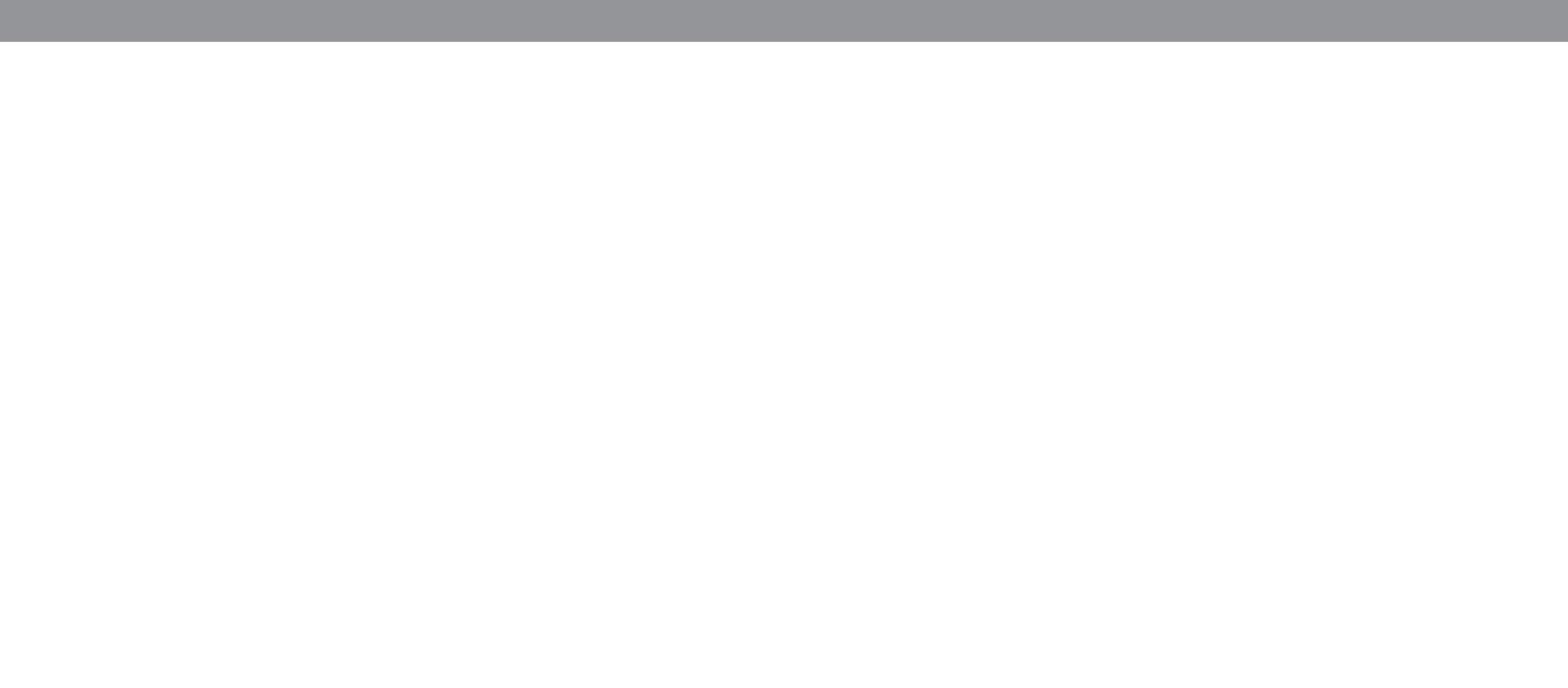


TAPAHTUMAMUOTOILU HÄÄJUHLASSA

Antti Sarja

**Muotoilun opinnäytetyö
Lahden Ammattikorkeakoulu
Muotoilu- ja taideinstituutti**







Antti Sarja

TAPAHTUMAMUOTOILU HÄÄJUHLASSA

*Lahden ammattikorkeakoulu
Muotoilu- ja taideinstituutti
Muotoilun koulutusohjelma
Design Business ja muotoilun tutkimus
YAMK-opinnäytetyö*



TIIVISTELMÄ

Tapahtumamuotoilu häätjuhlassa

Muotoilun koulutusohjelma, Design Business ja muotoilun tutkimus, YAMK

Muotoilun YAMK opinnäytetyö, kevät 2012

Tekijä: Antti Sarja

Ohjaajat: Ari Känkänen, Sami Lahtinen, Eero Miettinen

Kirjallinen julkaisu, 79 sivua

Asiasanat: palvelumuotoilu, tapahtumamuotoilu, asiakaslähtöisyys, hääsunnittelu, design business, designstrategia.

Säilytyspaikka: Muotoilun koulutusohjelma, Muotoilu- ja taideinstituutti, Lahden ammattikorkeakoulu

Tämä opinnäytetyö tarkastelee tapahtumamuotoilua omana muotoilun osa-alueena suhteessa palvelumuotoiluun. Opinnäytetyön tavoitteena on määritellä tapahtumamuotoilun käsite ja siihen liittyvät ilmiöt. Havainnollistavana tapaustutkimuksen kohteena tarkastellaan häätjuhlan suunnittelua. Käsitteen määrittelyssä on käytetty pohjana palvelumuotoiluun liittyvää käsitteistöä, alan ammattikeskustelua ja hääsunnittelutilanteissa havaittua kokemuspohjaista tietämystä.

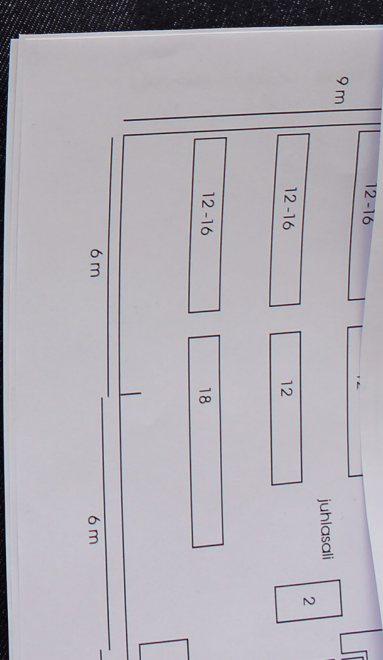
Oman työskentelyn tutkimisen ja tiedonhankinnan pohjalta suunnittelin teoreettisen näkökulman tapahtumamuotoiluun hääsunnittelussa. Tätä näkemystä voidaan soveltuvin osin käyttää laajemmassakin tapahtumasuunnittelussa.

Tapahtumamuotoilun oleellinen ero palvelumuotoiluun nähden kiteytyy toistettavuus-ainutkertaisuus -akselilla. Varsinkin hääsunnittelussa liikutaan henkilökohtaisilla ja hyvin yksilöllisillä alueilla, joten asiakkaan kuunteleminen ja ymmärtäminen suunnitteluprosessin aikana on ehdottoman tärkeää. Suunnittelu tapahtuu tiiviissä yhteistyössä asiakkaan kanssa.

Tapahtumamuotoilussa voidaan nähdä asiakkaan ympärillä seuraavat ilmiöt: ainutkertaisuus, moniaistisuus, teema, tarina, viestintä ja joustavuus. Moniaistisuus on tässä opinnäytetyössä jaettu seuraaviin osiin: visuaalisuus, auditiivinen suunnittelu, tilasuunnittelu, maakuulämys ja tuoksuelämys.

Tapahtumamuotoilun suunnittelun näkökulma on jaettu tässä opinnäytetyössä kolmeen osaan, jotka ovat 1) odotusten mukainen designstrategia, 2) harkittu yllätys ja 3) spontaani designstrategia.

Opinnäytetyön tapahtumamuotoilun teoriassa esitettyä tapahtumamuotoilun kaaviota ja palvelupolkua voidaan käyttää havainnollisina apuvälineinä asiakaskeskusteluissa, joissa yhdessä suunnitellaan häätapahtumaa ja luodaan näin puitteita halutunlaiselle kokemukselle.



Yhteystiedot

Nimi: _____
 Osoite: _____
 Puhelin: _____
 E-mail: _____

Yleistiedot juhlas

Päivämäärä: _____
 Kellonaika: _____
 Osallistujamäärä: _____
 Juhlan luonne / te _____
 Eryistä huomioit _____
 Ruokailu / tarjoilu _____
 Menu: _____
 Erytysruokavalliot: _____
 Iltapala: _____



ABSTRACT

Event Design in a Wedding Celebration

MA, Design Business and Research

MA Thesis in Design, Spring 2012

Author: Antti Sarja

Supervisors: Ari Känkänen, Sami Lahtinen, Eero Miettinen

MA Thesis publication, 79 pages

Key words: service design, event design, approach from the point of view of the client, wedding planning, design business and design strategy

Depository: Degree program in Design, Institute of Design and Fine Arts, Lahti University of Applied Sciences, Finland

This thesis examines event design as its own individual area of service design. The goal of this thesis is to define the concept of event design together with the various phenomena that relate to it. The design of a wedding celebration was chosen as an actual exemplary event for this thesis. Ongoing contemporary professional discussions in the field of the profession together with concepts related to the field, and knowledge from previous experience working in the field of event planning have all been used as the basis to define the subject under study.

I created the theoretical approach to event design in wedding design from the basis of my own previous research work and knowledge gathering. The approach used here can be appropriated for larger scale event planning as well. The difference between event design and service design is focused around the axis between repetition and uniqueness factor of any given event. Especially wedding planning as a genre is highly personal and individual. Planning is undertaken in intimate collaboration with the client.

The following phenomena can be seen to formulate around the client: uniqueness, the use of multiple senses, a theme, a story, communication and flexibility. The use of multiple senses in this thesis has been divided into the following parts: visual design, audio design, interior design, the taste experience and the smell experience. In this thesis the approach to event design has been divided into three parts: 1) a design strategy according to expectations, 2) a planned surprise and 3) spontaneous design strategy.

The graphs related to event design and service path presented in this event design theory can be used as tools in client consultations in which a wedding event is planned and used to help to actualize a certain surrounding for the type experience desired.

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	11	2 PALVELUMUOTOILUSTA TAPAHTUMAMUOTOILUUN	27
1.1 Käsitteistö	11		
1.2 Johdanto tutkimusaiheeseen	15	3 TAPAHTUMAMUOTOILUN TEORIA	33
1.3 Tutkimuksen tavoite	18	3.1 Design-ajattelu tapahtumamuotoilun teorianmuodostuksessa	34
1.4 Tutkimuksen tieteellinen metodologia ja tutkimusmenetelmät	19	3.2 Ainutkertaisuuden ideaalin toteutuminen	40
1.4.1 Puolistrukturoitu teemahaastattelu	20	3.3 Asiakas	40
1.4.2 Tiedon hankinta tähän opinnäytetyöhön	21	3.4 Moniaistisuus	41
		3.4.1 Visuaalisuus	43
		3.4.2 Audittiivinen suunnittelu	44
		3.4.3 Tilasuunnittelu	45
		3.4.4 Makuelämys	46
		3.4.5 Tuoksuelämys	48

3.5 Teema	48	4 YHTEENVETO	59
3.6 Tarina	49		
3.7 Viestintä	51	LÄHTEET	63
3.8 Joustavuus	53	Painetut lähteet	63
3.9 Tapahtumuotoilun strategiat	53	Verkkajulkaisut	65
3.9.1 Odotusten mukainen tapahtumamuotoilun designstrategia	53	Julkaisemattomat lähteet	66
3.9.2 Harkittu yllätys tapahtumamuotoilun designstrategiana	54		
3.9.3 Spontaani tapahtumamuotoilun designstrategia	55	KUVALUETTELO	67



1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö sisältää luottamuksellista aineistoa, joka on liitteenä opinnäytetyön arkistokappaleessa. Opinnäytetyössä olevat valokuvat ovat Antti Sarjan ottamia ja niiden funktio on havainnollistaa ja viestiä tapahtumamuotoilun monialaisuutta. Kuvamateriaali on vuosilta 2011 ja 2012.

Tässä johdannossa esittelen tutkimusaiheeni ja kerron opinnäytetyön tavoitteista. Lisäksi luon katsauksen tämän tutkimuksen tieteelliseen metodologiaan ja tutkimusmenetelmiin. Luvussa 2 esittelen palvelumuotoilun ja tapahtumamuotoilun välisiä eroja ja yhteneväisyyksiä. Varsinainen opinnäytetyön ydin, tapahtumamuotoilun teoria, esitellään luvussa 3. Se on muotoilemani näkemys tapahtumamuotoilusta kokonaisuudessaan. Tapahtumamuotoilun teoria kokoaa yhteen elementit, jotka havaitsin tehdessäni hääsuunnittelua vuosina 2007-2011. Lisäksi teoriassa esitellään näkemys erilaisista strategioista, joita tapahtumamuotoilusta voidaan toteuttaa. Luvussa 4 kokoaan yhteenvedon tapahtumamuotoilun teoriasta.

1.1 Käsitteistö

Asiakas

Asiakas on yksi tai useampi luonnollinen henkilö, joka ostaa tuotteen tai palvelun. Asiakas suorittaa palvelusta sopimuksen mukaisen maksun. Maksu voidaan suorittaa rahamääräisenä, tuotteina tai palveluina, riippuen sopimuksesta.

Auditiivinen

Auditiivinen tarkoittaa kuuloon tai ääneen liittyvää.

Elämys

Elämys on subjektiivinen ja henkilökohtainen, positiivinen kokemus, joka muistetaan ja josta halutaan viestiä eteenpäin. Elämyksessä keskeistä on kokijan itsensä toteuttaminen, oppiminen ja tunne- ja muutoskokemukset. Suunnittelulla voidaan vaikuttaa elämyksen syntymisen edellytyksiin¹.

Elämyskolmio-malli

Elämyskolmio-malli on tuotekehitysesimerkki, jossa tuotteen elämyksellisyyttä edistetään. Elämyskolmiossa on kaksi tarkastelunäkökulmaa: tuotteen elementit ja asiakkaan kokemus. Jotta tuote olisi elämyksellinen, tulisi sen sisältää kuusi erilaista elementtiä, jotka ovat: yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus. Kokemus etenee tasoissa seuraavalla tavalla:



- 1) Motivaation taso, joka pitää sisällään kiinnostumisen.
 - 2) Fyysinen taso, joka pitää sisällään tuotteen aistimisen.
 - 3) Älyllinen taso, joka pitää sisällään uuden oppimisen.
 - 4) Emotionaalinen taso, joka pitää sisällään elämyksen.
 - 5) Henkinen taso, joka pitää sisällään muutoksen.
- Nämä osa-alueet huomioiden pyritään luomaan edellytykset elämyskokemukselle.²

Kontaktipiste

Palvelu muodostuu yksittäisistä kontaktipisteistä, joiden kautta asiakkaat kokevat palvelun. Kontaktipisteet voivat olla tiloja, esineitä, prosesseja ja ihmisiä³.

Käyttäjäprofiili

Käyttäjäprofiili on kuvitteellinen käyttäjä. Profiili perustuu tutkimusaineistoon, jota voidaan hankkia haastattelemalla, osallistuvalla havainnoinnilla ja tutkimustiedon analyysillä. Käyttäjäprofiilit sisältävät nimiä, persoonan kuvauksen, käyttäytymistapoja, ryhmälle tyypillisiä tavoitteita ja elämäntapoja. Profiilit auttavat ymmärtämään käyttäjiä.⁴

² LEO – Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus -verkkosivusto

³ Saffer 2007, 177-180

⁴ Koivisto 2011, 59

Loppukäyttäjä

Loppukäyttäjä on yleisimmin henkilö, joka loppukädessä käyttää tuotetta tai palvelua. Käsitettä tarvitaan tarkentamaan yleisluontoisia sanoja kuten käyttäjä, kuluttaja ja asiakas. Havainnollistavana esimerkkinä mainittakoon äiti, joka ostaa tyttärelleen hääpuvun pukuliikkeestä. Äiti on asiakas ja kuluttaja, tytär on loppukäyttäjä. Kauppias on sekä jälleenmyyjä että asiakas esimerkiksi puvun maahantuojalle tai puvun suunnittelijalle.

Moniaistisuus

Moniaistisuudella ymmärretään yleensä monen aistin samanaikaista työskentelyä rinnakkain toisiaan voimistaen – tai joskus toisiaan harhauttaen. Aistimme ja havaintojärjestelmämme ovat kehittyneet evoluution myötä ja niiden avulla saamme kontaktin maailmaan. Aisteillamme havaitsemme ympäristöämme, ja havainnot muuttuvat aivoissamme tiedoksi, jonka pohjalta pystymme toimimaan⁵.

Palvelukokemus

Palvelukokemuksen rakennuspalikoina ovat palvelun kontaktipisteet, palvelutuokiot ja palvelupolku.

⁵ Jokiniemi 2007, 12



Palvelumuotoilu

Palvelumuotoilun ydintä on useiden kosketuspisteiden suunnittelu. Palvelumuotoilija Mikko Koiviston mukaan palvelumuotoilu on tänä päivänä paljolti palvelujen innovointia, kehittämistä ja suunnittelua muotoilun menetelmin⁶. Perinteinen muotoilun tarkastelu laajenee kokonaisvaltaisten kokemusten, prosessien ja systeemien suunnitteluksi. Alan uranuurtajista mainittakoon Birgit Mager, joka esitteli palvelumuotoilun kulmakiviä vuonna 1995⁷.

Muiden muassa Jari Koskinen esitteli näkemyksen palvelumuotoilun evoluutiosta, jossa palvelumuotoilun juuret ovat käytettävyysuunnittelussa ja vuorovaikutussuunnittelussa⁸. Tämä näkemys voidaan ajatella teknologisten innovaatioiden ja inhimillisten vuorovaikutusmekanismien yhdistelmänä. Syntyvä kokonaisuus on laaja-alainen tapahtumaketju, jossa asiakkaan kokemus pyritään luomaan johdonmukaiseksi ja tavoitteiden suuntaiseksi. Palvelumuotoilussa asiakkaille halutaan tarjota asetetun tavoitteen mukainen palvelukokemus. Palvelumuotoilu.fi -sivustolla on esitelty katsaus palvelumuotoilun keskeiseen termistöön ja käsitteistöön⁹. Palvelumuotoilu pyrkii takaamaan, että palvelut ovat hyödyllisiä, käyttökelpoisia ja toivottavia asiakkaan näkökulmasta sekä tehokkaita ja selvästi erottuvia palvelun toimittajan kannalta¹⁰.

6 Koivisto 2007, 10

7 Köln International School of Design -verkkosivusto

8 Koskinen 2010

9 www.palvelumuotoilu.fi –verkkosivusto

10 Koivisto 2011, 55

Palvelunäyte

Palvelunäytteiden laatiminen on palvelumuotoilussa käytetty nopea prototypointi -menetelmä, jolla voidaan luoda vaikutelma kuvitellun palvelun vaikutuksista, kuitenkin rakentamatta toimivaa prototyyppiä suunnittelun alkuvaiheessa. Menetelmän tarkoituksena on edistää palveluideoiden ja -konseptien sekä yksittäisten kontaktipisteiden ymmärtämistä. Konsepti pyritään konkretisoimaan palvelua edustavan fyysisen materiaalin avulla.

Palvelupolku

Palvelupolun prosessimainen luonne pitää sisällään ajallisen perspektiivin eli palvelu koetaan ajassa palvelupolkuna useiden eri palvelutuokioiden ja kontaktipisteiden kautta. Asiakkaan palvelupolkuun vaikuttaa suunniteltu palvelun tuotantoprosessi sekä asiakkaan omat valinnat. Palvelupolkuun liittyy myös esipalvelun ja jälkipalvelun vaiheet varsinaisen palvelun lisäksi¹¹.

Palvelutuokio

Jokainen palvelu rakentuu jaksojen tai episodien sarjasta tai joukosta osapalveluja, jotka yhdessä muodostavat asiakkaalle arvoa tuottavan palvelun kokonaisuuden. Yksittäistä episodua kutsutaan palvelutuokioksi. Jokainen palvelutuokio muodostuu useista eri kontaktipisteistä.

11 Koivisto 2011, 55



Palvelutuotanto

Palveluja tuottavat sekä yksityiset yritykset että julkisyhteisöt. Yritykset tuottavat palveluja joko kuluttajille tai toisille yrityksille. Julkisia palveluja taas ovat esimerkiksi terveyskeskuksen, sairaalan, koulun, kirjaston, päiväkodin, poliisin ja tuomioistuimen palvelut. Palvelun tuottamiseen tarvitaan yleensä tuotantovälineitä, joista tärkein on työvoima.

Tapahtumasuunnittelu

Tapahtumat voivat olla erilaisia festivaaleja, seremonioita, kilpailuja, juhlia ja kokoontumisia. Tapahtumasuunnittelu pitää sisällään budjetoinnin, aikataulutuksen, tapahtumapaikan valinnan ja varaamisen, mahdollisten lupien hankkimisen ja kuljetuspalveluiden hoitamisen. Tapahtumasuunnittelussa päätetään tilaisuuden teema ja esiintyjät. Muita huomioitavia asioita ovat mm. juhlapaikan peruspalveluiden tarkistaminen, sisustuksen järjestäminen, pöytien, tuolien, teltojen yms. tarvittavan järjestäminen, cateringpalveluiden hoitaminen, saniteettitilojen järjestäminen. Lisäksi huomioidaan tarvittavat terveyspalvelut, siivouspalvelut ja huolehditaan turvallisuussuunnitelmasta.

Tapahtumasuunnittelun ensivaiheessa vastataan kysymykseen, miksi tapahtuma järjestetään. Tämän jälkeen yleensä suunnitellaan tapahtuman ohjelma, päätetään tapahtumapaikka ja valitaan kohderyhmä. Suurista päätöksistä edetään kohti pienempiä detalleja. Tapahtumasuunnittelu on suhteellisen tuore ammattiala. Tapahtumasuunnittelussa vaaditaan organisointikykyä, kommunikointitaitoja ja stressinsietokykyä aikataulutuksen kanssa. Yleisötapahtumat ajoittuvat yleisesti niihin ajankohtiin, jolloin ihmisillä on vapaa-aikaa, eli viikonloppuihin, iltoihin ja lomakausiin.

Teema

Kirjallisuudesta tuttu käsite teema kertoo teoksen keskeisen sanoman, eli teema kuvaa teoksen perusideaa. Yksi teos voi sisältää useita eri teemoja, sillä eri lukijat voivat tulkita samaa tekstiä eri tavoin. Kuitenkin lukija yleensä etsii vaistomaisesti teoksesta jotain eheyttävää, kokonaisuutta selittävää teemaa, vaikka teksti olisikin vaikeasti hahmotettavissa tai tulkittavissa. Teema-käsitettä voidaan käyttää myös tapahtumien yhteydessä kuvaamaan tapahtuman luonnetta ja aihetta.

Visuaalinen kulttuuri

Visuaalinen kulttuuri on kuviin ja katsomiseen liittyvää kulttuuria. Visuaalisen kulttuurin ilmenemismuotoja ovat esimerkiksi kuvataide, muotoilu, arkkitehtuuri, valokuva, elokuva, video, televisio, uusmedia ja mainonta.



1.2 Johdanto tutkimusaiheeseen

Tämän opinnäytetyön aiheena on tapahtumamuotoilu häätjuhlan näkökulmasta. Opinnäytetyö tarkastelee niitä muotoilun keinoja ja käsitteitä, joita voidaan hyödyntää häätjuhlan suunnittelussa. Samalla on pyrkimys rakentaa teoreettista lähestymistapaa tapahtumamuotoiluun. Häätjuhlaa voidaan tarkastella myös palveluliiketoimintana. Häätjuhliin on mahdollista liittää useita eri palvelutoimintoja ja jokaiselle häätjuhlan osapalvelulle löytyy erilaisia palveluntarjoajia. Häätjuhlien ympärillä on kasvavaa liiketoimintaa ja palveluiden kirjoa. Tarjolla on hääaiheisia televisio-ohjelmia, joissa kuvataan tavallisten ihmisten häätjuhlien valmistelua. Hää-aiheisia lehtiä, www-sivustoja, ja blogeja voi seurata halutessaan. Omasa häätjuhlasta voi tehdä blogi-esityksen, jossa häätjuhlan suunnitteluprosessia muut voivat seurata ja kommentoida. Vuotuisia hää- ja juhlamessuja järjestetään ympäri Suomea. Tämä osoittaa vähintäänkin sen, että aihe koetaan kiinnostavana myös liiketoiminnan näkökulmasta.

Avioliitto oli ennen sukujen välinen sopimus, jossa morsian siirtyi vanhempiensa kotoa sulhasen luo¹². Suosituimmat vihkimisajat ovat vaihdelleet historian kuluessa. Syksyinen, sadonkorjuun jälkeinen vauras aika, oli vielä 1900-luvun alussa suosittu ajankohta järjestää häätjuhlat. Nykyään kesä-, heinä- ja elokuu ovat suosituimpia hääkuukausia¹³. Häitä on edeltänyt vielä 1900-luvun alussa perinne nimeltään morsiuissauna, josta on muokkautunut nykyaikainen polttariperinteemme. Hääaaton saunomiseen liittyi erityisiä tapoja, taikoja ja rituaaleja¹⁴.

12 *Kaivola 1995, 9*

13 *Kaivola 1995, 12*

14 *Kaivola 1995, 19*

Kaason tehtävä oli muun muassa seurata morsianta häiden eri vaiheissa, suojata häntä noituudelta ja neuvoa hänelle avioliittotaikoja¹⁵. Suurissa maalaishäissä tarvittiin pitokokkia, joka saattoi olla kuuluisa usean pitäjän alueella. Miestarjoilijat eli edeskäyvät ja naistarjoilijat eli passarit huolehtivat tarjoilujen esille laitosta.¹⁶ Musiikista vastasivat viulupelimit, klaneetinsoitaja tai jopa torvisoittokunta useimmiten ruokapalkalla¹⁷. Hääkaku, lahjat, koristelut, riisinheittelyä edeltänyt jyvien ja leivänmurusten heittäminen hedelmällisyyden ja vaurauden takaamiseksi, häävalssi ja häämatka ovat edelleenkin toiminnassa olevia häätjuhlan elementtejä, vaikkakin niiden alkuperäinen tarkoitus on usein unohtunut tai muuntunut aikain saatossa. Esimerkiksi häämatka on alun perin tarkoittanut morsiuissaattueen matkaa morsiamen kotoa sulhasen kotiin¹⁸. Vuonna 1944 painettu Morsiamen kirja kertoo, että morsiuspuvussa pitäisi olla jotakin uutta sekä vanhaa, jotakin sinistä ja lainattua¹⁹. Jo 1300-luvulta löytyvät Brittein saarilta ensimmäiset maininnat morsiamen sinisistä varusteista. Suomalaiset häätjuhlat ovat aikain saatossa saaneet runsaasti vaikutteita Pohjois-Amerikasta ja Englannista nykypäivään siirryttäessä.

15 *Kaivola 1995, 24*

16 *Kaivola 1995, 25*

17 *Kaivola 1995, 26*

18 *Kaivola 1995, 57*

19 *Kaivola 1995, 48*



Niinkin vaikeasti tutkittavissa oleva ilmiö kuin rakkaus nimetään useimmiten avioliiton tärkeimmäksi syyksi. Asiaa tarkasteltiin suuressa häätutkimuksessa heinä-syyskuun aikana 2010. Tutkimuksen toteutuksesta vastasi häät.fi-sivusto yhteistyössä Suomen Messujen kanssa. Kyselyyn vastaajia oli yhteensä 1057, joista 34 % oli alle 25-vuotiaita, 51 % oli iältään 25–35-vuotiaita ja 15 % vastaajista oli yli 35-vuotiaita. 96 % nuorista vastaajista piti rakkautta tärkeimpänä avioliiton synnä. Varttuneemmista vastaajista 25 % nosti suureksi syyksi taloudellisen turvallisuuden ja lapset avioliittoon menemiselle. Pääpiirteissään nuoret avioparit arvostivat enemmän perinteisiä elementtejä ja häätjuhlan neitseellistä luonnetta. Varttuneemmilla hääpareilla ilmeni suuntausta, jossa perinteistä joustetaan. Kaikkein suosituimmaksi yksittäiseksi hääperinteeksi nousi kyselyssä hääkakku.²⁰ Häätjuhliin liittyvä palveluiden kirjo viestii siitä, että tämän tyyppiselle juhlasuunnittelulle on kysyntää.

Häätjuhla ymmärretään tässä yhteydessä siten, että varsinaista häätjuhlaa edeltää pariskunnan vihkiminen, joka voi olla kirkollinen vihkiminen, siviilivihkiminen tai parisuhteen rekisteröiminen. Juhla voi olla myös häätalan uudistusjuhla, jossa halutaan virkistää liitto ja viettää juhlaa vieraiden kanssa. Tämän opinnäytetyön fokuksessa on ajankohta, joka alkaa siitä kun ensimmäiset vieraat saapuvat juhlapaikalle ja päättyy siihen kun juhlat ovat ohi. Suunnittelu ja toteutus kohtaavat tässä ajankohdassa. Suomalainen häätasuunnittelu ammentaa osaamisensa useista lähteistä monia osaamisalueita soveltaen. Häätasuunnittelun palveluissa usein vilahtelevia käsitteitä ja nimikkeitä ovat esimerkiksi juhlapalvelu, catering, tilausravintola, stylisti, floristi, kampaaja, kosmetologi, muotoilija, artesaani, vaatesuunnittelija. Ja tietenkin alalla toimii laaja itseoppineiden joukko.

Tämä opinnäytetyö liittyy perinteeseen, jossa muotoilu ymmärretään yhä laajempaan kokonaisuutena. Palveluja voidaan muotoilla yhä toimivammiksi ja paremmiksi, niin asiakkaan kuin palvelun tarjoajankin näkökulmasta. Palveluntarjoajan näkökulmasta erikoistumisella ja erottuvuudella haetaan markkina-asemaa ja pyritään tarjoamaan lisäarvoa ydinpalvelun ohien.

Tässä opinnäytetyössä kehitellen teoriaa tapahtumamuotoilun prosessista suhteessa palvelumuotoiluun häätasuunnittelun toimiessa pelikenttänä. Teoreettisen ajatusrakennelman esimerkit ja sovellukset pyrin hakemaan häätasuunnittelutilanteista. Kysymyksenasettelun juuret löytyvät palvelumuotoilun perinteestä, mutta tässä tapauksessa tapahtumamuotoilu hakee myös linjaansa omana muotoilun osa-alueena. Tavoitteena on rakentaa tapahtumamuotoilun osatekijöistä havainnollinen esitys, jota voidaan soveltaa tapahtumasuunnittelussa koko suunnitteluprosessin aikana. Tämän tutkimustyön saldona tapahtumamuotoilijalle luodaan työväline. Instrumentin avulla tapahtumamuotoilua voidaan toteuttaa mahdollisimman asiakaslähtöisesti ja laaja-alaisesti, koska asiakas osallistuu itsekin tapahtuman muotoiluprosessiin. Asiakkaan näkökulmasta myös palvelupolku-ajattelu tulee tietoiseksi ja työn alla oleva tapahtumakokonaisuus on hahmotettavissa mahdollisimman selkeästi.

Tapahtumassa on kysymys ilmiöstä, jossa koetaan yhdessä jotain. Tapahtuma voi olla mikä hyvänsä tietyssä paikassa tietynä hetkenä esiintyvä ilmiö. Tapahtuma voi olla ainutkertainen tai se voi olla toistuva.



Tässä yhteydessä tapahtumalla tarkoitetaan yleisötilaisuuksia ja niiden sisällä yksityisiä, suljettuja tilaisuuksia. Yleisötilaisuudet voivat olla esimerkiksi juhlia, esityksiä, konsertteja markkinoita, seremonioita, kilpailuja tai muita tilaisuuksia, jotka kokoavat ihmisiä yhteen. Tapahtumalla on yleensä järjestäjä, joka voi olla yksityishenkilö tai jokin yhteisö. Lisäksi tapahtumalla on jokin merkitys tai tarkoitus, joka toimii yhteen kokoavana motiivina. Tapahtumat voivat olla yleisiä tilaisuuksia tai yksityistilaisuuksia ja niihin on joko vapaa pääsy tai vain kutsutut osallistuvat niihin, maksua vastaan tai ilman.

Suomessa yleisötilaisuuksia koskee nykyisin vuonna 1999 annettu kokoontumislaki. Se koskee toisaalta mielenosoituksia ja muita niihin verrattavia yleisiä kokouksia, toisaalta erilaisia yleisötilaisuuksia kuten erilaisia julkisia huvitilaisuuksia, näyttelyjä ja kilpailuja. Laki ei koske julkisyhteisöjen järjestämiä virallisia tilaisuuksia eikä uskonnollisia tilaisuuksia kuten jumalanpalveluksia. Yleisötilaisuuden järjestämisestä on eräin poikkeuksin ilmoitettava poliisille viimeistään viisi vuorokautta etukäteen. Tilaisuuden järjestäjä voi asettaa järjestystä ylläpitämään järjestyksenvalvoja.²¹

Tapahtumalla on aina jokin muoto. Muotoilu on kokonaisvaltaista toimintaa, joka seuraa erityistä metodologiaa ja käy läpi useita vaiheita kuten tutkimuksen, suunnittelun, mallintamisen, testauksen ja mahdollisen uudelleenmuotoilun. Muotoilua käytetään tuotteissa, palveluissa, järjestelmissä ja ympäristöissä. Muotoilun määritelmä on muuttumassa laajalaisemmaksi ja se korostaa muotoilun potentiaalia erilaisten näkökantojen yhdistämisessä. Muotoiluun suhtaudutaan myös entistä kokonaisvaltaisemmin ja sen käyttökohteet ovat moninaisia.

21 *Kokoontumislaki, finlex.fi - verkkosivusto*

Muotoilu tarjoaa monitieteisen näkemyksen, jonka avulla useita erilaisia lähestymistapoja voidaan ottaa huomioon samanaikaisesti. Toimivuus, ergonomia, ulkonäkö, käytettävyys, tuoteturvallisuus, ympäristönäkökohdat, kustannustehokkuus tai aineettomat arvot kuten tuotteen tai palvelun brändi ovat näitä osa-alueita. Voidaan sanoa, että tuotekehityksessä muotoilijoiden ja muiden kehittäjien väliset ammatilliset raja-aidat puretaan.²²

Tähän mennessä palvelumuotoilu on vakiinnuttanut asemaansa osana muotoilun kokonaisuutta. Palveluiden elämykselliseen aspektiin keskittyvä elämysteollisuus ja esimerkiksi matkailupalveluiden tuotteistaminen ovat tapahtumamuotoilua sivuavia muotoiluilmioita. Esimerkiksi elämyskolmio-näkemyksestä on sovellettu matkailun tuotteistamisessa.²³

Laaja-alainen muotoilukäsitys helpottaa tapahtumamuotoilun prosessia. Tiedon jäsentämisen tarve nousee tapahtumien järjestämisen käytännöstä, jossa erilaisten asiakkaiden kanssa yhdessä suunniteltaessa on kaikkia osapuolia helpottavaa löytää ratkaisumalleja valintatilanteisiin, kun nähtävillä on selkeä esitys tapahtuman osa-alueista. Hääjuhlaan liittyy monta osa-aluetta ja paljon henkilökohtaisia elementtejä, joten kokonaisuutta tulee tarkastella monelta kannalta. Miten jokin tapahtuman osanen kannattaisi järjestää, jos se on kokonaisuuden onnistumisen kannalta oleellinen? Asiakkailta on myös yleensä tarve tietää, ovatko he huomioineet kaiken oleellisen tapahtumassaan, varsinkin kun kyseessä on hääjuhlan suunnittelu. Simuloitu esitys tapahtuman kulusta auttaa hahmottamaan tapahtuman kokonaisuuden. Pelkkä verbaalinen esitys ja lista kysymyksistä ja vastauksista jää usein kokonaisuuden kannalta irralliseksi.

22 *Työ- ja elinkeinoministeriö – Muotoilu 2011 -verkkosivusto*

23 *LEO – Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus -verkkosivusto*



1.3 Tutkimuksen tavoite

Palvelupolkuajattelu havainnollistaa asiakkaalle, mitä missäkin tilanteessa tapahtuu, miten tilanteiden jatkumo kannattaa organisoida mahdollisimman yhtenäisen kokonaisuuden saavuttamiseksi. Muotoilija saattaa näissä tilanteissa esitellä vaihtoehtoisia ratkaisumalleja ja perustella erilaisia näkemyksiä ammattitaitoonsa nojaten.

Muotoilijan rooli on muuttunut ajansaotossa kolmessa vaiheessa. Aikoinaan muotoilija teki itsenäistä suunnittelutyötä yksin, sittemmin muotoilijat tiimiytyivät ryhmiksi ja kolmannessa vaiheessa muotoilija on mukana ryhmässä, joka koostuu monen alan ammattilaisista. Työryhmässä ei ole pelkästään muotoilijoita, vaan siinä on ammattilaisia eri elämän osa-alueilta tuomassa oman näkemyksensä kokonaisuuteen.²⁴

Tämän tutkimuksen tavoite on kehittää teoreettista perustaa, jolla hääjuhlaa voidaan jalostaa ja tarkastella muotoilun keinoin. Palvelumuotoilun tutkimuskenttä kehittyi ja laajenee koko ajan. Palvelumuotoilun²⁵ juuret 1990-luvulta saavat jatkumoa tässä opinnäytetyössä, jossa palveluita tarkastellaan asiakkaan näkökulmasta tarkoituksenmukaisuuden kannalta. Toivon, että tämä opinnäytetyö auttaa avaamaan näkymiä toimivien ja elämyksellisten hääjuhlien suunnitteluun. Soveltamalla tämän opinnäytetyön tapahtumamuotoiluteoriaa on mahdollista luoda puitteita onnistuneelle hääjuhla.



1.4 Tutkimuksen tieteellinen metodologia ja tutkimusmenetelmät

Kuinka asiakkaan kokemusmaailmasta voidaan johtaa toimivia palvelutuotteita? Mitä asioita on otettava huomioon, jotta häätjuhla olisi mahdollisimman onnistunut? Liikutaan siis kokemusmaailman hienovaraisessa tuotteistamisessa.

Fenomenologisen tieteenfilosofian mukaan ihmisen suhde maailmaan on intentionaalinen. Intentionaalisisissa aktissa maailmaan luodaan merkityksellinen suhde, kaikella on jokin merkitys meille. Todellisuus näyttäytyy jokaisessa havainnossa havaitsijan pyrkimysten, kiinnostusten ja uskomusten valossa²⁶. Hääparilla on mielessään runsaasti käsityksiä siitä, millainen on heille sopiva häätjuhla. Tunnevaltaiset käsitykset, odotukset ja uskomukset tulee saattaa tiedostetuiksi ja tunnistetuiksi suunnitteluprosessissa. Esimerkiksi morsiamen toive täydellisestä päivästä pyritään näkemään toteutettavina toimintoina ja elementteinä. Asiakkaan ajatusmaailman tunteminen helpottaa kokonaisuuden suunnittelua.

Kuinka voidaan saada tietoa häätjuhlaan liittyvistä tapahtumista ja toiminnoista? Osallistuminen ja työskentely 4,5 vuoden ajan häätjuhlissa on antanut tähän opinnäytetyöhön etnografisen vivahteen. Osaltaan tässä toteutuu oman työskentelyn reflektointi ja teoretisointi. Muotoilu- etnografialla tarkoitetaan antropologiassa kehitettyä tiedonhankintamenetelmää, jolla tavoitellaan käyttäjätietoa muotoilu- prosessin alkuvaiheessa. Muotoilija ottaa loppukäyttäjän roolin hankkiakseen käyttäjätietoa palvelusta. Muotoilu- etnografinen prosessi laajentaa niitä käsityksiä, miksi käyttäjät tekevät tai toimivat tietyllä tavalla ja mikä on tämän merkitys palvelun kokemisessa²⁷.

26 Laine 2010, 29

27 Hämäläinen, Vilkka, Miettinen 2011, 71

Havaintoja on kerätty autenttisisista tilanteista seuraten häätjuhlan prosessia suunnitteluvaiheesta toteutukseen ja palautteen läpikäyntiin asti. Muotoilu- etnografia on luonteeltaan ratkaisuhakuista ja siten luontevaa muotoilijalle: muotoilu- ongelmia voidaan ratkaista autenttisisilla uusilla ideoilla jo siinä tilanteessa, kun niitä havaitaan²⁸. Muotoilu- etnografinen prosessi ei ole vain aineiston keräämistä, vaan se on monivaiheinen kumuloituva prosessi, jossa muotoilija kerää käyttäjätietoa yhdessä käyttäjien kanssa tai itse kokemalla oppien. Koettu tieto tulkitaan suunnittelutiimin kanssa ja kehitettävälle palvelulle luodaan merkityksiä käyttäjän näkökulmasta.²⁹

Häätjuhlan suunnittelu tapahtuu yhteissuunnittelun periaatteen mukaan. Yhteissuunnittelun termillä on useita määritelmiä, ja häätjuhlan suunnittelussa se käsittää tapahtuman yhteissuunnittelua missä tahansa suunnitteluprosessin vaiheessa³⁰. Osallistuvaan suunnitteluun nojaavat määritelmät korostavat käyttäjien osallistumisen tärkeyttä ja käyttäjien luovuutta. Käyttäjän näkökulma huomioidaan suunniteltaessa ratkaisua muotoilu- tilanteeseen. Yhteissuunnittelu palvelun ideoinnin yhteydessä tarkoittaa toimintaa, jossa nykyisten ja tulevien käyttäjien lisäksi eri alojen asiantuntijat ja toimijat ovat mukana suunnitteluprosessin eri vaiheissa³¹.

28 Hämäläinen, Vilkka, Miettinen 2011, 66

29 Hämäläinen, Vilkka, Miettinen 2011, 68

30 Vaajakallio, Mattelmäki 2011, 94

31 Mattelmäki 2007, 231-236



1.4.1 Puolistrukturoitu teemahaastattelu

Teemahaastattelu on puolistrukturoitu haastattelumenetelmä. Haastattelussa käydään läpi etukäteen suunnitellut teemat ja aihepiirit. Haastattelun tavoitteena on saada selville tutkittavien henkilöiden subjektiiviset kokemukset. Teemahaastattelulla voidaan tutkia yksilön ajatuksia, tunteita, kokemuksia ja myös sanatonta kokemustietoa, koska haastattelu-tilanne on keskustelunomainen tarkentavine kysymyksineen. Teemahaastattelussa korostetaan haastateltavien omaa elämysmaailmaa ja se tuo tutkittavien oman äänen kuuluviin. Teemahaastattelu voi olla joko kvalitatiivinen tai kvantitatiivinen. Teemahaastattelussa pyritään huomioimaan ihmisten tulkinnat ja heidän merkityksenantonsa.³² Teemahaastattelu sijoittuu formaaliudessaan lomakehaastattelun ja avoimen haastattelun väliin. Haastattelu ei etene tarkkojen, yksityiskohtaisten, valmiiksi muotoiltujen kysymysten kautta vaan väljemmin kohdentuen tiettyihin ennalta suunniteltuihin teemoihin.

Teemahaastattelu on astetta strukturoidumpi kuin avoin haastattelu, sillä siinä aiempien tutkimusten ja aihepiiriin tutustumisen pohjalta valmistellut aihepiirit, teemat, ovat kaikille haastateltaville samoja, vaikka niissä liikutaankin joustavasti ilman tiukkaa etenemisreittiä. Teemahaastattelussa teema-alueet eli aihepiirit, joita haastattelu käsittelee, ovat etukäteen päätetyt. Kysymykset eivät kuitenkaan ole tarkassa muodossa ja järjestyksessä, vaan pääasia on, että kaikki päätetyt teemat käydään läpi haastateltavan kanssa. Jokainen haastattelu on uniikki tilanne, joten teemojen läpikäynnin laajuus saattaa vaihdella tapauskohtaisesti.³³

Teemojen läpikäymisjärjestys on vapaa, eikä kaikkien haastateltavien kanssa välttämättä puhuta kaikista asioista samassa laajuudessa. Tutkijalla on haastattelussa mukanaan mahdollisimman lyhyet muistiinpanot käsiteltävistä teemoista, jotta hän voisi keskittyä keskusteluun, ei papereiden tavaamiseen. Teemat voi listata esimerkiksi ranskalaisin viivoin ja lisäksi voi laatia joitakin apukysymyksiä tai avainsanoja keskustelun ruokkimista varten. Teemahaastattelun ei siis tulisi olla pikkutarkkojen kysymysten esittämistä tarkassa järjestyksessä paperilta lukien. Teemoista ja niiden alateemoista pyritään keskustelemaan varsin vapaasti. Teemahaastattelu on sopiva haastattelumuoto esimerkiksi silloin, kun halutaan tietoa vähemmän tunnetuista ilmiöistä ja asioista.

Teemahaastattelu edellyttää huolellista aihepiiriin perehtymistä ja haastateltavien tilanteen tuntemista, jotta haastattelu voidaan kohdentaa juuri tiettyihin teemoihin. Sisältö- ja tilanneanalyysi on siis teemahaastattelussa tärkeää. Käsiteltävät teemat valitaan tutkittavaan aiheeseen perehtymisen pohjalta. Tutkimusaihe ja tutkimuskysymykset on muutettava tutkittavaan muotoon. Kysymysten harkitsemisen lisäksi myös haastateltavien valitsemiseen tulee suhtautua harkinnalla. Tutkittaviksi tulee valita sellaisia ihmisiä, joilta arvellaan parhaiten saatavan aineistoa kiinnostuksen kohteena olevista asioista. Tavallaan jokaista hääjuhlaa varten hankittava tieto muistuttaa myös tapaustutkimusta, koska jokaisen tapauksen sisältö on uniikki ja siitä johdetaan toimenpiteet ja sisällöt kulloiseenkin hääjuhlaan.

32 Hirsjärvi, Hurme 2000, 47-48

33 Eskola, Vastamäki 2010, 28



1.4.2 Tiedon hankinta tähän opinnäytetyöhön

Teemahaastattelun suosio perustuu esimerkiksi siihen, että vastaamisen vapaus antaa oikeuden haastateltavien puheelle. Lisäksi teemoihin kohdistunutta haastattelua on suhteellisen helppoa ryhtyä analysoimaan teemoittain. On kuitenkin hyvä pitää mielessä, että tutkijan ennakkoon asettamat teemat eivät välttämättä ole samat kuin teemat, jotka aineistoa analysoimalla osoittautuvat olennaisesti aineiston sisältöä ja tutkimusaihetta jäsentäviksi. Aineiston teemoittelusta voi edetä tyypittelyyn. Teemahaastatteluaineistoa voidaan analysoida myös vaikkapa kokonaan kvantitatiivisesti tai kvantitatiivisuutta ja kvalitatiivisuutta yhdistellen. Myös kielelliset tarkastelutavat ovat tutkimusongelmasta riippuen mahdollisia. Teemahaastattelua ei siis tarvitse analysoida juuri tietyllä tavalla, vaikka teemoittelu ja tyypittely onkin tavallista ja looginen jatkumo kyseiselle haastattelutyypille.

Tätä opinnäytetyötä voi luonnehtia oman työn tutkimiseksi ja teoretisoinniksi. Tutkimuksen aineisto on koottu toukokuun 2007 ja lokakuun 2011 välisenä aikana toimiessani hääsuunnittelijana Huvijahti Oy:n Huvitupa-juhlatilassa Vantaalla. Tiedonhankinta on tässä tapauksessa ollut prosessinomaista. Hääjuhlia toteutettiin yhteensä 88 kappaletta. Jokaisen hääjuhlan hääpalaveria tuotti spesifiä tietoa tapahtuman muotoilua varten. Hääpalaverissa kerätty tieto jalostui matkan varrella teemalliseksi keskustelupohjaksi, joka myöhemmin saattoi käyttää seuraavan palaverin pohjana. Käytännössä hankittu tieto strukturoitui teemahaastattelun pohjaksi. Teemahaastattelun runko toimi siten konkreettisenä työvälineenä suunnittelutilanteissa vuosien saatossa.

Jokainen hääpalaveri oli yhteissuunnittelutilaisuus, joka eteni asiakkaan tarpeiden mukaisesti. Tapahtumamuotoilun kannalta oleelliset asiakokonaisuudet oli listattuna keskustelun johdattajana. Noin kuukausi ennen hääjuhlaa toteutettu keskustelutilaisuus kokosi sekä asiakasta askarruttavat kysymykset että juhlan järjestäjän tarjoamat puitteet suunnittelualustaksi, jonka mukaan kokonaisuus rakennettiin. Yleensä morsiamella on kirjattuna joukko organisointiin liittyviä kysymyksiä. Kysymykset liittyvät kaikkiin mahdollisiin detalleihin juhlapaikalla. Teemahaastattelun runko toimi keskustelun jäsentäjänä ja ohjaajana. Tapahtumamuotoilun kannalta tämä asiakokonaisuuksien teemoihin jaottelu myös auttoi asiakasta kiinnittämään huomionsa oleellisiin elementteihin toimivan juhlakokonaisuuden aikaansaamiseksi.



Hääjuhlaan liittyvät henkilökohtaiset odotukset ja toiveet ovat näiden kysymysten taustalla. Haastattelutilanteessa kyselemisen on oltava hienotunteista ja eläytyvää. Jokainen asiakkaan esittämä kysymys käsitellään. Kysymykset ovat usein pitkänä listana, ryhmittelemättömänä. Tyypillisesti kyselyrupeama asiakkaan puolelta päättyy seuraavasti: ”Olenkohan nyt kysynyt kaiken, mitä piti?” Asiakkaan on tärkeää saada vastaus häntä askarruttaviin kysymyksiin ja myös vakuuttuneisuus siitä, että hän on kysynyt kaiken oleellisen. Viimeisimmässä palaverin vaiheessa sekä asiakkaan esittämiin kysymyksiin on vastattu ja kaikki haastattelun teemat on käyty läpi. Hääpalaverin sisällöstä lähetettiin asiakkaalle kirjallinen muistio, josta saattoi tarkistaa kaikki palaverissa sovitut yksityiskohdat, aikataulut ja erityistoiveet.

Seuraavassa esiteltävä asiakkaiden luoma muistilista on koottu hääpalavereista ja se pitää sisällään elementtejä, joiden kanssa hääpari tekee ratkaisuja. Osa elementeistä liittyy itse hääjuhlaan ja osa liittyy välillisesti häiden järjestämiseen. Näiden elementtien koordinoimista syntyy hääsuunnittelun luomus: onnistunut hääjuhla.

Vieraslistan laatiminen
Hääbudjetin päättäminen
Vihkipaikan varaus
Hääjuhlapaikan ja catering-palveluiden varaaminen
Valokuvaajan varaaminen
Hääorkesterin tai DJ:n varaaminen
Kaason ja bestmanin valitseminen
Häämatkan varaaminen
Kuljetusten ja majoituspalveluiden varaaminen
Hääpukujen hankinta
Kaasojen, bestmanien ja morsiusneitojen asusteet
Hääjuhlan teema ja värimaailma
Hääohjelman suunnittelu yhdessä kaasojen ja bestmanien kanssa
Lahjalistojen laatiminen
Kutsukorttien suunnittelu ja valmistus / tilaaminen
Tanssibarjoitukset tarvittaessa
Sormusten hankinta
Koristeiden suunnittelu kirkkoon ja juhlapaikalle
Hääkarkkien suunnittelu / hankinta
Kutsujen läbättäminen
Paikkakorttien, menukorttien ja opasteiden valmistus/tilaus
Hääohjelman laatiminen ja painatus
Häämusiikin suunnittelu kirkkoon ja keskustelu siitä kanttorin kanssa
Hääkakun tilaaminen



Kukkakaupan tilaus (kukka-asetelmat, pöytäkoristeet, morsiuskimppu, heittokimppu ja vieheet)

Vihkiarjoitukset

Istumajärjestyksen ja pöytäkarttojen tekeminen

Käynti juhlapaikalla ja keskustelu tarjoiluista vastaavan henkilön kanssa

Eriyisruokavalioista huolehtiminen

Juomatarjoilun hoitaminen

Aikataulusta sopiminen juhlapaikan ja pitopalvelun kanssa yhdessä

Juhlapaikan koristelusta sopiminen

Lopullisen vierasmäärän ilmoittaminen pitopalveluun

Valokuvaajan ohjeistaminen kuvauksen toiveista

Orkesterin ohjeistaminen häävalsin ja muun musiikin osalta

Huomenlahjat

Kukkien nouto juhlapaikalle

Hääpaikan tarkistaminen koristuksen ja tarjoiluiden osalta

Hääkuvaus

Juhlapaikalla takahuone hääparin käytössä tarvittaessa

Tässä opinnäytetyössä päähuomio on häijuhlassa, jolla on selkeä alku- ja päätepiste. Tapahtumamuotoilullinen tilanne kattaa siten kaiken sen, mitä tapahtuu juhlapaikalla siitä hetkestä alkaen, kun juhlijat saapuvat aina siihen hetkeen, kun viimeinen vieras poistuu juhlapaikalta. Seuraavassa prototyypin esitys häijuhlan kulusta, jota varioiden suurin osa häijuhlista toteutuu. toiminnot on lueteltu tapahtumajärjestyksessä.

Tervetuliaismalja ja tervetuliaispuhe

Ruokailu: alkupalat ja pääruoka

Morsiamen isän ja sulhasen äidin puhe

Hääleikki / musiikkiesitys

Kahvit ja häikakun leikkuu

Bestmanin ja kaason puhe

Häävalssi / häätanssi

Tanssia ja seurustelua

Morsiamen ryöstö

Morsiuskimppun ja sukkanauhan heitto

Iltapala (tanssit jatkuvat iltapalan ohella)

Jatkot esimerkiksi läheisessä yökerhossa



Hääjuhlan suunnittelussa hääparin haastattelemisen tapahtuu sille varattuna ajankohtana. Yleisin palaveriaika ajoittuu noin kuukauden päähän ennen häätilaisuutta. Hääpalaverit toteutettiin juhlapaikalla. Siinä vaiheessa hääpari on ehtinyt jo hahmotella omalta osaltaan juhliensa suuntaviivoja ja toiveet saattavat olla jo hyvinkin konkreettisella tasolla. Myös kaasot ja bestmanit, jos sellaiset on valittu, ovat siinä vaiheessa mukana suunnitteluprosessissa.

Jokaisen hääjuhlan suunnitteluvaiheesta on palaverissa kirjoitettu muistiinpanot, joissa hääjuhlan osiot on purettu ja pilkottu alkutekijöihinsä. Näihin todellisessa tilanteessa kerättyihin muistiinpanoihin perustuu tapahtumamuotoilun teorian alkuasetelma. Voidaanko hääsuunnittelua tarkastella teoreettisesti tapahtumamuotoilun näkökulmasta? Millainen on hääsuunnittelun teoria?

Hääpalaverissa haastattelun aihepiirit eli teemahaastattelun teemat hioutuivat reilussa neljässä vuodessa sellaiseen muotoon, että juhlan toimivuuden kannalta uusia haastatteluteemoja ei enää ilmennyt. Puolistrukturoidun haastattelun runko syntyi todellisessa tilanteessa hioutuen. Jokaisesta palaverista tein kirjalliset muistiinpanot, jotka lähetin asiakkaalle vielä ennen tilaisuutta tarkistettavaksi, että jokainen yksityiskohta on kirjattu suunnitelmaan sellaisessa muodossa kuin se halutaan. Hääpalaverissa asiakkaan kanssa täytimme yhdessä muistion. Muistiossa on kaikki hääjuhlan yksittäiset tapahtumat ja toiminnot koottuna yhdelle paperille.

Tapahtumamuotoilun teorian syntyyn on vaikuttanut prosessi, jossa ovat toteutuneet yhteissuunnittelu ja iteraatio. Iteraatio ja yhteissuunnittelu ovat palvelumuotoilulle ominaisia prosesseja³⁴. Iteraatio on toistuvaa suunnittelua ja se perustuu suunnitteluratkaisujen kehittämiseen, kokeilemiseen ja tulosten arvioinnin toistuvaan prosessiin. Yhteissuunnittelu toteutuu luonnollisesti hääjuhlasuunnittelussa hääparin kanssa, koska hääparin toiveet ovat oleellinen osa juhlan kokonaisuutta. Yhteissuunnittelu muovautui 88 tapauksessa sellaiseksi, että hääjuhlan peruselementit ovat pitkälti samantyyppisiä toimintoja, vaikka juhlat poikkeaisivatkin toisistaan. Siinä mielessä teemahaastattelun runko vakiintui toiston kautta melko nopeasti vakiintuneeseen sisältöönsä ja muotoonsa. Voidaan todeta, että kun tiettyihin asioihin suunniteltiin yhdessä toimintatavat, sisällöt ja materiaalit, niin juhlien läpivienti oli mahdollista.



COAT

MODERN PAINTING HERBERT READ

US FRANK WHITFORD

GUIDE & ARKKITEHTUURI
ANDALUSIA

ANNA-KAISA HUUSKO
JUHO HUTTUNEN

RETROAARTEET

Sisusta rennosti



2 PALVELUMUOTOILUSTA TAPAHTUMAMUOTOILUUN

Hääjuhlan rakentaminen on pitkälti erilaisten palveluiden kokoamista toimivaksi kokonaisuudeksi. On miltei mahdotonta kuvitella tilannetta, jossa hääpari järjestäisi juhlakokonaisuuden täysin omavaraisesti ilman mitään hankittuja palveluita. Moritzin mukaan palveluiden räjähdysmäinen kasvu on seurausta neljästä seikasta, jotka ovat palvelutalouden korkeasuhdanne, tuotemarkkinoiden yltäkylläisyys, teknologiset innovaatiot, jotka mahdollistavat palveluiden olemassaolon sekä ihmisten individualistiset tarpeet. Palvelut ympäröivät meitä kaikkialla. Teollinen vallankumous on jo koettu ja nyt elämme palveluvallankumouksen aikaa.³⁵

Tapahtumamuotoilulla ja palvelumuotoilulla on samankaltaisia piirteitä, joten tapahtumamuotoilun teoriaa hahmoteltaessa on syytä luoda katsaus palvelumuotoilun ja tapahtumamuotoilun väliseen suhteeseen. Tapahtumamuotoilu on palvelumuotoilun tavoin monitieteinen lähestymistapa, jolla pyritään optimaalisiin ratkaisuihin muotoiltaessa ratkaisuja asiakkaille. Moritzin mukaan palvelumuotoilu yhdistää johtamisen, markkinoinnin, tutkimuksen ja designin omaksi kokonaisuudeksi³⁶. Tapahtumamuotoilu voidaan nähdä palvelumuotoilun yhtenä alalajina ja sovelluksena.

³⁵ Moritz 2005, 23, 25-27

³⁶ Moritz 2005, 167

Hääjuhlaan liittyy tapahtumana elementtejä, joita ei voida mitata konkreettisesti. Juhlassa on paljon tunneperäisiä, toiminnallisia ja elämyksellisiä elementtejä, joita kuitenkin suunnitellaan ja rakennetaan etukäteen. Moritz on havainnollistanut tuotteen ja palvelun välisiä eroavuuksia niiden olemuksen perusteella³⁷. Ajatuksen tasolla voidaan leikitellä korvaamalla alla olevassa teesikokoelmassa sana palvelu esimerkiksi hääjuhlatunnelmalla.

1. *Palvelut eivät ole konkreettisia.*
2. *Palvelu ei ole eriytetty käyttötilanteesta, vaan käyttötilanne usein liittyy palveluprosessiin.*
3. *Palveluita ei voi varastoida.*
4. *Palveluita ei voi omistaa, vaan niitä käytetään.*
5. *Palvelut ovat monimuotoisia kokemuksia.*
6. *Palvelun laatua on vaikea mitata eksaktisti.*

Sinänsä tuotteen ja palvelun välinen raja on häilyvä, koska voidaan ajatella niinkin, että asiakas ei koskaan osta tavaraa sinänsä, vaan hän ostaa tavarahan mukanaan tarjoaman asian: esimerkiksi hääkakku on enemmän kuin tuote, jossa on taikinaa, täytettä ja kerma-vaahtoa. Hääkakuun liittyy rituaalinomaisia toimintoja. Kakun päällä on yleensä hääparin toimittama oma koriste, jossa kuvastuu hääpari henkilöityneenä. Hääkakan leikkaamista kokoonnutaan seuraamaan ja tilannetta valokuvataan. Hääkakan leikkauksen yhteydessä polkaistaan kilpaa lattiaan merkiksi siitä, kumpi tekee päätökset tulevassa perheessä: kuka määrää kaapin paikan.

³⁷ Moritz 2005, 29-31



Onko häätjuhla sitten palvelu, konsepti, tapahtuma vai näiden yhdistelmä? Joka tapauksessa häätjuhla halutaan toisaalta ainutkertaisuutta ja toisaalta varmaotteista toimivuutta. Tässä mielessä palvelun konseptoinnin termi auttaa hahmottamaan häätjuhlan yleistä luonnetta. Palvelukonseptin avulla kuvataan palvelutuokio, palvelupolku ja palvelun tuottamiseen liittyviä rakenteita. Näitä kuvaamalla palvelun tuotantotapa, rakenne ja päävaiheet konkretisoituvat asiakkaalle.³⁸ Konsepti on oleelliseen keskittyvä, perusteltu kuvaus tuotteesta. Konseptit ovat kuvauksia mahdollisista ratkaisuista, jotka liittyvät palveluun. Skenaariot ja visualisoinnit havainnollistavat näitä ratkaisumalleja. Konseptointia voidaan hyödyntää esimerkiksi uusien ratkaisujen tavoittelussa ja vaihtoehtojen konkretisoinnissa.³⁹ Tarkasteltaessa häätjuhlaa konseptin kannalta huomataan esimerkiksi, että palvelupolku voidaan rakentaa hyvinkin erinäköiseksi sen mukaan, minkälaiset toiveet häätjuhla on juhlan kulusta. Eri vaihtoehdot häätjuhlan kokonaisuudesta voidaan havainnollistaa konseptoinnilla.

Kuinka lähteä rakentamaan prototyyppiä eli koemallia, ei pelkästään häätjuhlasta, vaan häätjuhlan suunnittelusta? Kaikenkattava prototyyppi on täysin toimiva kuvaus itse tuotteesta ja siinä on jo lähes kaikki lopullisen tuotteen ominaisuudet. Keskittynyt prototyyppi puolestaan kuvaa jotakin yhtä tai muutamaa palvelun ominaisuutta.⁴⁰ Vaahtojärven mukaan ei ole olemassa yhtä ja oikeaa menetelmää prototypoida⁴¹. Pikemminkin tulee luottaa keskusteluun asiakkaan kanssa ja intuitiiviseen otteeseen.

38 Miettinen, Kalliomäki, Ruuska 2011, 107

39 Miettinen, Kalliomäki, Ruuska 2011, 119

40 Vaahtojärvi 2011, 147

41 Vaahtojärvi 2011, 139

Sidosryhmät tekevät ideoista lopulta toteutettavia. Sidosryhmät voivat olla asiakkaita, palvelun loppukäyttäjiä, työntekijöitä tai muita asiantuntijoita. Ideat kannattaa havainnollistaa ja prototypoida heti alkumetreiltä. Prototypointia ei pitäisi ajatella liian viimeisteltynä esityksenä, vaan nopeana ja helppona keinona saada kommentteja ja vahvistuksia ideoille. Näin saadaan tietoa varhaisessa vaiheessa siitä onko konseptista ainesta pilotointiin.⁴² Prototypoinnin ei pitäisi päättyä palvelun lanseeraukseen, vaan palvelua tulisi kehittää jatkuvasti käyttäen esimerkiksi prototypointia. Häätjuhlasta voidaan luoda useita erityyppisiä luonnoksia heti alkuvaiheessa.

Häätjuhla muodostuu tilanteista, jotka seuraavat polkumaisesti toisiaan. Palvelumuotoilussa palvelupolku muodostuu kontaktipisteistä. Palvelupolku on esitys asiakkaan kohtaamista palvelutilanteista, jotka ovat palvelun kontaktipisteitä. Schafferin mukaan nämä kontaktipisteet voidaan jakaa tiloihin, esineisiin, prosesseihin ja ihmisiin⁴³. Palvelun näyttämö on aika ja paikka, jossa asiakkaat käyttävät palvelua⁴⁴. Palvelun näyttämö voi olla esimerkiksi ravintolan asiakaspalvelija tai web-sivusto.

Häätjuhlaa tarkasteltaessa asiakkaalle näyttävät tilat pitävät sisällään juhlatilan lisäksi esimerkiksi paikoitusalueen, aulat, vaatesäilytyksen, ravintola-alueen, anniskelualueen, ohjelma-alueen, saniteettitilat, tupakointiin soveltuvat tilat, valmistautumishuoneen / takahuoneen.

42 Vaahtojärvi 2011, 141

43 Saffer 2007, 177-180

44 Morelli 2002, 3-17



Hääjuhlan toiminnallisuuden kannalta on olemassa asiakkaalle näkymättömiä tiloja kuten esimerkiksi henkilökunnan tilat, ravintolan keittiö sekä toimisto- ja varastotilat. Tilat voivat olla myös kanavia, jotka ovat ympäristöjä ja paikkoja, joissa palvelun tuotanto näyttyytyy asiakkaalle. Kanavat voivat olla fyysisiä, digitaalisia tai aineettomia⁴⁵.

Esineet edustavat kontaktipisteinä kaikkea sitä, mihin asiakas saa aistikontaktin tapahtuman aikana. Huomionarvoinen periaate tässä on se, että kontaktipisteen esineitä voidaan kontrolloida ja yhdenmukaistaa halutun linjan mukaiseksi varsin helposti. Jos ajatellaan listana kaikki esineet, jotka asiakas havaitsee palvelun aikana, on varsin mielekästä tarkastella jokaisen objektin kohdalla, miten johdonmukaisesti se sopii kokonaisuuteen ja esimerkiksi valittuun teemaan olemuksensa, toimivuutensa ja ulkonäkönsä puolesta. Hääjuhlaan liittyvät kontaktipisteen esineet voidaan integroida valittuun teemaan, värimaailmaan ja ajallisesti illan hetkeen sopivaksi. Kontaktipisteen esineet ovat tavaroita tai laitteita, joita asiakas itse käyttää, tarvitsee tai saa omakseen palvelua kuluttaessaan. Esineet voivat olla myös palvelun tuotantoon tarvittavia esineitä, joita henkilökunta käyttää, mutta jotka ovat asiakkaalle näkyviä ja siten vaikuttavat palvelukokemukseen.⁴⁶

Kontaktipisteet voidaan ajatella laajempinakin elementteinä kuin vain konkreettisina esineinä. Esineet voidaan ajatella aistimuksia ja merkityksiä luovina ja tuottavina komponentteina. Ajatellaanpa moniaistisuuden kannalta äänentoistolaitteiston tuottamaa musiikkia, rakennettua äänimaailmaa, tai esimerkiksi tarjoiltavaa ateriaa, kosketusetäisyydellä olevia kattausmateriaaleja juhlapöydässä, tai ruoan aromeja ja kukkakoristeiden tuoksuja.

45 Koivisto 2011, 51

46 Koivisto 2011, 52

Nämä kaikki edellä mainitut konkreettiset elementit synnyttävät aistimuksen kautta kokemuksia palvelusta ja tapahtumasta. Aistimuksien kautta syntyvää käsitystä voi purkaa osiksi ajatusleikin avulla: millainen kokemus rakentuu, jos esimerkiksi juhlaan osallistuisi silmät sidottuna tai jokin muu aisti vaimennettuna?

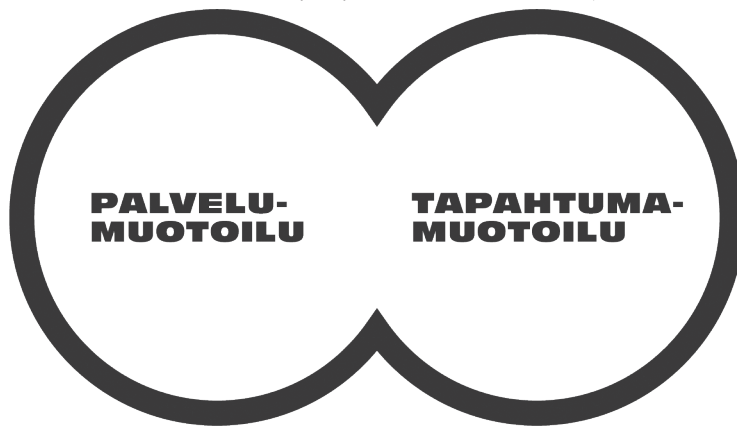
Prosesseja voidaan kutsua myös toimintamalleiksi. Esimerkiksi hääjuhlassa kontaktipisteen toimintamallina voi olla tietty määritelty tapa, jolla juhlapaikan henkilökunta toivottaa vieraat tervetulleiksi nauttimaan illallisesta. Hääjuhlan palvelupolussa olevien kontaktipisteen prosessit voidaan ajatella myös tapahtumaketjuina, jotka toteutuvat hääjuhlan aikana. Näitä ovat juhlapaikalle ohjaaminen ja saapuminen, paikoille asettautuminen, onnittelukierrokset, puheet, ruokailu, hääkakan leikkaaminen, kahvitilaisuus, ohjelmanumerot, musiikkiesitykset, tanssiminen, iltapala, perinneleikit ja yllätysohjelmat. Kuinka nämä toiminnot ohjataan ja miten ne toteutetaan? Keskeistä näissä prosesseissa on kuinka tietoisesti nämä toimintarutiinit on suunniteltu toteutettaviksi. Palveluele on pienimpiä yksityiskohtia, joita palveluissa voidaan määrittää. Hääjuhla sisältää monia sisäänrakennettuja prosesseja, joiden keskinäiseen dynamiikkaan ja varsinkin aikataulutukseen voidaan vaikuttaa huolellisella suunnittelulla. Juhlan kaari ajatellaan partituurimaisesti teoksena, jossa on tapahtumien välissä suvantoja, kiihdytyksiä ja klimakseja. Kontaktipisteen toimintamallit määrittävät palvelun tuotantotavan yksittäisissä palvelutuokioissa⁴⁷.

47 Koivisto 2011, 52



Palvelumuotoilussa ja tapahtumamuotoilussa on keskeistä suunnitella sekä asiakaspalvelijoille että asiakkaille sopivat roolit osaksi palvelun tuotantoa⁴⁸. Kontaktipisteiden ihmiset ovat häätöjuhlassa henkilökunnan edustajia, jotka palvelevat asiakkaita. Myös esiintyvät artistit ovat kontaktipisteitä, joiden kautta välittyy palvelusta mielikuva. Tapahtuman ainutkertaisuuden ansiosta, myös osallistujat eli juhlavieraat ovat kontaktipisteen roolissa: he edustavat valittua ryhmää, jonka keskinäinen vuorovaikutus synnyttää kokemuksen häätöjuhlassa.

TOISTETTAVUUS



**PALVELU-
MUOTOILU**

**TAPAHTUMA-
MUOTOILU**

AINUTKERTAISUUS

Kuvassa 1 olen liittänyt edellä mainittuihin palvelumuotoilun aspekteihin toistettavuuden ja ainutkertaisuuden. Syntyvä kenttä hahmottelee tapahtumamuotoilun ominaislaatua siten, että tapahtumamuotoilusta löytyvät kaikki nuo neljä elementtiä. Oleellinen ero verrattuna palvelumuotoiluun on se, että tapahtumamuotoilun luonne on enemmän ainutkertainen verrattuna palvelumuotoiluun. Toki tapahtumamuotoilussa on toistettavuusaspekti läsnä, mutta varsinkin häätösuunnittelun osalta ainutkertaisuus on asiakkaalla lähtökohta.

Asiakkaan näkökulmasta tapahtuma rakennetaan yhdessä alusta alkaen, ainutkertaisena prosessina. Kysymys on yhdestä päivästä elämässä, jolloin sinetöidään koko loppuelämän linjaus - ainakin toivottavasti. Lisäksi tapahtumamuotoilussa on merkityksellinen sävy, jolla se poikkeaa normaalista tilanteesta. Tapahtuma on jotain enemmän kuin pelkkä toimintojen systeemi. Tapahtuma-sana viittaa jo johonkin erityiseen, joka kohoaa arjen kokemusten yläpuolelle. Tapahtumassa on jotain ainutkertaista ja merkityksellistä. Sen arvo saattaa lähestyä esteettistä elämystä, jossa aistien kautta saadun informaation välityksellä luodaan henkilö-

kohtaisia ja kulttuurillisia kokemusmerkityksiä. Jari Koskinen nosti palvelumuotoiluluennollaan esille ilmiön nimeltään ”customer driven innovations”, jossa asiakkaat ovat mukana suunnittelemassa palvelun sisältöä⁴⁹.

Kuva 1. Antti Sarja. Palvelumuotoilusta tapahtumamuotoiluun.

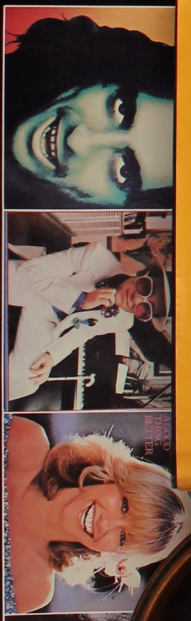


Tätä ajatusta voidaan soveltaa myös tapahtumamuotoilussa, etenkin hääsunnittelussa, jossa hääpari on oleellisesti mukana suunnitteluprosessissa, tapahtuman keskipisteenä toiveineen ja odotuksineen. Asiakkaalla on usein mielikuva optimaalisesta elämyksestä ja tapahtumasta, jonka toteuttamiseen tapahtumamuotoilullisin valinnoin hääsunnittelussa pyritään.

Aivan kuten palvelumuotoilussakin myös tapahtumamuotoilussa kaikkien kontaktipisteiden tulee olla harkittuja palvelun osakokonaisuuksia, ja ne tulee suunnitella niin, että ne muodostavat selkeän, johdonmukaisen ja yhdenmukaisen palvelukokemuksen⁵⁰. Asiakkaiden aistihavainnot ja huomio palveluissa kohdistuvat kontaktipisteisiin, eli kaikkeen siihen, mitä hän voi aistia ja kokea. Palvelukokemuksen suunnittelulla tarkoitetaan sitä, että halutaan luoda oikeanlainen ympäristö ja työkalut tapahtumille ja toiminnoille, jotta kokemusta voidaan ohjata tavoiteltuun suuntaan⁵¹.

50 www.palvelumuotoilu.fi -verkkosivusto

51 www.palvelumuotoilu.fi -verkkosivusto



9 m
6 m
6 m
Juhlasoli
2

Hän
TILAUSAAMINEN

Hä
TILASUNNITTE

Hänitupa
TILAUSKÄSIKIRJA

Yhteystiedot
Nimi:
Osoite:
Puhelin:
E-mail:

Yleistiedot juhlas
Päivämäärä:
Kellonaika:
Osallistujamäärä:
Juhlan luonne / te
Erityistä huomiota
Ruokailu / tarjolla
Menu:
Erityisruokavaliot:
Iltapala:

Pöytien sijoitus
Juomapöytä:
Lahjapöytä:
Pöytäkukat:
Muut kukka-
Servietit:
Tuikit:
Muut koristeet
Musiikki
Sisäntulomus
Ruokailun taito
Iltamusikki:
Orkesteri / di

Aikatauluhahmotelmia (tärkeät pisteet cateringin
Henkilökunta paikalla juhlapäivänä:
Vihkiminen:
Ensimmäiset vierast saapuvat juhlapaikalle:
Alkumalja:
Onnittelekierros:
Ruokailu:
Ohjelmat:
Orkesterin soitto:
Kahvi + hääkakkua:
Iltapala:
Valomerkki:
Tavaroiden kokoaminen:
Muut sovittavat asiat
Alankohta, jolloin lopullinen osallistujamäärä ja viimes

3 TAPAHTUMAMUOTOILUN TEORIA

*"You can't experience the experience until you experience it."
-Bill Moggridge, IDEO-*

Mihin tarvitaan tapahtumamuotoilun teoriaa? Tapahtumajärjestämisen tavoitteena on toteuttaa tapahtuma, joka on onnistunut. Onnistunut tapahtuma on myönteinen kokemus tapahtumaan osallistuvalla ja se on myös mielekästä toimintaa järjestäjälle. Voihan tietenkin tapahtumia järjestää ihan omaksi ilokseenkin ilman sen kummempia pohtimatta. Tapahtumamuotoilun teorian luominen on yksi keino hahmottaa linjoja, joiden mukaisesti on mahdollista suunnitella tapahtumia liiketoimintamielessä asiakastyytyväisyys ohjenuorana. Suunnittelun tavoitteena on luoda edellytykset halutunlaiselle tapahtumakokemukselle. Aiemmissa luvuissa haettiin jo yhtymäkohtia palvelumuotoilun ja tapahtumamuotoilun väliselle samankaltaisuudelle. Birgit Magerin mukaan palvelumuotoilussa suunnittelun tavoitteet liittyvät oleellisesti palvelun käyttökokemukseen. Käyttökokemuksen rakennusaineita ovat käyttötarkoitus, toiminnallisuus, käytettävyys, haluttavuus, ergonomia, ekologisuus, ekonomisuus ja esteettisyys⁵². Nämä elementit toimivat niin palvelumuotoilussa kuin tapahtumamuotoilussakin.

Miten tapahtumamuotoilu eroaa palvelumuotoilusta? Tapahtumamuotoilua tarkasteltaessa voidaan käyttää samoja edellä kuvattuja käsitteitä ja prosesseja kuin palvelumuotoilussa, mutta tapahtumamuotoilun fokuksessa on ainutkertainen, uniikki tilaisuus, tapahtuma tai aktiviteetti, jolla on selkeä kesto alku- ja loppupisteinen. Tapahtumamuotoilun kohteena voi olla esimerkiksi yksittäinen hääjuhla suunnitteluprosessina ja toteutuksena. Tapahtumamuotoilun tavoitteena on luoda ainutkertainen aikaan ja paikkaan sidottu palvelukokemus. Palvelumuotoilu on tässä mielessä tapahtumamuotoilua pitkäkestoisempi, monistuvampi ja toistuvampi prosessi. Harva lähtee liikkeelle ajatuksesta, että omat hääjuhlat suunnitellaan monistettavaksi palveluksi omaa elämää ja tulevaisuutta varten.

Varsinkin hääsuunnittelun osalta tapahtumamuotoilun ehdoton lähtökohta on asiakkaan toiveissa ja mielikuvissa, millainen on onnistunut kokonaisuus: liikkeelle lähdetään ajatuksesta, että tuleva tapahtuma on sinetti loppuelämän kestäväälle liitolle. Hääjuhla on mitä suurimmassa määrin asiakaskeskeinen tapahtuma ja prosessi, jonka valmisteluun satsataan aikaa ja resursseja. Hääjuhla tapahtumamuotoilutilanteena on hyvin henkilökohtainen ja tunneherkkä kokonaisuus. Suunnittelijalta vaaditaan herkkää korvaa ja tunnelmien aistimista silloin, kun liikutaan herkissä ja ainutkertaisissa muotoilukeskusteluissa asiakkaan kanssa. Tapahtumamuotoilun teoriassa esitän, että moniaistisuuteen liittyvien elementtien lisäksi tapahtumamuotoiluun liittyy oleellisesti teemallinen johdonmukaisuus. Hääsuunnittelu on myös kaupallista liiketoimintaa, joten markkinointiviestinnän keinot ja maksavan asiakkaan tyytyväisyys tulee myös huomioida. Suunnittelutyön tulee tuottaa asiakkaalle kokemus todellisesta substanssista, johon hän investoi.



3.1 Design-ajattelu tapahtumamuotoilun teorianmuodostuksessa

“Design thinking is the application of integrative thinking to the task of resolving the conflict between reliability and validity, between exploitation and exploration, and between analytical thinking and intuitive thinking⁵³.” Design-ajattelu yhdistää oivaltavan löytämiseen ja analyttisen hyödyntämisen hedelmälliseksi ratkaisuksi.

Roger Martin esittelee kirjassaan Design Thinking näkökulman, jossa design-ajattelu voidaan nähdä suppilomaisena ajatusjalostamona (knowledge funnel⁵⁴). Vaikutelmien ja datan luokittelu ja pelkistäminen puristetaan suppilon läpi eksaktiksi toimintamalliksi. Kaikkein laajimpana alueena suppilon yläpäässä ovat kaikki tarkasteltavaan aiheeseen ja muotoilutilanteeseen kuuluvat havainnot ja data. Tämä arvoitus (mystery) on kokoelma aiheeseen liittyviä ilmiöitä jäsentymättömänä joukkona. Tarkasteltaessa esimerkiksi häätjuhlaa huomataan, että tiedon määrä on mittava: mitä kaikkea voidaan ajatella kuuluvan häätjuhlaan.

Design-ajattelun toisessa vaiheessa tietoaineksesta etsitään vastaavuuksia, samankaltaisuuksia ja eroja. Mitkä komponentit liittyvät toisiinsa ja millä tavalla? Ajattelussa painotetaan intuitiivisuutta analyttisen ajattelun ohella. Jäsennysprosessin tuloksena syntyy heuristisia toimintakulkuja, nyrkkisääntöjä, joita voidaan käyttää kuvaamaan tapahtumien kulkua. Käsiillä olevaa tietoa analysoidaan ja luokitellaan mahdollisimman monelta näkökannalta. Tässä vaiheessa uuden nyrkkisäännön löytäminen datan seasta tuottaa uusia mahdollisuuksia muotoilutilanteen seuraavaan vaiheeseen.

Perinteisen ja rutinoituneen tapahtumakulun näkeminen uusin silmin vaatii kyseenalaistamista ja tietynlaista jo opitun unohtamista: kuin tarkastelisi tilannetta ensimmäistä kertaa elämässä vailla ennakkokäsityksiä.

Häätjuhlaa tarkasteltaessa esimerkiksi hääkakun leikkaamista ja koko kahvitustilannetta voidaan kuvata heuristisesti: ensin tapahtuu kakun leikkaaminen häätöparin johdolla ja sitten tarjoillaan kahvit ja avecit. Sen jälkeen kukin vieras siirtyy paikalleen nauttimaan kakkukahvit ja avecit.

Martinin mukaan kolmannessa vaiheessa heuristiset mallit jalostetaan algoritmeiksi. Algoritmi on tarkasti määritelty vaihesarja, jota seuraamalla voidaan ratkaista tietty ongelma. Tarkasti ottaen algoritmi on äärellinen joukko täsmällisiä, suoritettavissa olevia ohjeita, jotka ohjaavat päättyvää tehtävän suoritusta. Tätä vaihetta voidaan kuvata linjastolla, joka on suunniteltu tuottamaan halutunlaista tuotetta. Tässä vaiheessa pääpaino on jalostetun algoritmin toteuttaminen. Esimerkiksi, jos tarkastelemme häätjuhlassa olevaa kakkukahvitusta toimivuuden kannalta, niin se voisi jalostua esimerkiksi tällaiseksi poluksi:

53 Martin 2009, 62

54 Martin 2009, 9

TUOKSUELMÄYS

ERTAISUUS

STRATEGIA

TILASUUNNITTELU

KAKUELA

ODOTUSTEN
MUKAINEN

HARKITTU
YLLÄTYS

OLUT

Kakku leikataan hääparin johdolla kekkipöydällä, jonka ääressä vieraat voivat valokuvata tilanteen.

Siirrytään viereiselle pisteelle, josta voi poimia valmiiksi kaadetun avec-lasin lautaselle kekkipalan viereen

Siirrytään kahvipisteelle, jossa kahvi tarjoillaan kahvimukiin, jonka saa kuljetettua vaivatta yhdellä kädellä.

Siirrytään omaan pöytään tarjoilujen kanssa.

Näin toimittuna koko kahvitarjoilu saadaan toimimaan buffetmaisesti yhdellä noutokieroksella. Ruuhkia ei synny, koska jokaisella toiminnolla on oma pisteensä ja häävieraan kulukema reitti on suunniteltu etukäteen. Erikoista tässä järjestelyssä lienee se, että kahvi tarjoillaan kahvimukista, eikä perinteiseen malliin kahviastiasesta. Tämä pieni yksityiskohta on vain ajateltu uudella tavalla: kumpi on asiakkaalle miellyttävämpää, saada hääkakku, kahvi ja avec mukaansa yhdellä kertaa, vaiko hakea hääkakku, avecit ja kahvit erikseen läikyttäen pienessä kahviastiasessa. Pöytiin tarjoiltuna kahvitilanne toimii tietenkin eri tavalla ja on henkilökuntakustannuksiltaan eri luokkaa. Tämä käytännöllisyys on tuonut järjestämässämme juhliissa häävierailta kiitosta juuri palvelun toimivuudesta. Perinteitä voidaan siten myös uudistaa tarkastelemalla ennakkoluulottomasti ilmiöön liittyviä osasia. Tavoitteena designajattelussa on löytää uutta tietoa, jota voidaan soveltaa käytännön tilanteissa.

Suppilomainen ajatusjalostamo ei pääty algoritmiin, vaan design-ajattelun mukaisesti palataan jatkuvasti tutkimusmatkalle ykkösvaiheeseen aistimaan, onko aihetta muokata toista ja kolmatta vaihetta. Ilmeneekö jotain uutta laajimmassa tiedon kentässä, joka tulisi huomioida myös kolmannessa vaiheessa? Tällä jatkuvalla reflektoinnilla design-ajattelu pysyy ajan tasalla, koska se reagoi ennakkoluulottomasti ja välittömästi muutoksiin, jota ympärillä tapahtuu. Ensimmäisessä vaiheessa liikkuminen vaatii intuitiivista ajattelua, tunnetason vainun käyttämistä, ilmassa olevien tendenssien rekisteröimistä, heikkojen signaalien aistimista ja avarakatseisuutta. Tämä intuitiivinen ajattelu on tietämistä ilman järkeilyä ja perustelemista⁵⁵.

Design-ajattelu tasapainottelee ja yhdistää kaksi ajattelutapaa: löytöretkimäisen tutkiminen ja tiedon hyödyntämisen. Tutkimisaspekti etsii uusia tapoja kehittää liiketoimintaa intuitiivisesti, tunnevaltaisesti, ainutkertaisesti tulevaisuuteen kurkottaen ja hyödyntämisaspekti pyrkii optimoimaan voimassaolevia toimintatapoja parhaan mahdollisen hyödyn saavuttamiseksi hallinnoimalla ja analysoimalla mennyttä ja nykyhetkeä. Design-ajattelu vaatii valmiutta uudistaa tuotantokoneistoa tarpeen mukaan ja se haastaa luovuudellaan kvantitatiivisen markkinatutkimuksen⁵⁶. Design-ajattelu yhdistää analyttisen terävyyden ja intuitiivisen ainutkertaisuuden omaksi tavakseen hahmottaa maailmaa⁵⁷.

55 Martin 2009, 6

56 Martin 2009, 26

57 Martin 2009, 6



Tim Brown IDEOsta on todennut, että design-ajattelussa yhdistyvät suunnittelijan herkyys ja työskentelykeinot, asiakkaiden tarpeet, teknologiset mahdollisuudet, toimiva liikeidea ja tästä syntyvä hyöty niin asiakkaalle kuin liiketoiminnallekin⁵⁸.

Design-ajattelussa etsitään hedelmällistä tasapainoa taiteen ja tieteen välillä, intuition ja analyttisyyden välillä, tutkimisen ja hyödyntämisen välillä. Tämän mukaan maailma on avoin uusille ideoille, eikä ainoastaan muutoksiin painostava ympäristö. Design-ajattelulla halutaan luoda muutosta ja uusia merkityksiä. Design-ajattelussa voidaan nähdä sellaisia elementtejä, kuten suunnittelijan asenne, keinot ja työskentelymenetelmät sekä suunnittelijan kokemusmaailma⁵⁹. Tämän tyyppisessä uuden luomisessa toteutuu kannustava ajatus, jonka mukaan suunnittelijan suosikkiprojekti on tietenkin aina työn alla oleva ja sitä seuraava⁶⁰.

Design-ajattelu voidaan kiteyttää viiteen teesiin, joita voidaan soveltaa ajattelu ohjenuorina⁶¹. Nämä teesit ovat:

1. *Muotoile toisistaan radikaalisti poikkeavat näkemykset suunnittelutehtävän haasteeksi.*
2. *Eläydy kollegojen kanssa ääripäitä edustaviin näkemyksiin. Vaikuttavan lopputuloksen aikaansaamiseksi on elintärkeää ymmärtää ja kunnioittaa koko näkemysten kirjoa.*
3. *Opettele tarkastelemaan kohdetta sekä toimintavarmuuden (reliabiliteetin) että pätevyuden (validiteetin) kannalta. Paras tapa oppia tarkastelemaan tietyltä kannalta, on viettää aikaa kyseisen ajattelutavan vaikeuspiirissä. Reliabiliteetilla eli mittarin tai menetelmän luotettavuudella viitataan perinteisesti käytetyn tutkimusmenetelmän kykyyn antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia, toisin sanoen käsitteellä tarkoitetaan tutkimusmenetelmän ja käytettyjen mittareiden kykyä saavuttaa tarkoitettuja tuloksia. Jos mittaustulokset osoittavat, että saatu tieto vastaa vallalla olevaa teoriaa tai pystyy sitä tarkentamaan ja parantamaan, silloin tulos on validi.*
4. *Esittele uusi konsepti käyttäen tuttua viitekehystä ja tuttuja käsitteitä. Reliabiliteettiorientoituneessa yhteisössä kannattaa uusi idea havainnollista toimimassa jossain ympäristössä. Tällöin uusi konsepti ei tunnu niin uhkaavalta ja se on helpommin hyväksyttävissä ja omaksuttavissa.*
5. *Design-ajattelun avain piilee kyvyssä nähdä, että myös tulevaisuus on joskus menneisyyttä. Tämä ajatuskulku antaa varsinkin niissä tilanteissa, joissa tulevaisuus koetaan uhkaavana: ”Tämä päivä oli vielä eilen tulevaisuutta”.*

58 Martin 2009, 62

59 Martin 2009, 158-165

60 Martin 2009, 158

61 Martin 2009, 168

TUOKSUELMÄYS

ERTAISUUS

STRATEGIA

TILASUUNNITTELU

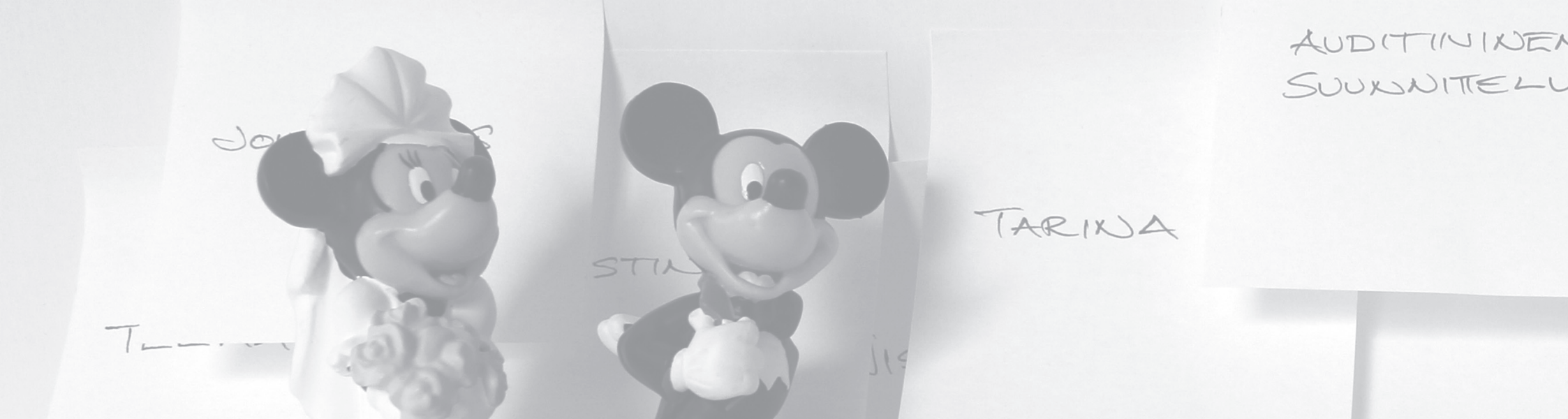
MAKUELÄ

ODOTUSTEN
MUKAINEN

HARKITTU
YLLÄTYS

JLUT

Hääsunnittelussa asiakkaat keskittyvät usein toimintamalleihin. Voiko jonkin asian hoitaa tietyllä tavalla, vai pitääkö esimerkiksi alkumaljat tarjoilla tietyllä tavalla? Asiakkaat jopa itse saattavat tietää ratkaisuja tilanteisiin, mutta heiltä puuttuu rohkeus kokeilla suunnitelmaansa. Perinteiset mallit saattavat velvoittaa ja kahlita juhlan toteutusta. Näissä tilanteissa on hedelmällistä rohkaista kokeilemaan asioita eri tavalla. Esimerkiksi perinteisesti on totuttu näkemään alkumaljojen tarjoajat valkoisine paitoineen, essuineen ja prikkoinen hääparin vieressä. Kuohuviinilasit on täytetty odottamaan etukäteen toisaalla. Tästä seuraa kuohujuoman lämpeneminen ja mahdollisesti väljähtyminen. Toinen vaihtoehto on, että vieraat siirtyvät onnitelun jälkeen baaritiskille hakemaan juuri kaadetun kylmän kuohuviinin. Kylmälaitteet, kaatopiste ja tiski sijaitsevat lähekkäin ja tiski toimii tarjoilualustana. Henkilökunta toivottaa tervetulleeksi, joten kaikki samat palvelueleet toteutuvat tässäkin toimintamallissa. Vaikka kyse on pienestä järjestelystä, niin kokonaisuuden toimivuus ja juoman raikkaus tuovat kyllä lisäarvoa, vaikkakin perinteistä tervetuliaismaljan tarjoilurituaalissa on pitänyt ”uhmata”.



Kuva 2. Antti Sarja. Tapatumamutoilun teoria.

TUOKSUELÄMYKSI

KERTAISUUS

STRATEGIA

TILASUUNNITTELU

MAKUELÄ

ODOTUSTEN
MUKAINEN

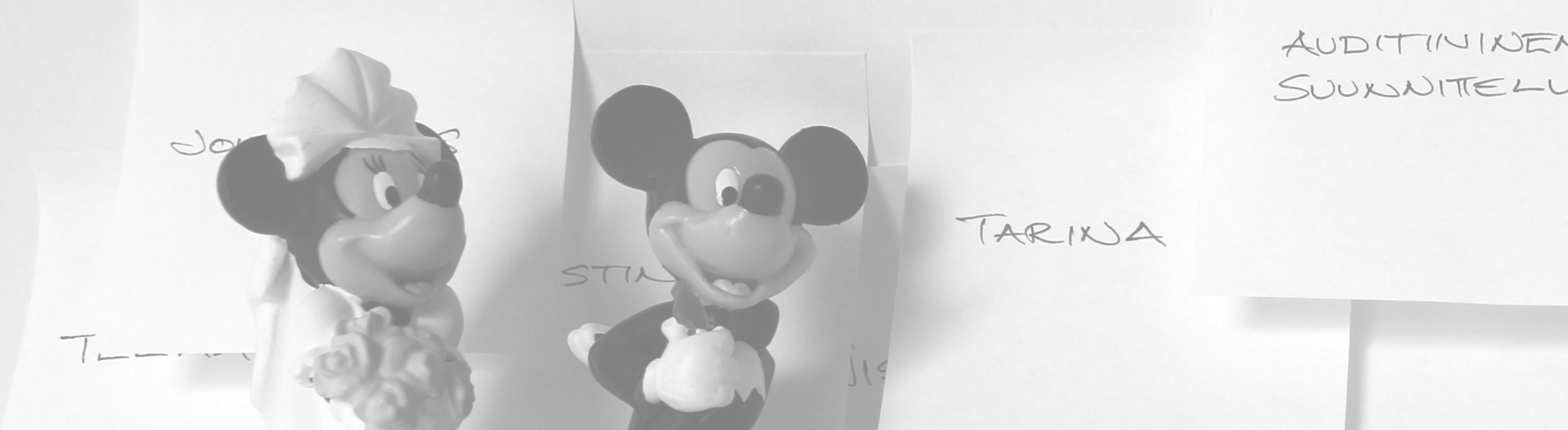
HARKITTU
YLLÄTYS

JLUT

Kuvassa 2 on esitelty tapahtumamuotoilun kokonaisuuden osa-alueet. Ne ovat asiakas, ainutkertaisuus, moniaistisuus, teema, tarina, viestintä ja joustavuus. Moniaistisuus pitää sisällään visuaalisuuden, auditiivisen suunnittelun, tilasuunnittelun, makuelämyksen ja tuoksuelämyksen. Tapahtumamuotoilun lopputulos on palvelupaketti, jossa on useita liitännäisosia. Palvelumuotoilussa palvelupaketti kuvaa palvelun lopputuloksen⁶². Palvelun lopputulos on se, mitä tarjotaan asiakkaalle. Palvelupaketti määrittää ne yksittäiset osapalvelut, joilla asiakkaan tarve tulee tyydytetyksi. Palvelupaketin ydinpalvelu vastaa asiakkaan keskeiseen ostotarpeeseen. Ydinpalvelun lisäksi palvelupaketti sisältää liitännäispalveluita, jotka jaetaan avustaviin palveluihin ja tukipalveluihin⁶³. Avustavat palvelut ovat usein välttämättömiä, jotta ydinpalvelua voitaisiin käyttää helposti. Tukipalvelut puolestaan tekevät palvelun käyttämisen miellyttäväksi ja lisäävät palvelun arvoa sekä erottavat palvelun kilpailijoiden vastavasta tarjonnasta. Hääjuhlissa ydinpalveluna on hääjuhlan viettäminen jossakin juhlapaikassa. Hääjuhlan avustavia palveluita ovat esimerkiksi paikoituspalvelut. Tukipalvelut vastaavat asiakkaan toissijaisiin tarpeisiin ja vaikuttavat viihtymiseen ja miellyttävyyteen. Tukipalveluita hääjuhlissa ovat esimerkiksi laadukas äänentoistojärjestelmä ja ammattimuusikot.

62 Koivisto 2011, 43

63 Koivisto 2011, 44



3.2 Ainutkertaisuuden ideaalin toteutuminen

Tapahtumamuotoilun yksi kulmakivi on ainutkertaisuudessa. Lähtökohdiltaan kahta tismalleen samanlaista häätjuhlaa ei voi olla olemassa. Vaikka verkkosivuilla käydäänkin ahkeraa vertailua häätalveluista ja juhlasuunnittelusta, häätjuhlan tapahtumakokonaisuus on monimutkainen yhdistelmä eri elementtejä, että identtisiä juhlia on mahdotonta edes saada aikaan vaikka haluaisi. Ensiarvoisen tärkeä lähtökohta ainutkertaisuuden ideaalin toteutumiselle on seurata asiakkaan tarpeita. Prosessi saa alkunsa asiakkaan kokemusmaailmassa. Hänellä on tarve järjestää häätjuhla. Siitä alkaen hän rakentaa skeemaa juhlasta mielessään yhdistellen aineksia kokemuksistaan, näkemästään ja haaveistaan. Asiakas esittää suunnittelutilanteessa luonnoksen, johon suunnittelutyöryhmä tarjoaa ehdolle parhaaksi katsomiaan rakennuspalikoita. Tarve siis syntyy ensin asiakkaassa ja sitä kautta sen luonne on ainutkertainen. Ainutkertaisuuden ideaalia vaalitaan myös siksi, koska omien häiden ei ajatella olevan kulutustavaraa. Myös häiden ympärillä toimiva teollisuudenala rohkaisee esimerkiksi morsianta olemaan prinsessa tai kuningatar omana häätpäivänään. Tämä piirre synnyttää myös paineita asianosaisille. Mikään ei saa mennä pieleen häätpäivänä. Kaiken pitää olla täydellistä ja ainutlaatuisista palveluiden, tunnelmien ja jopa sään suhteen. Täydellisyyttä ei vaadita pelkästään palveluilta vaan sitä vaaditaan myös itseltä. Kokemuksen pitää tuntua ainutlaatuiselta ja ihanalta kaikesta häihin liittyvästä stressistä huolimatta.

Huolellisuus suunnittelussa, asiakasymmärryksen korkea taso ja laadukas toteutus ovat keinoja luoda puitteita tavoitteen suuntaiselle häätjuhla. Ainutkertaisuus on yhdistelmä merkityksellisiä elementtejä pakattuna häätjuhlapäivään.

3.3 Asiakas

Palvelu- ja tapahtumamuotoilun prosessi alkaa asiakkaan tarpeiden unelmien ja toiveiden ymmärtämisestä⁶⁴. Moritzin mukaan asiakkaista luodut profiilit auttavat katsomaan muotoilutilannetta asiakkaan silmin⁶⁵. Asiakas otetaan mukaan häätjuhlan suunnitteluun paikan päällä juhlatilassa jos mahdollista. Asiakkaan kanssa liikutaan juhlatilassa, käydään läpi jokainen kohta, saadaan tuntumaa tilan mittasuhteisiin ja etäisyyksiin, mietitään juhlan kannalta oleelliset toiminnot ja mihin ne kannattaisi sijoittaa tilassa.

Kun käyttäjien tarpeet ja odotukset ovat suunnitteluprosessin lähtökohta, tuotteen tai palvelun käytettävyyden varmistetaan. Käyttäjän tarpeet on sisällytetty ISO 13407 – standardiin, joka käsittelee ihmiskeskeisen suunnittelun prosesseja vuorovaikutteisissa järjestelmissä. Prosessilla on neljä vaihetta: ymmärtäminen ja kontekstin kartoitus, käyttäjän profilointi, suunnitteluratkaisujen tuottaminen ja arviointi.⁶⁶

Häät suunnittelussa asiakas on mukana koko suunnitteluprosessissa. Lähtökohtana on asiakkaan tarve järjestää häätjuhlat. Asiakkaan kuunteleminen ja hänen ajatustensa taustalla mahdollisesti olevat syvemmät tarpeet pyritään saamaan esiin keskustelutilanteissa. Millaisista asioista asiakas pitää ja mistä ei? Osa asiakkaan toiveista on hyvin selkeitä ja konkreettisia – yksiselitteisiä ajatuksia siitä, mitä juhliin toivotaan. Lisäksi on olemassa hiljaisempia signaaleja, joiden havainnointi vaatii tarkkaavaisuutta ja keskittymistä. Asiakaspariskunta saattaa esimerkiksi haluta istua muiden vieraiden joukossa, koska pariskunta ei halua olla katseiden keskipisteenä.

⁶⁴ Hämäläinen, Vilkeä, Miettinen 2011, 61

⁶⁵ Moritz 2005, 105

⁶⁶ Miettinen 2011, 23

TUOKSUELMÄYS

RTAISUUS

STRATEGIA

TILASUUNNITTELU

MAKUELÄ

ODOTUSTEN
MUKAINEN

HARKITTU
YLLÄTYS

JLUT

3.4 Moniaistisuus

Tämän suuntaiset vihjeet saattavat viestiä tarpeesta järjestellä tilaa ja tapahtumia sitä silmällä pitäen, että hääparin tarve sulautua joukkoon toteutuu myös muissakin yksityiskohdissa. Yhtenä esimerkkinä mainittakoon tapaus, jossa kaaso ja bestman olivat suunnitelleet morsiamelle karaoke-esityksen tämän tietämättä. Morsian joutui laulamaan yleisölle pakon edessä. Tilanne päättyi morsiamen paniikkikohtaukseen ja hyperventilointiin. On siis syytä tuntea asiakkaalle sopivat ja sopimattomat asiat.

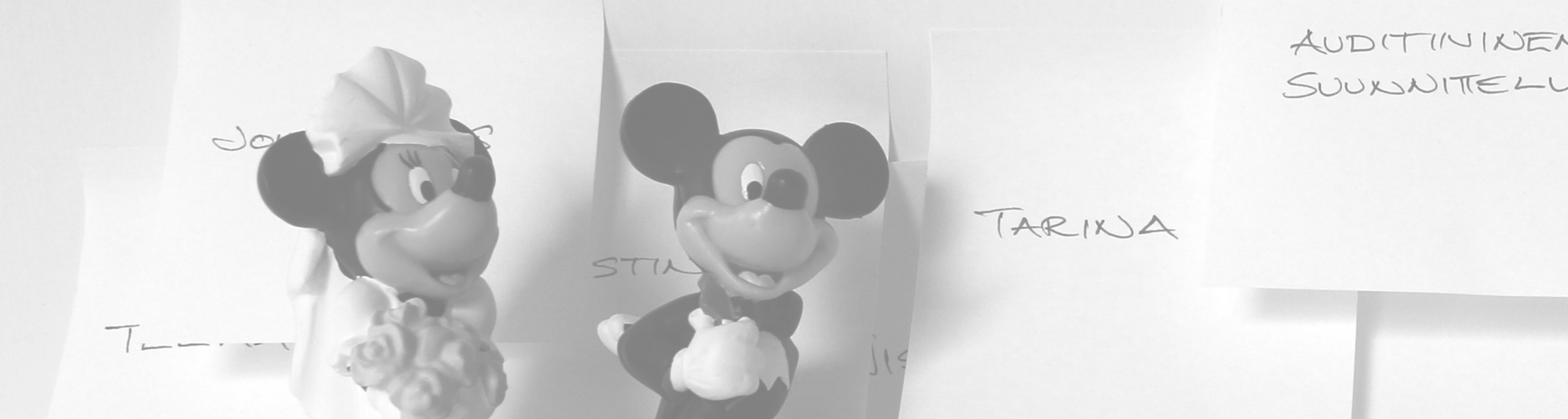
Asiakkaan määrittelemisen hääjuhlassa voidaan nähdä usealta kannalta. Tapahtuman tilaajana on useimmiten hääpari, joka yhdessä suunnittelutiimin kanssa muotoilee ja suunnittelee tapahtuman kokonaisuuden. Toisaalta tapahtuman rahoittaja voidaan myös nähdä asiakkaana, koska hänen tulee luonnollisesti saada rahoitukselleen vastinetta. Myös kaikki häävieraat voidaan nähdä asiakkaina, koska he osallistuvat juhlaan. Varsinkin markkinoinnin näkökulmasta hääjuhla voidaan nähdä asiakastilaisuutena ja siten tapahtumamuotoilun markkinointitoimenpiteenä.

Tässä opinnäytetyössä palvelun kohderyhmä tapahtumamuotoilupalvelukonseptissa, varsinkin suunnitteluvaiheessa, on omia häitään suunnitteleva pariskunta. He ovat myös palvelun loppukäyttäjiiä juhluvieraisten ohella tapahtuman toteutumisvaiheessa. Varsinaista asiakaskunnan profiloimista ei käytännössä liiemmin tarvita, koska hääjuhla räätälöidään kullekin asiakkaalle erikseen.

On tietenkin olemassa prototyypimalleja juhlan kulusta, joita voidaan esitellä asiakkaalle, sen mukaan, kun keskusteluissa saadaan esiin juhlan teeman luonteesta jotain tyypillistä. Hieman kuin nettikauppojen ostoskoriohjelmassa: ”Tämän tuotteen ostajat ovat myös kiinnostuneita näistä vaihtoehdoista.”

Tapahtumamuotoilu toteutetaan moniaistisessa palveluympäristössä. Hääjuhlaan osallistuvia pyritään koskettamaan kaikkien aistien kautta. Moniaististen palveluiden suunnittelemiseksi tarvitaan toimivia työkaluja ja konsepteja. Tämä opinnäytetyö luo osaltaan näkökulmaa tutkimusosalalle, joka on vielä kehitysvaiheessa.

Aistit ovat olemassa ja toimivat yhdessä rakentaen kokonaisvaltaista kuvaa maailmasta – halusimme tai emme. Ympäröivä tila tulee kaikkien aistien kautta tajunnalliseksi kokonaisuudeksi, joko tietoisesti tai tiedostamatta – usein ohi tietoisesta ajattelusta. Perinteisesti tilasuunnittelua ajateltaessa painopiste on ollut visuaalisessa tilavaikutelmassa. Tulevaisuuden tilakokemukset tulevat olemaan kokonaisvaltaisempia, jolloin kaikkien aistien kautta pystytään tarjoamaan suunnattuja ärsykeitä, joilla pyritään toivottuun ja tarkoituksenmukaiseen kokonaisuuteen. Tähän moniaistiseen tilaan ja tunnelmaan kokemukseen on kehitetty käsitteenä *ambience design*. *Ambience* tarkoittaa tässä yhteydessä *atmosfääriä*, *ilmapiiriä*, *miljöötä*, *tilantuntua*, *tunnelmaa* ja *ympäristöä*.



Ambience design tunnelmien luomisessa tarkoittaa ihmisen moniaistisuuden hyödyntämistä. Se on tuoksu- ja valomaailmojen, äänimaisemien, makuelämysten ja kosketuspintojen designia.⁶⁷ Suunnittelutyö perustuu tietämukseen siitä, miten moniaistinen ympäristö vaikuttaa ihmisiin. Ambience design -projektissa osaamista kehitetään vuorovaikutuksessa monien alan ammattilaisten kanssa. Ambience designissa on kyse tunnelmadesignista eli vaikuttamisesta ihmiseen psykofyysisenä kokonaisuutena⁶⁸. Huomion keskiössä ovat mielen sisällä rakentuvat elämykset kaikesta ympäröivästä. Aistien kautta meille välittyy ärsykeitä ulkopuoleltamme ja intentionaalisen aktin seurauksena elämykset saavat muotonsa mielessämme. Aistimusten variaatioyhdistelmät avaavat etemme mielenkiintoisen kysymyksen: voidaanko erilaisilla aistimuskombinaatioilla ohjata tapahtumakokemuksen luonnetta haluttuun suuntaan? Joka tapauksessa aistimme ympäröivää maailmaa moniaistisesti – tiedostamatta ja tiedostaen.

Olen jakanut moniaistisen elämyksen osatekijät aistijärjestelmään perustuen viiteen ryhmään.

visuaalisuus

auditiivinen suunnittelu

tilasuunnittelu

makuelämys

tuoksu-elämys

67 Koskinen 2002, *Ambient Design -verkoartikkeli*

68 Koskinen 2008, *Ambience Design -verkoartikkeli*

TUOKSUELMÄYS

RTAISUUS

STRATEGIA

TILASUUNNITTELU

MAKUELA

ODOTUSTEN
MUKAINEN

HARKITTU
YLLÄTYS

OLUT

3.4.1 Visuaalisuus

Näköjärjestelmä toimii hermostossa visuaalisten ärsykkeiden vastaanottajana ja tulkitsijana. Visuaalisen informaation psykologista tulkintaa kutsutaan näkemiseksi. Visuaalinen järjestelmä rakentaa projektion kolmiulotteisesta maailmasta. Hääjuhlan visuaaliseen suunnitteluun liittyy valintojen tekemistä esimerkiksi värien, valaistuksen ja somisteiden suhteen. Visuaalisuuden korostamisella on pitkät perinteet ja tämä on ollut perinteinen painotus tapahtumatilojen suunnittelussa. Miltä jokin tila näyttää? Värimaailman ja muotokielen valitseminen yhdenmukaiseksi on tuttua ja järkeenkäypää niin viestinnässä kuin sisustamisessakin. Visuaaliset valinnat liittyvät varsinkin hääsuunnittelussa asiakkaan mieltymyksiin ja etukäteen tehtyihin päätöksiin värimaailmasta. Asiakkaan toiveita tulee kunnioittaa. Joissakin tapauksissa esimerkiksi värien valinnasta voidaan neuvotella ja värien yhteensopivuutta voidaan tarkastella värikarttojen avulla.

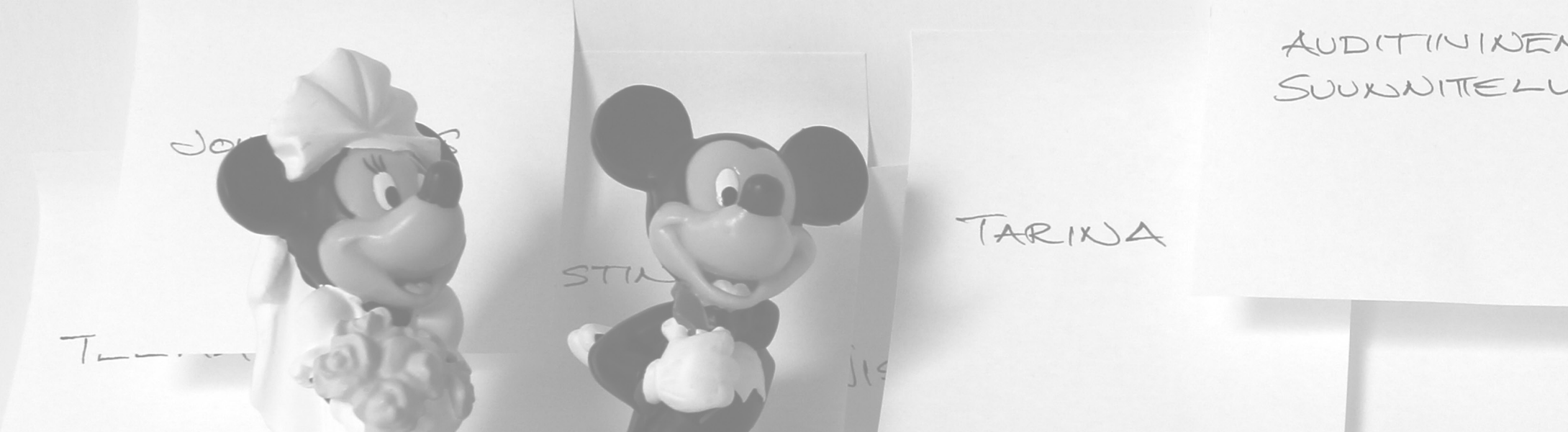
Visuaalisen suunnittelun pohjaksi löytyy taiteen teoriasta näkökulmia ja perusteluita. Esimerkiksi Johannes Itten on teoksessaan *Die Kunst der Farbe* tutkinut värien subjektiivista kokemista ja objektiivista tunnistamista sekä väririnnastuksia⁶⁹. Tämän teorian pohjalta värivalintoja voi tarkastella muutoinkin kuin vain mieltymyskysymyksinä. Myös värien tilavaikutukseen voidaan pureutua Ittenin esittämien näkemysten voimin⁷⁰. Tässä viitataan tapahtumamuotoilun monialaiseen ponnistus pohjaan, jossa usean alan näkemyksistä voidaan luoda optimaalinen synteesi. Visuaalisen suunnittelun taustalta on löydettävissä taideteoreettista ja taiteenfilosofista keskustelua.

Toisaalta visuaalinen suunnittelu voidaan ankkuroida trendi-ajatteluun, muotivirtauksiin ja sesonkeihin aina kulloisenkin tilanteen mukaan. Käytäntö on osoittanut, että hääjuhla-suunnittelussa muotivirtaukset ja henkilökohtaiset makutottumukset vaikuttavat oleellisesti varsinkin värivalinnoissa.

Valmiiksi tehdyt kattaukset auttavat usein asiakasta tekemään valintoja, koska valmis somitelma on aitona tarkastelun kohteena. Tässä mielessä suunnittelija pystyy vaikuttamaan valintoihin onnistuneilla esimerkeillään ja havainnollistamisella. Käytännön työssä havaitsee usein, että visuaaliset valinnat ovat asiakkaille valintatilanteissa melko helppoja, jos he valitsevat esimerkiksi kahdesta vaihtoehdosta itselleen mieluisamman. Perustelut ja analyysit valinnoille ovat kokemukseni mukaan asiakkailta usein toissijaisia, koska kysymys on asiakkaan spontaanista reagoimisesta vaihtoehtoihin. Toisaalta kattaukseen tulevan lautaliinan väriä valinta ei ole normatiivinen opetustilanne väriopin teorioihin, vaan kysymys on asiakkaalle merkityksellisen esiin nostamisesta.

69 Itten 1961, 33

70 Itten 1961, 77-78



3.4.2 Auditiivinen suunnittelu

Ihminen prosessoi kuulemiaan ääniä monin tavoin. Äänestä erotetaan informaatiota ja ääntä tulkitaan havaintomaailman perusteella, yhdistäen muistikuviiin ja opittuun tietoon.

Auditiivinen suunnittelu on toivottujen tunnelmien luomista äänien keinoin. Se on atmosfäärin virittämistä, viihtyvyyden parantamista sekä äänien muokkaamista ja rajoittamista⁷¹. Myös hiljaisuus nähdään auditiivisena valintana ja tunnelmaelementtinä. Huolellisella ja persoonallisella äänisuunnittelulla pystytään luomaan mieleen jääviä tunnelmatiloja, joilla luodaan lisäarvoa elämyksen keinoin.

Auditiivinen maisema muodostuu häätöjuhlissa taustamusiikista ja -äänistä, eli kaikesta, mitä voidaan kuulla. Häätöpahtumassa musiikilla on selkeästi kaksi erilaista roolia, joiden luonne poikkeaa oleellisesti toisistaan. Ensinnäkin on olemassa yleinen taustamusiikki, jonka tarkoitus juhlien alussa on virittää tunnelmaa ja tuoda juhlan tuntua. Musiikki toimii taustatapahtumille. Varsin toimivaksi yleismusiikiksi on osoittautunut keskitempoinen tai hidas instrumentaalimusiikki, joka ei nouse esille liikaa, vaan luo taustalla tunnelmaa. Tällöin auditiivista maisemaa ei tarvitse tarkkailla erityisesti, vaan se myötäilee tunnelmaa ja pehmentää yleisvaikutelmaa vieraiden saapuessa tilaan. Monessa tilanteessa kiusallinen hiljaisuus ja juhlan alussa ilmenevä jännittynyt tunnelma halutaan laukaista sopivalla äänitaustalla: tila tuntuu kokonaisemmalta, kun myös audiodesign tuo oman panoksensa kokonaisuuteen. Sopiva äänimaisema eristää myös mahdollisia hälyääniä, joita saattaa kuulua esimerkiksi ravintolatilän keittiöstä tilan ulkopuolelta. Auditiivinen design täyttää tilaa luoden puitteita halutunlaiselle tunnelman kokemiselle.

Juhlapuheiden aikana on luonteva suvantokohta äänimaisemalle. Päähuomio on tuolloin puheissa, joiden koskettavuus saa luontevasti oivan kaikupohjan vaimennetusta äänimaisemasta.

Häätöjuhlissa tanssiminen iloinen hauskanpito kuuluvat oleellisesti ohjelmaan. Ammattimusiikoista koostuva juhlaorkesteri tai tiskijukka nousee esiin juhlien myöhemmässä vaiheessa. Perinteinen häätönsä aloittaa yleensä juhlien ohjelmallisen osuuden ja vapaamuotoisemman vaiheen. Tässä vaiheessa auditiivinen maisema on huomion keskiössä. Orkesterin tekninen osaaminen ja miksausksen sovittaminen juhlatilan akustiikkaan ovat merkittävässä osassa auditiivisen nautinnon luomisessa. Taitamattomasti toteutettu musiikin valinta tai volyymin nostaminen liian korkeaksi karkottaa käytännössä juhlavieraat tapahtumapaikalta tyystin. Myös juhlan aikana on huomioitava kokonaisuuden johdonmukainen hallinta.

TUOKSUELMÄMYKS

RTAISUOS

STRATEGIA

TILASUUNNITTELU

MAKUOELÄ

ODOTUSTEN
MUKAINEN

HARKITTU
YLLÄTYS

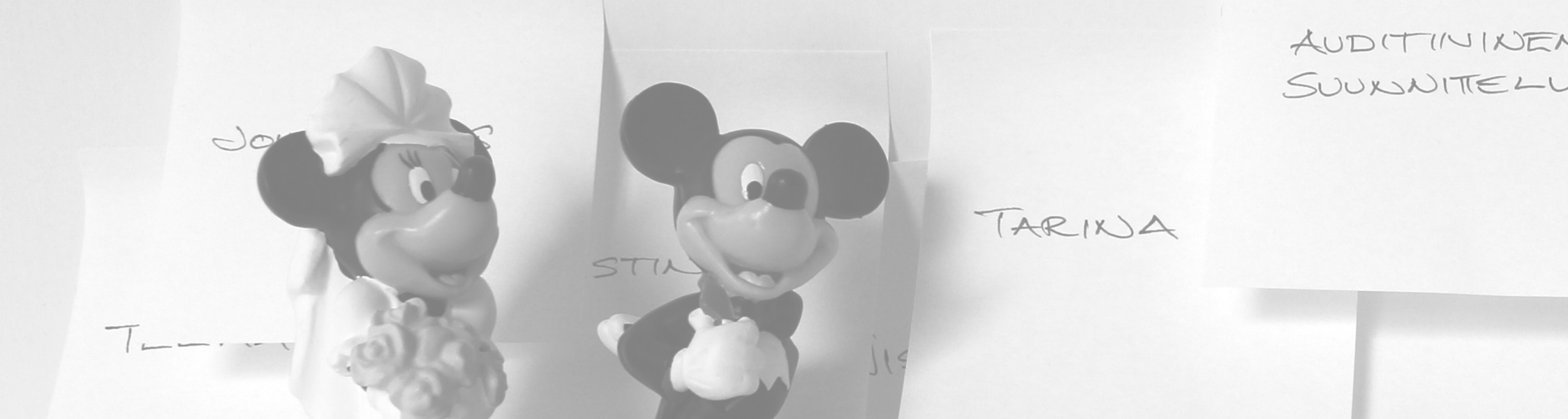
OLUT

3.4.3 Tilasuunnittelu

Tilasuunnitteluun liittyvät kysymykset edustavat valintoja, jotka vaikuttavat tilassa liikkumiseen ja havaintojen tekoon. Vastaan tulevia kysymyksiä ovat esimerkiksi miten sisustuselementit suhteutuvat toisiinsa? Millaista tunnelmaa ollaan hakemassa? Hahmottuuko tila ensisilmäyksellä vai haastaako se tutkimusmatkalle? Miten vieraiden liikkuminen tapahtuu tilassa? Miten ratkotaan tilan ja eri toimintojen sijoittelu? Myös turvallisuuskysymykset ja toimivuus ovat osa tilasuunnittelua. Tilasuunnittelussa hyödynnetään visuaalisia valintoja, jotka synnyttävät osaltaan johdonmukaisen tilavaikutelman ja tunnelman. Hääpareilla on tutkimusaineiston perusteella näkemys juhlatilasta myös toiminnallisena kokonaisuutena. Tilan valintaan vaikuttavia tekijöitä ovat riittävä käytettävissä oleva pinta-ala vierasmäärään nähden, tilan yleistunnelma ja muokkautuvuus omien toiveiden ja mieltymysten mukaan. Perusvaatimuksia juhlatilan suhteen ovat istumapaikkojen määrä, ruokailuun, kahvitteluun ja ohjelmaan vaadittavat tilat sekä sosiaaliset tilat ja mahdollisuus ulkoilman haukkaamiseen. Myös juhlapaikan sijainti ja saavutettavuus painavat vaakakupissa.

Tilasuunnittelun lähtökohta on siis hyvin käytännönläheinen: mahtuvatko kaikki vieraat juhlimaan kyseiseen juhlatilaan. Sen jälkeen aloitetaan tilan tarkastelu toimintojen ja esteettisten valintojen näkökulmasta. Tilasuunnittelun keinoja hyödyntäen edetään suurista linjauksista kohti yksityiskohtia. Voidaanko eri pintamateriaaleilla ottaa tuntoaistimukset käyttöön? Tilasuunnittelua voidaan jatkaa detajitasolle saakka, jolloin mielenkiintoiseksi aspektiksi nousee materiaalin tuntu, yksityiskohdat ja tuntoaistimukset. Tilasta saatava aistien välittämä kokemus rakentaa osaltaan tavoitteen suuntaista elämystä. Tuntoaistin välityksellä havaitaan kosketus, terävyys, pehmeys, lämpötila, paine, kipu ja kehon asento.

Juhlatila toimii hääjuhlan näyttämönä. Hääjuhlassa on teemallinen tarina, joka toteutuu juhlan aikana tarkoitusta varten suunnitellussa tilassa. Draaman ja tarinankerronnan keinoja voidaan soveltaa asiakkaan kanssa suunnittelussa. Jo suunnitteluvaiheessa juhlatilassa voidaan liikkua luonnosmaisena käsikirjoituksen mukaan: ensin tapahtuu tämä, sitten siirrytään tänne, jossa tapahtuu jokin toinen asia. Tila hahmottuu liikkumisen kautta näyttämönä, jossa hääjuhlan episodit toteutetaan⁷². Näin ollen tilasuunnittelun ratkaisuja saadaan esille dramatisoimalla tapahtumia paikanpäällä. Hääjuhlaa voidaan harjoitella kuten teatteriesitystäkin. Juhlatilassa toteutettu tutustuminen auttaa hahmottamaan mittasuhteita ja tilan tarvetta eri toiminnoille. On huomattavasti helpompaa luoda dramaturgia valmiiseen tilaan, kun tiedossa on ohjelman runko, osallistujamäärä ja aikataulutus.



3.4.4 Makuelämys

Makuelämys rakentuu perusmakujen (suolainen, makea, hapan ja karvas) kombinaatioista. Lisäksi makuaistiin liitetään aromikkuuden käsite umami, joka kuvaa maun täyteläisyyttä. Perusmakujen lisäksi makuelämykseen vaikuttavia tekijöitä ovat tarjottavan syötävän rakenne, lämpötila ja väri. Kun makuelämystä tarkastellaan laajemmin, esiin nousevat sellaiset vaikuttavat tekijät kuten tottumukset, ruokakulttuuri, ympäristötekijät ja henkilökohtaiset mielentilat. Vaikka nautittava tuote olisi identtinen kahdessa eri tilanteessa, elämys ei kuitenkaan ole ennustettavasti aina samanlainen.

Ruokailu kuuluu häihin ja se on luonnollinen osa häätapahtumissa. Häissä tarjotaan yleensä kokonainen menu ja se on rakennettu tilaajan toiveiden mukaisesti. Menu sisältää perinteisesti alkupaloja, lämpimän aterian ja hääkakun kahveineen. Tilajaat tekevät valintoja sekä omien makutottumustensa mukaisesti että vieraiden toiveita kuunnellen. Kulinaristinen matka alkaa usein alkupalasta ja se jatkuu ruokailun kautta hääkakun ja kahvin nauttimiseen. Yön pikkutunteina on tapana tarjota vieraille pientä yöpalaa. Karkkitarjoilut ja pikkunaposteltavat kuuluvat usein asiaan kuin sivumennen. Vieraille on yleensä tarjolla juomia, joita he voivat nauttia makunsa mukaan. Näin ollen makuelämyksen toteuttaminen on luonteva osa häijuhlien elämyskokonaisuutta. Keskimääräinen 90-hengen häijuhla kestää 8-9 tuntia, joten siihen ajanjaksoon on luontevaa sisällyttää ruokailuja ja juomatarjoilua.

Perinteinen häimenu, joissa on tarjolla alkupalat, lämmin ruoka ja kakkukahvit on häijuhlan makuelämyksen perusrakennusainesta. Niiden suosio perustuu siihen, että tarjolla on jotain jokaiseen makuun. Lisäksi erityisruokavaliot huomioidaan tilauksen yhteydessä ja niitä tapauksia varten valmistetaan omat erikoisannokset tilauksen mukaan.

Seuraavassa esimerkkimenu nimeltään Emäntä, joka saavutti neljän vuoden aikana suosituimman pitopalvelu-menun aseman Huvituvassa kattavuutensa ja perinteisyytensä ansiosta. Emäntä-menu on optimoitu sopimaan laajalle asiakaskunnalle ja se sisältää suhteellisen niukasti allergisoivia elementtejä.

Emäntä-menu

Vibersalaattia ja sinappidressingiä

Tomaatti-punasipulisalaattia

Hedelmäistä broilersalaattia

Tuvan sienisalaattia

Sinappista silliä

Graavattua lohja

Savulohimoussea ruisnappien kera

Pippuroitua possunfilettä punaviinikastikkeessa

Kukkakaaligratiimia

Keitinperunoita

Vadelmainen hääkakku

Pikkuleipälajitelma

Konvehteja

Kahvi ja tee

TUOKSUELÄMYS

VERTAISUUS

STRATEGIA

TILASUUNNITTELU

MAKUELÄ

ODOTUSTEN
MUKAINEN

HARKITTU
YLLÄTYS

LOUT

Hääjuhlan teeman voi rakentaa myös tarjottavan ruoan ympärille. Espanja, Italia, Thaimaa toistuvat teemoina myös senkin takia, että sinne suuntautuva turismi on merkittävää maassamme. Koettuja makuelämyksiä ja tunnelmia halutaan elää uudelleen myös häävieraiden ja ystävien kanssa. Varsinkin Välimeren maiden tematiikassa on runsaasti ammennettavaa hääjuhlien toteutukseen, moniaistisesti.

Toisena esimerkkinä makuelämyksen maailmasta mainittakoon Ameriikantäti –menu, jossa on vaikutteita useista eri maista. Alle 30-vuotiaat hääparit valitsevat mielellään jotain tavalisesta perinneruoasta poikkeavaa tarjottavaa hääjuhliinsa, varsinkin jos se myötäilee heidän elämäntyyliään ja kansainvälisyyttään.

Ameriikantäti-menu

Kaali-coleslamsalaattia

Fiestasalaattia

Maissisalaattia

Savustettua lohta, rapudressingiä

Nachoja ja salsaa

Melonia

Kanafileitä appelsiini-chili-kermakastikkeessa

Grillattuja vuohenjuustotomaatteja

Mausteista kasvisvokkia

Omenapiirakka ja vaniljakastike

Pikkuleipälajitelma

Konvehteja

Kahvi ja tee

Makuelämyksen suunnittelussa suuntia voidaan hahmotella valitun teeman suunnasta. Vaikka voisi ajatella, että ruokailu on ruokailu ja juhlat oma lukunsa, niin kuitenkin ehjä kokonaisuus ja linjassa pysyminen tuottaa luontevamman lopputuloksen. Vertailun vuoksi olisi hiukan koomista ajatella, että intialaisessa kasvisravintolassa pauhaisi ZZ-Top. Usean elämys-elementin yhteensovittamisessa törmää joka tapauksessa kriteereihin, joiden perusteella kokonaisuus vielä voidaan tulkita ehjäksi ja tavoiteltavan elämysalustan suuntaiseksi.



3.4.5 Tuoksuelämys

Hajuaisti on kemiallinen kaukoaiisti. Tuoksuelämyksen syntymisen edellytys on, että hajumolekyylit kohtaavat nenän hajureseptorisoluja. Tuoksudesignin kulttuurinen tausta on pitkä. Esimerkiksi egyptiläiset käyttivät jo viisi tuhatta vuotta sitten eteerisiä öljyjä lääkinällisiin ja kosmeettisiin tarkoituksiin⁷³. Siisti ja puhdas juhlatila, ruoan aromit sekoittuneena juhlavieraiden parfyymeihin ja kukka-asetelmien vienoon tuoksuun luovat tuoksumaailman, joka muodostuu juhlatilaan. Tietoista tuoksudesignia voidaan toteuttaa suitsukkeilla, aromaattisilla tuoksulampukoilla ja tuoksu kynttilöillä. Näiden käyttö on kuitenkin ollut vielä melko rajallista. Yhtenä syynä tähän saattaa olla varovaisuus ja voimakkaiden tuoksujen vierastaminen. Myös tutkimustietoa tuoksujen tietoisesta käytöstä tarvitaan lisää. Tuoksudesign sovellettuna julkisiin tiloihin avaa tulevaisuudessa mahdollisuuksia vaikutelmien luomiseen. Tuoksumuisti on ihmisellä voimakas, vaikka sen tietoinen hyödyntäminen onkin vielä pienimuotoista. Juhlia ajateltaessa tuoksut pyritään saamaan neutraalin miellyttäväksi. Negatiivisiksi mielletyt tuoksut pyritään neutralisoimaan. Tuoksujen hyödyntäminen on häätöissä individualistista. Jokainen osallistuja valitsee yleensä itselleen sopivan tuoksun. Joissakin tapauksissa häätöpari on halunnut jakaa esimerkiksi deodorantteja ja muita tuoksutuotteita pieniin koreihin saniteettitiloihin vieraille varmuuden vuoksi, jos tarvetta ilmenee yllättäen.

3.5 Teema

Musiikin teoriassa teema eli aihe on melodinen muodoste, joka koostuu motiiveista. Teema toimii teoksen varsinaisena lähtökohtana, ja sitä voidaan muunnella. Kirjallisuudessa teema tarkoittaa sitä, mitä aiheesta sanotaan. Teema on kokonaisuutta yhdistävä tekijä, jolle voidaan antaa jonkin sanallinen muoto.

Teema on aihepiiri ja viitekehys, josta ammennetaan elementtejä tapahtumamuotoilun toteutukseen. Häätöparilla saattaa olla mielessään jokin teema-aihe tai värimaailma, jonka puitteissa he haluavat juhlaansa järjestää. Teeman mahdollisia toteuttamiskeinoja käydään läpi suunnittelupalaverissa. Teema saattaa olla esimerkiksi 1950-luvun rokkihäät, jolloin tapahtuman elementit pyritään saamaan valitun linjan mukaiseksi. Teema tulee aistittavaksi somisteissa, tarjottavassa menussa, sisustuksen värimaailmassa, äänisuunnittelussa ja esityksissä sekä pukeutumisessa. Jossain tapauksissa teemana saattaa olla jokin tietty värimaailma, joka tulee esille visuaalisissa valinnoissa. Teema ja sitä kautta osienvälinen eheys tarkoittaa valitussa linjassa pysymistä, pienimmissäkin yksityiskohdissa. Jokaisen osan kohdalla kannattaa kysyä, miten se on perusteltavissa kokonaisuuden kannalta.

TUOKSUELÄMYS

ERTAISUUS

STRATEGIA

TILASUUNNITTELU

MAKUELÄ

ODOTUSTEN
MUKAINEN

HARKITTU
YLLÄTYS

JLUT

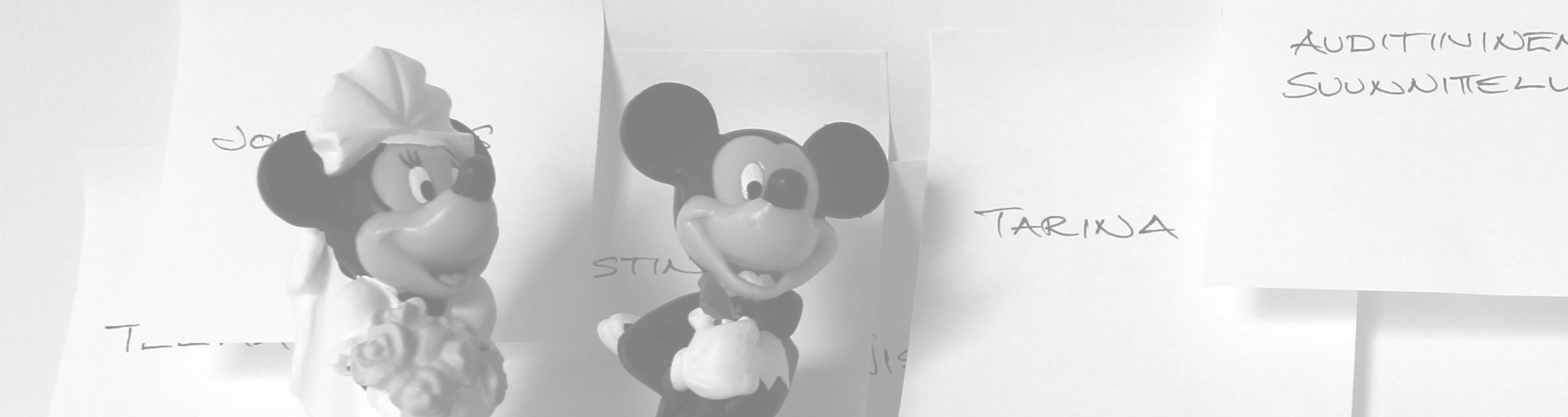
3.6 Tarina

Teemojen rakentaminen edellyttää kulttuurista tiedostamista ja kulttuurihistorian tuntemusta sekä ilmiöiden soveltamiskykyä, jotta aistittavat esille laitot ja sitä kautta toivotut kokemukset ja elämykset olisivat loogisesti teeman mukaisia. Hääjuhlien teemoja voivat olla esimerkiksi jonkin maan kulttuuri, erilaiset alakulttuurit, naamiaiset, historialliset kaudet, värimaailmat, musiikki.

Ekologisuus voidaan nähdä sekä teemana, että toimintatapana tapahtumamuotoilussa. Ekologisia ratkaisuja hyödynnetään somisteiden kierrätyksessä, ekologisten materiaalien valinnassa sekä karsimalla kaikki mahdollinen ylimääräinen pois. Ekologista ajattelua voidaan soveltaa myös makuelämysten toteuttamisessa esimerkiksi suosimalla lähituottajia.

Tarina on tässä yhteydessä tapahtuman juonellista etenemistä. Mitä tapahtuu missäkin kohdassa? Tapahtumamuotoilu eroaa palvelumuotoilusta juuri ainutkertaisen tarinansa johdosta. Tapahtumamuotoilun tuotos on ajassa ja paikassa toteutuva moniaistinen aktiviteetti, jolla on selkeä alku- ja loppupiste. Alun ja lopun väliin rakentuu juonellinen tarina. Tapahtumamuotoilun tarinallisuus hakee vaikutteita kirjallisuuden juoni-käsitteestä. Juonellisuus voidaan ajatella rakenteellisena ilmauksena kertomukselle tai tarinalle, mutta sitä voidaan soveltaa laajemminkin. Tarina ja teema lomittuvat usein toisiinsa.

Hääjuhla ajatellaan tässä kertomuksena ja siitä voidaan hahmottaa osallisia elementtejä ja näiden muodostamaa rakenteellisuutta. Alun ja lopun lisäksi on olemassa kohtauksia, siirtymiä ja suvantoja, huipentumia. Tapahtumamuotoilun tarina on elementtien käsikirjoittamista dynaamiseksi jatkumoksi. Jos hääjuhla on novellimainen tarina, niin siinä on mielekästä hyödyntää tarinankertomisen lainalaisuuksia: kiihdytykset, kontrastit ja suvanot kasvattavat dynamiikkaa kohti loppuhuipentumaa. Näillä tarinankerronnan keinoilla yleisön mielenkiinto pyritään pitämään yllä koko tapahtuman kaaren ajan. Esimerkiksi hääorkestereiden soittosetit jakaantuvat yleisesti kolmeen eri soittotuokioon, joiden tunnelma ja hektisyys kasvavat kohti viimeistä osuutta. Suomalaisissa häissä tunnelma yleensä kohoaa loppua kohden ja tarina voi saada dramaattisiakin piirteitä. Hääjuhlan alussa tapahtuva onnittelukierros muodollisine kättelyjärjestyksineen on tunnelmaltaan hieman erityyppinen verrattuna illan viimeisiin revityksiin tanssilattialla, jolloin sulhanen on kietaissut solmionsa pään ympärille ja soittaa ilmakitaraa Bon Jovin kappaleen tahtiin.



Hääjuhlan tarina voidaan purkaa osiin palvelupolkua hyödyntäen. Kertauksena todetaan, että palvelupolun prosessimainen luonne pitää sisällään ajallisen perspektiivin eli palvelu koetaan ajassa palvelupolkuna useiden eri palvelutuokioiden ja kontaktipisteiden kautta. Palvelupolkuun liittyy myös esipalvelun ja jälkipalvelun vaiheet varsinaisen palvelun lisäksi. Varsinkin kontaktipisteet tarjoavat hääjuhlan tarinaan jaksottaisuutta ja kohtia, joissa tapahtuu siirtymiä vaiheesta toiseen.

Otetaan esimerkiksi erään hääjuhlan eteneminen vaiheittain. Alkuvalmistelut juhlatilassa ennen juhlaa pitävät sisällään somisteiden ja rekvisiitan tuomisen ja järjestelyn juhlatilassa. Varsinaisena juhlapäivänä henkilökunta on juhlapaikalla 3 tuntia ennen juhlan alkua. Tällöin on mahdollista hoitaa viime hetken järjestelyasioista juhlatilassa.

Varsinaisen juhlan eteneminen on esitetty seuraavassa listassa tiivistettynä.

Vieraat saapuvat juhlapaikalle
Tervetuliaismalja ja tervetuliaispuhe
Ruokailu
Morsiamen isän ja sulhasen äidin puhe
Musiikkiesitys
Kahvit ja hääkakan leikkuu
Bestmanin ja kaason puhe
Häätanssi
Baari aukeaa
Orkesterin 1. setti
Morsiamen ryöstö
Morsiuskimpun ja sukkanauhan heitto
Orkesterin 2. setti
Iltapala
Orkesterin 3. setti
Juhlat päättyvät juhlatilassa

TUOKSUELMÄYS

ERTAISUUS

STRATEGIA

TILASUUNNITTELU

MAKUELÄ

ODOTUSTEN
MUKAINEN

HARKITTU
YLLÄTYS

LUOTO

3.7 Viestintä

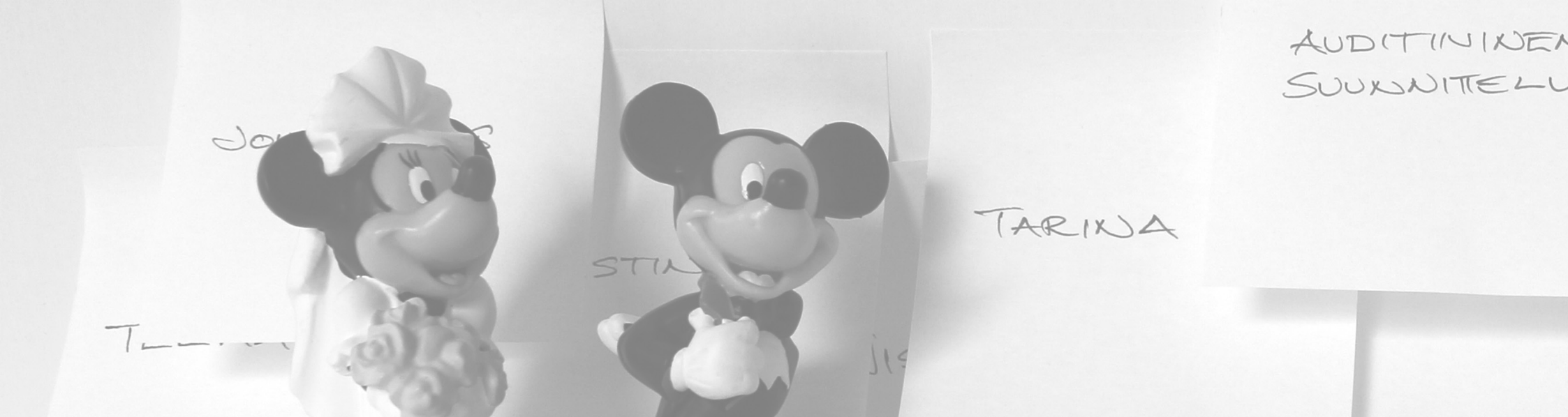
Tämän etenemisjärjestyksen sisälle virittyä teemallinen tarina, jossa vaiheet seuraavat toisinaan. Tarinan käsikirjoituksessa huomioidaan, että aikataulu on realistinen ja että kokonaisuus säilyy sopivatahtisena myös vieraiden näkökulmasta. Sopiva etenemisvauhti luo vaikutelman vaivattomuudesta ja siitä, että palvelu pelaa. Hyvin suunniteltu tarinan aikataulutus on huomaamatonta ja automaattisen oloista.

Hääjuhlaan liittyvää viestintää voidaan tarkastella kahdesta suunnasta. Ensinnäkin se on tapahtumamuotoilussa markkinointiin ja palvelun myyntiin liittyvä toimenpide. Toisaalta viestintää toteutetaan myös suunnittelu- ja toteutusprosessissa kautta linjan.

Jotta pystytään löytämään asiakas, jolle tapahtumamuotoilua voidaan suunnitella, tarvitaan markkinointiviestintää. Markkinoinnin kautta saadaan ensikontakti asiakkaaseen. Markkinoinnin osa-alueet ovat perinteisesti tuote, hinta, saatavuus ja markkinointiviestintä. Markkinointia edustavat kaikessa laajuudessaan ne menetelmät, joiden avulla asiakkaaseen ollaan yhteydessä ennen ja jälkeen tapahtuman. Viestinnällä luodaan asiakkaaseen odotuksia palvelusta ja sillä myös rajataan asiakaskuntaa palveluntarjoajan liikeidean mukaisesti. Tämän tutkimuksen hääasiakkaat valitsivat Huvituvan juhlapaikkakseen pitkälti hinta-laatu-suhteen perusteella, koska he kokivat saavansa räätälöityä palvelua budjettinsa puitteissa.

Tarve tapahtuman järjestämiseen syntyy asiakkaan omista lähtökohdista. Asiakkaat lähtevät hakemaan tietoa palveluntarjoajista pääsääntöisesti internetin kautta. Tässä mielessä palvelun saatavuus tulee verkkosivuston kautta asiakkaalle todeksi. Jo ennen varsinaista yhteydenottoa asiakkaat suorittavat vertailuja itselle sopivista palveluntarjoajista. Myös verkossa olevat hääkeskustelupalstat näyttävät suurta osaa palveluista arvioitaessa. Sosiaalisessa mediassa palveluita vertaillaan virtuaalisesti jaettuina kokemuksina. Moni hääpari tekee valintoja esimerkiksi juhlapaikan valinnan suhteen perustuen käsityksensä verkkokeskusteluihin.

Hyvin rakennettu verkkosivusto on käyntikortti ja portti asiakkaan luo. Verkkosivusto voidaan nähdä myös palveluna, jossa asiakas saa toisaalta informaatiota palvelusta ja myös samalla elämyksen ja mielikuvan myös tunnelmatasolla.



Houkutteleva ja asiakkaan tarpeisiin vastaava sivusto edesauttaa yhteydenottoa ja on liiketoiminnan kannalta palveluntarjoajalle tärkeä elementti. Tässä vaiheessa kaikki etenemisen avaimet ovat asiakkaalla. Asiakas joko kiinnostuu tai ohittaa palvelun saamansa vaikutelman nojalla. Tätä voidaan pitää palvelupolun ensimmäisenä kontaktipisteinä häätapahtumamuotoilussa. Kiinnostunut asiakas pyytää tarjouksen palvelusta ja jos hinta vaikuttaa sopivalta, edetään seuraavaan vaiheeseen, tilaan tutustumiseen ja palvelun tarkempaan läpikäymiseen.

Markkinointitilanteena ja viestinnän kenttänä voidaan nähdä myös itse häätapahtuman toteuttaminen. Häävieraat kokevat tapahtuman joko onnistuneena tai epäonnistuneena. Joka tapauksessa heille jäävä mielikuva tapahtuman järjestelyistä vaikuttaa siihen, näkevätkö he tapahtuman järjestäjää potentiaalisena yhteistyökumppanina esimerkiksi omissa juhlissaan. Toteutunut tapahtuma on markkinointiväline, koska se on todellinen kokemus, aito elämys.

Tapahtumamuotoilu on liiketoimintaa, joten mukana on aina kaupallisia intressejä. Palveluntarjoaja haluaa palvelunsa myydyksi ja asiakas vastinetta valinnalleen. Myös kilpailua palveluntarjoajien kesken esiintyy, joten Tämä on peruste viestinnän mukana olemiselle tapahtumamuotoilussa. Lisäksi tapahtumamuotoilussa asiakas ostaa immateriaalista tietämystä, joten markkinoinnin keinoja käyttäen palvelun substanssi on kyettävä todentamaan. Asiakkaan tulee saada kokemus, että hänen investointinsa perustuu tietoon ja taitoon, jota palveluntarjoaja tarjoaa.

Viestintänä voidaan nähdä myös häätapahtuman lähettämät hääkutsut, koska ne ovat valitulle vierasjoukolle esimakua tulevasta tapahtumasta. Hääkutsulla viritetään odotuksia juhlan suhteen ja niissä voidaan antaa vihjeitä häätapahtuman teemasta ja tunnelmasta. Viestintää voidaan tarkastella myös juhlatahtumien sisällä olevana elementtinä. Miten viestintä on toteutettu juhlapaikalla ja juhlan aikana? Jos juhlissa on juontaja, niin hän suurelta osin vaikuttaa viestinnällään juhlan tunnelmaan. Mitä keinoja viestinnässä on hyödynnetty? Noudattaako viestintä yhtenäistä linjaa koko juhlasuunnitelman mukaisesti? Viestintä voi siten olla sanallista, graafista tai nonverbaalista. Johdonmukaisen kokonaistavoitteen suunnassa edettäessä myös viestintä palvelee näitä samoja pyrkimyksiä. Viimeisin viestinnän elementti on yleisesti kiitoskortti häävieraalle, esimerkiksi valokuva häätapahtumasta.

AUDITIVINEN
SUUNNITELU

TARINA

STIN

JIS

T---

Joni

TUOKSUELMÄYS

ERTAISUUS

STRATEGIA

TILASUUNNITTELU

MAKUELÄ

ODOTUSTEN
MUKAINEN

HARKITTU
YLLÄTYS

JLUT

3.8 Joustavuus

Joustavuus on ominaisuus, joka kertoo kuinka hyvin pystytään sopeutumaan yllättäviin muutoksiin tinkimättä esimerkiksi palvelun laadusta.

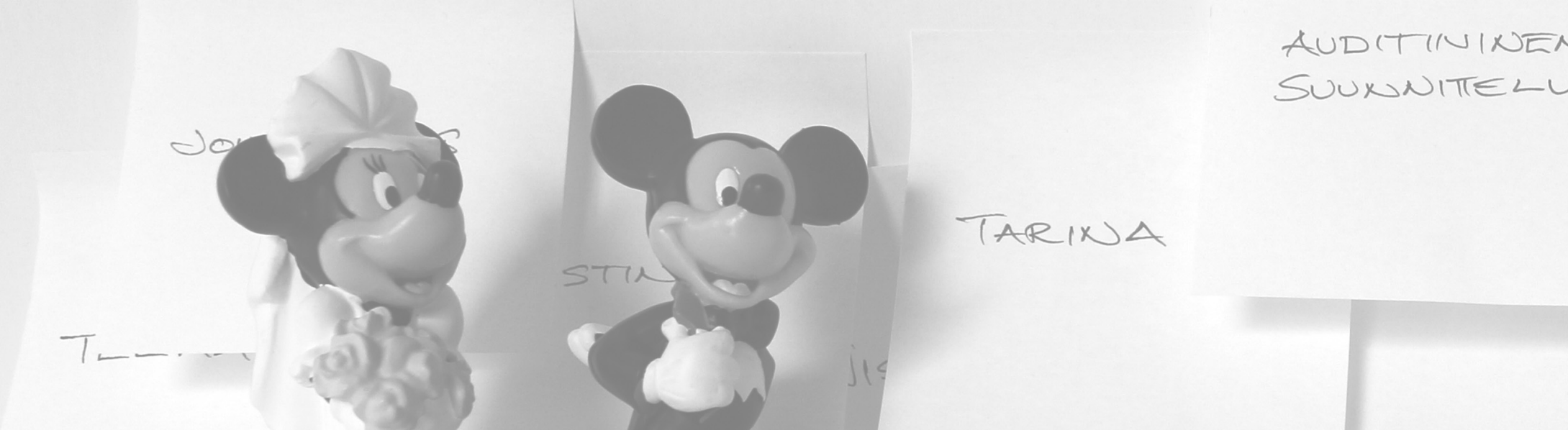
Joustavuutta tarvitaan esimerkiksi silloin, kun jossakin projektissa on usean alan toimijoi- ta rakentamassa kokonaisuutta. Palvelumuotoilusta tuttu usean ammattikunnan yhteistyö synnyttää uusia ja yllättäviäkin ratkaisuja. Syntyvä kokonaisuus ei ole yhden suunnittelijan yksilösuoritus, vaan usean ammattilaisen yhteinen, tilaaja mukaan lukien. Palvelu koostuu eri osasista, jotka palvelevat valitun teeman toteutumista. Joustavuus on tapahtuman elementteihin liittyvää yhteensovittamista, soveltamista ja joustamista.

Toisaalta joustavuus voidaan käsittää myös vaihtoehtoisena suunnitelmana, joka otetaan käyttöön tarvittaessa. Silloin joustavuus on varasuunnitelma, jos jokin asia ei mene suunnitellulla tavalla esimerkiksi aikataulutuksen suhteen. Suunnittelussa tulee huomioida jousto- varan tarve ajoituksessa ja tilanteiden rytmityksessä. Joustavuus vastaa silloin kysymykseen: ”Mitäs nyt tehdään, kun kävi näin?” Käsitteellisellä tasolla joustavuus on vaihtoehtoisten palvelupolkujen suunnittelua. Joustavuus voidaan myös rakentaa sisään tapahtuman käsi- kirjoitukseen, jolloin tapahtuman episodien väliin jätetään hieman taukoja.

3.9 Tapahtumuotoilun strategiat

3.9.1 Odotusten mukainen tapahtumamuotoilun designstrategia

Monelle hääasiakkaalle perinteet merkitsevät paljon. Tätä opinnäytetyötä varten tarkastellut 88 hääjuhlaa toivat esille varsinkin hääjuhlaan liittyvien perinneleikkien osalta sen, että odotusten mukaisia elementtejä on aina mukana hääjuhlissa. Samoin hääkaku muodossa tai toisessa toistui neljän ja puolen vuoden aikana kerätyssä materiaalissa. Jo varsin kevyellä ajatustyöllä on mahdollista palauttaa mieleen hyvinkin kokonainen kuva siitä, millaiset ovat odotusten mukaiset hääjuhlat. Sekä hääpari että vieraat esittävät etukäteen tiedossa olevan koreografian. Hääjuhla ei sisällä uusia eikä kokeilevia elementtejä, vaan pikemminkin pyrkii toisintamaan menneen ajan dokumenteista ammennettua kuvaa hääjuhlasta. Tässä vaiheessa todettakoon, että eri tapahtumamuotoilun designstrategiat eivät ole mitenkään arvoastei- kossa toisiinsa nähden. Kysymys on valinnasta, mitä tyyliä päätetään seurata. Oleellisem- pi kysymys on, miten onnistuneesti valittu linja pystytään pitämään koko hääjuhlaprosessin aikana. Odotusten mukainen lähestymistapa on vaativa siinä mielessä, että vertailupohja onnistuneeseen juhlajärjestelyyn on kaikkien tiedossa. Osallistuja huomaa helposti, jos jotain asiaa ei ole huomioitu tietyllä tavalla, odotusten mukaisesti. Tässä lähestymistavassa odotukset ja mielikuvat tulevaisuudesta ovat hyvin konkreetteja. Onnistunutta hääjuhlaa voidaan helpommin verrata elokuvista tuttuihin haaveiden toteutumisiin. Sekä tapahtuman henkilökunnalla että osallistujilla on selkeät roolit juhlassa.



3.9.2 Harkittu yllätys tapahtumamuotoilun designstrategiana

Voidaanko yllätyksellä saada aikaan uusia kokemuksia? Ajatellaanpa ensin tilannetta kaupan kassajonossa. Tietenkin olet valinnut jonon, joka etenee hitaasti. Alat tuskastua. Yhtäkkiä kassahenkilö alkaa laulaa rallatella. Tämä varmasti synnyttäisi yllättynyttä hyrinää asiakkaissa. Tilanne saa aivan yllättävän käänteen ja kenties jonottaminen ei enää tuntuisikaan samalta kuin vielä äsken.⁷⁴

Yllätyksellisyyttä on käytetty designstrategiana tuotesuunnittelussa. Sveitsiläinen kellovalmistaja Swatch muun muassa ilmoittaa brändinsä olevan aina yllättävä⁷⁵. Luddenin ja kumppaneiden mukaan yllätyksellisyys designstrategioissa voidaan jakaa kuuteen eri ilmenemismuotoon, jotka ovat:

- 1) käytetään uusia materiaaleja, joiden ominaisuuksia ei vielä osata tunnistaa
- 2) käytetään uusia materiaaleja, jotka muistuttavat tuttuja vanhoja materiaaleja
- 3) Tuttua materiaalia käytetään uudessa kontekstissa
- 4) käytetään materiaaleja, jotka näkyvät toistensa läpi kokonaisuudessa
- 5) käytetään materiaaleja, joilla on yllättäviä ominaispiirteitä
- 6) luodaan visuaalisia illuusioita

74 Ludden, Schifferstein ja Hekkert 2008, 28

75 Ludden, Schifferstein ja Hekkert 2008, 29

Näillä vastakohtaisuuksien yhdistelmillä voidaan luoda yllätyksellisiä elämyksiä tuotteeseen.⁷⁶ Yleensä yllätyksellisyys mielletään myönteiseksi ominaisuudeksi. Tietenkin, jos kyseessä on tuote, jonka käyttäminen vaatii jo itsessään keskittymistä, yllätyksellinen elementti ei ole niinkään haluttu piirre.⁷⁷

Voidaanko näitä lähestymistapoja soveltaa palvelumuotoiluun ja tapahtumamuotoiluun? Kysymys on pikemminkin retorinen ja luovan ajattelun kysymys. Tapahtumamuotoilua ajatellen peruskysymys kuuluukin, voiko tapahtumaa organisoida jotenkin uudella tavalla, yllättävästi, jopa mahdottoman kautta aikaansaaden jotain uutta lisäarvoa? Monille hääasiakkaille tietoinen perinteiden rikkominen edustaa nuorekasta voimaa ja kaavoista vapautumista. He arvostavat omissa häissään piirteitä, joilla jopa kapinoidaan perinteistä hääjuhlarutiinia. Harkittu yllätys designstrategiana toteutuu myös detaljitasolla, jolloin esimerkiksi lautasliinan väriksi saatetaan valita musta tietoisena vastakohtana perinteiselle lähtöasetelmalle. Yksi harkitun yllätyksen sovellus löytyy niistä toteutuksista, joissa esimerkiksi hääjuhlapaikaksi valitaan jokin yllättävä ja persoonallinen paikka, joka on hääparille merkityksellinen. Joka tapauksessa jokainen elementti on harkittu ja tietoinen valinta. Samat tapahtumamuotoilun teorian vaatimukset pätevät myös tässä strategiassa. Hääjuhlan sisäinen eheys valitun tyyliin mukaan on keskeistä.

76 Ludden, Schifferstein ja Hekkert 2008, 31

77 Ludden, Schifferstein ja Hekkert 2008, 37

TUOKSUELMÄMYKS

ERTAISUUS

STRATEGIA

TILASUUNNITTELU

MAKUELÄ

ODOTUSTEN
MUKAINEN

HARKITTU
YLLÄTYS

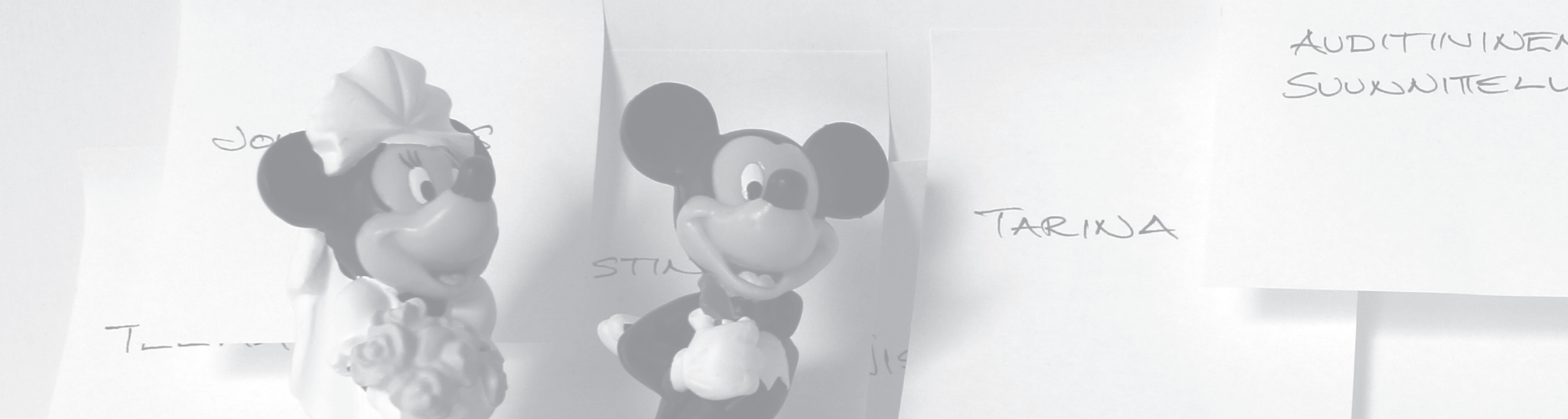
JLUT

3.9.3 Spontaani tapahtumamuotoilun designstrategia

Kolmanneksi tapahtumamuotoilun designstrategiaksi olen nimennyt spontaanin strategian, jonka olen jakanut asiakkaan viimeistelemään designstrategiaan ja ”tee se itse”-strategiaan.

Asiakkaan viimeistelemässä lähestymistavassa luodaan puittekokonaisuus tiettyyn pisteeseen asti valmiiksi, mutta lopullinen muoto rakentuu tilanteessa asiakkaiden vuorovaikutuksen mukaan. Tästä esimerkkinä häät, joiden musiikkia ei valittu etukäteen vaan paikalle hoidettiin soittimia ja äänentoistolaitteet. Vieraat saivat myös tuoda mukanaan lempimusiikkiaan. Häät ja vieraat harrastivat musiikkia ja idea oli siinä, että illan mittaan kuka vaan sai tarttua soittimiin ja musisoida makunsa mukaan. Illan aikana muodostui erityyppisiä kokoonpanoja, jotka hoitivat illan tanssimusiikista. Myös morsian nähtiin solistina yhdessä kokoonpanossa. Vieraiden mukana tuomista lempilevyistä koostui illan taustamusiikkivalikoima. Tunnelmasta toiseen oli mahdollista siirtyä improvisoinnin avulla. Päävastuussa olivat vieraat, joiden kyvykkyyteen ja yhteistoimintaan perustuen loppuillan kokonaisuus rakentui. Häät saivat siteerata viittauksenaan leikkilänsä. Tässä lähestymistavassa yhdistyvät asiakkaiden innovointi tapahtumassa ja yleisön vaikutus tapahtuman muotoutumisessa. Prosessia voisi verrata lahjakkaan jatsiorkesterin improvisaatiokonserttiin ja se edellyttää korkean tason intuitiivisuutta ja yhteispeliä sanattomalla tasolla.

”Tee se itse”-lähestymistapa on edellistä vieläkin väljempi. Puitteet suunnitellaan mahdollisimman niukasti valmiiksi. Johtoajatuksena on katsoa mitä tapahtuu, kun vieraat saapuvat. Tämä strategia sopii tietysti tietyn tyyppisille häätöille, jotka vierastavat kaikkea sovinnasta ja suunniteltua, mutta kuitenkin haluavat antaa mahdollisuuden tapahtumalle. Rosoisuudesta ja tasalaatuisuuden puutteesta huolimatta myös tämä strategia saattaa synnyttää riskin kautta upeita kokemuksia ja elämyksiä osallistujille.



Kuva 3. Antti Sarja. Tapatumamutoilun designstrategiat.

TUOKSUELMÄYS

ERTAISUUS

STRATEGIA

TILASUUNNITELU

ODOTUSTEN
MUKAINEN

HARKITTU
YLLÄTYS

MAKUELÄ

JLUT



TARINA

AUDITININEN
SUUNNITELU

TUOKSUELMÄYS

HAKUELA

HAKUETUS

RTA1 SUO

4 YHTEENVETO

Tapahtumamuotoilussa voidaan käyttää samoja käsitteitä kuin palvelumuotoilussa. Oleellinen ero tapahtumamuotoilun ja palvelumuotoilun välillä liittyy toistettavuus- ja ainutkertaisuusaspektiin. Tapahtumamuotoilussa tavoitellaan ainutkertaista kokonaisuutta, joka rakentuu asiakkaan kanssa yhdessä suunnitteleamalla. Hääjuhlaan voidaan luoda mahdollisimman kattavat puitteet onnistumiselle, mutta viime kädessä elämyksiä ei voida hallinnoida eikä päättää etukäteen. Hääjuhlaan osallistuvilla on erilaisia rooleja ja siten erilaisia odotuksia. Morsian ja sulhanen kokevat tilanteen eri kulmasta esimerkiksi kaasoihin, bestmaneihin, hääparin vanhempiin, sukulaisiin ja vieraisiin verrattuna. Myös tunneperäiset lataukset, joita osallistujilla saattaa olla mielessään, vaikuttavat elämyksen ja kokemuksen laatuun. Yhtä yhteistä kokemusta on mahdotonta rakentaa, mutta suuntaviivoja ja edellytyksiä halutunsuuntaiselle elämykselle voidaan luoda. Tapahtumamuotoilun idea on luoda alusta kokemiselle, jonka puitteissa jokaiselle osallistujalle rakentuu oma ja henkilökohtainen elämys omasta kokemuspöydästä käsin.

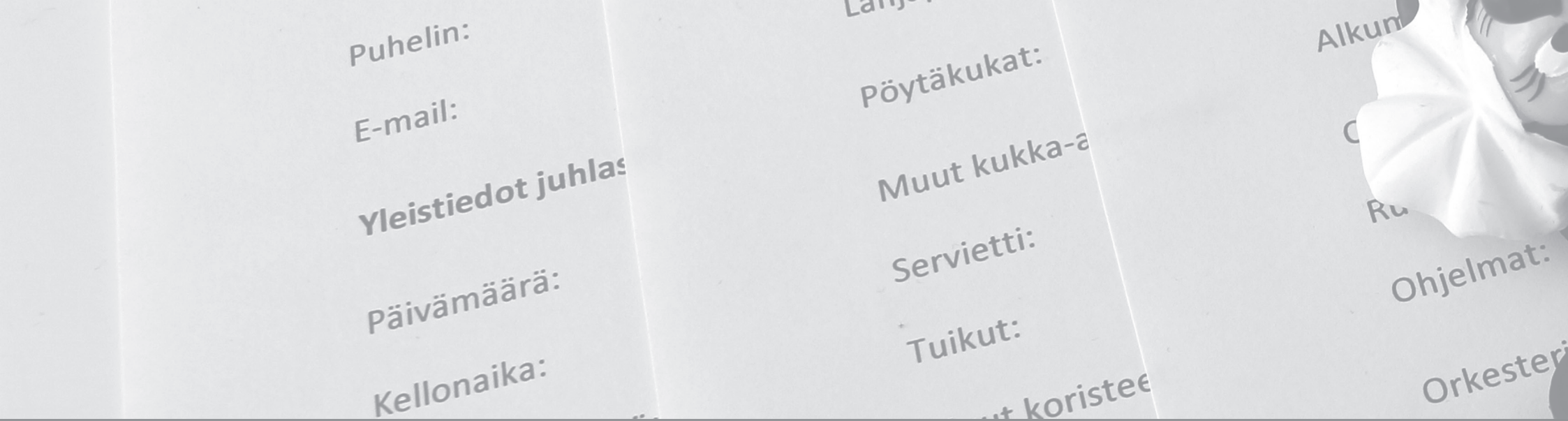
Tässä opinnäytetyössä tapahtumamuotoilun teoria koostuu osa-alueista, jotka keskittyvät asiakkaan ympärille. Osa-alueet ovat ainutkertaisuuden ideaali, moniaistisuus, teema, tarina, viestintä ja joustavuus.

Asiakkaasta käsin lähtevällä suunnitteluprosessilla pyritään takaamaan ainutkertaisuus niin pitkälle kuin se on mahdollista. Moniaistisella tapahtumamuotoilulla pyritään luomaan puitteet halutunlaisille kokemuksille ja elämyksille. Ajatuksen taustalla on käsitys, että aistiminen vaikuttaa kokemukseen ja että kokemuksen suuntaa voidaan ohjata aistiärsytyksiä suuntaamalla. Tämän opinnäytetyön moniaistisuus sivuaa ambience designia.

Tässä teoriassa olen nimennyt siihen viisi osa-aluetta, jotka ovat visuaalisuus, auditivinen suunnittelu, tilasuunnittelu, makuelämys sekä tuoksu-elämys. Näistä elementeistä luodaan tapahtumaprosessin käsikirjoitus.

Teema on aihepiiri ja viitekehys, jonka puitteisiin tapahtuma rakentuu. Asiakas tuo usein suunnittelutilanteeseen mielikuvan teemasta, jota voidaan jalostaa tarvittaessa sekä hakea konkreettisia sovelluksia teeman toteutumiseksi. Ekologinen ajattelu hääjuhlan toteuttamisessa on saamassa yhä suurempaa suosiota. Ekologisuus nähdään toteuttamistapana ja läpi koko juhlan kulkevana ohjenuorana ja valintojen kriteerinä.

Tarina kuvaa hääjuhlaa juonellisena tapahtumien jatkumona. Tarinassa tulee olla dynamiikkaa ja mukaansatempaavuutta. Suvannot, polarisaatiot ja kiihdytykset luovat tapahtuman kulkuun elävyyttä ja mahdollisuuden kokea matka yhdessä muiden juhlijoiden kanssa. Tarinan edetessä syntyvät erilaiset elämykset muodostavat kokonaisuuden, josta jää muisto. Toimiva aikataulutus on tarinan onnistumisen ensimmäisiä vaatimuksia, koska tämä vaikuttaa suoraan kokemuksen miellyttävyyteen. Jokaisen episodin tulisi tapahtua juuri sopivaan aikaan, luontevan tuntuisesti. Usein tarvitaan paljon työtä, jotta jokin asia saadaan toimimaan luontevasti ja vaivattomasti. Viestinnän kautta asiakas saa tietoa tapahtuman olemassaolosta, luonteesta ja sisällöstä. Viestinnällisiä keinoja hyödynnetään myös itse hääjuhlassa tarinan juonenkuljetelussa.



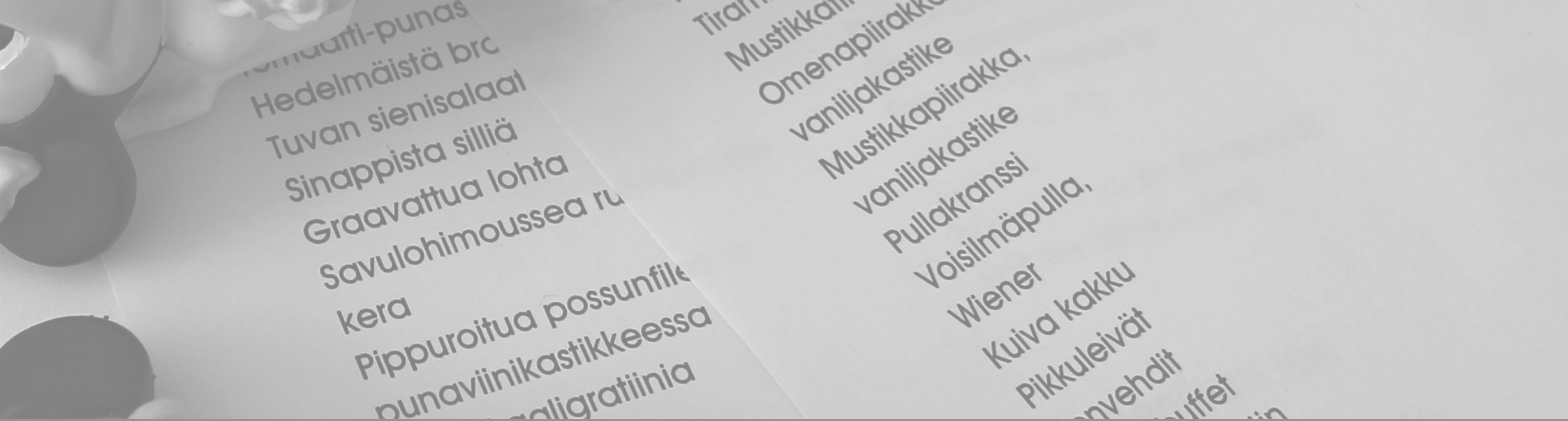
Palvelupolku häätapahtumassa hahmottelee tapahtumamuotoilun prosessia asiakkaan kokemien kontaktipisteiden kautta. Tämä esitys kuvaa prosessia ajallisena jatkumona. Palvelupolku-ajattelu ei ole pelkästään lineaarista, vaan joustavuuden näkökulma huomioiden palvelupolusta pyritään luomaan vaihtoehtoisia variaatioita, joiden valinta ja toteutuminen tapahtuu tilanteen ja kokijoiden ehdoilla.

Tämän ajatusrakennelman tarkoitus on olla työvälineenä asiakaskeskusteluissa, joissa käydään läpi suunniteltavan tapahtuman osa-alueita. Ajatusrakennelman avulla tavoitellaan suuntaa, jossa olisi mahdollista kokea johdonmukaisia elämyksiä. Tämän opinnäytetyön tavoite ja kantava ajatus on, että jos jokaiseen teoriassa esitettyyn kohtaan valitaan johdonmukainen elementti, niin kokonaisuus on silloin optimaalisesti linjattu tavoitteiden suunnassa: ”On luotu puitteet, joissa on mahdollista kokea halutunlaisia elämyksiä.”

Tapahtumamuotoilun teoria ja strategiset lähestymistavat voidaan nähdä kehinä asiakkaan ympärillä. Hääjuhlaa voidaan analysoida sekä ulkokehältä sisäänpäin että päinvastoin. Molemmissa kulkusuunnissa voidaan testata sisäistä yhdenmukaisuutta. Kehien tarkastelu saattaa myös herättää kysymyksiä eri vaihtoehdoista. Kuviolla voidaan myös testata, onko tapahtuman eri osa-alueet huomioitu kattavasti. Design-ajattelun synnyttämät pienetkin uudet ajatuksen siemenet voidaan tutkia tämän kokoelman luomassa viitekehyksessä. Tavoitteena on luoda mahdollisimman hyvä hääjuhla ja tämä teoriakaavio on luotu yhdeksi apuvälineeksi siihen.



Kuva 4. Antti Sarja. Tapahtumamuotoilun teorian ja designstrategioiden kehillisyys.



Tämän opinnäytetyön käsitteistöä ja teorian rakentamista on tarkasteltu häätjuhlan näkökulmasta. Jatkossa tapahtumamuotoilun teoriaa voidaan jalostaa käsittelemään esimerkiksi yritys- ja yleisötapahtumien sekä festivaalien suunnittelua. Tässä teoriassa esitellyt peruselementit luovat pohjan jatkosuunnittelulle.



LÄHTEET

Painetut lähteet

Eskola, Jari ja Vastamäki, Jaana (2010). Teemahaastattelu; Opit ja opetukset. Teoksessa: Aaltola, Juhani ja Valli, Raine (toim.). Ikkunoita Tutkimusmetodeihin I; Metodien valinta ja aineiston keruu, virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Juva: WS Bookwell Oy.

Hassi, Antti (1998). Muotoilu informaatioyhteiskunnan tuotantotaloudessa. Käsiteanalyttinen tarkastelu. Muotoilun tutkimuslaitoksen julkaisuja 1/1998.

Hirsjärvi, Sirkka; Hurme, Helena (2000). Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Hämäläinen, Kai; Vilkkä Hanna; Miettinen Satu (2011) Asiakasymmärryksen ja käyttäjätiedon hankkiminen. Teoksessa: Miettinen, Satu (toim.). Palvelumuotoilu - uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. 2. painos. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Itten, Johannes (1961). Die Kunst der Farbe. Värit taiteessa. Kolmas painos 1998. Helsinki: Kustannus Oy Taide.

Jokiniemi, Jukka (2007). Kaupunki kaikille aisteille. Moniaistisuus ja saavutettavuus rakennetussa ympäristössä. Teknillisen korkeakoulun arkkitehtiosaston tutkimuksia 2007/29.

Kaivola, Terttu (1995). Häätietoa. Teoksessa: Kaivola, Terttu (toim.) Kahden kauppa; juhlatietoa, kuvia ja kertomuksia suomalaisista häistä. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.



Koivisto, Mikko (2007). Mitä on palvelumuotoilu? Muotoilun hyödyntäminen palvelujen suunnittelussa. Taiteen maisterin lopputyö. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.

Koivisto, Mikko (2011). Palvelumuotoilun peruskäsitteet. Teoksessa: Miettinen, Satu (toim.). Palvelumuotoilu - uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. 2. painos. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Laine, Timo (2010). Miten kokemusta voidaan tutkia? Fenomenologinen näkökulma. Teoksessa: Aaltola, Juhani ja Valli, Raine (toim.). Ikkunoita Tutkimusmetodeihin II; Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. Juva: WS Bookwell Oy.

Ludden Geke D. S., Schifferstein Hendrik N. J., ja Hekkert Paul (2008). Surprise As a Design Strategy. Design Issues: Volume 24, Number 2 Spring. Massachusetts Institute of Technology.

Mager, Birgit (2004). Service Design. A Review. Köln: Prima Print GmbH.

Martin, Roger (2009). The Design Of Business – Why Design Thinking Is the Next Competitive Advantage. Boston: Harvard Business School Press.

Mattelmäki, Tuuli (2007). Yhteissuunnittelu ja osallistuva suunnittelu. Teoksessa: Kaasinen, Eija; Norros, Leena. Älykkäiden ympäristöjen suunnittelu – Kohti ekologista systeemijättelua. Tampere: Teknologiainfo Teknova Oy.

Miettinen, Satu (2011). Palvelumuotoilu – yhteissuunnittelua, empatiaa ja osallistumista. Teoksessa: Miettinen, Satu (toim.) 2011. Palvelumuotoilu - uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. 2. painos. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Miettinen, Satu; Kalliomäki, Anne; Ruuska, Juha (2011). Palvelun konseptointi. Teoksessa: Miettinen, Satu (toim.) 2011. Palvelumuotoilu - uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. 2. painos. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Saffer, Dan (2007). Designing for Interaction. Creating Smart Applications and Clever Devices. Berkeley: New Riders.

Vaahojärvi, Kristiina (2011). Palvelukonseptien arviointi. Teoksessa Miettinen, Satu (toim.) 2011. Palvelumuotoilu - uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. 2. painos. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Vaajakallio, Kirsikka; Mattelmäki, Tuuli (2011). Yhteissuunnittelu ja palveluiden ideointi. Teoksessa Miettinen, Satu (toim.) 2011. Palvelumuotoilu - uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. 2. painos. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.



Verkkajulkaisut

Hintikka, Samuli (2010). Vuosiseminaari 2010: Ambient design luo tilaan tunnelmaa. Luento kiinteistöliiketoiminnan vuosiseminaarissa. Päivitysajankohta 2010. (Viitattu 17.1.2011). Verkkosivu saatavissa: <http://www.vuosiseminaari.fi/uploads/news/id29/Ambient%20design%20luo%20tilaan%20tunnelmaa.pdf>

Kokoontumislaki. 22.4.1999/530. (Viitattu 25.9.2011). Verkkosivu saatavissa: [http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990530?search\[type\]=pika&search\[pika\]=kokoontumislaki](http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990530?search[type]=pika&search[pika]=kokoontumislaki)

Koskinen, Jari (2008). Ambience Design. Asiantuntija-artikkeli sivustolla <http://muuntuuworld.wordpress.com>. Päivitysajankohta 17.9.2008. (Viitattu 17.1.2011). Verkkosivu saatavissa: <http://muuntuuworld.wordpress.com/2008/09/17/ambience-design-tunnelmamuu-toilua-ja-muunneltavuutta/>

Koskinen, Jari (2002). Ambient Design – ympäristö ja aistit lähtökohtana. Asiantuntija-artikkeli sivustolla www.m-cult.net. Päivitysajankohta 30.9.2002. (Viitattu 17.1.2011). Verkkosivu saatavissa: <http://www.m-cult.net/mediumi/article.html?id=40>

Kysyntä- ja käyttäjälähtöinen innovaatiotoiminta – Muotoilu. Työ- ja elinkeinoministeriö – Muotoilu. (2011). Sivua viimeksi päivitetty: 1.12.2011. (Viitattu 18.1.2012). Verkkosivu saatavissa: <http://www.tem.fi/?s=3372>

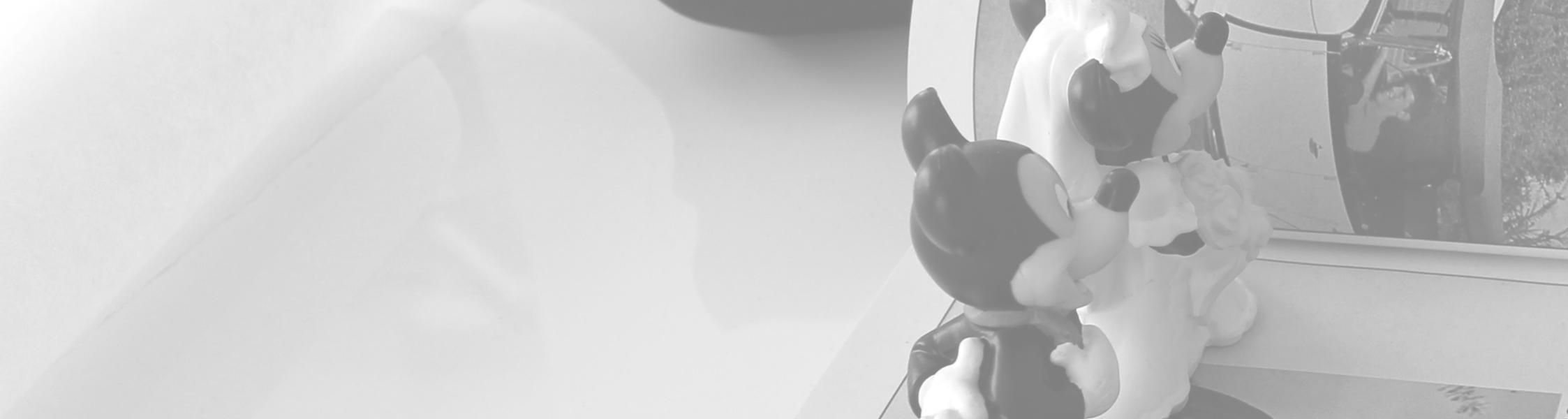
Köln International School of Design (2011). CV Birgit Mager. Verkkajulkaisu. Päivitysajankohta 19.5.2004. (Viitattu 17.1.2011). Verkkosivu saatavissa: <http://kisd.de/mager.html?&lang=en>

LEO – Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. Elämyskolmio. (Viitattu 18.1.2012). Verkkosivu saatavissa: <http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=3615>

Mager, Birgit (2007). Teoksessa: Erlhoff, Michael; Marshalle, Tim (toim.). Design Dictionary: Perspectives on Design Terminology. Basel: Birkhäuser. (Viitattu 12.1.2012). Verkkosivu saatavissa: http://www.service-design-network.org/system/files/Mager_Service%20Design_0.pdf

Morelli, Nicola (2002) Designing Product/Service Systems: A Methodological Exploration Author(s): Nicola Morelli Source: Design Issues, Vol. 18, No. 3, (Summer, 2002), sivut 3-17 Published by: The MIT Press. (Viitattu 12.1.2012). Verkkosivu saatavissa: <http://www.jstor.org/stable/1512062>

Moritz, Stefan (2005). Service Design: Practical Access to an Evolving Field. Köln International School of Design. University of Applied Sciences Cologne. (Viitattu 4.1.2012). Verkkosivu saatavissa osoitteesta: http://stefanmoritz.com/welcome/Service_Design_files/Practical%20Access%20to%20Service%20Design.pdf



Julkaisemattomat lähteet

Palvelumuotoilu.fi (2011). Sanasto ja metodit. (Viitattu 17.1.2011). Verkkosivu saatavissa: www.palvelumuotoilu.fi

Suuri häätutkimus 2010. Perinteitä arvostetaan häissä. (Viitattu 1.2.2012). Verkkosivu saatavissa: <http://www.mtv3.fi/helmi/minisaitit/artikkeli.shtml/2010/10/1205911?haatjarakkus/ajankohtaista>

VanPatter, GK (2009). Inspirational key-note; making sense of gesign now: understanding the futures that have already arrived. Muotoilun muuttuva rooli –seminaari 7.9.2009. Työ- ja elinkeinoministeriö. (Viitattu 18.1.2012). Verkkosivu saatavissa: http://www.tem.fi/files/24443/VanPatter_792009.pdf

Koskinen, Jari (2010). Palvelumuotoilu. Luento Lahden muotoiluinstituutin palvelumuotoilu ja tulevaisuuden palveluympäristöt opintojaksolla. Lahti 10.12.2010.



KUVALUETTELO

Kuva 1. Antti Sarja (2011). Palvelumuotoilusta tapahtumamuotoiluun. Tapahtumamuotoilun suhde palvelumuotoiluun toistettavuus-ainutkertaisuus – akselilla.

Kuva 2. Antti Sarja (2011). Tapahtumamuotoilun teoria. Tapahtumamuotoilun elementit suhteessa asiakkaaseen.

Kuva 3. Antti Sarja (2011). Tapahtumamuotoilun designstrategiat.

Kuva 4. Antti Sarja (2011).. Tapahtumamuotoilun teorian ja designstrategioiden kehällisyys.

Kuva 5. Antti Sarja (2011). Häätapahtuman palvelupolku. Ajallisesti etenevä kuvaus asiakkaan kohtaamista kontaktipisteistä. (Vain liitteessä)



