

ÄÄNEKOSKEN JOULUKADUN KEHITTÄMINEN

Terhi Nekkula

Opinnäytetyö
Marraskuu 2011

Yritystoiminnan kehittämisen koulutusohjelma
Liiketalous



Tekijä NEKKULA, Terhi	Julkaisun laji Opinnäytetyö	Päivämäärä 18.11.2011
	Sivumäärä 42	Julkaisun kieli Suomi
	Luottamuksellisuus () saakka	Verkojulkaisulupa myönnetty (x)
Työn nimi ÄÄNEKOSKEN JOULUKADUN KEHITTÄMINEN		
Koulutusohjelma Yritystoiminnan kehittämisen koulutusohjelma, Tiimiakatemia		
Työn ohjaaja TOIVANEN, Heikki		
Toimeksiantaja Äänekosken yrittäjät Ry ja Äänekosken kaupunki		
<p>Työn tilaajana toimi Äänekosken yrittäjät Ry. He toivoivat kehittämissuunnitelmaa Äänekosken ja Suolahden joulukaduille. Aikaisempina vuosina ohjelma on ollut melko suppea ja toistanut itseään, joten suunnitelmaa tälle sekä seuraaville vuosille kaivattiin. Tavoite oli myös yhdistää Äänekosken ja Suolahden kaupungin osia, jotta ne tulisivat läheisemmiksi toisiaan.</p> <p>Työssä haastattelin Äänekosken ja Suolahden asukkaita sekä yrittäjiä ja heidän toiveidensa pohjalta lähdin rakentamaan suunnitelmaa joulukadun avajaisiin ja ajalle ennen jouluaattoa. Suunnittelin ohjelman tämän vuoden joulukadun avajaisiin ja loin aikataulun. Joulukadun avajaisohjelma sisältää tänä vuonna paljon uusia elementtejä, jotka tulevat houkuttelemaan asukkaita paikalle. Tulevia vuosia silmällä pitäen kehitin myös lisäohjelmaa sitä varten.</p> <p>Lähdin suunnittelemaan jouluaattoon asti kestävää ohjelmaa. Viikonloppuisin Äänekoskella toteutettaisiin joulutori, joka olisi asukkaille positiivinen lisä ja yrityksille lisäarvon tuottaja.</p> <p>Äänekosken ja Suolahden yrittäjät eivät ole kokeneet saaneensa lisäarvoa olemalla mukana tukemassa joulukadun järjestämistä, joten tehtävänäni oli myös paneutua markkinoinnillisiin asioihin. Suunnitelmaa tehdessäni otin huomioon yritykset ja kuinka he saisivat lisähyötyä joulukadusta ja kuinka he voisivat hyödyntää sitä markkinoinnissaan.</p> <p>Työ oli haasteellinen niin aikataulun kun kahden kaupungin yhdistämisen takia.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Äänekosken joulukatu, Lisäarvo, kehittäminen, markkinointi		
Muut tiedot		



Author NEKKULA, Terhi	Type of publication Bachelor's Thesis	Date 18.11.2011
	Pages 42	Language Finnish
	Confidential () Until	Permission for web publication (X)
Title DEVELOPING ÄÄNEKOSKI CHRISTMAS STREET OPENING CEREMONY		
Degree Programme Bachelor of Business Administration, BBA		
Tutor TOIVANEN, Heikki		
Assigned by Äänekosken Yrittäjät Ry and the city of Äänekoski		
Abstract <p>The commissioner of the bachelor's thesis was Äänekosken Yrittäjät Ry. They wished a development plan for the Äänekoski and Suolahti Christmas streets opening ceremonies. The problem was that earlier years the opening ceremony had been rather bland and been repeating the same pattern every year. The aim of the thesis was to connect both cities so that the Christmas ceremony would bring the two cities closer together.</p> <p>The thesis was started by interviewing the citizens of Äänekoski and Suolahti. Also the entrepreneurs of both cities were interviewed to find out how they felt about being involved in the last years Christmas ceremonies. Based on their answers, the author started to plan the Christmas ceremony and the program for the whole December in Äänekoski. A schedule for the Christmas ceremony day was also made.</p> <p>The author also added marketing values that the entrepreneurs could get out of this Christmas opening ceremony and how they could benefit by participating in the ceremony. The entrepreneurs considered that they had not obtained added value during the last few years by being involved in the opening ceremony. The author kept that in mind when she started planning the whole event.</p> <p>The assignment was quite challenging, due to the tight schedule of the plan and also because of the two cities that needed to be taken into account.</p>		
Keywords Christmas opening ceremony, added value, development, marketing		
Miscellaneous		

Sisällys

1 Johdanto.....	3
2 Äänekosken kaupunki	5
3 Tutkimuksen toteutus	7
3.1 Kvalitatiivinen tutkimus.....	7
3.2 Tutkimusongelma.....	8
3.3 Tutkimuksen toteutus.....	9
3.4 Äänekosken kaupunkilaisten haastattelu	10
3.5 Suolahden kaupunkilaisten haastattelu.....	12
3.6 Äänekosken yrittäjien haastattelu	14
3.7 Tutkimustulos haastattelujen perusteella	14
4 Markkinointi	16
4.1 Markkinoinnin tarkoitus	16
4.2 Menekin edistys	18
4.3 Sponsorointi.....	19
4.4 Markkinointikirje yrityksille.....	21
5 Joulukadun uudistus suunnitelma	23
5.1 Joulukatujen historia	23
5.2 Joulukatujen merkitys	24
5.3 Joulukatu maineen luojana	24
5.4 Avajaispäivän suunnitelma	26
5.5 Mainostaminen	31
5.6 Koristelu.....	33
5.7 Avajaispäivän aikataulu	34
5.7 Ohjelma joulukuun ajaksi	34
5.8 Joulukadun suunnitelmaa tuleville vuosille	35

6 Pohdinta.....	38
LÄHTEET	40
LIITTEET	41
KUVIOT	
KUVIO 1 Äänekosken vaakuna (Maakunnittain- Kunnat.net)	5
KUVIO 2 SWOT nelikenttä (swot-lomake).....	10
KUVIO 3 Mielikuvan vaikutus prosessi (Lindroos, S., Nyman, G & Lindroos, K 2005, 23)	25

1 Johdanto

Lähdin tekemään opinnäytetyötä Äänekosken Yrittäjät Ry:lle ja Äänekosken kaupungille. Opinnäytetyön aiheena on Äänekosken joulukadun kehittäminen. Aikaisempina vuosina joulukatu on ollut melko suppea ja toistanut itseään vuosi vuoden jälkeen. Joulukadun avajaisiin kaivattiin uusia ideoita ja lisäohjelmaa, joka jatkuisi jouluaattoon saakka.

Paikalliset yritykset eivät ole kokeneet saaneensa lisäarvoa tukemalla joulukadun järjestämistä. Tarkoitukseni on myös pohtia kuinka Äänekosken yritykset hyötyvät joulukadusta ja siihen kuuluvista oheisohjelmista. Työni pohjimmainen kysymys oli kuinka saadaan joulukatu tuottamaan lisäarvoa Äänekosken kaupungille ja sen yrityksille.

Opinnäytetyön toimeksi antaja, Äänekosken Yrittäjät ry, on 1940 luvun alussa perustettu järjestö joka perustettiin tukemaan yrittäjien yhteistyötä. Nykyinen Äänekosken Yrittäjät järjestö perustettiin vuonna 2007, jolloin Suolahden ja Äänekosken yrittäjät yhdistyivät. Yhdistyksessä on 220 jäsentä. Yhdistys korostaa yhteistyön merkitystä toimintaympäristössään ja toimii järjestötehtäviensä ohella aktiivisesti myös monenlaisessa alueensa kehittämistoiminnassa. (Äänekosken Yrittäjät.)

Äänekosken yrittäjät ry lähestyi Ideaosuuskunta Cashmirin jäsentä, Maija Kotamäkeä Tulimyrsky seminaarissa syyskuussa ja esille nousi, että heillä olisi tarjota aihe opinnäytetyölle. Maijalla oli itsellään jo aihe, joten hän lähestyi minua asian kanssa. Kiinnostuin aiheesta ja otin yhteyttä Äänekosken Yrittäjät Ry:n sihteeriin, Sari Åkerlundin. Tavattuamme päätin lähteä tekemään opinnäytetyötä tästä aiheesta, koska aihe tuntui mielenkiintoiselta ja tarpeeksi haastavalta. Halusin päästä tekemään opinnäytetyötä jollekin yritykselle, jotta pääsisin haastamaan itseäni ja näyttämään taitoni. Opinnäytetyön aihe luo hyvät puitteet suunnittelulle ja tapahtuman kehittämiseksi tulevina vuosina.

Opinnäytetyön tarkoitus on luoda ihmisiä kiinnostava avajaistapahtuma 25.11.2011 ja kehittää joulukuun ajaksi ohjelmaa Äänekosken keskustaan. Tavoitteena on luoda lisäarvoa Äänekosken kaupungille ja yrityksille

joulukadun avulla. Tavoitteena on myös saada avajaistapahtumasta onnistunut tapahtuma, joka jää positiivisesti asukkaiden mieleen ja luo positiivista ja tunnelmallista joulun odotus aikaa. Tarkoitus on myös luoda markkinoinnin kannalta tapahtumasta yrityksille kannattava ja lisäarvoa tuottava tapahtuma.

Lähden tutkimaan opinnäytetyötä laadullisen tutkimuksen näkökulmasta haastattelujen perusteella, jossa otetaan huomioon Äänekosken asukkaat, yrittäjät. Heidän toiveidensa pohjalta lähden rakentamaan niin avajaistapahtumaa kun joulukadun merkitystä joulukuun ajaksi.

Opinnäytetyön kohderyhmä on Äänekosken yrittäjät, mutta ennen kaikkea Äänekosken asukkaat ja yritykset. Tarkoitus on luoda heille tapahtuma josta he ovat ylpeitä ja odottavat seuraavana vuonna uudestaan. Aihe on tärkeä sillä se luo yhteen kuuluvuutta kaupunkilaisten keskuudessa ja luo vaikutelman kaupungista joka haluaa tuoda ylpeänä esiin niin oman kaupungin kun ihmiset siellä.

2 Äänekosken kaupunki

Äänekoski on teollisuuskaupunki, johon kuuluu neljä tiheämmin asuttua taajamaa. Taajamia ovat Äänekoski, Suolahti, Sumiainen ja Konginkangas. Äänekoski kuuluu Keski-suomen maakuntaan. Pinta-alaltaan Äänekoski on 1 138,38 neliökilometriä ja asukkaita on 20 245.

Äänekosken kunta perustettuun vuonna 1911, kaupunki määritelmän Äänekoski sai vuonna 1973. Vuonna 2006 Äänekosken kaupunki, suolahden kaupunki ja Sumiaisten kunta lakkautettiin ja niiden tilalle perustettiin Äänekosken kaupunki. Uuden Äänekosken kaupungin johdosta vastaa entisen Äänekosken kaupungin johtaja Hannu Javalainen. Apulaiskaupungin johtajana toimii entisen Suolahden kaupungin johtaja Heli Möller. Äänekosken kaupungin vaakunaksi otettiin käyttöön entisen Suolahden kaupungin vaakuna. (Äänekoski- Kaupunkistrategia.)



KUVIO 1 Äänekosken vaakuna (Maakunnittain- Kunnat.net)

Äänekoski on merkittävä teollisuuskaupunki, jossa toimii monia merkittäviä toimialoja. Suurimpina mainittakoon:.

- Valtra Oy Ab,
- Finnforest Oyj
- Metsäliitto Osuuskunta,
- M- Real Oyj
- Oy Metsä-Botnia Ab

- CP Kelco Oy
- Powernet Oy
- Valio Oy
- Relicomp Oy
- Meconet Oy
- Botnia Mill Service Oy

Äänekosken kaupunki on viihtyisä kaupunki, josta on hyvät kulkuyhteydet suurempiin kaupunkeihin. Jyväskylään on neljänkymmenen minuutin ajomatka. Kaupunkilaiset ovat ylpeitä Äänekosken kaupungista. (Äänekoski-Kaupunkistrategia.)

Äänekosken asukkaat ovat luoneet arvot ja vision ohjaamaan toimintaansa ja haluavat kaikkien yrittäjien ryhtyvän tukemaan samoja arvoja, jotta kaupungilla olisi yhtenäinen toiminta strategia. Toteuttamalla laadittuja arvoja yhteistyö sekä päätöksenteko eri tahojen kanssa sujuvat vaivattomasti.

Arvot:

- Uskomme, että toimintaamme ohjaa
- Innovativuus ja uudistumiskyky
- Tasa-arvoisuus
- Oikeudenmukaisuus
- Kestävä kehitys

Visio:

Haluamme, että kaupunki on kilpailukykyinen ja elinvoimainen, monipuolisen yritystoiminnan ja asumisen keskus. Uskomme, että perustan sille muodostaa kansainvälinen korkean teknologian yritys-kanta, moderni ja tehokas palvelutoiminta ja osaava henkilöstö.

(Äänekoski- Kaupunkistrategia.)

3 Tutkimuksen toteutus

3.1 Kvalitatiivinen tutkimus

Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisella eli laadullisella tutkimuksella. Laadullisella tutkimuksella tarkoitetaan kokonaista joukkoa erilaisia tutkimuskäytäntöjä.

Laadullista tutkimusta on vaikea määritellä tarkasti, koska sillä ei ole selkeää teoriaa, joka olisi vain sen omaa. Sillä ei myöskään ole täysin omia metodeja. (Metsämuuronen 2001, 9.)

Laadullisen tutkimuksen tiedonhankinta strategioita ovat:

- Tapaustutkimus
- Etnografia
- Fenomenografia
- Grounded theory
- Toimintatutkimus

Työssäni on käytössä toimintatutkimus. Toimintatutkimus on tutkimusta, jonka avulla pyritään ratkaisemaan erilaisia käytännön ongelmia, parantamaan sosiaalisia käytäntöjä sekä ymmärtämään niitä entistä syvällisemmin työyhteisössä. Määritelmän mukaan toimintatutkimus on tilanteeseen sidottua, yleensä yhteistyötä vaativaa, osallistuvaa ja itseään tarkkailevaa.

Toimintatutkimuksessa pyritään vastaamaan johonkin käytännön toiminnassa havaittuun ongelmaan tai kehittämään olemassa olevaa käytäntöä paremmaksi. (Metsämuuronen 2001, 28.)

Toimintatutkimuksen kulusta havainnollistettu kaavio:

- 1 Arkipäivän tilanteesta lähtevä lähtevän ongelman identifiointi, arviointi ja muotoilu.
- 2 Alustava keskustelu ja neuvottelu asiasta kiinnostuneiden osapuolien välillä.
- 3 Aiemman tutkimuskirjallisuuden etsiminen (ei aina).

- 4 Ensimmäisessä kohdassa muotoillun ongelma muokkaaminen ja uudelleen.
- 5 Määrittäminen.
- 6 Tutkimuksen kulun suunnittelu.
- 7 Tutkimuksen arvioinnin suunnittelu.
- 8 Uuden projektin järjestäminen.
- 9 Aineiston tulkinta ja projektin arviointi.

(Metsämuuranen 2001, 31.)

Tutkimukseni kulku toimintatutkimuksen kaavan mukaan:

- 1 Tutkimusongelman arviointi ja muotoilu.
- 2 Keskustelu Äänekosken yrittäjien kanssa joulukadun toteutuksesta ja sen ongelmista Äänekoskella.
- 3 Tutkimuksen kulun ja toteutuksen suunnittelu. Haastattelupohjien luominen.
- 4 Tutkimuksen arvioinnin suunnittelu haastattelujen pohjalta.
- 5 Joulukadun uudistussuunnitelman aloitus.
- 6 Aineiston tulkinta ja projektin arviointi.

3.2 Tutkimusongelma

Opinnäytetyöni pohjimmainen tutkimuskysymys on kuinka saadaan joulukatu tuottamaan lisäarvoa Äänekosken kaupungille sekä Äänekosken yrityksille. Ongelmana on aikaisempina vuosina ollut joulukadun suppeus. Yritykset eivät ole kokeneet saaneensa lisäarvoa olemalla mukana kadun toteutuksessa. Tutkimuksen tarkoitus on saada selville mitkä ovat niitä asioita, joita Äänekosken kaupungin asukkaat kun sen yrityksetkin kaipaavat kaupunkiinsa joulun alle ja mikä heidän mielestään toisi lisäarvoa niin kaupungille kun sen yrityksille.

Äänekosken kaupunkiin kuuluu Suolahti ja Äänekoski. Joulukadun avauksen tulisi toteutua molemmissa ja niin Äänekoskella kun Suolahdessa tulisi olla ohjelmaa joulun alla. Aikaisempina vuosina tapahtuma on pääasiassa

keskittynyt Äänekosken keskustaan ja Suolahti jäänyt täysin huomiotta. Tehtävänäni on myös tutkimuksen avulla kuulla niin Äänekosken kun Suolahden kaupunkilaisia ja saada yhdistettyä tapahtumaa enemmän.

Joulukatu ja sen avajaiset ovat perhetapahtuma. Avajaisiin tullaan katsomaan joulupukkia ja joulutunnelmaa, joka monilla alkaa joulukadun avajaisista. Avajaiset eivät sinänsä ole kaupallinen päivä, koska pääosissa on joulun avaus. Tämän takia on paneuduttava myös kysymykseen, miten joulukatu saadaan tuottamaan joulukadun avauksen jälkeen lisäarvoa yrityksille.

3.3 Tutkimuksen toteutus

Tapasin Äänekosken yrittäjiä, jotka ovat aikaisempina vuosina olleet mukana toteuttamassa joulukadun avajaisia. Juttelimme ideoista mitä kullakin oli ja pohdimme toteutukseen liittyviä asioita. Lähdimme rakentamaan joulukadun runkoa kaupunkilaisten haastattelujen pohjalta.

Haastattelututkimuksen pohjana käytin Strukturoitua haastattelua, joka on yleensä lomakehaastattelu, jossa on valmiit kysymykset ja niiden esittämisjärjestys on kaikille sama. Strukturoitu haastattelu on paikallaan silloin kun haastateltavia on paljon ja haastateltavat edustavat melko yhtenäistä ryhmää. (Metsämuuronen 2001,41.)

Haastattelut toteutin Äänekoskella ja Suolahdessa. Molemmat tuli ottaa huomioon, koska kuuluvat nykyään samaan kaupunkiin.

Lähdin lähestymään tutkimuskysymystä ensin kaupunkilaisten näkökulmasta ja haastattelin viittätoista kaupunkilaista Äänekoskella ja kymmentä asukasta Suolahdessa. Tämän jälkeen haastattelin viittä Äänekoskelaista yritystä. Haastattelut toteutin soveltaen SWOT analyysiä. Swot analyysissä käy ilmi kysymykset;

- 1 Mikä joulukadussa on hyvää?
- 2 Mikä joulukadussa on kehitettävää?
- 3 Mitä huonoa joulukadussa on aikaisempina vuosina ollut?

4 Mitä uhkia joulukadulla on?

Swot analyysiä käytetään strategioiden luomisessa ja ongelmien ratkaisussa. Analyysi sopii aiheeseeni erittäin hyvin. Tarkoitukseni on ratkaista ongelma, kuinka saadaan joulukatu tuottamaan lisää arvoa Äänekosken kaupungille ja luoda strategia sen toteuttamiseen. (Liiketoiminnan nelikenttäanalyysi SWOT-pk-yrityksen riskienhallinta)

SWOT Analyysi

Joulukadun vahvuudet (Strength)	Joulukadun heikkoudet (Weaknesses)
Kehitettävää joulukadussa (Opportunities)	Joulukadun uhkat (Threats)

KUVIO 2 SWOT nelikenttä (swot-lomake)

3.4 Äänekosken kaupunkilaisten haastattelu

Haastattelin viittätoista Äänekosken kaupunkilaista hakien heidän mielipiteitään joulukadun kehittämiseen. Haastattelin eri ikäisiä sekä miehiä jaa naisia. Kysymykseni heille olivat:

Oletko ollut aikaisempina vuosina seuraamassa Äänekosken joulukadun avajaisia?

- 1 Jos et, niin miksi?
- 2 Mikä joulukadussa on ollut hyvää aikaisempina vuosina?
- 3 Mitä kehitettävää joulukadussa olisi?
- 4 Mikä herättäisi mielenkiintosi joulukadun avajaisissa ja saisi tulemaan paikalle?
- 5 Koetko joulukadun olevan tärkeä kaupungin viihtyvyyden kannalta?
- 6 Onko sinulla kokemuksia eri maiden tai kaupunkien unohtumattomista tunnelmanluoja kaduista?

Vastaukset:

75 % vastaajista oli naisia ja suurin ikähaarukka oli 40-55 vuotta.

47 % vastaajista on ollut lähivuosina seuraamassa joulukadun avajaisia. Syy miksi osa asukaista ei ole ollut seuraamassa avajaisia on johtunut muuttuneesta elämäntilanteesta. He ovat olleet aikanaan seuraamassa kun omat lapset ovat olleet vielä pieniä. Nykyään tapahtuma ei ole kiinnostanut, koska ohjelma ei ole kiinnostanut aikuisia tarpeeksi.

Hyvää joulukadun avajaisissa:

- Jouluvalojen sytyttäminen
- Katu on ollut tyylikkään näköinen
- Näkee tuttuja ihmisiä
- Joulun odotus lähtee käyntiin avajaisista
- Tunnelma
- Lapsuus vuodet palaavat mieleen
- Kauppojen aukioloajat
- Ilotulitus
- Joulupukki
- Perinteet

Kehitettävää joulukadun avajaisissa:

- Ilotulituksen ajankohta myöhemmäksi, jotta kerkeää töistä seuraamaan ja ilotulitteet ovat kauniimpia pimeällä
- Avajaispäivän ohjelma ei ole ollut selkeästi esillä
- Yritysten mukana olo
- Joulu markkinatori
- Paremmat valot
- Enemmän näyttävyyttä, ei tarpeeksi esillä tällä hetkellä
- Joulupuuron ja muun joulunaposteltavan tarjoilu

Kaupunkilaisten toiveita:

- Esiintyjät
- Enemmän ohjelmaa
- Parempi markkinointi
- Joulutunnelma. Tunnelmaa voisi luoda joulutarjoilun muodossa.
- Joulumarkkinat
- Musiikki / Elävämusiikki
- Kulkue
- Joulukojut, joista saisi lahjaideoita
- Ilotulitus
- Joulupukki, tontut, havut

100 % vastaajista kokee joulukadun olevan ehdottoman tärkeä kaupungille. Se tuo joulutunnelmaa ja niin sanotusti aloittaa joulun odotuksen monilla ihmisillä.

3.5 Suolahden kaupunkilaisten haastattelu

Haastattelin kymmentä Suolahden kaupunkilaista. Kysymykset haastattelussani olivat:

- 1 Oletko ollut seuraamassa aikaisempina vuosina joulukadun avajaisia Suolahdessa tai Äänekoskella?
- 2 Mitä hyvää joulukadussa on ollut aikaisempina vuosina?
- 3 Panostetaanko Suolahden joulukadun avaukseen tarpeeksi ja koetko sen tärkeäksi?
- 4 Toivoisitko enemmän ohjelmaa kaupunkiin joulun alle?
- 5 Mitä kehitettävää Suolahden joulukadussa mielestäsi olisi?
- 6 Onko sinulla kokemuksia eri maiden tai kaupunkien unohtumattomista joulukaduista ja niiden avajaisista?

Mitä hyvää on joulukadun avajaisissa?

- Valot ovat olleet kauniita
- Suolahden tunnelma on ollut parempi, koska Äänekosken joulukadusta tullut paljon kaupallisempi
- Kulkue on ollut kiva

Mitä kehitettävää joulukadun avajaisissa olisi?

- Äänentoisto ei ole toiminut tarpeeksi hyvin ja esitykset eivät ole kuuluneet kaikkialle
- Joulukadun avajaiset ovat latistuneet kaupunkien yhdistymisen myötä, ennen oli näyttävämmät
- Valot tulisi sytyttää pimeällä, jotta tulisivat enemmän oikeuksiinsa
- Ohjelma on ollut välillä tylsää. Sen tulisi olla mukaansatempaavaa ja räväkkää, jotta sitä jaksaisi seurata pidempään. Varsinkin lapset kyllästyvät nopeasti
- Suolahden avaukseen tulisi panostaa enemmän niin yrittäjien kun kaupunkilaistenkin kannalta.

Kaupunkilaisten toiveita:

- Kaupunkilaiset haluaisivat enemmän toimintaa keskustaan joulun alle. Toiminta saisi liittyä liike-elämään, jotta yritykset hyötyisivät siitä enemmän. Yrittäjät voisivat kokoontua keskenään ja keskustella mikä voisi olla asia, jolla saataisiin enemmän hyödynnettyä joulukatua omaan liike toimintaan.
- Myyjäiset joulukadun avajaisissa olisi mukava lisä
- Enemmän väriä ja elämää ja toimintaa joulukadun avajaisiin
- Äänentoisto paremmaksi
- Kaupunkilaisten tulisi keskustella enemmän mitä haluaisivat joulukadun avajaisiin
- Suolahden ja Äänekosken välille kaivattaisiin enemmän vuorovaikutusta, jotta kaupunkeja saisi enemmän yhdistettyä. Molemmat ovat kasvavia teollisuus- ja yrityskaupunkeja, joten pitäisi luoda enemmän yhteenkuuluvuutta, koska samaa kaupunkia ovat.

Joulukadun avajaiset voitaisiin toteuttaa vuorovuosina Äänekoskella ja Suolahdella. Näin molemmat kaupunginosat saisivat samaa huomiota osakseen

3.6 Äänekosken yrittäjien haastattelu

Haastatteluissa kysyin kokevatko yrittäjät saavansa lisäarvoa olemalla mukana tukemassa joulukadun avajaisten järjestämistä. Lähes jokainen vastasi kielteisesti. Positiivisena asiana nähtiin jouluvalot ja lapsia varten paikan päälle saapuva joulupukki.

Kehitettävää joulukadun avajaisissa:

Joulukadun avajaiset eivät ole tällä hetkellä kaupallinen tapahtuma ja sinne tullaan vaan katsomaan joulupukkia ei tulla ostoksille. Yrittäjät toivoisivat koko päiväksi ohjelmaa keskustaan, mikä toisi lisää ihmisiä paikan päälle. Joulutori oli monilla toivomuksissa ja sen toivottiin pysyvän Äänekoskella jouluun saakka. Yrittäjät kokevat, että joulutori ja sitä katsomaan tulevat ihmiset loisivat lisäarvoa yrityksille. Joulutoriin voisi liittää jouluruokien tarjoilua tai muuta toiminnallista ja positiivista puuhaa.

Kysyin myös olisivatko yrittäjät valmiita tekemään jonkinlaisen alennuskupongin, jota jaettaisiin avajaisissa. Kupongin avulla saataisiin houkuteltua lisää asiakkaita liikkeisiin. Yrittäjät pitivät kuponkeja hyvänä ideana ja olivat valmiita tekemään sellaisia.

3.7 Tutkimustulos haastattelujen perusteella

Yleensä kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineiston kerääminen ja analysointi tapahtuvat ainakin osittain yhtä aikaa. Välttämättä selvää eroa niiden välillä ei ole. Tutkimusaineisto järjestetään siihen muotoon, että sen perusteella tehdyt johtopäätökset voidaan irrottaa yksittäisistä henkilöistä, tapahtumista ja lausumista ja siirtää yleiselle käsitteelle ja teoreettiselle tasolle. Ennen kun varsinaista aineiston analyysiä voi tehdä, on aineisto saatettava sellaiseen

muotoon, että analysoiminen on mahdollista. Yleensä muistiinpanot ja haastattelut litteroidaan, kirjoitetaan puhtaaksi. On mahdollista tehdä myös ns. Valikoituja litterointeja eli litteroidaan vain sellaiset asiat, jotka ovat oleellisia tutkimuksen raportoinnissa. (Metsämuuronen 2001, 51.)

Yhdistin kaikkien haastattelemieni henkilöiden vastaukset ja mielipiteet helposti luettaviksi osioiksi. Tärkeimpänä niistä olivat kehitysideat ja kaupunkilaisten toiveet. Lähden toteuttamaan suunnitelmaani kehitysideoiden ja toiveiden perusteella. Haasteena on Suolahden ja Äänekosken alueiden yhdistäminen joulukadun avulla.

Kaupunkilaisten ja yritysten mielestä joulukatu on tärkeä osa kaupunkien joulutunnelmaa ja siitä halutaan pitää kiinni. Asukkaat haluavat, että joulukadusta luotaisiin tunnelmallisempi, toiminnallisempi ja enemmän ihmisiä yhdistävä tapahtuma.

4 Markkinointi

4.1 Markkinoinnin tarkoitus

Jatkuvasti kasvava teknologia ja valinnan paljous ovat aiheuttaneet sen, että yritykset joutuvat entistä enemmän kilpailemaan kuluttajien huomiosta.

Valinnan varaa on laidasta laitaan, eikä heidän täydy tyytyä enää siihen ainoaan saatavilla olevaan vaihtoehtoon. Tämän takia yritysten on täytynyt alkaa hakea uusia keinoja tavoittaa kohderyhmänsä ja markkinat on luotava tietyille kohderyhmälle. Kaikille kaikkea periaatteella ei yritys pysy kasvavan maailman kyydissä kauaa. (Vallo & Häyrynen 2008, 19.)

Markkinoinnin tarkoitus on lisätä myyntiä tai mieluiten tulosta. Tunnettuus on huono tavoite, koska se ei myy mitään (Parantainen 2007, 77). Markkinoinnilla kuitenkin lisätään ja parannetaan yrityksen tai organisaation tunnettavuutta, joka lopulta on syy tuloksen kasvuun. Aloittaessa suurta markkinointi kampanjaa, rahaa ja aikaa kuluu, mutta onnistunut markkinointi kampanja palkitaan aina. Totta kai yritys lähtee ensikädessä tavoittelemaan lisää tulosta ei tunnettavuutta, mutta tunnettavuuden lisääminen kehittää yrityksen imagoa parempaan suuntaan. Tunnettavuus vahvistaa brändin sijaa kasvavan kulutus hysterian keskellä. Mitä vahvempi brändi sitä menestyneempi yritys.

Monet yritykset ovat alkaneet pitämään tapahtumamarkkinointia tehokkaana viestinnän keinona. Yritykset pystyvät kasvattamaan brändiään tunnetummaksi antamalla kasvonsa tapahtumalle. Tällä tarkoitan sitä, että tapahtuman ei tarvitse olla liian virallinen. Lähtemällä mukaan tukemaan tapahtumia, jotka sopivat yrityksen arvomaailmaan, luodaan kuluttajien keskuudessa positiivinen kuva yrityksestä. Monille yritykset ovat vaan rahaa tahkoavia käsitteitä. Tapahtuma antaa kasvot yrittäjille ja he pääsevät tutustumaan asiakkaisiinsa ja luomaan henkilökohtaisen suhteen, mikä monissa tapauksissa kasvattaa yritysten imagoa parempaan ja rennompaan suuntaan.

Käsitteenä tapahtumamarkkinointi on varsin nuori. Monissa tapauksissa se sotketaan tapahtumasponsorointiin, joka on aivan eri asia.

Tapahtumasponsoroinnista on kyse silloin kun yritys päättää hyödyntää jo olemassa olevan tapahtuman imagoa lähtemällä mukaan tukemaan tapahtumaa. Puhutaan tapahtumamarkkinoinnista silloin kun nämä kriteerit täyttyy:

- Tapahtuma on etukäteen suunniteltu
- Tavoite ja kohderyhmä on määritelty
- Tapahtumassa toteutuvat kokemuksellisuus, elämyksellisyys ja vuorovaikutteisuus

(Vallo & Häyrinen 2008, 20.)

Kuten olen jo pariin otteeseen maininnut, ei voi kuvitella menestyvänsä jos ei ole valmis panostamaan siihen. Peltola mainitsee (2007, 253) osuvasti: ”Palveluloisto ei synny kauppiaan käskystä, vaan ihmisten oivaltaessa, että kaupanteossa on todella kyse loiston synnyttämisestä eikä pelkästään myymisestä ja tuloksen tekemisestä, ei tarjouksista, ei palvelemisesta, vaan loistosta. Totta kai yritys tarvitsee myyntiä tullakseen toimeen, mutta jos se haluaa pysyä toiminnassa, on oltava valmis uhrautumaan asiakkaidensa eteen ja tehtävä töitä, jotta he tulisivat aina uudelleen.”. (Peltola 2007, 253.)

Joulukatu ja sen avajaiset ovat yrityksille mahtava tilaisuus tuoda esille kuinka paljon he yrityksenä välittävät olemalla mukana järjestämässä tunnelmallista tapahtumaa kaupunkilaisille. Moni yrittäjä tällä hetkellä miettii miksi panostaisi joulukadun avajaisiin ja miksi pidentäisi aukioloaikojaan joulun alla kun ei kuitenkaan tule lisämyyntiä. Jos asenne on valmiiksi negatiivinen ja ei halua edes yrittää panostaa tapahtumaan, ei varmasti tule samaankaan lisämyyntiä. Joulukadun avajaiset ovat tapahtuma johon tullaan nauttimaan tunnelmasta perheen kanssa. Se ei ole se päivä, jolloin kaikki suuntaavat ostoksille, välttämättä. Se on silti erittäin tärkeä päivä yrityksille olla mukana ja laittaa panostuksensa ja itsensä likoon. Se on se päivä, jolloin ihmiset luovat ensivaikutelmansa tapahtumasta ja siinä mukana olevista yrityksistä.

Yrityksen voisivat käyttää joulukadun avajaisia hyväksi myös kutsumalla omia asiakkaitaan yritykseensä niin sanotulle vip-ostoksille. Vip-tapahtuman olisi kohteliasta alkaa kun joulukadun avajaiset ovat päättyneet ja tapahtumaan kutsutuilla olisi helppo saapua paikalle. Tarjolle olisi hyvä laittaa joulun herkkuja ja kuohujuomaa. Vip illoissa kutsutut tuntevat itsensä erityisiksi ja huomioiduiksi. Illat ovat todella hyvä hetki luoda pysyviä asiakkaita tarjoamalla etuja heille, varta vasten iltaan valituille henkilöille. Tämän tapaisia iltoja on hyvä järjestää muutaman kerran vuodessa, jolloin voi palkita uskollisimpiaan asiakkaita.

4.2 Menekin edistys

Menekin edistäminen eli myynninedistäminen sisältää kaikki sellaiset markkinointiviestinnän keinot, jolla tarjotaan kuluttajille sellaisia ylläkkeitä, jotka lisäävät tuotteen tai palvelun menekkiä. Menekin edistämässä tarjotaan yleensä kuluttajalle tuotteen tai palvelun mukana pientä lisä ylläkettä, jonka tarkoitus on laukaista ostohalut. Tämä perustuu ajatukseen, että tuotteella on tietty hinta ja siihen lisäämällä jotain ylimääräistä, kuluttajat kokevat saavansa tuotteet edullisemmin. Sanotaankin, että mainonta ja menekin edistys täydentävät toisiaan. Mainonta lisää syitä ostaa tuote ja menekin edistäminen ylläkkeen. Yrityksen kannalta menekinedistyksen vaikutusta on helpompi arvioida kun mainonnan, sillä tulokset näkyvät saman tien. (Vuokko 2003, 246.)

Menekin edistykselle tyypillistä on, että tarjous on voimassa vain tietyn ajan. Kuluttajat kokevat näin hyötyvänsä tilaisuudesta ostaa tuote saman tien. Joulukadun avajaisissa yritykset voisivat harkita menekinedistystoimintaa. He voisivat esimerkiksi: (Vuokko 2003, 254–255.)

- Suunnitella houkuttelevan tarjous esitteen jota tontut jakaisivat joulukulkueessa kadulla seuraaville kaupunkilaisille. Tarjouksen tulisi olla houkutteleva. Kahvilat voisivat esimerkiksi tarjota kahvin ostajille joulu leivoksen kaupan päälle tai jotain muuta sellaista.

- Yrittäjä voisi tarjota liikkeeseen asiakkaille tuleville pienen yllykkeen, kuten jonkun kauniin joulukoristeen. Yllykkeenä voi toimia mikä vaan minkä he itse keksivät
- He voisivat valita ihmisten joukosta muutaman henkilön, jolle he tarjoisivat veloituksetta jonkin palvelun.

Edut voivat olla:

- Heti oston yhteydessä saatavia, hinnanalennuksia tai kylkiäisiä
- Myöhemmin kuittia vastaan saatavia, hinnanalennuksia tai kylkiäisiä
- Kaikkien saatavissa oleva, esimerkiksi tuotteen mukana tuleva hinnanalennus tai kylkiäinen
- Kilpailu palkinto
- Ostomäärään liittyvä etu
- Ostohetkeen liittyvä, nopean ostajan etu

(Vuokko 2003, 254–255.)

4.3 Sponsorointi

Sponsorintisopimukset ovat laajasti käytetty markkinoinnin väline yritysten markkinointi strategiassa. Sponsoroinnin määrittelee Vuokko(2003, 303) seuraavasti: ”Sponsorointi on jonkun yksilön, ryhmän, tilaisuuden tai muun toiminnan imagon vuokraamista ja hyväksikäyttöä määriteltyihin markkinointiviestinnän tarkoituksiin. Yritys siis viestii pyrkimyksistään, kiinnostuksen kohteistaan ja tuotteistaan sitomalla ne johonkin tavoiteltavaan kohteeseen, kuten henkilöön, tapahtumaan tai toimintaan. Sponsorointi koetaan paljolti tulitoiminnaksi, koska sen toivotaan täydentävän yrityksen suhdetoimintaa ja markkinointia.”(Vuokko 2003, 303.)

Yritykset luovat strategiat joka vuodelle erikseen. He voisivat lisätä joulukadun omaan markkinointi budjettiinsa ja suunnitella jo vuoden alussa kuinka he haluavat olla mukana tapahtumassa, joka ennen kaikkea yritysten kannalta on tuotollisesti kannattavin tapahtuma vuodessa.

Sponsoroinnin tavoitteena voi olla:

- Mediajulkisuuden ja näkyvyyden aikaansaaminen
- Yrityksen ja sen tunnettavuuden lisääminen
- Yrityksen tai tuotteen imagon ja maineen parantaminen tai muuttaminen
- Menekin edistäminen, myynnin ja markkinaosuuden lisääminen
- Tuotekehittelyyn tukeminen
- Asiakassuhteiden hoitaminen, suhdetapahtuman luominen, vieraanvaraisuuden osoittaminen
- Sidosryhmäsuhteiden hoitaminen
- Yhteiskuntasuhteiden hoitaminen, yhteiskunnallisen vastuun osoittaminen
- Kilpailijan toimenpiteisiin vastaaminen
- Oman henkilöstön motivointi, sisäisen yrityskuvan parantaminen

(Vuokko 2003, 304.)

Jo varsin varhaisessa vaiheessa yleisötapahtumaa ideoidessa ja suunniteltaessa on syytä miettiä mahdollisia yhteistyökumppaneita.

Yhteistyökumppanit voidaan jakaa karkeasti seuraaviin ryhmiin:

- Tapahtumatilan omistaja tai vuokraisäntä
- Oheistapahtumien järjestäjät
- Alihankkijat (ravinto, valo, äänet, turvallisuus, ensiapu jne.)
- Tavarantoimittajat
- Rahoittajat
- Sponsorit

Nykyisin tapahtuman järjestämiseen halutaan entistä enemmän sponsoreita.

Heille on kuitenkin pystyttävä melko hyvin perustelemaan miksi he tapahtumaan lähtisivät. Kilpailu sponsoreista on kovaa, mutta uusille ideoille ja toimitavoille on aina tilaa. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 41.)

Äänekosken joulukatu on Äänekosken ylpeys. Kaupungin tulisi ottaa huomioon, että se on teollisuuskaupunki ja siellä sijaitsee paljon suuria

tunnettuja teollisuus yrityksiä. Sponsorointi on ollut asia mitä ei ole otettu lainkaan huomioon edellisinä vuosina. Tällä hetkellä teolliset yritykset eivät tule kuluttajille läheisiksi. Tällaisia yrityksiä ovat muun muassa Valtra Oy Ab, Finnforest Oyj, Metsäliitto Osuuskunta. Nämä suuret teolliset yritykset saataisiin lähemmäksi kuluttajia, kun he lähtisivät mukaan pieneen ja tunnelmalliseen tapahtumaan, kuten Äänekosken joulukatuun. Joulukadun kustannuksia saataisiin laskemaan kun nämä miljoona yritykset sponsoroisivat osan joulukadun kustannuksista ja osallistuisivat näin tapahtumaan.

4.4 Markkinointikirje yrityksille

Joulukadun järjestämisestä ovat edellisenä vuosinakin vastanneet Äänekosken yrittäjät Ry, jolle opinnäytetyötäni kirjoitan. Rahoitus apua he ovat saaneet paikallisilta yrityksiltä. Aikaisempina vuosina paikallisia yrittäjiä on lähestytty kirjeellä, jossa on kylmän viileästi ilmoitettu tilinumero ja maksettava summa. Yrittäjät ovat maksaneet summan, mutta viestiin kaivattaisiin hieman persoonallisuutta. Myös tänä vuonna luotiin kirje paikallisille yrityksille. (liite 1.) Kirjeestä tulisi selvittää miksi yritysten tulisi lähteä mukaan tukemaan joulukadun järjestämistä. Kirjeessä tulisi ilmetä vastaukset kysymyksiin miksi, miten, milloin ja mitä he hyötyvät.

Miksi:

Vuoden tärkein juhla kolkuttelee jo ovelle. Kansa odottaa innolla milloin saa alkaa valmistautumaan jouluun kaivamalla vintiltä ne ihanat mummilta saadut koristeet ja asettaa ne näytille. Lapset hyppivät innoissaan viikkoja ennen joulua, odottaen näkevänsä edes vilahduksen tontuista. Vanhemmat lukevat lapsilta saatuja lahja listoja hymyn pilkahdus silmissään ja alkavat suunnittelemaan joulun ohjelmaa.

Joulu on kautta aikojen ollut tärkeä ja tunteisiin vetoava juhla, jota odotetaan lähes koko vuosi. Tämän takia yritysten pitää valmistautua ottamalla se vastaan tavalla kuinka heidän asiakkaat sen haluavat. Mikään yritys ei pysy toiminnassa ilman asiakkaita, joten heistä on pidettävä huoli, heille on

tarjottava elämyksiä, heille on näytettävä kuinka paljon me yrittäjät välitämme heistä.

Miten:

Äänekosken yrittäjät Ry on jo vuosien ajan ollut mukana järjestämässä joulukadun avajaisia kaupunkilaisten iloksi. Me emme tavoittele voittoa vaan haluamme luoda joulun tunnelmaa heille, jotka ovat liiketoimintamme tärkein asia eli asiakkaillemme. Lähtemällä mukaan tukemaan joulukadun järjestämistä tuette hyvää ja tärkeää asiaa kaupungissamme

Milloin:

Joulukadun avajaiset järjestetään perjantaina 25.11.2011. Ohjelma alkaa kolmelta ja päättyy seitsemältä.

Mitä hyödytte:

Iloisen joulumielen lisäksi olette mukana järjestämässä ikimuistoista ja tärkeää tapahtumaa, joka yrityksenä on teille tärkeä asia. Luomalla positiivisen kuvan toiminnastanne kasvatatte imagoanne kuin myös liikevoittoanne.

Osallistumismaksu on tänä vuonna 75 euroa.

5 Joulukadun uudistus suunnitelma

5.1 Joulukatujen historia

Kaupunkien ja joulukatujen koristelu on varsin nuori perinne ja liittyy suurissa määrin kaupalliseen perinteeseen. Se sai alkunsa Yhdysvalloissa ja Länsi-Euroopassa valomainonnan kehityttyä 1920-luvulla. Tavaratalojen julkisivuja alettiin koristella valtavilla valaistuilla kuvilla ja vähitellen koristelu levisi kaduille asti. Myös Tukholman Drottninggatanissa luotiin ensimmäinen kimmeltävä joulukatu jo 1920-luvulla. Helsingin Kluuvinkadun kauppiaat kustansivat ensimmäisen suomalaisen joulukadun ruotsalaisen mallin mukaan vuonna 1930. Kadun koristeluun kuului silloin muutamat värivalot sekä kuusenköynnökset ja seppeleet. Tämä ensimmäinen joulukatu avattiin samaan aikaan kun ensimmäinen Lucia-juhla perinne aloitettiin, 13. Joulukuuta 1930. (Helsinki.fi –kaupunkiportaali.)

Ennen suomen ensimmäistä joulukatua oli joulua jo vähän osattu kaupungeissa juhlistaa. Jo vuonna 1850 oli Pietarsaassa avattu ensimmäinen joulukatu, mutta vasta vuonna 1913 katu koristeltiin jouluvaloilla. Hämeenlinnassa pystytettiin ensimmäinen sähkölampuilla valaistu joulukuusi vuonna 1929. Näyttävin joulukatu suomessa pystytettiin kuitenkin vasta 1930 Kluuvinkadulle. Aleksanterinkatu vakiinnutti paikkansa Helsingin joulukatuna 1940-luvun lopulla. (Helsinki.fi- Kaupunkiportaali.)

Lama vuosina joulukatu jäi automaattisesti pois ja sotavuosien tuoma pimeys jatkui vuoteen 1949, jolloin ruoan säännöstely hellitti ja joulut alkoivat olemaan taas runsaampia. Aleksanterin katu koristeltiin aivan ylenpalttisesti. Kuusiköynnöksiä oli yli kolme kilometriä, lamppuja 4000 ja liikkeiden näyteikkunoissa kujeili 4000 joulupukkia. Tämä sai useat liikkeet heräämään joulunviettoon ja yhteensä kuusi katua muuttui joulukaduiksi vuonna 1949.(Torikorttelit: Helsingin joulukatujen historiaa.)

1966 Turussa toteutettiin unohtumaton joulukatu. Joulukatuna toimi huurteinen koivukäytävä, jossa koivut oli maalattu valkoisiksi ja koristeltu sähkölampuin. Tämä perinne jatkui suosion myötä kuusi seuraavaa vuotta

5.2 Joulukatuksen merkitys

Joulu on uskonnollinen juhla, vaikka se on viime vuosina mennyt vain lähemmäksi kaupallisuutta. Suurin osa ihmisistä vaalii edelleen perinteitä, johon kuuluu joulun sanomaa kertovat joulukoristeet, seimi ja joululaulut. Ne ovat edelleen joulun tärkein asia vaikka kaupallisuus on noussut valtavasti.

Tutkimusta toteuttaessani lähes jokainen painotti joulun tunnelmaa tärkeimpänä asiana joulukadussa. Joulun rauha ja tunnelma tulee välittyä niin joulukadussa kun kauppiaiden käytöksessä. Vaikka joulu on vuoden tuottoisin tapahtuma yrityksille, on silti erittäin tärkeää muistaa miksi joulua ylipäätään juhlitaan. Tulee osata yhdistää joulun tarkoitus kaupallisuuteen sopivalla tavalla.

5.3 Joulukatu maineen luojana

Organisaation kuin myös kaupunginkin maineesta puhuttaessa käytetään usein brändi käsitettä. Tavoitteena on kasvattaa Äänekosken kaupungin brändiä joulukadun avulla. Brändi eli mielikuva vaikuttaa todella voimakkaasti siihen, kuinka markkinoilla menestyy (Lindroos, Nyman & Lindroos 2005, 23). Tässä tapauksessa brändi määritellään näin: . (Vallo & Häyrinen 2008,34.)

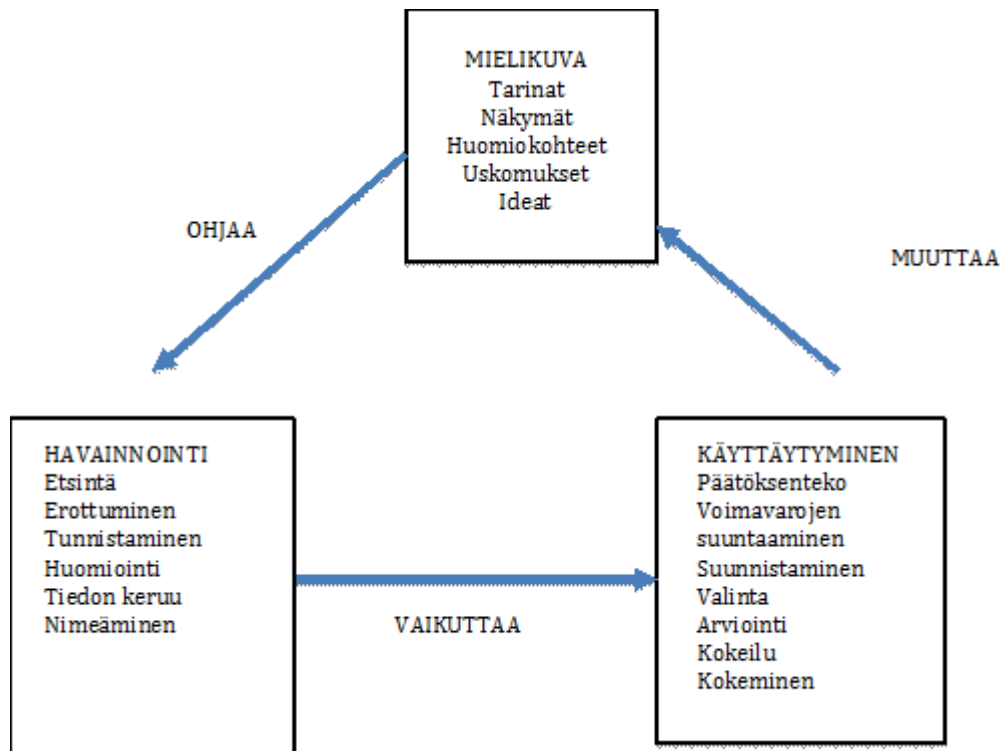
Brändi syntyy aina kuluttajan omasta kokemuksesta. Brändiä rakennetaan markkinointiviestinnän avulla. Joulukatu toimii markkinointiviestinä Äänekosken kaupungista. Se millainen joulukatu on ja kuinka siihen on panostettu, kertoo valtavasti itse kaupungista ja sen kaupunkilaisista. (Vallo & Häyrinen 2008,34.)

Imago on taas ihmisten mielikuva, joka syntyy omista uskomuksista jopa ilman kokemusta. Ihmisillä on valmiiksi mielikuva Äänekosken kaupungista, joka on

syntynyt markkinointiviestinnän avulla. Huono markkinointiviestintä johtaa huonoon imagoon. (Vallo & Häyrynen 2008,34.)

Maine perustuu ihmisten kokemuksiin ja mielikuviin. Mainetta ei pysty rakentamaan pelkällä viestinnällä vaan se rakentuu todellisesta toiminnasta, lehtijutuista ja liikkeellä olevista tarinoista. (Vallo & Häyrynen 2008,34.)

Kaupunkien maine syntyy ja kehittyy erilaisissa vuorovaikutussuhteissa. Näissä tilanteissa tehdään tulkintoja, jotka muodostuvat mielikuviksi. Näin muodostuu organisaatioiden ja kaupunkienkin maine. Tapahtumat ovat henkilökohtaisen kohtaamisen areenoita, joissa joko onnistutaan tai epäonnistutaan. Epäonnistunut tapahtuma vaikuttaa negatiivisesti myös muihin kaupungista lähteviin viesteihin. (Vallo & Häyrynen 2008, 34.)



KUVIO 3 Mielikuvan vaikutus prosessi (Lindroos, S., Nyman, G & Lindroos, K 2005, 23)

Joulukadun tarkoitus on tunnelman luonnin lisäksi tuoda lisämyyntiä paikallisille yrityksille. Yrityksien tulisi silti tajuta, että ilman omaa panostusta on turha odottaa lisämyyntiä. Panostamalla joulukatuun ja joulun alus aikaan kaupunki saa varmasti nostettua brändiään.

5.4 Avajaispäivän suunnitelma

Äänekosken joulukadun avajaisia vietetään perjantaina marraskuun 25. Päivä. Avajaisten on tarkoitus käynnistää kaupungissa joulun odotus ja saada ihmiset hyväälle tuulelle ja innolla ostelemaan lahjoja. Joulukadun avajaiset ovat kaupunkilaisille ilmainen tapahtuma, johon heidän toivotaan sankoin joukoin osallistuvan. Kaupallisesti avajaiset eivät ole tuottoisin päivä. Avajaiset vain käynnistävät joulun odotuksen. Yrityksien on panostettava avajaisiin tuodakseen esille omaa joulutunnelmaansa, jotta ihmiset haluaisivat tulla joulun alla ostoksille juuri siihen liikkeeseen.

Suolahden kaupunkilaisten haastatteluissa kävi ilmi, että ihmiset toivovat enemmän yhtenäisyyttä näiden kahden kaupunginosan välille, Äänekosken ja Suolahden. Äänekoski ja Suolahti sijaitsevat todella lähellä toisiaan ja, koska kuuluvat nykyään molemman Äänekosken kaupunkiin, kuuluisi toiminnan olevat hieman yhtenäisempää. Ennen kaupunkien yhdistymistä joulukadun avajaiset olivat molemmissa olleet mahtipontisemmat, koska kummallakin kaupungilla on ollut vastuu vain omasta osastaan. Yhtenäisyyttä saataisiin luotua järjestämällä avajaistapahtuma vuoro vuosina joko Äänekoskella tai Suolahdessa. Tämä toisi molempiin kaupunkiin enemmän väkeä avajaispäivänä ja saisi ihmiset tutustumaan enemmän toiseenkin alueeseen. Joulukuun ohjelma toteutettaisiin molemmissa kaupungin osissa. Esimerkiksi joulutori olisi joka toinen viikonloppu Äänekoskella ja joka toinen Suolahdessa, jotta molemmissa olisi toimintaa joulukuun aikana. Joulukatu valoineen olisi kuitenkin molemmissa kaupungeissa joka vuosi, ainoastaan joulukadun avajaispaikka vaihtelisi.

Avajaisten ohjelmaan kuuluu:

Joulutori, joulukahvila, lapsiparkki, poni ajelu, joulukaraoke, esiintyjät, musiikki, joulukulkue, joulupukki ja haastattelu, hyvän tahdon piste, Äänekosken yrittäjien puheenjohtajan haastattelu, valojen sytytys ja iletulitus

Joulutori:

Kaupunkilaisten haastatteluissa kävi ilmi se, että he kaipaivat Äänekoskelle

tunnelmallista joulutoria. Joulutorin tarkoitus on tuoda esille käsitöitä ja alkutuottajien jouluaikaan ja lahjoiksi sopivia tuotteita. Käsityönä tehtyjen tuotteiden arvostus on kasvanut, sillä se ei enää ole itsestäänselvyys. Joulumyyjien ansiosta kaupunkilaiset pääsisivät hankkimaan arvokkaita lahjoja lähimmilleen.

Tunnelmallinen ja kaunis paikka joulutorille olisi keskuspuisto. Joulutorista luodaan tunnelmallinen joulukylä. Kojujen sijaitsisivat vierä vieressä ja kojujen katot ja seinät koristeltaisiin havun oksilla ja liitettäisiin toisiinsa jouluvaloilla ja koristeilla. Koristelu tekee joulutorista todella tunnelmallisen ja rauhallisen paikan, jossa kaupunkilaiset viettävät mielellään aikaa.

Kaupunkilaiset ovat kaivanneet Äänekoskelle enemmän toimintaa joulun alle. Joulutori olisi avoinna joulukadun avajaisista 25.11.2011 lähtien ja olisi auki joka viikonloppu jouluaattoon asti.

Joulukahvila:

Joulutorin yhteydessä sijaitsee joulukahvila, joka on myös tunnelmalliseksi kohtaamispaikaksi koristeltu telttä. Tarjolla joulukahviossa on joulupuuroa, glögiä, pipareita sekä muita joulu herkkuja. Ulkopuolella on kaupunkilaisille muutama pöytä varattu ruokailua varten. Tuolin pehmusteina on poron taljoja, jotka myös lämmittävät ja tuovat lappimaista tunnelmaa joulukylän edustalle.

Joulukahvilan avajaiset olisivat joulukadun avajaisten kanssa samana päivänä ja joulukahvila olisi auki jouluaattoon saakka joka viikonloppu.

Lapsiparkki:

Joulu on juhla jota ennen kaikkea lapset odottavat. Heidän ajatuksensa ovat suunnattu jo joulukuun alusta lähtien siihen yhteen päivään jolloin joulupukki tulee heidän kotiinsa lahja säkin kanssa, eli jouluaattoon. Lapset ovat haltioissaan siitä lahjatarjonnan paljoudesta mitä he näkevät ollessaan ostoksilla vanhempiansa kanssa. Vanhempien kannalta joululahjojen ostoon tarvitaan ennen kaikkea aikaa ja kärsivällisyyttä. Lapset eivät tietenkään voi

olla mukana kun vanhemmat ostavat lahjoja, ettei joulupukin legenda paljastuisi.

Monien lapsi perheellisten unelma on varmasti lapsiparkki. Lapsiparkki on paikka johon vanhemmat voivat hyvällä omalla tunnolla jättää lapsensa hoitoon ajaksi jonka he tarvitsevat lahjojen ostoon ja miksi ei myös kahdenkeskisen hengähdystauon ajaksi.

Lapsiparkki tarvitsee tyhjän tilan, johon on helppo varustaa lapsiparkki. Spr:n tilat ovat toimiva paikka tähän tarkoitukseen. Lapsiparkista tulee löytyä eri ikäisille lapsille tekemistä, esimerkiksi:

- Askartelu- ja piirustusvälineet
- Pelikonsoli
- Tyttöjen ja poikien leluja
- Urheilu nurkkaus

Työntekijöitä eli lapsenvahteja paikkaan tarvitaan ainakin muutama riippuen lasten määrästä. Lapsenvahdit olisivat tontuiksi pukeutuneita, jotta lapsille välittyisi joulun tunnelma. Tietäähän varmaan lähes kaikki lapsetkin sanonnan, että tontut kurkkii ikkunoista ja tarkkailee onko kilttejä lapsia.

Lapsiparkki olisi avoinna kiireisimpinä ostos päivinä eli lauantaisin ja sunnuntaisin joulukadun avajaisista lähtien.

Poniajelu:

Joulukadun avajaiset ovat lapsille ikimuistoinen tapahtuma sekä myös vanhemmille. Vanhemmat ovat onnellisia kun heidän lapsensa viihtyvät. Pienetkin elämykset jäävät lasten mieleen moniksi vuosiksi. Yksi tällainen elämys olisi poniajelu. Poniajelu toimisi kaupungintalon edessä olevalla kadulla. Ajelu maksaisi pari euroa lasta kohden, jotta ponin omistaja saisi pienen korvauksen ajastaan.

Hyvän tahdon piste:

Jyväskylän Aren -aukiolla on joulun alla järjestetty hyvän tahdon piste, johon ihmiset ovat voineet vielä vanhoja lastenvaatteita, kenkiä sekä omia vaatteitaan. Hyvän tahdon pisteeltä tavarat on toimitettu hyväntekeväisyys kohteeseen.

Joulu on antamisen aikaa ja miksi ei antaisi vanhoja käyttämättömäksi jääneitä vaatteitaan niille, jotka niitä tarvitsevat. Näin kaupunkilaiset pääsisivät jakamaan joulun hyvää sanomaa niille, jotka eivät joulusta pääse nauttimaan. Ihmiset saisivat hyvän mielen auttaessaan muita ja tempaus herättäisi varmasti ulkopaikkakuntalaisten kun lehtienkin mielenkiinnon.

Hyvän tahdon piste sijaitsisi joulutorin yhteydessä.

Joulukaraoke:

Ennen joulupukin saapumista avajaispäivänä joulukadulla olisi muutakin mukavaa ohjelmaa. Joulukadun läheisyydessä sijaitsisi joulukaraoke. Karaoke olisi asukkaille ilmainen ja sijainnin puolesta mukava lisäys avajaispäivän ohjelmaan. Kaikki asukkaat eivät ole tarpeeksi rohkeita laulamaan suuren yleisön kuunnellessa, siksi karaoke olisi hieman syrjemmässä.

Esiintyjät ja musiikki:

Joulumusiikki kuuluu olennaisena osana jouluun. Musiikki itsessään nostattaa jo jouluntunnelmaa valtavasti. Äänentoisto laitteista soitettaisiin joulu aiheista musiikkia jo iltapäivästä lähtien kun markkinamyymälät saapuvat.

Esiintyjä ja joulupukkia varten pystytettäisiin lava torille. Esiintyjinä olisi paikallisten lasten kuoro, tiernapojat.

Tapahtuma ei olisi mitään ilman iloista juontajaa, joka saisi kaupunkilaiset hyvälle tuulelle välispiikeillään. Juontaja haastattelisi lavalle tulevia esiintyjä ja mainostaisi välillä tapahtuman mukaan lähteneitä yrityksiä. Jos yritykset haluaisivat mainostaa jotakin tiettyä tuotettaan tai alennustaan se onnistuisi juontajan välityksellä.

Äänekosken yrittäjien, Ulla Aaltosen haastattelu:

Hyvän tapahtuman päätteeksi ihmisiä kiinnostaa kuulla tarinaa kuka on kaiken takana. Ulla voisi muutamilla lauseilla kertoa Äänekosken yrittäjistä ja toivottaa ihmisille hyvää joulua.

Joulukulkue ja joulupukin haastattelu:

Odotetuin asia joulukadun avajaisissa on joulupukin saapuminen. Äänekosken kaupunkiin kuuluu myös Sumiainen, kulkue lähtee sieltä ja siirtyy junalla Äänekosken keskustaan. Kulkueessa olisi mukana joulupukin lisäksi tonttuja jakamassa karkkeja sekä paikallisten yritysten mainos/alennus kuponkeja. Kulkueessa voisi kulkea mukana muita jouluaiheisia hahmoja kuten, lumiukko, joulupukin muori ja tietenkin Petteri punakuono.

Avajaisia ja kulkuetta varten olisi suljettava pääkatu, jotta ihmiset pääsisivät lähemmäksi tapahtumaa. Kulkue tulisi keskuspuiston puolelta pääkatua ja kulkisi tiensä torille, jossa odottaisi lava. Lavalla juontaja pääsee haastattelemaan joulupukkia ja joulupukki pääsee toivottamaan kaupunkilaisille hyvää joulua.

Muistot tapahtumista ovat ikimuistoisia niin lapsille kun vanhemmillekin. Valokuvaus joulupukin kanssa olisi varmasti mukava ja mieleenpainuva tapahtuma. Kuvaus ympäristönä toimisi todella hyvin hevostalleilta vuokrattava reki joka olisi pehmustettu porontaljoilla. Jouluisen ulkonäön vuoksi rekeen voisi lisätä tyhjiä paketoituja pahvilaatikoita. Reki olisi varmasti elämys joka jäisi ihmisten mieleen. Harvoista kaupungeista tällainen reki löytyy, jossa lapset saisivat jutella muutaman sanan joulupukille. Vanhemmat saisivat tunnelmallisia kuvia lapsistaan ja voisivat olla iloisia panostuksesta jonka Äänekoski on laittanut joulukadun avajaisiin.

Valojen sytytys ja ilotulitus:

Kaupunkilaisten haastattelujen perusteella yhdeksi tärkeimmäksi tunnelman luojaksi listattiin jouluvalot. Valot tuovat iloa ja odotusta välillä synkkäänkin joulun odotus aikaan.

Joulupukki olisi hyvä vaihtoehto sytyttämään valot haastattelusta päätteeksi. Valojen sytyttäminen niin sanotusti päättäisi Avajaiset, mutta aloittaisi joulun odotuksen. Valojen sytyttyä alkaisi kaupungin järjestämä ilotulitus.

Ilotulituksen jälkeen alkaa kuvaus joulupukin kanssa, jonka jälkeen kulkue suuntaa samaa reittiä pitkin juna-asemalle.

5.5 Mainostaminen

Mainostaminen ja markkinointi ovat niin yritykselle, tapahtumille kun myös kaupungeillekin tärkeä osa toimintaansa. Suuri osa suomalaisista yrityksistä uskoo perinteisen markkinoinnin voimaan. Jos haluat erottua joukosta kannattaa sinun ehdottomasti harjoittaa sissimarkkinointia. Sissimarkkinointi tarkoittaa epätyypillisiä markkinoinnin keinoja, jotka tuottavat hyviä tuloksia pienin panostuksin. Tavalliseen markkinointiin voi palaa rahaa suuria määriä ja tunnettavuus ei silti nouse, jos oma markkinointi hukkuu muiden markkinoiden sekaan. Huomiota herättääkseen on valittava välillä eri tapoja mainostaa. Sissimarkkinoija tutkii asiakkaidensa ostokäyttäytymistä ja tavoittelee suurten myyntilukujen sijaan hyvää tulosta. Sissimarkkinoijan tunnuspiirteitä ovat:

- Sissimarkkinoija etsii tilaisuuksia useampiin ja suurempiin kauppoihin olemassa olevien asiakkaiden kanssa. Perinteinen markkinoija tavoittelee kasvua uusia asiakkaita hankkimalla.
- Sissimarkkinoija toimii asiakkaidensa eduksi, vaikka se aiheuttaisi hänelle itselleen lyhyen aikavälin tappion. Hän jopa suosittelee kilpailijaa, jos tuote tai palvelu sopii asiakkaalle paremmin. Perinteinen markkinoija etsii tilaisuuksia kilpailijan lyömiseksi.

- Sissimarkkinoija ei usko yksittäisiin markkinoinnin keinoihin. Hän käyttää useita eri markkinoinnin menetelmiä.
- Sissimarkkinoija laskee kuinka monta asiakassuhdetta on luonut. Perinteinen markkinoija laskee kuinka monta kauppaa on tehnyt.
- Sissimarkkinoija hyödyntää tekniikkaa kaikin tavoin, koska se on helppokäyttöistä ja edullista. Perinteinen markkinoija välttelee uutta tekniikkaa.
- Sissimarkkinoija työskentelee lähellä myyntiä.
- Sissimarkkinoija opettelee tuntemaan asiakkaansa ja jaksaa odottaa tuloksia.

(Parantainen 2007, 13, 16-17, 25.)

Joulukadun avajaiset ovat myös tapahtuma, jossa on otettava huomioon mainonnan tärkeys. Kaupunkilaisten haastattelussa kävi ilmi, että joulukadun aikataulut ja ohjelma ovat olleet melko epäselviä kaupunkilaisille. Tärkein asia on saada paikan päälle kaupunkilaisia, jotta kaikki pääsevät hyötymään joulukadun järjestämisestä. Joulukadun avajaisista on tultava paikalliseen lehteen ilmoitus ainakin kaksi kertaa. Ensimmäinen ilmoitus muistuttaa ihmisiä tulevasta tapahtumasta, jotta he osaavat varautua tapahtumaan etukäteen. Muutama viikko ennen tapahtumaa on keskusta alueelle laitettava julisteita muistuttamaan ihmisiä tapahtumasta ja luomaan odottavaa tunnelmaa kaduille. Julisteita tulisi olla kaupoissa, marketeissa, kouluilla, päiväkodeissa ja työpaikoilla. Avajaisia edeltävällä viikolla paikallislehteen tulisi kattava juttu joulukadun avajaisista. Artikkelissa olisi mukaan lähteneiden yritysten logojen lisäksi avajaispäivän aikataulu ja joulukuun ajan suunnitelma.

Sissimarkkinointi tulisi ottaa markkinointi keinoksi, jotta ihmisten huomio kiinnittyisi tuleviin joulukadun avajaisiin. Tapahtumaan sopiva sissimarkkinointi keino olisi tontut ja heidän käyttö markkinointi keinona. Joulukadun avajaisia edeltävällä viikolla tontut kulkisivat Äänekosken keskustan kaduilla. He pistäytyisivät paikallisissa yrityksissä yllättämässä positiivisesti kaupunkilaisia. Mukanaan heillä olisi avajaispäivän ohjelma flyereita ja jotain jaettavaa, kuten pipareita tai joulukaramelleja. Tontut loisivat kaduille odottavaa ja jännittänyttä tunnelmaa. He vierailisivat myös paikallisilla kouluilla ja päiväkodeilla

kertomassa tulevista joulukadun avajaisista lapsille. Lapset voivat innosta hihkuen muistuttaa tapahtumasta vanhempiaan. Tonttujen läsnä olo kuuluu oleellisesti jouluun, mutta heitä harvoin näkee katukuvassa joulun alla. Tontut ovat siis erilainen ja iloinen sissimarkkinointi keino.

5.6 Koristelu

Joulutunnelmaan vaikuttaa valtavasti myös koristelu. Haastattelujen perusteella valot ovat ihmisille tärkein elementti, mutta pitää tunnelmaa luoda muullakin koristelulla. Jokainen yritys on itse vastuussa omasta ulkokuvastaan, mutta heidän tulisi ajatella minkälaisen kuvan antavat itsestään jos eivät lainkaan panosta jouluun. Niin kun aikaisemmin jo mainitsin, että on turha odottaa lisämyyntiä jos ei itse ole valmis tekemään mitään sen eteen. Koristelu ja vuoden tärkeimpään juhlaan valmistautuminen antaa yrityksestä positiivisen ja välittävän kuvan. Yli ei koristelulla kannata kuitenkaan ampua. Liika on aina myös liikaa.

Äänekosken katukuvaan tuo joulumieltä jo valot ja jouluun asti keskuspuistossa oleva joulutori. Lisä tunnelmaa loisi huurteinen joulukatu, joka Turussa toteutettiin vuonna 1966. Siellä oli koivut maalattu valkoisiksi ja koristeltu valoin, mikä loi vaikutelman huurteisesta joulusta. Tätä soveltamalla luotaisiin varmasti unohtumaton ja kaunis joulukatu.

Suurin osa ihmisistä haaveilee valkeasta joulusta. Mieluiten joulusta kun on hieman pakkasta ja puut ovat kauniin huurteisia. Valitettavan usein kelimme suomessa ei ole tämä, vaan monesti harmaa ja loskainen. Luomalla pääkadulle illuusion huurteisesta joulusta saisi ihmiset varmasti toivomaan valkeaa joulua.

Toteutukseen voisi pystyttää pääkadun varrelle sekä keskuspuiston kulmalle kuusia joulukuun ajaksi, jotka maalattaisiin valkoiseksi Turun 1966 joulua kopioiden. Kuusiin voisi joko laittaa hieman valoja tai hopeista koriste nauhaa. Näinkin pienellä eleellä joulukadusta saataisiin tunnelmallinen.

5.7 Avajaispäivän aikataulu

- 15.00-20.00 Joulutori, joulukahvio, lapsiparkki ja hyvän tahdon piste
- 15.00-18.00 Poniajeluja
- 16.00-20.00 Joulukaraoke
- 17.00-18.00 Musiikki esitykset alkavat lavalla
- 17.50-18.00 Äänekosken yrittäjien Ulla Aaltosen jouluntoivotukset
- 17.30-18.00 Joulukulkue suuntaa Suolahdesta kohti Äänekoskea
- 18.00-18.30 Joulukulkue saapuu Äänekoskelle ja kulkee lavalle haastatteluihin
- 18.30-18.40 Joulupukki sytyttää jouluvalot ja kaupungin ilotulitus alkaa
- 18.40-19.00 Valokuvaus joulupukin kanssa
- 19.00 Joulupukki kulkueineen suuntaa pois päin ja avajaiset päättyvät

5.7 Ohjelma joulukuun ajaksi

Haastateltuani Äänekoskella toimivia yrityksiä sain selville, että suurin osa kaipaisi lisää ohjelmaa koko joulukuun ajaksi. Lisä ohjelma tietenkin tarkoittaisi kaupungille lisää ihmisiä ja tämä taas yrityksille lisämyyntiä. Joulukadun avajaiset toimivat suurimmalla osalla joulun odotuksen aloittaja tapahtumana ei niinkään kaupallisena tapahtumana. Joulukadun avajaiset ovat silti todella tärkeä tapahtuma niin kaupunkilaisille kun yrityksillekin. Yritykset tuovat itsensä kaupunkilaisten silmissä positiiviseen valoon olemalla mukana järjestämässä ikimuistoista tapahtumaa.

Joulumyynti alkaa vilkastua avajaisien jälkeen. Tämän takia on tärkeää, että joulun alla on vielä tapahtumaa Äänekosken keskustassa mikä herättää mielenkiintoa tulla paikalle useampana viikonloppuna.

Joulutori aukeaa ensimmäisen kerran joulukadun avajaisissa ja on auki viikonloppuisin jouluaattoon saakka. Joulukatu kerkeää olla auki neljä viikonloppua yhteensä mikä on kaupunkilaisten mielestä varmasti positiivinen ja uusi asia.

5.8 Joulukadun suunnitelmaa tuleville vuosille

Tärkeimpiä joulukadun avajaisissa on edellä mainitut tapahtumat, mutta mielenkiinnon herättämiseksi on keksittävä uusia jouluun liittyviä tapahtumia niin avajaisiin kun joulun allekin.

Joulukalenteri:

Joulun alla lapsille ovat tärkeitä joulukalenterit, jonka avulla he voivat laskea päiviä jouluun. Lapsia varten ei avajaisien jälkeen ole erikseen kaupungilla ohjelmaa, mutta luomalla kaupungin oman suuren joulukalenterin saataisiin lapsetkin haluamaan uudestaan ja uudestaan katsomaan sitä. Näyttävyyttä toisi kalenterin koko ja jouluihin kuva, joka siihen olisi maalattu.

Rakenteeltaan se olisi valmistettu puusta melko yksinkertaisesti.

Kalenteri pystytettäisiin keskuspuiston laidalle, jossa joulutori sijaitsee.

Luukkujen avaajat olisi arvottu kaupunkilaisten keskuudesta joulukadun avajaisissa. Jokaiselle asukkaalle olisi annettu yksi lappu, jossa lukee joulukuun päivämäärä 1.-24.12. Luukkujen yllätykset olisivat paikallisten yritysten lahjoittamia pieniä lahjoja. Lahjan kanssa tulisi kertomus yrityksen historiasta ja kutsu heidän yritykseensä jouluostoksille. Tämä loisi todella positiivisen kuvan yrityksestä, vaikka he eivät joka päivän kohdalla saisi lisämyyntiä kalenterin ansiosta. Ihmiset eivät kuitenkaan unohtaisi mistä ovat lahjansa saaneet ja jossain vaiheessa palaisivat ostoksille. Luomalla positiivista imagoa voi yritys päästä pitkälle.

Yritykset vievät lahjansa kalenterin luukkuun samana aamuna kun se avataan, koska uteliaimmat pikku varkaat saattaisivat muuten tyhjentää koko kalenterin. Joka luukkuun on lukko, jonka asukkaat voivat noutaa keskuspuiston vieressä sijaitsevalta kaupungintalolta arvontalappuaan vastaa. Näin varmistamme myös lahjan pysyvän luukussaan siihen asti kun se tullaan noutamaan.

Taidenäyttely:

Hieman iäkkäämpää väkeä kiinnostaisi varmaan joulun alla toteutettava taidenäyttely. Näyttely paikkana voisi toimia esimerkiksi tori tai jokin suurempi sisätila keskustassa. Taidenäyttely olisi esillä kahtena viikonloppuna ennen joulua, josta ihmiset voisivat myös ostaa lahjoja sukulaisilleen ja miksi ei itselleenkin.

Taidenäyttely loisi lisäarvoa Äänekosken kaupungille ja nähtävää monille asukkaille. Näin joulun alla olisi joulutorin lisäksi toinenkin katsomisen arvoinen asia.

Joulun yllätyksen etsintä:

Aarten etsinnät ovat jo kautta aikojen kiehtoneet ihmisiä. Joulukuun ajaksi voisi luoda jouluaarten etsinnän kaupungin asukkaille. Etsinnän niin sanotun aarten on tarkoitus löytyä jouluaaton aattona, mutta vinkkejä kohti aarretta satelisi pitkin joulukuuta.

Joulukadun avajaisissa jaettaisiin karttoja tai arvoituksia ihmisille, jota heidän tulisi lähteä selvittämään. Arvoitus tai kartta johtaisi paikkaan, josta annettaisiin uusi vihje. Vihje paikkoina toimisivat Äänekosken yritykset, jotka näin saisivat lisähuomiota.

Arvoitus voisi olla kyseisestä yrityksestä kertova asia, jonka ratkaistuaan ihmiset suuntaisivat kyseiseen yritykseen. Yrityksen löydettyään he saavat uuden viestin. Yrityksille ei tästä aiheudu lisäkuluja eikä vie aikaa. Tämä olisi vain mahdollisuus lisämyynnin kasvattamiseen.

Viimeinen palkinto voisi olla jouluun liittyvä pieni tuote tai koriste. Aarre ei olisi suuri, mutta herättäisi joulumieliset etsimään joulun aarretta. Kilpailun voisi

suunnata joko aikuisille tai lapsille. Varsinkin lapsille suunnattaessa aarteen etsintä voisi olla myös osuva tieto paketti omasta kaupungista.

6 Pohdinta

Opinnäytetyön aihe oli Äänekosken joulukadun kehittäminen ja työssäni joulukatua kehitettiin ohjelma suunnitelman ja markkinoinnin avulla. Ongelmana oli joulukadun suppeus aikaisempina vuosina. Toiveena oli kehittää joulukatua merkittävästi kiinnostavammaksi ja luoda sen kautta lisäarvoa paikallisille yrityksille. Työssä haastateltiin Äänekosken ja Suolahden kaupunkilaisia sekä yrittäjiä. Heidän kehittämisideoidensa ja toiveidensa pohjalta lähdettiin rakentamaan suunnitelmaa tälle sekä tuleville vuosille. Työssä paneuduttiin tuottamaan monipuolista ohjelmaa joulukadun avajaispäivälle sekä joulukuun ajalle. Yritysten lisäarvon kannalta paneuduttiin myös markkinoinnillisiin asioihin. Toimeksiantajan toiveesta mukaan otettiin myös tulevat vuodet.

Kaupunkilaisten ja yrittäjien haastattelujen toivomuksien toteuttaminen suunnitelmassa otettiin hyvin huomioon suunnitelmassa ja siitä tehtiin mahdollisimman monipuolinen. Joulukadun avajaispäivän suunnitelma on toimiva ja erilainen. Suolahden kaupunginosaan ei tehty erillistä suunnitelmaa, koska suolahtelaisia haastatteluissa kävi ilmi, että toivottiin yhtenäistä Äänekoskea. Tämä toteutuisi parhaiten toteuttamalla joulukadun avajaiset vuoro vuosina Äänekoskella ja Suolahdessa. Tämä edesauttaa kaupungin osien yhtenäisyyttä ja tuo kaupunkilaisia lähemmäksi toisiaan. Kaupunkien yhdistyttyä vuonna 2006 joulukatujen avajaiset muuttuivat suppeammiksi, koska saman porukan piti suunnitella ohjelmaa molempiin kaupunginosiin. Vuorottelu Äänekosken ja Suolahden välillä antaisi mahdollisuuden panostaa avajaisiin yhdellä paikkakunnalla enemmän.

Työssä otettiin huomioon markkinointi melko kattavasti. Pohdittiin markkinoinnin merkitystä yleensäkin yrityksille ja mikä loisi eniten lisäarvoa heidän toiminnalleen. Aikaisempina vuosina yritykset eivät ole kokeneet saaneensa lisäarvoa tukemalla joulukadun järjestämistä, joten tähän asiaan paneuduttiin markkinoinnin ja mainonnan kautta. Yritykset voivat hyödyntää työssä esiintyviä seikkoja omaan markkinointiinsa ja ottaa näin joulukadun

mukaan joka vuotuisen markkinointi strategiaansa. Tekemällä näin voidaan hyvissä ajoin suunnilla, miten hyödynnetään joulukatua omaan markkinointiin.

Työssä onnistuttiin ratkaisemaan kehitettävä ongelma ja luomaan lisäarvoa tuottavaa ohjelmaa Äänekosken kaupungille. Tärkeimpänä asiana työtä tehdessä oli kaupunkilaisten ja yrittäjien haastattelut, sillä he ovat ne joille joulukadut rakennetaan vuosi vuoden jälkeen. Kuuntelemalla heidän toiveet onnistuttiin kehittämään tapahtumaa suuntaan joka miellyttää heitä, jotka joulukadusta pääsevät nauttimaan.

LÄHTEET

Kauhanen, J., Juurakko, A & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. 1.p. Vantaa: WSOY

Lindroos, S., Nyman, G & Lindroos K. 2005. Kirkas brändi. Porvoo: WS Bookwell Oy

Parantainen, J. 2007. Sissimarkkinointi. 2. Tar.p. Hämeenlinna: Karisto Oy

Peltola, H. 2007. Palveluloisto. Helsinki: Edita

Metsämuuronen, J. 2001. Laadullisen tutkimuksen perusteet. 2. Tar.p. Viro

Vallo, H & Häyrinen, E. 2008. Tapahtuma on tilaisuus. 2.uud.p. Tallinna: Tietosanoma

Vuokko, P. 2003. Markkinointiviestintä. 1.p. Porvoo: WSOY

Kaupunkistrategia 2011–2014. Äänekoski. n. d. Viitattu 14.11.2011. [Http://www.aanekoski.fi/kaupunkistrategia](http://www.aanekoski.fi/kaupunkistrategia). Kaupunkistrategia sähköisenä

Helsinki.fi. n. d. Historiallinen joulukatu avautui adventtina. Viitattu 14.11.2011. [Http://www.helsinki.fi/fi/index/taidejakulttuuri/nayttelyt/kaupunginmuseo_joulukatu.html](http://www.helsinki.fi/fi/index/taidejakulttuuri/nayttelyt/kaupunginmuseo_joulukatu.html).

Torikorttelit. Helsingin joulukatuja historia. n.d. Viitattu 14.11.2011. [Http://www.helsinginleijona.fi/ajankohtaista/helsingin-joulukatuja-historiaa](http://www.helsinginleijona.fi/ajankohtaista/helsingin-joulukatuja-historiaa).

Äänekosken yrittäjät. 2011. Viitattu 14.11.2011. [Http://www.yrittajat.fi/fi-FI/keski-suomenyrittajat/aanekoski/yleista](http://www.yrittajat.fi/fi-FI/keski-suomenyrittajat/aanekoski/yleista).

Liiketoiminnan nelikenttäanalyysi SWOT- Pk yrityksen riskienhallinta. n. d. Viitattu 14.11.2011. [Http://www.pk-rh.fi/riskilajit/liikeriskit/liiketoiminnan-nelikenttaanalyysi-swot](http://www.pk-rh.fi/riskilajit/liikeriskit/liiketoiminnan-nelikenttaanalyysi-swot).

LIITTEET

Liite 1. Markkinointikirje yrityksille

Joulukatu saapuu Äänekoskelle

Vuoden tärkein juhla kolkuttelee jo ovelle. Kansa odottaa innolla milloin saa alkaa valmistautumaan joulun kaivamalla vintiltä ne ihanat mummita saadut koristeet ja asettaa ne näyttille. Lapset hyppivät innoissaan viikkoja ennen joulua, odottaen näkevänsä edes vilahduksen tontuista. Vanhemmat lukevat lapsilta saatuja lahja listoja hymyn pilkahdus silmissään ja alkavat suunnittelemaan joulun ohjelmaa.

Joulu on kautta aikojen ollut tärkeä ja tunteisiin vetoava juhla, jota odotetaan lähes koko vuosi. Tämän takia yritysten pitää valmistautua ottamalla se vastaan tavalla kuinka heidän asiakkaat sen haluavat. Mikään yritys ei pysy toiminnassa ilman asiakkaita, joten heistä on pidettävä huoli, heille on tarjottava elämyksiä, heille on näytettävä kuinka paljon me yrittäjät välitämme heistä.

Äänekosken yrittäjät Ry on jo vuosien ajan ollut mukana järjestämässä joulukadun avajaisia kaupunkilaisten iloksi. Me emme tavoittele voittoa vaan haluamme luoda joulun tunnelmaa heille, jotka ovat liiketoimintamme tärkein asia eli asiakkaillemme. Lähtemällä mukaan tukemaan joulukadun järjestämistä tuette hyvää ja tärkeää asiaa kaupungissamme

Joulukadun avajaiset järjestetään perjantaina 25.11.2011. Ohjelma alkaa kolmelta ja päättyy seitsemältä. Joulun asti on luvassa ohjelmaa viikonloppuisin.

Iloisen joulumielen lisäksi olette mukana järjestämässä ikimuistoista ja tärkeää tapahtumaa, joka yrityksenä on teille tärkeä asia. Luomalla positiivisen kuvan toiminnastanne kasvatatte imagoanne kuin myös liikevoittoanne.

Osallistumismaksu on tänä vuonna 75 euroa.

Summan voitte siirtää tilille:

Äänekosken yrittäjät Ry

Pankki: xxxxxxx-xxxxxxx

Viite: Joulukatu ja yrityksen nimi