

# Teemaviikko käytäntöön

## Tapahtumajärjestäjän työkalupakki



CC BY - Kirjoittaja: Sanni Nikumatti



Euroopan unionin  
osarahoittama

# SEAMK

Seinäjoen ammattikorkeakoulu  
Seinäjoki University of Applied Sciences



ETELÄ-POHJANMAAN  
liitto

innokaupungit

Seinäjoki

# Sisällysluettelo

Tavoitteen määrittely	4
Budjetointi	6
Aikataulu ja paikan valinta	8
Ohjelmasuunnittelu	10
Markkinointi ja viestintä	12
Ilmoittautumisten hallinta	14
Logistiikan järjestelyt	16
Tapahtuman toteutus	18
Jälkiarviointi ja palautteen keruu	20
Teemaviikon järjestämisen erityispiirteet	22
Yhteenveto	25

# Johdanto

Tapahtumat ovat enemmän kuin aikatauluja ja tilavarauksia.

Ne ovat kohtaamisia, kokemuksia ja mahdollisuuksia vaikuttaa.

Hyvin suunniteltu ja toteutettu tapahtuma voi innostaa, yhdistää ja jättää pysyvän muistijäljen.

Tämä opas on laadittu tueksi sinulle, joka suunnittelet tapahtumaa osana työtäsi. Olipa kyseessä pieni tilaisuus tai laaja teemaviikko, löydät oppaasta käytännönläheisiä neuvoja, vinkkejä ja esimerkkejä, jotka auttavat sinua onnistumaan.

Tapahtumajärjestäminen ei aina ole helppoa. Se vaatii aikaa, huolellisuutta ja yhteistyötä. Mutta se on myös palkitsevaa. Jokainen onnistunut hetki, tyytyväinen hymy ja sujuvasti etenevä ohjelma muistuttaa siitä, että työsi on merkityksellistä.

Toivotan sinulle antoisia lukuhetkiä ja intoa tapahtumien järjestämiseen!

Tämä opas on tuotettu osana Seinäjoen ammattikorkeakoulun (SEAMK) koordinoimaa ja Euroopan unionin osarahoittamaa Kestävä digitaalinen kaksoissiirtymä A80214 -hanketta.

# Tavoitteen määrittely

Tavoitteen määrittely on tapahtuman suunnittelun tärkein vaihe. Se toimii koko prosessin perustana ja ohjaa kaikkia myöhempiä päätöksiä. Ilman selkeää ja hyvin jäsenneltyä tavoitetta tapahtuman suunnittelu voi ajautua epäolennaisuuksiin, mikä heikentää sekä osallistujakokemusta että tapahtuman vaikuttavuutta.

## **Hyvä tavoite on selkeä, mitattava ja realistinen**

Tapahtuman tavoite määrittää, miksi tapahtuma järjestetään ja mitä sillä halutaan saavuttaa.

Onko kyseessä asiakastilaisuus, jonka tarkoituksena on vahvistaa asiakassuhteita? Sisäinen koulutuspäivä, jonka tavoitteena on lisätä henkilöstön osaamista?

Vai kenties lanseeraustapahtuma, jonka päämääränä on herättää median ja yleisön kiinnostus uuteen tuotteeseen?

Tavoitteen tulee olla konkreettinen ja mitattavissa.

Esimerkiksi "lisätä asiakastyytyväisyyttä" on hyvä lähtökohta, mutta vielä parempi tavoite olisi: "saavuttaa 90 % asiakastyytyväisyys tapahtuman jälkeen kerätyssä palautekyselyssä". Tällainen tavoite antaa selkeän suunnan ja mahdollistaa tapahtuman vaikuttavuuden arvioinnin jälkikäteen.

Kun tavoite on määritelty, se toimii suodattimena kaikille päätöksille. Jokaisen suunnitteluvaiheen kohdalla voidaan kysyä: "Tukeeko tämä ratkaisu tapahtuman tavoitetta?" Tämä auttaa pitämään suunnittelun fokusoituna ja varmistaa, että tapahtuma palvelee tarkoitustaan.

Lisäksi selkeä tavoite helpottaa sidosryhmien sitouttamista. Kun kaikki tapahtuman suunnitteluun ja toteutukseen osallistuvat ymmärtävät, miksi tapahtuma järjestetään ja mitä sillä halutaan saavuttaa, yhteistyö on sujuvampaa ja lopputulos yhtenäisempi.



# Budjetointi

Budjetointi on tapahtuman suunnittelun kulmakivi. Budjetin määrittelyn avulla saadaan selville, millaisia ratkaisuja voidaan tehdä ohjelman, paikan, tarjoilujen ja markkinoinnin suhteen. Hyvin laadittu budjetti ei ainoastaan pidä kustannukset hallinnassa, vaan myös tukee tapahtuman tavoitteiden saavuttamista tehokkaasti ja ennakoitavasti. Moni mieltää budjetin vain kulujen listaksi, mutta todellisuudessa se on strateginen työkalu, joka auttaa tekemään tietoisia valintoja. Budjetti kertoo, mihin kannattaa panostaa ja missä voidaan säästää ilman, että tapahtuman laatu kärsii. Se myös auttaa priorisoimaan. Jos resurssit ovat rajalliset, budjetti auttaa kohdistamaan ne sinne, missä ne tuottavat eniten arvoa.

## **Budjetin laatiminen alkaa kokonaiskuvasta**

Budjetointiprosessi alkaa arvioimalla tapahtuman kokonaiskustannuksia. Tämä edellyttää, että tapahtuman perusasiat – kuten osallistujamäärä, tapahtumapaikka, ohjelma ja tarjoilut on ainakin alustavasti hahmoteltu. Tämän jälkeen kustannukset jaotellaan eri osa-alueisiin, kuten tilavuokraan, tekniikkaan, ohjelmasisältöön, tarjoiluihin, markkinointiin, materiaaleihin, henkilöstöön, matka- ja majoituskuluihin sekä varaukseen yllättäville kuluille. Budjetin tulee olla realistinen, mutta samalla joustava. On tärkeää varautua siihen, että kaikki ei mene suunnitelmien mukaan.

Hinnat voivat muuttua, osallistujamäärä kasvaa tai jokin palvelu maksaa enemmän kuin alun perin arvioitiin. Siksi budjettiin kannattaa sisällyttää puskurivara, joka kattaa odottamattomat menot. Riittävä puskurivara on 5–10 % kokonaisbudjetista. Jos tapahtuma on maksullinen tai siihen liittyy sponsoreita, budjettiin sisällytetään myös tulot. Tällöin budjetti toimii myös liiketoimintasuunnitelmana, ja sen avulla voidaan arvioida tapahtuman kannattavuutta ja tehdä päätöksiä esimerkiksi lippujen hinnoittelusta. Budjettia tulee päivittää ja seurata koko tapahtumaprosessin ajan.

Jokainen hankinta ja sopimus tulee kirjata ylös, jotta kokonaiskuva säilyy hallinnassa. Hyvä käytäntö on käyttää budjetointityökalua tai taulukkoa, jossa näkyvät sekä arvioidut että toteutuneet kulut.

Budjetointi on paljon enemmän kuin numeroiden pyörittelyä – se on tapahtuman suunnittelun selkäranka. Se auttaa tekemään perusteltuja päätöksiä, hallitsemaan riskejä ja varmistamaan, että tapahtuma pysyy tavoitteissaan myös taloudellisesti. Kun budjetti on laadittu huolellisesti ja sitä seurataan aktiivisesti, tapahtuman järjestäminen on paitsi hallittavampaa, myös huomattavasti stressittömämpää.



# Aikataulu ja paikan valinta

Tapahtuman aikataulu ja paikan valinta ovat päätöksiä, jotka vaikuttavat koko tapahtuman onnistumiseen syvemmin kuin usein ymmärretään. Ajankohdan valinta alkaa ymmärryksestä siitä, kenelle tapahtuma on suunnattu. Kohderyhmän arki, tottumukset ja sitoumukset määrittävät, milloin he todennäköisimmin osallistuvat. Esimerkiksi asiantuntijatapahtuma voi toimia parhaiten arkipäivänä työajan puitteissa, kun taas yleisötapahtuma saattaa houkutella enemmän osallistujia viikonloppuna. Ajankohtaa valittaessa on tärkeää tarkastella myös laajempaa kontekstia. Mitä muuta tapahtuu samaan aikaan? Onko kyseessä lomakausi, juhlapyhä tai jokin muu ajankohta, joka voi vaikuttaa osallistumishalukkuuteen?

Tapahtuman kesto ja rytmitys ovat yhtä lailla merkityksellisiä. Liian tiivis aikataulu voi uuvuttaa osallistujat, kun taas liian väljä ohjelma voi tuntua hajanaiselta ja tehottomalta. Tapahtumapaikka on olennainen osa tapahtuman identiteettiä. Paikka luo ensivaikutelman ja vaikuttaa siihen, millaisena tapahtuma muistetaan. Valinta ei kuitenkaan perustu pelkkään estetiikkaan. Käytännöllisyys, saavutettavuus ja tekniset valmiudet ovat vähintään yhtä tärkeitä.

Aikataulun ja paikan valinta ovat usein toisiinsa sidoksissa. Täydellinen tila ei välttämättä ole vapaana toivottuna ajankohtana, ja joskus ajankohtaa joudutaan säätämään tilan saatavuuden mukaan. Tällaisissa tilanteissa on tärkeää palata tapahtuman tavoitteeseen: mikä on tärkeintä juuri tässä tapahtumassa?



# Ohjelmasuunnittelu

Tapahtuman ohjelma on sen sydän. Se on se osa, jonka vuoksi osallistujat saapuvat paikalle, ja se, jonka perusteella tapahtuma lopulta muistetaan. Hyvin suunniteltu ohjelma on tarkoin harkittu kokonaisuus, joka tukee tapahtuman tavoitetta, puhuttelee kohderyhmää ja rakentaa kokemuksen, joka jättää jäljen.

## Tapahtuman ydin rakentuu sisällöstä

Ohjelmasuunnittelu alkaa aina tapahtuman tavoitteesta. Jos tavoitteena on tiedon jakaminen, ohjelman tulee rakentua asiantuntevien puheenvuorojen ja keskustelujen ympärille. Jos taas tavoitteena on verkostoituminen, ohjelmaan on jätettävä tilaa kohtaamisille ja vapaalle vuorovaikutukselle.

Ohjelman suunnittelussa on tärkeää asettua osallistujan asemaan. Mikä heitä kiinnostaa? Miten he oppivat tai viihtyvät parhaiten? Kohderyhmän tunteminen auttaa myös valitsemaan oikeat esiintyjät, aiheet ja esitystavat. Hyvä ohjelma on rytmitetty – se vaihtelee tempoa, muotoa ja tunnelmaa. Pitkien puheenvuorojen jälkeen tarvitaan taukoja tai kevyempiä osioita. Rytmitys ei ole vain viihtyvyyden vuoksi, vaan se tukee myös oppimista ja muistijäljen syntymistä.

Ohjelman onnistuminen riippuu pitkälti siitä, ketkä sen toteuttavat. Esiintyjien valinnassa kannattaa painottaa asiantuntemuksen lisäksi esiintymistaitoja ja kykyä kohdata yleisö.

Vaikka ohjelma suunnitellaan huolellisesti, siihen kannattaa jättää joustovaraa. Varaohjelma, selkeä juonto ja hyvä ennakkosuunnittelu auttavat hallitsemaan yllättäviä tilanteita.



# Markkinointi ja viestintä

Tapahtuman vaikuttava ja tehokas markkinointi on tarinankerrontaa, houkuttelua ja vuorovaikutusta. Hyvin suunniteltu markkinointi tekee tapahtumasta näkyvän, kiinnostavan ja osallistumisen arvoisen. Se rakentaa odotuksia, luo mielikuvia ja ohjaa kohderyhmän kohti osallistumispäätöstä.

## **Viestinnän ja markkinoinnin onnistuminen määrittelevät tapahtuman näkyvyyden ja kiinnostavuuden**

Markkinointi alkaa viestinnän strategian määrittelystä. Ensin on tunnistettava, kenelle puhutaan. Mikä on tapahtuman kohderyhmä, ja missä kanavissa heidät tavoittaa? Viestin tulee olla selkeä ja ytimekäs. Mitä tapahtuma tarjoaa, miksi siihen kannattaa osallistua, ja miten mukaan pääsee.

Oikeat kanavat ovat ratkaisevia. Ammattitapahtuma voi hyötyä LinkedIn-näkyvyydestä ja sähköpostikampanjoista, kun taas kuluttajatapahtuma tavoittaa yleisönsä paremmin sosiaalisessa mediassa, paikallislehdissä tai yhteistyökumppaneiden kautta. Ajoitus on yhtä tärkeä kuin sisältö – liian aikainen markkinointi unohtuu, liian myöhäinen ei ehdi tavoittaa.

Tapahtuman markkinointi on myös visuaalinen kokemus. Graafinen ilme, kuvat, videot ja typografia luovat mielikuvan tapahtuman tunnelmasta ja laadusta. Tarinankerronta on tehokas keino erottua – sen sijaan että kerrotaan mitä tapahtuu, kerrotaan miksi se on merkityksellistä.

Markkinointi ei rajoitu ulkoiseen yleisöön. Myös sisäinen viestintä henkilöstölle, esiintyjille, yhteistyökumppaneille ja vapaaehtoisille on olennainen osa onnistunutta kokonaisuutta.

Tapahtuman jälkeen on tärkeää kiittää osallistujia ja jakaa jälkimateriaalia. Jälkiviestintä vahvistaa osallistujakokemusta ja rakentaa pohjaa tuleville tapahtumille.



# Ilmoittautumisten hallinta

Ilmoittautumisten hallinta on ensimmäinen konkreettinen kontakti tapahtumaan, ja siksi sen sujuvuus, selkeys ja toimivuus vaikuttavat ratkaisevasti siihen, millaisena tapahtuma koetaan. Hyvin suunniteltu ilmoittautumisprosessi tukee tapahtuman tavoitteita, helpottaa järjestelyjä ja luo osallistujalle tunteen siitä, että hän on tervetullut ja huomioitu.

## **Osallistujakokemus alkaa jo ennen tapahtumaa**

Ensimmäinen päätös liittyy siihen, miten ilmoittautuminen toteutetaan. Useimmissa tapauksissa sähköinen ilmoittautumislomake on toimivin ratkaisu. Se on helppo täyttää, skaalautuu eri osallistujamäärille ja mahdollistaa tiedon keruun järjestelmällisesti. Ilmoittautumistyökalun valinnassa kannattaa kiinnittää huomiota käytettävyyteen, tietoturvaan ja siihen, miten hyvin se integroituu muihin järjestelmiin. Ilmoittautumisen yhteydessä kerättävän tiedon tulee olla tarkoituksenmukaista. Perustietojen lisäksi voidaan kysyä esimerkiksi ruokavalioista, työpajavalinnoista tai erityistarpeista. Täytyy kuitenkin muistaa, että kerätään vain sellaista tietoa, jota todella tarvitaan tapahtuman suunnitteluun. Ilmoittautumisen yhteydessä kerätään usein henkilötietoja, joten tietosuojan tulee olla kunnossa.

Osallistujille on kerrottava selkeästi, mihin tietoja käytetään ja miten ne suojataan. Hyvin hoidettu ilmoittautumisprosessi on merkki ammattimaisuudesta ja arvostuksesta osallistujaa kohtaan.

Ilmoittautumisen jälkeen osallistujalle tulee lähettää selkeä ja ystävällinen vahvistusviesti. Tapahtuman lähestyessä on tärkeää muistuttaa osallistujia ajankohdasta, paikasta ja käytännön asioista. Samalla on hyvä tarjota mahdollisuus peruuttaa osallistuminen tai päivittää tietoja.

Ilmoittautumistiedot muodostavat perustan tapahtuman käytännön järjestelyille: nimilaput, ruokailut, työpajajaot ja sisäänkirjautuminen perustuvat niihin. On tärkeää, että osallistujalista on ajan tasalla ja kaikkien tapahtumajärjestäjien saatavilla tapahtumapäivänä.



# Logistiikan järjestelyt

Tapahtuman logistiikka on kuin huolellisesti rakennettu koneisto. Kun se toimii, kukaan ei huomaa sitä – mutta jos se pettää, koko tapahtuma voi kärsiä. Logistiikka on kokonaisvaltainen järjestelmä, joka mahdollistaa sujuvan ja turvallisen tapahtumakokemuksen.

## Logistiikka tekee tapahtumasta toimivan

Logistiikan suunnittelu alkaa kokonaiskuvan hahmottamisesta. Mitä kaikkea tapahtumassa tapahtuu, missä ja milloin? Miten ihmiset, tavarat ja tieto liikkuvat? Jokainen osa-alue – tilat, tekniikka, kalusteet, tarjoilut, kyltitys, kuljetukset ja henkilöstö ovat osa suurempaa kokonaisuutta, jonka tulee toimia saumattomasti yhteen. Tapahtumapaikan fyysinen järjestely vaikuttaa suoraan siihen, miten osallistujat liikkuvat, kokevat ja viihtyvät. Kalusteiden sijoittelu, valaistus ja akustiikka ovat kaikki osa logistiikkaa, joka tukee tapahtuman sisältöä ja tunnelmaa.

Tekninen toteutus on yksi tapahtuman kriittisimmistä osa-alueista. Äänentoisto, valaistus, esitystekniikka ja mahdolliset striimaustratkaisut on suunniteltava huolellisesti ja testattava etukäteen. Myös varasuunnitelmat kuuluvat hyvään logistiikkaan.

Ruoka ja juoma ovat usein merkittävä osa tapahtumaa, ja niiden logistiikka vaatii tarkkaa suunnittelua.

Myös siivous ja huolto – ennen, aikana ja jälkeen – ovat osa onnistunutta logistiikkaa.

Hyvä opastus on usein aliarvostettu, mutta erittäin tärkeä osa logistiikkaa. Selkeät kyltit, kartat ja henkilökunnan ohjaus auttavat osallistujia löytämään oikeaan paikkaan ja vähentävät epävarmuutta.

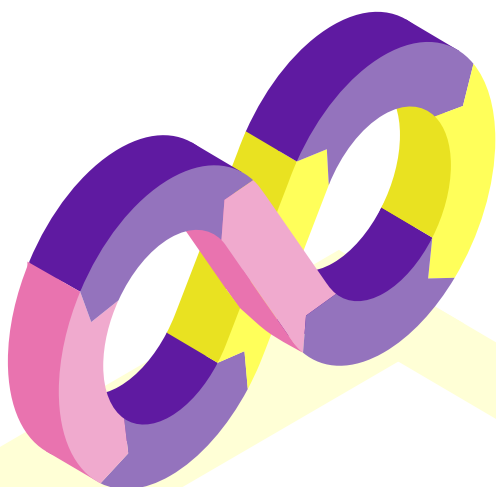
Logistiikka ei toimi ilman ihmisiä. Jokaisella osaluueella tulee olla vastuhenkilö, joka tietää, mitä tapahtuu ja milloin.

Hyvä viestintä ja selkeä työnjako ovat avain sujuvaan toteutukseen.



# Tapahtuman toteutus

Tapahtuman toteutus on se hetki, jolloin kaikki suunnittelu konkretisoituu. Se on vaihe, jossa yksityiskohdat yhdistyvät kokonaisuudeksi ja osallistujat astuvat mukaan kokemukseen. Vaikka toteutus perustuu huolelliseen ennakkotyöhön, se vaatii myös läsnäoloa, reagointikykyä ja kykyä johtaa tilannetta hetkessä. Tapahtumapäivä alkaa usein jo varhain. Tilat kalustetaan, tekniikka testataan, kyltit asetetaan paikoilleen ja tarjoilut valmistellaan. Ennen tapahtuman alkua järjestetään usein lyhyt tilannekatsaus henkilöstölle.



## Huolella suunniteltu toteutus on palvelua parhaimmillaan

Ensivaikutelma syntyy ensimmäisistä hetkistä.

Vastaanoton tulee olla ystävällinen, selkeä ja sujuva.

Ilmoittautumispisteet, nimilaput, opasteet ja henkilökunnan läsnäolo vaikuttavat siihen, miten osallistuja kokee tapahtuman alun. Tapahtuman aikana ohjelman sujuvuus on keskiössä. Aikataulussa pysyminen, esiintyjien ohjaaminen, tekninen tuki ja siirtymien hallinta vaativat jatkuvaa seurantaa ja koordinaatiota.

Vaikka kaikki olisi suunniteltu huolellisesti, yllätyksiä voi tulla, tärkeintä on säilyttää rauhallisuus ja keskittyä ratkaisuihin.

Tapahtuman aikana osallistujien tarpeet ovat etusijalla.

Pienetkin yksityiskohdat kuten vesipisteet, latausmahdollisuudet tai ystävällinen henkilöstö vaikuttavat siihen, millaisena tapahtuma muistetaan.



# Jälkiarviointi ja palautteen keruu

Tapahtuman päättyessä varsinainen työ ei ole vielä ohi. Jälkiarviointi ja palautteen keruu ovat olennainen osa tapahtumaprosessia. Ne mahdollistavat oppimisen, onnistumisten tunnistamisen ja kehityskohteiden esiin nostamisen.

## Jälkiarviointi on investointi tulevaan

Osallistujat ovat tapahtuman tärkein mittari. Heidän kokemuksensa kertoo, miten hyvin tavoitteet saavutettiin ja missä on parantamisen varaa. Palautetta kannattaa kerätä mahdollisimman pian tapahtuman jälkeen.

Hyvä palautekysely on selkeä, lyhyt ja tarkoituksenmukainen. Rehellisimmät vastaukset osallistujilta saadaan, kun palautetta pyydetään anonyymisti. Palautetta ei kerätä vain osallistujilta, myös järjestäjätiimin sisäinen arviointi on tärkeää. Heti tapahtuman jälkeen kannattaa järjestää purkutilaisuus, jossa käydään läpi, mikä sujui suunnitellusti ja missä kohdissa ilmeni haasteita. Tapahtuman onnistumista arvioidaan suhteessa asetettuihin tavoitteisiin.

Mittareiden ei tarvitse olla monimutkaisia vaan tärkeintä on, että ne ovat linjassa tapahtuman tavoitteen kanssa ja että niitä seurataan systemaattisesti.

Kaikki kerätty palaute, havainnot ja mittarit kannattaa koota yhteen selkeäksi raportiksi. Tämä raportti toimii paitsi oppimisen välineenä, myös perusteluna tuleville päätöksille ja mahdollisille sidosryhmille.

Tapahtuman jälkeen on tärkeää kiittää osallistujia, esiintyjä ja yhteistyökumppaneita. Jälkiviestintä vahvistaa positiivista muistijälkeä ja luo pohjan tuleville tapahtumille. Jälkiarviointi on investointi tulevaan. Jokainen palaute, havainto ja oivallus auttaa rakentamaan parempia, vaikuttavampia ja osallistujalähtöisempiä tapahtumia.



# Teemaviikon järjestämisen erityispiirteet

Teemaviikon järjestäminen eroaa yksittäisen tapahtuman toteutuksesta monella tavalla. Siinä ei keskitytä vain yhteen tilaisuuteen, vaan rakennetaan kokonainen viikko, jonka jokainen osa tukee yhteistä kattoteemaa. Tämä vaatii erityistä suunnittelua, koordinoitua ja yhteistyötä eri toimijoiden välillä.

Teemaviikon ytimessä on selkeä ja merkityksellinen teema, joka toimii koko viikon punaisena lankana. Teeman tulee olla tarpeeksi laaja, jotta sen alle voidaan rakentaa monipuolista ohjelmaa, mutta samalla tarpeeksi fokuoitu, jotta kokonaisuus säilyy yhtenäisenä ja tunnistettavana.

Teemaviikko tarjoaa mahdollisuuden osallistaa erilaisia ryhmiä – tietyn alan yrittäjiä, alan osaajia, alueen asukkaita, opiskelijoita tai muita sidosryhmiä eri tavoin. Ohjelma voi sisältää esimerkiksi työpajoja, luentoja, näyttelyitä, keskustelutilaisuuksia, kampanjoita tai kevyempiä kohtaamisia. Tärkeää on, että jokainen tapahtuma tukee teemaa omalla tavallaan ja tuo siihen uusia näkökulmia. Koska kyseessä on usean päivän kokonaisuus, aikataulutusta ja viestintää korostuvat.

Osallistujien on tärkeää ymmärtää, mitä tapahtuu minäkin päivänä, missä ja kenelle tilaisuudet on suunnattu. Myös sisäinen koordinointi esimerkiksi tilojen, resurssien ja henkilöstön osalta vaatii huolellista suunnittelua. Alla on lueteltuna esimerkkejä onnistuneista jo toteutetuista teemaviikoista:

**Hyvinvointiviikko:** Viikon aikana järjestetään liikunta- hetkiä, ravitsemusluentoja, rentoutumistyöpajoja ja mielen hyvinvointiin liittyviä keskusteluja. Ohjelma rakennetaan niin, että jokainen löytää itselleen sopivan tavan osallistua.

**Kestävä kehitys -viikko:** Teemaviikko nostaa esiin ympäristövastuullisuutta ja kestävää arkea. Ohjelmassa voi olla esimerkiksi kierrätyspajoja, asiantuntijaluentoja ilmastovaikutuksista, vastuullisten tuotteiden esittelyjä ja yhteisöllisiä tempauksia, kuten roskienkeruutalkoot.

**Turvallisuusviikko:** Painopisteenä on työ- ja arkiturvallisuus. Viikon aikana voidaan järjestää ensiapukoulutuksia, paloturvallisuusharjoituksia, tietoturvawebinaareja ja turvallisuuskävelyitä työympäristössä.

**Kulttuuriviikko:** Viikko tuo esiin monimuotoisuutta ja kulttuurien rikkautta. Ohjelmassa voi olla esimerkiksi kielikahviloita, kansainvälisiä ruokapäiviä, musiikki-esityksiä ja keskusteluja kulttuurienvälisestä vuorovaikutuksesta.

## Hankkeen teemaviikoilla vaikuttavuutta Seinäjoen seudulla

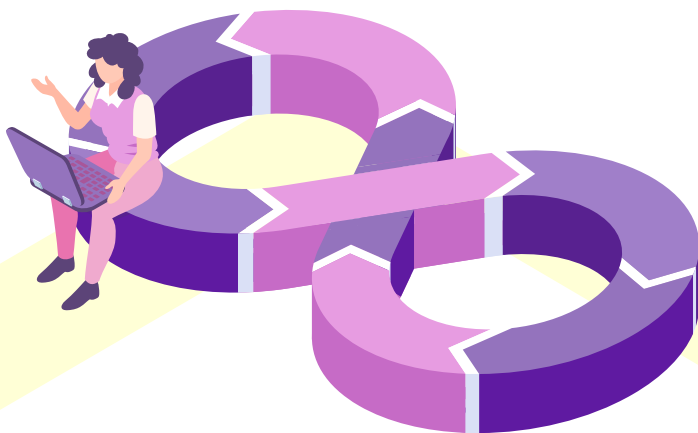
Kestävä digitaalinen kaksoissiirtymä -hankkeessa toteutettiin teemaviikot aiheista teknologiafest, vastuullisuus ja molempia aiheita summaava koontiteemaviikko.

Teemaviikoilla käsiteltiin lisätyn todellisuuden mahdollisuuksia, digitaalista viestintää sekä ohjelmistorobotiikkaa ja sen hyödyntämismahdollisuuksia.

Viikkojen yleisenä kattoteemana oli digitaalisten ja kestävä liiketoiminnan kehittämisen ja siirtymää tukevan konseptin pilotointi ja esittely. Teemaviikoilla osallistettiin monipuolisesti Seinäjoen seudun asukkaita sekä yrityksiä toimialariippumattomasti.

Teemaviikko ja sen järjestäminen voi olla organisaatiolle voimakas viestinnällinen ja kulttuurillinen työkalu.

Se tarjoaa mahdollisuuden nostaa esiin arvoja, tavoitteita tai ajankohtaisia aiheita tavalla, joka yhdistää ja innostaa.



## Yhteenveto

Tapahtuman järjestäminen on monivaiheinen ja vaativa prosessi. Se vaatii suunnittelua, organisointikykyä, yhteistyötä ja kykyä hallita yksityiskohtia sekä ennakoita odottamattomia tilanteita. Jokainen vaihe tavoitteen määrittelystä jälkiarviointiin vaatii aikaa, huomiota ja huolellisuutta.

Vaikka työmäärä voi tuntua ajoittain kuormittavalta, jokainen onnistunut hetki, tyytyväinen osallistuja ja sujuvasti etenevä ohjelma muistuttaa siitä, miksi tämä työ on arvokasta. Tapahtuma ei ole vain tilaisuus – se on kokemus, joka voi inspiroida, yhdistää ja jättää pysyvän jäljen.

Kun tapahtuma on hyvin suunniteltu ja toteutettu, se ei ainoastaan täytä tavoitteitaan, vaan se ylittää ne. Ja silloin kaikki kova työ, pitkät päivät ja tarkkaan mietityt yksityiskohdat tuntuvat enemmän kuin vaivan arvoisilta. Tapahtumajärjestäminen ei ole helppoa, mutta se on yksi vaikuttavimmista tavoista luoda merkityksellisiä kohtaamisia.

Tämä opas on tuotettu osana Seinäjoen ammattikorkeakoulun (SEAMK) koordinoimaa ja Euroopan unionin osarahoittamaa Kestävä digitaalinen kaksoissiirtymä A80214-hanketta.



Euroopan unionin  
osarahoittama

# innokaupungit

# SEAMK

Seinäjoen ammattikorkeakoulu  
Seinäjoki University of Applied Sciences



ETELÄ-POHJANMAAN  
liitto

# Seinäjoki