



Tapahtuman kehittäminen

Case: Tulevaisuuden isännöinti 2018 -seminaari

Satu Oinonen, Emilia Seppälä

2018 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

**Tapahtuman kehittäminen
Case: Tulevaisuuden isännöinti 2018 -
seminaari**

Satu Oinonen, Emilia Seppälä
Matkailu- ja palveluliiketoiminta
Opinnäytetyö
Lokakuu, 2018

Satu Oinonen, Emilia Seppälä

Tapahtuman kehittäminen Case: Tulevaisuuden isännöinti 2018 -seminaari

Vuosi 2018 Sivumäärä 55

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena on luoda kehitysehdotuksia vuoden 2019 Tulevaisuuden isännöinti -seminaariin sekä niitä apuna käyttäen uudistaa tapahtuman konseptia kehittämällä uusi aikataulu tapahtumalle. Tavoitteena on selvittää osallistujien ja yhteistyökumppaneiden tyytyväisyys nykyiseen tapahtumaan sekä kartoittaa, minkälaiseen tapahtumaan he tulevaisuudessa haluaisivat osallistua. Työn toimeksiantajana on RPT Docu Oy, joka on puolueeton rakennusalan ja teollisuuden tietopalveluihin sekä kustannustoimintaan erikoistunut yritys. RPT Docu Oy järjesti yhdessä tapahtumatoimisto Red Events Oy:n kanssa isännöitsijöille, kiinteistöpäälliköille ja taloyhtiöiden päättäjille suunnatun Tulevaisuuden isännöinti -laivaseminaarin. Tapahtuman tavoitteena oli tarjota osallistujilleen ammatillisesti kiinnostava ja ajankohtainen verkostoitumistilaisuus sekä yhteistyökumppaneilleen valmis ympäristö kohdata potentiaalisia liiketoimintamahdollisuuksia.

Opinnäytetyön tietoperusta koostuu tapahtuman konseptin, tapahtuman järjestämisen ja onnistuneen tapahtuman käsitteistä. Onnistuneen tapahtuman yhteydessä käsitellään tarkemmin yritystapahtumaa, asiakasta onnistuneen tapahtuman keskiössä, onnistuneen tapahtuman elementtejä sekä onnistuneen tapahtuman arviointia. Tutkimusmenetelminä kehittämistyössä käytettiin havainnointia kokonaisvaltaisen ymmärryksen saamiseksi sekä palautekyselyitä osallistujien ja yhteistyökumppaneiden tyytyväisyyden ja mielipiteiden selvittämiseksi. Havainnointi toteutettiin 17.5.-19.5.2018 Tulevaisuuden isännöinti -seminaarissa. Osallistujille ja yhteistyökumppaneille tehtiin eri versiot palautekyselyistä, jotka tapahtuman jälkeen lähetettiin heille sähköpostitse. Tutkimusmenetelmät tukivat hyvin toisiaan ja kokoon saatiin kattava aineisto.

Kehitysehdotukset rajattiin seminaarin sisältöön, toisen päivän Kontaktifoorum -messuihin, tapahtuman sujuvuuteen ja teemaan. Opinnäytetyön tuotoksena syntyi kehitysehdotuksia näihin aihealueisiin liittyen sekä uudistettu aikataulu luomaan raamit vuoden 2019 Tulevaisuuden isännöinti -seminaariin. Uudistettu aikataulu tehtiin kehitysehdotuksia apuna käyttäen. Kehitysehdotuksista ja uudistetusta aikataulusta tuli realistisia ja helposti toteutettavissa olevia. Niiden hyödyntäminen ja lisääminen tapahtumaan mahdollistaisi vanhojen osallistujien ja yhteistyökumppaneiden mielenkiinnon säilyttämisen sekä uusien sitouttamisen. Kehitysehdotukset ja uudistettu aikataulu toimivat tapahtuman järjestäjien apuna toteuttamaan tapahtumasta asiakaslähtöisesti entistäkin onnistuneemman.

Asiasanat: Tapahtuman konsepti, tapahtuman järjestäminen, yritystapahtuma, tapahtuman kehittäminen

Satu Oinonen, Emilia Seppälä

Developing event Case: Tulevaisuuden Isännöinti 2018 seminar

Year	2018	Pages	55
------	------	-------	----

The objective of this functional thesis is to create development proposals for the 2019 Tulevaisuuden isännöinti seminar and evolve the event concept by developing the timetable for the event. The purpose is also to clarify how satisfied participants and partners are with the current event as well as the type of event they would want to participate in in the future. This thesis is commissioned by RPT Docu Oy, which is an impartial construction and industry information service company. RPT Docu Oy organized the Tulevaisuuden isännöinti 2018 seminar together with the event agency Red Events Oy. The seminar is targeted at property managers and apartment owners. The purpose of the event is to provide a professionally interesting and contemporary networking event for participants and create a ready environment for partners to find potential business opportunities.

The theoretical framework of the thesis covers theory on the terms of event concept, event organization and successful event. The section on the successful event theory focuses on the concepts of business event, customer being at the heart of a successful event, elements of a successful event, and how to evaluate a successful event. Observation was selected as the research method to obtain a comprehensive understanding and feedback surveys were exploited to examine the state of satisfaction and opinions of the participants and partners. The observation was conducted in the Tulevaisuuden isännöinti 2018 seminar from May 17 to May 19. Two sets of feedback questionnaires were drawn up, one for the participants and the other one for partners. The questionnaires were sent by e-mail after the event. The research methods supported each other and as a result, extensive research data were compiled.

Development proposals were limited to the seminar content, the second day's Kontaktifoorum fair, flow of the event and theme. As a result, development proposals for these subjects and a revised timetable for the Tulevaisuuden isännöinti 2019 seminar were the outcomes of this thesis. Modifications on the timetable were made using the development proposals. Those proposals and the renewed timetable are realistic and easy to implement. Utilizing them would help to keep up the interest of old participants and partners as well as enable to gain new ones. The development proposals and the revised timetable can be used by the commissioner to make the event more customer-oriented.

Keywords: Event concept, organizing an event, business event, event development

Sisällys

1	Johdanto	6
2	Toimintaympäristö ja organisaatio	7
3	Tapahtuman järjestäminen	8
3.1	Tapahtuman konsepti	8
3.2	Suunnitteluvaihe	9
3.3	Toteutusvaihe	10
3.4	Jälkimarkkinointivaihe	11
4	Onnistunut tapahtuma.....	11
4.1	Tapahtuman strateginen ja operatiivinen kolmio	12
4.2	Yritystapahtuma.....	14
4.3	Asiakas onnistuneen tapahtuman keskiössä	16
4.4	Onnistuneen tapahtuman elementit.....	18
4.5	Tapahtuman onnistumisen arviointi	20
5	Kehittämistyön tavoitteen asettaminen.....	21
5.1	Kehittämisen tukena käytettävien menetelmien valinta	21
5.2	Havainnointi kehittämistyön tukena.....	22
5.3	Asiakasymmärryksen kartoittaminen	25
6	Tutkimustulokset	27
6.1	Havainnoinnin tulokset.....	27
6.2	Osallistujien palautteet.....	30
6.3	Yhteistyökumppaneiden palautteet	32
6.4	Kehitysehdotukset	34
6.5	Kehitysehdotusten pohjalta uudistettu aikataulu	38
7	Johtopäätökset	42
	Lähteet	44
	Kuviot	46
	Taulukot	47
	Liitteet.....	48

1 Johdanto

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön toimeksiantaja on RPT Docu Oy, joka yhdessä tapahtumatoimisto Red Events Oy:n kanssa järjestää isännöitsijöille, kiinteistöpäälliköille ja taloyhtiöiden päättäjille joka vuotisen Tulevaisuuden isännöinti -laivaseminaarin. Tapahtuman tavoitteena on tarjota osallistujilleen ammatillisesti kiinnostava ja ajankohtainen verkostoitumistilaisuus, josta on hyötyä työssä, mutta myös henkilökohtaisella tasolla. Yhteistyökumppaneilleen tapahtuma tarjoaa valmiin ympäristön kohdata potentiaalisia liiketoimintamahdollisuuksia sekä edesauttaa laadukkaita kohtaamisia seminaarin aikana.

Opinnäytetyössä käsitellään tapahtuman konseptia ja tapahtuman järjestämistä aina suunnittelusta jälkimarkkinointiin, perehdytään onnistuneeseen tapahtumaan sekä yritystapahtuman piirteisiin. Lisäksi tarkastellaan asiakasta onnistuneen tapahtuman keskiössä, onnistuneen tapahtuman elementtejä sekä onnistuneen tapahtuman arviointia. Kehittäminen on rajattu tapahtuman aikatauluun, ohjelmasisältöön ja sen toimivuuteen, teemaan sekä tapahtuman jälkeen saatuihin palautteisiin.

Kehittämistyön tavoitteena on selvittää tapahtuman osallistujien ja yhteistyökumppaneiden tyytyväisyys nykyiseen tapahtumaan sekä kartoittaa, minkälaiseen ammattilaisseminaariin he tulevaisuudessa haluaisivat osallistua. Tarkoituksena on tuottaa toimeksiantajalle kehitysehdotuksia ja niitä hyödyntäen kehittää tapahtuman konseptia, jotta tapahtumasta saadaan entistäkin onnistuneempi asiakaslähtöisesti. Tuotoksena syntyy kehitysehdotusten lisäksi uudistettu aikataulu.

Tutkimusmenetelminä työssä käytetään osallistuvaa havainnointia strukturoidun havainnointitekniikan keinoja hyödyntäen sekä sähköisiä palautekyselyitä. Havainnointi suoritetaan vuoden 2018 Tulevaisuuden isännöinti -laivaseminaarissa 17.-19.5. Tallink Silja Serenadella. Osallistujille ja yhteistyökumppaneille laaditaan erilliset sähköiset palautelomakkeet, jotka lähetetään heille sähköpostitse tapahtuman jälkeen.

2 Toimintaympäristö ja organisaatio

Toimeksiantajana tässä opinnäytetyössä oli RPT Docu Oy, joka on puolueeton rakennusalan ja teollisuuden tietopalveluihin sekä kustannustoimintaan erikoistunut yritys. RPT kokoaa tietopalveluita, joilla saadaan rakennusaine- ja tarviketeollisuus, urakoitsijat sekä suunnittelijat yhdistettyä oikeaan aikaan oikeaan projektiin ja oikeille päätöksentekijöille. Organisaatio suorittaa jatkuvaa yhteydenpitoa yritysten, valtion, kuntien ja yhteisöjen rakennuttajiin sekä kerää tarvittavia tietoja puhelinhaastatteluin. (RPT Docu Oy 2018.)

Vuodesta 2016 asti on RPT:n alaisuudessa toiminut Suomen Media-Kamari Oy ja sen tytäryhtiö Kiinteistöposti Oy, joka kustantaa Kiinteistöposti -lehteä. Lehti on kiinteistönpidon ja korjausrakennuttamisen ammattilaislehti, jonka suurimman lukijakunnan muodostavat asunto-osakeyhtiöiden päätöksentekijät: ammatti-isännöitsijät, hallitusten puheenjohtajat sekä sivutoimiset isännöitsijät. Heidän lisäksi lukijakuntaan kuuluvat korjausrakentamisen ammattilaiset. (RPT Docu Oy 2018.)

RPT Docu Oy järjesti yhdessä tapahtumatoimisto Red Events Oy:n kanssa Silja Serenadella Tulevaisuuden isännöinti 2018 -laivaseminaarin 17.-19.5.2018. Tapahtuma järjestettiin jo 13:tta kertaa ja keväällä 2018 seminaari sai lisä loistoa Kiinteistöposti -lehden 25-vuotisjuhlasta. Toimeksianto opinnäytetyölle saatiin maaliskuussa 2018. Aihe syntyi toimeksiantajan halusta selvittää seminaarin osallistujien sekä yhteistyökumppaneiden tyytyväisyyttä nykyiseen tapahtumaan ja kartoittaa, mitä he toivoisivat tapahtumalta tulevaisuudessa. Toiveena oli, että myös tapahtumatoimisto hyötyisi tutkimustuloksista ja valmiista opinnäytetyöstä. Yhdessä toimeksiantajan kanssa päädyttiin siihen, että opinnäytetyön tarkoituksena olisi luoda kehitysehdotuksia, joita hyödyntäen kehitettäisiin tapahtumakonseptia vuoden 2019 Tulevaisuuden isännöinti -seminariin. Tapahtuman tarkastelu rajattiin tapahtuman aikatauluun (Liite 1), ohjelmasisältöön ja sen toimivuuteen, tapahtuman sujuvuuteen sekä teemaan.

Tapahtuma tarjosi yhteistyökumppaneille ja osallistujille mahdollisuuden verkostoitua, kehittyä sekä viihtyä. Oleellisena osana tapahtumaan kuuluivat tuotteitaan ja palveluitaan tarjoavat yritykset. Seminaarin aikana osanottajilla oli useita mahdollisuuksia keskusteluihin eri yritysten kanssa sekä mahdollisuus luoda erilaisia kontakteja ja toimeksiantoja. Tapahtuman ohjelma oli hyvin asiapitoinen ja sisälsi erilaisia luentoja sekä puheenvuoroja taloyhtiöiden tästä päivästä ja tulevaisuudesta. Sen lisäksi tapahtuma tarjosi rentoutumista improvisaatioteatterin ammattilaisten esityksillä, cocktailtilaisuuksilla ja illallisilla.

3 Tapahtuman järjestäminen

Tässä luvussa käsitellään tapahtuman konseptia ja tapahtuman järjestämisen prosessia. Alaluvuissa tarkastellaan tapahtuman järjestämisen kolmea vaihetta: suunnitteluvaihetta, toteutusvaihetta ja jälkimarkkinointia. Suunnitteluvaihe on tapahtuman järjestämisen kulmakivi, mutta opinnäytetyöprosessissa pääpaino oli tapahtuman toteuttamisen ja jälkimarkkinoinnin vaiheissa, sillä opinnäytetyöprosessin alkaessa suunnitteluvaihe oli jo lähes valmis.

3.1 Tapahtuman konsepti

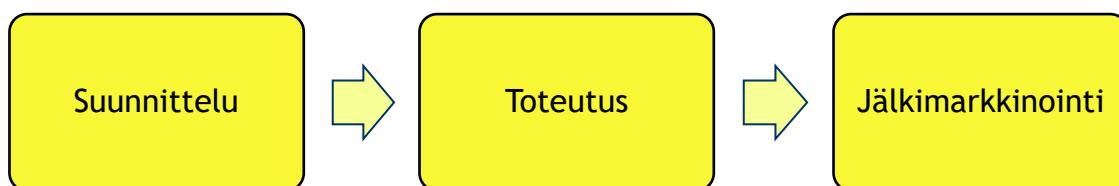
Tuulaniemen (2011, 189) mukaan konsepti on palvelun suuri kuva, jonka tarkoituksena on kuvata palvelun keskeinen idea ja yksityiskohtien sijaan esittää palvelun suuremmat linjat ja raamit. Konsepti on niin sanottu kartta, josta ääriviivat on mahdollista erottaa, mutta yksityiskohdat eivät sen sijaan ole vielä selvillä. Sammallahti (2011, 11) puolestaan kuvailee konseptin tarkoittavan yksityiskohdiltaan määritettyä liikeidean toiminnallista ja konkreettista lopputulemaa. Konseptisuunnittelu saa alkunsa yrityksen liikeidean, hengen ja strategian kirkastamisesta, jonka jälkeen edetään brändityöhön ja sitä kautta kahdeksanosaiseen operatiiviseen liiketoimintakonseptin luomiseen.

Parhaimmassa tapauksessa tapahtumat voivat yrityksissä toimia markkinointistrategian osana ja niihin on luotu oma tapahtumakonsepti, jonka mukaan tapahtumat vuosittain ideoidaan, suunnitellaan ja toteutetaan. Tällöin tapahtumat ovat toisistaan erillisiä, mutta kuitenkin aina saman konseptin mukaisia. (Vallo & Häyrinen 2014, 75.) Tuulaniemi (2011, 189) muistuttaa konseptin tarjoavan valmiit raamit, mutta jättää kuitenkin myös mahdollisuuden sen kehittämiseksi. Rantanen (2016, 166) yhtyy Tuulaniemen väitteeseen korostaen konseptin kehittämisen olevan jatkuvaa.

Tapahtumakonseptia luodessa tulee ottaa huomioon lukuisia eri tekijöitä. Tärkeintä on muistaa tapahtuman tarkoitus, sillä sen tulisi ohjata suunnittelua sekä kulkea mukana koko tapahtuman läpi. Tavoitteiden tulee olla selkeät, sillä niiden määrittäminen auttaa sekä järjestäjiä että kaikkia muitakin työntekijöitä pitämään mielessä, mitä tapahtumalla halutaan saavuttaa. (Van der Wagen & White 2010, 25-26.) Tapahtuman sitominen tiettyyn ajankohtaan voi Vallon ja Häyrisen (2011, 75) mukaan olla eduksi yrityksille. Näin ollen sidosryhmät ovat tietoisia tiettyinä vuodenaikoina tapahtuvista tapahtumista ja varautuvat niihin hyvissä ajoin. Se, tulee tapahtuma olemaan vuosittainen perinne, määräytyy pitkälti ensimmäisten tapahtumien saaman suosion pohjalta. Jatkuvuuden takaamiseksi on erittäin tärkeää, että tapahtumat uusiutuvat joka kerta joiltakin osin ja elävät ajan mukana. Yrityksen edustajat eivät saisi kyllästyä perinteiksi muodostuneisiin tapahtumiin. Heidän pitäisi kyetä löytämään aitoa innostusta ja muistaa, että tapahtumassa aiemmin mukana olleiden lisäksi siellä on myös ensiker-

talaisia, joille kokemus on ennenkokematon ja täysin uusi. Aiemmin tapahtumissa mukana olleiden ja yrityksen edustajien mielenkiintoa parhaiten ylläpitävät yllätyksellisyys sekä uudet elementit tapahtumassa.

Vallon ja Häyrinen (2014, 161) mukaan tapahtumaprosessi (Kuvio 1) jaetaan kolmeen eri vaiheeseen, jotka ovat suunnittelu-, toteutus- ja jälkimarkkinointivaihe. Tapahtuman suunnittelu on suotavaa aloittaa hyvissä ajoin. Yleisesti ottaen onnistuneen tapahtuman tekemiseen vaaditaan vähintäänkin kaksi kuukautta suunnittelusta jälkimarkkinointiin.



Kuvio 1: Tapahtuman prosessin vaiheet (Vallo & Häyrinen 2014, 161)

Vallo ja Häyrinen (2014, 161) kuvaavat tapahtuman prosessin eri vaiheiden keston prosentteina. Koko prosessista suunnitteluvaihe vie aikaa 75 prosenttia, tapahtuman toteutus 10 prosenttia ja jälkimarkkinointi 15 prosenttia. Seuraavissa alaluvuissa avataan yksityiskohtaisemmin, mitä eri vaiheet pitävät sisällään.

3.2 Suunnitteluvaihe

Tapahtuman luonteesta riippumatta on suunnittelu ainoa tapa, jolla voidaan varmistaa tapahtuman onnistuminen. Kun esisuunnittelu on toteutettu huolellisesti, tapahtuman eteneminen näyttää vaivattomalta. (Lindsey 2011, 1.) Vallo ja Häyrinen (2014, 162) korostavat suunnittelun riittävän ajoissa aloittamisen tärkeyttä. Tapahtuman onnistumisen todennäköisyys kasvaa, kun suunnittelu aloitetaan ajoissa ja alusta alkaen siihen otetaan mukaan kaikki tapahtuman toteuttamisessa mukana olevat osapuolet. Näin on mahdollista saavuttaa täysin uudenlaisia ideoita ja näkökulmia tapahtuman sisältöön ja sen toteuttamiseen liittyen.

Tapahtuman suunnittelu on kaikista pisin ja aikaa vievin vaihe tapahtuman järjestämisessä (Vallo & Häyrinen 2014, 162). Shonen ja Parryn (2013, 118) mukaan tapahtuman suunnittelu on prosessi, mikä ei synny heti, kun joku istuu hetkeksi alas miettimään. Mitä isompia ja laajempia tapahtumia ollaan toteuttamassa, sitä aikaisemmin suunnittelu tulee aloittaa. Ennen varsinaisen tapahtuman toteuttamista tulisi tapahtumanjärjestäjän kyetä näkemään tapahtuman kulku alusta loppuun asti. Näin voidaan ottaa huomioon mahdolliset unohdukset ja kaikki pienetkin asiat, jotka voisivat vaikuttaa tapahtuman sujuvuuteen negatiivisesti. (Vallo & Häyrinen 2014, 162.)

Tapahtuman suunnitteluun kuuluvat oleellisesti tapahtumabrief, tapahtumakäsikirjoitus ja tapahtuman sujuvuus. Tapahtumabriefillä tarkoitetaan asiakirjaa, joka sisältää ne reunaehdot, jotka ovat tiedossa jo tapahtuman suunnitteluun ryhdyttäessä. Jos tapahtuma on ulkoistettu, voidaan tapahtumabrief antaa toimeksiantona tapahtumatoimistolle. Järjestettäessä yrityksen sisäistä tapahtumaa, voidaan se ottaa käyttöön yrityksen omassa tapahtuman suunnittelu-kokouksessa. Yksinkertaisimmillaan tapahtumabrief antaa vastaukset kysymyksiin: miksi ja kelle tapahtuma järjestetään, mitä ja miten järjestetään, mitä sillä halutaan viestiä, ketkä toimivat isäntinä ja mikä on tapahtuman budjetti. (Vallo & Häyrinen 2014, 163-164.)

Vallo ja Häyrinen (2014, 165-167) kuvailevat tapahtumakäsikirjoituksen olevan kuin näytelmän käsikirjoitus. Se toimii työkaluna tapahtumassa työskenteleville, jossa kerrotaan mitä, missä ja milloin tapahtuu. Sen vuoksi onkin tärkeää, että jokaisella tapahtuman vastuhenkilöllä on käsikirjoitus, josta voi varmistaa tapahtuman etenemisen. Ei ole syytä huoleen, jos tapahtuma ei suju kaikilta osin käsikirjoituksen mukaan, kunhan tieto ei välity vieraille. On erittäin harvinaista, että jokaisessa tapahtumassa kaikki sujuisi niin kuin on etukäteen suunniteltu. Hyvällä suunnittelulla ja aikatauluttamisella on kuitenkin jo mahdollista etukäteen vaikuttaa tapahtuman sujuvuuteen. Se on tärkeä osa laadukasta tapahtumaa, joten siihen on syytä paneutua kunnolla jo suunnitteluvaiheessa.

3.3 Toteutusvaihe

Toisena vaiheena tapahtumaprosessissa on toteutusvaihe. Tapahtuman onnistumiseen vaikuttavat monet yksityiskohdat, joiden tulee tapahtuman sujumisen kannalta onnistua. Yksi tärkeimmistä seikoista on monien eri tahojen toimiva yhteistyö. Jos kaikki ei suju käsikirjoituksen mukaan, on tärkeää olla valmiina ja osata reagoida yllättäviinkin tilanteisiin. Toteutusvaihe voidaan jalkaa kolmeen eri osaan: rakennusvaiheeseen, itse tapahtumaan ja purkuvaiheeseen. (Vallo & Häyrinen 2014, 168.)

Eniten aikaa vievin vaihe on tapahtuman rakennusvaihe, jolloin tapahtuma rakennetaan kokonaisuudessaan, lavasteet pystytetään ja kaikki tarvittava rekvisiitta laitetaan esille. Rakennusvaiheen jälkeen itse tapahtuma voi alkaa. Se on kuin suuri näytelmä, joka kuukausien järjestämisestä huolimatta kestää vain hetken. Tapahtuma etenee kellotetun aikataulun mukaan, johon on mitoitettu kaikki puheiden kestoista taukoihin, sekä noudattaa tapahtumakäsikirjoituksen raameja sen läpi viemiseen. Oleellista on, että tapahtumassa on yksityiskohtia, joita ei vieraille kerrota etukäteen, sillä yllätyksellisyys on hyvin suunnitellun ja toteutetun tapahtuman erinomainen keino luoda vierailleen elämyksellisyttä. Yllätyksellisyttä voi olla esimerkiksi esiintyjä tai ohjelma, josta ei ole etukäteen kerrottu, arvonta, tarjoilu tai lahja. Mahdollisuuksia luoda elämyksellisyttä yllätyksellisyyden avulla on rajattomasti. (Vallo & Häyrinen 2014, 168-173.)

Tapahtuman järjestämisessä on otettava huomioon, että vieraat löytävät paikalle. Opastekylttien tulee olla selkeitä ja tarvittaessa myös eri kielillä kirjoitettuna. Parempi on, että kylttejä on liikaa kuin liian vähän, sillä tärkeintä on, että liikkuminen on vieraille mahdollisimman sujuvaa. Tunnelmallisuutta tapahtumaan saadaan lisäämällä pääoven tai ilmoittautumispisteen eteen teemaan väreihin sopivia ilmapalloja tai kukka-asetelmia. Ilmoittautumispisteessä vieraat otetaan vastaan ja toivotetaan tervetulleeksi. Samalla heille jaetaan mahdollinen nimikyltti sekä tapahtuman materiaalit, esimerkiksi tapahtuman ohjelma ja tarjoiluiden menu. Tapahtuman jälkeen seuraa purkuvaihe, jolloin kaikki rekvisiitta kerätään, lavasteet puretaan ja tapahtumapaikka siivotaan. (Vallo & Häyrinen 2014, 168-169, 177-179.)

3.4 Jälkimarkkinointivaihe

Tapahtuman jälkeen alkaa jälkimarkkinointi, joka on tapahtumajärjestäjien tapa osoittaa vierailleen kiitoksensa tapahtumaan osallistumisesta. Yksinkertaisimmillaan se voi olla kiitoskorttien lähettäminen tai jopa teeman mukaan valitun pienen lahjan antaminen jo itse tapahtumassa tai sieltä lähtiessä. On myös tärkeää muistaa osoittaa kiitollisuutensa niille henkilöille, jotka työskentelivät tapahtumassa. (Vallo & Häyrinen 2014, 185-187.)

Vallon ja Häyrisen (2014, 185-189) mukaan oleellisena osana jälkimarkkinointiin kuuluu aina palautteen kerääminen, niin oman yrityksen henkilökunnalta, kuin myös tapahtuman vierailta. Erityisesti tapahtuman vierailta on tärkeää saada tietää, kuinka heidän mielestään tapahtuma sujui, mitä asioita olisi voitu tehdä toisin ja mikä oli heidän mielestään kaikista onnistuneinta. Kerätyistä palautteista saaduista tiedoista, opeista sekä oivalluksista on ehdottomasti hyötyä seuraavan tapahtuman suunnittelun aloituksessa. Tapahtumaprosessista saadaan organisaatiolle jatkuva oppimisprosessi sekä hyvin laaja osaamispääoma.

Palautteen keräämiseen on monia eri tapoja. Sitä voi kerätä sähköisellä palautelomakkeella sähköpostitse tai kirjallisena paikan päällä. Mahdollisuutena on myös hoitaa palautteen kerääminen puhelimitse tapahtuman jälkeen. Nykyään tehokkain keino palautteen keräämiseen on toteuttaa kysely sähköpostitse. Tällöin vastaaminen on yleensä helppoa ja vaivatonta, eikä vie vastaajalta liikaa aikaa. (Vallo & Häyrinen 2014, 189.)

4 Onnistunut tapahtuma

Tässä luvussa esitellään, kuinka tapahtumasta saadaan onnistunut. Alaluvuissa tarkastellaan strategista ja operatiivista kolmiota, jotka toimivat apuna tapahtuman suunnittelun aloittamisessa. Tapahtumalajeista tarkemmin käsitellään yritystapahtumaa. Lisäksi perehdytään asiakaskokemuksen painoarvoon onnistuneessa tapahtumassa ja esitellään tärkeitä elementtejä

huomioiden Tulevaisuuden isännöinti -seminaarin ja onnistuneen tapahtuman näkökulma. Lopuksi käsitellään onnistuneen tapahtuman arviointia.

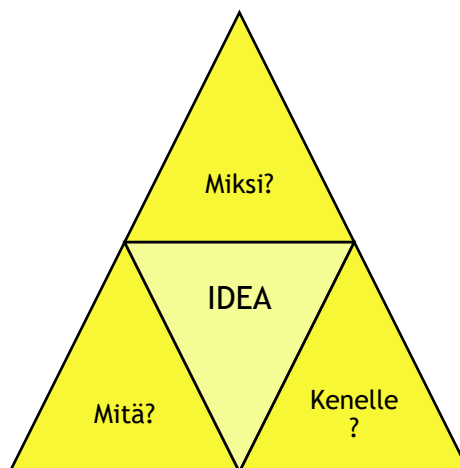
4.1 Tapahtuman strateginen ja operatiivinen kolmio

Onnistuneen tapahtuman aistii ja ainutkertainen tunnelma välittyy niin osallistujille kuin isännille. Onnistunut tapahtuma on jaettuna kahteen kolmioon, operatiiviseen ja strategiseen. Molemmat kolmiot sisältävät kolme kysymystä, joihin on oltava vastaukset ennen tapahtuman suunnittelun aloittamista. (Vallo & Häyrinen 2014, 103-109).

Strategisessa kolmiossa vastataan kysymyksiin miksi, kenelle ja mitä (Kuvio 2). Näiden kysymysten pohjalta syntyy vastaus tapahtuman varsinaiseen ideaan, jonka ympärille koko tapahtuma nidotaan. Idean syntyminen voi alkuun olla haastavaa, mutta sen löytämisen kanssa tulee olla pitkäjänteinen. Apuna voi käyttää erilaisia ideointimenetelmiä, joita on hyvä tehdä ryhmässä erilaisten ihmisten kanssa erilaisten näkemysten saamiseksi. Hyvän idean tunnistaa siitä, että sen ympärillä kaikki palaset lokahtavat helposti kohdalleen. Joissain tapauksessa ideasta saattaa syntyä myös kokonainen tapahtumakonsepti, jota voidaan hyödyntää useampina vuosina. (Vallo & Häyrinen 2014, 104-105.)

Kysymyksellä ”Miksi?” pyritään selvittämään tapahtuman viesti ja tavoite. Mitä organisaatio tarkalleen haluaa viestiä tapahtumalla tai tapahtumassa, miksi osallistujat ostaisivat liput ja miksi tilaisuus ylipäätään järjestetään. Jos kysymyksiin ei löydy vastauksia, on tapahtuman järjestäminen turhaa. Tavoitteen tulee olla selkeä ja kirkkaasti mielessä, jotta tapahtuman suunnittelu etenee. Tapahtuman suunnittelun toisella peruskysymyksellä ”Kenelle?” haetaan vastaus tapahtuman kohderyhmästä. Kenelle tapahtuma järjestetään ja kuinka kohderyhmälle saadaan tieto tapahtuman järjestämisestä. Kohderyhmää tarkasteltaessa halutaan myös selvittää heidän kiinnostuksen kohteensa ja se, kuinka organisaatio saa haluamansa viestin kohderyhmälle parhaiten esiin. (Vallo & Häyrinen 2014, 103-104.)

Strategisten kysymysten kolmantena kohtana on kysymys ”Mitä?”. Tämän kysymyksen vastauksilla selvitetään tapahtuman lähtökohdat, eli mitä ollaan järjestämässä ja millainen tapahtuma on oikea halutulle kohderyhmälle. Tarkoituksena on myös saada tapahtuman tavoite ja tapahtuma itsessään kohtaamaan. Mahdollisuuksia järjestämiselle on monia, joiden joukosta voidaan valita. Tapahtuman järjestäjä päättää haluaako hän hyödyntää valmiita kattotapahtumia vai toteuttaa kenties itse viihde-, asia- tai yhdistelmä tapahtuman. Valmiita kattotapahtumia hyödynnyttäessä päivämäärää ja paikkaa ei voi itse päättää, mutta itse järjestetyssä tulee ottaa huomioon päivämäärän ja paikan valitseminen hyvissä ajoin. (Vallo & Häyrinen 2014, 104.)

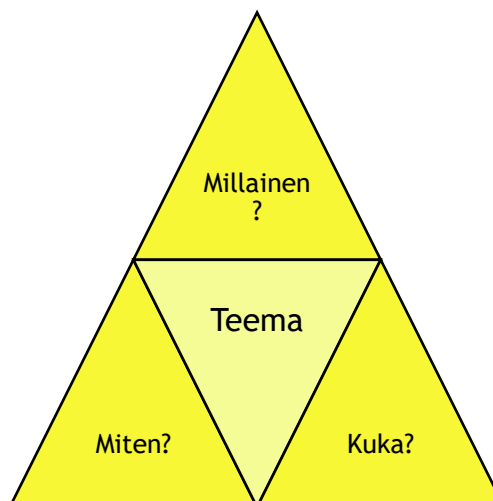


Kuvio 2: Strateginen kolmio (Vallo & Häyrinen 2014, 103)

Operatiivisen kolmion avulla etsitään vastaukset kysymyksiin, miten, millainen ja kuka (Kuvio 3). Näiden edellä mainittujen kysymysten vastausten pohjalta saadaan vastaus siihen, mikä on tapahtuman teema. Operatiivinen kolmio kuvaa kuinka tapahtuma toteutetaan. Ensimmäisenä kolmion osana on kysymys ”Miten?”. Sen pohjalta selvitetään tapahtumaprosessi ja se, kuinka tapahtuma toteutetaan niin, että haluttu tavoite saavutetaan ja valitut viestit saadaan välite-tyiksi. Vastauksia halutaan myös siihen, kuinka tapahtuma saadaan järjestettyä siten, että teema ja idea kulkevat mukana tapahtumassa alusta loppuun asti. Tässä ensimmäisessä osassa perehdytään tarkemmin koko tapahtuman prosessiin, joka sisältää kolme vaihetta; suunnit-telu, toteutus ja jälkimarkkinointi. (Vallo & Häyrinen 2014, 106-107.)

Toisena operatiivisen kolmion osana on kysymys ”Millainen?”. Tässä osassa suunnitellaan ta-pahtuman sisältö ja ohjelma, jotka määräytyvät välitettävien viestien, tavoitteen ja kohde-ryhmän mukaan. Erilaisten esiintyjien hankinnassa vastuu on tapahtumanjärjestäjällä. Haluttu kohderyhmä ja esiintyjät tulee tuntea riittävän hyvin, jotta ohjelman sisältö on juuri sopiva molemmille. Sisällön suunnittelu on tapahtuman yksi tärkeimmistä pykälistä ja se on syytä hioa huolella kuntoon. (Vallo & Häyrinen 2014, 107.)

Kolmantena operatiivisen kolmion osana ovat kysymykset ”Kuka tai ketkä?”, joiden avulla sel-vitetään vastaus siihen, kuka tai ketkä ovat tapahtuman järjestämisen vastuuhenkilöt. Suurin vastuu tapahtuman järjestämisestä on aina tapahtuman organisoijalla ja järjestäjällä. Suun-nitteluvaiheessa tapahtuman avainhenkilönä toimii projektipäällikkö. Pelkän perinteen vuoksi ei tapahtumaa kuitenkaan saisi järjestää, vaan suunnittelun ja toteuttamisen lähtökohtana tulisi aina olla jokin selkeä ääneen sanottu tarve. Henkilö kuka nostaa esiin aidon tarpeen ta-pahtuman järjestämiselle, toimii myös tapahtuman omistajana ja isäntänä. Tapahtuman eri rooleista isäntänä toimiminen on niistä kaikkein tärkein. Hyvällä isännöinnillä on mahdollista pelastaa koko tapahtuma, vaikka muut osa-alueet eivät olisikaan menneet suunnitelmien mu-kaan. (Vallo & Häyrinen 2014, 107-108.)



Kuvio 3: Operatiivinen kolmio (Vallo & Häyrinen 2014, 106)

Nykyään tapahtumien osallistujia on yhä vaikeampi miellyttää, sillä tapahtumia on paljon ja niihin osallistutaan useammin kuin ennen. Toisena syynä on mahdollisuus nähdä monia erilaisia tapahtumia suoraan mediasta. (Shone & Parry 2013, 263.) Järjestettiin minkälaista tapahtumaa hyvänsä, ainoa keino järjestää onnistunut tapahtuma on suorittaa mahdollisimman paljon suunnittelua ja esityötä (Lindsey 2011, 1). Shone ja Parry (2013, 293) toteavat, että vaikka ottaa huomioon kaiken, voidaan silti törmätä vaikeuksiin tapahtuman aikana. Tämän takia tulee ymmärtää tapahtumien ainutlaatuisuus sekä se, että harvoin tapahtumia pystytään täysin kopioimaan. Vaikka tietynlaiset tapahtumat pitävät sisällään samoja piirteitä ja yksityiskohtia, tulisi jokainen tapahtuma suunnitella erikseen. Edellisissä tapahtumissa toteutetut toimet eivät välttämättä toimikaan seuraavissa yhtä tehokkaasti.

4.2 Yritystapahtuma

Tapahtumiksi kutsutaan niin pienempiä kuin suurempiakin tilaisuuksia, joita ovat esimerkiksi messut, seminaarit, konsertit ja erilaiset kilpailut. Tapahtumat voivat olla yrityksen sisäisiä tai ulkopuolella järjestettäviä, mutta kaikissa niissä yhteistä on kuitenkin tarkoitus saada aikaan tuloksia. Tapahtuman voi järjestää monelta eri taholta. Järjestäjänä voi toimia niin yksityinen henkilö kuin yritysikin, jolloin tapahtuma voidaan järjestää oman henkilökunnan voimin tai tilata ja ostaa tapahtumatoimistolta. (Tapahtumajärjestäjän opas.)

Tapahtumat voidaan lajitella useampiin eri kategorioihin. Vallo ja Häyrinen (2014, 62-63) luokittelevat tapahtumat sisällön mukaan pääsääntöisesti viihdetapahtumiin, asiatapahtumiin ja niiden yhdistelmiin. Jo ennen tapahtuman suunnitteluun ryhtymistä on tiedettävä tarkalleen, minkälaisesta tapahtumasta on kyse, onko tarkoituksena tarjota osallistujilleen mahdollisimman paljon asiapitoista tietoa vai viihdyttää. Useimmiten viihdetapahtumien järjestäminen

koetaan sellaisiksi, että niiden järjestämiseen kannattaa nähdä enemmän vaivaa kuin asiatapahtumien. Todellisuudessa myös asiatapahtuma, kuten seminaari tai kokous, on mahdollista järjestää elämykselliseksi kokemukseksi osallistujilleen pelkän asiapitoisen tilaisuuden sijaan.

Catani (2017, 22-23) puolestaan luokittelee tapahtumat niiden sisällön mukaan kolmeen eri kategoriaan. Tapahtuma voi sisällöltään olla yhteisöllinen, aistimuksellinen tai hyödyllinen. Tapahtumasisällön valinta määräytyy tapahtuman tavoitteiden mukaan. Yhteisöllisessä tapahtumassa korostuu osallistujien keskinäinen vuorovaikutus ja me-henki. Tällaisissa tapahtumissa vieraat ovat tietoisia siitä, miksi nimenomaan heidät on kutsuttu tapahtumaan. Yhteisöllisiä tapahtumat soveltuvat parhaiten osallistujien välisen suhteen syventämiseen. Tällaisia tapahtumia voivat olla esimerkiksi erilaiset työpajat ja henkilöstöjuhlat. Aistimuksellisissa tapahtumissa korostuu erityisesti ohjelman viihteellisyys ja mielenkiintoisuus. Tyypillisimpiä aistimustapahtumia ovat urheilukilpailut, konsertit sekä erilaiset ruokaan ja maisteluun liittyvät tapahtumat. Aistimuksellisen sisällön omaavat tapahtumat soveltuvat parhaiten yrityksen brändin vahvistamiseen. Kolmantena kategoriana on hyötytapahtumat, joissa korostuvat erityisesti oppiminen, verkostoituminen ja palkitseminen. Tämän kaltaisia tapahtumia ovat muun muassa asiantuntijatapahtumat, palkintogaalat, VIP-tilaisuudet, seminaarit ja kongressit. Hyötytapahtumissa osallistujien rooli on huomattavasti aktiivisempi kuin esimerkiksi aistimustapahtumissa. Vierailta on tiedossa, että muut osallistujat ovat jollain tavalla merkittäviä henkilöitä tai saman alan ammattilaisia ja tästä syystä myös erinomaisia uusia tuttavuuksia. Hyötytapahtumissa, kuten esimerkiksi seminaareissa, vieraiden on luontevaa esittäytyä ventovieraille, seurustella heidän kanssaan ja luoda uusia kontakteja.

Yritystapahtuman järjestämisen tulee olla tavoitteellista, sillä se on järjestävälle yritykselle kallis investointi. Yleisesti ottaen tapahtuman tavoitteena on parantaa yrityksen liiketoimintaa, vahvistaa brändiä sekä syventää osallistujien keskinäistä suhdetta. Tavoitteellisuus ei kuitenkaan tarkoita, että tapahtumalla tulisi aina olla liiketoiminnallisia tavoitteita. Mutta ymmärrys siitä, miksi ihmiset halutaan kutsua paikalle, on järjestäjällä oltava mielessä. (Catani 2017, 19.) Muhonen ja Heikkinen (2003, 83-84, 110) korostavat onnistuneen yritystapahtuman rakentuvan yrityksen omien arvojen kautta. Siksi onkin tärkeää muistaa, että tapahtumat eivät saa toistaa itseään vuodesta toiseen, vaan jokaisen tulee olla yksilöllisesti suunniteltu. Hyviksi todetut ideat ja teemat voidaan hyödyntää seuraavissakin tapahtumissa, mutta toteutuksen tulee olla suunniteltu kertaluontoisesti kohtaamaan kohderyhmän tarpeita. Vallon ja Häyrisen (2014, 121-125) mukaan tapahtuman kohderyhmä tulee tuntea hyvin, jotta tapahtumasta saadaan oikeanlainen juuri heille. Kohde tulee olla selkeästi mietittynä jo ennen tapahtumaa. Suuri yleisö, avoin kutsuvierasjoukko tai rajattu kutsuvierasjoukko muodostavat kohderyhmän tapahtumalle. Tapahtumaa järjestettäessä osallistujissa saattaa olla henkilöitä, joille halutaan osoittaa erityistä huomiota, mutta on erittäin tärkeää, että tapahtuma suunnitellaan koko kohderyhmä huomioiden. Yritystapahtumaa järjestettäessä tulee myös pitää

mielessä, että kyseessä on yrityksen asiakkaille suunnattu tapahtuma, eikä sen ole tarkoituksena toimia henkilöstötapahtumana (Muhonen & Heikkinen 2003, 83).

Muhonen ja Heikkinen (2003, 84) esittelevät joitakin tapahtumia, joita yritykset voivat sidosryhmilleen järjestää. Näitä tapahtumia ovat muun muassa erilaiset kokoukset, seminaarit, yritysvierailut, yrityksen vuosijuhlat ja yhtiökokoukset. Seminaarin järjestävällä yrityksellä tulee olla sisällöllisesti laadukasta tarjottavaa kohderyhmälleen. Tavanomaisimmin seminaariin kuuluu ohjelman lisäksi myös tarjoilu, joka useimmiten on joko aamiainen, lounas tai illallinen ja vähintään kaksi tuntia verkostoitumismahdollisuutta. Vallo ja Häyrinen (2014, 62-63) kertovat heille esitetystä väitteestä, jonka mukaan kaikkia seminaareja ei tarvitsisi järjestää tapahtumiksi. Tähän väitteeseen he vastasivat siten, että jokaiseen seminaariin sisältyvät tapahtuman perusasiat. Järjestettäessä seminaaria tulee ottaa huomioon esimerkiksi aikataulutus, ohjelman sisältö ja esiintyjien ammattitaitoisuus, sujuva ilmoittautuminen, tekniikan toimiminen, tarjoilut osallistujille, tapahtumapaikka ja sen toimivuus sekä monet muut pienet käytännön asiat. Kaikki nämä edellä mainitut elementit tulee suunnitella huolellisesti, jotta seminaari voidaan kokea onnistuneeksi tapahtumaksi. Tärkeintä on muistaa, että tapahtuma on aina tilaisuus, oli se minkälainen tahansa.

4.3 Asiakas onnistuneen tapahtuman keskiössä

Asiakkaiden tarpeet ja toiveet toimivat lähtökohtina yritystoiminnassa. Asiakkaat ja asiakaslähtöisyys ovat nousseet jokapäiväiseen keskusteluun ja yritysten on tehtävä paljon töitä saadaakseen uusia asiakkaita sekä ylläpidettyä jo olemassa olevia asiakassuhteitaan. Yritykset haluavat tietää miten asiakkaat tekevät valintansa ja mihin ne perustuvat eri tilanteissa. Nykyään asiakkaat ovat entistä aktiivisempia ja haluavat osallistua, mutta he eivät aina itsekään tiedä, mitä mahdollisuuksia on ja millaisia ratkaisuja heidän tarpeisiinsa löytyy. Tästä syystä yritysten on tuotava esiin ihmisten tarpeisiin kehitettyjä ratkaisuvaihtoehtoja. (Viitala & Jylhä 2014, 72.)

Asiakaskokemukset eivät ole rationaalisia päätöksiä, vaan muodostuvat kohtaamisista, mielikuvista ja tunteiden summasta, jonka asiakas itse muodostaa yrityksen toiminnasta (Löytänä & Korteso 2011, 11). Asiakaskokemus on siis vuorovaikutusta yrityksen sekä asiakkaan välillä. Siinä sekoittuu yrityksen rationaalinen toiminta, herätetyt aistit sekä tunteet. Asiakkaiden odotuksia mitataan intuitiivisesti kaikista eri kontaktin vaiheista, eli kontaktipisteistä. (Shawn, Dibeehi & Walden 2010, 3.)

Yritykset voivat valita millaisia kokemuksia he pyrkivät luomaan, mutta koska asiakaskokemukseen vaikuttavat vahvasti tunteet sekä tulkinnat, ei ole täysin mahdollista vaikuttaa lopulliseen asiakaskokemukseen (Löytänä & Korteso 2011, 11). Shawn, Dibeehi ja Walden (2010, 3) pitävät selvänä, että yli 50 prosenttia asiakaskokemuksesta muodostuu tunteista,

joista osa on tietoista ja osa alitajuntaista. Tarkoittaen sitä, että kaikki viisi aistia tulisi ottaa huomioon suunniteltaessa millaista asiakaskokemusta pyritään muodostamaan. Löytänän ja Kortesuon (2011, 50-51) mukaan asiakaskokemukset voidaan jakaa kolmeen tasoon: satunnai- seen, ennalta odotettavaan ja johdettuun kokemukseen. Kokemukset määräytyvät tasoihin sen mukaan, kuinka johdettuja ne ovat.

Asiakaskokemuksen tasot		
Satunnainen kokemus	Ennalta odotettava kokemus	Johdettu kokemus
-Vaihtelee ajan, paikan ja henkilön mukaan	- Ennaltasuunniteltu - Aina tietyt elementit - Riippumaton ajasta ja paikasta	- Ennaltasuunniteltu - Riippumaton ajasta ja paikasta - Erottuva - Tuottaa arvoa asiakkaalle

Kuvio 4: Asiakaskokemuksen tasot (Löytänä & Kortesus 2011, 51-53)

Asiakasarvo liittyy vahvasti tuotteen tai palvelun käyttöön ja siitä saatavaan hyötyyn. Yksi tärkeä asiakasarvon kriteeri on tyytyväisyys tuotteen tai palvelun laatuun, asiakassuhteeseen tai hinta-laatu-suhteeseen. Tällä tarkoitetaan asiakastyytyväisyyttä, mikä muodostuu asiakkaan odotuksista, saaduista kokemuksista sekä niiden vertailusta. (Viitala & Jylhä 2014, 94-95.) Asiakastyytyväisyys on mitta siitä, miten yrityksen kokonaistuote vastaa asiakkaiden tarpeita. Kun mitataan asiakastyytyväisyyttä, tulee tietää tarkasti, mitä ollaan mittaamassa. Ensin tulee tunnistaa mitä asiakkaat haluavat, tarvitsevat ja mikä heille on tärkeää. Näin saadaan käsitys siitä, mitä heidän tyytyväisyyteensä vaaditaan. Vasta tämän jälkeen voidaan mitata asiakastyytyväisyyttä niin, että tulokset osataan tulkita oikein. (Hill, Brierley & MacDougall 2003, 7-8.)

Tyytyväisyys tai tyytymättömyys syntyy vasta sen jälkeen, kun asiakas on kokenut palvelun laadun tai tuotteen fyysisesti. Tyytyväisyys palveluihin ja tuotteisiin kasvattavat todennäköisyyttä uusinta ostoihin ja edistävät asiakkaiden halukkuutta jatkaa asiakassuhdetta, mutta tulee ymmärtää, ettei riippuvuus ole kuitenkaan suoraviivaista. Asiakastyytyväisyyden edistäminen yrityksessä vaikuttaa huomattavasti myös yritykseen ulkoisesti. Yrityksestä puhutaan myönteisesti, nykyiset asiakkaat ostavat mahdollisesti lisää palveluja sekä uudet asiakkaat kiinnostuvat ja löytävät yrityksen. Positiivisten kokemusten ja puheiden kautta myös yrityksen imago paranee sekä mahdollisesti myyntikin kasvaa. (Grönroos 2015, 121, 177, 264.)

Asiakaslähtöisyys on puolestaan ajattelumalli, joka yrityksellä on asiakkaitaan kohtaan. Se kuinka asiakaslähtöisiä yritykset ovat vaihtelee kuitenkin suuresti (Shaw, Dibeehi & Walden 2010, 100.) Viitala ja Jylhä (2014, 75-76) toteavat asiakaslähtöisyyden olevan tärkeä menestystekijä ja sen tulisi ulottua koko yritykseen. Asiakaslähtöisyydellä tarkoitetaan sitä, miten yritys pyrkii tunnistamaan asiakkaidensa tarpeet sekä niiden kehittymisen parhaalla mahdollisella tavalla. Muutos asiakaslähtöisemmäksi yritykseksi lähtee yhteisestä sitoutumisesta, mutta vaatii sinnikkyyttä saada toimintaa ohjaavia ajattelutapoja muuttumaan.

Asiakkaat ovat erilaisia keskenään ja toiset tarvitsevat apua ja tiedotusta enemmän kuin toiset (Allen 2002, 131). Shaw, Dibeehi ja Walden (2010, 101, 180) kertovat suurimman osan yrityksistä kohtelevan asiakassuhteitaan liiketoimina, joita tulee kehittää. Nämä yritykset eivät ota huomioon asiakkaiden tunnepuolta eikä muita alitajuntaisesti heihin vaikuttavia tekijöitä. Tällä tarkoitetaan sitä, ettei yritys tunne asiakkaitaan tarpeeksi hyvin tietääkseen mitä he oikeasti haluavat. Yritykset näkevät oman toimintansa yleensä paljon asiakaslähtöisempänä, kuin mitä se oikeasti on.

Asiakastyytyväisyyden selvittäminen ja palautteen kerääminen tapahtumasta ovat opinnäytetyössä suuressa osassa. Nämä antavat asiakaslähtöisen ja oikean suunnan konseptia sekä kehitysehdotuksia suunnitellessa. Saatu asiakaspalaute tulee ottaa huomioon siinä, miten tapahtumaa lähdetään muokkaamaan tulevaisuuden tapahtumia ajatellen. Catani (2017, 134) toteaaakin tapahtuman olevan erittäin hyvä viestinnällinen keino, jossa on mahdollisuus syventää asiakassuhteita, tutustuen asiakkaisiin sekä vahvistaa heidän suhdettaan yritykseen. Aktiivinen verkostoituminen tapahtumassa on todella tärkeää ja tälle on hyvä asettaa tietoiset tavoitteet.

4.4 Onnistuneen tapahtuman elementit

Tapahtumapaikkana voi toimia mikä tahansa tila. Ensisijaisesti sitä valittaessa on otettava huomioon tilaisuuden luonne sekä kohderyhmä. Viihdetapahtumiksi tarkoitettuja hauskoja tapahtumia voivat jäykistää liian prameat tilat, kun taas arvokkaat tapahtumat tarvitsevat onnistuakseen arvoisensa tilat. Tapahtumapaikan soveltuvuus pitopaikaksi on syytä tarkistaa ja arvioida jo ajoissa ennen tapahtumaa. Tapahtuman luonteesta riippumatta on paikan valinnassa huomioitava useita tapahtumaan vaikuttavia tekijöitä. Onko tila toiminut tapahtumapaikkana aiemmin, onko se järjestävän yrityksen imagoon sopiva ja onko tilan koko tapahtuman luonteeseen ja osallistujamäärään nähden hyvä. Tapahtumapaikan valinnassa tulee myös varautua mahdollisiin liikuntarajoittuneisiin osallistujiin. Muita tärkeitä huomioon otettavia asioita ovat äänentoisto ja tekniikka, mahdolliset ulkopuoliset melut, kuten esimerkiksi laivan konehuone ja somistumahdollisuudet. (Vallo & Häyrinen 2014, 141-143.)

Laivat ovat tapahtumien järjestämiseen suosittuja paikkoja. Tapahtuman järjestäminen laivalle tarjoaa osallistujille, kuin myös järjestäjälle erityiset puitteet, mutta tuo myös haasteita mukanaan. Laivalla osallistujajoukko pysyy hyvin kasassa, mutta haasteena ovat muut laivan tarjoamat houkutukset. Asiapitoisen tapahtuman sisällön tulee olla huolellisesti suunniteltu, jotta osallistujille ei tule kiusauksia lähteä tutustumaan laivan muuhun tarjontaan kesken ohjelman. Tämän välttämiseksi on myös suositeltavaa merkitä osallistujien vapaa-aika selkeästi tapahtuman ohjelmaan. (Vallo & Häyrinen 2014, 145-146.)

Yrityksen järjestämä tapahtuma on Vallon & Häyrisen (2014, 213-215) lähestymistavan mukaan yleensä asia- tai yhdistelmätapahtuma. Catani (2017, 22) puolestaan mieltää yritystapahtuman sisällöltään hyötytapahtumaksi. Asiatapahtuman sisällön rakentamisessa sen kohdeyhmän tuntemisesta on erityistä etua, sillä sisältö ei saa olla kuulijoille liian hankala, mutta ei myöskään liian helppo. Esiintyjien valinnassa on otettava huomioon soveltuvuus tapahtuman teemaan ja haluttuun sisältöön. Esiintyjät saattavat löytyä niin omasta yrityksestä, kuin sen ulkopuolelta ammattipuhujienkin joukosta. Monesti toimivin kombinaatio saadaan, jos esiintyjä on omasta yrityksestä ja sen ulkopuolelta. Yrityksen ulkopuolelta olevien esiintyjien käyttämistä tulee kuitenkin miettiä tarkkaan, sillä esiintyjät ovat tilaisuuden isoimpia riskejä. Esiintyjän peruuntuminen tai myöhästyminen saattaa johtaa koko tapahtuman epäonnistumiseen. Pääsääntöisesti tapahtumaan ei kannata hankkia esiintyjää, jota ei tapahtumanjärjestäjä ole itse ennen kuullut tai nähnyt. Koko ohjelmaa ei myöskään kannata jättää pelkästään ulkopuolisten käsiin. Tapahtumanjärjestäjän kannattaa hyödyntää tilaisuus tuomalla esiin omaa osaamistaan. Asiatapahtuman sisällön suunnittelussa hyvä taktiikka on jakaa ohjelma joiltain osin eri tiloihin kuulijoiden mukaan. Näin koko tapahtuman puitteet saadaan hyödynnettyä täysipainoisesti. (Vallo & Häyrinen 2014, 208, 213-214.)

Vallon & Häyrisen (2014, 215) mukaan yhdistelmätapahtumasta puhutaan silloin, kun tapahtumassa yhdistyvät hui ja hyöty. Tällaisia tilaisuuksia ovat usein messut ja seminaarit, jotka asiaosuuden jälkeen päättyvät vapaamuotoisempaan osioon. Yhdistelmätapahtuman sisällön suunnittelussa tärkeintä on osata mitoittaa ja ajoittaa huiin ja hyödyn suhde oikein. Vapaamuotoisempia osioita voivat olla esimerkiksi cocktailtilaisuudet tai erilaiset aktiviteetit. Cocktailtilaisuudeksi kutsutaan vapaamuotoista seurustelujuhlaa, joka tavanomaisimmin järjestetään iltapäivän tai alkuillan aikana. Tilaisuuden luonteeseen kuuluu alkoholipitoiset cocktailjuomat ja vieraiden vapaa seurustelu. (Catani 2017, 144.) Vallo & Häyrinen (2014, 216-217) kuvailevat erilaisten aktiviteettien tuovan tapahtumaan elämyksellisyyttä. Aktiviteetit tarkoittavat tapahtuman teemaan soveltuvaa toimintaa tai tekemistä, johon osallistuminen on vapaaehtoista.

Yritystapahtuman teeman päättäminen kannattaa tehdä harkiten, sillä oikeanlaisena se pitää tapahtuman yhtenäisenä. Teeman tulee sopia jollain tasolla yritykseen ja sen tulee näkyä läpi

tapahtuman. Tapahtuman viesti ja idea tulee myös näkyä teeman kautta ja vaikka tapahtuman idea on teemaa tärkeämpi, ei saa teeman merkitystä unohtaa. Parhaimmassa tapauksessa onnistunut teema on houkutteleva ja voi luoda yrityksestä halutun mielikuvan sekä korostaa imagoa, brändiä tai esimerkiksi arvoja. (Vallo & Häyrinen 2014, 198-199.) Van der Wagenin ja Whiten (2010, 28) mukaan teeman tulee olla linkitettyä tapahtuman tarkoitukseen ja sen tulisi myös sopia yhteen osallistujien tarpeisiin kaikin mahdollisin tavoin. Useimmissa tapahtumissa käytetään hyödyksi tiettyä väriteemaa, joka toistuu muun muassa tapahtuman ohjelmissa, sisustuksessa sekä julisteissa ja kylteissä. Tämä helpottaa osanottajia tunnistamaan tapahtuman teeman. Teeman ideoinnissa on tärkeä tarkastella myös käytettävissä olevaa tilaa, sekä muita mahdollisia rajoitteita.

4.5 Tapahtuman onnistumisen arviointi

Vallon ja Häyrisen mukaan (2014, 188-189) tapahtuman kulusta tulee selvittää, miten osallistujat sen kokivat, päästiinkö tavoitteeseen, mikä onnistui ja missä on vielä kehitettävää. Tapahtuman jälkeen tulee verrata saatua palautetta lähtötilanteeseen, eli tapahtuman tavoitteeseen. Tällä organisaatio kasvattaa omaa hiljaista tietoaan sekä osaamistaan. Tapahtuman järjestäminen voi olla turhaa, jos sen onnistumista ei arvioida, eikä saatuja palautteita analysoida. Huolellisesti toteutettu arviointi tekee seuraavan tapahtuman järjestämisestä huomattavasti helpompaa, kun tiedetään tarkalleen, mikä onnistui ja missä on kehitettävää. (Tapahtumajärjestäjän opas.)

Edellytys tapahtuman onnistumisen mittaamiselle on selkeiden tavoitteiden asettaminen heti alkuvaiheessa. Samalla on suositeltavaa valita onnistumisen mittaustavat. Mittaaminen voidaan tehdä kvantitatiivisesti eli määrällisesti tai kvalitatiivisesti eli laadullisesti. Määrällisen mittaamisen avulla voidaan selvittää esimerkiksi kävijämääriä, asiakaskontaktien määrää tai sosiaalisen median tykkäyksien lisääntymistä tapahtuman jälkeen. Laadullinen mittaaminen on yleensä määrällistä mittaamista haastavampaa. Sen avulla voidaan selvittää muun muassa osallistujien tyytyväisyyttä ja tapatumaohjelman laatua. Selvitettäessä osallistujien tyytyväisyyttä tulee arvioida, täyttyivätkö osallistujien odotukset tapahtumasta ja oliko tapahtumaidän mielestään onnistunut. (Tapahtumajärjestäjän opas.)

Palautetta tapahtumasta kerätään ensisijaisesti osallistujilta, mutta sen lisäksi yhteistyökumppanit ovat tärkeää ottaa huomioon ja kerätä palautetta myös heiltä. Yhteistyökumppanit ovat merkittävän suuri osa tapahtuman onnistumisesta, eikä ilman heitä tapahtumaa edes olisi. Heiltä on mahdollista saada palautetta yhteistyön sujuvuudesta sekä tapahtuman järjestelyiden onnistumisesta. Osallistujilta palautteen voi kerätä heti tapahtuman aikana, mutta yhteistyökumppaneille palautekyselyt ovat suositeltavampaa lähettää sähköisesti tapahtuman jälkeen. Yleensä palautekyselyt osallistujille ja yhteistyökumppaneille lähetetään molemmille vasta tapahtuman jälkeen. Kyselyiden yhteyteen voi myös asettaa pienen arvonnän tai palkinnon vastausmotivaation kasvattamiseksi. (Tapahtumajärjestäjä opas.)

5 Kehittämistyön tavoitteen asettaminen

Kuten luvussa kaksi alustettiin, alkoi tämä kehittämistyö toimeksiantajan halusta selvittää osallistujien ja yhteistyökumppaneiden mielipiteitä ja kehittää nykyistä Tulevaisuuden isännöinti -seminaaria. Kirjallisuudessa tutkimuksellisen kehittämistyön kerrotaan saavan alkunsa eri lähtökohdista. Se voi alkaa yrityksen konkreettisista kehittämistarpeista tai pelkästä halusta saada aikaan muutoksia. Kehittämistyö saa alkunsa suunnitteluvaiheessa, jossa määritellään kehittämistyön tavoite. Pääpaino kehittämistyössä on varsinaisen kehittämistehtävän saavuttamisessa, mutta sen lisäksi keskeistä on uuden tekstin ja tiedon tuottaminen. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 19-20, 104.) Tämän kehittämistyön suunnitteluvaihe käynnistyi toimeksiantajan kanssa sovitulla tapaamisella, jossa määriteltiin opinnäytetyön tavoite ja tarkoitus. Itse tapahtuman suunnitteluvaihe oli siinä vaiheessa jo lähes valmis. Tapahtuman järjestäjillä oli tiedossa mitä, miksi ja kenelle järjestetään sekä miten, milloin ja kuka järjestää. Tapahtuman teemasta ja sen näkyvyydestä oli vastuussa tapahtumatoimisto. Sen vuoksi toimeksiantajan toiveena oli, että myös tapahtumatoimisto hyötyisi mielipiteiden kartoittamisesta ja valmiista työstä. Tästä syystä sovittiin tapaaminen tapahtumatoimiston toimitusjohtajan kanssa, jossa keskusteltiin, mitä he toivoisivat työn heille antavan. Heille tärkeää oli saada tieto teeman ja sen näkyvyyden onnistumisesta. Mielipiteiden kartoittaminen rajattiin tapahtuman aikataulun ja ohjelmasisällön toimivuuden ja sujuvuuden selvittämiseen, sekä teeman yhtenäisyyden ja näkyvyyden kartoittamiseen, jotta molemmat osapuolet saisivat haluamansa hyödyn työn toteuttamisesta.

Varsinainen kehittämistyö aloitettiin tutustumalla toimeksiantajayritykseen sekä toimintaympäristöön. Samalla perehdyttiin aiheen tietoperustaan etsimällä ja tutkimalla siihen liittyvää kirjallisuutta. Lisäksi osallistuttiin toimeksiantajan ja tapahtumatoimiston yhteisiin tapaamisiin mahdollisimman kattavan ymmärryksen ja tarvittavan informaation saamiseksi itse tapahtumasta ja sen kulusta. Viimeisessä tapaamisessa ennen tapahtumaa kaikille työntekijöille jaettiin tapahtumakäsikirjoitukset, joista näki yksityiskohtaisen aikataulun sekä henkilökunnan työtehtävät tapahtumassa.

5.1 Kehittämisen tukena käytettävien menetelmien valinta

Ojasalon, Moilasan ja Ritalahden (2014, 104-105) selkeän tavoitteen asettamisen jälkeen voidaan alkaa pohtia kehittämisen tukena käytettäviä menetelmiä. Suositeltavaa on käyttää yhdessä useampia eri menetelmiä tukemaan toisiaan ja saamaan kasaan mahdollisimman kattava aineisto. Tyypillisesti tutkimusmenetelmät on jaettu laadullisiin, eli kvalitatiivisiin ja määrällisiin, eli kvantitatiivisiin menetelmiin. Niiden perus erot ovat tärkeä muistaa, mutta kehittämistyössä niiden välinen raja saattaa hämärtyä. Valitut menetelmät määräytyvät täysin sen mukaan, mitkä sopivat parhaiten tukemaan kehittämistyön tavoitteen saavuttamista.

Kehittämistyön kannalta oli tärkeää, että tapahtumassa oltiin konkreettisesti mukana ja sitä kautta ymmärrettiin sen kokonaisuus. Tutkimusmenetelmäksi valittiin havainnointi, joka on yksi kehittämistyön hyödyllisimmistä menetelmistä. Havainnoinnin tueksi valittiin vielä toinen tutkimusmenetelmä mahdollisimman kattavan ymmärryksen ja aineiston saamiseksi. Tavoitteena toimeksiantajalla oli osallistujien ja yhteistyökumppaneiden tyytyväisyyden selvittäminen sekä tieto siitä, mitä he haluaisivat tapahtumalta tulevaisuudessa. Tapahtumatoimistolla tavoitteena oli teeman näkyvyyden selvittäminen. Tyytyväisyyden ja mielipiteiden selvittämiseen luontevin valinta tutkimusmenetelmäksi oli palautekysely.

Palautekyselyn toteutustavaksi valittiin sähköinen kysely, koska se todettiin kaikista nopeimmaksi ja vaivattomimmaksi aineistonkeruutavaksi. Tutkimusmenetelmien valinnan jälkeen perehdyttiin käytettävien tutkimusmenetelmien teoreettiseen kirjallisuuteen, jonka jälkeen opittu tieto dokumentoitiin. Tämän jälkeen pohdittiin tutkimusmenetelmien käyttötapoja, millainen havainnointi olisi hyödyllisin, miten kyselylomakkeet laadittaisiin ja kuinka kaikki toteutettaisiin. Näitä asioita käsitellään seuraavissa alaluvuissa perustellen menetelmien valintaa kirjallisuuteen nojaten.

5.2 Havainnointi kehittämistyön tukena

Ojasalo, Moilanen ja Ritalahti (2014, 11) toteavat havainnoinnin olevan yksi hyödyllisimmistä ja tärkeimmistä kehittämistyön menetelmistä. Sen avulla saadaan tietoa siitä, kuinka ihmiset käyttäytyvät ja toimivat heidän luonnollisessa tai keinotekoisessa toimintaympäristössä. Eri-laisten asioiden havainnointi ja tarkkailu ovat ihmisille päivittäistä, mutta tutkimuksellisessa havainnoinnissa on kyse systemaattisesta tarkkailusta ja erilaisten ilmiöiden selvittämisestä. Kanasen (2012, 95) mukaan havainnointi voi olla suoraa, epäsuoraa tai piilo havainnointia. Suorassa havainnoinnissa tutkija on paikan päällä suorittamassa havainnointia siten, että tutkittavat voivat huomata havainnoinnin. Epäsuorassa havainnoinnissa tutkija on havainnoitavilta kohteiltaan piilossa ja piilo havainnoinnissa tutkittavat eivät ole edes tietoisia, että heitä havainnoidaan. Havainnointimuodon valinta riippuu siitä, mitä tutkitaan ja saattavatko havainnoinnin kohteena olevat henkilöt muuttaa käyttäytymistään havainnoinnista johtuen. Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara (2010, 214) puolestaan kuvaavat havainnoinnin menetelmiä kahdella jatkumolla. Ensimmäinen jatkumo kuvaa sitä, kuinka tiukasti havainnointi on säädelty. Sen ääripäät ovat systemaattinen ja osallistuva havainnointi. Toinen jatkumo puolestaan kuvaa, millainen on havainnoijan rooli havainnoitavassa tilanteessa. Havainnoija voi olla tarkkailtavan ryhmän jäsen tai täysin ulkopuolinen henkilö.

Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran (2010, 214-217) mukaan oleellisinta osallistuvassa havainnoinnissa on tutkijan osallistuminen havainnoitavaan toimintaan myös itse. Osallistumisen aste on jaettu kahteen kategoriaan: täydelliseen osallistumiseen ja osallistujaan havainnoijana. Täydellisessä osallistumisessa tutkijalle saattaa muodostua ongelmia ryhmän jäseneksi

pääsemisessä. Monesti kyseiset ongelmat johtuvat ristiriidasta. Tutkijan tulisi toimia aidosti ja luonnollisesti, mutta samalla kuitenkin kerätä tietoa tutkimusta varten. Kun taas osallistuja toimii havainnoijana, tehdään tutkittaville se yleensä selväksi. Havainnoija siis osallistuu ryhmän toimintaan, pyrkii luomaan hyvät välit tutkittaviin ja tekee samalla kysymyksiä heille. Tärkeää on muistaa, että havainnot ja omat tulkinnat tulee pitää erillään toisistaan.

Ojasalo, Moilanen ja Ritalahti (2014, 116) jakavat havainnointitekniikat strukturoituun ja strukturoimattomaan. Strukturoitu havainnointi on hyvin jäsenneiltyä ja etukäteen tarkasti suunniteltua toimintaa. Siinä tutkija tietää tarkalleen, mitä asioita ollaan havainnoimassa ja hänellä voi olla valmiiksi laadittu lomake, johon on kirjattuna seurattavat asiat (Kananen 2012, 96). Strukturoimaton havainnointi on väljempää ja joustavampaa toimintaa. Sitä käytetään, kun halutaan saada mahdollisimman paljon monipuolista tietoa. Yleensä strukturoimattoma havainnointia ei haluta luokitella etukäteen, mutta ennen havainnointia kuitenkin hyödynnetään tutkittavaan asiaan liittyvää teoriaa ja tehdään oletuksia. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 116.) Strukturoimattomassa havainnoinnissa tutkijalla ei ole mukanaan valmiista lomaketta, vaan hän kirjaa ylös kaikki mahdollisimman paljon tutkittavaan asiaan liittyvät asiat (Kananen 2012, 96-97).

Tapaamisissa oli sovittu toimeksiantajan ja tapahtumatoimiston kanssa, että havainnoinnin lisäksi autettaisiin tapahtumajärjestelyissä risteilyn aikana. Tästä johtuen havainnoinnin lajiksi valittiin osallistuva havainnointi. Havainnointitekniikkana käytettiin strukturoitua havainnointia, jota ei kuitenkaan haluttu rajata liikaa. Liian tarkka rajaaminen olisi saattanut jättää huomiotta muita kehittämisen kannalta oleellisia asioita. Havainnointi lajin ja tekniikan valitsemisen jälkeen laadittiin havainnointilomake. Tulevaisuuden isännöinti -seminaari kesti kolme päivää, joista virallinen ohjelma oli kahden ensimmäisen päivän aikana. Havainnointilomakkeeseen (Liite 2) kirjattiin ylös havainnoinnin kannalta oleellimmat tekijät, joihin tuli kiinnittää eniten huomiota. Näitä tekijöitä olivat seminaarin sisältö, tapahtuman sujuvuus, pitäen sisällään ohjeistuksen, aikataulut ja liikkumisen, teeman yhtenäisyyden ja näkyvyyden, toisen seminaaripäivän kontaktifoorumin, molempien päivien ruokailut sekä tunnelmat. Tekijät valittiin opinnäytetyön rajauksen mukaan.

Havainnointi toteutettiin 17.5.-19.5.2018 Silja Serenadella. Torstaina 17.5. kokoonnuttiin länsiterminaaliin kello 9:00. Aluksi käytiin läpi tulevan aamupäivän työtehtävät, jonka jälkeen odotettiin osallistujien ja yhteistyökumppaneiden saapumista, joille oli järjestetty vastaanotto Tallink Siljan ja toimeksiantajayrityksen puolesta. Ilmoittautuminen ja lippujenjako alkoi kello 10:30. Jokaiselle osallistujalle ja yhteistyökumppanille oli valmiiksi koottu tervetuliaiskirjekuori. Osallistujia ja yhteistyökumppaneita toivotettiin tervetulleiksi, jonka jälkeen avustettiin tapahtumatoimiston työntekijöitä kantamaan tavaroita sisälle laivaan. Atlantis Palacen

alakertaan oli suunniteltu narikka osallistujien ja yhteistyökumppaneiden lounaan ajaksi. Tarkoituksena oli ottaa siellä vieraat vastaan ja ohjeistaa heidät lounaalle kuudennessa kerroksessa sijaitsevaan Grande Buffet -ravintolaan. Lounas alkoi kello 11:30, jonka jälkeen kello 12:30 oli mahdollisuus viedä matkatavarat hytteihin.

Seminaarin avaus oli Atlantis Palacen toisessa kerroksessa kello 12:45. Seminaarin aikana työskenneltiin tapahtumatoimiston työntekijöiden apuna samalla seminaaria seuraten ja havainnoiden. Huomiota kiinnitettiin erityisesti puhujiin ja heidän aiheisiinsa, sekä seminaarin aikataulussa pysymiseen. Lisäksi osallistujien liikkuvuuteen ja muuhun toimintaan kiinnitettiin huomiota seminaarin aikana. Lisäksi kierrettiin seminaarialuetta tarkastellen itse tilaa ja sen toimivuutta.

Kello 18:00 valmisteltiin Silja Conference -tila cocktailtilaisuutta varten. Samanaikaisesti huomiota kiinnitettiin siihen, kuinka ja millä keinoin tapahtuman teeman värimaailmaa oli tuotu tilassa näkyviin. Tämän jälkeen oli lyhyt tauko, jolloin tehdyistä havainnoinneista kirjattiin muistiinpanoja. Kello 20:20 alkoi Silja Conference -tilassa cocktailtilaisuus, jossa havainnoitiin yleistä tunnelmaa ja tilan toimivuutta. Illallinen Seaport -ravintolassa oli kello 20:45, jota ennen jaettiin valmiiksi plaseerattujen pöytien paikanumerot sattumanvaraisesti osallistujille. Samalla yhteistyökumppanit ohjattiin heille ennakoon ilmoitettuihin pöytiin. Paikanumeroiden jaossa kiinnitettiin huomiota osallistujien reaktioihin ja mielipiteisiin. Illallinen alkoi kaikkien vieraiden ollessa omilla pöydissään. Huomiota kiinnitettiin yleiseen ilmapiiriin ja tunnelmaan illallisen aikana. Samalla havainnoitiin teeman näkyvyyttä. Illallisen jälkeen ensimmäisen seminaaripäivän virallinen ohjelma päättyi.

Toinen seminaaripäivä alkoi erikoisaamiaisella Tavolata Ristorante Italianossa kello 7:00. Aamiaisen jälkeen vapaaehtoisille osallistujille ja yhteistyökumppaneille oli järjestetty tutustumiskäynti Valla Torgin peruskorjattuun kaupunginosaan alkaen kello 10:00. Tämä aika käytettiin hyödyksi täyttämällä havainnointilomake ensimmäisen seminaaripäivän osalta, jonka jälkeen havainnoitiin seminaarin opasteita ja niiden toimivuutta. Kello 12:30 tarjottiin lounasravintola Grande Buffetissa. Lounaan jälkeen toisen seminaaripäivän virallinen ohjelma alkoi julkisivuklinikka ja lakikammari -tilaisuuksilla kello 13:30. Tilaisuudet oli järjestetty Silja Conference tilassa ja ne olivat tarkoitettu kahdenkeskeisiin keskusteluihin yhteistyökumppaneiden kanssa.

Kello 15:00 alkoi viereisessä tilassa Kontaktifoorum -messut. Aluksi havainnoitiin tapahtuman ilmapiiriä ja tehtiin huomioita tilan toimivuudesta. Messujen yhtenä osana oli yhteistyökumppaneiden järjestämät tietoiskut, jotka olivat järjestetty erillisessä tilassa. Havainnoinnin ohella tehtävänä oli toimia tapahtumatoimiston työntekijöiden apuna ja varmistaa, että yhteistyökumppanit saapuivat aikataulun mukaisesti valmistelemaan omaa tietoiskuaan. Samalla kiinnitettiin huomiota, kuinka paljon tietoiskuihin osallistui kuuntelijoita ja miten erillinen

tila sopeutui tietoiskujen järjestämiseen. Kontaktifoorumin yhteydessä oli kahvitarjoilu. Tilaisuuden päätti arvonta, jonka jälkeen messutila purettiin ja siivottiin kokonaisuudessaan. Kello 20:15 alkoi cocktailtilaisuus Silja Conferencen tiloissa, jonka jälkeen oli illallinen kello 20:45. Illallisen jälkeen kerättiin seminaarin opasteet ja kirjattiin ylös päivän havainnoinnit. Kolmantena seminaaripäivänä tarjoiltiin aamiainen Tavolata -ravintolassa, jonka jälkeen jäljellä olevat seminaarin opasteet kerättiin pois. Laiva saapui takaisin Helsinkiin kello 9:55, jolloin Tulvaisuuden isännöinti -seminaari päättyi.

5.3 Asiakasymmärryksen kartoittaminen

Toisena tutkimusmenetelmänä oli palautekyselyt tapahtuman osallistujille sekä yhteistyökumppaneille asiakasymmärryksen syventämiseksi. Kysely on yksi eniten käytetyimmistä tiedonkeruumenetelmistä, jonka vastausten pohjalta voidaan saada kasaan hyvinkin laaja tutkimusaineisto. Kyselymenetelmän etuina ovat sen tehokkuus ja nopeus. Huolellisesti suunniteltu kyselylomake säästää tutkijan, kuin myös vastaajan vaivannäköä ja aikaa. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 121.)

Kyselymenetelmän heikkoutena on tavallisimmin pidetty sen aineiston pinnallisuutta ja sitä, kuinka vakavissaan vastaajat ovat kyselyyn vastanneet. Valmiiksi annetut vastausvaihtoehdot saattavat myös aiheuttaa vastaajille väärinymmärryksiä. Kyselymenetelmää käyttäessä tulee ottaa huomioon se, että kaikki eivät välttämättä vastaa kyselyyn ja saatu tutkimusaineisto voitastakin syystä jäädä suppeaksi. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 195.)

Kyselylomakkeen suunnittelu aloitetaan perehtymällä aikaisempiin aiheesta tehtyihin tutkimuksiin. Ennen varsinaista kyselylomakkeen suunnittelua ja laatimista tulee tutkijalla olla selvillä kehittämistyön tavoitteet. Sen jälkeen lomakkeeseen kirjataan vain ne asiat ja kysymykset, jotka johtavat tavoitteiden saavuttamiseen. Liian varhain ja huolimattomasti laaditulla lomakkeella ei todennäköisimmin saada tavoitteiden mukaisia vastauksia. Kysely on suositeltavaa toteuttaa vasta huolellisen perehtymisen ja tietoperustan kokoamisen jälkeen. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 130-131.) Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara (2010, 198-200) esittelevät kolme eri vaihtoehtoa kysymysten muotoiluun: avoimet kysymykset, monivalintakysymykset ja asteikkoihin eli skaaloihin perustuvat kysymykset. Avoimia kysymyksiä ovat ne, joissa esitetään kysymys ja jätetään vastaajalle tyhjä tila vastausta varten. Monivalintakysymyksissä vastausvaihtoehdot on laadittu valmiiksi ja vastaajan tarkoituksena on merkata rasti oman vastauksensa kohdalle. Monivalinnan ja avoimen kysymyksen välimuoto pitää sisällään molemmat kysymysmuodot, valmiiden vastausvaihtoehtojen jälkeen seuraa avoin kysymys. Tällaisella menetelmällä voi saada täysin uusia näkökulmia, joita kyselyn laatija ei itse ole tullut ajatelleeksi. Kolmantena muotona on skaaloihin perustuvat kysymykset. Tällaisissa kysymyksissä ideana on esittää väittämiä, joista vastaaja merkitsee kohdan sen mukaan, miten

voimakkaasti hän on eri mieltä tai samaa mieltä esitetyn väittämän kanssa. Kyselyn toteuttamisella ja aineiston keräämisellä on olemassa erilaisia tapoja, mutta Ojasalon, Moilasen ja Ritalahden (2014, 128) mukaan sähköiset kyselyt ovat viime aikoina yleistyneet huomattavasti. Sähköinen kysely on nopea, vaivaton ja edullinen tapa kerätä aineistoa, joka mahdollistaa myös reaaliaikaisen tiedonkeruun ja vastausten hyödyntämisen.

Kyselylomakkeita laadittiin kaksi eri versiota, toinen seminaarin osallistujille (Liite 3) ja toinen yhteistyökumppaneille (Liite 4). Tämä siksi, että saatiin molempien osapuolten näkökulmat ja mielipiteet tapahtumasta. Kyselylomakkeiden laatimiseen käytettiin kirjallisuutta ja hyödynnettiin vuoden 2017 kyselyitä sekä niistä saatuja palautteita. Kyselyitä laatiessa huomioitiin havainnointilomakkeen tavoin tapahtuman mahdollisten kehittämissideoiden ja uuden tapahtumakonseptin kehittämisen kannalta oleelliset ja tärkeimmät elementit: tapahtuman sujuvuus, sisältö, pitäen sisällään ensimmäisen päivän seminaarin sekä toisen päivän Kontaktifoorum -messut, teeman näkyvyys sekä osallistujien ja yhteistyökumppaneiden mielipiteiden ja tyytyväisyyden selvittäminen. Lisäksi kyselylomakkeisiin muotoiltiin kysymyksiä osallistujien ja yhteistyökumppaneiden toiveista ja odotuksista ottaen huomioon vuonna 2019 järjestettävä Tulevaisuuden isännöinti -seminaari.

Vuoden 2017 Tulevaisuuden isännöinti -seminaarin palautelomakkeissa oli käytetty kysymysten muotoiluun avointen ja monivalintakysymysten välimuotoa. Mahdollisimman kattavien vastausten saamisesta johtuen, tuntui loogiselta rakentaa kyselylomakkeet hyödyntäen näitä kahta kysymysmuotoa. Molemmat, osallistujien ja yhteistyökumppaneiden, lomakkeet noudattivat samaa kaavaa. Vastaajilta pyydettiin kysymyksissä arvioita tapahtumaan liittyen, joihin heille oli valmiiksi annettua vastausvaihtoehtoja: ”erinomainen”, ”hyvä” ja ”tydyttävä” tai ”kyllä” ja ”ei”. Jokaisen kysymyksen jälkeen oli mahdollisuus antaa arvio vielä omin sanoin. Osallistujien kyselylomake sisälsi 11:sta kysymystä ja yhteistyökumppaneiden 10 kysymystä. Molemmat kyselylomakkeet ovat liitteinä opinnäytetyön lopussa.

Kyselylomakkeen toteutustavaksi oli valittu sähköinen kysely. Toimeksiantajan toiveesta kysely laadittiin Webropoliin, kyselytutkimukseen käytettävään työkaluun, koska kyseinen työkalu oli ollut heillä aikaisemmin käytössä. Webropol on maksullinen ohjelma, jonka vuoksi kyselylomakkeet laadittiin ensin Word-tiedostoon. Sen jälkeen ne lähetettiin toimeksiantajayrityksen graafikolle, joka syötti kysymykset Webropoliin ja teki kyselylomakkeiden ulkoasusta Tulevaisuuden isännöinti -seminaarin teeman mukaisen. Toimeksiantajan kanssa sovittiin kyselylomakkeiden lähettämiseksi tarkka aikataulu ja vastausmotivaation herättämiseksi se, että vastanneiden kesken arvottiin kaksi elokuvalippua.

Kyselylomakkeet lähetettiin heti tapahtuman jälkeisenä tiistaina 22.5.2018 osallistujien sekä yhteistyökumppaneiden sähköposteihin. Viikko sen jälkeen lähetettiin toimeksiantajan puo-

lesta muistutus kyselylomakkeen täyttämisestä ja sitä seuraavalla viikolla saatiin toimeksiantajalta lista niistä yhteistyökumppaneista, jotka olivat vielä vastaamatta. Tehtävänä oli soittaa yhteistyökumppaneille ja hoitaa kyselyt puhelimitse. Kaikilla ei siihen ollut aikaa ja kyselyt luvattiin hoitaa sähköisesti paremmalla ajalla. Kysely lähetettiin 97:lle osallistujalle ja 40:lle yhteistyökumppanille, joista 43 osallistujaa ja 21 yhteistyökumppania vastasivat kyselyyn. Kaikki vastanneet eivät vastanneet jokaiseen lomakkeessa esitettyyn kysymykseen.

6 Tutkimustulokset

Tähän lukuun on koottuna Tulevaisuuden isännöinti -seminaarissa tehtyjä havainnoiteja sekä tapahtuman jälkeen lähetettyjen osallistujien ja yhteistyökumppaneiden palautekyselyiden vastauksia. Tehdyt havainnoinnit ja palautekyselyistä saadut vastaukset analysoidaan erikseen omissa luvuissaan. Ensimmäiseen alaluvussa on kirjattuna havainnoinnissa tehtyjä havainnoiteja, jonka jälkeen esitellään osallistujien ja yhteistyökumppaneiden vastaukset omissa alaluvuissaan. Ennen palautekyselyiden tulosten kirjaamista opinnäytetyöhön, oli niistä laadittu yhteenvedot toimeksiantajalle ja tapahtumatoimistolle lähetettäväksi. Kolmanteen alalukuun on laadittu kehitysideoita saatujen tutkimustulosten pohjalta ja neljännessä alaluvussa esitellään kehitysideoiden avulla uudistettu tapahtumakonsepti.

Havainnointi- ja palautekyselylomakkeiden avulla tarkoituksena oli selvittää tapahtuman kehittämiskohteiden ja uuden tapahtumakonseptin kehittämisen kannalta oleellisimpia ja tärkeimpiä elementtejä, jotka oli rajattu tarkemmin tiettyihin aihealueisiin yhdessä toimeksiantajan ja tapahtumatoimiston kanssa. Tutkittavat aihealueet olivat seminaarin sisältö, Kontaktifoorum -messut, tapahtuman sujuvuus sekä teema ja sen näkyvyys. Tarkoituksena oli tehdä uusia kehitysideoita edellä mainittuihin aihealueisiin sekä niitä hyödyntäen kehittää nykyistä tapahtumakonseptia uudistamalla tapahtuman aikataulua.

Havainnointi- ja palautekyselylomakkeet oli laadittu siten, että käsiteltävät aihealueet olivat lomakkeissa samassa järjestyksessä muutamia poikkeuksia lukuun ottamatta. Osallistujien ja yhteistyökumppaneiden palautekyselylomakkeet noudattivat pääsääntöisesti samaa järjestystä, mutta muutamista aihealueista oli kysymykset muotoiltu eri tavoin. Kyselylomakkeissa huomioitiin se, että itse tapahtumassa osallistujilla ja yhteistyökumppaneilla oli erilaiset roolit ja tapahtuma näyttäytyi heille eri tavoin. Tulokset avattiin noudattaen lomakkeiden kanssa samaa järjestystä mahdollisimman selkeän kokonaiskuvan saamiseksi. Niiden analysoinnissa keskityttiin enimmäkseen kehittämiskohteiden ja uuden konseptin kannalta oleellisimpiin asioihin. Huomioitavaa on, että tulosten analysoinnissa on jätetty yhteistyökumppaneiden ja puhujien nimet pois yksityisyyden suojaamiseksi.

6.1 Havainnoinnin tulokset

Ensimmäisen päivän seminaarissa havainnoitiin puhujia, puheiden välissä olleita tietoiskuja sekä improvisaatioteatterin osuutta seminaarin sisällössä. Esitysten aikana seminaarivieraat

saivat esittää kysymyksiä. Kaikki kysymykset ja vastaukset eivät kuuluneet kaikille kuuntelijoille ja osa kysymyksistä jouduttiin toistamaan, mikä vei aikaa itse esityksestä. Tietoiskut toivat mielekästä vaihtelua seminaarin ohjelmaan etenkin pidempien puheenvuorojen välissä. Improvisaatioteatterin esitykset olivat hauskoja, mukaansa tempaavia ja näyttelijät ottivat hyvin yleisön mukaan. Seminaari järjestettiin Atlantis Palacessa, joka toimi seminaaritalaisuuteen erittäin hyvin. Tilan toimivuuden lisäksi havainnoitiin, miten aikataulu tilaisuudessa toimi. Aikataulu oli suhteellisen tiukka, mutta se koettiin silti toimivana ratkaisuna.

Toisen seminaaripäivän päätapahtuma oli Kontaktifoorum -messut, jossa havainnoitiin tilan toimivuutta, osallistujien ja yhteistyökumppaneiden viihtyvyyttä sekä liikkumista tilaisuuden aikana. Kontaktifoorum -messujen tilana toimi Silja Conference. Sisään tultaessa oli ensin aula, josta molemmiin puolin lähti käytävät kohti messutilaisuudessa käytettyä tilaa. Havainnoinnin avulla huomattiin, että tila toimi hyvin tämän kaltaisessa messutilaisuudessa. Tila oli tarpeeksi avoin, muttei kuitenkaan liian suuri, mikä mahdollisti tilaisuuden lämminhenkisen tunnelman ilman tungosta. Yhteistyökumppaneiden messupöydät oli järjestetty messutilan reunoille sekä keskelle, joten osallistujat pääsivät hyvin kiertämään tilaa messupöydästä toiseen.

Kontaktifoorumin aikana järjestettiin yhteistyökumppaneiden tietoiskuja, jotka olivat erillisessä huoneessa messutilaan johtavalla käytävällä. Tämä ratkaisu ei toiminut halutulla tavalla, eikä tietoiskuihin osallistunut niin paljon ihmisiä kuin olisi toivottu. Huomiota kiinnitettiin erityisesti siihen, ettei tietoiskujen paikasta ja aikataulusta ollut tarpeeksi ohjeistusta. Jo messujen aikana tietoiskuja pyrittiin tuomaan enemmän esiin käsin tehdyillä opasteilla, aikataulujen kiinnittämisellä messutilaan johdettavien käytävien seinille, sekä mikrofoniin kuuluttamalla. Lisäksi havaittiin, ettei messujen alussa ollut minkäänlaista puhetta alustamassa päivän ohjelmaa.

Kontaktifoorumin aikana oli järjestetty kahvitarjoilu, joka sijoittui Silja Conference -tilan aulaan. Kahvin lisäksi tarjolla oli suolaista sekä makeaa syötävää. Messujen aikana kuitenkin huomattiin, etteivät kaikki olleet huomanneet tarjoiluita, koska ne oli tuotu esille vasta messuosuuden alkamisen jälkeen. Kontaktifoorumin lopussa järjestettiin arvonta, jossa osallistujia palkittiin yhteistyökumppaneiden puolesta. Arvonta sopi hyvin tilaisuuteen ja toi tietynlaista rentoutta messutilaisuuden loppuun, mutta järjestelyissä nähtiin parantamisen varaa. Arvonnassa voittajia kuulutettiin mikrofoniin avulla, mikä ei kuulunut koko messutilaan kovin hyvin, eivätkä kaikki voittajat olleet tietoisia arvonnasta ollakseen paikalla. Tapahtumatoimiston edustajat toimivat palkintojen jakajina sekä kuuluttajina kiertäen jokaisen yhteistyökumppanin pisteen jakaen heidän lahjoittamansa palkinnot.

Havainnoinnissa tapahtuman sujuvuuteen kiinnitettiin huomiota erityisesti tarkkaillen tapahtuman ohjeistusta ja aikataulua. Ohjeistus oli selkeää jo heti tapahtuman alusta alkaen. Terminaalissa kaikille seminaariin osallistuville oli jaettu kirjekuoret, jotka sisälsivät kaulanauhat nimikylteillä varustettuina. Nimikyltit oli merkitty värikoodein osallistujille, yhteistyökumppaneille ja toimeksiantajayrityksen henkilökunnalle. Tarkoituksena oli, että kaulanauhat pidettiin mukana koko tapahtuman ajan, jotta Tulevaisuuden isännöinti -seminaarin väki pystyttiin erottamaan muiden risteilyvieraiden joukosta. Nimikylttien kääntöpuolelle oli laitettu tapahtuman aikataulu sisältäen jokaisen tilan sijainnin helpottamaan vieraiden kulkemista. Lisäksi kirjekuoreissa oli hytin avainkortti, alennuskuponkeja sekä arvontanumerot Kontaktifoorum -messuilla ja toisen illan cocktailtilaisuudessa järjestettyihin arvontoihin. Yhteistyökumppaneiden kirjekuorissa oli näiden lisäksi paikkanumero ensimmäisen illan illalliselle. Heti laivan sisälle tullessa oli tapahtuman nimi isolla näytöllä. Narikka oli järjestetty Atlantis Palacessa, jonka lavalla myös itse seminaari järjestettiin. Atlantiksen ovesta opasteina olivat isot Tulevaisuuden isännöinti -seminaarin logoilla varustetut tarrat, jotka toimivat koko tapahtuman ajan opasteina aina uuteen tilaan mentäessä. Suurin osa ohjeistuksesta koko tapahtuman läpi tapahtui tapahtumahenkilökunnan puolesta, mikä mahdollisti henkilökohtaisemman palvelun. Tämä loi seminaarivieraille mahdollisuuden esittää tarkentavia kysymyksiä esimerkiksi kulkuun tai sisältöön liittyen.

Ensimmäisenä iltana illallisen paikat oli valmiiksi plaseerattu, yhteistyökumppaneilla paikkanumerot olivat valmiina tervetuliaiskirjukuoreissa, mutta osallistujille paikat arvottiin sattumanvaraisesti illalliselle saavuttaessa. Havainnoinnissa todettiin plaseerauksen olleen oiva ratkaisu uusien kontaktien luomiseen, mutta osallistujien paikkojen sattumanvarainen arvonta vasta illalliselle saavuttaessa ei toiminut sujuvasti. Arvontaan meni liian paljon aikaa, mikä hidasti jo valmiiksi myöhäistä illallista. Lisäksi huomiota herätti molempien tapahtumapäivien illallisten myöhäinen ajankohta.

Teema Tulevaisuuden isännöinti -seminariin oli valittu toimeksiantajayrityksen päävärien mukaan, jotka olivat keltainen ja sininen. Lisäksi isona osana tapahtuman teemaa oli Kiinteistöposti -lehden 25-vuotisjuhla. Päävärit näkyivät tapahtumassa usein eri tavoin. Jokaiselle osallistujalle ja yhteistyökumppanille alkuun annettussa tervetuliaiskirjukuoreissa olleet kaulanauhat oli värikoodattu tapahtuman teemaan sopiviksi. Osallistujien olivat vihreät, yhteistyökumppaneiden keltaiset ja järjestäjien siniset. Teema ja sen värimaailma välittyivät tapahtuman logotarroissa ja illallisten menukortteissa. Lisäksi käytössä oli erilaisia somisteita, kukkimppuja ja ilmapallo tolppia, joissa oli valkoisia ja keltaisia ilmapalloja sekä Kiinteistöposti -lehden 25-vuotis logo sinisellä värillä, mikä oli melko huomaamaton. Ilmapallo tolpat kulkivat koko tapahtuman ajan mukana ja olivat aina sen tilan sisäänkäynnin edessä, jossa seuraava tilaisuus alkoi. Tilaisuuksissa oli käytössä keltaiset teemaan sopivat matot. Tämän lisäksi teemaa oli tuotu esiin tapahtumahenkilökunnan vaatetuksessa. Asuna oli mustat housut, jakku ja keltainen paita.

6.2 Osallistujien palautteet

Alkuun osallistujien kyselyssä pyrittiin selvittämään, kuinka kiinnostavina ja hyödyllisinä he pitivät seminaaripuhujien esityksiä ja paneelikeskustelua. Esitykset olivat eriteltynä yksitellen ja jokaisesta esityksestä oli mahdollisuus antaa oma arvio. Yhteensä esityksiä oli viisi, joista neljä saivat kokonaisarvioksi ”hyvä”. Arvion ”erinomainen” sai vain yksi esitys. Tämän esityksen arvioi 39 osallistujaa, joista 22 antoi arvioksi ”erinomainen”. Toisena kysymyksenä seminaarin sisältöön liittyen oli avoin kysymys. Osallistujilta kysyttiin, minkälaiset puhujat tai aiheet tulevissa Tulevaisuuden isännöinti -seminaareissa tuottaisivat heille eniten hyötyä ajatellen heidän työtään tulevaisuudessa. 43:sta osallistujasta vain 16 vastasi tähän kysymyksen. Useimmissa kommentteissa toistuivat samat aiheet. Muutamiin vastauksiin oli kirjattu useampi kiinnostava aihe. Isännöinti alan yleisesti ajankohtaiset asiat saivat kannatusta viideltä vastaajalta. Täydennys- ja korjausrakentamiseen liittyvät aiheet kiinnostivat kolmea vastaajaa. Vuokratalouteen, lakiin ja isännöintialan digitalisaatioon liittyvät aiheet saivat kaikki kannatusta kahdelta vastaajalta. Muita vastaajia kiinnostavia aiheita olivat käytännön kokemukset uuden tietosuojalainsäädännön jälkeen ja häiriötilanteiden ratkaiseminen. Molemmat saivat kannatusta yhdeltä vastaajalta.

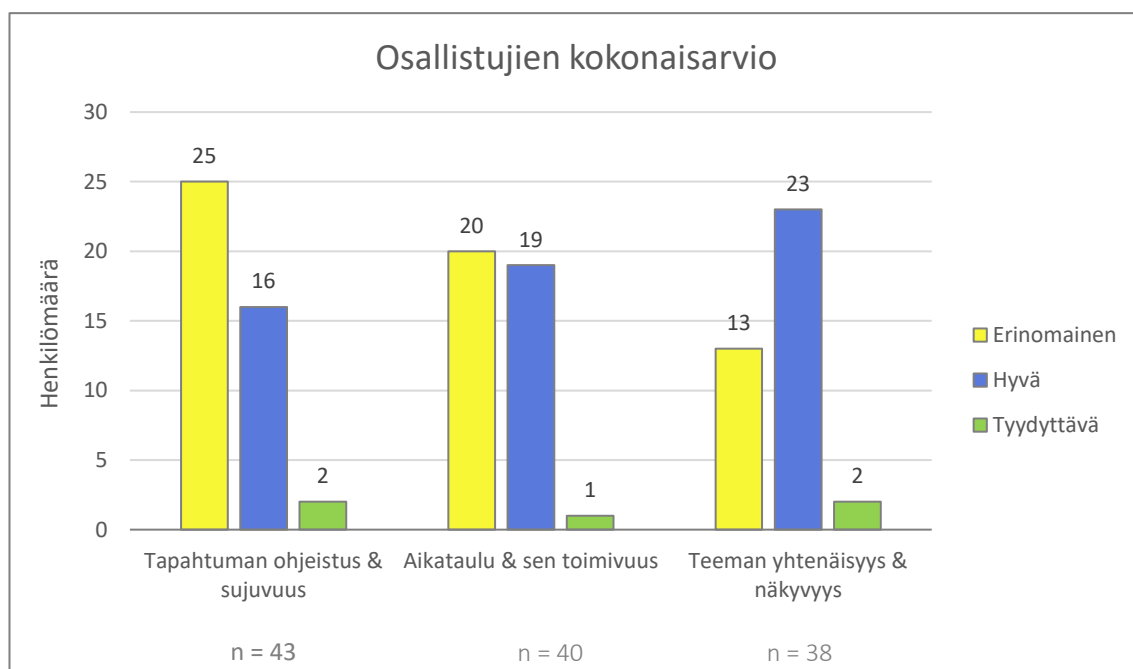
Tietoiskut arvioitiin yksitellen niiden hyödyllisyyden ja kiinnostavuuden pohjalta. Yhteensä tietoiskuja oli kuusi, jotka kaikki saivat kokonaisarvioksi ”hyvä”. Mikään esitys ei erityisemmin nousut ylitse muiden. Tietoiskuihin liittyen esitettiin myös avoin kysymys, jonka tarkoituksena oli kartoittaa, toivatko tietoiskut lisäarvoa seminaariin. Vain 12 osallistujaa 43:stä vastasi tähän kysymykseen. Saatujen vastausten pohjalta neljä osallistujaa koki tietoiskujen tuovan lisäarvoa seminaariin. Viisi osallistujaa koki tietoiskut hyvinä käytännön vinkkeinä, mutta ei välttämättömänä lisänä seminaarin ohjelmaan. Yksi osallistuja sanoi tietoiskujen toimineen paremmin seminaarissa kuin toisen päivän Kontaktifoorumissa ja yhdeltä osallistujalta tietoiskut olivat jääneet kokonaan näkemättä.

Viimeisenä ensimmäisen päivän seminaarin sisältöön liittyen osallistujia pyydettiin arvioimaan improvisaatioteatterin kaksi esitystä, joista molemmat esitykset arvioitiin erinomaisiksi. Ensimmäisen esityksen arvioi 40 osallistujaa, joista puolet arvioi esityksen erinomaiseksi. Toisen esityksen arvioi 36 osallistujaa, joista 21 arvioi esityksen myös erinomaiseksi. Lopuksi esitettiin kysymys siitä, kevensivätkö improvisaatioteatterin esitykset muuten asiapitoista sisältöä. Tähän kysymykseen vastasi yhteensä 40 osallistujaa, joista 35 antoi arvioksi ”erinomainen”. Avoimia vastauksia improvisaatioteatteriin liittyen saatiin yhdeksän kappaletta. Neljä osallistujaa antoi esityksille kannatusta puolesta ja viisi vastaan.

Kontaktifoorum -messujen onnistumista kokonaisuutena ja sen tuottamia hyötyä kartoitettiin avoimella kysymyksellä. Tähän kysymykseen vastasi 12 osallistujaa 43:stä. Lähes kaikki kommentit olivat positiivisia. Yhdeksän osallistujan mielestä Kontaktifoorum toimi hyvänä alustana uusien kontaktien luomiselle ja avoimille keskusteluille. Kolme osallistujaa kokivat, että

Kontaktifoorumia pitäisi uudistaa. Yhden osallistujan mukaan konseptia voisi uusia. Toisen mielestä tilaisuudessa ei ollut yhteistyökumppaneita yhtä paljon kuin edellisenä vuonna ja kolmas osallistuja koki Julkisivuklinikan jääneen Lakikammarin varjoon.

Tapahtuman ohjeistusta ja sujuvuutta, aikataulua ja sen toimivuutta sekä teemaa ja sen yhtenäisyyttä selvitettiin monivalintakysymyksillä sekä avoimilla kysymyksillä. Monivalintakysymysten vastausten jakauma on esitettyinä taulukossa 1. Ohjeistusta ja sujuvuutta koskevaan kysymykseen vastauksen antoi 43 osallistujaa, joista 25 arvioi niiden onnistuneen erinomaisesti. 16 osallistujaa pitivät ohjeistuksen ja sujuvuuden toteutusta hyvinä, kun taas kahden osallistujan mielestä ne olivat toteutuneet tyydyttävästi. Kysymykseen saatiin vain yksi avoin vastaus, jonka mukaan kaikki tapahtumassa sujui hienosti ja ohjeet olivat olleet kattavat.



Taulukko 1: Osallistujien kokonaisarvio

Aikataulun ja sen toimivuuden arvioi 40 osallistujaa. Puolet vastanneista kokivat sen toimineen erinomaisesti, 19 puolestaan hyvin ja yksi osallistuja tyydyttävästi. Avoimia vastauksia tähän kysymykseen saatiin vain kolme kappaletta. Yhden vastauksen mukaan kontaktifoorumissa järjestetyt arvonnat oli koettu epäselvinä, eikä aluksi ollut varmuutta onko arvontaa laisinkaan ja jos on, milloin se pidetään. Toisen avoimen vastauksen mukaan ensimmäisen päivän aikataulu piti hyvin ja kolmas vastaus huomautti Valla Torgiin vierailun olleen täysin oma lukunsa.

Kysymykseen teeman yhtenäisyydestä ja sen näkyvyydestä vastasi 38 osallistujaa, joista 13 antoi arvion ”erinomainen”, 23 puolestaan antoi arvion ”hyvä” ja kaksi arvion ”tyydyttävä”.

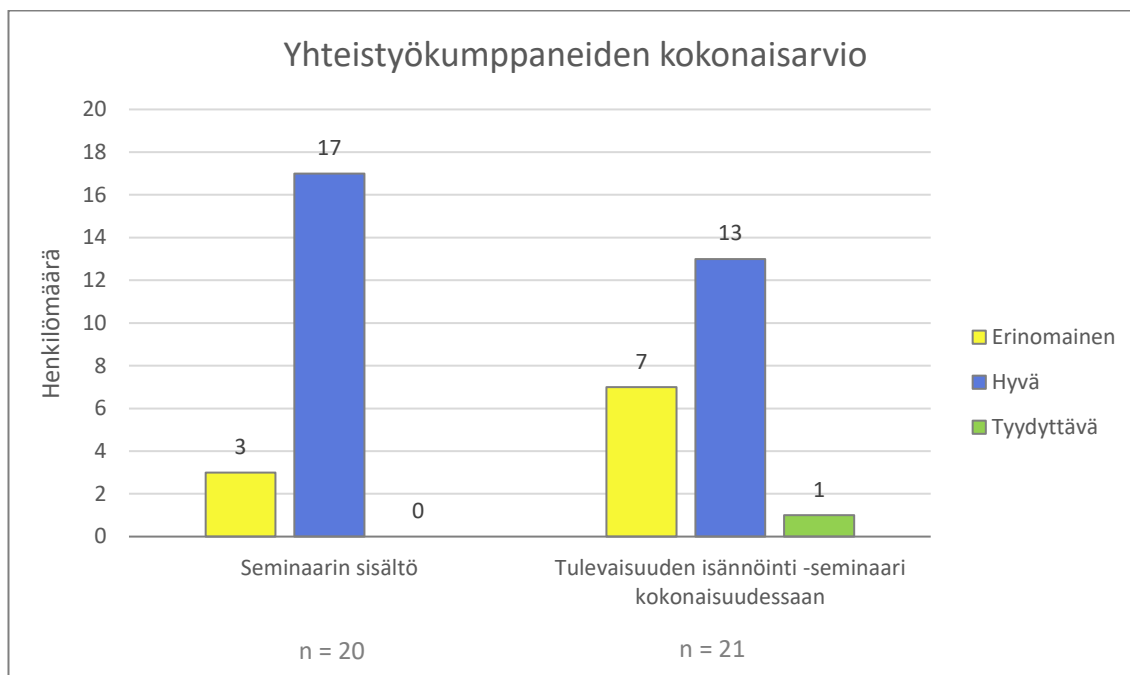
Teemaan liittyvään kysymykseen saatiin vain kolme avointa vastausta. Kahdessa niistä sanottiin, ettei värimaailmaan tai teemaan kiinnitetty huomiota ja yhdessä todettiin keltaisen teemavärin herättäneen hämmästyksiä, sillä Kiinteistöpostin brändi oli totuttu yhdistämään siniseen väriin.

Ohjeistuksen ja sen sujuvuuden, aikataulun toimivuuden sekä teeman yhtenäisyyden ohessa osallistujilta kysyttiin myös, vastasivatko ruoka- ja juomatarjoilut heidän odotuksiaan. Kysymykseen vastasi yhteensä 39 osallistujaa, joista 33 vastasi kyllä ja kuusi vastasi ei. Monivalintakysymyksen jälkeen oli mahdollisuus jättää avoimia kommentteja, joita saatiin yhteensä kymmenen kappaletta. Kommentteissa kolme osallistujaa kertoi illallisten olleen erinomaisia, mutta yhden kommentin mukaan lounas sen sijaan koettiin heikkotasoiseksi. Ensimmäisen päivän illallisen valmiiksi plaseerattu pöytäjako sai kommentteja puolesta ja vastaan. Yhdessä kommentissa se oli koettu epämiellyttävänä, kun taas toisen kommentin mukaan ensimmäisen illan paikkojen arvonta oli hyvä ratkaisu. Kahden kommentin mukaan illalliset olivat olleet liian liian myöhään ja lounaan ja illallisen välissä oli ollut liian paljon aikaa. Yhdessä kommentissa todettiin, että juoma valikoima olisi voinut olla laajempi ja kahden kommentin mukaan laivan oma buffet olisi ollut hyvä vaihtoehto toisen illan ruokailuun.

Lopuksi kyselyssä selvitettiin kiinnostusta ensi vuoden tapahtumaan osallistumisesta. Vastausvaihtoehtoina olivat ”ehdottomasti”, ”mahdollisesti” ja ”en”. Kysymykseen vastasi 42 osallistujaa, joista 14 vastasi ehdottomasti osallistuvansa, 22 vastasi mahdollisesti ja loput kuusi vastasivat, etteivät aio osallistua tapahtumaan ensi vuonna. Tämän jälkeen osallistujilla oli mahdollisuus jättää kehitysehdotuksia tai muita terveisiä järjestäjille. Yhteensä kommentteja jätti 11 osallistujaa. Neljässä kommentissa kiitettiin tapahtuman onnistuneesta järjestämisestä. Kaksi osallistujaa toivoi enemmän asiaa vuokratiloudesta. Yhden osallistujan mukaan tapahtumaan tarvitaan enemmän relevantteja osallistujia, toinen toivoi enemmän teknisiä aiheita ja kolmas ei kokenut saavansa mitään hyötyä risteilystä.

6.3 Yhteistyökumppaneiden palautteet

Seminaarin sisältöön liittyen yhteistyökumppaneille esitettiin kysymys, joka kattoi kokonaisarvion seminaarista (Taulukko 2). Yhteensä 21:stä yhteistyökumppanista 20 vastasi tähän kysymykseen, joista yhteensä 17 antoi arvioksi ”hyvä” ja kolme ”erinomainen”. Avoimia vastauksia tästä saatiin vain kaksi kappaletta, joiden mukaan tapahtuma oli hyvin selkeä kokonaisuudessaan ja ensimmäisen illan illallisen arvotut paikat olivat erinomainen oivallus verkostoitumiseen.



Taulukko 2: Yhteistyökumppaneiden kokonaisarvio

Kontaktifoorum -messujen onnistumista selvitettiin kahdella kysymyksellä. Ensimmäisessä kysymyksessä pyydettiin arviota Kontaktifoorumin tilasta ja sen toimivuudesta. Yhteistyökumppaneista 20 vastasi tähän kysymykseen, joista puolet arvioivat tilan ja sen toimivuuden hyväksi. Erinomaiseksi sen arvioi yhdeksän vastaajaa. Yksi vastanneista arvioi tilan ja sen toimivuuden tyydyttäväksi. Avoimia vastauksia tähän kysymykseen saatiin neljä kappaletta. Ne kuitenkin toivat esiin hyviä näkökulmia ja samoja asioita, kuin mitä havainnoinnissa huomioitiin. Kolmessa avoimessa vastauksessa sanottiin, että tila oli hyvän kokoinen ja toimiva ja siellä oli riittävän rauhallista keskusteluiden käymiselle. Lisäksi tuotiin ilmi, että tilasta olisi saatu enemmän irti esimerkiksi torstainkin ohjelmassa. Neljännessä vastauksessa todettiin tietoiskujen olleen toimivampia, jos ne olisi järjestetty samassa tilassa erillisen tilan sijaan.

Toisessa yhteistyökumppaneille laaditussa Kontaktifoorumia koskevassa avoimessa kysymyksessä pyydettiin arviota Kontaktifoorumista tilaisuutena sekä yhteistyökumppaneiden osuudesta siellä. Kokonaismäärä kyselyyn vastanneista yhteistyökumppaneista oli 21, mutta tähän kysymykseen vastasi vain neljä henkilöä. Yhden avoimen vastauksen mukaan Kontaktifoorum oli tapahtuman parhain ja tärkein hetki tavata osallistujia sekä mainostaa omaa yritystään. Toisessa vastauksessa todettiin, että Kontaktifoorumissa käytiin muutamia hyviä keskusteluita ja kolmannessa vastauksessa sanottiin tilaisuudesta jääneen hieman valju olo. Neljännessä vastauksessa todettiin kyseisen yhteistyökumppanin olleen tapahtumassa mukana ensimmäistä kertaa ja yrityksen esillä oloon jäi parannettavaa ensi vuodelle. Lisäksi Kontaktifoorumin onnistumista selvitettiin kysymällä, johtiko tilaisuus konkreettisiin tarjouksiin. Kysymykseen vastasi yhteensä 21 yhteistyökumppania, joista 13 vastasi ”kyllä” ja loput kahdeksan ”ei”.

Kuten myös osallistujilta, kysyttiin myös yhteistyökumppaneilta, vastasivatko ruoka- ja juomatarjoilut odotuksia. Kysymykseen vastasi 20 yhteistyökumppania, joista kaikki vastasivat ”kyllä”. Teemaan ja sen näkyvyyteen liittyvään kysymykseen vastasi yhteensä 20 henkilöä. 13 vastanneista arvioi teeman ja sen näkyvyyden onnistuneen hyvin, viisi erinomaisesti ja kaksi tyydyttävästi. Avoimia vastauksia tähän saatiin vain kolme kappaletta. Kahdessa niistä tuli ilmi, ettei teemaan ollut kiinnitetty huomiota ja kolmannessa vastauksessa teema koettiin vaikeasti arvioitavaksi, sillä Kiinteistöposti ei ollut entuudestaan tuttu.

Tämän jälkeen yhteistyökumppaneilta pyydettiin kokonaisarviota koko tapahtumasta sekä selvitettiin, onko yrityksellä kiinnostusta osallistua tapahtumaan myös ensi vuonna. Lopuksi oli mahdollista jättää terveisiä tai kehitysehdotuksia järjestäjille. Kokonaisarvion tapahtuman onnistumisesta antoi yhteensä 21 yhteistyökumppania, joista seitsemän vastasi ”erinomainen”, 13 ”hyvä” ja yksi ”tyydyttävä”. Jakauma on esitetty taulukossa 2. Avoimia vastauksia jätettiin kolme kappaletta. Ensimmäisessä kommentissa todettiin, että on kovin vaikeaa mitata onnistumista, ennen kuin yritys on saanut sovittua tapaamiset kaikkien tapahtumassa yhteystietonsa jättäneiden kanssa. Toisessa kommentissa sanottiin tapahtuman olleen erittäin hyvä ja järjestelyt olivat toimineet todella hyvin. Kolmannen mukaan tietoiskut olisi voitu rakentaa houkuttelevimmiksi ja järjestää ne kaikki luentojen yhteydessä. Tämän jälkeen selvitettiin, onko yritys kiinnostunut osallistumaan tapahtumaan myös ensi vuonna. Kysymykseen vastasi yhteensä 19 yhteistyökumppania, joista 18 sanoivat ”kyllä” ja vain yksi vastasi ”ei”.

Lopuksi oli mahdollista jättää terveisiä tai kehitysehdotuksia järjestäjille. Kommentteja jätettiin yhteensä 13 kappaletta. Seitsemässä kommentissa kiitettiin järjestäjiä ja keuhuttiin tapahtuman onnistuneen erinomaisesti, aikataulut ja ohjeistukset olivat toimineet todella hyvin heti alusta alkaen sekä esimerkiksi aika ennen hyttien saamista oli suunniteltu hyvin. Yhdessä kommentissa todettiin, että päivän ohjelmaa voisi lyhentää sekä käyttää niin sanottua lyhennettyä aikaa esimerkiksi yritysten esittäytymiseen osastoilla. Kahden kommentin mukaan Kontaktifoorum -messuilla syötävät ja juotavat olisi voineet olla samassa tilassa itse messujen kanssa, jolloin tilaisuus olisi ollut vieläkin välittömämpi. Messujen lopuksi pidetty arvonta voisi olla selkeämmin järjestetty, sillä voittajien nimet tuli käytyä läpi liian nopeasti ja näin ollen koko arvonta meni monilta osallistujilta ohi. Yhdessä kommentissa kommentoitiin Kontaktifoorumin olleen hyvä, kun osallistujat saivat vapaasti kiertää ja tutustua omiin kiinnostuksen kohteisiinsa. Lisäksi ensimmäisen päivän seminaariohjelman todettiin olleen kiinnostava, mutta se ohjelmasisältö voisi olla vieläkin tiiviimpi. Yksi toivoi, että yhteistyökumppaneiden toiminnasta jaettaisiin osallistujille enemmän tietoa ennen tapahtumaa.

6.4 Kehitysehdotukset

Tässä luvussa esitellään kehitysehdotukset vuoden 2019 Tulevaisuuden isännöinti -seminariin. Kehitysehdotukset luotiin vuoden 2018 järjestetyn tapahtuman havainnoinnin tulosten sekä saatujen palautekyselyiden vastausten pohjalta. Kehitysehdotuksissa korostuu erityisesti

havainnoinnin näkökulma. Tapahtuman jälkeen suoritetuista palautekyselyistä ei saatu toivottua määrää avoimia vastauksia, eikä olettamuksia voitu tehdä yksittäisistä kommenteista. Palauteiden monivalintakysymyksistä saadut vastaukset sekä muutamat avoimet vastaukset olivat kuitenkin tukemassa tehtyjä havaintoja asiakaslähtöisyyden lisäämiseksi. Valmiit kehitysehdotukset ovat jäsennehtynä tarkemmin aihealueittain taulukossa 3 kappaleen lopussa.

Seminaarin sisältö piti sisällään erilaisia puheenvuoroja, yhteistyökumppaneiden tietoisuuksia sekä improvisaatioteatterin esityksiä. Ohjelma alkoi kello 12:45 ja päättyi kello 19:00. Pääsääntöisesti puhujiin ja eri esityksiin oltiin tyytyväisiä niin havainnoinnin kuin palautekyselyiden vastaustenkin pohjalta. Havainnoinnissa nousi esiin, ettei esitysten aikana kuuntelijoiden esittämät kysymykset kuuluneet kunnolla. Kysymysten esittämiseen voisi hyödyntää sosiaalista mediaa, josta erityisesti Twitter soveltuisi seminaarin luonteeseen. Seminaariesitysten ja paneelikeskustelujen aikana seminaarivieraat voisivat kommentoida puheenaiheita sekä esittää kysymyksiä. Twiitit näkyisivät isolla valkokankaalla puhujan takana, mikä mahdollistaisi sen, että jokainen kuuntelija näkisi kysymykset ja kommentit reaaliaikaisesti sekä pystyisi yhtymään keskusteluihin. Puhujat kävisivät kysymyksiä ja kommentteja läpi ääneen ja vastaisivat kysymyksiin oman esityksen sisällön huomioon ottaen. Vastaamatta jääneisiin kysymyksiin olisi Twitterin avulla mahdollista vastata myös jälkikäteen.

Tietoisuuksia seminaarissa oli yhteensä kuusi kappaletta. Havainnoinnin ja saatujen vastausten perusteella ne olivat hyvä lisä ohjelmaan, mutta eivät kuitenkaan tuoneet varsinaista lisäarvoa siihen. Havainnoinnissa kiinnitettiin huomiota erityisesti tietoisuuksien pituuteen. Yhden tietoisuuden kesto oli 10 minuuttia, mikä tuntui liian lyhyeltä ajalta esityksen pitämiseen. Lisäksi palautekyselyiden vastauksissa kävi ilmi, että tietoisuudet olisivat toimineet paremmin pidemmällä ajalla. Tulevaisuudessa tietoisuuksille olisi hyvä varata aikaa 15 minuuttia yhtä esitystä kohden. Ohjelman alussa ja lopussa olleet puoli tuntia kestäneet improvisaatioteatterin esitykset toimivat viihdyttävänä lisänä ohjelmassa. Kyselyiden vastauksista ilmeni, etteivät ne kuitenkaan toimineet välttämättömänä lisänä. Siihen, kuin myös esitysten ajankohtiin, kiinnitettiin huomiota myös havainnoinnissa. Improvisaatioteatterin tai vastaavan viihdepitoisen esityksen voisi vähentää yhteen esitykseen ja siirtää keskelle seminaarin ohjelmaa keventämään seminaarin tunnelmaa. Kahden esityksen sijaan voisi olla vain yksi puolen tunnin esitys. Näin ollen jäisi enemmän aikaa sisällöllisesti hyödyllisemmille tietoisuuksille.

Kontaktifoorum -messut oli havainnoinnin ja saatujen palautteiden pohjalta onnistunut. Paremmalla ohjeistuksella se olisi ollut vieläkin toimivampi. Kehitysehdotukseksi tilaisuuden alkuun nousi messujen alussa järjestettävä puhe joko toimeksiantajan tai tapahtumatoimiston puolesta. Puheessa avattaisiin toinen seminaaripäivä ja käytäisiin läpi ohjelmasisältöä ja tarkempaa aikataulua. Tämä lisäisi yhteisöllisyyttä risteilyvieraiden ja järjestäjien kesken ja voitaisiin varmistaa aikataulussa pysyminen sekä osallistujien mielenkiinnon säilyttäminen aina tilaisuuden alusta loppuun asti.

Kontaktifoorumin tietoisut eivät havainnoinnin ja palautteiden pohjalta toimineet hyvin. Tietoiskut tulisi sijoittaa uudelleen ja lisätä huomattavasti enemmän näkyvyyttä sekä ohjeistusta tai poistaa Kontaktifoorum -messutilaisuudesta kokonaan. Kontaktifoorumin aikana oli järjestetty kahvitarjoilu, joka oli osalta osallistujista ja yhteistyökumppaneista jäänyt huomaimatta. Kehitysehdotuksena olisi tarjoiluiden sijoittaminen uudelleen. Toimivien ratkaisujen sijoittaminen samaan tilaan Kontaktifoorum -messujen kanssa, jotta ne olisivat paremmin saatavilla koko tilaisuuden ajan. Näin myös liikkuvuus messutilan ja aulan välillä vähenisi ja tilaisuudesta tulisi vieläkin välittömämpi. Viimeisenä ohjelma-aiheena Kontaktifoorumissa oli arvonta, joka saatujen palautteiden ja havainnoinnin perusteella oli sekavasti organisoitu. Arvonnan voisi suorittaa yhdessä kohdassa messutilaa. Sinne yhteistyökumppanit voisivat vuorollaan tuoda palkintonsa jaettavaksi ja osallistajat voisivat seurata arvontaa paremmin. Lisäksi arvontaan alkamisaika tulisi olla kerrottuna osallistujille, jotta mahdollisimman moni olisi paikalla tilaisuuden loppuun saakka.

Tapahtuman sujuminen oli läpi tapahtuman melko onnistunut tehtyjen havainnointien kuin palautteidenkin pohjalta. Ensimmäisenä seminaaripäivänä osallistajat ja yhteistyökumppanit saapuivat laivaan ja jättivät matkatavaransa narikkaan odottamaan pääsyä hytteihin. Narikka oli palautteiden ja havainnoinnin pohjalta koettu toimivaksi ratkaisuksi. Lounaalta poistumiseen, matkalaukkujen hakemiseen ja niiden hyttiin viemiseen oli varattu aikaa vain 15 minuuttia ennen seminaarin alkua. Lyhyt siirtymisaika vaikutti siihen, että osa vierailijoista saapui seminaariin myöhässä tai suoraan lounaalta, jolloin matkatavarat jätettiin narikkaan. Siirtymisaikaa olisi hyvä varata vähintään puoli tuntia sujumuuden parantamiseksi ja liikkumisen vähentämiseksi seminaarin aikana. Kiireen poistaminen seminaarin aloituksesta pitäisi yllä rentoa ilmapiiriä.

Läpi koko tapahtuman suurin osa ohjeistuksesta tapahtui tapahtumahenkilökunnan puolesta, mikä oli havainnoinnin ja palautteiden pohjalta erittäin toimiva ja hyvä ratkaisu. Se loi välittömämpää tunnelmaa koko tapahtumaan. Lisäksi ohjeistuksena olivat Tulevaisuuden isännöinti -seminaarin logo tarrat aina sen tilan sisäänkäynnissä, jossa seuraava tilaisuus oli. Käytössä olleet tilat olivat selkeästi ilmoitettu risteilyvieraille, mutta ei laivan muille vieraille. Heitä varten tilojen edessä olisi syytä olla kyltti suomen ja englannin kielellä ilmoittamassa yksityistilaisuudesta sekä informaatio tilan vapautumisesta.

Ensimmäisen illan illallisen valmiiksi plaseeratut paikat saivat palautteissa kannatusta puolesta ja vastaan. Havainnoinnissa plaseeraus koettiin oivaksi ratkaisuksi uusien kontaktien luomiseen, mutta osallistujien paikkojen arvonta vasta ravintolan edessä hidasti illallisen aloittamista. Tilaisuus onnistuisi sujuvammin, jos arvontanumerot annettaisiin osallistujille jo tapahtuman alussa. Näin illalliselle saapuminen etenisi sujuvammin ja ruokailun aloittaminen aikaistuisi. Lisäksi palautteissa ja havainnoinnissa esiin nousi illallisten myöhäinen aloitusaika.

Tapahtumapäivät olivat kiireisiä ja täynnä ohjelmaa, mutta illallisen aloittaminen hieman aikaisemmin voisi olla toimivampi ratkaisu.

Palautteiden mukaan tapahtuman teemaan ei erityisemmin kiinnitetty huomiota. Havainnoinnissa teeman näkyvyys oli tullut esiin useissa eri elementeissä tapahtuman aikana, kuten kaulanauhoissa, menukorteissa, opasteissa ja somisteissa. Silti sitä voisi korostaa vielä enemmän. Logoilla varustetuissa ilmapalloissa voisi logot olla suuremmalla fontilla näkyvyyden parantamiseksi. Kontaktifoorumissa teemaa voisi tuoda esiin enemmän lisäämällä messupöydissä olleiden valkoisten pöytäliinojen päälle teemaan sopivat kaitaliinat. Lisäksi koko tapahtumajärjestäjien henkilökunnalla voisi olla yhtenäinen teemaan sopiva vaatetus.

Aihealueet	Kehitysehdotukset
Seminaarin sisältö	<ul style="list-style-type: none"> – Sosiaalisen median hyödyntäminen seminaarissa: Twitter – Tietoiskut 15min – Improvisaatioteatterin tai vastaavan viihdepitoisen osuuden siirtäminen seminaariohjelman puoliväliin ja esitysjan muuttaminen puoleen tuntiin
Kontaktifoorum	<ul style="list-style-type: none"> – Kontaktifoorumin alussa puhe – Tietoiskujen poistaminen tai uudelleen suunnittelu – Tarjoiluiden uudelleen sijoittaminen – Arvonnalle selkeä aika ja paikka
Tapahtuman sujuvuus	<ul style="list-style-type: none"> – Risteilyn alkuun enemmän siirtymisaikaa – Käytössä olevien tilojen eteen yksityistilaisuus -kyltti suomen ja englannin kielellä sekä aikataulu siitä,

	<p>koska tila on käytössä kaikille risteilyvieraille</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ensimmäisen illan pöytänumerot valmiiksi osallistujien tervetuliaiskirjekuoriin – Illallisten aikaistaminen
Tapahtuman teema	<ul style="list-style-type: none"> – Logojen näkyvyys paremmaksi – Teemaan sopivien kaitaliinosten lisääminen messupöytien valkoisten pöytäliinosten päälle – Koko tapahtumahenkilökunnalle teema sopiva yhtenäinen vaatetus

Taulukko 3: Kehitysehdotukset aihealueittain

Seuraavassa alaluvussa esitellään kehitetty tapahtumakonsepti vuoden 2019 Tulevaisuuden isännöinti -seminaariin. Tapahtumakonseptin kehittäminen konkretisoitiin luomalla tapahtumalle uudistetut kehykset ensi vuoden tapahtuman järjestämiseen. Ja kuten Tuulaniemikin (2011, 189) toteaa, on konseptin ideana kuvata palvelun suuremmat linjat ja raamit pienten yksityiskohtien sijaan. Näin ollen kehitysehdotuksia hyödyntäen luotiin uudistettu aikataulu luomaan raamit vuoden 2019 tapahtumaan.

6.5 Kehitysehdotusten pohjalta uudistettu aikataulu

Uudistettu aikataulu kattaa kaikki tapahtuman kolme päivää, mutta varsinaiset muutokset tehtiin kahdelle ensimmäiselle päivälle, jolloin itse tapahtuma on. Aikatauluissa ravintoloina ja tiloina on käytetty samoja, kuin vuoden 2018 tapahtumassa. Ideana oli havainnollistaa tapahtuman kokonaisuus ja aikataulu, joten aikatauluun merkityt tilat ja ravintolat ovat viitteellisiä.

Aikataulu ensimmäiselle päivälle on havainnollistettu kuviossa 5. Kello 10:00 olisi ilmoittautuminen ja lippujen jako, jonka jälkeen kello 11:00-12:00 tarjoiltaisiin lounas. Lounaan jälkeen matkatavaroiden hytteihin viemiseen varattiin aikaa puoli tuntia, jotta kaikki seminaarivieraat kerkeisivät kello 12:30 alkavaan seminaariin. Seminaarin aikataulu pysyisi informatiivisena ja tiiviinä. Kahden viihdepitoisen esityksen sijaan olisi vain yksi puoli tuntia kestävä esitys ohjelman puolivälissä keventämässä tunnelmaa, jonka jälkeen vieraat pääsisivät nauttimaan tarjoiluista. Toisen viihdepitoisen esityksen pois jättäminen mahdollistaisi useamman

sisällöllisesti enemmän tarjoavan tietoiskun lisäämistä ohjelmaan. Jokaista tietoiskua kohden esitysaikaa olisi varattu 15 minuuttia. Seminaariosuus päättyisi kello 18:50 maljan nostoon, jonka jälkeen seminaarivierailla olisi aikaa käydä vaihtamassa vaatteita ja siistiytyvässä ennen kello 19:30 alkavaa cocktailtilaisuutta. Illallinen alkaisi kello 20:00. Illallisaikaa aikaistettaisiin, jotta ruokailuvälistä ei tulisi liian pitkä.

TULEVAISUUDEN ISÄNNÖINTI -SEMINAARI 2019	
16.5.2019	
10.00	Ilmoittautuminen ja lippujen jako
11.00 - 12.00	Lounas, ravintola Grande buffet (kansi 6)
12.00	Matkatavarat hytteihin
12.30 - 19.00	Seminaari, Atlantis Palace (kansi 7)
	12.30 Seminaarin avauspuhe & esittelyt
	12.45 Tietoisku
	13.00 Esitys
	13.30 Tietoisku
	13.45 Tietoisku
	14.00 Viihdepitoinen esitys
	14.30 Seminaaritauko & tarjoilut
	15.00 Esitys
	15.30 Tietoisku
	15.45 Esitys
	16.15 Tietoisku
	16.30 Esitys
	17.00 Seminaaritauko (Laiva lähtee)
	17.20 Esitys

	17.50 Tietoisku
	18.05 Esitys
	18.35 Tietoisku
	18.50 Seminaarin lopetus (maljan nosto)
19.30	Cocktail -tilaisuus, Silja Conference (kansi 6)
20.00	À la Carte -illallinen

Kuvio 5: Ensimmäisen seminaaripäivän aikataulu

Toinen ja kolmas tapahtumapäivä on havainnollistettu kuviossa 6. Aamiainen tarjoiltaisiin kello 7:00 ja kello 9:30 laiva saapuisi Ruotsiin. Toisen tapahtumapäivän aamupäivä pysyisi seminaarivieraille vapaana, ellei osallistuisi etukäteen varattuun vierailuun Ruotsissa. Kello 12:30 tarjoiltaisiin lounas. Mahdolliset kahdenkeskeiset keskustelut yhteistyökumppaneiden kanssa alkaisivat kello 13:45 kestäen kello 15:00 asti. Ennen Kontaktifoorum -messujen alkamista olisi viihdepitoisella yrityksellä puoli tuntia esiintymisaikaa. Kello 15:00 alkaisi varsinainen Kontaktifoorum -messutilaisuus.

Kontaktifoorumin alussa olisi 10 minuuttia kestävä avauspuhe, jossa toivotettaisiin vieraat tervetulleiksi messutilaisuuteen. Puheessa tulisi ilmi tilaisuuden aikataulu ja sisältö sekä arvonnin tarkka ajankohta ja selkeä ohjeistus. Arvonta suoritettaisiin kello 18:00, jonka jälkeen Kontaktifoorum päättyisi. Tietoiskut jätettäisiin pois kontaktifoorumista, sillä erillinen tila ei ollut toimiva ratkaisu ja niiden sijoittaminen samaan tilaan messujen kanssa tekisi tilaisuudesta sekavan. Kontaktifoorum -messut ovat verkostoitumiseen tarkoitettu tilaisuus, jossa on mahdollisuus vapaamuotoisiin keskusteluihin. Tietoiskujen pitäminen keskellä messuja hankaloittaisi keskustelujen käymistä sekä rikkoisi rentoa ja välitöntä tunnelmaa. Kontaktifoorumin päättyisi noin kello 18:15 ja cocktailtilaisuus alkaisi kello 19:15. Tilaisuuksien välissä seminaarivieraille olisi aikaa käydä siistiytyessä cocktailtilaisuutta ja illallista varten. Kello 19:45 tarjoiltaisiin illallinen, jonka jälkeen toinen seminaaripäivä päättyisi. Kolmanteen seminaaripäivään kuuluisi aamiainen kello 7:30-10:00. Tulevaisuuden isännöinti -seminaari päättyisi laivan saavuttua Helsinkiin kello 9:55.

17.5.2019	
7.00 - 9.30	Aamiainen, Tavoláta Ristorante italiano (kansi 6)
9.30	Laiva saapuu Tukholmaan
10.00 - 13.00	Vierailu valittuun kaupunkikohteeseen
12.30 - 13.30	Lounas, ravintola Grande buffet (kansi 6)
13.45 - 15.00	Mahdollisuus kahden keskeisiin keskusteluihin -Silja Conference, kokoustilat (kansi 6)
14.30 - 15.00	Viihdepohjainen esitys, Silja Confernce (kansi 6)
15.00 - 18.15	Kontaktifoorum, Silja Conference (kansi 6) 15.00 - 15.10 Kontaktifoorumin avauspuhe 15.10 - 18.00 Vapaamuotoista kontaktointia 18.00 - 18.15 Arvonta & Kontaktifoorumin lopetus
19.15	Cocktail -tilaisuus, Silja Conference (kansi 6)
19.45	Á la Carte -illallinen
18.5.2019	
7.30 - 10.00	Aamiainen, Tavoláta Ristorante italiano
9.55	Laiva saapuu Helsinkiin

Kuvio 6: Toisen ja kolmannen seminaaripäivän aikataulu

Uudistettu aikataulu luotiin kehitysehdotusten pohjalta. Lisäksi tuotoksena syntyi muut kehitysehdotukset seminaarin sisältöön, Kontaktifoorumiin, tapahtuman sujuvuuteen sekä teemaan liittyen. Kehitysehdotukset yhdessä uudistetun aikataulun kanssa toimivat apuna vuoden 2019 Tulevaisuuden isännöinti -seminaarin järjestämiseen.

7 Johtopäätökset

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää tapahtuman osallistujien ja yhteistyökumppaneiden tyytyväisyys nykyiseen tapahtumaan sekä kartoittaa heidän toiveitaan ja selvittää minkälaiseen tapahtumaan he tulevaisuudessa haluaisivat osallistua. Tarkoituksena oli tuottaa toimeksiantajalle kehitysehdotuksia ja niitä hyödyntämällä kehittää nykyistä tapahtumakonseptia ja luoda raamit vuoden 2019 tapahtumalle. Opinnäytetyössä perehdyttiin aihealueen teoreettiseen viitekehykseen, tutustuttiin toimeksiantajayritykseen ja Tulevaisuuden isännöinti -seminaariin, rajattiin kehityskohteet, havainnoitiin vuoden 2018 Tulevaisuuden isännöinti -seminaaria ja toteutettiin palautekyselyt osallistujille sekä yhteistyökumppaneille. Saatujen tulosten pohjalta luotiin kehitysehdotuksia ja niitä apuna käyttäen uudistettiin nykyistä tapahtumakonseptia. Työn tuotoksena syntyi uudistettu aikataulu ja muut kehitysehdotukset toimeksiantajan avuksi tulevan tapahtuman järjestämiseen. Lisäksi tapahtumatoimisto sai osallistujien ja yhteistyökumppaneiden vastaukset sekä valmiin opinnäytetyön käyttöönsä.

Tutkimusmenetelminä käytettiin havainnointia ja palautekyselyitä. Kirjallisuuden mukaan joissain havainnointitilanteissa tutkijalle saattaa olla vaikeaa kirjata havainnoitavia asioita välittömästi. Tällaisissa tapauksissa ainoa keino on vain luottaa omaan muistiinsa ja kirjata tekemänsä havainnot ylös myöhemmin. (Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara 2010, 213-124.) Havainnointi suoritettiin vuoden 2018 Tulevaisuuden isännöinti -seminaarissa 17.5.-19.5. Havainnointien kirjaamiseen omat haasteensa tuotti tapahtuman järjestäjien apuna työskenteleminen seminaarin aikana, jolloin havainnoiteja ei voitu kirjata ylös välittömästi. Siitä huolimatta havainnointi oli onnistunut ja huomioita tehtiin riittävästi hyvän kokonaiskuvan saamiseksi.

Toisena tutkimusmenetelmänä käytettiin palautekyselyitä asiakasymmärryksen syventämiseen. Seminaarin osallistujille ja yhteistyökumppaneille tehtiin erilliset kyselylomakkeet, jotka lähetettiin heille sähköpostitse tapahtuman jälkeen. Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran (2014, 195) mukaan suuri osa kyselytutkimuksen käyttämisen ongelmiin ja haasteisiin liittyy yleensä vastaajiin ja heidän asenteisiin sekä tapoihin vastata kyselyihin. Valmiiksi annetut vastausvaihtoehdot saattavat aiheuttaa väärinymmärryksiä, sillä kaikilla vastaajilla on erilaiset näkökulmat ja omat tapansa tulkita kysymykset sekä vastausvaihtoehdot. Lisäksi mahdollisia haasteita saattaa muodostua ajankäytöstä. Yhden merkittävimmän haasteen tutkimuksen toteuttamiselle saattaa aiheuttaa tutkimuksen aikana tapahtuva kato, eli vastaamatta jättäneiden määrä.

Kyselyt lähetettiin 97:lle osallistujalle ja 40:lle yhteistyökumppanille, joista kyselyyn vastasi 43 osallistujaa ja 21 yhteistyökumppania. Saatujen vastausten määrä oli odotettua pienempi ja avointen vastausten määrä jäi liian vähäiseksi, mikä toi haasteita asiakaslähtöisten kehitysehdotusten luomiseen ja heikensi osaltaan tutkimuksen luotettavuutta. Yksittäisistä vastauksista ei voitu tehdä yleistyksiä koko tapahtumaan liittyen. Siitä huolimatta saadut vastaukset

täydensivät ja tukivat hyvin havainnoinnissa tehtyjä huomioita. Lisäksi vastausten analysoinnissa kiinnitettiin huomiota kysymysten muotoiluun ja siihen, kuinka vastaajat olivat kysymykset ymmärtäneet. Uudelleen mietittynä kyselylomakkeiden rakenne sekä muutamat kysymykset olisi voitu muotoilla eri tavoin paremman lopputuloksen saavuttamiseksi.

Opinnäytetyön tuotoksena syntyi kehitysehdotuksia, joiden pohjalta kehitettiin uusi aikataulu vuoden 2019 tapahtumaan. Kehitysehdotukset olivat realistisia ja helposti toteutettavissa olevia. Luvussa kolme Vallo ja Häyrinen (2011, 75) toteavat, että tapahtumien on uusiuduttava jatkuvuuden takaamiseksi ja perinteiksi muodostuneisiin tapahtumiin tulee kehittää uusia elementtejä. Tulevaisuuden isännöinti -seminaarissa monet osallistujat ja yhteistyökumppanit ovat olleet tapahtumassa mukana useampia kertoja. Kehitysehdotusten hyödyntäminen ja lisääminen tapahtumaan mahdollistaisi vanhojen osallistujien ja yhteistyökumppaneiden mielenkiinnon säilyttämisen sekä uusien sitouttamisen. Lisäksi uudet elementit tapahtumassa ja tapahtuman uudistettu aikataulu loisivat uudenlaista innokkuutta tapahtuman järjestäjille ja siellä työskenteleville. Toimeksiantajan mukaan opinnäytetyön tulokset eivät tuoneet esiin mitään yllättävää, mutta vahvistivat heidän omia tekemiään havaintoja. Kehitysehdotukset on otettu käyttöön vuoden 2019 Tulevaisuuden isännöinti -seminaarin suunnittelussa.

Lähteet

Painetut

Allen, J. 2002. *The Business of Event planning*. Etobicoke: Wiley.

Catani, J. 2017. *Onnistunut yritystapahtuma. Järjestäjän käsikirja*. Liettua: BALTO Print.

Grönroos, C. 2015. *Palveluiden johtaminen ja markkinointi*. 5. painos. Vantaa: Hansaprint.

Hill, N., Brierley, J. & MacDougall, R. 2003. *How to Measure Customer Satisfaction*. England, Hampshire: Gower Publishing Limited.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2010. *Tutki ja kirjoita*. 15.-16. painos. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino.

Kananen, J. 2012. *Kehittämistutkimus opinnäytetyönä: Kehittämistutkimuksen kirjoittamisen käytännön opas*. Tampereen Yliopistopaino.

Lindsey, K. 2011. *Planning and Managing a Corporate Event*. Oxford: How to Books.

Löytänä, J. & Korteso, K. 2011. *Asiakaskokemus*. 2. painos. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino.

Muhonen, R. & Heikkinen, L. 2003. *Kohtaamisia kasvokkain: Tapahtumamarkkinoinnin voima*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. *Kehittämistyön menetelmät: uudenlaista osaamista liiketoimintaan*. 3. painos. Helsinki: Sanoma Pro.

Rantanen, M. 2016. *Tunnelmamuotoilu*. Liettua: BALTO Print.

Sammallahti, T. 2009. *Konseptisuunnittelun supersankari*. Helsinki: Books on Demand GmdH.

Shaw, C., Dibeehi, Q. & Walden, S. 2010. *Customer Experience: Future Trends & Insights*. England, Houndmills: Palgrave Macmillan.

Shone, A. & Parry, B. 2013. *Successful event management*. 4. painos. Andover: Cengage Learning.

Tuulaniemi, J. 2011. *Palvelumuotoilu*. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino.

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2014. *Tapahtuma on tilaisuus: Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen*. 4. painos. Tallinna: Tallinna Raamatutrukikoda.

Van der Wagen, L. & White, L. 2010. *Events Management*. 4. painos. Australia: Pearson Education.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2014. *Liiketoimintaosaaminen*. 6.-7. painos. Porvoo: Bookwell.

Sähköiset

Laurea julkaisut. Tapahtumajärjestäjän opas. Viitattu 5.9.2018. <https://www.laurea.fi/tiedotteet/Documents/58%20Tapahtumaj%C3%A4rjest%C3%A4j%C3%A4n%20opas.pdf>

Tulevaisuuden isännöinti 2018. Taloyhtiömaailman houkutteleva ja palkitseva kohtaamispaikka. Viitattu 10.5.2018. <http://tulevaisuudenisannointi.fi/info/>

Red Events. 2017. Tietoa yrityksestä. Viitattu 10.5.2018. <http://redevents.fi/fi/tietoa-yrityksesta/>

RPT Docy Oy. 2018. Lehti kiinteistönpidon ja korjausrakennuttamisen päättäjille. Viitattu 10.5.2018. <http://www.kiinteistoposti.fi/mediatiedot/>

RPT Docy Oy. 2018. Seuraamme rakentamista. Viitattu 10.5.2018. <http://www.rpt.fi/rpt-docu-oy/>

Kuviot

Kuvio 1: Tapahtuman prosessin vaiheet	9
Kuvio 2: Strateginen kolmio (Vallo & Häyrinen 2014, 103)	13
Kuvio 3: Operatiivinen kolmio (Vallo & Häyrinen 2014, 106)	14
Kuvio 4: Asiakaskokemuksen tasot (Löytänä & Kortesus 2011, 51-53)	17
Kuvio 5: Ensimmäisen seminaaripäivän aikataulu	40
Kuvio 6: Toisen ja kolmannen seminaaripäivän aikataulu	41

Taulukot

Taulukko 1: Osallistujien kokonaisarvio	31
Taulukko 2: Yhteistyökumppaneiden kokonaisarvio	33
Taulukko 3: Kehitysehdotukset aihealueittain.....	38

Liitteet

Liite 1: Havainnointilomake.....	49
Liite 2: Osallistujien palautekysely	50
Liite 3: Yhteistyökumppaneiden palautekysely.....	54

Liite 1: Havainnointilomake

Havainnointi

Seminaarin sisältö

- Puhujat
- Tietoiskut
- Improvisaatioteatteri

Kontaktifoorum

- Sujuvuus
- Tilan toimivuus
- Kohtaavatko oikeat asiakkaat ja yritykset

Tapahtuman sujuvuus

- Ohjeistus
- Aikataulu
- Liikkuminen

Teema

- Kiinteistöposti 25v näkyvyys
- Yhtenäisyys

Ruoka & Juoma

- Cocktailtilaisuudet
- Illalliset
- Aamiaiset

Tapahtuman yleinen viihtyvyys/tunnelma

- 1. päivä
- 2. päivä

Liite 2: Osallistujien palautekysely

Palautekysely (Osallistujat)

Nimi & yritys

1. Arvioi seminaaripuhujien esitykset ja paneelikeskustelu niiden kiinnostavuuden ja hyödyllisyyden pohjalta:
 - a. **Taloyhtiön arvon kehitys & ylläpito**

Erinomainen
Hyvä
Tyydyttävä
Arvio omin sanoin/muuta lisättävää
 - b. **Rohkeasti lisä- ja täydennysrakentamiseen -paneelikeskustelu**

Erinomainen
Hyvä
Tyydyttävä
Arvio omin sanoin/muuta lisättävää
 - c. **Painovoimainen ilmanvaihto vaatii osaamista**

Erinomainen
Hyvä
Tyydyttävä
Arvio omin sanoin/muuta lisättävää
 - d. **Digitalisaatio isännöintialalla**

Erinomainen
Hyvä
Tyydyttävä
Arvio omin sanoin/muuta lisättävää
 - e. **EU:n tietosuoja-asetus (GDPR)**

Erinomainen
Hyvä
Tyydyttävä
Arvio omin sanoin/muuta lisättävää
2. Minkälaiset puhujat/aiheet tulevissa Tulevaisuuden isännöinti -seminaareissa tuottaisivat teille eniten hyötyä ajatellen työtänne tulevaisuudessa?
3. Arvioi pääyhteistyökumppaneiden tietoiskut niiden kiinnostavuuden ja hyödyllisyyden pohjalta:
 - a. **Laadukkailla vesikalusteilla kiinteistön arvo uudelle tasolle**

Erinomainen
Hyvä

Tyydyttävä
Arvio omin sanoin/muuta lisättävää

b. Korotusrakentaminen ja linjasaneeraus tarjoavat yhdessä uuden mahdollisuuden

Erinomainen
Hyvä
Tyydyttävä
Arvio omin sanoin/muuta lisättävää

c. Yritys X

Erinomainen
Hyvä
Tyydyttävä
Arvio omin sanoin/muuta lisättävää

d. Tulevaisuuden kylpyhuone

Erinomainen
Hyvä
Tyydyttävä
Arvio omin sanoin/muuta lisättävää

e. Suunnitelmallinen viemärien ennakkohoito säästää rahaa ja toimiva kiinteistö parantaa asumisviihtyisyyttä

Erinomainen
Hyvä
Tyydyttävä
Arvio omin sanoin/muuta lisättävää

f. LoT (Internet of things) laitteiden tietoturva taloyhtiöissä

Erinomainen
Hyvä
Tyydyttävä
Arvio omin sanoin/muuta lisättävää

4. Toivatko tietoisut lisäarvoa seminaarin ohjelmaan? Jos toivat, niin miten?

5. Arvio improvisaatioteatterin esityksistä

a. Hauskoja kohtaamisia taloyhtiön arjessa

Erinomainen
Hyvä
Tyydyttävä
Arvio omin sanoin/muuta lisättävää

b. Sujuvan yhteistyön salaiset kansiot

Erinomainen

Hyvä
Tyydyttävä
Arvio omin sanoin/muuta lisättävää

- c. Kevensikö mielestäsi improvisaatioteatterin viihdepitoiset esitykset seminaarin muuten asiapitoista sisältöä?

Kyllä
Ei
Arvio omin sanoin/muuta lisättävää

6. Osallistuitko Valla Torgiin järjestettyyn vierailuun toisena seminaaripäivän aamuna?

Kyllä
Ei
(Jos vastaa kyllä, seuraa kysymys: Arvioi vierailun onnistuminen kokonaisuudessaan)

7. Arvioi LakiKammari ja Julkisivuklinikka niiden kiinnostavuuden ja hyödyllisyyden pohjalta: (Jos osallistui!)

- a. **LakiKammari**

Erinomainen
Hyvä
Tyydyttävä
Arvio omin sanoin/muuta lisättävää

- b. **Julkisivuklinikka**

Erinomainen
Hyvä
Tyydyttävä
Arvio omin sanoin/muuta lisättävää

8. Arvioi omin sanoin Kontaktifoorumin onnistuminen kokonaisuutena ja sen tuottamat hyödyt itsellesi ja/tai yrityksellesi.

9. Arvioi Tulevaisuuden isännöinti 2018 -seminaarin onnistuminen kokonaisuutena

- a. Tapahtuman ohjeistus ja sujuvuus

Erinomainen
Hyvä
Tyydyttävä
Arvio omin sanoin/muuta lisättävää

- b. Tapahtuman aikataulu ja sen toimivuus

Erinomainen
Hyvä
Tyydyttävä
Arvio omin sanoin/muuta lisättävää

- c. Teeman yhtenäisyys ja näkyvyys (esim. Kiinteistöposti 25v. värimaailma)

Erinomainen
Hyvä
Tyydyttävä
Arvio omin sanoin/muuta lisättävää

d. Vastasivatko ruoka- ja juomatarjoilut odotuksiasi?

Kyllä
Ei
Arvio omin sanoin/muuta lisättävää

10. Osallistuisitko Tulevaisuuden isännöinti -seminaariin myös ensi vuonna?

Ehdottomasti
Mahdollisesti
En

11. Muuta lisättävää/kehitysehdotuksia/terveiset järjestäjille

Liite 3: Yhteistyökumppaneiden palautekysely

Palautekysely (yhteistyökumppanit)

Nimi ja yritys

1. Arvio ohjeistuksesta ja 22.3.2018 järjestetystä infotilaisuudesta ennen seminaaria

- a) Seminaari

Erinomainen
Hyvä
Tyydyttävä
Arvio omin sanoin/muuta lisättävää

- b) KontaktiFoorum

Erinomainen
Hyvä
Tyydyttävä
Arvio omin sanoin/muuta lisättävää

2. Arvio seminaariohjelman sisällöstä kokonaisuutena

Erinomainen
Hyvä
Tyydyttävä
Arvio omin sanoin/muuta lisättävää

3. Arvio KontaktiFoorumin tilasta ja sen toimivuudesta

Erinomainen
Hyvä
Tyydyttävä
Arvio omin sanoin/muuta lisättävää

4. Arvio KontaktiFoorumista tilaisuutena ja teidän osuudestanne siellä

Erinomainen
Hyvä
Tyydyttävä
Arvio omin sanoin/muuta lisättävää

5. Johtiko Tulevaisuuden Isännöinti 2018 -seminaari konkreettisiin tarjouksiin ja toimeksiantoihin?

Kyllä
Ei

6. Vastasivatko ruoka- ja juomatarjoilut odotuksiasi?

Kyllä
Ei
Arvio omin sanoin/muuta lisättävää

7. Arvio tapahtuman teeman yhtenäisyydestä ja näkyvyydestä (esim. Kiinteistöposti 25v. värimaailma)

Erinomainen

Hyvä

Tyydyttävä

Arvio omin sanoin/muuta lisättävää

8. Arvio Tulevaisuuden isännöinti 2018 -seminaarin onnistumisesta kokonaisuutena

Erinomainen

Hyvä

Tyydyttävä

Arvio omin sanoin/muuta lisättävää

9. Onko yrityksenne kiinnostunut osallistumaan Tulevaisuuden isännöinti -seminaariin myös vuonna 2019?

Kyllä

Ei

10. Muuta lisättävää/kehitysehdotuksia/terveiset järjestäjille