

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailu- ja palveluliiketoiminta

Pinja Mustonen

TRAVEL, TASTE & LEARN -TAPAHTUMAN KEHITTÄMINEN

Opinnäytetyö
Toukokuu 2018



OPINNÄYTETYÖ
Toukokuu 2018
Matkailu- ja palveluliiketoiminta
Karjalankatu 3
80220 JOENSUU
(013) 260 600

Tekijä
Pinja Mustonen

Nimeke
Travel, Taste & Learn -tapahtuman kehittäminen

Toimeksiantaja
Riveria

Tiivistelmä

Tässä opinnäytetyössä käsitellään Travel, Taste & Learn -nimisen tapahtuman suunnittelua ja kehittämistä. Tapahtuman tarkoituksena on markkinoida matkailu- ja ravitsemisalan koulutuksia Karelia-ammattikorkeakoulun sekä Riverian toimesta. Opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää tuoretta tapahtumaa paremmaksi, jotta vierailijoiden määrä kasvaisi ja tieto koulutusmahdollisuuksista Pohjois-Karjalan alueella leviäisi laajemmin jatkokoulutukseen hakeutuville nuorille.

Opinnäytetyö toteutettiin toiminnallisena. Olin mukana suunnittelemassa ja järjestämässä Karelia-ammattikorkeakoulun esittelypisteitä, markkinoin tapahtumaa Facebookin välityksellä sekä laadin palautekyselyt vierailijoilla ja yhteistyökumppaneille. Lisäksi tehtäväni oli analysoida palautekyselyiden tulokset, pohtia kehittämiskohteita sekä koota tuotoksena lista asioista, joita tapahtumaa järjestäessä kannattaa huomioida.

Kehittämiskohteita löytyi monelta osa-alueelta ja olen pohtinut niitä raportin loppupuolella. Muun muassa esittelypisteiden soveltuminen kohderyhmälle, markkinointiin panostaminen sekä palautekyselyiden kehittäminen tarkempien tulosten saamiseksi kuuluivat käsiteltäviin aiheisiin.

Kieli
suomi

Sivuja 31
Liitteet 5

Asiasanat
tapahtuma, tapahtuman järjestäminen, kehittäminen



THESIS
May 2018
Degree Programme in Tourism and
Hospitality Management
Karjalankatu 3
80220 JOENSUU
FINLAND
(013) 260 600

Author
Pinja Mustonen

Title
The Development of Travel, Taste & Learn Event

Commissioned by
Riveria

Abstract

The planning and development of an event called Travel, Taste and Learn are handled in this thesis. The meaning of the event is to market degrees of tourism and catering by Karelia University of Applied Sciences and Riveria. The goal of this thesis is to develop a newly established event to come better to increase the amount of guests and spread information of possibilities more widely to the youth who apply to the further education.

The thesis was realised as a functional thesis. I participated to plan and organise presentation points for Karelia University of Applied Sciences, marketed the event on Facebook and made feedback questionnaires for guests and cooperation partners. In addition, my task was to analyse the results of the questionnaires, find out the points that should be developed and combine the list of the things that should be considered when planning an event as a product.

There were issues that should be developed in many different sectors and I have thought about them in the end of this report. Handleable topics were, for instance, the suitability of the presentation points for the target group, the investing of the marketing and the development of the feedback questionnaires to get more specific results.

Language

Finnish

Pages 31

Appendices 5

Keywords

event, arrangement of event, development

Sisältö

1	Johdanto	5
2	Opinnäytetyön tavoite ja toimeksiantaja.....	5
3	Travel, Taste & Learn -tapahtuma	7
4	Onnistunut tapahtuma.....	8
5	Tapahtuman suunnittelu	11
5.1	Tavoite.....	11
5.2	Kohderyhmä	12
5.3	Teema, paikka ja aika.....	13
5.4	Budjetti.....	15
5.5	Riskien hallinta.....	16
5.6	Luvat ja muut järjestämistoimet	17
6	Travel, Taste & Learnin suunnittelu ja toteutus.....	18
7	Palautekyselyiden tulokset.....	21
8	Pohdinta.....	23

Liitteet

Liite 1	Kooste esittelypisteistä
Liite 2	Palautekysely, vierailijat
Liite 3	Palautekysely, yhteistyökumppanit
Liite 4	Travel, Taste & Learnin mainosjuliste
Liite 5	Palautekyselyiden tulokset

1 Johdanto

Tapahtumien kysyntä on vuosien saatossa kasvanut entistä suuremmaksi ja suuremmaksi. Sekä asia- että viihdetapahtumia järjestetäänkin jo pelkästään Suomessa todella paljon, puhumattakaan koko maailmasta. Suomi on viime vuosina parantanut asemaansa tapahtumamatkailun saralla ja on yhä kilpailukykyisempi kohdemaana kansainvälisten tapahtumien järjestämiselle muiden maiden joukossa (Vallo & Häyrinen 2016, 9). Suosion kasvamista selittää osittain vapaa-ajan lisääntyminen ja ihmisten oma harkinnanvarainen rahankäyttö. (Allen, O'Toole, Harris & McDonnell 2010, 5).

Kuitenkaan onnistuneen tapahtuman järjestäminen ei ole yksiselitteistä. Järjestäjän on käytävä ennen tapahtumaa läpi lukuisia eri toimenpiteitä, jotta tapahtumasta saadaan sujuva ja vierailijat pidetään tyytyväisinä. Pelkkä tapahtuman läpivienti ei itsessään kuitenkaan riitä. Tapahtuman päätteeksi olisi hyvä ottaa vastaan palautetta vierailijoilta ja järjestäjiltä sekä pohtia tapoja kehittää tapahtumasta entistä parempi.

Tähän raporttiin olen koonnut tietoa tapahtuman järjestämisen eri osa-alueista. Tietopohjan lisäksi olen raportoinut opinnäytetyön kulkua ja analysoinut lopuksi tapahtuman onnistumista ja kehitettäviä osa-alueita. Opinnäytetyö käsittelee Karelia-ammattikorkeakoulun sekä Riverian yhteistyössä järjestämän vuosittaisen Travel, Taste & Learn -tapahtuman suunnittelua ja kehittämistä.

2 Opinnäytetyön tavoite ja toimeksiantaja

Olin mukana toteuttamassa Travel, Taste & Learnia projektitiimin jäsenenä jo vuonna 2016, kun se järjestettiin ensimmäistä kertaa. Saman vuoden loppupuolella päätin tehdä opinnäytetyöni tapahtumaan liittyen, sillä minulla oli jo valmiiksi kokemusta tapahtumasta sekä kiinnostusta ja halua kehittää siitä toimivampi. Lisäksi tapahtuman järjestäminen kiinnostaa minua, joten Travel,

Taste & Learniin paneutuminen lisäsi omaa ammatillista osaamistani tällä osa-alueella todella hyvin.

Tapahtuman tavoitteena on jakaa informaatiota ammattikorkeakoulun, aikuisopiston ja ammattikoulun matkailu- ja ravitsemisalalan koulutuksista sekä saada hakijamäärät lisääntymään. Se vaatii kehittämistä, sillä se on vielä hyvin nuori. Vuonna 2017 se järjestettiin vasta toista kertaa. Tapahtumalle toivotaan lisää näkyvyyttä sekä kävijämäärän kasvua, joten muun muassa markkinoinnin, suunnittelun ja toteuttamisen saralla on vielä parantamisen varaa. Sen vuoksi tehtävänäni oli paikantaa tapahtuman kehittämiskohteet ja avata niitä opinnäytetyössäni.

Opinnäytetyöni toteutettiin toiminnallisena. Olin mukana suunnittelemassa tapahtuman sisältöä (erityisesti ammattikorkeakoulun toimintapisteitä), markkinoimassa sitä Facebookin kautta sekä laatimassa palautekyselyä ja analysoimassa sen tuloksia. Tuotoksena opinnäytetyöstäni toimii tapahtumaa varten laatimani kooste projektityöntekijöistä, rastien sisällöstä sekä tarvittavista välineistä niiden toteuttamiseksi (Liite 1).

Opinnäytetyöni toimeksiantajana toimii Riveria eli entinen Pohjois-Karjalan koulutuskuntayhtymä. Nimi muuttui vuoden 2018 alussa ja sitä kuvaillaan tuoreeksi, moderniksi sekä kansainvälisesti ymmärrettäväksi. Sen kerrotaan kuvastavan pohjoiskarjalaisuutta, sillä se viittaa jokiin ja vesistöihin, joita meiltä täältä Itä-Suomesta löytyy paljon. (Turpeinen 2017)

Riveria on maakunnallinen koulutus- ja kehittämisorganisaatio, jonka omistavat Pohjois-Karjalan 13 kuntaa: Iloanta, Joensuu, Juuka, Kitee, Kontiolahti, Lieksa, Liperi, Nurmes, Outokumpu, Polvijärvi, Rääkkylä, Tohmajärvi ja Valtimo. Se järjestää monialaisesti ammatillista koulutusta ympäri Pohjois-Karjalaa tarjoten yli 130 erilaista ammattitutkintoa. Organisaatio on myös aktiivisesti osana erilaisia kehittämishankkeita. (Karvinen 2017)

Riverian tavoitteena on olla edelläkävijä ammatillisen koulutuksen saralla, ja se onkin yksi Suomen suurimmista koulutuksen tarjoajista. Organisaation toimin-

nalla pyritään siihen, että koulutus antaa opiskelijoille eväät parempaan elämään ja etenkin Pohjois-Karjalan alueelle saadaan osaavaa työvoimaa, joka omalta osaltaan kehittää ja ylläpitää maakunnan hyvinvointia. (Karvinen 2017)

Riverian organisaatiosta Travel, Taste & Learn -tapahtumaa olivat järjestämässä aikuisopiston hotelli-, ravintola- ja catering -alan sekä ammattikoulun matkailualan ja luonto- ja ympäristöalan henkilökuntaa ja opiskelijoita. Heidän kanssaan yhteistyössä toimi Karelia-ammattikorkeakoulun matkailu- ja palveluliiketoiminnan koulutuksen henkilökuntaa ja opiskelijoita.

3 Travel, Taste & Learn -tapahtuma

Travel, Taste & Learn on matkailu- ja ravitsemisalojen markkinointitapahtuma, jonka järjestäjinä toimivat Karelia-ammattikorkeakoulu sekä Riveria. Sen tavoitteena on jakaa informaatiota matkailu- ja ravitsemisalan koulutuksista sekä houkutella lisää hakijoita ammattikorkeakoulun, aikuisopiston ja ammattikoulun alojen koulutuksiin.

Tapahtumaa on järjestetty vuodesta 2016. Silloin Travel, Taste & Learn järjestettiin omana tapahtumanaan 20. toukokuuta Ilosaarella. Paikan päällä oli useita toiminnallisia pisteitä, esittelypisteitä, myyntikojuja sekä lavaohjelmaa. Pisteet toteutettiin Pohjois-Karjalan ammattikoulun, Pohjois-Karjalan aikuisopiston, Karelia-ammattikorkeakoulun sekä lukuisien yhteistyökumppaneiden toimesta. Silloin suunnittelimme työryhmän kesken, että Travel, Taste & Learnista voisi tulla jokavuotinen tapahtuma.

Vuonna 2017 Travel, Taste & Learnin kattotapahtumana toimi 1000 työpaikkaa tarjolla, joka järjestettiin Joensuun urheilutalolla 24. helmikuuta kello 12-15. Sen tavoitteena on työllistää nuoria muun muassa kesätöihin tuomalla työpai-kantarjoajat samaan paikkaan nuorten kanssa. Tapahtumien yhteistyö oli luonnollinen, sillä meillä molemmilla oli sama kohderyhmä. Työpaikkojen hakemisen lisäksi nuorten olisi mahdollista tutustua myös koulutusmahdollisuuksiin.

Tapahtumaan oli kutsuttu esittäytymään useita ammattikorkeakouluja mukaan lukien Karelia-ammattikorkeakoulu, mutta niiden esittelypisteet olivat hyvin perinteisiä ja sisälsivät lähinnä esitteiden jakamista sekä keskustelua. Travel, Taste & Learn toi tapahtumaan mukanaan toiminnallisia koulutuksien markkinointipisteitä, jossa vierailijat pääsivät maistamaan, näkemään, kuulemaan ja kokemaan hieman niitä asioista, jotka voidaan tavalla tai toisella liittää markkinoimiimme koulutusaloihin. Samalla tietenkin avautui mahdollisuus keskustella koulutuksista, niin kuin muillakin esittelypisteillä - lähestymistapa vain oli erilainen.

Aikuisopiston hotelli-, ravintola- ja catering -alan pisteellä jaettiin vegaanista syötävää ja ammattiopiston pisteellä vierailijat pääsivät heittämään tarkkuutta lumipalloilla ulkoilmassa. Ammattiopiston luonto- ja ympäristöala puolestaan pystytti piha-alueelle kodan. Karelia-AMK:n toteuttamista pisteistä kerron enemmän kappaleessa 6.

4 Onnistunut tapahtuma

Vallo ja Häyrinen (2016, 121–128) esittelevät kirjassaan Tapahtuma on tilaisuus Onnistuneen tapahtuman mallin®, joka tarjoaa hyvän pohjan Travel, Taste & Learnin suunnitteluun auttaen muodostamaan selkeän kokonaiskuvan tapahtumasta. Malli muodostuu strategisista ja operatiivisista kysymyksistä. Strategiset ja operatiiviset kysymykset voidaan kuvata kahtena kolmiona, jotka yhdessä muodostavat tähden, joka puolestaan kuvaa Onnistuneen tapahtuman mallia®. (Kuva 1.)

ONNISTUNEEN TAPAHTUMAN MALLI® - koulutus



Kuva 1. Onnistuneen tapahtuman malli. (Vallo 2014).

Strategisia kysymyksiä on kolme: miksi tapahtuma järjestetään, kenelle tapahtuma järjestetään ja mitä ollaan järjestämässä. Näiden kysymysten pohjalta syntyy tapahtuman idea tai teema, jonka ympärille tapahtumaa aletaan rakentamaan. (Vallo & Häyrynen 2016, 121–123.)

Tapahtuman järjestämisen syitä pohtiessa selventyy sen tavoite ja se, mitä tapahtuman avulla halutaan viestiä. Jos tavoite tai viesti on mahdotonta tunnistaa, ei tapahtuman järjestäminen ole oikea tapa päästä haluttuun lopputulokseen. (Vallo & Häyrynen 2016, 122.)

Kohderyhmän profiloiminen on tapahtuman tavoitteen toteutumisen ja viestin perille saamisen kannalta hyvin tärkeää. Kun kohderyhmä on selvillä, osataan tapahtumaa markkinoida ja suunnitella sille sopivalla tavalla. (Vallo & Häyrynen 2016, 122.)

Tapahtuman lähtökohtia on myös pohdittava etukäteen. Näihin lähtökohtiin kuuluvat esimerkiksi tyyli, paikka ja aika. Näitä asioita miettiessä on otettava

huomioon se, että ne sopivat tapahtuman kohderyhmälle ja tukevat sen tavoitteellisuutta. (Vallo & Häyrinen 2016, 122.)

Aivan kuten strategisiakin kysymyksiä, on operatiivisia kysymyksiä niin ikään kolme: miten tapahtuma järjestetään, millainen tapahtuman sisältö on ja kuka toimii tapahtuman isäntänä. Näitä kysymyksiä pohtiessa syntyy tapahtumalle tunne. (Vallo & Häyrinen 2016, 125–126.)

Ensimmäinen kysymyksistä johdattaa tapahtumanjärjestäjän miettimään tapahtumaprosessin kulkua ja tapahtuman järjestämistä sillä tavalla, että se saavuttaa tavoitteen, välittää viestin ja palvelee tapahtuman ideaa ja teemaa hyvin. Tapahtumaprosessissa on kolme eri vaihetta: suunnittelu-, toteutus- sekä jälkimarkkinointivaihe. (Vallo & Häyrinen 2016, 125.)

Toinen kysymyksistä määrittää tapahtuman sisällön ja ohjelman eli sen tärkeimmät elementit. Tässä vaiheessa pohditaan muun muassa sitä, kuinka vaikutusvaltaisia esiintyjä tapahtumaan kutsutaan. On todella tärkeää muistaa ajatella tätäkin asiaa kohderyhmän kautta, jotta osataan järjestää juuri heitä miellyttävää ohjelmaa. (Vallo & Häyrinen 2016, 126.)

Kolmantena mietitään tapahtuman vastuuhenkilöitä. Näitä ovat projektipäällikkö, tapahtuman omistaja sekä isäntä, ellei se ole sama kuin omistaja. Isännän rooli on ehkä merkittävin. Hyvän isännän tulee olla vaikuttava ja osata myydä tapahtumaa yleisölle. Isännän onnistuminen tehtävässään voi parhaimmillaan jopa paikata tapahtuman muita puutteita. (Vallo & Häyrinen 2016, 126)

Onnistuneen tapahtuman malli® on hyvä apuväline kaikissa prosessin vaiheissa, kun halutaan järjestää vaikuttava ja tavoitteen mukainen tapahtuma (Vallo, 2014). Mallin toimiminen kuitenkin edellyttää sitä, että jokainen osa-alue on tasapainossa keskenään ja kaikki on tasavertaisen hyvin suunniteltu (Vallo & Häyrinen 2016, 127).

5 Tapahtuman suunnittelu

5.1 Tavoite

Tapahtumat voidaan jakaa hyötytapahtumiin, aistimustapahtumiin ja yhteisöllisiin tapahtumiin. Tapahtuman tavoite määrittelee sen tapahtumatyyppin. Hyötytapahtuma on sopiva vaihtoehto, kun halutaan tehdä bisnestä. Aistimustapahtuma puolestaan sopii brändin vahvistamiseen. Yhteisöllinen tapahtuma toimii silloin, kun halutaan syventää osallistujien välisiä suhteita. (Catani 2017, 22.)

Esimerkkinä hyötytapahtumasta toimivat erilaiset seminaarit ja kongressit, joissa osallistujat pystyvät luomaan hyödyllisiä kontakteja kollegojen tai oman alansa ammattilaisten kanssa. Aistimustapahtumia ovat esimerkiksi konsertit, jolloin vierailijan rooli on nauttia ohjelmasta eikä hänen tarvitse olla aktiivinen. Yhteisöllisiä tapahtumia ovat puolestaan muun muassa erilaiset työpajat, joissa tavoitteena on yhdessä tekeminen ja sosiaalinen kanssakäyminen, joiden myötä yhteishenki kasvaa. Näistä tapahtumatyypeistä Travel, Taste & Learn on lähimpänä hyötytapahtumaa. (Catani 2017, 23.)

Jokaisella tapahtumalla tulisi olla tavoite ja sen miettimiseen kannattaa käyttää aikaa. Tavoitteen voi saada selville esimerkiksi kysymällä itseltään, miksi tapahtuma järjestetään tai mitä tapahtuman avulla halutaan viestiä tai saavuttaa. (Vallo & Häyrinen 2016, 135.)

Tavoitteet voivat olla sekä konkreettisia että abstrakteja. Konkreettisesta tavoitteesta esimerkkinä voisi olla myynnin edistäminen, abstraktista puolestaan hyvän mielen tuottaminen. Tapahtuman tavoitteena voi olla esimerkiksi aiheuttaa muutos osallistujassa, opettaa heille jotakin tai tarjota heille uudenlaisia elämyksiä. (Vallo & Häyrinen 2016, 131–137.)

Pelkkä perinne ei riitä tapahtuman tavoitteeksi, vaan tapahtumanjärjestäjän on osattava löytää tapahtuman alkuperäinen tavoite, joka sillä on ollut jo syntyhet-

kellään. Jos tämä tavoite ei enää ole ajankohtainen, kannattaa tapahtuman järjestämisen järkevyyttä vielä pohtia. (Vallo & Häyrinen 2016, 131–139.)

Ei riitä, että tapahtumalle asetetaan tavoite, vaan tavoitteen täyttymistä on syytä myös mitata. Esimerkiksi osallistujille jaettava palautekysely on oiva tapa siihen. Palautekyselyn tuloksia seurattaessa pystyy huomaamaan, missä osa-alueissa on tulevaisuutta ajatellen parannettavaa ja mikä puolestaan on onnistunut tavoitteen saavuttamisen suhteen. (Vallo & Häyrinen 2016, 134.)

Travel, Taste & Learnin tavoitteena on levittää tietoa matkailu- ja ravitsemisalán koulutuksista Joensuussa sekä kasvattaa hakijamääriä. Tavoitteen täyttyvyyttä voidaan mitata yhteistyökumppaneille ja vierailijoille jaettujen palautekyselyiden avulla.

5.2 Kohderyhmä

Asiakaskunnan edustajista on ajan myötä tullut entistä kriittisempiä sen suhteen, millaisiin asioihin he käyttävät vapaa-aikaansa. He pohtivat ennen tapahtumaan osallistumista, onko siitä heille jollain tavalla hyötyä. Tämä on haaste tapahtumanjärjestäjille, joiden on löydettävä keino kääntää oma tavoitteensa kohderyhmän edustajia kiinnostavaksi. (Vallo & Häyrinen 2016, 137.)

Kohderyhmän valikointiin voidaan käyttää monia eri ominaisuuksia riippuen siitä, mitä niistä on hyvä tietää tapahtuman järjestämisen kannalta. Kohderyhmän voi määritellä muun muassa sukupuolen, iän, ammatin, perhestatuksen tai harrastusten kautta. (Vallo & Häyrinen 2016, 147.)

Nämä ominaisuudet auttavat esimerkiksi tarjoilun ja ohjelman suunnittelun niin, että se on mahdollisimman mieluinen kohderyhmälle. Tapahtumanjärjestäjän onkin tärkeää omata kyky asettua kohderyhmän edustajan asemaan ja tuntea kohderyhmä, jotta saadaan aikaiseksi nimenomaan kohderyhmää eikä itseä miellyttävä kokonaisuus. On kuitenkin muistettava, että kohderyhmän sisälle

mahtuu monenlaisia ihmisiä, joten kaikki asiat eivät luonnollisesti sovi kaikille. (Vallo & Häyrinen 2016, 145–149.)

Travel, Taste & Learn -tapahtuman kohderyhmään kuuluivat pääasiassa yläaste- ja lukioikäiset nuoret, jotka hakevat lähitulevaisuudessa opiskelemaan johonkin ammattiin. He ovat mahdollisesti kiinnostuneita matkailu- ja ravitsemisalan koulutuksista ja halukkaita tutustumaan niihin. Kohderyhmän edustajat tulevat Pohjois-Karjalan alueelta. 1000 työpaikkaa tarjolla -tapahtuman alaisuudessa toimiminen oli hyvä idea, koska sen avulla saavutimme todella paljon oman kohderyhmämme edustajia samalla, kun he saapuivat kattotapahtumaan etsimään työpaikkoja.

5.3 Teema, paikka ja aika

Teema tarkoittaa kattoajatusta, jonka ympärille kaikki tapahtumassa oleva rakentuu. Se ikään kuin yhdistää kaikki tapahtuman osa-alueet yhtenäiseksi kokonaisuudeksi. Sen valitseminen voi olla haastavaa ja siihen kannattaakin käyttää harkintakykyä. Kaikki teemat eivät sovi kaikkiin tilaisuuksiin tai kaikille kohderyhmille. Tapahtumalle tulisi valita sellainen teema, joka tuo esille myös tapahtuman idean ja viestin. (Vallo & Häyrinen 2016, 235–237.)

Tapahtuman teema voi olla luonteeltaan puhutteleva, houkutteleva tai leikittelevä. Se näkyy tapahtumassa äänen, värien ja kuvien kautta. Parhaassa tapauksessa teema on havaittavissa joka puolella tapahtumaa – kutsussa, tarjoilussa, somisteissa, ohjelmassa ja niin edelleen. Tällöin tapahtumasta tulee näyttävä ja mieleenpainuva. Teeman tulee olla läsnä koko tapahtuman ajan aina kutsusta jälkimarkkinointiin saakka. (Vallo & Häyrinen 2016, 235–237.)

Travel, Taste & Learnin teema oli käytännössä matkailu ja ruoka, vaikka emme yhteisesti teemaa määrittäneetkään. Kyseessä oli asiatapahtuma, jolloin teeman merkitys ei välttämättä ole yhtä suuri kuin viihdetapahtumassa. Kuitenkin tulevaisuudessa tällekin tapahtumalle voisi mielestäni asettaa kantavan teeman,

joka tekisi ohjelmasta yhtenäisemmän ja vierailijoiden silmissä hieman mielenkiintoisemman.

Tapahtumapaikkana voi toimia käytännössä mikä tahansa ulko- tai sisätila. Sen valitsemiseen kannattaa kuitenkin paneutua ja varaus kannattaa tehdä jo kauan ennen tapahtumaa. Varauksessa kannattaa huomioida puitteiden rakennus- ja purkuaika, ettei niiden kanssa tarvitse kiirehtiä. (Vallo & Häyrinen 2016, 167–172.)

Tapahtumapaikan valitsemiseen vaikuttavat muun muassa tilaisuuden luonne, osallistujat sekä välimatkat. Tapahtumapaikkaa valitessa kannattaa ottaa huomioon muun muassa tilan koko suhteessa osallistujamäärään, tilan sopivuus suhteessa organisaation imagoon, kulkuyhteydet ja paikoitusmahdollisuudet, äänentoisto, tekniikka sekä paljon muuta. Mikäli budjetista löytyy paljon rahaa tilavuokraan ja somistukseen, saa tilasta kuin tilasta varmasti tapahtumaa palvelevan. Hieno tilaisuus vaatiikin näyttävät puitteet, mutta pienemmälläkin budjetilla on mahdollista saada tapahtumasta viihtyisä somistuksen avulla. (Vallo & Häyrinen 2016, 167–172.)

Yleensä paikka, jossa on järjestetty tapahtumia ennenkin, on luotettavampi kuin täysin uusi tapahtumapaikka. Jos tapahtumapaikaksi valitaan täysin uusi paikka, kannattaa varautua sen tuomiin mahdollisiin ongelmiin, kuten esimerkiksi tekniikan toimimiseen. Ulkona järjestettävä tapahtuma on myös aina riski johtuen sääolosuhteista. (Vallo & Häyrinen 2016, 167–172.)

Esteettömyys on asia, johon kannattaa myöskin panostaa. Sitä vaaditaan hyvältä tapahtumapaikalta etenkin silloin, kun kohderyhmän joukossa on liikuntarajoitteisia tai muulla tavoin erityisjärjestelyjä tarvitsevia ihmisiä. (Vallo & Häyrinen 2016, 170.)

Travel, Taste & Learn oli vuonna 2016 ulkoilmatapahtuma. Ilosaari tapahtumapaikka toimi silloin hyvin, sillä sää sattui olemaan hyvä ja tilaa oli riittävästi kaikille pisteille. Esteettömyyskin oli huomioitu tapahtumassa asianmukaisesti. Esimerkiksi pyörätuolissa oleville vierailijoille oli varmistettu etukäteen pääsy

Kerubin sisällä sijaitsevaan WC-tilaan, sillä bajamajoissa käyminen olisi ollut heille todella hankalaa.

Vuonna 2017 tapahtumapaikkana toimi puolestaan Joensuun urheilutalo. Se oli jo ennalta määrätty, sillä 1000 työpaikkaa tarjolla -tapahtuma oli valinnut sen tapahtumapaikakseen jo aiemmin. Talvella sisällä pidettävä tapahtuma toimiikin ulkotilaa paremmin, sillä ulkona on kylmä ja sääolosuhteet voivat vaihdella suuresti. Meillä oli kuitenkin myös hieman ulko-ohjelmaa, ja onneksemme sää suosi meitä.

Ajankohtaa miettiessä kannattaa miettiä kohderyhmän edustajien elämänrytmiä, jotta tapahtuma ajoittuisi niin, että mahdollisimman moni pääsee paikalle. Myös Suomen vuodenaikojen tuomat sääolosuhteet voivat vaikuttaa ajankohdan valintaan, niin kuin myös se, onko samaan aikaan muita kilpailevia tapahtumia, jotka voisivat viedä osallistujia mennessään. Tapahtuman kesto puolestaan kannattaa miettiä niin, että ohjelman saa sujuvasti hoidettua ilman kiirettä tai odottelua. (Vallo & Häyrinen 2016, 174–176.)

Vuoden 2017 Travel, Taste & Learnin ajankohta oli helmikuu, koska se oli tapahtumapaikan tavoin ennalta määräytynyt 1000 työpaikkaa tarjolla – tapahtuman järjestäjien toimesta. Se on todella otollinen aika markkinoida koulutuksia yhteishaun ollessa käsillä. Edellisen vuoden ajankohta 20. toukokuuta oli hieman huono, sillä siihen mennessä nuoret olivat jo hakeneet kouluun seuraavalle vuodelle.

Aikaväli kello 12-15 valittiin myös 1000 työpaikkaa tarjolla –tapahtuman järjestäjien toimesta. Syynä ajankohdalle oli se, että suurin osa oppilaista saapui paikalle koulun kautta ja sen vuoksi aikavälin täytyi olla koulupäivän aikana.

5.4 Budjetti

Raha on olennainen osia tapahtuman järjestämisestä. Joskus budjetin määrittäminen voi olla kuitenkin hankalaa, sillä tulojen ja menojen suhdetta voi olla vai-

kea arvioida etukäteen. Tähän auttaa kuitenkin aikaisemmin järjestettyjen samankaltaisten projektien budjettien tarkastelu, jolloin oman tapahtuman budjetilla saa suhteellisen realistisen pohjan. (Vallo ja Häyrinen 2016, 177.)

On olemassa karkeasti kolme erilaista tapaa budjetointitapaa: tuottoa tekevä budjetti, break-even –budjetti eli budjetti, jossa tulot ja menot ovat tasapainossa sekä tappiota tekevä budjetti. Tuloja tapahtuman on mahdollista saada esimerkiksi pääsymaksusta, tuotemyynnistä, mainostuksesta sekä sponsoreilta. Menoja puolestaan aiheuttavat esimerkiksi tilavuokra, luvat ja lisenssit, kuljetus, markkinointi, teknologia ja muut pakolliset maksut. (Fenich 2015, 72.)

Travel, Taste & Learn –tapahtumassa pyrittiin vuonna 2017 break even –budjettiin eli niin sanottuun nollabudjettiin. Tapahtumasta ei ollut odotettavissa tuloja, joten menot pyrittiin pitämään myös minimissä. Tapahtuman tarkoituksena oli markkinoida koulutuksia, ei saada rahallista hyötyä.

5.5 Riskien hallinta

Tapahtuman järjestämiseen liittyy luonnollisesti erilaisia riskejä, joita kannattaa pohtia jo suunnitteluvaiheessa. Riskien hallinnan päätarkoitus on tunnistaa mahdollisuus onnettomuuteen, vahinkoon tai puutteeseen, jotta ne voidaan estää ja turvallisuutta voidaan edistää. Riskit voivat olla taloudellisia, lainsäädännöllisiä, aineellisia tai aineettomia. Niitä ei aina voi välttää, mutta niihin voi varautua. (Fenich 2015, 38.)

Jotta riskien hallinta olisi toimivaa, on tapahtumalle muodostettava riskitiimi, joka valmistelee riskiarvion, riskianalyysin ja riskisuunnitelman. Riskitiimi keksii myös keinot riskien lieventämiseksi ja panee suunnitelman toimeen, mikäli se on tarpeellista. He tunnistavat erilaisten menetelmien – kuten esimerkiksi aivo-riihen – avulla erilaisia mahdollisia riskejä ja pohtivat niiden todennäköisyyksiä ja seurausten suuruutta, eli todennäköisyys-seuraus-suhdetta. Riskitiimissä kannattaa olla useampi henkilö, jolloin asioita nähdään useasta eri näkökulmas-

ta ja toimenpiteiden tekoon on enemmän resursseja ja aikaa. (Fenich 2015, 38–50.)

Meillä Travel, Taste & Learnissa ei ollut erillistä riskitiimiä, mutta mahdollisia riskejä tuli ilmi työryhmän välisissä palaverieissa. Turvallisuus- ja pelastussuunnitelmassa riskejä käsiteltiin tarkemmin. Tapahtumassamme suurimpia mahdollisia riskejä olivat lähinnä sairaskohtaukset, loukkaantumiset, tulipalon syttyminen sekä sääolosuhteiden äkilliset muutokset.

5.6 Luvat ja muut järjestämistoimet

Tapahtumien järjestäminen vaatii usein erilaisia lupia, ilmoituksia ja suunnitelmia ennen sen toteutusta. Kaupunkien ja kuntien verkkosivuilta löytyy yleensä selkeät ohjeet tapahtumanjärjestäjälle, joissa luetellaan tarvittavat luvat ja laadittavat suunnitelmat. Niihin kannattaa tutustua jo hyvissä ajoin ennen tapahtumaa, sillä esimerkiksi lupien hakemiseen kannattaa varata runsaasti aikaa. (Vallo & Häyrinen 2016, 180.)

Yleisiä tapahtuman järjestämiseen liittyviä lupia ja ilmoituksia ovat esimerkiksi poliisille tehtävä ilmoitus yleisötilaisuudesta, ympäristökeskukselle tehtävä meluilmoitus, maanomistajan lupa, ilotulitus- ja avotulilupa ja arpajaislupa. Musiikkiin liittyvistä luvista tulee olla yhteydessä joko Teostoon tai Gramexiin riippuen siitä, onko kyseessä live-musiikki vai äänitemusiikki tai musiikkivideo (Gramex; Teosto). Tarjoiluihin liittyen on myös omat lupa- ja ilmoitusasiat. Esimerkiksi aniskelulupa tulee hakea paikallisesta aluehallintovirastosta. Lupien ja ilmoitusten lisäksi tapahtumanjärjestäjien on luotava tapahtumalle turvallisuus- ja pelastussuunnitelma. (Vallo & Häyrinen 2016, 180–181.)

Muita huomioon otettavia asioita ovat esimerkiksi jätehuollon toimivuus, saniteettitilojen riittävä määrä, alkusammutuskalustosta ja ensiaputarvikkeista huolehtiminen, sähköturvallisuudesta huolehtiminen sekä siivouksen ja kierrätyksen järjestäminen (Vallo & Häyrinen 2016, 182). Hieman pienempiä, mutta sitäkin tärkeämpiä huomioitavia asioita ovat muun muassa yleinen siisteys, naulakoi-

den riittävyys, WC- ja käsipyyhepaperien riittävyys sekä tuhkakuppien järjestäminen tupakkapaikalle. Edellä mainituista asioista on huolehdittu tarpeeksi hyvin, asiakkaat eivät kiinnitä niihin mitään huomiota. Tämänkaltaiset asiat huomataan nimittäin vasta siinä vaiheessa, kun jokin on pielessä. (Vallo & Häyrynen 2016, 171.)

Travel, Taste & Learn –tapahtuman järjestämiseen tarvittavat luvat ja ilmoituksen tarkistimme Joensuun kaupungin sivuilta. Sieltä löytyvät myös tapahtumapäällikön ja tapahtumavastaavien yhteystiedot, joihin otimme yhteyttä tarvittaessa.

6 Travel, Taste & Learnin suunnittelu ja toteutus

Vuoden 2017 Travel, Taste & Learn -tapahtuman valmistelu lähti omalta osaltani käyntiin joulukuussa 2016, jolloin minulla oli ensimmäinen palaveri 1000 työpaikkaa tarjolla- tapahtuman suunnitteluryhmän kesken. Tapaamiseen osallistui suurimmaksi osaksi kouluorganisaatioiden henkilökuntaa. Sovimme palaverissa lähinnä käytännön järjestelyistä sen ja siitä, millaisessa roolissa Travel, Taste & Learn voisi olla 1000 työpaikkaa tarjolla -tapahtuman sisällä.

Lisäksi kävimme läpi tehtäviä, joita voisin opinnäytetyöprosessissani toteuttaa. Tehtävikseni valikoituivat Karelian esittelypisteiden organisointi yhdessä projektiryhmän kanssa, Facebook-sivojen perustaminen, päivittäminen ja sen kautta markkinointi, palautekyselyiden laatiminen vierailijoille ja yhteistyökumppaneille sekä palautteiden läpikäynti, koonti ja analysointi.

Sain esittelypisteiden järjestämiseen avukseni viisi kolmannen vuoden matkailualan opiskelijaa Kareliasta. Meillä oli tammi-helmikuun aikana muutamia palavereita, joissa ideoimme Karelian esittelypisteiden sisällön sekä keräsimme yhteen niihin tarvittavat materiaalit. Tapahtumapäivänä projektiryhmän jäsenet olivat vastuussa pisteiden toiminnasta.

Karelian puolesta Travel, Taste & Learnissa oli kaksi pistettä: yksi ulkona ja yksi sisällä. Sisällä sijaitsevalla esittelypiste oli kilpailu siitä, kuka saa koottua neljä paloiksi leikattua kuvaa kokoon mahdollisimman nopeasti (Kuva 2). Kuvat liitettiin restonomiopintoihin niin, että kaikki ne käsittelivät erilaisia tilanteita, joita olimme kokeneet restonomiopintojen ajalla. Seassa oli esimerkiksi kuvia opintomatkoiltamme. Palapelien kokoamisen jälkeen pistettä ohjanneet restonomit kertoivat hieman kuvista osallistujille. Kolmelle nopeimmalle oli luvassa tuotepaketti Karelian tuotteista. Jaossa oli myös karkkia kaikille osallistujille.



Kuva 2. Karelian järjestämä palapelikisa. (Kuva: Pinja Mustonen)

Ulkopisteellämme ohjelmassa oli tandem-suksilla hiihtämistä joko pareittain tai pienessä ryhmässä (Kuva 3). Tarkoituksena oli hiihtää melko lyhyt matka kertaakaan kaatumatta ja ottaa samalla kuva Instagramiin. Tälläkin rastilla oli tarkoitus palkita se pari tai ryhmä, jotka ottivat parhaan Instagram-kuvan. Sisäpisteen tavoin pisteeltä sai karkkia.



Kuva 3. Karelian järjestämä tandem-hiihtorasti. (Kuva: Pinja Mustonen)

Esittelypisteiden suunnittelun ohessa perustin tapahtumalle sivun Facebookiin tammikuun aikana. Tapahtumaviikolla päivitin sinne tiiviisti julkaisuja tulevasta ohjelmasta sekä arvonnoista.

Laatimani palautekyselyt jaettiin yritysten edustajille esittelypisteisiin. Vierailijoille palautekyselyitä jakoivat ammattiopiston matkailun opiskelijat. He toimittivat tapahtuman päätteeksi sekä yhteistyökumppaneiden että vierailijoiden täyttämät palautelomakkeet minulle. Palautekyselyt löytyvät liitteistä 2 ja 3.

Tapahtumaamme mainostettiin seinäjulisteiden avulla muun muassa Travel, Taste & Learnin järjestäjinä toimivien koulujen seinillä. Seinäjuliste on muokattu päivitettyyn versioon vuoden 2016 tehdyn seinäjulisteiden pohjalta. Se on nähtävissä liitteessä 4.

7 Palautekyselyiden tulokset

Laatimani palautekyselyt eivät koskeneet pelkästään Travel, Taste & Learnia, vaan palaute kerättiin koskien koko kattotapahtumaa. Sen vuoksi tulokset eivät perustu täysin vain oman tapahtumamme menestymiseen, vaan niihin vaikuttavat myös muiden toimijoiden toiminta- ja infopisteet. Kuitenkin tuloksia pystytään soveltamaan niin, että niitä voidaan hyödyntää Travel, Taste & Learnin jatkoa ajatellen.

Kyselyitä oli siis kaksi: toinen vierailijoille ja toinen yhteistyökumppaneille. Ne olivat molemmille vastaajaryhmille yksisivuisia, jotta niihin olisi miellyttävä ja helppo vastata. Kyselyt olivat yhdistelmiä sekä kvantitatiivisesta eli määrällisestä sekä kvalitatiivisesta eli laadullisesta tutkimusmenetelmästä. Osa kysymyksistä oli avoimia, mutta mukana oli myös kysymyksiä, joissa vastausvaihtoehtoja oli muutama. Näin ollen osasta vastauksista pystyi tekemään prosentuaalisia päätelmiä, kun taas avoimien kysymysten kohdalla vastaajan sanoja tuli tulkita ja tehdä päätelmiä kertomusten pohjalta.

Palautekyselyyn vastasi yhteensä 67 vierailijaa. Heistä suurin osa (57 %) koki tapahtuman vastanneen odotuksiaan hyvin tai erittäin hyvin. Hieman alle puolet (46%) kertoi tapahtuman olleen heille hyödyllinen tai melko hyödyllinen, kun taas hyödyttömäksi tai melko hyödyttömäksi tapahtumaa kuvaili noin kolmasosa vastanneista. 88,5 % vastanneista suosittelisi tapahtumaa muille ja 90 % tulisi itse tapahtumaan uudelleen.

Kyselyyn vastanneiden vierailijoiden mielestä tapahtumassa erityisen hyvää olivat muun muassa toiminta- ja infopisteillä jaettavat ilmaistuotteet sekä mahdollisuus saada tietoa eri työpaikoista ja koulutusmahdollisuuksista. Heidän mielestään kehittämisen kohteita olivat esimerkiksi työpaikkatarjonnan ja ohjelman monipuolisuus ja määrä sekä tapahtumapaikan muuttamisen suurempaan kohteeseen, kuten Joensuun Areenalle.

Yhteistyökumppaneiden joukosta palautekyselyyn vastasi 40 henkilöä. Heille jaetuista palautekyselyistä kävi ilmi, että kaikki vastanneet pitivät tapahtumaa organisaatiolleen hyödyllisenä tai melko hyödyllisenä. Lähes poikkeuksetta kaikki suosittelisivat tapahtumaa muille ja tulisivat myös uudelleen.

Yhteistyökumppaneiden mielestä positiivista tapahtumassa olivat erityisesti esitelypisteiden paljous ja monipuolisuus sekä mahdollisuus markkinoida omaa toimintaansa, jakaa informaatiota ja esittäytyä työnhakijoille. Suuri kävijämäärä sekä motivoituneet työnhakijat olivat myöshyviä puolia tapahtumassa. Kehittämiskohteina mainittiin muun muassa parkkipaikkojen vähyytys sekä esitelypisteiden pienikokoisuus ja lähes olematon erittely.

Tapahtumapaikka ja -aika sekä tapahtuman kesto jakoivat eniten mielipiteitä yhteistyökumppaneiden kesken. Osan mielestä tapahtumapaikka oli yhtenäinen, keskeinen ja sopivan kokoinen, mutta osa puolestaan toivoi suurempaa tilaa ja parempaa tilankäyttöä. Joensuun Areenaa ehdotettiin tapahtumapaikaksi. Myös tapahtuman kesto oli toisten mielestä sopiva, kun taas toiset pitivät kolmea tuntia liian pitkänä aikana. Palautekyselyissä kritisoitiin myös tapahtuman ajankohtaa – perjantai ja iltapäivä ovat usein hankalia aikoja yrityksille irtautua tällaisiin tapahtumiin.

Omasta mielestäni Joensuun Areena on tapahtumalle kuitenkin liian suuri ja hintava. Tapahtumapaikka toimi ihan hyvin, mutta tulevaisuudessa kannattaa kuitenkin miettiä, löytyisikö Joensuusta hieman suurempaa tilaa sopivalla vuokralla. Parkkipaikkojen riittävyys ja saavutettavuus on myös syytä huomioida. Tapahtuman kesto ja sijoittuminen kello 8-16 välille oli sopiva kohderyhmän kannalta, mutta tapahtumapäivä olisi tosiaan voinut olla muu kuin perjantai, jolloin yhteistyökumppaneiden olisi helpompi tulla paikalle. Oppilaiden keskittyminen voisi myös olla parempaa, kun ei olisi kiirettä viikonlopun viettoon.

Suurin osa vierailijoista (66 %) kuuli tapahtumasta koulun kautta, ja lähes kaikki yhteistyökumppaneista saapui TE-toimiston tai tapahtumanjärjestäjien kutsu-
mana. Vierailijoiden keskuudessa vain noin kymmenesosa kuuli tapahtumasta

ensimmäistä kertaa Facebookin välityksellä. Yhteistyökumppaneista ei tiedettävästi kukaan saapunut Facebook-markkinoinnin ansiosta.

Tein palautekyselyiden pohjalta tiivistelmän, jonka lähetin eteenpäin myös eräälle suurista yhteistyökumppaneista heidän pyynnöstään. Se on nähtävissä liitteessä 5.

8 Pohdinta

Yleiskuva vuoden 2017 Travel, Taste & Learnista oli onnistunut, vaikka korjattavaakin löytyi. Kattotapahtuman ansiosta omat esittely- ja toimintapisteemme tavoittivat runsaasti kohderyhmäämme kuuluvia henkilöitä. Etenkin sisätiloihin sijoittuvalla pisteellä, jossa vierailijat kokosivat palapelejä mahdollisimman nopeasti, oli yllättävän paljon kävijöitä. Pistettä suunnitellessamme pohdin, onko se liian helppo tai kohderyhmälle sopimaton, mutta se osoittautui hyväksi valinnaksi. Uskon tämän pisteen vahvuutena olleen sen hauska idea, ilmaiseksi jaettavat karkit sekä nopeimmalle lupaamamme tuotepalkinto, joka herätti ihmisten kilpailuvietin ja houkutteli kävijöitä pisteellemme.

Toisin kävi ulkona sijaitsevan pisteemme kanssa. Vaikka sää oli hyvä ja aurinkoinen ja tälläkin pisteellä oli luvassa palkinto parhaasta Instagram-kuvasta sekä karkkia, ei kävijöitä ollut muutamaa henkilöä enempää. Olimme itse todella innoissamme pisteestä, mutta emme tulleet ajatelleeksi, että nuorten mielestä hiihtäminen voi tuntua tylsältä tai nololta aktiviteetilta eikä ulkoilukaan pakassäällä miellytä kaikkia. Näin ollen on tulevaisuudessa syytä miettiä tarkemmin aktiviteettien sopimista kohderyhmälle ja yrittää samastua heidän ajatusmaailmaansa paremmin. Esimerkiksi mielipiteen kysyminen yhdeltä tai useammalta kohderyhmäämme edustavalta henkilöltä olisi auttanut kartoittamaan pisteen sopivuuden heille ja luomaan pisteestä houkuttelevamman.

Vuoden 2016 Travel, Taste & Learnissa yksi toimintapisteistämme sisälsi sup-lautailua. Se oli oikea menestys, mihin osasyynä on varmasti ollut lajin uutuus,

trendikkyys sekä toimintaympäristö, eli vesi. Tulevaisuudessa toimintapisteiksi kannattaakin valikoida erikoisia, pinnalla olevia aktiviteetteja, joita nuoret pääsevät kokeilemaan ehkä ensi kertaa juuri tässä tapahtumassa. Uusien aktiviteettien etsiminen ja kokeileminen palvelee myös matkailualan osaamista, sillä trendien ennakoiminen ja seuraaminen on hyödyllistä sillä saralla.

Lisäksi huomasimme vasta kilpailun jälkeen, että ne vähäisetkin kuvat, mitä kuvakisaan saimme, eivät näkyneet meille. Tarkoituksena oli, että osallistujat laittavat kuvaan hashtagin, jolla löydämme sitten kuvakisaan tarkoitetut kuvat samaan aikaan. Mahdollisesti kävijöiden yksityisten Instagram-profiilien tai hashtagin puuttumisen vuoksi kuvat eivät saavuttaneet meitä, eikä voittajaa voinut julkistaa. Meidän olisi pitänyt varmistaa itse käytännön asioiden, muun muassa hashtagin, toimiminen ennen tapahtumaa ja ohjeistaa osallistujia paremmin esimerkiksi siitä, että Instagram-profiilien täytyy olla julkisia, jotta voimme nähdä kilpailuun osallistuvat kuvat.

Myös palautekyselyn saralla parannettavaa löytyy. Ensinnäkin, kysymysasettelu kannattaa tehdä selkeämmäksi esimerkiksi sillä, ettei kysytä samassa kohdassa kahta kysymystä. Näissä kysymyksissä ei voida varmaksi tietää, kumpaan kysymykseen vastaaja vastaa tai vastaus toiseen kysymykseen puuttuu kokonaan.

Etenkin vierailijoiden kyselyissä oli se ongelma, että avoimien kysymysten vastaukset olivat todella suppeita. Tähän asiaan ei tietysti välttämättä pysty vaikuttamaan, mutta olisin voinut yrittää esimerkiksi tarkemmin määriteltyjen kysymysten avulla. Vierailijoilta olisi voinut kysyä mielipidettä ohjelmasta, ajankohdasta ja paikasta sen lisäksi, että kysyttiin yleisesti hyviä ja huonoja puolia tapahtumasta. Alun perin jätin muun muassa nämä kysymykset pois sen vuoksi, että halusin kyselystä yksinkertaisen ja yksisivuisen. Jälkeenpäin ajateltuna kaksipuolinen kysely ei olisi ollut liian pitkä täytettäväksi ja olisin saanut vastauksista enemmän irti.

Kyselyitä olisi kannattanut jakaa yhdessä paikassa, jossa olisi pieni pöytä ja tuoli. Tämä oli käytäntömme vuoden 2016 Travel, Taste & Learnissa. Mah-

dollisuus rauhoittua kyselyn täyttämisen ajaksi olisi ehkä tuonut mukanaan lisää vastaajia ja tarkemmin harkittuja vastauksia. Seisaaltaan ihmisjoukon keskellä täytettävä kysely ei houkuttele pitkiin ja syvällisiin vastauksiin, sillä läsnä on ikävä kiireen tunne.

Vastaajien kesken arvottava palkinto toimii hyvänä kannustimena kyselyn täyttämiseen. Tämä tekniikka onkin ollut meillä käytössä molempina vuosina, kun Travel, Taste & Learnia on järjestetty.

Travel, Taste & Learnin markkinoinnin olisi voinut hoitaa myös hieman paremmin. Facebook-sivu olisi pitänyt perustaa aiemmin ja sinne olisi kannattanut luoda sisältöä pikkuhiljaa alusta alkaen sen sijaan, että suurin osa päivityksistä julkaistiin viikon sisällä tapahtumasta. Olisi myös kannattanut hyödyntää 1000 työpaikkaa tarjolla -tapahtuman Facebook-sivua, esimerkiksi jakaa heidän päivityksiään ja pyytää heitä jakamaan sivuillaan Travel, Taste & Learnin päivityksiä.

Päivitysten sisältöön olisi myös voinut panostaa enemmän. Kirjoitusasusta olisi voinut kehittää mielenkiintoisemman tarkemmalla suunnittelulla. Lisäksi pyrin päivityksissä siihen, että jokaisessa olisi mukanaan kuva, joka pysäyttäisi Facebook-käyttäjän lukemaan tekstinkin paremmin. Kuitenkaan kaikkiin päivityksiin en onnistunut kuvamateriaalia saamaan. Tämä ongelma olisi osittain ratkennut sillä, että materiaalia olisi alettu keräämään hyvissä ajoin etukäteen.

Seuraavan kerran tätä tapahtumaa järjestäessä kannattaa miettiä sitä, täyttyykö sen tavoite paremmin sen ollessa oma erillinen tapahtumansa vai kattotapahtuman alla oleva pienempi tapahtuma. 1000 työpaikkaa tarjolla -tapahtuman yhteydessä oleminen mahdollisti sen, että paikalle tuli paljon kohderyhmämme edustajia koulujen kautta tutustumaan tarjolla oleviin työpaikkoihin, joten saimme samalla omalle tapahtumallemme näkyvyyttä. Lisäksi järjestelyt helpottuivat siinä mielessä, että muun muassa ajankohta ja tila olivat jo valmiiksi mietitty ja varattu.

Toisaalta on syytä pohtia, jääkö pienempi tapahtuma kattotapahtuman varjoon. Erillisenä tapahtumana järjestettynä Travel, Taste & Learn on huomion keskipisteenä ja ei katoa esittelypisteiden sekaan samalla tavalla kuin suuressa kattotapahtumassa. Lisäksi kattotapahtuman alla toimiminen aiheuttaa joissakin vierailijoissa hämmennystä, sillä heille voi olla vaikea ymmärtää, että tapahtuman sisällä toimii toinenkin tapahtuma.

Näkyvyyttä kattotapahtuman alla toimimiseen voi saada muun muassa huomiota herättävällä esittelypisteellä. Ihannetilanne olisi, jos tapahtuman esittelypisteen tai -pisteet saisi eristettyä muista esittelypisteistä, mutta se voi tapahtumapaikasta riippuen olla haasteellista.

Omassa opinnäytetyössäni keskityin markkinoinnin sijasta tarkemmin sen suunnitteluun ja kehittämiseen. Markkinoinnin saralla tässä tapahtumassa olisi kuitenkin myös kehittämisen varaa. Se voisi sopia opinnäytetyön aiheeksi jollekin tulevalle restonomille tai tradenomille tulevaisuudessa. Kuitenkaan tapahtuman kehittäminen ei varmasti jää tähän, joten jatkokehittäminen olisi myös mahdollinen aihe restonomiopiskelijalle.

Olen opinnäytetyössäni pyrkinyt käyttämään lähteitä monipuolisesti ja harkinnut niiden luotettavuutta sekä ajankohtaisuutta. Lähteenäni käytän mahdollisimman tuoreita kirja- ja verkkojulkaisuja. Olen viitannut asianmukaisesti alkuperäiseen lähteeseen lainattuani jotakin opinnäytetyöhöni.

Lähteet

- Allen, J. O'Toole, W. Harris & R. McDonnel, I. 2010. Festival & Special Event Management. John Wiley & Sons Australia, Ltd.
- Catani, J. 2017. Onnistunut yritystapahtuma – järjestäjän käsikirja. Talentum Media Oy.
- Fenich, G. 2015. Planning and Management of Meetings, Expositions, Events, and Conventions. Pearson, Inc.
- Gramex Ry. Tietoa Gramexista. Gramex Oy.
<http://www.gramex.fi/>. 20.02.2017.
- Joensuun kaupunki. Tapahtumat. Joensuun kaupunki.
<http://www.joensuu.fi/tapahtumat>. 9.6.2017.
- Karvinen, E. 2018. Organisaatio. Riveria.
<https://www.riveria.fi/riveria/organisaatio/>. 28.2.2018.
- Teosto Ry. 2018. Musiikin käyttäjille. Teosto Ry.
<https://www.teosto.fi/kayttajat>. 20.02.2017.
- Turpeinen, S. 2017. Pohjois-Karjalan koulutuskuntayhtymä muuttaa nimensä Riveriaksi. Karjalainen.
<https://www.karjalainen.fi/uutiset/uutis-alueet/maakunta/item/157051-pohjois-karjalan-koulutuskuntayhtyma-muuttaa-nimensa-riveriaksi>. 29.9.2017.
- Vallo, H. 2014. Tapahtumamarkkinointikoulutus, Onnistuneen tapahtuman malli®. Faustus Oy.
<http://www.faustus.fi/tapahtumamarkkinointikoulutus/onnistuneen-tapahtuman-malli>. 20.02.2017.
- Vallo, H. & Häyrinen, E. 2016. Tapahtuma on tilaisuus. Tietosanoma Oy.

TRAVEL, TASTE & LEARN

24. helmikuuta 2017 klo 12-15 Joensuun Urheilutalolla

Projektitiimi

Nimi 1

Nimi 2

Nimi 3

Nimi 4

Nimi 5

Projektitiimin varustus

- Karelia-paidat
- Karelia-huivit
- Haalarit

Sisäpiste: palapelin muodostus

Pisteellä on neljä paloiksi leikattua valokuvaa restonomiopintojen varrelta, jotka pisteellä kävijän täytyy koota mahdollisimman nopeasti. Kaikkia palapelin kokoajat saavat palkkioksi karkkia. Otamme osallistujilta ylös nimen, sähköpostin sekä ajan suorituksen päätyttyä. Päivän päätteeksi katsomme, ketkä olivat kolme nopeinta. Heille ilmoitetaan asiasta sähköpostitse ja luvataan tuotepalkinnot, jotka voi noutaa esimerkiksi Wärtsilän kampukselta.

Tarvikkeet:

- Kyltti
- Palapelit
- Karkkia
- Karkkikulho
- Paperia
- Kynä
- Roll-upit
- Karelia-esitteitä
- 3 x tuotepalkinto (juomapullo, tuubihuivi tms. hieman suurempi Karelia-tuote TAI useampia pieniä)

Ulkopiste: tandem-hiihto

Pisteellä osallistujat kokeilevat tandem-hiihtoa, ja heidän tehtävänä on päästä pisteestä A pisteeseen B kaatumatta kertaakaan. Jos he onnistuvat, on luvassa karkkia. Hiihdon aikana he ottavat joukkueestaan kuvan ja lisäävät sen Instagramiin hashtageilla #ttlkuvakisa #restonomit ja #kareliaamk. Päivän päätteeksi valitsemme kuvista parhaan. Heihin ollaan yhteydessä Instagramin kautta ja luvataan tuotepalkinnot, jotka voi noutaa esimerkiksi Wärtsilän kampukselta.

Tarvikkeet:

- 2 x tandem-sukset
- Kyltit lähtöön ja maaliin
- Ohjekyltti Instagram-kisaan
- Karkkia
- Säilytuspussi karkeille
- Roll-upit
- 4 x tuotepalkinto (juomapullo, tuubihuivi tms. hieman suurempi Karelia-tuote TAI useampia pieniä)

1000 TYÖPAIKKAA TARJOLLA

24.02.2017

Palautekysely, vierailijat

1. Mitä kautta sait kuulla tästä tapahtumasta? Ympyröi sopivin vaihtoehto.

Koulu/muu organisaatio	Facebook	Tuttava
Näin julisteen/esitteen	Muu, mikä? _____	

2. Kuinka hyvin tapahtuma vastasi odotuksiasi? Ympyröi sopivin vaihtoehto

Erittäin huonosti	Huonosti	En osaa sanoa
Hyvin	Erittäin hyvin	

3. Kuinka hyödylliseksi koit tapahtuman itsellesi? Ympyröi sopivin vaihtoehto.

Hyödytön	Melko hyödytön	En osaa sanoa
Melko hyödyllinen	Hyödyllinen	

4. Mikä tapahtumassa oli hyvää?

5. Missä on kehitettävää tulevaisuutta ajatellen?

6. Suositteletko tapahtumaa tuttavillesi? Entä tulisitko itse uudestaan?

7. Vapaa sana

Kiitos vastauksestasi! Mikäli haluat osallistua tuotepaketin arvontaan, täytä seuraavat tiedot.

Nimi: _____

Sähköposti: _____

1000 TYÖPAIKKAA TARJOLLA
Palautekysely, yhteistyökumppanit

24.02.2017

1. Mitä kautta päädyit tähän tapahtumaan?

2. Kuinka hyödylliseksi koit tapahtuman yrityksellesi/organisaatiollesi? Ympyröi sopivin vaihtoehto.

Hyödytön Melko hyödytön En osaa sanoa
Melko hyödyllinen Hyödyllinen

3. Mikä tapahtumassa oli hyvää?

4. Missä on kehittämisen varaa tulevaisuutta ajatellen?

5. Mitä mieltä olit...

a. tapahtumapaikasta (sijainti, koko yms.)?

b. tapahtuman kestosta?

c. tapahtumasta yleisesti?

6. Suositteisitko tapahtumaa muille yrityksille? Entä tulisitko itse uudelleen?

7. Vapaa sana

Nimi: _____

Yritys: _____

Sähköposti: _____

Kiitos vastauksestasi!

Mukana 1000 työpaikkaa tarjolla -tapahtumassa:

TRAVEL TASTE & LEARN

Kaura-puolukka-
smoothie-
maistiaiset!

perjantaina 24.2.2017 klo 12 - 15
Joensuun urheilutalolla.

Esillä kattavasti
matkailu- ja
catering-alan
koulutukset.

Piha-alueella kota,
jossa tarjolla
pannukahvia ja teetä.

Tule kokeilemaan
tandem-hiihtoa ja
lumileikkejä!

Tykkää meistä
Facebookissa, luvassa
tuotepalkintoja!

Ammattiopisto Joensuu, matkailuala
Karelia-amk, matkailuala

Ammattiopisto Niittylahti, erä- ja luonto-oppaat
Aikuisopisto, catering-ala



Pohjois-Karjalan
ammattiopisto

Pohjois-Karjalan
aikuisopisto



Kooste palautekyselyn tuloksista

1000 työpaikkaa tarjolla, 24. helmikuuta 2017

Pinja Mustonen, Karelia-AMK

Vierailijat

Suurin osa vierailijoista (66 %) on kuullut tapahtumasta koulun kautta. Facebookin kautta tapahtumasta kuuli 10 % vierailijoista ja tuttavien kautta 16 % vierailijoista. Loput heistä kuuluivat tapahtumasta muuta kautta.

57 % vierailijoista koki tapahtuman täyttäneen heidän odotuksensa hyvin tai erittäin hyvin. 16 % vierailijoista puolestaan kertoi odotusten täytyneen huonosti tai erittäin huonosti. Loput vierailijoista eivät osanneet sanoa.

46 % vierailijoista koki tapahtuman olleen itselleen melko hyödyllinen tai hyödyllinen.

33 % vierailijoista puolestaan koki tapahtuman olleen itselleen melko hyödytön tai hyödytön. Loput vierailijoista eivät osanneet sanoa.

89 % vierailijoista suosittelisi tapahtumaa muille ja 90% tulisi itse tapahtumaan uudelleen.

Asiat, jotka olivat hyvin:

- laaja ja monipuolinen tarjonta
- mahdollisuus lähettää työhakemuksia
- mahdollisuus saada informaatiota työpaikoista ja koulutusmahdollisuuksista
- tapahtuman yleinen ilmapiiri
- kohtaamiset ja vuorovaikutus ihmisten kanssa
- esittelypisteillä jaettavat ilmaistuotteet

Asiat, joissa olisi kehitettävää:

- vielä enemmän työpaikkoja, aktiviteetteja ja informaatiota
- monipuolisuutta työpaikkatarjontaan
- suuremmat tilat (mm. Joensuun Areenaa ehdotettiin järjestämispaikaksi)
- esittelypöydät kauemmaksi toisistaan
- markkinoinnin lisääminen ja kohdistaminen oikealle kohderyhmälle → enemmän näkyvyyttä
- enemmän parkkipaikkoja
- musiikkia
- tapahtuman rakentaminen teeman ympärille

Yhteistyökumppanit

Suurin osa yhteistyökumppaneista saapui paikalle TE-toimiston ja tapahtumanjärjestäjien kutsumana. Osa oli kuullut tapahtumasta koulun tai työn kautta ja hyvin pieni osa myös muilla keinoin, esimerkiksi hakemalla itse Googlasta.

Kaikki palautekyselyyn vastanneet organisaatioiden edustajat kokivat tapahtuman olleen hyödyksi organisaatiolleen. Lähes poikkeuksetta kaikki myös suosittelisivat tapahtumaa muille ja tulisivat itsekin uudestaan.

Asioita, jotka olivat hyvin:

- esittelypisteiden paljous ja monipuolisuus
- mahdollisuus markkinoida omaa toimintaansa, jakaa informaatiota ja esittäytyä työnhakijoille
- suuri kävijämäärä
- motivoituneet työnhakijat
- verkostoituminen nuoriin ja muihin esittelijöihin
- ilmapiiri
- positiivisuus
- tapahtumapaikan yhtenäisyys, keskeisyys ja sopiva koko
- hyvin organisoitu kokonaisuus
- tarjoilu
- kehitystä tapahtunut viime vuodesta
- hyvä kesto
- hyödyllisyys sekä työnhakijalle että työntarjoajalle

Asiat, joissa olisi kehitettävää:

- enemmän parkkipaikkoja
- suuremmat esittelypöydät, jotka eritelty paremmin
- ajankohta (ei iltapäivä, ei perjantai)
- enemmän esittelijöitä ja työnhakijoita
- suurempi tila ja parempi tilankäyttö (mm. Joensuun Areenaa ehdotettiin järjestämispaikaksi)
- markkinoinnin kohdentaminen paremmin myös ammattikorkeakoulun ja yliopiston opiskelijoille
- suurempi taukotila
- enemmän tarjoilua
- ohjelmaa (esim. musiikkia, lavaesiintymistä, tietoisuuksia, julkkisjuontaja)
- nuorten epäaktiivisuus
- 2h olisi parempi kesto tapahtumalle monen mielestä
- langaton verkkoyhteys