



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Tapahtumamanuaalin suunnittelu ja toteutus Lare ry:lle

Järvinen, Anna

2018 Laurea





Laurea-ammattikorkeakoulu

LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Yhdessä enemmän

Tapahtumamanuaalin suunnittelu ja toteutus LARE ry:lle

Anna Järvinen
Matkailu- ja palveluliiketoiminta
Opinnäytetyö
Marraskuu, 2018

Järvinen, Anna

Tapatumamanuaalin suunnittelu ja toteutus Lare ry:lle

Vuosi 2018 Sivumäärä 37

Opinnäytetyön kehittämisprojektina oli suunnitella ja toteuttaa tapaatumamanuaali Laurean restonomiopiskelijayhdistys Lare ry:lle. Tapaatumamanuaali edesauttaisi yhdistystä tapahtumien järjestämisessä, toimien käyttäjästä riippuen joko ohjekirjana tai muistilistana tapahtumaprosessin aikana. Manuaalin avulla Lare ry:n järjestämien tapahtumien laatu kasvaisi, virheiden mahdollisuus laskisi ja tapahtumaprosessi helpottuisi.

Laurean restonomiopiskelijayhdistys on vuonna 2016 perustettu opiskelijajärjestö, jonka jäseniksi voivat liittyä Laurea-ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijat. Yhdistyksen tavoite on tuoda esiin matkailu- ja ravitsemusalan monimuotoisuutta, edistää restonomiopiskelijoiden yhteisöllisyyttä sekä luoda mahdollisuuksia verkostoitua niin muiden opiskelijoiden kuin työelämän edustajienkin kanssa. Tapahtumien järjestäminen on yhdistyksen ensisijainen keino markkinoida itseään sekä toteuttaa tavoitteitaan. Olemassaolonsa aikana yhdistys on järjestänyt useita tapahtumia, mutta siltä on puuttunut selkeät käytännöt, joilla tapahtumia tuotetaan.

Opinnäytetyön tietoperustana on tapaatumajärjestämisen kriittiset pisteet. Näitä pisteitä ovat tapahtuman suunnitteluvaihe, toteutusvaihe, budjetointi, tapaatumaturvallisuus sekä tapahtuman markkinointi. Kehittämisprojektissa on syvennytty edellämainittuihin tapahtumaprosessin vaiheisiin, joiden pohjalta on lähdetty muodostamaan tapaatumamanuaalia.

Tutkimusmenetelmänä on käytetty haastattelua. Haastateltavana oli Laurea Entrepreneurship Society ry:n puheenjohtaja. Yhdistyksen edustajaa haastateltiin, koska yhdistyksellä on olemassa olevat selkeät toimintatavat tapahtumien järjestämisen osalta. Haastattelu toteutettiin teemahaastatteluna. Haastattelun teemoina oli opiskelijatapahtuman suunnittelu, toteutus, markkinointi, turvallisuus sekä opiskelijatapahtuman järjestämisen erityispiirteet.

Kehittämisprojektin tuloksena syntyi Lare ry:lle suunniteltu ja toteutettu tapaatumamanuaali. Manuaali pitää sisällään tapaatumajärjestämisen kriittiset pisteet sekä tehtävät. Tehtävät on jaoteltu ennen tapahtumaa, tapahtuman aikana ja tapahtuman jälkeen tehtäviksi. Tehtävälisäuksen vierestä löytyy tarkistussarake, johon käyttäjä merkitsee tehtävän tehdyksi.

Manuaali on suunniteltu käytettäväksi joko sähköisessä muodossa tai paperiversiona. Koska tuotoksen on tarkoitus palvella käyttäjiänsä tapahtumasta riippumatta, sisältää se myös tehtäviä, jotka eivät jokaisen tapahtuman kohdalla ole relevantteja. Käyttäjän vastuulle jää arvioida, mitkä tehtävät koskettavat työn alla olevaa tapahtumaa.

Tarvittaessa manuaalia pystyy jatkokehittämään ja se mukautuu käyttäjänsä mukaan. Lare ry:n toiminnan muuttuessa ja kasvaessa voidaan manuaalia muokata paremmin vastaamaan käyttäjän tarpeita.

Asiasanat: Tapahtuma, Tapahtuman tuottaminen, Opiskelijatapahtuma

Järvinen, Anna

Planning and Producing a Event Manual for Laurea's Hospitality Management Society

Year	2018	Pages	37
------	------	-------	----

Purpose of this Bachelor's thesis is to plan and produce an event manual for Laurea's Hospitality Management Society, Lare ry. The event manual would help the society to produce its events easier. The event manual can be used as an instruction when producing the event or it can be used as a checklist, to remind the event manager to do everything that must be done for the event.

Laurea's Hospitality Management Society is founded in 2016 by a group of Hospitality Management students. All the Hospitality Management students in Laurea can join to be a member. The society's goal is to create possibilities for students to network with other students and employers. Organizing events for students is the society's most important way of marketing itself. Lare ry also do a lot of co-operation with other student societys in Laurea. Since 2016 Lare ry have organized many events but they've never had a policy when it comes to event management.

Theoretical framework is based from key elements of event management. Those key elements are planning, implementation, budgeting, event safety and event marketing. The final manual is based on those key elements that have been used in this development project.

This thesis's main research method was theme interview. For this development project the Chairman of Laurea Entrepreneurship Society was interviewed. LaureaES is having a policy for event management. Themes of the interview were planning, implementation, budgeting, safety and marketing of events for students.

Outcome of this development project was the event manual that was planned and produced for Lare ry. The manual includes all of the key elements of event management and tasks that need to be done. All the tasks have deadlines and they are separated in different sections: Before the event, during the event and after the event. There is also a checklist where all the tasks that are done will be marked. The manual can be used online or in printed format. The manual user must be aware of the event they are managing to be able to pick up only the tasks that are relevant that come to the event.

In the future, the event manual can be developed and it changes with its users. All users are able to make changes in it. If the society's action changes and grows, the manual can be modified to address the need of its user.

Keywords: Event, Event Management, Student Event

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Laurea organisaationa ja Lare ry.....	7
3	Tapahtuman tuottamisen vaiheet.....	8
3.1	Tapahtuma	8
3.2	Tapahtuman tuottaminen.....	9
3.2.1	Suunnitteluvaihe	10
3.2.2	Toteutusvaihe.....	13
3.3	Tapahtumaturvallisuus	14
3.3.1	Riskienhallinta ja riskienhallinnan menetelmät	15
3.3.2	Pelastussuunnitelma	16
3.4	Tapahtuman budjetointi	17
3.4.1	Kustannukset.....	17
3.4.2	Rahoituksen lähteet	18
3.4.3	Pääsylipun hinnan muodostus	19
3.5	Tapahtuman markkinointi	19
4	Kehittämisprojektin menetelmät ja menetelmien toteutus	21
4.1	Haastattelun toteutus	21
4.2	Haastattelutulokset.....	22
5	Manuaalin testaus käyttäjillä	23
6	Manuaali	25
7	Johtopäätökset	26
	Lähteet	28
	Kuviot..	30
	Taulukot	31
	Liitteet.....	32

1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö on tehty Laurea restonomiopiskelijayhdistys Lare ry:lle. Opinnäytetyön aihe ja kehittämisprojekti on tapahtumamanuaalin suunnittelu ja toteutus. Tavoitteena on, että Lare ry pystyy jatkossa hyödyntämään tapahtumamanuaalia tapahtumien tuottamisessa. Manuaali pitää sisällään tapahtumajärjestämisen kriittiset pisteet: mitä tulee tehdä ennen tapahtumaa, tapahtuman aikana ja tapahtuman jälkeen.

Lare ry on Laurea-ammattikorkeakoulun Leppävaaran kampuksella toimiva opiskelijayhdistys. Sen pääasiallinen tavoite on tuoda esiin matkailu- ja ravitsemus-alan monimuotoisuutta sekä luoda opiskelijoille verkostoitumismahdollisuuksia. Lare ry järjestää opiskelijatapahtumia, joiden avulla se pyrkii edistämään restonomiopiskelijoiden yhteisöllisyyttä sekä luomaan mahdollisuuksia verkostoitua niin oman- kuin muidenkin alojen opiskelijoiden sekä työelämän toimijoiden kanssa.

Olen kuulunut Lare ry:n hallitukseen kahden kauden ajan. Kaudella 2017-2018 toimin sihteerinä ja kaudella 2018-2019 puheenjohtajana. Koska olen aktiivisesti ollut mukana yhdistyksen toiminnassa, havaitsin selkeitä puutteita tapahtumajärjestämisen osalta. Vaikka Lare ry järjestää tapahtumia, ei yhdistyksellä ole ollut selkeitä, yhtenäisiä toimintatapoja tapahtuman järjestämiselle. Tapahtumien tuottaminen on yhdistyksen perustamisesta asti ollut onnistunutta, mutta selkeiden toimintatapojen puuttuessa prosessi on ollut monimutkainen.

Tapahtumaprosessiin liittyy paljon vaihteita, joten yhdistyksellä on hyvä olla ennalta määrätyt, selkeät toimintatavat, joilla varmistetaan, että kaikki tarvittava tulee tehtyä oikein ja oikeaan aikaan. Selkeillä toimintatavoilla prosessi saadaan tuotettua tehokkaammin ja tapahtumien laatu kasvaa. Käytännössä manuaalia voidaan hyödyntää jokaisen tapahtuman suunnittelussa, tapahtuman sisällöstä riippumatta, kun keskitytään niihin manuaalin pisteisiin, jotka ovat tapahtuman kannalta oleellisia.

Olen rajannut kehittämistyön aiheen niihin tapahtumajärjestämisen osa-alueisiin, jotka ovat relevantteja Lare ry:n yleisimmin järjestettyjen tapahtumien osalta. Näitä osa-alueita ovat tapahtuman suunnittelu, toteutus, turvallisuus ja budjetointi sekä tapahtuman markkinointi. Kehittämisprojektin menetelminä on käytetty teoriapohjan lisäksi haastattelua. Valmis lopputulos, eli manuaali, on lopuksi testattu käyttäjillä.

2 Laurea organisaationa ja Lare ry

Laurea-ammattikorkeakoulu on Uudellamaalla toimiva korkeakoulu. Laurealla on yhteensä kuusi kampusta. Laureassa on mahdollisuus opiskella mm. liiketaloutta, sosiaali- ja terveystieteiden alaa sekä matkailu- ja ravitsemusalaan. Laurea on myös ainoa korkeakoulu Suomessa, joka tarjoaa mahdollisuuden opiskella turvallisuus- sekä rikosseuraamusalan tutkintoja. (Laurea 2018.) Laurean opiskelijoiden etua, koulutusalaan riippumatta, valvoo opiskelijakunta Laureamko. Sen lisäksi Laureassa toimii alakohtaisia opiskelijajärjestöjä.

Laurean restonomiopiskelijayhdistys Lare ry on vuonna 2016 perustettu, voittoa tavoittelematon yhdistys. Yhdistyksen tavoitteena on tuoda esiin alan monimuotoisuutta, edistää restonomiopiskelijoiden yhteisöllisyyttä sekä luoda kontakteja niin opiskelijoiden kuin työelämän toimijoiden välillä. Jäseniksi voivat liittyä Laurea-ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijat. Yhdistyksen vuosikokous pidetään joka vuoden alussa, tammi-helmikuussa, jolloin muodostetaan hallitus seuraavan vuoden ajaksi. Lare ry:n perustajan mukaan yhdistys on perustamisesta saakka pyrkinyt kasvattamaan ja kehittämään toimintaansa. Se on edellyttänyt aktiivista ja toimintaan sitoutunutta hallitusta, jonka jäsenet ovat valmiita luomaan ja pitämään yllä pysyviä toimintatapoja. Yhdistyksen toimintaan ovat tervetulleita mukaan kaikki jäsenet.

Tapahtumien järjestäminen on yhdistyksen ensisijainen keino markkinoida itseään ja luoda yhteisöllisyyttä opiskelijoiden sekä työelämäosaajien välillä. Jäsenhankinnan kannalta tapahtumat ovat helpoin kanava tuoda yhdistys uusien opiskelijoiden tietoisuuteen. Yleisesti tapahtumat ovat keskittyneet ruoka- ja juomapuolelle, esimerkiksi viini-tastingien muodossa. Vaikka puhutaan opiskelijatapahtumista, ovat ne kaikille avoimia. Tapahtumia on toteutettu niin yhdistyksen kesken kuin myös yhteistyössä eri alojen yritysten tai muiden opiskelijajärjestöjen kanssa. Tavoite kaikissa tapahtumissa on kuitenkin sama: järjestää restonomeille alaan liittyvää toimintaa sekä saada niin restonomit kuin muidenkin alojen opiskelijat verkostoitumaan keskenään.

Tapahtumien lisäksi Lare ry osallistuu myös muuhun opiskelijatoimintaan, kuten Laureamkon tapahtumiin. Yhdistyksen näkyvyyden lisääminen on tärkeää, etenkin yhdistyksen ollessa vielä verrattain tuore. Yhdistys pyrkii tekemään mahdollisimman paljon yhteistyötä muiden toimijoiden kanssa, kuten edellämainitun Laureamkon sekä esimerkiksi Laurean tradenomiopiskelijayhdistys Lato ry:n kanssa. Laurean ulkopuolelta tärkein yhteistyökumppani on Haaga-Helia -ammattikorkeakoulun Haagan toimipisteen paikallisyhdistys Pore ry. Yhdistykset ovat yhteistyössä sitoutuneet markkinoimaan toistensa tapahtumia sekä myymään toistensa jäsenille tapahtumalippuja jäsenhinnalla.

3 Tapahtuman tuottamisen vaiheet

Jotta tapahtuman tuottamiseen vaadittavat kriittiset pisteet pystytään muodostamaan ja ymmärtämään, tulee ensin käydä läpi aiheeseen liittyviä keskeisiä käsitteitä. Prosessina tapahtuman tuottaminen on laaja ja käsitteenä se pitää sisällään monia asioita. Vaikka tapahtumat voidaan jakaa eri tapahtumalajeihin, kuten musiikkitapahtumiin tai urheilutapahtumiin, on jokainen tapahtuma ja sen osallistujat yksilöllisiä. Sen takia onkin tärkeää tiedostaa kulloinkin järjestettävän tapahtuman luonne ja vaatimukset, jotta osataan keskittyä juuri sen tapahtuman kannalta oleellisiin tekijöihin.

Tässä työssä keskeisiksi käsitteiksi on valittu ne tapahtumaprosessin pisteet, jotka ovat oleellisia kehittämistyön kannalta. Ne on valittu paitsi tapahtuman tuottamisen teorian tiedon, myös oman kokemuksen pohjalta. Prosessina tapahtuman tuottaminen harvoin etenee lineaarisesti, joten tässä työssäkin samaa aihetta voidaan käsitellä muuallakin kuin sen varsinaisen otsikon alla.

Kehittämistyön kohteena oleva yhdistys voidaan luokitella pieneksi ja yhdistyksen järjestämät tapahtumatyytit voidaan rajata ruoka- ja juomapuolelle, joten teoreettinen viitekehys muodostuu tapahtuman tuottamisen vaiheista sekä tapahtumamarkkinoinnista. Tapahtuman tuottamisen vaiheisiin lukeutuu suunnittelu- ja toteutusvaihe, turvallisuus ja budjetointi. Viitekehysten sisällä olevia käsitteitä avaamalla pystytään muodostamaan kuva siitä, mitkä tapahtumajärjestämisen osa-alueet ovat relevantteja manuaalia ajatellen.

3.1 Tapahtuma

Yksinkertaisimmillaan tapahtuma-käsite tarkoittaa jotain, mitä tapahtuu (Beech ym. 2014, 3). Syvemmin tutkittuna tapahtuma on käsitteenä laaja ja käytännössä tapahtumaksi voidaan kutsua mitä tahansa tilaisuutta, johon osallistuu ihmisiä. Tapahtuman koosta ja osallistujamäärästä riippumatta, tapahtumalla on aina jokin tarkoitus tai sillä pyritään saavuttamaan jotain. Kun kootaan ihmisiä tiettyyn paikkaan määrättyä ajankohtana, tiettyä tarkoitusta varten, voidaan sitä kutsua tapahtumaksi. (Korhonen ym. 2015, 7.)

Vallon & Häyrisen (2012, 113.) mukaan tapahtuma viestii aina jotain osallistujalleen. Tästä syystä on hyvä ottaa huomioon järjestävän organisaation arvomaailma. Viestit voidaan jakaa kahteen osaan: pääviestiin ja sivuviestiin. Sivuviesti tukee pääviestiä, mutta pääviestin merkitys on suurempi, joten sen tulisi tavoittaa asiakkaat ja jäädä mieleen. Jotta tapahtuman viesti tulisi toteutettua, on kommunikatio järjestäjän ja osallistuvien yhteistyökumppaneiden välillä tärkeää. Tapahtuman tarkoituksen ja mitä tapahtumalla

halutaan viestiä, pitää olla kaikille osapuolille selkeää, jotta tapahtuma voi onnistua. (Vallo & Häyrinen 2012, 113 - 115.) Beechin ym. (2014, 248.) mukaan tapahtumalla on sen koosta riippumatta aina vaikutus ympäristöönsä.

Tapahtuma käsitteenä luo jokaiselle ihmiselle erilaisen mielikuvan. Tapahtumien kirjo on laaja ja jokainen tapahtuma on yksilöllinen, samoin kuin jokainen tapahtumaan osallistuva ihminenkin. Esimerkkejä eri tapahtumalajeista on messut, urheilutapahtumat sekä festivaalit. (Beech ym. 2014, 3 - 4.) Vallon & Häyrisen (2012, 59.) mukaan tapahtumat voidaan lajitella kolmeen alalajiin: asiatapahtumiin, viihdetapahtumiin sekä niiden yhdistelmiin. Tapahtumat voidaan myös luokitella luokitella esimerkiksi koon, muodon ja sisällön perusteella (Korhonen ym. 2015, 7).

3.2 Tapahtuman tuottaminen

Tapahtuman tuottamisen koko prosessi lähtee ajatuksesta: miksi? Tapahtumalla on aina jokin tavoite tai syy, miksi se järjestetään. Konkreettinen tavoite auttaa tapahtuman jälkeen mittaamaan sen onnistumista. Tavoite riippuu aina tapahtuman järjestäjästä, mutta se ohjaa koko tapahtumaprosessia. Mikäli tavoite ei ole selkeä tai riittävä, vaikuttaa se myös tapahtuman luonteeseen ja toteutumiseen sekä pahimmillaan luo negatiivista mielikuvaa järjestäjästä. Tavoitteen ei tarvitse olla erityinen, mutta sen täytyy olla konkreettinen ja selkeä niin järjestäjälle itselleen kuin osallistujillekin. (Vallo & Häyrinen 2012, 109 - 111.)

Ennen kuin tapahtumaa käytännössä voidaan alkaa järjestää, tulee miettiä minkälainen tapahtuma halutaan. Tapahtuman luonne vaikuttaa kaikkiin prosessin osatekijöihin, joten ennen sitä tulee olla varma, minkälainen tapahtuma ollaan järjestämässä. Tapahtuman luonne tulee siis miettiä huolella, jotta se vastaa haluttua tavoitetta. Usein on alusta asti selvää, minkä tyylinen tapahtuma järjestetään, mutta ennen varsinaiseen prosessiin ryhtymistä on hyvä käydä eri vaihtoehtoja läpi, jotta varmistutaan lopullisesta päätöksestä. (Conway 2009, 40 - 41.)

Kun tapahtuman tarkoitus ja luonne on selvillä, voidaan aloittaa konkreettinen suunnitteluvaihe. Suunnitteluvaihe on tapahtuman onnistumisen kannalta yksi tärkeimmistä prosessin osista ja se tulee tehdä huolella. Suunnitteluvaiheeseen tulee varata tarpeeksi aikaa ja heti alusta asti ottaa mukaan kaikki keiden panosta tapahtuman järjestämisessä tarvitaan. Suunnitteluvaiheeseen vaadittava aika riippuu tapahtumasta, mutta lähtökohtaisesti mitä suurempi tapahtuma, sen kauemmin suunnitteluvaihe kestää. (Häyrinen & Vallo 2012, 158.)

Shonen & Parryn (2004, 164.) mukaan tapahtuman tuottaminen on projekti, jolloin projektin hallinnan metodien käyttäminen luo onnistuneen tapahtuman. Korhosen ym. (2015, 8.) mukaan lopputulokseen vaikuttavat kaikki projektin parissa työskentelevät henkilöt. Kuten muillakin projekteilla, myös tapahtumaprojektilla on hyvä olla aina yksi vastuuhenkilö, projektipäällikkö, sekä erilliset tiimit, joilla kaikilla on omat vastualueensa projektissa. Mitä isompaa tapahtumaa tuotetaan, sitä enemmän osa-alueita ja huomioitavaa siihen sisältyy. (Korhonen ym. 2015, 8.) Projektin suunnitelmallisuus edesauttaa tapahtuman tavoitteisiin pääsyä (Beech 2014, 136).

Tapahtuman tuottaminen sisältää usein tietyt avaintehtävät, jotka toistuvat prosessissa tapahtumasta riippumatta. Tapahtumatuottajalla on suuri vastuu tapahtuman onnistumisen kannalta. Tapahtumasuunnitelma ja selkeät ohjenuorat helpottavat prosessia ja edesauttavat tapahtuman onnistumista. (Dowson & Bassett 2015, 20.)

3.2.1 Suunnitteluvaihe

Menestynyt tapahtuma on seuraus siitä, mitä on tehty kauan ennen itse tapahtumapäivää (Dowson & Bassett 2015, 21). Tapahtuman tuottamisen käytännön vaiheista ensimmäinen ja tärkein on suunnittelu. Investoimalla aikaa suunnittelutyöhön, jonka aikana luodaan vastuut, yhtenäiset toimintalinjat sekä viestintämallit, varmistetaan, että kaikkeen osataan varautua. Näinollen, vaikka tapahtumaprosessin tai tapahtuman aikana sattuisi jotain yllättävää, järjestäjällä ja työntekijöillä on selkeät linjaukset, kuinka toimitaan. (Beech ym. 2014, 136 - 137.)

Työskentelyn tulee olla alusta loppuun asti suunnitelmallista ja Beechin ym. (2014, 312.) mukaan systemaattisuus on yksi tärkeimmistä tapahtumatuottajan ominaisuuksista. Systemaattisuus korostuu tilanteissa, joissa tapahtumatuottajan oma osaaminen ei mahdollisesti riitä. Tällöin prosessi voi kuitenkin jatkua ja tapahtumatuottaja kykenee kehittämään ammattitaitoaan. Toinen tärkeä ominaisuus on joustavuus. Suunnitteluvaiheessa esiin nousseita ideoita voidaan hyödyntää jatkossa, mikäli syystä tai toisesta on tarve. Tapahtuman kaikissa vaiheissa on aina hyödyksi olla niinsanottu ”plan B”. (Beech ym. 2014, 312.) Asiakkaat eivät ole tietoisia alkuperäisistä suunnitelmista, joten tuotantotiimin on osattava elää tilanteen mukana. Asiakkaille ei tule kertoa muuttuneista suunnitelmista silloin, kun ne koskevat asiakkaille näkymättömiä asioita. (Häyrinen & Vallo 2012, 161 - 163.)

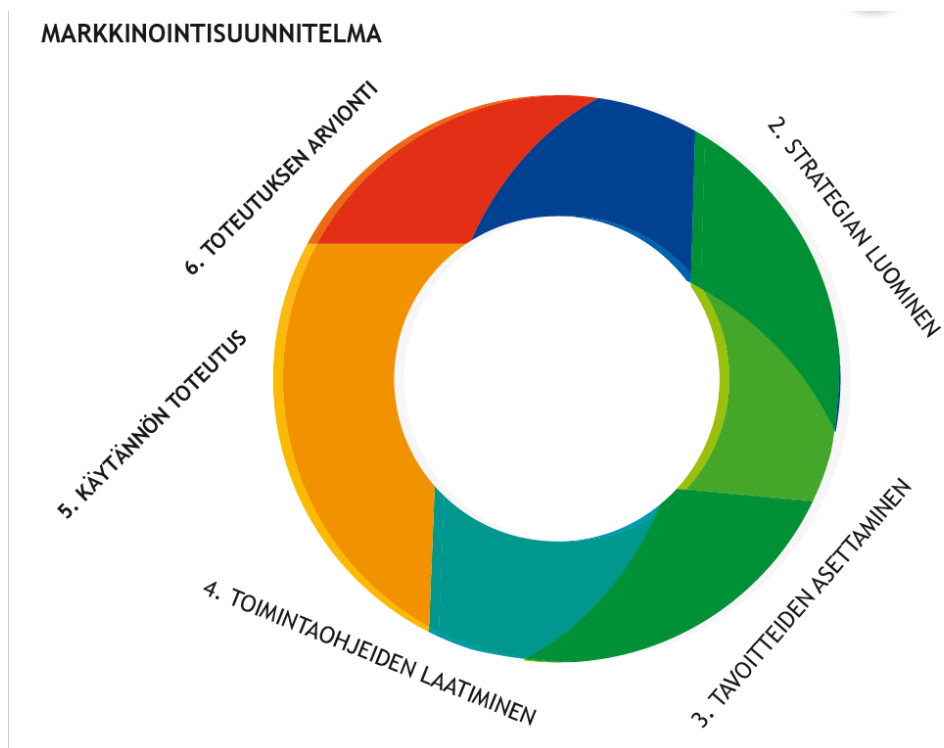
Tapahtumasta riippumatta on suunnitteluvaiheessa hyvä koota yhteen tapahtuman reunaehdot eli tapahtumabrief. Tapahtumabriefistä tulisi löytyä tieto siitä, miksi tapahtuma järjestetään ja kenelle, mitä sillä halutaan viestiä, minkälainen tapahtuma on kyseessä ja

miten se aiotaan toteuttaa. Lisäksi siitä tulisi selvittää henkilöstökysymykset, tapahtuman budjetti sekä asiakkaille välittömästi välittyvät asiat, kuten haluttu tunnelma. (Häyrinen & Vallo 2012, 159 - 160.)

Tapahtumabriefin lisäksi on hyvä käyttää tapahtumakäsikirjoitusta. Tapahtumakäsikirjoitus on työkalu, joka kertoo mitä ja missä tapahtuu milloinkin. Se on toimii apuna tapahtuman hahmottamisessa. Tapahtumakäsikirjoitus alkaa ensimmäisen vieraan saapumisesta viimeisen vieraan poistumiseen. Jokaisella tapahtuman kulisissa työskentelevällä olisi hyvä olla oma käsikirjoituksensa, jotta aikataulutus olisi kaikille selkeä ja virheiden mahdollisuus saataisiin minimoitua. Tapahtumakäsikirjoitus on työkalu nimenomaan tapahtuman järjestäjille ja työntekijöille, joten siihen todennäköisesti aina tulee muutoksia. (Häyrinen & Vallo 2012, 161 - 163.)

Tapahtumakäsikirjoitus on merkittävä tekijä tapahtuman sujuvuuden kannalta, johon taas vaikuttaa positiivisesti hyvä suunnittelu ja aikataulutus. Tapahtuman sujuvuudessa tulee ennenkaikkea ottaa huomioon osallistujien määrä, johon suhteutetaan henkilökunnan määrä. (Häyrinen & Vallo 2012, 161 - 163.)

Suunnitteluvaiheeseen kuuluu myös tapahtuman markkinointisuunnitelma. Markkinointi on merkittävässä roolissa tapahtuman lipunmyynnin kannalta, joten markkinointisuunnitelma kannattaa tehdä huolella. Markkinointisuunnitelman laajuus on suoraan verrannollinen tapahtuman suuruuteen: mitä isompi tapahtuma, sen yksityiskohtaisempi markkinointisuunnitelman tulisi olla. (Tapio 2013.)



Kuvio 1: Markkinointisuunnitelma. (Tapio 2013.)

Tapion (2013) mukaan markkinointisuunnitelman laatimiseen voidaan käyttää apuna kuusivaiheista mallia (Kuvio 1). Sen avulla tuodaan esille markkinoinnin käytännön toimet ja aikataulut. Etenemällä mallin kuuden kohdan mukaan ja tarvittaessa käyttämällä jokaisen kohdan kanssa tarkentavia apukysymyksiä, saadaan aikaan kattava markkinointisuunnitelma. Tarkentavien apukysymysten avulla mallia voi hyödyntää tapahtuman kokoluokasta riippumatta. Apukysymyksiä voivat olla esimerkiksi ”mitä markkinoinnilla halutaan saavuttaa” (mallin kohta 3) tai ”Onko toivottua kohderyhmää tavoitettu odotetulla tavalla?” (mallin kohta 5). (Tapio 2013.)

Tapahtumatuottajan tulee priorisoida suunnitteluvaiheen tehtävät tapahtuman koon ja lajin mukaan. Vaikka tietyt avaintehtävät kuuluvat lähes jokaisen tapahtuman suunnitteluvaiheeseen, tulee aikataulutus tehdä tilannekohtaisesti. Tapahtumaprosessissa tehtävät ovat usein riippuvaisia toisistaan, joka saattaa aiheuttaa haasteita. Esimerkiksi tilaa ei voida varata ennen budjettia eikä markkinointia aloittaa ennen tilan vahvistusta. Etenkin suunnitteluvaiheessa alkuperäisiä suunnitelmia saatetaan useinkin joutua muuttamaan. (Dowson & Bassett 2015, 20- 21.)

3.2.2 Toteutusvaihe

Tapahtuman toteutusvaihe voidaan jakaa kolmeen osaan: rakennusvaiheeseen, itse tapahtumaan ja purkuvaiheeseen. Toteutusvaiheessa kulminoituu kaikki suunnitteluvaiheessa tehty työ ja se vaatii eri tahojen yhteistyötä onnistuakseen. Kaikilla tapahtumassa työskentelevillä on oma roolinsa tapahtuman onnistumisen kannalta, joten kaikkien on myös tärkeää tietää oma toimenkuvansa ja tehtävänsä. (Häyrinen & Vallo 2012, 163.)

Rakennusvaiheessa luodaan tapahtuman ympäristö. Suunnittelu- rakennus ja purkuvaiheeseen nähden itse tapahtuman on vain lyhyt hetki, mutta onnistuakseen se vaatii muiden vaiheiden huolellista toteuttamista. Rakennusvaihe voi tarkoittaa konkreettista rakentamista, kuten esintymislavoja tai teltoja, mutta yhtä hyvin esimerkiksi juhlatilan somistamista ja pöytien asettelua. Rakennusvaihe tulee tehdä huolella ennalta tehtyjä suunnitelmia noudattaen, koska sillä on suuri merkitys tapahtuman visuaalisuuteen. (Häyrinen & Vallo 2012, 164.)

Tilasuunnittelun ja rakennusvaiheen onnistuminen korostuu tapahtumissa, joiden osallistujamäärä on suuri. Osallistujien saapuminen ja poistuminen edellyttää sisäänkäyntejä, joista kulkeminen on esteetöntä. Suurissa tapahtumissa sisään- ja uloskäyntejä on hyvä olla useampia. Tämä on myös turvallisuuden kannalta oleellinen tekijä. Mahdollisuuksien mukaan osallistujia voi myös kutsua paikalle porrastetusti, jolloin vältytään ruuhkilta ja tapahtuma pääsee alkamaan aikataulun mukaisesti. (Dowson & Bassett 2015, 137.) Tapahtumapaikan ja sisäänkäyntien tulee olla helposti löydettävissä, joten tapahtumapaikalle ja sen läheisyyteen on hyvä viedä selkeät kyltitykset. (Häyrinen & Vallo 2012, 174.)

Itse tapahtumaa varten on hyvä tehdä viestintäsuunnitelma. Mitä isompi tapahtuma, sitä enemmän on työntekijöitä. Viestintäsuunnitelma on hyvä tehdä sekä tapahtumassa työskenteleville henkilöille, että osallistujille. Osallistujia tulee informoida mahdollisimman paljon ennen tapahtumaa, jolloin tapahtuman aikana annettavan informaation määrä vähenee. Tapahtuman aikataulu on yksi esimerkki tiedoista, josta tulisi olla tiedotettu osallistujille jo ennen tapahtumaa. Kuitenkin myös tapahtumapaikalle tulisi laatia suunnitelma viestinnästä tapahtuman aikana, jolloin osallistujat saavat tarvitsemansa tiedot helposti. Eripuolille tapahtumapaikkaa voi esimerkiksi sijoitella infotauluja tai -pisteitä, joista osallistujat löytävät tarvitsemansa tiedon. (Dowson & Bassett 2015, 139.)

Työntekijöiden välinen kommunikaatio on edellytys tapahtuman sujuvuudelle. Viestinnän väline tulee valita työntekijämäärän mukaan. Mikäli työntekijöitä on paljon, ei liene tarpeellista jokaisen työntekijän olla viestintäkanavan päässä vaan tällöin riittää yksi kontaktihenkilö. Kontaktihenkilö voi myös toimia vastuuhenkilönä mahdollisissa hätätapauksissa, kuten sairaskoh-

tauksen sattuessa. Suurissa tapahtumissa tulee myös huomioida verkkohäiriöt, jolloin matkapuhelinten sijaan kannattaa ennemmin käyttää esimerkiksi radiopuhelimia. (Dowson & Bassett 2015, 139.)

3.3 Tapahtumaturvallisuus

Turvallisuus on tärkein tapahtumaan liittyvä tekijä. Tapahtumaturvallisuudella tarkoitetaan sekä osallistujien, työntekijöiden, sidosryhmien että tapahtumapaikan lähistöllä asuvien ihmisten turvallisuutta. Turvallisuudesta puhuttaessa tulee ensimmäisenä mieleen fyysinen turvallisuus, mutta terminä turvallisuus ulottuu myös esimerkiksi henkilötietosuojan puolelle. (Dowson & Bassett 2015, 124.)

Jokaisella tapahtumaan osallistuvalla on oikeus olla turvassa tapahtumassa. Tämä päämäärä edellyttää järjestäjältä huolellista turvallisuussuunnittelua, johon kuuluu mm. turvallisuusohjeita ja -perehdytystä henkilökunnalle, harjoituksia sekä pelastussuunnitelma. Mikäli tapahtuman järjestämisestä vastaa useita henkilöitä, on hyvä muodostaa erikseen turvallisuudesta ja turvallisuussuunnitelmasta vastaava tiimi. (Martikainen & Ranta 2017, 29.)

Jotta työntekijät ja asiakkaat ovat turvassa tapahtumassa, vaatii se hyvää suunnittelua. Työntekijöiden selkeät roolit auttavat heitä hahmottamaan omaa osaansa ja vastuutaan tapahtumassa. Ennen tapahtumaa ja sen aikana on oltava selkeät toimintasuunnitelmat työntekijöiden ja asiakkaiden turvallisuuden takaamiseksi tositilanteen sattuessa. Henkilökunnan tulee olla tietoisia mahdollisista riskeistä sekä heidän on saatava riittävä koulutus ja toimintaohjeet, jotta tositilanteessa osataan toimia tarpeeksi nopeasti ja oikealla tavalla. (Conway 2009, 23.)

Tapahtuman henkilömäärä, johon lukeutuu sekä järjestäjä, työntekijät että osallistujat, vaikuttaa paljolti turvallisuussuunnitelmaan. Sisätiloissa järjestettävän tapahtuman maksimiosallistujamäärä määrittyy rakennusluvan perusteella. Ulkoilmatapahtumissa se määritellään tapahtuma-alueen pinta-alan mukaan. Ohjenuora on, että tapahtuma-alueelle on varattu 1m² osallistujaa kohden. (Martikainen & Ranta 2017, 29 - 30.)

Järjestäjän vastuulla on selvittää tai pyytää ohjausta tapahtumaturvallisuutta määrittävän lain osalta, jotta lakia tullaan noudatetuksi (Dowson & Bassett 2015, 125 - 126). Päävastuu tapahtuman turvallisuudesta kuuluu aina tapahtumajärjestäjälle. Tapahtumasta riippumatta järjestäjän on huolehdittava kaikkien tapahtumaan osallistuvien turvallisuudesta. Tämä koskee niin järjestäjien, työntekijöiden kuin asiakkaidenkin turvallisuutta.

Tapahtumajärjestäjän vastuulla on myös huolehtia, että kaikki tapahtumassa työskentelevät

henkilöt ovat tietoisia mahdollisista riskeistä ja tarpeen tullen osaavat toimia oikealla tavalla. (Conway 2009, 21.)

3.3.1 Riskienhallinta ja riskienhallinnan menetelmät

Martikaisen & Rannan (2017, 15.) mukaan riski tarkoittaa ”epävarmuuden vaikutusta tavoitteisiin”. Dowsonin & Bassettin (2015, 129.) mukaan riskejä arvioidessa tulee aina asettaa riski kontekstiin. Esimerkkinä he käyttävät ulkoilmatapahtumaa. Rakennelmien pystyttäminen suureen ulkoilmatapahtumaan tuo mukanaan isompia riskejä kuin pöytien pystyttäminen ulos hääjuhlaan. Riskien arvioinnissa tulee pystyä arvioimaan potentiaaliset riskit ja tehdä tarvittavat toimet riskien minimoimiseksi. (Dowson & Bassett 2015, 129.)

Pääsääntönä voidaan pitää: mitä enemmän tapahtumassa on osallistujia, sitä enemmän riskejä se sisältää. Suuren ihmisjoukon hallitsemiseen tarvitaan järjestäjän ja työntekijöiden kesken hyvää tiimipeliä, kommunikaatiota sekä yhteistyötä eri ensiapuyksikköjen välillä. Näitä yksiköjä ovat esimerkiksi ensihoitoyksikkö tai pelastuslaitos. (Conway 2009, 21 - 23.)

Riskienhallinta tarkoittaa riskien ohjattua koordinoitua, jota hoitaa organisaation johto. Riskien hallinta on kokonaisvaltainen ja jatkuva prosessi, joka pysyy ajantasaisena, vaikka sitä tehdäänkin tilannekohtaisesti. Riskienhallinnan avulla organisaatio pystyy kehittämään itseään jatkuvasti. Riskienhallintaan liittyy myös riskien arviointi, eli riskien tunnistaminen, niiden merkityksen arvioiminen sekä riskianalyysi. (Martikainen & Ranta 2017, 15.)

Riskien arvioinnin keskiössä on kolme tekijää, joita tulee miettiä. Ensimmäisenä tulee kartoittaa, mitä mahdollisia uhkia on, jotka voivat muodostaa riskin. Seuraavaksi tulee miettiä, mihin tai keneen mahdollinen uhka kohdistuu sekä miten uhka toteutuessaan voi kohdetta vahingoittaa. Viimeiseksi arvioidaan riskit ja tehdään päätös mahdollisista ennakoivista toimista, joita tulee tehdä riskin minimoimiseksi. (Dowson & Bassett 2015, 129.)

Riskien suuruus määräytyy paljolti tapahtuman koon ja luonteen mukaan, mutta ennen tapahtumaa on aina tehtävä riskianalyysi. (Conway 2009, 21.) Riskianalyysi tarkoittaa riskin luonteen ymmärtämistä sekä riskitason määrittämistä. Riskianalyysi on prosessi, jonka aikana kartoitetaan tarve ennakoiville toimenpiteille riskin välttämiseksi. Analyysi tehdään todennäköisyyksien avulla. (Martikainen & Ranta 2017, 15 - 16.)

Riskianalyysin tekemisen tueksi on olemassa taulukoita, joissa määritellään riskien todennäköisyyksiä, seurauksia ja niiden vakavuutta sekä arvioidaan riskin tasoa. Esimerkki riskianalyysitaulukosta on riskin todennäköisyyden arviointiin käytettävä taulukko (Liite 2). Myös riskien tunnistamiseen on olemassa työkaluja, joiden avulla tapahtuman järjestäjät voivat

ennalta määritellä mahdollisia riskitekijöitä, niiden seurauksia ja ennaltaehkäisyä. (Martikainen & Ranta 2017, 16.)

Todennäköisyys	Todennäköisyyden tunnuspiirteet
1 Hyvin epätodennäköinen	Tapahtuma, joka esiintyy harvoin tai epäsäännöllisesti
2 Epätodennäköinen	Tapahtuma, joka esiintyy toistuvasti, muttei säännöllisesti
3 Todennäköinen	Tapahtuma, joka esiintyy usein tai säännöllisesti

Taulukko 1: Riskin todennäköisyyden arviointi (Martikainen & Ranta 2017, 16).

Menetelmiä riskien tunnistamiseen ja ennaltaehkäisyyn ovat esimerkiksi potentiaalisten ongelmien analyysi sekä Mitä jos? -tekniikka. Potentiaalisten ongelmien analyysi, eli POA, on menetelmä, jonka avulla tapahtumaa järjestävä organisaatio pyrkii tunnistamaan vaarat ja riskit. Menetelmä tehdään pienryhmässä sellaisten osallistujien kesken, jotka tuntevat kohteen ja siihen liittyvät tekijät hyvin. Menetelmän avulla voidaan tunnistaa eri tasoisia ongelmia. Menetelmä toteutetaan myös ryhmässä ja siinä tuodaan esiin tunnettuja vaaroja, aikaisempia kokemuksia sekä lainsäädännön vaatimuksia. Menetelmässä edetään haastamalla esiin tuodut asiat ”mitä jos...” -kysymyksillä. (Martikainen & Ranta 2017, 16 - 22.)

3.3.2 Pelastussuunnitelma

Pelastussuunnitelmalla tarkoitetaan toimintasuunnitelmaa, joka laaditaan tiettyä, ennalta määriteltyä kohdetta varten. Pelastussuunnitelman tavoite on ohjata henkilöstöä toimimaan oikein hätätilanteessa sekä tuoda ilmi turvallisuuteen liittyvät vastuut ja velvoitteet. Pelastuslaitoksilta on saatavissa yleiseen käyttöön tarkoitettu pohja, jota voi hyödyntää pelastussuunnitelman laatimisessa. (Martikainen & Ranta 2017, 31 - 32.)

Pelastussuunnitelmasta tulisi käydä ilmi mitä vaaratilanteita ennakoidaan ja kuinka ne voivat vaikuttaa, ehkäisevät toimenpiteet, mahdollisuudet poistumiseen ja suojautumiseen sekä järjestelyt sammutus- ja pelastustehtävien varalta. Suunnitelmaan tulisi myös merkitä turvallisuushenkilöstö, eli aiemmin määritellyt henkilöt, joiden vastuulla turvallisuuden suunnittelu on. Turvallisuushenkilöstön vastuulla on myös muun henkilökunnan kouluttaminen ja perehdyttäminen turvallisuusasioihin. Lisäksi suunnitelmasta tulisi löytyä ohjeet kuinka toimia, jos

ennalta arvioiduista riskeistä joku toteutuu. Tärkeintä on, että pelastussuunnitelmaan on kirjattu mahdollisimman tarkasti tapahtumaa, sen sisältöä, tiloja ja varusteita koskevat tiedot. (Martikainen & Ranta 2017, 31 - 33.)

3.4 Tapahtuman budjetointi

Lare ry on voittoa tavoittelematon yhdistys, joka järjestää matalan budjetin opiskelijatapahtumia. Koska tavoitteena ei ole saada maksimaalista voittoa, lasketaan tapahtumalippujen hinta vastaamaan mahdollisimman tarkasti tapahtumaan investoitujen kulujen summaa. Mahdolliset lipunmyynnistä kerääntyvät voitot käytetään yhdistyksen markkinointiin ja tuleviin tapahtumiin. Tässä luvussa keskitytään kehittämistyön kannalta olennaisiin budjetoinnin ja kustannuslaskelman perusteisiin, kuten tapahtuman rahoitukseen, kate- ja kustannuslaskelmiin sekä hinnoitteluun.

Budjetti, eli talousarvio, on tietylle ajanjaksolle laadittava rahamääräinen toimintasuunnitelma. Budjetoinniksi kutsutaan prosessia, jonka lopputuloksena budjetti syntyy. Prosessina budjetointi on suunnitelmallinen ja ohjeistettu. Sen päämäärä on asettaa konkreettiset tavoitteet lyhyelle aikavälille. (Järvenpää, Länsiluoto, Partanen & Pellinen 2010, 207.) Tapahtuman budjettia laadittaessa haasteita usein tuo tapahtuman osallistujamäärä, jota ei tiedetä vielä budjetointivaiheessa. Toistuvissa tapahtumissa arviointi voidaan kuitenkin tehdä edellisten tapahtumien osallistujamäärän perusteella. (Dowson & Bassett 2015, 221.)

Jotta toiminta olisi kannattavaa, tulee myyntituottojen olla suuremmat kuin toimintaan investoidut kustannukset. Kannattavuuslaskelman teko ennen toimintaan ryhtymistä on hyvä keino varmistaa toiminnan, tässä tapauksessa tapahtuman, kannattavuus. Kannattavuuden ja katetuoton laskemiseen tarvitaan tiedot kustannusten sekä tuottojen määrästä. Yksinkertaisimmillaan katetuotto lasketaan vähentämällä saaduista tuloista tapahtumaan investoidut menot. (Jylhä & Viitala 2006, 300.)

3.4.1 Kustannukset

Kustannukset on yleisesti jaettu kahteen eri luokkaan, kiinteisiin- ja muuttuviin kustannuksiin. Kustannuksia laskettaessa ja kustannusarviota tehdessä on kuitenkin hyvä ymmärtää, että kaikki kustannukset ovat pitkällä aikavälillä muuttuvia kustannuksia, eikä jako ole yksiselitteinen. Organisaatiosta riippuen kiinteät kulut saattavat poiketa toisistaan paljonkin. (Jylhä & Viitala 2006, 301.)

Tapahtuman järjestämisen kiinteät kulut voidaan karkeasti jaotella tiloihin, tarjoiluihin, markkinointiin sekä henkilökuntaan. Tilakustannuksiin lukeutuu tilavuokran lisäksi esimerkiksi kalusteet, sähköt ja tekniikka. Tarjoiluihin kuuluu tarjottavat ruoat ja juomat. Markkinointiin voidaan sisällyttää paitsi maksullinen markkinointi esim. sosiaalisessa mediassa tai muussa kanavassa, myös markkinointimateriaalit kuten mainostuotteet. Henkilökuntakustannuksiin kuuluu paitsi järjestävän tahon työvoiman palkat, myös mahdolliset esiintyjät sekä järjestyksenvalvonta. (Capell 2013, 77 - 80.)

Dowsonin & Bassettin (2015, 27) mukaan tapahtuman kuluissa tulee myös huomioida niin sanottut piilokulut. Nämä ovat usein pieniä kuluja, joita ei osata huomioida budjetoidessa. Tällaisia kuluja voivat olla esimerkiksi erilaiset printattavat materiaalit tai matkakustannukset.

3.4.2 Rahoituksen lähteet

Tapahtumaa suunniteltaessa tulee huomioida sen rahoitus ja rahoitukseen liittyvät riskit. Taloudelliset seikat kuten rahoituksen lähteet ja tapahtuman tuotot ovat osa-alue, johon liittyy riskejä. Näihin tekijöihin paneutuminen huolella edesauttaa luomaan onnistuneen tapahtuman ja turvaa järjestäjien talouden. (Juurakko, Kauhanen & Kauhanen. 2002, 59.) Tapahtuman budjetti on aina sidonnainen tapahtumaan ja sen sisältöön, eikä ole olemassa valmista mallia, minkä suuruinen budjetti tapahtumaa varten tulisi laatia (Capell 2013, 77).

Suunnitteluvaiheessa tulisi pystyä arvioimaan investoinnit, joita tapahtumaan joudutaan laittamaan. Samalla voidaan arvioida tapahtumasta saatavat tuotot. Mitä tarkemmin nämä pystytään jo suunnitteluvaiheessa arvioimaan, sitä vähemmän riskejä tapahtuman rahoitukseen liittyy. Mahdollisimman tarkan ja spesifioidun arvion avulla pystytään myös tapahtuman jälkeen näkemään tapahtuman kannattavuus. (Dowson & Bassett 2015, 212.)

Lähes poikkeuksetta tapahtuma edellyttää rahallista panosta jo suunnitteluvaiheessa, joten järjestävän tahon on mietittävä mistä rahoitus saadaan. Juurakon ym (2002, 59.) mukaan rahoituksen lähteet voidaan jakaa pääpiirteittäin kolmeen lohkoon:

1. Organisaation oma rahoitus
2. Tapahtuman tuotot
3. Ulkopuoliset lähteet

Taulukko 2: Tapahtuman rahoituksen lähteet (Juurakko ym. 2002, 59).

Organisaation oma rahoitus tarkoittaa järjestävän tahon omaan budjettiin merkittyä osaa tapahtumalle. Tapahtuman tuotoilla tarkoitetaan tapahtumasta kertyviä tuloja, kuten pääsylippu- tai myyntipaikkatuloja. Ulkopuoliset lähteet voivat olla esimerkiksi sponsoreita tai muuta avustusta. (Juurakko ym. 2002, 59.) Shonen & Parryn (2004, 116.) mukaan saadaksesen sponsorisopimuksen on tapahtuman sisällön vastattava sponsoroivan tahon omia suunnitelmia ja toiveita.

Mikäli tapahtumaan myydään pääsylippuja, on lipun hinnanmuodostuksessa arvioitava osallistujamäärä. Osallistujamäärän arviointi on haastavaa, etenkin jos tapahtuma järjestetään ensimmäistä kertaa. (Juurakko ym. 2002, 59.)

3.4.3 Pääsylipun hinnan muodostus

Lipunmyynnistä tulee yleensä suurin osa tapahtuman tuotoista. Joissain tapauksissa lisätuloja voi tulla myös esimerkiksi sponsoreilta tai muista rahoituksen lähteistä, kuten tukirahoituksesta. Lipunmyynnin osuus tapahtuman tuotoista on kuitenkin kiistaton. Tämän vuoksi lipun hinta tulee miettiä huolella. Budjettia laatiessa lipun hinnan kohdalla kannattaa miettiä break even -määrä, joka tarkoittaa kuinka monella myydyllä lipulla järjestäjä ei jää tappiolle. Lipun hintaan vaikuttaa myös tapahtuman sisältö. Mikäli järjestäjä epäröi lipun hinnoittelussa, kannattaa tarkastella muiden vastaavien tapahtumien hinnoittelua. (Sedu Events 2013.)

3.5 Tapahtuman markkinointi

Markkinoinnin keinoja on yhtä paljon kuin erilaisia tapahtumia. Markkinointi aiheena on laaja, joten tässä luvussa on keskitytty tapahtumamarkkinointiin yleisesti sekä markkinointiin sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisen median kanaviksi on valikoitunut Lare ry:n pääasiallinen markkinointikanava, Facebook. Suurin osa markkinoinnista toteutetaan Facebookissa, yhdistyksen omilla Facebook-sivuilla. Tapahtumamarkkinoinnin kohdalla Lare ry markkinoi tapahtumiaan muissa opiskelijatapahtumissa, kuten kampuskiertueilla ja fuksiiaisissa.

Tapahtuma tarvitsee näkyvyyttä tavoittaakseen kohdeyleisönsä. Näkyvyyttä saadaan tapahtuman markkinoinnilla. Menestynyt markkinointikampanja aloitetaan hyvissä ajoin. Markkinointiviestin välittämiseen kohdeyleisölle on useita keinoja, aina televisio- ja lehtimainonnasta sosiaaliseen mediaan. Menestynyt markkinointikampanja ulottuu moneen eri kanavaan. (Dowson & Bassett 2015, 175.) Hoylen (2002, 155.) mukaan taas viihdyttävä markkinointi tuottaa onnistuneen tapahtuman, joten mediaa kannattaa hyödyntää.

Ennen markkinoinnin aloittamista tulee miettiä huolella, mitä markkinoinnilla halutaan viestiä tapahtumasta. Sen sijaan, että markkinoinnissa kehoitettaisiin asiakasta ostamaan lippu tapahtumaan, kannattaa tuoda esille syyt, miksi tämän tulisi ostaa lippu. Markkinointiviestinnän tehostamiseksi siinä on hyvä käyttää apuna esimerkiksi kuvia ja muotoja. Kuvia käytettäessä tulee kuitenkin kiinnittää huomiota, että kuva on tapahtumaan liittyvä. Parhaimmassa tapauksessa markkinointikuva kertoo heti asiakkaalle, minkälainen markkinoitava tapahtuma on. (Dowson & Bassett 2015, 177 - 178.)

Alkujaan yliopisto-opiskelijoiden viestintäkanavaksi rakennettu Facebook, on nykyään kaikille avoin yhteisöpalvelu. Yli 750 000 000 ihmistä ympäri maailman käyttää Facebookia ja se on yksi suurimmista olemassa olevista sosiaalisen median markkinointikanavista. Facebook-mainonta on yleisesti ottaen kohdennettu tietyille ennalta määrätyille ryhmille. (Olin 2011, 15 - 16.)

Yritysten siirtyminen sosiaaliseen mediaan on lisännyt vuorovaikutusta yritysten ja kuluttajien välillä. Keinot viestiä kuluttajille ovat muuttuneet ja kasvaneet, mutta samalla kuluttajista on tullut vaativampia yrityksiä kohtaan. (Ahonen & Luoto 2015, 37.) Jotta yritys saa sosiaalisen median eri kanavissa kävijöitä ja kohdeyleisöä markkinoinnille, tulee sivun käyttäjien kokea saavansa sivun seuraamisesta jotain lisäarvoa. Yhteisön ja jäsenen käyttäjän välille muodostuu suhde, jonka rakentaminen ja ylläpito vaatii molemmilta osapuolilta. Jäseneltä se vaatii kiinnostusta ja luottamusta, yhteisöltä jotain annettavaa. Pitkäaikaisen käyttäjäsuhteen luomien vie aikaa, mutta lopputuloksena on molemminpuolinen luottamus ja sitoutuminen. (Kananen 2013.)

Onnistuneen some-viestinnän kulmakivenä on luotettavuus. Luotettavuus saavutetaan läpinäkyvyydellä, rehellisyydellä ja yhdenmukaisella toiminnalla. Läpinäkyvyyden ja luottamuksen suhde korostuu etenkin kriisitilanteissa. Yhdenmukaisuudella tarkoitetaan yhtenäistä linjaa, jolla sosiaalisessa mediassa toimitaan sekä etenkin julkaisujen johdonmukaisuutta sekä yhteneväisyyttä. Yhteisön ulkoisella viestinnällä on hyvä olla selkeä strategia, jonka mukaan viestitään sosiaalisessa mediassa. (Kananen 2013, 116 - 117.)

Sosiaalista mediaa markkinointikanavana käytettäessä tärkeä tekijä on Time decay eli ajankohtaisuus. Julkaisujen ajoittaminen tiettyyn päivään ja tiettyyn kellonaikaan vaikuttaa huomattavasti markkinoinnin kohderyhmän tavoitettavuuteen. Onnistuneen markkinoinnin taustalla on ymmärrys kohdeyleisöstä ja sivun käyttäjistä. (Kananen 2013, 125.) Dowsonin & Bassettin (2015, 205.) mukaan some-markkinoinnissa tulee myös kiinnittää erityistä huomiota viestintään, jottei markkinoinnin kohde koe viestiä ”tyrkyttämisenä”.

4 Kehittämisprojektin menetelmät ja menetelmien toteutus

Kehittämisprojektin tutkimusmenetelmänä käytettiin teemahaastattelua. Teemana toimi opiskelijatapahtuman järjestäminen ja sen kriittiset pisteet, kuten prosessin vaiheet, markkinointi ja kustannuslaskenta. Haastattelun tavoittena oli saada käyttäjäkohtaista tietoa opiskelijatapahtuman järjestämisen kriittisistä pisteistä ja haastattelukysymykset (liite 1) tehtiin teoreettisen viitekehyksen ja ennalta kerätyn teoriatiedon pohjalta.

Haastateltavaksi valittiin toisen opiskelijayhdistyksen, Laurea Entrepreneurship Society ry:n edustaja, koska yhdistyksellä on olemassa olevat selkeät ja vakiintuneet toimintatavat tapahtumajärjestämisen osalta. Koska Lare ry:n tapahtumat toteutetaan pääasiassa Laurea-ammattikorkeakoulun Leppävaaran kampuksella, koettiin hyödyksi myös haastatella toisen opiskelijayhdistyksen edustajaa. Näinollen haastateltava osaa vastauksissaan kiinnittää huomiota kysymysten kontekstiin.

Teemahaastattelu on yleisesti käytössä oleva tutkimushaastattelun muoto, joka perustuu tutkimuskysymyksen kannalta oleellisiin, ennalta päätettyihin aiheisiin ja teemoihin. Haastateltava vastaa kysymyksiin omin sanoin. Teemahaastattelun avulla tutkimustuloksia saadaan enemmän ja monipuolisempina, jos verrataan muihin haastattelumenetelmiin, joten teemahaastattelun aineiston käsittely vie myös enemmän aikaa. Teemahaastatetta tutkimusmetodina käytettäessä kannattaakin keskittyä määrän sijasta laatuun, niin haastateltavien kuin haastattelukysymystenkin osalta. (Vilka 2005, 101 - 102.)

Tässä kehittämistyössä haastattelu valikoitui tutkimusmenetelmäksi, koska sen avulla on mahdollista saada kokemuspohjaista tietoa työn kannalta oleellisista aiheista.

Teemahaastattelu mahdollisti haastattelun selkeät raamit, mutta haastateltava sai vastata omin sanoin. Tarvittaessa kysymyksiä pystyi myös tarkentamaan haastattelun aikana.

Tutkimusmenetelmänä teemahaastattelu palveli kehittämisprojektia

Haastattelun tavoite oli saada käyttäjäkohtaista kokemusta, jonka avulla voitiin lähteä rakentamaan manuaalia. Tapahtumajärjestämisen teorian pohjalta haastattelun teemoiksi valikoitui ne asiat, jotka opiskelijatapahtuman tuottamisen kannalta näyttivät oleellisilta.

4.1 Haastattelun toteutus

Haastateltavana toimi Laurea Entrepreneurship Society ry:n puheenjohtaja. LaureaES on toiminut vuodesta 2008 ja se järjestää aktiivisesti tapahtumia ympäri vuoden. Yhdistyksen tavoitteena on tuoda yrittäjyyttä esiin paitsi uravalintana, myös mahdollisuutena tuoda omia

ideoita käytäntöön. Yhdistyksen säännöllisesti toistuvia tapahtumia on esimerkiksi Yrittäjyystiistait. (Laurea Entrepreneurship Society ry 2018.)

Haastattelutilanne toteutettiin rauhallisessa paikassa ja aikaa sille varattiin runsaasti. Haastattelukysymykset käytiin läpi järjestyksessä ja haastateltava sai vastata omin sanoin. Tarvittaessa kysymyksiä myös tarkennettiin ja kysymyksiin voitiin palata haastattelun myöhemmässäkin vaiheessa. Haastattelu äänitettiin ja myöhemmin litteroitiin tulosten analysointia varten.

Haastatteen litteroinnin jälkeen haastattelutulokset kirjoitettiin puhtaaksi, mahdollisimman tarkasti alkuperäisiä haastatteluvastauksia noudattaen. Haastatteluista saatu tieto kerättiin yhteen aihealueittain.

4.2 Haastattelutulokset

Haastateltavan mukaan vuosien kokemus tapahtumajärjestämisestä on vakiinnuttanut yhdistykselle tietyt selkeät toimintatavat tapahtumien järjestämisen suhteen. Näitä toimintatapoja noudatetaan kaikissa tapahtumissa ja uusien jäsenten sekä aktiivien perehdytys myös pohjaa samoihin toimintatapoihin. Tapahtuman onnistumisen ja sujuvuuden kannalta keskeisiksi tekijöiksi nousi huolellinen suunnittelu sekä aikataulutus.

Tapahtuman järjestäminen on projekti, jonka ensimmäinen, eli suunnitteluvaihe, alkaa tapahtuman päättämällä sekä ajankohdan ja paikan määrittämisellä. Ajan ja paikan ollessa selvillä, pystytään lähteä rakentamaan muita tapahtuman osa-alueita, kuten tarkempaa ohjelmaa ja markkinointia. Mikäli tapahtuman sisältöön liittyy esiintyjä, kuten esimerkiksi puhujia, voidaan ajankohta päättää esiintyjän aikataulun mukaan. Kun aika, paikka ja itse tapahtuma on selvillä, voidaan alkaa suunnitella yksityiskohtia.

Jo projektin alussa on hyvä olla yksi vastuhenkilö sekä tapahtuman ympärille kerätty tiimi. Näin työtehtävien delegoiminen on selkeää ja jokaisella on oma vastualueensa. Vastuut on hyvä jakaa heti suunnitteluvaiheen alussa, mutta tilannekohtaisesti niitä voidaan tarkentaa tai hajauttaa koko projektin ajan. Tärkeintä onnistuneen tapahtuman järjestämisessä on aktiivinen ja sitoutunut tiimi, joka kantaa vastuunsa sekä ymmärtää oman panoksensa merkityksen.

Suunnitteluvaihe on hyvä aloittaa noin neljä viikkoa ennen tapahtumaa. Suunnitteluvaihe sisältää eniten tehtäviä, joiden tekeminen on ehtona myöhemmille projektin tehtäville. Ensimmäiset tehtävät projektin alkuvaiheessa ovat tapahtuman sisällön, tapahtuma-ajan sekä tapahtumapaikan päättäminen ja varaus. Markkinointi on hyvä aloittaa vähintään kolme viikkoa ennen tapahtumaa, mutta sen aloittaminen vaatii edelläänmainittujen tekijöiden vahvistusta.

Markkinointia varten on hyvä tehdä oma suunnitelmansa sekä valita vastuuhenkilö, joka sen hoitaa. Markkinointimateriaalien ja markkinoinnin visuaalisen ilmeen suunnittelussa voi olla koko tapahtumatiimi mukana ideoimassa, ellei markkinoinnille ole erikseen varattu usean henkilön tiimiä.

Tapahtuman suunnitteluvaiheessa tulee päättää tapahtuman budjetti sekä laatia alustava kustannusarvio. Näiden pohjalta lasketaan lipun hinta. Opiskelijatapahtumiin myydään kahdenlaisia lippuja: normaalihintainen ei-jäsen- lippu ja edullisempi jäsen -lippu. Lipun hintaa määritettäessä tulee ottaa huomioon kustannusten pysyminen plussalla, vaikka kaikki myydyt liput olisivat jäsenhintaisia lippuja.

Ennen tapahtumaa tulee tehdä turvallisuussuunnitelma. Koko tapahtumatiimin sekä kaikkien tapahtumassa työskentelevien tulee olla tietoinen turvallisuussuunnitelman sisällöstä sekä hätätilanteen sattuessa omasta vastuustaan turvallisuuden osalta. Tapahtumapaikasta tulee selvittää hätäpoistumiesteiden, ensisammutuskaluston ja ensiapupaketin sijainti. Useimmiten tapahtumapaikoilla, kuten ravintoloilla, on omat pelastussuunnitelmansa.

Markkinoinnissa tulee kiinnittää huomiota markkinointikanaviin sekä kohderyhmään. Markkinointi tulee keskittää niihin kanaviin, joita kohderyhmä käyttää. Opiskelijatapahtumia markkinoitaessa sosiaalisen median kanavat, kuten facebook ja instagram, toimivat paremmin kuin esimerkiksi lehti-ilmoitus. Julkaisut ajastetaan niihin ajankohtiin, jolloin kohderyhmä liikkuu markkinointikanavassa. Haastateltavan mukaan kannattavia ajankohtia ovat esimerkiksi arksin lounasaikaan, kun taas vähemmän kannattavia ajankohtia on illat ja viikonloput. Markkinoinnissa kannattavaa on käyttää kohderyhmään sopivaa kieltä.

5 Manuaalin testaus käyttäjillä

Manuaalin tavoite oli helpottaa tapahtumaprosessia, jotta kaikki prosessiin liittyvät tehtävät tulee tehtyä oikein ja oikeaan aikaan. Jotta manuaali palvelisi käyttäjiänsä parhaalla mahdollisella tavalla ja sen osalta löydettäisiin konkreettiset kehittämistarpeet, testattiin valmis manuaali käyttäjillä. Testaajina toimivat yhdistyksen hallituksen jäsenet.

Lare ry:n hallitukseen kuului vuonna 2018 viisi henkilöä. Hallituksen jäsenistä neljä henkilöä osallistui manuaalin testaamiseen. Testaaminen suoritettiin vapaamuotoisesti manuaaliin tutustumalla. Apuna testauksessa käyttäjillä oli apukysymyksiä (Liite 1), joiden pohjalta käyttäjät saivat kertoa omin sanoin havainnoistaan manuaalin suhteen. Jokainen testaaja kirjoitti apukysymysten avulla ylös omat havaintonsa manuaalista. Kirjalliset vastaukset toimitettiin opinnäytetyön tekijälle sähköpostitse.

Käyttäjätestauksesta kerätty aineisto koottiin yhteen ja jaoteltiin eri aihealueisiin. Aihealuetita olivat manuaalin selkeys, käyttöalusta, käyttötapa sekä kehitysehdotukset. Manuaalin selkeydellä tarkoitetaan käyttäjän kokemusta siitä, kuinka helppoa manuaalia on käyttää. Käyttöalustalla kartoitettiin, kuinka moni testaaajista käyttäisi manuaalia sähköisenä ja kuinka moni paperiversiona. Käyttötapa kertoi manuaalin toimimisesta joko ohjekirjana tai muistilistana. Kehitysehdotuksia testaaajat saivat antaa manuaalin sisällöstä, käytöstä sekä ulkoasusta.

Testaaajat olivat kaikki restonomiopiskelijoita Laurea-ammattikorkeakoulussa. Testaajiin kuului yksi neljännen vuoden opiskelija, kaksi kolmannen vuoden opiskelijaa sekä yksi ensimmäisen vuoden opiskelija. Puolella testaaajista oli runsaasti kokemusta tapahtumajärjestämisestä eri projektien parissa. Yhdellä neljästä käyttäjästä oli jonkin verran kokemusta tapahtumajärjestämisestä ja yhdellä vain vähän.

Kaikkien testaaajien mielestä manuaalin käyttöohjeet olivat selkeät ja manuaalin käyttö oli yksinkertaista. Kaikki testaaajat myös kokivat manuaalin rakenteen selkeäksi ja johdonmukaiseksi, sekä aikajanan toimivaksi. Kolme neljästä testaaajasta käyttäisi manuaalia printtinä ja yksi verkossa. Kaksi printtikäyttäjää kuitenkin siirtyisi käyttämään manuaalia verkossa, mikäli manuaali siirrettäisiin toiselle alustalle.

Puolet testaaajista käyttäisi manuaalia ohjekirjana, jonka mukaan toimitaan ja josta käyttäjä itse oppii tapahtumatuottamisen peruselementtejä. Toinen puoli testaaajista käyttäisi manuaalia muistilistana, jonka avulla kaikki tarvittava tulisi tehtyä. Kaikkien testaaajien mielestä manuaalin ilmeen visualisoiminen lisäisi käyttömukavuutta. Kolme neljästä käyttäjästä koki, että tehtävien valikoiminen työn alla olevan tapahtuman mukaan oli helppoa.

Kolme testaaajaa neljästä lähtisi jatkokehittämään manuaalia siirtämällä sen toiseen alustaan. Kaksi neljästä käyttäjästä yksityiskohtaistasi tehtäväkuvauksia ja jaottelisi ne omien kategorioiden, kuten budjetoinnin ja turvallisuuden alle. Kehitysehdotuksena mainittiin myös tehtävien jaottelu välttämättömiin ja harkinnan alaisiin, esimerkiksi värikoodaamalla tehtävät.

Kaikki testaaajat käyttäisivät manuaalia tapahtumajärjestämisessä ja kokivat sen hyödylliseksi. Testaaajien mukaan manuaali mukautuu monipuolesti eri tapahtumiin, mutta jättää vastuuta käyttäjälleen, joten sen sisältö ei ole aukoton.

6 Manuaali

Manuaali (Liite 2) ja sen kokoaminen aloitettiin tämän opinnäytetyön teoreettisen viitekehyyksen sisältämistä tapahtumajärjestämisen kriittisistä pisteistä. Teorian pohjalta lähdettiin rakentamaan haastattelun teemoja, jotka siinä vaiheessa kehittämistyötä tuntuivat relevanteilta manuaalia ajatellen. Teemahaastattelusta saatiin pohja manuaalille ja mihin muotoon se tulisi jäsennellä. Koska manuaalin on tarkoitus palvella käyttäjiänsä jokaisessa tapahtumassa, tapahtuman luonteesta ja sisällöstä riippumatta, sen sisältö tuli miettiä tarkkaan. Liian yksityiskohtaisena manuaalin käyttö tulisi olemaan käyttäjälleen monimutkaista, mutta toisaalta liian yksinkertaisena se ei ajaisi tarkoitustaan.

Manuaalin ulkoasu pidettiin mahdollisimman yksinkertaisena. Toteutuksessa huomioitiin myös mahdollisuus muokata manuaalia myöhemmin, paremmin käyttäjän tarpeita vastaavaksi. Manuaali on suunniteltu käytettäväksi sekä sähköisessä muodossa että paperiversiona. Valmis tuotos tallennetaan yhdistyksen OneDrive -pilvipalveluun, josta se on jokaisen hallituksen jäsenen saatavissa tarvittaessa. On käyttäjäkohtaista, miten manuaali toimii käytännössä parhaiten.

Tapahtumamanuaalin tavoite on helpottaa tapahtumaprosessia sekä varmistaa, että kaikki tarvittava tulee tehtyä oikein, oikeaan aikaan. Tästä syystä manuaalissa on keskitytty yksinomaan tapahtuman tuottamisen vaiheiden sisältämiin tehtäviin ja tapahtumaprosessin aikajanaan. Valmista manuaalia ei siis voi käyttää kokonaisvaltaisena projektisuunnitelmana, koska siitä puuttuu esimerkiksi sisäisen viestinnän kannalta tärkeitä tekijöitä.

Manuaali päädyttiin rajaamaan kolmeen tapahtumajärjestämisen kriittiseen pisteeseen: mitä tulee tehdä ennen tapahtumaa, tapahtuman aikana ja tapahtuman jälkeen. Kunkin pisteen alta löytyy tehtävän määräaika eli deadline, tehtävät, vastuhenkilö sekä check-kohta, johon käyttäjä merkitsee tehtävän tehdyksi. Tehtäväkuvaukset ovat selkeitä, mutta niihin voi tapahtumakohtaisesti sisällyttää lisätehtävää. Tarpeen mukaan tehtäviä voi myös poistaa manuaalista, mikäli jokin tehtävä ei tapahtumaan kuulu.

Jokainen käyttäjä hyödyntää manuaalia omalla tavallaan. Kokenut tapahtumajärjestäjä voi pitää sitä vain muistilistana, kun taas vähemmän kokemusta omaava käyttäjä hahmottaa sen avulla tapahtuman koko elinkaaren. Käyttäjän vastuulla on tuntee oma tapahtumansa, jotta hän osaa kiinnittää huomion tapahtumansa kannalta oleellisiin tehtäviin.

Tulevaisuudessa Lare ry:n toiminnan kasvaessa tai muuttuessa, hallituksen jäsenillä on oikeudet muokata manuaalia niin, että se palvelee käyttäjiään parhaimmalla mahdollisella tavalla. Manuaaliin voi lisätä tehtäviä, jotka käyttäjä kokee sieltä puuttuvan tai poistaa niitä tehtäviä,

jotka harvemmin liittyvät yhdistyksen järjestämien tapahtumien suunnittelu- ja toteutusprosessiin. Manuaalin visuaalista ilmettä voi myös muokata käyttäjäystävällisemmäksi.

7 Johtopäätökset

Opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa tapahtumamanuaali Laurean restonomiopiskelijayhdistys Lare ry:lle. Manuaalin tarkoitus oli toimia yhdistyksen apuna tapahtumajärjestämisessä. Tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa tapahtumamanuaali niin, että yhdistys pystyisi hyödyntämään sitä kaikissa järjestämissään tapahtumissa. Manuaalin tuli olla selkeä, helppokäyttöinen sekä ytimekäs. Konkreettinen hyöty näkyisi tapahtumaprosessin helpottumisena sekä tapahtumien laadun kasvuna.

Tapahtuman tuottaminen on projekti, joka sisältää monia eri vaiheita. Ennen prosessin alkua on hyvä muodostaa yksi tai useampi tiimi, joilla kaikilla on omat vastualueensa tapahtumaprosessin aikana. Vastuualueita voivat olla esimerkiksi turvallisuus tai markkinointi. Suunnittelutyö on tärkein tekijä onnistuneen tapahtuman tuottamiseen, joten se on syytä tehdä huolella. Selkeät toimintamallit sekä viestintä luovat onnistuneen lopputuloksen.

Kehittämiprojektin tuotoksena syntynyt tapahtumamanuaali sisältää kolme taulukkoa: mitä tulee tehdä ennen tapahtumaa, tapahtuman aikana sekä tapahtuman jälkeen. Taulukkoon on kirjattu suuntaa antavat ajankohdat sekä tehtäviä, jotka käyttäjän tulisi tehdä aikamääreen sisällä. Näiden lisäksi manuaalista löytyy vastuuhenkilö-sarake, johon tapahtumatiimi voi merkitä vastuuhenkilön tehtävälle. Check-kohtaan käyttäjä, eli vastuuhenkilö, kuittaa tehtävän tehdyksi. Kuittauksen voi tehdä joko rastittamalla, omilla nimikirjaimillaan tai päivämäärällä, jolloin tehtävä on tehty. Manuaalia voi käyttää joko sähköisenä tai paperiversiona.

Manuaali tuotettiin vastaamaan käyttäjän tarpeita tapahtuman sisällöstä riippumatta. Käyttäjän vastuulle jää arviointi, mitkä tehtävistä ovat työn alla olevan tapahtuman kannalta oleellisia. Tapahtumamanuaalia ei tarvitse noudattaa kirjaimellisesti, vaan oletus on, että käyttäjällä on jo jonkin verran kokemusta tapahtumajärjestämisestä. Tällainen käyttäjä saa manuaalista suurimman hyödyn irti. Kokenut tapahtumajärjestäjä voi käyttää manuaalia vain eräälaisena ”checklistinä”, johon merkitä ylös tehdyt tehtävät, eikä niinkään konkreettisina ohjeina tapahtumaprosessissa.

Lare ry:n hallitukseen, eli yhdistyksen tapahtumia järjestävään tahoon, kuuluu hallituskaudesta riippuen 4-6 henkilöä. Osa heistä on kokeneita tapahtumajärjestäjiä, mutta osalle tapahtumaprosessi itsessään on vieras. Kaikki käyttäjät kuitenkin hyötyvät manuaalista omalla tavallaan. Kuten aiemmin mainittu, kokeneemmat käyttäjät voivat hyödyntää manuaalia suur-

piirteisemmin. Vähemmän kokemusta omaavat käyttäjät taas saavat pelkästään manuaalia lukemalla käsityksen, miten tapahtumaprosessi etenee. Suurin hyöty yhdistykselle muodostuu kuitenkin varmuudesta, että mitään tapahtumaprosessin kannalta oleennaista ei jää tekemättä, vaan kaikki tulee tehtyä oikein ja oikeaan aikaan.

Kehittämisprojektissa, eli manuaalin suunnittelussa ja toteuttamisessa, varmuutta toi oma kokemukseni tapahtumajärjestämisestä. Teoreettista viitekehystä sekä tutkimusmenetelmiä oli helppo lähteä muodostamaan, koska ajatus manuaalista ja sen sisällöstä oli jo olemassa. Tuotoksesta tuli onnistunut ja se palvelee käyttäjiänsä tavoitteen mukaisesti. Se on myös muokattavissa myöhemmin, mikäli yhdistyksen toimintatavoissa tai tapahtuma-alalla tulee radikaaleja muutoksia. Manuaalin visuaalinen ilme olisi voinut olla enemmän puoleensavetävä. Olisi myös voinut harkita muita vaihtoehtoja manuaalin alustaksi.

Manuaali muokkautuu käyttäjiensä mukana ja Lare ry:n hallituksen jokaisella jäsenellä on valta käyttää ja muokata manuaalia mieleisekseen sekä omiin tarpeisiinsa sopivaksi. Jatkossa tuotosta pystytään myös lähteä laajentamaan, jotta se vastaisi myös suurten tapahtumien tarpeisiin. Visuaalista ilmettä voi myös jatkossa kehittää sekä luoda uusia tapoja manuaalin konkreettiseen käyttöön.

Lähteet

Kirjalliset lähteet

Ahonen, L. & Luoto, S.. 2015. Markkinointi boksen ulkopuolelta. Helsinki: Talentum

Beech, J., Kaiser, S. & Kaspar, R. 2014. The Business Of Events Management. Edinburgh Gate: Pearson Education Limited

Capell, L. 2013. Event Management For Dummies. Chichester: John Wiley & Sons Ltd

Conway, D G. 2009. 3. Painos. Event Manager's Bible. Oxford: How To Books Ltd

Dowson, R. & Bassett, D. 2015. Event Planning and Management. Great Britain: Kogan Page Limited

Hoyle, L. 2002. Event Marketing: How to Successfully Promote Events, Festivals, Conventions, and Exports. New York: John Wiley & Sons, Inc

Häyrinen, E. & Vallo, H. 2012. 3. Painos. Tapahtuma on tilaisuus: Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tallinna: Tietosanoma Oy

Juurakko, A., Kauhanen, J. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Porvoo: WSOY

Järvenpää, M., Länsiluoto, A., Partanen, V. & Pellinen, J. 2010. Talousohjaus ja kustannuslaskenta. Helsinki: WSOYpro Oy

Kananen, J. 2013. Digimarkkinointi ja sosiaalinen media liiketoiminnassa. Jyväskylä: Suomen Yliopistopaino Oy - Juvenes Print

Martikainen, S & Ranta, T. 2017. Turvallinen tapahtuma - Opas oppilaitosten ja korkeakoulujen tapahtumajärjestäjälle. Helsinki: Kopio Niini Oy

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät. Helsinki: WSOYpro Oy

Olin, K. 2011. Facebook-markkinointi. Käytännön opas. Helsinki: Talentum

Shone, A. & Parry, B. 2004. 2. Painos. Successful Event Management. London: Thomson Learning

Vilka, H. 2005. Tutki ja kehitä. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy

Sähköiset lähteet

Laurea 2018

<https://www.laurea.fi/laurea/>

Laurea Entrepreneurship Society ry 2018

<https://laureaes.fi/>

Tapio, H. 2013. Opas tapahtuiman viestintään & markkinointiin Tampereella

<https://www.tapahtumatoimisto.com/sites/default/files/opasnettifinal.pdf>

Sedu Events. 2013. EventManual - Tapahtumatuottamisen opas Sedulaiselle

<https://www.sedu.fi/loader.aspx?id=54ca6e9e-8269-406d-8a73-2cf397e20540>

Korhonen, H., Korkalainen, K., Pienimäki, T. & Rintala, S. 2015. Laurea-ammattikorkeakoulu, Tapahtumajärjestäjän opas.

Kuviot

Kuvio 1: Markkinointisuunnitelma. (Tapio 2013.)	12
---	----

Taulukot

Taulukko 1: Riskin todennäköisyyden arviointi (Martikainen & Ranta 2017, 16).	16
Taulukko 2: Tapahtuman rahoituksen lähteet (Juurakko ym. 2002, 59.)	18

Liitteet

Liite 1: Haastattelukysymykset & käyttäjätestauksen apukysymykset	33
Liite 2: Tapahtumamanuaali	34

Liite 1: Haastattelukysymykset & käyttäjätestauksen apukysymykset

- Mistä opiskelijatapahtuman luominen alkaa?
- Millainen aikajana tapahtumaprosessilla on?
- Mitä tulee erityisesti huomioida kun kyseessä on opiskelijatapahtuma?
- Miten lipun hinta muodostetaan ja miten osallistujamäärä arvioidaan?
- Mitä turvallisuusseikkoja tulee ottaa huomioon opiskelijatapahtumaa järjestettäessä?
- Millaisia markkinoinnin keinoja käytetään?

Apukysymykset:

- Manuaalin selkeys
 - Käyttöohje?
 - Rakenne?
- Käyttäisitkö verkossa vai printtinä?
- Käyttäisitkö ohjekirjana vai muistilistana?
- Onko parannusehdotuksia?



Liite 2: Tapahtumamanaali

Tapahtumamanaali

Tätä manuaalia voi käyttää joko sähköisessä muodossa tai printtiversiona. Tarpeen tullen sitä voi muokata paremmin tapahtumaa vastaavaksi, esimerkiksi poistamalla tai ylliviivamalla tehtäviä, jotka eivät järjestettävään tapahtumaan kuulu.

Deadline-sarake kertoo ajankohdan, jolloin kyseinen tehtävä tulee viimeistään tehdä

Tehtävä-sarake kertoo tehtävät, joita tulee deadlineen mennessä tehdä

Check-sarake on tarkoitettu tehtävän kuittaamiselle tehdyksi. Kuittauksen voi tehdä joko kuittaajan nimikirjaimilla, rastittamalla tai kirjoittamalla päivämäärän, jolloin tehtävä on tehty

1. Ennen tapahtumaa

Deadline	Tehtävä	Vastuhenkilö	Check
4-5 viikkoa ennen tapahtumaa	Tapahtuman päivämäärä Tapahtumapaikan varaus Tapahtuman sisältö pääpiirteittäin Tapahtuman esiintyjien vahvistus Yhteydenotto yhteistyökumppaneihin Tapahtuman budjetti Tapahtuman kustannusarvio		

	<p>Lipun hinnan määrittäminen</p> <p>Vastuunjako tiimin kesken</p> <p>Markkinointimateriaalien suunnittelu</p> <p>Markkinointiaikataulun suunnittelu</p>		
<p>3-4 viikkoa ennen tapahtumaa</p>	<p>Markkinoinnin aloitus</p> <p>Markkinointimateriaalien toimitus yhteistyökumppaneille</p> <p>Yhteistyökumppani-sopimukset</p> <p>Lipunmyynnin avaus</p> <p>Materiaalien/ruokien/juomien kartoitus</p> <p>Riskianalyysi</p>		
<p>1-2 viikkoa ennen tapahtumaa</p>	<p>Tapahtumakäsikirjoitus</p> <p>Markkinointi suunnitelman mukaisesti</p> <p>Palautekyselyn teko</p>		
	<p>Tilojen vahvistus</p>		

1 viikko ennen tapahtumaa	Osallistujamäärän vahvistus Materiaalien/ruokien/juomien tilaaminen		
---------------------------	--	--	--

2. Tapahtumapäivänä

Deadline	Mitä tehdään	Vastuhenkilö	Check
2 tuntia ennen tapahtumaa	Tapaaminen tiimin kesken Tapahtumakäsikirjoituksen läpikäyminen Tilan valmistelu Materiaalien paikalleen asettelu		
1 tunti ennen tapahtumaa	Tarjoilujen valmistelu Tekniikan tarkistus		
Tapahtuman aikana	Osallistujien vastaanottaminen Eteneminen tapahtumakäsikirjoituksen mukaan Palautekyselyiden jako		

3. Tapahtuman jälkeen

Deadline	Tehtävä	Vastuhenkilö	Check
Heti tapahtuman jälkeen	Tilan siivous		
Viikon sisällä tapahtumasta	Palautekyselyn lähetys Jälkimarkkinointi		
Kahden viikon sisällä tapahtumasta	Palautekooste Yhteenveto tapahtumasta Tiimipalaveri & tapahtuman läpikäyminen		