



Asiakaslähtöisen tapahtuman suunnittelu ja toteutus

Järvinen Minna

Leinonen Susanna

OPINNÄYTETYÖ
Tammikuu 2020

Liiketalouden koulutusohjelma
Yrittäjyys ja tiimijohtaminen

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Yrittäjyys ja tiimijohtaminen

JÄRVINEN MINNA & LEINONEN SUSANNA:
Asiakslähtöisen tapahtuman suunnittelu ja toteutus

Opinnäytetyö 108 sivua, joista liitteitä 22 sivua
Tammikuu 2020

Opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää Tampereen ammattikorkeakoulun (myöhemmin TAMK) yrittäjyyden ja tiimijohtamisen yksikön, Proakatemian, juhlakonseptia. Opinnäytetyössä kuvaillaan juhlakonseptin suunnittelun uudistamista varten käytettyjä menetelmiä sekä esitellään asiakkaille tehtyjen palautekyselyiden tuloksia. Kuvauksessa käydään läpi kronologisesti projektin sekä itse tapahtumatuotannon ydinkohtia. Opinnäytetyö syntyi tekijöiden mielenkiinnosta tapahtumatuotantoon, palvelumuotoiluun, asiakslähtöiseen suunnitteluun sekä näiden aihealueiden yhdistämiseen.

Proakatemian yhteisten tapahtumien suunnittelun uudistamiseksi luotiin Proakatemian 20 -vuotisjuhlal asiakslähtöisen suunnittelun menetelmillä. Tapahtuma järjestettiin Tampereen Pakkahuoneella syyskuussa 2019. Juhlakonseptin suunnittelu toteutettiin kokonaisuudessaan asiakslähtöisen tapahtumasuunnittelun keinoin, koko yhteisöä hyödyntäen. Tapahtuman toteutuksessa haluttiin huomioida asiakas alusta loppuun, joten sen toteutuksen suunnittelussa hyödynnettiin palvelumuotoilun periaatteita sekä palvelupolkua.

Opinnäytetyössä kerrotaan projektiorganisaation työvaiheista sekä suunnittelu-prosessin etenemisestä sekä sisällöstä. Kyselytutkimuksissa puolestaan huomioidaan asiakkaiden kokemukset asiakslähtöisen suunnittelun toteutumisessa onnistumisesta sekä tapahtumasta ja sen ohjelmasta.

Kehittämisehdotuksia tulevien tapahtumien järjestämistä varten on koostettu muistilista tapahtumatuottajalle. Muistilistoissa opastetaan projektiorganisaation muodostamisessa, asiakasprofiilien määrittelyssä, vertailuanalyysien tekemisessä, yhteiskehittämisessä, asiakslähtöisen tapahtuman toteutuksessa ja palautekyselyiden teettämisessä.

Asiasanat: asiakslähtöinen suunnittelu, palvelumuotoilu, palvelupolku, tapahtumatuotanto

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Administration
Entrepreneurship and Team Leadership

JÄRVINEN MINNA & LEINONEN SUSANNA:
Customer-driven event design and execution

Bachelor's thesis 108 pages, appendices 22 pages
January 2020

The objective of this study was to develop the event concept of Proakatemia, which is the unit of entrepreneurship and team leadership in Tampere University of Applied Sciences (later TAMK). The thesis describes the methods used to renew the event concept and presents the results of customer feedback surveys. The description chronologically covers the central points of the project and the event production. The thesis arose out of the authors' interest in event production, service design, customer-driven design and a combination of these three.

In order to renew the planning of Proakatemia's joint events, the Proakatemia 20th anniversary was created with the help of customer-driven design. The event took place at Pakkahuone Tampere in September 2019. The party concept was executed entirely by using customer-driven design, utilising the whole Proakatemia community. The purpose of the event was to consider the customer from start to finish, so the service design and service path were used to design the event. The content and the stages of work done by the project organisation as well as the progress of the planning process were presented in the description of the anniversary. The study of the customer feedback surveys focused on the customers' impressions of the success of the customer-driven event planning, as well as the event and its program.

The development suggestions for organising future events were compiled into a checklist for the event producer. The checklists guide through project organisation, customer profile definition, benchmarking, co-development, customer-driven event implementation and performing feedback surveys.

Key words: customer-driven design, service design, service path, event production

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
1.1	Toimeksiantajan esittely	6
1.2	Uuden juhlakonseptin toteutustapa ja tavoite	8
1.3	Opinnäytetyön tavoite ja tarkoitus	9
2	PALVELUMUOTOILU	10
2.1	Asiakaslähtöinen suunnittelu	15
3	PROJEKTIOORGANISAATIO	17
3.1	Vastuumatriisi	18
3.1	Proakatemian 20 -vuotisjuhlien projektiorganisaatio	19
3.2	Muistilista projektiorganisaation muodostamiseen	21
4	ASIAKASPROFIILIT	22
4.1	Asiakasprofiilien merkitys tapahtumasuunnittelussa	22
4.2	Proakatemian 20 -vuotisjuhlien asiakasprofiilit	23
4.3	Muistilista asiakasprofiilien määrittelyyn	26
5	VERTAILUANALYYSI	27
5.1	Vertailuanalyysin teoria	27
5.2	Vertailuanalyysin lähtökohdat	28
5.3	Startup World Cup	30
5.3.1	Viestintä	30
5.3.2	Palvelupolku	31
5.3.3	Ruoka ja juoma	31
5.3.4	Ohjelma	32
5.4	Sport & Business Seminar	32
5.4.1	Viestintä	33
5.4.2	Palvelupolku	34
5.4.3	Ruoka ja juoma	34
5.4.4	Ohjelma	34
5.5	Vertailuanalyysien yhteenveto	35
5.6	Muistilista vertailuanalyysien tekemiseen	39
6	YHTEISKEHITTÄMINEN JA IDEOINTI	40
6.1	Ideointi-illat	43
6.2	Workshop	43
6.3	Yhteiskehittämisen ratkaisut	44
6.3.1	Ruoka ja juoma	44
6.3.2	Tila ja tunnelma	46
6.3.3	Ohjelma	48

6.3.4 Musiikki.....	50
6.4 Muistilista yhteiskehittämiseen.....	50
7 PROAKATEMIAN 20 -VUOTISSYNTYMÄPÄIVÄJUHLAT.....	51
7.1 Talvi 2019	52
7.2 Kevät 2019.....	55
7.3 Kesä 2019.....	56
7.4 Syksy 2019	57
7.5 Muistilista asiakaslähtöisen tapahtuman toteutukseen.....	62
8 PALAUTTEET.....	63
8.1 Workshopin palautekysely	64
8.1.1 Palautekyselyn vastaukset	65
8.1.2 Vastausten analysointi.....	67
8.2 Syntymäpäiväjuhlien palautekysely.....	69
8.2.1 Palautekyselyn vastaukset	70
8.2.2 Vastausten analysointi.....	70
8.3 Käyttäjakeskeisyys kysely	72
8.3.1 Kyselyn vastaukset.....	72
8.3.2 Vastausten analysointi.....	75
8.4 Muistilista palautekyselyiden teettämiseen	77
9 YHTEENVETO	78
10 POHDINTA	79
10.1 Juhlan onnistuminen.....	79
10.2 Juhlan merkitys Proakatemia yhteisölle.....	80
10.3 Kehitysehdotuksia Proakatemia tapahtumille	81
LÄHTEET.....	83
LIITTEET	86
Liite 1. Muistilista tapahtumatuottajalle	86
Liite 2. Pohjakartta	91
Liite 3. Workshop palautteet	92
Liite 4. Syntymäpäiväjuhlien palautteet.....	99
Liite 5. Käyttäjakeskeisyys kysely	102

1 JOHDANTO

1.1 Toimeksiantajan esittely

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Tampereen ammattikorkeakoulun (jäljempänä TAMK) yksikkö Proakatemia, josta valmistutaan yrittäjyyden ja tiimijohdamisen tradenomeiksi. Proakatemia on perustettu vuonna 1999, jolloin perustajana toimivat TAMKin lehtorit Antti Klaavu ja Irja Lehtinen. Proakatemian tiimiopimismalli juonsi juurensa Jyväskylässä vuonna 1993 perustetusta Tiimiakatemiasta, jonka perusti Jyväskylän ammattikorkeakoulun lehtori Timo Partanen. Tiimiakatemia on kaaosmaisesti, verkostoittain ja litteästi organisoitunut korkeakouluyhteisö, joka koostuu valmentajista ja opiskelijoista (Leinonen, Partanen & Palviainen 2002). Sama kuvaus sopii vahvasti myös Proakatemiaan.

Tradenomin perusopinnot kestävät TAMKin pääkampuksella puoli vuotta, jonka jälkeen opinnot jatkuvat Proakatemialla. Opiskelijat jaetaan tiimeihin Belbinin tiimiroolitestin perusteella. Tämän jälkeen opiskelijat perustavat osuuskuntamuotoiset tiimiyitykset. Tradenomeille pakolliset kurssikokonaisuudet opitaan tekemällä liiketoimintaa oikeiden asiakkaiden kanssa sekä lukemalla kirjallisuutta tehden niistä esseitä, joissa reflektoidaan opittua. Opiskelijat toimivat tiimiyityksissään kolmen vuoden ajan ennen valmistumistaan. Opiskelijat hankkivat itse asiakkaat ja työstettävät projektit. Proakatemian tiimiyitykset ovat rikkoneet miljoonan euron liikevaihdon vuonna 2017 (Koskiranta & Mäkelä 2019, 117). Vuotuiset liikevaihdon kasvutavoitteet ovat 20%.

Tiimiyrittäjien viikosta kahdeksan tuntia on varattu yhteiseen ajatteluun, tiedon luomiseen ja dialogiin. Näitä hetkiä kutsutaan Proakatemialla pajoiksi. Paja-ajan voi käyttää uuden asian opiskeluun yhdessä, tiimiyityksen liiketoiminnan kehittämiseen tai vaikkapa innovointiin. Paikalla ovat kaikki tiimiyityksen jäsenet sekä heidän valmentajansa. (Koskiranta & Mäkelä 2019, 30.) Opiskelijat antavat toisilleen palautetta, joka auttaa jokaista kehittymään ja oppimaan lisää. Opiskelijat ovat toisilleen yhtä tärkeässä roolissa kuin valmentajat. Vertaisarviot sekä -oppiminen tuovat kaikki samalle viivalle.

Proakatemia on laajentunut ja kehittynyt kahdenkymmenen vuoden historiansa aikana. Vuosittainen opiskelijamäärä on moninkertaistunut muutamasta kymmenestä lähes kahteensataan (Koskiranta & Mäkelä 2019, 32). Proakatemialla voi suorittaa joko ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon tai ammattikorkeakoulututkinnon ja niihin on saatu suora haku siitä syystä, että on pystytty osoittamaan tiimipedagogiikan toimivuus. Suoralla haulla voidaan varmistaa se, että Proakatemialle otetaan ne yksilöt, jotka haluavat kehittää yhteisöä ja oppilaitosta edelleen eikä keskittyä pelkästään omaan oppimiseen ja tekemiseen. Nykyisiä opiskelijoita akatemialla on noin 120. Alumneja on yhteensä noin 600. (Alumnin elämää 2019)

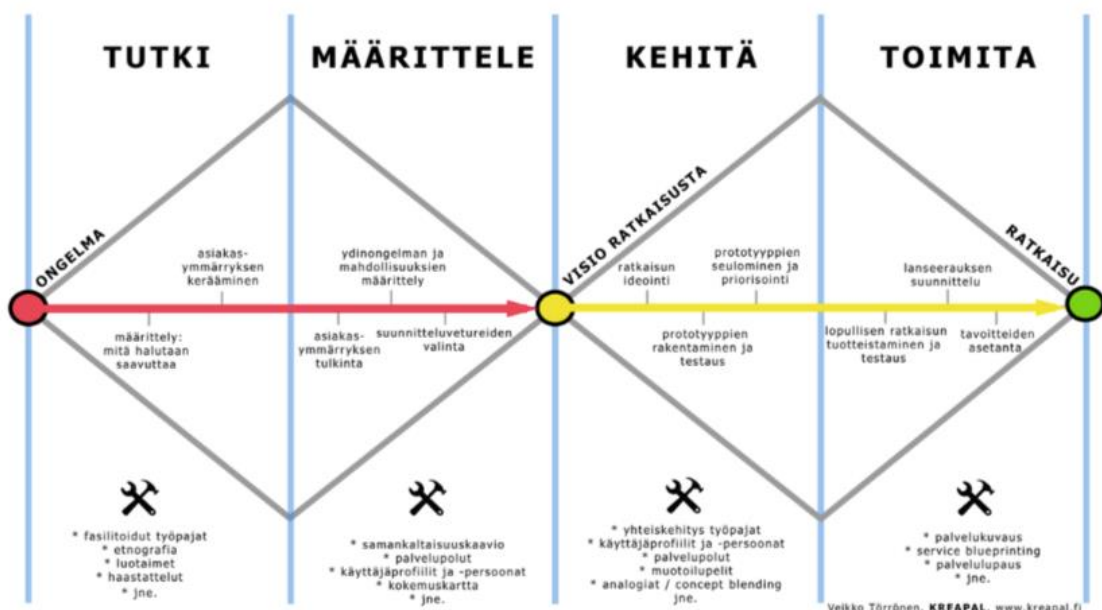
Kun opiskelija valmistuu, hän vie mennessään valtavan määrän tietoa, taitoa ja verkostoja, ja tätä osaamispääomaa hän kartuttaa vuosi vuodelta lisää. Alumneilla olisikin paljon annettavaa, mutta valitettavasti vain aniharva alumni palaa korkeakouluunsa jakamaan osaamistaan valmistumisen jälkeen. Proakatemialla on onnistuttu toimimaan toisin. Tässä yhteisössä alumnitoiminta on missä mittapuussa tahansa tarkasteltuna poikkeuksellisen aktiivista, ja alumnit näkyvätkin Proakatemian arjessa lähes joka päivä. (Koskiranta & Mäkelä 2019, 62.)

Se, että Proakatemialla on 20. juhlavuosi ei ole mikään itsestäänselvyys. Proakatemian ensimmäiset 5-7 vuotta olivat sellaisia, että yrittäjyyden ja tiimi johtamisen tutkintolinja haki vielä hyväksyntää Suomen korkeakouluyhteisössä. Opiskelijoiden omistautuneisuus Proakatemian oppimismallia kohtaan on ollut suuressa roolissa yksikön jatkuvuuden kannalta. Alusta saakka opiskelijat ovat olleet niitä, jotka ovat nostaneet esiin syitä, miksi näin täytyy opiskella, tiimeissä. Proakatemian opintometodit poikkeavat niin sanotusta normaalista koulusta sillä, että opiskelijalla on vastuuta ja valtaa vaikuttaa asioihin. Proakatemian yhteisöä johtaa päävalmentaja. Yhteisön yhteisistä asioista päättää johtoryhmä, johon kuuluu päävalmentaja sekä yksi vastuuhenkilö jokaisesta tiimiyhtyksestä. Johtoryhmässä on mukana myös Proakatemian markkinointi- ja viestintätiimin sekä kansainvälisen tiimin vetäjät, jotka ovat myös tiimiyrittäjiä. Johtoryhmän kautta jokaisella on mahdollisuus vaikuttaa yhteisöön. (Koskiranta & Mäkelä 2019, 31.)

1.2 Uuden juhlakonseptin toteutustapa ja tavoite

Proakatemiassa toimii vuosikello, jonka laatii Proakatemian johtoryhmä. Vuosikellon avulla tavoitteena on järjestää joka kuukaudelle yhteisöä koskeva yhteinen tapahtuma tai juhla. Yhteisten tapahtumien ja juhlien tavoitteena on tiivistää yhteisöä ja lisätä yhteenkuuluvuuden tunnetta. Proakatemian alusta saakka on ollut perinteenä pitää syntymäpäiväjuhlat aina syyskuussa. Tähän koko yhteisön yhteiseen tapahtumaan kutsutaan myös alumneja.

Proakatemian 20 -vuotissyntymäpäiväjuhlien juhlakonseptissa hyödynnettiin asiakaslähtöistä suunnittelua sekä palvelumuotoilua. Tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa jokaista juhliin osallistuvaa palveleva juhlakonsepti. Suunnittelun arvoina olivat avoimuus, asiakaslähtöisyys ja yhteisöllisyys. Asiakaslähtöistä suunnittelua hyödyntämällä tavoitteena oli maksimoida juhliin osallistuvien määrä ja lisätä avoimuutta projektitiimin, sekä osallistujien välillä. Palvelumuotoilun menetelmistä käytettiin tuplatimanttimallia, kuten Törrönen kuvaa (kuvio 1) jakaen prosessin neljään osaan: tutki, määrittele, kehitä sekä toimita.



KUVIO 1. Palvelumuotoilun prosessi (Törrönen 2017)

Vierivä kivi ei sammaloidu: vaikka hyväksi havaittuja ja kokeiltuja toimintamalleja ei välttämättä olekaan syytä joka välissä muuttaa, aina välillä on hyvä ravisella totuttuja tapoja. (Karreinen, Halonen & Tennilä 2013, 107). Syntymäpäiväjuhlien projektitiimi teki näin isoa tapahtumaa ensimmäistä kertaa. Juhlavuoden

teemana Proakatemialla toimi yhteisöllisyys. Juhlavuonna käytettiin hashtagia #ubuntu muistuttamaan teemasta. Projektitiimi halusi osallistaa koko yhteisöä juhlien suunnitteluun ja toteutukseen avoimien ideointikertojen sekä workshopin avulla.

1.3 Opinnäytetyön tavoite ja tarkoitus

Opinnäytetyön tavoitteena on juhlakonseptin kehittäminen asiakaslähtöisen suunnittelun avulla avoimesti ja yhteisöä hyödyntäen.

Opinnäytetyön tarkoituksena on tuottaa opas asiakaslähtöisen tapahtuman suunnitteluun ja toteutukseen sekä laatia kehitysehdotuksia tuleville Proakatemian yhteisille tapahtumille.

Tapahtuma on aina iso kokonaisuus ja tässä opinnäytetyössä rajataan pois tapahtuman markkinointi, sponsori-hankinta, lipunmyynti ja talouden hallinta sekä visuaalisen ilmeen suunnittelu ja toteuttaminen.

2 PALVELUMUOTOILU

Tässä luvussa opinnäytetyön kirjoittajat käsittelevät palvelumuotoilun teoriaa, palvelupolkua, asiakaslähtöistä suunnittelua sekä muotoiluajattelua. Luvun tavoitteena on auttaa ymmärtämään, mitkä ovat loppukäyttäjän tarpeet ja toiminnan motiivit kehitettävässä palvelussa.

Palvelumuotoilu on osaamisala, joka tuo muotoilusta tutut toimintatavat palveluiden kehittämiseen ja yhdistää ne perinteisiin palvelun kehityksen menetelmiin. Palvelumuotoilu ei ole uusi innovaatio vaan pikemminkin tapa yhdistää vanhoja asioita uudella tavalla. Palvelumuotoilu elää omien oppiensä mukaisesti jatkuvassa kehittämisen tilassa. Edellä kuvatun kulttuurisen, taloudellisen ja sosiaalisen murroksen vaatimaa osaamista voidaan kutsua palvelumuotoiluksi. (Tuulaniemi 2016, 24.)

Palvelumuotoilu on systemaattinen tapa kehittää liiketoimintaa. Se on prosessi ja useista osaamisaloista kumpuava työkalu ja ajattelutapa. Toiminnalle on ominaista kokonaisvaltainen lähestyminen kehitettävään palveluun. Palveluun vaikuttavista tekijöistä muodostetaan kokonaiskuva, ja se pidetään koko suunnittelun ajan kirkkaana mielessä. Toimintamallissa palvelu myös jaetaan pienempiin osakokonaisuuksiin. Nämä osakokonaisuudet pilkotaan vielä yksittäisiin elementteihin, jotta niihin päästään paremmin käsiksi ja jotta ne voidaan optimoida tavoitteiden mukaisesti. (Tuulaniemi 2016, 27.) Palvelumuotoilun prosessi koostuu seuraavista osista: määrittely, tutkimus, suunnittelu, palvelutuotanto ja arviointi (Tuulaniemi 2016, 128).

Tuulaniemi (2016) toteaa, että palvelumuotoilu ei ole abstraktia asiakkaiden tunteiden tai kokemusten suunnittelua. Se on konkreettista toimintaa, joka yhdistää sekä käyttäjän tarpeet ja odotukset että palveluntuottajan liiketoiminnalliset tavoitteet toimiviksi palveluiksi. (Tuulaniemi 2016, 25.)

Palvelumuotoilun vahvuus on se, ettei sitä ole tarkkaan määritelty, eikä se siten ole rajattu osaamisalue vaan pikemminkin yleinen ajatustapa, prosessi ja työka-

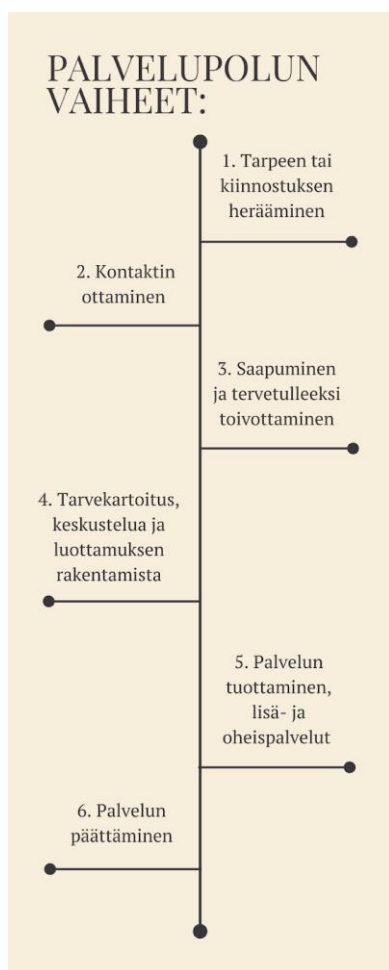
luvalikoima, joka pohjautuu useisiin osaamisalueisiin muotoilusta insinööritieteisiin ja johtamisesta yhteiskunnallisiin tieteisiin. Kaikki osaamisalueet voivat käyttää tätä jaettua ajatusmallia yhteisenä kielenä kehittäessään menestyviä palveluita. (Tuulaniemi 2016, 60.)

Palvelukokemusta sinänsähän ei voi suunnitella, koska kokemus on subjektiivinen ja tapahtuu asiakkaan pään sisällä. Palvelumuotoilun tavoitteena onkin optimoida asiakkaan palvelukokemus. Tämä tapahtuu keskittymällä asiakaskokemuksen kriittisiin pisteisiin optimoimalla palveluprosessi, työtavat, tilat ja vuorovaikutus sekä poistamalla palvelua häiritsevät asiat. Tarkoituksena on, että asiakkaalle muodostuu mahdollisimman positiivinen palvelukokemus. (Tuulaniemi 2016, 26.)

Palvelumuotoilussa asiakas on niin tärkeässä roolissa, että hän on tapahtumassa ainut päättävä tekijä, joka ratkaisee tapahtuman onnistumisen. Asiakkaan mielenkiinto täytyy saada heräämään ja säilymään koko suunnitteluprosessin ajan, muuten hän on valmis viemään rahat toiseen tapahtumaan. *“There is only one boss. The customer. And he can fire everybody in the company from the charmain on down, simply by spending his money somewhere else. – Sam Walton, Wallmart. “* (Ahvenainen, Gylling & Leino 2017, 8).

Ymmärtääksemme, mistä palvelumuotoilussa on kysymys, muodostamme ensin kokonais kuvan asiasta pienempien osien ja osakokonaisuuksien kautta. Meidän on sisäistettävä palvelun ominaisuudet, tiedostettava olemassa olevat haasteet, tunnettava asiaan liittyvä terminologia ja hallittava prosessi ja työmenetelmät sekä osattava lopuksi soveltaa tätä kaikkea käytäntöön. (Tuulaniemi 2016, 58.)

Kun tavoitteena on tuottaa kokemuksia ja tunnelmaa, aloitetaan kuvaamalla palvelu. Sitä ennen on syntynyt tarina, jonka on ajateltu kiinnostavan tietynlaisia ihmisiä. Tarinan kanssa käsi kädessä kulkee asiakasymmärrys. Seuraavaksi kuvataan tavoiteltu tuotos, kokemus ja siihen johtava tekemisen sarja ja järjestys. Hyvänä pohjana voi käyttää palvelumuotoilusta tuttua polkuajattelua. Kohtaamishetket kuvataan ajallisesti etenevänä sarjana, ja ne muodostavat asiakkaan kokeman palvelupolun. (Rantanen 2016, 51.)



KUVIO 2. Esimerkki palvelupolun vaiheista

Rantanen (2016, 53) on avannut palvelupolun kuusi eri vaihetta (kuvio 2). Tuulaniemi (2016, 78) muistuttaa, että palvelu on prosessi ja palvelun kuluttaminen tarkoittaa aika-akselille sijoittuvan kokemuksen kuluttamista.

Palvelupolku kuvaa, miten asiakas kulkee ja kokee palvelun aika-akselilla. Palvelupolku jaetaan eri pituisiin osiin käytännön kannalta tarkoituksenmukaisesti. Näitä osia ovat palvelutuokiot ja palvelun kontaktipisteet. Palvelupolku jakautuu siis palvelutuokioihin, jotka sisältävät useita palvelun kontaktipisteitä. (Tuulaniemi 2016, 78.) Jokaisen kohtaamispisteen tavoitteena on tuottaa positiivinen tunnejälki ja luoda asiakkaalle parempi -kuin kohtaamista edeltänyt -tunnetila (Ahvenainen ym. 2017, 54). Jokaisessa kohtaamispisteessä korostuu asiakaspalvelun ja asiakkaan kohtaamisen merkitys.

Palvelumuotoilu...

- tähtää luomaan palveluita, jotka ovat hyödyllisiä, käytännöllisiä, haluttuja, ja tehokkaita
- on ihmiskeskeinen lähestymistapa, joka keskittyy asiakaskokemukseen ja palvelun laatu on avainarvo kohtaamistilanteissa
- on kokonaisvaltainen lähestymistapa, joka yhdistää strategiset ja systemiset prosessin osa-alueet ja kontaktipisteet suunnittelun lähtökohdiksi
- on systemaattinen ja toistuva prosessi, joka yhdistää käyttäjäkeskeiset, tiimilähtöiset, eri tieteiden väliset lähestymistavat ja metodit oppimissykeiksi (Saco & Goncalves 2010, 161.)

Kirjassa Käyttäjakeskeinen tuotesuunnittelu - Käyttäjätiedon keruu, mallittaminen ja arviointi luetellaan käyttäjakeskeistä lähestymistapaa kuvaavat seuraavat kohdat:

- käyttäjien aktiivinen osallistuminen ja käyttäjävaatimusten ymmärtäminen
- käyttäjän ja teknologian suorittamat tehtävät
- monialainen suunnittelu
- suunnitteluratkaisujen iteroiminen (Huotari, Laitakari-Svärd, Laakko & Koskinen 2003, 18.)

Palvelut ovat hyvin monimutkaisia, aikaan sidottuja vuorovaikutteisia systeemejä. Palvelumuotoilun keskeisenä tavoitteena onkin osallistaa prosessiin kaikki palvelussa mukana olevat osapuolet, niin eri asiakassegmentit kuin kaikki palvelun tuotantoon osallistuvat tahot, sitouttamalla heidät yhteistoimintaan jo palvelun suunnitteluvaiheessa. (Tuulaniemi 2016, 28.)

Ihminen on keskeinen osa palvelua. Palvelumuotoilun yhteydessä puhutaan asiakkaan palvelukokemuksesta. Asiakas on aina osa palvelutapahtumaa, ja hän muodostaa kokemuksensa palvelusta joka kerta palvelutapahtumassa henkilökohtaisesti uudestaan. (Tuulaniemi 2016, 26.)

Lockwood (2010) toteaa palvelumuotoilun olevan ihmiskeskeinen innovointiprosessi, joka korostaa huomioiden, yhteistyön, nopean oppimisen, ideoiden visu-

alisoinnin, nopean konseptien prototypoinnin ja samanaikaisen bisneksen analysoinnin lopullista vaikutusta innovaatioon ja liiketoiminnan strategiaan. Tavoitteena on osallistaa kuluttajat, suunnittelijat ja liiketoiminnan kehittäjät prosessiin, jota voidaan hyödyntää tuotteiden, palveluiden tai liiketoiminnan suunnitteluun. (Lockwood 2010, xi.)

Palvelumuotoilu antaa samat kehitystyökalut kaikkien palveluun liittyvien osapuolten käyttöön. Palvelumuotoiluprosessissa osapuolet kuitenkin tiedostavat, että palveluun olennaisesti liittyvien kokonaisuuksien (visuaalinen ilme, tavarat tai fyysinen toimintaympäristö) suunnittelu ei tämän myötä ole yhtään helpottunut vaan että onnistuneeseen lopputulokseen tarvitaan edelleenkin koulutettuja ja kokeneita suunnittelijoita. (Tuulaniemi 2016, 69.)

Muotoiluajattelussa (*design thinking*) käytetään useita tavallisia avainkäsitteitä. Ensimmäinen vaihe on kehittää syvä ymmärrys kuluttajien tarpeista ja toiveista kenttätutkimuksen avulla. Inspiraation lähteenä ja suunnittelun apuna käytetään empaattista lähestymistapaa, joka auttaa saavuttamaan kuluttajan näkemykset ja löytämään sanoittamattomat tarpeet. Paras tapa tehdä näin on mennä kuluttajien keskuuteen tekemään yhteistyötä avoimin mielin, jopa yhteissuunnitellen konsepteja. Monesti tämä sisältää havainnollistavia tutkimuksia ja etnografisia metodeja katsellen, kuunnellen, keskustellen ja etsien ymmärrystä. (Lockwood 2010, xi.)

Käyttäjien hyödyntäminen suunnittelun alkuvaiheessa mahdollistaa käyttäjien arviot konseptista. Siksi, toiseksi tärkein näkökohta muotoiluajattelussa on yhteistyö, sekä käyttäjien kanssa että muodostamalla monialaisia tiimejä. Tämä auttaa yritystä kohti radikaalia innovaatiota pikemminkin kuin asteittaista parantamista, ja etsii tietysti lisäarvoa. (Lockwood 2010, xi.)

Palvelumuotoilussa on keskeistä ymmärtää loppukäyttäjän tarpeet ja toiminnan motiivit kehitettävään palveluun. Loppukäyttäjän ottaminen mukaan palvelun kehittämiseen edistää suunnittelua, tiedon kulkua ja arvon rakentumista. Siis sitä arvoa, jota asiakas on palvelutapahtumassa mukana muodostamassa. Yhteiskehittämisen etuna on kaikkien osapuolien vahva sitoutuminen niin kehittämiseen kuin palvelun tuottamiseenkin. (Tuulaniemi 2016, 117.)

Asiakkaiden odotukset ovat sekä kaksitasoisia että joustavia. Ensinnäkin asiakkaalla on odotuksia hänelle riittävästä palvelusta. Toisaalta hänellä on käsitys siitä, millaista palvelua hän haluaisi saada. Näiden kahden tason väliin jäävää aluetta nimitetään hyväksyttävän palvelun alueeksi. (Ylikoski 1999, 120).

Asiakkaan palvelukokemukseen vaikuttaa myös se, paljonko asiakas kokee itse panostavansa palvelun saamiseen verrattuna saamaansa hyötykimppuun. Tästä käytetään nimitystä asiakkaan saama arvo. (Ylikoski 1999, 153).

2.1 Asiakaslähtöinen suunnittelu

Vierivä kivi ei sammaloidu: vaikka hyväksi havaittuja ja kokeiltuja toimintamalleja ei välttämättä olekaan syytä joka välissä muuttaa, aina välillä on hyvä ravis-tella totuttuja tapoja. (Karreinen ym. 2013, 107).

Palvelu on luonteeltaan abstrakti, sen keskeinen osa on aineetonta. Palvelut ovat eräänlaisia ehdotuksia, joita tarjotaan asiakkaiden ostettaviksi. Osa palveluista on myös tarkoitettu olemaan näkymättömissä. (Tuulaniemi 2016, 90.) Koska tapahtuma on palvelu, aineeton hyödyke, sille täytyy luoda arvo asiakkaan silmissä. Arvon luominen tapahtuu palveluliiketoiminnassa kehittämällä yhdessä loppukäyttäjän kanssa. Asiakasymmärrys nousee keskiöön palvelua kehitettäessä.

Asiaa voidaan myös luonnehtia seuraavasti: palveluntuottaja on tyhjän kaup-pias. Koska palvelua ei voi varastoida, on palvelun markkinointikin periaat-teessa palveluehdotuksen asettamista asiakkaiden arvioitavaksi. Edellä esitetty tarkoittaa, että jos palveluntarjoaja haluaa vahvistaa kilpailuasemaansa ja ma-daltaa palvelun ostamisen kynnyistä, täytyy hänen tehdä näkymättömät palvelu-väitteet näkyväksi ja haluttavaksi tarjoomaksi. (Tuulaniemi 2016, 91.)

Rantanen (2016) painottaa, että palvelumuotoilun voi pikemminkin ymmärtää osana konseptisuunnittelua: suunnitellaan kokonaisuus, johon liittyvät materiaa-lit, haluttu palvelukokonaisuus, asiakkaan kokemus ja niin edelleen. Kyse ei ole

pelkästään palvelumuotoilusta, vaan nimenomaan ihmisten kokemuksista siitä, mitä tietyssä paikassa ja tietyssä palvelutilanteessa tapahtuu. Ja mitä lisäarvoa kussakin kohtaamisessa syntyy. Kyse on arvon luomisesta. (Rantanen 2016, 43.)

Organisaatio voi olla asiakaskeinen vain, jos se ymmärtää asiakkaidensa tarpeet ja ostopäätöksiin vaikuttavat tekijät. Näiden tekijöiden tuntemusta organisaation kaikkien toimintojen tasolla voidaankin pitää yhtenä asiakaskeisyyden toteutumisen edellytyksenä. (Ylikoski 1999, 38).

Asiakaskeinen organisaatio pyrkii tavoitteidensa toteutumiseen juuri asiakastytyvyyden avulla. Jotta tyytyväisyyteen voidaan vaikuttaa, tarvitaan täsmällistä tietoa siitä, mitkä asiat tekevät asiakkaat tyytyväisiksi. Asiakaskeisyys edellyttää tässäkin, että tietoa hankitaan suoraan asiakkaalta itseltään. (Ylikoski 1999, 149.)

Asiakaskeisyyden pitäisi myös näkyä asiakkaille. Tarpeiden tyydyttämisen lisäksi asiakkaan tulee tuntee, että organisaatio on kiinnostunut hänen tarpeistaan ja toiveistaan ja että häntä palvellaan hyvin. (Ylikoski 1999, 41.) Asiakkaan kuunteleminen auttaa asiakkaiden toiminnan ymmärtämisessä ja asettaa koordinaatteja osaamisen kehittämiseksi, jotta asiakkaalle pystytään tarjoamaan hänen tarvitsemiaan palveluja siten, että hän voi kokea yrityskulttuurin asiakasempaan paattiseksi palvelukulttuuriksi. (Loikkanen, Kylmä & Tuuri 2013, 29.)

3 PROJEKTIOORGANISAATIO

Projektiorganisaatio on tärkeä osa onnistunutta tapahtumatuotantoa. Osiossa kuvataan yksi tapa muodostaa toimiva projektiorganisaatio, jota Proakatemian 20 -vuotissyntymäpäiväjuhlien projektitiimi kokeili. Mallin nimi on vastuumatriisi.

Projektissa työskentelevät muodostavat projektiryhmän. Se on yhteisiin tavoitteisiin sitoutunut ryhmä, jonka jäsenet tukevat toisiaan projektiin liittyvissä tehtävissä. Se on luonteeltaan väliaikainen organisoituminen projektiin liittyvän tuotoksen aikaansaamiseksi. Koska projektiryhmän jäseniä ei aina voi valita, heidän tietämyksensä ja taitojensa hyödyntämisessä projektipäällikön osaamisella on suuri merkitys. Menestykselliselle projektille on yleensä ominaista se, että osallistujat saadaan sitoutettua sen tavoitteisiin ja toimintaan. Tyypillistä on, että projektiorganisaatio kehittää jotain, minkä jälkeen sen tuotos siirtyy joko sisäiselle tai ulkoiselle tilaajaorganisaatiolle käyttöön otettavaksi. (Mäntyneva 2016.)

Projektiorganisaatiota muodostettaessa voidaan edetä seuraavien vaiheiden mukaisesti:

1. Projektin tarvitseman osaamisen ja resurssien tunnistaminen ja määrittäminen
2. Projektia resursseillaan tukevien organisaation osien tunnistaminen
3. Projektikohtaisten roolien, vastuiden, valtuuksien, toimintatapojen ja rajapintojen määrittäminen
4. Projektin organisoitumiseen liittyvä projektiviestintä
5. Resurssien vastaanottaminen organisaatiolta
6. Projektiorganisaation johtaminen, ylläpitäminen ja muuttaminen projektin edetessä
7. Projektin organisoitumiseen liittyvien kokemusten ja kehittämistoimien dokumentointi ja hyödyntäminen tulevissa projekteissa (Mäntyneva 2016.)

Projektimaisessa organisoitumisessa korostuu usein ryhmätyö, joka monesti osoittautuu tehokkaimmaksi tavaksi toimia ja edistää projektin tavoitteiden saavuttamista. Projektityön arjessa ilmenee usein sellaisia ongelmia, joiden ratkaisemiseen tarvitaan useamman henkilön asiantuntemusta ja tietämystä. Ryhmissä tehtävä työskentely ei kuitenkaan ole ainoa projektien työskentelymuoto. Työtehtävästä riippuen myös yksilö- ja parityötä hyödynnetään mahdollisuuksien mukaan. (Mäntyneva 2016.)

3.1 Vastuumatriisi

Projektin vastuiden selkeyttämiseksi voidaan tehdä erillinen vastuumatriisi (taulukko 1). Se on työkalu, jolla voi kuvata projektiin osallistuvien tahojen vastuut projektissa. Erityisesti organisaatioiden ja organisaation sisäisten toimintojen rajat ylittävissä projekteissa se selkeyttää hyvin vastuut.

Vastuumatriisissa vastuut jaetaan neljään luokkaan:

- vastuullinen tekijä
- hyväksyjä
- neuvoja
- pidettävä ajan tasalla (informoituina).

TAULUKKO 1. Vastuumatriisin organisaatiokaavio (Mäntyneva 2016)

Tehtävä	Vastuullinen tekijä (R)	Hyväksyjä (A)	Neuvoja (C)	Pidettävä ajan tasalla (I)
AA				
BB				
CC				
DD				
FF				

Vastuullinen tekijä – R (Responsible)

Tähän sarakkeeseen merkitään ne henkilöt tai tahot, jotka työskentelevät kyseisen tehtävän valmiiksi saattamiseksi. Tyypillisesti joku yksittäinen taho

vastaa tehtävästä ja muut mahdollisesti avustavat siinä. Jokaisella tehtävällä tulee olla vähintään yksi vastuullinen tekijä.

Hyväksyjä – A (Accountable)

Hyväksyjä vastaa siitä, että tehtävä on tehty kunnolla ja riittävässä laajuudessa. Tehtävästä vastuullinen raportoi hyväksyjälle ja on vastuussa tälle. Jotta tehtävä katsotaan hyväksytysti tehdyksi, hyväksyjän tulee se hyväksyä. Jokaisella tehtävällä on vain yksi hyväksyjä.

Neuvoja – C (Consulted)

Ne tahot, joilta kysytään neuvoja tai lisätietoja, merkitään vastuumatriisiin sarakkeeseen C (Consulted). Näiden tahojen kanssa projektiviestintä on kaksisuuntaista.

Pidettävä ajan tasalla – I (Informed)

Pidettävä ajan tasalla -roolissa olevat tahot pidetään tietoisina tehtävän tekemisestä. Tässä roolissa voi olla toisaalta useampiakin henkilöitä tai sitten heitä ei ole lainkaan. Informointi on yleensä yksisuuntaista viestintää. (Mäntyneva 2016.)

Tapahtuman suunnittelu ja toteuttaminen on rankkaa ja tinkimätöntä työtä, jossa laiska ihminen ei pärjää. Tarvitaan ihmisiä, jotka ovat periksiantamattomia, näkevät vaivaa ja kestävätkä painetta. Tapahtuman tekijällä pitää olla nöyryyttä, ja hänen pitää ymmärtää tapahtuman syvin tavoite ja olemus sekä olla valmis oppimaan tekemistään virheistä. Jos olet tapahtumajärjestäjän roolissa, mikään esittämäsi huomautus tai kysymys ei ole turha tai liian vähäpätöinen. Tapahtuman järjestäjänä olet vastuussa kokonaisuuden toimimisesta, ja silloin sinun kuuluukin varmistaa jokainen pieninkin yksityiskohta. (Vallo & Häyrinen 2012,92.)

3.1 Proakatemian 20 -vuotisjuhlien projektiorganisaatio

Proakatemian syntymäpäiväjuhlien projektiorganisaatio koottiin vuoden 2018 syksyllä. Projektitiimiin oli avoin haku ja olikin tiedossa, että tiimiin tarvittaisiin

monen eri alan osaajia asiakaslähtöiseen tapahtumatuotantoon liittyen. Projektiorganisaatioon haki mukaan yhteensä kahdeksan opiskelijaa Proakatemiaalta. Projektipäällikkö järjesti kaikille yhteisen infotilaisuuden, jossa käytiin läpi yhteisesti projektin luonne, budjetti ja aikataulu. Lopulta mukaan valikoitui projektipäällikön lisäksi viisi opiskelijaa.

Opinnäytetyössä keskitytään Proakatemian 20 -vuotissyntymäpäiväjuhlien suunnittelun ja toteutuksen näihin neljään osaan:

Talvi 2019:

Vastuualueet jaettiin sekä projektiorganisaation roolit määriteltiin vastuumatriisin mukaisesti. Vastuualueet oli nimetty tapahtumatuotannon termein: vastaava tuottaja, tuottaja, infra, markkinointi, yhteistyökumppanit ja visuaalinen ilme.

Kevät 2019:

Projektitiimi keskittyi Proakatemian 20 -vuotissyntymäpäiväjuhlien ideointiin ja vastaavanlaisten tapahtumien vertaisanalyysin tekemiseen.

Kesä 2019:

Lipunmyynti ja tiimin palautekeskustelu.

Syksy 2019:

Palvelupolun suunnittelu sekä juhlien toteutus aikaisemmin tehtyjen suunnitelmien mukaisesti.

Näiden osa-alueiden mukaisesti projektiorganisaatio vaihteli vastuumatriisin rooleja. Jokaiselle osa-alueelle oli erikseen nimetty projektin etenemisen kannalta tavoite ja tehtävälista. Ne laadittiin yhdessä projektiin kuuluvien henkilöiden kanssa. Proakatemian syntymäpäiväjuhlien suunnittelun ja toteutuksen ajan projektille toimi mentorina Anna-Elina Pekonen Y-Kampukselta, TAMKilta. Tämä auttoi projektitiimiä haastamaan omia näkemyksiään projektin etenemisen suhteen.

3.2 Muistilista projektiorganisaation muodostamiseen

- Kokonaiskuvan hahmottaminen
- Projektitiimin rekrytoiminen
- Yhteiset arvot, tavoitteet sekä välitavoitteet
- Hyvä ja selkeä aikataulu
- Vastuumatriisi
- Yhteinen viestintäkanava
- Mentori (liite 1)

4 ASIAKASPROFIILIT

Tässä opinnäytetyön osassa käydään läpi Proakatemian 20 -vuotissyntymäpäiväjuhlien erilaiset asiakasprofiilit. Tarkemmin kuvataan kolme erilaista juhlijatyyppiä. Lisäksi kerrotaan, miksi asiakasprofiilien määrittäminen on asiakaslähtöisen tapahtuman suunnittelussa ja toteutuksessa tärkeä osa kokonaisuutta.

4.1 Asiakasprofiilien merkitys tapahtumasuunnittelussa

Koko tapahtumasuunnittelun lähtökohtana on asiakas. Tapahtumasuunnittelijan täytyy selvittää, kenelle tapahtuma on suunnattu. Profiili on kokonaisvaltainen kuva kaikesta siitä tiedosta, mitä sinulla on asiakkaistasi ja prospekteistasi. Se on yhdistelmä käyttäytymisestä ja väestötiedoista, perustuen aikaisempiin tapahtumiin ja pysyvämpiin elementteihin. (Täydellisen asiakasprofiilin luominen 2019, 3.) Asiakkaiden aiemmat käyttäytymistrendit auttavat huomaamaan todennäköisyyksiä heidän seuraavalle toimelleen (Täydellisen asiakasprofiilin luominen 2019, 17).

Asiakasymmärrys tarkoittaa, että yritysten on ymmärrettävä todellisuus, jossa heidän asiakkaansa elävät ja toimivat. Yritysten on tunnettava asiakkaidensa todelliset motiivit, mihin arvoihin heidän valintansa perustuvat ja mitä tarpeita ja odotuksia heillä on. Asiakasymmärrys tarkoittaa asiakkaan arvonmuodostuksen ymmärtämistä: on ymmärrettävä, mistä elementeistä arvo muodostuu palvelussa asiakkaalle. (Tuulaniemi 2016, 71.)

Hyvin rakennetut asiakasprofiilit toimivat suunnittelutyökaluna sekä ideointiin, päätöksentekoon että palvelukonseptointiin. Niiden kautta palveluita voidaan profiloita ja kohdentaa sekä tehdä helpommin saavutettaviksi - ja ne auttavat myös viestinnän suunnittelussa kohderyhmille. Suunnittelijalle ne ovat arvokas työkalu, jonka avulla hän voi katsoa uutta toimintoa, yksittäistä kontaktipistettä tai koko palvelukokemusta aina eri silmälasien läpi. (Tuulaniemi 2016, 156.)

4.2 Proakatemian 20 -vuotisjuhlien asiakasprofiilit

Proakatemian alumnit

Alumnit koettiin vaativimmaksi asiakasryhmäksi, koska iso osa heistä on laatu-etoisia. Osa valmistuneista lähestyy keski-ikää, jolloin tarkoitus osallistua juhliin on aivan erilainen, kuin esimerkiksi vielä opiskelevalla ja puolet nuoremmalla osallistujalla. Aikaisempien Proakatemian juhlien perusteella huomattiin, että alumneissa on kahden erilaisen asiakasprofiilin edustajia. Alumneista osa on selkeästi rauhallisempia juhlijoina, ”Hanneleita” (kuva 2), jotka arvostavat keskustelua vanhojen opiskelukavereiden kanssa. He eivät juurikaan juo alkoholia, eivätkä jaksaa viipyä myöhään juhlissa. Nauttivat kuitenkin juhlien tunnelmasta ja arvostavat sitä, että pääsevät osallistumaan Proakatemian yhteisiin juhliin. Alumneista löytyy kuitenkin myös ”Anneleita” (kuva 1), jotka haluavat juhlia villisti aamun asti. Vanhojen tuttujen kanssa halutaan vaihtaa kuulumisia sekä tutustua uusiin ihmisiin. He haluavat, että juhlia voi muistella vielä viikkojenkin kuluttua.

Haastavuutta lisäsi se, että alumnit ovat ehtineet juhlimaan jo useaan otteeseen Proakatemian yhteisissä juhlissa, joko osallistujan tai järjestäjän roolissa, ja he tietävät hyvin kuinka juhlien suunnittelu- ja toteutusprosessi Proakatemiassa muodostuu. Alumniensa yhdistävänä motiivina osallistua juhlaan on nähdä entisen opinahjon nykyinen ja kokea yhteenkuuluvuuden tunne Proakatemiaa kohtaan.

Valmentajat

Proakatemiassa on yhdeksän valmentajaa. Uskottiin, että heitä innosti osallistumaan juhlaan se, että siellä tapaisi vanhoja valmennettavia. Heitä kiinnosti myös nähdä, millaista juhlaa projektitiimi oli rakentanut täydet puolitoista vuotta. Valmentajien joukosta löytyy sekä ”Veikkoja” (kuva 2) että ”Hanneleita”.

Proakatemian nykyiset opiskelijat

Proakatemiaiset opiskelijat ovat kasvaneet kiinni kulttuuriin, jossa yhteisiin juhliin osallistutaan. Useat Proakatemian nykyiset tiimit painottavat toiminnassaan yhteisiin tapahtumiin ja juhliin osallistumista, jotta tiimien välistä vuorovaikutusta olisi enemmän. Moni nykyisistä opiskelijoista nauttii juhlimisesta,

koska silloin voi hetkeksi unohtaa opintojen kuormituksen. Opiskelijoilla ei yleisesti ottaen ole paljon rahaa käytettävissään, mutta juhliessa ei rahaa yleensä säästellä. Nykyiset opiskelijat haluavat usein myös verkostoitua alumnien kanssa. Juhlia halutaan aamuun saakka, jotta seuraavina viikkoina riittäisi juoruttavaa yhteisön sisällä. Nykyisten proakatemiaalaisten joukossa on pääasiassa "Veikkoja" ja "Hanneleita".

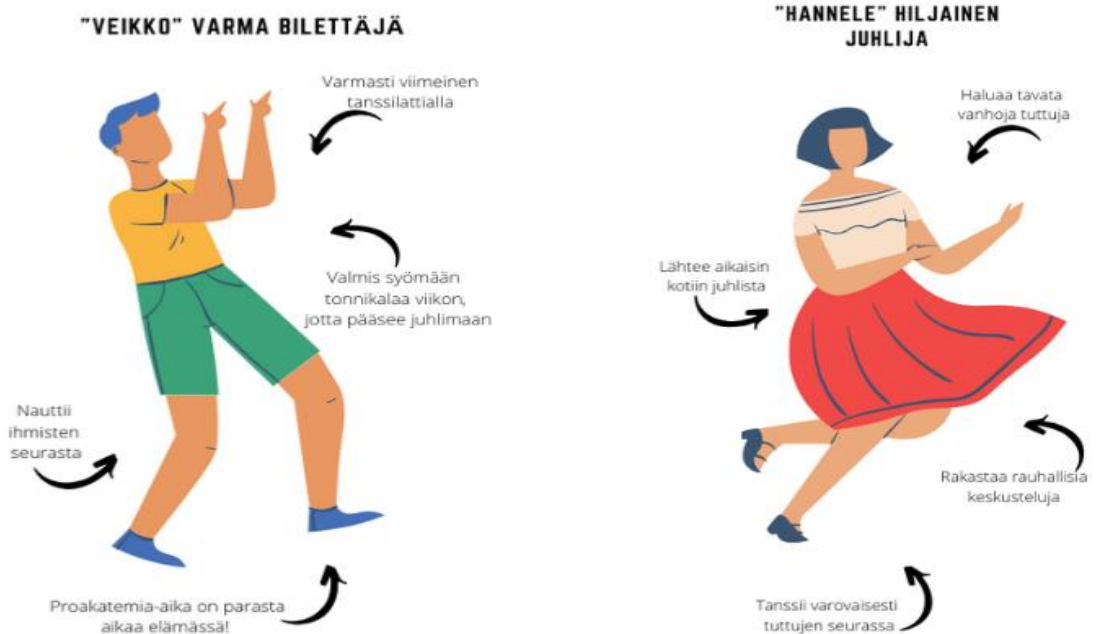
Nykyisistä opiskelijoista tiedettiin sen verran, että he näkivät juhlan arvon Proakatemian yhteisössä, joten suuri osallistumisprosentti oli odotettavissa. Juhliin jäi osallistumatta nykyisistä opiskelijoista lähinnä vain sellaisia, jotka olivat ulkomailla vaihdossa tai juhlien aikaan sairaana.

Kutsuvieraat

Proakatemialla on lukuisia yhteistyökumppaneita, joiden kanssa on tehty vuosia jatkuvaa yhteistyötä. Valmentajat kutsuivat nämä tahot mukaan juhlaan, joten projektitiimi ei juurikaan tiennyt kutsuvieraiden asiakasprofiilia etukäteen. Tampereen ammattikorkeakoulu on osa Tampereen korkeakoulujen yhteisöä, jonka muodostavat Tampereen Yliopisto, Tampereen Teknillinen Yliopisto ja Tampereen Ammattikorkeakoulu (Tampereen korkeakouluyhteisö n.d.). Tämän vuoksi juhliin kutsuttiin korkeakouluyhteisön edustajia.



KUVA 1. Ensimmäinen asiakasprofiili kuvattuna



KUVA 2. Toinen ja kolmas asiakasprofiili kuvattuna

Proakatemian 20 -vuotissyntymäpäivien projektitiimi ymmärsi heti projektin alkaessa, että yllä mainittuja asiakasryhmiä tulee lähestyä hyvin eri tavoin. Jokaisella asiakasprofiililla on muodostunut erilainen suhde Proakatemiaan. Proakatemian syntymäpäiväjuhlat tehtiin asiakaslähtöisen suunnittelun avulla avoimesti ja yhteistyössä yhteisön kanssa. Moni juhlija, niin alumni kuin nykyinen opiskelija, oli panostanut juhlien suunnitteluun osallistumalla joko ideointi-iltoihin, workshoppiin tai sosiaalisen median kautta tehtyihin kyselyihin ja äänestyksiin. Asiakkaan palvelukokemukseen vaikuttaa myös se, paljonko asiakas kokee itse panostavansa palvelun saamiseen verrattuna saamaansa hyötykimppuun. Tästä käytetään nimitystä asiakkaan saama arvo. (Ylikoski 1999, 153).

4.3 Muistilista asiakasprofiilien määrittelyyn

- Tapahtuman asiakasprofiilit
- Unelma-asiakas
- Asiakasarvo (liite 1)

Perinteinen segmentointimalli, jossa pohditaan asiakkaiden sukupuolta, asuinkuntaa, ammattia ja vaikka tulotaso, ei oikeasti kerro meille mitään, miltä asiakkaasta saattaa jossain tilanteessa tuntua. Malli kaipaa tulevaisuudessa uusia näkökulmia. Jotta voisimme onnistua kokemusten johtamisessa ja tunnelmamuotoilussa, meillä pitää olla asiakkaista enemmän kokemuksiin liittyvää tietoa. Osa tiedosta on meille kaikille yhteistä: miten aivot ohjaavat toimintaamme, miten kokemus on osin opittu tapahtuma ja mistä kaikesta se syntyy. Asiakkaiden odotukset voivat olla hyvin erilaisia. Osalle jollain tavoitteella on suoraan tietty arvo, osalle arvo muodostuu ympäristön kautta, ja osalle mahdollinen palkkio voi olla odotuksen arvoinen. (Rantanen 2016, 86)

5 VERTAILUANALYYSI

Opinnäytetyön tässä luvussa keskitytään vertailuanalyysiin eli benchmarkkaukseen tapahtumatuotannon näkökulmasta. Osiossa kerrotaan, mitä ideoita saatiin Proakatemian 20 -vuotissyntymäpäiväjuhlien suunnitteluun. Vertailuanalyysissä keskityttiin asiakaslähtöiseen toteutukseen tapahtumatuotannossa. Näin pystyttiin tuomaan opit juhlien suunnitteluun ja toteutukseen.

5.1 Vertailuanalyysin teoria

Benchmarkkausta käytetään toisilta oppimiseen ja oman toiminnan kehittämiseen. Palveluntuottajan ja projektiryhmän on tunnettava sekä itsensä että toimintaympäristönsä, jotta palvelu menestyy markkinoilla. (Tuulaniemi 2016, 138.)

On viisautta myöntää, että joku on meitä parempi jossain asiassa. Oppimishaaste on siinä, miten saavutamme heidät ja menemme heidän ohitse. (Benchmarking -työkalu oppivalle organisaatiolle...1996, 6.)

Benchmarking pureutuu markkinan ja eri toimijoiden hahmottamiseen. Sen avulla voidaan vertailla alan toimijoiden strategiavalintoja, tuotteita, palveluita ja toimintatapoja ja oppia parhaista käytännöistä. Benchmarkkaus on tutkimusta, havainnointia, vertailua, arviointia ja kiinnostusta muiden organisaatioiden toiminnasta, ja sen tavoitteena on oppiminen. (Tuulaniemi 2016, 138.)

Benchmarkkauksen hyödyt:

- muiden jo käyttämiä hyviä toimintatapoja voidaan hyödyntää
- muiden tekemät virheet voidaan välttää
- myös kokonaan toisen toimialan logiikkaa voidaan hyödyntää omassa toiminnassa
- voidaan myös muuttaa pelisääntöjä, kun tunnetaan toimialan logiikka (Tuulaniemi 2016, 139.)

Nykyisen benchmarkingin idean ”isänä” pidetään Xeroxia, joka käytti järjestelmällistä kilpailuvertailua tytäryhtiössään Fuji Xeroxilla 1970-luvun loppupuolella. Yritys muodosti tiimin, jonka tavoitteena oli selvittää, miksi japanilaiset kilpailijat menestyivät markkinoilla huomattavasti paremmin. Tästä kokemuksestaan yritys kehitti järjestelmällisen toimintatavan tietojen keräämiseen ja tuotteiden, palveluiden sekä prosessien vertailuun ns. parhaimpien yritysten kanssa. Määritelmäksi muodostui: benchmarking on jatkuva prosessi tuotteiden, palveluiden ja toimintojen mittaamiseksi ja vertailemiseksi kilpailijoiden ja muiden toimialojen huippuyritysten välillä. (Benchmarking -työkalu oppivalle organisaatiolle...1996, 7.)

5.2 Vertailuanalyysin lähtökohdat

Proakatemian syntymäpäiväjuhlien arvot olivat avoimuus, asiakaslähtöisyys ja yhteisöllisyys. Projektitiimin piti tehdä tutkimustyötä samankaltaisista tapahtumista. Tutkittiin, miksi ne olivat onnistuneita, miten näissä tapahtumissa huomiointiin asiakaslähtöisyys, avoimuus tai yhteisöllisyys. Näin pystyttiin oppimaan lisää ja monistamaan opitut asiat juhlien suunnittelua varten.

Parhaimmillaan benchmarking tarjoaa jatkuvaa oppimista, ei kertaluontoisesti suoritettua projektia, vaan jatkuvaa innovaatiota ja kehitystä. Benchmarking auttaa löytämään jo hyväksi havaittuja käytänteitä ja oivaltamaan vaihtoehtoisia tapoja toimia. (Niinikoski 2005, 10.)

Projektitiimin jäsenet tekivät näin suurta projektia ensimmäistä kertaa, joten tiimin oli myönnettävä heti projektin alkutaipaleella, että tietoa ja taitoa on etsittävä Proakatemian ulkopuolelta kirjallisuuden ja haastatteluiden lisäksi. Projektitiimi tapasi Proakatemian 15 -vuotissyntymäpäivien projektipäällikön Mandi Gardemeisterin ja selvitti, kuinka juhlat oli järjestetty viisi vuotta sitten. Silloin juhlien mittakaava, liikevaihto ja koko olivat huomattavasti pienemmät kuin 20 -vuotisjuhlissa. Tämä palaveri auttoi ymmärtämään Proakatemian yhteisön moniuloitteisuutta sekä eri vuosikertojen kokemuksia Proakatemiasta. Gardemeister auttoi oivaltamaan uusia käytänteitä tapahtumasuunnitteluun ja alumniensa osallistamiseen. Tapaaminen oli projektitiimille arvokas niin tapahtumatuotannon kuin

mentoroinninkin näkökulmasta. Kuultiin, että juhlijat olivat olleet tyytyväisiä 15-vuotisjuhliin, joten odotettavasti 20-vuotisjuhliin oli myös odotettavissa juhlijoiden puolelta positiivisia muistoja. Asiakkaan tyytyväisyys tarkoittaa positiivista tunnereaktiota palvelukokemukseen. (Ylikoski 1999, 109).

Proakatemian alumnyhdistys järjestää vuosittain kaikille avoimia alumnipajoja sekä välittää alumnimentoreita sellaista etsiville. Yhdistys järjestää tapahtumia, joissa alumnit ja nykyiset opiskelijat pääsevät verkostoitumaan keskenään sekä työelämän vaikuttajien kanssa. Yhdistyksen tarkoituksena on tarjota ketterä ja innostava kohtaamispaikka alumnyhteisölle ja siitä kiinnostuneille, sekä aktiivoida alumneja edistämään Proakatemian arvoja työelämän käytäntöihin. (Alumnin elämää 2019.)

Projektitiimi otti yhteyttä Proakatemian avainalumneihin ja pyysi tapaamista, koska haluttiin kuulla avainhenkilöiltä, kuinka he kokevat Proakatemian, sen historian ja vuosittain järjestettävät syntymäpäiväjuhlat. Tiimi pyrki parhaansa mukaan yhteisöllisyyteen ja tämän avulla haluttiin välttää virheitä. Aina on kuitenkin kysymys siitä, että käytetään muiden kokemuksia hyödyksi ja pyritään välttämään virheitä (Benchmarking -työkalu oppivalle organisaatiolle...1996, 7).

Jaosjulkaisussa Benchmarking oppivalle organisaatiolle (1996) luetellaan benchmarkingin viisi eri osa-aluetta, joista projektitiimi käytti benchmarkingia omalla toimialalla (*Competitive Benchmarking*). Muut benchmarkingin tyypit ovat, tuotteesta tuotantoon (*Reverse Engineering*), prosessi-benchmarking (*Process Benchmarking*), strateginen-benchmarking (*Strategic Benchmarking*) ja maailmanlaajuinen benchmarking (*Global Benchmarking*) (Benchmarking -työkalu oppivalle organisaatiolle...1996,8).

Projektitiimi valitsi kaksi erilaista tapahtumaa vertailuanalyysiä varten, Startup World Cup sekä Sport & Business Seminar. Kummassakin tapahtumassa oli samoja elementtejä kuin tulevissa syntymäpäiväjuhlissa, kuten osallistujamäärä sekä tapahtumapaikka. Kummankin tapahtuman vertailuanalyysissä keskityttiin siihen, kuinka tapahtumat oli järjestetty osallistujaa huomioiden ja näkykö tapahtumissa asiakaslähtöisyys.

Ensimmäisenä projektitiimi teki vertailuanalyysin Startup World Cupista, joka järjestettiin 6.3.2019. Tapahtuma valikoitui vertailuanalyysiin sen takia, että tapahtumapaikkana toimi Tampereen Pakkahuone, joka oli Proakatemian 20 -vuotissyntymäpäiväjuhlien tapahtumapaikkana. Projektitiimi pääsi kuulemaan suoraan Startup World Cupin tuottajalta seikkoja, joita tapahtuman järjestäjän on otettava huomioon mm. tekniikan ja tilan suhteen. Seuraava vertailuanalyysi tehtiin Tampereella 28.3.2019 Sport & Business Seminaarista. Myös SBS:n järjestäjien kanssa pidettiin palaveria ja otettiin oppia heidän kokemuksistaan.

Prosessi-benchmarkingissa ei vertailua tehdä kilpailijaan vaan muualta toimialalta löytyvään vastaavaan prosessiin, jonka on määrä tuottaa sama suorite (Benchmarking -työkalu oppivalle organisaatiolle...1996, 8). Näissä kahdessa tapahtumassa pystyttiin keskittymään vain vastaavan prosessin luomaan kokonaisuuteen, tunnelmaan, järjestelyihin sekä toimintaan. Havainnot tehtiin kummassakin tapahtumassa osallistujan näkökulmasta, minkä koettiin arvokkaimmaksi tiedoksi, koska Proakatemian syntymäpäiväjuhlilla haluttiin panostaa asiakaslähtöisyyteen ja asiakkaalle tuotettuun arvoon. Seuraavassa käydään läpi, kuinka projektitiimi koki tapahtumat ja mitä aiottiin viedä käytäntöön Proakatemian 20 -vuotissyntymäpäiväjuhlien suunnittelussa ja toteutuksessa.

5.3 Startup World Cup

Startup World Cup -tapahtuma on alusta startupeille ja startup-verkostoille ympäri maailman (Startup World Cup 2019). Se järjestetään vuosittain Tampereen Pakkahuoneella. Tapahtuma on suunnattu liike-elämästä kiinnostuneille, startup-toimijoille sekä rahoittajille. Mukana tapahtumassa on vuosittain myös asiasta muuten kiinnostuneita ihmisiä, jotka tulevat yleisöksi tapahtumaan. Startup World Cupin kävijämäärä oli hieman enemmän kuin syntymäpäiväjuhlien tuleva osallistujamäärä, joten oli mielenkiintoista nähdä, kuinka tila muuntautuu ison porukan tapahtumapaikaksi.

5.3.1 Viestintä

Tapahtuman ilmoittautumisen yhteydessä tuli vahvistussähköposti ja pieni info tapahtumasta. Tietoa tuli muutamaan otteeseen ennen tapahtumaa sähköpostin muodossa, mutta silti projektitiimille tuli yllätyksenä, että tapahtuman kieli on englanti. Tämä olisi voinut olla selkeämmin mainittuna tapahtuman markkinoinnissa. Projektitiimi koki, että tapahtuman viestintä oli vajavaista.

5.3.2 Palvelupolku

Pakkahuoneelle saapuessa osallistuja ei nähnyt selkeää merkkiä siitä, mistä ovesta kuuluu saapua sisään. Osallistujien piti löytää ulko-oveen teipattuna lappu, josta ilmeni, että on oikeassa paikassa ja tämä loi epävarmuutta. Sisään päästyä ensimmäisenä tuli vastaan narikka, joka toimi hyvin ja nopeasti. Narikan jälkeen osallistujat ohjattiin infotiskille, jossa oli vapaaehtoisia kysymässä osallistujan nimeä ja antamassa osallistujapassia, sekä drinkkilippuja. Asiakaskeskeisyyttä lisäsi kaulassa roikkuvan nimilapun takana oleva ohjelmarunko, mistä jokainen pystyi tarkistamaan kellonajat ja ohjelman sisällön. Tämän avulla osallistujat pystyivät poimimaan ohjelmasta itseä kiinnostavat ohjelmanumerot. Tapahtuman ohjelman alkaessa Pakkahuoneen perälle ei kuulunut juontajien mikki, joten järjestäjät joutuivat tulemaan huutamaan perälle ja ohjaamaan ihmisiä katsomoon ja kertomaan ohjelman alkamisesta. Tämä herätti osallistujissa hilpeyttä, eikä sitä otettu tosissaan.

Tilan perälle oli tuotu sohvia lounge-tyyliseen istuskeluun ja siinä läheisyydessä sijaitsi myös baari. Jos joku ei halunnut osallistua kuuntelemaan lavalla tapahtuvaa ohjelmaa, niin pystyi nauttimaan tilan kauniista visuaalisesta ilmeestä. Tämä oli kiva yksityiskohta ja lisäsi käyttäjäystävällisyyttä. Tilan alakerrassa sijaitsi wc:t ja niihin pääsi mukavasti ilman jonoja. Alas oli myös tuotu televisio, jossa pyöri pari mainosta, siinä mainittiin tapahtuman sponsoreita ja kerrottiin tapahtuman ohjelmarunko.

5.3.3 Ruoka ja juoma

Tapahtumaan saavuttaessa narikan jälkeen noustiin yläkertaan. Ihmetystä aiheutti, kun jono pysähtyi jo rappusiin. Jonossa ei tiedetty, mitä jäätiin jonottamaan. Ylös tasanteelle päästyä selvisi, että sielläkin mutkitteli muutama jono. Osallistujat joutuivat jälleen ihmettelemään keskenään, että kenen vuoro olisi seuraavaksi. Jono vei suoraan buffetpöytään. Ruokalinjaston alussa oli esillä ruokamenu sekä mainittu ruoan allergeenit. Linjasto oli kuitenkin pitkä ja olisi ollut asiakasystävällisempää, että jokaisen ruoan kohdalla lukisi, mitä se sisältää allergioiden ym. muiden huomioiden osalta. Ruoka tarjoiltiin posliinisilta lautasilta, vaikka tapahtuma olikin seisomatilaisuus. Ruokailun jälkeen lautaset jätettiin pöytiin, mikä sai tilan näyttämään erittäin epäsiistiltä. Roskiksia ei näkynyt missään.

Drinkkilippuihin oli tehty rajausta, että ne kävivät vasta klo 20.00 eteenpäin, siihen asti baari toimi omakustanteisesti. Havaittiin, että tämä ei ollut osallistujille mikään ongelma. Tämän avulla osallistujat keskittyivät aidosti ohjelmaan, eikä jäänyt verkostoitumaan baarin luokse.

5.3.4 Ohjelma

Tapahtuman aikana tekniikka ei toiminut, eikä sitä missään vaiheessa selitetty yleisölle, että mistä se johtuu. Tapahtuman kilpailijoille tämä oli sääli ja myötätunto yleisössä oli käsinkosketeltava. Ohjelman aikana kaikki eivät olleet katso-mossa, joten melu oli suuri ja häiritsi keskittymistä. Lavalla tapahtunut ohjelma oli yhtäjaksoisesti todella pitkä, eikä ohjattuja taukoja ollut, joten keskittyminen herpaantui lopussa moneen kertaan, sekä istuminen alkoi olemaan todella puuduttavaa.

Projektitiimin mielestä Startup World Cup oli tapahtuma jossa sisältö oli kohde-ryhmälle sopivaa, mutta palvelumuotoilua ei oltu suunniteltu loppuun saakka.

5.4 Sport & Business Seminar

Projektitiimi osallistui Sport & Business Seminariin (jäljempänä SBS). SBS on seminaaritapahtuma, joka yhdistää huippu-urheilun, yrityselämän, kovan luokan puhujat ja verkostoitumisen. Seminaari on suunnattu erityisesti johtajille, joille tahdomme antaa mahdollisuuden ammentaa oppeja ja inspiraatiota omaan bisnekseensä urheilumaailmasta ja päinvastoin (Sport&Business Seminar 2019). SBS on alkujaan Proakatemian opiskelijoiden Kalle Airilan ja Valtteri Lampisen alkuun panema tapahtuma (Husa 2018). SBS on järjestetty yhteensä kolme kertaa ja keväällä 2019 seminaariin osallistujia oli 350.

5.4.1 Viestintä

Tapahtumaan ilmoittautuminen ja lipun ostaminen oli helppoa, koska nettisivut olivat selkeät ja asiakasystävälliset. Lipun ostosta tuli sähköpostiin heti vahvistusviesti, jossa näkyi kaikki ilmoittautumisessa annetut tiedot. Tietoja olisi pääsyt tässä vaiheessa vielä muokkaamaan viestissä olevasta linkistä. Viikkoa ennen tapahtumaa osallistujille lähetettiin vielä tarkemmat ohjeistukset paikalle saapumisesta sekä sisällöstä. Osallistujaa ohjeistettiin muun muassa auton parkkeeraus sekä kerrottiin pukukoodista. Sport&Business Seminaaria edeltävänä päivänä saapui vielä kaksi sähköpostia. Ensimmäisessä kerrottiin tarkasti oman auton pysäköinnistä ja lähelle liikennöivistä julkisen liikenteen busseista. Lisäksi muistutettiin siitä, että seminaarin puhujille pystyi lähettämään kysymyksiä Twitter- sovelluksen kautta hashtagilla #SBseminar. Toisessa viestissä oli linkki sähköiseen tapahtumavihkoon, jossa oli päivän tarkka aikataulu sekä paikan pohjapiirros. Seminaaripäivänä tuli tapahtumassa julkistettu seuraavan vuoden early bird -lipun varaamiseen tarkoitettu linkki sekä ensimmäisen varatun puhujan nimi. Tapahtuman jälkeisenä päivänä pyydettiin vielä palautetta. Sekin oli tehty helpoksi suoran palautelomakkelinkin kautta. Vaikka viestejä tulikin useasti niin niistä ei silti tullut sellainen olo, että sähköpostilaatikko täytyisi mistään turhasta. Niistä huokui aito välittäminen sekä kaverillinen sävy. Vierailijaa haluttiin selvästi opastaa ja infota mahdollisimman paljon, jottei avoimia kysymyksiä jäisi ja tapahtumaan olisi helpompi tulla. Projektitiimi huomasi, että seminaarin järjestäjien vahvuus oli viestintä ja siitä otettiin oppia Proakatemian syntymäpäiväjuhlien viestintään.

5.4.2 Palvelupolku

Projektitiimi koki jo ennen seminaarin alkua, että tapahtuma oli mietitty palvelumuotoilun näkökulmasta. Paikalle saapuessa ovella oli heti järjestäjiä tervehtimässä osallistujia. Seuraava vastaanottaja oli jo muutaman askeleen päässä opastamassa narikalle, josta ohjattiin tiskille. Siitä jokaiselle osallistujalle annettiin oma nimilappu, jonka kääntöpuolella oli myös päivän ohjelma. Seuraavaksi ohjattiin rappusia pitkin toiseen kerrokseen, jossa itse seminaari sijaitsi. Portaiden yläpäässä oli jälleen yksi opastaja toivottamassa tervetulleeksi ja kertomassa, että tarjolla oli aamukahvia. Tällainen ”ketjutettu” asiakaspalvelu toi tapahtumalle lisää arvoa ja asiakaskeskeisyyttä. Henkilökohtainen opastus toi asiakasystävällisemmän tunnelman. Osallistujista pidettiin todella hyvä huoli pitkin päivää. Juontajan lavalta antamat ohjeistukset olivat selkeät ja seminaari pysyi aikataulussa. Palvelumuotoilun kontaktipisteet toteutettuna selkeästi auttavat asiakasta kokemaan turvallisuuden tunnetta ja lisäävät asiakaskeskeisyyttä.

5.4.3 Ruoka ja juoma

Seminaarissa oli tarjolla tapahtuman puolivälissä maittava lounas, joka oli järjestetty ruokalinjastoihin. Ruokailun yhteydessä paikalla oli cateringin edustaja vastaamassa kysymyksiin koskien ruoka-aineallergioita. Projektitiimi koki, että ruokailussa olisi voinut olla maininta ruoka-aineallergioista, jolloin pitkittyneiltä jonoilta olisi välttytty ja ruokailu olisi ollut sujuvampaa. Tapahtuman aikana jaettiin vesipulloja yleisölle. Kahvia oli jaossa koko seminaarin ajan.

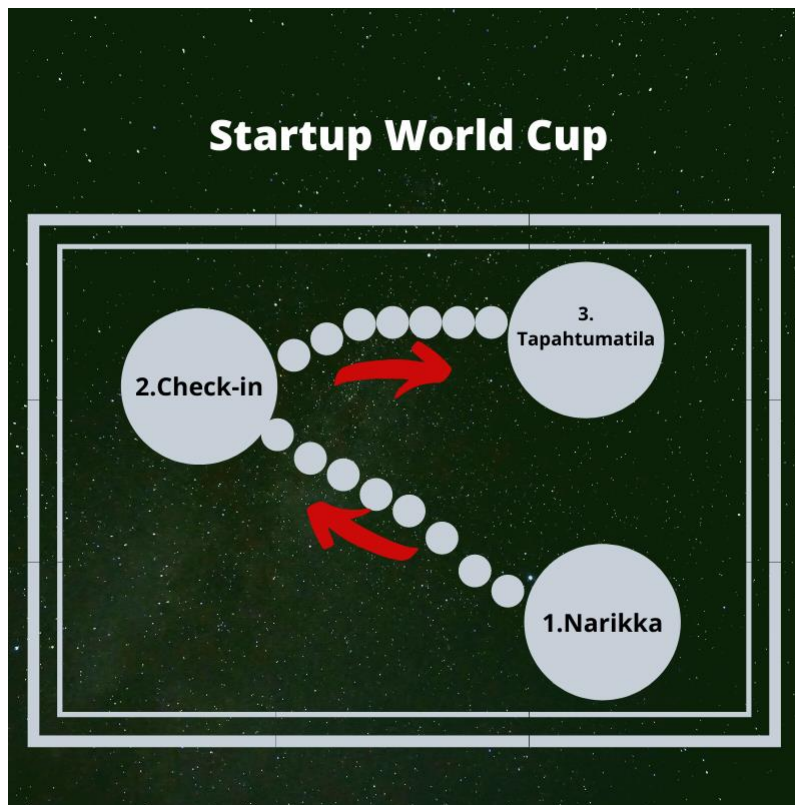
5.4.4 Ohjelma

Seminaarin ohjelma oli järjestetty tapahtuman päälavalle. Lounastauon aikana pienemmälle lavalla oli paneelikeskustelu, jota pystyi seuraamaan vapaamuotoisemmin. Paikalla olleet näytteilleasettajat olivat tapahtuman henkeen sopivia ja osallistujille oli jätetty tarpeeksi aikaa niihin tutustumiseen. Projektitiimi tykäs-tyi ideaan, että seminaarista pystyi koostamaan itselleen sopivan kokonaisuuden ja keskittymään vain itseä kiinnostaviin aihealueisiin.

Sport & Business Seminaarin vahvuus oli asiakaskeskeinen toteutustapa, mutta sen sijaan järjestäjät olisivat voineet keskittyä huolellisemmin tapahtuman tekniikkaan. Tapahtuman alkupuolella lava oli valaistu liian vähäisesti, jolloin puhujien kasvat jäivät varjoon. Myös tilaan tuoduissa näytöissä oli liian heikko resoluutio, koska joidenkin puhujien diaesitykset olivat epäselviä eikä teksteistä saanut selvää.

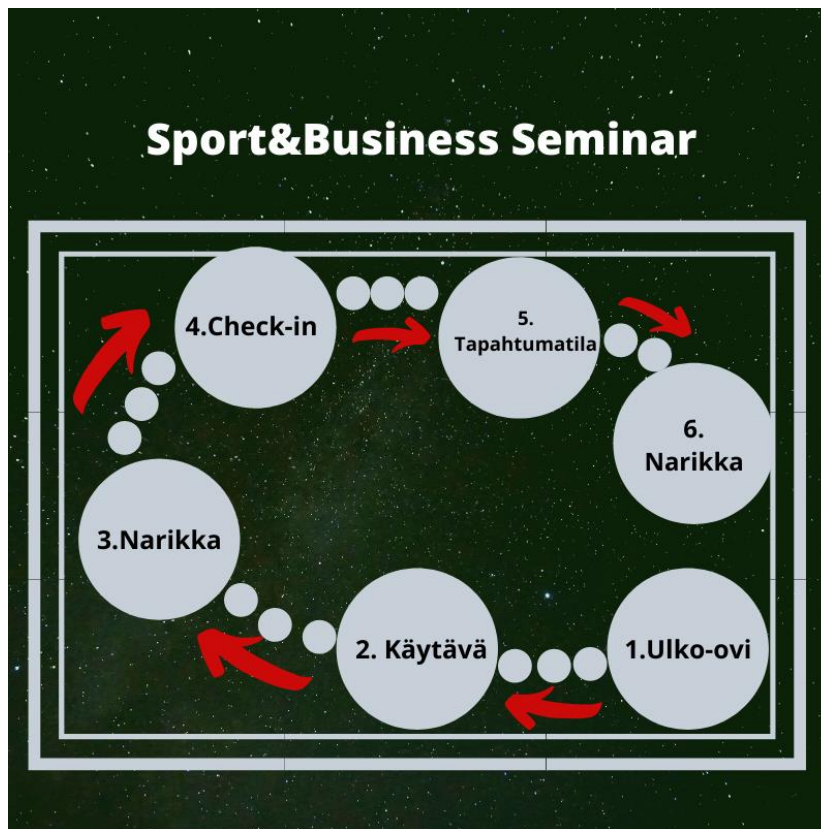
5.5 Vertailuanalyysien yhteenveto

Parhaan mahdollisen lopputuloksen saamiseksi oli tärkeää vertailla erilaisia tapahtumia ja niiden palvelupolkuja. Kun keskityttiin toisten tekemiin palvelupolkuihin, pystyttiin paremmin hahmottamaan suunnitteluvaiheessa palvelupolun kontaktipisteet ja niiden merkityksen osallistujalle. Kahden tapahtuman vertailuanalyysin lisäksi projektitiimi kävi yritysvierailulla Insitu-nimisessä tapahtumatuotantoalan yrityksessä. Tiedettiin, että Insitu on suunnitellut ja toteuttanut Pakahuoneella erilaisia juhlia. Tapaaminen auttoi projektitiimiä hahmottamaan ja ymmärtämään paremmin muun muassa tilan suunnittelua, aikataulutusta ja asiakkaan parempaa huomioimista juhlan aikana. Insitun vierailun jälkeen Proakatemian 20 -vuotissyntymäpäiväjuhlien pohjakarttaan tehtiin muutoksia ammattilaisten parannusehdotusten pohjalta. Pohjakarttaan korjattiin ruokailun alue ja kuvausalueen mittoja muutettiin paloturvallisuusmääräysten mukaisesti. Tapaamisen aikana saatiin myös vinkkejä pöytien asiakaslähtöiseen sommitteluun tilassa. Vertailuanalyysien ja yritysvierailun jälkeen projektitiimillä oli paremmat lähtökohdat asiakaslähtöisen tapahtuman toteutukseen.



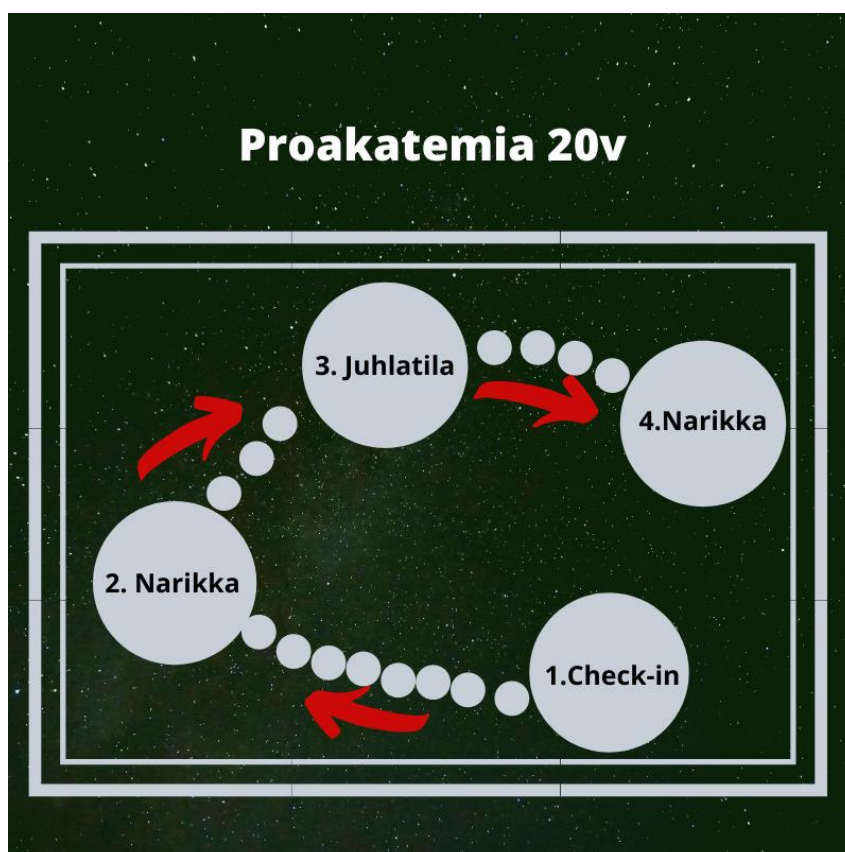
KUVA 3. Startup World Cupin palvelupolun kontaktipisteet

Startup World Cupin palvelupolku (kuva 3) koostui projektitiimin kokemuksen mukaan kolmesta eri kontaktipisteestä. Ensimmäinen kontaktipiste oli tapahtuman narikka, jonka hoiti Pakkahuoneen henkilökunta. Seuraavaksi asiakasta huomioitiin chek-in -pisteellä, jossa jaettiin nimipassit. Tässä kontaktipisteessä ongelmaksi muodostui tapahtuman puhuttu kieli, joka osoittautui yllätyksellisesti englanniksi. Check-in -pisteeltä ohjattiin tapahtumatilaa, joka sijaitsi yläkerrossa. Palvelupolku ei jatkunut asiakasystävällisesti, koska jonoa muodostui jo rappusiin. Ongelmaksi muodostui se, kun ei tiedetty mitä jonotettiin. Tapahtumatilaa saavuttaessa asiakasta ei ohjattu tai neuvottu, vaan istumapaikat, ruoka ja baaritiski piti itse etsiä tilasta. Tapahtuman jälkeen osallistuja pyysi takkinsa narikasta ja poistui tapahtumasta.



KUVA 4. Sport&Business Seminaarin palvelupolun kontaktipisteet

Sport&Business Seminaarin palvelupolku koostui viidestä eri kontaktipisteestä (kuva 4). Asiakas huomioitiin ensimmäisen kerran jo ulko-ovella, jonka aukaisivat järjestyksenvalvojat. Samalla he toivottivat hyvää huomenta ja päästivät sisään tapahtumaan. Ulko-ovien jälkeen tapahtuman järjestäjät olivat vastassa toivottamassa tervetulleeksi ja ohjeistivat asiakkaan narikkaan. Narikan hoiti tapahtuman vapaaehtoiset ja takin jättämisen yhteydessä kerrottiin mistä löytyy check-in. Siellä osallistujan lippu tarkastettiin ja annettiin nimipassi sekä kerrottiin, että rappusten yläpäässä olisi tarjolla aamukahvia sekä tapahtumatila. Seminaarista lähtiessä osallistujat ohjattiin alakertaan, jossa oli tarjolla kotinviemisiä sekä narikan henkilökunta kiittämässä osallistumisesta ja toivottamassa hyvää päivänjatkoa.



KUVA 5. Proakatemian 20 -vuotissyntymäpäiväjuhlien palvelupolun kontaktipisteet

Vertailuanalyseistä oppineena projektitiimi pyrki toteuttamaan Proakatemian 20 -vuotissyntymäpäiväjuhliin juhlijoita parhaiten palvelevan palvelupolun (kuva 5). Ensimmäinen kontaktipiste oli Pakkahuoneen tuulikaapissa oleva vastaanototiski, jossa oltiin toivottamassa tervetulleeksi sekä ojentamassa juhlijoille heidän kaulapassinsa ja niiden mukana juoma- ja ruokaliput. Siitä heidät ohjattiin juhlijoille maksuttomaan narikkaan, jonka vieressä oli opastekyltit vessoille ja juhlatilaan. Opasteet pyrittiin asettamaan niin, että ne oli helppo huomata. Juhlatilaan nousiin lyhyet portaat ylös ja juhlijoita vastassa oli vähintään yksi projektitiimin jäsen toivottamassa tervetulleeksi juhlaan. Juhlijoita vastassa oli myös Proakatemian päävalmentaja. Tässä kontaktipisteessä juhlijoille kerrottiin tilasta ja illan kulusta. Projektitiimi oli koko illan ajan juhlijoiden käytettävissä ja varmisti, että kaikki sujui kuten oli suunniteltu. Näin rakennetulla palvelupolulla haluttiin taata juhlijoille turvallinen ja huomioitu olo juhliin saavuttaessa sekä juhlien aikana. Vieraiden lähtiessä juhlasta narikan yhteydessä oli tilaisuus jättää palautetta juhlasta, narikan henkilökunta toivotti juhlijoille mukavaa loppuiltaa.

5.6 Muistilista vertailuanalyysien tekemiseen

- Tärkeimmät osa-alueet
- Mieli avoinna
- Aistit avoinna (liite 1)

6 YHTEISKEHITTÄMINEN JA IDEOINTI

Osiassa käsitellään, miten asiakaslähtöisyyttä pystytään lisäämään tapahtuman suunnittelun ideointivaiheessa erilaisten innovointitekniikoiden avulla. Luvussa kerrotaan kuinka Proakatemian 20 -vuotissyntymäpäiväjuhlien projektitiimi hyödynsi näitä tekniikoita järjestämässään ideointi-illoissa sekä workshopissa. Lopuksi kerrotaan, mitä tuloksia yhteiskehittämisellä saatiin.

Uuden palvelun kehittämisprosessi alkaa ideoista. Ideointivaihe on palvelun menestymisen kannalta kriittinen, sillä sen epäonnistuminen vaarantaa koko prosessin. Etenkin ideoiden etsimisessä tarvitaan suunnitelmallista työskentelyä, jossa ideoita pyritään aktiivisesti löytämään eri lähteistä. (Ylikoski 1999, 249.) Ideoinnin tavoitteena on kehittää mahdollisimman paljon ratkaisuehdotuksia kehittämisen kohteena olevaan ongelmaan (Tuulaniemi 2016, 182).

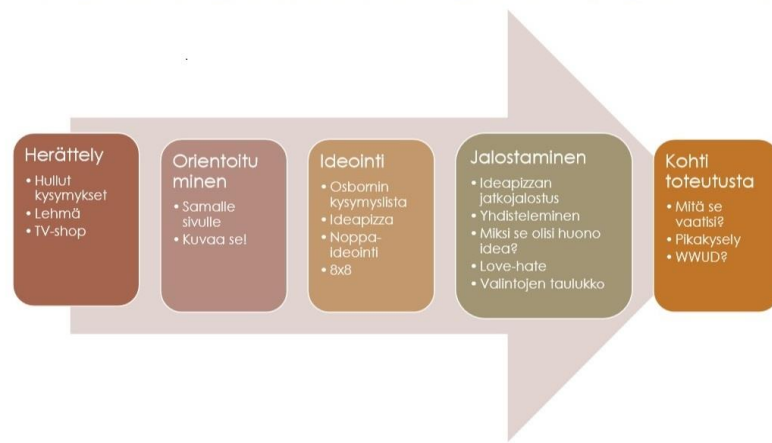
Ideointi on luonteeltaan joko laajenevaa (divergenssi) tai supistuvaa (konvergenssi). Ensin tehdään suuri määrä ideoita kriitikittömästi, jonka jälkeen ideoita ammutaan alas ja yhdistetään toisiinsa. Ideointikierroksia toistetaan eri menetelmillä niin kauan, kunnes projektiryhmä katsoo ideoita olevan tarpeeksi tai aika tai muut resurssit yksinkertaisesti loppuvat. (Tuulaniemi 2016, 182.)

Huotari, Laitakari-Svärd, Laakko ja Koskinen (2003) muistuttavat, että aina kun käyttäjältä lähdetään keräämään tietoa, on suunnittelijan valmistauduttava antamaan heille mahdollisimman tarkkoja vastauksia siitä, mitä tutkimuksella halutaan saada selville ja miksi se tehdään (Huotari ym. 2003, 23.) Yhteiskehittäminen ei kuitenkaan tarkoita, että kaikki palvelun osapuolet (eivät myöskään asiakkaat) olisivat päättämässä, millainen palvelu tuotetaan. Yhteiskehittämisen tavoitteena on, että kaikki palveluun liittyvät asiat ja näkökannat tulevat mahdollisimman laaja-alaisesti huomioiduksi tiedon keräämis- ja analysointivaiheessa. Tästä laaja-alaisesta näkemyksestä palvelumuotoilijat valitsevat palvelulle määriteltyihin tavoitteisiin parhaiten sopivat elementit palvelukonseptiin edelleen kehitettäväksi. (Tuulaniemi 2016, 117.)

Projektitiimi tutustui Case Upcideriin, jossa käytettiin kuluttajista koottua testiryhmää uuden siiderimaun lanseeraamisessa kesälle 2013. Case Upcider opetti, mitä kannattaa ottaa huomioon kuluttajien osallistamisessa. Tärkeintä on miettiä kohderyhmä: mikä kiinnostaa brändin kohderyhmää ja miten ja missä kanavissa heitä kannattaa tavoitella. Oikeanlaisen testiryhmän valintaan kannattaa panostaa käyttämällä siihen aikaa. Parhaan hyödyn saa, kun antaa osallistujien itse luoda ja tuottaa ideoita. Ota oman alan asiantuntijat mukaan, jos kyse on uusien tuotteiden tai palveluiden kehittämisestä. Osallistujille täytyy tarjota mahdollisimman aito käsitys tuotekehitysprosessista. Pohdi etukäteen, miten kuluttajien panos hyödynnetään uutuustuotteiden markkinoinnissa. (Hämäläinen 2012.)

Asiakaslähtöisyyttä pystytään lisäämään tapahtumatuotannon suunnittelun ideointivaiheessa erilaisten innovointitekniikoiden avulla. Proakatemian 20 -vuotis syntymäpäiväjuhlien suunnittelu rakennettiin kaksiosaiseksi. Kuten palvelumuotoilun tuplatimanttimalli kuvaa, prosessin aluksi listataan mahdollisimman laajasti ajatuksia ja ideoita, joista myöhemmin hiotaan parhaat jatsoon. Suunnittelu aloitettiin järjestämällä koko yhteisölle avoimia ideointi-iltoja, jonka jälkeen myöhemmin oli kattavampi workshop. Näissä käytettiin eri innovaatiotekniikoita, joista kerromme myöhemmin tässä luvussa lisää. Juhlia oli yhteiskehittämässä projektitiimin lisäksi lähes 200 ihmistä kaikille avoimien ideointikertojen sekä sosiaalisen median kyselyiden avulla.

Juhlien projektiorganisaatio järjesti yhteensä kymmenen avointa työpajaa Proakatemian tiloissa marraskuu 2018 - helmikuu 2019 välisenä aikana. Jokaisella kerralla oli oma tema ja innovoinnin tueksi hyödynnettiin eri tekniikoita, kuten "samalle sivulle", "kuvaa se!", "kuusi ajatteluhattua", "ideapizza" sekä "love/hate".



KUVIO 3. Innovointityökalujen käyttö prosessin eri vaiheissa (Kivelä 2017)

Innovointitekniikoita “samalle sivulle” sekä “kuvaa se!” hyödynnetään yleensä prosessin orientoitumisvaiheessa (kuvio 3). Samalle sivulle -tekniikassa osallistujat listaavat paperille viisi asiaa, joiden toteutuessa voidaan sanota projektin onnistuneen sekä viisi asiaa, mitä ei missään nimessä haluta projektiin. Tämän jälkeen keskustellaan missä raameissa liikutaan asian suhteen. Kuvaa se -tekniikan tavoitteena on luoda kuvalliseen muotoon ihannetilanne projektin lopputuloksesta, suunnitelman etenemisestä tai tavoitteellisesta käyttäjäkokemuksesta. (Kivelä 2017.)

Ideapizzaa käytetään yleensä prosessin ideointivaiheessa. Osallistujat sopivat yhdessä, mitä asiaa tai aihetta työstetään ja kirjoitetaan asiat näkyville. Jokainen osallistuja keskittyy yhteen aiheeseen kerrallaan. Osallistujat voivat keksiä uusia tai kehittää eteenpäin toisten ideoita. (Kivelä 2017.)

Lopuksi valitaan parhaat ideat. Love/hate -tekniikkaa hyödynnetään prosessin jalostusvaiheessa. Tekniikassa listataan ensin annetusta aiheesta kaikki hyvät puolet. Toisena tehtävänä on listata kaikki negatiiviset puolet, jonka jälkeen valitaan parhaat ja korostettavat asiat prosessin ratkaisuksi. (Kivelä 2017.) Kuusi ajatteluhattua -menetelmää käytetään ajattelun ja keskustelun apuvälineenä. “Ajatteluhattujen” avulla ongelmaa tai aihetta lähestytään eri näkökulmista noudattamalla eri hattujen mukaisia ajattelumalleja ja rooleja. Ajattelumalleja ovat objektiivisuus, intuitio, riskit, edut, hulluttelu sekä lopputulos. (De Bonon kuusi ajatteluhattua n.d.)

6.1 Ideointi-illat

Projektitiimi korosti jokaisella ideointikerralla, että juhlia järjestetään yhteisön toiveiden mukaisesti. Ideointikertojen sekä workshopin tarkoitus oli samalla markkinoida tulevia syntymäpäiväjuhlia, lisätä osallistujien mielenkiintoa ja mahdollistaa osallistuminen suunnitteluun. Työpajan aiheesta informoitiin etukäteen, jolloin osallistujat pystyivät ennakkoon miettimään annettua aihetta. Projektitiimi kutsui paikalle ihmisiä, joilla arveltiin olevan kokemusta tai näkemystä kulloisestakin aiheesta. Näin saatiin paremmin eri asiakassegmenttien äänet kuuluviin, sekä suunniteltua ideoiden avulla paremmin asiakkaille sopivan juhlan. Juhlien nettisivuille kirjoitettiin blogimuotoista tekstiä kuvaamaan ideointikertojen tuloksia. Blogitekstien avulla haluttiin lisätä avoimuutta juhlien suunnitteluun ja toteutukseen.

6.2 Workshop

Projektitiimi järjesti lauantaina 16.2.2019 aamupäivän kestävän workshopin Proakatemian tiloissa. Tapahtuman aluksi kerrottiin, että mitä ideoita ja ajatuksia on saatu aikaisemmillä kerroilla. Niitä ei kuitenkaan kerrottu liian laajasti, ettei osallistujien ajattelu rajautuisi liikaa jo annettuihin ideoihin. Alkuinfon yhteydessä kerrottiin myös, että on tärkeää ajatella mahdollisimman laajasti, rajamatta mitään ideaa pois. Ilmoittautumisen yhteydessä oli kysytty, mikä tapahtumatuotannon osa-alue kiinnostaa osallistujaa. Ryhmät jaettiin tämän mukaan, ja jokaisella ryhmällä oli oma vetäjä. Aiheina olivat juhlien visuaalinen ilme, tarjoilu, ohjelma sekä tapahtumatuotanto. Ideointikerroilla käytetyistä innovaatio-työkaluista otettiin parhaat uudestaan käyttöön. Työkaluina toimivat "love-hate" ja "kuusi ajatteluhattua". Näiden avulla haluttiin laajempaa ajattelua annettujen aiheiden tiimoilta. Workshopin jälkeen toteutettiin kysely osallistujille, jonka tarkoituksena oli saada projektitiimille lisää tietoa ja varmuutta asiakaslähtöisen tapahtumasuunnittelun tueksi. Workshoppiin osallistui projektiryhmän lisäksi 25 osallistujaa.

6.3 Yhteiskehittämisen ratkaisut

Syntymäpäiväjuhlien teemaan ja tilaan liittyviä ideoita tuli paljon. Lopulta annetuista ideoista Proakatemian 20 -vuotissyntymäpäiväjuhlien teemaksi muodostui Suomen luonto ja metsä. Se oli suunnittelun ja toteutuksen punainen lanka. Luovassa avataan, mitä ideoita ja ajatuksia osallistujilta tuli ideointikerroilla sekä workshopissa innovointimenetelmien avulla. Ideat jaoteltiin ruokailuun, tilaan ja tunnelmaan, ohjelmaan sekä musiikkiin.

6.3.1 Ruoka ja juoma

Juhlien alussa juotavaan onnittelumaljaan oli toivottu erilainen vivahde aikaisempiin käytäntöihin verrattuna. Proakatemian aiemmissa syntymäpäiväjuhlissa on totuttu kilistelemään yhdessä isolla joukolla alkumalja. Ideoita tuli laidasta laitaan, alkumaljan sijaan olevasta karkkilasista hattaraskumppaan. Lopulta Proakatemian 20 -vuotissyntymäpäiväjuhlilla juotiin kuohuviiniä, mutta kilisteltiin omien tiimien kanssa yhdessä, eikä koko iso porukka samaan aikaan.

Ruokailun esillepanossa toivottiin yhtenevää teemaa koko visuaalisen ilmeen kanssa. Visuaalisen ilmeen ollessa Suomen luonto ja metsä, catering loihitti tarjoilupöydän, jossa oli käytetty metsästä tuotuja aitoja puuelementtejä. Ruokailu- sekä istumajärjestys toivottiin toteutettavan tiimeittäin ja, että pöydät olisivat valmistumisvuoden mukaisessa järjestyksessä. Lisäksi toivottiin, että virallisen ohjelman jälkeen osa pöydistä vietäisiin pois, jotta juhlimiselle ja tanssimiselle olisi enemmän tilaa. Pöytien järjestys tiimeittäin ja mahdollisimman kronologisessa järjestyksessä toteutettiin, kuten myös tanssilattian raivaus ennen bändin aloittamista.

Ruokien suhteen toivottiin mahdollisimman laajaa valikoimaa. Selkeä enemmistö ideoista koski arvokasta ja juhlavaa ruokailua. Täten cocktailpalat ja muu sormisyötävä ei kuulunut toteutukseen. Arvokkaaseen ja juhlavaan syömiseen liittyi istualtaan syöminen. Vegaanisia vaihtoehtoja toivottiin monessa kohtaa ja pidettiin tärkeänä huomioida kaikki erityisruokavaliot sekä allergiat. Näiden huo-

mioiden pohjalta catering toteutti kolmen ruokalajin illallisen, jossa erityisruokavaliot ja allergiat huomioiden toteutettiin kaikkia palveleva illalliskokonaisuus (kuva 6). Toiveiden mukaisesti toteutettiin ruokalistan esillepano buffetpöydän alkuun. Ideaa jatkojalotettiin siten, että ruokalista oli myös pöydissä olleissa ohjelmakolmioissa. Näissä listoissa oli kerrottu info allergioihin liittyen.



KUVA 6. Proakatemia 20 -vuotisjuhlien menu (Caroliina Sievers 2019)

Yhteistyökumppaneiden avulla pystyttiin toteuttamaan toive sekä mustamakkarasta että pitkin iltaa saatavilla olleesta naposteltavasta. Mustamakkaran avulla alleviivattiin paikallisuutta. Naposteltavat oli jaettu pöytiin valmiiksi sekä laitettu esille baaritiskin viereen Proakatemialta tuotuun kirstuun. Tällä haluttiin tuoda juhlaan konkreettista Proakatemiahistoriasta, koska kirstu on ensimmäinen huonekalu, joka on ostettu Proakatemia tiloihin.

Jälkiruoaksi toivottiin sekä perinteistä syntymäpäiväkakkua että jotain luovempaa ratkaisua. Annettujen ideoiden pohjalta catering yhdisti nämä kaksi sekä lisäsi mukaan teemaan sopivasti kotimaisia marjoja. Lopputuloksena saatiin suussa sulava vaniljaleivos mustikkamelballa (kuva 7).



KUVA 7. Proakatemian 20 -vuotisjuhlien jälkiruoka (Sillanpää 2019)

Myöhempään ajankohtaan oli toivottu nakkikioskia tai evästarjoilua rennommalla otteella. Tämän toteutti catering ja Pakkahuoneen ulkopuolelle ajettiin foodtruck, josta tarjottiin erilaisia hotdodgeja. Ideoinneissa ja workshopissa esiintyi usein ruokailuun liittyen sanoja kuten laatu, maukas, rapea, suussasulava, murea, runsas, raikas. Näihin toiveisiin catering pyrki vastaamaan monipuolisella menullaan.

6.3.2 Tila ja tunnelma

Juhlatilan ratkaisuja koskien koettiin tärkeänä, että toteutus ei olisi liian halvan näköistä ja nopeasti toteutettua (kuva 8). Lisäksi toivottiin, että tunnelma olisi kaikki aistit herättävää sekä ihmisläheistä. Metsäiseen teemaan liittyen tilaan oli

toivottu usvaa ja mystisyyttä. Pakkahuoneen alakertaan vuokrattiin sumukone, joka loisi tämän toivotun tunnelman heti vieraiden sisääntullessa. Samaa mystisyyttä ja tunnelmaa toivottiin seinille projisoitavilla tunnelmakuvilla luonnosta. Kattoon kiinnitettävät projektorit heijastivat seinille liikkuvaa kuvaa vesiputouksesta.



KUVA 8. Proakatemian 20 -vuotissyntymäpäiväjuhlat Pakkahuoneella (Sillanpää 2019)

Juhlatilan yläkertaan toteutettiin valokuvauspiste, koska näin oli toivottu ideointi-illoissa. Rekvisiitaksi oli hankittu sekä eläviä että tekokasveja, nurmimattoa ja puupöllejä. Juhlijamäärän ollessa suuri, ainoaksi vaihtoehdoksi jäi jokaiselle tiimille aikataulutetut valokuvausajat.

Tapahtumaan toivottiin yllätyksellisyyttä. Se toteutettiin lisäämällä juhlijoiden viihtyvyyttä ja tartuttiin juhlijoilta tulleeseen ideaan vessakoreista, jotka sisälsivät kauneuteen ja virkistäytymiseen liittyviä tuotteita. Ne toteutettiin yhteistyökumppaneiden avulla. Omalta osaltaan viihtyvyydestä vastasi juontaja, joka oli Proakatemian nykyinen opiskelija. Juontajan vastuulla oli myös kertoa juhlijaille tulevasta aikataulusta sekä ohjelman sisällöstä.

Juhlatilaan haluttiin lounge, jossa voisi jutella rauhallisemmin. Loungea varten vuokrattiin Tampereen kaupungin tilapalveluilta Pakkahuoneen ulkopuolella olevaa parkkipaikkaa, jonne rakennettiin hiljaisempi tila juttelulle. Alueelle tuotiin juhlateltat, pöytiä, tuoleja sekä lämmitin pitämään juhlijat lämpöisinä viileänä syysiltana.

Tiedettiin, että juhlijoita tulisi muualtakin kuin Tampereelta ja sen vuoksi ideat edullisesta majoittumisesta olivat toivottuja. Kaukaa matkustavia muistettiin solmimalla hotellitarjoukset muutaman tamperelaisen hotellin kanssa. Tällä tavoin haluttiin tarjota koko viikonlopun ajan palveleva kokonaisuus.

Projektitiimi teetti juhlista muistovideon, joka julkaistiin kolme viikkoa syntymäpäivien jälkeen. Näin näytettiin niillekin, jotka eivät juhliin osallistuneet, tämän vuoden syntymäpäiväjuhlien kokonaisuus. Video esittelee hyvin juhlien kantavan teeman sekä eri osa-alueet ja tunnelman (Proakatemia 20v 2019). Video on katsottavissa Youtube -sivustolla.

6.3.3 Ohjelma

Laatua on vaikea määritellä muutamalla sanalla. Yleisesti ottaen laatu tarkoittaa sitä, miten hyvin tuote (tavara tai palvelu) vastaa asiakkaan odotuksia tai vaatimuksia, eli miten hyvin asiakkaan tarpeet ja toiveet tyydyttyvät. (Ylikoski 1999, 118.)

Proakatemian 20 -vuotissyntymäpäiväjuhlien ideat koskien juhlien ohjelmaa pidettiin tärkeänä osa-alueena juhlan tunnelman kannalta (kuva 9). Toivottiin, että puheenvuorot eivät olisi liian pitkiä, jotta tunnelma pysyisi kevyenä. Samaa ajatusta kunnioittaen toteutettiin myös toive, ettei liian montaa puheenvuoroa olisi peräkkäin. Ideoista nousi esiin, että lavalle olisi kiinnostava nähdä ihmisiä, jotka moni juhlija valmistumisvuodesta huolimatta tuntisi. Lavalle nousivat päävalmentaja, vuosien varrelta monelle tuttuja opiskelijoita, nykyisiä alumneja, sekä

Proakatemia yhteistyökumppaneita. Ohjelmaan saatiin vaihtelua näyttämällä osa puheenvuoroista videoiden muodossa. Iltaan oli toivottu yllätyksellisyyttä, joka lopulta toteutettiin yhteistyössä Proakatemia alumnijyhdistyksen kanssa piilottamalla kirjekuori satunnaisten penkkien alle. Kuoresta löytyi seuraavan päivän selviytymispakkaus.



KUVA 9. Proakatemia 20 -vuotisjuhlien ohjelma (Sievers 2019)

Lavalla tapahtuvan ohjelman lisäksi toivottiin tekemistä, jota voisi suorittaa omaan tahtiin. Siksi Pakkahuoneen alakertaan vuokrattiin erilaisia pelikoneita. Ideoinneissa nousi esiin, että juhla tulisi olemaan ainutlaatuinen, joten vieraskirja olisi tärkeä osa muistoa. Perinteeksi Proakatemialla on muodostunut, että syntymäpäiväjuhlista jää jokin konkreettinen asia koulun tiloihin. Vieraskirja toteutettiin siten, että jokainen juhlija kirjoitti nimensä vanerilevyyn, jossa oli samaleesta tilatut yksityiskohdat. Ideointi-illoissa oli mietitty, millä historiaa saataisiin tuotua juhlaan kiinnostavalla ja nuorekkaalla tavalla. Tämä ratkaistiin heti juhlien alussa näytettävällä historiavideolla, jossa kerrattaisiin juuri ne syyt, miksi Proakatemiaa kuuluu juhlia arvokkaasti saavutuksistaan ja 20 vuoden historiasta.

6.3.4 Musiikki

Musiikkiin liittyen tuli huomattavan paljon ideoita, joten siihen keskityttiin huolella tapahtuman suunnittelussa ja toteutuksessa. Todettiin, että musiikki ei saa olla liian kovalla, jotta ihmiset pystyvät juttelemaan keskenään. Musiikin luoma tunnelma koettiin tärkeäksi, joten musiikkia soitettiin heti juhlaan saavuttaessa sekä ruokailun aikana. Juhlien alkuun ja ruokailun ajaksi soittamaan varattiin Sumua-niminen bändin. Bändin nimi nousi esiin ideoinneissa ja se toteutti yhteisöltä kerätyistä sanoista laulun, joka kertoi Proakatemian arjesta. Ohjelman tauoilla soitettiin taustamusiikkia Pakkahuoneen omasta musiikkipalvelusta. Juhlien virallisen osuuden jälkeen oli vuorossa bändi ja tiskijukat, jotka pitivät huolen loppuillan tunnelmasta. Musiikilliseen ohjelmaan oli toivottu jotain yhtymäkohtaa eri vuosille Proakatemiolla, niin ihmisten kuin musiikin muodossa. Idea toteutettiin siten, että dj:t ja kaksi bändin laulajaa olivat alumneja. Bändin ensimmäinen solisti oli Proakatemian nykyinen opiskelija. Käytännön syistä ei pystytty toteuttamaan ideaa, että bändiltä ja tiskijukilta pystyisi pyytämään soitettavia kappa-leita joko etukäteen tai juhlan aikana.

6.4 Muistilista yhteiskehittämiseen

- Motivointi
- Tarvitaanko fasilitointia?
- Oikeat menetelmät
- Mittaaminen
- Jatkojalostus (liite 1)

7 PROAKATEMIAN 20 -VUOTISSYNTYMÄPÄIVÄJUHLAT

Opinnäytetyön kirjoittajat kertovat tässä luvussa, kuinka Proakatemia 20 -vuotissyntymäpäiväjuhlien suunnittelu ja toteutus tapahtui käytännössä. Juhlien asiakaslupauksena oli järjestää Proakatemia historian suurimmat juhlats asiakaslähtöisesti ja täysin uudella tavalla. Ihminen on keskeinen osa onnistunutta palvelumuotoiluprosessia eikä asiakasta saa unohtaa projektin missään vaiheessa. Luvussa kerrotaan lisäksi palvelumuotoilun ja tunnelmamuotoilun teoriaa.

Tuulaniemi (2016) muistuttaa kirjassaan *Palvelumuotoilu*, että ihminen on keskeinen osa palvelua. Palvelumuotoilun yhteydessä puhutaan asiakkaan palvelukokemuksesta. Asiakas on aina osa palvelutapahtumaa ja hän muodostaa kokemuksensa palvelusta joka kerta palvelutapahtumassa henkilökohtaisesti uudestaan. (Tuulaniemi 2016, 26).

Proakatemia syntymäpäiväjuhlien suunnittelun pohjana toimi palvelumuotoilu asiakaslähtöisten toimintatapojen perusteella. Projektitiimi etsi keinoja motivoida ja sitouttaa yhteisöä yhteiseen juhlaan. Yksi vaikuttavimmista tekijöistä juhlijoiden sitouttamisessa oli varmasti se, millainen mielikuva juhlijoiatsa oli jäänyt aikaisemmista juhlats. Vuosikellon mukaisesti Proakatemia syntymäpäiväjuhlats on juhlittu joka vuosi syksyllä. Useimpina kertoina syntymäpäivät on juhlittu Proakatemia omissa tiloissa ja tarjolla on ollut pientä purtavaa sekä oheisohjelmaa. Projektitiimi suunnitteli uudestaan monia vuosia samalla tavalla toteutetun syntymäpäivien juhlakonseptin. Tunnelmamuotoiluun erikoistunut kokemusvalmentaja Marjo Rantanen (2016) muistuttaa, että tunnelmamuotoilun perustana ovat kokemukset. Kokemuksia on hyödyllistä tarkastella syvemmän pohdinnan kautta: miten ajattelemme, toimimme ja tunnemme. (Rantanen 2016, 15).

Tapahtumajärjestäjän on pidettävä mielessä, että oikean paikan ja ympäristön valinta on korvaamattoman tärkeää ikimuistoisen tapahtuman luomiseksi. Sijainnilla on ratkaiseva merkitys, kun ihmiset miettivät osallistuvatko vai jättävätkö osallistumatta tilaisuuteen. Lyhyesti sanottuna paikka muotoilee tapahtumaa ja jättää pysyviä muistoja osanottajien mieleen tyylillään ja tunnelmallaan.

Paikkojen on oltava erityisiä, yllättäviä, epätavallisia, mielenkiintoisia, jopa käsitämättömiä. Tapahtuma on pidettävä paikassa, joka ylittää sen, mihin ihmiset ovat tottuneet tai mitä he odottavat. (Tapahtumasuunnittelun trendit 2019 2018.)

Osallistujien toiveena oli, että Proakatemiaa pyöreitä vuosia täytyy juhlistaa arvokkaassa tilassa ja, että Proakatemiaa omat tilat olisivat riittämättömät ja pohjaratkaisultaan vääränlaiset. Juhlapaikaksi valikoitui Tampereen Pakkahuone historiallisuutensa sekä tilaratkaisun vuoksi. Palvelumuotoilu alkaa tutkimalla, mitkä prosessit tarvitsevat parannusta ja miten palvellaan parhaiten ihmisten tarpeita (Lockwood 2010, xi).

Kuten luvussa 2. todetaan, palvelukokemusta ei voi suunnitella kokemuksen ollessa subjektiivinen. Projektitiimin oli haastavaa toteuttaa palvelukokemus jostain, jota ei ole aikaisemmin Proakatemialla koettu. Rantasen (2016) mukaan, jotta voisimme ennustaa, mitä tulevaisuudessa tapahtuu, pitää ymmärtää menneisyyttä. Kuinka moni palveluntarjoaja ottaa kohtaamisissa huomioon asiakkaansa aiemmat tunteet, muistot ja kokemukset. Ajatus, että tunnetta jonkun tietyn polun mukaan ja vielä tietyssä, ajallisessa järjestyksessä, johtaa meitä helposti harhaan. Emme näe todellisia fiiliksiä tai kehittämisen kohteita. (Rantanen 2016, 14). Tästä huolimatta pyrittiin luomaan mielikuvia tulevasta juhlasta ja vaikuttamaan näin asiakkaan palvelukokonaisuuteen. Projektitiimi suunnitteli juhlatilan ja asiakkaan kulkeman palvelupolun konkreettisesti kronologisessa järjestyksessä lähtien siitä, kun asiakas saapuu juhlapaikan etuovelle, aina poislähtöön saakka.

7.1 Talvi 2019

Tilaisuuden järjestäjän on hyvä jo projektin asettamisen yhteydessä selvittää itselleen ja työryhmän keskeisimmille henkilöille tilaisuuden ensisijaiset tavoitteet. Ensisijaisten tavoitteiden sisäistäminen edesauttaa huomattavasti onnistuneen tapahtuman jatkosuunnittelua ja toteutusta. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 45.) Projektitiimi aloitti juhlavuoden kirkastamalla syntymäpäiväjuhlien tavoitetta ja toimintatapaa. Päätettiin pitää kiinni avoimesta keskustelukulttuurista, vaikka haastetta toi se, että järjestäjät olivat neljästä eri tiimistä.

Projektitiimi piti palaverin syntymäpäiväjuhlista Proakatemian päävalmentajan Veijo Hämäläisen kanssa. Hän muistutti projektitiimiä, että haastavinta projektissa olisi asiakaslähtöisyys ja taito laittaa projektin työryhmän omat näkemykset ja ideat syrjään. Niinkuin Vallo ja Häyrinen (2012) muistuttavat Tapahtuma on tilaisuus -kirjassa, että on erityisen tärkeää muistaa se, ettei tapahtumaa olla järjestämässä itselle vaan erikseen määritellylle kohderyhmälle. Analysoi siis kohderyhmäsi tarkkaan ja muista että se mikä sopii yhdelle, ei sovi kaikille. (Vallo & Häyrinen 2012, 122). Projektitiimiä helpotti Proakatemian syntymäpäiväjuhlien suunnittelussa se, että kohderyhmät olivat selvillä jo ennalta. Asiakasprofiileita käsitellään syvemmin osiossa 4.2.

Päävalmentajan kanssa käydyn palaverin lopputuloksena kirkastettiin asiakaslähtöisyyttä ja avoimuutta syntymäpäiväjuhlien suunnittelussa, jolloin päätettiin toteuttaa kaikille yhteisön jäsenille avoimia ideointi-iltoja. Näin juhlien kohderyhmä pääsi mukaan tapahtuman suunnitteluvaiheeseen. Hyvä idea, jota soisi käytettävän enemmän, on kohderyhmän ottaminen mukaan tapahtuman suunnitteluun (Vallo & Häyrinen 2012, 158). Asiakas osallistuu palvelutapahtumaan kertomalla tarpeistaan ja toiveistaan. Näin asiakas voi itsekään vaikuttaa palvelun lopputulokseen. (Ylikoski 1999, 24.) Projektitiimi painotti yhteisölle, että tulevaa juhlaa tulitisiin tekemään Proakatemian juhlijoiden näköiseksi sekä tarpeita vastaavaksi toiveiden ja annettujen ideoiden mukaisesti. Tästä lisää kappaleessa 6.2.

Organisaation maine muodostuu teoista, ja missäpä muualla kohderyhmä pääsisi konkreettisemmin kohtaamaan organisaation toiminnan kuin vuorovaikutteisessa tapahtumassa (Vallo & Häyrinen 2012, 28). Projektiryhmä halusi luoda luotettavuutta ja helpommin lähestyttävyyttä toimintaansa, jolloin myös ideoita ja

ajatuksia kerrottaisiin avoimemmin. Tekijät halusivat korostaa yhteisölle sitä, että ideoita ja ajatuksia otettaisiin vastaan missä vaiheessa projektia tahansa. Projektitiimi halusi esimerkiksi johtaa uutta toimintamallia Proakatemiaan yhteisöön.

Avoimuuden avulla projektitiimi pystyi luomaan ja nostattamaan kiinnostusta tapahtumaa kohtaan jo hyvin aikaisessa vaiheessa ennen juhlia. Yhteisö kiinnostui juhlasta ja moni ulkopuolinen taho tarjosi apua. Merkittävä apu olivat valotaulomainokset pääyhteistyökumppaneille. Kahdessa isossa mainoksessa oli mainittuna Proakatemia, sekä yrittäjäyys. Mainokset pyörivät yhteensä kaksi viikkoa Tampereen neljällä tuloväylällä maanteiden varressa.

Tapahtuman internet-sivuilta asiakkaat pääsivät seuraamaan projektin etene- mistä. Juhlita varten luotiin myös Instagram-tili, jossa avattiin kuvien avulla juh- lien ideointia sekä rakentumista. Instagramissa järjestettiin osallistujille äänes- tyksiä sekä kyselyitä mm. juhlien alkamis kellonajasta, pukukoodista sekä juh- lien kestosta. Instagramin kautta projektitiimille annettiin paljon myös suoraan palautetta ja kysymyksiä juhlan sisältöön liittyen.

Kirjassa Käyttäjakeskeinen suunnittelu - Käyttäjätiedon keruu, mallittaminen ja arviointi todetaan, että näemme ympäristön sellaisena, kuin olemme itse suunnittelijoina ja tuotteen käyttäjinä tottuneet näkemään (Huotari ym. 2003, 16). Proakatemiaan 20 -vuotissyntymäpäiväjuhlissa oli kuitenkin kyse siitä, kuinka juhlijat olivat tottuneet aikaisemmat Proakatemiaan juhlat näkemään ja mitä juuri näiltä juhlilta toivottaisiin.

Alkuvuodesta projektitiimi kilpailutti catering-yrityksiä. Lopulta cateringiksi vali- koitui yritys, jossa yksi Proakatemiaan alumni työskentelee. Yhteys ja asioiden sopiminen osoittautui erittäin helpoksi. Cateringin kanssa oli sovittu, että ruoka- vaihtoehdot tehdään yhdessä asiakaslähtöisesti ideointi-illoissa sekä workshopissa tulleiden toiveiden mukaan. Ideoista kappaleessa 6.2.1.

Toivottiin, että juhliin saataisiin mahdollisimman paljon alumneja paikalle. Tämä olisi merkittävä asia koko Proakatemiaan yhteisölle ja näin pystyttäisiin Suomen korkeakouluyhteisössä näyttämään, kuinka vakavasti otettava yhteisö Proakate- mia on pienestä opintolinjasta huolimatta.

7.2 Kevät 2019

Avoimissa ideointi-illoissa selvisi, että moni juhlijoista arvostaisi kolmen ruokalajin istuvaa illallista. Tätä varten ei Pakkahuoneelle mahtuisi enempää kuin 400 henkeä. Projektitiimi aloitti lipunmyynnin alumneista ja seurasi, kuinka paljon alumneja haluaisi tulla juhlimaan. Loput paikat jaettiin kutsuvieraille ja yhteistyökumppaneille. Osallistujiin laskettiin Proakatemiaalta osallistuvat nykyiset opiskelijat, sekä valmentajat. Lipunmyynti suoritettiin Kideapp-nimisen lipunmyyntisivuston kautta. Alumni-lippukauppa suljettiin kesäkuun puolivälissä ja se koettiin alumni-keskuudessa hankalaksi ja erilaiseksi, mihin oltiin ennen totuttu. Aiempina vuosina syntymäpäiväjuhlien lipunmyynti on suoritettu lähempänä juhlia.

Keväällä projektitiimi halusi kehittää mahdollisimman pitkälle juhlien ohjelmaa. Alkuvuoden ideoinneissa oli saatu paljon toiveita ja keväällä olisi aika selvittää, miten ne käytännössä saataisiin toimimaan tai näkymään juhlassa. Projektitiimin arvona toimi asiakaslähtöisyys juhlien suunnittelussa. Sisällön suunnittelussa kohderyhmän huomioon ottaminen on A ja O (Vallo & Häyrynen 2012, 104). Ohjelmavaihtelun suunnittelu kävi vaivatta, koska oltiin opittu kohderyhmästä ja sen toiveista.

Kevään aikana haettiin oppia tehden vertailuanalyysit kahdesta eri tapahtumasta, joista koettiin olevan hyötyä Proakatemian 20 -vuotissyntymäpäiväjuhlien suunnittelussa. Benchmarkkauksesta lisää kappaleessa 5. Vertailuanalyytien jälkeen projektitiimi listasi asioita, joihin halusi keskittyä syntymäpäiväjuhlien suunnittelussa ja toteutuksessa. Keskeisiksi teemoiksi nousivat asiakaslähtöisyys ja palvelumuotoilu. Näihin kahteen asiaan paneutumalla projektitiimi lunnasti syntymäpäiväjuhlille luodut arvot. Vertailuanalyysit osoittivat, että kyseiset tapahtumat oli tehty järjestäjiensä näköiseksi, eikä tapahtumissa koettu asiakaslähtöisyyttä.

7.3 Kesä 2019

Alumnien lipunmyynti sulkeutui 21.6.2019 ja projektitiimi huomasi silloin, että alumnien osuus tulisi olemaan juhlijoiden kokonaismäärästä suurin. Kesäkuussa moni alumni heräsi siihen, että ottaa entisen tiimensä jäseniin yhteyttä. Tämä koettiin isoksi onnistumiseksi, sillä projektitiimin tavoitteena oli, että tiimit kokoontuvat yhteen taas vuosien jälkeen. Kesäkuussa vahvistettiin Pakkahuoneen tilavaraus ja solmittiin yhteistyösopimus juhliin toteutettavista lisävaloista, sumu-efekteistä ja projisoinneista. Visuaalisesta ilmeestä enemmän luvussa 6.2.2.

Ruoka oli yksi suurimmista kulueristä ja siihen saatiin yhteistyökumppani sponsoimaan kaikki raaka-aineet. Näin catering pystyi luomaan juhliin arvokkaampaa ja monipuolisempaa ruokaa.

Projektitiimi piti oman palautekeskustelun, jotta tietäisi miten toimia loppuprojektin ajan paremmin sekä tehokkaammin. Projektitiimi teki tiiviisti yhteistyötä monta tuntia viikossa, joten palautteen antamisesta ja vastaanottamisesta oli muodostunut helposti lähestyttävä työmuoto. Projektitiimi koki, että palautteen avulla pystyisi parantamaan myös projektin työnjäljen laatua. Palautteen antamisen tarkoitus on osaamisen kehittäminen, laadun parantaminen, resurssien optimointi ja työyhteisön hyvinvoinnin edistäminen (Saksala 2015, s. 109-110). Yksi reflektointiin ja kehittämiseen soveltuva yksinkertainen sekä helposti sovellettavissa oleva työkalu on nimeltään Motorola. Tätä työkalua voidaan hyödyntää joko oman työn reflektioon, mutta myös laajemmin tiimin oppimisen sekä kehittymisen kiteyttämiseen ja nopeuttamiseen. Kyseessä on yksinkertainen raportointimalli, jolla voidaan analysoida ja reflektoida projektia ja tuloksia loppuvaiheessa tai sen jälkeen. (Junkkari & Nyström n.d.)

Koko heinäkuu pidettiin lomaa. Projektitiimi oli hyvin motivoitunut, mutta tunsikin, että kesällä tarvitaan myös taukoa pitkäkestoisesta projektista. Näin saataisiin tuotua uusia ja tuoreita ajatuksia elokuussa mukaan projektiin. Haluttiin, että jokaisella on motivaatio korkealla ja tiedettiin, että motivaation lopahtaminen olisi suorassa suhteessa juhlien lopputulokseen. Projektitiimi tiesi myös, että heidän

koko työnsä tulitisiin mittaamaan syksyllä, joten vireystaso pitäisi olla huipussaan. Motivaation voima määrittelee, millä vireydellä, halulla, aktiivisuudella ja ahkeruudella toimimme tietyissä tilanteissa saavuttaaksemme tavoitteemme (Saksala 2015, 59).

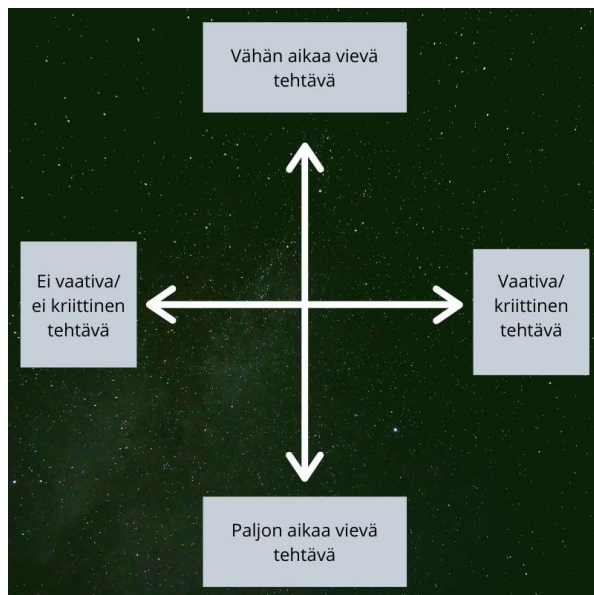
7.4 Syksy 2019

Tunnelmamuotoilu on oikeastaan ajattelufilosofia, joka tarjoaa ymmärtämisen, suunnittelun ja tuottamisen työkaluja ja välineitä. Tunnelmamuotoilussa on neljä vaihetta: ensimmäinen vaihe on ymmärtää teorioita, eli mistä kokemukset ja tunnelma syntyvät. Toisessa vaiheessa hyödynnetään työkaluja ja ajattelumalleja suunnitteluun ja kommunikoinnin avuksi. Kolmas vaihe on työstää haluttuja kokemuksia työkalujen avulla. Neljäs vaihe on tuottaa kokemuksia ja haluttua tunnelmaa. (Rantanen 2016, 124) Tunnelmamuotoilun periaatteet ja asiakkaan palvelupolku pidettiin koko projektin ajan kirkkaana mielessä ja eri aistit pyrittiin ottamaan huomioon ratkaisuja tehdessä. Tunnelmamuotoilun kaava ja polku voivat olla hyvin mietittyjä ja niitä voidaan kehittää suunnitelmallisesti ajan kanssa. Usein kuitenkin olemme tilanteessa, jossa joudumme ajattelemaan ja tekemään samaan aikaan. Silloin pitää jättää tilaa myös luovuudelle, spontaaneille ratkaisuille ja improvisaatiolle. (Rantanen 2016, 15.)

Yhtenä isoimpana kokonaisuutena oli istumapaikkojen rakentaminen. Ideointi-illoissa oli tullut esiin, että tiimit halusivat istua pitkissä pöydissä yhdessä. Tehäväksi jäi sommitella ilmoittautuneet juhlijat tilaan istumaan tiimeittäin. Tiimejä oli yhteensä 36, mukaan lukien kutsuvieraat ja valmentajat. Istumajärjestyksestä tarkemmin kappaleessa 6.2.1. Muutamasta tiimistä ilmoittautui vain muutama henkilö, joihin otettiin yhteyttä ja kysyi heidän toiveitaan istumapaikasta. Tällä tavoin projektitiimi lisäsi asiakaslähtöisyyttä juhlien suunnittelussa.

Tapahtumalla tehdään muistijälki ihmisen mieleen. Kiitettävästi toteutettu tapahtuma, joka vielä ylittää läsnäolijan odotukset, muistetaan ja sitä muistellaan pitkään. (Vallo & Häyrinen 2012, 225) Projektitiimin tavoite oli jäädä yhteisön mieleen unohtumattomien juhlien järjestäjänä. Viimeiset viikot ennen juhlia keskityttiin ohjelman hiomiseen, visuaalisen ilmeen rakentamiseen ja tavaroiden ostamiseen.

Ennen juhlia tapahtuman rakennusta ja purkua varten rekrytoitiin vapaaehtoisia. Vapaaehtoisia tarvittiin myös tapahtuman aikana juhlapaikan yleisen siisteyden ylläpitoon. Tehtävät jaettiin vapaaehtoistyöntarjottimen (kuva 10) avustuksella. Kuvassa tehtävät jaotellaan työn luonteen ja vaatimusten mukaisesti neljään eri kategoriaan: vähän aikaa vievä tehtävä, vaativa/kriittinen tehtävä, paljon aikaa vievä tehtävä, ei vaativa/ei kriittinen tehtävä. Työkalun avulla tehtävät on helppo jakaa jokaisen tekijän omien vahvuuksien mukaan.



KUVA 10. Vapaaehtoistyöntarjotin (Karreinen ym. 2013, 44-45)

Kirjassa 10 askelta parempaan vapaaehtoistoimintaan (2013) opastetaan, kuinka rekrytoidaan oikea henkilö oikeaan tehtävään:

1. Tee lista potentiaalisista vapaaehtoisista
2. Kysy ensin parasta - älä sitä, joka suostuu todennäköisemmin
3. Myy tehtävä vapaaehtoiselle: juuri sinun kykyjäsi tarvitaan
4. "Jokua" ei kannata rekrytoida
5. Älä arvaa, vaan kysy suoraan mitä vapaaehtoinen haluaa

6. Tarjota tehtäviä julkisesti, rekrytoi henkilökohtaisesti
7. Käytä sähköpostia harkiten
8. Uskalla kysyä
9. Asenne ratkaisee (Karreinen ym. 2013, 44-45.)

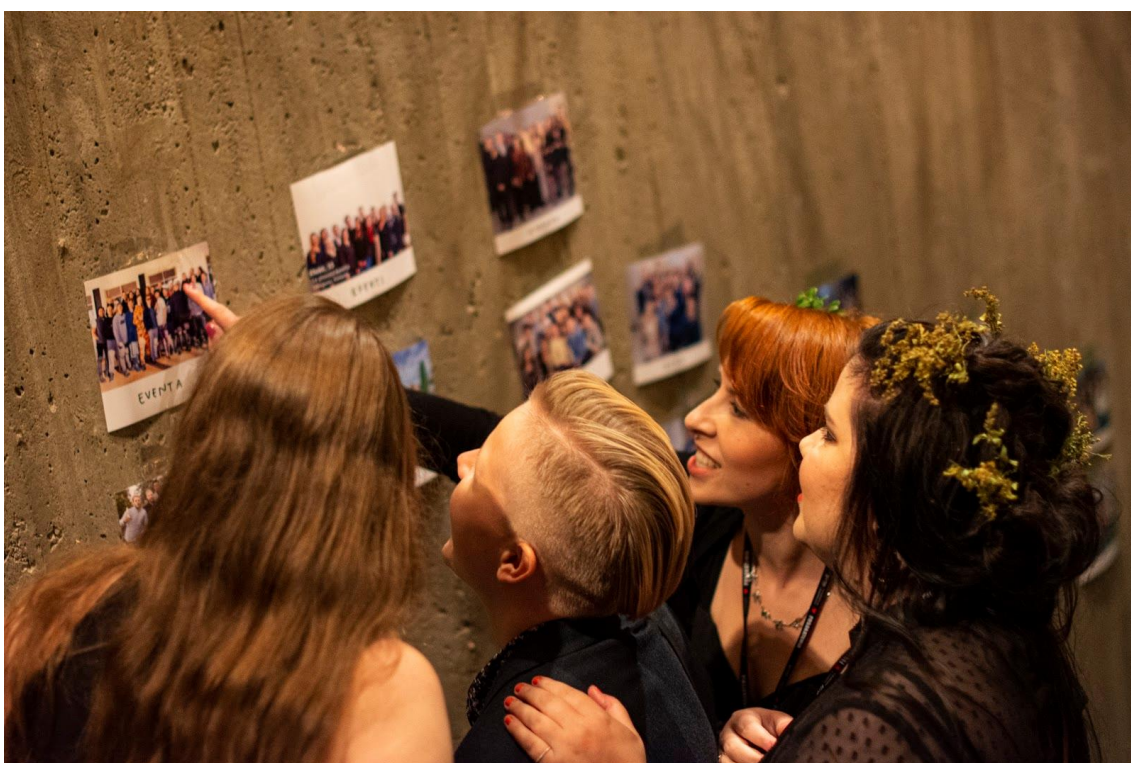
Vapaaehtoiset päätettiin rekrytoida vasta tulevana vuonna Proakatemialla opintonsa aloittavien tradenomiopiskelijoiden joukosta. Proakatemian 20 -vuotisjuhlien rakentamisessa haluttiin korostaa yhteisöllisyyttä ja juhlia rakennettiin yhteisön avulla. Osallistuttuaan rakentamiseen uudet opiskelijat pääsivät juhlimaan ja verkostoitumaan nykyisiin opiskelijoihin, alumneihin, valmentajiin sekä kutsuvieraisiin. Tällä tavoin lisättiin yhteisöllisyyttä ja toivottiin, että uusille opiskelijoille tulisi turvallinen olo liittyä suureen yhteisöön.

Proakatemian 20 -vuotisjuhlien rakentaminen oli sujuvaa ja helppoa, koska kaikki suunnitelmat oli suunniteltu ja visualisoitu jo valmiiksi pohjakarttaan (liite 2). Suunnittelua helpotti suuresti palvelumuotoilu asiakaslähtöisesti sekä asiakasprofiilien syvä ymmärtäminen.

Kuten projektitiimin tavoitteisiin ja arvoihin kuului, kaikki rakennettavat juhlatilan osa-alueet oli suunniteltu juhlijoilta tulleiden ideoiden pohjalta. Juhlijat olivat toivoneet juhlaan näkyville historiaa, joten eräälle juhlatilan seinälle tuotiin Proakatemian koko Hall of Fame, jossa on Proakatemian alusta saakka saaneet paikansa merkittävällä tavalla akatemialla ansioituneet opiskelijat (kuva 11). Lisäksi kaikkia tiimejä pyydettiin, menneitä ja nykyisiä, lähettämään tiimistään tiimikuvat, jotka johdattivat juhlijat portaiden vierellä kohti juhlaa (kuva 12). Kaikki nämä osa-alueet oli otettu mukaan myös käyttäjien tunnelmaa ohjaavaksi tekijäksi. Tunnelmamuotoilun ajatuksena on luoda kokemuksia, jotka syntyvät hetkessä. Hetkessä syntyvät tunnelmat voivat olla iloinen yllätys niin kokemuksen tuottajalle kuin vastaanottajallekin. (Rantanen 2016, 14.)



KUVA 11. Proakatemian Hall of Fame juhlatilassa (Sillanpää 2019)



KUVA 12. Tiimikuvat johdattivat juhlijat historian havinaan (Sillanpää 2019)

Huolella suunniteltu on puoliksi tehty. Tämä pätee erityisesti tapahtuman järjestämiseen, sillä itse tapahtumat ovat yleensä niin hektisiä, ettei niissä ehdi miet-

tiä perustavanlaatuisia kysymyksiä. Etukäteen mietityt ja hyvin suunnitellut toimet ohjaavat tapahtuman kulkua kuin itsestään. (Pietilä 2018.) Juhlijoiden kontaktipisteet palvelumuotoilun sekä asiakaslähtöisyyden näkökulmasta oli piirretty jo suunnitteluvaiheessa pohjakarttaan. Tähän projektitiimi otti oppia SBS -seminaarin vertailuanalyysistä. Tästä lisää luvussa 5.4.

Juhlijoiden toivomaa historiaa tuotiin esiin jo aiemmin kappaleessa 6.2.3. Videossa näytettiin Proakatemia kehitystä opiskelijamäärien sekä liikevaihdon valossa (Proakatemia 20v -tervetuloa synttäreille 2019). Videon nähtyään jokainen läsnäolija viimeistään ymmärsi, mitä kaikkea Proakatemia on saavuttanut ja kuinka hieno historia sillä on takanaan. Videolla pyrittiin lisäämään yhteisöllisyyden tunnetta ja osoittamaan, että kaikki Proakatemialla opiskelevat ovat osa isompaa yhteisöä ja kokonaisuutta. Video on nähtävissä Youtube-sivustolla.

Varmin tapa laskea tunnelmaa tapahtumassa on ongelmatilanteiden kanssa säätäminen. Olivat kyseessä sitten tekniset ongelmat, tarvittavien välineiden uupuminen tai muut puutteet, iso osa ongelmista on vältettävissä huolellisella valmistautumisella. Toki yllätyksiä voi tulla matkan varrella, mutta niihin on helpompi reagoida kun voi luottaa siihen, että kaikki muu on kunnossa ja rullaa omalla painollaan. (Mikkonen 2019.) Suurin vastoinkäyminen kohdattiin vajaa tunti ennen illallisen alkua. Cateringin ruuanvalmistuspiste sijaitsi Pakkahuoneen aukiolla ja he saivat laitteilleen virran ulkoseinän sähkökaapista. Sähköihin tuli tekninen vika ja iso osa laitteista ei enää kypsentänyt ruokaa. Vikaa yritettiin selvittää, mutta syytä ei löytynyt, joten sitä ei voinut myöskään korjata juhlien aikana. Pakkahuone myönsi cateringille luvan käyttää vieressä sijaitsevan Klubin keittiötä ja siellä saatiin kypsentää ruuat loppuun.

Projektitiimi joutui tilanteessa pohtimaan, miten tilanne ratkaistaisiin parhaalla mahdollisella tavalla. Tilanteessa piti nopeasti analysoida, miten pahasti illallinen myöhästyi ja kuinka se vaikuttaisi muun ohjelman kulkuun ja illan sisältöön. Pohdittiin, pitäisikö illallisen jälkeen suunniteltua ohjelmaa siirtää joiltain osin paikkaamaan odottelua. Tässäkin tilanteessa mietittiin asiaa käyttäjien kannalta. Moni juhlija oli ennen juhlia tuonut ilmi sitä, että monet tiimit kohtaavat toisensa ensimmäistä kertaa pitkän ajan jälkeen, joten he kaipasivat myös aikaa vapaalle seurustelulle. Odottelu-aika päätettiin jättää vapaaksi ohjelmasta ja päädyttiin siihen, että jos illallinen pitkittyisi niin myös kahvituksen alkamista

pystyisi tarvittaessa lykkäämään, jotta muut ohjelmanumerot ehdittäisiin viemään läpi. Illallinen myöhästyi lopulta vain puoli tuntia eikä loppuillan ohjelma juurikaan kärsinyt tapahtuneesta. Illallisen myöhästymisestä tiedotettiin heti juontajan toimesta lavalla ja juhlien jälkeen tulleen palautteen perusteella juhlijat eivät kokeneet, että juhlien tunnelma olisi kärsinyt tapahtuneesta.

7.5 Muistilista asiakaslähtöisen tapahtuman toteutukseen

- Tapahtumapäivän kulku
- Vastuualueiden määrittely ja jakaminen
- Budjetti
- Asiakas (liite 1)

8 PALAUTTEET

Tässä opinnäytetyön luvussa käydään läpi kaikki projektin aikana kerätyt palautteet. Palautteita kerättiin kolmessa eri hetkessä, koska näin saatiin mahdollisimman laaja käsitys Proakatemian 20 -vuotisjuhliin osallistuvista projektin eri vaiheissa.

Palaute on vain yksi inhimillisen vuorovaikutuksen muoto, jota ei tule sivuuttaa, vaan siihen kannattaa päinvastoin rohkaista. Kritiikkiä antava asiakas on sitoutunut yritykseen. Asiakas kertoo uhraamallaan ajalla, että hän on kiinnostunut tuotteesta ja haluaa, että sitä kehitetään. Kritiikillä asiakas osoittaa yritykselle kunnioitusta ja lojaaliutta antamalla sille toisen mahdollisuuden. Saadun palautteen ansiosta yritys voi tehdä parannuksia, sillä myös yritykset oppivat virheistään kantapään kautta. Ilman kritiikkiä toistaisimme samoja virheitä yhä uudelleen. Kritiikin antaminen ja vastaanottaminen eivät ole helppoja tehtäviä. Pettynyt asiakas epäröi myöntää edes itselleen, että jossakin oli vikaa, sillä hän puolustaa ostopäätöstään. (Kannisto & Kannisto 2008, 162.)

Ensimmäiset palautteet kerättiin syntymäpäiväjuhlien suunnittelun workshopista. Seuraavat palautteet kerättiin syntymäpäiväjuhlien juhlatilassa sekä juhlista poistuttaessa. Viimeiset palautteet saatiin Proakatemian omia viestintäkanavia hyödyntäen. Palautekyselyssä keskityttiin nimenomaan kartoittamaan juhlijoiden kokemusta käyttäjäkeskeisyyden toteutumisesta juhlissa.

Opinnäytetyötä kirjoittaessa opittiin termien käyttäjäkeskeisyys ja asiakaslähtöisyys ero. Tajuttiin, että projektin aikana oli käytetty väärää termiä eli käyttäjäkeskeisyyttä. Kuten taulukossa (Palvelumuotoilussa asiakas on suunnitteluprosessin keskiössä 2013) Koiviston (2012) mukaan selitetään, käyttäjälähtöinen eli tässä opinnäytetyössä asiakaslähtöinen suunnittelu tarkoittaa, että asiakkaat toimivat tasaveroisina proaktiivisina jäseninä eivätkä pelkästään passiivisen tutkimuksen kohteina kuten käyttäjäkeskeisyydessä (taulukko 2).

TAULUKKO 2. Suunnittelun lähtökohdat (Palvelumuotoilussa asiakas on suunnitteluprosessin keskiössä 2013)

Lähestymistapa	Suunnittelija	Käyttäjät	Yhteenveto
Asiantuntijälähtöinen suunnittelu	Kehittää ratkaisuja omaan näkemykseensä ja asiantuntemukseensa pohjautuen.	Validoivat ratkaisun tuotteen lanseerauksen jälkeen.	Asiantuntija edustaa käyttäjää. Luotetaan asiantuntijan ammattitaitoon ja kokemukseen suunnitteluratkaisun kehittämisessä.
Käyttäjäkeskeinen suunnittelu (user-centric)	Tutkii käyttäjien tarpeita ja toimintaa. Muuntaa käyttäjien tarpeet ja päämäärät suunnitteluratkaisuiksi.	Toimivat suunnittelussa passiivisen tutkimuksen kohteina.	Käyttäjä on tutkimuksen kohde (objekti), jonka tarpeista, käyttäytymisestä ja toiminnasta ollaan kiinnostuneita.
Käyttäjälähtöinen suunnittelu (user-driven)	Osallistaa käyttäjiä mukaan suunnitteluun. Muuntaa käyttäjien tarpeet ja päämäärät sekä ideat suunnitteluratkaisuiksi.	Toimivat suunnittelussa tasaveroisina proaktiivisina jäseninä.	Käyttäjää osallistetaan ja osallistuu suunnitteluun tasaveroisena jäsenenä, jolloin käyttäjän rooli muuttuu objektista subjektiksi.

8.1 Workshopin palautekysely

Projektitiimi teetti syntymäpäiväjuhlien workshoppiin osallistuneille palautekyselyn SurveyMonkey-palvelun avulla (liite 3). Kysely teetettiin, koska haluttiin selvittää, kuinka oli onnistuttu käyttäjäkeskeisyyden hyödyntämisessä Proakatemian 20 -vuotisjuhlien suunnittelussa. Osallistujat vastasivat ohjatusti kyselyyn omilla mobiililaitteillaan workshop-päivän päätteeksi. Kaikki kursivoidut lainaukset ovat vastaajien kommentteja kyselystä.

Kyselytutkimuksen suunnittelussa on otettava huomioon vastaajan motivoiminen. Motivaatiota parantaa mm. se, että vastaajalle selvitetään riittävän hyvin tutkimuksen tarkoitus ja hänen tärkeä panoksensa tuotekehityksessä. (Huotari ym. 2003, 34.) Kyselytutkimukseen vastaajille painotettiin, että kyselyn tavoitteena oli selvittää sitä, kuinka hyvin osallistujat kokivat päässeensä aidosti vaikuttamaan juhlien suunnitteluun ja juhlaillan kulkuun. Projektitiimi kartoitti myös sitä, kuinka workshopissa käytetyt innovointityökalut (”Love/hate” ja ”Kuusi ajatteluhattua”) toimivat käytännössä. Selvitettiin, kuinka osallistujat kokivat, että juhlien käyttäjäkeskeinen suunnittelu sekä avoimuus olivat siihen saakka toteutuneet. Kyselystä saatiin arvokasta tietoa projektin jatkamiseen.

8.1.1 Palautekyselyn vastaukset

Kyselyllä selvitettiin, kuinka helppoa ilmoittautuminen oli workshop-päivään. Viisitoista vastaajaa kuudestatoista oli sitä mieltä, että workshoppiin oli helppo ilmoittautua. Yksi vastaaja ilmoitti, että hänen ystävänsä ilmoittautui hänen puolestaan.

Projektiryhmä selvitti mikä innovointityökaluista oli hyvä tai huono ja miksi osallistuja koki niin. Vastaajien mielestä hyvää oli se, etteivät innovointityökalut olleet liian ohjaavia, jolloin vapaalle ideoinnille jäi enemmän tilaa. Myös se koettiin hyväksi, ettei mitään rajoittavia tekijöitä, kuten budjettia tai juhlatilaa tarvinnut ottaa huomioon innovoidessa.

Työkalut koettiin myös mukavan monipuolisiksi. Vastauksista ei käynyt ilmi, että mikä innovointityökaluista oli hyvä tai huono.

Viisitoista vastaajaa kuudestatoista vastasi, että he pääsivät todella vaikuttamaan juhlien suunnitteluun syntymäpäiväjuhlien workshopin avulla. Yksi vastaajista oli merkannut, että ei koe pääsevänsä vaikuttamaan juhlien suunnitteluun. Kielteisen vastauksen selityskenttä oli jätetty ilman vastausta.

Kysymykseen, millä muulla tavalla osallistujia olisi mielestäsi voitu osallistaa, vastasi kolmesta osallistujaa. Kolme osallistujaa oli jättänyt vastaamatta. Vastauksista kävi ilmi, että osallistaminen oli riittävää, eikä osattu sanoa miten osallistamista olisi voitu tehdä näin lyhyellä aikaa paremmin. Yksi vastauksista oli, että olisi halunnut kuulla enemmän aikaisempien ideointikertojen ideoita ja viedä niitä eteenpäin.

Vastaajista 100% oli sitä mieltä, että workshopin järjestelyt olivat onnistuneet. Tämä antoi varmuutta projektitiimille tapahtumatuottajan roolista.

Seuraavaksi selvitettiin, kuinka hyvin projektitiimi tekee projektia avoimesti.

“Todella hienosti! Toivottavasti osallistuminen on ollut riittävää. Mahdollisuus on jokaisella, toivottavasti se myös käytetään.”

“Hyvin, vähän mietityttää, mitkä kaikki ideat pääsevät käyttöön ja miten niitä arvotetaan.”

“Hyvin! Selkeästi kaikkia on haluttu kuulla. Toivottavasti jatkossakin otetaan apua vastaan jos sille on tarve.”

Kaikki kuusitoista vastaajaa oli vastannut kysymykseen, että näkivätkö he syntymäpäiväjuhlien käyttäjäkeskeistä suunnittelua. Vastaukset olivat erittäin positiivisia ja innostus syntymäpäiväjuhlista välittyi vastauksien kautta. Erityisesti kyselyitä pidettiin hyvänä ja osallistavana toimintamuotona.

Vastaajista 100% innostui tulevista syntymäpäiväjuhlista workshopin avulla ja kaikki kuusitoista vastaajaa ilmoitti ostavansa pääsylipun syntymäpäiväjuhliin. Kyselyllä selvitettiin, mitkä seikat vaikuttavat lipunostoon.

Lopuksi projektitiimille oli mahdollisuus jättää palautetta ja se oli hyvää ja rohkeavaa. Eräs vastaajista muistutti kuitenkin, että projektitiimin pitää jatkossakin huomioida alumnit yhtä hyvin.

8.1.2 Vastausten analysointi

Syntymäpäiväjuhlien workshoppia markkinoitiin Facebookissa Proakatemian omassa ryhmässä, syntymäpäiväjuhlien Instagramissa sekä Proakatemian Slack-viestintäkanavalla. Suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että workshopin markkinoinnissa onnistuttiin hyvin ja sillä saavutettiin se kohderyhmä, jota tavoiteltiin. Tästä opittiin, että oltiin onnistuttu viestimään mahdollisuudesta osallistua workshop-päivään tarpeeksi ajoissa. Oltiin kuultu, että osallistujat käyttävät eri kanavia tiedon saantiin, joten projektitiimi mainosti tapahtumaa kaikissa viestintäkanavissa.

Vastaajat kokivat, että olivat erittäin tervetulleita workshop-tapahtumaan ja että syntymäpäiväjuhlien työryhmä on aidosti kiinnostunut kuulemaan laajasti mielipiteitä. Tästä pääteltiin, että projektitiimi sai luotua hyvän ja avoimen ilmapiirin syntymäpäiväjuhlien suunnittelun ympärille. Avoimeen ilmapiiriin vaikutti varmasti se, että projektitiimin jäsenet viestivät omille tiimeilleen projektin etenemisestä. Tämän avulla avoin ilmapiiri syntymäpäiväjuhlien suunnittelusta saavutti koko yhteisön. Eri asiakasprofiilien edustajia kutsuttiin mukaan suunnitteluun sen takia, jotta saataisiin mahdollisimman laaja-alaisia toiveita juhlien suunnitteluun ja toteutukseen liittyen. Hyvä, että oltiin onnistuttu näyttämään kiinnostus yhteisön mielipiteitä kohtaan.

Osallistujat kokivat hyväksi sen, etteivät innovointityökalut olleet liian ohjaavia, jolloin vapaalle ideoinnille jäi enemmän tilaa. Myös se koettiin hyväksi, ettei mitään rajoittavia tekijöitä, kuten budjettia tai juhlatilaa tarvinnut ottaa huomioon innovoidessa. Innovointityökalut koettiin mukavan monipuolisiksi. Työkalujen valintaan oli käytetty aikaa ja ideointi-illoissa käytetyt menetelmät olivat tuoneet varmuutta sopivien innovointityökalujen hyödyntämiseen. Jos projektitiimi olisi ainoastaan keskenään suunnitellut juhlia, niin ajattelua olisi rajannut liikaa budjetin sekä juhlatilan mukanaan tuomat rajoitteet. Avoimissa ideoinneissa myös projektitiimin onnistui hypätä mukaan rajoittamattomaan ideointiin, jolloin saatiin monipuolisia vaihtoehtoja aikaiseksi. Opitun teorian pohjalta osattiin välttää kriittistä ajattelua ja kehua osallistujilta tulleita ideoita.

Moni vastaajista pohti, että osaako yhteisö tarttua tilaisuuteen vaikuttaa ja miten annettuja ideoita tulaisiin käyttämään juhlan suunnittelussa. Eräs vastaaja koki, että olisi mielellään jo vienyt ideoita eteenpäin eikä pelkästään ideoinut lisää. Yksi vastaaja puolestaan pohti, olisiko muitakin kuin workshoppiin osallistuneita voinut osallistaa jotenkin. Jotta yhteisö olisi saatu mukaan yhteiskehittämiseen, projektitiimi lähti annettujen vastausten perusteella viestimään vaikutusmahdollisuuksista painokkaammin. Jo tässä vaiheessa olisi pitänyt kertoa selkeämmin, mitkä osallistujilta tulleet ideat vietäisiin käytäntöön. Olisi voinut olla hedelmällistä toteuttaa vielä yksi työpaja, jossa jo annettuja ideoita olisi voinut yhteiskehittämisen kautta kehittää edelleen eteenpäin. Vastausten perusteella ymmärrettiin, että avointen ideointien lisäksi tarvitaan Instagram-kyselyitä sekä keskusteluja kasvokkain yhteisön jäsenten kanssa, jotta mahdollisimman moni saataisiin osallistettua suunnitteluun.

Syntymäpäiväjuhlien käyttäjäkeskeinen suunnittelu näkyi hyvin yhteisölle. Niemenomaan kyselyitä pidettiin hyvänä. Ne tehtiin mahdollisimman helpoksi, vastaajan tarvitsi keskittyä vain annettuun kysymykseen ja yhden aihealueen palautteeseen. Iso kokonaisuus oli siis onnistuttu pilkkomaan pienempiin osiin. Instagram-kyselyissä oli osattu nostaa esiin ne kysymykset, mihin yhteisö oli kiinnostunut vastaamaan ja jotka olivat juhlien kannalta olennaisimmat. Yhteisön jäsenten kanssa käytiin keskusteluja varsinaisten työpajojen ulkopuolellakin ja selvitetty, mitä juhlilta toivotaan. Siksi vastaajat kokivat, että projektitiimi oli onnistunut käyttäjäkeskeisen suunnittelun esille tuomisessa avoimesti koko yhteisölle.

Käyttäjäkeskeisen suunnittelun tärkeys olisi pitänyt tuoda paremmin esiin tapahtuman markkinoinnissa, jotta paikalle olisi saatu enemmän osallistujia. Kuten aiemmin kerrottiin, niin projektitiimi onnistui luomaan avoimen ja luottamuksen ilmapiirin workshoppiin, mutta ei onnistunut viestimään tarpeeksi hyvin, miksi osallistujien kannatti osallistua. Jos oltaisiin onnistuttu motivoimaan yhteisön jäseniä tarpeeksi hyvin, olisi osallistujia määrä ollut suurempi.

Projektitiimin olisi pitänyt huomioida paremmin eri innovointiryhmät ja suunnitella jokaiselle aihealueelle oma innovointikokonaisuus, koska aihealueet eroavat suuresti toisistaan toteutuksen kannalta.

Kysyttäessä, mitkä seikat vaikuttavat osallistujien syntymäpäiväjuhlien lipun ostamiseen, huomattiin, että siihen on monenlaisia syitä. Yksi isoimmista tekijöistä olivat perinne ja ihmiset. Koska Proakatemian syntymäpäiväjuhlia on juhlittu joka vuosi, on se muodostunut monelle jo itsestäänselväksi perinteeksi. Juhlisiin osallistuvat yhteisön jäsenet kokevat tärkeäksi, että pääsevät juhlimaan esimerkiksi oman tiimin kanssa, jolloin muiden osallistujien merkitys on suuri. Kun lipun hinta julkistetaan, on tärkeää tuoda esiin se arvo, jonka juhlija saa vastineeksi rahalleen. Tapahtuman arvo voi olla hankalaa kertoa, koska osallistuja näkee lopputuloksen vasta tapahtumassa ja kokemus on aina subjektiivinen. Lipun osto täytyy tehdä osallistujalle mahdollisimman helpoksi, jotta osallistuminen ei jäisi siitä kiinni. Tämän tapahtuman kohdalla toteutukseen vaikuttaminen koettiin tärkeäksi syyksi ostaa lippu. Oltiin tyytyväisiä siihen, että juuri tämä koettiin tärkeäksi, koska yhteiskehittäminen oli osa tapahtuman markkinointia ja toiveena oli että tästä syystä mahdollisimman moni ostaisi lipun juhliin.

8.2 Syntymäpäiväjuhlien palautekysely

Aidossa tilanteessa palaute on myös aidointa. Tästä syystä palautetta kerättiin Proakatemian 20 -vuotisjuhlien aikana Pakkahuoneella 21.9.2019 projektitiimin loppumotorolaa varten sekä osaksi opinnäytetyön kirjoittajien tutkimusta. Proakatemian yhteisö on suuri ja avunantajia löytyi joukosta monia. Suurena apuna oli yksi alumneista, joka työskentelee Happy Or Not -yrityksessä. Hän tarjosi projektitiimille palautelaitteet käyttöön juhlien ajaksi.

Palautteita kerättiin juhlissa kahdella erilaisella Happy or Not -laitteella (liite 4). Laitteet oli sijoiteltu niin, että ylhäällä juhlatilassa ollut laite oli koko illan ajan juhlijoiden käytettävissä ja siihen sai käydä antamassa palautetta pitkin iltaa. Toinen laite sijoitettiin juhlien loppupuolella ulko-oven läheisyyteen, jolloin käyttäjät saivat antaa palautteen poistuessaan juhlasta. Projektitiimi halusi, että juhlija saa antaa palautetta juhlien aikana, koska silloin pystyy parhaiten arvioimaan tilaisuutta ja antamaan palautetta oman kokemuksensa pohjalta.

Yritys voi rohkaista asiakkaitaan antamaan palautetta. Sitä kannattaa pyytää välittömästi palvelutilanteessa, sillä muuten asia unohtuu tai saatuun palautteeseen vaikuttaa moni muukin asia kuin itse palvelu. Palaute on otettava vastaan asiakkaalta siinä muodossa kuin hän sen haluaa antaa ja välittömästi. (Kannisto & Kannisto 2008, 163.)

8.2.1 Palautekyselyn vastaukset

Juhlatilassa olleessa Happy Or Not -kyselylaitteessa kysyttiin, miten juhlat ovat onnistuneet. Vastauksia kertyi kaiken kaikkiaan 169 kappaletta. 87% vastaajista oli sitä mieltä, että juhlat ovat onnistuneet hyvin tai erittäin hyvin (kuva 13).



KUVA 13. Proakatemian 20 -vuotisjuhlien käyttäjien tyytyväisyys

Juhlatilassa sijaitsevaan laitteeseen pystyi jättämään myös avointa, sanallista palautetta juhlasta. Kursivoidut lainaukset käyttäjien suoria palautteita avoimista vastauksista.

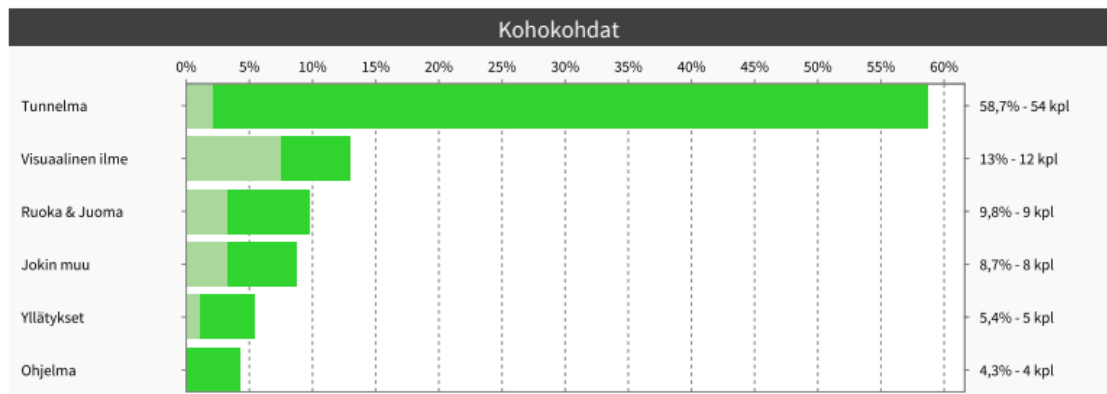
“Ruokailusteemi hieman epäselkeä, mutta muuten ihanat juhlat!”

“Olisi voinut olla taukoja enemmän ja parempi tupakointipaikka.”

Kyselyyn vastanneista 58,7% koki, että juhlan kohokohta oli tunnelma.

8.2.2 Vastausten analysointi

Koska kyselyyn vastanneista suurin osa koki juhlien tunnelman tapahtuman kohokohdaksi, voidaan todeta, että juhlien tunnelmamuotoilu onnistui hyvin (kuva 4). Tätä huomiota tuki myös se, että 13 prosentissa vastauksista visuaalisen ilmeen toteutus koettiin kohokohdaksi.



KUVIO 4. Proakatemian 20 -vuotisjuhlien kohokohdat käyttäjien kokemana

Juuri tunnelman korostamiseen projektitiimi olikin toimillaan pyrkinyt. Tuloksen ollessa yli puolet vastanneista voidaan todeta, että projektitiimi saavuttaa ”vau” kokemuksen juhlassa.

Asiakaskokemus herättää kolmenlaisia reaktioita- ”kyllä”, ”ei”, ”vau!”. ”Vau”on se johon tähdätään. (Ahvenainen ym. 2017, 11.)

Tapa, jolla palvelu suoritetaan saattaa asiakkaalle olla jopa palvelun lopputulosta tärkeämpi (Ylikoski 1999, 118). Palautteissa nousi projektitiimin työpanos juhlan suunnittelua ja rakentamista kohtaan. Panos oli huomattu yhteisössä ja sai luotua yhteenkuuluvuudentunnetta kaikille. *”Ootte tehneet mielettömän duunin ja se näkyy läpi juhlan! Juhlat erittäin onnistuneet!”*

Koska ongelmakohtista kysyttäessä jokin muu -vaihtoehto korostuu selkeimmin, niin vastausissa näkyy luultavimmin se, että tupakointipaikka koettiin huonoksi ja ruokailujärjestys epäselkeäksi, kuten avoimesta palautteesta voidaan lukea. Juhlissa soitettu musiikki jakoi mielipiteitä ja siitä tuli myös huonoa palautetta. Projektitiimi huomasi liian myöhään ruokailujärjestyksen olevan epäselkeä ja asiaa hankaloitti lisää juhlassa tapahtunut sähkökatko. Musiikin genrevalintoihin ei pystytty vastaamaan asiakaslähtöisesti. Lisää juhlien musiikista luvussa 6.2.4.

Juhlatilassa olleessa palautelaitteessa oli mahdollisuus jättää myös avointa palautetta. Tätä mahdollisuutta juhlijat eivät juurikaan käyttäneet, joten kunnollista sanallista dataa ei ollut käytettävissä.

8.3 Käyttäjäkeskeisyys kysely

Opinnäytetyön kirjoittajat teettivät juhlien jälkeen asiakkaille kyselyn (liite 5), joka keskittyi Proakatemian syntymäpäiväjuhlien käyttäjäkeskeisessä suunnittelussa ja toteutuksessa onnistumiseen. Kysely toteutettiin, koska opinnäytetyön kirjoittajat halusivat mitata onnistumista käyttäjäkeskeisyyden näkökulmasta sekä miten osallistujat kokivat käyttäjäkeskeisyyden toteutumisen juhlassa. Kysely toteutettiin Google Formsin avulla ja jaettiin Proakatemian Slack-kanavalle, jota käyttävät nykyiset opiskelijat. Lisäksi kysely ladattiin Proakatemian Facebook -ryhmään sekä alumnien omaan Alumnin elämää Facebook -ryhmään neljä päivää juhlien jälkeen. Kyselyyn oli aikaa vastata kolme viikkoa. Vastauksia kyselyyn tuli 17.

8.3.1 Kyselyn vastaukset

Kyselyssä kysyttiin ensimmäiseksi, mitä käyttäjäkeskeisyys vastaajalle itselleen tarkoittaa. Kursivoidut lainaukset ovat suoraan asiakaspalautteista lainattuja.

“On ajateltu asiat sen näkökulmasta kuka palvelua/tuotetta käyttää.

Tässä tapauksessa ajateltu asiat niin että juhlijalla olisi kaikki mahdollisimman vaivatonta ja mukavaa.”

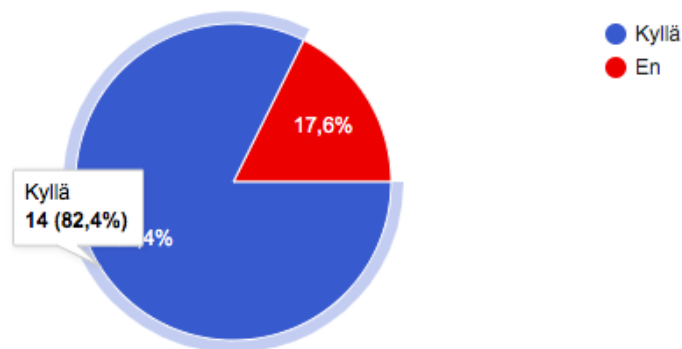
“Tietämättä mitä se oikeasti tarkoittaa, ajattelen sen olevan käyttäjien tarpeiden huomiointia ja kokonaisuuden rakentamista sen mukaan.”

“Tuotteen / palvelun toteutusta loppukäyttäjä huomioiden, ja hänen osallistumisensa tuotteen palvelun suunnitteluun/kehittämiseen mahdollistaminen.”

Vastaajista 14 kertoi osallistuneensa juhlien ideointiin joko ideointi-illoissa, workshopissa ja/tai somessa (Instagram & Facebook). Heistä 82,4% koki, että pääsi vaikuttamaan tarpeeksi juhlien suunnitteluun (kuvio 5).

Koetko, että pääsit tarpeeksi vaikuttamaan juhlien suunnitteluun?

17 vastausta



KUVIO 5. Proakatemian 20 -vuotisjuhlien käyttäjien kokemus omista vaikutusmahdollisuuksista juhlien suunnitteluun

Seuraavaksi kysyttiin, näkyikö käyttäjäkeskeinen suunnittelu tapahtumassa ja jos näkyi niin missä asioissa.

“Pöydän ja tilan koristeista koko ohjelman rakentamiseen saakka näkyi todella hyvin! Tila oli todella viehättävä, ohjelma riittävän eksakti ja lyhyt, pöytien asetelma ja ohjelma mahdollisti tasavertaisen näkyvyyden ja mahdollisuuden osallistua.”

“Eniten varmasti pukukoodissa. Ei ollut pyrkimystä päätyä yhteen pukukoodivalintaan, vaan ennemminkin siihen, että kaikki voivat viihtyä vaatteissaan. Kysymällä yleisöltä pukukoodista, onnistuitte myös varmasti luomaan suurempaa hyväksyntää "sekalaiselle" juhlapukeutumiselle.”

“Hassu kysymys. Yleensä jos käyttäjäkeskeinen design on onnistunut, käyttäjä ei huomaa sitä, koska se on niin luonnollista. Tuliko minulla juhlassa olo, että juhlat vastasivat tarpeitani ja halujani? Osittain kyllä. Sisältöä oli sopivasti erilaista. Muutama asia meni kyllä pahasti ohi. “

“En osaa sanoa. En tiedä, mikä toteutuksessa oli käyttäjien kanssa yhteistyössä luotua. Voi olla, että kaikki oli, mutta en tiedä sitä. “

“Ruokailuinfo: se kartta ja ruokailujärjestys screeneillä oli niin mystinen etten ymmärtänyt siitä mitään. Se oli myös niin pienellä, että piti kävellä salin etuosaan että sen näki kunnolla. Siinä oltiin ehkä innostuttu omista ideoista liikaa, ja käyttäjäkeskeisyys unohtui.”

“Ruokailu oli selkeä, istumajärjestys oli selkeä. Ei tarvinnut pyöriä ja hyöriä etsien ja ihmetellen.”

Kysymykseen miten käyttäjäkeskeisyyttä olisi voitu hyödyntää vielä lisää saatiin seuraavanlaisia vastauksia:

“Etenkin juhlien aikaisessa suunnitteluvaiheessa olisin toivonut enemmän osallistumismahdollisuuksia muutoin, kuin ideointi-iltojen kautta. Olin estynyt osallistumasta niihin ajankohdallisesti. Koen, että näiden jälkeen somessa oli mahdollisuus vaikuttaa pienempiin asioihin, kun isot jutut oli jo päätetty.”

“Julkisten koosteiden teko ideointi-illoista olisi voinut sitouttaa osallistumistani enemmän. Sieltä pois olleena, en tiedä mitkä näiden iltojen lopputulema oli, joten koin tippuvani kärryiltä. Voi myös olla, että tieto niistä ei vain tavoittanut minua tai viestintätyyli juhlista ja niiden yhteisestä tekemisestä oli turhan painostavaa ja velvoittavaa, mikä latisti omaa intoa.”

“Koin, että osallistumiseen oli aika kova painostus projektitiimin puolelta. Kohdallaani osallistumismahdollisuudet eivät valituissa kanavissa onnistuneet, koska aikataulut ja oma ig:n vähäinen käyttö. Kohdallani olisi toiminut koosteiden jakaminen esim. Slackissa ja näiden pohjalta jokin ideoiden jalostamisen mahdollisuus esim. kommentoimalla.”

Viimeisenä vielä selvitettiin, saivatko kyselyyn vastanneet halutessaan juhlista tarpeeksi tietoa.

“Ihan hyvin, mutta välillä tuntui, että kaikki tiedotus ja huomio koskee alumneja ja aksulaiset jäi vähän pimentoon koska lippuja mistä lippuja. Harmi kun semma ja sen kellonaika tiedotettiin niin myöhään, niin oli jo töitä siinä, väh. kuukautta aiemmin tällaiset tiedot.”

“Instagram-tili oli kyllä kattava ja etukäteen tullut sähköposti oli todella informatiivinen. Eli sain kyllä. Sanoisin toki että jotkut asiat olisi voinut ilmoittaa vasta sähköpostissa, sillä esim. pohjakartan näkeminen instastoryssa (tai jossain, en tarkalleen muista missä) oli melko tarpeetonta. Eli

vaikka selkeästi halusitte pitää ihmisiä ajantasalla, niin ihan kaikesta ei olisi tarvinnut kysellä, että miltä tämä näyttää. Se antoi hieman sellaisen kuvan, että ette kyenneet itse tekemään päätöksiä, vaan tarvitsitte hyväksyntää käytännön asioissakin. “

“Viestinnässä oli paljon parantamisen varaa. Alussa viestejä tuli tiuhaan vaikkei varsinaista uutta infoa ollutkaan ja lopussa viestejä ei juurikaan kuulunut. Useammassa pöydässä ei oltu kovin tyytyväisiä järjestelyihin, mutta kukaan ei halunnut käydä näppäämässä surunaamaa Happy or Notin kyselyyn. Ehkä sen sijainti oli vähän liian avoimella paikalla. Avoin palautekysely tapahtumasta olisi vielä paikallaan. Käyttäjakeskeisyyttä kyselyssä tuskin tarvitsee painottaa, kun kysellään suoraan tapahtumavierailta.”

8.3.2 Vastausten analysointi

Vastaukset osoittavat että, projektitiimi oli onnistunut luomaan koko Proakatemian yhteisöä osallistavan tapahtuman käyttäjakeskeisen suunnittelun avulla. Juhliin onnistuttiin luomaan elementtejä, kuten tutut esiintyjät lavalla, Hall of Fame -kuvat, tiimipöydät. Nämä asiat ilmensivät käyttäjakeskeisen suunnittelun hyödyntämistä ja juhlijat huomasivat sen.

Kuten vastaukset osoittavat, olivat Proakatemian 20 -vuotisjuhlien asiakkaat hyvin tietoisia siitä, mitä käyttäjakeskeisyys tarkoittaa. Käyttäjakeskeisyydestä on noussut tämän päivän trendi, ja moni on asiaa harjoittanut tai lukenut. Kuten projektitiimi oli arvellut, olivat juhliin osallistujat tietoisia siitä, mitä käyttäjakeskeisyys on. Tämä osaltaan helpotti vastaamaan kysyntään luoda Proakatemian syntymäpäiväjuhlat uudella tavalla. Eräs vastaaja tuo hyvin esiin käyttäjakeskeisyyden periaatteen. Silloin on onnistuttu, kun käyttäjakeskeisyys on luotu tapahtumaan luonnostaan. Juhlissa olisi voitu nostaa esiin esimerkinomaisesti muutama asia toteutuksessa, mikä oli tehty käyttäjien kanssa yhteistyössä, koska osa selvästi toivoi näkevänsä oman panoksensa juhliin selkeämmin. Siitä huolimatta jotkut kyselyyn vastanneista kokivat, että kyselyjen ja ideointien tuloksia oli hyödynnetty hyvin.



KUVA 14. Pukukoodi-kysely Proakatemia 20 -vuotisjuhlien Instagramissa (@proakatemia20v 2019)

Pukukoodi päätettiin käyttäjäkeskeisesti toteuttamalla Instagramissa kysely (kuva 14). Käyttäjien vastaukset ja toiveet olivat erilaisia. Etukäteen oli kerrottu, että päätös tehdään enemmistön äänillä. Eniten kannatusta sai vaihtoehto, jossa juhlijän persoonallisuus saa näkyä. Tumma puku ei saanut enemmistön kannatusta.

Juhlien ruokailun suhteen saatiin kahta erilaista palautetta. Osa vastanneista koki, että ruokailujärjestys oli sekava ja osa taas ajatteli sen olevan selkeä. Selkeäksi järjestys koettiin luultavimmin sen takia, että juhlien järjestäjät kävivät ohjeistamassa erikseen tiimejä ruokailuun sähkökatkoksen jälkeen. Alkuperäinen ruokailujärjestys olisi pitänyt toteuttaa käyttäjälähtöisemmin, kuten jo aiemmin kerrottiin myös projektiryhmän huomanneen.

Vastauksissa ilmeni, että viestintä koettiin kahdella eri tavalla. Toisaalta projektitiimin olisi pitänyt viestiä vielä enemmän omissa kanavissaan siitä, mitä eri vaikutusmahdollisuuksia juhliin osallistuvilla olisi ollut saatavilla. Ja toisaalta vastaajat kokivat, että haastattelut, kyselyt sekä äänestykset olivat tavoittaneet juhlijat hyvin. Kiitosta saatiin siitä, että alumnit kokivat, että heidät oli otettu juhlien tiedottamisessa ja viestinnässä huomioon hyvin. Nykyisten opiskelijoiden tiedottaminen olisi pitänyt huomioida paremmin ja kertoa aikaisemmassa vaiheessa,

että alumniliiput myydään ensin, jonka jälkeen akatemialaiset pystyvät lunastamaan heille varatut liput.

Vaikka juhlat pyrittiin toteuttamaan mahdollisimman pitkälle käyttäjäkeskeisesti, niin silti jotkut asiat rajoittivat ohjelman suunnittelua. Yhteistyötahojen puheita ihmeteltiin kyselyn vastauksissa. TAMKin Proakatemia on osa korkeakoulu yhteisöä ja myös mm. TAMKin rehtori halusi pitää juhlassa puheen. Projektitiimi ei huomannut viestinnässä kertoa korkeakoulu yhteisön edustajien osallistumisesta juhlaan. Viestinnän järjestykseen ja sisältöön kokonaisuudessaan olisi pitänyt kiinnittää enemmän huomiota. Myös tätä olisi voinut parantaa yhteiskehittämisen avulla.

Workshopin jälkeen saadun palautteen perusteella projektitiimi lisäsi viestintää koskien käyttäjäkeskeisen tapahtuman suunnittelua, kuten luvussa 8.1.2 kerrotaan. Viestintä osallistumisesta koettiin painostavana. Projektitiimi ei onnistunut motivoimaan yhteisöä oikealla tavalla.

Projektitiimi olisi voinut ennakoida paremmin mahdolliset epätavalliset tilanteet kuten sähkökatkon. Projektitiimillä ei ollut tarpeeksi hyvää varasuunnitelmaa vahinkojen varalle.

Vastausten vähäinen määrä johtunee siitä, että kyselyyn vastaamiselle ei nähty arvoa. Juhlijat olivat saaneet rahalleen jo vastineen eikä kysely motivoinut enää juhlien jälkeen. Osasyynä on voinut olla myös kyselyn huono otsikointi tai kysymysten asettelu.

8.4 Muistilista palautekyselyiden teettämiseen

- Mitä palautekyselyillä halutaan saada selville ja miksi
- Oikea viestintäkanava
- Kysymysten rajaaminen
- Vastaajien taustatiedot
- Avoin palaute
- Projektin päättäminen (liite 1)

9 YHTEENVETO

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tuottaa opas tapahtumatuottajille asiakaslähtöisen tapahtuman suunnitteluun ja toteutukseen.

Opinnäytetyön kirjoittajat saivat aikaiseksi kattavan muistilistan (liite 1) tapahtumatuottajien avuksi. Muistilistoissa opastetaan projektiorganisaation muodostamisessa, asiakasprofiilien määrittelyssä, vertailuanalyyysien tekemisessä, yhteiskehittämisessä, asiakaslähtöisen tapahtuman toteutuksessa ja palautekyselyiden teettämisessä.

Muistilistoissa keskitytään siihen, miten tapahtumatuottaja eli projektipäällikkö hyötyy listoista oman tapahtuman suunnittelussa. Muistilistoissa on huomioitu, että osioita voi hyödyntää myös toisistaan riippumatta. Muistilistoja lukiessa täytyy huomioida, että nämä osiot perustuvat Proakatemian 20 -vuotisjuhlien suunnitteluun ja toteutukseen. Ne pohjautuvat kyseisen projektin tekijöiden kokemuksiin ja opittuihin asioihin. Tapahtumien ollessa erilaisia täytyy pitää mielessä, että muistilistat ovat tulkinnanvaraisia sekä räätälöitävissä.

Internet tarjoaa monia muistilistoja tapahtumatuottajan avuksi. Osa niistä on hyvin yksityiskohtaisia, mutta tämän opinnäytetyön tuloksena syntyneet muistilistat auttavat parhaiten tapahtumatuottajia huomioimaan tapahtuman onnistumisen kannalta olennaisimmat asiat.

10 POHDINTA

Opinnäytetyön tavoite oli juhlakonseptin kehittäminen asiakaslähtöisen suunnittelun avulla avoimesti, yhteisön kanssa. Tarkoituksena oli tuottaa opas asiakaslähtöisen tapahtuman suunnitteluun ja toteutukseen. Proakatemian 20 -vuotissyntymäpäiväjuhlat järjestettiin 21.9.2019 Tampereen Pakkahuoneella 400 juhlijan voimin. Tässä osassa opinnäytetyön kirjoittajat pohtivat, miten Proakatemian 20 -vuotissyntymäpäiväjuhlat onnistuivat ja kuinka ne vaikuttivat Proakatemian yhteisöön. Lisäksi kappaleessa arvioidaan annettuja palautteita ja tehdään niiden pohjalta kehitysehdotuksia Proakatemian tuleville yhteisille tapahtumille.

10.1 Juhlan onnistuminen

Proakatemian 20 -vuotissyntymäpäiväjuhlat oli pitkä projekti, joka kesti kokonaisuudessaan puolitoista vuotta. Juhlien asiakaslupaus oli Proakatemian historian suurimmat juhlalat. Projektitiimin oma tavoite oli saada liput myytyä loppuun, koska juhlijat halusivat istuvan illallisen, oli Pakkahuoneella tarjota kapasiteetiksi paikat 400 hengelle. Tässä tavoitteessa onnistuttiin. Tapahtumatuotannosta haluttiin oppia mahdollisimman laajasti. Lopulta oppia kertyi paljon muustakin, kuten historian vaikutuksen ymmärtämisestä ihmisten toimintaan, budjetin hallinnasta sekä kokonaisuuden hahmottamisesta. Siksi onnistuttiin niin hyvin, koska pidettiin tavoite mielessä ja toimintaa osattiin muuttaa tilanteen vaatimalla tavalla. Haluttiin kuulla ja ymmärtää asiakkaita ja oltiin valmiita oppimaan myös virheistä.

Projektitiimi oppi palvelumuotoilun hyödyntämistä käytännössä, sekä miten tutkia ja hyödyntää asiakaslähtöistä tapahtumasuunnittelua ja toteutusta. Projektin aikana keskityttiin menetelmiin, kuten palvelupolku, yhteiskehittäminen, tapahtumatuotanto, tunnelmamuotoilu, vertailuanalyysi ja asiakasprofiilit. Opitut asiat tukevat yrittäjyyden ja tiimijohtamisen tradenomin opintokokonaisuutta.

Projektitiimi oppi työskentelemään tehokkaasti yli tiimirajojen yhteistä tavoitetta kohti. Tästä saatiin hyvää palautetta etenkin, koska tiimiläiset eivät aluksi tunteet toisiaan. Proakatemiassa tehdään enimmäkseen projekteja oman tiimin kesken, joten pelkästään tiimirajoja rikkova projektitiimi keräsi huomiota. Hyvistä yksilöistä muodostuu tehokas tiimi, joka saa aikaiseksi onnistuneen projektin. Onnistumista tuki projektiorganisaation muodostumisessa käytetty vastuumatriisi, jossa tehtävät ja vastuut jaettiin sen hetkisen välitavoitteen mukaisesti. Luvussa 3.1 esitellään tarkemmin vastuumatriisin käyttöä.

Juhlia oli suunnittelemassa yhteensä 200 osallistujaa. Voidaan siis todeta, että juhlien yhteiskehittämisessä onnistuttiin sekä madallettiin kynnystä alumnien ja nykyisten opiskelijoiden välillä mahdollistaen tulevat yhteistyöt paremmin. Opin näytetyön luvussa 6 kerrotaan, miten suuresta ideamäärästä saatiin jalostettua parhaat ideat käytäntöön.

10.2 Juhlan merkitys Proakatemian yhteisölle

Syntymäpäiväjuhlien yhteisellä panoksella nostettiin Proakatemiassa yhteenkuuluvuuden tunnetta ja juhliin saatiin paikalle monia sellaisia tiimejä, jotka eivät olleet nähneet toisia tiimin jäseniä moniin vuosiin. Juhlien merkitys koettiin tärkeänä ja haluttiin kuulua joukkoon ja olla osa isompaa yhteisöä.

Lisäksi juhlien avulla toivottiin Proakatemian uudet opiskelijat hyvin vastaan ja heillä oli loistava mahdollisuus päästä tutustumaan vanhempiin opiskelijoihin. Syntymäpäiväjuhlien avulla juhlijat pääsivät tutustumaan toisiinsa rauhassa ja mukavassa ilmapiirissä juhlahumun keskellä. Proakatemiassa on aina pidetty verkostoitumista suurella arvolla ja näin ollen juhlijat pääsivät verkostoitumaan laaja-alaisesti yhdessä yhteisön jäsenten kanssa. Juhlien avulla lisättiin merkityksellisyyden tunnetta uusiin opiskelijoihin ja tämän avulla heidän on helpompaa aloittaa opinnot.

Opinnäytetyön kirjoittajat pohtivat, että syntymäpäiväjuhlien avulla yhteisön jäsenten osallistuminen yhteisiin tapahtumiin suunnitteluihin nähdään jatkossa suuremmassa arvossa, koska nähdään, että sillä on merkitystä mitä toivotaan,

koska toiveisiin pystytään vastaamaan. Syntymäpäiväjuhlien kautta luotiin samalla hypeä ja innostusta sekä tuotiin tietoa Proakatemian olemassaolon syistä. Kuten johdannossakin kerrotaan opiskelijat ovat merkityksellisessä asemassa Proakatemian olemassaolon suhteen. Pitäisi myös muistaa miten arvokasta se on, että tutkintolinjan sisältä löytyy huikeaa monialaista osaamista. Eri alan osaamisilla tuotettiin merkitystä Proakatemian 20 -vuotissyntymäpäiväjuhliin esimerkiksi juonto ja musiikki.

10.3 Kehitysehdotuksia Proakatemian tapahtumille

Opinnäytetyön kirjoittajat toivovat, että jatkossa näin suuria tapahtumia Proakatemialle suunniteltaessa huomioidaan mahdollisimman hyvin viestintä yhteisölle. Otetaan huomioon miksi, mitä, milloin sekä missä kanavissa viestintä tapahtuu. Viestinnän tueksi kannattaa tehdä julkaisukalenteri. Esimerkiksi blogeja kannattaa suosia, niin viestintä ei ole lukijan aikaan sidottu. Blogissa voidaan kertoa, mitä on jo tapahtunut ja lukijan on helppo kommentoida ja kysyä aikaansaannoksista.

Tapahtuman suunnittelun tueksi kannattaa järjestää tilaisuuksia yhteiskehittämiselle. Näin saadaan mahdollisimman laajasti kuultua tapahtumasta kiinnostuneita. Tapahtumasta avoin kertominen ja mahdollisimman laaja-alainen yhteiskehittäminen parantaa tapahtuman lopputulosta, sekä keventää samalla projektitiimin kuormaa. Opinnäytetyön kirjoittajat oppivat, kuinka olisi pitänyt viestiä paremmin innovoinnin lopputuloksista juhlan aikana. Mitkä menetelmät sopii mihinkin. Selvitä ensin itsellesi, mihin projektin vaiheeseen kaivataan työkaluja tai projektiorganisaation ulkopuolista apua. Innovointityökalujen käyttö prosessin eri vaiheissa tarkemmin luvussa 6.1.

Tärkeänä asiana tulee myös huomioida, kuinka eri asiakassegmentit tulee osallistaa tapahtuman suunnittelussa ja toteutuksessa. Vaikka kaikkia yhdistäisi esim. sama opinahjo niin sen sisällä on eri asiakasprofileita. Pitää miettiä tarkaan, mitä hyötyä kukin asiakasprofiili kokee tapahtumasta saavansa.

Tiedetään, että alumnit kaipaavat yhteisöllisyyttä ja samaa ohjelmaa kuin nykyiset opiskelijat. Se auttaa myös opiskelijoiden ja alumnien verkostoitumisessa. Yhteinen ohjelma selkiyttää tapahtuman kulkua sekä helpottaa aikataulujen suunnittelussa ja organisoinnissa.

Syntymäpäivien juhlatiimi sekä opinnäytetyön kirjoittajat kokivat projektin aikana, että he oppivat parhaiten palautteiden kautta. Niinpä palautteita haluttiin kerätä mahdollisimman monessa eri projektin vaiheessa. Opinnäytetyön kirjoittajat kokivat myös tärkeäksi kerätä palautetta juhlan aikana, koska silloin koettu tunnelma, tila, ympäristö pystytään parhaiten purkamaan palautteeksi. On tärkeää, että kaikilta eri asiakasprofiileilta saadaan palautetta. Koska Proakatemialla on olemassa vahva tapa käyttää motorolaa työkaluni palautteen annossa. Olisi toivottavaa, että sitä opittaisiin hyödyntämään myös yhteisön yhteisten tapahtumien kehittämisessä.

Projektitiimi koki vahvuudeksi selkeät vastuujaoit ja tämä asia tulee huomioida myös ensi kerrallakin. Projektitiimin kehitysehdotuksena on jatkossakin toimia rohkeasti yli tiimirajojen. Silloin ajattelu on laajempaa ja opitaan toisilta uusia toimintatapoja. Näin saadaan kaikki uusi opittu tieto leviämään eri tiimeihin ja se puolestaan lisää jokaisessa tiimissä olevaa substanssiosaamista.

LÄHTEET

Ahvenainen, P., Gylling, J., Leino, S. 2017. Viiden tähden asiakaskokemus - Tee asiakkaistasi faneja. 1.painos. Helsinki: Helsingin seudun Kauppakamari.

Alumnin elämää. Proakatemia alumnyhdistys. 2019. Nettisivu. Luettu 20.11.2019. <https://alumninelamaa.fi/>

Benchmarking -työkalu oppivalle organisaatiolle - käytön edellytyksistä. 1996. Jaosjulkaisu 4. Helsinki: Suomen Laatuyhdistys ry.

De Bonon kuusi ajatteluhattua (*Six Thinking Hats*). Tevere Oy. N.d. Blogikirjoitus. Luettu 9.12.2019. <https://tevere.fi/menetelmat/de-bonon-kuusi-ajattelu-hattua-six-thinking-hats/>

Huotari, P., Laitakari-Svärd, I., Laakko, J., Koskinen, I. 2003. Käyttäjäkeskeinen tuotesuunnittelu - Käyttäjätiedon keruu, mallittaminen ja arviointi. Saarijärvi: Gummerus.

Husa, M. 2018. Piti tulla käytettyjen autojen myyntitapahtuma, tulikin urheilu- ja yritysväen yhteinen kokoava seminaari. Aamulehti. 24.1.2018. Verkkosivu. Luettu 4.6.2019. <https://www.aamulehti.fi/a/200689236>

Hämäläinen, A-M. 2012. Innovointi kuluttajien ehdoilla - Case Upcider. Verkkolähde. Julkaistu 3.10.2012. Luettu 1.7.2019. <https://www.slideshare.net/MTL-seminaarit/hartwall-innovointi-kuluttajienehdoillacaseupciderannmarihmlinen-14568197>

Junkkari, J., Nyström, S. N.d. Motorola mentoroinnin työkaluna. Intotalo. Blogiteksti. Luettu 7.12.2019. <https://www.intotalo.com/motorolamentoroinnissa/>

Kannisto, P., Kannisto, S. 2008. Asiakaspalvelu - Tiedettä, taikuutta vai talonpoikaisjärkeä? 1. painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Kauhanen, J., Juurakko, A., Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. 1. painos. Vantaa: WSOY.

Karreinen, L., Halonen, M., Tennilä, M. 2013. 10 Askelta parempaan vapaaehtoistoimintaan. 2. Painos. Vantaa: Nykypaino Oy.

Kivelä, M. 2017. Ideointityökalut. Luento. Johdatus markkinointiin 25.8.2017. Tampereen Ammattikorkeakoulu. Tampere.

Koskiranta, T., Mäkelä, J. 2019. Proakatemia laatupoikkeamasta esikuvaksi. Tampere: Eräsalon kirjapaino Oy.

Leinonen, N., Partanen, T., Palviainen, P. 2002. Historia: Tiimiakatemia – pedagogisesta ideasta koulutuksen laatuyskiköksi. Luettu 20.6.2019.

<http://www.tiimiakatemia.fi/fi/info/historia/>

Lockwood, T. (toim.) 2010. Design Thinking - integrating innovation, customer experience, and brand value. United States of America

Loikkanen, A., Kylmälä, S., Tuuri, H. Julkaisutoimikunta. 2013. Ei pahalla parempaa palveluiden laatua. Tampereen Ammattikorkeakoulun julkaisuja. Kirjapaino Öhrling Oy

Mikkonen, E. PING Helsinki. 2019. Onnistunut tapahtumajärjestäminen – 5+1 vinkkiä, joilla jäät mieleen. Blogikirjoitus. Luettu 7.11.2019.
<https://pinghelsinki.fi/onnistunut-tapahtumajarjestaminen/>

Mäntyneva, M. 2016. Hallittu Projekti: jäntevästä suunnittelusta menestykselliseen toteutukseen. Kauppakamari. E -kirja.

Niinikoski, S. (toim.) 2005. Benchmarking tutkintorakennetyön työkaluna. Korkeakoulujen arviointineuvoston julkaisuja 1:2005. Tampere: Tammer-Paino Oy.

Palvelumuotoilussa asiakas on suunnitteluprosessin keskiössä. Verkkokaupan vallankumous. 5.11.2013. Blogiteksti. Luettu 13.12.2019

<https://verkkokaupanvallankumous.wordpress.com/2013/11/05/palvelumuotoilussa-asiakas-on-suunnitteluprosessin-keskiossa/>

Pietilä, E. Creamailer Oy. 2018. Kuusi vinkkiä tapahtumajärjestämiseen. Blogikirjoitus. Luettu 7.11.2019. <https://www.creamailer.fi/blogi/kuusi-vinkkia-tapahtumajarjestamiseen>

Proakatemia 20v. Katsottu 16.12.2019 Ohjaus ja tuotanto: Dennis Stenbäck. Julkaistu Youtubessa 8.10.2019.
<https://www.youtube.com/watch?v=7JZMoVPAKik>

Proakatemia 20v -tervetuloa synttäreille. Katsottu 9.12.2019. Ohjaus: Eetu Kampuri. Tuotanto: Heimo Films. Julkaistu Youtubessa 9.12.2019.
<https://www.youtube.com/watch?v=tx7120UBI6s&t=9s>

Rantanen, M. 2016. Tunnelmamuotoilu. Liettua: BALTO print.

Saco, R., Goncalves, A. 2010. Teoksessa Lockwood, T. (toim.) Design Thinking - integrating innovation, customer experience, and brand value. United States of America.

Saksala, E. 2015. Tuottajan käsikirja. Like kustannus. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.

Smart-tavoite. Sitra. 2016. Nettisivu. Luettu 17.12.2019. <https://www.lupatehdastoisin.fi/tyokalut/smart-tavoite/>

Sport & Business Seminar. 2019. Nettisivu. Luettu 20.11.2019. <https://sbseminar.fi/>

Startup World Cup. 2019. Nettisivu. Luettu 20.11.2019. <https://www.startupworldcup.io/>

Tampereen korkeakoulu yhteisö TUNI. N.d. Nettisivu. Luettu 9.12.2019. <https://www.tuni.fi/fi>

Tapahtumasuunnittelun trendit 2019. HUONE Helsinki. 2018. Blogikirjoitus. Luettu 7.11.2019. <https://www.huone.events/fi/tapahtumasuunnittelun-trendit-vuodelle-2019/>

Tuulaniemi, J. 2016. Palvelumuotoilu. Talentum Pro. Liettua, Helsinki: Balto print.

Täydellisen asiakasprofiilin luominen. Verkko-opas. Luettu 2.12.2019. Apsis Finland.

Vallo, H., Häyrinen, E. 2012. Tapahtuma on tilaisuus - tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 3., uudistettu laitos. Tallinna: Tallinna Raamattutrukikoda.

Ylikoski, T. 1999. Unohtuiko asiakas? Toinen uudistettu painos. Ky- palvelu Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.

LIITTEET

Liite 1. Muistilista tapahtumatuottajalle

Kuten kappaleesta 7 voidaan lukea, on tapahtumatuotanto suuri kokonaisuus. Muistilista on suunnattu tapahtuman projektipäällikölle eli tapahtumatuottajalle. Näin on helppo tarkastaa, onko tärkeimmät asiat tehty asiakaslähtöisen tapahtuman toteutuksessa. Tähän on poimittu opinnäytetyön kirjoittajien mielestä tapahtuman onnistumisen kannalta olennaisimmat asiat.

Projektiorganisaation muodostaminen:

- **Kokonaiskuvan hahmottaminen**
 - Muista, että mikään kysymys tai huomio ei ole turha tai liian vähäpätöinen, sinun kuuluu varmistaa jokainen pienikin yksityiskohta (Vallo & Häyrinen 92, 2012).
- **Projektitiimin rekrytoiminen**
 - Mieti, mitkä ovat projektin merkittävimmät osa-alueet, jotka kaipaavat oman tekijän.
 - Selvitä, millaista osaamista tarvitset tiimiin.
 - Huomioi tiimiläisten erilaiset työskentelytavat ja sovita ne yhteen.
- **Yhteiset arvot, tavoitteet sekä välitavoitteet**
 - Tiimiläisten sitoutuminen helpottuu yhteisten tavoitteiden ja arvojen myötä.
 - Motivaation kannalta rima kannattaa asettaa riittävän korkealle, työnjaon tulee olla tasapuolinen ja viestinnän selkeää (Saksala 2015, 44).
 - Yksi hyvä työkalu tavoitteiden asettamiseen on SMART. Se on selkeä, yhdessä sovittu, riittävän yksityiskohtainen ja eritelty niin, että kaikki ymmärtävät sen samalla tavalla.

SMART-tavoite on:

S – selkeästi määritelty

M – mitattavissa

A – aikaan sidottu

R – realistinen

T – tavoittelemisen arvoinen (Sitra 2016.)

- **Hyvä ja selkeä aikataulu**
 - Pilkkokaa iso kokonaisuus pieniin osiin ja asettakaa jokaiselle osalle oma aikataulu.
- **Vastuumatriisi**
 - Malli sitouttaa tiimiläiset toimimaan yhdessä.
 - Selkeä projektiorganisaatiomalli selkeyttää ja helpottaa toimintaa, eikä jätä mitään arvailuiden varaan.
- **Yhteinen viestintäkanava**

- Sopikaa selkeä ja tehokas viestintäkanava, joka on kaikille helppokäyttöinen ja jota sitoudutaan käyttämään.
- Sopikaa yhteiset pelisäännöt, mihin viesteihin tarvitsee reagoida ja miten.
- **Mentori**
 - Auttaa näkemään ulkopuolisen silmin, sparrailu.
 - Ammattimainen apu.
 - Näin saat myös mentorin verkostot käyttöösi.

Asiakasprofiilien määrittely:

- **Tapahtuman asiakasprofiilit**
 - Mieti, minkälaisia asiakkaita haluat ja mitä kanavia kautta ne voidaan saavuttaa.
 - Tutustu asiakkaisiisi, haastattele heitä.
 - Käytä aikaa asiakasprofiilien määrittelyyn, hyvin rakennettuna ne toimivat suunnittelutyökaluna ideointiin, päätöksentekoon ja palvelukonseptointiin (Tuulaniemi 2016, 156).
- **Unelma-asiakas**
 - Kuvaa muutama esimerkkiasiakas ja pohdi tapahtumaa sen kautta.
 - Suunnittele tarkkaan, millainen on unelma-asiakkaasi tapahtuma ja sen markkinointi.
- **Asiakasarvo**
 - Ota huomioon, että jokaiselle asiakasprofiilille tapahtumasta saatu arvo on erilainen.
 - Selvitä, mikä asiakasarvo asiakasprofiilien rajaamisella on tapahtuman kannalta ja pidä mielessä, että arvontuotto on kaksisuuntainen. Asiakas saa arvoa tapahtumasta, mutta myös tuottaa arvoa tapahtumalle.

Vertailuanalyysien tekeminen:

- **Tärkeimmät osa-alueet**
 - Mieti, mihin tapahtuman osa-alueisiin halutaan kiinnittää huomioita.
 - Ennen vertailuanalyysiä on hyvä, jos sinulla on tiedossa asiakasprofiilit omaan tapahtumaasi, pystyt peilaamaan osa-alueita niiden kautta.
- **Mieli avoinna**
 - Kirjoita ylös, ota valokuvia, kirjoita omia fiiliksiä ylös.
 - Haastattele muita osallistujia.
 - Juttele tapahtuman järjestäjän kanssa, jos mahdollista.
- **Aistit avoinna**
 - Tarkkaile osallistujia, miten ne liikkuu.
 - Kontaktipisteet, miten niissä huomioidaan asiakas ja liikkuuko ihmis-massa helposti.
 - Mistä eri elementeistä tapahtuma koostuu, mitä voit kopioida omaan tapahtumaasi.

Yhteiskehittäminen:

- **Motivointi**
 - Mieti, miten saat asiakkaasi paikalle innovoimaan, tähän saat apua asiakasprofiileista.
- **Tarvitaanko fasilitointia?**
 - Kuka vetää innovoinnit?
 - Pohdi, olisiko parempi, jos tilaisuudessa olisi ulkopuolinen vetäjä.
- **Oikeat menetelmät**
 - Mieti, miksi menetelmät valitaan ja mitä lopputuloksia halutaan saavuttaa.
 - Tarvitaanko innovointiin välineitä?
- **Mittaaminen**
 - Miten saadaan mitattua se mistä ideasta kaikki tykkäisivät?
- **Jatkojalostus**
 - Sinun ei tarvitse toteuttaa kaikkia ideoita vaan ota huomioon omat resurssit tilan ja rahan puolesta.
 - Valitse sekä isoja että pieniä kokonaisuuksia tukevia ideoita.

Asiakaslähtöisen tapahtuman toteutus:

- **Tapahtumapäivän kulku**
 - Muista projektityöskentelyn jaksotus myös tapahtumaa rakentaessa sekä tapahtumapäivänä.
 - Ennakoi ongelmatilanteet ja tee varasuunnitelmat.
 - Valmistaudu siihen, että yllättäviä tilanteita sattuu päivän aikana. Kaikkea ei voi suunnitella.
- **Vastuualueiden määrittely ja jakaminen**
 - Tapahtumassa vastuualueet ja ihmiset
 - Mieti vapaaehtoisten tarve ja määrä.
 - Käytä apunasi vapaaehtoistyötarjotinta määrittäessäsi työtehtäviä tapahtuman avustajille (Karreinen, Halonen & Tennilä 2013, 44-45). Lisää työkalusta opinnäytetyön kappaleessa 7.4.
- **Budjetti**
 - Jätä budjettiin pelivaraa tapahtumapäivän yllättäviä kuluja varten.
 - Laske mukaan oma sekä tiimisi palkka.
 - Varmista, että luvat ja tapahtuman vakuutukset ovat kunnossa.
- **Asiakas**

- Älä unohda asiakasta missään vaiheessa! Hän on se, joka päättää, käyttääkö hän rahansa sinun tapahtumaasi.
- Asiakas on sinun pomosi ja määrittelee, kuinka hyvin olet onnistunut.

Palautekyselyiden teettäminen:

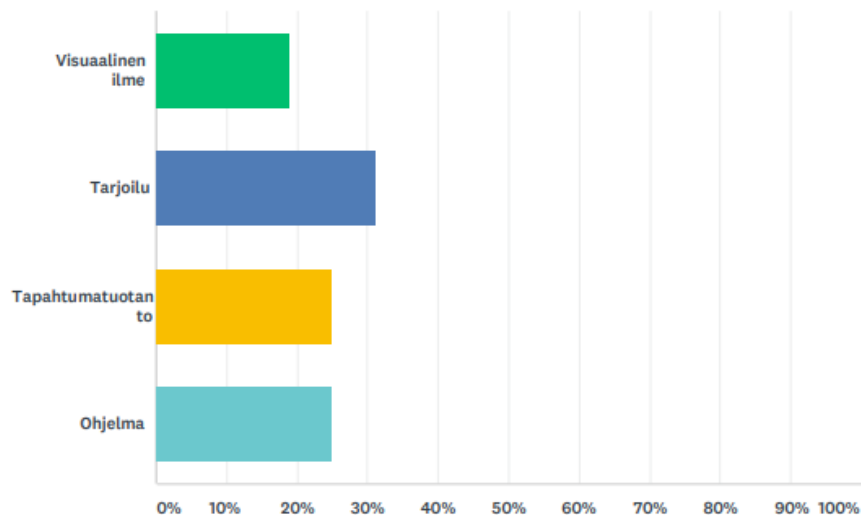
- **Mitä palautekyselyillä halutaan saada selville ja miksi?**
 - Pohdi, mitä palautekyselyllä halutaan selvittää ja mainitse tämä palautekyselyn alussa.
- **Oikea viestintäkanava**
 - Mieti, mikä on oikea viestintäkanava, jolla tavoitat oikeat vastaajat ja kuinka viestit palautekyselystä. Tässä sinua auttaa asiakasprofiilit.
- **Kysymysten rajaaminen**
 - Rajaamalla kysymykset saat selkeämpiä ja aihe-alueeseen sopivampia vastauksia.
- **Vastaajien taustatiedot**
 - Taustatiedot voivat auttaa paremmin palautteiden ymmärtämisessä.
 - Mieti tarkasti, mistä tiedoista on sinulle hyötyä siten, että palautteen antaja pysyy anonymyminä halutessaan.
- **Avoin palaute**
 - Jätä avoimelle palautteelle tilaa, näin saat palautteen vastaajan mielestä tärkeää tietoa koskien tapahtumaa.
 - Tällöin vastaukset eivät ole liian rajattuja.
- **Projektin päättäminen**
 - Kun yleisötapahtuma on toteutettu, tapahtuma ja sen toteuttamiseksi organisoitu projekti pitää myös näyttävästi ja selkeästi päättää ja arvioida. Tämä osio voidaan jakaa itse asiassa neljään eri osaan. Ensimmäinen on tapahtuman onnistuneisuuden arviointi. Toinen on oman väen ja sidosryhmien kiittäminen, kolmas on oman väen palkitseminen ja neljäs kirjallisen loppuraportin tekeminen. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 125.)
 - Muista, että saat tapahtumasta kahta erilaista arviointia: asiakkailta arvioita tapahtuman onnistumisesta sekä tiimiläisiltä arvioita kokonaisuuden onnistumisesta. Kuten Kauhanen, Juurakko ja Kauhanen (2002) toteavat, arviointi on erittäin keskeinen vaihe tapahtumassa. Oleellista on se, että ensin sovitaan arviointikriteereistä, ennen kuin ryhdytään varsinaiseen arviointiin. Perinteisesti on arvioitu aikataulujen pitämistä, tapahtuman tasoa eli laatua sekä taloudellista tulosta. Näiden lisäksi on syytä arvioida tapahtuman vaikutusta järjestävän organisaation imagoon ja ottaa myös erikseen oppimisenäkökulma. Mitä tapahtumasta opittiin seuraavaa ajatellen? (Kauhanen ym 2002, 125.)
 - Helpota palautekeskusteluita Motorolan avulla. Työkalu auttaa arvioimaan yhdessä tiiminä, mikä meni hyvin, mitä parannettavaa, mitä opimme ja miten viemme jatkossa käytäntöön.

- Työkalu esiintyy Robert Watermanin kirjoittamassa kirjassa: "What America Does Right". Sana on otettu amerikkalaisesta telekommunikaatioyhtiöstä, jossa käytettiin kyseistä raportointimallia. Virallinen käsite Motorolalle on "Projektiraportti" eikä käsite viittaa millään tavalla yhtiöön muuta kuin leikkimielisesti. (Junkkari & Nyström n.d.)

Liite 3. Workshop palautteet

Q1 Missä ryhmässä toimit workshopissa?

Answered: 16 Skipped: 0



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Visuaalinen ilme	18.75%	3
Tarjoilu	31.25%	5
Tapahtumatuotanto	25.00%	4
Ohjelma	25.00%	4
Total Respondents: 16		

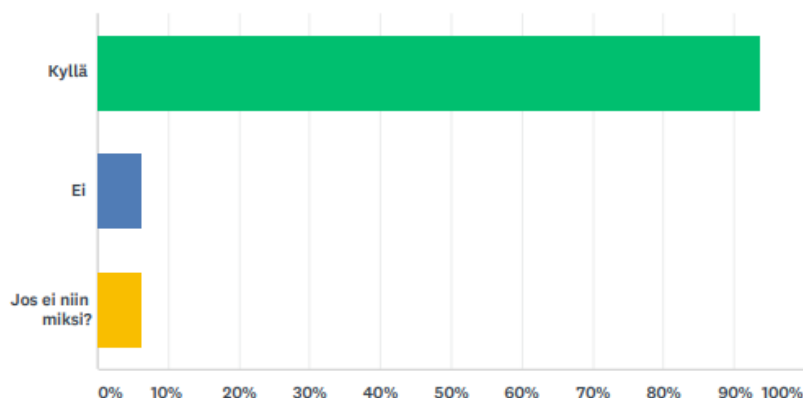
Q2 Miten workshopin markkinointi onnistui?

Answered: 16 Skipped: 0

#	RESPONSES	DATE
1	Kiitettävästi	2/19/2019 11:11 AM
2	Mainiosti!	2/18/2019 11:24 PM
3	Hyvin, koska tuli semmonen olo että olen tervetullut ja minut halutaan mukaan! Olis voinut enemmän painottaa että joka tiimistä pitää osallistua.	2/16/2019 3:03 PM
4	Hyvin, joka puolelta sai infoa	2/16/2019 3:02 PM
5	Olisi voinut enemmän henk koht kutsua "sinusta olisi apua. Pääsisitkö?"	2/16/2019 2:59 PM
6	Tuli paljon viestiä, osa argumenteista vähän erikoisia	2/16/2019 2:59 PM
7	Hyvin. Olisin tullut joka tapauksessa.	2/16/2019 2:59 PM
8	Hyvin! Etukäteen oli aikataulut selvät	2/16/2019 2:59 PM
9	Hyvä aktiivisuus! Itse tykkään videomarkkinoinnista, niin sitä vois koittaa;)	2/16/2019 2:58 PM
10	Onnistui hyvin, oli paljon ajatuksia ja työkalujen käyttö oli hyvä idea	2/16/2019 2:58 PM
11	Olettamukset olivat alhalla, mutta mp muuttui kun pääsin messiin.	2/16/2019 2:57 PM
12	Hyvin:)	2/16/2019 2:57 PM
13	Tahti oli hyvä	2/16/2019 2:57 PM
14	Kai se iha hyvin toimi ku jopa mä löysin paikalle	2/16/2019 2:56 PM
15	Hyvin.	2/16/2019 2:56 PM
16	Hyvin, seuraan näitä aktiivisesti	2/16/2019 2:56 PM

Q3 Oliko workshoppiin helppo ilmoittautua?

Answered: 16 Skipped: 0



ANSWER CHOICES	RESPONSES
Kyllä	93.75% 15
Ei	6.25% 1
Jos ei niin miksi?	6.25% 1
Total Respondents: 16	

#	JOS EI NIIN MIKSI?	DATE
1	Matilda ilmottautuu mun puolesta	2/16/2019 2:58 PM

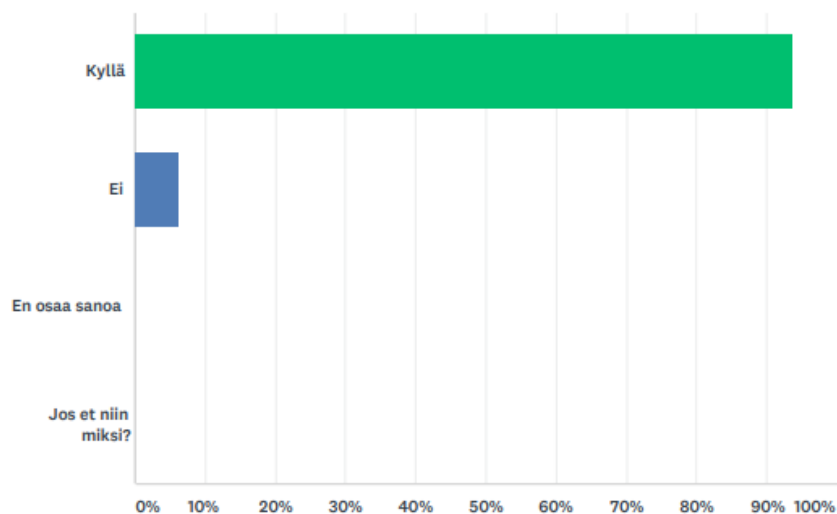
Q4 Mikä käytetyissä innovointityökaluissa oli hyvää /toimivaa, mikä huonoa?

Answered: 16 Skipped: 0

#	RESPONSES	DATE
1	Ei oltu mietitty liian valmiiksi pakettia, mikä oli hyvä	2/19/2019 11:11 AM
2	Sai ajattelemaan syvällisemmin	2/18/2019 11:24 PM
3	Askartelu ehkä vähän rajasi mun ideointia. Mutta alkuun oli hyvä miettiä yhdessä hyviä ja huonoja puolia! Hattutekniikka oli ihan jees mutta olis ollut helpompaa jos aihe olisi ollut rajatumpi.	2/16/2019 3:03 PM
4	Avoimuus, ei mietitty rahaa tai rajoitettua ajattelua. Askartelu oli ihanaa! Ruoan kanssa ehkä tosin jotenkin haastavaa	2/16/2019 3:02 PM
5	Hauska hattujuttu avautui paremmin selitysvaiheessa. Love hate oli tehokas ja herätti hyviä keskusteluita. Aika meni pirun nopeasti	2/16/2019 2:59 PM
6	Lämmittely puuttui, lämmiteltiin kuitenkin	2/16/2019 2:59 PM
7	Mukavan rentoa juttelua hyvässä porukassa, mukauduttiin tilanteen mukaan. Ei mitään huonoa.	2/16/2019 2:59 PM
8	Työkaluja sovellettiin hyvin, eikä niitä käytetty perinteisten kaavojen mukaan.	2/16/2019 2:59 PM
9	Mukavat rennot työkalut. Sopivat lauantapäiväksi.	2/16/2019 2:58 PM
10	En osaa sanoa	2/16/2019 2:58 PM
11	Hyvin mietittyjä tehtäviä, voisi tunkea vielä enemmän tehtäviä	2/16/2019 2:57 PM
12	Leikkaa - liimaa työkalu oli hauskaa vaihtelua	2/16/2019 2:57 PM
13	Aikaa oli ehkä vähän liian vähän ja koen että pelkkä yleinen keskustelu oli tehokkaampaa!	2/16/2019 2:57 PM
14	Emmä osaa erotella, oli kyl sika hauskaa ja toiminnallista.	2/16/2019 2:56 PM
15	Monipuolisuus	2/16/2019 2:56 PM
16	Hate/love oli hyvä herättely. Askartelu ei tuonut mitään uutta	2/16/2019 2:56 PM

Q5 Tuntuuko sinusta, että pääsit todella vaikuttamaan juhlien suunnitteluun?

Answered: 16 Skipped: 0



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Kyllä	93.75%	15
Ei	6.25%	1
En osaa sanoa	0.00%	0
Jos et niin miksi?	0.00%	0
Total Respondents: 16		

#	JOS ET NIIN MIKSI?	DATE
	There are no responses.	

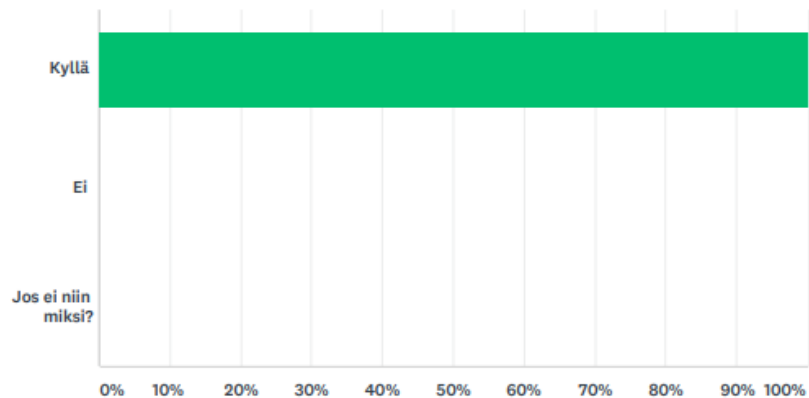
Q6 Millä muulla tavalla osallistujia olisi mielestäsi voinut osallistaa?

Answered: 13 Skipped: 3

#	RESPONSES	DATE
1	.	2/19/2019 11:11 AM
2	En tiedä, mutta ilmoitan, kun tiedän	2/18/2019 11:24 PM
3	Olisin mielelläni vienyt ideoita jo eteenpäin enkä vain ideoinut. Olisin halunnut kuulla aiempien ideointikertojen tuotoksia ja vienyt niitä eteenpäin.	2/16/2019 3:03 PM
4	-	2/16/2019 3:02 PM
5	Hmmm. Tässä ajassa ei paljon paremmin.	2/16/2019 2:59 PM
6	Eos	2/16/2019 2:59 PM
7	Hyvä näin	2/16/2019 2:59 PM
8	Muitakin kuin workshoppiin päässeitä olisi voinut koittaa osallistaa jotenkin	2/16/2019 2:59 PM
9	En tiedä	2/16/2019 2:58 PM
10	Tämä sujui hyvin jo	2/16/2019 2:57 PM
11	En keksi parannettavaa	2/16/2019 2:57 PM
12	Emit	2/16/2019 2:56 PM
13	Vaikea innovoida vaan yhtä osa-aluetta kun tapahtuma on aina kokonaisuus	2/16/2019 2:56 PM

Q7 Oliko workshop mielestäsi onnistunut järjestelyjen osalta?

Answered: 16 Skipped: 0



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Kyllä	100.00%	16
Ei	0.00%	0
Jos ei niin miksi?	0.00%	0
Total Respondents: 16		

#	JOS EI NIIN MIKSI?	DATE
	There are no responses.	

Q8 Miten hyvin projektitiimi onnistuu mielestäsi tekemään Proakatemian 20 vuotissynttäreitä avoimesti?

Answered: 16 Skipped: 0

#	RESPONSES	DATE
1	Todella hyvin	2/19/2019 11:11 AM
2	Erinomaisesti	2/18/2019 11:24 PM
3	Hyvin! Selkeästi kaikkia on haluttu kuulla. Toivottavasti jatkossakin otetaan apua vastaan jos sille on tarve.	2/16/2019 3:03 PM
4	Todella hienosti! Toivottavasti osallistuminen on ollut riittävää! Mahdollisuus on jokaisella, toivottavasti se myös käytetään:)	2/16/2019 3:02 PM
5	Tarinallistamista vaiheista lisää. Selkeää ja ytimekästä viestintää missä mennään. "Markkinoitua tutuille" meininki	2/16/2019 2:59 PM
6	Tosi hyvin	2/16/2019 2:59 PM
7	Tietoa jaettu riittävästi tapahtumissa. Ulospäin vielä vähän niukkaa, mutta se on ymmärrettävää.	2/16/2019 2:59 PM
8	Hyvin, vähän mietityttää mitkä kaikki ideat pääsevät käytäntöön ja miten niitä arvotetaan	2/16/2019 2:59 PM
9	Todella hyvin, toivottavasti omasta mielestänne porukka oli tarpeeksi aktiivista	2/16/2019 2:58 PM
10	On kertonu hyvin ja avoimesti	2/16/2019 2:58 PM
11	Ideointikerrat oli hyvä ajatus	2/16/2019 2:57 PM
12	Varmasti huikeet juhlat tulossa!	2/16/2019 2:57 PM
13	Parhaalla mahdollisella tavalla	2/16/2019 2:57 PM
14	Tässä on onnistuttu tosi hyvi	2/16/2019 2:56 PM
15	Hyvin!	2/16/2019 2:56 PM
16	Hienosti!	2/16/2019 2:56 PM

Q9 Kuinka paljon synttäreiden suunnittelu on näkynyt sinulle esim. somessa?

Answered: 16 Skipped: 0

#	RESPONSES	DATE
1	Aika vähän	2/19/2019 11:11 AM
2	Paljon	2/18/2019 11:24 PM
3	Paljon! Ihanaa että juhliin halutaan panostaa ja meidät halutaan mukaan!	2/16/2019 3:03 PM
4	Lähes jokaisessa mediassa, hyvä te!	2/16/2019 3:02 PM
5	Aaika paljon. Enemmän avunpyyntöinä, mutta vähän huonosti olen ollut perillä itse.	2/16/2019 2:59 PM
6	Paljon	2/16/2019 2:59 PM
7	Facebook-ryhmissä pyydetty osallistumaan innovointeihin.	2/16/2019 2:59 PM
8	Paljon on näkynyt viestintää	2/16/2019 2:59 PM
9	On näkynyt hyvin!	2/16/2019 2:58 PM
10	Erittäin paljon	2/16/2019 2:58 PM
11	Näyttävästi, joskus liian aggressiivisesti	2/16/2019 2:57 PM
12	Pöhinä näkynyt hyvin esim facebookissa	2/16/2019 2:57 PM
13	Tosi paljon!	2/16/2019 2:57 PM
14	On kyllä näkynyt hyvin slackissa ja akatemialla seinillä, projektorissa jne.	2/16/2019 2:56 PM
15	Paljon, joka kanavassa ja usein.	2/16/2019 2:56 PM
16	Paljon	2/16/2019 2:56 PM

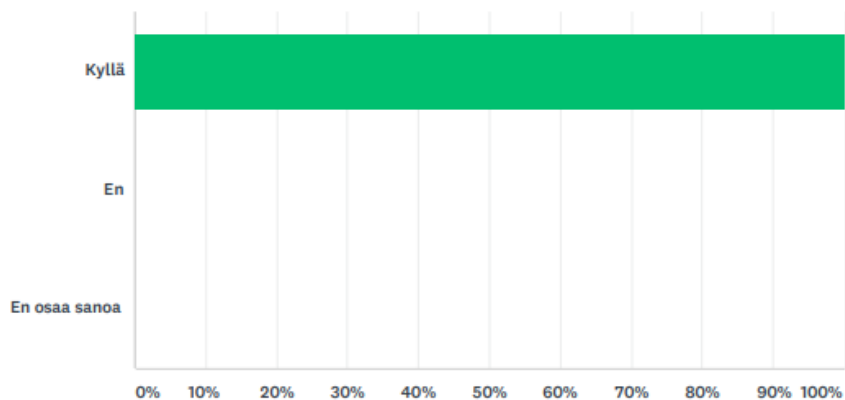
Q10 Näkyykö sinulle synttärjuhlien käyttäjäkeskeinen suunnittelu?

Answered: 16 Skipped: 0

#	RESPONSES	DATE
1	Kyllä	2/19/2019 11:11 AM
2	Kyllä	2/18/2019 11:24 PM
3	Kyllä näkyy! Kaikkea halutaan selkeästi miettiä :)	2/16/2019 3:03 PM
4	Kyllä	2/16/2019 3:02 PM
5	Näkyä näinä kyselyinä ja osallistamisena	2/16/2019 2:59 PM
6	Kyllä	2/16/2019 2:59 PM
7	Kyllä.	2/16/2019 2:59 PM
8	Kyllä! Toivottavasti suurin osa pääsee tuotantoon	2/16/2019 2:59 PM
9	Siitä on viestitty loistavasti!	2/16/2019 2:58 PM
10	Näkyä	2/16/2019 2:58 PM
11	Näkyä	2/16/2019 2:57 PM
12	Kyllä	2/16/2019 2:57 PM
13	Kyllä!	2/16/2019 2:57 PM
14	No khy!	2/16/2019 2:56 PM
15	Kyllä näkyä	2/16/2019 2:56 PM
16	Kyl	2/16/2019 2:56 PM

Q11 Innostuitko Proakatemia 20v synttäreistä?

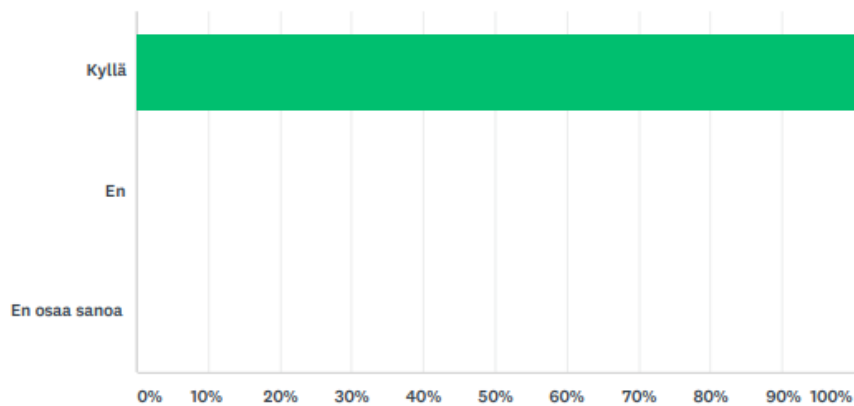
Answered: 16 Skipped: 0



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Kyllä	100.00%	16
En	0.00%	0
En osaa sanoa	0.00%	0
Total Respondents: 16		

Q12 Aiotko ostaa lipun synttäreille?

Answered: 16 Skipped: 0



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Kyllä	100.00%	16
En	0.00%	0
En osaa sanoa	0.00%	0
Total Respondents: 16		

Q13 Mitkä seikat vaikuttavat lipunostoosi?

Answered: 16 Skipped: 0

#	RESPONSES	DATE
1	Ihmiset kenen kanssa lähdän juhliin	2/19/2019 11:11 AM
2	Yhteisö	2/18/2019 11:24 PM
3	Se että paikalle oikeasti tulee paljon porukkaa ja että juhlaa hehkutetaan yhdessä etukäteen	2/16/2019 3:03 PM
4	Raha	2/16/2019 3:02 PM
5	Innostus tapahtumasta ja kyky auttaa ja vaikuttaa	2/16/2019 2:59 PM
6	Osallistumas kaikesta huolimatta	2/16/2019 2:59 PM
7	Miten paljon tulee tuttuja.	2/16/2019 2:59 PM
8	Se kanava missä ne myydään :D	2/16/2019 2:59 PM
9	Ostopäätöksen ja -toimenpiteen helppous!	2/16/2019 2:58 PM
10	Ei oikeestaan mikään	2/16/2019 2:58 PM
11	Hinta, vastine	2/16/2019 2:57 PM
12	Markkinointi, yhteisöllisyys	2/16/2019 2:57 PM
13	Se eniten, että olen päässyt vaikuttamaan	2/16/2019 2:57 PM
14	Yhteisö, kuultu sisältö, akatemian juhlat on huikeita	2/16/2019 2:56 PM
15	Proakatemian pippaloihin aina mentävä.	2/16/2019 2:56 PM
16	Tuleeko kaverit	2/16/2019 2:56 PM

Q14 Muuta palautetta synttärיתיimille:

Answered: 13 Skipped: 3

#	RESPONSES	DATE
1	.	2/19/2019 11:11 AM
2	Nättyy settii, hyvä te	2/18/2019 11:24 PM
3	Jeeee hyvä te! Kiitos kun otatte meidät mukaan. Mielelläni autan jatkossakin.	2/16/2019 3:03 PM
4	Ootte ihania! Hienosti organisoitu, teistä paistaa into läpi, mahtavaa! Ja kiitos kun juhlat ovat näin avoimet!	2/16/2019 3:02 PM
5	Vamos! Huikeaa duunia ja meininkiä ♥	2/16/2019 2:59 PM
6	Edellisiä ideoita olis voinut ehkä käyttää ja jalostaa, kannattaa harkita, käyttätekö jatkossa vielä muiden apua	2/16/2019 2:59 PM
7	<3	2/16/2019 2:59 PM
8	Ootte söpiksi!♥	2/16/2019 2:58 PM
9	Ei ole	2/16/2019 2:58 PM
10	Hyvin toimii tähän mennessä	2/16/2019 2:57 PM
11	Ootte ihania ♥	2/16/2019 2:57 PM
12	Helmeeee	2/16/2019 2:56 PM
13	Hienoa työtä jatkakaa samaan malliin! Alumnit huomioidaan ainakin tässä vaiheessa hyvin, pitäkää ne mielessä.	2/16/2019 2:56 PM

Liite 4. Syntymäpäiväjuhlien palautteet

Viikkoraportti

16.9.2019 – 22.9.2019

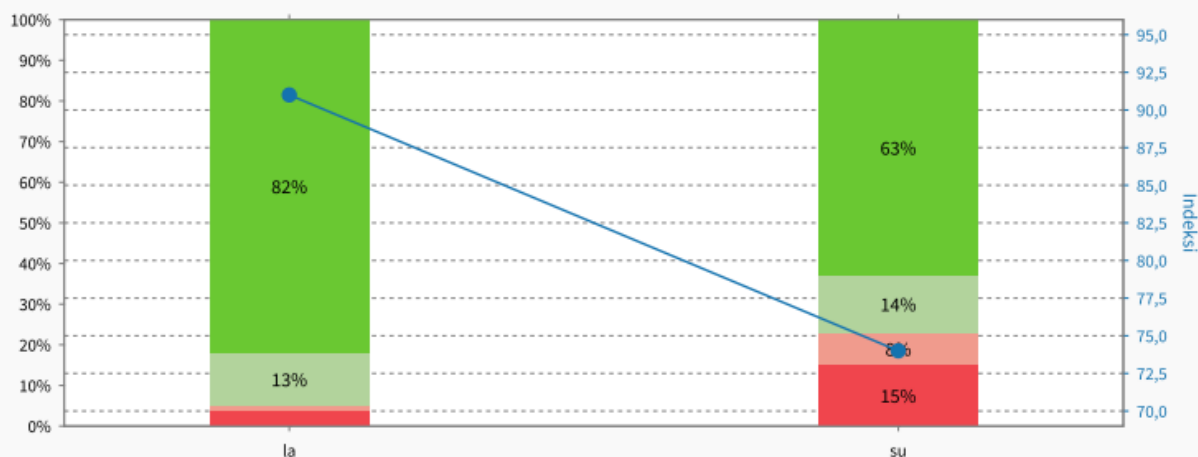
Yksikköraportti

Pakkahuone

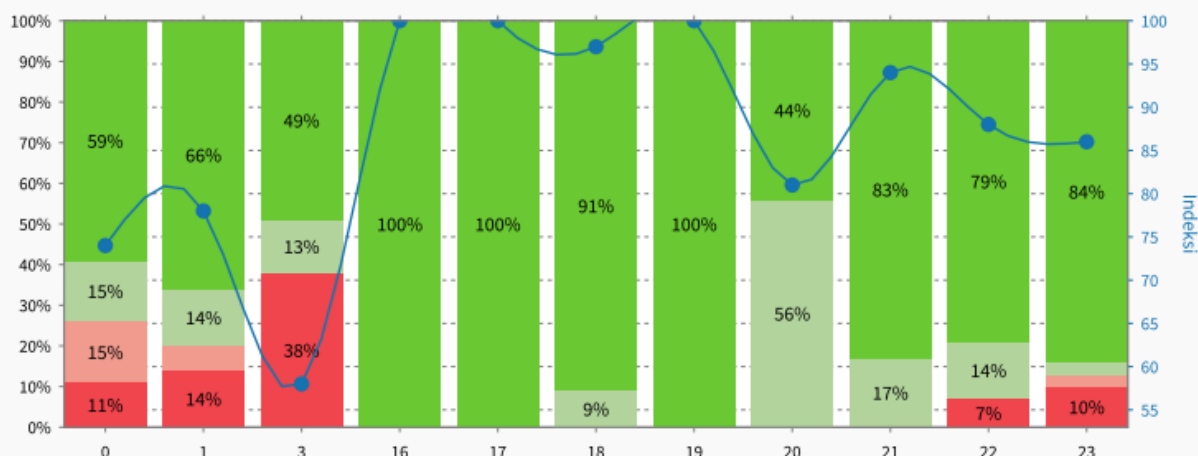
Miten juhlat ovat onnistuneet?

73%
124 kpl14%
23 kpl4%
7 kpl9%
15 kpl**Indeksi: 84.0**
Palautteita: 169

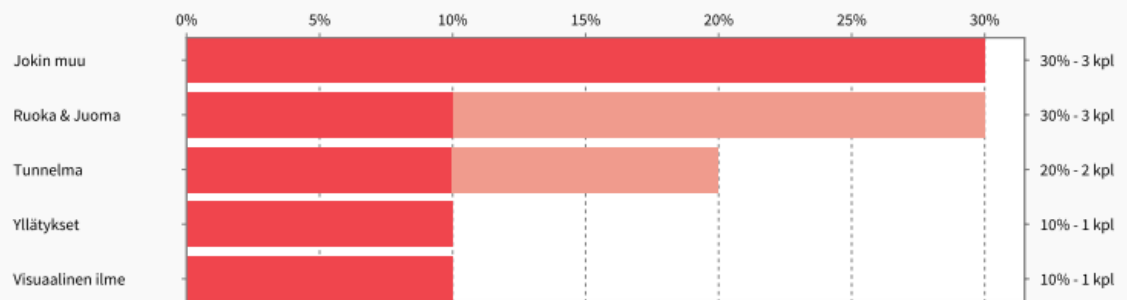
Viikonpäiväjakauma



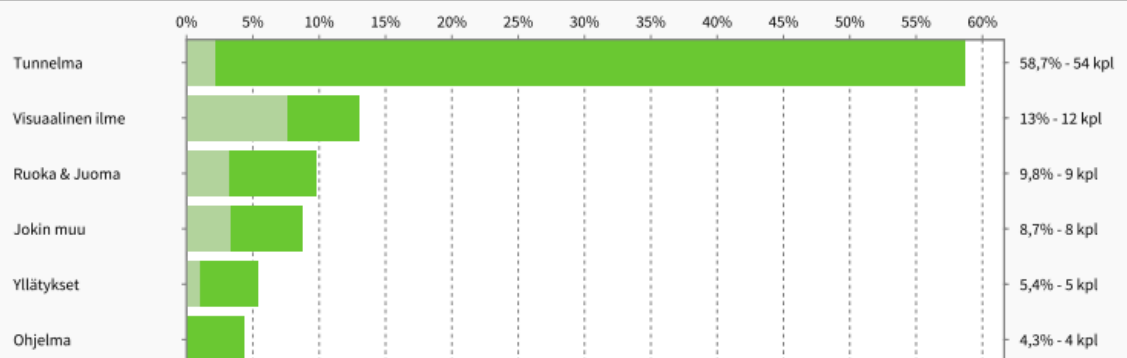
Tuntijakauma



Ongelmakohdat















Kohokohdat



Miten juhlat ovat onnistuneet?

Pakkahuone

	2019-09-21 20:10	Tunnelma ruokailusysteemi hieman epäselkeä. mutta muuten ihanat juhlat! kiitos!!!
	2019-09-21 20:43	Tunnelma Go Minna & team!!!Ootte tehneet mielettömän duunin ja se näkyy läpi juhlan! Juhlat erittäin onnistuneet ! terkuin, Alisa
	2019-09-21 20:50	Ruoka & Juoma olisi voinut olla taukoja enemmän ja parempi tupakointipaikka
	2019-09-21 21:23	Jokin muu menguru
	2019-09-21 22:27	Jokin muu musa
	2019-09-21 22:45	Tunnelma fuckboff
	2019-09-21 23:04	Jokin muu kaikki
	2019-09-21 23:40	Jokin muu tumugl
	2019-09-21 23:47	Tunnelma promisia rokkaa!
	2019-09-21 23:49	Tunnelma huikeetaaa!!!!
	2019-09-21 23:49	Tunnelma best)!!!!
	2019-09-21 23:56	Tunnelma yolo

Liite 5. Käyttäjakeskeisyys kysely

Käyttäjakeskeisyys tapahtumasuunnittelussa kysely-Case:Proakatemian 20-vuotisjuhlat

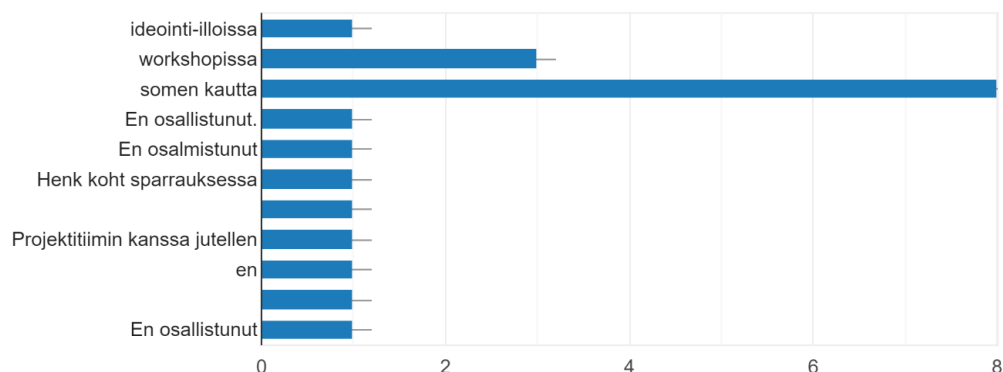
Mitä käyttäjakeskeisyys sinulle tarkoittaa? 17 vastausta

- On ajateltu asiat sen näkökulmasta kuka palvelua/tuotetta käyttää. Tässä tapauksessa ajateltu asiat lin että juhlijalla olisi kaikki mahdollisimman vaivatonta ja mukavaa
- Asiakkaan huomioimista, asiakkaan silmin asioiden katsomista
- Tietämättä mitä se oikeasti tarkoittaa, ajattelen sen olevan käyttäjien tarpeiden huomiointia ja kokonaisuuden rakentamista sen mukaan.
- Asiakaslähtöisyyttä, asia rakennetaan juuri käyttäjää varten ja häntä osallistamalla
- Että kaikki tehdään käyttäjille ja heidän tarpeidensa mukaisesti
- Suunnittelemalla käyttäjän tarpeiden, halujen ja toiveiden mukaisesti
- Käyttäjän eli tässä tilanteessa vieraan huomioonottaminen itse tapahtumassa.
- Otetaan huomiion loppukäyttäjä
- Osataan mennä asiakkaan saappaisiin. Luodaan asiakkaan mukaan tässä tapauksessa juhla.
- Tuotteen / palvelun toteutusta loppukäyttäjä huomioiden, ja hänen osallistumisensa tuotteen palvelun suunnitteluun/kehittämiseen mahdollistaminen.
- Palvelu tai tuote suunnitellaan käyttäjälle helppokäyttöiseksi
- Suunnittelussa ajatellaan aina ensin loppukäyttäjän kokemusta ja elämystä
- Luulisin, että se tarkoittaa että palveluntarjoaja todella yrittää selvittää mitä palvelun ostaja tarvitsee/haluaa ja muokkaa palveluaan saamansa palautteen perusteella. Käyttäjän näkökulmasta kehittämistä.
- Että asiaa tarkastellaan asiakkaan / loppukäyttäjän näkökulmasta
- Se merkitsee helppoutta ja selkeyttä. Asiakkaan/käyttäjän on helppo nauttia/käyttää/toimia, kun ohjeistukset ja ratkaisut ovat tehty asiakkaan puolesta.
- Vastataan kohderyhmän tarpeisiin ja käyttäjiä osallistetaan tuotteen / palvelun suunnitteluun alusta alkaen, kerätään palautetta koko prosessin ajan ja kehitetään toimintaa sen pohjalta,
- Käyttäjän näkökulmasta lähtevä suunnittelu toteuttaminen jne

Osallistuitko juhlien ideointiin ideointi-illoissa, workshopissa tai somessa (Instagram & Facebook)? Voit valita useamman vaihtoehdon.17 vastausta

Osallistuitko juhlien ideointiin ideointi-illoissa, workshopissa tai somessa (Instagram & Facebook)? Voit valita useamman vaihtoehdon.

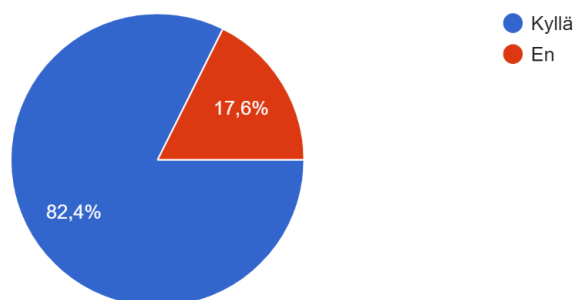
17 vastausta



Koetko, että pääsit tarpeeksi vaikuttamaan juhlien suunnitteluun? 17 vastausta

Koetko, että pääsit tarpeeksi vaikuttamaan juhlien suunnitteluun?

17 vastausta



Näkyikö juhlissa käyttäjäkeskeisyys? Jos näkyi niin, miten/missä asioissa? 17 vastausta

-Kyllä, puheet oli sopivan mittaisia ja tärkeitä.

-Vessassa olleissa tavaroissa, somessa, ihmisten osallistumalla jo ennen juhlia.

-En osaa oikein sanoa. En tiedä mitä ideoita alumneilta tuli workshoppeissa enkä siis myöskään tiedä miten ne näkyivät juhlissa. Iso vieraskirja oli todella kiva ja samoin myös kuvauspiste koulukuvaustyyppisenä. Muutoin ohjelma oli aika samantyyppinen kuin yleensäkin synttäreillä, toki musiikkia oli vähän enemmän.

-Pöydän ja tilan koristeista koko ohjelman rakentumiseen saakka näkyi todella hyvin! Tila oli todella viehättävä, ohjelma riittävän eksakti ja lyhyt, pöytien asetelma ja ohjelma mahdollisti tasavertaisen näkyvyyden ja mahdollisuuden osallistua

-Eniten varmasti pukukoodissa. Ei ollut pyrkimystä päätyä yhteen pukukoodivaltintaan, vaan ennemminkin siihen, että kaikki voivat viihtyä vaatteissaan. Kysymällä yleisöltä pukukoodista, onnistuimme myös varmasti luomaan suurempaa hyväksyntää "sekalaiselle" juhlapukeutumiselle.

-Hassu kysymys. Yleensä jos käyttäjäkeskeinen design on onnistunut, käyttäjä ei huomaa sitä, koska se on niin luonnollista. Tuliko minulla juhlissa olo, että juhlat vastasivat tarpeitani ja halujani? Osittain kyllä. Sisätöä oli sopivasti erilaista. Muutama asia meni kyllä pahasti ohi. Pahimpana oli musiikin melutaso sekä ruokailuinfon kartta screenillä. Melutaso: jos katsoi miten jengi illan aikana levisi saliin, huomasi ettei suurinosa tullut juhliin tanssimaan vaan seurustelemaan. Tämä olisi pitänyt olla selvä järjestäjille, jos tapahtuma suunniteltiin käyttäjien mukaan. Monet näkivät toisiaan pitkästä ajasta ja kun bändi alkoi soittamaan, ei toisten puheesta kuullut enää mitään. Ruokailuinfo: se kartta ja ruokailujärjestys screeneillä oli niin mystinen etten ymmärtänyt siitä mitään. Se oli myös niin pienellä, että piti kävellä salin etuosaan että sen näki kunnolla. Siinä oltiin ehkä innostuttu omista ideoista liikaa, ja käyttäjäkeskeisyys unohtui. Puheita olisi voinut myös miettiä etukäteen. En ymmärtänyt miksi tamk.edu ja vararehtori puhuivat ollenkaan, niiden tilalle olisin kaivannut jotain mielenkiintoisempaa. Ne perustajatyypit oli hyviä! Mutta muuten jäi hyvä maku bileistä. Eiku ainiin, tila oli osittain hankala. Just sen takia kun jengi halus seurustella, niin olisi ollut kiva päästä johonkin toiseen tilaan myös, mutta nyt kaikki melusi ja huusi samassa salissa. Mutta ymmärrän että hyviä tiloja on rajallisesti. Kiitos ja onneksi olkoon isosta urakasta! Käyttäjäkeskeisyys on vaikea haaste, mutta toivottavasti tämä innostaa teitä paneutumaan siihen lisää!

-Yhteisöä otettiin mukaan suunnitteluun (mikä oli superhieno juttu ja toimi), mutta itse juhlasta en osaa sanoa. Pääosin homma toimi.

-ei

-Näkyi. Tiimikuvat, hall of fame-kuvat, tiimipöydät, tiimikuvaus, tutut esiintyjät lavalla.

-En osaa sanoa. En tiedä, mikä toteutuksessa oli käyttäjien kanssa yhteistyössä luotua. Voi olla, että kaikki oli, mutta en tiedä sitä.

-osittain, esim takarivissä olevat eivät nähneet lavalle, lisäksi ulkoovi oli auki joten oli kylmä

-Tiimikuvat, pöytäjärjestelyt ja varmasti vaikka mitä muuta minkä koen itseltään selväksi, mutta on käyttäjäkeskeistä suunnittelua :)

-En kokenut tarvetta osallistua erityisesti suunnitteluun, koska en ole "juhlaihmisiä". Juhlat olivat kuitenkin parhaat missä olen hetkeen ollut.

-Ehkä siinä, että pukukoodi julkistettiin ensin ja muutettiin jälkikäteen? Vaihdos ei kyllä ollut hyvä juttu, annettu ohjeistus oli todella sekava ja tuon arvoiseen juhlaan olisi pitänyt suoraan laittaa tumma puku/iltapuku-ohjeistus, jota suurin osa näyttikin noudattavan.

-Ruokailu oli selkeä, istumajärjestys oli selkeä. Ei tarvinnut pyöriä ja hyöriä et-sien ja ihmetellen.

-Koen, että aikalailta kaikessa.

-En osaa sanoa mikä oli ja mikä ei, mutta kaikki sujui hienosti alusta loppuun. Ei odottelua tai ihmettelyä. Pisteet nuuskapurkeista vessoissa!

Miten käyttäjäkeskeisyyttä olisi voinut hyödyntää vielä lisää? 17 vastausta

-

-Ruokailu olisi voitu suunnitella vielä vähän paremmin, jotta se olisi sujunut jouhevammin.

-Suurin miinus juhlassa oli mielestäni DJ:t, jotka soittivat outoa musiikkia. Toiveita oli turha esittää, sillä kaikkeen vastaus oli "ei oo" ja heidän valitsemiaan biisejä arvostellessa vastaukseksi heiltä sai vain tylästi, että ei ole heidän vika jos jengi on sivistymätöntä eikä tunne biisejä. Tämähän ei sinänsä juhlien järjestäjien vika ollut, mutta DJ:t olisi voitu ehkä infota paremmin soittamaan jotain taattua bilemusaa. Nyt heistä jäi vahvasti sellainen kuva, ettei heitä ainakaan käyttäjäkeskeisyys kiinnostanut yhtään. Uskoisin että monelle alumnille ajan järjestämien juhlien suunnittelua varten oli ongelma ja siksi workshoppeihin osallistuminen luultavasti melko harvaa. Muistan joskus alkuun odottaneeni jotain tällaisen tyyppistä kyselyä, johon kertoa ideoitaan, mutta koskaan ei sellainen vastaani tullut. Jos sellainen kysely tehtiin niin se meni minulta sitten vain ohi.

-Tarjottavat eivät ruoka tai juoma puolella vastanneet alkuunkaan käsitystäni juhlista. Ne olisin rakentanut täysin erilailla, 14-v ravintola-alalla työskelleenä

-Ehkä vaihtoehtoisilla lipun hinnoilla. Kuulin useammastakin suusta, että olisi ollut valmis maksamaan lipusta enemmän, jos ei olisi tarvinnut murehtia juhlapaikan purkamisesta vaan lisähinnalla olisi palkattu roudarit.

-Taisinkin jo vastata tähän

-Osallistaminen prosessiin ja juhliin näkyi ja oli alusta asti hyvä. Juhliin saapessa tuntui kuitenkin siltä, että emme saapuneet vieraina vaan talkoolaisina joiden vain käskettiin hakemaan jotain tavaraa x Akatemialta (iso merkitys miten apua pyytää ja ihmisiä lähestyy, vaikka onkin yhteisön yhteinen tapahtuma).

-en osaa sanoa

-Sisääntulossa joku järjestäjistä olisi voinut toivottaa kunnolla tervetulleeksi ja ohjannut alkupaloille/missä oma tiimipöytä on.

-Etenkin juhlien aikaisessa suunnitteluvaiheessa olisin toivonut enemmän osallistumismahdollisuuksia muutoin, kuin ideointi-iltojen kautta. Olin estynyt osallistumasta niihin ajankohdallisesti. Koen, että näiden jälkeen somessa oli mahdollisuus vaikuttaa pienempiin asioihin, kun isot jutut oli jo päätetty. Julkisten koosteiden teko ideointi-illoista olisi voinut sitouttaa osallistumistani enemmän. Sieltä pois olleena, en tiedä mitkä näiden iltojen lopputulema oli, joten koin tippuvani kärryiltä. Voi myös olla, että tieto niistä ei vain tavoittanut minua tai viestintätyyli juhlista ja niiden yhteisestä tekemisestä oli turhan painostavaa ja velvoittavaa, mikä latisti omaa intoa. Koin, että osallistumiseen oli aika kova painostus pro-

jektitiimin puolelta. Kohdallani osallistumismahdollisuudet eivät valituissa kanavissa onnistuneet, koska aikataulut ja oma ig:n vähäinen käyttö. Kohdallani olisi toiminut koosteiden jakaminen esim. Slackissa ja näiden pohjalta jokin ideoiden jalostamisen mahdollisuus esim. kommentoimalla. Se on myös hyväksyttävä, että kaikki eivät ole innokkaita osallistumaan suunnitteluun ja toteutukseen, vaan haluavat tulla vain paikalle ja nauttia. Millä tavoin nämä ihmiset huomioitiin?

-selkeästi ohjelmat ja esim ruoan haku oli täys kaos

-Ruokailujärjestys ja sen ilmoittaminen pelkillä kirjaimilla ja pöytäkartalla oli sekava. Helpompi jos olisi vain allekkain järjestyksessä tiimien tms nimet ja vaikka yksi henkilö aina käynyt tiedottamassa per pöytä että nyt on teidän vuoro. Tai sitten vaan aakkoset eli ahneet edellä, koska porukka oli jo niin hajaantunut että söi eri aikaan :D

-Ehkä ilmaisemalla mitkä asiat ja ideat ovat ideointipajoista tai esitellä yhden idean syntyminen.

-Kyselyillä suoraan alumneilta

-Valokuvaus oli epäselkeä itselle, olisin toivonut siihen samanlaista selkeyttä kuin muuhun.

-Esim. Instagram Stories -kyselyt olisivat olleet kätevä, nopea ja helppo tapa kerätä tietoa kohderyhmältä.

-Oli 6/5 jo.

Saitko halutessasi selville juhlista tarpeeksi tietoa? 17 vastausta

-Kyllä

-Joo!

-Instagram-tili oli kyllä kattava ja etukäteen tullut sähköposti oli todella informatiivinen. Eli sain kyllä. Sanoisin toki että jotkut asiat olisi voinut ilmoittaa vasta sähköpostissa, sillä esim. pohjakartan näkeminen instastoryssa (tai jossain, en tarkalleen muista missä) oli melko tarpeetonta. Eli vaikka selkeästi halusitte pitää ihmisiä ajantasalla, niin ihan kaikesta ei olisi tarvinnut kysellä, että miltä tämä näyttää. Se antoi hieman sellaisen kuvan, että ette kyenneet itse tekemään päätöksiä, vaan tarvitsitte hyväksyntää käytännön asioissakin.

-Hyvin

-Pukukoodi oli taas aika epämääräinen. Aina vähän jännittää että ylipukeudunko vai näytänkö dorkalta jos on liikaa tulkinnanvaraa. Muuten hyvä info!

-Aikataulujen kanssa oli epäselvyyksiä, esimerkiksi moneltako lopulta oikeasti piti olla valokuvattavana. Myös perusinfoa olisi voinut olla vielä helpommin esillä, esim. onko tapahtumassa narikka. Muuten tiedotus oli riittävää.

-Ihan ok, tätä olisi voinut parantaa

Käytännöistä kyllä. Suunnittelun etenemisestä en ehkä niinkään, tarkoittaen juuri sitä, miten ideointi-illat oli menneet, millaisia ideoita palloitellaan jne. Kiitos hienoista juhlista! :)

en

-Ihan hyvin, mutta välillä tuntui, että kaikki tiedotus ja huomio koskee alumneja ja aksulaiset jäi vähän pimentoon koska lippuja mistä lippuja. Harmi kun semma ja sen kellonaika tiedotettiin niin myöhään, niin oli jo töitä siinä, väh. kuukautta aiemmin tällaiset tiedot :)

-Viestinnässä oli paljon parantamisen varaa. Alussa viestejä tuli tiuhaan vaikei varsinaista uutta infoa ollutkaan ja lopussa viestejä ei juurikaan kuulunut.

-Useammassa pöydässä ei oltu kovin tyytyväisiä järjestelyihin, mutta kukaan ei halunnut käydä näppäämässä surunaamaa Happy or Notin kyselyyn. Ehkä sen sijainti oli vähän liian avoimella paikalla. Avoin palautekysely tapahtumasta olisi vielä paikallaan.

-Käyttäjakeskeisyyttä kyselyssä tuskin tarvitsee painottaa, kun kysellään suoraan tapahtumavierailta.

-Sain

-Pukukoodia piti kaivella, ei ollut nettisivuilla. Muuten perfectio