



TAMPEREEN
AMMATTIKORKEAKOULU

PALVELUTARJOTTIMEN RAKENTAMINEN TAMKIN TAPAHTUMAPALVELUILLE

Joni Veripää

Opinnäytetyö
Toukokuu 2016
Liiketalous



TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalous

VERIPÄÄ JONI:

Palvelutarjottimen rakentaminen TAMKin Tapahtumapalveluille
Mahdollinen alaotsikko

Opinnäytetyö 32 sivua
Toukokuu 2016

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella ja rakentaa Tampereen ammattikorkeakoulun Tapahtumapalveluille työkaluksi käyttöön tuleva palvelutarjotin, josta TAMKissa työskentelevälle tai opiskelevälle taholle selviää Tapahtumapalveluiden tarjoamat palvelut tapahtuman järjestämisessä. Opinnäytetyön tavoitteena oli helpottaa tapahtuman järjestäjän työtä palvelutarjottimen avulla koko tapahtuman prosessin aikana. Tavoitteena oli myös saada palvelutarjottimen avulla tapahtuman järjestäjä itseohjautuvammin liikkeelle tapahtuman suunnitteluvaiheesta lähtien. Näin pyrittiin lisäämään yleistä tietoisuutta Tapahtumapalveluista ja sen tarjoamista palveluista TAMKin tahojen keskuudessa. Tapahtumat rajattiin koskemaan TAMKin tiloissa pidettäviä tapahtumia.

Työn teoreettisessa viitekehyksessä kuvataan tapahtumien ominaisuuksia, projektimaisuutta ja kolmivaiheista prosessia sekä esitellään muutama Tapahtumapalveluille tyypillinen tapahtumalaji. Lisäksi tarkastellaan tapahtumatiimin, tapahtumakoordinoinnin ja tapahtumaviestinnän piirteitä. Kehittämistyössä hyödynnettiin case-esimerkin AMK-päivät 2015 -tapahtumassa käytettyä tehtävälisteriä. Kehittämistyön tutkimusaineistona käytettiin laadullista tutkimusta, jossa aineistoa kerättiin haastattelemalla kahdeksaa eri TAMKin henkilökuntaan kuuluvaa työntekijää useasta eri yksiköstä.

Haastattelun tuloksista saatiin selville tärkeitä tapahtuman suunnitteluun ja toteutukseen liittyviä tehtäviä ja muistettavia asioita. Lisäksi haastateltavat toivat esille TAMKin yksiköitä, joiden kanssa olisi hyvä tehdä yhteistyötä tapahtumissa. Muutama haastateltava kertoi tärkeitä strategiaan ja prosesseihin liittyviä tekijöitä, joita on otettava huomioon katsoessa kaikkia tapahtumia yhtenä kokonaisuutena. Osalle haastateltavista Tapahtumapalvelut oli melko uutena yksikkönä vieras, joten heillä ei ollut etukäteistietoa Tapahtumapalveluiden roolista ja tarkoituksesta.

Kehittämistyön ja teoreettisen viitekehyksen pohjalta Tapahtumapalveluille rakennettiin palvelutarjotin työkaluksi tapahtuman järjestäjälle sekä selkeyttämään, mitä palveluita Tapahtumapalveluilta minimissään saa.

Asiasanat: tapahtumamarkkinointi, tapahtuman järjestäminen, tapahtumapalvelu, palvelutarjotin

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Administration

VERIPÄÄ JONI:

Building a Service Tray for Event Services of Tampere University of Applied Sciences

Bachelor's thesis 32 pages

May 2016

The purpose of this thesis was to design and build a service tray to be used as a tool for Event Services of Tampere University of Applied Sciences (TAMK). The service tray was planned to inform the students or employees of TAMK who organize events of the services available by Event Services. The aim of this thesis was to facilitate the work of the event organizers throughout the whole event process with the help of the service tray. The aim was also to enable the event organizer to proceed more unprompted from the event planning stage onwards. These measures were taken to raise public awareness of Event Services and its range of services among the parties of TAMK. The events were limited to concern the ones held in TAMK premises.

The theoretical framework of the thesis describes the features, project-like structure and three-phased process of the events, and introduces some events typical of Event Services. In addition, the features of the event team, coordination and communication are being viewed. The development work of the thesis utilized the to-do list that was used in the case event AMK-päivät 2015 (UAS Days). The research material used for the development work was a qualitative survey where the material was collected by interviewing eight employees of TAMK, all from different units.

The interviews revealed some important tasks and considerations related to the planning and implementation of events. The interviewees also brought out important units of TAMK to cooperate with when organizing events. Some interviewees mentioned vital strategic and process factors that should be taken into account when seeing all the events as a whole. Some of the interviewees were unfamiliar with Event Services so they had no prior knowledge of its role and purpose in TAMK.

On the basis of the development work and the theoretical framework the service tray was built to serve as a tool for event organizers as well as to clarify what the minimum services are that Event Services provide.

Key words: event marketing, event organizing, event service, service tray

SISÄLLYS

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | JOHDANTO..... | 6 |
| 1.1 | Opinnäytetyön tavoite ja tarkoitus | 6 |
| 1.2 | Kehittämistyön menetelmät | 7 |
| 1.3 | Opinnäytetyön rakenne | 8 |
| 2 | TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY..... | 9 |
| 3 | TAPAHTUMAT | 10 |
| 3.1 | Tapahtuman luokittelu | 10 |
| 3.1.1 | Seminaarit | 11 |
| 3.1.2 | Messut | 11 |
| 3.2 | Tapahtuma projektina | 12 |
| 3.3 | Tapahtumaprosessi..... | 13 |
| 3.3.1 | Suunnitteluvaihe..... | 13 |
| 3.3.2 | Toteutusvaihe | 14 |
| 3.3.3 | Jälkimarkkinointivaihe..... | 15 |
| 3.4 | Tapahtumatiimi | 15 |
| 3.5 | Tapahtumakoordinointi..... | 15 |
| 4 | PALVELUTARJOTTIMEN RAKENTAMINEN | 18 |
| 4.1 | Case: AMK-päivät 2015 | 18 |
| 4.2 | Laadullinen tutkimus | 21 |
| 4.3 | Haastattelututkimus | 21 |
| 4.3.1 | Haastattelun toteutus | 22 |
| 4.3.2 | Haastattelun tulokset | 24 |
| 4.4 | Palvelutarjotin..... | 25 |
| 5 | JOHTOPÄÄTÖKSET | 29 |
| | LÄHTEET..... | 32 |

LYHENTEET JA TERMIT

| | |
|------|------------------------------|
| TAMK | Tampereen ammattikorkeakoulu |
| AMK | ammattikorkeakoulu |

1 JOHDANTO

Tapahtumamarkkinointi sisältyy nykyään monen yrityksen markkinointiviestintään, ja sillä he pyrkivät tarjoamaan sidosryhmilleen jotakin mieleenpainuvaa ja ainutlaatuista. Onnistunut tapahtuma on loistava keino yritykselle erottautua kilpailijoista ja saavuttaa haluttu kohdeyleisö.

Ammattikorkeakoulussa järjestetyssä tapahtumassa on sen koosta ja vaativuudesta riippuen usein vähintään AMKin oma tapahtumatoimisto tai – palvelut mukana. Suurempiin tapahtumiin vaaditaan monesti ulkopuolinen tapahtuma-alan yritys organisoimaan tapahtumaa ja antamaan sille ammattimainen kädenjälki.

Tieto tapahtumamarkkinoinnista yleisesti on lisääntynyt tähän päivään asti ja yhä useammin vaaditaan ja odotetaan ammattimaisuutta tapahtumajärjestämisessä. Tapahtumajärjestämisen taitoa pidetään arvossa ja sitä opetetaan nykyään eri kurssien lisäksi myös osana erilaisia ammatillisia perustutkintoja. Ammattimaisuuden lisääntyessä esimerkiksi tapahtumien sujuvuus, tekniikka ja aikataulutus ovat jo itsestäänselvyksiä. Vaarana tapahtumissa onkin saman vanhan kaavan toistaminen tapahtumasta toiseen. (Vallo & Häyrinen, 2014, 8.)

1.1 Opinnäytetyön tavoite ja tarkoitus

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella ja rakentaa Tampereen ammattikorkeakoulun Tapahtumapalveluille työkaluksi käyttöön tuleva palvelutarjotin, josta TAMKissa työskentelevälle tai opiskelevalle taholle selviää Tapahtumapalveluiden tarjoamat palvelut tapahtuman järjestämisessä. Opinnäytetyön tavoitteena oli helpottaa tapahtuman järjestäjän työtä palvelutarjottimen avulla koko tapahtuman prosessin aikana. Tavoitteena oli myös saada palvelutarjottimen avulla tapahtuman järjestäjä itseohjautuvammin liikkeelle tapahtuman suunnitteluvaiheesta lähtien. Näin pyrittiin lisäämään yleistä tietoisuutta Tapahtumapalveluista ja sen tarjoamista palveluista TAMKin tahojen keskuudessa. Tapahtumat rajattiin koskemaan TAMKin tiloissa pidettäviä tapahtumia.

Tapahtumapalveluiden tehtävänä on auttaa ja konsultoida TAMK:n opiskelijoita ja henkilökuntaa, jotka tarvitsevat apua TAMKilla järjestettävään tapahtumaan (TAMK, 2015). Tapahtumapalveluiden järjestämiä jokavuotisia ja tyyppisiä tapahtumia ovat rekrytointitapahtumat, opiskelijoiden ja koulutusten seminaarit sekä vuosijuhlat ja erisidosryhmien kanssa yhdessä järjestettävät tapahtumat.

Idea opinnäytetyölle syntyi kesäkuussa 2015 opinnäytetyön tekijän silloisen esimiehen, Hallinto- ja tapahtumapalveluiden palvelupäällikön, aloitteesta. Tapahtumapalvelut oli tuolloin tuore yksikkö, joten oli tarpeen selvittää ja selkeyttää Tapahtumapalveluiden palvelulupausta sekä roolia tapahtumissa. Tätä helpottaakseen piti myös selvittää, mitkä tehtävät ja palvelut kuuluvat Tapahtumapalveluiden vastuualueelle.

1.2 Kehittämistyön menetelmät

Työssä käytettävän teoreettisen viitekehyksen aiheet liittyivät tapahtumamarkkinointiin niiltä osin, mitkä sisältyivät koottavaan palvelutarjontimeen ja ammattikorkeakoulun tapahtumatoimiston järjestämiin tapahtumiin. Aiheista tärkeimpiä oli palvelutarjontimen runkona käytetty tapahtumaprosessi, joka voidaan kuvata kolmivaiheisesti. Siihen sisältyy suunnittelu-, toteutus ja jälkimarkkinointivaihe.

Kesäkuussa 2015 pidettyjen kahden tapaamisen aikana päädyttiin tekemään haastattelututkimus, jossa haastateltiin TAMK:n johtajia sekä eri yksiköiden henkilökuntaa. Tällä haluttiin saada kehittämistyön tueksi laajasti näkökulmia TAMKissa pidettäviin tapahtumiin liittyen. Näkökulmia haluttiin henkilöiltä, joilla on joko kokemusta TAMKissa järjestyistä tapahtumista ja siten mahdollisia kehittämissuhteita niihin, tai jotka kuuluvat TAMK:n johtoon ja pystyvät arvioimaan tapahtumia kokonaisuutena sekä koko TAMK:n strategiaan peilaten.

Kehittämistyön tueksi otettiin myös case-esimerkkinä AMK-päivät 2015 – tapahtuma, jonka pääjärjestäjänä toimi TAMK. AMK-päivät 2015 pidettiin toukokuun 19–20. päivä. Tapahtuman projektitiimin ydin koostui Tapahtumapalvelut-yksiköstä, jossa opinnäytetyön tekijä työskenteli. Palvelutarjontimen koonnissa hyödynnettiin AMK-päivien suunnittelussa laadittua tehtävälistaa. Tapahtuma työllisti TAMK:n eri yksiköitä hyvin

laajasti ja Tapahtumapalveluiden tehtäväkirjo siinä oli erittäin suuri, joten se koettiin hyödylliseksi palvelutarjotinta laadittaessa.

1.3 Opinnäytetyön rakenne

Opinnäytetyö koostuu viidestä pääluvusta. Ensimmäinen luku on johdanto, jossa kerrotaan yleisesti tapahtumamarkkinoinnin alasta, työn aiheesta ja sen toimeksiantajasta sekä tavoitellusta lopputuotoksesta. Toisessa luvussa esitellään tarkemmin toimeksiantaja ja sen yleisimmin järjestämät tapahtumatyypit sekä selitetään opinnäytetyön tarpeellisuutta ja taustaa.

Kolmas luku keskittyy teoreettiseen viitekehykseen. Siinä kuvataan tapahtumien ominaisuuksia ja muutaman TAMKin Tapahtumapalveluille tyypillisen tapahtumalajin esittelyä, tapahtuman projektimaisuutta ja tapahtuman kolmivaiheista prosessia. Lisäksi tarkastellaan tapahtumatiimin, tapahtumakoordinoinnin ja tapahtumaviestinnän piirteitä.

Neljäs luku käsittelee kehittämisprosessia ja sen tuotosta. Siinä kuvataan case-esimerkin esittelyä ja käyttötarkoitusta, haastattelututkimuksen suunnittelua, toteutusta ja tuloksia. Lopuksi luvussa kerrotaan tuotoksena syntyvän palvelutarjottimen kokoamisesta ja sen sisällöstä.

Viides luku on yhteenveto tehdystä työstä. Siinä pohditaan työn onnistumisia, sen heikkouksia ja tulevaisuuden käyttötarkoituksia. Onnistumista pohditaan esimerkiksi kysymällä, voiko tapahtuman järjestää alusta loppuun palvelutarjottimeen sisältyvien ohjeiden ja tiedon avulla. Lisäksi lopussa esitellään toimeksiantajalle osoitettuja kehittämis-ehdotuksia.

2 TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY

Tässä luvussa kuvataan toimeksiantajaa ja sen järjestämiä tapahtumatyyppejä sekä selitetään opinnäytetyön tarpeellisuutta ja taustaa.

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Tampereen ammattikorkeakoulun Tapahtumapalvelut, joka perustettiin vuonna 2013 Hallinto- ja tapahtumapalvelut – toiminnon alaisuuteen. Hallinto- ja tapahtumapalvelut on edelleen osa Korkeakoulupalvelut-yksikköä.

Tapahtumapalveluiden tehtävänä on auttaa ja konsultoida TAMK:n opiskelijoita ja henkilökuntaa, jotka tarvitsevat apua TAMKilla järjestettävään tapahtumaan. Pääkohteet, joihin voi saada apua ovat tapahtumajärjestelyt, viestintä ja ilme sekä organisointi.

(TAMK, 2015.)

Tapahtumapalvelut järjestää myös itsenäisesti tapahtumia TAMKilla ja TAMKilaisille. Viime aikoina järjestetyistä tapahtumista merkittävin ja suurin oli toukokuussa 2015 järjestetty valtakunnallinen ammattikorkeakoulujen kehittämistapahtuma AMK-päivät, joka keräsi lähes 550 osallistujaa Suomen ammattikorkeakouluista. Tapahtumapalveluiden järjestämiä jokavuotisia ja tyypillisiä tapahtumia ovat rekrytointitapahtumat, opiskelijoiden ja koulutusten seminaarit sekä vuosijuhlat ja eri sidosryhmien kanssa yhdessä järjestettävät tapahtumat.

Syksystä 2015 lähtien Tapahtumapalvelut muodostivat yhdessä kahden muun palvelun kanssa Työelämäpalvelut-tiimin, jossa työskentelee tapahtumakoordinaattori, suunnittelija sekä vaihtelevasti harjoittelija. Työskentelin Tapahtumapalveluiden harjoittelijana vuoden 2015 helmikuusta elokuuhun. Tämän jälkeen toimin tapahtumakoordinaattorin sijaisena syyskuusta marraskuuhun.

Idea kehittämistyölle syntyi kesäkuun alussa silloisen esimieheni aloitteesta. AMK-päivien jälkeen huomattiin, että nuorella yksiköllä ei ole tapahtuman järjestäjälle kattavaa ohjeistusta, miten edetä järjestelmällisesti tapahtuman suunnittelussa ja mitä asioita ottaa huomioon tapahtuman aikana. Myös Tapahtumapalveluiden rooli ja palvelut saattoivat jäädä joissain tapahtumissa epäselväksi, jolloin palvelutarjottimen avulla siihenkin saataisiin selkeyttä. Kehittämistyön aihe tarkentui ja muovautui esimiehen ja kollegan kanssa pidetyn muutaman palaverin jälkeen.

3 TAPAHTUMAT

Tämä luku keskittyy työn teoreettiseen viitekehykseen. Siinä kuvataan tapahtumien ominaisuuksia ja muutamaa tapahtumalajia, tapahtumien projektimaisuutta ja kolmivaiheista prosessia. Lopussa tarkastellaan tapahtumatiiimin, – koordinoinnin ja – viestinnän piirteitä.

Tapahtumatuotanto ammattina vaatii muun muassa taitoja strategisessa suunnittelussa, riskianalyyssissä, markkinoinnissa, budjetoinnissa, kassavirran suunnittelussa ja henkilöstöhallinnossa. Tapahtumien luonne projektina ja sen riskit edellyttävät taitavaa ja tietäviäistä johtohenkilökuntaa mukaan tapahtumiin. (van der Wagen & White, 2010, ix.)

Tapahtumat ovat hyvin pitkälti verrattavissa palveluihin. Tapahtuman ollessa enemmän tai vähemmän aineeton, osallistujalle jää siitä vain hänen oma kokemuksensa. Tämän vuoksi jokaisella on oma kantansa tapahtuman onnistumisesta. Osallistujan kokemukset vaikuttavat tapahtuman onnistumiseen, joten tapahtuman onnistumista on lähes mahdotonta taata etukäteen. (Iiskola-Kesonen, 2004, 16.)

Digitalisti Ville Tolvanen korostaa *Evento*-lehden haastattelussa tapahtumasta syntyvää keskustelua ja sen vaikuttamista järjestäjän maineeseen. Hänen mukaan tapahtumasta pitäisi herätä kirjoituksia ja puheenaiheita, jatkokeskustelua ja mellakoita. Pahinta on, jos kukaan ei puhu mitään. Tapahtumiin voidaan soveltaa sanontaa ”kaikki julkisuus on hyvästä”. Hän puhuu myös tapahtumasta mainetekona, jossa ei ole onnistuttu, jos se ei ole vaikuttanut järjestäjän maineeseen jollakin tavalla. (Pääskylä-Malmström, 2015, 26.)

3.1 Tapahtuman luokittelu

Tapahtumat voidaan luokitella monella tavalla. Luokittelu voidaan tehdä tapahtuman koon mukaan, järjestäjän tavoite tapahtuman järjestämiselle esimerkiksi varainkeruu, tuotteiden myynti tai tapahtuman luonteen mukaan, jossa osallistujien tausta on avainasemassa. Tapahtumat voivat olla myös joko julkisia tai yksityisiä. Eräs tapa luokitella tapahtumat on se, että ne ovat voittoa tavoittelevia tai tavoittelemattomia. (van der Wa-

gen & White, 2010, 7.) Seuraavissa luvuissa tarkastellaan seminaareja ja messuja, sillä ne ovat yleisimmät tapahtumat, joita Tapahtumapalvelut on mukana toteuttamassa.

3.1.1 Seminaarit

TAMKin Tapahtumapalvelut on vuosittain mukana useissa seminaareissa järjestävänä tahona. Hiljattain järjestetyistä seminaareista suurimpia ovat olleet Masters' Conference – seminaarit, jotka järjestetään kaksi kertaa vuodessa. Tapahtumapalvelut on vastannut niissä muun muassa tarjoiluista, esiintyjistä, ilmoittautumisista sekä tilavarauksista. Viimeisin seminaari keräsi yli 200 osallistujaa.

Seminaarit ovat luokiteltavissa asiatahtumien joukkoon. Vallon ja Häyrisen (2014, 62) mukaan monesti tapahtumien järjestäjät pitävät vain viihdetapahtumia sellaisina, joiden järjestämiseen kannattaa panostaa. Jokainen asiatahtuma on kuitenkin järjestettävissä osallistujalleen elämykselliseksi sen sijaan, että se olisi kuivahko seminaari kylmässä salissa. Vaikka järjestäjä ei mieltäisi seminaaria tapahtumaksi, tulee siinä silti suunnitella kaikkia tapahtuman perusasioita. Näitä ovat esimerkiksi aikataulutus, ilmoittautumisen jouhevuus, tarjoilut ja tapahtumapaikka. Tapahtuma on tyypistään tai koostaan huolimatta aina tilaisuus. (Vallo & Häyrisen, 2014, 62-63.)

3.1.2 Messut

Suurin Tapahtumapalveluiden järjestämä vuosittainen tapahtuma on TAMKin opiskelijoille suunnattu Portti Työelämään – messut. Yli kymmenen vuotta vanha tapahtuma järjestetään yhdessä opiskelijayhdistysten kanssa. Messuilla yritykset pääsevät ständeille esittelemään toimintaansa ja rekrytoimaan opiskelijoita. Messujen aikana TAMKin auditorioissa kuullaan uratarinoita sekä yritysten esittelyjä.

Kilkennyn (2006, 306) Mukaan messut toteuttavat myyntikojutyypistä formaattia, jossa tietyn joukon jäsenille myydään ja markkinoidaan palveluita ja tuotteita. Järjestäjä yleensä määrittelee ja kontrolloi painotettavia tuotteita ja ostavaa kohdeyleisöä (Bodwin, Allen, O'Toole, Harris ja McDonnell, 2006, 22.).

Messut voidaan jakaa yleisö- ja ammattimessuihin. Ammattimessut on nimensä mukaisesti suunnattu jollekin ammattiryhmälle, kuten esimerkiksi OFFICE toimisto & ICT – messut. Yleisömessut, kuten asuntomessut, ovat taas kaikille avoimet. Ideaalitilanteessa messut toimivat tapahtumana ja kohtaamispaikkana ihmisille. Se on yrityksen henkilökunnan ja asiakkaan, tässä tapauksessa opiskelijoiden, pelikenttä, jolla punnitaan vuorovaikutustaitoja. Messuosasto viestii myös aina yrityksestä ja sen arvomaailmasta. Messuihin osallistumiselle voidaan asettaa esimerkiksi seuraavia tavoitteita: uusien kontaktien luominen, yrityksen tietoisuuden lisääminen kohderyhmässä, yrityksen tunnetavuuden kehittäminen sekä yrityskuvan parantaminen. (Vallo & Häyrinen, 2014, 83-85.)

3.2 Tapahtuma projektina

Tapahtuman tai viihteellisen tapahtuman tuottaminen on projekti. Projektinhallinnan tekniikat soveltuvat hyvin tapahtumanhallinnassa käytettäväksi. Projektinhallinta valvoo tapahtuman alullepanon, suunnittelun ja toteutuksen sekä seuraa tapahtumaa ja sen loppua. Se pyrkii yhdistämään eri tietoalueen hallintasuunnitelmia yhtenäiseksi ja toimivaksi suunnitelmaksi koko projektille. (Bodwin ym. 2006, 265.)

Tapahtuman- ja projektinhallinnassa on huomattava määrä samankaltaisuuksia, jolloin useille suuren kokoluokan projekteille kehitettyjä toimintatapoja voidaan hyödyntää monenlaisten tapahtumien projektiryhmien perehdyttämisessä. Molemmat ovat ainutkertaisia sekä aikaan sidottuja toimintoja. Projektinhallinnan toimintatapojen soveltaminen tapahtumiin voi tarjota keinon varmistaa tapahtuman keskinkertaisen onnistumisen. Keskinertaisuus juontaa juurensa siitä, että tapahtumanhallinta voi olla jokseenkin kiittämätöntä työtä. Projektipäällikön viikkojen raataminen tapahtuman eteen ei näy osallistujille ulospäin, mutta heti kun pieninkin asia menee pieleen esimerkiksi kukan sävyn valinnassa, projektipäällikkö saa syyt niskoilleen. (Shone & Parry, 2010, 187.)

Shonen ja Parryn (2010, 187) mukaan projektien hallintaprosessit sisältävät paljon lähestymistapoja, joihin tapahtumissa voidaan pyrkiä. Tapahtumiin asetettuja tavoitteita voidaan testata käyttämällä SMART-kaavaa, joissa tavoitteita punnitaan seuraavien adjektiivien mukaan: Specific (tietty), Measurable (mitattavissa oleva), Achievable (saavutettavissa oleva), Realistic (realistinen), Timely (oikea-aikainen)

Pienemmän kokoluokan projekteissa olennaisinta on se, että budjetti ja aikataulu pysyvät suunnitellussa. Lopputuloksen laatu määräytyy projektin omistajan tilauksen mukaan. (Saksala, 2015, 170.)

3.3 Tapahtumaprosessi

Tapahtumaprosessi voidaan jakaa kolmeen osaan, suunnittelu- ja toteutusvaiheeseen sekä jälkimarkkinointivaiheeseen. Tapahtumasta riippuen onnistuneen tapahtuman vähimmäisaika suunnittelusta jälkimarkkinointiin on vähintään kaksi kuukautta. Jos tapahtuma tehdään tätä lyhemässä ajassa, niin sen toteutuksesta ja varsinkin laadusta joudutaan tinkimään. (Vallo & Häyrinen, 2014, 161.) Kehittämistyön tuloksena syntyvän palvelutarjottimen pääjako tehdään edellä mainitulla kolmijaolla.

| suunnitteluvaihe | tapahtuman toteutus | jälkimarkkinointi |
|--|---|--|
| ★ 75 % / 6 vkoa | ★ 10 % / 0,8 vkoa | ★ 15 % / 1,2 vkoa aika-akseli 8 vkoa |
| <ul style="list-style-type: none"> • projektin käynnistys • resursointi • ideointi • vaihtoehtojen tarkistus • päätökset ja varmistaminen • käytännön organisointi | <ul style="list-style-type: none"> • rakennusvaihe • itse tapahtuma • purkuvaihe | <ul style="list-style-type: none"> • kiitokset asianosaisille • materiaalin toimitus • palautteen kerääminen ja työstäminen • yhteydenottoopyyntöjen hoitaminen ja lupauksen lunastamisen aloittaminen • yhteenveto |

KUVA 1. Tapahtumaprosessin kulku (Vallo & Häyrinen, 2014)

3.3.1 Suunnitteluvaihe

Vallon ja Häyrisen (2014, 162) sekä Iiskola-Kesosen (2004, 9) mukaan myös tapahtumien toteuttamisessa pätee sanonta ”hyvin suunniteltu on puoliksi tehty”. Tapahtuman suunnittelu on aloitettava riittävän ajoissa ja siihen on syytä ottaa varhaisessa vaiheessa mukaan kaikki ne, joiden työpanosta tarvitaan tapahtuman toteuttamisessa. Tällöin eri näkökulmia ja ideoita tulee esille, ja kaikki tapahtumaa järjestävät sitoutuvat tapahtu-

man tavoitteisiin paremmin. Tämä kasvattaa samalla tapahtuman onnistumisen todennäköisyyttä. (Vallo & Häyrynen, 2014, 162.)

Tapahtuman suunnittelu koostuu ajattelutyöstä. Tapahtuman kulku on kyettävä ajattelemaan alusta loppuun niin kuin sen haluaa todellisuudessa tapahtuvan. Tällöin poikkeamat tai pienet asiat, jotka saattavat esimerkiksi aiheuttaa ruuhkia joissain tiloissa, otetaan huomioon etukäteen. (Vallo & Häyrynen, 2014, 162.)

Suunnitteluvaihe on kolmesta vaiheesta pisin ja se vie eniten aikaa. Tapahtuman laajuudesta riippuen se voi viedä useita kuukausia tai jopa vuosia. Jos tapahtumaa varten tarvitaan isoja ja vaativia tiloja, täytyy tapahtumajärjestäjän olla aikaisin liikkeellä niitä varaamassa. Jos tapahtumana on jokin iso kongressi, varataan tilat vähintään vuotta, yleensä 2-3 vuotta aikaisemmin. (Vallo & Häyrynen, 2014, 162.)

3.3.2 Toteutusvaihe

Toteutusvaihe on nimensä mukaisesti se vaihe, joka tekee tapahtuman suunnitelmasta toden. Tapahtuman onnistuminen vaatii toimivaa yhteistyötä eri tahojen välillä, ja jokaisen tapahtumassa työskentelevän on tiedettävä omat tehtävänsä ja vastuualueensa. (Vallo & Häyrynen, 2014, 168.)

Tapahtuman toteutus voidaan jakaa kolmen osaan: rakennusvaihe, itse tapahtuma ja purkuvaihe. Näistä kolmesta osuudesta usein rakennusvaihe vie eniten aikaa. Tällöin tapahtumaa varten rakennetaan kulissit ja tilat valmistellaan asianmukaisesti. Itse tapahtuma, jota on suunniteltu viikkokausia, on hetkessä ohi. Kun tapahtuma on alkanut, paljoa ei ole enää tehtävissä. Se etenee ikään kuin omalla painollaan eteenpäin kohti sen loppua. Tapahtuman loputtua ja vieraiden lähdettyä alkaa purkuvaihe. Se on rakennusvaiheeseen verrattuna usein nopeampi ja tehokkaammin suoritettavissa. (Vallo & Häyrynen, 2014, 168-169.)

3.3.3 Jälkimarkkinointivaihe

Tapahtumaprosessin viimeinen vaihe on jälkimarkkinointi, joka alkaa tapahtuman jälkeen. Siihen kuuluu yhtenä osana tapahtuman tekijöiden kiittäminen. Muistettavia tahoja ovat tapahtumasta riippuen muun muassa projektiryhmä, esiintyjät ja puhujat sekä yhteistyökumppanit ja alihankkijat. Toisena vaiheena on seminaarimateriaalin toimitus osallistujille. Osio, joka kuuluu aina jälkimarkkinointiin, on palautteen kerääminen osallistujilta ja omasta organisaatiosta. Kerätystä palautteesta järjestäjä kokoaa yhteenvedon. Yhteenvedon analysoinnista ja siitä oppimisesta on oivallista aloittaa seuraava tapahtuma. Tällöin organisaatiolle syntyy tapahtumaprosessista jatkuva oppimisprosessi, mikä kehittää organisaatiolle osaamispääomaa. Mikäli tapahtumassa on tullut yhteydenottoopyyntöjä tai tapahtumassa on aloitettu keskustelu, johon pitäisi palata, on se hyvä tehdä kahden viikon sisällä tapahtumasta. Yhteydenotot ovat erittäin tärkeitä, jos tapahtuman tarkoituksena on hankkia uusia asiakkaita. (Vallo & Häyrinen, 2014, 185-194.)

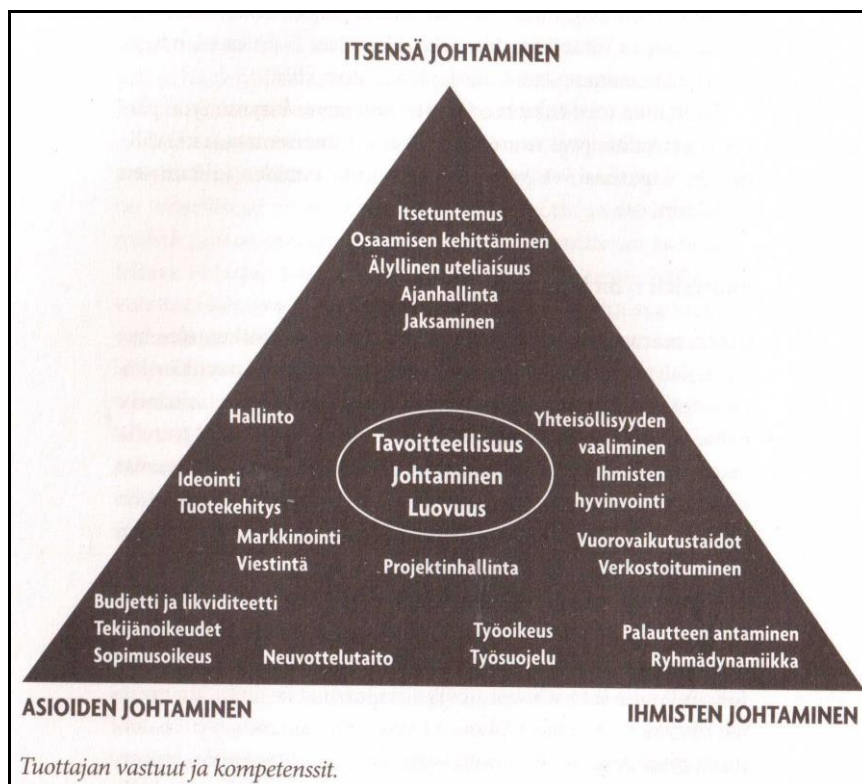
3.4 Tapahtumatiimi

Tiimi on pienryhmä, jonka vastuulla on hoitaa yhteistyössä sovittu kokonaisuus alusta loppuun. Psykologi Aku Kopakkalan mukaan tiimin erottaa ryhmästä se, että tiimi on sitoutunut omaehtoisesti yhteiseen tavoitteeseen ja on siitä yhdessä vastuussa. Ryhmään verrattuna tiimin jäsenet toteuttavat selkeämmin yhteistä hanketta. Timiä voidaan verrata musiikkiyhtyeeseen: jokaisella on oma roolinsa tai soittimensa ja lopputulokseen päästään onnistuneesti, kun kaikki kuuntelevat toisiaan ja pyrkivät parhaaseen mahdolliseen yhteissoittoon. (Saksala, 2015, 80.)

3.5 Tapahtumakoordinointi

Koordinointivastuu tapahtumissa on pääjärjestäjällä. Hänen tehtävänä on saattaa eri yhteistyötahojen toiminnot toimivaksi kokonaisuudeksi. Jo pienemmissäkin tapahtumissa osallistuvia tahoja ovat esimerkiksi pitopalvelun työntekijät, tekniikasta vastaavat ja ohjelmassa esiintyvät. Koordinaattorin vastuulla on pitää huolen siitä, että jokainen tietää aikataulunsa ja tehtävänsä ja että asiat tapahtuvat tilaisuuden tavoitteiden mukaan. (Vallo & Häyrinen, 2014, 229.)

Tapahtuman pääjärjestäjästä voidaan myös käyttää nimitystä tapahtumatuottaja. Tapahtuman koko ja käytettävissä oleva raha vaikuttavat tuottajan apuna työskentelevän henkilöstön määrään. Ne tapahtumat, joissa käytetään reilusti talkootyöläisiä, kuuluu tuottajan vastuulle huolehtia vähintään heidän perehdyttämisestään, ruokailustaan sekä vaikutuksistaan. Lisäksi tuottajan vastuulla on tapahtuman markkinointi ja mainonta, joissa saatetaan käyttää budjetista riippuen alan ammattilaisia apuna. Tapahtumatuottajan työ on monesti urakkaluonteista ja nopeatahtista, jolloin paineensietokyky on arvostettu ominaisuus. (Saksala, 2015, 23.)



KUVA 2. Tuottajan vastuut ja kompetenssit (Saksala, 2015)

Erityisesti isoissa tapahtumissa työt on yleensä jaettu usealle pienemmälle projektiryhmälle niin, että ryhmillä on omat pienemmät osat tapahtumasta. Tällöin projektipäällikön on varmistuttava siitä, että sovitut asiat muistetaan tehdä, ja myös, ettei kahdessa eri ryhmässä tehdä päällekkäisiä asioita. Koordinoinnin onnistumisen edellytyksenä olisi hyvä muistaa seuraavat asiat:

- Omien ajatusten selvittäminen – vision pitäminen kirkkaana ja sen kertominen muille

- Varmistaa muiden tietävän sovitut asiat, ja päätösten dokumentointi
- Koordinoivien kokousten pitäminen tiiviisti projektin alussa sekä tapahtuman lähestyessä
- Motivoitunut ja vakuuttava viestintätapa

(Vallo & Häyrinen, 2014, 234.)

Iiskola-Kesosen (2004, 38) mukaan tapahtuman ulkoisen viestinnän päävastuu on projektipäälliköllä, vaikka tapahtumassa työskentelisi erikseen tiedottaja. Sisäiseen viestintään tulee projektipäällikön myös kiinnittää erityistä huomiota.

Tekniikan nopeasta kehityksestä huolimatta viestintää voidaan pitää edelleen taitolajina, jonka vaatimuksina ovat hyvä ilmaisukyky ja suunnitelmallisuus sekä kohderyhmätuntemus. Eri tilanteisiin pitää valita sopivin viestin. (Saksala, 2015, 187.)

4 PALVELUTARJOTTIMEN RAKENTAMINEN

Tässä luvussa kuvataan opinnäytetyön kehittämisprosessissa käytettyjä menetelmiä Tapahtumapalveluiden kehittämiseksi, haastattelun tuloksista ja työkaluksi käyttöön tulevan palvelutarjottimen rakentamisesta.

Hakalan (2004, 29) mukaan kehittämistyöksi luokitelluille opinnäytetöille on tyypillistä, että ne koostuvat eräällä tavalla kahdesta osasta: kehitettävästä kohteesta sekä sitä jollakin tavalla tukevasta kirjallisesta raporttiosasta. Valtaosassa eri ammattikorkeakoulujen opinnäytetyön ohjeista muistutetaan painokkaasti, että vain kehitetty lopputuotos ei yksinään riitä opinnäytetyöksi. (Hakala, 2004, 229.)

4.1 Case: AMK-päivät 2015

AMK-päivien käyttäminen case-esimerkkinä palvelutarjottimen koonnissa on hyödyllinen, sillä kuuluin projektin ydintiimiin ja koottavan palvelutarjottimen kannalta tapahtumassa tuli hyvin laajasti esille palvelujen ja tehtävien kirjo. Seuraavien lukujen lähteenä on käytetty projektipäällikön kirjoittamaa AMK-päivien loppuraporttia sekä sitä varten koottua tehtävämuistilistaa.

AMK-päivät on ammattikorkeakouluhenkilöstön valtakunnallinen kehittämistapahtuma, joka järjestetään kerran vuodessa keväisin. Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto ry (Arene) on päivien järjestelyjen omistaja ja toimeksiantaja. Vuonna 2015 Tapahtuman käytännön järjestäjänä toimi TAMK. Projektin ydintiimiin kuuluivat minun lisäksi projektipäällikkö, suunnittelija, tapahtumakoordinaattori, IT-suunnittelija, kaksi johdon sihteeriä sekä opiskelija. Tiiviin kommunikoinnin lisäksi projektiryhmä kokoontui noin kymmenen kertaa. Projektiryhmän työpanos tapahtuman organisoinnissa oli noin tuhat työtuntia. (Turunen, 2015)

Tapahtuman kokoluokan vuoksi seuraavat palvelut hankittiin ulkopuolisilta palveluntuottajilta: Ilmoittautumis- ja laskutusprosessi, ohjelman tuotanto ja somistus, iltajuhla, tapahtuman visuaalinen ilme ja markkinointivideo sekä tapahtuman nettisivujen tekninen toteutus. (Turunen, 2015)

Tapahtuman markkinoinnin kohderyhmänä olivat edellisinä vuosina päiville osallistuneet, ammattikorkeakoulujen viestintäosastot, rehtorit ja rehtoreiden sihteerit. Pääosin markkinointi hoidettiin sähköpostimarkkinointina, koordinoituja yhteisviestejä lähetettiin kuusi. Tapahtumaa varten luotiin Facebook-sivu ja Twitter-tili, ja tunnisteena oli käytössä eri sosiaalisen median kanavissa #amkpäivät. Tapahtumaan osallistui yhteensä 539 henkilöä. (Turunen, 2015)

Seuraavassa kuvassa on koottu tehtävämuistilista niistä tehtävistä, jotka olivat Tapahtumapalveluiden vastuulla AMK-päivillä. Tehtävien kirjo tapahtumassa oli niin laaja, että koin sen hyvin hyödylliseksi palvelutarjotinta koottaessa.

KUVA 3. AMK-päivät 2015 tehtäväläistä (TAMKin Tapahumapalvelut, 2015)

| AMK-päivät 2015 Tehtäväläistä | | | | | | | | |
|---|--|--------------------------|--|--------------------------------|--|--|--|--------------------------------------|
| OHJELMA/ESINTYJÄT | | PRINTTIMATERIAALI | | TILASUUNNITELMA | | TEKNIKKA | | MUUTA HUOMIOITAVAA |
| Ohjelmavunnon suunnittelu | Nimilaput / budget | Rinnakkaisessiojaot | | Tarjouspyyntö | | Tarjouspyyntö tarvittaessa | | Riittävästi aikaa verkostoitumiselle |
| Esintyjien päättäminen | tarjouspyyntö | Erillisiskous-tilajaot | | IT-tukihenkilön sopiminen | | Tekniikan opisk. työvoimana? | | Latauspiste puhelimille ja pädeille? |
| Esintyjien kiinnittäminen | toteutus | Rakennussuunnitelma | | Rakentamisen aikataulut | | | | Liikuntaesteisten liikuminen |
| Esintyjien ohjeistaminen | printtaus | | | | | | | |
| Soittokierros, jos ei reaktiota | Ohjelmat? | | | | | | | |
| Esitysmateriaalit esintyjiltä | Nimillistat? | | | TIILAT | | TARJOILUT | | |
| Materiaalin julkaisun lupa | Opasteet | | | Auditorioiden varaus | | Tarjouspyyntö | | |
| Videointilupa | Opiskeilijoille jaettava ohjelmamateriaali | | | Rinnakkaisessioitilojen varaus | | Restonomit tai muut työvoimana? | | |
| | | | | Kokoustilojen varaus | | Somistus | | |
| | | | | VIP-loungen varaus | | Ruokailujen aikataulut | | |
| RINNAKKAISSESIOT | ILMOITTAUTUMINEN | | | Ständitapahtumatoinistolle | | - myös henkilökunta | | |
| Vastuullinen vetäjä sovittu (pj) | Ilmoittautumislomake valmiiksi | | | Ständitaulut | | TURVALLISUUS | | |
| Tiedot sessiön tarpeista | Markkinointi käynnistämisen | | | Närikat | | Turvallisuussuunnitelman laatiminen | | |
| Tilojen varaus | Ilmoittautumisen päättymisen | | | Närikat | | EA-henkilöt | | |
| Esintyjien & pj:n ohjeistus | Ilmoittautumisen jatkaminen? | | | Närikat | | EA-varusteet | | |
| Alkataulu tiedossa | | | | Närikat | | Yhteydenpito radiopuhelimilla? | | |
| | | | | Närikat | | Hätäpoistumistiet | | |
| | | | | Närikat | | Lepoluone | | |
| TAVARATILAUKSET | OSALLISTUJAT | | | Närikat | | ILTATILAISUUS | | |
| työntekijöiden paidat | Kun ilmoittautuminen päättynyt | | | Närikat | | Tarjouspyyntö | | |
| osallistujille jaettava "kotinvieminen" | -Osallistujamäärät | | | Närikat | | Esintyjien kiinnittäminen | | |
| Esintyjä-/puhujalahja | -rinnakkaisessiot | | | Närikat | | Oman työvoiman käyttö illalla? | | |
| Tilausten aikatautus | -iltajuhaan osallistuvat | | | Närikat | | Teeman päättäminen | | |
| | -yhteistyökumppaneiden määrä | | | Närikat | | | | |
| VIESTINTÄ/MARKKINOINTI | -ostin osallistuvat (1 pvä) | | | Närikat | | | | |
| www-sivut | -kokonaisuus | | | Närikat | | | | |
| Facebook-sivut | -peruutukset & niiden käsittely-ehdot | | | Närikat | | | | |
| Twitter | | | | Närikat | | | | |
| Sähköpostinomainen edell. vuoden osall. | OPASTUSSUUNNITELMA | | | Närikat | | OPISKELIJAT | | |
| Sähköposti ilmoittautuneille | WC-kartta | | | Närikat | | Harjoittelu/opinnäyte työjoi(l)llekin? | | |
| Osallistujiaohje sähköpostilla&muualle | Seinäopasteet | | | Närikat | | Trade nomi/Restonomit | | |
| Teeman päättäminen | Tarraopasteet | | | Närikat | | - tapahumman rakentaminen | | |
| Visuaalisen ilmeen tilaaminen | Opastetulojen sisältö | | | Närikat | | - vastaanotto | | |
| Visuaalisen ilmeen toteuttaminen | Montorien käyttö opasteina? | | | Närikat | | - tapahumatoimisto | | |
| Sama ilme eri kanavissa | Kuulutukset? | | | Närikat | | - opastaminen | | |
| Sometajahlö erikseen päivien ajaksi | Ooppaat ruuhkiin yms. | | | Närikat | | - pää- ja rinnakkaisallvastuut | | |
| | Pysäköinti | | | Närikat | | - tarjolla | | |

4.2 Laadullinen tutkimus

Tuomen ja Sarajärven (2013, 20) mukaan havaintojen teoriapitoisuus on eräs laadullisen tutkimuksen peruspilareista, johon nojataan sekä määrällisen tutkimuksen kritiikissä että tutkimuksen perusteluissa. Havaintojen teoriapitoisuudessa on kyse tutkimuksen tuloksiin vaikuttamisesta yksilön käsityksellä ilmiöstä, tutkittavalle ilmiölle annetuista merkityksistä tai tutkimuksessa käytetyistä välineistä. Tutkimustulokset ovat siis sidonnaisia käytettyihin havaintomenetelmiin ja käyttäjään. Tällöin ei voida puhua puhtaasti objektiivisesta tiedosta, vaan kaikkeen tietoon liittyy siinä mielessä subjektiivisuutta, että tutkija päättää tutkimusasetelmasta nojaten omaan ymmärrykseensä. (Tuomi & Sarajärvi, 2013, 20.)

Laadullinen tutkimus on tyypiltään empiiristä, ja havaintoaineistoa sekä argumentointia tarkastellaan empiirisen analyysin tavoin. Empiirisessä analyysissä häivytetään sisältöä tuottavien henkilöiden tunnistettavuus yksilöinä. Teoreettisen analyysin argumentoinnin viitatessa yksittäiseen väitteeseen ja sen henkilön tunnistamiseen, on empiirisen tutkimuksen etiikan näkökulmasta tutkijan pidettävä huolta siitä, ettei yksittäistä henkilöä tunnisteta. (Tuomi & Sarajärvi, 2013, 21-22.)

4.3 Haastattelututkimus

Kehittämistyön tutkimusaineistona käytettiin laadullista tutkimusta, jossa aineistoa kerättiin haastatteleamalla kahdeksaa eri TAMKin henkilökuntaan kuuluvaa työntekijää useasta eri yksiköstä.

Henkilökohtaisessa haastattelussa haastattelija esittää kysymykset suullisesti ja merkitsee vastaukset muistiin. Haastattelun ja kyselyn ero liittyy siis vastaajan toimintaan tiedonkeruuvaiheessa. Haastattelun suurin etu on joustavuus. Haastattelija voi toistaa kysymyksen, korjata väärinkäsityksiä, valottaa ilmaisen sanamuotoa ja keskustella vastaa-

jan kanssa. Tällainen ei ole mahdollista esimerkiksi postikyselyssä, jossa jokainen vastaaja saa saman lomakkeen täytettäväkseen. (Tuomi & Sarajärvi, 2013, 73.)

Haastattelussa on myös joustavaa se, että tutkija voi esittää kysymykset aiheelliseksi katsomassaan järjestyksessä. Haastattelussa olennaisinta on kerätä vastaajilta mahdollisimman paljon tietoa halutusta asiasta. Tällöin haastattelukysymykset tai aiheet on tarpeellista toimittaa haastateltaville ajoissa etukäteen tarkasteltavaksi. Haastateltavan mahdollisuus tutustua aineistoon etukäteen on suositeltavaa haastattelun onnistumisen näkökulmasta. Tämä onnistuu siten, että haastatteluluvasta ja – ajasta sovitaan. Haastattelun eettisyyden kannalta on aiheellista kertoa vastaajalle haastattelua koskeva aihe. (Tuomi & Sarajärvi, 2013, 73.)

Haastatteluluvasta sovittaessa henkilökohtaisesti haastateltavat harvoin kieltäytyvät haastattelusta jo luvan annettuaan. Lisäksi haastatteluun voidaan valikoida henkilöt, joilla on tutkittavasta aiheesta tietoa tai kokemusta. (Tuomi & Sarajärvi, 2013, 74.)

Aineiston pelkistämässä analysoitava data on esimerkiksi auki kirjoitettu haastatteluaineisto, joka pelkistetään eli tässä tapauksessa aineistosta poistetaan tutkimuksen kannalta epäolennainen tieto. Pelkistämällä voidaan tiivistää tai pilkkoa osiin informaatiota. Tutkimustehtävä ohjaa aineiston pelkistämistä ja tällöin jäljelle jätetään tutkimustehtävän kannalta olennaiset ilmaukset. (Tuomi & Sarajärvi, 2013, 109.)

4.3.1 Haastattelun toteutus

Haastattelukutsun saaneet henkilöt valikoitiin toimeksiantajani eli silloisen kollegani sekä esimieheni toimesta. Valinnat tehtiin kahden tapaamisen yhteydessä, joissa olin mukana. Haastateltaviksi haluttiin sellaisia TAMKin työntekijöitä, jotka täyttivät yhden tai useamman seuraavista kriteereistä: Kokemusta TAMKissa järjestetyistä tapahtumista, TAMKin johtoon kuuluva henkilö, edustaa jotakin TAMKin yksikköä, jota muut haastateltavat eivät edusta ja opetushenkilökunnan johtoon kuuluva henkilö.

Haastatteluilla oli tarkoitus saada vastauksia ja vastaajan omia näkökulmia kehittämistyön pääkysymykseen eli siihen, mitä TAMKin Tapahtumapalveluilta odotetaan

TAMKilla järjestettäviin tapahtumiin liittyen. Lisäksi pääosan kysymyksistä tuli liittyä tapahtumakoordinointiin TAMKilla järjestetyissä tapahtumissa, joissa järjestäjänä on TAMKiin kuuluvaa henkilökuntaa tai opiskelijoita. Valitsimme haastattelukysymykset samalla kokoonpanolla kuin haastateltavat.

| |
|---|
| <p>1. Mitkä palvelut ja tehtävät kuuluvat mielestänne tapahtumapalveluiden piiriin ja mitä niistä tulisi vähintään tarjota?</p> <p>2. Mitkä tapahtumatyypit kuuluvat mielestänne tapahtumapalveluiden vastuualueelle?</p> <p>3. Jos saatte tapahtuman järjestettäväksenne TAMKilla, niin mistä lähdette liikkeelle? kehen otatte yhteyttä ja mistä etsitte tarvittaessa tietoa ja neuvoa sen järjestämiseen?</p> <p>4. Kenen kaikkien TAMKin tahojen panosta tarvitaan mielestänne tapahtumakoordinoinnissa?</p> <p>5. Miten mielestänne mahdollistettaisiin tapahtuman järjestäjän itseohjautuvampi eteneminen tapahtuman suunnittelussa? Mitä mieltä olette monialaisen tapahtumajärjestämisen kurssin järjestämisestä?</p> <p>6. Millä tavoin voisimme parantaa opiskelijoiden käyttöä tapahtumien järjestämiseen liittyvissä tehtävissä?</p> <p>7. Kenelle ja miten TAMKin tapahtumapalveluita tulisi mielestänne markkinoida?</p> <p>8. Miten mielestänne TAMKissa järjestettävien tapahtumien tulisi näkyä eri tiedotuskanavissa ja visuaalisesta näkökulmasta?</p> <p>9. Onko mielestänne TAMKissa järjestetyissä kv-tapahtumissa kehitettävää? Jos on, niin mitä?</p> <p>10. Miten kiteyttäisitte tapahtumapalveluiden roolin lyhyesti?</p> <p>11. Onko muita tapahtumapalveluihin liittyviä asioita, jotka mielestänne olisi hyvä sisällyttää kehittämistyöhön?</p> |
|---|

KUVA 4. Haastattelukysymykset

Haastattelukysymysten ollessa valmiita syyskuun puolivälissä 2015 lähetin haastattelukutsut valituille henkilöille sähköpostitse. Sähköposti oli kalenterikutsun muodossa, ja saatetekstissä esittelin itseni ja opinnäytetyön aiheeni sekä pyysin heiltä suostumista haastatteluun ehdottaen alustavaa ajankohtaa haastattelulle. Kutsu lähetettiin kahdeksalle TAMKin henkilökuntaan kuuluvalle, joista yllätykseni kuusi hyväksyi sovitun ajan tai ehdotti uutta aikaa muutaman päivän sisällä kutsun lähettämisestä. Kaksi muuta kutsuttua joutui kieltäytymään haastattelusta työkiireiden vuoksi, jolloin mietimme kaksi uutta haastateltavaa heidän tilalleen. Myös kaksi uutta kutsuttua hyväksyivät haastatteluun osallistumisen melko pikaisesti. Kun haastateltava oli hyväksynyt kutsun, lähetin hänelle sähköpostin liitteenä haastattelukysymykset, jossa myös kerroin lyhyesti haas-

tattelun taustan ja tarkoituksen. Lisäksi sovimme haastateltavan kanssa haastatteluun soveltuvan tilan, jos he eivät sitä olleet vielä ehdottaneet.

Valittujen henkilöiden saamista haastatteluun helpotti se, että kuuluiin tuolloin TAMKin henkilökuntaan, jolloin näin haastateltavien kalenterit niiltä osin, joissa heillä ei ollut vielä varattua aikaa muille työtehtäville. Tällöin pystyin ehdottamaan kalenterikutsussa tapaamisaikaa, jossa heillä näytti olevan vapaata.

4.3.2 Haastattelun tulokset

Haastattelut suoritettiin syyskuun ja lokakuun vaihteessa haastateltavien työhuoneissa tai varaamissamme neuvotteluhuoneissa. Haastattelut olivat kestoltaan 20–45 minuuttia ja ne nauhoitettiin kokonaisuudessaan. Kahdeksan haastattelun yhteiskesto nauhoitteina oli kolme tuntia 45 minuuttia, eli haastattelujen keskiarvoksi tuli vajaa puoli tuntia.

Litteroin eli saatoin haastattelunauhoitteet tekstimuotoon. Kävin jokaisen haastattelun yksi kerrallaan läpi kuuntelemalla nauhoitteen ja kirjaamalla ylös haastateltavan vastaukset jokaiseen 11 kysymykseen olennaisilta osilta. Käytyäni ensimmäisen kerran läpi kaikki haastattelut ja muuttaessani ne tekstiksi, minulla oli 11 sivua vastauksia haastattelun kysymyksiin. Toisella läpikäynnillä tiivistin vastauksia helpommin luettavaan muotoon, poistin päällekkäiset vastaukset sekä poistin vastausten edestä vastaajien nimet säilyttääkseni anonymiteetin. Tämän tehtyäni vastaukset olivat ranskalaisin viivoin kysymysten alla ja sivuja oli viisi. Kolmannella kerralla jätin näkyviin vastaukset, jotka liittyvät suoraan palvelutarjottimen pääkysymykseen eli siihen, mitkä palveluita Tapahtumapalveluilta pitäisi saada TAMKilla järjestettäviin tapahtumiin liittyen.

Haastateltavat toivat laajasti esille omia näkökulmiaan, mikä on tärkeää koottavan palvelutarjottimen kannalta, sillä palvelutarjotin on tarkoitettu kaikille henkilökuntaan ja opiskelijoihin kuuluville. Kahden TAMKin johtoon kuuluvien haastatteluissa nousi esiin tärkeitä strategiaan ja prosesseihin liittyviä tekijöitä, joita on otettava huomioon katsoessa kaikkia tapahtumia yhtenä kokonaisuutena. Haastatteluista saatiin näkemyksiä, joita Tapahtumapalvelut voi hyödyntää toiminnassaan palvelutarjottimen ohella. Tapahtumapalvelut on melko uusi yksikkö, mikä näyttäytyi muutamien haastateltavien

vastauksissa sillä, ettei heillä ollut varsinaisesti etukäteistietoa Tapahtumapalveluiden roolista ja tarkoituksesta.

4.4 Palvelutarjotin

Palvelutarjottimen pääjako tehtiin työn teoriaosuudessa esitellyn kolmijaon perusteella, johon kuuluvat suunnittelu-, toteutus- ja jälkimarkkinointivaihe. Työn teoriaosuuden lisäksi palvelutarjottimen koonnissa hyödynnettiin haastattelututkimuksista saatuja vastauksia sekä AMK-päivillä käytössä ollutta tehtävälisteriä.

Lokakuussa 2015 kokosin haastattelututkimuksen pohjalta myöhemmin käytettävän tiedote-esimerkin palvelutarjottimesta:

Hei TAMKilainen! Suunnitteletko tapahtumaa ja tarvitset apua tai neuvoja sen järjestämiseen ja suunnitteluun? Tarjottimesta saat apua niihin asioihin, jotka askarruttavat.

Katso nämä asiat, kun olet saanut tiedon tapahtuman järjestämisestä:

1. Katso sopiva ajankohta tapahtumalle [Intran tapahtumakalenterista](#) ja kirjaa tapahtumasi sinne.
2. Varaa tapahtumaa varten tarvittavat tilat [Pepistä](#) tai ota yhteys [tilasihteereihin](#) sähköpostilla
3. Mieti, koskeeko tapahtuman sisältö jotain muuta yksikköä ja ole heihin yhteydessä
4. Mieti, onko tapahtuma itsesi hallittavissa helposti vai tarvitsetko Tapahtumapalveluiden apua
5. Jos tunnet tarvitsevasi apua ja neuvoja tapahtuman suunnittelussa, niin ota yhteys Tapahtumapalveluiden tapahtumakoordinaattorin (nimi ja yhteystiedot) tai laita suoraan sähköpostia osoitteeseen [events\(at\)tamk.fi](mailto:events(at)tamk.fi).

Meiltä saat apua seuraavissa tapahtumissa:

- TAMKin esittely/vierailuohjelma kansainvälisille vierailijaryhmille ja kotimaisille delegaatioille
- TAMKissa pidettävät tapahtumat, joissa on ulkopuolisia vieraita tai sidosryhmiä mukana
- Tapahtumat, jotka vaativat joitain erityisjärjestelyjä
- Isot tapahtumat, kv-tapahtumat ja seminaarit
- Tapahtumat, joissa TAMKia käytetään vain tilojen puolesta
- Ulkopuolisia osallistavista tapahtumista Tapahtumapalvelut on mukana tapauskohtaisesti
- Osassa projektien yhteydessä järjestettävistä viikoista

Meiltä saat apua seuraavissa tehtävissä:

- Kaikkien tarvittavien TAMKin tahojen osallistaminen ja informointi tapahtumaan liittyen
- TAMKissa tehtävien varausten hoitaminen: tarjoilu, tilojen varaus, laitteiston hankkiminen, kuljetukset
- Tapahtuman käytännön järjestelyiden ja vieraiden liikkumisen toimivuuden varmistaminen
- Ilmoittautumisten hallinnointi isommissa tapahtumissa
- Tapahtuman jälkeiset toimenpiteet, tapahtuman materiaalien esilletuonti ja muu jälkimarkkinointi

Tapahtumissa toimitaan usein seuraavien TAMKin yksiköiden tai tahojen kanssa:

- Kiinteistö- ja tilapalvelut: kulunvalvonta, tilojen vuokraus, siivous, pysäköintiopastus.
- Henkilöstöpalvelut: turvallisuus, infopisteet ja vahtimestarit
- Talouspalvelut, jos tapahtumassa laskutetaan
- Tarjoilut Campusravitalta
- Viestintäpalvelut
- Palvelusihteerit
- Tietohallinto
- TAMKEDU yritysten rajapinnan hallinnointiin,

Tapahtumasta riippuen TAMKin johdon edustaja tervetulo puheen pitämiseksi

KUVA 5. Tiedote palvelutarjottimesta

Tapahtumapalveluiden palvelutarjotin

Tapahtuman suunnitteluvaihe:

- Tapahtuman vienti näkyviin TAMKin Intran tapahtumakalenteriin
- Tilavaraukset (esim. auditorio, luokkatila)
- Kalustevaraukset (esim. pöydät, sermit, narikat)
- Teknisten laitteiden vuokraus (esim. kamera, näyttö, tietokone)
- Tarjoiluiden varaus (Campusravitan kautta tehtävät)
- Neuvontaa tapahtuman aikatauluttamisessa
- Ilmoittautumisten hallinnointi tapahtuman koosta riippuen
- Neuvontaa TAMKin yleisten tilojen käytöstä tapahtuman aikana
- Yleistä neuvontaa tapahtuman suunnitteluun liittyvissä asioissa

Viestintä ja markkinointi:

- Tapahtuman kotisivujen rakentaminen
- Tilin luonti tapahtumalle eri some-kanaviin (esim. Facebook, Twitter, Instagram)
- Yhteisen sähköpostiviestin lähettäminen isolle joukolle
- Tapahtuman visuaalisen ilmeen suunnittelu yhdessä tapahtumajärjestäjän kanssa
- Tulostettavan materiaalin toimittaminen A3-kokoon asti (esim. ohjelma, nimilistat, opasteet)
- Esiintyjä- ja puhujalahjat
- Osallistujille jaettavat ”kotiinviemiset”

Tapahtuman toteutusvaihe

- Osallistujien opastaminen ja ohjaaminen TAMKilla
- Tapahtumapaikan rakentaminen
- Ilmoittautumistiskin hallinnointi
- Yhteydenpito tapahtuman järjestäjän ja TAMKin tahojen välillä
- Pysäköinnin opastaminen
- Tapahtuman järjestäjän avustaminen ja neuvonta tapahtuman aikana
- Tapahtuman purku

Tapahtuman jälkimarkkinointivaihe

- Yhteinen kiitosviesti osallistujille
- Palautteen kerääminen osallistujilta
- Tapahtuman materiaalien esille tuonti nettisivuille, some-kanaviin sekä TAMKin kanaviin

KUVA 6. Tapahtumapalveluiden palvelutarjotin

Tiedotetta (KUVA 5.) on tarkoitus jakaa TAMKin eri yksiköille muun muassa sähköpostin, intratiedotteiden ja – uutisten muodossa.

Valmis palvelutarjotin on tarkoitus viedä näkyville ainakin TAMKin Intraan, josta tapahtumajärjestäjä näkee palvelut, joihin se voi saada apua tapahtumaprosessissa. Pal-

velutarjottimen eräs rooli on myös toimia niin sanottuna palvelulupauksena tapahtuman järjestäjälle eli siinä näkyvät palvelut, joita Tapahtumapalveluilta vähintään saa. Lopulta jokainen tapahtuma ja tarve ovat yksilöllisiä, jolloin palveluiden yksityiskohdista sovi-
taan erikseen.

Palvelutarjotinta on tarkoitus päivittää säännöllisin väliajoin ja se tehdään suunnitelman mukaan Tapahtumapalveluilla työskentelevän tapahtumakoordinaattorin tai vastaavan henkilön toimesta.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella ja rakentaa TAMKin Tapahtumapalveluille työkaluksi käyttöön tuleva palvelutarjotin, josta TAMKissa työskentelevälle tai opiskelevälle taholle selviää Tapahtumapalveluiden tarjoamat palvelut tapahtuman järjestämisessä. Työn tavoitteena oli helpottaa tapahtuman järjestäjän työtä palvelutarjottimen avulla koko tapahtuman prosessin aikana. Tavoitteena oli myös saada palvelutarjottimen avulla tapahtuman järjestäjä itseohjautuvammin liikkeelle tapahtuman suunnitteluvaiheesta lähtien. Näin pyrittiin lisäämään yleistä tietoisuutta Tapahtumapalveluista ja sen tarjoamista palveluista TAMKin tahojen keskuudessa. Tapahtumat rajattiin koskemaan TAMKin tiloissa pidettäviä tapahtumia.

Työn tarkoituksessa onnistuttiin, sillä saatiin rakennettua palvelutarjotin, joka sisältää Tapahtumapalveluiden tarjoamat palvelut tapahtumissa. Edellisessä kappaleessa mainittujen tavoitteiden toteutumista oli vaikea arvioida, sillä palvelutarjotin ei ole ollut vielä käytössä. Toisaalta voidaan olettaa, että ainakin ensimmäinen tavoite täyttyisi sillä, että tapahtumanjärjestäjä on perehtynyt palvelutarjottimen sisältöön. Yleisen tietoisuuden lisääntyminen Tapahtumapalveluista olisi luonnollinen seuraamus kahdesta tavoitteesta ja siitä, että tapahtumanjärjestäjät ovat ottaneet palvelutarjottimen käyttöön sekä kokee ne sen hyödylliseksi tapahtumissa.

Opinnäytetyölle asetettujen tavoitteiden pohjalta laadittiin toimintasuunnitelma sekä valittiin kehittämismenetelmät. Aineistonkeruumenetelmäksi valikoitui haastattelututkimus. Haastattelu osoittautui toimivaksi menetelmäksi, sillä sen avulla saatiin useiden yksiköiden sekä TAMKin johdon näkökulmia palvelutarjottimen toivotuista ominaisuuksista ja Tapahtumapalveluiden roolista tapahtumissa. Näiden näkökulmien avulla voitiin kiinnittää huomiota siihen, että palvelutarjotin palvelisi mahdollisimman hyvin kaikkia, oli sitten tapahtuman järjestäjä mistä TAMKin yksiköstä tahansa. Kehittämistyössä hyödynnettiin case-esimerkin AMK-päivät 2015 – tapahtumassa käytössä ollutta tehtävälistaa. Tehtävälista koettiin hyödylliseksi kehittämistyössä, sillä tapahtuma työllisti suuresti Tapahtumapalveluita ja tehtäväkirjo siinä oli hyvin laaja. Tehtäväkirjoa oli verrattava siihen faktaan, että Tapahtumapalveluiden resurssit ovat rajalliset, sillä saman yksikön vastuulle kuuluvat myös TAMKin alumnitoiminta sekä opiskelijoiden työnvälityspalvelu ja työllistymisen tukeminen. Näiden asioiden pohjalta voitiin palvelutarjottiin jättää ne palvelut, jotka ovat tärkeitä tapahtuman onnistuneessa läpiviemisessä.

Työn teoreettisen viitekehyksen valinta tapahtui sen jälkeen, kun olin rajannut työni aihepiirin ja analysoinut haastattelut. Palvelutarjottimen kannalta olennaisin teoria liittyi tapahtumien ominaisuuksiin sekä kolmivaiheiseen prosessiin, jonka avulla myös palvelutarjottimen pääjako on tehty. Lisäksi teoria-aineistossa kuvattiin TAMKille tyypillisten tapahtumien ominaisuuksia, tapahtuman projektimaisuutta sekä tapahtumatiimin toimintaa. Suurin haaste teoreettisen viitekehyksen kokoamisessa oli aihepiirin rajaaminen. Koottavaa palvelutarjotinta varten oli oltava yleistä tietoperustaa tapahtumista, mutta oli myös saatava yksityiskohtaista tietoa tapahtumien rakenteesta ja tapahtumaprosessin pilkkomisesta kokoon. Onnistuin mielestäni löytämään ajankohtaista ja kehittämistyötä tukevaa teoriaa pääasiassa tapahtuma-alan julkaisuista ja kirjoista.

Palvelutarjottimen pääjako tehtiin teoriaosuudessa kuvatun tapahtuman kolmivaiheisen prosessin mukaan. Tähän kuuluvat suunnittelu-, toteutus- ja jälkimarkkinointivaihe. Lisäksi neljänneksi kokonaisuudeksi valittiin viestintä ja markkinointi, koska ne ovat iso osa tapahtuman suunnittelua. Palvelutarjottimen lopullista rakentamista tehdessäni minulla oli teoria-aineisto, haastattelun tulokset, case-esimerkissä käytetty tehtävälista sekä muut niin sanotut palapelin palaset. Näin palvelutarjottimen rakentaminen sujui odotettua helpommin ja sain siitä mielestäni ytimekkään sekä olennaisen tiedon sisältävän.

Valmis palvelutarjotin tulee toimeksiantajalle tarpeeseen, sillä se auttaa nuorehkoa yksikköä myös selkeyttämään omaa toimikuvansa ja mainostamaan sitä tuleville tapahtuman järjestäjille, kun sen tarjoamat palvelut ovat selkeästi tiedossa ja esillä. Palvelutarjottimen käyttö voitaisiin organisoida niin, että sen sisältö löytyisi TAMKin Intrasta linkin takaa sähköisessä lomakkeessa, josta tapahtumanjärjestäjä voi valita kohdat, joihin se tarvitsee apua tai neuvoja Tapahtumapalveluilta. Lomakkeen lähettämisen jälkeen sen tiedot tulisivat Tapahtumapalveluille sähköpostilla. Tämä pelkästään voi nopeuttaa tapahtuman suunnitteluvaiheen käynnistämistä ja ylimääräistä viestinvaihtoa tapahtumanjärjestäjän ja Tapahtumapalveluiden välillä. Toisaalta tämän toimimisen edellytyksenä on se, että jokainen tapahtumaa suunnitteleva TAMKin taho tietää Tapahtumapalvelut ja löytää palvelutarjottimen helposti.

Opinnäytetyötä tehdessäni olen saanut tapahtumamarkkinoinnista uuden osaamisalueen ammattialaani. Olen saanut paljon ajankohtaista tietoa muun muassa tapahtuman omi-

naisuuksista, tapahtumaprosessista ja tapahtumatyyppeiden eroavaisuuksista. Olen lisäksi perehtynyt tapahtuma-alan uusiin suuntauksiin ja vallitseviin trendeihin. Tätä voin pitää tärkeimpänä antina opinnäytetyön tekemisestä. Koska työskentelen mieluummin ryhmässä kuin yksin, sain mielestäni tästä arvokkaan kokemuksen projektin läpiviemisestä yksin. Toisaalta en pysynyt aina asettamassani aikataulussa opinnäytetyön suhteen, joten työn valmiiksi saanti venyi odotettua pidemmäksi.

Opinnäytetyöaiheittani olisi helppo kehittää ottamalla palvelutarjotin käyttöön TAMKin tapahtumissa ja keräämällä tapahtumanjärjestäjiltä palautetta sen toimivuudesta. Palvelutarjottimen testaaminen käytännössä jää opinnäytetyön ulkopuolelle.

LÄHTEET

Bodwin, G. Allen, J. O'Toole, W. Harris R. & McDonnell, I. 2006. Events Management. 2. painos. Oxford: Elsevier

Hakala, J. 2004. Opinnäyteopas ammattikorkeakouluille. Helsinki: Gaudeamus Kirja

Iskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjälle. Helsinki: Suomen Liikunta ja Urheilu ry

Kilkenny, S. 2006. The complete guide to successful Event Planning. Florida: Atlantic Publishing Group, Inc.

Pääskylä-Malmström, T. 2015. Toisinajattelija Tolvanen. Evento 7-8/2015, 22-27

Saksala, E. 2015. Tuottajan käsikirja. Helsinki: Like Kustannus Oy

Shone, A. & Parry, B. 2010. Successful Event Management. A practical handbook / third edition. Hampshire: Cengage Learning EMEA

Tampereen ammattikorkeakoulu. 2015. Tapahtumapalvelut. Luettu 2.12.2015
<https://intra.tamk.fi/fi/group/kompassi/tapahtumapalvelut>

Tampereen ammattikorkeakoulun Tapahtumapalvelut, 2015. AMK-päivät 2015 tehtävälista. Tampere

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2013. Laadullinen tutkimus ja sisältöanalyysi. Espoo: Kustannusosakeyhtiö Tammi

Turunen, H. 2015. AMK-päivät 2015 Loppuraportti. Tampere.

Vallo, H. & Häyrynen, E. 2014. Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 4. painos. Helsinki: Tietosanoma Oy

van der Wagen, L. & White, L. 2010. Events Management. For tourism, cultural, business and sporting events. Sydney: Pearson Australia