

Att ordna en företagstillställning

Praktikfall: Nomart Oy:s ost- och vinkväll

Nanna Stenberg

Arcada – Nylands svenska yrkeshögskola

Helsingfors 2010

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Turism
Identifikationsnummer:	2840
Författare:	Nanna Stenberg
Arbetets namn:	Att ordna en företagstillställning. Praktikfall: Nomart Oy:s ost- och vinkväll
Handledare (Arcada):	Susanna Fabricius
Uppdragsgivare:	Nomart Oy
<p>Sammandrag:</p> <p>Att ha kontakt med och relationer till sina medmänniskor är fundamentalt för människor och i dagens läge också för företag. I affärsvärlden finns ett behov av att skapa och uppehålla förhållanden till kunder och samarbetsparter. Ett företag kan inte ha för många bra kontakter och därför ordnas s.k. företagstillställningar, där företaget personligen träffar och lär känna sina kontakter. Dessa tillställningar förstärker företagsbilden. Syftet med arbetet är att förverkliga en lyckad företagstillställning och att redogöra för projektet som resulterar i denna tillställning. Arbetet förmedlar en tydlig bild av planeringen och alla dess faser. En projektplan utgör basen för arbetet. Teori om företagstillställningar kompletterar teoribasen. Utförandet refereras utgående från planen. Slutligen utvärderas helheten och resultatet utgående från teorin genom personligt deltagande, observation och diskussion med deltagande parter. Projektet är framgångsrikt, syftet med arbetet uppfylls och festen uppfyller sina målsättningar.</p>	
Nyckelord:	Företagstillställning, affärstillställning, projekt, projektplan
Sidantal:	47
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	18.1.2010

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme	Turism
Identification number:	2840
Author:	Nanna Stenberg
Title:	Att ordna en företagstillställning. Praktikfall: Nomart Oy:s ost- och vinkväll.
Supervisor (Arcada):	Susanna Fabricius
Commissioned by:	Nomart Oy
<p>Abstract:</p> <p>Having relations and keeping in touch with people is an essential part of life. It is also essential for the function of companies that need to have relations to partners and clients. Different kinds of corporate events improve these relations and strengthen the companies' image. The aim of this degree thesis is to arrange a succesfull corporate event and to present the process that leads to this event. The work is carried out as a project and the planning process is executed according to a project plan thourgh the phases of a project. Corporate events are also presented theoratically. The execution is recounted and finally, evaluated through observation and discussions. The project is successful and the aim of the thesis is achieved.</p>	
Keywords:	Project, project plan, corporate event
Number of pages:	47
Language:	Swedish
Date of acceptance:	18.1.2010

INNEHÅLL

1. INLEDNING	5
1.1 Syfte och frågeställning	5
1.2 Beskrivning av arbetets innehåll	6
2. FÖRETAGSTILLSTÄLLNINGAR	7
3.1 Att ordna en företagstillställning	8
3.2 Att evaluera en företagstillställning	10
3. PROJEKT	11
3.1. Definition av ett projekt	11
3.2 Projektplan	13
3.2.1 Översikt och organisation	13
3.2.2 Målformulering	15
3.2.3 Fas- och tidsplan	16
3.2.4 Intressenter	18
3.2.5 Riskanalys	19
3.2.6 Kostnadsplan	20
3.2.7 Rapportplan och utvärderingsplan	22
4. UTFÖRANDE ENLIGT PLANEN	24
4.1 Planering av catering	24
4.2 Planering av inbjudan	25
4.3 Festen närmar sig	26
4.4 Möten och koordination	27
4.5 Samarbete och informationsmissar	28
4.6 Slutliga förberedelser	29
4.7 Festdagen	30
4.8 Evalueringsmöte	34
5. UTVÄRDERING AV PROJEKTET	36
KÄLLOR	43
BILAGA 1	
BILAGA 2	
BILAGA 3	

1. INLEDNING

Att ha kontakt med sin omgivning och relationer till sina medmänniskor är fundamentala mänskliga funktioner. Genom kontakt med vår omgivning kan vi byta information med varandra och lära känna omvärlden. Med hjälp av personlig kontakt förstår människor varandra bättre - kontakt gör människor till bekanta, som känner varandras behov och som vet vad den andra har att erbjuda. Kommunikationen förenklas och vänskap uppstår, vilket gör det lätt att närma sig varandra. I bästa fall bidrar personlig kontakt till att övervinna allt från små schismer till kulturskillnader och minimera antalet konflikter.

I affärsvärlden finns, precis som i det dagliga livet, ett behov att skapa och uppehålla förhållanden med samarbetsparter och kunder. Ett företag kan inte ha för många bra kontakter. Styrkan i kontakterna och deras antal är ofta avgörande för verksamhetens framgång. Ett företag utan förbindelser klarar sig inte. Olika sammankomster och tillställningar är bra sätt att samla sina kontakter och visa sin uppskattning gentemot dessa. Tillställningarna förbättrar och förstärker företagets image, företagsbilden. Affärstillställningar stärker banden arbetare emellan och förfriskar en relation som kanske har fallit i glömska. Tillställningar är en ypperlig påminnelse till de olika kontakterna om företaget, marknadsföringsmässigt, samt ett sätt att skapa trevliga associationer och skapa en känsla av samhörighet.

Jag har ett intresse för att ordna evenemang. Chansen att få ta del av ledningen av Nomart Oy:s ost- och vinkväll uppenbarade sig då jag deltog i festen ett tidigare år och diskuterade saken med uppdragsgivaren. Konceptet var tilltalande och arbetsmiljön inbjudande. Jag var intresserad av att göra ett annorlunda, praktiskt examensarbete och att ordna en affärstillställning passade utmärkt som ämne.

1.1 Syfte och frågeställning

Syftet med arbetet är att förverkliga en framgångsrik affärstillställning för Nomart Oy och att redogöra för processen som har lett till denna tillställning. Frågeställningen i arbetet är: hur ordnas en lyckad företagstillställning? Arbetet beskriver processen i form av ett projekt och dess resultat. Som bas för planeringen, utförandet och utvärderingen använder skribenten en projektplan. Meningen är att förmedla en tydlig bild av planeringen av en affärstillställning och alla dess faser.

Festen ordnas på basen av denna planering och utvärderas slutligen. Jag redogör för helheten genom att referera de konkreta handlingarna och viktigaste faktorerna som åtgärdas före, under och efter festen. Projektet och dess utfall evalueras med hjälp av relevant teori genom personligt deltagande, observation och diskussion med deltagande parter. Själva tillställningen evalueras kvalitativt genom samtal med gäster och returinformation samt personlig observation. Uppdragsgivaren Markku Haimi från Nomart bidrar också till evalueringen av projektet med sina synpunkter.

En projektplan styr processen och projektet utförs i faser bestämda av teorin. Projektets krav och förutsättningar har stått klara från början eftersom projektet inte är unikt för företaget. Ost- och vinkvällen är en tillställning som har ordnats under flera års tid, och av denna orsak har en kravspecifikation inte varit aktuell att göra. Projektfaserna avgränsas således till att endast innefatta en grundlig planering i form av en projektplan. En affärstillställning som denna arrangeras naturligtvis med marknadsföringsmässiga förtecken. Festen ordnas för att förstärka företagsbilden, uppehålla relationer och marknadsföra Nomarts produkter för samarbetsparter, inredningsarkitekter och kunder. I detta arbete avgränsas bakgrundsfaktorerna dock till att presenteras i form av teori om affärstillställningar utan en fördjupning i de marknadsföringsmässiga orsakerna.

1.2 Beskrivning av arbetets innehåll

Jag valde att förverkliga examensarbetet i form av ett projekt för att få en klar uppläggning, en röd tråd, som löper igenom helheten och för att behärska alla behövliga delar för tillställningen. Att ordna tillställningar och evenemang betraktas ofta som projekt. Arbetet följer fasindelningen för projekt som jag valt ur den relevanta litteraturen. Teoridelen inleds med en presentation av projekt. Jag har använt mig mest av Eklunds Jobba i projekt (2002) eftersom boken tydligt framställer teori om projekt som lämpar sig för detta specifika projekt. Även Luotos Yrityksen etikettikirja (1996) och Shone och Parrys Successfull Event Management (2004) är betydande källor i arbetet. I och med att arbetet utförs i form av ett projekt är planeringen baserad på en projektplan. I teoridelen presenteras dessutom affärstillställningar, hur de ordnas samt hur de evalueras.

Empirin består av två kapitel i detta arbete. Först redogör jag för utförandet enligt planen i en löpande text. Slutligen utvärderas helheten utgående från teorin i ett avslutande kapitel. Resultatet av projektet och arbetet evalueras kvalitativt utgående från samtal och observationer, eftersom uppdragsgivaren har uttryckt en motvilja till kvantitativa undersökningar under tillställningen.

2. FÖRETAGSTILLSTÄLLNINGAR

Företag ordnar olika evenemang och tillställningar för att kommunicera med sin marknad. Marknaderna är idag allt mer komplexa, och genom tillställningar vill företag påverka attityder och väcka uppmärksamhet hos en viss målgrupp för vissa egenskaper och värderingar som företaget innehar. En kundtillställning är ett slag av företagstillställning, vars syfte är att skapa kännedom om företaget och förbättra eller uppehålla tidigare relationer med kunder och samarbetsparter. Det handlar om att förmedla en viss slags bild av det egna företaget åt målgruppen. Att ordna tillställningar för kunder och samarbetsparter hör ofta till företagets kommunikationsstrategi. (O'Toole&Mikolaitis 2002:5 ff.)

Via hundratals olika kanaler, med hjälp av reklamer och olika former av media, kämpar företag om marknadens uppmärksamhet. Det är inte lätt att nå sin marknad. Ett företag måste idag göra sig specifikt, speciellt på något sätt, och få människor att komma ihåg det. Genom att ordna tillställningar, och genom att delta i dem, kommer människor ihåg det specifika företaget och kan skilja det från massan. Genom att göra en bra tillställning differentierar sig företaget från resten, från konkurrensen. (Iivonen 2009.)

Tillställningar är viktiga kommunikationsmedel för företag. De kräver noggranna förberedelser och precis förverkligande. Det är viktigt att företag uppmärksammar behovet av att kommunicera med centrala parter, för verksamhetens framgång beror idag i allt större utsträckning på samverkan med olika viktiga delområden. Satsningar på företagskultur, kommunikation och övriga förhållanden är därför nödvändiga. (Luoto 1996:9.)

Cocktail- tillställningar är speciellt passande som företagstillställningar för att gästerna kan komma och gå som de önskar inom den utsatta ramen för festen, som vanligen är på eftermiddagen. En sådan tillställning ordnas ofta för att fira någon viss händelse eller till ära av någon person. Företag ordnar vanligen cocktail- tillställningar i restauranger eller i sina egna utrymmen. Under tillställningen sitter man inte i bord, utan umgås stående. (Luoto 1996:74.)

Till tillställningens natur hör att värden tar emot gästerna då de anländer och önskar dem välkomna. Då merparten av gästerna har anlänt, kan värden övergå till att mingla med dessa. Målet med tillställningen är att umgås, värden med gästerna och gästerna sinsemellan. Det hör till att servera något, vanligen små cocktailbitar, vin, bål eller liknande. Tal hör inte till seden på cocktail- tillställningar, men värden kan till en början hälsa alla välkomna genom att höja ett glas. (Luoto 1996:74-75.)

3.1 Att ordna en företagstillställning

Det finns flera element som bör tas i beaktande då man planerar en tillställnings koncept. Syftet med tillställningen, temat, gästerna, tillgängliga resurser, tidpunkten och ledningsgruppen är alla sådana element. Det allra viktigaste är dock meningen eller syftet med tillställningen, även om det ofta är starkt kopplat till temat och platsen. Tänkbara syften kan vara t.ex. att växla information, samla olika parter eller att skapa goda associationer till en ny produkt. (Van der Wagen 2005:20-21.)

Då man ordnar en tillställning för att växla information är syftet rätt enkelt att nå, det går genom ett vanligt möte. Då meningen är att tillställningen är oförglömlig och att roa gästerna behövs en unikare plats och bättre planering. Samtidigt skall produkterna framstå så att gästen lämnar tillställningen med en tydlig minnesbild om produkterna. Syftet med tillställningen skall driva hela projektet. Evenemangets tema skall vara kopplat till syftet. Temat skall också motsvara gästernas önskemål och vara konsekvent på alla sätt. Ett tema kan vara t.ex. en viss färg som används överallt, på biljetter, decor och posters. (Van der Wagen 2005:20-21.)

Företagets värderingar definierar hur en tillställning eller ett evenemang utformas. Platsen, inredningen och stilen på tillställningen skräddarsys att passa företaget i fråga. Det är viktigt att skapa ett unikt koncept och en unik upplevelse för deltagarna. Det är också viktigt att ha den konkreta produkten närvarande, inte bara att marknadsföra företaget. Tillställningar och evenemang har en målgrupp, som företaget önskar locka att delta. Tillställningar handlar om människor som träffar varandra, företaget och produkterna. (Iivonen 2009.)

Ett syfte för att ordna en affärstillställning kan mycket väl vara att underhålla kunder och anställda i marknadsföringssyfte, samt att visa upp nya produkter. Det finns flera sätt att organisera uppgifterna inför ett företagsevenemang, men ett bra sätt är att ha en huvudansvarig som vet allt och har koll på helheten. Om något går snett kan denna person fatta ett passande, ersättande beslut eftersom han känner till helheten. Denna person har sedan ett hjälpteam där uppgifterna är uppdelade. Syftet med tillställningen bör stå klart för organisationen för att festen skall bilda en fungerande helhet. (Luoto 1996:29.)

Då man väljer tidpunkten för tillställningen är det viktigt att den passar ihop med syftet samt att den antas passa gästerna. Då man väljer festplatsen gäller det att se till att omgivningen stöder att syftet

med tillställningen uppnås. Gästerna skall kunna trivas på platsen. Viktiga punkter att ta i beaktande är också närhet, möjlighet till parkering, klädupphängning och speglar. (Luoto 1996:28-30.)

Budgeteringen är en stor del av festadministrationen. Då man ordnar större tillställningar kan budgeten visa sig vara svår att förutspå. Det finns utgifter som inte påverkas av antalet gäster, som dekoration, och utgifter som direkt påverkas av gästantalet, som servering. Ett problem kan också vara att gästerna inte meddelar att de inte kan delta trots att det står anbud på inbjudan. Det lättaste sättet att budgetera är att göra upp en ungefärlig ram som säkert rymmer kostnaderna.

Budgeteringen hänger ofta på hur bra alla händelser blivit förutspådda. Alla kostnader skall redas ut på förhand, det finns många delar i budgeten som kan fastslås med säkerhet redan på förhand. Svåra saker att veta på förhand är bl.a. mat- och dryckeförtäring. (Luoto 1996:29.)

Gästerna utgör det viktigaste elementet av en företagstillställning, för utan några gäster blir det ingen fest. Det är inte alltid lätt att avgöra vem som skall bjudas till tillställningen, och därför bör förberedelser inför detta påbörjas i god tid. Det kan vara svårt att dra gränser för vem som skall bjudas och vem inte. Vid årligen återkommande tillställningar är det viktigt att komma ihåg sådana som alltid tidigare bjudits, annars kan det upplevas som en kränkning. (Luoto 1996:30.)

Inbjudningskort eller någon annan slags inbjudan till festen bör skickas ut i god tid, antingen 2-4 veckor före festen eller möjligtvis redan 1-2 månader före festen åt speciellt upptagna personer. I ett inbjudningskort skall ingå all relevant fakta om festen: Vem som ordnar festen, syftet med festen, när och var festen ordnas, möjliga avecar och kläddirektiv samt bud på svar. En bra inbjudan väcker gästens intresse och svarar på alla gästens frågor om festen. (Luoto 1996:31.)

Serveringen utgör ett sista avgörande element på en fest. På en kundtillställning skall serveringen passa ihop med tillställningens art och stöda syftet med tillställningen. Då serveringen planeras bör platsen och utrymmen tas i beaktande, för att den serverade maten skall gå möjligast enkelt att förtära trots alla gäster kanske inte ens kan sitta vid bord. Detaljerat planerande och tillredning av mat kan man överlåta till ett cateringföretag. Då man anlitar ett cateringföretag gäller det att meddela tillställningens art, specialönskemål gällande maten, deltagarantal, tid, plats och diskutera om kostnader. (Luoto 1996:32.)

3.2 Att evaluera en företagstillställning

En kort tid efter att tillställningen är över är det tid att evaluera festen som helhet. Detta bör ske inom en månad efter tillställningen, och förverkligas genom ett möte där de olika parterna utvärderar sina upplevelser och erfarenheter. Utvärderingen skall omfatta alla delområden som har ingått i tillställningen på något sätt. Meningen med utvärderingen är att projektledaren skall få en bild av hur tillställningen blev i verkligheten, hur det kändes för alla parter och vad som kan förbättras i framtiden. (Shone&Parry 2004: 220.)

Ju större tillställningen är, desto fler parter finns att beakta i evalueringen. Fast en tillställning är av mindre art finns många delområden att överse. Då en kvalitativ metod för att samla information används, beaktas besökarnas upplevelser genom samtal eller intervjuer och returinformation samlas av personalen. Ledarna för projektet ger sina kommentarer och delar med sig av sina anteckningar, och viktiga delområden som budgeten utvärderas. Huvudpunkterna att beakta är huruvida tillställningen nådde sina uppställda mål, och om så inte var fallet, vad skall förändras för att uppnå alla mål nästa gång? I allmänhet är det viktigt att veta vad som är bäst och vad som är sämst med en tillställning för att kunna göra alla parter nöjda. (Shone&Parry 2004:220-221.)

Om det har uppstått problem under projektets gång eller under tillställningen, bör dessa problem identifieras och lösas ordentligt så att den verkliga orsaken till problemet blir tydlig. Utan riktig information kan inte problemet lösas och förhindras att ske igen. Projektgruppen skall fundera vilka som var de största problemen, huruvida problemen var allvarliga och om besökarna lade märke till eller stördes av dem. (Shone&Parry 2004:220-221.)

3. PROJEKT

I följande stycken redogörs för begreppet ”projekt”, dess särdrag och faser. Därefter följer en modell för en projektplan. Parallellt med den teoretiska modellen presenterar skribenten den egna projektplanen för Nomart Oy:s ost- och vinkväll.

3.1. Definition av ett projekt

Ett projekt har alltid ett uppdrag. Detta uppdrag står i centrum av projektet, eftersom det anger projektets mål. Ett projekt har en livscykel, som består av varierande och ömsesidigt beroende aktiviteter. Ett klart mål är viktigt för att ett projekt skall vara framgångsrikt, och ofta kan man urskilja både huvudmål och delmål i projekt. Projekt anses vara av engångskaraktär, eftersom människorna i projektorganisationen ställs inför extraordinära uppgifter och inget projekt anses vara likt ett annat. I dagens läge tenderar dock många projekt vara av repetitiv karaktär (upprepas) och denna definition har blivit något oklar. Projekt har förutbestämda slutdatum och leveransdatum och i vissa projekt kan ha ett startdatum. Utgående från de förutbestämda tidpunkterna gäller det att planera, organisera, leda och styra projektets livscykel för att leverera ett sluresultat. (Macheridis 2001:14.)

Man måste på förhand definiera och planera de aktiviteter som är viktiga för att nå projektets mål. Det är viktigt att analysera ändamålsenliga tids- och aktivitetsplaner för att kunna bedöma i vilken mån olika aktiviteter beror på varandra samt noga tänka ut resursförbrukningen. Detta kan göras med hjälp av olika planeringsverktyg. Ofta behövs också en förutbestämd ram för resursförbrukning i form av en budget, som projektledaren skall hålla sig inom. Ett projekt präglas ytterligare av en fast men tillfällig organisation. När projektet är klart upplöses projektorganisationen. (Macheridis 2001:14.)

Det farligaste som kan inträffa under ett projekt är att man förlorar kontrollen över projektet och dess utveckling. Det är då troligt att projektet varken blir klart i tid och till rätt kostnad eller med den funktionalitet som var tänkt i början. Den mest grundläggande åtgärden för att uppehålla kontrollen över ett projekt är att ha en underliggande plan att följa och arbeta efter. Projektet kan också indelas i ett antal faser, från problemställning till lösning. Fasernas indelning kan variera lite beroende på projektets natur, storlek och organisation. (Eklund 2002:43.)

Det finns en anseelig mängd likheter mellan allmän projektledning och med att leda en tillställning. Därför kan likadan organisationsteknik användas både för allmänna projekt som byggprojekt och för evenemangsledning. Projekten anses vara unika företeelser som är tidsmässigt begränsade. Att använda sig av en allmän projektledningsteknik då man administrerar en tillställning torde därför garantera att tillställningen lyckas. (Shone&Parry 2004:164.)

En konkret, fasindelad modell för projekthantering börjar med en definitionsfas. Projektet definieras då genom en analys av problemet och eventuella krav specificeras. Projektgruppen definieras, personer rekryteras att sköta olika uppgifter, en budget, tidsramar och rutiner fastställs. Huvudaktiviteterna i denna fas är en behovsanalys samt projektplanering. Behovsanalysen siktar på att exakt reda ut vad som skall uppnås, medan projektplaneringen syftar på att planera projektets resurser, tider, förutsättningar, arbetsformer o.d. Efter definitionsfasen har man en stabil grund att börja arbeta på. (Eklund 2002:48-49.)

När definitionsfasen har fastställt vad som skall göras beskriver den följande, planeringsfasen, hur man går till väga. I fasen fastställs vilka delproblemen är och i vilken ordning de skall utföras. Vem skall ta ansvar för vad? Planeringen är ytterligare mer detaljerad än i projektplanen och utförs ofta med hjälp av olika datorbaserade tidsplaneringsverktyg. I den nästsista fasen, utförandefasen, genomförs det själva projektet med en fastställd specifikation på ”vad” och en detaljerad plan av ”hur” som grund. Då projektet är färdigt evalueras resultatet i utvärderingsfasen och projektets utspelning jämförs med det planerade. Erfarenheter värderas och bra idéer noteras. (Eklund 2002:50.)

Huvudorsaken till att projekt inte lyckas är bristfällig planering. För att undvika detta gör man upp en projektplan. I projektplanen grovplaneras projektets genomförande. Avsikten med projektplanen är att blicka över arbetet och resurserna som kommer att behövas. Projektplanen skapar ett underlag för projektorganisationen och arbetsfördelningen samt skapar förståelse för uppgiften. Projektplanens syfte är också att skapa ett underlag för evaluering efteråt. Enligt kvalitetssystemet ISO 9000 (se Eklund 2002:65) bör projektplanen innehålla en definition av projektet, dess målformulering, organisation, resurser, nödvändiga utvecklingsfaser samt en tidsplan med identifiering av huvuduppgifter som skall skötas och resurser som behövs. Projektplanen skrivs för projektgruppens och ledarens skull. Hela projektets genomförande planeras i projektplanen och den kan därmed bli ett rätt omfattande dokument. Planen är därför indelad i olika rubriker som förtydligar helheten. (Eklund 2002:63 ff.)

3.2 Projektplan

Parallellt med teorin i följande kapitel presenteras en plan för administrationen av Nomart Oy:s ost- och vinkväll. Bifogad finns en tidsplan i form av ett GANTT- schema (se bilaga 2), där alla projektuppgifter är insatta.

3.2.1 Översikt och organisation

Projektplanen inleds med en översikt som ger organisationen en bra bild av bakgrunden till och syftet med projektet samt vilken funktion projektet skall få i ett större sammanhang. Meningen är att ge en överblick av vad uppgiften egentligen handlar om. I en organisationsplan introduceras personerna som är engagerade i projektet. Deras huvuduppgifter beskrivs och ansvarsområden avgränsas. Man beskriver hur arbetet skall bedrivas inom gruppen, genom möten e.d. (Eklund 2002:66.)

Då man börjar planera en tillställning som ett projekt är det viktigt att börja med att definiera orsakerna till att tillställningen ordnas. Att inleda planeringen börjar med att definiera syftet med tillställningen och vem som organiserar den. Ibland består organisationen av en tillfällig sammansatt komitté, ibland av en färdig grupp. I en färdig grupp är fördelen att människorna känner varandra från förut vilket gör arbetsfördelningen lättare. En passlig storlek på organisationen är kring 6 människor, men storleken varierar. Ju större gruppen är, desto lättare uppstår problem. Då organisationen bildas är det viktigt att tänka på att organisationsmedlemarna har möjlighet att ägna sig åt projektet till fullo, om de har erfarenhet av liknande projekt, hurudana samarbetskunskaper de har samt att medlemarna kompletterar varandra. Det allra viktigaste är att organisationen klarar av de nyckelarbeten som ingår i projektet. (Shone&Parry 2004:65-66.)

Nomart Oy är en designmöbelimportör, som samarbetar med inredningsarkitekter och säljer skandinaviska designmöbler åt varuhus och företag. Företaget är grundat år 1987 och har 7 anställda. Sedan 1998 har företaget årligen samlat sina kunder och samarbetsparter till en ost- och vinkväll, som traditionellt har ordnats i november då Beaujolais nouveau- vinerna släpps ut. Beaujolais nouveau- vinerna har därmed kommit att utgöra temat för festen. Syftet med festen är att samlas, umgås och ha det trevligt i företagets utrymmen samtidigt som nya produkter introduceras. Festen är ett bra sätt att hålla kontakt, en gest av uppskattning till kontakterna och en påminnelse

för samarbetsparterna om företaget. Genom en inbjudan visar företaget att det kommer ihåg samarbetsparten och marknadsför sig själv. Tillställningen förstärker företagsbilden hos samarbetsparterna och kunderna, som mestadels består av inredningsarkitekter och återförsäljare.

Festens tema fungerar bra eftersom det stämmer överens med företagets image. Nomart Oy:s produkter är stiliga, klassiska designmöbler för vuxen, mogen smak. Ost- och vinkvällen förmedlar samma budskap i form av en stilig, modern cocktailbjudning. Det finns med andra ord ingen orsak att börja ändra på konceptet, företaget vet att kunderna uppskattar denna typ av fest eftersom deltagarantalet har eskalerat år efter år. Gästerna trivs, äter och dricker gott tillsammans, och stämningen är avslappnad med arbetsmässiga förtecken.

Även denna gång är syftet med festen att visa att företaget kommer ihåg sina kunder och samarbetsparter och att samlas. Huvudsyftet med festen är alltså att glädja de viktiga kontakterna med en inbjudan, god mat och en trevlig fest. Således kommer de ihåg företaget, kontakten uppehålls och förhållanden förbättras. De förbättrade förhållanden leder i det långa loppet till förbättrad affärsverksamhet för Nomart och förstärkt företagsbild. Som delsyfte finns också att presentera nya möbler ifall sådana finns tillgängliga, men meningen är att gästerna får se på dem i lugn och ro vid sidan om minglet. Företaget vill fömedla en ledig känsla, och gästerna skall få den uppfattningen att festen handlar om att träffas och umgås.

I projektet är huvudsakligen vd Markku Haimi och projektledare Nanna Stenberg engagerade, som tillsammans leder projektet. Nomarts personal deltar också i vissa stödfunktioner och hör därmed till projektgruppen. De anställda är Mika Laine, Christina Syvälahde, Jonathan Widbom och Tanja Sakkara. Projektledaren bär huvudansvaret för förverkligandet. Till huvuduppgifterna hör planering av meny och kontakt med cateringbolag, ett heltäckande ansvar över serveringen, att beställa dryckerna och budgetera helheten, generera idéer och framställa en fungerande helhet. Planering av inbjudan, ansvar över dess tryckning och postning samt kontroll av slutligt gästantal är också projektledarens uppgifter. Markku Haimi övervakar och godkänner samt ger råd.

Christina Syvälahde och Tanja Sakkara står för editering av gästlistan. Mika Laine och Jonathan Widbom hjälper till med bl.a. leverans av viner och drycker. Tillsammans hjälps projektgruppen åt med postningen av inbjudningarna. Uppgifterna är grovt sett fördelade så att projektledaren sköter planering, administration och majoriteten av de praktiska förberedande uppgifterna under övervakning och med hjälp av Markku Haimi. Markku Haimi och personalen sköter om gästernas trivsel under festen, medan projektledaren övervakar serveringen, buffetbordet, vinutdelningen och gästflödet. Inomhusarrangemang och servering sköts i samarbete med ett cateringföretag.

Projektorganisationen träffas med jämna mellanrum från och med augusti 2009. Mellan augusti och september kommer gruppen att träffas med 1-2 veckors mellanrum och något oftare mellan oktober och november. Exakta datum bestäms i augusti 2009 eller efter behov. Mötessammansättningen kan variera något utgående ifrån tillgänglighet, men åtminstone huvudansvarspersonerna kommer att infinna sig på varje möte.

3.2.2 Målformulering

Många projektfel uppstår på grund av oklara eller inexakta mål. Man lägger ofta ner för lite tid på att precisera orsakerna till att man genomför projektet. En av de mest karaktäristiska egenskaperna för projekt är starkt målinriktat arbete. Fokuseringen på ett eller flera mål gör arbetet tydligare och minskar riskerna för konflikter. Tydliga mål ökar motivationen och ger vägledning när arbetsmetoder och leverantörer m.fl. skall väljas. Målen gör det lätt att se när projektet är klart – då målen är uppnådda kan projektet anses vara färdigt. En bra målformulering innehåller alla projektintressenter. Intressenterna bör känna till målen. Om målsättningarna skall vara vägledande är det viktigt att de är framhävs. (Eklund 2002:67.)

Huvudmålet med projektet är att ordna en lyckad tillställning för kunder och samarbetsparter, som resulterar i förstärkta relationer. Under festen skall gästerna få umgås, stämningen ska vara avslappnad och en trevlig bild av Nomart som företag ska förmedlas. För företaget är målet med festen att förstärka företagsbilden hos de inbjudna. Festen skall därför vara trevlig och förstärka förhållanden till samarbetsparter och kunder. Projektets huvudmål motsvarar projektets syfte: att uppehålla kontakter och skapa trevliga associationer till företaget. För företaget, och samtidigt för projektgruppen, handlar festen om att marknadsföra de egna tjänsterna och produkterna. På lång sikt är målen förbättrade relationer och en förstärkt företagsbild, som förbättrar affärsverksamheten. Dessa målsättningar är svåra att mäta, eftersom det handlar om samarbetsparternas inställningar på lång sikt. Under festens lopp skall gästerna dock verka att trivas och stämningen skall vara god. Efteråt ska en utvärdering projektgruppen emellan definiera, huruvida festen har påverkat de professionella relationerna och företagsbilden och hur detta har framgått.

Delmål är för det första att locka ett önskat antal gäster till festen. Med en inbjudan vill företaget visa sin uppskattning till mottagaren samt marknadsföra sig själv på ett diskret sätt. Detta görs genom att skapa en snygg inbjudan, som har en professionell lay-out och förmedlar företagets värderingar. I år siktar festen på att samla 250 gäster. Inbjudan skall ha en bra slagtext och vara en

fungerande helhet, som stöder företagets image. Inbjudan ska få positiv feedback och projektledningen ska vara nöjd med den. Samarbetet med catering, Nomart, intressenterna och projektledaren ska fungera. En stor del gäster är återkommande, gamla samarbetsparter som har fått en inbjudan varje år. Dessa gäster har förväntningar på vad den årligen återkommande festen innebär, och därför är ett mål att uppfylla dessa förväntningar. Det viktigaste är att slutresultatet behagar Nomart och gästerna. Festen ska få positiv feedback från gäster och Nomarts personal.

Projektadministrationen har ett huvudmål och ett antal oprioriterade delmål, som skall styra planeringen och förverkligandet av festen: Huvudmålet är att få gästerna att trivas under kvällen, att relationerna förbättras och kontakterna uppehålls. Meningen är att gästerna kommer ihåg företaget, i och med en inbjudan och efter festen, och att företagsbilden på så sätt förstärks. Delmål är att få ihop 250 gäster med en snygg och fungerande inbjudan. Samarbetet inom gruppen och med intressenterna skall löpa utan problem. De återkommande gästernas förväntningar skall uppfyllas. Nomart ska själv vara nöjd med festen och feedbacken ska vara positiv.

3.2.3 Fas- och tidsplan

I fas- och tidsplanen beskriver man de faser som projektet delas upp i (definitionsfas, utförandefas och utvärderingsfas). Personer, dokument och de aktiviteter som är pågående under respektive fas presenteras. Man nämner milstolpar och projektspecifika punkter. I tidsplanen fastslås hur de olika faserna planeras med datum för när faserna i projektet skall påbörjas och avslutas. (Eklund 2002:68.)

En lätt och användbar plan som projektplanerare kan använda sig av är ett GANTT- schema. GANTT- schemat visar tydligt de olika aktiviteterna i tidsordning. Ur schemat är det lätt att avläsa vilken uppgiften är, hur länge den skall ta och när den skall vara färdig. Projektledaren skall ta tid på sig och tänka igenom varenda projektuppgift som finns. I vissa fall är det enklast att börja vid deadline och jobba ”baklänges” för att bäst klara av att estimerar hur lång tid projektet kräver. Då får man också en bra bild av hur länge varje aktivitet verkligen tar. (Shone & Parry 2004:167-168.)

Projektet Nomart Oy:s Ost- och vinkväll delas in i tre faser: Definitions- och planeringsfasen, utförandefasen och utvärderingsfasen. De två första faserna är förenade i detta specifika projekt, eftersom delområdena går in i varandra. En grundlig definition är ej heller nödvändig då konceptet för festen och projektets syfte står klara från början. Företaget vet vad det vill ha: en ost-och

vinkväll för sina samarbetsparter och huvudmän. Det finns inget behov av att göra en ingående kravspecifikation och problemanalys, snarare en målformulering, en syftesutredning och en noggrann projektplan.

Definitions- och planeringsfasen börjar vid projektledarens och Markku Haimis första möte i oktober 2008 då en preliminär projektgrupp bildas. Definitions- och planeringsfasen omfattar all den teoretiska planering som tar plats före augusti 2009. I fasen definieras syftet med projektet och festen. Projektledaren skall fastställa alla projektuppgifter samt skapa tidsramar för dem med hjälp av ett GANTT- schema (se bilaga 2). Ansvarsområden delas upp inom projektgruppen. Tidpunkten, platsen och de konkreta handlingarna för festen planeras. Allt bör stå klart inför starten av utförandefasen i augusti 2009. Projektledaren gör upp en preliminär budget och projektplanen. En stabil grund för utförandefasen skapas. I denna fas är endast projektledaren aktiv, Markku Haimi tillfrågas om råd och information vid behov.

Utförandefasen inleds med de första konkreta handlingarna för festen i slutet av augusti 2009. Fasen inleds med ett möte projektgruppen emellan. I fasen planeras servering, meny, vin och inbjudningar. Gäster kartläggs och praktiska handlingar sker, som möten mellan projektgruppen. En meny godkänns och ett cateringföretag anlitas, vin beställs, inbjudningarna förverkligas och postas åt gästerna. Budgeten uppdateras och allt det praktiska, som finns att förbereda för festen, tas omhand. I fasen är aktiva projektledarna samt hela projektgruppen och intressenter som är beskrivna (se 2.2.4 Intressenter). Utförandefasen följer planen från definitions- och planeringsfasen och granskas och beskrivs utförligt. Utförandefasen kulminerar i den själva festen.

Utförandefasen sträcker sig från augusti 2009 till tillställningens slut den 19.11.2009. Då inleds utvärderingsfasen då helheten evalueras och resultatet utvärderas. Projektet kan anses vara avslutat då en grundlig evaluering har gjorts och resultat redovisas. Denna fas baseras på den evaluering som beskrivs i teorin samt på projektledarens iakttagelser under projektets och festens lopp. Projektledaren är i huvudsak aktiv under fasen, men också projektgruppen och intressenter ger sina synpunkter. Projektledaren synar projektet och sammanställer gemensamma erfarenheter, idéer för nästa år och återspeglar processen.

3.2.4 Intressenter

Ett projekt har ofta ett antal olika intressenter, det vill säga parter som påverkar eller berörs av projektet men ändå inte konkret är inblandade i projektgruppens arbete. Sådana kan vara t.ex. underleverantörer och sponsorer. Ett projekts framgång kan helt bero på intressenternas stöd och verksamhet. I denna del av projektplanen identifieras därför intressenterna och deras intresse till projektet. Deras medverkan planeras också, så att information finns tillgänglig och konflikter förebyggs. (Eklund 2002:68.)

Intressenterna är oftast fler än de man direkt kommer att tänka på. Det gäller att i förväg fundera vilka dessa intressenter är samt vilket intresse de har i det resultat som projektet skall uppnå. Vem och vilka berörs av projektet? Dessa intressenter kan bidra med resurser samt ta emot resultat av projektet. Det gäller att se till att intressenterna är informerade då projektet startar och att de är delaktiga i planer och målsättningar, om det krävs för projektets framgång. Intressenterna skall informeras under projektets gång. Är intressenterna med från början, har en projektledare kommit en bra bit på väg mot ett framgångsrikt genomförande av projektet. (Academic House 2009.)

Antalet intressenter i projektet är inte stort, men desto mer betydelsefullt. Projektgruppen är en viktig intressent. Projektgruppens arbete påverkar projektets utformning och gruppens samarbetsförmåga och informationsflödet i gruppen avgör resultatet för festen. Projektgruppens intressen finns att läsa i kapitlet ”2.2.2 Målformulering”. Projektgruppen strävar efter att ordna en lyckad fest med rätt antal gäster och god mat och stämning. En annan viktig intressent är gästerna. Gästerna lockas att delta och har därmed ett annorlunda intresse för projektet än intressenterna som är med i de konkreta förberedelserna. Gästerna har dock ett intresse att delta för sina arbetsrelationers skull. För att få gästerna att delta krävs lockande inbjudningskort och muntlig marknadsföring i förväg av Nomarts personal.

Utomstående intressenter är cateringföretaget och den art director (AD) som skapar inbjudningarna. För projektgruppen är det mycket viktigt att dessa intressenter sköter sitt arbete och lämpar sig för projektet. Det påverkar festens resultat, hur väl cateringens sköter sitt jobb samt hur lockande inbjudningarna är. Dessa intressenter har också egna intressen i projektet. Cateringföretagets intresse är att göra sitt jobb väl för att eventuellt bli anställt igen samt att upphålla ett bra rykte. Inbjudningarna och tryckningen omhändertas av ett för Nomart redan bekant företag. Det ligger i företagets intresse att göra jobbet väl eftersom Nomart ofta använder sig av dess tjänster. Samarbetet mellan projektadministrationen, cateringföretaget och inbjudningstillverkarna ska löpa

väl. Information bör finnas tillgänglig, kontakten fungera, alla parter komma med synpunkter och möten ordnas frekvent.

3.2.5 Riskanalys

Det är bra att vara förberedd på att saker kan gå fel under projektets lopp. En riskanalys är ett nyttigt verktyg då det kommer till att kartlägga hot mot projektets framgång. Projektledaren kan hålla ett möte som listar tänkbara risker samt värdera riskernas sannolikhet och effekt på projektet. Då en risk är identifierad gör man en handlingsplan att använda sig av ifall något inträffar. Det viktigaste är dock att försöka förebygga tänkbara hot. (Eklund 2002:69.)

Riskkategorier kan vara risker för personal och gäster som uppstår pga fel i organisationen eller bristfälliga hälso- och säkerhetsåtgärder. En tillställnings marknadsföring kan utgöra en risk, då organisationen är över-optimistisk med intresset för tillställningen och marknadsföringen inte är tillräcklig. Då kan det hända att tillställningen inte når upp till dess mål. Catering kan utgöra en risk, om t.ex. hygien inte omhändertas korrekt. Gästerna kan också utgöra en risk ifall lokalen blir överfull, om gästerna dricker för mycket, om ljudet blir för högt eller om något uppför sig våldsamt. (Shone & Parry 2004:168-169.)

Det finns ett antal mer och mindre signifikanta hot mot projektets framgång. En signifikant risk är att gästerna uteblir eller att gästantalet blir för litet. Denna risk kan förebyggas genom att göra inbjudningarna lockande och ha bra koll på gästantalet hela tiden. Det har en stor påverkan på projektets framgång om gästerna helt uteblir. Detta är dock inte sannolikt. Det finns däremot en risk att gästantalet blir litet. Detta kan lindras med att beställa rätt mängd mat och då ordna en fest i mindre skala. Om gästantalet inte motsvarar antalet anmälda och matmängden, kan festen konstateras vara något misslyckad. Då måste man i efterhand ta reda på varför gästerna inte kom, fast de hade anmält sig till festen. Projektgruppen bör även vara förberedd på att gästantalet är större än estimerat.

Dålig kommunikation med underleverantörerna kan leda till fel i beställningar av vin och mat eller övriga missförstånd. Dessa utgör risker med stor påverkan på festen. Sannolikheten för dålig kommunikation finns, och kan förebyggas av projektledningen genom kontroll av beställningar och gemensamma tidpunkter. Om underleverantörerna är opålitliga kan komplikationer uppstå. Dessa problem kan förhindras genom att noga välja ut de underleverantörer som deltar i projektet och

regelbundet kommunicerar med dem. Det är viktigt att projektadministrationen noga kontrollerar att deltagarantalet motsvarar mängden mat och vin. En försenad varuleverans kan vara allvarlig för festen och en alternativ plan kan vara nyttig. Efteråt bör orsaken till leveransfel utredas.

Själva lokalen innebär inga direkta säkerhetsrisker och programmet för festen är så gott som riskfritt. En separat säkerhetsplan finns för lokalen. Det finns dock trappor till en nedre våning, som gästerna måste uppmanas att gå försiktigt i. Projektgruppen önskar att alla gästerna kan avnjuta vinet med måtta för att undvika otrevliga upplevelser för övriga gäster samt olyckor. Det är något sannolikt att någon inmundigar för mycket alkohol och blir oredlig. Detta kan inte förebyggas, men åtgärdas genom att avlägsna personen om han blir störande. Det är något sannolikt att någon stöter sig i lokalen. Detta kan förebyggas med att varna gästerna för t.ex. trappan och hela tiden hålla bra koll på helheten.

Mindre signifikanta risker är att budgeten överskrids, vilket kan undvikas genom noggranna beräkningar. Att budgeten överskrids är ingen risk mot festen så länge festen uppfyller sitt syfte. En risk är att gästerna inte trivs på festen. Detta kan förebyggas genom att Nomarts personal aktivt konverserar med gästerna och tar alla i hänsyn, musik kan spelas och nya gäster introduceras till varandra. Det är viktigt att maten är god för att gästerna skall tycka om festen. Om gästerna inte trivs på festen är festen också milt misslyckad.

3.2.6 Kostnadsplan

En kostnadsplan utgör en viktig del av förberelserna när man ordnar en tillställning. En stor del av evenemangen som ordnas har både utgifter och inkomster, men god finansiell kontroll är nyckeln till framgång även om syftet med tillställningen inte är att driva in pengar. Man bör sätta ned tid på att noggrant se över tillställningens finansiella aspekter under planeringen, utförandet och efteråt. I förväg behövs en budget. Med hjälp av budgeten kan organisatörerna bedöma om tillställningen har chanser att bli lyckad, och efteråt enklare evaluera de finansiella aspekten för tillställningen. (Shone & Parry 2004:96-97.)

Då man gör upp en kostnadsplan är målen för tillställningen åter de riktgivande linjerna. Projektledaren kan ställas inför en mängd finansiella val beroende på målen. Tid och noggrannhet behövs i planeringen för att reda ut alla utgifter och inkomster. Mindre och personliga tillställningar, vars mål är att roa deltagarna, koncentrerar sig mest på de potentiella kostnaderna på

allmän nivå. I kostnadsplanen ingår att ha ett finansiellt mål, som motsvarar det mål man har för tillställningen. Det är viktigt att de finansiella målen är klara och mätbara. (Shone & Parry 2004:98-99.)

En budget är en finansiell prognos som underlättar planeringen av en tillställning. Budgeten kan vara en enkel lista på tillställningens kostnader. I den skall alla aspekter som bygger upp tillställningen finnas med. Sådana aspekter är bl.a. deltagarmängden, hyran för lokalen, reklam eller inbjudningar, kostnader för anställda, mat och dryck, dekorationer, blommor, borddukar, säkerhet och försäkringar samt behövliga lov. Det kan dock vara svårt att uppskatta kostnaderna om man inte är säker på tillställningens deltagarantal. För att göra en möjligast verklig budget kan deltagarmängden estimeras genom att undersöka marknaden, se på deltagarantalet under tidigare liknande tillställningar eller på basen av kundmängden. Det är ofta bäst för budgeten om projektledaren är något optimistisk med deltagarmängden. (Shone & Parry 2004:100 ff.)

Projektgruppen framställde under det första mötet en preliminär kostnadsplan för projektet utgående från tidigare års utgifter. I budgeten finns inkluderat löne- och utrustningskostnader för catering, serveringskostnader samt kostnader för inbjudningarna. Tidigare år har deltagarantalet kretsat kring 200-250 personer, vilket är målet även i år. En slutlig kostnadsplan beräknas då utförandefasen i projektet inleds i slutet av augusti 2009. Ytterligare en verklig kostnadsberäkning görs efter festen. Preliminär kostnadsplan:

Servering, ca 250 pers.

Catering	6 600 €
Vin	1 200 €

Inbjudningskort, ca 1300 st.

Design, tryck, postning	2 000 €
-------------------------	---------

TOTAL	9800 €
-------	--------

3.2.7 Rapportplan och utvärderingsplan

Projektets status behöver ofta rapporteras åt olika ansvarsområden. Om skriftlig rapportering behövs ska man här definiera av vem den skall utföras, vad rapporteringen skall innehålla samt åt vem rapporterna distribueras. Om man inte behandlar detta i planen finns risken att rapporterna blir intetsägande dokument. Rapporter kan också vara t.ex. e-post, minnesanteckningar och kallelser. (Eklund 2002:71-72.)

Ett projekt avvecklas med ett gruppmöte där projektledaren överlämnar en slutlig rapport av projektets resultat åt organisationen, som har varit med i det löpande arbetet. Rapporten skall ta upp syften och målen med projektet, en ekonomisk redogörelse, en resultatvisning samt en måluppfyllelse. På mötet går man även igenom avvikelser och gör en slutsats av resultatet, samt reder ut orsakerna bakom resultatet. Man ger förslag på vidare utveckling och förbättringar inför kommande projekt. (Löow 1999: 98-99.)

För att ta lärdom av projektet skall man uppfölja noggrant. Resultat av projektet ger feedback som innebär kontroll av hur väl målen uppnåtts. Feedback är en av nycklarna till utveckling. Det är ett sätt att påverka beteende och ger en chans för individer att undvika konflikter. Då man ger feedback börjar man med det positiva, men bra feedback kritiserar också och ger exempel. Då man uppföljer i slutet av ett projekt kan olika metoder användas. En metod är att granska projektdagboken, en annan att utgående från tidsplanen följa upp resultat och evaluera graden av måluppfyllelse. (Löow 1999:100 ff.)

Andra viktiga punkter att ta upp är vad som gjordes bra respektive mindre bra, om bemanningen borde ha varit annorlunda, om fasindelningen fungerade, vilka administrativa styrmedel som användes samt hur informationen har fungerat med intressenter och framför allt slutanvändare. Det tål att tänka på vilka förbättringsåtgärder behövs och hur relationen var mellan budget och verkligt kostnadsutfall. Utvärdera, hur samarbetet fungerade genom hela projektet och om projektmöten var effektiva och tillräckligt ofta återkommande. Slutligen kan man fråga sig, om resultatet av projektet blev på kort eller lång sikt samt om slutanvändarna engagerades av projektet. (Löow 1999:100 ff.)

Förändringar i och avvikelser från den ursprungliga planen diskuteras med projektorganisationen, om avvikelserna är av signifikant värde. Projektledaren ansvarar för att bekräftelser och fakturor skickas vidare till Markku Haimi. Projektledaren rapporterar också projektets framskridande åt projektorganisationen efter augusti 2009, och olika skeden behandlas på möten som hålls med jämna mellanrum. Projektet utvärderas till slut av projektledaren. Detta görs utgående från

förutbestämda syften och projektets mål. Valda delar av projektplanerna evalueras och jämförs med verkligheten. Festen evalueras utgående från relevant teori och observationer. Projektet granskas slutligen som helhet.

4. UTFÖRANDE ENLIGT PLANEN

I augusti 2009 inleddes utförandefasen för projektet. Projektgruppen hade det första mötet som fastslog hur man skulle inleda förberedelserna för festen. Markku Haimi, som övervakar och handleder projektet från Nomart Oy:s sida, och projektledaren var närvarande. Haimi har själv ordnat festen många år för sitt företag och känner därmed processen så gott som utantill. Projektet överblickades som helhet och viktiga milstolpar behandlades. Mötets resultat var att projektledaren skulle börja med att kontakta cateringföretag med offertanbud och inleda planeringen av inbjudningskortet, alldeles som projektplanen föreslog.

Projektgruppen hade ett cateringföretag i tankarna som hade skött jobbet väl det tidigare året. Det fanns inga regler för att ett visst företag måste användas från Nomarts sida, men projektledaren utgick ifrån att det var bra att anlita ett företag som hade erfarenhet av festen. Således var cateringens bekant med utförandet och medveten om de punkter som kunde skapa problem. Tidigare år hade t.ex. glaset tagit slut därför att gästerna hela tiden tog nya. År 2008 hade företaget anlitat Scatta Catering som hade utfört serveringen smidigt. Samarbetet hade fungerat och projektgruppen ämnade att närma sig företaget i fråga.

4.1 Planering av catering

Efter ett samtal till kontaktpersonen hos Scatta Catering skickades ett offertanbud ut den 25. augusti, som omfattade en meny för 250 personer med glas, tallrikar, bestick samt personal. Den första offertens meny lämnade dock en del att önska, dels då den innehöll maträtter som hade serverats upprepade gånger tidigare år, dels för att projektledaren hade något annorlunda maträtter i tankarna. Efter att ha studerat tidigare års menyer hade projektledaren tänkt sig en modern och intressant meny till årets fest, en meny som skulle skilja sig från de tidigare som till stor del varit uppbyggda kring kallrökt lax och rostbiff. Nomart önskade sig en kall kötträtt, en kall fiskrätt, två olika sallader samt ett omfångsrikt ostfat med baguette. Efter att ha svarat på offerten med de egna synpunkterna kom en mycket tillfredställande offert från Scatta catering den 31. augusti. Priset för menyn var 22 € per person. På ett möte bestämde sig projektgruppen för att överväga menyn till slutet av september och försöka diskutera fram bästa möjliga pris.

Scatta catering hade utfört catering å 2008 och hade en del idéer på hur festen kunde förverkligas bättre i år. De föreslog bland annat att antalet servitörer skulle ökas till tre personer och att antalet glas till festen skulle vara 600 stycken. Företaget visste hurdana borddukar som behövdes och hur länge det skulle ta att ställa i ordning buffet- och vinserveringsborden. Deras erfarenhet av festen bidrog till ett fungerande samarbete. Dessutom var företaget beläget nära Nomart Oy:s lokal där festen skulle ta plats, vilket förenklade bl.a. transporten av allt serveringsmaterial och maten.

4.2 Planering av inbjudan

Samtidigt med menyn skulle inbjudningskortet planeras. Från företagets sida fanns inga begränsningar på hur inbjudan skulle utformas så länge den fyllde sin uppgift och såg stilig ut. Inbjudan kom att förverkligas tillsammans med en grafisk designer som stod för utformingen, men projektledarens nya, användbara idéer skulle naturligtvis tas i beaktande. Inbjudan tillverkades i ett tryckeri och det var projektledarens uppgift att stå för budskap och postning. Gästlistan editerade Nomart själv.

I och med att festen under årens lopp har blivit bekant för gästerna har också inbjudan år för år blivit enklare, för att symbolisera bekantheten och att gästen redan känner till konceptet för både företaget och festen. Det var viktigt att inbjudan inte bara gav gästen information om festen men också förmedlade företagets värderingar genom att vara enkel och stilig. Inbjudan fick gärna innehålla ett finurligt element, som en ramsa eller en ordlek. Den huvudsakliga meningen med inbjudan var att locka mottagaren till festen. Inbjudan skulle också visa att Nomart uppskattar och kommer ihåg mottagaren. Årligen har Nomart skickat ut ca 1500 inbjudningar. Det var därför viktigt att mottagaren får en positiv association till företaget, även om han inte deltar i festen. Inbjudan är som ett diskret reklamblad.

Projektledaren hittade på en enkel slogan som knöt ihop produkterna och festen på ett roligt sätt. Möblerna som Nomart importerar är skandinaviska, välrenommerade designmöbler. Beaujolais nouveau-festen har ordnats i flera år och är välkänd för gästerna. Därmed hade festen och produkterna gemensamt att de är bekanta klassiker. Meningen var att visa att det var fint att festen behöll sitt koncept år efter år och därmed blev slagtexten ”Jotkut asiat kestävät aikaa” (”Vissa saker tål tidens tand”). För att förtydliga idén och syfta på det egna företaget tillades att uppskattade möbler och en bra fest är sådana saker, ”Kuten arvostetut kalusteet ja hyvät juhlat”.

4.3 Festen närmar sig

Projektgruppen samlades den sista veckan i september för att granska inbjudan och fastslå menyn, alldeles som projektplanen föreslog. Projektledaren hade en preliminär, vägledande budget för festen som presenterades. Mötet inleddes med att inbjudan godkändes med hjälp av en preliminär skiss. För att göra helheten ännu något vitsigare ändrades slutknorren i ramsan till ett självironiskt skämt som enligt de anställda på Nomart passade företagets anda. Sloganen blev slutligen: ”Jotkut asiat kestävät aikaa. Kuten arvostetut kalusteet.. ja ainutlaatuinen Beaujolais nouveau.” (”Vissa saker tål tidens tand. Som uppskattade möbler.. och den unika Beaujolais nouveau.”)

Inbjudan skulle bestå av ett stort, vikt kort. Texten var på finska eftersom majoriteten av de anställda på Nomart kommunicerade på finska med sina samarbetsparter och kunder och det kändes mest naturligt. På pärmen ville projektledaren ha alla produktmärken, texten ”Inbjudan” samt företagets logo med texten ”Scandinavian Design Furniture Since 1987”. På första insidan kom slagordet tillsammans med några bilder på produkter, och på andra insidan ”Välkommen att njuta” med datum och tid, plats och bud på svar. På baksidan kom företagets hemsida och alla produktmärken (se bilaga 3).

Menyn godkändes under mötet och blev den följande:

Pastasallad med kronärtskockor och höna

Oxcarpaccio med rucola

Cesarsallad au naturelle

Gravlax på skärgårdslimpa med dillsås

Juustoportti svartstämplad emmenthalost

President brie

Valio auraost

Vindruvor och baguette

Efter mötet kontaktade projektledaren cateringföretaget och fastslog offerten samt bad att få det bästa möjliga priset med hänvisning till att Nomart Oy var en gammal och god kund. Bekräftelse kom den 30.9. Priset blev 20 € per person.

4.4 Möten och koordination

Projektledaren gjorde en ny budget för festen. Det gällde också att planera inbjudans lay-out. Projektledarens vision var att pärmen och baksidan av inbjudan skulle vara mörka och följa modellen för Nomarts visitkort och brochyror. Inbjudan hade hittills varit ljus varje år, och det skulle se stiligt och fräscht ut med en mörk inbjudan. För att ytterligare få variation gjordes insidan av inbjudan också svart med vit text och vita bilder. Inbjudan blev modern och annorlunda.

Idén godkändes och projektledaren kontaktade en art director (AD). Denna AD hade erfarenhet av att förverkliga festens inbjudningar och hade kontakter till ett tryckeri där inbjudningarna tryckts tidigare år. AD:n fick beställa kuvert som passade i stilen med texten “Kutsu” (“Inbjudan”).

Projektgruppen och AD:n hade ett möte på Nomart i början av oktober. Projektledaren förklarade principerna för inbjudan i år och presenterade sina idéer. Under mötet beslöts, att deadline för det färdiga förslaget på inbjudans lay-out var den 19.10 och skulle skickas till projektledaren och Markku Haimi.

Hittills hade förvekligandefasen följt projektplanen så gott som fullständigt med mycket små, tidsmässiga förkastningar. I projektplanens tidsplan fanns inte utsatt exakta datum för alla de olika uppgifterna, vilket endast månadsvis gav riktlinjer för uppgifterna. Redan nu kände projektledaren dock, att projektplanens tidsplan hade varit realistisk och givit bra riktlinjer för arbetet.

Följande vecka kom ett lay-outförslag av AD:n. Inbjudan såg snygg ut och både projektledaren och Markku Haimi var nöjda. Beställningen bekräftades och inbjudningarna samt kuverten skulle vara klara att upphämtas den 27.10. Följande möte med projektgruppen hölls drygt tre veckor före festen, samma vecka som postningen av inbjudningarna skulle ske. Projektledaren beställde 80 flaskor Beaujolais nouveau och 80 flaskor Beaujolais nouveau Village från Alko. Festdagen angavs som avhämtningsdag.

4.5 Samarbete och informationsmissar

Drygt tre veckor före festen uppdagades en brist i informationsflödet. Markku Haimi hade utgått ifrån att gästlistorna stod klara redan i början av veckan då inbjudningarna skulle postas. Då kunde namnen tryckas direkt på kuverten i tryckeriet. Listan var dock halvfärdig ännu, eftersom de ansvariga i sin tur hade utgått ifrån att listorna skulle behövas först i slutet av veckan, då postningen skulle ske. Projektledaren var ovetande om att namnen kunde tryckas direkt på inbjudningarna, eftersom saken inte hade diskuterats. Inget problem uppstod, men det var intressant att märka att informationsbrister kunde uppstå även i en liten grupp som träffades ofta. Kuverten beställdes utan namn och gästlistan fick överföras till adresslappar.

Torsdagen den 29 oktober skulle inbjudningarna enligt projektplanen postas. Då var det tre veckor till festen. Projektgruppen hade dock i efterhand bestämt, att inbjudningarna skulle hinna postas fredagen den 30. På fredagen samarbetade projektgruppen och lade de 2000 inbjudningarna i kuvert med en adresslapp. Inbjudningarna och kuverten hade hämtats från tryckeriet av Markku Haimi dagen innan. Enligt projektplanen skulle postningen ta en dag, och gästerna skulle få en inbjudan där på följande måndag. Planen var att föra inbjudningarna till posten för frankering, men det visade sig på postningsdagen bli dyrare än väntat, så företaget valde att frankera breven själv med en rätt ny frankeringsapparat. Detta var tidskrävande, men betydligt fördelaktigare ekonomiskt. På grund av frankeringsprocessen kom bara en del av breven iväg på fredagen. Att fylla kuverten var mycket tidskrävande. Tack vare effektivt samarbete blev uppgiften slutförd inom utsatt tid.

En annan motgång som inträffade på morgonen av postningsdagen var att gruppen som var ansvarig för gästlistan hade svårigheter att få namnen överförda till det program som gjorde adresslappar. Först efter tre timmar lyckades namnen överföras till lappar. Detta störde inte postningen, eftersom kuverten kunde fyllas samtidigt. Det hade dock varit ödesdigert för postningen om lapparna hade uteblivit. Det var också avgörande för postningen att tre till fem personer postade hela dagen. Inbjudningarna var mycket lyckade, stiliga, moderna och högklassiga. Frankeringen slutfördes på måndagen och då kom största delen av inbjudningarna iväg. Postningen var därmed försenad med nästan fyra dagar. Markku Haimi var dock inte oroad, och ansåg att gästerna bra skulle hinna anmäla sig.

4.6 Slutliga förberedelser

Det var dags för projektets slutliga förberedelser. Vid sidan om vinerna skulle andra drycker serveras, mineralvatten och saft, samt öl. Det uppskattades att tre korgar mineralvatten med 0,5 liters flaskor skulle räcka. Nomart håller alltid små mineralvattenflaskor som reserv på kontoret och ville därför köpa de små flaskorna. 12 liter apelsinsaft och tolv flaskor öl köptes. Dryckerna införskaffades under festveckan och förvarades i ett kylrum på kontoret.

Inomhusarrangemangen var få. Fördelen med att ordna serveringen i ett utrymme fullt med möbler var att inga bord eller stolar behövde skaffas separat. Projektledaren gjorde en plan över festlokalen. Möblerna skulle ordnas i trevliga klungor. En buffethelhet skulle byggas upp av arbetsborden längs en långsida av kontorslokalen. Antalet sittplatser beräknades bli kring 70. Toaletter och garderob fanns färdigt i nedre våningen av kontorslokalen, endast nummerlappar till garderoben beställdes separat från cateringföretaget. Garderobspersonal rekryterades av Markku Haimi. I samband med beställningen av nummerlapparna beställdes också glashållare till serveringen, eftersom risken fanns att en del gäster kunde bli utan sittplats att äta vid. Utomhus skulle man placera en orientalisk matta som alla tidigare år hälsat gästerna välkomna till festen. Lyktor, som skulle stå tända då gästerna kom, köptes.

Nomart har en utställningslokal några hus bort längs Havkaserngatan. Det var meningen att gästerna skulle besöka denna lokal också, så vissa arrangemang måste göras med tanke på det. Ansvarig för denna lokal var egentligen Anna Kärnä och dekoration behövdes inte, idén med utställningslokalen var att de utställda objekten stod i centrum, men projektledaren ansåg att två lyktor skulle behövas utanför denna lokal också. En matta skulle läggas vid dörren, alldeles som vid huvudlokalen. I lokalen fanns en liten bar, där vinglas skulle ställas upp på festdagen. Ingen annan servering skulle ske i denna lokal.

Nomart tog emot anmälningar till festen. Fredagen den 6.11 hade 104 människor anmält sig. På den sista anmälningsdagen den 12.11 fanns det 227 anmälda gäster. Fredagen den 13.11 var totalt 235 gäster anmälda. Projektledaren bekräftade gästantalet till catering och kom överens om träfftidpunkten på festdagen, kontrollerade vissa punkter och klargjorde programmet. Projektgruppen uppskattade att gästantalet skulle nå upp till 250, eftersom ett antal gäster varje år oberoende anlände oanmälda. Dagen före festen hade projektgruppen ännu kontakt per telefon för att försäkra sig om att allt stod klart.

4.7 Festdagen

Torsdagen den 19.11 träffades alla parter på Nomart kl.12. Projektgruppen var närvarande och personal från cateringen hämtade serveringsredskap. Uppröjningen av lokalen började enligt planen och bord och stolar arrangerades i grupper samt till en buffethelhet vid lokalens bakvägg. De kalla rätterna serverades från ett större bord och ostarna från ett mindre (se figur 1). Ytterligare ett litet stånd byggdes för vinserveringen (se figur 2). Buffet-borden dukades av cateringpersonalen. Vinlådorna radades under serveringsbordet och glas ställdes upp i två klungor, så att de två olika vinerna lätt kunde serveras från olika sidor av bordet och på så sätt skiljas åt av gästerna. Vatten och saft fanns också vid vinserveringen.



Figur 1. Buffetserveringen. Fotograf Nanna Stenberg.



Figur 2. Vinsserveringen. Fotograf Nanna Stenberg.

Trottoaren utanför Nomarts huvudlokal hade rivits upp i september för rörarbete, och personalen hade väntat sig ny, snygg asfalt till festen. Ingen utveckling hade dock skett på två månader och trottoaren stod alltjämnt asfaltfri. Ett spänningsmoment uppstod mitt i festförberedelserna kring 13.30, då en ångvält och övrig asfaltsläggingsarsenal anlände. Lyckligtvis började arbetet i den motsatta ändan av Havkaserngatan.

Maten lades fram kring kl.13.30. Salladerna, cesar och pasta, placerades först på bordet, sedan laxbröden och till sist carpaccion. Baguette fanns uppskuret i korgar på det större bordet. På det mindre bordet dukades brie, blåmögelost och emmenthal (se figur 1). Cateringen hämtade flera upplägg mat, som sattes att vänta i Nomarts kylrum. Mattorna lades framför ingångarna till huvudlokalen respektive utställningslokalen och lyktorna tändes (se figur 3). Askoppar sattes ut. Cateringen ombads leverera ett antal glas också till utställningslokalen, där vinservering skulle pågå. I utställningslokalen fanns ett förrådsrum där ställningar och smutsiga glas kunde sättas. Knaggen förbereddes med lappar och knaggpersonalen anlände till lokalen. Allt stod klart kl 14, endast laxbröden fick vänta i kallt till kl.14.45. Festen inleddes med en personalskål och ett tacktal till alla deltagande av Markku Haimi.



Figur 3. Huvudlokalen före festen. Fotograf Nanna Stenberg.

De första gästerna anlände strax före 15.30. Först var det lugnt i huvudlokalen och allt löpte mycket väl. Serveringen sköttes av två servitriser, av vilka en ansvarade för buffén och den andra för vinserveringen. Kl. 17 hade ca 80 människor besökt festen. Strax efter 17 kom en gästväg som varade ända till festens slut kl. 21 (se figur 5). Lokalen fylldes och cateringens skötte tallriks- och glasplockandet effektivt. Mat gick åt och ny mat kom fram hela tiden. Gästantalet beräknades som mest vara 90 personer på en gång. Majoriteten av gästerna besökte festen i ca 1 timme, men ett 40-tal gäster trivdes så gott som hela festen.



Figur 4. Gästerna tar för sig av maten. Fotograf Nanna Stenberg.

Gästerna anlände, en del besökte utställningslokalen för att sedan direkt ta för sig av maten och vinet och ställa sig att mingla med de övriga gästerna och Nomarts personal (se figur 4).

Diskussionerna cirkulerade i stort sett kring Nomarts produkter och tjänster. Lokalen är stor, gästerna var många och personalen på Nomart bara fem. Det var viktigt att någon hela tiden vistades vid ingången för att välkomna gästerna och dirigera dem till den nedre våningen där knaggen och toaletten fanns. För att få gästerna att besöka utställningslokalen uppmanades de genast då de anlände att först gå och se utställningen och ta ett glas där, och sedan återvända till huvudlokalen för att äta och umgås.

Projektledaren besökte utställningslokalen ett par gånger under kvällens lopp. Fast det var Anna Kärnä som ansvarade för serveringen och gästerna där, skulle projektledaren granska och evaluera tillställningen där också. Utställningslokalen var lugnare än huvudlokalen. Gästerna kom i sällskap som såg sig omkring, drack ett glas vin, diskuterade med Kärkkä och gav sig av efter ca 20 minuter.



Figur 5. Festen som livligast. Fotograf Nanna Stenberg.

Festen varade över den utsatta tiden, och ännu strax före kl.21 fanns många gäster i lokalen. Efter detta minskade gästmängden dock abrupt då alla började ge sig av. De sista gästerna gick kl.21.15. Cateringen hade börjat plocka ihop maten redan före kl.21, och vinsserveringen stängdes också småningom. Då alla gäster hade gått röjdes buffethelheten upp och personalens arbetsbord återplacerades. Allt förlöpte mycket smidigt. Efter städningen hölls ett kort, avslutande möte som fastslog att personalen och Markku Haimi var mycket nöjda med festen, och att ett evalueringsmöte skulle hållas inom en snar framtid.

4.8 Evalueringsmöte

Tre veckor efter festen höll projektgruppen ett evalueringsmöte. Närvarande på mötet var hela projektgruppen. Allas åsikter hördes och intressenternas erfarenheter diskuterades, projektgruppen hade haft kontakt med dem per telefon efter tillställningen. Cateringen ansåg att tillställningen hade förberetts väl och var nöjd med att gästantalet hade stämt med det angivna antalet gäster. Kontakten

med AD:n som tillverkade inbjudningarna var felfri och det konstaterades, att tidpunkterna hade följts till allas fördel. Markku Haimi och Nomarts personal hade samlat gästers åsikter under festen och ansåg att gästerna förhållit sig mycket positivt till festen. Maten hade fått beröm och samvaron hade uppskattats. Många hade berättat hur de uppskattar festen som tradition och personalen fick intyga att festen ordnas också nästa år. På basen av observationer intygades att alla hade verkat trivas och maten hade haft stormande åtgång.

Markku Haimi hade varit i kontakt med några av gästerna efter festen och rapporterade att han fått flera tack för en bra fest. Någon djupare feedback på festen hade gästerna dock inte gett. Markku Haimi konstaterade att ”ingen feedback är den bästa feedbacken”, dvs. att inga klagomål betyder att gästerna är nöjda. Som slutsats drogs att festen hade lyckats roa gästerna. Direkt efter festen hade Markku Haimi meddelat att han var mycket nöjd med festens utspelning. Han hade inga invändningar till saken vid mötet, ej heller Nomarts personal. Samarbetet gruppen emellan diskuterades, och den allmänna uppfattningen var att samarbetet hade löpt väl.

Allra nöjdast var Markku Haimi med att festen hade slagit nytt besökarrekord med 173 namn i gästboken. Eftersom en del dessutom glömmer att skriva sina namn i boken, beräknade han att mellan 220 och 230 gäster under kvällen besökt festen. Målet hade enligt honom varit att skapa en social, avslappnad stämning, och det hade uppnåtts. Markku Haimi berättade att han personligen använde åsikterna hos en grupp veteranarkitekter, som år efter år besökte festen, som mätare för festens framgång. Arkitekterna samlades årligen på festen för att uppdatera sig, höra nyheter och njuta av stämningen. I år hade arkitekterna igen gästade festen, igen suttit länge och umgåtts och vid avfärd försäkrat sig om att festen ordnas nästa år. Med detta var Markku Haimi mycket belåten.

Det var klart för alla att festen på lång sikt påverkat Nomarts verksamhet. Markku Haimi konstaterade att festen förstärker företagsbilden eftersom den förbättrar relationerna till samarbetsparterna och ger positiva associationer. Festen ger ett ansikte till företagen och människorna, som annars bara umgås per telefon eller e-post. Det framgick att festen i det långa loppet förstärker Nomarts ställning bland samarbetsparterna och arkitekterna. Festen hade dessutom direkt gett upphov till affärer, det hade kommit förfrågningar om produkter under kvällens lopp och också ett offertanbud. Festen hade därmed bidragit konkret till Nomarts försäljning. Slutsatsen för mötet och avslutningen för det gemensamma projektet blev ömsesidiga tack åt alla deltagande i uppskattande ordalag.

5. UTVÄRDERING AV PROJEKTET

I följande utvärderas festen och projektuppgifterna samt projektplanen i separata stycken. Till slut presenteras de slutsatser som jag kommit fram till. Slutligen reflekterar jag över projektet som helhet. Evalueringen grundar sig på mina observationer och feedback som samlades in genom samtal med gäster under festen, och görs utgående från teori om ämnet som presenterats tidigare i arbetet. Evalueringsmötet, som ägde rum efter festen projektgruppen emellan, väger också i utvärderingen.

Festen och helheten

Projektgruppen är överens om att den själva festen var mycket framgångsrik. Festen uppfyllde de mål som projektgruppen hade för den. Deltagarantalet var större än något tidigare år med 173 underteckningar i gästboken, jämfört med det tidigare rekordet på 150. Åtminstone 173 personer besökte festen med säkerhet, då en stor del dessutom glömmer att kvittera ut sig via gästboken. Nomart själv beräknar att festen besöktes av 220-230 människor under kvällens lopp, vilket betyder att det estimerade gästantalet nästan uppfylldes.

Temat fungerade och gästerna trivdes i huvudlokalen. Maten var mycket populär och smakade åt gästerna eftersom nästan ingenting blev över, med undantag för carpaccion. Matmängden stämde med andra ord väl överens med gästantalet. Jag frågade gästerna om maten på festen, och fick kommentarerna att maten var ”utsökt”, ”passade mycket väl med vinet” och var ”passligt mättande”. Endast carpaccion gjorde några gäster osäkra eftersom de inte kände till maträtten. Carpaccion var också något besvärlig att äta stående, eftersom den måste skäras i mindre bitar med en kniv.

Cateringen fungerade mycket bra, serveringen var glad och ingenting fattades. Serveringen löpte väl då gästerna tog sin tallrik, gick ett varv runt helheten och kom ut logiskt förbi ostarna. Av vinerna var Beaujolais nouveau Village tydligt mer populärt än Beaujolais nouveau. Från gästerna kom kommentarerna att Village var fylligare och hade mer smak. Båda vinerna smakade ändå gott. Serveringen var lyckad, eftersom matens mängd motsvarade besökarantalet och den hade stor åtgång. Av vinerna blev 60 flaskor över, ungefär som estimerat. Dessa kunde returneras till Alko.

Stämningen på festen var till en början aningen stel och diskussionen handlade om möblerna. Det var tydligt att vissa gäster var närmare bekanta med Nomarts personal än andra, och dessa gäster trivdes tydligt bättre och längre än de mindre bekanta. För de mindre bekanta gästerna var besöket på festen ändå givande, eftersom de fick en uppfattning om företaget och kunde bekanta sig med alla produkter. Ju senare kvällen led, desto högre blev ljudnivån i lokalen. Gästerna trivdes och de hade roligt tillsammans. Nya bekantskaper gjordes och möblerna fick stor uppmärksamhet vid sidan om minglet.

Klädupphängningen och cateringen fungerade utmärkt och arrangemangen löpte. Den enda stockning som gick att upptäcka var tillgången till toalett, då det bara finns en i huvudlokalen. Gästerna besökte utställningslokalen flitigare än tidigare år. Byggandet av serveringhelheten och uppröjningen efter festen gick smidigt och snabbt eftersom hela projektgruppen hjälptes åt. Det var tur att asfaltarbetet inte inleddes utanför Nomart på festdagen. I framtiden kan det vara bra att anmäla liknande tillställningar till stadens byggkontor i god tid.

Inbjudningarnas resultat är projektgruppen mycket nöjd med. De fyllde sin uppgift och såg moderna ut, förmedlade både festens tema och företags värderingar. De var väldigt lyckade och texten och lay-outen bildade en fungerande helhet. Det var dock med inbjudningarna som de grävsta informationsmissarna uppstod i projektgruppen. Detta berodde på att så gott som hela projektgruppen var inblandad i att förverkliga dem. Den första missen berodde på att information om gästlistan inte hade bytts ut utan projektledaren och Markku Haimi samt resten av projektgruppen på sina håll antog att saken sköts på olika sätt. Missförståndet hade undvikits om man på ett möte hade kontrollerat när gästlistan exakt bör stå klar. Det andra problemet med adresslapparna hade varit ödesdiger för postningen. Projektgruppen var på inget sätt förberedd på liknande komplikationer. För lite tid hade reserverats för postningen, vilket ledde till att inbjudningarna kom iväg något efter tidtabellen. Detta hade dock inga allvarliga följder och som helhet kan inbjudningarna anses vara relativt lyckade.

Markku Haimi ansåg att festen var en stor succé. Under evalueringsmötet framgick, att projektgruppen var belåten med samarbetet och festen. Intressenterna hade inga invändningar, och gästerna hade uppskattat festen. Jag är mycket glad över att festen löpte väl och att alla delar fungerade under förberedandet. Festen uppfyllde syftet att glädja kontakterna, först med en inbjudan och sedan med en trevlig fest. Gästerna fick bekanta sig med produkterna och maten var god. Som helhet kan festen avskrivas som lyckad.

Projektplanens riktighet

Projektplanen gjordes upp innan de konkreta förberedelserna för festen inleddes. Den fungerade som ett planläggningsverktyg, ett redskap för att visualisera festens planläggning. Planen tog upp alla delområden som krävde eftertanke före festen och skapade en bra planeringsgrund som var lätt att hålla kontroll över. I följande utvärderas projektplanens delområden genom jämförelse med verkligheten och reflektion.

Organisationen är välbeskriven i projektplanen och motsvarade verkligheten. Inga förändringar skedde i organisationen under projektets lopp. Projektorganisationen fungerade, den möttes med 2-3 veckors mellanrum och utbytte frekvent information. Möten skedde något mer sällan än planen föreslog. Under de flesta möten var endast Markku Haimi och jag närvarande.

Informationsmissarna hade möjligtvis undvikits, om hela projektgruppen hade varit närvarande på flera möten. Markku Haimi och jag hade huvudansvaret för projektet. Projektledaren skulle enligt planen ensam ha huvudansvaret, men ansvaret delades ganska jämnt. Uppgiftsfördelningen inom projektgruppen följde planen, med skillnaden att Markku Haimi ansvarade för tryckningen av inbjudningarna något mer än jag.

Nomart skötte kontrollen av anmälningarna till festen till skillnad från vad planen föreslog, eftersom det var logiskt då anmälningarna kom direkt till Nomart. Samarbetet löpte väl, med få undantag som berodde på problem i informationsflödet. Samarbetet inom projektgruppen och med intressenterna fungerade nästan felfritt. Med intressenterna fungerade samarbetet totalt, det var endast inom projektgruppen som små missförstånd uppstod. Missförstånden var dock inte allvarliga, och de störde inte projektets framfart.

Projektplanen innehåller en målformulering med ett huvudmål och några delmål. På basen av feedback från Nomarts personal, gäster, intressenter och projektledarens observationer kan huvudmålet anses vara helt uppfyllt och delmålen så gott som uppfyllda. Huvudmålet, att festen skulle behaga gästerna, Nomart och intressenterna, uppnåddes. Markku Haimi har i efterhand tagit emot tack för festen av gästerna. Markku Haimi och Nomarts personal är belåtna med festen och projektet. Det uppskattade gästantalet uppnåddes nästan.

Inbjudan har fått positiv feedback från personalen men inte från gästerna. Inbjudan lockade dock nästan hela det önskade antalet gäster. Det går därmed att konstatera att den nästan uppfyllde sin uppgift. Nomarts personal och Markku Haimi anser att de professionella relationerna har påverkats

på lång sikt av festen. Resultat av tidigare fester har bevisat att relationerna förstärks av festen och ett eskalerande deltagarantal år efter år tyder på att gästerna är intresserade av företaget och av att träffa andra branchmänniskor. Eftersom festen i år enligt alla måttstockar var bra, bidrar den utan tvekan också till att förstärka dessa relationer. Affärsverksamheten påverkades dessutom bevisligen, vilket framgår från produktförfrågningar och offertanbud under festen.

I projektplanen beskrivs projektets fas- och tidsplan. Att dela projektet i faser var nyttigt, det förtydligade arbetet betydligt och förenklade rapporteringen. Jag följde fasindelningen helt. Uppgifterna som tilldelats de olika faserna följde indelningen fullständigt i verkligheten. Tidsplanen var något ungefärligt gjord i planen, men uppgifterna skedde i verkligheten vid de angivna tidpunkterna och månaderna. Tidsplanen var användbar och styrde arbetet. Hade projektgruppen hållit sig till den ursprungliga planen hade alla delar utförts i tid, förändringen var oigenomtänkt. Inbjudningarna blev den enda förkastningen i tidtabellen.

Jag använde mig av två olika projektplaneringsverktyg: GANTT- schemat på dator och kalender. Av dessa var GANTT- schemat inte till någon nytta. Jag klarade mig endast med hjälp av kalender och papper, antagligen för att projektuppgifterna var okomplicerade och lätta att skilja från varandra. Hade GANTT-schemat gjorts mer utförligt och hade inte jag föredragit att visualisera planeringen med hjälp av en kalender, hade troligen GANTT- schemat visat sig mer användbart. Ett GANTT- schema är mer användbart i ett projekt med en kortare tidsram och flera projektuppgifter.

Projektplanens kostnadsplan är grovt förenklad jämfört med verkligheten (se bilaga 1).

Kostnadsplanen gjordes på basen av diskussioner med projektgruppen och blev därför ungefärlig. Jämfört med den slutliga budgeten för festen finns förkastningar, och de verkliga kostnaderna för festen i år går över den förutsatta budgeten. Överskottet är dock inte grovt, och orsaken är att inbjudningarna blev dyrare i år, vinerna kostade mer än tidigare och att den ursprungliga budgeten är oprecis.

Maten hölls nästan inom den uppskattade ramen med en förkastning på endast 200 €. Vinerna och de övriga dryckerna blev sammanlagt 350 € dyrare än estimerat. Nomart valde också att skicka ut 1800 inbjudningar då det estimerades 1300. Materialet för inbjudningarna var dyrare än tidigare, och därav uppstod en förkastning på 350 €. Lyktorna och ljusen som införskaffades var också impulsköp, som inte inkluderades i den ursprungliga budgeten. Frankeringskostnaderna borde ha beräknats ordentligt. Budgeten överskreds totalt med ca 950 €. Enligt Markku Haimi är detta dock inte allvarligt, eftersom festen annars fyllde alla förväntningar och innehållet, maten, vinet och inbjudningarna var värda den större ekonomiska satsningen.

Slutsatser och förbättringsförslag

Av evalueringsdiskussionen kan ett antal konkreta slutsatser dras. Festen var framgångsrik och den uppfyllde förväntningarna hos alla parter. Inbjudningarna var lyckade och fungerade som en bra diskret reklam för företaget. Samarbetet inom projektgruppen fungerade väl, och samarbetet med intressenterna var friktionsfritt. Tidtabellen höll tämligen väl. Projektet har nått upp till sitt huvudmål, resultatet har blivit en lyckad fest. Delmålen är så gott som uppfyllda, endast deltagarantalet blev något under det estimerade och konkreta kommentarer om inbjudningarna uteblev. Projektplanen har fyllt sin uppgift och fungerat som ett bra planläggningsverktyg för projektledaren. De svaga punkterna för projektet är informationsmissarna i projektgruppen, att budgeten överskreds och att deltagarmängden inte nådde ända upp till det estimerade. Dessa misslyckanden är dock inte överväldiga, utan projektet kan på basen av framgångarna bedömas vara lyckat.

Enligt Nomart har festen, i och med att den var framgångsrik, uppfyllt sitt syfte på lång sikt. Relationerna har förbättrats då människor har träffats och trevliga associationer till företaget har skapats. Således har företagsbilden förstärkts på lång sikt. Alla viktiga parter har berörts med en inbjudan. Försäljningen har påverkats redan under festen.

Inför nästa fest kan företaget skicka ut fler inbjudningar och ytterligare höja det önskade antalet deltagare, ifall det ännu vill öka gästmängden. Syftet med festen är dock inte att samla ett möjligt stort antal gäster, det viktiga är vilka parter som deltar. Det kan vara bra att tänka på att all mat går att äta med ett bestick, då en del gäster är tvungna att äta stående. Nästa år kan företaget överväga att göra en anmälan till stadens byggkontor i god tid. För att undvika långa toalettköer nästa år, vore det humoristiskt att hänga en hänvisning till utställningslokalens toalett på huvudlokalens toalettdörr som en orsak för gästen att besöka utställningslokalen. Nästa gång vore det bra att ha en plan B för alla oväntade händelser under processens lopp. Allt från varuleveransförseningar till tekniska problem på kontoret behöver planeras för ett perfekt utförande.

För att ytterligare förbättra projektgruppens samarbete nästa år kan möten hållas ännu oftare och med hela projektgruppen deltagande. Ämnen som ska behandlas kan planläggas noga före mötet för att undvika att något blir oklart. Exakta datum och deadlines som alla känner till minimerar också informationsmissarna inom gruppen. Nästa gång önskar företaget att uppnå åtminstone samma deltagarmängd. För att hållas inom kostnadsplanen nästa gång med samma gästantal kan företaget använda sig av förmånligare material i inbjudningarna och införskaffa endast av det förmånligare

vinet. Maten kan också göras förmånligare, genom att minimera antalet rätter eller bjuda på något förmånligare. Dessa åtgärder sparar på budgeten, men de kan komma att kosta på andra fronter, som i deltagarmängden på lång sikt. Då en fest verkligen ska visa ett företags uppskattning till sina kunder och samarbetsparter och förbättra företagsbilden är det bäst att inte spara på fel ställen.

Avslutning

Syftet med arbetet var att redogöra för processen bakom administrationen av företagstillställningen och att förverkliga denna tillställning. Jag anser att syftet med arbetet är uppnått. I arbetet presenteras alla delområden och hur dessa har planerats. Frågeställningen ”Hur ordnas en lyckad företagstillställning?” besvaras av arbetet. Läsaren får en uppfattning om hela processen och återger allt som projektgruppen gjort och tänkt. Alla förberedelser inför festen beskrivs. Därefter beskrivs hurudan den själva festen sist och slutligen blev och hur en sådan fest påverkar företagets verksamhet. Alla delområden som presenteras i syftesbeskrivningen besvaras.

Projektplanen fungerade mycket bra som bas för utförandet. Med hjälp av projektplanen kunde jag enkelt rita upp planen för tillställningen med alla delområden som krävde eftertanke. Svårast var att få arbetet att fungera som helhet, då jag också ville inkludera teori om företagstillställningar i arbetet. Resultatet blev ett något annorlunda arbete, som egentligen har tre byggstenar: teori, en egen projektplan och empiri. Fasindelningen av projektet var till stor hjälp då skribenten övervägde hur hon skulle återge processen på ett begripligt sätt. Först planerades utförandet och festen, sedan utfördes festen och till sist utvärderades projektet.

Det var krävande att evaluera på basen av de egna observationerna då utvärderingen kändes som en subjektiv upplevelse. Tydligare mål och måttstockar hade behövts före utförandet. Då uppdragsgivaren inte ville ha en kvantitativ undersökning av åsikterna om festen måste evalueringen göras kvalitativt. Jag anser dock att evalueringen beskriver projektets resultat i tydligaste möjliga mån.

Att återge hela projektet i skriven form var tidvis krävande. Uppgifterna och händelserna har varit många under projektets lopp. Det är krävande att gallra bort de mindre viktiga händelserna i ett skrivet referat. Att ständigt föra bok av händelserna, tankarna och samtidigt tänka på den teoretiska basen har dock fört mig genom processen. Utförandefasen motsvarar verkligheten, något som är viktigt i ett arbete som detta.

Projektet har varit givande för mig, och jag känner mig bekant och bekväm med att arbeta i projekt. Att ordna festen var en upplevelse i sig, som tidvis var spännande och upphetsande men ändå aldrig skrämmande. Samarbetet med Markku Haimi och Nomart Oy fungerade bra, planeringen var grundlig och gav inte upphov till oro under processens lopp. Det är viktigt för ett projekt som detta att projektgruppen är licksinnad och stöder varandras idéer, vilket Nomart definitivt gjorde gentemot mig genom processen. Ett stort tack från mig går därmed till Nomart och Markku Haimi, utan vilka detta arbete inte hade varit möjligt att genomföra.

KÄLLOR

- Academic House. 2009, *Tips för ett bättre ledarskap och en framgångsrik projektledning. Skapa rätt förutsättningar för ditt projekt* [www]. Tillgänglig: www.ledarskapstips.blogspot.com. Hämtad 4.1.2010.
- Eklund, Sven. 2002, *Arbeta i projekt – en introduktion*. Lund: Studentlitteratur. 111 s.
- Iivonen, Ville. 2009, *Event planning, design and management*. [muntl.] Föredrag 10.9.2009.
- Luoto, Reima T.A. 1996, *Yrityksen etikettikirja*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy. 224 s.
- Lööw, Monica. 1999, *Att leda och arbeta i projekt*. Malmö: Kristianstads Boktryckeri Ab. 157 s.
- Macheridis, Nikos. 2001, *Projektaspekter. Kunskapsområden för ledning och styrning av projekt*. Lund: Studentlitteratur. 162 s.
- O’Toole, William & Mikolaitis, Phyllis. 2002, *Corporate Event Project Management*. New York: John Wiley & Sons., Inc. 273 s.
- Shone, Anton & Parry, Bryn. 2004, *Successfull Event Management. A practical handbook*. Andra tryckningen. London: Thomson. 237 s.
- Van der Wagen, Lynn. 2005, *Event management. For tourism, cultural, business and sporting events*. Andra tryckningen. Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall. 260 s.

BILAGA 1

Slutlig budget - Nomart Oy:s ost- och vinkväll

10.12.2009

Catering	Mat	20€/ pers. x 250	5 000 €
	Kärlhyra	4€/pers. x 250	1 000 €
	Borrdukar	Buffetbord	200 €
		Mindre 12€ x 9 st.	109 €
		Servietter	80 €
	Kockarbete	30€ x 4 h	120 €
	Servitriser	26,50€/h x 6 h x 2 servitriser	318 €
	Total		6827 €
Vin och drycker	Beaujolais nouveau	8 € x 80 flaskor	640 €
	Beaujolais nouveau Village	9,75 € x 80 flaskor	780 €
	Soft drinks	2 € x 50 flaskor (t.ex. Novelle)	142,96 €
		Total	
Inbjudningar	Lay-out & tryck	1800 st.	1504 €
	Postning		846 €
	Total		2350 €
Övrigt	Lyktor och ljus	2 st.	54 €
	Total		54 €
TOTAL			10 793,96 €

BILAGA 2

GANTT- schema för festen. Ur tidtabellen kan avläsas alla projektuppgifter. Tidslinjerna omfattar flera sidor och är därför exkluderade.

ID	Task Name	Duration	Start	Finish	Predecessors	Resource Names
1	Nomarts affärsställning	64 days?	Mon 24.8.09	Thu 19.11.09		
2						
3	Fasindelning	96 days?	Mon 24.8.09	Mon 4.1.10		
4	Utförandefas	64 days?	Mon 24.8.09	Thu 19.11.09		
5	Utvärderingsfas	1 day?	Mon 4.1.10	Mon 4.1.10		
6						
7	Meny	30 days?	Mon 24.8.09	Fri 2.10.09		
8	Val av cateringföretag	6 days?	Mon 24.8.09	Mon 31.8.09		Nanna
9	Planering av meny	18 days?	Mon 31.8.09	Wed 23.9.09		Nanna
10	Godkännande av meny	1 day?	Thu 24.9.09	Thu 24.9.09		Nanna+Markku+Norne
11	Beställning av servering	6 days?	Fri 25.9.09	Fri 2.10.09	10	Nanna
12	Val av vin	16 days?	Thu 1.10.09	Thu 22.10.09		Nanna+Markku
13	Beställning av vin	1 day?	Mon 26.10.09	Mon 26.10.09		Nanna
14	Andra drycker	4 days?	Mon 16.11.09	Thu 19.11.09		Nomart
15						
16	Inbjudan	59 days?	Mon 24.8.09	Thu 12.11.09		
17	Editering av gästlista	45 days?	Mon 24.8.09	Fri 23.10.09		Nomart
18	Planering av inbjudans innehåll	25 days?	Mon 24.8.09	Fri 25.9.09		Nanna
19	AD	10 days	Mon 28.9.09	Fri 9.10.09	18	AD
20	Tryckeri	4 days?	Thu 22.10.09	Tue 27.10.09	19	Tryckeri
21	Inbjudningarna skickas	1 day?	Wed 28.10.09	Wed 28.10.09	20	Nanna+Markku+Norne
22	RSVP	3 days?	Mon 9.11.09	Wed 11.11.09		Nanna
23	Stuligt deltagarantal	2 days?	Wed 11.11.09	Thu 12.11.09		Nanna
24						
25	Budget	22 days?	Thu 24.9.09	Fri 23.10.09		
26	Preliminär budget planeras	11 days?	Mon 21.9.09	Mon 5.10.09		Nanna
27	Stulig budget fastställs	6 days?	Mon 14.12.09	Mon 21.12.09		Nanna
28						
29	Festdagen	1 day?	Thu 19.11.09	Thu 19.11.09		
30	Avhämtning av viner	1 day?	Thu 19.11.09	Thu 19.11.09		Team Nomart
31	Utornhusarrangemang	1 day?	Thu 19.11.09	Thu 19.11.09		Nanna
32	Inomhusarrangemang	1 day?	Thu 19.11.09	Thu 19.11.09		Cateringföretag+Nann
33						
34	Andra uppgifter	64 days?	Mon 24.8.09	Thu 19.11.09		
35	Köp av dekoration	16 days?	Thu 15.10.09	Thu 5.11.09		Nomart

Project: Nomartstidtabell
Date: Thu 7.1.10

Task Split Progress Milestone Summary Project Summary External Tasks External Milestone Deadline

Page 1

16 Mar '09
S M T W T F S

BILAGA 3

Inbjudan:



Pärm och baksida.

Jotkut asiat ovat ajattomia -

kuten arvostetut kalusteet...

*... ja ainutlaatuinen
Beaujolais Nouveau*

TERVETULOAA VIIHTYMÄÄN
torstaina 19.11.2009
klo 15-20

NOMART
Merikasarminkatu 6, Katajanokka
DuPont™ Corian® -näyttelytila
Merikasarminkatu 12, Katajanokka

VP 13.11.2009 mennessä
puh. 09-661 477, fax 09-663 728, info@nomart.fi

Insidan. Slogan och information.