

Katri Oikarainen

Elämystapahtuman suunnittelu Case: Hotelli-ravintola Alma

Opinnäytetyö

Syksy 2018

SeAMK Ruoka

Restonomi (AMK), Ravitsemispalvelut



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: SeAMK Ruoka

Tutkinto-ohjelma: Restonomi (AMK), Ravitsemispalvelut

Tekijä: Katri Oikarainen

Työn nimi: Elämystapahtuman suunnittelu Case: Hotelli-ravintola Alma

Ohjaaja: Paula Juurakko

Vuosi: 2018

Sivumäärä: 53

Liitteiden lukumäärä: 7

Tämä opinnäytetyö oli toiminnallinen työ, jonka tavoitena oli suunnitella elämyksellinen dinner & show -tyylinen ilta Hotelli-ravintola Almaan. Idea työhön saatiin Tauno ja Ansa, Kamera käy -musiikinäytelmästä, jota tullaan esittämään Hotelli-ravintola Alman näyttämöllä 8.11.2018 – 12.1.2019. Näytelmän ympärille haluttiin luoda kokonaisuus, jonka vieraat voisivat kokea elämyksellisenä ja ainutlaatuisena.

Opinnäytetyön teoreettisessa viitekehyksessä käsiteltiin elämyksellisyyttä, asiakaskokemusta, tarinallistamista sekä tapahtuman järjestämistä. Elämyksellisyyttä tutkittiin Pinen ja Gilmoren (1999) elämismallin, Tarssasen (2009) elämiskolmiomallin ja Gustafssonin, Öströmin, Johanssonin ja Mossbergin (2006) FAMM-mallin avulla. Mallien avulla tapahtuma suunniteltiin mahdollisimman elämykselliseksi ja asiakaslähtöiseksi. Tarinallistamiseen perehdyttiin Kalliomäen (2014) Tarinallistaminen, palveluprosessin punainen lanka -teoksen avulla. Tarinallistaminen tulee työssä esiin Tauno ja Ansa, Kamera käy -näytelmän ja tapahtuman elementtien yhdistämisessä.

Työn tuloksena kehitettiin suunnitelma Tauno ja Ansa, Kamera käy -elämystapahtumaan. Työ rajattiin suunnitelmaan, mutta se tehtiin niin kattavaksi, että henkilökunta voi toteuttaa tapahtuman ilman, että opinnäytetyöntekijä on paikalla tapahtumassa. Suunnitelma sisältää somistussuunnitelman, menun reseptit, asiakaspolun, aikataulun sekä kuvaukset tapahtumasuunnittelussa huomioonotettavista tekijöistä Työ koettiin hyödylliseksi toimeksiantajalle, sillä se toi jotain uutta ja erilaista normaaleihin työtapoihin ja prosesseihin verrattuna. Jos tapahtuma ja suunnitelma toteutetaan onnistuneiksi, niitä voidaan hyödyntää Hotelli-ravintola Alman tulevissa tapahtumissa.

Avainsanat: ravintolat, elämys, asiakaskokemus, tapahtumat

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: Food and Agriculture

Degree programme: Food and Hospitality

Author/s: Katri Oikarainen

Title of thesis: Planning an Experience Event Case: Hotel-Restaurant Alma

Supervisor: Paula Juurakko

Year: 2018 Number of pages: 53 Number of appendices: 7

This thesis was a functional study and the purpose was to plan an experience event to Hotel-Restaurant Alma based on musical named Tauno ja Ansa, Kamera käy. The goal was to create an event, which the restaurant customers could find memorable and unique.

The theory part of the thesis discusses peak experience, customer experience, story telling, and arranging an event. Three different models were utilized when studying experiences: Pine and Gilmore (1999), Tarssanen (2009) and Gustafsson, Öström, Johansson & Mossberg (2006). With the help of the models, the event was planned to be a customer oriented overall experience.

The thesis resulted in a plan for Tauno ja Ansa, Kamera käy -experience event. The work covered only the planning phase of the event. The plan was comprehensive so that the employees of the restaurant could operate without any further instructions. A customer path and a schedule were created to support the event plan.

The thesis was helpful and beneficial for Hotel-Restaurant Alma because it brought new ideas and visions to the ways of working. If the event plan is considered good enough, it can be used when planning other similar events.

Keywords: restaurants, experience, customer experience, events

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
Kuva- ja kuvioluettelo	6
1 JOHDANTO	7
1.1 Työn tausta, tavoitteet, käytetyt menetelmät ja rajaukset.....	7
1.2 Hotelli-ravintola Alma	8
2 ELÄMYKSELLINEN TAPAHTUMA	10
2.1 Elämyksen määrittely ja sen syntyminen	10
2.2 Elämyskolmiomalli.....	11
2.2.1 Elämyksen eri elementit.....	12
2.2.2 Elämyksen kokemisen tasot.....	14
2.3 The Five Aspects Meal Model.....	15
2.4 Elämyksellinen ruokapalvelu.....	18
2.5 Asiakaskokemus	19
2.6 Tarinallistaminen elämyksen tukena	20
3 TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN	25
3.1 Onnistuneen tapahtuman lähtökohdat	25
3.2 Tapahtuman suunnittelu.....	26
3.3 Tapahtuman toteutus	32
3.4 Jälkimarkkinointi.....	34
4 TAUNO JA ANSA, KAMERA KÄY -ILLALLINEN HOTELLI- RAVINTOLA ALMASSA.....	35
4.1 Tauno ja Ansa, Kamera käy -musiikkinäytelmä	35
4.2 Tapahtuman suunnittelun vaiheet	36
4.3 FAMM-mallin, elämyskolmiomallin ja tarinallistamisen hyödyntäminen elämystapahtuman suunnittelussa	39
4.4 Tapahtuman toteutus	45
4.5 Jälkimarkkinointi.....	47
5 YHTEENVETO JA POHDINTA	49

LÄHTEET	51
LIITTEET	53

Kuva- ja kuvioluettelo

Kuva 1. Stooripuu	23
Kuvio 1. Elämymalli	11
Kuvio 2. Elämymkolmiomalli	12
Kuvio 3. FAMM-malli	15
Kuvio 4. Onnistuneen tapahtuman malli	26

1 JOHDANTO

1.1 Työn tausta, tavoitteet, käytetyt menetelmät ja rajaukset

Elämyksellä tarkoitetaan moniaistista, voimakkaasti vaikuttavaa kokemusta tai tapahtumaa, joka syntyy kokijan mielessä. Elämys määritellään myös aina positiiviseksi kokemukseksi. Jokainen ihminen kokee elämyksen yksilöllisesti ja antaa sille merkityksen ajatusmaailmassaan. Sen oikeellisuudesta tai vääryydestä ei voida kiistellä, sillä elämys koetaan aina henkilökohtaisesti. (Pitkäkoski 2007, 16.) Emootioilla, eli tunteilla, on keskeinen merkitys elämyksen syntymisessä. Positiivinen emotionaalinen liikuttuminen, yllättyneisyys, mielihyvän tunne ja ilahtuminen mahdollistavat elämyksen kokemisen. Lisäksi positiivinen yllätyksellisyys lisää ihmisen kokemaa ilahtumista: mitä yllättävämpänä kokemus koetaan, sitä suuremmin ilon tunteita koetaan. (Pitkäkoski 2015, 23–34.) Elämys ja elämyksellisyys ovat sanana yleistyneet runsaasti. Monet yritykset käyttävät sanaa tuotteiden sekä palveluiden markkinoinnissa ja pyrkivät näin lisäämään palveluiden ja tuotteiden kysyntää sekä myyntiä. (Tarssanen 2009, 8.)

Tapahtuman suunnittelu on koko tapahtumaprosessin tärkein vaihe (Vallo & Häyrinen 2016, 191; Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 48). Tapahtuman suunnittelu on ajatustyötä, jossa täytyy osata huomata kaikki tapahtuman vaiheet ja osata laittaa ne oikeaan järjestykseen. Tätä kutsutaan myös nimellä palvelupolku. Tapahtuman suunnittelu tulisi aloittaa mahdollisimman aikaisin riippuen tapahtuman laajuudesta, sillä joskus suunnitteluvaihe saattaa kestää jopa monta vuotta (Vallo & Häyrinen 2016, 191). Suunnittelun avulla voidaan löytää keinot tavoitteiden saavuttamiselle ja toiminnan tehokkuudelle (Iiskola-Kesonen 2004, 9). Hyvin tehty suunnitelma myös mahdollistaa tapahtuman onnistumisen (Vallo & Häyrinen 2016, 191).

Tauno Palo ja Ansa Ikonen olivat suomalaisia näyttelijöitä. Yhdessä he muodostivat suomalaisen elokuvateollisuuden valovoimaisimman ja rakastetuimman parivaljakon. Heidän tunnetuimpia elokuviaan ovat muun muassa Kulkurin valssi, Vaimoke, SF-paraati sekä Koskenlaskijan morsian ja ne on kuvattu 1930–1940-luvulla.

Opinnäytetyön idea, Tauno ja Ansa, Kamera käy -illallisesta, saatiin toimeksiantona opinnäytetyön tekijän työpaikasta, Hotelli-ravintola Almasta. Kulttuurikollektiivi Silta oli ottanut yhteyttä Almaan ja ehdottanut näytelmää esitettäväksi heidän näyttämönlään. Illasta haluttiin muodostaa dinner & show-tyylinen kokonaisuus, jossa ilta alkaa ruokailulla ja päättyy näytelmään.

Opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella elämyksellinen tapahtuma Tauno ja Ansa, Kamera käy -musiikinäytelmän ympärille. Suunnitelma sisältää somistussuunnitelman, menun reseptit, asiakaspolun, aikataulun sekä kuvaukset tapahtumasuunnittelussa huomioonotettavista tekijöistä. Opinnäytetyö rajattiin suunnitteluun, jolloin itse toteutus jätettiin työn ulkopuolelle. Työssä ei myöskään käsitelty tapahtuman markkinointiin tai budjettiin liittyviä asioita. Työ laadittiin niin, että työntekijöiden on mahdollista saada laaditun suunnitelman avulla selkeä kokonaiskäsitely tapahtumasta. Näin annetaan edellytykset onnistuneelle tapahtumalle.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsitellään elämyksellisyyttä, tarinallistamista sekä tapahtuman järjestämistä. Tauno Palon ja Ansa Ikosen elämä, elokuvat ja tapahtuman näytelmä toimivat tapahtuman teeman muodostavina tekijöinä. Heidän tarinoidensa avulla myös luodaan tapahtumalle tarinallisuutta. Opinnäytetyön suunnitelma rakennettiin tapahtuman järjestämisen teorian pohjalta. Se koostuu kolmesta osasta: suunnitelmasta, toteutuksesta ja jälkimarkkinoinnista. Suunnitelmassa hyödynnettiin myös FAMM-mallia (Gustafsson ym. 2006), elämyskolmiomallia (Tarssanen ja Kylänen 2009) sekä tarinallistamisen (Kalliomäki 2014) keinoja. Lisäksi suunnittelua ohjasivat toimeksiantajan asettamat toiveet ja rajoitteet tapahtumasta.

1.2 Hotelli-ravintola Alma

Hotelli-ravintola Alma on Seinäjoen keskustassa sijaitseva, entiseen rautatieläisten tupaan restauroitu hotelli ja ravintola. Alma koostuu päärakennuksesta, jossa on kaksikymmentä hotellihuonetta, vastaanotto, ravintolasali sekä useampia kokoustiloja. Lisäksi seitsemän hotellihuonetta löytyy Torni-rakennuksesta, joka on valmistunut syksyllä 2015. (Hotelli-ravintola Alma, [viitattu 4.11.2018].)

Ravintola tarjoaa asiakkailleen aamupalaa, lounasta sekä a la carte-annoksia. Lisäksi kokouksien yhteyteen on mahdollista tilata kokoustarjoilut. Ruoanvalmistuksen lähtökohtana ovat lähituottajien laadukkaat tuotteet ja itsenäisenä ravintolana on mahdollista toteuttaa toiveiden mukaiset menut myös ruokalistan ulkopuolelta. (Hotelli-ravintola Alma [viitattu 4.11.2018].)

Erilaisten juhlatilaisuuksien ja kokouksien järjestäminen on yksi Alman suurimmista liiketoimista. Almassa on mahdollista järjestää tapahtumia jopa 160 hengen juhlista kahdenkeskeisiin palavereihin. Tilaisuudet suunnitellaan yhdessä asiakkaan kanssa ja näin varmistetaan illan onnistuminen. Alman valttikortti onkin sen itsenäisyys: palvelut voidaan räätälöidä asiakkaan toiveiden mukaiseksi, jolloin asiakasta pystytään palvelemaan parhaalla mahdollisella tavalla. (Hotelli-ravintola Alma [viitattu 4.11.2018].)

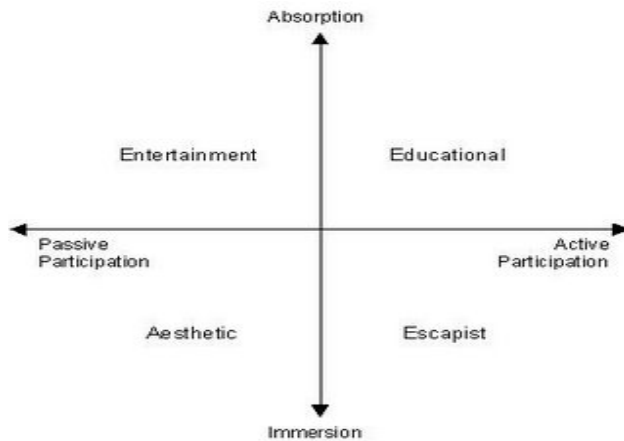
2 ELÄMYKSELLINEN TAPAHTUMA

2.1 Elämyksen määrittely ja sen syntyminen

Elämyksellä tarkoitetaan moniaistista, voimakkaasti vaikuttavaa kokemusta tai tapahtumaa, joka syntyy kokijan mielessä. Elämys määritellään myös aina positiiviseksi kokemukseksi, sillä kaikki kokemukset eivät tuota ihmisen mielessä elämystä. Jokainen ihminen kokee elämyksen yksilöllisesti ja antaa sille merkityksen ajatusmaailmassaan. Sen oikeellisuudesta tai vääryydestä ei voida kiistellä, sillä elämys koetaan aina henkilökohtaisesti. (Pitkäkoski 2007, 16.)

Emootioilla eli tunteilla on keskeinen merkitys elämyksen syntyemisessä. Positiivinen emotionaalinen liikuttuminen, yllättyneisyys, mielihyvän tunne ja ilahtuminen mahdollistavat elämyksen kokemisen. Lisäksi positiivinen yllätyksellisyys lisää ihmisen kokemaa ilahtumista: mitä yllättävämpänä kokemus koetaan, sitä suuremmin ilon tunteita koetaan. (Pitkäkoski 2015, 23–34.)

Pine ja Gilmore (1999, 30–31) tarkastelevat elämystä neljän eri osa-alueen kautta, joita ovat viihteellisyys, opetuksellisuus, esteettisyys ja todellisuuspakaisuus. Näitä yhdistää kaksi akselia: toisessa tarkastellaan osallistujan aktiivisuutta ja passiivisuutta riippuen siitä, osallistuuko henkilö palvelun tai tuotteen kokemiseen itse vai seuraako hän sivusta tapahtumia. Toisella akselilla tarkastellaan osallistujan omaksumista sekä uppoutumista, eli seuraako hän kiinnostavaa tapahtumaa sivusta vai onko hän osa sitä (kuvio 1).



Kuvio 1. Elämysmalli (Pine & Gilmore 1999, 30).

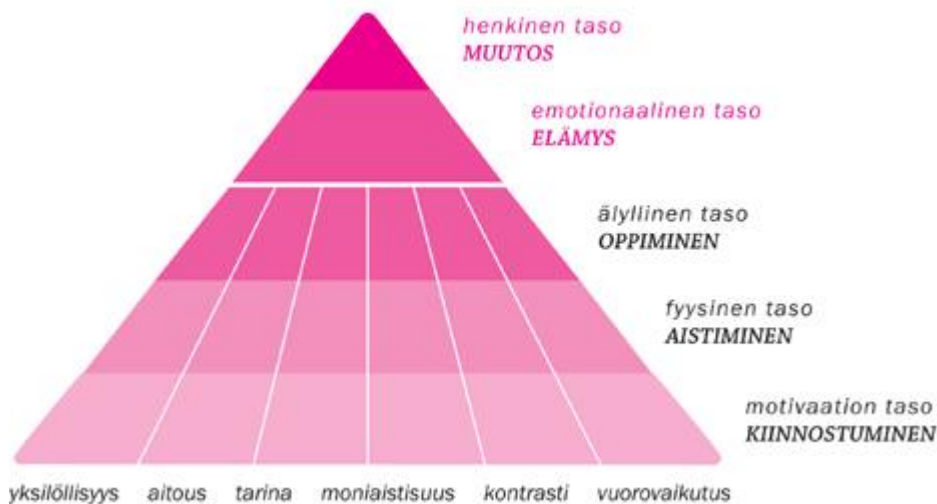
Kuinka palvelu ja elämyksellinen palvelu eroavat toisistaan? Palvelu keskittyy siihen, mitä asiakkaalle myydään, kun taas elämyksellisen palvelun myymisessä keskitytään sen sijaan siihen, miten asiakas kohdataan ja miten hänen kanssaan kommunikoidaan. Palveluiden ja elämysten ostajista voidaan myös käyttää erilaisia nimityksiä: palveluiden ostajat ovat asiakkaita ja elämysten ostajat vieraita. (Tarssanen 2009, 9.)

Elämys ja elämyksellisyys ovat sanoina yleistyneet. Monet yritykset käyttävät sanaa tuotteiden sekä palveluiden markkinoinnissa ja pyrkivät näin lisäämään palveluiden ja tuotteiden kysyntää sekä myyntiä. Tämän seurauksena sanojen merkityksellisyys ja vaikuttavuus ovat selkeästi laskeneet. (Tarssanen 2009, 8.)

2.2 Elämyskolmiomalli

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus on kehittänyt työkalun, jolla voidaan edistää tuotteen tai palvelun elämyksellisyttä. Elämyskolmiomallin (kuvio 2) avulla voidaan tarkastella, millainen tuote on elämystuote ja millaisia elementtejä elämystuotteessa tulisi olla. Malli havainnollistaa tuotteiden elämyksellisyttä ja mahdollistaa löytämään eri kehittämisen kohteet. Itse elämyskolmiomalli kuvaa ideaalituotetta, jossa kaikki elämyksen elementit ovat edustettuina. (Tarssanen 2009, 11.)

Elämyskolmiomallia voidaan tarkastella kahdesta eri näkökulmasta. Ensimmäinen näkökulma on tuotteen tai palvelun elementit ja toinen asiakkaan kokemukset. Mallin mukaan tuotteen tulisi sisältää kuusi eri ominaisuutta, jotta se voisi olla elämyksellinen. (Tarssanen 2009, 12.)



Kuvio 2. Elämyskolmiomalli (Tarssanen 2009, 11).

2.2.1 Elämyksen eri elementit

Tarssasen (2009, 12) mukaan elämyksessä korostuvat tietyt elementit. Yksilöllisyydellä tarkoitetaan tuotteen tai palvelun ainutlaatuisuutta eli samanlaista ei löydy mistään muualta. Tämä elementti tulee esiin asiakslähtöisyytenä sekä joustavuutena. Parhaimmillaan palvelu tai tuote voidaan räätälöidä jokaiselle asiakkaalle omanlaiseksi niin, että jokainen voi kokea elämyksen itselleen mieluisena. Haasteena yrityksillä on kuitenkin personoitavien tuotteiden luominen: miten keksiä hyvä peruskonsepti, joka voidaan yksilöidä ja monistaa asiakkaille?

Pitkäkoski (2015, 91) korostaa elämyksen yksilöllisyydessä henkilökunnan kommunikointia asiakkaan kanssa. Kommunikointityylin valinta on tehtävä harkitusti, sillä sitä kautta asiakas määrittelee mielessään, kuinka henkilökohtaisena hän palvelun kokee. Lisäksi joustavuus ja herkkyys asiakkaita kohtaan on tärkeää, kun yksilöllisyyttä halutaan esiintuoda.

Toiseksi elementiksi Tarssanen (2009, 12–13.) on nimennyt aitouden, millä tarkoitetaan tuotteen uskottavuutta. Aitoutta voidaan kuvata olemassa olevaksi ja todelliseksi alueen elämäntavaksi sekä kulttuuriksi. Jokainen ihminen kuitenkin itse määrittää onko tuote aito, sillä kaikille yhteistä aitoa ei ole olemassa. Pitkäkoski (2015, 92) kertoo havainnollistavan esimerkin aitoudesta: keskiaikainen ravintola, jonka fyysinen olemus ja palvelutapa edustavat vanhan ajan tyyliä, tarjoaa asiakkailleen vanhan ajan raaka-aineista, vanhoilla ruoanvalmistusmenetelmillä ruokaa. Luultavasti ravintola ei olisi suosittu, sillä ruokalista ei oltu tehty sellaiseksi, että nykyihminen voisi kuvitella sen aidoksi.

Kolmas elementti on tarina. Tarina sitoo yhteen markkinoinnin keinot ja kanavat sekä itse palvelutapahtuman, riippumatta siitä missä tapahtuma fyysisesti järjestetään. Lisäksi hyvin kerrotun tarinan avulla asiakas voi heittäytyä mukaan osaksi tarinaa. (Kalliomäki 2014, 13.)

Tarinan avulla asiakkaalle kuvataan tapahtumien järjestys ja sisältö ja saadaan asiakas vakuuttuneeksi tapahtuman tärkeydestä ja merkityksestä: asiakas siis kokee, että juuri hänen on tärkeää osallistua. Mukaansatempaava tarina sisältää sekä fiktiivisiä että faktallisia osia. Näin tarinalla on mahdollisuus vaikuttaa asiakkaaseen älyllisesti ja emotionaalisesti. Lisäksi tarinan on oltava hyvin suunniteltu ja uskottava, jotta asiakas voi uskoa siihen eikä mitkään asiat ole ristiriidassa keskenään. Tarinan on myös kuljettava asiakkaan mukana koko ajan markkinoinnista itse tapahtumaan ja sen kautta jälkimarkkinointiin. (Tarssanen 2009, 13–14.)

Neljäntenä elementtinä on moniaistisuus, eli kaikki aistiärsykkeet ovat vahvasti asiakkaan koettavissa. Ärsykeitä ei saa kuitenkaan olla liikaa, sillä muuten ne häiritsevät asiakkaan mieltä ja kokonaisuus kärsii. Tämän takia aistiärsykkeiden suunnittelu tulee olla hyvin huolellisesti tehty. (Tarssanen 2009, 14.)

Pitkäkoski (2015, 93) sanoo, että moniaistinen palvelukokemus lisää asiakkaan mielenkiintoa, aitouden kokemista sekä älyllistä ja tunteellista kokemista. Erityisesti ruokapalveluissa moniaistisuus näkyy selkeästi. Pelkkä ruoan maku muodostuu ihmisen aivoissa monien eri aistien summana. Moniaistiseen ruokailukokemukseen voidaan lisäksi vaikuttaa muun muassa visuaalisilla viesteillä, kalusteilla, esineillä

sekä kattauksella. Yhdessä muiden elementtien kanssa nämä muodostavat elämyksellisen ruokailukokemuksen.

Tarssasen (2009, 14.) mukaan viides elementti on kontrasti, jolla tarkoitetaan tuotteen erilaisuutta, mikä elämyksentuottamisessa tarkoittaa tuotteen erilaisuutta asiakkaan normaaliin elämään. Näin asiakkaan on mahdollista erottautua arjen tavallisesta kaavasta. Kontrastin suunnittelussa tulee kuitenkin huomata ihmisten kulttuurierot, sillä toiselle erilainen voikin olla tavallista.

Ruokapalveluissa kontrasteja voidaan kehittää määrittelemättömästi. Kontrasteja voidaan luoda esimerkiksi tilan tyyllillä, muodoilla, väreillä ja materiaaleilla. Lisäksi myös ruoka-annoksiin voidaan tuoda eri kontrasteja ruoan valmistuksen yhteydessä. (Pitkäkoski 2015, 93.)

Viimeisenä elementtinä Tarssanen (2009, 14–15) mainitsee vuorovaikutuksen, millä tarkoitetaan asiakkaan, työntekijän ja itse tuotteen välistä hyvää kommunikaatiota. Hyvä vuorovaikutussuhde mahdollistaa yhteisöllisyyden tunteen eri osapuolten välillä ja tärkeää olisikin, että kaikki tietäisivät edes jonkin verran toisistaan, joko ennuudestaan tai viimeistään paikan päällä. Yksilö voi kuitenkin kokea elämyksen, mutta yhteisössä hän tiedostaa, että kokemus on arvostettu ja hyväksytty.

2.2.2 Elämyksen kokemisen tasot

Elämyskolmion pystyakselilla on kuvattu asiakkaan elämyksen kokemisen tasot kiinnostumisesta muutoksen syntymiseen. Pyramidin pohjalla on motivaation taso, missä herätetään asiakkaan kiinnostus. Tämä tapahtuu yleensä markkinoinnin kautta ja sen onnistumisen takaamiseksi, tulisi mahdollisimman monen elämyskriteerin täytyä jo alkuvaiheessa. (Tarssanen 2009, 15.)

Pyramidin toinen taso on fyysinen taso, millä tapahtuu itse kokeminen. Tasolla mitataan tuotteen tai palvelun tekninen laatu ja käytettävyys sekä tiedostetaan ympäristö, ympärillä tapahtuvat asiat ja teot. Hyvä tuote mahdollistaa miellyttävän ja turvallisen kokemuksen. Käytännössä asiakas ei koe epämiellyttävää oloa millään fyysisellä tasolla. (Tarssanen 2009, 15–16.)

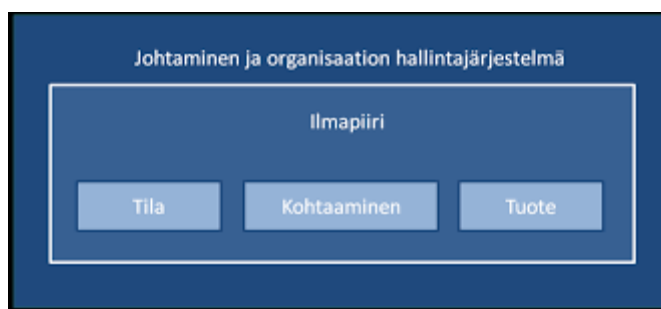
Kolmannella, älyllisellä tasolla asiakas käsittelee ympäristöstä tulevia ärsykeitä, muokkaa omaa toimintaansa niiden mukaan, oppii, ajattelee, soveltaa tietoa ja muodostaa mielipiteitä (Tarssanen 2009, 16). Asiakas myös päättää onko hän tyytyväinen kokemaansa vai ei. Hyvin suunnitellut elämyksen elementit näillä kolmella tasolla antavat hyvät lähtökohdat tyytyväiseen asiakkaaseen. (Pitkäkoski 2015, 95.)

Neljännellä eli emotionaalisella tasolla asiakas kokee varsinaisen elämyksen. Tunhereaktio on vaikeasti ennustettavissa, mutta jos aikaisemmilla tasoilla on otettu eri elementit hyvin huomioon, on hyvin mahdollista, että asiakas kokee iloa, onnellisuutta, riemua, onnistumisen tunnetta, liikutusta ja jotain hänelle merkityksellistä. (Tarssanen 2009, 16.)

Pyramidin huipulla koetaan henkinen taso ja mahdollinen muutos. Jos kaikki elementit ovat olleet kohdallaan ja tasapainossa, asiakas voi kokea voimakkaan emotionaalisen kokemuksen, minkä seurauksena se voi aiheuttaa hänessä henkilökohtaisen muutoksen fyysisellä, henkisellä tai molemmilla tasoilla. (Pitkäkoski 2015, 95–96.)

2.3 The Five Aspects Meal Model

Five Aspects Meal Model -malli on Restaurant and Culinary Art -koulutusohjelman tutkijoiden kehittämä malli, jonka avulla ymmärretään, kehitetään ja analysoidaan ravintolan palvelukokonaisuutta. FAMM-malli sisältää viisi eri osa-aluetta: tila, kohtaaminen, tuote, ilmapiiri, johtaminen ja organisaation hallintajärjestelmä (kuvio 3). (Gustafsson ym. 2006, 84–86.)



Kuvio 3. FAMM-malli (Gustafsson ym. 2006, 86).

Tila. FAMM-mallissa fyysisellä ympäristöllä tarkoitetaan aterialle toteutettuja puitteita, miljöötä ja kaikkea, mitä sen ympärillä on. Fyysinen ympäristö vaikuttaa asiakkaan käyttäytymiseen ja päätöksentekoon. Ympäristö on myös toiseksi tärkein tekijä, joka vaikuttaa asiakkaan mielikuvaan. (Pitkäkoski 2015, 34–35.) Valaistuksella, äänillä, väreillä ja sisutuksella voidaan vaikuttaa suuresti ruokailutilanteeseen ja näillä tekijöillä voidaan erottaa samanlaiset ruokailutilanteet toisistaan. Esimerkiksi, jos sama ruoka nautitaan sairaalaympäristössä ja ravintolassa, voidaan kokemukseen vaikuttaa niin sanotusti tilan säätämällä. (Gustafsson ym. 2006, 86.)

Ympäristö viestittää asiakkaille erilaisia vihjeitä, jotka vaikuttavat asiakkaan kohdistamiin odotuksiin. Ympäristö voi vahvistaa ruoan teemaa, jolloin ruoan hyväksyttävyyden kasvaa. Lisäksi ympäristön fyysinen ilme, sisustus ja koristelu vaikuttavat asiakkaan emotionaalisiin odotuksiin, käyttäytymiseen ja sosiaaliseen vuorovaikutukseen. Tilalla on suuri merkitys asiakkaan palvelukokemukseen, myyntimäärään, paikassa vietettyyn aikaan, tuotevalintoihin, asiakkaan uskollisuuteen, hinnan ja arvon kokemiseen sekä tyytyväisyyteen ja tyytymättömyyteen. Tämän seurauksena ruokaelämyspalveluiden tuottajan tulee kiinnittää erityistä huomiota ympäristön laatuun. (Pitkäkoski 2015, 34.)

Kohtaaminen. Kohtaamisessa korostuvat henkilöiden väliset suhteet. Asiakkaiden ja asiakkaiden sekä henkilökunnan väliset suhteet ovat tärkeitä, mutta erityisesti pöytäseurueen välinen suhde ja sen toimivuus ovat tärkeitä viihtymisen kannalta. (Pitkäkoski 2015, 28.)

Merkittävintä elämyskokemuksen syntymisen kannalta on se, miten henkilökunta kohtaa asiakkaan. Luotettavuus, reagointialttius, ammattitaito, empatia ja toimintaympäristön laatu ovat palvelun tärkeimpiä laatutekijöitä. Elämyksellisen ruokapalvelun kohtaamisessa korostuvat ammattimaisuus, inhimillinen lämpö ja nautinto. Lisäksi palvelussa tulisi pyrkiä yhteiseen ymmärrykseen asiakkaan kanssa. (Pitkäkoski 2015, 37–38.)

Gustafssonin ym. (2006, 87) mukaan tarjoilijoilla on suuri rooli asiakaskohtaamisessa ja heidän on osattava muokkautua asiakkaan synnyttämiin tilanteisiin. Asiakas saattaa esimerkiksi esittää olevansa hienostunut ja varakas, jolloin tarjoilijan tulee huomata rooli ja sulautua siihen niin, että asiakas kokee olonsa miellyttäväksi.

Palveluntarjoajan tulee varmistaa asiakaskokemuksen hyvä laatu: onko henkilökunnalla tarpeeksi ammattitaitoa palvelemaan asiakkaita.

Tuote. Ravintolapalvelun tuotteella tarkoitetaan ruokaa ja juomaa yhdessä kokonaisuutena ja erillään sekä niitä ympäröivää visuaalista ilmettä. Ruoka-annoksen ja ruokalistan suunnittelun pääosassa on osaavat kokit sekä muu keittiöhenkilökunta. Heidän vastuulla on huolehtia raaka-aineiden vaihtelevuudesta, tasapainosta, mausta, aromikkuudesta, ravitsemuksesta ja muita vaikuttavista tekijöistä. Eri tekstuurien, lämpötilojen, makujen ja ulkonäön on soinnuttava yhteen niin, että asiakas voi kokea ruoan nautittavana. Samalla heidän täytyy osata yhdistellä ne toimivasti eri juomiin. Jos yksikin osa-alue ei ole harmoniassa tuotteen ja palvelun muodostamassa ketjussa, nautinto saattaa kärsiä. (Gustafsson ym. 2006, 88–89.) Ruokalista ja ruoan laatutekijät ovat yksi suurimmista asiakkaan tyytyväisyyteen, palvelun kokemiseen ja käyttäytymiseen vaikuttavista asioista ravintolassa (Pitkäkoski 2015, 41).

Tunnelma. Ravintolan tunnelmalla tarkoitetaan palveluiden muodostamaa kokonaisuutta. Se koostuu tilasta, kohtaamistilanteista, tuotteesta sekä johdon hallintajärjestelmästä. Kaikkien osa-alueiden tulee olla harmoniassa keskenään, jotta hyvän ruokakokemuksen on mahdollista syntyä. (Gustafsson ym. 2006, 89–90.) Pitkäkosken (2015, 43–44) mukaan ateriakokemuksen muodostava kokonaisuus on sama kuin tunnelma. Jokainen ihminen kuitenkin itse määrittää millainen tunnelma on miellyttävä, jolloin tunnelmatekijöiden merkitys tunteiden herättämisessä kasvaa.

Johtaminen ja organisaation hallintajärjestelmä. Organisaation hallintajärjestelmään sisältyy ne kaikki liiketaloudelliset ja hallinnolliset toimenpiteet, joita ravintola tarvitsee johtamisessa. Näitä ovat esimerkiksi ruoan, viinin ja alkoholituotteiden käsittelemiseen sekä henkilökunnan käyttäytymiseen liittyvä lainsäädäntö. Jotta organisaatiota johdettaisi hyvin, tulisi eri osa-alueet olla hallussa. Johdon tulee kuitenkin toimia taustalla ilman, että asiakas huomaa sitä. Tällaisia tilanteita voivat olla muun muassa laskun viivästyminen, joka viestittää asiakkaalle ongelmista organisaatiossa. (Gustafsson ym. 2006, 89.)

2.4 Elämyksellinen ruokapalvelu

Elämyksellinen ruokapalvelu on ravintolan tiloissa lavastettu ruokapalvelu, jonka tavoitteena on pyrkiä tuottamaan tilan, tuotteen, kohtaamisen, tunnelman ja johtamisjärjestelmän osalta tasapainoinen kokonaisuus. Palvelu voidaan suunnitella hyvin vaihtelevasti riippuen tilaisuuden asiakkaista, ateriointi- ja tarjoilutavasta, ympäristöstä sekä ohjelmasta. Asiakkaan tarpeet pyritään huomioimaan mahdollisimman hyvin, hänelle pyritään luomaan tunteita ja aisteja koskettava, ainutlaatuinen palvelukokonaisuus. Samalla pyritään myös asiakkaan aktivoimiseen ja osallistamiseen ja tämän avulla luodaan pysyviä muistijälkiä. (Pitkäkoski 2015, 25–26.)

Hynynen ym. (2018, 10–11) korostavat ruokailukokemuksen moniaistillisuutta. Moniaistisuus tarkoittaa eri aistien yhdistelemistä. Ruokapalveluissa tämä tarkoittaa äänimaailman, värien, hajujen, makujen ja tunteiden huomioimista palvelussa ja kaikkien näiden aistien yhdistämisellä voidaan vaikuttaa elämyksellisen kokemuksen syntymiseen. Ruoka tuoksuu, maistuu ja näkyy. Lisäksi ruoan rakenteessa voi olla erilaisia suutuntumia ja ruokailuympäristössä voi olla erilaisia visuaalisia väri-, lämpö- ja valaistusvaikutelmia. (Pitkäkoski 2015, 25.) Moniaistinen palvelu lisää asiakkaan mielenkiintoa, aitouden kokemista, älyllistä kokemusta ja tunnekokemuksia, minkä seurauksena yritys voi hyötyä asiasta taloudellisesti (Hynynen ym. 2018, 11).

Kuluttaja voi itse vaikuttaa ruokaelämyksen syntymiseen. Elämäntilanne, sitoutumisaste ja päämäärät vaikuttavat siihen, miten kuluttaja asennoituu ruokaelämyksen kokemiseen. Esimerkiksi, jos kuluttajan ruokailuun liittyy liikeneuvottelut tai perhejuhla, asennoituu hän tilanteeseen hyvin eri tavalla ja hänen odotukset laadusta ja palvelusta ovat erilaiset. Muita kuluttajasta riippuvia tilannetekijöitä ovat arvot, motiivit, asenteet, persoonallisuus, sosiodemografiset ja taloudellinen tilanne. Asiakas myös itse vaikuttaa ruokailutilanteen yleiseen tunnelmaan, millä on suuri merkitys ruokailuelämyksen kokemiseen. (Pitkäkoski 2015, 28.)

Yrittäjä voi vaikuttaa monilla toimillaan ruokaelämyksen syntymiseen. Palvelu, tuote ja markkinointi yhdessä toimintaympäristön, asiakaskohtaamisen, tunnelman ja johtamisjärjestelmän kanssa ovat kokonaisuus, joka vaikuttaa asiakkaan ruokaelämyksen kokemiseen. Ruokaelämyksen keskiössä on kuitenkin itse ruoka-annos ja sen laatu sekä kattaus tilan ominaisuudet ja luotu tunnelma. (Pitkäkoski 2015, 29.)

Palvelukohtaamisen onnistuminen vaikuttaa suuresti onnistuneeseen ruokailuelämykseen. Palvelukohtaamisen taustalla vaikuttaa yrityksen johtamisjärjestelmä, mikä heijastuu muun muassa henkilökunnan motivaatioon ja tätä kautta asiakaskokemukseen: kuinka motivoitunutta henkilökunta on palvelemaan asiakkaitaan ja tarjoamaan heille onnistuneen elämyksen. (Pitkäkoski 2015, 29.)

2.5 Asiakaskokemus

Asiakaskokemuksella tarkoitetaan jokaisen yksilön muodostamaa kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden summaa yrityksen toiminnasta. Asiakaskokemus on aina henkilökohtainen ja siihen vaikuttavat vahvasti myös tunteet sekä ihmisen alitajunta. Tämän vuoksi yritys ei voi täysin vaikuttaa asiakaskokemuksen syntymiseen, mutta voi vaikuttaa siihen, millaisia kokemuksia se pyrkii luomaan. (Löytänä & Korteso 2011, 11.) Yrityksen brändi on suuressa roolissa asiakaskokemuksen syntymisessä. Jos asiakas on luonut brändiin vahvan tunnesiteen ja hän arvostaa yrityksen arvomaailmaa tai tuotetta, joustaa hän helpommin asiakaskokemuksen suhteen. (Ahvenainen, Gylling & Leino 2017, 9–10.)

Ahvenainen ym. (2017, 10) korostaa palveluntarjoajan roolin tärkeyttä koko asiakaskokemuksen matkan ajan. On tärkeää huomioida asiakas jo markkinointivaiheessa, silloin herätetään kiinnostus yrityksen tuotetta tai palvelua kohtaan. Huonosti vakuutettu asiakas ei luultavasti päädy ostamaan yrityksen tuotetta tai palvelua. Pitkäkoski (2015, 15) kuitenkin korostaa, että asiakaskokemukseen vaikuttaa koko asiakasmatka ja sen laatu.

Tänä päivänä yrityksiä on pyrittävä ylittämään asiakkaiden odotukset, sillä keskinertaisella ei enää erottauduta kilpailijoista. Odotukset ylittävässä asiakaskokemuksessa on kolme osa-aluetta: ydinkokemus, laajennettu kokemus sekä odotukset ylittävät elementit. Ydinkokemus on asiakaskokemuksen perusta, joka voi yksinkertaisimmillaan hyöty ja arvo, jonka seurauksena asiakas ostaa palvelun tai tuotteen. Ydinkokemusta seuraa laajennettu kokemus, millä tarkoitetaan yrityksen tuomaa lisäarvoa tuotteelle tai palvelulle. Asiakaskokemus viimeistellään odotukset ylittävillä elementeillä. Tällöin yrityksen tuote tai palvelu koetaan seuraavanlaisena: henkilö-

kohtaisena, yksilöllisyyden mahdollistavana, aitona, olennaisena, räätälöitynä, oikea-aikaisena, jaettavana, kestäväenä, selkeänä, arvokkaana ennen kauppaa ja sen jälkeen, selkeästi arvokkaana, tunteisiin vetoavana, yllättävänä sekä tuottavana. (Löytänä & Korttesuo 2011, 60–64.)

2.6 Tarinallistaminen elämyksen tukena

Tarinoiden ja tarinallistamisen avulla yrityksen on mahdollista erottua muista ja yksilöllistää palvelunsa. Yrityksen palvelut tuotteistetaan niin, että ne tukevat yrityksen tarinaa. Kun yrityksen idea luodaan tarinan muotoon ja se osataan esittää asiakkaalle mielenkiintoisesti, saadaan palvelukokemuksesta mielenkiintoisempi, elämyksellisempi ja arvokkaampi. Asiakkaan on myös miellyttävämpi ostaa ja käyttää palveluita, kun ne ovat mielenkiintoisia ja juonellisia. Tarinoiden avulla palvelut kehystetään, niistä tehdään inhimillisempiä, merkityksellisempiä sekä selkeämpiä ja yksinkertaisempia. (Kalliomäki 2014, 5.)

Tarssasen (2005) luoman elämyskolmiomallin (kuva 1) mukaan tarinoita käyttämällä perustellaan asiakkaalle mitä tehdään ja milloin. Tarinoissa yhdistellään faktaa ja fiktiota ja näin asiakasta houkutellaan osalliseksi kokemuksesta. Hyvin suunnitellun tarinan avulla voidaan vaikuttaa asiakkaaseen emotionaalisesti ja älyllisesti. Samalla kannattaa huomioida kohderyhmän tarpeet, jolloin asiakas kokee tarinan vielä henkilökohtaisemmaksi ja vaikuttavammaksi.

Pitkäkosken (2015, 92–93) mukaan yrityksen on kerrottava aidolta vaikuttavaa tarinaa itsestään, jonka avulla kokemuksen eri elementit yhtenäistyvät ja joka antaa sisällön sekä sosiaalisen merkityksen palvelulle ja arvon kokonaisuudelle. Tarinoiden avulla asiakkaan tunnetasoista mielenkiintoa pidetään yllä. Lisäksi ne ovat socialisaation keinoja sekä syitä, miksi asiakas ostaa tuotteen.

Olensky (2015) toteaa artikkelissaan, että tarinankerronta on paras tapa herätellä asiakkaan tunteita. Kertomalla tositarinoita tai fiktiivisiä tarinoita mielenkiintoisella tavalla, voidaan herättää asiakkaan tunteita ja emootioita. Tarinoita ei kuitenkaan pidä kertoa vaan tarinankertomisen ilosta, sillä asiakkaat huomaavat milloin tarina ei ole aito ja uskottava.

Samalla, kun asiakas ostaa ruoan, hän ostaa myös tarinan. Tarinalla voidaan tarkoittaa muun muassa tuotteen alkuperää, valmistustapoja tai liiketoimintatapoja. Ruoan tarinan lisäksi asiakas saattaa ostaa itselleen kokin, annoksen tai kulttuurin tarinan. Yrityksellä ei ole aina mahdollista kertoa aitoa tarinaa, jolloin aidot hahmot ja asiat voidaan korvata fiktiivisyydellä sekä dramatisoinnilla. Tällöin tulee kuitenkin huomioida, että tarina on uskottava ja täten hyvin suunniteltu. (Pitkäkoski 2015, 92–93.)

Tarinallistamisen prosessi. Tarinallistamisprosessissa käytetään hyödyksi draamallisia ja fiktiivisiä tarinankerronta keinoja. Prosessissa pyritään luomaan niin sanottu tarinakehys, jossa yrityksen aidot arvot merkitykset tulevat esiin. Yrityksen itselleen luoma tarina ei ole pelkkää fiktiota vaan tarinoiden sisällöt perustuvat vahvasti asetettuihin arvoihin, liiketoiminnan lähtökohtiin sekä tarpeisiin ja tyyliin. (Kalliomäki 2014, 73.)

Tarinallistamisprosessin kulku on seuraavanlainen:

1. Yrityksen ytimen määrittäminen
2. Kohderyhmän määrittely
3. Palveluiden määrittely
4. Tarinaelementtien löytäminen
5. Tarinan luominen (ydinviesti, päähenkilö, tarina)

(Kalliomäki 2014, 77).

Tarinaidentiteetti. Tarinallistamisprosessin tärkein ydin on yrityksen identiteetti. Identiteetti koostuu yrityksen arvoista, osaamisesta sekä visiosta ja sitä voidaan kuvata monissa eri toiminnoissa. Tarinaidentiteetti sitoo yrityksen olemassaolon tarinaksi, kun sen olemassaolon merkitys, inhimillisyys ja persoonallisuus kerrotaan tarinan muodossa. Tarinoiden avulla yritys erottautuu muista kilpailijoista, minkä seurauksena yrityksen tulee tehdä kaikki toimensa harkitusti niin, että ne eivät ole ristiriidassa tarinan kanssa. Tarinaidentiteettiä voidaan myös kutsua yrityksen persoonaksi. (Kalliomäki 2014, 77.)

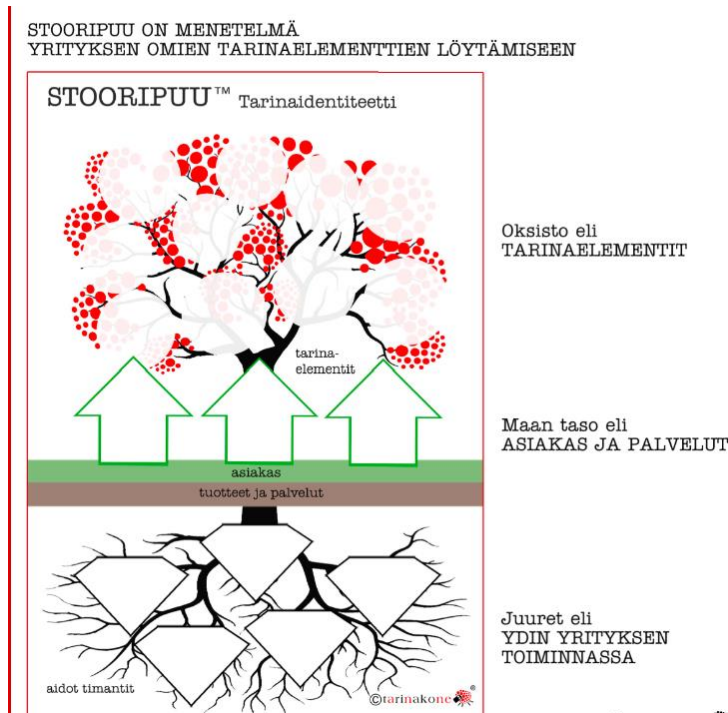
Kalliomäki (2014, 79–94) on kehittänyt stooripuu- menetelmän, jonka avulla yritysten on helpompi tunnistaa ja hahmotella omaa tarinaidentiteettiään. Puu rakennetaan juuristosta runkoon ja rungosta oksistoon.

Stooripuun juuristossa sijaitsevat yrityksen niin sanotut timantit, eli se mikä on aitoa ja arvokasta. Ne kuvastavat sitä, mikä yrityksen ydinidea on ja mihin sen olemassaolo perustuu. Stooripuun juuret täytyy ymmärtää ja sisäistää ennen kuin palveluita voidaan ruveta tarinallistamaan. (Kalliomäki 2014, 81.)

Kun juuret on määritelty ja sisäistetty, voidaan siirtyä puun runkoon eli asiakasryhmän määrittelyyn. Tässä vaiheessa selvitetään, millainen on tyypillinen asiakas ja ketä ollaan palvelemissa. Apuna selvittämisessä voidaan käyttää asiakasprofiiileja (Kalliomäki 2014, 82–83.)

Kolmas stooripuun taso on maan taso, jossa kuvataan yritykset tuotteet ja palvelut. Kun tuotteet ja palvelut on kirjattu asiakasryhmien rinnalle, on helppo pysyä kartalla siitä, millaisista palasista palvelukokonaisuus koostuu. (Kalliomäki 2014, 87.)

Kun stooripuun juuret, runko ja maan taso on selvitetty, voidaan siirtyä oksistoon eli tarinaelementteihin. Oksistoon kirjataan eri elementtejä, joista voidaan kertoa tarinoita. Tärkeintä on miettiä, mitkä ovat yrityksen teemat, hahmot, sanonnat, historia, symbolit ja niin edelleen. Kaikki ajatukset tulee kirjata ylös ja myös hulluttelu on sallittua. Kun ideointi on valmis, voidaan ideoiden joukosta poimia parhaimmat ja toimivimmat osat. (Kalliomäki 2014, 87–89.)



Kuva 1. Stooripuu (Kalliomäki 2014, 155).

Tarinanäyttämö. Yrityksen liiketilat ja ympäristö toimivat asiakkaalle tarinanäyttämönä. Esimerkiksi sisään astuessaan ravintolaan, asiakas saapuu tarinanäyttämölle. Kaikki näyttämöllä tapahtuvat asiat ovat osa yrityksen tarinaa, joten tapahtumaympäristön suunnittelu tulee tehdä huolellisesti. Harkitulla ympäristöllä mahdollistetaan se, että tila tukee tarinaa ja haluttua tunnelmaa. (Kalliomäki 2014, 130–131.)

Useimmiten tarinaympäristö on tärkeässä roolissa tarinan rakentamisprosessissa. Ympäristöstä haetaan lähtökohtia tarinaan ja vaikka ympäristö ei olisikaan suuressa roolissa, voidaan ympäristö yhdistää esimerkiksi paikallisuuteen ja näin tuodaan esiin yrityksen arvoja. (Kalliomäki 2014, 132.)

Tarinaympäristö suunniteltaessa tulisi Kalliomäen (2014, 133) mukaan soveltaa seuraavia ominaisuuksia: tyyppiä, laatua, tarkoitusta, henkilöiden suhdetta paikkaan ja sijaintia. Tyypillä tarkoitetaan itse tapahtumapaikkaa, esimerkiksi ravintolasalia. Laadulla tarkoitetaan sitä, millainen paikka on: onko se kotoisa vai virallinen. Paikan tarkoituksella kerrotaan, miksi paikka on olemassa. Henkilöiden suhteella paikkaan

sen sijaan tarkoitetaan asiakkaiden suhdetta paikkaan: mitä mieltä asiakas on paikasta ja mitä hän olettaa sieltä saavansa. Viimeinen ominaisuus on sijainti, eli missä paikka sijaitsee: kaupungin keskustassa, eri maassa vai Lapin erämetsissä.

Tarinanäyttämö lavastetaan esineillä ja niiden avulla muodostetaan suhde asiakkaaseen. Esineiden avulla voidaan kertoa joko yksittäisen palvelun tai koko palvelun tarinaa. Jokainen esine tulisi suunnitella palvelun tarinakäsikirjoituksen mukaisesti niin, että se tukisi palvelun tarinaa. (Kalliomäki 2014, 134–135.)

Tarinakäsikirjoittaminen. Kun tarinaidentiteetti ja -näyttämö ovat kunnossa, voidaan alkaa toteuttamaan tarinallisia palveluita ja tuotteita. Palvelumuotoilu ja sen periaatteet ovat hyviä keinoja tarinallistamisessa. Myös draamallisen tarinankerronnan ja elämyssuunnittelun menetelmiä voidaan hyödyntää tarinallisten palveluiden ja tuotteiden suunnittelussa. (Kalliomäki 2014, 149.)

Törrösen (2017) mukaan palvelumuotoilulla tarkoitetaan ammattimaisesti johdettua, tuloksellista ja liiketoiminnallisesti järkevää kohtaamisten, tuotantoprosessien ja yrityskulttuurin suunnittelua ja kehittämistä. Palvelumuotoilun perusperiaatteita ovat seuraavat: Pyrkii ymmärtämään ja ratkaisemaan asiakkaan ydinongelma. Suunnitella palvelu käyttäjälle yhdessä kaikkien osapuolien kanssa. Asiakkaan tämän hetken ongelmien lisäksi ennustetaan myös tulevia ongelmia. Korostetaan tunnetta sekä asiakaskokemusta, sillä suurin osa kokemuksesta koostuu tunteesta.

Palvelumuotoilussa korostetaan niin sanottuja kontaktipisteitä, joiden kautta asiakas kokee, aistii ja näkee palvelun. Kontaktipisteitä ovat tilat, esineet, ihmiset ja prosessit. Kun palveluita tarinallistetaan, kontaktipisteitä tarkastellaan tarinalähtöisesti niin, että niiden avulla voidaan kertoa tarinaa.

3 TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN

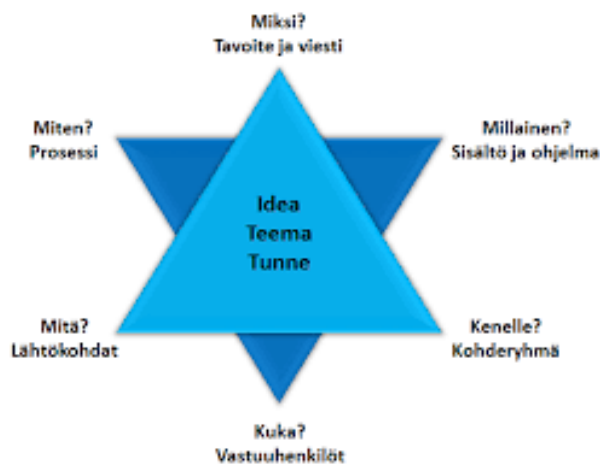
Tapahtumaksi voidaan kutsua kaikkia tilaisuuksia yksityisistä tilaisuuksista suuriin massatapahtumiin. Sen avulla ihmiset on koottu tiettyyn paikkaan tiettyyn aikaan tapahtumaa varten. Tapahtuman luonteesta riippumatta, sen tavoitteena on aina saada aikaan jonkinlainen tulos. Tapahtuma voi olla esimerkiksi messut, kilpailut, konsertti tai illallinen ja sen järjestäjänä voi toimia niin yksityinen henkilö kuin iso yritysikin. (Korhonen, Korkalainen, Pienimäki & Rintala 2015, 7.)

3.1 Onnistuneen tapahtuman lähtökohdat

Onnistunut tapahtuma koostuu monien asioiden summana, minkä seurauksena sitä tulee tarkastella monen eri näkökulman kautta (Kivistö 2014). Tapahtumaan osallistuja muodostaa itse mielipiteen siitä, onko tapahtuma onnistunut vai ei. Lisäksi osallistuessaan hän itse vaikuttaa tapahtuman onnistumiseen. Tärkein tekijä tapahtuman onnistumisen kannalta on kuitenkin itse järjestäjä. Hänen on huomattava, että tapahtumaa voi johtaa, kehittää ja hallita. Tapahtuma ei kehity omalla painollaan. Lisäksi kaikkien osa-alueiden tulee olla selkeästi hahmotettuina: kuinka eri osa-alueet vaikuttavat toisiinsa ja kuinka niihin voidaan vaikuttaa. (Iiskola-Kesonen 2004, 16.)

Tapahtumalle tulee aina asettaa strategiset sekä operatiiviset tavoitteet, joiden avulla tapahtuma saadaan niin sanotusti loistamaan (kuvio 1). Tapahtuman strategiset tavoitteet muodostuvat kysymyssanoista: miksi, mitä ja kenelle. Kun tapahtumaa lähdetään suunnittelemaan, on tärkeää miettiä, miksi tapahtuma järjestetään ja mitä tapahtumalla tai tapahtumassa halutaan viestiä. Lisäksi tapahtumaa suunniteltaessa tulee miettiä, kenelle tapahtumaa ollaan järjestämässä, miten heidän mielenkiinnonkohteet ja tapahtuman viesti sekä tavoitteet saadaan kohtaamaan. Viimeisenä strategisena tavoitteena on selvittää mitä ollaan järjestämässä. Minkälainen tapahtuman luonne on? Onko tapahtuma esimerkiksi seminaari, retki vai illallinen? Missä ja milloin tapahtuma järjestetään? Yhdessä nämä kolme strategista tavoitetta muodostavat tapahtuman idean. (Vallo & Häyrinen 2016, 121–123.)

Kuvio 3. toisen kolmion kärjet muodostavat tapahtuman operatiiviset tavoitteet ja niissä selvennetään tapahtuman toteutusta. Ensimmäinen tavoitekysymys on, miten tapahtuma järjestetään niin, että tapahtumalle asetetut tavoitteet ja viestit saadaan ilmaistua osallistuville henkilöille. Lisäksi tulee miettiä sitä, miten tapahtuman idea ja teema näkyvät koko tapahtuman ajan, kuka tapahtumaa johtaa ja ulkoistetaanko tapahtuman palveluja muille organisaatioille. (Vallo & Häyrinen 2016, 121–122.) Tapahtumaprosessi voidaan jakaa neljään eri vaiheeseen: tavoitteiden määrittelyyn, suunnitteluun, toteutukseen ja jälkimarkkinointiin (Iiskola-Kesonen 2004, 8). Kolmion millainen- kärki vastaa kysymykseen tapahtuman sisällöstä ja ohjelmasta. Niiden tulee olla sellaisia, että ne tukevat tapahtuman tavoitetta ja viestiä ja ne sopivat myös kohderyhmälle. Viimeinen kolmion kärki käsittelee tapahtuman vastuuhenkilöitä: kuka tai ketkä ovat vastuussa tapahtuman järjestämisestä. Tapahtumasuunnittelun tärkein henkilö on projektipäällikkö, joka vastaa tapahtuman järjestämisestä kokonaisuudessaan. Nämä kuusi kolmion kärkeä muodostavat kokonaisuuden, jonka tulee olla tasapainossa onnistuneen tapahtuman takaamiseksi. (Vallo & Häyrinen 2016, 125–127.)



Kuvio 4. Onnistuneen tapahtuman malli (Vallo & Häyrinen 2016, 128).

3.2 Tapahtuman suunnittelu

Tapahtuman suunnittelu on koko tapahtumaprosessin tärkein vaihe (Vallo & Häyrinen 2016, 191; Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 48). Suunnitteluun tulee ottaa mukaan kaikki ne, jotka tapahtuman järjestämiseen osallistuvat. Heidän avulla

voidaan laajentaa eri näkökulmia ja ideoita suunnittelussa ja samalla osallistujat sitoutuvat paremmin tapahtuman tavoitteisiin. Tapahtuman suunnittelu on ajatus-työtä, jossa täytyy osata huomata kaikki tapahtuman vaiheet ja osata laittaa ne oikeaan järjestykseen. Tätä kutsutaan myös nimellä palvelupolku. Palvelupolun avulla pyritään välttämään unohdukset, ristiriidat ja poikkeamat ja mahdollistetaan tapahtuman sujuvuus. (Vallo & Häyrynen 2016, 191.)

Suunnittelu tulisi aloittaa mahdollisimman aikaisin riippuen tapahtuman laajuudesta, sillä joskus suunnitteluvaihe saattaa kestää jopa monta vuotta (Vallo & Häyrynen 2016, 191). Suunnittelun avulla voidaan löytää keinot tavoitteiden saavuttamiselle ja toiminnan tehokkuudelle (Iiskola-Kesonen 2004, 9). Hyvin tehty suunnitelma myös mahdollistaa tapahtuman onnistumisen (Vallo & Häyrynen 2016, 191).

Vallo & Häyrynen (2016, 193 – 194) kertovat, että olipa tapahtuma minkäläinen tahansa, tulisi organisaation aina järjestää suunnitteluvaiheessa tapahtumabrief. Tapahtumabriefin avulla kootaan yhteen reunaehdot, jotka ovat tiedossa ennen tapahtuman suunnittelua. Se vastaa muun muassa seuraaviin kysymyksiin: mitkä ovat tapahtuman tavoitteet, mitä järjestetään ja kenelle, miten tapahtuma toteutetaan, mikä on sen budjetti ja mikä on tapahtuman sisältö.

Tapahtumakäsikirjoituksen avulla kerrotaan työntekijöille mitä tapahtuu, missä tapahtuu ja milloin tapahtuu. Sen avulla työntekijä voi muodostaa kokonaiskäsityksen tapahtumasta. Usein Tapahtuman aikana on samaan aikaan käynnissä monia eri asioita. Tämän vuoksi onkin tärkeää, että jokainen vastuhenkilö saa oman henkilökohtaisen aikataulun tapahtuman kulusta. Aikataulusta voidaan tarkistaa, milloin mikin toiminto on tarkoitettu alkavaksi ja miten. (Vallo & Häyrynen 2016, 196.)

On tavanomaista, että tapahtumakäsikirjoitus muuttuu illan aikana. Kaikki ei aina toimi, etene tai lopu niin kuin alkuperäisessä suunnitelmassa on ajateltu. Tämä ei kuitenkaan saa näkyä ulospäin asiakkaalle vaan jokaisen työntekijän on pidettävä huolta, että he näyttelevät kuin mikään ei olisi pielessä. (Vallo & Häyrynen 2016, 197.)

Tavoite. Tapahtuman tavoite vastaa kysymykseen: miksi tapahtuma järjestetään? (Vallo & Häyrynen 2016, 130). Tapahtuman alkuvaiheessa tulisi asettaa selkeät ensisijaiset tavoitteet. Usein tavoitteita on useita ja niiden avulla selkeytetään tulevaa

jatkosuunnittelua sekä toteutusta. Tavoitteet tulee asettaa huolellisesti, sillä tällöin ne on myös helpompi saavuttaa. (Kauhanen ym. 2002, 45.)

Tavoitteet voivat olla muun muassa taloudellisia, imagollisia tai kilpailullisia. Hyvin usein erityisesti taloudellinen tavoitteellisuus koetaan merkityksellisenä ja ne tulisi-kin asettaa selkeästi tapahtuman budjetoinnin yhteydessä. (Kauhanen ym. 2002, 45; Liskola-Kosonen 2004, 9.) Vallo & Häyrinen (2016, 59) jakavat tavoitteet teknisiin tavoitteisiin, muutostavoitteisiin ja vaikuttavuustavoitteisiin. Teknisiä tavoitteita ovat esimerkiksi tietyn osallistujamäärän tavoittelu, halutun kohderyhmän saaminen tapahtumaan tai tietynlaisen tunnelman luominen. Muutostavoitteita sen sijaan ovat uuden oppiminen, käsitysten sekä ajatusmaailman muuttaminen tai uuden taidon tai käytännön omaksuminen. Myös Tarssanen (2009, 16) korostaa elämyskolmion (kuva 2.) älyllisellä tasolla uuden asian oppimista henkilökohtaisen elämyskokemuksen synnyssä. Vallon & Häyrisen (2016, 60) mukaan vaikuttavuustavoitteita ovat esimerkiksi lisämyynnin kerryttäminen, tehokkuuden lisääminen, ajan säästäminen, uusien asiakaskontaktien luominen ja ilmapiirin parantaminen.

Kohderyhmä. Tapahtumanjärjestäjän tulee miettiä tarkasti, kenelle hän on tapahtumaa järjestämässä. Yleensä kohderyhmä on helposti selvitettävissä, sillä se saattaa liittyä vahvasti tapahtuman ideaan tai teemaan. (Korhonen ym. 2015, 13.) Kohderyhmänä voi olla suuri yleisö, rajattu kutsuvierasryhmä tai avoin kutsuvierasryhmä. (Korhonen ym. 2015, 13; Vallo & Häyrinen 2016, 145). Eniten sen määrittämiseen vaikuttaa tapahtuman luonne ja sille asetetut tavoitteet ja lisäksi tapahtumanjärjestäjän tulee muistaa, että hän järjestää tapahtumaa kohderyhmälle eikä itselle (Korhonen ym. 2015, 13).

Tapahtumapaikka. Tapahtumapaikan valitseminen tarkkaan on hyvin tärkeää tapahtuman järjestämisessä, koska sillä on vaikutusta osallistujien mielikuvaan tapahtumasta sekä siihen, millainen mielikuva tapahtumasta jää. Tapahtuma voidaan järjestää millaisessa tilassa tahansa. Ensimmäisenä tulee kuitenkin päättää missä sen maantieteellinen sijainti on: järjestetäänkö tapahtuma isossa kaupungissa vai pienessä kunnassa, lähellä vai kaukana. Lähtökohtaisesti tulisi kuitenkin ajatella niin, että useimpien osallistujien olisi helppo saapua sinne, sillä muuten sijainti saattaa vaikuttaa tapahtuman osallistujamäärään negatiivisesti. Uusi ja yllättävä paikka

saattaa kuitenkin olla positiivinen yllätys ja tuoda tätä kautta elämyksellisyyttä tapahtumaan. (Korhonen ym. 2015, 13.)

Kun tapahtumapaikan maantieteellinen sijainti on päätetty, tulee tapahtumapaikalle asettaa kriteerit. Kriteerien miettimiseen vaikuttavat muun muassa teema, osallistujamäärä, toiminnallisuus sekä tapahtuman luonne. Tilan tulee sopia tai sitä täytyy pystyä muokkaamaan tapahtuman teeman mukaiseksi, sillä muuten tapahtuman teema rakoilee ja uskottavuus laskee. (Korhonen ym. 2015 13–14.) Arvokkaaseen tilaisuuteen tarvitaan arvokkaat tilat, kun taas hauska ja rento tilaisuus saatetaan pilata liian hienolla tapahtumapaikalla. Jos tapahtuman osallistujamäärä on suuri, tulee miettiä parkkipaikkojen sekä istumatilan määrä ja onko muun muassa wc-tiloja tarpeeksi. Tapahtumaan osallistujiin voi myös kuulua liikuntarajoitteisia ihmisiä, jolloin tulee miettiä, onko heidät huomioitu tapahtumapaikassa. Tapahtumapaikan toiminnallisuuteen vaikuttavat muun muassa tilan tekniikka, internetyhteys, äänentoisto, ilmastoinnin säädeltävyys sekä tarjoilun järjestämisen mahdollisuus. (Korhonen ym. 2015, 13–14; Vallo & Häyrinen 2016, 169–170.) Kriteerien asettamisen jälkeen rajataan niihin sopivat tilat ja käydään etukäteen vierailmassa niissä. Tämän jälkeen valitaan tapahtumapaikoista sopivin. (Korhonen ym. 2015, 13.)

Ajankohta ja kesto. Tapahtuman ajankohta sekä kesto tulee suunnitella tarkasti, sillä se voi vaikuttaa oleellisesti osallistujamäärään. Isoa tapahtumaa suunnitellessa tulee varmistaa, että samaan aikaan ei järjestetä toista samasta kohderyhmästä kilpailevaa tapahtumaa. Yli kaksi päivää kestävä tapahtuma kannattaa sijoittaa joko alku- tai loppuviikkoon, ettei työssäkäyvien ihmisten työviikkoa katkaista. Myös vuodenajat vaikuttavat osallistumishalukkuuteen. Kesäisin ihmiset viettävät aikaa mökeillensä, syksyisin suunnataan metsästämään ja joulun aikaan halutaan viettää aikaa perheen kesken, jolloin tapahtumaan osallistuminen saattaa peruuntua. (Vallo & Häyrinen 2016, 174–175.)

Budjetti. Kuinka paljon tapahtuman järjestäminen maksaa? Tämä kysymys tulee esiin jo tapahtuman suunnittelun alkuvaiheessa ja tällöin olisikin hyvä asettaa suuripiirteinen budjetti tapahtumalle. Budjettia laatiessa tulee miettiä, onko tapahtuman kulujen lisäksi myös tuottoja. Kuluja syntyy muun muassa tilavuokrasta, tarjoilusta,

eri materiaaleista, palkoista ja esiintyjistä. Tuottoja voidaan sen sijaan saada esimerkiksi osallistumismaksuista, lipputuloista, myyntituotoista ja sponsoreilta. (Vallo & Häyrynen 2016, 177–179.)

Sisältö ja ohjelma. Vallon & Häyrysen (2016, 233) mukaan ilman sisältöä tapahtuma koetaan ontoksi sekä merkityksettömäksi. Tapahtuman sisältöä suunniteltaessa tulisi pohtia tapahtuman tavoitetta, kohderyhmää, teemaa sekä viestejä ja sovittaa nämä tiiviisti ja yhtenäisesti sisältösuunnitelmaan. Eniten suunnitteluun vaikuttaa tapahtuman luonne. Onko se viihde- vai asiatapahtuma, sillä näiden tapahtumien ohjelmat eroavat toisistaan huomattavasti. Tapahtuman sisältösuunnitelmasta tulee esiin seuraavat seikat: viestit, teemat, tarinat, tuotteet, palvelut, ihmiset, kanavat sekä kutsuprosessi.

Kun ihminen kutsutaan tapahtumaan, hänellä herää tietynlaiset odotukset tapahtumasta. Kutsussa on hyvä antaa jonkinlaisia vinkkejä tulevasta tapahtumasta, mutta samalla asioita täytyy jättää yllätykseksi. Tavoitteena onkin ylittää osallistujan odotukset ja luoda heille jotain mukaan viemiseksi, esimerkiksi kokemuksia, uusia ideoita ja elämyksiä. Ihminen ei halua osallistua sellaiseen tapahtumaan, jonka sisältöä hän ei koe itselleen hyödylliseksi. (Vallo & Häyrynen 2016, 233–234.)

Tapahtuman teeman valitseminen tulee valita harkiten. Teeman avulla tapahtumanprosessin eri osa-alueet nidotaan yhtenäiseksi kokonaisuudeksi. Samalla sen on sovittava tapahtuman tavoitteeseen ja kohderyhmään. (Korhonen ym. 2015, 14; Vallo & Häyrynen 2016, 235.) Teeman avulla luodaan pohja tapahtumasta syntyville mielikuville. Siksi onkin mietittävä, sopiiko se yrityksen mielikuvaan ja arvomaailmaan. Lisäksi sen on myös oltava houkutteleva, puhutteleva sekä leikittelevä. Teeman on myöskin kuljettava samanlaisena koko tapahtuman läpi aina kutsusta jälkimarkkinointiin saakka. Riskinä onkin teeman rajautuminen pelkästään kutsuun, alkumaljaan ja ruokaan, kun taas teeman tulisi näkyä tapahtuman viesteissä sekä ideassa ja näiden kautta koko tapahtumassa. (Vallo & Häyrynen 2016, 235.)

Tapahtuman ohjelmaan vaikuttaa eniten tapahtuman luonne, joka voi olla viihteellinen tai asiallinen. Se voi olla myös näiden molempien yhdistelmä. (Korhonen ym. 2015, 14.) Viihteellisessä tapahtumassa ohjelmaideoita on hyvin runsaasti. Valin-

taan tulisi kuitenkin vaikuttaa se, viestittääkö valittu ohjelma yrityksen arvoja, toimintatapoja, kulttuuria sekä haluttuja viestejä. (Vallo & Häyrinen 2016, 252.) Jos tapahtumassa järjestetään aktiviteetteja, tulee niihin osallistuminen olla vapaaehtoista (Korhonen ym. 2015, 14).

Juontaja on se henkilö, joka juontaa tapahtuman ja toimii niin sanottuna kapellimestarina viedessään tapahtumaohjelmaa eteenpäin. Hänen täytyy tietää tarkalleen tapahtuman sisältö ja kulku sekä järjestävän organisaation taustat sekä toiminta. Juontajan on toimittava tapahtuman tavoitteiden, viestien sekä teeman mukaisesti muun muassa pukeutumisessaan, puhetyylissään sekä kaikissa vieraille näkyvissä teoissaan. (Vallo & Häyrinen 2016, 256.)

Ruoka ja juoma. Tarjoilujen eli ruoan ja juoman luonne määräytyy tapahtuman vieraiden, teeman, luonteen, ajankohdan ja paikan mukaan. Tarjoilut voidaan järjestää joko itse tai paikalle voidaan tilata pitopalvelu vastaamaan tarjoilun hoidosta kokonaan tai osittain. Pitopalveluun kannattaa ottaa yhteyttä hyvissä ajoin ennen tapahtuman ajankohtaa.

Buffettarjoilu on hyvin yleinen tapahtumaruokailun tarjoilutapa. Buffetista voidaan tarjota lähes kaikkia eri ruokailuja: aamiaista, lounasta, illallista, brunssia ja jopa cocktailpaloja. Yhden ruokailun aikana buffetista kannattaa tarjota enintään kolmea eri ruokalajia, sillä buffetruokailuun kuuluu paljon jonottamista. Jonottamisen seurauksena ruokailu pitkittyy, vieraiden seurustelu ja ohjelman seuraaminen vaikeutuu. Nämä tekijät vaikuttavat negatiivisesti tapahtuman sujuvuuteen ja onnistumiseen. Buffetruokailussa on paljon hyviä puolia. Tarjolla on paljon erilaisia vaihtoehtoja, vieras voi ottaa haluamiaan ruokia haluamansa määrän, henkilökuntaa ei tarvita niin paljoa kuin esimerkiksi pöytiintarjoilussa ja buffetpöydästä on mahdollisuus saada todella näyttävän näköinen ja teeman mukainen. Muita tarjoilutapoja ovat muun muassa lautastarjoilu, lautas-vatitarjoilu, vatitarjoilu ja tarjoiluvaunuista tarjoilu. (Määttä ym. 2004, 106–112.)

Tarjoilun ja kattauksen on tuettava tapahtuman teemaa. Kattauksen ja ruokien ulkonäöllä on suuri vaikutus tapahtuman elämyksellisyyteen. Ruokien uljaalla asettelulla, värimaailmailmalla, somisteilla, kukilla ja lautasliinoilla voidaan luoda sellainen ympäristö, joka viestittää tapahtuman elämyksellisyyttä ja brändimielikuvaa. (Vallo

& Häyrynen 2016, 183.) Myös buffetlinjaston tulisi olla yhtenäinen muun kattauksen ja teeman kanssa (Määttä ym. 2004, 113).

On hyvin tärkeää miettiä, kuinka paljon ja kuinka usein ruokaa tarjoillaan. Jos tapahtuma kestää pitkään, tulee tarjottavaa olla riittävästi ja riittävän usein. Liian vähäinen ruokailu vaikuttaa asiakkaaseen ja tapahtumaan negatiivisesti. Lyhyemmässä tapahtumassa pelkkä kahvittelu voi olla aivan riittävä tarjoiluksi. Jos tapahtumassa tarjoillaan alkoholia, tulee aina olla tarjolla myös alkoholiton vaihtoehto. (Vallo & Häyrynen 2016, 183.)

Erytysruokavaliot ovat tärkeää huomioida tapahtuman tarjoilua suunniteltaessa. Hyvä keino olisi pyytää vieraita ilmoittamaan omista erityisruokavalioidensa etukäteen, jolloin niihin voidaan varautua hyvin. Buffetpöydässä tarjottavat ruoat ja niiden allergeenit tulee kirjata erilliseen kylttiin ja se tulee sijoittaa buffetlinjastoon ja myös mielellään pöytien menukortteihin. Tällöin kaikki ruokailijat tietävät, mitä ruoat sisältävät ja mitä he voivat syödä. Onnistuneen tarjoilun mahdollistavat riittävä ja ammattitaitoinen tarjoiluhenkilökunta. (Vallo & Häyrynen 2016, 183–184.)

3.3 Tapahtuman toteutus

Tapahtuman toteutus voidaan jakaa kolmeen eri vaiheeseen: rakennusvaiheeseen, itse tapahtumaan sekä purkuvaiheeseen. Näiden vaiheiden aikana tapahtuman suunnitelmista tulee totta. (Vallo & Häyrynen 2016, 198.) Onnistuneen tapahtuman takaa hyvin tehty suunnitelma sekä henkilökunnan ja mahdollisten yhteistyö tahojen toimiva yhteistyö (Korhonen ym. 2015, 17).

Tapahtuman rakennusvaihe on eniten aikaa vievin osuus. Tällöin rakennetaan tapahtumapaikan rekvisiitat, tekniikka, kalusteet ja somisteet valmiiksi ja viimeisenä paikalle tuodaan tarjoiluun liittyvä materiaali sekä itse ruoka. Rakennusvaihe on tärkeää suunnitella huolellisesti, jotta voidaan välttyä yllättäviltä ongelmilta ennen tapahtuman alkua. (Vallo & Häyrynen 2016, 199.) Kenraaliharjoituksen tarkoituksena on varmistaa tekniikan, somistuksen, rekvisiitan ja ohjelman toimivuus. Yleensä se pidetään vähintään muutama tunti ennen tapahtuman alkua, mielellään päivä ennen, jolloin mahdolliset virheet voidaan vielä korjata. (Korhonen ym. 2015, 25.)

Tapahtuman palvelupolulla tarkoitetaan suunnitelmaa tapahtuman kulusta. Palvelupolussa kuvataan kaikki tapahtuman aikana tapahtuvat tilanteet vieraan auton parkkeeraamisesta, sisääntuloon, takin jättämisestä narikkaan ja niin edelleen. Palvelupolku tulee suunnitella ja testata ennen tapahtumaa ja se on osa tapahtuman käsi-kirjoitusta. (Vallo & Häyrinen 2016, 200.)

Onnistuneessa tapahtumassa on selkeä alku ja loppu. Kaikki tapahtumat sen välillä etenevät tarkkaan laaditun aikataulun mukaisesti. Tapahtuman luonteella on suuri vaikutus aikatauluun: seurustelutapahtumassa aikaa tulee varata itse seurusteluun, kun taas informatiivisessa tapahtumassa aikaa käytetään muihin asioihin. Projekti-päällikön tehtävänä on huolehtia aikataulussa pysymisestä ja sen mahdollisista muutoksista. (Vallo & Häyrinen 2016, 201–202.)

Tapahtuma tulee rytmittää sen luonteen mukaisesti. Taukoja tulisi olla tasaisin väliajoin, sillä vieraat eivät jaksakaan keskittyä mielenkiintoiseenkaan asiaan montaa tuntia yhtäjaksoisesti. Viihdetapahtumassa tulisi miettiä esiintyjien määrä, esityksen kesto ja milloin pääesiintyjä esiintyy. Tärkeintä tapahtuman rytmityksessä on miettiä sen kokonaiskestoa. (Vallo & Häyrinen 2016, 204.)

Lähes jokaisessa tapahtumassa jaetaan materiaalia muun muassa ohjelmasta ja esiintyjistä. Tärkeää on miettiä, mitä materiaalia jaetaan ja milloin. Joissain tapahtumissa juontaja voi käydä ohjelman läpi tapahtuman alussa eikä ohjelmaa jaeta. Joskus taas erillisen ohjelman jakaminen on paikallaan esimerkiksi useamman päivän kestävässä tapahtumassa. Näin varmistetaan tapahtuman sujuvuus. (Vallo & Häyrinen 2016, 210.)

Opastekylttien avulla varmistetaan vieraiden vaivaton paikalle pääseminen. Kylttien tulee olla selkeitä, tarvittaessa eri kielillä ja niitä tulee olla riittävästi. Ilmoittautumisessa vieraat otetaan vastaan, annetaan mahdollinen materiaali ja heidät ohjataan eteenpäin. Etukäteen laaditulla istumajärjestyksellä pyritään siihen, että vieraat kokevatsa olonsa tervetulleiksi. Tällöin voidaan myös vaikuttaa siihen, kuka istuu kenenkin vieressä. (Vallo & Häyrinen 2016, 211–214.)

Turvallisuuden tulee olla hallinnassa kaikissa tapahtumissa. Lakien määrittämien turvallisuussuunnitelmien lisäksi on tärkeää, että järjestetyn tapahtuman turvallisuus

on mietitty etukäteen ja mahdollisiin riskeihin on varauduttu. Vastuu turvallisuudesta on aina järjestäjällä. (Vallo & Häyrinen 2016, 216–217.)

3.4 Jälkimarkkinointi

Tapahtuman päättymisen jälkeen alkaa purkamisvaihe, jossa kerätään palautteet ja kiitetään kaikkia mukana olleita henkilöitä (Iiskola-Kesonen 2004, 12). Projektipäällikön tehtävänä on koostaa saadusta palautteesta yhteenveto, joka analysoidaan ja josta opitaan seuraavaa tapahtumaa varten. Tällä tavoin tapahtumaprosessi on jatkuva oppimisprosessi. (Vallo & Häyrinen 2016, 220–221.)

On hyvin tärkeää muistaa kiittää kaikkia tapahtumaan osallistuneita tahoja muun muassa esiintyjä, yhteistyökumppaneita sekä tietysti omaa henkilökuntaa. Onnistunut tapahtuma on saumatonta yhteistyötä eri työntekijöiden kesken ja tämä työnteko tulee loppuvaiheessa palkita kiitoksien kera. (Vallo & Häyrinen 2016, 221–222.)

Pienellä muistolla voidaan kruunata onnistunut ilta. Lahja voidaan antaa vieraille joko tapahtuman alussa tai lopussa. Jos lahja annetaan jälkikäteen, tulee se postittaa viimeistään parin viikon aikana tapahtumasta. Onnistuneen lahjan ei tarvitse olla suuri tai kallis. Tärkeintä on, että se muistuttaa tapahtuman teemasta tai järjestävästä organisaatiosta. (Vallo & Häyrinen 2016, 222.)

Tapahtuman jälkeen on hyvä pitää yhteenveto- ja palautepalaveri, jossa käydään läpi sekä asiakkaan että henkilökunnan palaute. Palaverissa arvioidaan asetettujen tavoitteiden toteutumista sekä jatko suunnitelmia vastaavista tapahtumista. (Vallo & Häyrinen 2016, 228–229.)

4 TAUNO JA ANSA, KAMERA KÄY -ILLALLINEN HOTELLI- RAVINTOLA ALMASSA

4.1 Tauno ja Ansa, Kamera käy -musiikkinäytelmä

Tauno Palo, syntymänimeltään Tauno Brännäs, oli tunnettu suomalainen näyttelijä ja laulaja. Hän syntyi vuonna 1908 Hämeenlinnassa, mutta lapsuutensa ja nuoruutensa hän vietti Helsingissä. Palon näyttelijänuransa lähti käyntiin hyvin varhaisessa vaiheessa Sörnäisten työväennäyttämöllä vuonna 1927, josta hän siirtyi vuonna 1932 Suomen kansallisteatteriin. Hänen näyttelijänura kesti aina vuoteen 1973 saakka. (Laine 2013).

Ansa Ikonen oli Suomen tunnetuimpia naispuolisia näyttelijöitä. Hän syntyi Pietarissa vuonna 1913 ja sai teatteria ja musiikkia harrastavalta isältään vahvan esiintymisvietin jo lapsuudessaan. Ansa valmistui laulunopettajaksi, mutta näyttelemisen veti häntä enemmän puoleensa, joten se valikoitui hänen päivätyökseen. Ensimmäiset avustajaroolit hän teki vuosina 1934–1935, josta hänet poimittiin Tauno Palon vastaanäyttelijäksi elokuvaan *Kaikki rakastavat*. Tästä alkoi Suomen elokuvahistorian tähtiparin loistokas tarina. (Rytönen 2013).

Taunon ja Ansan ensimmäinen tunnettu elokuva oli vuonna 1935 tehty *Kaikki rakastavat*-elokuva. Muita tähtiparin yhteisiä elokuvia olivat muun muassa *Vaimoke*, *Kulkurin valssi*, *Valkoiset ruusut* sekä *SF-paraati*, joiden seurauksena heidän suosionsa kasvoi entisestään. (Laine 2013).

Taunon ja Ansan roolit suomalaisessa elokuvateollisuudessa ovat jääneet monien katsojien muistiin pysyvästi. Heitä esittäviä näytelmiä ja musikaaleja on tehty viime vuosina jonkin verran. Tauno ja Ansa, Kamera käy -näytelmä pohjautuu tähtiparin räiskyvään suhteeseen ja keskinäiseen vetovoimaan kameran edessä. Musiikkinäytelmässä esitetään parin tunnetuimmat kappaleet ja samalla kurkistetaan Taunon ja Ansan elokuvien kuvauksien kulisseihin humoristisella otteella.

Seuraavat kappaleet ovat suorita viittauksia Tauno ja Ansa, Kamera käy -illallisen markkinointitekstiin:

Tervetuloa viettämään lämminhenkistä musiikillista iltaa Hotelli-Ravintola Almaan. Buffeillallisen yhteydessä nautitaan nostalgisesta matkasta 1940-luvulle, kun Alman lavalle astuvat ikoniset Tauno Palo ja Ansa Ikonen kolmihenkeisen orkesterin kanssa.

Humoristinen musiikkiesitys kertoo elokuvakankaan tähtiparin Tauno Palon ja Ansa Ikonen suhteesta. Naistensankarin mainetta niittävä Tauno suhtautuu elämään rennolla otteella, kun taas Ansa tahtoo pitää kaiken kurissa ja nuhteessa. Tiukat kuvausaikataulut ja työn haasteet saavat parin oikkuilemaan toisilleen. Mutta kun kamera sammuu, sammuuko parin vetovoimakin?

Musiikkiesityksessä on mukana tähtiparin hittikappaleita sekä legendaarisia kohtauksia eri elokuvista. Tauno Palon roolissa esiintyy näyttelijä Ville Orttenvuori ja Ansa Ikonen roolissa taiteilija Juulia Soidinaho. Kolmihenkeistä orkesteria johtaa Sami Silen. Musiikkiesitys illallisen kanssa toteutetaan historiallisessa Almassa yhteistyössä *Kulttuurikollektiivi Sillan* kanssa. Esitystä tukee Seinäjoen kaupungin kulttuuripalvelut. (Hotelli-ravintola Alma [4.11.2018].)

Tauno ja Ansa, Kamera käy -musiikinäytelmä toimii tämän tapahtuman keskipisteenä. Näytelmä loi tapahtumalle teeman ja sen ympärille luodaan kokonaisuus, jonka vieraat voivat kokea elämyksellisenä. Tapahtuma koostuu buffetillallisesta sekä musiikinäytelmästä. Sen kaikki elementit muun muassa ruoan, tilan, tunnelman ja kohtaamisen suhteen on suunniteltu tapahtuman teemaan, luonteeseen ja Alman arvoihin sopivaksi.

Näytelmän avulla tapahtumaan luodaan tarinallisuutta. Illan menu, somisteet ja muut elementit on tuotteistettu näytelmän tarinaa tukevaksi, jolloin vieras voi kokea palvelukokemuksen mielenkiintoisempana, elämyksellisempänä ja arvokkaampana. Tarinan avulla voidaan myös vaikuttaa asiakkaaseen emotionaalisesti ja älyllisesti.

4.2 Tapahtuman suunnittelun vaiheet

Tämä tapahtuman suunnittelu alkoi toimeksiannon antamisen jälkeen 6.9.2018. Suunnittelu toteutettiin tiiviissä yhteistyössä Hotelli-ravintola Alman kanssa. Heti en-

simmäiseksi tapahtumalle asetettiin tavoitteet ja mietittiin, mitä järjestetään ja kenelle, miten tapahtuma toteutetaan, mikä on sen budjetti ja mikä on tapahtuman sisältö.

Menu suunniteltiin yhdessä ravintolan keittiömestarin kanssa. Kaikki muut tapahtumaan liittyvät asiat suunniteltiin yhdessä yrittäjien ja tarjoilijoiden kanssa. Suunnittelu tapahtui Almassa työskentelyn ja vapaa-ajan ohessa. Erillisiä suunnittelupalaverieita pidettiin yhteensä neljä. Budjettia tapahtumalle ei asetettu, mutta kaikista hankinnoista sovittiin erikseen toimeksiantajan kanssa.

Tavoitteet ja kohderyhmä. Vallon ja Häyrisen (2016, 130) mukaan tapahtuman tavoite vastaa kysymykseen: miksi tapahtuma järjestetään? Tämän tapahtuman tavoitteena on luoda asiakkaalle elämyksellinen tapahtumakokonaisuus, jossa hän voi heittäytyä täysin pois normaalista arjesta ja nauttia hyvän ruoan, palvelun ja ohjelman annista. Erityisesti elämyksien luominen tiettyjen elementtien kautta on asetettu tapahtuman päätavoitteeksi.

Tavoitteena on myös taloudellisen pääoman kerryttäminen. Rahaa pyritään saamaan myymällä mahdollisimman paljon lippuja sekä myymällä tapahtuman yhteydessä muita oheispalveluita kuten hotelli- sekä ravintolapalveluita.

Onnistuneen tapahtuman avulla on mahdollista nostattaa yrityksen imagoa hotelli-ravintolana sekä tapahtuman järjestäjänä. Tavoitteena onkin saada yritykselle uusia asiakkaita sekä yhteistyökumppaneita ja luoda yrityksen imagoa entistä paremmaksi.

Tapahtuman kohderyhmä koostuu pääosin aikuisista. Tauno ja Ansa ovat olleet erityisen tärkeitä henkilöitä vanhemmalle väestölle ja juuri heitä olisi tärkeä saada osallistumaan tapahtumaan, sillä idea ja teema on heille suunnattu. Lisäksi kaikki muut näytelmistä ja musiikista kiinnostuneet, hotelli-ravintola Alman vakioasiakkaat ja ihmiset Etelä-Pohjanmaalta kuuluvat tapahtuman kohderyhmään. Kohderyhmää ei haluta rajata liian tarkasti, sillä pääajatuksena on kuitenkin se, että kuka tahansa voi osallistua tapahtumaan. Elämysten kokemisen kannalta olisi kuitenkin tärkeää, että Tauno ja Ansa olisivat jollain tavalla vieraille entuudestaan tuttuja henkilöitä.

Tapahtuman teema. Tämän tapahtuman teema muodostui Tauno ja Ansa, Kamera käy -näytelmä pohjalta. Näytelmä sijoittuu 1940-luvulle ja sen ajan elokuvamaailmaan, joten myös tapahtuman teemassa pyritään luomaan vanhaa elokuvamaailman tunnelmaa. Erityisesti mustavalkoelokuvien tunnelmaa, värimaailmaa ja sen ajan tyyliä korostetaan erilaisissa elementeissä niin, että niiden avulla nidottaisi tapahtuman eri osa-alueet yhtenäiseksi, elämykselliseksi kokonaisuudeksi.

Teeman avulla luodaan pohja tapahtumasta syntyville mielikuville, minkä seurauksena on tärkeää, että se sopii yrityksen arvomaailmaan (Vallo & Häyrinen 2016, 235). Mustavalkoelokuva -teema sopii hyvin Alman arvomaailmaan ja tyyliin. Alman päärakennus on rakennettu 1900-luvun alussa ja se edustaa samaa tyyliä ja aikakautta kuin Taunon ja Ansan elokuvat.

Teeman valinnassa on myös mietitty kohderyhmän, elämysten luomisen ja muiden tavoitteiden onnistumista ja yhteensopivuutta. Elämysten syntyminen edellyttää kaikkien elementtien tasapainoa keskenään ja erityisesti teeman tulee olla ja näkyä koko tapahtuman ajan. Mustavalkoteema nähdään tapahtuman ajan muun muassa somisteissa, kattauksessa, tarjoilijoiden asuissa ja tunnelmassa.

Tapahtumapaikka. Tapahtumapaikkana toimii Hotelli-ravintola Alma ja sen ravintolasali. Ravintolasali näyttämöineen soveltuu erityisen hyvin tämänkaltaisen tapahtuman järjestämiseen. Henkilökunta, ruoanvalmistustilat, tekniikka ja toiminnallisuus täyttävät tämän tyyppisen tapahtuman järjestämisen kriteerit. Almassa on myös aiemmin järjestetty samantapaisia tapahtumia, jolloin edellä mainitut seikat on todettu toimiviksi.

Ravintolasali on helppo muokata tapahtuman teeman sekä halutun tunnelman mukaiseksi. Alman päärakennus on tyyliltään jugend-henkinen, mikä sopii jo sellaisenaan 1930 – 1940-luvun teemaan. Tämä helpottaa huomattavasti tapahtuman tilan suunnittelua, sillä huomiota täytyy kiinnittää ainoastaan pieniin yksityiskohtiin ja ajankäyttöä voidaan suunnata muun muassa elämystekijöiden suunnitteluun.

Ajankohta. Tapahtuman ajankohta sijoittuu viikonloppuihin aikavälille 8.11.2018 – 12.1.2019 ja esityksiä on yhteensä yhdeksän. Koska tapahtuman luonne on viihdeellinen, se tulee järjestää loppuviikosta, jolloin vieraat voivat osallistua tapahtumaan suuremmalla todennäköisyydellä.

Samaan aikaan Seinäjoen teattereissa näytetään toista kilpailevaa musikaalia. Tämän musikaalin ensi-ilta on eri aikaan, sen kohderyhmä on eri, eikä se tarjoa vieraille samanlaista kokonaisuutta kuin Tauno ja Ansa -tapahtuma tarjoaa, joten tapahtuman pitäminen tässä ajankohdassa on järkevää.

Ajankohta on myös hyvä tämänkaltaisen tapahtuman järjestämiselle, sillä se sijoittuu pikkujoulukauteen, jolloin ihmiset käyttävät paljon ravintolapalveluita. Tapahtuma tarjoaa yrityksille ja yksityisille ihmisille erilaisen vaihtoehdon pikkujoulujen järjestämiseen ja tavoitteena olisikin saada mahdollisimman paljon isoja ja pieniä pikkujouluryhmiä tapahtuman vieraaksi. Tapahtumaa voidaan järjestää tilauksesta ryhmille myös ajankohdan jälkeen, keväällä 2019.

Kesto. Tapahtuman kesto on noin kaksi ja puoli tuntia ja siihen sisältyy sekä ruokailu että näytelmä. Ilta alkaa runsaalla buffetillallisella, minkä jälkeen on vajaan tunnin kestoinen näytelmä. Tapahtuma päättyy noin yhdeksän aikaan illalla. Ilta on vapaamuotoinen ja suhteellisen lyhytkestoinen, jolloin erityishuomiota muun muassa taukojen pitämiseen ja lisäruokailuun ei tarvita.

4.3 FAMM-mallin, elämyskolmiomallin ja tarinallistamisen hyödyntäminen elämystapahtuman suunnittelussa

Tapahtuman elämyksellisyyttä pyritään luomaan Gustafssonin ym. (2006) FAMM-mallia, Tarssasen (2009) elämyskolmiomallia ja tarinallistamisen keinoja hyödyntämällä. FAMM-mallin avulla ymmärretään, kehitetään ja analysoidaan ravintolan palvelukokonaisuutta. Elämyskolmiomalli havainnollistaa tuotteiden elämyksellisyyttä ja mahdollistaa löytämään eri kehittämisen kohteet. Yhdessä näiden mallien avulla suunnitellaan tapahtuman eri osa-alueet niin, että tapahtumasta tulisi mahdollisimman elämyksellinen ja onnistunut. Samalla kuitenkin huomioidaan resurssit ja niiden vaikutukset toteutukseen.

Tila. Tapahtumaympäristön tilan somistamisella pyritään vaikuttamaan osallistuvan vieraan käyttäytymiseen, päätöksentekoon, emotionaalisiin odotuksiin ja mielikuvaan tapahtumasta. Teeman mukaisen ympäristön avulla vahvistetaan teemaa ja sen hyväksyttävyyttä vieraiden silmissä. Somistus ja värimaailma myös antavat

edellytykset elämyksien syntymiselle. Tapahtumaa varten laadittiin somistussuunnitelma (liite 1), josta voidaan nähdä kaikki suunnitellut somisteet ja elementit.

Tapahtuman teeman ajankohtana on 1920–1940-luvut ja sen ajan mustavalkoelokuvat. Tapahtuman fyysisenä ympäristönä toimii Hotelli-ravintola Alman ravintolasali, joka jo itsessään edustaa teeman mukaista aikakautta. Tilan somistuksessa käytetään mustaa, valkoista ja punaista väriä, joista punainen väri toimii tehosteväriä. Värit tulevat esiin erityisesti pöytien kattauksessa, mutta myös menuissa ja menukorteissa sekä yksittäisissä somisteissa. Mustalla ja valkoisella värillä halutaan luoda tilaan vanhan ajan elokuvatunnelmaa, joka voidaan yhdistää illan musiikinäytelmään.

Ulos, pääoven sisääntuloon asetetaan jätkänkynttilät, jotka palaessaan luovat vaikuttavan tunnelman sisäänkäyntiin. Jätkänkynttilät ovat perinteisiä juhlatilaisuuksissa käytettyjä sisustuselementtejä, joiden avulla luodaan tunnelmallisuutta sekä vaikuttavuutta. Jätkänkynttilä toimii katseenvangitsijana vieraiden saapuessa tapahtumaan ja se on myös vaikuttava aloitus elämykselliselle tapahtumalle. Oven viereen asetetaan vanha musta lyhty, joka on teeman aikakauteen sopiva. Sisätiloja somistetaan vanhoilla kehystetyillä mustavalkoisilla valokuvilla, valkoisilla kynttilöillä, hämärällä valaistuksella sekä jo Almassa olevilla tapahtuman teemaan sopivilla somisteilla.

Ravintolasalin pöydät liinoitetaan valkoisilla kangasliinoilla ja keskelle pöytää asetetaan musta kaitaliina. Kattauksessa käytetään valkoisia kangasservettejä, jotka on rullattu kauniisti, hyödyntäen servetin saumoja. Kangasservetit valittiin tavalliset servettien sijaan, koska ne luovat arvokkaampaa tunnelmaa ja näin vahvistavat tapahtuman arvoja ja teemaa. Lisäksi pöytään katetaan kiillotetut alku-, pää- ja jälkiruoka-aterimet perinteiseen tapaan. Viini- ja juomalaseja katetaan yksi kappale vierasta kohden. Kangasservetti asetetaan vinoon aterimien väliin niin, että jälkiruoka-haarukka ja viinilasit ovat samassa linjassa keskenään. Menukortit suunniteltiin käyttäen samaa tyyliä, kuin Tauno ja Ansa, Kamera käy-markkinointimateriaalissa on käytetty. Itse kortin pohjaksi valittiin mustavalkoinen kuva Taunosta ja Ansasta ja se liimataan mustalle kartongille, jotta se erottuisi valkoisesta pöytälinasta ja toisi esiin mustan ja valkoisen värin kontrastia. Menukortit asetetaan haarukoiden vasemmalle puolelle. Pöydän somisteena käytetään tummia öljykynttilöitä, jotka ovat

teemaan ja aikakauteen sopivia. Lisäksi ne valaisevat kauniisti ja luovat tunnelmaa ravintolasaliin. Kattaukseen asetellaan myös sanomalehdistä tehtyjä abstrakteja somisteita. Sanomalehdet revitään epäsäännöllisiksi suikaleiksi ja ne rypistetään niin, että ne luovat somistukseen eri korkeuseroja ja muotoja. Sanomalehtiä haluttiin käyttää, sillä ne ovat kierrätettäviä ja ne sopivat mustavalkoiseen teemaan. Niiden käyttö osoittaa myös kekseliäisyyttä ja vieraat voivat kokea ne elämyksellisenä, erilaisena, modernina somistusratkaisuna.

Näyttämön somistuksesta ja rekvisiitasta vastaa Kulttuurikollektiivi Silta. Rekvisiitat ovat osa näytelmää ja sopivat siten tapahtuman teemaan, tarinoihin ja tunnelmaan.

Buffetpöydässä käytetään valkoisia tarjoiluastioita. Kylmäallas peitetään mustalla kankaalla, jonka avulla tuodaan esiin valkoisissa tarjoiluastioissa olevia ruokia ja lisää buffetlinjaston näyttävyyttä. Ruoat on aseteltu niin, että värit olisivat mahdollisimman harmoniassa keskenään. Ruokien koristelussa pyritään mahdollisimman yksinkertaiseen ja perinteiseen tyyliin. Näin korostetaan tapahtuman teemaa, erityisesti 1920–1940-luvun ruokakulttuuria ja sen yksinkertaisuutta. Buffetlinjasto arkutetaan perinteiseen tyyliin valkoisilla liinoilla ja tehosteväriä käytetään mustaa kaitaliinaa. Mustat kahviservetit asetetaan kahvikuppien korvaan, jolla halutaan korostaa vanhanaikaista tyyliä.

Tavoitteena on tehdä somistuksesta tyylikäs, teemanmukainen, elämyksellinen sekä helposti toistettava. Tyylikkyys ja yksinkertaisuus ovat osa ravintolan arvomaailmaa ja imagoa, mikä rajasi somisteiden ja kattauksen suunnittelua. Toinen rajaava tekijä oli se, että somisteiden tuli olla helposti toistettavissa ja rakennettavissa, sillä tapahtuma järjestetään yhdeksän kertaa, hyvin kiireisenä pikkujoulukautena. Tällöin ravintolassa on hyvin paljon erilaisia tapahtumia sekä toimintaa, joten aikaa tilan somistamiseen on rajoitettu määrä.

Tuote. Tapahtuman tuotteita ovat buffetillallinen sekä musiikkinäytelmä. Buffetarjoilu valikoitui illallisen tarjoilumenetelmäksi, koska se toimii hyvin suurien tapahtumien ruokailussa ja on vapaamuotoinen ruokailutapa. Buffetlinjastoon on mahdollista laittaa paljon eri ruokalajeja tarjolle, josta vierailloilla on mahdollisuus syödä juuri sen verran kuin he haluavat ja samalla jokainen voi koota lautaselleen mieleisensä annoksen. Isoissa tapahtumissa buffettarjoilu säästää myös tarjoilijoiden resursseja

ja he voivat keskittyä vieraiden palveluun, lautasten keräämiseen ja siisteyden ylläpitämiseen. Tarjoilijat kuitenkin ohjaavat vieraita ruokailun aloituksessa ja kertovat eri ruokalajeista. Erityisruokavalioruoat saadaan vieraan pyydettäessä keittiöltä.

Buffetlinjastossa on yksi aloituspiste alkuruokiin, pääruokiin ja jälkiruokaan. Yksi aloituspiste saattaa aiheuttaa jonottamista, mutta ruokailuun on varattu puolitoista tuntia aikaa ja vieraat saavat aloittaa ruokailun omaan tahtiin. Buffetlinjastosta on tehty erillinen suunnitelma (liite 2), josta keittiöhenkilökunta voi tarkistaa ruokalajien järjestyksen niin, että se olisi jokaisena tapahtumailtana samanlainen. Ruokien järjestys on suunniteltu näyttämään yhdessä hyvältä kokonaisuudelta ja kalleimmat ruokalajit on sijoitettu linjaston loppuun.

Illallisen menusuunnittelun lähtökohtana oli tapahtuman teema ja satokauden raaka-aineet. Teeman juuret sijoittuvat 1930-luvulle, joten myös ruokalajeihin haettiin inspiraatiota ruoista, joita tuona aikana syötiin. Apuna eri ruokalajien kartoittamisessa käytettiin Merja Sillanpään teosta Happamasta makeaan: suomalaisen ruoka- ja tapakulttuurin kehitys sekä muita modernin suomalaisen ruoan reseptikirjoja. Satokauden raaka-aineiden kartoittamisen apuna käytettiin satokausikalentteria. Valmistustapoja ja yksityiskohtia on kuitenkin muutettu moderneiksi, minkä luo menuun elämyksellisiä ja tarinallisia elementtejä: vanhanajan ruoat on muutettu nykyaikaisiksi ja trendikkäiksi.

Reseptit suunniteltiin sellaisiksi määriksi, mitä samanlaisissa tapahtumissa Almassa on käytetty aikaisemmin (liite 3). Reseptejä on myös helppo suurentaa ja pienentää vierasmäärän mukaan. Reseptien kirjoitustyyli pidettiin samanlaisena kuin ravintolassa on tapana. Testaus tapahtui ravintolan keittiössä ja lopulliset reseptit hyväksyttiin keittiömestarilla.

Menun alkuruokana tarjotaan Alman vihersalaattia ja yrttiöljyä, paahdettua ruusukaalia sinappimarinadissa, punajuuriohrattoa, mummonkurkkua, leipäjuustosalaattia, suutarinlohta ja fenkolimajoneesia, rosé paahtopaistia ja punasipulihilloketta, savulohta ja tilliöljyä, talon leipää ja voita. Pääruokia on kaksi: porsaan kyljyksiä portviinikastikkeessa ja lohta piparjuurikastikkeessa. Näiden lisukkeina tarjotaan voissa haudutettua perunaa sekä talvijuuureksia. Jälkiruokana tarjotaan pappilan hätävara

-leivos, minkä resepti pysyy samanlaisena, mutta raaka-aineet vaihtuvat keittiön varastojen mukaan. Pappilan hätävaran ideana on, että jälkiruoka koostuu niistä raaka-aineista, mitä sillä hetkellä on saatavana. Jälkiruoan kanssa tarjoillaan kahvia ja teetä.

Menun yhteyteen suunniteltiin erikseen ostettava drinkki, jota voidaan tarjoilla koko illan ajan ravintolan baarista (liite 4). Drinkin idea löytyi 1950-luvun Hollywoodin näyttelijöistä ja heidän suosikkidrinkistä Moscow mulesta. Reseptiä muutettiin vuodenaikaan sopivammaksi ja modernimmaksi kuitenkin pitäen alkuperäinen maku-maailma ja tunnelma mahdollisimman samanlaisena. Drinkin nimi muotoutui Tauno ja Ansa nimen sekä perinteisen Gin tonic drinkin lyhenteestä. Nimeksi muodostui T & A.

Elämyksellisen ruokapalvelun keskiössä on itse ruokatuote. Tapahtuman menu pyrittiin suunnittelemaan niin, että se herättäisi vieraassa erityisesti nostalgisia tunteita ja muistoja. Lisäksi menu pyrittiin suunnittelemaan kaikille sopivaksi ja, että se sisältäisi erilaisia koostumuksia, yllättäviä makuyhdistelmiä, tuoksuja ja kontrasteja. Menuun liittyy myös tarinallisuutta. Muun muassa pääruoan kyljysruoka ja sen kastike on saanut inspiraatiota Taunon ja Ansan lempijuomasta, portviinistä.

Tauno ja Ansa, Kamera käy -musikaali on illallisen jälkeinen ohjelmanumero. Näytelmä kestää noin tunnin ja sen käsikirjoituksesta ja näyttelystä vastaa Kulttuurikollektiivi Silta. Näytelmän teema toimii koko illan teeman määrittelijänä ja sen avulla tapahtuman eri elementit sidotaan yhtenäiseksi kokonaisuudeksi.

Kohtaaminen. Tarjoilijat toimivat tärkeimmässä roolissa asiakkaan kohtaamistilanteessa. Kohtaamisella on suuri vaikutus asiakkaan kokemaan elämyskokemukseen ja tapahtuman onnistumiseen. Henkilökunnan on oltava luotettavia, reagoitavasti, ammattitaitoisia, empaattisia ja tilannetajuisia. Tärkeintä on luoda yhteisymmärrys asiakkaan kanssa. Tapahtuman kohtaamiset on eritelty erikseen palvelupolussa (liite 5), josta kerrotaan enemmän luvussa 4.4.

Tapahtuman tarjoilijoina toimivat Hotelli-ravintola Alman tarjoilijat. He ovat ammattitaitoisia ja tuntevat tapahtuman sekä yrityksen tarinan. Tarjoilijoiden päätehtävänä on itse tarjoilun, lautasten keräämisen ja muun tekemisen ohella huomioida asiakas mahdollisimman yksilöllisesti. Tällä tarkoitetaan, että jokainen asiakas kohdataan

inhimillisellä lämmöllä, ammattitaidolla ja aidolla halulla palvella asiakasta. Samalla ollaan tilanteen tasalla ja ollaan muuntautumiskykyisiä asiakkaan synnyttämään tilanteeseen. Myös keittiöhenkilökunta kohtaa asiakkaan samojen periaatteiden ja tapojen mukaisesti: esimerkiksi tuodessaan ruokia noutopöytään, he ovat valmiita kertomaan valmistamastaan ruoasta, valmistustavoista ja mahdollisista allergeneista. Tämänlaisen kohtaamisen avulla asiakas voi kokea palvelun henkilökohtaisena, elämyksellisenä sekä ainutlaatuisena.

Tapahtumaan osallistutaan joko yksin tai seurassa. Se, kenen kanssa tapahtumassa vietetään aikaa, vaikuttaa suuresti viihtyvyyteen. Pöydät on sijoitettu niin, että kaikki pääsevät istumaan omien seuralaisten kanssa samaan pöytään, jolloin ympärillä olevat ihmiset ovat entuudestaan tuttuja ja viihtyminen on taattavissa. Henkilökohtaisia paikkakortteja ei tapahtumassa oteta käyttöön, sillä mahdollisuuksia niiden keräämiseen ei ole tapahtuman luonteen seurauksena.

Ilmapiiri. Tapahtuman ilmapiiri koostuu tilan, kohtaamisten, tuotteiden sekä johdon hallintajärjestelmän muodostamasta kokonaisuudesta. Tavoitteena on löytää sopiva tasapaino kaikkien elementtien kesken, jolloin annetaan edellytykset elämysten kokemiselle. Tunnelman kokeminen on yksilöllistä, jolloin tunnelmatekijöiden merkitys tunteiden herättämisessä kasvaa.

Musiikki on yksi suurimmista tunnelmaa luovista tekijöistä. Tapahtumaa varten on suunniteltu soittolistia (liite 5) vanhoista suomalaisista elokuvamusiikeista, jotka sijoittuvat teeman aikakauteen. Listaan on upotettu myös Taunon ja Ansan tunnettuja kappaleita, jolloin vieraat saavat ensimakua tulevaan näytelmään. Musiikin voimakkuus pidetään mahdollisimman alhaisena, ettei se häiritse vieraiden keskinäistä seurustelua.

Mustavalkoelokuvien musiikin ja mustavalkoisen somistuksen avulla pyritään vieämään vieras teeman mukaisen aikakauden tunnelmaan. Tapahtumassa korostuu myös kiireettömyys, arvokkuus ja rentous. Kiireettömyys näkyy muun muassa tarjoilijoiden ja vieraiden kohtaamisessa: vierasta kuunnellaan ja palvellaan mahdollisesta kiireestä huolimatta hyvin ja ajan kanssa niin, että kohtaaminen saatetaan loppuun asti. Arvokkuus korostuu itse tilassa ja henkilökunnan toimintatavoissa ja

rentoutta tuodaan esiin jokaisen vieraan yksilöllisellä kohtaamisella, jossa on myös ripaus huumoria.

Johtaminen. Tapahtuman johtaminen on yrityksen eri osa-alueiden hallitsemista niin, ettei ulkopuolinen, tässä tapauksessa vieras, huomaa sitä. Organisaation hallitsemisen avulla varmistetaan sujuva ja onnistunut tapahtuma.

Tapahtumaa varten käydään jokaisen osallistuvan työntekijän rooli läpi etukäteen ja varmistetaan, että työntekijöitä on tarpeeksi. Samalla käydään läpi illan kulku ja menu niin, että jokainen osaa kertoa vieraalle, mitä ruokia tarjotaan ja miten ne on valmistettu. Ennakkoon ilmoitetut erityisruokavaliot käydään läpi ja varmistetaan, että heille on tarjota korvaava tuote. Samalla varaudutaan myös ylimääräisiin erityisruokavalioihin. Työntekijöille korostetaan, että tärkeintä on tilannetaju ja yhdessä toimiminen niin, että esimerkiksi keittiöhenkilökunta on valmis toimimaan myös hetkellisesti tarjoilijana. Näin varmistetaan illan sujuvuus ja asiakkaan huomioiminen ilman epäselvyyksiä ja ristiriitoja.

4.4 Tapahtuman toteutus

Tapahtuman toteutus on jaettu kolmeen eri vaiheeseen: rakennusvaiheeseen, itse tapahtumaan sekä purkuvaiheeseen. Rakennusvaiheessa rakennetaan kaikki suunnitelman mukaiset rekvisiitat, tekniikat, kalusteet ja somisteet valmiiksi ennen tapahtuman alkua. Juuri ennen vieraiden saapumista tuodaan esille ruoka. Toteutusta varten laadittiin myös asiakkaan palvelupolku sekä aikataulu. Palvelupolun avulla selkeytetään tapahtuman kulku ja se testataan ennen tapahtumaa. Aikataulussa tulee esiin mitä tapahtuu ja milloin. Se toimii henkilökunnan työnteon apuvälineenä. Jokaisen tapahtuman toteutukseen osallistuvan henkilön tulee perehtyä ja sisäistää asiakkaan palvelupolku sekä tapahtuman aikataulu.

Asiakkaan palvelupolku. Tapahtuman suunnittelu on ajatustyötä, jossa täytyy osata huomata kaikki tapahtuman vaiheet ja osata laittaa ne oikeaan järjestykseen. Suunnittelun selkeyttämiseksi tapahtumaan laadittiin asiakkaan palvelupolku (liite 6), missä kuvataan asiakkaan toiminnan eri vaiheet: hetket, tapahtumat ja toimen-

piteet. Palvelupolkuun on myös merkitty ne hetket, jolloin vieras kohtaa muun muassa henkilökunnan ja muut vieraat. Palvelupolun avulla pyritään välttämään unohdukset, ristiriidat ja poikkeamat ja mahdollistetaan tapahtuman sujuvuus.

Tapahtumassa vieraan palvelupolku alkaa tutustumisella tapahtumaan, jota seuraa mahdollisesti ostopäätös ja lipun hankinta. Liput voidaan hankkia joko internetistä tai paikanpäältä Almasta, jolloin henkilökunta kohtaa vieraan mahdollisimman lämpimästi ja arvokkaasti toivottaen hänet tervetulleeksi tapahtumaan. Näin vieras koee itsensä tervetulleeksi tapahtumaan ja hänen ennako-odotukset tapahtumaa kohtaan kasvavat. Lippujen oston jälkeen seuraa odotusvaihe ennen itse tapahtuman alkua.

Tapahtumailtana kohtaaminen alkaa vieraan saapumisesta tapahtumapaikalle. Tässä vaiheessa autolla saapuneet vieraat jättävät autonsa parkkipaikalle. Vieraan astuessa sisään Hotelli-ravintola Almaan tapahtuu ensimmäinen kohtaaminen yrittäjän kanssa. Hän kättelee jokaisen vieraan ja toivottaa heidät tervetulleeksi tapahtumaan. Lippujentarkastuksen yhteydessä yrittäjä kysyy varaajan nimen ja ohjaa vieraat narikan kautta heille varattuun pöytään. Tässä vaiheessa tapahtuu kohtaaminen muun pöytäseurueen kanssa.

Seuraava kohtaaminen tapahtuu tarjoilijoiden kanssa. Tarjoilija tulee kertomaan pöytään illan kulusta, menusta ja ottaa juomatilaukset. Samalla hän ohjeistaa vieraita aloittamaan illallisen. Kun vieraat ovat hakeneet alkuruoat, tuodaan pöytään tilatut juomat ja toivotetaan hyvää ruokahalua. Ennen pääruokiin siirtymistä kerätään alkuruokalautaset ja aterimet sekä kysytään, maistuiko ruoka. Tämän jälkeen tarjoilija ohjeistaa siirtymään omaan tahtiin pääruokien pariin. Pääruokien nauttimisen jälkeen siirrytään jälkiruoan ja kahvittelun pariin.

Illallisen nauttimisen jälkeen tarjoilijat siivoavat pöydät, buffetruoat viedään pois, viimeiset juomatilaukset otetaan asiakkaalta ja näytelmä saa alkaa. Jos asiakas haluaa juomia näytelmän aikana, hän tilaa ne itse baaritiskiltä.

Näytelmän loputtua vieraat voivat jatkaa iltaa Almassa siirtyä kaupungille tai kotiin. Ennen Almasta poistumista jokaiselle vieraille jaetaan kiitokseksi ja muistoksi ta-

pahtumasta punainen ruusu ja toivotetaan hauskaa illan jatkoa. Ruusun avulla halutaan huomioida vieras vielä viimeisen kerran ja antaa hänelle jotain omaa muistoksi tapahtumasta.

Aikataulu. Onnistuneella tapahtumalla on aina selkeä alku ja loppu. Kaikkia tällä aikavälillä tapahtuvia vaiheita varten on laadittu aikataulu (liite 7). Aikataulussa tulee esiin tapahtumapäivän vaiheiden lisäksi rytmitys. Tämän tapahtuma rytmityksen tulee olla riittävän löysä, jolloin jätetään aikaa vieraiden seurusteluun ja ruokailuun. Aikataulu tulee olla jokaisen työntekijän tiedossa ja sitä tulee noudattaa. Mahdollisista muutoksista aikataulussa päättää yrittäjä, joka informoi kaikkia työntekijöitä muutoksista ja niiden vaikutuksesta toimintaan.

Tapahtuman rakentaminen alkaa tapahtumapäivänä klo 15.00, kun Alman lounas on päättynyt. Tila tulee olla somistettuna ja pöydät katettuina klo 17.30 mennessä, jolloin musiikki vaihdetaan iltaa varten. Tämän jälkeen keittiöhenkilökunta tuo ruoat noutopöytään ja ravintolasalin ovet avataan ja tapahtuma on valmis alkamaan. Ensimmäiset asiakkaat saapuvat ja heidät ohjataan pöytiin. Illallinen alkaa klo 18.00 ja sille on varattu aikaa puolitoista tuntia. Keittiöhenkilökunta hakee ruoat pois noutopöydästä, lukuun ottamatta jälkiruokia ja kahveja, klo 19.20 juuri ennen näytelmän alkua. Näytelmä alkaa klo 19.30 ja sen kesto on noin 50 minuuttia. Näytelmän loppumisen jälkeen keittiöhenkilökunta hakee jälkiruoat pois. Osa vieraista jatkaa iltaansa Almassa ja poislähteville jaetaan ruusut. Ruusuja jaetaan sitä mukaa, kun vieraat poistuvat. Viimeiset vieraat poistuvat klo 22.00 mennessä ja tapahtuma loppuu.

4.5 Jälkimarkkinointi

Jälkimarkkinointi alkaa tapahtuman päättymisen jälkeen. Heti illan päätteeksi tai viimeistään seuraavana päivänä pidetään palaveri henkilökunnan kanssa ja käydään läpi saatu palaute, onnistumiset ja epäonnistumiset. Myös illan aikana pyritään korjaamaan mahdollisia epäkohtia. Seuraavat tapahtumat tulevat hyvin pian, jotkut jo seuraavana päivänä, minkä seurauksena mahdolliset virheet tulee huomata ja korjata saman tien. Näin tapahtumaprosessi on jatkuva oppimisprosessi.

Ennen kuin vieraat poistuvat tapahtumapaikalta, heille annetaan punainen ruusu muistoksi ja kiitokseksi tapahtumaan osallistumisesta. Ruusun on tyylikäs ja klassinen lahja, joka sopii hyvin tapahtuman teemaan. Pienen lahjan avulla voidaan kruunata onnistunut ilta ja huomioidaan vieras vielä viimeisen kerran. Ruusu toimii myös muistona tapahtumaan osallistumisesta. Tärkeää on myös muistaa näyttelijöitä ja henkilökuntaa, sillä ilman saumatonta yhteistyötä ei olisi myöskään onnistunutta tapahtumaa.

Tapahtuman ensi-iltaan osallistuu toimittajia, jotka tekevät julkaisun tapahtumasta paikallisiin lehtiin. He kuvaavat ensi-illan tapahtumia ja mainostavat seuraavia tapahtumia. Tämän vuoksi ensi-illan onnistuminen on erittäin tärkeää tulevia tapahtumia ja niiden suosiota ajatellen. Myös Alma ja Kulttuuri kollektiivi Silta jakavat illan tunnelmia muun muassa sosiaalisessa mediassa ja muissa markkinointikanavissa.

Kun kaikki tapahtumat ovat ohi, henkilökunta kootaan yhteen ja heidän kanssaan käydään läpi sekä sisäinen että ulkopuolinen palaute. Palaverissa arvioidaan asetettujen tavoitteiden täyttymistä ja suunnitelmia seuraaviin vastaavanlaisiin tapahtumiin.

5 YHTEENVETO JA POHDINTA

Tämä opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona Hotelli-ravintola Almalle, omaan työpaikkaani. Minun oli helppo tarttua toimeksiantajan tarjoamaan aiheeseen, sillä aihe vaikutti kiinnostavalta, ajankohtaiselta ja se koettiin tarpeelliseksi yritykselle. Työn tavoitteena oli suunnitella elämystapahtuma Tauno ja Ansa, Kamera käy -musiikkinäytelmän ympärille. Toimeksiantajan tavoitteena oli saada tapahtumanjärjestämisprosessista kirjallinen versio, jolloin siihen tuotaisi selkeyttä. Opinnäytetyön avulla tuotiin myös uusia ideoita ja toimintatapoja yrityksen toimintaan.

Oma lähtökohta opinnäytetyöhön oli hyvä ja innostunut, sillä opintoihini sisältyi kolmantena vuonna SeAMK:in Elämystapahtuma -kurssi, minkä ansiosta työn teoreettinen viitekehys ja elämystapahtuman järjestäminen oli jo entuudestaan tuttua. Myös se, että työskentelen toimeksiantoyrityksessä, helpotti suunnittelua, lisäsi omaa motivaatiota ja halua työn onnistumiselle.

Opinnäytetyöprosessi alkoi hyvin vauhdikkaasti, sillä toimeksiannosta oli vain kaksi kuukautta aikaa itse tapahtuman toteutukseen. Aikataulu tuntui haastavalta, mutta ajankäytön selkeyttämiseksi tein itselleni tavoiteaikataulun jokaisesta prosessin osa-alueesta. Näin pystyin seuraamaan ja hallitsemaan työn etenemistä. Aluksi keräsin kasaan teoreettisen viitekehksen. Teoriatausta oli suhteellisen helppo löytää, sillä aihe oli jo entuudestaan tuttu. Uusia lähteitä löysin tutustumalla samankaltaisten opinnäytetöiden lähdeluetteloihin ja poimimalla sieltä itselleni tuntemattomia lähteitä.

Teoreettinen viitekehys koostui elämyksellisyydestä, asiakaskokemuksesta, tarinallistamisesta sekä tapahtuman järjestämisestä. Elämyksellisyyttä tutkittiin Pinen ja Gilmoren (1999) elämymallin, Tarssasen (2009) elämymallin ja Gustafssonin ym. (2006) FAMM-mallin kautta. Myös Tuija Pitkäkosken tutkimukset elämyksellisyydestä olivat työssä isossa roolissa. Tarinallisuutta tutkittiin Kalliomäen (2014) Tarinallistaminen – Palvelukokemuksen punainen lanka -teoksen avulla. Tapahtuman järjestämiseen tutustuttiin muun muassa Vallon ja Häyrisen (2016) Tapahtuma on tilaisuus -teoksen avulla, joka toimi myös elämystapahtuman suunnitelman runkona. Suunnitelmaan sisällytettiin FAMM-mallin osa-alueet ja niitä syvennettiin muiden elämymallien avulla. Tapahtuman tarinallisuus tulee esiin näytelmässä ja sen

vaikutuksesta suunniteltuihin osa-alueisiin. Mielestäni teoria ja itse työ tukivat toisiaan hyvin. Perehtyminen teoriaan helpotti ja antoi paljon uusia ideoita ja näkökulmia tapahtuman suunnitteluun. Erityisesti tapahtuman järjestämisen teorian avulla suunnitelman jäsentely ja asioiden järjestys oli helpompi rakentaa.

Tapahtuman eri elementit suunniteltiin teeman ympärille. Teemaksi valikoitui 1930–1940-luvun suomalainen elokuvamaailma ja mustavalkoisuus. Teema sopi hyvin näytelmään sekä Alman rakennukseen ja sen historiaan. Vallo ja Häyrinen (2016, 121–122) korostavatkin, että tärkeintä elämystapahtuman suunnittelussa on teeman näkyminen kaikissa osa-alueissa koko tapahtuman ajan, ilman ristiriitoja. Tapahtumaa varten suunniteltiin muun muassa menu, somisteet ja kattaus ja tunnelmaan vaikuttavat tekijät. Tapahtuman luonne ja Alman asettamat rajoitteet vaikuttivat lopputulokseen jonkin verran. Jos tapahtuma järjestettäisi vain kerran, sellaisessa tilassa, jossa ei ole muuta ravintolatoimintaa samana päivänä, somistukseen olisi voinut panostaa vielä enemmän. Nyt somistuksen tuli olla helposti toistettavissa jokaisena tapahtumailtana. Elämyksellisyyttä ja asiakaslähtöisyyttä olisi myös voitu lisätä vaihtamalla ruokien tarjoilutapa buffettarjoilusta lautastarjoiluun, jolloin menusta olisi voinut tehdä hyvinkin yksityiskohtaisen ja erilaisen. Lisäksi menun yhteyteen laaditulla viinipaketilla olisi parannettu ruokailukokemusta ja sen arvoa.

Opinnäytetyön tekeminen vaati itseltäni paljon työtä, mutta samalla prosessi oli hyvin opettavainen. Toimeksiantaja antoi minulle lähes vapaat kädet työhöni. Kirjoittamisen, menukorttien askartelun ja kaiken muun työn lomassa sain itse ottaa vastuun eri hankinnoista ja lähes kaikesta, mitä tapahtumassa tullaan näkemään ja kokemaan, jolloin pääsin ottamaan tuntumaa esimiestöihin sekä vastuun kantamiseen yrityksessä. Opinnäytetyön avulla pystyinkin kehittämään itseäni ammatillisesti.

Työlle asetetut tavoitteet saavutettiin, sillä tapahtumasuunnitelmasta tuli niin kattava, että sen avulla tapahtuma voidaan järjestää ilman opinnäytetyöntekijän läsnäoloa tapahtumassa. Työtä voidaan myös hyödyntää Alman tulevissa samankaltaisissa tapahtumissa ja se on helposti muokattavissa eri teemojen mukaiseksi. Tulevaisuudessa tästä työstä voisi tehdä muun muassa jatko tutkimuksen tapahtuman onnistumisesta ja asiakastyytyväisyydestä.

LÄHTEET

- Ahvenainen, P. 2017. Viiden tähden asiakaskokemus: Tee asiakkaistasi faneja. Helsinki: Kauppakamari.
- Gustafsson, I.-B., Öström, Å., Johansson, J. & Mossberg, L. 2006. The Five Aspects Meal Model: a tool for developing meal services in restaurants. [Verkkojulkaisu]. Journal of Foodservice. [Viitattu 4.10.2018]. Saatavana: <https://www.livsmedelsverket.se/globalassets/matvanor-halsa-miljo/maltider-ward-skola-omsorg/maltidsmodellenn/trivsamm/famm-vetenskaplig-artikel.pdf>
- Hotelli-ravintola Alma. Ei päiväystä. Hotelli-ravintola Alma. [Verkkosivu]. [Viitattu 4.11.2018]. Saatavana: <https://www.hotelalma.fi/Etusivu>
- Hotelli-ravintola Alma. Ei päiväystä. Tauno ja Ansa, Kamera käy. [Verkkosivu]. [Viitattu 4.11.2018]. Saatavana: <https://www.hotelalma.fi/TAKK>
- Hynynen, A., Hopia, A., Uimonen, H., Pitkääkoski, T., Aaltojärvi, I., Paakki, M. & Kontukoski, M. 2018. Ei ainoastaan leivästä.
- Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka?: Käsikirja tapahtumajärjestäjille. Helsinki: Suomen liikunta ja urheilu.
- Kalliomäki, A. 2012. Tarinakone. Miten tarinallistaminen tukee elämispalvelun tuotteistamista. [Verkkosivu]. [Viitattu 21.9.2018], Saatavana: <http://www.tarinakone.fi/blogi/miten-tarinallistaminen-tukee-elamispalvelun-tuotteistamista/>.
- Kalliomäki, A. 2014. Tarinallistaminen: Palvelukokemuksen punainen lanka. Helsinki: Talentum.
- Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Helsinki: WSOY.
- Kivistö, P. 14.8.2014. Onnistunut tapahtuma. [Verkkoartikkeli]. Point production. [Viitattu 8.10.2018]. Saatavana: <https://www.pointproduction.fi/onnistunut-tapahtuma/>
- Korhonen, H., Korkalainen, K., Pienimäki, T. & Rintala, S. 2015 Tapahtumajärjestäjän opas. [Verkkojulkaisu]. Laurea ammattikorkeakoulu.[Viitattu 8.10.2018]. Saatavana: <http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/105211/58.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Laine, K. 2013. Tauno Palo. [Verkkosivu]. Elonet, Kansallisfilmografia. [Viitattu 4.11.2018]. Saatavana: <https://www.elonet.fi/fi/henkilo/223180>

- Löytänä, J. & Korteso, K. 2011. Asiakaskokemus: Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum.
- Määttä, S., Nuutila, J. & Saranpää, T. 2004. Juhlal palvelu suunnittele ja toteuta. Helsinki: WSOY.
- Olenki, S. 30.11.2015. 4 Benefits of using storytelling in marketing. [Verkoartikkeli]. Forbes. [Viitattu 2.10.2018]. Saatavana: <https://www.forbes.com/sites/steveolenski/2015/11/30/4-benefits-of-using-storytelling-in-marketing/>
- Pine, B. J., II & Gilmore James H. 1999. The experience economy: Work is theatre & every business a stage. Boston (MA): Harvard Business School Press.
- Pitkääkoski, T. 2007. Elämyksen alkulähteillä: Erilaisiin ruokamatkailuelämyksiin liittyvien kuluttajakokemusten vertaileva analyysi. [Verkojulkaisu]. Kauppateollinen tiedekunta, Markkinoinnin lisensiaatintutkimus. Vaasa: Vaasan yliopisto. [Viitattu 10.9.2018]. Saatavana: https://www.univaasa.fi/materiaali/pdf/isbn_978-952-476-627-2.pdf
- Pitkääkoski, T. 2015. Elämysperusteisen ruokapalvelutapahtuman tuottamisen konseptointi: Teemallisuus, prosessimaisuus ja kokonaisvaikutelma markkinoinnin johtamisen haasteena. Vaasa: Vaasan yliopisto.
- Rauhala, M. 10.3.2015. Kuusi vinkkiä tarinallistajalle. [Blogi-kirjoitus]. Storytelling. [Viitattu 2.10.2018]. Saatavana: <http://storytelling.fi/2015/03/kuusi-vinkkia-tarinallistajalle/>
- Rytkönen, S. 2013. Ansa Ikonen. [Verkkosivu]. Elonet, kansallisfilmografia. [Viitattu 4.11.2018]. Saatavana: <https://www.elonet.fi/fi/henkilo/121236>
- Saarinen, J. 2002. Elämys: Teollisuutta, taloutta vai jotakin muuta? Rovaniemi: Lapin yliopisto.
- Sillanpää, M. 1999. Happamasta makeaan: Suomalaisen ruoka- ja tapakulttuurin kehitys. Vantaa: Finfood.
- Tarssanen, S. 2009. Elämystuottajan käsikirja. 2. p. Rovaniemi: Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus.
- Törrönen, V. 30.8.2017. Mitä on palvelumuotoilu? Mitkä ovat sen keskeisimmät elementit. [Blogi-kirjoitus]. [Viitattu 2.10.2018]. Saatavana: <https://www.kreapal.fi/blogi/mita-on-palvelumuotoilu/>
- Vallo, H. & Häyrinen, E. 2016. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 5. uud. p. Helsinki: Tietosanoma Oy.

LIITTEET

Liite 1. Somistussuunnitelma

Liite 2. Buffetsuunnitelma: alku- ja pääruokalinjastot

Liite 3. Menun reseptit

Liite 4. T & A drinkki

Liite 5. Soittolista

Liite 6. Asiakkaan palvelupolku

Liite 7. Tapahtuman aikataulu

Liite 1. Somistussuunnitelma



- Jätäkänkynttilät



- Lyhdyt



- Pöytien kattaus



- Tilan tunnelmallinen valaistus

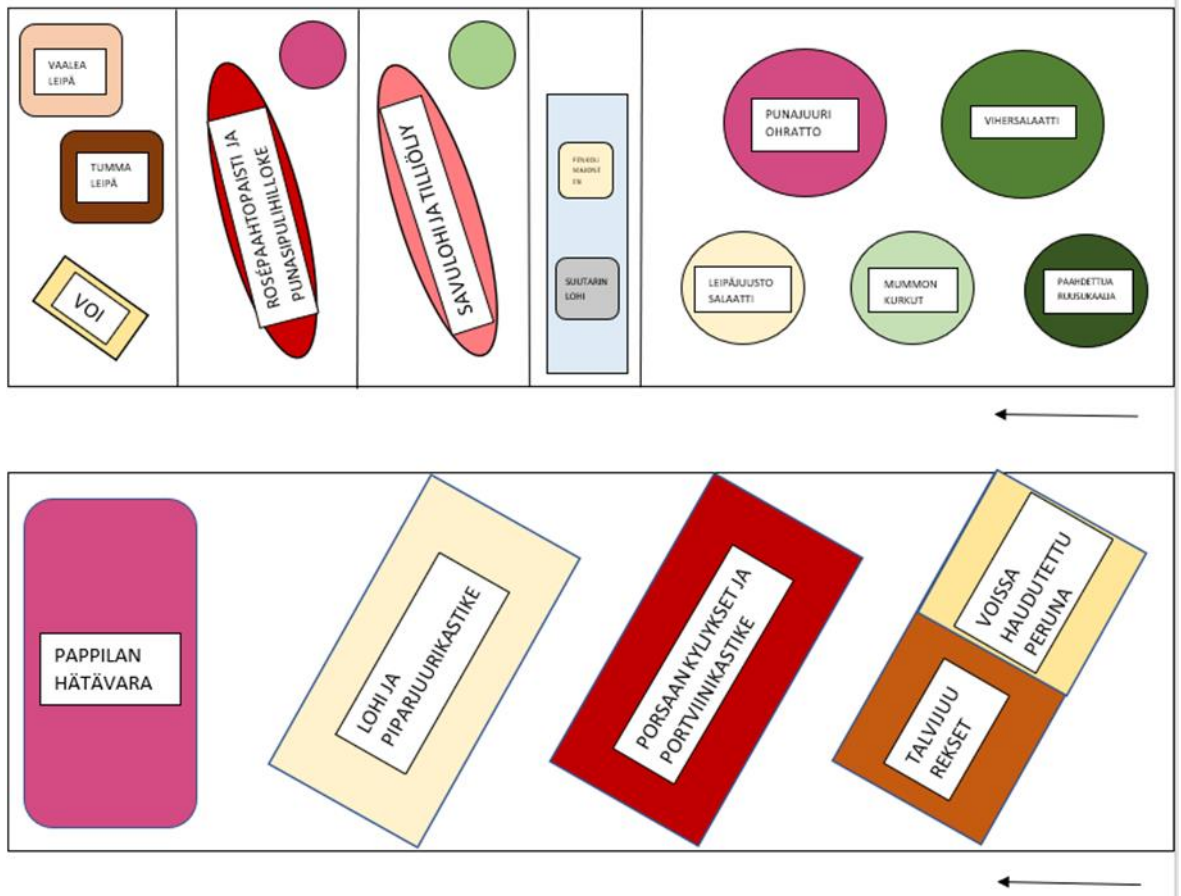


- Buffetlinjaston musta kangas ja valkoiset tarjoiluvadit



- Illallismenu

Liite 2. Buffetsuunnitelma: alku- ja pääruokalinjastot



Liite 3. Menun reseptit

PAAHDETTUA RUUSUKAALIA SINAPPIMARINADISSA (1/3 muoviasia)

MÄÄRÄ	RAAKA-AINE
2 kg	Ruusukaalia
Loraus	Öljyä

MARINADI:

2 kynsi	Valkosipulia
1 ruukku	Timjamia
5 rkl	Dijonsinappia
2 rkl	Hunajaa
1 l	Öljyä
x	Suolaa
x	Mustapippuria

- Poista ruusukaaleista kannat ja uloimmat, irtonaiset lehdet. Laita kaalit pakkiin ja lisää hieman öljyä. Paahda uunissa 175 C noin 8 min kunnes kaalit ovat ottaneet hieman väriä.
- Valmista marinadi. Laita kaikki marinadin ainekset blenderiin, pyöräytä sekaisin ja kaada kuumien kaalien päälle, sekoita ja maista. Jäähdytä.

PUNAJUURIOHRATTO (1/2 muoviasia)

MÄÄRÄ	RAAKA-AINE
500 g	Punajuuria
1 kg	Orhasuurimoita
5 dl	Punajuurimehua
2 dl	Punaviinietikkaa
2 dl	Öljyä
Ripaus	Suolaa
Ripaus	Sokeria
	Persiljaa

- Kypsennä punajuuret kypsiksi höyryssä n. 45 min. Kuori ja kuutioi epämääräisiksi, pieniksi paloiksi.
- Keitä orhasuurimot kypsäksi pakkauksen ohjeen mukaan. Jäähdytä.
- Hakkaa persilja hienoksi, sekoita kaikki reseptin ainekset sekaisin, maista ja lisää tarvittaessa suolaa ja sokeria. Ohraton tulisi olla kirkkaan pinkkiä, lisää tarvittaessa punajuurimehua.

MUMMONKURKUT (1/3 muoviastia)

MÄÄRÄ	RAAKA-AINE
10 kpl	Kurkkuja

PIKKELILIEMI

1 osa	Etikkaa
2 osa	Sokeria
3 osa	Vettä
Puntti	Tilliä

1. Siivuta kurkut ½ cm paksuisiksi siivuiksi.
2. Valmista pikkeliliemi 1-2-3 periaatteella. Lisää kaikki ainekset tilliä ja kurkkua lukuun ottamatta kattilaan, kiehauta ja jäähdytä.
3. Kaada jäähtynyt liemi kurkkujen päälle, lisää hakattu tilli ja anna maustua kylmiössä yön yli.

LEIPÄJUUSTOSALAATTI (1/3 muoviastia)

MÄÄRÄ	RAAKA-AINE
2 kg	Leipäjuustoa
1 l	Puolukoita
½ dl	Sokeria
Ripaus	Suolaa

1. Sokeroi jäiset puolukat, lisää myös ripaus suolaa.
2. Leikkaa leipäjuusto 1,5 cm kuutioiksi.
3. Sekoita puolukat ja leipäjuusto keskenään.

SUUTARINLOHI (1/2 muoviastia)

MÄÄRÄ	RAAKA-AINE
5 kg	Silakkafileitä
1 l	Karkeaa suolaa
MAUSTELIEMI	
1 l	Etikkaa
1 l	Vettä
1 l	Sokeria
n.20 kpl	Maustepippuria
15 kpl	Laakerinlehteä
2 kpl	Sipulia
1-2 kpl	Porkkanaa

1. Lado silakkafileet avonaisina kerroksittain suolan kanssa pakkiin. Anna suolautua yön yli jääkaapissa.
2. Kiehauta vesi, etikka, laakerinlehti, pippurit ja sokeri. Lisää viipaloitu porkkana ja sipuli. Anna liemen jäähtyä.
3. Valuta silakkafileet huolellisesti suolaliemestä ja kääri rullalle nahkapuoli ulospäin. Pane rullat purkkiin ja kaada päälle liemi. Anna maustua vähintään vuorokausi.
4. Suutarinlohi säilyy tarjoilukelpoisena reilun viikon.

FENKOLIMAJONEESI (n. 1plo)

MÄÄRÄ	RAAKA-AINE
1 iso	Fenkoli
1rkl	Fenkolinsiemeniä
1 l	Öljyä
3 kpl	Kananmunaa
1 rkl	Dijonsinappia
2 tl	Suolaa
1 rkl	Sokeria

1. Valmista fenkoliöljy: Mittaa öljy, lisää paloitettu fenkoli ja fenkolinsiemenet. Anna maustua vähintään 2 vrk.
2. Laita kaikki ainekset blenderiin, lukuun ottamatta öljyä. Pyöräytä ainekset sekaisin ta-saiseksi. Siivilöi fenkoliöljy harson läpi ja kaada öljy ohuena nauhana blenderin pyöriessä. Maista ja lisää tarvittaessa suolaa ja sokeria.

PORSAN KYLJYKSET (n. 50 hlö)

MÄÄRÄ	RAAKA-AINE
10 kg	Porsaan kyljyksiä
x	Öljyä
2 kpl	Porkkanaa
2 kpl	Sipulia
1 kpl	Lanttua
n. 10 kpl	Mustapippuria
6 kpl	Laakerinlehteä
½ ruukkua	Rosmariinia
x	Suolaa
2 l	Demiä
x	Vettä

- Ota lihat ajoissa huoneenlämpöön lämpenemään.
- Tee kyljyksien rasvaan pienet viillot, jotta liha ei menisi kippuralle.
- Ruskista kyljykset parilalla molemmin puolin. Lisää tässä vaiheessa hieman suolaa lihan pintaan.
- Lado kyljykset pakkiin luut ylöspäin. Lisää pakkiin pilkotut juurekset, sipuli sekä mausteet. Lisää myös demi ja vettä niin, että lihat melkein peittyvät. Maista ja lisää suolaa tarvittaessa. Liemen on oltava voimakkaan suolaista
- Hauduta uunissa 140 C vähintään 2h. Mitä matalammalla lämpötilalla ja mitä pidempään lihoja hauduttaa, sitä mureampi lopputulos on.
- Ota paistoliemi talteen ja käytä sitä portviinikastikkeen valmistuksessa.

PORTVIINIKASTIKE

MÄÄRÄ	RAAKA-AINE
2 kpl	Sipulia
	Öljyä
4 dl	Fariinisokeria
6 oksaa	Rosmariinia
2 dl	Balsamicoa
2 l	Portviiniä
4 l	Kyljyksien palistolientä/demiä
2 l	Vettä
	Suolaa
	Maizena

- Hakkaa sipuli, kuullota sitä öljyssä kattilassa. Lisää fariinisokeri ja rosmariinin oksat, kuullota vielä hetki. Lisää vielä balsamico sekä portviini. Anna kiehua kovalla lämmöllä muutama minuutti.
- Lisää kyljyksien paistoliemi/demi ja vesi. Anna kiehua noin puoli tuntia miedolla lämmöllä. Suurusta maizenalla, kiehauta ja maista. Kastikkeen tulisi maistua vahvasti portviiniltä. Lisää viiniä tarvittaessa.

PIPARJUURIKASTIKE

MÄÄRÄ	RAAKA-AINE
5 l	Kalalientä (pakkasessa)
1 l	Valkoviiniä
5 dl	Valkoviinietikkaa
2 kpl	Sipulia
3 kynttä	Valkosipulia
4 l	Kermaa
?	Piparjuuritahnaa
x	Suolaa
x	Sokeria
x	Maizenaa
x	Tilliä

1. Keitä kalalientä, valkoviiniä, valkoviinietikkaa, sipulia ja valkosipulia kasaan niin, että noin puolet nesteestä on haihtunut.
2. Lisää kerma, piparjuuritahna, suola ja sokeri. Kiehauta ja suurusta maizenalla. Kiehauta vielä kerran. Varo ettei pala pohjaan. Siivilöi kastike.
3. Kaada kypsän lohien päälle ja koristele tillillä.

VOISSA HAUDUTETTU PERUNA

MÄÄRÄ	RAAKA-AINE
x	Uuniperunaa
x	Suolaa
x	Öljyä
x	Voita

1. Leikkaa perunat 1,5cm paksuisiksi kiekkoiksi
2. Laita perunat GN-pakkiin tasaiseksi kerrokseksi.
3. Lisää hieman öljyä ja ripottele runsaasti suolaa.
4. Paista 175 C noin 10 min. Lisää sen jälkeen runsaasti voita niin, että perunat lähes peittyvät voin sulaessa.
5. Paista vielä niin, että perunat ovat kypsiä.

TALVIJUUREKSET

MÄÄRÄ	RAAKA-AINE
x	Porkkanaa
x	Palsternakkaa
x	Lanttua
x	Timjamia
x	Suolaa
x	Sokeria
x	Mustapippuria
x	Öljyä

1. Paloittele juurekset epäsäännöllisiksi paloiksi. Kypsennä juureksia höyryssä niin, että hieman pehmenevät. Varo kypsentämästä liikaa! Jäähdytä juurekset.
2. Hakkaa timjami ja laita kaikki ainekset pakkiin juureksien sekaan. Sekoita ja paahda uunissa 175 C kunnes ovat saaneet hieman väriä ja ovat kypsiä.

PAPPILAN HÄTÄVARA -LEIVOS (3 GN)

MÄÄRÄ	RAAKA-AINE
36 kpl	Liivatetta
1,6 l	Vispikermaa vaahdotettuna
1,6 l	Smetanaa
1,6 kg	Tuorejuustoa
1,6 l	Sokeria
16 tl	Vaniljasokeria
3 kg	Karpaloita

1. Liota liivatteen kylmässä vedessä.
2. Kiehauta karpalot ja survo sauvasekoittimella. Paseeraa ja jäähdytä.
3. Sekoita tuorejuusto sähkövatkaimella sileäksi ja lisää smetana, sokerit ja poratut karpalot.
4. Sulata liivatteen kattilassa tilkassa vettä. Kaada ohuena nauhana, koko ajan sekoittaen massan sekaan. Sekoita viimeiseksi vaahdotettu kerma mahdollisimman kevyesti.
5. Vuoraa matala 1/1 GN isolla leivinpaperilla. Laita pohjalle vaalea vetopohja. Kaada massa pohjan päälle ja anna hyytyä kylmässä yön yli.
6. Nosta kakku pois GN astiasta, siisti reunat ja leikkaa 5x10 paloiksi.
7. Pursota päälle italian marenkia ja polta toholla marengin pinta. Lisää päälle muutama karpalo ja murskattua kaurakeksiä.

ITALIAN MARENKI

MÄÄRÄ	RAAKA-AINE
1 dl	Vettä
2,5 dl	Sokeria
3	Valkuaista

1. Keitä sokeri ja vesi 118 asteiseksi.
2. Vatkaa valkuaiset vaahdoksi. Kaada kuuma sokeriliemi ohuena nauhana valkuaisvaahdon sekaan, koko ajan voimakkaasti vatkatun. Jatka vatkaamista, kunnes marengin lämpötila laskee noin huoneenlämpöiseksi (n.15 min).
3. Laita pursotinpussiin tyllä ja kaada massa. Säilytä ylimääräinen marenki pakkasessa.

Liite 4. T & A drinkki



Liite 5. Soittolista

1. Tauno Palo ja Ansa Ikonen – Kulkurin valssi
2. Brita Koivunen – Suklaasydän
3. Heikki Aaltoilan orkesteri – Akselin ja Elinan häävalssi
4. Tauno Palo – Tuhlaajapoika
5. Eero Väre – Kultainen nuoruus
6. Tauno Palo ja Ansa Ikonen – Pot-pot-pot
7. Tapio Rautavaara – Kulkuri ja joutsen
8. Olavi Virta – Sinun silmiesi tähden
9. Tapio Rautavaara – Juokse sinä humma
10. Tauno Palo – Rosvo Roope
11. Tapio Rautavaara – Kulkurin iltatähti
12. Olavi Virta – Täysikuu
13. Tapio Rautavaara – Tuopin jäljet
14. Reijo Taipale – Satumaa
15. Olavi Virta – Hopeinen kuu
16. Tapio Rautavaara – Älä unhoita minua
17. Annikki Tähti – Muistatko Monrepos'n
18. Taisto Tammi – Tango merellä
19. Tauno Palo – Pieni sydän
20. Tauno Palo – Sydämeni kaipaa rakkautta
21. Jukka Kuoppamäki – Sininen ja valkoinen
22. Reijo Taipale – Tähdet meren yllä
23. Juha Vainio – Vanhoja poikia viiksekkäitä
24. Tauno Palo ja Ansa Ikonen – Nuoruuden sävel
25. Tapio Rautavaara – Kulkuriveljeni Jan

Liite 6. Asiakkaan palvelupolku



Liite 7. Tapahtumapäivän aikataulu**Aikataulu**

Milloin	Mitä & missä
15.00-17.30	Pöytien kattaminen, tilan somistaminen
17.30	Musiikin vaihto tapahtumaan
17.45	Ruoat noutopöydässä
17.45	Ovet avataan
17.45	Ensimmäiset asiakkaat sisään lippujen
18.00	Illallinen alkaa
18.00-19.30	Ruokailua ja vapaata toimintaa
19.20	Ruoat pois noutopöydästä, jälkiruoat jäävät
19.30	Näytelmä alkaa
20.15-20.30	Näytelmä loppuu
20.30	Jälkiruoat pois noutopöydästä
20.30	Ruusujen jakaminen poislähteville alkaa
22.00	Viimeiset vieraat poistuvat ja tapahtuma loppuu