

Projektisuunnitelma pop up -joulupuodin perustamiseksi Hangon Ideaco ry:lle

Carolina Lehtola

13.5.2016



Tekijä Carolina Lehtola	
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Opinnäytetyön nimi Projektisuunnitelma pop up - joulupuodin perustamiseksi Hangon Ideaco ry:lle	Sivu- ja liite- sivumäärä 47 + 33
<p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena on kattavan ja selkeän projektisuunnitelman laatiminen Hangon Ideaco Ry:lle pop up- joulupuodin perustamista varten. Hangon Ideaco ry on hankolainen käsityötä edistävä yhdistys, jolla on ollut pop up -toimintaa jo kolmena vuonna. Joulupuodille on havaittu olevan suurta kysyntää. Pop up -joulupuodin toteutus ei kuitenkaan ole sujunut aina ihan mutkattomasti, sillä minkäänlaista ohjeistusta tai projektisuunnitelmaa puodin perustamista varten ei ole koskaan laadittu. Opinnäytetyöni tavoite on ratkaista tämä ongelma. Työn tarve on ilmeinen ja se on syntynyt toimeksiantajan toiveesta. Toimeksiantaja haluaa työn avulla organisoida joulupuoti-toimintaa sekä saada tälle toiminnalle helposti noudatettavan ja kattavan ohjeistuksen, eli projektisuunnitelman. Työn aihevalintaan vaikutti myös tekijän oma kiinnostus pop up -toimintaa ja käsityöläisyyttä kohtaan.</p> <p>Tämä opinnäytetyö koostuu kahdesta toisiaan täydentävästä osasta: raportista, joka sisältää tietoperustan sekä kuvauksen tuotoksen syntymisestä sekä varsinaisesta tuotoksesta eli projektisuunnitelmasta. Tietoperustassa tutustutaan suuren suosion saavuttaneeseen pop up -ilmiöön ja käydään läpi ilmiön syntyä sekä sen soveltuvuutta käsityöläisille ja luoville aloille. Työssä perehdytään pop up -liiketoiminnan mahdollisuuksiin. Tietoperustassa on hyödynnetty monipuolisesti ulkomaista kirjallisuutta sekä Internetistä löytyneitä artikkeleita, koska suomenkielistä, pop up-ilmiötä käsittelevää kirjallisuutta tai aiempaa tutkimusmateriaalia oli niukasti saatavilla. Pop up -ilmiön lisäksi työn tietoperusta kytkeytyy vahvasti myös projektihallinnan aihealueeseen. Teoreettisessa viitekehyksessä käsitellään projekti-johtamisen keskeisimpiä asioita pop up -kaupan perustamisen näkökulmasta. Vaikka pop up -kauppa voidaan mieltää liiketoiminnaksi, tämä työ ei käsittele yrittäjyyttä eikä yrityksen perustamiseen liittyviä seikkoja.</p> <p>Työn empiirisessä osassa esitellään pop up joulupuodin projektisuunnitelma ja sen toteutukseen johtaneet seikat. Produktissa perehdytään perusteellisesti pop up- kaupan perustamistoimenpiteisiin sekä perustamiseen tarvittaviin resursseihin. Työ sisältää myös perustamisprosessin aikataulutuksen. Produktin kokoamiseen on hyödynnetty kirjoittajan omaa kokemusperäistä tietoa sekä yhdistyksen eri toimijoilta kerättyä asiantuntijatietoa.</p> <p>Opinnäytetyön tuotoksena syntyi kattava ja helppokäyttöinen projektisuunnitelma pop up - joulupuodin perustamista varten. Yhdistys aikoo ottaa projektisuunnitelman käyttöönsä jo seuraavaa Joulupuotia pystyttäessään jouluna 2016. Produkti on arvokas tietopaketti myös kaikille muille pop up -toiminnasta kiinnostuneille ja sitä voidaan hyödyntää pop up -myymälän perustamisen runkona. Produkti pitää sisällään kaikki perustamiseen tarvittavat toimenpiteet aikatauluineen. Produkti koostuu useista asiakirjoista ja se on toteutettu lomakemuotoisena. Työ sijoittuu ajallisesti kirjoittajan opintojen loppusuoralle, keväälle 2016. Aikaan, jolloin pop up -kaupat ovat laajalle levittäytyneitä ja pop up- toiminnasta on aistittavissa uusia liiketoiminta mahdollisuuksia.</p>	
Asiasanat pop up -kauppa, pop up-ilmiö, projektijohtaminen, käsityö	

Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Tavoitteet.....	3
1.2	Työn rajaus.....	4
1.3	Työn rakenne	4
1.4	Työn toimeksiantaja Hangon Ideaco ry.....	5
2	Pop up -ilmiö.....	7
2.1	Ympäristötekijöiden vaikutus pop up -ilmiön syntyyn	7
2.2	Pop up Suomessa	8
2.3	Pop upin tunnusmerkit.....	9
2.4	Pop upin käyttömahdollisuudet ja hyödyt.....	10
2.5	Pop up -toiminnan hyödyt käsityöläisille ja luovan alan ammattilaisille.....	13
3	Projektina pop up -kauppa	15
3.1	Projektin määritelmä.....	15
3.2	Projektin elinkaari	16
3.3	Pop up -joulupuoti projektin vaiheet.....	18
3.4	Pop up -projektin perustamisvaiheiden erityispiirteet	21
4	Projektisuunnitelma pop up -joulupuodille	23
4.1	Pop up -joulupuodin tavoite ja liikeidea.....	23
4.2	Produktin toteuttamisen vaiheet.....	27
4.3	Produktin toteuttamisen muoto	29
4.4	Projektisuunnitelma	30
5	Pohdinta	41
5.1	Parannusehdotuksia pop up joulupuodin toimintaan	42
5.2	Oman työn arviointi.....	44
	Lähteet	46
	Liitteet.....	48
	Liite 1. Pop up –Joulupuodin projektisuunnitelma Hangon Ideaco Ry:lle (salainen)	48
	Liite 2. Pop up –Joulupuodin projektisuunnitelma.....	49

1 Johdanto

Pop up -ilmiö on valloittanut yllätyksellisyydellään ja monipuolisuudellaan maailmanlaajuisesti ja se on vakiinnuttanut asemansa pysyväksi trendiksi myös Suomessa. Pop up ilmenee katukuvassa väliaikaisesti esille nousevina ravintoloina, kauppoina tai tapahtumina. Ne tarjoavat asiakkailleen vaihtelua, yksilöllisiä tuotteita, usein jopa elämyksellisiä ostokokemuksia. Tässä opinnäytetyössä tutustutaan ilmiön syntyyn sekä syvennytään erityisesti pop up -kauppaan ja sen perustamiseen. Työssä käydään läpi pop up -kaupan tunnusmerkkejä ja erityispiirteitä. Tämän lisäksi työssä käsitellään pop up -toiminnan tarjoamia hyötyjä ja mahdollisuuksia ja pohditaan erityisesti niiden sekä pop up -tyyppisen toiminnan soveltuvuutta käsityöläisille ja luoville aloille.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on kattavan projektisuunnitelman laatiminen Hangon Ideaco ry:lle pop up -joulupuodin perustamista varten. Hangon Ideaco ry on hankolaisten käsityöläisten perustama yhdistys, jolla on ollut käsityötä edistävää toimintaa jo vuodesta 2000 lähtien. Toiminnan uusimpana muotona on yhdistyksen perustama pop up -joulupuoti, joka on palvellut asiakkaitaan joulunlusaikana Hangossa jo kolmena vuonna. Puodille ja sen tarjonnalle on huomattu olevan suurta kysyntää, sillä käsityötuotteiden arvostus ja niiden suosiminen lahjoiksi on noussut kuluttajien keskuudessa. Suosiostaan huolimatta, ei pop up -joulupuodin toteutus ole sujunut aina ihan mutkattomasti. Minkäänlaista projektisuunnitelmaa puodin perustamista varten ei ole koskaan laadittu, vaan joulupuodin perustaminen on tapahtunut aiempina vuosina melko suunnittelemattomasti, ilman kunnollista organisointia. Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tuoda ratkaisu tähän ongelmaan.

Työn tarve on ilmeinen ja se on syntynyt toimeksiantajan toiveesta. Huolellisesti laadittu ja toimiva projektisuunnitelma on toimeksiantajalle erittäin tarpeellinen, sillä sen ansiosta vuosittainen pop up -kaupan pystyttäminen helpottuu huomattavasti. Suunnitelmassa tullaan kuvaamaan vaihe vaiheelta kaikki pop up -joulupuodin perustamiseen ja sen onnistuneeseen ylläpitoon tarvittavat toimenpiteet ja resurssit. Produktista tulee olemaan valtavasti hyötyä ennen kaikkea Hangon Ideaco ry:lle ja joulupuotiin osallistuville, mutta myös kaikille muille pop up -myymälän perustamista suunnitteleville. Työn tavoitteena on tuottaa hyödyllinen tietopaketti kaikille pop up- toiminnasta kiinnostuneille sekä tarjota kattava ohjeistus pop up- kaupan perustamiseen.

Pop upin toteuttaminen on aina itsenäinen ja monivaiheinen kokonaisuus. Se vaatii onnistuakseen huolellista suunnittelua, riskien ennakoimista ja ennen kaikkea hyviä projektinhallintataitoja. Pop upin perustaminen ja sen onnistunut ylläpito onkin

rinnastettavissa projektinomaiseen työskentelytapaan. Pop up -ilmiön lisäksi tässä työssä tullaan perehtymään myös projektinhallinnan aihealueisiin. Projektihallintaa sekä projektin elinkaarta ja sen eri vaiheita tullaan tässä työssä käsittelemään pop up -kaupan perustamisen näkökulmasta.

Aiheena pop up on erittäin mielenkiintoinen ja edelleenkin ajankohtainen. Pop upit ovat onnistuneet kasvattamaan nopeasti suosiotaan lähivuosien aikana ja pop upeista on kehittynyt trendikäs ilmiö. Taloustaantumien vaikutuksesta väliaikaiset pop up -kaupat ovat tulleet erittäin suosituiksi, sillä niiden perustaminen on suhteellisen helppoa ja edullista, ja tyhjiä liiketiloja on runsaasti tarjolla. Monipuoliset käyttömahdollisuudet sekä pop upien perustamisen helppous houkuttelevat ihmisiä kokeilemaan omien ideoidensa suosiota ja kannattavuutta.

Pop up -ilmiö on erittäin kiinnostava ja aktuaalinen aihe myös yrittäjyyden näkökulmasta. On havaittu, että markkinoinnillisten ominaisuuksiensa lisäksi pop upeilla voidaan saavuttaa myös kannattavaa liiketoimintaa. Pop up -toiminta voisikin tarjota omanlaisen, ei niin sitovan ansaintamallin, yrittäjäksi aikovalle tai yrittäjänä jo toimivalle henkilölle. Ilmiö on jo nyt herättänyt ympärilleen myös uusia liiketoiminnan muotoja kuten esimerkiksi pop up -liiketilojen vuokraus- ja välitystoimintaa. Pop up -tyyppisessä liiketoiminnasta löytyy varmasti vielä monia hyödyntämättömiä toimintamuotoja, sillä pop up tuntuu tarjoavan lähes rajattomat mahdollisuudet, joissa vain mielikuvitus on rajana.

Tämä opinnäytetyö koostuu kahdesta osasta: työn tietoperustasta sekä työn empiirisestä osasta eli pop up joulupuodin perustamissuunnitelman kokoamisesta. Työ siis sisältää raportin sekä varsinaisen produktin. Työn tuotoksena syntyvä produkti on perusteellinen projektisuunnitelma pop up -joulupuodin perustamista varten. Valmiista produktista toteutetaan kaksi eri versiota: Liite 1 on kohdistettu suoraan työn toimeksiantajalle ja se on laadittu yhdistyksen varsinaiseen käyttöön. Liite 1 on salainen johtuen sen sisältämistä henkilötiedoista sekä muista Hangon Ideaco ry:n salassa pidettävistä tiedoista. Liitteessä 2 produkti esitellään ilman näitä salassa pidettäviä tietoja, jolloin se soveltuu myös muille käytännölliseksi apuvälineeksi pop up -kaupan perustamista varten.

Lukemisen helpottamiseksi on selvennettävä muutamia tässä työssä käytettäviä termejä. *Pop up –joulupuoti* ja *Joulupuoti* tarkoittavat samaa asiaa eli tässä työssä käsiteltävää väliaikaista myymälää. Näitä rinnakkaistermejä käytetään tekstissä vaihtelevasti. Tekstin tiivistämiseksi ja selkeyden vuoksi *Hangon Ideaco ry*:stä käytetään paikoitellen myös lyhennettyä termiä *Ideaco*, joka on lyhenne yhdistyksen nimestä. *Ideacolainen* on synonyymi yhdistyksen jäsenelle, jolla tarkoitetaan Hangon Ideaco ry:hyn kuuluvaa henkilöä.

1.1 Tavoitteet

Tämän työn ensisijaisena tavoitteena on laatia kattava projektisuunnitelma Hangon Ideaco ry:lle pop up -jouluvuodin perustamista varten. Pop up -jouluvuodi on jo tuttu näky Hangon keskustassa joulun alusaikaan ja sille on todettu olevan suurta kysyntää, mutta sen toteutus kaipaa kipeästi organisointia ja kunnollisia toimintaohjeita.

Projektisuunnitelman avulla pyritään kokoamaan kaikki jouluvuodin pystyttämiseen ja sen ylläpitoon tarvittavat toimenpiteet ja koostamaan ne selkeiksi toimintaohjeiksi. Työn tarve on toimeksiantajalle ilmeinen ja se tulee merkittävästi helpottamaan joka vuotista jouluvuodin pystytysurakkaa. Yhdistys aikoo ottaa projektisuunnitelman käyttöönsä jo seuraavaa Jouluvuotia pystyttäessään jouluna 2016.

Projektisuunnitelman tulee olla mahdollisimman selkeä ja helppokäyttöinen, jotta se palvelee toimeksiantajan tarvetta ja käyttötarkoitusta parhaiten. Sen tarkoitus on auttaa yhdistyksen jäseniä ja muita jouluvuotiin osallistuvia käsityöläisiä hahmottamaan Jouluvuoti -projektin laajuutta paremmin, ja ennen kaikkea selkiyttämään toiminnan toteuttamisen vaiheita. Produktin on tarkoitus koostua useista eri osa-alueista, joissa tullaan vaihe vaiheelta kuvaamaan kaikki pop up -kaupan perustamistoimet aikatauluineen. Produktissa määritellään myös kaikki toteutukseen tarvittavat resurssit. Tavoitteena on tuottaa projektisuunnitelmasta sellainen perusmalli, jota yhdistys voisi hyödyntää aina uudestaan Jouluvuotia tai kenties jotain toista pop up -myymälää perustettaessa.

Työn alatavoitteena on tuottaa arvokasta tietoa kaikille pop up -ilmiöstä ja pop up -kaupan perustamisesta kiinnostuneille. Vaikka työ koostetaankin Ideacon ja jouluvuodin näkökulmasta, tarjoaa se valtavasti lisätietoa kaikille pop up -liiketoiminnasta kiinnostuneille. Työn alatavoitteena on tarjota pop up -kauppaa suunnitteleville tahoille kattavat perustiedot pop up -kaupan perustamisesta sekä siihen liittyvistä seikoista. Työn on tarkoitus toimia esimerkin omaisena runkona ja kompaktina tietopakettina pop up -kauppaa perustettaessa.

Henkilökohtaisena tavoitteena kirjoittaja haluaa opinnäytetyön tuovan esille hänen laaja-alaista osaamista sekä hyviä projektinhallintataitoja. Hän haluaa opinnäytetyön ilmentävän hänen erinomaista organisoimiskykyä sekä soveltuvuutta projektijohtamiseen. Projektimainen työskentelytapa kiinnostaa kirjoittajaa myös käsityöläisen näkökulmasta, sillä tilaustuotteeksi valmistettujen käsityötuotteiden tai tuotesarjojen valmistamisessa

tarvitaan aina myös projektinhallintataitoja. Hyvien kädentaitojen lisäksi on kyettävä hahmottamaan työn kokonaisuus sekä resursoimaan ja aikatauluttamaan prosessin kulku.

1.2 Työn rajaus

Tässä työssä tutustutaan pop up -ilmiöön ja käydään lyhyesti läpi sen syntyä ja esiintymistä Suomessa. Työssä pohditaan ilmiön tarjoamia monipuolisia mahdollisuuksia ja hyötyjä erityisesti käsityöläisen tai luovan alan ammattilaisen näkökulmasta. Työssä ei varsinaisesti paneuduta pop upin muihin käyttötarkoituksiin, kuten pop upin hyödyntämiseen mainonnan tai markkinoinnin muotona, vaan työn pääpaino on pop up-kaupassa. Työssä syvennytään perusteellisesti pop up -kaupan perustamiseen sekä siihen liittyviin seikkoihin.

Pop up -kaupan perustaminen ja sen ylläpito on rinnastettavissa projektin omaiseen toimintatapaan. Jokainen projekti on aina itsenäinen ja yksilöllinen kokonaisuus, niin on myös pop up -myymälän perustaminen. Työssä tutustutaan projektin määritelmään ja projektin elinkaaren eri vaiheisiin ja niitä käsitellään pop up -joulupuodin näkökulmasta. Työssä sovelletaan hyvän projektinhallinnan käytänteitä ja menetelmiä niiltä osin kuin ne koetaan pop up -myymälän perustamisen kannalta tarpeellisiksi. Työssä ei siis perehdytä kaikkiin projektinhallinnan osa-alueisiin vaan käsitellään ainoastaan tuotteen kannalta keskeisimmät osiot.

Vaikka pop up -toiminta voidaan määritellä liiketoiminnaksi tai mieltää jopa eräänlaiseksi yrittäjyyden vaihtoehdoksi, työ ei käsittele yrittäjyyttä eikä yrityksen perustamiseen liittyviä teemoja. Työ ei myöskään ota kantaa myyntitoiminnan verotuksellisiin tai lainsäädännöllisiin seikkoihin. Tämä rajaus johtuu osittain työn toimeksiantajasta, sillä työn toimeksiantajana on käsityöharrastajien perustama yhdistys. Yhdistyksen toiminta perustuu täysin harrastusmaiseen toimintaan jota harjoitetaan talkoovoimin. Yhdistys on voittoa tavoittelematon eikä se tähtää yrityksille ominaiseen kasvuun ja voitontavoitteluun.

1.3 Työn rakenne

Tämä toiminnallinen opinnäytetyö muodostuu kahdesta toisiaan täydentävästä osasta: raportista, joka sisältää tietoperustan ja kuvaa työn toiminnallisen osuuden, sekä varsinaisesta tuotoksesta eli produktista. Raportti esittelee työn tavoitteet ja perustelee tuotoksen tarpeellisuuden sekä kuvailee tuotteen syntymiseen johtaneet seikat. Produkti on työn tietoperustaan pohjautuva työn lopputuloksena syntynyt tuotos.

Tässä työssä esitellään aluksi työn taustaa, perustellaan työn tarpeellisuutta ja määritellään työn tavoitteet. Alkuosassa esitellään myös työn toimeksiantaja Hangon Ideaco ry sekä tutustutaan yhdistyksen toiminta-ajatuksen ja tämän hetkiseen tilaan. Tietoperustan toisessa luvussa käydään lyhyesti läpi käsite pop up sekä tutustutaan pop up -ilmiön syntymiseen. Työssä tutustutaan pop upin tunnusmerkkeihin ja monipuolisiin mahdollisuuksiin erityisesti käsityöläisten ja luovien alojen ammattilaisten perspektiivistä. Tietoperustan kolmannessa luvussa paneudutaan projektijohtamisen teemoihin ja tutustutaan projektin käsitteeseen sekä projektin elinkaaren eri vaiheisiin. Tämän jälkeen projektin eri vaiheita sovelletaan pop up -joulu puodin perustamiseen, jolloin tarkennetaan mitä toimenpiteitä missäkin projektin vaiheessa tulee suorittaa. Lopuksi käydään vielä läpi sellaisia pop up -kaupan perustamisen osatekijöitä, jotka kaipaavat erityishuomiota projektisuunnitelmaa laadittaessa.

Työn toinen osa pitää sisällään varsinainen prosessikuvauksen eli pop up- joulu puodin projektisuunnitelman syntymisen. Empiirinen osa pohjautuu osittain jo olemassa olevaan kokemukseräiseen tietoon. Työn neljännessä luvussa kuvaillaan produktin syntymisen vaiheita. Projektisuunnitelman laatimisessa on hyödynnetty aiempien pop up -joulu puotien kokemuksia ja niistä tehtyjä havaintoja. Ennen varsinaisen projektisuunnitelman esittelyä, määritellään pop up -joulu puodin tavoite ja liikeidea sekä perustellaan produktille valittu toteuttamisen muoto. Tämän jälkeen projektisuunnitelma ja sen osa-alueet esitellään sisällysluettelon mukaisessa järjestyksessä. Työn viidennessä luvussa tarkastellaan työn lopputuloksia ja esitellään johtopäätökset sekä havaitut parannusehdotukset. Työn lopputulosten tarkasteluun kuuluu olennaisena osana myös oman työn arviointi.

1.4 Työn toimeksiantaja Hangon Ideaco ry

Opinnäytetyön toimeksiantajana on hankolaisten käsityöharrastajien perustama yhdistys Hangon Ideaco ry. Yhdistys on perustettu vuonna 2000. Yhdistyksen toiminnan tavoitteena on kannustaa käsityöharrastajia, käsityö- sekä muita yrittäjiä kehittämään tietojaan ja taitojaan. Yhdistyksen tarkoituksena on käsityötaidon edistäminen ja sen arvostuksen ylläpito. Tarkoituksensa toteuttamiseksi yhdistys kerää käsityöhön liittyvää perinneaineistoa, järjestää jäsenilleen esitelmä-, keskustelu- ja koulutustilaisuuksia sekä opintomatkoja ja retkiä, harjoittaa tiedotustoimintaa, järjestää työnäytöksiä ja näyttelyitä sekä kilpailuja ja vapaa-ajan illanviettoja ja juhlia. (Hangon Ideaco ry. 2000.)

Toimintansa tukemiseksi yhdistys on oikeutettu vastaanottamaan lahjoituksia tai apurahoja sekä omistamaan toimintaansa varten tarpeellista kiinteää ja irtainta omaisuutta. Yhdistys voi myös järjestää keräyksiä, myyjäisiä, arpajaisia, maksullisia

kursseja tai alaansa liittyvää julkaisutoimintaa. (Hangon Ideaco Ry. 2000.) Yhdistykseen kuuluu tällä hetkellä 41 jäsentä. Jäsenistö koostuu osaavista eri alojen kädentaitajista. Mukana on osajia monelta eri taidekäsityön alalta kuten neulonnan, puutöiden, keramiikan, tekstiilikäsityön, graafisen suunnittelun, hopeatöiden ja koruvalmistuksen alalta. Osalla jäsenistä on taidealan koulutus, osa taas on täysin itseoppineita, todella taitavia tekijöitä. (Holmström 24.3.2016.)

Yhdistys tarjoaa jäsenilleen kanavan oman osaamisen esilletuomiseen sekä omien käsityötuotteiden pienimuotoiseen myyntiin. Yhdistys toimii erinomaisena kontaktiväylänä, jonka kautta jäsenet voivat tavoittaa asiakkaita ja tarjota heille tekemiään käsityötuotteita. Yhdistyksellä on kaksi varsinaista myyntisesonkia, kesä ja jouluku. Kesäisin myyntiä tapahtuu Hangon Itäsatamassa, jossa sijaitsee yhdistyksen omistama myyntimökki. Myyntimökki on osa kuuden mökin mökkiryhmittymää, jotka seisovat kutsuvana rivistönä Hangon Itäsatamassa tarjoten turisteille ostomahdollisuuksia aina juhannuksesta elokuun puoleen väliin saakka. Joulukuun aikaan yhdistys vuokraa jonkin vapaista liiketiloista Hangon keskustasta ja perustaa noin kuukauden mittaisen pop up – joulupuodin. Kaikkea edellä mainittua yhdistyksen toimintaa toteutetaan talkoovoimin.

2 Pop up -ilmiö

Termi *pop up* tarkoittaa ilmestymistä tai esiin putkahtamista. Pop up termiin on varmasti meistä jokainen törmännyt pop up -ikkunoiden muodossa tietokoneiden parissa työskennellessä. Pop up -ikkuna eli ponnahtusikkuna tarkoittaa graafista ikkunaa, joka ponnahtaa yllättäen esiin hiirtä siirtäessä tai napsauttaessa ja se voi sisältää esimerkiksi mainoksen tai jonkin virheilmoituksen. (Nuutinen, 2011. 28–29) Ponnahtusikkunoissa kiteytyykin pop up -ilmiön keskeisin ominaisuus eli yllättävä ja lyhytaikainen olemassaolo.

Pop up -ilmiöllä tarkoitetaan yleisen suomalaisen asiansanaston mukaan ilmiötä, jossa kauppa, ravintola, taidegalleria tai muu vastaava toimii lyhyehkön aikaa ja sen jälkeen lopettaa toimintansa (YSA 2016). Tiivistetysti voidaankin todeta, että pop up on yllättävää, räätälöityä ja väliaikaiseksi tarkoitettua toimintaa, jolla on olemassa ennalta määritelty alkamis- ja päättymisajankohta (Thompson 2012, 1). Ilmiön tunnusmerkkeihin paneudutaan tarkemmin alaluvussa 2.3.

2.1 Ympäristötekijöiden vaikutus pop up -ilmiön syntyyn

Ostokäyttäytymisen evoluutio. Jatkuva muutos. Elämyshakuisuus. Talouden taantuma. Yhteiskunnassa vallitseva epävarmuus. Tässä on mainittuna muutamia esimerkkejä pop up -ilmiön syntyyn vaikuttaneista taustatekijöistä. Pop up on aikamme ilmiö, jonka muodostumisen kolme kulmakiveä ovat vapaat kiinteistöt, vähittäiskauppa ja uutuushakuinen kuluttaja. Näiden tekijöiden yhdistyessä ja muuttuneen yhteiskunnan vaikutuksesta on luotu optimaaliset olosuhteet vähittäiskaupan uuden trendin, pop up -kaupan syntymiselle. (Norsig).

Taloustaantumien vaikutuksesta tyhjiä liiketiloja on vapautunut runsaasti. Talouden matalasuhdanteen sekä yhteiskunnassa vallitsevan epävarmuuden aikana ei uskalleta niin ahkerasti perustaa uusia yrityksiä, sillä ihmiset pelkäävät talousvaikeuksiin ajautumista. Epävarmassa taloustilanteessa on käytettävä luovuutta ja etsittävä uusia keinoja toimeentulon saamiseksi. Vallitseva epävarmuuden aika on synnyttänyt väliaikaisuuteen perustuvan pop up -ilmiön, joka tarjoaa kevyemmän ja turvallisemman vaihtoehdon. (Nojonen 2014.) Väliaikaiset pop up -kaupat ovat varsin suosittuja taloustaantumassa, sillä niiden perustaminen on helppoa ja edullista ja liiketilaa on runsaasti tarjolla. Talouden taantumien onkin todettu kasvattavan räjähdysmäisesti pop up -myymälöiden määrää ja niitä hyödynnetään esimerkiksi sesonkiluonteisessa joulukaupassa. (Pietarinen 2014)

Samanaikaisesti kuluttajien ostokäyttäytyminen ja kulutustottumukset ovat muuttuneet. Myös vähittäiskauppa on kokenut suuria muutoksia. Kautta aikojen on ollut havaittavissa kaupankäynnin muovautumista uudenvuotisiin toimintamuotoihin ja kuluttajien ostokäyttäytymisen muuttumista kohti jotain uutta ilmiötä. Tällainen kaupankäynnin ja kulutuskäyttäytymisen muutos aikaansai mm. kauppakeskusten hurjan suosion. Kauppakeskusten suosion laannuttua siirryttiin kohti Internetin mahdollistamaa verkko-ostamista, jolloin myös vähittäiskauppa siirtyi yhä enemmän verkkoon. Verko-ostaminen on opettanut kuluttajalle nopeamman ja alati vaihtelua etsivän asenteen sekä omaksuttanut heidät ripeisiin tapahtumaketjuihin ja ketterään logistiikkaan. Elämänrytmi on kokonaisuudessaankin muuttunut yhä kiivaammaksi ja koko ajan saatavilla olo on muodostunut osaksi nykypäivää. Tämä johtaa elämishakuisuuteen ja tunteeseen, että koko ajan pitäisi tapahtua tai kokea jotain uutta. Nykyajan kuluttajasta on tullut malttamaton ja vaativa ja hän kaipaa paljon vaihtelua. Hän haluaa jatkuvasti kokea jotain uutta, ja pop upit vastaavat tähän kuluttajien kysyntään. Täyttäessään tyhjiä liiketiloja pop upit ennen kaikkea täyttävät kuluttajien uudenvuotisen ostokäyttäytymisen synnyttämät tarpeet. (Norsig.)

Voidaan siis todeta, että ympäristötekijöillä on ollut suuri vaikutus ilmiön syntyyn ja sen saavuttamaan suureen suosioon. Yhteiskunnan ja kuluttajan muuttuessa myös liikelämän on vastattava muuttuviin markkinoihin. Vaikka pop up -kauppa itsessään on väliaikainen, voidaan sen todeta juurtuneen pysyväksi ilmiöksi.

2.2 Pop up Suomessa

Suuresta suosiostaan huolimatta pop up on Suomessa vielä sen verran tuore ilmiö, ettei siitä ole saatavilla kovinkaan paljon tutkimustietoa. Pop up -ilmiön kerrotaan saaneen alkunsa New Yorkissa ja Lontoossa 2000-luvun alussa, kun kokeilunhaluiset yrittäjät havaitsivat tyhjiillään olevat teollisuushallit ja liiketilat ja keksivät ruveta harjoittamaan niissä liiketoimintaa. Taide on alusta asti ollut pop upissa vahvasti mukana. Esimerkiksi ravintolan yhteyteen saatettiin perustaa taidenäyttely tai muuta vastaavaa toimintaa. (Järvelä 2013). Taiteilijoiden ja taiteen tekijöiden voidaan todeta vaikuttaneen vahvasti pop up -ilmiön syntyyn ja heidän väitetäänkin ensimmäisenä huomanneen pop upin edut etsiessään sopivia tiloja, joissa asettaa esille töitään tai järjestää performansseja tai muita esityksiä. Onnistuneimmat ja mieleenpainuvimmat pop upit tulevatkin aina tarvitsemaan hitusen luovuutta ja kekseliäisyyttä. (Thompson 2012, 10).

Tunnetuin pop upin esiintymismuoto Suomessa on Ravintolapäivä. Kyseisenä teemapäivänä kuka tahansa voi perustaa pop up -ravintolan tai kahvilan yhden päivän

ajaksi. Ensimmäistä ravintolapäivää vietettiin Suomessa toukokuussa 2011 ja se on kasvanut maailman suurimmaksi globaaliksi ruokakarnevaaliksi. Nykyisin Ravintolapäivää vietetään neljä kertaa vuodessa kolmen kuukauden välein. (Restaurantday. 2013).

Pop upeja on kautta aikojen esiintynyt monessa eri muodossa. Vaikka pop up -ilmiö saapuikin Suomeen vahvimmin ravintoloiden muodossa, on pop up -kulttuuri levinnyt laajalti koskettamaan montaa eri toimialaa. Pop upin nimissä toteutetaan monenlaista toimintaa: ravintoloiden ja kahviloiden lisäksi löytyy kirpputoreja, kauppoja, kampaamoja, sesonkimyymälöitä, kirjastoja, taidenäyttelyitä, konsertteja ja muita tapahtumia. Toimialoista ehkä uusimpana myös perinteikäs pankkiala ottaa osaa tähän trendiin avaamalla pop up -pankin kesäksi 2016 Hankoon kuuden viikon ajaksi (Säästöpankki 2016). Vain mielikuvitus tuntuu olevan pop upin hyödyntämisen ja käyttömahdollisuuksien rajana.

Pop up -liikkeiden todellista määrää on vaikeaa, ellei jopa mahdotonta selvittää, niiden lyhytaikaisuuden ja väliaikaisen luonteen takia. Minkäänlaista rekisteröintiä ei väliaikaisen kaupan perustamiseen tarvita, eikä mikään instanssi velvoita pop up- kaupan perustajalta ilmoitusta kaupan perustamisesta. Poikkeuksen tekevät toki ne toimialat, joiden toiminta vaatii erityislupaa. Hyvä esimerkki tällaisesta ilmoitusta vaativasta toiminnasta on ilotulitteiden kauppa, joka on erittäin säänneltyä, luvanvaraista ja tarkoin valvottua toimintaa. Tilastokeskukselle esittämäni tiedustelun mukaan, heilläkään ei ole käsitystä ilmiön laajuudesta Suomessa. Tilastokeskus ei kerää minkäänlaista tietoa pop up -liikkeistä. (Törmä 30.3.2016).

2.3 Pop upin tunnusmerkit

Pop up -lisänimellä varustettuja myymälöitä, ravintoloita, tapahtumia ynnä muita tempauksia tupsahtaa esiin jatkuvasti. Pop upeista on noussut muoti-ilmiön kaltainen villitys, jossa lähes mitä vain voidaan toteuttaa pop upin nimissä. Miten siis määritellään mikä on pop up-toimintaa?

Pop upin keskeisin tunnuspiirre on toiminnan väliaikaisuus. Toiminta-aika on aina ennalta määriteltä eikä se tähtää pysyvään toimintaan. Väliaikaisuus juontaa todennäköisesti juurensa pop up -kaupoille alun perin ominaisesta sesonkiluontoisuudesta. Väliaikaisuus ilmenee myös toimintojen perustamisena vapaina oleviin tiloihin pysyvien toimitilojen hankkimisen sijaan. Tällöin ilmiölle ominainen ketteryys pääsee myös toteutumaan ja toiminta on helposti siirrettävissä tyhjästä tilasta toiseen tai jopa toiseen kaupunkiin. Baras

(2016, 3) määrittelee ilmiön näin: Pop up on mikä tahansa yleisölle avoin, väliaikainen tapahtuma, johon ihmiset ottavat osaa osallistumalla joko ylläpitäjinä tai asiakkaina.

Dan Thompson (2012, 9) tiivistää kirjassaan Pop-Up Business For Dummies pop upin keskeisimmät tunnusmerkit selkeäksi luetteloksi:

- hyödyntävät tyhjillään olevia tiloja
- ovat ajallisesti rajoitettuja selkeine alkamis- ja päättymispäivineen
- eivät tähtää pysyvään liiketoimintaan
- toiminta on helposti siirrettävissä toiseen paikkaan tai toiselle paikkakunnalle
- ovat jollain tavalla erityisiä, erottuvia ja ainutlaatuisia

2.4 Pop upin käyttömahdollisuudet ja hyödyt

Pop upeilla voi olla monenlaisia tavoitteita ja ne soveltuvat monipuolisuutensa ansiosta hyvinkin erilaisiin käyttötarkoituksiin. Ne soveltuvat käytettäväksi monille eri toimialoille tarjoten monipuolisten käyttömahdollisuuksiensa lisäksi myös lukuisia hyötyjä. Ihmiset, kuten myös monet yritykset, ovat huomanneet, että pop up toiminta on erinomainen tapa harjoittaa liiketoimintaa. Pop upien käyttömahdollisuudet eivät todellakaan rajoitu vain tuottoisan liiketoiminnan toteuttamiseen, vaan pop upin perustamiseen voi olla hyvinkin erilaisia syitä.

Thompsonin (2012, 23) mukaan pop upin perustamisen tavoitteita voivat mm. olla:

- sesonkimyyntiin osallistuminen perustamalla sesonkimyymälä
- uuden tuotteen tai uudenlaisen liiketoimintamallin kokeilu
- jonkin tuotteen tai palvelun markkinointitutkimuksen suorittaminen
- uuden tuotteen tai palvelun lanseeraaminen
- uudenlaisen yleisön tavoittaminen
- keino harjoittaa toimintaa uudessa paikassa
- asiakasuskollisuuden kasvattaminen tapahtumamarkkinoinnin keinoin
- brändin erottautuminen kilpailijoista toteuttamalla jotain uutta

Pop up -myymälän perustaminen on monelle brändille tai yritykselle oiva keino testata markkinoita ilman täyttä sitoutumista täysipäiväiseen liiketoimintaan. Väliaikaisen myymälän perustaminen on huomattavasti matalampi väylä markkinoille tulemiseen. Pop up -myymälän perustamisprosessi on myös huomattavasti helpompi ja eikä niin sitova kuin perinteisessä kaupassa. Väliaikaisen kaupan investoinnit ovat myös alhaisemmat. Tilapäisestä toiminnasta ei aiheudu ympärivuotisia kuluja, kuten esimerkiksi vuokranmaksua. Työvoiman palkkaamiseen sitoudutaan myös vain määrä-ajaksi eikä henkilöstökuluja kerry enää sulkemisen jälkeen. (Pietarinen 2014).

Pop upin etuihin lukeutuu myös kaupan alan sesonkiluontoisuus. Pop upit voivat hyödyntää ajankohtaisia teemoja ja kohdentaa toimintaansa suurimpiin sesonkeihin

ympärivuotisen liikkeenpidon sijaan. On esimerkiksi selvää, että joulunaika on vähittäiskaupalle suurinta sesonkia. Tämä tarjoaa mainion lähtökohdan sesonkimyymälän perustamiselle, sillä asiakkaita on joulun alla luonnollisesti paljon ja ostoksia tehdään tavallista enemmän.

Taloudellisten hyötyjen lisäksi pop upeilla voidaan saavuttaa lukuisia etuja myös asiakaspalvelun näkökulmasta. Pop up mahdollistaa matalan kynnyksen lähestymisen ja välittömän vuorovaikutuksen asiakkaan kanssa. Se lisää brändin tunnettavuutta ja madaltaa kynnystä asiakkaan ja tarjoajan välillä helpottaen kanssakäymistä asiakkaan kanssa. (Pietarinen 2014). Pop up -myymälä on mainio tilaisuus oppia lisää omista asiakkaista ja heidän toiveistaan tai tavoittaa aivan uusia asiakasryhmiä uudella liikepaikalla. Järjestämällä asiakkaille mielekkäitä tapahtumia kasvatetaan heidän kiinnostusta yritykseen tai brändiin ja sitä kautta myös asiakasuskollisuus kasvaa. Pop up on ylläpitäjälleen oiva mahdollisuus kertoa asiakkaille itsestään ja olemassaolostaan sekä jakaa tietoa tarjolla olevista tuotteista tai palveluista.

Väliaikaisen kaupan perustamisesta on erityisesti hyötyä etenkin sellaisille brändeille tai yrityksille, joilla ei ole vakituista kiinteää myymälää. Väliaikainen myymälä yhdistettynä verkkokauppaan voisikin olla seuraava uusi tulevaisuuden kaupan muoto. Vaikka kaupankäynti onkin siirtynyt paljolti verkkoon, ei se pysty ikinä täysin korvaamaan kivijalkamyymälää. Yritykset ja brändit tarvitsevat fyysisiä myymälöitä tullakseen tunnetuksi kuluttajille ja tuodakseen tarjoomansa konkreettisesti asiakkaan eteen. Verkkokaupan ja väliaikaisen fyysisen kaupan yhdistelmä voisi olla toimiva ratkaisu, jossa pop up -myymälät toimisivat tilapäisinä showroomeina tai verkkokaupan noutopisteinä. (Pietarinen, 2014.)

Pop up konsepti on jo nyt herättänyt ympärilleen uusia liiketoiminnan muotoja. On muun muassa havaittu liiketoiminnan mahdollisuus väliaikaisten liiketilojen ja niitä tarvitsevien yhdistämiseksi ja tästä on syntynyt pop up liiketilojen vuokraus- ja välitystoimintaa. Vakituksia liiketiloja määräaikaisille pop upeille vuokraa Helsingissä esimerkiksi Torikorttelit. Torikorttelit tarjoavat liiketiloja erityisesti taiteen ja käsitöiden tuottajille. Sijainti on erinomainen ja aivan Helsinkiin suuntaavien matkailijoiden keskiössä. Torikortteleiden ympäristössä riittää asiakkaita, sillä vilkkaan turistimassojen lisäksi alueella on 13 000 asukasta ja 46 000 työpaikkaa. (Torikorttelit, 2014.)

Pop upit on koettu niin vahvasti kaupunkikeskusten elävöittäjiksi ja liike-elämän kohentajiksi, että tyhjiä liiketiloja on tarjottu jopa ilmaiseksi. Näin on tehty esimerkiksi Hämeenlinnassa. Tyhjiä liiketiloja tarjoamalla on pyritty vahvistamaan kaupunkien elävää

keskustaa ja samalla kaikkien keskustan liikkeiden toimintaa ja näkyvyyttä. Tyhjen liiketilojen tarjoaminen on koettu tärkeäksi näiden tilojen houkuttelevuuden esille tuomiseksi ja niiden tarjoamien mahdollisuuksien markkinoinnin kannalta. Tempausten toivotaan rohkaisevan pop up -myymälöiden ylläpitäjiä perustamaan pysyviä liikkeitä tyhjille jääneisiin liiketiloihin. Pop upeilla halutaan myös osoittaa kivijalkaliikkeiden tärkeyttä. (Mustonen, 2015)

Toinen hyvä – ja myös käsityöläisille erittäin varteenotettava – ilmaistiloja tarjoava taho löytyy Turusta. Pop up Turku on Turun Nuorkauppakamarin vuonna 2015 käynnistämä projekti, jonka ideana on tarjota ilmaista liiketilaa ydinkeskustan alueella halukkaille pop up -toimijoille. Tilaa haetaan web-portaalin avulla ja sitä voivat hakea erilaiset yritykset, yhteisöt ja muut toimijat 1-7 päivän ajaksi. Turun Nuorkauppakamari hoitaa tapahtuman markkinointia useassa eri markkinointikanavassa sekä viestii ajankohtaisista asioista aktiivisesti lehdistölle ja muille sidosryhmille. Projektin perimmäisenä tavoitteena on herättää turkulaiset ymmärtämään elävän keskustan tärkeys sekä uusien yrittäjien houkuttelevuus keskustan tyhjillä oleviin liiketiloihin. Pop up Turku -projekteja toteutetaan keväisin, syksyisin ja jouluisin. (Pop up Turku, 2016.)

Voidaan siis todeta, että pop up -toiminnalla voidaan saavuttaa lukuisia hyötyjä sekä aikaansaada monipuolista toimintaa. Kaikkia pop upin tarjoamia etuja on mahdotonta luetella ja todennäköisesti on olemassa vielä paljon hyödyntämättömiä käyttötapoja, joihin pop up soveltuisi. Alla olevaan taulukkoon 1 on tiivistelmän omaisesti koottu keskeisimmät pop upin tarjoamat hyödyt sekä monipuoliset käyttömahdollisuudet:

Taulukko 1. Pop upin hyötyjä ja mahdollisuuksia

ei sitoutumista jatkuvan toiminnan ylläpitoon	toiminnan kokeiluluonteisuus ja matala kynnys kokeilun toteuttamiseen
ei sitoutumista pitkään vuokra-aikaan, ei ympärivuotista vuokrasopimusta	minimaaliset yleiskustannukset
ei pysyviä henkilöstökustannuksia	vuokratyövoiman käyttömahdollisuus
ei pysyviä vakuutus- ym. sopimuksia	lainakalustuksen käyttömahdollisuus
mahdollisuus toiminnan kokeiluun	mahdollisuus prototyyppin esittelyyn
mahdollisuus uuden tuotteen tai palvelun lanseeraukseen	brändin tunnettavuuden vahvistaminen tai uuden brändin esilletuominen
mahdollisuus elämyksellisen asiakaskokemuksen luomiseen	tapahtumamarkkinoinnin keinojen hyödyntäminen
mahdollisuus sesonkien hyödyntämiseen, esim. joulukauppa	erinomainen vuorovaikutus kuluttajan kanssa
matala kynnys asiakkaan ja kaupan välillä	asiakkaiden tapaaminen ja välittömän palautteen saaminen asiakkaalta
uusien liiketoimintamuotojen mahdollistaminen	verkkokaupan ja väliaikaisen myymälän yhdistämisen mahdollisuus
käyttömahdollisuuksien monipuolisuus	vain mielikuvitus rajana: voidaan hyödyntää monenlaiseen eri toimintaan

2.5 Pop up -toiminnan hyödyt käsityöläisille ja luovan alan ammattilaisille

Pop upit ovat ilmentymä tästä ajasta sekä tämän hetkisistä trendeistä. Tällä hetkellä vahvoja trendejä ovat osta paikallista, suosi pienyrityksiä ja D-I-Y (do it yourself) eli Tee-se-itse mentaliteetti. Kuluttajat suosivat paikallisesti valmistettuja tuotteita yhä enemmän. Tämä johtuu osittain ympäristöön liittyvistä syistä, mutta yhä enemmän kuluttajien tuotteisiin liittyvästä valveutuneisuudesta, kuten halukkuudesta tietää, mistä, miten ja kenen valmistamana tuote on syntynyt. Kuluttajat kaipaavat yksilöllisempiä vaihtoehtoja massatuotannon tai ketjuliikkeiden homogeeniselle valikoimille. (Baras 2016, ix-x) Nämä em. seikat yhdistettynä havaittavissa olevaan käsityön arvostuksen kasvuun luovat käsityöläisille mainion lähtöasetelman uskaltautua mukaan pop up -liiketoimintaan.

Pop up mahdollistaa käsityöläisille ja luovan alan ammattilaisille uudenlaisen keinon tuoda omaa osaamistaan esille sekä ansaita elantoa. Se tarjoaa myös mainion mahdollisuuden verkostoitumiselle ja kannustaa usein yksinpuurtavia taiteentekijöitä yhteistyöhön. Pop upit soveltuvat väliaikaisuutensa ja alhaisten kustannusten ansiosta erityisen hyvin käsityöläisille ja taiteilijoille, jotka haluavat tuoda tuotteitaan kuluttajien saataville. Tilapäisestä toiminnasta ei aiheudu niin suurta taloudellista riskiä kuin oman myymälätilan hankkimisesta. (Baras 2016, 71). Riski vielä pienenee, jos käsityöläiset ja taiteilijat

yhdistävät voimansa yhteishankkeiden muodossa. Onnistunut pop up voi rohkaista yhä useampaa kädentaitajaa uskaltautumaan luovan alan yrittäjäksi.

Yksi onnistuneen pop upin perus raaka-aineista on luovuus. Rohkenen siis väittää, että innovatiivisilla luovan alan ihmisillä on lievä kotikenttäetu. Ilmiölle ominainen elämyksellisyys ja huomion herättäminen vaativat ideointikykyä, jota luovan alan osaajilla on omasta takaa. He ovat ikään kuin omalla osaamisalueellaan, jossa he pääsevät hyödyntämään heille ominaista ideointia ja kekseliäisyyttä. Taiteilijan läsnäolo tai mahdollisuus käsityöläisen tapaamiseen kasvattaa myös ihmisten kiinnostusta ja halukkuutta taide- tai käsityöpainotteisessa väliaikaiskaupassa vierailuun. Tuotteen tekijän tapaaminen henkilökohtaisesti tai kenties jopa tuotteen valmistumisen seuraaminen myymälässä tekee vierailusta erityisen ja mieleenpainuvan elämyksen. Onnistumisen edellytyksiä vahvistavat myös kuluttajien myönteinen asenne pop upeja kohtaan. Tämä uudehko kaupallinen ilmiö on saanut laajan hyväksynnän katukuvan rikastuttajana.

Pop up ilmiö on ennen kaikkea mahdollisuus, jolla voi parantaa luovien alojen ammattilaisten ja käsityöyrittäjien toimintaedellytyksiä. Tällä saattaa tulevaisuudessa olla hyvinkin suuri merkitys käsityöläisten ja taiteilijoiden työllisyyden parantamiseksi ja sitä kautta myös talouden kohentamiseksi. Työ- ja elinkeinoministeriön teettämän Luovien alojen toimialaraportin tilastojen mukaan luovilla aloilla toimii yli 43 500 henkilöä. Toimiala kuuluu niihin aloihin, jotka ovat kyenneet toipumaan ns. finanssikriisistä ja aikaansaanut kasvua viime vuosien aikana. Vuonna 2014 luovien alojen toimialan yhteenlaskettu liikevaihto oli 6,6 miljardin euron suuruinen. (Metsä-Tokila, Ollila & Peltola 2014, 18)

Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia 2015 tuo selvästi esille positiivisen suhtautumisen luoviin aloihin ja halukkuuden niiden kehittämiseen. Strategiassa uskotaan vahvasti, että kehittämällä luovien alojen yrittäjyyttä, vahvistetaan myös muiden toimialojen ja koko maan kilpailukykyä. Raportin mukaan luovien alojen tuotteille ja palveluille ennakoidaan kasvua jatkossakin. Kehittämisstrategian tavoitteena on luoda suotuisa ja uskaltamiseen kannustava toimintaympäristö luovien alojen yritysille. (Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia 2015, 48). Tavoitteen saavuttamiseksi yhteistyö eri tahojen kanssa on avain asemassa. Mahdollisuuden antaminen ja tyhjen tilojen valjastaminen pop upien käyttöön edistää merkittävästi käsityöläisten ja luovan alan ammattilaisten toimintaa.

3 Projektina pop up -kauppa

Pop-upiksi mielletävä toiminta on rinnastettavissa projektinomaiseen työskentelyyn. Pop upeja ja projekteja määrittelevät monet samankaltaiset tekijät ja niissä on havaittavissa lukuisia yhteneviä tunnuspiirteitä. Kumpaakaan – projektia tai pop upia – ei ole suunniteltu pysyväksi toiminnaksi vaan lähtökohtana on toiminnan väliaikaisuus. Kumpaakin varten kootaan tietty tilapäinen porukka sekä hankkeen toteutukseen tarvittavat resurssit. Tässä luvussa tutustutaan aluksi projektin määritelmään sekä projektin elinkaaren eri vaiheisiin. Tämän jälkeen projektin vaiheet käydään läpi pop up -joulupuodin perustamisen näkökulmasta. Lopuksi vielä täsmennetään mitkä projektin vaiheet tarvitsevat erityishuomiota pop up -tyyppistä projektia perustettaessa.

3.1 Projektin määritelmä

Ruuskan (2012, 19) mukaan, projekti on lyhyesti määriteltynä joukko ihmisiä ja muita resursseja, jotka on tilapäisesti koottu yhteen suorittamaan tiettyä tehtävää. Tämän lisäksi projektilla on aina kiinteä budjetti ja ennalta määritelty aikataulu.

Kettunen (2009, 15) on kuvaillut projektille tunnusomaisia piirteitä seuraavasti:

- projektilla on selkeä tavoite
- projektille on asetettu aikataulu, alkamis- ja päättymispäivä
- projektin toimintaa ohjataan johdetusti ja suunnitelmallisesti
- projektin läpiviemiseksi on laadittu suunnitelma
- projekti on ihmisten välistä yhteistoimintaa
- projektin toteuttamiseksi kootaan joukko ihmisiä, joille asetetaan omat roolit ja vastualueet
- projektille on määritelty taloudelliset reunaehdot
- projektin toteutumista ja sen etenemistä seurataan ja kontrolloidaan

Edellä mainitut projektin määritelmä ja tunnuspiirteet täyttyvät myös pop up -kauppaa perustettaessa. Projektiin osallistujilta vaaditaan hyvää organisointikykyä, täsmällisyyttä, pitkäjänteisyyttä sekä halukkuutta itsensä likoon laittamiseen. Projektin sisällöstä riippumatta onnistunut projekti edellyttää aina tarkoin määritellyn tavoitteen, erityistä suunnitelmallisuutta sekä hyvää projektinhallintaa. Hyvä projektin hallinta pitää sisällään huolellista suunnittelua, päätöksentekoa, toimeenpanoa, ohjausta, koordinointia, valvontaa, suunnan näyttämistä ja ihmisten johtamista (Ruuska 2012, 30).

Projektit ovat luonteeltaan hyvin erilaisia riippuen niiden tavoitteista. On olemassa monia erilaisia projektityyppejä, joista pop up -kauppa voidaan luokitella toteutusprojektiksi. Toteutusprojektin tavoite on suorittaa jokin ennalta määritellyn tavoitteen mukainen toteutus kuten tapahtuma, näytelmä – tai tässä tapauksessa pop up -myymälä – ennalta

suunnitellun aikataulun ja budjetin mukaisesti. Kyseessä voi myös olla jokin usein toistuva tapahtuma, joka kuitenkin järjestetään joka kerta omana projektinaan noudattaen tiettyjä selkeitä toimintatapoja. (Kettunen 2009, 24-25).

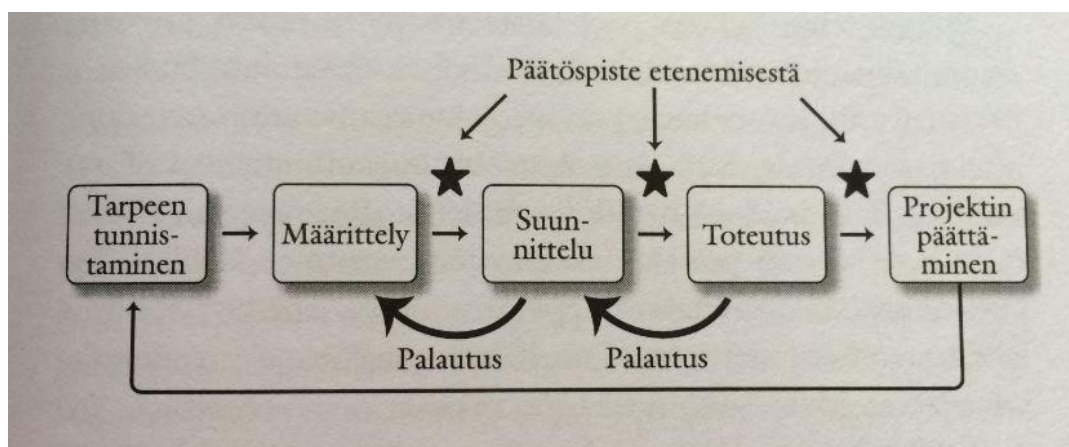
Tunnuksenomaista toteutusprojektille on erityisesti se, että suurin osa tai lähes kaikki projektitiimistä osallistuvat toimintaan vapaaehtoisesti, ilman korvausta. Pop up - joulupuotikin toteutetaan talkoovoimin, ilman palkattua henkilöstöä, ja sen toteutuksesta vastaavat kaikki käsityöläiset yhdessä. Toteutusprojektien haasteena on yleensä aikataulu, joka on projektissa olennainen, mutta joustamaton osatekijä.

Toteutusprojekteissa on myös paljon ulkoisia osatekijöitä, jotka ovat riskejä projektien onnistumisen kannalta. (Kettunen 2009, 24.) Riskeihin kannattaa jo alkumetreillä varautua laatimalla tarkoin mietitty riskilista projektin epäonnistumisen välttämiseksi. Kaikkia riskejä tai projektin taloudellista onnistumista on mahdotonta arvioida etukäteen.

Toteutusprojektin onnistumista voidaankin useimmiten arvioida vasta projektin päätyttyä. (Kettunen 2009, 24-25.)

3.2 Projektin elinkaari

Projektille asetetaan aina aloitus- ja päättymispäivä. Projekti jakautuu elinkaarensa aikana erilaisiin vaiheisiin. Kukin vaihe pitää sisällään omat erityistehtävänsä sekä niihin liittyvät haasteet. (Ruuska 2012, 22.) Projektin elinkaarta ja sen kulkua voidaan kuvata seuraavalla toimintojen ketjulla: *Tarpeen tunnistaminen, määrittely, suunnittelu, toteutus ja projektin päättäminen*. Projektin kulku on havainnollistettu alla olevassa kuvassa 1.



Kuva 1. Projektin yleinen kulku (Kettunen 2009, 43)

Projekti lähtee liikkeelle jostain tunnistetusta tarpeesta tai ideasta. Tarpeen tunnistaminen laukaisee määrittelyvaiheen, jossa arvioidaan onko idea riittävän hyvä ja kannattaako sitä lähteä toteuttamaan. Projektin lopputulos ja siihen johtavat suunnitelmat voivat tässä vaiheessa olla vielä melko abstraktilla tasolla. Tällöin vasta alustavasti pohditaan projektiin mahdollisesti osallistuvia tahoja, aikatauluja, projektin toimintaympäristöä sekä tarvittavaa rahoitusta ja resursointia. Tässä vaiheessa on myös tarpeellista laatia alustava projektin organisaatorakenne, joka vie projektin käynnistämistä eteenpäin. (Kettunen 2009, 43.)

Varsinainen projektin suunnittelu alkaa vasta, kun todellinen tarve projektin perustamiselle on tunnustettu ja määrittelyvaiheen tulokset ovat riittävän rohkaisevia toiminnan käynnistämiseksi. Projektin suunnittelu on yksi projektin tärkeimmistä vaiheista ja sille tulee varata riittävästi aikaa. Vanha sanonta ”hyvin suunniteltu on puoliksi tehty” pätee erityisesti projektinhallinnassa. Suunnitteluvaiheessa luodaan edellytykset projektin onnistumiselle. Silloin tarkennetaan määrittelyvaiheen tuloksia ja muokataan tavoitteita konkreettisiksi ja toteuttamiskelpoisiksi suunnitelmiksi. Alustavat pohdinnat täsmennetään ja projektin toteutumiseen tarvittavat työmäärät arvioidaan sekä määritellään projektille tarkempi aikataulu. Tässä vaiheessa kirjataan ylös myös projektin vastuunjako sekä vahvistetaan projektin miehitys ja eri toimijoiden vastualueet. (Kettunen 2009, 44; Ruuska 2012, 175.)

Suunnitteluvaiheen tuotoksena syntyy projektisuunnitelma, josta käy yksityiskohtaisesti ilmi, miten tavoite saavutetaan asetettujen resurssien, aikataulujen ja budjetin puitteissa. Projektisuunnitelma siis täsmentää mitä projektissa tehdään, miten, milloin ja millä resursseilla. Projektisuunnitelma on koko projektin ajan elävä dokumentti, jota päivitetään jatkuvasti projektin edetessä. Se pitää sisällään useita eri dokumentteja kuten esimerkiksi projektin aikataulun, budjetin, riskianalyysin, projektiorganisaation, työsuunnitelman sekä viestintä- ja dokumentointi suunnitelman. Suunnitteluvaihe on suoritettava huolella ja perusteellisesti ja projektin toteuttamisen todennäköisyyttä tulee arvioida kriittisesti, sillä tässä vaiheessa on vielä mahdollista keskeyttää projekti ennen toteutusvaiheeseen siirtymistä. (Kettunen 2009, 75.)

Toteutusvaihe aloitetaan vasta kun suunnitelmat ovat täysin valmiita ja tehdään lopullinen päätös projektin toteutusvaiheen käynnistämisestä. Tässä vaiheessa jokainen osallistuva taho tietää ja tuntee vastualueensa ja on perillä niistä toimenpiteistä, joita projektin läpivienti heiltä edellyttää. Toteutusvaihe etenee projektisuunnitelman mukaisesti. Onnistuneesta suunnitteluvaiheesta huolimatta harvoin projektisuunnitelmaa päästään toteuttamaan täysin suoraviivaisesti, sillä projekti elää ja muokkautuu aina hieman

toteutusvaiheen aikana eikä yllättäviltä muutoksilta voi aina välttyä. Projektin edetessä on hyvä tarkkailla, että suunnitteluvaiheessa laaditut suunnitelmat ja resurssivaraukset pitävät paikkaansa ja että projekti etenee aikataulun mukaisesti. (Kettunen 2009, 44; 156.)

Projektilla tulee olla selkeä päätepiste, sillä se on ajallisesti rajattu tehtäväkokonaisuus (Ruuska 2012, 40). Projektin viimeinen vaihe eli päättämisvaihe on tärkeämpi kuin voisi olettaa, sillä se viimeistelee mielikuvan projektin onnistumisesta. Huolella suoritettavat päätöstoimenpiteet hyödyttävät tulevia projekteja sekä vahvistavat eri sidosryhmien yhteistyöhalukkuutta jatkossakin. Projektin päättämisvaihe pitää sisällään projektin dokumentoimisen sekä jatkoideoiden tai parannusehdotusten esille tuomisen. (Kettunen 2009, 45.) Päättämisvaiheessa punnitaan onko projekti saavuttanut sille asetetut tavoitteet sovitulla resursseilla suunnitellun aikataulun mukaisesti (Ruuska 2012, 287).

3.3 Pop up -jouluvuoti projektin vaiheet

Tässä luvussa kuvataan edellä mainittuja projektin vaiheita pop up -jouluvuodin näkökulmasta. Jouluvuodin elinkaari jaotellaan projektinkulun mukaisiin vaiheisiin ja käydään pääpiirteittäin läpi, mitä toimenpiteitä mitkäkin projektin osa-alueet sisältävät ja mitä asioita kussakin projektin vaiheessa tulee huomioida.. Yksityiskohtaisemmat kuvaukset projektin eri perustamistoimista ja tarkemmista toimintaohjeista käydään läpi vasta työn neljännessä luvussa, jossa varsinainen projektisuunnitelma esitellään yksityiskohtaisesti.

Tarpeen tunnistaminen

Alkuperäinen idea pop up -jouluvuoti projektin käynnistämiseen syntyi opinnäytetyön tekijältä ja muutamalta muulta Ideacon jäseneltä jo kolme vuotta sitten. Ideacolla on alun perin ollut myyntitoimintaa vain kesäisin ja monen ideacolaisen mielestä kesän myyntisesonki on harmillisen lyhyt. Joulun aikaan yhdistyksen jäsenet ovat itsenäisesti osallistuneet ahkerasti erilaisiin joulutoreihin, joissa he myyvät omia tuotteitaan. Tällöin jokainen osallistuja on varannut oman myyntipöydän ja maksanut aina erillisen osallistumismaksun tapahtumakohtaisesti. Samat kädentaitajat siis kiersivät eri myyntitapahtumia maksaen henkilökohtaiset osallistumismaksut saaden vastineeksi muutamia myyntipäiviä omille tuotteilleen. Tästä heräsi ajatus, mitä jos yhdistäisimme voimamme? Entä jos samalla kustannuksella, joka syntyy eri myyntitapahtumien osallistumismaksuista, saisimme tuotteillemme myyntiaikaa jopa kuukauden?

Po up-ilmiö oli tuolloin jo hiljalleen nostanut päätään, mutta varsinaisia pop up- kaupoiksi nimettyjä myymälöitä ei Hangon katukuvassa vielä ollut. Projektin perustamista puolsi

vahvasti myös se seikka, että Hangon keskustassa oli useita tyhjilleen jääneitä liiketiloja, joihin Joulupuodin voisi perustaa ja samalla synnyttää hiljaiselle keskusta-alueelle jotain ihan uudenlaista toimintaa. Pienellä paikkakunnalla tarjonta on myös melko suppeaa, joten pop up -joulupuoti saisi aikaan kaivattua lisätarjontaa joulumyyntiin. Pohdinnan tuloksena oltiin yhtä mieltä siitä, että Pop up-Joulupuoti olisi ehdottomasti kokeilunarvoinen sekä erittäin tarpeellinen ja kannattava projekti.

Määrittelyvaihe

Kun tarve projektin käynnistämiseksi oli selkeästi olemassa, on vuorossa projektin määrittelyvaihe, jossa hahmotellaan pääpiirteittäin projektin keskeisimmät asiat. Määrittelyvaiheen aluksi on muodostettava projektiorganisaatio toiminnan käynnistämiseksi ja projektin läpiviennin edistämiseksi. Projektiorganisaatio on ryhmä henkilöitä, jotka on koottu toteuttamaan jokin tietty projekti tietyssä määräajassa (Pelin 2011, 63). Projektiryhmä koostuu yleensä eri alueiden asiantuntijoista, joilla on projektin kannalta tarvittavaa tietämystä tai osaamista. Ideacolaisten joukossa on monia eri alojen taitajia joten projektiryhmä saadaan muodostettua omista jäsenistä. Johtoryhmä koostuu hallituksen jäsenistä, jotka vastaavat projektin käynnistämisestä ja projektin etenemisestä. Heillä on myös päätösvalta. Projektille on nimettävä myös projektipäällikkö, jolla on päävastuu viestinnästä ja hän toimii kontaktina johtoryhmän ja projektiryhmän välillä. Projektipäällikkö valvoo projektin etenemistä ja hänellä on keskeinen rooli projektin läpiviennissä.

Määrittelyvaiheen keskeisimpiä tehtäviä on selvittää löytyykö Joulupuodille sopiva liiketila ja saadaanko sopiva määrä käsityöläisiä projektiin mukaan. On myös laadittava projektille alustava aikataulu ja budjetti. Lisäksi on pohdittava onko resursseja riittävästi tai mitä resursseja kenties tarvitaan lisää. Tässä vaiheessa on myös hyvä miettiä toimintaympäristöä ja kilpailijoita sekä mahdollisia riskejä. Riskilistan laatiminen on erittäin aiheellinen tehtävä joko nyt tai hieman myöhemmässä vaiheessa. Alustavien selvittelyjen jälkeen projekti asetetaan eli tehdään päätös siitä, jatketaanko projektin suunnittelua vai ei. Jatkamispäätöksen jälkeen voidaan siirtyä projektissa suunnitteluvaiheeseen.

Suunnitteluvaihe

Suunnitteluvaiheen tärkein tehtävä on aikaansaada selkeä ohjeistus ja työnjako eli projektisuunnitelma Joulupuodin toteuttamista varten. Tässä vaiheessa määrittelyvaiheen alustavista suunnitelmista laaditaan yksityiskohtaisemmat ja toteuttamiskelpoiset suunnitelmat projektin toteuttamiseksi. Lisäksi järjestetään tiedotustilaisuus kaikille joulupuotiin osallistujille, jossa osallistujamäärät vahvistetaan ja heidät sitoutetaan mukaan projektiryhmän toimintaan.

Suunnitteluvaiheen keskeisimpiä tehtäviä ovat projektin miehittäminen ja työtehtävien jako. Ennen työtehtävien jakoa ja työvuorojen laatimista on myös tiedettävä kuinka moni käsityöläisistä osallistuu myynti- ja talkootyöhön. Projektin aikatauluja tarkennetaan ja päätetään Joulupuodin aukioloajat. Työvuorolistat laaditaan aukioloaikoihin perustuvan kokonaistuntimäärän perusteella ja työtunnit jaetaan myyntityöhön osallistuvien kesken. Projektin tavoitteet täsmennetään ja riskilista joko päivitetään tai laaditaan viimeistään nyt. Laaditaan myös markkinointisuunnitelma ja valitaan ne markkinoinnin väylät, joissa halutaan toimia. Myymälätilan ja näyteikkunoiden somistusta varten laaditaan muistilista, jossa on valmiita teemoja tuotteiden esillepanoa varten. Erilaisia teemoja ja juhlapyyhiä hyödynnetään myös Facebook-päivityksissä ja päivitysten helpottamiseksi laaditaan Facebookin päivityssuunnitelma. Kun kaikki suunnitelmat on tarkoin laadittu ja tiivistetty selkeiksi toimintaohjeiksi, voidaan Joulupuodin projektisuunnitelma hyväksyä ja siirtyä projektin toteutusvaiheeseen.

Toteutusvaihe

Toteutusvaiheessa edetään projektisuunnitelmaan kirjattujen suunnitelmien mukaan ja Joulupuoti konkreettisesti pystytetään. Projekti etenee työvaiheittain aikataulun mukaisesti ja jokainen suorittaa hänelle uskotut työtehtävät huolellisesti. Ennen Joulupuodin avaamista on rahaliikenteestä vastaavan henkilön huolehdittava vaihtorahoista ja pohjakassasta. Myymälätila tulee kalustaa, siivota ja somistaa ja tuotteet on saatava kauniisti esille. On myös järjestettävä myyntityöhön ja kassakoneen käyttöön perehdytystä myyntityöhön osallistuville. Suunnitellut markkinointitoimenpiteet suoritetaan ja Joulupuodin olemassa olosta ilmoitetaan monikanavaisesti.

Toteutusvaiheeseen sisältyy myös paljon sellaisia työvaiheita, jotka vaativat viikoittaista tai lähes päivittäistä ylläpitoa ja huolehtimista. Tällaisia toimia ovat mm. työvuorojen valvonta, Facebookin ylläpito, liiketilan somistuksen vaihtaminen, päiväkkassojen nouto ja vaihtorahoista huolehtiminen. Toteutusvaiheen aikana Joulupuodissa tullaan myös järjestämään asiakkaille teematapahtumia. Teematapahtumiin tarvittavat tarjoilut on huomioitu budjetissa, mutta ne tarvitsevat toteutuakseen vastuuhenkilöt. Yksi ylläpitoa vaativa toimenpide on myös jo perinteeksi noussut käsityötuote- ja herkkuarvonta, joka on järjestetty Joulupuodissa jokaisena vuonna. Tähänkin on nimettävä vastuuhenkilö, joka huolehtii mm. kynien ja arvontalipukkeiden saatavuudesta sekä itse arvannon suorittamisesta.

Päätämismvaihe

Työvaiheet eivät suinkaan pääty siihen, kun Joulupuoti suljetaan. On paljon päätöstoimenpiteitä, jotka pitää hoitaa huolella loppuun. Myymälätila tulee tyhjentää,

kalustus mahdollisesti purkaa, wc ja myymälätila siivota sekä luovuttaa avaimet vuokranantajalle. Arvontavoitoista on ilmoitettava voittajille ja on huolehdittava palkintojen saattamisesta asianomaisille. Facebook-sivut on laitettava ”horrostilaan” ja sivuilla on tiedotettava, että Joulupuoti on suljettu. Asiakkaita tulee samalla myös muistaa päivityksessä kiittää ja toivottaa heille hyvää joulua. Tämän lisäksi on huomioitava myös projektiin osallistuneita käsityöläisiä ja kiitettävä heitäkin yhteistyöstä.

Jotta pop up -projektista olisi Ideacolle hyötyä myöhemminkin, on projekti raportoitava huolellisesti ja kirjattava ylös esille tulleet parannusehdotukset. Parannusehdotuksia ja palautetta kysellään erikseen laaditulla palautelomakkeella, joka jaetaan kaikille osallistuneille. Palautteet ja parannusehdotukset kootaan ja tulokset kirjataan talteen. Tuloksista laaditaan yhteenveto, jonka sisällöstä informoidaan kaikkia osallistuneita.

3.4 Pop up -projektin perustamisvaiheiden erityispiirteet

Pop up -kauppaa perustettaessa on otettava huomioon, että tietyt projektin vaiheet vaativat erityistä huomiota. Tässä alaluvussa käydään läpi sellaisia pop up -kaupan perustamisen elementtejä, jotka kaipaavat erityishuomiota projektisuunnitelmaa laadittaessa. Näitä osa-alueita ovat liiketilan ja paikan valinta, markkinoinnin suunnittelu sekä projektin miehitys ja sen johtaminen. Perusteellisella suunnittelulla sekä näiden erityispiirteiden huomioimisella on erittäin tärkeä rooli pop up -projektin toteuttamisessa ja sen onnistumisessa.

Projektina pop up -kauppa eroaa perinteiseen kauppaan verrattuna erityisesti väliaikaisen luonteensa takia. Väliaikaisuus tuo mukanaan haasteita ja yksi suurimmista haasteista on tiedon välittyminen pop up -kaupan olemassaolosta asiakkaiden tietoisuuteen. Tämä asettaa markkinoinnille ja markkinoinnin suunnittelulle erityisen painoarvon. Tyypillisesti markkinointi on pitkäjännitteistä ja hidasta toimintaa, jonka tulokset näkyvät vasta pitkän ajan kuluttua. Lyhytaikaisuutensa vuoksi pop up -kauppa ei ole käytössään perinteisiä markkinoinnin keinoja, ei asiakastutkimustietoa eikä edes välttämättä aiempaa tuotteen tai brändin tunnettavuutta. Pop up -projekteilla on harvoin perinteiseen markkinointiin tarvittavia resursseja, kuten aikaa tai rahaa, joten kekseliäisyys sekä uudet maksuttomat sosiaalisen median luomat markkinointikanavat ovat pop up -projekteille markkinoinnin täsmäaseita. Sosiaalisen median kanavat – kuten Facebook, Instagram tai Twitter – ovat paitsi ilmaisia ja äärimmäisen suosittuja, ne myös vastaavat erinomaisesti nykyaikana valloillaan olevaan kuluttajien ”tässä ja nyt” palvelutarpeeseen.

Pop up -liikkeen sijainnilla ja sen fyysisillä toimitiloilla on keskeinen ja ratkaiseva rooli pop up -kaupan menestymisen kannalta. Sijainti ja sen toimintaympäristö vaikuttaa suoraan

asiakasliikenteeseen, joten sopivan paikan valintaan kannattaa uhrata hieman aikaa ja harkintaa. Toki mainonnalla ja tehokkaalla markkinointiviestinnällä voi saavuttaa asiakkaita ja saada heidät saapumaan paikalla, mutta oikeanlaisella paikkavalinnalla voi saavuttaa asiakasvirtoja kuin itsestään. Varsinaisille toimitiloille on myös omat vaatimuksensa. On pohdittava, soveltuuko tila aiottuun toimintaa? Onko tilassa wc:tä? Entä onko tilassa esteetön kulku, jotta siellä voivat asioida myös liikuntarajoitteiset? Liiketilän valintaan vaikuttaa olennaisesti myös sen sisältämä kalustus tai kalustuksen puuttuminen. Mikäli tila on valmiiksi kalustettu, on pohdittava onko tila ja tilassa valmiina oleva kalustus riittävä? Tulevatko tuotteet hyvin esille? Mikäli kalustus tulee hankkia itse, on siihen varattava riittävästi ajallisia ja taloudellisia resursseja.

Hankkeissa, joita varten kootaan useita henkilöitä tai eri tahoja on suuri riski epäonnistua. Vanha sanonta ”mitä useampi kokki sen huonompi soppa” pitää valitettavan usein paikkaansa. Projekteissa, joissa tekijöitä ja mielipiteitä on paljon, korostuu selkeiden pelisääntöjen ja hyvän johtamisen tärkeys. Myös projektin oikeanlaisella miehityksellä on erittäin suuri merkitys, sillä on varmistuttava siitä, että projektiryhmällä on tarvittavat tiedot ja taidot projektin läpiviemiseksi. Päättäväältä, eri tahojen roolit ja vastuunjako sekä yhteiset pelisäännöt on määriteltävä selkeästi, jotta vältetään turhilta epäselvyyksiltä ja sekasorron syntymiseltä. Kaikki projektiin osallistuvat tahot tulisi saada toimimaan tiimissä yhteisen tavoitteen eteen ja tähän tarvitaan erinomaista projektijohtamista ja selkeää projektisuunnitelmaa.

4 Projektisuunnitelma pop up -joulupuodille

Tässä luvussa perehdytään varsinaisen produktin eli pop up -joulupuodin projektisuunnitelman kokoamiseen. Aluksi määritellään pop up -joulupuodin lähtökohdat eli toiminnan tavoite ja liikeidea. Tämän jälkeen käydään läpi produktin suunnittelun vaiheita ja projektisuunnitelman toteutuksen kulkua. Ennen projektisuunnitelman laatimista on vielä ratkaistava, mikä on toimeksiantajan ja produktin käyttötarkoituksen kannalta sille paras ja toimivin toteutusmuoto. Lopuksi kaikki projektisuunnitelman osa-alueet käydään yksitellen läpi produktin sisällysluettelon mukaisessa järjestyksessä ja selostetaan kustakin osa-alueesta tärkeimmät seikat.

4.1 Pop up -joulupuodin tavoite ja liikeidea

Kuten kaikessa liiketoiminnassa on myös pop up -joulupuodin toiminnassa kyettävä määrittelemään sen liikeidea ja toiminnan tavoite. On kyettävä vastaamaan kysymyksiin: Miksi Joulupuoti perustetaan? Mitä siellä tarjotaan ja kenelle? Miten ja millä keinoin tämä toteutetaan?

Joulupuoti-toiminnan ensisijaisena tavoitteena on tarjota Ideacon jäsenille ja muille käsityöläisille paikka, jossa myydä itsetehtyjä uniikkeja käsityötuotteita. Toiminnan tarkoituksena on kasvattaa yhdistyksen toimintaa myös kesäkauden ulkopuolella sekä lisätä Hangon Ideaco ry:n tunnettavuutta. Toivottavaa myös olisi, jos Ideaco saisi tällä tavoin uusia jäseniä yhdistykseen mukaan.

Joulupuoti-toiminnan toisena tavoitteena on tarkoitus parantaa joulusesongin tarjontaa Hangossa ja vilkastuttaa keskustan liike-elämää tarjoamalla jotain ihan uutta. Jotta joulupuodista tulisi menestynyt joulukauppa, on sen kyettävä tuottamaan asiakkaille konkreettista hyötyä ja vastaamaan heidän tarpeisiinsa. Joulupuodin tavoitteena on ratkaista asiakkaan ongelma: mitä hankkisin joululahjaksi? Yllättäen joululahjoja etsiessään asiakas saattaa löytää ratkaisuja myös muihin lahjaongelmiin, kuten tuleviin syntymäpäiviin tai kastejuhliin. Nimestään huolimatta Joulupuodin tarjonnasta tulisi löytyä monenlaisia tuotteita myös omaksi iloksi tai vaikka kodin sisustukseen.

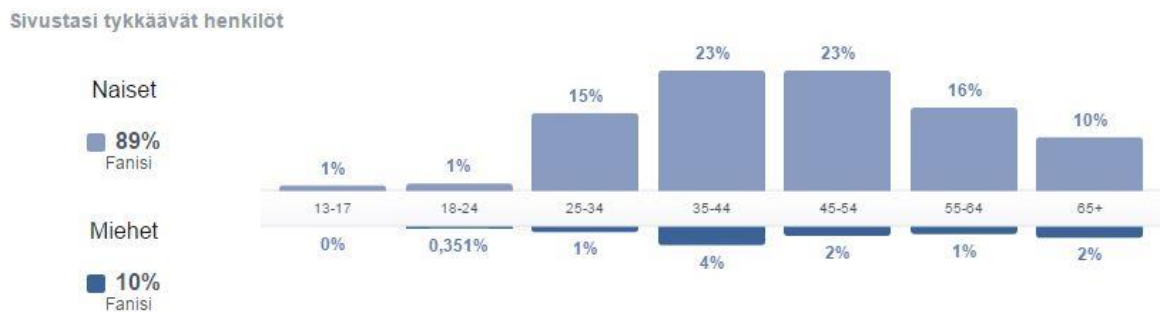
Joulupuodilla on oltava myös laadulliset tavoitteet. On kyettävä aikaansaamaan tasokas ja houkutteleva ostoympäristö, jossa hyvin viimeistellyt ja laadukkaat tuotteet ovat kauniisti esille laitettuina. Tuotteiden soveltuvuuden ja hyvän laadun varmistamiseksi joulupuodin projektitiimin jäsenistä tullaan koostamaan laaturyhmä, jonka tehtävänä on tarkastaa

myyntiin tulevien tuotteiden laatu ja huolellinen toteutus. Laaturyhmään valitaan kolme henkilöä ja he päättävät äänestämällä läpäisevätkö tuotteet myyntiinpääsyn kriteerit vai ei.

Toimintaympäristön ja kilpailijoiden tuntemus on menestyksen kannalta myös tärkeää. Joulupuodin suurin kilpailija on Hangon käsityöläiset, joilla on ympärivuotinen käsityötuotemyymälä. Joulupuoti erottuu kuitenkin edukseen monipuolisemman tuotevalikoimansa ansiosta, sillä Joulupuodissa on tarjolla paikallisten käsityötuotteiden lisäksi myös suuri valikoima leivonnaisia, hilloja, säilykkeitä ja muita herkkuja. Joulupuoti haluaa viestiä asiakkailleen arvoaan ja ylläpitää arvojensa mukaista imagoa, jota voisi kuvailla sanoilla: käsintehty, laadukas, paikallinen lähituote.

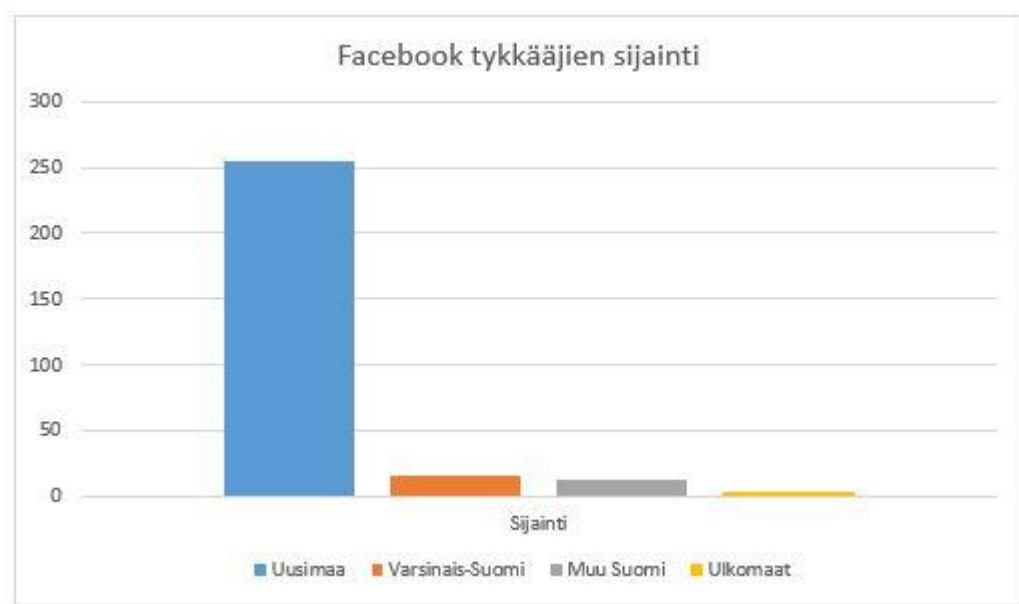
Hyvä asiakastuntemus parantaa onnistumisen edellytyksiä ja se on myös yksi myynnin kulmakivistä. Asiakastuntemuksen avulla voidaan täsmentää markkinoinnillisia toimenpiteitä ja se on olennainen osa hyvää asiakaspalvelua. On siis kyettävä vastaamaan kenelle Joulupuodin tuotteita myydään ja millainen on tyypillinen Joulupuodin asiakas? Joulupuodin asiakaskuntaan kuuluu sekä yksityisasiakkaita että yritysasiakkaita. Joulukuusi on myös yrityksille asiakkaiden muistamisen aikaa. Joulupuoti haluaa tarjota yritysasiakkailleen erilaisen, lähellä tuotetun vaihtoehdon perinteisille liikelahoille. Yritysasiakkaita on toistaiseksi ollut vielä melko vähän ja suurin osa asiakasjoukosta koostuu yksityisasiakkaista.

Asiakasprofiilin kartoitukseen käytin kävijätietoja, jotka poimin Joulupuotia varten perustetulta Kädentaitajien pop up -joulupuoti Facebook-sivulta. Sivusta tykkäävien määrä kasvaa jatkuvasti ja sivuilla on tällä hetkellä jo lähes 300 tykkääjää. Saamieni tietojen perusteella voidaan todeta, että tyypillinen Joulupuodista kiinnostunut asiakas on 35 – 54-vuotias naishenkilö (Kuva 2).



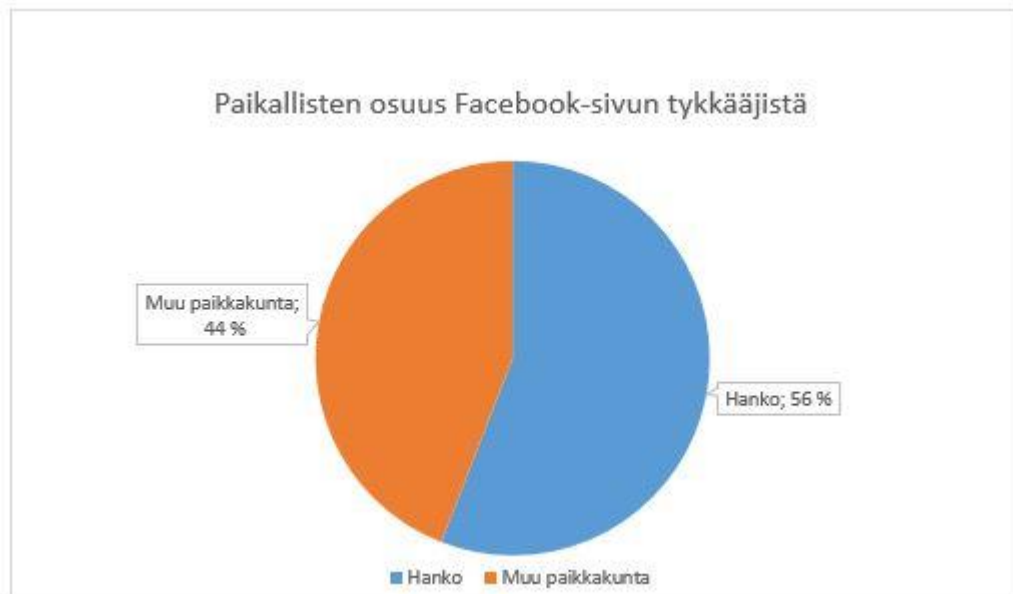
Kuva 2. Facebook-sivusta tykkäävien ikä ja sukupuoli (Kädentaitajien pop up –Joulupuoti 2016)

Kuviosta 3 käy selkeästi ilmi, että suurin osa – lähes kaikki – tykkääjistä asuvat Uudellamaalla. Seuraavaksi eniten tykkääjiä löytyy Varsinais-Suomen suunnalta. Asiakkaiden sijainnin tietoja voidaan hyödyntää esim. lehtimainonnan kohdentamisessa. Paikallinen Hangonlehti, sekä yli 22.000 läntisen Uudenmaan kotitalouteen jaettava Etelä-Uusimaa, vaikuttaisivat olevan ne printtimediat, jotka tavoittavat kohderyhmän asiakkaat parhaiten. Myös Västra Nyland on tärkeä media, sillä se tavoittaa Uudenmaan ruotsinkielistä väestöä. Mikäli taas haluttaisiin lisätä tietoisuutta Joulupuodista Varsinais-Suomen alueella, voisi lehtihaastattelun hankkiminen tai mainoksen tilaaminen Salonjokilaakso-lehdestä tulla kysymykseen. Lehti ilmestyy tiettyinä viikkoina 40 500 kappaleen laajuusena ilmaisjakeluna kattaen Salon, Someron, Kemiönsaaren, Paimion, Raaseporin, Inkoon ja Hangon alueen.



Kuvio 3. Facebook tykkääjien sijainti

Askarruttamaan jäi myös se, että jos suurin osa tykkääjistä on Uudeltamaalta, niin kuinka suuri on hankolaisten tykkääjien osuus? Kuviosta 4, voidaan todeta, että paikallisten tykkääjien osuus kaikista tykkääjistä on 56 %. (Kädentaitajien pop up –joulupuoti 2016.) Paikalliset asukkaat osoittautuivat odotetustikin Joulupuodin suurimmaksi asiakasryhmäksi.



Kuvio 4. Paikallisten tykkääjien osuus

Joulupuotitoimintaa toteutetaan talkoovoimin. Perustamis- ja ylläpitotoimista vastaavat Ideacon jäsenet sekä muut pop up -joulupuotiin osallistuvat kädentaitajat. Toiminnasta aiheutuneet kulut katetaan osallistumismaksuilla ja myyntiprovisioilla. Varsinaista myyntitoimintaa järjestetään Joulupuodissa marraskuun puolesta välistä lähes jouluaattoon asti. Joulupuoti on avoinna toimintakautensa aikana päivittäin, itsenäisyyspäivää lukuun ottamatta.

Pop up -Joulupuodin perustamiselle löytyy useita sitä puoltavia ja kannustavia seikkoja. Pop up sopii erinomaisesti joulusesonkiin. Ideacon jäsenten joukosta löytyy paljon vahvuuksia, kuten monia eri alan osaajia, jolloin toiminnan toteuttaminen luonnistuu omalla porukalla. Paikallisilla käsityöläisillä on myös hyvät paikalliset kontaktit, joista on todellista hyötyä esimerkiksi liiketilan etsinnässä ja markkinointiviestinnässä. Aiempien vuosien menestys ja asiakkailta saatu positiivinen palaute on selvä merkki Joulupuodin tarpeellisuudesta. Joulupuodin liikeidea ja toiminnan tavoitteet on tiivistetty taulukon muotoon ja ne esitellään alla olevassa taulukossa 2.

Taulukko 2. Joulupuodin liikeideakaavio

<p>TAVOITE:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tarjota Ideacolaisille ja muille käsityöläisille mahdollisuus myydä tuotteita - Lisätä tarjontaa Hangossa ja saada aikaan uutta toimintaa keskusta-alueelle - Kasvattaa Hangon Ideaco ry:n tunnettavuutta ja tuoda yhdistystä esille myös kesäkauden ulkopuolella - Hankkia lisää jäseniä Hangon Ideaco ry:lle 	
<p>TARVE / HYÖTY ASIAKKAALLE:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vastaus joululahjapulmiin - Tarjota lahjaideoita muihinkin tilanteisiin - Tarjota paikallisia leivonnaisia ja muita herkkuja 	<p>IMAGO / ARVOT:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Käsintehty - Laadukas - Paikallinen lähituote
<p>ASIAKKAAT:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Yksityisasiakkaat - Yrityisasiakkaat - Pääasiallisesti paikallinen väestö 	<p>TUOTTEET:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Uniikit käsityötuotteet - Leivonnaiset - Jouluherkut
<p>TOIMINTATAPA:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Myyntitoimintaa, jota toteutetaan pop up –joulupuodissa talkoovoimin - Henkilöstö: Ideacon jäsenet ja Joulupuotiin osallistuvat käsityöläiset tai muut tahot → Jäsenten joukosta löytyy monen eri alan osaajia - Rahoitus: Toiminnasta aiheutuneet kulut katetaan osallistumismaksuilla ja myyntiprovisioilla. - Toiminta-aika: marraskuun puolivälistä joulukuun, avoinna päivittäin (paitsi 6.12.) - Toimitilat: Vuokrataan - Kalustus: Toimitilassa jo oleva tai Ideacon omat - Kassakone ja maksupääte: Ideacon omat - Markkinointiviestintä: Facebook, paikallislehdet, Paikallinen tapahtumakalenteri, mainokset kauppojen seinillä, kyltit kävelykadulla ja kaupan ikkunoissa - Taloushallinto: Yhdistyksen oma kirjanpitäjä 	

4.2 Produktin toteuttamisen vaiheet

Kun pop up -joulupuodin lähtökohdat ja tavoitteet oli määritelty, voitiin siirtyä produktin suunnitteluun ja sen toteutukseen. Produktin syntyminen sisältyi monia eri työvaiheita. Ensin oli hahmotettava kaikki joulupuodin pystyttämiseen ja ylläpitoon tarvittavat toimenpiteet. Tämän jälkeen ne oli jäseneltävä ja pilkottava sopiviksi osakokonaisuuksiksi. Kaikki työvaiheet olisi myös aikataulutettava ennalta asetetun aikataulun mukaiseksi ja kuhunkin vaiheeseen tarvittavat resurssit ja vastuhenkilöt tulisi pohtia tarkkaan. Produktin kokoamisen päävaiheiksi muodostuivat: Joulupuodin työvaiheiden kartoittaminen ja niiden jäsentely, työvaiheiden resursointi ja

aikatauluttaminen, projektisuunnitelmaan tarvittavien osioiden määrittely sekä lopulta näiden kaikkien tietojen kokoaminen selkeäksi produktiksi eli pop up -joulupuodin projektisuunnitelmaksi.

Produktin toteutuksen suunnittelu aloitettiin työvaiheiden kartoittamisella. Työ aloitettiin muistelemalla aiemmin toteutettuja Joulupuoti-projekteja ja listaamalla ylös kaikki ne työvaiheet ja toimenpiteet, joita projektin pystyttämiseen ja läpivientiin tarvitaan. Esille nousi kaikenlaisia, pieniäkin askareita, jotka kuitenkin kuuluivat kokonaisuuteen. Lopulta käsissäni oli sarja työtehtäviä satunnaisessa järjestyksessä. Tämän jälkeen toimenpiteet ja tehtävät oli jäseneltävä ja pilkottava sopiviksi osakokonaisuuksiksi.

Työtehtävien kartoittamisen jälkeen oli vuorossa työtehtävien aikatauluttaminen ja reurssointi. Oli mietittävä tarkoin, missä järjestyksessä mikäkin työtehtävä tulisi toteuttaa ja paljonko kullekin työtehtävälle tulisi varata aikaa. Oli myös määriteltävä, mitkä työtehtävistä olisi toteutettava ennen Joulupuodin avaamista, mitä tehtäviä toteutetaan sen ylläpidon aikana ja mitkä tehtävistä suoritetaan vasta sulkemisen jälkeen. Aivan ensimmäiseksi piti määritellä projektin ajankohta. Valitsin saman ajanjakson, jolloin Joulupuoti oli edellisenä vuonna ollut auki ja tämän ajanjakson ympärille aloin sijoittamaan listaamiani työtehtäviä. Aikatauluttamisen avuksi haalin käsiini aiempien vuosien materiaaleja. Koska olen itsekin Ideacon jäsen, on minulla tallessa joitain tietoja edellisen Joulupuodin ajalta. Esimerkiksi vanhoista kokouskutsuista sain selville ideointikokouksen päivämäärän, joten siitä pystyin päättämään, kuinka aikaisin joulupuotia oli aloitettu suunnittelemaan. Tiedonhankintaa varten hyödynsin myös Joulupuotia varten luotuja Facebook-sivuja. Sieltä kävi mm. ilmi kuinka aikaisin Joulupuodin aukeamisesta on alettu sosiaalisessa mediassa tiedottamaan ja koska avajaistapahtuma on julkaistu. Saamieni tietojen avulla aloin pikkuhiljaa järjestelemään työtehtäviä ajallisesti oikeaan järjestykseen.

Kun työvaiheet oli listattu ja aikataulutettu oli vuorossa kuhunkin työtehtävään tarvittavien resurssien määritteleminen. Tuli pohtia kuinka monta henkilöä kutakin työtehtävää varten tarvitaan? Mitä lisäresursseja tarvitaan? Mitä muita tietoja ohjeistuksen laadintaan tarvitaan? Hankin lisätietoa projektin eri toimenpiteisiin ja työtehtäviin haastattelemalla Ideacon hallituksen jäseniä, jotka olivat olleet aiemmissa Joulupuoti -projekteissa mukana. Kun tarvittavat lisätiedot oli hankittu ja toimenpiteiden ja työtehtävien resursoinnit määritelty, ryhdyin tietojen perusteella pohtimaan vastuunjakoja sekä projektin miehitystä ja työnjakoa.

Ennen varsinaisen produktin kokoamista, oli vielä pohdittava projektisuunnitelman rakennetta. Mitkä kaikki projektinhallinnan osiot olisivat pop up -Joulupuodin kannalta olennaisia? Entä mitä muita osioita tai ohjeistuksia projektisuunnitelmaan tulisi liittää?

Projektiorganisaation määrittelyminen sekä budjetin ja riskilistan laatiminen ovat todella tärkeitä projektin peruselementtejä. Koska tässä kyseisessä projektissa on kyse pop up -kaupan perustamisesta, on markkinointisuunnitelmalla myös erittäin keskeinen rooli. Sosiaalisen median voimaa ja merkitystä tällaiselle projektille ei voi vähätellä, joten yhdeksi markkinointisuunnitelman osaksi laadittiin Facebookin päivityssuunnitelma. Projektisuunnitelman tuottamisessa hyödynnettiin runsaasti aiempien vuosien kokemusperäistä tietoa ja konkreettisia materiaaleja. Markkinointisuunnitelmaa varten kerättiin mm. Joulupuodista jo julkaistuja vanhoja lehtimainoksia ja ne liitettiin työhön konkreettisiksi malleiksi. Kuvalliset esimerkit toimivat sanallista selityksiä ja ne auttoivat hahmottamaan mainonnan visuaalista puolta paremmin.

Muita tärkeitä projektisuunnitelmaan sisältyviä dokumentteja olisivat osallistujalista sekä lista tuotekategorioista ja myyntiin tulevista tuotteista. Ohjeistuksia laadittiin asiakaspalveluun, myymälän somistukseen sekä rahaliikenteen hoitamiseen. Tämän lisäksi laadittiin vielä työvuorolistat. Joulupuodin kehittämistä ja parannusehdotuksia varten suunniteltiin myös osallistujille jaettava palautelomake.

4.3 Produktin toteuttamisen muoto

Oli erittäin tärkeää miettiä, millaisessa muodossa produkti kannattaa toteuttaa, jotta se palvelisi toimeksiantajan tarvetta parhaiten. Oli pohdittava tarkasti, mikä olisi produktille se kaikkein helppokäyttöisin ja tarkoituksenmukaisin muoto. Oikeanlaisen toteutusmuodon valinnassa auttoi toimeksiantajan ja heidän toimintatapojen hyvä tuntemus. Toteutuksen muotoon vaikuttivat myös toimeksiantajan käytettävissä olevat resurssit sekä tapa toimia.

Perinteisesti projektisuunnitelma olisi ollut kätevintä toteuttaa projektihallintaohjelmalla muokkaamisen mahdollistavaan muotoon. Hangon Ideaco ry:llä ei ole resursseja omaan tietokoneeseen, saatiikka projektinhallintaohjelmiston hankkimiseen. Yhdistykseltä ei myöskään löydy tarvittavaa osaamista projektinhallintaohjelman käyttöön. Jäsenkunta koostuu melkoisen laajasta ikähaarukasta ja heidän atk-taitojen taso on varsin vaihtelevaa. Produktin tulisi olla riittävän selkeä ja helppokäyttöinen, jotta se palvelisi kaikkia yhdistyksen jäseniä ja jotta se vastaisi sille asetettuihin tavoitteisiin.

Nämä kaikki lähtökohdat huomioiden, päädyttiin lomaketyyppiseen toteutukseen. Produkti koostuu erilaisista asiakirjamalleista, joita täydentämällä ja niitä aikataulun mukaisesti noudattamalla projektia ohjataan sen koko elinkaaren ajan. Asiakirjat jäsennellään projektin eri vaiheisiin aihepiireittäin ja asiakirjakokonaisuus kootaan mappiin. Mapissa asiakirjat on järjestetty selkeään sisällysluettelon ja välilehtien avulla. Tiedot ovat siis

helposti saatavilla ja mappi on kätevästi kuljetettavissa kokouksesta toiseen. Mappiin kerättyjä tietoja voidaan hyödyntää aina seuraavaa pop up -kauppaa perustettaessa. Lomakemaisen toteutusmuotonsa ansiosta projektisuunnitelmaa voi käyttää aina uudestaan seuraavana vuonna tai seuraavaa pop up -kauppaa perustettaessa.

Produktilla tulee olemaan toinenkin fyysinen toteutusmuoto. Konkreettisen projektimappin lisäksi produkti tullaan tallentamaan kokonaisuudessaan myös muistitikulle, josta asiakirjamallit ovat helposti tulostettavissa ja tarvittaessa myös muokattavissa. Muistitikulle tallennettu versio toimii myös varmuuskopiona. Sillä on erittäin tärkeä rooli tietojen päivittämistä ja ylläpitoa varten.

4.4 Projektisuunnitelma

Tässä alaluvussa selostetaan projektisuunnitelman sisältö sisällysluettelon mukaisessa järjestyksessä. Sisällysluettelon järjestys on tarkoin mietitty ja se noudattaa pääpiirteittäin projektin etenemisen vaiheita. Varsinainen produkti eli projektisuunnitelma esitetään kokonaisuudessaan asiakirjamallien muodossa liitteessä 2. Liite 1 on salainen, sillä se sisältää salassa pidettävää materiaalia ja se on kohdistettu ainoastaan toimeksiantajan käyttöön.

Projektin organisaatorakenne

Projektin organisaatorakenne on määriteltävä jo projektin alkumetreillä, jotta projektin suunnittelu saadaan käynnistettyä. Projektin johtoryhmä koostuu hallituksen jäsenistä, jotka vastaavat projektin käynnistämisestä ja projektin etenemisestä. Heillä on myös valtuus tehdä projektia koskevia päätöksiä. Projektille nimetään myös projektipäällikkö, jolla on päävastuu erityisesti sisäisestä viestinnästä ja hän toimii kontaktina johtoryhmän ja projektiryhmän välillä. Projektipäällikkö valvoo projektin etenemistä ja hänellä on keskeinen ja erittäin tärkeä rooli projektin läpiviennissä. Projektiryhmä koostuu Joulupuotiin osallistuvista käsityöläisistä. Projektia toteutetaan yhteishankkeena koko organisaation voimin.

Budjetti

Kustannustavoitteeltaan projektissa pyritään omakustanteisuuteen. Projekti rahoitetaan osallistumismaksuilla, mahdollisilla apurahoilla sekä provisioilla, ja näillä katetaan kaikki Joulupuodin pyörittämisestä aiheutuvat kustannukset. Provisiota joutuvat maksamaan ne osallistujat, jotka eivät osallistu Joulupuodin myynti- ja talkootöihin. Palkkakustannuksia ja henkilöstökuluja ei synny kun projekti toteutetaan talkootöillä. Kassakone, maksupääte, siivousvälineet ja mahdollisesti tarvittava kalustus löytyvät yhdistykseltä.

Budjetissa suurimman menoerän muodostaa vuokranmaksu. Kustannuksia syntyy myös pakkausmateriaaleista, toimistotarvikkeista ja maksupäätteen vuokrasta. Oman kuluerän muodostavat myös mainonta ja markkinointi sekä avajaisten ja asiakastapahtumien tarjoilut.

Riskilista

Riskilista on hyvä laatia mahdollisimman varhaisessa vaiheessa riskien minimoimiseksi. Riskien vaikuttavuutta arvioidaan seuraavalla menetelmällä: toteutumisen todennäköisyys x vakavuus = riskin vaikuttavuus. Käytännössä riskien arviointi siis etenee siten, että ensin määritellään toteutumisen todennäköisyys sekä riskin vakavuus asteikolla 1-10. Määritellyt arvot kerrotaan keskenään. Mitä korkeampi arvo on, sitä suurempi vaikutus riskin toteutumisella on projektin epäonnistumiselle. Suurin riski pop up -joulupuodin toteutumiselle on se, jos puodille ei löydy sopivaa liiketilaa. Tällöin joulupuotia ei yksinkertaisesti voi perustaa. Tämä ei kuitenkaan ole kovinkaan todennäköistä, sillä Hangossa on runsaasti tyhjiä liiketiloja. Vaikuttavimpana riskinä voidaan pitää sitä, jos asiakkaat eivät tiedä kaupan olemassa olosta. Tähän riskin varaudutaan panostamalla markkinointiin ja tiedottamiseen kunnolla ja ajoissa.

Projektin aikataulu

Projektin alkuvaiheessa on jo määriteltävä ajanjakso, jolloin Joulupuoti on avoinna, jotta tiedetään projektin ajalliset rajoitteet. Toiminta-ajan ja tarvittavan vuokra-ajan pituus vaikuttavat olennaisesti liiketilan saamiseen sekä yleiseen projektin toteutuksen suunnitteluun. Alustavan aikataulun ympärille rakennetaan suunnitelma joulupuodin toteuttamiseksi. Projektin aikataulu koostettiin kalenterimaiseen muotoon ja se sisältää ajallisesti koko Joulupuodin elinkaaren, syyskuusta joulukuuhun. Aikatauluun merkittiin kaikki Joulupuodin perustamiseen ja sen ylläpitoon tarvittavat tehtävät oikeisiin ajankohtiin, tietyille viikoille tai viikonpäiville. Kalenterimaista aikataulua noudattamalla projekti etenee sujuvasti eteenpäin.

Tuotekategoriat

Joulupuodin tarjontaa suunnitellessa tulisi varmistaa, että osallistujia saadaan jokaisesta tuotekategoriasta. Tätä helpottamaan on tuotekategorioista koottu kaksi listaa, toinen käsityötuotteista ja toinen leivonnaisista ja herkuista, joissa on lueteltu Joulupuodissa myynnissä olleita tai myyntiin toivottuja tuotteita ja niiden tekijöiden yhteystiedot. Listat helpottavat osallistujien kartoittamista ja monipuolisen valikoiman ylläpitoa.

Osallistujalista

Kaikista joulupuotiin osallistuvista kootaan osallistujalista, josta on yhdellä silmäyksellä löydettävissä kunkin tekijän tiedot. Osallistujalistaan merkitään myyjännumero, nimi, yhteystiedot ja tuoteryhmä. Kunkin myyjän kohdalle merkitään myös, osallistuuko hän myyntityöhön vai maksaako hän yhdistykselle provisiota myydyistä tuotteista.

Lähetyslista

Jokaiselle osallistujalle jaetaan lähetyslista, johon tekijät merkitsevät myyntiin tuomiensa tuotteiden tiedot kuten tuotteiden nimet, montako kpl mitäkin tuotetta on tuotu myyntiin ja mikä on kunkin tuotteen kappalehintaa. Lomakkeessa on tilaa myös lisätiedoille, mikäli tekijä haluaa kertoa tuotteistaan lisää tai jos jostain tuotteesta tarvitaan erityistietoja. Tuotetietous on osa asiantuntevaa asiakaspalvelua joten lisätietojen saatavuus helpottaa myyntivuorossa olevien myyjien työskentelyä huomattavasti, mikäli asiakas esittää kiperiä kysymyksiä jonkun toisen tekijän tuotteista. Lähetyslistan lisäksi kaikkien osallistujien tulee merkitä myös tuotteisiinsa tarvittavat tuotetiedot tarkasti. Lähetyslistan lopuksi merkitään tilinumero, jolle myynnit tilitetään.

Asiakaspalvelun muistilista

Vaikka kyseessä on harrastuspohjalta ja vapaaehtoisvoimin toteutettava projekti, on Joulupuodissa kyettävä harjoittamaan ammattimaista liiketoimintaa. Hyvän asiakaspalvelun takaamiseksi kaikille osallistujille painotetaan asiakaspalvelun tärkeyttä ja heille jaetaan asiakaspalvelun muistilista. Lista on koottu kertauksen omaisesti asiakaspalvelun avainasiat sekä yhdessä sovitut myymäläkäyttäytymisen säännöt.

Huolellinen kassakoneen ja maksupäätteen käyttö on tärkeä osa sujuvaa myyntitapahtumaa. Tämän varmistamiseksi järjestetään kaikille myyntityöhön osallistujille kassakoneen ja maksupäätteen käyttöön perehdyttäminen. Muistin virkistämiseksi kassatiskille laaditaan vielä selkeät pikaohjeet koneiden käyttöön sujuvan myyntityön turvaamiseksi.

Työnjako

Joulupuodin työvaiheiden oikeanlainen miehitys on erittäin tärkeää. Jokaiselle työvaiheelle määritellään työn toteutuksen ajankohta ja työn toteuttajat. Produktiin on merkitty myös tarvittavia lisähuomioita joidenkin työtehtävien kohdalle. Työvaiheet löytyvät lueteltuina produktin kohdassa seitsemän.

Työvuorolistat

Työvuorolistat laadittiin kalenterimaiseen muotoon. Arkisin työpäivät on jaettu kahteen työvuoroon. Viikonloppuisin työvuorot ovat lyhyempiä ja ne toteutetaan yhdessä vuorossa. Työvuoroissa on aina kaksi henkilöä, ja avajaisissa tai muina tapahtumapäivinä vähintään kolme henkilöä. Työvuorojen laadinnassa pyritään varmistamaan, että myyntivuoroissa on aina kokenut, myyntityötä jo tehnyt myyjä uuden myyjän parina.

Työvuorolistoja ylläpitämään nimetään vastuuhenkilö, jonka tehtävänä on varmistaa, että työvuorossa on aina sopiva määrä henkilökuntaa. Hän tarkkailee kokonaistuntimääriä ja sitä, että kaikki suorittavat sovitut työvuoronsa. On siis äärimmäisen tärkeää ilmoittaa aina vastuuhenkilölle, mikäli myyjä muuttaa jo sopimiaan työvuoroja. On myös tärkeää tietää kuka milloinkin työvuorossa on ollut, jos ilmenee epäselvyyksiä, jotka vaativat jälkikäteen selvittelyä.

Markkinointisuunnitelma

Markkinoinnilla on erityisen suuri merkitys pop up -kaupan onnistumiselle. Pop upin haasteena on saada pop up -jouluvuoti ja sen olemassaolo ihmisten tietoisuuteen. Markkinointiin haluttiin panostaa kunnolla, joten sitä mietittiin perusteellisesti. Monikanavaisten markkinointitoimenpiteiden tueksi laadittiin perusteellinen markkinointisuunnitelma. Suunnitelma pitää sisällään tarkat aikataulut eli se kertoo milloin mitkäkin markkinointitoimenpiteitä suoritetaan ja missä markkinointikanavassa. Se sisältää myös valitun markkinointikanavan yhteystiedot sekä markkinointitoimenpiteen pääsisällön.

Markkinointia suunnitellessa tulee ennen kaikkea tuntee oma asiakaskunta sekä ne kanavat, joita potentiaaliset asiakkaat käyttävät. Joulupuodin yksi peruselementeistä on paikallisuus, joten perinteiset paikallislehdet ja artikkeli tai lehti-ilmoittelu niissä, ovat oiva keino tavoittaa Joulupuodin kohderyhmää. Lehti-ilmoitusten oikea ilmestymisajankohta ja lehtiartikkeleiden asiasisällön ajankohtaisuus ovat tärkeitä.

Paikallisuutta kannattaa hyödyntää myös ihan konkreettisilla keinoilla. Keskustaan pystytetään muutama katuvarsimainos, joissa suuntanuoli opastaa Joulupuodin suuntaan. Kylteissä ilmoitetaan myös Joulupuodin aukioloajat. Näyteikkuna on myös mainio ilmoitustila, jota kannattaa hyödyntää jo Joulupuodin pystytysvaiheessa. Kun liiketilan avaimet on saatu käsiin, ikkunaan kannattaa heti alkajaisiksi laittaa mainos: ”Tähän avataan pop up -jouluvuoti ja avajaispäivämäärä.” Samaa keinoa kannattaa hyödyntää ennen Joulupuodin päättymistä. Ikkunaan voi laittaa esimerkiksi viimeisellä aukioloviikolla tekstin vaihtuvilla numeroilla: ”Joulupuoti on avoinna enää 7/6/5... päivää.” Tämä lisää asiakkaan ostohalukkuutta, jota korostaa ostoajan rajallisuus ja ilman jäämisen tunne.

Alusta asti oli selvää, että tällaisessa pienen budjetin projektissa on hyödynnettävä myös ilmaisia markkinointikanavia kuten Facebookia. Facebook-sivut luotiin jo ennen ensimmäisen Joulupuodin avaamista, jotta saatiin etukäteen hyvää pöhinää aikaiseksi. Tällä hetkellä Kädentaitajien pop up -joulupuoti Facebook-sivuilla on jo 292 tykkääjää. Asiakaskontakti Facebookin välityksellä on tänä päivänä melkein itsestäänselvyys ja se on tärkeä osa vuorovaikutusta asiakkaan kanssa. Se on myös erittäin tärkeä myynnin edistämiskeino. Ajankohtaiset ja napakat päivitykset, houkuttelevat kuvat sekä asiakastapahtumien luominen ja niiden järjestäminen pitävät asiakkaiden mielenkiintoa yllä.

Osana asiakkaiden mielenkiinnon ylläpitoa ja asiakassuhteen hoitoa järjestetään Joulupuodissa jo perinteeksi muodostunut käsityötuote- ja herkkuarvonta. Osallistumisen voi hoitaa henkilökohtaisesti jättämällä yhteystiedot perinteisesti myymälässä sijaitsevaan arvontalaatikkoon tai jakamalla joulupuoti-mainoksen Facebookissa. Arvontaan osallistuneiden kesken jaetaan tuotepalkintoja, jotka on koostettu joulupuotiin osallistuvien käsityöläisten lahjoittamista ja itse valmistamista tuotteista.

Markkinointi- ja mainosmallit

Mainosten laadintaa varten tuotteisiin liitettiin malleja aiemmista jo toteutuneista markkinointi- ja mainostoimenpiteistä. Ne toimivat erinomaisina esimerkkeinä mainonnan sisällöstä. Ensimmäisenä toimenpiteenä on Joulupuodin ilmoittaminen ja avajaisista tiedottaminen Hangon kaupungin tapahtumakalenteriin. (Kuva 3.)

HANGON KAUPUNKI
HANGÖ STAD

In English | På svenska

Haku

Etusivu Tietoa Hangosta Ajankohtaista **Palvelut** Päätöksenteko Asiointi ja lomakkeet Yhteystiedot

Ajankohtaista

Avoimet työpaikat

Esityslistat ja pöytäkirjat

Kuulutukset

Tapahtumia

- Elokuvat
- Raaseporin musiikkiopisto
- Hejdin jumpat
- Hannele Soulasmaan Baletti- ja liikuntakoulu

Etusivu > Ajankohtaista > Tapahtumia

Haluatko tiedon Hangon ajankohtaisista tapahtumista?

Ilmoita sähköpostisi: cultura@hanko.fi otsikolla "Postituslistalle"

Ilmoita uusi tapahtuma tapahtumakalenteriin tästä

Tapahtuma näkyy kalenterissa vasta hyväksymisen jälkeen!

Pop up Joulupuodin avajaiset

14.11.2015 klo 10:00-16:00

Käsitöitä, leivonnaisia ja joulun tunnelmaa!

Pop Up Joulupuoti avaa jälleen ovensa Vuorikadulla 14.11. klo 10!
Käsitöitä, leivonnaisia ja joulun tunnelmaa. Glögitarjoilu. Lämpimästi tervetuloa!

Takaisin merkintöihin

Marraskuu 2015							
Vko	Ma	Ti	Ke	To	Pe	La	Su
44							1
45	2	3	4	5	6	7	8
46	9	10	11	12	13	14	15
47	16	17	18	19	20	21	22
48	23	24	25	26	27	28	29
49	30						

Ilmoita uusi tapahtuma

Tapahtuma näkyy kalenterissa vasta hyväksymisen jälkeen!

Kuva 3. Kuvakaappaus Hangon kaupungin tapahtumakalenterista 11/2015

Avajaisia mainostetaan myös paikallislehdissä. Mainosten tulee olla huomiota herättäviä ja informatiivisia. Mainoksesta tulee käydä ilmi Joulupuodin ajankohta, sen aukioloajat sekä sijainti. Asiakkaiden mielenkiinnon herättämiseksi kannattaa luoda kuvien tai sanojen keinoin mielikuvaa siitä, mitä Joulupuodissa on tarjolla. Myös mahdolliset houkuttimet, kuten glögitarjoilu tai arvonta kannattaa mainita. Joulupuodin avajaisten lehtimainosmalli vuodelta 2015 esitellään kuvassa 4.



 **JOULUPUOTI** 
Avataan taas 14.11 klo 10-16
KÄSITÖITÄ JA LEIVONNAISIA Vuorikatu 8, Hanko
 **Avoinna 14.11 - 20.12** *Glögitarjoilu!*
ma-pe 12-18 la 10-14 su 12-15

Kuva 4. Lehtimainos avajaisista vuodelta 2015

Tapahtumia kannattaa luonnollisestikin myös mainostaa paikallislehdissä. Tapahtumamainoksissa tulee käydä ilmi samat tärkeät asiat kuin edellä lueteltiin. Myös Joulupuodin päättymisestä kannattaa muistuttaa, jotta asiakkaat ymmärtäisivät tehdä ostoksensa ajoissa. Kuvassa 5 on Ostosten ilta -tapahtuman mainos vuodelta 2015.



 **Joulupuodin loppurysäys!** 
Ostosten ilta pe 18.12 klo 16 - 20
Vuorikatu 8, Hanko
Kahvitarjoilu! *Tervetuloa!*
Avoinna enää tällä viikolla:
to 12-18 pe 12-20 la 10-14 su 12-15

Kuva 5. Ostosten ilta- tapahtuman ilmoitus 2015

Paikallisten asiakkaiden tavoittamiseksi edelleenkin hyväksi havaittu markkinointikeino on perinteinen ilmoitustauluilla ja näyteikkunoissa ilmoittelu. Ilmoittelu kannattaa kohdentaa sellaisiin paikkoihin, joissa ihmisiä liikkuu vilkkaasti. Ilmoitteluun soveltuvia paikkoja ovat esim. kaupat, kirjasto, elokuvateatteri, koulut, matkailutoimisto sekä Joulupuotiin osallistuvien työpaikkojen ilmoitustaulut. Alla olevassa kuvassa 6 on malliesimerkki seinämainoksesta vuodelta 2015.

JOULUPUOTI JULBODEN

Vuorikatu 8, Hanko - Berggatan 8, Hangö

KÄSITÖITÄ JA LEIVONNAISIA!
HANTVERK OCH BAKVERK!



**Avoimna
Öppet 14.11 - 20.12.2015**

ma-pe 12-18 la 10-14 su 12-15
må-fre 12-18 lö 10-14 sö 12-15

HUOM! Ostosten ilta 11.12 klo 12-20

Kuva 6. Mainos ilmoitustauluille ripustettavaksi vuodelta 2015

Joulupuodin avajaisista tai muista asiakastapahtumista ilmoitetaan myös Facebook-sivuilla. Avajaisista ja muista tapahtumista kannattaa aina luoda omat tapahtumasivut Facebookiin. Tapahtumasivun kautta jokainen joulupuotiin osallistuja voi kutsua omaa kontaktiverkostoaan paikalle. Tärkeää on, että tapahtumat luodaan ajoissa, vähintäänkin kaksi viikkoa ennen tapahtumaa. Tapahtumasta tulee ilmoittaa selkeästi tapahtuman

tarkoitus, aika, paikka ja mahdollinen ohjelma. Alla on kaksi esimerkkiä Joulupuodissa jo toteutuneista tapahtumista. Ensimmäinen on avajaistapahtuman kutsu (Kuva 7.) ja toinen on kutsu Ostosten ilta-tapahtumaan (Kuva 8.) Kumpikin tapahtuma on vuodelta 2015.



Tervetuloa Joulupuotiin!

*Kädentaitajien pop up- Joulupuoti Vuorikadulla avaa ovensa jälleen!
Avajaisia vietetään 14.11.2015 klo.10 - 16.*

Tervetuloa nauttimaan kuppi kuumaa glögiä kanssamme ja ihastelemaan upeita käsityötuotteita! Joulupuodin valikoimasta löytyy monenlaisia ihanuuksia kuten neuletoita, sisustustuotteita, kortteja, koruja sekä herkullisia leivonnaisia.

*Muistathan myös osallistua arpajaisiin?
Jo perinteeksi muodostunut käsityöarvonta suoritetaan 18.12. Arvonnassa on useita upeita palkintoja. Arvontaan osallistuminen on maksutonta ja arvontaan osallistuvat kaikki myymälässä arpajaislipukkeen täyttäneet. Voittajille ilmoitetaan henkilökohtaisesti.*

Lämpimästi tervetuloa!

Toivottaa Hangon Ideaco Ry

Kuva 7. Avajaistapahtuman Facebook- kutsu vuodelta 2015



Illat hämärtyvät ja kynttilöitä syttyy. Tuuli kuiskii kertoen Joulun olevan jo nurkan takana. Myös Joulupuoti pukeutuu tunnelmalliseksi.

Haluamme kutsua Sinut ja ystäväsi viettämään ostosten iltaa tänne kanssamme 11.12. klo 16 - 20.

Kuunnellaan yhdessä jouluista musiikkia ja nautitaan ihanasta tunnelmasta kynttilöin valaistussa Joulupuodissa. Iloisen Joulumielen lisäksi tarjoamme kahvia ja teetä sekä miellyttävän ostokokemuksen kaikilla aisteilla.

*Lämpimästi tervetuloa!
Toivottaa, Joulupuodin väki*

Kuva 8. Kutsu Ostosten ilta - tapahtumaan vuodelta 2015

Facebookin päivityssuunnitelma

Facebookin päivittämistä helpottamaan laadittiin Facebookin päivityssuunnitelma. Suunnitelma sisältää päivitysaikataulun ja antaa konkreettisia vinkkejä päivitysten sisältöön. Mitään hupivideoita tai hassuja kuvia ei kannata lähteä jakamaan, vaan on hyvä keskittyä joulupuodin kannalta olennaisiin teemoihin. Onnistunut päivitys on asiallinen, mutta houkutteleva ja huumorintajuinen, ajankohtainen ja oikein kirjoitettu. Päivitykset kannattaa julkaista aina laadukkaan kuvan kanssa, joka lisää päivityksen viestintäarvoa huomattavasti. Sivuilla julkaistavien kuvien tulee olla kauniita ja selkeitä. Facebookissa on mahdollista käyttää päivitysten ajastus-toimintoa. Tämä helpottaa päivitysten laatimista, kun päivityksiä voi kirjoittaa suunnitellusti etukäteen ja ajastaa ne ilmestymään haluttuna ajankohtana.

Somistaminen

Somistus on erittäin tärkeä osa myymälän ulkoisen olemuksen ja myös toimivuuden kannalta. Näyteikkuna ja myymälätilan somistus ratkaisevat, pitääkö asiakas tuotteita houkuttelevina tai myymälää ostosvierailun arvoisena. Tuotteiden on oltava siististi ja selkeästi esillä sekä helposti saatavilla. Somistustöihin valitaan somistustiimi, jotka vaihtavat myymälän sekä näyteikkunan somistuksen viikoittain. Somistajien on pidettävä huolta siitä, että jokaisen osallistujan tuotteet ovat vuorotellen esillä ja hyvin edustettuina.

Teemoja somistukseen

Somistustiimin avuksi koottiin lista erilaisista teemoista, joita voidaan hyödyntää somistusten toteutuksessa. Valmiiksi mietityt teemat helpottavat somistuksen ideointia ja toteuttamista. Listasta käy ilmi somistukseen sopivan teeman aihe, sen ajankohta sekä vinkkejä teeman somistukseen. Erilaiset teemat voivat rakentua esimerkiksi tietyn värimaailman, juhlapyhän, kohderyhmän tai ihan vaan joulun lähtökohdista. Sopivia teemoja ovat esim. pikkujoulut, itsenäisyyspäivä tai joulun odotus.

Rahaliikenne

Rahaliikenteestä vastaavat henkilöt huolehtivat pohjakassasta, vaihtorahakassasta sekä päivittäisten kassamyyntien tilityksistä. Päiväkassat noudetaan myymälästä aina päivittäin ja samalla myös tarkistetaan, että kassanauhan mukaiset pankkikorttimaksut ja käteismaksut täsmäävät. Kassoja hakiessa kannattaa pitää myös vaihtorahakassaa mukana, sillä myymälässä käväistessä on helppo samalla tarkistaa, onko pohjakassassa riittävästi kaikkia kolikoita ja seteleitä. Vaihtorahakassasta vaihdetaan rahaa pohjakassaan tarvittaessa, kuitenkin muuttamatta pohjakassan suuruutta. Pohjakassan sopivaksi suuruudeksi määriteltiin 120 euroa.

Palautelomake

Projektin dokumentoinnin ja Joulupuodin kehittämisen kannalta palautteen saaminen kaikilta joulupuotiin osallistujilta on erittäin tärkeää. Palautteet annetaan nimettöminä ja ainoastaan palautteiden käsittelystä vastaava henkilö käsittelee palautteet luottamuksellisesti. Palautteiden keräämistä varten laadittiin helppotäyttöinen kyselylomake. Lomakkeessa kysytään mm. Mikä joulupuotiprojektissa onnistui hyvin ja mikä ei? Mitkä asiat kaipaavat parannusta ja mihin seikkoihin tulisi jatkossa kiinnittää enemmän huomiota? Palautteeseen pyydetään kirjaamaan myös esille nousseita kehitysideoita tai parannusehdotuksia. Saaduista palautteista koostetaan yhteenveto parannusehdotuksineen ja tiedot tallennetaan seuraavan puodin perustamista varten. Yhteenvedon sisällöstä tiedotetaan myös kaikkia puotiin osallistuneita. Tärkeintä on ottaa palautteista esille nousseet asiat huomioon ja oppia niistä seuraavaa Joulupuotia varten.

5 Pohdinta

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa Hangon Ideaco ry:lle projektisuunnitelma pop up -joulu puodin perustamista varten. Tämä tavoite saavutettiin mallikkaasti. Liitteessä 1 esiteltävä yksityiskohtainen projektisuunnitelma on toimeksiantajalleen erittäin merkittävä ja siihen on koottu runsaasti yhdistykselle tärkeää tietoa. Toimeksiantajan toimintatapaan sekä työn käyttötarkoitukseen kiinnitettiin erityisesti huomiota produktin toteutusmuotoa valittaessa. Lopulta päädyttiin asiakirjoista koostuvaan lomakemuotoiseen toteutukseen. Toimeksiantajan mielestä projektisuunnitelma vastaa erinomaisesti heidän tarpeeseen ja se koetaan aidosti hyödylliseksi. Projektisuunnitelma otetaan käyttöön jo tulevana jouluna, jolloin sitä tullaan käyttämään pop up -joulu puodin perustamisen runkona. Silloin selviää, onko projektisuunnitelmasta onnistuttu saamaan tarpeeksi kattava ja selkeä, ja onnistuuko kaupan toteutus ja ylläpito produktin ansiosta aiempia vuosia helpommin. Lopullinen tulosten tarkastelu sekä työn todellinen onnistuminen ratkeakin vasta pop up -joulu puotia perustettaessa, jolloin projektisuunnitelmaa päästään käytännössä kokeilemaan.

Työn tarkoituksena oli myös tarjota arvokasta tietoa kaikille muillekin pop up -kaupan perustamisesta kiinnostuneille. Tässäkin tavoitteessa onnistuttiin hyvin. Vaikka työ onkin laadittu Ideacon näkökulmasta, soveltuu tämän opinnäytetyön tuotoksena syntynyt projektisuunnitelma käytettäväksi muidenkin pop up -myymälöiden perustamiseen. Produktista onnistuttiin luomaan kattava ja helppokäyttöinen tietopaketti, jossa käydään perusteellisesti läpi kaikki pop up -kaupan perustamisen toimenpiteet. Siinä myös määritellään perustamiseen tarvittavat resurssit ja toimenpiteet aikatauluineen. Työssä esiteltyä pop up -joulu puodin tarinaa voidaan pitää rohkaisevana esimerkkinä pop up -kaupan perustamiselle.

Produktin toteuttaminen oli mielenkiintoinen ja vaativa prosessi. Produktin kokoamisessa hyödynnettiin tietoperustassa esiteltyjä projektinhallinnan teemoja, sillä pop up -kaupan perustaminenkin voidaan määritellä projektiksi. Produktin jäsentelyssä noudatettiin projektin elinkaaren mukaisia vaiheita. Suuren kokonaisuuden hahmottaminen sekä runsaan tietomäärän ja monivaiheisten työtehtävien kokoaminen yhdeksi selkeäksi ohjeistukseksi oli melko haastavaa. Käsiteltävänä oli valtava määrä tietoa, joka piti pusertaa yhtenäiseksi kokonaisuudeksi ja vielä aikataulullisesti oikeaan järjestykseen. Tämän lisäksi produktilta edellytettiin uudelleen käytettävää muotoa, joka lisäsi työn haastavuutta. Suuresta työmäärästä huolimatta produktin toteuttamisessa onnistuttiin hyvin ja aikaansaatiin tuotos, joka vastasi kaikkiin sille asetettuihin haasteisiin. Produktin

kokoaminen vaatii hyvää kokonaisuuksien hahmottamiskykyä ja organisointikykyä. Koin erilaisten asiakirjamallien suunnittelun erittäin mielenkiintoiseksi.

Aivan kuten missä tahansa projektissa, myös tämän opinnäytetyön toteuttamisessa huolellinen suunnittelu sekä prosessin eri vaiheiden tunteminen oli erittäin tärkeää. Huolella laadittu opinnäytetyösuunnitelma pohjusti koko työn kulkua ja työn toteutus eteni suunnitelmien mukaisesti. Aikataulun asettaminen ja siinä pysyminen ei tuottanut ongelmia, sillä olen aikatauluttamista joutunut ennenkin hallitsemaan.

Tiedonhankinnassa käytettiin monipuolisesti erilaista lähdemateriaalia. Työssä hyödynnettiin myös kirjoittajan omaa kokemusperäistä tietoa. Asiantuntijatietoa hankittiin haastattelemalla Hangon Ideaco ry:n hallituksen puheenjohtajaa sekä erästä hallituksen jäsentä. Tietoperustan luomisessa haastavinta oli pop up -ilmiötä käsittelevän kirjallisuuden niukka saatavuus. Ajankohtaisuudesta huolimatta pop up -ilmiöstä kertovaa tutkimusmateriaalia ei juurikaan ole saatavilla, joten työssä on hyödynnetty runsaasti englanninkielistä kirjallisuutta sekä Internetistä löytyneitä lähteitä.

5.1 Parannusehdotuksia pop up joulupuodin toimintaan

Pop up -joulupuodista on muodostunut osa paikallista joulun odotusta. Asiakkaat odottavat innokkaina puodin ovien aukeamista ja aloittavan jo lokakuussa tiedustelun: ”Koska Joulupuoti avataan?” Joulupuodin haasteena onkin asiakkaiden mielenkiinnon säilyttäminen. On myös varottava, ettei Joulupuodista rakenneta joka vuosi samanlaista. Pop up -kauppojen tulee säilyä raikkaana ja niissä tulisi tavoitella yllätyksellisyyttä. Tämä tulisi muistaa myös Joulupuodissa.

Kuten tietoperustassakin todettiin, nykyajan kuluttajasta on tullut malttamaton ja vaativa ja hän kaipaa paljon vaihtelua. Tämä koskee myös Joulupuodin asiakkaita. Heikin haluavat vaihtelua ja kaipaavat joka vuosi uusia tuotteita kaupan valikoimaan. Toki joistain tuotteista on tullut jo klassikoita, joita asiakkaat tulevat varta vasten Joulupuodista hakemaan, kuten esimerkiksi Hanko-aiheiset joulukortit tai uniikit, koristeelliset piparkakut. Pop up -ilmiön yleistyessä myös asiakkaiden odotukset pop upeja kohtaan kasvavat. Joulupuodin pystyttämiseen ja ylläpitoon tarvitaan aina myös riittävästi taitavia osallistujia, joilla on tarjota laadukkaita tuotteita Joulupuodin valikoimaan. Käsityötuotteiden laadukkuudesta ei tulisi koskaan tinkiä, joten laadukkuuden varmistamiseen tulisi kiinnittää erityistä huomiota.

Yksi ratkaisu asiakkaiden mielenkiinnon ylläpitoon ja Joulupuodin kehittämiseen on valikoima lähtöinen ajattelu. Joulupuotia ei siis tulisi perustaa vain sen perusteella, ketkä kädentaitajista ovat halukkaita tulemaan projektiin mukaan vaan tulisi ennemminkin pohtia, millaisia tuotteita asiakkaat haluavat ja millaisia tuotteita Joulupuoti voisi asiakkailleen tarjota? Tulisi ensin pohtia, löytyykö yhdistyksestä tarvittavien tuoteryhmien taitajia vai tulisiko pyytää jonkin tuoteryhmän valmistajia muualta mukaan? Valikoimalähtöisellä ajattelulla voidaan kehittää Joulupuodin tarjontaa ja pitää se mahdollisimman monipuolisena.

Toinen hyväksi havaittu keino asiakkaiden mielenkiinnon ylläpitoon on järjestää pieniä tapahtumia. Joitain tapahtumia on Joulupuodissa jo järjestettykin, mutta tapahtumien järjestämistä tulisi mielestäni kehittää. Olisi tavoitteellista saada jokin uusi tempaus aikaiseksi joka vuosi. Tiedonhaun aikana törmäsin A. Varhon tekemään opinnäytetyöhön ”KYLÄSSÄ” pop up -suunnittelutoimisto. Työ käsitteli konseptia eri paikkakunnilla kiertelevästä ja pystytettävästä suunnittelutoimistosta, joka mahdollisti suunnittelijoille yritystoiminnan toteuttamisen. Työtä lukiessa korostui verkostoitumisen tärkeys ja hyödyllisyys. Varho (2011, 97) korosti myös yhteistyön merkitystä. Joulupuodinkin tulisi kasvattaa yhteistyötä paikallisten toimijoiden kanssa. Tapahtumia järjestäessä voisi esimerkiksi pyytää musiikkiopiston oppilaita asiakastilaisuuksiin esiintymään. Yhteistyötä paikallisen matkailutoimiston kanssa tulisi myös tiivistää, jotta saataisiin heidät aktiivisesti markkinoimaan ja tiedottamaan Joulupuodin olemassaolosta.

Markkinoinnin merkitystä ei voida tarpeeksi korostaa pop up -tyyppisessä toiminnassa. Markkinointi on tehokkainta kun käytetään useita markkinointikanavia. Liittyminen Instagramiin voisi olla Joulupuodille uusi askel sosiaalisen median kentällä. Uudeksi markkinointitoimenpiteeksi voisi myös kokeilla maksullista Facebook-mainontaa. Maksulliseen mainontaan käytettävän rahasumman voi yhdistys itse määrittellä, eikä sen edes tarvitse olla kovin suuri. Alhaisellakin budjetilla voi tavoittaa uusia asiakkaita ja saada onnistuneita tuloksia.

Mieleeni juolahti myös ajatus, miksei pop up voisi ponnahtaa esiin myös verkkokaupan puolella? Ideaco voisi kokeilla pop up -verkkokaupan perustamista kesä- ja joulusezonkien ulkopuolelle. Tällä tavoin yhdistyksen toiminta kasvaisi eikä toiminta menisi kokonaan tauolle sesonkien jälkeen, niin kuin tällä hetkellä tapahtuu. Käsiyöläiset saisivat tällä tavoin huomattavasti laajemman myyntiajan tuotteilleen ja keinon tavoittaa asiakkaita myös sesonkien ulkopuolella. Ajatuksena tämä on innostava, mutta toteutuakseen se vaatii paljon työtä ja oikeanlaisen henkilön sitä toteuttamaan. Minulta

itseltäni löytyisi kyllä tarvittavia valmiuksia verkkokaupan toteuttamiseen, sillä olen opintojeni aikana suorittanut verkkokauppa-kurssin, mutta siirtyminen työelämään laskee halukkuuttani sitoutua tällaiseen laajamittaiseen projektiin.

Ideacon toiminnan kannalta kaikkein hyödyllisin parannusehdotus olisi toteuttaa vastaavanlainen ja yhtä perusteellinen projektisuunnitelma myös kesäsesonkia varten. Tätä opinnäytetyötä ja erityisesti työn tuloksena syntynyttä produktia voitaisiin käyttää työn toteutuksen pohjana. Siinä olisi erittäin tarpeellinen ja mielenkiintoinen aihe työn jatkokehitystä varten. Nyt kun edellytykset projektien organisointiin ja dokumentointiin on olemassa, voisi myös pop up -joulupuodin kehityksen seuranta olla kiehtova jatkotutkimuksen aihe.

5.2 Oman työn arviointi

Opinnäytetyön ja sen tuotoksena syntyneen projektisuunnitelman toteuttaminen oli erittäin mielenkiintoinen ja opettavainen prosessi. Aihe oli motivoiva ja se piti otteessaan koko prosessin ajan. Työn mielekkyyttä lisäsi oma suuri kiinnostukseni aihevalintaa ja käsityöläisyyden kehittämistä kohtaan. Koin itsekin saavani työn toteuttamisesta todellista hyötyä, sillä olen yksi pop up -joulupuodin idean luojusta ja kantava voima vuosittaisessa kaupan pystytysurakassa. Toimivan ohjeistuksen ansiosta voin jatkossa vähentää omaa työtaakkaani ja pystyn luottamaan siihen, että kuka tahansa muu jäsenistä selviytyy perustamis- ja ylläpitotoimenpiteistä.

Työn tekemisessä koin hankalimmaksi tieteellisen kirjoittamisen kaikkine lähdeviitteineen ja pilkkuine ja pisteineen. Opinnäytetyön kirjoittaminen oli minulle uusi kokemus. Kirjoittaminen eteni aluksi melko nihkeästi, mutta pian kirjoittaminen alkoi soljua mukavasti eteenpäin. Teoriapohjan kokoaminen ja tiedon hankkiminen oli mielenkiintoista, sillä olen äärimmäisen kiinnostunut pop up -toiminnasta ja sen tarjoamista mahdollisuuksista. Olen myös kiinnostunut projektihallinnasta ja projektimaisesta työskentelytavasta, joten aihevalinta sopi minulle erinomaisesti.

Olen erittäin kiinnostunut pop up -toiminnan mahdollisuuksista myös yrittäjyyden näkökulmasta. Vaikka työ ei käsittelekään yrittäjyyttä, se tukee silti yrittäjyys opintojani. Työssä yhdistyivät myös monet muut opintojen aikana hankitut tiedot ja taidot, joista ehkä tärkeimpänä korostui nyt projektijohtaminen. Työni toteuttamiseen tarvitsin ennen kaikkea suunnitelmallisuutta, kokonaisuuksien hahmottamiskykyä, organisointikykyä sekä hyviä projektinhallintataitoja. Työ vaati myös hyvää englanninkielen taitoa ja ammattisanaston ymmärtämistä. Kielitaidon tarve korostui tiedonhaun vaiheessa, sillä pop up ilmiöstä ei

ollut juurikaan suomenkielistä lähdekirjallisuutta saatavilla. Työn toteuttaminen edellytti myös hyviä tekstinkäsittelytaitoja.

Olen erittäin tyytyväinen työn lopputulokseen. Uskon, että tästä työstä ja kiinnostuksestani projektinhallintaa kohtaan on minulle paljon hyötyä tulevilla työmarkkinoilla, sillä projektimuotoisen työskentelytavan käyttö on työyhteisöissä kasvanut voimakkaasti. Olen myös erittäin tyytyväinen omaan suoritukseeni ja kaikkeen oppimaani Tradenomi opintojeni aikana. Tällä onnistuneella opinnäytetyöllä haluan sinetöidä hyvän koulumenestykseni liiketalouden opintojen parissa.

Lähteet

Baras, J. 2016. Pop Up Republic. How to start your own successful pop-up space, shop or restaurant. WILEY. New Jersey.

Holmström, R. 24.3.2016. Puheenjohtaja. Hangon Ideaco Ry. Haastattelu. Hanko.

Metsä-Tokila T., Ollila T. & Peltola S. 2014. Luovien alojen toimialaraportti. Luettavissa: http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/2287/Luovat_alat_joulukuu_2014.pdf Luettu: 22.3.2016.

Nojonen, S. 2014. Kuluttaja Pop up –kaupassa. Opinnäytetyö. Luettavissa: <https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/95239/GRADU-1398866223.pdf?sequence=1> Luettu: 11.4.2016.

Pelin, R. 2011. Projektihallinnan käsikirja. Otavan Kirjapaino Oy. Keuruu.

Pietarinen, H. 2014. Amerikan alusvaatemahti avautui vaivihkaa Suomessa. Taloussanomat. Luettavissa: <http://www.taloussanomat.fi/myynti/2014/10/23/amerikan-alusvaatemahti-avautui-vaivihkaa-suomessa/201414654/135> Luettu: 10.4.2016.

Thompson, D. 2012. Just What Is a Pop-up Business? Luettavissa: <http://www.dummies.com/how-to/content/just-what-is-a-pop-up-business.html> Luettu: 30.3.2016.

Thompson, D. 2012. Pop Up Business For Dummies. Wiley. West Sussex.

Tolvanen, S. 16.4.2016. Hallituksen jäsen. Hangon Ideaco Ry. Haastattelu. Hanko.

Törmä, A. 30.3.2016. Tilastokeskus. Sähköposti.

Hangon Ideaco Ry. 2000. Yhdistyksen säännöt. Painamaton lähde.

Järvelä, J. 2013. Pop up ponnahtaa katukuvaan. Tuima. Haaga-helian toimittajaopiskelijoiden verkkomedia. Luettavissa: <http://tuima.fi/pop-up-ponnahtaa-katukuvaan/> Luettu: 23.4.2016.

Kauppa- ja teollisuusministeriö. 2007. Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia 2015. Luettavissa: http://www.tem.fi/files/19795/Luovat_alat.pdf Luettu: 28.3.2016.

Kettunen S. 2009. Onnistu projektissa. WSOYpro. Helsinki.

Kädentaitajien pop up –Joulupuoti. 1.5.2016. Facebook-sivu. Luettavissa: <https://www.facebook.com/hangonjoulupuoti/insights/?section=navPeople> Luettu: 3.5.2016.

Mustonen, K. 2015. Nollavuokrilla liiketilat täyteen: Pop-up-myymälät virkistävät joulun alla Hämeenlinnaa. Luettavissa: http://yle.fi/uutiset/nollavuokrilla_liiketilat_tayteen_pop-up-myymalat_virkistavat_joulun_alla_hameenlinnaa/8444210 Luettu: 26.4.2016.

Norsig, C. 2014. Pop up retail is`nt it just a fad? Where did it come from? Luettavissa: <https://www.linkedin.com/pulse/20140617022855-6269491-popup-retail-isn-t-it-just-a-fad-where-did-it-come-from> Luettu: 11.4.2016.

Nuutinen, L. Pop-up. 2011. Kielikello 3/2011. s. 28–29.

Pop up Turku. 2016. Turun Nuorkauppakamari. Luettavissa: <http://popupturku.com/esittely/> Luettu:25.4.2016.

Restaurantday. 2013. Luettavissa: <http://www.restaurantday.org/fi/> Luettu: 22.4.2016.

Säästöpankki. 1.4.2016. Hankoon avataan kesällä pop up –pankki. Lehdistötiedote. Luettavissa: <http://www.saastopankki.fi/pankki/tammisaaren-saastopankki/-/lehdistotiedote-1-4-2016> Luettu: 2.5.2016.

Torikorttelit. 2014. Pop up tila Unioninkatu 25. Luettavissa: <http://www.torikorttelit.fi/vapaat-tilat/tila/unioninkatu-25/> Luettu: 25.4.2016.

Varho, A. 2011. ”KYLÄSSÄ” pop up –suunnittelutoimisto. Opinnäytetyö. Helsinki.

YLE uutiset. 2012. Pop up –liikkeet valloittavat yllätyksellisyydellään. Luettavissa: http://yle.fi/uutiset/pop_up_-liikkeet_valloittavat_yllatyksellisyydellaan/6329971 Luettu: 22.3.2016.

YSA 2016. Yleinen suomalainen asiasanasto. Luettavissa: <http://finto.fi/ysa/fi/page/Y184896> Luettu: 24.3.2016.

Liitteet

Liite 1. Pop up –Joulupuodin projektisuunnitelma Hangon Ideaco Ry:lle (salainen)



Käsitöitä - Hantverk - Handcraft

Pop up - joulupuodin projektisuunnitelma

CAROLINA LEHTOLA

Pop up - joulupuodin projektisuunnitelma

Carolina Lehtola

SISÄLLYSLUETTELO

1. Projektioorganisaatio ja vastuuhenkilöt
2. Budjetti
3. Riskilista
4. Projektin aikataulu
5. Tuotekategoriat
6. Osallistujalista
 - 6.1. Lähetyslista
 - 6.2. Asiakaspalvelun muistilista
7. Työnjako
 - 7.1. Työvuorolistat
8. Markkinointisuunnitelma
 - 8.1. Mainos- ja markkinointimallit
 - 8.2. Facebookin päivityssuunnitelma
9. Somistaminen
 - 9.1. Teemoja somistukseen
10. Rahaliikenne
11. Palautelomake

1. PROJEKTIOrganisaatio / Projektin vastuuhenkilöt

Päiväys: _____

JOHTORYHMÄ		
Nimi	Puhelinnumero	Päävastuualue



PROJEKTIPÄÄLIKKÖ	
Nimi	
Puh.	
Viestintävastuu, toimii kontaktina johtoryhmän ja projektiryhmän välissä ja valvoo projektin etenemistä	



PROJEKTIRYHMÄ	
Nimi	Puhelinnumero

- Raportointi- ja viestintäsuhteet on merkitty nuolilla

3. RISKILISTA

Päiväys: _____

Riski	*	**	***	Riskin vähentämissuunnitelma
Ei saada tarpeeksi osallistujia	1	2	2	Osallistujien värväys aloitetaan ajoissa: Sitovat ilmoittautumiset _____ :lle _____ mennessä.
Osallistujat eivät hallitse myyntityötä tai kassakoneen käyttöä	2	3	6	Perehdytetään myyjät huolellisesti myyntityöhön: _____ järjestää myyntityöhön perehdyttämisen _____
Joku sairastuu	3	4	12	Kaikkiin pop up projektin päävastuualueisiin valitaan varahenkilöt
Ei saada lainkaan liiketilaa	2	10	20	Ei kovin todennäköinen, mutta toteutuessaan kaikkein vakavin riski: Ilman tilaa kauppaa ei voi perustaa. Liiketilan kartoitus aloitetaan hyvissä ajoin: _____ selvittää asian _____ mennessä.
Ei saada haluttua liiketilaa	2	4	8	Valitaan toiseksi paras varavaihtoehto ja tehdään siitä niin hyvä kuin mahdollista.
Liiketilan vuokra on liian suuri	1	2	2	Tarvittaessa voidaan käyttää yhdistyksen omia varoja osaan vuokranmaksusta.
Kalustus	1	4	4	Yhdistykseltä löytyy jonkin verran omaa kalustusta. Lainakalustusta on saatavilla esim. Teatterilta tai yhdistyksen omilta jäseniltä.
Asiakkaat eivät tiedä kaupan olemassaolosta	3	5	15	Panostetaan markkinointiin kunnolla ja ajoissa. Ilmoittelu lehdissä ja kauppojen seinillä. Haastattelun aikaansaaminen. Facebook-päivitykset. Facebook-sivuille luodaan kaikille avoimia tapahtumia, joihin kutsutaan asiakkaita.
Asiakkaita ei käy tarpeeksi	2	5	10	Liiketila valitaan keskeiseltä paikalta keskustasta. Pidetään asiakkaiden mielenkiintoa jatkuvasti yllä: Facebook-päivitykset päivittäin, ikkunasomistuksen vaihtaminen viikoittain, mahdollisesti tilataan useampi lehtimainos. Tapahtumien järjestämistä tarjoiluineen asiakkaiden houkuttelemiseksi. → Asiakasvirtaa seurataan merkkamalla kävijöiden määrä päivittäin.

* toteutumisen todennäköisyys

**vakavuus

***vaikuttavuus

(Riskin vaikuttavuuden laskentakaava: toteutumisen todennäköisyys x vakavuus = vaikuttavuus)

4. PROJEKTIN AIKATAULU / Esimerkkinä pop up -Joulupuoti

SYYSKUU 2016

VK	MAANANTAI	TIISTAI	KESKIVIIKKO	TORSTAI	PERJANTAI	LAUANTAI	SUNNUNTAI
36							Alustava kokous Joulupuotiin ryhtymisestä, päätetään organisaatio ja ajankohta
37	Osallistujien värväys alkaa... Sopivan liiketilan hankinta alkaa...	HUOM! Tarkista onko osallistujia saatavilla kaikista myyntiartikkeleista!					
38							
39							

LOKAKUU 2016

VK	MAANANTAI	TIISTAI	KESKIVIIKKO	TORSTAI	PERJANTAI	LAUANTAI	SUNNUNTAI
40							Lähetä JOULUPUOTI- kokouskutsut
41							JOULUPUOTI- KOKOUS kaikki osallistujat paikalle! - Työnjako - Työvuorot
42					Ilmoitus tapahtuma- kalenteriin		
43							

MARRASKUU 2016

VK	MAANANTAI	TIISTAI	KESKIVIIKKO	TORSTAI	PERJANTAI	LAUANTAI	SUNNUNTAI
44						LUO FACEBOOKIIN AVAJAISET- TAPAHTUMA	
45	-Mainosten laadinta (lehdet, kaupat)		Mainosten jako ilmoitustauluille		Kontakti paikallislehteen, haastattelun aikaansaaminen		
46	-Mainos lehteen -Hyllyjen pystytys -Ikkunoiden pesu - Ikkunamainos	TAVAROIDEN VASTAANOTTO	SOMISTAMINEN -Tarjoilujen hankinta	MAINOS LEHDESSÄ - Tuotteiden kuvaaminen - Arvontaloota, kynät, lipukkeet	-Vaihtorahat -Kassakone Pakkausmateriaalit Tarjoilupöytä+liina glöginkeitin	JOULUPUODIN AVAJAISET!	
47			-Somistuksen vaihto				
48			-Somistuksen vaihto				

JOULUKUU 2016

VK	MAANANTAI	TIISTAI	KESKIVIIKKO	TORSTAI	PERJANTAI	LAUANTAI	SUNNUNTAI
48				1			
49			-Somistuksen vaihto				
50			-Somistuksen vaihto				-Arvonta
51	- Mainos ikkunaan: Joulupuoti avoinna enää 4 päivää!	- Mainos ikkunaan: Joulupuoti avoinna enää 3 päivää!	- Mainos ikkunaan: Joulupuoti avoinna enää 2 päivää! -Somistuksen vaihto	- Mainos ikkunaan: Joulupuoti avoinna enää tänään! JOULUPUOTI SULJETAAN! - Tavaroiden haku - Loppusiivous	- Loppusiivous - Hyllyjen purku - Tilitykset - Avainten palautus - Palautelomakkeiden jako		- Palautteiden koonti ja tiedotus tuloksista kaikille osallistujille sovittuna ajankohtana

4. MYYNTIARTIKKELIT / Käsityötuotteet

PÄIVÄYS: _____

* Rastita **X** keskisarakeeseen, mikäli tekijä halutulle tuoteryhmälle löytyy

KÄSITYÖTUOTE	*	TEKIJÄ
Neuletuotteet:		
-Sukat		
- Pipot		
- Lapaset, kynsikkäät		
- Villapaidat		
- Kaulahuivit		
Kodin tekstiilit:		
- Patalaput		
- Pyyheliinat		
- Sisustustyyny		
- Matot		
- Piensisustus		
Pukeutuminen:		
- T-paidat		
- Muu vaatetus		
Korut:		
- Hopeakorut		
- Kaulakorut, rannekorut, korvikset		
- Avainnauhat		
Puutuotteet:		
- Leikkuulaudat		
- Voiveitset ja muut pientuotteet		

Lasityöt:		
- ikkunakoristeet		
Keramiikka:		
- Astiat		
- Tuikut ja pien esineet		
Nahkatuotteet:		
- Taljat, istuinalustat		
- Käsilaukut		
Lasten tuotteet:		
- Sisäkeinut		
- Nuket ja pehmolelut		
Koiratuotteet:		
- Talutushihnat		
- Purulelut		
- Lemmikkien asut		
Vaaput:		
Kortit:		
- Joulukortit		
- Valokuvakortit		
- Muut kortit		
Kranssit:		
Kynttilät:		
Korit:		

4. MYYNTIARTIKKELIT / Leivonnaiset & herkut

PÄIVÄYS: _____

* Rastita **X** keskisarakeeseen, mikäli tekijä halutulle tuoteryhmälle löytyy

LEIVONNAISET JA HERKUT	*	TEKIJÄ
- Piparkakut		
- piparkakkupalot		
- Kuivakakut		
- Pullat ja pitkot		
- Saaristolaisleipä, leipä		
- Kuivatut sienet, marjat		
- Hillot		
- Kuivatut sienet		
- Sinappi		
- Makeiset (toffee, nekut, suklaapallot)		
- Hanko-tee		

6. OSALLISTUJALISTA

PÄIVÄYS: _____

Myyjä nro	Nimi	Yhteystiedot	Tuotteet	Myyjä	Provisio

- **Myyjä:** Osallistuuko myyntivuoroihin? Kyllä/Ei
- **Provisio:** Osallistuu myyntityöhön = 0 %
Yli 70-vuotias = 0 %
Sovittu korvaava talkootyö = 0% S
Ei osallistu myyntityöhön = 25%

OSALLISTUVAT EI-JÄSENET (Yhdistykset, järjestöt, yksityishenkilöt) :					
Myyjä nro	Nimi	Yhteystiedot	Tuotteet	Myyjä	Provisio

- **Myyjä:** Osallistuuko myyntivuoroihin? Kyllä/Ei

- **Provisio:** Osallistuu myyntityöhön = 0 %
 Ei osallistu myyntityöhön = 25%

6.1. LÄHETYSLISTA

TEKIJÄ: _____

MYYJÄNUMERO: _____

PROVISIO: _____ %

Tuote / tuotekuvaus	Määrä (kpl)	Hinta

Muuta huomioitavaa:

Tilinumero, jonne myynnit tilitetään: _____

6.2. ASIAKASPALVELUN MUISTILISTA

- Huomio jokainen asiakas, kun hän astuu Joulupuotiin: Katse, hymy ja tervehdys riittää!
- Käsitöitä saa tehdä myyntivuoron aikana, MUTTA niiden tekeminen lopetetaan asiakkaiden läsnä ollessa. Olemmehan puodissa asiakkaita varten ja valmiina palvelemaan juuri heitä!
- Annetaan asiakkaille tilaa ja ostosrauhaa. Ei ole kohteliasta, jos yhdistyksen omaa väkeä ramppaa puodissa jatkuvasti ja siellä höpötellään vaan oman porukan kesken.
- Jos joku tuote loppuu tai on loppumassa, soita tekijälle ja kysy löytyykö tuotteita lisää.
- Jos et osaa vastata asiakkaan esittämään kysymykseen jostain tuotteesta, vastaa hänelle: Voin ottaa selvää. Tarkista kuitenkin ensin, löytyykö vastaus tuotteen hintalapputiedoista tai tekijän lähetyslistasta. Jos ei, soita suoraan tekijälle ja kysy. Tarvittaessa ota asiakkaan yhteystiedot talteen myöhempää yhteydenottoa varten.
- Työvuorossa olevat ovat ainoita, jotka menevät myyntitiskin taakse työvuoron aikana.
- Asiakkaiden kuullen ei puhuta sopimattomasti eikä riidellä! Jos on palautetta tai muuta sanottavaa jollekin puotiin osallistuvista, se hoidetaan kahden kesken, muualla kuin Joulupuodissa.
- Joulupuodin somistusta ei vaihdeta myyntivuoron aikana. Somistuksesta vastaavat siihen nimetyt henkilöt. Tietenkin, jos hyllyiltä tai pöydiltä myydään tuotteet loppuun voi tuotteita levittää tyhjäksi jääneeseen tilaan.
- Omia tuotteita ei siirretä toisten tuotteiden eteen tai peitetä niillä muitten tuotteita! Kaikkien tuotteet pääsevät vuorotellen näyteikkunaan ja muille esille laitto paikoille.
- Joulupuotiin ei laiteta ALE-tuotteita, ellei niin yhdessä päätetä. Silloin siitä tulee erillinen ilmoitus.
- Yleisestä siisteydestä vastaa jokainen myyntivuorossa oleva. Tuotteita mm. viikataan ja palautellaan omille paikoilleen ja pidetään hyvää järjestystä yllä.

Mukavia myyntihetkiä ja iloista asiakaspalvelumieltä kaikille myyjille! ☺

7. TYÖNJAKO

Päiväys: _____

TEHTÄVÄ	TEKIJÄT	AJANKOHTA	HUOMIOITAVAA
Alustavan budjetin suunnittelu ja aukioloajankohdan päättäminen			
Osallistujien värväys			Onko osallistujia kaikista tuotekategorioista?
Osallistujakokouksen järjestäminen			Kaikkien oltava paikalla!
Liiketilän hankkiminen			Onko wc? Entä kalustus?
Vuokrasopimuksen teko			Alv vai ilman?
Myymääläkalusteiden hankinta			
Myymääläkalusteiden kuljetus			
Myymääläkalusteiden vastaanotto ja liiketilän kalustus			Laadi lainakalusteista lista! Helpottaa palauttamista!
Kalusteiden pyyhkiminen ja tilan siivous ennen somistusta			
Ikkunoiden pesu			
Ikkunaan mainos: Tähän avataan Pop up –myymälä!			
Kontaktointi paikallislehtiin			
Mainosten laadinta ja tilaus - lehtiin - kauppoihin			Huomio eri lehtien ilmoitus aikataulut
Facebook-tapahtumien luominen ja Facebookin päivittäminen			
Mainosten jako kauppojen seinille			
Työvuorojen laadinta ja niiden valvominen			
Kassarullat, pakkausmateriaalit toimistotarvikkeet			
Tarjoiltavien hankinnat			Muista myös kertakäyttöpöytälinja!
Tarjoilujen hoitaminen			Vedenkeitin? Kahvinkeitin? Roskis?

Vaihtorahat			
Päiväkassojen haku			
Kassa- ja myyntityöhön perehdytys/kassavastuuhenkilöt			
Arvonta			
Myytävien tuotteiden vastaanotto kaupalla			Muista pyytää ja vastaanottaa myös lähetyslistat!
Laaturyhmä			
Myyvälän somistaminen ja näyteikkuna-somistusten vaihto viikoittain			Tarvitaanko ikkunaan valoja? Jatkojohtoja?
Tuotteiden valokuvaus Facebook- sivuja varten			
Tavaroiden nouto			
Kalustuksen purkaminen ja kuljetus			
Loppusiivous			
Myyntien tilitykset			Onhan kaikkien tilinumerot?
Palautuslomakkeet, niiden koostaminen, yhteenvedon tiedotus			

7.1. TYÖVUOROLISTAT

PÄIVÄYS: _____

- Työvuoroissa on oltava aina kaksi henkilöä kerrallaan! HUOM! Joulupuodin avajaiset, joulukadun avajaiset, Ostosten ilta tai muu tapahtuma, vuorossa on oltava vähintään kolme henkilöä!

- Säästetään viikonlopun työvuorot päivätöissä käyville! Varaa siis vuorosi ensisijaisesti arkipäivälle, jotta myös päivätöissä käyvät saavat tilaisuuden suorittaa myyntivuoronsa.

- Mikäli voit suorittaa vain muutaman tunnin kerrallaan, kokonaisen työvuoron sijaan, merkitse se listaan. (Esim. Maija 16 - 18)

- JOULUPUODIN AUKIOLOAJAT:

Ma – Pe klo 12 – 18 (Huom!)

La klo 10 – 14 (Huom! Avajaispäivänä ja Joulukadun avajaisissa pidempi aukiolo!)

Su klo 12 – 15 (Huom! 6.12. Suljettu)

- Työtunteja tulee _____ / myyntiin osallistuja.

- **TÄRKEÄÄ!** Ilmoita AINA työvuorovastaavalle _____ puh. _____ mikäli muutat jälkikäteen listaan jo merkitsemiäsi työvuoroja! Tämä on erityisen tärkeää, jotta voidaan varmistaa, että jokaisessa työvuorossa on varmasti myyjä paikalla. On myös tärkeää tietää kuka työvuorossa on milloinkin ollut, mikäli syntyy epäselvyyksiä, joita joudutaan jälkikäteen selvittämään.

- Työvuorot merkitään alla oleviin listoihin. Ideacolainen/vanha myyjä merkitsee nimensä **PUNAISELLA** ja uusi myyjä merkitsee **SINISELLÄ**. Näin varmistetaan, että myyntivuoroissa on aina kokenut, myyntityötä jo tehnyt myyjä sekä uusi myyjä.

Klo	MA	TI	KE	TO	PE	LA	SU
						JOULUPUOTI AVATAAN!	

Klo	MA	TI	KE	TO	PE	LA	SU

Klo	MA	TI.	KE	TO	PE	LA	SU .

Klo	MA	TI	KE	TO	PE	LA	SU

Klo	MA	TI	KE	TO	PE	LA	SU
							JOULUPUOTI SULJETAAN!

8. MARKKINOINTISUUNNITELMA

PÄIVÄYS: _____

MARKKINOINTIKANAVA	YHTEYSTIEDOT	AJANKOHTA	SISÄLTÖ
Hangon tapahtumakalenteri	cultura@hanko.fi	4 viikkoa ennen joulupuodin avaamista	Tiedotetaan joulupuodin aukioloajoista ja tapahtumista (kaikista erillinen ilmoitus)
Facebook	Kädentaitajien pop up – joulupuoti - Facebooksivu	2 viikkoa ennen joulupuodin avaamista	Ilmoitetaan ajoissa kaupan aukeamisesta, herätetään asiakaskiinnostusta
Facebook- luodaan Avajaistapahtuma	Kädentaitajien pop up – joulupuoti - Facebooksivu	2 viikkoa ennen joulupuodin avaamista	Kutsutaan asiakkaita avajaistapahtumaan
Facebook - päivitykset päivittäin	Kädentaitajien pop up – joulupuoti - Facebooksivu	joka päivä aukiolon ajan	Kuvia tuotteista, kehotuksia saapumaan Joulupuotiin ostoksille, ajankohtaisia ilmoituksia
Paikallislehdet	HANGONLEHTI: ilmoitus@hangonlehti.fi ETELÄ-UUSIMAA: ilmoitus@etela.com VÄSTRA NYLAND: annons@vastranyland.fi	Oltava lehdessä avajaisviikolla HUOM! Tarkista Ilmoitus- aikataulut	Ilmoitus / mainos Joulupuodin avajaisista
Paikallislehdet - Lehtihaastattelun aikaansaaminen	HANGONLEHTI: ilmoitus@hangonlehti.fi ETELÄ-UUSIMAA: ilmoitus@etela.com VÄSTRA NYLAND: annons@vastranyland.fi	juuri ennen avajaisia tai toiminnan jo pyöriessä	Kuvia lehteen kaupasta, aukioloajankohdan ja aukioloaikojen tiedottaminen
Mainokset kauppoihin		Viikko ennen avajaisia	Aukioloajat, paikka ym. Tervetuloa!
Mainos Joulupuodin ikkunaan ennen avaamista		Heti ikkunaan kun saadaan liiketilan avaimet	Tähän avataan Joulupuoti ja päivämäärä!
Mainos Joulupuodin ikkunaan ennen sulkemista		Viimeisellä aukiolo viikolla	Joulupuoti suljetaan 7/6/5... päivän päästä! Ilmoitus, jossa numero vaihtuu

8.1. MAINOS- JA MARKKINOINTIMALLIT

PÄIVÄYS: _____

1. ILMOITUS TAPAHTUMAKALENTERIIN:

Ilmoituksen tarkoitus on viestittää Joulupuodin olemassa olosta ja sen aukioloajoista. Ilmoituksessa on kaikkein tärkeintä viestiä Joulupuodin ajankohta, aukioloajat sekä lyhyesti mitä Joulupuodissa tarjotaan. Avajaisista, Ostosten illasta tai muista asiakastapahtumista kannattaa tehdä myös erilliset ilmoitukset tapahtumakalenteriin, jotta ne ponnahtavat tapahtumakalenterin listalta paremmin esiin. Alla olevassa kuvassa 1 on malli Joulupuodin avajaisilmoituksesta Hangon tapahtumakalenterissa.

The screenshot shows the website for Hangon Kaupunki (Hangö Stad). The header includes the city logo and name, language options (In English / På svenska), and a search bar. The navigation menu has categories: Etusivu, Tietoa Hangosta, Ajankohtaista (selected), Palvelut, Päätöksenteko, Asiointi ja lomakkeet, and Yhteystiedot. The main content area is under 'Ajankohtaista' and shows a breadcrumb trail: Etusivu > Ajankohtaista > Tapahtumia. There are three main announcements:

- Haluatko tiedon Hangon ajankohtaisista tapahtumista?** Ilmoita sähköpostisi: cultura@hanko.fi otsikolla "Postituslistalle"
- Ilmoita uusi tapahtuma tapahtumakalenteriin tästä** Tapahtuma näkyy kalenterissa vasta hyväksymisen jälkeen!
- Pop up Joulupuodin avajaiset**
14.11.2015 klo 10:00-16:00
Käsitöitä, leivonnaisia ja joulun tunnelmaa!
Pop Up Joulupuoti avaa jälleen ovensa Vuorikadulla 14.11. klo 10! Käsitöitä, leivonnaisia ja joulun tunnelmaa. Glögitarjoilu. Lämpimästi tervetuloa!
Takaisin merkintöihin

On the right side, there is a calendar for Marraskuu 2015. The 14th of November is highlighted in red, corresponding to the event date. Below the calendar is a box with the text: **Ilmoita uusi tapahtuma** and Tapahtuma näkyy kalenterissa vasta hyväksymisen jälkeen!

Kuva 1. Kuvakaappaus Hangon kaupungin tapahtumakalenterista 11/2015

2. AVAJAISMAINOS LEHTEEN

Mainoksessa on käytävä ilmi:

- Joulupuodin ajankohta
- Aukioloajat
- Sijainti
- Mitä siellä on tarjolla
- Mahdolliset houkuttimet, kuten glögitarjoilu tai arvonta



 **JOULUPUOTI** 
Avataan taas 14.11 klo 10-16
KÄSITÖITÄ JA LEIVONNAISIA Vuorikatu 8, Hanko
 Avoinna **14.11 - 20.12** *Glögitarjoilu!*
ma-pe 12-18 la 10-14 su 12-15

Kuva 2. Lehtimainos avajaisista vuodelta 2015

Tapahtumia kannattaa luonnollisestikin mainostaa ja tapahtuma-mainoksessa tulee käydä ilmi samat tärkeät asiat kuin edellä lueteltiin. HUOM! Joulupuodin päättymisestä kannattaa mainita, jotta asiakkaat ymmärtäisivät tehdä ostoksensa ajoissa.



 **Joulupuodin loppurysäys!** 
Ostosten ilta pe 18.12 klo 16 - 20
Vuorikatu 8, Hanko
Kahvitarjoilu! *Tervetuloa!*
Avoinna enää tällä viikolla:
to 12-18 pe 12-20 la 10-14 su 12-15

Kuva 3. Ostosten ilta- tapahtuman ilmoitus vuodelta 2015

3. SEINÄMAINOKSET

Perinteinen ilmoitustauluilla ja näyteikkunoissa ilmoittelu sopii erinomaisesti paikallisten asiakkaiden tavoittamiseen. Sopivia ilmoituspaikkoja ovat kaupat, kirjasto, elokuvateatteri, koulut, matkailutoimisto, osallistujien työpaikkojen ilmoitustaulut ynnä muut paikat, joissa ihmisiä liikkuu paljon.

Mainoksessa on käytävä selkeästi ja houkuttelevasti ilmi:

- Aukioloajat
- Paikka
- Mitä tarjotaan

JOULUPUOTI JULBODEN

Vuorikatu 8, Hanko - Berggatan 8, Hangö

KÄSITÖITÄ JA LEIVONNAISIA!
HANTVERK OCH BAKVERK!



Avoimna Öppet 14.11 - 20.12.2015

ma-pe	12-18	la	10-14	su	12-15
må-fre	12-18	lön	10-14	sön	12-15

HUOM! Ostosten ilta 11.12 klo 12-20

Kuva. Mainos ilmoitustauluille ripustettavaksi vuodelta 2015

4. FACEBOOK-TAPAHTUMAT

Avajaisista ja muista tapahtumista kannattaa luoda omat tapahtumat Facebookiin. Jokainen Joulupuotiin osallistuja voi tapahtuman kautta kutsua omaa kontaktiverkostoaan paikalle. Tärkeää on, että tapahtumat luodaan ajoissa, vähintäänkin kaksi viikkoa ennen tapahtumaa. Alla on kaksi esimerkkiä Joulupuodissa jo toteutuneista tapahtumista. Ensimmäinen on avajaistapahtuman kutsu ja toinen on Ostosten ilta-tapahtuman kutsu vuodelta 2015.

Avajaiset 14.11.2015:



Tervetuloa Joulupuotiin!

*Kädentaitajien pop up - Joulupuoti Vuorikadulla avaa ovensa jälleen!
Avajaisia vietetään 14.11.2015 klo. 10 - 16.*

Tervetuloa nauttimaan kuppi kuumaa glögiä kanssamme ja ihastelemaan upeita käsityötuotteita! Joulupuodin valikoimasta löytyy monenlaisia ihanuuksia kuten neuletöitä, sisustustuotteita, kortteja, koruja sekä herkullisia leivonnaisia.

Muistathan myös osallistua arpajaisiin?

*Jo perinteeksi muodostunut käsityöarvonta suoritetaan 18.12.
Arvonnassa on useita upeita palkintoja. Arvontaan osallistuminen on maksutonta ja arvontaan osallistuvat kaikki myymälässä arpajaislipukkeen täyttäneet. Voittajille ilmoitetaan henkilökohtaisesti.*

Lämpimästi tervetuloa!

Toivottaa Hangon Ideaco Ry

Ostosten ilta 11.12.2015:



Illat hämärtyvät ja kynttilöitä syttyy. Tuuli kuiskii kertoen Joulun olevan jo nurkan takana. Myös Joulupuoti puetaan tunnelmalliseksi.

Haluamme kutsua Sinut ja ystäväsi viettämään ostosten iltaa tänne kanssamme 11.12. klo 16 - 20.

Kuunnellaan yhdessä jouluista musiikkia ja nautitaan ihanasta tunnelmasta kynttilöin valaistussa Joulupuodissa. Iloisen Joulumielen lisäksi tarjoamme kahvia ja teetä sekä miellyttävän ostokokemuksen kaikilla aisteilla.

*Lämpimästi tervetuloa!
Toivottaa, Joulupuodin väki*

8.2. FACEBOOKIN PÄIVITYSSUUNNITELMA

Facebook on kätevä väline tiedottamiseen ja asiakkaiden houkuttelemiseksi joulupuotiin. Päivityksiä kannattaa tehdä päivittäin, jotta asiakkaiden mielenkiinto pysyy yllä. Mitään hupivideoita tai hassuja kuvia ei kannata lähteä jakamaan, vaan on hyvä keskittyä Joulupuodin kannalta olennaisiin teemoihin. Kuviin kannattaa panostaa ja niitä kannattaakin lisäillä päivityksiin niin usein kuin mahdollista. Kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa...

VINKKI! Facebookissa on ajastus-toiminto, joka helpottaa päivitysten tekijän työtä. Päivityksiä voi näpytellä useamman kerrallaan ja ajastaa niille sopiva ilmestymisajankohta.

Onnistunut päivitys on:

- asiallinen, mutta houkutteleva
- ajankohtainen
- kirjoitettu oikein
- huumorintajuinen
- mieluiten aina laadukkaan kuvan kanssa jos vain mahdollista

Esimerkkejä Facebook-päivityksiin:

"Joulun taattu lahjasuosikki: villasukat. Lämmittää varmasti! 😊
Olemme avoinna tänään klo 12 - 18. Tervetuloa!"

"Haluatko haukata vesitornia? Entä miltä maistuu karuselli? Tai uimakoppi? Uniikit Hanko-piparit saatavilla vain Joulupuodista!"

"Muistathan jouluna myös uskollista karvakamuasi?
Joulupuodista löytyy runsaasti koiratarvikkeita kuten esimerkiksi talutushihnoja, näyttelyhihnoja, kaulapantoja, koiraneuleita ja kivoja leluja. Wuh wuh ja ostoksille!"

"Hyvää Osta työtä Suomeen-päivää! Ostamalla suomalaisia tuotteita Joulupuodista tuet lähialueesi kädentaitajien työllistymistä."

"Väsyttääkö? Tule Joulupuotiin piristymään!"

"Puuttuuko pukinkontista lahja veljelle tai vaarille? Äijäosastoltamme löydät kestävät Häsä-vaaput sekä sukkia miesten mitoilla. HUOM! Olemme avoinna enää tämän viikonlopun ajan!
Tänään klo 10 - 14 ja huomenna sunnuntaina klo 12 - 15."

"Jos päätä kiristää, uusi pipo piristää!"

"Kaunista kierrättäen! Joulupuodin valikoimassa on myös ekologisia lahjoja, joista lahjansaaja sekä ympäristö kiittää."

"Hyvää Osta työtä Suomeen-päivää! Ostamalla suomalaisia tuotteita Joulupuodista tuet lähialueesi kädentaitajien työllistymistä."

"Hei tonttu-ukot hyppikää, nyt on jouluostosten aika!
Joulupuodin viimeinen viikko pyörähti nimittäin käyntiin!"

Ajankohta	Aihe ja keskeisin sisältö
2 viikkoa ennen avajaisia	Ilmoitus Joulukaupan tulemisesta ja avautumispäivän ilmoittaminen
2 viikkoa ennen avajaisia	Avajaistapahtuman luominen, asiakkaiden kutsuminen avajaisiin
1 viikko ennen avajaisia	Muistutus: Enää viikko ja Joulupuoti aukeaa! Jaa avajaistapahtuma! HUOM! Muista jakaa sama tieto myös Avajaistapahtuma-sivulla!
Viikolla ennen avajaisia	Muistutuksen omaisesti kerrotaan avajaisista → jaa tapahtuma, maininta kenties tarjoiluista, ohjelmasta, houkuttelevia kuvia ennakkoon tuotteista
Avajaispäivänä	Hehkutusta avajaisista, TERVETULOA-toivotus, muistutus aukioloajoista kellonajasta
Perjantaisin	Muistutus vkl aukioloajoista!
La - Su	Muistutus aukioloajoista!
Ennen Joulukadun avajaisia	Etukäteen kerrotaan pidemmistä aukioloajoista ym. kävelykadulla tapahtuvasta ohjelmasta kuten ilotulitus
Joulukadun avajaiset	Muistutus pidemmästä aukioloajasta! Ilotulituksesta muistuttaminen! Glögitarjoilu!
20.11.	Lapsenmielinen päivitys: lasten oikeuksien päivä
Marraskuun loppu-joulukuun alku	Pikkujouluisia päivityksiä
1. adventti	Kynttilän sytyttäminen, joulun odotuksen aloitus
Joulukuussa	Jouluisia päivityksiä, joululahjavinkejä
4.12.	Hyvää Osta työtä Suomeen-päivää! Ostamalla suomalaisia tuotteita Joulupuodista tuet lähialueesi kädentaitajien työllistymistä.
5.12.	Muistutus: Huomenna itsenäisyyspäivä ja kauppa kiinni!
6.12.	Joulupuoti suljettu. Hyvää itsenäisyyspäivää!
7.12.	Joulupuoti on avoinna taas!
13.2.	Lucian päivä, kynttilät ja valon tuominen
Ennen ostosten iltaa	Jaa tapahtumaa, kutsu ihmisiä, muistuta pidemmästä aukioloajasta
Ostosten iltana	Tervetuloa! Iltahämärissäkin ehtii tänään ostoksille! Muistuta pidennetystä aukiolosta.
Koska vain	Muistuta käsityötuotteiden arpajaisista! Kehota piipahtamaan Joulupuotiin jättämään yhteystiedot arvontaa varten.
Viikko ennen sulkemista	Enää viikko aikaa ostoksille! Hopi hopi!
Viimeisen viikon aikana	Muistutettava Joulupuodin sulkemisesta
Ennen arvontapäivää	Olethan muistanut osallistua arvontaan? Vielä ehdit osallistua Joulupuodissa!
Arvontapäivänä	Kuva arpajaisten lahjapusseista. Tiedota, että arvonta on suoritettu ja voittajalle on ilmoitettu henkilökohtaisesti.
Sulkemispäivänä	Viimeinen mahdollisuus hankkia käsintehtyjä joululahjoja Joulupuodista! Joulupuoti suljetaan tänään! Muistuta aukioloajoista.
Sulkemisen jälkeen	KIITÄ ASIAKKAITA! Joulupuoti on hiljentynyt joulun viettoon! Toivota hyvää joulua!

9. SOMISTUS

Päiväys: _____

Somistuksesta vastaavat: _____ puh. _____

sekä _____ puh. _____

Somistustöihin valitaan somistustiimi, jotka vaihtavat myymälän sekä näyteikkunan somistuksen viikoittain. Somistajien on pidettävä huolta siitä, että jokaisen osallistujan tuotteet ovat vuorotellen esillä ja hyvin edustettuina. Somistus on erittäin tärkeä osa myymälää sen ulkoisen olemuksen ja myös toimivuuden kannalta. Näyteikkuna ja myymälätilan somistus ratkaisevat pitääkö asiakas tuotteita houkuttelevina tai myymälää ostosvierailun arvoisena. Tuotteiden on oltava siististi ja selkeästi esillä sekä helposti saatavilla.

9.1. ESIMERKKEJÄ SOMISTUKSEEN SOPIVISTA TEEMOISTA

Teeman aihe	Ajankohta	Vinkkejä teeman toteutukseen
Pikkujoulut	Marraskuun loppu/joulukuun alku	Juhlat, korut, pikkujoululahjat
Lasten oikeuksien päivä / Lapsiteema	20.11.	Lelut, vaatteet ja neuleet, lasten sisäkeinut
Ensimmäinen adventti	Marraskuun loppu	Kynttilät, jouluun hiljentyminen ja joulun odotuksen aloittaminen
Osta työtä Suomeen-päivä	4.12.	Suosi lähituotteita!
Itsenäisyyspäivä	6.12.	Sininen ja valkoinen juhlat, kattaus
Lucian päivä	13.12.	Kynttilät, valo
Muista lemmikkiä!	koska vain	Lemmikkituotteet, joululahjaideoita lemmikeille
Joulusaunaan!	koska vain	Pyyhkeet, pefletit saippuat, hyvän olon tuotteet
Joulun värimaailma	koska vain	Punainen Valkoinen, kulta, hopea
Miesten lahja-apaja	koska vain	Miesten villasukat, vaaput, miehiset herkut
Lahjavinkkejä naisille	koska vain	Korut, käsineet, saippuat, naisten asusteet, herkut
Kodin kaunistukseksi	koska vain	Pöytäliinat, käsipyyhkeet, astiat, leikkuulaudat, kynttilätuikut, kynttilät

10. RAHALIIKENNE

Päiväys: _____

Vaihtorahoista vastaavat: _____ puh: _____

sekä _____ puh: _____

Pohjakassa

Vaihtorahaa on varattava Joulupuodin pohjakassaan n. 120€. Tarkista, että kassassa on riittävästi jokaista laatua (kolikoita ja seteleitä.)

Päiväkassat

Myyntikassat haetaan päivittäin. Tarkistetaan, että kassanauhan mukaiset pankkikorttimaksut ja käteismaksut täsmäävät.

Vaihtorahakassa

Myyntien aikana vaihtoraha saattaa loppua. Tätä varten on rahaliikenteestä vastaavilla aina oltava sopivia vaihtorahoja saatavilla. Vaihtorahakassaan on hyvä varata esimerkiksi n.200 €. Kassassa on oltava kaikkia kolikoita ja seteleitä. Hakiessasi päiväkatsoja tarkista aina samalla vaihtorahan tarve.

Vaihtorahakassa esimerkki		
10 € seteli	5 kpl	50 €
5 € seteli	10 kpl	50 €
2 € kolikko	25 kpl	50 €
1 € kolikko	30 kpl	30 €
50 c kolikko	20 kpl	10 €
20 c kolikko	25 kpl	5 €
10 c kolikko	40 kpl	4 €
5 c kolikko	20 kpl	1 €
	Vaihtorahakassa yhteensä:	200 €

11. PALAUTELOMAKE

Päiväys: _____

Keräämme palautetta Joulupuodin onnistumisesta. Haluamme kuulla Teidän mielipiteenne ja kehitysehdotuksenne, jotta voimme kehittää ja parantaa toimintaamme.

Vastaukset tullaan käsittelemään luottamuksellisesti ja nimettöminä. Ainoastaan vastausten kerääjä _____ tulee lukemaan ne ja koostaa vastausten perusteella yhteenvedon. Esille nousseet asiat tullaan käsittelemään ja myös Teille kaikille Joulupuotiin osallistuneille tullaan lähettämään kopio yhteenvedosta. Ystävällisesti pyydämme Teitä vastaamaan alla olevaan kyselyyn.

Mikä mielestäsi onnistui hyvin?	Mikä ei?
Mitkä asiat kaipaisivat parannusta?	Mihin seikkoihin tulisi kiinnittää enemmän huomiota?
Kehitysideoita?	Muuta palautetta?

Lähetä palautteesi _____ mennessä.

Sähköpostilla: _____

Tai postitse: _____

KIITOS OSALLISTUMISESTASI!