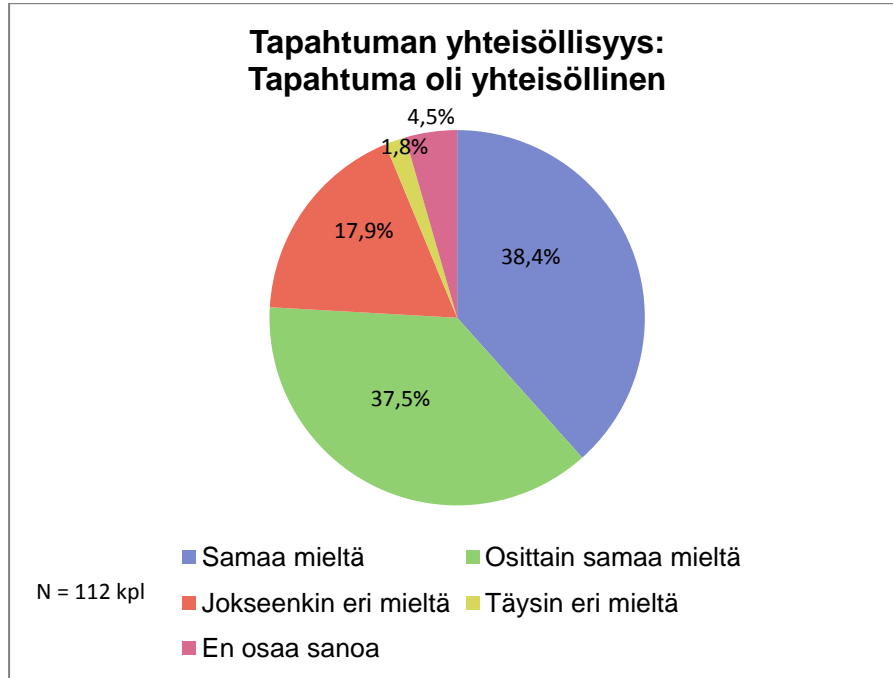
Suurin osa asiakkaista, 66,9 % (samaa mieltä tai osittain samaa mieltä), oli pystynyt luomaan tapahtuman aikana uusia kontakteja, jotka ovat hyödyllisiä tulevaisuutta ajatellen. 17,9 % oli väittämästä jokseenkin eri mieltä, 9,8 % täysin eri mieltä ja 5,4 % ei osannut kommentoida kysymykseen.

Tapahtumassa oli panostettu vapaan sanan jakamiseen tekstiviesti- ja tweetti-screenillä, minkä ansiosta jopa 82,0 % vastaajista koki pystyneensä tuomaan omia mielipiteitään ja ajatuksiaan julki tapahtuman aikana. Vastaajista vain 6,3 % jokseenkin eri mieltä ja ”en osaa sanoa” –vaihtoehdon valitsi vastaajista 1,8 %. Kukaan ei ollut väittämästä täysin eri mieltä .

Vastaajista 75,9 % oli samaa mieltä tai osittain samaa mieltä siitä, että tapahtuman aikana oli mahdollista kokea yhteisöllisyyttä ja olleensa osa tapahtumaa (kuvio 7). 19,7 % oli väitteestä joko jokseenkin tai täysin eri mieltä. 4,5 % ei kommentoinut väitettä.

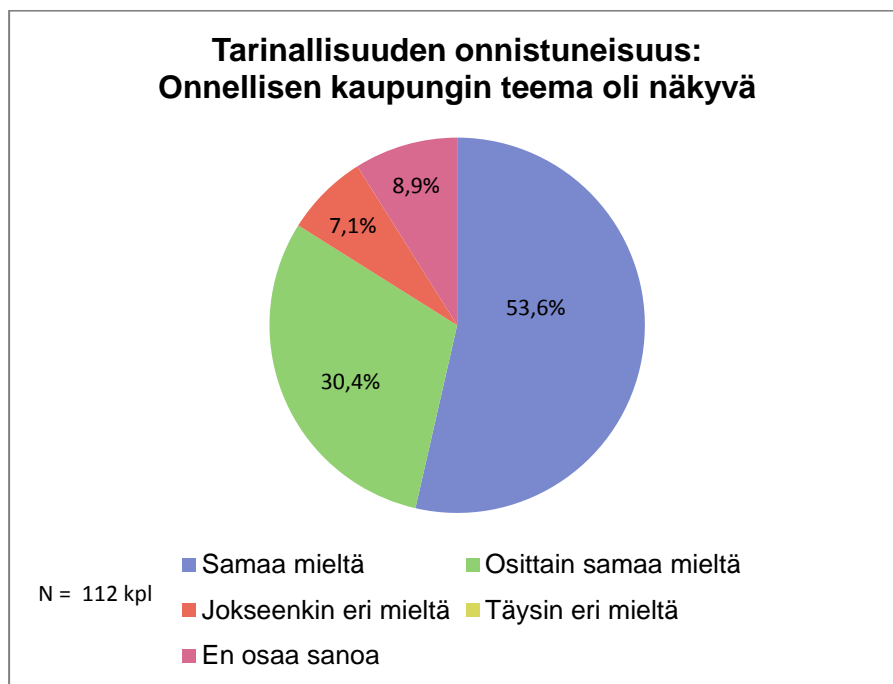
Vastaajista 84,8 % oli samaa tai osittain samaa mieltä siitä, että tapahtuman annista sai myös työkaluja omaan työhön. Jokseenkin eri mieltä väittämästä oli 10,7 % ja 0,9 % täysin eri mieltä. 3,6 % ei ottanut kantaa väittämään. Lisäksi vastaajista 88,4 % koki oppineensa omaa työtänsä ajatellen hyödyllisiä uusia

asioita (samaa tai osittain samaa mieltä väitteestä ”opin tapahtuman aikana uusia asioita, joita voin hyödyntää jatkossa työssäni”). 8,0 % vastaajista oli jokseenkin eri mieltä ja 0,9 % täysin eri mieltä. 2,7 % ei osannut kommentoida kysymystä.



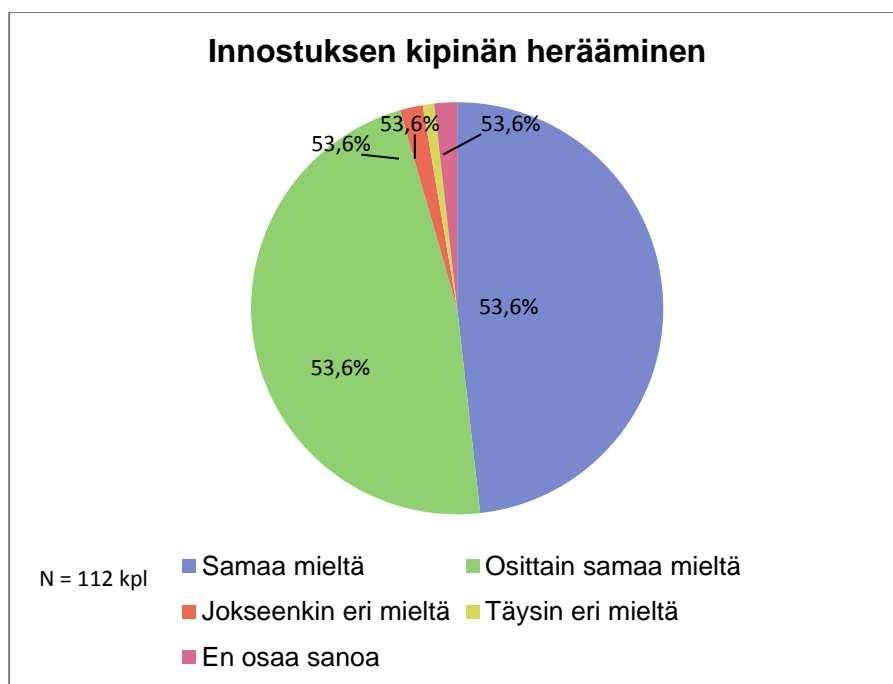
KUVIO 7. Miten asiakkaat kokivat yhteisöllisyyden tapahtumassa.

Tapahtuma oli rakennettu Onnellisen kaupungin teeman ympärille, ja 84,0 % koki sen kantavana ja näkyvänä elementtinä tapahtumassa (kuvio 8). Muista vastaustuloksista poiketen tämä kysymys sai eniten, 8,9 % ”en osaa sanoa”-vastauksia. Jokseenkin eri mieltä Onnellisen kaupungin teeman näkyvyyden onnistumisesta oli 7,1 %, täysin eri meiltä –vastauksia ei saatu yhtään.



KUVIO 8. Miten ulkoinen teema Onnellinen kaupunki näkyi tapahtumassa

Kysymys ”Jokin kohta tai asia sai aikaan innostuksen kipinän” sai 95,5 %, positiivisia vastauksia (kuvio 9). Loput 4,5 % jakaantui tasaisesti muiden vastausten kesken.



KUVIO 9. Miten asiakkailla heräsi innostuksen kipinä tapahtumassa

6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA TOIMENPIDESUOSITUKSET

Saimme kattavaa tutkimusmateriaalia eri tutkimusmenetelmien avulla saaduista tuloksista. Johtopäätöksissä kerromme omista alakappaleissa tapahtuman onnistuneisuuden ja elämyksellisyyden analysoinnista, sillä ne olivat tärkeimmät tutkimuksemme aiheet. Lopuksi kerromme toimeksiantajalle ehdotuksia seuraavan vuoden Ehkäisevän työn päiville tutkimuksen kautta saadun palautteen perusteella.

6.1 Johtopäätökset tutkimustuloksista

Tässä tutkimuksessa halusimme selvittää, mihin asiakkaat olivat tai eivät olleet tyytyväisiä tapahtumassa. Saimme tutkimuksessamme sekä positiivista että negatiivista palautetta tapahtuman asiakkailta.

Haastatteluissa positiivisena nousi esiin se, että tapahtuma toi kävijälleen hyvän mielen ja antoi eväitä työhön. Oheisohjelmat tapahtumapaikalla saivat positiivista palautetta, kuin myös mahdollisuus verkostoitua uusien ihmisten kanssa. Osa tutkimuksen vastaajista kuitenkin koki verkostoitumisen jääneen tapahtumassa taka-alalle, sillä sille ei ollut riittävästi aikaa. Verkostoitumiselle on siis jatkossa saatava enemmän tilaa tapahtuman ohjelmaan. Kritiikkiä tapahtuma sai vastaajilta ohjelman liiasta runsaudesta, joka niin ikään vaatii tulevaisuudessa parantamista. Moni vastaajista mainitsi esimerkiksi sen, että tapahtumaan oli suunniteltu liikaa ohjelmaa käytettävissä olleeseen aikaan nähden. Tämän vuoksi kävijöiden oli vaikea valita, mihin seminaareihin osallistuisi. Asiakkaat siis olivat tyytyväisiä tapahtuman asiasisältöön, mutta sille toivottiin kompaktimpaa toteutusta.

Kyselytutkimuksen tuloksissa ilmeni, että tapahtuma sai kokonaisuudessaan osallistujilta pääasiassa positiivista palautetta. Jokaisella kyselytutkimuksen osa-alueella valtaosa vastaajista antoi positiivisen vastauksen, samaa mieltä tai osittain samaa mieltä. Tämä kertoo siitä, että osallistujat olivat pääpiirteittäin tyytyväisiä tapahtuman sisältöön ja toteutukseen. Tapahtuman voi siis yleisesti ottaen sanoa onnistuneen. Negatiivisia kommentteja asiakkaat antoivat eniten käytännön järjestelyiden osalta, koskien esimerkiksi ilmoittautumista ja informaation kulkua.

Nämä ovat asioita, joihin tapahtuman järjestäjän on tehtävä parannuksia asiakastyytyväisyyden korottamiseksi.

Tutkimuksen tarkoituksena oli myös selvittää, miten onnistuneen tapahtuman elementit toteutuivat tässä tapahtumassa, ja kuinka elämyksellinen tapahtuma oli. Näitä asioita analysoidessamme otimme huomioon omat havaintoimme tapahtumasta ja asiakkaiden vastaukset tutkimukseen.

Omien havainnointiemme mukaan eniten parannusta vaativat opasteet tapahtumapaikalla, jotta kävijöiden on helppo liikkua alueella ja löytää haluamansa seminaarit ja oheisaktiviteetit. Havaintomme tukevat asiakkailta saatuja mielipiteitä, sillä tämä oli asia, josta myös useat asiakkaat antoivat negatiivista palautetta kyselyssä. Onnistuneessa tapahtumassa käytännön järjestelyjen on oltava kunnossa, jotta tapahtuma on mahdollisimman sujuva ja viihtyisä asiakkaalle.

Positiivisena pidimme oheisaktiviteetteja ja sitä, että koko tapahtumaan oli valittu Onnellisen kaupungin teema tuomaan lisämielenkiintoa. Huomioimme kuitenkin, että tapahtuman teeman näkyvyydessä on parantamisen varaa. Teema lisää elämyksellisyyttä tapahtumassa, ja osa vastaajista piti teemaa miellyttävänä lisänä tapahtuman sisältöön. Elämyksellisyys välittyi usealle vastaajalle uuden oppimisena, mikä on ammatillisessa tapahtumassa tärkeässä roolissa.

6.1.1 Tapahtuman onnistuneisuuden analysointi

Analysoidessamme saamiamme vastauksia totesimme, että vaikka laaja ja hyvätasoinen seminaarisältö oli asiakkaille positiivinen kokemus, voi liian runsas ohjelma luoda tapahtuman sisällöstä sekavan. Uskomme ristiriitaisen palautteen johtuvan siitä, että seminaarin ohjelman laajuus ei kohdannut paikalle saapunutta asiakasmäärää. Mikäli seminaareja olisi ollut vähemmän tapahtuma olisi näyttäytynyt asiakkaalle selkeämpänä, ja useammilla asiakkailta olisi ollut mahdollisuus osallistua myös muuhun oheistoimintaan tapahtumapaikalla.

Tapahtuman asiasältö sai paljon kiitosta asiakastyytyväisyyskyselyn avoimissa vastauksissa. Tässä suhteessa tapahtuma on onnistunut täyttämään onnistuneen

ammattillisen tapahtuman tärkeän kriteerin; se tarjosi kävijöilleen innostusta ja jäi mieleen opettavaisena ja hyötyä antavana. Seminaarin sisällön laadukkuus on tärkeä säilyttää myös tulevilla Ehkäisevän työn päivillä, jotta tapahtuma säilyy asiakkaiden mielestä laadukkaana ja tärkeänä.

Yksi tapahtuman organisoinnissa mietittävistä asioista on se, missä tapahtuma järjestetään. Tapahtumapaikan tulee palvella sekä tapahtuman tavoitetta että sen sisältöä. Fellmannia tarjoaa runsaasti tiloja seminaarien järjestämiselle, ja toimii tältä osin hyvin ammattillisen tapahtuman miljöönä. Tilat Fellmanniassa ovat kuitenkin suuret, ja ne sijoittuvat useisiin kerroksiin. Tämä on syy siihen, miksi osa vastaajista koki Fellmannian liian suureksi tilaksi tälle tapahtumalle.

Kävijämäärä jäi tapahtumassa suunniteltua pienemmäksi, ja tämän vuoksi kävijät levittäytyivät tapahtuma-alueelle väljästi. Opasteiden määrä on suhteutettava tapahtumapaikan kokoon. Opastukset on otettava suurella tapahtuma-alueella tarkasti huomioon. Niitä on oltava riittävä määrä tapahtuman selkeyden varmistamiseksi. Fellmannia olisi vaatinut opasteita huomattavasti enemmän, varsinkin kun tapahtuma levittäytyi useampaan kerrokseen.

Tutkimuksessamme halusimme selvittää, kuinka moni Ehkäisevän työn päivien kävijöistä osallistuisi tapahtumaan seuraavana vuonna. Vastauksista ilmeni, että jopa yli 80% vastaajista osallistuisi tapahtumaan seuraavallakin kerralla. Tämän perusteella voimme todeta tapahtuman olleen pääasiassa onnistunut, eli onnistuneen tapahtuman elementit olivat toteutuneet tapahtumassa tarpeeksi hyvin asiakastyytyväisyyden osalta. Tutkimustulosten perusteella useat vastaajat kokivat tapahtuman riittävän kiinnostavana, hyödyllisenä ja onnistuneena, että he osallistuisivat siihen jatkossa. Vaikka asiakkaat antoivat tutkimuksessa myös kritiikkiä, voimme todeta, että se ei jättänyt suurimmalle osalle liian negatiivista kuvaa tapahtumasta. Mikäli tapahtumasta olisi jäänyt asiakkaalle erityisen negatiivinen mielikuva, todennäköisyys osallistua tapahtumaan uudestaan jäisi hyvin pieneksi.

Yksi Ehkäisevän työn päivien tavoitteista on saada aikaan vuosittain jatkuva perinne, joten tapahtuman kannalta on positiivista, että suurin osa vuoden 2014 kävijöistä näkee mahdollisena osallistumisensa tapahtumaan seuraavallakin

kerralla. On kuitenkin huomattava, että mikäli tämän tapahtuman yhteydessä annettuun asiakaspalautteeseen ei kiinnitetä huomiota ja sen perusteella ei tehdä tarvittavia muutoksia, voivat asiakkaat olla entistä tyytymättömiä osallistuessaan seuraavaan tapahtumaan. Asikkaiden tyytyväisyyden kannalta on tärkeää, että heidän palautteensa huomioidaan ja sen kannalta tehdään konkreettisia muutoksia.

6.1.2 Elämyksellisyyden analysointi

Tapahtuman onnistuneisuutta ja elämyksellisyyttä arvoitaessa käytimme teoriaosassa esiteltyä elämyskolmio-mallia apuna. Kolmion avulla analysoimme tapahtumaa elämyksen eri elementtien osalta ja tutkimme, mahdollistivatko ne asiakkaalle elämyksen.

Moniaistisuus oli otettu kiitettävästi huomioon tapahtumassa. Vieraille tarjottiin visuaalista virikettä opiskelijoiden tekemän, tapahtumien aiheeseen liittyvän elokuvan muodossa, tuntoaistia hellittiin hieronnalla (liite 3, kuva 1) ja korvakupuntiolla, makuhermoja puolestaan ruuan ja juoman merkeissä. Kuuloaisti huomioitiin katumuusikoiden ja lapsikuoron avulla.

Vuorovaikutukseen oli panostettu tänä vuonna tapahtumassa enemmän kuin edellisenä vuonna. Asiakkaan oli mahdollista osallistua keskusteluun viestiseinän kautta milloin vain. Myös nimilaput ja asiakkaita osallistavat rinnakkaisseminaarit auttoivat asiakkaiden verkostoitumisessa. Vuorovaikutus niin asiakkaiden kuin asiakkaan ja luennoitsijan välillä edistää yhteisöllisyyden tunteen syntymistä tapahtuman aikana, mikä puolestaan mahdollistaa syvemmän tapahtuman kokemisen ja näin johtaa henkilökohtaiseen elämykseen.

Tapahtumaan oli selvästi yritetty tuoda elämyksellisyyttä moniaistisuuden, teeman, kontrastin, verkostoitumisen, oppimisen ja yhteisöllisyyden kautta. Yhteisöllisyys, uudet kontaktit, oman mielipiteen jakaminen ja verkostoituminen koettiin hyväksi, jotka tukevat elämyskolmion vuorovaikutuksen elementtiä.

Havainnoinnin perusteella voimme sanoa, että tapahtumassa hyödynnettiin moniaistisuuden elementtiä. Fyysisen kokemisen tasolle päästiin, kun asiakkaat aistivat lasten kuorolaulua kuulollaan ja katsoivat elokuvaa näköaistillaan.

Älyllisen kokemisen taso nostettiin tapahtumassa tärkeimmäksi sisällölliseksi elementiksi. Asiakkaille annettiin uusia työkaluja työhönsä ja moni koki niitä myös saaneensa. Vain 15,2 % (joista 3,6 % vastasi en osaa sanoa) ei kokenut saaneensa tapahtumasta uusia työkaluja työhönsä ja 88,4 % oppi tapahtumassa uusia hyödyllisiä asioita. Älyllisyyteen oli siis panostettu paljon, ja se edesauttaa elämyksen kokemista.

Kyselylomakkeen (liite 1) kysymys kymmenen nousi erittäin tärkeäksi elämyksellisyyden analysoimisessa. Kysymykseen ”Jokin asia tai kohta tapahtumassa sai aikaan innostuksen kipinän” 95,6 % vastasi myönteisesti. Elämyksellisyyden emotionaalaisella tasolla asiakas kokee jotakin henkilökohtaista, joka nostaa uusia kysymyksiä ja ajatuksia asiakkaan mieleen ja mahdollisesti jopa saa hänet muutamaa normaaleja toimintatapojaan. Tässä tapahtumassa asiakkaita innostettiin uuden oppimisella sekä uudella lähestymistavalla tapahtuman sisäiseen teemaan Ehkäisevä työ kuuluu kaikille.

Kyselytutkimuksen tulosten ja tapahtuman aikana tehtyjen havainnointien perusteella Onnellisen kaupungin teema jäi hieman valjuksi, eikä siihen päässyt eläytymään kunnolla. Rekvisiittaa olisi voinut käyttää enemmän ja tilana Fellmannia ei ollut tarpeeksi toimiva. Asiakas ei voinut täysin uppoutua tapahtumaan, sillä tilassa liikkui myös tapahtuman ulkopuolisia henkilöitä. Tämä on haastavaa siksi, että kaikenlaiset häiriötekijät voivat vaikuttaa elämyksen syntymiseen ja teeman uskottavuuteen tapahtumassa. Lisäksi tilat rakennuksessa sijoittuvat hyvin väljästi, jolloin myös rekvisiitan käyttö hankaloituu. Mikäli seuraavana vuonna käytössä on Fellmannian kaltainen laaja tapahtuma-alue, on teema kyettävä levittämään saumattomasti koko tapahtumapaikalle.

Kyselytutkimuksessa Onnellisen kaupungin teemaa koskeva kysymys sai myös eniten ”en osaa sanoa” –vastauksia. Tästä voidaan päätellä, että vaikka monen vastaajan mielestä tapahtumassa oli selkeä ulkoinen teema, osalle kävijöistä se jäi epäselväksi. Mikäli tapahtumaan aiotaan jatkossakin liittää jokin teema, on siihen näiden tulosten perusteella hyvä panostaa entistä enemmän, jotta se välittyisi kaikille tapahtumassa kävijöille.

Kävijällä oli siis mahdollisuus kokea elämys tapahtuman aikana, sillä elämyksellisyyden elementtejä oli käytetty hyväksi tapahtumassa.

Kyselytutkimuksessa emme kuitenkaan kysyneet suoraan asiakkailta, kokivatko he elämyksen, vaan selvitimme sitä kysymällä elämyskolmion elementteihin liittyviä kysymyksiä. Näistä kysymyksistä saimme paljon positiivisia vastauksia, mutta toisaalta myös jonkin verran kieltäviä vastauksia. Emme voi tutkimuksen perusteella sanoa varmuudella, kokiko asiakas elämyksen. Elämyksen kokeminen on asiakkaan oma sisäinen kokemus, johon vaikuttavat elämyksen elementtien lisäksi mielentila sekä oman elämän taustat ja odotukset, joita emme voineet arvioida. Tapahtuman järjestäjä oli luonut puitteet elämykselle, jonka jälkeen on asiakkaasta kiinni, kokeeko hän elämyksen. Jokainen elämyksellisyyttä koskenut kysymys sai huomattavasti enemmän positiivisia, kuin kieltäviä vastauksia.

6.2 Ehdotuksia seuraavalle vuodelle

Ehdotuksemme seuraaville Ehkäisevän työn päiville perustuvat niihin asioihin, jotka asiakaspalautteessa olivat nousseet paljon esille. Ehdotuksissamme huomioimme myös omat havaintomme tapahtumasta. Kiinnitimme huomiota erityisesti niihin havaintoihin, jotka tukevat saamaamme asiakaspalautetta.

Seuraavan vuoden Ehkäisevän työn päivien tapahtumapaikka ei ole vielä tiedossamme, mutta suosittelemme laittamaan tapahtumapaikalle runsaasti selkeitä opasteita. Tämä tekee tapahtumasta selkeämmän kävijälle. Tutkimamme tapahtuma rakentui teeman ympärille, ja tämä toimiva ja mielenkiintoinen elementti kannattaa mielestämme säilyttää. Teema tuo tapahtumaan runsaasti mahdollisuuksia esimerkiksi sisustukseen, henkilökunnan pukeutumiseen ja oheisohjelmaan.

Monet vastaajat kokivat ilmoittautumisen tapahtumaan liian hankalaksi. Tapahtumanjärjestäjän on tehtävä parannuksia ilmoittautumisjärjestelmään, jotta se on asiakkaalle mahdollisimman helppokäyttöinen. Mikäli ilmoittautuminen on vaikeaa, saattaa asiakas jättää kokonaan ilmoittautumatta.

Koska monen tutkimukseen vastanneen mielestä ohjelmaa oli tapahtumassa liikaa, suosittelemme ohjelman tiivistämistä. Pällekkäiset seminaarit ovat hyvä tapa

saada tapahtumaan runsaasti sisältöä, mutta monet kävijät kokivat jääneensä paitsi hyvistä seminaareista juuri päällekkäisyyden takia. Seminaarit kannattaa järjestää yksitellen, jotta jokainen asiakas pääsee kuulemaan kaikki haluamansa seminaarit, eikä valinnan vaikeutta synny.

Seuraavana vuonna tapahtumanjärjestäjä voi kehittää innovatiivisempia ja kannustavia ratkaisuja verkostoitumisen helpottamiseksi. Verkostoitumiseen voidaan panostaan ensi vuoden tapahtumassa järjestämällä esimerkiksi speed dating -tuokio, jossa vieraat pääsevät keskustelemaan valmiiksi annetuista aiheista toistensa kanssa. Tämä luo verkostoitumisen lisäksi yhteisöllisyyttä. Tämän vuoden tapahtumassa viestiseinä oli hyvä tapa luoda yhteisöllisyyttä tapahtumaan, joten tämä elementti kannattaa säilyttää jatkossakin. Yhteisöllisyyttä voidaan tuoda enemmän esille seuraavan vuoden tapahtumassa ryhmäytymisaktiviteettien avulla.

7 YHTEENVETO JA ARVIOINTI

Tässä kappaleessa pohdimme työmme validiteettia ja reliabiliteettia. Teimme työn parityönä ja selostamme omassa alakappaleessa työmme työnjaon ja yhteistyön haasteista. Lopussa on oma arviomme opinnäytetyöstä ja oppimisestamme.

7.1 Validiteetti ja reliabiliteetti

Tutkimuksen validiteetilla ja reliabiliteetilla mitataan tutkimuksen pätevyyttä ja toistettavuutta. Jos tutkimus on onnistunut sisäisellä validiteetillaan, siinä tutkimuksen mittaukset vastaavat teoriaosuudessa esitettyjä käsitteitä.

Tutkimuksen ulkoisella validiteetilla tarkoitetaan sitä, että myös ulkopuolinen tutkija tulkitsee tutkimustulokset samalla tavalla. (Heikkilä 2004, 186–187.)

Validiteetilla mitataan siis tutkimuksen pätevyyttä (Hirsijärvi ym. 1997, 222.)

Tutkimusta tehdessä otimme tutkimuskysymyksiä laatiessamme teoriakäsitteet huomioon, jotta esimerkiksi tapahtuman onnistuneisuutta voitaisiin mitata.

Pyrimme pitämään kysymykset mahdollisimman yksinkertaisina, jotta niiden tulkitsemisessa ei tule virhetulkintoja. Tällöin työn ulkoisen validiteetin pitäisi olla kunnossa.

Reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimuksen kykyä tuottaa ei- sattumanvaraisia tutkimustuloksia. Jos tutkimus tehtäisiin uudelleen samalle otannalle, tutkimustulosten tulee olla suurilta osin samat. Tämä mittaa tutkimuksen sisäistä reliabiliteettia. Ulkoisella reliabiliteetilla todennetaan, että mittaukset pystytään toistamaan myös muissa tutkimuksissa. (Heikkilä 2004, 186.)

Uskomme tämän tutkimuksen sisäisen reliabiliteetin olevan kunnossa. Saimme vastaukset kyselyyn suurimmalta osalta kävijöistä. Ainoana virhemarginaalin tekijänä tulee jatkossa olemaan kyselytutkimuksen tekeminen pitkän ajan (useamman viikon) päästä tapahtuman jälkeen, jolloin asiakkaat eivät välttämättä enää muista kaikkia yksityiskohtia tapahtumasta ja tuntemuksistaan, ja näin ollen he saattavat vastata toisin kysymyksiin. Kyselytutkimus voidaan toistaa muussakin samankaltaisessa tapahtumassa, lukuunottamatta kysymyksiä, jotka koskivat juuri tämän tapahtuman teemaa, eli kysymyksiä Onnellisesta

kaupunkista. Uskomme tutkimuksella olevan realibiliteettia, sillä tutkimusotanta oli suuri: noin 93 % kävijöistä. Satunnaisvirheiden riski tässä tapauksessa on pieni (Heikkilä 2004, 186).

7.2 Työnjako

Teimme työtä suurin osin etätyönä, mikä toi työn tekemiselle hieman haasteita. Yhteisten tapaamisten yhteydessä jaoin tehtäviä, joita teimme omatoimisesti. Omatoimisessa työskentelyssä arvioimme toistemme työn tulokset ja teimme tarvittavia muutoksia tai lisäyksiä tekstiin.

Moona Havo teki tietoperustassa selvitystä onnistuneen tapahtuman elementeistä, tapahtuman markkinoinnista sekä verkostoitumisesta tapahtumassa. Johanna Kinnunen vastasi palautteen kerääminen ja sen analysointi, tapahtumaprosessi sekä tapahtuman onnistuneisuuden mittaaminen -osioista, sekä tapahtuman elämyksellisyydestä ja sen teemoista. Tutkimme yhdessä tapahtumasta ja elämyksellisyydestä yleisesti kertovia teorioita.

Tutkimus toteutettiin yhteistyönä. Havainnoimme tapahtuman aikana mahdollisia kehityskohteita sekä positiivisia ja negatiivisia elementtejä. Hyödynsimme havainnoinnissamme onnistuneen tapahtuman teoriaa ja sen asettamia arviointikriteerejä. Haastattelimme vieraita paikan päällä saadaksemme mielipiteitä tapahtumasta yleisesti. Moona Havo vastasi havainnointi- ja haastattelutulosten raportoinnista. Johanna Kinnunen raportoi kyselylomakkeen tuloksien kirjoittamisesta.

Analysoinnissa jaoin vastuualueet samoin, kuin teorian käsittelyn. Moona Havo analysoi tapahtuman onnistuneisuutta ja Johanna Kinnunen elämyksellisyyttä Ehkäisevän työn tapahtumassa saadun palautteen, havainnoinnin, sekä haastatteluiden perusteella. Työn kaikki muut osat teimme yhteistyönä.

7.3 Oma arviointi opinnäytetyöstä ja opinnäytetyöprosessista

Opinnäytetyöprosessimme alkoi kevätlukukaudella 2014 aiheen valitsemisella ja opinnäytetyösuunnitelman laatimisella. Aloitimme työn varsinaisen kirjoittamisen ja työnjaon vasta kesän 2014 lopussa, kun itse tapahtumaan oli enää jäljellä muutama kuukausi. Jälkeenpäin ajateltuna olisimme voineet aloittaa viitekehyksen luomisen aikaisemmin, jolloin meillä olisi ollut selkeämpi kuva opinnäytetyömme teoriapohjasta ja siihen perustuvista kysymyksistä hyvissä ajoin ennen tapahtumaa. Jouduimme tekemään vielä viitekehyksen rajauksia ennen tutkimusosion aloittamista, mutta saimme sen mielestämme tehtyä kuitenkin hyvin.

Työntekoa hankaloitti se, että jouduimme pääasiassa työskentelemään omatoimisesti, sillä emme pystyneet etäisyyden ja töiden vuoksi sovittamaan aikataulumme yhteen niin kuin olimme aluksi suunnitelleet. Tämä myös rajoitti työn laajuutta. Viitekehukseen oli myös välillä hankalaa kerätä lähdemateriaaleja. Tätä vaikeutti osaksi se, että toinen meistä vietti opinnäytetyöprosessin viimeiset viikot ulkomailla työharjoittelussa vailla alan kirjallista tietokantaa.

Saimme mielestämme kerättyä hyvin tutkimusmateriaalia niin tapahtuman aikana kuin sen jälkeen lähetetyn kyselylomakkeen avulla. Olimme tyytyväisiä vastaajien määrään. Materiaalia olisimme voineet kerätä lisää esimerkiksi havainnoimalla koko tapahtuman ajan (myös iltatilaisuuksissa) ja analysoimalla viestiseinän kirjoituksia, mutta katsoimme viestiseinän sisällön tämän opinnäytetyön viitekehyksen ulkopuoliseksi tiedoksi. Viestiseinän kirjoitukset eivät liittyneet tapahtuman onnistuneisuuteen, eikä niistä voinut tulkita tapahtuman elämyksellisyyttä.

Opinnäytetyö kartutti osaamistamme asiakastyytyväisyystutkimuksen tekemisestä. Opimme lisäksi menetelmiä laajan tutkimusaineiston raportointiin ja käsittelyyn. Saimme kokemusta virallisen kyselylomakkeen laatimisesta ja sen kysymysten oikeaoppisesta muotoilusta. Työn teoreettisen viitekehyksen kokoaminen lisäsi omaa teoreettista osaamistamme tapahtumatuotannosta ja elämyksellisen palvelutuotteen muotoilusta.

LÄHTEET

Kirjalliset lähteet

Berridge, G. 2007. Events Design and Experience. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Bladen, C. Kennell, J. Abson, E. Wilde, N. 2012. Events Management: An Introduction. Lontoo, New York: Routledge.

Catani, J. 2008. Yritystapahtuma kontekstina ja kulttuurisena kokemuksena. Jyväskylä: Jyväskylä University Printing House.

Dunderfelt, T. 2004. Elämänkaaripsykologia. Porvoo: WSOY

Frank, G. 2012. The Experience Science – A New Discipline on the Rise. Münster: LIT Verlag.

Heikkilä, T. 2004. Tilastollinen tutkimus. Edita: Helsinki.

Hirsijärvi, S. Remes, P. Sajavaara, P. 1997. Tutki ja kirjoita. Tampere: Tammer-Paino Oy.

Järventausta, H., Moisala, M. & Toivakka, S. 1999. Tutkimalla oppii. Porvoo: WSOY

Kananen, J. 2008. Kvantti- Kvalitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisut.

Kylänen, M. toim. 2005. Articals on Experiences. Rovaniemi: Univercity of Lapland Press.

Mikaela & Helena reklambyrå 2011. Event – How hard can it be?. Tukholma: ME Produkter

Pesonen, H., Lehtonen, J. & Toskala, A. 2002. Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena – markkinointia, viestintää, psykologiaa. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Rope, T. & Pöllänen, J. 1998. Asiakastyytyväisyys – johtaminen. Juva: WSOY

Vallo, H., Häyrinen, E. 2008. Tapahtuma on tilaisuus. Tallinna: Tietosanoma Oy.

Vilkka, H. 2006. Tutki ja havainnoi. Vaajakoski: Tammi.

Ylikoski, T. 1999. Unohtuiko asiakas?. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy

Sähköiset lähteet

Bluestone, A. S. 2013. Create a Networking Event [Viitattu 24.11.2014].

Saatavissa: <http://www.njscpa.org/career/article/2013/05/22/create-a-networking-event>

Ehkäisevän työn päivät. 2014. Blogi [viitattu 15.12.2014]. Saatavissa:

http://ehkaisevantyonaivat2014.blogspot.com.es/2014_01_01_archive.html

Gooch, A. 2013. Successful Event Management: Top 10 Tips [viitattu 9.1.2015].

Saatavissa: <http://www.steerdaviesgleave.com/news-and-insights/successful-event-management-top-10-tips>

Misner, I. 2013. Networking like a Pro: How to Host a Successful Business Mixer

[Viitattu 24.11.2014]. Saatavissa: <http://www.entrepreneur.com/article/226954>

Pine B., & Gilmore J., 1998. Welcome to Experience Economy [viitattu

12.12.2014]. Saatavissa: http://rushkolnik.ru/tw_files/4995/d-4994348/7z-docs/4.pdf

Päijät-Hämeen sosiaali- ja terveisyhtymä, 2014 [viitattu 15.12.2014]. Saatavissa:

<http://www.phsotey.fi/sivut/sivu.php?id=31939&vy=10016&ryhma=800>

Reber, J. 2008. The 7 Elements of a Successful Special Event [viitattu 20.9.2014].

Saatavissa: <http://jamesreber.com/ProducingEvents/ElementsSpecialEvent.html>

Muut lähteet

Ehkäisevän työn päivät 2013. Pori. Ehkäisevän työn päivien tapahtuma

LIITTEET

Liite 1: Kyselylomake

Liite 2: Kyselylomakkeen avoimet vastaukset

Liite 3: Kuvia ehkäisevän työn päiviltä

Ehkäisevän työn päivät – kyselylomake

1. Sukupuoli

Nainen

Mies

1. Ikä

Alle 20

20-29

30-39

40-49

50-59

Yli 60

2. Missä roolissa olit seminaarissa

Osallistuja

Luennoitsija

Opiskelija

Muu

3. Oletko osallistunut Ehkäisevän työn päiville aikaisemmin?

Kyllä

En

4. Tapahtuman onnistuneisuus oli kokonaisuudessaan mielestäni

Erinomainen

Hyvä

Tyydyttävä

Heikko

En osaa sanoa

5. Osallistun tapahtumaan myös tulevina vuosina, jos mahdollista

Hyvin todennäköistä

Melko todennäköistä

Melko epätodennäköistä

Epätodennäköistä

En osaa sanoa

6. Miten sait tietää tapahtumasta?

Internetistä (esim. sosiaalinen media, tapahtuman blogi)

Työpaikalta

Ystävältä

Osallistuin tapahtumaan edellisenä vuonna

7. Verkostoituminen tapahtuman aikana oli tehty helpoksi

Samaa mieltä

Osittain samaa mieltä

Jokseenkin eri mieltä

Täysin eri mieltä

En osaa sanoa

8. Loin uusia kontakteja, jotka ovat hyödyllisiä tulevaisuutta ajatellen

Samaa mieltä

Osittain samaa mieltä

Jokseenkin samaa mieltä

Täysin eri mieltä

En osaa sanoa

9. Jokin kohta tai asia tapahtumassa sai aikaan innostuksen kipinän

Samaa mieltä

Osittain samaa mieltä

Jokseenkin eri meiltä

Täysin eri mieltä

En osaa sanoa

10. Koen saaneeni seminaarien annista itselleni työkaluja omaan työhöni

Samaa mieltä

Osittain samaa mieltä

Jokseenkin eri mieltä

Täysin eri mieltä

En osaa sanoa

11. Koin tapahtuman aikana yhteisöllisyyttä ja olevani osa tapahtumaa

Samaa mieltä

Osittain samaa mieltä

Jokseenkin eri meiltä

Täysin eri mieltä

En osaa sanoa

**12. Tapahtuman aikana oli mahdollista tuoda julki omia kokemuksia/
mielipiteitä**

Samaa mieltä

Osittain samaa mieltä

Jokseenkin eri mieltä

Täysin eri meiltä

En osaa sanoa

**13. Opin tapahtuman aikana uusia asioita, joita voin hyödyntää jatkossa
työssäni**

Samaa mieltä

Osittain samaa mieltä

Jokseenkin eri mieltä

Täysin eri mieltä

En osaa sanoa

**14. Onnelisen kaupungin teema oli näkyvä ja kantava elementti koko
tapahtuman ajan**

Samaa mieltä

Osittain samaa mieltä

Jokseenkin eri meiltä

Täysin eri mieltä

En osaa sanoa

15. Tuntui hyvältä

Vapaa sana

16. Jäi harmittamaan

Vapaa sana

LIITE 2. Kyselylomakkeen avoimet vastaukset

TAPAHTUMAN SISÄLTÖ

Positiivista

- Mielenkiintoista sisältöä oli paljon! Hyvät järjestelyt.
- Hyviä luentoja ja toiminnallisia juttuja joita voi hyödyntää työssään.
- Tunnelma, paikka, asiantuntevat luennoitsijat
- Positiivinen lataus onnistunut läpi molempien päivien. Varsinkin lasten kuoroesitys oli koskettava ja voimaannuttava!
- Hieno homma kokonaisuudessa, suuren työn ja yhteisen pohdinnan tulosta.
- Hieno kokonaisuus
- Sijainti
- Saada pieni lepo hetki hälinästä aistihuoneessa. Muutenkin kiva, että tällaisia työmenetelmiä (mm. korvaakupunktio jne) esitellään
- Lasten lauluesitys
- Päivien anti oli suurimmalta osin hyvä. Työpajat todella hyvä idea, sai valita oman kiinnostuksen mukaan. Pormestari oli ihana <3
- Seminaarin teemat ja sisällöt olivat ajankohtaisia oman työni kannalta. Sain paljon ideoita, joiden pohtimista voin jatkaa ja hyödyntää omassa työssäni. Rinnakkaisseminaareissa oli paljon valinnanvaraa ja lähes kaikkien aiheet olivat hyvin mielenkiintoisia. Rinnakkaisseminaarit olivat sopivan kokoisia, osallistujia oli juuri sen verran, että kaikki halukkaat pääsivät ääneen ja kertomaan omista kokemuksistaan. Osallistumista vaativat osuudet, ryhmätyöt, olivat mukavia ja alensivat kynnystä tutustua muihin seminaariin osallistujiin ja mahdollistivat ajatusten vaihdon eri alojen ammattilaisten kesken.
- Tiedollista informaatiota ja käytännön kokemuksista kumpuavaa asiaa hyvä sekoitus.
- Alaseminaarit / työpajat (ainakin ne, mihin osallistuin) olivat aivan mahtavia. Erityisesti keskiviikon iltapäivä Esa Nordlingin johdolla oli mahtava. Upea työpaja, jossa kokemusasiantuntijuus todella hienosti

esillä. Aistihuone oli myös ihana, puhumattakaan maailman suloisimmasta kuorosta :-)

- Kun osallistujat oli huomioitu joka tilanteessa. Esim. aamulla oli mukava tulla kun oli iloinen vastaanotto ja kaikki oli asiallisesti ja hyvin järjestettyä. Järjestelyt toimivat jo alkaen aina ensimmäisestä sähköposti viestistä liittyen seminaariin, joka ilostutti lukijaa heti suurella tarjonnallaan. Se innosti ilmoittautumaan ja odottamaan itse seminaaria, joka olikin vielä parempi kuin osasin odottaa.
- Positiivinen ilmapiiri seminaarissa jäi hyvin mieleeni ja se, että tapahtumaa oli järjestetty monen eri tahon kanssa. Ohjelma oli monipuolista ja laadukasta...
- ... Pienten kuorolaisten esitys oli mainio loptetus päiville.
- Tunnelma Ehkäisevän työn päivillä oli rento ja lämmin. Työpajat olivat mielenkiintoisia ja korkeatasoisia. Jäi hyvä fiilis päivistä ja tutustuin uusiin ihmisiin. Leena Kurki oli ajatuksia herättävä ja innostava. Kiitos järjestäjille kokonaisuudesta.
- Ihana ja aito tunnelma molempina päivinä. Aloitus ja lopetus erittäin mieleenpainuvia.
- Hyviä puheenvuoroja ja mielenkiintoisia aiheita.
- Puheenvuorojen laittaminen blogiin oli toimiva idea.
- Kuorosta jäi hyvä mieli =)
- Kuulin päivien aikana paljon mielenkiintoista. Etukäteen harmittelin että voi osallistua vain niin muutamaan tärkeään juttuun, kun seminaarivaihtoehtoja oli paljon. Jälkeenpäin totean, että annos oli sopiva. Rajallistahan tämä ihmisen elämä on aina!
- Aiheet olivat ajankohtaisia ja kiinnostavia. Tunnelma ja ilmapiiri oli avoin ja keskusteleva.
- ...opiskelijat myös asiakaspalvelu-henkisiä.
- Erinomaiset puhujat. Hieno seminaarin aloitus ja huumori ja mukavuus, onnellisuus oli mukana koko seminaarissa.
- Työpajat oli jaettu useampiin kokonaisuuksiin, monenlaisessa aiheessa liikuttiin. Aistihuone ja korvaakupunktio olivat ihania!
- Lasten kuoro oli mahtava!

- Paljon hyvää asiaa ja asiantuntijuutta. Ei ollut turha reissu! Kiitos. tarjontaa oli, työpajojen puhujat olivat ottaneet homman tosissaan
- Kokemusasiantuntijoiden puheenvuorot olivat parasta antia tänne ruohonjuuritasolla toimintaa pyörittäville ja sitä suunnitteleville tahoille.
- Rungas tarjonta eri aiheista
- Työpajaosuudet, näistä sai konkreettisia ideoita, keskustelua ja virikkeitä...
- Hyvät luennoitsijat, hyvä seminaaripaikka.
- Osallistava ohjelma, kokemuksellisuus
- Olla osa tapahtumaa ja saada oma näkemyksensä esiin tapahtumassa. Järjestäjät/työpajojen vetäjät olivat innostavia ja ystävällisiä ja tapahtumassa on paljon hauskaa ja elämyksellistä toimintaa. hyväntuulinen ilmapiiri, jota järjestäjät pitivät yllä
- Hyvänmielen-osoitus, oli hauska ja kiva kokemus. Lastenkuoro oli yllättävä ja ihana lopetus ehkäisevän työn päiville.
- Rinnakkaisseminaarissa oli paljon viestinnästä kiinnostunutta ja motivoitunutta väkeä. Hyvää keskustelua ja suurin osa luennoitsijoista oli hyviä.
- Nettiä oli hyödynnetty erinomaisella tavalla. Positiivisen tekemisen meiningin saattoi tuntea ihan jo asutessaan paikalle!
- Järjestelyt olivat erinomaiset, tunsin itseni tervetulleeksi. Vastaanotto ovelta lähtien upeaa. Ohjela erinomainen, puhujat ensiluokkaisia, asiat bueno
- Iloiset ihmiset, hyvät tapahtuman järjestelyt. Ruokailu ja kahvitus toimi erityisen hyvin. pysähdyttävät kokemukset, kuten työpaja, jossa neljän tuulen "asiakkaat" haastoivat miettimään omia asenteita ja tapoja reagoida. MAHTAVAA!!!
- Paljon erilaisia luentoja ja asiantuntemusta. Kiitoksia!
- Ilmapiiri oli mukava. Mielenkiintoiset aiheet. Upea kokonaisuus ja paljon työtä tehty. Upeaa!
- Kivoja ideoita, jotka tukivat kokonaisuutta. Seminaariin oli ujutettu paljon perinteestä poikkeavaa, mikä ilahdutti ja virkisti...

- ... loppuhuipennus, lapset ja heidän esitys antoi ja lisäsi toivoa välillä niin kivisellä tiellä.

Negatiivista

- Mielenkiintoista sisältöä oli niin paljon, että harmitti kun piti jättää jotain välistä päällekkäisyyden vuoksi.
- Sessiot jaettu turhan pieniin palasiin, ohjelma hankala hahmottaa ja paljon mielenkiintoista menee ohi.
- Seminaarien tarjonta hieman sekava. Rinnakkaisseminaareissa liian lyhyessä ajassa liikaa asiaa. Esimerkiksi torstaina 3 luennoitsijaa reiluun tuntiin, kaksikin kunnolla esitettyä asiaa olisi toiminut hyvin.
- Ohjelma ei ihan auennut, eikä opiskelijatkaan tuntuneet olevan kovin perillä. Ohjelma olisi voinut olla esillä jossain isolla ja näkyvässä paikassa. Jotkut yleisluennot jäivät vähän liian yleiseen tasoon, esim. koko päivät aloittanut luento.
- Olisi todella tärkeää panostaa luennoitsijoihin ja olisi ollut täydellistä, jos heissä tuo positiivisuus olisi näkynyt myös.
- Etten pystynyt niin intensiivisesti osallistumaan rinnakkaisseisioihin kuin olisin halunnut.
- Ohjelmaa oli liikaa, vähempikin määrä rinnakkaisseminaareja olisi riittänyt. Lisäksi esim kokemuskirjastoon ja akupunktiojuttuun ei ehtinyt lainkaan tutustumaan. Myös hyvämielenilmaus "meni ohi" :(
- En kerinnyt akupunktioon!
- Elämystörien ja seminaarien samanaikaisuus, nyt moni jäi paitsi luovaa uutta avaavaa kokemusta.
- Se, että anti oli jaettu osaseminaareihin, joista pääsi kuulemaan vain osan. Oli niin monen monta mielenkiintoista aihetta. mukaan olisi mahtunut isompikin osallistujamäärä
- Olisin kaivannut infoa heti ilmoittautuessa joko suullisesti tai kirjallisesti esim.ruokailusta,kahvista,opiskelija ei narikassa tiennyt mitä tekee,kun ojensin hänelle takkini elikä yleisinfo oli surkea.Opiskelijoiden

järjestämiin juttuihin ei ehtinyt tutustua, kun aikataulu päivillä niin tiukka ja olisin ehdottomasti halunut tutustua niihin :(

- Aikataulu oli aika tiukka, joten hienolle väliaikatoiminnalle ei jäänyt aikaa tarpeeksi, esim akupunktioon en ehtinyt ollenkaan. Samoin iltaohjelmaan en jaksanut enää lähteä, kun oli hotellille päässyt välillä...

Verkostoituminen olisi varmasti onnistunut siellä paremmin. Mutta tosiaan, kokonaisuudessaan hienosti järjestetyt päivät ja harmitus tulee siitä, ettei ehtinyt nauttia kaikesta tarjolla olevasta.

- Toisen päivän suppeahko anti.
- Ohjelma oli sekava ja seminaareja liikaa, vähempikin olisi riittänyt.
- Elokuviissa käyntiin, aistihuoneisiin yms. tutustumiseen ei ollut oikein aikaa.
- Oli ehkä hieman liikaa eri työpaja tarjontaa. Harmittaa että jäi moni mielenkiintoinen juttu kuulematta ja näkemättä. rinnakkaisseminaareihin ilmoittautuneiden nimet olisi ollut kiva saada - jos ei paperilla niin vaikka sähköpostiin.
- En ehtinyt tutustua esim. 5 kerroksen tarjoamaan hietontaan, näyttelyyn jne. ohjelma oli sekava
- Työpajoja oli aika paljon, olisi halunnut osallistua niihin laajemminkin.
- Käytännönjärjestelyt olivat hieman kehnot. Varsinkin keskiviikkona opastus oli heikkoa missä mitään on yms.
- Taukojen ajoiksi oli järjestetty ihania ohjelmia, aistihuone, akupunktio, kokemuskirjasto. Kokemuskirjastoa en löytänyt, aistihuone oli toisena päivänä jo purettu kun lounastunnilla sinne yritin :(opiskelijoita oli Felmannia talon ovella vastassa iso joukko, mutta he eivät oikein osanneet opastaa. Ihan ei heidän roolinsa avautunut.
- Se harmitti, kun ei voinut osallistua kuin yhteen seminaariin kerrallaan. Seminaarien siällöt olivat todella kiinnostavia.
- Etten lainannut useampaa henkilö elävästä kirjastosta keskiviikkona. :) Se oli tosi hyvä!
- Liian paljon sessioita.
- Kun ei voinut osallistua useampaan viestintää käsittelevään seminaariin, koska ne ajoittuivat ajallisesti päällekkäin.

- Että sain valita niin laadukkaista työpajoista vain kaksi!
- Liian paljon eri sessioita, valinnan vaikeus.
- Sekavuus niiltä osin, että eri aiheisia luentoja oli paljon
- Oli niin paljon hyviä rinnakkaisia tapahtumia, joihin olisi ollut kiva osallistua.
- Liian tiukka aikataulu, paljon hyviä luentoja joihin olisi tehnyt mieli osallistua...
- Työpajoissa oli liikaa puhujia suhteessa varattuun aikaan...
- Paljon jäi kokematta, näkemättä, oppimatta, kun ei voinut olla monessa paikassa yhtä aikaa
- Ikävää, kun ei voinut osallistua kaikkiin luentoihin, joihin halusi, mutta olisi tietenkin hankala järjestää päiviä niin, että liikkumavaraa olisi enemmän. Silloin olisi jatkuva liikenne joka suuntaan, eikä sekään ehkä olisi hyvä.
- Tapahtumien päällekkäisyys (non-stoppina toteutetut "pajat" ym) - paljon jäi kokematta. Yhteinen tapahtumataulu olisi ollut paikallaa - ei aina tiennyt, missä kerroksessa tapahtuu ja mitä ja mihin kellonaikaan. Ei ollut oikeata mahdollisuutta esim. tuolla tutustua eri 2pisteisiin" - koska aikaa ei ollut...
- Seminaaritarjonta oli hankalasti avautuva ja oli ohjeistettu huonosti.
- Paljon hyviä aiheita ja aika on niin rajallinen
- ehkä työpaja alustajan/ luennoijan ei kannattaisikaan korostaa omaa oppineisuuttaan. "olen opiskellut ja tottunut käyttämään teoreettisen filosofian termejä" voisi tulkita että suoritan teille yksinpuhelia keskustellaan jos ymmärrätte:-) . usein lähtökohtahan on, aiheesta kiinnostuneet ovat kartalla ja vähemmän kiinnostuneet ovat pois. oma moka kun en tutustunut pajojen sisältöön etukäteen tarpeeksi tyhjentävästi mutta ei niin huonoa etteikö hyvä jäisi voitolle.

VERKOSTOITUMINEN

Positiivista

- Nähdä kollegoja ja kuulla uusista innavaatioista
- Huomata, että osallistuja oli ympäri Suomea
- ... Sen eri aiheet herättivät hyvää keskustelua, mutta myös syviä tunteita, joita pystyi yhteisöllisesti jakamaan.
- ... Kontaktien luominen onnistui hyvin.
- Kohdata samanhenkisiä ihmisiä.
- Kiva tunnelma, oli mukavaa tavata tuttuja
- Tunnelma oli välitön ja avoin, oli helppo luoda uusia kontakteja sekä tavata yhteistyökumppaneita.
- ... verkostoitumisen kannalta hyvä

Negatiivista

- Verkostoimiselle ei jäänyt aikaa.
- Verkostoitumiseen en löytänyt tilaa päiväohjelmasta...
- Koska pystyin olemaan vain yhden päivän. Se varmasti vaikutti esim. verkostoitumiseeni.
- Auditorio tarjosi huonosti mahdollisuuden vuorovaikutukseen ja keskusteluun. Aikaakin siellä niukalti.
- ...Vapaalle keskustelulle olisi saanut luentojen välissä antaa enemmän aikaa.
- ...Keskustelulle ei jäänyt juurikaan aikaa kun piti mennä seuraavaan aiheeseen. Keskustelulle olisi toivonut enemmän aikaa koska esiintyjät alustivat erityisen mielenkiintoisia aiheita.
- ...Verkostoituminen jäi pieneksi - koska aikaa ei ollut. Liian tiheä tahti työpajoissa myös - aikaa todelliselle "ryhmätyölle" ei ollut.
- Osallistuminen iltatilaisuuteen jäi vähäiseksi joten verkostoitumista ei niin kovin helposti synny. syytä voi olla useita.
- ...Ihmiset hävisivät eri kerroksiin ja todellinen verkostoutuminen jäi vähäiseksi...

TEEMA

Positiivista

- ... Oli plussaa, että oli uskallettu tehdä asioista erilailla ja heittäytyä aiheeseen (esim. pormestari).
- Onnellinen kaupunki oli hyvä lähestymistapa aiheeseen.
- ...pormestari oli tosi hyvä...
- Erityisen hyvä tuntui ept-viestintään liityvien teemojen ottaminen ohjelmaan.
- ... Esimerkiksi Onnellisen kaupungin teema oli mielestäni hyvin onnistunut. Kiva, kun seminaari sisälsi paljon toiminnallisuutta ja kulttuuria.
- Tekijöiden/ järjestäjien innostus ja se kantoi loppuun saakka. teema oli todella hyvä...
-

Negatiivista

- ...onnellinen kaupunki teemana varmaan ok, mutta aika irralliseksi ja päälleliimatuksi jäi...
- Tapahtuman visuaalinen ilme (odotin että Fellmanniasta olisi tehty enemmän kaupungin näköinen lavasteilla)

ELÄMYKSELLISYYS

Positiivista

- Oli kiva oppia uutta: Työpaja johon osallistuin, oli hyvin pohjustettu, mielenkiintoinen ja sain siitä paljon itselleni ja työyhteisöön jaettavaksi. Oppimaani aion hyödyntää myös muussa työssäni...
- Että työpajaani osallistuneet ihmiset osallistuivat paljon ja tuntuivat saaneen työpajasta itselleen jotain.
- Elämyksellisyys, tietojen ja taitojen lisäksi myös tunteet huomioitiin...
- Osallistava tapa, jolla asioita tuotiin esiin. Luentomaisuus onkin "vanhanaikaista" eikä aina niin herättelevää.

MUUTA

Positiivista

- Kivat tilat, mukavat ihmiset.
- Huomata, että monialaisuuteen ollaan panostamassa. Seuraava askel on päästä sosiaali- ja terveysalan poteroista vielä muidenkin alojen poteroihin. Tai siis pois poteroista:) Ehkäisevässä työssä korostuu kilpailu ihmisen ajasta, ja tällä hetkellä sosiaali- ja terveyspalvelut (niin julk, yks kuin 3.) häviävät tätä kisaa (esim. alkoholi-nimiselle brändille). Tarvitaan myös liiketoimintaosaamista ja palvelukehittämistä.
- Kun sai kahvia/teetä koko ajan:)
- Yleinen fiilis, hyväntuulinen kaupunkihulina ja kaikkien vaivannäkö yhteisen asian puolesta
- Ilon ilmapiiri vastapainona karulle maailmalle jossa kaikki mitataan rahassa.
- Tunteet tarttuvat, niin ilokin tehdä ehkäisevää työtä.
- Hyvä henki, iloiset ilmeet, monipuolisuus, erilaisuus- kukaan ei pönöttänyt!
- Seminaarissa oli lämmin ja iloinen tunnelma...
- Varsin onnistunut seminaari mielestäni!...
- Että ko. päivät olivat.
- Tapahtumassa oli hyvä henki.
- Hyvä fiilis! Hyvät järjestelyt!
- Hyvin järjestetty
- Tapahtuman tunnelma ja fiilis olivat mukaansatempaavia ja energisiä jo pelkästään sen takia kannatta tulla paikan päälle.
- Kaikesta näki, että tapahtuman toimijat olivat panostaneet paljon saadakseen onnistuneet päivät. Suuri kiitos kaikille!
- Kokonaisuus.
- Katsoa asioita boxin ulkopuolelta, sellaisten tahojen näkökulmasta, jotka eivät heti ajatuksissani liity päihdetyöhön.

- Kokonaisuus hyvä!
- Tapahtuman eteen oli tehty mielettömästi järjestelyjä. Tapahtuma oli monikerroksinen, siis positiivisella tavalla.
- Opiskelijoiden panos positiivinen avuliaita jne..
- Yhteishenki kaikkien kanssa.
- Iloinen mieli.
- Tapahtuman onnistuminen

Negatiivista

- Tilana ei parasmahdollinen... ..Olisin kaivannut myös näytteilleasettajia. Sieltä saa hyvää tietoa ja tapaa eritavalla ihmisiä. Moni asia oli liikaa internetin takana. Ilmoittautuminen oli myös hankala.
- Kun iltaohjelmaan ilmoittautuneet eivät tulleet paikalle.
- Eipä tule mieleen
- Mielestäni yleisinfo päivistä jäi puutteelliseksi, esim. iltatilaisuudesta informointi puuttui.
- Ruokailu ei kuulunut hintaan (oli kyllä mainittu etukäteen).
- Opastus eli paperinen kartta olisi ollut hyvä, kaikki eivät löytäneet viidenteen kerrokseen, jossa oli opiskelijoiden toimipisteitä
- Opasteet auditorioon ja työpajoihin olivat heikkoja
- Ruoka olisi voinut olla paempaa
- En itse ehtinyt kierrellä tai osallistua seminaareihin koska olin "töissä" tapahtumassa.
- Ilmoittautumislomake oli vaikea; meni kauan ennen kuin jaksoi tarttua opiskelemaan sen monimutkaisuutta!
- Iltatilaisuudessa olisi voinut olla enemmän ihmisiä.
- Kun ei ollut oikeaa materiaalinäyttelyä tms. missä konkreettisesti olisi voinut tarjota uusia tai hyviksi koettuja juttuja osallistujille. :(
- Etten voinut olla mukana kuin vain vajaan yhden päivän
- Harmittamaan jäi se, että koin olevani "väärässä" työpajassa, jonka siis olin itse valinnut ilmoittautuessani:)

- Tapahtumapaikka oli aika iso, mikä vaikutti siihen, että osallistujat olivat aika hajallaan
- Hamittamaan jäi se, että ennalta lähetettyjä PP- esityksiä ei ollut tarkistettu ennen nettiin laittoa ja osa Ppesityksistä oli "hajonnut".
- Työpajojen sijainnista oli hankala saada selvyyttä. Olisivat voineet olla näyttöillä esillä to aamuna. Olisi helpottanut selvittämistä, koska itselläni ainakaan ei ollut nettiä käytettävissä.
- Jäi harmittamaan että rentoon iltatapahtumaan tuli niin vähän osallistujia.
- Ei mikään...
- ...Hiljaisen hetken viettäminen oli kaunis muistaminen, minä olisin ehkä toivonut vähän avausta, kuka oli tämä henkilö, jolle hiljaista hetkeä vietettiin?
- Puuttui selkeät opasteet mihin pitää/voi mennä ja missä on mitään esim. akupunktion ja hieronnan sijaintia ei tiedetty. Jota olisi voinut hyödyntää välitauoilla.
- Nettisivut olivat todella huonot ja epäselvät. Olivat vaikea lukuiset ja ohjelmat jäi epäselviksi sen takia. ruoka oli mautonta ja mitäänsanomaton, tällaisissa tapaamisissa niihin kannattaa panostaa;)
- Oli vaikea etukäteen suunnitella, mihin tapahtumaan osallistun, vähän sekava oli hakea niitä
- Sekava rakenne. Liian monta erilaista tasoa ja mahdollisuutta työryhmissä ja esite oli vaikea lukuinen.
- Ruoka oli turhan tavallista, Fellmannian kanssa olisi voinut neuvotella ruokalistalle jotain muuta kuin perusmättöä. Fellmannia on rakennuksena suuri ja päivät oli ripoteltu vähän sinne tänne, keskittäminen olisi toiminut paremmin. niin runsas tarjonta että jäi paljosta vaille
- Info kahveista ja ruokailusta oli surkeaa. Opiskelijoita oli vastassa kymmeniä, mutta kukaan ei ohjannut ylös kahville, eikä kahvilan myyjä edes kahvia ostaessamme kertonut että viereiseltä pöydältä saa hakea ilmaiseksi.
- Ruokailemaan menimme puoli yhdeltä kun heti kahdeltatoista oli paljon jonoa, ruuat oli juuri korjattu pois. Siitäkin olisi voitu infota etukäteen että aikaa on vain puoli tuntia hakea ruoka.

- Ei mikään. Hyvä tapahtuma.
- Ei mikään! Thanks!
- Informaatiota olisin kaivannut lisää. Esim iltatilaisuuden ohjelmasta ja käytännön järjestelyistä. Lisäksi osallistujalista olisi ollut kiva lisä - siitä näkee millaisista paikoista ja millaisilla ammattikunnan edustajista porukka koostui
- Yhteistyöstä muiden kuin sote-sektorin toimijoiden kanssa puhuttiin (nuoriso-, kulttuuri-, liikunta-, vapaa-aika jne.), mutta poikkihallinnollisuuden olisi toivonut näkyvän konkreettisesti niin, että paikalla olisi ollut kutsuttuina myös nämä muut hallintokunnat.
- Huono informointi työntekijöille (opiskelijoille)
- Liikaa työntekijöitä yhdessä pisteessä.

LIITE 3. Kuvia Ehkäisevän työn päivistä

KUVA 1. Aistihuone



KUVA 2. Onnellisuuspuu



KUVA 3. Kytlitykset



KUVA 4. Sisäänkäynnin rekvisiittaa



KUVA 5. Pinssiseinä



LIITE 4. Ehkäisevän työn päivien ohjelma

OHJELMA



Keskiviikko 24.9.

Pj. Onnellisen kaupungin pormestari, esittävän taiteen ja kulttuurialan moniosaaja *Mikko Matias Peltoniemi*

8:30 Ilmoittautuminen

10:00 Tervetuloa!

10:30 Tarjoavatko lakipäivitykset uusia eväitä? *Hallitusneuvos Ismo Tuominen, Sosiaali- ja terveysministeriö*

11:15 Ulos poteroista! *Sisäisen turvallisuuden sihteeristön päällikkö Tarja Mankkinen, Sisäministeriö*

12:00 Musiikkipitoinen lounas torimaiseen tyyliin (*omakustanteinen*)

13:00 Rinnakkaisseminaarit alkavat

14:15 Tauko

14:45 Rinnakkaisseminaarit jatkuvat

16:00 Ensimmäinen päivä päättyy

19:00 Iltatilaisuus Fellmanniassa

Torstai 25.9.

Pj. Onnellisen kaupungin pormestari, esittävän taiteen ja kulttuurialan moniosaaja *Mikko Matias Peltoniemi*

9:00 Rinnakkaisseminaarit alkavat

10:15 Tauko

10:45 Rinnakkaisseminaarit jatkuvat

12:00 Musiikkipitoinen lounas torimaiseen tyyliin (*omakustanteinen*)

13:00 Kohtaamisia, *KT, dosentti Leena Kurki, Tampereen yliopisto*

14:00 Seminaarin päätös ja kapulan luovutus seuraavalle järjestäjälle
Musiikki: Lotilan musiikkiluokkien 3. luokkien kuoro

15:00 Tilaisuus päättyy