



**LAUREA**  
AMMATTIKORKEAKOULU  
*Yhdessä enemmän*

# Nonprofit-organisaation varainkeruu tapahtuman avulla Case: Porla juoksu

Salmela, Karoliina  
Tanninen, Joel

2018 Laurea

Laurea-ammattikorkeakoulu

Nonprofit-organisaation varainkeruu tapahtuman avulla  
Case: Porla juoksu

Salmela Karoliina, Tanninen Joel  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Opinnäytetyö  
Elokuu, 2018

Joel Tanninen, Karoliina Salmela

### Nonprofit-organisaation varainkeruu tapahtuman avulla Case: Porla juoksu

Vuosi 2018 Sivumäärä 110

---

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena oli järjestää varainkeruutapahtuma Pro Porla ry:lle. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Pro Porla ry, joka on lohjalainen voittoa tavoittelematon yhdistys. Pro Porla ry toimii vanhan kalanviljelylaitos Porlan puolesta kehittääkseen sitä kaupunkilaisten virkistyskäyttöön. Opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa mahdollisimman menestynyt varainkeruu toimeksiantajalle, sekä kasvattaa yhdistyksen tunnettuutta. Porla juoksusta pyritään saamaan jokavuotinen tapahtuma Porlan alueelle.

Opinnäytetyön tietoperusta rakennettiin keskeisten käsitteiden ympärille. Keskeisinä käsitteinä toimivat tapahtumatuotanto, markkinointi, projektinhallinta, turvallisuus ja nonprofit-organisaatio. Tapahtuman suunnittelun teoreettisena pohjana käytettiin kolmivaiheisen prosessin mallia. Kolmivaiheinen prosessi pitää sisällään suunnitteluvaiheen, toteutusvaiheen ja jälkimarkkinointivaiheen.

Opinnäytetyön tuloksena syntyi Porla juoksu -tapahtuma, joka pidettiin lauantaina 12.5.2018 Lohjalla. Tapahtumapäivää edelsi yhdeksän kuukautta kestänyt tapahtuman suunnittelu- ja toteutusvaihe. Porla juoksu toteutettiin useiden yhteistyökumppanien ja sponsorien avulla. Projektin etenemistä hallittiin projektinhallintatyökalu Trello:n avulla. Alkuperäistä budjetoitua jouduttiin muuttamaan useaan otteeseen, koska menoja saatiin poistumaan yhteistyökumppanien ja sponsorien myötä. Tapahtumajärjestämisessä vaadittavat lain määräämät luvat selvitettiin ja täytettiin. Porla juoksussa panostettiin turvallisuuteen, minkä johdosta päätettiin ottaa vapaaehtoinen vastuuvakuutus.

Tapahtumapäivän järjestelyt aloitettiin varhain aamusta aurinkoisessa säässä. Tapahtuma-alue rakennettiin yhteistyökumppanien kanssa. Juoksuun osallistuville järjestettiin jälki-ilmoittautuminen, joka lisäsi juoksijoiden määrää. Juoksijoita saapui paikalle yhteensä 89 kappaletta. Kaikki juoksulähdöt saatiin onnistumaan ennakkoon suunnitellun aikataulutuksen mukaisesti. Porla juoksu tarjosi juoksukilpailun lisäksi myös oheisohjelmaa. Perheen pienimmät pääsivät ratsastamaan keppihevosilla sekä kisaamaan miniolympialaisissa. Osallistumismaksujen lisäksi varoja kertyi kahviomyynnin ja arpajaisten avulla. Porla juoksu sai paljon positiivista palautetta paikan päällä, Facebookissa ja paikallislehdissä. Erityisesti tapahtuman juoksureittiiä ja yleistä tunnelmaa kehuittiin.

Tapahtuma toteutettiin yhdistyksen jatkuvuutta ajatellen. Porla juoksu onnistui asetettujen tavoitteiden mukaisesti. Tapahtuman tulos oli 946,64 euroa ylijäämäinen, joten opinnäytetyö tuotti toimeksiantajalle varoja yhdistyksen jatkuvuuden takaamiseksi. Pro Porla ry:n tunnettuus kasvoi valtavasti, sillä markkinointi tavoitti suuren määrän ihmisiä. Positiivisesti kirjoitetut lehtiartikkelit kasvattivat pienen yhdistyksen tunnettuutta ja paransivat sen imagoa.

Pro Porla ry kykenee hyödyntämään opinnäytetyön materiaalia tulevien varainhankintatapahtumien järjestämisessä.

Asiasanat: nonprofit-organisaatio, tapahtumajärjestäminen, tapahtumamarkkinointi, tapahtumat, varainkeruu

Joel Tanninen, Karoliina Salmela

**Fundraising event for Non-profit Organization Case: Porla Run**

Year	2018	Pages	110
------	------	-------	-----

---

The purpose of this thesis project was to organize a fundraising event for our client, Pro Porla registered association. Organising a successful fundraiser and increasing awareness of Pro Porla were the main objectives. A future goal is to make Porla Run an annual event.

The theoretical basis of this thesis was built around key concepts, which were event production, marketing, project management, safety and non-profit organization. Three-phase process model was used as the core of event organizing. The three-phase process model includes planning, execution and after-sales service.

Porla Run was the result of this thesis. The event was organized on 12th of May in Lohja. The design and executing of the project lasted nine months. Porla Run was executed with the support of several partners and sponsors. Project management tool Trello was used to manage the project. The original budget was updated and altered during the project as costs of Porla Run were significantly reduced due to partners and sponsors participation. All authorizations and laws regarding event organizing were clarified and complied with. Safety matters were considered and voluntary insurance for the event was taken.

The event area was built early in the morning with cooperation partners. A late entry point was organized to raise the number of participants. The event program worked as planned. A total of 89 runners arrived on the spot. The event also offered accompanying program, for example mini-Olympics for children. Participation fees, buffet and lottery were used to raise funds for the association. Porla Run achieved a lot of positive feedback on Facebook, local newspapers and at the location. Especially the running route and the general atmosphere were praised.

The event gained visibility and raised funds for this small association to assure continuity. Porla Run achieved its targets. The result of the event was 946,64 euros surplus. The awareness of Pro Porla was greatly increased due to successful marketing. The event had positive reviews in the press, which enhanced the image of a small registered association.

Pro Porla can use the material of this thesis to organize fundraising events in the future.

Keywords: fundraising, event marketing, event organization, events, nonprofit organization

## Sisällys

1	Johdanto .....	7
2	Opinnäytetyön arviointisuunnitelma .....	8
	2.1 Alustava pohdinta luotettavuudesta.....	8
	2.2 Alustava pohdinta eettisistä kysymyksistä .....	8
3	Nonprofit-organisaatio .....	9
	3.1 Pro Porla ry .....	9
	3.2 Nonprofit-organisaation varainkeruu .....	11
4	Tapahtuman järjestäminen .....	13
	4.1 Suunnitteluvaihe .....	13
	4.1.1 Strategiset kysymykset .....	13
	4.1.2 Operatiiviset kysymykset .....	14
	4.1.3 SWOT-analyysi .....	15
	4.2 Tapahtuman tavoite .....	17
	4.3 Projektin suunnittelu .....	17
	4.4 Kohderyhmä .....	23
	4.5 Sponsorointi ja yhteistyökumppanit .....	24
	4.6 Tapahtumapaikka ja ajankohta .....	25
	4.7 Budjetointi.....	26
	4.8 Markkinointi .....	27
	4.8.1 Facebook .....	29
	4.8.2 Instagram .....	30
	4.8.3 Ilmoittautuminen .....	30
	4.8.4 Jälkimarkkinointi .....	31
	4.9 Turvallisuus, lupa ja ilmoitusasiat .....	31
	4.10 Onnistumisen arviointi .....	33
5	Toteutusvaihe .....	35
	5.1 Porla juoksun suunnittelu .....	35
	5.1.1 Porla juoksun strategiset kysymykset.....	35
	5.1.2 Porla juoksun operatiiviset kysymykset .....	36
	5.1.3 Porla juoksun SWOT-analyysi .....	37
	5.1.4 Suunnittelusta toteutukseen .....	38
	5.1.5 Juoksureitin suunnittelu .....	38
	5.2 Porla juoksun tavoite .....	39
	5.3 Projektinhallinta .....	39
	5.4 Porla juoksun kohderyhmä.....	41
	5.4.1 Lapsiperheet .....	42
	5.4.2 Juoksijat .....	43
	5.4.3 Satunnaiset vierailijat .....	43

5.5	Porla juoksun sponsorointi ja yhteistyökumppanit .....	44
5.6	Porla juoksun tapahtumapaikka ja ajankohta.....	47
5.6.1	Porla .....	47
5.6.2	Tapahtumapaikka ja ajankohta.....	47
5.7	Porla juoksun budjetointi .....	48
5.8	Porla juoksun markkinointi .....	49
5.8.1	Sosiaalinen media .....	49
5.8.2	Ilmoittautumiset.....	51
5.8.3	Promootiotilaisuudet.....	52
5.9	Porla juoksun turvallisuus-, lupa- ja ilmoitusasiat .....	53
5.10	Porla juoksu 12.5.2018.....	54
5.11	Porla juoksun onnistumisen arviointi.....	60
5.12	Työn eettisyyden pohdinta .....	63
5.13	Jälkivaihe .....	63
6	Kehitysehdotukset ja yhteenveto .....	63
	Lähteet .....	65
	Kuvat 70	
	Liitteet .....	71

## 1 Johdanto

Varainhankinta on jo pitkään ollut osana nonprofit-organisaatioiden strategiaa. Huolellisesti suunniteltu varainhankintatapahtuma voi houkuttaa uusia lahjoittajia, kartuttaa jäsenmäärää sekä kasvattaa organisaation varoja. Tapahtumasuunnitelma ei yksinään kuitenkaan merkitse paljoo. Tapahtumarahoituksen apuna toimii täsmällisesti laadittu markkinointisuunnitelma, joka herättää lahjoittajien huomion ja innostaa heitä tulemaan tapahtumaan. (Wozniak 2017.)

Tapahtuman järjestäminen on kolmivaiheinen prosessi, johon kuuluu suunnitteluvaihe, toteutusvaihe ja jälkimarkkinoinvaihe. (Vallo & Häyrinen 2016, 182.) Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on suunnitella ja järjestää nonprofit-organisaation juoksutapahtuma keväällä 2018. Opinnäytetyössä käydään läpi nonprofit-organisaation varainkeruu sekä tapahtuman järjestämisen kolmivaiheinen prosessi teorian avulla.

Juoksutapahtuma Porla juoksu järjestetään nonprofit-organisaatio Pro Porla ry:lle. Tapahtuman ensisijaisena tavoitteena on Pro Porla ry:n varainkeruu yhdistykselle tapahtuman avulla. Toinen päätavoitteista on saada toiminnalle lisänäkyvyyttä. Tapahtuma toteutetaan sponsorien, yhteistyökumppanien ja vapaaehtoisten avulla.

Opinnäytetyö on toiminnallinen, eli se rakentuu tietopohjasta sekä käytännön toteutuksesta. Toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena on teoriapohjan avulla toteuttaa jotakin konkreettista. Toteutuksena voi olla esimerkiksi internetsivut, tapahtuma, näyttely tai perehdyttämisopas uusille työntekijöille. (Vilkkä & Airaksinen 2004, 9.)

Opinnäytetyön teoriaosuudessa on hyödynnetty tapahtumatuotantoa, markkinointia, projektinhallintaa, turvallisuutta ja non-profit-organisaatiota käsittelevää ajankohtaista kirjallisuutta ja lehtiartikkeleita. Teoriaosuus kertoo, miten onnistunut tapahtuma järjestetään alusta loppuun. Sitä hyödyntäen toteutetaan varainkeruuna toimiva juoksutapahtuma Porla juoksu. Opinnäytetyön lopussa järjestetty tapahtuma arvioidaan ja sen pohjalta laaditaan kehityssuunnitelma, jonka avulla Pro Porla ry voi parantaa tulevia tapahtumia.

Idea opinnäytetyöhön saatiin Karoliinan ollessa työharjoittelussa Pro Porla ry:ssä. Työharjoittelu oli projektityötä, johon kuului tapahtumien järjestäminen, tiedottaminen ja markkinointi sosiaalisessa mediassa. Työtehtävän painopiste oli tapahtumien järjestämisessä. Siitä syntyi idea tehdä toiminnallinen opinnäytetyö tapahtuman järjestämisestä. Opinnäytetyön tekeminen hyödyttää lisäksi myös Pro Porla ry:tä. Työn tarkoituksena on tapahtuman järjestämisen lisäksi kerryttää varoja yhdistykselle sekä tuoda lisänäkyvyyttä yhdistykselle. Tavoitteiden täyttymisten lisäksi Pro Porla ry pystyy hyödyntämään raporttia tulevien tapahtumien järjestämisessä.

## 2 Opinnäytetyön arviointisuunnitelma

Opinnäytetyölle on asetettu päämäärät, joita ovat varainkeruu nonprofit-organisaatiolle ja Pro Porla ry:n tunnettuuden kasvattaminen. Tapahtuman osallistujamäärä pyritään maksimoimaan. Realistinen oletama on 50 % tarjottavista paikoista, eli osallistuvia juoksijoita olisi 100 kappaletta. Pro Porla ry:n jäsenmäärän oletetaan kasvavan yhdistyksen tunnettuuden kasvaessa. Jäsenmäärän kasvattamisen osalta odotukset ovat maltilliset, sillä pienen yhdistyksen toiminta on pitkäjänteistä työtä.

### 2.1 Alustava pohdinta luotettavuudesta

Opinnäytetyömme luotettavuuteen pyritään rehellisyydellä, avoimuudella sekä ohjausta käyttäen. Työssä käytetään laadukkaita sekä monimuotoisia lähteitä. Kaikille yhteistyökumppaneille, sponsoreille ja toimeksiantajalle on kerrottu opinnäytetyön olevan julkinen asiakirja.

Opinnäytetyössä pyritään luotettavuuteen sillä, että tietoa kohtaan on käytetty riittävän kriittisiä perusteluita. Tietolähteiden on oltava riittävän tunnettuja ja arvostettuja, jotta niitä voidaan käyttää tietoperustana. Jos tuotettu tieto on laadullisesti ala-arvoista, ei se tule saavuttamaan lähtökuopissa asetettuja tavoitteita. Tieto on myös kyettävä tunnustamaan faktapohjaiseksi, sillä tutkijan on pystyttävä perustelemaan havaintojaan. Luotettavuuteen on pyrittävä myös eettisestä aspektista katseltuna. Tutkija on vastuussa sekä muille tutkijoille, että laitokselle tai yritykselle, jolle hän tutkimustaan tekee. (Lötjönen 1999, 6-7.)

### 2.2 Alustava pohdinta eettisistä kysymyksistä

Opinnäytetyön eettisyyden lähtökohtana toimii uuden oppiminen aidon kiinnostuksen kautta, sekä rehellisyys kaikessa tekemisessä. Kaikkien opinnäytetyöhön osallistuvien tahojen eettisenä keskipisteenä toimii avoimuus. Kaikille opinnäytetyössä julkistettaville tiedoille on pyydetty lupa asianomaisilta.

Tutkijan on oltava kautta linjan rehellinen sekä puolueeton. Ulkoiset häiriötekijät, kuten rahoitus, eivät saa olla syy tutkimustulosten manipuloinnille. Tutkijan tulee oman ammattietiikkansa kautta tuoda havaintojaan julki. Yhteiskunnallinen vaikuttavuus on myös yksi tutkijan työssä huomioon otettava asia. Vaikuttavuutta on kuitenkin yleensä mahdotonta määrittää kvantitatiivisesti. (Clarkeburn & Mustajoki 2007, 15-19.)

Kaikkien julkaistavien tutkimustulosten tulisi olla julkisia, jotta kollegat ja muut yhteiskunnan jäsenet voivat niitä hyödyntää. Eettiset arvot luovat normit tutkijalle, joita hänen tulisi myös



pyrkii noudattamaan. Tutkijan tulisi ymmärtää se, että hän vartioi omaa työtään ja omatunnon tulisi ohjata oikeellisuuteen. Alasta riippuen, voivat ohjaavat arvot ja vaatimukset vaihdella. (Lötjönen 1999, 6.)

Lötjönen mainitsee teoksessaan Tutkijan ammattietiikka (Lötjönen 1999, 7.) kuinka määritetään työvaiheiden eettisyys. Seuraavana suora lainaus kirjasta: "mitä eettisiä vaatimuksia tulee asettaa (i) ammattitaidon hankkimiselle, (ii) informaation tuottamiselle, (iii) informaation välittämiseksi, (iv) informaation käyttämiseksi sekä (v) kollegiaaliselle toiminnalle ja yleisemmin lojaalisuudelle."

### 3 Nonprofit-organisaatio

Nonprofit-organisaatioiden ja yritysten ensisijainen ero on nonprofit-organisaation toiminnan motiivi, sillä nonprofit-organisaation ensisijainen tavoite ei ole tuottaa voittoa. Voiton tuottamisen sijaan keskitytään missioon. Eri organisaatioiden missiot vaihtelevat. Luonnonsuojelujärjestöillä missio on esimerkiksi erityisen luontokohteen suojeleminen, kun taas kunnat edistävät asuinalueiden ja asukkaiden kestävästä kehityksestä. (Vuokko 2004, 19-20.)

Vaikka voiton tuottaminen ei ole ensisijainen tavoite, voi organisaatio silti tavoitella myös taloudellisia tavoitteita, jotka ovat yleisesti kustannusten kattamista. Järjestöt voivat kustannusten kattamiseksi asettaa tietyn jäsenmaksun tai kerätä varoja esimerkiksi erilaisilla tempauksilla. Kun yritys tuottaa ylijäämää, jaetaan siitä osa omistajille, kun taas nonprofit-organisaatioiden ylijäämä käytetään mission toteuttamiseen. Esimerkiksi partiolippukunta käyttää ylijäämän omien tilojen kunnostamiseen ja urheiluseura juoksuradan uudistamiseen. (Vuokko 2004, 19-20.)

Vuokon (2004, 20) mukaan mission toimeenpaneminen ja taloudellisten päämäärien täyttäminen ovat nonprofit-organisaation tavoitteita. Kuten muutkin organisaatiot, myös nonprofit-organisaatiot tavoittelevat tuloksia. Rahallinen hyöty keskeisimpänä tavoitteena kuitenkin usein korvataan esimerkiksi sosiaalisella hyödyllä. Pyritään siis ihmisiä parantamaan tai helpottamaan lopputulokseen. Kohteiden resurssivarat ovat paremmin käytettävissä, mitä toimivampi organisaatio on. (Vuokko 2004, 19-20.)

#### 3.1 Pro Porla ry

Pro Porla ry on yhdistys, jonka tarkoituksena on kehittää vanhaa Porlan kalanviljelylaitosta kaupunkilaisten virkistyskäyttöön. Se pyrkii samalla kunnioittamaan Porlan historiaa ja

luontoa. Porla on ainutlaatuinen ja kaunis luonnonkohde Lohjalla, jota tulee suojella. (Pro Porla 2017.)

Pro Porla ry:n perustamisen alkuperäisenä tarkoituksena oli Porlan alueen suojelu, sillä Lemminkäinen Oyj sai suunnitteluvarauksen rakentaa kerrostaloja Porlan alueelle. Porlan kulttuuri ja luontomaisema haluttiin säilyttää sellaisenaan. Aluksi mietittiin, että toimittaisiin ruohonjuuritasolla ja kerättäisiin kansalaisilta nimiä adresseihin. Lopulta päätettiin perustaa yhdistys, koska kaavoitusprosessiin vaikuttaminen on silloin jyrkemmällä pohjalla. Yhdistyksen avulla taloudenhallinta ja organisointi helpottuvat ja vaikuttaminen tehostuu. Pro Porla ry:n perustamiskokous pidettiin Tietolassa, Lohjalla 27.11.2014. Porlan kalanviljelylaitoksen säilyttäminen ja kehittäminen kaupunkilaisten viheralueeksi tuli Pro Porla ry:n missioksi. (Aittakumpu, B. Henkilökohtainen tiedonanto 6.2.2018.)

Lemminkäisen hankkeen kaataminen oli pitkä prosessi, jonka apuna toimi kuntalaisten aktiivisuus. Pro Porla ry järjesti useita tilaisuuksia Porlan alueen puolesta. Tilaisuuksiin osallistui aina lähes sata henkilöä ja adressin allekirjoitti 4700 kuntalaista. Pro Porla ry oli yhdistyksenä erittäin aktiivinen ja sen hallituksessa oli monipuolinen porukka toimimassa. (Aittakumpu, B. Henkilökohtainen tiedonanto 6.2.2018.)

Pro Porla ry:n jäsenmäärä oli alussa 50-60 jäsentä. Nykyään jäseniä on vähemmän, koska tilanne ei ole enää Porlan alueen kannalta akuutti ja ihmiset ovat ikään kuin unohtaneet maksaa jäsenmaksunsa. Jäsenilleen Pro Porla ry tarjoaa alennuksia. Esimerkiksi jäsenet saavat edullisempaan hintaan Pro Porla ry:n järjestämät retket. (Aittakumpu, B. Henkilökohtainen tiedonanto 6.2.2018.)

Pro Porla ry toimii edelleen. Yhdistyksen tarkoituksena on toteuttaa ja järjestää muun muassa koulutustilaisuuksia, tapahtumia ja retkiä kaupunkilaisten hyvinvoinnin tukemiseksi. Pro Porla ry antaa lausuntoja toimintaansa liittyvissä asioissa, tekee aloitteita sekä esityksiä. (Pro Porla 2017.)

Hallituksella on puheenjohtaja, jonka toimikauden pituus on yksi vuosi. Muiden hallituksen jäsenten toimikauden pituus on kaksi vuotta. Puheenjohtajan lisäksi hallitus valitsee keskuudestaan sihteerin, varapuheenjohtajan, rahastonhoitajan, sekä muut tarvittavat henkilöt. Hallitus myös nimeää tarvittaessa työryhmät ja toimikunnat. Yhdistyksellä on vuosittain vuosikokous ja muita kokouksia tarvittaessa. (Pro Porla 2017.)

Pro Porla ry on voittoa tavoittelematon yhdistys, joten kaikki sen saamat tuotot käytetään vähennysten jälkeen Porlassa tapahtuvan toiminnan kehittämiseen.

### 3.2 Nonprofit-organisaation varainkeruu

Vaikka nonprofit-organisaatio ei tavoittele rahallista hyötyä, tarvitsee se silti rahaa toteuttaakseen missiota. Sijoittajat antavat rahaa voittoa tavoitteleville yrityksille, koska tietävät saavansa osansa takaisin. Mutta mistä voittoa tavoittelematon organisaatio saa rahaa? (How to raise money for a nonprofit 2006.)

Ratkaisu on varainhankinta. Nonprofit-organisaatiot voivat hankkia varoja esimerkiksi pyytämällä lahjoituksia suoraan yksilöiltä ja yrityksiltä. Myös säätiöiltä ja valtion virastoilta voi pyytää apurahoja hankkeiden ja ohjelmien tukemiseen. (How to raise money for a nonprofit 2006.)

Varainhankinnassa on olemassa kaksi sääntöä: yksinkertaistaminen ja keskittäminen. Monet organisaatiot yrittävät kerätä varoja jokaisesta mahdollisesta paikasta, jolloin organisaation missio pääsee helposti unohtumaan. Varainhankinta tulisi keskittää organisaation kannalta merkittäviin kohteisiin. Yksinkertaisesti tämä tarkoittaa sitä, ettei luonnonsuojelujärjestön ole järkevää pyytää varoja öljy-yhtiöltä. (How to raise money for a nonprofit 2006.)

Palveluiden tuottaminen voi olla merkittävä varojen lähde varsinkin uudelle nonprofit-organisaatiolle. Useimmat aloittelevat nonprofit-organisaatiot rajaavat varainhankinnan yksilöiltä saataviin lahjoituksiin sekä tapahtumien järjestämiseen. (How to raise money for a nonprofit 2006.)

Tapahtumien järjestämisessä on useita eri vaihtoehtoja. Se voi olla cocktailtilaisuus, huutokauppa tai muotinäytös, lista on lähes loputon. Kuten jokaisessa varainhankinnassa, myös tapahtumien järjestämisessä tulee miettiä mikä on tavoite. Kuinka paljon halutaan kerätä varoja tapahtumalla tai kuinka monta henkilöä halutaan tavoittaa. Jos onnistuneen tapahtuman järjestäminen olisi helppoa, niitä olisi paljon enemmän. Valitettavasti monet varainkeruutapahtumat eivät pääse lähelle edes tapahtuman kustannuksia. Hyvä markkinointi lisää tietoisuutta tapahtumasta ja näin lisää onnistumisen mahdollisuutta. Tärkeä muistisääntö on, että markkinointi on yhtä tärkeää kuin varainhankinta. Nonprofit-organisaatio tavoittelee usein näkyvyyden kasvua ja varainhankintaa. Menestyneen tapahtuman avulla organisaatio pystyy näihin tavoitteisiin. (How to raise money for a nonprofit 2006.)

Varainhankintatapahtumalla voi olla useampikin tavoite ja organisaation olisikin hyvä erottaa niistä se ensisijaisin, jonka ympärille tapahtumaa lähdetään suunnittelemaan. (Fundraising events and challenges 2017.) Taulukossa 1 mainitaan kolme erilaista päätavoitetta varainhankintatapahtumalle.

Varainhankintatapahtuman tavoitteet		
Tulevaisuuteen sijoittaminen	Välitön varainhankinta	Lahjoittajien kiittäminen
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Imagon kasvattaminen ja medialle tiedotus</li> <li>• Uuden palvelun lanseeraus tai nykyisen laajennus</li> <li>• Suojelijoiden hankinta</li> <li>• Vapaaehtoisten rekrytointi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sisä- tai ulkoilmatilaisuudet</li> <li>• Kertaluontoiset tapahtumat tai säännölliset päivämäärät tapahtumille</li> <li>• Kaikki myyjäisistä tietovisoihin</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tukijoiden kiittäminen</li> <li>• Vapaaehtoisten tunnustaminen</li> <li>• Varainhankinnan hyötyjen esiintuominen auttajille</li> </ul>

Taulukko 1 Varainhankintatapahtuman tavoitteet (Fundraising events and challenges 2017.)

Kun halutaan sijoittaa tulevaisuuteen, eli nostattaa organisaation imagoa tai vaikka rekrytoida vapaaehtoisia, kannattaa järjestää tapahtuma jossa on vapaa pääsy kaikille. Tapahtuma ei tuo organisaatiolle välittömästi varoja, mutta tulevaisuudessa organisaatio tunnetaan ja siihen halutaan herkemmin sijoittaa. (Fundraising events and challenges 2017.)

Välitön varainhankinta tarkoittaa tapahtumaa, jossa tulojen lähteenä on esimerkiksi sisäänpääsymaksu tai tuotemyynti. Tällaisen tapahtuman on oltava kustannustehokas, joten budjetointi on suunniteltava huolellisesti. Silti tapahtuma on aina riskialtis. (Fundraising events and challenges 2017.)

Kun organisaatioille on saatu lahjoittajia ja muita tukijoita, on hyvä muistaa sanoa kiitos. Lahjoittajien kiittäminen voi tapahtua puhelimen tai sähköpostin välityksellä, mutta joskus tapahtuman järjestäminen voi olla paikallaan. Kiitos-tapahtumassa nimensä mukaan kiitetään ja tuodaan varainhankinnan hyötyjä esille kaikille tukijoille. Oli tapahtuman tarkoitus millainen tahansa, täytyy huomiota aina kiinnittää markkinointiin, kysyntään ja kannattavuuteen. (Fundraising events and challenges 2017.)

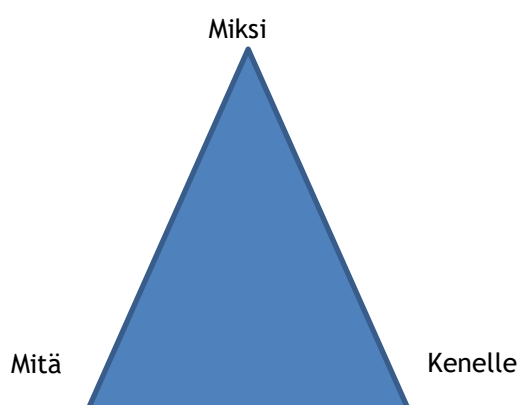
Organisaatio voi kerätä varoja pyytämällä jäsenmaksuja jäseniltään. Suuri jäsenmäärä tuo toiminnalle paljon mahdollisuuksia ja lisää organisaation vaikutusvaltaa. Jäsenmaksua vastaan on oltava jotain mitä tarjota, esimerkiksi alennettu hinta tapahtumaan tai vuosittain ilmestyvä organisaation jäsenlehti. (How to raise money for a nonprofit 2006.)

## 4 Tapahtuman järjestäminen

### 4.1 Suunnitteluvaihe

Vallon ja Häyrisen mukaan (2016, 121-122.) “Onnistunut tapahtuma on kuin tähti, joka sykkii lämmintä valoa ja iloa mukanaolijoille. Tähti muodostuu kahdesta kolmiosta: strategisesta ja operatiivisesta. Kummassakin kolmiossa on kolme kysymystä, joihin pitää osata vastata ennen tapahtuman suunnitteluun ryhtymistä.”

#### 4.1.1 Strategiset kysymykset



Kuvio 1 Strategiset kysymykset. (Vallo & Häyrinen 2016, 121-122.)

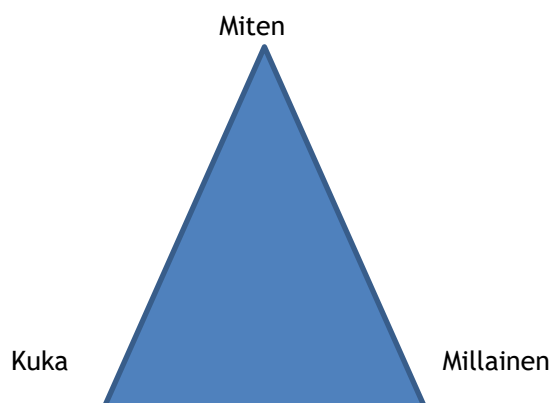
Miksi tapahtuma järjestetään? Ennen tapahtuman suunnittelua on pohdittava perusteellisesti, minkä takia tapahtuma järjestetään ja mitä sillä halutaan viestiä. Miksi hankkia pääsyliput tapahtumaan? Miksi toteuttaa cocktailtilaisuus? Ei ole järkevää lähteä toteuttamaan tapahtumaa, jos organisaatio ei osaa vastata näihin kysymyksiin. Tavoite ohjaa tapahtumaa koko sen suunnitteluvaiheen ajan. (Vallo & Häyrinen 2016, 121-122.)

Kenelle tapahtuma järjestetään? Kun tiedetään, miksi tapahtuma järjestetään, täytyy seuraavaksi pohtia kohderyhmää, eli kenelle tapahtuma on tarkoitus toteuttaa. Täytyy pohtia, millaista kohderyhmää haetaan, mistä heidät tavoittaa ja miten tapahtuma kiinnostaisi juuri heitä. (Vallo & Häyrinen 2016, 122.)

Mitä järjestetään, missä ja milloin? Millainen tapahtuma täytyisi suunnitella, jotta se olisi kohderyhmälle ja tavoitteille tarkoituksenmukainen? Järjestetäänkö tapahtuma itse vai käytetäänkö jo olemassa olevia tapahtumia? Järjestetäänkö viihde- vai asiatapahtuma tai kenties niiden yhdistelmä? Tapahtumapaikka tulee miettiä siten, että osallistujat pääsevät helposti paikalle. Parhaassa tapauksessa tapahtumapaikka kulkee käsi kädessä tapahtuman tavoitteiden ja tarkoituksen kanssa ja saattaa johtaa tapahtuman idean tai teeman syntyyn. (Vallo & Häyrinen 122.)

Tapahtuman järjestäjän täytyy osata vastata strategisen kolmion kysymyksiin. Kolme strategista kysymystä antavat yleensä vastauksen siihen, mikä on tapahtuman idea. Idea on se, jonka ympärille tapahtuma järjestetään. Tapahtuman idean pohtimiseen on syytä käyttää aikaa ja joskus on suotavaa ideoida ryhmässä. Ryhmässä eri näkemykset kohtaavat, jolloin hyvä idea tapahtumalle saattaa syntyä. Tapahtuman idea voi saada alkunsa myös tapahtumapaikasta, tai vaikkapa organisaation arvoista. Joskus tapahtumalle riittää pelkkä teema. Tietyn teeman ympärille tapahtuma on helppo rakentaa. (Vallo & Häyrinen 2016, 125.)

#### 4.1.2 Operatiiviset kysymykset



Kuvio 2 Operatiiviset kysymykset. (Vallo & Häyrinen 2016, 125.)

Miten tapahtuma järjestetään? Tapahtuman suunnittelu on kolmivaiheinen prosessi, joka sisältää suunnitteluvaiheen, toteutusvaiheen sekä jälkimarkkinointivaiheen. Tapahtumaprosessissa mietitään millä keinoilla päästään tavoitteeseen ja miten saadaan tapahtuman kohderyhmä tavoitettua. Tarvitaanko ulkopuolista apua vai toteutetaanko tapahtuma itse ja kuka tapahtumaprosessia johtaa? Tapahtuma täytyy suunnitella siten, että sen idea ja teema pysyvät matkassa koko tapahtuman ajan. (Vallo & Häyrinen 2016, 125.)

Millainen tapahtuma järjestetään? Tapahtuman sisältö ja ohjelma täytyy suunnitella sen kohderyhmän ja tavoitteiden mukaan. Kohderyhmä ja tavoitteet määrittävät tarvitaanko tapahtumaan esiintyjä, musiikkia tai esimerkiksi ulkopuolista juontajaa.

Tapahtumanjärjestäjän täytyy tuntea osallistujat sekä mahdolliset esiintyjä niin hyvin, että hän pystyy suunnittelemaan onnistuneen tapahtuman juuri kohderyhmän mieltymysten mukaisesti. (Vallo & Häyrinen 2016, 126.)

Kuka tapahtuman järjestää? Tapahtumanjärjestäjä kantaa isoa taakkaa. Tapahtuman suunnitteluvaiheessa on projektipäällikön tehtävä viedä koko prosessi sujuvasti läpi.

Tapahtumalla pitää olla aina selkeä tarve, eikä niitä tule järjestää vain perinteen vuoksi. Kun joku on tuonut organisaatiossa selkeän tarpeen ilmi, voidaan alkaa rakentamaan tapahtumaa ja samalla sille saadaan isäntä. Tapahtuman isäntänä toimiminen on työlästä.

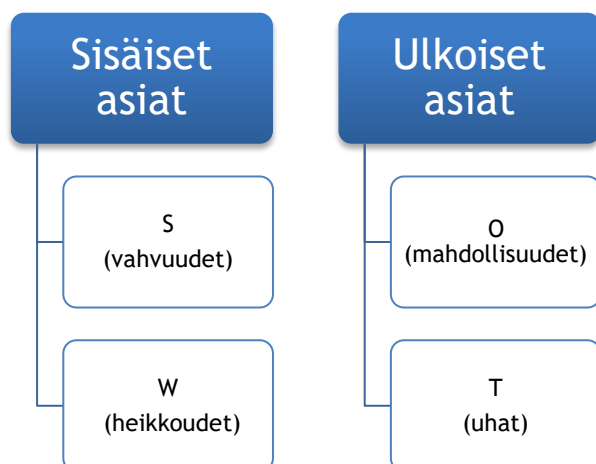
Suunnitelmavaiheessa kaikki voi mennä mönkään, mutta hyvä isäntä saattaa pelastaa koko tapahtuman. (Vallo & Häyrinen 2016, 126.)

Operatiivinen kolmio keskittyy tapahtuman toteuttamiseen. Tapahtumaan valittu projektipäällikkö ja hänen kanssaan työskentelevä projektitiimi ovat vastuussa tapahtuman toteuttamisesta. Strategisista ja operatiivisista kysymyksistä muodostuu kaksi kolmiota, joiden pitää olla sopusoinnussa keskenään. Tapahtuman tasapaino horjuu, jos toinen kolmioista tai osa siitä on vahvempi. Tällöin jokin toimii ja jokin ei, jolloin tapahtuman läsnäolijat varmasti huomaavat sen. Kaksi kolmiota päällekkäin saa aikaan loistavan tähden, joka on onnistuneen tapahtuman esimerkki. (Vallo & Häyrinen 2016, 127.)

#### 4.1.3 SWOT-analyysi

Tapahtuman suunnittelussa voidaan käyttää hyväksi myös SWOT-analyysia. SWOT-analyysi tarkastelee yrityksen sisäisiä vahvuuksia ja heikkouksia, sekä yrityksen ulkoisia mahdollisuuksia ja uhkia. Yrityksen vahvuudet voivat samanaikaisesti olla myös heikkouksia. Esimerkiksi tapahtumapaikka voi ainutlaatuisuudellaan olla yrityksen vahvuus, mutta tilanpuutteen takia sen heikkous. (Vuorinen 2013, 88.)

Taulukko 2 esittelee SWOT-analyysin osa-alueet.



Taulukko 2 SWOT-analyysi ulkoiset ja sisäiset asiat (Vuorinen 2013, 88.)

SWOT-analyysin tarkoitus on luoda yrityksen sisäisistä ja ulkoisista asioista analyysi, jonka perusteella voidaan tehdä valintoja ja luoda toimintasuunnitelma. Vuorinen (2013, 88) mukaan organisaatio voi hyödyntää SWOT-analyysiä seuraavilla tavoilla:

Vahvat puolet: Miten käyttää hyväksi ja vahvistaa?

Heikot puolet: Miten poistaa, lieventää tai välttää?

Mahdollisuudet: Miten varmistaa hyödyntäminen?

Uhat: Miten poistaa, lieventää tai kääntää mahdollisuudeksi?”

(Vuorinen 2013, 88.)

<b>Vahvuudet</b>	<b>Heikkoudet</b>
<b>Mahdollisuudet</b>	<b>Uhat</b>

Taulukko 3 SWOT-analyysin perusmuoto (Vuorinen 2013, 89.)



#### 4.2 Tapahtuman tavoite

Tapahtuman pitäisi sisältää todellinen tavoite. Jotta uusia tilauksia saataisiin, voitaisiin toteuttaa lanseeraustilaisuus. Jälkikäteen arviointi tällaiselle suurelle tavoitteelle on vaivatonta, sillä tieto tilausten kasvusta ja kiinnostuksesta on tapahtuman tulos. Tapahtuma voi perustua myös varainkeruuseen tai saavuttamaan julkisuutta järjestäjälle tärkeään asiaan. Yleisiä tämänkaltaisia tapahtumia ovat urheilu- ja musiikkitapahtumat. Tavoite täytyy pitää mielessä koko tapahtuman suunnitteluprosessin ajan. (Vallo & Häyrinen 2016, 132.)

#### 4.3 Projektin suunnittelu

Projektiorganisaatiot ovat kertakäyttöisiä. Projekti saa sen vaatimat valtuudet ja tehtävät organisaatiolta. Organisaatio asettaa tavoitteet, johon projektin on pyrittävä sille annetuilla resursseilla. Kun tavoite on saavutettu, projekti loppuu. Joustavuus, tilapäisyys, tavoitteellinen johtaminen ja poikkeavuudet ovat projektin ominaisuuksia. (Ruuska 2007, 21.)

Projektin toiminta rakennetaan projektisuunnitelmaan pohjautuen. Projektisuunnitelma sisältää hallintaan ja arviointiin liittyviä asioita. Projektipäällikön tehtäviin kuuluu projektisuunnitelman teko organisoinnin ja tehtävien delegoinnin ohella.

Projektisuunnitelman tulee määrittää tavoitteet ja seurantaan käytettävät työkalut. Niiden lisäksi projektisuunnitelmaan sisältyy projektin aikataulu, budjetti ja käytössä olevat resurssit. (Ruuska 2007, 22.)

Projekti sisältää useita tehtäviä, jotka alkavat määrättyinä päivinä ja ne on saatava tehdyksi tietyssä aikataulussa. Tätä kutsutaan projektin elinkaareksi. Projektin vaiheet voivat olla päällekkäisiä ja vaiheet sisältävät luonteenomaisia ongelmia ja toimintamalleja. Projektin normaalit vaiheet ovat seuraavat: perustaminen, suunnittelu, toteutus ja päättäminen. (Ruuska 2007, 22-23.)

Projektit ovat poikkeamia organisaation jokapäiväisestä liiketoiminnasta ja edustavat merkittävää riskiä organisaatiolle. Hallinnointi on monissa maissa lakien määrittämä prosessi, jonka tarkoituksena on suojella organisaation omistajia merkittäviltä riskeiltä liiketoiminnan päämäärille. Koska hankkeet ovat usein merkittäviä riskialueita, on hankkeiden hallinnointi tärkeä ja erottamaton osa hallintotapaa. (West 2010, 25.)

Töitä suunnitellaan usein ryhmässä. Työpaikan sijainnilla ei ole merkitystä, oli työn luonne millainen tahansa. Tiimi voi käyttää projektisuunnittelustrategioita yksinkertaisten ja monimutkaisten ongelmien ratkaisujen kehittämiseen. Pohjimmiltaan kaikki

hankesuunnittelustrategiat sisältävät tiettyjä keskeisiä elementtejä, joita ryhmät haluavat ottaa huomioon työssään. (Persily 2013, 123.)

Taulukko 4: Hankesuunnittelustrategian keskeiset elementit, kertoo työssä huomioitavat elementit.

1. Ongelman tunnistaminen
2. Syy-yhteyttä koskeva hypoteesi
3. Suunnitellut tulokset
4. Tavoitteet
5. Strategiat
6. Resurssit
7. Toimenpiteet
8. Arviointi.

Taulukko 4 Hankesuunnittelustrategian keskeiset elementit (Persily 2013, 123.)

Taulukko 5: Projektin ulottuvuudet, kertoo projektille ominaisia piirteitä.

Projektin ulottuvuudet työyhteisön keston / syvyyden mukaan	Lyhytkestoinen	Pitkäkestoinen
<b>Pinnallinen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• pieni projekti</li> <li>• nopeasti hoidettu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• määrätietoinen muuttaminen</li> <li>• ei kovin perusteellinen</li> <li>• ei merkittävää muutosta</li> <li>• pikkuhiljaa, asteittain kehittäminen</li> </ul>
<b>Perusteellinen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• hyvin rajattu</li> <li>• olennainen osa työyhteisön arkea</li> <li>• usein ulkopuolisen asettama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vaikuttaa perusteluihin</li> <li>• uudenlainen tapa tehdä, työn organisointi esim. arvoprosessi, työyhteisön</li> </ul>

		kulttuuriin liittyvät projektit
--	--	------------------------------------

Taulukko 5 Projektin ulottuvuudet (Paasivaara &amp; Suhonen &amp; Nikkilä 2008, 8.)

Taulukko 6: Projekteihin sidoksissa olevat oletukset, kertoo projekteihin keskeisesti liitettyjä oletuksia.

1.	Ne ovat vertaansa vailla olevia ja ne ovat tarkoin määritettyjä.
2.	Niillä on aina kiinteät tavoitteet, jotka on etukäteen määritelty.
3.	Onnistuvat projektit ovat erittäin suunnitelmallisia.
4.	Aikataulutusta ja budjetointia seuraavat projektityöntekijät ovat menestyviä.
5.	Ryhmätoimintaa ja sitoutumista tarvitaan projektiin.
6.	Uusi toiminta tai asia, joka on kehitetty projektin aikana, omaksutaan uudeksi normaaliksi käytännöksi.

Taulukko 6 Projekteihin sidoksissa olevat oletukset (Paasivaara &amp; Suhonen &amp; Nikkilä 2008, 7-8.)

Oli aikataulu mikä tahansa, palvelee se kolmea eri päätarkoitusta. Numero yksi on omistautuminen sille, milloin asiat tehdään. Aikataulu jaksottaa ja kertoo jokaisen projektiin osallistuvan henkilön toiminnan merkityn ajanjakson aikana. Se toimii myös sopimuksena jäsenten välillä. Projekti aikataulu luo yleensä ihmisille ensimmäisenä mielikuvan juuri tästä tarkoituksesta. Se on usein kohdistettu ulkopuolisille tahoille, sillä aikataulun tarkoitus on toimia sopimuksen saamisen apuna tai mukautua asiakkaan toivomiin aikarajoihin. Asiakas sitoutuu yleensä maksamaan sekä palvelusta, että aikataulun kiinnipitämisestä. Jotta kaikki projektiin liittyvät kykenisivät tekemään omia suunnitelmiaan, tulee aikataulujen olla kunnossa ja tapahtuma-aikojen tiedossa. (Berkun 2006, 28.)

Aikataulujen tarkoitus numero kaksi on toimia kannustimena, sillä se mahdollistaa reaaliaikaisen tehtyjen töiden tarkastelun osana kokonaisuutta. Lisäksi se auttaa ponnistelemaan kokonaisuuden toimivuuden parantamiseksi. Henkilöiden ja ryhmien riippuvaisuuksia ja kytköksiä harvemmin käydään lävitse ennen aikataulua, johon on merkitty tarkat ajankohdat. Yleensä he keskittyvät omien tehtäviensä täyttämiseen, eivätkä mieltä niiden vaikutuksia. Kun vastuut ja yksityiskohdat on kirjattu ja nimetty, on aika tehdä laskemia ja tutkia oletuksia tarkemmin. Se pätee sekä yksin, että pienissä tiimeissä työskentelevien keskuudessa. Aikataululla on psykologinen vaikutus, jos siinä on julkistettu ja vahvistettu sitoumus. Sitoumukset ja päivämäärät ovat itsenäisesti olemassa, kun ne kirjoitetaan muistiin. Kun tehtävä on kiinnitetty johonkin kaikkien nähtävälle, on sitä vaikea jättää huomiotta tai unohtaa kokonaan. Kysymyksiä asioiden oikeellisuudesta ja aikataulun kyseenalaistamista on mahdollista tehdä projektipäälliköille siinä vaiheessa, kun luonnos aikataulusta on luotu. Paine toimii pakottavana tekijänä. Pakottavaksi tekijäksi kutsutaan

asiaa, joka luonnollisella tavalla pakottaa vaihtamaan asennetta, käytösmallia tai näkökantaa. Täten aikataulut toimivat erityisen tärkeinä pakottavina tekijöinä projekteissa. Oikein käytettyinä projektipäällikön hallinnoimat aikataulut pakottavat kaikki projektiin osallistuvat ajattelemaan töidensä päällekkäisyyksiä muiden kanssa. Tärkeä vaihe projektin potentiaalien ymmärtämisessä on pakottava tekijä. Aikataulun muuttuessa tai murtuessa, muiden tekemät lupaukset ja liitokset pysyvät samanlaisina. Syy ja tarkoitus aikataulun vaatimalle vaivannäölle kyetään saavuttamaan, vaikka aikataulu ilmenisikin epäkurantiksi. Aikataulun tärkeydestä kertoo se, että vaikka projekti myöhästyisikin valtavasti, tulee aikataulun olla olemassa projektin valmiiksi saattamista varten. (Berkun 2006, 28-29.)

Aikataulujen tarkoitus numero kolme on toimia työkaluna, jolla etenemistä voidaan seurata ja jakaa työt pienempiin ja helpommin hallittaviin osiin. Odotettavaa työpanosta on helpompaa ymmärtää, kun projektin kohdat lohkotaan osiin. Jos projekti ei ole hienojakoinen, ei edes projektipäällikkö itse kykene sen sisältöä ja vaatimuksia kunnolla hahmottamaan. Työvaiheiden jakaminen jaksotetuiksi toimenpiteiksi selkeyttää tehtävien hallintaa. Tämä helpottaa myös asioiden selvittämistä ja kysymysten suorittamista. Hyvin tehty aikataulu luo hallitun kuvan projektista, helpottaa projektipäällikön työtehtäviä, vähentää vastoinkäymisiä ja turhia virheitä sekä kasvattaa hyvien asioiden saavuttamista projektin aikana. (Berkun 2006, 28-30.)

Työkohteista, ominaisuuksista ja projektitavoitteista on yleensä koottu kolme ensisijaista ja kaavamaista listaa. Jos erimielisyyksiä ilmaantuu, tulisi palata aina edelliseen kohtaan projektia. Silloin etsitään asioiden ongelmakohta, joka pyritään ratkaisemaan. Siten priorisointi voidaan johtaa nykyhetkeen. Vaikkei väittely aina ratkeaisikaan tällä menetelmällä, tulee päätöksissä kuitenkin huomioitua tärkeitä seikkoja. (Berkun 2006, 334.)

On kaksi eri tapaa, joilla tavoitteista ja tuloksista syntyy vaikutuksia organisaatioon. Jos tavoitteiden ja keinojen välillä vallitseva suhde havainnoidaan mainiosti, kyetään ohjauksessa keskittymään syihin ja tekijöihin, jotka tuottavat tulosta. Tuotteita valmistavissa organisaatioissa tämä on yleistä. Tällaisessa tilanteessa toimintaa kyetään mallintamaan tarkasti ja sen ohjaaminen perustuu tietoon. (Laamanen 2003, 167.)

Kun tavoitteita asetetaan, niin puhutaan tulos- tai tavoitejohtamisesta. Tässä johtamisen tavassa esimiehen ja alaisen tulee yhdessä sopia työn tavoitteista ja sen vaatimista vastuista. Työtä ohjataan käyttäen erilaisia tulostavuuksia, joilla työtä ja tuloksia myös arvioidaan. Mittareilla pyritään tunnistamaan esimerkiksi menestystekijät, tavoitteet ja resurssit. Prosessin lopussa tehty työ arvioidaan ja palkitaan. (Laamanen 2005, 228.)

Jos tavoitteita ja asioiden arvojärjestystä ei tiedetä, tuhlaa se silloin aikaa ja hidastaa projektin etenemistä. Viestinnässä tehdyt erehdykset juontavat juurensa monesti siitä, kun henkilöt olettavat toiselle tärkeitä asiat väärin. Oletus on sama, oli kyseessä mikä osasto tai tiimi tahansa. Ilman tällaisia konflikteja voidaan kaikki aika keskittää projektitavoitteiden aikaansaamiseksi. (Berkun 2006, 333.)

Taulukko 7: Projektin ongelmien käsittely kertoo vaiheittain projektissa ilmenevien ongelmien käsittelyä.

1. Rauhoitu
2. Arvioi ongelma suhteessa projektiin
3. Rauhoitu uudelleen
4. Kokoa yhteen oikeat ihmiset
5. Tutki vaihtoehdot
6. Tee mahdollisimman yksinkertainen suunnitelma
7. Toteuta
8. Järjestä purkutilaisuus

Taulukko 7 Projektin ongelmien käsittely (Berkun 2006, 273-275.)

Projektit eivät yleensä toteudu kuten on suunniteltu. Se tekee projektinvetäjän työstä haastavaa. Projektijohtamisen puutteellisuus ei useinkaan ole syy siihen, vaan inhimillinen käytös vaikuttaa toimintaan. Projekti voi muuttua tai sen tavoite selkiytyä projektin edetessä ja siksi toteuma ei olekaan alkuperäissuunnitelman mukainen. Uudet kehittämistarpeet usein nostavat päätään projektin aikana. Silloin tulisi miettiä tarkasti, vaatiiko tilanne täysin uutta projektia vai vaikutetaanko niihin laisinkaan vielä tässä vaiheessa. (Paasivaara & Suhonen & Nikkilä 2008, 55.)

Ympäripyöreät sanonnat eivät vaikuta yritykseen millään tavalla, jos niiden merkitystä ei ymmärretä organisaatiossa. Uskottava ja vilpittömät strategiat ja visio vaikuttavat positiivisesti muuttaen organisaation vakiintuneita johtamisjärjestelmiä. Vaikka strategian tärkeys tunnetaan, elävät monet osajärjestelmät omaehtoisesti. Tällaisia omaehtoisesti eläviä osajärjestelmiä ovat muun muassa projektiohjaus, budjetointi sekä henkilöjohtaminen. (Määttä 2000, 134.)

On erittäin vaikeaa tunnistaa strategian merkitys ja vaikutukset keskeisimpänä lähtökohtana erilaisiin johtamisprosesseihin. Tällaiset prosessit vaativat jatkuvaa vaikuttamista useista suunnista. Tätä on toteutettava varsinkin silloin, kun visiota tai strategiaa ollaan sisään ajamassa vallitseviin johtamisen prosesseihin. Vanhat tavat toimia pyrkivät murskaamaan uusia, ellei vanhoja tapoja kyseenalaisteta ja uusia puolusteta riittävästi. (Määttä 2000, 134.)

Jotta työyhteisö säilyisi innostavana, on siinä luovuttava tiukan rakenteen ja taloudellisen tehokkuuden ajatuksesta. Juurtuneiden käytäntöjen turvallisuudentunne on ristiriidassa ja estää liiallista vapautta tapahtumasta. Yksilön kiinnostus työtehtäviä kohtaan laskee, kun työyhteisö muuttuu mekanistiseksi. Jotta yksilö voisi edistää itsensä toteuttamista ja persoonallisuuttaan, on toteutettava muutosprosessi, jossa pyritään jatkuvaan parantamiseen. Näitä tavoitteita ovat pyrkimys muuttaa passiivisuus aktiivisuudeksi, riippuvuus itsenäisyydeksi, joustamattomuus joustavuudeksi, lyhyt sitoutuminen pitkäaikaiseksi ja pyrkimys tietoiseen itsehallinnointiin. (Paasivaara & Suhonen & Nikkilä 2008, 24-25.)

Normaalikäytännössä yhteistoimintaa ja yhteistyötä käytetään usein keskenään ja erotuksetta. Yhteistyö on kaikkea, mitä tarvitaan yhteiseen ja ennen kaikkea sovittuun tarkoitukseen. Yksi osa on jakaa vastuu pyrkimyksistä ja tuloksista. Toisaalta yhteistyö kertoo, että vaikka aikataulut ja arvot ovat erilaiset, mukana olevat toimijat sopivat erimielisyytensä tehtävän suorittamisen mahdollistamiseksi. Yhteistyöympäristössä on havaittavissa oleva jännittyneisyys, joka johtuu siitä, että yhteistyössä mukana olevat elävät eri tavoin. (Wilkinson 2006, 94-95.)

Hyvät johtajat tunnistavat epäselvyydet, eivätkä pakene tai taistele sitä vastaan. He tekevät päätöksiä, tutkivat mahdollisuuksia ja ovat myös valmiita muuttamaan niitä tilanteen vaatiessa. Hyvät johtajat pyrkivät aktiivisella toiminnalla vaikuttamaan myönteisesti muiden ajatteluun ja toimintaan sekä muuttuvat itse tilanteiden mukana. He näkevät epäselvyydet oppimismahdollisuutena. (Wilkinson 2006, 122.)

Asioihin keskittyvän ja ihmiskeskeisen johtajuuden välinen riitely pohjautuu demokraattisen ja autoritaarisen johtajuuden vertailuun. Myöhemmin alettiin pohtimaan johtamisen kahden eri tavan keskinäisiä liittymiskohtia. Keskustelua on saatu aikaan miettimällä, pitäisikö johtajan olla selvästi jompaakumpaa, vai näiden tapojen yhdistelmä. (Juuti 2010, 110.)

Monessa tilanteessa ajan säästämisen korostaminen yksittäisenä tavoitteena on paljastunut suotuisaksi toimitusketjua pelkistettäessä. Etenkin turhat vartomiset ja seisottamiset kiinnittävät pääomaa tarpeettomasti. On havaittu, että toimintojen tarkoituksellinen kiihdyttäminen yrityksissä on tuonut runsaasti mukanaan myös toisia kustannussäästöjä. (Iloranta & Pajunen-Muhonen 2008, 350-351.)

Yhteiskunnallisen muutoksen nopeutuessa työyhteisön havainnointi ja tulkinta omaa toimintaa kohtaan kasvattaa jatkuvasti merkitystään. Jotta työyhteisö voisi huomioida tärkeitä

muutoksia, intressejä ja toimintaympäristön tarpeita, tulisi sen käyttää siihen soveltuvaan järjestelmään. Järjestelmän tulisi kyetä tunnistamaan potentiaaliset tarpeet muutoksille, olivat kyseessä sitten kulttuurilliset, rakenteelliset tai toiminnalliset piirteet. Tarve kehittämistyölle voi muodostua joko ulkoisesta velvoitteesta tai sisäisestä lähtökohdasta. Ulkoisessa velvoitteessa ulkoinen taho tai tahot määrittelevät ja pakottavat kehittämistyön tarpeen. Työyhteisö pyrkii silloin tulkitsemaan tehtävää mahdollisimman onnistuneesti. Sisäisessä lähtökohdassa kehittämistarve määritellään työyhteisön sisällä, usein ennakkoiden. Työyhteisöön kuuluvat tuntevat tällöin innostuneisuutta työtään kohtaan. Vain pieni osuus kehittämistyöstä työyhteisössä on omaehtoista. (Paasivaara & Suhonen & Nikkilä 2008, 71-72.)

#### 4.4 Kohderyhmä

Tapahtumia järjestetään kaiken aikaa ympäri Suomea. Kohderyhmä määrittelee sen, kenelle tapahtumaa markkinoidaan. Vallon ja Häyrisen (2016, 145.) mukaan "kohderyhmän voivat muodostaa suuri yleisö, rajattu kutsuvierasjoukko tai avoin kutsuvierasjoukko".

Tunnetun artistin konserttiin tapahtumanjärjestäjä myy lippuja suurelle yleisölle. Organisaatio pystyy hyödyntämään tällaista tapahtumaa tapahtumamarkkinoinnissa. Organisaatio pystyy tavoittelemaan omia sidosryhmiään tapahtuman avulla tilaamalla lippuja konserttiin ja organisoimalla sen yhteyteen erillisen tapahtuman rajatulle kutsuvierasjoukolle. Jotta tapahtuma voidaan tehdä juuri kohderyhmälle sopivaksi, täytyy kohderyhmä tuntea perusteellisesti. On pohdittava, ovatko tapahtuman kohderyhmää keski-ikäiset naiset, tyylikkää herrasmiehet, räikeä nuorisoujoukko vai onko se näiden yhdistelmä. Jokaiselle kohderyhmälle löytyy sopiva tapahtuma. Tapahtuman kohderyhmä pitää selvittää jo hyvissä ajoin ennen kuin tapahtumaa aletaan järjestämään. Kohderyhmä voi löytyä organisaation jo olemassa olevista sekä todennäköisistä asiakkaista. Kohderyhmä voi hahmottua myös organisaation henkilöstöstä, omistajista, liikekumppaneista, sidosryhmistä tai vaikka lehdistöstä. (Vallo & Häyrinen 2016, 145-147.)

Kohderyhmää mietittäessä pitää panna merkille tapahtumaan kutsuttavan sukupuoli, ikä ja siviilisääty. On hyvä myös miettiä, onko kutsuttava absolutisti vai alkoholijuomien suosija, urheilullinen vai penkkiurheilija, kaupungista vai maalta, omaa rauhaa rakastava vai seurallinen. Tapahtumaa järjestettäessä on muistettava, että tapahtuma järjestetään tietylle kohderyhmälle. Kohderyhmä tulee analysoida tarkkaan ja on pidettävä mielessä, että se mikä käy yhdelle, ei välttämättä käy kaikille. Tapahtuman tavoite ja kohderyhmä sanelevat tyypillisesti sen, millainen tapahtuma järjestetään. (Vallo & Häyrinen 2016, 147-148.)

#### 4.5 Sponsorointi ja yhteistyökumppanit

Sponsorointi ei ole enää mainonnan korvike, vaan se on täysin oma tapa markkinointiviestintään. Kun kokemusta sponsoroinnista karttuu, sitä kyetään hyödyntämään ja ymmärtämään yhä monipuolisemmin. Markkinoinnin ja markkinointiin käytetyn teknologian kehittyminen ja yritysten ratkaisuhaluus eri tarpeisiin on tukenut tätä kehityssuuntaa. (Valanko 2009, 35.)

Yrityksen vision ja strategian pohjalta lähdetään laatimaan strategista viestintäsuunnitelmaa. Hyvää yrityskuvaa pyritään saavuttamaan ja ylläpitämään. Sen lisäksi yrityksen tunnettavuutta halutaan kasvattaa. Yrityksen imagoa ja tunnettuutta pyritään parantamaan tärkeimmille kumppaneille ja kohderyhmille viestintästrategian kautta. Tällä tavoin liiketoiminnalliset tavoitteet hyötyvät viestinnästä. Varsinkin pienyritysten, joiden resurssit ovat rajalliset, on panostettava viestinnän suunnitelmallisuuteen ja rakentaa se vision pohjalle. Tällöin vähäisiä voimavaroja ei heitetä hukkaan, eivätkä panostukset kohdistu väärin. (Chydenius 2001, 17-19.)

Yritysten sponsorointiosaaminen on yleensä hiljaista tietoa. Se on liiketaloudellinen kilpailuetu, jota ei tahdota vuotaa ulkopuolisille. Se nähdään niin arvokkaana, että se lukeutuu liikesalaisuuden piiriin. Usein detaljit, strategiset ja julkistamattomat asiat ovat vain yrityksen sisäiseen käyttöön. Kilpailijoiden ei haluta kykenevän oppimaan epäonnistuneistakaan sponsorointikokeiluista. Strateginen sponsorointi on tehokkaasti ja onnistuneesti käytettynä kilpailuetua. Siksi tietoa ei haluta vuotaa kilpailijoille. (Valanko 2009, 37-38.)

Tuloksellisuus uusasiakashankinnassa on riippuvainen tuottavimmista asiakasryhmistä. Se sisältää myös vaikutussuhteiden ymmärtämistä ja tunnistamista. Myös tavat joilla yksittäiset mahdolliset asiakkaat saataisiin asiakkaiksi, vaikuttavat tuloksellisuuteen. Kun tarpeet ja halut ymmärretään, voidaan niihin myös vaikuttaa tehokkaasti. Näin haluttu päämäärä kyetään saavuttamaan. (Tikkanen & Aspara 2008, 93.)

Ainoastaan mainonnalla tavoittaminen on hankalaa, koska henkilöiden liikkuvuus ja eklektisyys kasvavat. Nykyaikainen liiketoiminta edellyttää integroitua markkinointiviestintää ja sponsorointi on yksi sen osa-alueista. Toimiva kokonaisuus sponsoroinnille koostuu viestinnän eri muodoista, välineistä ja uudenlaisten kanavien käytöstä. Kiihtyvä teknologinen kehitys avaa uusia ovia viestintään ja sen käyttöön. Nykyään kohdeyleisöä houkutellessaan huutamisen sijaan. Kohdeyleisön kanssa keskustellaan ja sen annetaan olla osana vaikuttamista. Ennakointi ja reagointi on tullut osaksi yritysten arkea. Kohdeyleisö saa tuntea olevansa mukana kehittämässä tuotteita ja heille tarjotaan vahvoja kokemuksia osallistumisen kautta. Kohdeyleisö kutsutaan suunnittelemaan mainontaa ja viestintää.



Heidän mielipiteitään kysellään sponsoroinnin kanavoimiseksi. Tuotteelle saadaan luotua oikea imago ja uskottavuus, joka johtaa uusien halujen ja trendien nousuun. (Valanko 2009, 88.)

#### 4.6 Tapahtumapaikka ja ajankohta

Tapahtumapaikka tulee miettiä tavoitteet ja kohderyhmä huomioiden. Tyylikkäässä juhlavassa tapahtumassa prameat tilat toimivat edukseen, kun taas rennossa ja hausassa tapahtumassa ne toimisivat vain tunnelman kangistajana. Minkä tahansa tilan saa toimimaan, jos vain budjetti sen sallii. Erikoiset tapahtumapaikat vetävät yleisöä. Esimerkiksi menestynyt ja vaikuttava tapahtuma saadaan järjestämällä se vanhaan tehdashalliin.

Ulkoilmatapahtumissa pitää muistaa varasuunnitelma huonon sään varalle. Täytyy miettiä, tarvitaanko sisätiloja vai varaudutaanko tarjoamaan osallistujille tarvittaessa kertakäyttöiset sadetakit, sateenvarjot tai kumisaappaat? Sääennusteita seuraamalla pystyy varautumaan huonoon säähän ajoissa. Lisäksi täytyy miettiä pöytien, tuolien, tekniikan tai sisustustarvikkeiden tarve. (Vallo & Häyrinen 2016, 169-171.)

Myös tapahtumapaikka pitää käydä läpi hyvissä ajoin, Taulukko 8: tapahtumapaikan tarkistuslista kertoo asiat joihin tulee kiinnittää huomiota.

<b>Tapahtumapaikan tarkistus</b>
Yhteensopivuus organisaation imagon kanssa
Onko järjestetty aiemmin tapahtumia
Saapuminen ja parkkipaikat
Esteettömyys
Paikan tilavuus ja sopiiko paikka teemaan
Sisustusmahdollisuudet
Tekniikka ja äänentoisto
Tarjoilumahdollisuudet
Ulkopuoliset häiriötekijät (autotie, remontti, junarata)
Wc-tilat
<b>Pienet asiat myös vaikuttavat</b>
Käsi- ja WC-paperia on riittävästi
WC-tilat on siistit
Narikkatilaa riittävästi
Yleisilme on viimeistelty

Taulukko 8 Tapahtumapaikan tarkistuslista (Vallo & Häyrinen 2016, 169-171.)

Tapahtuman ajankohta vaikuttaa oleellisesti siihen, kuinka moni pääsee osallistumaan tapahtumaan. Maanantaiaamut ja perjantai-iltapäivät ovat yksiä haasteellisimpia ajankohtia tapahtumille. Esimerkiksi mökkeilykautena perjantai-illat eivät ole mökkeilijöiden suosimia. Osallistujilla saattaa muutenkin olla viikonloppuisin menoa, jolloin keskelle viikkoa sijoittuva tapahtuma saattaa olla otollisin. (Vallo & Häyrinen 2016, 176.)

Alkuvuodesta tapahtumia järjestetään vähemmän, joten niille on silloin erinomaisesti tilaa. Keväisin pidetään pitämättömiä lomiam, joten tapahtumille jää vähemmän aikaa. Toukokuu on erinomainen tapahtumakuukausi lukuun ottamatta koulujen päättäjaisviikonloppua. (Vallo & Häyrinen 2016, 176.)

Tapahtuman ajankohtaa mietittäessä tulee kiinnittää huomiota myös organisaation henkilökuntaan, joiden odotetaan toimivan tapahtuman isäntinä tai emäntinä. Jos isännän rooliin halutaan panostaa, ei ole järkevää suunnitella tapahtumaa organisaation kiireisimpään aikaan tai lomakaudelle. (Vallo & Häyrinen 2016, 176.)

#### 4.7 Budjetointi

Ammattilaisellekin voi olla erittäin hankalaa luoda täsmällinen budjetti. Se muuttuu jo alkuvaiheessa liian vaativaksi, jos budjetointi ei pohjautu faktaan, eikä sille ole luotu selkeitä rajoja. Uuden budjetin laatiminen on huomattavasti helpompaa, jos käytettävissä on vanhoja jo toteutuneita budjetointimalleja. Tieto tulevasta auttaa budjetoinnissa. Tuloja ja menoja voidaan joko asettaa todellisuutta ylittäviksi tai alittaviksi. Budjetilla voidaan olettaa tulojen määrää, sekä löytää ne kohdat, joissa voidaan säästää. Budjetilla on tapana ylittyä ja niiden arviot perustuvat olettamiin. Projekteilla ei ole tapana kaatua rahoituksen puutteeseen, sillä budjetin ylittyessä rahoitusta etsitään lisää muualta. Budjetoinnin seuranta auttaa budjettia elämään muutosten mukana. (Hurme & Österberg-Hurme 2017, 72-73.)

Jotta kustannuksia voidaan tutkia, tulee ymmärtää niiden aiheuttajat. Myös niiden tekijät, eli muutosten aiheuttajat, tulee kyetä hahmottamaan. Ennustaminen on huomattavasti helpompaa, kun tietoa siihen liittyvistä asioista on riittävästi. Ennustaminen ei ole koskaan varmaa ja virheetöntä, mutta se on tärkeä osa liiketoimintaa. (Pellinen 2006, 153.)

Budjetointia laaditaan yhtä harmillisen usein menneisyyteen perustuvilla opeilla, enemmän kuin nykyaikaisilla pikaisesti vaikuttavilla ja ketterillä toimenpiteillä. Budjetointi sisältää myös haittatekijöitä, jotka usein pohjautuvat oman hyödyn saavuttamiseen. Budjetointia usein kyseenalaistetaan kaikilla organisaatiotasoilla. Budjetin tulisi olla työkalu, jota

hyödynnetään, eikä toimintaa ohjaava ja määräävä tekijä. Hyvällä budjetoinnilla saavutetaan tulosta. (Åkerberg 2017, 18-19.)

Valtavat organisaatiot panostavat nykyään ketterään ja mukautuvaan tapaan hallita toimintaansa. Toiminnalla pyritään tuottamaan yhä enemmän arvoa ja liiketoimintamallit ovat muuttumassa tähän painottaviksi. On yrityskohtaista, miten ja mihin resursseja käytetään. Tavanomaista budjetointia on karsittu monelta osin ja sen on korvannut liiketoimintasuunnitelma. Yksiköiden on tavanomaisessa mallissa tullut noudattaa vahvasti määriteltyjä ohjeita. Jos toimintaympäristö on stabiili ja helposti ennustettavissa, on tavanomainen budjetointi toimiva tapa. Muutoksiin vastaava juokseva budjetointi on kuitenkin syrjäyttämässä tavanomaisen mallin, sillä se toimii ketterästi muutosten sattuessa kohdalle. (Lehtonen 2007, 44-46.)

Budjetointi on yksi tärkeimmistä johtamisjärjestelmistä. Budjetointia luodaan omaan käyttöön ja sen tarkoituksena on luoda tavoitteita. Sitä on mahdollista käyttää myös manipulointiin. Esimerkiksi johdon tavoittelemiin palkitsemisjärjestelmän palkkioihin päästään helpommin käsiksi, kun budjetti on rakennettu todellisuutta löyhemmäksi. Ylimmälle johdolle tulee haasteita budjetointiin ennusteista, muutoksista liiketoimintaympäristössä, maksettavista bonuksista sekä tavoitteista. (Åkerberg 2017, 38-39.)

#### 4.8 Markkinointi

Onnistuneessa markkinoinnissa kirjoittamisella on tärkeä osuus. Ajatusten kirjoittaminen esimerkiksi muistilapuille on hyödyllistä kahdelta osalta: se muistuttaa tekemättömistä asioista, sekä saa aikaan ideoiden muokkaantumisen. Kaikki asiakastyytyväisyyteen liittyvä tulisi kirjata muistiin. Muistiinpanojen tulisi sisältää aikataulu, talousarvio sekä mitattavuudessa käytettävä järjestelmä. Aikatauluja tulisi käyttää ja päivittää aktiivisesti. Näin myöhästelyt voidaan välttää. Kun markkinointisuunnitelmaan palataan säännöllisesti, kyetään sen virheet hioa pois ennen ongelmien muodostumista. Tällöin myös kaikki fokus pysyy markkinoinnissa. (Lesonsky & Anderson 2000, 26.)

Brändiä on mahdollista kuvailla samanlaisilla adjektiiveilla kuten ketä tahansa henkilöä. Näin brändäyksessä voidaan hyödyntää persoonallisuutta ja kyetään erottumaan joukosta. Tähän tietysti vaikuttavat myös tavoitteet ja missiot, eli tulevaisuuden näkymät. (Chydenius 2001, 77.)

Tunnettuuden kasvattaminen, asiakkaan aktivointi tai kilpailutilanteelliseen toimenpiteeseen vastaaminen ovat taktista mainontaa. Esimerkkejä taktisesta mainonnasta ovat alennukset, arvonnat ja ilmaislahjat. (Chydenius 2001, 80.)

Tapahtuman avulla voidaan luoda tai voimistaa yrityksen imagoa. Tapahtumassa yritys ja sen kohderyhmä yhdistyvät ja jotta haluttu kohderyhmä saadaan tavoitettua, tarvitaan tapahtumamarkkinointia. Tapahtumamarkkinointi on tapahtuman ja markkinoinnin kombinaatio. Markkinointi on käsitteenä erittäin mittava. Markkinoinnin avulla yritys yhdistyy sen sisäisiin, että ulkoisiin sidosryhmiin. Markkinointi on sijoittamista asiakassuhteisiin. Yritys tavoittelee markkinoinnin avulla asiakkaita, joista on tarkoitus kehittyä kanta-asiakkaita ja suosittelijoita. (Vallo & Häyrinen 2016, 21-22; Viitala & Jylhä 2013, 91.)

Tapahtumassa tarvitaan markkinointiviestintää, jonka avulla tavoitetaan haluttu kohderyhmä ja tapahtumalle saadaan näkyvyyttä. Markkinointiviestintä suunnitellaan tapahtuman luonteen mukaan koko tapahtumaketjulle. Suunnitelma osoittaa tapahtuman graafisen ilmeen, sosiaalisen median tunnisteet sekä tapahtuman sanoman. Suunnitelmasta tulee käydä ilmi myös tapahtumamarkkinoinnin eri vaiheet, eli miten tapahtumaa markkinoidaan ennen, sen aikana ja sen jälkeen. Markkinointiviestintäsuunnitelma muodostuu neljästä keskipisteestä, jotka Vallon ja Häyrisen (2016, 69) mukaan ovat "sisäinen markkinointi, mediamarkkinointi, suoramarkkinointi ja markkinointi sosiaalisessa mediassa".

Sisäinen markkinointi välittää kaiken tarvittavan tiedon tapahtumasta organisaation sisällä. Sisäinen markkinointi on merkittävässä asemassa, kun järjestetään tapahtumaa. Selkeä viestintä organisaation sisällä takaa, että jokainen tapahtuman kannalta tärkeä henkilö on perillä tapahtuman kulusta. Organisaation sisällä kulkevat asiat välittyvät helposti esimerkiksi intranetin kautta. (Vallo & Häyrinen 2016, 70.)

Tapahtuman lehti-, radio- ja TV-mainokset ovat mediamarkkinointia. Erityisesti ikääntyneet henkilöt saadaan tavoitettua hyvin ilmaisjakelulehdillä. (Vallo & Häyrinen 2016, 70.)

Suoramarkkinoinnin tarkoituksena on tavoittaa ihmiset suoraan yleisesti sähköpostin välityksellä tai perinteisesti postitse lähetetyllä kirjeellä suoraan kotiin tai työpaikalle. Erityisesti henkilökohtaisesti osoitettu kirje lisää houkuttelevuutta tapahtumasta. (Vallo & Häyrinen 2016, 70.)

Sosiaalinen media voidaan omaksua osaksi markkinointiviestintää, kun se saavuttaa varsinaiset kohderyhmät ja on tapahtuman kannalta merkityksellistä. Erityisesti nuorison tavoittaa sosiaalisesta mediasta ja toimittajat Twitteristä. Kun sosiaalinen media omaksutaan organisaation markkinointiviestintään, on se pysyvä osa tapahtuman etenemisessä. (Vallo & Häyrinen 2016, 71.)

Internetissä tapahtuvaa läsnäoloa, kommentointia ja tiedon välittämistä kutsutaan sosiaalisiksi mediaksi. Internet mahdollistaa ihmisten välisen vuorovaikutuksen sosiaalisessa mediassa. Yritykset ovat kasvattaneet näkyvyyttään sosiaalisessa mediassa, sillä se on nopeasti kasvava ala. Sosiaalinen media on yksi tärkeimmistä markkinoinnin kanavista yhä useammalle yritykselle. (Leino 2012, 114.)

Sosiaalisesta mediasta löytyy työkaluja yrityksen markkinointiviestintään, niitä oikein käyttämällä pystytään edistämään myyntiä ja kehittämään yrityksen brändiä varsinkin nuorten keskuudessa. Sosiaalinen media mahdollistaa yritykselle lähes maksuttoman markkinointikanavan sekä yhteyden asiakkaiden välille. Aktiivinen sosiaalisen median kanava saa paljon huomiota, kun seuraajat tykkäävät ja jakavat sen sisältöä eteenpäin. Vaikka huomiota saakin paljon, on muistettava sen holtittomuus, sillä toiset voivat ymmärtää viestit eri tavalla kuin on alun perin tarkoitettu. Yrityksen on tiedettävä miten toimia, jos väärinymmärryksiä tai negatiivisia viestejä kertyy sosiaalisen median kanaville. Kaikkia ei voi miellyttää ja valitettavasti aina löytyy joku, jota yrityksen tuotteet tai palvelut eivät miellytä. Tällaisia palautteita ei tule poistaa vaan ne pitäisi käsitellä asiallisesti ja niin pian kuin mahdollista. Asiakkaat odottavat yrityksiltä läpinäkyvyyttä ja rehellisyyttä, joten yrityksen sekä sen tuotteiden täytyy vastata juuri sitä mitä niistä kerrotaan. Yritys pystyy nostamaan omaa sosiaalisen median mainettaan olemalla aito. (Bergström 2015, 317-321.)

Seuraavaksi esitellään kaksi sosiaalisen median kanavaa, jotka ovat tämän opinnäytetyön kannalta sopivimmat.

#### 4.8.1 Facebook

Sosiaalisista medioista maailman käytetyin on Facebook. Se toimii internetin kohtauspaikkana miljoonille ihmisille. Sen sisältö perustuu videoihin, kuviin ja linkkeihin, joita ihmiset jakavat henkilökohtaisesta elämästään. Facebookissa rakennetaan oma verkosto, jossa seurataan ystäviä sekä heidän jakamiaan julkaisuja. Facebook mahdollistaa myös ryhmien tekemisen ja seuraamisen. Niitä luovat esimerkiksi julkisuuden henkilöt ja yritykset. (Pönkä 2014, 74.)

Facebookin kautta tapahtumalle voidaan luoda oma tapahtuma Facebookiin, niin että organisaatio pystyy hyödyntämään omaa Facebook-profiiliaan tapahtumasta viestimiseen. Isommille tapahtumille voidaan luoda oma Facebook-profiili, esimerkiksi jos tapahtuma on tarkoitus järjestää vuosittain. Toisinaan potentiaalisten kohderyhmien tavoittelu onnistuu pelkästään aktiivisilla statuspäivityksillä organisaation omilla Facebook-sivuilla. (Vallo & Häyrinen 2016, 103.)

#### 4.8.2 Instagram

Instagram on medianjakopalvelu, joka on kehitetty erityisesti mobiililaitteille. Se mahdollistaa käyttäjien reaaliaikaisten valokuvien ja lyhytvideoiden lataamisen sovellukseen. Niitä voidaan myös muokata käyttäen erilaisia sovelluksen sisältämiä tehosteita. Instagramissa luodaan profiili, joka voidaan luoda julkiseksi tai yksityiseksi. Yksityisen profiilin käyttäjän tulee itse hyväksyä seuraajat. Julkisen profiilin käyttäjä sallii profiilinsa sisällön jokaisen saataville. Seuraajat luovat sosiaalisen verkoston. (Pönkä 2014, 100.)

Tapahtumaa voidaan mainostaa Instagramissa kuvien ja videoiden avulla, joko organisaation omalla Instagram-profiililla tai luomalla oma profiili tapahtumalle. Instagramin kautta tavoittaa erityisesti nuoret. Tapahtumalle voidaan saada isosti huomiota käyttämällä julkaisuissa hashtageja eli aiheanoja. Käyttäjät voivat lisätä hashtageja julkaisuihinsa, jolloin toiset käyttäjät löytävät julkaisut hakiessaan kyseistä hashtagia. Tapahtumaa voidaan mainostaa esimerkiksi käyttämällä hashtagia #meidäntapahtuma, jolloin kaikki tapahtumaan liittyvät julkaisut löytyvät kyseisen hashtagin alta. (Pönkä 2014, 151.)

#### 4.8.3 Ilmoittautuminen

Tapahtumaan voi ilmoittautua puhelinsoitolla, sähköpostilla, tekstiviestillä tai kirjeellä. Nykyisin on tavallista ilmoittautua organisaation internetsivujen tai erillisen tapahtumanhallintapalvelun kautta. Eri ilmoittautumistapoja on hyvä olla ainakin kaksi, jolloin vastaanottajalla on varaa valita itselleen sopivin.

Sähköpostitse ilmoittautuminen on erittäin suosittu tapa. Monille sähköpostin tai tekstiviestin lähettäminen on näppärä keino asioiden hoitamisessa. Ikäihmisille sähköpostin käyttö ei ole välttämättä tuttua, joten he yleensä ilmoittautuvat mieluiten puhelimitse.

Ilmoittautumistapoja on monia, mutta tutustumalla omaan kohderyhmään löytyy oikea kanava ilmoittautumiseen. (Vallo & Häyrinen 2016, 162.)

Yksinään kutsu ei riitä sitomaan kohderyhmää tapahtumaan. Apuna voidaan käyttää viisivaiheista kutsuprosessia. Ensin lähetetään ennakkokutsu, jolla toivotaan vastaanottajaa varaamaan päivä kalenterista tapahtumaa varten. Ennakkokutsun jälkeen voidaan lähettää varsinainen kutsu, yleensä noin 2-3 viikkoa ennen tapahtumaa. Ilmoittautumisesta lähetetään kiitosviesti. Varmistusviesti, jossa kerrotaan tapahtuman yksityiskohdat, lähetetään pari päivää ennen tapahtumaa. Tapahtumapäivänä voidaan lähettää vielä muistutusviesti mieluiten tekstiviestillä. (Vallo & Häyrinen 2016, 163.)

#### 4.8.4 Jälkimarkkinointi

Tapahtumasuunnittelussa ei pidä unohtaa jälkimarkkinointia. Se on oleellista tapahtuman onnistumisen kannalta. Tapahtuman luonne määrittää jälkimarkkinoinnin tavan ja jakelukanavat. Tapahtumamarkkinoinnissa on jatkuvasti oltava ajan tasalla sen sujuvuudesta. Tapahtumajärjestäjän on muun muassa seurattava menestyykö sosiaalisen median mainos. Menestymisen kannalta on tärkeää, että mainosta jaetaan. Se kasvattaa ilmoittautujien määrää tapahtumassa. (Vallo & Häyrinen 2016, 69-72.)

#### 4.9 Turvallisuus, lupa ja ilmoitusasiat

Tapahtumat ovat yleisötilaisuuksia, joista säädetään kokoontumislaisissa. Kokoontumislain 2 §:n mukaan yleisötilaisuus on luonnehdittu yleisölle avoimeksi huvitilaisuudeksi, kilpailuksi, näytökseksi tai muuksi vastaavaksi tilaisuudeksi. Kokoontumislain 3 §:ssä on määritelty, että yleisötilaisuus on organisoitava rauhanomaisesti vaarantamatta osanottajien tai sivullisten turvallisuutta ja loukkaamatta heidän oikeuksiaan. Myös ympäristöstä täytyy huolehtia tilaisuutta järjestettäessä. Kokoontumislain 12 §:n mukaan yleisötilaisuuden saa toteuttaa täysivaltainen henkilö, säätiö ja yhteisö. Vajaavaltainen voi järjestää yleisötilaisuuden yhdessä täysivaltaisen henkilön kanssa. (Paasonen 2013, 25.)

Monia asioita on otettava huomioon, kun järjestetään yleisötilaisuutta, kuten turvallisuus ja lupa-asiat. Kokoontumislain 13 §:n mukaan järjestäjän on pyydettävä järjestämispaikan omistajan tai haltijan lupa paikan käyttämiseen tilaisuutta varten. Kun tapahtumapaikan lupa on saatu, kannattaa seuraavaksi piirtää tapahtumapaikasta kartta, sillä viranomaiset vaativat sitä myöhemmin lupa-asioissa. Kartta on turvallisuuden kannalta tärkeä, koska siihen merkitään poistumistiet ja ensiapupisteet. (Paasonen 2013, 26.)

Kokoontumislaki 14 §:n mukaan järjestäjän täytyy tehdä yleisötilaisuusilmoitus poliisille vähintään viisi päivää ennen tilaisuuden alkamista. Mikäli tilaisuus ei aiheuta yleistä haittaa järjestykselle eikä se vaadi poliisilta ylimääräistä työvoimaa, voi poliisi hyväksyä ilmoituksen myöhemminkin. Ilmoitus tulee toimittaa tapahtumapaikan poliisille, joka tekee täytetyn ilmoituksen ja sen liitteiden perusteella yleisötilaisuuspäätöksen. Poliisi voi päätöksessään pyytää järjestäjää tekemään lisäselvityksiä esimerkiksi järjestyksenvalvonnan ja liikennejärjestelyjen suhteen. Päätös maksaa ja järjestäjän on noudettava se poliisilta ennen tilaisuuden alkamista. Pyydettyä ilmoituksen ja maksun voi hoitaa sähköpostin välityksellä. Ilmoitusta ei tarvitse tehdä, jos osanottajien määrä on pieni tai tilaisuuden luonne tai paikka ei velvoita erityisiä liikennejärjestelyjä tai järjestyksenvalvontaa. (Paasonen 2013, 26-27.)

Kokoontumislain 17 §:n mukaan järjestäjä on vastuussa yleisötilaisuuden turvallisuudesta. Kun tapahtuman perustiedot eli ajankohta, luonne ja tapahtumapaikka ovat tiedossa, kannattaa aloittaa yleisötilaisuuden riskien arviointi. Riskien arviointiin on suotavaa käyttää aikaa, sillä tiedostetut riskit voidaan minimoida ja parhaassa tapauksessa ne pystytään poistamaan kokonaan. (Paasonen 2013, 27-28.)

Pelastuslain 16 §:n mukaan yleisötilaisuuteen, joihin liittyy suuren osallistujamäärän tai muun syyn takia huomattava henkilö- tai paloturvallisuusriski on järjestäjän laadittava pelastussuunnitelma. Valtioneuvoston antaman asetus 3 §: mukaan pelastussuunnitelma täytyy laatia yleisötilaisuuteen tai tapahtumaan, jossa:

- 1) oletetaan olevan samanaikaisesti vähintään 200 henkilöä paikalla
- 2) on avotulta, iletulitteita tai muita pyroteknisiä tuotteita
- 3) poistumisjärjestelyt tapahtumapaikalla ovat tavanomaisesta poikkeavat
- 4) tapahtuman luonne saa aikaan merkittävää vaaraa ihmisille. (Paasonen 2013, 27-30.)

Tilaisuuden vaarat ja riskit on tultava ilmi pelastussuunnitelmasta, määrittää pelastuslain 16 §. Niiden mukaan määritellään turvallisuusjärjestelyt sekä annettavat ohjeet onnettomuuksien ehkäisemiseksi ja onnettomuus- ja vaaratilanteiden toimimiseen. Pelastussuunnitelma pitää toimittaa pelastusviranomaisille viimeistään 14 päivää ennen tilaisuuden alkamista. (Paasonen 2013, 30-31.)

Pelastusviranomainen palauttaa pelastussuunnitelman takaisin, mikäli turvallisuusohjeet ja järjestelyt ovat puutteellisia. Tarvittaessa pelastusviranomainen voi suorittaa myös palotarkastuksen pelastuslain 80 §:n mukaisesti. Jos tarkastuksesta löytyy puutteita, määrää pelastusviranomainen ne korjattavaksi. Toiminta voidaan myös kokonaan keskeyttää, jos havaitaan tulipalon tai muun onnettomuuden välitön vaara. (Paasonen 2013, 31.)

Normaali tapa on luoda kaikenkattava suunnitelma, joka sisältää lain velvoittaman pelastussuunnitelman. Monet erilaiset tapahtumat sisältävät samankaltaisia riskejä, mutta jokaiseen tapahtumaan on aina tehtävä yksilöity turvallisuusselvitys. Esimerkiksi monitoimihallissa järjestettävään juoksutapahtumaan voidaan lisäliitteellä yksilöidä juoksutapahtuman riskit, jolla täydennetään monitoimihallin omaa pelastussuunnitelmaa. Pelastussuunnitelman tehtävänä on toimia myös muistuttajana jäljellä olevista turvallisuuteen liittyvistä toimenpiteistä. Se auttaa hahmottamaan tapahtuman kulurakennetta ja ajankäyttöä. Pelastussuunnitelman tulee olla valmiina hyvissä ajoin, sillä siihen tulee kyetä tutustumaan etukäteen. Sen tulee sisältää selkeästi roolit ja allekirjoituksilla kyetään todistamaan jokaisen osallistuvan tahon tietävän suunnitelman sisällön. (Vuoripuro 2007, 20-21.)



Vapaaehtoistyö tarkoittaa henkilön suorittamaa työtä, jossa hän ei ole työsuhteessa tai ei saa korvaukseksi vastiketta. Suoritteet voivat kuitenkin olla täysin samoja, kuin vastiketta saavien työntekijöiden. Usein ajatus vapaaehtoistyöstä tulee vapaaehtoistyöntekijän puolelta.

Vapaaehtoistyö liittyy monesti henkilön arvomaailmaan ja kansalaistoimintaan.

Vapaaehtoistyöntekijöille on taattava samanlaiset työolosuhteet kuin työpaikalla työskenteleville työntekijöille. Näin työnantaja voi vaikuttaa työskentelyyn työnjohdollisesti, sekä täyttää omat velvoitteensa sopimuksesta. Vapaaehtoistyöntekijää ei voi hyväksikäyttää ilman seuraamuksia, sillä jos työskentely täyttää työsopimuksen ominaisuudet, sovelletaan työturvallisuuslakia täysimääräisesti. Vastapainoksi tälle, tulee vapaaehtoistyöntekijän noudattaa kaikkia työpaikan yhteisiä turvallisuusmääräyksiä ja suojalaitteita.

(Työterveyslaitos 2010, 89-90.)

Turvallisuutta tapahtumassa lisää kunnossa olevat vakuutukset. Järjestäjän onkin siis muistettava myös vakuutusasiat, varsinkin jos kyseessä on isompi yleisötapahtuma. Tilan vuokraajalla ja alihankkijalla on yleensä omat vakuutuksensa kunnossa, mutta myös tapahtuman järjestäjän on suotavaa olla vakuutettu. (Catani 2007, 59.)

Tapaturmavakuutus sekä tapahtumiin liittyvä vastuuvakuutus ovat vapaaehtoisia vakuutuksia. Tapahtuman talkooväki vakuutetaan tapaturmavakuutuksella ja vastuuvakuutus korvaa tapahtuman järjestämisestä aiheutuvat mahdolliset esinevahingot tai henkilövahingot. Isompiin tapahtumiin kannattaa ottaa molemmat vakuutukset. (Catani 2007, 59.)

Ensiapuvalmius tapahtumassa on järjestettävä paikallisten pelastusviranomaisten resurssien mukaan. Viranomaisille ilmoittaminen tapahtumasta on ensiarvoisen tärkeää, jotta kyettäisiin ennakoimaan mahdollisten sattumusten varalle. Ensiapuvalmiuden tarkoituksena on kasvattaa tapahtuman turvallisuutta, pienentää mahdollista julkiselle terveydenhuollolle aiheutuvaa kuormitusta ja parantaa tapahtuman mainetta vastuullisena tekijänä. (Vuoripuro 2007, 51.)

Jokaisen on lain mukaan autettava hätätilanteessa, mutta ensisijainen auttamisvelvollisuus tapahtumassa on tapahtumajärjestäjän määrittämällä työntekijöillä. Apua on hälytettävä, jonka jälkeen ennaltaehkäistään ongelmia ja autetaan ihmisiä. Jokaisen on tiedettävä roolinsa, jotta hätätilannekäyttäytyminen on mahdollisimman tehokasta. (Vuoripuro 2007, 64-65.)

#### 4.10 Onnistumisen arviointi

Tapahtuman onnistumista voidaan arvioida jo itse tapahtuman aikana havainnoimalla tapahtuman tunnelmaa. Catanin (2017, 138) mukaan onnistumista voidaan arvioida tapahtuman jälkeen tarkastelemalla viittä eri osa-alueetta, nämä osa-alueet ovat lueteltuina taulukossa 9 Onnistumisen arviointi tapahtuman jälkeen.

Elämyksellisyys	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Miten ohjelma onnistui? Jokaisen esiintyjän esittely</li> <li>• Paras ja heikoin esitys? Perustelut.</li> <li>• Miten syömä ja juomapuoli onnistui? Maistuiiko kaikille? Riittikö tarjottavat?</li> <li>• Oliko tapahtuma kokemus enemmän tai vähemmän kuin oli tarkoitus?</li> </ul>
Budjetti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Paljonko tapahtuma kokonaisuudessaan maksoi? Pitikö budjetti?</li> <li>• Paljon rahaa kului osallistujaa kohden mukaan lukien isännät ja oma yhteisö?</li> <li>• Kartuttiko tapahtuma osallistujien sosiaalista pääomaa? (oppimista, tietoa, verkostoitumista)</li> </ul>
Käytännönjärjestelyt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mitkä asiat sujuivat erittäin hyvin? (ruoka, ohjelma, tapahtumapaikka, tekniikka, järjestäjät?)</li> <li>• Mitkä asiat taas eivät sujuneet niin hyvin?</li> <li>• Onnistuiko työskentely yhteistyökumppaneiden kanssa?</li> <li>• Miten tapahtumatiimi suoriutui tehtävistään?</li> <li>• Kuinka tapahtuman vastuuhenkilöt onnistuivat tehtävissään?</li> </ul>
Myynti ja markkinointi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Onnistuivatko kaikki sovitut tapaamiset?</li> <li>• Saatiinko kohderyhmä tavoitettua markkinoinnin avulla?</li> <li>• Oliko myynti ja markkinointi tavoitteiden mukaista?</li> <li>• Onnistuiko sosiaalisen median markkinointi?</li> </ul>
Asiakassuhteen syventäminen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saapuivatko kaikki kutsutut paikalle?</li> <li>• Seurustelivatko vieraat keskenään?</li> <li>• Saatiinko uutta tietoa asiakkaista, työkavereista tai sidosryhmistä?</li> <li>• Vaikuttiko tapahtuma yrityksen imagoon? Puhutaanko yrityksestä kaupungilla?</li> </ul>

Taulukko 9 Onnistumisen arviointi tapahtumaan jälkeen (Catani 2017, 138.)

Tapahtuman onnistumista voidaan arvioida palautekyselyllä. Palautekyselyssä osallistujilta voidaan kysyä miten tapahtuma koettiin, täytyivätkö tavoitteet, olisiko jotain voitu tehdä toisin ja missä onnistuttiin parhaiten. Osallistujien antamaa palautetta verrataan tapahtuman tavoitteisiin. Palautekysely voidaan pyytää osallistujilta kirjallisena, lähettää sähköisesti sähköpostin tai sosiaalisen median kautta. Kirjallinen palaute kannattaa suorittaa

tapahtumapaikalla tapahtuman lopuksi. Vastausprosenttia voidaan kasvattaa pienellä arvonnalla palautekyselyn vastanneiden kesken. (Vallo & Häyrinen 2016, 225.)

Tapahtuman tuloksellisuus pystytään mittaamaan ROI-kaavalla eli return on investment (investoinnin tuotto). (Vallo & Häyrinen 2016, 61.)

$$\text{ROI} = \frac{\text{tapahtuman tuotto} - \text{tapahtuman kulut}}{\text{tapahtuman kulut}}$$

Tapahtuman ROI esitetään prosenttilukuna. Mitä suurempi prosenttiluku, sitä kannattavampi investointi on ollut. Negatiivinen prosenttiluku puolestaan kertoo, ettei investointi kannattanut. (Vallo & Häyrinen 2016, 61.)

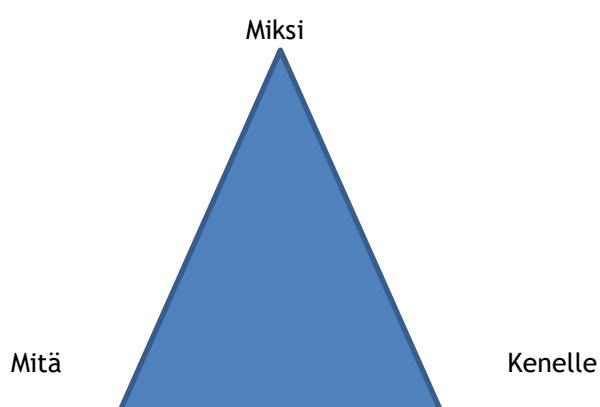
## 5 Toteutusvaihe

### 5.1 Porla juoksun suunnittelu

Tämän opinnäytetyön sekä varsinaisen tapahtuman suunnittelu alkoi elokuussa 2017, jolloin opinnäytetyön tekemistä ehdotettiin Pro Porla ry:lle. Ehdotus hyväksyttiin, jonka jälkeen tehtiin aiheanalyysi ja alustava aikataulutus opinnäytetyölle sekä Porla juoksu tapahtumalle.

Aikataulutuksen jälkeen aloitettiin Porla juoksun alustava suunnittelu, jonka apuna käytettiin strategisen ja operatiivisen kolmion kysymyksiä. Kolmion kysymyksiin pohdittiin yhdessä vastaukset ennen tapahtuman suunnittelua.

#### 5.1.1 Porla juoksun strategiset kysymykset



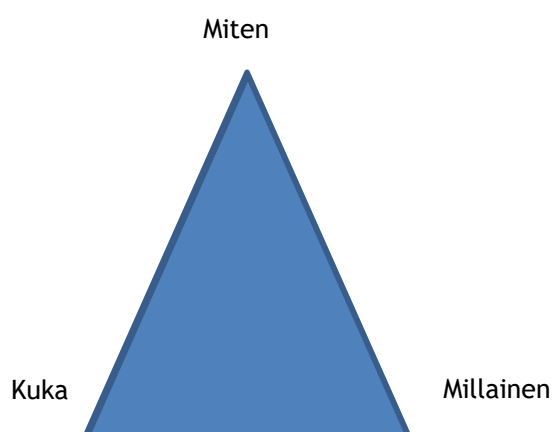
Kuvio 3 Porla juoksun strategiset kysymykset

Miksi Porla juoksu järjestetään? Varainkeruu ja Pro Porla ry:n näkyvyyden parantaminen olivat lähtökohtana Porla juoksun järjestämiselle.

Kenelle Porla juoksu järjestetään? Tapahtuman ensisijaiseksi kohderyhmäksi valikoitui lapsiperheet, mutta tapahtumaa lähdettiin suunnittelemaan kaikille juoksemisesta kiinnostuneille.

Mitä, missä ja milloin? Juoksutapahtuman idea lähti Karoliina Salmelan juoksuharrastuksesta. Koimme, että opinnäytetyö on paljon mielekkäämpää tehdä mielenkiintoisesta aiheesta. Halusimme tapahtumaan juoksun lisäksi oheisohjelmaan, mistä saimme idean arpajaisiin ja esityksiin. Tapahtuma päätettiin järjestää keväällä 2018 Porlassa yhteistyökumppaneiden avulla.

### 5.1.2 Porla juoksun operatiiviset kysymykset



Kuvio 4 Porla juoksun operatiiviset kysymykset

Miten Porla juoksu järjestetään? Saimme Pro Porla ry:ltä luvan toteuttaa tapahtuman suunnittelun itsenäisesti. Päätimme toteuttaa tapahtuman yhteistyökumppanien ja sponsorien avulla.

Millainen Porla juoksu järjestetään? Lapsiperheet toimivat tapahtuman pääkohderyhmänä ja siksi tapahtumaa lähdettiin suunnittelemaan iloisena koko perheen juoksutapahtumana. Tapahtuman avulla pyrittiin tavoittamaan kaikkia juoksemisesta kiinnostuneita.

Kuka Porla juoksun järjestää? Toimimme tapahtuman projektipäälliköinä, joten tapahtuman suunnittelu-, toteutus- sekä jälkimarkkinointityöt jaettiin välillämme tasan. Porla juoksu-tapahtumasta lopullisessa vastuussa on Pro Porla ry.

### 5.1.3 Porla juoksun SWOT-analyysi

Tarkastelimme Porla juoksu- tapahtumaa kokonaisuutena SWOT-analyysin avulla, kun tapahtuman alustava suunnitelma oli saatu valmiiksi. Taulukosta 10 ilmenee Porla juoksun sisäiset vahvuudet ja heikkoudet sekä ulkoiset mahdollisuudet ja uhat.

<p style="text-align: center;"><b>Vahvuudet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tapahtumapaikka</li> <li>• Markkinointi</li> <li>• Motivoitunut projektitiimi</li> <li>• Yhteistyökumppanit</li> <li>• Hyväntekeväisyys</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Heikkoudet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tapahtumapaikka</li> <li>• Henkilöstöpula</li> <li>• Budjetti</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Mahdollisuudet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jäsenmäärän kasvaminen</li> <li>• Varojen kertyminen</li> <li>• Näkyvyys</li> <li>• Imagon nouseminen</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Uhat</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sää</li> <li>• Kävijämäärä</li> <li>• Tappio</li> </ul>

Taulukko 10 SWOT-analyysi Porla juoksu

Tapahtumapaikkana toimiva Porla on upea luonnonkohde, mikä on yksi Porla juoksun vahvuuksista. Porla on pinta-alaltaan pienehkö tapahtumapaikka. Alue sisältää vesistön takia riskitekijöitä, kuten esimerkiksi veteen putoamisvaaran.

Markkinointi toteutetaan sosiaalisen median kanavia hyödyntäen, koska se on tehokkain tapa tavoittaa Porla juoksun kohderyhmät.

Motivoituneet yhteistyökumppanit ja projektitiimi ovat suuri vahvuus tapahtuman järjestämisessä. Mahdollinen riskitekijä on se, ettei henkilöstöä saada riittävästi tapahtumaan. Hyväntekeväisyys toimii tapahtuman vahvuutena, sillä se motivoi sponsoreita ja yksityishenkilöitä osallistumaan.

Tapahtuman budjetointi epäonnistuu, jos emme saa riittävästi sponsoreita ja yhteistyökumppaneita mukaan. Tapahtumassa ei voida jakaa palkintoja tai järjestää oheishjelmaa ilman sponsorien ja yhteistyökumppanien tukea.

Porla juoksu-tapahtumalla on paljon mahdollisuuksia. Tapahtuman onnistuessa Pro Porla ry:n imago paranee ja yhdistyksen jäsenmäärän uskotaan kasvavan. Onnistuminen lisää yhdistyksen järjestämien tulevien tapahtumien menestymismahdollisuuksia. Pro Porla ry kerää varoja tapahtuman osallistumismaksuilla sekä oheismyynnillä.

Porla juoksu on ulkoilmatapahtuma, joten huono sää on uhka menestymiselle. Sateinen sää voi vähentää merkittävästi kävijämääriä ja tapahtuma voi siksi jäädä tappiolliseksi. Hyvä sää parantaa mahdollisuuksia saavuttaa oletetut tavoitteet.

#### 5.1.4 Suunnittelusta toteutukseen

Kun Porla juoksu- tapahtuman tarkoitus ja tavoitteet saatiin asetettua, aloitettiin tapahtuman konkreettinen suunnittelu. Ensin valittiin päivämäärä tapahtumalle. Ajattelimme toukokuun olevan sopiva ajankohta juoksupahtumalle. Tapahtuma esiteltiin 5.9.2017 Lohjan kaupungille. Tapahtuman päivämääräksi varmistettiin 12.5.2018 ja se lisättiin Lohjan tapahtumakalenteriin. Tapahtuman toteutusvaihe aloitettiin päivämäärän varmistuttua.

Tapahtuman suunnittelu- sekä toteutusvaiheessa pidetyissä tapaamisissa jaettiin ideoita ja työtehtäviä osallistuvien sidosryhmien kesken. Tapaamiset on eritelty taulukoksi (liite 1).

#### 5.1.5 Juoksureitin suunnittelu

Juoksureittien suunnittelu aloitettiin heti Porla juoksun idean synnyttyä. Juoksusarjat piti miettiä sopiviksi koko perheen tapahtumalle. Tutkimme aiemmin järjestettyjä juoksupahtumia, joista saatiin osviittaa juoksusarjoihin. Päädyimme viiteen eri juoksupahtumaan, jotka eroteltiin miesten ja naisten, sekä tyttöjen ja poikien sarjoihin (taulukko 11).

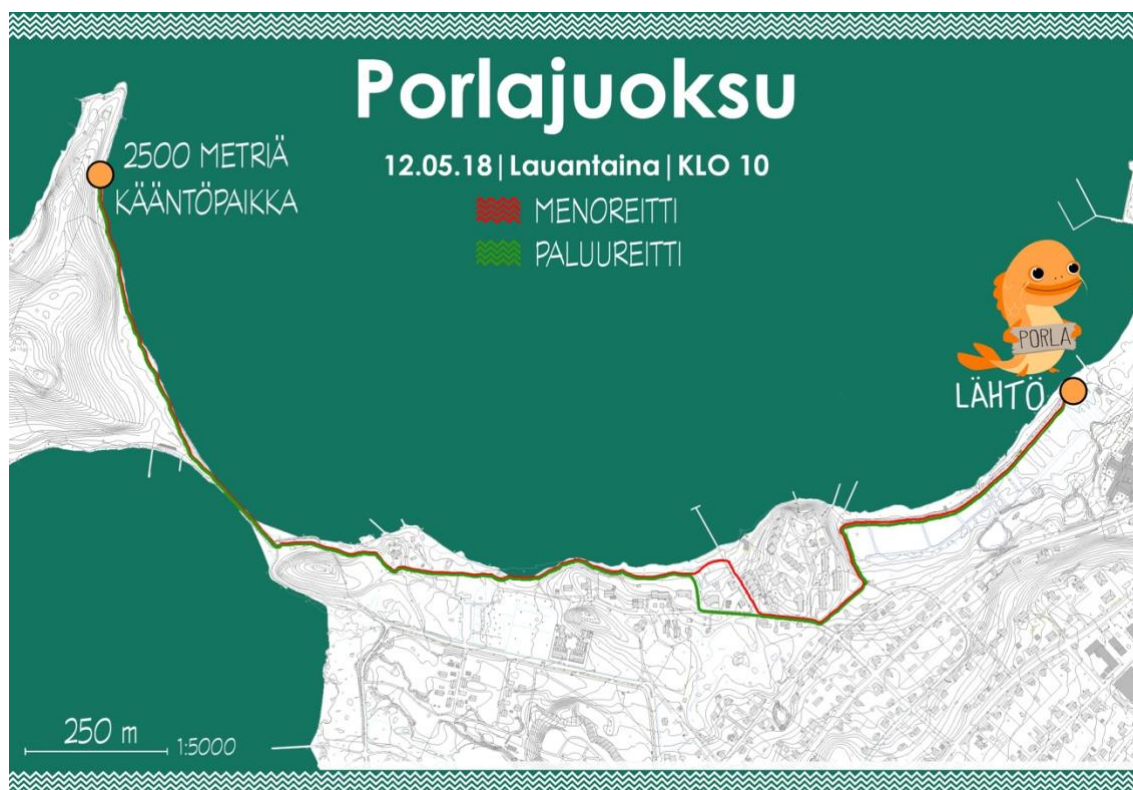
Juoksupahtuma	matka	hinta
miehet/naiset	10km	10€
miehet/naiset	5km	10€
alle 16v tytöt/pojat	5km	5€
alle 12v tytöt/pojat	400m	3€
alle 4v tytöt/pojat	40m	2€

Taulukko 11 Juoksupahtumat

Lastensarjat, 400 metriä ja 40 metriä, suunniteltiin Porlan alueelle. Viiden ja kymmenen kilometrin sarjoille suunniteltiin yhteinen reitti Porlasta Liessaareen ja takaisin. Kymmenen

kilometrin sarjassa reitti juostiin kahteen kertaan (kuva 1). Juoksumatkoja ei mitattu virallisesti, sillä viiden ja kymmenen kilometrin matkat mitattiin GPS-älykellon avulla.

Länsi-Uudenmaan urheilijat ry auttoi juoksureittien suunnittelussa, juoksukilpailun ilmoittautumisessa ja ajanoton järjestämisessä tapahtumapäivänä. Lohjan liikuntakeskus Oy:ltä saatiin reitin merkitsemistä varten kalkkikärryt ja lippusiimaa.



Kuva 1 Porla juoksun reittikartta

## 5.2 Porla juoksun tavoite

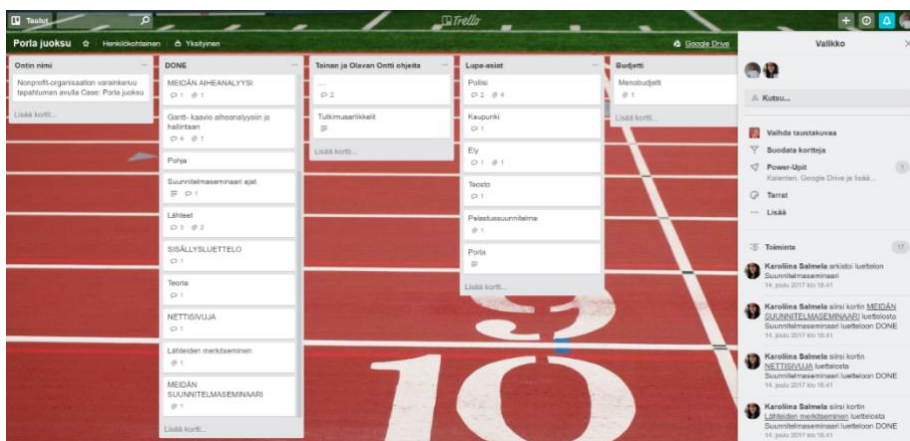
Porla juoksu- tapahtumalla pyrittiin mahdollisimman tuottoisaan varaingeruuseen, parantamaan yhdistyksen imagoa ja tuomaan Pro Porla ry:lle lisänäkyvyyttä. Tapahtuman avulla tavoiteltiin Pro Porla ry:lle lisää jäseniä. Juoksuun osallistuville henkilöille asetettiin sadan juoksijan tavoitemäärä, mikä oli puolet tapahtuman juoksupaikoista.

## 5.3 Projektinhallinta

Päätimme hallita projektia mahdollisimman joustavasti. Projekti rakennettiin kevyeksi, jotta sitä kyettiin mukauttamaan paremmin mahdollisiin muutoksiin. Projektia tarkisteltiin aktiivisesti, jotta kaikki sen sisältämät osa-alueet saatiin toimimaan ongelmitta. Jaoimme tasavertaisen päätäntävällän projektia koskevissa asioissa. Kaikki projektiin liittyvät asiat keskusteltiin ja päätettiin yhdessä.

Porla juoksulle luotiin oma taulu projektinhallintatyökalu Trelloon 31.8.2017. Trello valittiin pääsääntöiseksi projektinhallintatyökaluksi Porla juoksuun, sillä se oli tuttu työkalu meille molemmille. Porla juoksu- taulusta tehtiin yksityinen. Olimme taulun ainoat jäsenet ja toimimme molemmat taulun ylläpitäjinä. Taululle lisättiin kortteja, jotka nimettiin aiheisällön mukaan. Otsikoituja kortteja olivat esimerkiksi Budjetti, Lupa-asiat, Vakuutukset, Sponsorit, Markkinointi ja DONE. DONE- kortti erosi muista sisällöltään. Heti kun joku korteista oli saatu valmiiksi tai hyväksytyksi, siirrettiin se DONE- kortin sisällöksi. Näin projektia kyettiin hallinnoimaan ja keskeneräiset asiat saatiin helposti selville.

Kuva 2: Trello on kuvakaappaus projektinhallintatyökalu Trellost.



Kuva 2 Trello

Porla juoksulle luotiin Ganttin kaavio 5.9.2017. Sen avulla kyettiin alustavasti hahmottamaan aikataulua, työvaiheiden päällekkäisyyksiä ja niiden edistymistä. Ganttin kaaviossa jokainen työvaihe nimettiin ja sen alkamis- ja päättymisajankohta ilmoitettiin työvaiheen janalla. Ganttin kaaviota muokattiin projektiin tulleiden muutosten mukana.

Kuva 3: Ganttin kaavio on kuvakaappaus Excel-pohjaisesta projektinhallinnassa käytetystä kaaviosta.

Projektin suunnittelu, Porlan juoksu				Gantt- kaavio, alustava														
Tehtävä	Suunniteltu aloitus	Suunniteltu kesto	Todellinen aloitus	Todellinen kesto	Valmis	Viikko	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46
Aiheanalyysi	35	2	35	7	50%													
Suunnitelmassa	41	14																
Pöytä	45	4																
Elyn luvat	45	4																
Teoston luvat	9	2																
Kaupungin luvat	40	6																
Vakuutukset	35	10	35		50%													
Sponsorit / arpajaiset	40	15																
E-kalotteet	2	3																
Järjestyksenvalvojat	2	3																
Liikenteenohjaus	2	3																
Apulaiseti joontaja	40	10																
Markkinointi	40	10																
Ohjesmateriaali	40	10																
Palkinnot	40	10																
Tarvikkeet	40	10																
Budjetointi	37	10																
Ilmoittautumiset	2	15																

Kuva 3 Ganttin kaavio



Laurean Yrityslabran projektitiimi otettiin mukaan tekemään ja suunnittelemaan Porla juoksun oheistoimintaa. Heidän projektinsa toimi tapahtuman sivuprojektina, jonka tarkoituksena oli tukea Porla juoksua.

Yrityslabran projektitiimin projektipäällikkö Karri Nieminen loi Trelloon toisen taulun 27.11.2017. Taulu nimettiin Porlaksi ja sitä käyttivät kaikki Porla juoksuun osallistuvat Yrityslabran projektitiimin jäsenet. Jokainen tiimin jäsen kykeni katsomaan ja muokkaamaan Porla- taulua. Karri Niemisen tehtävänä oli toimia Yrityslabran projektipäällikkönä, joka raportoi suunnitelmista ja toteutusvaiheista meille. Me määräsimme työtehtävät ja loimme suunnitelmat, jotka Karri Nieminen delegoi tiimilleen. Tämän lisäksi Karri Nieminen oli lopullisessa vastuussa Yrityslabran buffetin järjestämisestä Porla juoksuun.

Karri Nieminen järjesti ensimmäisen Porla juoksuun liittyvän tiimitapaamisen 1.12.2017. Tapahtuma esiteltiin ja uusia ideoita esimerkiksi oheistoimintaan otettiin vastaan. Samalla kartoitettiin projektiin osallistujat. Yrityslabran projektitiimi koostui seuraavista henkilöistä: Karri Nieminen (projektipäällikkö), Hanna Isoranta (projektityöntekijä), Hanna Harju (projektityöntekijä), Mergim Bushi (projektityöntekijä) ja Paula Takkinen (projektityöntekijä).

Karri Nieminen piti meidät ajan tasalla muutoksista ja ideoista läpi koko projektin. Tapaamisia Karri Niemisen tiimin kanssa oli yhteensä viisi. Oheistoiminnan ja buffetin hallinnointi ja ideoiminen tapahtui helposti, sillä koko tiimi oli motivoitunut ja idearikas. Tämä helpotti valtavasti työtämme, sillä kykenimme delegoimaan operatiivisen tason työtehtäviä tiimin jäsenille.

Projektinhallintatyökalu Trello on yksinkertainen ja helppo työkalu, joka mahdollisti projektin joustavan ja nopean hallinnoinnin. Kaikki tarvittava tieto saatiin Trellon avulla reaaliajassa kaikille projektiin kuuluneille. Trellolla kykenimme myös sitouttamaan projektityöntekijät aikatauluihin, sillä se toimi muistuttajana tekemättömistä töistä.

#### 5.4 Porla juoksun kohderyhmä

Ensimmäinen kysymys Porla juoksun kohderyhmää mietittäessä oli, kuinka saisimme juoksijat osallistumaan tapahtumaan. Toinen kysymys oli, kuinka houkuttelisimme kävijöitä, jotka eivät olisi kiinnostuneita juoksemisesta.

Porla juoksua suunniteltiin alustavasti koko perheen tapahtumaksi, joten ensisijaisena kohderyhmänä olivat lapsiperheet. Porla on lojhalaisille lapsiperheille ennestään tuttu tapahtumapaikka, joten tapahtumaa oli helppoa lähteä suunnittelemaan tältä pohjalta.

Tapahtuman toinen kohderyhmä oli kaikenikäiset ja -tasoiset juoksijat. Kolmanneksi kohderyhmäksi valikoituivat satunnaiset vierailijat, eli henkilöt, jotka saapuvat tapahtumaan ilman etukäteisilmoitusta. Taulukkoon 12 kohderyhmät on kirjattu jokaisen valitun kohderyhmän kohdalle, miten heidät tavoitetaan ja mitä heille tapahtumassa tarjotaan.

Porla juoksu kohderyhmät		
Kohderyhmä	Miten tavoitetaan	Mitä tarjotaan
Lapsiperheet	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sosiaalinen media</li> <li>– Ilmoitustaulut</li> <li>– lehdet</li> <li>– koulut</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– juoksusarjat kaiken ikäisille</li> <li>– buffet</li> <li>– palkinnot</li> <li>– edulliset hinnat</li> <li>– oheisohjelma</li> </ul>
Juoksijat	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sosiaalinen media</li> <li>– Juoksija.fi - internetsivusto</li> <li>– promotilaisuudet</li> <li>– lehdet</li> <li>– ilmoitustaulut</li> <li>– yhteistyökumppanit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– juoksusarjat</li> <li>– palkinnot</li> <li>– upea juoksureitti</li> <li>– edulliset hinnat</li> <li>– huolto</li> </ul>
Satunnaiset vierailijat	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sosiaalinen media</li> <li>– ilmoitustaulut</li> <li>– lehdet</li> <li>– promotilaisuudet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– buffet</li> <li>– oheisohjelma</li> <li>– ilmainen sisäänpääsy</li> </ul>

Taulukko 12 Kohderyhmät

#### 5.4.1 Lapsiperheet

Lapsiperheet olivat tapahtuman suurin kohderyhmä ja heidät tavoitettiin helposti. Ensisijaisesti lapsiperheitä lähdettiin tavoittamaan sosiaalisen median kanavien, tässä tapauksessa Facebookin ja Instagramin, kautta. Tutkimukset osoittavat, että Facebook ei ole enää pelkästään nuorten käyttämä kanava, vaan sen käyttö on lisääntynyt vanhempien ikäluokkien keskuudessa. Lapsiperheitä tavoiteltiin Facebookissa Pro Porla ry:n omien sivujen kautta sekä eri Facebook -ryhmistä. (Sosiaalinen media 2017: voittajat ja häviäjät 2017.)

Kauppojen ja kaupungin yleiset ilmoitustaulut sekä ilmaisjakelulehdet ovat kaikkien nähtävillä, joten myös lapsiperheitä tavoiteltiin tapahtumaan niitä hyödyntäen. Jaettavista mainoksista tehtiin värikkäitä, joten ne kiinnittivät varmasti monen vanhemman sekä lapsen huomion. Alakouluihin tehtiin tiedote tapahtumasta ja sitä pyydettiin lähettämään Wilman kautta oppilaiden vanhemmille.

Lapsiperheille tarjottiin juoksusarjaa, joka sopi kaikenikäisille ja -tasoisille. Juoksusarjat suunniteltiin niin, että perheen pienimmätkin kykenisivät osallistumaan tapahtumaan. Osallistumismaksut pidettiin alhaisina, jotta myös vähävaraisimmat perheet pystyivät osallistumaan tapahtumaan.

Tapahtuman oheishjelma suunniteltiin erityisesti lapsille sopivaksi. Keppihevosrata, arpajaiset, buffet ja Porlan miniolympialaiset tarjosivat lapsiperheille ohjelmaa juoksukisan päätyttyä.

#### 5.4.2 Juoksijat

Juoksijoiden saaminen tapahtumaan vaati hieman enemmän panostusta. Sosiaalinen media ja Juoksija.fi -internetsivusto, ilmoitustaulut sekä lehdet toivat tapahtumalle näkyvyyttä. Niiden kautta saatu näkyvyys ei kuitenkaan ollut riittävää. Juoksijoiden kiinnostus Porla juoksua kohtaan herätettiin promootiotilaisuuksilla ja yhteistyökumppanien avulla.

Juoksijoille piti kyetä tarjoamaan jotain tavallisesta juoksukilpailusta poikkeavaa. Porla juoksussa heille tarjottiin kilpailukykyinen, mutta edullinen juoksureitti upealla järvimaisemalla. Juoksijoita motivoitiin palkintojen avulla. Juoksusarjojen voittajat saivat mitalin lisäksi lahjakortin Tytyrin elämyskaivokseen. Tapahtuma sisälsi juoksijoille juoksun aikaisen sekä sen jälkeisen huollon. Juoksijoille järjestettiin tapahtumapaikalla tavaroiden säilytys, vesipiste, wc-tilat ja suihkut.

#### 5.4.3 Satunnaiset vierailijat

Alusta asti oli selvää, ettei Porla juoksu olisi pelkästään juoksutapahtuma. Tapahtumasta haluttiin luoda kaikille avoin. Sosiaalisessa mediassa, ilmoitustauluilla, lehdissä sekä promootiotilaisuuksissa houkuteltiin väkeä myös juoksijoiden ulkopuolelta. Buffet, oheishjelma sekä ilmainen sisäänpääsy toimivat vetonaulana monenlaisille kävijöille.

Porla juoksun juoksusarjoihin oli mahdollista ilmoittautua vielä tapahtumapäivänä tuntia ennen juoksun alkamista, joten satunnaisten vierailijoiden oli mahdollista osallistua myös juoksukilpailuun.

## 5.5 Porla juoksun sponsorointi ja yhteistyökumppanit

Pro Porla ry:n omien varojen käyttö pyrittiin minimoimaan, jotta varainkeruun tavoitteet täytettäisiin. Sponsorien ja yhteistyökumppanien kartoittaminen aloitettiin paikallisista yrittäjistä sekä tunnetuista suuryrityksistä. Jokaisen sponsorin tai yhteistyökumppanin tuli sopia tapahtuman teemaan. Me jaoimme yhdessä vastuun sponsorointiin ja yhteistyöhön liittyvissä kysymyksissä. Tapahtuman järjestämiseen sopivia yhteistyökumppaneita ja sponsoreita lähdettiin tavoittamaan esivalmistellun listauksen mukaisesti. Teimme sponsorointikirjeen (liite 1), jolla pyrimme houkuttelemaan yrityksiä mukaan Porla juoksuun.

Päätimme lähettää sponsorointi- ja yhteistyökirjeen useammassa eri vaiheessa.

Vastausprosentti ensimmäisessä vaiheessa oli 18,52% (5/27). Yhteistyökumppanuutta tarjoavia vastauksia oli kaksi kappaletta, eli 7,41% (2/27) vastauksista. Kieltäviä vastauksia oli kolme eli 11,11% (3/27) vastauksista. Vastausta vaille jäätettiin kahdessakymmenessä kahdessa tapauksessa eli 81,48%: ssa kaikista hakemuksista.

Kuva 4: Sponsorointi- ja yhteistyökumppanuuskirje on kuvakaappaus lähetetystä sähköpostiviestistä.

Hei!

Kartoitamme toiminnalliselle opinnäytetyöllemme yhteistyökumppaneita ja sponsoreita! Mukana tapahtumaa järjestämässä ovat jo Visit Lohja ry, SSO Oy, Yrityslabra (Laurea ammattikorkeakoulu), Lohjan Liikuntakeskus Oy, Finnish 100 Marathon Club ry, SPR Lohjan osasto ja Lohjan Seudun Latu ry. Vastineeksi osallistumisesta tarjoamme logonäkyvyyttä ja mahdollisuuden mainostaa omaa toimintaanne tai tuotteitanne tapahtumassa. Markkinointi aloitetaan tammikuussa ja se on sosiaalisen median kanaviin painottuvaa.

Opinnäytetyön nimi on Nonprofit-organisaation varainkeruu tapahtuman avulla Case: Porla juoksu. Tarkoituksena on kerätä varoja Pro Porla ry:lle juoksupahtuman avulla. Kaikki tapahtuman tuotto menee lyhentämättömänä Pro Porla ry: lle.

Tapahtuma toteutetaan täysin julkisena Laurea-ammattikorkeakoululle. Olemme parini Karoliina Salmelan kanssa pian valmistuvia liiketalouden tradenomeja.

Liitteessä on tietoa tapahtumasta, mutta ilomielin kerromme tapahtumasta yksityiskohtaisemmin kysyttäessä! Kiitos vastauksestanne jo etukäteen!

Joel Tanninen  
050 595 3625  
Laurea-ammattikorkeakoulu  
joel.tanninen@laurea.student.fi

Kuva 4 Sponsorointi- ja yhteistyökumppanuuskirje

Toiselle sponsorointikierrokselle päätimme ottaa mukaan ensimmäisellä kierroksella vastaamatta jättäneitä yrityksiä. Sen lisäksi mahdollisia sponsorointi- ja

yhteistyökumppaneita päätettiin kysyä meille tutuilta yrityksiltä, sillä ensimmäinen kierros oli ollut vastausprosentiltaan pettymys. Yritykset pyrittiin silti pitämään eettisesti yhteensopivina Porla juoksun kanssa.

Sponsorointi - ja yhteistyökumppanuuksia koskeva tapaaminen järjestettiin 5.1.2017. Tapaamisessa sovimme kahdenkesken mukaan pyydettävistä yrityksistä. Sponsorointi- ja yhteistyökumppanuuskirjettä lähetettiin kaikille ensimmäisellä kierroksella vastaamatta jättäneille sekä uusille valikoiduille yrityksille. Tämän lisäksi Hartwall Oy:n ja Paulig Konsernin internetsivuilla täytettiin sponsorointilomakkeet.

Aerial Oy lähti tukemaan tapahtumaa uutena sponsorina. Liikunta- ja Hyvinvointikeskus Aplico Oy vastasi nopeasti sponsorointikyselyyn. Heidän kysymyksiinsä vastattiin nopeasti, mutta yhteydenpito loppui, eikä se johtanut yhteistyöhön. Toisen kierroksen vastausprosentti oli 18,18% (4/22). Osallistuvien määrä prosentuaalisesti oli 4,55% (1/22). Kieltäviä vastauksia saatiin toisella kierroksella 9,9% (2/22). Ilman vastausta jäätettiin kahdeksassatoista tapauksessa, eli 81,82% hakemuksista jäi vaille vastausta.

Taulukko 13: Sponsorit ja yhteistyökumppanit on listaus yrityksistä, joilta haettiin sponsorointia tai yhteistyökumppanuutta.

Yrityksen nimi	Sponsorointitapa
Gym One Lohja	Ei sponsoroi
K-Citymarket Lohja	31 arpajaispalkintoa
SSO Oy	200€ lahjakortti
Bonne Juomat Oy	Ei sponsoroi
Kisakallio	Ei sponsoroi
Orkla Oy	Ei sponsoroi
Intersport Lohja	Ei sponsoroi
Lidl Suomi Ky	Ei sponsoroi
Tiliheseri Oy	Ei sponsoroi
Lohjan Autotalo Oy	Ei sponsoroi
Visit Lohja	Tytyrin elämyskaivos lahjakortteja
Liikunta- ja Hyvinvointikeskus Aplico Oy	Ei sponsoroi
Olvi Oyj	Ei sponsoroi
Säästöpankki Lohja	Ei sponsoroi
Sportia Lohja	Ei sponsoroi
Danske Bank	Ei sponsoroi
Lohjan Yrittäjät	Ei sponsoroi

Office plus	Ei sponsoroi
Hartwall Oy	Ei sponsoroi
Paulig Group	Ei sponsoroi
Orthex Oy	Ei sponsoroi
Länsi-Uusimaa	Ei sponsoroi
Kerabit Oy	Ei sponsoroi
Hesburger (Burger-In Oy)	Ei sponsoroi
Novago Yrityskehitys Oy	Ei sponsoroi
Fimaka Oy	Ei sponsoroi
Trendi Liikennekoulu (Nelitahti Oy)	Ei sponsoroi
Aerial Oy	300€ lahjoitus
Lohjan Liikuntakeskus Oy	Laitteistoa, kalusteita, työvoimaa
Länsi-Uudenmaan Urheilijat	Ajanotto, kalusteita, työvoimaa
Lohjan Seudun Latu ry	Liikenteenohjaus, laitteistoa, kalustoa
TheraFish	Elämystalajakortteja
Suomen 100+ Maraton Kerho	Työvoimaa, kalustoa
Laurean Yrityslabra	Pop-up buffet
www.juoksija-lehti.fi	Ilmaista mainosta
Apuomena ry / Kansalaistoiminnan keskus Lohja	Oheisohjelman järjestäminen
Lohjan seudun työttömät ry	Oheisohjelman järjestäminen
Jani Salmela Photography	Valokuvaus ja mainoskuvat
Nummelan OP:n jäätelökioski	Jäätelöt lapsille
Suomen Punainen Risti Lohjan osasto	Ensiavun järjestäminen
Sporttipalkinto T:mi	37,5% alennus mitaleista
Lihatukku Veijo Votkin Oy	Ei sponsoroi
Savuhovi Oy	Ei sponsoroi
Tapola Oy	Ei sponsoroi
Kivikylän Kotipalvaamo Oy	Ei sponsoroi

Taulukko 13 Sponsorit ja yhteistyökumppanit

Yhteistyökumppanien hankintaa jatkettiin puhelimitse, Pro Porla ry:n järjestämien kokouksien sekä henkilökohtaisten tapaamisten kautta. Yritimme vielä lopussa saada tapahtumaan erillisen makkarasponsorin, mutta yksikään kysytyistä yrityksistä ei lähtenyt mukaan.

## 5.6 Porla juoksun tapahtumapaikka ja ajankohta

### 5.6.1 Porla

Porla on Hugo Laguksen vuonna 1916 perustama kalanviljelylaitos Lohjalla. Porlan alueella on 16 luonnonravintolammikkoa sekä noin 1,1 hehtaarin kokoinen lehtoalue. Historiallisesti ja maisemallisesti nimekäs Porla on syntynyt Hugo Laguksen kädenjäljestä. Lammikot kaivettiin ihmisvoimin, penkereet rakennettiin hiekasta ja vedenpitävä seinä saatiin savesta. Laguksen aikaan alue oli runsaslähteinen ja kalanviljelylaitos luotiin pohjavesien varaan. Nykyään lähteisyyttä ei esiinny yhtä paljoa ja lammikot täytetään suurimmaksi osaksi järvivedellä. (Porlan historiaa 2018.)

Nykyään Porla toimii lähinnä kaupunkilaisten virkistyskohteena ja lammikossa uiskentelvat kultasäyneet ovat ainoastaan vierailijoiden ihasteltavina. Lammikoissa pesii myös useita vesilintuja ja keväisin Porla on usean luontokuvaajan kohteena.

### 5.6.2 Tapahtumapaikka ja ajankohta

Porla juoksu- tapahtuman ajatus lähti liikkeelle Porlasta, joten tapahtumapaikka oli itsestäänselvyys. Porlan maisemallisuus on tapahtumapaikan erityisvahvuus. Erityisesti ulkopaikkakuntalaisille Porlan alue tarjoaa eksoottisen elämyksen.

Porlassa on aiemminkin järjestetty tapahtumia, kuten Porlan Järviluontoseikkailu. Se saavutti huimat 1200 kävijää vuonna 2017. Tietoisuus aiemmista tapahtumista lisäsi varmuutta tapahtumapaikkaa kohtaan, vaikka alueen koko ja aluetta ympäröivät lammikot hieman lisäsivät haastetta.

Porlan vieressä sijaitsee Aurlahden uimaranta, jota hyödynnettiin tapahtumassa. Uimarannan lisäksi Aurlahdessa on iso nurmikkoalue, huoltorakennus ja kaksi suurta hiekkakenttää. Lohjan liikuntakeskukselta saatiin toinen hiekkakenttä käyttöön parkkialueeksi. Huoltorakennus toimi tapahtuman aikana wc- ja suihkutilana. Porlan alueella oli myös käytettävissä puucee.

Tapahtuma-alue sijoittui Porlan keskelle nuotiopaikan läheisyyteen. Porlan kartasta (Kuva 6) pystyy hahmottamaan tapahtuma-alueen, alueen koon ja sitä ympäröivät lammikot. Porlan läpimitta on noin 400 metriä. Porlan upea maisema ja lehto näkyy kuvasta 5 Porla.

Tapahtuman ajankohtaan vaikutti ensisijaisesti järjestäjien menot, opinnäytetyön valmistuminen sekä Lohjalla järjestettävät muut tapahtumat. Tapahtuman ajankohdaksi

valikoitui lauantai 12. toukokuuta 2018. Toukokuussa kasvillisuus kukoistaa ja luonto muuttuu kesäiseksi, joten Porlan maiseman kannalta toukokuu on erinomainen aika tapahtumalle.



Kuva 5 Porla, Kuva: Jani Salmela



Kuva 6 Porlan kartta: Jani Salmela

## 5.7 Porla juoksen budjetointi

Aloitimme budjetoinnin suunnitelman mukaisesti 11.9.2017. Ensin laadimme suuripiirteisen menobudjetin, joka toimi tapahtuman kokoluokan kartoittamisena Pro Porla ry:lle.



Budjetointi tehtiin Excel-tiedostoksi (liite 2), jotta sitä voitiin hallinnoida mahdollisimman helposti ja reaaliaikaisesti. Budjetointi eli tapahtuman edetessä.

Yhteistyökumppanien avulla saimme menobudjetin kustannuksia laskemaan. Listan menoista poistui tapahtumassa tarvittavia kalusteita, teltoja, ajanottolaitteisto, tienviitat, äänentoistolaitteisto ja kalkitsemiskärryt. Mitalit saatiin hankittua alennettuun hintaan. Suomen Punaisen Ristin Lohjan osaston lähteminen yhteiskumppaniksi sai kuluja laskemaan, sillä he järjestivät tapahtuman ensiavun ilmaiseksi.

## 5.8 Porla juoksun markkinointi

Onnistuneen tapahtuman taustalla ovat hyvä suunnittelu ja loistava markkinointi. Porla juoksun budjetti oli pieni, joten erillistä markkinointibudjettia ei ollut. Se ei kuitenkaan tarkoita, etteikö markkinointi voisi onnistua. Aloitimme markkinoinnin suunnittelun samaan aikaan tapahtuman suunnittelun kanssa. Tapahtumamainos tehtiin Canva-ohjelmalla (liite 3) jo syksyllä 2017. Myöhemmin tehtiin toinen mainos (liite 4), joka kuvasi paremmin tapahtuman ohjelmaa. Päätimme keskittää markkinoinnin sosiaalisen median kanaville. Sen lisäksi teimme mainoksia ja lentolehtisiä jaettaviksi muun muassa ilmoitustauluille. Porla juoksua mainostettiin myös erilaisissa promootiotilaisuuksissa.

Tapahtuman markkinointi aloitettiin 19.1.2018 Facebookissa, Instagramissa ja Pro Porla ry:n nettisivuilla. Yhteistyökumppanit osallistuivat markkinointiin jakamalla tapahtumaa omilla somekanavillaan. Lohjan liikuntakeskus Oy jakoi tapahtuman mainosta lisäksi Liikuntakeskuksen info-tv:ssä.

### 5.8.1 Sosiaalinen media

Porla juoksun sosiaalisen median markkinointi tapahtui Pro Porla ry:n Facebookissa ja Instagramissa. Porla juoksusta tehtiin Facebook-tapahtuma, joka antoi hyvin suuntaa tapahtumaan osallistuvien henkilöiden määrään. Ensimmäisen kahden viikon aikana Facebook-tapahtuma oli tavoittanut huimat yksitoistatuhatta henkilöä.



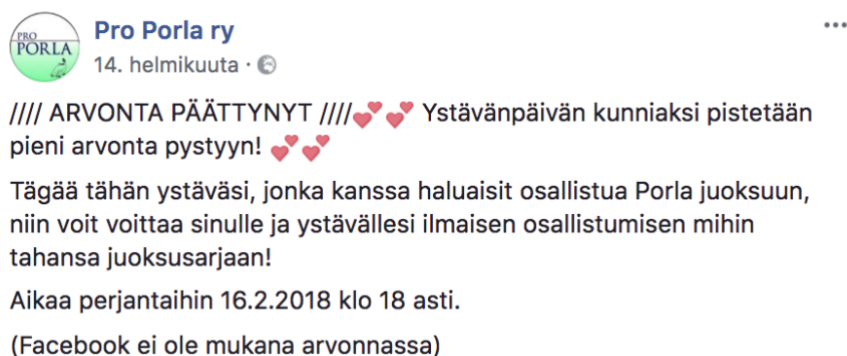
Kuva 7 Porla juoksu Facebook-tapahtuman kävijätiedot 8.4.2018 (Facebook 2018)

Sosiaalisen median markkinoinnin tavoitteena oli julkaista vähintään yksi päivitys viikossa molempiin kanaviin. Päivityksistä haluttiin iloisia ja hauskoja, elävyyttä saatiin kuvilla (liite 5), jotka valokuvaaja Jani Salmela kuvasi vapaaehtoisesti.

Sosiaalisessa mediassa näkyvyyttä saivat eniten arvonnat, joissa oli jaossa ilmaisia osallistumisia Porla juoksuun. Facebookissa julkaisuja jaettiin myös ryhmiin ja eniten näkyvyyttä saatiin lohjalaiset Facebook-ryhmän kautta.

The image shows a Facebook event page for "Porla juoksu" (Porla Run). The event is scheduled for Monday, May 12, 2018, from 10:00 to 14:00 at Järvikeskus Porla, Ojamonkatu 32, Lohja. The page shows 37 participants and 187 interested users. The event is organized by Pro Porla ry. The page includes a cover image with a cartoon fish holding a sign that says "PORLA", the event title "Porla juoksu", the location "Järvikeskus Porla", and the date and time "12. toukokuuta 2018 klo 10:00–14:00". There are also buttons for "Osallistun" (I'm going), "Jaa" (Share), and "Lisää kuva tai video" (Add photo or video).

Kuva 8 Porla juoksu Facebook-tapahtuma (Facebook 2018)



Kuva 9 Facebook-arvonta (Facebook 2018)

Instagramin näkyvyys ei yltänyt samalle tasolle Facebookin kanssa. Pro Porla ry:n Instagram-tilille saatiin 50 seuraajaa lisää, mutta julkaisut eivät siitä huolimatta keränneet paljoa tykkäyksiä. Instagramissa käytettiin hashtagia markkinoinnin apuna ja Porla juoksu sai myös oman #porlajuoksu hashtagin.



Kuva 10 Pro Porla ry Instagram (Instagram 2018)

### 5.8.2 Ilmoittautumiset

Järjestimme Porla juoksun ilmoittautumisen Google Forms -lomakkeella. (liite 6) Google Forms on Googlen tarjoama maksuton työkalu kyselylomakkeiden laatimiseen. Google Forms tarjoaa valmiin muokattavan pohjan, useita eri kysymysvaihtoehtoja ja reaaliaikaiset

vastaustiedot sekä kaaviot. Google Forms -palvelu edellyttää kirjautumisen Google-tilin kautta. (Google 2018.)

Google Forms -linkki liitettiin Pro Porla ry:n nettisivuille, minkä lisäksi sitä jaettiin Facebookissa tapahtumamainosten yhteydessä. Ilmoittautumisen jälkeen osallistujat saivat vahvistusviestin (Liite 7) sähköpostiin ja osallistujien tiedot kirjattiin Excel -taulukkoon. Viikkoa ennen tapahtumaa osallistujille lähetettiin muistutusviesti sähköpostitse. (liite 8)

### 5.8.3 Promootiotilaisuudet

Markkinoimme Porla juoksua myös promootiotilaisuuksissa. Ensimmäinen promootiotilaisuus oli Länsi-Uudenmaan urheilijoiden järjestämä Talvijuoksusarja-juoksukilpailu 10.maaliskuuta 2018 Lohjalla. Tapahtumassa jaettiin Porla juoksun esitteitä.



Kuva 11 Talvijuoksusarja 10.3.2018

Toinen promootiotilaisuus oli Terveystieto! Terveys- ja Hyvinvointimessut 14.huhtikuuta 2018 Lohjalla. Messuilla jaettiin Porla juoksun esitteitä, pidettiin Porla visa -tietokilpailu ja jaettiin tietoa Pro Porla ry:n toiminnasta.



Kuva 12 Porla juoksu messupiste

## 5.9 Porla juoksun turvallisuus-, lupa- ja ilmoitusasiat

Tapahtumassa päätettiin soittaa musiikkia, joten siihen tarvittiin lupa Teostolta (liite 9). Teostolle maksettiin musiikinkäyttösopimuksesta, joka kattaa pienen tapahtuman tarpeet.

Panostimme tapahtuman turvallisuuteen paljon. Kävimme yhteistyökumppaniemme kanssa palaverissa läpi kaikki reitillä esiintyvät mahdolliset ongelmakohtat. Otimme huomioon operatiiviseen toimintaan osallistuvien yhteistyökumppaniemme mielipiteet ja turvallisuuden kehityskohdat. Päätimme jaksottaa juoksijoiden lähtöjä, jotta kykenimme hallitsemaan juoksureitin ihmismääriä. Juoksijoiden lisäksi paikalle odotettiin paljon tapahtumaan tulevia ihmisiä, joten poistumis- ja saapumisreittien täytyi olla kunnossa. Lähtö- ja maalialue merkittiin selvästi. Juoksureiteillä käytettiin lippusiimoja, liikenteenohjaajia ja kalkitsemista, jotta reitiltä ei voisi harhautua. Juoksureitin riskikohdista varoitettiin kyltein.

Tapahtuman pelastussuunnitelmaan (liite 10) merkittiin vastuuhenkilöt ja se sisälsi muun muassa tapahtuman kartan. Pelastussuunnitelma lähetettiin sähköpostilla kaikille operatiivisen tason yhteistyökumppaneille 7.5.2018. Juoksulle laadittiin myös Kisainfo (Liite 11), jossa kerrottiin reitistä ja kehoitettiin pukeutumaan sään mukaan.

Me toimimme tapahtuman turvallisuuden vastuuhenkilöinä, minkä vuoksi päätimme hankkia tapahtumaan vapaaehtoisen vakuutuksen. Tällä tavoin tapahtuman riskejä saatiin vähentymään merkittävästi. Vakuutus kilpailutettiin Turvan, Fennian, Pohjolan ja If Vahinkovakuutuksen kesken. Paras tarjous saatiin Fennialta ja hyväksyimme tarjouksen nopeasti sen tultua.

**Seurojen ja tilaisuuksien vastuu**

	Vakuutettu toiminta: Porla juoksu 2018
	Osallistujamäärä: noin 1 000 henkilöä
	Vakuutuspaikka: Lohja, Vanha kalanviljelylaitos Porla.
Vakuutusmäärä	500 000 euroa
Omavastuu	800 euroa
Voimassa	5.5.2018 - 6.5.2018
	<u>Sovellettavat ehdot ja suojeleuheet</u> YT390, YT300, YT362

Kuva 13 Fennian vakuutus

**VAKUUTUSEHDOTUS**

Tiimi Lohjan, 010 5033920

490-7275463

24.08.2017

3

**YRITYSTURVAN VAKUUTUSTEN MAKSUT**

Vastuuvakuutukset	207,03	euroa
Yhteensä	207,03	euroa

Ehdotuksemme on voimassa tämänsisältöisenä 4.7.2018 asti.

Kuva 14 Fennian tarjous

### 5.10 Porla juoksu 12.5.2018

Porla juoksun käytännön järjestelyt alkoivat vauhdikkaasti tapahtumapäivää edeltävällä viikolla. Tapahtumaviikon järjestelyt luetellaan taulukossa 14.

Tapahtumaviikon järjestelyt		
Päivämäärä	Työtehtävä	Suorittaja

7.5.2018	Tapahtuma-alueen sekä aikataulun läpikäyminen, maali/lähtöpaikan ja kisakanslian sijainnin tarkastaminen	Karoliina Salmela, Juha Heinänen (LUU) ja Julius Westerberg (LUU)
8.5.2018	Hankintojen teko ja tarvikkeiden vienti Porlaan	Karoliina Salmela ja Jani Salmela
8.5.2018	Tietojen saanti ennakkomaksun suorittaneista juoksijoista Pro Porla ry:n sihteeriltä ja maksumuistutusten lähettäminen	Karoliina Salmela
9.5.2018	Tarvikkeiden kuljettaminen Porlaan	Toni Ojala (Lohjan liikuntakeskus), Santtu Hägg (Lohjan liikuntakeskus) ja Karoliina Salmela
10.5.2018	Tapahtuma-alueen siistiminen	Karoliina Salmela ja Jani Salmela
11.5.2018	Kylttien pystyttäminen tapahtuma-alueelle ja parkkipaikalle	Pille Hietala ja Karoliina Salmela
11.5.2018	Reitin merkitseminen lippusiimoilla	Karoliina Salmela ja Juha Nurmela (100+ maraton kerho)

Taulukko 14 Tapahtumaviikon järjestelyt

Tapahtuma-alueen järjestelyt aloitettiin yhteistyökumppanien kanssa aurinkoisessa ja lämpimässä säässä 12.5.2018 kello 7.00. Aluksi tapahtuma-alueelle pääsy estettiin virittämällä lippusiima Aurlahden veneenlaskupaikan hiekka-alueelle, jotta kykenimme aloittamaan tapahtuman järjestelyn. Jaoimme työtehtävät kaikille yhteistyökumppaneillemme. Työnjaosta ja tapahtuma-alueen muutoksista seuranneiden pienten erimielisyyksien jälkeen työt saatiin etenemään. Teltat, pöydät, äänentoistolaitteet ja muut oheistarvikkeet kasattiin nopeasti valmiiksi. Juoksureitin merkitseminen viimeisteltiin kalkitseamalla.

Kello 8.00 paikalle saapuivat Laurean Yrityslabran kaksi tiimiä, sekä arpajaispisteen ylläpitäjät. Keppihevosrata, Miniolympialaiset, Pop-up buffet ja arpajaispiste järjesteltiin valmiiksi ennen jälki-ilmoittautumisen alkamista. Määräsimme uusia työtehtäviä sitä mukaan,

kun asioita saatiin valmiiksi. Pidimme kaikille yhteisen pelastussuunnitelman ja yleisten turvallisuusohjeiden läpikäynnin Porlan nuotiopaikalla kello 8.35. Tämän jälkeen jaoimme kaikille yhteistyökumppaneillemme Porla -paidat, joita käytettiin tapahtumassa. Lohjan Seudun Latu ry vastasi tapahtuman liikenteenohjaamisesta, joka aloitettiin kello 8.55. Länsi-Uudenmaan Urheilijat ry:n vastuulla olivat kisainfo, jälki-ilmoittautuminen, juoksujen ajanotto ja tilastointi. Tapahtuman jälki-ilmoittautuminen saatiin alkamaan ajallaan kello 9.00, jolloin ensimmäinen jälki-ilmoittautunut osallistuja ilmoittautui mukaan juoksuun. Jälki-ilmoittautuminen loppui kello 10.45.

Ensimmäinen juostu juoksusarja oli alle 4-vuotiaiden lasten 40 metriä. Juoksupaikkana toimi Aurlahden ranta ja 12 osallistunutta juoksijaa juoksivat matkan yksi kerrallaan. Toisena juoksumatkana oli Porlassa juostu alle 12-vuotiaiden 400 metriä, johon osallistui 12 henkilöä. Tytöt ja pojat juoksivat alle 12-vuotiaiden 400 metrin juoksun erillisillä lähdöillä. Kolmantena juoksumatkana oli 5 kilometrin yhteislähtö, jossa kaikki 36 matkalle osallistunutta starttasivat samaan aikaan kello 11.00. Viimeisenä juoksumatkana oli tapahtuman päämatka, eli 10 kilometrin juoksu. Matkalle lähdettiin yhteislähdöllä 29 henkilön voimin kello 11.30. Sanni Liljeström ohjasi juoksijoiden alkulämmittelyt ennen jokaista lähtöä. Meidän vastuullamme oli vastata kokonaisuuden toimivuudesta ja ohjeistimme yhteistyökumppaneitamme koko ajan puhelimen välityksellä tai kasvotusten. Tiukka aikataulutusta aiheutti kiirettä ja onnistumispaineita, mutta saimme kaiken järjestymään sovittuina ajankohtina. Tapahtuman markkinointia hoidettiin päivittämällä sosiaalista mediaa reaaliaikaisilla tiedoilla ja kuvilla koko tapahtuman ajan. Taulukosta 15 selviää tapahtumapäivän kulku.

Tapahtuman aikataulu		
Kellonaika	Työtehtävä	Suorittaja
6:45	Paikan eristäminen lippusiimalla	Karoliina Salmela
7.00	Työtehtävien jako	Joel Tanninen, Karoliina Salmela
7.00	Jalkapallomaalien siirtäminen kentältä	Joel Tanninen
7.15	Telttojen kasaus	Joel Tanninen, Lohjan Seudun Latu ry, Länsi-Uudenmaan Urheilijat ry, Pekka Ilmarinen, Jani Salmela, Karri Nieminen, Karoliina Salmela
7.30	Äänentoistolaitteiden asentaminen	Lohjan Seudun Latu ry, Jani Salmela



7.30	Reitin merkitseminen kalkilla	Juha Nurmela, Juha Kemiläinen
7.45	Vesipisteiden täyttö	Joel Tanninen, Karoliina Salmela, Sanni Liljeström, Tiina Julkunen
8.00	Työtehtävien jako	Joel Tanninen, Karoliina Salmela
8.00	Arpajaispisteen järjestelyt	Maarit Lahtinen, Karoliina Salmela
8.00	Pop-up buffetin järjestäminen	Laurean Yrityslabra
8.15	Miniolympialaisten järjestäminen	Laurean Yrityslabra
8.20	Keppihevosradan teko	Joel Tanninen, Sanni Liljeström
8.35	Pelastussuunnitelman ja yleisten turvallisuusohjeiden tiedotustilaisuus	Joel Tanninen, Karoliina Salmela
8.45	Porla-paitojen jako	Joel Tanninen, Karoliina Salmela
8.45	Me&I -esittelijän opastaminen tapahtuma-alueelle	Karoliina Salmela
8.50	Äänentoistolaitteiston testaus	Lohjan Seudun Latu ry, Toni Ojala
8.55	Liikenteenohjauksen alkaminen	Lohjan Seudun Latu ry
9.00	Pihaleikkien ja keppihevosradan järjestäminen lapsille	Kanneljärven opiston opiskelijat
9.00	Info-pisteen valmistelut	Birgit Aittakumpu, Markku Kaukoranta
9.00	Jälki-ilmoittautuminen alkaa	Länsi-Uudenmaan Urheilijat ry
10.05	Alle 4-vuotiaiden 40m alkulämmittely	Sanni Liljeström
10.15	Alle 4-vuotiaiden 40m juoksun lähtö	Länsi-Uudenmaan Urheilijat ry

10.20	Jäätelöiden jako lapsille	Nummelan OP:n jäätelökioski, Joel Tanninen
10.25	Alle 12-vuotiaiden 400m alkulämmittely	Sanni Liljeström
10.30	Alle 12-vuotiaiden tyttöjen 400m juoksun lähtö	Länsi-Uudenmaan Urheilijat ry
10.35	Alle 12-vuotiaiden poikien 400m juoksun lähtö	Länsi-Uudenmaan Urheilijat ry
10.45	Jälki-ilmoittautuminen loppuu	Länsi-Uudenmaan Urheilijat ry
10.55	5 km juoksijoiden alkulämmittely	Sanni Liljeström
11.00	5 km juoksun lähtö	Länsi-Uudenmaan Urheilijat ry
11.20	10 km juoksijoiden alkulämmittely	Sanni Liljeström
11.29	10 km matkan ohjeistus	Länsi-Uudenmaan Urheilijat ry
11.30	10 km juoksun lähtö	Länsi-Uudenmaan Urheilijat ry
12.30	Haastattelu Ykköslohja - lehdelle	Joel Tanninen, Karoliina Salmela
12.45	Juoksijoiden arpajaispalkintovoittojen jako	Juha Nurmela
13.00	Meri Ilmarisen palkitseminen	Lohjan kaupunki, Lohjan Liikuntakeskus
13.15	Juoksijoiden palkinnonjako	Juha Nurmela, Joel Tanninen, Karoliina Salmela
13.30	Kiitokset tapahtumaan osallistujille	Juha Nurmela, Joel Tanninen, Karoliina Salmela
13.45	Haastattelu Länsi-Uusimaa lehdelle	Pekka Ilmarinen, Karoliina Salmela
14.00	Tapahtuma-alueen purku	Järjestäjät
15.30	Reitin siivoaminen lippusiimoista	Karoliina Salmela, Tiina Julkunen
16.00	Tavaroiden haku, roskien vienti	Lohjan Liikuntakeskus

17.00	Käteiskassan laskeminen, budjetointi	Karoliina Salmela
18.00	Kaikki järjestelyt saatu päätökseen	

Taulukko 15 Tapahtuman aikataulu



Kuva 15 Meri Ilmarinen. Kuva: Jani Salmela

Lohjan kaupunki palkitsi Lohja Liftingiä edustaneen Meri Ilmarisen EM-kisojen menestyksen johdosta Porla juoksussa kello 13.00. Kaupungin edustajana toiminut Laura Skaffari piti Merille kiitospuheen ja ojensi hänelle 2500 euron arvoisen shekin. Tämän jälkeen Lohjan Liikuntakeskuksen Juha Heinänen kiitti Meriä menestyksestä ja ojensi hänelle kukkakimpun. Porlan nuotiopaikan vieressä oli koko tapahtuman ajan esillä Merin henkilökohtainen työntönoston ennätys.



Kuva 16 Projektipäälliköt Joel Tanninen ja Karoliina Salmela ojentamassa miesten 10 kilometrin voittajalle pääpalkintoa. Kuva: Jani Salmela

Palkintojenjaon jälkeen kiitimme yhteistyökumppaneita ja tapahtumaan osallistuneita. Aloitimme tapahtuma-alueen siivoamisen ja purkamisen kello 14.00. Teltat, pöydät ja muut tarvikkeet pakattiin autoihin ja Porlan varastotiloihin. Reitti siivottiin lippusiimoista ja roskasäkit kasattiin Lohjan liikuntakeskuksen pakettiauton kyytiin. Tapahtuman siivoustyöt saatiin päätökseen kello 16.00. Tapahtumassa kertynyt käteiskassa laskettiin ja kirjattiin heti budjetointiin. Kaikki tapahtuman järjestelyt saatiin päätökseen kello 18.00.

#### 5.11 Porla juoksun onnistumisen arviointi

Porla juoksun tavoitteita olivat mahdollisimman tuottoisa varainkeruu, yhdistyksen imagon parantaminen sekä lisänäkyvyyden hankkiminen Pro Porla ry:lle. Varainhankintatapahtuman tavoitteiden kolme eri luokkaa ovat tulevaisuuteen sijoittaminen, välitön varainhankinta sekä lahjoittajien kiittäminen. (Fundraising events and challenges 2017.) Porla juoksu- tapahtuma oli tulevaisuuteen sijoittamista ja sen varainkeruu onnistui odotusten mukaisesti. Yhdistys sai paljon positiivista näkyvyyttä paikallisissa lehdissä sekä sosiaalisessa mediassa. Pro Porla ry:n imago, tunnettuus ja houkuttelevuus lahjoituskohteena kasvoivat onnistuneen tapahtuman avulla.

Kannattavuuden avulla pystyttiin osittain arvioimaan tapahtuman onnistumista, vaikka varainkeruu oli keskittynyt tulevaisuuteen.

Vallo ja Häyrinen esittelevät teoksessaan Tapahtuma on tilaisuus (Vallo & Häyrinen 2016, 61.) investoinnin kannattavuutta kuvaavan ROI-kaavan. Erinomainen tulos ROI-kaavalle on yli 15

prosenttia. (Alma talent 2018.) Taulukosta 17 ilmenee Porla juoksun kannattavuuden olleen erinomainen.

$$\text{ROI} = \frac{\text{tapahtuman tuotto} - \text{tapahtuman kulut}}{\text{tapahtuman kulut}}$$

Taulukko 16 ROI-kaava malli (Vallo & Häyrinen 2016, 61.)

$$\text{ROI} = \frac{946,64 - 810,3}{810,3} = 0,16825 \times 100 = 16,83\%$$

Taulukko 17 ROI-kaava Porla juoksu

Tapahtumasta saatiin runsaasti palautetta ja kommentteja. Palautteenanto ja kommentointi tapahtui sekä tapahtumassa, että sosiaalisessa mediassa.

Alla tapahtumasta saatuja Facebook-kommentteja.

- ”Kiitos mukavasta tapahtumasta.”
- ”Onnittelut voittajille ja kiitos tapahtuman järjestäjille!”
- ”Kiitos teille kaikille, jotka osallistuitte tapahtuman järjestämiseen ja ennen kaikkea sinulle Karoliina. Hauskaa oli ja ihan varmasti tullaan uudelleen, jos vain Porla Run tai vastaava järjestetään!”
- ”Mukava tapahtuma. Juoksureitillä iloisia oraizi-liivisii kannustajia. Mu eka kisa 10 vuoteen ja meinasin kuolla. Tykkäsin.”
- ”Mukavan leppoisa ja hyvin järjestetty ”pieni kyläkisa”. Ei mitään negatiivista sanottavaa. Keli oli rankka mutta tasapuolinen kaikille. Mukavampi juosta kuitenkin auringonpaisteessa kuin tuulisessa vesisateessa.”
- ”Helppo, tasainen reitti. Kuumuus vaan teki tepposet.” (Porla juoksu 2018.)

Lohjan Liikuntakeskuksen toimitusjohtaja Jukka Vienonen kehui Porla juoksun reititystä ja järjestelyjä. Olemme kuulleet tapahtumasta ainoastaan positiivisia kommentteja.

Paikallislehti Ykkös-Lohjassa kirjoitettiin Porla juoksusta positiiviseen sävyyn. Toimittaja haastatteli useita paikalla olleita henkilöitä. ”Rento ja kiva tapahtuma, jossa voi samalla nähdä kavereitakin. Mukavaa, että tällaisia jaksetaan järjestää. Tämä on hyvän mielen tapahtuma, jossa ei olla vakavalla naamalla, Lång sanoo.” (Porla juoksuun saavuttiin Savonlinnasta saakka 2018.)

Toimeksiantaja Birgit Aittakumpu arvioi tapahtuman onnistumista. Arviointi käsittelee tapahtuman elämyksellisyyttä, budjetointia, käytännön järjestelyjä, myyntiä, markkinointia sekä asiakassuhteiden syventämistä. (liite 12)

Budjetointi piti hyvin paikkansa sekä tulojen, että menojen osalta. Tapahtuman tulos oli odotettua parempi, vaikka Laurean Yrityslabran järjestämä Pop-up buffetti ei saavuttanut sille asetettuja tavoitteita. Yksi syy Pop-up buffetin huonolle tulokselle oli Lohjan Liikuntakeskuksen järjestämä ilmainen kahvi- ja pullatarjoilu. Lisäksi Pop-up buffetin järjestelyt aloitettiin liian myöhään, joten ennakkomainostamista ei voitu suorittaa. Yrityslabralaiset eivät saaneet tarjoilua järjestymään kokonaisuudessaan, joten jouduimme käyttämään SSO:n lahjoittamasta 200€ lahjakortista 176,25 euroa buffettiin. Pop-up buffetin myynti oli 127€, joten Pro Porla ry:lle kertyi buffetista tappiota 49,25 euroa. Osaa lahjakortilla tehdyistä hankinnoista voidaan hyödyntää Pro Porla ry:n tulevilla tapahtumilla. Buffetista koitunut tappio oli Porla juoksun mittakaavassa huomattava. Heikon tuloksen lisäksi Yrityslabralaisten keskuudessa oli vaisu tunnelma ja projektissa mukana olleet vaihto-oppilaat olivat todella passiivisia. Järjestäisimme tapahtuman buffetin tulevaisuudessa itse.

Juoksijoita saapui paikalle yhteensä 89 kappaletta. Juoksuun ilmoittautuneita oli 98 kappaletta, joten tulosta voidaan pitää tyydyttävänä. Ilmoittautuneista 95 juoksijaa maksoi osallistumismaksun. Käytännön järjestelyt onnistuivat erittäin hyvin. Tapahtuma-alueen rakentaminen oli nopeaa ja tehokasta työskentelyä. Juoksumatkoille ilmoittautuminen, lähettäminen ja juoksujen ajanotto sujuivat ilman ongelmia. Tapahtuman aikataulutus piti paikkansa, eikä yksikään lähtö myöhästynyt sovitusta. Liikenteenohjaus ja juoksijoille pidetyt alkulämmittelyt olivat ammattimaisesti hoidettuja. Juomapiste oli hoidettu esimerkillisesti, eivätkä juomat päässeet missään vaiheessa loppumaan.

Tapahtumaa tullaan jatkossa kehittämään yhä enemmän Porlan alueelle painottuvaksi. Luulimme tapahtuma-alueen olevan liian pieni juoksutapahtuman lähtö- ja maalialueeksi, mutta olimme väärässä. Ihmisten houkuttelevuus Porlaan vaikeutui huomattavasti, sillä lähtö- ja maalialueen ja tapahtuma-alueen välinen matka oli liian suuri. Välimatka aiheutti ongelmia myös tapahtuman juontamiselle. Tulevaisuudessa juoksumatkojen lähtöalue siirretään samalle alueelle tapahtuman kanssa. Jatkossa Porlan yläpihaa pyritään hyödyntämään enemmän.

Pro Porla ry:n hallitus piti palaverin 18.6.2018, jossa käytiin Porla juoksun palautekeskustelu. Yhdistyksen jäsenet kokivat tapahtuman onnistuneen erinomaisesti. Menestyksen koettiin kasvattaneen yhdistyksen tunnettuutta ja Porla juoksusta toivottiin jokavuotista tapahtumaa Porlan alueelle.

## 5.12 Työn eettisyyden pohdinta

Pyrimme opinnäytetyössämme rehellisyyteen ja avoimuuteen kaikkien projektiin osallistuneiden tahojen kesken. Ilmoitimme kaikille yhteistyökumppaneille ja sponsoreille työn olevan julkinen asiakirja. Vastasimme kaikkiin meille esitettyihin kysymyksiin todenperäisesti ja viipymättä. Kaikille tapahtumaan osallistuneille yrityksille ja yhdistyksille tarjottiin markkinoinnissa tasapuolista näkyvyyttä.

Työ tehtiin Pro Porla ry:lle, mutta avoimuutensa vuoksi muutkin tahot voivat sitä hyödyntää tapahtumajärjestämisessä. Olemme kertoneet kaikki työvaiheet rehellisesti ja virhetekoja pois jättämättä. Kehitysehdotuksissa käymme läpi asioita, joita tekisimme nyt toisin. Eettisesti on oikein ilmoittaa epäkohdista, jotteivat opinnäytetyötä hyödyntävät henkilöt toistaisi samoja virheitä.

## 5.13 Jälkivaihe

Tapahtuman jälkeisellä viikolla sosiaalisen median kanavilla jaettiin kuvia tapahtumasta ja Porla juoksun tulokset julkistettiin Pro Porla ry:n internetsivuilla. (liite 11) Länsi-Uusimaa ja Ykkös-Lohja kirjoittivat lehtijutun tapahtumasta. (Porla juoksuun saavuttiin Savonlinnasta saakka 2018.)

Jälkimarkkinoinnin jälkeen Porla juoksun kehitysehdotukset kirjattiin ylös ja tapahtuman jatkuvuutta alettiin suunnittelemaan.

## 6 Kehitysehdotukset ja yhteenveto

Projektin suunnittelua ja hallintaa voitaisiin kehittää tulevaisuudessa. Tämä lisäisi tapahtuman kustannustehokkuutta ja loisi siitä entistäkin kannattavamman. Tapahtuman suunnittelu tulisi mielestämme aloittaa vuotta ennen tapahtumaa, sillä nyt projektiin käytetty noin yhdeksän kuukautta oli todella tiukka aikataulu. Sponsorointiin voitaisiin tehdä muutoksia suunnittelemalla ja tarjoamalla niin sanottuja sponsoripaketteja. Sponsoripaketit tarjoaisivat portaittain kasvavaa näkyvyyttä ja mainontaa vastikkeeksi lahjoituksesta. Markkinointisuunnitelma voisi jatkossa olla hienojakoisempi ja maksettuja mainoksia voitaisiin kehittää keskittämällä niitä enemmän valittuun kohderyhmään. Pro Porla ry:n kannattaisi jatkossakin dokumentoida tapahtumat ja niiden onnistuminen.

Juoksumatkojen reititys onnistui erinomaisesti, sillä ohittaminen oli helppoa ja turvallista sekä tienviitoitus selkeää. Lähtö- ja maalialue oli huonosti sijoitettu, sillä tapahtuma-alueelle oli liian pitkä matka. Tapahtuma-alueen kävijämäärä olisi saattanut olla suurempi, jos lähtö- ja maalialue olisi sijainnut tapahtuma-alueella. Projektinhallinta ja opinnäytetyön

aikataulus onnistuivat loistavasti, vaikka tehtävää oli valtavasti. Laurean Yrityslabran projekti aiheutti ylimääräistä työtä, jonka takia järjestäisimme jatkossa buffetin tarjoilut itse. Vapaaehtoisia työntekijöitä olisi tullut rekrytoida huomattavasti enemmän ja aiemmassa vaiheessa projektia. Työtehtävien jakoa olisi pitänyt selkeyttää ja aikaistaa, sillä nyt monet työnkuvat olivat liian laaja-alaisia. Uusien jäsenten hankinta Pro Porla ry:lle jäi lähes kokonaan, sillä aika ja resurssit eivät riittäneet riittävän aktiiviseen toimintaan. Edellä mainittuja asioita korjaamalla tapahtuma saataisiin kokonaisuudeltaan toimivammaksi ja tehokkaammaksi.

Nonprofit-organisaation varainkeruu ei ole helppoa eikä yksittäinen varainkeruutapahtuma riitä kasvattamaan organisaation kannattavuutta tai imagoa riittävästi. Positiivisen imagon säilyttämiseksi Pro Porla ry:n tulisi tiedottaa toiminnastaan aktiivisesti ja toimia jatkossakin tapahtumajärjestäjänä. Aktiivinen ja toimiva yhdistys houkuttelee jäseniä sekä lahjoittajia.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli järjestää varainkeruutapahtuma Pro Porla ry:lle. Opimme valtavasti nonprofit-organisaation toiminnasta ja sen varainhankintamenetelmistä. Tapahtuman järjestäminen on vaativaa, vastuullista ja monipuolista projektityötä. Opinnäytetyön aikana projektityö- ja johtamistaitomme ovat kehittyneet erittäin paljon, sillä kummallakaan meistä ei ollut projektin alkuvaiheessa lähes lainkaan kokemusta tapahtuman järjestämisestä. Verkostoituminen ja lisänäkyvyyden saaminen hyödytti Pro Porla ry:n lisäksi myös meitä. Tapahtumalle asetettujen tavoitteiden saavuttaminen kertoo tapahtuman onnistuneen ja Porlan toimivan hyvin tapahtuma-alueena. Pro Porla ry voi perustellusti käyttää opinnäytetyötä sen varainkeruutapahtumien järjestämiseen.



## Lähteet

### Painetut lähteet

Bergström, S. 2015, Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita.

Berkun, S. 2006. Projektihallinnan Taito. Alkuperäinen nimi: The Art of Project Management. Kääntäjä: Jarmo Holttinen. Helsinki: Readme.fi.

Catani, J. 2017. Onnistunut yritystapahtuma. Helsinki: Alma Talent Pro.

Chydenius, L. 2001. Kansainvälinen viestintä: Yrityksen visioista käytännön markkinointiin. Helsinki: Fintra.

Clarkeburn, H. & Mustajoki, A. 2007. Tutkijan arkipäivän etiikka. Tampere: Vastapaino.

Hurme, S. & Österberg-Hurme, J. 2017. Kunnon liiketoimintaa - Hyvinvoinnista bisnestä. Oulu: Fitra Oy.

Iloranta, K. & Pajunen-Muhonen, H. 2008. Hankintojen johtaminen - ostamisesta toimittajamarkkinoiden hallintaa. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Juuti, P. 2010. Johtaminen voimavarana - Muutoksesta menestykseen. Jyväskylä: JTO-Palvelut Oy.

Laamanen, K. 2005. Johda suorituskkyä tiedon avulla - ilmiöstä tulkintaan. Helsinki: Suomen Laatu keskus Oy.

Laamanen, K. 2003. Johda liiketoimintaa prosessien verkkona - ideasta käytäntöön. Helsinki: Suomen Laatu keskus Oy.

Lehtonen, R. 2007. Taloustiedolla tulosta ja lisäarvoa. Helsinki: Talentum Media Oy.

Leino, A. 2012. Sosiaalinen netti ja menestyvän pk-yrityksen mahdollisuudet. Jyväskylä: Kopijyvä Oy.

Lesonsky, R. & Anderson, L. 2000. Start Right: 103 Start-Up Marketing Tips. Entrepreneur Press: ProQuest Ebook Central.

Lötjönen, S. 1999. Tutkijan ammattietiikka. Helsinki : Opetusministeriö.

Määttä, S. 2000. Tasapainoinen menestysstrategia. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Paasivaara, L. & Suhonen, M. & Nikkilä, J. 2008. Innostavat projektit. Helsinki: Suomen sairaanhoitajaliitto ry.

Paasonen, J. 2013. Yleisötilaisuuksien turvallisuus. Helsinki: Tietosanoma.

Pellinen, J. 2006. Kustannuslaskenta ja kannattavuusajattelu. Helsinki: Talentum Media Oy.

Persily, C. 2013. Team Leadership and Partnering in Nursing and Health Care. New York: Springer Publishing Company.

Pönkä, H. 2014. Sosiaalisen median käsikirja. Jyväskylä: Docendo Oy.

Ruuska, K. 2007. Pidä projekti hallinnassa - Suunnittelu, menetelmät, vuorovaikutus. Helsinki: Talentum.

Tikkanen, H. & Aspara, J. 2008. Projektimarkkinointi - Projektiliiketoiminnan asiakassuhteet, verkostot ja ansainta. Helsinki: Talentum Media Oy.

Työterveyslaitos. 2010. Työturvallisuuslaki - soveltamisopas. Helsinki: Työterveyslaitos.

Valanko, E. 2009. Sponsorointi - Yhteistyökumppanuus strategisena voimana. Hämeenlinna: Talentum Media Oy.

Vallo, H & Häyrynen, E. 2016. Tapahtuma on tilaisuus. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2013. Liiketoimintaosaaminen Menestyvän yritystoiminnan perusta. Helsinki: Edita.

Vilkkä, H. & Airaksinen, T. 2004. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi.

Vuokko, P. 2004. Nonprofit-organisaatioiden markkinointi. Porvoo: WA Bookwell Oy.

Vuorinen, T. 2013. Strategiakirja 20 työkalua. Helsinki: TALENTUM.

Vuoripuro, J. 2007. Suurten yleisötilaisuuksien turvallisuusopas. Helsinki: Suomen Pelastusalan Keskusjärjestö.

West, D. 2010. Project Sponsorship: An Essential Guide for Those Sponsoring Projects Within Their Organizations. New York: Gower Publishing Ltd.

Wilkinson, D. 2006. The Ambiguity Advantage - What Great Leaders Are Great At. New York: Palgrave Macmillan.

Åkerberg, P. 2017. Budjetointi 2020-luvulla. Helsinki: Alma Talent Oy.

Sähköiset lähteet

Fundraising events and challenges. 2017. Knowhownonprofit. Viitattu 18.12.2017.  
<https://knowhownonprofit.org/funding/fundraising/individual-giving/fundraising-events-and-challenges-1>

Google. 2018. Viitattu 18.4.2018. <https://www.google.com/intl/fi-fi/forms/about/>

How to raise money for a nonprofit. 2006. Entrepreneur. Viitattu 12.10.2017.  
<https://www.entrepreneur.com/article/171296>

Porla. 2018. Viitattu 19.3.2018. [http://www.porla.fi/fi/tietoa\\_porlasta/porlan\\_historiaa](http://www.porla.fi/fi/tietoa_porlasta/porlan_historiaa)

Porla juoksu. 2018. Facebook. Viitattu 4.6.2018  
<https://www.facebook.com/events/1643420145697238/>

Porla juoksuun saavuttiin Savonlinnasta saakka. 2018. Ykkös-Lohja. Viitattu 4.6.2018  
<https://ykkoslohja.fi/porla-juoksuun-saavuttiin-savonlinnasta-saakka/>

Pro Porla. 2017. Viitattu 27.9.2017. <http://proporla.fi/>

Sijoitetun pääoman tuotto-% (ROI). 2018. Alma Talent. Viitattu 24.5.2018.  
<https://www.almatalent.fi/tietopalvelut/tunnuslukuopas/kannattavuus/sijoitetun-paaoman-tuotto-prosentti-roi>

Sosiaalinen media 2017: voittajat ja häviäjät. Mikrobitti. Viitattu 14.3.2018.  
<https://www.mikrobitti.fi/2017/01/sosiaalinen-media-2017-voittajat-ja-haviaajat/>

Wozniak, K. 2017. Three predictions for the future of charity event marketing. Forbes. Viitattu 2.11.2017.  
<https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2017/08/30/three-predictions-for-the-future-of-charity-event-marketing/#733480d161a9>

Muut lähteet

Aittakumpu, B. 6.2.2018. Henkilökohtainen tiedoksianto.

## Kuviot

Kuvio 1 Strategiset kysymykset. (Vallo & Häyrinen 2016, 121-122.) .....	13
Kuvio 2 Operatiiviset kysymykset. (Vallo & Häyrinen 2016, 125.) .....	14
Kuvio 3 Porla juoksun strategiset kysymykset.....	35
Kuvio 4 Porla juoksun operatiiviset kysymykset .....	36

## Taulukot

Taulukko 1 Varainhankintatapahtuman tavoitteet (Fundraising events and challenges 2017.)	12
Taulukko 2 SWOT-analyysi ulkoiset ja sisäiset asiat (Vuorinen 2013, 88.)	16
Taulukko 3 SWOT-analyysin perusmuoto (Vuorinen 2013, 89.)	16
Taulukko 4 Hankesuunnittelustrategian keskeiset elementit (Persily 2013, 123.)	18
Taulukko 5 Projektin ulottuvuudet (Paasivaara & Suhonen & Nikkilä 2008, 8.)	19
Taulukko 6 Projekteihin sidoksissa olevat oletamat (Paasivaara & Suhonen & Nikkilä 2008, 7-8.)	19
Taulukko 7 Projektin ongelmien käsittely (Berkun 2006, 273-275.)	21
Taulukko 8 Tapahtumapaikan tarkistuslista (Vallo & Häyrinen 2016, 169-171.)	25
Taulukko 9 Onnistumisen arviointi tapahtumaan jälkeen (Catani 2017, 138.)	34
Taulukko 10 SWOT-analyysi Porla juoksu	37
Taulukko 11 Juoksusarjat	38
Taulukko 12 Kohderyhmät	42
Taulukko 13 Sponsorit ja yhteistyökumppanit	46
Taulukko 14 Tapahtumaviikon järjestelyt	55
Taulukko 15 Tapahtuman aikataulu	59
Taulukko 16 ROI-kaava malli (Vallo & Häyrinen 2016, 61.)	61
Taulukko 17 ROI-kaava Porla juoksu	61

Kuvat	
Kuva 1 Porla juoksun reittikartta .....	39
Kuva 2 Trello.....	40
Kuva 3 Ganttin kaavio .....	40
Kuva 4 Sponsorointi- ja yhteistyökumppanuuskirje.....	44
Kuva 5 Porla, Kuva: Jani Salmela .....	48
Kuva 6 Porlan kartta: Jani Salmela .....	48
Kuva 7 Porla juoksu Facebook-tapahtuman kävijätiedot 8.4.2018 (Facebook 2018).....	49
Kuva 8 Porla juoksu Facebook-tapahtuma (Facebook 2018) .....	50
Kuva 9 Facebook-arvonta (Facebook 2018).....	51
Kuva 10 Pro Porla ry Instagram (Instagram 2018).....	51
Kuva 11 Talvijuoksusarja 10.3.2018 .....	52
Kuva 12 Porla juoksu messupiste.....	53
Kuva 13 Fennian vakuutus .....	54
Kuva 14 Fennian tarjous.....	54
Kuva 15 Meri Ilmarinen. Kuva: Jani Salmela.....	59
Kuva 16 Projektipäälliköt Joel Tanninen ja Karoliina Salmela ojentamassa miesten 10 kilometrin voittajalle pääpalkintoa. Kuva: Jani Salmela .....	60

## Liitteet

Liite 1 Suunnittelupalaverit.....	72
Liite 2 Porla juoksu sponsorointi kirje.....	74
Liite 3: Porla juoksu -budjetti.....	76
Liite 4: Porla juoksu -mainos .....	77
Liite 5: Porla juoksu -mainos2.....	78
Liite 6: Porla juoksu -sosiaalisen median valokuvia .....	79
Liite 7: Google Forms -ilmoittautumislomake .....	81
Liite 8: Osallistumisvahvistus.....	83
Liite 9: Muistutusviesti tapahtumasta .....	84
Liite 10 Pelastussuunnitelma .....	85
Liite 11: Teoston musiikkilupa .....	102
Liite 12: Kisainfo .....	103
Liite 13 Tapahtumakuvia .....	107
Liite 14 Toimeksiantajan arviointi .....	109

## Liite 1 Suunnittelupalaverit

Suunnittelupalaverit/tapaamiset			
Pvm	Paikka	Läsnä	Tarkoitus
18.8.2017	Cafe Carneval, Lohja	Karoliina Salmela, Birgit Aittakumpu(Pro Porla ry:n puheenjohtaja)	Opinnäytetyön ehdottaminen Pro Porla ry:lle
22.8.2017	Kahvila Liisa	Pro Porla ry:n jäsenet, Karoliina Salmela	Pro Porla ry:n hallituksen kokous, opinnäytetyön hyväksyminen
23.8.2017	Puhelinkeskustelu	Karoliina Salmela, Joel Tanninen	Sopiminen opinnäytetyön tekemisestä yhdessä
8.9.2017	Café Carneval, Lohja	Birgit Aittakumpu( Pro Porla ry:n puheenjohtaja), Karoliina Salmela	Aiheanalyysin sekä alustavan aikataulun esittäminen Pro Porla ry:lle, opinnäytetyösopimuksen allekirjoitus
28.9.2017	Allaskahvila, Neidonkeidas	Toni Ojala (LLK OY), Joel Tanninen, Karoliina Salmela	Lohjan liikuntakeskuksen kanssa sopiminen yhteistyöstä
2.10.2017	Kahvila Liisa	Pro Porla ry:n jäsenet, Karoliina Salmela	Pro Porla ry:n hallituksen kokous, Aikataulutuksen sopiminen, Porla juoksu nimen hyväksyminen
5.10.2017	Yrityslabra, Laurea Lohja	Yrityslabrann tiimi, Karoliina Salmela	Porla juoksu tapahtuman lisääminen Yrityslabran projektiksi
6.10.2017	Allaskahvila, Neidonkeidas	Karoliina Salmela, Joel Tanninen, Santtu Hägg (LLK OY)	Juoksureittien ja karttojen suunnittelu, lupa-asioiden selvittely
13.10.2017	Yrityslabra, Laurea Lohja	Karoliina Salmela, Karri Nieminen (Yrityslabra)	Karri lähti vetämään Porla juoksu projektia Yrityslabran kautta
16.11.2017	Yrityslabra, Laurea Lohja	Karoliina Salmela, Karri Nieminen (Yrityslabra)	Suunnittelupalaveri, miten Yrityslaba osallistuu tapahtumaan
5.1.2018	Kahvila, Helsinki	Karoliina Salmela, Joel Tanninen	Sponsorit, budjetti ja tapahtuman aikataulutus
11.1.2018	Kahvila Liisa	Pro Porla ry:n jäsenet, Karoliina Salmela	Pro Porla ry:n hallituksen kokous. Porla juoksun tilannekatsaus.
19.1.2018	Yrityslabra, Laurea Lohja	Yrityslabran tiimi	Tehtävien jako.
5.2.2018	Yrityslabra, Laurea, Lohja	Karoliina Salmela, Juha Heinänen (LUU)	Yhteistyön sopiminen Länsi-Uudenmaan urheilijoiden kanssa
6.2.2018	Cafe Carneval, Lohja	Birgit Aittakumpu (Pro Porla ry:n puheenjohtaja), Karoliina Salmela	Haastattelu koskien Pro Porlaa yhdistyksenä



6.2.2018	Porla, Lohja	Yrityslabran tiimi, Pekka Ilmarinen (Pro Porla ry)	Tutustuminen Porlaan Pekka Ilmarisen johdolla
14.3.2018	Yrityslabra, Laurea, Lohja	Karoliina Salmela, Mirva Gullman (Apuomena ry)	Yhteistyöstä sopiminen Apuomenan kanssa
22.3.2018	Yrityslabra, Laurea, Lohja	Porla juoksun järjestäjät	Suunnittelupalaveri
27.3.2018	Porla, Lohja	Karoliina Salmela, Julius Westerberg (LUU)	Juoksureitin suunnittelu/ tarkistus
10.4.2018	Yrityslabra, Laurea, Lohja	Porla juoksun järjestäjät	Suunnittelupalaveri
27.4.2018	Yrityslabra, Laurea, Lohja	Karoliina Salmela, Mirva Gullman (Apuomena ry)	Tilannekatsaus Apuomen ry:n kanssa
3.5.2018	Porla, Lohja	Porla juoksun järjestäjät	Tapahtuma-alueen läpi käyminen, suunnittelupalaveri

## Liite 2 Porla juoksu sponsorointi kirje

# Porla juoksu

Hei!

Haemme toiminnalliselle opinnäytetyöllemme yhteiskumppaneita. Järjestämme nonprofit-organisaation varainkeruun tapahtuman avulla. Tapahtuma on juoksutapahtuma, jonka reittinä toimii Porlan alue Lohjalla. Juoksumatkoja on useita ja tapahtuma ottaa huomioon sekä aikuiset, että perheen pienimmät. Päämatkana toimii 10km ja 5km juoksumatkat aikuisille. Osallistumismaksut vaihtelevat 2-10€ per henkilö.

Tapahtuman tarkoituksena on kasvattaa Pro Porla ry:n jäsenmäärää, sekä kerätä varoja Pro Porla ry:n käyttöön. Pro Porla ry:n tarkoituksena on kehittää vanhaa Porlan kalanviljelylaitosta kaupunkilaisten virkistyskäyttöön, samalla kunnioittaen Porlan historiaa ja luontoa. Porla on ainutlaatuinen ja kaunis luonnon kohde Lohjalla, jota tulee suojella. Pro Porla ry on voittoa tavoittelematon yhdistys, joten kaikki saatavat tuotot käytetään vähennysten jälkeen Porlan kehittämiseen.

Kaikki ehdotukset avunannosta rahalliseen sponsorointiin ovat tervetulleita! Tuotteiden, tarvikkeiden ja avun tarjoaminen on tapahtumalle kullanarvoista, sillä tarkoituksena on toimia mahdollisimman kustannustehokkaasti ja kaikkia osallistuvia osapuolia hyödyttäen.

Tarjoamme sponsoroinnin vastineeksi näkyvyyttä tapahtumassamme. Tämä voidaan järjestää joko logonäkyvyydellä, tai esimerkiksi oman edustajan läsnäololla tapahtumassa. Alueita ollaan tässä vaiheessa kaavoittamassa, joten mahdolliseen omaan osallistumiseen pääsee vaikuttavaan suuressa määrin.

Ohessa tapahtuman mainos ja päämatkan juoksureitin kulku.





**PRO PORLAN JÄRJESTÄMÄ KOKO  
PERHEEN JUOKSUTAPAHTUMA**



**PORLA JUOKSU  
12.5.2018 KLO 10**  
Järvikeskus Porlassa

Matkat 40m, 400m, 1km , 5km ja 10 km  
Kaikki osallistujat palkitaan!

**€ 5 - 10**



Ilmoittautumiset viimeistään 1.5.2018  
[www.proporla.fi](http://www.proporla.fi) tai [porlajuoksu@gmail.com](mailto:porlajuoksu@gmail.com)

Ystävällisin terveisin,

Karoliina Salmela ja Joel Tanninen

Laurea-ammattikorkeakoulu

Laurea Lohja

[karoliina.salmela@student.laurea.fi](mailto:karoliina.salmela@student.laurea.fi)

[joel.tanninen@student.laurea.fi](mailto:joel.tanninen@student.laurea.fi)

## Liite 3: Porla juoksu -budjetti

## Budjetti Porla juoksu

## TULOT

Laurea Yrityslabra	133,09
Aerial Oy	300
SSO	200
Osallistumismaksut	
2€/hlö * 13	26
3€/hlö * 12	36
5€/hlö * 5	25
10€/hlö * 65	650
1€ lisämaksu x 10	
Kahvimyynti	127
Pinssimyynti	6
Arpajaismyynti	253,85
YHTEENSÄ	1756,94

## MENOT

Vastuuvakuutus	207,03
Yleisötilaisuus päätös	58
Terveysteksti -messut osallistumismaksu	25
Terveysteksti - messut tarvikkeet	32,64
Teoston musiikki - pienlupa	56,51
Mitalit 1 €/kpl * 150	150
Laminointikone + muovit	91,7
Prisma ostokset	13,17
Prisma ostokset	176,25
YHTEENSÄ	810,3

TULOS	946,64
-------	--------

Liite 4: Porla juoksu -mainos



**PRO PORLAN JÄRJESTÄMÄ KOKO PERHEEN JUOKSUTAPAHTUMA**



# PORLA JUOKSU 12.5.2018 KLO 10 PORLASSA

**Kilpasarjat, matkat ja hinnat**

Miehet/Naiset	10 km	10 €
Miehet/Naiset	5 km	10 €
Alle 16v Tytöt ja pojat	5 km	5 €
Alle 12-vuotiaat Tytöt ja Pojat	400 m	3 €
Alle 4-vuotiaat Tytöt ja Pojat	40 m	2 €

**Tapahtumassa kahvila & muuta oheistoimintaa!**

**Vapaa pääsy!**



**Ennakoilmoittautuminen viimeistään 5.5.2018**  
[www.proporla.fi](http://www.proporla.fi)

Liite 5: Porla juoksu -mainos2

# PORLA JUOKSU

**12.5.2018 klo 10**

[WWW.PROPORLA.FI](http://WWW.PROPORLA.FI)

**KOKO PERHEEN JUOKSUTAPAHTUMA  
ALUEELLE VAPAA PÄÄSY  
OHEISOHJELMAA  
JUOKSUSARJAT 40M - 10 KM  
HINNAT 2 € - 10 €  
LIPPUJA RAJOITETTU MÄÄRÄ  
ILMOITTAUDU MUKAAN NYT!**



Liite 6: Porla juoksu -sosiaalisen median valokuvia







## Liite 7: Google Forms -ilmoittautumislomake

3.4.2018

Ilmoittautuminen tapahtumaan 12.5.2018 Porla juoksu

### Ilmoittautuminen tapahtumaan 12.5.2018 Porla juoksu

\*Pakollinen

1. Etunimi \*

---

---

---

---

---

2. Sukunimi \*

---

---

---

---

---

3. Sukupuoli \*

*Merkitse vain yksi soikio.*

- Mies  
 Nainen  
 Muu

4. Kotipaikka \*

---

---

---

---

---

5. Syntymävuosi \*

---

6. Sähköposti \*

---

---

---

---

---

22.5.2018

Ilmoittautuminen tapahtumaan 12.5.2018 Porla juoksu

**7. Ilmoittaudun \***

*Merkitse vain yksi soikio.*

- 10 km miehet 10 €
- 10 km naiset 10 €
- 5 km miehet 10
- 5 km naiset 10 €
- 5 km Alle 16 v pojat 5 €
- 5 km Alle 16 v tytöt 5 €
- 400 m Alle 12 v pojat 3 €
- 400 m Alle 12 v tytöt 3 €
- 40 m Alle 4 v pojat 2 €
- 40 m Alle 4 v tytöt 2 €

**8. Maksutapa \***

Ennakkomaksun tiedot, sekä vahvistusviesti ilmoittautumisesta lähetetään sähköpostitse vuorokauden sisällä ilmoittautumisesta. Mikäli et saa sähköpostia vuorokauden sisällä ota yhteyttä sähköpostitse: [porlajuoksu@gmail.com](mailto:porlajuoksu@gmail.com) Osallistumisen voi maksaa myös paikan päällä kisakansliaan ilmoittautumisen yhteydessä.

*Merkitse vain yksi soikio.*

- Paikan päällä
- Ennakkomaksu

**Paina Lataa, jonka jälkeen voit sulkea selaimen. Kiitos ilmoittautumisesta!**



Palvelun tarjoaa  
 Google Forms

## Liite 8: Osallistumisvahvistus

Kiitos osallistumisesta!

Olette ilmoittautuneet Porla juoksu tapahtumaan, joka järjestetään 12.5.2018 klo 10 alkaen.

Nimi:

Kotipaikka:

Syntymävuosi:

Juoksusarja:

Käteismaksu xxx€ tapahtumapäivänä kisakansliaan ilmoittautumisen yhteydessä///

Porla juoksun kisainfo on luettavissa Pro Porlan nettisivuilta osoitteessa:

<http://proporla.fi/tapahtumat/tapahtumat/porla-juoksu-12-5-2018/>

Tapahtumaan liittyvät kyselyt ja mahdolliset peruutukset sähköpostitse:

[porlajuoksu@gmail.com](mailto:porlajuoksu@gmail.com)

Ennakkomaksun tiedot:

Tilinumero: FI19 4006 0010 2425 15

Saaja: Pro Porla ry

Eräpäivä: 5.5.2017

Summa: €

Kirjoita maksun viestikenttään: PORLA JUOKSU/osallistujan nimi

Esim, PORLA JUOKSU/Maija Meikäläinen

Tervetuloa juoksemaan!

Ystävällisin terveisin,

Karoliina Salmela

Pro Porla ry

[proporla.fi](http://proporla.fi)

Pienennä dokumenttia

## Liite 9: Muistutusviesti tapahtumasta

### **Tervetuloa Porla juoksuun!**

Tapahtuma päivä lähestyy!

Lauantaina 12.5.2018 klo 10 starttaa Porla juoksu -tapahtuma!

Jälki-ilmoittautuminen alkaa jo klo 9, eli jos kaveri unohti ilmoittautua, niin ei hätää vielä ehtii mukaan!

Tapahtumainfo on luettavissa nettisivuillamme: <http://proporla.fi/tapahtumat/porla-juoksu-12-5-2018/>

Lue koko tapahtumainfo huolellisesti läpi, erityisesti oman juoksusarjan lähtöaika kannattaa tarkistaa vielä kertaalleen.

#### **Tapahtumapaikka**

Porla, Liessaarenkatu 2, 08100 LOHJA

Kisanumeroiden nouto ja osallistumismaksut viimeistään 15 minuuttia ennen oman juoksusarjan lähtöä.

Huom! Maksu käteisellä!

#### **Parkkipaikka**

Aurlahden hiekkakenttä, Rantapuisto 14, 08100 Lohja

Parkkipaikka on maksuton

Jokainen juoksija palkitaan mitalilla heti juoksun jälkeen. Pääpalkinnot ja arvonnat jaetaan noin klo 13 tapahtuma-alueella.

Tapahtumassa on klo 10-15 välillä myös oheisohjelmaa, kuten buffetti, arpajaiset, (käteismaksu) kepparirata, miniolympialaiset ja pihaleikkejä. Kannattaa siis juoksun jälkeen suunnata tapahtuma-alueelle Porlaan ja nauttia päivästä, aurinkoa on luvattu!

Kiitos, että olet mukana!

Ystävällisin terveisin,

Karoliina Salmela  
Porla juoksu

Ps. Seuraa meitä myös somessa!

Facebook: [https://www.facebook.com/proporla/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/proporla/?ref=br_rs)

Instagram: <https://www.instagram.com/proporla/>

**#porlajuoksu**

Liite 10 Pelastussuunnitelma

1

Pelastussuunnitelma  
**Porla juoksu**

**1. SUUNNITELMAN TARKOITUS**

Tämän pelastussuunnitelman tarkoitus on ohjata Porla juoksun toimeenpanoon osallistuvaa henkilökuntaa turvallisuusasioissa sekä selkeyttää turvallisuuden vastuita ja velvoitteita.

Tämän yleisötapahtuman toimeenpanoon osallistuvat tahot sitoutuvat noudattamaan pelastussuunnitelmaa ja parantamaan sen avulla kaikkien yhteistä turvallisuutta!

**Tapahtuman yleistiedot:**

Tapahtuman nimi:	Porla juoksu
Tapahtuman ajankohta:	12.5.2018
Tapahtumapaikka:	Porla, Lohja
Tapahtuman järjestäjä:	Pro Porla ry, xxxxxxxxxxxxxx
Tapahtuman järjestäjän yhteyshenkilö:	Karoliina Salmela p. xxxxx (Pro Porla ry) Joel Tanninen p. xxxxxxx
Kohderyhmä/asiakaskunta:	Länsi-Uudenmaan asukkaat, aikuiset ja lapset
Tapahtuman kuvaus:	Koko perheen juoksutapahtuma Porlassa ja sen lähiympäristössä. Juoksusarjoja on neljä, 40m, 400m, 5km ja 10km. Tapahtumassa on myös oheisohjelmaa, kuten musiikkia, makkaranpaistoa nuotiolla, arpajaispiste ja buffetti.
Arvio henkilömäärästä:	200
Tapahtuman erityispiirteet:	Makkarat paistetaan Porlan nuotiopaikalla.
Tapahtumapaikan erityispiirteet:	Tapahtuma on Porlan alueella, jossa on vesialtaita sekä järvi vieressä. Juoksureitillä maasto-osuuksia, sekä sillan ylittämistä.

**2. TAPAHTUMAN VAAROJEN JA RISKIEN SELVITYS JA ARVIOINTI SEKÄ TAPAHTUMAN TURVALLISUUSJÄRJESTELYT JA OHJEET**

2

Tapahntuman vaarat ja riskit on selvitetty ja arvioitu. Jokaisen tapahtuman toteuttamisesta vastaavan henkilön on tiedostettava mitä vaaroja ja riskejä tapahtumaan kohdistuu, mistä ne voivat aiheutua ja mitä seurauksia niillä voi olla. Jokaista havaittua riskiä ja vaaraa varten on suunniteltu ennaltaehkäisevät järjestelyt, varautumisjärjestelyt sekä toiminta riskin toteutuessa. Jokaisen tapahtuman toteuttamisesta vastaavan henkilön on omaksuttava seuraavat asiat.

<b>Vaara/riski</b>	<b>Tapaturma</b>
Syyt	Ulkoympäristössä liikkuminen, rakenteet, kaatuminen/liukastuminen juostessa
Seuraukset	Loukkaantuminen
Ennaltaehkäisevät järjestelyt	- Pidetään kulkuväylät vapaina esteistä - Ohjaajat juoksureiteillä - Opastekyltit tapahtumassa
Varautuminen	- SPR:n kiinteä ensiapupiste paikalla, kiertävät ensiapupäivystäjät
Vastuut	- Joel Tanninen, projektipäällikkö - Karoliina Salmela, projektipäällikkö - SPR ensiapupäivystäjä - Pro Porla ry

**Ohjeet tapaturmien (ja sairaskohtausten) ennaltaehkäisyyn**

Jokaisen henkilökuntaan kuuluvan on noudatettava seuraavia ohjeita sekä valvottava, että yleisö noudattaa niitä.

Kaikista turvallisuutta vaarantavista tilanteista sekä tehdyistä toimenpiteistä on ilmoitettava tapahtuman turvallisuuspäällikölle/järjestäjälle numeroon XXXXX. Toimi saamiesi ohjeiden mukaisesti.

Tarkkaile tapahtuma-alueella erityisesti seuraavia asioita:

1. Tarkkaile tapahtuma-alueella kompastumis-, liukastumis- ja kaatumisvaaroja, kuten kulkureiteillä olevia sähköjohtoja sekä lattian/maaston/rakenteiden liukkaita ja epätasaisuutta jne. Estä liikkuminen vaarallisella alueella ja korjaa puute mahdollisuuksien mukaan.
2. Tarkkaile tapahtuma-alueella tippumis- ja putoamisvaaroja, kuten lunta, jäätä, puita ja puunoksia, tilapäisiä rakennelmia jne. Estä liikkuminen vaarallisella alueella ja korjaa puute mahdollisuuksien mukaan.
3. Estä yleisön pääsy kosketuksiin vaaraa aiheuttavien esineiden ja alueiden, kuten grillien ja muiden kuumien esineiden, nestekaasun ja palavien nesteiden käyttö- ja säilytyspaikkojen sekä aggregaattien jne. kanssa.
4. Tarkkaile yleisön kuntoa ja puutu etupainotteisesti.

**Sairaskohtaus-/ tapaturmatilanteessa**

**1. Kutsu paikalle tapahtuman ensiapuvastaava soittamalla numeron** XXXXX. Toimi hänen antamiensa ohjeiden mukaisesti. Mikäli ensiapuvastaava ei pääse välittömästi paikalle, toimi seuraavien ohjeiden mukaisesti.

**2. Selvitä, mitä on tapahtunut. Saatko henkilön hereille?**  
Herättele häntä puhuttelemalla ja ravitsemalla. Jos henkilö ei herää,

**Soita hätänumeroon 112.**

Voit myös huutaa apua, ja pyytää paikalla olevia tekemään hätäilmoituksen numeroon 112. Hätäkeskuksen antamia ohjeita tulee noudattaa.

**3. Käännä autettava selälleen ja selvitä hengittääkö hän normaalisti? Avaa hengitystie.**

Ojenna autettavan pää leuan kärjestä nostamalla ja toisella kädellä otsasta painamalla. **Katso, kuuntele ja tunnustele hengitystä.** Arvioi onko hengitys normaalia, epänormaalia tai se puuttuu. Mikäli epäröit, toimi kuin hengitys ei olisi normaalia.

**□ Hengitys on normaalia.**

Käännä henkilö kylkiasentoon. Huolehdi, että hengitystie on avoin ja henkilö hengittää normaalisti. Seuraa ja tarkkaile hengitystä ammattivun tulon asti.

**□ Hengitys ei ole normaalia tai se puuttuu.**

Aloita elvytys

**4. Aloita paineluevlytys.**

Aseta kämmenesi tyviosa keskelle autettavan rintalastaa ja toinen kätesi rintalastalla olevan käden päälle. Sormet ovat limittäin. Paina suurin käsivarsin kohtisuoraan alaspäin 30 kertaa siten, että rintalasta painuu 5–6 cm. Anna rintakehän palautua paineluiden välissä. Keskimääräinen painelutiheys on 100 kertaa minuutissa, eikä ylitä 120 kertaa minuutissa. Laske painelut ääneen.

**5. Puhalla 2 kertaa.**

Avaa hengitystie. Aseta suusi tiiviisti autettavan suun päälle ja sulje sormillasi hänen sieraimensa. Puhalla rauhallisesti ilmaa autettavan keuhkoihin. Puhalluksen aikana katso, että autettavan rintakehä nousee (liikkuu). Toista puhallus. Kahden puhalluksen kesto on 5 sekuntia.

**6. Jatka elvytystä tauotta rytmillä 30:2 (30 painallusta ja 2 puhallusta)**

kunnes autettava herää: liikkuu, avaa silmänsä ja hengittää normaalisti, ammattihenkilöt antavat luvan lopettaa tai voimasi loppuvat.



<b>Vaara/riski</b>	<b>Väentungos</b>
Syyt	Yhtäaikaisesti saapuva tai poistuva suuri ihmismäärä
Seuraukset	Tapahtuman keskeyttäminen tai hetkellinen keskeyttäminen, henkilövahingot, irtaimistovahingot, maine.
Ennaltaehkäisevät järjestelyt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tapahtuman maksimihenkilömäärä määritellään etukäteen ja alueen/tilan maksimikapasiteettia noudatetaan.</li> <li>- tapahtuma-alue suunnitellaan palvelemaan maksimihenkilömäärää, varataan riittävästi vapaata tilaa ja sijoitetaan tapahtuman tilapäiset rakenteet asianmukaisesti</li> <li>- suunnitellaan sisääntuloväylät jonotusjärjestelyineen ja narikoineen asianmukaisesti</li> <li>- suunnitellaan ohjelmanumerot siten, ettei ruuhkaa pääse syntymään</li> <li>- varataan riittävä määrä henkilökuntaa</li> <li>- Ohjeistetaan henkilökunta väentungoksen ennaltaehkäisyyn</li> <li>- suoritetaan jatkuvaa valvontaa ja yleisön liikkumisen tarkkailua tapahtuma-alueella, ongelmiin puututaan etupainotteisesti</li> <li>- varataan kattava äänentoistojärjestelmä tai megafonit, joilla yleisöä voidaan opastaa</li> </ul>
Varautuminen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- varataan riittävä määrä henkilökuntaa</li> <li>- juoksureitit merkitään nauhoilla</li> <li>- reagoidaan välittömästi onnettomuuden sattuessa, tiedotetaan yleisöä ja annetaan ohjeet toimintaan</li> <li>- pidetään poistumisreitit esteettöminä ja helposti avattavina</li> <li>- ohjeistetaan henkilökunta toimimaan väentungostilanteessa</li> <li>- suunnitellaan ja ohjeistetaan henkilökunnalle toimintamalli avun hälyttämiseen ja paikalle opastamiseen</li> </ul>
Vastuut	Joel Tanninen, projektipäällikkö Karoliina Salmela, projektipäällikkö Pro Porla ry

**Ohjeet väentungoksen ennaltaehkäisyyn**

Jokaisen henkilökuntaan kuuluvan on noudatettava seuraavia ohjeita sekä valvottava, että yleisö noudattaa niitä.

Kaikista turvallisuutta vaarantavista tilanteista sekä tehdyistä toimenpiteistä on tehtävä ilmoitus tapahtuman turvallisuuspäällikölle/järjestäjälle numeroon xxxxxx. Toimi saamiesi ohjeiden mukaisesti.

1. Varmista, että olet tietoinen kunkin alueen maksimihenkilömäärästä. Tarkkaile maksimihenkilömäärää ja rajoita tarvittaessa alueelle pääsyä.
2. Tarkkaile yleisön liikehdintää tapahtuma-alueella ja puutu etupainotteisesti, mikäli havaitset ruuhkautumista tms.
3. Ohjeista ja opasta yleisöä tapahtuma-alueella.
4. Varmista, että poistumisreitit ja kulkureitit niille ovat esteettömät.

<b>Vaara/riski</b>	<b>Tulipalo</b>
Syyt	Nuotio
Seuraukset	Palovamma, maastopalo, tapahtuman keskeyttäminen
Ennaltaehkäisevät järjestelyt	- Nuotio perustetaan turvalliselle paikalle: nuotioalue ympäröity hiekalla - suoritetaan jatkuvaa valvontaa tapahtuma-alueella
Varautuminen	- Sammutusvälineet nuotiopaikan lähellä: vaahtosammutin ja vesisanko - Jatkuva valvonta - ohjeistetaan henkilökunta toimimaan tulipalotilanteessa -
Vastuut	Pekka Ilmarinen (Pro Porla ry) Joel Tanninen, projektipäällikkö Karoliina Salmela, projektipäällikkö (Pro Porla ry)

**Ohjeet tulipalojen ennaltaehkäisyyn**

Jokaisen henkilökuntaan kuuluvan on noudatettava seuraavia ohjeita sekä valvottava, että yleisö noudattaa niitä.

Kaikista turvallisuutta vaarantavista tilanteista sekä tehdyistä toimenpiteistä on tehtävä ilmoitus tapahtuman turvallisuuspäällikölle/järjestäjälle numeroon xxxxx. Toimi saamiesi ohjeiden mukaisesti.

Tarkasta, että

1. kaikki sähkölaitteet ja -asennukset ovat kunnossa. Ritkinäisiä tai viallisia sähkölaitteita ja -johtoja ei saa käyttää.
2. ulkotiloissa käytetään vain ulkokäyttöön tarkoitettuja sähkölaitteita ja -johtoja
3. tupakointi tapahtuu vain merkityillä tupakointialueilla ja käytössä on vain palamattomasta materiaalista valmistettuja tuhkakuppeja
4. kynttilät on sijoitettu palamattomalle alustalle ja niiden käyttöä valvotaan koko ajan. Käytössä olevat kynttilät ovat turvakynttilöitä.
5. ruoanvalmistuspisteiden läheisyydessä ei ole palavaa materiaalia ja että kunkin laitteen vaatiman turvaetäisyyden täytyvät
6. kaikki sisusteet ja somisteet ovat paloturvallisia (syttävyyssluokitus SL1 tai vastaava). Poista käytöstä sisusteet, joiden syttävyyssluokitukselta ei voida varmistua.
7. rakennuksen ja rakennelmien ulkoseinustalla sekä katsomoiden alla ei säilytetä palavaa materiaalia
8. poistumisreitillä ei ole tavaraa ja että poistumisreitit sekä kulkureitit ovat esteettömät
9. alkusammutuskalusto on käytettävissä, esteettömästi saatavilla ja merkitty asianmukaisesti
10. palo-ovet ovat suljettuina ja salvattuina
11. pelastustiet ovat esteettömät
12. kaikki tapahtuma-alueella olevat nestekaasupullot ovat kytkettyinä käyttö- ja kulutuslaitteisiin, eikä tapahtuma-alueella säilytetä irtopulloja.

**Tulipalotilanteessa**

Ilmoita tulipalosta tapahtuman turvallisuuspäällikölle/järjestäjälle numeroon xxxxx ja toimi seuraavien ohjeiden mukaisesti.

**Pelasta ja varoita**

- Säilytä malttisi. Toimi rauhallisesti ja harkiten, mutta kuitenkin ripeästi.
- Pelasta ja varoita välittömässä vaarassa olevia. Älä kuitenkaan saata itseäsi hengenvaaraan.

**Sammuta**

- Yritä sammuttaa palo tai rajoittaa sitä alkusammutusvälineillä, kun palo on vielä hallittavissa.
- Älä sammuta vedellä rasvapalaa, rasvapalo leviää räjähdysmäisesti jo pienestä vesimäärästä.
- Vältä savukaasujen hengittämistä. Mene palon lähelle vasta, kun sinulla on alkusammutusvälineet käyttövalmiina.
- Jos paloa ei pysty turvallisesti sammuttamaan, yritä rajoittaa paloa sulkemalla ovi. Älä vaaranna itseäsi. Jos palavaan tilaan johtava ovi on kiinni ja kahva tai ovi on kuuma, älä avaa ovea.

**Häilytä apua soittamalla hätänumeroon 112.**

- Muista! Savu tappaa. Älä siis viivyttelö palavassa tilassa. Älä koskaan poistu savuiseen tilaan.

**Rajoita palon leviämistä sulkemalla ovet, ikkunat ja ilmanvaihto.****Opasta pelastushenkilöstö paikalle.**

Toimenpidejärjestys voi vaihdella tilanteen mukaan!

**HÄTÄNUMERO 112**

1. SOITA HÄTÄPUHELU ITSE, JOS VOIT
2. KERRO, MITÄ ON TAPAHTUNUT
3. KERRO TARKKA OSOITE JA KUNTA: \_\_\_\_\_, Helsinki
4. VASTAA SINULLE ESITETTYIHIN KYSYMYKSIIN
5. TOIMI ANNETTUJEN OHJEIDEN MUKAAN
6. LOPETA PUHELU VASTA SAATUASI SIIHEN LUVAN

Opasta apu paikalle. Soita uudelleen jos tilanne muuttuu.

<b>Vaara/riski</b>	<b>Sääolosuhde</b>
Syyt	Poikkeuksellisen lämmin tai kylmä ilma, kova tuuli, myrsky, rankkasade, ukkonen, salamointi.
Seuraukset	Tapahtuman keskeyttäminen tai hetkellinen keskeyttäminen, tapahtuman peruminen tai siirtäminen, henkilövahingot, irtaimistovahingot, maine.
Ennaltaehkäisevät järjestelyt	- säätiedotusten seuraaminen ennen tapahtumaa ja tarvittaessa tapahtuman peruminen
Varautuminen	- ohjeistetaan yleisöä varautumaan sään mukaisesti - seurataan säätiedostuksia jatkuvasti ja pyritään reagoimaan niihin etupainotteisesti - kiinnitetään tilapäiset rakenteet asianmukaisin painoin - tarkastetaan kaikkien tilapäisten rakenteiden kunto ennen tapahtuman alkua ja säännöllisesti tapahtuman aikana - kehoitetaan asiakkaita ja henkilökuntaa juomaan riittävästi vettä, mikäli ilma on lämmin, ja lisäksi asiakkaille sekä henkilökunnalle varataan riittävästi vettä - ohjeistetaan henkilökunta toimimaan erilaisissa sääolosuhteissa - suunnitellaan ja ohjeistetaan henkilökunnalle toimintamalli avun hälyttämiseen ja paikalle opastamiseen
Vastuut	Joel Tanninen, projektipäällikkö Karoliina Salmela, projektipäällikkö

#### Ohjeet sääolosuhteisiin varautumiseen

Jokaisen henkilökuntaan kuuluvan on noudatettava seuraavia ohjeita sekä valvottava, että yleisö noudattaa niitä.

Kaikista turvallisuutta vaarantavista tilanteista sekä tehdyistä toimenpiteistä on tehtävä ilmoitus tapahtuman turvallisuuspäällikölle/järjestäjälle numeroon xxxx. Toimi saamiesi ohjeiden mukaisesti.

Tarkasta, että

1. tilapäiset rakenteet on kiinnitetty asianmukaisin painoin
2. tilapäiset rakenteet ja laitteet ovat kunnossa
3. tilapäisten rakenteiden tuulirajat ovat tiedossa ja tunnet toimintamallin tuulen ylittäessä kyseiset rajat
4. yleisö ja henkilökunta juovat riittävästi vettä lämpimällä ilmalla.

#### Vaikeassa sääolosuhteessa

Ilmoita vaikeasta sääolosuhteesta tapahtuman turvallisuuspäällikölle/järjestäjälle numeroon xxxx ja toimi seuraavien ohjeiden mukaisesti.

1. Pyri rauhoittelemaan yleisöä.
2. Mikäli sääolosuhde yltyy vaikeaksi, ohjaa yleisö pois tilapäisten rakennelmien, puiden ja irtaimiston läheisyydestä. Jos mahdollista, ohjaa yleisö siirtymään sisätiloihin (ei teltoihin!).
3. Jos tapahtuma on sisätilassa, sulje ovet ja ikkunat. Älä päästä yleisöä ulkotiloihin. Odota sään tasaantumista.
4. Toimi saamiesi ohjeiden mukaisesti.

Vaara/riski	Liikenneonnettomuus
Syyt	Ruuhka
Seuraukset	Henkilö- tai omaisuusvahinko
Ennaltaehkäisevät järjestelyt	- Porlan yläpiha avoin pelastusta varten, ei saa jättää autoja tai ajaa autolla tapahtuman aikana.
Varautuminen	- Opastuskyltit parkkipaikoille, sekä liikenteenohjaus parkkipaikalla sekä juoksureitin varrella
Toimintaa liikenneonnettomuustilanteessa	- Soitto 112 - Yhteys SPR:n EA-vastaavaan numeroon: xxxxx - Yhteys Tapahtuman järjestäjälle numeroon: xxx - Hätäensiavun anto
Vastuut	- Joel Tanninen, projektipäällikkö - Karoliina Salmela, projektipäällikkö (Pro Porla ry) - Kaikki tapahtuman järjestäjät huolehtivat, ettei autoja pysäköidä muualle kuin parkkipaikalle.

Vaara/riski	Teltan romahtaminen
Syyt	Rakenteet, säätö
Seuraukset	Loukkaantuminen
Ennaltaehkäisevät järjestelyt	- Teltat ovat pieniä ja kevytrakenteisia - Huolellinen pystytys
Toiminta teltan romahtaessa	- Autetaan teltan alle jääneet ihmiset ulos - Kutsutaan SPR:n ensiapu paikalle numero: xxxx - Ilmoitetaan tapahtuman järjestäjälle numeroon: xxxx
Vastuut	Joel Tanninen, projektipäällikkö Karoliina Salmela, projektipäällikkö (Pro Porla ry)

<b>Vaara/riski</b>	<b>Veden varaan joutuminen</b>
Syyt	Alueen vesialtaat / järvi vieressä
Seuraukset	Loukkaantuminen
Ennaltaehkäisevät järjestelyt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valvonta alueella</li> <li>- Pyritään ehkäisemään kulkureittien ruuhkautuminen</li> <li>- Kuulutus alueella, muistutetaan yleisöä varovaisuuteen veden lähellä</li> </ul>
Pelastustoimenpiteet	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Paikalla olijat auttavat vedenvaraan joutunutta henkilöä.</li> <li>- Kutsutaan ensiapu paikalle numero: xxxxx</li> <li>- Hätäensiavun anto</li> </ul>
Vastuut	Pro Porla ry/Ensiapupäivystäjät/kaikki tapahtuman järjestäjät

### 3. YKSITYISKOHTAISET TURVALLISUUSJÄRJESTELYT

#### Alkusammutuskalusto

Laatu	Määrä (kpl)
Jauhesammutin (6 kg)	2
Vesisanko 10L	2

Vesisangot ja jauhesammutin sijaitsee nuotiopaikan lähellä, toinen jauhesammutin sijaitsee parkkipaikalla Aurlahden hiekkakentällä.

Alkusammutuskalusto on merkitty opastein ja kaikki alkusammuttimet ovat esteettömästi saatavilla. Alkusammutuskaluston käytettävyys ja esteettömyys tarkastetaan ennen tapahtuman alkua sekä säännöllisesti tapahtuman aikana.

#### Ensiapu

Ensiavun vastuuhenkilö	Nimi: xxxx Puhelin: xxxx Sähköposti: xxx			
Ensiapuhenkilöstö		Määrä	Koulutus	Päivystysaika
	Johto	1	Ensivaste/ SRP ensiapupäivystäjä pätevyys	9-15
	Päivystäjät	3-5	Ensivaste/ SRP ensiapupäivystäjä pätevyys	9-15



Ensiapumateriaali	- vyölaukku varusteineen (jokaisella päivystäjällä) - päivystysreppu (varusteet kaikkeen, mitä voimme tehdä ko olosuhteissa) - sydäniskuri ja happi
-------------------	---

Pohjakarttaan on merkitty ensiapupisteen sijainti.

#### **Henkilömäärä**

Arvio samanaikaisesti läsnä olevan yleisön maksimimäärästä 250 henkilöä

Arvio samanaikaisesti läsnä olevan henkilökunnan määrästä 15-20 henkilöä

Ulkotapahtuman laskennallinen maksimihenkilömäärä 400 henkilöä

Automaattinen paloilmoitin: ei

Nestekaasu: ei

Palavat nestet: ei

Palo-osastointi: ei

#### **Pelastustiet ja muut ajoreitit tapahtumapaikalle**

Pelastustie on hälytysajoneuvoille tarkoitettu ajotie. Pelastusteiden ja muiden ajoreittien esteettömyys tarkastetaan ennen tapahtuman alkua sekä säännöllisesti tapahtuman aikana.

Pelastuslaitoksen opastamisesta paikalle huolehtii SPR:n ensiapuvastaava xxxxx

Pohjakarttaan on merkitty pelastustie.

Poistumisjärjestelyt: Poistumisteinä toimivat Ojamonkatu ja rantaraitti

Sisusteet ja somisteet: ei

Tilapäiset rakennelmat: Tapahtumassa on kolme telttaa, kisastudio, myyntipiste sekä arpajaispiste. Tapahtumassa on myös kuormalavoista rakennettu pieni juontolava.

Sähköt: Porlan rakennuksissa on sähköt, joita käytetään kahvin ja teeveden keittämiseen sekä äänentoistoon.

Tuliesitys ja tehosteet/pyrotekniikka: ei

#### **Henkilökunnan perehdytys pelastussuunnitelmaan ja ohjeistus**

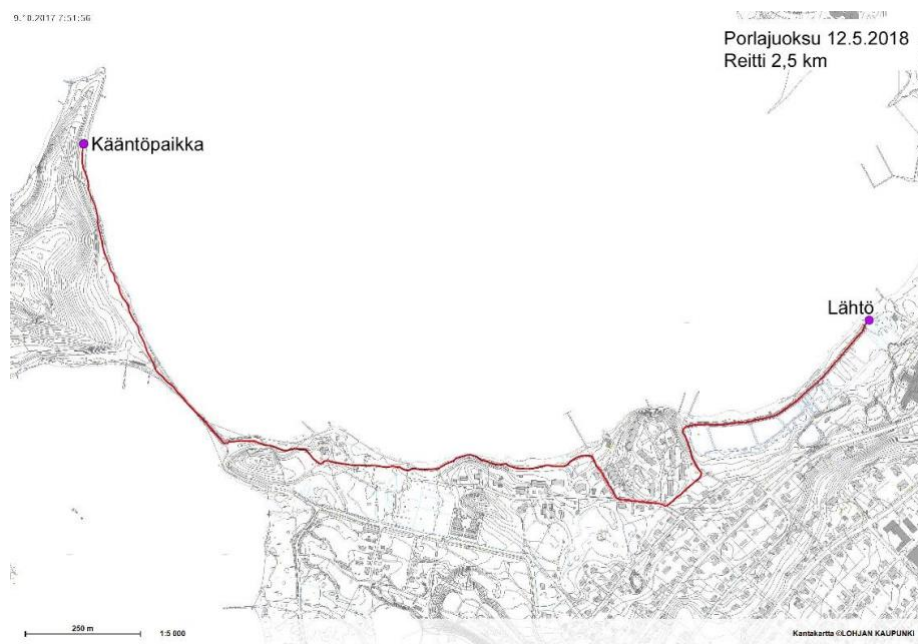
Tapahtumanjärjestäjille lähetetään pelastussuunnitelma, sekä siihen liittyvät ohjeet sähköpostitse ja tapahtumanjärjestäjät kuittaavat sähköisesti ymmärtävänsä pelastussuunnitelman sisällön. Ennen tapahtumaa järjestäjät kokoontuvat Porlaan, jossa pidetään turvallisuusinfo. Jokaiselle järjestäjälle lähetetään ennen tapahtumaa lista järjestäjien ja ensiavun yhteystiedoista. Yhteydenpito tapahtumassa puhelimitse.

Jokainen tapahtuma järjestäjä huolehtii oman tehtäväpiesteensä turvallisuudesta tapahtuman aikana ja ilmoittaa mahdollisista riskeistä tapahtuman järjestäjälle numeroon: xxxxx

#### 4. LIITTEET

Pohjakartta  
Tarkistuslista

5. POHJAKARTTA JA REITTIKARTTA



## 6. TARKASTUSLISTA

	OK	Ei käytössä	Korjattava / korjauksen vastuhenkilö
Pelastussuunnitelma on laadittu ja toimitettu pelastuslaitokselle vähintään 14 vrk ennen tapahtumaa.	X		
Tarvittavat viranomaisluvut (mm. poliisi, ympäristökeskus, aluehallintovirasto) on hankittu.	X		
Tuliesityksestä on tehty ilmoitus pelastusviranomaiselle vähintään 14 vuorokautta ennen esitystä.		X	
Pyroteknisten tehosteiden käytöstä on tehty ilmoitus pelastusviranomaiselle vähintään 7 vuorokautta ennen tehosteiden käyttöä.		X	
Ilotulitusnäytöksen järjestämisestä on ilmoitettu paikkakunnan poliisille vähintään 7 vuorokautta ennen näytöksen järjestämistä.		X	
Tilapäismajoituksesta on ilmoitettu hyvissä ajoin pelastuslaitokselle ja paikallisia ohjeistuksia noudatetaan.		X	
Tapahtuman henkilöstö on perehdytetty tapahtuman pelastussuunnitelmaan.	X		
Alkusammutuskalustoa on riittävä määrä. Kalusto on esteettömästi saatavilla ja sen sijainti on opastettu.	X		
Tapahtumaan on varattu riskiarvion perusteella määritelty ensiapuvalmius.	X		
Tapahtuma-alueen tai -tilan maksimihenkilömäärä on tiedossa ja sitä valvotaan.	X		
Pelastustiet ovat merkitty asianmukaisesti ja ne pidetään esteettöminä.	X		
Palavien nesteiden ja nestekaasun käytön sekä säilytyksen osalta noudatetaan määräyksiä ja ohjeita.		X	
Tilapäisten sähköasennusten osalta noudatetaan määräyksiä ja ohjeita.		X	
Tilapäisten rakennelmien osalta noudatetaan määräyksiä ja ohjeita sekä valmistajan antamia ohjeita.	X		
Poistumistiet ja reitit niille ovat kulkukelpoisia sekä esteettömiä.	X		
Palo-ovet pidetään suljettuina ja salvattuina. Palo-ovia ei kiillata auki.		X	
Sisusteet ja somisteet ovat syttyvyysluokkaa 1 (vaikeasti syttyvä SL1 tai vastaava)		X	

17  
Tapahtuman vastuullinen järjestäjä vastaa tämän pelastussuunnitelman toimeenpanosta ja sitoutuu noudattamaan tässä suunnitelmassa esitettyjä järjestelyitä.

Tapahtuman vastuullinen järjestäjä sitoutuu tekemään suunnitelmaan tarvittavat muutokset, jotta tämä suunnitelma vastaa tapahtuman todellisia järjestelyitä.

Pelastussuunnitelma lähetetään viimeistään 14 vuorokautta ennen tapahtuman alkua pelastusviranomaiselle.

## Liite 11: Teoston musiikkilupa

PRO PORLA RY +

---

**Tapahtuman tiedot** -

TAPAHTUMAN NIMI:	Porla juoksu	TAPAHTUMAN NRO:	1586588
TAPAHTUMAN PVM:	12.05.2018	ESITYSPAIKAN OSOITE:	Ojamonkatu 32, 08100 Lohja
ESITYSPAIKKA:	Porla	MAKSULLISUUS:	Tapahtuma on pääsymaksuton
MUSIIKIN KÄYTTÖTAPA:	Taustamusiikkia tai väliaikamusiikkia (esim. cd-levyiltä, laillisesta tiedostosta tai striimauspalvelusta)	TIETOJEN LÄHDE:	Muu ilmoitus
ARVIOITU KUULIJAMÄÄRÄ:	400		
ILMOITUKSEN TILA:	Tiedot OK		

---

**Ilmoitustiedot**

VAHVISTUSTILANNE:	Vahvistettu	VAHVISTETTU:	28.02.2018
VAHVISTA TIEDOT VIIMEISTÄÄN:	11.06.2018		

---

**Korvaus**

LASKUSTILANNE:	siirretty laskutukseen
KORVAUS YHTEENSÄ (ILMAN ALVIA):	56,51 e

		KORVAUS (EI SIS. ALV)	LASKUN PVM	LASKUNRO
Taustamusiikki tapahtumassa, kuulijamäärä 201-2000, Teosto	31,76 e /tapahtuma	31,76 e		
Ilmoituspalkkio	-3,0 % /tapahtuma	-0,95 e		
Äänitemusiikki pääsymaksuttomassa tapahtumassa, kuulijamäärä 1-500, Gramex	26,49 e /tapahtuma	26,49 e		
Ilmoituspalkkio	-3,0 % /tapahtuma	-0,79 e		

Hintoihin lisätään kulloinkin voimassa oleva arvonlisävero.

## Liite 12: Kisainfo

TERVETULOA PORLA JUOKSUUN 12.5.2018!

PRO PORLAN JÄRJESTÄMÄ KOKO PERHEEN JUOKSUTAPAHTUMA

**PORLA JUOKSU  
12.5.2018 KLO 10  
PORLASSA**

Käynninajat, matkat ja hinnat	
Miehet/Naiset	10 km 10 €
Miehet/Naiset	5 km 5 €
Alla 16v Tytöt ja pojat	5 km 5 €
Alla 12-vuotiaat Tytöt ja Pojat	400 m 3 €
Alla 4-vuotiaat Tytöt ja Pojat	40 m 2 €

Tapahtumassa kahvila & muita ohjelmaintoa!  
Vapaa pääsy!

Ennakkoilmoittautuminen viimeistään 5.5.2018  
[www.proporla.fi](http://www.proporla.fi)

Porla juoksu on koko perheen tapahtuma, jossa juoksusarjoja on kaikenikäisille ja -tasoisille harrastajille. Juoksun lisäksi Porla juoksu tarjoaa kivaa puuhaa koko perheelle. Tapahtumassa on muun muassa buffetti, arpajaiset, keppihevostrata ja miniolympialaiset. Tapahtuma on avoin kaikille ja oheisohjelma on ilmaista, mutta buffettia ja arpajaisia varten kannattaa varata pieni määrä käteistä rahaa mukaan.

ISO KIITOS JO ETUKÄTEEN KAIKILLE OSALLISTUNEILLE!

Osallistumismaksuilla tuetaan Pro Porla ry:n toimintaan ja samalla varmistetaan vastaavanlaisten tapahtumien järjestäminen jatkossa.

### KISAINFO

Toivomme, että luet tämän huolella, niin saadaan onnistunut ja kiva tapahtuma kaikille.

### TAPAHTUMA-AIKA JA -PAIKKA

Lauantai 12.5.2018 klo 10 (Jälki-ilmoittautuminen klo 9 alkaen)

Porla

Liessaarenkatu 2, 08100 LOHJA

### ENNAKKOILMOITTAUTUMINEN

Ennakkoilmoittautuminen on päättynyt!

#### **JÄLKI-ILMOITTAUTUMINEN**

Jälki-ilmoittautuminen tapahtuu kisakansliaan tapahtumapäivänä seuraavasti: Lasten sarjat klo 9-9.45 aikana ja aikuisten sarjat klo 9-10.45 aikana.

Jälki-ilmoittautumisesta perimme euron (1 €) enemmän maksua, lukuun ottamatta 40 m pienten sarjaa.

HUOM! Maksu käteisellä!

#### **PARKKIPAIKKA**

Aurlahden rantakenttä, Rantapuisto 14, 08100 Lohja.

Paikalla liikenteenohjaus, parkkipaikka maksuton.

#### **KISAKANSLIA**

Kisakanslia sijaitsee Porlan Aurlahden puoleisessa päädyssä

Ennakkoon ilmoittautuneet ilmoittautuvat kisakansliaan viimeistään 15 minuuttia ennen lähtöä. Lähdöt vaihtelevat sarjoittain, joten oman sarjan lähtö kannattaa tarkastaa hyvissä ajoin.

Ilmoittautumisen yhteydessä on myös kisanumeroiden nouto.

HUOM! Maksu käteisellä!

#### **SARJAT**

Naiset: 5 km ja 10 km Hintaa 10 €

Miehet 5 km ja 10 km Hintaa 10 €

Tytöt ja pojat 5 km alle 16-vuotiaat Hintaa 5 €

Tytöt ja pojat 400 m alle 12-vuotiaat Hintaa 3 €

Tytöt ja pojat 40 m alle 4-vuotiaat Hintaa 2 €

#### **LÄHTÖ, REITTI**





Lähtö- ja maalipaikka: Porlan Aurlahden puoleisessa päädyssä

**Lähdöt porrastetusti:**

**(aikatauluihin saattaa tulla pieniä muutoksia)**

**40 m** Alle 4-vuotiaat tytöt ja pojat **klo 10.15**

**400 m** Alle 12-vuotiaat tytöt ja pojat **klo 10.30**

**5 km** Alle 16-vuotiaat tytöt ja pojat sekä miehet ja naiset **klo 11.00**

**10 km** miehet ja naiset **klo 11.30**

Reittejä ei ole mitattu virallisesti

Miniporla, eli 40 metrin matka juostaan Porlan Aurlahden puolen päädyssä, veneenlaskupaikalla tasaisessa hiekkamaastossa.

400 metrin matka juostaan Porlan läpi tasaisessa hiekkamaastossa.

5 kilometrin matka starttaa Porlan Aurlahden puoleisesta päädystä ja jatkaa kaunista rantamaisemaa pitkin Purjehtijoidenrantaan, josta jatketaan Haikarin ohi Liessaareen, josta käännytään ympäri. Matka jatkuu muuten samaa reittiä takaisin, mutta ennen Purjehtijoiden rannan siltaa käännytään oikealle kohti Myllärinkatua.

10 kilometrin matka juostaan samaa reittiä, kuin 5 kilometrin, mutta matka juostaan kaksi kertaa.

Kaikki reitit ovat merkityjä osittain sekä valkoisella nauhalla että liitumerkinnoilla, lisäksi pidemmän matkan varrella on kylttejä ja opastajia.

5 ja 10 kilometrin reitit juostaan aina oikealta puolelta tietä tai polkua. Alkumetrit ovat tasaista helppokulkuista maastoa. Purjehtijoidenrannan jälkeen reitti muuttuu polkumaiseksi ja Liessaaren poluilla on juuria ja kuoppia, joita tulee varoa. Erytistä varovaisuutta tulee noudattaa, mikäli tapahtumapäivänä on sadekehi tai maa on aiemmista sateista vielä kostea.

Sateella reitti on liukas ja poluilla olevat kuopat voivat täytyä vedestä. Tapahtumaan suositellaan pukeutumaan säänmukaisesti.

#### **PALKINTOJENJAKO**

Jokainen osallistuja palkitaan mitalilla. Mitali annetaan heti kun juoksija saapuu maaliin. Pääpalkinnot ja mahdolliset arvonnat jaetaan juontolavalla viimeisen juoksijan saavuttua maaliin, arvioitu aika noin klo 13.

#### **YHTEYSTIEDOT**

Tapahtumaan liittyvät kysymykset pyydämme lähettämään osoitteeseen [porlajuoksu@gmail.com](mailto:porlajuoksu@gmail.com)

Media ja yhteistyöpyynnöt Karoliina Salmela, 044 0310 198

#### **TERVETULOA JUOKSEMAAN!**



#### **YHTEISTYÖSSÄ**

Lohjan Liikuntakeskus Oy

Länsi-Uudenmaan Urheilijat

SSO

Visit Lohja

Lohjan Seudun Latu ry

TheraFish

Suomen 100+ Maraton Kerho

Laurean Yrityslabra

Aerial Oy

K-Citymarket Lohja

[www.juoksija-lehti.fi](http://www.juoksija-lehti.fi)

Apuomena ry

Lohjan seudun työttömät ry

Jani Salmela Photography

Nummelan OP:n jäätelökioski

Liite 13 Tapahtumakuvia





## Liite 14 Toimeksiantajan arviointi

Porla-juoksu 12.5.2018

### TAPAHTUMAN ONNISTUMISEN ARVIOINTI

Birgit Aittakumpu 6.6.2018

#### 1. Elämyksellisyys

Porla-juoksun ohjelma oli rakennettu monipuoliseksi ja se kiinnosti kaikenikäisiä ihmisiä. Eritoten lasten kiinnostus juoksumatkaan tuotti iloa. Juoksijoita oli kaikissa juoksumatkoissa. Kisaajia oli yhteensä 89 ja maksajia 95.

Yleisöä saapui paikalle noin 200 henkeä. Tapahtuma kiinnosti lapsiperheitä, aikuisia ja jonkin verran ikäihmisiä. Porlan rantaan kerääntyi ihmisiä kannustamaan juoksijoita. Se loi tunnelmaa. Tapahtuman juontaja osasi hyvin kannustaa sekä yleisöä että juoksijoita. Hyvä juontaja oli merkityksellinen päivän kululle ja tunnelmalle.

Tapahtuma-alueen oheistoiminta kiinnosti yleisöä. Eritoten lasten ja lastenmielisten keppihevosrata oli suosittu. Arpajaiset ja Me&I tuote-esittely sopivat hyvin tapahtuman luonteeseen. Lohjan kaupunki tarjosi mitallikahvit Meri Ilmarisen EM-mitalin kunniaksi. Se toi kisapäivälle hienon tunnelman. Kaupunki ojensi Meri Ilmariselle palkinnon suorituksestaan. Se keräsi nuoria paikalle.

Ruokakojussa oli hyvä tunnelma ja ihmisillä oli myös mahdollisuus itse grillata makkaraa nuotiossa. Elävä tuli tuo aina ihmisiä ympärille.

Tapahtuman ajankohta oli hyvä. Tapahtuman koordinaattorit osasivat hyvällä yhteistyöllä ja omalla olemuksellaan luoda positiivista ja lämmintä tunnelmaa. Se on tärkeä asia! Lisäbonuksena oli palkintojen jaossa huomioitu extrapalkinto, jonka sai juoksija, joka opasti eksyneen lapsijuoksijan takaisin maaliin. Tapahtumapäivän hieno aurinkoinen sää loi onnistuneen tunnelman.

#### 2. Budjetti

Tapahtuman budjetti oli pieni mutta tehokkaasti käytetty. Tapahtuman vetäjät olivat saaneet hyvin yhteistyökumppaneita mukaan. Sponsoreita on aina haastava saada mukaan. Heitä oli kuitenkin saatu riittävästi.

Tapahtumabudjettia ja kuluja oli saatu alas yhteistyökumppaneiden avulla. Toteutuma oli yli tuhat euroa ylijäämäinen. Yleishyödyllisessä pienessä yhdistyksissä tämä tuotto on hyvä.

Tapahtuman osallistujat ja yleisö saivat tietoa Pro Porlasta ja tapahtuma toi uusia kävijöitä paikalle. Sillä on iso merkitys Porlan luontoalueen tunnettavuuden kannalta.

#### 3. Käytännön järjestelyt

Käytännön järjestelyt onnistuivat hyvin. Juoksumatkat olivat suunniteltu hienosti ja maisemaa hyödyntäen. Se toi lisäarvoa tapahtumalle.

Tiimin työskentely oli erittäin itsejautuvaa ja aktiivista. Projektin suunnittelu ja aikataulutus toteutui erinomaisesti. Projektin vetäjät osasivat ennakoida tehtäviä ja suorittivat työt loppuun saakka hienosti. Tiimi kohtasi normaaleja projektiin liittyviä pieniä kommunikointihaasteita.

Projektin vetäjät näkivät tilanteet oppimismahdollisuutena ja tutkivat hyvin eri mahdollisuuksia. Kommunikointikyky, myönteinen ajattelu, mahdollistaminen ja ongelmien ratkaisukeskeisyys ovat olennaisia projektikoordinaattorin ominaisuuksia. Tiimin vetäjät onnistuivat tässä erinomaisesti. Työskentely yhteistyökumppaneiden kanssa oli pienistä haasteista huolimatta yhteistyökykyistä ja taidokasta.

Tapahtuman järjestäjän ja erityisesti pienen organisaation sisäinen toimintakulttuuri on joskus haastavaa yleishyödyllisessä yhdistyksessä koska ihmisillä on intohimo ja vahvat mielipiteet sisällöistä, jotka ovat usein erilaisia. Tapahtuman vetäjien sisäinen vahvuus, avoimuus ja seisominen omien sisällöllisten päätösten takana myönteisellä kommunikoinnilla on aina toimiva ratkaisu. Projektikoordinaattorit suoriutuivat sisäisessä toimintakulttuurissa erinomaisesti.

Projektikoordinaattoreilla oli tapahtumapäivänä paljon pieniä työtehtäviä. Tiimi olisi voinut delegoida enemmän tehtäviä muille. Useasti tuottajalta ei koskaan lopu ”vaatteet päältä”, jolloin on mahdollisuus uupumiseen tai liialliseen stressaantumiseen. Toisaalta, kun kokemusta tulee lisää, sitä paremmin yleensä osaa delegoida. Porla juoksun aikana kuitenkin kaikki hoitui eikä tullut suurempia päällekkäisyyksiä tai sähkölinkejä.

Musiikki oli tapahtuma-alueella nuorekasta ja menevää. Osa yleisöstä - vanhempi väki - toivoi rennompaa ja ei jumputtavaa musiikkia. Toisaalta tapahtuma keräsi nuoria ja musiikki oli heidän makuunsa.

Yleisöstä tuli myös kommentti, että olisi ollut hyvä, jos juoksun lähtöpaikka ja ilmoittautuminen olisivat olleet lähellä tapahtuma-aluetta. Nyt tapahtuma-alue oli hajaantunut.

Tapahtumasta jäi positiivinen ja iloinen tunnelma. Yleisökommenteissa toivottiin tapahtumalle jatkoa.

#### 4. Myynti ja markkinointi

Myynti ja markkinointi tapahtumasta oli suunniteltu hyvin ennakkoon ja siihen oli panostettu. Tapahtuman ilme oli raikas ja nuorekas. Sosiaalinen media, eritoten mainosvideot juoksusta, olivat toimivia. Mikäli tapahtumalla olisi ollut käytettävissä enemmän yhdistyksen omia varoja, olisi varmasti se tuonut lisää uutta yleisöä. Pienen yhdistyksen budjetti ja kekseliäs tiimi saavutti kuitenkin tavoitteensa.

Tiimi onnistui yhteistyökumppaneiden kautta saamaan laajaa julkisuutta. Tiedottaminen onnistui hyvin. Paikallislehdet kirjoittivat isoja ennakkojuttuja. Tapahtumaan saapui myös lehdistöä. Tiimin kommunikointi keskenään ja sisäinen tiedottaminen onnistuivat erinomaisesti.

#### 5. Asiakassuhteen syventäminen

Juoksutapahtuma saavutti uutta yleisöä Porlan alueelle. Lohjan mittakaavassa osallistujia juoksuun oli runsaasti. Porlan aluetta saatiin näin tunnettavammaksi uuden tapahtuman tiimoilta. Tapahtuma onnistui myös syventämään jo olemassa olevia kumppanuuksia ja loi uusia hyviä yhteistyötahoja. Yleisö ja juoksijat toivoivat tapahtumalle jatkoa. Tapahtuman onnistuminen hyvin ensimmäistä kertaa antaa hyvän pohjan jatkosuunnittelulle.