

The image features a teal rectangular sign held by two hands against a light pink background. The sign contains the text 'DESIGN TRIENNALE KUOPIO' in large, bold, white, sans-serif capital letters. Below this, in smaller white capital letters, is the text 'Tapahtuman konseptointi'.

DESIGN TRIENNALE KUOPIO

Tapahtuman konseptointi

SAVONIA-AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ

Koulutusala:

Kulttuuri

Koulutusohjelma:

Muotoilun koulutusohjelma

Työn tekijä:

Diana Pitkänen

Työn nimi:

Design Triennale Kuopio –Tapahtuman konseptointi

Päiväys:

8.5.2018

Ohjaaja:

Antti Kares

Sivut/Liitteet:

52/6

Avainsanat:

Tapahtumatuotanto, palvelumuotoilu, palvelupolku, triennaali, aivoriihi, työpaja, konsepti, konseptointi

Toimeksiantaja/Tilaaaja:

Itä-Suomen Muoto Ry

Tiivistelmä

Opinnäytetyön aiheena on tapahtuman konseptointi palvelumuotoilullisin keinoin. Kyseessä on kehitystyö, jonka tilaajana toimii Itä-Suomen Muoto Ry. Konseptointia tuotetaan Design Triennale Kuopio –nimiselle tapahtumalle, joka tehdään yhteistyössä Itä-Suomen Muoto Ry:n, Rouvasväenyhdistyksen sekä Savonia-AMK:n kanssa.

Design Triennale Kuopio on kolmen vuoden välein järjestettävä tapahtuma, joka nimeensä viitaten järjestetään Kuopiossa. Kuopio on valikoitunut tapahtuman pääkaupungiksi, sillä siellä esiintyy paljon käsi- ja taideteollisuutta. Triennalella pyritään rohkaisemaan kansainväliseen ja monialaiseen toimintaan, jossa luodaan uusia innovaatioita. Samalla se toimii ponnahduslautana uusien yritysten ja kontaktien luomisessa. Työn tavoitteena on luoda tälle uudelle tapahtumalle konsepti, jotta tapahtuman suunnittelua voidaan viedä eteenpäin.

Työssä tapahtumalle luodaan visio, jonka pohjalle pystymme asettamaan uusia ajatuksia ja ideoita. Prosessin aikana järjestetään työpajoja. Näin kerätään materiaalia, mitä voidaan hyödyntää myöhemmin tapahtuman palvelupolun luomisessa, joka on osa konseptia. Tämän lisäksi palvelupolkua varten luodaan kohderyhmään sopivia profiileja, joiden avulla tarkastellaan, miten tapahtuman tarjoamaa palvelupolkua voidaan edetä.

Lopputuloksena on konsepti, joka sisältää palvelupolun profiileineen, sekä tiedon siitä, miten konseptia voitaisiin testata. Testausta ei voida suorittaa tässä opinnäytetyössä, mutta se käsitellään kuitenkin opinnäytetyön loppuosiossa. Itä-Suomen Muoto Ry tulee käyttämään tuloksia tapahtumantuotannossa yhteistyössä muiden kanssa. On mahdollista, että konseptia räätälöidään kaikille sopivaksi.

SAVONIA-AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ

Field of Study:

Culture

Degree Programme:

Degree Programme in Design

Author(s):

Diana Pitkänen

Title of Thesis:

Design Triennale Kuopio –Conceptualizing an event

Date:

8.5.2018

Supervisor:

Antti Kares

Pages/Attachments:

52/6

Keywords:

Event production, service design, service path, triennale, workshop, brainstorming, concept, conceptualizing

Client:

Itä-Suomen Muoto Ry

Summary

The topic of the present thesis is developing a concept for an event with service design tools. The client is Itä-Suomen Muoto Ry. Conceptualizing was produced for the Design Triennale Finland event, developed in collaboration with Itä-Suomen Muoto Ry, Rouvasväenyhdistys, and Savonia-AMK.

Design Triennale Kuopio is an event which will be held every three years. As indicated by its name, it will take place in Kuopio, Savo's heart, which is a focal point for the industries of art and handicrafts. There is a nation-wide lack of co-operation between different players in these fields, which is why the aim of Design Triennale is to encourage people and companies to innovate and work together. The event works as a stepping stone for new innovations and companies.

The aim of the work presented in this study was to develop the vision for the event so that new ideas can spring up around it. During the process there were workshops to help the process of developing new ideas based on the vision. By this method material can be collected in order to help with the development of the service paths. The service paths were included in the concept. In addition to this, profiles that fit Design Triennale's focus group were developed. The profiles help with the demonstration of service paths.

The end result is a concept which includes profiles with a service path and the information on how the concept testing could be executed. Testing the concept cannot be done in the frame of this thesis but it will be discussed in the conclusion of this thesis. Itä-Suomen Muoto Ry will use the concept in further development of Design Triennale Kuopio with the collaboration of other participants. It is possible that changes will be made to the concept in the future.

Käsitteet

Nämä ovat usein käytettyjä termejä opinnäytetyössä.

Palvelumuotoilu

-Palvelumuotoilu yhdistää muotoilun toimitavat perinteisiin palvelun kehityksen menetelmiin. Palvelumuotoilu on uusien palvelujen innovointia ja nykyisten kehittämistä käyttäjä- ja liiketoimintalähtöisesti. Toisin sanoen palvelumuotoilu ottaa huomioon palvelun käyttäjien tarpeet ja odotukset sekä palvelun tuottajan liiketoiminnalliset tavoitteet. Palvelumuotoilun avulla palveluista saadaan kokonaisvaltaisesti hyödyllisempiä, helppokäyttöisempiä, haluttavampia ja tehokkaampia. (Tirkkonen 2013-11-4)

Palvelupolku

-Menetelmä auttaa palvelun tarjoajaa ymmärtämään eri näkökulmista, millaista on jonkun tietyn palvelun käyttäminen tai tuottaminen. Menetelmässä esitetään palvelun eteneminen polkuna, joka kuvastaa sen etenemistä valitun toimijan näkökulmasta aina ensikontaktista palvelun loppuun asti. Näitä toimijoita voivat olla esimerkiksi asiakas tai palvelun tuottamiseen osallistuva henkilökunta. Palvelupolku kuvataan visuaalisesti tarkastelua varten. Samaa menetelmää voidaan soveltaa muidenkin ideoiden kuvaamiseen. (Menetelmäblogi)

Briiffaus

-Briiffaus tulee englanninkielisestä sanasta "briefing", joka voidaan kääntää myöskin "lyhennelmäksi" tai "tiivistelmäksi". Opinnäytetyössäni tarkoitan briiffauksella tiivistelmän esittämistä, mikä voi olla esimerkiksi työpajan tehtävän pohjustamista.

Konseptointi

-"Konseptoinnin tavoitteena on yhteinen visio. Konseptisuunnittelun lopputulos eli konseptidokumentti on suunnittelijan ja asiakkaan yhteinen näkemys parhaasta mahdollisesta ratkaisusta, joka on toteutettavissa budjetissa ja ajallaan." (Korpilahti 2017-6-20)

Konseptoinnin lopputuloksena on konsepti.

Konsepti

-"Konsepti on työkalu joka auttaa projektin viemisessä onnistuneesti maaliin", (Korpilahti 2017-6-20).

"Konsepti on valitun strategian toteuttamiseen vaadittavien toimenpiteiden kirkastus", (Soudunsaari 2016-1-14).

Konsepti on suunnitelma strategiasta, jolla kehitetään projektin toteuttamista ja siihen vaadittavat toimenpiteet. Konsepti on konseptoinnin tuotos.

Triennale

-Suomeksi triennaali eli kolmivuotinen. Triennalella viitataan kolmen vuoden välein järjestettävään tapahtumaan.

Throwback

-Suomeksi "takaisin heitto". Tällä sanalla viitataan, että kuva tai sisältö on menneestä ajasta tai hetkestä.

Brainstorming eli aivoriihi

-Ideointitapa on tunnettu metodi, jota käytetään luovuuden ja uudenlaisen tiedon kehittämisen avuksi. Perusideana on kerätä ryhmä ihmisiä samaan tilaan ja ideoida iso kasa uusia ajatuksia ja ratkaisuja aiheeseen liittyen.

Some

-Sosiaalinen media

Benchmarking

-"Benchmarking eli vertailuanalyysi tai vertaiskehittäminen on arviointia, jossa organisaatiot (tai sen osat) vertaavat toimintaansa ja prosessejaan toisen organisaation kanssa. Vertailukumppani etsiiään yleensä itseä jossakin suhteessa paremmasta organisaatiosta. Oppimisen kohteet voivat olla valittuja joko saman alan yrityksistä tai miltä tahansa toimialalta." (UEF-nettisivut)

Mindmap

-Ajatuskartta

Sisällys

ESIPUHE	6	5 KONSEPTIN TESTAAMINEN	30
1 JOHDANTO	7	5.1 Pre-Triennale Kuopio –tapahtuman havainnointi	42
1.1 Projektin Lähtötilanne	8	5.2 Miten testata tapahtumakonseptia	45
1.2 Tahojen yhteistyö	8	6 POHDINTA	46
2 TAPAHTUMAN VISIO	9	6.1 Missä onnistuin opinnäytetyössä?	46
2.1 Visiota tukevan teeman koostuminen	9	6.2 Mitä olisi voinut kehittää?	46
3 TYÖPAJOJEN TOTEUTUS	10	6.3 Oman työskentelyn arviointi	47
3.1 Työsuunnitelma workshopin eli työpajan järjestämiseen	10	LÄHTEET	
3.1.1 "Workshop" käsitteenä	10	KUVAT JA KUVIOT	
3.2.1 Workshopin järjestäminen	10	LIITTEET	
3.2 Workshopin tuottamat tulokset	14		
3.3 Workshopin tuloksien analysointi	17		
4 TAPAHTUMAN KONSEPTOINTI PALVELUMUOTOILULLISIN KEINAIN	20		
4.1 Mitä palvelumuotoilu on?	20		
4.2 Mikä on palvelupolku?	21		
4.2.1 Miten lähdän suunnittelemaan palvelupolkua tapahtumalle?	22		
4.3 Tapahtuman palvelupolku	29		

ESIPUHE

Minulla on ollut palava halu palvelumuotoilua sekä tapahtumatuotannon alaa kohtaan. Olen käynyt lukuisissa tapahtumissa, isommissa että pienemmissä festivaaleissa. Tätä opinnäytetyötäni ovat erityisesti inspiroineet Design Week Kuopion harjoittelu sekä minun työtiimini.

Tällä opinnäytetyöllä haluan tavoittaa muotoilusta sekä tapahtumatuotannosta kiinnostuneita henkilöitä. Toivon, että inspiroin jota kuta alaa kohtaan ja antaisin uusia näkökulmia konseptointiin liittyen. Itse olen kovin innoissani palvelumuotoilusta, koska se tarjoaa työkaluja, joilla projekteja voidaan suunnitella ja tarkastella isommalla mittakaavalla.

Haluaisin kiittää Itä-Suomen Muoto Ry:tä, Savonia-AMK:ta sekä Rouvasväenyhdistystä erittäin antoisasta yhteistyöstä ja tämän projektin sekä opinnäytetyön mahdollistamisesta. Olen saanut paljon tukea ja palautetta tämän opinnäytetyönprosessin aikana jokaisen organisaation edustajalta, mitä arvostan kovasti. Haluaisin myös kiittää järjestämiini työpajoihin osallistuneita ihmisiä, sillä ilman teitä, tätä konseptia ei olisi. On ollut suuri etu ideoida teidän kanssanne.

Diana Pitkänen

Diana Pitkänen, 2018-10-5, Kuopio

1 Johdanto

Kun tulen pois hyvästä tapahtumasta, minulle jää eniten mieleeni se tunne, mikä minulla oli. Se hyvä tunne, joka yhdistää minua kaikkien muiden tapahtuman kävijöiden kanssa. Kaikki tapahtuman kävijät ovat erilaisia. Kävijät saattavat tulla erilaisesta taustasta tai kulttuurista, he jakavat erilaisia ammatillisia taustoja tai ovat eri ikäluokkaa. Onnistuneella tapahtumalla on yleensä jonkinlainen konsepti, johon sisältyy palvelupolku. Tällä tavalla pystymme tarkastelemaan erilaisia tapoja, miten mahdolliset kävijät havaitsevat tapahtuman ja mitä he kokevat sen aikana.

Tulevaisuuden unelma-ammattina olisi työskennellä palvelumuotoilun sekä tapahtumien tuottamisen parissa. Minua kiehtoo eniten luoda palvelupolkuja ja elementtejä, jotka helpottavat ihmisten lähestymistä sekä palvelun käyttöä riippumatta siitä, millaisia he ovat. Jokaisella on omanlaisensa persoona ja palvelumuotoilun avulla pystymme kartoittamaan erilaisia kaivattuja piirteitä. Kun itse ajattelen hyvää tapahtumaa, keskityn eniten tunnetilaan, jonka se loi minulle. Palvelumuotoilulla pystymme kartoittamaan ja tarkastelemaan ihmisen tuntemuksia tapahtuman eri vaiheissa. Tämän tiedon perusteella pystymme muokkaamaan tapahtuman toiminnallisia osioita tai palveluita toimivampaan suuntaan. Näin pyritään vähentämään kävijöiden negatiivisia tuntemuksia sekä kehittämään jatkuvasti. (SDT-Palvelumuotoilun työkalupakki) Palvelun kulun voi siis ikään kuin hahmotella toimintatarinaksi, joka helpottaa ison kokonaisuuden tarkastelua ja sitouttaa asiakkaat ja kävijät palvelun toimintaan. (Kalliomäki 2014, 47) Tulenkin soveltamaan erityisesti "Tarinallistaminen -palvelun punainen lanka" -teosta yhtenä inspiraation lähteenä tässä opinnäytetyössä. Kyseisessä teoksessa käydään läpi monia tapoja muodostaa palveluista toimintatarinoita.

Sain tilaisuuden olla osana projektissa, jossa luodaan uutta tapahtumaa, joka pyrkii tuomaan muotoilua esille sekä yhdistämään ihmisiä kansainvälisesti ja monialaisesti. Tapahtuma on nimeltään Design Triennale (ks. s. 4) Kuopio, joka nimeensä viitaten järjestetään kolmen vuoden välein. Tapahtuma tarvitsee kuitenkin konseptin, joka luo sille jatkuvuuden mallin. Vaikka varsinainen tapahtuma järjestetään kolmen vuoden välein, niin niiden välissä tulee tapahtua jotain, joka ylläpitää Triennalen imagoa ja jatkuvuutta. Tulenkin järjestämään työpajoja yhteistyökumppaneiden tarjoamien resurssien avulla ja ideoimaan näiden kesken tapoja kehittää konseptia. Työpajojen tavoitteena on tuottaa materiaalia, jota voidaan hyödyntää tässä opinnäytetyössä kehitettä-

viin palvelupolkuihin.

Opinnäytetyön tilaajana toimii Itä-Suomen Muoto Ry, mikä on mahdollistanut minun osallistumiseni kyseiseen projektiin. Toimin myös harjoittelijana kyseiselle yhdistykselle Design Week Kuopion toteuttamisessa. Harjoittelun myötä saan arvokasta kokemusta tapahtuman tuottamiseen liittyen, mitä pystyn myös hyödyntämään opinnäytetyössäni. Myös kokemus kyseisessä tapahtumassa mukana olemisesta tulee inspiroimaan minua.

Minä hyödyn tästä opinnäytetyöprosessista siten, että saan kokemusta palvelumuotoilusta ja tapahtumatuotannosta, pääsen syventymään omaan kiinnostuksen aiheisiin ja näyttämään omaa ammattitaitoani sekä ammatillisia kykyjäni. Tässä opinnäytetyössä tulen keskittymään tapahtuman konseptointiin, mutta tulen hyödyntämään palvelumuotoilullisia keinoja ja työkaluja konseptoinnin yhteydessä.

Opinnäytetyön osalta minulla on vapaat kädet tapahtuman konseptoinnin suhteen. Konseptia tullaan todennäköisesti hyödyntämään jotenkin Design Triennale Kuopion suunnittelussa ja toteuttamisessa tulevaisuudessa, mutta se saatetaan opinnäytetyön seminaarin jälkeen räätälöidä kaikille soveltuvaan muotoon. Lisäksi tulee ottaa huomioon, että tämä opinnäytetyö tehdään minun äidinkielelläni eli suomen kielellä, mutta on mahdollista, että projektissa on myös muun kielisiä työntekijöitä tulevaisuudessa. Tavoitteena on luoda konsepti, johon on sisällytetty palvelupolku. Konsepti toimii pohjana tulevia tapahtumia varten.

1.1 Projektin lähtötilanne

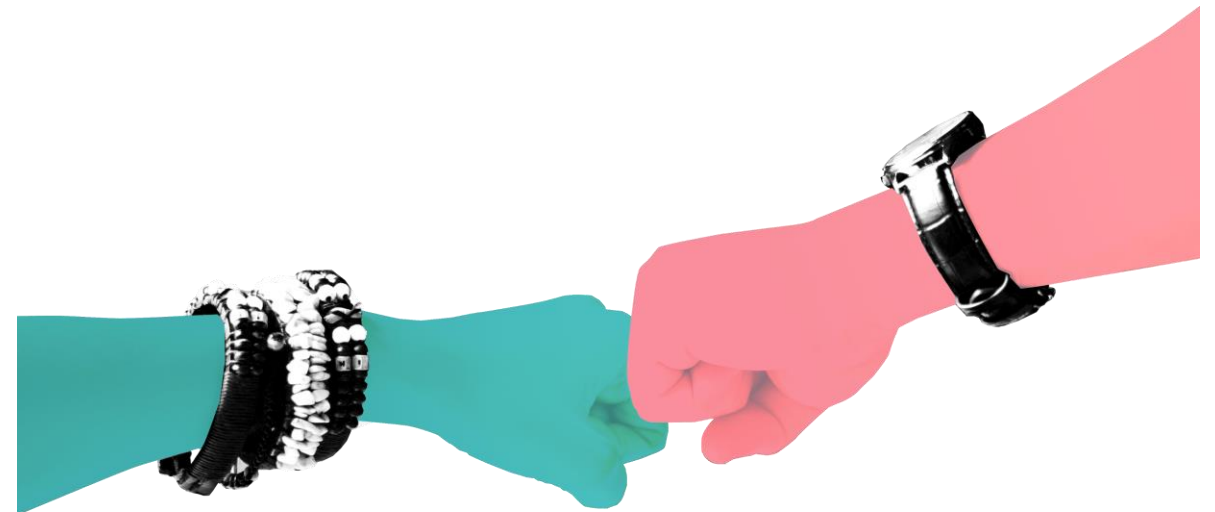
Muotoilun Triennale on kolmen vuoden välein järjestettävä tapahtuma, joka yhdistää muotoilijoita ja muotoilusta kiinnostuneita tahoja kansainvälisellä mittakaavalla. Siellä nostetaan esille kansainvälistä osaamista muotoilun alalta ja osoitetaan, kuinka paljon merkitystä sillä on maailmalla. Itä-Suomen Muoto Ry on lähtenyt yhteistyöhön Rouvasväenyhdistyksen sekä Savonia-AMK:n kanssa, koska heillä on kiinnostusta edistää alan toimintaa Kuopiossa sekä rohkaista alan yrittäjiä pyrkimään kansainväliseen toimintaan. Jokaisella osaa ottavalla kumppanilla on myös paljon alueellista vaikutusta muotoiluun sekä luoviin aloihin.

Muotoilun Triennalen tapahtumaa konseptoidaan ja tuotetaan yhteistyössä Itä-Suomen Muoto Ry:n, Rouvasväenyhdistyksen sekä Savonia-AMK:n kanssa. Tapahtuman kehittämiseen käytetään yhteistyökumppaneiden tarjoamia resursseja ja osaamista. Muotoilun Triennalen pilotointitapahtuma tulee olemaan vuonna 2018 järjestettävän Design Week Kuopion yhteydessä, joka toimii ikään kuin ponnahduslautana tapahtumalle ja testaa yleisesti ihmisten kiinnostusta tapahtumaan. Tulen käymään kyseisessä tapahtumassa ja havainnoimaan sen toimintaa, josta kerron lisää kappaleessa "konseptin testaaminen"(s. 42). Vuotena 2019 tullaan järjestämään ensimmäinen varsinainen Design Triennale Kuopio –tapahtuma, joka ympyröityy Kuopiossa olevien luovien alojen 135-vuosijuhlan ympärille. Tämä opinnäytetyö kiteytyy kuitenkin Triennalen tulevaisuuteen ja mitä se voisi olla vuonna 2022. Itä-Suomen Muoto Ry tulee hyödyntämään konseptiaan pääasiallisena tilaajana yhteistyössä muiden tahojen kanssa. Opinnäytetyö toimii tapahtuman konseptin pohjana.

Muotoilun Triennale järjestetään Kuopiossa, Savon sydämessä sijaitsevassa kaupungissa, jossa muotoilulla on merkittävä osa koulutuksessa sekä yritystoiminnassa. Kuopiossa esiintyy jo paljon käsi- ja taideteollisuutta, mutta se tarvitsee lisää näkyvyyttä, jotta uusien innovaatioiden näkyminen on mahdollista. Tapahtumalla on myös merkitystä maanlaajuisesti, jotta valtio huomaisi luovien alojen potentiaalin ja mahdollisesti tukisi luovan alan koulutusaloja sekä yrityksiä enemmän. Tavoitteenamme on saada muotoilua entistä näkyvämmäksi niin Suomessa kuin ulkomailla. Meillä on mahdollisuus nostaa muotoilu suomalaisten vientituotteiden kärkeen.

1.2 Tahojen yhteistyö

Kokonaisuudessaan Triennale on isompi projekti, kuin mitä opinnäytetyössäni näytetään, vaikka tapahtuman konseptointi on suuri osa sitä. Itä-Suomen Muoto Ry, Savonia-AMK ja Rouvasväenyhdistys ovat päätyneet tekemään yhteistyötä, koska näissä organisaatioissa koetaan, että muotoilun asemaa voidaan parantaa paikallisesti sekä kansallisesti. Yhdistyksiä yhdistää myös tahdon ja vaikuttamisen halun lisäksi yhteys luovan alan koulutusaloihin, yrittäjiin sekä muiden alojen ihmisiin.



Kuva 1 Kuva yhteistyöstä ja sen hengestä. (Muokaus Diana Pitkänen 2018. Alkuperäinen kuva pexels-kuvapankki)

2 Tapahtuman visio

Muotoilun Triennalen pohja-ajatuksena on, että se tulee olemaan globaaleiden ideoiden ja innovaatioiden ponnahduslauta, joka tarjoaa alustan ihmisille yhdistää ideansa sekä ammattitaitonsa. Se on Suomen innovaatioareena. Triennaleissa luodaan, mutta myös näytetään jo luotuja innovaatioita ja ratkaisuja. Triennalella otetaan kantaa ajankohtaisiin asioihin, ja siellä on mahdollisuus päästä ratkomaan globaalin maailman ongelmia. Näitä ongelmia ovat esimerkiksi tällä hetkellä ilmastonmuutos, pakolaisuus, kiertotalous sekä kemikalisaatio. Muotoilulla on ympäri maailmaa osoitettu olevan paljon arvoa ja mahdollisuuksia auttaa ihmisiä sekä yhteiskuntaa missä elämme.

"Tulimme eri taustoista ja koimme asioita eri tavoin, mutta projektin loppupuolella meistä tuli korkeatasoisesti toimiva tiimi. Tämä on juuri sitä työtä, mitä meidän tulisi tehdä muotoilijoina; yhdistää parhaita ajatuksia, kuunnella toisia ja tuottaa tapoja edetä projekteissa, yhdessä", (Hanisian 2017-3-6).

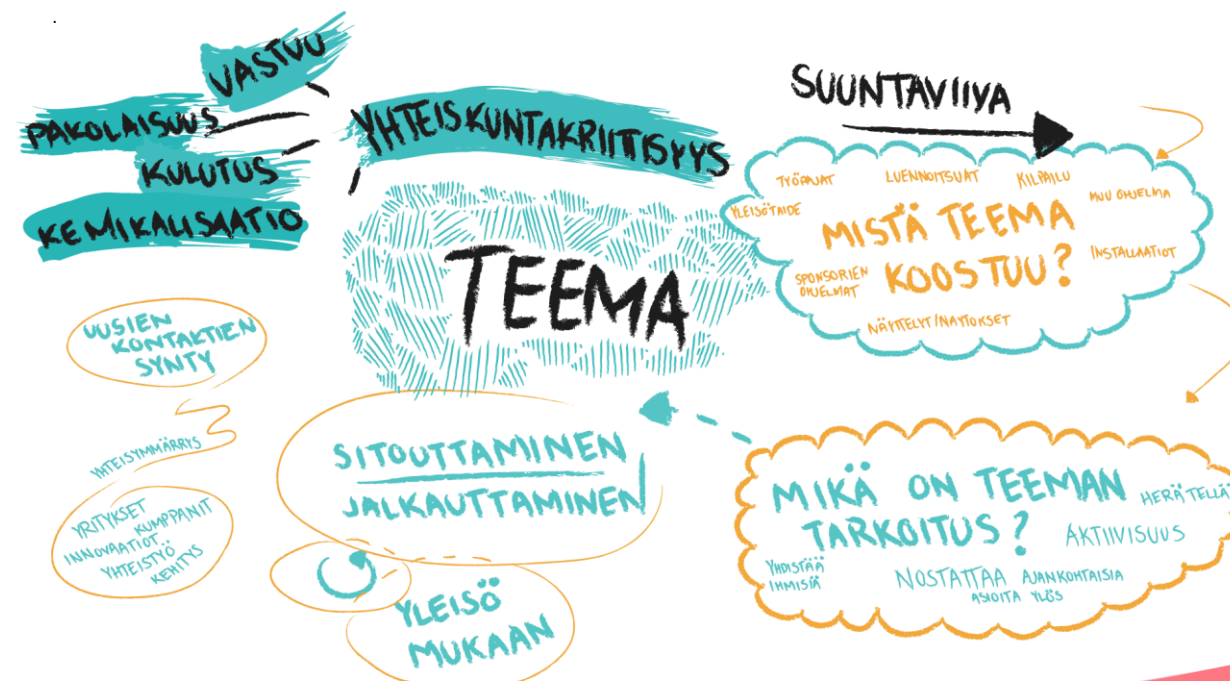
Yksi tärkeimmistä tavoitteista on edesauttaa yritysten sekä innovaatioiden syntyä. Tällä tavalla edesautetaan monialaisuutta sekä kansainvälistä toimintaa. Tapahtumalla haetaan huomiota rikkomalla jo olemassa olevia stereotyyppioita ja luomalla uusia ihmisten sekä yritysten käsitystä muotoilusta. Unelmana olisi muodostaa Triennalesta alusta ihmisille yhdistää ideansa sekä luoda uutta. Siellä tulotaisiin näyttämään jo luotuja innovaatioita sekä olemassa olevia ratkaisuja esimerkiksi yrityksiltä. Tällainen tapahtumakokonaisuus koostuisi muun muassa työpajoista, luennoista sekä näytöksistä.

Jokaisessa Triennale-tapahtumassa on eri teema, minkä avulla otetaan kantaa erilaisiin asioihin sekä yhteiskunnallisiin ongelmiin. Aihealueet liittyvät aina nykypäivään sekä lähitulevaisuuteen. Tämä mahdollistaa myös tapahtuman ohjelman järjestämisen teemaan liittyen. Opinnäytetyössä aion konseptoida palvelupolon, joka helpottaa konseptin luettavuutta. Palvelupolku tulee asettumaan kuvitteellisen teeman ympärille, joka toimii suuntaa antavana esimerkkinä. Sen on myös tarkoitus helpottaa lukijan ymmärrystä siitä, miten tapahtuman ohjelma muodustuu teeman ympärille.

2.1 Visiota tukevan teeman koostuminen

Tapahtuman teemassa on olennaisinta pitää sen suuntaviiva. Teeman tulee aina liittyä joko nykypäivään tai lähitulevaisuuteen. Aiheina voivat olla yhteiskunnan tai globaalit ongelmat, joita pystytään ratkomaan yhdessä. Näitä ongelmia voivat esimerkiksi olla kemikalisaatio, pakolaisuus, erilaiset kulutukseen tai vastuuseen liittyvät ongelmat. Teemoja yhdistää yhteiskuntakriittinen ajattelutapa. Tällä on tarkoitus herätellä ihmisiä ajattelemaan näitä ongelmia ja yhdistää sekä aktivoida ihmisiä ratkomaan niitä. Näin myös mahdollistetaan samankaltaisten ihmisten sitouttaminen tapahtumaan ja uusien kontaktien sekä yhteistyön syntyminen.

Teeman mukainen ohjelma koostuu luennoista, työpajoista, näyttelyistä, yleisötaiteesta ja muista kuvassa luetelluista ongelmista. Niiden tulee täyttää teemaan liittyvät kriteerit, jotta ne hyväksytään Triennalen ohjelmaosioon.



Kuva 2 Kuvio teeman koostumisesta ja ideologiasta. (Diana Pitkänen 2018)

3 Työpajojen toteutus

Järjestän työpajoja yhteistyössä olevien tahojen ryhmille. Jokaisen ryhmän tehtävänannot yksilöidään ryhmäkohtaisesti, jotta työpajaan osallistuvat tuntevat osallistumisen mielekkääksi. Ryhmiä yhdistää se, että kaikki ovat muotoilusta tai luovista aloista kiinnostuneita. Tämän huomioon ottaen voidaan arvioida, että heillä olisi myös kiinnostusta kyseisten alojen yhteistoimintaa, mitä Triennalessa pyritään kehittämään.

3.1 Työsuunnitelma workshopin eli työpajan pitämiseen

Tulen järjestämään workshoppeja yhteistyökumppanien tarjoamien resurssien avulla kaiken ikäisille työryhmille. Pää tavoitteena on tuottaa uusia ideoita ja materiaalia, joita voin hyödyntää palvelupolun konseptoinnissa. Pyrin työpajaa pidettäessä siihen, että osallistujilla on myös mahdollisuus oppia uusia ideointimenetelmiä.

Työpajoja räätälöidään eri tavoin erilaisille ryhmille. Työpajoissa tullaan ideoimaan tapahtuma-ajan sisällä tapahtuvaa ohjelmaa sekä sen ulkopuolella tapahtuvia markkinointi-ideoita ja tapahtuman jatkuvuutta tukevia ohjelmia kuten luentoja ja näytöksiä. Työpajan tuloksien perusteella luodaan analyysi, jonka pohjalta pohditaan, miten tuloksia voidaan hyödyntää tapahtuman palvelupolun luomisessa. Palvelupolkua suunniteltaessa pyrin suunnittelemaan, mitä ennen vuoden 2022 tapahtumaa, sen aikana sekä sen jälkeen tulee tapahtumaan. Näihin vaikuttavat monet asiat kuten markkinointi, yhteistyökumppaneiden hankkiminen sekä tapahtuman ohjelma.

3.1.1 ”Workshop” käsitteenä

Workshop eli työpaja on lyhytaikainen intensiivikurssi. Työpajassa järjestetty ohjelma sisältyy yleensä yhden tai muutaman päivän ajalle. Osallistujamäärältään työpaja pidetään yleensä tiiviinä, jossa yksi toimii työpajan ohjaajana ja osallistujat koostavat pienen työryhmän. Tavoitteena on yleensä opettaa uusia työskentelytapoja tai uutta tietoa uudesta aihealueesta. Työpajan lopuksi tulokset käydään yhdessä läpi ja annetaan palautetta työskentelyn prosessista.

3.1.2 Workshopin järjestäminen

Järjestän workshoppeja yhteistyökumppaneiden Savonia-AMK:n ja Rouvasväenyhdistyksen tarjoamien resurssien avulla. Ryhmät, joille järjestän workshoppeja, eroavat toisistaan paljon iän, ammatillisen taustan sekä sukupuolijakauman takia. Kuitenkin työpajojen tärkein tavoite on kerätä materiaalia mitä voin hyödyntää tapahtuman konseptoinnin yhteydessä. Lopullinen tuotettu materiaali kuvataan ja videoidaan.

Koska ryhmät eroavat toisistaan paljon, niin tulen myös sopimaan jokaiselle ryhmälle sopivista työpajatavoista näiden ryhmänohjaajien kanssa. Työpajat räätälöidään siten, että osallistujat voivat osallistua ideointiin rennolla tunnelmalla sekä oppia uusia ideointitapoja. Ryhmänohjaajan kanssa tehtävä yhteistyö on tärkeää sen takia, että heidän avullaan pystyn tutustumaan ryhmän aikaisempiin työmenetelmiin ja kehittämään heille sopivaa työpaja-menetelmää. Pyrin välttämään, että tekisin työpajan etenemisestä liian monimutkaista tai osallistujan olisi hankala työskennellä kyseisellä menetelmällä.

Tulosten analysoinnin jälkeen pohdin, miten tulen hyödyntämään saatuja tuloksia. Kaikki ideat otetaan huomioon, mutta on hyvin todennäköistä, että kaikki eivät ole tämän kaltaisen tapahtuman järjestämiseen oleellisia ideoita. Joitakin ideoita pystyn myös muuntamaan oman työtavan mukaiseksi sekä jatkokehittämään.

Työpajaa pidettäessä pitää minun huomioida olevani fasilitaattorin roolissa, eli minun on pyrittävä olemaan puolueeton ja sitoutua siihen, että ryhmä saavuttaa määränpään eli uusia ideoita sekä ajatuksia. Minun on pyrittävä aikatauluttamaan työpaja ja rohkaista kaikkia osallistumaan. Hyvän tavan mukaisesti muistan myös kunnioittaa kaikkien työskentelytapoja ja pysyä kärsivällisenä sekä ymmärtäväisenä (Summa ja Tuominen 2009, luku 2).

Miten tuloksia voidaan hyödyntää?

Workshopissa tuotettu materiaali hyödynnetään tapahtuman konseptoinnissa ja palvelupolussa. Palvelupolussa otetaan mahdollisesti muita asioita huomioon, jotka eivät välttämättä olisivat nousseet esille ilman työpajaa sekä siihen osallistuneita ihmisiä. Tärkeintä on saada uudenlaisia ajatuksia ja näkökulmia konseptointiin.

Asiat ja ideat ovat yksittäisiä asioita ja ne tulevat näkymään konseptissa pienissä osissa. Ne saattavat näkyä esim. tapahtuman ohjelmassa. Näiden tulosten pohjalta ei tuoteta erillistä polkua, vaan ne sisällytetään opinnäytetyössä tuotettavaan palvelupolkuun.

Positiiviset puolet työpajan pitämisessä

Tulen oppimaan työpajojen vetämisestä, mihin minulla on myös suuri kiinnostus. Työpajoihin on kiinnostavaa soveltaa erilaisia muotoilun antamia työkaluja. Lisäksi työpajat opettavat myös niihin osallistuvia ihmisiä ja antavat heille uudenlaisia tapoja lähteä ratkomaan ongelmia sekä ideointityökaluja. Lisäksi siitä on itselleni arvoa kokemuksellisessa mielessä, sillä työpajojen vetäminen nähdään monessa potentiaalisessa työpaikassa erittäin hyödylliseksi taidoksi.

Työpajat tuottavat minulle materiaalia, mitä pystyn hyödyntämään palvelupolkuun suunnitellessa tapahtuman konseptointiin liittyen. Palvelupolku antaa konseptille pohjaa, mistä siten voidaan edetä myöhemmin konseptin tarkempiin kohtiin.

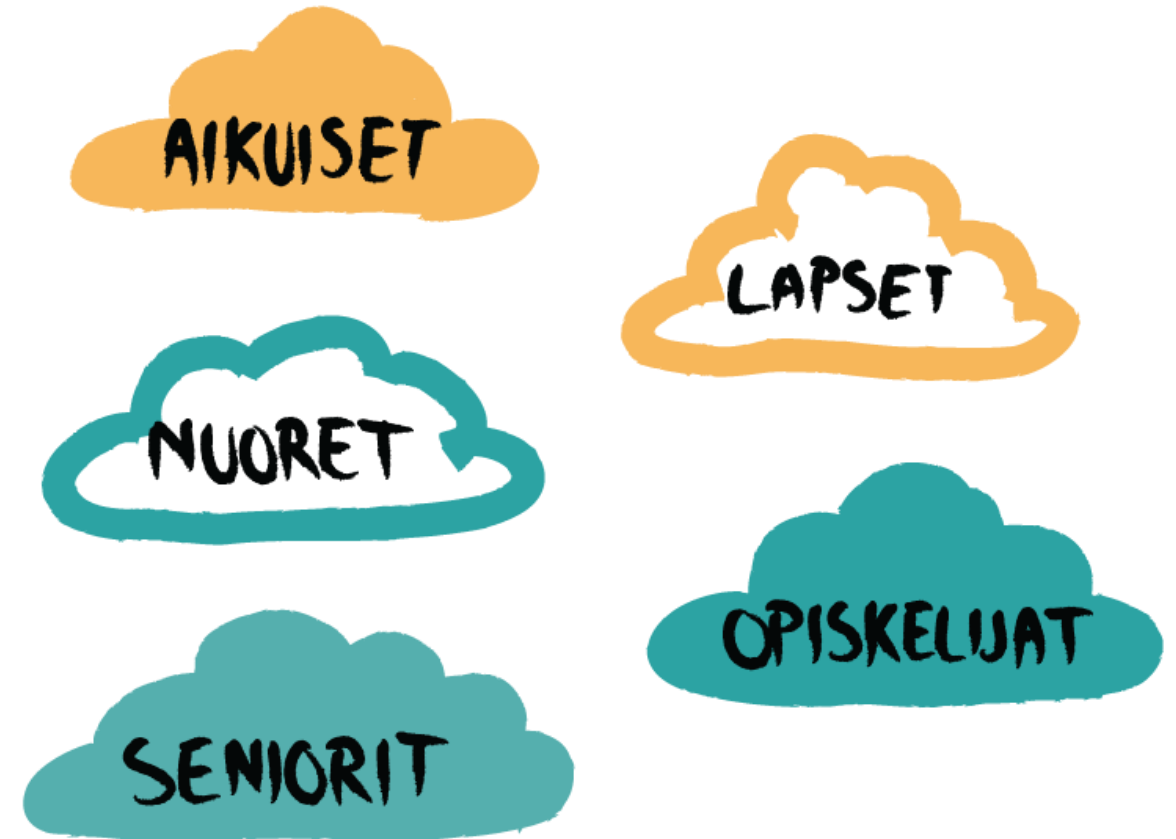
Riskit

Suurin riski on, että työpajat eivät tuota ollenkaan tuloksia. Kukaan ei välttämättä kiinnostu työpajan aiheesta ja siten halua osallistua työpajaan. Osallistujien määrä saattaa olla myöskin joissakin työryhmissä hyvin vähäinen. Tuloksia läpikäydessä voi olla, että emme saa tuloksista mitään irti, kun käymme niitä yhdessä ryhmän kesken läpi.

Tulokset voivat olla epäselkeitä, epäoriginaaleja tai huonoja, jolloin ne eivät hyödytä minun ideointiprosessiani. Tulokset ovat vaikeasti käytettävissä konseptoinnin yhteydessä. Ideat ovat jo käytettyjä. Työpaja ei onnistu jolloin kumpikaan osapuoli, työpajan pitäjä tai työpajaan osallistuva henkilö ei hyödy työpajasta.

Ryhmät

Yhteistyökumppaneiden avulla olen saanut viisi ryhmää, joille pidän työpajan. Olen jakanut ryhmät ikäryhmien mukaisesti osiin ja tulen kertomaan työtehtävän yksilöinnistä paremmin seuraavassa luvussa. Kaikkia osallistujia yhdistää kiinnostus muotoiluun sekä luovien alojen toimintaan. Tämän takia koin nämä ryhmät sopiviksi tapahtuman ideointiin liittyen, sillä he oppisivat samalla mahdollisesti heille uusia ideointitapoja sekä he pääsisivät mukaan uuden tapahtuman luomisprosessiin.



Kuva 3 Kuvitus ryhmistä, joille työpaja pidetään.
(Diana Pitkänen 2018)

Ryhmien työtapojen yksilöinti

Kuten mainitsin aiemmassa luvussa (s. 11), suunnittelin ryhmänohjaajien avustuksella työpajoista kullekin ryhmälle yksilöllisen sekä sopivan työpajan. Vaikka tärkeimpänä tavoitteena on tuottaa ideoita tapahtuman konseptointiin, on myös hyvä, että työpajaan osallistuvat tuntevat olevansa osana jotain ja oppivat samalla prosessista.

Minun tuli ottaa huomioon kussakin ryhmässä ryhmäläisten iät sekä ammatillinen tausta. Työpajaan osallistamisesta tulee tehdä mahdollisimman helppoa sekä tehokasta. Ryhmänohjaajat kertoivat minulle aiemmasta toiminnasta ja yleisesti ryhmäläisten työskentelytavoista. Heillä kuitenkin on enemmän kokemusta fasilitoinnista sekä heillä on oma henkilökohtainen kokemus kyseisten henkilöiden opetuksesta, joten he pystyvät helposti määrittämään esimerkiksi, kuinka helposti ryhmäläiset heittäytyvät tietynlaisiin tehtäviin. Seuraavissa luvuissa avaan kunkin ryhmän yksilöintiä tarkemmin.

Aikuiset

Lähdin suunnittelemaan työpajaa aikuisten työryhmälle ryhmänohjaajan kanssa. Hän kertoi minulle millaisista taustoista aikuisopiskelijat tulevat ja minkälainen on heidän tietoisuutensa on muotoiluun liittyen. Suurin osa ryhmästä ei ollut kulttuurialan edustajia, mutta he olivat erityisen kiinnostuneita muotoilusta. Koin tämän tilaisuudeksi käyttää tarkempaa tehtävänantoa, kun kyseessä oli vanhempia ja kokeneempia ihmisiä.

Tehtävänantona oli brainstorming- sessio(s. 4), jossa ideoitiin, mitä Triennalea ennen tapahtuu, mitä Triennalen aikana tapahtuu ja mitä sen jälkeen tapahtuu. Koska kyseessä on kolmen vuoden välein järjestettävä tapahtuma, on otettava huomioon, että näiden kolmen vuoden välillä tapahtuu jotain. Ajattelin, että minulla olisi tilaisuus jakaa mahdollisen konseptin palvelupolkua osiin, ja saada mahdollisesti ideoita, mihin pystyisin syventymään.

Aihetta briiffatessa(s. 4) en käyttänyt kuvia, vaan kerroin omasta taustastani, roolistani projektissa sekä itse Triennalen tapahtuman konseptoinnista. Purin aihetta omin sanoin ja kerroin esimerkeillä, mitä hain takaa tehtävänannolla. Merkittävien ajatusten näin jälkeen päin, mikä minulle tuli mieleen, on sanojen ja esimerkkien vaikutus lopputulokseen.

Kun puhuin Triennalesta, kerroin ajatuksestani, kuinka se olisi ikään kuin innovaatioareena, jossa pureuduttaisiin globaaleihin ongelmiin kuten mikromuovi. Tämän esimerkin jälkeen lopputuloksissa esiintyy paljon aiheita kuten ekologisuus ja kierrätys.

Lapset

Itselläni ei ole taustaa lasten kanssa työskentelemisestä, mutta sain tilaisuuden pitää workshopin kahdelle ryhmälle, joista toinen koostui alle 10-vuotiaista, ja toinen hieman yli 10-vuotiaista. Suunnittelin työpajan ryhmänohjaajan kanssa, jolta sain hieman taustatietoa ryhmästä sekä muotoiluakatemian työskentelytavoista. Pyrin suunnittelemaan työpajan siten, että lapset pystyisivät lähestymään sitä rennosti ja tehtävänanto olisi helposti ymmärrettävä. Yksi haaste oli muuttaa ammattisanasto ymmärrettäväksi lapsille. Lisäksi heille on tärkeää saada käsitys siitä, minkälaisia tapahtumia ylipäättänsä järjestetään maailmalla.

Kehittämässäni työpajassa jokainen sai toteuttaa haluamansa sarjakuvan itselleen mieleisestä tapahtumasta ja mitä siellä tapahtuisi. Työpajan johdannoksi tein Powerpoint-esityksen, johon keräsin kollaasin kuvia lukuisista tapahtumista sekä kivoista toiminnallisista installaatioista. Lisäksi lisäsin kollaaseihin muutaman avainsanan, jotka korostivat Triennalen tapahtuman arvoja. Koska Triennalen avainsanat ovat erittäin ammatillisia, niin yksinkertaistin ne sanoihin kuten "yhdessä" ja "hauskuus". Pyrin tällä tavalla lähestymään lasten kaltaista arvomaailmaa.

Lasten kaltaisella arvomaailmalla tarkoitan, mitä lapset pitävät eniten arvossaan. Lapsille tärkeintä on yleensä leikkiminen ja tekeminen, jotta toiminta on heille mielekkäämpää. Lapset myöskin inspiroituvat yleensä visuaalisesti miellyttävistä asioista. Lapsen mielikuvitus mahdollistaa sen, että he ovat yleensä valmiimpia piirtämään tai toteuttamaan itseään muulla visualisointitavalla kuten muovailamalla. Esitykseni kuvilla pyrin herättelemään heidän ajatuksiaan tapahtumiin liittyen, jotta työpajan suunta säilyisi. Tiedostan, että kuvat saattavat ja tulevat muokkaamaan osallistujien ajatuksia.

Nuoret

Nuorten ryhmä käsittää yläasteikäiset eli 13-15-vuotiaat. Pidin heille samankaltaisen esityksen kuin lapsille, mutta tehtävänanto oli erilainen. Koska tämän ikäluokan nuorilla ei välttämättä ole suurta ammatillista käsitystä Triennalen tapahtuman arvoista ja tapahtumista, niin pyrin heillekin pitämään esityksen brieffin selkeänä.

Tehtävänantona oli yhteisen mindmapin(s. 4) luominen. Toimin mindmapin luomisen ohjaajana ja kirjoittajana. Kysymyksenä oli "mikä olisi sinun unelmiesi tapahtuma". Aluksi kysymys ei herätellyt, mutta jaoin alaotsikoita helpottaakseni ideointia. Näitä alaotsikoita olivat mm. tilat ja toiminta. Näiden käsitteiden avulla nuorten tuntui olevan helpompi lähteä ideoimaan itselleen ideaalia tapahtumaa ja ajatus lähti kulkemaan paremmin.

Seniorit

Kyseiselle ryhmälle muotoilu oli erityisesti tuttu harrastemielessä. He pitävät designista ja ovat avoimia uusille ideoille. Heidän ammattitaustansa ei ollut muotoiluun liittyvää.

Tiedustelin ryhmänohjaajalta, kuinka vapaamielisesti ryhmäläiset lähtevät heittämään ideoita ja kuinka heitä olisi paras herätellä. Päädyin näiden pohdintojen perusteella pitämään kyseiselle ryhmälle työpajan, jossa kukin saisi koota oman kollaasin Triennalen tapahtumasta.

Selostin briiffissä (s. 4) Muotoilun Triennalen idean tiiviimmin verrattuna aikuisten ryhmään ja pyrin käyttämään vähemmän konkreettisia esimerkkejä selostaessani tapahtuman ideaa. Halusin, että he itse pyrkisivät miettimään, mikä olisi heille mieluisa muotoiluaiheinen tapahtuma.

Materiaalina käytettiin lehtileikkeitä, A3-kokoisia kartonkeja pohjana ja liimaa. Kollaasin valmistuttua dokumentoin jokaisen osallistujan selostuksen ja ajatukset videolle. Jokainen sai selittää omin sanoin, mitä ajatuksia heräsi kollaasia tehdessä ja mitä haki omalla työllään.

Opiskelijat

Järjestin työpajan Savonia-AMK:n Muotoilun opiskelijaryhmälle. Ryhmä koostui kolmannen vuosikurssin opiskelijoista, joille kyseinen kurssi oli valinnainen. Kyseessä oli tapahtumavisualisoinnin kurssi missä he työskentelivät Muotoilun Triennalen tapahtuman pilotoinnin eteen. Tästä syystä workshopin pitäminen ryhmälle tuntui erittäin sopivalta. Samalla kun saisin itselleni uusia ideoita ja näkökulmia, opiskelijatkin saivat uutta potkua omaan työskentelyynsä ja oppivat samalla uuden ideointitavan.

Briiffissä(s.4) selostin kuka olen, mikä on roolini projektissa ja mikä on Muotoilun Triennalen tapahtuman visio sekä tärkeimmät arvot. Tehtävänanto oli tehdä 5-ruutuinen sarjakuva siitä, millainen Triennale olisi. Koska opiskelijaryhmänä oli muotoilun opiskelijat, tiesin heidän olevan kyvykkäitä ilmaisemaan ajatuksiaan piirtämällä, sillä piirustus- ja kuvitustaidot ovat erittäin olennaisia meidän alalla. Sarjakuva sai kulkea tai kertoa tarinaa osallistujien omalla haluamallaan tavallaan. Ainoa kriteeri oli, että se kertoisi heidän mielikuvastaan, mitä Triennale voisi olla.

Odotin työpajaan enemmän osallistujia, mutta osallistujia oli loppujen lopuksi vain yksi. Kun kävimme yhdessä tuloksia läpi, minusta tuntui, että kyseinen osallistuja kuitenkin sai uuden ajattelutavan kurssiinsa liittyen. Olin positiivisesti yllättynyt erilaisesta ajattelutavasta ja siitä, kuinka hän ilmaisi itseään sarjakuvan myötä. Sarjakuvamenetelmää pystyy ajattelemaan yllättävän monella eri tavalla. Kurssin muille opiskelijoille oli välitetty tehtävänanto jälkeensä.

Harmikseni tämän työpajan tavoite ei kuitenkaan täyttynyt. Tavoitteena oli tuottaa sarjakuvamateriaalia, mitä pystyisin hyödyntämään ja analysoimaan jälkeensä. Osallistujien puutteesta sekä kommunikointiongelmien vuoksi, en kuitenkaan saanut itselleni tarpeeksi materiaalia kyseisestä työpajasta. Tarkoituksena olisi, että opiskelijat olisivat ladanneet työpajansa tehtävät verkkopalveluun ja jakaneet sieltä minulle. Tästä kuitenkin opittiin, enkä toistanut virhettä muissa työpajoissa, vaan keräsin materiaalin fyysisesti tai dokumentoin työpajan lopputuleman. Kyseinen työpaja korkeakoulu-opiskelijoilla oli myöskin ensimmäinen, jonka pidin näistä kaikista.

3.2 Workshopin tuottamat tulokset

Aikuiset

Jaon tulokset kolmeen osioon, sillä ideoinnin tulokset jaottuivat Triennalen eri ajoille. Aiheet jaettiin ryhmittäin ja ne kiersivät kullakin ryhmällä, joten kaikki ryhmät saivat ideoida jokaisen aiheen alle. Ideoita tuli mielestäni rikkaasti ja sain myöskin uusia näkökulmia konseptointiin. Kuitenkin huomasin oman briefauksen vaikuttaneen jonkin verran osallistujien ajatuksiin. Tästä hyvänä esimerkkinä on kaikki ideat, jotka liittyvät jollakin tavalla ekologisuuteen, sillä omassa esimerkissäni briiffin(ks s. 4) aikana, puhuin ekologisuuden ylöstuomisesta yhtenä Triennalen pääaiheena.

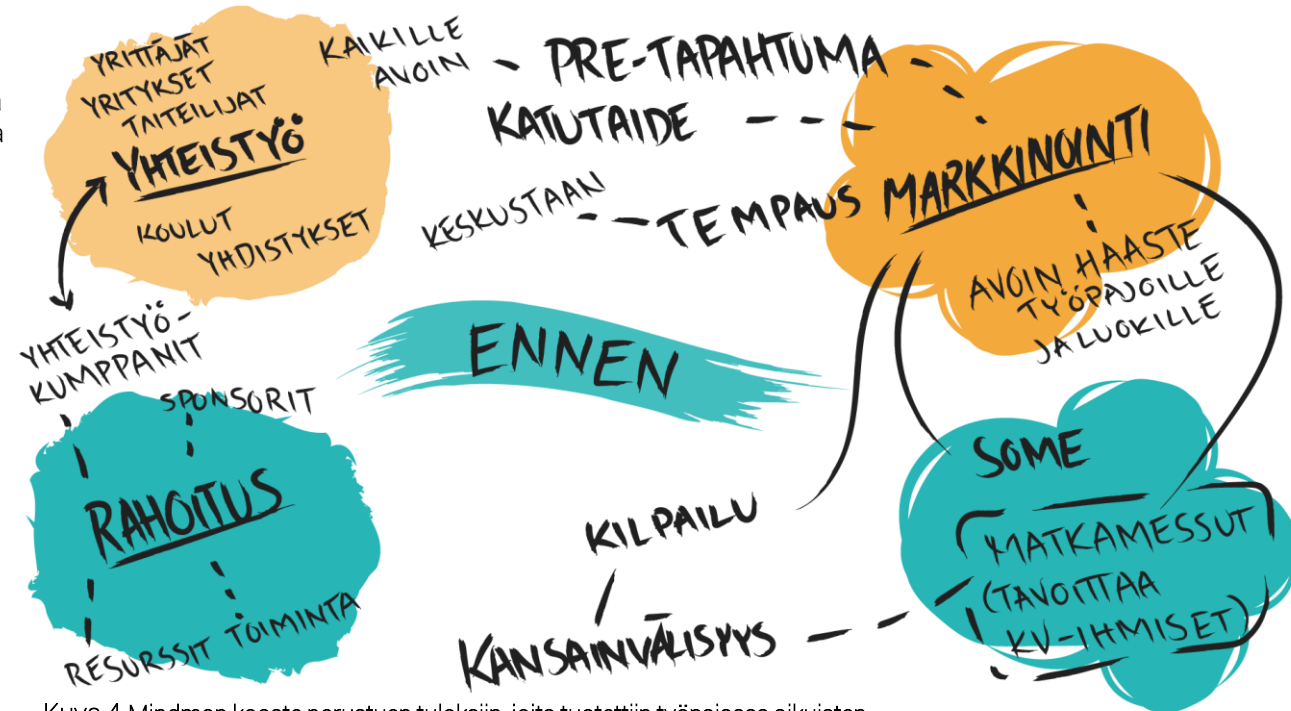
Aikuisten kanssa ryhmä sai brainstormata ideoitaan post-it-lapuille, jotka laitettiin jaoteltiin eri aikajanoihin. Olen tiivistänyt ajatukset siten, miten niitä voisi hyödyntää palvelupolkua muodostaessa ja mihin alaryhmään ne voisivat kuulua. Olen karsinut ideoista sellaiset asiat pois, jotka eivät mielestäni sopineet palvelupolkuun tai toistivat muita ideoita.

Ennen triennalea

Ideoita tuli paljon yleisesti tapahtuman järjestämiseen, markkinointiin ja taloudellisiin asioihin liittyen. Yksi huomattavimmista ajatuksista oli yhteistyö ja sen merkitys, joka siten on myös liitoksissa tapahtuman rahoittamiseen. Yhteistyökumppanit voivat olla kouluja ja yhdistyksiä, mutta ne voivat olla myös yrityksiä, jotka sponsoroivat tapahtuman toimintaa.

Muutamiksi markkinointi-ideoiksi nousi pre-tapahtuman järjestäminen eli tapahtuma, joka järjestetään ennen varsinaista tapahtumaa, ikään kuin nostattamaan tunnelmaa. Tällä voidaan nostaa lisää kiinnostusta mahdollisiin sponsoreihin sekä kiinnostusta yleisöltä itse tapahtumaa kohtaan. Lisäksi kansainvälisyys näkyi ideoina kuten mainostaminen matkamessuilla tai ulkomaisilla messuilla. Tämän kautta voitaisiin saada kiinnostusta kansainvälisiltä ihmisiltä.

Lisätoiveina olivat myös tempaukset, kuten kilpailun järjestäminen sekä katutaiteen mahdollistaminen. Mielestäni nämä ovat oivia ja huomattavia tapoja mitä voitaisiin hyödyntää markkinoinnissa.

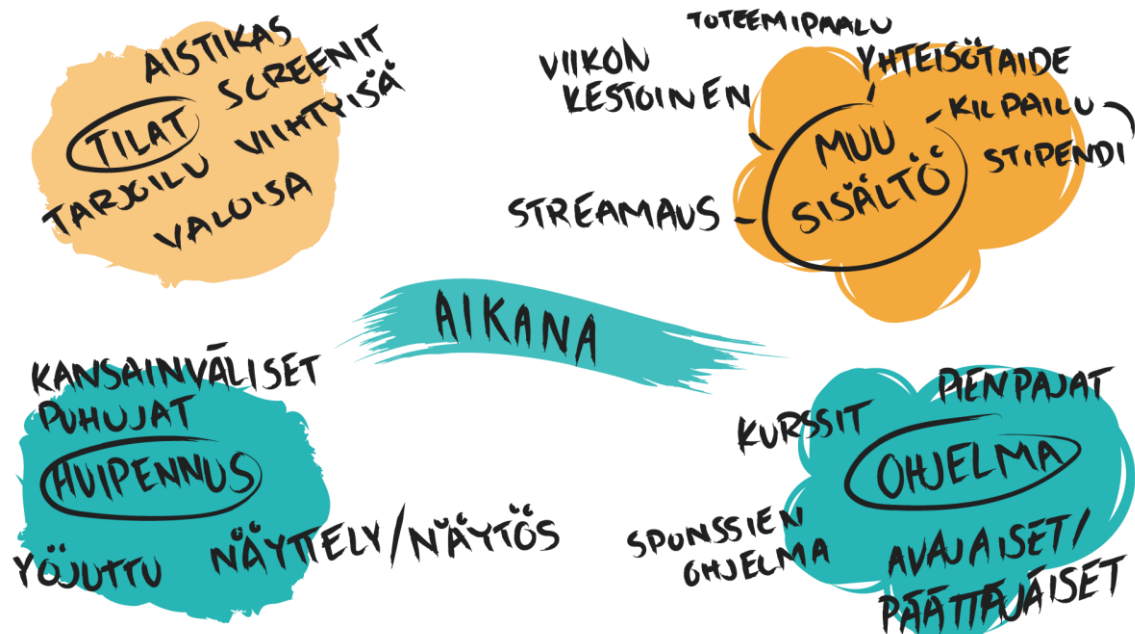


Kuva 4 Mindmap kooste perustuen tuloksiin, joita tuotettiin työpajassa aikuisten parissa. Ideat sijoittuvat ennen Triennalea tapahtuviin asioihin. (Diana Pitkänen 2018. ks. liite 4)

Triennalen aikana

Ideat koostuivat suurimmaksi osaksi ajatuksista, missä Triennale fyysisesti järjestettäisiin tai tapahtumassa sisällöllisesti tapahtuisi. Ideoina oli muun muassa yhteisötaiteen toteuttamista toteemipaalun muodossa, kilpailun järjestämistä mikä voisi olla kytköksissä kilpailuun, joka järjestetään myös ennen triennalea, sekä pienpajoihin osallistumisen mahdollisuus. Ideoista korostui toive siitä, että Triennale huipentuisi ikään kuin isompaan showhun, jossa voisi olla muotinäytöksiä ja iltajuhlat. Siellä olisi myös kiva olla kansainvälisiä esiintyjä sekä puhujia.

Tilalta toivottiin, että siellä yhdistyisi perinteisyys ja modernikkuus. Siellä olisi screenejä, mutta tila voisi olla myös merkityksellinen esimerkiksi Kuopion historian kannalta. Oli myös tärkeää, että tilassa voitaisiin järjestää mahdollinen ruuan ja juoman tarjoilu.



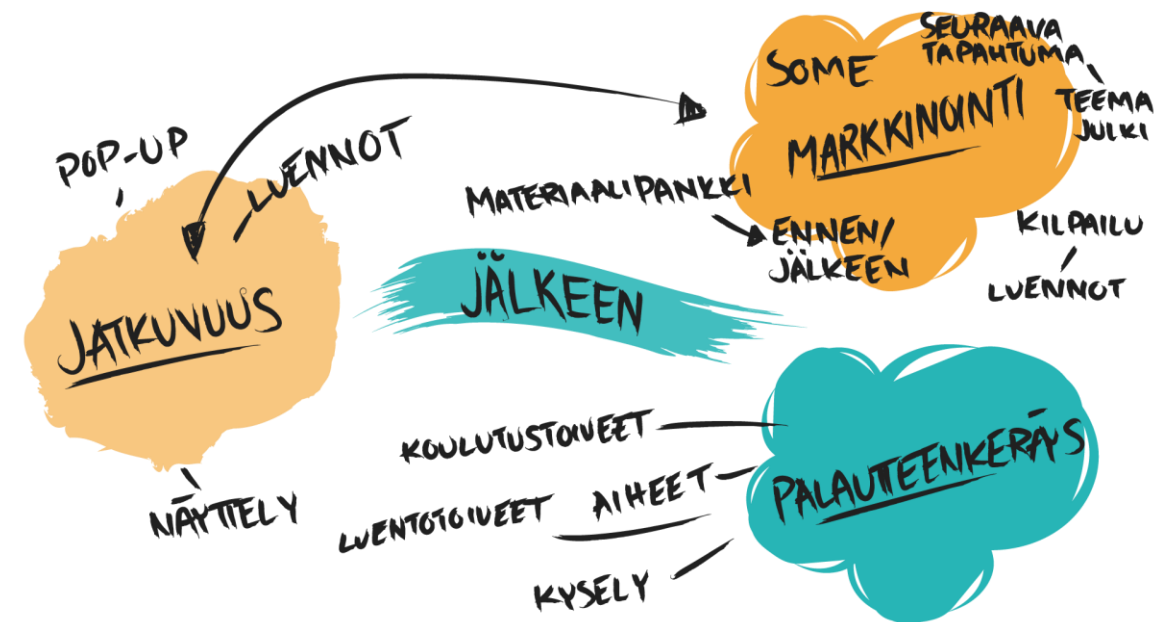
Kuva 5 Mindmap kooste perustuen tuloksiin, jotka pohjautuvat työpajan tuottamiin tuloksiin aikuisten ryhmän kanssa. Ideat sijoittuvat Triennalen aikana tapahtuviin asioihin. (Diana Pitkänen 2018. ks. liite 5)

Triennalen jälkeen

Tapahtuman jälkeen keskityttiin tapahtuman jatkuvuuden ylläpitämiseen. On tärkeää ylläpitää sitä markkinoinnin osalta sekä kerätä palautetta, jolla kehittyä tulevina vuosina. Ideoita tämän ylläpitoon oli muun muassa seuraavan kilpailun julkistaminen, jota varten järjestettäisiin myös kilpailua tukevia luentoja ja työpajoja.

Markkinointi-ideoihin nousi materiaalikuvapankin ylläpitäminen eli tapahtumalla olisi kuvamateriaalia mitä saisi vapaasti käyttää. Mielestäni tämä olisi erityisen hyvä median huomiota varten, koska jos medialla on kiinnostusta tapahtumaa kohtaan, olisi myös heille vapaasti julkaistavaa materiaalia jo valmiina.

Palautetta kerätessä olisi hyvä, jos sitä voitaisiin kerätä myös kohdentuen ihmisten toiveisiin työpajoihin sekä luentoihin liittyen. Oli myös hyvä ideoida, minkälainen tämä mahdollinen lomake olisi tai mitä muita tapoja olisi kerätä palautetta.



Kuva 6 Mindmap kooste perustuen tuloksiin, jotka pohjautuivat työpajan tuottamiin tuloksiin aikuisten ryhmän kanssa. Ideat sijoittuvat Triennalen jälkeen tapahtuviin asioihin. (Diana Pitkänen 2018. ks. liite 6)

Lapset

Lasten kanssa päästiin ideoimaan heidän unelmiensa tapahtumaa. Briiffatessa esitin heille kuvia jo olemassa olevista tapahtumista, jolla oli paljon vaikutusta myös heidän ajatuksiinsa. Ryhmitin ideat ominaisuuksiin, toiminallisuuteen sekä muihin ideoihin. Ideoita oli paljon, joten minun piti karsia niitä.

Osallistujat kokivat, että hauska ympäristö, joka soveltuu kaikkien käytettäväksi olisi olennainen osa heidän unelmiensa tapahtumaa. Tapahtumassa olisi muun muassa installaatioita, labyrintti, liukumäkiä ja jonkinlainen yhteinen soitin sekä maalausseinä. Yhdellä osallistujalla oli esimerkiksi idea siitä, että koko tapahtuma kulkisi eräänlaista polkua ja se loisi kokonaiskuvan tapahtumasta.

Ominaisuuksia mitä osallistujat toivoivat eniten olivat, että tapahtuma oli värikäs ja siellä olisi hauskaa. Lisäksi moni ilmaisi haluavansa fyysistä tekemistä ja jotakin käsillä tehtävää. Ilmaisin kyseisen asian käsitteellä "fyysinen kosketus".



Kuva 7 Mindmap kooste perustuen tuloksiin, jotka pohjautuvat työpajan tuottamiin tuloksiin lasten ryhmän kanssa. (Diana Pitkänen 2018. ks. liite 1)

Nuoret

Tämän ryhmän kanssa koin, että villejä ideoita tuli eniten. Tähän voi vaikuttaa se, että koitin itse ryhmänvetäjänä jututtaa osallistujia enemmän ja olin suunnitellut tapahtuman alaryhmiä valmiiksi, jotta ideoiminen helpottuisi heille.

Nuoret lähtivätkin ideoimaan eniten tapahtuman sisältöön liittyviä asioita. He myöskin kokivat yhdistäväksi tekijäksi, jos tapahtumasta saisi ikään kuin jonkinlaisen esineen, joita voisi vaihtaa muiden kanssa. Tästä esimerkkinä toimii erään osallistujan kokemus partiolaistapahtumasta, jossa vaihdetaan merkkejä muiden kansainvälisten harrastajien kesken. Lisäksi nuoret kokivat esiintyjät kuten livemusiikin ja taiteen tärkeäksi osaksi tapahtumaa.

Markkinointiin liittyen osallistujat kuvailivat, minkälainen mainos heihin kiinnittää eniten huomiota. Heille mieleenpainuvimpia 'markkinoinnin keinoja' oli tempaukset torilla sekä isot ja värikkäät mainokset bussipysäkeillä ja muissa kylteissä. Lisäksi heille mieleenpainuvimpia olivat erityisesti ne joissa oli käytetty jonkinlaista animaatiota mainoksen tukena. Yhden osallistujan mielestä olisikin hauska idea, jos jonkinlainen animaatiomainos saataisiin kuvattua esimerkiksi junan kylkeen.

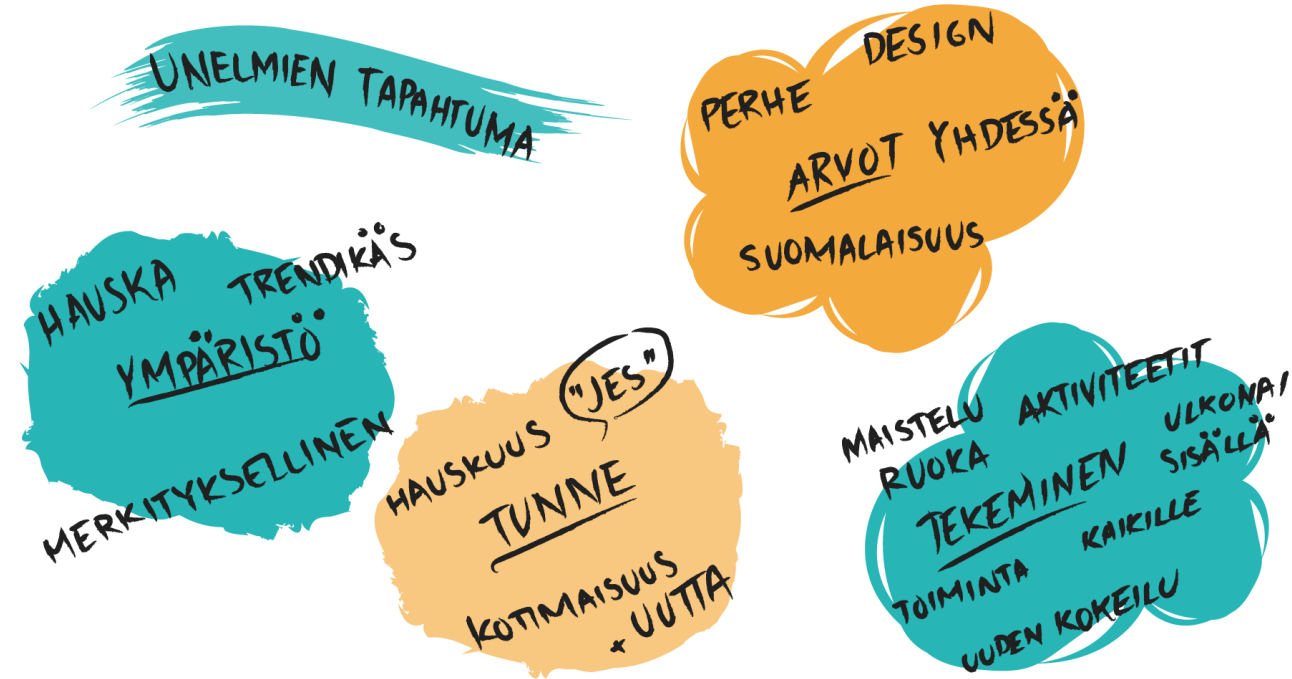


Kuva 8 Mindmap kooste perustuen tuloksiin, jotka pohjautuvat työpajan tuottamiin tuloksiin nuorten ryhmän kanssa. (Diana Pitkänen 2018. ks. liite 3)

Seniorit

Senioreiden kanssa tuotetut työpajatulokset olivat mielestäni eniten arvomaailmoja pohtivia kuin muiden ryhmien. Tämä voikin johtua siitä, että tehtävänanto oli erilainen (s. 11). Osallistujat halusivat korostaa tapahtuman tuottamaa tunnetta ja tuoda kotimaisuutta esille. Myös se, että pääsee perheen kesken verkostoitumaan designin maailmaan, oli tärkeää.

Aktiviteetit koettiin tärkeiksi. Niitä pitäisi olla kaikenlaisille ihmisille rajoitteista huolimatta. Niihin kuuluu toiminnalliset asiat, joita voi toteuttaa sisällä ja ulkona, sekä ruuan ja juoman ääressä seurustelu. Ympäristöksi toivottiin jotain, joka olisi Kuopion tai suomalaisuuden kannalta merkityksellinen paikka, mutta se soveltuisi tarvittaessa hauskaksi ja trendikkääksi ympäristöksi.



Kuva 9 Mindmap kooste perustuen tuloksiin, jotka pohjautuvat työpajan tuottamiin tuloksiin senioreiden ryhmän kanssa. (Diana Pitkänen 2018. ks. liite 2)

3.3 Workshopin tuloksien analysointi

Tulen käyttämään tuloksia, jotka koen itselleni tärkeiksi ja olennaisiksi palvelupolkua suunnitellussa. Valitsemani aiheet ja toiminnot esiintyvät ohjelma- sekä markkinointi-ideoina polussa. Ne ovat pieniä yksittäisiä piirteitä. Haluan korostaa, että nämä tulokset painottuvat erittäin paljon omaan tulkintaani.

Ylhäällä esitetyssä ajatuskartassa olen tarkentanut valitsemani aihepiirit ja valintani workshopin tuloksiin liittyen. Tulen palvelupolussa noudattamaan kyseistä ajatusmallia, siitä mitä Triennale on ennen tapahtumaan, tapahtuman aikana sekä mitä sen jälkeen tapahtuu. Tulen pohtimaan, mitä kannattaa sisällyttää tapahtuman markkinoinnin sekä teeman rakentumisen kannalta. Rakennan tapahtuman teeman esimerkin kautta, mutta pyrin ohjelmansisällöllä tukemaan kyseistä teemaa.

Erityisesti esille nousevia aiheita oli toiminnallisuuden tärkeys sekä tapahtuman värikyyden näkyvyys sen ohjelmissa sekä ulkoisesti esim. markkinoinnissa. Myöskin perhekeskeisyys sekä kavereiden merkitys siinä, että voi ottaa heidät mukaan tapahtumaan samalla osallistuen itse, oli merkityksellinen asia monelle osallistujalle, oli osallistuja sitten itse lapsi, vanhempi henkilö tai perheellinen henkilö.

Sain runsaasti ideoita markkinointiin liittyen, vaikka luulen, että osallistujat eivät välttämättä mieltäneet ajatuksiensa liittyvän markkinointiin. Odotin, että olisin saanut enemmän ideoita kansainvälisyyteen ja sen ylläpitämiseen liittyen, mutta se ikään kuin nousi enemmän arvona kuin ideana. Asia pysyi korkeana arvona, mutta sen ympärille sijoittuneet ideat eivät pelkästään liittyneet kansainvälisyyteen.

Analysoin tuloksia sen pohjalta, että mitkä asiat koin itselleni hyödyllisimmiksi tapahtuman konseptointiin liittyen sekä mitkä ajatuksista olivat uusia. Muodostin jokaisen videon sekä kuvan pohjalta tiivistelmän ajatuksista ja ideoista, jotka nousivat eniten pintaan ja muokkasin niitä tarvittaessa ymmärrettävämpään ja sovellettavampaan muotoon.

Positiiviset asiat työpajan järjestämisessä

Pidin työpajojen järjestämistä erittäin positiivisena ja hyödyllisenä kokemuksena ajatellen tulevaisuuttani muotoilun alalla. Kaikki työpajat tuottivat vaihtelevasti tuloksia ja työpajan osallistujat ottivat osaa niiden aktiviteetteihin. Sain kokeiltua monenlaisia menetelmiä, joita voi käyttää työpajan työskentelytekniikoina. Tapasin ja tutustuin monen ikäisiin, keskenään erilaisiin ihmisiin ja sain uusia ideoita sekä mielikuvia siitä, millainen tapahtuma Muotoilun Triennale voisi olla.

Työpajoissa tuotetut materiaalit olivat sekä visuaalisia että konkreettisia. Materiaalia oli mielestäni runsaasti ja siitä sai uudenlaisia ideoita monilla eri tavoilla. Tiivistin positiivisimmat asiat alla näkyvään luetteloon.

- Hyviä ajatuksia
- Kaikki osallistuivat
- Sai kokeilla monenlaisia työskentelytapatekniikoita
- Erilaisia ihmisiä, eri ikäisiä, erilaisista taustoista
- Sai sekä visuaalista että konkreettista materiaalia

Negatiiviset asiat työpajan järjestämisessä

Työpajojen ajoittaminen oli välillä hankalaa. Lisäksi koin omien briiffausten(s. 4) vaikuttavan paljon osallistujien ideoihin ja ajatukseen. Huomasin myöskin, että osassa työryhmissä osallistujat olivat keskenään kavereita ja vaikuttivat paljon toistensa ajatuksiin.

Yksi työpajoista ei onnistunut odotetusti, eikä materiaalia saanut kerättyä. Kyseessä oli viestinnän tuottama ongelma, jonka johdosta työpajassa tuotettu materiaali ei päätenyt minulle. Tiivistin työpajojen negatiivisista asioista luettelon tämä tekstin alapuolelle.

- Jotkut saattoivat toistaa näyttämiäni/sanomiani esimerkkejä
- Kaikki ideat ei uusia
- Joissakin ryhmänsisäinen ajattelutapa erittäin näkyvää/
Kaverin ajatuksilla vaikutus omaan ajatukseen
- Kaikissa työpajoissa ei niin paljon osallistujia kuin odotettu

Mitkä tulokset päätyvät konseptiin?

Tiivistin tuloksista itselleni mieleenpainuvimmat ideat vieressä näkyvään kuvioon (kuva 10). Valitsin ideoita sillä perusteella, että ne joko liittyivät tapahtuman ohjelmiin tai toimintoihin, voisivat tukea tapahtuman jatkuvuutta ja markkinointia, ja korostavat tapahtuman arvoa, siitä että tehdään yhdessä ja monialaisesti.



Kuva 10 Kooste valituista ideoista.
(Diana Pitkänen 2018)

Jälkiajatuksia työpajojen järjestämiseen liittyen

Workshoppia pitäessä minun pitää asettua fasilitaattorin asemaan, joka mielestäni onnistui osittain. Minun fasilitoinnissa oli kuitenkin joitakin puutteita, ja voisin parantaa niitä siltä kannalta, jos tulen pitämään workshoppeja tulevaisuudessa. Kuitenkin minun pitää ottaa huomioon, että minulla ei ole aiempaa kokemusta työpajojen pitämisestä vieraille työryhmille. Olisin voinut valmistautua työpajojen pitämiseen tarkemmin ja käyttää enemmän apunani esimerkiksi *Fasilitaattorin työkirja: Menetelmiä sujuvaan ryhmätyöskentelyyn* -opasta. Myöskin aikataulutamisessa oli omat haasteensa.

Kokemus työpajojen pitämisestä oli minulle erittäin positiivinen. Mielestäni sain työpajaan osallistuneet ihmiset ilmaisemaan omia ideoitaan ja ajatuksiaan, ja tulokset olivat monipuolisia. Sekin on hyvä huomioida, että vaikka kaikki ryhmät eivät kuulu Triennale-tapahtuman kohderyhmään esimerkiksi iän puolesta, niin silti voi saada erittäin vapaita ja lentäviä ideoita tapahtuman konseptointiin liittyen.

Huomasin briiffauksessa käyttämilleni kuvilla ja sanoilla olevan paljon vaikutusta työpajan osallistujien ajatuksiin. Tästä hyvänä esimerkki on, kun briiffasin aikuisryhmälle työpajaa ja mainitsin globaalin maailman ongelmana muun muassa mikro-muovin. Moni kyseisen työpajan tuloksista viittasi jotenkin ekologisuuteen tai kierrätyksen kehittämiseen.

Ajan mittaan minulle kertyi kokemusta työpajojen pitämisestä. Viimeiset työpajat vaikuttivat olevan paljon tuottoisempia ja uskon tähän vaikuttaneen oma kehittyminen työpajan vetäjänä. Sain paljon rohkeutta mitä enemmän työpajoja pidin. Hyvänä esimerkkinä on, kun pidin työpajaa ensimmäiselle lapsiryhmälle. Minun oli hankalaa asettua heidän ajatusmaailmaansa ja puhua heille. Ensimmäisen lapsille pidetyn työpajan jälkeen aloin tottua lapsiin, ja työpajan pitäminen muille ryhmille, jotka koostuivat lapsista sekä nuorista, ei tuntunutkaan niin vaikealta. Myöskin sisällön briiffaus oli helpompaa ja osasin kertoa tiiviimmin tapahtuman olennaisimmista arvoista sekä työpajan tehtävänannosta. Tärkeintä oli selkeys ja rauhallisuus.

Koska en perustanut työpajoja mihinkään teoreettiseen tutkimukseen tai työpajan järjestämistapaan, niin workshop-menetelmässä voi olla puutteita, jotka vaikuttavat tuloksiin. Kuten edellisessä kappaleessa mainitsin, esimerkkeinäni käyttämäni asiat muokkasit tuloksia jonkin verran. Oma taustaani ajatellen minulla ei ole kokemusta ryhmien ohjauksesta sekä fasilitoinnista. Tällä on varmasti paljon vaikutusta siihen miten työpajan järjestäminen meni.

Ennen työpajoja minulla oli vain oma tuntemukseni fasilitoinnista ja tieto siitä, mitä se suunnilleen käsittää. En kuitenkaan käyttänyt fasilitointiin mitään erityistä teoria-pohjaa. Opinnäytetyöaiheeni liittyy tapahtuman konseptoinnin ympärille, joten en halunnut syventyä workshopin järjestämisen menetelmiin sekä fasilitointiin. Päättävöitteeni oli nimenomaan saada materiaalia ja ideoita, joita voin hyödyntää konseptoinnin yhteydessä. Fasilitointi sekä työpajat ovat opinnäytetyössäni enemmänkin sivutuote.



Kuva 11 Kuvitteellinen tilanne, missä järjestetään työpajaa.
(Muokkaus Diana Pitkänen 2018. Alkuperäinen kuva pexels-kuvapankki)

4 Tapahtuman konseptointi palvelumuotoilullisin keinoin

Käytän palvelumuotoilun tarjoamia työkaluja tapahtuman konseptoinnissa. Erityisesti minua inspiroi teos "Tarinallistaminen -palvelun punainen lanka" Anne Kalliomäeltä. Tulenkin hyödyntämään teoksessa esitettyjä stooripuu – sekä näyttämö –metodeja seuraavissa luvuissa. Stooripuuta varten tulen myös luomaan 3 profiilia, jotka edustavat Triennialen kohderyhmää.

4.1 Mitä palvelumuotoilu on?

"Palvelumuotoilu on yhteisesti jaettu ajattelu- ja toimintatapa. Se on yhteinen kieli eri osaamisalojen yhteistyöhön palveluiden kehittämisessä.

Palvelumuotoilu on prosessi ja työkaluvalikoima. Se on hyvä kehikko, jolla päästään käsiksi palveluiden kehittämiseen; jolla palvelun kehittäjä voi syventää omaa osaamistaan ja rakentaa omaan toimintaympäristöönsä paremmin sopivia työmenetelmiä ja -välineitä",
(Tuulaniemi 2011, luku 2).

Koen edellä olevan lainauksen hyväksi kuvaukseksi siitä mitä palvelumuotoilu käsittää ja pitää sisällään. Muotoilijana minulla on osaaminen ja tietoisuus näistä työkaluista, mitä pystyn hyödyntämään palveluiden kehittämisessä. Palvelumuotoilussa pyritään katsomaan palvelun prosessia suuremmasta näkökulmasta, jotta siihen sitten voidaan syventyä.

Se antaa palvelun ostajalle tietoisuuden siitä, miten he voivat parantaa ja rakentaa toimintaympäristöönsä palvelemaan paremmin käyttäjiensä tarpeita tulevaisuudessa.

Käyttäjälähtöisyys on olennainen osa muotoilua, mutta suurin ero palvelumuotoilussa muuhun muotoiluun on se, mitä sillä tuotetaan. Palvelumuotoilijan työn tulos on palvelumuotoilua tai palvelu, ei designia tai mitään konkreettista tuotetta. Työn tulosta ei voi mitata aineellisesti. Eniten yhteyksiä palvelumuotoiluun on teollisilla muotoilijoilla, sillä heillä on suuri prosessiosaaminen (Tuulaniemi 2011, luku 2).

Kun määrittelemme palvelumuotoilua, meidän tulee myöskin tiedostaa, mikä palvelu on. Se on aineeton toiminta, jonka olennaisin ominaisuus on ihmisten keskeinen vuorovaikutus. Palvelu on aina kokemus, jonka käyttämiseen liittyy tarina asiakkaan näkökulmasta. Se voi olla vuorovaikutus, teko, toiminta tai tapahtuma (Tuulaniemi 2011, luku 2).

"Palvelumuotoilussa tuodaan muotoilussa käytetty käyttäjälähtöinen ajattelutapa ja toimintamalli aineettomien palveluiden kehittämiseen",
(Innanen, 2016-12-17).

4.2 Mikä on palvelupolku?

Tapahtumaa konseptoidessa lähdetään luomaan sille palvelupolkua, joka käsittää Triennalen pitkältä mittakaavalta vuodelle 2022. 3 vuotta ennen 2022 vuoden Triennale –tapahtumaa keskitytään markkinointikikkoihin ja tapahtuman jatkuvuuden ylläpitämiseen. Tämän jälkeen etenee 2022 tapahtuvaan Triennaleen, johon määrittelen Triennalen aikana tapahtuvat ilmiöt ja ohjelmasisällön. Nämä sijoittuvat 3 tapahtumapäivän sisälle. Määrittelen myös, miten tästä vuodesta edetään seuraavana 3 vuotena jälkimarkkinoinnin ja muun ohjelman suhteen. Näin katson suurempaa kuvaa tapahtumasta, sillä moni asia esimerkiksi markkinointi, ei tapahdu ainoastaan tapahtuman aikana. Jos haluamme ylläpitää ihmisten kiinnostusta tapahtumaan, varsinkin kun kyseessä on kolmen vuoden välein järjestettävä tapahtuma, tulee meidän ylläpitää tätä mielenkiintoa myös kolmena välivuotena.

”Palvelupolku kuvaa miten asiakas kulkee ja kokee palvelun aika-akselilla. Palvelupolku jaetaan eripituisiin osiin käytännön kannalta tarkoituksenmukaisesti. Näitä osia ovat palvelutuokiot ja palvelun kontaktipisteet. Palvelupolku jakautuu siis palvelutuokioihin, jotka sisältävät useita palvelun kontaktipisteitä. Palvelumuotoilu toteuttaakin näin tyyppillistä muotoilun ongelmanratkaisua: suunnitteluhaaste jaetaan osahaasteisiin, joihin on helpompi päästä käsiksi”, mainitsee Juha Tuulaniemi (2011, luku 2). Tulen istuttamaan palvelupolkuun kolme esimerkkiprofiilia, jotka esittävät potentiaalisia kävijöitä ja ovat kuvitettu kohderyhmän pohjalta. Näin pystymme hahmottamaan, miten erilaiset ihmiset mahdollisesti etenevät palvelupolussa ja mitä eroja niiden välillä on keskenään.

Mihin palvelupolkua voidaan käyttää muotoilussa?

Palvelupolku on yksi palvelumuotoilun työkaluista, jonka avulla pystytään hahmottamaan palveluprosessin eri vaiheet ja mahdollisuudet. Palvelupolun avulla pystytään segmentoimaan asiakkaita ja suunnittelemaan eri ryhmille sopivia kontaktipisteitä. Kontaktipisteissä asiakaspalvelijat ovat yleensä niitä, jotka saavat ensisijaista tietoa asiakkaiden toiveista ja käyttökokemuksista. Näiden pohjalta voidaan kehittää toimintaa. Asiakasymmärryksen kautta voidaan myös löytää uusia tapoja tarjota tai tuottaa palvelua. (Vauhkonen 2013-11-13)

Palvelupolku muodostuu asiakkaan kokemista kontaktipisteistä, jotka muodostavat palvelutuokioita. Palvelutuokiot tuottavat asiakkaalle palvelun kokonaisuuden ja asiakaskokemuksen arvoa. Palvelupolku on ajassa tapahtuvien kontaktipisteiden ja palvelutuokioiden summa. Palvelupolussa otetaan huomioon asiakkaan omat tarpeet, valinnat sekä käyttäytymismalli, jotka ohjaavat asiakkaan kuluttamista. (Vauhkonen 2013-11-13)

Kontaktipisteet voidaan jaotella neljään eri ryhmään: kanavat, esineet, toimintamallit ja ihmiset. Nämä kaikki ovat kontaktissa toistensa kanssa ja tulevat esille jokaisessa palvelupolussa omalla tavallaan eri aikakohdissa polkua.

Kanavat ovat erilaisia paikkoja tai ympäristöjä. Ne voivat olla fyysisiä, digitaalisia tai aineettomia. Yksittäinen kanava voi sisältää useampia kontaktipisteitä samanaikaisesti. Esim. Kelassa vieraillessa näet Kelan brändin odottaessasi vuoronumerosi mukaista vuoroa ja asioida talouteesi liittyvistä asioista virkailijan kanssa.

Esineet ovat asiakkaan tai yrityksen käyttämiä objekteja. Ne vaikuttavat asiakkaan käyttökokemukseen joko suoraan tai välillisesti asiakaspalvelijan kautta. Näitä esineitä voivat olla esimerkiksi bussikortti, maksupäätelaitteet tai mobiililippu.

Toimintamalleihin määritellään palvelun tuottavat palvelutuokiossa. Ne ovat ohjeistettuja toimintoja, jotka näkyvät asiakkaalle tai kävijälle pieninä eleinä. Näitä voi olla asiakaspalvelun tervehdys tai informatiiviset opasteet.

Ihmiset ovat aina olennainen osa palvelua, koska palvelukokemuksessa on aina asiakas tai kävijä ja mahdollisesti jokin henkilö, joka liittyy palvelun tuottamiseen kuten asiakaspalvelija (Vauhkonen 2013-11-13).

Yksinkertaisuudessaan palvelupolkua voidaan katsoa eräänlaisena palvelun etenemisen tarkastelutapana. Siihen voidaan asettaa monia erilaisia profiileja, jotka voivat edustaa toisistaan erottuvia kuluttajia. Tämä helpottaa palvelun ongelmakohtien havainnointia ja näin sen kehitystä. Opinnäytetyössä tulen luomaan 3 eri ajoille sijoitettavaa palvelupolkua. Ne demonstroivat konseptin toimintaa, ja sitä miten mahdollinen kohderyhmään kuuluva vierailija käyttäytyy kyseisissä polussa.

4.2.1 Miten lähden suunnittelemaan palvelupolkua tapahtumalle?

Kansainväliselle tapahtumalle konseptoidessa täytyy ajatella laajasti. Kuitenkin tätä opinnäytetyötä tehdessä otan huomioon resurssini erityisesti ajallisesti ja pyrin tekemään pohjan konseptin palvelupolulle, joka on mahdollisesti sovellettavissa Triennalen projektin tulevaisuutta ajatellen.

Ensimmäiseksi luon aikajanaa tapahtuman kokonaisuudesta ja sen osista. Pohdin mistä osista aikajana koostuu, jotta pääsen luomaan palvelupolkua yhden kävijän osalta. On tärkeää hahmottaa, missä vaiheessa tapahtumasuunnittelua järjestetään mitäkin asioita. Esimerkiksi markkinointi sijoittuu pidemmälle ajalle, kuin pelkästään tapahtumaa ennakoiden. Aikajanan määrittämisen jälkeen suunnittelen palvelupolun käyttäjän/vieraan näkökulmasta.

"Palvelumuotoilussa painottuu kokonaisvaltaisuus, joka konkretisoituu esimerkiksi asiakkaan palvelupolun mallintamisen kautta. Palvelupolun avulla kuvataan miten palvelu tarjoaa asiakkaalle erilaisia kontaktipisteitä, joiden avulla hän navigoi omaa polkuaan eteenpäin. Tämän polun ja sen kontaktipisteiden läpikäyminen on usein hyvin herättävää palveluntarjoajalle."
(Innanen, 2016-12-17).

Palvelupolkua suunnitellessa minun tulee ottaa huomioon, että jokaisessa palvelupolussa voi olla monta vaihtoehtoa eri kontaktipisteiden vaiheissa lopputulemalle. Mallinnan palvelupolkua mahdollisen tapahtuman vierailijan näkökulmasta ja määrittelen kaikki mahdolliset kontaktipisteet palvelupolkuun. Kontaktipisteisiin aion myös määritellä, kuinka paljon aikaa vierailija käyttää kussakin kontaktipisteessä.

"Asiakaslähtöisyys tarkoittaa myös muutakin kuin pyrkimystä nähdä palvelupolku asiakkaan silmin. Se tarkoittaa sitä, että ymmärretään asiakkaita kokonaisvaltaisemmin. Asiakkaan arjen ymmärtäminen on tärkeää. Tällöin voidaan löytää oikeat arkiset haasteet ja kipupisteet, joihin kehittävä palvelu voi tuoda ratkaisun."
(Innanen, 2016-12-17).

Edelliseen lainaukseen viitaten, voimme ajatella palvelumuotoilun tärkeimpiä menetelmiä, kuten havainnointia. Opinnäytetyön resurssien puitteissa en välttämättä pääse havainnoimaan oman suunnittelemani palvelupolun kulkua, ja täten joudunkin itse arvioimaan mahdollisia lopputulemia. Tulen ottamaan tämän erityisesti huomioon kappaleessa "palvelukonseptin testaaminen", missä käyn läpi erilaisia mahdollisuuksia konseptin demonstroimiseen ja testaukseen liittyen. Pääsen kuitenkin seuraamaan Triennalen pilottitapahtumaa Design Week Kuopio 2018 -tapahtumaan, jossa tulen havainnoimaan pre-tapahtuman kulkua ja tapahtumasta kiinnostuneita. Hyödynnän tätä tietoa opinnäytetyössäni ja lopputuleman analysoinnissa ja arvioinnissa.

KOKEMUS

KORKEATASOISUUS

YRITYSTEN SYNTY

KANSAINVÄLISYYS

YHTEISKUNTAKRIITTISYYS

TALOUDEN KASVU

INNOVOINTI

PONNAHDUSLAUTA

YHDISTYMINEN

AMMATTITAITOISUUS

Stooripuu -metodi

Valitsin Anne Kalliomäen teoksesta "Tarinallistaminen" tämän menetelmän lähestyä konseptointia, ennen varsinaisen palvelupolun suunnittelua. Koen stooripuun helpottavan työprosessiani opinnäytetyötä tehdessä, sillä tapahtumaa muodostaessa on tärkeää hahmottaa tapahtuman arvomaailma.

Ensimmäisenä oli tärkeintä hahmottaa puun juuret, eli tässä tapauksessa, tapahtuman tärkeimmät arvot. Teoksessaan Kalliomäki (2014, 81) sanoo puunjuurista, että "Usein se, mikä yrityksessä on aitoa ja arvokasta, ei näy asiakkaalle vaan on näkymättömissä niin kuin puun juuret. Meidän on saatava näkyviin nämä tärkeimmät tekijät eli aidot timantit. Timantit kirjataan sanoina Stooripuun juuriin. Juuret kuvastavat sitä, mihin koko yrityksen olemassaolo perustuu". Nämä arvot ovat niitä, jotka eivät näy ulospäin heti. Kuitenkin tapahtumaa rakentaessa pitää mennä tapahtuman ideologian ytimeen, jotta voimme tuottaa jotain näyttävää, eli ikään kuin kasvattaa ison hienon puun. Juuret toimivat ikään kuin arvoina, jotka ovat juurtuneet Triennalen ideamaailmaan.

Valitsin juuriin (ks. kuvio s. 24) termit "innovointi", "ammattitaitoisuus", "yhdistyminen" sekä "ponnahduslauta". Koen nämä käsitteet sellaisiksi, mitkä pitäisi pyrkiä muodostamaan mielikuvina, mutta ei kuitenkaan suoraan ilmaista esim. markkinoinnissa. Esimerkiksi sana ponnahduslauta ei välttämättä ole erityisen mediaseksikäs ilmaisu tai houkuttele välttämättä ketään sanana osallistumaan tapahtumaan. Mikä markkinoinnissa ja tapahtumassa tulee näkymään on enemmän nykypäivään sekä lähitulevaisuuteen liittyvää, joka nappaa kävijöiden huomion. Nämä käsitteet ja termit ovat kuitenkin Triennalen olennaisimpia arvoja ja sitä, mihin Triennale pyrkii.

Puun juurien jälkeen edetään puun runkoon, mihin sisältyy pääasiakaskohderyhmä. *"Kun juuret on määriteltä, siirrytään Stooripuun runkoon. Stooripuun rungon keskimmäiseen nuoleen määritellään pääasiakaskohderyhmä. Lyhyesti avainsanoin kuvaillaan tyypillinen asiakas, jota olemme palvelemassa, kouruttamassa ja viihdyttämässä tarinallamme"*, (Kalliomäki 2014, 87). Kehitin kolme profiilia, jotka

sopivat kohderyhmää. Siihen ei kuulu pelkästään muotoilun ammattilaiset vaan myös muotoilusta kiinnostuneet muiden ammattien taitajat. Koen myös luovien alojen edustajat sellaisiksi, että heidän on helppo lähestyä muotoilua myös markkinallisessa mielessä. Tapahtuma on monialainen, joten kohderyhmäkin on monialainen.

Profiili A



PROFIILI A

Ensimmäiseen profiiliin kuuluu 30-vuotias miespuolinen henkilö, joka toimii markkinoitivastaavana keskikokoiselle yritykselle.

30-VUOTIAS MIES

EI KOVIN AKTIIVINEN SOMESSA

A on kiinnostunut erityisesti Design Triennale Kuopion tulevasta teemasta ja näin päätyy seuraamaan tapahtuman kehitystä.

AVOLIITTOSSA

A ei ole kovin aktiivinen somessa, mutta käyttää LinkedIn sekä Facebook -kanavia.

MARKKINOINTIVASTAAVA

Kuva 13 Profiili A (Diana Pitkänen 2018)

Profiili B



PROFIILI B

21-VUOTIAS NAINEN

MUOTOILUN OPISKELIJA

ASUU YKSIN

AKTIIVINEN SOMESSA

B:n profiili on 21-vuotias naispuolinen muotoilun opiskelija.

Suurinpana haaveena B:llä on luoda oma yritys ja hän hakee jatkuvasti inspiraatiota töihinsä.

B tykkää osallistua luennoille sekä työpajoihin.

Hän on kovin aktiivinen somessa LinkedIn-, Facebook-, Instagram- sekä Twitter-kanavilla.

Profiili C



PROFIILI C

C on 42-vuotias perheellinen mies, jolla on 2 lasta ja vaimo.

42-VUOTIAS MIES

Hän on ammatiltaan teollinen muotoilija ja yksi Suomen tunnetuimman design toimiston perustajista.

TEOLLINEN MUOTOILIJAA

C käyttää säännöllisesti LinkedIn- sekä Twitter-kanavaa, sekä kuuntelee podcastejä vapaa-ajallaan.

TUNNETUN DESIGN TOIMISTON PERUSTAJA

Hänen yrityksensä etsii jatkuvasti uusia projekteja sekä yhteistyökumppaneita.

JONKIN VERRAN AKTIIVINEN SOMESSA

PERHEELLINEN

Kohderyhmän määritelmä

Kehitin kohderyhmän omien ajatusten tasolta ajatellen, minkälaisia ihmisiä Triennale pyrkii lähestymään. Kohderyhmään kuuluvat muotoilijat sekä muotoilusta kiinnostuneet muiden alojen ammattilaiset.

Profiilien jälkeen siirrytään tarinallistamisen tärkeimpään vaiheeseen eli Stooripuun oksistoon. Oksistoon merkitään tarinallisia elementtejä, joilla on osallisuutta yrityksen palvelun tarinaan. (Kalliomäki 2014, 88-90) Kun loin oksistoon termejä, ajattelin asioita mitkä näkyisivät Triennalessa. Ne luovat huomiota ja positiivisia lopputulemia, jotka pyrkivät nostattamaan meidän yhteiskunnan tasoa. Triennale pyrkii näyttämään korkeatasoiselta tapahtumalta, joka on kansainvälinen. En välttämättä tulkitse tätä samalla tavalla kuin Anne Kalliomäki, mutta minulle oksisto edustaa tapahtuman näkyvimpiä arvoja sekä saavutuksia mihin Triennale pyrkii.

"Tarinallistamisprosessissa pyritään konkretiaan, mutta on tärkeää muistaa, että tarina on yrityksen toiminnan vertauskuva. Tarinan avulla tuomme esiin yrityksen ydinolemuksen Stooripuun juurakosta. Vertauskuvin yrityksen arvoista tulee helpommin ymmärrettäviä ja konkreettisempia.", kertoo Kalliomäki (2014, 90). Koen Stooripuun tekemisen helpottavan tämän opinnäytetyön tekemistä, sillä sain tällä menetelmällä hahmoteltua tapahtuman olennaisimmat arvot visuaaliseen muotoon, mikä helpottaa minun työtäni sekä lukijan ymmärrystä asiaani kohtaan. Sain tästä myös hyvän pohjan lähteä luomaan palvelupolkua. Nyt kun minulla on kolme profiilia kehitettynä, lähdän luomaan kolme erilaista palvelupolkua Triennalelle.

Kohderyhmään ei kuulu pelkästään muotoilun ammattilaiset vaan myös muotoilusta kiinnostuneet muiden ammattien taitajat. Koen myös luovien alojen edustajat sellaisiksi, kenen on helppo lähestyä muotoilua myös markkinointiin liittyvissä asioissa. Tapahtuma on monialainen, joten kohderyhmäkin on monialainen. Kohderyhmään kuuluvia ihmisiä yhdistää se, että he ovat jonkin alan ammattilaisia tai pyrkivät sellaisiksi.



Kuva 16 Profiilit (Diana Pitkänen 2018)

4.3 Tapahtuman palvelupolku

Käytän samoja profiileja, mitkä kehitin edellisessä kappaleessa Stooripuuta tehdessä. Luon kullekin profiilille eri polun, jotka tulevat näkymään kuvituksissa. Profiilit kuuluvat tapahtuman kohderyhmään ja toimivat esimerkki-tapauksina siitä, miten kukin saattaisi edetä tapahtuman tarjoamaa palvelupolkua.

Avaan jokaisen polun erikseen tekstissä. Polut ovat jaettu ennen Triennalea tapahtuvaan, Triennalen aikana sekä Triennalen jälkeiseen aikaan. Olen valinnut palvelupolun teemaksi *”Plastic reduction”* eli suomeksi muovin vähentämisen. Tämä on vain esimerkki teemasta, joka voisi olla tapahtumalla. Palvelupolun on tarkoitus näyttää kuinka tapahtuman ohjelmat, tempaukset ja markkinointi sitoutuvat teeman ympärille.

Markkinointi

Markkinoinnin suunnittelu on mielestäni erittäin olennainen ja suuri osa palvelupolkua, joten aion jakaa markkinoinnin neljään osuuteen. Ryhmät perustuvat Vallon sekä Häyrisen teoksessa esitettyyn markkinoinnin suunnittelun ajatteluun.

- sisäinen markkinointi
- mediamarkkinointi
- suoramarkkinointi
- markkinointi sosiaalisessa mediassa

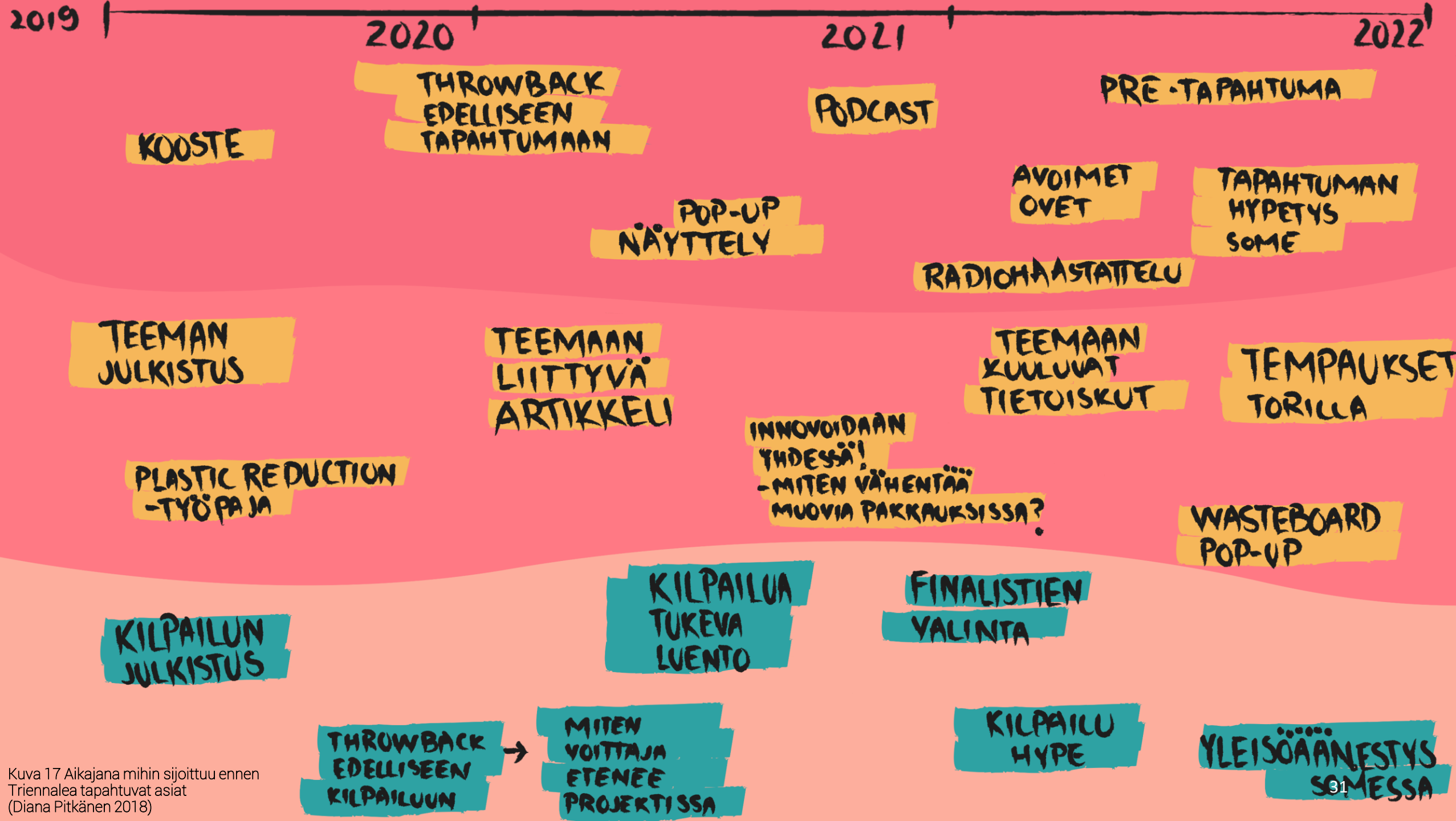
Sisäisellä markkinoilla käsitetään asioita, joilla kerrotaan tapahtumasta organisaation sisällä. On olennaista, että organisaation sisällä tiedostetaan millainen tapahtuma on ja miten sitä tullaan markkinoimaan. Tähän kuuluu myöskin tapahtumasta saadut palautteet, onnistuminen ja muut materiaalit kuten kuvat. (Vallo ja Häyriinen 2016, 70).

Mediamarkkinointiin kuuluu media-, TV- ja radiolähteet. Myöskin sanoma- ja aikakauslehdet, jotka tavoittavat yleensä vanhemman ikäluokan ihmisiä paremmin. Esimerkkinä talouteen liittyvää tapahtumaa kannattaisi mainostaa talouteen liittyvissä talouslehdissä ja muissa vastaavanlaisissa aikakauslehdissä. (Vallo ja Häyriinen, s. 70) Triennalen kohdalle mietin, että paras mediamarkkinoinnin väylä olisi sanomalehden kulttuuriosio tai muut kulttuuriin liittyvät aikakauslehdet.

Sähköpostiosoitteisiin lähetetyt jäsen- ja uutiskirjeet ovat huomattavin esimerkki suoramarkkinoinnista. Myöskin suoraan kotiin lähetet mainokset ja kutsut voivat kiinnittää huomiota. (Vallo ja Häyriinen 2016, 70) Tässä kuitenkin pitää ottaa huomioon, että toisen osapuolen pitää haluta saada uutiskirjeitä, jotta hänelle voi mainostaa sähköpostitse lain mukaisesti. Esimerkiksi nettikaupasta tilatessa kysytään usein, halutaanko saada kyseiseltä firmalta uutiskirjeitä sähköpostitse.

Markkinointi sosiaalisessa mediassa on erittäin nykypäiväistä sekä sillä voidaan tavoittaa paljon ihmisiä, jos se on tehty hyvin. Monet luovan alan tekijät, muotoilijat ja markkinoinnin ammattilaiset käyttävät paljon LinkedIn-, Instagram-, Facebook- sekä Twitter -kanavia. Twitteristä myöskin tavoittaa helpoiten toimittajia. (Vallo ja Häyriinen 2016, 70) Koen, että Triennalen tapahtumaa tulisi mainostaa erityisesti sosiaalisen median kanavien kautta, koska sieltä tavoittaa suurimman osan kohderyhmästä.

Asetan palvelupolkuun edellä mainittuja markkinointitapoja, jotta pystyn luomaan eri profiilien persoonien mukaisia polkuja. Lisäksi markkinointitavat tulevat liittymään paljon tapahtuman teemaan. Tulen myöskin asettamaan jokaisen luomani profiilin eri polkuihin.



Kuva 17 Aikajana mihin sijoittuu ennen Triennalea tapahtuvat asiat (Diana Pitkänen 2018)

Ennen Triennalea

Edellisellä sivulla on esitetty kuvio(s. 31), joka edustaa aikajanaa ennen Triennalea tapahtuvat asiat kuten markkinointiin liittyvät kikat, pre-tapahtuma sekä kilpailua ja teemaa ylläpitävät pienimuotoiset tapahtumat. Kuvan ylälaudassa on aikajana, minkä mukaan olen ripotellut nämä kyseiset asiat aikajärjestykseen. Tarkempaa ajankohtaa ei voi määrittää vielä tässä vaiheessa. Olen jaotellut asiat kolmeen eri sävyiseen palkkiin sen mukaan, että mitkä tukevat kilpailua, joka julkistetaan vuonna 2019, ohjelmiin, jotka tukevat tulevaa 2022 vuoden tapahtuman teemaa ja muihin teemasta tai kilpailusta riippumattomiin tapahtumiin ja asioihin.

Ennen vuoden 2022 Triennalea tulee keskittyä ennakkomarkkinointiin sekä tapahtuman jatkuvuuden ylläpitämiseen. Olenkin asettanut tapahtumalle teeman "Plastic reduction" (suom. muovin vähentäminen), jonka ympärille suurin osa yllänäkivistä ohjelmista tulee koostumaan.

KILPAILUA TUKEVAT

Tapahtumaa tullaan mainostamaan suurimmaksi osaksi sosiaalisen median kanavien kautta. Kanavia ovat mm. Twitter, LinkedIn, Facebook ja Instagram. Kilpailu tukee aina tapahtuman teemaa. Erilaisilla throwbackeilla (ks. s. 4) voidaan viitata edellisen vuoden kilpailuun ja miten voittaja on edennyt projektissa. Kilpailun palkintona voi olla esimerkiksi rahoitus, joka hyödynnetään voittaneen projektissa.

Kilpailua ja teemaa tukien voidaan järjestää luentoja tai työpajoja myös muulle yleisölle, jotka ovat kiinnostuneet aiheesta. Näihin kutsutaan erityisesti kilpailuun osallistumiseen kiinnostuneet henkilöt. Kutsuja lähetetään uutiskirjeissä sekä mahdollisia osallistujia houkutellaan somen kautta.

Finalistien valinta ja yleisöäänestys tehdään lomakkeen kautta netissä, jota mainostetaan sosiaalisissa medioissa sekä uutiskirjeissä. Yleisö pääsee äänestämään suosikkiaan ja jokaisella on yksi ääni.

TEEMAA TUKEVAT

Teeman julkistaminen tapahtuu some-kanavien(s. 4) kautta sekä maksettujen mainosten avulla. Triennalen sponsorit ja yhteistyökumppanit järjestävät teemaan liittyviä tapahtumia ennen Triennalen virallista tapahtumaa. Heillä on myöskin mahdollisuus julkaista artikkeli Triennalen nettisivuilla, joka myöhemmin jaetaan myöskin some-kanavilla. Teemaa sekä tapahtumaa tullaan mainostamaan erilaisilla tempauksilla, joita voi tapahtua esimerkiksi torilla ja teemaan kuuluvilla tietoisuuksilla. Erilaisiin työpajoihin saattaa olla rajattu määrä paikkoja ja ilmoittautuminen niihin tapahtuu järjeställe soveltuvalla tavalla.

KILPAILUSTA TAI TEEMASTA RIIPPUMATTOMAT

Tässä osiossa on ohjelmat ja muut tapahtumaa tukevat asiat, jotka riippuvat Triennalen omasta panostuksesta, median kiinnostuksesta sekä ovat yleisiä huomioita, joita Triennalea mainostattaessa tulisi ottaa huomioon. On aina hyvä tapahtuman jälkeen esimerkiksi jakaa julkaisuja ja ikään kuin muistella mennyttä tapahtumaa. Tapahtumasta voidaan myöskin tehdä kooste, jota jaetaan sosiaalisessa mediassa. Triennale voi ylläpitää keskustelua perustamalla podcastin, jossa on viikottaisia puheenaiheita, jotka voivat liittyä yleisesti muotoiluun tai kenties tulevaan teemaan.

Ennen varsinaista tapahtumaa olisi hyvä kiinnittää mainostukseen erityisesti huomiota ja mainostaa someissa sekä esim. radiossa tai televisiossa. Tämä kaikki tietenkin tapahtuu resurssien puitteissa. Pre-tapahtumalla haetaan tapahtumaa, joka on ikään kuin pienempi version Design Triennale Kuopiosta, johon kutsuttaisiin tietyt vieraat. Vieraita voi olla sponsorit, yhteistyökumppanit sekä yritykset, joita havitellaan kumppaneiksi.



THROWBACK
EDELLEISEEN
TAPAHTUMAAN

PODCAST

PRE-TAPAHTUMA

KOOSTE

POP-UP
NÄYTTELY

AVOIMET
OVET

TAPAHTUMAN
HYPETYS
SOME

RADIOHAASTATTELU

TEEMAN
JULKISTUS

TEEMAAN
LIITTYVÄ
ARTIKKELI

TEEMAAN
KULUVAT
TIETOISKUT

TEMPAUKSET
TORILLA

PLASTIC REDUCTION
-TYÖPAJA

INNOVOIDAAN
YHDESSÄ!
-MITEN VÄHENTÄÄ
MUOVIA PAKKAUKSISSA?

WASTEBOARD
POP-UP

KILPAILUN
JULKISTUS

KILPAILUA
TUKEVA
LUENTO

FINALISTIEN
VALINTA

THROWBACK
EDELLEISEEN
KILPAILUUN

MITEN
VOITTAJA
ETENEE
PROJEKTISSA

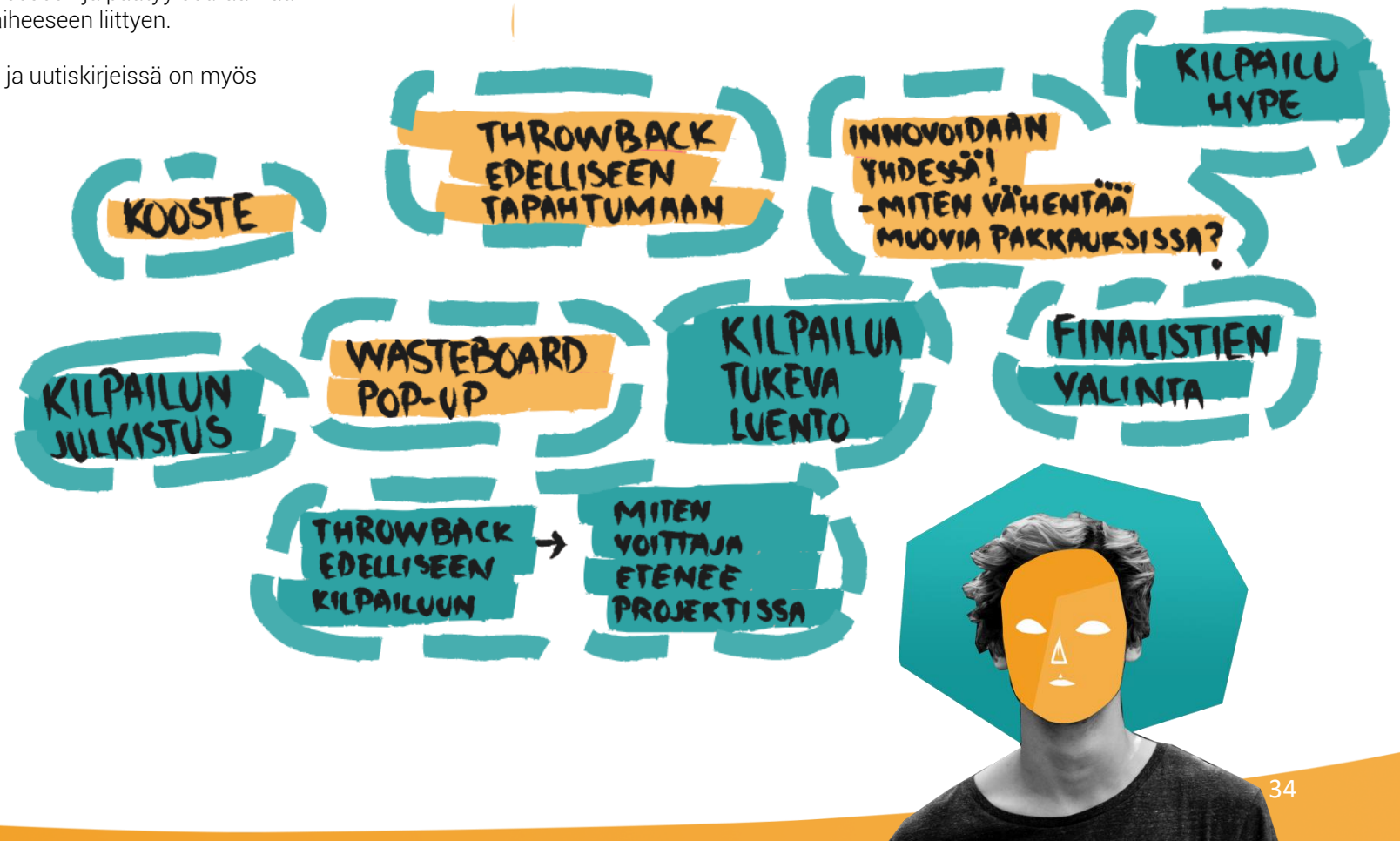
KILPAILU
HYPE

YLEISÖÄÄNESTYS
SOMESSA

Profiilin A polku

Kuten mainitsin Profiili A:n osiossa (s. 26), A ei ole kovin aktiivinen somessa. Hän kuitenkin kuuluu kohderyhmään, sillä hän on kiinnostunut tapahtuman teemasta ja näin päätyy seuraamaan tapahtuman kehitystä. A törmää Facebookin kautta hänelle suunnattuun mainokseen. Tässä mainoksessa mainostetaan Design Triennale Kuopiota ja uutta aluilla olevaa kilpailua. A erityisesti kiinnittää huomiota kilpailun aiheeseen ja päätyy seuraamaan Design Triennale Kuopion sivua sekä liittyy uutiskirjeeseen aiheeseen liittyen.

Koska teema on niin sidonnainen kilpailuun ja uutiskirjeissä on myös mainintoja muista Triennalen järjestämistä tapahtumista, pääty A vierailemaan *Innovoidaan yhdessä -miten vähentää muovia pakkauksissa?* -työpajaan sekä yhden Triennalen kuvitteellisen yhteistyökumppanin (Wasteboard) järjestämään työpajaan. Myöskin työmatkalla kotiinsa A kohtaa erilaisia tempauksia, mitä Triennale on järjestänyt Kuopion torilla.



1. PÄIVÄ

2. PÄIVÄ

3. PÄIVÄ

TORI POP-UP

LIVESTREAM

LEHTIARTIKKELI

BLOGI
POSTAUS

HYPETYS
TAPAHTUMASTA
SOMESSA

SPONSORIEN
MAINOSTAMINEN/
MAINORSET

RADIOHAASTATTELU

UUDEN
TEEMAN
JULKISTUS

SPONSORIEN
JÄRJESTÄMÄ
OHJELMA

HUIPPUVIERAS
DAAN ROOSEGAARDE

PÄÄNÄYTÖS

MUOTINÄYTÖS

NÄYTTELY

LUZINTERRUPTUS
"WASTE LABYRINTH"
-JÄTEHUKKAINSTALLAATIO

KILPAILUN
VOITTAJAN
JULKISTAMINEN

INSTALLAATIO

AVAJAISET

LUENNOT

MAALAUSSAINÄ

PÄÄTTÄJÄISET

YHTEISÖTAIDE

TYÖPAJA

KUVAUSPISTE

TIETOISKUT
TEEMAN
LIITTYEN

Triennalen aikana

Triennalen tapahtuman aikana kaikki on oletettavasti myös näkyvämpää kaupungilla ja markkinoinnilla on pyritty tekemään tapahtumasta jotain suurta ja merkittävää.

Tapahtuman ohjelmia järjestetään ympäri kaupunkia esim. yhteistyökumppaneiden tiloissa ja muissa näkyvissä kohteissa.

Tässä konseptissa tapahtuman ohjelma on ripoteltu kolmelle päivälle. Tapahtuman kesto ei kuitenkaan ole yksin minun päätettävissä, joten kyseessä on esimerkki siitä, miten tapahtuman voisi järjestää. Konseptin aikajana on edellisellä sivulla (s. 35).

MARKKINOINTI

Tietynlaisia markkinoinnin keinoja Triennalen oman somen lisäksi on myös mediaa huomiota kiinnittävien erilaisten pop-uppien ja yhteisötaiteen järjestäminen yleisesti ihmisten näkyvillä, sekä installaatiot. Nämä voivat olla osa Triennalen omaa ohjelmaa tai yhteistyökumppaneiden toteuttamia tuotoksia. Ideaalisinta olisi kiinnittää huomiota tavoin, jotka pääsisivät lehteen, televisioon tai radion puheenaiheeksi. Design Triennale Kuopiolla on myös mahdollisuus kartoittaa oman alueen blogaajia ja houkuttaa heitä tapahtumaan. Näin voidaan saada blogipostauksia tapahtumaan osallistuvilta, mutta kuitenkin isoon yleisöön vaikuttavilta tekijöiltä ja siten lisäksi innostusta suuremmalta yleisöltä.

OHJELMA

Triennale voidaan aloittaa avajaisilla, johon kutsutaan median edustajia, yhteistyökumppaneita sekä muita tapahtumaan vaikuttaneita tahoja. Olisi hyvä, että Triennalella olisi päivien mittaan jonkinlainen kansainvälinen huippuvieras, joka houkuttelisi mahdollisimman montaa osallistumaan Triennalen tapahtumiin. Tästä toimii yllä esimerkkinä Daan Roosegaarde, joka on tuottanut roskasta installaatiota sekä uudenlaisia innovaatiota, joilla autetaan ihmisiä. Myöskin installaatiot voivat olla suurten nimien järjestämiä. *Luzintteruptus* on roskasta tuotettu labyrintti. Tämä toimii esimerkkinä siitä,

millä tavoin teemaa tukevaa materiaalia sekä ohjelmaa voidaan tuottaa.

Triennalen loppua kohden olisi hyvä päättää tapahtuma johonkin huipentavaan tapahtumaan kuten muotinäytökseen. Tähän muotinäytökseen voivat päästä osalliseksi tapahtuman yhteistyökumppanit ja sponsorit. Näytöksessä voidaan tuoda esille teeman alle liittyviä innovaatioita ja muita ratkaisuja.

Seuraavan tapahtuman kilpailua ja teemaa ei ole pakko julkistaa itse tapahtumassa. Siihen voidaan viitata ja antaa pienimuotoisia vihjauksia tapahtuman sisällä.

TORI POP-UP

LIVESTREAM

LEHTIARTIKKELI

BLOGI
POSTAUS

HYPETYS
TAPAHTUMASTA
SOMESSA

SPONSORIEN
MAINOSTAMINEN/
MAINOKSET

RADIOHAASTATTELU

UUDEN
TEEMAN
JULKISTUS



SPONSORIEN
JÄRJESTÄMIÄ
OHJELMA

HUIPPUVIERAS
DAAN ROOSEGAARDE

PÄÄNÄYTÖS

MUOTINÄYTÖS

NÄYTTELY

LUZINTERRUPTUS
"WASTE LABYRINTH"
-JÄTEHUKKAINSTALLAATIO

KILPAILUN
VOITTAJAN
JULKISTAMINEN

INSTALLAATIO

AVAJAISET

LUENNOT

MAALAUSSAINÄ

PÄÄTTÄJÄISET

YHTEISÖTAIDE

TYÖPAJA

TIETOISKUT
TEEMAAN
LIITTYEN

KUVAUSPISTE

Profiilin B polku

B(s. 27) on kovin aktiivinen somessa, ja onkin törmännyt Triennaleen monesti eri kanavilla. Hän on erityisen kiinnostunut tapahtuman huippuvieraasta, Daan Roosegaardesta, sekä lukuisista installaatioista. Hän saa lisätietoja muista ohjelmista somesta ja päätyy osallistumaan myös sponsoriin järjestämiin ohjelmiin. Päänäytöstä B ei malta missata kaiken muun mahtavan ohjelman jälkeen.



2022

2023

2024

JÄLKI-TAPAHTUMA KUTSUTUILE

PODCAST

BLOGI
POSTAUS

LEHTIARTIKKELI

RADIOHAASTATTELU

THROWBACK
EDELLESEN VUODEN
KILPAILUUN

ARTIKKELI

TEMPAUKSET
IHMISTEN
KESKELLÄ

KILPAILUN
VOITTAJAN
JULKISTAMINEN

MITEN
VOITTAJA
ETENEE
PROJEKTISSA

KOOSTE

UUDEN
TEEMAN
JULKISTAMINEN

TIETOISKUT
TEEMAA
LIITTYEN

INNOVOIDAAN
YHDESSÄ
-RATKAISTAAN
ONGELMA

THROWBACK
EDELLESEEN
VUOTEEN

TEEMAA
TUKEVAT
LUENNOT IYÖPAJAT

POP-UP
MYYMÄLÄ

Triennalen jälkeen

Edellisellä sivulla (s. 39) näkyy jana tapahtumista, jotka sijoittuvat Triennalen jälkeiseen aikaan. Olen määritellyt janan alkamaan vuodesta 2022 ja päättymään vuona 2024. Seuraava tapahtuma oletettavasti olisi vuonna 2025. Tämän janan pääpaino on jälkimarkkinoinnin keinoissa. Välttääkseni liiallista toistoa, en aijo esittää vuotta 2025. Asiat, jotka tulisi tehdä ennen varsinaista tapahtumaa ovat ilmaistu aikajanassa, joka sijoittuu Ennen triennalea olevalle ajalle(s. 31).

JÄLKIMARKKINOINTI

Tapahtumaa tulisi markkinoida myös jälkeenpäin. Jälkimarkkinoinnissa voimme tuoda esiin koosteita edellisestä tapahtumasta sekä vihjata tulevaan teemaan ja kilpailuun. Jos tapahtuma luo positiivista vaikutelmaa medialle, olisi ideaalista myös saada maininta radiossa, televisiossa tai paikallisessa sanomalehdessä. Muutoin jälkimarkkinointi tapahtuu suurimmaksi osaksi tapahtuman some-kanavilla(s. 4).

UUDEN TEEMAN JA KILPAILUN JULKAISEMINEN

Uutta teemaa ei ole pakko julkistaa suoraan tapahtumassa, vaan sitä voidaan ensin vihjata tapahtumassa ja myöhemmin samana vuonna julkistaa se. Kuten esitetty aikajanassa *ennen Triennalea*, tulisi ylläpitää teeman ja kilpailun ympärille muodostuvia luentoja, työpajoja ja tietoisuuksia.

MUUT

Blogin, artikkeleiden sekä podcastin ylläpitäminen voi pitää ihmisten mielenkiintoa pidemmällä mittakaavalla. Moni tykkää säännöllisesti seurata kirjoituksia, joissa esimerkiksi otetaan kantaa ajankohtaisiin asioihin. Podcastit ovat nostaneet suosiotaan viime aikoina, sillä niitä on helppo kuunnella esimerkiksi matkalla töihin.

2022

2023

2024

JÄLKI-TAPAHTUMA KUTSUTUILLE

PODCAST

BLOGI
POSTAUS

LEHTIARTIKKELI

RADIOHAASTATTELU

THROWBACK
EDELLESEN VUODEN
KILPAILUUN

ARTIKKELI

TEMPAUKSET
IHMISTEN
KESKELLÄ

KILPAILUN
VOITTAJAN
JULKISTAMINEN

MITEN
VOITTAJA
ETENEE
PROJEKTISSA

INNOVOIDAAN
YHDESSÄ
-RATKAISTAAN
ONGELMA

UUDEN
TEEMAN
JULKISTAMINEN

KOOSTE

TIETOISKUT
TEEMAAN
LIITTYEN



THROWBACK
EDELLEISEEN
VUOTEEN

TEEMAA
TUKEVAT
LUENNOT
ITYÖPAJA-

POP-UP
MYYMÄLÄ

Profiilin C polku

C on aktiivisesti ollut osallisena Triennalen tapahtumassa ja hänen suurin kiinnostus keskittyy kilpailuun. Hän on myös yksi Suomen tunnetuimman design toimiston perustajista, joten hän kuuluu kutsuttuihin ihmisiin, jotka kutsutaan jälkitapahtumaan. Jälkitapahtumalla viitataan sellaiseen tapahtumaan, joka järjestetään esimerkiksi kuukauden päästä Triennalesta, mutta siellä jaetaan tuntemuksia muistoista sekä keskitytään Triennalen tulevaisuuteen. Tällaiseen tapahtumaan kutsutaan erityisesti yritysten sekä yhdistysten edustajia, jotka ovat kiinnostuneet tekemään yhteistyötä Triennalen kanssa.

C myös lukee säännöllisesti artikkeleita, joita Triennale julkaisee sivustollaan, sekä kuuntelee podcastia. Hän myös tykkää ottaa osaa "Innovoidaan yhdessä" -työpajaan, missä pääsee verkostoitumaan muiden kanssa sekä innovoimaan.



5 Konseptin testaaminen

Konseptin testaamista ei pystytä tekemään opinnäytetyön resurssien puitteissa, mutta tulen kertomaan, miten sen pystyisi mahdollisesti suorittamaan. Palvelukonseptintestaus on tärkeä osa, jotta kaikki projektissa mukana olevat tietävät missä mennään ja voivat mahdollisesti saada ideoita konseptin kehitykseen. Testaamisella voidaan huomata konseptin ongelmakohtia.

Design Triennale Kuopion pilotointitapahtuma *"Pre Design Triennale"* järjestettiin Design Week Kuopio 2018 yhteydessä. Päädyin vierailemaan kyseisessä tapahtumassa ja puran seuraavassa luvussa havaintojani perustaen niitä hieman Anne Kalliomäen *"Tarinallistaminen -palvelukokemuksen punainen lanka"* -teoksessa esitettyyn näyttämö-metodiin. Tätä tapaa käytetään yleensä konkreettisten palveluiden havainnointiin. Tästä syystä sitä voi olla haasteellista asettaa tapahtumaan. Tapahtuma kuitenkin koostuu monesta erilaisesta palvelusta.

5.1 Pre-Triennale Kuopio – tapahtuman havainnointi

Tapahtumasta oli tehty ilmoitus sosiaalisen mediaan, Facebookiin, tapahtuma, jonka kautta löytyi ilmoittautumislomake tapahtumaan. Facebookissa luki tarkemmat tiedot kuten aika-tilat sekä esiintyjät. Päättelin, että ilmoittautumislomaketta käytettiin sen takia, koska sijaintiin mahtui tietty määrä vierailijoita sekä järjestäjät halusivat kartoittaa mahdollisesti vieraiden ruokavaliot sekä ruoka-aineallergiat.

Tilaan kävellessä havaitsin aulatilassa mallinukkeja, joilla oli päällään vaatteita, jotka näyttivät käsinmaalatuilta. Lisäksi kaksi tapahtumanjärjestäjää iloisesti ottivat minut vastaan ja ohjasivat minut brunssille. Brunssitilassa oli isoja pöytiä ja paljon istumatilaa. Kaikki näyttivät istuvan keskenään eikä ainoastaan 'omissa kuppikunnissa' eli vain omien tuttavien kesken. Ruokaa ottaessa minua oli avustamassa myös cateringin puolelta oleva tarjoilija, joka myös huolehti astioita pois pöydistä. Brunssin aikana oli oiva tilaisuus istahtaa ja levätä ennen varsinaisen tilaisuuden alkua. Sain myös

keskustella muiden kanssa kaikessa rauhassa. Kokonaisuudessaan brunssi oli rento tilaisuus, joka tarjosi aikaa verkostoitua samasta tapahtumasta kiinnostuneiden ihmisten kanssa. Brunssin jälkeen ihmiset ohjattiin luentosaliin. Kyseisessä salissa oli myöskin pienimuotoinen näyttely, jossa esiteltiin Triennaleen liittyvällä workshopilla tuotettuja tuloksia.

Puhujat olivat inspiroivia ja he perustivat puheensa yhteistyön ja rohkeuden tärkeytyyn. Se on juuri sitä mitä olen myös hakenut visiossa, jonka tähän opinnäytetyöhön olen tuottanut (ks. s. 9). Tapahtumassa esiteltiin myös hankkeita, joilla on vaikutusta nykypäivään sekä lähitulevaisuuteen ja niillä halutaan parantaa yhteiskunnallisia sekä globaaleja ongelmia.

Näytelmä

Tämä osio perustuu "Tarinallistaminen -Palvelun punainen lanka" -teoksessa esitettyyn "Näytelmäkirjoituksesta"-menetelmään (Kalliomäki 2014, 74-77). Tapaa käytetään yleensä konkreettisen palvelun havainnointiin, joten tämän tavan asettaminen oli haasteellista tapahtumalle. Kuitenkin koin metodin mielenkiintoiseksi ja sovellettavaksi. En ole lainannut menetelmää suoraan, vaan ottanut vaikutteita ja soveltanut niitä teoksen tekstin perusteella.

Halusin lähestyä pilotointitapahtumaa itselleni uudella havainnointitavalla. Uskon, että tätä metodologiaa voitaisiin hyödyntää myös muiden tapahtumien tai palveluiden havainnoinnissa. Se tuo uutta näkökulmaa ympäristön sekä interaktion tarkasteluun.

Käsikirjoitus

Vuosi 2019 on kuopiolaisen muotoilun juhluvuosi, jolloin paikallinen muotoilukoulutus täyttää 135 vuotta. Juhlavuoden kunniaksi ideoitu Design Triennale Kuopio tuo yhteen alan ammattilaisia, opiskelijoita, kansainvälisiä vieraita ja huippuosaajia. Tarkoituksena on luoda konsepti, joka katsoo tulevaisuuteen ja synnyttää aitoa yhteistyötä verkostojen välillä.

Roolit

Tapahtuman järjestäjät vastaanottavina ja ohjaavissa rooleissa

Dialogi

Eleet

Asiakkaan huomiointi

Kohteliaisuus

Palvelutyylillä kasuaali, rento, helposti lähestyttävä

Äänensävyt ystävällinen, innostunut,

Ohjaus

Esteettisesti ammattilaismainen tapahtuma

Interaktiot

Asiakkaan aktiviteetit, ympäristön tutkiminen, muiden ihmisten kanssa keskustelu, vierailijat saavat puhua myös puhujien kanssa

Aika

10.00 Brunssi

11.00 Tilaisuuden avaus
| Apulaiskaupunginjohtaja Pekka Vähäkangas

11.30 Tehtävänä tulevaisuus: Ihmisen paikka nopeasti kehittyvien teknologioiden maailmassa
| Lauri Reuter

12.30 Urban Mining -työpajatulokset
| Eija Tanninen-Komulainen

13.00 Kahvi

13.30 Hanke-esittelyt
• FOB!
• MUKI
• Vaatevallankumous
• Women in Business

Ohjelma meni aikataulun mukaan ja tauko tuntui olevan sopivassa kohdassa. Tilaisuus loppui klo 15, minkä jälkeen tarjottiin ruokaa ja viiniä ja sain vapaasti seurustella muiden vierailijoiden kanssa.

Näyttämö

PALVELUYMPÄRISTÖ

Tilana Rouvasväenyhdistyksen tila

Reitit (liikkuminen), itselleni jo ennestään tuttu tila

Kalusteet ja lavasteet, menussa ja muissa kylteissä Triennalen logo, muuten tilan oma ulkonäkö

MUUT VISUAALISET TUNNUSMERKIT

Tila oli selkeä, mutta siellä ei ollut erityisemmin opasteita. Opastajina toimivat ihmiset.

KOKEMUSMAAILMA

Valaistuksena tilan valaistus ja luonnonvalo, puhujien ääni kuului kuuluvasti ilman mikrofoonia.

Kalliomäen teoksen esimerkeissä oli myös maininta rekvisiitoille, mutta koin sen turhaksi tämän tapahtuman havainnointiin. Ympäristön rekvisiitat ja graafinen ilme olivat yhtä tilan kanssa, eikä vierailijoilla tarvinnut olla mitään esinettä mukana, jotta he olisivat päässeet tapahtumaan. Mainittakoon kuitenkin se, että ilmoittautumiset otettiin ylös siten, että yleisössä kiersi nimilista, johon merkattiin olevansa paikalla.

Koin tapahtuman asettamisen näytelmäkäsikirjoitukseen mielenkiintoiseksi tavaksi lähteä pilkkomaan kokemusta. Mielestäni tätä tapaa pystyy hyvin soveltamaan muihinkin tapahtumiin tai palveluihin.

Tällä tavalla tuli reagoitua myös elementteihin, mitä ei olisi muuten tullut huomioitua. Tapahtuman asettaminen näyttämöksi oli itselleni uusi tapa ja se opetti minua katsomaan palveluita eri persepektiivistä.

Jälkiajatukset tapahtumaan liittyen

Tapahtuma oli mielestäni erittäin onnistunut ja siinä näkyi tulevan tapahtuma visio globaalien maailman ongelmien ratkonnasta sekä monialaisesta yhteistyöstä. Koin erittäin positiiviseksi, että tilaisuudessa pidettiin taukoja, milloin oli mahdollisuus verkostoitua muiden osallistujien sekä puhujien kanssa. Myös vapaa-aika tapahtuman jälkeen, jolloin mahdollistettiin lisäaika verkostoitumiselle oli erittäin hyvä asia. Se loi minulle turvallisen tunteen tapahtumasta.

Tapahtuman graafinen ilme ja värit eivät olleet niin näkyviä. Tosin tilana tapahtuman järjestämisympäristö oli hyvä ja juhlallinen. Siellä olisi voinut näkyä enemmän Triennalea edustavia elementtejä. Uskon, että tämän puuttellisuus johtunee resurssien puutteesta.

Kokonaisuudessaan ennakkotapahtuma oli toimiva ja loi hyvää pohjaa tulevalle. Uskon, että osia konseptista pystytään testaamaan jo seuraavassa tapahtumassa.

5.2 Miten testata tapahtumakonseptia

Avain menestykseen on asiakaskunnan, yhteistyökumppaneiden sekä henkilökunnan kuuleminen (Sammallahti 2019, 181). Näin pystymme määrittelemään tapahtuman positiivisia kohtia sekä ongelmakohtia. Palaute ei tule olla ainoastaan tapahtuman kävijöiltä vaan myös työntekijöiden tunteilla on väliä. Maailma muuttuu koko ajan ja samalla myös kävijöiden odotukset muuttuvat tapahtumaa kohtaan. Hyvällä palautteenkeräämisellä voimme saada kehitysideoita, joita emme itse olisi välttämättä kyenneet miettimään. Olennaisinta konseptissa on kuitenkin ylläpitää tapahtuman brändi-identiteetti muuttumattomana, sillä se on olennainen osa Triennialen tunnistettavuutta (Sammallahti 2019, 181).

Tätä palvelupolkua voidaan testata kertomalla ja jakamalla tämä jokaisen yhteistyökumppanin sisällä sekä keräämällä siten palautetta. Tulevaisuudessa osia konseptista pystytään soveltamaan jo ensi vuoden 2019 tapahtumaan. Erityisesti tapahtuman suuntaviivaan viittaavat ominaisuudet tulisi ottaa mahdollisimman hyvin käyttöön.

Yksi tapa testata konseptia olisi esitellä tässä opinnäytetyössä esitetty konsepti Itä-Suomen Muoto Ry:n ja Rouvasväenyhdistyksen jäsenille, sekä Savonia-AMK:n väelle, joka on vastuussa Triennialen tapahtumasta. Jokainen osallistuja antaa palautetta ja tämän perusteella konseptia pystytään muokkaamaan. Osia konseptista pystyttäisiin testaamaan jo 2019 tapahtumassa. Näitä voisivat esimerkiksi olla kilpailu ja some-kanavat (ks s. 4).

6 Pohdinta

Yleisesti olen todella tyytyväinen opinnäytetyön lopputulemaan. Olen päätenyt siihen johtopäätökseen, että vaikka jouduin opinnäytetyöprosessin aikana muuttamaan työsuunnitelmaani, olen saavuttanut kuitenkin opinnäytetyön tavoitteen.

6.1 Missä onnistuin opinnäytetyössä?

Vaikka kaikki ei mennytkään miten ajattelin työpajoja järjestettäessä, niin minulla jäi niiden pitämisestä erittäin positiivinen mieli. Kaikki osallistuivat työpajaan ja tuloksia tuli runsaasti. Niitä pystyi hyödyntämään palvelupolun tekemisessä. Samalla sain itselleni kokemusta työpajojen vetämisestä. Tämä kokemus rohkaiseekin minua vetämään työpajoja myös tulevaisuudessa.

Olen myöskin tyytyväinen tuottamaani konseptiin, vaikka siinä onkin vielä paljon kehitettävää ja jotkin asiat uupuvat. Opinnäytetyön aikaresurssien puitteissa olen kuitenkin saanut kehitettyä jonkinlaisen suuntaa antavan konseptin ja tuottanut palvelupolun kolmelle eri profiilille, jotka edustavat tapahtuman kohderyhmää. Uskon, että tilaaja pystyy hyödyntämään tätä konseptia tulevaisuudessa ja testaamaan sen osia jo seuraavassa tulevassa tapahtumassa.

Opinnäytetyötä tehdessä olen myöskin päässyt toteuttamaan itseäni käsin tekemällä sekä Adobe Illustrator -ohjelman kautta. Sain kokeilla erilaisia tapoja visualisointiin liittyen ja opin samalla käyttämään tietokoneohjelmaa paremmin.

Pääsin tutustumaan moniin kiinnostaviin teoksiin syvemmin tämän opinnäytetyön puitteissa ja olenkin tämän prosessin aikana oppinut paljon tapahtumien tuottamiseen sekä palvelumuotoiluun liittyen. Tämä vahvistaa minun palavaa halua alaa kohtaan.

6.2 Mitä olisi voinut kehittää?

Tässä opinnäytetyössä konseptia olisi voinut lähteä toteuttamaan myös eri tavalla. Jos taustatyönä olisi käytetty benchmarkingia (ks. s. 4) tapaa sekä muita taustatutkimukseen liittyviä tapoja, tulos olisi voinut olla täysin erilainen. Työn pohjustukseen olisi voinut kuulua muun muassa, muiden tapahtumien markkinointitapojen tutkiminen, josta olisi voinut kehittää uusia tapoja. Olisin myöskin voinut lähteä havainnoimaan enemmän eri tyyliä tapahtumia, josta olisin voinut saada uusia näkökulmia tai ideoita. Tämä olisi myöskin toiminut yhtenä benchmarking –tapana.

Palvelumuotoilullisesti opinnäytetyötä olisi voinut lähteä toteuttamaan esimerkiksi service blueprint –menetelmää, jossa luodaan prosessikaavio sekä palvelun yksityiskohtainen malli (Heikkinen, 2018). En kuitenkaan halunnut käyttää tätä tapaa, koska yleensä sillä havainnoidaan käyttäjän yksittäistä päivää tarkemmin. Koin, että tähän opinnäytetyöhön tarvitaan kokonaisvaltainen kuva ennen tällaista tutkimusta.

Ajankäyttöni opinnäytetyötä kohtaan meni yli ja olisin voinut ajoittaa joidenkin asioiden tekemisen paremmin. Joidenkin ajankohtien aikaistamiseen en olisi pystynyt vaikuttamaan kuten työpajojen järjestämisen ajankohtiin. En myöskään ajatellut opinnäytetyötä aloittaessani, että olisin tuottanut joitakin asioita kuten profiileja. Jotkut suunnitelmat vaihtuivat opinnäytetyön prosessin aikana.

Konseptiin olisi voinut sisällyttää myös arviota siitä, että kuinka monta ihmistä tarvittaisiin työstämään tapahtumaa, ja miten sitä voisi rahoittaa tulevaisuudessa. Kuitenkin tässä opinnäytetyössä, tämä olisi voinut aiheuttaa sen, että asia olisi mennyt pääaiheen ohi, eikä sen takia olisi ollut oleellista tietoa.

6.3 Oman työskentelyn arviointi

Lähdin työstämään tapahtuman konseptointia palvelumuotoilulliselta kannalta, sillä koen, että palvelumuotoilun tarjoamat työkalut kiinnittivät huomiota myös niihin asioihin, mitä ei välttämättä olisi muuten huomattu. Olen opintojeni aikana tutustunut muutamaan palvelumuotoilua käsittelevään teokseen ja ollut myös osana erään näyttelyn luomista, joten halusin yhdistää nämä kokemukset ja tekijät tähän opinnäytetyöhön.

Koin työpajojen järjestämisen oleellisena osana opinnäytetyötäni, mutta oli haasteellista rajata sen merkitys. Työpajoista olisi voinut myöskin yksinään tehdä opinnäytetyön aiheen, mutta olen tyytyväinen siihen, että hyödynsin niitä tapahtuman konseptointiin liittyen. On kuitenkin myös haasteellista keksiä yksin kaikki ratkaisut konseptointia varten, koska kyse on kuitenkin tapahtuman suunnittelusta.

Olisin voinut käyttää jotain muuta teosta profiloinnin luomisessa sekä Pre Design Triennalen tarkastelussa, mutta koin Anne Kalliomäen esittämän tavan itselleni mielenkiintoisammaksi ja läheiseksi. Palveluiden tarinallistaminen vaikuttaa itselleni ihmisläheisimmältä vaihtoehdolta lähteä purkamaan tapahtumaa. Näiden metodien asettaminen tapahtumaan oli tosin hieman haastavaa, mutta koen saaneeni suunnitteluun erilaista näkökulmaa stooripuu- sekä näyttämö-metodien avulla.

Yksin työskentely oli haasteellista ja olisi ollut kiva saada kommentteja yhteisesti kaikilta Triennalen osapuolilta läpi opinnäytetyön prosessin. Kuitenkin kaikki olivat kiinni omassa työssään, eikä tällaisille tapaamisille löytynyt sopivaa ajankohtaa.

Konseptoinnissa en ottanut huomioon työryhmän resursseja. Tällä tarkoitan sitä, että en ole huomioinut kuinka monta ihmistä tarvitaan työstämään kyseistä tapahtumaa ja mistä projektille saadaan rahoitusta. Tämä tulisikin ottaa huomioon konseptin jatkokehityksessä.

Olen kuitenkin tyytyväinen omaan panokseeni tässä opinnäytetyössä ja uskon, että olen tuonut esille uudenlaisia näkökulmia tarkastella tapahtumaa sekä konseptin, jota voi hyödyntää tulevaisuuden tapahtumissa.

Lähteet

HANISIAN, Kate 2017-3-6. Power to the People: Bridging Community through Design [Verkkoaineisto]

Saatavilla:

<http://www.howdesign.com/design-creativity/design-change/power-people-bridging-community-design/>

HANNULA, Pekka, Hannu Pekkala –Visual artist –nettisivut [Verkkoaineisto]

Saatavilla:

<http://www.atelierhannula.fi/tekniikka.html>

HEIKKINEN, Hanne 2018, Innokylä –nettisivut [Verkkoaineisto]

Saatavilla:

<https://www.innokyla.fi/web/malli111516>

INNANEN, Piia 2016-12-17. Palvelumuotoilupalo-blogi, Palvelumuotoilu kehittää asiakastoimintaa ja liiketoimintaa [Verkkoaineisto]

Saatavissa:

<http://www.palvelumuotoilupalo.fi/blogi/2016/12/17/palvelumuotoilu-kehitt-asiakaskokemusta>

KALLIOMÄKI, Anne 2014. Tarinallistaminen: palvelukokemuksen punainen lanka. Helsinki: Talentum.

KORPILAHTI, Teemu 2017-6-20. "Mitä konseptointi tarkoittaa käytännössä", Crasman [Verkkoaineisto]

Saatavilla:

<https://blog.crasman.fi/mik%C3%A4-konseptointi>

Menetelmäblogi, Palvelupolku [Verkkoaineisto]

Saatavilla:

<https://kpamk.wordpress.com/testi-2/palvelupolku>

NEVALA, Samu 2014-7-31. "Yhdistys ja innovaatio – 5 konkreettista tapaa uusien ideoiden keksimiseen!", Avoine-blogi [Verkkoaineisto]

Saatavilla:

<https://blog.avoine.fi/kirjoitukset/yhdistys-ja-innovaatio-5-konkreettista-tapaa-uusien-ideoiden-keksimiseen/>

SAMMALLAHTI, Tiia 2009, Konseptisuunnittelun supersankari. Helsinki: Books on demand.

SDT -Palvelumuotoilun työkalupakki –hanke 2010-2012 [Verkkoaineisto]

Saatavilla:

http://sdt.fi/mita_palvelumuotoilu.html

Lähteet

SOUDUNSAARI, Jaakko 2016-1-14. "Mitä konseptilla oikeastaan tarkoitetaan?", Paper Planes-blogi [Verkkoaineisto]

Saatavilla:

<https://www.paperplanes.fi/blogi/mita-konseptilla-oikeastaan-tarkoitetaan>

SUMMA, Terhi ja **TUOMINEN**, Kaisu 2009, Fasilitaattorin käsikirja: Menetelmiä sujuvaan ryhmätyöskentelyyn [Verkkoaineisto]

Saatavilla:

https://www.gloaalikasvatus.fi/tiedostot/Fasilitaattorin_tyokirja.pdf

TIRKKONEN, Terho 2013-11-4. Terho Tirkkonen-blogi, "Palvelumuotoilu" [Verkkoaineisto]

Saatavilla:

<https://terhotirkkonen.com/2013/11/04/palvelumuotoilu/>

TUULANIEMI, Juha P. 2011, Palvelumuotoilu. E-kirja. Helsinki: Talentum [Verkkoaineisto]

UEF-Nettisivut [Verkkoaineisto]

Saatavilla:

<https://www.uef.fi/benchmarking>

VAUHKONEN, Hanna 2013-11-13. Palvelupolku ja kontaktipisteet, Mikä on kontaktipiste ja millaisia kontaktipisteitä on olemassa? [Verkkoaineisto]

Saatavilla:

<https://hannavauhkonen.wordpress.com/2013/11/13/palvelupolku-ja-kontaktipisteet/>

VALLO, Helena ja **HÄYRINEN**, Eija P. 2016, Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma.

Kuvat ja kuvat

Kuva 1 Kuvitus yhteistyöstä ja sen hengestä. 2018. Muokattu. Alkuperäinen kuva saatavilla: <https://www.pexels.com/photo/colleagues-cooperation-fist-bump-fists-398532/>

Kuva 2 Kuvio teeman koostumisesta ja ideologiasta . 2018. Diana Pitkänen. Tekijän omat aineistot.

Kuva 3 Kuvitus ryhmistä, joille työpaja pidetään. 2018. Diana Pitkänen. Tekijän omat aineistot.

Kuva 4 Mindmap kooste perustuen tuloksiin, joita tuotettiin työpajassa aikuisten parissa. Ideat sijoittuvat ennen Triennalea tapahtuviin asioihin. 2018. Diana Pitkänen. Tekijän omat aineistot.

Kuva 5 Mindmap kooste perustuen tuloksiin, jotka pohjautuvat työpajan tuottamiin tuloksiin aikuisten ryhmän kanssa. Ideat sijoittuvat Triennalen aikana tapahtuviin asioihin. 2018. Diana Pitkänen. Tekijän omat aineistot.

Kuva 6 Mindmap kooste perustuen tuloksiin, jotka pohjautuivat työpajan tuottamiin tuloksiin aikuisten ryhmän kanssa. Ideat sijoittuvat Triennalen jälkeen tapahtuviin asioihin. 2018. Diana Pitkänen. Tekijän omat aineistot.

Kuva 7 Mindmap kooste perustuen tuloksiin, jotka pohjautuvat työpajan tuottamiin tuloksiin lasten ryhmän kanssa. 2018. Diana Pitkänen. Tekijän omat aineistot.

Kuva 8 Mindmap kooste perustuen tuloksiin, jotka pohjautuvat työpajan tuottamiin tuloksiin nuorten ryhmän kanssa. 2018. Diana Pitkänen. Tekijän omat aineistot.

Kuva 9 Kooste valituista ideoista. 2018. Diana Pitkänen. Tekijän omat aineistot.

Kuva 10 Kuvitteellinen tilanne, missä järjestetään työpajaa. 2018. Muokattu. Alkuperäinen kuva saatavilla: <https://www.pexels.com/photo/working-in-a-group-6224/>

Kuva 11 Anne Kalliomäen stooripuu-menetelmällä luotu oma versio. 2018. Diana Pitkänen. Tekijän omat aineistot.

Kuva 12 Profiili A. 2018. Diana Pitkänen. Tekijän omat aineistot..

Kuva 13 Profiili B. 2018. Diana Pitkänen. Tekijän omat aineistot.

Kuva 14 Profiili C. 2018. Diana Pitkänen. Tekijän omat aineistot.

Kuva 15 Profiilit. 2018. Diana Pitkänen. Tekijän omat aineistot.

Kuva 16 Aikajana mihin sijoittuu ennen Triennalea tapahtuvat asiat. 2018. Diana Pitkänen. Tekijän omat aineistot.

Kuva 17 Profiilin A kulkema palvelupolku. 2018. Diana Pitkänen. Tekijän omat aineistot.

Kuva 18 Profiilin A palvelupolun vaiheet tiivistettynä. 2018. Diana Pitkänen. Tekijän omat aineistot.

Kuva 19 Triennalen aikaan sijoittuva aikajana. 2018. Diana Pitkänen. Tekijän omat aineistot.

Kuva 20 Profiilin B kulkema palvelupolku. 2018. Diana Pitkänen. Tekijän omat aineistot.

Kuva 21 Profiilin B kulkema palvelupolku tiivistettynä. 2018. Diana Pitkänen. Tekijän omat aineistot.

Kuva 22 Triennalen jälkeiseen aikaan sijoittuva aikajana. 2018. Diana Pitkänen. Tekijän omat aineistot.

Kuva 23 Profiilin C kulkema palvelupolku. 2018. Diana Pitkänen. Tekijän omat aineistot.

Kuva 24 Profiilin C kulkema palvelupolku tiivistettynä. 2018. Diana Pitkänen. Tekijän omat aineistot.

Kansi ja raportin taustakuvat. 2018. Diana Pitkänen. Tekijän omat aineistot.

Liitteet

Liite 1. Kerätty aineisto lasten työryhmän kanssa tuotetuista työpajan tuloksista.

<https://youtu.be/Kn5PxS1pJc8>

<https://youtu.be/sHd6wQf1wbY>

<https://youtu.be/AvyjApq49nk>

<https://youtu.be/5sZ6TJNEf1g>

<https://youtu.be/v7qv4INFEfU>

<https://youtu.be/erPj3WdO5yo>

Liite 2. Kerätty aineisto seniori-ikäisten työryhmän kanssa tuotetuista työpajan tuloksista.

<https://youtu.be/AOK9QHvuKog>

<https://youtu.be/USX8rhf90N8>

<https://youtu.be/-lPPFK5pxQ>

Liite 3. Kerätty aineisto nuorten työryhmän kanssa tuotetuista työpajan tuloksista.

<https://imgur.com/a/7hTrctp>

Liite 4. Kerätty aineisto aikuisten työryhmän kanssa tuotetuista työpajan tuloksista. Tulokset sijoittuvat Triennalea ennen tapahtuviin asioihin.

<https://imgur.com/a/cH37yf8>

Liite 5. Kerätty aineisto aikuisten työryhmän kanssa tuotetuista työpajan tuloksista. Tulokset sijoittuvat Triennalen aikana tapahtuviin asioihin.

<https://imgur.com/a/n2PH9dL>

Liite 6. Kerätty aineisto aikuisten työryhmän kanssa tuotetuista työpajan tuloksista. Tulokset sijoittuvat Triennalen jälkeiseen aikaan.

<https://imgur.com/a/LDrw3dO>