



# Tapahutumakonseptin luominen palvelumuotoilun avulla: Case Kartanokylpylä Kaisankoti

---

Kähkönen, Jasmi

2013 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu  
Laurea Leppävaara

## **Tapahtumakonseptin luominen palvelumuotoilun avulla: Case Kartanokylpylä Kaisankoti**

Kähkönen, Jasmi  
Hotelli- ja ravintola-alan  
liikkeenjohdon koulutusohjelma  
Opinnäytetyö  
Huhtikuu, 2013

Kähkönen, Jasmi

### Tapahtumakonseptin luominen palvelumuotoilun avulla: Case Kartanokylpylä Kaisankoti

Vuosi 2013 Sivumäärä 78

---

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella Kartanokylpylä Kaisankotiin toimiva tapahtumapäiväkokonaisuus vuosittain järjestettävän Espoo-päivän yhteyteen. Espoo-päivä on koko Espoon yhteinen tapahtuma, jonka tavoitteena on lisätä yhteisöllisyyttä kaupunkilaisten keskuudessa tapahtumapäivän avulla. Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana on Kartanokylpylä Kaisankoti, joka on Espoon Pakankylässä toimiva palveluyritys. Tuomalla useampia yleisötapahtumia palvelutarjontaansa, yritys lisää omalta osaltaan yhteisöllisyyttä yrityksen lähiseudun asukkaiden keskuudessa. Kaisankodilta saatiin opinnäytetyölle toimeksianto, jonka tavoitteena oli selvittää lähiseudun asukkaiden tarpeita ja toiveita tuleviin tapahtumiin liittyen sekä suunnitella tapahtumapäivän sisältö Espoo-päivään Kaisankodilla. Asiakaslähtöisyyden tuli näkyä tapahtuman suunnittelussa, jotta tapahtumasta tulisi vierailijoille mieluinen.

Opinnäytetyön tietoperustassa käsiteltiin tapahtuman järjestämistä, joka on käsitteenä niin laaja, että sitä päädyttiin tarkastelemaan alakäsitteiden kautta. Käsitteen ymmärtämistä varten koettiin tärkeäksi selvittää mitä tarkoittaa tapahtuma, mitä ovat tapahtuman järjestämisen peruskysymykset, miten tapahtumasta saadaan vuosittain toistuva konsepti ja miten tapahtumaa voi hyödyntää yhtenä yrityksen markkinointikeinona. Tietoperustaa käytettiin apuna monissa tutkimusmenetelmien vaiheissa, esimerkiksi teemahaastattelun teemat pohjattiin teoriaan.

Opinnäytetyön toiminnallisessa osiossa käytettiin tutkimusmenetelmänä palvelumuotoilua, eli Service Design -menetelmää. Stefan Moritzin luomasta kuusivaiheisesta kokonaisuudesta koottiin tähän työhön kolme vaihetta: ymmärrä, pohdi ja kehitä sekä seulo ja selitä. Palvelumuotoilun tarjoamien menetelmien avulla suoritettiin tutkimuksen tiedonkeruu, analysoitiin tuloksia, tehtiin ideointiprosessi sekä luotiin tapahtumakonsepti. Ymmärrä-vaiheessa tietoa kerättiin tutustumalla toimeksiantajaan sekä benchmarkingin ja teemahaastattelun avulla. Pohdi ja kehitä -vaiheessa luotiin persoonat, analysoitiin tuloksia ajatuskartassa ja suunniteltiin tapahtumaideaa ideointimenetelmiä käyttäen. Seulo ja selitä -vaiheessa luotu tapahtumaideaa analysoitiin SWOT-taulukossa ja idea testattiin asiakkaan näkökulmasta palvelupolussa luotuja persoonia hyödyntäen.

Opinnäytetyön lopputuloksena suunnitellusta tapahtumaideasta luotiin tapahtumakonsepti, eli kirjallinen ohje, josta voi vaihe vaiheelta nähdä tarvittavat tehtävät ja niiden kuvaukset. Tapahtumakonsepti käsittää tapahtuman ennakkovalmistelut ja mahdolliset markkinointitoimenpiteet, selvityksen tapahtuman ohjelmasisällöstä sekä tapahtumapäivän aikataulun. Tapahtumakonseptin selkeiden ohjeiden avulla Kaisankodin henkilökunnan on helppo toteuttaa valmiiksi suunniteltu tapahtumakokonaisuus. Opinnäytetyön tarkoituksena ei kuitenkaan ollut toteuttaa tapahtumaa, joten tulevaisuudessa aina Espoo-päivän jälkeen tapahtumajärjestäjän tulee tehdä parannus- ja kehitysehdotuksia tapahtumakonseptiin.

Asiasanat tapahtuman järjestäminen, tapahtumakonsepti, tapahtumamarkkinointi, palvelumuotoilu

Kähkönen, Jasmi

**Creating an Event Concept by Using Service Design Methods: Case Kartanokylpylä  
Kaisankoti**

Year	2013	Pages	78
------	------	-------	----

---

The purpose of this thesis was to plan a functional all-day event for the annually organized Espoo Day in Kartanokylpylä Kaisankoti. The primary objective of this public event is to increase the sense of community among the inhabitants of Espoo. The thesis was commissioned by Kartanokylpylä Kaisankoti, which is a service company operating in Pakankylä, Espoo. Kaisankoti wants to promote community by organizing public events for the residents of the town. The research was commissioned to evaluate the needs and hopes of inhabitants for upcoming events and to plan the content of Espoo Day. Customer-oriented approach was essential in designing a successful event.

The knowledge basis of this thesis deals with event planning. Nevertheless, the concept is so broad that it is examined through various sub-concepts. To understand the concept properly it was necessary to define the meaning of an event, the basic questions for event planning, how an event can become an annual concept and how to make use of an event as a marketing means for a company. The knowledge basis is used in various stages of the research, and for example, themes in the semi-structured interviews are based on theory.

The functional part of the thesis was carried out by using Service Design methods. Stefan Moritz has grouped Service Design into six different categories, which were now re-created into three: understanding, thinking and generating, as well as filtering and explaining. The Service Design process consists of several research methods that were used for collecting data, analyzing results, the ideation process and developing an idea into a concept. Understanding was completed by familiarizing with the commissioner and using benchmarking and interviewing as research methods. During the contemplation and generating stage personas were created, results were analyzed in a mind map and the idea of an event was innovated by using ideation processes. In the final stage, screening and explaining, the idea was examined in a SWOT analysis table and it was tested from the customer's perspective by making use of personas created in the service string.

The outcome of this thesis was to develop the idea into an event concept that gives written guidelines and instructions for organizing the event. The event concept includes preliminary preparations and possible marketing procedures, an analysis of the content of the program and the event day timetable. The event concept with clear directions enables the personnel of Kaisankoti to carry out the pre-planned event package. Nonetheless, the purpose of this thesis was not to organize the event but to plan it and create the concept. In the near future the event organizer of Espoo Day must make improvements and development proposals to the event concept.

Keywords     event production, event concept, event marketing, service design

## Sisällys

1	Johdanto .....	6
2	Toimeksiantaja Kartanokylpylä Kaisankoti .....	8
3	Espoo-päivä .....	9
3.1	Espoo-päivän tausta ja tarkoitus .....	10
3.2	Espoo-päivän markkinointi .....	10
4	Tapahtuman järjestäminen .....	11
4.1	Tapahtuma .....	12
4.2	Tapahtuman järjestämisen peruskysymykset .....	13
4.3	Tapahtumakonsepti .....	16
4.4	Tapahtumamarkkinointi .....	18
5	Palvelumuotoilu menetelmänä tapahtumakonseptin luomisessa .....	19
5.1	Ymmärrä .....	21
5.1.1	Tapaaminen toimeksiantajan kanssa .....	22
5.1.2	Benchmarking .....	23
5.1.3	Haastattelu .....	34
5.2	Pohdi ja kehitä .....	38
5.2.1	Persoonat .....	39
5.2.2	Taustatiedon analysointi .....	41
5.2.3	Ideointiprosessi .....	42
5.3	Seulo ja selitä .....	47
5.3.1	SWOT .....	47
5.3.2	Palvelupolku .....	49
6	Tapahtumakonsepti Kaisankodille .....	53
7	Pohdinta ja johtopäätökset .....	55
	Lähteet .....	58
	Kuvat .....	61
	Kuviot .....	62
	Taulukot .....	63
	Liitteet .....	64
	Liite 1: Tiedote haastateltaville .....	65
	Liite 2: Haastattelukysymykset .....	66
	Liite 3: Tapahtumakonsepti .....	68

## 1 Johdanto

Tapahtumilla on aina ollut vahva rooli kaikissa kulttuureissa ja erilaisia tapahtumia onkin järjestetty historiassa niin kauan kuin tiedetään (Bowdin ym. 2006, 30). Tapahtumat ovat tärkeitä ihmisille, sillä ne antavat osallistujille viihdettä, iloa ja uusia kokemuksia.

Tapahtuma on aina ainutlaatuinen tilaisuus, mutta siitä voidaan kehittää vuosittain toistuva konsepti, jolloin se toistuu kerta toisensa jälkeen samalla kaavalla (Vallo & Häyrinen 2012, 260).

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön aiheena oli luoda tapahtumakonsepti Kartanokylpylä Kaisankodille. Tarkoituksena oli suunnitella toimiva tapahtumapäiväkokonaisuus elokuun viimeisenä lauantaina järjestettävän Espoo-päivän yhteyteen. Espoo-päivä on kaikille espoolaisille tarkoitettu tapahtumapäivä, jonka tavoitteena on lisätä yhteisöllisyyttä lähiseudun asukkaiden keskuudessa. Luotua tapahtumakonseptia käytetään Kaisankodilla vuosittain Espoo-päivän järjestämisessä ja mahdollisesti sitä voidaan hyödyntää myös Kaisankodin muissa yleisölle tarkoitetuissa ulkoilmatapahtumissa.

Opinnäytetyön toimeksiantaja, Kartanokylpylä Kaisankoti, on Espoon Pakankylässä toimiva palveluyritys, joka tarjoaa asiakkaille kuntoutusta, työhyvinvointi- ja virkistystoimintaa sekä majoitus-, ravintola- ja kokouspalveluja. Lisäksi se toimii tärkeänä kohtaamispaikkana lähiseudun asukkaiden keskuudessa. Espoo-päivän tapahtuma toimii osana Kaisankodin markkinointistrategiaa. Tapahtuman avulla Kaisankoti pyrkii lisäämään yhteisöllisyyttä lähiseudun asukkaiden keskuudessa, markkinoi toimintaansa, kuten kokouspalveluita työssäkävylle tapahtumavierailijoille sekä tuo hyväntekeväisyyteen perustuvaa Vaikuttajakummien toimintaa esille.

Opinnäytetyön tietoperustassa tutustuttiin tapahtuman järjestämiseen teoriassa sekä tarkasteltiin tarkemmin tapahtumaan liittyviä alakäsitteitä. Toiminnallisessa osiossa tehtiin asiakaslähtöinen taustatutkimus lähiseudun asukkaiden toiveista Kaisankodilla järjestettävien tapahtumien osalta. Saatujen tulosten avulla suunniteltiin Kaisankodille Espoo-päivän tapahtuma, josta muodostui tulevaisuudessa vuosittain toistuva tapahtumakonsepti. Tapahtumakonsepti käsittää tapahtuman ennakkovalmistelut ja mahdolliset markkinointitoimenpiteet, selvityksen tapahtuman ohjelmasisällöstä sekä tapahtumapäivän aikataulun. Luodun tapahtumakonseptin avulla Kaisankodin henkilökunta voi toteuttaa tapahtuman konseptin mukaisesti.

Opinnäytetyön rakenne on jaettu seitsemään päälukuun, joista ensimmäinen on johdanto. Toisessa luvussa esitellään toimeksiantaja Kartanokylpylä Kaisankoti ja kolmannessa kerrotaan Espoo-päivästä. Työn neljäs luku koostuu opinnäytetyön tietoperustasta ja siinä käsitellään tapahtuman järjestämistä teoriassa. Luvun tarkoituksena on selvittää mitä tarkoittaa tapahtuma, mitä ovat tapahtuman järjestämisen peruskysymykset, miten tapahtumaideasta muodostetaan tapahtumakonsepti ja millaista on tapahtumamarkkinointi. Viides luku on opinnäytetyön toiminnallinen osio ja siinä käsitellään palvelumuotoilua menetelmänä. Moritzin luomasta kuusivaiheisesta palvelumuotoilumenetelmästä on tähän opinnäytetyöhön luotu oma kolmivaiheinen kokonaisuus, jonka vaihteita ovat ymmärrä, pohdi ja kehitä sekä seulo ja selitä. Kuudennessa luvussa esitellään opinnäytetyöprosessin aikana syntynyt Espoo-päivän tapahtumakonsepti. Viimeisenä seitsemännessä luvussa esitetään johtopäätökset ja pohditaan työn lopputulosta ja prosessin onnistumista.

## 2 Toimeksiantaja Kartanokylpylä Kaisankoti

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Kartanokylpylä Kaisankoti. Yhteistyö opinnäytetyöprosessiin sai alkunsa toisella opintojaksolla, jossa Kaisankoti toimi kohdeyrityksenä yritysraportissa. Yrityksen liiketoiminta vaikutti mielenkiintoiselta ja molemmat osapuolet olivat halukkaita jatkamaan yhteistyötä opinnäytetyön merkeissä. Sopiva aihe opinnäytetyöhön löytyi nopeasti toimeksiantajan puolesta.

Kartanokylpylä Kaisankoti (kuvassa 1) sijaitsee Espoon Pakankylässä: se on lähellä pääkaupunkiseudun liike-elämää, mutta tarjoaa silti idyllisen maaseutu ympäristön ja oivat olosuhteet yrityksen toiminnalle. Yrityksen toiminnan kulmakivi muotoutuu sen historiasta: tärkeintä on ihmisten auttaminen sekä voimavarojen lisääminen arjen ja työelämän haasteisiin. Toimintaa on kuitenkin laajennettu ja monimuotoistettu hyvin paljon toiminnan alkuhetkestä lähtien ja tänä päivänä työikäisten henkilöiden kuntoutus on Kaisankodin päätuote. Muita palveluita ovat työhyvinvointi- ja virkistystoiminta sekä hotelli-, ravintola- ja kokouspalvelut. (Kaisankoti 2012; Siegfried 2012.)



Kuva 1: Kaisankodin upea kartano kätkee sisälleen kokous- ja ruokailutiloja (ebookers.fi 2013)

Kaisankodin historia on pitkä ja monipuolinen ja se näkyy edelleen vahvasti yrityksen toiminnassa. Historialliset tarinat ulottuvat kauas 1500-luvulle asti ja pitävät sisällän kuvauksia onnellisesta kartanolaisten elämästä, rakkaudesta, perhekriiseistä ja jopa maanpaosta. Kaisankodin toiminta alkaa 1950-luvulta kun Kaisa Kallio, Suomen presidentin Kyösti Kallion puoliso, perusti syntymäpäivälahjaksi saamallaan kansalaislahjalla lepokodin naisille. Lepokodin tarkoituksena oli antaa arjen väsyttämille naisille mahdollisuus lepoon, itsensä toteuttamiseen ja uusien tuttavuuksien luomiseen ja näitä piirteitä yritys pitää yllä toiminnassaan yhä edelleen. Ensimmäinen lepokoti perustettiin alun perin Kauniaisiin, mutta jo kahdeksan vuoden kuluttua, vuonna 1958, se muutti nykyisiin tiloihinsa Espoon



Pakankylään, jossa se toimii edelleen Kartanokylpylä Kaisankotina. (Kaisankoti 2012; Siegfried 2012.)

Parikymmentä vuotta myöhemmin tiloja laajennettiin, kartanon pihapiiriin erilliseen rakennukseen saatiin kokous- ja majoitustiloja sekä sauna- ja kylpyläosasto. Nykyisin Kaisankoti on suosittu juhlien pitopaikka ja siellä järjestetään paljon kokouksia sekä työhyvinvointi- ja virkistäytymispäiviä. Päätuotteena yrityksellä on kuitenkin edelleen uupuneiden ihmisten auttaminen, hyvinvointipalveluiden ja ennakoidun kuntoutuksen avulla. Yrityksellä on tasaisesti niin yritys- kuin yksityisasiakkaitakin ja se haluaa pitää myös lähiseudun asukkaat yhtenä asiakasryhmänään. Kartanokylpylä Kaisankoti lisää omalta osaltaan yhteisöllisyyttä lähiseudun asukkaiden keskuudessa tuomalla useampia yleisötapahtumia palvelutarjontaan. Ensimmäinen lisäys kasvavaan tapahtumatarjontaan on Espoo-päivä, joka järjestetään kesällä elokuun viimeisenä lauantaina. Kylän asukkaat otetaan mukaan myös Espoo-päivän ohjelman suunnitteluun, jotta tapahtumapäivästä tulee vieraille mieluisa. (Kaisankoti 2012; Siegfried 2012.)

Yksi osa Kaisankodin toimintaa on suojella Vaikuttajakummien hyväntekeväisyystyötä, sillä jo Kaisa Kallion ajoista alkaen yrityksen tavoitteena on ollut ihmisten auttaminen, ja nykyisin Vaikuttajakummit jatkavat tätä hyvän tekemistä. Vaikuttajakummit on hyväntekijöiden verkosto ja heidän tarkoituksenaan on hyväntekeväisyystyön avulla auttaa arjen ja työn väsyttämiä ihmisiä. Toiminnan kautta autetaan pienin arkipäiväisin teoin apua kaipaavia lapsiperheitä, työikäisiä tai vanhuksia. Käytännössä Vaikuttajakummit toimivat vapaaehtoisten työryhmien turvin, jotka tapaavat muutaman kerran vuodessa ja suunnittelevat ja päättävät tulevista käytännön toteutuksista ja yhteistyökumppaneista. Kaisankodin rooli on olla mukana työn tekemisessä ja toimia kotikartanona kummien tapaamisille. (Vaikuttajakummitoiminnan punainen lanka 2013; Vaikuttajakummitoiminnan taustaa 2013.) Vaikuttajakummien toimintaa tuotiin esille tässä opinnäytetyössä, sillä tulevaisuudessa tätä hyväntekeväisyystyötä tuodaan enemmän esille Kaisankodin toiminnassa ja tapahtumissa (Mattila 2013). Vaikuttajakummien toiminta otettiin huomioon myös tapahtumakonseptin suunnitteluprosessissa.

### 3 Espoo-päivä

Espoo-päivä on espoolaisten yhteinen tapahtumapäivä, joka järjestetään vuosittain aina elokuun viimeisenä lauantaina. Tapahtuma on tarkoitettu kaikille espoolaisille asukkaille asemasta tai varallisuudesta riippumatta ja siksi kaikkiin järjestettyihin ohjelmiin on vapaa pääsy. Tapahtumapäivän ohjelma muodostuu kaupungin yksiköiden, paikallisten kulttuuri- ja urheilutoimijoiden sekä yhdistysten ja yritysten järjestämistä maksuttomista tapahtumista.

Suurin osa ohjelmasta tapahtuu ulkona kesäisestä ajankohdasta johtuen, mutta myös sisätapahtumia on tarjolla. (Forsblom 2013.)

Ohjelmatarjontaa on runsaasti ja kaikkiin paikkoihin ei olekaan tarkoitus ehtiä, vaan yleensä osallistutaan lähialueen ohjelmaan. Aikaisempina vuosina monet yritykset ovat avanneet ovensa yleisölle, museoihin ja nähtävyyksiin on ollut vapaa pääsy, kirjastot ovat järjestäneet kulturellista ohjelmaa ja liikuntaseurat ovat edustaneet liikunnallista puolta. Monissa paikoissa on saanut opastusta liikkumaan luonnossa, jäähallissa tai voimistelusalissa, palolaitokset ovat järjestäneet paloturvallisuuteen liittyviä leikkimielisiä rasteja ja ympäri Espoota on vietetty monenlaisia markkinoita. Kaikki on mahdollista, sillä ohjelman tarkoituksena on tarjota vierailijoille luovia ideoita ja yllättäviä kokemuksia. (Espoo-päivä 2012a; Forsblom 2013.)

### 3.1 Espoo-päivän tausta ja tarkoitus

Espooseen päätettiin rakentaa kuninkaankartano Kustaa Vaasan päätöksellä 27.8.1556 ja sen kunniaksi aina elokuun lopussa on pidetty pienimuotoisia Espoo-päivän juhlia paikallisten asukasyhdistysten voimin. Tapahtuma on kuitenkin elänyt ja muuttunut vuosien varrella, kunnes siitä on muodostunut kaikkien espoolaisten yhteinen tapahtumapäivä. Espoon kaupunki järjesti Espoo-päivän ensimmäisen kerran kattavana yleisötapahtumana elokuussa 2008, jolloin Espoon kaupunki täytti 550 vuotta. Tänä vuonna vietetään viidettä Espoo-päivää ja Espoon kaupunki täyttää 555 vuotta, joten tapahtumapäivässä tuodaan esille tätä juhlantuntua. Samaan aikaan tänä vuonna vietetään Suomen luontovuotta, jonka uskotaan ja toivotaan näkyvän Espoo-päivän ohjelmatarjonnassa. (Espoo-päivä 2012a; Espoo-päivä 2012b; Forsblom 2013.)

Espoo-päivän tarkoituksena on tuoda tapahtuman avulla esille asioita, jotka liittyvät jokaisen espoolaisen elämään: yhteisöllisyys, osallisuus, tasavertaisuus, esteettömyys, kulttuuri ja luonnon läheisyys. Tapahtuma lisää kaupunkiin yhteisöllisyyttä ottamalla espoolaiset mukaan tapahtuman suunnitteluun ja osallisuutta antamalla espoolaisten osallistua tapahtuman toteutukseen. Luonto, kulttuuri, esteettömyys ja tasavertaisuus näkyvät erityisesti tapahtuman vietossa. Espoo-päivän aikana kaikilla espoolaisilla yrityksillä, yhteisöillä, järjestöillä ja ryhmillä on mahdollisuus järjestää maksutonta ohjelmaa, johon kaikilla vierailulla on vapaa pääsy. Ohjelmaa voi järjestää yhteistyössä jonkun toisen tahon kanssa, jotta ohjelman järjestäminen ei jää kiinni tilan tai rahan puutteesta. (Forsblom 2013.)

### 3.2 Espoo-päivän markkinointi

Espoon kaupunkikulttuuriyksikkö koordinoi tapahtumaa ja vastaa sen onnistumisesta, vaikka suurin vastuu ohjelman järjestämisestä ja onnistumisesta onkin kaupungin yksiköillä, paikallisilla kulttuuri- ja urheilutoimijoilla sekä yhdistyksillä ja yrityksillä. Kaupunkikulttuuriyksikkö suunnittelee ja kokoaa toimivan kokonaisuuden ohjelmatarjonnasta, jonka yritykset ja yhteisöt ovat etukäteen ilmoittaneet toukokuun alkuun mennessä. Ohjelmatarjontalehti jaetaan espoolaisille kotiin Espoo-lehden välissä ja muille pääkaupunkilaisille Metro-lehden välissä viikolla 35 ja lisäksi se on saatavilla Espoo-päivän verkkosivuilla. Ohjelmalehden avulla on helppo suunnistaa ohjelmasta toiseen ja muodostaa kattava käsitys siitä mitä, missä ja milloin tapahtuu. (Forsblom 2013.)

Markkinoinnin ja näkyvyyden osalta Espoon kaupunkikulttuuriyksikkö huolehtii, että Espoo-päivän ilme on näkyvästi esillä esimerkiksi kauppakesuksissa, kirjastoissa, internetissä ja paikallislehdissä heti elokuun alusta lähtien. Myös yritykset ja yhdistykset voivat omalta osaltaan osallistua viestinnälliseen puoleen, sillä se lisää Espoo-päivän tarjonnan positiivista kuvaa. Kaupunkikulttuuriyksikkö on luvannut auttaa kaikkia ohjelmanjärjestäjiä markkinointiin, näkyvyyteen ja ongelmiin liittyen. Yritykset ja yhteisöt voivat käyttää Espoo-päivän julisteita herättämään kiinnostusta ennen tapahtumaa. Lisäksi Espoo-päivän logo (kuvassa 2) ja ilme on mahdollista ottaa käyttöön omissa materiaaleissa, jotta luodaan yhtenäinen kuva koko tapahtumasta. (Forsblom 2013.)



Kuva 2: Espoo-päivän 2013 logoa voi käyttää yritysten omassa tapahtumapäivään liittyvässä markkinoinnissa (Espoo-päivä 2012a)

#### 4 Tapahtuman järjestäminen

Tapahtuman järjestäminen on käsitteenä laaja ja se voidaankin määritellä monin eritavoin. Tapahtuman järjestäminen, tapahtuma, tapahtumakonsepti ja tapahtumamarkkinointi käsitteinä luovat tärkeimmän tietoperustan tähän opinnäytetyöhön ja ne toimivat ikään kuin koko työskentelyprosessin perusrakenteena yhdessä valittujen tutkimusmenetelmien kanssa.

Tietoperustan käsitteitä käytettiin apuna monissa tutkimusmenetelmien vaiheissa, esimerkiksi kysymykset ja teemat haastattelua varten sekä ideointi osana suunnitteluprosessia luotiin näiden käsitteiden avulla tietoperustaa mukaillen. Teemahaastattelun runko oli helppo suunnitella, kun kysymykset pohjattiin tärkeisiin käsitteisiin ja löytyneeseen tietoperustaan.

Käsitteet ovat kuitenkin monimuotoisia ja siksi ne tuleekin määritellä tarkemmin. Tapahtuman järjestäminen on käsitteenä niin laaja että sille voi erotella niin sanottuja alakäsitteitä, jotka kuvaavat tarkemmin käsitteen yhtä tiettyä osa-aluetta. Tätä opinnäytetyötä varten oli tärkeää määritellä mitä tarkoittaa tapahtuma, miten tapahtumasta saadaan vuosittain toistuva konsepti ja miten tapahtumaa voi hyödyntää yhtenä yrityksen markkinointikeinona. Näitä tapahtuman järjestämiseen liittyviä käsitteitä käsitellään tarkemmin seuraavissa alaluvuissa.

#### 4.1 Tapahtuma

Aikojen alusta lähtien ihmiset ovat juhlistaneet elämänsä tärkeitä päiviä ja hetkiä erilaisin keinoin. Näistä juhlista, rituaaleista, perinteistä ja seremonioista on vuosien kuluessa muodostunut tärkeitä ja merkittäviä tapahtumia, joita nykyisin juhlitaan erilaisilla messuilla, näyttelyillä, festivaaleilla ja urheilutapahtumilla. (Bowdin ym. 2006, 4.) Tapahtumalla on aina alku ja loppu. Se on väliaikainen ilmiö, jonka kulkuun vaikuttavat tapahtuman paikka, tapahtuman ajoitus ja aikataulu, suunniteltu ohjelma sekä tapahtumaan osallistuvat ihmiset. (Getz 2007, 18-19.) Tapahtumat ovat arjesta ja tavallisesta elämästä poikkeavia tilaisuuksia, joiden tarkoituksena on ”sivistää, juhlistaa, viihdyttää tai haastaa uusiin kokemuksiin” tapahtumaan osallistuvia ihmisiä (Shone & Parry 2004, 3).

Sanalle *tapahtuma* on annettu monta tarkentavaa selitystä. Suomalaisen sivistyssanakirjan (2013) mukaan sana tapahtuma tarkoittaa jotakin tapahtuvaa tai tapahtunutta asiaa, ilmiötä tai tapausta. Bowdin ym. (2006, 14) taas määrittelevät sanan *event* (suom. tapahtuma) tarkoittavan ”anything which happens” (suom. kaikkea mitä tapahtuu). Getzin (2007, 21) määritelmässä sanaa tapahtuma voi käyttää myös osana yhdyssanaa, esimerkiksi urheilutapahtuma, jolloin tilaisuuden kuvaus ja asiayhteys on kuvaavampi. Toisaalta Getzin (2007, 18) mukaan sana tapahtuma esiintyy myös monissa muissa asiayhteyksissä, kuin pelkästään tapahtuma-alalla juhliin ja tilaisuuksiin liittyen. Sanan tapahtuma voi nähdä liittyvään niin rahoitukseen, biologiaan, lääketieteeseen, psykologiaan kuin tietotekniikkaankin.

Shone ja Parry (2004, 4) selittävät tapahtuman tarkoittavan jotain tavallisesta arjesta poikkeavaa toistumatonta, ainutkertaista tilaisuutta, jossa on mukana ryhmä ihmisiä. Myös Getz (2007, 29-30) korostaa tapahtumien ainutlaatuisuutta ja yksilöllisyyttä, sillä jokainen

tapahtuma tapahtuu samalla tavalla vain kerran ja on siksi ainutkertainen. Jotkut tapahtumat voivat toistua samankaltaisella kaavalla useiden vuosien välein, jotkut vuosittain kun taas jotkut kuukausien tai jopa viikkojen välein, mutta jokainen yksittäinen tapahtumakerta on silti omanlaisensa.

Tuhansiakin vuosia sitten järjestettiin erilaisia rituaaleja ja seremonioita jotka ovat vahvasti vaikuttaneet tämän päivän tapahtumien luonteeseen (Bowdin ym. 2006, 4). Vallon ja Häyrisen (2012, 59) mukaan tapahtumat voivat olla joko asiatapahtumia, viihdetapahtumia tai niiden yhdistelmiä. Shone ja Parry (2004, 4) jakavat tapahtumat kuitenkin tarkemmin neljään kategoriaan: vapaa-ajan tapahtumiin, henkilökohtaisiin tapahtumiin, kulttuuritapahtumiin sekä järjestötapahtumiin. Vapaa-ajan tapahtumiksi he luettelevat erimerkiksi urheilujuhlat ja virkistysjuhlat sekä henkilökohtaisiksi tapahtumiksi perhejuhlat, vuosipäivät, syntymäpäiväjuhlat ja häät. Kulttuuritapahtumia ovat heidän mukaansa erilaiset seremoniat, taidejuhlat, uskonnolliset juhlat ja kansanperinnejuhlat sekä järjestötapahtumia esimerkiksi kaikki mainontaan, myyntiin, politiikkaan ja hyväntekeväisyyteen liittyvät tilaisuudet. (Shone & Parry 2004, 4.) Tapahtumia on siis useita erilaisia ja erityyppisiä, mutta niiden tarkoituksena on pääasiallisesti tuottaa ihmisille uusia kokemuksia (Getz 2007, 30).

Tapahtumilla on vaikutus tapahtumaan osallistujalle sosiaaliselta, kulttuuriselta, fyysiseltä, taloudelliselta ja poliittiselta kannalta. Nämä vaikutukset voivat olla positiivisia mutta myös negatiivisia. Tapahtuman järjestäjän tehtävänä on huolehtia siitä, että positiiviset ja negatiiviset vaikutukset ovat tasapainossa niin että ”kokonaiskuva tapahtumasta on positiivinen”. (Bowdin ym. 2006, 36-37.)

#### 4.2 Tapahtuman järjestämisen peruskysymykset

Tapahtuman järjestämistä käsittelevissä teoksissa kehoitetaan usein vastaamaan tiettyihin kysymyksiin, jotka liittyvät olennaisesti tapahtuman suunnitteluun ja toteutukseen. Kysymysten avulla on tarkoitus selventää tapahtumaan liittyviä oletuksia ja piirteitä. Kysymyksiä voi käyttää apuna ennen suunnittelun aloittamista, tapahtuman suunnittelussa, tapahtuman ideoinnissa tai jopa aivan projektin alussa. Iiskola-Kesonon, Vallo ja Häyrynen sekä Kauhanen, Juurakko ja Kauhanen esittelevät kukin tapahtuman järjestämiseen liittyvissä teoksissaan erilaisia kokonaisuuksia kysymyksistä, jotka ovat hyvänä apuna tapahtuman suunnittelussa ja ideoinnissa. Tässä luvussa esitellään kolme erilaista kysymyskokonaisuutta ja näitä kysymyksiä hyödynnetään myös opinnäytetyön seuraavissa vaiheissa. Iiskola-Kesosen (2004, 9) kysymykset ovat apuna tapahtuman tavoitteiden määrittelyssä, Vallon ja Häyrisen (2012, 106) kysymykset ovat hyödyllisiä suunnitteluprosessissa ja Kauhasen, Juurakon ja Kauhasen (2002, 35) kysymyksiä käytetään ideointiprosessissa.

liskola-Kesosen teoksessa *Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumanjärjestäjälle* (2004, 9) esitellään viisi kysymystä, jotka auttavat tapahtuman tavoitteiden määrittelyssä. Tapahtuman järjestämisessä tavoitteiden määrittely ja suunnitteluvaihe ovat merkittäviä tapahtumisen onnistumisen kannalta. liskola-Kesosen (2004, 9) mukaan huolellisella suunnittelulla päästään saavuttamaan asetetut tavoitteet. Tavoitteita määriteltessä olisi hyvä vastata seuraaviin kysymyksiin, jotka liskola-Kesonen (2004, 9) esittää (kuvio 1).

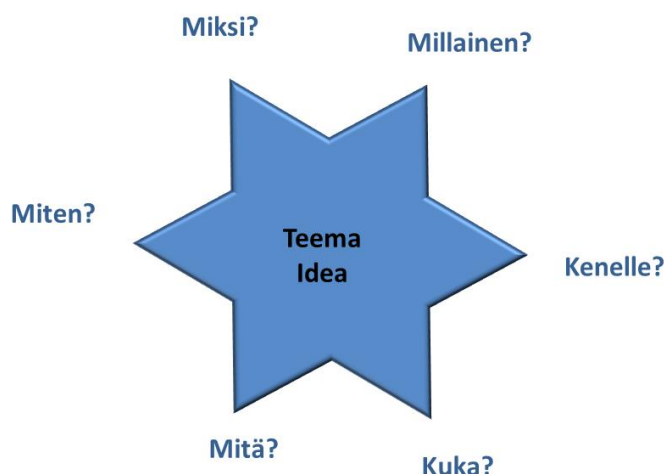


Kuvio 1: Tapahtuman järjestämisen peruskysymykset (mukaillen liskola-Kesonen 2004, 9)

1. Miksi tapahtuma tehdään?
2. Kenelle tapahtuma tehdään?
3. Miten vastuut, velvollisuudet ja oikeudet jakautuvat?
4. Mihin voitot käytetään ja miten tappioihin varaudutaan?
5. Onko tapahtuman jatkuvuus tavoitteena?

(liskola-Kesonen 2004, 9.)

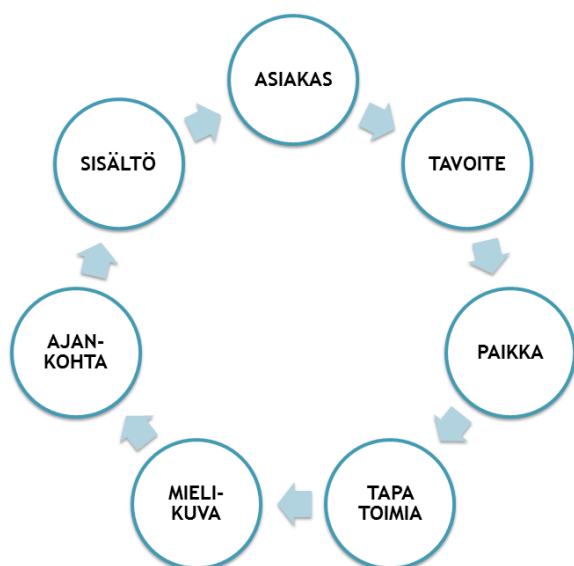
Vallon ja Häyrisen teoksessa *Tapahtuma on tilaisuus - tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen* (2012, 101-106) esitellään kuusi kysymystä, joihin tapahtumaa järjestäessä on hyvä vastata ennen varsinaisen suunnittelun aloittamista (kuvio 2). Vastausten avulla saadaan toimiva pohja sille, kuinka tapahtuma ideoidaan, suunnitellaan ja toteutetaan. (Vallo & Häyrisen 2012, 101-106, 260.) Näitä kuutta strategista ja operatiivista kysymystä mukaillen luotiin myös teemat opinnäytetyössä tehtyjä haastatteluja varten. Kun näihin kysymyksiin saatiin haastattelujen avulla vastaus tapahtumakonseptin loppukäyttäjältä, eli tapahtuman mahdolliselta vierailijalta, saatiin tapahtuman suunnitteluprosessiin ja tapahtumakonseptiin asiakaslähtöinen näkökulma.



Kuvio 2: Operatiiviset ja strategiset kysymykset (mukaillen Vallo & Häyrinen 2012, 106)

1. "Miksi tapahtuma järjestetään?" eli mikä on tapahtuman tavoite.
  2. "Kenelle tapahtuma järjestetään?" eli minkälaista kohderyhmää tapahtumaan tavoitellaan. Mitä kohderyhmä haluaa tapahtumalta ja miten tapahtuman tavoitteet saadaan toteutumaan valitussa kohderyhmässä?
  3. "Mitä järjestetään?" eli mitä, missä ja milloin. Millaiset ovat tapahtuman lähtökohdat? Millainen on tapahtuman luonne: onko kyseessä tapahtuma asia-, viihde- vai yhdistelmä tapahtuma?
  4. "Miten tapahtuma järjestetään?" eli millainen on tapahtumaprosessi ja mitkä ovat sen vaatimat resurssit? Miten tapahtuman idea saadaan näkymään tapahtumassa?
  5. "Millainen tapahtuma?" eli millaiseksi muodostuu tapahtuman ohjelma ja sisältö? Miten tapahtuman tavoitteet saadaan tavoitettua? Millainen ohjelma on sopivaa kohdeyleisölle?
  6. "Kuka tapahtuman järjestää?" eli kuka on vastuussa tapahtumasta. Kenellä on tarve tapahtumalle, jotta tapahtumaa ei järjestetä turhaan.
- (Vallo & Häyrinen 2012, 101-106.)

Kauhanen ym. esittelevät teoksessa Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus (2002, 35) seitsemän kysymystä, jotka muodostavat tapahtuman toimintaidea-mallin (kuvio 3). Nämä kysymykset ovat apuna tapahtuman ideointivaiheessa. Kun kaikkien seitsemän kysymysten vastaukset ovat tasapainossa, tapahtumasta tulee onnistunut. (Kauhanen ym. 2002, 35.) Tässä opinnäytetyössä tapahtuman toimintaidea-mallia käytettiin ensimmäisenä ideointimenetelmänä kun aloitettiin tapahtuman ideointi.



Kuvio 3: Tapahtuman toimintaidea-malli (mukaillen Kauhanen ym. 2002, 35)

Miksi? - eli mitä tapahtumalla tavoitellaan.

Mitä? - eli millainen on tapahtuman sisältö sekä tuote tai palvelu.

Missä? - eli tapahtumaympäristö ja paikka, jossa tapahtuma järjestetään.

Milloin? - eli ajankohta, jolloin tapahtuma pidetään.

Kenelle? - asiakas eli millainen on tavoiteltava kohderyhmä.

Miten? - eli järjestävän yhteisön tapa toimia: millaisia resursseja käytetään ja millainen organisaatio tapahtumassa toimii.

Mielikuva? - eli se imago, joka asiakkaille halutaan näyttää järjestäjästä ja sen kumppaneista. (Kauhanen ym. 2002, 35.)

Näitä kolmea tässä luvussa esiteltyä kysymyskokonaisuutta käytettiin apuna opinnäytetyön seuraavissa vaiheissa. Ensimmäiseksi esitetyt liskola-Kesosen kysymykset olivat apuna opinnäytetyön toiminnallisen osion aluksi toimeksiantajan tapaamisessa, kun pyrittiin selvittämään tarkoitus tapahtuman järjestämiselle. Seuraavaksi esitetyt Vallon ja Häyrisen kysymykset toimivat pohjana opinnäytetyöhön tehdyssä teemahaastattelussa, sillä haastattelun teemat pohjattiin näihin kysymyksiin. Viimeiseksi esitetyt Kauhasen ym. kysymykset muodostivat toimintaidea-mallin, joka aloitti tapahtumakonseptin ideointiprosessin.

#### 4.3 Tapahtumakonsepti

CreaMentors oy:n (2011) luomassa tapahtumatyön ohjeistuksessa määritetään tapahtumakonsepti toimintaperiaatteeksi. Vallon ja Häyrisen (2012, 260) mukaan tapahtumakonsepti on kaava onnistuneelle tapahtumalle. Jokaisella tapahtumalla on idea,



joka tekee siitä ainutlaatuisen. Hyvästä ideasta ja hyvin suunnitellusta tapahtumasta voi tulla onnistunut menestys. Onnistuneesta tapahtumasta voi tulla monivuotinen konsepti, kun idea sisältää tapahtuman tarkoituksen, tavoitteen ja halutun lopputuloksen. Tapahtumakonsepti on selkeä ohje tapahtuman järjestämisestä, jossa näkyy askel askeleelta millainen tapahtuma on. Vaikka tapahtuman teema ja aihe voivat muuttua, on tapahtuman kaava ja perusluonne silti vuosittain samanlainen, konseptin mukainen. Kaikista tapahtumaideoista ei kuitenkaan tehdä konsepteja eikä kaikista konsepteista välttämättä synny toimivaa vuosittain toistuvaa tapahtumaa. (Booth 2010, 20, 22; Vallo & Häyrynen 2012, 260.)

Kun tapahtumaideasta halutaan luoda konsepti, täytyy konseptin olla samassa linjassa tapahtuman tarkoituksen ja odotusten kanssa. Ensin täytyy kuvailla tapahtumaidea ja selittää miksi tapahtuma järjestetään, seuraavaksi tapahtumalle täytyy keksiä nimi, joka kuvastaa tapahtuman teemaa ja viimeiseksi muutetaan idea konseptiksi. (Booth 2010, 22.) Konseptin luomisprosessissa voidaan käyttää apuna tapahtumanjärjestämiseenkin liittyviä peruskysymyksiä tai Goldblattin viittä kysymystä (the 5 W's), jotka Booth (2010, 22) esittelee:

1. Who (kuka)
  2. What (mitä)
  3. Why (miksi)
  4. When (milloin)
  5. Where (missä)
- (Booth 2010, 22.)

Ensimmäisellä W:llä, eli kuka, tarkoitetaan niitä ihmisiä ja sidosryhmiä, jotka osallistuvat tapahtumaan tai ovat kiinnostuneita siitä. Viestintäkanavat järjestäjän ja osallistujien kesken tulee olla avoinna, jotta tapahtumasta osataan tehdä kohderyhmälle mieluinen. Toinen W, eli mitä, kuvastaa sen millaisen tapahtuman järjestäjä tapahtumasta tekee. Tämän kohdan avulla luodaan tapahtumalle missio, tavoitteet ja tarpeet. Kolmas W, eli miksi, kertoo yksinkertaisesti sen, miksi tapahtuma järjestetään ja esitellään tapahtuman tarkoitus. Neljäs W, eli milloin, korostaa kuinka tärkeä on tapahtuman oikeanlainen ajoitus. Tämän kohdan tarkoituksena on kuvata kaikki tapahtumaan liittyvät aikataulut ja ajoitukset suunnittelusta tapahtumapäivään. Viimeinen W, eli missä, kuvastaa tapahtumapaikan valintaa. Tapahtumapaikka on tärkeä osa tapahtumaa ja usein suuri menoerä tapahtumanjärjestämisessä, joten se täytyy valita huolellisesti saadakseen käytännölliset ja tekniset tarpeet kohtaamaan budjetin kanssa. (Booth 2010, 22.) Näitä viittä W:tä käytettiin apuna opinnäytetyön lopputuotoksen esittelyssä, kun kehitetystä tapahtumaideasta luotiin tapahtumakonsepti.

#### 4.4 Tapahtumamarkkinointi

Suomen Tapahtumamarkkinointiyhdistyksen mukaan tapahtumamarkkinointia ovat ”kokemukselliset markkinointitoimenpiteet, joissa yrityksen tai tuotteen brändi kohtaa asiakkaansa ja muut sidosryhmänsä ennakkoon suunnitellussa tilanteessa ja ympäristössä”. (MTL 2013; Muhonen & Heikkinen 2003, 41.) Vallon ja Häyrisen (2012, 19-20) mukaan tapahtumamarkkinointi on markkinoinnin ja tapahtuman yhdistämistä, jossa elämyksellistä tapahtumaa hyväksikäyttäen yritys viestii kohderyhmiensä kanssa. Tapahtumamarkkinoinnissa yritys ja asiakkaat osallistuvat yhdessä tilaisuudessa teeman ympärille suunniteltuun toimintaan.

Tapahtumamarkkinointi on tapahtuma jonka tarkoituksena on rakentaa yrityksen imago markkinoinnillisesti sekä tehdä kauppaa. Tapahtumia on hyödynnetty jo kauan historiassa yleisinä markkinointikeinoina mutta tapahtumamarkkinointi on menekinedistämisen muotona melko uusi. Tapahtumaa ei voi laskea tapahtumamarkkinoinniksi ellei siellä tehdä kauppaa, sillä juuri tapahtuman kaupalliset osiot tekevät tapahtumasta markkinoinnillisesti houkuttelevamman. (Rope 2000, 375-376.) Tapahtumamarkkinoinnin avulla yritys siis vahvistaa omaa brändiä ja imagoa sekä voi kommunikoida valitsemiensa kohderyhmien kanssa (Tapahtumantekijät Oy 2012).

Tapahtumamarkkinointi on tärkeä osa yrityksen markkinointistrategiaa ja -viestintää, mutta yksistään ainoana markkinointikeinona se ei ole tarpeeksi tehokas. Suoramainonta, sosiaalinen media sekä kaikki muu yrityksen mainonta tukevat tapahtumamarkkinointia. Kaikenlaisessa markkinoinnissa pätevät tietyt säännöt ja ajattelutavat. (Lahtinen & Isoviita 2004, 2, 5; Muhonen & Heikkinen 2003, 44-45; Vallo & Häyrynen 2012, 21.) Tapahtumamarkkinoinnin avulla voidaan erottua kilpailijoista sillä se jättää kohderyhmän asiakkaille vahvan muiston yrityksen toiminnasta. Kuitenkin tapahtumasta pitää osata tehdä kunnollinen jotta siitä on hyötyä markkinoinnillisesti. Ei ole kannattavaa käyttää resursseja epäonnistuneeseen tai huonosti organisoituun tapahtumaan, jota asiakkaat eivät enää myöhemmin muista. Erilaisille kohderyhmille täytyy suunnitella erilaisia tapahtumia. (Vallo & Häyrynen 2012, 28.)

Tapahtumamarkkinointi on tavoitteellista toimintaa ja sen tarkoituksena on markkinoida sekä yrityksen tuotteita että palveluita ja sitä kautta lisätä myyntiä. Tapahtuma on tapahtumamarkkinointia, jos tilaisuus on suunniteltu etukäteen, sille on asetettu tavoite sekä valittu kohderyhmä. Mitä konkreettisempi tapahtumalle asetettu tavoite on, sitä helpompaa on mitata tapahtuman onnistuminen. Markkinoinnillisissa tapahtumissa tulevat esille asiakkaan saamat kokemukset ja elämykset sekä asiakkaan ja yrityksen välinen vuorovaikutus, sillä tapahtumamarkkinointi on kaikista markkinointikeinoista henkilökohtaisin. (Vallo & Häyrynen 2012, 19-20, 21-22.) Tapahtumamarkkinointi on kuvailtu tapahtuman ympärille

rakennetuksi nykyaikaiseksi messutapahtumaksi ja siinä voi löytää piirteitä myös sponsorointitapahtumasta (Rope 2000, 377).

## 5 Palvelumuotoilu menetelmänä tapahtumakonseptin luomisessa

Opinnäytetyössä käytettiin tutkimusmenetelmänä Moritzin (2005, 123) luomaa Service Design -prosessimallia, jonka alkuperäisestä mallista luotiin tähän opinnäytetyöhön sopiva kokonaisuus. Tässä luvussa tutustutaan palvelumuotoiluun eli Service Design -menetelmään käsitteenä ja selvitetään sen alkuperää ja tarkoitusta. Alkuperäinen palvelumuotoiluprosessi koostuu kuudesta vaiheesta, joita ovat ymmärrä, pohdi, kehitä, seulo, selitä ja toteuta. Jokaisella vaiheella on oma päämäärä ja tarkoitus, joiden toteuttamiseksi voidaan käyttää erilaisia tutkimusmenetelmiä. Seuraavaksi tässä luvussa on Moritzia mukaillen luotu kolmivaiheinen malli opinnäytetyöprosessia varten. Jokainen vaihe käytettyine menetelmineen esitellään tarkemmin alaluvuissa.

Sana *service* tarkoittaa englannista käännettynä palvelua ja sana *design* muotoilua ja suunnittelua (MOT 2012), joten Service Design voi tarkoittaa sekä palvelumuotoilua että palveluiden suunnittelua. Kuitenkin Suomessa tästä tutkimusmenetelmästä käytetään yleisesti palvelumuotoilu-käsitettä. Palvelumuotoilu ei tarkoita rajatusti mitään tiettyä tapaa toimia, vaan se on ajatusmalli, prosessi ja eräänlainen työkalupakki. Palvelumuotoiluprosesseja on useita erilaisia, sillä aina uusia menestyviä palveluja kehittäessä jokainen muotoilija voi itse koota omanlaisen prosessin erilaisista vaiheista ja menetelmistä. (Tuulaniemi 2011, 60, 67.) Palveluita on suunniteltu jo kauan, mutta vasta 1990-luvulla keksittiin, että niin kuin tuotteita, myös palveluita voidaan muotoilla, kehittää ja parantaa. Koiviston (2007, 65) mukaan palvelumuotoilu on eräitä määritelmiä yhdistäen ”elämyksellisten, haluttavien ja käytettävien palveluiden kehittämistä ja johtamista”. Palvelumuotoilun avulla palveluprosessista voidaan poistaa ongelmatekijöitä samalla tavalla, kuin tuotteista tuotekehityksessä. (Moritz 2005, 67; Tuulaniemi 2011, 61.)

Palvelumuotoilusta on esitetty useita erilaisia prosessimalleja: Moritzin (2005, 123) luoma prosessimalli on kuusivaiheinen kokonaisuus kun taas Mager (2009) sekä Stickdorn ja Schneider (2010, 126-149) käyttävät nelivaiheista prosessimallia. Nämä useiden eri tekijöiden luomat mallit poikkeavat joiltain osin toisistaan, joten voidaan todeta, että palvelumuotoilu on aina tekijänsä näköinen kokonaisuus. Tämän opinnäytetyön palvelumuotoiluprosessi tehtiin Moritzin mallin mukaan, sillä se tuo hyvin yhteen kaikki palvelumuotoilusta esitetyt mallit.

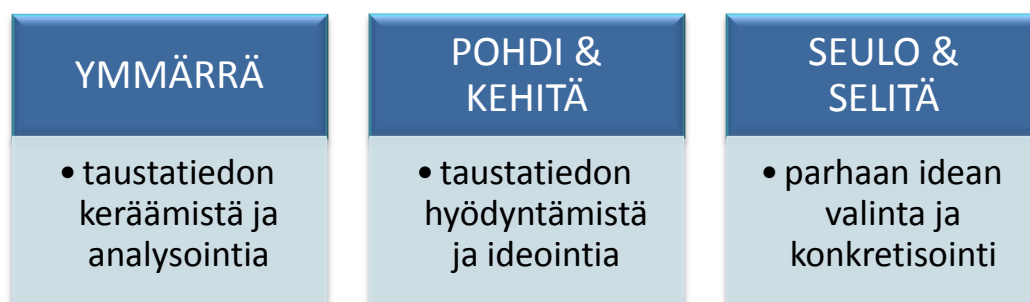
Moritz (2005, 123) jakaa palvelumuotoilun prosessimallin kuuteen eri vaiheeseen (kuvio 4): ymmärrä (understanding), pohdi (thinking), kehitä (generating), seulo (filtering), selitä (explaining) ja toteuta (realising). Jokaisella vaiheella on oma tarkoituksensa sekä

tavoitteensa ja jokainen vaihe sisältää useita menetelmiä, joiden avulla saadaan tuloksia analysointia ja kehittämistä varten. Ymmärtämisen tarkoituksena on ottaa selvää tarkasteltavista tekijöistä, oppia asiakkaista sekä tehdä taustatutkimusta. Pohdi-vaiheen tarkoituksena on tutkia saatua informaatiota ja sen avulla valita suunta sekä tehdä palvelulle strategia. Seuraavaksi kehittä-vaiheessa käytetään taustatietoja ja strategiaa hyväksi kehittämällä ideoita eteenpäin palveluiksi ja konsepteiksi. Neljännessä seulo-vaiheessa on tarkoitus seuloa olemassa olevaa tietoa palveluista ja konsepteista ja valita niistä paras. Viidennessä selitä-vaiheessa valittu palvelu tai konsepti konkretisoidaan perustelemalla, visualisoimalla ja esittämällä tulevaisuuden mahdollisuuksia. Viimeisen toteuta-vaiheen tarkoituksena on toteuttaa palvelukonsepti. (Moritz 2005, 123-147.)



Kuvio 4: Palvelumuotoiluprosessi (Moritz 2005, 123)

Tähän opinnäytetyöhön muokattiin Moritzin mallista kolmivaiheinen prosessimalli, sillä kaikkia kuutta vaihetta ei katsottu tarpeelliseksi käyttää. Tämän opinnäytetyön malliin koottiin vaiheita erittelemällä ja yhdistelemällä kolme vaihetta (kuvio 5): ymmärrä, pohdi ja kehittä sekä seulo ja selitä. Ymmärrä-vaiheen tarkoituksena oli laajentaa käsitystä käsiteltävästä asiasta keräämällä taustatietoa. Pohtimisen ja kehittämisen avulla hyödynnettiin saatua informaatiota ja kehitettiin tiedon avulla uusia potentiaalisia ideoita tapahtumakonseptia varten. Seulo ja selitä -vaiheessa analysoitiin, konkretisoitiin ja visualisoitiin luotu tapahtumaidea. Toteuta-vaihe jätettiin työstä pois, sillä se ei ole olennainen eikä tarpeellinen vaihe, koska opinnäytetyö ei käsittele tapahtuman toteuttamista.



Kuvio 5: Opinnäytetyön palvelumuotoiluprosessi (mukailten Moritz 2005, 123)

## 5.1 Ymmärrä

Ymmärrä-vaihe aloittaa tutkimusprosessin ja sen tarkoituksena on luoda pohja oman työn prosessille, miettiä työn tavoitteet, kerätä tietoa asiakkaiden tarpeista sekä selvittää palveluntarjoajan liiketoimintaa ja palvelustrategiaa (Moritz 2005, 124). Ymmärtämisen avuksi hyödyllisiä menetelmiä Moritzin (2005, 127) mukaan ovat esimerkiksi benchmarking, sidosryhmäkuvaus, segmentointitutkimukset, haastattelut, käyttöympäristökuvaukset, henkilöiden varjostaminen sekä trenditutkimukset. Tämän opinnäytetyön ymmärtämisenä käytettiin erilaisia menetelmiä taustatiedon kartuttamista varten. Taustatiedon kerääminen on tärkeä osa opinnäytetyöprosessia, sillä koko kehittämistehtävä perustuu kerätyn taustatiedon ympärille ja saatua tietoa hyödynnettiin useassa vaiheessa työn edetessä.

Ymmärtämisen apuna käytettiin laajasti erilaisia menetelmiä, jotta saatiin asiaan useita näkökulmia. Osa ymmärtämisestä olivat tapaamiset toimeksiantajan kanssa, joiden aikana tutustuttiin tarkemmin toimeksiantajaan yrityksenä, ja saatiin selville heidän toiveitaan sekä odotuksiaan työn lopputulosta, eli tapahtumakonseptia koskien. Tapahtumakonsepti liittyy vahvasti Espoo-päivään, joten osana ymmärtämisestä tutustuttiin tarkemmin Espoo-päivän taustaan ja tarkoitukseen. Siinä apuna olivat kirjoitukset ja kuvat aikaisemmista Espoo-päivän kokemuksista sekä Espoo-päivään liittyvä infotilaisuus, josta saatiin paljon tietoa tapahtumapäivästä ja järjestäjän odotuksista. Tarkemmin Espoo-päivää ja Espoo-päivän infotilaisuudesta saatuja tietoja käsiteltiin luvussa 3.

Benchmarkingin avulla tutustuttiin pääkaupunkiseudun tapahtumatarjontaan, jotta nähtiin millaisia tapahtumia on tarjolla ja ymmärrettiin millaisia tapahtumia yleisö kaipaa. Benchmarking on hyvä menetelmä, kun halutaan oppia toisten virheistä ja toisaalta saada hyviä vinkkejä toimivista ideoista. Viimeisenä menetelmänä ymmärrä-vaiheessa käytettiin haastattelua, jossa haastateltiin tapahtuman loppukäyttäjiä, eli lähiseudun asukkaita. Haastattelun avulla saatiin selville tapahtuman kohderyhmän näkökulma tapahtumaan liittyen

ja siten tapahtumasta pystyttiin paremmin suunnittelemaan vierailijoille sopiva ja heitä kiinnostava.

#### 5.1.1 Tapaaminen toimeksiantajan kanssa

Osana opinnäytetyön ymmärrä-vaihetta järjestettiin toimeksiantajan kanssa tapaaminen, jonka tarkoituksena oli kartoittaa toimeksiantajan aikaisempia Espoo-päivän toteutuksia sekä selvittää toimeksiantajan toiveita ja odotuksia seuraavaa Espoo-päivän tapahtumaa varten. Espoo-päivän ohjelman suunnitteluun ja toteutukseen ei ole aiempina vuosina juurikaan panostettu, mutta nyt yritys halusi tehdä päivästä vuosittain toistuvan tapahtumakonseptin. Tapaamisen apuna käytettiin opinnäytetyön luvussa 4.2 esitettyjä liskola-Kesoson tapahtuman järjestämisen peruskysymyksiä, joiden avulla pystyttiin asettamaan tavoitteet tapahtuman suunnitteluun. Opinnäytetyötä varten oli tärkeää saada tietää miksi tapahtumaan halutaan panostaa nyt, mitä yritys tapahtumalta haluaa, miten tapahtumaa on järjestetty aiemmin ja kenelle tapahtuma halutaan järjestää.

Aikaisempina vuosina Kaisankodin pihamaalle on järjestetty kirpputori, johon kylän asukkaat ovat voineet varata itselleen myyntipöydän ja myydä omia tavaroitaan. Pihalla on myös järjestetty pienimuotoisia kädentaitopajoja, jossa vierailijat ovat saaneet toteuttaa omia luovia taitojaan opastuksen johdolla. Lisäksi niin aikaisempina Espoo-päivinä kuin melkein jokaisessa muussakin Kaisankodin järjestämässä tapahtumassa on ollut avoimet ovet kylpyläosastolle ja se on houkutelut paikalle paljon kävijöitä. (Mattila 2013.)

Tänä vuonna Kaisankoti halusi ensimmäisen kerran panostaa Espoo-päivän tapahtuman suunnitteluun ja toteutukseen. Yrityksellä on tarkoituksena tapahtumapäivän avulla kasvattaa kyläläisten yhteisöllisyyttä, lisätä omaa näkyvyyttä lähiseudun asukkaiden silmissä ja toimia Kaisankodin muiden palveluiden markkinointikeinona. Tapahtumapäivänä on kannattavaa markkinoida yrityksen muitakin palveluja, sillä Mattilan (2013) mukaan on oletettavaa, että vierailevat kyläläiset työskentelevät sellaisissa yrityksissä, jotka voivat hyödyntää esimerkiksi Kaisankodin kokous- ja työhyvinvointipalveluja.

Mattilan (2013) mukaan Espoo-päivän tapahtuman ohjelman tulisi olla koko perheelle sopivaa ja siinä voitaisiin hyödyntää kylpyläosastoa sekä kartanon upeaa piha-aluetta. Pääohjelman ja tapahtuman houkuttimen täytyisi olla maksuton, mutta tapahtumaan tulee keksiä myös yritykselle kannattavia osioita. Vaikka tapahtuman markkinoinnissa näytetään yrityksen pehmeitä arvoja, täytyy tapahtuman silti tuoda hyötyä yrityksen toiminnalle ja niinpä tapahtuman aikana tuotaisiin myös myyntiä esille. Tapahtuma-alueelle tarvitaan esimerkiksi yrityksen oma piste, jossa pyritään tuomaan esille yrityksen palvelutarjontaa toiminnallisten keinojen avulla. Lisäksi Kaisankodin hyväntekeväisyyttä tekevät Vaikuttajakummit voivat

pitää alueella myyntipöytää, jonka tuotto menee hyvään tarkoitukseen ja lähiseudun pienyrittäjät voivat tulla myymään omia tuotteitaan. (Mattila 2013.) Toimeksiantaja toivoi, että opinnäytetyön avulla tehtiin taustatutkimusta kyläläisten tarpeista tapahtumapäivää kohtaan ja suunniteltiin ideoita tapahtumapäivän toteutusta varten.

### 5.1.2 Benchmarking

Benchmarkingia käytettiin tässä työssä tiedonkeruumenetelmänä ja saatuja tuloksia hyödynnettiin ideointivaiheessa. Menetelmän tarkoituksena oli tutustua muutamaa yleisötapahtumaan ja tarkastella tapahtumaa kokonaisuutena. Saatuja tuloksia käytettiin apuna seuraavassa ideointivaiheessa. Tähän työhön valittiin benchmarking-kohteiksi kolme teemaltaan ja sisällöltään erityylistä koko perheelle soveltuvaa tapahtumaa, jotta saatiin näkemys eri teeman ympärille rakennetuista kokonaisuuksista. Ensimmäinen benchmarking-kohteeksi valittiin GoExpo-liikuntamessut, valittiin liikuntaan ja hyvinvointiin liittyvän teeman sekä toiminnallisen ohjelman perusteella. Toinen benchmarking-kohteeksi valittiin Frankofonia juhlii, valittiin kulttuuriin ja musiikkiin liittyvän teeman sekä ohjelmasisällön vuoksi. Kolmas benchmarking-kohteeksi valittiin Vuotalon pääsiäisrieha, valittiin kädentaitoihin ja askarteluun liittyvän teeman sekä kaksikielisen ohjelman perusteella.

Niin arjessa, kuin liike-elämässäkin on hyväksyttävää myöntää, että joku toinen tekee jotkut asiat paremmin kuin itse. Silloin voi oppia toisen toiminnasta ja sen avulla kehittää omaa toimintaa paremmaksi (Tuulaniemi 2011, 138.) Yrity maailmassa Benchmarking on jo kauan ollut avainlukupien vertailua, mutta se voi antaa yritykselle paljon enemmän. Hyvä benchmarkkaus kattaa laajasti koko vertailtavan kohteen toimintaa: siinä seurataan, miten esimerkiksi toinen yritys hoitaa prosessejaan, millaisia elementtejä yritys käyttää ja miten yritys toimii. Benchmarkkaukseen tulee keskittyä, jotta siitä voi oppia ja pääsee kehittämään omaa toimintaansa. (Andersen & Pettersen 1996, 4.) Yritykselle hyödyllisiä benchmarkkauksen kohteita ovat erityisesti kilpailijat, mutta myös muut samalla alalla toimivat yritykset sekä yhteistyökumppanit (Andersen & Pettersen 1996, 6).

Benchmarkkauksessa tulee havainnoinnin, vertailun, arvioinnin ja tutkimuksen avulla tutustua vertailtavan kohteen strategiavalintoihin, tuotteisiin, palveluihin ja toimintatapoihin (Andersen & Pettersen 1996, 4). Hyviä menetelmiä benchmarkkaukseen ovat keskustelu kohdeyrityksen työntekijöiden kanssa, Internet-sivujen tutkiminen, erilaisten etujärjestöjen ja yritysrekisterien tutkiminen, yrityksen myymälöissä vierailu sekä mystery shopping, eli haamuostaminen (Tuulaniemi 2011, 138-139). Käytännössä yrityksen benchmarking-prosessin tulisi olla johdonmukainen ja suunniteltu, jota siitä on hyötyä yritykselle. Ensin yrityksen täytyy oppia ymmärtämään oma liiketoiminta, ennen kuin on järkevää ryhtyä benchmarkkaamaan. Seuraavaksi tulee löytää yritys tai yritykset, jotka valitaan benchmarking

kumppaneiksi. Yrityksen tulee oppia kumppaneiden prosesseista, jotta niitä voidaan analysoida ja huomata erot oman ja kumppanin toiminnan välillä. Viimeiseksi mietitään mitä benchmarkkauksesta on opittu, miten sitä voidaan hyödyntää ja kuinka omasta toiminnasta saadaan parempaa. (Andersen & Pettersen 1996, 13.)

Tässä työssä benchmarkingin tarkoituksena oli tutustua teemoiltaan, aiheiltaan ja sisällöiltään erityylisiin yleisötapahtumiin ja saada niistä ideoita Espoo-päivän tapahtuman suunnitteluun. Benchmarkingin avulla haluttiin saada tietoa erityisesti kohdetapahtumissa vierailevista ihmisistä sekä tapahtumien sisällöstä ja teemoista, sillä näitä tietoja pystyttiin käyttämään apuna tapahtuman ideoinnissa. Tarkoituksena oli vierailta tapahtumassa ja tarkastella tapahtumaa kokonaisuutena. Tarkastelun apuna käytettiin havainnointilistaa (taulukko 1), jonka avulla jokaista tapahtumaa tarkasteltiin tasavertaisesti.

Havainnointilista luotiin benchmarkingia varten asetettujen tavoitteiden avulla. Havainnointilistan avulla keskityttiin tutkimaan tapahtumaympäristöä, tapahtumassa vierailevia ihmisiä, tapahtuman ohjelmasisältöä sekä tapahtuman tunnelmaa. Lisäksi jokaisesta tapahtumasta pyrittiin etsimään toimivia erityispiirteitä ja vahvuuksia, joita voitaisiin hyödyntää Espoo-päivän tapahtumassa, sekä löytämään ne heikkoudet ja ongelmakohdat, joita Espoo-päivän tapahtumassa kannattaisi välttää. Benchmarking suoritettiin jokaisessa tapahtumassa asiakkaan näkökulmasta. Tapahtumasta otettiin valokuvia, joiden avulla pystyttiin tuomaan tapahtuman tunnelma myös lukijalle yhdessä benchmarking tuloksien kanssa. Tapahtuman aikana tehtiin muistiinpanoja havainnointilistan avulla. Saatu aineisto käsiteltiin havainnointilistan avulla ja tulokset kirjattiin ylös raporttiin.



<b>Ympäristö</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Millainen on tapahtumaympäristö?</li> <li>• Millaisia elementtejä alueella on? Miten eri elementit (lava, myyntipisteet, ym.) on sijoitettu?</li> <li>• Millainen on tapahtumatilan toimivuus ja viihtyvyys?</li> </ul>
<b>Ihmiset</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Millaisia ihmisiä tapahtumassa vierailee?</li> <li>• Ikäjakauma? Sukupuolijakauma?</li> <li>• Miten vierailijat osallistuvat tapahtumaan?</li> <li>• Kuinka paljon henkilökuntaa? Miten henkilökunta osallistuu?</li> </ul>
<b>Ohjelmasisältö</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Millaista ohjelmaa alueella on?</li> <li>• Mikä on vetovoimatekijä? Mitä oheisohjelmaa?</li> <li>• Miten ohjelma järjestetään?</li> <li>• Kuinka paljon ohjelmaa? (Millainen aikataulu?)</li> </ul>
<b>Tunnelma</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Millainen tunnelma alueella on?</li> <li>• Millainen ensivaikutelma syntyy?</li> <li>• Mitä aisteja tarvitaan? (Näkeminen, maut, äänet, tuoksut, kosketus...)</li> </ul>
<b>Vahvuudet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mitä vahvuuksia tapahtumassa tai alueella on?</li> <li>• Mitä erikoispiirteitä tapahtumassa on?</li> <li>• Mitä voidaan hyödyntää?</li> </ul>
<b>Heikkoudet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mitä heikkouksia tapahtumassa on?</li> <li>• Mitkä asiat eivät toimi tapahtumassa?</li> <li>• Miten heikkouksia voisi kehittää?</li> </ul>

Taulukko 1: Benchmarking havainnointilista

### Benchmarking-kohde 1: GoExpo liikunnallinen vapaa-ajan tapahtuma

Ensimmäiseksi benchmarking-kohteeksi valittiin GoExpo liikunnallinen vapaa-ajan tapahtuma, joka järjestettiin Helsingin Messukeskuksessa 8.-10. maaliskuuta 2013. GoExpo sisälsi yhdeksän erilaista liikuntaa ja vapaa-aikaan liittyvää tapahtumaa saman katon alla (kuva 3). Tapahtuma oli todella suuri ja siellä ehti viikonlopun aikana käydä yli 42 000 vierailijaa. (GoExpo 2013a.) GoExpo valittiin suuresta koostaan huolimatta yhdeksi benchmarking kohteeksi, sillä tapahtuman teema ja ohjelmasisältö liittyi liikuntaan ja hyvinvointiin, tapahtuma oli suunnattu koko perheelle ja sinne oli järjestetty paljon toiminnallisia osastoja.

Alueelle oli pääsymaksu, mutta yhdellä lipulla sai osallistua kaikkiin yhdeksään tapahtumaan. Suurin osa alueella tapahtuvasta ohjelmasta oli maksutonta, muutamia poikkeuksia lukuun ottamatta. Tapahtumasta pyrittiin saamaan hyviä ideoita ja vinkkejä toiminnallisen tapahtumapäivän toteuttamiseen. Benchmarking suoritettiin sunnuntaina 10.3. messujen viimeisenä päivänä.



Kuva 3: GoExpo-kokonaisuus sisältää yhdeksän erilaista tapahtumaa saman katon alla (GoExpo 2013b.)

GoExpo-messut järjestettiin Helsingin Messukeskuksessa, joka on suurelle yleisötapahtumalle ihanteellinen paikka. Ohjelma oli jaettu aiheittain eri puolille tapahtuma-alueetta, niin että vierailija pystyi selkeästi kartasta näkemään, missä mitäkin ohjelmaa tapahtuu. Liikkuminen oli helppoa, sillä käytävät olivat riittävän leveitä ja niillä mahtui kulkemaan myös pyörätuoleilla ja lastenrattaiden kanssa. Osastoilla oli messupisteitä, joissa pystyi osallistumaan kilpailuihin, tutustumaan yritykseen tai maistamaan, kokeilemaan ja ostamaan yrityksen tuotteita.

Messuilla oli todella paljon ihmisiä sylvävasta eläkeläisiin: lapsiperheitä, pariskuntia sekä yksin liikkuvia ihmisiä. Naisia ja miehiä oli kokonaisuudessaan suunnilleen saman verran, mutta ne jakautuivat hieman epätasaisesti alueen aiheesta ja lajeista riippuen. Vierailijoilla oli mahdollisuus kokeilla useita erilaisia lajeja alueella, joten niin lapset kuin aikuisetkin saivat osallistua tapahtumaan toiminnallisessa muodossa (kuva 4). Tapahtuman henkilökunta koostui yritysten ja lajien edustajista sekä muutamista julkisuudestakin tunnetuista henkilöistä, jotka auttoivat ja kannustivat kokeilemaan erilaisia lajeja.



Kuva 4: Erilaisia lajeja pystyi testaamaan ohjauksen, tsemppauksen tai palkinnon kannustamana (Suomen Messut 2013.)

Aikatauluja jaettiin alueella riittävästi, jotta jokaisella vieraalla oli mahdollisuus tietää aikataulutetusta ohjelmasta. Lisäksi jokaisen tapahtumalavan edustalla oli kyseisen päivän aikataulu näkyvästi esillä. Lavojen ohjelma liittyi kyseisen tapahtuman aiheeseen. Ohjelmasisältö liittyi kevään trendeihin, lajin opastukseen ja neuvontaan, joten viihdetapahtumaan oli hyvin saatu yhdistettyä myös asiapitoista ohjelmaa.

Alueen yleinen tunnelma oli vauhdikas, sillä koko iso messuhalli oli täynnä mahdollisuuksia kokeilla erilaisia lajeja golfista pyöräilyyn ja koripallosta amerikkalaiseen jalkapalloon. Turvallisuudesta ja lajien rajoista oli kuitenkin huolehdittu hyvin, jotta lajia pystyi kokeilemaan ja silti liikkumaan alueella turvallisesti. Tapahtuma-alueella oli yllättävän hiljaista, musiikista, kuulutuksista, juontamisista ja liikunnasta johtuvista äänistä huolimatta, ja vieraat pystyivät hyvin keskustelemaan keskenään sekä myyjien kanssa. Alueen yleiseen esteettisyyteen ei juuri ollut panostettu mutta lajit, messuosastot ja lavat tulivat hyvin esille. Lisäksi vessat, naulakot, uloskäynnit ja kahvitilat olivat helposti löydettävissä.

Tapahtumassa oli rohkeasti tuotu sisätilaan mahdollisuus kokeilla erikoisempiakin lajeja (kuvassa 5). Kesäisten lajien ansiosta vierailijana tuli hyvin keväinen olo ja innostus kokeilla lajeja monipuolisesti. Turvallisuudesta ja ohjauksesta lajien suhteen oli huolehdittu riittävästi. Asiakkaille jaettava messuopas ja lavojen läheisyydessä sijaitsevat taulut pitivät vierailijan hyvin ajan tasalla tapahtuvasta ohjelmasta. Alueen viihtyvyyttä olisi kuitenkin voinut parantaa. Yleensä messuhallin betonilattiat peitetään matoilla messujen ajaksi, mitä ei kuitenkaan tällä kertaa ollut tehty. Kovalla betonilattialla jalat väsyvät nopeasti, joten matot olisivat tehneet alueella kulkemisesta miellyttävämpää. Lisäksi alueella ei juuri ollut

penkkejä vierailijoille, joten lajeja kokeilevia lapsia ja ystäviä joutui odottamaan seisaaltaan. Penkkirivit siellä täällä olisivat tehneet odottamisesta mukavampaa.



Kuva 5: Tapahtumaan oli rohkeasti tuotu sisätiloihin mahdollisuus kokeilla erikoisempiakin lajeja, kuten pyörätemppeja ja perhokalastusta (Suomen Messut 2013.)

## Benchmarking-kohde 2: Frankofonia juhlii!

Toinen benchmarking-kohde oli koko perheen kulttuuritapahtuma ”Frankofonia juhlii!”, joka järjestettiin tänä vuonna Suomessa yhdeksännen kerran. Frankofonia on maailmanlaajuinen tapahtuma, jonka tarkoituksena on juhlistaa koko ranskankielisen maailman monimuotoisuutta. Koko maaliskuun ajan ympäri maailmaa järjestetään erilaista kulttuurillista ohjelmaa, joka huipentuu 20.3. Frankofonia-päivänä järjestettävään iltajuhlaan. Tänä vuonna Suomessa Frankofonia juhlii! -tapahtuman ohjelmassa luvattiin viihdyttävää musiikkia, taikuutta, ranskalaisia herkkuja ja tutustumista ranskankieliseen kulttuuriin. Ohjelmasta huolehti Ranska Instituutti ja Ranskan Kulttuurikeskus. (Caisa 2013; Frankofonia juhlii 2013; Ranskan Instituutti: Ranska Suomessa 2013.) Tapahtuma valittiin benchmarking-kohteeksi sen kulttuurillisen teeman ja musiikillisen ohjelmasisällön perusteella. Benchmarking suoritettiin 20.3.2013.

Frankofonia juhlii! -tapahtuma järjestettiin Caisa kulttuurikeskuksessa Helsingin keskustassa. Tapahtumapaikka oli vaikea löytää, sillä pääovea lukuun ottamatta lähialueella ei ollut mainoksia tai julisteita tapahtumaan tai kulttuurikeskus Caisaan liittyen (kuva 6). Lopulta tapahtumapaikka löytyi tapahtumaan osallistuvaa ihmislaumaa seuraten. Kulttuurikeskuksen aula oli tungosta, sillä siellä oli paljon ihmisiä odottamassa. Aula oli hieman liian ahdas suurelle määrälle ihmisiä, joten paikalla olleet myynti- ja esittelypöydät jäivät aluksi huomaamatta. Pian juhlasalin ovien avattua aulatilat tyhjeni ja työntekijät jäivät miltei keskenään.



Kuva 6: Frankofonia juhlii! aulatilän koristelua

Tapahtuma oli tarkoitettu koko perheelle, joten paikalla oli paljon lapsiperheitä ja nuoria osallistujia mutta myös vanhempaa väkeä. Osallistujat olivat tasaisesti miehiä ja naisia. Asiakkaan ensimmäinen kohtaus henkilökunnan kanssa oli järjestyksenvalvoja, joka huolehti juhlasalin ovella järjestyksestä. Vaikka hän ei ollut tapahtuman järjestäjä, osasi hän kertoa, mitä tapahtumassa tapahtuu seuraavaksi. Ranskankielisyys kuului vahvasti puhekielenä tapahtuma-alueella ja työntekijätkin puhuivat ensisijaisesti ranskaa. Henkilökuntaa ei helposti erottanut vieraista, sillä heillä ei ollut yhtenäistä työasua tai -asustetta.



Kuva 7: Tapahtuman teema, ranskalaisuus, näkyi tapahtuman tunnelmassa ja ohjelmassa

Tapahtuman ohjelmatarjonta oli kulttuuripainotteinen. Aulassa oli järjestetty oheisohjelmaksi myynti- ja esittelypöytiä, joissa pystyi esimerkiksi osallistumaan kilpailuihin sekä tutustumaan ranskankieliseen kulttuuriin niin Suomessa kuin maailmallakin (kuva 7). Varsinainen ohjelma järjestettiin juhlasalissa (kuva 8). Pääohjelma koostui taikurin esityksestä, pienimuotoisista musiikkikonserteista sekä ranskalaisiin herkkuihin tutustumisesta. Kaikki ohjelma oli maksutonta ja sopi hyvin koko perheen tapahtumaan. Monipuolinen ohjelma herätti kaikkia vierailijoiden aisteja: musiikkia korville, taikuutta silmille ja herkkuja makunystyröille.

Ohjelma oli esiteltyä tapahtuman internet-sivuilla, Frankofonia lehdessä sekä aulatilän seinäjulisteissa.



Kuva 8: Ohjelmalavalla esiintyi taikuri ja muusikoita

Vahvuutena tapahtumalle järjestetty ohjelma oli monipuolista ja ranskankielinen kulttuuri tuli vahvasti näkyviin. Kuitenkin heikkoutena tapahtumalle oli tapahtumapaikan haastava löytäminen opasteiden ja mainosten puuttumisesta johtuen. Ovella olisi voinut olla vastassa henkilö toivottamassa vieraat tervetulleeksi ja opastamassa oikeaan paikkaan. Ohjelmatalin ovet olisi voitu avata jo tapahtuman alkaessa, jotta aulatalaan ei olisi syntynyt tungosta. Näin ollen vierailijat olisivat huomanneet aulatalan myynti- ja esittelypöydät paremmin. Juhlasali olisi voitu koristella juhlallisemmaksi tai tapahtuman teeman mukaisesti.

### **Benchmarking-kohde 3: Vuotalon Pääsiäinen**

Kolmanneksi benchmarking-kohteeksi valittiin kädentaitoihin liittyvän teeman ja kaksikielisen ohjelman perusteella Vuotalon pääsiäisrieha (kuva 9), joka järjestettiin Vuosaaren Vuotalossa viikkoa ennen pääsiäistä 23.-24. maaliskuuta. Tapahtumaan oli vapaapääsy. Vuotalo sijaitsee hyvällä paikalla Vuosaaren metroaseman läheisyydessä ja siellä järjestetään usein erilaisia kulttuuritapahtumia. Pääsiäisrieha alkoi lauantaina kädentaitopajassa ja huipentui sunnuntaina noitaparaatiin. (Vuotalo 2013.) Benchmarking suoritettiin sunnuntaina 24.3.2013.



Kuva 9: Vuosaaren Vuotalossa vietetään pääsiäistä koko perheen voimin

Pääsiäisrieha järjestettiin Vuotalon aulatilassa. Tapahtumapaikkaan oli helppo löytää, mutta Vuotalon edustalla ei ollut yhden julisteen lisäksi muuta mainosmateriaalia tai koristeita kiinnittämässä ohikulkijoiden huomiota (kuva 10). Niinpä tapahtuma ei luultavasti houkuttellut satunnaisia ohikulkijoita. Tapahtuma-alue oli avara, jopa liian suuri niin pienelle määrälle ihmisiä. Tila olisi vaatinut enemmän elementtejä ja sitä kautta myös tekemistä vierailijoille.



Kuva 10: Pääsiäisrieha järjestettiin Vuosaassa kulttuurikeskus Vuotalossa

Tapahtuma oli suunnattu lapsille ja se näkyi osallistujissa. Suurin osa vierailijoista oli alle 10-vuotiaita lapsia ja heidän vanhempiaan, mutta isovanhempia oli vain muutama. Vanhemmista enemmistö oli äitejä, sillä luultavasti juhlan askarteluun liittyvä teema kiinnosti enemmän naisia kuin miehiä. Mainonnassa lapsia kannustettiin pukeutumaan ja parhaiten pukeutuneet palkittiin. Pukeutuneet lapset piristivät tapahtuman tunnelmaa. Paikalla oli osallistujiin nähden tarpeeksi henkilökuntaa. Henkilökunta oli pukeutunut yhtenäisesti noita-asuihin, mutta he olivat yllättävän passiivisia ja hiljaisia vaikka kyse oli lasten Pääsiäisriehasta. Jopa ovella vastassa ollut noita oli hiljainen eikä luonut kontaktia saapuviin vieraisiin.

Pääsiäisriehan ohjelma oli kaksipäiväinen. Ensimmäisenä päivänä ohjelmassa oli askartelua. Toisena päivänä, jolloin benchmarking suoritettiin, tapahtuman ohjelma koostui askartelusta, virpomisvitsojen koristelusta, kasvomaalauksista sekä noitaparaatista. Tapahtuman ohjelma kesti kaksi tuntia ja huipentui noitaparaatiin. Kasvomaalauspöytä oli sijoitettu aulatilán toiseen pätyyn ja askartelu toiseen pätyyn (kuva 11). Toimipisteillä ei ollut kutsuvaa kylttiä, joten ainakin kasvomaalauspöytä oli tyhjillään suurimman osan ajasta. Askartelupöydässä riitti kävijöitä ja sinne oli mukavasti järjestetty kaikki askarteluun ja koristeluun liittyvät tarvikkeet valmiiksi. Luvasta kaksikielisestä ohjelmasta huolimatta muutamat kuulutukset lähestyvistä noitaparaatista annettiin vain suomenkielellä.



Kuva 11: Pääsiäisriehän ohjelmassa oli kasvomaalausta, askartelua ja noitaparaati

Vahvuutena tapahtumassa oli ohjelmaa varten hankitut materiaalit, joten kaikki paikalle saapuvat pääsivät osallistumaan. Kaikki ohjelma oli maksutonta, joten se ei karsinut osallistujia. Tapahtuma oli kuitenkin järjestetty vaatimattomasti ja ensivaikutelma tapahtumasta oli latteaa. Elementtejä ja aisteja herättäviä efektejä oli vain vähän, sillä tapahtuma oli neutraali ja hiljainen. Tapahtuma olisi kaivannut houkuttelevamman sisäänkäynnin, enemmän ohjelmaa sekä musiikkia piristämään hiljaista tunnelmaa. Tarjolla ei ollut pääsiäisherkkuja, vaikka lapsille tarkoitettussa tapahtumassa olisi kaivannut pääsiäispupua, pientä tipua tai hauskaa noitaa jakamaan pieniä suklaamunia osallistujille.

Kokonaisuudessaan benchmarking oli hyödyllinen menetelmä opinnäytetyön ymmärräsvaiheeseen, sillä se auttoi hahmottamaan erilaisia koko perheelle tarkoitettujen yleisötapahtumien luonnetta. Sinänsä olisi voinut olla hyödyllisempää, jos benchmarking olisi pystytty toteuttamaan kesäaikaan, jolloin vertailuun olisi saatu ulkoilmatapahtumia. Kuitenkin benchmarkingista saatiin paljon uusia ideoita ja opittiin kuinka toiminnallinen tapahtuma kannattaa toteuttaa. Taulukosta 2 voidaan yhteenvedona nähdä, mitä vahvuuksia ja heikkouksia kullakin tapahtumalla oli ja mitä sieltä voidaan hyödyntää Espoo-päivän tapahtumaan Kaisankodille.



TAPAHTUMA	VAHVUUDET	HEIKKOUEDET	HYÖDYNNETTÄVÄÄ
<p><b>GOEXPO</b></p> <p>Liikunnallinen vapaa-ajan tapahtuma</p>	<p>Järjestäjä oli rohkeasti tuonut erilaisia lajeja kokeiltavaksi.</p> <p>Turvallisuudesta oli huolehdittu. Ohjelma oli selkeä ja tiedotus vierailijoille ohjelman aikataulusta toimi.</p>	<p>Kovat harmaat betonilattiat olisi voitu peittää matoilla, jotta käveleminen olisi miellyttävämpää.</p> <p>Lajikokeilujen lähellä ei ollut penkkejä katsojille ja odottajille.</p>	<p>Tapahtumassa voi olla useita erilaisia toimintapisteitä, joista vieraat oivat vapaasti valita, mihin haluavat osallistua. Tapahtumassa järjestettävä ohjelma tulee kertoa selkeästi vierailijoille, jotta vieraat osaavat osallistua ohjelmaan.</p>
<p><b>FRANKOFONIA JUHLII</b></p> <p>Musiikki- ja kulttuuri tapahtuma</p>	<p>Tapahtuman teema näkyi mainonnassa ja tapahtumatilassa.</p> <p>Ohjelma oli monipuolista, teemaan sopivaa, maksutonta ja koko perheelle suunnattua.</p>	<p>Henkilökunta ei erottunut vieraiden joukosta.</p> <p>Tapahtumapaikalle oli vaikea löytää mainonnan ja opasteiden puuttumisesta johtuen.</p> <p>Juhlasalia kaipasi koristeita ja juhlavampaa ilmettä.</p>	<p>Monipuolinen kulttuuriin liittyvä ohjelma vetää puoleensa myös lapsia.</p> <p>Aulatilassa ja juhlasalissa voi olla yhtä aikaa ohjelmaa, ja vieraat voivat valita mihin haluavat osallistua.</p>
<p><b>VUOTALON PÄÄSIÄINEN</b></p> <p>Pääsiäis-henkinen askartelupaja</p>	<p>Kaikki ohjelma oli maksutonta. Askartelua varten oli järjestetty kaikki tarvittavat materiaalit.</p> <p>Henkilökunta oli pukeutunut yhtenäisesti ja myös suurin osa lapsista oli pukeutunut.</p>	<p>Tila oli kolkko, joten se olisi vaatinut koristeita ja musiikkia parantamaan viihtyvyyttä. Elementtejä ja ohjelmaa oli liian vähän. Kaikki järjestetty ohjelma oli suunnattu lapsille. Henkilökunta oli turhan passiivinen.</p>	<p>Työntekijä ovelta vastaanottamassa saapuvia vieraita on hyvä idea, jos henkilö on aktiivinen ja osaa toivottaa vieraat lämpimästi tervetulleeksi.</p> <p>Käsityöpajassa on hyvä olla tarvittavat materiaalit valmiina, jotta kaikki vieraat voivat osallistua.</p>

Taulukko 2: Benchmarkingista ilmi tulleet vahvuudet, heikkoudet ja hyödynnettävät ominaisuudet

### 5.1.3 Haastattelu

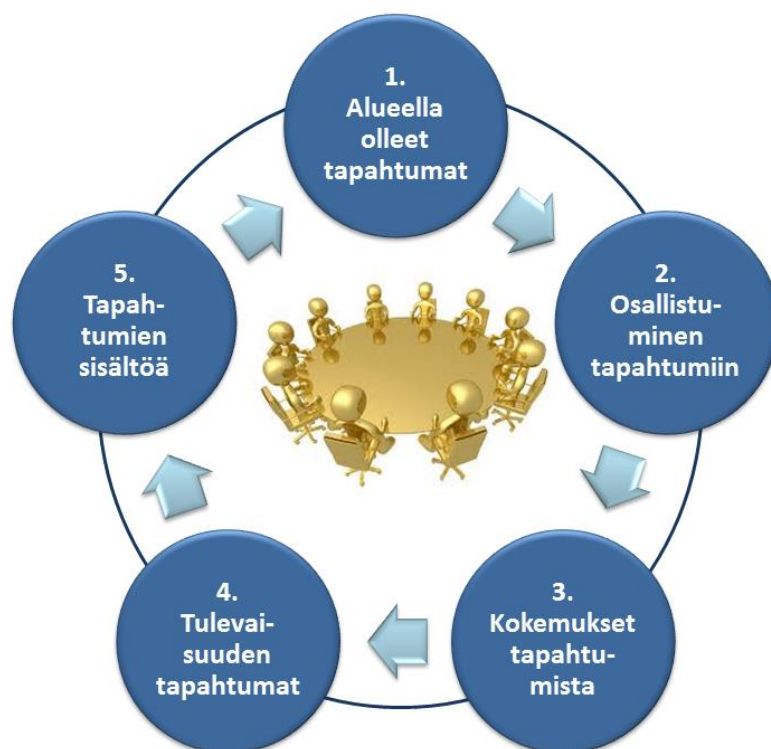
Tässä opinnäytetyössä oli tavoitteena suunnitella tapahtumaa asiakaslähtöisesti, niinpä loppukäyttäjät, eli asiakkaat otettiin mukaan prosessiin alusta lähtien haastattelun muodossa. Haastattelut suoritettiin teemojen avulla ryhmähaastatteluna Kaisankodissa viikoittain kokoontuvalle pilatesryhmälle sekä yksilöhaastatteluna kylän asukkaille ja kylän koulun opettajille. Haastattelun tuloksia analysoitiin ja niitä käytettiin apuna seuraavassa vaiheessa osana ideointia.

Hyysalon (2009, 125) mukaan haastattelu on arkipäiväisenä tapahtumana keskustelemista ja kiinnostusta toisiin ihmisiin, mutta tiedonkeruumenetelmänä haastattelutilanteessa keskustelaan harkitummin etukäteen päätetyistä asioista ja vastauksilla haetaan tietoa tutkittavaan aiheeseen. Haastattelu on siinä mielessä hyödyllinen tiedonkeruumenetelmä, että se on joustava, nopea ja helppo toteuttaa (Hyysalo 2009, 125). Haastateltava voi vapaasti sanoa mitä haluaa (Hirsjärvi & Hurme 2001, 35) ja on yleensä sellainen henkilö, joka tietää ja tuntee tutkittavan aiheen (Puusa 2011, 76). Kysymyksien oikeanlaisella suunnittelulla voidaan etukäteen ohjata vastausten kulkua, mutta vastauksia täytyy selvittää ja syventää haastattelun aikana. Haastattelijalla on mahdollisuus vaikuttaa keskustelun suuntaan lisäkysymysten avulla, mutta joskus riittää että haastateltavalle annetaan vain pelkkä aihe. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 35; Puusa 2011, 76.)

Puusa (2011, 80-85) sekä Eskola ja Suoranta (2005, 86) selventävät, että haastattelun lajeja on useita erilaisia: strukturoituja, puolistrukturoituja, teema-, avoin- ja syvähaastatteluja. Se, mitä lajia aineiston keruussa aikoo käyttää, tulee perustella huolellisesti. Pääasiallisina eroina eri haastattelun lajeilla on se, miten ohjailtava haastattelu on, millainen haastattelutilanne on kysymyksessä, millainen on tutkittava ongelma ja millaisiksi kysymykset muotoillaan. (Eskola & Suoranta 2005, 86; Puusa 2011, 80-85.) Tässä opinnäytetyössä käytettiin teemahaastattelua, sillä se on sopiva tiedonkeruumenetelmä, kun halutaan saada laajasti tietoa tietystä aiheesta. Teemahaastattelun kautta tapahtumapäivän ohjelman suunnitteluun otettiin mukaan Kaisankodin lähellä asuvia kyläläisiä. Haastattelun avulla selvitettiin asukkaiden mielipiteitä, toiveita, odotuksia ja kokemuksia alueen tapahtumiin liittyen. Teemahaastattelu antoi asukkaille mahdollisuuden kertoa vapaasti omia ajatuksia aiheesta.

Teemojen suunnittelu (Puusa 2011, 81-82) on tärkeä osa prosessia: ensin suunnitellaan teemat oman kokemuksen, kirjallisuuden ja teorian pohjalta ja näiden teemojen alle luodaan tarkentavia lisäkysymyksiä. Jos teemat keksitään itse omasta päästä, kysymyksistä voi tulla vaillinaisia ja ne saattavat pohjautua tutkijan ennakkokäsityksiin. Kysymykset voi etsiä kirjallisuudesta ja katsoa mitä aiemminkin on kysytty. Teemoja voi myös pohjata teoriaan,

jolloin tärkeät käsitteet muutetaan kysymyksiksi. Näitä kaikkia keinoja yhdistelemällä löydetään kattavasti teemoja tutkimusongelmaan liittyen. (Eskola & Vastamäki 2001, 33-36.) Tässä opinnäytetyössä haastattelun teemat suunniteltiin Vallon ja Häyrisen (2012, 101-106) strategisten ja operatiivisten kysymysten pohjalta, jotka esiteltiin tarkemmin opinnäytetyön luvussa 4.4. Näitä kuutta kysymystä mukaillen luotiin teemahaastattelulle runko (kuvio 6), jota täydennettiin teemoja tukevilla lisäkysymyksillä. Teemahaastattelun lopullinen kysymysrunko on kokonaisuudessaan liitteessä 2.



Kuvio 6: Haastattelujen teemat

Teemahaastattelun voi toteuttaa myös ryhmähaastatteluna, jolloin paikalla on useampi henkilö. Tavoitteena (Puusa 2011, 84-85) on saada aikaan keskustelua, jossa haastateltavien yhteinen kanta asiaan tulee selville. Haastattelija voi asettaa keskustelulle rajat esimerkiksi teemojen avulla. Haastateltavan tulee ottaa kaikki haastateltavat huomioon tasapuolisesti, mutta mahdollista on tehdä yksittäisiä lisäkysymyksiä kohdentaen ne tietyille henkilöille. (Puusa 2011, 84-85.) Ryhmähaastattelun etuna on se, että siinä saattaa tulla esille sellaisia itsestään selviä asioita, jotka muuten jäisivät yksilöhaastattelussa ulkopuolelle. Ryhmähaastattelu ei välttämättä tuo yksilön omaa mielipidettä esille vaan muovaa ryhmälle yhteisen mielipiteen asiasta. (Hyysalo 2009, 132-133; Puusa 2011, 84-85) Tässä opinnäytetyössä haastattelut toteutettiin pääasiassa yksilöhaastatteluna lähialueen

asukkaille. Toimivaksi ideaksi todettiin kuitenkin myös viikoittain kokoontuvan pilates-ryhmän haastattelu, joka toteutettiin ryhmähaastatteluna.

Käytännössä haastattelun toteuttaminen on vaativaa ja tilanteeseen tulee valmistautua huolella etukäteen. Kysymysten avoin muoto (Hyysalo 2009, 132) mahdollistaa sen, että uusia ja yllättäviä asioita saattaa tulla esiin haastattelun aikana. Haastattelutilanteessa käydään läpi kaikki teemat, mutta järjestys saattaa vaihdella haastateltavan mukaan. Tulosten analysointi on vaativaa ja se vie paljon aikaa. Puheena aineistoa on vaikeaa käsitellä, joten se pitää tallentaa esimerkiksi nauhurilla litterointia varten. Litterointi tarkoittaa keskustelun avaamista paperille sanasta sanaan. Teemahaastattelun vastaukset voi jäsentää aiheittain ja pelkistää aineistoa analysointia ja johtopäätösten tekoa varten. Vastauksista tehdään päätelmiä, joita hyödynnetään tutkimusprosessissa. (Eskola & Vastamäki 2001, 41; Hyysalo 2009, 140; Puusa 2011, 76.)

Tämän opinnäytetyön kaikki haastattelut toteutettiin teemahaastatteluna (liite 2), jonka teemat suunniteltiin Vallon ja Häyrisen (2012, 101-106) strategisia ja operatiivisia kysymyksiä mukaillen. Haastattelutilanteet nauhoitettiin ja litteroitiin analysointia varten. Litteroinnin avulla saatu aineisto analysoitiin ja jäseneltiin teemojen mukaan. Lopuksi nimettömät vastaukset koottiin yhteen teemojen mukaisesti ja tulokset kirjoitettiin raporttiin. Saatuja tuloksia ja vastauksia hyödynnettiin opinnäytetyön seuraavassa vaiheessa osana ideointia. Haastatteluvastaukset koostuvat yhdestä neljän henkilön ryhmähaastattelusta sekä neljästä yksilöhaastattelusta. Yksilöhaastatteluihin haastateltavat kutsuttiin henkilökohtaisesti, mutta ryhmähaastattelua varten pidettiin ryhmäläisille pilates-tunnin jälkeen ilmoitustilaisuus, jonka yhteydessä jaettiin tiedotteet haastatteluun liittyen (liite 1).

Haastattelut aloitettiin tiedustelemalla aikaisempia alueella järjestettyjä tapahtumia, jotta pystyttiin muodostamaan kuva alueen tapahtumatarjonnasta. Vastausten perusteella saatiin tietää, että Kaisankodin läheisyydessä ei ole mitään kyläkeskittymää, joten kyläläiset kaipaavat Kaisankodista eräänlaista kokoontumispaikkaa. Erilaisille tapahtumille ja kursseille oli tarvetta vaikka alueella on järjestetty muutamia tapahtumia aikaisemminkin. Kaisankodin järjestämien tapahtumien lisäksi kyläläiset järjestävät itse jonkin verran tapahtumia alueella. Myös Automuseo, kylän koulut sekä Röylän ja Bodomin alueen omakotitaloyhdistys ovat olleet tapahtumien taustalla.

Haastattelujen avulla haluttiin tarkemmin tietää asukkaiden osallistuminen järjestettyihin tapahtumiin jotta vastausten mukaan voitiin päättää mille kohderyhmälle tapahtumaa alettiin suunnitella. Haastattelujen perusteella huomattiin, että tapahtumat kannattaa ehdottomasti suunnitella koko perheen tapahtumiksi, sillä suurin osa tapahtumakävijöistä on lapsiperheitä. Kuitenkin ohjelma tulee suunnitella niin, että se sopii myös vanhemmalle väestölle, sillä myös

ne perheet, joiden lapset ovat jo muuttaneet pois kotoa, halusivat myös osallistua kylän yhteisiin tapahtumiin. Suurin osa haastateltavista totesi, että kyläläiset ovat aktiivisia ja osallistuvat mielellään talkoohenkisesti tapahtuman tekemiseen. Lisäksi lapset ovat aktiivisia ja taitavia tekemään itse esityksiä. Jotkut kyläläiset halusivat tapahtumilta helppoutta eivätkä halua tai jaksaa osallistua tapahtuman järjestämiseen ja toteuttamiseen.

Haastattelujen kautta haluttiin saada tietää asukkaiden motiivi osallistua tapahtumaan, jotta tapahtumapäivän ohjelmasta voidaan suunnitella heille houkutteleva. Haastateltavat kertoivat, että pääasiallisesti tapahtumiin osallistutaan siinä toivossa, että siellä tapaa tuttuja ja voi kohdata uusia ihmisiä, sillä tapahtumissa halutaan viettää mukavaa yhdessä oloa hyvän porukan kanssa. Lisäksi tapahtumiin mennään rentoutumaan, virkistäytymään ja viihtymään sekä hakemaan uusia kokemuksia ja hyvää mieltä. Jotkut kokivat tapahtumapäivien olevan helppo tapa viettää perheen yhteistä aikaa. Monet osallistuvat tapahtumiin sen ohjelmasisällön ja aiheen perusteella, joten tapahtumissa tulee olla hyvää ruokaa sekä asiallista ja viihdyttävää ohjelmaa.

Haastatteluissa tiedusteltiin asukkaiden aikaisempia kokemuksia tapahtumista, jotta osattiin välttää ikävät kokemukset ja korostaa tapahtumien hyviä piirteitä. Pääosin haastateltavilla oli positiivisia kokemuksia alueella järjestetyistä tapahtumista. Espoo-päivän tapahtumasta kehuttiin sen monipuolisuutta ja mahdollisuutta itse valita missä tapahtumissa haluaa käydä. Uima-allasosaston ja saunan käyttö Kaisankodin tapahtumissa koettiin miellyttävänä asiana ja osalle se toimii houkuttimena tapahtumaan osallistumisessa. Lasten tekemät esitykset olivat positiivisia yllätyksiä tapahtumissa. Kuitenkin tapahtumaan saapuu vieraita suurelta alueelta, joten yhteisöllisessä kylätapahtumassa voi joillakin olla jopa ulkopuolinen olo. Yleisesti suureksi ongelmaksi tapahtumiin liittyen tuli ilmi tiedottaminen. Haastattelujen mukaan selvisi, että moniin tapahtumiin ei riitä osallistujia vähäisen tiedottamisen takia. Asukkaiden mukaan tapahtumia tulee mainostaa näkyvämmiin ja riittävän ajoissa esimerkiksi internetissä tai asukkaiden yhteisessä viestiväylässä.

Tärkeintä haastatteluissa oli saada tietää tapahtumiin osallistujilta heidän toiveitaan tapahtumien teemoihin ja ohjelmasisältöön liittyen. Monelle haastateltavalle Kaisankodista tuli ensimmäisenä mieleen hyvinvointi ja liikkuminen, ja moni ehdottikin teemaksi jotain hyvinvointiin ja liikkumiseen liittyvää. Toisaalta terveelliset elämäntavat ja ruokavalioon liittyvät teemat nousivat haastatteluissa esille. Markkinahenkisen tapahtuma kiinnosti haastateltavia jos mainonta ja tiedottaminen hoidetaan tarpeeksi ajoissa. Tapahtumaan otettiin mielellään myös jotain kulttuuriin liittyvää ohjelmaa konserteista, käsityöpajoihin ja historiallisiin kotiseutukierroksiin. Tarkemmin puistokonserttia ajatellen tiedusteltiin asukkaiden toiveita musiikkiin liittyen. Musiikin tulisi olla miljööseen sopivaa: joillekin se tarkoittaa klassista musiikkia, toisille koko perheelle sopivaa musiikkia, toisille tanssimusiikkia

kun taas toisille taustamusiikkia. Konsertissa voisi olla mahdollisuus yhteislauluun kun taas toisaalta ehdotettiin että bändi voisi soittaa vain taustamusiikkia ilman laulua. Musiikkia ei toivottu koko alueelle, vaan sitä ehdotettiin yhdeksi osaksi tapahtumaa.

Yleisesti haastattelujen perusteella todettiin, että tapahtumassa tulee olla järjestettynä ruokailu ja uima-allasosaston sekä saunan käyttäminen tapahtumissa on mukavaa, sillä haastateltavien mukaan se lisää kävijöitä. Ohjelma voi olla viihdyttävää, mutta siinä saa ehdottomasti olla asiapitoista sisältöä mukana, esimerkiksi liikuntaan, ruokailuun ja ajankohtaisiin asioihin liittyen. Haastatteluissa nousi esille myös asioita, jotka eivät suoranaisesti liittyneet Espoo-päivään tai Kaisankodilla järjestettäviin tapahtumiin. Näitä asioita ei käsitelty tässä opinnäytetyössä, mutta toiveet välitettiin toimeksiantajan tietoon.

## 5.2 Pohdi ja kehitä

Pohdi-vaiheen tarkoituksena on hyödyntää tarkemmin ymmärrä-vaiheessa kerättyjä taustatietoja, jotta tuloksia voidaan analysoida. Tässä vaiheessa voidaan löytää uusia tarpeita ja ongelmia, joita voidaan alkaa kehittää seuraavissa vaiheissa. Menetelminä voi muodostaa käyttäjä persoonia, luoda ajatuskartan tai kalanruotokaavion sekä kuvata kontaktipisteitä. (Moritz 2005, 131.) Kehitä-vaiheen tarkoituksena on ideoida ja kehittää uusia konsepteja ja palveluita asiakkaan eli loppukäyttäjän tarpeiden pohjalta. Myös kehitä-vaiheessa hyödynnetään ymmärtämisen aikana saatua taustatietoa. Hyviä menetelmiä tähän vaiheeseen ovat esimerkiksi palvelunäytteiden laatiminen, eläytymismenetelmä, aivoriihi, 8x8-menetelmä sekä visualisointi. (Moritz 2005, 132-135.) Kauhasen ym. (2002, 35-36) mukaan uusia ideoita voi kehittää useiden eri ideointimenetelmien avulla, mutta yleensä kaksi menetelmää riittää.

Opinnäytetyössä yhdistettiin Moritzin pohtiminen ja kehittäminen samaan vaiheeseen, jossa käytettiin menetelminä persoonia, ajatuskarttaa sekä erilaisia ideointimenetelmiä. Tässä vaiheessa analysoitiin kerättyä tietoa tarkemmin, etsittiin sieltä ongelmakohtia tai kehitettäviä ajatuksia tapahtumakonseptia ajatellen ja kehitettiin uusia ideoita. Persoonat luotiin haastattelujen ja benchmarking tulosten pohjalta tavoiteltavien kohderyhmien mukaisiksi. Ymmärrä-vaiheessa kerättyä tietoa hahmoteltiin ajatuskarttaan ja sen avulla löydettiin tekijöitä, ongelmia ja onnistumisia, joita poimittiin ideoitavaksi. Ideointiprosessi käynnistettiin luvussa 4.2 esitetyn Kauhasen ym. kehittämän toimintaideamallin avulla. Toimintaideamalli oli toimiva ideointimenetelmä erityisesti tapahtumaa suunniteltaessa, sillä sen avulla aloitettiin tapahtuman ideointi ja suunnittelu. Toisena ideointimenetelmänä käytettiin 8x8-menetelmää, jonka avulla yhdessä toimeksiantajan kanssa keksittiin ideoita tapahtumaa varten. Keksittyjä ideoita kehitettiin eteenpäin ja luotiin tapahtumakonseptia varten erilaisista tekijöistä koostuva tapahtumakokonaisuus.

### 5.2.1 Persoonat

Persoonat ovat visualisoituja kuvauksia erilaisista käyttäjistä tai käyttäjäryhmistä, jotka mahdollisesti voisivat käyttää tuotetta tai palvelua. Persoonat voidaan luoda täysin fiktiivisiksi hahmoiksi tai niiden luomiseen voidaan pohjana käyttää tutkimuksella kerättyä tietoa. Kun pohjana on käytetty tietoa, saadaan persoonasta realistisempi. Persoonasta on tarkoitus luoda mahdollisimman realistinen, jotta siitä saataisi tarkoituksenmukaista informaatiota tuotteen tai palvelun kehittämistä varten. Persoonasta tulee ilmetä perustiedot sukupuolesta, iästä, perheestä, koulutuksesta, ammatista ja asuinpaikasta. Lisäksi persoonasta esitetään laajempaa tietoa persoonan taidoista, tavoitteista ja tarpeista. (Moritz 2005, 220, 224, 228; ServiceDesign Tools 2009.)

Persoonat auttavat palveluiden muotoilijaa huomioimaan erilaisten käyttäjien haluja, tarpeita ja toiveita ja sitä kautta niiden avulla voidaan tutkia palvelun sopivuutta tietyille asiakastyypille. Näiden tietojen avulla voidaan kehittää vanhoja tai suunnitella kokonaan uusia palveluita. Asiakkaiden profilointi persooniksi helpottaa palvelun suunnitteluprosessia. (Hämäläinen ym. 2009, 18; ServiceDesign Tools 2009.)

Opinnäytetyöhön tehtyjen haastatteluiden perusteella saatiin selville, että alueella järjestettävien tapahtumien tärkeä kohderyhmä ovat lapset ja lapsiperheet, sillä suurin osa lähiseudun asukkaista on lapsiperheitä. Toisaalta aivan Kaisankodin lähistöllä asuu paljon myös sellaisia perheitä, joiden lapset ovat muuttaneet pois kotoa ja vanhemmat kaipaavat nyt yhteistä tekemistä. Niinpä tapahtuman suunnitteluun haluttiin näkökulma sekä lapsiperheeltä että aikuiselta pariskunnalta. Tähän opinnäytetyöhön luodut kaksi persoonaa ovat fiktiivisiä, mutta heidän tietojensa, taustojensa, tarpeidensa ja tarinoidensa luomiseen on pohjana käytetty opinnäytetyön teemahaastattelujen aineistoa.

Ensimmäinen persoona rakennettiin nelihenkisen perheen pojan, Ville Metsälän (kuva 12), ympärille ja toinen persoona luotiin Eeva Lukkarisen (kuva 13) ja hänen aviomiehensä elämään liittyen. Villen ja hänen perheensä tarinan avulla saatiin opinnäytetyön tapahtuman suunnitteluun lapsiperheen näkökulma kun taas Eeva ja hänen aviomiehensä edustivat niitä perheitä, joiden lapset olivat jo muuttaneet pois kotoa eivätkä enää osallistuneet perheen yhteisiin menoihin. Lisäksi Villen ja Eevan persoonia käytettiin apuna opinnäytetyön seuraavassa seulo ja selitä -vaiheessa osana palvelupolkua. Palvelupolun tarkoituksena oli esittää tapahtumankulku tapahtumavierailijan näkökulmasta



**Ville Metsälä, 8 vuotta**

Perhe: äiti Kaisa ja isä Erik sekä pikkusisko Vilma 7 vuotta


Asuu: Omakotitalossa Espoossa

Ammatti: opiskelee alakoulun toisella luokalla

Harrastukset: jalkapallo, laskettelu, partio

Ville on vilkas ja reipas nuori mies, joka tykkää käydä koulussa ja uskaltaa kokeilla rohkeasti uusia juttuja. Ville harrastaa jalkapalloa sekä partiota ja lisäksi hän käy perheensä kanssa laskettelemassa. Villen vanhemmatkin ovat sosiaalisia: he ovat aktiivisesti mukana oman asuinalueensa asukastoiminnassa ja käyvät perheen kanssa erilaisissa tapahtumissa viettämässä vapaa-aikaa. Villen pikkusisko Vilma on melkein samanikäinen kuin Ville, joten heillä on paljon yhteisiä kavereita ja he leikkivät niin koulussa kuin kotonakin yhdessä. Vilma tykkää musiikista ja opettelee juuri soittamaan pianoa ja kitaraa. Vilma houkuttelee usein Villeä ja kavereita leikkimään bändiä.

Kuva 12: Persoona Ville Metsälä (kuvalähde FotoSearch 2013a)



**Eeva Lukkarinen, 52 vuotta**

Perhe: aviomies Pertti sekä lapset Minna 26 vuotta ja Markus 23 vuotta

Asuu: Rivitalossa Pohjois-Espoossa

Ammatti: töissä pankissa kassapalvelijana

Harrastukset: kuntosalii, lenkkeily, kulttuuri, kuoro

Eeva asuu aviomiehensä Pertin kanssa rivitalossa Pohjois-Espoossa. Pariskunnan lapset ovat muuttaneet pois kotoa muutama vuosi sitten ja sen jälkeen pariskunta on pyrkinyt keksimään yhteisiä harrastuksia ja mukavaa tekemistä. Eeva ja Pertti ovat vuosien ajan kuljettaneet lapsia harrastuksiin ja haluavat nyt aikaa toisilleen. Eeva on aktiivinen nainen parhaassa iässä ja pitää itsestään huolta liikkumalla luonnossa ja kuntosalilla. Eeva on ollut jo kauan töissä samassa pankissa ja on siellä tunnettu ”häärääjänä”, joka järjestää työporukalle unohtumattomia kokemuksia. Eeva rakastaa taidetta ja kulttuuria ja vie usein aviomiehensä tai ystäviänsä nauttimaan kulttuurista.

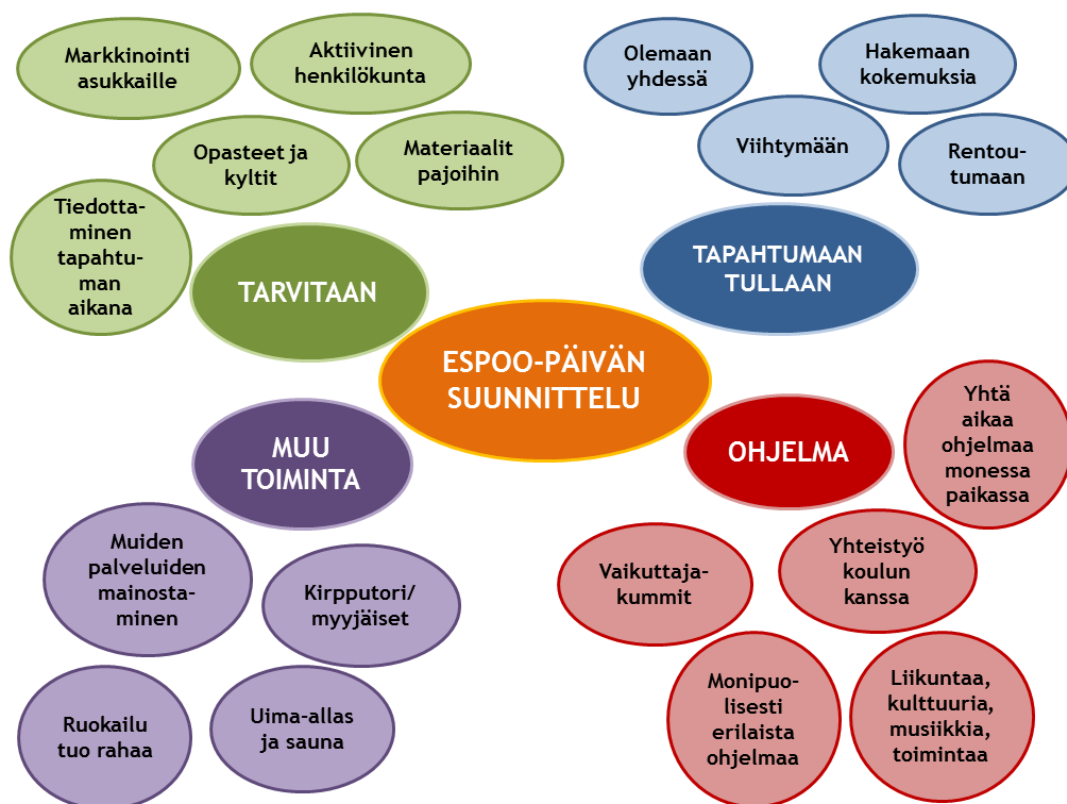
Kuva 13: Persoona Eeva Lukkarinen (kuvalähde FotoSearch 2013b)



### 5.2.2 Taustatiedon analysointi

Ymmärrä-vaiheen menetelmistä saatujen tuloksien avulla koottiin ajatuskarttaan (kuvio 7) parhaita ajatuksia ja ideoita. Ajatuskartassa voi yhdestä kuviosta nähdä haastatteluissa esiin nousseita ehdotuksia, benchmarking-kohteista löytyneitä vahvuuksia ja hyödynnettäviä ominaisuuksia sekä toimeksiantajan kanssa tapaamisessa syntyneitä ajatuksia. Näiden ehdotuksien, ajatusten ja ominaisuuksien avulla löydettiin sellaisia tekijöitä, joita käytettiin tapahtuma idean suunnittelussa.

Ajatuskarttaa, jota usein kutsutaan myös nimellä mind map, käytetään usein osana ideointiprosessia sillä se auttaa luomaan kokonaiskuvan käsiteltävästä asiasta. Sen avulla voidaan havainnollistaa tietyn asian sisältöä suunnittelua tai analyysia varten. Ajatuskartta on graafinen kaavio tietyn aihepiirin sanoista, asioista ja käsitteistä sekä niiden välisistä suhteista. Se on siis piirros tai kuviota, jossa avainsanat ja käsiteltävät asiat liitetään toisiinsa viivoilla tai väreillä. (Avoin yliopisto 2009; Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 175.)



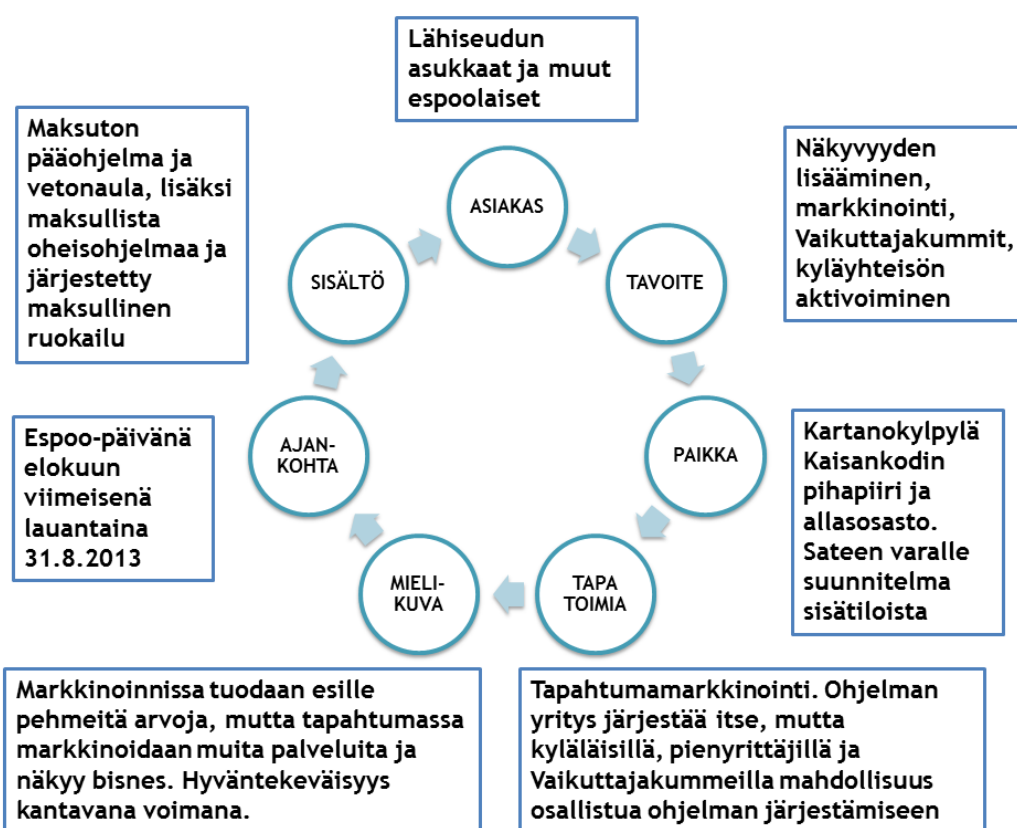
Kuvio 7: Ajatuskartta ymmärrä-vaiheen tuloksista

Ymmärrä-vaiheessa saatujen tulosten perusteella tapahtumaan tullaan hakemaan uusia kokemuksia, tapaamaan tuttuja, viihtymään ja rentoutumaan. Ohjelmaa voidaan järjestää yhteistyössä koulun ja Vaikuttajakummien kanssa, mutta myös ulkopuoliset esiintyjät sekä aktiiviset kyläläiset voivat olla mukana ohjelman järjestämisessä. Ohjelmaa voi olla yhtä aikaa monessa paikassa, jolloin vierailijoilla on mahdollisuus valita kiinnostavat kohteet. Ohjelmasisältö voi liittyä esimerkiksi liikuntaan, kulttuuriin, musiikkiin ja toimintapisteisiin. Kuitenkaan liian montaa erilaista teemaa ei voi yhdistää yhteen tapahtumaan, niinpä ohjelmasisältö täytyy koota harkitusti. Edellisistä tapahtumista kannattaa säilyttää uima-allasosaston ja saunan käyttö sekä mahdollisuus kirpputorille tai myyjäisille. Kaisankodin kannalta on tärkeää ohjelman ohessa mainostaa ja myydä myös yrityksen muita palveluita, jotta tapahtuma edustaa tapahtumamarkkinoinnin kriteereitä. Tärkeää on tiedottaminen ennen tapahtumaa ja tapahtuman aikana. Henkilökunnan aktiivisuus parantaa vierailijoiden osallistumista ja viihtyvyyttä. Ohjaus ja opastus toimintapisteissä sekä selkeät kyltit tapahtuvasta ohjelmasta ja maksullisista osioista selkeyttävät vierailijoiden kulkemista tapahtuma-alueella.

### 5.2.3 Ideointiprosessi

Aluksi tärkeintä on miettiä mihin ongelmaan tarvitaan ideoita ja mitä menetelmiä aiotaan käyttää. Ideoinnissa tarkoituksena on tuottaa paljon uusia ideoita ja siinä saa antaa itselleen mahdollisuuden keksiä aivan järjettömiäkin ideoita, sillä kaikkia ei kehitetä lopputulokseksi. Silti järjettömistäkin ideoista voi saada lisää ideoita muihin ajatuksiin. Hyviä menetelmiä ideointiin ovat esimerkiksi mind mapping ja aivoriihityöskentely. (Hassinen 2008, 7; Tapahtumanjärjestäjän opas 2008.)

Toimintaidea-malli käynnisti tämän opinnäytetyön ideointiprosessin. Kauhanen ym. (2002, 35) esittävät tapahtuman ideoinnin käynnistyvän vastaamalla tapahtuman järjestämisen peruskysymyksiin, jotka auttavat tapahtuman suunnitteluprosessin aloittamisessa. Näiden kysymysten vastaukset muodostavat ”toimintaidea-mallin” (kuvio 8), jonka avulla on helpompi lähteä ideoimaan ja suunnittelemaan tapahtumaa.



Kuvio 8: Tapahtuman toimintaidea-malli Kaisankodin Espoo-päivässä (mukailten Kauhanen ym. 2002, 35)

Toimintaidea-malliin (kuvio 8) pohdittiin vastauksia toimeksiantajan tapaamisen sekä ymmärä-vaiheessa kerättyjen taustatietojen avulla. Kaisankodissa Espoo-päivän tärkeimpänä kohderyhmänä ovat lähikylien asukkaat, mutta lisäksi paikalle voi saapua myös muita espoolaisia, asukkaita pääkaupunkiseudulta tai satunnaisia ohikulkijoita. Tapahtuman tavoitteena on lisätä yrityksen näkyvyyttä, markkinoida yrityksen muita palveluita ja kasvattaa kyläyhteisön aktiivisuutta. Tapahtuma järjestetään Kartanokylpylä Kaisankodin pihapiirissä, Kaisankodin puistossa, kylpyläosastolla ja säävarauksella myös yrityksen sisätiloissa. Yritys järjestää itse ohjelman käyttäen mahdollisesti ulkopuolisia esiintyjiä, mutta kylän asukkaat, alueen pienyritykset ja hyväntekeväisyysjärjestö Vaikuttajakummit voivat osallistua tapahtumapäivään esimerkiksi markkinahenkisillä myyntipöydillä. Tapahtuman markkinoinnissa yrityksestä luodaan mielikuvaksi pehmeitä arvoja ja yhteisöllisyyttä, mutta tapahtumapäivänä mielikuvassa saa näkyä bisnes, jota yritys harjoittaa. Tapahtuma järjestetään vuosittain Espoo-päivän yhteydessä elokuun viimeisenä lauantaina, joka on tänä vuonna 31.8. Tapahtumaan on avoimet ovet, joten pääohjelma ja tapahtuman vetonaula ovat maksuttomia. Kuitenkin tapahtuman aikana voidaan tehdä myyntiä esimerkiksi markkinahenkisillä myyntipöydillä ja järjestämällä ruokailu.

Toisena ideointimenetelmänä käytettiin 8x8-taulukkoa, sillä sen avulla saatiin laajasti kuvattua uuden idean tekijät. Lootuskukan, eli 8x8- tai 9x9-taulukon (Hassinen 2008, 24) avulla keksitään yksi idea, josta syntyy monta uutta pienempää ideaa ja niiden avulla voidaan löytää ratkaisu ongelmaan. Kun ryhdytään tuottamaan ideoita 8x8-menetelmän avulla, tarvitaan aluksi ruudukko (kuvi 9), jossa on 9x9 ruutua. Taulukon keskelle keksitään pääotsikko, joka voi olla esimerkiksi haaste tai ongelma, jonka ympärille liitetään kahdeksan pääotsikkoon liittyvää teemaa. Seuraavaksi jokainen teema siirretään omaksi otsikoksi ja jokaisen otsikon ympärille keksitään kahdeksan uutta ajatusta, ideaa, toimintatapaa tai ratkaisua. Syntyneistä ideoista valitaan parhaimmat jatkokehitystä varten. (Hassinen 2008, 24.)

	TEEMA			TEEMA				TEEMA
			TEEMA	TEEMA	TEEMA			
	TEEMA		TEEMA	PÄÄ-OTSIKKO	TEEMA			TEEMA
			TEEMA	TEEMA	TEEMA			
	TEEMA			TEEMA				TEEMA

Kuvio 9: 8x8-taulukko (mukaillen Hassinen 2008, 24)

Opinnäytetyön ideointiprosessi toteutettiin yhdessä toimeksiantajan kanssa. Ideoinnin pohjana käytettiin teemahaastatteluiden tuloksia sekä benchmarking-vierailuiden aikana syntyneitä ajatuksia. Toimeksiantaja innostui haastatteluissa esiin nousseesta liikuntatapahtumasta niin paljon, että se päätettiin erottaa Espoo-päivän ohjelmasta ja järjestää erikseen omana tapahtumana jo aikaisemmin kesän aikana. Espoo-päivän tapahtumaan päätettiin hyödyntää Vaikuttajakummien hyväntekeväisyystoimintaa sekä tuoda tapahtumaan taiteellinen näkökulma musiikin tai konsertin sekä kädentaitojen kautta. Syntyneitä ideoita koottiin 8x8-taulukkoon, sillä sen avulla nähtiin selkeä kokonaisuus syntyneistä ajatuksista. Seuraavaksi pystyttiin aloittamaan tapahtumaidean käsittely opinnäytetyön SWOT-analysissä sekä osana palvelupolkua. Espoo-päivän 8x8-taulukkoon (taulukko 3) asetettiin pääotsikoksi Espoo-päivä ja pääotsikkoon eli tapahtumapäivän sisältöön liittyviksi teemoiksi valittiin toimintapisteet, hyvä kiertää, tilat, raha, puistokonsertti, lapsille, ruokailu sekä myyjäiset.

Lasten bändi	Seikkailurata	Pihapelit ja kisailut	Tuo rahaa	Saa ihmiset viipymään	Ravintolassa	Tarvikemaksu	Mahdollisuus askarrella itse	Tuotteet tehty pajoissa
Taikuri	<b>LAPSILLE</b>	Askartelupaja	Kota/ Grilli	<b>RUOKAILU</b>	Buffet lounas	Tuotto hyväntekev.	<b>MYYJÄISET</b>	Vaikuttaja- kummit
Kasvomaalaus	Uinti + sauna	Piha- suunnistus	Piknik	Päivällinen / Iltapalaa	Päiväkahvit	Kierrätys materiaalit	Sponsorit avuksi	Kaisankodilta tarvikkeet
Hyväntekev. näkökulma	Päivällä lapsille, illalla aikuisille	Pakankylän koulu	<b>LAPSILLE</b>	<b>RUOKAILU</b>	<b>MYYJÄISET</b>	Konsertti	Uima-allas + sauna	Kirpputori
Metropolian teatteripuoli	<b>PUJISTO- KONSERTTI</b>	Estrada kuoro	<b>PUJISTO- KONSERTTI</b>	<b>ESPOO-PÄIVÄ</b>	<b>TOIMINTA- PISTEET</b>	Lasten ohjelma	<b>TOIMINTA- PISTEET</b>	Myyjäiset
Espoon musiikki- opisto	Bändi	Trubaduuri	<b>RAHA</b>	<b>TILAT</b>	<b>HYVÄ KIERTÄÄ</b>	Palveluiden markkinointi	Ruokailu	Kierrätyspiste
Kirppariöpöydä t maksullisia (hyväntekev.)	Ilmainen uima-allas ja sauna	Avoimet ovet	Etupiha	Puisto	Kartano	Loput tuotteet hyväntekev.	Tuotteet tehdään itse	Materiaalit kierrätettyjä
Tarvikemaksu pajoissa (hyväntekev.)	<b>RAHA</b>	Ilmainen ohjelma	Vaunuvaaja	<b>TILAT</b>	Uima-allas osasto	Vaikuttaja- kummit	<b>HYVÄ KIERTÄÄ</b>	Kaikki tuotot hyväntekev.
Hyväntekev. näkökulma	Ruokailun tuotto Kaisankodille	Maksullinen ruokailu	Markkinointi teltta	Työpaja pihalle	Sauna	Tarvikemaksu t hyväntekev.	Kierrätyspiste	Kirpparin tuotot hyväntekev.

Taulukko 3: 8x8-taulukko tapahtumaideasta

Tapahtuma-alueelle päätettiin järjestää useita erilaisia toimintapisteitä, jotta Kaisankodin laajalle alueelle saadaan paljon ohjelmaa yhtä aikaa. Kaisankodin pihassa järjestetään myyjäiset ja sinne tuodaan kierrätyspiste tapahtumavierailijoiden ylimääräisiä tavaroita varten. Kartanossa järjestetään ruokailu ja kartanon etupihalle tuodaan teltta Kaisankodin muiden palveluiden markkinointia varten. Sateen yllättäessä pihalla olevaa vaunuvajaa voidaan hyödyntää kirpputorin, myyjäisten ja askartelupajojen osalta. Lapsille järjestetään ohjelmaa pihalla, mutta lisäksi puistokonsertissa on aamupäivällä lapsille suunnattua ohjelmaa. Iltapäivällä ja alkuillasta puistokonsertin ohjelma suunnataan vanhemmille vierailijoille. Edellisistä tapahtumista haluttiin säilyttää uima-allasosaston ja saunan käyttö sekä kirpputori.

Tapahtuman teemana on hyvän kierrättäminen ja siksi tapahtumassa näkyy vahvasti hyväntekeväisyystoiminta ja kierrätys. Kaikki tapahtuman tuotto ruokailua lukuun ottamatta menee hyväntekeväisyyteen Vaikuttajakummitoiminnan kautta. Kirpputoripöytien maksut, askartelupajojen tarvikemaksut, loput kierrätyspisteen tuotteet, loput myyjäisten tuotteet sekä myyjäisten tuotot laitetaan suoraan hyväntekeväisyyteen. Tapahtumassa tuodaan esille hyväntekeväisyys kohde, jotta se kannustaa vieraita toimimaan. Kaikki materiaalit askartelupajoissa ja myyjäisissä ovat kierrätysmateriaaleja. Kierrätyspisteelle on tarkoitus tuoda itselleen ylimääräisiä ja ottaa muiden sinne jättämiä tavaroita. Kaikki loput tuotteet laitetaan hyväntekeväisyyteen.

Tapahtumaan on avoimet ovet ja järjestetty ohjelma sekä saunan ja uima-allasosaston käyttö on vieraille maksutonta. Ruokailu on maksullinen ja se tuo tuottoa Kaisankodille. Ruokailun avulla vieraat saadaan viipymään pitempään tapahtumassa. Ruokailu järjestetään kartanon ravintolassa, joten lounas- ja päivällisaikaan tarjotaan seisovanpöydän buffet-ateria. Lisäksi voidaan järjestää päiväkahvit. Ruokailussa ajateltiin mahdollisuus hyödyntää Kaisankodin kotaa, mutta se jätettiin tästä tapahtumaideasta pois. Vierailijat voivat myös nauttia piknikistä puistokonsertin lomassa.

Puistokonsertin esiintyjille painotetaan hyväntekeväisyysnäkökulmaa. Mahdollisia esiintyjiä ovat Pakankylän koululaiset, Pohjois-Espoon naiskuoro Estrada, eräänlainen trubaduuri tai bändi. Toisaalta esiintyjissä voidaan hyödyntää myös Espoon musiikkiopistoa tai Metropolia ammattikorkeakoulun teatteripuolen opiskelijoita. Lapset ovat kuitenkin tapahtuman tärkeä kohderyhmä, joten heidät pitää huomioida tapahtuman ohjelmasisällössä. Lapsille järjestetään erilaisia pihapelejä, kisailu, pihasuunnistus tai seikkailurata ja he voivat perheensä kanssa osallistua askartelupajaan. Lapset voivat nauttia uimisesta ja saunomisesta sekä lasten ohjelmasta puistokonsertissa.

Myyjäisten tarkoituksena on saada tuottoa Vaikuttajakummiin toimintaan. Vaikuttajakummit valmistavat tuotteita myyntiin itse kevään ja kesän aikana järjestettävissä askartelupäivissä. Kyläläisille markkinoidaan Vaikuttajakummiin toimintaa, jotta heillekin annetaan mahdollisuus osallistua yhteiseen tekemiseen ja askartelupäiviin. Tapahtuman aikana vierailta on myös mahdollisuus askarrella myynnissä olevia tuotteita itse askartelupajassa. Kaikkien tuotteiden myyntituotot sekä askartelupajaan osallistuvien maksama tarvikemaksu ohjataan suoraan Vaikuttajakummiin toimintaan.

### 5.3 Seulo ja selitä

Seulomisen tavoitteena on koota kaikki ideat yhteen, arvostella ja tutkia niitä sekä valita parhaat ideat jatkokehittäväksi. Menetelmänä voi käyttää esimerkiksi erilaisia analysointimenetelmiä, kuten SWOT-taulukkoa. Arvioinnissa voi olla mukana jatkokehittäjä tai toimeksiantaja. (Moritz 2005, 136-139.) Selitä-vaiheessa pääideana on havainnollistaa ja tuoda esille keksitty idea. Tähän vaiheeseen voidaan käyttää erilaisia eläytymismenetelmiä, havainnollistaa palvelua erilaisilla kartoilla ja kaavioilla, luoda prosessimalleja, visioita ja hahmotella prototyyppejä. (Moritz 2005, 140-143.)

Opinnäytetyössä osana seulomista analysoitiin keksittyä tapahtumaideaa SWOT-taulukon avulla. Kun tapahtuman ideaan löydettiin mahdollisuudet, vahvuudet, heikkoudet ja uhat, oli idea helpompi saattaa lopulliseen muotoonsa. Analysoinnin jälkeen syntyneitä ideoita tarkasteltiin asiakkaan näkökulmasta palvelupolussa. Palvelupolun avulla hahmotettiin tapahtuma asiakkaan silmin ja siten tapahtumaideasta pystyttiin vielä löytämään kehitettäviä piirteitä ja puutteita sekä pystyttiin hahmottamaan asiakkaan ajankäyttö tapahtuman aikana.

#### 5.3.1 SWOT

Pohdi ja kehitä -vaiheessa luotua ideaa tapahtumakokonaisuudesta analysoitiin nelikenttäanalyysin, eli SWOT taulukkoon (taulukko 4). SWOT-taulukko saa nimensä sen nelikentän englanninkielisistä otsikoista: strengths (vahvuudet), weaknesses (heikkoudet), opportunities (mahdollisuudet) ja threats (uhat). SWOT-analyysia käytetään usein eräänlaisena ideointi- tai tarkastelukeinona. Kun tapahtuman järjestämiseen liittyviä toteutettavia ideoita on monia, täytyy joillakin keinoilla valita se, jota kannattaa lähteä kehittämään. Tähän vaiheeseen SWOT-taulukko on sopiva menetelmä. Analyysin avulla perehdytään idean vahvuuksiin, heikkouksiin, mahdollisuuksiin ja uhkiin. Kun ideakokonaisuutta on perusteellisesti pohdittu nelikenttäanalyysin avulla, voidaan sen kehittämistä jatkaa. (Kauhanen ym. 2002, 27.)

VAHVUUDET	HEIKKOUEDET
Ohjelmaa järjestetään monessa paikassa yhtä aikaa. Ohjelmaan voi osallistua ilman aikataulua. Ohjelma sopii lapsille ja aikuisille. Asiakaslähtöisyys. Hyväntekeväisyysnäkökulma. Ruokailu.	Liikunta- ja hyvinvointiohjelma siirretty toiseen tapahtumaan. Muut Espoo-päivän tapahtumat vievät kävijöitä. Valitut esiintyjät eivät miellytä. Käytettävien markkinointikanavien puute.
MAHDOLLISUUDET	UHAT
Vieraat saadaan viipymään pitkään. Vieraat innostuvat Vaikuttajakummien toiminnasta sekä kokouspalveluista. Kerätään suuri määrä lahjoituksia ja saadaan tuottoa hyväntekeväisyyteen.	Vieraat lähtevät liian aikaisin. Vieraat eivät syö ravintolassa. Huono sää pilaa konsertin. Esiintyjät peruvat tulonsa. Paikalle ei saavu tarpeeksi kävijöitä. Autot eivät mahdu parkkipaikoille.

Taulukko 4: SWOT-analyysi tapahtumaideasta

Tapahtumapäivän vahvuutena on monipuolinen ohjelma, joka sopii koko perheelle lapsista vanhuksiin. Ohjelmaa järjestetään tapahtuma-alueella limittäin useassa toimintapisteessä yhtä aikaa, joten ohjelmaan voi osallistua oman aikataulun mukaan tai saapua paikalle ilman aikataulua. Ohjelman suunnittelu on asiakaslähtöistä, sillä siinä on otettu huomioon haastattelussa esiin tulleita kyläläisten toiveita. Tapahtumassa on vahvasti esillä Vaikuttajakummien hyväntekeväisyys toiminta, joka lisää tapahtumasta syntyvää pehmeitä arvoja luovaa mielikuvaa. Tapahtumaan järjestetty ruokailu on tapahtuman vahvuus, sillä se luo asiakkaille helppoutta, se saa vieraat viipymään pidempään ja tuo Kaisankodille tuottoa.

Tapahtumapäivällä on myös heikkouksia, sillä haastatteluissa esiin tullut liikunta-aiheinen tapahtuma järjestetään erillisenä tapahtumana, joten liikunnan puute Espoo-päivänä saattaa karsia osallistujia. Myös muut yritykset järjestävät Espoo-päivänä ohjelmaa ja ne saattavat vähentää Kaisankodin ohjelmaan osallistuvia. Haastattelujen perusteella huomattiin, kuinka paljon puistokonsertti jakaa mielipiteitä, joten valittu esiintyjä ei välttämättä miellytä kaikkia ja se saattaa vähentää tapahtumaan osallistujia tai vieraat lähtevät aikaisemmin kotiin. Espoon kaupunki hoitaa yleisesti Espoo-päivän markkinoinnin, mutta Kaisankodin kannalta olisi tärkeää houkutella lähiseudun asukkaita tulemaan nimenomaan Kaisankotiin juhlistamaan Espoo-päivää sekä houkutella heidät mukaan tapahtuman ennakkovalmisteluihin, kirpputoripöytien ja myyjäisten valmisteluihin. Kuitenkaan kyläläisillä



ei ole vielä yhteistä viestikanavaa, joten tehokkaiden markkinointikanavien löytäminen on haastavaa.

Tapahtumapäivällä on useita mahdollisuuksia onnistua, varsinkin jos vieraat saadaan viihtymään tapahtumassa pitkään. Jos vieraat innostuvat Vaikuttajakummien toiminnasta ja Kaisankodin tarjoamista kokouspalveluista on tapahtuma markkinointikeinona onnistunut ja sillä on positiivisia seurauksia tulevaisuutta varten. Tapahtuman aikana voidaan saada hyvä määrä lahjoituksia ja suuri tuotto myyjäisistä, jotka ohjataan hyväntekeväisyyteen. Jos vieraat viihtyvät tapahtumassa, saadaan tapahtuman tavoite yhteisöllisyyden lisäämisestä täytettyä.

Jokaisella tapahtumalla on kuitenkin uhkansa epäonnistumiseen. Joihinkin uhkiin voi vaikuttaa, mutta kaikki uhat eivät ole pelastettavissa. Huonolta säältä voidaan myyjäisten osalta varautua vaunuvajan käytöllä, mutta epävakaa sää voi pilata ulkona puistossa järjestettävän konsertin. Toisaalta myös esiintyjät voivat perua tulonsa, mutta sitä varten on hyvä keksiä varasuunnitelma. Tapahtuma voi epäonnistua vieraiden osalta, jos he eivät viihdy tapahtumassa vaan lähtevät aikaisin kotiin. Jos vieraita ei saavu tarpeeksi paikalle, ei tapahtumasta tule kannattava myyjäisten ja hyväntekeväisyyden osalta. Toisaalta jos kävijöitä on runsaasti ja kaikki saapuvat autolla, voi ongelmaksi muodostua parkkipaikkojen puute. Etukäteen voidaan miettiä, mistä saadaan lisätilaa autoille ruuhkan yllättäessä.

### 5.3.2 Palvelupolku

Customer journey, eli palvelupolku on yksi keino kuvata palveluprosessia asiakkaan näkökulmasta. Palvelupolku kuvaa aikajanalla sen kokonaisuuden, jonka asiakas kokee ja kulkee palveluprosessin aikana. (Tuulaniemi 2011, 78.) Koiviston (2011, 49) mukaan palvelupolku koostuu useista perättäisistä palvelutuokioista, eli niistä kohtaamisista, joissa asiakas on vuorovaikutuksessa palveluntarjoajan kanssa. Palvelupolussa kaikki tapahtumat kuvataan vaiheittain, jotta jokaista osaa voidaan tarkastella ja analysoida perusteellisesti. Palvelupolun voi jakaa esipalvelu-, ydinpalvelu- ja jälkipalveluvaiheisiin, jolloin palvelutuokiot on helppo jäsenellä oikeaan järjestykseen (kuvio 10). (Koivisto 2011, 50; Tuulaniemi 2011, 78-79.)



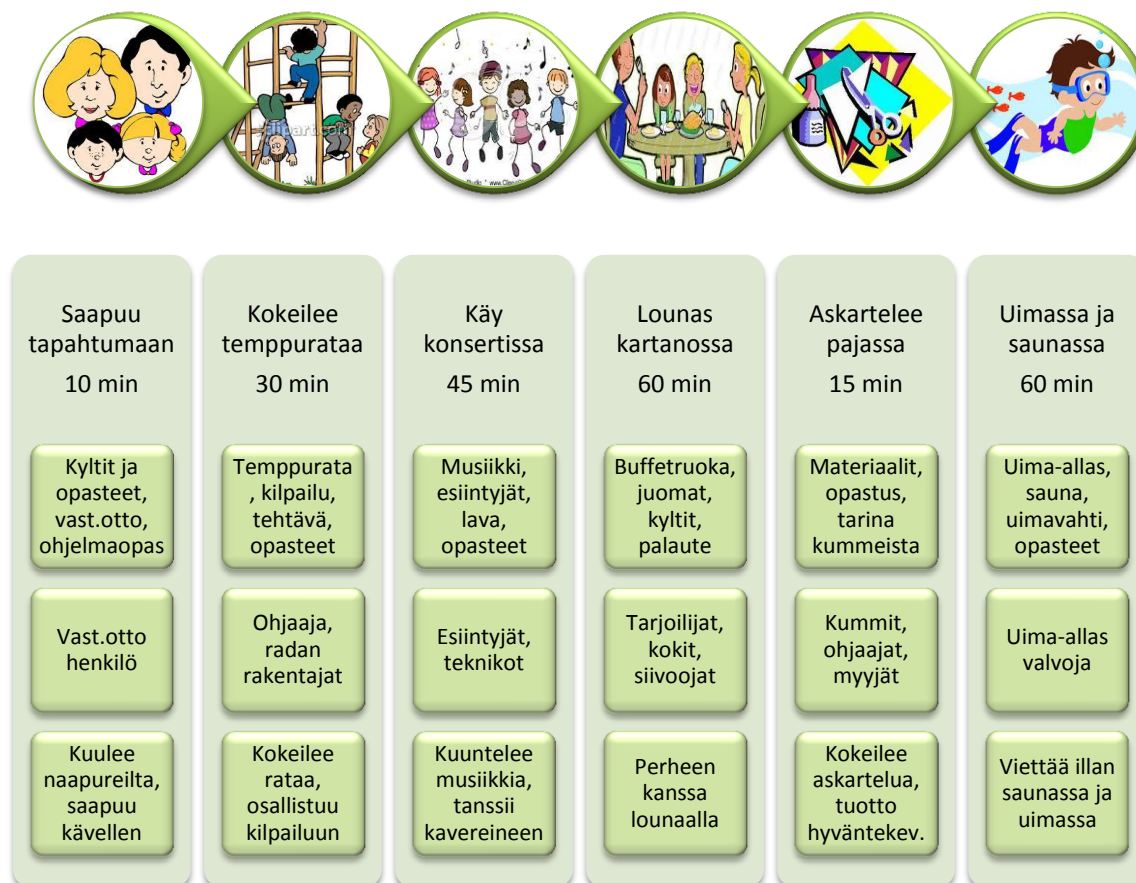
Kuvio 10: Palvelupolku (mukaillen Tuulaniemi 2011, 79)

Jokainen palvelutuokio taas sisältää kontaktpisteitä, eli niitä tekijöitä, joihin asiakas on kontaktissa palvelutuokion aikana (Koivisto 2011, 51). Näitä tekijöitä on Tuulaniemen (2011, 80) luettelemana esimerkiksi ihmiset, esineet, toimintatavat ja ympäristö, kun taas Koiviston (2011, 51) luettelemana kanavat, esineet, toimintamallit ja ihmiset. Ihmiset näissä palvelutuokioissa ovat keskeisessä roolissa palvelun onnistumisen kannalta. Palvelutuokioissa ihmisiä ovat muut asiakkaat ja asiakas itse sekä henkilökunta ja asiakaspalvelijat. Esineet tarkoittavat fyysisiä tavaroita, jotka ovat oleellisia palvelutuokiossa. Tavarat voivat olla sellaisia, joita asiakas tarvitsee palvelun aikana tai sellaisia, joita henkilökunta käyttää asiakkaan hyödyksi. Ympäristö ja kanavat ovat niitä tiloja, joissa palvelu tapahtuu. Nämä tilat voivat olla joko fyysisiä rakennuksia ja paikkoja, virtuaalisia tiloja, kuten Internet tai aineettomia palvelukanavia, kuten puhelinpalvelu. Toimintatavat kuvaavat palveluhenkilökunnan ennalta määrättyjä tapoja toimia asiakkaan tai palvelun suhteen. Toimintatavat voivat olla myös palvelueleitä, jotka ovat pieni mutta merkittävä osa palvelua. (Koivisto 2011, 51-52; Tuulaniemi 2011, 81-82.)

Palveluntarjoaja voi palvelupolun avulla kuvata tapahtumaketjua ja pyrkiä ohjaamaan asiakasta kulkemaan haluttua reittiä pitkin. Kuitenkin asiakkaan omalla tahdolla ja tavalla on suuri merkitys palvelupolkuun, sillä monia vaiheita voi toteuttaa usealla eri keinolla. Palvelupolussa on tärkeää huomioida asiakkaan valinnat, käyttäytymismallit ja tarpeet, jotta osataan tarjota tarpeisiin vastaavaa palvelua. Palvelupolkuun on helppo lisätä vaiheita alkuun, loppuun tai välille, mutta siitä kannattaa myös poistaa palveluprosessin kannalta turhia tai epäkäytännöllisiä vaiheita. (Koivisto 2011, 50.)

Palvelupolussa huomioitiin kahden eri persoonan avulla kaksi erilaista vaihtoehtoa siitä, miten palvelua, eli Espoo-päivän tapahtumaa voi käyttää (kuvio 11 ja 12). Palvelupolkuun kuvattiin kaikki asiakkaan kokemat palvelutuokiot: mikä palvelutuokio on, mitä kontaktpisteitä asiakas kokee, mitkä henkilöt vaikuttavat asiakkaan kokemukseen ja mitä asiakas palvelutuokiossa tekee. Lisäksi palvelupolkuun merkittiin oletettu ajankäyttö kussakin palvelutuokiossa, jotta osattiin laskea kuinka kauan asiakas tapahtumassa viipyy. Palvelupolun avulla huomattiin mitä onnistumisia ja puutteita tapahtumassa on, jotta tapahtumakokonaisuutta pystyttiin

kehittämään edelleen. Palvelupolusta huomattiin se, tarvittiinko asiakkaan kokemalle matkalle tapahtumassa vielä joitain muita palveluntuottajia vai riittivätkö nykyiset.



Kuvio 11: Palvelupolku Ville Metsälä

Ville perheineen asuu lähellä Kartanokylpylä Kaisankotia ja he kuulevat naapureiltaan lähestyvistä Espoo-päivän tapahtumasta. Puoliltapäivin he saapuvat tapahtumaan kävellen, huomaavat tapahtuman kyltit Kaisankodin porteilla ja saavat vieraita vastaanottavalta henkilöltä päivän ohjelmaoppaan mukaansa. Heti aluksi Ville ja hänen siskonsa Vilma huomaavat kyltin lapsille rakennetusta tempuradasta, kokeilevat sitä ja osallistuvat ohjaajan kannustamina kilpailuunkin. Vanhemmat houkuttelevat sisarukset vierailemaan puistokonsertissa, jossa Ville ja Vilma innostuvat tanssimaan kavereidensa kanssa hyvän musiikin tahdissa. Perhe käy lounaalla kartanon ravintolassa ja vanhemmat antavat palautetta mukavasta tapahtumasta. Perheen äiti haluaa tutustua Vaikuttajakummien toimintaan ja käy kiertelemässä myyjäisiä. Sillä aikaa isä ja lapset askarteleo pajassa. Loppuajan perhe viettää uima-allasosastolla ja nauttivat perheen yhteisestä ajasta. Kokonaisuudessaan perhe viettää tapahtumassa melkein neljä tuntia.

Tapahtumassa täytyy huomioida lapset kokonaisuudessa. Aluksi jaettavassa ohjelmalehdessä voidaan kuvien tai kartan avulla tehostaa tapahtuman sisältöä ja helpottaa asiakasta löytämään toimintapisteet. Toimintapisteillä olevien kylttien avulla vierailijat huomaavat ja löytävät etsimänsä. Toimintapisteillä tulee olla avuliasta henkilökuntaa kannustamassa asiakkaita osallistumaan ja tekemään. Portilla olevat kyltit helpottavat ensimmäistä kertaa Kaisankodissa vierailevaa löytämään paikan ja mahdollisesti ne myös houkuttelevat ohikulkijoita pysähtymään ja tutustumaan. Ruokailussa tulee huomioida lapset sekä erikoisruokavaliot. Lapset ovat vilkkaita ja siksi tapahtuma-alueella täytyy huolehtia turvallisuudesta, etenkin uima-allasosastolla.



Kuvio 12: Palvelupolku Eeva Lukkarinen

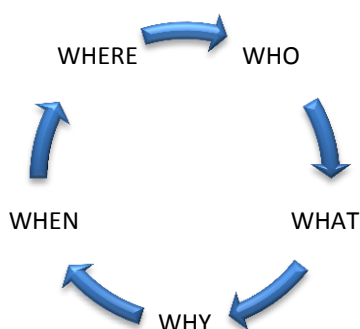
Eeva on huomannut Espoo-päivän tapahtuman paikallislehdestä jo muutaman viikon aikaisemmin ja he ovat miehensä kanssa varanneet päivän vapaaksi tapahtumaa varten. Pariskunta saapuu autollaan paikalle ja ottavat vastaanottavalta henkilöltä ohjelmaoppaan mukaansa. Pariskunta aloittaa tapahtumapäivän päiväkahveilla. Eeva kiertelee alueella miehensä kanssa, tutustuu kummien toimintaan myyjäisissä, ostaa myyjäisten tuotteita ja kyselee Kaisankodin kokouspaketista työpaikkaansa varten. Aviomiehensä houkuttelemana

Eeva lähtee puistokonserttiin kuuntelemaan esitystä - mies saa hänet houkuteltua yhteen tanssiinkin. Loppuillasta Eeva nauttii miehensä kanssa illallista miehensä kanssa ja he antavat palautetta mukavasta tapahtumasta. Kokonaisuudessaan pariskunta viettää tapahtumassa melkein viisi tuntia.

Tapahtumassa tarvitaan asiantuntevaa tietoa Vaikuttajakummeista ja Kaisankodin muista palveluista niille vierailijoille, jotka kaipaavat lisää tietoa. Kylttien avulla voidaan muistuttaa ja selvittää hyväntekeväisyys näkökulmaa: kaikki tuotto menee hyväntekeväisyyteen. Parkkitilaa tulee järjestää riittävästi, sillä luultavasti suurin osa vierailijoista saapuu tapahtumaan autolla. Heti tapahtuma-alueen alussa oleva henkilö vastaanottaa vieraat, toivottaa tervetulleeksi, opastaa ja antaa ohjelmalehtisen mukaan. Näin vieras keksii nopeasti mitä tehdä seuraavaksi ja tuntee olonsa odotetuksi.

## 6 Tapahtumakonsepti Kaisankodille

Boothin (2012, 22) mukaan tapahtumakonseptin luomiseen on yksinkertainen kaava: ensin keksitään tapahtumaidea, seuraavaksi mietitään tapahtumalle teemaan sopiva nimi ja viimeiseksi muutetaan idea konseptiksi, joka on selkeä ohje tapahtuman järjestämisestä. Opinnäytetyön toiminnallisessa osiossa luotiin palvelumuotoilun menetelmin tapahtumaidea, joka lopulta muutettiin tapahtumakonseptiksi. Luvussa 4.3 esiteltiin teoriassa, kuinka Goldblattin viiden kysymyksen (the 5 W's) avulla keksitty idea muutetaan toimivaksi konseptiksi (kuvio 13). Näitä kysymyksiä käytettiin apuna myös tässä opinnäytetyössä Espoo-päivän tapahtumakonseptin luomisessa. Valmis konsepti löytyy kokonaisuudessaan liitteestä 4, mutta tässä luvussa kerrotaan kuinka tapahtumaideasta luotiin konsepti, miten tapahtuman nimeen päädyttiin, miksi konsepti luotiin ja mitä sillä tavoiteltiin.



Kuvio 13: Goldblattin viisi kysymystä konseptin luomisprosessiin (mukaillen Booth 2010, 22)

Ensimmäinen kohta vastaa kysymykseen kuka ja sillä tarkoitetaan niitä ihmisiä jotka osallistuvat tapahtumaan. Vaikka Espoo-päivään kokonaisuudessaan osallistuu ihmisiä kaikkialta Espoosta ja pääkaupunkiseudulta, oletetaan Kaisankotiin sinä päivänä saapuvan

lähinnä lähiseudun asukkaita. Kaisankodilla ohjelman järjestämisestä vastaa Kaisankodin henkilökunta, mutta myös Vaikuttajakummit ovat vahvasti mukana päivän toteuttamisessa. Espoon kaupunkikulttuuriyksikkö huolehtii tapahtumapäivän markkinoinnista ja lisäksi Kaisankodin kannattaa panostaa alueelliseen mainontaan. Goldbalttin kysymyksissä kehoitetaan olemaan avoimia tapahtuman kohderyhmän kanssa, jotta tapahtumasta tulee vierailijoille mieluisa. Siksi Kaisankoti halusi ottaa lähiseudun asukkaat mukaan tapahtuman suunnitteluun opinnäytetyön teemahaastatteluiden kautta. Teemahaastatteluisa tuli myös ilmi, että asukkaat kaipaavat tehokkaampaa ilmoittamista tulevista tapahtumista. Kaisankodin täytyy löytää yrityksen ja lähiseudun asukkaiden välille toimiva viestintäkanava esimerkiksi internetistä tai sosiaalisesta mediasta.

Toinen ja kolmas kohta koostuvat kysymyksistä mitä ja miksi, eli tarkoituksena on selvittää millainen tapahtuma halutaan tehdä, asetetaan tapahtumalle missio, tavoitteet ja tarpeet sekä esitellään tapahtuman tarkoitus. Espoo-päivän tarkoitus on lisätä yhteisöllisyyttä kaupunkilaisten keskuudessa, joten järjestämällä ohjelmaa Espoo-päivänä, Kaisankoti lisää omalta osaltaan yhteisöllisyyttä lähiseudun asukkaiden keskuudessa. Tapahtuman avulla Kaisankoti tavoittelee myös näkyvyyttä sekä saa mahdollisuuden markkinoida yrityksen muita tuotteita, kuten kokouspalveluja. Tärkeänä osana tapahtumaa on Vaikuttajakummien toiminta sekä hyvän tekeminen kierrättämisen sekä hyväntekeväisyyslahjoitusten kautta.

Neljännessä kysymyksessä milloin, on kyse tapahtuman ajoituksesta ja aikatauluista. Tapahtuman järjestämisen aikataulu käsittää kaikki vaiheet ennakkovalmisteluista tapahtumapäivän ohjelmaan saakka. Ennakkovalmistelut alkavat jo keväällä, kun aletaan suunnitella tarkempaa sisältöä seuraavaan Espoo-päivään. Liitteessä 3 olevaan tapahtumakonseptiin koottiin kaikki tapahtuman järjestämiseen tarvittavat vaiheet aikajärjestykseen, jotta Kaisankodin työntekijät osaavat luoda tapahtumapäivän kokonaisuuden ennakkovalmisteluista toteutukseen saakka. Sinne listattiin ennakkotehtävät, jotka täytyy tehdä kevään ja kesän aikana sekä ne tehtävät, jotka täytyy tehdä hieman ennen tapahtumapäivää. Lisäksi tapahtumakonseptiin suunniteltiin koko tapahtumapäivän ohjelma ja muodostettiin päivän aikataulu järjestäjää varten. Kaisankodin tulee tapahtuman jälkeen kehittää palautteen ja kokemuksen perusteella tätä aikataulua paremmaksi seuraavan vuoden Espoo-päivää varten.

Viimeinen kysymys missä, kuvastaa tapahtumapaikkaa. Espoo-päivän tapahtumalle ei tarvittu hankkia erillistä paikkaa, sillä tapahtuma voidaan järjestää yrityksen omissa tiloissa. Tapahtuma järjestetään kokonaisuudessaan Kaisankodissa hyödyntäen piha-aluetta sekä rakennuksia. Osana tätä viimeistä vaihetta suunniteltiin miten tapahtuman erilaiset toimintapisteet sijoitetaan Kaisankodin ympäristöön. Lisäksi kehitettiin varasuunnitelma huonon sään varalle sekä mietittiin mitä vaihtoehtoja on, jos parkkitila loppuu.

Tapahtuman nimen haluttiin liittyvän yritykseen, tapahtumapaikkaan sekä tapahtuman teemaan ja ohjelmasisältöön. Tärkeää oli luoda mielenkiintoa herättävä ja yksinkertainen nimi, jotta se on helppo muistaa. Vuosittaisen toteuttamisen vuoksi, nimen haluttiin olla myös helposti lähestyttävä, jotta se voi tulla jäädäkseen alueen asukkaiden puheeseen. Nimeä mietittäessä yhdisteltiin vapaasti erilaisia sanapareja, joissa tekijöinä oli esimerkiksi kartanoon, hyvän tekemiseen, musiikkiin, konserttiin, juhlaan sekä yhdessä olemiseen liittyviä sanoja. Mahdollisia nimiä, joita tapahtumalle ehdotettiin, olivat *Päivä hyvyydelle*, *Juhla hyvälle teoille*, *Hyvän tekemisen sävel*, *Kartanon sävel*, *Kartanon puistossa soi* sekä *Sävel yhteisille teoille*. Tähän opinnäytetyöhön tapahtumakonseptin työnimeksi valittiin *Kartanon sävel*, mutta lopullisen nimen tapahtumalle päättää kuitenkin toimeksiantaja.

Toimeksiantajan toiveena oli tämän opinnäytetyön avulla saada tapahtumakonsepti Espoo-päivän tapahtumaa varten. Tavoitteena oli, että konseptin avulla kuka tahansa Kaisankodin työntekijöistä voi helposti järjestää Espoo-päivän Kaisankodilla samaa kaava seuraten. Tässä opinnäytetyössä luotu konsepti tehtiin tapahtuman suunnittelun pohjalta eikä sen toimivuutta ole vielä kokeiltu käytännössä. Tapahtuman järjestäjän täytyy parannella konseptia toimivammaksi ensimmäisen Espoo-päivän jälkeen ja kehittää sitä vuosittain aina tapahtuman jälkeen.

## 7 Pohdinta ja johtopäätökset

Tämän opinnäytetyön aiheena oli suunnitella tapahtumapäivä, josta lopputuloksena luotiin tapahtumakonsepti. Työn aihe oli kiinnostava ja liittyi olennaisesti tulevaisuuden haaveisiin tapahtuman järjestäjänä. Siksi työtä oli mielenkiintoista tehdä ja prosessi etenikin nopeassa tahdissa.

Samankaltaisia opinnäytetöitä löytyi vain muutama, joten aluksi oli hankalaa hahmottaa millainen on tapahtumakonseptin luominen opinnäytetyönä. Tietoperustan luominen opinnäytetyöhön pohjautui alan kirjallisuuteen ja verkkojulkaisuihin, sillä aiheesta ei ole tieteellisiä julkaisuja tai artikkeleita eikä tieteellisiä tutkimuksia. Suurin osa alan kirjallisuudesta on englannin kielellä, joten kirjallisuuden lukeminen ja lähteisiin viittaaminen toi haastetta teorian kirjoitusprosessiin. Suomen kielellä aiheesta on lähinnä saatavilla erilaisia oppaita ja käsikirjoja, jotka kertovat tapahtumien järjestämisestä yleisesti. Tällaiset oppaat koettiin tässä opinnäytetyössä riittämättömiksi, sillä opinnäytetyössä ei ollut kyse tapahtuman käytännön toteutuksesta.

Toiminnallisessa osiossa käytettiin menetelmänä palvelumuotoilua, sillä sen avulla saatiin tutkimukseen ja suunnitteluun asiakaslähtöinen näkökulma. Moritzin luomasta kokonaisuudesta muokattiin tähän opinnäytetyöhön kolme vaihetta, sillä työssä ei koettu

tarpeelliseksi keskittyä jokaiseen kuuteen vaiheeseen yksitellen. Ymmärrä-vaihe käsiteltiin kokonaisuudessaan yksittäisenä vaiheena, sillä aiheen ymmärtäminen ja tiedon kerääminen luovat pohjan koko työskentelyprosessille. Pohdi- ja kehittä-vaiheet yhdistettiin, sillä tuloksien analysoinnin ja ideointiprosessin katsottiin sopivan yhteen vaiheeseen. Viimeisenä yhdistettiin seulominen ja selittäminen yhdeksi vaiheeksi, sillä näiden vaiheiden menetelmät hyödyttivät viimeistä vaihetta idean analysointia ja testaamista varten. Toteuta-vaihetta ei koettu tarpeelliseksi tässä opinnäytetyössä, sillä tarkoituksena oli vain suunnitella eikä toteuttaa tapahtuma. Opinnäytetyön tietoperustalla oli ohjaava vaikutus toiminnallisessa osiossa osana menetelmien käyttöä.

Ymmärrä-vaiheessa koettiin tärkeäksi tutustua toimeksiantajaan, jotta saatiin selville tapahtuman suunnittelulle asetetut toiveet ja tavoitteet. Benchmarkingin avulla tutustuttiin pääkaupunkialueen tapahtumatarjontaan ja haastatteluiden kautta saatiin selville lähiseudun asukkaiden toiveita ja odotuksia tapahtumia koskien. Pohdi ja kehittä -vaiheessa tuloksien analysointi loi pohjan ideoiniprosessille, sillä analysoinnin tarkoituksena oli koota kaikki ymmärrä-vaiheessa saadut tulokset yhteen ajatuskartan avulla. Viimeisen vaiheen seulomisen ja selittämisen tarkoituksena oli analysoida luotua tapahtumaideaa sekä testata sen toimivuus palvelupolussa luotujen persoonien avulla.

Työn luotettavuutta on vaikeaa mitata, sillä työ ei sisällä tarkkoja tutkimustuloksia, vaan tarkoituksena oli suunnitella tapahtumakonsepti asiakaslähtöisesti. Asiakaslähtöisyyttä voidaan tarkastella työssä, sillä asiakkaiden toiveet ja tarpeet otettiin huomioon haastattelujen kautta. Haastateltavia henkilöitä oli kokonaisuudessaan vain kahdeksan, joka sinänsä kattaa monen henkilön mielipiteen, mutta riittääkö se edustamaan lähiseudun asukkaiden näkökulmaa. Toisaalta haastattelut mahdollistavat suunnitteluun asiakkaiden näkökulman, mutta olisiko ymmärrä-vaiheessa pitänyt käyttää laajemmin tiedonkeruumenetelmiä.

Työn aiheen valinta oli onnistunut ja yhteistyö toimeksiantajan kanssa toimi moitteettomasti koko prosessin ajan. Työskentelyprosessia varten asetettu aikataulu eteni yllättävänkin sujuvasti vaikka matkan varrella oli ongelmia. Työ valmistui jopa nopeammin kuin oletettiin. Kuitenkin vaikeuksia matkan varrella oli vaikka kokonaisuudessaan prosessi eteni ilman suurempia ongelmia. Työn aiheena oli vain tapahtuman suunnittelu, eikä tekijä tule toteuttamaan tai näkemään tapahtuman toteutusta. Siksi ei voi olla varma, otetaanko konsepti käyttöön yrityksen tapahtumien järjestämisessä. Tiedonkeruuta varten oli hankalaa löytää haastateltavia pienestä kylästä, jossa ei ole kyläkeskittymää. Lisäksi pitkät välimatkat haastateltavien ja haastattelijan välillä sekä kiireisten ihmisten aikataulujen sovittaminen hankaloitti haastattelujen tekoa. Kolmesta benchmarking-kohteesta kaksi tapahtumaa oli



huonosti toteutettuja, eikä niistä saatu uusia oppeja tapahtuman järjestämiseen liittyen. Toisaalta saatiin paljon hyviä ideoita siihen, mitä ei kannata tehdä.

Toimeksiantajan rooli opinnäytetyössä oli merkittävä. Yritys oli kiinnostunut prosessin etenemisestä ja kannusti työn jokaisessa vaiheessa. Toimeksiantaja asetti selkeät tavoitteet työtä ja tapahtumaa kohtaan, joten yhteistyö toimeksiantajan kanssa oli sujuvaa. Toimeksiantaja osasi kertoa mitä haluaa tapahtumalta, millaiset tutkimukset ovat kannattavia tehdä ja miten tulokset hyödyttävät heitä eniten. Kuitenkin toimeksiantaja antoi vapaat kädet työskentelylle eikä rajoittanut liikaa tutkimuksen tekemisessä ja menetelmien valinnassa. Opinnäytetyössä pystyttiin hyödyntämään opittuja taitoja ja toisaalta kehittymään prosessin aikana.

Opinnäytetyössä tarkoituksena oli kerätä taustatietoa lähiseudun asukkaiden toiveista tapahtumia kohtaan, jotta tapahtuman suunnitteluun saatiin asiakaslähtöinen näkökulma. Saadut tutkimustulokset vahvistivat yrityksen omia ajatuksia sekä toivat uusia ideoita tapahtumiin ja muihin yrityksen palveluihin liittyen. Toimeksiantajan antaman palautteen mukaan valmiiksi suunnitellun tapahtumakonseptin kautta yritys säästää aikaa suunnittelulta ja pääsee suoraan toteuttamaan tapahtumaa käytännössä. Toimeksiantaja kiitti tapahtuman kokonaisuudesta sekä siitä, että tapahtumassa on yhtenäinen juoni eikä vain irrallisia tekijöitä.

Vaikka tapahtuma toistuu vuosittain samankaltaisena konseptin mukaisena, on silti joka vuodelle keksittävä jotain uutta vetonaulaa. Valmiiksi mietityt vaihtoehdot esiintyjistä ja ideat lasten oheisohjelmasta helpottavat tapahtuman toteuttajaa luomaan tapahtumasta vuosittain uudenlaisen. Toimeksiantajan mukaan oli tärkeää saada tapahtuman suunnitteluun yrityksen työntekijöihin verrattuna ulkopuolisen näkökulmia ja uudenlaisia ideoita.

Luotua konseptia ei kokeiltu käytännössä opinnäytetyöprosessin aikana, joten vielä täytyy selvittää kuinka tapahtuman järjestäminen konseptin mukaisesti onnistuu. Tapahtumakonseptin parantaminen ja kehittäminen jää toimeksiantajan vastuulle. Niinpä tapahtuman järjestäjän tulee tapahtuman jälkeen tehdä muutoksia konseptiin, jotta tapahtuman järjestämisprosessia voidaan kehittää seuraavaa vuotta varten. Konseptiin tulee kirjata muutos- ja kehitysehdotukset tapahtuman sisältöä sekä toteutusta koskien, jotta tapahtumaa voidaan parantaa.

## Lähteet

### Kirjalähteet

- Andersen, B. & Pettersen, P. 1996. The benchmarking handbook. Lontoo: Chapman & Hall.
- Booth, A. 2010. Developing the Event Concept. Teoksessa Robinson, P., Wale, D. & Dickson, G. 2010. Events Management, 19-31. Cambridge: CABI.
- Bowdin G., Allen, J. O'toole, W., Harris, R. & McDonnell, I. 2006. Events Management. 2. painos. Oxford : Butterworth-Heinemann.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 2005. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 7. painos. Tampere: Vastapaino.
- Eskola, J. & Vastamäki, J. 2001. Teemahaastattelu: opit ja opetukset. Teoksessa Aaltola, J. & Valli, R. (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin I, 24-42. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Getz, D. 2007. Event studies - Theory, research and policy for planned events. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hyysalo, S. 2009. Käyttäjä tuotekehityksessä. Tieto, tutkimus, menetelmät. Keuruu: Otava.
- Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumanjärjestäjälle. Helsinki: Suomen liikunta ja urheilu.
- Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Vantaa: WSOY.
- Koivisto, M. 2011. Palvelumuotoilun peruskäsitteet. Teoksessa Miettinen, S. (toim.) Palvelumuotoilu - uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen, 42-59. 2. painos. Helsinki: Tegnologiateollisuus.
- Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2004. Markkinoinnin perusteet. Tampere: Avaintulos.
- Muhonen, R. M. & Heikkinen, L. 2003. Kohtaamisia kasvokkain. Tapahtumamarkkinoinnin voima. Jyväskylä: Talentum Media Oy.
- Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmän. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOY Pro.
- Puusa, A. 2011. Haastattelu laadullisen tutkimuksen menetelmänä. Teoksessa Juuti, P. & Puusa, A. Menetelmäviidakon raivaajat. Perusteita laadullisen tutkimuslähestymistavan valintaan, 73-87. Vantaa: Hansaprint.
- Rope, T. 2000. Suuri markkinointikirja. Helsinki: Kauppakaari Oyj.
- Shone, A. & Parry, B. 2004. Successful Event Management - A Practical Handbook. 2. painos. London : Thomson Learning.
- Stickdorn, M & Schneider, J. 2010. This is service design thinking. BIS Publishers. Amsterdam. The Netherlands.
- Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Hämeenlinna: Talentum.
- Vallo, H. & Häyrynen, E. 2012. Tapahtuma on tilaisuus - tapahtumamarkkinointi

ja tapahtuman järjestäminen. 3. uudistettu painos. Helsinki: Tietosanoma.

### Sähköiset lähteet

Avoin yliopisto. 2009. Muistiinpanojen tekeminen. Viitattu 4.4.2013.  
<http://www.avoin.helsinki.fi/opiskeluntaito/muistiinpanot.htm>

Caisa. 2013. Frankofonia juhlii. Viitattu 18.3.2013.  
<http://www.caisa.fi/EnrolmentClient/info.aspx?Key=6287772776155F68D3F35854B9210021>

CreaMentors Oy. 2010. Event management Guide. Seinäjoki Teknologiakeskus. Viitattu 12.3.2013. <http://eventmanagementguide.frami.fi/index.php?page=tapahtumakonseptin-maaerittely>

Ebookers. 2012. Kartanokylpylä Kaisankoti. Viitattu 20.2.2013.  
[http://www.ebookers.fi/hotellit/Suomi/Espoo/KARTANOKYLPYLA\\_KAISANKOTI.h292320/](http://www.ebookers.fi/hotellit/Suomi/Espoo/KARTANOKYLPYLA_KAISANKOTI.h292320/)

Espoo Päivä. 2012a. Espoo-päivä 2012. Viitattu 11.2.2013. [http://www.espo.fi/fi-FI/Kulttuuri\\_ja\\_liikunta/Kulttuuri/Festivaalit/Espooaiva](http://www.espo.fi/fi-FI/Kulttuuri_ja_liikunta/Kulttuuri/Festivaalit/Espooaiva)

Espoo Päivä. 2012b. Espoo-päivän taustaa. Viitattu 11.2.2013. [http://www.espo.fi/fi-FI/Kulttuuri\\_ja\\_liikunta/Kulttuuri/Festivaalit/Espooaiva/Espooaivan\\_taustaa\(20899\)](http://www.espo.fi/fi-FI/Kulttuuri_ja_liikunta/Kulttuuri/Festivaalit/Espooaiva/Espooaivan_taustaa(20899))

Frankofonia juhlii. 2013. Viitattu 18.3.2013. <http://www.france.fi/2013/02/frankofonia-juhlii-2013/>

FotoSearch 2013a. Young boy learning. Viitattu 6.4.2013.  
<http://www.fotosearch.fi/results.asp?adv=0&start=0&keyword=young+boy&category=1&Search=Haku#comp.asp?recid=57504228&xtra=>

FotoSearch 2013b. Happy senior woman. Viitattu 6.4.2013.  
<http://www.fotosearch.fi/results.asp?adv=0&start=0&keyword=senior+woman&category=1&Search=Haku#comp.asp?recid=62660323&xtra=>

GoExpo. 2013a. Suomen suurin liikunnan tapahtuma. Viitattu 18.3.2013.  
<http://www.finnexpo.fi/Sites1/GoExpo2013/Sivut/default.aspx>

GoExpo. 2013b. Messuopas. Viitattu 18.3.2013.  
[http://www.finnexpo.fi/Sites1/GoExpo2013/MaterialBank/GoExpo2013\\_messuopas/index.html](http://www.finnexpo.fi/Sites1/GoExpo2013/MaterialBank/GoExpo2013_messuopas/index.html)

Hassinen, J. 2008. Partus ideointimenetelmiä - työkalulaatikko ideanikkareille. Viitattu 1.11.2012. <http://www.jelli.fi/lataukset/2011/05/5.27-Ideointimenetelmi%C3%A4-jaty%C3%B6kaluja-ideanikkareille.pdf>

Hämäläinen, K., Nyman, J., Björk, P. & Lammi, M. 2009. Desire-projektin loppuraportti 2009. Markkinalähtöinen palvelumuotoilu innovaatiotoiminnassa. Viitattu 4.4.2013.  
[http://www.muova.fi/documents/key20130404122917/Raportit%20ja%20julkaisut/Desire\\_FIN AL.pdf](http://www.muova.fi/documents/key20130404122917/Raportit%20ja%20julkaisut/Desire_FIN AL.pdf)

Kaisankoti. 2012. Kartanokylpylä Kaisankoti. Viitattu 11.11.2012.  
<http://kaisankoti.fi/www/fi/>

Koivisto M. 2007. Mitä on palvelumuotoilu? -Muotoilun hyödyntäminen palvelujen suunnittelussa. Viitattu 18.3.2013.  
[http://www.muova.fi/documents/key20130318161600/Raportit%20ja%20julkaisut/Lopputyo\\_TaM\\_MikkoKoivisto\\_2007.pdf](http://www.muova.fi/documents/key20130318161600/Raportit%20ja%20julkaisut/Lopputyo_TaM_MikkoKoivisto_2007.pdf)

Mager, B. 2009. Introduction to Service Design. Digital communications tool. Culminatum Innovation 2009. Viitattu 11.11.2012.  
<http://www.share2solve.org/introtosd/start/main.html>

Moritz, S. (2005). Service Design. A practical access to an evolving field. Viitattu 11.11.2012.  
[http://stefan-moritz.com/welcome/Service\\_Design\\_files/Practical%20Access%20to%20Service%20Design.pdf](http://stefan-moritz.com/welcome/Service_Design_files/Practical%20Access%20to%20Service%20Design.pdf)

MOT. 2012. Sanakirja. Viitattu 11.11.2012.  
<http://mot.kielikone.fi/nelli.laurea.fi/mot/laurea/netmot.exe?motportal=80>

MTL. 2013. Markkinointiviestinnän toimistojen liitto. Mitä tapahtumamarkkinointi on? Viitattu 27.3.2013. <http://mtl.fi/mtl-tapahtumatoimistot>

Ranskan Instituutti: Ranska Suomessa. 2013. Frankofonia juhlii. Viitattu 18.3.2013.  
<http://www.france.fi/2013/03/frankofonia-juhlii-3/>

ServiceDesign Tools. 2009. Communication methods supporting design processes. Viitattu 4.4.2013. <http://www.servicedesigntools.org/tools/40>

Suomalainen sivistyssanakirja. 2013. Viitattu 14.3.2013. <http://suomisanakirja.fi/tapahtuma>

Suomen Messut. 2013. Facebook-sivuston kuvat. Kuvaaja Kimmo Brandt. Viitattu 18.3.2013.  
<https://www.facebook.com/goexpo.fi>

Tapahtumanjärjestäjän opas. 2008. Trissa Kulttuurinkehittämis keskus - Etelä-Pohjanmaan liitto. Viitattu 14.3.2013.  
[http://eventmanagementguide.frami.fi/uploads/pdf/epliitto\\_tap.pdf](http://eventmanagementguide.frami.fi/uploads/pdf/epliitto_tap.pdf)

Tapahtumantekijät Oy. 2012. Pitkän aikavälin tapahtumamarkkinoinnin suunnittelu. Viitattu 27.3.2013. <http://www.tapahtumantekijat.fi/palvelut/pitkan-aikavalin-tapahtumamarkkinoinnin-suunnittelu>

Vuotalo. 2013. Vuotalon pääsiäinen. Viitattu 18.3.2013.  
<http://www.vuotalo.fi/EnrolmentClient/info.aspx?Key=4801E1EA55CF33CC96DA8F3D48428D3C>

### **Julkaisemattomat lähteet**

Forsblom, S. 2012. Espoo-päivän infotilaisuus 8.2.2013. Weege. Espoo.

Mattila, H. 2013. Toimeksiantajan tapaaminen 18.2.2013. Kartanokylpylä Kaisankoti. Espoo.

Siegfried, T. 2012. Myyntipäällikön haastattelu 8.11.2012. Kartanokylpylä Kaisankoti. Espoo.

Vaikuttajakummitoiminnan punainen lanka. 2013. Vaikuttajakummien esite. Kartanokylpylä Kaisankoti. Espoo.

Vaikuttajakummitoiminnan taustaa. 2013. Vaikuttajakummien esite. Kartanokylpylä Kaisankoti. Espoo.

## Kuvat

Kuva 1: Kaisankodin upea kartano kätkee sisälleen kokous- ja ruokailutiloja (ebookers.fi 2013) .....	8
Kuva 2: Espoo-päivän 2013 logoa voi käyttää yritysten omassa tapahtumapäivään liittyvässä markkinoinnissa (Espoo-päivä 2012a). .....	11
Kuva 3: GoExpo-kokonaisuus sisältää yhdeksän erilaista tapahtumaa saman katon alla (GoExpo 2013b.).....	26
Kuva 4: Erilaisia lajeja pystyi testaamaan ohjauksen, tsemppauksen tai palkinnon kannustamana (Suomen Messut 2013.) .....	27
Kuva 5: Tapahtumaan oli rohkeasti tuotu sisätiloihin mahdollisuus kokeilla erikoisempiakin lajeja, kuten pyörätemppeja ja perhokalastusta (Suomen Messut 2013.) .....	28
Kuva 6: Frankofonia juhlii! aulatilán koristelua .....	29
Kuva 7: Tapahtuman teema, ranskalaisuus, näkyi tapahtuman tunnelmassa ja ohjelmassa	29
Kuva 8: Ohjelmalavalla esiintyi taikuri ja muusikoita .....	30
Kuva 9: Vuosaaren Vuotalossa vietetään pääsiäistä koko perheen voimin .....	30
Kuva 10: Pääsiäisrieha järjestettiin Vuosaarella kulttuurikeskus Vuotalossa .....	31
Kuva 11: Pääsiäisriehán ohjelmassa oli kasvomaalausta, askartelua ja noitaparaati .....	32
Kuva 12: Persoona Ville Metsälä (kuvalähde FotoSearch 2013a) .....	40
Kuva 13: Persoona Eeva Lukkarinen (kuvalähde FotoSearch 2013b) .....	40

## Kuviot

Kuvio 1: Tapahtuman järjestämisen peruskysymykset (mukaillen Iiskola-Kesonen 2004, 9)	14
Kuvio 2: Operatiiviset ja strategiset kysymykset (mukaillen Vallo & Häyrinen 2012, 106)	15
Kuvio 3: Tapahtuman toimintaidea-malli (mukaillen Kauhanen ym. 2002, 35)	16
Kuvio 4: Palvelumuotoiluprosessi (Moritz 2005, 123)	20
Kuvio 5: Opinnäytetyön palvelumuotoiluprosessi (mukaillen Moritz 2005, 123)	21
Kuvio 6: Haastattelujen teemat	35
Kuvio 7: Ajatuskartta ymmärrä-vaiheen tuloksista	41
Kuvio 8: Tapahtuman toimintaidea-malli Kaisankodin Espoo-päivässä (mukaillen Kauhanen ym. 2002, 35)	43
Kuvio 9: 8x8-taulukko (mukaillen Hassinen 2008, 24)	44
Kuvio 10: Palvelupolku (mukaillen Tuulaniemi 2011, 79)	50
Kuvio 11: Palvelupolku Ville Metsälä	51
Kuvio 12: Palvelupolku Eeva Lukkarinen	52
Kuvio 13: Goldblattin viisi kysymystä konseptin luomisprosessiin (mukaillen Booth 2010, 22)	53

## Taulukot

Taulukko 1: Benchmarking havainnointilista .....	25
Taulukko 2: Benchmarkingista ilmi tulleet vahvuudet, heikkoudet ja hyödynnettävät ominaisuudet .....	33
Taulukko 3: 8x8-taulukko tapahtumaideasta .....	45
Taulukko 4: SWOT-analyysi tapahtumaideasta .....	48

## Liitteet

Liite 1: Tiedote haastateltaville .....	65
Liite 2: Haastattelukysymykset.....	66
Liite 3: Tapahtumakonsepti.....	68



Liite 1: Tiedote haastateltaville

## **Haluaisin Sinut avuksi tapahtumapäivän suunnitteluun!**

Opiskelen restonomiksi Laurea-ammattikorkeakoulussa ja teen opinnäytetyötä tapahtuman järjestämisestä. Opinnäytetyöni aiheena on suunnitella Kartanokylpylä Kaisankotiin kesätapahtuma, joka järjestetään elokuun lopussa Espoo Päivän yhteydessä. Tapahtuman tarkoituksena on järjestää mukavaa ja viihdyttävää ohjelmaa lähialueen asukkaiden iloksi.

Jotta tapahtumasta saadaan teille asukkaille mieluisa, haluaisin ottaa teidät mukaan tapahtuman suunnitteluun. Suunnittelu tapahtuu keskustelun muodossa ja sen tavoitteena on keskittyä nimenomaan alueen tapahtumatarjonnan kehittämiseen ja erityisesti Espoo Päivän tapahtumapäivään täällä Kaisankodissa. Keskustelu voidaan järjestää tiistain pilates-tunnin jälkeen ja siihen kannattaa varata aikaa noin 30-45 minuuttia.

**Kutsuisin teidät mukaan suunnitteluun Kartanokylpylä Kaisankodin tiloihin tiistaina 12.3. tai tiistaina 19.3.**

*Kiitän Sinua mielenkiinnostasi ja avustasi!*

Liite 2: Haastattelukysymykset

# Teemahaastattelu 1

## Haastattelukysymykset lähikylän asukkaille (ryhmähaastatteluna sekä yksilöhaastatteluna)

Suunnittelemme Kartanokylpylä Kaisankodin ympäristöön tapahtumaa, ja haluaisin teidät kylän asukkaana mukaan suunnitteluun. Lähdemme liikkeelle siitä, että suunnittelemme tänne teidän avustuksellanne kesätapahtuman Espoo-päivänä, joka järjestetään elokuun lopussa. Tarkoituksenamme on järjestää erilaista ohjelmaa teidän asukkaiden iloksi ja siksi haluamme ottaa teidät mukaan suunnitteluun. Haastattelun tavoitteena on keskittyä nimenomaan Kartanokylpylä Kaisankodin tapahtumatarjontaan ja erityisesti Espoo-päivän tapahtumapäivään.

1. Haastateltavaan tutustuminen
2. Alueella olleita tapahtumia:
  - Millaisia kyläläisten järjestämiä?
  - Millaisia yritysten järjestämiä?
  - Millainen mielikuva Kaisankodin tapahtumista?
3. Osallistuminen tapahtumiin/kohderyhmät:
  - Millaisiin tapahtumiin osallistut mielellään?
  - Millaiset tapahtumat eivät kiinnosta?
  - Kenen kanssa osallistut tapahtumiin?
  - Miten aktiivisesti kyläläiset osallistuvat tapahtumiin?
  - Ketkä kylällä osallistuvat tapahtumiin?
  - Kenelle tapahtumien ohjelmaa kannattaa kohdentaa?
  - Mitä tapahtuman vierailijat haluavat tapahtumalta?
4. Aikaisemmat kokemukset tapahtumista (yleisesti ja Kaisankodin järjestämissä)
  - Mikä on ollut onnistunutta?
  - Minkä asian/piirteen haluaisitte toistuvan tapahtumissa?
  - Kerro paras kokemuksesi tapahtumiin liittyen?
  - Mitkä asiat eivät ole toimineet järjestetyissä tapahtumissa?
  - Mitä puutteita tapahtumissa on ollut?
  - Mitä kehitettävää tapahtumissa on ollut?
  - Kerro ikävin kokemuksesi tapahtumiin liittyen?
5. Tulevaisuuden tapahtumat:
  - Millaisia tapahtumia toivot alueelle?
  - Millaisia tapahtumia kylä kaipaa?
  - Mitä tapahtumilla tavoitellaan?
  - Ketkä ovat potentiaalinen kohderyhmä osallistumaan tapahtumiin?

- Millaista toimintaa haluaisit itse järjestää alueelle?
- Millaisessa roolissa haluaisit tapahtumissa olla?

6. Tapahtumien sisältö

- Millaisia teemoja tapahtumilla voisi olla?
- Millä keinoilla teeman voisi tuoda esille tapahtumassa?
- Toivotteko mieluummin viihde-, asia- vai yhdistelmä tapahtumia?
- Millaista ohjelmasisältöä toivotte tapahtumiin?
- Mitä tavoitteita teillä on tapahtumiin liittyen?

7. Lisäkysymys koulun henkilökunnalle: Koulun oppilaiden ja vanhempien kiinnostus

- Miten aktiivisia koulun oppilaat ovat osallistumaan tapahtumiin?
- Minkälaiset tapahtumat kiinnostavat koulun oppilaita?
- Minkälaiset tapahtumat eivät ole saaneet suosiota?
- Millaiset asiat ovat muodissa koulun oppilaiden keskuudessa?
- Kuinka aktiivisia lasten vanhemmat ovat olleet koulun tapahtumissa?
- Millainen on ollut vanhempien rooli koulun tapahtumissa?
- Millaisia toiveita vanhempien suusta on kuulunut tapahtumien suhteen?

Liite 3: Tapahtumakonsepti

## *Kartanon sävel*

Hyvän tekemisen tapahtuma Kaisankodissa



Espoo-päivä Kartanokylpylä Kaisankodissa

Tapahtumakonsepti - Ideoita ja vinkkejä toteutusta varten

## Tapahtumakonseptin sisältö:

### Saatteeksi lukijalle

- Mikä on Espoo-päivä?
- Miksi Espoo-päivää vietetään Kaisankodilla?
- Mikä tämä tapahtumakonsepti on?

### Vierailijat ja järjestäjät

- Ketkä ovat tapahtuman kohderyhmää?
- Millainen on järjestäjän rooli?

### Tarkoitus ja tavoitteet

- Miksi tapahtuma järjestetään?
- Millaisia tavoitteita tapahtumalle on asetettu?

### Tapahtumapaikka ja toimipisteiden sijoitus

- Miten eri toimipisteet sijoitellaan alueelle?

### Aikataulu ja tehtävät

- Ennakkovalmistelut
- Tapahtuman toteuttaminen
- Jälkipyykki

## Saatteeksi lukijalle

### **Mikä on Espoo-päivä?**

Espoo-päivä on espoolaisten yhteinen tapahtumapäivä, joka järjestetään vuosittain aina elokuun viimeisenä lauantaina. Espoo-päivän tarkoituksena on lisätä yhteisöllisyyttä kaupunkilaisten keskuudessa tapahtumapäivän avulla. Tapahtuma on tarkoitettu kaikille espoolaisille asukkaille asemasta tai varallisuudesta riippumatta ja siksi kaikkiin järjestettyihin ohjelmiin on vapaa pääsy. Tapahtumapäivän ohjelma muodostuu kaupungin yksiköiden sekä yhdistysten ja yritysten järjestämistä maksuttomista tapahtumista. Ohjelmatarjontaa on runsaasti ja kaikkiin paikkoihin ei olekaan tarkoitus ehtiä, vaan yleensä osallistutaan lähialueen ohjelmaan. Espoon kaupunkikulttuuriyksikkö koordinoi tapahtumaa ja vastaa sen onnistumisesta kokonaisuudessa. Suurin vastuu ohjelman järjestämisestä ja onnistumisesta on kuitenkin ohjelmaa järjestävällä yrityksellä.

### **Miksi Espoo-päivää vietetään Kaisankodilla?**

Tapahtuman tarkoitus on lisätä yhteisöllisyyttä kaupunkilaisten keskuudessa, joten järjestämällä ohjelmaa Espoo-päivänä, Kaisankoti lisää omalta osaltaan yhteisöllisyyttä lähiseudun asukkaiden keskuudessa. Tapahtuman avulla Kaisankoti lisää näkyvyyttä ja saa mahdollisuuden markkinoida vierailijoille yrityksen muita tuotteita, kuten kokouspalveluja. Tärkeänä osana tapahtumaa on Vaikuttajakummien toiminta sekä hyvän tekeminen.

### **Mikä tämä tapahtumakonsepti on?**

Tämä konsepti on tehty osana opinnäytetyötä, jonka tarkoituksena oli suunnitella Espoo-päivän tapahtuma Kaisankodilla. Tapahtumakonsepti on ohje, joka käsittää tapahtuman ennakoivalmistelut ja mahdolliset markkinointitoimenpiteet, selvityksen tapahtuman ohjelmasisällöstä sekä tapahtumapäivän aikataulun. Tästä konseptista tapahtuman järjestäjä saa selkeät ohjeet ja hyödyllisiä vinkkejä tapahtuman toteutukseen, joten kuka tahansa Kaisankodin työntekijöistä voi toteuttaa Espoo-päivän tapahtuman. Tapahtumanjärjestäjän tulee Espoo-päivän jälkeen lisätä kehitysideat ja muutosehdotukset konseptiin, jotta tapahtumaa voidaan parantaa vuosittain.

*Mukavaa Espoo-päivää!*

## Vierailijat ja järjestäjät

Espoo-päivä on kaikkien espoolaisten päivä, joten kokonaisuudessaan tapahtumaan osallistuu ihmisiä kaikkialta Espoosta ja pääkaupunkiseudulta. Silti Kaisankotiin oletetaan sinä päivänä saapuvan lähinnä lähiseudun asukkaita. Asettamalla näyttävät kyltit Kaisankodin porteille helpotetaan vieraita saapumaan oikeaan paikkaan. Lisäksi kyltit saattavat houkuttaa mahdollisia ohikulkijoita pysähtymään ja vierailemaan tapahtumassa.

Kaisankodilla ohjelman järjestämisestä vastaa Kaisankodin henkilökunta, mutta myös Vaikuttajakummit ovat vahvasti mukana päivän toteuttamisessa. Kaisankodilta tarvitaan muutama henkilö toimintapisteille kannustamaan ihmisiä osallistumaan sekä opastamaan toimintapisteen ohjelmassa. Lisäksi tarvitaan muutama aktiivinen ja ammattitaitoinen henkilö kertomaan vakuuttavasti sekä Kaisankodin muista palveluista että Vaikuttajakummien toiminnasta. Tapahtuman on tarkoitus lisätä yhteisöllisyyttä, joten vierailijoille annetaan mahdollisuus olla mukana tapahtuman toteutuksessa esimerkiksi osallistumalla kirpputoriin tai myyjäisiin.

## Tarkoitus ja tavoitteet

Tapahtuman tarkoitus on lisätä yhteisöllisyyttä, ottamalla lähiseudun asukkaiden tarpeet ja toiveet huomioon tapahtuman järjestämisessä ja antamalla vierailijoille mahdollisuus osallistua tapahtuman toteuttamiseen. Tapahtuma on osa Kaisankodin markkinointia, joten tavoitteena on saada enemmän näkyvyyttä ja markkinoida yrityksen muita palveluita.

Tapahtuman avulla halutaan tehdä hyväntekeväisyystyötä. Tavoitteena on tehdä hyviä lahjoituksia hyväntekeväisyys kohteisiin. Tapahtuman avulla on mahdollisuus kasvattaa Vaikuttajakummien joukkoa.

## Tapahtumapaikka ja toimipisteiden sijoitus

Tapahtuma järjestetään kokonaisuudessaan Kaisankodissa hyödyntäen piha-aluetta sekä rakennuksia. Toimipisteet on sijoitettu kartanon läheisyyteen. Osalle toimipisteistä on kehitetty varasuunnitelma sateen yllättäessä. Lisäksi on mietitty vaihtoehtoja parkkitilan loppuessa.

### **PUISTOKONSERTTI**

- Järjestetään kartanon puistossa, johon rakennetaan lava

### **MYYJÄISET**

- Järjestetään Kartanon etupihalla
- Sadekelillä Vaunuvajassa

### **LASTEN OHJELMA**

- Järjestetään kartanon etupihalla sekä puistossa
- Sadekelillä mahdollisuuksien mukaan sovelletaan suunniteltua ohjelmaa liikuntasalissa

### **RUOKAILU**

- Järjestetään liukuvasti koko päivän ajalle, jotta kaikilla vieraililla mahdollisuus saada ruokaa
- Seisovanpöydän buffelounas ja -illallinen
- Päiväkahvit ja pientä välipalaa

### **UIMA-ALLAS JA SAUNA**

- Kartanon kylpyläosastolla
- Huolehditaan turvallisuudesta uimavalvojalla

### **PARKKITILAT**

- Käytetään Kaisankodin parkkipaikkoja. Kuivalla säällä voidaan hyödyntää reuna-alueen nurmikkoja.
- Varmistetaan voidaanko ruuhkan yllättäessä käyttää Automuseon paikoitusaluetta



## Aikataulu

Tapahtumakonseptin aikataulu käsittää kaikki vaiheet ennakoivalmisteluista tapahtumapäivän ohjelmaan saakka. Aikataulusta nähdään nopealla vilkaisulla hoidettavat tehtävät. Aikataulun jälkeen löytyy tarkemmat kuvaukset kustakin tehtävästä. Kuvauksiin on listattu erilaisia ideoita tapahtuman vuosittaista toteutusta varten, esimerkiksi erilaisia esiintyjä tai vinkkejä lasten oheisohjelmaa varten. Lisäksi tästä osiosta löytyy tapahtumapäivän aikataulun.

HUHTIKUU	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Tehdään ilmoitus osallistumisesta Espoo-päivään</li> <li>* Hankitaan sponsori pajojen tarvikkeita varten</li> <li>* Mainostetaan askartelupajoja lähiseudun asukkaille</li> </ul>
TOUKOKUU	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Järjestetään ensimmäinen käsityöpaja Vaikuttajakummien kanssa</li> <li>* Hankitaan esiintyjä puistokonserttiin</li> </ul>
KESÄKUU	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Järjestetään toinen käsityöpaja Vaikuttajakummien kanssa</li> </ul>
HEINÄKUU	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Suunnitellaan lapsille oheisohjelmaa</li> <li>* Mainostetaan myyjäisiä ja kirpputoria lähiseudun asukkaille</li> </ul>
ELOKU	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Espoo-päivän ohjelmalehti ilmestyy</li> <li>* Varmistetaan esiintyjä</li> <li>* Hankitaan tarvikkeet (pöydät, tekniikka, kyltit, ym.)</li> <li>* Tapahtumapäivä elokuun viimeinen lauantai</li> </ul>
SYYSKUU	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Käsitellään mahdolliset palautteet</li> <li>* Tehdään muistiinpanot tapahtumasta tapahtumakonseptiin</li> <li>* Kirjataan ylös kehitysehdotukset ja muutokset seuraavaa vuotta varten</li> </ul>

## Ennakkovalmistelut

### **ILMOITTAUTUMINEN**

Suunnitellaan houkutteleva mainosteksti tämän vuoden ohjelmasta Kaisankodilla ja lähetetään se Espoon kaupunkikulttuuriyksikköön internetin ilmoittautumislomakkeen kautta ([www.espoo.fi/espoopaiva](http://www.espoo.fi/espoopaiva) -> tapahtumajärjestäjälle) toukokuun alkuun mennessä. Toukokuun lopussa saadaan vahvistus mukanaolosta sähköpostitse.

Ilmoitukseen tarvitaan tapahtumapäivän nimi, pääasiallinen ohjelmasisältö lyhyesti kerrottuna, tapahtuman alkamis- ja päättymisajankohta, internet-osoite, josta saa lisätietoja sekä yrityksen yhteystiedot.

### **SPONSORIT**

Sponsoreiden avulla Kaisankodin ei tarvitse yksin hankkia kaikkia tarvikkeita myytäviä tuotteita ja käsityöpajoja varten. Yritetään saada sponsoreita avuksi tapahtumaan painottamalla tapahtuman hyväntekeväisyys näkökulmaa. Mahdollisia sponsoreita ovat esimerkiksi Espoossa toimivat askartelutarvikeliikkeet (Sinooperi, Sinelli, Askartelu Amalia, Punainen Rusetti, Tiimari).

### **MAINONTA LÄHISEUDUN ASUKKAILLE**

Espoon kaupunkikulttuuriyksikkö huolehtii tapahtumapäivän markkinoinnista, mutta lisäksi Kaisankodin kannattaa panostaa alueelliseen mainontaan. Alueellisen mainonnan avulla lähiseudun asukkaita kannustetaan ryhtymään Vaikuttajakummitoimintaan ja osallistumaan kevään ja kesän aikana järjestettäviin käsityöpajoihin. Lisäksi lähiseudun asukkaille ilmoitetaan, että heillä on mahdollisuus osallistua myyjäisiin tai kirpputoriin myyjänä.

Kaisankodin tulee löytää yhteinen viestintäkanava kyläläisten kanssa. Kokeillaan rohkeasti sosiaalista mediaa esimerkiksi luomalla Pakankylän oma facebook-ryhmä, jossa ilmoitetaan Kaisankodin tapahtumista. Tehdään kotisivuille selkeä ”Kaisankodilla tapahtuu” kohta, josta lähiseudun asukkaat löytävät kaikki Kaisankodilla tapahtuvat kurssit, kokoontumiset ja tapahtuman. Mainostetaan Kaisankodin internet-sivuja paperimainoksilla, joita jaetaan postiluukkuihin, annetaan koululaisten mukana reppupostina sekä viedään mainoksia esille kouluun.

## **KÄSITYÖPAJAT VAIKUTTAJAKUMMIEN KANSSA**

Järjestetään kevään ja kesän aikana kaksi askartelupajaa myyjäisten tuotteiden valmistamista varten. Tuotteet valmistetaan mahdollisuuksien mukaan kierrätysmateriaaleista. Lisäksi tarvikkeita saadaan mahdollisilta sponsoreilta ja loput hankkii Kaisankoti. Kyläläiset kaipaavat enemmän tekemistä, joten mainonnan avulla heitä kannustetaan mukaan Vaikuttajakummien käsityöpajoihin. Tapahtumapäivälle varataan riittävästi henkilöitä toimimaan myyjinä, kertomaan Vaikuttajakummien toiminnasta ja opastamaan askartelupisteessä. Hyväntekeväisyyskohde tuodaan näkyvästi esille, jotta se kannustaa ihmisiä toimimaan tapahtumassa.

## **ESIINTYJÄ**

Puistokonsertti on osa Kaisankodin Espoo-päivää, jonka tarkoitus on antaa mahdollisuus viettää rentoa oleskelua yhdessä. Puistokonsertin aamupäivän ohjelma on suunnattu enemmän lapsille, kun taas iltapäivällä konsertti sopii koko perheelle, enemmän myös aikuisille. Lasten ohjelmaksi voi sopia jokin lastenlauluja soittava yhtye, tanssi+ leikki -esitys, teatteriesitys tai vaikka taikuri. Iltapäivällä konsertti voi olla enemmän taustamusiikkia piknik-henkeen, jolloin ihmiset voivat oman mielihalunsa mukaan seurata esitystä. Molemmat esiintyjät tekevät kaksi noin tunnin mittaista esitystä, jotka voivat olla melkein samanlaisia pienillä eroilla. Vieraat voivat halutessaan osallistua molempiin tai vain toiseen esiintyjän esityksistä. Esiintyjää voi vaihtaa vuosittain, jolloin tapahtumaan saadaan uutta potkua.

## **LAPSILLE**

Esiintyjä lähiseudulta, Laululeikkejä, Lapsille sopivia lauluja, Pakankylän koululaisia, Taikuri

## **AIKUISILLE**

Pakankylän koulu, Pohjois-Espoon kuoro Estrada, Trubaduuri, Bändi, Metropolian teatteripuoli, Teatteriryhmät, Tanssiryhmät, Espoon musiikki-opisto

## LASTEN OHEISOHJELMA

Suurin kohderyhmä tapahtumalle ovat lapsiperheet, joten lapset täytyy huomioida puistokonsertin lisäksi myös muussa tapahtuman toteuttamisessa. Lapsille järjestetään koko päivän kestävä ohjelmaa, johon he voivat osallistua oman aikataulunsa mukaan. Tässä on listattuna erilaisia mahdollisuuksia lasten ohjelmaa varten. Tätäkin ohjelmaa kannattaa vaihdella vuosittain, jotta tapahtuma olisi lapsille jännittävä.

### Temppu- tai seikkailurata

Rakennetaan pihalle temppurata, joka vaatii lapsilta pieniä fyysisiä ponnistuksia ja koordinoitukykyä. Pienet lapset voivat suorittaa yhdessä vanhempien tai sisarusten kanssa. Käytetään erilaisia liikuntavälineitä ja esteitä. Huonolla säällä järjestetään jumppasaliin. Voidaan rakentaa teeman mukaan ja tehdä lapsille aiheeseen sopivat kasvomaalaukset ennen seikkailua.

### Pihasuunnistus

Lapset suunnistavat yhdessä kavereiden, sisarusten tai vanhempien kanssa Kaisankodin puiston pihasuunnistuksessa. Suunnistus voidaan toteuttaa kartan, piirroksen, valokuvien tai tarinavihjeiden avulla. Suunnistukseen voidaan yhdistää jahti, jolloin lasten täytyy käydä hakemassa tai laskemassa piilotettuja merkkejä.

### Pihapelit ja kisailut

Klassiset pihapelit toimivat lapsille tapahtuman oheisohjelmana. Lapsille voidaan rakentaa miniolympialaiset, jossa kilpaillaan pienistä mitaleista tai palkinnoista. Helpoista ja yksinkertaisistakin lajeista tulee mielenkiintoisia kun ne esitetään leikkimielisen kisailun muodossa. Pussijuoksua, kuulan heittoa kuppiin, tasapainoilua, nopeuslajeja, keihäänheittoa tikuilla, tieto- ja taitokilpailuja, ym.

### Eläimet

Erityisesti pienet lapset pitävät eläimistä. Poniratsastus on hauskaa ja suosittua lasten keskuudessa, pieneläimet kuten kanit ovat mukavia pajattavia. Eläinten kanssa täytyy kuitenkin huomioida lasten allergiat sekä eläinten ja lasten turvallisuus.

### Uiminen + sauna

Lapset saavat käyttää Kaisankodin uima-allasosastoa ja saunaa. Turvallisuudesta täytyy huolehtia vaikka lapset oletettavasti viihtyvät uimassa vanhempiensa kanssa.

## Tapahntuman toteuttaminen

### **JÄRJESTELYT TAPAHTUMAA EDELTÄVINÄ PÄIVINÄ**

Hankitaan kaikki tarvittavat tarvikkeet, kuten pöydät, askartelumateriaalit, kyltit ja julisteet, jäteastiat, ensiapu tarvikkeet, pohjakassa myyntiä varten sekä tekniikka konserttia varten. Tarkistetaan, millaista säätä on luvattu. Rakennetaan sään mukaan Kaisankotiin myyjäisalue, lasten oheishjelma sekä esiintymisalue puistokonsertille. Varmistetaan, että uima-allasosasto ja sauna ovat yleisön käytettävissä. Huolehditaan että wc-tilat ovat kunnossa yleisötapahtumaa varten. Varataan keittiöltä ruokailu tapahtumapäivälle.

### **TAPAHTUMAPÄIVÄN AIKATAULU**

Tapahtuma on suunniteltu kestävän koko päivän ajan. Tapahtuman ovet avataan jo aamupäivällä ja tapahtuma päättyy pian viimeisen esiintyjän lopettaessa. Tarkoituksena on aikatauluttaa puistokonsertissa järjestettävän ohjelman sekä Kartanossa tarjoiltavan ruuan mukaan. Muu ohjelma pidetään käynnissä koko päivän ajan ja vierailta on mahdollisuus osallistua siihen oman aikataulun mukaan.

**Klo 08:00** alkaen Henkilökunta paikalla, myyjät valmistelevat pöytiään, esiintyjät saapuvat

**Klo 08:00-10:00** Viimeistellään puistokonsertti, lasten ohjelma sekä myyjäiset

**Klo 10:00** Ovet avataan yleisölle

**Klo 10:30-11:15** Esitys 1 (esiintyjä A, lapsille sopivaa)

**Klo 11:00-13:00** Lounas

**Klo 13:00-13:45** Esitys 2 (esiintyjä A, lapsille sopivaa)

**Klo 14:00-16:00** Kahvitarjoilu

**Klo 15:30-16:30** Esitys 3 (esiintyjä B, koko perheelle ja aikuisille sopivaa)

**Klo 17:00-19:00** Illallinen

**Klo 18:30-19:30** Esitys 4 (esiintyjä B, koko perheelle ja aikuisille sopivaa)

**Klo 20:00** Tapahtuma päättyy

**Klo 20:00-22:00** Tapahtuman siivoaminen

## Jälkipyykki

### **PALAUTE**

Tapahtumasta kerätään palautetta, jotta tapahtumaan saadaan kokonaisuudessaan mukaan asiakaslähtöisyys. Palautetta voidaan kerätä esimerkiksi lounaan tai illallisen yhteydessä tai käsityöpajoissa. Lisäksi palautelomakkeita voi laittaa esille pukuhuoneisiin, toimintapisteisiin ja ympärityöpahtuma-alueita. Myös ohjelmalehtisen mukana voi antaa palautelomakkeen. Houkutellaan ihmisiä antamaan palautetta palkinnon avulla. Mainitaan selkeästi sekä palautelomakkeessa että julisteissa, milloin arvonta suoritetaan ja mitä on palkintona. Palautteet käydään läpi tapahtuman jälkeen ja niitä hyödynnetään tapahtuman kehittämisessä seuraavaa toteutusta ajatellen.

### **MUISTIINPANOT JA KEHITYSEHDOTUKSET**

Tapahtuman jälkeen pidetään osallistuneen henkilökunnan kanssa lyhyt palaveri, jossa keskustellaan tapahtuman onnistumisesta ja käydään läpi palautteet. Kerrotaan parannusehdotuksia toteutusta, järjestelyjä, ohjelmasisältöä sekä aikataulua koskien. Palaverissa mietitään, esimerkiksi toimiko tapahtuma, oliko valittu esiintyjä onnistunut, miten oheisohjelmaa voi parantaa, viihtyivätkö ihmiset tarpeeksi kauan? Kaikki ehdotukset ja ideat kirjataan ylös, jotta niitä voidaan hyödyntää seuraavana vuonna.