



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Yritystapahtuman suunnittelu ja toteutus

Case: Dream Hotel

Inkinen, Helena

2015 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu
Leppävaara

Yritystapahtuman suunnittelu ja toteutus
Case: Dream Hotel

Inkinen, Helena
Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjoh-
don koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2015

Inkinen, Helena

Yritystapahtuman suunnittelu ja toteutus Case: Dream Hotel

Vuosi 2015 Sivumäärä 32

Tässä toiminnallisessa opinnäytetyössä tarkoituksena oli teoriaa ja käytäntöä hyödyntäen suunnitella ja toteuttaa tamperelaisen hotellin avajaistapahtuma. Toimeksiantaja on Dream Hostel, joka vuonna 2014 avasi uuden hotellipuolen, Dream Hotelin. Avajaistapahtuman tavoitteena oli lisätä Dream Hostellin näkyvyyttä ja tietoisuutta uuden hotellipuolen avaamisesta.

Tapahtuman suunnittelu- ja toteutusprosessissa käytettiin alaan liittyvää kirjallisuutta luomaan teoreettista viitekehystä. Lisäksi tapahtumaa järjestettäessä mukana kulki koko ajan palvelumuotoiluajattelu, jonka avulla tapahtuman tuottamisprosessi jaettiin kolmeen vaiheeseen: tutki, kehitä ja toteuta.

Opinnäytetyö alkaa toimeksiantajan ja toimintaympäristön esittelyllä, ja sen jälkeen tutustutaan siihen mitä yritystapahtumat ovat ja mitä niillä halutaan saavuttaa alan kirjallisuuden, lähinnä Vallo & Häyrisen esittämien kysymysten pohjalta.

Opinnäytetyön toiminnallinen osuus kattaa tapahtuman järjestämisen suunnitteluprosessin sekä konkreettisen tapahtuman toteuttamisen kuvauksen. Opinnäytetyössä on käytetty apuna sovellettua Stefan Moritzin (2005) palvelumuotoiluajattelua. Palvelumuotoilusta käytetään tutki-, kehitä- ja toteuta-vaiheita. Tutki-vaiheessa kerätään haastattelun avulla taustatietoa toimeksiantajasta ja toimintaympäristöstä. Haastattelusta saatu tieto on myös tutki-vaiheessa pyritty analysoimaan tarkemmin SWOT-analyysia käyttäen. Kehitä-vaiheessa ideoidaan tapahtuman sisältöä käyttämällä menetelminä 8x8-mallia. Kehitä-vaiheessa ideoita myös pyrittiin jalostamaan eteenpäin blueprint-mallinnuksen avulla, jotta asiakkaan ja tapahtuman tuottajan toisilleen näkymättömät prosessit tulisivat järjestäjille näkyviksi. Toteuta-vaiheessa kuvataan varsinaista tapahtumaa, ja arvioidaan sen onnistumista toimeksiantajan, asiakkaiden ja opinnäytetyön tekijän näkökulmasta.

Asiasanat: palvelumuotoilu, tapahtumamarkkinointi, tapahtuman tuottaminen

Inkinen, Helena

Planning and Creating an Organizational Event: Case Dream Hotel

Year	2015	Pages	32
------	------	-------	----

The purpose of this functional thesis was to use theory and practice to plan and create a hotel opening event. The idea for thesis came from Dream Hostel, which is located in Tampere and opened a hotel in 2014. The objective of the event was to improve Dream Hostel's visibility and raise the awareness of the new hotel in the field.

To create the theoretical frame of reference for the process of planning and creating the event, different literature resources from the field of event planning were used. Service Design thinking was closely linked to this event planning, thus the process of organizing an event was divided into three parts; study, develop and realize.

The thesis starts with an introduction to the commissioner and operational environment. Thereafter organizational events are introduced as well as events as a means of marketing, mainly based on the theory written by authors Vallo & Häyrynen.

The functional section of the thesis consists of the process of planning the event and the description of the execution. Moritz's Service Design thinking was applied to guide the functional part. In the study section information about Dream Hostel & Hotel and its operational environment is collected and analysed using the methods of interview and SWOT-analysis. In the develop phase the 8x8-method is used to create content to the event and blueprint is used to demonstrate the difference between the point of view depending on whether it is a customer or a planner. In the execute phase the actual event is being described as it was, from the points of view of the commissioner, customers and the thesis author.

Keywords: event marketing, event planning, Service Design

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Toimeksiantajan ja toimintaympäristön esittely	7
3	Yritystapahtuman suunnittelu ja toteutus.....	7
	3.1 Strategiset kysymykset; miksi, kenelle ja mitä	9
	3.2 Operatiiviset kysymykset; miten, millainen ja kuka	11
4	Yritystapahtuma palvelumuotoilua hyödyntäen	12
	4.1 Tutki-vaihe; Tapahtuman lähtötilanteen kartoitus	14
	4.2 Kehitä-vaihe; tapahtumaprosessin suunnittelemineen	16
	4.3 Tapahtuman toteutuksen kuvaus	18
	4.4 Vaihe: Tapahtuman toteutuksen arviointi	20
5	Johtopäätökset	20
	Lähteet	22
	Kuviot	23
	Kuvat	24
	Liitteet.....	25

1 Johdanto

Opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella ja toteuttaa tamperelaisen Dream Hostelin hotellipuolen avajaiset. Dream Hostel on tamperelainen hostelli, joka tapahtumaa järjestettäessä oli jo avannut hotellipuolen, mutta halusi vielä juhlistaa sitä erikseen. Lisäksi hotellin ja hostellin kylkeen on suunniteltu laajentumista perustamalla Dream Hostelin yhteyteen ravintolan. Avajaisten tavoitteena oli lisätä Dream Hostellin näkyvyyttä ja lisätä tietoisuutta uudesta hotellipuolesta. Lisäksi tapahtumalla pyrittiin huomioimaan yrityksen sidosryhmiä, yhteistyökumppaneita ja asiakkaita. Avajaiset järjestettiin Tampereella 17.12.2014.

Toiminnallisen opinnäytetyön suunnittelun ja toteuttamisen keskeisimpänä teoriana käytettiin tapahtuman järjestämisen teoriaa sekä palvelumuotoilua. Työ alkaa tutustumisella yritystapahtuman järjestämiseen ja paneutuu kysymyksiin mitä yritystapahtumat ovat, miksi niitä järjestetään sekä miten niitä järjestetään. Työn tavoitteena ei ollut luoda konseptoitua mallia tapahtuman järjestämisestä, vaan soveltaa olemassa olevia työkaluja yksittäisen tapahtumaelämyksen toteutukseen ja suunnitteluun. Työssä on myös hyödynnetty sovellettua palvelumuotoiluprosessia osana suunnittelu- ja toteutusprosessissa.

Tapahtuman järjestämisen teoriassa pääpaino on annettu Vallo & Häyrisen materiaalille. Lisäksi tapahtuman suunnittelu- ja toteutusprosessissa on hyödynnetty Morizin palvelumuotoilun teoriasta ja työkaluista sovellettua prosessia. Opinnäytetyön keskeiset käsitteet ja määritelmät ovat syntyneet tapahtuman järjestämisen teorian ja palvelumuotoilun kautta.

Opinnäytetyö alkaa toimeksiantajan ja toimintaympäristön esittelyllä, ja aluksi paneudutaan opinnäytetyön lähtötilanteeseen ja sen asettamiin haasteisiin ja mahdollisuuksiin. Seuraavissa luvuissa siirrytään teoreettiseen osuuteen, jossa ensin luvussa 3 perehdytään yritystapahtumien suunnitteluun ja toteuttamiseen tapahtuman järjestämisen teorian kautta. Yritystapahtumien suunnittelu on jaettu kahteen osa-alueeseen: strategiaan kysymyksiin ja operatiivisiin kysymyksiin. Luvussa 4 esitellään Morizin palvelumuotoilukonsepti tapahtuman järjestämisen tukena ja pohditaan palvelumuotoilun hyödyntämistä yritystapahtuman suunnittelu- ja toteutusprosessissa.

Työssä palvelumuotoilu on jaettu kolmeen osaan: tutki, kehitä ja toteuta. Tutki-vaiheessa kartoitetaan lähtötilanne. Kehitä-vaiheessa pyritään hyödyntämään palvelumuotoilun menetelmiä ja vastaamaan samalla erilaisiin strategiaan ja operatiivisiin kysymyksiin. Toteuta-vaiheessa pyritään kuvaamaan tapahtumaa sellaisena kuin se suunnittelun jälkeen oli ja arvioimaan tapahtuman onnistuneisuutta ja työmenetelmien käytön soveltuvuutta tapahtuman järjestämisessä. Tässä opinnäytetyössä käytetään sovellettua Tuulaniemen (2013) ja Pramin mallia. Lopuksi esitellään vielä työn johtopäätökset.

2 Toimeksiantajan ja toimintaympäristön esittely

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi tamperelainen, vuonna 2010 perustettu, Dream Hostel. Dream Hostel in omistajan ja uuden hotellipäällikön lisäksi hostelilla on noin viisi työntekijää. Opinnäytetyön aiheena oli järjestää hostellin yhteyteen elokuussa 2014 avatun Dream Hotelin avajaiset.

Dream Hostel tarjoaa asukkailleen kahden hengen huoneen, kolme neljän hengen huonetta, kymmenen hengen huoneen ja 16 hengen yhteishuoneen. Lisäksi sen yhteyteen on suunnitella myös ravintolapalveluiden avaamista, mahdollisesti jo vuoden 2015 aikana. Dream Hostel on myös palkittu eri toimitsijoiden puolesta. Suomen Retkeilymajajärjestö valitsi sen Suomen vuoden Hostelli 2011 -palkinnon saajaksi ja Dream Hostel on voittanut kolme kertaa peräkkäin Hoscar - Best Hostel in Finland -palkinnon vuosina 2011, 2012 ja 2013. (Haastattelu 13.10.2014.)

Hostellin palveluihin kuuluu normaalien hostelpalveluiden, kuten langattoman internetin ja matkatavarasäilytyksen, lisäksi myös mahdollisuus lainata sisä- ja ulkopelejä, hiustenkuivainta, herätyskelloa tai sateenvarjoa. Lisäksi hostelli tarjoaa mahdollisuutta vuokrata polkupyörän, pyyhkeitä, lukkoja tai potkupyöriä. Asiakkailta voivat myös hankkia Dream Hostelista hostellikortin, virvokkeita ja snackseja, pääsylippuja erilaisiin tapahtumiin sekä matkamuistoja. Dream Hostel in kautta pystyy myös varaamaan halutessaan saunatiloja, ruokailuja tai erilaisia aktiviteettejä. Erilaisten Tamperelaisten yhteistyökumppaneiden kanssa matkailijalle järjestetään myös asiakkaan tarpeiden mukaan räätälöityjä luontoretkiä, opastettuja museokierroksia sekä autonvuokrausta. (Dream Hostel 2014; Haastattelu 13.10.2014.)

Uuden hotellipuolen perusfilosofiana on yksinkertaisuus, asiakaslähtöisyys ja skandinaavinen design. Hotellista löytyy kaksikymmentä kahden hengen huonetta, jotka tarjoavat asiakkaille enemmän yksityisyyttä. Huoneiden sisutuksessa on panostettu skandinaavisuuteen ja tyylikkyyteen. Huoneet on sisustettu minimaalisesti, mutta esimerkiksi sängyt on suunniteltu huoneisiin itse ja kaikki kalusteet ovat pohjoismaisia merkkihuonekaluja. Huoneiden lisäksi hotellin puolelta löytyy myös yhteisiä tiloja, käytäviltä työskentelypisteitä sekä avara keittiö. Näin asiakkaille on yritetty luoda erilaisempi hotellikokemus. Avajaisten tavoitteena on tuoda esiin hotellin yksilöllisyys ja asiakaslähtöisyys, sekä hieman erilaisen asiakaskokemuksen tarjoaminen. (Haastattelu 13.10.2014.)

3 Yritystapahtuman suunnittelu ja toteutus

Yritystilaisuudet ovat keino, jonka avulla yritys ylläpitää suhteitaan sidosryhmiinsä, viestii arvoistaan ja tavoitteistaan, rakentaa yhteisökuvaansa ja herättää luottamusta (Harju 2003, 3).

Nykyään yritysten viestit niiden sidosryhmille ovat jatkuvassa ja kasvavassa kilpailussa toisiaan vastaan, jotta ne erottuisivat toisistaan. Erilaiset yritystilaisuudet ovat yrityksen markkinointikeino, mihin Vallo ja Häyrinen (2013, 19) viittaavat termillä tapahtumamarkkinointi. Markkinointiviestinnän Toimistojen Liiton mukaan ”tapahtumien vahvuuksia markkinointikeinoina ovat mahdollisuus hallita ja suunnitella kohderyhmän kohtaaminen hyvin pitkälle sekä elämyksellisyys” (2015).

Tapahtumamarkkinointi koostuu kokemuksellisista markkinointitoimenpiteistä, joiden avulla yritys kohtaa asiakkaitaan ja muita sidosryhmiään ennalta suunnitellussa tilanteessa ja ympäristössä (Muhonen & Heikkinen 2003, 41). Muhonen & Heikkisen (2003, 41) mukaan tapahtumamarkkinointiin kuuluu mainonta, myyninedistäminen, suhdetoiminta, henkilökohtainen myyntityö ja sponsorointi. Tapahtumamarkkinointi pyrkii vaikuttamaan kohderyhmäänsä ja sen vahvuutena on mahdollisuus hallita ja suunnitella kohderyhmän kohtaaminen hyvin pitkälle sekä elämyksellisyyden tarjoaminen sidosryhmille. Näin tapahtumamarkkinoinnin avulla voidaan varmistaa, että yritys jää sen sidosryhmille mieleen. (Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto 2015.)

Tapahtumamarkkinoinnin avulla yritys pystyy tavoitteellisella ja vuorovaikutuksellisella tavalla yhdistämään organisaation ja sen sidosryhmät toiminnalliseen kokemukseen, jolla on ennalta valikoitu teema ja idea. Yritystilaisuuksien tulee olla yrityskuvaa tukevia, ja niiden tavoitteena on saavuttaa myönteistä huomiota. (Harju 2003, 7; Vallo & Häyrinen 2013, 19.) Viitala & Jylhä (2014, 98) toteavat, että markkinoinnin tavoitteita ovat asiakastyytyväisyys, asiakkaan ilahtuminen ja sitoutuminen. Nämä on mahdollista saavuttaa onnistuneen tapahtumamarkkinoinnin avulla.

Tapahtumanjärjestäjän on aluksi määriteltävä, minkälaisesta tapahtumasta on kyse. Tapahtuman kaikki perusasiat on suunniteltava huolellisesti, jotta osallistujat voivat kokea sen onnistuneeksi. Vallo ja Häyrinen ovat listanneet tapahtuman perusasioiksi aikataulutuksen, ohjelman sisällön suhteessa osallistujien tasoon ja odotuksiin, esiintyjien ammattitaitoisuuden, ilmoittautumisen sujuvuuden, tekniikan toimivuuden, tarjoilut, osallistuja- ja esiintymismateriaalit, isäntien toiminnan, tapahtumapaikan sekä pienet käytännön asiat, kuten paikoituksen, tupakoinnin ja narikat. Heidän mukaansa onnistuneen tapahtuman takaamiseksi näiden perusasioiden on oltava kunnossa. (Vallo & Häyrinen 2013, 60 - 61.)

Vallo ja Häyrinen jakavat onnistuneen yritystapahtuman tekijät kahteen osaan: strategisiin kysymyksiin ja operatiivisiin kysymyksiin. Nämä he jakavat edelleen kolmeen osaan (Vallo & Häyrinen 2013, 101 - 106). Kuviossa 1 olevassa kuusisakaraisessa tähdessä on pyritty havainnollistamaan Vallo & Häyrisen esiin nostamia osa-alueita. Siinä on nähtävissä sekä strategiset kysymykset että operatiiviset kysymykset.



Kuvio 1: Tapahtuman strategiset ja operatiiviset kysymykset (Vallo & Häyrinen 2013, 101-106)

Vallo ja Häyrinen mukaan onnistuneen tapahtuman kaikki kuusi osa-alueetta edustavat yhtä tähden sakaraa. Strategiset kysymykset vastaavat kysymyksiin miksi, kenelle ja mitä järjestetään. Operatiiviset kysymykset puolestaan vastaavat kysymyksiin miten, millainen ja kuka. Tähden keskiössä, eli tapahtuman ytimessä, on tilaisuuden idea, teema ja tunne. (Vallo & Häyrinen 2013, 101 - 106.) Seuraavissa luvuissa pyritään avaamaan tähden sisältöjen merkitystä tapahtuman järjestämisessä laajemmin.

3.1 Strategiset kysymykset; miksi, kenelle ja mitä

Jokaiselle yritystapahtumalle on tärkeää määritellä, mitä tilaisuuden järjestämisellä halutaan saada aikaan. Jokaisella yritystapahtumalla on siis oma tavoitteensa, joka kertoo miksi tapahtuma järjestetään. Mikäli tavoite on konkreettisesti mitattavissa, nähdään tapahtuman jälkeen suoraan onko tulokseen päästy. Näin on esimerkiksi erilaisissa varainkeruutapahtumissa. (Vallo & Häyrinen 2013, 109 - 113). Tavoitetta pohtiessa, on samalla myös tärkeää miettiä, mitä tapahtumalla halutaan viestiä kohderyhmälle. Vallon ja Häyrisen (2013, 113) mukaan on tärkeää, että tapahtumalla on jokin pääviesti ja mahdollisesti muita sivuviestejä. Viestiin vaikuttavat organisaation omien tavoitteiden lisäksi muun muassa tapahtumapaikka, teema, tarjoilut, ohjelma, isännät, ajankohta ja esitysmateriaalit. (Vallo & Häyrinen 2013, 114.)

Tilaisuuden tavoite määrittää tapahtuman kohdeyleisön ja toisinpäin. Kohderyhmä tulee tuntea riittävän hyvin, jotta tapahtumasta tulee kyseistä kohderyhmää puhutteleva. (Vallo & Häyrinen 2013, 122.) Myös Allen (2009, 2) korostaa tapahtuman tavoitteen määrittelyn merki-

tystä. Tapahtumalla voi olla esimerkiksi yksi päätavoite ja sen lisäksi vielä muutamia sivutavoitteita. Tapahtuman järjestämisen syy eli tavoite ja kohderyhmän koko määrittävät usein jomon tapauksen järjestämiseen liittyviä yksityiskohtia, kuten tapahtumapaikan, ajankohdan ja kohderyhmän. (Allen 2009, 2.)

Dream Hostelien avajaisten päätavoitteena oli viestiä uuden hotellipuolen avaamisesta. Sivutavoitteina oli mainostaa erilaisia hostellin ja hotellin tarjoamia palveluita, sekä vahvistaa ja luoda suhteita yrityksen eri yhteistyökumppaneihin. Dream Hostelien tapahtuman kohderyhmänä olivat yhteistyökumppanit ja henkilökohtaiset tuttavat ja muutama median edustaja. Tilaisuuteen haluttiin myös varautua myös muihin kiinnostuneisiin ihmisiin, jonka vuoksi tilaisuutta ei järjestetty pelkästään yksityistilaisuutena, vaan erillisten kutsujen lisäksi myös sosiaalisessa mediassa jaettiin ilmoitusta avoimista ovista.

Tapahtuman lähtökohtia ovat: mitä halutaan järjestää, milloin ja missä. Tapahtumapaikkoja on valittavana lukematon määrä, ja niistä tulisi valita sopiva juuri omalle tapahtumalle. Tapahtumapaikkaa valitessa pitää ottaa huomioon tapahtumalle asetettu tavoite ja osallistujat sekä tapahtuman budjetti (Allen 2009, 82).

Tapahtumapaikalle pitää olla selkeä ja esteetön kulkuväylä (Harju 2003, 12). Tapahtumapaikkaan valitessa tulisi kiinnittää huomioita yksityiskohtiin, kuten rakennusmateriaalit, ovien ja ikkunoiden koko, äänieritys ja tilan akustiikka ja sekä tilan paloturvallisuuteen liittyvät asiat, esimerkiksi maksimi henkilömäärä (Allen 2009, 203). Sisustus tulisi suunnitella niin, että kohderyhmälle välittyä tilaisuuden tarkoitus ja teema. Viihtyvyyteen vaikuttavat tilojen valaistus, lämmitys, ilmanvaihto ja tilan koko. Tapahtuman ajankohta kannattaa myös huomioida, sillä se vaikuttaa joissain määrin siihen, kuinka moni kutsutuista kykenee osallistumaan ja haluaa saapua paikalle. (Harju 2003, 12; Vallo & Häyrinen 2013, 145.)

Dream Hotelien avajaisten tapahtumapaikaksi valikoitui itse hostelli ja uudet hotellitilat, koska niitä haluttiin markkinoida ja esitellä. Ajankohdaksi valittiin ensin syksy, mutta kiireiden vuoksi siirrettiin joulukuulle, ja yhdistettiin teemaan pikkujouluaikakohta. Tapahtuma haluttiin sijoittaa keskelle päivää, jotta yhteistyökumppaneilla oli mahdollisuus osallistua työajallaan, eikä ollut tarvetta venyttää päivää enää pidemmäksi. Tilaisuus jaettiin aikataulullisesti kahteen osaan. Ensimmäinen puolisko oli vapaamuotoinen kutsuvierastilaisuus, ja toinen puoli oli avoimet ovet -tyyppisesti jatkettu tapahtuma.

Tarjoilun tulisi olla tilaisuuden teemaan sopiva. Huomioon otettavia asioita tarjoilua järjestettäessä ovat tapahtumaan osallistujat, tapahtuman luonne, ajankohta ja paikka. Tarjoilu voidaan järjestää itse, tai tilata esimerkiksi pitopalvelusta. Tarjoilua suunnitellessa pitää myös miettiä tarjoillaanko tilaisuudessa alkoholia, esimerkiksi tervetulomaljaa. Jos näin on,

ei saa unohtaa huomioida alkoholittomia juomia. Lisäksi tarjoiluissa on otettava huomioon erilaiset erityisruokavaliot, ja mikäli kyseessä on runsaammat tarjoilut, esimerkiksi lounas tai illallinen, olisi hyvä kysyä osallistujien mahdollisista allergioista tai erityisruokavaliosta ennakolta. (Vallo & Häyrinen 2013, 152 -153.) Tarjoiluksi mietittiin pientä, kahvia, teetä, pipareita, joulutorttuja ja tervetulomalja. Myöhemmin tapahtumaan pidemmälle ideoidessa tarjoilut sidottiin tiukemmin pikkujouluu aikaan liittyväksi, jolloin tarjoilut tukivat tapahtuman pikkujouluteemaa.

Tapahtuman tasoon, palveluiden määrään ja laajuuteen vaikuttavat tapahtuman järjestämiseen käytettävissä olevat varat. Tapahtuman budjetti olisi hyvä määritellä edes suurin piirtein etukäteen. Edullisimmillaan tapahtuman toteutus tapahtuu omin voimin. Budjettia suunniteltaessa olisi hyvä tarkastella aikaisempia vastaavanlaisia projekteja, jotta budjetoinnille tulisi realistinen pohja. (Vallo & Häyrinen 2013, 148.) Jotta budjetoinnista on oikeasti hyötyä, se pitää toteuttaa mahdollisimman tarkasti. Budjettia tarkisteltaessa pystytään seuraamaan helposti kulujen painotuksia ja miettimään, mitkä osa-alueet ovat tapahtuman kannalta ehdottoman tärkeitä. Allenin mukaan (2009, 23) budjetin suunnittelu kannattaa aloittaa heti, kun tapahtuman sisältöä ja tavoitetta lähdetään miettimään. Budjettiin tulisi myös merkata asiat, jotka ovat tapahtuman tavoitteeseen pääsyn vuoksi tarpeellisia, ja asiat joiden toteutuksessa ja kustannuksissa voidaan joustaa (Allen 2009, 23). Dream Hostel in avajaisiin ei laadittu mitään varsinaista budjettia, mutta tilaisuuden luonnetta, viestiä ja teemaa miettiessä päädyimme ajatukseen tapahtuman yksinkertaisuudesta. Jotta tapahtumasta saataisiin toimeksiantajan näköinen, se järjestettiin omin voimin, ja kuluja tarkasteltiin sitä mukaa kun ne olivat ajankohtaisia.

3.2 Operatiiviset kysymykset; miten, millainen ja kuka

Tapahtumaprosessi koostuu suunnittelu-, toteutus- ja jälkimarkkinointivaiheista. Tässä opinäytetyössä olen yhdistänyt Vallo & Häyrisen tapahtumantuottamisen kuusisakaraisen tähtimallin Morizin palvelumuotoiluajatuksen, ja niinpä tapahtuman suunnitteluvaihetta kuvataan tarkemmin luvuissa 4.1 Tutki ja 4.2 Kehitä, toteutusta ja jälkimarkkinointia taasen kuvataan luvussa 4.3 Toteuta.

Tapahtuman sisältöä suunniteltaessa on hyvä pitää mielessä tapahtuman tavoite ja kohde-ryhmä. Ohjelman suunnittelussa tulee ottaa huomioon tapahtuman teema, ajankohta, mahdolliset esiintyjät, aktiviteetit, puheenvuorot. Tapahtuman ohjelma olisi pyrittävä laatimaan yksilölliseksi ja vaihtelevaksi ja sen olisi sisällettävä yksi kohokohta. (Vallo & Häyrinen 2013, 193.) Tapahtuman ohjelman kulusta vastaa yleensä tapahtuman juontaja, joka toimii tapahtuman läpiviejänä ja huolehtii vieraiden riittävästä informoinnista aikataulullisesti. Juontajalla

on siis oltava hyvä kokonaiskuva tapahtumasta. (Vallo & Häyrinen 2013, 213 - 214.) Jotta tapahtuma lähtisi selkeästi käyntiin, se tulisi avata ryhdikkäästi. Avauksen voi hoitaa kutsuja, juontaja tai joku muu isännistä. Avauksessa olisi hyvä olla tervetuloitovotus, avajaan esittely ja rooli organisaatiossa, isäntien esittely, ohjelman läpikäynti ja materiaalista sekä mahdollisesta palautteen keruusta tiedottaminen. (Vallo & Häyrinen 2013, 216.)

Dream Hostelien avajaisten ohjelmasta haluttiin selkeä ja yksinkertainen. Tilaisuus alkaisi vapaamuotoisella kutsuvierastilaisuudella, ja myöhemmin sitten olisi vielä avoimet ovet muille kiinnostuneille. Tapahtuman avaamisesta huolehti hotellin omistaja. Alun perin ohjelmaa suunniteltaessa mietittiin varsinaista avajaispuhetta pidettäväksi alkuun, mutta tilaisuus todettiin sen luontoiseksi, että koska varsinaista yhteistä aloitusaikaa vieraiden kanssa ei ollut, olisi turha pitää kovin muodollista tiukkaan ajankohtaan sidottua avajaispuhettakaan. Sen sijaan kaikki vieraat toivotettaisiin tervetulleiksi henkilökohtaisesti, ja heille esiteltäisiin hotellia ja sen taustaa sen mukaan kuinka heitä milloinkin olisi paikalla.

Tapahtumasta on vastuussa se organisaatio, joka tapahtuman järjestää. Järjestävän tahon tehtävänä on informoida yhteistyökumppaneille tapahtuman tavoite, kohderyhmät ja se, millaista mukanaoloa toivotaan. (Vallo & Häyrinen 2013, 223;

4 Yritystapahtuma palvelumuotoilua hyödyntäen

Tapahtuman järjestämisen teorian lisäksi opinnäytetyössä on käytetty apuna palvelumuotoilua. Palvelumuotoilu on alun perin Stefan Morizin kehittämä kuusivaiheinen prosessi, jonka jokaisessa vaiheessa pyritään kehittämään palvelua asiakasnäkökulmasta eteenpäin. Seuraavassa kappaleessa esitellään palvelumuotoilun teorian periaatteita, pohditaan sen soveltumista toistuvan palvelun sijasta yksittäiseen tapahtumakokemukseen.

Palvelumuotoilussa hyödynnetään muotoilussa käytettyjä menetelmiä, joiden avulla saadaan palveluun tuotua mukaan käyttäjien näkökulmaa paremmin. Schneider & Stickdorn (2010, 29) luonnehtivat palvelumuotoilun käyttämistä poikkitieteelliseksi lähestymistavaksi, sillä se kokoaa yhteen monialaisia kehittämistyökaluja. Palvelumuotoilua on yleensä käytetty uusien palveluiden tuottamiseen tai jo olemassa olevien palveluiden kehittämiseksi asiakaslähtöisempään suuntaan. Palvelumuotoiluprosessin rakenne ja työkalut ovat kuitenkin sovellettavissa myös yksittäisen tapahtuman järjestämiseen

Miettisen mukaan ”palvelumuotoilu lähtee inhimillisen toiminnan, tarpeiden, tunteiden ja motiivien kokonaisvaltaisesta ymmärtämisestä” (Miettinen 2011, 13). Palvelumuotoilussa prosessi lähtee asiakkaan tarpeiden ja toiveiden kartoittamisesta ja ymmärtämisestä. Schneider

& Stickdorn (2010, 34) nimeävät palvelumuotoilulle viisi periaatetta, jotka ovat asiakaslähtöisyys, yhdessä kehittäminen, vaiheittainen eteneminen, todennettavuus ja kokonaisvaltaisuus.

Palvelumuotoiluprosessi alkaa ymmärrä-vaiheesta (Understanding), jonka aikana tutkitaan mahdollisia kohderyhmiä, ja tutkitaan erilaisia mahdollisuuksia. Toisessa ajattele-vaiheessa (Thinking) keskiössä on strateginen ajattelu ja pohdinta sekä tavoitteiden ja vaatimusten selvittäminen. Kolmas vaihe on kehittä-vaihe (Develop) jossa aikaisemmissa vaiheissa hankitun tiedon avulla ideoita kehitetään eteenpäin. Neljäs vaihe on valikointia (Filtering), jossa edellisen vaiheen ideoita karsitaan ja niistä valitaan toimivimmat. Viidennessä selitä-vaiheessa (Explaining) pyritään kuvaamaan ideaa erilaisten karttojen ja kaavioiden avulla sekä luomaan palveluprototyyppejä selventämään kehitettävää palvelua. Kuudennessa ja viimeisessä vaiheessa palvelu toteutetaan (Realizing), ja sen työkalut auttavat implementoimaan palvelua ja luomaan bisnessuunnitelmia. (Moriz 2005, 123 - 147; Prami 20 - 23.) Kuviossa 2 on pyritty havainnollistamaan Morizin kehittämää palvelumuotoiluprosessia ja vertaamaan sitä työssä käytettyyn sovellettuun versioon.

Morizin Palvelumuotoilu-malli (2005)



Tässä opinnäytetyössä käytetty sovellettu malli



Kuvio 2: Morizin palvelumuotoilumalli. (Moriz 2005.)

Kuviossa 2 näkyy myös työssä käytetty, Morizin (2005) mallista sovellettu, kolmivaiheinen palvelumuotoilun prosessin kuvaus. Nämä kolme vaihetta ovat tutki, kehittä ja toteuta. Tutki-vaiheessa yhdistyy Morizin kaksi ensimmäistä vaihetta, ja sen tarkoituksena on kerätä tietoa ja asettaa tapahtumalle tavoitteita sekä selvittää vaatimuksia ja mahdollisuuksia. Toisessa vaiheessa opinnäytetyössäni tapahtumaa kehitetään erilaisten ideointimenetelmien kautta ja sen rakennetta kuvataan blueprint-mallin avulla, joissa hahmottuu tapahtuman eri kontaktipisteet paremmin. Kolmannessa vaiheessa kuvataan itse tapahtuman toteutumista konkreettisesti.

4.1 Tutki-vaihe; Tapahtuman lähtötilanteen kartoitus

Tutki-vaiheen edellytys on, että tapahtumalla on selkeä päämäärä, johon prosessin avulla tähdätään. Vaiheen tehtävänä on kerätä tietoa tapahtuman ja toimintaympäristön sisällöstä, rajoituksista ja resursseista. Tutki-vaihe on palvelumuotoiluprosessin perusta, jonka avulla voidaan varmistaa, että tapahtumalle asetettuihin tavoitteisiin päästään. Vaiheen avulla voidaan myös selvittää yrityksen ja toimintaympäristön rajoitteet ja edellytykset. (Moritz 2005, 125.)

Opinnäytetyöprosessin ensimmäisessä vaiheessa tarkoituksena on kerätä mahdollisimman paljon tietoa, joka auttaisi ideoimaan juuri oikeanlaisen tapahtuman niin toimeksiantajalle kuin kutsuvieraillekin. Tavoitteena oli kerätä tietoa asiakkaista, mahdollisista yhteistyömahdollisuuksista ja toimeksiantajasta, jotta saadaan selville mitä erilaisia mahdollisuuksia tapahtumaa ideoimassa on mahdollista hyödyntää. Menetelmänä tässä opinnäytetyössä käytettiin haastattelua, joka toteutettiin 13.10.2014 Tampereella. Tutki-vaiheessa on myös SWOT-analyysin avulla jäsennetty haastattelusta kerättyä tietoa. SWOT-analyysin avulla saatiin kartoitettua toimintaympäristöön ja tapahtuman järjestämiseen liittyviä mahdollisuuksia ja uhkia.

Tutki-vaiheessa pyrittiin vastaamaan Vallon ja Häyrisen esittämiin strategisiin kysymyksiin miksi, kenelle ja mitä. Haastattelun avulla haettiin vastauksia kysymyksiin miksi ja kenelle, eli selvittämään tapahtuman tavoite, viesti ja kohderyhmä. SWOT-analyysin avulla puolestaan voidaan analysoida annettua lähtötilannetta ja siten vastata Vallo & Häyrisen (2013) esittämään kysymykseen mitä.

Haastattelun käyttäminen tiedonkeruun välineenä

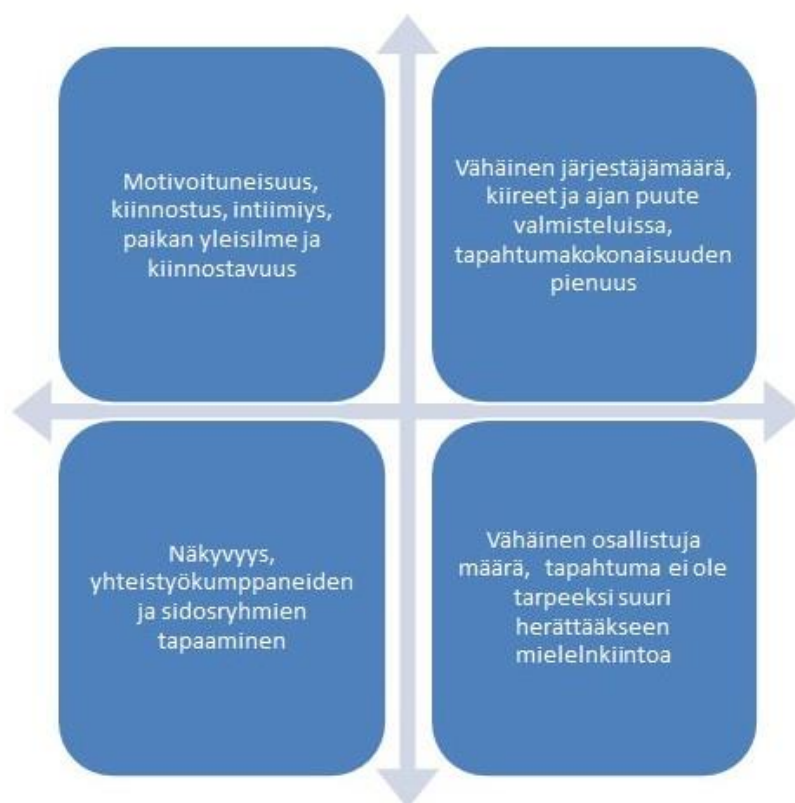
Haastatteluilla saadaan kerättyä tietoa asiakkaiden, ja tässä opinnäytetyössä myös toimeksiantajan ajatuksista niin palvelua tuottaessa kuin kulutettaessa. Haastatteluilla kerättyä tietoa käytetään rakentamaan ymmärrystä kohderyhmästä ja näin apuna inspiroimaan ja ohjaamaan ideointia ja suunnittelua. Haastattelut voidaan suorittaa etukäteen sovitun kaavan mukaisesti strukturoituna tai avoimena haastatteluna. Haastattelu voi olla vapaamuotoista keskustelua, mutta sen tarkoituksena on löytää toiminnan motiiveja. (Tuulaniemi 2013, 147 - 148.)

Opinnäytetyössä haastateltiin toimeksiantajaa, Dream Hostelien omistajaa Ville Virkkiä, jotta hänen toiveensa ja näkemyksensä, siitä minkälaisen tapahtuman hän toivoo järjestettävän, tulisivat otetuiksi paremmin huomioon. Haastattelu tehtiin avoimena haastatteluna Dream Hostelien tiloissa Tampereella syksyllä 2014, mutta haastatteluun oli tehty valmiiksi myös runko ja kysymyksiä, joihin haastattelu pohjautui. Haastattelun runko löytyy liitteestä.

Haastattelussa nousi esiin toimeksiantajan toive omannäköisestä tapahtumasta. Toiveena oli intiimi tapahtuma, jossa olisi mahdollisuus tutustuttaa osallistujia hostellin historiaan ja uuden hotellin tiloihin. Samalla oli hyvä tilaisuus myös muistaa yhteistyökumppaneita ja saada jonkin verran medianäkyvyyttä. Haastattelun aikana keskusteltiin toimeksiantajan kanssa mahdollisista rajoituksista, ja katsottiin läpi tilat ja niiden tarjoamat mahdollisuudet. Haastattelussa päädyttiin jakamaan tilaisuus kahteen osaan, kutsuvierastilaisuuteen ja avoimiin oviin.

SWOT-analyysin hyödyntäminen tapahtuman alkutilanteen selvityksessä

SWOT-analyysia voidaan käyttää tutki-vaiheessa apukeinona kannattavien ja toimivien ideoiden tunnistamisessa. SWOT-analyysin nimi tulee englanninkielisistä sanoista strengths (vahvuudet), weaknesses (heikkoudet), opportunities (mahdollisuudet) ja threats (uhat). Analyysin avulla voidaan selvittää sekä toimintaympäristön vaikutusta että sisäisiä tekijöitä eli järjestettävän tapahtuman vahvuuksia ja voimavaroja sekä uhkia ja heikkouksia (Jylhä 2014, 49.) Analyysiä tehdessä pelkkä asioiden listaaminen ei riitä, vaan niistä on tehtävä johtopäätöksiä, jotka tulee ottaa huomioon prosessin eri vaiheissa. Yrityksen heikkouksien ja vahvuuksien tunnistaminen auttaa tunnistamaan ja hyödyntämään ympäristön mahdollisia uhkia ja mahdollisuuksia. (Viitala & Jylhä 2014, 49 - 50.) Kuviossa 3 havainnollistetaan haastattelun avulla kerättyjen tietojen analysointia SWOT-analyysin avulla.



Kuvio 3: SWOT-analyysi (Viitala & Jylhä 2014, 50.)

Opinnäytetyötä varten laaditussa SWOT-analyysissä vahvuuksissa listattiin motivoituneisuus ja kiinnostuneisuus tapahtuman järjestämiseen. Tapahtuma koettiin tärkeäksi järjestäjätahon kannalta ja opinnäytetyön aiheena tapahtuman tuottaminen oli mielekäs prosessi. Vahvuuksia olivat myös ehdottomasti Dream Hotelin miljööseen yleisilme ja kiinnostavuus yrityksenä, sillä sen edeltäjä, alakerrassa toiminnassa oleva Dream Hostel on ollut menestystarina itsessään, joten laajentaminen oli paikallisesti merkittävä asia. Vahvuudeksi listattiin myös tilaisuuden intiimiys, jossa tapahtumamarkkinoinnin puitteissa oli mahdollisuus kehittää suhteita eri sidosryhmiin.

Heikkoudeksi koettiin vähäinen järjestäjä määrä sekä ajanpuute järjestelyissä. Mahdollisena uhkana koettiin myös se, että tapahtuma jäisi liian pieneksi eikä saavuttaisi toivottavaa kävijämäärää. Tämä osoittautui kuitenkin turhaksi peloksi, sillä tapahtuma keräsi yli 40 osanottajaa.

Koko tapahtuma koettiin kuitenkin mahdollisuutena saavuttaa tunnettavuutta, ja että sen avulla onnistuttaisiin lisäämään näkyvyyttä. Uhkana oli kuitenkin liian vähäinen osallistujamäärä, sekä se, että tapahtuma olisi liian pieni herättämään mielenkiintoa.

4.2 Kehitä-vaihe; tapahtumaprosessin suunnitteleminen

Kehitä-vaiheessa on ensimmäisen vaiheen haastattelujen jälkeen ideoitu, miltä valmis tapahtuma näyttäisi. Tavoitteena oli ideoida tapahtuman sisältö, ja pyrkiä sen jälkeen selventämään ja havainnollistamaan ideoita ja tapahtuman kulkua. Menetelminä opinnäytetyössä on käytetty 8x8-mallia ja palvelun kuvaamista sovelletun blueprint-matriisin avulla.

Kehitä-vaiheessa on myös pyritty vastaamaan Vallo & Häyrisen esittämiin operatiivisiin kysymyksiin. Palvelumuotoilua käyttämällä on pyritty havainnollistamaan koko tapahtuman järjestämisprosessia. Tarkemmin itse tapahtuman kulkua ja vastuuhenkilöitä on pyritty selventämään blueprint-kuvauksen avulla. 8x8-mallilla on puolestaan luoto tapahtuman sisältöä ja täten vastattu kysymykseen millainen.

8x8-mallin hyödyntäminen tapahtuman sisällön ideoimisessa

8x8-mallissa on tarkoitus ideoida. Ratkottava ongelma asetetaan keskelle ja sen jälkeen etsitään ympärille 8 ratkaisuehdotusta tai aiheeseen liittyvää ideaa. Menetelmän tarkoituksena on löytää useita lähestymiskohtia aiheeseen ja syventyä nopeasti niistä kuhunkin. Työskentelymenetelmänä 8x8-menetelmä muistuttaa ajatuskarttatyöskentelyä, mutta on huomattavasti kurinalaisempi ideointimenetelmä. Opinnäytetyössä 8x8-menetelmään on sovellettu, eikä

kaikkia kahdeksaa ratkaisuehdotusta pyrittykään löytämään. Sitä lähinnä käytettiin ideoinnin tukena, ja löytämään näiden ideoiden ympärille sisältöä. (Ojasalo ym. 2009, 147)

Dream Hotelin avajaisten 8x8-malli löytyy liitteestä . Sen keskiössä on Dream Hotelin avajaiset, jonka ympärille on lisätty kuusi ideointikohdetta. Ideointikohteet ovat kutsuvieraat, avoimet ovet, pikkujouluteema, toiminnan esittely, tarjoilut ja vieraiden vastaanottaminen.

Kutsuvieraiden ympärille mietittiin, että tilaisuudesta ei haluttu liian juhlallista. Lisäksi pohdittiin kutsujen luonnetta, ja päädyttiin, että omistaja lähettää henkilökohtaiset sähköposti-kutsut, valitsemilleen sidosryhmien jäsenille. Lisäksi ideoimme tilaisuuden ajankohtaa ja median kutsumista paikalle.

Avoimet ovet -idean ympärillä pohdittiin erillisiä kutsuja sosiaalisessa mediassa, kuten Facebookissa. Lisäksi mietittiin kutsuvieraiden ja avoimien ovien aikataulutusta. Alkuperäisessä 8x8-taulukossa oli ideoitu, että kutsuvieraille on oma erillinen ajankohta tilaisuuden aluksi, mutta siitä luovuttiin ideoinnin myöhemmässä vaiheessa.

Pikkujoulu-ruudukkoa käytimme hyväksemme ideoissa tilan ja kutsun ulkoasua, tarjottavien sisältöä, ajankohtaa ja tapahtuman tunnelman luomista esimerkiksi musiikin avulla. Toiminnan esittelyä ideoissa esiin nousi skandinaavisen muotoilun korostaminen tiloissa, hotellin perustamisen idean avaamisen sidosryhmille omistajan Ville Virkin toimesta. Lisäksi mietimme tilaan julisteita, joissa olisi kerrottu toiminnasta, ja ne tehtiin valmiiksi, mutta tilaa somistessa koimme, etteivät ne kuitenkaan ehkä sovi tapahtuman tyyliin, vaan on parempi, että paikalla on henkilökuntaa, joka osaa kertoa toiminnasta ja hotellin synnystä.

Tarjoilut kohdassa ideoitiin, että tarjoilut tuotetaan itse, ja että niiden tulee sopia tilaisuuden teemaan. Avajaisten menu suunnittelusta vastasi DreamHotelin hotellipäällikkö, jonka kanssa ideoimme pikkujoulumenun. Menu koostui kahdesta erilaisesta glögistä, joista toinen oli perinteinen glögi, ja toinen oli omenalla, ja kanelilla maustettu vaalea glögi. Jouluteeman mukaisesti tarjolla oli pähkinä-sinihomejuustopipareita, perinteisiä joulutorttuja ja suolaisia, porsaanlihalla ja omena-varsisellerillä täytettyjä joulutorttuja sekä glögijuustokakkua keksimurupojalla. Lisäksi mietittiin tarjolle asettamista, tarjoilijoita ja mahdollisista roskista huolehtimisesta.

Taulukon viimeisessä kohdassa on ideoitu vieraiden vastaanottoa. Aluksi ideoimme, että vieraat otettaisiin vastaan alakerran hostellin aulasta, josta heidät johdatettaisiin yläkertaan hotellin tiloihin. Vieraita vastaanottaessa mietittiin myös tarvittavia opasteita, naulakoita päällysvaatteille ja ajankohtaan sopivia ulkotulia ovien eteen.

Blueprint-menetelmän käyttö tapahtuman kontaktipisteiden hahmottamisessa

Blueprinting-kuvaus esittää palveluprosessin erot palveluntarjoajan ja asiakkaan välillä. Molemmissa prosesseissa on paljon toiselle osapuolelle näkymättömiä toimintoja ja tapahtumasta luodun Blueprintin tavoitteena oli havainnollistaa tapahtuman järjestämisprosessia ja tuoda esiin järjestäjien kannalta oleelliset asiat. Blueprint on kuvaus järjestämisprosessista, jossa tuodaan esiin asiakkaan fyysisesti näkemät ja kokemat asiat, asiakkaan toiminta tapahtuman eri vaiheissa, yrityksen ja järjestäjien toiminnan prosessit sekä asiakkaalle näkymättömät toimenpiteet ja tukiprosessit. Näin blueprintin sisältö kattaa asiakasrajapinnan molemmilla puolilla olevat toimet ja toiminnot. (Toivonen 2010.)

Dream Hotelin avajaisten Blueprint löytyy liitteestä. Blueprint jakaantuu neljään pystysarakkeeseen, jotka ovat vasemmalta oikealle aika, ohjelma, vastuutaho ja muuta/materiaali. Aika-sarakkeessa on näkyvissä kellonaika, johon ohjelmasarakkeessa oleva toiminta sijoittuu. Esimerkiksi kello 12 kohdalle on merkattu ovien avaaminen vieraille. Vastuutahosarakkeeseen on merkitty henkilöt, jotka ovat joko suorittamassa kyseistä ohjelmaa tai ovat siitä muuten vastuussa. Esimerkiksi vieraiden vastaanottamiseen on merkattu Ville Virkki, Dream Hotelin omistaja. Muuta-sarakkeessa on kirjoitettu mitä kyseisellä hetkellä tulee olla valmisteltuna ja mitä tulee ottaa huomioon. Esimerkiksi vieraiden saapuessa pitää olla narikat valmiina päällysvaatteille ja ovien edessä olevat ulkotulet tulee olla sytytettyinä.

Blueprintin ylälaitaan on vielä kirjattu opinnäytetyöntekijä, tapahtuman tavoite ja viesti, tapahtuman avainhenkilöt sekä tapahtuman teema. Koska tapahtumaa järjestettiin eri kaupungeista sähköpostin ja puhelimen välityksellä, oli olennaista, että välissä kulki blueprint, johon tapahtuman kulkua hahmoteltiin sekä opinnäytetyön tekijän, että toimeksiantajan puolelta. Näin myös kaikki pysyivät informoituina siitä, mitä tapahtuma tulee pitämään sisällään.

4.3 Tapahtuman toteutuksen kuvaus

Dream Hotelin avajaiset järjestettiin 17.12.2014 Tampereella Dream Hotelin tiloissa Tampereella. Tapahtuman alkuperäinen päivämäärä oli 10.10.2014, mutta erinäisten aikatauluongelmien vuoksi päädyttiin jatkamaan ideointia ja järjestämään Dream Hotelin avajaiset pikkujouluteeman mukaisesti vasta joulukuussa. Tämä helpotti myös avajaisten suunnittelua, kun niille saatiin asetettua selkeä teema, joka oli helppo toteuttaa ja sopi ajankohtaan hyvin.

Hostelli sijaitsee hotellin alakerrassa, jossa on myös hotellin ja hostellin yhteinen vastaanotototiski. Sieltä ihmiset ohjattiin toisessa kerroksessa sijaitseviin hotellin tiloihin. Tilaisuuden alussa oli tärkeää, että joku oli koko ajan paikalla vastaanottamassa ihmisiä. Mikäli vastuuhenkilöt eivät juuri sillä hetkellä ehtineet esitellä vieraille tiloja, heidät ohjattiin tarjoiluiden

pariin keskustelemaan muiden vieraiden kanssa. Tilaisuuden tunnelman vuoksi pidettiin tärkeänä huolehtia siitä, että kaikki paikalle tulevat tervehditään, ja heille joko esitellään tiloja tai heidät ohjataan nauttimaan tarjoiluista.

Avajaisten ajankohdaksi valikoitui kello 12 - 19, jotta mahdollisimman moni kutsutuista sidosryhmien jäsenistä pääsisi paikan päälle. Tapahtuma oli suunnattu työssäkäyville, joten tapahtumaan ei haluttu tiukkoja aikatauluja, eikä virallista avausta. Jokainen vieras otettiin henkilökohtaisesti vastaan ja heille esiteltiin toimintaa ja keskusteltiin, jonka jälkeen heidät ohjattiin nauttimaan tarjoiluista.

Ihmiset saivat poistua tapahtumasta omaan tahtiin, mutta kaikille sanottiin näkemiin ja toivottiin uudelleen tervetulleeksi. Tapahtuma toimi näin vapaamuotoisena palvelen tarkoituksenaan. Vapaampi aikataulu varmasti mahdollisti sen, että paikalla oli lähes loppuun asti koko ajan ihmisiä tasaisesti. Kaikki vieraat ehdittiin huomioimaan ja he saivat kiertää hotellin tiloissa rauhassa.

Hotellipuolella ihmisiä kierrätettiin huoneissa, hotellin omistaja huolehti pääasiassa hotellin tilojen esittelystä, mutta myös hotellipäällikkö kierrätti ihmisiä tiloissa. Sillä välin hotellin ja hostellin työntekijät valvoivat tarjottavia ja keskustelivat ihmisten kanssa.

Tapahtuman kävijämäärä ylitti 40 ihmistä, joten ajankohta ja kellonaika oli onnistunut. Tilaisuus oli suunniteltu pienelle kävijämäärälle, ja kävijämäärä oli toivottu. Vieraita kävi tasaiseen tahtiin, mutta tilat eivät käyneet liian ahtaiksi, vaan kävijämäärä jakautui tasaisesti koko päivän ajalle. Tarjoilut riittivät kaikille kävijöille, ja ihmiset saapuivat sopivasti porrastetusti. Tarjoiluista oli jo aikaisemmin keskusteltu tapahtuman ideointi-vaiheessa ja Dream Hotelin hotellipäällikkö valmisti kaikki tapahtuman tarjottavat itse. Alla oleva kuva 1 on otettu tapahtuman glögipöydästä, jossa tarjolla myös pipareita.



Kuva 1: Tarjoiluita hotellin avajaisista 17.12.2014

Tilaisuudesta toivottiin vapaamuotoista ja lämminhenkistä tilaisuutta, ei liian virallisen oloista tilannetta ja pitkiä puheita, ja mielestäni onnistuimme luomaan lämminhenkisen tilaisuuden.

4.4 Vaihe: Tapahtuman toteutuksen arviointi

Tapahtuman tavoitteena oli pitää sidosryhmille tilaisuus tutustua avajaisten varjolla hotellin uusiin tiloihin. Paikalle toivottiin myös mediaa. Tavoitteeseen päästiin hyvin ja tapahtuma palveli Dream Hostellin sidosryhmätyötä hotellinomistajan mukaan erinomaisesti. Tapahtumasta poiki toimeksiantajalle myös konkreettisia kumppanuussuhteita. Tapahtuman järjestelyt onnistuivat hyvin, sen teema ja toteutus olivat yrityksen näköinen.

Etuna pienen tapahtuman järjestämisessä on niiden mukautumiskyky, ja suunnittelijoiden mahdollisuus muuttaa tapahtumaa sen muotoiseksi, mitä siltä kaivataan. Pienimuotoinen tilaisuus mahdollisti sen, että paikan päällä pystyttiin reagoimaan vieraiden ja tilaisuuden vaatimalla tavalla. Suunnitteluvaiheessa ideoidut asiat saattoivat vielä varsinaisena tapahtumapäivänä muuttua. Osa asioista jätettiin tarkoituksellakin auki, jotta pystyttäisiin herkemmin toimimaan tilanteen vaatimalla tavalla. Esimerkiksi yhteinen aloitus ei sopinut tapahtuman luonteeseen ja siitä luovuttiin. Myöskään esittelyjulisteita ei koettu tarpeellisiksi, joten niitä ei ripustettu.

Mikäli tapahtuma halutaan toistaa isommalla kävijämäärällä, sen markkinointiin on syytä panostaa ehkä enemmän ja miettiä markkinointikanavia tarkemmin, varsinkin sosiaalisen median hyödyntämistä. Tällä kertaa päädyimme vain muutamaiin sosiaalisen median mainintoihin, ja koska tapahtumalla ei ollut markkinointibudjettia laskettu olleenkaan, emme mainostaneet lehdissä tms. Kutsut lähetettiin toivotuille vieraille itse sähköpostitse. Ideana oli tervetuloa tutustumaan uusiin tiloihin jo olemassa oleville yhteistyökumppaneille ja sidosryhmille, ei niinkään uusien asiakkaiden tavoittelu.

Opinnäytetyön tekemisen suurin anti yritykselle oli luultavasti se, että koska joku muu oli apuna järjestämässä ja suunnittelemassa, koko tapahtuma tuli järjestettyä.

5 Johtopäätökset

Tapahtuman järjestäminen vaatii suunnittelua ja useiden asioiden huomioon ottamista. Hyvin suunniteltu tapahtuma helpottaa myös mukautumaan tilanteisiin, mikä viimehetken muutoksia tulee. Kun osaa kysyä tapahtumaa järjestäessä oikeita kysymyksiä, vastaukset yleensä jo auttavat luomaan hyvän kokonaisuuden, josta nauttivat sekä vieraat että isäntäväki. Vallo &

Häyrisen kysymykset osoittautuivat tapahtumaa järjestäessä toimiviksi lähtötilanteen kartoituksessa ja suunnittelu- sekä toteutusvaiheissa.

Aikataulumuutokset ja tapahtuman muuttuminen suunnitteluprosessin myötä oli haaste, mutta osoitti kuitenkin sen miten onnistuneella tiimityöllä pystytään myös reagoimaan nopeasti muutoksiin. Tapahtuman toteuttaminen opinnäytetyönä eri kaupungista käsin kuin missä tapahtuma järjestettiin oli haaste, mutta antoi samalla mahdollisuuden kehittyä yksilötyökentelyssä. Lisäksi se opetti käyttämään eri kehittämisvälineitä projektin mukana joustavasti.

Jatkossa huomioon tulisi kuitenkin ottaa tiukempi aikataulutus ja pyrkiä kokoontua saman pöydän ääreen ideoimaan ja suunnittelemaan. Teknologia helpottaa tapahtuman toteutusta eri kaupungeista käsin, mutta ei suinkaan korvaa kasvokkain tapahtuvaa suunnittelua.

Lopputuloksena oli onnistunut kuitenkin tapahtuma, joka opetti paljon tapahtuman järjestämisestä. Opinnäytetyön avulla sai kerrattua hyödyllistä tietoa tapahtuman järjestämisestä. Hyöty oli selkeä myös tapahtuman toimeksiantajalle, joka sai luotua suhteita sidosryhmiinsä ja pidettyä hotellipuolelle sen ansaitsemat avajaiset.

Lähteet

Kirjalliset lähteet

Allen, J. 2009. Event planning : the ultimate guide to successful meetings, corporate events, fund-raising galas, conferences, conventions, incentives and other special events. Ontario: John Wiley & Sons Canada.

Harju, L. 2003. Työelämän tapahtumat ja tilaisuudet. Keuruu: Otava.

Hirsjärvi, S. & Remes, P. & Sajavaara, P. 2010. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Jylhä, E. & Viitala, R. 2010. Liiketoimintaosaaminen - menestyvän yritystoiminnan perusta. Helsinki: Edita.

Koivisto, M. 2007. Mitä on palvelumuotoilu? Muotoilun hyödyntäminen palvelujen suunnittelussa. Taiteen maisterin lopputyö. Taideteollinen korkeakoulu.

Miettinen, S. 2011. Palvelumuotoilu : uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. 2.painos. Helsinki: Teknologiainfo Teknova.

Moritz, S. 2005. Service Design - practical access to an evolving field. Lontoo: KISD.

Muhonen, R. M. & Heikkinen, L. 2003. Kohtaamisia kasvokkain - tapahtumamarkkinoinnin voima. Helsinki: Talentum.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät - Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOY.

Prami, H. Palvelumuotoilua pienesti - palvelumuotoiluhanke pienyrityksessä. Aalto Yliopisto.

Tuulaniemi, J. 2013. Palvelumuotoilu. 2.painos. Talentum.

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2013. Tapahtuma on tilaisuus: Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 3. painos. Helsinki: Tietosanoma.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2014. Liiketoimintaosaaminen. Menestyvän yritystoiminnan perusta. 6.-7. painos. Porvoo: Bookwell.

Sähköiset lähteet

Dream Hostel & Hotel. 2014. Palvelut. Viitattu 24.4.2015. <http://www.dreamhostel.fi/fi/palvelut/>

Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto. 2014. Sanasto. Viitattu 5.5.2015 <http://mtl.fi/fi/ala/sanasto>

Toivonen, M. 2010. Service Blueprinting palveluliiketoiminnan kehittäjän työkaluna. Aalto yliopisto. Viitattu 5.3.2012. http://www.tekes.fi/fi/gateway/PTARGS_0_201_403_994_2095_43/http%3B/tekes-ali1%3B7087/publishedcontent/publish/programmes/serve/documents/seminariaineistot/marjatoivonen.pdf

Julkaisemattomat lähteet

Hotellin johtajan haastattelu. 13.10.2014. Dream Hostel & Hotel. Tampere.

Kuviot

Kuvio 1: Tapahtuman strategiset ja operatiiviset kysymykset (Vallo & Häyrinen 2013, 101-106)	9
.....	9
Kuvio 2: Morizin palvelumuotolumalli. (Moriz 2005.).....	13
Kuvio 3: SWOT-analyysi (Viitala & Jylhä 2014, 50.)	15

Kuvat

Kuva 1: Tarjoiluita hotellin avajaisista 17.12.2014	19
---	----

Liitteet

Liite 1 Haastattelurunko	26
Liite 2 8x8-taulukko	28
Liite 3 DreamHotelin avajaisten blueprint	29
Liite 4 Kutsuluonnos	30

Liite 1 Haastattelurunko

Haastattelu 13.10.2014

1. Opinnäytetyön esittely

2. Yrityksen toiminta ja esittely

a.) Voisitteko haastattelun alkuun kertoa hieman yrityksen toiminnasta ja historiasta?

b.) Kuinka paljon yrityksellä on tällä hetkellä työntekijöitä?

c.) Mitä eri palveluita Dream Hostel tarjoaa?

d.) Onko tietoja, joita yrityksestä tai sen toimintatavoista ei saa julkaista julkisessa opinnäytetyössä?

e.) Mitä Dream Hotel tarjoaa?

-Eroaako tarjonta Hostel-palveluista?

-Mitä huoneet sisältävät?

f.) Mitä muita tulevaisuuden suunnitelmia Dream Hostelilla on, joita voisi mahdollisesti hyödyntää opinnäytetyötä suunnitellessa ja toteuttaessa?

2. Tapahtuman järjestäminen, opinnäytetyön aikataulujen selvittäminen

a.) Onko yrityksellänne minkälaista aikaisempaa kokemusta tapahtumien järjestämisestä?

b.) Mitä yrityksenne toivoo saavuttavansa tämän opinnäytetyönä tuotettavan tapahtuman (avajaiset) avulla?

c.) Ketkä ovat Dream Hotelin avajaisien pääasiallinen kohde ryhmä yrityksenne mielestä?

-Yksilölliset kutsut vai ilmoitus?

d.) Onko yrityksellänne käytössä esimerkiksi kestävään kehitykseen tai muuhun toimintaan liittyviä seikkoja, jotka tulisi ottaa huomioon avajaisia suunnitellessa?

e.) Aikataulujen sopiminen

3. Yhteistyökumppanit

-Mitä eri yhteistyökumppaneita yrityksellänne on miten heidän palveluitansa hyödynnetään?

-Löytyykö yrityksen jo valmiina olevista yhteistyökumppaneista apua nyt suunniteltaviin avajaisiin, yhteystietoja?

6. Kiitokset haastattelusta

Liite 2 8x8-taulukko

			Ei liian muodollinen tilaisuus	Erillinen kutsu sähköpostilla	Aikaisempi ajankohta	Erilliset kutsut <u>SoMessa</u>	Kutsuvieraiden jatkona	Tilaisuus kestää n. 17-19 asti
				Kutsuvieraat	Yhteistyökumppanit	Näkyvyys?	Avoimet ovet	
				Ajankohta viikolla, jotta pääsevät paikalle	Median edustajat			
Skandinaavisuus	Lämminhenkinen tunnelma	Uusi hotellipuoli		Kutsuvieraat	Avoimet ovet	Tarjottavat	Koristeet	Kutsun ulkoasu
Erilainen hotellikokemus, avoimet aulatilat, keittiö	Viesti	Uusi ravintola?	Viesti	Case DreamHotelin avajaiset 17.12.2014	Teema/ Pikkujoulut	Tilan ulkoasu	Teema/ Pikkujoulut	Tunnelma esim. musiikki
		Yhteistyön kehittäminen ja syventäminen	Vastaanotto	Tarjoilut	Toiminnan esittely			Joulukukat
<u>Tervetulleeksi toivottaminen</u>	Vieraiden kanssa seurustelu	Opastus	Alkumalja/Alkoholia?	Glögi	Piparit	Julisteet, joissa esitellään tarjontaan	Tiloissa kiertäminen	Tilan avaaminen asiakkaille
	Vastaanotto	Ulkotulet	Suolaista?	Tarjoilut	Erilliset tarjoilijat?	Skandinaavisuuden huomiointi	Toiminnan esittely	Ville <u>Virkin</u> puheenvuorot
	Vastaanotto ensin <u>Hostelin</u> aulassa, siirtyminen hotelille	Naulakot	Joulutortut	Itse hankintana/leivontana	Roskien huolehtiminen			

Liite 3 DreamHotelin avajaisien blueprint

Dream Hotelin avajaiset, pvm, Tampere

päivitetty 21.10.2014/PV

- ✓ Opparintekijä: Henu
- ✓ Tavoite ja viesti: Uuden hotellin markkinointi
- ✓ Avainhenkilöt: Helena, Ville, tarjoilija(t), esittelijä(t)
- ✓ Teemat: Hotellipuolen ja sen designin yms. esittely, hostellin ja hotellin palveluiden avaaminen ja markkinointi

AIKA	OHJELMA	VASTUUTAHO	MUUTA, MATERIAALI
15.00	Sisääntulo kutsuvieraille	Ville ja Helena, joku muu hotellilta?	*Ohjeistus/Hostelli/Hotelli *Narikka *Vastaanotto *Tervetulomaljat *Tarjoilut
15.20-15.30	Tervetulo puhe	Ville	
15.30 - 16.00	Tutustuminen hotelliin *Hotellihuoneisiin tutustuminen, designin esittely *Hotellin palveluiden esittelypisteet *Jotain pientä syötävää *Mahdollisuus jutella	Helena Esittelijät, jotka kertovat hotellin palveluista ym. Tarjoilijat	↑Tarjoilut, ja palautuspisteet, roskat yms. *Esittelypisteille julisteet tms. missä informaatiota huoneista, designista, mistä kaikki sai alkunsa
16.00	Avoimet ovet * Mahdollisuus tutustua hotelliin, seurustella Tarjoilut *Kulkeminen omaan tahtiin		Esittelypisteestä huolehtiminen, tarjoilut, vieraiden kanssa seurustelu
n. 17.00-17.15	Ville esittelee toimintaa uudestaan	Ville	
18.00	Tilaisuuden lopettelu *Vieraat poistuvat omaan tahtiin, mutta sisään ei enää pääse	Helena	*Siivous, roskat, vieraiden saattaminen

Liite 4 Kutsuluonnos



DREAM HOTEL ON NYT AUKI!

Elokuun 1. päivä **Dream Hostel** sai seurakseen modernin designhotellin, kun yläkertaan avattiin **Dream Hotel**, jonka kaksikymmentä skandinaaviseen tapaan sisutettua huonetta tarjoaa asukkailleen hiukan enemmän yksityisyyttä ja tyyliä.

TERVETULOA

tutustumaan hostelliin ja sen palveluihin, sekä tietysti uusiin **DreamHotelin** tiloihin jouluisissa tunnelmissa

XXXTAINA XX.XX.XXXX KLO. 15

Dream Hostel Tampere
Åkerlundinkatu 2
33100 Tampere
Suomi

Puhelin | Phone
+358 45 2360 517
(09:00 - 01:00)

Aukioloajat | Opening hours
Avoimna | Open: 09:00 - 01:00
Check-in: 14:00 - 22:00
Check-out: 11:00