

APED 2015 -konferenssin ilmoittautumisen ja infon suunnittelu ja toteutus

Emilia Hautakoski



Tekijä(t) Emilia Hautakoski	
Koulutusohjelma Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma	
Opinnäytetyön otsikko APED 2015 -konferenssin ilmoittautumisen ja infon suunnittelu ja toteutus	Sivu- ja liitesivumäärä 26 + 14
<p>Opinnäytetyöni toimeksiantaja on A-klinikkasäätiön tuottama verkkopalvelu Dopinglinkki. Se tarjoaa tietoa kuntodopingista, ravinnosta ja liikunnasta. Opinnäytetyöni tavoitteena oli pohjoismaisen APED 2015 -konferenssin järjestäminen mahdollisimman sujuvasti. Konferenssin suunnittelussa ja toteutuksessa minun osa-alueeseeni kuuluivat ilmoittautuminen ja info, joten rajasin opinnäytetyöni produktin kattamaan vain näihin liittyviä tehtäviä, vaikka teoria-osuudessa kerron hieman laajemmin tapahtuman järjestämisestä.</p> <p>APED 2015 -konferenssi järjestettiin 24.–25.9.2015 Suomen Kansallismuseossa Helsingissä. Opinnäytetyöni alkoi toimeksiantajan pitämästä tapahtumabriefistä toukokuussa. Suunnitteluvaihe alkoi näin ollen jo kesällä ja päättyi syyskuussa. Toteutusvaihe alkoi ensimmäisen konferenssipäivän aamuna rakennusvaiheella ja päättyi purkuvaiheeseen toisen konferenssipäivän päätyttyä. Konferenssin jälkimarkkinointivaiheessa osallistuin tapahtuman palautekyselyn suunnitteluun ja käytin palautekyselyn vastauksia opinnäytetyöni arviointiosiossa. Vaikka olin lukenut hieman tapahtuman järjestämiseen liittyvää materiaalia jo suunnitteluvaiheessa, alkoi opinnäytetyöni raportin kirjoittaminen vasta syksyllä konferenssin jälkeen.</p> <p>Ihmiset viestivät koko ajan tietoisesti ja tiedostamatta monin eri tavoin. Tapahtumamarkkinointi on viestinnän välineenä vuorovaikutteisempi ja henkilökohtaisempi kuin monet perinteisemmät välineet. APED 2015 -konferenssi oli itse järjestetty asia- ja viihdetapahtuman yhdistelmä. Muita tapahtumalajeja toteuttamistavan mukaan jaoteltuina ovat ulkoistettu tapahtuma ja ketjutettu tapahtuma, jotka itse järjestetyn tapahtuman kanssa muodostavat omat tapahtumat sekä kattotapahtuma, joka kuuluu valmiisiin tapahtumiin.</p> <p>Oli tapahtuma sitten organisaation oma tapahtuma tai valmis tapahtuma, on osaava projektipäällikkö onnistuneen tapahtuman edellytys. Projektipäällikkö varmistaa, delegoi ja tekee päätöksiä pitkin tapahtumaprosessia. Tapahtumaa suunniteltaessa tapahtuman tavoite, viestit ja kohderyhmä on oltava tiedossa. Kohderyhmän on oltava tarkoin rajattu, jotta juuri kyseisen ryhmän odotuksiin pystytään vastaamaan. Tapahtuma tarvitsee tavoitteen, jonka onnistumista voidaan arvioida tapahtuman päätyttyä sekä selkeän pääviestin ja sitä tukevat sivuviestit, jotka jäävät osallistujien mieleen. Ilman tarkoitusta on tapahtumaa turha järjestää.</p>	
Asiasanat tapahtumat, konferenssit, järjestäminen, tapahtumatuotanto, tapahtumamarkkinointi, sisäinen tiedotus	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Työn tavoitteet ja rajaukset	1
1.2	Dopinglinkin esittely	1
1.3	APED 2015 -konferenssi-tapahtuman esittely	2
2	Tapahtuma markkinointiviestinnän välineenä	4
2.1	Onnistunut tapahtuma.....	5
3	Tapahtuman järjestäminen	7
3.1	Tapahtuman tavoite ja viesti.....	7
3.2	Tapahtumalajit	8
3.2.1	Itse järjestetty tapahtuma	9
3.2.2	Ulkoistettu tapahtuma	10
3.2.3	Ketjutettu tapahtuma	10
3.2.4	Kattotapahtuma.....	11
3.3	Projektipäällikkö	11
3.4	Kohderyhmä	12
3.5	Kutsu ja ilmoittautuminen	13
3.6	Tapahtumaprosessi	15
3.7	Sisäinen viestintä tapahtumaprojektissa	18
3.8	Palaute	20
4	APED 2015 -konferenssin suunnittelu ja toteutus.....	21
4.1	Ennen tapahtumaa.....	21
4.2	Tapahtuman aikana	23
4.3	Tapahtuman jälkeen	23
5	Tapahtuman ja sen toteutusprosessin arviointi.....	24
5.1	Tapahtuman arviointi.....	24
5.2	Opinnäytetyöprosessin ja projektin arviointi	25
	Lähteet	27
	Liitteet.....	28
	Liite 1. Ilmoittautumislomake	28
	Liite 2. Ilmoittautumisen yhteydessä ollut kyselylomake	30
	Liite 3. Palautekysely-lomake	33
	Liite 4. Nimikyltti – oma ehdotus.....	35
	Liite 5. Nimikyltti – lopullinen	37
	Liite 6. Osallistujatodistus – oma ehdotus.....	39
	Liite 7. Osallistujatodistus – lopullinen	40
	Liite 8. Matkatavarasäilytyksen numerolaput.....	41

1 Johdanto

Opinnäytetyössäni kerron tapahtuman järjestämisestä teoriassa sekä omista kokemuksistani APED 2015 -konferenssin järjestämisestä. Johdanto-kappaleessa kerron työni tavoitteista ja rajauksista sekä esittelen toimeksiantajan ja tapahtuman.

Opinnäytetyöni on muodoltaan produkti, jossa kansainvälisen APED 2015 -konferenssin ilmoittautumisen ja infon suunnittelu sekä toteutus olivat toimeksiantona. Seuraavissa kappaleissa avaan tapahtumamarkkinointia osana markkinointiviestintää, tapahtuman järjestämisen tietoperustaa yleisesti ja empiria-osuudessa kerron APED 2015 -konferenssin suunnittelusta, toteutuksesta ja konferenssista saadusta palautteesta.

1.1 Työn tavoitteet ja rajaukset

Työn tavoitteena oli järjestää pohjoismainen, joka toinen vuosi järjestettävä APED 2015 -konferenssi. Konferenssi järjestettiin ensimmäistä kertaa Suomessa. Tavoitteena oli laajentaa konferenssin osallistujakuntaa Pohjoismaiden ulkopuolelle. Tästä syystä konferenssikielenä oli ensimmäistä kertaa englanti, vaikka suomenkielisten osallistujien kanssa käytettiin myös suomea.

Opinnäytetyössäni kerron yleisesti tapahtuman järjestämisen tietoperustasta, toimeksiantajastani, APED 2015 -konferenssista sekä osallistujien ja toimeksiantajan antamasta palautteesta. Opinnäytetyön tekijän vastuulla konferenssin järjestämisessä oli ilmoittautuminen ja info, joka käytännössä käsitti infomateriaalien kasaamisen, muiden materiaalien suunnittelemisen sekä rekisteröitymisten vastaanoton itse konferenssissa. Tapahtuman markkinointi tai ilmoittautumisten vastaanotto eivät kuuluneet tehtäviini ja tapahtuman ilmoittautuminen oli alkanut jo ennen suunnittelussa avustavien opiskelijoiden mukaan ottamista. Tästä syystä rajasin opinnäytetyöni käsittämään vain ilmoittautumisen ja infon. Tapahtumaa oli järjestämässä toimeksiantajan ja minun lisäksi kaksi muuta suunnittelussa avustavaa opiskelijaa Haaga-Helia ammattikorkeakoulusta, joista toisen osa-alueena oli sali ja toisen verkostoituminen ja iltaohjelma. Lisäksi itse tapahtumaan tuli avustamaan yhteensä kuusi junioriavustajaa Haaga-Helia ammattikorkeakoulusta.

1.2 Dopinglinkin esittely

Dopinglinkki on A-klinikkasäätiön tuottama verkkopalvelu. Palvelu tarjoaa tietoa kuntodopingista, ravinnosta ja liikunnasta. Se ei kuitenkaan ota kantaa kilpa- tai huippu-urheilun

dopingasioihin. Dopinglinkki-verkkopalvelussa kohtaavat ja saavat tietoa dopingaineista sekä niiden vaikutuksista useat eri tahot: dopingaineita käyttävät kuntoilijat, heidän läheisensä, dopingkäyttäjiä työssään kohtaavat eri alojen ammattilaiset ja kaikki muut dopingaineiden vaikutuksista kiinnostuneet.

Dopinglinkin tuottaja A-klinikkasäätiö on vuonna 1955 perustettu voittoa tavoittelematon järjestö ja palveluntuottaja. Se pyrkii parantamaan päihdeongelmaisten ja heidän läheistensä asemaa tarjoamalla hoito- ja kuntoutuspalveluita, ehkäisevää päihdetyötä sekä asiantuntijapalveluita. Samalla A-klinikkasäätiö pyrkii vähentämään päihdehaittoja sekä muita psykososiaalisia ongelmia. Toiminta rahoitetaan pääasiassa Raha-automaattiyhdistyksen avustuksin. A-klinikkasäätiön 700 työntekijää palvelee vuosittain 25 000 asiakasta, joiden lisäksi säätiön sähköiset palvelut tavoittavat kuukausittain yli 150 000 kävijää.

1.3 APED 2015 -konferenssi-tapahtuman esittely

Doping in Recreational Sports - Appearance and Performance Enhancing Drugs and Anti-Doping Work -konferenssi oli järjestyksessään viides. Jäljempänä viitataan konferenssiin lyhenteellä APED 2015, jota käytettiin myös tämän vuoden konferenssissa esimerkiksi tiiteissä. Konferenssi järjestettiin Suomen Kansallismuseossa Helsingissä 24.–25.9.2015. Aiemmat tapahtumat järjestettiin Upsalassa, Ruotsissa vuonna 2007, Hamarissa, Norjassa vuonna 2009, Kööpenhaminassa, Tanskassa vuonna 2011 ja Tukholmassa, Ruotsissa vuonna 2013. Seuraavan konferenssin järjestysvastuu annettiin Norjalle. Konferenssi on aiemmin ollut täysin Pohjoismainen konferenssi ja sen konferenssikielikin on vaihdellut järjestäjämaan sekä puhujien mukaan. Tänä vuonna tapahtumaa haluttiin laajentaa kansainväliseksi konferenssiksi niin puhujien kuin myös osallistujien kohdalla. Tapahtumaan saapui lopulta 14 puhujaa kahdeksasta eri maasta ja osallistujia Pohjoismaiden lisäksi esimerkiksi Romaniasta, Englannista, Saksasta, USA:sta ja Hollannista. Konferenssissa puhui myös yksi työntekijä järjestävästä organisaatiosta, Dopinglinkistä. Konferenssikieleinä oli englanti, eli kaikki esitykset ja puheet pidettiin englanniksi. Tällä tavoin pystyttiin varmistamaan, ettei kukaan menettäisi mielenkiintoaan esityksiin kielimuurin takia. Kaikki käyttivät kuitenkin osaamisensa mukaan myös muita kieliä verkostoituessaan. Varsinkin suomea käytettiin paljon esimerkiksi rekisteröitymisessä sekä suomalaisten vieraiden ja järjestäjien kanssa keskustellessa.

Konferenssin tavoitteena oli jakaa tuoreinta tietoa kuntodopingista sekä keskustella dopingin paikasta yhteiskunnassa. Aiemmat tapahtumat keskittyivät enemmän dopingin

käyttöön ammattiurheilussa, kun taas tänä vuonna haluttiin nostaa enemmän esiin kuntosportin käyttöä. Konferenssin avaus- ja päätöspuheenvuoron pitivät tapahtumaa järjestämässä olleet henkilöt Dopinglinkistä. Dopinglinkin konferenssin avauksen jälkeen Opetus- ja kulttuuriministeriön edustaja toivotti osallistujat tervetulleiksi. Konferenssipäivät oli jaettu yhteensä viiteen eri sessioon, joilla kaikilla oli oma juontajansa. Lisäksi iltaohjelman alussa oli Helsingin kaupungin edustajan tervetuloilmoitus.

Tapahtuman ensisijaisen kohdeyleisön muodostivat dopingia tutkiva tieteellinen yhteisö ja terveydenhuollon ja urheiluteollisuuden asiantuntijat, jotka kohtaavat työssään dopingin käyttäjiä. Osallistujien joukosta löytyi myös poliiseja, professoreita, psykologeja ja eri alojen opiskelijoitakin.

2 Tapahtuma markkinointiviestinnän välineenä

Ihmiset viestivät tietoisesti ja tiedostamatta. Kaikki, mitä teemme, viestii jotain: puheemme, eleemme ja kehonkieleemme. Näiden lisäksi viestimme paperilla, sähköisesti, erilaisilla symboleilla sekä äänenvoimakkuudella. Koska muut tulkitsevat kaikkea tekemäämme ja sanomaamme joka tapauksessa, on meidän turha olla viestimättä (Vuokko 2003, 11). ”Markkinointiviestinnällä tarkoitetaan kaikkea sitä viestintää, mikä tapahtuu yrityksen ulkopuolella” tiivistää Tero Puranen blogikirjoituksessaan ”Mitä on markkinointiviestintä?” (2014). Markkinointiviestinnän muotoja ovat esimerkiksi mainonta, promootiot, viestintä, suoramarkkinointi ja myyntityö (Vallo & Häyrinen 2014, 35). Markkinointiviestinnän välineinä taas ovat esimerkiksi viestinnässä sosiaalinen media, radio ja lehdet tai vaikka tapahtumat.

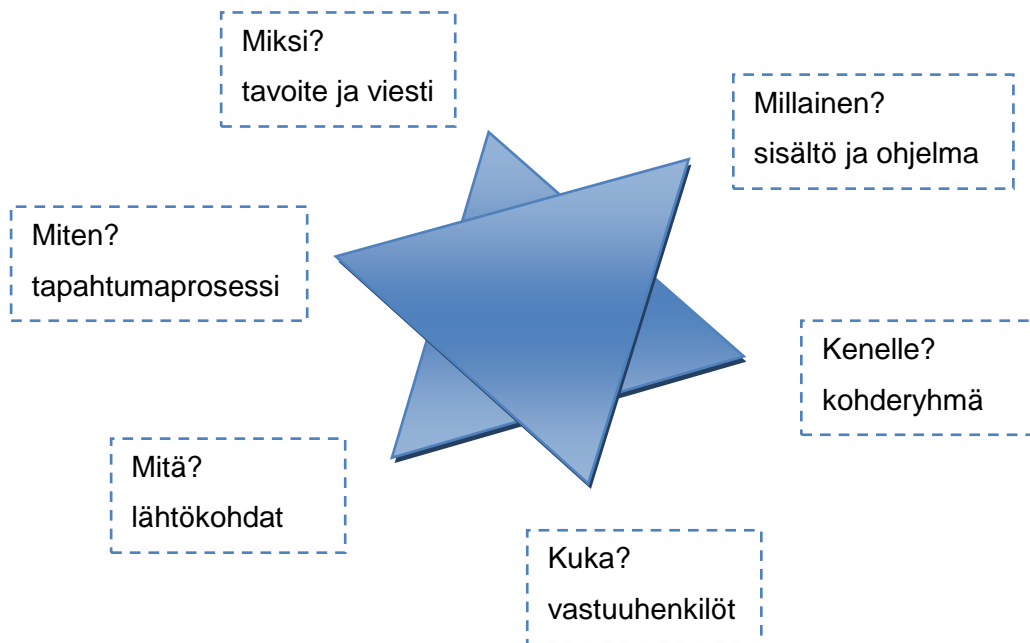
Sponsorointi ja Tapahtumamarkkinointi ry määrittelevät tapahtumamarkkinoinnin seuraavalla tavalla: ”Tapahtumamarkkinoinnissa yhteisö tuottaa oman tapahtumasisällön, jonka tavoitteena on aktivoida valikoitua kohderyhmää ja/tai luoda sisältöä muuhun markkinointiviestintään. Tapahtumamarkkinointi voi olla osa sponsoroinnin hyödyntämistä tai itsenäinen kokonaisuus.” Tapahtumamarkkinointi on markkinointiviestinnän välineistä vuorovai- kuttuisempi, henkilökohtaisempi sekä elämyksellisempi kuin monet perinteisemmät väli- neet. Tapahtumamarkkinoinnissa organisaatio pystyy valitsemaan tapahtumalle rajatun yleisön, jonka se kutsuu tapahtumaan. Näin organisaatio pystyy kohdistamaan viestinsä paremmin omalle kohderyhmälleen kuin esimerkiksi eri medioissa käytetyissä mainoksissa. Lisäksi, kuten Muhonen ja Heikkinen (2003, 51) mainitsevat, ”Henkilökohtainen koh- taaminen antaa aina mahdollisuuden kohderyhmän jakamattomaan huomioon.” Kuten muissakin markkinointiviestinnän välineissä, myös tapahtumamarkkinoinnissa organisaatio pystyy määrittämään tavoitteet, mutta palautetta onnistumisesta ei muita markkinointi- viestinnän välineitä käytettäessä ole usein mahdollista saada niin nopeasti kuin tapahtu- mamarkkinoinnissa. Tapahtumamarkkinoinnilla pystytään tuottamaan osallistujille ainut- laatuinen muistijälki sekä hyödyntämään erilaisia aistikokemuksia. (Vallo & Häyrinen 2014, 21–22.)

Samalla tavalla kuin henkilökohtaisessa myyntityössä myös tapahtumamarkkinoinnissa osallistuja voi antaa palautetta järjestäjälle paikan päällä jo tapahtuman aikana tai sen jälkeen. Järjestävän organisaation edustajan, kuten isännän, läsnäolo tapahtumassa te- kee viestinnästä tehokkaampaa. Edustaja pystyy melko paljon kontrolloimaan tilannetta ja välitettäviä viestejä heterogeenisissä tilanteissa. Hän pystyy myös räätälöimään viestiä kohdeyleisön mukaan. (Vuokko 2003, 34.)

2.1 Onnistunut tapahtuma

Onnistuneessa tapahtumassa on osattu ottaa huomioon niin strategiset kuin operatiivisetkin kysymykset ennen tapahtuman suunnittelun aloittamista. Strategisesti on osattu vastata kysymyksiin: miksi, kenelle ja mitä. Eli miksi tapahtuma järjestetään? Kenelle tapahtuma järjestetään? Mitä, missä ja milloin järjestetään? Ensimmäinen kysymys – miksi – pitää sisällään tapahtuman tavoitteen ja viestin. Jos tavoite ei ole selkeä eikä tiedetä mitä tapahtumalla halutaan viestiä, on tapahtuman järjestämiseen turha käyttää rahaa, jonka voi paremmin hyödyntää muihin markkinoinnin välineisiin. Toinen kysymys – kenelle – käsittää tapahtuman kohderyhmän. Tapahtuman onnistumisen kannalta on tärkeää osata valita tapahtumalle oikea kohderyhmä. Organisaation tulee myös tietää hieman kohderyhmän mieltymyksistä sekä siitä, miten heidät tavoittaa parhaiten. Esimerkiksi eläkeläisille suunnattua tapahtumaa ei välttämättä kannata mainostaa yksinomaan sosiaalisessa mediassa. Kolmas kysymys – mitä, missä ja milloin – pitää sisällään itse tapahtuman lähtökohdat. Vastaamalla näihin kysymyksiin saadaan selville, millainen tapahtuma määrittelemällemme kohderyhmälle ja tavoitteelle on sopiva. Näistä strategisista kysymyksistä koostuu tapahtuman idea, punainen lanka. (Vallo & Häyrynen 2014, 103–105.)

Operatiivisiin kysymyksiin kuuluvat: miten, millainen ja kuka. Eli miten tapahtuma järjestetään? Millainen tapahtuman ohjelma tai sisältö on? Ja kuka toimii isäntänä? Ensimmäinen kysymys – miten – käsittää tapahtumaprosessin. Tapahtumaprosessi pitää sisällään kolme vaihetta: suunnittelu-, toteutus- ja jälkimarkkinointivaihe. Tämän kysymyksen kohdalla on pitänyt miettiä, miten tavoite saavutetaan, miten viesti saadaan välitettyä sekä miten idea ja teema saadaan säilytettyä läpi tapahtuman. Toinen operatiivinen kysymys – millainen – pitää sisällään tapahtuman sisällön ja ohjelman. Millainen ohjelma sopii tapahtuman tavoitteeseen, kohderyhmään, teemaan ja viesteihin? Kolmas kysymys – kuka – käsittää tapahtuman vastuuhenkilöt. Vastuuhenkilöt tulevat aina järjestävältä taholta. Se voi tarkoittaa sitä, että vastuuhenkilöt ovat oman organisaation tai tapahtumatoimiston henkilökuntaa tai että vastuuhenkilöitä voi tulla molemmista. Vastuuhenkilöt käsittävät niin projektipäällikön, joka on vastannut tapahtuman suunnittelusta, kuin myös tapahtuman isännät, joilla alun perin oli tarve tapahtuman järjestämiselle. Operatiivisiin kysymyksiin vastaamisen jälkeen löytyy tapahtuman teema, josta syntyy tapahtumailmeen kattoajatus koko tapahtumaprosessin ajaksi. Kaikki strategiset ja operatiiviset kysymykset ovat yhtä tärkeitä tapahtuman onnistumisen kannalta. Jos kaikkiin ei panosta yhtä paljon, tulee tapahtumasta tasapainoton. (Vallo & Häyrynen 2014, 103–105.)



Kuvio 1. Strategiset ja operatiiviset tapahtumakolmiot muodostavat yhdessä tähden – onnistuneen tapahtuman.

”Onnistuneessa tapahtumassa ovat sekä tunne että ajatus kohdallaan”, toteavat Vallo ja Häyrynen (2014, 103). Onnistuneessa tapahtumassa osallistuja pääsee käyttämään useita eri aisteja, jotka aikaansaavat mieleenpainuvan tapahtuman. Onnistuneessa tapahtumassa on ollut selkeä tavoite, joka on onnistuttu saavuttamaan. Siinä on onnistuttu luomaan elämys hyvin rajatulle kohderyhmälle. Onnistuneessa tapahtumassa on otettu huomioon tasapuolisesti kaikki kuviossa 1 mainitut tapahtumakolmioiden kysymykset.

3 Tapahtuman järjestäminen

Tapahtuman järjestämisessä on otettava huomioon useita eri tekijöitä ja osattava miettiä kaikki mahdollisimman yksityiskohtaisesti. Tapahtuman aikana projektipäällikön ja muiden tapahtumaa järjestävien on osattava ajatella hieman ajassa eteenpäin, jotta he pystyvät valmistautumaan kaikkeen ja ennaltaehkäisemään tai korjaamaan erheitä tai virheitä. Vallo ja Häyrinen (2014, 109) mukaan: ”Tapahtumat ovat parhaimmillaan kuin suuria tarinoita. Hyvässä tarinassa on juoni, yllätyksellisyyttä, onnellinen loppu sekä osuvat näyttelijävalinnat, ja tarina vie mukanaan.” Jotta saavutetaan tapahtuman tavoitteet, on ne ensin osattava asettaa. Lisäksi on osattava rajata kohderyhmä, markkinoida tapahtuma valitulle kohderyhmälle, tietää mitä kyseinen kohderyhmä tapahtumalta odottaa, suunnitella tapahtumasta elämys osallistujille, toteuttaa mieleenpainuva tapahtuma ja vielä jälkimarkkinoida tapahtumaa. Tapahtuman järjestäjien ei tule suunnitella pelkkää tapahtumaa, vaan koko tarina.

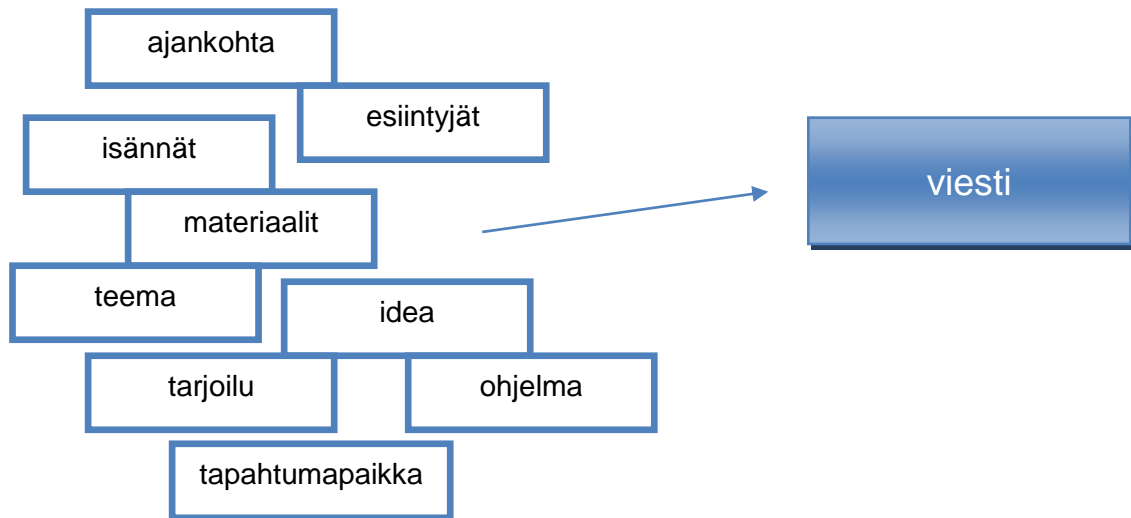
3.1 Tapahtuman tavoite ja viesti

Tapahtumamarkkinoinnin tavoite tulisi aina olla kytkettynä yrityksen markkinointisuunnitelmaan. Tavoitteena voi olla esimerkiksi yrityskuvan kehittäminen; tuotteiden ja palveluiden esittely ja myyminen; oman henkilökunnan motivoiminen, kouluttaminen tai valmentaminen tai vaikka yrityksen visioiden ja arvojen välittäminen. (Vallo & Häyrinen 2014, 22–23.) Tapahtuman tavoite voi olla hauskan ja mieleenpainuvan tapahtuman järjestäminen kiitokseksi onnistuneesta projektista tai konkreettisempi, kuten myynnin kasvattaminen. Konkreettisen tavoitteen sisältävän tapahtuman onnistumista on helpompi arvioida johtuen sen mitattavasta luonteesta.

Joskus perinteeksi muodostuneiden tapahtumien tavoite saattaa olla hieman hukassa, joten välillä on syytä istua alas ja miettiä miksi tapahtumaa järjestetään (Vallo & Häyrinen 2014, 114). APED järjestettiin ensimmäisen kerran vuonna 2007 ja tavoite on varmasti hieman muuttunut alkuperäisestä. Tänä vuonna tavoitteena oli jakaa tuoreinta tietoa kuntodopingista sekä keskustella dopingin paikasta yhteiskunnassa. Aikaisempina vuosina kuntodoping ei ole noussut niin isoksi aiheeksi APED-konferensseissa, vaan silloin on keskitytty enemmän ammatti- ja kilpaurheilussa käytettävään dopingiin.

Yhtä tärkeää kuin tapahtuman tavoite on viesti, joka tapahtumalla halutaan välittää osallistujille. Tapahtuman viesti pitää sisällään kaksi eri kokonaisuutta: mitä organisaatio haluaa viestiä sekä mitä organisaation on tarve viestiä tapahtumassa tai tapahtumalla. ”Jokainen tapahtuma on viesti itsessään”, kirjoittavat Vallo ja Häyrinen (2014, 116). Viestejä ei kui-

tenkaan saa olla liikaa, sillä parhaiten osallistuja muistaa pääviestin, jota tukevat sivuviestit. Tapahtuman viestiin vaikuttavat useat eri tekijät, kuten alla oleva kuvio 2 osoittaa. (Vallo & Häyrinen 2014, 116).



Kuvio 2. Tapahtuman viestiin vaikuttavat tekijät.

Kaikkien kuviossa 2 mainittujen tekijöiden hallinta on tärkeä edellytys onnistuneelle tapahtumalle, sillä kaikki nämä tekijät viestivät itsessään (Vallo & Häyrinen 2014, 117). Siispä on hyvin tärkeää, että kaikki tapahtuman järjestämiseen osallistuneet ovat tietoisia tapahtuman tavoitteesta ja viesteistä, jotka halutaan välittää ja että he ovat sitoutuneita toimimaan tavoitteiden saavuttamiseen nähden parhaalla mahdollisella tavalla. Esimerkiksi tapahtuman ajankohdan on hyvin tärkeää olla oikein valittu (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 37). Jos APED 2015 -konferenssi olisi järjestetty syyskuun sijaan esimerkiksi heinäkuussa, olisi osallistujien määrä ollut varmasti paljon pienempi johtuen kesälomista.

3.2 Tapahtumalajit

Tapahtumia voidaan luokitella usein eri tavoin sisällön tai toteuttamistavan mukaan. Sisällön mukaan luokiteltaessa tapahtumat voidaan luokitella esimerkiksi yritystapahtumiin, kuluttajatapahtumiin, henkilöstötapahtumiin sekä lanseerauksiin ja promootioihin, kuten tapahtumamarkkinoinnin Evento Awards –kilpailussa. Tapahtumat voidaan luokitella myös asiatapahtumiin, viihdetapahtumiin ja niiden yhdistelmiin. Toteuttamistavan mukaan luokiteltaessa tapahtumat on jaettavissa oman tapahtuman suunnitteluun ja toteutukseen sekä valmiiseen tapahtumaan osallistumiseen. Oma tapahtuma voidaan suunnitella itse alusta alkaen, ulkoistaa suunnittelu ja toteutus tapahtumatoimistolle tai koota se erilaisista valmiista osista toimivaksi ketjutapahtumaksi. Se, miten tapahtuma päätetään milloinkin

toteuttaa, riippuu tapahtuman tavoitteista, kohderyhmästä, aikataulusta, budjetista, tarjolla olevista kattotapahtumavaihtoehdoista sekä oman organisaation osaamisesta ja työtilanteesta. (Vallo & Häyrinen 2014, 61–63.).

3.2.1 Itse järjestetty tapahtuma

Vallo ja Häyrinen (2014, 64) toteavat, että ”oman organisaation suunnittelema ja itse rakentama tapahtuma edellyttää sitoutumista ja valtaisaan työpanosta, kun kaikki tekeminen, etsiminen ja varmistaminen on käytännössä organisaation omilla harteilla.” Tällöin osaava projektipäällikkö on tapahtuman onnistumisen edellytyksenä. Pienien budjettien tapahtumissa organisaatiot päätyvät usein suunnittelemaan tapahtuman itse kustannussyistä. Niiden tulisi kuitenkin ottaa huomioon, että osaavalta tapahtumanjärjestäjältä kuluu huomattavasti vähemmän aikaa tapahtuman suunnitteluun kuin organisaation omalta henkilökunnalta, mikä säästää näin oman organisaation henkilöstön työaikaa. (Vallo & Häyrinen 2014, 64.) Itse järjestetyissä tapahtumissa järjestävä organisaatio hoitaa kaikki tapahtumaan liittyvät järjestelyt omatoimisesti. Niiden tulee hoitaa kaikki kutsuista, tapahtumapaikasta ja -ajasta, tapahtuman sisältöön ja tarjoiluihin. Niiden tulee myös osata ottaa huomioon lait ja säädökset sekä pienimmätkin yksityiskohdat. Tapahtuman järjestäjien tulee jo tapahtuman suunnitteluvaiheessa osata mielessään ajatella tapahtuman kulku ja sitä kautta puuttua jo etukäteen asioihin, jotka saattavat epäonnistua itse tapahtumassa. Kysymys kuuluukin, mikäli järjestävällä organisaatiolla ei ole paljon kokemusta tapahtumien järjestämisestä, osaako se ottaa huomioon kaiken?

Näin ollen itse järjestetyn tapahtuman eduiksi voi luetella päätösvallan kaikkiin tapahtumaan liittyviin kysymyksiin ja ettei itse järjestetystä tapahtumasta synny ylimääräisiä suunnittelukustannuksia. Haasteita itse järjestettyihin tapahtumiin taas luovat suuri työ määrä ja vastuu, mahdollinen osaamisen puute sekä käytetyn työajan määrän arviointi. (Vallo & Häyrinen 2014, 64.)

APED 2015 -konferenssi oli itse järjestetty tapahtuma varmasti pitkälti budjetillisista syistä. Tapahtuman suunnittelun päävastuu oli kahdella Dopinglinkin työntekijällä, joista toinen toimi projektipäällikkönä, sekä yhdellä A-klinikkasäätiön työntekijällä. He ottivat avukseen tapahtumaprosessiin kolme Haaga-Helia ammattikorkeakoulun opiskelijaa avustaviksi järjestäjiksi sekä kuusi opiskelijaa konferenssiin junioriavustajiksi. Lisäksi tapahtuman alkupohdinnoissa sekä vieraiden kutsumisessa oli apuna yhteistyöorganisaatioita. Jos konferenssin järjestäminen olisi ulkoistettu, ei opiskelijoita varmasti olisi otettu mukaan tapahtuman järjestämiseen. Tästä syystä henkilökohtaisesti opinnäytetyöni sekä kokemuksen kannalta olen kiitollinen, että Dopinglinkki päätti järjestää tapahtuman itse.

3.2.2 Ulkoistettu tapahtuma

Tapahtuman suunnittelua ulkoistaessa on tapahtumatoimistolle kerrottava itse tapahtumasta ja sen tavoitteista, kohderyhmästä ja budjetista. Tapahtuman teeman ja toteutusidean keksii yleensä tapahtumatoimisto. Tapahtuman suunnittelun ulkoistamisessa vastuu tapahtuman onnistumisesta siirtyy tapahtumatoimistolle ja heiltä tulee projektipäällikkö, mutta myös omasta organisaatiosta on löydettävä projektipäällikkö tai vastuuhenkilö. Tapahtumatoimisto koordinoi ja usein myös valvoo suunnittelemaansa tapahtumaa. Organisaation tulee kuitenkin huolehtia, että heidän oma organisaationsa on sitoutunut tapahtumaan, ettei tapahtumasta kehkeydy pelkät kulissit ja tapahtumatoimiston markkinointitilaisuus. (Vallo & Häyrinen 2014, 64–65.)

Tapahtuman räätälöiminen ja mitoittaminen omalle organisaatiolle, organisaation ulkopuolisen erityisosaamisen käyttäminen ja laaja alihankintaverkosto sekä mahdollisuus omaan työhön keskittymiseen ovat ulkoistetun tapahtuman ehdottomia etuja. Haasteiksi ulkoistuksessa tapahtumassa saattavat muodostua kustannukset, sisällön löytyminen kulissien lisäksi, järjestelyjen kontrollointi sekä brändimielikuvan mukainen toteutus. (Vallo & Häyrinen 2014, 65.)

3.2.3 Ketjutettu tapahtuma

Ketjutetussa tapahtumassa joko organisaatio itse tai tapahtumatoimisto ostaa valmiita tapahtuman osia ja linkittää ne toimivaksi kokonaisuudeksi. Näin ollen osista rakennetaan ideaan ja teemaan sopiva tapahtumaketju. Ketjun osat voivat kuitenkin olla hyvinkin erilaisia riippuen kohderyhmästä, tapahtuman tavoitteesta ja elämyksestä, joka osallistujille halutaan antaa. Olivatpa osat miten erilaisia tai samanlaisia tahansa, on ne osattava yhdistää hyvin toimivaksi tapahtumaketjuksi. (Vallo & Häyrinen 2014, 65–66, 68.)

Haasteellisen ketjutetusta tapahtumasta tekee osien sitominen toimivaksi kokonaisuudeksi. Ketjutettua tapahtumaa suunniteltaessa on hyvä miettiä, sopivatko erilliset ohjelmat organisaation maineeseen ja brändiin. Lisäksi haasteita ovat esimerkiksi varmistamisen onnistuminen sekä siirtymät vaiheesta toiseen. Ketjutettujen tapahtumien eduksi voidaan lukea sen helppous ja tiedossa olevat kustannukset. Helppoa ketjutettujen tapahtumien suunnittelemisessa on se, että osa palveluntarjoajista tarjoaa valmiita paketteja useisiin eri teemoihin ja tarpeisiin. (Vallo & Häyrinen 2014, 65–66.)

3.2.4 Kattotapahtuma

Kattotapahtumassa oma tapahtuma rakennetaan isomman tapahtuman ja sen teeman alle. Tällöin hyödynnetään esimerkiksi konserttia, peliä tai MM-kilpailuita kattotapahtumana. Kattotapahtumaa hyödyntäessä ei kuitenkaan tulisi unohtaa oman tapahtuman suunnittelua ja räätälöintiä. Kattotapahtumaa hyödynnettäessä on muistettava oman tapahtuman tavoite ja isännöinti. Jos kuitenkin oman tapahtuman ainoana tavoitteena olisi huomionosoitus sidosryhmiä kohtaan, ei ole välttämätöntä järjestää tapahtumaa vaan pelkillä pääsylipuilla muistaminen voi riittää. Kattotapahtumaa hyödynnettäessä on käytävä läpi kaikki onnistuneen tapahtuman vaativat vaiheet: kohderyhmän miettiminen, kutsuprosessin suunnittelu, kuljetusten järjestäminen, isäntien valitseminen sekä ohjelman miettiminen virallisen kattotapahtuman tarjonnan lisäksi. Isännän rooli korostuu kattotapahtumassa, sillä hänen tulee tietää, mitä itse kattotapahtumassa sekä oman organisaation tapahtumassa tapahtuu milloinkin. Hänen toimintansa vaikuttaa hyvin paljon oman organisaation tapahtuman onnistumiseen. (Vallo & Häyrinen 2014, 66–67, 69.)

Kattotapahtuman etuina on sen helppous ja mukavuus, kun teema tulee valmiina. Haasteita kattotapahtumassa taas luovat kyvyttömyys vaikuttaa pääorganisaattorin epäonnistumisiin, oman tapahtuman rakentaminen kattotapahtuman sisälle sekä varasuunnitelman välttämättömyys. (Vallo & Häyrinen 2014, 67.)

3.3 Projektipäällikkö

Tapahtumatuottaja eli projektipäällikkö vastaa tapahtuman onnistumisesta. Hän johtaa projektiryhmää, valvoo tapahtumaa sekä tekee päätökset viime hetken muutoksista. Hänen vastuullaan on koko tapahtumaprosessi: suunnitelma, budjetti, tuotanto, alihankkijat, toteutus ja seuranta. Hänen tulee delegoida tehtäviä, johtaa projektia, raportoida esimiehille sekä tehdä päätöksiä projektiin liittyvissä asioissa ja resursoinnissa. Hän ei saa sekoittaa omia mieltymyksiään projektin tavoitteeseen, vaan hänen tulee pitää omat ja muiden projektiryhmän jäsenten mieltymykset erillään projektin tavoitteesta ja visio kaikilla selkeänä. Hyvä projektipäällikkö kannustaa ja innostaa muita järjestäjiä. Projektipäällikkö voi tulla joko omasta organisaatiosta tai tapahtumatoimiston kautta. Suuremmissa projekteissa on usein projektipäälliköt molemmista organisaatioista, jolloin he toimivat työparina.

Projektipäällikön tärkein tehtävä on varmistaminen. Hänen tulee varmistaa, että kaikki ymmärtävät hänen visionsa. Lisäksi hänen tulee pitää huolta, että kaikki tietävät tehtävänsä ja pysyvät aikataulussa. Itse tapahtumassa projektipäällikön tulee varmistaa, että kaikki on valmiina ennen tapahtuman alkua ja tapahtuma aikana, että kaikki sujuu mahdollisimman mutkattomasti. Projektipäällikön tehtävänä on koordinointi ja eri yhteistyökumppaneiden

den toimintojen saattaminen yhteen saumattomasti tapahtuman onnistumiseksi. Hyvä projektipäällikkö osaa kysyä oikeita kysymyksiä ja kuunnella vastaukset. Hänellä on myös aina varasuunnitelma siltä varalta, ettei kaikki menekään alkuperäisten suunnitelmien mukaan. (Vallo & Häyrynen 2014, 229–230.)

APED 2015 -konferenssissa projektipäällikkönä toimi Dopinglinkin työntekijä, joka oli alusta asti ollut mukana tapahtuman järjestämisessä. Koko projektin ajan hän piti lankoja käsissään. Hänellä oli tapahtuman järjestämisessä myös oma vastuualueensa, mutta hän huolehti, että kaikkien muiden vastuualueiden tehtävät hoidettiin sekä teki päätöksiä myös muiden vastuualueisiin liittyneisiin kysymyksiin. Hän toimi yhteyshenkilönä Haaga-Helia ammattikorkeakoululle, järjestämisessä avustaneille opiskelijoille, junioriavustajille sekä Suomen Kansallismuseolle. Hän veti kaikki kokoukset, joihin opiskelijat osallistuivat. Lisäksi hän toimi emäntänä konferenssissa, mikä saattoi hieman häiritä hänen tehtävänsä projektipäällikkönä, mutta kaikki sujui hyvin, koska tapahtumassa oli myös muita vastuujärjestäjiä. Edellä mainittujen lisäksi hänen tehtäviinsä kuului varmasti paljon muutakin, mutta nämä tehtävät korostuivat avustaville opiskelijoille.

3.4 Kohderyhmä

Tapahtuman osallistujat voivat koostua suuresta yleisöstä, rajatusta kutsuvierasjoukosta tai avoimesta kutsuvierasjoukosta (Vallo & Häyrynen 2014, 121). Tapahtuman osallistujat voivat myös olla edellä mainittujen yhdistelmä. APED 2015 -konferenssin osallistujat muodostuivat avoimen ja rajatun kutsuvierasjoukon yhdistelmästä. Kutsuvierasjoukosta teki rajatun se, että vieraita oli kutsuttu tietyiltä aloilta ja tietyistä organisaatioista. Mutta koska kutsut eivät olleet henkilökohtaisia, saattoi kuka tahansa kyseisistä organisaatioista ilmoittautua tapahtumaan, joten kutsuvierasjoukko oli tämän perusteella avoin. Kutsuvierasjoukko käsitti APED 2015 -konferenssin kohdalla sidosryhmiä, yhteistyökumppaneita, henkilöstöä ja mediaa.

Kun järjestävä organisaatio on valinnut tapahtumalleen kohderyhmän, tulisi organisaation ottaa myös huomioon, onko kutsuttava esimerkiksi mies vai nainen, nuori vai iäkäs, urheilullinen vai penkkiurheilija. Tapahtumaa suunniteltaessa tietylle kohderyhmälle, tulee järjestävän organisaation tietää mahdollisimman paljon kyseisestä kohderyhmästä. Sidoryhmäanalyysi on yksi väline, jonka avulla organisaatio voi kartoittaa tietoa kohderyhmästä. Kuten Juholin (2009, 89) kirjassaan luettelee, sidoryhmäanalyysillä pystytään selvittämään seuraavia asioita:

- sidosryhmien tiedot ja tietämys yrityksestä tai yhteisöstä
- mielipiteet ja asenteet sen toiminnasta, tuotteista ja palveluista

- arviot tulevaisuudesta, esimerkiksi mahdollisuudet ja uhat
- sidosryhmien sitoutuminen ja lojaalisuus
- odotukset siitä, miten organisaation tulisi toimia ja kehittää toimintaansa
- toiveet siitä, miten ryhmät itse haluaisivat toimia tai vaikuttaa yrityksen toimintaan
- millaista vuorovaikutusta ja viestinnän käytäntöjä toivotaan.

Edellä mainittujen lisäksi on järjestävän organisaation mietittävä kutsuttavien määrää (Conway 2009, 56). APED 2015 -konferenssin osallistujien maksimimäärän määritteli Suomen Kansallismuseon auditorion istumapaikkojen määrä, joita oli hieman yli 200. Koska konferenssin lopullinen osallistujamäärä selvisi vasta noin viikkoa ennen konferenssia, ei toimittajille uskallettu myöntää ilmaista sisäänpääsyä tiedusteluista huolimatta kuin vasta lopullisen osallistujamäärän selvittyä.

Budjettia suunnitellessa tulee järjestävän organisaation miettiä, kuinka paljon se on valmis käyttämään ulkomailta saapuvien puhujien matkakustannuksiin ja majoitukseen (Harju 2003, 33). Koska useimmat APED 2015 -konferenssin puhujista ja osallistujista asuu ulkomailta, varasi järjestävä organisaatio kahdesta Helsingin keskustassa sijaitsevasta hotellista kiintiöt konferenssin osallistujille. Ulkomailta saapuneille puhujille toimeksiantajan edustaja varasi ja kustansi matkat ja hotellin, ellei puhuja välttämättä halunnut hoitaa matkavarauksiaan omatoimisesti.

Tapahtumaa suunniteltaessa tulisi järjestävän organisaation lisäksi miettiä, mitä kohderyhmä tapahtumalta toivoo. APED 2015 -konferenssissa ensisijaisesti osallistujat odottivat mielenkiintoista ja ajankohtaista tietoa dopingista ja sen vaikutuksista. Asiasisällön lisäksi myös käytännönjärjestelyt vaikuttavat tapahtuman välittämään viestiin ja osallistujien mielikuvaan tapahtumasta. Esimerkiksi perjantain lounasta mietittäessä olisi kohderyhmä ja osallistujat voitu ottaa paremmin huomioon. Perjantain lounaaksi oli valittu kevyt lounas, joka lopulta loppui kesken. Suurin osa osallistujista tuli konferenssiin ulkomailta ja he lähtivät konferenssista suoraan lentokentälle, joten täyttävämpi lounas olisi voinut olla tarpeen. Lisäksi tapahtumaan osallistui perjantaina suuri määrä opiskelijoita, joista osa opiskelee urheilupainotteisella linjalla, joten jaksakseen he tarvitsevat ravitsevan lounaan.

3.5 Kutsu ja ilmoittautuminen

Kutsu on tapahtuman ensimmäinen esite. Sen tulisi olla mielenkiintoa herättävä, mutta ei kuitenkaan luoda liian korkeita odotuksia tapahtumasta. Kutsu voi olla niin henkilökohtainen, avoin kuin avoimen. Kutsu voi pyytää ilmoittautumaan tapahtumaan määräpäivään mennessä tai välittämään kutsua eteenpäin muille organisaation jäsenille. Kutsu voi olla

niin kirje, puhelinsoitto, Facebookin tapahtumakutsu kuin esine. Nykyään suurin osa kutsuista lähetetään sähköisesti, joten postitse saapuvat kutsut huomataan varmasti. Oli kutsu sitten missä muodossa tahansa tai saapui se vastaanottajalle mitä kautta hyvänsä, olisi kutsussa hyvä olla sekä organisaation että isännän allekirjoitus. (Vallo & Häyrinen 2014, 129–131.)

Kaikista kutsutyypeistä tulisi käydä selville seuraavat asiat:

- tapahtuman luonne
- onko kutsu henkilökohtainen, avoin vai avecillinen
- tapahtuman aika ja paikka
- kutsuva organisaatio
- tuleeko tapahtumaan ilmoittautua, jos niin mihin mennessä, kenelle ja miten
- onko osallistuminen maksullinen vai maksuton
- tapahtuman pukukoodi
- pääpiirteittäin tapahtuman ohjelma tai sisältö
- pyyntö ilmoittaa allergiat, erityisruokavaliot tai muut rajoitteet.

Kutsuttaessa tapahtumaan osallistujia on hyvä pysähtyä miettimään tapahtuman kohderyhmää. Kaikkia kohderyhmiä ei voi kutsua samoja viestinnän kanavia käyttäen. Ei esimerkiksi voi olettaa eläkkeellä olevien ihmisten vastaavan sosiaalisessa mediassa jaettuun kutsuun yhtä hyvin kuin nuoremman sukupolven. Eli yhtä lailla kuin tapahtumaa suunniteltaessa, myös osallistujia kutsuttaessa tulee ottaa huomioon, millainen kohderyhmä tapahtumalla on. Yhdelle kohderyhmälle kutsun saa parhaiten perille kirjeitse lähetettynä, toiselle sähköpostilla ja kolmannelle yrityksen intraan tai nettisivuille päivitettyinä.

Kuten on olemassa useita kutsutyyppisiä, on myös monia tapoja ilmoittautua tapahtumaan. Ilmoittautumisen voi hoitaa niin puhelimitse, sähköpostilla, internetissä kuin kirjeitse. Paitsi tapahtuman järjestämisen myös ilmoittautumisten vastaanottamisen voi ulkoistaa. Hoidettiinpa ilmoittautuminen sitten oman organisaation sisällä tai talon ulkopuolella, on ilmoittautumisten vastaanottajan oltava tietoinen tapahtumasta ja sen sisällöstä. Osallistujat kysyvät usein kysymyksiä ilmoittautumisten vastaanottajalta, joten hänen tietämyksensä ja ammattitaitonsa vaikuttavat osallistujan mielikuvaan tapahtumasta.

APED 2015 -konferenssissa kutsut lähetettiin kohderyhmälle sähköpostitse. Sähköpostissa oli linkki internetissä sijainneeseen ilmoittautumislomakkeeseen (Liite 1). Ensimmäiset kutsut tapahtumaan oli lähetetty jo keväällä ennen opinnäytetyöprosessini alkamista, joten en osaa sanoa, miksi järjestävä organisaatio päätyi juuri tällaiseen ratkaisuun. Oletan syyn olleen sähköisen kutsun helppous. Järjestävällä organisaatiolla oli kuitenkin kaikkien

heidän yhteyshenkilöidensä sähköpostiosoitteet ja postitse lähetettävien kutsujen lähettäminen ympäri maailmaa olisi maksanut. Ilmoittautumisen jälkeen ilmoittautuneille avautui kyselylomake (Liite 2), jossa kysyttiin muutama ilmoittautumiseen liittymätön kysymys. Kyselyyn vastaaminen oli vapaaehtoista. Kyselyssä kysyttiin esimerkiksi, onko henkilö aiemmin osallistunut kyseiseen tapahtumaan tai onko hän ennen vierailut Suomessa. Lisäksi kyselyssä tiedusteltiin henkilön urheilutottumuksista sekä kuntodopingin käytöstä. Vastauksista muodostettiin taulukoita ja lukuja tapahtuman infotauluille.

Osallistujien saapuessa tapahtumaan, on hyvin tärkeää, että rekisteröinti on hyvin järjestetty. Pisteellä tulee olla tarpeeksi henkilökuntaa, sen tulee olla hyvin organisoitu ja ilmoittautumisen tulee olla sujuvaa. APED 2015 -konferenssissa rekisteröinti oli järjestetty nari-kan läheisyyteen. Ulko-ovella oli yksi junioriavustaja toivottamassa osallistujat tervetulleiksi ja ohjaamassa heidät oikeaan paikkaan. Rekisteröintipisteellä oli kaksi henkilöä, minä ja toimeksiantajan vastuhenkilö, ottamassa vastaan osallistujien ilmoittautumiset. Pisteellä nimilaput olivat yhdessä laatikossa aakkostettuina henkilön nimen mukaan ja kaulanauhat erillisissä laatikoissa, joista osallistujat saivat ottaa itselleen yhden tai nauha ojennettiin hänelle. Ojensimme saapuville osallistujille heidän nimilappunsa usein pelkän sukunimen perusteella. Opiskelijoilta tarkistimme kuitenkin, että heillä oli voimassa oleva opiskelijakortti tai muu todistus opiskelustaan. Ennen kuin osallistujat jatkoivat matkaa ilmoittautumisesta, kerroimme heille mitä mistäkin löytyy ja toivotimme heidät tervetulleiksi. Koska rekisteröintipiste oli samalla myös infopiste, oli siinä koko tapahtuman ajan joku neuvomassa osallistujia. Työtehtäviini kuului infopisteen valvominen ja osallistujien opastaminen, joten olin aamuisten ilmoittautumisten lisäksi molempina päivinä lähes koko ajan infopisteellä.

3.6 Tapahtumaprosessi

Tapahtumaprosessiin käytettävä aika vaihtelee tapahtuman idean mukaan. Isoja kongresseja järjestettäessä tilat on hyvä varata 2–3 vuotta ennen itse kongressia, kansainvälisen konferenssin suunnitteluun on hyvä varata useita kuukausia ja pienen yrityksen pikkujoulu- lujen järjestämiseen riittää parikin kuukautta. Tapahtuman toteutus vie tapahtumaprosessin vaiheista vähiten aikaa. Tapahtuman jälkeen tulisi aina muistaa hoitaa tapahtuman jälkimarkkinointi, joka olisi hyvä tehdä parin viikon sisällä tapahtuman päättymisestä.

”Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty”. Tapahtumaprosessin ensimmäinen vaihe on suunnitteluvaihe. Suunnittelu tulee aloittaa hyvissä ajoin ja jo alusta asti olisi suunnittelussa hyvä olla mukana kaikki ne, joiden panosta tapahtuman toteuttamisessa tarvitaan. Joissain tapauksissa voidaan myös tapahtuman kohderyhmä ottaa mukaan suunnitteluprosessiin

esimerkiksi sosiaalisen median kautta. Tämä lisää tapahtuman yhteisöllisyyttä sekä kohderyhmän mielenkiintoa tapahtumaa kohtaan. Tapahtuman sujuvuuteen vaikuttaa se, miten hyvin asiat on suunniteltu ja aikataulutettu (Vallo & Häyrinen 2014, 167). Esimerkiksi osallistujamäärä vaikuttaa infopisteessä ja narikassa tarvittavan henkilöstön määrään.

Suunnitteluvaiheessa on hyvä laatia tapahtumabrief ja tapahtumakäsikirjoitus. Tapahtumabrief voidaan antaa toimeksiantona tapahtumatoimistolle, mutta se on myös erittäin hyödyllinen dokumentti itse järjestettävissä tapahtumissa. Se pitää sisällään suunnitteluvaiheen alussa tiedossa olevat reunaehdot. (Vallo & Häyrinen 2014, 163.)

Vallon ja Häyrisen (2014, 163–164) mukaan tapahtumabriefistä löytyy vastaukset seuraaviin kysymyksiin:

- Miksi tapahtuma järjestetään?
- Mitä tapahtumalla tahdotaan viestiä?
- Kenelle se järjestetään?
- Mitä järjestetään?
- Miten tapahtuma toteutetaan?
- Millainen tapahtuma järjestetään?
- Ketkä toimivat isäntinä?
- Millaista tunnelmaa tapahtumalla tavoitellaan?
- Mikä on tapahtuman budjetti?

Tapahtumakäsikirjoitusta Vallo ja Häyrinen (2014, 165) vertaavat näytelmän käsikirjoitukseen. Se alkaa vieraiden saapumisesta ja päättyy viimeisen vieraan poistuttua. Siinä kerrotaan mitä, missä ja milloin tapahtuu. Mutta oli käsikirjoitus sitten miten tarkka tahansa, tulee siihen todennäköisesti muutoksia tapahtuman aikana kun kaikki ei toimi niin kuin on suunniteltu. Muutosten aiheutuessa isäntien tulisi olla mainitsematta niistä, sillä vieraat eivät tiedä, mitä järjestäjät olivat suunnitelleet. (Vallo & Häyrinen 2014, 165–166.)

Toteutusvaiheessa suunnitelma otetaan käyttöön. Toteutusvaiheen voi jakaa rakennusvaiheeseen, itse tapahtumaan ja purkuvaiheeseen. Rakennusvaiheen aikana pystytetään tapahtuman kulissit. Itse tapahtuma on koko prosessin kohokohta. Vaikka tapahtuma on hetkessä ohi, ehtii sen aika tapahtua paljon. Vallo & Häyrinen (2014, 168) kirjoittavat, että: ”Tapahtuma on alettuaan kuin liikkeelle lähtenyt juna, joka kolistelee eteenpäin kenties pienistä vastoinkäymisistä huolimatta.” Toteutusvaiheen viimeinen osio, purkuvaihe, alkaa viimeisen vieraan poistuttua ja se on usein nopeampi kuin rakennusvaihe. (Vallo & Häyrinen 2014, 168–169.)

Kenraaliharjoitukset ovat tärkeä osa toteutusvaihetta. Kenraaliharjoituksissa käydään koko tapahtuma vielä kerran läpi ennen sen alkamista ja siinä olisi hyvä olla mukana kaikki tapahtuman esiintyjät. APED 2015 -konferenssissa kenraaliharjoituksia ei pystytty pitämään esiintyjien kanssa, sillä osa esiintyjistä saapui paikalle vain oman osuutensa ajaksi. Järjestäjien kesken testasimme kuitenkin muun muassa äänentoiston ennen vieraiden saapumista.

Selkeät opastekyltit tapahtumapaikalle saavuttaessa helpottavat paikan löytämistä sekä madaltavat osallistumisen esteitä (Vallo & Häyrinen 2014, 178). APED 2015 -konferenssissa opastekyltteinä tapahtumapaikan ulkopuolella toimivat kaksi telineissä ollutta julistetta, jotka museon vahtimestari sijoitti aivan oven viereen juuri ennen tapahtuman alkamista molempina aamuina. Museon sisätiloissa opastekyltteinä toimivat lähinnä museon omat kyltit. Näiden lisäksi rekisteröintipisteen takana olleessa seinässä luki isolla ”Registration” sekä järjestäjien tiimihuoneen/matkatavarasäilytyksen oven vieressä oli lappu, jossa luki ”Luggage room”. Tapahtumaan saapuessaan osallistujat kulkevat ilmoittautumispisteen kautta, jossa sujuva ja huomaavainen palvelu on erittäin tärkeää, sillä osallistuja alkaa muokata käsitystään tapahtumasta jo ilmoittautuessaan. APED 2015 -konferenssissa rekisteröityminen ja infopiste oli yhdistetty. Tapahtumapaikalle saavuttaessa rekisteröitymispiste oli helposti löydettävissä ja henkilökunta oli palvelualtista. Pistteellä oli muun muassa

- aakkostettuina nimikyltit henkilön nimen mukaan
- tyhjiä nimikylttejä
- osallistujalista
- kyniä
- aikataulutettu ohjelma nimikylttien toisella puolella
- taksin tilaus
- tietoa tapahtumasta.

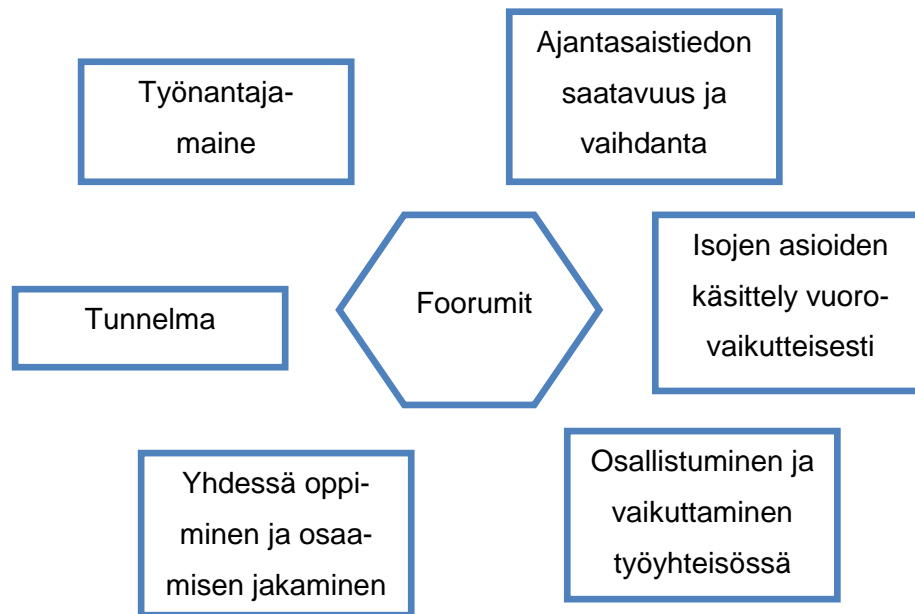
Tapahtuman aikatauluun vaikuttaa esimerkiksi, onko tapahtumassa tarkoitus käyttää aikaa verkostoitumiseen, vai onko kyseessä tiivis informatiivinen tapahtuma (Vallo & Häyrinen 2014, 170). Mutta oli aikataulu sitten miten tiukka tai väljä tahansa, on jonkun pidettävä huolta läpiviennistä ja kellotuksesta. APED 2015 -konferenssissa kellotuksesta vastasivat salissa työskennelleet henkilöt. Näin ollen on aikataulutuksen onnistuminen rajattu ulos opinnäytetyöstäni. Kaikissa tapahtumissa olisi myös hyvä olla yllätyksellisyyttä. APED 2015 -konferenssissa yllätyksellisyys sisältyi lähinnä iltatapahtumaan. Yllätyksellisyyttä oli kuitenkin muuallakin. Esimerkiksi kaikille osallistujille oli tarjolla Fazerin suklaalevyt heidän lähtiessään. Suklaalevyt olivat yllätys osallistujille ja lisäarvoa niille tuotti niiden suomalaisuus.

Jälkimarkkinointivaihe pitää sisällään esimerkiksi materiaalien toimituksen, kiitoskortin tai give away -lahjan lähettämisen osallistujille. Lisäksi tähän viimeiseen vaiheeseen kuuluu palautteen kerääminen ja analysoiminen, yhteydenottopyyntöihin vastaaminen sekä yhteenvedon tekeminen. Kiitokset on hyvä lähettää kaikille asianomaisille: osallistujille, puhujille, esiintyjille, juontajille, isännille, projektiryhmälle sekä muille tapahtuman tekemiseen osallistuneille. (Vallo & Häyrinen 2014, 185–186.)

3.7 Sisäinen viestintä tapahtumaprojektissa

Tapahtuman järjestäjien välinen sisäinen viestintä ja työyhteisöviestintä voi tapahtua useissa eri kanavissa. He voivat keskustella tapahtuman suunnitteluun liittyvistä asioista kokouksissa, lähettää tekstiviestejä tai soittaa kiireellisistä asioista, tehdä tiedusteluja sähköpostitse tai vaikka perustaa oman Facebook-ryhmän, jossa he voivat jakaa tiedostoja keskenään ja kommentoida toistensa ehdotuksia. Mutta tapahtuipa viestintä sitten missä kanavassa tahansa, on sen oltava selkeää ja jatkuvaa. Sisäisessä viestinnässä onnistuminen on erittäin tärkeä edellytys onnistuneelle tapahtumalle.

Työyhteisöviestinnän käsitys on muuttunut vuosien saatossa 1950-luvun lääkeruiskumallista tämän päivän vuorovaikutteisempaan viestintään (Juholin 2009, 141). Lääkeruiskumallin mukaan tieto siirrettiin johtoportaalta henkilöstölle ja samalla oletettiin, että tieto on sisäistetty. Tämän päivän vuorovaikutteisempaa tiedonvaihiantaa kutsutaan työyhteisöviestinnän uudeksi agendaksi. Kuvioista 3 selviävät Juholinin (2009, 143–144) määrittelemät työyhteisöviestinnän peruspilarit, jotka toimivat samalla työyhteisöviestinnän uuden agendan osatekijöinä. Juholinin (2009, 143) mukaan ”viestintä tapahtuu siellä, missä ihmiset toimivat ja missä he itse tuottavat ja vaihtavat tietoa ja kokemuksia vastuullisesti ja itseohjautuvasti.”



Kuvio 3. Työyhteisöviestinnän osatekijät.

Myös työyhteisön määritelmä on muuttunut vuosien saatossa. Aiemmin työyhteisöksi kutsuttiin fyysisesti samassa paikassa työskenteleviä organisaation työntekijöitä, mutta nykyajan globalisoituneessa yhteiskunnassa työyhteisöön kuuluvat myös organisaation rajat ylittävät henkilöt aina virtuaalitiimeistä sosiaaliseen mediaan. (Juholin 2009, 145.)

”Ajantasainen tieto on tärkeä resurssi ensinnäkin työn tekemisen kannalta”, toteaa Juholin (2009, 145). Ajantasaisen tiedon ja ideoiden välittäminen muille asianomaisille vähentää väärinymmärryksien, virheiden ja myöhästymisten mahdollisuutta. Tilanteiden muuttuessa nopeasti tapahtumaa järjestäessä on suunnitteluprosessissa ajantasaisen tiedon saaminen hyvin tärkeää. Tieto tulisi jakaa kaikille projektiryhmään kuuluville osapuolille.

APED 2015 -konferenssin järjestämisessä avustaneet opiskelijat olisivat toivoneet hieman enemmän ajantasaisen tiedon jakamista järjestävän organisaation puolelta. Konferenssia järjestäessä kaikkiin kolmeen osa-alueeseen oli määrätty vastuhenkilö järjestävän organisaation puolelta sekä yksi avustava opiskelija Haaga-Helia ammattikorkeakoulusta. Nämä henkilöt olivat eniten yhteydessä toisiinsa oman osa-alueensa tehtäviin liittyen joko sähköpostilla, tekstiviestejä lähettäen tai soittaen. Lisäksi avustavilla opiskelijoilla oli yhteinen Whatsapp-ryhmä, jossa he jakoivat toisilleen viimeisintä tietoa omista osa-alueistaan sekä kysyivät toistensa mielipiteitä asioihin. Näiden lisäksi yleistä tietoa tapahtuman etenemisestä sai projektipäälliköltä eli opiskelijoiden yhteyshenkilöltä sekä palavereissa.

3.8 Palaute

Organisaatiot keräävät palautetta ja teettävät tutkimuksia liittyen viestintään, mainontaan ja suoramarkkinointiin. Verkkomainontaa ja sosiaalista mediaa käyttäessä heidän on mahdollista saada todella tarkkoja kävijämäärälukuja pelkkien klikkausten perusteella. Myös tapahtuman jälkeen on hyvä miettiä asetettuja tavoitteita ja niiden saavuttamista. (Vallo & Häyrinen 2014, 35).

Vallon ja Häyrisen (2014, 35–36) mukaan tapahtuman jälkeen on hyvä miettiä vastauksia seuraavanlaisiin kysymyksiin:

- Pääsimmekö tavoitteeseen?
- Menivätkö viestit perille?
- Miten kohderyhmämme koki tapahtuman?
- Miten isännät kokivat tapahtuman?
- Ylitimmekö kohderyhmän odotukset?
- Tukivatko järjestelyt tavoitellun mielikuvan syntymistä?
- Paljonko tapahtuma maksoi osallistujaa kohden?
- Mitä opimme tulevia tapahtumia varten?

Tapahtumien tulisi aina olla tavoitteellisia. Parhaimmillaan niillä saadaan rakennettua haluttua mielikuvaa ja imagoa valitussa kohderyhmässä. Tapahtumista saadusta palautteesta voi aina ottaa opiksi ja parantaa jotain seuraavalla kerralla. (Vallo & Häyrinen 2014, 35–36.)

APED 2015 -konferenssin palautekysely (Liite 3) oli muodoltaan survey-kysely. Kyselyn kysymykset olivat standardoidut ja kyselyyn vastanneet muodostivat otoksen tapahtuman osallistujista (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009,193). Kysely koostui yhteensä seitsemästä englanninkielisestä avoimesta ja monivalintakysymyksestä, jotka on suomennettu alle:

1. Mistä kuulisit APED 2015 -konferenssista?
2. Merkitse tyytyväisyytesi APED 2015 -konferenssiin (asteikolla 0-4).
3. Mitkä esitykset olivat mielestäsi kaikkein hyödyllisimpiä?
4. Muita kommentteja APED 2015 -konferenssista, joita haluaisit jakaa.
5. Osallistuisitko sinä tai suosittelisitko muille seuraavaan pohjoismaiseen konferenssiin osallistumista?
6. Mitä aiheita haluaisit käsiteltävän tulevissa konferensseissa?
7. Toiveita seuraavalle järjestäjälle.

4 APED 2015 -konferenssin suunnittelu ja toteutus

Tässä osiossa kerron, mitä minun tehtäviini APED 2015 -konferenssin suunnittelussa ja toteutuksessa kuului. Olen jakanut tehtäväni kolmeen osaan, jotka kertovat mitä tehtäviini kuului ennen tapahtumaa, tapahtuman aikana sekä tapahtuman jälkeen.

4.1 Ennen tapahtumaa

Koska tapahtuman budjetti oli pieni, ei tapahtuman järjestämisen ulkoistaminen ollut vaihtoehto, kuten kohdassa 3.2.1 kerroin. Tapahtuma rahoitettiin osallistujamaksuilla, Tieteellisen Seuran Valtuuskunnan (TSV) myöntämällä avustuksella sekä Dopinglinkin omarahoituksella. Koska suuri osa budjetista koostui osallistujamaksuista, oli sen määrittäminen erittäin hankalaa ennen ilmoittautumisen päättymistä. Konferenssi oli tapahtumalajiltaan itse järjestetty tapahtuma, joka sisälsi asia- ja viihdepitoista ohjelmaa. Tapahtuman ilmoittautuminen oli alkanut ennen avustavien opiskelijoiden mukaan ottamista. Näin ollen kutsut ja markkinoinnin hoitivat toimeksiantaja sekä toimeksiantajan yhteistyöorganisaatiot, joista esimerkkinä on Suomen Antidopingtoimikunta ADT ry. APED 2015 -konferenssin markkinointi piti sisällään muun muassa järjestävän organisaation sisäisen markkinoinnin niin sähköisesti kuin suullisesti, lehdistölle tiedottamisen, suoramarkkinoinnin ja sosiaalisessa mediassa markkinoinnin.

Järjestävä organisaatio oli hyvissä ajoin päättänyt konferenssin ajan ja paikan. Paikaksi valittiin Suomen Kansallismuseo ja ajaksi 24.–25.9.2015. Tapahtuman ajankohtaan vaikutti myös ADT:n järjestämä tapahtuma, joka pidettiin Helsingissä samalla viikolla 21.–23.9.2015. Koska osa konferenssin osallistujista, myös kauempaa tulleista, osallistui myös alkuviikon tapahtumaan, oli järkevää pitää tapahtumat eri aikaan, mutta kuitenkin samalla viikolla.

Toimeksiantaja piti avustaville opiskelijoille kohdassa 3.6 mainitsemani tapahtumabriefin toukokuussa 2015. Tapahtumabriefissä toimeksiantaja jakoi opiskelijoille tehtävälisat osaluottain. Tehtävälisat päivittyi suunnittelun edetessä ja listan viimeisin versio jaettiin alkusyksystä.

Ennen tapahtumaa minun tehtäviini kuului ilmoittautumisen ja infon suunnittelu, matkatarvarasäilytyksen suunnittelu, osallistujien nimikylttien ja osallistujatodistusten suunnittelu, puhujakansioiden ja infomateriaalin kokoaminen sekä junioriavustajien perehdytys. Suunnittelun ehdotuksia nimikylteistä (Liite 4) ja osallistujatodistuksesta (Liite 6) toimeksiantajalle, joista he valitsivat mieluisimmat. Näistä suunnitelmista he tekivät vielä lopulliset vedok-

set (Liitteet 5 & 7), joissa he käyttivät oikeita tapahtuman ilmeen mukaisia värejä, fontteja ja kuvia. Nimikylttien toiselle puolelle suunnittelin tiivistetyn version konferenssin ohjelmasta. Järjestävä organisaatio pyysi minua suunnittelemaan ohjelman nimikylttien toiselle puolelle, ettei ohjelmia tarvitsisi tulostaa erikseen, koska konferenssista oli tarkoitus tehdä mahdollisimman paperiton tapahtuma. Nimikylttien ja osallistujatodistusten lisäksi suunnittelin matkatavarasäilytyksessä käytetyt numerolaput (Liite 8). Numerolaput toimivat samalla tavalla kuin narikkalaput, eli toinen jäi osallistujan laukkuun kiinni ja vastakappale annettiin laukun omistajalle.

Puhujakansiot lähetettiin ulkomailta saapuville puhujille suoraan hotelliin, joten he pystyivät perehtymään materiaaliin ennen tapahtuman alkua. Niiden sisällön olin muokannut tapahtuman nettisivuille yhdessä toimeksiantajan kanssa keräämästäni infomateriaalista. Infomateriaalin sisältöä tiivistin ja tarkensin puhujakansioihin niin, että lopullisessa versiossa oli puhujia ajatellen vain tärkeimmät asiat. Hain myös Helsingin turisti-infosta Helsingin karttoja ulkomaisille osallistujille ja puhujille jaettaviksi. Koska useat ulkomailta tulleet osallistujat olivat Helsingissä ensimmäistä kertaa ja he tulivat ensimmäisenä konferenssiaamuna suoraan lentokentältä konferenssiin, ajattelimme heidän tarvitsevan karttoja konferenssin ulkopuolella. Ennen konferenssia kävimme myös tutustumassa konferenssipaikkaan useaan otteeseen. Toimeksiantajat olivat käyneet tutustumassa museon tiloihin ennen opinnäytetyöni alkamista. Loppukesästä avustavat opiskelijat ja toimeksiantaja kävivät yhdessä tutustumassa museon tiloihin. Lisäksi konferenssia edeltävänä maanantaina, näytimme yhdessä paikat junioriavustajille ja pidimme heille lyhyen perehdytyksen tapahtumasta sekä heidän tehtävistään tapahtuman aikana. Samalla viikolla autoin myös toimeksiantajan edustajaa, joka oli vastuussa ilmoittautumisesta ja infosta, hoitamaan viime hetken tehtäviä. Lisäksi autoin ilmoittautumisen ja infon käytännön järjestelyissä, esimerkiksi nimikylttien järjestämisessä ja nimikylttien laatikon koristelussa.

Koko suunnitteluprosessin ajan toimin myös avustavien opiskelijoiden yhteyshenkilönä. Tämä tarkoitti käytännössä sitä, että olin avustavien opiskelijoiden puolesta yhteydessä toimeksiantajan yhteyshenkilöömme kaikkia koskevista asioista. Esimerkkinä mikäli meidän tuli päättää palaverin ajankohta sähköpostin välityksellä, sovimme ensin opiskelijoiden kesken, mitkä päivät meille parhaiten sopivat, minkä jälkeen ilmoitin kyseiset päivät toimeksiantajalle. Päädyimme opiskelijoiden yhteyshenkilön valintaan Haaga-Helia ammattikorkeakoulun lehtorin ehdotuksesta. Syynä ehdotukselle oli, että esimerkiksi äskentilanteessa välttyttäisiin ylimääräiseltä sähköpostien lähettelyltä selkeyttäen viestintää.

4.2 Tapahtuman aikana

Ensimmäisenä konferenssiaamuna ennen osallistujien saapumista autoin tapahtumapaikan viime hetken järjestelyissä, kuten ilmoittautumisen ja infon järjestämisessä, konferenssiin huoneen valmisteluissa, matkatavarasäilytyksen järjestämisessä, rollupien pystytyksessä saliin sekä opasteiden ja julisteiden asettelussa ja kiinnityksessä, jotka kaikki kuuluvat kohdassa 3.6 mainitsemani tapahtumaprosessin toteutusvaiheen rakennusvaiheeseen. Neuvoisin ja ohjeistin myös junioriavustajia heidän tehtävissään, jotka liittyivät omaan osa-alueeseeni.

Tapahtuman aikana minun tuli vastuuosaa-alueeni mukaisesti ensisijaisesti ottaa vastaan ilmoittautumiset sekä ohjata ja neuvoa osallistujia. Opastin osallistujia ja puhujia tapahtumaan liittyvissä asioissa ja Helsingissä kulkemisessa. Lisäksi suosittelin heille nähtävyyksiä, joita he Helsingissä ollessaan voivat halutessaan käydä katsomassa. Näiden lisäksi soitin osallistujille takseja valmiiksi, jotta he pääsivät tapahtuman loputtua mahdollisimman nopeasti suoraan lentokentälle, etteivät he myöhästyisi lennoltaan. Tapahtuman loputtua autoin tapahtuman purkamisessa eli siivoamisessa ja tavaroiden kasaamisessa.

Koska konferenssi pyrittiin pitämään mahdollisimman paperittomana tapahtumana, kaikki materiaalit, kuten puhujien esitysmateriaalit, pyrittiin jakamaan sähköisesti osallistujille. Ainoat jaettavat materiaalit nimikylttien ja kynien lisäksi olivat järjestävän organisaation, yhteistyökumppaneiden sekä Suomen Kansallismuseon esitteitä ja Helsingin karttoja. Konferenssin ohjelmaa ei ollut tulostettu erillisille papereille osallistujille jaettaviksi, vaan se oli painettu lyhennettynä versiona nimikylttien toiselle puolelle.

4.3 Tapahtuman jälkeen

Tapahtuman jälkimarkkinointi sekä palautteen kerääminen hoidettiin toimeksiantajan puolesta. Itse pääsin kuitenkin vaikuttamaan palautelomakkeen kysymyksiin yhdessä toimeksiantajan kanssa. Toimeksiantajalla oli omat kysymyksensä palautelomakkeeseen, joiden lisäksi sain ehdottaa muutamaa kysymystä, joista toimeksiantaja valitsi mielestään kyselyyn sopivimmat. Palautelomake lähetettiin linkkinä osallistujille ja puhujille sähköpostitse, samalla tavalla kuin ilmoittautumislomakekin. Kerätty palaute on palautteena niin tämän vuoden konferenssin järjestäjille, tulevan tapahtuman järjestäjää Norjalle sekä minulle opinnäytetyötäni varten. Kuten kohdassa 3.8 mainitsin: ”Tapahtumista saadusta palautteesta voi aina ottaa opiksi ja parantaa jotain seuraavalla kerralla.”

5 Tapahtuman ja sen toteutusprosessin arviointi

Tässä kappaleessa arvioin tapahtuman onnistumista omien ja muiden järjestäjien kokemuksien sekä osallistujilta saadun palautteen perusteella. Lisäksi arvioin opinnäytetyöprosessiani sekä onnistumistani produktin toteutuksessa.

5.1 Tapahtuman arviointi

Tapahtuman aikana osallistujat antoivat positiivista palautetta hyvin järjestetystä tapahtumasta. Heidän mielestään olimme ottaneet kaiken huomioon. He kiittivät avusta, neuvoista ja taksin tilaamisesta. Seuraavan tapahtuman järjestäjät pyysivät saada yhden julisteen mukaansa.

Toimeksiantajalta henkilökohtaisesti saamani palaute oli positiivista. He sanoivat, että minusta oli heille paljon apua, eivätkä he olisi pärjänneet ilman minua. Erityisesti positiivista palautetta antoi oman tehtäväalueeni vastuhenkilö.

Lisäksi positiivista palautetta saivat toimeksiantajan pyytämät ja minun toteuttamat matkatavarasäilytyksen numerolaput. Lappujen avulla matkatavarasäilytys sujui paljon mutkattomammin ja helpommin, kuin se olisi ilman niitä sujunut. Niiden avulla pystyimme myös valvomaan matkatavaroita paremmin, eikä kuka tahansa päässyt hakemaan laukkuja säilytyksestä.

Negatiivista palautetta saivat wifin huono toimivuus sekä perjantaina kesken loppunut lounas. Näistä kumpaankaan me emme kuitenkaan voineet vaikuttaa. Nettiyhteys toimi huonosti suuresta käyttäjämäärästä johtuen. Perjantain lounas oli tarkoitettu kevyeksi lounaaksi. Koska useat henkilöt ottivat suuret määrät ruokaa, ei suunniteltua lounasta riittänyt kaikille, vaan keittiön henkilökunta toi lopuille ravintolastaan muuta. Lisäksi museon keittiön työntekijät olivat laskeneet tehtävän ruoan määrän uudelleen, kun torstain menekki oli odotettua pienempi.

Osallistujille lähetettiin linkki palautekyselyyn 1.10.2015 ja 157 konferenssiin osallistuneesta 49 vastasi kyselyyn. Suurin osa heistä sai kuulla tapahtumasta sähköpostilla lähetettyjen kutsujen välityksellä ja toiseksi eniten vastauksia sai ”word of mouth”. Kolmanneksi eniten vastauksia tuli kohtiin sosiaalinen media ja jokin muu. Jokin muu -kohdassa osallistujat kertoivat kuulleensa tapahtumasta esimerkiksi vuoden 2013 konferenssissa, konferenssin järjestäjiltä, töissä tai opiskelijajärjestön kautta.

Tyytyväisyyslukujen perusteella suurin osa vastaajista oli melko tai hyvin tyytyväisiä esitysten sisältöön, konferenssin paikkaan, käytännönjärjestelyihin ja verkostoitumismahdollisuuksiin sekä kokemukseen kokonaisuutena. Avointen kysymysten vastauksissa he ehdottivat esimerkiksi, että tulevaisuudessa jokaisella sessiolla voisi olla oma teemansa. He myös toivoivat posterinäyttelyn kasvavan seuraavaan konferenssiin. Osa vastaajista olisi myös toivonut enemmän taukoja johtuen sekä raskaista asiapitoisista sessioista että toiveesta päästä verkostoitumaan enemmän. Useat kysymyksen vastaukset sisälsivät myös kommentteja esityksistä, niiden sisällöstä sekä toteutuksesta. Kaikki vastanneista osallistuisivat tai suosittelisivat muita osallistumaan seuraavaan APED-konferenssiin.

Koska konferenssi kiertää maiden ja järjestäjien välillä, on sen sisällössä aina jotain uutta. Lisäksi palautekyselyyn vastanneista osa antoi suoraan vinkkejä ja toiveita seuraavaa konferenssia ajatellen.

5.2 Opinnäytetyöprosessin ja projektin arviointi

Opinnäytetyöprojektini alkoi toukokuussa 2015 toimeksiantajan otettua minut mukaan tapahtuman järjestämiseen haastattelun jälkeen. He pitivät kaikille järjestelyissä avustaville opiskelijoille yhteisen briefin heistä sekä itse konferenssista. Briefin yhteydessä he antoivat meille tehtävälistan, joka oli jaoteltu osa-alueittain. Suunnitteluprosessi pääsi omalta osaltani käyntiin vasta heinä-elokuussa. Tapahtuma ja omat tehtäväni olivat kuitenkin olleet mielessäni pitkin kesää. Ajankäyttöni oman osa-alueeni tehtäviin kasvoi syksyn alettua. Aloin aktiivisemmin tarkentaa tehtävänantoja ja suunnitella nimikylttejä ja osallistujatodistuksia sekä kerätä tietoa infopakettiin ja puhujakansioihin. Lisäksi palaverreja alkoi olla tiheämmin syksyn alettua. Omasta mielestäni olisin kuitenkin voinut olla vielä ahkerampi ja oma-aloitteisempi kuin mitä todellisuudessa olin. Olisin myös voinut tehdä omat tehtäväni valmiiksi hieman aiemmin sekä viimeistellä ne paremmin. Esimerkiksi puhujakansion olisin voinut viimeistellä paremmin ennen sen palautusta. Toisaalta myös väärinymmärrykset huononsivat osin työni laatua. Esimerkiksi juuri puhujakansion kohdalla luulin aluksi kyseessä olevan kansion, johon kaikki tarvittava tieto ja materiaalit kerätään, kun todellisuudessa kyseessä oli hyvin tiivis paketti, jonka toimeksiantaja lopulta viimeisteli juuri sellaiseksi kuin oli sen ajatellut.

Lopulta sain kuitenkin hoidettua kaikki omaan osa-alueeseeni kuuluneet ennen tapahtumaa hoidettavat tehtävät ja oli konferenssin aika. Ensimmäisen konferenssipäivän aamuna hoidin viivyttelämättä kaikki minulle osoitetut tehtävät ja oma-aloitteisesti tiedustelin, mitä voisin vielä tehdä. Kaikki ei kuitenkaan ollut aivan valmista vielä ensimmäisten osallistujien saavuttua, mutta se johtui siitä, että ensimmäiset osallistujat saapuivat paikalle

etuajassa. Heidän saavuttuaan viimeistelimme ilmoittautumisen ja infon, salin sekä muut käytössämme olleet tilat ja valmistauduimme vastaanottamaan loput osallistujat ja esiintyjät. Ilmoittautuminen sujui hyvin ilman pidempiä jonoja. Vaikkakin välillä isomman ryhmän saavuttua yhtä aikaa, kertyi ilmoittautumiseen pieni jono. Mutta kenenkään ei tarvinnut jonottaa kauaa, sillä molempina aamuina ilmoittautumisessa oli koko ajan minun lisäksi myös ilmoittautumisen ja infon vastuuhenkilö järjestävän organisaation puolesta. Näin ollen ensimmäisen konferenssipäivän aamu sujui hyvin siihen asti, kun ensimmäisen esityksen aloitus lähestyi, eikä esiintyjää näkynyt missään. Projektipäällikkö ei saanut yhteyttä häneen eikä hänen hotellinsa vastaanottoon. Lopulta minut lähetettiin vieressä sijainneeseen hotelliin tiedustelemaan, onko kyseinen esiintyjä vielä paikalla. Ennen hotellille pääsyäni kuitenkin selvisi, että esiintyjä oli odottanut auditoriossa ja että hän oli jossain välissä onnistunut kulkemaan ilmoittautumisen ohi. Koska me ilmoittautumisessa työskennelleet henkilöt emme tienneet miltä hän näytti, oli meidän hankala sanoa olisiko hän jo saapunut paikalle. Projektipäällikkö oli jo harkinnut kahden esityksen aikojen vaihtamista, mutta onneksi ensimmäinen esiintyjä löytyi ennen ensimmäisen session alkua.

Ensimmäisestä aamusta selvittyämme kaikki sujui hyvin. Opastin junioriavustajia heidän tehtäviinsä liittyen ja neuvoin osallistujia. Olin myös valmistautunut antamaan osallistujille vinkkejä läheisistä ravintoloista, mutta en ollut valmistautunut kertomaan Helsingin nähtävyyksistä, kun minulta niistä kysyttiin. Otin kuitenkin kartan käteen ja kerroin parhaani mukaan, mitä mistäkin löytyy.

Tapahtuman jälkeen tuli aika kirjoittaa opinnäytetyö. Alun perin suunnittelin aloittavani taustatyön jo kesällä, mutta kesä meni niin nopeasti, että enempi taustatyö jäi syksyyn. Raportin kirjoittamisen aloitus venyi, ehkä jopa hieman liikaakin. Kun sain vihdoin aloitettua kirjoittamisen ja ryhdyin selailemaan merkintöjäni lähdekirjallisuudesta, en enää muistanut, mitä missäkin kohdassa olin ajatellut. Tulin lopulta siihen tulokseen, että paras tapa olisi ollut kirjoittaa yhtä aikaa lähdekirjallisuutta läpi käydessä, jotta idean saatuaan sen voi saman tien kirjoittaa ylös. Minulla oli myös hieman hankaluuksia löytää omaan aihepiiriini liittyvää kirjallisuutta, joten lähdeluettelosta en saanut kovin pitkää ja osa lähdekirjallisuudesta on melko vanhaa. Lisäksi minulla oli hieman ongelmia ajankäytön kanssa vielä kirjoitusprosessin aloitettuani. Ajankäytön ongelmat saattoivat johtua omasta toiminnastani tai lähteiden puutteesta. Mutta kuten kaikessa kirjoitustyössä, aloituksen jälkeen kaikki sujuu paljon helpommin. Ei ehkä kuitenkaan ihan yhtä varmasti eteenpäin kuin itse tapahtuma alettuana, mutta helpommin kuin ennen aloitusta, varsinkin kun aihe on kirjoittajalle mielenkiintoinen.

Lähteet

5th Nordic Conference. Luettavissa: <http://www.dopinglinkki.fi/en/5th-nordic-conference>.
Luettu: 19.10.2015.

A-klinikkasäätiö. Luettavissa: <http://www.a-klinikka.fi/a-klinikksaatio>. Luettu: 19.10.2015.

Conway, D. G. 2009. The Event Manager's Bible: The Complete Guide to Planning and Organising a Voluntary or Public Event. 3. painos. How To Books Ltd. Oxford.

Dopinglinkki. Luettavissa: <http://dopinglinkki.fi/>. Luettu: 19.10.2015

Grapevine Media Oy. Mitä on markkinointiviestintä? 2014. Luettavissa:
<https://grapevine.fi/2014/01/mita-on-markkinointiviestinta/>. Luettu: 18.11.2015.

Harju, Leena. 2003. Työelämän tapahtumat ja tilaisuudet. Otava. Helsinki.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15., uudistettu painos. Tammi. Helsinki.

Juholin, Elisa. 2009. Communicare!: Viestintä strategiasta käytäntöön. 5. uudistettu painos. Infor. Helsinki.

Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. 1. painos. WSOY. Helsinki.

Muhonen, Riikka Mari & Heikkinen, Laura. 2003. Kohtaamisia kasvokkain: Tapahtumamarkkinoinnin voima. Talentum. Helsinki.

Sponsorointi ja Tapahtumamarkkinointi ry. Luettavissa:
<http://sponsorointijatapahtumamarkkinointi.fi/faktat-ohjeet-ja-tilastot/ammattisanasto/>.
Luettu: 20.11.2015.

Vallo, Helena & Häyrinen, Eija. 2014. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 4. uudistettu painos. Tietosanoma. Helsinki.

Vuokko, Pirjo. 2003. Markkinointiviestintä: merkitys, vaikutus ja keinot. 1. painos. WSOY. Helsinki.

Liitteet

Liite 1. Ilmoittautumislomake



REGISTRATION FORM

Welcome to the 5th Nordic Conference on Appearance and Performance Enhancing Drugs and Anti-Doping Work taking place in Helsinki, Finland on 24-25 September 2015.

The last day for late registration is **Friday 11 September**. You will receive an e-mail confirmation once your registration and payment have been successfully processed.

Fields marked with * are required.

1. Participant Information *

Title (Dr/Mr/Mrs/Ms/Prof)	<input type="text"/>
First name	<input type="text"/>
Last name	<input type="text"/>
Job title	<input type="text"/>
Organisation	<input type="text"/>
Country	<input type="text"/>
E-mail	<input type="text"/>
Telephone (incl. country/area code)	<input type="text"/>

2. Payment Information

The registration fee is 275 Euros. All payments must be made in Euros by bank transfer. Kindly transfer to:

Name of the account holder: A-klinikkasäätiö
Address of the account holder: Maistraatinportti 2, 00240 Helsinki, Finland
Bank: Nordea
IBAN: FI28 1572 3000 2020 28
BIC/SWIFT: NDEAFIHH

jatkuu

Payment reference: APED 2015 and your name

Please quote **APED 2015 and your name** as a reference on your remittance. Otherwise your payment cannot be processed. Payments should be free of bank handling charges.

Please note that the registration is binding and in the case of cancellation, the registration fee will not be reimbursed. For more information, please see [here](#).

If the payer is other than the participant, please enter the name of the payer (e.g. organisation) here:

3. Additional information

Please enter any dietary requirements if applicable (e.g. vegetarian or gluten free):

Submit



REGISTRATION COMPLETED

Thank you!

You will receive an e-mail confirmation once your registration and payment have been successfully processed.

Please take a few minutes to answer our optional participant survey below.

1. Your area(s) of expertise? Select one or more.

- Anti-doping work/Prevention
- Biology
- Chemistry
- Clinical physiology
- Customs/Law enforcement
- Fitness and sports
- General medicine
- Government & administration
- Internal medicine
- Pharmacology
- Psychiatry
- Psychology
- Sociology
- Sports medicine
- Other

2. What is your main area of interest in the field of recreational doping?

- Education

jatkuu

- Medical science research
- Health care
- Humanistic doping research
- Other

3. How much time do you spend on sport-related activities per week?

- Less than 1 hour
- 1 - 4 hours
- 5 - 10 hours
- 10 - 15 hours
- 15 - 20 hours
- More than 20 hours

4. What sports do you like to do and/or follow? Select one or more.

- Badminton
- Baseball
- Basketball
- Body building
- Bowling
- Cross country skiing
- Cycling
- Dancing
- Down hill skiing
- Fishing
- Football
- Golf
- Gym
- Hiking
- Hockey
- Martial arts
- Running
- Skateboarding
- Snooker
- Snow boarding
- Soccer
- Swimming
- Tennis
- Triathlon
- Yoga

5. Adequate sleep is a key part of a healthy lifestyle. In average how many hours do you sleep per night?

- More than 8 hours
- 5 - 8 hours

jatkuu

- Less than 5 hours
- Not enough

6. Do you use nutritional supplements?

- Yes
- No
- I don't know what nutritional supplements are

7. How many times have you visited Helsinki?

- First time during the conference
- Couple of times
- More than ten times
- Countless times
- Lucky me, I live in Helsinki

8. How many times have you taken part in the Nordic Conference on Appearance and Performance Enhancing Drugs and Anti-Doping Work?

- This is the first time
- Once
- Twice
- Three times
- I've taken part in all four of them

Submit

Thank you for taking the time to complete the survey!



CONFERENCE FEEDBACK SURVEY

Thank you for your participation in APED 2015!

Please complete the conference feedback survey. The survey will take less than 5 minutes of your time. The results will be shared with the next organisers.

Fields marked with * are required.

1. How did you hear about APED 2015? *

- Dopinglinkki website
- Email invitation
- Social media
- News media
- Word of mouth
- If other, please specify

2. Please indicate your satisfaction with APED 2015 (Scale 0-4) *

	0 = Not at all satisfied	1 = Somewhat dissatisfied	2 = Neutral	3 = Somewhat satisfied	4 = Very satisfied
Content (presentations)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Location (National Museum of Finland)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Practical arrangements	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Networking opportunities	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Overall event experience	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

jatkuu

3. Which presentations did you find the most useful?

The programme is available [here](#).

1.
2.
3.

4. Additional comments about APED 2015 you wish to share

5. Would you attend or recommend someone else attend the next Nordic Conference? *

- Yes
 No

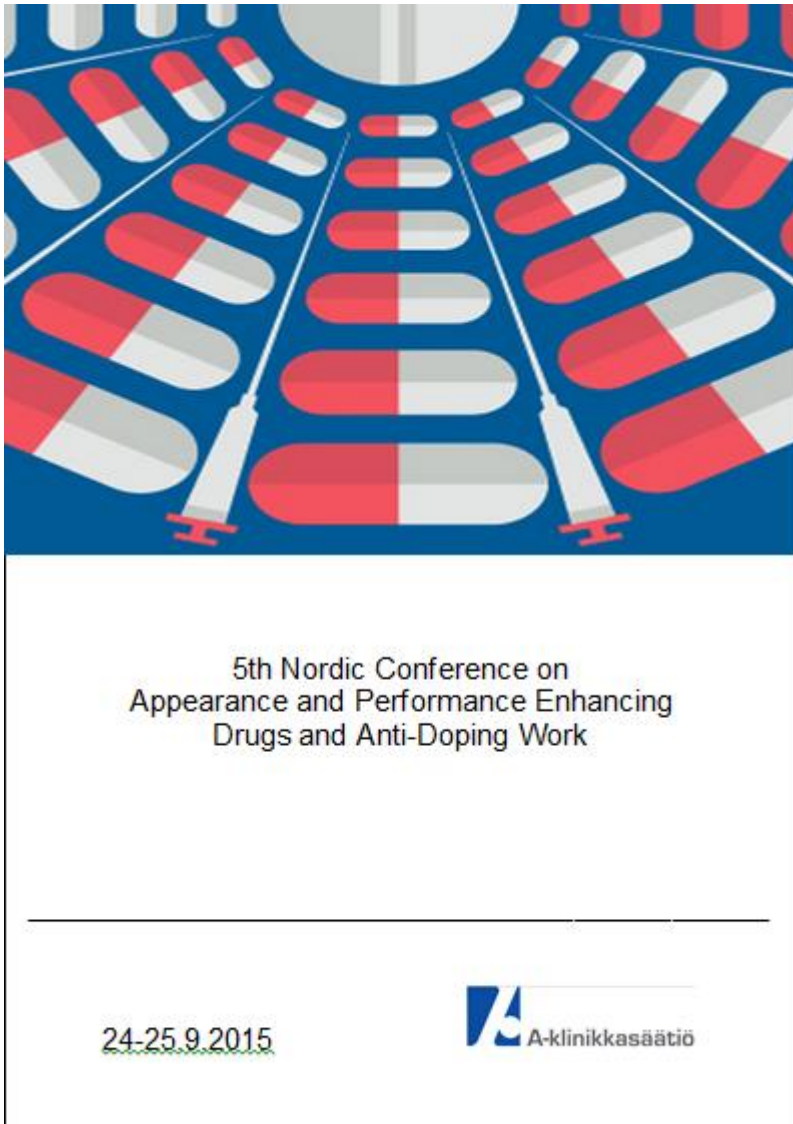
6. Which topics would you like to see covered during future conferences?

7. Other requests for the next organisers

Submit

Thank you for taking the time to complete the survey.

Liite 4. Nimikyltti – oma ehdotus



jatkuu

Programme

Thu 24th Sept

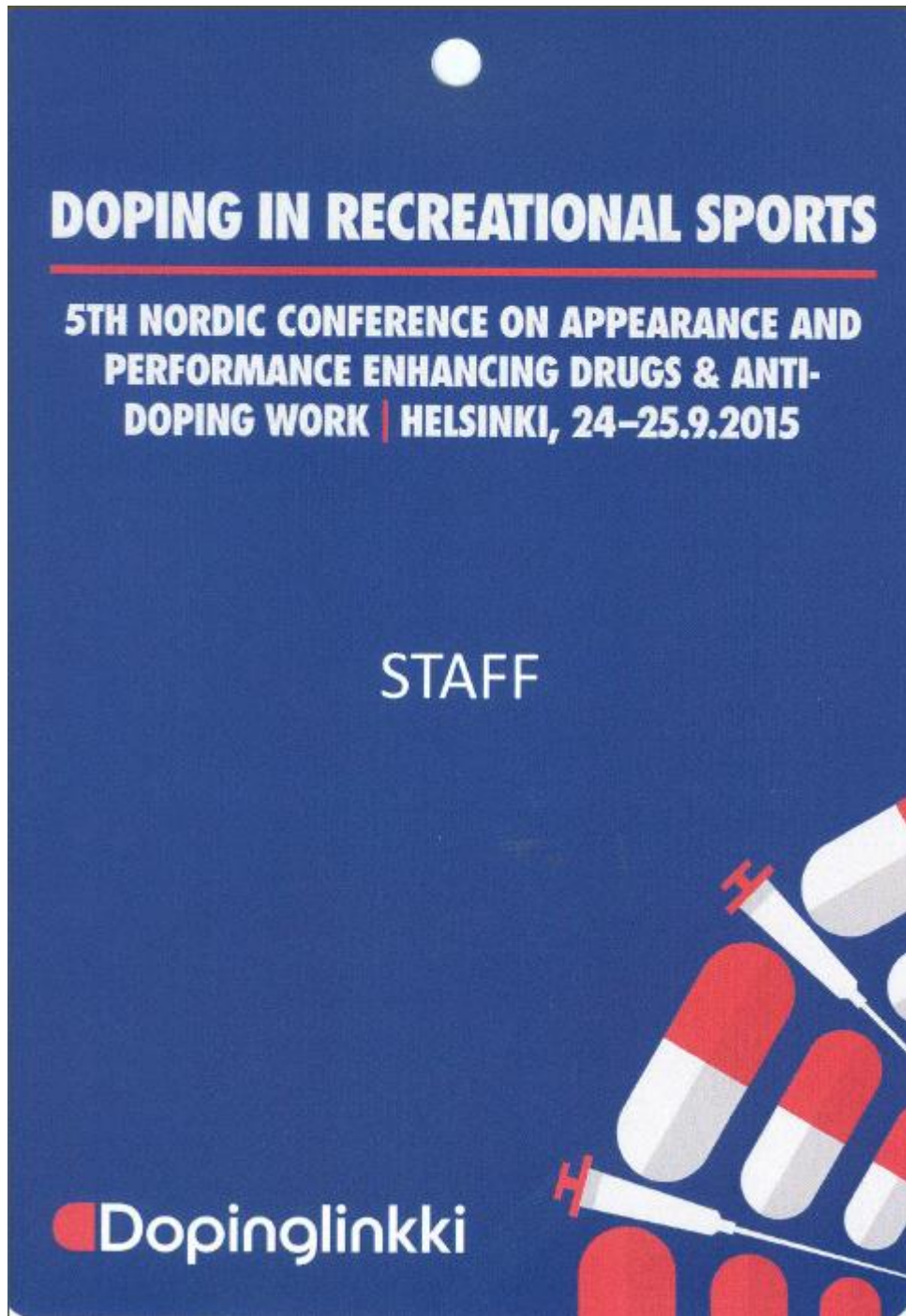
9:00 - 10:00 Registration & coffee
10:00 - 12:00 Session 1
10:00 - 10:15 Opening ceremony
10:15 - 11:00 Thomas Hildebrandt, USA
11:00 - 11:30 Mikko Salasuo, Finland
11:30 - 12:00 Jarkko Helin, Finland
12:00 - 13:00 Lunch & Poster exhibition
13:00 - 14:45 Session 2
13:00 - 13:45 Jim McVeigh, UK
13:45 - 14:15 Viveca Andersson & Ann-Sofie Bakshi, Sweden
14:15 - 14:45 Skuli Skúlason, Iceland
14:45 - 15:15 Coffee break & Poster exhibition
15:15 - 17:00 Session 3
15:15 - 16:00 Susan Backhouse, UK
16:00 - 16:30 Elina Kiviyukk, Estonia
16:30 - 17:00 Astrid Bjørnebekk, Norway
19:30 - Cocktail dinner & Greetings from the City of Helsinki

Fri 25 Sept

9:00 - 11:30 Session 4
9:00 - 9:15 Good morning
9:15 - 10:00 Thomas Hildebrandt, USA
10:00 - 10:30 Malene Radmer Johannisson, Denmark
10:30 - 11:00 Fredrik Lauritzen, Norway
11:00 - 11:30 Jukka Koskelo, Finland
11:30 - 12:30 Lunch
12:30 - 14:30 Session 5
12:30 - 13:15 Ron Maughan, UK
13:15 - 14:00 Juha Hulmi, Finland
14:00 - 14:30 Summary & Next Conference

The National Museum of Finland
Mannerheimintie 34
Helsinki

A-Clinic Foundation
Ms Tiina Laurila
+358 40 6623 384



jatkuu

Programme

Thursday 24 September

09:00 Registration

10:00 - 12:00 Session 1

10:00 Opening ceremony

10:15 Hildebrandt, US

11:00 Salasuo, FI

11:30 Helin, FI

12:00 - 13:00 Lunch

13:00 - 14:45 Session 2

13:00 McVeigh, UK

13:45 Andersson & Bakshi, SE

14:15 Skúlason, IS

14:45 - 15:15 Coffee break

15:15 - 17:00 Session 3

15:15 Backhouse, UK

16:00 Kivinukk, EE

16:30 Bjørnebekk, NO

19:30 - 22:30 Cocktail dinner

Friday 25 September

08:30 Breakfast

09:00 - 11:30 Session 4

09:00 Good morning

09:15 Hildebrandt, US

10:00 Johannisson, DK

10:30 Lauritzen, NO

11:00 Koskelo, FI

11:30 - 12:30 Lunch

12:30 - 14:00 Session 5

12:30 Maughan, UK

13:15 Hulmi, FI

14:00 - 14:30 Summary

National Museum of Finland,
Mannerheimintie 34, Helsinki

Contact: Ms Laurila, +358 40 6623
384



www.dopinglinkki.fi/en/aped2015 #APED2015

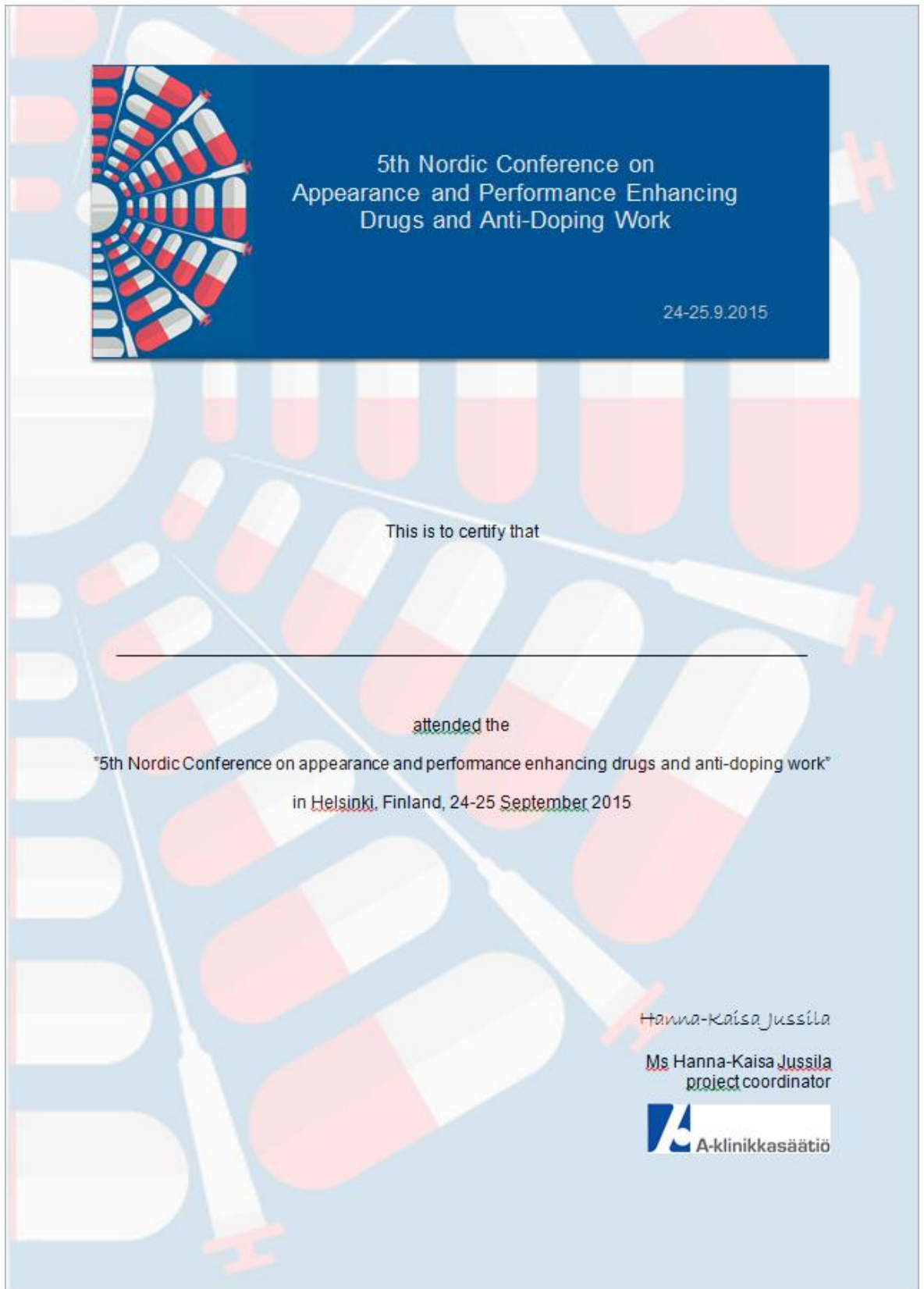


A-klinikkasäätiö



Ministry of Education
and Culture, Finland

Liite 6. Osallistujatodistus – oma ehdotus



DOPING IN RECREATIONAL SPORTS

5TH NORDIC CONFERENCE ON APPEARANCE AND
PERFORMANCE ENHANCING DRUGS & ANTI-
DOPING WORK | HELSINKI, 24-25.9.2015

 Dopinglinkki

This is to certify that

Emilia Hautakoski

assisted in organizing the 5th Nordic Conference on
Appearance and Performance Enhancing Drugs
& Anti-Doping Work

in Helsinki, Finland, 24-25 September, 2015



Hanna-Kaisa Jussila
Dopinglinkki
A-Clinic Foundation

 A-Clinic Foundation



Liite 8. Matkatavarasäilytyksen numerolaput

