

Team So Much Fun työhyvinvoinnin edistäjänä Yritys X:lla

Henna Saarela



Tekijä(t) Saarela Henna	
Koulutusohjelma Liiketalous, Mainonta ja yritysviestintä	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Team So Much Fun työhyvinvoinnin edistäjänä Yritys X:lla	Sivu- ja liitesivumäärä 27
<p>Opinnäytetyössä käsitellään GroupM:n työhyvinvointikonsepti Team So Much Funin kehitystä, käyttöönottoa, toimintaa ja tulevaisuutta sekä konseptin vaikutuksia työyhteisössä. Team So Much Funin alkuperäinen tehtävä oli tutustuttaa työntekijöitä toisiinsa, mutta nykyisin tiimi toimii organisaation ei-niin-virallisena hyvinvoinnin edistäjänä järjestäen henkilöstölle hauskaa yhdessä tekemistä vapaa-ajalle ja luoden yhteisöllisyyttä organisaatioon.</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli rakentaa Team So Much Funille toimintasuunnitelma, jonka avulla tiimin tekemistä saataisiin rytmitettyä ja vakiinnutettua. Suunnitelman avulla Team So Much Funin toimintaan oli tarkoitus lisätä uutta yhdessä tekemistä henkilöstötapahtumien lisäksi. Team So Much Funin onnistumista arvioidaan henkilöstöltä sähköpostitse kerätyn palautteen avulla.</p> <p>Viitekehyksessä käsitellään työhyvinvointia laajempaan kattoteemana kaikelle fyysiselle, psyykkiselle ja sosiaaliselle hyvinvoinnille työpaikalla. Viitekehyksessä pureudutaan tarkemmin sosiaaliseen hyvinvointiin ja nimenomaan sen osa-alueista yhteisöllisyyteen, sisäiseen motivaatioon ja innostamiseen. Tämän lisäksi viitekehyksessä käsitellään tapahtuman järjestämistä vaiheittain.</p> <p>Lopuksi Team So Much Funille esitetään vuosikello, jonka avulla ryhmän tekemistä saataisiin rytmitettyä ja vakiinnutettua. Vuosikellon lisäksi opinnäytetyössä esitetään ajatuksia siitä, mihin suuntaan konseptia olisi hyvä viedä tulevaisuudessa.</p>	
Asiasanat Yhteisöllisyys, innostaminen, sisäinen motivaatio, tapahtuma, työyhteisö	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Projektin tavoite ja rajausta	1
1.2	Toimeksiantajan kuvaus.....	2
2	Työhyvinvointi ja yhteisöllisyys	3
2.1	Työhyvinvointi	3
2.2	Sisäinen motivointi	5
2.3	Yhteisöllisyys	6
2.4	Innostaminen ja innostuneisuus	7
3	Tapahtuman järjestäminen	8
3.1	Tapahtuman alkukartoitus	8
3.2	Tapahtuman suunnittelu.....	9
3.3	Tapahtuman markkinointi.....	10
3.4	Tapahtuman toteutus	10
3.5	Tapahtuman jälkimarkkinointi ja onnistumisen arviointi	11
4	Työhyvinvointikonseptin suunnittelu ja toteutus	12
4.1	Kysely ja toiminnan suunnittelu	12
4.2	Team So Much Funin perustaminen	13
4.3	Tapahtumien suunnittelu.....	13
4.3.1	Case example 1: Lautapeli-ilta	14
4.3.2	Case Example 2: GroupM Luokkaretki	16
5	Pohdinta.....	19
5.1	Konseptin vaikutukset työyhteisössä.....	19
5.2	Konseptin kehittäminen.....	20
5.3	Projektin arviointi.....	23
	Lähteet	25

1 Johdanto

Nykypäivän työyhteisöissä henkilöstö saattaa vaihtua hyvin tiuhaan ja työnantajat yrittävät pitää osaavasta henkilöstöstään kiinni. Media-alalla henkilöstön vaihtuvuus on monia aloja suurempaa, mikä johtaa väistämättä siihen, ettei kollegoita tunneta niin hyvin kuin parhaan mahdollisen työtuloksen sekä yleisen viihtyvyyden kannalta olisi toivottavaa. Jotta hyvät työntekijät saataisiin pysymään ja viihtymään yrityksessä, on yrityksen panostettava henkilöstöönsä ja sen hyvinvointiin.

Opinnäytetyö tehdään GroupM Finland Oy:lle ja sen aiheena on GroupM:lla lanseeratun Team So Much Fun -konseptin kehitys, käyttöönotto, toiminta ja tulevaisuus. Konseptin toimivuutta tutkitaan kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää apuna käyttäen ja tutkimus toteutetaan GroupM:n työntekijöiden sähköpostihaastatteluna. Opinnäytetyössä esitellään myös kaksi case-esimerkkiä toteutetuista tapahtumista, niiden suunnittelusta ja toteutuksesta. Lopuksi Team So Much Fun -konseptille tehdään kehityssuunnitelma, joka perustuu henkilöstöltä saatuun palautteeseen sekä toiveisiin.

1.1 Projektin tavoite ja rajaus

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on kuvata GroupM:lla vuonna 2017 lanseeratun, työviihtyvyyteen vaikuttavan, Team So Much Fun –konseptin suunnittelu sekä sen jalkauttaminen käytäntöön. Team So Much Fun on ryhmä vapaaehtoisia GroupM:n työntekijöitä, joiden tehtävänä on järjestää erilaisia aktiviteetteja yrityksen henkilöstölle. Aktiviteetit voivat olla kaikkea yhteisten illanviettojen tai askartelun väliltä, mutta kaikilla niillä on yksi yhteinen tarkoitus – luoda positiivista ilmapiiriä ja lisätä työviihtyvyyttä, työhyvinvointia sekä yhteisöllisyyttä työyhteisössä.

Opinnäytetyössä pohditaan konseptin vaikutuksia työssä viihtyvyyteen ja työhyvinvointiin. Jotta konseptin toimivuutta saadaan kartoitettua, GroupM:n henkilöstöltä kerätään palautetta Team So Much Fun -ryhmän toiminnasta ja tapahtumista sähköpostihaastattelun muodossa.

Saadun palautteen ja henkilöstön esittämien toiveiden valossa konseptille tullaan tekemään kehityssuunnitelma ja vuosikalenteri. Toimeksiantajan toiveesta toiminnalle hahmotellaan myöhemmin toteutetun vuosikalenterin myötä mahdollinen vuosibudjetti, jota voidaan hyödyntää yhtiön vuosittaisessa budjetoinnissa.

1.2 Toimeksiantajan kuvaus

Työn kohdeyrityksenä toimii GroupM Finland Oy, joka on mediaostamiseen ja suunnitteluun erikoistunut yritys. GroupM on osa maailman suurinta monikansallista mainos- ja markkinointikonsernia WPP:tä. GroupM:n kautta kulkee noin kolmasosa kaikesta maailman mainonnasta (GroupM 2018). Suomessa GroupM on tunnettu nykyisessä muodossaan noin neljä vuotta.

Suomessa GroupM koostuu kolmesta mediatoimistobrändistä. GroupM:n tiloissa toimii myös kaksi luovaa toimistoa. Mediatoimistobrändeihin kuuluu Mediacom, Mindshare sekä toimistoista nuorin, Wavemaker, joka syntyi syystalvella 2017 kahden mediatoimistonbrändin fuusioitumisen yhteydessä. GroupM:n toimistolla työskentelee päivittäin hieman alle sata työntekijää erilaisten mediaostamiseen ja -strategiaan liittyvien työtehtävien parissa.



Kuva1. GroupM Finland organisaatio.

2 Työhyvinvointi ja yhteisöllisyys

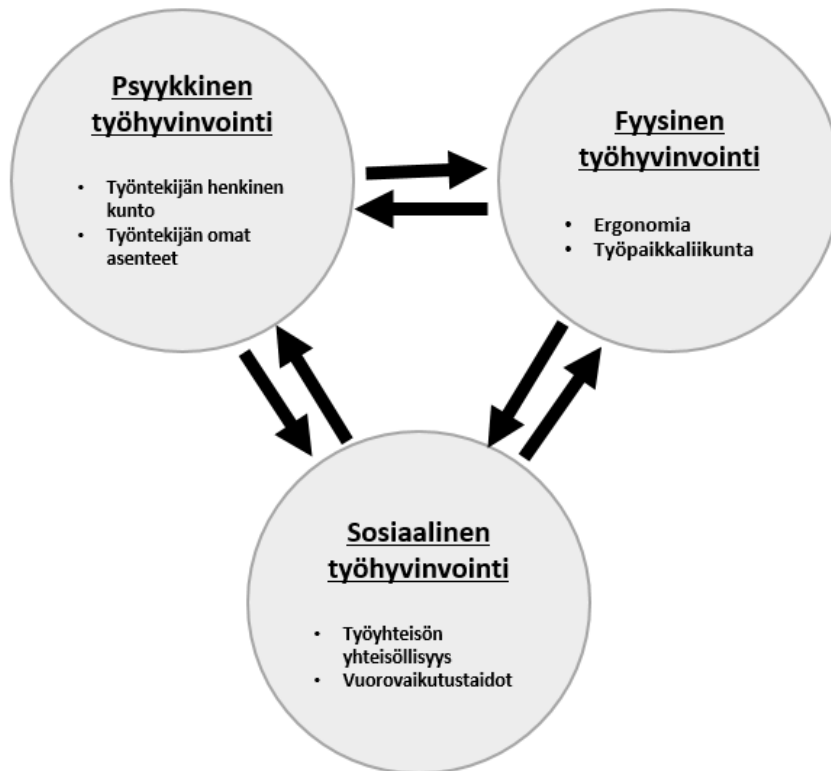
Viitekehyksessä käsitellään työhyvinvointia laajempaan kattoteemana, jonka jälkeen siirrytään henkilöstön sisäiseen motivointiin. Yhteisöllisyys ja innostaminen ovat hyvin tärkeä osa työhyvinvointia. Viitekehyksessä käsitellään myös tapahtuman järjestämistä, koska tapahtumat ovat olennainen osa Team So Much Fun -ryhmän toimintaa.

2.1 Työhyvinvointi

Työhyvinvoinnilla tarkoitetaan työntekijän tilaa, jossa työntekijä kokee olevansa tyytyväinen työhönsä ja saa tekemästään työstä hyvää oloa. Työhyvinvointi on aina hyvin yksilöllinen kokemus ja siihen voi vaikuttaa monet eri tekijät. Hyvinvoiva työntekijä on aktiivinen, innokas, itseohjautuva ja motivoitunut työssään ja jaksaa tämän lisäksi myös vapaa-ajallaan. (Riikonen, Tuomi, Vanhala & Seitsamo 2003, 12).

Työhyvinvointia määrittää Suomen laissa määritelty työsuojeluun, -terveyteen ja -turvallisuuteen liittyvä lainsäädäntö (Työterveyslaitos 2018). Työhön liittyvällä lainsäädännöllä turvataan hyvin pitkälti työntekijän fyysistä työhyvinvointia, mutta myös henkistä hyvinvointia ja jaksamista (Kuva 2). Työhön liittyvän lainsäädännön lisäksi työhyvinvointiin vaikuttaa liuta muita tekijöitä, joiden tärkeys määrittyy henkilökohtaisemmalla tasolla. Näitä tekijöitä on esimerkiksi esimiestyö, työyhteisö ja sen ilmapiiri, työhön perehdytys, toimivat prosessit ja työhön tarvittavien työkalujen ja oppien saanti. Työhyvinvoinnin edistäminen ei kuitenkaan ole vain yrityksen johtoportaalle ja esimiesten harteilla, vaan on koko työyhteisön tehtävä tehdä työpaikasta ja sen ilmapiiristä innostava ja kannustava (Sosiaali- ja terveysministeriö 2015).

Työhyvinvointiin panostaminen on työnantajalle investointi siinä missä esimerkiksi uuden tuotantolaitteen hankinta. Työhyvinvointia saatetaan kuitenkin pitää esimerkiksi uuden laitteen hankintaan verrattuna toissijaisena tarpeena, koska työhyvinvointia ja siihen investoitujen eurojen tuottamaa arvoa on vaikeampi mitata kuin aiemmin mainitun uuden tuotantolaitteen hankinnan tuottamaa tulosta. Työhyvinvointi voidaan karkeasti jakaa fyysiseen, psyykkiseen ja sosiaaliseen työhyvinvointiin (Kuva 2.), joiden tulee olla tasapainossa keskenään. Jos jollain hyvinvoinnin osa-alueella on havaittavissa puutteita, heijastuu se helposti myös muuhun jaksamiseen.



Kuva 2. Turun ammattikorkeakoulu ja työhyvinvoinnin tekijät (Turun ammattikorkeakoulu 2014)

Työhyvinvointiin ja sen kehittämiseen kannattaa investoida aikaa sekä rahaa, koska investointi maksaa usein itsensä takaisin. Työhyvinvoinnilla ja sen kehittämisellä voidaan vaikuttaa esimerkiksi sairaspöissaoloihin, niiden keston ja määrään. Hyvinvoiva henkilöstö on usein myös itseohjautuvampaa, innovatiivisempaa ja motivoituneempaa työtään ja työnantajaansa kohtaan. Jos henkilöstö taas ei voi hyvin on sillä usein suora vaikutus esimerkiksi henkilöstön vaihtuvuuteen ja heidän tehokkuuteensa. (Furman & Ahola 2002, 10.)

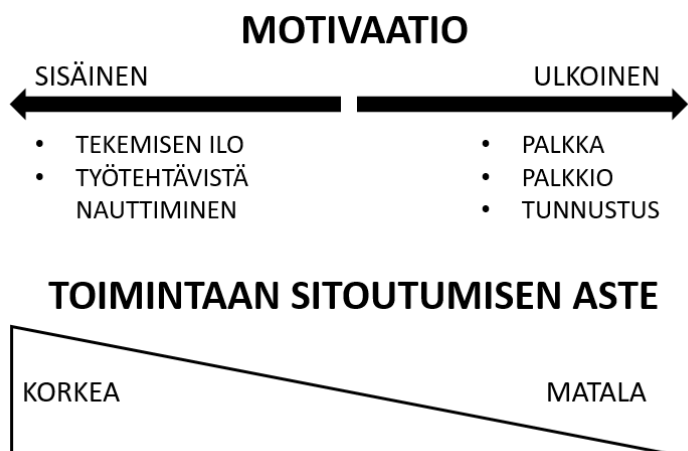
Työhyvinvointi edistää myös työvihtyvyyttä, mutta toisaalta sen voi mieltää myös yhdeksi työhyvinvoinnin mittareista. Kun henkilöstön työhyvinvoinnista huolehditaan onnistuneesti kaikilla hyvinvointiin vaikuttavilla osa-alueilla, kasvattaa se työntekijöiden vihtyvyyttä työssä (Kuva 2.)

2.2 Sisäinen motivointi

Motivaatio perustuu erilaisille motiiveille. Motiivit ovat ihmisten omia intressejä, jotka ajavat ihmisiä toimimaan niin, että he pääsisivät kohti tavoitteitaan ja motiiveitaan. Motiivit voivat olla tiedostettuja tai tiedostamattomia ja niihin voi vaikuttaa esimerkiksi palkkiot, rangaistukset tai henkilön omat tarpeet ja halut. Motivaatio voidaan jakaa sisäiseen ja ulkoiseen motivaatioon sen mukaan, minkälaiset tekijät määrittävät motiiveja ja motivaatiota. (Sinokki 2016)

Sisäisessä motivaatiossa ihmistä ajaa eteenpäin esimerkiksi tekemisen ilo tai työtehtävistä nauttiminen ja siitä kumpuava mielihyvä (Kuva 3) Sisäisessä motivaatiossa toiminta nähdään jo itsessään palkitsevana, jonka takia ulkoisia kannustimia ei työn tekemiseen tarvita ja työhön sitoudutaan vahvasti, koska sen tekeminen tuntuu mielekkäältä. On myös todettu, ettei sisäisesti motivoituneena tehty työ kuormita ihmistä samalla lailla kuin ulkoisesti motivoituneena tehty työ, koska ihminen ohjautuu itse tekemään häntä kiinnostavia asioita ja energia ja into tekemiseen syntyy ihmisessä itsessään. (Martela & Jarenko 2014, 14-15.)

Ulkoisessa motivaatiossa tekeminen nähdään enemmänkin suorituksena, joka on hoidettava pois alta. Tehtäviä tehdään joko palkinnon toivossa tai rangaistuksen pelossa. Palkinto voi esimerkiksi olla rahallinen korvaus tehdystä työstä, kun taas rangaistuksena voi toimia moitteet tulospalaverissa tai pahimmassa tapauksessa työsuhteen irtisanominen. Jos henkilöstön motivaatio tehdä työnsä on lähinnä ulkoista, ajaudutaan helposti tilanteeseen, jossa työtä tehdään reaktiivisesti eikä odotuksia ylitetä ja tekemiseen ei sitouduta. Ulkoinen motivointi on myös työntekijälle jokseenkin kuluttavaa, koska siitä puuttuu työn ilo. (Martela & Jarenko 2014, 14.)



Kuva 3. Sairaala Neo ja ulkoinen- ja sisäinen motivaatio (Sairaala Neo 2013.)

Motivaatio lähtee ihmisestä itsestään vaikkakin siihen on mahdollista vaikuttaa myös ulkoisesti. Vaikka ulkoisesti motivoimalla saattaa saada tuloksia lyhyellä aikavälillä, se on harvoin hyvä ratkaisu pidemmällä tähtäimellä. (Konttinen 8.4.2016.) Parhaisiin tuloksiin päästään, kun henkilöstö on motivoitunut ja halu tehdä lähtee heistä itsestään. Sisäinen motivaatio kulkee käsi kädessä psyykkisen hyvinvoinnin kanssa. Kun työntekijän omat asenteet työyhteisössä on kunnossa, on työntekijän helpompi olla myös sisäisesti motivoitunut.

Sisäistä motivaatiota kasvattaa mahdollisuus vaikuttaa. Parhaat tulokset syntyvät, kun henkilöstö saa vaikuttaa heille itselleen tärkeisiin asioihin. Näin voi nähdä työnsä tuloksen ja oppia uutta, mikä puolestaan aikaan innostusta ja motivaatiota (Mandatum Life 2016). Ihmisiä motivoi vahvasti oman toimintansa vaikutuksen näkeminen työyhteisössä ja se, että he voivat edesauttaa esimerkiksi positiivisen ilmapiirin levittämistä työpaikallaan (Martela & Jarenko 2014, 31).

2.3 Yhteisöllisyys

Yhteisöllisyys on yksi ihmisen psykologisista perustarpeista. Ihminen on laumaeläin, jonka takia suurin osa ihmisistä kaipaakin sekä työ- että siviilielämäänsä aitoja ihmiskontakteja. Työelämässä yhteisöllisyys näkyy työtovereista välittämisenä sekä positiivisena vuorovaikutuksena. (Martela & Jarenko 2014, 30-31.)

Työyhteisössä yhteisöllisyys lähtee yksilöitä yhdistävistä arvoista. Kun yksilöiden arvomaailmat kohtaavat alkaa yhteisö muovautumaan. Yhteisössä yksilöt välittävät ja arvostavat toisiaan. (Paasivaara & Nikkilä 2010, 12-14.) Yhteisöllisyys on tärkeä osa työelämän sosiaalisen työhyvinvoinnin osa-alueita. (Kuva 2.)

Vahvasti yhteisöllisen työyhteisön tuloksena syntyy työniloa. Työnilolla tarkoitetaan mielentilaa, jossa työntekijät ovat tyytyväisiä työnantajansa, toimenkuvaansa ja työtehtäviinsä, jolloin myös negatiivisten ajatusten ja kokemusten määrä laskee ja työstä osataan nauttia. Työnilo on vahvasti liitoksissa myönteiseen yhteisöllisyyteen. Myönteisessä yhteisöllisyydessä arvostetaan, tuetaan ja kannustetaan kollegoita, mikä kasvattaa työniloa ja sitä kautta myös työviihtyvyyttä. (Paasivaara & Nikkilä 2010, 147.)

2.4 Innostaminen ja innostuneisuus

Innostaminen ja innostuneisuus kulkevat käsikädessä sisäisen motivaation kanssa, koska sisäinen motivaatio synnyttää innostusta ja toisinpäin. Innostuneisuus on ihmisessä itsessään ja se ei ole opeteltavissa, koska se on pikemminkin ihmisen ominaisuus.

Työstään ja tekemisestään innostuneiden ihmisten on todettu olevan mm. tuottavampia, luovempia ja avarakatseisempia. He panostavat myös enemmän energiaa tekemiseensä ja vaihtavat harvemmin työpaikkaa sekä heillä on vähemmän sairaspöissaoloja. (Martela & Jarenko 2015, 42.) Innostuneisuuteen on liitetty myös laadukkaampi asiakaspalvelukokemus, jossa työstään sisäisesti motivoitunut ja sitä kautta innostunut työntekijä levittää innostuneisuutta ympärilleen asiakkaisiin. Näin ollen asiakkaat kokevat saavansa parempaa asiakaspalvelua, joka näkyy myös asiakasuskollisuutena. (Martela & Jarenko 2014, 26-27.)

Muiden innostaminen lähtee omasta innostuneisuudesta. Jotta yksilön on mahdollista innostua, on hänellä oltava tavoite ja siihen on liityttävä tunnesisältöä. Tunnesisällöllä tarkoitetaan sitä, että tehtävän työn on oltava hauskaa, jotta siitä voi innostua. Toisaalta aidon innostuneisuuden lähtökohtana on se, että työntekijä on kiinnostunut työyhteisönsä hyvinvoinnista. Kun henkilö välittää tunnetasolla työyhteisöstään, voi hän vaikuttaa ja kehittää omaa työtään ja työyhteisöään. (Paasivaara & Nikkilä 2010, 139-145.)

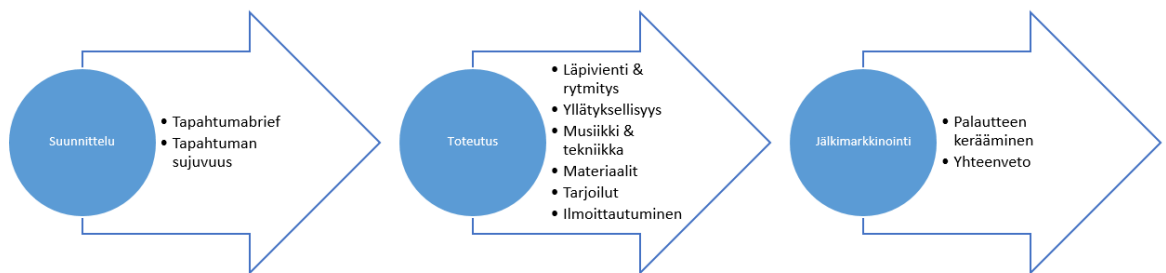
Aito innostuneisuus rakentuu työntekijöiden omalle aktivoitumiselle. Kun työntekijät kiinnostuvat ja sitä myötä innostuvat jostain, on heidän helpompi innostaa myös kollegoitaan. (Paasivaara & Nikkilä 2010, 140.) Työyhteisön yhteisessä tekemisessä olisikin tärkeää ottaa työntekijät mukaan suunnitteluun, jolloin henkilöstön on todettu olevan aidommin kiinnostuneita yhteisestä tekemisestä. Jos suunnitteluprosessissa ei pidetä henkilöstöä mukana, saatetaan yhteistä tekemistä pitää ”pakkopullana”. (Monster 2018.)

3 Tapahtuman järjestäminen

Tässä osiossa käsitellään tapahtuman järjestämistä vaiheittain. Tapahtuman järjestäminen on keskeinen osa Team So Much Funin toimintaa. Tapahtuman järjestämistä käsitellään niin, että järjestäminen jaetaan kolmeen osaan: suunnitteluun, toteutukseen ja jälkimarkkinointiin sekä onnistumisen mittaamiseen. Team So Much Funin tapahtumien ollessa suhteellisen pieniä henkilömääriltään, keskitytään tässä osiossa lähinnä onnistuneeseen suunnitteluun ja onnistumisen mittaamiseen.

3.1 Tapahtuman alkukartoitus

Tapahtuman järjestäminen tulee kannattaa aloittaa hyvissä ajoin. Tällöin voidaan minimoida virheet ja osataan varautua mahdollisiin vikatilanteisiin. Tapahtuman järjestäminen voidaan jakaa karkeasti suunnitteluun, toteutukseen ja seurantaan. Tapahtuman prosessien lisäksi tapahtumalle on mietittävä markkinointisuunnitelma, joka tapahtumaprosessikaaviossa (Kuva 4.) sijoittuu suunnittelun ja toteutuksen väliin, mutta on silti osa suunnitteluprosessia (Etelä-Pohjanmaan liitto 2018, 4).



Kuva 4. Tapahtumaprosessi. (Vallo & Häyrinen 2014, 5-6)

Ennen tapahtuman suunnittelun aloitusta on hyvin tärkeää miettiä sekä strategisia että operatiivisia kysymyksiä tapahtuman järjestämisen kannalta. Vallon ja Häyrisen (2014, 103) määrittelemiin strategisiin kysymyksiin kuuluu:

- Miksi tapahtuma järjestetään?
- Kenelle tapahtuma järjestetään?
- Mitä, missä ja milloin järjestetään?

Kysymyksillä kartoitetaan tapahtuman tavoitetta ja mitä sillä koitetaan viestiä.

Tapahtumalle tulee määrittää myös kohderyhmä sekä vastata kysymyksiin mitä, missä ja milloin, jotta suunnitteluryhmän on mahdollista miettiä, kuinka tavoiteltu kohderyhmä saavutetaan. Strategisten kysymysten avulla tapahtumalle löydetään idea, jonka ympärille tarkempaa suunnitelmaa rakennetaan. (Vallo & Häyrinen 2014, 103-105.)

Operatiivisilla kysymyksillä hahmotellaan tapahtuman toteuttamista ja kulkua. Operatiivisilla kysymyksillä löydetään tapahtumalle teema, joka kattaa tapahtuman toteutumiselle tärkeitä osa-alueita. (Vallo & Häyrinen 2014, 106.) Vallo ja Häyrinen (2014, 106) listaa operatiivisiksi kysymyksiksi:

- Miten tapahtuma järjestetään?
- Millainen tapahtuman ohjelma tai sisältö on?
- Kuka toimii isäntänä?

Kun strategiaan ja operatiivisiin kysymyksiin on löydetty vastaukset, voidaan tapahtumaa alkaa suunnittelemaan.

3.2 Tapahtuman suunnittelu

Tapahtuman suunnitteluun liittyy paljon tapahtumaa ja sen luonnetta määrittäviä ja jokseenkin myös rajoittavia tekijöitä. Suunnitteluvaiheessa tarkastellaan tapahtuman järjestämiselle olennaisia resursseja, joihin lukeutuu mm. rahoitus ja budjetti, paikan valinta sekä mahdolliset yhteistyökumppanit. Myös tapahtumasta tiedottaminen ja markkinointi ovat osa tapahtuman suunnitteluprosessia. Suunnitteluvaihe on tapahtuman järjestämisen prosesseista ajallisesti pisin ja se voi parhaimmillaan viedä jopa vuosia riippuen tapahtuman luonteesta ja laajuudesta. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2018, 8; Vallo & Häyrinen 2014, 162.)

Yksi olennaisimmista tapahtuman suunnittelun osa-alueista on tapahtumalla käytettävissä oleva budjetti. Budjetointi tulee aloittaa heti tapahtumasuunnittelun alkumetreillä ja tapahtumalle kannattaa hahmotella raamibudjetti, jotta tapahtuman mahdolliset tulot, mutta vähintäänkin menot saadaan hahmoteltua. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2018, 11). Esimerkiksi henkilöstölle järjestettävässä tapahtumassa ei voida tapahtumasta saatavia tuloja laskea, koska tapahtumasta saatava hyöty näkyy henkilöstön hyvinvointina ja viihtyvyytenä.

Taulukko 1. Esimerkki yrityksen henkilöstöjuhlan budjetoinnista Vallon ja Häyrisen mukaan (Vallo & Häyrinen 2014, 151.)

Tilavuokra	€
Ruoka	€
Juoma	€
Ohjelma	€
Tilojen somistus	€
YHTEENSÄ	€
Kustannus/osallistuja (osallistujia: x hlöä)	€

3.3 Tapahtuman markkinointi

Tapahtuman markkinointi ja tapahtumasta tiedottaminen on hyvin olennainen osa onnistunutta tapahtumaa. On hyvä ottaa huomioon, että sekä sisäinen että ulkoinen viestintä on tärkeää olla kunnossa. Sisäiseen markkinointiin lasketaan esimerkiksi viestintä oman työryhmän ja yhteistyökumppaneiden kanssa. Ulkoinen viestintä eli tapahtuman markkinointia ja osallistujille tiedottamista on hyvä jatkaa tapahtuman alkuun saakka. Ulkoiselle markkinoinnille kannattaa tehdä markkinointisuunnitelma, jotta tavoiteltu kohderyhmä saavutetaan heille ominaisimmissa paikoissa ja oikeaan aikaan. Tiedottamisen on hyvä olla sekä muistuttavaa että informatiivista unohtamatta markkinoinnillista ja myynnillistä näkökulmaa. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2018, 11; Vallo & Häyrynen 2014, 58-59.)

Tiedottaminen ja markkinointi voi tapahtua monien eri kanavien kautta riippuen kohdeyleisöstä, tiedottamisen tarkoituksesta ja viestikärjestä. Sisäinen viestintä tapahtuman työryhmälle on hyvä hoitaa sisäisiä viestimiä pitkin, kun taas ulkoinen markkinointi kannattaa miettiä tarkoin viestinnän tavoitteen mukaan (Vallo & Häyrynen 2014, 58). Tiedottavaa markkinointia voidaan tehdä viestimien kautta, joissa levikki on laaja esimerkiksi televisio tai radio. Taktisempaa mainontaa voidaan tehdä esimerkiksi sosiaalisen median kautta.

3.4 Tapahtuman toteutus

Tapahtuman toteutusvaiheella tarkoitetaan kaikkia niitä yksityiskohtia, jotka tekevät tapahtuman. Näihin yksityiskohtiin kuuluu esimerkiksi lupa-asiat, siivous, musiikki ja alihankkijat kuten ruoan, juoman tai tapahtumapaikan somistuksen hoitavat tahot. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2018, 4-5; Vallo & Häyrynen 2014, 5-6.) Tapahtuman toteutusvaihe voidaan jakaa Vallon ja Häyrysen (2014, 168) mukaan kolmeen eri osaan:

- Tapahtuman rakennusvaihe
- Itse tapahtuma
- Tapahtuman purkuvaihe

Tapahtuman toteutuksella ja varsinkin sen kahdella ensimmäisellä osalla on suuri merkitys onnistuneeseen tapahtumaan ja kävijäkokemukseen.

3.5 Tapahtuman jälkimarkkinointi ja onnistumisen arviointi

Tapahtuman päättymisen jälkeen tapahtumajärjestäjän on hyvä arvioida omaa onnistumistaan. Tietoa tapahtuman onnistumisesta voidaan kerätä kävijöiltä, mutta myös sisäinen palaute työryhmältä ja yhteistyökumppaneilta auttaa ymmärtämään tapahtuman onnistuneisuutta. Yleensä palautetta kerätään samalla kun tapahtuman vieraita kiitetään osallistumisesta. Suuremmissa tapahtumissa vierailijoiden huomioiminen ja palautteen kerääminen tapahtuvat esimerkiksi Facebook päivityksenä, jossa on linkki palautekyselyyn. Palautteen saatuaan tapahtuman järjestäjän on hyvä käydä palaute läpi yhdessä työryhmän ja yhteistyökumppaneiden kanssa. Jälkimarkkinoinnin lomassa on myös hyvä ohjata kävijöitä esimerkiksi tykkäämään tapahtuman Facebook -sivuista tai tilata uutiskirje, jotta he saavat ensimmäisenä tiedon tulevista tapahtumista ja näin sitouttaa kävijäkuntaa. (Kuulu 2017.)

Joissain tapauksissa osallistujille voidaan lähettää tapahtuman jälkeen pieni lahja kiitokseksi osallistumisesta. Lahjan tarpeellisuus on hyvin pitkälti kiinni tapahtuman luonteesta ja siitä ketä tapahtumaan on osallistunut. Nykyaikana kävijöiden muistamiseksi, varsinkin suuremmissa tapahtumissa, voidaan laskea myös ammattikuvaajalta saatavat, kävijöille jaettavat kuvat tapahtumasta. (Vallo & Häyrinen 2014, 187.)

4 Työhyvinvointikonseptin suunnittelu ja toteutus

Tässä osiossa käsitellään Team So Much Fun -ryhmän syntyä, järjestettyjen tapahtumien suunnittelua sekä tapahtumien toteutusta kahden case esimerkin avulla. Ennen case esimerkkejä käsitellään Team So Much Fun -ryhmän syntyä tavoitteita ja roolitusta.

4.1 Kysely ja toiminnan suunnittelu

Team So Much Fun syntyi haasteesta, johon etsittiin ratkaisua. GroupM:lla oli ollut jo aiempia yrityksiä lanseerata vastaavanlaista työhyvinvointia ja viihtyvyyttä parantavaa toimintaa, mutta sitä ei ollut saatu vakiinnutettua.

Keväällä 2017 GroupM:n henkilöstölle tehtiin sisäisesti kysely työviihtyvyydestä sekä kiinnostuksesta osallistua yhteiseen toimintaan ja toiminnan suunnitteluun. Kysely toteutettiin GroupM:n HR:n toimesta ja sen tarkoituksena oli kartoittaa henkilöstön sen hetkistä työviihtyvyyttä ja kerätä ajatuksia ja ideoita mahdollisista ongelmakohtista sekä siitä, kuinka viihtyvyyttä voitaisiin parantaa. Kyselyn avulla saatiin kerättyä kymmenen hengen työryhmä vapaaehtoisia työviihtyvyyden kehittäjiä. Ryhmään liittyi henkilöstöä useista eri organisaation osista ja yhteensä viidestä eri tiimistä.

Ryhmä tapasi ensimmäisen kerran maaliskuun 2017 lopussa, tavoitteenaan käydä läpi henkilöstöltä kyselyyn tulleita kommentteja ja toiveita. Kyselyyn vastasi yhteensä 36 henkilöä. Kyselyssä oli Likert-asteikolla mitattavia kysymyksiä sekä avoin kenttä, johon vastaajat saivat kirjoittaa omia ajatuksiaan tämän hetkisistä ongelmista sekä tietysti ratkaisuja ja toiveita tulevaisuuteen. Kyselyn kautta saatiin kerättyä myös valtava määrä toiveita siitä mitä henkilökunta toivoisi yhdessä tehtävän ja minkä he kokisivat parantavan heidän työviihtyvyyttään.

Ensimmäisessä tapaamisessa kehittäjäryhmä kävi yhdessä läpi saadun palautteen. Moni vastaajista nosti esiin sen, ettei uusiin ihmisiin ehditä tutustumaan kunnolla, kun uutta väkeä tulee sisään yritykseen todella tiuhaan tahtiin. Kun ensisijainen kehityskohta oli löydetty, ryhmän tehtäväksi jäi miettiä, kuinka ihmiset saataisiin tutustumaan toisiinsa kiireisessä työympäristössä. Tästä syntyi ajatus työajan ulkopuolisesta yhteisestä tekemisestä tutustumisen merkeissä. Ensimmäinen tutustumistapahtuma toteutettiin speed dating -menetelmällä, jolloin henkilöstö pääsi juttelemaan mahdollisimman monen kollegansa kanssa ja näin ihmisistä jäi monille toivottavasti mieleen vähintäänkin nimi.

4.2 Team So Much Funin perustaminen

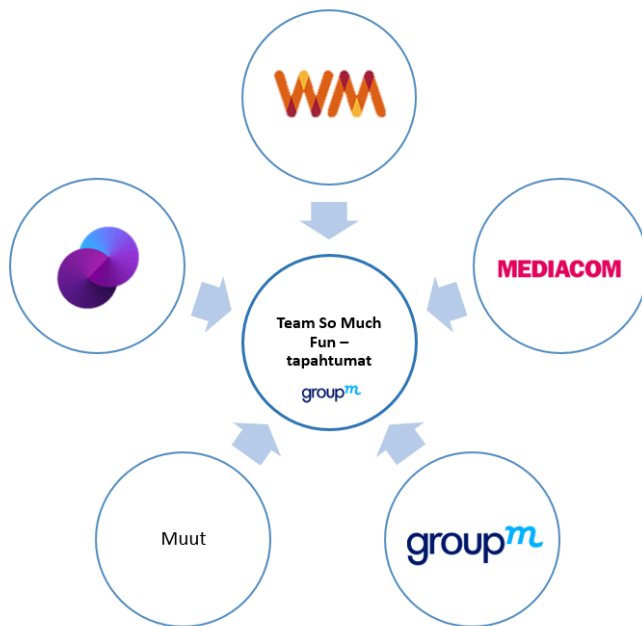
Ennen kuin Team So Much Fun nimettiin, kuten se nimettiin, kulki ryhmä hetken hupitoimikunta. Alusta saakka oli kuitenkin selvää, että tiimi tarvitsisi nimen. Paineita nimen keksimiselle aiheutti se, että tiimin nimi ja jäsenet oli tarkoitus julkistaa koko talon yhteisessä tapaamisessa. Tiimille keksittiin nimi hieman vitsikkääksi vastineeksi toisen tiimin ”team no fun” nimelle. Hupitiimin yllätykseksi Team So Much Fun nimi kuitenkin vakiintui ja jäi tiimin viralliseksi nimeksi. Tiimille nimettiin myös puheenjohtaja, jonka tarkoitus oli toimia ryhmän virallisena äänenä muulle organisaatiolle. Myöhemmin viestintä on siirretty Team So Much Funille perustettuun omaan sähköpostiosoitteeseen, jolloin viesti ei tule kenenkään yksittäisen ryhmän jäsenen kautta tai nimellä.

Team So Much Fun -ryhmän nimen ja tehtävän hahmottuessa alkoi tapahtumien suunnittelu. Käytännössä tapahtumia on suunniteltu lähinnä ”tarpeen” mukaan. Kun idea mahdollisesta tapahtumasta on syntynyt, on sitä lähdetty ideoimaan tarkemmin ryhmän kanssa. Koko ryhmä ei ole ollut kuitenkaan mukana kaikkien tapahtumien järjestämisessä vaan työtehtäviä on mietitty tarvittavien resurssien valossa. Team So Much Funilla ei ole ollut puheenjohtajan lisäksi muuta roolitusta ja tehtävät ovat jakautuneet tiimiläisille mielenkiinnon mukaan tapahtumakohtaisesti.

Team So Much Funin tekemiselle ei ole määritelty muita tavoitteita kuin lähtötilanteessa tehdyn aloituskartoituksen myötä suunniteltu henkilöstön tutustuttaminen toisiinsa. Käytännössä kaikkien Team So Much Funin tähän saakka järjestämien tapahtumien tavoite on ollut sama – tutustuttaa henkilöstöä toisiinsa hauskan työn ulkopuolisen tekemisen merkeissä. Tämän asetetun tavoitteen toteutumista ei kuitenkaan ole vielä mitattu.

4.3 Tapahtumien suunnittelu

Team So Much Fun -ryhmän päätehtävä on ollut kehittää henkilöstölle tapahtumia ja muuta hauskaa yhdessä tekemistä. Tapahtumat on tarkoitettu koko henkilökunnalle työtehtävistä riippumatta ja osallistujia on lähes aina ollut kaikista organisaation osista (Kuva 5.) Seuraavaksi esittelyssä on kaksi case esimerkkiä Team So Much Fun -ryhmän henkilöstölle järjestämistä tapahtumista.



Kuva 5. Team So Much Fun -tapahtumiin osallistujat kuvattuna.

4.3.1 Case example 1: Lautapeli-ilta

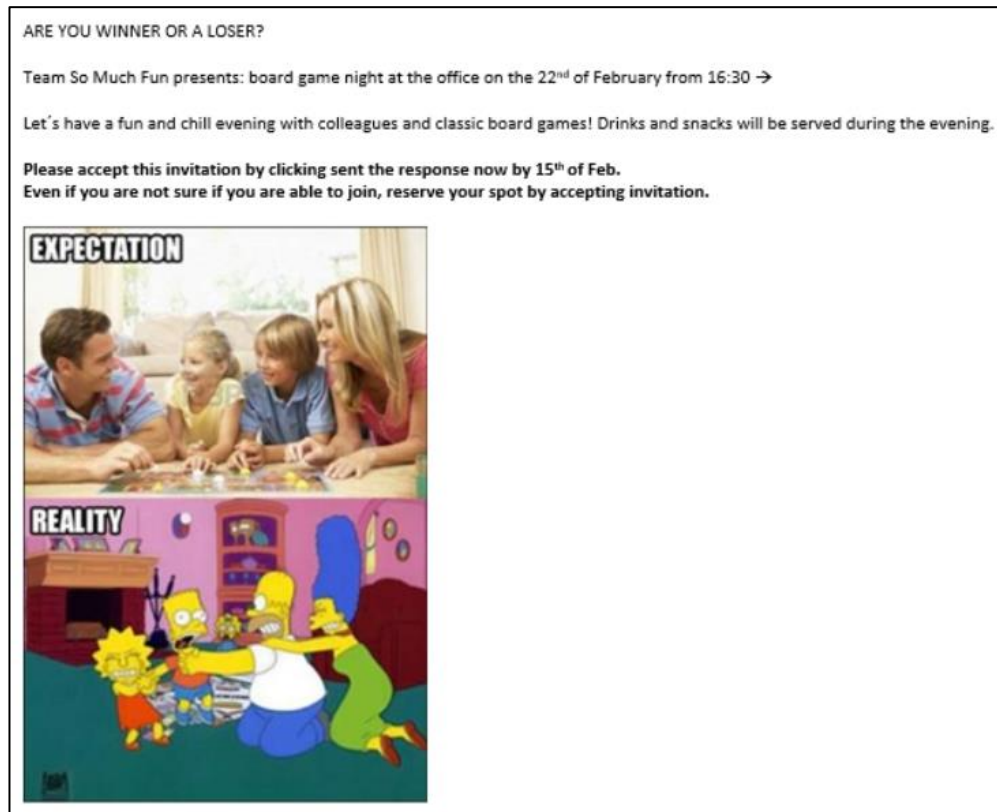
Viimeisin Team So Much Fun -ryhmän organisoima henkilöstötapahtuma oli lautapeli-ilta, joka järjestettiin GroupM:n toimistolla torstaina 22.2.2018 työajan ulkopuolella. Tapahtumaan osallistui kokonaisuudessaan noin 15 henkilöä eri työtehtävistä ja organisaation osa-alueilta. Tapahtuman ajatuksena oli järjestää hauskaa ja rentoa tekemistä työyhteisölle, jolloin sopivaksi formaatiksi koettiin lautapelit.

Suunnittelu

Tapahtumaa alettiin ideoida n. 1,5 kuukautta ennen itse tapahtumaa, mikä on suhteellisen vähän, mutta ottaen huomioon tapahtuman luonteen, ei sen järjestäminen vaatinut sen suurempia suunnitelmia. Ennen ensimmäistä varsinaista suunnittelupalaveria tiimillä oli jo ollut visio tapahtumasta ja se oli hyväksytetty GroupM:n HR:ssa, jotta tapahtumalle saatiin budjetti.

Varsinaisessa suunnittelupalaverissa tapahtumalle luotiin kutsu, joka toimi tapahtuman ainoana kirjallisena markkinointimateriaalina. Kutsu lähetettiin koko GroupM:n henkilöstölle sähköpostitse noin kuukausi ennen peli-iltaa, jotta henkilöstö osaisi varata kalenteristaan aikaa. Aiemmin järjestetyistä tapahtumista opittuna Team So Much Fun -ryhmällä on tiedossa, kuinka tärkeää ja samalla myös hankalaa sisäinen tapahtumamarkkinointi sekä viestintä sähköpostin välityksellä on työympäristössä, jossa sähköpostia saadaan enemmän kuin tarpeeksi. Kutsusta kuitenkin suunniteltiin

mahdollisimman houkutteleva ja huomiota herättävä. Kutsuun lisättiin tarkat ohjeet siitä, kuinka tapahtumaan tulee ilmoittautua ja milloin viimeinen päivä ilmoittautua on, koska sen kanssa on koettu olevan hankaluuksia. Tapahtumien virallinen viestintäkieli on englantia, jotta myös ne organisaation jäsenet, jotka eivät puhu suomea äidinkielenään kokevat olevansa tervetulleita tapahtumiin. Viikkoa ennen tapahtumaa henkilöstölle lähetettiin muistutus ilmoittautumisesta, jotta tapahtumaan osattaisiin varmasti varata oikea määrä tarjoiluita.



Kuva 6. Kutsu peli-iltaan. (Team So Much Fun 22.1.2018)

Toteutus

Peli-iltaa edeltävänä päivänä Team So Much Fun -ryhmän jäsenet tarkistivat viimeisimmän tiedon ilmoittautuneista ja kasasivat tämän perusteella ostoslistan tarvittavista naposteltavista, jotka noudettiin tapahtumapäivänä.

Peli-iltaa varten Team So Much Fun -ryhmän jäsenet sekä innokkaimmat pelaamaan ilmoittautuneet toivat kotoaan valtavan määrän pelejä, joita tapahtumassa pelattiin yhteistuumiin. Tapahtuma alkoi iltapäivällä kello viiden jälkeen, kun tarjoilut oltiin saatu esille ja pelit aseteltua pelitilana toimivaan henkilöstön keittiöön.



Kuva 7. Peli-ilta GroupM Instagram. (GroupM Finland 22.2.2018)

Arviointi

Kaiken kaikkiaan pelaajia kertyi paikalle noin 15, joka oli hieman vähemmän mihin järjestäjät olivat ennakkoon varautuneet. Aktiivisia pelipöytiä oli kuitenkin koko ajan kolmesta neljään ja tunnelma oli melko tiivis, joten paikalle kertynyt 15 hengen osallistujajoukko oli oikein sopivan kokoinen ensimmäiseen järjestettyyn peli-iltaan. Kaiken kaikkiaan peli-ilta onnistui todella hyvin ja osallistujien kommentit tapahtumasta olivat todella positiivisia. Toiveena olisi yrittää tehdä peli-illoista pysyvä osa GroupM:n henkilöstön yhteistoimintaa. Tulevaisuuden peli-iltoihin voitaisiin mieltä enemmän myös ohjattua tekemistä ja kisailua esimerkiksi tiimien välille.

4.3.2 Case Example 2: GroupM Luokkaretki

Kesälomien päättyessä, elokuussa 2017, Team So Much Fun järjesti GroupM:n henkilöstölle raitiovaunuajelun luokkaretkihengessä. Hauska teema, mielenkiintoinen aktiviteetti ja yhdessä tekeminen houkutteli noin 45 henkilöstön jäsentä mukaan retkelle. GroupM luokkaretki oli järjestyksessä toinen hupitoimikunnan järjestämistä tapahtumista. Ajatus raitiovaunuajelusta syntyi tiimin halusta aloittaa tuleva hekinen syksy hausalla ja erilaisella yhteisellä aktiviteetilla, sekä varmistaa, että keväällä alkuun saatettu henkilöstön viihdeosasto saisi paikkansa pysyvänä osana GroupM:n toimintaa.

Suunnittelu

Luokkaretken tapauksessa tapahtumaa alettiin suunnittelemaan jo hyvissä ajoin ennen kesää, koska kalusto oli vuokrattava HKL:lta ja tapahtumapäivä ilmoitettava ajoissa myös henkilöstölle kesälomien aiheuttamien ”tietokatkosten” vuoksi. Ajankohdaksi valikoitui

17.8.2017, jolloin suuri osa kesälomalaisista oli palannut takaisin työn pariin. Team So Much Fun -ryhmän suunnitelmissa oli aluksi vuokrata käyttöönsä Spårakoff, mutta lopulliseksi kulkuvälineeksi valikoitui kuitenkin HKL 150, 1960-luvulta peräisin oleva raitiovaunu, joka tunnetaan tuttavallisemmin nimellä ”Ludde” (HKL 2018).

Ennen kesälomia henkilökunnalle lähetettiin sähköpostitse placeholder tapahtumasta, jotta henkilöstö osaisi varata aikaa kalentereistaan. Tapahtuman viestintä hoidettiin pääsääntöisesti sähköpostin välityksellä. Kun retken teemaksi varmistui GroupM Luokkaretki, voitiin virallinen kutsu lähettää (Kuva 8). Kutsu suunniteltiin houkuttelevaksi ja humoristiseksi, jotta hupitoimikunta saisi houkutelua mukaan tarpeeksi ihmisiä täyttämään kokonaisen raitiovaunun.



Kuva 8. Kutsu GroupM luokkaretkelle. (Team So Much Fun 10.8.2017.)

Ennen itse tapahtumaa hupitoimikunnasta kesällä paikalla olleet kokoontuivat suunnittelemaan retken tarjoiluita sekä ohjelmaa. Koska teemaksi valikoitui luokkaretki, suunniteltiin retken eväät teeman mukaisesti. Ohjelmaksi matkalle valikoitui Helsinki aiheinen tietovisa, jossa kisattiin pareina tai tiimeinä.

Toteutus

GroupM:n luokkaretkelle osallistuva henkilökunta noudettiin Kauppatorin raitiovaunupysäkillä ja matka ympäri Helsinkiä alkoi. Heti matkan alussa retkeläisille jaettiin aiemmin aamulla pakatut eväspussit, jotka sisälsivät luokkaretkihengessä pientä suolaista sekä makeaa, hedelmän ja pillimehun.

Team So Much Fun -ryhmän jäsenet olisivat saaneet suunnitella ajettavan reitin, mutta ryhmä kuitenkin koki parhaimmaksi jättää reitin suunnittelun kuskille, suunnitteluryhmän keskittyessä matkan tarjoiluun ja ohjelmaan.



Kuva 9. Luokkaretki GroupM Instagram. (GroupM Finland 17.8.2017.)

Matkan puolivaiheilla raitiovaunu parkkeerattiin Rautatien torille Helsingin Casinon eteen, josta kotiin lähtevien olisi helppo jatkaa matkaa. Luokkaretkeläisten harmiksi Helsingin raitiovaunuliikenteeltä katkesi sähköt, jonka takia matkaa ei enää päästy jatkamaan. Ylimääräksi jääneet eväät kannettiin yhteistuumin takaisin toimistolle Kasarmitorin kupeeseen, jonka jälkeen ryhmä jatkoi vielä kesäpäivästä nautiskelua.

Arviointi

Tapahtuma onnistui todella hyvin, vaikka matka loppuikin lyhyeen. Raitiovaunu sopi hyvin luokkaretki teemaan ja matka jäi varmasti osanottajien mieleen. Matkalle osallistui henkilöstöä kaikista organisaation osista, joka edesauttoi muuhun kuin lähitiimin jäseniin tutustumista, joka on Team So Much Fun -ryhmän perimmäinen tavoite. Jos vastaavanlaisia tempauksia järjestetään jatkossakin voisi sitä ajatella jonkinlaisena investointina myös GroupM:n markkinointiin. Tietysti sosiaalisessa mediassa jaettava sisältö edistää positiivista "somepöhinää" yrityksen ympärille, mutta esimerkiksi raitiovaunuretkien tapauksessa kulkuvälineeseen oltaisiin voitu mahdollisesti kiinnittää GroupM plakaatti, koska raitiovaunussa oli pieni mainospaikka.

5 Pohdinta

Pohdinta osiossa käydään läpi Team So Much Fun -konseptin vaikutuksia työyhteisöön ja yhteisöllisyyteen. Tässä osiossa tullaan myös analysoimaan henkilökunnalta kerättyä palautetta konseptista ja sen tapahtumista. Koska hupitoimikunnan tekemisellä ei ole ollut toimintasuunnitelmaa tullaan sellainen rakentamaan aiempien kokemusten sekä henkilökunnalta saadun palautteen pohjalta. Pohdintaosion lopussa tullaan arvioimaan omaa oppimista sekä tehdyn projektin että opinnäytetyön kannalta.

5.1 Konseptin vaikutukset työyhteisössä

Team So Much Fun -ryhmän tapahtumilla on ollut selvästi positiivinen vaikutus työyhteisöön ja ne ovat muovanneet yritykseen uudenlaista yhteisöllisyyttä. Tapahtumat ovat tuoneet yhteen henkilökuntaa organisaation kaikilta osa-alueilta ja monet työntekijät ovat päässeet tutustumaan muiden funktioiden henkilöstöön sekä toimiston uusiin tulokkaisiin. Myös Team So Much Fun -ryhmän jäsenet ovat nauttineet siitä, että he ovat pystyneet muovaamaan työyhteisöä yhtenäisemmäksi ja tämän takia olleetkin todella oma-aloitteisia tapahtumien ideoimisessa.

Tapahtumissa käyneeltä henkilöstöltä kerättiin sähköpostitse palautetta järjestettyjen tapahtumien vaikutuksesta työviihtyvyyteen ja yhteisöllisyyteen työyhteisössä. Sähköpostipalautekyselyyn valikoitui yhteensä 18 aktiivista Team So Much Funin tapahtumiin osaa ottanutta henkilökunnan jäsentä, joista palautetta saatiin kuudelta henkilöltä. Palaute oli pääsääntöisesti todella positiivista ja tapahtumilla koettiin olevan vaikutus viihtyvyyteen töissä ja nimenomaan kollegoiden tuntemiseen, johon Team So Much Funin oli ensisijaisesti tarkoitus vaikuttaa. Palautteista nousi esiin nimenomaan se, että koko organisaatiosta tunnetaan vain hyvin pieni osa ihmisistä ja hekin vain työn kautta. Tapahtumissa ihmiset ovat kokeneet päässeensä tutustumaan ihmisiin myös työn ulkopuolella sekä saaneet uusia tuttavuuksia ihmisistä, joiden kanssa he eivät työskentele päivittäin tai ollenkaan. Henkilöstön mukaan tapahtumien vaikutuksia päivittäisessä työssä on vaikeaa ilmaista, mutta esimerkiksi se, että työtoverit tunnetaan paremmin, on vaikuttanut vastaajien mielestä esimerkiksi siihen, ettei ruokailemassa käydä välttämättä vain oman ydinporukan kanssa vaan ruokaseuraa saattaa löytyä myös organisaation muilta alueilta. Ihmisten tutustuessa myös vapaa-ajalla toisiinsa, syntyy siitä helpommin uudenlaista työtovereista välittämistä, joka on tärkeä yhteisöllisyyden perustekijä (Paasivaara & Nikkilä 2010, 12-14).

Toisaalta taas saaduista palautteista kävi ilmi Team So Much Funinkin tiedostama seikka siitä, että esimerkiksi perheellisten on vaikea osallistua työajan ulkopuolella tapahtuviin aktiviteetteihin. Uudenlaisella eteenpäin kehitellyllä konseptilla pyritään saamaan tuotua Team So Much Funin aktiviteetit koko organisaation saataville.

Kerätyn palautteen mukaan Team So Much Funille alkuun määritettyyn tavoitteeseen tutustuttaa henkilöstöä toisiinsa, on vastattu melko hyvin. Järjestettyjen tapahtumien tarpeellisuutta ja tämän hetkistä työviihtyvyyttä olisi tosin hyvä kartoittaa myös koko talon tasolla, jotta työryhmä saisi tietoonsa mahdolliset uudet haasteet ja kehityskohdat myös niiden henkilöiden kohdalla, jotka eivät ole osallistuneet tapahtumiin. Myös syitä sille, ettei koko henkilöstö osallistu tapahtumiin olisi hyvä selvittää, jotta työryhmä voisi vastata paremmin koko henkilöstön toiveisiin ja saada kaikkia osallistutettua yhteiseen hauskanpitoon.

Järjestävän tahon puolella on nähtävissä yhteisöllisyyden lisäksi myös muita vaikutuksia ja oivalluksia. Team So Much Funin tekeminen perustuu täysin sisäiselle motivaatiolle tuottaa työyhteisölle iloa. Koska ryhmä on sisäisesti motivoituneita suunnittelemaan henkilöstölle tekemistä, ei niin sanotusti ylimääräinen työ tunnu kuormittavalta ja ryhmä toimii silkasta tekemisen ilosta. Sisäisesti motivoituneet ja innostuneet ryhmän jäsenet ovat sitoutuneita tekemiseen, koska kokevat saavansa myös itse tapahtumista ja niiden järjestämisestä iloa (Kuva 3.) Sisäinen motivaatio ja sitä kautta syntyvä työn ilo ja innostuneisuus näkyvät varmasti myös tapahtumien osanottajille, jotka jaksavat käydä tapahtumissa ja kokevat niillä olevan vaikutusta heidän viihtyvyyteensä työssään. (Martela & Jarenko 2014, 14-15.)

5.2 Konseptin kehittäminen

Jatkossa Team So Much Fun konseptia olisi hyvä kehittää niin, että tekemiselle saataisiin johdonmukaisuutta ja tekemistä laajennettaisiin illanistujaistapahtumista myös muuhun tekemiseen. Kun mietitään vuoden takaista kyselyä ja sitä kautta saatua palautetta on tutustumishaasteeseen vastattu hyvin, mutta kyselyn kautta saadusta palautteesta nousi myös muita toivottuja teemoja, kuten yhteinen liikunta, ulkoilu ja kisailu, joita työryhmän olisi mahdollista lähteä edistämään.

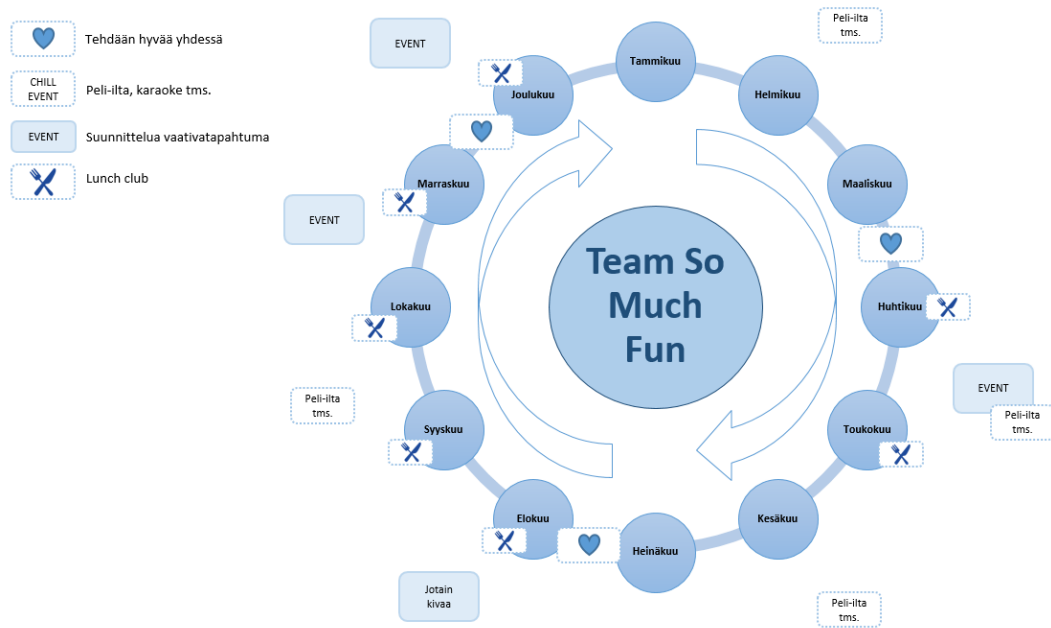
Tapahtumien ja muun tekemisen jaksottamiseen on kehitetty vuosikello (Kuva 10.) Vuosikello on suuntaa antava, mutta se antaa kuitenkin rytmin mahdolliselle tekemiselle. Vuosikello auttaa tekemisen suunnittelussa ja jaksottamisessa ja helpottaa Team So

Much Funin tekemistä, jos esimerkiksi peli-illat saataisiin vakiinnutettua niin, että niitä järjestettäisiin parin kuukauden välein. Tällöin myös henkilöstö tietäisi milloin tapahtumia järjestetään jo hyvissä ajoin ja osaisi varata aikaa yhteisiin aktiviteetteihin. Kun esimerkiksi peli-illat saataisiin vakiinnutettua osaksi GroupM:n toimintaa, voitaisiin sitä jatkojalostaa tiimien väliseksi jatkuvammaksi kisailuksi. Jotta koko henkilöstöllä olisi mahdollisuus tutustua toisiinsa tuodaan tekeminen myös työajalle muiden aktiviteettien avulla.

Team So Much Funin vuosikello perustuu työryhmän aiempaan tekemiseen, määritettyyn tavoitteeseen saada ihmiset tutustumaan toisiinsa sekä henkilöstön toiveisiin. Hyvä esimerkki henkilöstöltä tulleesta toiveesta on tehdä myös hyvää yhdessä. ”Tehdään hyvää yhdessä” -tapahtumia on sijoitettu muutamia vuosittaiseen tekemiseen. Kyseiset tapahtumat tulevat olemaan sellaisia, jotka eivät sinänsä vaadi läsnäoloa vaan ne ovat esimerkiksi keräyksiä, jotka toimitetaan kulloinkin kohteena olevalle järjestölle. Tällaisia keräyksiä on esimerkiksi HESYn löytöeläinten hyväksi tehtävät keräykset sekä joulun aikaan vähävaraisten perheiden lapsille toimitettavat lahjat. ”Tehdään hyvää yhdessä” -tapahtumien lisäksi” Team So Much Funin vuosikellossa esiintyy kolme muuta eri ryhmää: Chill Event, Event ja Lunch club.

Vuosikelloon on sijoitettu Event ja Chill Event -tapahtumia. Event -tapahtumat tulevat olemaan suurempia ja toivottavasti koko henkilöstön mukaansa tempaavia tapahtumia. Näihin tapahtumiin kuuluu esimerkiksi pikkujoulut ja halloween juhlat, jotka olivat syksyllä 2017 suuri menestys. Event -tapahtumat vaativat järjestävältä taholta enemmän resursseja ja suunnitteluun on hyvä käyttää enemmän aikaa. Koska Event -tapahtumien järjestämiseen käytetään enemmän aikaa, on niiden viestintää suunniteltava tarkemmin, jotta viesti saavuttaa tehokkaasti koko henkilöstön. Chill event -tapahtumat merkitsevät kalenterissa esimerkiksi peli- tai karaokeilloja. Chill event -tapahtumat ovat juuri niitä, jotka Team So Much Fun haluaisi vakiinnuttaa osaksi GroupM:n yrityskulttuuria. Osa Chill event tai Event -tapahtumista voidaan pyhittää henkilöstön toiveille yhteisestä tekemisestä, joihin voi kuulua esimerkiksi itsepuolustuskurssi tai puistopiknik niiden kesken, jotka paikalle työkiireiltään kerkeävät.

Viimeinen kalenteriin merkitty aktiviteetti on sekin henkilöstön toive - Lunch club. Lunch clubin tarkoitus on tuoda ihmisiä organisaation eri osista yhteen lounastamaan. Lunch clubissa työntekijät ilmoittautuvat lounaalle ja heidän lounasseuransa arvotaan muista ilmoittautuneista. Näin saadaan mukaan toimintaan myös ne jotka eivät kerkeä jäämään ilta-aktiviteetteihin mukaan. Myös Lunch club olisi hyvä vakiinnuttaa osaksi GroupM:n kuukausittaista toimintaa.



Kuva 10. Esimerkki tapahtuma vuosikalenterista.

Ryhmä on kutistunut kymmenen hengen työryhmästä kolmeen jäseneseen, joka on tosin ollut melko toimiva määrä päätöksenteon nopeutta ajatellessa, mutta tulevaisuudessa henkilöstön tietoisuutta ryhmästä olisi hyvä kasvattaa ja viestiä, että työryhmä on kaikille avoin. Tällöin ryhmän tapahtumiin voitaisiin saada myös uusia ideoita uusien jäsenien myötä. Koska nykyinen kolmen hengen työryhmä on ollut samasta tiimistä, ei tapahtumien suunnittelua ole tarvinnut aikatauluttaa niin tarkasti, kuin tilanteessa, jossa ryhmässä on eri tiimeistä henkilöstöä vaan suunnitelmia ollaan pystytty tekemään myös töiden lomassa silloin, kun on ollut hiljaisempaa. Koska työryhmä on ollut tiivis ja lukumäärällisesti pieni, ei tehtäviä tai vastuualueita ole koettu tarpeelliseksi jakaa vaan päätökset ollaan tehty koko työryhmän kesken, koska ryhmä on kokenut, että ideointi onnistuu parhaiten koko tiimin kesken. Jos Team So Much Funiin kuitenkin liittyy lisää jäseniä, voitaisiin ryhmälle miettiä tarkempia vastuualueita ja työnjakoa.

Henkilö 1	Henkilö 2	Henkilö 3
✓ Kutsun lähetys	✓ Tarjoiltavat	✓ Budjetti
✓ Osallistujalista	✓ Koristeet	

Kuva 11. Esimerkki mahdollisesta Team So Much Funin tehtävänjaosta

Kun Team So Much Funin tekemisestä saadaan järjestäytyneempää ja sitä ollaan suunniteltu ennakkoon, voidaan ryhmän jäsenille jakaa vastuualueita (Kuva 11.), koska ryhmän jäsenet tietävät jo ennakkoon mitä tuleman pitää, eikä tapahtumien suunnittelua ja ideointia tarvitse aloittaa joka kerta alusta, jolloin ideointi isommassa ryhmässä on tuntunut loogisemmalta. Kun tapahtumien järjestämisen suhteen aletaan noudattaa vuosikelloa tai jotain muuta aiempaa tarkempaa suunnitelmaa olisi tiimin hyvä tavata ideoinnin merkeissä esimerkiksi kerran kuukaudessa, jotta ideoita tapahtumiin tai niiden ohjelma numeroiksi saataisiin kerättyä yhdessä talteen.

5.3 Projektin arviointi

Projektia on ollut todella mielenkiintoista tehdä, koska aihe on ollut itselleni hyvin läheinen ja olen ollut Team So Much Funissa sen perustamisesta lähtien vahvasti mukana. Mielenkiintoisinta on ollut huomata kirjoitetun teorian ja kirjalähteiden yhtenevyys omien innostuksen ja työn ilon tuntemusten kanssa tapahtumien järjestäjänä. Koen myös, että tekemäni työ on ollut merkityksellistä ja se tulee ainakin joiltain osin käyttöön. Koska opinnäytetyöprojektini on hyvin kiinteä osa omaa työtäni, voin itse vaikuttaa siihen, kuinka vahvasti se otetaan käyttöön organisaatiossamme. Tällöin voin myös varmistua, ettei tehty työ mene hukkaan. Minut on myös kutsuttu esittelemään Team So Much Funin vuosikello organisaatiomme johtoryhmälle. Vaikka projektin teko on ollut todella antoisaa, on siinä toki ollut haasteitakin.

Tietysti alkuun oikean ja itselleni hyvän tuntuksen aiheen löytäminen tuotti haasteita. Ajattelin aiheita selvästi liian vaikeasti ja koin pientä turhautumista siitä, ettei ideaa opinnäytetyön aiheesta syntynyt. Tässä kohtaa itseäni auttoi huomattavasti ohjaajani, joka osasi kysyä oikeat asiat ja auttoi minua löytämään aiheen, josta minun oli mielekästä kirjoittaa.

Projektinhallinnallisista haasteista suurin on kuitenkin ollut ajankäyttö ja itselleni parhaiten sopivien työtapojen löytäminen. Työn tekemiselle on ollut hankala löytää sen tarvitsema aika, koska päivisin en ole pystynyt sitä päivätyön vuoksi tekemään. Toisaalta itselleni on toiminut oikein hyvin se, että olen pyhittänyt viikonloppuja pelkästään kirjoittamiselle, jotta projektia saataisiin edistymään. Näin jälkikäteen ajateltuna olisi varmasti ollut kuitenkin järkevämpää tehdä itseäni varten selkeämpi suunnitelma siitä, kuinka ja millä aikataululla projektini tulisi edistyä ja valmistua. Toisaalta teimme ohjaajani kanssa todella hyvän rungon opinnäytetyölleni, jota olen seurannut ohjaajani antamien ohjeiden ja aikamääreiden puitteissa. Jos voisin kuitenkin jotain tehdä uusiksi, suunnittelisin

ajankäyttöäni paremmin ja jaksottaisin tekemistäni niin, ettei työtä tarvitsisi tehdä ”rykäyksinä”.

Projektissa selvästi aikaa vievin osa oman aiheen löytämisen jälkeen oli viitekehyksen muodostaminen. Osaan projektilleni olennaisimmista osa-alueista oli hankalaa löytää käyttökelpoisia kirjallähteitä, koska todella suuri osa kirjoista oli humoristiseen sävyyn kirjoitettuja oppaita ja en kokenut kyseisiä kirjoja omalle työlleni relevanteiksi.

Projektia tehdessäni olen huomannut kuinka pienillä asioilla ja panostuksilla työhyvinvointiin- ja viihtyvyyteen voidaan todellisuudessa vaikuttaa. Varsinkin työviihtyvyyden ollessa todella tärkeä osa yrityksen voimavaroja kaikkien yritysten olisi hyvä miettiä sitä, kuinka henkilöstö saataisiin viihtymään ja näin ollen myös pysymään työnantajansa palveluksessa. Kun mietitään yhtä Team So Much Funin keskeisimmistä tehtävistä eli henkilöstön tapahtumien järjestämistä, on teorian opiskelusta ja kirjoittamisesta ollut hyötyä, koska koen, että esimerkiksi tapahtumien alkukartoituksesta sekä järjestelmällisestä tulosten ja tyytyväisyyden mittaamisesta olisi hyötyä tulevia tapahtumia ja Team So Much Funin toiminnankehitystä ajatellessa.

Projektiin keräämästäni palautteesta olen saanut huomata, että Team So Much Funin tapahtumista pidetään ja niitä pidetään myös tärkeinä työhyvinvointia ja työviihtyvyyttä ajatellessa. Positiivinen palaute tietysti tuntuu erityisen hyvältä, koska olen itse tuottamassa kyseisiä tapahtumia ja yhteistä tekemistä henkilöstölle, enkä vain observoimassa jonkun muun toteuttamien tapahtumien onnistumista. Positiivinen palaute antaa intoa suunnitella yhteistä tekemistä koko henkilöstölle jatkossakin.

Lähteet

Etelä-Pohjanmaan liitto 2018. Etelä-Pohjanmaan liitto. Tapahtumajärjestäjän opas. Julkaisu C-57. Luettavissa:

http://www.epliitto.fi/images/C_57_Tapahtumajarjestajan_opas.pdf Luettu: 22.4.2018

Furman, B. & Ahola, T. 2002. Tuplatähti. Tammi. Liettua.

GroupM 2018. GroupM yrityksenä. Luettavissa: <https://www.groupm.com/>. Luettu: 27.2.2018

GroupM Finland. 17.8.2017. Luokkaretken aika! Vanha LUDDE-raitiovaunu vie meidät kiertoajelulle ja tutustumaan uusiin ja vanhoihin kollegoihin. Luettavissa:

https://www.instagram.com/p/BX5OOnKI5Am/?hl=en&taken-by=groupm_finland. Luettu: 27.2.2018

GroupM Finland. 22.2.2018. Team funin järjestämä peli-ilta toimistolla. Luettavissa:

https://www.instagram.com/p/BfgYZ-lAkqe/?hl=en&taken-by=groupm_finland. Luettu: 6.5.2018

HKL 2018. Helsingin kaupungin raitiovaunukalusto. Luettavissa:

<https://www.hel.fi/hkl/fi/raitiovaunulla/kalusto/hkl-150> Luettu: 27.2.2018

Konttinen, T. 8.4.2016. Sisäinen motivaatio, vahvuudet, innostaminen ja itsensä johtaminen. Luontaiset taipumukset. Luettavissa:

<https://luontaisettaipumukset.fi/2016/04/08/sisainen-motivaatio-vahvuudet-innostus-itsensa-johtaminen/> Luettu: 8.4.2018

Kuulu 27.7.2017. Vinkit tapahtumamarkkinointiin tapahtuman jälkeen. Kuulu -blogi.

Luettavissa: <http://www.kuulu.fi/blogi/vinkit-tapahtumamarkkinointiin-tapahtuman-jalkeen>
Luettu: 22.4.2018

Mandatum Life 2016. Miten säinen motivaatio lisää tuottavuutta. Luettavissa:

<https://www.mandatumlife.fi/life-journal/artikkeli/-/article/miten-sisainen-motivaatio-lisaa-tuottavuutta> Luettu: 7.4.2018

Martela, F. & Jarenko, K. 2015. DRAIVI – voiko sisäistä motivaatiota johtaa? Alma Talent Oy. Espoo.

Martela, F. & Jarenko, K. 2014. Sisäinen motivaatio – Tulevaisuuden työssä tuottavuus ja innostus kohtaavat. Luettavissa: <https://filosofianakatemia.fi/tiedostot/sisainen-motivaatio.pdf> Luettu: 21.4.2018

Monster 2018. Henkilöstön pysyvyys ja vaihtuvuuden vähentäminen. Luettavissa: <https://mhx.monster.fi/hr/hr-parhaat-kaytannot/henkilostoasiat/henkiloston-pysyvyys/vaihtuvuuden-vahentaminen.aspx> Luettu: 26.2.2018

Paasivaara, L. & Nikkilä, J. 2010. Yhteisöllisyydestä työhyvinvointia. Kirjapaja. Helsinki.

Riikonen, E. Tuomi, K. Vanhala, S. & Seitsamo, J. 2003. Hyvinvoiva henkilöstö – menestyvä yritys. Vammalan Kirjapaino Oy.

Sairaala Neo 2013. Sisäinen- ja ulkoinen motivaatio suhteessa toimintaan sitoutumiseen. Luettavissa: <https://www.slideshare.net/SairaalaNeo/valmentajan-ja-urheilijan-paineensiedon-kehittaminen-kilpailutilanteessa> Luettu: 21.4.2018

Sinokki, M. 2016. Työmotivaatio: innostusta, laatua ja tuottavuutta. Tietosanoma. 2016

Sosiaali- ja terveysministeriö 2015. Työhyvinvoinnin edistämisen vastuu. Luettavissa: <http://stm.fi/tyohyvinvointi> Luettu: 7.4.2018

Team So Much Fun. 10.8.2017. Työviihtyvyyden edistysryhmä. GroupM Finland. Sähköposti.

Team So Much Fun. 22.1.2018. Työviihtyvyyden edistysryhmä. GroupM Finland. Sähköposti.

Turun ammattikorkeakoulu 2014. Työhyvinvointiin vaikuttavat tekijät jaoteltuna kategorioittain. Luettavissa: <http://terveysnetti.turkuamk.fi/tyohyvinvointi.html>. Luettu: 16.4.2018

Työterveyslaitos 2018. Työhön liittyvä lainsäädäntö. Luettavissa: <https://www.ttl.fi/tyohon-liittyva-lainsaadanto/> Luettu: 7.4.2018

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2014. Tapahtuma on tilaisuus – tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tietosanoma Oy. Tallinna.