



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU



Korhonen, Heidi; Korkalainen Karoliina; Pienimäki, Tanja & Rintala, Satu

Tapahtumajärjestäjän opas

Laurea Julkaisut I Laurea Publications I 58

Korhonen, Heidi; Korkalainen Karoliina;
Pienimäki, Tanja & Rintala, Satu

TAPAHTUMA-
JÄRJESTÄJÄN
OPAS

Copyright ©tekijät ja Laurea-ammattikorkeakoulu 2015

Kannen kuva: Ilpo Vuorivirta

ISSN-L 2242-5241

ISSN 2242-5225 (verkko)

ISBN 978-951-799-426-2 (verkko)

Sisällysluettelo

1. Tapahtumat ovat monimuotoisia	6
2. Tapahtuman määritelmä.....	7
2.1 Tapahtuma projektina.....	8
2.2. Tapahtuma brändin rakentamisen keinona	8
3. Suunnittelu takaa onnistuneen tapahtuman	10
3.1 Projektisuunnitelma	11
3.2 Kohderyhmät.....	13
3.3. Tapahtumapaikan valitseminen	13
3.4 Sisältö ja ohjelma	14
3.5 Markkinointi ja viestintä.....	15
4. Toteutus tekee suunnitelmista totta.....	17
4.1 Henkilökunta.....	17
4.2 Osallistujan huomiointi.....	18
4.3 Isäntänä tai emäntänä toimiminen	18
4.4 Tapahtumaympäristö.....	19
5. Arviointi ja jälkimarkkinointi luovat pohjaa tulevaa varten.....	26
5.1 Arviointitilaisuuden järjestäminen ja raportointi	27
6. Messut rakentavat brändiä.....	29
6.1 Messuille osallistuminen näytteilleasettajana.....	30
7. Kansainvälisyys on osa tapahtuman järjestämistä	32
8. Esimerkkitapahtuma: Oppilaitosvierailut.....	34
9. Esimerkkitapahtuma: Rekryfestarit	35
10. Esimerkkitapahtuma: Laureamkon vuosijuhla	37
11. Lopuksi	39
12. Opiskelijaesittelyt	40
13. Haastateltavien esittelyt.....	41
14. Lähteet	43
15. Liitteet	44

1. TAPAHTUMAT OVAT MONIMUOTOISIA

Tämän oppaan tarkoituksena on olla yleispätevä opas, joka auttaa niin Laurean opiskelijoita kuin henkilökuntaakin erilaisten Laurean sisäisten ja ulkoisten tapahtumien järjestämisessä. Oppaan avulla saa kattavan käsityksen tapahtuman järjestämisestä sen kaikissa vaiheissa. Lukijan apuna toimivat selkeät ja yksityiskohdalliset muistilistat, joiden avulla voi varmistaa, että mitään ei unohdu tapahtumaa suunniteltaessa. Mukana on myös esimerkkejä tapahtumista sekä kokeneiden tapahtumajärjestäjien havaintoja. Oppaassa olevat esimerkkitapahtumat on koottu Laurean sisäisistä ja ulkoisista tapahtumista. Lisäksi messujen järjestämistä ja niille osallistumista käsitellään omassa luvussaan, sillä Laurea osallistuu useille messuille näytteilleasettajana. Kansainvälisyyden huomioiminen tapahtuman järjestämisessä on tärkeää, joten sille on omistettu oma lukunsa. Oppaan on kirjoittanut Laurea Hyvinkään liiketalouden projektijohtamisen (P2P) opiskelijatiimi.

Tapahtumat rakentavat ja vahvistavat Laurean brändiä. Laurean brändilupauksen ”Yhdessä enemmän – Laurea Uudellamaalla” tulee näkyä ja välittyä kaikissa Laurean ulkoisissa ja sisäisissä tapahtumissa ja toiminnassa. Brändin

rakentamiseen osallistuvat kaikki laurealaiset omalla tekemisellään. Vahva brändi luo kilpailuetua ja erottaa Laurean muista alan toimijoista ja lisää tunnettuutta sekä kiinnostusta Laureaa kohtaan. Laurean brändi perustuu Laurean arvoihin, tahtotilaan ja strategiaan. Tapahtumissa näkyviä arvoja ovat yhteisöllisyys, sosiaalinen vastuullisuus ja luovuus.

Haluamme kiittää yhteistyökumppania viestintäjohtaja Päivi Korhosta projektin toimeksiannosta sekä Laurean julkaisupalveluja julkaisun taittamisesta. Lisäksi haluamme sanoa kiitokset projektin ohjaajille lehtori Pirjo Lappalaiselle ja lehtori Leena Suoniemi-Särkijärvelle tuesta ja kaikesta avusta. Kiitos myös niille, jotka olivat haastateltavina ja antoivat materiaaleja, jotta opas saatiin koottua. Yliopettaja Irma Pahlmania kiitämme oppaan lainsäädäntöosion tarkistuksesta. Kiitokset myös Hyvinkään International Week 2015-tapahtuman projektitiimille neuvoista kansainvälisen tapahtuman järjestämiseen.

Heidi Korhonen, Karoliina Korkalainen, Tanja Pienimäki ja Satu Rintala

2. TAPAHTUMAN MÄÄRITELMÄ

Tapahtumaksi lasketaan mikä tahansa tilaisuus yksityisistä pienistä tilaisuuksista aina suuriin massa-tapahtumiin saakka. Tapahtumat voivat olla niin organisaation sisäisiä kuin ulkoisiakin tapahtumia. Tapahtuman tarkoituksena on saada tuloksia aikaan, oli tapahtuma millainen tahansa. Tapahtuma-käsitteellä voidaan tarkoittaa esimerkiksi messuja, markkinoita, kilpailuja, konsertteja ja monia muita yleisötilaisuuksia. Tapahtuman voi järjestää niin yksityinen henkilö kuin myös yritys tai yhdistyskin. Tapahtumaa voivat olla järjestämässä henkilöt organisaation sisäältä tai tapahtuma voidaan ostaa tapahtumatoimistosta. Tapahtumien avulla ihmiset kootaan yhteen jostain tarkoitusta varten tiettyyn paikkaan ja aikaan.

Laurea järjestää sisäisiä ja ulkoisia tapahtumia. Sisäisiä tapahtumia ovat esimerkiksi koulutukset, henkilöstön virkistystilaisuudet, lukukauden avajaiset, valmistujaisjuhlat ja vuosijuhlat. Tapahtumat vahvistavat Laurean henkilöstön ja opiskelijoiden yhteisöllisyyttä sekä Laurean brändin ja palvelulupauksen toteutumista. Laurean brändilupaus ”Yhdessä enemmän – Laurea Uudellamaalla” kuvastaa Laureaa vahvana ja verkostoituneena korkeakoulu yhteisönä, jolloin yhteistyöllä työelämän ja ympäröivän alueen kanssa saavutetaan parhaat tulokset. Laurean palvelulupaus on ”Me Laureassa olemme juuri sinua varten”. Laureassa voi opiskella joustavasti ja suunnitella oman opintoaikataulunsa. Laureassa saa ohjausta ja palautetta sekä laadukkaita, opintoja tukevia palveluita. Laureassa rakennetaan opiskelijoiden tulevaisuutta yhdessä työelämän kanssa.

Ulkoiset tapahtumat on suunnattu Laurean ulkoisille sidosryhmille kuten nykyisille ja tuleville yhteistyökumppaneille ja potentiaalisille uusille opiskelijoille. Ulkoisia tapahtumia ovat muun muassa Studia-messut ja erilaiset hankkeet, jossa Laurea on mukana. Tapahtumien tavoitteiden tulee olla selvät tapahtumaa suunnittelevassa projektiryhmässä ja Laureassa, ennen kuin niistä viestitään ulkopuolelle.

Tapahtumat ovat aina ohimeneviä sosiaalisia tilanteita ja ne sisältävät aina jonkinlaisia riskejä, jotka voivat olla esimerkiksi taloudellisia tai maineeseen tai turvallisuuteen liittyviä. Tapahtuman toteuttajalla on siis aina suuri vastuu, jotta kommelluksilta ja onnettomuuksilta välttyttäisiin ja tapahtuma saataisiin järjestettyä onnistuneesti. Tämän oppaan avulla tapahtuman suunnittelu, toteuttaminen ja jälkiarviointi ovat helpompia. Hyvin suunniteltu tapahtuma pienentää mahdollisia riskejä huomattavasti.

Tapahtumat voidaan luokitella eri lajeihin esimerkiksi niiden koon, muodon tai sisällön perusteella. Kooltaan pienimmät tapahtumat ovat paikalliset ja yhteisölliset tapahtumat, joiden päätarkoituksena on yleensä viihdyttää ja mahdollistaa sosiaaliset kontaktit. Tätä laajempia ovat suuret ja merkittävät tapahtumat. Ne keräävät suurempia yleisömääriä pienempiin tapahtumiin verrattuna, ja media ottaa usein kyseiset tapahtumat huomioon.

Mikäli tapahtumat lajitellaan niiden sisällön perusteella, kolme pääkategoriaa on kulttuuri- ja taidetapahtumat,

urheilutapahtumat ja liiketoimintaan liittyvät tapahtumat. Messut ovat liiketoimintaan liittyvistä tapahtumista huomattavan suuri ja kasvava osa-alue.

Jyrki Virtanen:

”Hyvä tapahtuma koostuu sitoutuneesta ja innostuneesta tiimistä, tyytyväisistä osallistujista ja siitä, että tapahtuman järjestäjä kokee onnistumisen tunteen.”

Susanna Kauppinen:

”Tapahtuma on onnistunut, jos ihmisillä on hauskaa ja tapahtuma luo yhteisöllisyyttä ja yhdessä tekemistä. Esimerkiksi Laureamkon vuosijuhlassa ovat yhdessä Laurean väki ja Laureamkon väki. Raja-aidat katoavat pois ja kaikki ovat yhdessä juhlimassa kulunutta vuotta.”

2.1 Tapahtuma projektina

Tapahtuma on projekti, jonka onnistumisesta on vastuussa tapahtumaa varten koottu projektiryhmä. Projektiryhmä tai osa sen jäsenistä vastaa tapahtuman suunnittelusta ja toteutuksesta. Kullekin tapahtumalle on tärkeää tehdä projektisuunnitelma sekä viestintä- ja markkinointisuunnitelma, joihin on kirjattu tarkat tehtävät, aikataulut ja vastuhenkilöt. Projektiryhmä koostuu projektipäälliköstä, projektin jäsenistä ja mahdollisesta asiantuntijaryhmästä ja tukihenkilöstöstä sekä projektin asettajasta.

Projektin asettaja on henkilö, joka päättää tapahtuman käynnistämisestä ja valitsee projektiryhmän jäsenet. Lisäksi on mahdollista, että projektia valvoo johtoryhmä, joka määrittää tapahtuman tavoitteet, hyväksyy projektisuunnitelman ja loppuraportin sekä seuraa projektin edistymistä. Projektipäälliköllä puolestaan on keskeinen vastuu tapahtumasta, sillä hän hoitaa tapahtuman suunnittelua ja toteutusta sekä vastaa tapahtuman päätöksestä ja lopputuloksesta. Tärkeää on myös se, että projektipäällikkö delegoi tehtäviä muille projektin jäsenille. Projektin muut jäsenet ovat mukana suunnittelussa ja hoitavat heille asetettuja tehtäviä.

Yksi tärkeimpiä asioita projektin onnistumisen kannalta on asioiden varmistaminen moneen kertaan. Tapahtuman päävastuullinen järjestäjä eli yleensä projektipäällikkö koordinoi useiden eri tahojen toimia, jotta kokonaisuus toimisi hyvin. Tapahtuman yhteistyökumppaneita voivat olla muun muassa pitopalvelu, tekniikasta vastaavat, ohjelmaan osallistuvat esiintyjät, tilojen somistajat ja tapahtuman isännät ja emännät.

Tarvittaessa tapahtumaprojektia voidaan jakaa pienempiin osaprojekteihin, joilla kaikilla on omat vastuuhenkilönsä ja joita hoidetaan itsenäisesti. Projektipäällikkö ohjaa pienempien osaprojektien projektiryhmiä. Projektikokouksessa varmistetaan, että osaprojektit etenevät toivotulla tavalla. Osaprojekteiksi kannattaa jakaa suuremmat ja pitempään kestävät tapahtumat. Esimerkiksi viikon konferenssin voi jakaa osaprojekteiksi niin, että jokaisella päivällä tai ohjelmakokonaisuudella on oma projektiryhmä.

Projektin koordinoinnin kannalta neljä tärkeintä tekijää ovat tapahtuman visio ja tavoitteet, asioiden varmistaminen ja koordinoivat kokoukset sekä viestintä. Projektipäälliköllä tulee olla selkeä kuva tapahtumasta ja hänen tulee viestiä se muille. On tärkeää varmistaa, että kaikki tietävät, mitä sovitettiin. Päätökset tuleekin dokumentoida. Projektin kokouksia on tärkeää pitää tiiviisti varsinkin projektin alussa ja tapahtuman lähestyessä ja jokaisesta palaverista on hyvä kirjoittaa täsmällinen muistio.

Myös viestinnän tulee olla aktiivista. Koordinoivat kokoukset ja viestintä ovat suuri osa projektin onnistumista.

2.2 Tapahtuma brändin rakentamisen keinona

Organisaation täytyy huolehtia siitä, että kaikki sen toiminta tukee annettujen brändilupausten lunastamista. Brändin uskottavuus kärsii, mikäli organisaation toiminta on kaikkea muuta kuin sitä, mitä brändilupauksessa sanotaan. Brändin rakentamisessa fokus on usein vain viestinnän sisällössä ja sen keinoissa ja kanavissa. Brändin kehitys saattaa näin jäädä vain pinnalliseksi puuhasteluksi vain visuaalisuuden ja mainoslauseiden kanssa. Organisaation ja materiaalien visuaalista ilmettä ei kuitenkaan saa jättää huomiotta tapahtuman järjestämisessä.

Brändin rakentaminen ja vahvistaminen tapahtumissa on hyvä keino, sillä tapahtumissa asiakas saa mediamainontaa paljon voimakkaamman henkilökohtaisen kokemuksen. Bränditodellisuus koetaan tällöin vahvemmin kuin passiivisessa mainonnassa. Tapahtumien tarkoituksena brändin rakentamisessa on pyrkiä lisäämään tietoutta ja vahvistamaan brändiä. On tärkeää, että tapahtuma erilaistuu muista ja sillä on hyvää yhteistyötä avaintoimijoiden kanssa. Menestystekijäksi on tutkimuksissa tunnistettu myös tapahtuman perinteet ja pitkäikäisyys.



Tapahtumat ovat myös hyvin vuorovaikuttaisia ja ne mahdollistavat hyviä kontakteja markkinointitapahtumaan osallistuville. Tapahtumissa on tärkeää päästä vuorovaikutukseen ihmisten kanssa. Kun vuorovaikutusta pyritään tekemään tapahtumien avulla, tulee tapahtumaosastoon kiinnittää huomiota. Osaston visuaalisuus ja esittelijät kuvastavat brändiä ja sen arvoja, ja kaikessa toiminnassa ja sanomassa tulee käydä toteen brändilupaus. Tapahtumissa asiakkaiden bränditietoisuus ja organisaation imago vahvistuvat. Tapahtumien avulla myös organisaation oma sisäinen identiteetti vahvistuu. Identiteetillä tarkoitetaan organisaation omaa näkemystä sen toiminnasta. Onnistuneet tapahtumat auttavat vahvistamaan asiakkaiden positiivista mielikuvaa brändistä. Onkin tärkeää kiinnittää huomiota siihen, kuinka asiakkaat kokevat brändin.

Tapahtumamarkkinointi on hyvä keino brändin rakentamisessa ja parhaimmillaan se on moniaistista, tunteisiin vetoavaa ja vuorovaikuttaista. Tapahtumamarkkinoinnin tavoite on pitkälle sama kuin mainoksilla. Asiakkaat yrittävät usein

välttää mainoksia, mutta he ovat kuitenkin innokkaita osallistumaan tapahtumiin.

Laurean brändilupauksen tulee näkyä ja välittyä kaikessa, mitä Laureassa tehdään. Tapahtumien yhteisöllisyys onkin asia, joka rakentaa Laurean brändiä. Yhteisöllisyys näkyy myös siinä, että brändin rakentamiseen osallistuvat kaikki laurealaiset omalla tekemisellään. Tapahtumissa kävijöiden on helppo vastaanottaa Laurean brändi ja siksi brändin tulee näkyä visuaalisesti ja toiminnallisesti tapahtumissa. Visuaalisuutta on muun muassa Laurean ilmeeseen, värien ja markkinointimateriaalin käyttäminen. Toiminnallista puolta on puolestaan esimerkiksi se, että tapahtumissa toimitaan Laurean arvojen ja brändi- ja palvelulupauksen mukaisesti.

Ilari Paananen:

”Laurean brändilupaus ”Yhdessä enemmän” näkyy muun muassa tapahtumissa, joissa saadaan kokoon pieniä toimijoita ja heidän kanssaan saadaan aikaan menestyksekkäitä ja suuria tapahtumia.”

3. SUUNNITTELU TAKAA ONNISTUNEEN TAPAHTUMAN

Ennen kuin tapahtuman sisältöä lähdetään ideoimaan, mietitään tapahtuman pääsanoma ja tarkoitus. Suunnittelussa pohditaan, miten erottaudutaan muista ja minkälainen mielikuva halutaan jättää kävijälle tapahtumasta. Lisäksi määritellään, miksi tapahtuma järjestetään, kenelle se järjestetään ja mitkä ovat tapahtuman tavoitteet. Tapahtuman tavoitteena voi esimerkiksi olla imagon rakentaminen, tunnettuuden kasvattaminen, työntekijöiden motivointi ja kiittäminen, tiedon jakaminen tai sisäisten ja ulkoisten suhteiden rakentaminen. Tavoitteiden tulee olla mitattavia. Tavoitteen kirkastuttua kootaan projektiryhmä, joka vastaa tapahtuman suunnittelusta, viestinnästä ja markkinoinnista, toteutuksesta ja jälkiarvioinnista sekä jälkihoidosta. On tärkeää, että projektiryhmä sitoutetaan tapahtuman järjestämiseen ja sille selvennetään tapahtuman pääsanoma ja tavoitteet. Myös organisaation muun henkilökunnan tulee tietää tapahtuman tavoitteet.

Ideointi aloitetaan yleensä alustavasta budjetista. Aluksi tarkastellaan, paljonko rahaa on käytettävissä. Budjetoinnissa listataan mahdolliset menoerät ja mietitään, kuinka hyvin rahat riittävät. Koko suunnittelun ajan tulee olla selvillä, paljonko rahaa on käytettävissä. Raha vaikuttaa todella paljon siihen, millainen tapahtuma voidaan toteuttaa.

Tapahtuma suunnitellaan alusta asti loppuun kirjoittaen jokainen idea ylös. Ensin päätetään tapahtuman pääsanoma, teema ja luonne ja mietitään, miksi ja milloin tapahtuma järjestetään. Mihin vuoden aikaan, minä viikonpäivänä ja mihin aikaan vuorokaudesta tapahtuma järjestetään? Tämän jälkeen valitaan kohderyhmät. Seuraavaksi pohditaan tapahtumapaikkaa. Missä tapahtuma kannattaisi järjestää, suuressa messukeskuksessa vai tiivistunnelmaisessa yökerhossa? Oikeanlainen paikka vaikuttaa suuresti tapahtuman tunnelmaan. Ideoinnissa tulee koko ajan huomioida järjestävän organisaation oma imago ja tapahtuman osa-alueiden tulee olla sopusoinnussa sen kanssa. Tapahtuman ideointia on hyvä jäsentää esimerkiksi miellekartan avulla, idealistilla tai SWOT-analyysillä. SWOT-analyysin avulla tarkastellaan tapahtuman vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja riskejä.

Muistilista

- Nimeä tapahtuma
- Kokoa projektiryhmä
- Määrittele tavoitteet ja onnistumisen mittarit
- Tee alustava budjetti
- Määrittele tapahtuman luonne ja sisältö
- Valitse kohderyhmä
- Päätä tapahtumapäivä(t)
- Päätä tapahtumapaikka

3.1 Projektisuunnitelma

Projektisuunnitelman laatiminen aloitetaan ideoinnin jälkeen. Suunnitelmassa kuvataan, miten ja millä keinoilla tapahtuma toteutetaan. Siinä selvennetään tapahtuman taustojen, tavoitteiden, kohderyhmien ja toimenpiteiden lisäksi projektiryhmä ja sen jäsenten tehtävät. Kaikki tehtävät ja toimenpiteet aikataulutetaan. Projektisuunnitelma sisältää myös selvitykset resursseista, riskeistä sekä markkinoinnista. Lisäksi tapahtuman onnistumisen arviointikriteereiden tulee olla suunnitelmassa ja suunnitelmaan kuuluu myös viestintäsuunnitelma.

3.1.2 Aikataulut

Tapahtumaa järjestettäessä ajoitus tulee miettiä heti suunnittelun alkuvaiheessa. Tapahtuman ajoitus ei tarkoita pelkästään tapahtumapäivän aikataulua, vaan etenkin tapahtuman suunnittelun ja työtehtävien ajoittamista järjevästi. Kun työtehtäviä ajoitetaan, kannattaa ne porrastaa tärkeysjärjestykseen niin, että eniten aikaa vievät ja tärkeimmät tehtävät aloitetaan ensimmäisenä. Jokaiselle työtehtävälle tulee valita vastuuhenkilöt, jotta asiat hoidetaan ajoissa. Mitä paremmin aikataulu on tehty, sitä tehokkaammin ja usein myös paremmin tehtävät saadaan tehtyä. Mitään ei kannata jättää viimeisille hetkille, jos sen voi tehdä jo aiemmin.

Aikataulun pohjaa voidaan lähteä suunnittelemaan miettimällä koko tapahtumaprosessia suunnitteluvaiheesta toteutukseen ja siitä arviointiin. Mitä näissä vaiheissa täytyy tehdä, jotta tapahtuma onnistuu ja kaikki tarvittavat asiat hoidetaan ajoissa? Aikataulu toimii järjestäjille myös muistilistana siitä, mitä tehtäviä eri tapahtumavaiheissa on. Esimerkiksi tapahtuman rakennusvaihe vie paljon aikaa, joten sen tehtävien ajoittaminen on todella tärkeää. Kun tapahtuman aikataulua suunnitellaan, tulee aina ottaa huomioon mahdolliset muutokset ja peruutukset. Esimerkiksi esiintyjien hankkimiseen kannattaa varata reilusti aikaa, sillä mahdollisia peruutuksia saattaa tulla viime hetkilläkin. Tapahtumaan tarvittavia lupia hankittaessa ulkopuoliset toimijat voivat aiheuttaa viivästyksiä, joihin järjestäjät eivät voi vaikuttaa. Tämän vuoksi myös lupien hankkimiseen kannattaa varata aina ylimääräistä aikaa.

Itse tapahtuman aikatauluja ovat muun muassa tapahtuman järjestäjien työaikataulut, esiintymisaikataulu sekä tapahtuman muun ohjelman aikataulu. Ohjelman aikataulu tulee suunnitella siten, ettei se ole liian tiukka eikä liian löyhä. Kukaan ei halua joutua kiirehtimään ohjelmanumerosta toiseen, vaan siirtymisiin pitää varata sopivasti aikaa. Ohjelma ei saa kuitenkaan olla täynnä taukoja ja tyhjiä kohtia, koska kävijöiden kiinnostus saattaa sammua. Ohjelman aikataulu riippuu paljon tapahtuman luonteesta ja tyylistä. Esimerkiksi tietyn tyyllisillä tapahtumilla erillisiä ohjelmanumeroita ei

välttämättä ole ollenkaan, kun taas jotkin tapahtumat koostuvat niistä.

Muistilista

- Ajoita kaikki työtehtävät näiden vaiheiden perusteella:
 - Ideointi ja suunnittelu
 - Tapahtuman toteutus
 - Arviointi ja jälkimarkkinointi
- Porrasta työtehtävien aikataulu tärkeysjärjestykseen
- Aikatauluta tehtävät niin, että viivästyksien sattuessa ehdit vielä toimimaan
- Jaa työtehtäville vastuuhenkilöt, jotta asiat hoituvat ajallaan
- Tee jokaiselle projektin jäsenelle oma työaikataulu
- Tee tapahtumapäivälle tarkka aikataulu

Susanna Kauppinen:

”Jos aikataulu ei toimi tai on epärealistinen, se aiheuttaa vain paha mieltä ja kaaosta. Realistisuus on tärkeää ja ilmaa täytyy jättää. Usein tapahtumien deadlinet tahtovat venyä.”

3.1.3 Resurssit

Resurssit ovat tärkeä osa tapahtuman suunnittelua. Tapahtuma vaatii muun muassa henkilöstöresursseja, koneita ja laitteita, rahaa sekä erilaisia materiaaleja. Henkilöstöresurssien suunnittelu on merkittävää tapahtuman toteutuksen kannalta. Henkilöstö koostuu pienemmissä tapahtumissa ainoastaan omasta henkilökunnasta, mutta suuremmissa saatetaan hankkia ulkopuolisia työntekijöitä ja talkoolaisia. Kaikki tapahtuman alueet tapahtumapaikan rakentamisesta lipunmyyntiin ja siivoamiseen tulee ottaa huomioon hankkimalla tarpeeksi henkilöstöä. Monissa tapahtumissa myös erilaiset koneet ja laitteet ovat tarpeen. Järjestäjällä on aina hyvä olla tietokone ja tulostin. Lisäksi valot ja äänentoistolaitteet ovat useimmissa tapahtumissa tarpeen. Joissain tapahtumissa saatetaan tarvita myös mikrofonia, videotykkejä tai mitä tahansa muita koneita tai laitteita. Muita materiaaleja ovat kaikki ne asiat ja esineet, joita tapahtumassa tarvitaan, esimerkiksi pöydät, tuolit ja perustoimistotarvikkeet.

Muistilista

- Selvitä resurssit
 - Henkilöstö
 - Koneet ja laitteet
 - Rahat
 - Muut materiaalit

3.1.3 Budjetti

Raha on yleensä ensimmäinen asia, joka tulee puheeksi jo tapahtumaa harkittaessa. Tarkkaan suunniteltu budjetti on kaiken a ja o. Ensimmäiseksi mietitään, kuinka paljon kaikki tulee maksamaan ja mistä rahaa saadaan vai saadaanko ollenkaan. Tapahtuman järjestäminen on edullisimmillaan, kun sitä hoitaa oma henkilökunta tai se tehdään talkootyönä mahdollisimman pitkälle. Mitä pienempi budjetti, sitä haastavampaa tapahtuman järjestäminen on ja sitä enemmän tarvitaan luovuutta. Yleensä kuitenkin ainakin suuremmissa tapahtumissa rahaa tarvitaan hieman enemmän. Tätä varten on hyvä hankkia yhteistyökumppaneita ja sponsoreita. Näin tapahtumasta saadaan halutun kokoinen ja näköinen, ja kaikki viihtyvät, kun henkilökuntaa on riittävästi.

Virkistysillan budjetti	
Bussikuljetus	400 €
Tilavuokra	600 €
Somistus	200 €
Ohjelma	100 €
Ruoka	700 €
Juomat	800 €
Yhteensä	2800 €
Osallistujia n. 50	56 € / hlö

Budjetin laatiminen on helppo aloittaa, jos organisaatio on tehnyt aikaisemmin jo samankaltaisia tapahtumia. Tällöin saadaan realistinen pohja budjetoinnille. Kaikki suunnitellut menot kannattaa pilkkoa mahdollisimman moneen osa-alueeseen. Jokaiselle näistä osa-alueista kannattaa myös valita omat vastuuhenkilönsä ja selvittää heille heidän taloudelliset velvollisuutensa. Kulujen lisäksi tapahtumat useimmiten luovat tuottoja. Nämäkin tulee kirjata budjettiin. Täytettävä budjettipohja on liitteessä 1.

Kuluja

- tilavuokrat
- markkinointi- ja mainontakulut
- rakentaminen
- somistus
- tekniikka
- luvat
- kuljetukset
- majoitus
- tarjoilut
- ohjelma
- vartiointi
- palkkiot
- yllätysmenot

Tuloja

- sponsorointitulot
- lipputulot
- arpajaistuotot
- tarjoilutuotot
- myyntituotot
- näytteilleasettajat

Muistilista

- Selvitä budjetti
- Listaa kulut
- Listaa tulot



3.1.4 Riskit

Tavallisimpia tapahtumien riskejä ovat henkilö-, omaisuus- ja toimintaan liittyvät riskit. Henkilöstöriskejä ovat sairastumiset ja tapaturmat. Sen lisäksi, että varaudutaan sairastumisiin, tulee myös aina varmistua siitä, että henkilöstö on motivoitunut ja hoitaa kaikki annetut työtehtävät ajallaan. Henkilöstöriskeihin voidaan varautua sopimalla henkilöstölle varavastuuhenkilöt. Omaisuusriskejä ovat tavaroiden rikkoutuminen ja vahingoittuminen. Toimintaan liittyy lukuisia eri riskejä, jotka vaihtelevat tapahtuman luonteen mukaan. Yhtenä isona riskinä voidaan pitää ajoituksen pettämistä, jolloin tapahtuma saattaa epäonnistua. Myös äkilliset, järjestäjästä riippumattomat, riskit tulee huomioida. Niihin voidaan varautua laatimalla hyvä aikataulu. Sään muutokset, sähkökatkokset, mahdolliset lakot tai muut toimintaympäristössä tapahtuvat äkilliset muutokset voivat aiheuttaa vaikeuksia. Lisäksi mahdolliset ”no show” täytyy ottaa huomioon. ”No show” tarkoittaa ilmoittautuneita, jotka eivät kuitenkaan saavu paikalle. Myös taloudelliset riskit, kuten budjetin riittämättömyys, ovat mahdollisia. Joihinkin riskeihin pystytään varautumaan vakuutuksien hankkimisella.

Jyrki Virtanen:

”Varautua täytyy melkein mihin tahansa!”

Muistilista

- Tee riskianalyysi
 - Henkilöriskit
 - Omaisuusriskit
 - Taloudelliset riskit
 - Toimintaan liittyvät riskit
 - Ympäristöön liittyvät riskit
- Hanki tarvittavat vakuutukset

3.2 Kohderyhmät

Tapahtumaa järjestettäessä on tärkeää miettiä, kenelle se suunnataan. Useimmiten jo heti ideoinnin alussa järjestävällä taholla on selkeä mielikuva tapahtuman kohderyhmästä. Sen voi muodostaa suuri yleisö, rajattu kutsuvierajoukko tai avoin kutsuvierajoukko. Jotta tapahtumasta osataan tehdä oikeannäköinen ja -kokoinen, tulee kohderyhmä tuntea riittävän hyvin. Täytyy miettiä, onko tapahtuma jo harmaantuneille yksilöille, keski-ikäisille herroille vaimoineen vaiko juhlimista rakastaville nuorille. Kohderyhmän valinta riippuu paljon siitä, minkälainen tapahtuma tulee olemaan ja minkälaisia tavoitteita tapahtumalle on asetettu.

Tapahtuma voi olla vaikkapa järjestävän organisaation asiakkaille, henkilöstölle, yhteistyökumppaneille tai opiskelijoille. On otettava huomioon, onko kutsuttava esimerkiksi mies vai nainen, minkä ikäinen hän on, onko hän

perheellinen, urheilullinen vai mahdollisesti absolutisti. Kaikki nämä vaikuttavat paljon siihen, millainen tapahtuma tehdään. Tapahtuman järjestäjän tulee muistaa, että tapahtumaa ollaan järjestämässä tarkkaan valitulle kohderyhmälle, ei itselle. Kohderyhmää tulee analysoida tarkkaan ja huomioida koko suunnittelun ajan, sillä kaikki ei sovi kaikille.

Hyvin usein tapahtumiin kutsutaan ihmisiä, joita halutaan kohdella erityisen hyvin. Nämä arvovieraat täytyy huomioida alusta alkaen. Heidän mahdolliset erikoistarpeensa tarjoilussa, kuljetuksissa ja majoituksissa tulee varmistaa. Kansainvälisiä vieraita kestittäessä usein liputus on paikallaan. Liputusta varten löytyy ohje liitteestä 3. Lippujen saatavuus ja oikean pituiset lipputangot tulee tällöin varmistaa. Monesti lippuja on myös tapahtumapaikan pöydissä. Jos tarvitaan tulkkeja tai tulkkausvälineitä, on se huomioitava riittävän ajoissa. Lisäksi mahdolliset seuralaiset ja heidän tarpeensa täytyy huomioida. He suhtautuvat usein tapahtuman järjestelyihin kriittisemmin kuin kutsutut.

3.3 Tapahtumapaikan valitseminen

Tapahtumapaikan valitseminen on yksi tärkeimmistä päätöksistä tapahtuman järjestämisessä. Paikka vaikuttaa paljon siihen, mitä osallistujat ajattelevat tapahtumasta ja millainen mielikuva siitä jää. Tapahtumapaikan valinta aloitetaan maantieteellisen paikan eli esimerkiksi paikkakunnan valitsemisella. Valintaa kannattaa miettiä siltä kannalta, että useimpien osallistujien on helppo tulla sinne. Jos useimmat kutsutut työskentelevät ja asuvat samassa kaupungissa, kannattaa tapahtumakin pitää siellä, jos tahdotaan säästää majoituskuluissa. Toisaalta uusi ja yllättävä paikka tekee tapahtumasta aivan erilaisen. Sellaiset tapahtumat, jotka on suunnattu kuluttajille tai muutoin suurelle kohdeyleisölle, sijoitetaan yleensä suuriin kaupunkiin. Joskus voi kuitenkin olla hyötyä siitä, että tapahtuma sijoitetaan pienemmälle paikkakunnalle. Tällöin paikalle tulee osallistujia, jotka ovat tyytyväisiä siihen, että myös heidän lähialueellaan järjestetään tapahtumia. Tämä tunne voi luoda luottamusta ja kiinnostusta tapahtuman järjestävää organisaatiota kohtaan.

Tapahtumapaikan valitsemisen seuraava vaihe maantieteellisen alueen rajaamisen jälkeen on tapahtumapaikan kriteerien määrittäminen. Kriteerejä voi miettiä teeman, tapahtumalajin ja osallistujien määrän mukaan. Kun kriteerit on valittu, ne listataan ylös. Tämän jälkeen aletaan kartoittaa sopivia tapahtumapaikkoja ja tiloja. On tärkeää, että tapahtuman järjestäjä selvittää, vastaako tapahtumapaikka valittuja kriteerejä. Tällöin kannattaa kysellä mahdollisimman tarkasti tapahtumapaikasta. Lopuksi päätetään, mikä tapahtumapaikoista on sopivin.

Kysymyksiä tapahtumapaikasta:

- Ovatko tilat tarpeeksi suuret osallistujamäärälle?
- Ovatko tilat oikean näköiset ja tyylliset?
- Onko paikalle helppo saapua? Entä liikuntarajoitteiset?
- Ovatko opasteet tapahtumapaikalle selkeitä?
- Ovatko opasteet tapahtumapaikalla selkeitä?
- Onko vuokra budjettiin sopiva?
- Sopiiko paikka tapahtuman luonteeseen?
- Onko paikassa tarvittavat ja riittävät nettiyhteydet?
- Minkälaista tekniikkaa tapahtumapaikalla on?
- Onko sähkökapasiteetti riittävä tapahtuman tarpeisiin?
- Onko mahdollista järjestää tarjoilua?
- Minkälaiset saniteettitilat tapahtumapaikassa on?
- Minkälainen paikoitus tapahtumapaikassa on?
- Onko kiinteistön omistaja tai isännöitsijä tietoinen tapahtumasta?
- Onko tapahtumapaikan pelastussuunnitelma tiedossa?

Vakiintuneita tapahtumapaikkoja ovat muun muassa hotellit, konferenssitilat, historialliset paikat, kauppakeskukset, urheilutilat ja vapaa-ajan viettoon tarkoitettut tilat. Vakituiset tapahtumapaikat ovat hyvä valinta useimmille tapahtumille. Niillä on valmis infrastruktuuri ja työntekijöitä, jotka ovat kokeneita tapahtuman järjestämisessä. Vakituisten tapahtumapaikkojen vuokraaminen on usein myös halvempaa kuin uuden tapahtumapaikan rakentaminen.

Tapahtumapaikkaa valittaessa voidaan myös harkita väliaikaisen tapahtumapaikan rakentamista. Väliaikaisen tapahtumapaikan rakentaminen on järkevää silloin, kun halutaan tapahtumapaikan vastaavan täysin tapahtuman järjestäjän visiota ja toiveita. Väliaikaisen tapahtumapaikan rakentaminen vaatii kuitenkin huomattavasti enemmän työtä kuin vakituisten tapahtumapaikan käyttäminen. Väliaikaisia tapahtumapaikkoja rakennetaan varsinkin silloin, kun halutaan järjestää tapahtuma ulkona. Ulkotapahtumissa on paljon tilaa, mutta usein olematon infrastruktuuri. Vuodenajat tulee tietysti ottaa huomioon.

Tapahtumapaikan valinta ei ole kuitenkaan rajattu vain vakituisiin tai väliaikaisiin tapahtumapaikkoihin. Tapahtumapaikkana voivat toimia myös esimerkiksi koulut, erilaiset klubitilat, kulttuurikohteet ja teeman mukaiset tapahtumapaikat. Tapahtumapaikka voi olla jopa ulkomailla. Ei kannata jättää mahdollisia tiloja huomioimatta vain siksi, että ne eivät ole tavanomaisia tapahtumapaikkoja. Joskus voidaan tarvita myös useampaa tapahtumapaikkaa riippuen tapahtuman luonteesta.

Laurean brändin kannalta on tärkeää, että tapahtumapaikkaa voi tilaratkaisujen ja somistuksen avulla muuttaa brändin

mukaiseksi. Laurea on esimerkiksi järjestänyt tapahtumia kampuksilla, Heurekaassa, Finlandia-talossa, kauppakeskuksissa ja toreilla. Tavoitteisiin on päästy, kun tapahtumapaikan avulla Laurean brändi jää kävijöiden mieleen. Tämän takia tapahtumapaikalla on suuri merkitys brändimielikuvan vahvistamisessa.

Muistilista

- Valitse alue ja paikka tapahtumalle
- Määrittele tapahtumapaikan kriteerit
- Kartoita kriteerejä vastaavat tapahtumapaikat
- Vieraile mahdollisissa tapahtumapaikoissa ja selvitä vielä kertaalleen niiden sopivuus
- Valitse tapahtumapaikka

3.4 Sisältö ja ohjelma

Tapahtumaan voidaan valita yhtenäinen teema, joka yhdistää koko tapahtumaprosessia ideasta toteutukseen. Tapahtuman teema kertoo paljon järjestävästä organisaatiosta, joten se kannattaa valita huolella. Teeman tulee noudattaa organisaation brändiä ja vahvistaa sitä. Teemaa voidaan lähestyä tapahtuman järjestämisessä usealla eri tavalla, joissa vain mielikuvitus on rajana. Teemaa voidaan hyödyntää esimerkiksi tilojen somistuksessa, kutsukorteissa, tarjoilussa ja tapahtuman markkinoinnissa. Oikeastaan koko tapahtuman ohjelma voidaan rakentaa teeman ympärille, mutta tällöinkin tulee muistaa ottaa huomioon tapahtuman tavoite, organisaation brändi, kohderyhmä sekä se, mitä tapahtumalla halutaan viestiä yleisölle.

Eniten tapahtuman sisältöön vaikuttaa sen luonne, joka voi olla viihteellinen tai asiallinen ja joskus myös molempia. Kun tapahtuman sisältöä ja ohjelmaa lähdetään suunnittelemaan, pidetään siis mielessä jatkuvasti tapahtumalle määritellyt tavoitteet ja kohderyhmä. Tapahtuma tulee suunnitella kohderyhmälle sopivaksi, jotta päästään haluttuihin tavoitteisiin ja tapahtuma saadaan onnistumaan. Mikäli tapahtuma on maksullinen, tulee ohjelman vastata pääsylipun hintaa, jotta asiakas tuntee saavansa tarpeeksi vastinetta rahalleen.

Tapahtumaan voidaan järjestää sellaisia aktiviteetteja, joissa osallistujat voivat olla mukana halutessaan. Mikäli tapahtumaan halutaan järjestää jonkinlaisia aktiviteetteja osallistujille, tulee niiden suunnittelussa ottaa aina huomioon tapahtuman teema. Aktiviteetteja voivat olla oikeastaan mitkä tahansa ohjelmanumerot käsitöistä hurjempikiin tehtäviin esimerkiksi kalliokiipeilyyn. Ne voivat olla osana ohjelmaa tiettyyn aikaan tapahtumapäivästä tai ne voivat kulkea muun ohjelman taustalla koko tapahtuman ajan. Turvallisuusnäkökohdat pitää ottaa myös aktiviteetteja

että organisaation henkilökunta kertoo omissa kohtaamisissaan johdonmukaisesti tapahtumasta. Siksi kannattaa tehdä selkeät säännöt siitä, miten henkilökunta saa tapahtumasta viestiä. Viestintäsuunnitelmassa kannattaa miettiä, kannattaako osallistujille soittaa ennen tapahtumaa. Myös tapahtumapäivän viestinnän suunnitteleminen on osa viestintäsuunnitelmaa. Tapahtuman tavoitteena on joskus saada näkyvyyttä mediassa. Hyvä tavoite olisi se, että tapahtuma saisi artikkelin tai uutisen eri medioihin.

Kun tapahtuman tavoitteet ovat selvillä, tehdään markkinointisuunnitelma. Yksinkertaisimmillaan suunnitelmaan sisältyvät sisäinen markkinointi, lehdistötiedottaminen, mediemarkkinointi ja suoramarkkinointi. Sisäisellä markkinoinnilla tarkoitetaan tapahtuman ja sen tavoitteiden markkinoimista ja tiedottamista järjestävälle organisaatiolle. Ulkoista markkinointia kannattaa lähteä tekemään ajoissa, heti, kun tapahtuman pääpiirteet ovat selvillä. Tapahtumaa ei kuitenkaan voida markkinoida, ennen kuin tapahtumapaikka ja -aika sekä esimerkiksi ohjelman runko ovat tiedossa. On tärkeää luoda tapahtumalle oikeanlainen markkinointimateriaali, joka vastaa tapahtuman teemaa ja luonnetta. Materiaaleja suunniteltaessa mietitään myös, millä tavalla kohderyhmä tavoitettaisiin parhaiten ja miten kohderyhmään kuuluvat saataisiin kiinnostumaan tapahtumasta. Markkinointimateriaaleja ovat esimerkiksi julisteet, esitelehtiset, kutsut ja mediatiedotteet. Aina ennen materiaalien julkistamista ne tulee käydä läpi, jotta varmistetaan, että niissä ovat tarvittavat tiedot tapahtumasta ja että tiedot ovat varmasti oikein. Hyvässä markkinointimateriaalissa tulee aina näkyä vähintään tapahtuman idea ja tarkoitus, ajankohta, paikka ja kesto sekä mahdollinen pääsymaksu. Myös järjestävän organisaation on hyvä näkyä.

Riippuen tapahtuman kohderyhmästä ja luonteesta voidaan markkinointia tehdä erilaisin keinoin. Nykyisin yleisimpänä keinona on hyödyntää internetiä markkinoinnissa. On mahdollista tehdä tapahtumasta myös lehti-ilmoituksia tai lähettää medialle lehdistötiedote tapahtumasta etukäteen. Hyödyllisintä tapahtuman kannalta olisi se, että media saataisiin tapahtumapaikalle kokemaan ja näkemään tapahtuma, jotta tapahtumasta kirjoitettaisiin uutinen tai artikkeli. Markkinointikeinona voidaan käyttää myös sähköpostia, tekstiviestejä, tv-mainoksia, sosiaalista mediaa ja totta kai henkilökohtaista markkinointia. Esimerkiksi nuorelle yleisölle suunnattua tapahtumaa kannattaa markkinoida sosiaalisen median avulla, jolloin se saa todennäköisesti eniten huomiota.

Jos tapahtuma järjestetään kutsutilaisuutena, on tärkeää muistaa lähettää kutsut vieraille ajallaan. Riippuen tapahtuman laajuudesta voidaan ensimmäiset kutsut lähettää jo useita kuukausia ennen tapahtumaa. Ensimmäiset kutsut ovat yleensä ennakkokutsuja, joilla kerrotaan tapahtumasta ja pyydetään vieraita ilmoittautumaan tiettyyn päivämäärään mennessä. Kutsussa on tultava esiin tapahtuman hyödyt eli se, miksi kutsutun kannattaa tulla juuri tähän tapahtumaan. Kutsun ja tapahtuman tulee erota selkeästi muiden organisaatioiden samankaltaisista tapahtumista. Kutsussa on tärkeää olla myös tapahtumapaikan osoite.

Myöhemmin, lähempänä tapahtumaa, lähetetään vieraille vielä muistutus tilaisuudesta, jolloin tapahtuman laajuudesta riippuen voi olla vielä mahdollisuus ilmoittautua mukaan. Mitä suurempi tapahtuma on kyseessä, sitä aiemmin yleensä sitoutuvat ilmoittautumiset tulee lähettää järjestäjille. Niin kuin muuhunkin markkinointimateriaaliin, myös kutsuihin tulee paneutua huolella, sillä ne viestivät vastaanottajalle paljon tapahtumasta.

Marjo Valjakka:

”Ilmoittautuminen kannattaa hoitaa esimerkiksi Lyyti-ohjelman avulla. Näin voidaan helposti huomioida tarkatkin toiveet, esimerkiksi erityisruokavaliot.”

Muistilista

- Kartoita kilpailu- ja markkinointikeinot
- Tee tapahtumalle markkinointi- ja viestintäsuunnitelma
- Suunnittele markkinointimateriaalit kohderyhmää ajatellen
- Varmista materiaalien tiedot ennen niiden julkaisemista
- Käytä sosiaalista mediaa tapahtuman markkinoinnissa
- Lähetä kutsut ajoissa kutsuvieraille
- Ota huomioon, että isompaan tapahtumaan lähetetään myös ennakkokutsut
- Laita osallistuville vieraille infoviesti tapahtumapaik-
van lähellä

4. TOTEUTUS TEKEE SUUNNITELMISTA TOTTA

Huolellinen suunnittelu ja aikatauluttaminen takaavat toteutuksen onnistumisen. Toteutusvaiheeksi voidaan kutsua kaikkia niitä hetkiä, joissa suunnitelmista tulee todellisuutta. Tapahtuman toteutuksessa tärkeitä seikkoja ovat tapahtuman henkilökunta, osallistujan huomiointi, tapahtumaympäristö sekä tapahtumapäivä. On tärkeää, että kaikki tapahtuman järjestämiseen osallistuvat tietävät omat tehtävänsä ja yhteistyö eri tahojen kesken sujuu tehokkaasti. Tapahtuman toteutuksessa on kolme vaihetta: rakennusvaihe, itse tapahtuma ja purkuvaihe. Rakennusvaihe vie useimmin enemmän aikaa kuin itse tapahtuma. Purkuvaihe on puolestaan nopeampi ja tehokkaammin toteutettavissa kuin muut vaiheet.

4.1 Henkilökunta

Henkilökunnan huomioiminen tarkoittaa käytännössä sitä, että henkilökunnan viihtyvyydestä ja turvallisuudesta on huolehdittu riittävän hyvin. Erityisen tärkeää onkin taot-taa henkilökunnan työ oikein. Tapahtuman henkilökunnalla tulee olla käytössään taukotilat ja virkistystilat, joissa voi levätä kaiken kiireen keskellä. Myös saniteettitiloja täytyy varata henkilökunnalle.

Osa henkilökunnan huomioimista on ryhmähengen luominen. Työskentely on tehokasta, kun kaikki ovat motivoituneita. Siksi henkilökuntaa tulee myös palkita ja kiittää.

Monet tapahtumat onnistuvat talkoohengellä, mutta joskus työntekijöitä kannattaa palkata hoitamaan tapahtumaa.

Henkilökunnan kouluttamisella vaikutetaan paljon tapahtuman toteutukseen. Henkilökunnan tulee ymmärtää tapahtuman tarkoitus ja tavoitteet. Koulutus on järjestettävä ennen tapahtumapäivää ja sen aikana on kerrottava ne kaikki seikat, jotka ovat työntekijöille oleellisia tapahtuman kannalta. Esimerkiksi messuille osallistuttaessa tulee opastaa henkilökuntaa siitä, mitkä ovat messujen tavoitteet, miksi tapahtumassa ollaan mukana ja miten hyvän messuesittelijän tulee toimia. Koulutuksessa voidaan käsitellä esimerkiksi pukeutumista, käytöstapoja, aikatauluja ja kaikkia tapahtuman toteuttajien vastuualueita aina tarjoilusta tekniikkaan. Koulutuksessa on tärkeää myös huomioida turvallisuusasiat. Hyvän koulutuksen pohjalta on helppo toimia. Kun henkilökunta on ohjeistettu hyvin, se näkyy myös osallistujille tapahtuman sujuvuutena. Johdon kannattaa olla paikalla koulutuksessa motivoimassa henkilökuntaa, vaikka johtajat eivät itse osallistuisi tapahtumaan.

Susanna Kauppinen:

”Ihmiset haluavat tuntea itsensä merkitykselliseksi ja nähä oman käden jälkensä, joten vastuita tulee jakaa kaikille. Ihmiset ovat tapahtuman järjestämisessä yleensä mukana omasta ilostaan, joten heitä tulee palkita ja kiittää. Se auttaa myös saamaan heidät mukaan seuraavaan tapahtumaan.”

Muistilista

- Muista huolehtia henkilökunnan viihtyvyydestä
- Varmista, että henkilökunnalla on sopivasti taukoja tapahtuman aikana
- Varaa henkilökunnalle omat sosiaali- ja saniteettitilat
- Tarvittaessa hanki henkilökunnalle virvokkeita ja pientä välipalaa
- Motivoi ja kiitä henkilökuntaa
- Kouluta henkilökunta oikein
- Kouluta henkilökuntaa turvallisuudesta
- Aina maalaisjärkeen luottaminen ei riitä:
 - Puhelimen käyttö on sallittu ainoastaan taukotilassa
 - Purukumia ei saa syödä muualla kuin taukotilassa
 - Tupakalta, valkosipulilta ja alkoholilta haiseminen on epäkohteliasta
 - Turha seurustelu muun henkilökunnan kanssa ei anna hyvää kuvaa osallistujille
 - Ei istuskelua muualla kuin taukotilassa
 - Alkoholit ei kuulu työpäivään
 - Veden juonti tärkeää
 - Muista hymyillä ja olla ystävällinen
 - Oikea asenne tapahtuman aikana
 - Huolellinen perehdytys tapahtumaan
 - Siisti, helposti lähestyttävä olemus
 - Hiukset kammattuna
 - Valitse hyvät työkenkät, joilla pystyy seisomaan pitkiäkin aikoja
 - Siistit vaatteet
 - Kunnioita kävijöitä, vaikka mielipiteet eriaisivatkin

4.2 Osallistujan huomiointi

Osallistujan informointi tarkoittaa sitä, että osallistujalla tulisi olla jo ennen tilaisuutta kaikki mahdollinen tieto siitä. Tietoa annetaan ainakin seuraavista seikoista:

- tapahtuman sisällöstä, käsiohjelmasta
- isännistä
- aikatauluista
- aukioloajoista
- liikenneyhteyksistä
- ikärajoista
- infopisteistä
- löytötavaroista
- maksuvälineistä
- roskien käsittelystä
- ruokailusta
- turvallisuudesta
- parkkipaikoista
- saniteettitiloista
- tupakointipaikoista
- ensiapupisteistä

Osallistujan informointi on tärkeää, sillä osallistuja vaikuttaa käyttäytymisellään ja toiminnallaan tapahtuman kulkuun. Tapahtuman tiedottamista kannattaa hoitaa monen eri kanavan kautta. Tapahtumalla voi olla omat verkkosivut tai siitä voi tiedottaa sosiaalisessa mediassa tai sähköpostitse.

Muistilista

- Informoi osallistujaa mahdollisimman ajoissa tarvittavista tiedoista verkossa, sähköpostitse ja sosiaalisessa mediassa
- Informoi osallistujaa myös tapahtumapaikalla

4.3 Isäntänä tai emäntänä toimiminen

Isäntien tehtävänä on viihdyttää ja ohjata tapahtuman osallistujia. Heidän täytyy huomioida myös esiintyjät ja muut erityisvieraat. Tarkoitus on, että hyvä isännöisy jättää vieraalle positiivisen muistikuvan tapahtumasta. Isäntää valitessa valintaa tulee pohtia organisaation imagon perusteella. Minkälaisen kuvan isäntä tapahtumassa organisaatiosta antaa?

Nyrkkisääntönä on se, että hyvä isäntä on sosiaalinen ja hänellä on hyvä asenne. Hän tuntee etiketin, on kiinnostunut muista ihmisistä ja osaa huomioida ympäristöään. On tärkeää, että isäntä osaa seurustella osallistujien kanssa, kysellä heidän tuntojaan ja kuunnella niitä. Osallistujia tulee kohdella tasapuolisesti. Siihen auttaa usein se, että etukäteen selvitetään, mistä osallistujat ovat kiinnostuneita ja mitä puheenaiheita voitaisiin ottaa esille. Myös kehonkieli aina hymystä lähtien on erityisen tärkeää.

Hyvän isännän piirre on myös se, että isäntä on täysin selvillä tapahtuman luonteesta. Hän tuntee tapahtuman tavoitteen ja läpiviennin aina esiintyjistä ruokailuun. Tapahtumissa, joissa on tarjoilua, isäntä ohjaa osallistujat pöytiin. Jos tapahtumassa on useita isäntiä, he eivät saa keskustella keskenään. Isäntä ei saa juoda itseään humalaan tai poistua paikalta ennen tapahtuman loppua. Isännän pukeutumien määräytyy tapahtuman luonteen mukaan. Yksi tärkeä seikka on myös se, että isäntä kiinnittää osallistujien huomion muualle, jos jokin menee vikaan.

Isäntiä kannattaa valmistella tapahtumaan erillisellä isäntäinfollla. Muuta pohdittavaa on muun muassa isäntöinti-tehtävien jako ja aikataulut sekä isäntien erottautuminen. Erottautumisella tarkoitetaan isäntien yhtenäistä pukeutumista ja mahdollisia henkilökortteja. Huomaavainen isäntöinti jättää vieraille hyvän mielikuvan tapahtumasta.

Muistilista

- Kouluta isännät
- Jaa isäntien tehtävät ja aikatauluta ne
- Tutustu etikettiin, jos ei ole entuudestaan tuttua
- Kysele vierailta heidän tuntojaan
- Kuuntele vieraita
- Ohjaa vieraita
- Pukeudu asiallisesti
- Ole selvillä tapahtuman luonteesta

Susanna Kauppinen:

”Paikan päällä esiintyjät, puhujat ja muut erityisvieraat tulee erikseen huomioida. Heidät tulee ottaa vastaan, koska useimmiten he eivät tiedä, mihin tulla ja mitä tehdä. Esiintyjille on hyvä olla ”backstage”, josta löytyy juotavaa ja purtavaa. Kaiken tulisi olla niin valmiina vieraita varten, että heidän tarvitsee vain ilmestyä paikalle, ja järjestävä organisaatio hoitaa kaiken. Heidät täytyy muistaa myös hyvästellä.”

4.4 Tapahtumaympäristö

Tapahtumaympäristöön vaikuttavia osa-alueita ovat esimerkiksi tapahtuman tekniikka, somistus ja tilat, siisteys, opastus ja ilmoittautuminen, kuljetus, paikkakortit, turvallisuus sekä musiikki ja äänimaailma. Toteutuksessa pohditaan kaikkia niitä osa-alueita, jotka vaikuttavat tapahtuman kulkuun sekä tunnelmaan.

4.4.1 Tekniikka

Tapahtumapaikan tekniikkaa ovat videotykit, valaistus, tietokoneet, piirtoheittimet, äänentoistolaitteet, taltiointivälineet ja kaikki muu tekniikka, jota tapahtuman järjestämiseen vaaditaan. Aina tulee varmistaa, mitä tekniikkaa tapahtumapaikalla on käytettävissä ja mitä sinne tarvitsee tuoda. Etukäteen varmistetaan myös se, mitä tekniikkaa tai tietoteknisiä yhteyksiä esitykset tarvitsevat. Kannattaa varmistaa, että tapahtumapaikan sähkövirta riittää teknisten laitteiden ja lavasteiden käyttöön. Tapahtumapaikan tekniikkaa kannattaa testata noin viikko ennen tapahtumapäivää ja kertaalleen vielä edellisenä päivänä. Järjestäjän tulee informoida yhteistyökumppaneita tapahtumapaikan tekniikasta ja varmistaa, että yhteistyökumppaneiden ja tapahtumapaikan laitteet ovat yhteensopivia. On hyvä muistaa, että valaistus on tärkeä osa tapahtuman tunnelmaa. Se on osa tapahtuman visuaalista ilmettä, ja riittävä valaistus auttaa huolehtimaan tapahtuman sujuvuudesta.

Tekniikan pettäminen on yleinen riski tapahtumissa, mutta vaikka pieniä teknisiä ongelmia olisikin, tulee tapahtuman

jatkuu. Siksi tekniikan pettämiseen tulee varautua. Tapahtuman järjestäjistä tai henkilökunnasta jonkun on oltava vastuussa, jos ongelmia ilmenee. Lisäksi tapahtumapaikan teknisen avun yhteystiedot kannattaa ottaa talteen, jos apua on mahdollista saada tapahtuman aikana. Suuremmissa tapahtumissa kannattaa harkita tekniikkaan erikoistuneiden alihankkijoiden palkkaamista. Alihankkijoita saadaan esimerkiksi tapahtumatoimiston kautta. Ammattilaisia voidaan palkata huolehtimaan esimerkiksi valaistuksesta sekä ääni- ja videotekniikasta.

Muistilista

- Varmista tekniikan sujuvuus:
 - Videotykit
 - Tulostimet
 - Valaistus
 - Tietokoneet
 - Piirtoheittimet
 - Dokumenttikamerat
 - Taltiointivälineet
 - Äänentoistolaitteet, mikrofoni
- Varmista sähkövirran riittävyys
- Varmista mitä laitteita tai tekniikkaa osallistujat ja esiintyjät tarvitsevat
- Informoi osallistujia siitä, mitä tekniikkaa paikalla on käytettävissä.
- Varmista nettiyhteydet ja nettikapasiteetti
- Varmista tekniikan toimivuus ennen tapahtumaa.
- Varmista laitteiden yhteensopivuus ennen tapahtumaa.
- Arvioi tekniikkaan liittyvät riskit.
- Valitse tekniikkavastaava
- Ota ennakkoon selville tapahtumapaikan teknisen avun yhteystiedot
- Tarvittaessa palkkaa ulkopuolinen taho hoitamaan tekniikan järjestelyjä.

Jyrki Virtanen:

”Yleensä esimerkiksi valot ja äänet hoitaa ulkopuolinen taho. Yhteistyökumppanit tulee valita erityisen tarkkaan, sillä työn laatu ja hinnat vaihtelevat niin paljon!”

4.4.2 Siisteys, saniteettitilat ja jätehuolto

Tapahtuma-alueen ja tilojen siisteys on todella tärkeää tapahtuman onnistumisen kannalta. Kukaan ei viihdy sotkuisessa tilassa. Tapahtuma-alueen siisteyteen vaikutetaan ennalta ehkäisevästi sijoittamalla alueelle tarpeeksi roska- ja jäteastioita. Ne täytyy lisäksi sijoittaa paikkoihin, joista ne löytyvät helposti. Yleensä tämä tarkoittaa roska-astioiden sijoittamista kulkureittien varrelle. Astiat tulee muistaa tyhjentää säännöllisesti.

Siivousta tehdään koko tapahtuman aikana, jotta tilat pysyisivät siisteinä. Parhaiten siivous onnistuu, kun sitä hoitavat ennalta määrityt henkilöt. Näin tapahtuman järjestäjillä riittää aikaa tärkeimpiin tehtäviin. Siivous voidaan tarvittaessa ulkoistaa siivouspalveluja tarjoavalle yritykselle. Käymälöiden ja saniteettitilojen järjestely riippuvat tapahtuman luonteesta ja koosta. Tärkeintä on, että käymälöitä on tarpeeksi ja ne pidetään siisteinä. Käymälöitä varten tulee olla selkeitä opasteita, joita sijoitetaan eri osiin tapahtuma-aluetta.

Tapahtuman järjestäjä on veloitettu huolehtimaan jätehuollosta. Sen järjestämisestä määrätään jätelaissa. Jätehuollossa pyritään ennaltaehkäisemään jätteen syntymistä esimerkiksi välttämällä kertakäyttöastioiden käyttämistä. Suunniteltaessa jätehuoltoa tulee pohtia jätteiden keräämistä, lajittelemista ja kierrätystä. Huomioitavia seikkoja jätteen synnyssä ovat tapahtuman tarjoilu, kesto ja kävijämäärä. Jätehuoltomääräykset vaihtelevat paikkakunnittain, joten ne kannattaa tarkistaa tapahtumapaikkakunnan ympäristöviranomaisilta.

Muistilista

- Suunnittele tapahtuman jätehuolto
- Pyri välttämään jätteen syntyä
- Sijoita tapahtuma-alueelle tarpeeksi roska- ja jäteastioita
- Valitse siivousvastaava
- Varmista, että käymälöitä on tarpeeksi ja ne ovat siistejä

4.4.3 Turvallisuus

Tapahtuman järjestäjällä on vastuu yleisön, esiintyjien ja muiden paikallaolijoiden turvallisuudesta. Usein tapahtumat ovat niin suuria, että niihin tarvitaan järjestyksenvalvoja. Tapahtuman järjestäjän päävastuu on pelastuslain mukaisen pelastussuunnitelman laatiminen. Pelastussuunnitelman laatimisella pyritään varautumaan omatoimisesti ja ehkäisemään onnettomuuksia, tapaturmia ja vahinkoja. Liitteessä 3 on linkkejä helpottamaan pelastussuunnitelman tekemistä.

Tapahtumaa varten tehdään myös turvallisuussuunnitelma, jonka tarkoituksena on kartoittaa riskit ja ennaltaehkäistä niitä. Turvallisuussuunnitelma ja pelastussuunnitelma voidaan yhdistää. Tarvittavia tietoja ovat muun muassa tapahtuman nimi, paikka, ajankohta, järjestäjät, tapahtuman riskit, viestintä, ensiapu ja pelastussuunnitelma. Turvallisuussuunnitelma on pelastussuunnitelmaa laajempi ja käsittelee riskejä, joita pelastussuunnitelmassa ei huomioida.

Tapahtumissa saatetaan tarvita myös ensiapupistettä. Joisakin tapauksissa ensiapupiste on jopa pakollinen. Lisätietoja saa linkistä, joka on liitteessä 3. Jos tapahtuma tarvitsee ensiapupisteen, tulee sitä hoitava ryhmä löytää ja varmistaa jo viikkoja ennen tapahtumaa. Yhteistyökumppanina ensiapuryhmän järjestämisessä voi toimia esimerkiksi SPR. Ensiapuryhmän vaatimukset vaihtelevat, mutta niitä voivat muun muassa olla 18 vuoden ikä, hyvä kunto, aktiivinen osallistuminen harjoituksiin, ensiavun perus- ja jatkokoulutukset, alkusammutuskurssi ja päivystyksen ensiapukurssi.

Muistilista

- Laadi turvallisuus- ja pelastussuunnitelma
- Toimita ne viimeistään 14 vuorokautta ennen tapahtumaa pelastusviranomaisille
- Arvioi ensiapupisteen tarve ja hanki tarvittaessa ensiapuryhmä
- Palkkaa tarvittaessa järjestyksenvalvoja
- Muista informoida tilan omistajaa tai isännöitsijää tilaisuuden kulusta

4.4.4 Musiikki ja äänimaailma

Musiikkia ja äänimaailmaa hyödynnetään elämyksellisesti tapahtumaympäristössä. Musiikin ja äänimaailman tarkoitus on luoda sopivaa tunnelmaa tapahtumaan. Ennen tapahtuman alkua voidaan soittaa taustamusiikkia ja muissakin tapauksissa, joissa joudutaan odottamaan, sitä kannattaa hyödyntää. Esityksissä musiikilla voidaan korostaa huipukohtia ja myös tapahtuman lopetuksessa sitä voidaan hyödyntää.

Musiikkia voi hyödyntää siis monella eri tapaa. Musiikin toteutusta pohdittaessa tulee miettiä, halutaanko paikalle elävää musiikkia vai soitetaanko musiikkia tallenteelta. Molempia keinoja kannattaa hyödyntää tapahtuman resursien rajoissa. Musiikki tekee tapahtumasta viihtyisän, ja sen avulla muokataan osallistujien mielikuvia. Myös muu äänimaailma on osa tapahtuman puitteita.

Jos tapahtumaan tulee esiintyviä artisteja, heille tulee kertoa, minkälaisesta tapahtumasta on kyse ja miten tapahtumassa musiikkia aiotaan hyödyntää. On paljon eroa sillä, tuleeko musiikki taustamusiikiksi vai onko se koko tapahtuman vetonaula. Tilaisuuden järjestäjän kannattaa tarkistaa soittolista ennen tapahtumaa. Musiikkia käytettäessä tulee hankkia Teoston ja Gramexin yhteinen Tapahtumalupa. Liitteessä 3 on linkki Teoston sivuille.

Muistilista

- Päätä mihin tarkoitukseen musiikkia käytetään
- Valitse haluatko käyttää tallenteita vai palkata paikalle elävää musiikkia
- Tarkista tilaisuuden soittolistat
- Hae Gramexin ja Teoston yhteistä Tapahtumalupaa

4.4.5 Opasteet ja osallistujan vastaanotto

On tärkeää, että tapahtumapaikalle löytää helposti. Opastekylttien tulee olla mahdollisimman selkeitä ja niitä tulee olla runsaasti. Ilmoittautumispaikassa tai vastaanottopisteessä osallistujat otetaan vastaan, heille annetaan tarvittava materiaali ja heitä ohjataan eteenpäin. Osallistujien vastaanottamiseen painottaminen kannattaa, sillä niin osallistujia saa heti alkuun hyvän kuvan tapahtumasta.

Isoissa tapahtumissa kannattaa käyttää nimikylttejä. Niiden tarkoitus on helpottaa osallistujien tutustumista toisiinsa. On tärkeää, että nimikylttien tiedot ovat oikein ja selkeästi kirjoitettuna. Nimikyltissä tulee lukea henkilön nimi ja mahdollinen titteli, organisaation nimi, tapahtuman nimi ja päivämäärä.

Muistilista

- Laadi selkeät opastekyltit tapahtumapaikkaan
- Järjestä vieraiden vastaanottopiste
- Tee tarvittaessa osallistujille nimikyltit
- Vastaanottopisteessä täytyy huomioida:
 - reipas, siisti ja tilaisuuden mukaisesti pukeutunut henkilökunta
 - palveluattisuus
 - vastaanottajat tuntevat tapahtuman hyvin
 - kaunis ulkoasu ja somistus: liinat, kukat, teeman mukainen somistus
 - nimikyltit aakkosjärjestyksessä
 - tyhjiä nimikylttejä, jos tarvitsee tehdä muutoksia
 - osallistujalistat
 - jaettava materiaali
 - kyniä ja paperia
 - ohjelman aikataulu
 - taksien ja kuljetuspalveluiden tiedot
 - parkkipaikat ja liput
 - turvallisuussuunnitelma
 - osallistujamäärälaskurit
 - tiedot tupakointipaikoista, vaatesäilytyksestä ja WC-tiloista
 - muuta tarvittavaa tietoa tapahtumasta.

4.4.6 Istumajärjestys ja paikkakortit

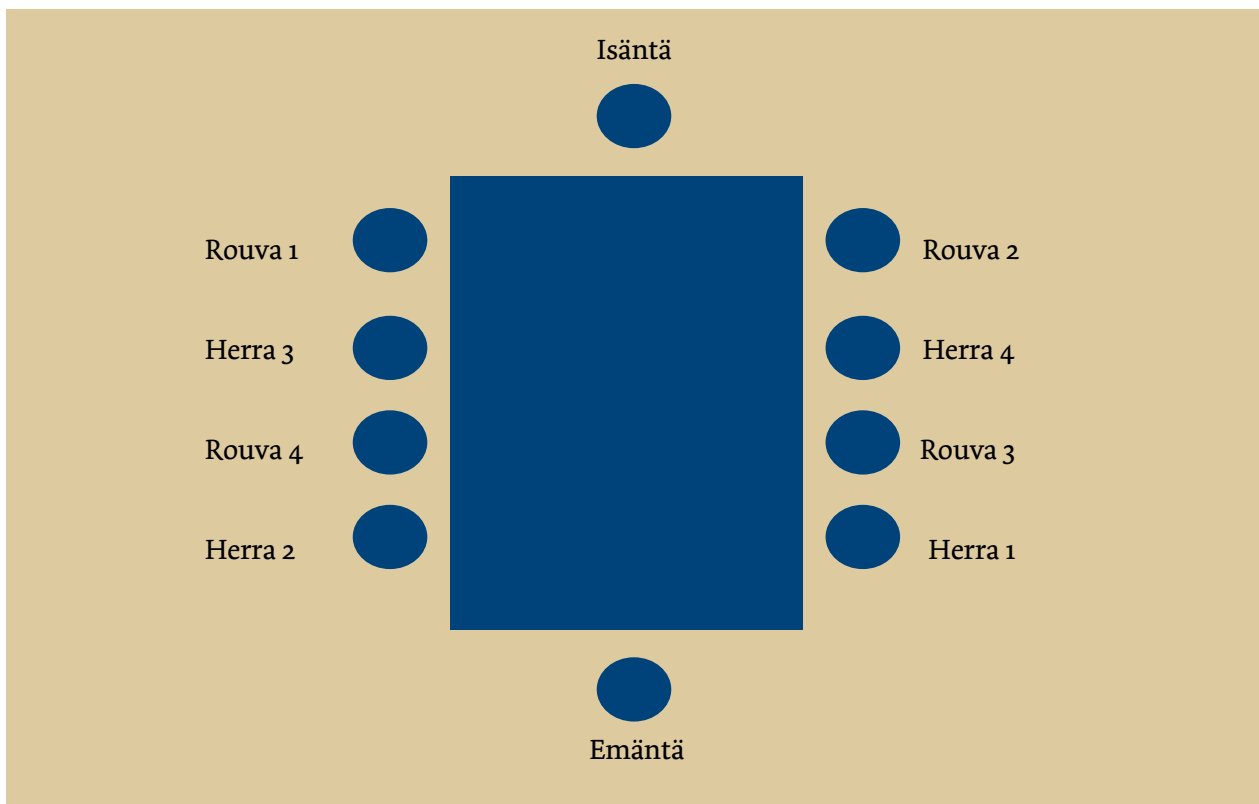
Tapahtumissa, joihin kuuluu lounas, päivällinen tai illallinen, kannattaa harkita istumajärjestyksen laatimista. Istumajärjestyksen laatiminen saa osallistujat tuntemaan itsensä tervetulleeksi ja sen avulla vaikutetaan siihen, kuka istuu kenenkin vieressä. Virallisissa tapahtumissa ja ulkomaalaisia vieraita kestitessä istumajärjestyksen tulee olla etiketin mukainen. Pöytiin kannattaa myös asettaa maiden liput. Suurissa tilaisuuksissa pöytäkarttojen tulee olla esillä ruokasalin aulassa, jotta jokainen löytää paikkansa.

Etiketin mukaisessa istumisessa naispuolinen kunniavieras istuu isännän oikealle puolelle ja miespuolinen emännän oikealle puolelle. Isäntä ja emäntä yleensä istuvat pöydän päässä tai keskellä. Emännän vasemmalla puolella istuu Herra 2 ja isännän vasemmalla puolella Rouva 2. Tämän jälkeen loput paikat jaetaan niin, että vastakkaista sukupuolta olevat vieraat istuvat vierekkäin.

Jos tilaisuudessa on ennalta määrätty istumajärjestys, sen merkitsemiseen käytetään paikkakortteja. Paikkakortin tulee sopia tapahtuman teemaan. Kortissa lukee henkilön nimi ja tarvittaessa myös hänen organisaationsa nimi.

Muistilista

- Laadi istumajärjestys
- Tee istumajärjestyksestä virallisissa tilanteissa ja asioitaessa kansainvälisten vieraiden kanssa etiketin mukainen
- Muista kansainvälisten vieraiden edustamien maiden pöytäliput
- Aseta tarvittaessa pöytäkartta ruokasalin aulaan
- Tee ja aseta paikkakortit pöytiin



Kuvio 1: Istumajärjestys etiketin mukaan (Istumajärjestys 2014).

4.4.7 Kuljetus, pysäköintipaikat ja majoitus

Joissakin tapauksissa tapahtumaan voidaan järjestää kuljetus osallistujille. Se voi olla tarpeen esimerkiksi silloin, kun tapahtuma on paikassa, jonne ei ole julkisia kulkuyhteyksiä, jos se järjestetään vieraalla paikkakunnalla tai mikäli tapahtumassa tarjotaan alkoholia. Osa kuljetusta on myös tarvittavien tavaroiden, rekvisiitan, somistuksen, esiintyjien ja henkilöstön kuljettaminen tapahtumapaikalle ja sieltä pois. Jos tapahtuman vieraiden on tarkoitus saapua omilla autoillaan, täytyy varmistaa, että tapahtumapaikan lähellä on tarpeeksi pysäköintipaikkoja. Lisäksi osallistujille kannattaa antaa ajo-ohjeet ja tiedot pysäköinnistä. Joissakin tapauksissa tapahtumanjärjestäjä maksaa paikoitusmaksut etukäteen. Tällöin siitä tulee ilmoittaa osallistujille.

Joissakin tapauksissa tapahtumaa varten tarvitaan majoitusta. Tätä kannattaa harkita varsinkin silloin, kun osallistujat tulevat paikalle kaukaa. Majoitus järjestetään kohderyhmän ja tilanteen luonteen mukaan. Majoitusta suunniteltaessa tulee pohtia, tarvitaanko yhden vai kahden hengen huoneita vai voiko majoitus olla jotain muuta.

Muistilista

- Tee osallistujien saapuminen paikalle mahdollisimman helpoksi
- Järjestä tarvittaessa osallistujille kuljetus tapahtumapaikalle
- Selvitä pysäköintipaikkojen määrä ja informoi niistä
- Anna tarvittaessa reittiohjeet
- Kerro tarkat opasteet niin paikalle kuin tilan ulko- ja sisäpuolella toimimiseen
- Selvitä majoitusmahdollisuudet



4.4.8 Tarjoilu

Tapahtuman tarjoilua aletaan miettiä heti tapahtuman suunnitteluvaiheessa. Tarjoilu voidaan tapahtuman luonteesta riippuen tehdä itse tai tilata tapahtumapaikan vuokraajalta tai ulkopuoliselta pitopalvelulta. Tarjoilua suunniteltaessa otetaan huomioon tapahtuman teema, kohderyhmä, osallistujamäärä ja tapahtuman vuodenaika. Tarjoilua valittaessa täytyy pohtia tapahtumapaikan resurssveja tarjoilun järjestykseen, kuten tapahtumapaikan henkilökuntaa ja heidän taitojaan sekä tapahtumapaikan välineitä ja tiloja. Tapahtumaan osallistuvilta henkilöiltä tulisi aina etukäteen selvittää mahdolliset ruoka-aineallergiat. Tarjoilua järjestettäessä otetaan huomioon elintarvikelaki (Lisätietoja liitteestä 7). Mikäli tarjoilu tilataan ulkopuoliselta palvelulta, tulee tarjoilun järjestäjän tietää vähintään tapahtuman ohjelma ja teema, jotta oikeanlainen tarjoilu osataan järjestää. Kaikki toiveet ja tarpeet kannattaa kertoa ajoissa tarjoilun järjestävälle taholle, jotta tarjoilusta saadaan halutunlainen.

Tarjoilussa on tärkeää se, että osallistujat eivät joudu odottamaan pitkään. Esimerkiksi buffettarjoilu sujuu paremmin silloin, kun kaikki vieraat eivät joudu odottamaan ruokaa samasta linjastosta. Osallistujien kannalta tarjoilun oikea ajoitus on todella tärkeää. Päivän pituisessa tapahtumassa tarjoilua tulee olla jo usean kerran. Osallistujille tarjotaan esimerkiksi aamukahvi, lounas, päiväkahvi ja illallinen.

Ilari Paananen & Miia Vakkuri:

”Laurea on ollut mukana järjestämässä Herkkujen Suomi tapahtumaa. Herkkujen Suomi -tapahtumassa on mukana eri maakuntien teltoja, joissa tavarain ja ruuan tuottajat ovat esittämässä ja myös myymässä tuotteitaan. Vuonna 2014 Laurea oli tapahtuman järjestämisen lisäksi mukana tapahtumatoimijana, jolloin Laurealla oli mukana tapahtumassa pop up -ravintola.”

”Tapahtuman tarjoilu kannattaa suunnitella laajemmaksi kuin todellisuudessa tarvittaisiin. Näin tarjoilu ei lopu kesken, jos jostain syystä kuluu enemmän kuin ajateltiin. Jos tarjoilua on kuitenkin tapahtumapäivänä liian vähän, sitä voidaan hätätapauksessa täydentää käymällä ruokakaupassa.”

Muistilista

- Ota tarjoilu huomioon heti suunnitteluvaiheen alussa
- Päätä, mistä tarjoilu hankitaan
- Ota huomioon teema, kohderyhmät, osallistujamäärä ja tapahtumapaikan tilojen ja henkilökunnan resurssit
- Muista myös erikoisruokavaliot
- Ajoita tarjoilu

4.4.9 Somistus, sisustus ja tilojen järjestely

Somistus on tärkeä osa tapahtumaa siksi, että se vaikuttaa paljon siihen, kuinka hyvin tapahtuma muistetaan. Tapahtuman somistus ja tilojen järjestely vaatii paljon aikaa. Tapahtuman järjestäjät voivat huolehtia somistuksesta tai se voidaan ulkoistaa. Somistuksen tulee noudattaa organisaation visuaalista ilmettä.

Tilan järjestelyä suunniteltaessa on tärkeää hahmottaa, kuinka tapahtuma mahtuu valittuun tilaan. Tilanjakoa havainnollistetaan piirrosten avulla. Tilanjakoon on olemassa erilaisia malleja, joita voi hyödyntää suunnitelmia tehdessä. ”Teatteri”-tyyppisessä järjestyksessä kaikki istuimet ovat suunnattu esiintymislavaa kohti. Tämä järjestely sopii konferenssiin tai tilaisuuksiin, koska lavalta tullut viesti välittyy hyvin yleisölle. ”Pidot”-tyyppisessä järjestyksessä saliin asetetaan useita pyöreitä pöytiä. Pöydissä istuu kahdeksasta kymmeneen vierasta, jolloin keskustelu on helppoa. Puoli-kuun muotoisessa järjestyksessä vieraat istuvat pyöreissä pöydissä niin, että pöytä on puoliksi tyhjä ja kaikki katsovat kohti lavaa. Näin saadaan molemmat hyödyt aiemmista järjestelyistä. ”Luokkahuone”-järjestyksessä vieraat istuvat pitkän pöydän toisella puolella niin, että kaikki katsovat kohti esiintymislavaa.

Somistus tehdään teeman mukaisesti ja organisaation brändin tulee näkyä tiloissa esimerkiksi väreissä, kukissa ja koristeissa. Somistukseen kuuluvat myös tuolien irtopäälliset, pöytäkoristeet, kynttilät, valaistus, matot ja taide. Myös vuodenaikojen tulee näkyä somistuksissa. Kesäisin käytetään yleensä kirkkaita sävyjä, kun taas talvella käytetään tummempia sävyjä.

Susanna Kauppinen:

”Somistukseen on hankittu tarvittavat tavarat tarpeen mukaan mistä milloinkin. Vuosijuhlaan on esimerkiksi tilattu punaisia mattoja niitä vuokraavasta paikasta, ilmapallot ilmapalloksekselta. Usein myös esimerkiksi Ikea, Robin Hood tai kierrätyskeskukset ovat käyviä vaihtoehtoja pieniin hankintoihin. Viime vuonna vuosijuhlaan opintojaksolta valittu pienempi projekti-ryhmä ideoi ja toteutti somistuksen.”

Muistilista

- Noudata organisaation visuaalista ilmettä
- Suunnittele somistus ja tilojen järjestely
- Hahmottele eri tilaratkaisuja paperille
- Valitse sopiva tilaratkaisu
- Huomioi vuodenaika



4.4.10 Tapahtumapäivä

Tapahtumapäivään kuuluu mahdollinen kenraaliharjoitus sekä tapahtuman läpivienti. Ohjelmaa varten kannattaa järjestää kenraaliharjoitus, jossa käydään läpi tapahtumaohjelma kokonaisuudessaan. Kenraaliharjoitus kannattaa järjestää varsinkin silloin, kun kyseessä on suurempi tapahtuma, jossa on erityyppisiä esityksiä. Kenraaliharjoituksessa tarkistetaan tekniikka, somistus ja rekvisiitta. Kenraaliharjoituksessa ovat paikalla kaikki esiintyjät, johdattelijat sekä mahdollinen juontaja. Etukäteen käydään läpi esiintymisjärjestys, esiintulo ja tekniikka. Olisi hyvä, että puheen pitäjät harjoittelisivat puhettaan. Kenraaliharjoituksen ajankohta on silloin, kun tapahtuma on suunnilleen koossa eli usein tapahtumapäivänä muutamia tunteja ennen tapahtuman alkua tai jos mahdollista, jo edellisenä päivänä. Yön aikana ehtii tehdä paljon, jos jotain on pielessä. Tapahtumapäivänakin on vielä aikaa tehdä muutoksia tai korjata mahdollisia virheitä.

Aloitus ja lopetus ovat tapahtuman kannalta tärkeitä ajankohtia. Aloituksen ja lopetuksen tulee olla hyviä ja selkeitä. Tapahtuman aloituksessa toivotetaan osallistujat tervetulleeksi ja kerrotaan tapahtuman tarkoitus ja tavoitteet sekä päivän kulku. Puheen voi pitää esimerkiksi yksi tapahtuman järjestäjistä. Yleensä lopetuksessa kiitetään osallistujia sekä kaikkia yhteistyökumppaneita. Kaikki niiden välissä on puolestaan ajoitettu tarkasti. Hyvässä ajoituksessa on tarpeeksi taukoja. Nyrkkisääntönä voidaan pitää sitä, että ohjelmaa on puolestatoista tunnista kahteen, minkä jälkeen pidetään tauko. Tapahtuman luonne vaikuttaa kuitenkin paljon siihen, kuinka tiukka aikataulusta tehdään. Tapahtumaa, joka tähtää osallistujien sosiaaliseen toimintaan, ei aikatauluteta kovin tiukasti. Informatiivinen tapahtuma saa puolestaan olla napakka.

Tapahtuman läpiviennissä seurataan aikaisemmin tehtyä suunnitelmaa eli käsikirjoitusta. Tapahtuman järjestäjien ja muun henkilöstön tulee varmistaa, että tapahtuma sujuu toivotusti ja aikataulussa. Päävastuussa olevan tulee huolehtia tapahtuman sujuvuudesta. Hän päättää, missä ja miten edetään, jos kaikki ei toimikaan ennalta suunnitellun mukaan. Jos muutoksia tulee, ne pitää ilmoittaa nopeasti tietoja tarvitseville.

Tapahtuma kannattaa aina taltioida etenkin jälkimarkkinoinnin helpottamiseksi. Kun tapahtuma saadaan taltioitua esimerkiksi kuvilla, voi kuvia käyttää hyvin kiitosviestin lähettämisen yhteydessä. Taltiointia voidaan tehdä niin kuvin, videolla kuin myös äänitteiden avulla. Usein järjestäjä ei ehdi itse päivän aikana kuvaamaan tapahtumaa, minkä vuoksi tähänkin tehtävään kannattaa ennalta hankkia ammattitaitoinen henkilö. Kuvien ottamiseen ja käyttöön jälkimarkkinoinnissa täytyy kysyä luvat kuvauksen kohderyhmiltä.

Muistilista

- Varmista kaikki vielä kertaalleen
- Pidä tapahtumapäivänä tai sitä edeltävänä päivänä kenraaliharjoitus
- Varmista, että tapahtuman käsikirjoitus on kaikilla
- Pidä tapahtumassa selkeä aloitus ja lopetus
- Ajoita tapahtuman kulku tarpeeksi väljästi
- Seuraa tapahtumapäivänä läpivientä
- Reagoi muutoksiin ja tiedota niistä nopeasti

5. ARVIOINTI JA JÄLKIMARKKINOINTI LUOVAT POHJAA TULEVAA VARTEN

Tapahtuman jälkeen analysoidaan tilaisuus tapahtumalle asetettujen tavoitteiden ja saatujen palautteiden avulla, minkä jälkeen aloitetaan jälkimarkkinointi. Tapahtuma kannattaa arvioida aina huolellisesti, jotta saadaan tietää, missä onnistuttiin hyvin ja mitä voidaan seuraavalla kerralla kehittää. Tämä unohdetaan usein ja onnistumista arvioidaan vain sattumanvaraisesti. Jälkihoidon tarkoituksena on lunastaa tapahtumassa annetut lupaukset. Esimerkiksi tapahtumassa tavattuihin henkilöihin otetaan yhteyttä tapahtuman jälkeen, mikäli niin on luvattu. Tapahtuman jälkihoito tulisi aloittaa viimeistään kolme päivää tapahtuman jälkeen. Jälkihoito tulee suunnitella ja vastuuttaa.

Tapahtumien päätavoitteina on usein tuottaa rahanarvoista tulosta, lisätä tunnettuutta, vahvistaa brändiä ja imagoa sekä vahvistaa asiakas- ja sidosryhmäsuhteita. Asiakas- ja sidosryhmissä keskitytään muun muassa kehittämään yhteistyötä ja yhteishenkeä sekä sitoutumista työnantajaan. Mikäli onnistumista ei mitata eikä tuloksia analysoida, voi tapahtumien järjestäminen olla turhaa. Huolellisen arvioinnin avulla on helpompaa lähteä rakentamaan tulevia tapahtumia, kun tiedetään, mitä täytyy kehittää ja missä viimeksi onnistuttiin.

Tapahtuman tavoitteiden onnistumista voidaan arvioida ROI:n avulla. ROI tulee sanoista Return On Investment. Se on talouden tunnusluku, jolla selvitetään, oliko tapahtuma kannattava investointi. ROI:lla pystytään tehokkaasti mittaamaan ja parantamaan osallistumisien tuloksia. Laskutapa

toimii niin, että jokaiselle tavoitteelle määritellään arvo. ROI saadaan jakamalla osallistumisen arvo sen aiheuttamalla kustannuksilla.

Jotta onnistumista voidaan mitata, täytyy tapahtumalle olla asetettu selkeät ja konkreettiset tavoitteet. Kun asetetaan tavoitteita, kannattaa valita myös heti niiden mittaustavat. Onnistumista voidaan mitata esimerkiksi kvalitatiivisesti eli laadullisesti tai kvantitatiivisesti eli määrällisesti. Määrällisesti mitattaessa voidaan tutkia esimerkiksi kävijämääriä ja näin selvittää, päästiinkö tavoitteeseen. Toinen mahdollinen mittari on tapahtuman aikana saatujen asiakaskontaktien määrä. Lisäksi tapahtuman jälkeen voidaan laskea saatujen yhteydenottojen ja osallistujien yhteystietojen määrä. Tavoitteita voidaan asettaa sosiaaliseen mediaan; voidaan esimerkiksi selvittää, onko tapahtumasivujen tykkääjien määrä kasvanut ja yleisesti, saiko tapahtuma medianäkyvyyttä. Laadullinen mittaaminen on usein haastavampaa, mutta silloin voidaan arvioida esimerkiksi vieraiden tyytyväisyyttä ja tapahtuman ohjelman laatua. Vieraiden tyytyväisyyttä arvioitaessa tulee selvittää, tyytyivätkö osallistujan odotukset tapahtumasta. Mahdollisia kysymyksiä ovat muun muassa:

- Vaikuttiko tapahtuma osallistujan kuvaan järjestettävästä tahosta? Miten?
- Saiko tapahtuma aikaan ostopäätöksen?
- Tulisiko osallistuja tapahtumaan uudelleen?
- Mikä tapahtumassa oli mieluista?
- Suosittelisiko osallistuja tapahtumaa muille?

Osallistujilta kerätty palaute ja sen analysointi on tärkeää laadullisesti mitattaessa. Onnistumista kannattaa mitata useammalla tavalla, jotta saadaan mahdollisimman realistinen kuva. Palautteen keruussa kannattaa palauttaa mieleen asetetut tavoitteet, jotta ymmärretään kysyä mahdollisimman osuvat kysymykset ja saadaan niihin totuudenmukaiset vastaukset.

Palautetta kerätään tapahtumassa osallistujilta, mutta on tärkeää muistaa pyytää palaute myös yhteistyökumppaneilta ja omalta henkilökunnalta. Heiltä saadaan arvokasta tietoa esimerkiksi yhteistyön sujuvuudesta sekä tapahtuman järjestelyiden onnistumisesta. Yhteistyökumppanit ovat suuri osa tapahtuman onnistumista, eikä tapahtumaa olisi sikaan ilman heitä. Palaute kannattaa kerätä mahdollisimman pian tapahtuman jälkeen, kun kaikki on vielä tuoreessa muistissa. Kävijöiltä palaute voi olla kannattavin kerätä heti tapahtumassa, mutta yhteistyökumppaneille kysely voi lähettää myös jälkikäteen. Kun kerätään kävijäpalautetta, voi siihen yhdistää pienen arvonnin tai kilpailun, jotta vastausprosentin saisi mahdollisimman suureksi. Liitteistä 4 ja 5 on Rekryfestarit 2015 -tapahtuman näytteilleasettajien ja kävijöiden palautelomakkeet.

Selkein tapa kerätä palautetta yhteistyökumppaneilta on lähettää vastaajille sähköinen kyselylomake. Tapahtumassa kävijöiltä voidaan palaute kerätä paperisella lomakkeella tai sähköisesti. Mikäli tapahtumassa kerätään palautetta sähköisesti, mahdollinen riski on tekniikan pettäminen. Tällöin kannattaa harkita paperiversioita varasuunnitelmaksi. Kannattaa myös muistaa huomioida tapahtumassa kuultu suullinen suora palaute, jota kävijät mahdollisesti järjestäjille ovat antaneet. Kun kaikki palaute on kerätty, kannattaa tapahtumasta tehdä SWOT-analyysi ja hyödyntää sen tuloksia organisaation ja palveluiden kehittämisessä. Palautetiedon välittäminen oikeille kohderyhmille on tärkeää.

Tuloksia tulee verrata aina aikaisempien tapahtumien tuloksiin, jotta saadaan tietää, onko kehitystä tapahtunut. Tulokset määrittävät myös tulevien tapahtumien tavoitteita. Jälki-markkinointiin kuuluu arvioinnin lisäksi myös kävijöiden, tapahtuman henkilökunnan ja yhteistyökumppanien muistaminen, ja heitä täytyy kiittää osallistumisesta ja yhteistyöstä. Muistaminen voi tapahtua kiitosviestillä tai pienellä lahjalla tapahtuman luonteesta riippuen.

5.1 Arviointitilaisuuden järjestäminen ja raportointi

Tapahtuman jälkeen järjestäjien täytyy pitää arviointitilaisuus, jossa on osallisena järjestävä taho ja projektiryhmä. Arviointia täytyy tehdä myös koko projektin ajan, näin

pysytään järjestelyissä mukana ja huomataan ajoissa, jos jokin ei ole toteutumassakaan kuten suunniteltiin. Lopullisessa tilaisuudessa keskustellaan tapahtuman järjestelyistä ja itse tapahtumapäivästä. Siinä arvioidaan tapahtuman ja työskentelyn onnistumista. Ennen arviointitilaisuutta kaikki saatu palaute on analysoitu ja tuloksista on tehty päätelmät ja kehitysehdotukset.

Arviointitilaisuudessa asioista keskustellaan ja käydään läpi onnistumiset ja epäonnistumiset. Kannattaa myös käydä läpi järjestelyiden alussa listatut mahdolliset riskit, ja mikäli niitä toteutui, kuinka niistä selvittiin. Tämä on tärkeää seuraavaa tapahtumaa suunniteltaessa, sillä huolellinen arviointi antaa pohjaa jo tulevalle tapahtumalle. Kaikkea suunnittelua ei välttämättä silloin tarvitse aloittaa täysin alusta, kun tiedetään jo, kuinka tietyt asiat kannattaa hoitaa. Aikaisemmista epäonnistumisista opitaan ja ongelmakohdat hoidetaan seuraavalla kerralla eri tavalla. Arviointitilaisuus kannattaa myös dokumentoida; esimerkiksi siitä on hyvä kirjoittaa muistio. Tapahtuman järjestämisessä kannattaa aina dokumentoida kaikki, jotta tiedot ovat saatavissa taas seuraavaa tapahtumaa järjestäessä. Esimerkiksi suunniteltu ja toteutunut budjetti voidaan hyödyntää suuntaa antavana seuraavaa tapahtumaa suunniteltaessa. Arviointitilaisuus on osa tapahtuman järjestämistä eikä sitä kannata sivuuttaa. Projektipäällikön kannattaa ajoissa sopia tilaisuuden ajankohta.

Tapahtuman toteutukseen kuuluu myös raportointi. Tapahtumasta tulee raportoida niin organisaation johdolle kuin tapahtuman vastuuhenkilöille. Tapahtumaraportissa kerrotaan, mikä oli tapahtuman tavoite ja miten siinä onnistuttiin. Lisäksi raportissa kerrotaan, miten tapahtuma tukee organisaation strategiaa ja brändiä. Raportoinnin tarkoituksena on toimia tapahtuman järjestämisen ohjausvälineenä. Raportointiin kuuluu esimerkiksi SWOT-analyysi tapahtumasta. Raportointi on tärkeää ottaa huomioon, sillä seuraavat tapahtumat aloitetaan raportoinnin analysoimisella. Edellisen tapahtuman kokemukset antavat arvokasta tietoa järjestäjille, mutta kannattaa myös muistaa, että jokainen tapahtuma on ainutlaatuinen ja tapahtumat vaativat luovuutta suunnitteluun ja toteutukseen. Vanhan kaavan mukaan ei voi mennä.

Arviointitilaisuuden kulku voi sujua esimerkiksi seuraavasti:

- Tapahtuman yleiset tunnelmat
- Onnistumiset järjestelyissä ja tapahtuman aikana
- Tavoitteiden toteutuminen ja onnistumisen mittaaminen
- Mahdolliset epäonnistumiset ja kehittämissuhteet
- Tapahtumassa mukana olevien kiittäminen
- Yhteenveto oivalluksista

Susanna Kauppinen:

”Sitouttamiseen kuuluu yleensä palautetilaisuus. Palautekeskustelussa käydään lävitse koko tapahtuma. Riittivätkö ennakkovalmistelut, varauduttiinko kaikkeen? Mikä meni tosi hyvin, mikä ei niin hyvin ja mitä pitää kehittää? Myös valmiiksi asetettut tavoitteet ja mittarit käydään läpi. Tämän jälkeen vielä järjestetään loppukaronkka, jossa tarjoillaan juotavaa ja syötävää ja juhlistetaan tapahtuman päätöstä. Täytyy kuitenkin muistaa vielä jälkimarkkinointi.”

Muistilista

- Tapahtuman onnistumisen mittaaminen ja jälkimarkkinointi:
 - Valitse heti tapahtumaprojektin alussa onnistumisen mittaamistavat
 - Kerää palaute
 - Analysoi tulokset
 - Järjestä arviointipalaveri
 - Raportoi tulokset yrityksen sisällä



6. MESSUT RAKENTAVAT BRÄNDIÄ

Messutilaisuuden järjestämisessä on samanlaisia vaiheita kuin muunkin tapahtuman järjestämisessä. Suurin ero on varmasti se, että messuille täytyy hankkia näytteilleasettajia. Messut ovat myös yleensä suuria tapahtumia ja järjestelyissä on paljon henkilökuntaa, joista kootaan projektiryhmä hoitamaan eri vastuualueita. Usein jokaiseen tehtävään on oma projektiryhmänsä, jolloin esimerkiksi yksi ryhmä vastaa markkinoinnista ja toinen ohjelman järjestämisestä.

Näytteilleasettajien hankinta kannattaa aloittaa ajoissa. Yrityksille voidaan lähettää kutsu, jossa kerrotaan messujen tarkoituksesta ja tavoitteesta. Siinä kannattaa kertoa, mitä messuille odotetaan eli kohderyhmät, sillä se on yritysten osallistumisen kannalta tärkeimpiä tietoja. Kutsuun laitetaan tietysti myös ajankohta ja viimeinen ilmoittautumispäivämäärä. Näytteilleasettajilta peritään usein myös osallistumismaksuja ja näillä tuloilla katetaan järjestämisestä koituvia kuluja. Näytteilleasettajille täytyy ilmoittaa tapahtumaohjelma ja järjestäjien täytyy tietää siitä toiminnasta, jota näytteilleasettajat ovat suunnitelleet messuille. Ennen tapahtumapäivää on hyvä lähettää kattava infopaketti, jotta näytteilleasettajat tietävät, kuinka toimia paikalle tullessaan ja mitä päivien aikana tulee tapahtumaan. Liitteessä 2 kerrotaan, mitä kaikkea infopaketti voi sisältää.

Projektipäälliköllä on suuri vastuu tapahtuman järjestelyissä. Hän ajoittaa suunnittelua ja huolehtii, että kaikki

projektiryhmät hoitavat oman vastuualueensa tehtävät ajallaan. Projektipäällikkö tarkkailee ja on jatkuvasti hieman edellä muita. Näin muutoksiin ja mahdollisiin riskeihin pystytään reagoimaan nopeasti. Kaikilla tulee olla myös varahenkilöt nimettyinä, jotta järjestelyt jatkuvat suunnitellusti poissaoloista huolimatta.

Järjestäjien tulee huolehtia laki- ja lupa-asiat kuntoon ajallaan (Liite 7). Viranomaiset voivat pyytää esimerkiksi tarkennuksia hakemuksiin tai pyytää tekemään muuta selvitystyötä. Tapahtuma-alueelle täytyy laatia pohjakartta ja osastosijoitukset täytyy suunnitella. Alueelle ja sen lähitöille tulee tehdä opasteet ja pysäköinti täytyy järjestää, jotta näytteilleasettajien ja kävijöiden paikalle tuleminen helpottuu ja vältetään turhalta epäjärjestykseltä.

Myös markkinointiin kannattaa olla oma ryhmänsä, ja markkinointi täytyy muistaa järjestelyiden jokaisessa vaiheessa. Messut ovat yleensä vuosittaisia tapahtumia, ja seuraavaa markkinoidaan jo edellisenkin ollessa käynnissä. Aina messujen kuten muidenkin tapahtumien jälkeen tulee selvittää, päästiinkö tavoitteisiin ja kuinka ne toteutuivat. Kehitysehdotukset täytyy myös listata, sillä ne auttavat tulevia järjestelyjä. Kävijöitä pitää kiittää ja tärkeimmille yhteistyökumppaneille lähettää erityiskiitokset ja pohjustaa yhteistyötä myös tulevaisuudelle. Järjestäjien täytyy pitää myös arviointipalaveri, jossa käydään läpi onnistumiset ja myös asiat, joita voidaan parantaa seuraavaan kertaan.

Muistilista

- Hanki näytteilleasettajat
- Informoi näytteilleasettajia
- Suunnittele osastosijoitukset
- Tee pohjakartat tapahtumapaikasta
- Tee opasteet paikanpäälle ja pysäköinti

6.1 Messuille osallistuminen näytteilleasettajana

Messuille osallistuminen on hyvä keino tehdä markkinointia ja vahvistaa organisaation imagoa ja brändiä. Messuilla on mahdollisuus luoda uusia kontakteja ja saada lisää näkyvyyttä. Näin lisätään tunnettuutta sekä edistetään myyntiä. Messuille osallistuttaessa tulee selvittää osallistumisen tarkoitus ja se, mitä osallistumisella halutaan saavuttaa. Kannattaa asettaa realistiset tavoitteet ja pohtia, kuinka onnistumista mitataan. Tavoitteita asettaessa niille annetaan arvoja, jotta arviointivaiheessa voidaan laskea ROI.

On hyvä selvittää, mille messuille onärkevintä osallistua ja miten esimerkiksi messujen kohderyhmät vaikuttavat päätökseen. Messuihin osallistumisesta tulee kuluja, joten budjetti kannattaa määritellä heti suunnittelun alkuvaiheessa. Hinnat ovat messukohtaisia ja messuista riippuen ne vaihtelevat joistain sadoista tuhansiin euroihin. Hinnat määntyvät usein messuosaston koon ja kaiken oheistavaran (pöydät, tuolit) mukaan, mutta myös osaston sijainti tapahtumapaikalla voi vaikuttaa hintaan. Myös sähkön käytöstä joutuu usein maksamaan erikseen. Siksi tapahtumasta riippuen kannattaa varmistaa sähkön ja esimerkiksi jatkojohtojen saatavuus. Messuilla näytteilleasettajapakettiin voi kullua myös ruokailu tai vaikka lounastarjous.

Kuluja voi tulla myös markkinoinnista. Markkinointiin kannattaa panostaa erityisesti ennen messuja, mutta myös niiden aikana ja jälkeen. On hyvä muistaa, että messutapahtuman järjestäjä markkinoi messuja, mutta oman osaston markkinointi hoidetaan itse. Siihen voi saada apua järjestäjiltä. Heille kannattaa esimerkiksi kertoa oman osaston ohjelmasta. Sosiaalisessa mediassa on hyvä olla aktiivinen, ja messujen aikana sen avulla voidaan päivittää tunnelmia ja tiedottaa esimerkiksi osaston kilpailuista ja muista messuosastolla tapahtuvista aktiviteeteista. Messuille osallistumisesta on hyvä ilmoittaa esimerkiksi oman alan lehdissä ja tiedotusvälineiden edustajia voi kutsua vierailemaan omalle osastolle. Lehdistötiedotteet tulee huolehtia etukäteen.

Osaston ohjelmalla herätetään kävijöiden kiinnostus. Messuilla tulee pohtia, kuinka erotutaan kilpailijoista ja kuinka kävijät saadaan omalle osastolle. Messuosaston

suunnittelussa kannattaa huomioida oman organisaation brändi ja visuaalinen ilme. Suunnittelussa täytyy muistaa aikatauluttaa messupäivät ja suunnitella työtehtävät ja jakaa työvuorot. Isoimmilla messuilla osastojen rakentamisessa ovat apuna järjestäjät ja esimerkiksi pöydät ja tuolit voivat olla jo paikallaan. Joihinkin tapahtumiin voi joutua itse järjestämään kokonaan oman paikkansa pöydistä lähtien, ja tällöin täytyy muistaa henkilöt huolehtimaan kuljetuksista. Messuosastolla voidaan jakaa esitteitä ja siellä voi olla myös muuta oheismateriaalia. Paperiset esitteet ovat nykyään vähentyneet, sillä ympäristöllisistä syistä niitä ei mielellään liaksi jaeta. Mikäli messuilla on mahdollista osallistua juontajien tekemiin haastatteluihin, ne ovat hyvä keino tehdä oma osasto huomatuksi messupäivänä. Messuilla voidaan pitää esimerkiksi tiedotustilaisuus, jossa voidaan lanseerata uusi tuote tai esimerkiksi julkistaa tutkimuksen tuloksia.

Messuille osallistuvat esittelijät tulee kouluttaa, ja heille on hyvä jakaa esimerkiksi messumappi, johon on koottu tärkeimmät muistettavat asiat. Esittelijät täytyy ohjeistaa aikataulutuksessa, pukeutumisessa ja yleisessä käyttäytymisessä messujen aikana. Esimerkiksi puhelinta ei ole suotavaa käyttää messujen aikana, vaikka sitä nykyisin jatkuvasti käytetään. Esittelijöiden määrä kannattaa myös pohtia, sillä liika henkilökunta voi karkottaa kävijöitä. Esittelijöiden täytyykin keskittyä messujen aikana kävijöihin, eikä osastolla saa jäädä keskustelemaan pitkiksi ajoiksi työkaverin kanssa. Esittelijöiden on hyvä pitää mielessä koko messujen ajan tavoitteet ja se, kuinka päästä niihin. Heidän täytyy olla reippaita ja palveluhaluttaita, sillä he ovat organisaation kasvot messuilla ja omalta osaltaan vaikuttavat kävijöiden saamaan mielikuvaan. Myös siisti pukeutuminen, edustava ulkonäkö sekä hyvä hygienia tulee ottaa huomioon.

Messujen jälkeen täytyy arvioida, onko tavoitteissa onnistuttu. Messujen onnistumista voidaan arvioida ROI:n avulla eli tavoitteille aiemmin annettu arvo jaetaan messuosallistumisen kustannuksilla. Tavoitteita on voitu mitata esimerkiksi kontaktien määrällä ja kävijöiden palautteilla. Kaikki palautteet täytyy analysoida, jolloin saadaan kuva onnistumisesta ja selvitetään, missä on kehitettävää. Esittelijöiden kanssa kannattaa keskustella messujen kulusta ja yleisestä tunnelmasta: missä onnistuttiin ja missä täytyy parantaa. Messujen jälkeen on hyvä miettiä, kuinka tuloksia seurataan lyhyen ja pitkän ajan kuluessa. Jälkimarkkinointia tehtäessä voi päivittää esimerkiksi kuvia ja tunnelmia messuilta, jolloin messut elävät kävijöiden mielissä vielä jälkeensä. Kävijöitä pitää myös muistaa kiittää, ja tärkeimmät asiakkaat täytyy huomioida heti messujen jälkeen. Kaikki messuilla luvut yhteydenotot on hoidettava heti, jotta messuilla annettu hyvä kuva säilyy. Lisäksi medialle voi tehdä tiedotteet messujen jälkeen julkaistavaksi.

Noora Toiviainen:

”Laurea on osallistunut Studia-messuille jo useita vuosia. Aikaisemmin Laurea on ollut mukana messuilla FUAS-liittouman kanssa, mutta vuonna 2014 Laurea osallistui omalla messuosastolla. Tavoitteena on hakea uusia potentiaalisia hakijoita ja saada Laureaa paremmin ihmisten tietouteen. Messuilla kerrotaan Laureassa opiskelusta käytännössä ja siitä, miten työelämäläheisyys näkyy opiskelussa. Brändilupaus on näkynyt pääosin osaston visuaalisuutena, mutta se tulee myös esille hakijaoppaissa ja kilpailuissa. Messuilla kerrotaan Laurean palvelulupauksesta ”Olemme Laureassa juuri sinua varten”. Palvelulupaus näkyy esimerkiksi opetuksen joustavuutena.

Messuosasto koostuu kolmesta tärkeästä tekijästä: innostuneista ja motivoituneista esittelijöistä, visuaalisesta houkuttelevuudesta ja siitä, että osasto erottuu muista näytteilleasettajista. ”Hyvä messuesittelijä on iloisella filiksellä, ei ole syönyt sitruunoita ennen messuja eikä pelkää lähestyä messukävijöitä. Sellainen positiivinen kokonaisuus.”

Muistilista

- Kouluta messuosaston esittelijät
- Muista reipas asenne ja iloinen mieli
- Huolellinen osaston ja ohjelman suunnittelu
- Selvennä osallistumisen tarkoitus ja tavoitteet – onnistumisen mittaaminen



7. KANSAINVÄLISYYS ON OSA TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMISTÄ

Kansainvälisyys tulee huomioida erityisesti tapahtumissa, joihin kutsutaan kansainvälisiä puhujia ja vieraita, tai järjestäjissä on eri kansalaisuuksia. Liitteessä 3 on linkki, joka sisältää kuvauksia eri kulttuurien etiketeistä. Myös yleisissä yleisötilaisuuksissa, joihin ei ole lähetetty kutsuja, on kohteliasta huomioida eri kulttuurit. Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi tapahtumaohjelman kääntämistä englanniksi, jolloin kielivaihtoehdot täytyy huomioida kaikissa ohjelmanumeroissa. Mikäli kaikkea ohjelmaa ei voi järjestää useammalla kielellä, kannattaa tapahtumaohjelmaan merkitä ne ohjelmat, joissa kielenä on muu kuin kotimainen kieli. Tapahtuman järjestäjille voidaan laittaa tapahtumapäiviksi nimikylttien oheen maiden lipuilla myös merkintä siitä, mitä kieliä he osaavat.

Vieraita ja puhujia kutsuttaessa täytyy olla kohtelias, ja mikäli suuri osa kutsutuista tulee tietystä maasta, voi kutsuja tehdessä perehtyä vielä erityisesti sen maan kulttuuriin. Kansainvälisten vieraiden ja puhujien yhteydenotoissa kannattaa erityisesti alkuvaiheessa toimia mahdollisimman virallisesti ja kohteliaasti. Kun yhteydenpito vieraiden kanssa on jatkunut pidempään, voi viestintä muuttua rennommaksi. Näin toimitaan vain siinä tapauksessa, että viestinnän vastapuoli tekee siihen aloitteen. Yhteydenpidossa kannattaa huomioida yleensäkin käytettyä bisnesetikettiä ja harkita tarkkaan sitä, kuinka puhuttelee vieraita ja esittää asioita heille. Yhteydenpidossa tulee huomioida myös, että joissain maissa esimerkiksi sähköpostiin ei vastata niin nopeasti kuten Suomessa, vaan vastaus voi tulla viikkoja myöhässä. Tällöin kannattaa soittaa ja hoitaa puhelimitse asiat, joihin vaaditaan pikaista vastausta.

Jos tapahtuman osallistujilta pyydetään ilmoittautumislomakkeen täyttöö (luennot, työpajat), kannattaa jo siinä huomioida tärkeitä asioita. Esimerkiksi usein on hankaluuksia selventää henkilöiden tittelä ja vielä kääntää sitä vieraille kielille. Ilmoittautumislomakkeeseen voi laittaa kohdan, johon osallistuja täyttää itse oman tittelinsä. Tämä helpottaa nimikylttien tekoa, sillä niihin tulee usein nimen lisäksi myös henkilön titteli. Ilmoittautumislomakkeessa kannattaa kysyä myös erityisruokavaliot, jossa vieraita voi pyytää listaamaan mahdolliset kielletyt ruoka-aineet. Ilmoittautumislomakkeessa on kohteliasta huomioida majoitus. Vastaavatko majoituksen järjestämisestä järjestäjät vai vieraat itse? Mikäli vieraat varaavat majoituksen itse, on kohteliasta tehdä heille kuitenkin suosituksia majoituspaikoista. Järjestäjät voivat myös varata majoituspaikasta etukäteen kiintiön vieraita varten. Tällöin majoituspaikan olisi hyvä olla mahdollisimman keskeisesti tapahtumapaikkaan nähden. Järjestäjät voivat yrittää neuvotella majoituksen hinnasta ja näin keventää vieraiden matkakustannuksia.

Tapahtumaa aikataulutettaessa ja ohjelmaa suunniteltaessa voi olla hyvä huomioida myös eri kulttuurien käsitykset ajankäytöstä. Kun suomalaiset tunnetaan tarkasta aikataulun noudattamisesta, voi joissain maissa olla normaalia tulla esimerkiksi luennoille viisitoista minuuttia myöhässä. Mikäli tapahtuma on minuutilleen aikataulutettu, voi jo arvata, mikä seuraus yhdestäkin vartin pituisesta myöhästymisestä on tapahtuman sujuvuuden kannalta.

Ulkomailta saapuville vieraille on kohteliasta järjestää myös oheisohjelmaa itse tapahtumapäivien lisäksi. Oheisohjelmaan voi kuulua esimerkiksi illallisia, joissa voidaan tuoda esille suomalaisuutta. Hauskoja aktiviteetteja kannattaa järjestää myös vuodenaikaa silmällä pitäen. Voisiko vierailijat tutustuttaa esimerkiksi suomalaiseen sauna- ja avantokulttuuriin tai talviurheilulajeihin? Etelä-Euroopasta saapuville vieraille suomalainen murtomaahiihto pikkupakkasella auringon paisteessa on varmasti eksoottinen ja ikimuistoinen kokemus.

Vieraita on hyvä muistaa tapahtuman jälkeen pienellä lahjalla. Tässä kannattaa muistaa yleinen bisnesetiketti ja huomioida eri kulttuurit. Eri kulttuureissa asioilla ja symboleilla on erilaisia merkityksiä. Esimerkiksi useimmat värit, jotka

meille suomalaisille ovat neutraaleja, voivat joissain kulttuureissa loukata lahjan saajaa. Lahjaa valittaessa kannattaa myös miettiä, annetaanko sillä muisto suomalaisuudesta vai onko sillä jokin muu sanoma. Joka tapauksessa lahjan tarkoitus on jättää muisto itse tapahtumasta, sillä yksi tapahtuman onnistumisen mittareista on sen muistaminen jälkeenpäin.

Kansainvälisissä tapahtumissa panosta ulkomailta saapuviin vieraisiin:

- Muista lähettää kutsut ajoissa ja varata aikaa esim. kansainvälisten puhujien hankkimiseen
- Huomioi eri kansalaisuudet suunnittelun jokaisessa vaiheessa
- Suunnittele esim. iltaohjelmaa vieraille myös varsinaisen tapahtumaohjelman lisäksi



8. ESIMERKKITAPAHTUMA: OPPILAITOSVIERAILUT

Laura tekee oppilaitosvierailuja kouluvierailukiertueiden aikana. Kouluvierailukiertue on tavoittanut yli 70 toisen asteen oppilaitosta Uudellamaalla ja lähialueilla. Kouluvierailukiertueiden tarkoituksena on, että Laurean omat opiskelijat kertovat opiskelijälähtöisesti, minkälaista opiskelu Laureassa on.

Oppilaitosvierailuja varten tehdään valmiit esittelymateriaalit, joissa käydään kaikki koulutusohjelmat ja muut hakemiseen liittyvät pääkohdat läpi. Esittelysarjassa kerrotaan myös, minkälaista työtä opiskelija voi hakea valmistuttuaan. Lisäksi kerrotaan yleisesti hakuajoista ja korkeakouluopiskelusta. Juha Niemen mukaan toisen asteen opiskelijoilla harvoin on selkeää kuvaa siitä, mikä on yliopiston ja ammattikorkeakoulun ero. Tarkoituksena on tehdä tämä ero heille selväksi. ”Toisen asteen opiskelijoita kiinnostavat oikeiden ihmisten tarinat enemmän kuin pelkät korulauseet.”

Oppilaitosvierailujen onnistumista mitataan opinto-ohjaajille lähetetyn sähköisen lomakkeen avulla. Lomakkeessa kysytään, miten vierailu sujui, minkä arvosanan he antaisivat vierailuista sekä selvitetään mahdollisia kehittämiskohteita. Lisäksi voidaan kysyä, mihin opinto-ohjaajat olivat erityisen tyytyväisiä ja haluavatko he osallistua seuraavankin vuotena koulukiertueeseen. Kiertueet sijoittuvat yleensä yhteishaun aikaan. Uusia kouluja houkutellaan mukaan kontaktien avulla. Laurea järjestää kerran vuodessa opinto-ohjaajille seminaarin, johon kutsutaan Uudenmaan opinto-ohjaajat.

Oppilaitosvierailuista pyritään tekemään mahdollisimman osallistavia. On kuitenkin vaikea saada toisen asteen

opiskelijoita osallistumaan, joten yleensä oppilaitosvierailut ovat jokseenkin luentomaisia. Vierailun lopussa tulee kuitenkin aina olla aikaa kysymyksille. Lisäksi voidaan järjestää infopiste, jossa opiskelijat voivat kysyä lisätietoja. Opiskelijoiden on helpompaa esittää kysymyksiä, kun muut ovat jo lähteneet paikalta.

Juha Niemen mukaan hyvät oppilaitosvierailijat ovat innostavia. Esittelijöiden pitää olla hyvin valmistautuneita. Esittelymateriaali on tärkeää käydä hyvin läpi. Hakijan opas on tärkeä käydä etukäteen läpi. Pitää myös olla valmis esiintymään. Kouluvierailutiimiä ohjeistetaan vierailuihin rekrytoinnin yhteydessä pidettävillä perehdytystilaisuuksilla. Niissä selvitetään materiaalit ja esiintymisen peruseikat.

Kouluvierailujen lisäksi Laurea järjestää avoimien ovien päiviä. Avoimien ovien päivien haasteena on se, että paikalle voi olla vaikea tulla. Myös ajoitus on vaikea valita, sillä sen pitää sopia kaikille toisen asteen oppilaitoksille ja Laurealle. Laureassa järjestetään avoimien ovien päiviä, kun opinto-ohjaajat niitä itse toivovat. Esimerkiksi 2014 keväällä järjestettiin Tikkurilassa avoimien ovien päivät. Keskeisin viesti avoimien ovien päivissä on esittää hakijoille käytännön opiskelua. ”Sen sijaan, että kierrätetään opiskelijoita ala-aulassa ja auditoriossa ja heille luennoidaan siellä, olisi tärkeää, että he pääsevät ihan sinne oikeisiin opetustilanteisiin näkemään, mitä ne ovat käytännössä. Haastavaa on löytää sellaiset opetustilanteet mihin heidät voi noin vain viedä.” Mukana on myös osallistavaa tekemistä, joissa kysellään osallistujien tuntemuksia ja näytetään koulutusten, esimerkiksi liiketalouden perusjuttuja. ”Hyvä oppilaitosvierailu on innostava, osallistava ja informatiivinen.”

9. ESIMERKKITAPAHTUMA: REKRYFESTARIT

Ura- ja rekrytointitapahtuma Rekryfestarit järjestettiin helmikuussa 2015 viidettä kertaa. Tällä kertaa ura- ja rekrytointitapahtumaa laajennettiin entisestään ja mukaan Rekryfestareihin liittyivät myös Riihimäen kesätyömarkkinat. Rekryfestarit 2015 -tapahtuman suunnittelusta ja toteutuksesta vastasi Laurea Hyvinkään liiketalouden projektijohtamisen P2P-opiskelijatiimi. Projektitiimi toteutti tapahtuman Hyvinkään-Riihimäen Seudun Ammattikoulutusäätiölle HRAKS:lle sekä Riihimäen kaupungille ja TE-palveluille.

Rekryfestarit 2015 oli myös osana Laurea Hyvinkään Työ Tähtäimessä -tapahtumaa. Projektitiimi suunnitteli Työ Tähtäimessä -tapahtuman aamupäivän, jossa pidettiin Annika Rautiaisen Alumniaamukahvi sekä Irma Männyn kyvyt.fi -luento. Aamun jälkeen opiskelijat siirtyivät Laurea Hyvinkäältä jatkamaan päivää Rekryfestareille.

Rekryfestareiden suunnittelu aloitettiin syyskuussa 2014 toimiksiannolla, jossa olivat mukana HRAKS:in edustaja, projektitiimi sekä Laurea Hyvinkään kaksi lehtoria. Tilaisuudessa selvitettiin tapahtuman tarkoitusta, tavoitteita, työnjakoa sekä aikataulua. Tiimi aloitti työn laatimalla markkinointi-, viestintä- ja toimenpidesuunnitelman projektin toteutuksen tueksi. Koska tapahtuma toteutettiin nollabudjetilla, tiimi sai käyttää luovuuttaan tapahtuman ohjelman ja sisällön suunnittelussa. Järjestelyissä oli useita tehtäviä ja oli tärkeää jakaa heti suunnittelun aluksi vastuualueet jokaiselle tiimin jäsenelle. Projektipäällikkö huolehti aikataulutuksesta ja siitä, että tiimin jäsenet hoitivat omat tehtävänsä. Aikataulu tehtiin aina jokaiselle viikolle, jolloin pysyttiin parhaiten aikataulussa ja muutoksiin ehdittiin reagoimaan.

Yksi tärkeistä asioista tapahtuman onnistumisen kannalta oli aktiivinen sisäinen sekä ulkoinen viestintä. Projektitiimi tapasi tapahtuman suunnittelun yhteydessä viikoittain ja tapasi myös yhteistyökumppaneita säännöllisesti suunnittelukokouksissa. Kun kokouksia ei ollut, kertoi projektitiimi yhteistyökumppaneille suunnittelun etenemisestä sähköpostitse tai puhelimitse. Yhtenä viestinnän tärkeimpänä asiana tässä projektissa oli varmistaa, että jokainen tietää, kuka on vastuussa mistäkin ja milloin tehtävien tulee olla suoritettuna. Mikäli tehtäviä ei olisi jaettu huolellisesti ja viestintä ei olisi toiminut järjestäjien välillä, olisi tapahtuman suunnittelu ja toteutus kärsinyt siitä.

Rekryfestareilla aikaa vievimpiä tehtäviä oli näytteilleasettajien hankkiminen ja oppilaitosten kanssa tehty yhteistyö. Koska kyseessä oli rekrytointitapahtuma, tuli näytteilleasettajien hankinnassa sekä kävijöiden markkinoinnissa ottaa huomioon kaksi tärkeää asiaa: millaisia yrityksiä kävijät toivovat tapahtumassa olevan sekä millaista osaamista yritykset tulevat tapahtumasta etsimään. Suunnittelun alkuvaiheessa laadittiin yritys- ja koululistaus sekä lähetettiin yrityksille kutsu tapahtumaan. Tapahtuman lähestyessä kaikille näytteilleasettajaksi ilmoittautuneille lähetettiin viesti, jossa kerrottiin kaikki oleellinen tapahtumapäivästä sekä paikalle saapumisesta Oppilaitoksia lähestyttiin aluksi myös kutsulla, jossa kerrottiin tapahtumasta ja toivottiin niiden merkitsevän päivän kalenteriinsa. Tiimi vieraili myös alueen oppilaitoksissa markkinoimassa tapahtumaa.

Myös ohjelman suunnittelu aloitettiin heti projektin alkuvaiheessa. Tapahtumapäivän ohjelmaan haluttiin sisällyttää luentoja, joten luentojen aiheiden määrittely sekä puhujien

hankkiminen aloitettiin melko varhain. Tapahtumassa pidettiin myös Rekry Speed Dating eli pikatyöhaastattelut, joiden suunnittelu ja osallistujien hankkiminen vei oman aikansa. Koska kyseessä oli ura- ja rekrytointitapahtuma, sisällytettiin päivään myös jatkuvasti pyörivä CV-klinikka, jossa kävijät saivat apua oman ansioluettelonsa muokkaamiseen ja päivittämiseen. Näytteilleasettajien, luentojen, pikatyöhaastattelujen ja CV-klinikan lisäksi tapahtumaohjelmassa pidettiin Suuri Kike -huutokauppa, johon yritykset pystyivät halutessaan lahjoittamaan tavaroita tai palveluita huutokaupattavaksi. Huutokaupan tuotot menivät nuorten työllistämiseen HRAKS:n kesäkahviloihin kesälle 2015.

Koko tapahtuman suunnittelussa pyrittiin pitämään mukana tapahtuman päätarkoitus eli työttömien sekä nuorten työllistäminen. Tapahtuman toisena juontajana toimi Mica Ikonen ja toinen juontaja hankittiin työilmoituksen avulla, josta kerrottiin sosiaalisessa mediassa. Projektitiimi valitsi työhakemuksista parhaan ja toiseksi juontajaksi valittiin Sonja Reijonen. Tapahtuman teema ja tarkoitus tulivat myös esille, kun projektitiimi hankki tapahtuman järjestyksenvalvojat Hyrian ammattikoulun vartijatutkinnon opiskelijoista. Opiskelijat saivat tapahtuman avulla hyvää työkokemusta järjestyksenvalvojan tehtävistä.

Projektitiimi arvioi tapahtuman kävijämäärän etukäteen. Rekryfestareille odotettiin yli 700 kävijää päivän aikana, joten tapahtumalle täytyi tehdä erillinen pelastussuunnitelma, jonka tekeminen aloitettiin jo marraskuussa. Pelastussuunnitelma luotiin Hämeen pelastuslaitoksen sivuilla olevaan pohjaan ja sen liitteeksi laitettiin kauppakeskus Atomin oma turvallisuus- ja pelastussuunnitelma. Tämän lisäksi projektitiimin piti tehdä poliisille yleisötilaisuudesta ilmoitus, jonka täyttämiseen käytiin kysymässä neuvoa Riihimäen poliisilaitokselta. Yleisötilaisuusilmoitus saatiin palautettua poliisille vasta tammikuussa, sillä liitteiden ja muiden tietojen keräämiseen kului enemmän aikaa, kuin oli suunniteltu. Ilmoitus hyväksyttiin kuitenkin ajoissa, mutta sen tekeminen olisi pitänyt aloittaa vieläkin aikaisemmin. Pelastussuunnitelman ja yleisötilaisuusilmoituksen lisäksi projektitiimi hankki musiikin soittamista varten Teoston ja Gramexin yhteisen tapahtumaluvan.

Markkinointi aloitettiin heti Rekryfestareiden Facebook-sivulla, kun tapahtumapäivä ja -paikka oli päätetty. Projektitiimi painottikin tapahtuman markkinoinnin pääosin sosiaaliseen mediaan, mutta markkinointia tehtiin myös perinteisin keinoin esimerkiksi mediatiedotteen sekä mainoksien avulla. Sosiaalisessa mediassa hyödynnettiin Facebookin sivun ja tapahtuman lisäksi myös Instagramia. Instagram-kuvapalveluun tehtiin tapahtumalle oma profiili, jossa markkinointiin Rekryfestareita lähinnä projektitiimin näkökulmasta. Instagramissa järjestettiin myös kuvakilpailu, jonka voittaja

julkistettiin tapahtumassa. Kilpailun tarkoituksena oli saada lisänäkyvyyttä sekä lisää kävijöitä tapahtumaan.

Projektitiimi suunnitteli myös tapahtuman mainokset, jotka toteutettiin yhteistyössä yhteistyökumppanin kanssa. Mainoksia jaettiin ahkerasti lähialueella koko järjestelyjen ajan. Yhteistyökumppanit avustivat myös muissa asioissa, kuten pöytien ja tuolien hankkimisessa sekä muissa käytännön järjestelyissä. Tapahtumapaikka järjestyi myös yhteistyökumppanin avulla. Tapahtumapaikkana toimi kaksi liiketilaa Riihimäen kauppakeskus Atomissa. Tilat vaativat myös suunnittelua, sillä niissä oli aikaisemmin toiminut vaateliikkeitä. Toiseen tilaan järjestettiin esiintymislava, jolla pidettiin tapahtuman avaus, luennot, huutokauppa sekä tapahtuman lopetus. Samassa tilassa sijaitsi myös takahuone, jonne järjestettiin näytteilleasettajien vaatesäilytys ja kahvitus. Tapahtumatiloihin saatiin yhteensä 36 näytteilleasettajaa ja kävijöitä päivän aikana oli noin 900.

Koko tapahtumapäivän ajan kävijöillä oli mahdollisuus jättää palautetta Rekryfestareista infopisteellä. Kävijöillä oli mahdollisuus vastata palautekyselyyn myös verkossa tapahtuman jälkeen. Kävijäpalautteiden lisäksi myös näytteilleasettajilta kerättiin päivän aikana palautetta suullisesti ja kirjallisesti. Muiden palautekysymysten lisäksi näytteilleasettajilta kysyttiin, haluaisivatko he osallistua Rekryfestareille myös ensi vuonna. Tällä tavoin seuraava järjestävä projektitiimi osaa olla yhteydessä heti sellaisiin organisaatioihin, jotka ovat ilmaisseet mielenkiintonsa osallistua tapahtumaan seuraavallakin kerralla. Palautteet kerättiin yhteen ja arvioitiin vertaamalla niitä tapahtuman tavoitteisiin. Tapahtuman onnistuneisuutta arvioitiin myös vertaamalla kävijämäärä- ja näytteilleasettajatavoitteita lopullisiin tuloksiin. Projektitiimi kirjoitti palautteiden ja omien kokemustensa perusteella kehittämishdotuksia, joita voidaan käyttää hyväksi esimerkiksi seuraavia Rekryfestareita järjestettäessä.

Tapahtuman jälkimarkkinointi aloitettiin heti seuraavana päivänä. Palautelomakkeen linkki lähetettiin kaikille osallistuneille oppilaitoksille ja kiitettiin kaikkia samalla osallistumisesta. Jälkimarkkinointia tehtiin kävijöille sekä yrityksille myös lisäämällä sosiaaliseen mediaan kiitosviestit sekä kuvia tapahtumasta. Kaikille näytteilleasettajille lähetettiin mahdollisimman pian tapahtuman jälkeen sähköpostitse kiitosviesti, jossa kerrottiin myös hieman saadusta palautteesta ja siitä, että palautteiden avulla Rekryfestareita aiotaan kehittää vielä lisää ensi vuodeksi.

10. ESIMERKKITAPAHTUMA: LAUREAMKON VUOSIJUHLA

Susanna Kauppinen on ollut mukana järjestämässä Laureamkon vuosijuhlaa useina vuosina. Hänen mukaansa vuosijuhla pidetään yleensä aina marraskuussa. Sen suunnittelu aloitetaan jo heti alkuvuodesta. Vuonna 2014 toteuttamassa vuosijuhlaa oli mukana Lepävaaran kampukselta Event Management -opintojaksolta noin 20 opiskelijaa. Vuonna 2015 tätä opintojaksoa ei ole. Vuonna 2014 osallistujia tapahtumassa oli 250, mukaan laskettuna kutsuvieraat, oma väki ja kaikki muut.

Vuosijuhlan ohjelma on yleensä valmis vasta syksyllä. Viimeisiä varmistuvia asioita tapahtuman ohjelmassa ovat puhujat. Vuoteen 2013 asti tapahtuma on pidetty Tikkurilan kampuksella ruokalassa, mutta vuonna 2014 päästiin ravintolaympäristöön. Kauppisen mukaan uudessa ympäristössä päästiin ”Leikkaussalitunnelmasta hieman parempaan.”

Vuosijuhlan tavoitteena on luoda ihmisille elämyksiä. Se on opiskelijoille tehty juhla, johon saa laittaa parempaa päälle. Siellä saa seurustella hyvän ruuan ja juoman parissa paremmassa ympäristössä. Kauppinen totesi, että ”vuosijuhla on ainutlaatuinen tapahtuma.” Siellä juhlietaan kulunutta vuotta ja palkitaan ansioituneet. Kaikki huippuhetket vuoden varrelta nostetaan esille.

Kauppinen sanoo, että vuosijuhla on hyvin erityyppinen kuin Laureamkon muut perinteiset tapahtumat, kuten koulutukset ja bileet. Sen järjestäminen vaatii enemmän aikaa ja resursseja. Vuosijuhlan somistukseen on hankittu tarvittavat tavarat tarpeen mukaan mistä milloinkin. Esimerkiksi punaisia mattoja on tilattu niitä vuokraavasta paikasta ja

ilmapallot Ilmapallokokeskukselta. Usein myös esimerkiksi Ikea, Robin Hood tai kierrätyskeskukset ovat käypiä vaihtoehtoja pieniin hankintoihin. Viime vuonna vuosijuhlaan opintojaksolta valittu pienempi projektiryhmä ideoi ja toteutti somistuksen.

Vuosijuhlassa tunnelman on helppoa vaikuttaa. Esimerkiksi viinilasien on hyvä olla koko ajan täynnä. Lisäksi hyvin suunniteltu ohjelma tuo olon, että ei ole kiire mihinkään. Osallistujien ei tarvitse miettiä, sujuuko kaikki suunnitellusti, vaan he voivat rentoutua ja nauttia tapahtumasta. Ohjelmassa tulisi olla koko ajan jotain, mitä odottaa. Esimerkiksi puheiden tulisi jotain, mitä odotettaisiin innolla, eivätkä välttämätön paha. Myös yhteinen aloitus on tärkeä osa tapahtumaohjelmaa. Vuosijuhlassa esimerkiksi yhteinen maljan nosto on ollut hyvä aloitus. On tärkeää, että osallistujat tietävät, koska tapahtuma alkaa, sillä epävarmuus pilaa tunnelman.

Laureamko pyrkii kehittämään toimintatapojaan ja pääsemään tapahtumien projektimaisempaan ajatteluun. Tarkoituksena on päästä eroon ”musta tuntuu” -arvioimisesta enemmän valmiiksi valittuihin arviointikriteereihin ja kunnon projektisuunnitelmiin. Vuoden 2015 vuosijuhla yritetään jo saada tehtyä projektina.

Onnistumisen mittareita ei ole Laureamkon juhlassa asetettu suunnitteluvaiheessa. Esimerkiksi tunnelmaa on vaikea mitata, mutta se kertoo paljon onnistuneesta tapahtumasta. Tulot ovat tietysti yksi mittari. Tämän mittarin perusteella vuosijuhla on hyvin onnistunut, sillä liput myydään



joka vuosi loppuun. Vuosijuhla onkin suosittu juhla. Toinen onnistumisen mittari on budjetti. Onnistuneessa tapahtumassa jäädään plussan puolelle. Kehykset budjetille on päätetty jo yli vuosi ennen vuosijuhlaa. Tärkeintä onnistuneessa tapahtumassa on se, että ihmisillä on hauskaa ja tapahtuma luo yhteisöllisyyttä ja yhdessä tekemistä. Vuosijuhlissa ovat

mukana sekä Laurean että Laureamkon väki. Mikä paremmin kuvaisi yhdessä tekemistä, kuin se, että rehtori ja fuksit ovat yhdessä tanssimassa? Vuosijuhlissa saadaan raja-aitoja madallettua, mikä on hienoa yhteisöllisyyden kannalta.



11. LOPUKSI

Tapahtumat ovat monien osien summia. Tämän oppaan avulla lukija voi jäsentää koko tapahtuman järjestämisen prosessia aina suunnittelusta tapahtuman arviointiin. Laurealaiset järjestävät tulevaisuudessa-kin upeita tapahtumia ja rakentavat Laurean brändiä yhdessä. Tulevaisuudessa tapahtuman järjestämistä helpottaa varmasti liitteenä oleva muistilista, jossa on tämän oppaan tärkeimmät kohdat. Lisäksi liitteenä on hyödyllisiä linkkejä,

esimerkkejä arviointilomakkeista, budjettipohja ja laki- ja lupaliitteet. Mukana on myös esimerkki mesuille osallistumisen infopaketin sisällysluettelosta. Projektitiimi haluaa vielä kiittää kaikkia heitä, jotka auttoivat tiimiä tämän oppaan kanssa. Toivomme myös, että oppaasta on ollut paljon hyötyä lukijoille.



12. OPISKELIJAESITTELYT

Karoliina Korkalainen, projektipäällikkö

”Olen Laurea Hyvinkään P2P-opiskelija (projektijohtaminen) ja toimin projektipäällikkönä tässä projektissa. Aloitin opiskeluni Laureassa keväällä 2014. Yhteensä projekteja on kertynyt kuusi ja olen monessa niistä toiminut sihteerinä. Viestintä on muutenkin aiheena lähellä sydäntäni, joten tämän oppaan laatiminen on ollut iloista puuhaa. Tapahtuman järjestäminen on minulle uutta, joten olen oppinut paljon.”

Tanja Pienimäki, varaprojektipäällikkö

”Olen tässä projektissa varaprojektipäällikkö. Aloitin opiskelun Laureassa Hyvinkäällä liiketalouden opinnot syksyllä 2014. Minulla on neljä projektia takana ja olen ollut melkein jokaisessa sihteerinä. Tapahtuman järjestämisen lainsäädäntöön perehtyminen auttoi päätöksessä suuntautua oikeudelliseen osaamiseen. Tuutorina ollessa tulee järjestettyä kaikenlaisia tapahtumia ja olen myös ollut mukana järjestämässä muutamia pienempiä tapahtumia, pääosin markkinoita. Tältä pohjalta oli kiva olla mukana tapahtumaoppaan laatimisessa.”

Satu Rintala, varasihteerinä

”Olen opiskellut Laurea Hyvinkään liiketalouden P2P (projektijohtaminen) -koulutusohjelmassa kevästä 2014 lähtien. Tämä projekti on kuudes jossa olen mukana. Ennen tätä projektia olen ollut esimerkiksi projektipäällikkönä järjestämässä ura- ja rekrytointitapahtumaa Rekryfestarit 2015 Riihimäellä. Pidän paljon tapahtumien järjestämisestä

ja siksi tulin mielelläni mukaan Laurean tapahtumaoppaan laatimiseen.”

Heidi Korhonen, sihteerinä

”Aloitin liiketalouden P2P (projektijohtaminen) -opinnot Laurea Hyvinkäällä tammikuussa 2014. Olen ollut mukana useissa eri projekteissa opiskelujen aikana ja kokemusta on tullut sihteerin ja projektipäällikön tehtävistä. Projektit ovat olleet monipuolisia ja olen saanut kokemusta erilaisista markkinointiin liittyvistä tehtävistä, kuten esimerkiksi markkinointisuunnitelman tekemisestä ja tapahtuman järjestämisestä. Olin järjestämässä Rekryfestarit 2015 -tapahtumaa Riihimäellä ja toimin projektissa varaprojektipäällikkönä. Sen kokemuksen pohjalta tuntui luontevalta lähteä mukaan Laurean tapahtumaoppaan laatimiseen.”

Miia Vakkuri

”Toimin opetus- ja koulutustehtävissä ravintolapäällikkönä Laurea-ammattikorkeakoulun Leppävaaran kampuksen ravitsemispalveluita tuottavassa opetusravintolassa ja palveluliiketoiminnan oppimisympäristössä BarLaureassa. BarLaureassa restonomiopiskelijat osallistuvat ravintolan päivittäiseen toimintaan. BarLaurea tarjoaa opiskelijoille monipuolisen mahdollisuuden oppia sekä osallistumalla että kehittämällä palveluprosesseja. BarLaureassa suunnitellaan ja toteutetaan yhdessä asiakkaan kanssa kokouksia, tapahtumia, juhlia ja muita erilaisia tilaisuuksia. Tarjoamme asiakkaille kokonaisvaltaiset cateringpalvelut. Mainittavia suuria tapahtumia ovat olleet Laurea Leppävaaran kampuksen avajaiset ja Laurean 20 vuotisjuhla.”

13. HAASTATELTAVIEN ESITTELYT

Juha Niemi

”Toimin markkinointiassistenttina Laurean Markkinoinnissa ja viestinnässä. Työnkuvaani kuuluu verkko-markkinoinnin suunnittelu ja toteuttaminen, sosiaalisen median markkinointi sekä markkinointiin ja viestintään liittyvät juoksevat asiat. Yhdessä markkinointiharjoittelijamme kanssa olen vastuussa Laurean kouluvierailukierteesta sekä Avoimien Ovien päivistä. Olen lisäksi ollut mukana Laurean ständillä Studia-messuilla sekä erilaisissa opiskelijarekrytointitapahtumissa.”

Marjo Valjakka

”Nykyinen tehtävänimikkeeni on palvelukoordinaattori, mutta toimin vuoden 2014 loppuun Hyvinkään yksikön johdon assistenttina, ja tehtäviini kuului muun muassa Laurean Hyvinkään yksikön tapahtumien ja henkilöstötilaisuuksien järjestelyt. Pienimmät tilaisuudet ovat olleet muutaman hengen kokouspäiviä ja isoimmat tapahtumat reilun sadan hengen kehittämispäiviä, laivaseminaareja ja virkistyspäiviä yhteistyössä Laurean muiden yksiköiden kanssa.”

Jyrki Virtanen

”Olen toiminut Laureassa Keravan kampuksella korkeakouluisäntänä 15 vuotta. Korkeakouluisäntänä olen saanut olla mukana järjestämässä henkilökunnan työhyvinvointia edistäviä tapahtumia, teemallisia illanviettoja, työkuntoa

edistäviä liikunnallisia tapahtumia, kehittämisseminaareja, opintomatkoja Suomessa ja ulkomailla. Olen ollut mukana Laurean viestintä- ja markkinointiryhmän apuna eri tilaisuuksissa, näitä kyseisiä tapahtumia on ollut n. 3-4 vuodessa. Olen ollut matkanjärjestäjänä, luennoitsijoiden hankkijana, yhdyshenkilönä tilaisuuksien tuottajan kanssa eli yleismies Virtasena kauttaaltaan.”

Noora Toiviainen

”Olen markkinointi- ja viestintäsuunnittelija ja olen ollut töissä Laureassa kolmisen vuotta. Vastaan Markkinoinnin ja viestinnän tiimin toimintojen ja tilausprosessin suunnittelusta ja kehittämisestä. Lisäksi päävastuunani on muun muassa vuosittaisen markkinointi- ja viestintäsuunnitelman kokoaminen, markkinointitoimenpiteiden suunnittelu ja yhteistyö Laurean sopimuspainon kanssa. Olen ollut mukana suunnittelemassa ja järjestämässä erilaisia tapahtumia, muun muassa vuoden 2012 kesän tapahtumakieruetta, jolloin kiersimme kesän aikana useita Uudenmaan alueen tapahtumia ja festivaaleja. Lisäksi olen ollut suunnittelemassa ja toteuttamassa Studia-messujen Laurean messuosastoa ja toiminnallisuuksia osastolla.”

Susanna Kauppinen

”Työskentelen opiskelijakunta Laureamkon pääsihteerinä ja olen ollut syksystä 2015 alkaen toiminnanjohtaja. Vastaan opiskelijakunnassa taloudesta ja hallinnosta, joten ainakin näistä näkökulmista olen mukana useiden tapahtumien järjestämisessä. Toimin usein myös linkkinä yhteistyökumppaneiden suuntaan.”

Ilari Paananen

”Olen Ilari Paananen, keittiömestari Laurea Leppävaaran toimipisteestä. Laurealainen olen ollut jo yli 7 vuotta ja taustani on vahvasti ravintolapainotteinen, koostuen eri tyyppisistä esimiestehtävistä Helsingin eri ravintoloiden keittiöistä. Laureasta olen itse valmistunut vuonna 2001, ravitsemispalveluiden koulutusohjelmasta.

Täällä Leppävaarassa vastuualueenani on ohjata opiskelijoita tapahtumien ruokatuotteen suunnittelussa ja toteutuksessa. Olen mukana koko prosessissa tarjousten laatimisesta tilaisuuden toteuttamiseen ja palautteen keräämiseen.

Tavoitteenani on kehittää Laurean tapahtumien ruokatuotetta koko ajan eteenpäin, Laurean arvojen, sekä vallitsevien trendien avulla.”



14. LÄHTEET

Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. & McDonnel, I. 2011. Festival and special event management. 5. painos. Milton: John Wiley & Sons Australia.

Capell, L. 2013. Event management for dummies. Chichester: John Wiley & Sons

Häyrinen, E. & Vallo, H. 2012. Tapahtuma on tilaisuus – tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 3. painos. Helsinki: Tietosanoma.

Jansson, M. 2007. Messuguru. Messumarkkinoijan ideakirja. Jönköping: Fairlink AB

Shore, A. & Parry, B. 2010. Successful event management. Hampshire: Gengage Learning EMEA.

Laakso, H. 2004. Brändit kilpailuetuna. Helsinki: Talentum.

Van der Straeten, K. 2010. Events: How to organize a successful event? Kontlich: Eventplanner media

Painamattomat lähteet

Istumajärjestys. 2014. Viitattu: 19.5.2015. <http://www.formin.fi/public/default.aspx?contentid=50528&contentlan=1&culture=fi-FI>

Leskinen, S. 2011. Tapahtumajärjestäjän opas. Opinnäytetyö. Kajaanin ammattikorkeakoulu. Matkailun koulutusala. Viitattu 10.2.2015. <http://www.leirit.sykli.fi/upload/media-4f7424ff3bfd1.pdf>

Birkstedt, R. 2012. Between the Deliberate and the Emergent- Constructing Corporate Brand Meaning in MNCs. Publications of Turku School of Economics. A-12:2012. Väitöskirja. Turun kauppakorkeakoulu. Viitattu 10.2.2015. <https://www.doria.fi/handle/10024/86714>

15. LIITTEET

LIITE 1: Budjettipohja	46
LIITE 2: Infopaketin mahdollinen sisällysluettelo	50
LIITE 3: Linkkejä	51
LIITE 4: Rekryfestarit 2015 kävijöiden palautelomake.....	52
LIITE 5: Rekryfestarit 2015 näyttöilleasettajien palautelomake.....	53
LIITE 6: Kuvauslupa	54
LIITE 7: Muistilista tapahtuman järjestämiseen.....	55
LIITE 8: Laki- ja lupaliite.....	59

TAPAHTUMAN BUDJETTI

Tilakulut	Arvio	Toteutunut
Tilavuokra		
Tarjoilijat		
Tekniikka		
Pöydät ja tuolit		
Yhteensä		

Hallintokulut	Arvio	Toteutunut
Henkilöstökulut		
Tulkkaus		
Puhelin/sähköposti		
Toimistotarvikkeet		
Yhteensä		

Markkinointikulut	Arvio	Toteutunut
Mainostoimisto		
Valokopiointi/tulostus		
Postitus		
Yhteensä		

Tarjoilukulut	Arvio	Toteutunut
Ruoka		
Juoma		
Kattaus		
Muu henkilökunta		
Yhteensä		

Ohjelmakulut	Arvio	Toteutunut
Esiintyjät		
Matkakulut		
Hotelli		
Muu		
Yhteensä		

Sekalaiset kulut	Arvio	Toteutunut
Kuljetukset (tavarat)		
Lahjat		
Muu		
Yhteensä		

Pääsymaksut

Arvioitu	Toteutunut		Arvioitu	Toteutunut
		Aikuiset, kpl		
		Lapset, kpl		
		Muu, kpl		
Yhteensä				

Mainokset ohjelmassa

Arvioitu	Toteutunut		Arvioitu	Toteutunut
		Kokosivu, kpl		
		Puolikas, kpl		
		Neljäsosa, kpl		
		kpl		
Yhteensä				

Näytteilleasettajat, myyjät

Arvioitu	Toteutunut		Arvioitu	Toteutunut
		Suuri osasto, kpl		
		Keskikok. osasto, kpl		
		Pieni osasto, kpl		
		kpl		
Yhteensä				

Tavaroiden myynti**Arvioitu****Toteutunut****Arvioitu****Toteutunut**

		Tavara, kpl		
		Tavara, kpl		
		Tavara, kpl		
		kpl		
Yhteensä				

Muut tulot**Arvioitu****Toteutunut****Arvioitu****Toteutunut**

Yhteensä				

Liite 2: Infopaketin mahdollinen sisällysluettelo

1. Tärkeät aikataulut
2. Aukioloajat
3. Alueelle saapuminen
4. Sisäänpääsymaksu ja ikäraja
5. Laskutus, arvonlisävero ja anniskeluasiat
6. Sähkö ja valaistus
7. Osastojen rakentaminen ja tarkastus
8. Erilaisten rakenteiden kasaaminen
9. Osastojen käytäväjärjestelyt
10. Osastojen pohjakartat
11. Huoltoliikenteen opas
12. Infopisteen sijainti
13. Osastojen purkaminen
14. Puhtaanapitojärjestelyt ja siivous
15. Tupakointi
16. Kielletyt esineet ja aineet
17. Narikka ja löytötavarat
18. Järjestyksenvalvonta ja vartiointi
19. Ensiapupiste ja yleiset turvaohjeet
20. Somisteiden ja rakenteiden turvallisuusmääräykset
21. Äänentoisto
22. Muut asiat
23. Tärkeät yhteystiedot
24. Pohjakartta

Liite 3: Linkkejä

1. Pelastussuunnitelma (Tarvittavat tiedot löydät oman paikkakuntasi pelastuslaitoksen sivuilta.)
 - 1.1 *Helsingin kaupungin pelastuslaitoksen opas pienen yleisötapahtuman pelastussuunnitelman laadintaan*
 - 1.2 *Kanta-Hämeen pelastuslaitoksen ohjeet yleisötilaisuuden pelastussuunnitelmaan*
 - 1.3 *Länsi-Uudenmaan pelastuslaitoksen ohjeet yleisötilaisuuden pelastussuunnitelmaan*
2. Ensiapu
 - 2.1 *Helsingin kaupungin pelastuslaitoksen ohjeet ensiapuun yleisötapahtumissa*
3. Luvat
 - 3.1 *Teoston ja Gramexin Tapahtumalupa*
 - 3.2 *Yleisötilaisuus – poliisi*
 - 3.3 *Ilmoitus yleisötilaisuudesta poliisille*
4. Muita
 - 4.1 *Laurean brändikirja*
 - 4.2 *Ohjeet mediatiedotteen tekemiseen*
 - 4.3 *Vinkkejä eri kulttuurien tapakulttuurista ja etiketistä*
 - 4.4 *Ulkoasiainministeriön sivuilta tietoa virallisista tilaisuuksista, istumajärjestyksestä ja liputuksesta*

Liite 4: Rekryfestarit 2015 kävijöiden palautelomake

Rekryfestarit 2015 palautelomake

1. Sukupuoli

- Nainen
 Mies

2. Ikä

- Alle 16
 16-20
 21-35
 36-50
 51-65
 Yli 60

3. Olen

- Työssä
 Työtön
 Opiskelija
 Eläkeläinen

4. Asuinpaikkakunta: _____

5. Tapahtuma oli järjestetty onnistuneesti

- Täysin samaa mieltä
 Samaa mieltä
 Ei samaa eikä eri mieltä
 Eri mieltä
 Täysin eri mieltä

Kehitysehdotukset tapahtumalle:

6. Yritystarjonta vastasi odotuksiani

- Kyllä
 Ei

7. Sain hyödyllisiä kontakteja

- Täysin samaa mieltä
 Samaa mieltä
 Ei samaa eikä eri mieltä
 Eri mieltä
 Täysin eri mieltä

8. Luennot olivat mielenkiintoisia

- Kyllä
 Ei, miksi? _____

Liite 5: Rekryfestarit 2015 näytteilleasettajien palautelomake

Rekryfestarit 2015 palautelomake

9. Yritys:

10. Tapahtuma oli järjestetty onnistuneesti

- Täysin samaa mieltä
- Samaa mieltä
- Ei samaa eikä eri mieltä
- Eri mieltä
- Täysin eri mieltä

Kehitysehdotuksia tapahtumalle:

11. Sain potentiaalisia työntekijöitä yritykselleni

- Täysin samaa mieltä
- Samaa mieltä
- Ei samaa eikä eri mieltä
- Eri mieltä
- Täysin eri mieltä
- En osaa sanoa

12. Kävijämäärä täytti odotukset

- Täysin samaa mieltä
- Samaa mieltä
- Ei samaa eikä eri mieltä
- Eri mieltä
- Täysin eri mieltä
- En osaa sanoa

13. Olisimme kiinnostuneita osallistumaan myös seuraaville Rekryfestareille

- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa

Perustelisitteko ylläolevan vastauksenne

Liite 6: Kuvauslupa

SOPIMUS MALLIN KANSSA

Tämä sopimus koskee _____ (kuvauspäivämäärä) _____ (paikka)
otettua kuvasarjaa, jossa valokuvaajana toimi _____
ja mallina oli _____

Kuvien käytöstä on sovittu seuraavaa:

Valokuvia tai niiden muunnoksia saa ilman eri suostumusta hyvää tapaa noudattaen käyttää Laurean markkinoinnissa kaikissa medioissa, mukaan lukien printti, sähköiset mediat, kuten internet-sivut, multimedia ja video.

Sopimus on voimassa kolme vuotta yllä olevasta kuvauspäivämäärästä.

Mallin syntymäaika: _____

Mallin yhteystiedot: _____

Allekirjoitukset:

Malli: _____

Laurean edustaja: _____

Liite 7: Muistilista tapahtuman järjestämiseen

Suunnittelu

- Nimeä tapahtuma
- Kokoa projektiryhmä
- Määrittele tavoitteet ja onnistumisen mittarit
- Tee alustava budjetti
- Määrittele tapahtuman luonne ja sisältö
- Valitse kohderyhmät
- Päätä tapahtumapäivä(t)
- Päätä tapahtumapaikka

Aikataulu

- Ajoita kaikki työtehtävät näiden vaiheiden perusteella:
 - Ideointi ja suunnittelu
 - Tapahtuman toteutus
 - Arviointi ja jälkimarkkinointi
- Porrasta työtehtävien aikataulu tärkeysjärjestykseen
- Aikatauluta tehtävät niin, että viivästyksien sattuessa ehdit vielä toimimaan
- Jaa työtehtäville vastuuhenkilöt, jotta asiat hoituvat ajallaan
- Tee jokaiselle projektin jäsenelle oma työaikataulu
- Tee tapahtumapäivälle tarkka aikataulu

Resurssit

- Selvitä resurssit
 - Henkilöstö
 - Koneet ja laitteet
 - Rahat
 - Muut materiaalit

Budjetti

- Selvitä budjetti
- Listaa kulut
- Listaa tulot

Riskit

- Tee riskianalyysi
 - Henkilöstöriskit
 - Omaisuusriskit
 - Taloudelliset riskit
 - Toimintaan liittyvät riskit
 - Ympäristöön liittyvät riskit
- Hanki tarvittavat vakuutukset

Tapahtumapaikan valitseminen

- Valitse alue ja paikka tapahtumalle
- Määrittele tapahtumapaikan kriteerit
- Kartoita kriteerejä vastaavat tapahtumapaikat
- Vieraile mahdollisissa tapahtumapaikoissa ja selvitä vielä kertaalleen niiden sopivuus
- Valitse tapahtumapaikka

Sisältö ja ohjelma

- Määrittele tapahtuman tarkempi sisältö näiden asioiden kannalta:
 - Tapahtuman luonne ja teema
 - Kohderyhmä
 - Tapahtuman tavoite
- Päätä suunnitteletko ohjelman itse vai ulkoistatko siitä jotain
- Ota yhteyttä ajoissa kaikkiin haluttuihin esiintyjiin
- Kutsu koolle juontajat, puhujat ja esiintyjät
- Muista käydä läpi tapahtuma suunnittelusta toteutukseen
- Kirjoita tapahtuman käsikirjoitus tapahtuman järjestelyihin ja ohjelmaan osallistuville
- Kirjoita käsiohjelma vieraille
- Kirjoita mahdolliset sopimukset
- Tarkistuta sopimukset sellaisella henkilöllä, joka tuntee alan sopimuskäytännön
- Varmista, että olet löytänyt oikeanlaiset henkilöt
- Valmenna tapahtuman esiintyjät ja vastuuhenkilöt tapahtuman kulkuun

Markkinointi ja viestintä

- Kartoita kilpailu- ja markkinointikeinot
- Tee tapahtumalle markkinointi- ja viestintäsuunnitelma
- Suunnittele markkinointimateriaalit kohderyhmää ajatellen
- Varmista materiaalien tiedot ennen niiden julkaisemista
- Käytä sosiaalista mediaa tapahtuman markkinoinnissa
- Lähetä kutsut ajoissa kutsuvieraille
 - Ota huomioon, että isompaan tapahtumaan lähetetään myös ennakkokutsut
- Laita osallistuville vieraille infoviesti tapahtumapäivän lähellä

Henkilökunta

- Muista huolehtia henkilökunnan viihtyvyydestä
- Varmista, että henkilökunnalla on sopivasti taukoja tapahtuman aikana
- Varaa henkilökunnalle omat sosiaali- ja saniteettitilat
- Tarvittaessa hanki henkilökunnalle virvokkeita ja pientä välipalaa
- Motivoi ja kiitä henkilökuntaa
- Kouluta henkilökunta oikein
 - Aina maalaisjärkeen luottaminen ei riitä
 - Puhelimen käyttö on sallittu ainoastaan taukotilassa
 - Purukumia ei saa syödä muualla kuin taukotilassa
 - Tupakalta haiseminen on epäkohteliasta
 - Turha seurustelu muun henkilökunnan kanssa ei anna hyvää kuvaa osallistujille
 - Ei istuskelua muualla kuin taukotilassa
 - Alkoholi ei kuulu työpäivään
 - Veden juonti tärkeää
 - Muista hymyillä ja olla ystävällinen
 - Oikea asenne tapahtuman aikana
 - Huolellinen perehdytys tapahtumaan
 - Siisti, helposti lähestyttävä olemus
 - Hiukset kammattuna
 - Valitse hyvät työkengät, millä pystyy sei somaan pitkiäkin aikoja
 - Siistit vaatteet
 - Kunnioita kävijöitä, vaikka mielipiteet eriaisivätkin

Osallistujan huomiointi

- Informoi osallistujaa mahdollisimman ajoissa tarvittavista tiedoista verkossa, sähköpostitse ja sosiaalisessa mediassa
- Informoi osallistujaa myös tapahtumapaikalla

Isäntänä tai emäntänä toimiminen

- Kouluta isännät
- Jaa isäntien tehtävät ja aikatauluta ne
- Tutustu etikettiin, jos ei ole entuudestaan tuttua
- Kysele vierailta heidän tuntojaan
- Kuuntele vieraita
- Ohjaa vieraita
- Pukeudu asiallisesti
- Ole selvillä tapahtuman luonteesta

Tekniikka

- Varmista tekniikan sujuvuus:
 - Videotykit
 - Tulostimet
 - Valaistus
 - Tietokoneet
 - Piirtoheittimet
 - Dokumenttikamerat
 - Taltiointivälineet
 - Äänentoistolaitteet, mikrofonit
- Varmista sähkövirran riittävyys
- Varmista mitä laitteita tai tekniikkaa osallistajat ja esiintyjät tarvitsevat
- Informoi osallistujia siitä, mitä tekniikkaa paikalla on käytettävissä.
- Varmista nettiyhteydet ja nettikapasiteetti
- Varmista tekniikan toimivuus ennen tapahtumaa.
- Varmista laitteiden yhteensopivuus ennen tapahtumaa.
- Arvioi tekniikkaan liittyvät riskit.
- Valitse tekniikkavastaava
- Ota ennakkoon selville tapahtumapaikan teknisen avun yhteistiedot
- Tarvittaessa palkkaa ulkopuolinen taho hoitamaan tekniikan järjestelyjä.

Siisteys, saniteettitilat ja jätehuolto

- Suunnittele tapahtuman jätehuolto
- Pyri välttämään jätteen syntyä
- Sijoita tapahtuma-alueelle tarpeeksi roska- ja jäteastioita
- Valitse siivousvastaava
- Varmista, että käymälöitä on tarpeeksi ja ne ovat siistejä

Turvallisuus

- Laadi turvallisuus- ja pelastussuunnitelma
- Toimita ne viimeistään 14 vuorokautta ennen tapahtumaa pelastusviranomaisille
- Arvioi ensiapupisteen tarve ja hanki tarvittaessa ensiapuryhmä
- Palkkaa tarvittaessa järjestyksenvalvojia
- Muista informoida tilan omistajaa tai isännöitsijää tilaisuuden kulusta

Musiikki ja äänimaailma

- Päätä mihin tarkoitukseen musiikkia käytetään
- Valitse haluatko käyttää tallenteita vai palata paikalle elävää musiikkia
- Tarkista tilaisuuden soittolistat
- Hae Gramexin ja Teoston yhteistä Tapahtumalupaa

Opasteet ja osallistujan vastaanotto

- Laadi selkeät opastekyltit tapahtumapaikkaan
- Järjestä vieraiden vastaanottopiste
- Tee tarvittaessa osallistujille nimikyltit
- Vastaanottopisteessä täytyy huomioida:
 - reipas, siisti ja tilaisuuden mukaisesti pukeutunut henkilökunta
 - palvelualttiut
 - vastaanottajat tuntevat tapahtuman hyvin
 - kaunis ulkoasu ja somistus: liinat, kukat, teeman mukainen somistus
 - nimikyltit aakkosjärjestyksessä
 - tyhjiä nimikylttejä, jos tarvitsee tehdä muutoksia
 - osallistujalistat
 - jaettava materiaali
 - kyniä ja paperia
 - ohjelman aikataulu
 - taksien ja kuljetuspalveluiden tiedot
 - parkkipaikat ja liput
 - turvallisuussuunnitelma
 - osallistujamäärälaskurit
 - tiedot tupakointipaikoista, vaatesäilytyksestä ja WC-tiloista
 - muuta tarvittavaa tietoa tapahtumasta

Istumajärjestys ja paikkakortit

- Laadi istumajärjestys
- Tee istumajärjestyksestä virallisissa tilanteissa ja asioitaessa kansainvälisten vieraiden kanssa etiketin mukainen
- Muista kansainvälisten vieraiden edustamien maiden pöytäliput
- Aseta tarvittaessa pöytäkartta ruokasalin aulaan
- Tee ja aseta paikkakortit pöytiin

Kuljetus, pysäköintipaikat ja majoitus

- Tee osallistujien saapuminen paikalle mahdollisimman helpoksi
- Järjestä tarvittaessa osallistujille kuljetus tapahtumapaikalle
- Selvitä pysäköintipaikkojen määrä ja informoi niistä
- Anna tarvittaessa reittiohjeet
- Kerro tarkat opasteet niin paikalle kuin tilan ulko- ja sisäpuolella toimimiseen
- Selvitä majoitusmahdollisuudet

Tarjoilu

- Ota tarjoilu huomioon heti suunnitteluvaiheen alussa
- Päätä, mistä tarjoilu hankitaan
- Ota huomioon teema, kohderyhmät, osallistujamäärä ja tapahtumapaikan tilojen ja henkilökunnan resurssit
- Muista myös erikoisruokavaliot
- Ajoita tarjoilu

Somistus, sisustus ja tilojen järjestely

- Noudata organisaation visuaalista ilmettä
- Suunnittele somistus ja tilojen järjestely
- Hahmottele eri tilaratkaisuja paperille
- Valitse sopiva tilaratkaisu
- Huomioi vuodenaika

Tapahtumapäivä

- Varmista kaikki vielä kertaalleen
- Pidä tapahtumapäivänä tai sitä edeltävänä päivänä kenraaliharjoitus
- Varmista, että tapahtuman käsikirjoitus on kaikilla
- Pidä tapahtumassa selkeä aloitus ja lopetus
- Ajoita tapahtuman kulku tarpeeksi väljästi
- Seuraa tapahtumapäivänä läpivientä
- Reagoi muutoksiin ja tiedota niistä nopeasti

Tapahtuman onnistumisen mittaaminen ja jälkimarkkinointi

- Valitse heti tapahtumaprojektin alussa onnistumisen mittaamistavat
- Kerää palaute
- Analysoi tulokset
- Järjestä arviointipalaveri
- Raportoi tulokset yrityksen sisällä

Messujen järjestäminen

- Hanki näytteilleasettajat
- Informoi näytteilleasettajia
- Suunnittele osastosijoitukset
- Tee pohjakartat tapahtumapaikasta
- Tee opasteet paikanpäälle ja pysäköinti

Messuille osallistuminen

näytteilleasettajana

- Kouluta messuosaston esittelijät
- Muista reipas asenne ja iloinen mieli
- Huolellinen osaston ja ohjelman suunnittelu
- Selvennä osallistumisen tarkoitus ja tavoitteet – onnistumisen mittaaminen

Kansainvälisyys tapahtuman järjestämisessä

- Kansainvälisissä tapahtumissa panosta ulkomailta saapuviin vieraisiin:
- Muista lähettää kutsut ajoissa ja varata aikaa esim. kansainvälisten puhujien hankkimiseen
- Huomioi eri kansalaisuudet suunnittelun jokaisessa vaiheessa
- Suunnittele esim. iltaohjelmaa vieraille myös varsinaisen tapahtumaohjelman lisäksi

Liite 8: Laki- ja lupaliite

Tapahtumaa järjestettäessä tulee aina tarkistaa ajantasainen lainsäädäntö. Ajantasainen lainsäädäntö löytyy *Finlexistä*.

1.5. Kokoontumislaki

Kokoontumislakia sovelletaan yleisölle avoimiin huvitilaisuuksiin, kilpailuihin ja näytöksiin. (§)

Yleisötilaisuus tulee järjestää rauhanomaisesti eikä osanottajien tai sivullisten turvallisuutta tule vaarantaa eikä myöskään heidän oikeuksiaan tule loukata. Lisäksi on huolehdittava, ettei kokoontuminen haittaa ympäristöä. (3 §)

Järjestämispaikan omistajan tai haltijan suostumus tulee hankkia, jotta paikkaa voi yleisötilaisuuteen käyttää. (13 §)

Yleisötilaisuudesta on viimeistään viisi vuorokautta ennen tapahtumaa tehtävä poliisille ilmoitus. Ilmoitusta ei kuitenkaan tarvitse tehdä, jos tilaisuus on pieni, tai jos järjestyksen ja turvallisuuden ylläpitäminen ei vaadi toimenpiteitä tai sivullisten ja ympäristön haittojen estämiseksi tarvita erityisjärjestelyjä. (14 §)

Jos tilaisuuden järjestäminen saattaa aiheuttaa vahinkoa joko henkilölle tai omaisuudelle, poliisi saattaa vaatia riittävän vastuuvakuutuksen mahdollisten korvausvelvollisuuksien varalta. (16 §)

Yleisötilaisuuden järjestäjän on huolehdittava järjestyksen ja turvallisuuden säilymisestä sekä lain noudattamisesta tilaisuudessa. (17§)

1.6. Työturvallisuuslaki

Lain tarkoituksena on parantaa työympäristöä ja työolosuhteita. (1 §)

Työnantaja on velvollinen huolehtimaan työntekijöiden turvallisuudesta ja terveydestä työssä. Työnantajan on otettava huomioon työhön, työolosuhteisiin ja muuhun työympäristöön samoin kuin työntekijän henkilökohtaisiin edellytyksiin liittyvät seikat. (8 §)

Työntekijän tulee noudattaa työnantajansa antamia määräyksiä ja ohjeita. Työntekijän tulee myöskin noudattaa järjestystä ja siisteyttä sekä huolellisuutta ja varovaisuutta työn ja työolosuhteiden edellyttämän turvallisuuden ja terveellisyyden ylläpitämiseksi. Lisäksi työntekijän tulee välttää muihin työntekijöihin kohdistuvaa häirintää ja epäasiallista kohtelua, ettei heidän turvallisuudelleen tai terveydelleen aiheudu haittaa tai vaaraa. (18 §)

Työtä ja työolosuhteita, kuten ergonomiaa, fyysistä, henkistä ja sosiaalista kuormittavuutta sekä eräitä muita työn vaaroja koskevat säännökset, löytyvät laista eriteltyinä.

1.7. Maankäyttö ja rakennuslaki

Toimenpidelupaa voidaan hakea rakennusluvan sijasta, jos rakennelmat eivät vaadi rakentamisessa muutoin tarvittavaa ohjausta. Toimenpidelupa tarvitaan sellaisten rakennelmien tai laitosten pystyttämiseen ja sijoittamiseen, joita ei pidetä rakennuksina, mutta joiden rakentamisella on vaikutusta luonnonoloihin, ympäröivän alueen maankäyttöön tai kaupunki- tai maisemakuvaan. (126 §)

Toimenpidelupaa tarvitaan esimerkiksi katoksen, vajan, kioskin, käymälän, esiintymislavan tai vastaavan rakennelman rakentamisessa tai kiinteistökohtaisen jätevesijärjestelmän rakentamisessa tai muuttamisessa. Toimenpidelupa tulee hakea myös urheilu- tai kokoontumispaikan sekä katsomon, yleisöteltan tai vastaavan perustamisessa tai rakentamisessa. (126 a §) Toimenpideluvan antaa kunnan rakennusvalvontaviranomainen. (130 §)

1.8. Maankäyttö- ja rakennusasetus

Kokoontumistilan rakennusluvassa tai toimenpideluvassa vahvistetaan kyseisessä tilassa samanaikaisesti sallittujen henkilöiden enimmäismäärä. Tämä pätee myös kokoontumisalueiden katsomoiden sekä kokous-, näyttely- tai yleisötelttojen ja muista vastaavien rakennelmien kohdalla. (54 §)

1.9. Pelastuslaki

Tapahtumaa järjestettäessä täytyy laatia pelastuslain mukainen pelastussuunnitelma, jos tapahtumaan sisältyy osallistujien määrän tai muiden seikkojen takia merkittävä palo- tai henkilöriski. Yleisötilaisuuden pelastussuunnitelmassa arvioidaan vaarat ja riskit. Niiden perusteella määritetään tilaisuuden turvallisuusjärjestelyt sekä ohjeet onnettomuuksien ehkäisemiseksi ja onnettomuus- sekä vaaratilanteessa toimimiseksi. Nämä ohjeet annetaan tilaisuuteen osallistuville sekä siitä vastaavalle henkilöstölle. (16 §)

Yleisötilaisuuden pelastussuunnitelma täytyy toimittaa alueen pelastusviranomaisille vähintään 14 päivää ennen tilaisuuden alkamista. Pelastusviranomainen voi erityisestä syystä hyväksyä pelastussuunnitelman, joka on toimitettu edellä mainitun määräajan jälkeen. Jos pelastussuunnitelma on puutteellinen voi viranomainen palauttaa sen täydennettäväksi. (16 §)

1.9.1. Valtioneuvoston asetus pelastustoimesta

Pelastussuunnitelma tulee laatia tapahtumaan tai yleisötilaisuuteen jossa:

1. arvioidaan olevan läsnä samanaikaisesti vähintään 200 henkilöä
2. käytetään avotulta, iletulitteita tai muita pyroteknisiä tuotteita tai palo- ja räjähdysvaarallisia kemikaaleja
3. tapahtumapaikan poistumisjärjestelyt poikkeavat normaalista
4. tapahtuman luonne aiheuttaa erityistä vaaraa ihmisille

Pelastuslaitoksen on annettava neuvontaa yleisötilaisuuden pelastussuunnitelman laatimisesta. (3 §)

1.10. Tekijänoikeuslaki

Sillä, joka on luonut kirjallisen tai taiteellisen teoksen, on tekijänoikeus teokseen. (1 §) Kun teoksen tekijä valmistaa teoksesta kappaleita ja saattaa sen yleisön saataviin, hän saa yksinomaisen oikeuden määrätä teoksesta. (2 §)

Teosta ei saa muuttaa tekijän kirjallista tai taiteellista arvoa eikä myöskään omalaatuisuutta loukkavalla tavalla. Teosta ei saa saattaa yleisön saataviin sellaisessa muodossa tai yhteydessä, joka loukkaa tekijää edellä mainituilla tavoilla. Kun teoksesta valmistetaan kappale tai se saatetaan yleisön saataviin, on tekijä ilmoitettava sillä tavoin kuin hyvä tapa vaatii. (3 §)

Teoksista saa kuitenkin valmistaa tilapäisesti kappaleita, jos se on väliaikaista ja satunnaista. Tilapäisellä kappaleiden valmistamisella ei saa olla itsenäistä taloudellista merkitystä. (1 a §)

Äänitallennetta ja kuvallista musiikkitalennetta, joka on julkaistu kaupallisessa tarkoituksessa, ja jonka kappaleita on levitetty tai joka on välitetty yleisölle, saa käyttää välittömästi tai välillisesti julkisessa esityksessä. Sitä saa käyttää myös alkuperäiselle yleisölle välittämiseksi siten, että yleisöön kuuluvilla henkilöillä ei ole mahdollisuutta saada tallennettua esitystä tai aineistoa saataviinsa itse valitsemastaan paikasta ja itse valitsemanaan aikana. (47 §)

Tällöin tuottajalle tai esittäväälle taiteilijalle on suoritettava käytöstä korvaus. Korvaus suoritetaan opetusministeriön hyväksymälle järjestölle, joka edustaa lukuisia esittäviä taiteilijoita ja äänitteiden tuottajia. (47 a §) Tällä hetkellä Suomessa tällaiset järjestöt ovat Teosto ja Gramex. Valokuvaajalla on yksinoikeus määrätä valokuvasta muuttamattomana tai muutettuna, kun valokuvaaja on valmistanut siitä kappaleita tai saattanut sen yleisön saataviin.

Valokuvan tekijänoikeudet ovat voimassa 50 vuotta kuvan valmistamisesta. (49 §) Jos muiden valokuvia siis halutaan käyttää esimerkiksi markkinoinnissa, tulee tekijänoikeudet omaavalta henkilöltä kysyä tähän suostumus. Kaikista tekijänoikeuksiin liittyvistä asioista saa lisätietoja osoitteesta www.tekijanoikeus.fi

1.11. Arpajaislaki

Arpajaislaissa säädetään arpajaisten toimeenpanosta ja sen valvonnasta, tuottojen tilittämisestä ja niiden käytön valvonnasta sekä käyttötarkoituksista. Sen tarkoituksena on taata arpajaisiin osallistujien oikeusturva ja estää väärinkäytökset. Tätä lakia ei sovelleta, mikäli kyseessä on sattumanvaraisen edun tarjoamista markkinoinnissa eikä edun saaminen edellytä muuta kuin ostamista tai ostotarjouksen tekemistä. (1 §)

Tavara-arpajaisilla tarkoitetaan toimintaa, jonka yhteydessä yhdelle tai useammalle henkilölle luetaan maksua tai muuta suoranaista tai välillistä suoritusta vastaan joko arpomisella tai muulla sattumaan perustuvalla tavalla määrättävä tavara tai vastaava suorituksena tuleva voitto. (3 §)

Tavara-arpajaisiin haetaan lupa viranomaisilta. Luvan saa paikalliselta poliisilaitokselta, mikäli arpajaiset järjestetään yhden kunnan toimialueella. Jos arpajaiset järjestetään yhden poliisilaitoksen toimialuetta laajemmalla alueella, lupa haetaan Poliisihallitukselta. Lupa haetaan kirjallisesti ja myönnetään enintään kuudeksi kuukaudeksi. Lisätietoja luvista Poliisin nettisivuilta: www.poliisi.fi

1.12. Alkoholilaki

Alkoholijuomien anniskeluun tarvitaan anniskelulupa, jonka viranomainen myöntää. Luvat myönnetään toistaiseksi, määräajaksi tai tilapäisesti ja lupa on anniskelupaikkakohtainen. Tapahtumiin ja tilaisuuksiin myönnetään tilapäinen anniskelulupa enintään kuukauden ajaksi. (21 §) Lupa haetaan kunnan Aluehallintavirastosta. Lisätietoja luvasta ja sen hakemisesta: www.avi.fi

1.13. Elintarvikelaki

Laissa säädetään elintarvikkeiden käsittelyä, myyntiä ja luovutusta suuressa yleisötilaisuudessa tai muualla ulkotilassa. (86 §) Elintarvikkeiden tilapäisestä tai ajoittain toistuvasta myynnistä tulee tiedottaa paikalliselle elintarvikevalvontaviranomaiselle. Myynnistä voi tiedottaa tapahtuman järjestäjä tai yksittäinen elintarvikkeiden myyjä omasta toiminnastaan. Ammattimainen myynti tai myyntitapahtuma edellyttää myös tarvittaessa ilmoitusta elintarvikehuoneistosta.

Ilmoitus tehdään kunnan ympäristöterveydenhuoltoon. Lisätietoja: www.valvira.fi, www.evira.fi

1.14. Terveysuojelulaki

Tapahtuman järjestäjän tulee tehdä ilmoitus paikkakunnan terveystoimikunnalle yleisötilaisuudesta, jonne odotetaan yli 500 osallistujaa, ja jossa myydään elintarvikkeita. Ilmoitus on tehtävä vähintään 15 vuorokautta ennen tapahtumaa.

1.15. Kuluttajaturvallisuuslaki

Lain tarkoituksena on varmistaa kulutustavaroiden ja kuluttajapalvelujen turvallisuus sekä ehkäistä niistä aiheutuvia terveys- ja omaisuusvaaroja. (1 §) Kuluttajapalvelulla ja kulutustavaralla tarkoitetaan sellaista palvelua tai tavaraa, joka on tarkoitettu käytettäväksi yksityiseen kulutukseen. Palvelun tarjoaja on sellainen henkilö, joka tarjoaa, myy tai muulla tavoin luovuttaa tai välittää kuluttajapalveluja. Toiminnanharjoittajalla tarkoitetaan tavaran luovuttajaa ja palvelun tarjoajaa. (3 §)

Toiminnanharjoittajan tulee varmistua siitä, että kulutustavarasta tai kuluttajapalvelusta ei aiheudu vaaraa kenenkään terveydelle tai omaisuudelle. Toiminnanharjoittajalla tulee olla riittävät ja oikeat tiedot kulutustavarasta ja kuluttajapalvelusta, ja hänen on arvioitava niihin liittyvät riskit. (5 §)

Palvelun tarjoajan on tehtävä ennen kuluttajapalvelun tarjoamisen aloittamista kirjallinen ilmoitus sen kunnan valvontaviranomaiselle, jonka alueella palvelua aiotaan tarjota. Tämä ilmoitus tulee tehdä silloin, jos tapahtuma sisältää merkittävän riskin, josta toteutuessaan voi aiheutua vaaraa jonkun turvallisuudelle palveluun osallistuvien ihmisten suuren määrän tai muun erityisen syyn vuoksi. (6 §)

Ilmoituksesta on käytävä ilmi:

1. palvelun tarjoajan nimi, kotipaikka ja yhteystiedot
2. palvelun suorituspaikka
3. palvelun kuvaus
4. palveluun liittyvät merkittävimmät riskit ja toimenpiteet niihin varautumiseksi tieto turvallisuusasiakirjan laatimisesta ja viimeisimmästä päivittämisestä

1.16. Ympäristönsuojelulaki

Kunnan ympäristönsuojeluviranomaiselle on tehtävä kirjallinen ilmoitus rakentamisesta, yleisötilaisuudesta tai muusta tilapäisestä erityisen häiritsevää melua tai ääntä aiheuttavasta toimenpiteestä. (118 §)

1.17. Jätelaki

Jätelain tarkoituksena on ehkäistä jätteistä ja jätehuollosta aiheutuvaa vaaraa. Tarkoituksena on myös ehkäistä haittaa terveydelle ja ympäristölle sekä vähentää jätteiden määrää ja roskaamista. Lailla pyritään myös edistämään luonnonvarojen kestävää käyttöä ja varmistaa toimiva jätehuolto. (1 §)

Ympäristöön ei saa jättää jätettä, konetta, laitetta, ajoneuvoa tai muuta esinettä. Ympäristöön ei saa päästää aineita, jotka aiheuttavat epäsiisteyttä, maiseman rumentumista, viihtyisyyden vähentymistä tai ihmisen tai eläimen loukkaantumisen vaaraa. (72 §)

Tapahtuman järjestäjällä on siivoamisvelvollisuus tilaisuuteen varatulla ja sen välittömässä läheisyydessä olevalla alueella. Jos tapahtuman järjestäjä ei huolehdi siivoamisvelvollisuudestaan, hoitaa siivoamisen suostumuksensa tapahtumalle antanut paikan haltija. (74 §)

Yleisötilaisuuden järjestäjän on järjestettävä roskaantumisen ehkäisemiseksi alueella riittävä jätteen keräys ja muut jätehuollon palvelut. (76 §)



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU



Korhonen, Heidi; Korkalainen, Karoliina; Pienimäki, Tanja
& Rintala, Satu

TAPAHTUMA- JÄRJESTÄJÄN OPAS

Tapahtumat ovat tärkeä osa Laurean toimintaa. Tämän oppaan tarkoituksena on auttaa Laurean henkilöstöä ja opiskelijoita tapahtumien järjestämisessä. Tapahtumat vahvistavat ja rakentavat Laurean brändiä, ja opas antaa vinkkejä siihen miten Laurean brändi voi näkyä tapahtumissa. Mukana on myös esimerkkejä erilaisista tapahtumista, joita Laureassa on järjestetty.

Tapahtuman järjestäminen käydään oppaassa vaihe vaiheelta alusta loppuun läpi. Oppaan alussa määritellään tapahtuma ja pohditaan tapahtumien vaikutusta brändiin. Tämän jälkeen käsitellään suunnittelua, toteutusta, onnistumisen mittaamista ja jälkimarkkinointia sekä messujen järjestämistä ja kansainvälisyyttä. Lisäksi tapahtuman järjestäjän tukena ovat oppaan liitteet ja yksityiskohtainen muistilista tärkeistä asioista.

Tapahtumaopas on toteutettu P2P opiskelijaprojektina. Projektin yhteistyökumppanina toimi Päivi Korhonen, ja ohjaajina olivat Pirjo Lappalainen ja Leena Suoniemi-Särkijärvi.