

## Miten elämyksellinen kokoustila luodaan?

Grigori Tchaban

Opinnäytetyö

Johdon assistenttityön ja kielten  
koulutusohjelma

2011



Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma

<p><b>Tekijä</b> Grigori Tchaban</p>	<p><b>Ryhmä tai aloitusvuosi</b> 2009</p>
<p><b>Opinnäytetyön nimi</b> Miten elämyksellinen kokoustila luodaan?</p>	<p><b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 42 + 28</p>
<p><b>Ohjaajat</b> Irma Mäkäpä-Suni &amp; Vesa Heikkinen</p>	
<p>Laadullista tutkimusmenetelmää käyttäen on selvitetty miksi ja miten elämykselliset kokoustilat tuovat organisaatioille hyötyä sekä kuinka näitä elämyksellisiä / parempia kokoustiloja ja kokouksia voidaan itse luoda. Oletuksena työssä on, ettei kokousten asiasisällön ja esiintyjien houkuttelevuutta voida lisätä.</p> <p>Tämä opinnäytetyö on osa ”CHoT – Huomisen kokoushotelli” -tutkimushanketta, jonka päätavoitteena on selvittää, millainen huomisen kokoustila / -hotelli on. Tutkimushankkeessa mukana olevat yritykset toivat hanketta varten tutkimuskäyttöön otettuun pieneen, vuokrauskäytössä olevaan tilaan, toivomiaan elementtejä. Muun muassa: Smart Board (korvaa mahdollisesti videotykin), huonekalut, videokonferenssilaitteiston, kankaat sekä muuta teknologiaa, joka esimerkiksi vähentää kokouksen energiahukkaa ja hiilijalanjälkeä. Pienestä tilasta muokattiin näin ”huomisen kokoustila – Griini”.</p> <p>Griiniä kyselyssä arvioineista kokoustaajista 100 % ilmoitti, että varaisi tilan uudestaan. Useita parannusehdotuksiaakin tuli. Hankkeen myötä, sekä Helsingin Messukeskuksessa, että internetissä, toteutetut laadulliset kyselytutkimukset antavat käytännön vinkkejä miten nykyisiä kokoustiloja sekä kokouksia itse kokoustaajat toivovat parannettavan.</p> <p>Haastateltavien mukaan elämyksellinen kokoustila luodaan tarjoamalla naposteltavaa, erilaisia virikkeitä, raikasta ilmaa... Tärkeää on lisäksi saada "turhakin" kokous tuntuun kaikista mahdollisimman hyödylliseltä; joillekin voidaan vedota muun muassa verkostoitumisen erityiseen tärkeyteen. Opinnäytetyön avulla elämyksellisiä ja tehokkaampia kokoustiloja voidaan aikaansaada yhä enemmän.</p>	
<p><b>Asiasanat</b> kokoustilat, elämyksellisyys, kokous, vetovoimatekijät</p>	

Degree Programme in Modern Languages and Business Studies for Management Assistants

<p><b>Author</b> Grigori Tchaban</p>	<p><b>Group or year of entry</b> 2009</p>
<p><b>The title of thesis</b> How to Create a Meeting Room of Experience</p>	<p><b>Number of pages and appendices</b> 42 + 28</p>
<p><b>Supervisors</b> Irma Mäkäräinen-Suni &amp; Vesa Heikkinen</p>	
<p>This thesis explains how and why organizations can benefit from having meeting rooms that are more entertaining. It also explores how to create such rooms by using the qualitative research method. Assumed in this work is the idea that neither the attractiveness of the participants nor a meeting's agenda can be improved upon.</p> <p>This study is part of the CHoT (The Conference Hotel of Tomorrow) research project, which aims to find out what changes are expected to take place in future meetings. Companies involved in the project equipped a small rentable room with things such as a Smart Board (an interactive whiteboard that can, among other things, replace a video projector), furniture, video-conferencing equipment, fabric and technologies that can reduce the loss of energy and leave a smaller carbon footprint. And so "Grüini," tomorrow's meeting room, was created.</p> <p>After assessing Grüini it turned out that 100% of the delegates would like to reserve it again. These delegates also gave some suggestions on how to make this meeting room even better. Qualitative surveys, carried out in the Helsinki Exhibition &amp; Convention Centre and on the Internet, provide knowledge about how delegates would like the current meeting rooms and meetings to be improved.</p> <p>According to the interviewees, experiential meeting space is created by providing such things as snacks, a variety of stimuli, fresh air, etc. It is important to also get everyone to feel that the meeting is benefiting them somehow; some can be motivated even by things such as "the special need to create networks." The outcome of this thesis provides knowledge about how to create meeting rooms and meetings that are both inspirational as well as effective.</p>	
<p><b>Key words</b> meeting rooms, experiences, meeting, attraction factors</p>	

# Sisällys

1 Johdanto .....	1
1.1 Käsitteet ja rajaukset .....	1
1.2 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset.....	3
2 Elämykselliset kokoustilat .....	4
2.1 Elämyksellisyys .....	4
2.2 Kokous .....	6
2.2.1 Suomen etäkokoukset lukuina .....	8
2.2.2 Etäkokousten käytäntöä .....	9
2.2.3 Isot kansainväliset kokoukset ja niihin osallistujat.....	10
2.3 Kokoustilat.....	11
2.3.1 Tyypilliset vuokrattavat kokoustilat .....	11
2.3.2 Kokoustitiloja suunniteltaessa tai valitessa .....	12
2.4 Elämyksellisen kokoustitilan osa-alueita.....	15
3 Elämyksellisen kokoustitilan luominen .....	17
3.1 Menetelmävalinnat .....	17
3.2 Tutkimusprosessi.....	17
3.3 Aineisto ja tulokset.....	18
3.3.1 Tutkimuksen kohde: kokoustila Grüni.....	19
3.3.2 Tulevaisuuden unelmakokousta järjestettäessä.....	23
3.3.3 Hyvässä kokouksessa tärkeintä on .....	25
3.3.4 Mikä teki kokouksesta paremman -ideakilpailu.....	26
3.3.5 Miljoonia euroja vuodessa tuottavat kokoustilat.....	28
4 Yhteenveto .....	33
5 Pohdinta .....	37
5.1 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi .....	37
5.2 Jatkotutkimusehdotuksia .....	38
Lähteet.....	40
Liitteet.....	43
Liite 1. Tulevaisuuden unelmakokousta järjestettäessä -arvontakilpailuvastaukset...	43
Liite 2. Mikä teki kokouksesta paremman -arvontakilpailuvastaukset .....	47

Liite 3. Kokouspaikat.com sivuston ehdottamia, huomioon otettavia seikkoja, kokouspaikan valinnassa .....	66
Liite 4. Grinin kehittelyyn vaikuttaneiden yritysten esittely.....	68

# 1 Johdanto

Yrittäjä ei välttämättä tarvitse fyysistä toimitilaa, jotta pystyy harjoittamaan liiketoimintaa, mutta silti hänelle usein syntyy tarve vuokrata jonkinlainen edustustila yrityksensä sisäisiä ja ulkoisia sidosryhmiä varten. Juuri halutunlaisia tiloja ei aina ole saatavilla ja useimmiten tyydytäänkin kompromisseihin. Menestyksekkäs liiketoiminta edellyttää myös kokoustiloihin paneutumista, koska yksikin kokous voi muuttaa liiketoiminnan suunnan täysin.

Aiheen valinnan taustalla on kirjoittajan kokemukset erilaisista kokoustiloista ja mielenkiinto aihetta kohtaan. – HAAGA-HELIA ammattikorkeakoululla syntyi tarve ja idea tutkia, miten yksinkertaiset tilat saataisiin monipuolisemmiksi ja tehokkaammiksi jo vuoden 2004 Gastromessuilla.

Tämä työ on osa laajempaa CHoT (Conference Hotel of Tomorrow) – Huomisen kokoushotelli -tutkimushanketta, joka on HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun johtama projekti. Hankkeeseen osallistui 14 yritystä ja sen päätavoitteena on selvittää, minäkalainen huomisen ”kokous(hotelli)” on.

Työ koostuu muun muassa kokouksia ja kokoustiloja käsittelevästä ammattikirjallisuudesta, aiheen tutkimuksista (esimerkiksi Finland Convention Bureau), erilaisista laadullisista kyselyaineistoista sekä palautteesta, joka on saatu Huomisen kokoushotelli -tutkimushanketta varten rakennetusta ”huomisen kokoustilasta”.

## 1.1 Käsitteet ja rajaukset

Työn keskeiset käsitteet ovat elämyksellisyys, kokous ja kokoustilat. Elämyksellisyydellä tarkoitetaan tässä jotakin virkistävää ja kokemuksellista kokoustilan elementtiä, joka varmistaa, että kokouksesta tulee mieleen jäävä ja totutusta positiivisesti poikkeava.

Elämyksellisyyttä voidaan käyttää muun muassa kilpailijoiden kokouksista erottautumiseen, oman henkilökunnan virkistämiseen ja sitouttamiseen, rutiinien rikkomiseen sekä parantamaan tiimityöskentelyä ja ryhmähenkeä. – Saadessaan yhteisiä uusia kokemuksia

ja puheenaiheita ihmiset jopa ystävystyvät helpommin. (Tammisto 2002, 51–53.) Tarsasen (2007) mukaan elämyksen on oltava mahdollisimman paljon kokijoiden arjesta poikkeava, jotta haluttuja vaikutuksia syntyisi.

Käsitteellä kokous tarkoitetaan tilannetta, jossa yksilön tiedot ja taidot saattavat olla riittämättömiä ja ryhmästä on tarkoitus saada enemmän tietoa ja parempia päätöksiä kuin sen yksilöistä erikseen. Kansanen (1999, 41–43) nimittää tällaisia yhteisellä ajalla tapahtuvia viestintätilanteita neuvotteluiksi. Kokous (tässä käytetään synonyyminä muun muassa neuvottelulle, konferenssille ja muille sellaisille) voi olla pienimuotoinen palaveri tai esimerkiksi kansainvälinen, satojen ihmisten kongressi. Kokouksella ei tarkoiteta, että osallistujat olisivat kaikki samassa kokoustamiseen tarkoitettussa huoneessa eli kokoustilassa. Kokouksia ei myöskään rajata tässä henkilömäärän, kansallisuuden tai muun sellaisen mukaan. Verkkokokoukset, puhelinkokoukset ja etäkokoukset (eli kahden tai useamman pisteen väliset reaaliaikaiset ääni- ja kuvayhteydet) poistavat maantieteellisen etäisyyden ja ovat parhaimmillaan etukäteen valmistettujen ja toisilleen tuttujen ihmisten työvälineenä (Laurila 2011).

Huomisen kokoushotelli -tutkimushankkeen myötä, tulevaisuuden unelmakokoustilan kehittelyä varten, pienestä huoneesta pyrittiin tekemään kokoustarpeita maksimaalisen tehokkaasti palveleva kokoustila. Tämä tehokkaammaksi muokattu kokoushuone, nimeltään Griini, avattiin BEST WESTERN Hotel Haagan yhteyteen 16. elokuuta, 2011. Griinistä tuli kotoisa, virikkeellinen ja edistyksellinen, noin kymmenelle hengelle tarkoitettu kokoustila, jota yritykset varasivat käyttöönsä pitääkseen tuloksellisempia kokouksia Helsingissä.

Griiniä pyrittiin muokkaamaan tukemaan tehokkaasti käyttäjiensä yksilöllisiä päämääriä; tekniikan tarjoamat mahdollisuudet pyrittiin hyödyntämään tehokkaasti ja esimerkiksi tarjoilu pyrittiin pitämään virkistävänä sekä terveellisenä. Griinin käyttäjiltä saadun palautteen ansiosta voidaan edelleen kehittää kaikkia tilassa olevia sekä puuttuvia elementtejä muun muassa antamalla niistä palautetta niitä tuottaville, tutkimushankkeessa mukana oleville yrityksille. Griinistä saadut kokemukset ja palaute antavat tämän opinnäytetyön kannalta tärkeää tutkimustietoa kokoustilojen toimivuuden parantamisesta.

Kuten opinnäytetyön viitekehystä (kuva 1.) voidaan havaita, elämykselliseen kokoukseen kuuluu monia osa-alueita. Jos esimerkiksi palkataan hyvä esiintyjä, on selvää että hän voi saada aikaiseksi hyviä tuloksia. Tässä opinnäytetyössä keskitytään viitekehyskuvion vasempaan puoliskoon eli kokoustilojen saamiseen elämyksellisiä kokouksia tukeviksi. Työssä ei keskitytä vaiheisiin ennen kokousta eikä kokouksen jälkeisiin vaiheisiin, vaikka nämä usein mielletäänkin elämyksellisiksi.

## **1.2 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset**

Tutkimuksen tavoite on tutkia, nykytiedon ja tuoreimman tutkimusaineiston avulla, tilojen potentiaalia lisätä kokouksiin elämyksellisyyttä. Päämääränä on kehittää kokouksista elämyksellisempiä, lisätä erilaisten kokousten hyväksyntää ja hyötyä. Kokousten elämyksellisyyden lisääminen on tähän tehokkaampi ratkaisu kuin esimerkiksi osallistujien palkkojen nostaminen (Tammisto 2002, 54–55). Lähtökohtana on, että kokoustilojen kautta saatetaan voida parantaa organisaatioiden kilpailukykyä ja sisäisten sekä ulkoisten sidosryhmien sitoutuneisuutta organisaatioihin.

Tutkimuksen tavoitteista on johdettu seuraavanlaisia tutkimuskysymyksiä, joista ensimmäisenä päätutkimuskysymys:

1. Miten / millä elämyksellinen kokoustila luodaan?
2. Mikä on kokoustamisen nykytila?
3. Mistä elementeistä tulevaisuuden unelmakokous koostuu?
4. Miten kokouksilat voivat tehdä kokouksesta elämyksellisemmän?
5. Miten yksinkertaiset tilat saadaan monipuolisemmiksi ja tehokkaammiksi.



## 2 Elämykselliset kokoustilat

Tämä opinnäytetyön tietoperusta avaa käsitteitä, jotka ovat: elämyksellisyys, kokous, sekä kokoustilat. Kuten työn viitekehyksestäkin (kuva 1.) huomaa, erilaiset ihmiset ja psykologia ovat lisäksi huomattavia lisävaikuttajia jokaisessa näistä. Horelli (1982, 240) kirjoitti, ettei ole olemassa fyysistä ympäristöä, ilman sosiaalista sisältöä.

### 2.1 Elämyksellisyys

Elämykselliset asiat muistetaan spontaanisti ja elämystä käytetään tukemaan muistamista muun muassa elämyskasvatuksessa. ”Sen avulla mieleen voidaan palauttaa myös muita vähemmän tärkeitä ja voimakkaasti vaikuttavia asioita.” Elämys saatetaan kokea esimerkiksi kulttuurien kohtaamisessa. (Borg, Kivi, & Partti 2002, 28.) Yritykset käyttävät tehokeinona elämyksellisyyttä pääsääntöisesti ulkomaalaisiin kauppa- ja yhteistyökumppaneihinsa parantamaan sekä ylläpitämään suhteita ja rakentamaan luottamusta. Elämyksellisyys voidaan hankkia palveluna ja räätälöidä korostamaan mm. osaamista, suomalaisuutta, luontoystävällisyyttä sekä muita yrityksen tärkeinä pitämiä asioita. Paljon tällaisia hankittuja elämyspalveluita käytetään myös oman henkilökunnan virkistämiseen, ryhmähengen korottamiseen, rutiinien rikkomiseen sekä parantamaan tiimityöskentelyä. Saadessaan yhteisiä puheenaiheita ja tavatessaan toisiaan epävirallisemmissä tilanteissa ihmiset helpommin jopa ystävystyvät. (Tammisto 2002, 51–53.) Yritysjohdo käyttää elämyksellisyyttä (käytännössä esimerkiksi kokousmatkaa) motivoitakseen ja/tai antaakseen tunnustusta henkilöille heidän tasokkaista suorituksistaan yrityksen tavoitteiden saavuttamiseksi (MEK - Matkailun edistämiskeskus 2003).

Liikemaailmassa, kun ollaan luomassa uutta brändiä tai vaikkapa lanseeraamassa kallista korua, on markkinoinnin kannalta tärkeää, että uutuuksien saadaan liitettyä jokin positiivinen ”tarina” (Salmi 2011; Jensen 1999, 62). Tarssasen (2007, 10) mukaan elämyksellisyyden kokemista lisäävät tarinat voivat olla faktan ja fiktion sekoituksia, joissa on esimerkiksi legendoja paikallistietoudella höystettynä. Tarinalla asiakkaalle esimerkiksi perustellaan, mitä tehdään ja missä järjestyksessä. ”Ei lähdetä pilkille pelkästään pilkkimisen opettelu ilosta, vaan vakuutetaan asiakas siitä, että juuri hänen kannattaa opetella

pilkkimisen tärkeä taito. Läheinen lampi voi olla mystinen paikka tai saaliilla erityinen arvo yms.”

Tarinoilla saavutetaan markkinoinnin kannalta suurta hyötyä. Asiakkaat hankkivat tuotteita usein siksi, koska haluavat olla itse osa tuotteiden edustamaa tarinaa. Helpon yritykset pääsevät osaksi tarinaa sponsoroimalla urheilijoita, seikkailijoita, näyttelijöitä, toisin sanoen sellaisia, joilla on kerrottavanaan tarina. Yrityksen sponsoroimissa tapah- tumissa asiakkaat voivat itsekin aikaansaada tarinoita. Näin yritys voi päästä myymään käytännössä tarinaa, yhdessä asiakkaitensa kanssa. Elämyksellisessä yhteiskunnassa suurin merkitys on yhteenkuuluvuuden tunteella, josta itsestään on tulossa myyvä tuote. (Jensen 1999, 62–65.)

”Aivot tarvitsevat sopivassa määrin ’ruokaa’ ts. ympäristön on tarjottava näköaistin ohella informaatiota myös korvalle, nenälle, suulle ja tuntoelimille.” Ympäristön monipuolisuus vaikuttaa siihen, millaisena ympäristö koetaan. Ympäristön on mahdollistettava mahdollisimman monipuolista toimintaa. (Horelli 1982, 240.) Myös kontrasti sekä vuorovaikutus ovat tärkeitä elämyksellisyyden elementtejä. Elämys on siis tehokkaimmillaan koettuna mahdollisimman monin aistein, ollessaan mahdollisimman paljon kokijan arjesta poikkeava sekä lisätessään vuorovaikutuksen kautta hyväksynnän ja yhteisöllisyyden tunnetta. (Tarssanen 2007, 9–12.)

Elämyksen on oltava mahdollisimman positiivinen, jotta kokouksessa käydystä asiasta syntyisi haluttuja, mahdollisimman positiivisia mielikuvia. Osallistuminen ei saa olla väkinäistä ja pienienkin yksityiskohtien onnistumisella on suuri merkitys. – Erityisesti kun ollaan esimerkiksi markkinoimassa kallista tuotetta. Elämykset kohottavat työilmapiiriä ja sitouttavat pientenkin yritysten työntekijöitä kustannustehokkaammin kuin jos heille tarjottaisiin korkeaa palkkaa. Oman henkilökunnan elämyksiin ja virkistykseen käytettävä rahasumma on yrityksillä usein pienempi kuin ulkopuolisiin sidosryhmiin käytettävä. Tulevaisuudessa tämä prioriteetti todennäköisesti tulee tasaantumaan siten, että yritykset joutuvat panostamaan yhä enemmän pätevän henkilökuntansa sitouttamiseen. (Tammisto 2002, 54–55; Jensen 1999, 118.)

Elämykselle on mahdotonta löytää täydellistä syy–seuraus -mallia tai psykologista selitystä (Borg ym. 2002, 27). Elämystä tarjotessa on kohderyhmän toivomuksia tärkeää ottaa huomioon. Kohderyhmä on se, joka ”äänestää jaloillaan”. Elämyspalvelun tarjoajan tulee siis olla se, joka tarvittaessa joustaa – ei kohderyhmän. On tärkeää, että tarjoaja haluaa ja saa selvitettyä mahdollisimman paljon yksityiskohtia, jotka edesauttavat elämyksen räätälöimisessä, sekä pystyy vastaamaan yllättäviin tarpeisiin ja haluihin. On tarjottava uusia ja jopa outoja – kuitenkin turvallisia – elämyksellisyyden elementtejä, jottei käy niin, että kohderyhmälle on tarjottu muuallakin jo monta kertaa samaa. (Tammisto 2002, 59–62.)

## 2.2 Kokous

Kokous on ryhmässä kommunikointia. Kansanen (1999, 43) toteaa, että tässä vain muutamia esimerkkejä, jotka työyhteisöissä saattavat vaatia tällaista; tarkoitus voi olla esimerkiksi

- tutustuminen / keskustelukontakti
- ideointi
- kehittäminen / suunnittelu
- raportointi / informointi
- syiden selvittely
- henkilöristiriitojen tasoittaminen
- motivointi
- näkemysten koordinointi
- neuvojen ja määräysten antaminen
- kouluttaminen
- sopimuksen aikaansaanti
- myynti / osto
- yhteistyön kehittäminen.

Yksilön tiedot ja taidot saattavat olla riittämättömiä, joten tulosten syntymisen kannalta kokoustaminen voi olla tehokkaampaa kuin vastausten etsiminen erikseen henkilö henkilöltä. Kokouksen osanottajien kokoonpanoa vaihtelemalla saadaan esille uusia ajatuksia, näkökulmia ja ideoita. ”Työelämässä pyritään kokoamaan ryhmiä, joiden panos olisi mahdollisimman monipuolinen.” (Kansanen 1999, 42–46.) Kokouksen keskeisen osion ollessa keskustelu kannattaa osallistujille lähettää keskustelua koskevat aineistot tai perustiedot jo pari viikkoa etukäteen. Mitä perehtyneempi yleisö on, sitä vähemmän aikaa

tarvitaan luennointiin ja saadaan enemmän aikaa keskusteluun. Kokouksessa käydyistä asioista saadaan enemmän hyötyä, kun niistä tehdään vielä yhteenveto. Keräämällä yleisöltä palautetta ja mielipiteitä on seuraavaa kokousta ja sen aihetta helpompi kehittää paremmaksi. (Kokouspaikat.com.)

Onnistuneessa kokouksessa kaikki osallistuvat aktiivisesti ja kiinnostus käsiteltävään asiaan säilyy kaikilla loppuun asti. Jos asia on ollut vaikea, näkemykset kaukana toisistaan tai esimerkiksi välit riitaisia, on ”hyvä maku suuhun” -otteella vielä mahdollisuus pelastaa kokous. (Kansanen 1999, 59–60.)

Ennen kokouksen alkua osallistujien käyttäytyminen on usein avoimempaa ja vapaampaa. Havaintojen teko, tunnelman tunnustelu ja tunnelmaan vaikuttaminen on silloin helpointa. Mitä kiinnostuneempi, innostuneempi ja yhteistyökykyisempi tunnelma pysyttään kokouksen alussa luomaan, sitä helpompaa asian käsittely tulee olemaan. Osallistujien esittely ja hyvän istumajärjestyksen suunnittelukin ovat osa hyvän työskentelyilmapiirin luomista. Aivoriivet kannattaa aloittaa aterialla tai yhteistilaisuudella, koska silloin esittelyt voidaan tehdä ennen kokousta (Kokouspaikat.com). Sopivan pöytämuodon valinnalla varmistetaan muun muassa, että osallistujat ovat riittävän lähellä toisiaan, saavat mahdollisuuden katsekontaktiin, sanattomaan viestintään sekä ympärilleen riittävästi työtilaa. Esimerkiksi muutaman hengen ryhmälle, johon ei haluta syntyvän vaikutelmaa jäsenten eriarvoisuudesta, valitaan pöytämuodoksi ympyrä. (Kansanen 1999, 50–56.)

Kokoukseen ei kannata kutsua nälkäistä henkilöä ellei tarjota lounasta. Ruokatarjoilu voi olla virkistys, huomion osoitus tai välttämättömyys. Ruuan ääressäkin voidaan muun muassa tutustua ja alustaa kokousasioita. Ruoka- ja juomavaihtoehtoja on oltava useita. Mahdollisista erikoisruokavalioista voidaan etukäteen lähettää tiedustelu. (Kansanen 1999, 52–56.)

Tietojen vähyys tai epäajanmukaisuus käsiteltävästä asiasta on omalle kannanotolle vahingollista. Osallistujistakin on järkevää kerätä etukäteen tietoa, koska tämä voi auttaa neuvottelun lähtökohtien (onko yhteisymmärryshalukkuutta) arvioimisessa, kokoustaktiikan luomisessa, tarvittavan perusteluaineksen rakentamisessa ja asian esittämistyylin

valinnassa. Mitä paremmin muita tunnetaan, sitä pienemmät heidän signaalit osataan tulkita. ”Usein on aihetta tutustua henkilöihin hieman vapaammissa ympäristöissä harastusten tms. parissa.” (Kansanen 1999, 45–48.)

Talouselämä (43/2010, 59.) kirjoittaa, tekniikan tohtori Anu Sivosen antaman haastatteluun nojaten, että pelimaailmassa ”voi työpaikan harmainkin hiirulainen muuttua rohkeita ideoita laukovaksi totuudentorveksi.” Erityisesti aasialaisissa kulttuureissa kasvokkain asioista puhuminen koetaan hankalaksi, joten virtuaalimaailma on vaihtoehtona helpottamaan rohkeiden ideoiden ehdottamista. ”Piilaaksossa 3D-virtuaalokokoukset ja -tiimit ovat monille jo arkipäivää. Suomessa olemme vasta aluillaan.”

Kokousta suunniteltaessa pitää kokoukselle muotoilla selkeä tarkoitus, tavoite, sekä pohdittava mikä viesti halutaan välittää muille. Viesti voidaan välittää muun muassa: hienon multimediaesityksen välityksellä, luennoimalla, kalvojen tai videon avustamana, tuote-esittelyn avulla, vuorovaikutuksessa yleisön kanssa tai käyttämällä useita keinoja yhtäaikaaisesti. Sama viestinvälityskeino ei välttämättä ole yhtä tehokas kaikille. Silloin kokous voidaan pilkkoa pienempiin osioihin, jotka suunnitellaan kohdeyleisön mukaan. Luonnollisesti on pohdittava jo ennen kokouksen suunnittelua, onko kaikkien syytä tavata kasvokkain vai voitaisiinko kokouksen tavoite saavuttaa muilla keinoilla tehokkaammin. (Laurila 2011; Kokouspaikat.com.)

### **2.2.1 Suomen etäkokoukset lukuina**

Laurilan (2011) antama tosielämän tapaus havainnollistaa etäkokouksen hyödyt: Kolmen tunnin kokoukseen Helsingissä, osallistui 12 henkilöä, joista 4 tulivat Helsingin ulkopuolelta (Oulusta, Rovaniemeltä, Mikkelistä ja Vaasasta). Matkakustannukset olivat yhteensä ~1200 € ja matkustamiseen menetetyt työajan kustannukset ~ 600 € eli kokouksen kustannukset noin 1800 €. – Matkustajat olivat lisäksi vasta iltamyöhään kotona. Vastaavan puhelinkokouksen kustannukset olivat: 5 x 180 min à 6 snt = 54 €.

Vaikka menetetyt työajan kustannuksia ei laskettaisi, valtiolla kuluu noin 260 000 000 euroa vuodessa matkustamiseen. ”260 milj. eurolla saisi noin 4000 henkilötyövuotta työtä”. Matkustamisen tarve vaihtelee huomattavasti virastoittain ja riippuen työn luon-

teesta. Kuitenkin hyvin suuri osa matkustamisesta on aidosti perusteltua. (Laurila 2011.)

Laurilan (2011) luentomateriaali sisältää lisäksi seuraavanlaista tilastotietoa: TNS Gallupin tutkimuksen (2009) mukaan pääkaupunkiseudun yritykset käyttävät matkustamiseen keskimäärin 100 000 euroa vuodessa. Haastateltaessa 900 pääkaupunkiseudun yritystä (2009):

- Yli 50 % yrityksistä aikoo kasvattaa puhelin- ja videokokouksien käyttöä seuraavien 12 kuukauden aikana (sekä sisäisten että ulkoisten sidosryhmiensä kanssa).
- 1/3 käyttää puhelinkokouksia, 40 % aikoo aloittaa käytön
- 2/3 niistä, jotka käyttävät, käyttävät vähintään kerran viikossa
- 60 % yrityksistä uskoo lisäävänsä käyttöä seuraavan vuoden aikana
- 30 % Skypepuheluista on videopuheluja.

### **2.2.2 Etäkokousten käytäntöä**

Etäkokous voi olla hyvä ratkaisu osaamisen jakamiseen organisaation eri toimipisteiden tai kumppanien kesken. Jotkut asiakokoukset eivät saa kovinkaan paljoa lisäarvoa siitä, että osallistujat ovat lähekkäin. Etäkokousten hyviä puolia ovat, että osallistumisprosentti paranee ja päätöksenteko voi nopeutua, mikäli osan osallistujista olisi muuten matkustettava kauempaa. Toisaalta on punnittava tuntuvatko digitaaliset kohtaamiset jo niin luonnollisilta, että niihin siirtyminen on osallistujista myönteinen asia. (Laurila 2011.)

Etäkokousta järjestettäessä erityistä huomioitavaa:

- ratkaisuiden hankinnat kannattaa mitoittaa aidon käyttötarpeen mukaan
- etäkokouslaitteiston ja sen ohjelmiston yhteensopivuus vastaanottajan ratkaisujen kanssa (huolehdittava, että verkkokokouksessa esitysmateriaalit ja niihin tehtävät kokouksenaikaiset muutokset nähdään tietoliikenneverkon yli kaikissa verkkokokoukseen liittyneissä työasemissa)
- etäkokous onnistuu parhaiten silloin, kun asian käsittely on jo aloitettu muulla tavoin. (Laurila 2011.)

Ensivaikutelman tärkeyttä ei saa etäkokouksessakaan aliarvioida. Valkokankaalta voi tarkistaa valot, varjot, heijastukset, taustaaänet ja muut tämän tyyppiset. Mahdollisiin teknisiin ongelmiin ja niiden ratkaisuihin on myös paneuduttava etukäteen. Huolellinen ja ajoissa tehtävä valmistelu on etäkokouksenkin sujumisen edellytys. (Laurila 2011.)

### **2.2.3 Isot kansainväliset kokoukset ja niihin osallistujat**

Suomessa järjestettiin vuonna 2010, Finland Convention Bureau (2012b) tilastojen mukaan, yhteensä 416 kansainvälistä kongressia, joihin osallistui yhteensä 61 371 osanottajaa. Kongresseiksi FCB määritteli kokoukset, joihin osallistui vähintään 10 henkeä vähintään kolmesta eri maasta ja joiden osallistujista vähintään 20 % on ulkomaalaisia. Finland Convention Bureau osallistujille järjestämän kyselytutkimukseen mukaan melkein kaikki ulkomaiset kongressiin osallistujat saapuivat Suomeen lentäen. Kongressien kesto oli keskimäärin 3,6 päivää ja osallistujat oleilivat Suomessa keskimäärin 4,9 vuorokautta. Hieman yli puolet osallistujista oli miehiä. Kongressien suomalaisten osallistujien joukossa naisia oli runsaasti enemmän (naisia 59 %, miehiä 40 %). Yli puolet delegaateista oli iältään 31–50-vuotiaita. Seuralainen oli mukana noin joka neljännellä kongressivieraalla. Tärkein osallistumispäätökseen vaikuttanut tekijä oli kongressin ohjelman sisältö. Vastaaajista 52 %:lle ohjelma oli vaikuttanut osallistumiseen. Myös oman työn esittelyä pidettiin tärkeänä syynä osallistua kongressiin (vastaaajista 48 %), sekä verkostoitumista (41 %).

Suomea pidetään melko kalliina, mutta turvallisena maana muihin kongressimaihin verrattuna. Kaikista vastaaajista 52 % arvioi Suomen hintatason muihin kongressimaihin verrattuna melko kalliiksi ja 20 % erittäin kalliiksi. Osallistujat kuluttivat Suomessa rahaa keskimäärin 207 euroa vuorokautta kohden / henkilö. Eniten oltiin tyytymättömiä vapaa-ajanviettomahdollisuuksiin. (Finland Convention Bureau 2012b.)

Union of International Associations (UIA) tilastoi kansainvälisten järjestöjen vähintään 50 osallistujan kokoukset sekä näiden järjestökongressien lisäksi muut merkittävät 250 osallistujan kokoukset, joissa: osallistujia vähintään viidestä eri maasta, vähintään 40 % osanottajista isäntämaan ulkopuolelta ja kesto vähintään 2 päivää. UIA:n tilastotiedot

kertovat vuonna 2010 pidetyistä kansainvälisistä järjestökongresseista, että Suomen suosituin kongressikaupunki on Helsinki, jossa kuitenkin järjestettiin vain 77 määritelmän mukaista kongressia. Vertailun vuoksi: Singaporessa näitä suurempia kongresseja järjestettiin 836, Brysselissä 499 ja Pariisissa 468.

Kongressivieraiden määrän pienentyessä Suomen tulotkin isoista kongresseista pienenevät, vuosi vuodelta: vuonna 2007 saatiin 99,5 miljoonaa euroa, vuonna 2010 enää 72,0 miljoonaa euroa, vuonna 2011 tulot olivat 69,7 miljoonaa euroa. (Finland Convention Bureau 2012b, 7; Finland Convention Bureau 2012c).

## **2.3 Kokoustilat**

Haastateltaessa 69 yritysedustajaa erikokoisista yrityksistä (suurin osa Helsingistä, Porvoosta ja Espoosta) 9 vastasi, että kaikki yrityksen seuraavan vuoden kokoukset tullaan järjestämään organisaation omissa tiloissa. Vastaajista 22 kertoi, että aikovat järjestää muualla yli 6 kokousta. Syyt kokousten järjestämiseen muualla voivat olla liian vaatimattomat tilat omissa yrityksissä, uuden ympäristön tarjoamat virikkeet ja ideat sekä mahdollisesti että halutaan oheispalveluita, kuten ravintola ja virkistyspalveluita. Kokoustiloina 82 % vastanneista tarvitseekin ainakin virkistykseen, työkyvyn ylläpitoon ja juhlatilaisuuksiin. Joka toinen tarvitsi tiloja asiakas- tai promootio tilaisuuteen. Kysyttäessä kokousten osallistujamääristä yli puolet vastaajista tarvitsi kokoustiloina, johon mahtuisi 11–30 henkilöä. (Alho 2010, 24–29.)

### **2.3.1 Tyypilliset vuokrattavat kokoustilat**

Suurempia, useiden satojen ihmisten kokouksia varten on olemassa vuokrattavia kongressitaloja ja -keskuksia. Tilat muodostuvat näissä suuresta auditoriosta – joka on helpposti muunneltavissa ja monikäyttöinen, sekä pienemmistä luentosaleista ja kokoushuoneista. Tieteellistä kokousta varten yliopistojen tilat ovat erityisen sopivia, kunhan kokous ei ole samaan aikaan normaalin opetustoiminnan kanssa. Tyypillisesti kaikkiin isoihin tiloihin on järjestettävissä catering-palvelu, mikrofonit, dataprojektori, TV ja videot, piirtoheitin, kannettava tietokone sekä internet-yhteys. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 38–41.)



Finland Convention Bureau (2012a) mukaan vuonna 2010 Suomessa järjestettiin yhteensä 416 kansainvälistä kongressia (vähintään 10 osallistujaa, vähintään kahdesta eri maasta ja vähintään 20 % ulkomaalaisia). Osallistujia yhdessä kongressissa oli keskimäärin 148 henkilöä. Kokousten keskimääräiset pituudet olivat 3,0 päivää. Näistä kongresseista 46 % järjestettiin yliopistoissa ja korkeakouluissa, 27 % kongressikeskuksessa, 8 % hotelleissa ja 16 % muissa tiloissa. ”Suurimmat kongressit pidettiin pääosin edelleen kongressikeskuksissa. Joitakin yksittäisiä suuria kongresseja pidettiin myös Yliopistoissa. Alle 250 osallistujan kongresseja järjestettiin eniten yliopistoissa.” (Finland Convention Bureau 2012a.)

Monet vanhat kartanot, hovit ja maalaistilat ovat rauhallisia ja hyviä paikkoja oheisohjelmien järjestämisestä ajatellen (Rautiainen & Siiskonen 2007, 48). Mikäli vieraat tulevat kauempaa, voidaan kokous järjestää suoraan hotellissa. Suomen hotelleista n. 80 % tarjoaa kokouspalveluja. Hotellin sijainti kannattaa valita tukemaan kokouksen teemaa esim. metsän keskelle, kun halutaan antaa vaikutelma luonnonläheisestä yrityksestä (Rautiainen & Siiskonen 2007, 41). Kaunis merimaisema järjestyy, kun varaa kokoustilansa laivalta. Jopa 560 hengen kokoukset ovat laivalla mahdollisia ja viihde, sekä moitteeton ruoka ovat yleensä helposti saatavilla (Rautiainen & Siiskonen 2007, 47).

### **2.3.2 Kokoustiloja suunniteltaessa tai valitessa**

Kokoustiloilla voidaan nykyisten tarpeiden tyydyttämisen lisäksi ehkä luoda uutta kysyntää; vallata jopa uusia liiketoiminnan alueita. Ennen kokoustilan suunnittelua on kuitenkin pohdittava mikä poikkeuksellinen hyöty voidaan tilalla ja muun muassa sen laiteratkaisuilla saavuttaa. – Kannattaako maksaa sellaisesta, minkä saa esimerkiksi vuokrattua aina tarpeen mukaan, ilman että liiketoiminta jollakin tavalla kärsii. Toisin sanoen on mietittävä kokoustilaratkaisujen hyöty- ja kustannus suhdetta. (Kärnä 2011; Kim & Mauborgne 2005, 39, 145.) Taktisessa mielessä on aina itselleen kannattavampaa, jos kokous pidetään mahdollisimman tutulla maaperällä, jossa esimerkiksi asioiden tarkistaminen hoituu helposti. (Kansanen 1999, 49.)

Kun kokousta varten hankitaan hienommat tilat, kaikenlaisine virkistysmahdollisuuksineen, viestitään samalla asian tärkeydestä ja vaatavuudesta sekä arvostusta osallistujia

kohtaan. Kokoustiloissa ovat, kaikkien tarpeellisten välineiden lisäksi, tärkeitä paikan tarjoama työrauha, turvallisuus, puolueettomuus ja tasapuolisuus. ”Kaikilla osallistujilla tulisi olla kohtuullisen samankaltaiset mahdollisuudet päästä paikalle sovittuna aikana.” (Kansanen 1999, 49.)

Jos tarkoituksena on järjestää paljon erityyppisiä kokouksia, on kokoustilan kalusteiden oltava mahdollisimman helposti liikuteltavia, muuntautuvia ja kompakteja. Kun samassa tilassa kokoonnutaan päivittäin, kannattaa tila pitää piristävänä esimerkiksi vaihtelemalla kalusteiden järjestystä (Kokouspaikat.com). Sähköpistokkeita ei koskaan voi olla liian monessa paikassa ja on huolehdittava, että niitä on ainakin puhujakorokkeen läheisyydessä. Mitä korkeampi katto, sitä suuremman valkokankaan kannattaa hankkia, jolloin esitysten seuraaminen onnistuu tilan perälläkin istuvalta. Kokoustilan läheisyydessä on oltava lukittava huoltotila, jossa kalusteita, laitteita ja niiden varalaitteita säilytetään. Tiloista on tehtävä yksityiskohtaiset pohjapiirustukset, joista ilmenee ikkunoiden, ovien, varauuskäytävien ja sammutusvälineiden lisäksi myös virranjakopisteet, sekä esimerkiksi lavan mitat ja kantavuus. Aulassa on aina oltava hyvät opasteet. Auloihin on syytä panostaa, jos haluaa tehdä hyvän ensivaikutelman. Kaikkien osallistujien, ilmoittautumispöytien, infotiskin ja mahdollisten posterinäyttelyiden on mahduttava aulaan. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 56–57.) Liian isossa tilassa osallistujat saadaan istumaan eteen laittamalla takarivin paikoille varattu-laput (Kokouspaikat.com).

Tulevien kokousten suunnittelua nopeuttaa, jos on jo valmiina paperilla pohjapiirustukset tilan kaikista mahdollisista istumajärjestyksistä ja kalusteiden kokoonpanoista. Turvatoimet ovat tärkeitä; on pohdittava millaisia turvatarkastusalueita, -järjestelmiä sekä mahdollisia VIP-sisäänkäyntejä, joihin ei ole yleistä näköyhteyttä, voidaan mahdollisesti tarvita. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 56–57.)

Osallistujamäärän ja kokousten ollessa aina samantyyppisiä kalusteet pitää toki räätälöidä vastaamaan tarvetta; kalusteet saavat silloin olla suuria ja kiinteitä. Pöytiin voi johtaa kaapelit sähköisiä äänestyslaitteita, tulkkauslaitteita, mikrofoneja ja vastaavia varten. On huomioitava esimerkiksi, että tulkeilla on oltava hyvä näköyhteys puhujiin. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 57.)

Olipa tila suuri tai pieni on kiinnitettävä muun muassa huomiota ilmastointiin, ettei synny vetoa. Ohjauspaneelit ilmastoinnille, valolle ynnä muille on asennettava siten, että niitä on mahdollisimman selkeää ja helppoa käyttää. – Välillä vaatii opettelua, jos kokoustiloissa haluaa esimerkiksi vain himmentää valoja; Best Western hotelli Savonian auditoriossa yhdellä kosketusnäytöllisellä ohjauspaneelilla ohjataan kaikkea. Muun muassa videoita, TV ja radiokanavia, videoneuvotteluohjelmistoa sekä sen kameroita, lukukameraa, piirtoheitintä, diaprojektorია, musiikintoistolaitteita, jopa C-kasettia (Rautiainen & Siiskonen 2007, 64–67).

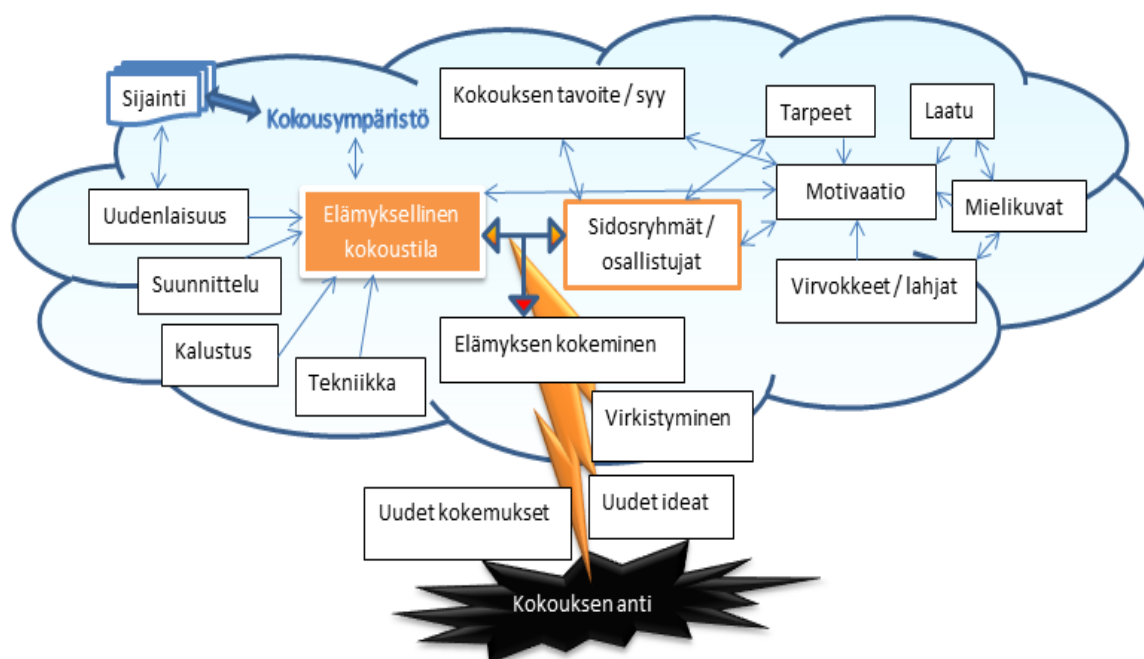
Tarvittaessa tila on voitava pimentää täysin. Kokoustilojen ulkopuolelle on hyvä asentaa merkkivalosysteemi, joka ilmoittaa, kun tilat ovat varattuina. Pyörätuoleilla liikkuvia ja kuulorajoitteisia – joille on asennettava erityiset vahvistimet – on otettava huomioon jo ihan alkuvaiheessa. Samoin turvallisuus huomioitava eli eri materiaalien, kalusteiden ja laitteiden aiheuttamat riskitekijät. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 56–57.)

Kansasen (1999, 54) mukaan, ennen kokousta on hyvä tarkistaa:

- varaus lähtenyt oikealle henkilölle ja oikeaan aikaan
- tilan senhetkinen sopivuus (ei esimerkiksi luvassa odottamattomia häiriöitä kuten siivous, korjaus, äänekäs katutyö tai vastaava)
- istumajärjestys kunnossa ja riittävät määrät tuoleja sekä pöytiä
- tuuletus ja valaistus toimivat
- apuvälineet paikalla ja kunnossa
- tarjoilu vastaa sovittua.

Mitä isompi ja pidempi kokous on, ja mitä kauempaa ja erilaisempia ihmisiä on siihen tulossa, sitä pidemmäksi tarkistuslista muuttuu. Kokouspaikat.com sivustolla todetaan, että kokouspaikka määräytyy muun muassa: kokouksen budjetin, tavoitteiden, osallistujien ja oheisohjelmien mukaan. Kokoustilojen valinnassa voidaan käyttää hyvin monenlaisia kriteerejä. Kokouspaikat.com sivuston ehdottama todella pitkä kriteerilista löytyy 3. liitteestä.

## 2.4 Elämyksellisen kokoustilan osa-alueita



Kuva 1. Opinnäytetyön viitekehys

Kokouksympäristön tai -tilan elämyksellisyys on suoraan sidottuna kokijoihin eli kokoukseen osallistujiin sekä heidän aikaisempiin kokemuksiin (Borg ym. 2002, 26). Osallistujat saattavat motivoitua jo kokouksen päämäärästä, mutta kokouksen elämyksellisyys on, tulosten syntymisen kannalta, usein hyvinkin tärkeä tekijä. Elämyksellisyyteen vaikuttaa muun muassa: kokouksen aihe, osallistujamäärä, pakollisuus / vapaaehtoisuus, tarpeellisuus, kokoustila (koko, tekniikka, sisustus, säisteys ja muut sellaiset), osallistujien väliset suhteet ja verkostoitumismahdollisuudet.

Isommissa tai pidemmissä kokouksissa elämyksellisyyteen vaikuttavat erityisesti myös muun muassa: markkinointi eli mielikuvat, tarjoilut, mahdollisuus vaikuttaa, mahdollisuus nostaa omaa statusta tai osaamista, mahdolliset lahjat tai palkkiot, hinta, seudun hintataso, sijainti, paikan palvelujen laatu ja määrä, muut kokoustajat (taitavuus ja maine), tietoliikenneyhteydet, mahdollisesti tarvittavan laitteiston helppokäyttöisyys ja toimivuus, ohjelma, oheisohjelmat esimerkiksi vierailu kokouksen aiheeseen liittyvään paikkaan, käytettävissä oleva aika, mahdollisuus ottaa puoliso mukaan, alueen elintaso, poliittiset valinnat, turvallisuus, infrastruktuuri, kulkuyhteydet, ilmasto, majoituskapasiteetti, kielitaito, kokouksen "vihreys", nähtävyydet sekä muut ihmiset. (Åberg 2011.)

Kokousterä ja sen varustelutason vaikutus osallistujiin ja elämyksellisyteen on hyvin suora. Tekniikan ja muun muassa suunnittelun kehittymisen myötä kokousteräillä on nyt entistäkin suurempi potentiaali helpottaa kokousterämistä, saaden osallistujat nauttimaan kokousterästä ja pysymään virkeinä. Esimerkiksi tarjoamalla myös etäkokousterämällisyyden kokousterä pystyy vaikuttamaan osallistujien määrään, joka puolestaan on kokousterän elämyksellisyden ja tehokkuuden yksi osatekijöistä. (Laurila 2011).

Opinnäytetyön viitekehysten mukaan, (kuva 1.) mitä elämyksellisempi kokousterästä saadaan sitä laajemmalle kokousterän vaikutukset ulottuvat ja sitä suuremmaksi muuttuu kokousterän anti.

### **3 Elämyksellisen kokoustilan luominen**

Tämä työn empiirinen osa pureutuu kokouksissa kävijöiden nykyisiin käsityksiin kokouksista. Isommat kyselyt ovat CHot -tutkimushankkeen henkilökunnan tekemiä. Kyselyissä kokouksiin osallistujat ja kokousten järjestäjät paljastavat toiveitaan ja näkemyksiään, miten käytännössä kokouksista on saatu tai saataisiin onnistuneempia. Opinnäyte-työtä varten tehtiin myös maineikkaimpien kokoustilojen edustajan laadullinen syvähaastattelu, jotta saadaan varmasti kaikkien osapuolten näkemyksiä esille. Tarkastelun kohteena on erityisesti kokoustilojen mahdollinen potentiaali tehdä kaikista kokousti-loissa käydyistä kokouksista elämyksellisempiä.

#### **3.1 Menetelmävalinnat**

Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena ”CHoT – Huomisen kokoushotelli” -tutkimushankkeessa. Laadullinen tutkimusmenetelmä valittiin siksi, koska menetelmällä on parhaat edellytykset tutkia hyvin monimutkaisia ja vaihtelevia ilmiöitä; tässä tapauksessa erilaisten ihmisten mieltymyksiä. Laadullisessa tutkimuksessa tutkija ei määrää mikä on tärkeää; tiedonhankinta on mahdollisimman kokonaisvaltaista ja tutkittavien ainutlaatuiset näkökulmat pääsevät esille (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 164.) Laadullisessa tutkimuksessa tutkijan on erityisen hyvin tiedettävä mitä tekee. Tehtyjä valintoja laadullisessa tutkimuksessa on epätarkoituksenmukaista ja mahdotonta rationaalisesti avata loppuun asti. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 67.)

#### **3.2 Tutkimusprosessi**

Työssä käytetään erilaisia laadullisia aineiston keruun menetelmiä, kuten kyselyitä sekä syvähaastattelua. Järjestäjät, kokoustajat ja kokoustilojen edustajat muun muassa kertovat millainen kokous olisi heidän mielestään tulevaisuuden unelmakokous sekä asioista, jotka tekevät kokouksista parempia. Haastateltavien mainitsemista asioista etsitään yhtäläisyyksiä, jonka jälkeen yhtäläisten asioiden esiintyminen vastauksissa lasketaan (isommista kyselyistä Exceliä apuna käyttäen). Näin saadaan esille yleispätevimmat ja tärkeimmät asiat, jotka saavat ihmiset viihtymään kokouksissa paremmin. Vasta tämän jälkeen arvioidaan kokoustilojen potentiaali saada kokouksista onnistuneempia. Lopuk-

si arvioidaan miten (jos mitenkään) kokoustilat saadaan elämyksellisiksi eli tekemään kaikista niissä käydyistä kokouksista elämyksellisempiä.

CHoT – Huomisen kokoushotelli -tutkimushanke alkoi jo 1.11.2010 ja sen myötä tilattiin tämä opinnäytetyö, vasta toukokuussa 2011. Tutkimushanke toi tälle opinnäytetyölle aineistoa sekä rytmiä. Hankkeen viimeinen arvontakilpailukysely ”mikä teki kokouksesta paremman” oli suunniteltu loppumaan 30.4.2012, joten opinnäytetyön kirjoittamisen jatkamista ja vastausten analysointia oli odotettava siihen asti.

### 3.3 Aineisto ja tulokset

Tutkimuksessa hyödynnetään viittä eri tutkimusaineistoa (taulukko 1.) Tutkimuksen empiirinen osuus koostuu saaduista palautteista BEST WESTERN Hotel Haagan yhteyteen rakennetusta ”huomisen kokoustilasta Griinistä”, erilaisista kyselyistä ja haastattelusta. Isommat lomakekyselyt toteutettiin tutkimushankkeessa arvontakilpailun muodossa, avoimilla kysymyksillä, sekä Helsingin Messukeskuksessa, että internetissä.

Laadullisen kyselyn vastauksissa, usein mainittujen asioiden esiintymistiheyttä vertailemalla, on mahdollista saada asioiden tärkeydestä osallistujille korkeintaan likiarvo (Hirsjärvi ym. 2010, 164). Ilmoitettu prosenttiluku näkökulman yleisyydestä vastauksissa (isompien kyselyiden tuloksissa) on toisin sanoen vertailukelpoinen vain samassa kyselyssä muiden usein mainittujen asioiden kanssa ja toimii vain likiarvona. Pelkistämällä kyselyn vastaukset niistä saadaan vertailukelpoisempia (Tuomi & Sarajärvi 2009, 67).

Taulukko 1. Tutkimuksessa käytetyt aineistot.

Aineiston nimi	Tuottamistapa	Vastaajien lukumäärä
<b>Tutkimuskokoustila Griini</b>	puolistrukturoitu palautekysely Griinissä (CHoT-tutkimushankkeen toteuttama)	43
<b>Tulevaisuuden unelma-kokousta järjestettäessä</b>	arvontakilpailukysely Messukeskuksessa (CHoT-tutkimushankkeen toteuttama)	56
<b>Hyvässä kokouksessa tärkeintä on</b>	kysely hankkeen Facebook-sivuilla (CHoT-tutkimushankkeen toteuttama)	41

<b>Mikä teki kokouksesta paremman -ideakilpailu</b>	arvontakilpailukysely hankkeen kotisivuilla (CHoT-tutkimushankkeen toteuttama)	129
<b>Miljoonia euroja vuodessa tuottavat kokoustilat</b>	suosituimpien kokoustilojen edustajan laadullinen syvähaastattelu	1

### 3.3.1 Tutkimuksen kohde: kokoustila Griini

Noin kymmenelle hengelle tarkoitettu, 16. elokuuta, 2011 avattu, kokoustila ”Griini” pyrittiin muokkaamaan kokoustajien yksilöllisten tarpeiden mukaiseksi, kokouksia tehostavaksi ja ideoita synnyttäväksi kokoustilaksi. Käytettyjä keinoja olivat muun muassa tuolien ja pöytien järjestyksen muokkaaminen, äänimaailman ja lämpötilan huomioon ottaminen (Spotify-musiikkipalvelun kautta sai esimerkiksi taukojen ajaksi musiikkia ja erityyppisiä äänimaailmoja), mahdollisimman virkistävä luomu- ja lähiruokatuotteista koostuva tarjoilu, fasilitaattori kokoustajien käyttöön, SMART Boardin kautta pelattavat strategia-, suunnittelu-, yhteishenki- jne. pelit ja erilaiset SMART Board -pohjat.



Kuva 2. Huomisen kokoustila Griini (vapaa pressikuva).



Grüni varusteltiin interaktiivisella SMART Board -kosketusnäyttötäululla sekä Tandberg C20 -videoneuvottelujärjestelmällä. SMART Board pystyi korvaamaan videotykin, fläppitaulun ja muut kirjoituslaturit – koska kaikki SMART Boardilla näytetty jää muistiin, kokouksen tuotokset pystyttiin tallentamaan ja lähettämään jälkepäin kaikille osallistujille. Videoneuvotteluyhteyden avulla kokoukseen pystyy osallistumaan maailman eri kolkista, jopa kännykän kautta (WebEx -yhteys). Laitteita varten asennettiin tehokas ja nopea laajakaistayhteys.



Kuva 3. Grünin ympyrämuotoinen pöytäjärjestys (vapaa pressikuva).

Maton tarkoituksena on vaimentaa tehokkaasti kaikua ja huonekalujen liikuttelusta aiheutuvia ääniä. Kokoushuoneen valaistus koostuu himmennettävistä ja energiaa säästävästä T5-loisteputkista. Valaistuksen matala sähkönkulutus alentaa kokouksen hiilijalanjälkeä. Verhoissa huomioitiin akustiikka ja luonnonvalon tarve.

Grüinistä annettiin tutkimushankkeessa olijoille muun muassa Facebookin kautta seuraaventyypistä palautetta "Grüni-kokoustila teki vaikutuksen, huone ja sen tekniikka innostivat ihan oikeasti." Tutkimushankkeen loppupuolella kuitenkin selvisi, ettei ko-

kousarkkitehtipalvelua käytännössä hyödynnetty; Griinin kaikkia mahdollisuuksia ei valitettavasti osattu hyödyntää. Asiakkaiden kommenttien valossa tämä ei kuitenkaan hirveästi heitä haitannut.

Kokouksemme sujui oikein mukavasti, tarjoilut olivat hyviä ja vieraat viihtyivät. Osallistujat kiittelivät istuimia, tilaa itsessään ja totesivat tämän olleen virkistävä vaihtoehto perinteiselle kabinetille.

Tulemme jatkossakin hyödyntämään Griiniä tarpeen mukaan. Kiitos aamun piristävästä laitekoulutuksesta.

Jotta Griinin kaltaisen tilan kaikki toiminnot tulisivat hyödynnetyiksi, asiakkailta se vaatisi kokoustilaan etukäteen tutustumista sekä tilan laitteiden kokeilua. Asiakkaat eivät kuitenkaan, tilan vuokraajien mukaan, tätä tehneet. – Messukeskuksen kokouksissa on puhdasta rutiinia, että noin kuukausi tai pari viikkoa ennen kokousta pidetään valmistelupalaveri, johon asiakas pyydetään paikan päälle käymään kaikki yksityiskohdat läpi (Vainio 2011).

## **Tutkimustuloksia**

Griinistä saatuja kokemuksia kartoitettiin tieteellisemmin, lomaketutkimuksen kautta. Tutkimuksen perusjoukko on 57 henkilöä, jotka oleilivat tilassa valmistajaistapahtumassa 8–17 hengen ryhmissä noin 30–60 minuuttia. Tutkimuskysymykset olivat SMART-Boardilla ja vastattiin tyhjiin papereihin (43 palautti). Vastaajista 74 % naisia ja 26 % miehiä (42 ilmoitti sukupuolen). Vastaajien keski-ikä 45 vuotta (31 ilmoitti ikänsä). Vastaajat olivat pääasiassa tyytyväisiä Griiniin; 100 % ilmoitti, että varaisi tilan. 67 % ilmoitti omaavansa ennako-odotuksia tilasta. Vastaajat kertoivat olettaneensa tilan olevan muun muassa moderni, sisältävän uusia teknologisia ratkaisuja / jotakin uutta ja erilaista sekä olevan ekologisempi. Kysymykseen "Kuinka hyvin tila vastasi odotuksianne ennakkoinformaation perusteella?" saatiin 20 vastausta: vastasi 70 %, ei vastannut 20 %, ei ennako-odotuksia 10 %.

Pääasiassa vastaajat kuvailivat tilaa kotoisaksi, miellyttäväksi ja mukavaksi. Negatiiviset kommentit Griinistä liittyivät tilan pieneen kokoon sekä ilmastointiin (sai paljon myös positiivisia kommentteja). Kalusteetkin saivat kritiikkiä: tuoleja toivottiin myös vasureille ja osa vierasti mattoa, ilmeisesti sen hankalan puhdistettavuuden takia. – Matosta kirjoitettiin enemmän positiivisia kuin negatiivisia kommentteja. Lisäksi vastaajat toivoivat, että tilassa olisi vessa, puhelin, lisää pöytiä (tai yksi suuri pöytä), paikka kannettaville tietokoneille, online-äänestyksen mahdollisuus, erilaista valaistusta ja seinille väri- tystä sekä parempi maisema.

Kysymykseen ”Oliko toimintojen käyttö vaivatonta?” vastauksista 41 % olivat ”Kyllä” (helppo käyttää, tekniikka toimii), ”Ei” vastauksista 37 % (Smart vaikea opetella, yhteydet katkesivat, tuen puuttuminen). Loput 22 % vastanneista, eivät toimintoja käyttäneet. Kysymykseen ”Miten hyvin tilan toiminnot auttoivat tavoitteissa?” vastanneista 76 % oli sitä mieltä, että auttoivat (muun muassa hyvät värit, rauhoittava, kaunis, mukava, rento tila), ei auttanut 24 % (muun muassa tuolit). Kysymykseen ”Huomasitteko muutosta tehokkuudessa?” vastanneista 38 % vastasi, että huomasi (muun muassa aktiivisuus lisääntyi).

Kysymykseen ”Millä tavalla Grinin toiminnot auttavat kokouksia olemaan tehokkaampia?” saatiin 41 kommenttia. Näistä 61 % sisälsi yleisiä mainintoja muun muassa ajan ja luonnon säästöstä, interaktiivisuudesta ja luovuudesta. SMART Boardin mainitsi 24 % (muistiinpanojen tallennus ja jakaminen, monipuolisuus, helppokäyttöisyys). Videoneuvottelun mainitsi 15 % (tehostaa ajan käyttöä ja vähentää turhaa matkustelua).

”Grinin henki antaa sinulle yhden toiveen. Millainen olisi täydellinen kokous Grinissä?” puolet vastauksista (50 %) liittyivät vain kokouksen asiasisältöön (ei oleellinen tämän opinnäytetyön kannalta). Loput vastauksista (50 %) sisälsivät toiveita kiireettömyydestä, kokouksen jälkeisestä ohjelmasta, ruuasta, musiikista, kohtuullisesta hinnoittelusta, isommasta pöydästä ja varmasta ilmastoinnista.

Kysymykseen mitä vastaajien mielestä kuuluisi ”huomisen kokoukseen” suurimmaksi osaksi vastattiin: kokoukset virtuaalisia (mainittiin erikseen videokokoukset ja kokoukset nettiin), tekniikka toimii, kukaan ei myöhässä, kaikilla iPadit tai vastaavat, mukavat

tuolit ja muuntautuva tila, rento musiikki ja ilmapiiri, terveellisiä tarjoiluja, kokoukset lyhyitä, innovatiivisia, tehokkaita ja hyvin valmisteltuja ja antavat aisteille virikkeitä.

Hankkeessa mukana oleva toinen opinnäytetyön tekijä, Sirja Lehtisalo, havaitsi Griinin myyntiprosessista kertovassa työssään, että Griinin myyntiargumentit olivat epäselviä henkilökunnalle ja asiakkaille. Este varaamiselle oli välillä, ettei tilassa ollut ”suurta pöytää, johon levitellä papereita”. Lehtisalon mukaan tila saataisiin houkuttelevammaksi jos sillä, että internetistä pystyisi tarkistamaan milloin tila on käytettävissä.

Huomisen kokoustilan Griinin luomiseen ja siinä toteutettuihin sekä toivottuihin ratkaisuihin ovat vaikuttaneet tutkimushankkeessa alusta alkaen mukana olleet, hankkeen yhteistyökumppaniyritykset, joiden esittelyt löytyvät 4. liitteestä.

### **3.3.2 Tulevaisuuden unelmakokousta järjestettäessä**

Sihteeri ja assistenttimessujen vieraat vastasivat S&A -päivillä 7. –8.9.2011 Helsingin Messukeskuksessa, arvontakilpailukysymykseen ”Kokousten järjestäminen on joskus työlästä, monimutkaista ja turhauttavaa. Tulevaisuuden unelmakokousta järjestettäessä... (jatka lausettasi mielesi mukaan)”.

Kyselyn vastaukset (56 vastausta, liite 1.) antavat viitteitä miten yksilöt määrittelevät mielessään ”tulevaisuuden unelmakokouksen”. Vastauksissa mainittujen tulevaisuuden unelmakokoustekijöiden esiintymistiheyttä analysoimalla saatiin seuraavanlainen yhteenveto siitä, mitä tulevaisuuden unelmakokouksilta toivotaan eniten, tai ainakin yleisimmin. – Suluissa ilmoitetaan prosenttilukuna mainitun tekijän esiintymistiheys kyselyn kaikista vastauksista. Suosituimmasta alkaen:

Eniten osallistujat (15 %) toivovat saavansa tulevaisuuden unelmakokouksista viihdettä, hyvää ruokaa tai virvokkeita sekä mahdollisesti jonkinlaisia lisäpalkintoja.

Nykyään on haasteellista löytää yhteistä aikaa kokoukselle. Tulevaisuuden kokouksiin toivotaan parempia etäkokousmahdollisuuksia sekä kokouksista tehtävän epämuodollisempia (14 %), jotta mahdollisimman moni ”uskaltaisi” tuoda

mielipiteitään esille. Jos kokoustilat saataisiin mahdollisimman hyvien kulkuyhteyksien päähän, sekin helpottaisi vaikuttamista.

Kokoukset halutaan mahdollisimman vaivattomiksi (12 %). Kaikki halutaan mahdollisimman valmiina. Käytännössä olisi hyvä, jos kaikki laitteet olisivat kokoustilaan tultaessa jo valmiita käyttöön.

Tilojen halutaan olevan miellyttäviä sekä viihtyisiä (11 %). Muun muassa ilman laatuun halutaan panostettavan.

Myös (11 %) halutaan, että kokoustilan ympäristö antaisi uusia ideoita ja pitäisi hereillä. Esimerkkeinä toivottavalle ympäristölle mainittiin ”Kaunis maisema/ihana musiikki/hämyinen tunnelma”, spinning-sali tai sauna.

Kaikien tai ainakin mahdollisemman monen asian tulisi hoitua ja löytyä saman katon alta ja samalla varauksella (10 %). ”Tulisi ottaa huomioon tilojen viihtyvyys, helppous ja monipuolisuus. Ei paperirumbaa”.

Huonekalujen, ja samalla myös tilojen, toivotaan olevan mahdollisimman muuntautuvia sekä mukavia (8 %). Kokoustilaan toivottiin jopa sohvaa.

Vastausten perusteella tekniikka mielletään hyvin luonnolliseksi osaksi tulevaisuuden unelmakokousta. Mainittiin esimerkiksi ”Säkkituolit interaktiivisineen näyttätäuluineen”. Toivottuja ominaisuuksia tekniikalle on paljon:

Omat ja muiden muistiinpanot ovat sähköisesti käytettävissä haluttaessa kaikille ja käsialan tunnistus (tekstintunnistus) on mahdollista sähköisessä muodossa

Tärkeintä, että tekniikka on helppokäyttöistä, toimivaa ja yhteisiä elämyksiä tuottavaa (6 %). Pitkistä PowerPoint -esityksistä ei pidetä, vaan toivotaan interaktiivisuutta sekä verkostoitumismahdollisuuksia. – Kännykät ja kannettavat tietokoneet halutaan kokousten ajaksi kiinni (5 %). Seuraava vastaus kiteyttää hyvin kyselyn tulokset:

Voi kaikki osallistua, vaikka eivät olisi fyysisesti paikalla ja osanottajat viihtyvät hyvin. Kukaan ei nukahda huonon ilman tai tylsän ympäristön vuoksi

Mitään mahdottomia eivät kyselyyn vastaajat oikeastaan tulevaisuuden unelmakokouksista toivoneet. Läpinäkymättömillä, kalvonäyttöillä voi jo nyt saada kokoustilat silmänräpäyksessä sijaitsemaan keskellä upeaa vuoristomaisemaa, jossa lamput laiduntavat ja puro solisee – digitaalisina. Kansainvälisillä CES -messuilla (consumer technology tradeshow) 2012, Las Vegasissa, esiteltiin iskunkestäviä ja taipuisia näyttöjä, joilla voidaan päällystää kaikenlaiset pinnat – myös ikkunat. AMOLED -näyttöjen avulla kokoustilan ikkunat voidaan nopeasti saada täysin pimeiksi, sekä toimimaan jättimäisinä tietokoneen näyttöinä. Älykkään ”ikkunan” esittely on jo mahdollista katsoa osoitteesta:

<http://www.youtube.com/watch?v=fkRemABkm3U&feature=related>

Käsialan tunnistus ja muistiinpanojen lähettäminen kaikille onnistuu Smart Boardin avulla, jota on mahdollisuus käyttää muun muassa Griniissä.

### **3.3.3 Hyvässä kokouksessa tärkeintä on**

CHoT – Huomisen kokoushotelli -tutkimushankkeen myötä perustetulla Facebook-sivulla: [www.facebook.com/HuomisenKokous#!/HuomisenKokous](http://www.facebook.com/HuomisenKokous#!/HuomisenKokous) esitettiin 19. lokakuuta 2011 kysymys ”Hyvässä kokouksessa tärkeintä on”. Kysymykseen sai vastata kirjoittamalla alle oman vastauksen tai äänestämällä jonkun toisen kirjoittamaa vastausta.

Kyselyn tuloksissa mielenkiintoista on, että vastaajista (n=41) vain kolmen mielestä ”Kotoisa tila ja mukavat tuolit” olivat kokouksessa tärkeimpiä. ”Tunnelma, rentous” saivat yhteensä vain yhden äänen. ”Maukkaat tarjoilut” sai neljä ääntä.

Vastausten mukaan hyvässä kokouksessa tärkeimpiä ovat selvästi ”Käsiteltävän aiheen mielenkiintoisuus” (sai 16 ääntä) sekä ”Innostava puheenjohtaja” (sai 12 ääntä). Eräs vastaaja kommentoi:

Asia on aina tärkein, muut seikat vain tukevat onnistumista, tai epäonnistumista. Kuitenkin tehokkuuteen vaikuttaa ilmapiiri... Hyvä organisaattori ottaa aina **KAIKEN HUOMIOON!** Jos järjestäjä tekee työnsä hyvin valmistautessaan kokouksen - asia agendasta paperimuistioihin, niin se moninkertaistaa positiivisen lopputuloksen saamisen mahdollisuuden.

### **3.3.4 Mikä teki kokouksesta paremman -ideakilpailu**

CHoT – Huomisen kokoushotelli -tutkimushankkeen myötä hankkeen kotisivulla järjestettiin arvontakilpailu <<http://huomisenkokous.fi/ideat/>>, jossa ihmiset saivat vapaasti kertoa mikä teki heidän järjestämästään kokouksestaan paremman. Arvontakilpailun aineisto (liite 2.) auttaa erittelemään, mitä asioita parhaat kokoukset ovat sisältäneet ja mikä sai kokoustaajat tyytyväisiksi. On otettava huomioon, että ihmiset ovat voineet tulkita kilpailukysymyksen omilla tavoillaan ja jo kilpailun esisanoissa (liite 2.) ihmisille annettiin esimerkkivastaukset.

Kilpailuun oli 30.4.2012 mennessä tullut 129 vastausta. Taulukko-ohjelman avulla on kilpailuvastausten sisältämät asiat eritelty ja laskettu; selvitetty kuinka monen mielestä mainitut asiat olivat kokouksia parantavia tekijöitä. Menetelmän heikkous piilee siinä, että monet vastauksista voidaan tulkita monella tavalla. Muutama vastasi esimerkiksi "Puitteet kuntoon", josta on hankalaa päätellä onko haluttu hienompia huonekaluja vai tarkoitettu jotakin muuta. Noin seitsemälle vastaajalle tuli paremmasta kokouksesta mieleen jopa allas.

hyvässä kokoustamisessa on virallisen kokousosuuden jälkeen aikaa keskustella asioista epävirallisemmin – omassa parhaassa kokouksessani, jossa on tullut tehtyä myös isoja linjanvetoja, kokoustaminen jatkui pienemmällä porukalla sviitin porealtaassa kera 8 hengen läpi yön – vesi vajeni sillä henkilömäärällä mutta tehtyjen sopimusten määrä nousi eksponentiaalisesti

Uima-altaisiin suora viittaaminen vastauksissa ei ollut yllättävää, koska kylpylä mainittiin arvontakysymyksessä ja arvontapalkintokylpylästä oli nähtävissä sivulla myös kuva. Kokoustilojen vaikutuksia eräs vastaaja kommentoi esimerkiksi:

Jos on tarkoitus ideoida uutta, kannattaa lähteä pois normaalinurkista. Jos taas on määrä saada nopeasti jotain päätetyksi, peruskokous pitkän pöydän ääressä on paras.

Suurimmassa osassa vastauksista (16 %) mainittiin paremmissa kokouksissa tärkeimmiksi tarjoilua tai hyvää ruokaa. Myös halutaan paljon (12 % vastauksista sisälsi maininnan), että kokoukset olisivat tehokkaampia tai ainakin aikataulut ja tauotukset olisi suunniteltu huolellisesti. Muutama ehdotti, että kokoukset pidettäisiin aina seisaallaan, jotta kulutettaisiin vähemmän aikaa. Pääsääntöisesti vastaajat kokevat, että monet kokoukset pidetään turhaan ja ongelmana on, etteivät kokousten aiheet useinkaan suoraan koske osallistujia. 11 % vastauksista sisälsi maininnan, että kokouksille on laitettava selkeä tavoite, eikä turhiin kokouksiin kutsuttaisi.

hyvä kokous on huolella valmistettu ja se on tarpeellinen pitää. Kokous poissa työpaikalta ja ihan toisissa tiloissa antaa paremmat puitteet keskittyä asiaan. Samalla virkistysmahdollisuus ja mahdollisuus myös rentoutumiseen on tärkeää

Vastauksista myös merkittävä osa (11 %) sisälsi toiveen uudesta ympäristöstä ja virkistävästä kokemuksista. Hieman vähemmän (10 %), mainittiin, kokouksissa olevan tärkeää, että kaikki saisivat yhtäläisen mahdollisuuden vaikuttaa päätöksiin tai saisivat puheenvuoron. 8 % vastauksista sisälsi maininnan rennosta ja kannustavasta ilmapiiristä ja 7 % vastauksista maininnan, että itse kokoustila teki kokouksesta paremman. Etäkokousmahdollisuuden tai monipuolisempia laitteita / kalusteita haluttiin yhteensä 6 prosentissa vastauksista. Eräs kokouksen järjestäjä kuvailee pelkän musiikin vaikutusta kokoustilassa:

Kilpailun inspiroimana laitoin kokoustilaan soimaan hyväntuulista ja rauhallista taustamusiikkia, se "toivotteli" kokoukseen saapujat tervetulleeksi.



Koko tila ja fiilis muuttui musiikin myötä. Jätimme musiikin soimaan hiljaiselle myös kokouksen taustalle ja se oli ihan mainio keventäjä painavalle asialle. Osallistujat tykkäsivät todella paljon. Ehdottomasti käytämme musiikkia uudelleen.

Musiikin kokoustiloissa mainitsi suoraan yhtä moni (1 %) kuin palkinnon saamisen mahdollisuuden osallistumisestaan kokoukseen tai – mielenkiintoisemman aiheen saamisen. Kokouksia voidaan siis parantaa varsin pienillä asioilla.

### **3.3.5 Miljoonia euroja vuodessa tuottavat kokoustilat**

Haastattelussa 15. joulukuuta 2011 – myös Marina Congress Centerissä työskennellyt – nykyinen Helsingin Messukeskuksen kokouspalveluiden markkinointivastaava, kertoi Suomen monipuolisimmista kokoustiloista ja mitä elämyksellisiä elementtejä niissä käytännössä tarjotaan. Haastattelu päätettiin toteuttaa strukturoimattomana, koska tällä, laadullisella tiedonkeruumenetelmällä, saadaan asioista mahdollisimman kokonaisvaltainen kuva (Hirsjärvi & Hurme 2004, 45; Hirsjärvi ym. 2010, 164.)

Monilla yrityksillä on kokoustiloja karsittu. Suomen suurin kokous- ja kongressikeskus Messukeskus laajentaa (rakennettu 7. halli, monitoimitila, joka kahden jalkapallokentän kokoinen). Pienet neuvotteluhuoneet ovat Messukeskuksella aina varattuina. Yrityksillä on todella paljon palavereita, siksi ne käyttävät messukeskuksen tiloja. Asiakkaat mieltävät, että on tehokkaampaa mennä kokoustamaan muualle, kuin omissa tiloissa; kun ei mennä omille tietokoneille, ollaan oikeasti yhdessä ja saadaan enemmän ideoita.

Kokous ja kongressitoiminnan pyörittämiseen Messukeskuksella on ainoastaan noin 25 työntekijää. Kun tilaisuuksia on paljon samaan aikaan, tarvittaessa vuokrataan lisää henkilökuntaa, muun muassa rakentajia sekä kokkeja. Messukeskuksella on 7 hallia, 40 kiinteää kokoustilaa ja myös 244 hotellihuonetta. Tilojen koko vaihtelee pienistä neuvotteluhuoneista yli 4400 hengen auditorioon. Vuosittain sen kokoustiloissa järjestetään noin 1500 erilaista tilaisuutta: koulutuspäiviä, näytteilleasettajien omia tilaisuuksia, lanseeraustilaisuuksia, yhtiökokouksia, näyttelyitä, pikkujouluja, kongresseja... – Melkein mitä tahansa, mikä tulee mieleen. Erikoisimmat / elämyksellisimmät ovat muun muassa

hallitiloihin rakennettu maaseutumaisema possuineen, hevosineen ja sonneineen. Kokoustilaan oli tilattu ilotulituskin, jota Messukeskus ei turvallisuussyihin vedoten kuitenkaan toteuttanut.

Messukeskus ei tuota sisältöä kokouksiin, joten kokouksen elämyksellisyyttä Messukeskus lähtisi miettimään: valaistuksesta (tarjoilla huipputekniikkaa, jolla saadaan aikaiseksi mm. erilaisia kuvioita ja tilavaikutelmia), kalustuksesta (jos ei valmiiksi ole sopivaa niin tilataan muualta ja voi tuoda myös omia kalusteita ja tekniikkaa) sekä tarjoiluista.

Messukeskuksen elämyksellisin tapahtuma oli markkinointivastaavan mukaan juhla, jossa paljon musiikkia, paljon valoja ja valoefektejä sekä hienoa tekniikkaa. ”Kongressien yhteydessä saattaa olla tuollaisia iltajuhlia, jonne on kutsuttu kongressien järjestäjiä. Useimmiten juhlat kuitenkin pidetään erillään kokouksesta, tapahtumapaikkana toimii esimerkiksi Finlandia-talo.”

Messukeskuksen kilpailuvaltteja:

- erikokoisia tiloja paljon
- monta palvelua saman katon alla (ravintolat, kokoustilat, hotelli)
- helppo tulla ja helppo lähteä
- hyvät liikenneyhteydet keskustaan (asiakkaat lähtevät kokousten jälkeen usein hakemaan elämyksiä keskustasta)
- runsaasti parkkitilaa
- aina saa yhden yhteyshenkilön, joka hoitaa tilaisuuden kaikki järjestelyt alusta alkaen, laskutukseen asti (muun muassa hotellihuoneet, ravintolapalvelut, kokoustilat)
- muunneltavuus (yön aikana saadaan rakennettua tilasta täysin erilainen: esiintymislavoja, tulkkipoppeja yms; tila saadaan nopeasti rakennettua sopimaan täysin erilaisiin tilaisuuksiin niin, että aamulla on kaikki valmista)
- asiakkaille tehdään karttoja ja piirustuksia, jotta asiakas näkisi heti miltä tila tulee näyttämään valmiina
- isoimpiin halleihin eri kalustusmahdollisuuksia, asiakkaan tarpeiden mukaan
- kaikissa tiloissa langaton verkkoyhteys
- oma kalustepalvelu, rakennuspalvelu ja näyttelysuunnittelijat

Messukeskus pyrkii myös seuraaviin:

- olemaan monipuolinen; tarjoamaan mahdollisimman monia palveluita
- olemaan ajan tasalla (muun muassa hankkii viimeisintä tekniikkaa)
- kokoustilat hyvässä kunnossa

- ystävällinen henkilökunta
- hyvät tarjoilut
- kokonaisuudet toimii
- panostetaan ympäristötoimintaan

Toiminta ympäristön hyväksi koetaan myös kansainvälisesti tärkeäksi. – Ympäristösertifikaatin avulla Messukeskus voitti erään kongressikilpailun. Messukeskuksen kokousasiakas voi nauttia aamiaisen ja pääsee suoraan kokoustamaan sekä voi käydä omassa hotellihuoneessa välillä. Tämä on kauempaa tuleville kokousvieraille suuri etu.

Jo pelkästään kansainväliset kongressit tuottavat vuodessa Suomelle kymmeniä miljoonia euroja. Vuonna 2010 ne tuottivat 72 miljoonaa euroa, josta Messukeskuksen osuus oli 7,8 miljoonaa. Kansainvälisellä kongressilla tässä tarkoitetaan kokousta, jossa osallistujia on kymmenestä eri maasta; kongressi voi koostua jopa vain viidestäkymmenestä henkilöstä. Isojen rahojen takia jokainen kongressikeskus yrittää saada kansainvälisiä kongresseja ”itselleen”. Yleisimpiä kongressiaiheita ovat teknologia- ja tietotekniikka, lääketiede ja talous. Isoihin tapahtumiin vuokrataan paljon myös pienempiä tiloja, esimerkiksi ryhmätöihin. Messukeskuksen on hankalaa markkinoida pienempiä tilojaan, koska usein asiakkaat mieltävät, että käytössä on vain halleja. Messukeskus hakeekin aktiivisimmin yli 2000 hengen kongresseja, koska siihen on tilat. Suomessa muilla ei ole mahdollisuutta järjestää niin suuria kokouksia. Kilpailijoita ovat lähinnä Finlandia talo, Marina Congress Center ja Paasitorni.

Kongressin haku tapahtuu parin, kolmen vuoden päähän, jopa pidemmälle, jos kyseessä on suurempi kongressi; toiminta pitkäjänteistä. Kongressit yleisesti kiertävät eri maa-alueita. ”Jos on ollut pohjoismaissa tänä vuonna, niin seuraavana vuonna on vielä turha mennä hakemaan. Ne eivät tule uudestaan pohjoismaahan vaan esim. Australiaan.” On tehtävä taustatyötä selvittääkseen missä kyseinen kongressi on ollut, milloin se tulee seuraavan kerran Suomeen ja kannattaako sitä mennä hakemaan. ”Hyvin usein kilpailaan Ruotsin tai jonkun toisen pohjoismaan kanssa.”

Ensisijaisesti, kun kongresseja aletaan hakea, kongressin järjestäjille mainostetaan Suomea: kerrotaan, että Suomessa turvallista ja ihmiset ystävällisiä. Vasta sitten, kun saadaan kiinnostumaan Suomesta, niin aletaan puhua Helsingistä.

Helsinkiä Messukeskus markkinoi seuraavilla:

- toimiva kaupunki ja ihmisläheinen koko: kaikkialle on aivan lyhyt matka (palvelut ja nähtävyydet)
- toimiva joukkoliikenne
- rento ilmapiiri
- värikäs historia
- turvallinen
- ihmiset ystävällisiä, auttavaisia, todella kielitaitoisia ja tunnollisia - Tekevät sovitut asiat ja pysyvät aikatauluissa.

Vasta tämän jälkeen mainostetaan itse Messukeskusta: pyydetään vierailulle 10 - 20 hengen delegaatioita, jotka tutkivat paikan sopivuutta. Delegaatiot käyvät tutkimassa myös muissa sopivissa maissa ja tekevät yleensä listan, jossa kolme parasta paikkaa. Tämän jälkeen miettivät vielä 6 kk - vuoden ennen kun päättävät missä tulevat pitämään kongressinsa.

Järjestäjät valitsevat vain toimivimmat paikat. Kansainvälisiä kokouksia rajoittaa jopa se, että Helsingin alueella on vain 11600 hotellihuonetta. – Eräs Messukeskuksessa pidettäväksi vahvistunut kongressi siirrettiinkin ulkomaille, koska henkilömäärä kasvoi niin paljon, ettei Helsinki, Espoo ja Vantaan alueelta löytynyt riittävästi hotellikapasiteettia kokousta varten.

Messukeskus tekeekin paljon yhteistyötä Helsingin kaupungin kanssa, jolla on oma "Kokous- ja Kongressiyksikkö". Tämä on eniten perillä, mitä koko Helsingissä tapahtuu tiettyä ajankohtana. Esimerkiksi "World Design Capital Helsinki 2012", jota on markkinoitu paljon ulkomailta, tulee näkymään katukuvassa ja tuo Helsinkiin paljon vierailijoita, mikä tulee taas vaikeuttamaan kansainvälisten kokousten järjestämistä. Yhteistuumin käydään kuitenkin esimerkiksi Saksassa markkinoimassa Suomea.

Kilpailijoidenkin kanssa tehdään usein yhteistyötä, jotta kokous saadaan Suomeen ja Helsinkiin. ”Suomi ei ole ihan ykkösenä, kun kongressipaikkaa ollaan miettimässä.” Kongressivieraista 62 % on ensimmäistä kertaa Suomessa. – Järjestäneistä 90 % piti kongressijärjestelyitä kuitenkin hyvinä tai erittäin hyvinä.

Vaikka ulkomaiset delegaatiot ovat ammattitaitoisia ja osaavat arvioida tyhjiäkin halleja, kuvat onnistuneista kokouksista ovat markkinoinnin kannalta tärkeitä. Parasta mainosta on, kun joku toinen kehuu (huomattavasti tehokkaampaa kuin omat mainokset). Kokouspaikkojen on mietittävä tarkkaan myös missä mainostavat. Ruotsissa on "Svenska Möten" niminen verkkopalvelu <[www.svenskamoten.se](http://www.svenskamoten.se)>, joka toimii yhteistyössä käytännössä kaikkien Ruotsin kokoustilojen kanssa ja jonka kautta pystyy helposti varamaan itselleen sopivia tiloja. Suomessa vastaava on "Kokouspaikat.com". Olemalla palvelussa mukana kokouspaikat saavat asiakkaita, kun asiakkaat etsivät verkkopalvelun kautta itselleen sopivia kokoustiloja. Sivulla on kokoustajien helppo valita tarvitsemansa lisäpalvelut ja lähettää kaikkiin sopiviin tiloihin tarjouspyyntö.

Normaali tilanvarausprosessi Messukeskuksen tiloihin alkaa sillä, että asiakas kysyy sähköpostitse tai soittamalla onko tilaa. Asiakkaalle tehdään tarjous, jossa kysytään samalla lisätietoja, mitä kaikkea hän mahdollisesti tarvitsee: millaista AV-tekniikkaa, kokoonpanoa, tarvitseeko hän tarjoilua. Tähän vastatessaan asiakas saa tarjouksen, jossa on kaikki mahdollinen listattuna. Jos asiakas on kaikkeen tyytyväinen, hänelle lähetetään varausvahvistus. Noin kuukausi tai pari viikkoa ennen kokousta (riippuen tilaisuuden koosta), pidetään valmistelupalaveri, johon asiakas pyydetään paikan päälle käymään kaikki yksityiskohdat läpi: mitä halutaan, että opasteissa lukee, monelta halutaan tulla valmistelemaan, onko kasvisruokailijoita, mikä on vahvistunut henkilömäärä, haluaako asiakas tervapatoja ja liputusta ulos, tarvitseeko parkkilippuja ja muuta sellaista. Kaiken on oltava tiedossa ennen kokousta. Paikan päällä kokousemännät avaavat ovet ja näyttävät kuinka kaikki, muun muassa dataprojektori toimii sekä antavat puhelinnumeronsa, josta heidät saadaan nopeasti paikalle. Kokousemännän kautta voi kokouksen aikana, tarvittaessa, esimerkiksi saada tilaan nopeasti lisää tarjoiluita. – Haastattelutilanteessakin kokoustilaan saatiin, vain muutama minuutti puhelinsoitosta, lisää lämmintä ruokaa.

Messukeskuksen tekemä "benchmarkkaus" osoitti, että Messukeskus on hintatasoltaan samaa luokkaa muiden vastaavien eurooppalaisten kokoustilojen kanssa; ei kilpaile hinnoilla. Pienet kokoushuoneet ovat Messukeskuksella suhteellisen edullisia ja selkeämmin hinnoiteltuja kuin isot, koska pienet ovat aina valmiiksi kalustettuja ja varusteltuja. Isoimpien hallien vuokrahinnat ovat aina huomattavasti kalliimpia; lisävarustelusta riippuen isomman tilan vuokrahinta liikkuu usein kymmenissä tuhansissa euroissa.

## 4 Yhteenveto

Kokoustila viestii aina kokouksen järjestäjän arvoista, vauraudesta sekä mm. siitä kuinka hyvin järjestäjä pysyy teknologian kehityksessä mukana. Positiiviset kokemukset luovat positiivisen miellelyhtymän kaikkeen, mitä kokous edustaa. Elämyksellinen kokoustila muun muassa tehostaa yrityksen ja sen tuotteiden sisäistä ja ulkoista markkinointia jättämällä kokouksissa käydyt asiat paremmin mieleen.

Hyvä kokoustila on sellainen, jonne kaikkien on mahdollisimman helppo saapua. Selkeä, kosketusnäytöllinen ohjauspaneeli ilmastoinnille, verhoille ja laitteille on sijoitettava lähelle ”puhujaa”. Tarvittaessa tila on voitava pimentää täysin. Jotta samassa tilassa pystyy järjestämään erityyppisiä kokouksia, on kokoustilan kalusteiden oltava mahdollisimman helposti liikuteltavia, muuntautuvia ja kompakteja. Tila voidaan tällöin piristää vaihtelemalla kalusteiden järjestystä sekä ottamalla esimerkiksi takarivin tuolit pois, liian isosta tilasta, jotta osallistujat saadaan istumaan eteen. Vanhastaan on olemassa hyvin muuntautumiskykyisiä huonekaluja, jotka tarvittaessa vievät poikkeuksellisen vähän tilaa. Hauskimpina esimerkkeinä ”Skovby Dining Table SM 71” ja Obelisk (Janus et Cie). Markkinoille on tulossa uusia teknisiä ratkaisuja, jotka ovat kokoustilojen elämyksellisyyden kannalta todella merkittäviä. Esimerkkinä läpinäkyvät, iskunkestävät ja taipuisat näytöt, joilla voidaan urbaani kokoustila saada hetkessä sijaitsemaan esimerkiksi keskelle upeaa, digitaalista vuoristomaisemaa, jossa lampaat laiduntavat ja puro solisee.

Parhaiten kokoustilaksi soveltuu se tila, joka on tilavuudeltaan suurin. – Yleensä se, jossa on korkein katto. Korkea katto mahdollistaa suuren valkokankaan lisäksi (näkyvyys paranee), ettei ”happi ala loppumaan” kesken kokousta, eli kokoustajat suoriutuvat kokouksissa paremmin. Jotta mieli pysyy virkeänä ja vastaanottavaisena, kokouksessa on oltava välillä myös jokin virkistävä elementti; mitä monotonisempi kokous on, sitä huonommin asiat jäävät mieleen.

Aulassa on oltava riittävän hyvät opasteet. Auloihin on syytä panostaa, jos haluaa tehdä hyvän ensivaikutelman. Kaikkien osallistujien, ilmoittautumispöytien, infotiskin ja mahdollisten posterinäyttelyiden on mahdollista aulaan.

Kokoustilan läheisyydessä on oltava lukittava huoltotila, jossa kalusteita, laitteita ja niiden varalaitteita säilytetään. Kokousten suunnittelun tehostamiseksi tiloista kannattaa tehdä yksityiskohtaiset pohjapiirustukset, joista ilmenee ikkunoiden, ovien, varauuskäytävien ja sammutusvälineiden lisäksi myös virranjakopisteet, sekä esimerkiksi lavan mitat ja kantavuus. Valmiit kuvat ja kartat tekevät tilasta houkuttelevamman uusien kokousten järjestämistä ajatellen. Tila saadaan huomattavan houkuttelevammaksi jo sillä, että internetistä pystyy tarkistamaan milloin tila on vapaana eli varattavissa.

Griiniin oltiin vastausten perusteella tyytyväisiä, varaajien suurista, tilaan kohdistuvista, ennakko-odotuksista huolimatta; 100 % vastaajista varaisi tilan uudestaan. Griinin käyttäjistä osa kuitenkin kertoi olevansa tyytymätön muun muassa väreihin, valaistukseen ja jopa haluttiin parempaa maisemaa. Helsingin Messukeskuksessa ja internetissä toteutetut kyselyt vahvistavat tuon kaltaisten toiveiden olevan hyvin yleisiä. Kokoustiloihin on tuotava asioita, jotka mahdollistavat tilavaikutelman helpon muokkaamisen, rikkovat monotonisuuden ja tuovat uusia näkökulmia ja ideoita kokouksiin.

Griinin SmartBoardin kaltaisilla ratkaisuilla kokoustila pystyy helpottamaan kokouksen sujumista: muun muassa helpottamalla kokouksen aikaisten, taululle kirjoitettujen muistutusten muokkaamista ja lähettämistä kaikille. – Perinteiselle lehtiö- / fläppitaululle päässyt virhe yleensä jätetään sinne häiritsemään. Kyselyiden vastaajat toivovat, että mahdollisimman moni luovuutta tukeva asia olisi kokoustilassa integroituna: "Helppous ja vaivattomuus!", "Kaikki hoituu yhdellä ohjelmalla" –

Isoimmista, tyhjästä tiloista Messukeskuksen asiakkaat ovat valmiita maksamaan huomattavasti enemmän kuin valmiiksi kalustelluista pienemmistä tiloista tarjoiluineen. Tämä johtuu siitä, että isommissa, tyhjissä tiloissa, on vain mielikuvitus ja turvallisuuseikat rajana, millaisia kokouksia siellä pystytään järjestämään. Kokoustila kannattaa kalustaa tukemaan mahdollisimman hyvin kokouksen teemaa sekä sanomaa, jota halutaan osallistujille välittää.

Yhteenkuuluvuuden tunteesta on tullut arvokas tuote. Kokoukseen osallistujat haluavat päästä osaksi kokouksen järjestäjän elämyksellistä tarinaa. Kokouksen järjestäjä voi puolestaan päästä osaksi tarinaa helpoiten sponsoroimalla esimerkiksi tapahtumia, elo-

kuvia tai julkkiksia. Elämyksellisellä tarinalla voidaan tuoda kokouksessa käydylle asialle lisäarvoa; päästään osallistujien kanssa myymään tarinaa.

Kokoustilan tehokas markkinointi on hyvin tärkeää. Kuvat onnistuneista kokouksista saavat ihmiset vuokraamaan tilat huomattavasti herkemmin. Parasta mainosta kokoustiloiille on kun joku toinen kehuu tiloja (tehokkaampaa kuin oma markkinointi). Opin näytetyöryhmäni rakentama Best Western Hotel Haagan "Huomisen kokoustila Griini" löytyy Kokouspaikat.com -osoitteesta. Oikeissa paikoissa aktiivinen mainostaminen on jokaisen kokoustilan houkuttelevuuden lisäämisen perusedellytys. – Messukeskuskin seuraa Kokouspaikat.com -palvelusta suoraan tilastoa kuinka moni on sen tiloista ollut kiinnostunut. Näin Messukeskus varmistuu, että sivulla mainostamisesta on sille hyötyä. Missään pienissä, esimerkiksi lehti-ilmoituksissa, tilojensa mainostamiseen Messukeskus ei helposti lähde mukaan jo oman kokonsa takia.

Kokoustilojen elämyksellisyyteen vaikuttavat hyvin merkittävästi itse kokoustavat. Työelämässä kokouksiin pyritään kokoamaan ryhmiä, joiden panos olisi mahdollisimman monipuolinen. Tämä väistämättä tuo kokouksiin myös sellaisia henkilöitä, jotka eivät vaikuta suoranaisesti tuovan kokoukseen mitään lisäarvoa. Kyselyn ”Mikä teki kokouksesta paremman” vastauksista (liite 2.) ilmeneekin, että monet ovat mielestään kokouksissa turhaan tai ovat ärsyyntyneitä muille, jotka heidän mukaansa vievät keskustelua turhaan sivuraiteille tai pitkittävät kokouksia. Toivotaan, että "Puhutaan vain asiaa." ja "Mukana on vaan kokoukseen osallistujat, motivoituneet ja valmistautuneet henkilöt ts. ei ylimääräisiä." Toisaalta tiedostetaan, että kokouksissa pitää olla suvaitsevainen, koska se luo hyvän ilmapiirin ja antaa paremman mahdollisuuden ideoinnille. Tärkeää elämyksellisessä kokoustilassa on, että kaikki kokevat kokoontumisen myös heille hyödylliseksi. Hyödyllisyyden kokemista voidaan lisätä perustelemalla kokoontumista, varsinaisen käsiteltävän asian lisäksi, esimerkiksi verkostoitumisen erityisellä tärkeydellä. Epäonnistuneita kokouksia, esimerkiksi riitaisia välejä tai muuta sellaista on kokoustilassa oltava mahdollisuus pelastaa ”hyvä maku suuhun” -periaatteella.

Isojen kansainvälisten kokousten näkökulmasta katsottuna Suomi on helppopääsyinen, turvallinen, mutta todella kallis maa, jossa ei vapaa-ajanviettomahdollisuuksien määrällä ole kehumista. Singaporessa toteutettiin vuonna 2010 jopa 11 kertaa enemmän kan-



sainvälisiä suuria kokouksia kuin kovasti mainostetussa Helsingissä. Pariisi on pinta-alaltaan yli puolet Helsinkiä pienempi, mutta siellä kokouksia toteutettiin 6 kertaa enemmän kuin Helsingissä. Suomi saa vuosi vuodelta vähemmän kokousvieraita ja samalla vähemmän arvostusta ja tuloja. Elämyksellisempi arkkitehtuuri on järkevä keino välttyä jäämästä muiden jalkoihin.

## 5 Pohdinta

Opinnäytetyön aiheen mielenkiintoisuudesta johtuen työtä oli mukava ja helppoa tehdä. Työstä olisi tullut kuitenkin huomattavan erinäköinen, jos ajan tai upeiden valokuvien käyttöoikeuksien puutetta ei olisi. Kuvien käyttöoikeuksien puute rajoitti antamasta tähän työhön erinomaisia esimerkkejä elämyksellisistä sisustusratkaisuista ja keksinnöistä, jotka lisäävät kokoustilojen elämyksellisyyttä. Ei varmaankaan ole kovin antoisaa tai uskottavaa vain lukea, että tiloihin voidaan napin painalluksella tuoda upeita, neljäulotteisia hologrammeja erilaisista tuotteista. Tai että kaikki pinnat voidaan päällystää ohuella, iskunkestävällä kalvolla, joka on läpinäkymätön ja hyvin energiatehokas tietokoneen näyttö. Näytöillä tilat saadaan näyttämään millaisilta tahansa ja tekemään kaikkea, mitä tietokoneella pystyy tekemään. Valitettavaa on, että kalvonäytönkin kohtalo on vielä epäselvä. Elämykselliset ratkaisut päätyvät harvoin massamarkkinoille. Tämä osittain siksi, koska kuluttajat eivät edes osaa aavistaa, että tietyt innovaatiot ovat jo täällä ja toiminnassa – eivätkä osaa kaivata niitä. Vasta, kun elämyksellinen ratkaisu on mahdollisimman monen tiedossa, suuren kysynnän takia sen tuotantoa tehostetaan.

Innovatiivisia ratkaisuja voidaan käyttää muutenkin kuin elämysten tuottamiseen. Esimerkiksi asentamalla kamera, jonka kuvaa välitetään pinnan toisella puolella olevaan energiatehokkaaseen näyttöön, voitaisiin pinnan ja kameran välissä olevat asiat saada osittain ”näkymättömiksi”. Toisin sanoen esimerkiksi laivan matkustajat voisivat halutessaan katsella meren pohjaa, laivan rakenteiden läpi.

### 5.1 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi

Tutkimuksen reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimustulosten toistettavuutta niin, että kun tutkitaan samaa henkilöä, saadaan sama tulos. Koska ihmisen käyttäytyminen on tilanteesta riippuvaa, kahdella eri tutkimusmenetelmällä on samaa tulosta kuitenkin teoriassa epätodennäköistä saavuttaa. (Hirsjärvi & Hurme 2004, 186.) Tässä laadullisessa tutkimuksessa, luotettavuutta ja tulosten toistettavuutta lisäävät sekä suhteellisen suuri vastaajamäärä, että avointen kyselyiden toteuttaminen erilaisissa tiloissa sekä internetissä. Kuten Hirsjärvi & Hurme (2004, 186) mainitsevat, tiettyjen vastausten hankalan tulkitavuuden takia, tulokset on silti pidettävä likiarvoina. Tyypilliset vastaukset, joilla on

korkein ”esiintymistiheyttä vastauksissa” kuvaava prosenttiluku, eivät välttämättä sisällä laadukkaimpia tai parhaimpia ideoita. Toisaalta ne kertovat, että vastaajille nämä asiat tulivat yleisimmin mieleen, eli ovat selvästi vastaajille tärkeitä.

Griinin käyttäjiltä kerättyä aineiston luotettavuutta voitaneen pitää vain tyydyttävänä, koska vastaajat pitivät kysymyslistaa liian pitkänä. Ensimmäinen sivu täytettiin melko hyvin, mutta toinen vain noin puolessa tapauksista. Vastaukset kuitenkin toivat tehokkaasti esille kehitysehdotuksia kokoustiloihin.

Arvontakilpailuvastausten käyttö tutkimusmateriaalina on hieman riskialtista, koska vastaajat saattavat ymmärtää saman kysymyksen eri tavoilla sekä vastailta, palkkion toivossa, huolimattomasti tai epärehellisesti ja useita kertoja. Nettikyselyissä oli mahdollista nähdä muiden kirjoittamia vastauksia, mikä saattoi vaikuttaa vastaajiin eri tavoilla. ”Mikä teki kokouksesta paremman” -ideakilpailussa oli esillä kuva arvонnan palkintokylpylästä sekä mainittiin kylpylä mahdollisena kokouspaikkana. Tämä voi olla syynä siihen, että muutama mainitsi vastauksessaan, ihanteelliseksi kokouspaikaksi nimenomaan kylpylän. Samantyyppisiä riskejä liittyy kuitenkin moniin muihinkin tutkimustapoihin. Arvontakilpailu on varsin yleinen menetelmä kerätä kyselytutkimusaineistoa ja hyvä tapa motivoida vastaajia.

## 5.2 Jatkotutkimusehdotuksia

Mielenkiintoista olisi selvittää kuinka kauan elämyksellinen asia on elämyksellinen. Ovatko esimerkiksi nykyiset matkapuhelimet, joilla voi heijastaa seinälle suurikokoista televisiokuvaa enää kovin ihmeellisiä muutaman vuoden päästä? – Käsittämätöntä, että hankalista ja kalliimmista taulutelevisioista tuli suosituimpia, vaikka niiden kuva on huomattavasti pienempi, kuin taskussa kulkevassa projektorissa.

Pääsevätkö elämykselliset innovaatiot helposti esimerkiksi byrokratian ja patenttien aiheuttaman korkean kynnyksen yli tuotantoon, ilman merkittävää lisärahoitusta ja tukea? – Maat, joissa tuotetta ei saa patentoitua voivat teoriassa kehittyä huomattavasti nopeammin kuin ne maat, joissa tuotteet patentoidaan ja samalla paljastetaan tuotteen

valmistusprosessi ja toiminta. Kuinka paljon esimerkiksi teknologian kehitystä kehittyneissä maissa siis mahdollisesti jarrutetaan?

Kun kokoustilaan tuodaan elämyksellinen elementti, joka tuo kokoustajille ideoita niin voivatko nämä ideat olla haitallisiakin? – Kokoustiloissa, erilaisilla kuvilla ja symboleilla pystytään vaikuttamaan päätöksentekoon. Liikutaanko vaarallisilla vesillä jo esimerkiksi, kun kokoustilaan tuodaan elämymielessä musiikkia, joka alun perin oli kehitetty vieraaseen uskuntoon käännättämiseen?

## Lähteet

Alho, E. 2010. Kokouspalveluiden ja niiden tukipalveluiden kysynnän kartoittaminen  
Case: Kullo Gård & Kullo Golf Oy. Haaga-Helia ammattikorkeakoulun opinnäytetyö.

Avatar sanoo suorat sanat. Talouselämä 43/2010.

Borg, P., Kivi, E. & Partti M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi. Matkailusuunnittelun  
periaatteet ja käytäntö. WSOY. Helsinki.

Finland Convention Bureau 2012a. Kongressit Suomessa 2010 -raportti. Luettavissa:  
[http://www.fcb.fi/UserFiles/fcb/File/pdf/tutkimukset/Kongressit\\_Suomessa\\_%202010\\_Raportti.pdf](http://www.fcb.fi/UserFiles/fcb/File/pdf/tutkimukset/Kongressit_Suomessa_%202010_Raportti.pdf). Luettu: 20.5.2012.

Finland Convention Bureau 2012b. Delegaattitutkimus 2010 -raportti. Luettavissa:  
<http://www.fcb.fi/UserFiles/fcb/File/pdf/tutkimukset/Delegaattitutkimus+2010.pdf>  
. Luettu: 20.5.2012.

Finland Convention Bureau 2012c. Kongresseista Suomelle lähes 70 miljoonaa euroa  
vuodessa. Luettavissa:  
<http://www.fcb.fi/?pageid=120&parent0=4&parent1=120&newsid=219>. Luettu:  
20.5.2012.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2004. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käy-  
täntö. Yliopistopaino. Helsinki.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2010. Tutki ja kirjoita. 15.–16. painos. Tammi.  
Helsinki.

Horelli, L. 1982. Ympäristöpsykologia. Amer-yhtymä Oy Weilin + Göösin kirjapaino.  
Espoo

Hotel Haaga 2011. Luettavissa:

[http://www.hotelhaaga.fi/best\\_western\\_hotel\\_haaga/kokoukset/griini](http://www.hotelhaaga.fi/best_western_hotel_haaga/kokoukset/griini). Luettu: 18.1.2012.

Huomisen kokous 2011. Luettavissa: <http://huomisenkokous.fi/>. Luettu: 18.1.2012.

Jensen, R. 1999. The Dream Society. How the coming shift from information to imagination will transform your business. McGraw-Hill.

Kansanen, A. 1999. Neuvottelu- ja kokoustaito. Markkinointi-instituutin kirjasarja n.o 50. WSOY. Porvoo.

Kim W.C., Mauborgne R. 2005. Sinisen meren strategia. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Kokouspaikat.com. Suunnittele hyvä kokous. Luettavissa:

<http://www.kokouspaikat.com/kokouksen-suunnittelu/>. Luettu: 11.5.2012.

Kärnä, E. 2011. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Strateginen johtaminen.

Laurila, E. 2011. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Kokousten järjestäminen ja kokoustekniikka.

MEK - Matkailun edistämiskeskus 2003. MEK Incentive-matkailustrategia 2004-2007. Luettavissa: [http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/\(Pages\)/MEK\\_Incentive-matkailustrategia\\_2004-2007](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/(Pages)/MEK_Incentive-matkailustrategia_2004-2007). Luettu: 21.5.2012.

Rautiainen, M., Siiskonen, M. 2007. Kokous- ja kongressipalvelut. Restamark. Helsinki.

Salmi, M. 2011. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Managing Competitive Advantage.

Tammisto, S. 2002. Elämispalveluiden hyödyntäminen b-to-b -ympäristössä. Haaga Instituutin ammattikorkeakoulun opinnäytetyö.

Tarssanen, S. 2007. Elämystuottajan käsikirja. Rovaniemi.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Vainio, J. 15.12.2011 Helsingin Messukeskus. Kokouspalveluiden markkinointi. Haastattelu.

Åberg, K. 2011. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Kongressit ja matkajärjestelyt.

## **Liitteet**

Liite 1. Tulevaisuuden unelmakokousta järjestettäessä -arvontakilpailuvastaukset

"Tulisi ottaa huomioon talojen viihtyvyys, helppous ja monipuolisuus. Ei paperirumbaa"

"On tärkeää, että palvelut (kaikki) saadaan samasta paikasta"

"Hyvä paikka, professionaalia palveluja, laadukas tekniikka, että olisi helppo nähdä, ymmärtää ja kirjoittaa"

"Tulee löytää aina uusia ideoita!"

"Kaikki sujuu helposti"

"Helppous ja vaivattomuus!"

"Kaikki hoituu yhdellä ohjelmalla"

"Omat ja muiden muistiinpanot ovat sähköisesti käytettävissä haluttaessa kaikille ja käsialan tunnistus (tekstintunnistus) on mahdollista sähköisessä muodossa"

"Haluaisin vain kertoa yrityksemme ideasta ja työryhmästä ja saada sen perustella virkistävän kokouspaketin"

"Helppoa ja vaivatonta - teknillisesti nykyaikaisin keinoin"

"Toimiva tekniikka osallistumisen helppous"

"Mukavat tilat joka luo innovativisuutta"

"Säkkituolit interaktiivisineen näyttätäuluineen"



"Koko paketti toimii, tekniikka, ruoka & oheisohjelma, jotain kivaa extraa osallistujille."  
"

"Tulee järjestää myös viihdettä"

"Innostetaan, sitoutetaan, osallistetaan, energisoidutaan"

"Tulisi panostaa interaktiivisuuteen, ekologisuuteen ja työntekijöiden viihtymiseen"

"Luovuus avaa ideoita!"

"Erilaisia istuimia erikokoisille ihmisille"

"Puheenvuorot/esitysvuorot kaikille"

"Rento miellyttävä, helppo ympäristö"

"Tarvittavat (monet) asiat saisi hoidettua nopeammin/yksinkertaisemmin"

"Raikas ilma, pientä hyvää syömistä. Hauskoja kilpailuja ulkona jne. Hauskoja iltahjelma"

"Kännykät kiinni ja hoidetaan työasiat vain sallitusti tauoilla"

"Voi kaikki osallistua, vaikka eivät olisi fyysisesti paikalla ja osanottajat viihtyvät hyvin. Kukaan ei nukahda huonon ilman tai tylsän ympäristön vuoksi"

"Mukavuus ja helppous on tärkeää, jotta mukavuus kokouksessa säilyisi"

"On tärkeää saada kaikki osallistumaan päätöksissä luomalla viihtyisä, rento tila, joka saa tuntemaan olonsa turvalliseksi ja vapaaksi ilmaisemaan mielipiteitään"

"ns. "kalvosulkeiset" eli ylipitkät powerpoint esitykset ovat kiellettyjä eli kokous on enemmänkin vuorovaikutteinen"

"Haluaisin sen onnistuvan vaivattomasti ja jälkikäteen saavan kiitosta innovatiivisuudesta"

"Ei tarvitse jonottaa paikkoja, jotka ovat ruuhka-aikoina kiven alla"

"Kaikki tulee yhdestä paketista. Kokouksella on "isäntä", hyvä ilmastointi, helpot muistinpanotavat mahdollisuus ulkoiluun."

"Olisi kiva jos kaikki olisi lähes valmista!"

"Kaikki hoituu sujuvasti"

"Spinning Sali"

"Kännykät pois sekä omat läppärit"

"Kaikkien osalistujien kanssa ei tarvitse niin sumplia aikataulujen kanssa siten, että kaikilla on heti kiire jonnekin muualle"

"Olisi kokoukseen mukava tulla"

"Ympäristön merkitys kasvaa ja viihtyisyys"

"Kaikilla on hyvä olla yhdessä. Kaikkien ääni tulee kuuluviin ja tunnelma on rento, mutta energinen. Asiat saadaan hoidettua jouhevasti. "

"Ei kannetavia/mukavat tuolit/valoissa, avava tila/hyvä ilmanlaatu"

"Läppärit ja kännykät jäisivät pois ja pöydällä olisi tuoreita hedelmiä ja vettä. Tuolit olisivat ergonomiset"

"Kaunis maisema/ihana musiikki/hämyinen tunnelma"

"Jotain millä pysyisi hereillä"

"Kaikki on helpompaa ja rennompaa"

"Verkottuminen on tärkeää/tilan muokattavuus/sähköiset taulut - esitykset"

"Kroppa & mieli liikkuu"

"Asiat sujuvat nopeasti ja mutkattomasti"

"Tilat olisi miellyttävät/saisi istua rennosti/kaikki olisi ehkä hieman "epämuodollista"/hyvää erilaista syötävää"

"Tekniikka toimii kuin unelma"

"Kaikki tulisi hoitua samasta osoitteesta"

"Pitää olla asiat järjestyksessä ja viihdettä voisi myös olla"

"Häirintä pos/hyvä lounas tai illallinen kokouksen ja saunaillan päätteeksi"

"Mukava on, jos saa monenlaiset palvelut samasta paikasta: kokoustekniikka, ruokailut, vapaa aika"

"Virikkeitä tauolle, niin että kokousten teema jatkuu /valmiit rakenne pohjat/aktiviteetti kokouksen jälkeen"

"Kaikki pääsevät paikalle. Agenda on selkeä ja siitä pidetään kiinni!"

"Sohva kiitos, virvokkeita, lepposa ilmapiiri."

## Liite 2. Mikä teki kokouksesta paremman -arvontakilpailuvastaukset

### Osallistu kilpailuun Parempien Kokousten Puolesta!

Huomisen kokous kutsuu sinut mukaansa luomaan tuottoisampaa ja innostavampaa kokouskulttuuria!

Järjestä erilainen kokous tai muuta omaa kokouskäyttämystäsi yhden kokouksen ajan. Kirjoita alla olevaan lomakkeeseen, mikä teki kokouksesta paremman esim. valmistauduit kokoukseen, kaikki olivat kerrankin ajoissa, kokoustitte uima-altaassa jne. Myös kuvat ja videolinkit ovat tervetulleita.

Tutustuthan muiden kilpailuun osallistuneiden kommentteihin alla ja löydät toimivia ideoita toteutettavaksi työpaikallasi!



Kilpailuun osallistuneiden kesken arvotaan ONNI-PAKETTI, joka sisältää Gourmet-ruokakorin ovelle tuotuna valitsemanasi päivänä sekä pääsyliput Flamingon Spa & Wellness -osastolle kahdelle hengelle. Tämän lisäksi voittajan kanssa kokoustanut ryhmä (max. 10 hloä) voittaa ilmaisen kokouksen + kokousdesign-palvelun Grünissä. Kilpailu on voimassa 1.3. - 30.4.2012.

👍 Suosittele

👤 28 henkilöä suosittelee tätä.

129 vastausta:

ulkona kokoustaminen tuo rennon tunnelman. Luodaan mahdollisimman tuttavallinen ilmapiiri. Puhutaan muustakin kuin työasioista

---

Yhteishenki. Palaveria poreammeessa. Tiukka meetinki ja sen jälkeen hyvinvoinnista huolehtimista.

---

rentouttava paikka, erinlainen lähestymistapa. saattaa tuoda mukavia näkökulmia.

---

Millainen kutsu – sellainen kokous tai palaveri.

Koska hyvin suunniteltu on puoliksi tehty, niin kokouksen valmisteluun ja suunnitteluun kannattaa varata hieman aikaa.

Kokouksen valmistelussa kutsun muodolla ja sisällöllä voi olla ratkaiseva merkitys kokouksen onnistumiselle.

Olisi hyvä sopia yhdessä epävirallisempienkin palaverien ja kokousten kutsukäytänteistä:

Milloin kutsut lähetetään, miten ne lähetetään, ja mitä tietoja niissä vähintään tulisi olla eri tilanteissa.

Tilanteen mukaan epätäsmällinenkin palaverikutsu saattaa joskus riittää.

Kirjallisesti tai sähköisesti lähetetyssä, täsmällisessä palaverikutsussa on yleensä

- tiedot kokouksen/palaverin nimestä, joka voi kertoa vaihtoehtoisesti myös kokouksen tavoitteen (otsikkona esim. Kehittämistyöryhmän kokous 2/2012 tai Osastokokous koulutustilojen uudelleen jakamisesta)

- tiedot ajasta ja paikasta (ma 30.4. klo 8.00, neuvotteluhuone 5)s-postin aiheeksi kannattaa merkitä kokouksen nimi ja ajankohta, mahdollisesti myös paikka

- täsmälliset tiedot päätettävistä tai ideoitavista asioista liitemerkintöineen, linkkeineen ja arvioituine käsittelyaikoineen, kun palaverissa on useita päätösasioita (esim. klo 8.10 – 8.30 Koulutustilojen uudelleen jakaminen, liitteenä selvitys jakoperusteista, liite 1 ja ehdotuksen esittely, liite 2)

- maininta tauosta, sen pituudesta ja mahdollisesta tarjoilusta (klo 14.00 – 14.15 kahvi- ja voileipätarjoilu)

- luettelo liitteistä kutsun lopussa (ja tekstissä mahdollisesti myös kehoitus liitteisiin perehtymisestä)

- tieto siitä, onko varsinaisen kokouksen jälkeen varattu hetki aikaa vapaaseen keskusteluun.

- tiedot jakelusta eli kutsuttavien nimistä kutsun lopussa, jos nimet eivät ole kaikkien osallistujien tiedossa ennestään

- kutsujan yhteystiedot, puhelinnumero ja sähköpostiosoite.

Kokouksen jälkeen tulisi jokaiselle osallistujalle lähettää muistio tai pöytäkirja tehdyistä päätöksistä.

---

Puhutaan vain asiaa.

---

Kävelypalaveri on tuo tehokasta vaihtelua kahden hengen palsuun. Lopuksi voi käydä kahvilla ja samalla kirjata sovitut asiat.

---

Kokous on mielekkäämpi kun kaikki osallistuvat tasapuolisesti hyvällä valmistautumisella ja perustelluilla ajatuksilla. Ilmapiirin tulisi olla avoin ja suvaitsevainen, mikä antaa mahdollisuuden ideoinnille.

Lisäksi KUUNTELEVA ryhmä. Ei pelkkiä asioita asioiden perään. Sanoilla on tarkoituksia, eli ei vain faktoja tiskiinkin! Sana kokous on kylmä ja mielestäni kokoukset saisivat olla lämminhenkisempiä.

(Lisämotivaatiota saa luonnollisesti hyvillä tarjoiluilla.)

---

Olen alkanut järjestää 45 min kokouksia tunnin tai kahden tunnin kokousten sijaan. Aikapaine tuo kummasti ryhtiä ja tempoa. Asiat tulee myös valmisteltua paremmin.

---

Kokoukset sujuisivat paremmin, kun lehtiötauluna tai fläppitauluna tunnettu muuttumattoman ainoan oikean totuuden levittämiseksi käytettävä kidutus- ja pahoinpitelyväline kiellettäisiin rikoslaisissa. Valkotaulu on luonteeltaan ehdottomasti näppärämpi esimerkiksi silloin, kun ensimmäisenä taululle päässeän (siis yleensä pomon) virheitä ja väärinkäsityksiä tarvitsee korjata.

---

Olin sihteerinä kokouksessa, jonka pidimme erään terapiavastaanoton odotushuoneessa. Tuoleja oli niukalti joten päädyin istumaan jumppapallolla miniläppäri sylissä, ja se oli todella hauskaa vaihtelua tuolissa rönnötömiseen. Tuli istuttua ryhti suorassa ja pallolla oli mukava välillä heijata itseään ja venytellä selkälihakia. Koska paikat eivät puutuneet niin asiaankin jaksoi keskittyä paremmin + huumoriaspekti kun nökyttellessäni hyväksyvästi koko kroppa nökytteli mukana.

---

Saatiin oiottua kaikki erimielisuudet ja putsattua ilmapiiriä.

---

Kaikki olivat ajoissa.

---

Hyvät tarjoilut

---

Mukana on vaan kokoukseen osallistujat, motivoituneet ja valmistautuneet henkilöt ts. ei ylimääräisiä.

---

Osallistuin pari päivää sitten mukavaan ja rentoon ideointipalaveriin liittyen Ruoka&matkailu-hankkeen käynnistämiseen. Ideointipalaverilla haettiin ideoita hankkeen aloitukseen ja toisaalta haluttiin osallistaa talon väkeä hankkeen toteuttamiseen. Tilaisuus oli rento, tarjolla oli hedelmiä, suklaata ja pähkinöitä ja seinillä oli papereita, joille osallistujia pyydettiin vapaasti ideoimaan hankkeeseen liittyviä teemoja. Vetäjät kertoivat omin sanoin hankkeen tavoitteista osallistujille ja nappasivat ideoita osallistujien rennosti jutustelusta. Tilaisuus oli pop in tyyppinen, eli jokainen saattoi osallistua siihen oman aikataulunsa mukaisesti. Osallistujien kesken arvottiin palkinto, joka innosti osallistumaan. Aihe sopi tällaiseen toteutustapaan, sillä jokaisella on kokemusta matkailusta ja ruokamuistoista niihin liittyen.

---

Kaikki ovat ajantasalla ja valmistautuneet kunnolla.

---

Puhelimet kiinni kokouksissa ehdottomasti!

---

Aikataulu ja keskittyminen – kun kaikki ovat ajoissa ja keskittyvät aiheeseen, sujuu kokous hyvin!

---

ilmoitetaan alkamisaika 10 minuuttia todellista aikaisemmaksi niin ei myöhästelijät pilaa kokousta

---

Tässä alkupalaksi toisaalla tämän foorumin aihekenttään liittyvä tuumaus – yritän palata myöhemmin tarkentavin ajatuksin:



Olen ehdottomasti sitä mieltä, että turhia/tehottomia kokouksia on liikaa. Toisaalta kyse on kokousten organisoinnista ja johtamisesta, toisaalta siitä, mistä palavereja yleensäkin kannattaa järjestää (luottamus asiantuntijoiden vastuullisuuteen?). Ja myös siitä, että suurin osa palavereista voidaan järjestää joustavasti ja tehokkaasti verkossa.

---

Onnistuneessa kokouksessa pelasimme ensin hetken aikaa lautapelejä ryhmässä, ja sitten aloitimme varsinaisen agendan käsittelyn. Rentoutti kummasti ilmapiiriä ja helpotti tutustumaan ennestään tuntemattomiin ihmisiin.

---

Kokoukseen mukaan vaan ne henkilöt, joita asia oikeasti koskee. Kaikki osallistujat vaan reippaasti mukaan ja otettava huomioon. Hedelmät ja terveelliset välipalat ja kunniaan.

---

Idea 1) jos kaikki eivät tunne toisiaan, ei riitä, että käydään mahdollisesti pikaisesti nimet läpi (ja joskus ei tehdä edes tätä) vaan kannattaisi ottaa joku leikkimielinen tutustumisleikki, jonka jälkeen jaksaa ihan eri tavalla kuunnella useamman tunnin toisten mielipiteitä ja kokouksen asiaa kun tietää oikeasti kenen kanssa on tekemisissä.

---

Kokouksessa oli nyttikesti-idea: rentoutti tunnelmaa kokouksen alussa ja oli monipuoliset tarjoilut!

---

Onnistuneessa kokouksessa osallistujien ei tarvitse miettiä sitä, mitä toiset mahdollisesti ajattelevat heidän kommentistaan. Jokainen voi keskittyä itse asiaan ja luomiseen, koska ilmapiiri on kannustava ja hyväksyvä

---

Rento ja luottavainen fiilis.

---

mukavaa ja rentoo pitää olla

---

hyvin tauotettu ja sihteeri- ja puheenjohtaja vuoro siirtyy seuraavalle tauon jälkeen

---

Kokouksen pitäisi olla mielenkiintoinen ja osallistava.

---

Aktiivisia kokeuksia, ei paikallaan istumista.

---

Kokousten pitäis olla mielenkiintoisia ettei aina alkas nukuttamaan

---

Olika storlekar på rum för olika typer av möten med x-antal olika deltagare.

---

Yksikkömme toimintaan kuuluu hyvinkin monenlaisia hankkeita ja toimintoja ja näin ollen meillä on laaja valikoima erilaisia työtehtäviä ja paljon tapahtumia.

Yksikköpalavereissamme tiedotamme toisillemme ajankohtaisista asioista postereilla, jotka kiinnitämme kokoustilan seinille.

Yhtenä kohtana kokouksen agendassa on siis porterikierros, jolloin nousemme ylös ja kiertelemme tutustumassa toistemme postereihin.

Näin tiedonkulku ja vuorovaikutus yksikköläisten kesken tehostuu ja kokoukseen tulee vireyttä.

---

Kilpailun inspiroimana laitoin kokoustilaan soimaan hyväntuulista ja rauhallista taustamusiikkia, se "toivotteli" kokoukseen saapujat tervetulleeksi.

Koko tila ja fiilis muuttui musiikin myötä. Jätimme musiikin soimaan hiljaiselle myös kokouksen taustalle ja se oli ihan mainio keventäjä painavalle asialle. Osallistujat tykkäsivät todella paljon. Ehdottomasti käytämme musiikkia uudelleen.

---

Hyvä valmistautuminen isännän/emännän sekä puhujien JA osallistujien taholta sekä aito interaktiivisuus.

---

Agendan täytyy olla selkeä ja paikalle vain kiinnostuneet kokoustajat!

---

Kiertävä puheenjohtajuus mikäli sama tiimi kokousta säännöllisesti.

---

Uusi ympäristö teki koko porukalle hyvää.

---

Rento tunnelma. Jotakin pientä naposteltavaa ja viihtyisät tilat.

---

Mikään ei voita face to face kokouksia. Kuunnellaan, keskustellaan tasapuolisesti ja kun lähdetään pois jää hyvä fiilis ja yhteinen soundi

---

Kokoukseen tullaan ajoissa. Ensin kahvit ja hetki vapaata seurustelua. Jämähkö pj pitää homman hanskassa, kaikilla on puheenvuoro eikä kukaan ole yhtenä äänessä. Asiat kirjataan selkeästi ylös.

---

Suklaat ja kehittämisajatukset

---

hyvässä kokoustamisessa on virallisen kokousosuuden jälkeen aikaa keskustella asioista epävirallisemmin – omassa parhaassa kokouksessani, jossa on tullut tehtyä myös isoja linjanvetoja, kokoustaminen jatkui pienemmällä porukalla sviitin porealtaassa kera 8 hengen läpi yön – vesi vajeni sillä henkilömäärällä mutta tehtyjen sopimusten määrä nousi eksponentiaalisesti

---

viihtyisät tilat

---

Kaikkien pitää tuntea kokous hyödylliseksi.

---

Hyvä suunnittelu ja oikea tarve

---

Täysin uudenlaisessa ympäristössä kuten kylpylä.

---

hyvä kokous on huolella valmistettu ja se on tarpeellinen pitää. Kokous poissa työpaikalta ja ihan toisissa tiloissa antaa paremmat puitteet keskittyä asiaan. Samalla virkistysmahdollisuus ja mahdollisuus myös rentoutumiseen on tärkeää

---

Kahvi ja halvat sämpylät.

---

tehokkuus

---

Lyhyet innovointikokoukset / tiimipalaverit luonnossa kävelyn merkeissä kesken päivän – saa happea ja samalla liikuntaa.

---

Kaikki ajattelevat sydämellään ja ovat 'läsnä'.

---

hyvät tarjoilut

---

Hyvät tarjoilut kokouksissa

---

Kokoukseen osallistujille esityslista ajoissa tiedoksi, ennakkotehtäväkin on hyvä jos halutaan jotain mielipiteitä. Kaikki ajoissa paikalle ja kännykät sekä kannettavat kiinni. Puhutaan asiaa eikä asian vierestä ja lopetetaan silloin kun on sovittu.

---

Ensinnäkin kaikkien osallistujien odotetaan olevan ajoissa paikalla. Kun kaikki paikalla odotetaan, että ns. yleinen häslinki rauhoittuu. Kaikki ovat paikalla = aidosti läsnä. On ihana kuulla myös kokoon kutsujalta, että hän aidosti toivottaa osallistujat paikanpäälle tervetulleeksi. Tällöin osallistujat rauhoittuvat ja ymmärätävät, että heidät on kutsuttu paikanpäälle ja heidän sanomisillaan on merkitystä. Läppärit vain presentaatio tarkoitukseen. Sähköpostien lukeminen ja välittäminen eteenpäin täysin kiellettyä kokouksen aikana, taikka jos jollakin on niin kiire, että on ihan pakko sähkö-

postveja käsitellä niin sitten saattaa olla järkevintä, että ei osallistu kokoukseen? Kaikilla on oltava oikeus osallistua ja kertoa mielipiteensä ja niin myös odotetaan, että kaikki ovat mukana keskusteluissa. Päätökset selkeitä ja kaikilla ymmärrys mitä ollaan päätetty. Tauot tärkeitä. Tauotarjoiluiden pitäisi olla energiaa tuovaa => ihanteellista on saada tauolla ravitsevia tarjoiluja esim. smoothiet, mehut, hedelmät. Pidemmän kokouksen aikana tarvitaan kevyt lounas. Paikalla on sinänsä myös suuri merkitys. Haluamme ympäristön missä on ryhmän hyvä rauhassa keskustella. Rauhallinen ympäristö voi olla missä vain kunhan tila missä ollaan on rauhoitettu juuri tälle kokoukselle. Tällaisia kokouksia tarvitaan tulevaisuudessa jotta niistä on myös hyötyä kaikille osallistujille.

---

Kahvi ja sämpylät

---

Kokouksen järjestäminen työpaikan ulkopuolisissa tiloissa saa osallistujat terävöitymään.

---

tarjolla ei ollut pullaa vaan jotakin terveellistä

---

Mielestäni kävelykokoukset ovat toimivia pienellä porukalla. Ajatukset juoksevat paremmin ja samalla saa liikuntaa. Terveellistä ja toimivaa!

---

Kokous, jonka taustalla soisi rentouttava musiikki, ja aluksi tarjottaisiin ihana, kattava luomuaamiainen! Kaikki pysyisivät varmasti hereillä koko kokouksen ajan

---

hyvä kahvi ja voileipätarjoilu

---

Kokous metsän keskelle rauhalliseen kokouskeskukseen. Ei baareja, kauppoja jne.

---

Kokous voisi olla jossain kylpylässä, olisi tosi erilainen kokemus.

---

Casual fridays-käytäntö, solmiokielto perjantaisin. Kokouksien kuuluu olla tehokkaita ja niistä kuuluu saada tulosta ja päätöksiä ulos. Kokoukset tehdään usein liian mukaviksi viinereineen ja superpehmustettuine tuoleineen, jolloin päätöksiä tehdään vähän, hitaasti ja ne ovat usein huonosti harkittuja. Tämän vuoksi kokoukset pitäisi aina järjestää seisten, jolloin jokainen haluaa olla tehokas. Tarjoamiseksi kelpaavat hedelmälohkot ja vihannestikut. Pullat passivoittavat!

---

Korkealaatuiset puitteet tuovat parempia tuloksia kokoustamiseen.

---

Kokous kylpylässä oli erityislaatusempaa ja miellyttävämpää kuin hikisessä huoneessa.

---

rentouttava ilomapiiri tiukille kokouksille

---

Jos on tarkoitus ideoida uutta, kannattaa lähteä pois normaalinurkista. Jos taas on määrä saada nopeasti jotain päätetyksi, peruskokous pitkän pöydän ääressä on paras.

---

Erilainen paikka kokoukselle, uusi ympäristö.

Uusi miellyttää aina.

---

Lyhyt ja ytimekäs, jos on pakko pitää. Suurimmasta osasta selviäisi sähköpostilla. Pari kertaa vuodessa on kiva tavata koko henkilökunnan kesken.

---

Oikeaan aikaan, tarpeeksi lyhyt, oikeiden ihmisten kanssa ja käytössä vain kokoukseen liittyvä tekniikka, esim videoneuvottelumahdollisuus eli kaikkien ei tarvitse tulla f2f paikalle, tekniikan oikealla hyödyntämisellä saadaan tehokkaampia kokouksia, säästetään aikaa ja meidän jokaisen voimavaroja.

Tehdään sääntö kokouksien ja palaverien välillä. Kokous saa kestää 30 min ja se on tarkasti valmisteltu ja päätetään asioita. Palaverit on tarkoitettu ideointiin ja kestää aiheelle sopivan ajan – ei kuitenkaan ikuisuuden. Ja tärkeintä: Ilon kautta tulee tuloksia

---

Asialista ja puheenjohtaja on oltava alkeellisimmasakin kokoontumisessa.

---

Aamun alkajaisiksi zumba-/body combat-tunti. Sen jälkeen palaveri aloitetaan aamiaisella. Palaveri voisi hyvin olla intensiivinen muutaman tunnin, sen jälkeen lounas. Lounaan jälkeen palaveria voisi jatkaa ulkosalla pienen lounaskävelyn muodossa. Iltapäivästä jatketaan taas tiivimmin sisällä palaveria. Palaveri loppuisi hyvissä ajoin iltapäivästä.

---

Puitteet kuntoon

---

Hyvin suunniteltu kokous, miellyttävä paikka niin eiköhän onnistu.

---

Tylsä kokoustila kannattaa vaihtaa keväällä/kesällä puistoon. Viltti nurmikolle, matkaradio päälle ja herkkuvoileivät jokaiselle kokousvieraalle kahvin kera. Pieni juttu, mutta tekee kokouksen tunnelmasta aivan erilaisen! Toimii varsinkin alkukesästä, kun kaikki kaipaavat ulos ja aurinkoon toimiston seinien sisäpuolelta!

---

kokousten pitäisi olla tarpeellisia

---

Kokous pitää olla aina hauskalla temalla tehty. Että jos on liian tosikko, siitä tulee sitten niin tylsää, että ei jaksakaan istua. Tämä on koettu kummassakin tapauksessa, että toinen oli tylsä ja toinen oli tosi hauska ja jäi paremmin mieleen.

---

kokouksesta paremman tekee hyvät puitteet ja oikein herkulliset antimet ja hyvät työkaverit

---

Tietokoneet kielletty. Ei normaalin pöydän ääreen vaan jotenkin kivasti istuskeleen sellaisille säkeille ja kokoustellaan niin kuin lapset

---

Tärkeää on, että puitteet ovat hyvät, eli tuolit ei mitään puisia jne.

---

Rento ilmapiiri ja hyvät tarjottavat juomien kera

---

Pitää aina muistaa että tyhmyyttä ei tarvitse pelätä!

---

Kokouspaikan yleisilmapiirillä ja henkilökunnalla on suuri merkitys kokonaisuuteen.

---

Ei pidetä kokousta tylsässä huoneessa, keksitään uusia paikkoja (laavulla, mökissä tms.)

---

Ryhmyöt ovat hauskoja.

---

Kunnon tarjoilut ja puitteet

---

Kokoukseen on hyvä olla tema, että kutsutut tietävät mitä kokous koskee. Työntekijöiden on hyvä olla mielestäni kaikkien paikalla ja lopuksi tietenkin virkistäytyminen.

---

Kokoukseen mukaan vaan ne henkilöt, joita asia oikeasti koskee. Kaikki osallistujat vaan reippaasti mukaan ja otettava huomioon. Hedelmät ja terveelliset välipalat ja kunniaan.

---

kaikkien pitää ehtiä sanoa mielpipiteensä

---

Varattu kunnolla aikaa sekä ohjelman läpi käymiseen että vapaampaan kanssakäymiseen osallistujien välillä.



Myös virkistävä t arjoilu kuten hedelmät ja/tai kahvitus parantavat ilmapiiriä huomattavasti.

---

kokoukseen kaikki tulee ajoissa ja tarjotaan jotain pientä syömistä. huomioidaan myös kaikkien mielipiteet. on myös hyvä jos joku johtaa kokousta sekä, että ihmiset ovat hieman miettineet asioita etukäteen.

---

Hyvässä kokouksessa unohtaa olevansa kokouksessa. Kaikkia kuullaan ilman pönötystä ja jäykistelyä. Ei virallisuuksia, ei pöytäkirjan mukaista etenemistä. Paikka voi olla vaikka meren kallio tai hiekkalaatikon reuna – luovuus kehiin!

---

-Kokoustila vaikuttaa myös.

Kokoukset jossa seistään pysyvät lyhyinä, mutta aktiivisina.

-Vaihdeltava valaistus

-eri toimintoja

-sisustus

---

Hei ja helkkyyä kevättä kaikille!

Kokouksista sanoisin että olennaisinta on miettiä MIKSI kokousta tarvitaan?

Ja JOS sitä todella tarvitaan, osallistujien on syytä ottaa selvää asioiden taustoista, valmistella mahdollista omaa panostaan huolella, jättää viina vähemmälle ja nauttia!

---

Komppaan edellisiä, oleellisinta on se että osallistujat ovat valmistautuneet etukäteen eli kaikki tietävät ennakkoon mikä on kokouksen tavoite niin saadaan asioita suit sait sukkelasti eteenpäin. Kokouksen vetäjä joka pitää osallistujat aktiivisena.

---

Kokous saisi olla lyhyt ja tiivis. Mikään ei ole tuskastuttavampaa kuin turhaan small talkiin turhaantunut aika.

---

selkeä tavoite tulee olla. Osallistujille tarjottavaa.

---

Pidettiin aina tuoreita hedelmiä tarjolla. Pirstivät paljon paremmin kuin kahvi ja peruspulla. Tuli paljon kehuja.

---

Turhat ryhmätyöt jääköön unholaan.

---

Kyllä kokouksesta jää hyvä mieli, jos asiat ovat menneet suunnitellusti ja edenneet oikeaan suuntaan. Hyvä valmistelu ja rakenne vie hyvään lopputulokseen!

---

Ensisijaisest kannattaa kutsua vain asianomaisia kokoukseen toiseksi hyvä juttu on tarjoilu jotta porukka jaksaa kuunnella..Mielestäni parhaat kokoukset ovat olleet ns.ulkopuolisten tsemppaus tai koulutuskokoukset..niissä jaksaa kuunnella paremmin kun talon sisällä olevia jo ehkäpä moneenkeretaan kuultuja vitsejä ym juttuja. Parhaat aamupalaverit esim myyntityössä on kestoltaan max 20 min jossa jokaiselle jää hetki aikaa sanoa sanottavansa ja aamukahvien jälkeen voi porukka lähteä töihin mutta jos kiertävää hommaa esim maakuntiin mielestäni turhauttavaa aloittaa päivää kokouksilla monet myös tekevät mielummin töitä ilman mitään kokouksia joten heille voi sitten vaikka informoida asioista esim meilinä..onneksi tänäpäivänä on tekniikka mahdollistaa etätöyönkin ja voi kokouksia pitää vaikka toinen osapuoli olisi toisella puolen maailmaa.

---

Läppärit, kännykät ym. pois ja skarppina kokoustamaan!

---

alla deltagare bör få komma till tals

---

Kokouksissa seisotaan- lyhenevät huomattavasti

---

kaikki ajoissa paikalla,  
kaikkien mielipiteet kuunnellaan

---

Kokousasiat valmisteltu etukäteen ulkopuolisilta suljetussa nettikeskustelussa.

---

asiallinen ja rauhallinen. kaikki tietävät mitä on päätetty ja kaikkia suuntia on kuunneltu

---

Ensinnäkin: turhat palaverit ja kokoukset pois. Jos ei ole oikeata asiaa, jota ei sähköpostitse voi hoitaa, niin ei palaveerata.

Muita hyvän kokouksen piirteitä ovat:

- Kaikki tulevat ajallaan paikalle
- Valmisteltu agenda, jota myös noudatetaan
- Selkeä tavoite
- Tehdään päätöksiä
- Päätetään kuka tekee ja mitä
- Päätetään mihin mennessä tehdään

Eli konkretiaa. Kokouksen jälkeen ei saa jäädä sellainen fiilis, että ei oikein mitään päätetty, eikä ainakaan että kuka tekee jne.

---

Kokouksen aluksi sovitaan, että puhelimet sammutetaan tai pistetään äänettömälle ja niitä ei räplätä kokouksen aikana. Tämän jälkeen käydään läpi asialista, joka pitäisi olla kaikilla tiedossa jo ennen kokousta. Kokoukselle kannattaa sovittaa jokin tietty maksimipituus, jotta kaikki tietävät kuinka paljon aikaa on jäljellä kokouksen läpikäymiseen.

---

---

---

Kokouspaikat ovat ehdottomasti oleellisin osa mukavaa kokousta. Tylsät auditoriot tms pois käytöstä kokonaan. Kokouks on parhaimmillaan esimerkiksi työntekijöiden keskinäisen lounaan/päivällisen aikana.

---

1.KUN KOKOUS ALKAA SUORAAN ASIAAN.

2.KAIKILLA OIKEUS SANOA OMAN MIELIPITEENSÄ.

3.PIENI KAHVITAUKO

4.KOKOUS JATKUU EI VENYTETÄ KOKOUSTA TURHILLA HÖPINÖILLÄ.

---

Muutetaan pienin askelin koko organisaation toimintaa dynamisemmaksi eli kiinnittämällä huomio myös siihen, miten miten toimimme niiden kirottujen kokousten välillä.

Kokous on peili organisaatiokulttuurista.

---

Parhaita ovat sellaisia kokouksia missä on tarjolla syötävää ja kaikki saavat tuoda esiin omaa mielipidettään.

---

kutsun kokoukseen vain kavereitä ja hyvät virvokkeet..

---

Kokous on usein työasia, joten ruoan ja varsinkaan juoman ei pitäisi olla pääaihe. Mutta ajallaan toimivat tarjoilut, moderni IT-järjestelmä, hiljainen ja tilava huone plussaa.

---

Ruokaa, hyvät tilat ja ei liian isoja ryhmiä.

---

Toimivissa kokouksissa pitää olla aina osallastujia, joilla on valtaa päättää asioista.

---

kunnon tarjoilut;ruoka+juoma.etenkin ruoka kuntoon ettei mitään voileivänpäällis annoksia.

---

Parhaita ovat sellaisia kokouksia missä

- 1) on tarjolla syötävää
  - 2) kaikki saavat tuoda esiin omaa mielipidettään
  - 3) on selkeä kokouksen vetäjä joka pitää homman hanskassa
  - 4) kokouksella on selkeä tavoite
- 

Liian usein kokousten tarkoituksena on vain tiedottaminen tai kuunnellaan jonkun lukevan kirjallista raporttia. Näiden asioiden takia ei tarvitse koontua vaan jokainen voi tutustua tiedotteisiin ja raportteihin sähköisesti. Sitten kun on sellaista asiaa, että oikeasti on syytä pitää kokous, niin ensin voisi ottaa käyttöön esim. Meeting, jonka kautta sovitaan aika ja jaetaan kokoukseen liittyvä materiaali. Tärkeää on myös se, että kokoukseen osallistuu käsiteltävän asian kannalta "oikeat ihmiset". Jonkun olisi hyvä toimia kokouksen "johtajana" ja tämän henkilön tulisi kyetä esittämään hyviä kysymyksiä, jotta mitään olennaista ei jäisi sanomatta. Ja tärkeää on pysyä myös aikataulussa. Kaikkien tulisi silti ehtiä sekä puhua että kuunnella muita.

---

Oman kokemuksen mukaan kokoukset ja palaverit onnistuvat, jos ensinnäkin kaikilla on selkeä mielikuva siitä, mikä on palaverin päämäärä ja mistä puhutaan.

Hyvän valmistelun ja selkeän esitystavan lisäksi pienillä arkisilla eleillä on vaikutusta positiivisesti; esim. kahvi- ja pullatarjoilu on perinteinen mutta silti aidosti toimiva tapa osoittaa että työntekijöistä välitetään.

---

Ensinnäkin pitää päästä pois turhista kokouksista. Joissain organisaatioissa missä olen toiminut 80 % kokouksista olisi voitu jättää pitämättä. Asiat olisi voitu keskustella ja päättää muulla viestinnällä ja sujuvammin.

ANALYSOIDAAN 1/2 VUOTTA JOKAINEN KOKOUS, MITEN OLISI VOITU MENETELLÄ ETTÄ KOKOUSTA EI OLISI TARVINNUT PITÄÄ.

---

kokouksiin kannatta kutsua vain henkilöt joita asia suoraan koskee. Turisteina mukana olijat vievät helposti keskustelun sivuraiteille.

---

Jokainen kokous, mihin osallistuu “selviä” , motivoituneita ja HYVÄN ITSETUNNON OMAAVIA työntekijöitä! ei voi epäonnistua

---

Kokouskutsussa osallistujille annetaan jokin pieni tehtävä, jolloin he ovat valmistautuneet kokoukseen. Kokoukseen tulemiseen on parempi motivaatio ja tehtävä tukee aktiivista osallistumista.

---

Hei,

Sattumoisin olen tehnyt väitöskirjani projektikokouksista (ja monipuolisesta ymmärtämisestä niissä). Tässä on siis ripaus tutkittua tietoa mukana.

Yksi keskeinen menestystekijä paitsi onnistuneelle kokoukselle myös laajemmin menestyvälle organisaatiolle on se, että ihmiset kysyvät heti, kun eivät ymmärrä jotain asiaa tai vahvistavat ymmärryksensä toistamalla aiemmin sanotun tyyliin “ihan vain varmistaakseni, että olen ymmärtänyt oikein...” Jos tämä laiminlyödään (ajatellaan vaikkapa, että kaikki muut varmaan ymmärsivät/tietävät, enkä halua nyt viivästyttää kokousta), asioiden edistäminen voi hidastua tai pahimmillaan mennä väärään suuntaan pitkänkin aikaan, ennen kuin väärä suunta havaitaan. Vain siksi, että ymmärryksiä ei ole linjattu ja todettu ääneen.

Tämä vaatii tarkkaavaisuutta ja myös sitä, että kokouksessa ollaan todella läsnä. Kieltäisin kokouksesta läppärit täysin (ainoastaan mahdollinen esi-

työ/yhteyskone sallittu), koska ne vievät huomion siltä, mitä kokouksessa tapahtuu.

Idea on yksinkertainen ja vaikuttaa talonpoikaisjärjeltä, mutta todellisuudessa tätä yksinkertaista periaatetta noudatetaan harvassa kokouksessa.

Liite 3. Kokouspaikat.com sivuston ehdottamia, huomioon otettavia seikkoja, kokouspaikan valinnassa

1. Mikä on kiinteistön fyysinen kunto, sisältä ja ulkoa? Mikä on ympäröivän alueen tila?
2. Onko ympäristö turvallinen ja hyvin valaistu iltaisin/öisin?
3. Vaikuttavatko työntekijät ystävällisiltä ja nauttivan työstään?
4. Millaiset liikenneyhteydet ovat paikkaan esim. lentokentältä?
5. Mikä on etäisyys ja matkustusaika lentokentälle?
6. Saitko positiivisia kommentteja suosittelijoilta?
7. Mitä vapaa-ajanviettomahdollisuuksia on paikalla ja lähiympäristössä? Mitkä ovat niiden aukioloajat ja hinnat?
8. Mitä paikallisia nähtävyyksiä on ja voiko niissä järjestää erikoistilaisuuksia tai tutustumiskierroksen?
9. Järjestääkö paikka kuljetuksia kaupunkiin tai lähiympäristöön?
10. Onko paikalla businesskeskusta? Mitkä ovat aukioloajat? Mitä palveluita on mahdollista saada aukioloaikojen ulkopuolella?
11. Onko paikalla AV-ryhmää ja laitteita? Paljonko niiden käyttö maksaa?
12. Kuinka monta yleistä käymälää on ja kuinka monta ihmistä niihin mahtuu?
13. Kuinka monta yleisöpuhelinta on ja missä ne sijaitsevat?
14. Kuinka monta ravintolaa on ja mitkä ovat niiden keskihinnat? Mitkä ovat huonepalvelun aukioloajat?
15. Kuinka pitkä matka on lähiympäristön ravintoloihin?
16. Onko paikalla kuntoklubia? Mitkä ovat aukioloajat ja millaisia välineitä on saatavilla?
17. Kuinka monta parkkipaikkaa on ja ovatko ne vartioituja?

18. Mitä palveluita alueellinen matkailukeskus tarjoaa?
19. Onko paikalla ensiaputaitoista henkilökuntaa ja mitkä ovat heidän käytäntönsä hätätilanteissa? Onko huoneissa ohjeet hätätilanteiden varalle?
20. Onko kaupungissa samaan aikaan muita suuria ryhmiä? Onko kokouspäivinä muita päällekkäisiä tapahtumia?
21. Mitä muita ryhmiä on paikalla samaan aikaan kun kokous järjestetään?
22. Ovatko kokoushuoneet äänieristettyjä?
23. Onko kokoushuoneissa kiinteitä tai muita esteitä, jotka haittaavat järjestelyitä?
24. Missä kunnossa ovat tuolit, verhoilu ja pöytäliinat?
25. Voiko huoneissa yöpyä useampi henkilö?
26. Voiko huonelaskun jakaa henkilöiden kesken?
27. Ovatko yöpymishuoneet valoisia ja siistejä?
28. Onko tiloissa sprinklerijärjestelmä?
29. Onko liikuntaesteisillä mahdollisuus liikkua helposti tiloissa?
30. Onko talossa kiertävä turvamies? Kuinka usein huoneiden lukot sarjotetaan uudelleen?
31. Onko paikalla tarpeeksi hissejä takaamaan sujuvan liikkumisen kokousten välillä?
32. Kuinka siistit ovat kiinteistön työtilat (kaikki paikat minne vieraat eivät pääse)?
33. Mikä on keittiön ja kokoushuoneen etäisyys?
34. Mikä on kiinteistön työtilojen melutaso? Häiritseekö se kokouksia?
35. Mitkä ovat ruokien ja juomien hinnat eri paikkojen välillä?
36. Mikä on huoneen hinta?
37. Veloitetaanko ruokailutilasta erikseen?
38. Voiko huoneissa järjestää cocktail-tilaisuuksia tai muita pienempiä tilaisuuksia?
39. Voidaanko odottelutiloissa tarjolla aamiaista useammalle kuin yhdelle ryhmälle?
40. Onko paikalta ilmaista kuljetusta lentokentälle?
41. Onko paikalta tai lähiympäristöstä mahdollisuutta vuokrata autoja?
42. Missä on lähin toimistotarvikeliike?



#### Liite 4. Griinin kehittelyyn vaikuttaneiden yritysten esittely

**Aronet-Esitysyhtiö Oy** varusti Griinin interaktiivisella SMART Board -esitysjärjestelmällä, joka tulevaisuudessa saattaa korvata videotykin ja jonka tarkoituksena on ”mahdollistaa tuottavimmat palaverit, tehokkaammat koulutukset, erottuvat myyntiesitykset ja kustannustehokkaan etätyön.”

**Cisco Systems Finland Oy** ”Maailmanlaajuisesti on käynnissä murros. Tämän murroksen konkreettisin ilmentymä on se, että uudet teknologiat mahdollistavat uudentyyppisen tehokkaamman kommunikoinnin ajasta ja paikasta riippumatta. Hyödyntämällä korkealaatuista videoneuvotteluteknologiaa on mahdollista tavata virtuaalisesti, säästäten niin luontoa kuin kuluja.

Tulemme näkemään markkinoilla uusia toimijoita, jotka tarjoavat uudentyyppisiä tapoja kommunikoida uusissa ympäristöissä – esimerkkinä kokoustila Griini. Hotellit tulevat maailmanlaajuisesti muodostamaan nykyaikaisen virtuaalisen kokousoympäristöverkoston, jossa ihmiset tapaavat toisiaan videon kautta aivan kuin olisivat saman pöydän ääressä.”

**Ecompter Oy** ”Ympäristövastuu tulee olemaan keskeisessä roolissa huomisen kokous- ja tapahtumajärjestelyissä. Konkreettisen ympäristötiedon eli käytännössä hiilijalanjälkitiedon tuottaminen ja jakaminen eri sidosryhmille on yksi tärkeä osa yritysten ympäristövastuuta. Hiilijalanjälkitietoa voidaan hyödyntää niin ympäristöjohtamisessa kuin -viestinnässäkin ja sen avulla voidaan sitouttaa ja motivoida niin kokouspaikkojen henkilökuntaa kuin kokousasiakkaitakin toimimaan mahdollisimman ympäristöystävällisesti. Haluamme hankkeen puitteissa kehittää hotelleille ja kokouspaikoille suunnattua palveluamme ja saada kokemuksia siitä, mitkä eri sidosryhmien odotukset ja tarpeet ympäristötiedon suhteen ovat ja millä eri tavoin hiilijalanjälkitietoa voidaan hyödyntää ja viestiä huomisen kokoustilojen tarjoajan, yritysasiakkaiden sekä yksittäisten kokousvieraiden näkökulmasta.”

**Eurokangas Oy:n** mielenkiinnon kohteina Griinin verhojen kankaat ja niiden kautta saatettava valo ja lämpö.

**Holiday Club Resorts Oy** ”Haluamme olla mukana selvittämässä ammattilaisten kanssa, miltä tulevaisuuden kokoushotelli näyttää: millaisia toimintoja se pitää sisällään, miten asiakastytyväisyyttä parannetaan uusin tavoin, käytetäänkö uusia laitteita tai erilaista miljöötä parantamaan kokoustuotetta. Miten tarjoilut ja kahvitus hoidetaan paremmin? Meitä kiinnostavat myös myyntiin ja markkinointiin liittyvät uudet ajatukset kokoustuotteen ympärillä.”

**Hotel Haaga Oy** ”Grinissä tuntuu, kuin olisi kotisohvalla. Kokonaisuus on rento ja inspiroiva - sellainen vau, kiva! Griini sopii erityisesti tulevaisuudenhakuisille yrityksille, jotka haluavat tehdä tuotepromootiota, markkinointia tai mainontaa teknisten apuvälineiden avulla. Myös yritysten meeting management -tiimit voisivat käyttää tilaa nähdäkseen, millaiseen suuntaan kokoustaminen on menossa. Griini sopii kaikille kokoustamisen edelläkävijöille sekä videoneuvotteluyhteyttä tarvitseville. Yritämme madaltaa tavalisen käyttäjän kynnystä käyttää teknisiä palvelujamme; tämä ei ole vain IT-osaajien paikka.”

**Hullu Poro Oy** seurasi hanketta elämysmatkailun näkökulmasta.

**Isku Interior Oy** muun muassa täydensi tutkimushanketta pöydillä ja tuoleilla. ”Lähdimme hankkeeseen mukaan, koska:

- Kokoustilat ovat saaneet aiempaa suuremman merkityksen yritysten toiminnassa. Ne eivät ole enää vain kokoustiloja, vaan niitä käytetään esimerkiksi ideointiin henkilökunnan ja yhteistyökumppaneiden kanssa.
- Tämän päivän kokoustilassa ei tarvitse olla perinteistä neuvottelupöytä ja tuolit ympärillä -yhdistelmää. Kalustus voi olla hyvinkin poikkeava.
- Kokoustilalta vaaditaan muutakin kuin kalusteet. Tässä projektissa on huomioitu esimerkiksi av-tekniikka ja tekstiilit. Ne vaikuttavat onnistuneen kokoustilan luomiseen. Näihin ollaan valmiita satsaamaan huomattavasti aiempaa enemmän.
- Projektissa on ollut mielenkiintoista nähdä, kuinka melko nuhjuinen ja aikansa elänyt tila on saanut aivan uuden ilmeen. Vaikka jokin tila ei toimisi, paljon on siis kuitenkin tehtävissä, kunhan tilan uusi ilme mietitään ja suunnitellaan huolella.”

**Quadriga Finland Oy** ”Quadriga on Euroopan johtava hotellihuoneteknologian toimittaja. Vuonna 2010 lanseerattu Sensiq-järjestelmä kehittyi jatkuvasti. Yhtenä kehityskohteena on kokousinformaation tuominen hotellihuoneisiin. Syksyllä 2011 lanseerattava iDelegate toiminto mahdollistaa kokoukseen osallistuvan majoittuvan asiakkaan pääsyn kokousmateriaaliin huoneensa Sensiq-portaalin avulla. Tyypillistä TV-portaalin kautta jaettavaa materiaalia ovat tilaopasteet, kokouksen esityslista, luennoitsijoiden esittely ja esitysmateriaali.

Osallistumalla Tulevaisuuden kokoushotelli- hankkeeseen saamme arvokasta palautetta iDelegate-toiminnoista, niiden käytöstä sekä asiakkaiden ja kokousjärjestäjien tarpeista.”

**Viking Line Oy:n** mielenkiinnon kohteina ovat kokoukset laivalla. ”Viking Linelle kokousasiakkaat ovat tärkeä kohderyhmä, jota haluamme palvella asiakaslähtöisesti myös tulevaisuudessa. Koska kokouskulttuuri on selkeästi muuttumassa esimerkiksi ajankäytön, teknisten vaatimusten ja tarjoilujen osalta, haluamme olla mukana HAA-GA-HELIA ammattikorkeakoulun ja muiden yritysten kanssa tutkimassa sitä, mihin suuntaan suomalainen kokouskulttuuri on menossa muun muassa tilavaatimusten ja teknisten tarpeiden osalta.

Tarvitaanko kokoukseen oikeasti etäosallistumismahdollisuuksia? Halutaanko peräti olla vain oman ryhmän kesken innovatiivisessa tilassa, johon ei ole mitään ulkopuolisia yhteyksiä. Onko perinteinen luokkamuotoinen kokoustila enää motivoiva tulevaisuudessa? Tuleeko tekniikka olemaan niin helppokäyttöistä, että ongelmia ei synny? Odotamme mielenkiinnolla projektin tuloksia, joita aiomme hyödyntää myös omien palvelujemme kehittämisessä.”

**Visual Conference Group Oy:n** mielenkiinnon kohteina: etäkokoukset mahdollistava videokonferenssilaitteisto.

Lisäksi: **Santa’s Hotels, Studio Arcibella Oy** sekä **Suomen Messut**.