

Henri Kangaskorte

Cashless payment tapahtumajärjestäjän työkaluna

Opinnäytetyö

Kevät 2018

SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

2014 Kulttuurituotanto



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Liiketoiminta ja kulttuuri

Tutkinto-ohjelma: 2014 Kulttuurituotanto

Suuntautumisvaihtoehto: Tapahtumatuotanto

Tekijä: Henri Kangaskorte

Työn nimi: Cashless payment tapahtumajärjestäjän työkaluna

Ohjaaja: Jussi Kareinen

Vuosi: 2018

Sivumäärä: 55

Liitteiden lukumäärä: 2

Opinnäytetyössä tutkitaan cashless payment -maksujärjestelmää tapahtumajärjestäjän näkökulmasta.

Opinnäytetyön toimeksiantaja on CoreGo Oy, joka on toteuttanut yli 300 tapahtumaan cashless payment -maksujärjestelmän.

Ensimmäisessä osiossa keskitytään cashless payment -maksujärjestelmään ja sen ominaisuuksiin yleisesti. Osiossa mietitään mitä cashless paymentissä on syytä ottaa huomioon, mitä etuja maksujärjestelmässä on ja mitä uhkia cashless paymentiin liittyy.

Toisessa osiossa avataan Lakeuden Panim juhlat -olutfestivaalissa toteutettuja cashless payment -ratkaisuja vuosilta 2016, 2017 ja 2018. Osiossa käydään myös läpi vuosina 2017 ja 2018 tehdyt asiakaspalautekyselyt cashless paymentin osalta ja vertaillaan tuloksia. Palautekyselyiden tuloksista huomataan, että cashless payment on ollut toimiva ratkaisu Lakeuden Panim juhlat -tapahtumaan ja että asiakkaat ovat tunnistaneeet cashless paymentin edut.

Opinnäytetyön lopussa syvennyttään cashless paymentin mahdollisuuksiin ja mietitään mitä kehitettävää maksujärjestelmässä on tapahtumajärjestäjän näkökulmasta.

Avainsanat: cashless payment, maksujärjestelmä, Lakeuden Panim juhlat, tapahtuma, tapahtumajärjestäjä

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: Business and culture

Degree programme: Cultural management

Specialisation: Event management

Author/s: Henri Kangaskorte

Title of thesis: Cashless payment as an event organizer's tool

Supervisor(s): Jussi Kareinen

Year: 2018 Number of pages: 55 Number of appendices: 2

The thesis examines the cashless payment system from the point of view of the event organizer.

The commissioner company of the thesis is CoreGo Oy, which has implemented a cashless payment system for more than 300 events.

The first section focuses on the cashless payment system and its features in general. The section examines what you should consider in cashless payment and what the benefits and threats of cashless payment are.

The second section presents the cashless payment solutions at the Lakeuden Panimojuhlat beer festival from the years 2016, 2017, and 2018. This section also examines the customer feedback surveys for the years 2017 and 2018.

The last section discusses the opportunities and targets for development of the cashless payment system from the event organizer's point of view.

Keywords: cashless payment, payment system, Lakeuden Panimojuhlat, event, event organizer

SISÄLTÖ

| | |
|--------------------------------------------|----|
| Opinnäytetyön tiivistelmä..... | 2 |
| Thesis abstract..... | 3 |
| SISÄLTÖ..... | 4 |
| Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo..... | 6 |
| Käytetyt termit ja lyhenteet..... | 8 |
| 1 JOHDANTO..... | 9 |
| 2 CASHLESS PAYMENT TAPAHTUMISSA..... | 11 |
| 2.1 Cashless payment maksutapana..... | 11 |
| 2.2 Cashless paymentin edut..... | 13 |
| 2.3 Cashless payment osana tapahtumaa..... | 14 |
| 2.4 Asiakasviestintä..... | 16 |
| 2.5 Uhkakuvat..... | 18 |
| 3 LAKEUDEN PANIMOJUHLAT..... | 20 |
| 3.1 Taustaa..... | 20 |
| 3.2 Lakeuden Panimojuhlat 2016..... | 21 |
| 3.2.1 Taustaa tapahtumasta..... | 21 |
| 3.2.2 Tapahtuman asiakasviestintä..... | 22 |
| 3.2.3 Toteutus..... | 23 |
| 3.3 Lakeuden Panimojuhlat 2017..... | 24 |
| 3.3.1 Tapahtuman asiakasviestintä..... | 24 |
| 3.3.2 Uudistukset ja parannukset..... | 25 |
| 3.4 Lakeuden Panimojuhlat 2018..... | 27 |
| 3.4.1 Tapahtuman asiakasviestintä..... | 27 |
| 3.4.2 Uudistukset ja parannukset..... | 29 |
| 3.5 Lakeuden Panimojuhlat 2019..... | 30 |
| 3.6 Asiakaskyselyt..... | 31 |
| 3.6.1 Taustaa asiakaskyselyistä..... | 31 |
| 3.6.2 Asiakaskysely vuonna 2017..... | 31 |
| 3.6.3 Asiakaskysely vuonna 2018..... | 37 |
| 3.6.4 Asiakaskyselyiden vertailu..... | 42 |

| | | |
|-------|------------------------------------------------------|----|
| 4 | CASHLESS PAYMENTIN MAHDOLLISUUDET | 46 |
| 4.1 | Hyödyntäminen myynnissä | 46 |
| 4.2 | Hyödyntäminen tuotannossa..... | 47 |
| 4.2.1 | Tuotanto..... | 47 |
| 4.2.2 | Big data..... | 48 |
| 4.2.3 | Kulunvalvonta | 49 |
| 4.3 | Kehittäminen tapahtumajärjestäjän näkökulmasta | 50 |
| 5 | POHDINTA | 52 |
| | LÄHTEET | 53 |
| | LIITTEET | 55 |

Kuva-, kuvio- ja taulukkoluettelo

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Kuva 1 Esimerkkejä maksutunnisteista, Lakeuden Panimojuhlien vuosien 2017 ja 2018 älykortit..... | 12 |
| Kuva 2 Esimerkki latauspisteestä, Lakeuden Panimojuhlat 2017. | 13 |
| Kuva 3 Lakeuden Panimojuhlat 2018 Facebook-tiedote tapahtumatilien rekisteröimisestä. | 28 |
| | |
| Kuvio 1 Lakeuden Panimojuhlat 2017 asiakaskyselyyn vastanneiden ikäjakauma. | 32 |
| Kuvio 2 Lakeuden Panimojuhlat 2017 asiakaskyselyyn vastanneiden sukupuolijakauma. | 33 |
| Kuvio 3 Lakeuden Panimojuhlat 2017 asiakaskyselyyn vastanneiden osallistuminen tapahtumaan. | 33 |
| Kuvio 4 Lakeuden Panimojuhlat 2017 asiakaskyselyyn vastanneiden osallistuminen aikaisempaa vuonna. | 34 |
| Kuvio 5 Lakeuden Panimojuhlat 2017 asiakaskyselyyn vastanneiden mielipiteet älykorttimaksamisesta, osa 1. | 35 |
| Kuvio 6 Lakeuden Panimojuhlat 2017 asiakaskyselyyn vastanneiden mielipiteet älykorttimaksamisesta, osa 2. | 36 |
| Kuvio 7 Lakeuden Panimojuhlat 2018 asiakaskyselyyn vastanneiden ikäjakauma. | 37 |
| Kuvio 8 Lakeuden Panimojuhlat 2018 asiakaskyselyyn vastanneiden sukupuolijakauma. | 38 |
| Kuvio 9 Lakeuden Panimojuhlat 2018 asiakaskyselyyn vastanneiden osallistuminen tapahtumaan. | 38 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Kuvio 10 Lakeuden Panimojuhlat 2018 asiakaskyselyyn vastanneiden osallistuminen aikaisempina vuosina. | 39 |
| Kuvio 11 Lakeuden Panimojuhlat 2018 asiakaskyselyyn vastanneiden mielipiteet älykorttimaksamisesta, osa 1. | 40 |
| Kuvio 12 Lakeuden Panimojuhlat 2018 asiakaskyselyyn vastanneiden mielipiteet älykorttimaksamisesta, osa 2. | 41 |
| Kuvio 13 Älykorttimaksamiseen liittyvien mielipiteiden vertailu vuosien 2017 ja 2018 Lakeuden Panimojuhlien asiakaskyselyissä, osa 1. | 43 |
| Kuvio 14 Älykorttimaksamiseen liittyvien mielipiteiden vertailu vuosien 2017 ja 2018 Lakeuden Panimojuhlien asiakaskyselyissä, osa 2. | 44 |

Käytetyt termit ja lyhenteet

| | |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Cashless payment | Maksujärjestelmä, jossa perinteisten pankkikorttien ja käteisen sijaan käytetään tapahtuman sisäisiä maksutunnisteita maksamiseen ja mahdollisesti myös kulunvalvontaan. Voidaan kutsua myös älymaksamiseksi tai älykorttimaksamiseksi. |
| Maksutunniste | Sirullinen tunniste, johon asiakas lataa virtuaalirahaa ja maksaa tapahtumassa. Maksutunniste voi olla esimerkiksi älykortti tai ranneke. |
| Virtuaaliraha | Maksutunnisteelle ladattava tapahtuman oma valuutta. Käytetään myös nimitystä poletti. |

1 JOHDANTO

Tutustuin cashless payment -maksujärjestelmään vuonna 2015, kun mietimme uudelle olutfestivaalille sopivaa maksujärjestelmää. Olin vastaavana tuottajana Rytmi-korjaamolla järjestettävässä Lakeuden Panimujuhlat -olutfestivaalissa, johon päädyimme ottamaan CoreGo Oy:n toteuttaman cashless payment -maksujärjestelmän. Vaikka uusi maksujärjestelmä aiheutti jonkun verran epävarmuutta, ensimmäiset Lakeuden Panimujuhlat sujuivat erittäin hyvin cashless payment -järjestelmällä. Päätimme ottaa maksujärjestelmän käyttöön myös seuraaville vuosille.

Mitä enemmän maksujärjestelmään perehdyin, sitä enemmän se herätti mielenkiintoni. Nyt, vuonna 2018, cashless payment -maksujärjestelmä on huomattavasti käytetympi kuin vuonna 2015. Maksujärjestelmä on kehittynyt paljon ja se on tullut paremmin myös ihmisten tietoisuuteen. Cashless payment on hyvin toteutettuna niin tapahtumajärjestäjiä, alihankkijoita kuin asiakkaita palveleva järjestelmä. Se vaatii kuitenkin runsaasti työtä niin cashless paymentin toteuttajalta kuin tapahtumajärjestäjältä.

Cashless payment aiheena herättää paljon mielipiteitä ja kysymyksiä. Toisissa Lakeuden Panimujuhliissa minulla heräsi ajatus siitä, että tutkisin opinnäytetyössäni cashless paymentiä. Esittelin ajatukseni CoreGo Oy:lle, joka innostui ajatuksesta. CoreGo Oy valikoitui toimeksiantajaksi, koska halusin opinnäytetyössäni yhdistää niin tapahtumajärjestäjän kuin maksujärjestelmän toteuttajan näkökulmia.

CoreGo Oy on vuonna 2015 perustettu suomalainen yritys, joka tarjoaa erilaisille tapahtumille cashless payment -toteutuksia. Yritys tunnetaan tapahtumissa nimeltä SeamChip ja se on ollut käytössä jo yli 300 urheilu-, festivaali- ja tastingtapahtumassa. (CoreGo Oy 2018 [Viitattu 5.4.2018].)

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on helpottaa tapahtumajärjestäjiä ymmärtämään kokonaisvaltaisesti, mitä kaikkea cashless paymentissä on syytä huomioida. Opinnäytetyöllä on tarkoitus lisätä ymmärrystä maksujärjestelmää kohtaan ja madaltaa tapahtumajärjestäjien kynnystä ottaa käyttöön cashless payment. Opinnäy-

tetyön tavoitteena on myös tuoda cashless paymentiin tapahtumajärjestäjän näkökulmaa ja auttaa palveluntarjoajia ymmärtämään paremmin tapahtumajärjestäjiä ja -kävijöitä.

Cashless payment on suhteellisen tuore aihe, josta löytyy vielä tällä hetkellä melko vähän asialähteitä. Kolmen vuoden aikana olen keskustellut maksujärjestelmästä niin tapahtumajärjestäjien, myyntipisteiden myyjien, palveluntarjoajan kuin asiakkaiden kanssa. Lakeuden Panimujuhlat on vaatinut paljon huomiointia cashless paymentin suhteen ja opettanut erittäin paljon maksujärjestelmästä. Opinnäytetyössä hyödynnänkin kaikkea tätä matkan varrella opittua tietoa.

Opinnäytetyössä perehdyn maksujärjestelmään, siihen liittyviin uhkakuviin ja asiakasviestintään. Pohdin myös, miten cashless paymentiä voi hyödyntää ja mitä asioita maksujärjestelmässä pitää ottaa huomioon. Opinnäytetyössä avaan myös Lakeuden Panimujuhlat -olutfestivaalin toteutuksia cashless paymentin osalta vuosilta 2016, 2017 ja 2018. Opinnäytetyössä esitellään asiakaspalautekyselyt cashless paymentin osalta vuosilta 2017 ja 2018.

2 CASHLESS PAYMENT TAPAHTUMISSA

2.1 Cashless payment maksutapana

Cashless payment on nykyaikainen maksutapa, joka tarkoittaa yksinkertaisuudessaan sitä, että tapahtumassa käytetään tapahtuman sisäisiä maksutunnisteita maksamiseen ja mahdollisesti myös kulunvalvontaan. Cashless payment on tehokkaimmillaan silloin, kun tapahtumassa ei ole muita maksuvaihtoehtoja. Cashless paymentin toteutukset ja yksityiskohdat vaihtelevat hieman tapahtumakohtaisesti, mutta pääpiirteet siinä ovat aina samat.

Maksutunniste on kuin lompakko, johon asiakas voi ladata rahaa jo ennen tapahtumaa. Kun asiakas ostaa maksutunnisteella jotain, ostetun tuotteen hinta vähennetään maksutunnisteelle ladatusta summasta. Mikäli maksutunnisteelta loppuu raha, voi rahaa ladata mobiilisovelluksen kautta helposti ja nopeasti. Rahaa voi ladata myös tapahtuma-alueella sijaitsevilla latauspisteillä. Maksutunnisteelle ladattavan summan voi päättää itse, ja käyttämättä jääneet rahat voi palauttaa. (Pivo Wallet Oy 2017 [Viitattu 29.3.2018].)

Toisin sanoen asiakas lataa maksutunnisteeseen tapahtuman omaa valuuttaa eli virtuaalirahaa eli poletteja. Maksutunnisteet voivat olla esimerkiksi älykortteja, rannekkeita, kelloja tai tuntolaattoja (Festipay 2017 [Viitattu 27.3.2018].) Usein käytetyjä maksutunnisteita ovat älykortit ja rannekkeet. Kuvassa 1 näkyy Lakeuden Panimujuhlassa vuosina 2017 ja 2018 käytetyt maksutunnisteet. Kaikkia maksutunnisteita yhdistää se, että niiden sisällä on siru, joka mahdollistaa koko toiminnan. Kaikki tapahtuman maksut tehdään maksutunnisteilla, jolloin myös maksutapahtumat nopeutuvat. Cashless paymentin yhtenä tarkoituksena onkin nopeuttaa maksamista ja parantaa asiakaspalvelua.

Usein tapahtuman asiakas voi ladata valmiiksi virtuaalirahaa erilaisten nettipalveluiden kautta, jolloin rahat saa kätevästi maksutunnisteelle tapahtumaan saavuttaessa. Tapahtumissa on myös mahdollisuus ladata paikan päällä virtuaalirahaa sekä vaihtaa käyttämättömät virtuaalirahat takaisin euroiksi. Kuvassa 2 näkyy vuoden

2017 Lakeuden Panimujuhlien latauspiste. Jokaisella myyntipisteellä on asiaankuuluvat maksulaitteet, joissa asiakas voi maksaa pelkästään tapahtuman maksutunnisteilla.

Cashless payment -järjestelmät voidaan jakaa kahteen luokkaan, joita ovat open-loop ja closed-loop järjestelmät. Closed-loop järjestelmä toimii turvallisessa, yksityisessä verkossa julkisen Internetin ulkopuolella. Tämä takaa nopean maksutapahtuman ja maksimaalisen käytettävyyden ilman keskeytyksiä. Open-loop järjestelmä taas vaatii verkkoyhteyden saadakseen maksutapahtumalle luvan luottokorttiyhtiöltä tai pankilta. Useimmissa tapauksissa open-loop järjestelmä ei voi toimia ilman verkkoyhteyttä, joka voi hidastaa maksuliikennettä. (Intellitix 2018 [Viitattu 4.4.2018].)

Toisin sanoen open-loop järjestelmä ottaa rahan tililtä ja toimii hyvin pitkälti samalla periaatteella kuin normaalit pankki- tai luottokortit. Closed-loop järjestelmä on taas erillisen organisaation ylläpitämä suljettu järjestelmä. Molemmat järjestelmät ovat käytettyjä cashless paymentissä. On olemassa myös erilaisia hybridejä, joissa yhdistellään molempien järjestelmien ominaisuuksia.



Kuva 1 Esimerkkejä maksutunnisteista, Lakeuden Panimujuhlien vuosien 2017 ja 2018 älykortit.



Kuva 2 Esimerkki latauspisteestä, Lakeuden Panimojuhlat 2017.

2.2 Cashless paymentin edut

Tapahtumatuotanto läpivalaisussa - alihankkijaverkosto tapahtumaorganisaation tukena -kirjassa (Kumpulainen ym. 2015, 31) luetellaan kattavasti cashless payment -järjestelmän etuja. Yksi keskeisimmistä on myynnin kasvu. Kirjan mukaan kokemukset ovat osoittaneet noin 10 prosentin kasvua tapahtumissa Euroopassa. Kirjassa ei mietitä syytä myynninkasvuun, mutta tähän luonnollisimpana syynä voidaan pitää asiakkaiden ostokäyttäytymisen muuttumista. Ladatessaan rahaa eri maksutunnisteelle, asiakas käyttää todennäköisesti rahaa helpommin ja myöskin käyttää maksutunnisteella olevat rahat loppuun.

Usein ladattava virtuaaliraha on samassa kurssissa euron kanssa eli yksi euro vastaa yhtä tapahtumassa käytettävää polettia. Kuitenkin tapahtumajärjestäjällä on mahdollisuus päättää itse virtuaalirahan arvo. Toisin sanoen järjestäjä voisi päättää, että tapahtumassa käytettävä poletti onkin kolmen euron arvoinen. Näin ollen kuuden euron tuotteen hintana olisikin kaksi polettia. Ideana on luoda asiakkaalle edullisempi mielikuva tuotteen hinnasta. Kun tapahtuman tuotteiden hinnat ovat eri kurssissa mihin asiakas on tottunut, voi yksittäisen tuotteen ostaminen tuntua mielikuvallisesti edullisemmalta kuin normaalisti. Muuten asiakkaan kalliiksi mieltämä hinta voikin tuntua tapahtumassa kohtuuhintaiselta. Tällaiset järjestelyt eivät ole kuitenkaan yleisiä, ja järjestelyt voivat vaikuttaa negatiivisesti asiakkaiden suhtautumiseen maksutapaa kohtaan.

Cashless payment mahdollistaa myös reaaliaikaisen myynnin seurannan ja paremman valvonnan, jolloin kassan ohi tapahtuva myynti voidaan eliminoida. Maksutapa mahdollistaa myös sen, että myyntipaikkojen kanssa voidaan rakentaa liikevaihtoon sidottuja vuokrasopimuksia. Cashless payment mahdollistaa asiakasdatan keräämisen ja suoramarkkinoinnin sekä erilaiset kampanjat ja kohdennetun markkinoinnin. Kaikin puolin ostotapahtuma nopeutuu, jonotus vähenee ja myynti tehostuu. Lisäksi myös mikromaksaminen, kuten narikka, helpottuu. (Kumpulainen ym. 2015, 31.)

Cashless paymentissä on siis useita erilaisia etuja. Se helpottaa ja kehittää monia asioita sekä edistää ja nopeuttaa myyntiä. Jotta tapahtumajärjestäjä saa kaiken hyödyn irti cashless paymentistä, tulee järjestäjän perehtyä hyvin maksujärjestelmään ja tehdä tiivistä yhteistyötä cashless paymentin toteuttajan kanssa.

2.3 Cashless payment osana tapahtumaa

Cashless payment on maksutapana oivallinen ja sopii lähes tapahtumaan kuin tapahtumaan. Kuitenkin on syytä miettiä, onko cashless payment juuri oikea maksutapahtuma kyseiseen tapahtumaan. Esimerkiksi olut- ja viinitapahtumissa cashless payment on erittäin hyvä vaihtoehto. Myyntipaikkoja on paljon ja tapahtuma perustuu tuotteiden ostamiseen. Näin ollen myynnin pitää olla mahdollisimman nopeaa, minkä cashless payment mahdollistaa. Tämän kaltaisissa tapahtumissa tapahtumien paikkavuokrat sidotaan usein myyntiin, joten cashless payment on siltäkin kannalta oiva valinta. Koska tällaisissa tapahtumissa kaikki myynti liikkuu usein tapahtumajärjestäjän kautta, pitää myynti pystyä jakamaan helposti eri myyntipisteille, jolloin sama maksujärjestelmä kaikilla auttaa tilastointia.

Cashless payment sopii myös paljon muihinkin tapahtumiin kuin olut- ja viinitapahtumiin. Tärkein lähtökohta on se, että cashless payment on ainoana maksuvaihtoehtona. Mikäli tapahtumassa käytetään myös normaaleja maksutapoja, eli käteisiä ja pankkikorttimaksuja, ei cashless paymentin eduista saa kaikkea hyötyä irti. Pahimmassa tapauksessa sama myyntipiste käyttää molempia maksutapoja ja cashless payment -maksuominaisuutta käyttävät joutuvat jonottamaan normaalia

maksutapaa käyttävien vuoksi. Tästä tulee myös paljon ylimääräisiä kuluja, jos tapahtumassa pitää olla myyntipisteillä niin perinteiset laitteet kuin cashless paymentinkin tarvittavat laitteet. Tällainen vaihtoehto on toimiva lähinnä, jos cashless paymentiä käytetään normaali maksuvälineiden tukena esimerkiksi yritysmyyntiin ja juomalippuihin.

Mikäli tapahtumajärjestäjä päättää ottaa tapahtumaansa cashless paymentin, on päätös hyvä tehdä ajoissa. Cashless payment vaatii paljon huomioitavaa niin tuotannossa kuin asiakasviestinnässä. Asioiden miettimiseen on varattava tarpeeksi aikaa, jotta kaikki tarvittavat asiat osataan huomioida. Lähtökohta onnistuneeseen cashless paymentin käyttöön onkin, että järjestäjällä on tarpeeksi aikaa miettiä asioita ja pitää huoli, että tapahtumassa on sopiva infrastruktuuri cashless paymentille. Jos cashless payment käyttää Internetiä, on kaikkein tärkein asia tapahtuman onnistumisen kannalta, että Internet on toimiva ja cashless paymentin toteuttajan hyväksymä.

Cashless payment ei kuitenkaan vaadi aina verkkoyhteyttä. Esimerkiksi belgialaisen Playpass -yrityksen cashless payment -maksujärjestelmä toimii myös offline-tilassa varmistaakseen, että maksaminen onnistuu myös ilman verkkoyhteyttä. Kuitenkin verkkoyhteyttä tarvitaan reaaliaikaiseen myynninseurantaan. (Playpass 2018 [Vii-tattu 27.3.2018].)

Kun tapahtumajärjestäjä päättää ottaa cashless paymentin käyttöön, on maksujärjestelmän toteuttaja valittava tarkkaan. Cashless paymentin toteuttajia on useita niin Suomessa kuin ulkomailla, joten vaihtoehtoja riittää. Siksi on syytä miettiä, mikä toteuttaja pystyy vastaamaan parhaiten juuri oman tapahtuman tarpeisiin. Heti alusta alkaen on hyvä sopia yksityiskohdista ja vastuista. Cashless paymentin toteuttajaa on hyvä aktivoida mukaan tiettyjä tuotantoratkaisuja miettiessä. On suositeltavaa pyrkiä ottamaan kaikki cashless paymentiin liittyvät asiat verkkoyhteyksistä alkaen yhdeltä toimijalta.

2.4 Asiakasviestintä

Kun tapahtuman ainoana maksuvaihtoehtona on cashless payment, on asiakasviestintä tapahtumajärjestäjän yksi tärkeimmistä maksutapaan liittyvistä tehtävistä. Koska maksutapa on useille ihmisille täysin tai osittain vieras asia, pitää sen viestimiseen käyttää paljon aikaa ja ajatusta. Cashless paymentiin liittyvän asiakasviestinnän hyvät lähtökohdat ovat ihan perinteisessä markkinointiviestinnässä.

Markkinointiviestinnän suunnittelussa on tärkeä miettiä kenelle viestitään, mihin viestinnällä pyritään ja miten viestitään. Ensimmäisenä markkinointiviestinnässä on mietittävä viestinnän päälinjat. Sitten voidaan miettiä, mitä jatkuvaa ja säännöllistä viestintää tarvitaan, kuten Internet-sivut. Jatkuvakestoisen markkinoinnin rinnalla tarvitaan myös lyhytkestoisia kamppanioita. (Juurakko, Kauhanen & Öhage 2012, 78.)

Markkinointi on taivoitteellista toimintaa, jolla välitetään organisaation haluama viesti ja saadaan ihminen toimimaan organisaation haluamalla tavalla (Vallo & Häyrynen 2016, 21). Markkinointiviestinnän tavoitteita ovat muun muassa huomion herättäminen, mielenkiinnon ja positiivisen asenteen luominen ja asiakkaan aktivointi. Tavoitteita ovat myös asiakkaalle tuotetun arvon ja hyödyn viestiminen, myynnin aikaansaaminen ja asiakassuhteen ylläpitäminen. (Juurakko, Kauhanen & Öhage 2012, 79-80.)

Cashless paymentistä viestiminen on tärkeä aloittaa heti muun asiakasviestinnän alkaessa kyseiseen tapahtumaan. Jos cashless paymentistä ilmoitetaan vasta lähellä tapahtumaa, voi asiakas kokea tullessa huijatuksi. Kun maksutavasta viestitään heti alusta lähtien, on vastaanottokin suopeampaa. Näin ollen asiakkailla on myös enemmän aikaa omaksua asiat.

Asiakaspalvelu nähdään usein reagointina asiakkaiden äkäiseen palautteeseen. Tällöin asiakaspalvelusta tulee väistämättä negatiivissävytteistä. Asiakaspalvelua pitäisi tehdä ennakoiden ja ennaltaehkäisten niin, että asiakasta palvellaan jo ennen kuin hän osaa sitä pyytää. Asiakkaalle voi tarjota tuotteita ja palveluita jo ennen kuin hän niitä osaa ajatella. (Rajainmäki 2017 [Viitattu 6.4.2018].) Sama pätee cashless

paymentin asiakasviestinnässä. Onnistuneessa asiakasviestinnässä saadaan perusteltua cashless payment ja sen uudistukset asiakkaalle jo ennen kuin asiakas niitä kyseenalaistaa.

Asiakkaille on tärkeä tarjota riittävästi tietoa, muttei liikaa. On hyvä keskittyä kaikkein tärkeimpiin asioihin eikä turruttaa asiakasta liialla informaatiolla. On myös tärkeää, että viestimien tapahtuu selkeällä kielellä, ja vältetään liiallisen ammattikielen käyttöä. Koska asiakasta kiinnostaa aina uudistusten syyt, on hyvä perustella selkeästi, minkä takia kyseisiin ratkaisuihin ollaan päädytty. Cashless paymentistä on myös hyvä viestiä riittävän usein. Alussa on hyvä keskittyä enemmän perusteluihin ja cashless paymentin peruseriaatteista viestimiseen. Lähempänä tapahtumaa on hyvä viestiä mahdollisimman tarkasti siitä, miten cashless paymentiä käytetään kyseisessä tapahtumassa.

Uudistukset herättävät asiakkaissa usein kysymyksiä. Kun asiakkaille viestitään cashless paymentistä, on tärkeä seurata sosiaalisen median kanavia aktiivisesti. Sosiaalinen media on tehnyt asiakkaista entistä aktiivisempia, vaikutusvaltaisempia ja avoimempia sekä avannut heille suoran kommunikaatiokanavan (Vallo & Häyri-nen 2016, 102). Asiakkaiden kritiikkiin tai kysymyksiin on siis hyvä reagoida nopeasti. Näin vältetään siltä, että asiakkaat alkaisivat itse spekuloidaan asioita. Asiat on hyvä perustella selkeästi ja asiallisesti provosoitumatta asiakkaiden vastauksista.

Tietyt kysymykset heräävät asiakkailla usein esiin erilaisista uusista asioista viestissä. Miksi? Miten tämä vaikuttaa minuun? Menetäkö jotain? Hyödynkö jotain? Cashless paymentissä asiakas ei menetä mitään eikä cashless payment vaadi asiakkaalta mitään erikoista, kuten älypuhelinta. Älypuhelimesta voi olla hyötyä cashless paymentissä, mutta se ei ole missään nimessä pakollinen. Cashless payment on luotu asiakaspalvelun nopeuttamiseksi ja jonojen vähentämiseksi, eli asiakkaita varten. Kun nämä asiat viestii selkeästi ja ystävällisesti, on asiakkaiden helpompi vastaanottaa uudistus.

Asiakasviestinnässä on myös tärkeä muistaa huolehtia tapahtuman sisäisestä tiedotuksesta. Ei riitä, että asiakkaita on viestitty riittävästi. Myös tapahtuman henkilökunta, myyntipisteet ja mahdolliset vuokratyöfirmat on syytä perehdyttää hyvin ja

informoida asioista riittävästi jo ajoissa. Tapahtuman aikainen asiakasviestintä on kuitenkin juuri heidän käsissään. Siksi on erityisen tärkeää, että tapahtuman henkilökunta, mukaan lukien kaikki edellä mainitut, tietävät miten ja miksi asiat toimii.

2.5 Uhkakuvat

Koska cashless payment on sen verran uusi maksutapa, liittyy myös ihmisillä sen toimintaan pelkoja ja uhkakuvia. Uhkakuvia voi olla niin tapahtumajärjestäjällä, myyntipaikan myyjällä kuin asiakkaalla. Suurimmat uhkakuvat ovat todennäköisesti tapahtumajärjestäjällä, joka ei ole aikaisemmin käyttänyt cashless paymentiä. Mitä jos Internet ei toimi tai kaatuu kokonaan? Toimivatko laitteet varmasti? Osataanko laitteita käyttää?

Erilaiset uhkakuvat ja pelot ovat ymmärrettäviä, mutta yleensä aiheettomia. Asiat ovat kuitenkin sellaisia mitä on hyvä tiedostaa ja varmistaa, että ne on huomioitu. Internet toimii kyllä, kun cashless paymentin toteuttaja on sen hoitanut tai vähintään hyväksynyt. Cashless paymentin verkkoyhteyksiä ei kannata sekoittaa muun tapahtuman yhteyksiin. Mahdollisille katvealueille voidaan harkita laitteisiin omia sim-kortteja. Cashless payment ei aina edes vaadi jatkuvaa verkkoyhteyttä, vaikka siitä hyötyä onkin.

Cashless paymentin laitteet toimivat kyllä, ja cashless paymentin toteuttajaa voi pyytää tuomaan varalaitteita. Laitteet ovat todella helppokäyttöisiä, joten sitäkään ei tarvitse pelätä, että ne olisivat liian monimutkaisia. Paikalle on tärkeä vaatia cashless paymentin edustaja, joka osaa auttaa ongelmatilanteissa. Cashless paymentin toimittajan kanssa on hyvä keskustella kokonaistuotannosta ennen tapahtumaa ja löytää yhdessä toimivat ratkaisut. Tällöin vältetään ikäviltä yllätyksiltä itse tapahtumassa.

Yhtenä tapahtumajärjestäjän uhkakuvana on myös useiden eri alihankkijoiden käyttö cashless paymentin kokonaisuuden toteuttamiseksi. Jos cashless paymentin järjestelmän toimittaa yksi toimija, verkkoyhteyden toinen toimija ja taas maksulaitteiston kolmas toimiva, riski kasvaa. Parhaassa tilanteessa tapahtuman cashless

payment -palvelut tulevat kokonaisuudessaan yhdeltä toimijalta lipunmyynnistä loppuraporttiin. Tällöin myös vastuut ovat paremmin selvillä, kun sitä ei jaeta liikaa eri toimijoiden kesken.

Tapahtumajärjestäjät voivat pelätä myös asiakkaiden reaktioita. Voidaan pelätä, että tapahtumakävijät eivät hyväksy maksutapaa ja jättävät sen takia tulematta tapahtumaan. Hyvällä asiakastiedottamisella ja selkeällä argumentoinnilla kuitenkin tällaiset asiat voidaan ehkäistä. Harva asiakas kuitenkaan valitsee tapahtumaa maksutavan mukaan, vaan tapahtuman sisältö ratkaisee.

Myyntipaikkojen myyjien pelot ja uhkakuvat ovat samankaltaisia kuin tapahtumajärjestäjällä. Siksi heitä onkin syytä informoida asioista ja rakentaa luottamusta maksutapaa kohtaan. Asiakkaiden pelot ja uhkakuvat voivat taas liittyä enemmänkin yksityisyyteen. Kerätäänkö minusta dataa? Alkaako puhelimeen tulvimaan mainosviestejä tapahtuman jälkeen? Tällaiset pelot ja uhkakuvat tuskin ovat niin yleisiä kuin tapahtumajärjestäjän uhkakuvat, mutta silti mahdollisia mietteitä. Lähtökohtaisesti asiakasdataa käytetään vain universaalisti. Maksutunnisteet pysyvät myös rekisteröimättöminä, jos asiakas niin haluaa. Eniten asiakkaita voi pelottaa muutos itsessään. Siksi selkeä ja riittävä asiakasviestintä on ehdottoman tärkeää.

3 LAKEUDEN PANIMOJUHLAT

Opinnäytetyön kirjoittaja on toiminut vastaavana tuottajana Lakeuden Panimujuhlat -olutfestivaalissa tapahtuman synnystä lähtien. Tapahtumissa ollaan käytetty ai-noana maksuvaihtoehtona GoreGo Oy:n toteuttamaa cashless payment -maksuta-paa, joka tunnetaan myös nimellä Seamchip. Alla pureudutaan Lakeuden Panimo-juhlien cashless paymentiin ja sen kehitykseen matkan varrella. Sen jälkeen tarkas-tellaan vuosien 2017 ja 2018 palautekyselyiden cashless payment -osioita.

3.1 Taustaa

Ennen kuin perehdytään Lakeuden Panim juhliin, on syytä tarkastella hieman olut-kulttuurin ja oluttapahtumien tilannetta. Suomalainen olutkulttuuri on muuttunut vii-meisten vuosien aikana merkittävästi. Yhä useampi valitsee perinteisen keskioluen sijaan pienpanimo-oluen. Panimoliiton tilastoista käy ilmi, että ale-tyyppisiä oluita myytiin 2,5 kertaa enemmän vuonna 2017 kuin vuonna 2012. Vastaavasti perinteisi-ä lager- ja pilsner-tyyppisiä oluita myytiin vuonna 2017 kuusi prosenttia vähemmän kuin vuonna 2012. Luomuoluiden, gluteenittomien oluiden sekä alkoholittomien olui-den myynti on myös kasvanut huomattavasti vuodesta 2012 (luomuoluet 36 %, glu-teenittomat 83 % ja alkoholittomat 41 %). (Panimoliitto 2017 [Viitattu 7.4.2018].)

Kysynnän myötä myös pienpanimoiden määrä on kasvanut rajusti. Vuonna 2016 uusia pienpanimoita tuli Suomeen 22. Vuonna 2017 määrä kasvoi 12 uudella pien-panimolla. Vuoden 2018 alussa Suomessa on yhteensä 93 pienpanimoa ja vireillä ainakin viisi uutta pienpanimoa. (Hannula 2018 [Viitattu 7.4.2018].)

Pienpanimo-trendin myötä myös olutfestivaalien määrä on kasvanut. Humalablogin (Humalablogi 2018 [Viitattu 9.4.2018]) listauksen mukaan vuonna 2018 Suomessa järjestetään yhteensä 16 olutfestivaalia. Kuitenkin listauksesta puuttuu joitain olut-festivaaleja, joten määrä on todellisuudessa yli 20. Näistä vuonna 2018 CoreGo Oy toteuttaa yhteensä kolmeentoista olutfestivaaliin cashless payment -maksujärjestel-män (Elomaa 2018). Cashless payment onkin hyvin käytetty maksujärjestelmä olut-festivaaleissa.

Olutfestivaalit ovat hyvä esimerkki tapahtumista, joissa cashless payment on parhaimmillaan. Olutfestivaalit perustuvat tuotteiden myyntiin ja maksujärjestelmällä saadaan tehostettua myyntipisteiden toimintaa ja parannettua asiakaspalvelua. Cashless payment helpottaa myös myynninseurantaa ja myyntipaikkasopimuksia.

3.2 Lakeuden Panimujuhlat 2016

3.2.1 Taustaa tapahtumasta

Vuoden 2015 syksyllä päätettiin järjestää uusi Lakeuden Panimujuhlat -olutfestivaali Seinäjoen Rytmikorjaamolla. Tapahtuma järjestettiin 16.1.2016 ja sen järjesti Seinäjoen Elävän Musiikin yhdistys ry yhteistyössä Mallaskosken Panimomestari Jyri Ojaluoman ja Mallaskosken Panimoravintolan kanssa. Tapahtuman tarkoituksena oli tarjota kävijöille mahdollisuus päästä maistamaan suomalaisia pienpanimo-oluita rennossa ilmapiirissä. Tapahtumaan tuotiin kymmenen pienpanimoa myymään tuotteitaan. Lisäksi tapahtumassa oli muun muassa oluen kanssa yhteensopivaa ruokaa sekä erilaista ohjelmaa.

Koska tapahtuma koostui yli kymmenestä eri myyntipaikasta ja erilaisista panimosopimuksista, nousi maksutapa hyvin varhaisessa vaiheessa esiin. Aikaisemmin Suomessa vastaavanlaisissa tapahtumissa maksuvaluuttana oli käytetty muun muassa erilaisia lappuja tai pullonkorkkeja, joilla panimoiden tuotteita oli ostettu. Pullonkorkkeja tai vastaavanlaisia artikkeleita sai ostettua tapahtumasta siihen tarkoituilta myyntipisteiltä. Vastaavanlainen maksuvaihtoehto oli myös harkinnassa Lakeuden Panimjuhliin.

Samoihin aikoihin Rytmikorjaamon keikkalippuja myytiin CoreGo Oy:n toteuttamassa Seamchip-verkkokaupassa. Yritys toteutti myös erilaisia maksuvaihtoehtoja tapahtumiin, josta saatiin ajatus mahdollisesta cashless payment -toteutuksesta Lakeuden Panimjuhliin. Tässä vaiheessa kyseistä maksutapaa ei ollut Suomessa isommissa mittakaavoissa juuri käytetty, joten mahdollinen cashless payment toteutus herätti useita kysymyksiä. Tapahtumakävijöiden reaktioita pelättiin ja maalailtiin uhkakuvia maksujärjestelmän kaatumisesta.

Pitkän pohdinnan jälkeen päätettiin, että Lakeuden Panimojuhlien ainoana maksuvaihtoehtona tullaan käyttämään CoreGo Oy:n toteuttamaa älykorttimaksamista eli cashless paymentiä. Cashless paymentin koettiin mahdollistavan tapahtuman sujuvuus ja haluttiin testata uutta maksutapaa. Yksinkertaisuudessaan siis asiakkaille annettiin tapahtumaan tultaessa älykortti, johon he latasivat tapahtuman latauspisteiltä virtuaalirahaa eli poletteja. Poletit nimettiin tapahtuman luonteeseen sopivasti jyväsiksi ja yksi jyvänen vastasi arvoltaan yhtä euroa. Käyttämättömät jyväset asiakas pystyi palauttamaan takaisin euroiksi.

3.2.2 Tapahtuman asiakasviestintä

Kaksi kuukautta ennen tapahtumaa julkaistiin mediatiedote, jossa kerrottiin tapahtuman maksuvaihtoehdosta ja avattiin lipunmyynti Seamchipin verkkosivustolle. Liitteessä 1 on nähtävissä mediatiedote vuoden 2016 Lakeuden Panimojuhlien älykorttimaksamisesta. Tieto maksutavasta päivitettiin myös nettisivuille, sosiaaliseen mediaan ja itse lipunmyyntisivustolle. Tieto maksutavasta ei herättänyt suurempia vastareaktioita, ainoastaan satunnaisia tarkennettuja kysymyksiä, joihin saatiin aina vastattua asiallisesti. Alusta asti oli tärkeä painottaa asiakasviestinnässä, että maksutavalla saadaan asiakaspalvelusta sujuvampaa, ja että maksutapa on juuri asiakkaita varten. Tärkeää oli myös pitää ohjeistus maksutavasta yksinkertaisen kuuloisena.

Luonnollisesti asiakasviestinnän lisäksi oli erityisen tärkeää viestiä maksutavasta tapahtumaan tuleville panimoille. Tapahtumiin tuleville panimoille laitettiin infokirje, jossa kerrottiin maksutavasta ja sen kuluista sekä perusteltiin maksutavan valintaa. Maksutapa sai myös panimoilta hyvän vastaanoton. Lisäksi maksutavasta viestittiin tapahtumaan tuleville työntekijöille.

Ennakkoviestinnän lisäksi tapahtumassa tapahtuvaan asiakasviestintään pyrittiin panostamaan mahdollisimman paljon. Tapahtumassa oli koko ajan yksi CoreGo Oy:n edustaja vastaamassa kysymyksiin ja henkilökunta opastettiin ohjeistamaan maksutavasta. Tämän lisäksi tapahtumassa oli infojulisteita ja -flaijereita, joissa opastettiin maksutavan käytöstä. Muutama asiakas arvosteli maksutapaa, kuten ennalta arveltiinkin, mutta positiivista palautetta tuli todella paljon.

3.2.3 Toteutus

Tapahtumaan myytiin ennakkolippuja ainoastaan Searchip-verkkosivuston kautta. Lippu maksoi ennakkoon 7 euroa ja sisälsi maistelulasin. Lipunoston yhteydessä asiakas pystyi ostamaan myös etukäteen jyväsiä. Asiakas sai lunastettua jyväset lippua näyttämällä saapuessaan tapahtumaan. Lipunmyynnin tietokoneella oli excel-tiedosto, mistä pystyi tarkistamaan, onko kyseinen asiakas ladannut etukäteen jyväsiä kortilleen. Kävijät olivat ladanneet etukäteen jyväsiä kortilleen aktiivisesti, mikä hidasti hieman itse tapahtumaan siirtymistä. Ennakkoon ladanneiden jyvästen tarkistaminen excelistä hidasti tapahtumaan tuloa, mutta jonot saatiin kuitenkin pidettyä kurissa. Excel ei ollut kuitenkaan tilanteeseen paras mahdollinen ratkaisu ja tähän löydettiinkin parempi ratkaisu seuraavina vuosina.

Tapahtumassa käytettiin kahta latauspistettä, joissa asiakkaat pystyivät lataamaan jyväsiä. Samalla pisteellä asiakas pystyi myös palauttamaan käyttämättömät jyväset. Jyvästen palautuksissa oli pieni muutaman euron palautusraja, joka piti ylittyä, jotta palautuksen sai tehdä. Tämä osoittautui kuitenkin osittain turhaksi, sillä jos esimerkiksi palautusrajana olisi kolme euroa ja asiakkaalla olisi kortilla jäljellä vain yksi euro, pystyisi hän ensin lataamaan kortille kolme euroa ja sitten sen jälkeen hakemaan koko summalle palautusta. Palautusraja poistettiinkin tämän vuoden jälkeen.

Lisäksi asiakkailla oli mahdollisuus hakea jyvästen palautusta tapahtuman jälkeen nettilomakkeella, mikäli asiakas oli rekisteröinyt älykorttinsa tapahtumassa. Älykortin pystyi rekisteröimään tapahtuman latauspisteillä, mutta se ei ollut pakollista. Tapahtuman jälkeisistä palautuksista otettiin kahden euron palvelumaksu. Suurin osa asiakkaista palautti käyttämättömät jyväset tapahtumassa, joten jälkipalautuksia tuli suhteellisen vähän.

Jokaisella myyntipisteellä oli käytössä oma lukija, jolla myyntipiste pystyi veloittamaan asiakkaalta maksun. CoreGo Oy:n edustaja ohjeisti jokaisen myyntipisteen erikseen ja auttoi ongelmatilanteissa. Myyntipisteiden työntekijät ottivat kuitenkin nopeasti laitteet haltuun ja mitään suurempia ongelmia missään vaiheessa ei sattunut. Tapahtuman jälkeen kaikki myynnit oli myyntipiste-kohtaisesti helposti nähtävissä ja näin ollen myynti selkeästi jaettavissa panimosopimusten mukaisesti.

Vaikka tapahtuma oli loppuunmyyty, mikä tarkoitti noin 950 kävijää, ei tapahtuman myyntipisteillä ollut missään vaiheissa jonoja. Älykorttimaksaminen sujuvoitti selvästi myyntiä myyntipisteillä. Myöskään latauspisteillä ei ollut suurempia jonoja missään vaiheessa. Vuoden 2016 Lakeuden Panimujuhliissa eniten parannettavaa jäi sisäänkäyntiin. Toinen ongelma oli siinä, että lipunmyynnin ja latauspisteiden työntekijöille systeemi oli täysin vieras, joten alussa meni hetki aikaa, että laitteiden käyttö alkoi luonnistua sujuvasti. Ensimmäisen vuoden jälkeen Lakeuden Panimujuhlien lipunmyynnin ja latauspisteiden henkilökunnalle on pidetty oma perehdytys jo päivä ennen itse tapahtumaa.

Kaiken kaikkiaan CoreGo Oy:n toteuttama cashless payment toimi erittäin hyvin vuoden 2016 Lakeuden Panimujuhliissa. Positiivista palautetta tuli niin asiakkailta kuin myyntipisteiden työntekijöiltä. Vastaavanlaisia cashless payment -tapahtumia ei vielä ollut juuri Suomessa järjestetty, joten tapahtuma toimi myös eräänlaisena pilottina. Tapahtuman jälkeen cashless paymentin käyttö onkin yleistynyt erittäin paljon Suomen oluttapahtumissa.

3.3 Lakeuden Panimujuhlat 2017

3.3.1 Tapahtuman asiakasviestintä

Toiset Lakeuden Panimujuhlat järjestettiin kaksipäiväisenä Seinäjoen Rytmikorjaimolla 20.-21.1.2017. Tapahtuman järjestäjäporukka ja tapahtuman luonne pysyivät samana. Tälle vuodelle tapahtuman panimomäärä nostettiin kymmenestä viiteentoista. Tapahtuman lauantain ja 2-päivän liput myytiin loppuun jo ennakkoon. Lakeuden Panimujuhlat keräsi toisena vuotenaan yhteensä 1500 kävijää.

Toisen vuoden asiakasviestintä liittyen cashless paymentiin oli huomattavasti selkeämpää ja helpompaa. Aikaisemman vuoden pohjustus oli valmiina ja myös järjestäjien tietotaito aiheesta oli kasvanut, jolloin asioiden viestiminen helpottui. Tapahtuman ohjelma julkaistiin 1.11.2016 ja liput tulivat myyntiin Seamchipin verkkokauppaan. Heti julkaisupäivästä lähtien maksutavasta tiedotettiin niin lipunmyyntisivus-

tolla kuin tapahtuman nettisivuilla. Päivä ennen tapahtumaa lähetettiin kaikille ennakkolipun ostaneille sähköposti, jossa oli tarkempaa infoa älykorttimaksamisesta sekä muuta yleistietoa tapahtumasta.

Tälle vuodelle uudistuksena asiakkailta oli mahdollisuus rekisteröidä itselleen oma tapahtumatili, josta pystyi hallinnoimaan itse jyväsiä ennakoon ja tapahtuman aikana. Uudistusta pohjustettiin markkinointikanavissa etukäteen ja 15.1.2017 varsinainen tapahtumatilien rekisteröinti avattiin ja julkaistiin asiasta ohjeistus Lakeuden Panimojuhlien kanavissa. Liitteessä 2 näkyy ohjeistus vuoden 2017 Lakeuden Panimojuhlien älykorttimaksamisesta. Tiedote herätti ainoastaan yhden negatiivisyytteen vastauksen, mikä on usein odotettavaa uudistuksista tiedotettaessa. Asiallisella ja selkeällä vuorovaikutuksella asiakkaan negatiiviset odotukset saatiin kuitenkin käännettyä positiivisiksi.

Kun sosiaalisessa mediassa julkaisee tiedotteita uutuuksista, on hyvä olla valmiina reagoimaan nopeasti asiakkaiden kommentteihin. Yksinkertaisesta asiasta voi tulla yhtäkkiä monimutkainen, jos asiakkaat alkavat keskenään spekuloida asiaa. Nopealla reagoinnilla ja hyvillä vastauksilla pystyy ennaltaehkäisemään tällaiset tilanteet.

3.3.2 Uudistukset ja parannukset

Vuoden 2017 Lakeuden Panimojuhlissa ennakkoliput maksoivat 12 ja 20 euroa. Lipunoston yhteydessä pystyi ostamaan lippuun valmiiksi jyväsiä ennalta määritellyin summin (15, 30, 50, 75 tai 100 jyvästä). Ostetussa lipussa ja qr-koodissa luki jyvästen määrä valmiiksi, mikä helpotti tapahtuman aikaisen lipunmyynnin työskentelyä. Enää ei tarvittu excel-taulukkoa vaan jyvästen määrän näki suoraan lippua lukiessa. Tämä nopeutti ja selkeytti lipunmyynnin työskentelyä huomattavasti.

Tälle vuodelle suurin uudistus oli asiakkaiden mahdollisuus rekisteröidä tapahtumatili. Tapahtumatili oli Internet-selaimessa, jonne ohjattiin Lakeuden Panimojuhlien nettisivuilta. Tapahtumatilissä asiakas pystyi lataamaan kortilleen jyväsiä jo ennakoon haluamansa määrän. Tapahtuman saapuessa asiakkaan tarvitsi vain syöttää tapahtumatiliin älykorttinsa tunnusnumero, jonka jälkeen valmiiksi ostetut jyväset

siirtyivät älykortille. Tapahtumatilin tehnyt asiakas pystyi seurata tapahtumassa reaaliaikaisesti saldoaan, ladata jyväsiä kortille itsenäisesti ja arvioida tapahtumatilin kautta tapahtuman oluita. Tapahtumatilin kautta jyväsiä ladattiin yhteensä 7,9 % tapahtuman latauksista.

Toiselle vuodelle otettiin muutenkin oppia ensimmäisestä vuodesta. Lakeuden Panimojuhlien lipunmyynnin ja latauspisteiden henkilökunta opastettiin jo päivä ennen tapahtumaa, jolloin tapahtumapäivänä ei ollut enää epäselvyyksiä. Tapahtuman panimoista viidestätoista yhdeksän oli ollut aikaisempina vuotena tapahtumassa, joten suurin osa panimoista osasi käyttää jo maksulaitteita valmiiksi. Tälle vuodelle maksulaitteet kehittyivät edellisestä vuodesta, joten laitteet eivät olleet tismalleen samat, mutta käyttö oli vähintään yhtä helppoa. Myös monet asiakkaat olivat olleet tapahtumassa edellisenä vuonna, joten cashless paymentin käyttö sujui myös asiakkaiden osalta paremmin.

Suuri kehitys toiselle vuodelle oli myös cashless paymentistä tulleiden datojen hallinnointi. Tapahtumajärjestäjä pystyi seuraamaan jokaisen myyntipisteen myyntiä reaaliaikaisesti omalta tietokoneeltaan. Myyntiraportista näki jokaisen panimon myynnit tuotekohtaisesti, jolloin myös oli helppo nähdä, mitkä olivat tapahtuman myydyimmät tuotteet. Tapahtuman jälkeen pystyi myös helposti tarkastamaan muun muassa tapahtuman myydyimmät tunnit oluen ja ruoan suhteen, keskimääräisen rahankäytön asiakasta kohden, keskimääräisen oston ja keskimääräisen latauksen. Dataa oli mahdollista myös tutkia yksilökohtaisesti, mutta niin pitkälle datan lukemiseen ei lähdetty. Luonnollisesti dataa on myös mahdollisuus tutkia myöhemmin ja vertailla tuleviin Lakeuden Panimojuhliin.

3.4 Lakeuden Panimujuhlat 2018

3.4.1 Tapahtuman asiakasviestintä

Kolmannet Lakeuden Panimujuhlat järjestettiin kaksipäiväisenä 19.-20.1.2018 Rytmikorjaamolla. Tapahtumassa oli yhteensä neljätoista panimoa myymässä tuotteitaan. Järjestäjäporukka ja tapahtuman luonne pysyivät samana kuin aikaisempina vuosina. Lakeuden Panimujuhlat keräsi viikonlopun aikana yhteensä 1600 kävijää.

Kolmansien Lakeuden Panimujuhlien panimot julkaistiin 31.10.2017. Tällöin alkoi myös lipunmyynti Seamchipin verkkokaupassa. Heti julkaisupäivästä asti kaikki tarpeellinen tieto cashless paymentistä löytyi nettisivuilta sekä verkkokaupasta. Nettisivuilla oli myös Usein Kysytyt Kysymykset -osio, jossa oli vastaukset yleisimpiin mieltä askarruttaviin kysymyksiin. Yleisimpiä mieltä askarruttavia kysymyksiä olivat muun muassa, kuinka jyväsiä voi ladata ennen tapahtumaa, voiko jyväsiä ladata ilman älypuhelinia ja kuinka jyväset saa vaihdettua takaisin euroiksi.

Kaikin puolin asiakasviestinnässä jatkettiin aikaisempien vuosien linjaa ja uudistuksista viestimiseen panostettiin. Kolmantena vuotena lippuja pystyi ostamaan myös paikallisista ravintoloista Mallas Kabackasta ja Varickosta. Tässä tärkeintä oli tiedottaa hyvin uusia lipunmyyntipaikkoja ja opettaa heidät käyttämään asiaankuuluvia laitteita. Asiakkaiden suuntaan tämä oli enemmän vain viestittämistä, että lippuja pystyy ostamaan myös näistä paikoista. Lisäksi asiakkaille annettiin lipunoston yhteydessä infolaput, joissa luki hyödyllistä tietoa tapahtumasta ja älykorttimaksamisesta.

Vuoden 2018 Lakeuden Panimujuhlien suurin muutos oli, että tapahtumatilin rekisteröityminen oli siirretty mobiilisovelluksen alle. Mobiilisovellus avattiin 15.1.2018 ja siitä tiedotettiin Lakeuden Panimujuhlien omilla kanavilla. Sinänsä idea mobiilisovelluksessa oli hyvin pitkälti sama kuin edellisen vuoden tapahtumatileissä, mutta sovellus vain sujuvoitti tapahtumatilin toimivuutta. Tärkeintä olikin tiedottaa uudistuksista ja niiden syistä sekä sovelluksen käytön vapaaehtoisuudesta. Alla olevassa kuvassa 3 on näyttökuvaa Facebookin asiakasviestinnästä liittyen tapahtumatilien rekisteröimiseen.

Lakeuden Panimojuhlat 15. tammikuuta · 🌐

PANIMOJUHLIEN TAPAHTUMATILIN REKISTERÖITYMINEN ON AVATTU! 🤪

SIIS MIKÄ?

- ▶ Rekisteröitymällä voit ladata jyväsia maksukortille ennen tapahtumaa ja tapahtuman aikana kätevästi omalla kännykälläsi. Tilistä voit myös seurata maksutunnisteesi saldoa ja ostohistoriaa. Lataa mobiiliapplikaatio älypuhelimellesi tai tablettiin Play Kaupasta tai App Storesta nimellä Seamchip.

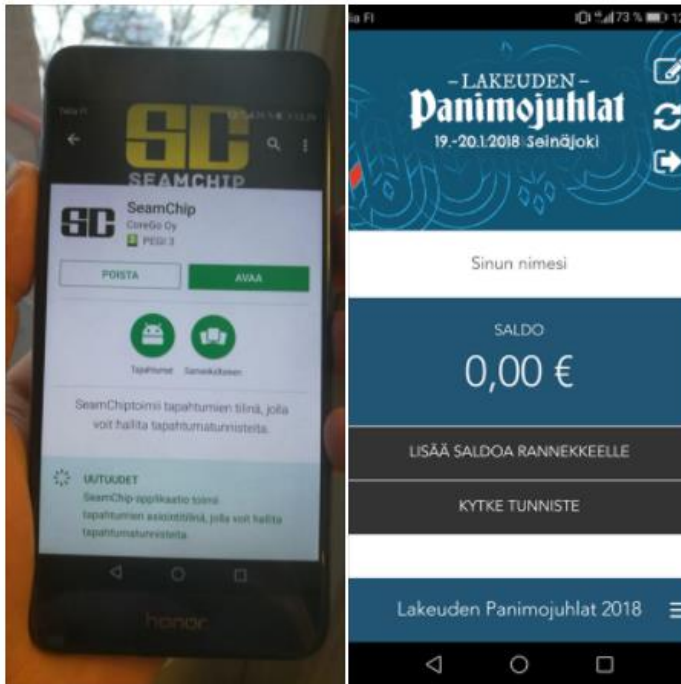
MIKSI?

- ▶ Koska se on nopeampaa ja helpompaa!

ONKO PAKKO?

- ▶ Ei ole, tapahtumatilin rekisteröiminen on ainoastaan maksuton lisäpalvelu. Jyväsia voi ladata tuttuun tapaan myös paikan päällä tapahtuman latauspisteiltä, joten ei huolta vaikkei omistaisi älypuhelin tai tablettia. 😊

Lisätietoa ja Usein Kysytyt Kysymykset:
<http://www.lakeudenpanimojuhlat.fi/liput/>



Kuva 3 Lakeuden Panimojuhlat 2018 Facebook-tiedote tapahtumatilien rekisteröimisestä.

Niin uudistus kuin yleinen viestiminen cashless paymentistä ei herättänyt enää asiakkaisissa suurempia kysymyksiä tai negatiivisia tuntemuksia. Useille kävijöistä maksetapa oli jo tuttu aiemmilta vuosilta tai muista tapahtumista. Myös kaikille tapahtumaan tuleville panimoille, islantilaista panimoa myöten, CoreGo Oy:n maksetapa oli ennestään tuttu. Maksetapa oli tullut tutuksi aikaisemmista Lakeuden Panimojuhlilta sekä muista Suomen olutfestivaaleista.

Koska tapahtumaa ja älykorttimaksamista järjestettiin jo kolmatta vuotta peräkkäin, oli pohja asiakasviestintään hyvin selkeä. Tämä oli myös pieni uhka. Kun asiakastiedottamiseen oli jo materiaalia valmiina ja tiedettiin useiden asiakkaiden jo tuntevan maksutapa, ei asiakastiedottamista sinänsä kehitetty. Tietoa oli saatavilla koko ajan, muttei siitä viestitty erikseen niin paljon kuin aikaisempina vuosina. Iso virhe mitä tapahtumajärjestäjä voikin asiakasviestinnässä tehdä, on olettaa, että kyseiset asiat tiedetään jo entuudestaan.

3.4.2 Uudistukset ja parannukset

Myös kolmansiin Lakeuden Panimojuhliin saatiin kehitettyä cashless paymentiä uusin tavoin. Lakeuden Panimojuhlien toisen vuoden älykortit saatiin linkitettyä 2018 vuodelle, jolloin aikaisemman vuoden älykortteja pystyttiin hyödyntämään tapahtumassa. Osa asiakkaista oli ottanut älykortin 2017 vuonna mukaansa ja osa jättänyt tapahtumapaikalle. Ylimääräiset älykortit pystyttiin hyödyntämään kätevästi ennakkolipunmyynnissä. Viemällä asiaankuuluvat laitteet paikallisiin ravintoloihin Mallass Kabackaan ja Varickoon pystyttiin myymän tapahtuman ennakkolippuja myös ravintoloissa. Ravintolan henkilökunta opastettiin käyttämään laitteita, jolloin he pystyivät lataamaan tuotteen suoraan asiakkaan älykortille. Järjestäjä pystyi tarkkailemaan myyntiä reaaliaikaisesti koko ajan omalta tietokoneeltaan.

Uudistuksena Lakeuden Panimojuhlien tapahtumatilien rekisteröinti ja hallinnointi siirtyi mobiilisovelluksen alle. Seamchipin sovelluksen pystyi lataamaan älypuhelimelle ja tabletilleen ja näin ollen ladata jyväsiä itselleen niin etukäteen kuin tapahtuman aikana. Mobiilisovelluksen periaate oli sama kuin vuoden 2017 tapahtumatilien kanssa, nyt vain sen käyttö oli huomattavasti helpompaa, nopeampaa ja mielekkäämpää. Mobiilisovellus palveli varsinkin asiakkaita, jotka halusivat ladata jyväsiä itsenäisesti ja tarkkailla saldoaan itse tapahtuman aikana. Tapahtumassa tehtävistä latauksista 11 % tehtiin mobiilisovelluksen kautta.

Tapahtumasta tulevaa dataa saatiin hyödynnettyä aikaisemman vuoden tapaan ja tälle vuodelle myös datan vertailu oli mahdollista. Panimoiden tuotekohtaisia myyntiraportteja pystyttiin hyödyntämään entistä enemmän panimodiileissä. Käytännössä tämä tarkoitti sitä, että oluen menekin pystyi laskemaan suoraan Seamchipin

myyntiluvuista, kun ennen oluen menekki on arvioitu paikan päällä enemmänkin mututuntumalla. Näin myös niin sanotut hukkaan menneet olutlitrat saatiin kuriin.

3.5 Lakeuden Panimujuhlat 2019

Neljännet Lakeuden Panimujuhlat järjestetään 25.-26.1.2019 Rytmikorjaamolla. Cashless paymentistä on tullut osa Lakeuden Panimojuhlia, joten myös tulevina vuosina tullaan käyttämään samaa maksutapaa. Cashless payment kehittyy joka vuosi ja parannusideoita syntyy jatkuvasti.

Muun muassa big datan käsittely on vielä tällä hetkellä suhteellisen aikaa vievää työtä, joten datan käsittelyn automatisoiminen helpottaisi ja nopeuttaisi käsittelyä. Big datalla viitataan suuriin tietojoukkoihin, joiden tallentaminen, siirtäminen, käsitteleminen ja hallinta nykyisillä tietotekniikan ratkaisuilla on haasteellista (Hyvönen 2018, 24). Myös erilaiset työkalut helpottaisivat datan lukua, ja niitä onkin hyvä vaatia cashless paymentin järjestelmätoteuttajalta. Esimerkiksi myyntiosuuksia laskeva työkalu, jossa kaaviot laskisivat suoraan panimoiden myyntiosuudet syöttämällä siihen vain oluiden sisäänosto- ja myyntihinnat.

Tapahtuman aikaiseen cashless paymentiin keskeisiä parannuksia olisivat itsepalvelulatauspisteet ja laitteiden toimivuus ilman verkkoyhteyttä. Itsepalvelulatauspisteillä tapahtumakävijä voisi ladata itse jyväsiä älykortille ilman, että tähän tarvittaisiin suuremmin tapahtuman henkilökuntaa. Itsepalvelulatauspisteet toimisivat käytännössä samalla periaatteella kuin kauppojen itsepalvelukassat. Yksi työntekijä opastaisi laitteiden käytössä. Kuitenkin asiakaspalautteista päätellen useat kävijöistä haluavat edelleen, että joku muu hoitaa lataukset heidän puolestaan. Siksi itsepalvelulatauspisteet tarvitsisivat vierelleen myös tavallisen latauspisteen ainakin seuraaville vuosille.

Tulevaisuuden tapahtumia helpottaisi myös se, että cashless paymentin laitteet toimisivat ilman verkkoyhteyttä. Jos kaikki laitteet toimisivat ilman verkkoyhteyttä tapahtumassa, vähentäisi se suuresti maksutavan riskejä. Useat cashless paymentin

toteuttajat pystyvätkin jo tarjoamaan maksutapaa, joka ei tarvitse koko ajan verkko-yhteyttä. Kaikki aiemmin mainitut parannusideat ovat täysin realistisia toteutettavaksi vuoden 2019 Lakeuden Panimojuhlille.

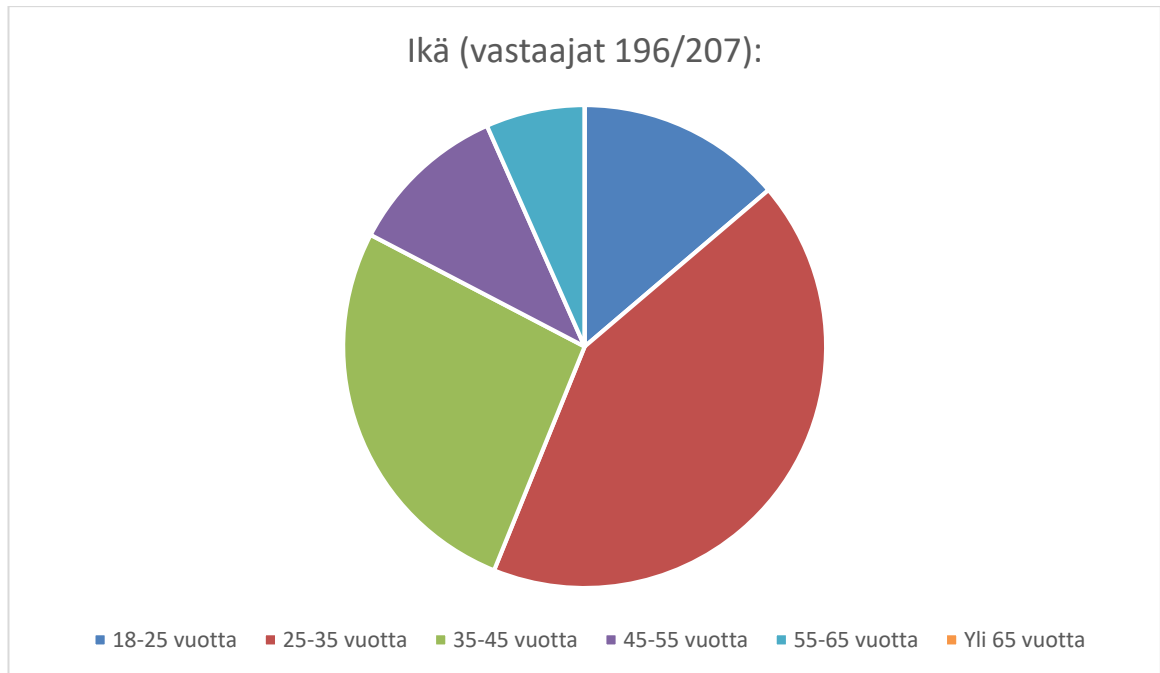
3.6 Asiakaskyselyt

3.6.1 Taustaa asiakaskyselyistä

Toteutin vuosina 2017 ja 2018 Lakeuden Panimojuhlien asiakaspalautekyselyt tapahtuman kävijöille. Vuoden 2017 palautekyselyyn osallistui 207 vastaajaa ja vuoden 2018 palautekyselyyn osallistui 220 vastaajaa. Palautekyselyiden osana tarkasteltiin kävijöiden mielipiteitä liittyen tapahtuman älykorttimaksamiseen. Tarkastelen kyselyvastauksia siltä osin, kun ne liittyvät cashless paymentiin eli älykorttimaksamiseen. Kyselyt olivat määrällisiä ja ne on tehty niin, että ne ovat vertailukelpoisia keskenään.

3.6.2 Asiakaskysely vuonna 2017

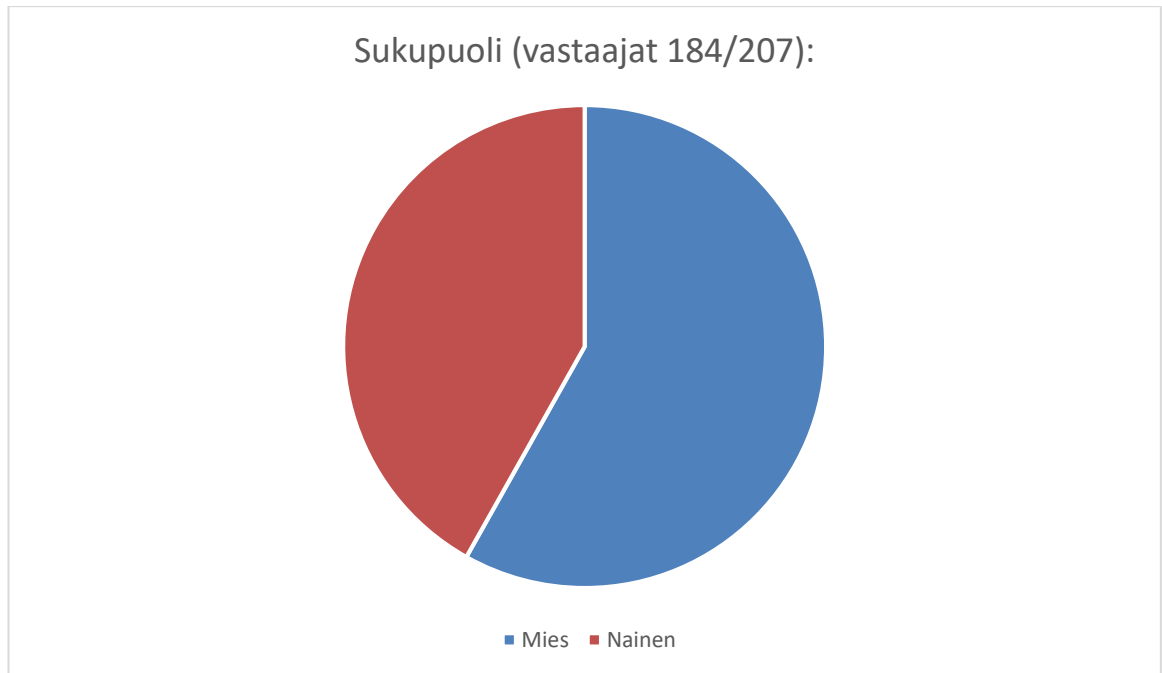
Lakeuden Panimojuhlien vuoden 2017 palautekysely tapahtuman kävijöille toteutettiin SurveyMonkey -kyselypohjan avulla. Kyselyyn vastasi yhteensä 207 henkilöä. Kaikki kyselyyn vastanneet eivät vastanneet jokaiseen kohtaan. Kuvioiden otsikoissa on nähtävissä vastaajamäärät. Prosenttiosuudet on laskettu aina vastauskohtaan vastanneista. Eli mikäli kohtaan on vastannut 199 vastaajaa, lasketaan myös prosenttiosuudet 199 vastaajasta eikä 207 vastaajasta.



Kuvio 1 Lakeuden Panimojuhlat 2017 asiakaskyselyyn vastanneiden ikäjakauma.

Kuviosta 1 näkee vuoden 2017 Lakeuden Panimojuhlien asiakaskyselyyn vastanneiden ikäjakauman. 207 vastaajasta tähän kysymykseen vastasi 196 vastaajaa. Jälkikäteen tarkasteltuna kyselystä huomaa, että ikähaitarit on luokiteltu hieman väärin. Jokainen ikäluokka päättyy samaan ikään kuin seuraava alkaa. Esimerkiksi 18-25 vuotta päättyy samasta kuin 25-35 vuotta alkaa. Todetaan kuitenkin, että tällaisissa ikäsykleissä kyseinen virhe ei aiheuta suurempaa heittoa.

Kaikkein eniten kyselyyn vastanneista oli 25-35 vuotiaita, joita oli yhteensä 42,3 % (83 vastaajaa). 25-45 vuotiaat muodostivat suurimman enemmistön, kun heitä oli yhteensä 68,9 % (135 vastaajaa). Yli 65 vuotiaita ei vastanneissa ollut yhtään ja sen jälkeen vähiten vastaajista oli 55-65 vuotiaita (6,6 %, 13 vastaajaa). Tapahtuman ikärajanä oli 18 vuotta.



Kuvio 2 Lakeuden Panimojuhlat 2017 asiakaskyselyyn vastanneiden sukupuolijakauma.

Kuviossa 2 on nähtävissä vuoden 2017 Lakeuden Panimojuhlien asiakaskyselyyn vastanneiden sukupuolijakauma. Vastanneista enemmistö oli miehiä (58,2 %, 107 vastaajaa) ja vähemmistö naisia (41,8 %, 77 vastaajaa). Kysymykseen jätti vastamatta 23 henkilöä eli vastaukset tähän kysymykseen saatiin yhteensä 184 henkilöltä.



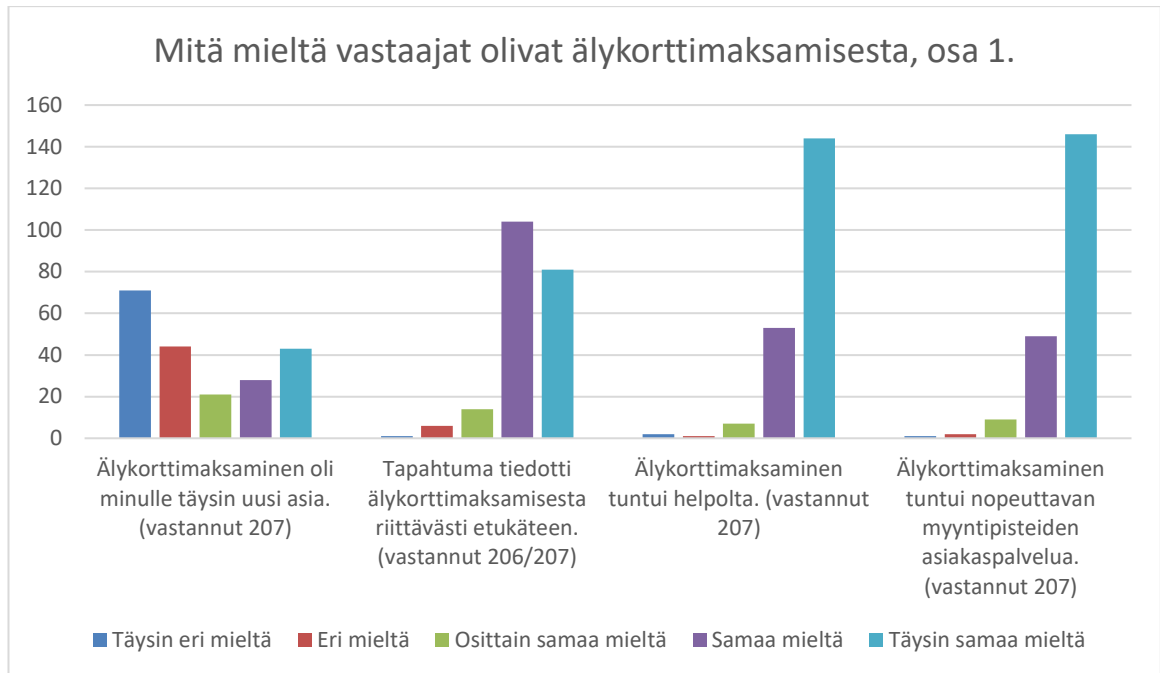
Kuvio 3 Lakeuden Panimojuhlat 2017 asiakaskyselyyn vastanneiden osallistuminen tapahtumaan.

Kuviosta 3 näkee Lakeuden Panimojuhlien vuoden 2017 asiakaskyselyyn vastanneiden osallistumisen tapahtumaan. Suurin osa vastanneista osallistui tapahtumaan lauantaina (64,3 %, 133 vastaajaa). Perjantaina tapahtumaan osallistui vastaajista 22,7 % (47 vastaajaa). Tapahtuman vastaajien osallistumisen tapahtumaan kuvastaa hyvin tapahtumien kävijämäärien jakautumista päivittäin. Lauantai oli selkeästi suosituimpi päivä myös lipunmyynnissä. Vastaajista kolme (1,5 %) ei osallistunut ollenkaan tapahtumaan. Nämä on hyvä huomioida myöhemmin mielipidevastauksissa.



Kuvio 4 Lakeuden Panimojuhlat 2017 asiakaskyselyyn vastanneiden osallistuminen aikaisempana vuonna.

Kuviosta 4 näkee vuoden 2017 Lakeuden Panimojuhlien asiakaskyselyyn vastanneiden osallistumisen aikaisempana vuonna. Vastanneista 41,5 % (85 vastaajaa) oli vierailut vuoden 2016 Lakeuden Panimojuhlissa, mikä oli ensimmäinen Lakeuden Panimojuhlat -tapahtuma. Olutta ja elämää -tapahtuma oli pienimuotoinen tapahtuma, jossa ei käytetty cashless payment maksuominaisuutta. Tästä syystä sen tarkasteleminen ei ole relevanttia tässä tapauksessa.



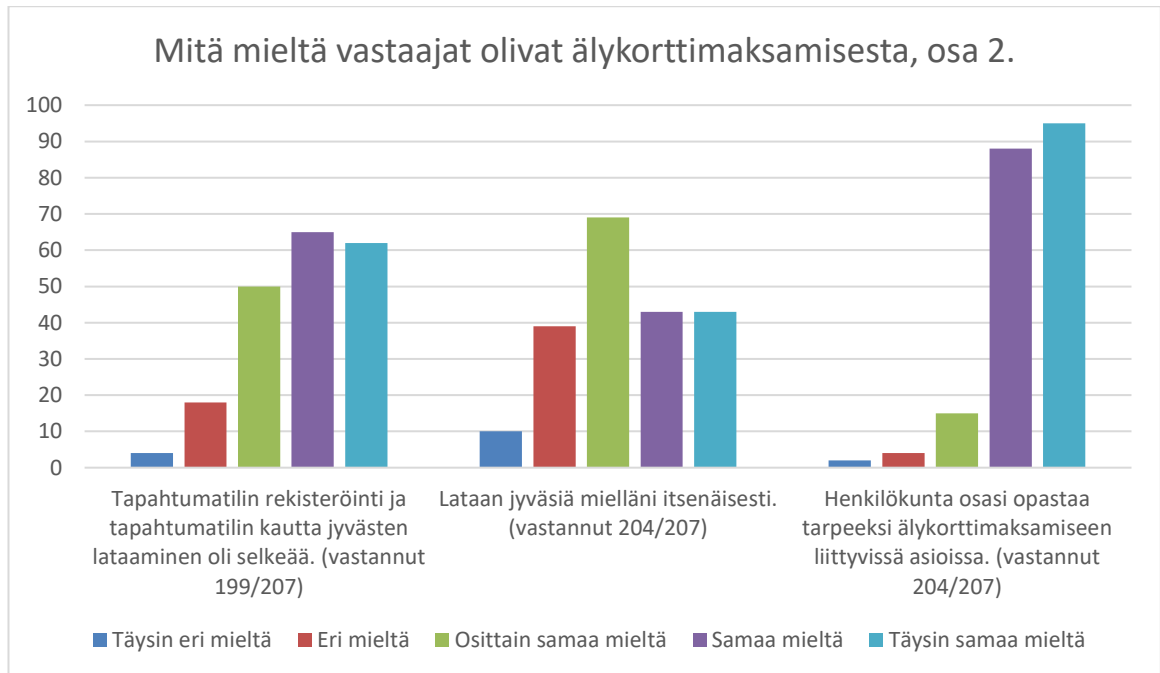
Kuvio 5 Lakeuden Panimojuhlat 2017 asiakaskyselyyn vastanneiden mielipiteet älykorttimaksamisesta, osa 1.

Kuviossa 5 on nähtävissä Lakeuden Panimojuhlien vuoden 2017 asiakaskyselyyn vastanneiden mielipiteitä liittyen älykorttimaksamiseen eli cashless paymentiin. On hyvä huomioida, että 207 vastaajasta kolme ei vierailut ollenkaan tapahtumassa. Todennäköisesti tällaiset vastaajat ovat vastanneet keskimmäisen eli Osittain samaa mieltä taikka ovat jättäneet kokonaan vastaamatta. On myös hyvä huomioida, ettei vastauksissa ole kohtaa En osaa sanoa. Tällaiseen kohtaan vastanneet todennäköisesti ovat vastanneet keskimmäisen vastauksen tai ovat kokonaan jättäneet vastaamatta.

Suuremmalle osalle älykorttimaksaminen ei ollut uusi asia (55,6 %, 115 vastaajaa) eli he olivat joko eri tai täysin eri mieltä väitteestä. Älykorttimaksaminen oli täysin uusi asia 34,3 % vastaajista (73 vastaajaa) eli he olivat joko samaa mieltä tai täysin samaa mieltä. Kyselyyn vastanneista 41,5 % (85 vastaajaa) oli vierailut vuoden 2016 Lakeuden Panimojuhlissa, joten todennäköisesti älykorttimaksaminen oli tullut sieltä tutuksi. Lopuille älykorttimaksaminen on voinut tulla tutuksi muun muassa Provinssin VIP-alueelta tai muista olutfestivaaleista.

Tapahtuma tiedotti älykorttimaksamisesta riittävästi etukäteen 89,8 % (185 vastaajan) mielestä. Näistä 104 (50,5 %) vastaajaa oli samaa mieltä ja 81 (39,3 %) vastaajaa täysin samaa mieltä. Yksi kyselyyn vastanneista jätti tähän kohtaan vastaamatta.

Älykorttimaksaminen tuntui helpolta suurimman osan eli 95,2 % (197 vastaajan) mielestä. Seitsemän (3,4 %) oli osittain samaa mieltä ja kolme (1,4 %) vastaajaa eri tai täysin eri mieltä. Kyselyyn vastanneista älykorttimaksaminen tuntui nopeuttavan myyntipisteiden asiakaspalvelua 94,2 % (195 vastaajan) mielestä. Yhdeksän (4,3 %) oli osittain samaa mieltä ja kolme (1,4 %) vastaajaa eri tai täysin eri mieltä.



Kuvio 6 Lakeuden Panimujuhlat 2017 asiakaskyselyyn vastanneiden mielipiteet älykorttimaksamisesta, osa 2.

Kuviosta 6 on nähtävissä Lakeuden Panimojuhlien vuoden 2017 asiakaskyselyyn vastanneiden mielipiteitä älykorttimaksamisesta. Kuvio on jatkoa edelliselle kuviolle.

Tapahtumatilin rekisteröinti sai vastauksissa suhteellisen paljon hajontaa verrattuna aiempiin kohtiin. Vastaajista kahdeksan jätti kokonaan vastaamatta ja vastaajista 25,1 % (50 vastaajaa) oli osittain samaa mieltä. Tapahtumatilin rekisteröinti ja tapahtumatilin kautta jyvästen lataaminen oli selkeää 63,8 % (127 vastaajan) mielestä. Eri tai täysin eri mieltä oli 22 vastaajista (11,1 %). Tapahtumatilin rekisteröinti ja tapahtumatilin kautta jyvästen lataaminen oli täysin vapaaehtoinen lisäpalvelu tapahtumassa ja sitä käytti 7,9 % tapahtuman kävijöistä. Tämä voi olla syynä siihen, miksi hajontaa on suhteellisen paljon ja miksi kaikki eivät ole vastanneet kysymykseen.

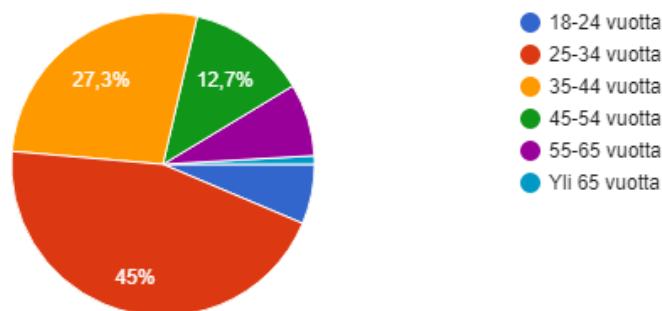
Kaikkein eniten mielipiteitä herätti jyvästen lataaminen itsenäisesti. Vastaajista 42,2 % (86 vastaajaa) lataa mielellään itsenäisesti jyväsiä. Vastaavasti 24 % (49 vastaajaa) ei lataa mielellään jyväsiä itsenäisesti. 33,8 % (69 vastaajaa) oli osittain samaa mieltä. Henkilökunta osasi opastaa tarpeeksi älykorttimaksamiseen liittyvissä asioissa 90 % (183 vastaajan) mielestä. Eriä tai täysin eri mieltä vastaajista oli 2,9 % (6 vastaajaa).

3.6.3 Asiakaskysely vuonna 2018

Lakeuden Panimojuhlien vuoden 2018 palautekysely tapahtuman kävijöille toteutettiin Google Forms -kyselypohjan avulla. SurveyMonkey:stä siirryttiin Google Form -kyselypohjaan SurveyMonkeyn kalliin hinnan takia. Kyselyyn vastasi yhteensä 220 henkilöä.

Ikä:

220 vastausta

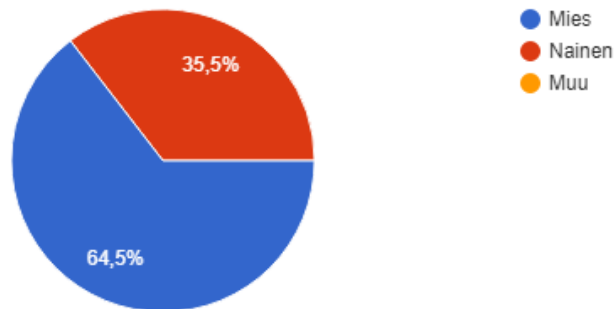


Kuvio 7 Lakeuden Panimojuhlat 2018 asiakaskyselyyn vastanneiden ikäjakauma.

Kuviosta 7 näkee Lakeuden Panimojuhlien vuoden 2018 asiakaskyselyyn vastanneiden ikäjakauman. Kaikkein eniten vastaajista oli 25-34 vuotiaita (45 %, 99 vastaajaa) ja kaikkein vähiten yli 65 vuotiaita (0,9 %, 2 vastaajaa). 25-44 vuotiaat muodostavat kyselyyn vastanneista selkeän enemmistön (72,3 %, 159 vastaajaa). Tapahtuman ikäraja oli 18 vuotta edellisen vuoden tapaan.

Sukupuoli:

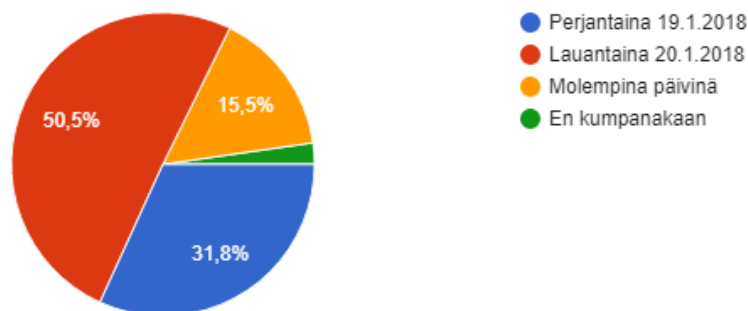
220 vastausta



Kuvio 8 Lakeuden Panimojuhlat 2018 asiakaskyselyyn vastanneiden sukupuolijakauma.

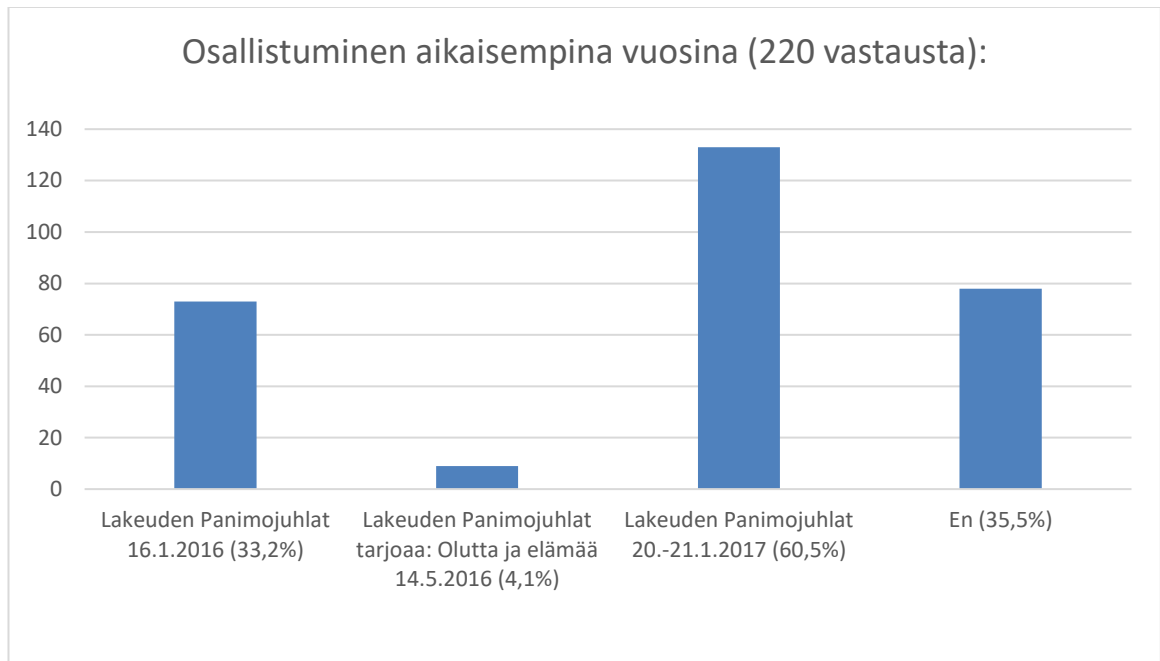
Kuviossa 8 on Lakeuden Panimojuhlien vuoden 2018 asiakaskyselyyn vastanneiden sukupuolijakauma. Enemmistö vastaajista oli miehiä (64,5 %, 142 vastaajaa) ja vähemmistö naisia (35,5 %, 78 vastaajaa).

220 vastausta



Kuvio 9 Lakeuden Panimojuhlat 2018 asiakaskyselyyn vastanneiden osallistuminen tapahtumaan.

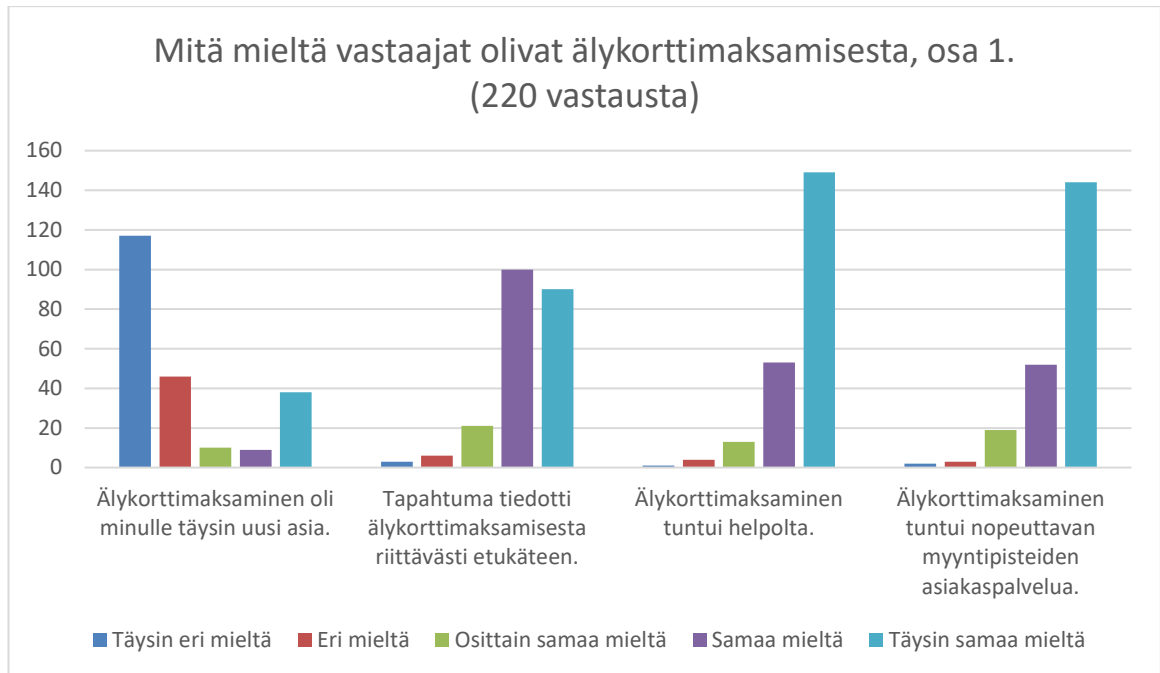
Kuviosta 9 näkee, että eniten tapahtuman asiakaskyselyyn vastanneista vieraili tapahtumassa lauantaina (50,5 %, 111 vastaajaa). Vastaajista 2,3 % (5 vastaajaa) ei osallistunut tapahtumaan kumpanakaan päivänä. Tämä on hyvä huomioida myös mielipidevastauksia tarkasteltaessa jäljempänä. Näillä viidellä vastaajilla ei ole oma-kohtaista kokemusta vuoden 2018 tapahtuman älykorttimaksamisesta, joten todennäköisesti vastaajat ovat vastanneet keskimmäisen vastaukseen (Osittain samaa mieltä).



Kuvio 10 Lakeuden Panimojuhlat 2018 asiakaskyselyyn vastanneiden osallistuminen aikaisempina vuosina.

Kuviosta 10 näkee, että 35,5 % (78 vastaajaa) ei ole vierailut Lakeuden Panimojuhlissa aikaisemmin. Toisin sanoen 64,5 % (142 vastaajaa) on joskus vierailut Lakeuden Panimojuhlissa aikaisemmin ja näistä suurin osa (93,7 %, 133 vastaajaa 142 vastaajasta) on vierailut ainakin vuotena 2017. Vastaajista vuotena 2016 Lakeuden Panimojuhlissa vieraili 33,2 % (73 vastaajaa), mikä on aikaisemmin Lakeuden Panimojuhlissa vierailevista 51,4 % (73 vastaajaa 142 vastaajasta). Toisin sanoen voidaan todeta, että konsepti ja järjestelyt toimii, sillä merkittävä osa edellisten vuosien kävijöistä on tullut tapahtumaan uudestaan.

Kysymyksessä pystyi valitsemaan useamman vaihtoehdon ja kuviosta on nähtävissä, että osa kävijöistä on käynyt molempina vuosina. Vuonna 2016 järjestettiin pienimuotoinen Olutta ja elämää -tapahtuma, jonka osallistuminen ei ole kuitenkaan tässä asiayhteydessä relevanttia, koska älykorttimaksaminen ei ollut siellä käytössä.



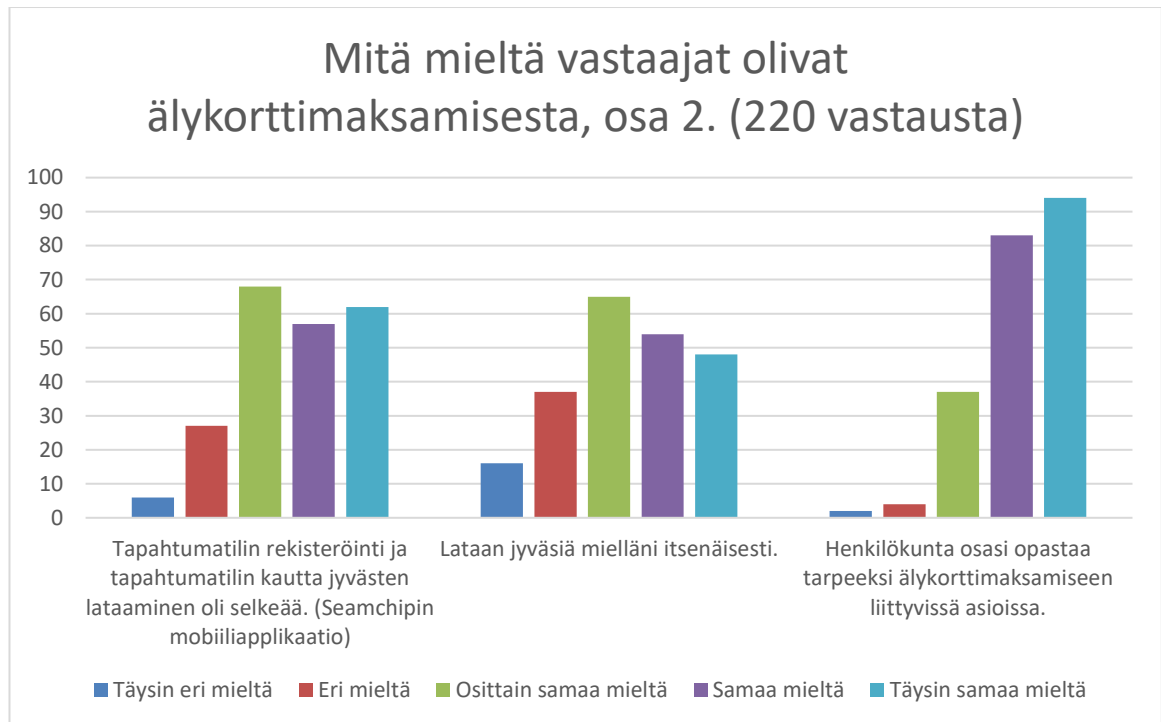
Kuvio 11 Lakeuden Panimojuhlat 2018 asiakaskyselyyn vastanneiden mielipiteet älykorttimaksamisesta, osa 1.

Kuviossa 11 on nähtävissä kyselyyn vastanneiden mielipiteitä liittyen cashless paymentiin eli älykorttimaksamiseen. Vastauksissa on huomioitava, ettei vastausvaihtoehdoissa ole En osaa sanoa -vaihtoehtoa. Todennäköisesti henkilöt, jotka olivat niin vastanneet, ovat vastanneet keskimmäisen vaihtoehdon eli Osittain samaa mieltä. Vastaaajista 2,3 % (5 vastaajaa) ei osallistunut tapahtumaan kumpankaan päivänä, joten heidän vastauksensa sijoittuvat todennäköisesti myös keskimmäiseen vaihtoehtoon.

Älykorttimaksaminen oli ennestään tuttu 74,1 % (163 vastaajaa) kyselyyn vastanneista, eli he olivat vastanneet joko Täysin eri mieltä tai Eri mieltä. Todennäköinen syy siihen, että älykorttimaksaminen oli niin monelle tuttu ennestään on todennäköisesti se, että 64,5 % vastanneista oli vierailut aikaisempina vuosina Lakeuden Panimojuhlissa. Älykorttimaksaminen oli täysin uusi asia 21,4 % (47 vastaajaa, joista 38 täysin samaa mieltä ja 9 samaa mieltä) kyselyyn vastanneista.

Tapahtuma tiedotti älykorttimaksamisesta riittävästi etukäteen 86,4 % mielestä (190 vastaajaa). 4,1 % (9 vastaajaa) oli sitä mieltä, että tapahtuma ei tiedottanut älykorttimaksamisesta riittävästi. Älykorttimaksaminen tuntui helpolta 91,8 % (202 vastaajan) mielestä eli he olivat joko täysin samaa tai samaa mieltä. Älykorttimaksaminen ei tuntunut helpolta viiden vastaajan mielestä (2,3 %).

Älykorttimaksaminen tuntui nopeuttavan myyntipisteiden asiakaspalvelua 196 vastanneen (89,1 %) mielestä. Näistä 144 oli täysin samaa mieltä ja 52 samaa mieltä. Vastanneista 19 (8,6 %) oli osittain samaa mieltä ja viisi (2,2 %) oli sitä mieltä, että älykorttimaksaminen ei tuntunut nopeuttavan myyntipisteiden asiakaspalvelua.



Kuvio 12 Lakeuden Panimojuhlat 2018 asiakaskyselyyn vastanneiden mielipiteet älykorttimaksamisesta, osa 2.

Kuvio 12 on jatkoa asiakaskyselyyn vastanneiden mielipiteistä liittyen älykorttimaksamiseen. Seamchipin applikaatio jakoi mielipiteitä. Tämä johtunee siitä, että vain 11 % tapahtuman latauksista tehtiin mobiiliapplikaation kautta. Osittain samaa mieltä aiheesta oli 30,9 % (68 vastaajaa). Tapahtumatilin rekisteröinti ja tapahtumatilin kautta jyvästen lataaminen oli selkeää 54,1 % (119 vastaajaa) mielestä. Vastaavasti 15 % (33 vastaajaa) oli sitä mieltä, että tapahtumatilin rekisteröinti ja tapahtumatilin kautta jyvästen lataaminen ei ollut selkeää.

Kuitenkin kaikkein eniten mielipiteitä herätti jyvästen lataaminen itsenäisesti. Osittain samaa mieltä aiheesta oli 29,5 % (65 vastaajaa). 46,4 % (102 vastaajaa) vastaajista lataisi jyväsiä mielellään itsenäisesti. Vastaavasti 24,1 % (54 vastaajaa) vastaajista ei lataisi mielellään jyväsiä itsenäisesti. Osa kävijöistä on selkeästi valmis lataamaan itsenäisesti jyväsiä, kun taas osa haluaa vielä, että työntekijä on tekemässä lataukset kävijän puolesta.

Loppuun kysyttiin vielä kävijöiden mielipiteitä siitä, että osasiko tapahtuman henkilökunta opastaa tarpeeksi älykorttimaksamiseen liittyvissä asioissa. 80,5 % (177 vastaajan) mielestä tapahtuman henkilökunta osasi opastaa tarpeeksi. 37 vastaajaa (16,8 %) oli osittain samaa mieltä. Kuusi vastaajista (2,7 %) oli sitä mieltä, että henkilökunta ei osannut opastaa tarpeeksi älykorttimaksamiseen liittyvissä asioissa.

3.6.4 Asiakaskyselyiden vertailu

Tässä osiossa vertaillaan Lakeuden Panimojuhlien vuosien 2017 ja 2018 asiakaskyselyiden vastauksia. Ensin esitellään vastaajien taustoja koskevat asiat, jonka jälkeen keskitytään vertailemaan vastaajien mielipiteitä älykorttimaksamisesta eli cashless paymentistä.

Molempien vuosien kyselyyn vastanneiden ikäjakauma oli hyvin pitkälti sama. 25-44/45 vuotiaat muodostavat molempien vuosien kyselyissä suurimman enemmistön, kun heitä oli vuonna 2017 yhteensä 68,9 % ja vuonna 2018 yhteensä 72,3 %. Huomioitavaa on, että kaikkien muiden ikäryhmien prosenttiosuudet ovat kasvaneet vuodesta 2017 vuoteen 2018 paitsi nuorin ikäryhmä eli 18-24/25 vuotiaiden osuus. 18-24/25 vuotiaita oli vuonna 2017 yhteensä 14 %, kun taas vuonna 2018 vain yhteensä 6,4 %.

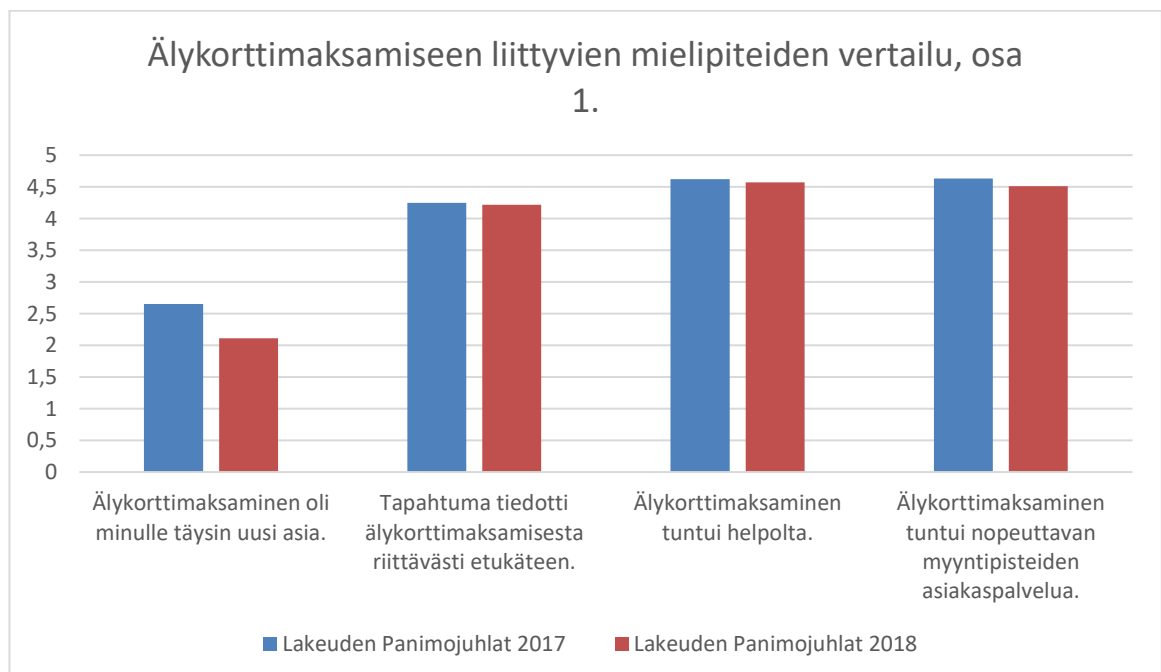
Kyselyyn vastanneiden sukupuolijakauman erot ovat suurentuneet vuodesta 2017 vuoteen 2018. Vuonna 2017 naisia oli vastanneista 42 % kun taas vuonna 2018 heitä oli 35,5 %. Kyselyyn vastanneiden keski-ikänsä nousu ja miesten osuuden suureneminen voivat johtua osittain siitä, että vuonna 2018 tapahtumassa oli enemmän olutharrastajia ympäri Suomen kuin aikaisempina vuosina. Useat olutharrastajat ovat yli 25-vuotiaita miehiä.

Tiedustelin Suomen Olutseuran puheenjohtajalta Antti Kotilta Suomen Olutseura Ry:n jäsenien ikä- ja sukupuolijakaumaa. Jäsenistä 59,2 % on 30-49 vuotiaita. Alle 25-vuotiaiden jäsenten osuus on kahden prosentin luokkaa. Suomen Olutseura Ry:n jäsenistä miehiä on 85,1 % ja naisia 13,5 %. 1,4 % ei halunnut määrittellä sukupuoltaan tai määritteli sen muuksi. (Kotti 2018). Täten Suomen Olutseura Ry:n ikä- ja sukupuolijakauma vahvistaa sitä päätelmää, että Lakeuden Panimojuhlien

muutokset kävijöiden ikä- ja sukupuolijakaumassa johtuisivat siitä, että vuonna 2018 tapahtumassa on vierailut enemmän olutharrastajia.

Kyselyyn vastanneiden osallistuminen tapahtumaan oli tasoittunut päiväkohtaisesti vuodesta 2017 vuoteen 2018. Vastanneista vuonna 2017 yhteensä 64 % oli vierailut lauantaina, perjantaina 23 % ja molempina päivinä 12 %. Vuonna 2018 vastanneista yhteensä 50,5 % oli vierailut lauantaina, 31,8 % perjantaina ja 15,5 % molempina päivinä. Lauantai oli selkeästi suosituampi päivä lipunmyynnissä vuonna 2017, kun taas vuoden 2018 Lakeuden Panimojuhliissa lauantai ja perjantai olivat tasaisempia, vaikka tällöinkin lauantai oli selkeäsi suosituampi päivä.

Vuoden 2017 Lakeuden Panimojuhlien asiakaskyselyyn vastanneista 58 % ei ollut vierailut koskaan aikaisemmin kyseisessä tapahtumassa. Vuoden 2018 Lakeuden Panimojuhlien asiakaskyselyyn vastanneista vain 35,5 % ei ollut vierailut aikaisemmin tapahtumassa. Vuoden 2018 kyselyyn vastanneista osa oli vierailut sekä vuonna 2016 että 2017 Lakeuden Panimojuhliissa. Näin ollen vuoden 2018 kyselyn vastaajille älykorttimaksaminen oli jo ennestään huomattavasti tutumpaa Lakeuden Panimojuhlista kuin vuoden 2017 vastaajille.



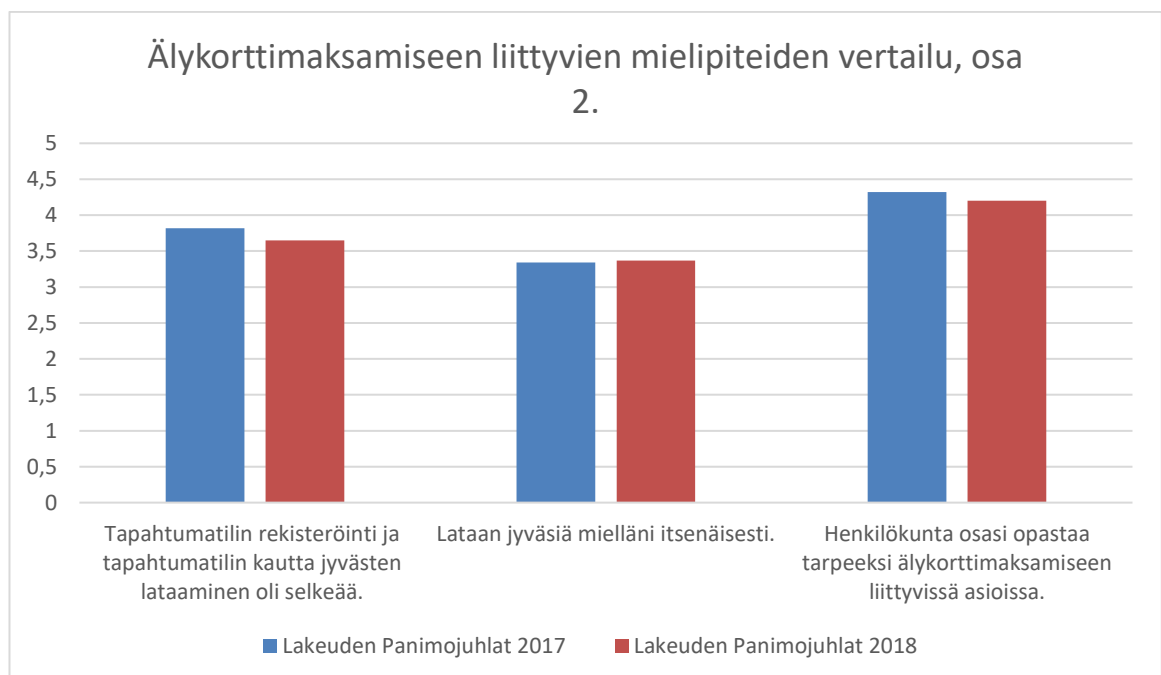
Kuvio 13 Älykorttimaksamiseen liittyvien mielipiteiden vertailu vuosien 2017 ja 2018 Lakeuden Panimojuhlien asiakaskyselyissä, osa 1.

Kuviossa 13 vertaillaan Lakeuden Panimojuhlien vuosien 2017 ja 2018 asiakaspalautteiden vastauksia liittyen mielipiteisiin älykorttimaksamisesta. Kuviossa näkyy

molempien vuosien vastauksien painotettu keskiarvo. Toisin sanoen taulukossa 1 = Täysin eri mieltä, 2 = Eri mieltä, 3 = Osittain samaa mieltä, 4 = Samaa mieltä ja 5 = Täysin samaa mieltä.

Painotetut keskiarvot ovat hyvin lähellä toisiaan vuosina 2017 ja 2018. Suurin ero oli siinä, että älykorttimaksaminen ei ollut täysin uusi asia niin monelle vuotena 2018 kuin 2017. Vuoden 2018 painotettu keskiarvo on 2,11 kun taas vuoden 2017 painotettu keskiarvo on 2,65. Toisin sanoen vuonna 2018 mielipiteiden keskiarvo oli lähempänä vastausta Eri mieltä, kun taas vuonna 2017 lähempänä vastausta Osittain samaa mieltä. Toisaalta tämä on hyvin selitettävissä sillä, että vuonna 2018 isompi osa oli vierailut aikaisemmin Lakeuden Panimujuhliissa kuin edellisenä vuotena.

Kolmessa seuraavassa väitteessä painotetut keskiarvot ovat erittäin identtisiä. On kuitenkin merkille pantavaa, että näissä väitteissä keskiarvot ovat hitusen parempia vuoden 2017 kyselyssä. Kuitenkin, koska kaikkien näiden kolmen väitteen painotetut keskiarvot ovat joko lähempänä vastauksia Samaa mieltä tai Täysin samaa mieltä, ei ero ole niin merkittävä, että tästä voisi tehdä mitään suurempia johtopäätöksiä. Voi olla, että kävijät ovat olleet kriittisimpiä vuoden 2018 palautekyselyssä, kun maksutapa on jo heille tutumpi.



Kuvio 14 Älykorttimaksamiseen liittyvien mielipiteiden vertailu vuosien 2017 ja 2018 Lakeuden Panimjuhlien asiakaskyselyissä, osa 2.

Kuvio 14 on jatkoa ylemmälle kuviolle, josta näkee Lakeuden Panimojuhlien vuosien 2017 ja 2018 mielipiteitä liittyen älykorttimaksamiseen. Kuviossa on mielipiteiden painotetut keskiarvot, jotka on selitetty luvun alussa.

Kuten aiemmassa kuviossa, keskiarvot eivät juuri eroa toisistaan. Eniten keskiarvot eroavat väitteessä koskien tapahtumatilin rekisteröintiä ja sen kautta jyvästen lataamista. Vuonna 2017 vastauksien keskiarvo oli 3,82 ja vuonna 2018 keskiarvo oli 3,65. Molemmat ovat lähempänä Samaa mieltä -vastausta, joten ero ei ole suuri. Vuonna 2017 tapahtumatilin rekisteröinti tehtiin nettiselaimen kautta, kun taas vuonna 2018 tapahtumatilin rekisteröinti tehtiin mobiilisovelluksen kautta. Tapahtumatilin kautta tehtiin latauksia prosentuaalisesti enemmän vuonna 2018 kuin vuonna 2017. Vastauksissa on hyvä huomioida, että vuoden 2017 kyselyssä 8 jätti kokonaan vastaamatta, kun taas vuoden 2018 kyselyssä kohtaan oli pakko vastata.

Ajattelutavassa jyvästen latauksista itsenäisesti ei ole painotetuissa keskiarvoissa juurikaan eroa, mutta vastauksien tarkemmassa tarkastelussa nähdään pieni ero. Vuonna 2017 lataisi jyväsiä mielellään itsenäisesti 42,2 %, kun taas vuonna 2018 yhteensä 46,4 %. Kuitenkin vuonna 2017 mielellään lataavien vastauksista tasan puolet oli Samaa mieltä ja puolet Täysin samaa mieltä, kun taas vuonna 2018 oli enemmän Samaa mieltä -vastauksia. Tämä selittänee hieman, miksi keskiarvo on lähes sama, vaikka kokonaisuudessaan ajattelu itsenäisestä latauksesta on muuttunut hieman positiivisempaan suuntaan.

Kaiken kaikkiaan vertailuista näkee, että vuoden aikana kävijöiden mielipiteet cashless paymentistä eivät ole muuttuneet suuremmin positiivisempaan tai negatiivisempaan suuntaan. Molempien vuosien mielipiteet älykorttimaksamisesta olivat erittäin positiivisia, mistä voidaan todeta, että Lakeuden Panimojuhlissa älykorttimaksaminen on ollut onnistunutta. Kyselyyn vastanneet tunnustavat älykorttimaksamisen edut, mutta ovat vielä hieman epäileväisiä siitä, että jyvästen lataaminen tapahtuisi itsenäisesti.

4 CASHLESS PAYMENTIN MAHDOLLISUUDET

Cashless payment tuo tapahtumajärjestäjälle sekä vastuuta että paljon mahdollisuuksia. Cashless paymentiä voi hyödyntää niin tapahtuman myynnissä kuin tuotannossa. Kappaleessa 2.2. Cashless paymentin edut käydään läpi cashless paymentin etuja, jossa tuleekin esille useita tapoja cashless paymentin hyödyntämisestä. Alla pohditaan hyödyntämistä tarkemmin ja mietitään mahdollisia kehityskohteita tapahtumajärjestäjän näkökulmasta.

4.1 Hyödyntäminen myynnissä

Cashless paymentiä voi hyödyntää tapahtuman myynnissä lukuisin eri tavoin. Ensinnäkin cashless payment itsessään edistää tapahtuman myyntiä ja muuttaa tapahtumakävijöiden ostokäyttäytymisiä. Tapahtumatuotanto läpivalaisussa - alihankkijaverkosto tapahtumaorganisaation tukena -kirjan (Kumpulainen ym. 2015, 31) mukaan myynti on kasvanut noin 10 % eri tapahtumissa Euroopassa. Vastaavasti taas yhden Euroopan suurimman cashless payment -toteuttajan Festipay:n (Festipay 2017 [Viitattu 27.3.2018]) mukaan asiakkaat käyttävät jopa 15-30 % enemmän rahaa käyttäessään cashless paymentiä. Vastaavasti CoreGo Oy arvioi heidän ylläpitämiensä tapahtumien myynnin kasvaneen aikaisemmista vuosista keskimäärin noin 15 % (Elomaa 2018).

Cashless paymentiä voi myös hyödyntää tekemällä lisämyyntiä. Lähtiessään asiakas voidaan houkutella käyttämättömien polettien palauttamisen sijaan käyttämään jäljellä olevat poletit johonkin tuotteeseen. Asiakkaille voidaan tehdä esimerkiksi mahdollisuus käyttää poletit tulevan vuoden lipun ostamiseen. Olut- ja ruokatapahtumissa taas myyntipisteillä voi olla avoin painike, jolloin asiakas voi ostaa viimeisillä poleteillaan pienemmän maistiaisen.

Cashless payment nopeuttaa tapahtuman asiakaspalvelua ja vähentää tapahtuman jonoja. Näin ollen myös tapahtuman myyntipisteet saavat maksimoitua ostotapahtumien määrän. Cashless paymentissä yksi ostotapahtuma kestää vain 2 sekuntia (Festipay 2017 [Viitattu 27.3.2018]).

Polettien lataaminen ennakkoon sekä itsenäisesti omalla mobiililaitteella nopeuttavat jonoja tapahtuman latauspisteillä sekä vähentävät tarvittavaa henkilökunnan määrää tapahtuman latauspisteillä. Ennakkolipunmyynnin yhteydessä on hyvä tarjota asiakkaalle vaihtoehtoa ladata poletteja valmiiksi, jolloin poletit ovat valmiina, kun asiakas saapuu tapahtumaan. Usein tapahtumissa on käytössä myös mahdollisuus rekisteröidä oma tapahtumatili nettiselaimen tai mobiilisovelluksen kautta. Tällöin asiakas voi itse hallita polettien latauksia missä vain. Asiakkaan tarvitsee ainoastaan yhdistää maksutunniste ja tapahtumatili syöttämällä maksutunnisteen numerosarja tapahtumatiliin.

Cashless paymentiä pystyy hyödyntämään myös reaaliaikaisessa myynninseurauksessa. Tapahtumajärjestäjä voi seurata myyntiä reaaliaikaisesti omalta tietokoneeltaan. Myynnit näkee myyntipistekohtaisesti joka tuote eriteltynä. Reaaliaikaisella seurannalla näkee nopeasti, jos jonkun tuotteen menekki on erittäin suuri tai jos jossain myyntipisteellä on selkeästi huonompi myynti kuin muilla myyntipisteillä. Näin ongelmiin pystyy myös puuttumaan tapahtuman aikana. Halutessaan tapahtumajärjestäjä voi antaa myyntipisteille mahdollisuuden nähdä reaaliaikaisesti myyntinsä. Tämä voi kuitenkin johtaa siihen, että myyntipiste keskittyy enemmän myynnin seuraamiseen kuin itse myymiseen.

4.2 Hyödyntäminen tuotannossa

4.2.1 Tuotanto

Cashless paymentiä voi hyödyntää myös usein eri tavoin tapahtuman tuotannossa. Cashless payment mahdollistaa kätevästi myyntipaikkojen kanssa myyntisopimusten sitomisen liikevaihtoon. Tämä hyödyttääkin niin myyntiä kuin tuotantoa kokonaisuudessaan. Kun cashless payment on ainoa maksuvaihtoehto, ei kassan ohi myynti ole mahdollista. Myyntiraporteista näkee myös tuotekohtaisen myynnin. Täten esimerkiksi olutfestivaali, jossa usein tapahtumajärjestäjän pitää ostaa sisään myytävät oluet, pystyy katsomaan sisään ostettavat määrät suoraan raporteista. Tällöin tapahtuma maksaa vain siitä oluesta sisäänostohinnan, joka on todella

myyty. Näin ohi kassan annetut olutlitrat ja hukkalitrat eivät jää tapahtumajärjestäjälle maksettavaksi.

Cashless paymentiä pystyy hyödyntämään myös sponsoroinnissa. Perinteisimmillään tapahtumassa käytettävät älykortit ovat itsessään jo sellaisia mainospaikkoja, joissa näkymisestä yhteistyökumppanit ovat usein valmiita maksamaan. Cashless payment mahdollistaa kuitenkin paljon moniulotteisempaakin yhteistyötä. Cashless paymentin maksutunnisteelle tai mobiilisovellukselle voi yhdistää erinäisiä osallistavia toimintoja, kuten yhteistyökumppanin pisteen. Yhteistyökumppania voi myös kiinnostaa asiakasdatan kerääminen kohdennetusta kohderyhmästä. Käytännössä tämä voisi tarkoittaa esimerkiksi sitä, että tapahtumakävijä osallistuu yhteistyökumppanin kilpailuun käyttämällä lukijassa rekisteröityä älykorttiaan ja antamalla samalla luvan kerätä tietonsa.

4.2.2 Big data

Digitalisaatio on mahdollistanut suurten tietomäärien keräämisen yrityksen kohdassa asiakkaan monikanavaisesti, sekä tuotanto- ja toimitusprosessien tuottaessa suuria määriä tietoa niiden eri vaiheissa. Ydinkysymys on, miten valtavat tietomäärät saadaan hyödynnettyä. (Sovelto 2018 [Viitattu 4.4.2018].) Big data ja sen analysoiminen voivat helpottaa yrityksiä kasvattamaan myyntiään, säilyttämään asiakkaansa sekä pienentämään toiminnan kustannuksia (Tieto 2017 [Viitattu 4.4.2018]).

Big datan määritelmä ei ole täysin yksiselitteinen, mutta siihen voidaan liittää kolme määrettä. Nämä määreet ovat määrä, nopeus ja monimuotoisuus. Suuren datamäärän vuoksi, sen käyttö yleisesti käytössä olevilla laitteilla ja ohjelmistoilla järkevässä ajassa ei ole mahdollista. Dataa kertyy useista lähteistä eri muodoissa, usein automaattisesti, ja se lisääntyy sekä muuttuu nopeasti. Datalla ei välttämättä ole lainkaan selkeää rakennetta, minkä vuoksi sen analysointi sellaisenaan on hankalaa. (Sovelto 2018 [Viitattu 4.4.2018].)

Cashless paymentistä saa runsaasti hyödyllistä tietoa eli big dataa, josta on hyötyä erityisesti tuleville vuosille. Asiakasdatasta voi tarkastella muun muassa erilaisia ku-

lutuskäyttäytymisiä, suosituimpia tuotteita ja myydyimpiä tunteja. Yksinkertaisimmillaan asiakasdata on hyvin jäsenneltyä, joten sen tulkitsemiseen ei tarvita suuria ponnisteluja tai mahdottomasti aikaa. Kuitenkin syvempi datan lukeminen vaatii enemmän aikaa ja resursseja.

Kun tapahtumassa on käytetty cashless paymentiä useampana vuotena peräkkäin, voi myös asiakasdataa vertailla keskenään. Cashless payment mahdollistaa myös suoramarkkinoinnin yhteystietonsa jättäneille. Suoramarkkinoinnissa on kuitenkin syytä pysyä aina hyvän maun rajoissa tapahtuman imagon takia.

4.2.3 Kulunvalvonta

Kun tapahtumajärjestäjä päättää ottaa käyttöön maksutavaksi cashless paymentin, kannattaa järjestäjän myös harkita sen hyödyntämistä kulunvalvonnassa. Sijoittamalla tapahtuman sisäänkäynneille kulunvalvontalaitteet pystyy ihmisten kulunvalvontaa valvoa ja seurata paremmin. Cashless payment kulunvalvonnan välineenä eliminoi lippupetoksia, sujuvoittaa sisäänkäyntiä tapahtumaan ja antaa tarkan tiedon kävijämäärästä reaaliaikaisesti (Festipay 2017 [Viitattu 27.3.2018]).

Tällaisissa tapauksissa tapahtumakävijöillä on sirulliset rannekkeet, jotka he käyttävät lukijassa tapahtumaan tullessa. Myös pois lähtiessä asiakas käyttää siruranneketta lukijassa. Sisääntulossa ja poislähdössä käytetään eri lukijoita, jotta seuranta pysyy loogisena. Mikäli asiakas saa poistua tapahtuma-alueelta ja tulla takaisin tapahtumaan, pystyy laitteelta helposti seuraamaan asiakkaiden kulkua. Tämä mahdollistaa myös väärinkäytöksen huomaamisen, jos esimerkiksi kaveriporukka kierättää samaa ranneketta. Jos samalla rannekkeella on käyty usean kerran lyhyessä ajassa ulkona ja tultu takaisin sisälle, on asiakkaaseen syytä kiinnittää tarkempaa huomiota.

Tapahtumajärjestäjä voi tarkastella kulunvalvontatietoja reaaliaikaisesti ja näin ollen myös päätellä, paljonko lipun ostaneista on vielä tulematta tapahtuma-alueelle ja paljonko tapahtumassa on sisällä kävijöitä. Tätä pystytään hyödyntämään taas muissa toiminnoissa ja mahdollisesti reagoimaan, jos joku tilanne sitä vaatii. Näin

on myös helpompi tehdä päätös, paljonko lippuja voidaan vielä ovelta myydä, jos loppuunmyynti on mahdollinen.

4.3 Kehittäminen tapahtumajärjestäjän näkökulmasta

Cashless payment on maksujärjestelmänä erittäin toimiva ja sen kehityskohteet ovatkin enemmän huomioita. Monet asioista ovat sellaisia, jotka koskevat enemmänkin sitä, miten saada laskettua uusien tapahtumien kynnystä ottaa käyttöön cashless payment. Pienillä tapahtumilla budjetit ovat tiukkoja ja jokainen kulu harkitaan erikseen. Siksi pienille tapahtumajärjestäjille cashless paymentistä aiheutuvat kulut voivat tuntua liian isoilta.

Yksi iso menoerä on maksutunnisteet, joiden määrä on lähtökohtaisesti aina tilattava isoimman mahdollisen kävijämäärän mukaan. Ideaali tilanne olisi, jos cashless paymentin toteuttajalla olisi universaalit älykortit, jota tapahtumat voisivat halutesaan lainata. Kortit kerättäisiin takaisin asiakkailta, esim. panttiperiaatteella ja tapahtuma maksaisi cashless paymentin toteuttajalle vain palauttamattomat kortit.

Kun tapahtumajärjestä päättää ottaa ensimmäistä kertaa cashless paymentin käyttöön, on kynnyks huomattavasti isompi, kun maksujärjestelmä ei ole täysin tuttu. Täten tapahtumajärjestäjälle on suuri hyöty, jos alussa kaikki toimenpiteet ovat mahdollisimman helppokäyttöisiä. Myös erilaiset pohjat ja mahdolliset opetusvideot asiakasviestintään voivat olla hyödyllisiä myös kokeneemmallekin järjestäjälle. Mitä paremmin uusi tapahtumajärjestäjä hahmottaa cashless paymentin periaatteet, asiakasviestinnän ja erilaiset tapahtumajärjestäjältä vaadittavat toimenpiteet, sitä helpompi hänen on cashless payment ottaa käyttöön. Esimerkiksi step by step -tyyppiset ohjeet voisivat helpottaa kokonaisuuden hahmottamista.

Latauksien itsenäistyminen olisi tapahtumajärjestäjälle hyvä asia. Älyrahaa voi usein ladata lipunoston yhteydessä ja tapahtumatilin kautta. Myös erinäiset itsepalvelulatauspisteet ovat tulevaisuudessa mahdollisia. Jos asiakkaat lataisivat poletteja itsenäisesti enemmän, latauspisteiden toimintaa saataisiin tehostettua ja myös

resursseja vähennettyä. Näin ollen henkilökuntaa voisi vapauttaa latauksista ja henkilökunta toimisi enemmänkin apuna sitä tarvitseville. Suurin kysymys onkin, miten houkutella asiakkaat tekemään itse latauksia.

Ehkä kaikkein merkittävin kehittämiskohde niin kokeneille kuin uusille tapahtumajärjestäjille on cashless paymentin datan parempi ja nopeampi hallinta. Cashless paymentin raporteista saa nopeasti tärkeimmät tiedot, mutta syvälinen analysointi ja eri vuosien tarkempi vertailu vaatii paljon työtä ja aikaa. Kun datan prosessointia saataisiin kehitettyä ja automaattistettua, saataisiin datasta enemmän irti. Tämä voisi mahdollistaa myös sen, että kaikki myyntiosuudet pystyttäisiin laskemaan automaattisesti ilman että tapahtumajärjestäjän tarvitsee käyttää siihen aikaa. Tämä koskee etenkin juomatapahtumia, jossa usein myyntiosuuksissa pitää huomioida myös tuotteen sisäänostot.

Mitä sitten tulevaisuudessa? Cashless payment on siirtymässä hiljalleen siihen vaiheeseen, että toiminta ei tarvitse aktiivisesti verkkoyhteyttä. Tämä olisi asia, joka loisi lisää varmuutta cashless paymentiä kohtaan ja vähentäisi uhkakuvia järjestelmän kaatumisesta.

Cashless payment kehittyä hurjaa vauhtia ja voidaan vain arvella, millaiselta cashless payment näyttää esimerkiksi viiden vuoden kuluttua. Niin tapahtumajärjestäjien kuin asiakkaiden etu olisi, jos uudet maksutunnisteet, kuten älykortit, korvataisiin jollain muulla. Ihmisten lompakot ovat jo valmiiksi täynnä kortteja ja taas sirullisia rannekeita on hankalampi kierrättää useampina vuosina. Voisiko sormenjäljen valjastaa maksutunnisteeksi? Tänä päivänä niin tietokoneista kuin älypuhelimista löytyy usein sormenjälkitunnistus, joka korvaa salasanan tai pin-koodin. Sormenjäljen valjastaminen maksutunnisteeksi on tuskin mutkatonta, mutta tuskin myös mahdotontakaan. Tulevaisuudessa voisi myös olla mahdollista, että mobiililaitteet itsessään toimisivat maksutunnisteina.

5 POHDINTA

Asetin tälle opinnäytetyölle tavoitteeksi helpottaa tapahtumajärjestäjiä ymmärtämään cashless paymentiä paremmin ja madaltaa kynnystä maksujärjestelmän käyttöönottoon. Tämä opinnäytetyö ei anna absoluuttisia totuuksia tai vastauksia kaikkeen, eikä se ollut tarkoituskaan. Opinnäytetyöllä halusin tuoda esiin erilaisia näkemyksiä sekä avata asioita konkreettisilla esimerkeillä omista tuotannoistani.

Mennään taaksepäin vuoteen 2015. Kuvitellaan, että kaikki tämä tieto olisi ollut silloin ulottuvillani. Uskaltaisinkin väittää, että moni asia olisi ollut huomattavasti helpompaa ja paremmin ymmärrettävissä alusta alkaen. Toivonkin, että tämä työ auttaa nykyisiä ja tulevia tapahtumajärjestäjiä hahmottamaan cashless paymentin osa-alueita ja välttämään sudenkuopat. Vielä tänä päivänä cashless paymentistä löytyy vähän tietoa ja tiedot perustuvat lähinnä cashless paymentin toteuttajien tietoihin. Toivottavasti tähän tulee muutos vielä jonain päivänä.

Opinnäytetyön tavoitteena oli myös tuoda cashless paymentiin tapahtumajärjestäjän näkökulmaa ja auttaa palveluntarjoajia ymmärtämään paremmin tapahtumajärjestäjiä ja -kävijöitä. Uskon ja toivon, että opinnäytetyöstä löytyy myös tuoreita näkökulmia palveluntarjoajille sekä miksei myös asiakkaille. Mitä paremmin tapahtumajärjestäjät, palveluntarjoajat ja asiakkaat ymmärtävät toisiaan, sitä paremmat lähtökohdat cashless paymentillä on. Muutokset pelottavat, mutta ne myös mahdollistavat. Siksi niistä on syytä puhua avoimesti.

Opinnäytetyö oli prosessina opettavainen ja se selkeytti myös omaa ajattelua maksujärjestelmästä. Opinnäytetyön myötä sain jäseneltyä cashless paymentin osa-alueita ja löysin kehityskohteita myös omaan toimintaan. Uskonkin, että tämän opinnäytetyön myötä osaan huomioida erilaiset cashless paymentin asiat entistä paremmin tulevissa tuotannoissa.

Cashless payment kehittyy ja yleistyy koko ajan. Kesällä 2018 ainakin kaksi suurta Suomessa järjestettävää musiikkifestivaalia tulee käyttämään ainoana maksuvaihtoehtona cashless paymentiä. Myös lukuisissa pienemmissä ja suuremmissa tapahtumissa tullaan käyttämään cashless paymentiä samana kesänä. Vain aika näyttää, mikä on cashless paymentin tilanne viiden tai kymmenen vuoden päästä.

LÄHTEET

- CoreGo Oy. 2018. Tapahtumapalvelut. [Verkkosivu]. [Viitattu 5.4.2018]. Saatavana: <http://www.corego.fi/w/tapahtumapalvelut>
- Elomaa, H. 2018. Hallituksen jäsen. CoreGo Oy. Haastattelu 4.4.2018.
- Festipay. 2017. Cashless payment solution. [Verkkosivu]. [Viitattu 27.3.2018]. Saatavana: <http://www.festipay.com/services/#cashless-payment-solutions>
- Hannula, E. 2018. Pienpanimobuumi leviää: kohta pannaan vorssalaista olutta. [Artikkeli]. [Viitattu 7.4.2018]. Saatavana: <https://yle.fi/uutiset/3-10058887>
- Humalablogi. 2018. Vuoden 2018 olutfestivaaleja. [Blogikirjoitus]. [Viitattu 9.4.2018]. Saatavana: <http://humalablogi.info/festivaalit/vuoden-2018-olutfestivaaleja/>
- Hyvönen, E. 2018. Semanttinen web: linkitetyn avoimen datan käsikirja. Helsinki: Gaudeamus.
- Intellitix. 2018. What is a closed-loop system versus an open-loop system? [Viitattu 4.4.2018]. Saatavana: <https://www.intellitix.com/en/faq/closed-loop-system-versus-open-loop-system/>
- Juurakko, A., Kauhanen, J. & Öhage, U. 2012. Kulttuurista liiketoimintaa. Lapua: Sananjuuri.
- Kotti, A. 2018. Puheenjohtaja. Suomen Olutseura ry. Haastattelu 27.3.2018.
- Kumpulainen, N., Lähteenmäki, A., Lehtola, P. & Hokkanen, P. 2015. Tapahtumatuotanto läpivalaisussa - alihankkijaverkosto tapahtumaorganisaation tukena. Seinäjoki: MASSA – Massatapahtumien kehittämishanke.
- Panimoliitto. 2017. Panimotilastot. [Tilasto]. [Viitattu 7.4.2018]. Saatavana: <http://www.panimoliitto.fi/app/uploads/2018/03/Panimotilastot-2017-infograafi.pdf>
- Pivo Wallet Oy. 2017. Blockfest on Suomen ensimmäinen festivaali ilman käteistä rahaa. [Verkkosivu]. [Viitattu 29.3.2018]. Saatavana: <https://www.festarika-veri.com/rannekemaksu/>
- Playpass. 2018. Cashless payments. [Verkkosivu]. [Viitattu 27.3.2018]. Saatavana: <http://www.playpass.be/services/cashless-payments>

Rajainmäki, M. 2017. Asiakasviestinnän viisi tärkeintä sääntöä. [Blogikirjoitus]. [Viitattu 6.4.2018]. Saatavana: <https://rodinia.fi/asiakasviestinnan-viisi-tarkeinta-saantoa/>

Sovelto. 2018. Avain syvempään asiakasymmärrykseen. [Verkkosivu]. [Viitattu 4.4.2018]. Saatavana: <https://www.sovelto.fi/ratkaisut/ict-ja-uudet-teknologiat/big-data/>

Tieto. 2017. Big data. [Verkkosivu]. [Viitattu 4.4.2018]. Saatavana: <https://www.tieto.fi/konseptit-tieto/big-data>

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2016. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma.

LIITTEET

Liite 1. Mediatiedote vuoden 2016 Lakeuden Panimojuhlien älykorttimaksamisesta

Liite 2. Ohjeistus vuoden 2017 Lakeuden Panimojuhlien älykorttimaksamiseen

LIITE 1 Mediatiedote vuoden 2016 Lakeuden Panimojuhlien älykorttimaksamisesta

Lakeuden Panimojuhlissa 16.1.2016 maksetaan Jyväsillä



Seinäjoen Rytmikorjaamolla järjestetään lauantaina 16.1.2016 uusi olutfestivaali Lakeuden Panimojuhlat, jossa maksut toteutetaan Jyväsillä: 1 euro = 1 Jyvänen. Kyseessä on tapahtumapäivänä käytettävät maksukortit, joihin voidaan ladata Jyväsiä ja näin nopeuttaa maksamista ja parantaa asiakaspalvelua tapahtuman myyntipisteillä. Kyseessä on Suomen ensimmäinen tapahtuma, jossa käytetään ainoana maksuvaihtoehtona tapahtuman sisäisiä maksukortteja. Älykorttimaksamisen tapahtumassa toteuttaa SeamChip.

Tapahtumakävijöillä on mahdollisuus ostaa Jyväsiä jo ennen tapahtumaa verkkokaupasta pääsylipun yhteydessä, jolloin ennakoon ostetut Jyväset ovat valmiina tapahtumassa pääsylippuun vaihdettavalla älykortilla. Tapahtumaan saapuvilla on tietenkin mahdollisuus ladata Jyväsiä myös Rytmikorjaamolle saavuttaessa erillisillä Siilo -pisteillä, joissa Jyväsiä luovutetaan käteistä tai pankkikorttimaksua vastaan. Siilo -pisteillä asiakkailla on myös mahdollisuus vaihtaa käyttämättömät Jyväset takaisin rahaan tai hakea palautusta jälkikäteen erillisellä verkkolomakkeella.

Lakeuden Panimojuhlissa nähdään monipuolinen kattaus pienpanimoiden oluita. Tapahtumassa ovat mukana mm. Sonnisaaren Panimo, Maistila, Bock's Corner Brewery, Mallaskosken Panimo ja Kyrö Distillery Company. Lakeuden Panimojuhlissa on myös tarjolla erilaista ohjelmaa ja ruokaelämyksiä. Loput tapahtuman panimot ja ohjelma julkaistaan lähiaikoina.

"Lakeuden Panimojuhlat on mahtava konsepti ja olemme innoissamme päästessämme toteuttamaan tapahtumamaksamista asiakasystävällisellä tavalla. Tulemme panostamaan merkittävästi informaatioon jo ennen tapahtumaa ja tapahtuman aikana, koska kyseessä on monelle täysin uusi maksutapa. Tapahtumajärjestäjälle ja pienpanimoille mahdollistamme kokonaisuuden, jolla palvelumaksamista voidaan nopeuttaa merkittävästi ja parantaa asiakkaiden viihtyvyyttä." (Hannu Elomaa SeamChip)

SeamChip –konseptin toteuttama älytunnistemaksaminen ja tapahtumahallinta on ollut käytössä Seinäjoella jo Provinssilla viime kesän VIP -asiakkailla ja myös urheiluseurojen ottelutapahtumissa. Liput ovat myynnissä nyt! Ennakkoliput maksavat 7 euroa ja sisältävät tapahtuman logolla varustetun maistelulasin. Lisätietoa: www.lakeudenpanimojuhlat.fi

Liite 2 Ohjeistus vuoden 2017 Lakeuden Panimujuhlien älykorttimaksamiseen

LAKEUDEN PANIMOJUHLAT / 15.1.2017

15.1.2017 Tietoa Seamchip -maksutunnisteista

REKISTERÖIDY JA LATAA JYVÄSIÄ KÄTEVÄSTI NETISSÄ TÄÄLTÄ!

Tapahtumassa on käytössä viimevuoden tapaan SeamChip -maksutunnisteen, jollaiset jaetaan tapahtumaan saavuttaessa. Kyseessä on tapahtumapäivänä käytettävät maksukortit, joihin voidaan ladata Jyväsiä ja näin nopeuttaa maksamista ja parantaa asiakaspalvelua tapahtuman myyntipisteillä. Valuuttana toimii Lakeuden panimujuhlien omat Jyväset 1€ = 1 jyvänen. Tapahtumassa on latauspisteet, joissa voit ostaa Jyväsiä maksutunnisteelle käteisellä ja maksukortilla tai aktivoida ennakkolipun Jyväset.



Uutena ominaisuutena Lakeuden Panimojuhlilla on tapahtumatili, johon rekisteröitymällä voit ladata maksutunnistetta tapahtuman aikana kätevästi omalla kännykälläsi. Tilistä voit myös seurata maksutunnisteesi saldoa ja ostohistoriaa, sekä arvioida tapahtuman oluita. Tutustu tiliin ja rekisteröi itsesi jo ennen tapahtumaa. Tiliin on myös mahdollista ladata Jyväsiä ennakoon ja saatuasi maksutunnisteen voit aktivoida sen itse tapahtumatilistä tai pyytää liittämisen latauspisteeltä.

Tapahtuman aikana voit lunastaa käyttämättömät Jyväset takaisin euroiksi ilman veloitusta. Tapahtuman jälkeen palautukset ovat mahdollisia seuraavan viikon ajan. Tapahtuman jälkeisistä palautuksista peritään 3€ käsittelymaksu. Huom! Jotta käyttämättömien Jyvästen palautus tapahtuman jälkeen on mahdollista, on sinun rekisteröitävä älykorttisi viimeistään tapahtuman aikana.

REKISTERÖINTI: <https://lpj2017.azurewebsites.net/Login>

USEIN KYSYTYT KYSYMYKSET:

Mikä on maksutunniste?

Maksutunniste on kortti, jonka saat tapahtumaan saapuessasi. Kortilla maksetaan tapahtuman kaikilla myyntipisteillä ja siihen ladataan rahaa latauspisteistä tai oman tapahtumatilin kautta.

Minulla on Jyväsiä ostettuna pääsylippuuni – kuinka voin maksaa niillä?

Jos olet ostanut ennakkolippuun jyväsiä valmiiksi, saat Jyväset maksutunnisteelle esittämällä pääsylippusi latauspisteellä.

Kuinka rekisteröidyn tapahtumatiliin?

Voit rekisteröityä tapahtumatiliin osoitteessa www.lakeudenpanimojuhlat.fi/liput

Kuinka lataan jyväsiä tapahtumatiliin jo ennen tapahtumaa?

Luotuasi tapahtumatilin sinulla on mahdollisuus ladata tiliisi Jyväsiä valmiiksi ennen tapahtumaa.

Miten aktivoin maksutunnisteen tapahtumatiliin?

Saavuttuasi tapahtumaan ja saatuasi maksutunnisteen voit rekisteröidä maksutunnisteen tunnusnumeron omatoimisesti tapahtumatiliin. Vaihtoehtoisesti voit mennä latauspisteelle, jossa maksutunnisteesi ja tapahtumatilisi voidaan yhdistää.

Kuinka saan käyttämättömät Jyväset vaihdettua euroiksi?

Saat vaihdettua käyttämättömät Jyväset euroiksi tapahtuma-alueella latauspisteissä ilman veloitusta. Tapahtuman jälkeen palautukset ovat mahdollisia seuraavan viikon ajan. Tapahtuman jälkeisistä palautuksista peritään 3€ käsittelymaksu. Huom! Jotta käyttämättömien Jyväsien palautus tapahtuman jälkeen on mahdollista, on sinun rekisteröitävä älykorttisi viimeistään tapahtuman aikana.

