

Saara Suonpää

TALVIELÄMYSPÄIVÄN JÄRJESTÄMINEN BRASILIALAISLLE

Matkailun koulutusohjelma
2015

TALVIELÄMYPÄIVÄN JÄRJESTÄMINEN BRASILIALAISILLE

Suonpää, Saara
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma
Lokakuu 2015
Ohjaaja: Tuomi, Tero
Sivumäärä: 40
Liitteitä: 2

Asiasanat: tapahtumanjärjestäminen, elämysmatkailu

Opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella ja toteuttaa elämyksellinen tapahtuma ulkomaalaisille. Tavoitteena oli tutustuttaa heidät suomalaiseen kulttuuriin, sekä Suomen luonnon tarjoamiin mahdollisuuksiin.

Työn tilaajana toimi Hämeen Ammattikorkeakoulu, jossa oli kevätlukukaudella 2015 brasilialaisia opettajia Vocational Educational Training (VET) Teachers for the Future koulutusohjelmassa. HAMK järjesti brasilialaisille paljon päiväohjelmaa, mutta resurssit eivät riittäneet vapaa-ajan täyttämiseen. Sain tehtäväkseni järjestää brasilialaisille aktiivisen päivän, jonka he muistavat vielä pitkään jälkeenpäinkin.

Opinnäytetyössä määritellään, mikä on elämys, mikä on tapahtuma sekä läpikäydään tapahtumaprosessin kolme vaihetta. Työssä teoria ja empiirinen osio vuorottelevat, ensin käyden läpi aiheen teorian ja sen jälkeen kertoen, miten teoriaa on hyödynnetty tilatun tapahtuman suunnittelussa ja toteuttamisessa.

Osallistajat täyttivät tapahtuman lopuksi palautelomakkeen, jonka tuloksia käydään läpi työn loppupuoliskolla.

Työn tuotoksena syntyi helmikuussa 2015 järjestetty kokopäivän talvielämystapahtuma, johon osallistui 13 henkeä. Aktiviteetit, ruokailut sekä tapahtumapaikka oli tarkasti suunniteltu tukemaan kuvaa suomalaisuudesta. Tapahtuma oli kaikin puolin onnistunut ja kaikki osapuolet olivat tyytyväisiä.

WINTER ADVENTURE DAY FOR BRAZILIANS

Suonpää, Saara

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Tourism

October 2015

Supervisor: Tuomi, Tero

Number of pages:40

Appendices: 2

Keywords: event management, adventure tourism

Purpose of this thesis was to plan and execute a winter adventure day for foreign people in Finland. Meaning of this event was to introduce Finnish culture and show what opportunities Finnish nature has to provide.

Subscriber of this thesis was Häme University of Applied Sciences (HAMK). HAMK had Brazilian teachers spending their spring semester 2015 in Vocational Educational Training (VET) Teachers for the future program here in Finland. HAMK planned day programs for teachers but they didn't have resources to offer activities for spare time. So I got an assignment to organize a winter adventure day for Brazilians.

Theoretic part of this thesis includes theory about what is adventure tourism, defining what is an event and looking over three stages of event organizing. Theory and empirical sections alternate, first to deal with the theory and after that narrate how theory was taken into notice when planning and executing an event.

Feedback from participants about the event is also included in this thesis.

Outcome of this event was a winter adventure day event on February 2015 for 13 participants. Activities, meals and atmosphere were carefully planned to present Finnish culture. Event was very successful and all parties were satisfied.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	TYÖN TAVOITE JA TUTKIMUSTEHTÄVÄ.....	6
2.1	Toiminnallinen opinnäytetyö.....	6
2.2	Tutkimustehtävä & työn tarkoitus.....	7
2.3	Teoreettinen viitekehys.....	7
3	MIKÄ ON ELÄMYS?.....	8
3.1	Elämysten määrittely.....	8
3.2	Elämysmatkailun muodot.....	9
4	MIKÄ ON TAPAHTUMA?.....	11
4.1	Tapahtumalajit.....	11
4.2	Tapahtuman tavoite & viesti.....	13
4.3	Tapahtumaprosessi.....	14
5	MITÄ OTTAA HUOMIOON ENNEN TAPAHTUMAA?.....	18
5.1	Tapahtuman lähtökohdat.....	18
5.1.1	Tapahtumapaikka.....	19
5.1.2	Ajankohta.....	20
5.1.3	Budjetti.....	21
5.1.4	Kohderyhmä.....	22
5.2	Tapahtuman markkinointi.....	23
6	MITÄ TAPAHTUU TAPAHTUMAPÄIVÄNÄ?.....	26
6.1	Ohjelma.....	26
6.2	Tarjoilu.....	27
6.3	Työryhmä.....	29
7	MITÄ HUOMIOIDA VIELÄ TAPAHTUMAN JÄLKEEN?.....	31
7.1	Jälkimarkkinointi & Palaute.....	31
7.2	Palautelomake.....	32
8	POHDINTA.....	35
	LÄHTEET.....	38
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

Ihmiset ovat kautta aikojen hakeneet arkeensa vaihtelua erilaisista tapahtumista ja juhlista. Restonomian opintoihini kuului myös tapahtumanjärjestämiskurssi, ja saimmekin mahdollisuuden järjestää opintojakson aikana ryhmässä oman tapahtuman osana valmista kattotapahtumaa. Lisäksi vaihto-opiskeluni aikana järjestimme koulutehtävänä gps-suunnistusseikkailun kolmen hengen ryhmässä. Molemmista projekteissa oli paljon työtä, mutta kun kovan työn tuloksena oli onnistunut tapahtuma, ei suurempaa palkintoa olisi voinut saada!

Innostuneena näistä kahdesta yhdessä tehdystä projektista, halusin järjestää myös opinnäytetyönäni aivan oman tapahtuman. Olin jo kahdesti nähnyt tapahtumanjärjestämisprosessin, joten tiesin, mihin tulee varautua ja kokemus edellisistä tapahtumista antoi itsevarmuutta.

Vaihto-opiskeluni aikana osallistuin myös adventure tourism-opintojaksolle, jossa kävimme läpi elämystaloutta ja sen tuomia mahdollisuuksia. Kaukaa sanotaan näkevän lähelle, ja opintojakson aikana ymmärsinkin, kuinka hyvät mahdollisuudet Suomen luonnolla on elämyksien tarjoamiseen. Ulkomailta Suomeen tuleva matkailu kohdistuu lähinnä Lappiin, mutta myös Etelä-Suomessa on hyvät mahdollisuudet elämyksien tuottamiselle.

Siksipä halusin yhdistää opinnäytetyökseni nämä kaksi opintojeni tuomaa oivallusta. Tuloksena syntyi kotiseudullani järjestetty talvielämystapahtuma, josta nyt puhutaan Brasiliassa asti!

2 TYÖN TAVOITE JA TUTKIMUSTEHTÄVÄ

2.1 Toiminnallinen opinnäytetyö

Toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena on synnyttää toiminnallinen tuotos, jolla voi osoittaa ammatillista kypsyyttä sekä suuntautumisalaan perehtyneisyyttä. Toiminnallisen opinnäytetyön tuotos voi olla palvelu, tuote/taideteos tai toimintatapa. Palvelua tai tuotetta rakennetaan, kokeillaan ja kehitetään käytännön toiminnan kautta. Kaikkiin toiminnallisiin opinnäytetöihin kuuluu myös prosessia kuvaava kirjallinen osuus.

(Hakonen 2012.)

Toiminnallisen opinnäytetyön suunnittelu vie useimmiten enemmän aikaa kuin itse kirjallisen osuuden kirjoittaminen, joten suunnittelu on syytä aloittaa ajoissa. (Hakonen 2012) Toiminnallisessa opinnäytetyössä on tärkeää tehdä toimintasuunnitelma. Toimintasuunnitelman sekä aikataulu on hyvä olla mietitty tarkkaan mahdollisimman varhaisessa vaiheessa, jotta mitään ei unohdu viimehetkellä. (Vilka & Airaksinen 2003, 26.)

Olen erittäin käytännönläheinen ihminen ja opinnäytetyön toteuttaminen toiminnallisena oli lähes itsestänselvyyys. Vaihto-opiskeluni aikana Hollannissa osallistuin adventure tourism kurssille, jossa järjestimme ryhmässä elämyksellisen tapahtuman. Siitä sain kipinän, sekä rohkeutta järjestää tapahtuman myös yksin Suomessa, hyödyntäen Suomen luonnon mahdollisuuksia.

2.2 Tutkimustehtävä & työn tarkoitus

Toiminallisessa opinnäytetyössäni, jonka tuotoksena oli tapahtuma, ei ole tutkimustehtävää, vain tarkoitus ja tavoite.

Opinnäytetyöni tarkoituksena oli järjestää talvielämystapahtuma Hämeen ammattikorkeakoulussa vieraileville brasilialaisille opettajille ja tarjota heille uusia elämyksiä, niin aktiviteettien, ympäristön kuin ruokakulttuurinkin kautta.

Opinnäytetyöni tavoitteena oli järjestää onnistunut tapahtuma aiheeseen liittyvän teorian pohjalta. Tavoitteena oli luoda tapahtuma, joka vastaa ja myös mahdollisesti ylittää osallistujien odotukset. Tavoitteena oli myös onnistunut suunnittelutyö sekä aika- ja sujuva yhteistyö tapahtuman henkilökunnan kanssa.

2.3 Teoreettinen viitekehys

Työssäni tutkin tapahtumanjärjestämisen sekä elämysmatkailun teoriaa pohjaksi järjestämälleni tapahtumalle. Määrittelen teoriaosuudessa, mikä on tapahtuma, mikä on elämys sekä läpikäyn tapahtumaprosessin kolme eri vaihetta. Teoriaosuuksien jälkeen kerron omasta tapahtumastani, ja miten teoria vaikutti sen suunnitteluun ja järjestämiseen.

Läpikäyn myös 7P markkinointimixin teoriaa, jonka pohjalta loin tapahtumaani palautteenanto lomakkeen. Myös saatu palaute avataan ja sitä analysoidaan.

3 MIKÄ ON ELÄMYS?

3.1 Elämysten määrittely

Matkailu on elinkeino, jossa muutos on jatkuvaa ja trendit vaihtelevat nopeasti. Erilaisia matkailupalveluita on tarjolla runsaasti ja matkailijoiden muuttuessa entistä tietoisimmiksi ympäröivästä maailmasta voidaan todeta, että myös matkailijoiden tarpeet ovat muuttuneet. Moderni matkailija kaipaa yhä enemmän jotakin uutta ja jännittävää; uusia elämyksiä elämäänsä. Matkailupalvelun ydin on elämys, jonka asiakas kokee ja muut elementit, kuten kohde, ympäristö ja henkilöstö vain tukevat tätä ydintä. (Borg, Kivi & Partti 2002, 30.)

Elämyksen määrittely ei ole yksiselitteistä. Käsitteenä elämys on emotionaalinen kokemus, joka vaikuttaa ihmiseen positiivisesti sekä mieltä kohottavasti. Elämys on inhimillinen kokemus ja siksi aina hyvin yksilöllinen. Elämyksen kokemiseen vaikuttaa tietoisuus itsestä ja omasta identiteetistä sekä henkilökohtainen historia ja aikaisemmat kokemukset. (Borg, Kivi & Partti 2002, 26.)

Elämyksen kokeminen on hyvin henkilökohtaista, sillä se mikä toiselle on osa jokapäiväistä elämää, saattaa toiselle olla harvinainen ja eksoottinen kokemus. Usein taustalla vaikuttaa vahvasti kokijan kulttuuritausta. (Swarbrooke, Beard, Leckie & Pomfret 2003, 14.)

Elämys sisältää psyykkisiä, eli hengellisiä sekä praktisia, eli käytännöllisiä elementtejä. Praktisia elementtejä ovat esimerkiksi aistihavainnot kuten näkeminen, kuuleminen tai maistaminen ja psyykkisiä elementtejä on mm. elämyksen ymmärtäminen ja sisäistäminen. Praktiset ja psyykkiset elementit tukevat toisiaan ja molemmat elementit tarvitaan elämyksen syntymiseen. (Borg, Kivi & Partti 2002, 28.)

Elämyksen kokeminen koostuu monesta tekijästä. Elämyksellä on monta tasoa ja ominaisuutta kuten: epävarma lopputulos, vaara ja riskit, haasteellisuus, odotettu palkinto, uutuudenviehätys, jännitys ja virikkeellisyys, todellisuudenpakoisuus ja irtautuminen,

tutkiminen ja löytäminen, uppoutuminen ja keskittyminen sekä tunnevaihtelut. (Swarbrooke, Beard, Leckie & Pomfret 2003, 9.)

Talvielämispäivän kohderyhmänä olivat brasilialaiset, jotka omaavat kaikki samanlaisen kulttuuritaustan. Siksi suomalaisille jo lapsuudesta tutut talviaktiviteetit kuten hiihtäminen, mäenlasku tai pilkkiminen ovat eksoottisia kokemuksia, joihin heillä ei ikinä ennen ole ollut mahdollisuutta. Vaikka elämys on aina yksilöllinen, on kohderyhmä niin samanlainen kulttuuri- ja koulutustaustoineen, että Suomen talviaktiviteetit, sekä ruokaelämykset ovat varmasti kaikille uusia elämyksiä tuottavia kokemuksia. Talvielämispäivä tarjosi monta eri elämyksen tasoa; uutuuden viehätystä, virikkeellisyyttä, haasteellisuutta, tutkimista sekä irtautumista arjesta. Tapahtumaa suunniteltaessa kuvittelin lumen ja jään olevan suurimpia elämyksen tuottajia, mutta päivän aikana sain ilokseni huomata kuinka monet pienetkin asiat olivat brasilialaisille elämyksellisiä. Esimerkiksi nuotiopaikalla tarjottu kuuma mehu oli jotain, mistä osallistujat eivät ikinä ennen olleet kuulleet, ja ihmettelivät kovasti miten mehua voi lämmittää. Brasiliassa asuvat ihmiset normaalisti viilentävät kaikki juomat, eivätkä siksi voineet käsittää että Suomessa juodaan mehua kuumana.

3.2 Elämysmatkailun muodot

Elämykset voidaan jakaa kahteen kategoriaan; fyysisiin sekä ei-fyysisiin. Usein elämys sisäistetään fyysiseksi ja vauhdikkaaksi tapahtumaksi kuten koskenlasku tai vuorikiipeily. Suuri osa elämysmatkailusta tapahtuu kuitenkin ei-fyysisellä sektorilla. Eifyyminen elämysmatkailu voidaan jakaa kolmeen eri ryhmään; henkiseen (itsensä kehittäminen), tunneperäiseen (uhkapelaaminen & hedonismi) sekä hengelliseen (hengellisen valaistumisen etsiminen). (Swarbrooke, Beard, Leckie & Pomfret 2003, 13.)

Fyysisen ja ei-fyysisen elämyksen lisäksi Swarbrooke, Beard, Leckie & Pomfret (2003, 32-33) luokittelevat elämyksen luonteen ”soft adventure” tai ”hard adventure”

-kategorioihin. ”Soft adventure” viittaa nimensä mukaisesti ”pehmeisiin” aktiviteetteihin, joissa riskien vaara on matala, osallistujalta vaaditaan vain vähän sitoutumista, sekä aloittelijan taidot riittävät. Tällaisia aktiviteettejä vetävät yleensä koulutetut opopaat. Esimerkkejä soft adventure- elämyksistä voi olla esimerkiksi safarit, ohjatut vaellukset tai pyöräilyretket. Soft adventure- elämysmatkailijat hakevat usein elämyksien avulla pakoa arjesta, etsivät itseään sekä haluavat kehittyä henkisesti.

”Hard adventure” taas on elämyksien kokemisen ”kovempi” taso, jossa riski on korkea, osallistujan on oltava sitoutunut sekä taitojen tulee olla kehittyneet. Hard adventure aktiviteettejä on esimerkiksi koskenlasku, maastopyöräily tai vuorikiipeily. Hard adventure- aktiviteetit vaativakint usein hyvää fyysistä kuntoa. Hard adventure- elämysmatkailijat haluavat haastaa itsensä niin fyysisesti kuin psyykkisestikin. (Swarbrooke, Beard, Leckie & Pomfret 2003, 32-33.)

Myös majoitus ja liikennevälineet voivat vaikuttaa soft- ja hard adventure luokitteluun. Viiden tähden hotelli lämpimillä suihkuilla ja pehmeillä sängyillä tekee retkestä enemmän soft adventure tyyppisen, kun taas aavikolla taivasalla nukkuminen ehdottomasti kuuluu hard adventure luokkaan. (Swarbrooke, Beard, Leckie & Pomfret 2003, 33.)

Talvielämyspäivään sisältyi niin fyysisiä kuin ei-fyysisiäkin elämyksiä. Hiihto, potkukelkkailu, lumikenkäily, sekä mäenlasku olivat vauhdikkaita ja fyysisiä aktiviteettejä, mutta tapahtumapaikan ympäristö, mm. jäätynyt järvi tai paukkuva nuotio tarjosi osallistujille ei-fyysisiäkin elämyksiä. Kaikki talvielämyspäivän aktiviteetit kuuluivat soft adventure luokkaan, jossa riskit ovat matalia ja aloittelijan taidot riittävät. Aktiviteettien tarkoituksena olikin vain kokeilla erilaisia uusia kokemuksia, eivätkä ne vaatineet aikaisempaa sitoutuneisuutta. Myös tapahtumapaikka on suunniteltu olemaan soft adventure luokkaa, sillä ulkoa kylmästä pääsi lämmittelemään nuotiolle tai sisätiloihin. Myös ruokailut on järjestetty sisällä, eikä ulkona.

4 MIKÄ ON TAPAHTUMA?

4.1 Tapahtumalajit

On monia tapoja luokitella tapahtumat eri kategorioihin. Tapahtuman koko on yksi merkittävin luokitteluperuste. Tapahtuman koon voi karkeasti jakaa neljään ryhmään; Local, Major, Hallmark sekä Mega- kokoluokkiin. Suurin osa tapahtumista kuuluu ryhmään: ”local”, vain paikalliselle yleisölle suunnattuihin tapahtumiin. Näiden tapahtumien tarkoituksena on sosiaalistuminen, hauskanpito sekä viihdyttävyyys. Seuraava kokoluokka on ”major”, joka tarkoittaa merkittävää tapahtumaa. Tällainen tapahtuma kerää paljon kävijöitä, huomiota medialta, sekä merkittäviä tuottoja. Moni kansainvälinen urheilutapahtuma kuuluu tähän kokoluokkaan. ”Hallmark” kokoluokka on jo todella merkittävä. Hallmark tarkoittaa tunnusmerkkiä/leimaa, joten tähän kategoriaan kuuluvat tapahtumat tuovat tapahtumapaikalle suurta huomiota ja tunnistettavuutta. Klassinen esimerkki ”hallmark” tapahtumasta voisi olla Rion karnevaalit tai Tour de France. ”Mega” tapahtumat eivät suomennosta kaipaa, sillä ne ovat niin isoja että vaikuttavat koko kansainväliseen mediaan ja niihin käytetty budjetti hipoo pilviä. Esimerkkinä mega-tapahtumista voisi olla olympialaiset tai FIFA world cup. (Bowdin, Allen, O’Toole, Harris & McDonnel 2006, 16-18.)

Toinen tapa luokitella tapahtumia on sisältö. Kolme lajitteluluokkaa on kulttuuritapahtumat, urheilutapahtumat, sekä bisnestapahtumat. Kulttuuritapahtumiin lukeutuu erilaiset musiikkitapahtumat, taidenäyttelyt ja festivaalit. Urheilutapahtumat ovat koko ajan kasvava osa-alue tapahtumasektorilla. Ne tuovat näkyvyyttä seuroille ja urheilijoille, rahallista tuottoa järjestäjille, sekä viihdettä katsojille. Bisnestapahtumat ovat varmasti näistä kolmesta yleisimpiä. Konferensseja, kokouksia ja erilaisia messuja järjestetään päivittäin. (Bowdin, Allen, O’Toole, Harris & McDonnel 2006, 18-20.)

Kolmea edellä mainittua tapahtuman sisältöluokkaa tarkemman lajittelun tarjoaa Raj, Walters & Rashid (2009, 13-17) jakaessaan tapahtumat sisällön mukaan uskonnollisiin tapahtumiin, kulttuuritapahtumiin, musiikkitapahtumiin, urheilutapahtumiin, yksityisiin tapahtumiin, poliittisiin tapahtumiin, bisnestapahtumiin, yritystapahtumiin, sekä

vapaa-ajan tapahtumiin. Yksityiset tapahtumat tarkoittavat ihmisten sukulaisille ja ystäville järjestämiä juhlia ja kutsuja. Vapaa-ajan tapahtumiin luokitellaan suuria urheilutapahtumia kuten Olympialaiset, joita lähdetään katsomaan pidemmäksikin aikaa ja samalla lomailemaan.

Vallo & Häyrynen (2014, 61-62) luokittelevat tapahtumat pääsääntöisesti asiatapahtumiin, viihdetapahtumiin ja niiden yhdistelmiin. Järjestäjälle tulee olla tapahtuman suunnittelua aloitettaessa selvää, millainen tapahtuma aiotaan järjestää, onko tarkoituksena viihdyttää vieraita vai keskittyä asiapitoiseen tarjontaan. Asiapitoinen tapahtuma ei kuitenkaan sulje viihtyvyyttä pois, vaan myös asiapitoiseen päivään on mahdollista kehittää ilahduttavia yksityiskohtia, jotka nostavat vieraiden viireystilaa.

Tapahtumalajit voidaan eritellä myös toteuttamistavan mukaan. Tapahtuma voidaan järjestää alusta loppuun itse, ostaa se tapahtumatoimistolta kokonaan tai kokoamalla tapahtuma erilaisista valmiista osista tehden siitä toimivan ketjutapahtuman.

Rakennettu tapahtuma edellyttää suurta työpanosta sekä sitoutumista. Useasti päädytään kuitenkin toteuttamaan tapahtuma itsenäisesti kustannussyistä johtuen. Tulee kuitenkin miettiä, kuinka monta työtuntia kokematon järjestäjä käyttää samaan asiaan kuin palkattu ammattilainen, sillä järjestelyihin käytetty aika on usein pois henkilökunnan varsinaisesta työajasta. Itse rakennetun tapahtuman etuina on valta päättää kaikki tilaisuuden luonteesta sekä kustannustehokkuus suunnittelukustannuksissa. Haasteina on jo edellä mainittu suuri työmäärä ja vastuu, mahdollinen kokemuksen puute sekä käytetyn työajan arviointi. Kokematon järjestäjä saattaa arvioida tapahtuman järjestämisprosessin vievän vain vähän aikaa ja saatetaan herätä tilanteeseen, jossa viikkoa ennen tapahtumaa tärkeitä osatekijöitä puuttuu tai ei ole otettu huomioon. (Vallo & Häyrynen 2014, 63-64.)

Kolmen edellä mainitun tapahtuman toteuttamistavan lisäksi voidaan hyödyntää valmiista kattotapahtumaa. Kattotapahtuma antaa valmiin teemaan ja puitteet tapahtumalle, mutta tapahtuman järjestäjän tulee silti itse huolehtia monista asioista. Tapahtuman järjestäjän tulee miettiä tapahtuman tavoite, kohderyhmä sekä mitä ohjelmaa on tarjolla virallisen kattotapahtuman lisäksi. Haasteellisen kattotapahtumasta tekee se, ettei tapahtuman kulkuun voi itse vaikuttaa. Kattotapahtumaa hyödyntäessä tulee silti

valita oma isäntä, joka huolehtii vieraista ja opastaa näitä toiminaan muuttuvissa tilanteissa. (Vallo & Häyrinen 2014, 66-67.)

Talvielämyspäivä oli kokoluokaltaan erittäin pieni tapahtuma, joka järjestettiin alusta loppuun itse. Ymmärsin, kuinka paljon tapahtuman järjestäminen yksin vie aikaa ja aloitin suunnittelun ja valmistelun hyvissä ajoin. Kokenut järjestäjä käyttäisi ehkä moniin asioihin puolet vähemmän aikaa, mutta tarkoituksena olikin oppia ja nähdä millaista tapahtuman järjestäminen oikeasti on. Sisällöltään talvielämyspäivä on jotakin yksityisyystilaisuuden ja kulttuuritapahtuman väliltä. Tapahtuma ei ollut julkinen, vaan järjestetty tietyille kohderyhmälle, jotka saivat tapahtumaan kutsun. Tapahtuman tarkoituksena oli viihdyttää, mutta samalla myös jakaa tietoa suomen kulttuurista ja tavoista ja siksi tapahtuma voidaan osittain luokitella kulttuuritapahtumaksikin.

4.2 Tapahtuman tavoite & viesti

Jokaisella tapahtumalla tulee olla selkeä tavoite, siksi ennen tapahtuman järjestämistä on syytä pysähtyä miettimään, miksi tapahtuma järjestetään ja mikä on tapahtuman tavoitteena. Liian usein järjestetään tapahtumia ilman selkeää tavoitetta ja ainoa syy järjestämiselle on vain tapahtuman jatkuvuus. (Vallo & Häyrinen 2014, 114.)

On tärkeää unohtaa omat mieltymykset ja miettiä tapahtumaan kutsuttujen näkökulmasta. Mistä he pitävät ja ilahtuvat? Suunniteltaessa tapahtumaa keskitytään usein vain itse tapahtumaan, on kuitenkin hyvä kyetä kuvaamaan tapahtuman jälkeistä tavoitetilaa; millainen muutos kohderyhmässä saadaan aikaan tapahtumalla?

Kun tavoite on selkeä, tulee se kertoa kaikille tapahtuman järjestämiseen osallistuville osapuolille. Näin kaikki toimivat yhteisen päämäärän mukaisesti.

(Vallo, Häyrinen 2014, 111-116.)

Tavoitteen lisäksi tulee hahmottaa, mitä tapahtumalla halutaan viestiä, ennen kuin tapahtumaa voidaan alkaa järjestää. Aivan jokaisella tapahtumalla tulee olla pääviesti, sekä mahdollisesti myös sivuviestejä, jotka tukevat pääviestiä. Tapahtumalla voidaan

haluta viestiä järjestäjän omia arvoja ja toimintatapoja, kuten ekologisuutta. Viestin on oltava järjestäjälle selkeä, jotta viestin välittämistä voidaan tukea erilaisilla elementeillä koko tapahtuman suunnittelun ja toteuttamisen ajan. Tapahtuman viestin määrittämiseen vaikuttaa tapahtuman järjestäjän omien tavoitteiden lisäksi muun muassa teema, tarjoilu, ohjelma, isännät, ajankohta sekä esitysmateriaalit. (Vallo, Häyrinen 2014, 116-118.)

On tärkeää kertoa kaikille tapahtuman järjestämiseen osallistuville osapuolille tapahtuman tavoite ja viesti. Näin kaikki osapuolet tukevat yhteistä tavoitetta. (Vallo, Häyrinen 2014, 116-118.)

Talvielämyspäivän tavoitteena oli järjestää tapahtuma, joka tarjoaa osallistujille uusia ja unohtumattomia kokemuksia Suomen luonnossa. Tavoitteena oli tarjota mahdollisuus sellaisten asioiden kokemiseen, joita osallistujat eivät ole ennen nähneet tai kokeneet, eivätkä välttämättä saa niihin enää koskaan toista mahdollisuutta. Kohderyhmänä brasilialaiset ovat hyvin erilaisia kuin suomalaiset elinympäristönsä vuoksi ja heidän asemaansa on helppo samaistua miettiessä, mikä itseä voisi viehättää suomen kulttuurissa ja luonnossa. Tapahtumalla haluttiin viestiä Suomen luonnon monimuotoisuutta ja kuinka pienet ja yksinkertaiset asiat meille suomalaisille, voivat olla jotain erittäin erikoista ja eksoottista lämpimistä maista tuleville.

4.3 Tapahtumaprosessi

Tapahtumaprosessi on kolmivaiheinen. Siihen kuuluu suunnittelu-, toteutus sekä jälkimarkkinointivaihe. Onnistuneeseen tapahtumaan tulee käyttää vähintään pari kuukautta aikaa, sillä tätä lyhyemmässä ajassa tehdyissä tapahtumissa joudutaan usein tinkimään erityisesti laadussa. Suunnittelu vaiheeseen tulisi varata vähintään kuusiviikkoa eli 75 % tapahtumaprosessista. Itse tapahtuma vie vain 10% prosessista ja jälkimarkkinointiin jää 15% ajankäytöstä. Suunnittelu on siis osa-alue johon tulee panostaa kaikista eniten aikaa ja rahkeita. (Vallo & Häyrinen 2014, 161.)

Onnistuneen tapahtuman takaa suunnitteluvaihe, johon on nähty paljon aikaa ja vaivaa. Tapahtumanjärjestäjän tulee suunnitteluvaiheessa tehdä sekä itselleen, että muille

selväksi, miksi tapahtuma järjestetään, mitkä ovat tapahtuman tavoitteet, riskit sekä budjetti. (Bowdin, Allen, O'Toole, Harris, McDonnel, 2004, 134.)

Suunnitteluvaihe luo kaiken pohjan tapahtumalle. Suunnitteluvaiheessa kartoitetaan tapahtuman tavoitteet ja suunnitellaan keinot joilla halutut tavoitteet tulevat täytty-mään. Hyvä suunnitelma lisää myös toiminnan tehokkuutta ja helpottaa eri toimintojen johtamista. Näin myös ajankäyttö tehostuu. (Iiskola-Kesonen, 2004, 9.)

Suunnitteluvaihe saattaa viedä useitakin kuukausia ja mitä suurempi tapahtuma on ky-seessä, sitä aikaisemmin on oltava liikkeellä. Joihinkin suurin tilaisuuksiin tilat vara-taan jo 2 - 3 vuotta aikaisemmin, mutta vähintään vuosi aikaisemmin. Suuri apu suun-nitteluvaiheessa voi olla kohderyhmän ottaminen mukaan suunnitteluun. Näin saadaan uusia ideoita ja kohderyhmää puhuttelevia tapahtumia. (Vallo & Häyrynen 2014, 162-163.)

Toteutusvaihe tekee suunnitelmasta vihdoin todellisen. Onnistunut toteutus vaatii sau-matonta yhteistyötä eri tahoilta, joten jokaisen tapahtumassa työskentelevän on ym-märrettävä roolinsa ja osuutensa suuresta kokonaisuudesta. (Vallo & Häyrynen, 2014, 168.)

Tapahtuman toteutuksessa on kolme vaihetta: rakennusvaihe, itse tapahtuma sekä pur-kuvaihe. Rakennusvaihe on yleensä toteutusvaiheen aikaavievin osuus. Itse tapah-tuma, jota on suunniteltu useita kuukausia on hetkessä ohi. Vieraiden poistuessa alkaa purkuvaihe, joka on yleensä tehokas ja siksi paljon nopeampi kuin rakennusvaihe. (Vallo & Häyrynen, 2014, 168-169.)

Onnistuneen tapahtuman varmistamiseksi kannattaa järjestää tapahtumalle kenraali-harjoitus jossa käydään läpi tapahtumaohjelma kokonaisuudessaan. Kenraaliharjoituk-set ovat suositeltavia varsinkin, jos kyseessä on suuri tapahtuma, jossa on useita esiin-tyjiä ja monia ohjelmanumeroita. Kenraaliharjoituksissa tulisi kaikkien esiintyjien olla läsnä. On tärkeä käydä läpi asioita kuten esiintymisjärjestys, esiintulo ja tekniikka. (Vallo & Häyrynen, 2014, 169.)

Tapahtumalla on aina aloitus ja lopetus ja näiden kahden välissä kaikki tapahtuu kelloitetun aikataulun mukaan. Aikatauluun vaikuttaa kuitenkin tapahtuman luonne. Viihdetapahtumissa on usein paljon aikaa seurustelulle ja omalle ajalle, jolloin aikataulu ei ole minuuteista kiinni. Aikataulut tulee kuitenkin suunnitella tarkasti ja miettiä, kuinka paljon esimerkiksi suurien ihmismäärien siirtyminen tilasta toiseen kestää. Tapahtuman projektipäällikkö on vastuussa kellotuksesta ja pitää huolen että tapahtuma etenee suunnitellusti ja aikataulussa pysytään. (Vallo & Häyrinen 2014, 170-171.)

Tapahtuman onnistumiseen vaikuttaa myös rytmitys ja tapahtuman jaksotus. Asiatapahtumassa on muistettava, että kiinnostavintakaan asiaa ei jaksaa kuunnella puolta toista tuntia putkeen. Taukoja on siis tärkeä järjestää säännöllisin väliajoin ja taukojen mitta on osattava arvioida etukäteen. Tauon pituuteen vaikuttaa ihmisten määrä, wc tilojen kapasiteetti ja tarjoilu. Jaksotuksessa tulee huomioida tapahtuman kokonaiskesto. Pidemmissä tapahtumissa on hyvä antaa vieraille omaa aikaa, mutta liiallista odottelua tulisi välttää, jotta ihmiset eivät pitkästy. (Vallo & Häyrinen 2014, 171-172.)

Kun tapahtuma on ohi, eivät työt kuitenkaan lopu vielä. Tapahtuman päättämiseen kuuluu palautteen kerääminen niin osallistujilta kuin henkilökunnaltakin, sekä kaikkien mukana olleiden kiittäminen. Henkilökunnan kiittäminen tulee järjestää pienen hengähdystauon jälkeen, ja sen tarkoituksena on palkita tekijöitä sekä saada mahdollisuus palautteeseen ja mielipiteiden kertomiseen. (Iiskola-Kesonen 2004, 12.)

Jälkimarkkinointia voi olla kiitoskortti, pieni liikelahja/muisto tai materiaalien toimitus. Näin tapahtumanjärjestäjä osoittaa kiitollisuutensa tapahtumaan osallistuneille. Lahjan ei tarvitse olla suuri, eikä kallis, mutta muistuttaa jollakin tavalla tapahtumasta tai sen teemasta. (Vallo & Häyrinen 2014, 185-187.)

Palautteen kerääminen on erityisen tärkeää tulevaisuutta ajatellen. On tärkeää saada tietää, miten osallistujat kokivat tapahtuman, miten onnistuttiin ja päästiinkö tavoitteisiin. Tapahtumanjärjestäjän hiljainen tieto kasvaa palautetta kerätessä ja seuraava tapahtuma on jo paljon helpompi järjestää. (Vallo & Häyrinen 2014, 188-189.)

On erittäin tärkeää dokumentoida kaikki oleellinen tieto tapahtumasta; suunnitelmat, mitatut tulokset sekä valokuvat. Usein tapahtuman jälkeen ollaan uupuneita, eikä dokumentointia tehdä huolellisesti. Vaikka yksityiskohdat tuntuvat olevan hyvin muistissa, ne unohtuvat kuitenkin yllättävän äkkiä tapahtuman jälkeen. (Iiskola-Kesonen 2004, 12.)

Jos tapahtuma on kerta luontoinen, on työ valmis arkistoinnin ja kiittämisten jälkeen. Jos taas tapahtuma tulee toistumaan, tai siitä tehdään jopa pysyvä, on usein heti alettava miettiä jo seuraavaa tapahtumaa. Tällöin dokumentointi on erityisen tärkeää tulevaisuutta ajatellen. (Iiskola-Kesonen 2004, 12.)

Talvielämispäivän suunnittelu alkoi jo kesällä 2014, kun sain idean tapahtuman järjestämiseen opinnäytetyönäni. Tiesin heti haluavani järjestää talvitapahtuman, joten mielessäni näin jo raamit tapahtumalle. Silloin kuitenkin ollut vielä selvillä kohderyhmää, eikä tapahtumapaikkaa, joten kaikki aktiviteetit eivät olleet selvillä, mutta pohja tapahtumalle oli kuitenkin jo valmiina. Kohderyhmä ja tapahtumapaikka varmistuivat vasta tammikuussa, mutta paniikkia ei silti syntynyt, sillä olin ehtinyt kypsyttellä tapahtumaa jo puolivuotta.

Tapahtumapäivä meni nopeasti ilman suurempia ongelmia. Aloitimme tapahtumapaikan valmistelun jo edellisenä iltana, joten rakennusvaihe alkoi jo päivää ennen. Tapahtumapäivänä saavuimme tapahtumapaikalle aamu kahdeksan aikaan ja vietimme paikalla 12 tuntia.

Palaute kerättiin tapahtuman loppuvaiheilla, ja vieraiden poistuttua kävimme tapahtumaa ja palautteita läpi työryhmän kanssa. Kaikki olivat tyytyväisiä tapahtuman kulkuun. Ennen kun vieraat poistuivat, jaoin kaikille suomalaisklaat matkaeväiksi, ikään kuin muistoksi.

5 MITÄ OTTAA HUOMIOON ENNEN TAPAHTUMAA?

5.1 Tapahtuman lähtökohdat

Tapahtuman onnistumisen todennäköisyys kasvaa mitä enemmän sen suunnitteluun panostetaan ja sitoudutaan. Tapahtuman suunnittelu on pääasiassa ajattelu-työtä, on kyettävä ajattelemaan tapahtuman kulku alusta loppuun. Näin tulee huomioiduksi kompastuskohdat ja unohduksen paikat. Suunnitteluvaihe saattaa viedä useitakin kuukausia ja mitä suurempi tapahtuma on kyseessä, sitä aikaisemmin on oltava liikkeellä. Suurin tilaisuuksiin tilat saatetaan varata jo 2-3 vuotta aikaisemmin, mutta vähintään vuosi aikaisemmin. Suuri apu suunnitteluvaiheessa voi olla kohderyhmän ottaminen mukaan suunnitteluun. Näin saadaan uusia ideoita ja kohderyhmää puhuttelevia tapahtumia. (Vallo & Häyrynen 2014, 162-163.)

Suunnitteluvaiheeseen kuuluu aina tapahtumabrief. Tapahtumabrief on dokumentti, joka kokoaa yhteen ne tapahtuman reunaehdot, jotka ovat tiedossa tapahtuman suunnittelun alkaessa. Tapahtumabrief voidaan antaa toimeksiantona tapahtumatoimistolle tai käyttää oman organisaation suunnittelukokouksessa. Yksinkertaisimmillaan tapahtumabrief on vastaus kysymyksiin: Tapahtuman viesti? Tapahtuman tavoite? Kohderyhmä? Mitä järjestetään? Miten toteutetaan? Mikä on tapahtuman sisältö? Isännät? Tunnelma? Budjetti? (Vallo & Häyrynen, 2014, 163-164.)

Toinen suunnitteluvaiheeseen kuuluva osuus on tapahtumakäsikirjoitus. Tapahtumakäsikirjoituksesta saa kokonaiskäsityksen tapahtumasta, siinä kerrotaan missä tapahtuu, milloin tapahtuu ja mitä tapahtuu. On tärkeää, että jokaisella vastuussa olevalla on oma aikataulutettu käsikirjoitus josta voidaan varmistaa aikataulut ja tehtävät. On hyvä, että yksi ihminen on päävastuullinen tapahtuman läpiviennin ajan. Yleensä vastuun ottaa projektipäällikkö. Tämä henkilö on se, joka päättää mahdollisista muutoksista käsikirjoitukseen. (Vallo & Häyrynen 2014, 163-166.)

Tapahtuman ajankohdaksi valikoitui helmikuu, joka on yleensä suhteellisen hiljainen kuukausi tapahtumien suhteen. Siksi tilan vuokrauksella ei ollut kova kiire, vaikka olin mielessäni valinnut Tammelassa sijaitsevan Sahrapirtin tapahtumapaikaksi heti tapahtuman suunnittelua aloittaessa. Varasin tilan vasta muutamaa viikkoa ennen tapahtumaa, kun sain varmistuksen osallistujamäärästä ja tapahtuman onnistumisesta. Tapahtumabriefinä tapahtumalleni toimi suunnitteluseminaari, jossa esittelin työni ja tapahtuman. Seminaaria varten kokosin kaikki tapahtuman reunaehdot samaan dokumenttiin. Tapahtumakäsikirjoitus oli tapahtumassa erittäin epävirallisesti kirjattuna suunnitteluvihkoon, josta se tapahtumaa edeltävänä iltana käytiin läpi tapahtumassa työskennelleen henkilökunnan kanssa.

5.1.1 Tapahtumapaikka

Tapahtumapaikan valinta on yksi tapahtuman tärkeimpiä tekijöitä. Sitä valitessa on otettava huomioon tilaisuuden luonne ja osallistujat. Erityisen tärkeää on huomioida onko osallistujissa liikuntaesteisiä, esimerkiksi pyörätuolilla liikkuvia ja onko tapahtumapaikka myös heille sopiva. Vieraiden kiinnostus tapahtumaa kohtaan voidaan saada herätettyä valitsemalla tapahtumapaikka, jossa vieraat eivät ole ennen käyneet, tai johon heillä ei olisi muuten mahdollisuutta päästä. (Vallo & Häyrynen 2014, 141-145.)

Ulkoilmatapahtumia järjestettäessä on aina oltava varasuunnitelma huonon sään varalle. Jos sade ja myrsky uhkaa pilata tapahtuman, on säätiedotuksia pidettävä erityisesti silmällä tapahtuma-ajankohdalle. Katoksilla, kaasulämmittimillä ja oikealla pukeutumisella voidaan viedä läpi ulkoilmatapahtuma huonollakin säällä, mutta vieraita tulee ohjata pukeutumisesta hyvissä ajoin. Varatessa tiloja on otettava huomioon myös tapahtuman rakennusaika sekä purkuaika. Tilat kannattaakin varata käyttöön jo muutama päivä ennen tapahtumaa. On myös huomioitava hyvissä ajoin tarvitaanko alihankkijoita toimittamaan esimerkiksi tarjoilut, tuoleja, pöytiä tai tekniikkaa vai onko valitussa tilassa kaikki puitteet tarjota omasta takaa. (Vallo & Häyrynen 2014, 141-145.)

Talvielämystapahtuman tapahtumapaikkana toimi Tammelan kunnassa sijaitseva Sahrapirtti. Sinne on Hämeenlinnasta matkaa noin 50 kilometriä, joten Brasilialaisille tuli hoitaa kuljetus minibussilla tapahtumapaikalle. Sahrapirtti sijaitsee Kuivajärven rannalla, joten se tarjoaa mahdollisuudet monille talviaktiviteeteille, niin maalla kuin jäälläkin. Lisäksi oma kotipaikkani sijaitsee vain kivenheiton päässä Sahrapirtistä, joten alue ja sen käyttömahdollisuudet ovat tuttuja ja lisäksi sijainti lähellä vanhempieni kotia teki tavaroiden kuljettamisen tapahtumapaikalle ja pois erittäin helpoksi. Talvitapahtumaan osallistui yksi pyörätuolilla liikkuva ihminen, jota en vielä tilaa varatessani tiennyt. Sahrapirtillä on kuitenkin portaisiin asennettu ramppi, sekä wc on tarpeeksi tilava pyörätuolille, joten esteettömyys on tilassa huomioitu. Valitussa tilassa on paljon istumapaikkoja ja tilaa ruokailla, pieni keittiö ruuan valmistukseen, wc:t, sauna ja takka, joka loi talvipäivään lämmintä tunnelmaa. Monet halusivatkin kuvata itsensä takan edessä huopaan kääriytyneenä. Kaikki aktiviteetit järjestettiin vain muutaman sadan metrin säteellä päärakennuksesta ja osallistujien oli helppo käydä sisällä lämmittelemässä tai wc:ssä ohjelman lomassa.

5.1.2 Ajankohta

Tapahtuman ajankohta ja kesto vaikuttavat oleellisesti tapahtuman osallistujia prosenttiin. Kun on kyse lyhyestä tapahtumasta, on aamut parasta aikaa niiden järjestämiseen. Tällöin työpäivä ei katkea tilaisuuden takia ja päivän aikana ilmaantuneet yllättävät menot eivät vaikuta osallistumiseen. Viikonpäivistä tiistai, keskiviikko ja torstai ovat varmimpia, sillä usein maanantait ja perjantait saattavat kulua pidennettyyn viikonloppuun. Loma-aikoja kannattaa välttää ja siksi tammi-helmikuu on parasta aikaa tapahtumille, kun osallistujien kalentereissa on muuten mahdollisimman vähän ohjelmaa. Tapahtumaa järjestettäessä on hyvä tehdä taustatutkimusta varmistukseen, ettei kahta samanlaista tapahtumaa olla järjestämässä samana ajankohtana. Päivämäärän lisäksi tulee etukäteen miettiä myös tapahtuman kesto, kuinka paljon aikaa tarvitaan tapahtuman läpivientiin aloituksineen ja päätöksineen? Tapahtuman sisällön lisäksi keston vaikuttaa myös kustannukset sekä osallistujien aikataulut. (Vallo & Häyrinen 2014, 147-149.)

Talvielämöspäivä järjestettiin lauantaina 28.2.2015. Eniten ajankohdan valintaan vaikutti ilmastolliset tekijät, sillä kyseessä oli talvitapahtuma. Helmikuu on keskimääräisesti Suomen talven kylmin ja lumisin kuukausi, joten silloin tapahtuman onnistuminen oli varmintä. Brasilialaiset saapuivat Suomeen tammikuun lopussa ja helmikuun alussa, joten tammikuu ei olisi muutenkaan ollut vaihtoehtona. Oli tärkeää järjestää tapahtuma mahdollisimman pian heidän saapumisestaan, jotta he eivät ehtisi kokea suomalaisia aktiviteetteja jo ennen tapahtumaa. Viikonpäiväksi valikoitui lauantai, sillä brasilialaisilla on arkipäivisin paljon HAMK:n järjestämää ohjelmaa. Jo heti aluksi oli selvää että kyseessä olisi koko päivän tapahtuma. Myöhemmin päivän kestoksi tarkentui klo 9.00- 16.30 matkat mukaan lukien.

5.1.3 Budjetti

Raha on yksi merkittävimpiä tekijöitä tapahtumaa järjestettäessä. Oman henkilökunnan voimin järjestetty tapahtuma tulee edullisimmaksi, mutta jos budjetti on suuri, voidaan jo suunnitteluvaiheessa turvautua tapahtumatoimiston apuun. Budjetti kannattaa laskea heti tapahtuman suunnittelua aloitettaessa ja apuna voi käyttää edellisiä samankaltaisia projekteja. Myös osallistujat vaikuttavat budjettiin esimerkiksi ruoka- ja juomatarjoilua mietittäessä. Kun laaditaan tapahtumabudjettia, tulee tapahtuman kulujen lisäksi miettiä myös mahdollisia tuottoja. Tulobudjettiin kuuluu muun muassa osallistujamaksut, lipputulot, tarjoilutuotot tai sponsorointitulot. (Vallo & Häyrinen 2014, 150-152.)

Laskemalla valmiiksi tapahtumalle budjetin löytää kriittisen pisteen, jonka jälkeen tulot kuittaavat menot ja voiton tekeminen alkaa. Toisin sanoen, voidaan laskea kuinka monta lippua tulee vähintään myydä, jotta kulut katetaan ja tehdään mahdollista voittoa. Kriittistä pistettä voidaan laskea karsimalla kustannuksia ja lisäämällä tuloja. Tullee kuitenkin pitää huoli, ettei kustannuksien karsiminen heikennä tapahtuman sisältöä. Huonompi sisältö ei välttämättä enää houkuta tarpeeksi lipun ostajia. (Määttä 2013.)

Hyvän tunnelman ja maistuvan ruuan järjestäminen ei aina vaadi suurta budjettia. Luovuudella voidaan saada pienelläkin rahamäärällä järjestettyä unohtumaton tapahtumakokemus. (Vallo & Häyrynen 2014, 150-152.)

Talvielämyspäivän budjetti oli pieni, oikeastaan olematon. HAMK ei tukenut tapahtumaa rahallisesti, joten osallistujilta oli perittävä osallistumismaksu. Suurin kustannus tapahtumassa on bussikuljetus Hämeenlinna-Tammela-Hämeenlinna välillä, joka maksaa 420€. Tilavuokra Sahrapirtistä on 100 €. Suurimman osan aktiviteetteihin tarvittavista välineistä sain ilmaiseksi kotoa, tai läheisiltä, mutta lumikengät sekä joukkuesukset täytyi vuokrata ulkopuoliselta henkilöltä, joka tuli maksamaan 60 €. Ruokakustannuksia tuli noin 100 € mukaan lukien keittojen ainekset, kahvit ja kahvileivät, juomat, makkarat nuotiolle sekä palkintosuklaat. Yhteensä menot tekevät noin 680 €. Yhteenlasketut menot, sekä osallistujamäärä määrittävät osallistumismaksun määrän, josta tuli 50 €. Osallistumismaksusta tuli tuloja 650 € joten tappiota tapahtumasta tuli 30 €. Hieman jäi siis maksettavaa omasta takaa, mutta suurimman osan kustannuksista sain katettua osallistumismaksulla.

5.1.4 Kohderyhmä

Jokainen tapahtuma suunnitellaan tiettyä kohderyhmää ajatellen. Kohderyhmät voidaan jakaa kolmeen ryhmään: suureen yleisöön, rajattuun kutsuvierasjoukkoon sekä avoimeen kutsuvierasjoukkoon. Eri kohderyhmiä puhuttelee hyvin erilaiset tapahtumat, joten oma kohderyhmä pitää tuntea tarpeeksi hyvin, jotta osataan toteuttaa juuri oikeanlainen tapahtuma oikeanlaisille ihmisille. (Vallo & Häyrynen 2014, 121.)

Kohderyhmää kartoittaessa tulee erityisesti ottaa huomioon kutsuttavan sukupuoli, ikä, aktiivisuus, perhetausta sekä ruokaan liittyvät mieltymykset. Kohderyhmä tulee analysoida tarkkaan ja muistaa, että mikä sopii yhdelle, ei välttämättä kuitenkaan sovi

kaikille. Se millainen ja minkä kokoinen kohderyhmä on, usein jo itsessään määrittää millaista tapahtumaa ollaan järjestämässä. (Vallo & Häyrinen 2014, 123-124.)

Talvielämyspäivän tarkoituksena oli tuottaa elämyksiä luonnossa, joten tapahtuman tarkoitus määritti itsessään jo kohderyhmän. Kohderyhmänä oli siis oltava ulkomailaiset, joille Suomen luonto ja sen tarjoamat mahdollisuudet ovat uusia, elämyksiä luovia kokemuksia. HAMK:iin saapuneet brasilialaiset opettajat olivat hyvin eri-ikäisiä, ikähaarukalla 28-51 ja ryhmään mahtui niin naisia, kuin miehiäkin. Vaikka ikä ja sukupuoli toivat ryhmään eroavaisuuksia, on kaikilla kuitenkin sama kulttuuritausta, koulutustausta sekä kiinnostusta Suomea kohtaan. Näin ollen oli helppoa suunnitella tapahtuma, joka vastasi kaikkien osallistujien odotuksia. Osalla osallistujista oli myös perhe mukana Suomessa ja heillä olisi ollut mahdollisuus ottaa lapset mukaan talvielämyspäivään. Kukaan ei kuitenkaan ilmoittanut lapsiaan mukaan, joten tapahtuma oli vain aikuisille suunnattu. Kohderyhmän oli tarkoitus olla alle 20 henkilöä, jotta selviydyin ryhmän ohjaamisesta yksin, sekä minibussi riittää kuljetukseen. Lopulliseksi henkilömääräksi tuli 13 henkeä.

5.2 Tapahtuman markkinointi

Markkinointi on aina asiakaslähtöistä. Markkinoinnin tärkein tehtävä on selvittää, millaisia tuotteita ja palveluita asiakkaat haluavat ostaa, ja sen jälkeen tehdä ja tuoda tuotteet asiakkaan saataville. Jossain tapauksissa markkinoinnin tarkoituksena on myös luoda kysyntää, hankkia uusia asiakkaita, sekä ylläpitää vanhoja asiakassuhteita. Markkinointi prosessi onkin pitkäjänteinen ja vaikuttaa kaikkeen toimintaan. (Iiskola-Kesonen 2004, 53.)

Ennen markkinoinnin aloittamista on tapahtuman oltava tuotteistettu markkinoitavaan kuntoon. Tuotteistus tehdään asiakkaan näkökulmasta ja lopputuloksena on kokonaiskuva tapahtumasta, sekä sen keskeiset viestit kohderyhmälle. Tuotteistustyössä tulee

ottaa huomioon kohderyhmän määrittäminen, tapahtuman sisällöllinen rakentaminen (ydintuote sekä lisäedut), hintaperustojen määrittely, sekä kohderyhmälle välitettävät viestit. (www.matkailu.posio.fi.)

Tehokas markkinointi edellyttää markkinoiden jakamista. Parhaan hyödyn segmentoinnista saa, kun se auttaa kehittämään sopivia tuotteita eri asiakasryhmille. Sama tapahtuma voi tarjota elämyksiä monille eri asiakasryhmille, kun se on suunniteltu tarpeeksi hyvin. Siksi onkin tärkeää luoda markkinointiin erilaisia sisältökokonaisuuksia, joita voi tarjota erityyppisille asiakkaille. (Iiskola-Kesonen 2004, 54.)

Markkinointi kehittyy tapahtuman järjestelyiden ja tavoitteiden kanssa samanaikaisesti. Tapahtuman huolellinen suunnittelu ja toteutus tukevat kokonaisvaltaista markkinointia. Onnistunut markkinointiprosessi tuokin tapahtumalle selkää kilpailuetua. (Iiskola-Kesonen 2004, 57.)

Tapahtuman markkinointiin kuuluu sisäinen ja ulkoinen markkinointi, sekä vuorovaikutusmarkkinointi. Sisäinen markkinointi kuvaa sitä, kuinka tapahtuma, sekä sille asetut tavoitteet markkinoidaan tapahtuman tekijöille. Sisäisen markkinoinnin tarkoituksena on luoda yhteenkuuluvuuden tunnetta, sekä sitouttaa henkilöstöä. Ulkoinen markkinointi on näkyvää, ja se keskittyy myyntiin sekä myynnin edistämiseen. Työkaluina ulkoiselle markkinoinnille ovat mainonta ja suhdetoiminta. Ihmisten välinen kanssakäyminen on vuorovaikutusmarkkinointia. Henkilöstö markkinoi tapahtumaa aina omalla käytöksellään asiakaspalvelutilanteissa. (Iiskola-Kesonen 2004, 56-57.)

Talvielämyspäivän markkinointi oli melko vähäistä. Tapahtuma oli tilattu valmiille kohderyhmälle, joka on erittäin innokas kokeilemaan kaikkea mitä heille vain ehdotetaan. HAMK pyysi minua tekemään esitteen tapahtumasta, josta osallistujat saavat kuvan tapahtumasta ja päivän aktiviteeteistä, jonka lähetin yhteyshenkilölle. Esitteestä ilmeni päivämäärä, aktiviteetit, tieto ruokailusta, bussikuljetuksesta, sekä miten tapahtumaan tulee varautua. Hintaa ei esitteessä ollut, sillä se määräytyy vasta tarkan osanottajamäärän selvityksessä. Yhteyshenkilö HAMKin päässä keräsi osallistujalistan ja toimitti sen minulle. Kohderyhmä oli erittäin kiinnostunut Suomeen liittyvistä asioista ja tapahtuma herätti paljon kysymyksiä. Vierailin ennen tapahtumaa Hämeenlinnassa tapaamassa osallistujia ja vastaamassa heidän kysymyksiinsä. Erityisesti pyörätuolissa

istuvalla naisella ja hänen miehellään oli paljon kysymyksiä. Lisäksi pukeutumisesta kyseltiin paljon ja kehotin heitä pukeutumaan erittäin lämpimästi, sillä koko päivä oli ulkona.

Tapahtuman tärkein markkinointi ei ollut niinkään osallistuvalla kohderyhmälle, vaan Hämeen ammattikorkeakoululle kertoessani tapahtumasta saadakseni heidät vakuuttaneeksi tapahtuman hyödyllisyydestä.

6 MITÄ TAPAHTUU TAPAHTUMAPÄIVÄNÄ?

6.1 Ohjelma

Tapahtuman sisältöön vaikuttaa tapahtuman tavoite, kohderyhmä sekä teemat & viestit. Myös se onko tapahtuma asia- vai viihdetapahtuma vaikuttaa vahvasti sisällön suunnitteluun. Yllätyksellisyys on tärkeää ja sisällön tavoitteena onkin ylittää osallistujan odotukset. On tärkeää, että osallistuja tuntee saavansa tapahtumasta uusia kokemuksia, ajatuksia, vinkkejä tai elämyksiä. Osallistujan odotuksia ei saa alittaa.

(Vallo & Häyrinen 2014, 197.)

Tapahtuman pitää koossa ennalta valittu teema. Teema myös luo pohjan tapahtumalla luotavalle mielikuvalle. Teema kulkee mukana koko tapahtuman läpi ja sen on näytävä osallistujalle kutsusta jälkimarkkinointiin asti. Vaarana on että tapahtumassa on mukana vain muutama teemaan nojautuva elementti, vaikka tärkeää olisi toimiva idea jonka ympärille punotaan koko tapahtuman juoni. (Vallo & Häyrinen 2014, 198-199.)

Osa tapahtumien elämyksellisyyttä ovat aktiviteetit, joilla tarkoitetaan toimintaa, johon osallistajat voivat halutessaan osallistua. Luonnollisesti aktiviteettien tulee tukea tapahtuman teemaa. Aktiviteeteissä osallistuja voi kokea jotakin uutta ja ennen kokematonta tai näkemätöntä. Lisäksi aktiviteettien aikana on helppo luoda uusia suhteita ja löytää juttuseuraa. Aktiviteettejä järjestettäessä on tärkeää huomioida osallistujien turvallisuus ja varmistaa ettei vahinkoja pääse sattumaan. (Vallo & Häyrinen 2014, 216-217.)

Jotta tapahtuma lähtisi selkeästi ja ryhdikkäästi käyntiin, tulee se aina avata isännän, juontajan tai jonkun muun toimesta. Avaukseksi riittää tilaisuudesta riippuen lyhyt tervetuloivotus tai se voi olla mahtipontinen ja näyttävä. Avauksessa olisi kuitenkin hyvä aina olla vähintään tervetuloivotus, tilaisuuden avaajan esittely, isäntien esittely, ohjelman läpikäynti, käytännön asioista kertominen (esim. wc:t) sekä palautteen keräämisestä ilmoittaminen. Esittäytyminen on erityisen tärkeää sillä osallistujien on

tiedettävä kuka on ketäkin ja kenen puoleen voi kääntyä missäkin asiassa. Myös tapahtuman päätös on hoidettava ammattimaisesti kiittämällä osallistujia ja toivottomalla hyvää kotimatkaa. (Vallo & Häyrynen 2014, 220-221.)

Talvielämispäivän teemana oli Suomi ja Suomen talven tarjoamat talvielämykset. Siispä ohjelma toteutettiin täysin sen pohjalta. Osallistujat saapuivat paikalle bussilla, jossa olisi ollut hyvä olla jo jonkinlainen opastus päivään, mutta siihen ei riittänyt henkilökuntaa, eikä myöskään aikaa. Siksipä heti bussin saavuttua tapahtumapaikalle pidettiin aamukahvin lomassa tapahtuman avaus, jossa kerroin tulevasta päivästä, aktiviteeteistä, ympäristöstä, aikataulusta sekä paikalla olevista isännistä. Lisäksi kerroin opinnäytetyöstäni ja lopuksi kerättävästä palautteesta, jota tulen käyttämään opinnäytetyötäni varten. Osallistujat jaettiin kolmeen ryhmään, joissa he kiersivät aktiviteettirasteja 1,5 tunnin ajan. Aktiviteetit olivat tapahtuman pääosassa ja niihin sisältyi hiihtoa, lumikenkäilyä, mäenlaskemista, pilkintää, potkukelkkailua, saunomista sekä nuotiolla istuskelua. Kaikki aktiviteetit olivat vapaaehtoisia, mutta onneksi osallistujat olivat erittäin innokkaita kokeilemaan kaikkea. He, jotka eivät halunneet tai pystyneet osallistumaan aktiviteetteihin, saivat istua nuotiolla lämmittelemässä. Kun kaikki olivat päässeet koittamaan aktiviteettejä itsenäisesti, oli aika pitää kilpailut joukkueiden kesken. Kilpailuissa kolme joukkuetta kilpaili lumikenkäviestissä, potkukelkkaviestissä, hiihtokisassa, sekä mäenlaskussa. Tämän jälkeen oli ruokailu, jonka jälkeen oli vapaa-aikaa, jonka sai käyttää saunomiseen, tai lähteä katsomaan kalaverkkojen käyttöä jään alla. Päivä päättyi iltapäiväkahviin, palautteen keräämiseen, sekä palkintojen jakoon. Bussi kohti Hämeenlinnaa lähti kello 16.30.

6.2 Tarjoilu

Tarjoilu määräytyy tapahtuman teeman, ajankohdan, paikan, sekä osallistujien mukaan. On mahdollista järjestää tarjoilu itse, tai se voidaan myös ostaa ulkopuoliselta kumppanilta, joko kokonaan tai osittain. Pitopalveluun kannattaa ottaa yhteyttä jo mahdollisimman varhaisessa vaiheessa, he osaavat auttaa tapahtuman järjestäjää uusilla ideoilla ja viimeisimmillä ruokatrendeillä. (Vallo & Häyrynen 2014, 155.)

Tarjoilua suunniteltaessa on mietittävä, keitä on tulossa vieraaksi ja kuinka pitkästä tapahtumasta on kyse. Tarjottavaa on oltava riittävästi ja tarpeeksi usein. Tarjoilun oikealla ajoituksella on paljon merkitystä, vieraat eivät saa joutua odottamaan nälkäisinä. Jos alkoholia on tarjolla täytyy miettiä riittääkö viini, siideri ja olut, vai sopiiko tilaisuuden luonteeseen paremmin esimerkiksi drinkit. Milloinkaan ei tule unohtaa alkoholittomia vaihtoehtoja jos alkoholia tarjoillaan. Tervetulodrinkki on varsin yleinen tapa aloittaa tapahtuma. Joskus on paikallaan, että alkudrinkki on alkoholillinen ja niin ollen vapauttaa tunnelmaa ja rohkaisee tutustumaan muihin vieraisiin. (Vallo & Häyrinen 2014, 155-156.)

Erityisruokavaliot on huomioitava ja paras onkin pyytää osallistujia ilmoittamaan niistä jo etukäteen. Noutopöydässä tulee aina olla opastekortit, joissa kerrotaan, mitä ruokia on tarjolla ja mitä ne sisältävät. Tarjoilut ja kattaus on tärkeää sovittaa yhteen teeman kanssa. Värimaailmalla, kukilla, lautasliinoilla sekä somistuksella voidaan viestiä tapahtuman elämyksellisyyttä. Se, miten kauniisti ruoka on esillä, on oleellinen osa tapahtumaa. (Vallo & Häyrinen 2014, 156.)

Talvielämispäivä oli koko päivän mittainen tapahtuma, joten ruokailut olivat iso osa päivän ohjelmaa. Ruuassa haluttiin korostaa suomalaisuutta ja suomalaisia perinneruokia. Tapahtuman sijoittui helmikuuhun, laskiaisen aikaan. Siispä tarjolla aamukahvin kanssa oli laskiaispullia sekä suomalaisille perinteisiä karjalanpiirakoita. Laskiaisen aikaan kuuluu myös hernekeitto, jota oli tarjolla lounaalla. Hernekeitto on kuitenkin melko erikoinen ja epäesteettinen ruoka, joten sen rinnalle oli oltava myös vaihtoehto. Päädyin kermaiseen kalakeittoon, sillä olihan yhtenä päivän aktiviteettinakin kalastus. Keiton kanssa oli tarjolla ruisleipää, mutta myös itse leivottuja sämpylöitä sen varalle, ettei ruisleipä käy Brasilialaisten makuun. Myös Runebergin päivä sijoittuu helmikuulle, joten runebergintortut sopivat teemaan ja huokuivat suomalaista erikoisuutta iltapäiväkahvien kanssa. Edellä mainittujen sisällä järjestettävien ruokailuhetkien ohella ulkona nuotiolla sai paistaa makkaraa, paahtaa vaahtokarkkeja, sekä juoda lämmintä mehua.

Suomalainen ruokakulttuuri ei ole kovin rikas, eikä erityisen maukas, mutta brasilialaiset halusivat silti kokeilla ennakkoluulottomasti kaikkea. Kermainen kalakeitto oli erittäin suosittu ja monet kehuivat sitä kovasti. Hernekeittoa kaikki eivät maistaneet,

mutta osa piti siitäkin kovasti. Yksi nuorimies söi yhteensä neljä lautasellista keittoa. Pyysin ilmoittamaan ruoka-allergioista ennakoon, ja tapahtuman esitelappusessa kerroin ruokana olevan kalakeittoa. Vasta paikan päällä ilmeni, että yksi osallistujista ei voinut syödä kalaa. Onneksi kalakeiton lisäksi oli kuitenkin hernekeittoa. Runebergin tortut olivat erittäin suosittuja ja niitä osallistajat söivät montakin kappaletta. Lisäksi suklaakonvehdit katosivat nopeasti, joten kohderyhmäni oli selvästi erityisesti makean perään.

Äitini valmisti tapahtuman ruuat, sämpylöitä ja Runebergin torttuja lukuun ottamatta, jotka isoäitini leipoi. Äidilläni on pitopalvelu, joten ruuat olivat oikean ammattilaisen tekemiä. Tapahtuman aikana äitini siis vastasin ruuan valmistamisesta ja tarjoilusta sisällä, sekä siitä että nuotiopaikalla riitti makkaraa ja kuumaa mehua.

6.3 Työryhmä

Onnistuneen tapahtuman takaa hyvä ja tehokas projektipäällikkö. Projektipäällikön tulee olla erittäin sitoutunut tehtäväänsä ja omata valtaa tapahtumaa koskevien päätösten tekoon. Hän johtaa koko projektia suunnittelusta, budjetista, tuotannosta, toteutuksesta aina jälkimarkkinointiin asti. Delegointikyky on yksi projektipäällikön tärkeimmistä ominaisuuksista. Kukaan ei kykene järjestämään koko tapahtumaa yksin, vaan työt pitää jakaa osiksi eri ihmisten kesken. Projektin johtajan toimenkuvaan kuuluu kokoustamista eri osapuolten kanssa, toimintasuunnitelmia, aikatauluja ja muistioita. Tärkeää on luoda järjestelmä, josta voi tarkistaa projektin tilanteen milloin tahansa. Hyvällä projektipäälliköllä aina on myös varasuunnitelmat luotuna kaiken varalle. (Vallo & Häyrinen 2014, 228.)

Projektipäällikön alaisuudessa toimii tapahtuman koon mukaan projektiryhmä. Projektiryhmään voi kuulua ihmisiä niin omasta organisaatiosta, yhteistyökumppaneista kuin alihankkijoistakin. Erityisesti isoissa tapahtumissa työt jaetaan pienempiin osiin useammalle projektiryhmälle tehtäviksi ja tällöin projektipäällikön tehtävänä on koordinoita näiden ryhmien työskentelyä. Osaprojektien vastuuhenkilöt vievät projekteja itsenäisesti eteenpäin ja raportoivat projektipäällikölle edistymisestään. Näin varmistetaan, ettei taakka käy liian suureksi kenellekään. (Vallo & Häyrinen 2014, 232-234.)

Onnistuneessa tapahtumassa keskeinen rooli on sitoutuneella ja tehtävänsä hyvin hoitavalla isännällä. Isännän tehtävänä on rakentaa silti kulissien, ohjelman ja vieraiden välille. Jokaisessa tapahtumassa tulisikin olla isäntä. Isännän tulee olla tapahtumassa isäntänä, ei vieraana ja huomioida kaikki vieraat tasapuolisesti. Isännän tulee olla mukana jo tapahtuman suunnittelu vaiheessa ja perehtyä tapahtuman sisältöön ja kulkuun, jotta voi ammattimaisesti ohjeistaa vieraita. Myös vieraslistaan kannattaa tutustua ennalta ja miettiä valmiiksi sopivia keskustelunaiheita ja miettiä myös, mistä asioista ei mahdollisesti tule keskustella tiettyjen vieraiden kanssa. Tapahtumassa voi olla pääisäntä ja useita apuisäntiä. Apuisännillä voi olla vastuullaan erilaisia tehtäviä tai tietty asiakasryhmä. (Vallo & Häyrinen 2014, 235-242.)

Talvielämyspäivä järjestettiin pienellä kokoonpanolla. Suunnittelin itse päivän kulun, hoidin kuljetusten järjestämisen, markkinoinnin, sekä yhteydenpidon HAMKiin. Koska tapahtuma järjestettiin kotipaikkakunnallani Tammelassa ja olin itse sidottuna Poriin opiskelujen takia, hoiti äitini joitakin asioita kotipaikkakunnallani kuten tilan vuokraamisen ja varusteiden hankkimisen. Tapahtumapäivänä paikalle saapui avukseni äidin lisäksi isäni, siskoni, tätini sekä isäni kalakaveri. Kävimme aamulla läpi päivän kulun ja jokaisen tehtävät sekä vastuualueet. Toimin pääisäntänä, opastin ja ohjasin vieraita. Siskoni ja tätini ohjasivat aktiviteettien aikana osallistujia pisteillä. Isäni ja hänen ystävänsä vastasivat kalastuksen ohjaamisesta sekä nuotion ylläpidosta. Äitini hoiti kaiken tarjoiluihin liittyvän. Työryhmä oli erittäin toimiva ja kaikille riitti tehtävää, mutta ei kuitenkaan ylikuormittumiseen asti. Tapahtuman suunnittelussa oli mukana vain äitini, mutta koska olemme kaikki niin läheisiä, vain pieni ohjaus edellisenä iltana ja tapahtuma aamuna riittivät saamaan kaikki toimimaan aktiivisesti ja puhaltamaan yhteen hiileen. Kaikki työryhmään kuuluvat tiesivät tapahtuman olevan erittäin tärkeä minulle ja ottivat sen tosissaan. Isäni eikä hänen ystävänsä eivät puhuneet lainkaan englantia, mutta elekielellä ja esimerkkiä näyttämällä he ohjasivat koko päivän osallistujien kalastusta. Sain olla erittäin ylpeä työryhmästäni päivän päätteeksi.

7 MITÄ HUOMIOIDA VIELÄ TAPAHTUMAN JÄLKEEN?

7.1 Jälkimarkkinointi & Palaute

Tapahtuman jälkeen on jälkimarkkinoinnin aika. Se voi olla yksinkertaisemmillaan tapahtumamateriaalin toimitus, kiitoskortti tai lahjan lähettäminen asiakkaalle. Jälkimarkkinoinnilla tapahtumanjärjestäjä osoittaa arvostaneensa asiakkaan osallistumista tapahtumaan. Kiitokset puhujille, esiintyjille ja tapahtumahenkilökunnalle kuuluu myös jälkimarkkinointiin. Myös palautteen kerääminen on osa jälkimarkkinointia. Palautetta kerätään niin osallistujilta kuin tapahtuman järjestämisessä mukana olleilta henkilöiltä. Saaduista palautteista tehdään yhteenveto jota analysoidaan ja josta otetaan opikseen. Näin seuraava tapahtuma on helpompi toteuttaa. (Vallo & Häyrinen 2014, 185.)

Lahja tai muisto, joka on tarkkaan mietitty tapahtuman teeman mukaan kruunaa tapahtuman. Lahja voidaan antaa heti tapahtuman aluksi, lopuksi tai lähettää jälkikäteen. Jos lahja toimitetaan jälkikäteen, on sen tapahduttava kahden viikon kuluessa tapahtumasta. Paras lahja on sellainen, joka muistuttaa jollakin tavalla tapahtuman teemasta, tai järjestäjästä. Sen ei siis tarvitse olla kallis, mutta merkityksellinen. (Vallo & Häyrinen 2014, 187.)

Tapahtumanjärjestäjälle on tärkeää saada tietää, miten osallistujan kokivat tapahtuman, päästiinkö tavoitteeseen ja mitä olisi mahdollisesti voinut tehdä toisin. Saatua palautetta verrataan lähtötilanteeseen, eli tapahtuman tavoitteeseen, mielikuvatavoitteisiin sekä määrällisiin ja laadullisiin tavoitteisiin. Tapahtumanjärjestäjän hiljainen tieto ja osaaminen kasvavat palautetta keräämällä. (Vallo & Häyrinen 2014, 188-189.)

Palautetta voidaan kerätä monin tavoin; kirjallisesti tai sähköisesti palautelomakkeella, suullisesti tapahtuman aikana, puhelimitse tai sähköpostitse jälkikäteen. Kirjallinen palaute kannattaa kerätä tapahtuman lopuksi, ennen vieraiden poistumista. Toimiva vaihtoehto nykyisin on kerätä palaute sähköpostilla tai internetissä. Pari päivää tapahtuman jälkeen kaikki vielä muistavat hyvin tapahtuman kulun ja vastaaminen on vai-

vatonta. Palautelomake tulee tehdä aina tapahtumakohtaisesti. Kysymysten avulla tulisi saada mahdollisimman kattava kuva tapahtuman onnistumisesta. Avoimien kysymysten lisäksi on hyvä pyytää yleisarvosana tapahtumasta kouluarvosana-asteikoilla. Näin saa helposti laskettua tapahtuman onnistumiselle keskiarvon. Myös tapahtuman järjestämiseen osallistuneilta henkilöiltä tulee kerätä palautetta (Vallo & Häyrinen 2014, 189-191.)

Tapahtuman jälkeen tulee tehdä yhteenveto. On suositeltavaa pitää yhteinen palautepalaveri, johon osallistuu tapahtuman järjestämiseen osallistuneet henkilöt. Palaverissa käydään läpi saatu palaute, arvioidaan miten päästiin tavoitteisiin sekä mietitään jatkosuunnitelmia. Palaveri olisi hyvä pitää mahdollisimman pian tapahtuman jälkeen, jolloin tapahtuman yksityiskohdat ovat vielä mielessä ja mielenkiintoa tapahtumaa kohtaan jäljellä. Yhteenveto kannattaa suullisen palaverin lisäksi tehdä myös kirjalliseksi versioksi, jotta saadaan omaksi työkaluksi dokumentti siitä missä onnistuttiin ja mitä opittiin seuraavaa kertaa ajatellen. Yhteenvetoon kannattaa aina lisätä myös suunniteltu ja toteutunut budjetti. (Vallo & Häyrinen 2014, 191-193.)

Talvielämyspäivän lopuksi oli palkintojenjako aikaisemmin suoritetusta joukkuekilpailuista. Palkintoina oli tarkasti mietittyjä suomalaisia esineitä; Pentikin miniporo, Heljä Liukko-Sundrömin rintakoru, sekä Finlaysonin pyyheliinat. Palkintojenjaon jälkeen pidin kiitospuheen, jossa kiitin kaikkia osallistumisesta ja kerroin kuinka tärkeä päivä on minulle ollut. Halusin kiittää kaikkia vielä Fazerin suomisuklaapatukoilla. Ele ei ollut kallis, mutta se kuvasi hyvin Suomea, sai jokaisen hyvälle mielelle, sekä he saivat suklaasta vielä matkaevään bussiin. Brasilialaiset olivat hyvin otettuja palkinnoista ja suklaista ja kiittelivät ja halailivat minua kovasti.

7.2 Palautelomake

Tapahtuma on palvelu, joka koostuu 7:stä eri osasta. Siksi suunnittelin palautelomakkeen käyttäen 7P:n markkinointimixiä. Se on uudistettu versio E. Jerome. McCarthyn 1960-luvulla suunnittelema luokittelusta. Alkuperäiseen kuuluu neljä P:tä; Product

eli tuote/palvelu, Price eli hinta, Place eli paikka sekä Promotion eli mainonta. Myöhemmin luokitelma on saanut kolme P:tä lisää; People eli henkilökunta, Process eli toimintatavat sekä Physical evidence eli ulkoiset puitteet. (www.tulos.fi/markkinointimix.)

Hyvä palvelu koostuu näistä seitsemästä osa-alueesta. Siksi halusin palautelomakkeesani kysyä, miten nämä osa-alueet ovat osallistujien mielestä toteutuneet/onnistuneet.

Product, eli palvelun toteutumista selvitän kysymyksellä oliko päivä onnistunut. Process eli toimintatapoja selvitti muutamakin kysymys; oliko päivän aikataulu hyvä, kokiko osallistuja jotakin uutta sekä oliko ruoka hyvää ja jotakin ennenkokematonta. Price eli hintaa selvitti kysymys, saiko osallistuja mielestään rahoilleen vastinetta. Promotion eli mainonnan/viestinnän tehokuutta selvitti kysymys, saiko osallistuja tarpeeksi informaatiota tapahtumasta etukäteen. People eli henkilökuntaa koskeva kysymys oli oliko henkilökunta ollut mukavaa osallistujalle. Place ja Physical evidence eli paikkaan ja ympäristöön liittyvät kysymykset yhdistin yhdeksi: oliko paikka hyvä talvitapahtuman järjestämiselle. Näiden seitsemän P:n lisäksi kysyin vielä, aikooko osallistuja kertoa tapahtumasta ja kokemuksistaan palattuaan kotimaanhansa.

Palautelomake on englanninkielinen ja aluksi siinä kysytään vastaajan sukupuoli sekä ikä, jotta vastauksia olisi helpompi tulkita. Jokaiselle kysymykselle on vastausasteikko 1-4: täysin samaa mieltä, samaa mieltä, osittain samaa mieltä, eri mieltä. Lisäksi palautelomakkeen lopussa on avoimia kysymyksiä; mikä oli päivän lempiaktiviteetti? Aktiviteetti josta en pitänyt? Oletko koittanut jotakin aktiviteeteistä aikaisemmin, jos kyllä, mitä? Sekä viimeisenä pyydetään antamaan kokonaisarvosana päivälle asteikolla 4-10.

Talvielämispäivästä saamani palaute oli erittäin hyvää ja hajontaa vastauksissa oli vain vähän. Vastaajista neljä oli naisia ja yhdeksän miehiä. Vanhin vastaaja oli 51 vuotias ja nuorin 28. Yleisarvosanaksi päivälle kahdeksan vastaajaa antoi täyden 10. Neljä henkeä antoi arvosanaksi 9 ja yksi henkilö arvioi päivän numerolla 8. Keskiarvo päivän onnistumiselle oli siis 9,5. Avoimissa kysymyksissä lempiaktiviteetin sijaan jatkoi tasatuloksin joukkuekilpailu sekä kalastus. Mäenlasku sai kolmanneksi eniten ääniä. Vähiten osallistujat pitivät lumikenkäilystä ja kalastuksesta, myöskään sauna ei saanut suurta suosiota. Kahdeksan kolmestatoista ei ollut ikinä ennen koittanut mitään

päivän aktiviteeteistä. Muutama oli ehtinyt jo laskea pulkkamäkeä, sekä saunoa Hämeenlinnassa.

Monivalintakysymyksissä hajontaa oli melko vähän. ”Day was succesful” kysymyseen kaikki vastasivat ”definitely agree” joka toi tapahtumanjärjestäjälle hyvän mielen. Myös ”I experienced something new” kohdassa kaikki olivat ympyröineet ”definitely agree”. Tapahtuman elämyksellisyys oli siis onnistunut ja kaikki olivat kokeneet jotain uutta. Eniten hajontaa oli kysymyksessä, joka liittyi markkinointiin ja viestintään: ”I got enough information beforehand”. Vain viisi oli täysin samaa mieltä, viisi samaa mieltä ja kolme osittain samaa mieltä. Tapahtuman markkinointi olisi siis voinut olla tehokkaampaa, sekä yleistä tietoa tapahtumasta olisi voinut jakaa enemmän. Vain kahdessa kohdassa vastaajat olivat ympyröineet ”partly agree” kohdan eli osittain samaa mieltä. Kaikki muut vastaukset olivat täysin samaa mieltä tai samaa mieltä väittämän kanssa. Tulokset olivat siis erittäin hyviä.

8 POHDINTA

Koko opinnäytetyöprosessi on ollut alusta loppuun asti erittäin innostava ja kiinnostava. Idean opinnäytetyöhön sain kesällä 2014. Joulukuussa 2014 alkoi sen todellinen työstäminen. Tapahtuma sijoittui helmikuulle 2015 ja teorian viimeistelin syksyllä 2015. Prosessi kesti siis yli vuoden, mutta aktiivisinta aikaa oli joulukuuhelmikuu, jolloin tapahtuman suunnittelu ja toteutus oli vauhdissaan.

Haasteellisinta oli saada työlleni tilaaja, sillä alun perin tavoitteena oli järjestää tapahtuma Satakunnan ammattikorkeakoulun vaihto-oppilaille, joille toimin kansainvälisenä tutorina. Erittäin myöhäisessä vaiheessa ilmeni, ettei SAMK halunnutkaan käyttää resursseja tapahtumaani, sillä se ei olisi järjestettävissä uudelleen. Lyhyellä varoitussajalla sain kuitenkin työni tilaajaksi Hämeen ammattikorkeakoulun, joka olikin lottovoitto. SAMKin vaihto-oppilaat olivat pääasiassa Keski-Euroopasta, joten suurin osa heistä oli jo päässyt aikaisemmin kokemaan monia talviaktiiviteettejä. Brasilialaisille oli paljon helpompaa suunnitella elämyksellistä toimintaa, sillä heidän kulttuuritaustansa oli aivan toinen.

Yhteydenpito työni tilaajaan oli erittäin helppoa ja vaivatonta. Sain vastaukset nopeasti ja apua tarvitsemiini asioihin. Tapahtuman jälkeen tilaaja oli kiitollinen ja tyytyväinen näkemästäni vaivasta. Osallistujat olivat kehuneet tapahtumaa suoraa yhteyshenkilölleni.

Tapahtumapäivä kului nopeasti ja ilman suurempia ongelmia. Tietysti suunniteltu aikataulu hieman muuttui tapahtuman aikana, mutta pysyi sille annettujen rajojen sisällä. Ruokaa oli reilusti kaikille, ja osa santsasikin useampaan otteeseen. Suurimman vaikutuksen brasilialaisiin tekivät runebergintortut, joita 13 henkeä soi yhteensä 45 kappaletta!

Aktiiviteetit sujuivat muuten hyvin, mutta harmillista oli, etteivät pilkkijät saaneet yhtäkään kalaa. Päivän päätteeksi kuitenkin esiteltiin, miten verkoilla voi kalastaa jään

alla, ja verkkoihin oli onneksi tarttunut monta kalaa, joita brasilialaiset ihmettelivät ja ottivat kotiin syötäväksi.

Vaikka kyse oli aikuisista ihmisistä, oli ihanaa, miten innoissaan he ottivat osaa aktiviteetteihin. Mäenlasku oli yksi ehdottomista suosikeista ja mäkeä laskettiin niin istuvaltaan, mahaltaan kuin seistenkin. Vauhti ja vaarallisia tilanteita ei puuttunut!

Myös joukkuekilpailu oli osallistujien mieleen ja he kisasivat aivan tosissaan, silti koko ajan toisiaan auttaen ja tukien. Potkukelkkaviestissä pääsi yksi potkukelkoista vääntymään liian vauhdikkaan menon seurauksena.

Tapahtumasta saamani palaute oli erittäin hyvää. Ehkä jopa liiankin hyvää, sillä nyt epäselväksi jäi, mitä olisi mahdollisesti voinut tehdä toisin ja mitä asioita tulisi ottaa paremmin huomioon suunnitellessa mahdollista seuraavaa tapahtumaa. Oli silti erittäin palkitsevaa lukea palautteita, joista kahdeksan kolmestatoista oli antanut tapahtumalleni kouluarvosanaksi 10 ja huonoin saamani arvosana oli 8.

Teoriaosuuteen oli yllättävän vaikeaa löytää suomalaista kirjallisuutta. Tapahtuman järjestämisestä on hyvin vähän kirjattua tietoa, hiljaista tietoa varmasti sitäkin enemmän. Englannin kielisellä hakusanalla event management löytyi jo paljon enemmän kirjallisuutta, mutta usein ne käsittelivät erittäin suuria tapahtumia, ja joista oli vaikea löytää pieneen tapahtumaani soveltuvaa teoriaa. Lisäksi elämysmatkailun toteutus on Suomessa vielä kohtuullisen vähäistä, joten siitäkään ei löytynyt paljoa suomenkielisiä tietolähteitä.

Suunnittelemani tapahtuma on helposti järjestettävissä uudestaan. Nyt tapahtumani järjestettiin talkoovoimin, kaikkea kotikulmilta löytyvää hyödyntäen ja näin ollen erittäin pienellä budjetilla. Normaalisti vastaavaa talvielämyspäivää ei saisi näin pienellä rahallisella panostuksella järjestettyä. Suurin kustannukseni tapahtumassa oli bussikuljetus, mutta ilman sitä ei tapahtuman järjestäminen olisi maksanut juurikaan mitään. Hyvällä suunnittelu työllä ja suhteilla sain järjestettyä haluamani tapahtuman suhteellisen kustannustehokkaasti. Jos joku nyt lähtisi järjestämään vastaavaa päivää, voi olla että se tulisi huomattavasti kalliimmaksi ja hankalammaksi.

Olen erittäin tyytyväinen työhöni. Se on juuri minunlaiseni ja olen saanut siitä paljon hyvää mieltä ja hauskoja tarinoita kerrottavaksi. En ole hetkeäkään katunut valintaani tehdä toiminnallinen opinnäytetyö. Tietysti ennen tapahtumaa oli paljon stressiä, varsinkin sää olosuhteita jännitin kovasti, mutta kun talvielämispäivä oli ohitse, olin erittäin onnellinen ja tyytyväinen! Sain työlleni erittäin hyvän tilaajan, mahtavan kohde-ryhmän, sekä tehokkaan työtiimin!

LÄHTEET

Adventure tourism the new frontier, John Swarbrooke, Colin Beard, Suzanne Leckie, Gill Pomfret

Elämyksestä elinkeinoksi: matkailusuunnitelun periaatteet ja käytäntö, 2002, Borg, Pekka; Sinivuori, Eila; Kivi, Elina; Partti, Minna

Elämyksillä tuloksiin, Pohjois-Savon ammattikorkeakoulun julkaisusarja

Event Management 2nd Edition, 2006, Bowdin, Glenn; Allen, John; O'Toole, William; Harris, Robin; McDonnel, Ian

Events Management an integrated and practical approach, 2009, Raj, Razaq; Walters, Paul; Rashid, Tahir

<http://www.kumppanuusverkosto.fi/wp-content/uploads/2013/04/Tapahtumanj%C3%A4rjest%C3%A4j%C3%A4n-muistilista.pdf>

<http://matkailu.posio.fi/fi/Tapahtumat/Tapahtumakasikirja>

Mitä, Miksi, Kuinka? Käsikirja tapahtumanjärjestäjälle, 2004, Liskola-Kesonen, Hanna

Tapahtuma on tilaisuus, 2014, Vallo, Helena; Häyrinen, Elina

<http://www.tulos.fi/markkinointimix/>

Toiminnallinen opinnäytetyö, 2003, Vilkka, H. & Airaksinen, T. Jyväskylä: Gummerus

<https://wiki.metropolia.fi/pages/viewpage.action?pageId=57182852>

WINTER ADVENTURE DAY

On saturday 28th of February 2015 you are having an opportunity to experience traditional Finnish outdoor activities!

During the day you can try activities like ice fishing, skiing, sledding hill, different winter games and cook food in the campfire. After active day outside you can go to the sauna to relax and warm yourself up.

Event is going to be in neighbor town of Hämeenlinna and buss will drive you there. Also food during the day is included. You only need to bring yourself, wear warm clothes and have adventurous mood on!

If you want to join this day let us know!



Sex: Men/Women

Age: _____

Definitely Agree, Agree, Partly Agree, Disagree

Day was successful:	1	2	3	4
I experienced something new:	1	2	3	4
Timing was good:	1	2	3	4
Food was good and enough:	1	2	3	4
I tasted something new:	1	2	3	4
I'm going to share this experience back home:	1	2	3	4

My favorite activity today were: _____

Activity that I didn't like that much: _____

Have you tried some of these activities before? No/Yes, What: _____

Grade for the day (from 4 to 10): _____

THANK YOU FOR PARTICIPATE AND FEEDBACK!