



**SAVONIA**

- AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO

MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA

# KONSEPTIKÄSIKIRJA HYVÄN- TEKEVÄISYYSMUOTINÄYTÖK- SEEN

Case: Lions Club Kuopio Canth

TE -  
KIJÄ:

Sara Pulkkinen

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma	
Työn tekijä(t) Sara Pulkkinen	
Työn nimi Konseptikäsikirja hyväntekeväisyysmuotinäytökseen Case: Lions Club Kuopio Canth	
Päiväys 31.3.2020	Sivumäärä/Liitteet 39/1
Ohjaaja(t) Tanja Vornanen ja Merja Vehviläinen	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Lions Club Kuopio Canth	
Tiivistelmä <p>Tässä opinnäytetyössä aiheena oli luoda konseptikäsikirja tapahtumalle. Opinnäytetyön toimeksiantaja, Lions Club Kuopio Canth, on pitkään toivonut konseptikäsikirjaa hyväntekeväisyysmuotinäytökselleen. Konseptikäsikirjan tarkoitus on auttaa toimeksiantajaa tapahtuman käytännön asioissa ja sisäisessä viestinnässä. Konseptikäsikirjan tavoitellaan olevan niin yksinkertainen, että kuka tahansa voi sen avulla järjestää kyseisen hyväntekeväisyysmuotinäytöksen. Hyväntekeväisyysmuotinäytös järjestetään noin joka toinen vuosi, joten konseptikäsikirja tulee olemaan tarpeellinen.</p> <p>Opinnäytetyö koostuu teoriaosuudesta ja toiminnallisesta tuotoksesta. Teoriaosuudessa käsitellään tapahtumaa käsitteenä, sen ominaisuuksia, eri luokittelutapoja, markkinointia, tapahtuman peruspalvelupakettia ja mitä laatu on tapahtumassa. Lisäksi teoriaosuudessa syvennytään tapahtuman toteuttamiseen. Tapahtuman toteuttamisessa kerrotaan tapahtumaprosessin eri vaiheista ja mitkä asiat tulee huomioida tapahtumaa järjestäessä. Teoriaosuuden tiedot saatiin kirjoista ja Internet -lähteistä. Konseptikäsikirja luotiin Word -tiedostoksi. Tietoa konseptikäsikirjaan kerättiin tapahtuman suunnittelupalaveriin osallistumalla ja haastatteluilla.</p> <p>Opinnäytetyö on tehty toiminnallisena opinnäytetyönä ja sen tuotoksena on konseptikäsikirja. Tiedot koottiin käsikirjaksi, jossa on myös tapahtuman toteuttamisen teoriaa hyödynnetty. Teorian tarkoitus on auttaa ymmärtämään tapahtuman toteuttamisen eri vaiheita. Jokainen työskentelyvaihe pyrittiin kuvaamaan mahdollisimman tarkasti. Käsikirjasta löytyy esimerkiksi useita muistilistoja, joissa kerrotaan eri kokonaisuuksien tehtävät tiivistetynä. Opinnäytetyö on toimeksiantajan pyynnöstä osittain salainen, joten konseptikäsikirjaa ei ole kokonaisuudessaan tässä liitteenä.</p>	
Avainsanat Tapahtuma, tapahtuman tuottaminen, tapahtumakonseptointi, hyväntekeväisyys	

Field of Study Tourism, Catering and Domestic Services			
Degree Programme Degree Programme in Tourism			
Author(s) Sara Pulkkinen			
Title of Thesis A concept handbook for a charity fashion show Case: Lions Club Kuopio Canth			
Date	31.3.2020	Pages/Appendices	39/1
Supervisor(s) Tanja Vornanen ja Merja Vehviläinen			
Client Organisation /Partners Lions Club Kuopio Canth			
<p>Abstract</p> <p>In this thesis, the topic was creating a concept handbook for an event. The client organisation, Lions Club Kuopio Canth, had been hoping for a concept handbook for their charity fashion show for a long time. The purpose of the concept handbook is to help with the client organisation practical things and internal communication. The concept handbook should be as simple as possible, in order for anyone to be able to organize the charity fashion show with it. Lions Club Kuopio Canth organize the charity fashion show biennially so the concept handbook is and will be necessary.</p> <p>The thesis is made of a theory part and functional output. The theory part handles an event as a concept, an event's qualities, different ways to classify events, marketing, event's basic service provider and what quality is in an event. The theory part handles also about organizing an event. The event organizing part tells about different parts of event process and what things must be observe in event organizing. The information for the theory parts was collected from books and Internet sources. The concept handbook was created as a Word file. The information for the concept handbook was collected while taking part in the event's planning meetings and interviews.</p> <p>The thesis was done as a functional thesis and the functional output is a concept handbook. The information was combined in a handbook, where the theory of organizing an event was also used. The meaning of theory is to help understand different parts of organizing events. Every working part was described as precisely as possible. There you can find for example checklists, which sum up different parts' of the jobs. According to the client organisation's request for confidentiality, the thesis is partly closed so the concept handbook is not attached here.</p>			
<p>Keywords</p> <p>An event, organizing an event, event concepting, charity</p>			

## SISÄLTÖ

1	JOHDANTO .....	5
2	TAPAHTUMA .....	7
2.1	Tapahtuman tyypilliset ominaisuudet .....	7
2.2	Tapahtumien luokittelu .....	10
2.3	Tapahtumamarkkinointi .....	11
2.4	Peruspalvelupaketti ja laajennettu palvelutarjonta .....	12
2.5	Laatu tapahtumassa .....	13
3	TAPAHTUMAN TOTEUTTAMINEN .....	16
3.1	Tapahtuman tavoitteet .....	17
3.2	Suunnitteluvaihe ja tapahtumatuotanto .....	18
3.3	Kohderyhmä ja henkilökunta .....	19
3.4	Budjetti .....	19
3.5	Aikataulutus ja tapahtumapaikka .....	21
3.6	Sosiaalinen media tapahtumassa .....	21
3.7	Riskit .....	22
3.8	Turvallisuus ja luvat .....	23
3.9	Toteutusvaihe .....	25
3.10	Tapahtuman jälkeen .....	26
4	TOIMEKSIANTAJA JA HYVÄNTEKEVÄISYYSMUOTINÄYTÖS .....	28
4.1	Nykyinen toiminta .....	28
4.2	Muotinäytös .....	28
4.2.1	Työryhmä .....	29
4.2.2	Teema, tavoite ja näytöksen viesti .....	29
5	KONSEPTIKÄSIKIRJAN TEKEMINEN .....	31
5.1	Toiminnallinen opinnäytetyö .....	31
5.2	Konseptikäsikirjan luominen .....	32
5.3	Arviointi ja johtopäätökset .....	33
5.4	Jatkotutkimusmahdollisuudet .....	34
6	POHDINTA .....	35
	LÄHTEET .....	38
	LIITTEET .....	40

## 1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aiheena on tehdä konseptikäsikirja Lions Club Kuopio Canthille. Lions Club Kuopio Canth on Kuopiossa toimiva hyväntekeväisyysjärjestö. Konseptikäsikirja koskee järjestön noin joka toinen vuosi järjestämää hyväntekeväisyysmuotinäytöstä. Tavoitteena on, että Lions Club Kuopio Canth pystyy hyödyntämään laadittua konseptikäsikirjaa järjestelyissä ja sisäisessä viestinnässä. Lisäksi pyritään siihen, että sisältö on niin selkeä, että kuka tahansa pystyy järjestämään kyseessä olevan hyväntekeväisyysmuotinäytöksen käsikirjan avulla. Kun tapahtuma kehittyy kertaluontaisesta usein toistuvaksi, voidaan sanoa tapahtuman olevan osa organisaation vakituista toimintaa. Kun tapahtumaa lähdetään järjestämään, voi alussa olla vaikea hahmottaa, mitä työhön kuuluu ja mistä kaikesta pitäisi selviytyä. Voi olla myös vaikeus päättää mistä suuren työmäärän aloittaisi. (Iiskola-Kesonen 2004, 8.) Käsikirjan tavoitteena on siis erityisesti helpottaa Lions Club Kuopio Canthin tapahtumajärjestelyiden vaiheita. Opinnäytetyössä LC Kuopio Canth termillä viitataan Lions Club Kuopio Canthiin.

Opinnäytetyön aihe saatiin Savonia-ammattikorkeakoululta. Eräs opettaja tarjosi sitä ja se kuulosti mielenkiintoiselta ja tukevan hyvin opintoja. LC Kuopio Canth on pitkään toivonut, että joku pystyisi tekemään konseptikäsikirjan hyväntekeväisyysmuotinäytöksestä. Järjestön jäsenillä ei ole aika riittänyt sen luomiseen, joten siksi he tarjosivat sitä Savonia-ammattikorkeakoulun opiskelijoille opinnäytetyöksi.

Tämän opinnäytetyön keskiössä on tapahtuman järjestäminen. Tapahtumia järjestetään, koska halutaan viestiä jotakin kohderyhmille. Viestin tulee olla sellainen, että se jää kohderyhmän mieleen niin kirkkaasti, että se on valmis jakamaan viestiä eteenpäin itsekkin. Viesti voi liittyä esimerkiksi uuteen tuotteeseen tai olemassa olevien asiakassuhteiden vahvistamiseen. Jarkko Mélarit kiteyttää asian seuraavasti: "Tapahtuman suunnittelussa ja toteutuksessa on tärkeintä hahmottaa ja nähdä kokonaisuus. Tapahtumaa suunniteltaessa selvitetään ensin lähtökohdat –mitä, miksi ja kenelle." (Ruostesaari 2016, 24.)

Opinnäytetyön rakenne koostuu kuudesta pääkappaleesta, joissa on osiin jaettu osioita. Ensimmäinen pääkappale johdattaa opinnäytetyön taustoihin ja tarkoituksiin. Toisessa pääkappaleessa avataan tapahtumaa koskevia teorioita ja käsitteitä. Tästä seuraava pääkappale syventyy tapahtuman toteuttamiseen ja kaikkiin siihen koskeviin seikkoihin. Viidennessä pääkappaleessa kerrotaan konseptikäsikirjan luomisesta ja sen työstämisestä. Viimeisessä pääkappaleessa on pohdintaa. Tässä pääkappaleessa kuvataan koko opinnäytetyöprosessia ja pohditaan ammatillista edistymistä.

Käsikirja luotiin Word –tiedostoksi. Tiedot käsikirjaan saatiin osallistumalla LC Kuopio Canth muotinäytöstiimin palaveriin ja haastatteleamalla tiimiin kuuluvia henkilöitä. Käsikirjan sisällysluettelossa pääotsikkoina ovat johdanto, hyväntekeväisyysmuotinäytös, jossa kerrotaan esimerkiksi sen tarkoituksesta, ohjelmasta ja markkinoinnista lyhyesti. Seuraavaksi on tapahtuman suunnittelu, jossa on

muun muassa aikataulusta, työryhmästä, tapahtumapaikasta ja markkinoinnista syvemmin. Tämän jälkeen on pääkappaleina vielä toteutus ja muotinäytöksen jälkeen. Kiteytettynä käsikirjaan on kirjattu kaikki asiat, jotka tulee huomioida kyseistä hyväntekeväisyysmuotinäytöstä järjestäessä. Toimeksiantajan pyynnöstä opinnäytetyö on osittain salainen. Tästä syystä konseptikäsikirjasta on lopussa liitteenä vain kansilehti.

## 2 TAPAHTUMA

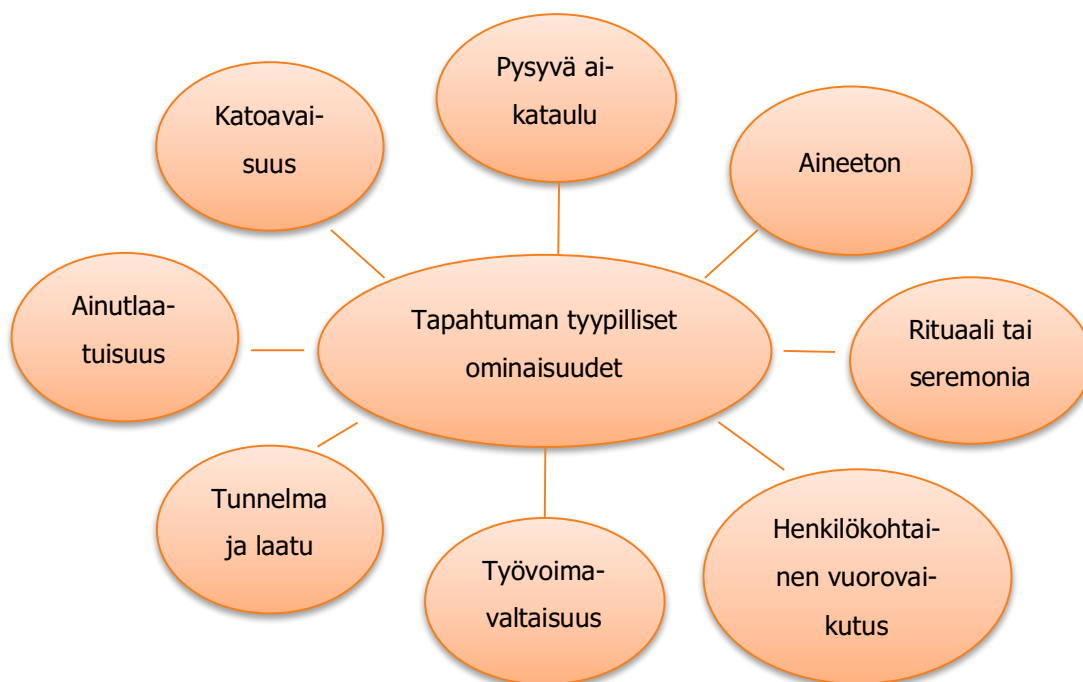
Englanniksi tapahtuma on 'event', jonka juuret tulevat latinan kielen verbistä 'evenire'. Tämän johdannainen on 'eventus', joka on tulos eli jotain, mitä saadaan aikaiseksi. Tämän takia voidaan siis päätellä, että tapahtuman tarkoitus on saada tulosta, olipa kyseessä mikä tahansa liikemaailman tapahtuma. (Muhonen ja Heikkinen 2003, 38.)

Tapahtumia voidaan verrata palveluihin, koska ne ovat enemmän tai vähemmän aineettomia. Teko tai tekojen sarja muodostaa tapahtuman. Ne tehdään ja vastaanotetaan osittain samanaikaisesti. Etukäteen ei voida varmistaa tapahtuman onnistumista. Osallistujan kokemukset vaikuttavat tapahtuman onnistumiseen, sillä osallistuessaan tapahtumaan, hän vaikuttaa sen onnistumiseen. Tapahtumaa ei voi myydä eteenpäin, sitä ei voi varastoida eikä sitä voi täysin havainnollistaa etukäteen. Tapahtumaa voi johtaa, kehittää ja hallita. On tärkeää huomioida nämä asiat jo suunnitteluvaiheessa, koska tapahtuma ei saa jäädä kehittymään itseksensä. Järjestäjällä on oltava kyky hahmottaa tapahtuman kaikki osa-alueet. On kyettävä ymmärtämään eri osa-alueiden liittyminen toisiinsa sekä minikälaisilla toimenpiteillä niihin vaikutetaan. Kun kaikki osa-alueet saadaan näyttämään kuuluvan saumattomasti yhteen, saadaan aikaiseksi onnistunut tapahtuma. (Iiskola-Kesonen 2004, 16.)

Tapahtuma on hyvä media organisaatiolle ja oikein käytettynä tapahtuma on myös tehokas väline. Tapahtuma jättää aina jäljen organisaatiosta, eli tapahtuman järjestäneistä ihmisistä ja toiminnasta. Miten itse kokee tapahtuman ja sen kokonaisuuden, luovat mielikuvia. Voidaan siis sanoa, että organisaatio saa tapahtuman kautta kasvot. (Vallo 2009, 18.)

### 2.1 Tapahtuman tyypilliset ominaisuudet

Tapahtuman ominaisuuksia on kahdeksan, jotka on kuvattu Kuviossa 1. Tapahtuman ominaisuuksiin kuuluvat ainutlaatuisuus, katoavaisuus, pysyvä aikataulu, aineettomuus, rituaali tai seremonia, henkilökohtainen vuorovaikutus, työvoimavaltaisuus sekä tunnelma ja laatu. (Shone and Perry 2004, 14-18.)



KUVIO 1. Tapahtuman tyypilliset ominaisuudet (Shone and Parry 2004, 14-18).

Jokaisen tapahtuman avaintekijä on sen ainutlaatuisuus, eli jokainen tapahtuma on erilainen. Osallistujat, ympäristö, yleisö tai muut muuttuvat tekijät tekevät tapahtumasta ainutlaatuisen. Tämä ei tarkoita sitä, etteikö tapahtumaa voida järjestää uudelleen. Esimerkiksi muinaisista olympialaisista on 300 eri versiota. Mutta jokainen niistä oli ainutlaatuinen, koska urheilijat, järjestäjät ja katsojat olivat joka kerta eri. (Shone and Parry 2004, 14.) Jokaista järjestettyä tapahtumaa voidaan sanoa ainutlaatuiseksi, koska tapahtuma järjestetään kerran, se koetaan vain kerran ja siellä kuullaan esitykset vain kerran (Vallo 2009, 43).

Jos tapahtuman voi määritellä ainutlaatuiseksi, niin tapahtuma on myös hyvin katoavainen. Tapahtumaa ei voida toistaa täysin samalla tavalla. Esimerkiksi kahdet häät, joilla on sama paikka ja sama määrä osallistujia, ei ole sama. Tapahtumat ovat lyhytaikaisia eikä niitä pysty toistamaan täysin samalla tavalla. Tapahtumanjärjestäjän on mietittävä, mitä laitteita ja palveluja voi käyttää uudelleen. Seurauksena on voi olla liian tyriisti järjestetyt tapahtumat. (Shone and Parry 2004, 14.)

Tapahtumien aktiviteetit ovat enemmän tai vähemmän aineettomia. Esimerkiksi häihin osallistumisesta muistoiksi jää osallistuminen aktiviteetteihin, mutta vain muutama konkreettinen asia, jonka saattoi saada tapahtumasta. Ehkä vain valokuvia tai video onnellisesta pariskunnasta. Tämä aineettomuus on täysin normaalia. Tapahtumanjärjestäjien on kuitenkin hyvä huomioida, että jopa pieni konkreettinen asia tapahtumasta saa ihmisten kiinnostuksen kasvamaan, kuinka hyvä tapahtuma on. (Shone and Parry 2004, 15.)

Aikaisemmin rituaalit ja seremoniat olivat suuressa roolissa tapahtumissa. Näitä tärkeitä tapahtuman osia toistetaan vielä tänä päivänäkin, mutta eivät enää kosketa ihmisiä samalla tavalla. Monissa ta-



seremonioilla on historiallisia juuria, erityisesti, jos on kyse merkittävästä tapahtumasta. (Shone and Parry 2004, 15-16.)

Tapahtuman ilmapiiri on yksi tärkeimmistä ominaisuuksista. Tapahtuma, jossa on huono ilmapiiri, voi olla valtava epäonnistuminen. Joissakin tapahtumissa, esimerkiksi syntymäpäiväjuhlilla, tunnelmanluojat voivat olla yksinkertaisesti ihmiset, eikä muuta tarvita. Hyvä joukko ystäviä voi olla loistava tapahtuma. (Shone and Parry 2004, 16.)

Palvelutilanteissa osallistujat ovat toistuvassa kontaktissa henkilökunnan kanssa ja tämä määrittää usein laadun tai kokemuksen. Tapahtuman osallistujat ovat osa prosessia. Esimerkiksi urheilutapahtumassa yleisö ei vain katso tapahtumaa, vaan auttavat tunnelman luomisessa. Yksi tapahtumanjärjestäjien rooleista on yrittää varovasti huomioida ja rohkaista haluttuun lopputulokseen ja taata tapahtuman menestys. (Shone and Parry 2004, 16-17.)

Mitä monimutkaisempi ja ainutlaatuinen tapahtuma on, sitä enemmän se on työvoimavaltainen. Tällöin työvoimavaltaisuus näkyy suunnittelu- ja toteuttamisvaiheessa. Kommunikointi ja suunnittelu vievät paljon aikaa, vaikka tapahtumalla olisi valmis kaava. Aikataulutuksessa tulee ottaa huomioon tietynlaiset "ruuhkahuiput" tapahtuman aikana. (Shone and Parry 2004, 17.)

Toiset tapahtumat tarvitsevat tarkempaa aikataulutusta kuin toiset. Erityisesti pitkät tapahtumat on hyvä tauottaa, jotta ihmisten mielenkiinto siihen pysyy yllä. Esimerkiksi Elisabethin I:n kruunajaiset jaettiin usealle päivälle ja eripituisiin ohjelmanumeroihin. Jos tapahtuma on liian pitkä, se koetaan usein tylsäksi ja uuvuttavaksi. Joskus tapahtumaa saatetaan venyttää suunnitelmallisesti, koska siitä saadaan enemmän taloudellista hyötyä. (Shone and Parry 2004, 17-18.)

Van der Wagen ja Whiten (2010, 3) mukaan tapahtumien voidaan sanoa olevan ainutlaatuisia kokemuksia niiden osallistujille, ne ovat usein kalliita järjestää, ne kestävät tavallisesti lyhyen aikaa ja vaativat pitkää ja huolellista suunnittelua. Lisäksi tapahtumat järjestetään vain kerran, vaikka monet järjestetään vuosittain, usein samaan aikaan vuodesta. Niissä on suuria taloudellisia ja turvallisuutta koskevia riskejä ja usein tapahtumalla on paljon osallisia, mukaan lukien tapahtumajärjestäjät.

Tapahtumaa voidaan väittää jopa myyntitilaisuudeksi, vaikka siellä ei suoranaisesti myytäisikään mitään. Tapahtuma on erityinen tilaisuus kerätä mainetta ja tehdä vaikutus jopa tuntemattomiin ihmisiin, jotka voivat olla mahdollisesti organisaation asiakkaita tulevaisuudessa. Organisaatio voi parhaimmillaan hyötyä tapahtumasta ja yritykselle syntyy kilpailukeino loppuun viedyistä tapahtumista. Asiakkaille löytyy valinnanvaraa, joka johtuu eri tavaroiden ja palveluiden ylitarjonnasta. Esimerkiksi, jos asiakkaalle on tarjolla muutama samanlainen tuote, on pohdittava, mikä vaikuttaa hänen ostopäätökseensä. Voidaan väittää, että tietoiset positiiviset kokemukset ja tarinat vaikuttavat päätöksentekoon. On siis tärkeää miettiä, minkälaisia tapahtumia järjestetään, miten esiinnyttään ja miten isännät kohtaamisissa käyttäytyvät. (Vallo 2009, 20-44.)

## 2.2 Tapahtumien luokittelu

Tapahtumia on suuri määrä maailmassa ja tästä syystä niiden luokittelu on haastavaa. Tarkoituksesta ja olosuhteista riippuen tapahtumat voidaan sijoittaa useampaan kuin yhteen kategoriaan. Tapahtumat voidaan jakaa esimerkiksi kahdeksaan eri ryhmään: kulttuurisiin juhliin, taide- kulttuuri- ja viihdetapahtumiin, poliittisiin ja valtiollisiin tapahtumiin, liiketoiminnan ja kaupankäynnin tapahtumiin, opetuksellisiin ja tieteellisiin tapahtumiin, urheilutapahtumiin, virkistystapahtumiin ja yksityisiin tapahtumiin. (Getz 2005, 19.)

O'Toolen (2011, 50-51) mukaan tapahtumat voidaan jakaa seuraavasti; yhteisöllisiin tapahtumiin, virallisiin, joita saatetaan kutsua myös kaupunkilaistapahtumiksi, suuriin tapahtumiin, liiketapahtumiin sekä erityisiin tai kiertäviin tapahtumiin. Yhteisölliset tapahtumat ovat suunnattu paikalliselle yhteisölle ja niillä on paikallinen yleisö. Monet tällaisista tapahtumista tuo paikallisen yhteisön tai tietyn sektorin yhteen juhlimaan. Pienet urheilutapahtumat ovat hyvä esimerkki yhteisöllisestä tapahtumasta, kuten vaikkapa jalkapallo-ottelu. Viralliset tai kaupunkilaistapahtumat nähdään kunnanvaltuuston, neuvoston tai muun paikallisen viranomaisen vastuuna. Ne ovat usein maan kaupunkien järjestämää tiettyyn aikaan tapahtuvaa juhlaa tai asiaa. Näihin juhliin lukeutuvat esimerkiksi kansalaisvastaanotot ja tervetulojuhla urheilujoukkueelle. Suuret tapahtumat voivat olla toistettavia tai yksittäisiä tapahtumia, jotka vetävät paljon ihmisiä puoleensa ja osallistumaan. Huomattava osuus tapahtuman osallistujista ovat alueen vierailijat. Tapahtuma saa medianäkyvyyttä alueen ulkopuolella ja se saa aikaan taloudellista hyötyä. Nämä tapahtumat kasvavat usein yhteisöllisistä tapahtumista suuriksi.

Liiketapahtumien tavoitteena on parantaa liiketoiminnallisia toimintoja. Konferenssit, kokoukset, näyttelyt, tuotelanseeraukset ja tapaamiset lukeutuvat liiketapahtumiin. Jollain näistä tapahtumista on suuri vaikutus yhteisöön kuten esimerkiksi kansainvälisillä näyttelyillä. Osallistujat ovat motivoituneet suurentamaan heidän liiketoiminnallisia mahdollisuuksia verkostoitumalla ja tiedoilla. Erityiset tai kiertävät tapahtumat voivat tapahtua vain kerran kaupungissa tai alueella. Ne voivat luoda suurta julkisuutta ja tietoisuutta. Ne ovat usein myyty loppuun kaupungeissa niiden maineen vuoksi. Jos tapahtuma ei ole aikaisemmin yrittänyt tietyllä alueella, sillä on suuri etu. Monien näiden tapahtumien riski kasvaa, kun kaupunki ostaa tapahtuman ilman asiantuntijan neuvoa. (O'Toole 2011, 51-52.)

Uusi lähestymistapa antaa uusia näkökulmia tapahtumien eri ulottuvuuksiin. Jotkut luokittelutavat ovat rajoittaneet tapahtumien luokittelua. Seuraavaksi esitellään uusia näkökulmia tapahtumien ulottuvuuksiin. Ensimmäinen uusi näkökulma jakaa tapahtumat pysyviin ja liikkuviin. Pysyvät tapahtumat järjestetään samassa paikassa. Esimerkiksi New Yorkin kaupunkimaraton on pysyvä tapahtuma, kun taas liikkuva tapahtuma on esimerkiksi olympialaiset. (Beech, Kaiser and Kaspar, 2014, 17-18.)

Toinen näkökulma jakaa tapahtumat mikro-, makro- ja megatapahtumiin. Budjetti vaikuttaa näiden tapahtumien luokitteluun. Megatapahtumien budjetin tulee olla yli 10 000 000 euroa. Makrotapahtumien budjetti vaihtelee 10 000 - 10 000 000 euron välillä. Pienet mikrotapahtumat ovat budjetiltaan aina 10 000 euroon saakka. (Beech, Kaiser and Kaspar 2014, 22.)

Jotkut tapahtumat pidetään yhdessä paikassa, toiset ovat jakautuneet useisiin sijainteihin. Useissa sijainneissa pidetyt tapahtumat vaativat enemmän suunnittelua tapahtumanjärjestäjiltä. Näille tapahtumille, kuten olympialaisille, ominaista on se, että tapahtumalla on erityinen ryhmä, joka kartoittaa tapahtuman riskejä. Paikalliset, alueelliset, valtakunnalliset ja kansainväliset tapahtumat luokitellaan osallistujien syntyperän perusteella. Kansainvälisestä näkökulmasta katsottuna useat maanosat ovat kehittäneet omia tapahtumia. Esimerkiksi Afrikassa on Africa Cup –tapahtuma. (Beech, Kaiser and Kaspar 2014, 22.)

Luovissa ja standardisoiduissa tapahtumissa on se ero, että ensimmäiset ovat itsenäisesti ja vapaasti järjestettyjä ja toiset seuraavat tiettyjä valtion ja instituutioiden sääntöjä. Esimerkiksi Euroviisut ovat standardisoitu tapahtuma. Lisäksi yksi näkökulma on elävät ja virtuaaliset tapahtumat. Elävissä tapahtumissa esiintyjät ovat fyysisesti läsnä, kun virtuaaliset tapahtumat ovat usein digitaalisessa muodossa. (Beech, Kaiser and Kaspar 2014, 22-23.)

### 2.3 Tapahtumamarkkinointi

Kun markkinoinnin ja tapahtuman yhdistää, on kyse tapahtumamarkkinoinnista. Markkinoinnilla tarkoitetaan tavoitteellista toimintaa, joka välittää organisaation haluaman viestin ja saa ihmisen toimimaan organisaation haluamalla tavalla. Tapahtumamarkkinoinnilla on hyvin erilaisia määritelmiä, mutta useissa määritelmissä tapahtumamarkkinoinnin katsotaan olevan strategisesti suunniteltua pitkäjänteistä toimintaa. Tässä toiminnassa yhteisö tai yritys viestii hyödyntämällä elämyksellisiä tapahtumia valittujen kohderyhmien kanssa ja kohtaa sen sidosryhmän etukäteen suunnitellussa tilanteessa ja ympäristössä. Tapahtumamarkkinointia katsotaan olevan myös kaikki tapahtumat, joissa yritys markkinoi tai muuten vie tuotteidensa ja palvelujensa myyntiä eteenpäin. Tapahtumamarkkinoinnin kriteereinä pidetään, että tapahtuman tulee olla etukäteen suunniteltu, sen tavoite ja kohderyhmä on määritelty sekä kokemuksellisuus, elämyksellisyys ja vuorovaikutteisuus toteutuvat tapahtumassa. (Vallo ja Häyrinen 2016, 21-22.)

Tapahtumamarkkinoinnin vahvuuksina pidetään seuraavia asioita:

- Osallistujien ja järjestäjän väliltä löytyy vuorovaikutteisuus ja henkilökohtaisuus
- Tapahtuman puitteet ja viestit ovat hallittavissa
- Mahdollistaa organisaatiolle tavoitteen asettamisen ja palautteen saamisen sen saavuttamisesta heti
- Osallistujajoukko voidaan rajata organisaation tarpeiden ja tapahtuman tavoitteen mukaisesti
- Organisaatio kykenee erottumaan kilpailijoista myönteisesti
- Mahdollisuus tuottaa elämyksellinen kokemus

- Unohtumattoman muistijäljen luominen
- Kyky hyödyntämään erilaisia aisteja (Vallo ja Häyrinen 2016, 23-24.)

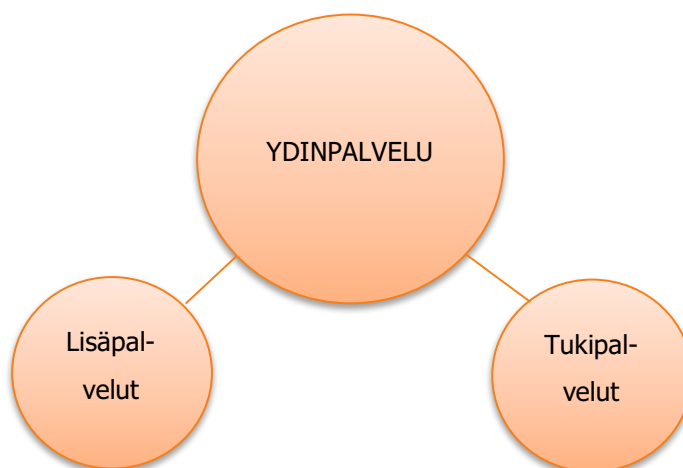
Perinteisiin markkinointiviestintävälineisiin verrattuna tapahtumamarkkinointi on intensiivisempi ja henkilökohtaisempi. Tapahtumissa voidaan hyödyntää kaikkia aisteja, mikä ei ole mahdollista muissa markkinointiviestinnän välineissä. Tämä on yksi suurimmista vahvuuksista, joten aistien hyödyntämisestä tapahtumassa kannattaakin miettiä tarkkaa suunnitteluvaiheessa. Aistien hyödyntämisen seurauksena on syvien mielikuvien jääminen, pitkään muistaminen ja vaikutuksen luominen. (Vallo ja Häyrinen 2016, 24.)

Tapahtumamarkkinoinnille tulee asettaa tavoite, jonka on oltava osa yrityksen markkinointisuunnitelmaa. Yhden tapahtuman tavoitteena voi olla esimerkiksi yrityskuvan kehittäminen tai esitellä ja myydä tuotteita tai palveluja. Tärkein asia organisaation sisällä on, että osataan vastata kysymyksiin miksi tapahtumaa järjestetään ja kenelle se on suunnattu. Tapahtuman onnistumista toteutuksen jälkeen on sitä helpompi mitata, mitä konkreettisempi tavoite on asetettu. Kun tapahtumamarkkinointi on toteutettu oikein, se on strategialähtöistä, suunnitelmallista ja tavoitteellista toimintaa. Tapahtumamarkkinointi voi saada myynnin nousuun tai kustannukset vähentymään ja vaikuttamaan organisaation tulokseen. Mikäli päätetään valita tapahtumavetoinen markkinointistrategia, se tulee näkyä markkinointisuunnitelmassa. Jos organisaation tavoite on tehdä tapahtumamarkkinoinnista kilpailukeino, jolla erottautua positiivisesti kilpailijoista, on tapahtumien oltava niin laadukkaita, antoisia ja mieleenpainuvia, että niillä saadaan luotua organisaatiosta ainutlaatuinen mielikuva asiakkaiden, henkilöstön, yhteistyökumppaneiden ja muiden sidosryhmien silmissä. (Vallo ja Häyrinen 2016, 25-32.)

#### 2.4 Peruspalvelupaketti ja laajennettu palvelutarjonta

Jotta onnistunut tapahtuma saadaan aikaseksi, järjestäjiltä vaaditaan tarkkaa keskittymistä siihen, mitä tapahtumassa tarjotaan ja kuinka osallistujat saadaan viihtymään mahdollisimman hyvin. Kauppatieteiden tohtori Christian Grönröös, joka on tutkinut paljon palveluiden johtamista ja markkinointia, on luonut palvelujen johtamiseen laajennetun palvelutarjonnan mallin. Kyseinen malli sopii hyvin tapahtumien kehittämiseen ja johtamiseen. Kun tapahtumaa lähdetään järjestämään, tulee sen alkuvaiheessa selvittää tapahtuman olemassaolon syy eli ydin, eli mistä muodostuu tapahtuman luonne. Esimerkiksi messuilla ydin on näytteilleasettajien tarjoamat palvelut. Tapahtuman ydin tarvitsee lisäksi vierelleen muita toimintoja ja palveluja. Tukipalvelut ovat välttämättömiä tapahtuman onnistumisen kannalta. Esimerkiksi pääsymaksullisissa tapahtumissa lipunmyynti on tukipalvelu. Tukipalvelut voivat olla myös lakisääteisiä, esimerkiksi järjestyksenvalvonta anniskelutapahtumassa. Tapahtumassa on mukana usein erilaisia toimintoja ja palveluja, joiden odotetaan antavan tapahtumalle lisäarvoa. Esimerkiksi ravintola- ja kahviopalvelut tai väliaikamusiikki on lisäpalveluita. (Iiskola-Kesonen 2004, 16-17.)

Tapahtuman järjestämisen alkuvaiheessa on hyvä miettiä tarkkaan tapahtuman ydin ja siihen liittyvät muut palvelut. Tällä tavalla niistä on helppo pitää kiinni ja tapahtumaa voidaan ohjata kohti haluttua päämäärää. Alkuvaiheessa ydin on helppo hahmottaa, mutta suunnitelmien edetessä mieleen tulee usein uusia ajatuksia ja sisältöehdotuksia. Parhaimmassa tapauksessa ne tukevat alkuperäistä ideaa, mutta ajattelemattomat valinnat voivat muuttaa jopa tapahtuman ydintä ja lopputulos voi lopulta olla kaukana alkuperäisestä suunnitelmasta. Tällaisessa tilanteessa on tarpeellista tarkistaa kolmijakoa, jota kutsutaan peruspalvelupaketiksi. (Iiskola-Kesonen 2004, 17-18.) Kuviossa 2 hahmotetaan tapahtuman peruspalvelupakettia Iiskola-Kesosen (2004, 17) kuviota mukailien.



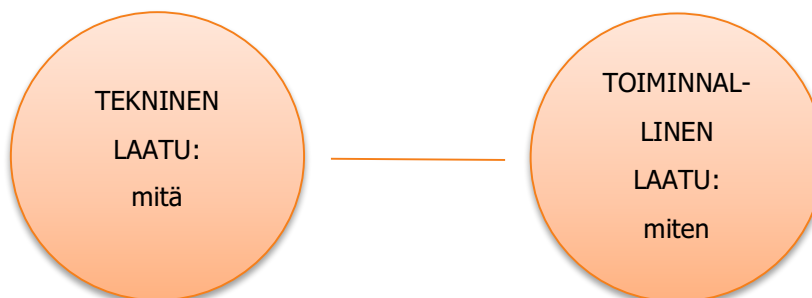
KUVIO 2. Peruspalvelupaketti (Iiskola-Kesonen 2004, 17).

Peruspalveluspaketista tietää, mitä osallistujalle tapahtumassa tarjotaan, mutta se ei kerro mitään siitä, miten eri palvelut tarjotaan, kuinka häntä kohdellaan tai minkälaisena hän tapahtuman kokee. Nämä tiedot ovat tärkeitä tapahtuman onnistumisen kannalta ja niitä voidaan tarkastella laajentamalla peruspalvelupakettia. Huolellisesti mietitty palveluajatus kertoo, miksi tapahtuma järjestetään, mitä se tarjoaa, kenelle tapahtuma tehdään ja kuinka se toteutetaan. On hyvä tehdä palveluajatus kirjallisesti, koska sitä voidaan hyödyntää sisäisessä markkinoinnissa ja henkilökunnan perehdyttämisessä. Palveluajatuksen voidaan ajatella olevan tiivistelmä projektisuunnitelmasta. Toiminnan punaisena lankana on palveluajatus, joka viestii järjestäjien suunnitelmallisuudesta ja asenteesta osallistujia kohtaan. Henkilökunnan ja talkoolaisten auttaminen sitoutumaan tapahtuman tavoitteisiin ja toimintaperiaatteisiin on palveluajatuksen tavoite. Silloin se myös helpottamassa ongelmien ratkaisua. (Iiskola-Kesonen 2004, 18-19.)

## 2.5 Laatu tapahtumassa

Tapahtuman järjestäjien on tärkeää tavoitella hyvälaatuisen tapahtuman toteuttamista. Tapahtuman laadun arvioi osallistuja, joka päättää minkälaisista on laadukas palvelu. Tapahtuman laatu on jaettu kahteen ulottuvuuteen, tekniseen ja toiminnalliseen laatuun. Teknisessä laadussa tulee ilmi, että mitä konkreettista osallistuja saa tapahtumasta. Asiakkaalle jää tekninen laatu tapahtuman ollessa ohi, kun asiakkaalle jää tapahtumasta esimerkiksi ohjelmalehtinen. Useat tapahtumat ovat aineettomia, joten tarvitaan toinen ulottuvuus toiminnallinen laatu. Tämä kertoo osallistujan elämyksistä

tapahtumapaikalla ja tavasta, jolla häntä palvellaan. Toiminnallinen laatu on vahvasti mukana vuorovaikutustilanteissa sekä tapahtuman järjestäjien toiminnassa. Sitä arvioidaan aina henkilökohtaisesti. (Iiskola-Kesonen 2004, 22.) Kuviossa 3 kuvataan laadun kahta ulottuvuutta Iiskola-Kesosen (2004, 23) kuviota mukaillen.



KUVIO 3. Laadun kaksi ulottuvuutta (Iiskola-Kesonen 2004, 23).

Tilanteista, joissa osallistuja ja järjestäjä ovat vuorovaikutuksessa, käytetään käsitettä ”totuuden hetket”. Tapahtuman hetkiä voi olla useampi tapahtuman aikana ja jokainen niistä muokkaa osallistujan mielipidettä. Mielipide muodostuu nopeasti ja epäonnistunutta kohtaamista ei voi korjata. Tapahtuman todellisesta laadusta kertoo tapahtuman hetket, mutta niiden valvominen on hyvin vaikeaa. Näissä tilanteissa asiakas ja työntekijä ovat kahdestaan, joten heidän käyttäytymistään ei voi ohjata ulkopuolelta. Tapahtuman osallistujat kohtaavat usein ensimmäisenä liikenteenohjaajia, lipunmyyjiä tai järjestyksenvalvoja. Heidän toimintansa vaikuttaa merkittävästi siihen, millaisen ensivaikutelman osallistuja muodostaa. On siis tärkeää, että myös nämä työntekijät ovat mukana totuuden hetkissä ja sitä kautta vaikuttamassa tapahtuman laadun muodostamiseen. Järjestäjä kykenee hallitsemaan tilanteita ainoastaan työntekijöiden hyvällä kouluttamisella ja perehdyttämisellä. Työntekijöiden on tärkeää olla tietoisia oman käyttäytymisen vaikutuksista asiakkaisiin ja koko tapahtumaan. Näin totuuden hetket onnistuvat ja laatu paranee myös koko tapahtumassa. (Iiskola-Kesonen 2004, 23.)

Tekninen ja toiminnallinen laatu eivät yhdessä kerro, onko tapahtuma onnistunut asiakkaan näkökulmasta katsottuna. Tähän vaikuttaa suuresti myös se, onko tapahtuma osallistujan odotusten mukainen. Kun tapahtuma vastaa odotuksia, on laatu tällöin hyvää. Jos taas tapahtuma ei ole odotusten mukainen, osallistuja pettyy. Vain hiukan asiakkaan odotukset ylittävä tapahtuma on parhaiten onnistunut tapahtuma. Tapahtuman sisältö ei saa olla huomattavasti odotettua parempi, koska asiakas voi hämmentyä tästä ja olla tyytymätön. Myös osallistujan epärealistiset odotukset johtavat pettymykseen, vaikka laatu olisikin todettu hyväksi jollakin objektiivisella mittarilla mitattuna. Asiakkaan tarpeet, tapahtuman markkinointi ja viestintä sekä tapahtuman maine vaikuttavat asiakkaan odotuksiin. Markkinoinnin suunnittelussa on siis tärkeä ottaa huomioon asiakkaan odotukset. Asiakkaan odotukset voivat kasvaa hyvin suuriksi esimerkiksi paljon lupailevan mainoskampanjan vuoksi ja siksi tapahtuma ei pysty täyttämään asiakkaan odotuksia. (Iiskola-Kesonen 2004, 23-24.)

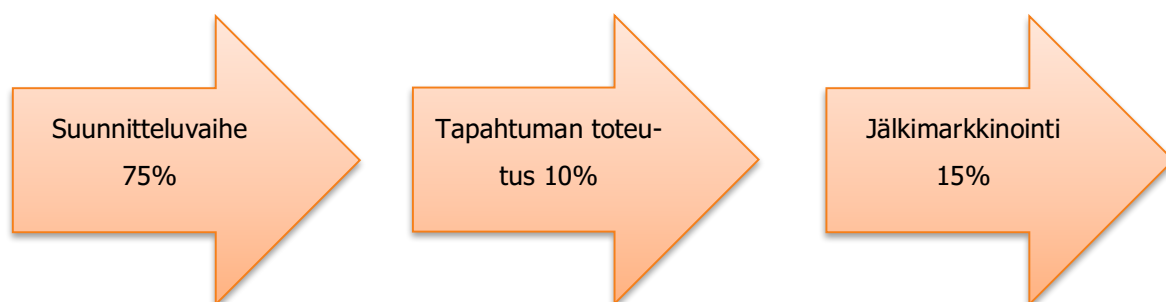
Tapahtuman onnistumisen kannalta on hyvin tärkeässä osassa asiakkaan tyytyväisyys. Asiakkaan kokemukseen vaikuttavat monet asiat, joista tärkeimpiin nousee tapahtuman henkilökunnan kanssa käydyt vuorovaikutustilanteet. On erityisen tärkeää, että asiakaspalvelutilanteet, eli totuuden hetket, onnistuvat. Tapahtuman työntekijät vaikuttavat siis huomattavasti hyvään asiakaspalveluun ja tätä kautta myös tapahtuman onnistumiseen. Palvelun laadusta on tiivistetty ominaisuuksia, joita voidaan soveltaa hyvin myös tapahtumiin. Tiivistelmät on laatinut Christian Grönroos. (Iiskola-Kesonen 2004, 25.)

- Laatu on asiakkaiden kokemusta. Tapahtuman laadukkuus perustuu asiakkaiden henkilökohtaisiin toiveisiin, tarpeisiin ja kokemuksiin. Tapahtuman järjestäjät eivät voi päättää tapahtuman laadukkuutta. (Iiskola-Kesonen 2004, 25.)
- Totuuden hetket rakentavat laadun. Asiakkaaseen vaikuttaa usein kaikkein voimakkaitten erilaiset vuorovaikutustilanteet. On hyvä muistaa, että tapahtuman tekninen laatu, eli mitä asiakkaalle jää konkreettisesti, on vain yksi osa asiakkaan kokemusta. (Iiskola-Kesonen 2004, 25.)
- Laatu syntyy tapahtuman aikana. Vuorovaikutustilanteet, jotka tapahtuvat asiakkaan ja henkilökunnan välillä, ratkaisevat tapahtuman onnistumisen. On tärkeää suunnitella totuuden hetkiä mahdollisimman hyvin etukäteen. Jos tilanteita ei suunnittele, seurauksena voi olla epämiellyttävä kokemus asiakkaalle, sekä tunne, että tapahtuma on epäonnistunut. (Iiskola-Kesonen 2004, 25.)
- Jokainen työntekijä on vastuussa laadusta. Koko tapahtumaorganisaatio on mukana tapahtuman tuottamisessa, koska laatu muodostuu vuorovaikutuksessa. Lähes kaikkien tapahtuman työntekijöiden työ on asiakaspalvelua. Jotta työntekijät voivat palvella asiakkaita hyvin, he tarvitsevat tukea organisaation muilta sektoreilta ja työntekijöiltä, ja ovat näin myös vastuussa laadun tuottamisesta ja valvomisesta. (Iiskola-Kesonen 2004, 25.)
- Tapahtuman laatuun vaikuttaa ulkoinen markkinointi. ”Onnistunut tapahtuma on yhtä kuin tyytyväinen asiakas”. Yliampuva markkinointi ei kannata, koska markkinointikampanja, joka lupaa liikaa, luo liian suuria odotuksia. Odotukset, jotka eivät täyty, tuovat pettymyksen. Tyytymättömät asiakkaat pahentavat tapahtuman painetta, vaikka tapahtuman laatu olisikin hyvä objektiivisesti mitaten. Tämä voi aiheuttaa pitkäaikaisia seurauksia. (Iiskola-Kesonen 2004, 25.)

Yksi osa tapahtuman laadusta on tapahtuman sujuvuus. Etukäteen suunniteltu aikataulu ja muu suunnittelu vaikuttavat sujuvuuteen. Näissä asioissa auttavat hyvä kokemus tai matemaattinen ajattelukyky. (Vallo ja Häyrinen 2016, 197.)

### 3 TAPAHTUMAN TOTEUTTAMINEN

Mitä halutaan järjestää, milloin ja missä kiteyttävät tapahtuman lähtökohdat. Tapahtuman sisältö voi olla joko asia- tai viihdesisältöä tai näiden yhdistelmä. Tapahtuman toteuttamisen voi hoitaa itse, ulkopuolinen palvelujen tarjoaja tai erilaiset osaset, jotka voidaan ketjuttaa tavoitteelliseksi tapahtumaksi. On myös mahdollista osallistua valmiiseen kattotapahtumaan, jonka sisälle rakennetaan tavoitteellinen oma tapahtuma. (Vallo ja Häyrinen 2016, 167.)



KUVIO 4. Tapahtumaprosessikaavio (Vallo ja Häyrinen 2016, 189).

Kuviossa 4 kuvataan tapahtumaprosessikaaviota, johon kuuluu suunnittelu-, toteutus- ja jälkimarkkinointivaihe. Suunnitteluvaihe koostuu projektin käynnistämisestä, resursoinnista, ideoinnista, vaihtoehtojen tarkistuksesta, päätöksistä ja varmistamisesta sekä käytännön organisoimisesta. Toteutusvaiheessa on rakennusvaihe, itse tapahtuma ja purkuvaihe. Viimeinen, eli jälkimarkkinointivaihe, koostuu monesta vaiheesta. Jälkimarkkinoinnissa välitetään kiitokset asianomaisille, toimitetaan materiaalia, kerätään palautetta ja työstetään sitä, hoidetaan yhteydenottopyynnöt ja aloitetaan lupautusten lunastaminen, tehdään yhteenveto ja jatketaan tapahtumaa sosiaalisessa mediassa. (Vallo ja Häyrinen 2016, 189.)

Minimiaika onnistuneen tapahtuman järjestämiseen pidetään paria kuukautta. Tähän sisältyy aika suunnittelusta jälkimarkkinointiin. Jos tapahtuman järjestämiseen käytetään vähemmän aikaa, täytyy tinkiä toteutuksesta ja erityisesti laadusta. Esimerkiksi haluttua tilaa ei saada tai sisustus ja laavastus jäävät vajaiksi. (Vallo ja Häyrinen 2016, 189.)

Tapahtumakonsepti on idea, malli, asia tai teema, jonka ympärille tapahtuma suunnitellaan. Konsepti voidaan ajatella olevan toimintaohje tai ohjekirjanen, jonka mukaan tapahtuma suunnitellaan. Kun tapahtumakonsepti on toimiva, se luo tehokkuutta ja säästää kustannuksia, jos tapahtuma on toistuva. Yksinkertaisuus ja ajassa eläminen on hyvän tapahtumakonseptin ominaisuuksia. Teemat ja sisällöt voivat muuttua, mutta konseptin ydin asian tulee olla pysyvä. (Vallo ja Häyrinen 2016, 65.)



### 3.1 Tapahtuman tavoitteet

Tapahtumaa lähdetään usein suunnittelemaan toteutus edellä. Tapahtumapaikka, budjetti ja ehkä jopa ohjelma on mietitty valmiiksi. Tämä toimintatapa voi kuitenkin olla väärä tie onnistuneeseen tapahtumaan. Kun lähdetään toteuttamaan hyvää tapahtumaa, suunnittelu lähtee aina tavoitteesta. Aina tapahtuman järjestäjä ja/tai asiakas ei tiedä, miksi tapahtuma järjestetään. Huomattavan usein syynä on se, että tapahtuma järjestetään sen takia, että se on aina järjestetty. Petri Hollmén on luonut tapahtumakonseptoinnin mallin, jota Hollmén kutsuu Hollménin 3T-malliksi. 3T-mallin mukaan tapahtuman konsepti koostuu kolmesta asiasta: tavoitteesta, tarinasta ja työkaluista. (Ruostesaari 2016, 14, 24.)

Tapahtumille asetetut tavoitteet voidaan jakaa monella eri tavalla. Pääsääntöisesti tavoitteet voidaan jakaa joko laadullisiin tai määrällisiin tavoitteisiin. Laadullisen tapahtuman tavoitteita ovat esimerkiksi asiakaskokemukseen ja vuorovaikutuksen laatuun liittyvät tavoitteet. Asiakaskokemuksesta saadaan tietoa esimerkiksi kyselyllä tapahtuman aikana ja sen jälkeen. Määrällisen tapahtuman tavoitteina pidetään esimerkiksi tapahtuman osallistujamäärä ja vuorovaikutuksen määrä. Tapahtuman aikana tai sen jälkeen tapahtunut myynnin lisäys on esimerkki määrällisestä tavoitteesta. Sekä laadullisia, että määrällisiä tavoitteita voidaan tarkastella tapahtuman, myynnin ja osallistujien näkökulmasta. (Ruostesaari 2016, 24-25.)

Tavoitteet voidaan jaotella myös Helena Vallon tavoin. Vallo jaottelee tavoitteet teknisiin tavoitteisiin, mielikuvatavoitteisiin ja muutostavoitteisiin. Teknisiin tavoitteisiin katsotaan kuuluvan esimerkiksi osallistujamäärä ja tapahtumakulut osallistujaa kohti. Mielikuvatavoitteita ovat tavoitteet, jotka liittyvät tuotteesta tai yrityksestä syntyneisiin mielikuviiin tapahtumasta. Mielikuvatavoitteita ovat esimerkiksi ekologisuus ja suomalaisuus. Mielikuvatavoitteet tulee asettaa tapahtumalle etukäteen ja niiden tulee linkittyä järjestävän organisaation imagoon ja brändiin. Muutostavoitteet keskittyvät osallistujiin, eli siihen, mitä pitää muuttua osallistujan pään sisällä, jotta päästään toivottuun tavoitteeseen. Esimerkiksi lanseeraustapahtumassa jaetaan uutta tietoa potentiaalisille ostajille tai medialla, millä tavoitellaan, että he tutustuisivat tuotteeseen paremmin ja suosittelisivat sitä muille. Muutostavoitteet ohjaavat tapahtuman sisällön suunnittelua. (Ruostesaari 2016, 26.)

Timo Kiuru jakaa tavoitteet neljään osa-alueeseen: uuden tiedon opettamiseen, uuden taidon opettamiseen, mielikuviiin, arvoihin ja asenteisiin vaikuttaminen sekä suhteen syventäminen osallistujiin. Esimerkiksi lanseeraustilaisuudessa voidaan opettaa uutta tietoa ja sen avulla tuotetta voidaan myydä sisään tai ostaa. Uuden taidon opettaminen voi olla esimerkiksi työpaikan henkilöstötapahtumassa uuden ohjelmiston käytön opettaminen, josta kehittyä henkilökunnan osaaminen ja työnteon tehokkuus. Kolmas näkökulma, eli mielikuviiin, arvoihin ja asenteisiin vaikuttaminen. Tämä voi olla esimerkiksi sitä, että voittoa tavoittelemattoman yhteisön kannustaminen pyöräilykypärän käyttöön, joka vaikuttaa yleisten asenteiden muuttamiseen. Suhteen syventämisellä osallistujiin tarkoitetaan sitä, että tapahtumalla saadaan tutustuttua ja syventämään suhdetta osallistujiin. Tällainen tapahtuma voi olla esimerkiksi myyntiorganisaation tapahtuma, jossa on tarkoitus oppia tuntemaan asiakkaat paremmin. (Ruostesaari 2016, 26, 72.)

### 3.2 Suunnitteluvaihe ja tapahtumatuo- tanta

Kun tapahtuman suunnitteleminen aloitetaan, se täytyy tehdä riittävän ajoissa. On suotavaa, että mahdollisimman varhaisessa vaiheessa on mukana kaikki ne, joita tarvitaan tapahtuman toteutuksessa. Tällä tavalla saadaan kuulla erilaisia näkökulmia ja ideoita sekä kaikki tapahtuman järjestelyihin osallistuvat sitoutuvat paremmin tapahtuman tavoitteisiin. Lisäksi onnistumisen todennäköisyys tapahtumalle kasvaa. Suunnitteluvaihe on vaiheista pisin ja siihen kuluu eniten aikaa. Siihen voi kulu-  
a aikaa kuukausia tai jopa vuosia, riippuen tapahtuman laajuudesta. (Etelä-Pohjanmaan liitto s.a.)

Tapahtuman tuottamista voidaan verrata projektin tuottamiseen. Projekti tarkoittaa johdonmukai-  
sesti vaiheesta seuraavaan vaiheeseen kulkevaa ”tapahtumaketjua”, jonka seurauksena saavutetaan haluttu tulos. Käyttökelpoinen idea, projektin tuottaja, rahoitus, tekijät ja aikataulu vaaditaan pro-  
jektin käynnistämiseen. Nämä osatekijät on hyvä varmistaa ennen projektin käynnistämistä. (Etelä-  
Pohjanmaan liitto s.a.)

Projektin aloittamiseen vaaditaan paljon innostavia ideoita. Ideointia tarvitaan, jotta esiin tulee pal-  
jon erilaisia ajatuksia ja ideoita, joita voi myöhemmin karsia pois. Tässä apuna voi käyttää esimer-  
kiksi aivoriihityöskentelyä. Tämä menetelmän tavoitteena on tuottaa aluksi mahdollisimman run-  
saasti ideoita ja niitä karsitaan pois vasta myöhäisimmässä vaiheessa. Runsaat innostavat ideat ovat  
välttämättömiä projektin käynnistämiseen, mutta niitä tulee tarkastella kriittisesti ja realistisesti.  
Taustatyön suorittamiseen voi käyttää apuna esimerkiksi SWOT-analyysia. SWOT-analyysilla kartoi-  
tetaan heikkoudet, vahvuudet, uhat ja mahdollisuudet. (Etelä-Pohjanmaan liitto s.a.)

Kun tapahtuma lähdetään suunnittelemaan, siinä tulee huomioida itse tapahtuman järjestäminen,  
tapahtuman markkinointi ja tapahtuman tiedottaminen. Suunnitteluvaiheessa voidaan aloittaa jo ta-  
pahtuman konkreettisia valmisteluja. Tapahtuman valmistelun ja varmistamisen keskeisiin asioihin  
kuuluvat:

- Eri työryhmät työskentelevät itsenäisesti niin, että jokainen työryhmä huolehtii omalta vas-  
tuualueeltaan tapahtuman järjestämisestä. Työryhmät voi luoda järjestämään tapahtuman  
eri osa-alueita
- Väliraportointi työryhmiltä. Hyvä tiedonkulku organisaation sisällä on erityisen tärkeää,  
koska vain sen avulla tapahtuma voi onnistua.
- Suunnitelmien tarkentaminen. Tätä tehdään koko ajan ja niiden on hyvä antaa elää. Joustam-  
attomuus luo turhaa työtä.
- Budjetin ja talkootyöresurssien varmistaminen ajoissa. Talkoolaisia voi esimerkiksi perehdyt-  
tää heidän tapahtumien aikaisiin tehtäviin etukäteen. Se lukeutuu tärkeäksi osaksi asiakas-  
palvelua, mutta myös motivoi ja innostaa. (Etelä-Pohjanmaan liitto s.a.)

Tapahtumasta tulee aina johtajansa ja tekijöidensä näköinen. Jokaisella projektilla on yleensä pro-  
jektipäällikkö, jolle kuuluu vastuu projektin eteenpäin menosta. Päälliköksi sopii hyvin henkilö, jolla

on hyvin tietotaitoa, kokemusta, innostusta, aikaa ja resursseja sitoutua projektiin. Vastuun antaminen muille, kiittäminen, kannustaminen, muistaminen ja muistuttaminen kuuluvat tapahtuman päällikön tehtäviin. Myös tapahtuman edustaminen ja tapahtumaan osallistuvien huomioiminen itse tapahtuman aikana ovat tapahtuman päällikön tehtäviä. (Etelä-Pohjanmaan liitto s.a.)

Tapahtumatuotannossa on perinteisesti kolme eri osa-aluetta: tapahtuman sisällön tuotanto, tekninen tuotanto ja kaupallinen tuotanto. Sisällön tuotantoon sisältyvät esimerkiksi seuraavia suunniteltavia asioita: tapahtuman idea, konsepti ja teema, palvelut ja tuotteet sekä visuaalinen ilme ja elementit. Teknisen tuotannon asioihin kuuluvat esimerkiksi tapahtumapaikan valinta ja suunnittelu, tekniikka sekä rakentaminen ja purkaminen. Kaupalliseen tuotantoon kuuluu esimerkiksi budjetointi, kohderyhmät ja segmentointi sekä yhteistyökumppanuudet. (Vallo ja Häyrinen 2016, 192-193.)

### 3.3 Kohderyhmä ja henkilökunta

Kun tapahtumaa järjestetään, tulee miettiä tarkkaan, kenelle tapahtumaa tehdään. Kohderyhmänä voi olla suuri yleisö, rajattu kutsuvierasjoukko tai avoin kutsuvierasjoukko. Jotta tapahtumasta saadaan sen tarkoituksen mukainen, tulee kohderyhmä tuntee hyvin, koska sitä kautta tapahtumasta saadaan muovattua tavoiteltavan kohderyhmän oloinen. Jos tapahtuma ja kohderyhmä eivät kohtaa, voidaan sen mukaista tapahtumaa pitää huonosti järjestettynä. Tapahtuman onnistumista on hyvä kysyä kävijöiltä, koska se antaa arvokasta tietoa, jonka avulla saadaan selvitettyä kohtasiko tapahtuman tarjonta kohderyhmän odotuksia. (Etelä-Pohjanmaan liitto s.a.)

Henkilökunta on tärkeässä roolissa tapahtumanjärjestäjille. Henkilökunnan viihtyvyyteen, turvallisuuteen ja huomioimiseen kannattaa panostaa, koska ilman pätevää henkilökuntaa, tapahtuma ei onnistu. Henkilökuntaan kuuluu kaikki, jotka jollakin tapaa osallistuu tapahtuman tekemiseen. Esimerkiksi esiintyjät, makkaranmyyjät ja siivoajat. Talkoolaisten rekrytointi on hyvä aloittaa ajoissa, ja heidän tulee tietää tehtävänsä selkeästi. Lisäksi heillä tulee olla inhimilliset työvuorot. Henkilökunnasta saadaan paras anti irti, kun huolehditaan me-hengen luomisesta ja nostattamisesta. Henkilökunnan tulee tietää kaikki oleellinen tapahtumasta ja erityisesti omasta työpisteestään. Tämä onnistuu henkilökunnan ohjaamisella, kouluttamisella ja informoimisessa. Kun henkilökunta tietää mihin heitä tarvitaan, heissä näkee paremmin hyvän ja positiivisen asiakaspalvelijan piirteet. Kuka tekee, koska tekee, missä ja mitä tekee ovat asioita, jotka tulee olla koko henkilökunnalle selvillä. Tässä tulee jälleen esille, kuinka tärkeää on hyvä organisointi, koska ilman sitä, asiat eivät suju mallikkaasti. Kaikki tapahtumaan liittyvät työt vaativat tekijöitä, joten työntekijöiden varmistaminen on tärkeää. Jokaisella työalueella tulee olla siihen sopivat työntekijät ja heidän hankkimiseen ja innostamiseen tarvitaan riittävän hyviä kannusteita. Työnantajan velvollisuuksiin kuuluu myös työsopimuksien laatiminen sekä vakuutuksista ja muista vastaavista asioista tiedottaminen. (Etelä-Pohjanmaan liitto s.a.)

### 3.4 Budjetti

Tapahtuman suunnitteluvaiheen ensimmäisiä selvitettäviä asioita on pääasiallisen rahoituksen varmistaminen. Voi tuntua yksinkertaisimmilta rahoittaa itse koko tapahtuma ilman ulkopuolisia. Kuiten-

kin ulkopuolisen rahoituksen pohtiminen on hyvä vaihtoehto tarkastella jo hyvin aikaisessa vaiheessa. Ei ole huono idea lähteä tarkastelemaan erilaisia rahoituskanavia. Niitä on paljon ja eri aloilla toimii monia säätiöitä ja rahastoja, jotka myöntävät avustuksia ja apurahoja. Hyvin tehty budjetti, tulo- ja menoarvio ovat lähtökohta tapahtuman rahoituslaskelmiin. Väittämä ”menojen yliarviointi ja tulojen aliarviointi” auttaa realistisen budjetin laskemiseen. (Etelä-Pohjanmaan liitto s.a.)

On hyvä lähteä kartoittamaan tapahtumien keskinäistä yhteistyötä. Voi etsiä mahdollisuuksia joidenkin asioiden yhteistyöhön ja pohtia, mitä hyötyä tästä olisi muiden kanssa. On hyvä muistaa, että kaikki maksaa, ja jos kuluja pystytään jakamaan, on se kaikkien etujen mukaista. Oma aktiivisuus ja kysyminen yhteistyöhön on hyvä vinkki, erityisesti ensikertalaisille, kun tapahtumalle etsitään yhteistyökumppaneita. Myös pieniä toimijoita on hyvä lähestyä, koska se auttaisi heitä pääsemään paremmin näkyviin. Yhteistyöstä tulee tehdä kirjallinen sopimus, josta molemmat osapuolet hyötyvät. (Etelä-Pohjanmaan liitto s.a.)

Kun tapahtuman järjestämistä harkitaan, tulee jo tässä vaiheessa puheeksi raha ja pohditaan, kuinka paljon kaikki maksaa. Budjetti on tärkeä, koska tapahtumiin saadaan kulumaan niin paljon rahaa, kun sitä on käytettävissä. Hyödyllinen tapa on tarkastella aikaisempia vastaavia projekteja, kun lähdetään laatimaan tapahtumalle budjettia. Tällä tavalla saadaan realistinen pohja omalle budjetoinnille. Kulujen lisäksi tulee miettiä, onko tapahtumalla myös tuloja. Kuvio 5 auttaa ymmärtämään, mitkä kaikki asiakokonaisuudet tulisi käydä läpi. (Vallo ja Häyrinen 2016, 177-179.)

#### KULUBUDJETTI:

Tilavuokrat  
Rakentaminen  
Somistus  
Tekniikka  
Luvat  
Kuljetukset  
Yöpyminen  
Tarjoilut  
Materiaalit  
Postituskulut  
Esiintyjät  
Vartiointi  
Palkkiot avustajille  
Kalustevuokrat  
Työtunnit

#### TULOBUDJETTI:

Osallistumismaksut  
Lipputulot  
Arpajaistulot  
Tarjoilutulot  
Myyntituotot (heti)  
Myyntituotot (viiveellä)  
Sponsorointitulot

### 3.5 Aikataulutus ja tapahtumapaikka

Huolellinen ja tarkka ajanhallinta ovat tärkeitä osia tapahtuman järjestämisessä, koska koko projektin ytimen muodostaa aikataulu. Sovitun aikataulun kiinnittämisestä huolehtii projektipäällikkö, joka varmistaa myös, että tapahtuman vastuut jaetaan tapahtumantuottajien kesken. Aikataulukko, jossa näkyy työtehtävät ja niiden suunnittelu, kesto ja aikataulu, on hyvä apuväline aikataulun havainnollistamiseksi. Liian tiukkaa aikataulua ei ole hyvä laatia, koska joidenkin asioiden selvittämiseen ja toteuttamiseen voi kulua yllättävän paljon aikaa. Eri vastuualueille on hyvä olla vetäjät, jotka laativat aikataulun ja toimenpidesuunnitelman. Suurien kokonaisuuksien ollessa hallussa, voidaan siirtyä pikkuasioiden hiomiseen. Pikkuasioilla on suuri merkitys, koska mitä paremmin pikkuasiat on hoidettu, sitä parempi tapahtumasta tulee. (Etelä-Pohjanmaan liitto s.a.)

Mikä tahansa tila voi toimia tapahtumapaikkana. Harvemmin vain tila toimii sellaisenaan, mutta usein hyvällä somistuksella mistä tahansa tilasta voi saada kelvollisen. Kun tapahtumapaikkaa valitaan, on hyvä huomioida tapahtuman luonne ja osallistujat. Tapahtuman pitopaikaksi mietitty tila tulee tarkistaa hyvissä ajoin etukäteen ja soveltavuus tapahtuman pitopaikaksi tulee arvioida kriittisesti. Kokemuksesta on hyötyä tapahtumapaikan valinnassa, koska yleensä ensi silmäyksellä pystyy näkemään, tuleeko siitä hyvä. Kun tapahtumapaikkaa valitaan, tulee kiinnittää huomioita seuraaviin asioihin:

- Onko tila organisaation imagoon sopiva
- Onko se toiminut aikaisemmin tapahtumapaikkana
- Kulkuyhteydet ja paikoitusmahdollisuudet
- Voivatko liikuntarajoitteiset osallistua
- Onko tilan koko hyvä osallistujamäärälle ja sopiiko se tilaisuuden luonteeseen
- Mahdollisuudet somistukselle
- Rakennus- ja purkuaika
- Äänentoisto, tekniikka ja näiden yhteensopivuus
- Jos tapahtuma videoidaan, saako ilmastoinnin pois päältä
- Onko mitkä mahdollisuudet tarjoilun järjestämiselle
- Ulkopuolelta kuuluva melu tai muut häiriötekijät tapahtuman aikana
- WC-tilat (Vallo ja Häyrinen 2016, 169-170.)

### 3.6 Sosiaalinen media tapahtumassa

Sosiaalinen media on tullut osaksi markkinointia ja viestintää. Tapahtuman järjestämisessä kannattaa hyödyntää sosiaalisen median tarjoamia mahdollisuuksia. Sitä voi hyödyntää ennen tapahtumaa, tapahtuman aikana ja vielä tapahtuman jälkeen jälkimarkkinoinnissa. Jos kyseessä on iso tapahtuma, voidaan tapahtuman suunnittelijoiden kesken perustaa suljettu ryhmä esimerkiksi Facebookiin, jossa voi keskustella ja vaihtaa ideoita tapahtumasta. Tämä helpottaa esimerkiksi siten, että se säilöo kaiken kirjoitetun samaan paikkaan. Tapahtuman markkinoinnissa voidaan hyödyntää sosiaa-

lista mediaa ja sen kanavat ja niiden hyödyntäminen on huomioitava tapahtuman markkinointisuunnitelmassa. Se mitä sosiaalisen median kanavia tapahtumassa käytetään ja miten, määräävät tapahtuman kohderyhmä ja tavoite. Onnistuneen somemarkkinoinnin tuloksena pienikin tapahtuma voi saada suuren näkyvyyden. Tämä lisää tapahtuman tuloksellisuutta ja sponsorit usein arvostavat huolellisesti mietittyä ja suunniteltua sosiaalisen median hyödyntämistä. Sosiaalisen median kanavia voidaan hyödyntää ennen tapahtumaa esimerkiksi virittämään osallistujat teemaan. Sosiaalinen media on myös oiva keino tapahtuman tietojen päivittämisestä. Aktiivisella päivittämisellä saadaan levitettyä tuoretta tietoa siitä, mitä tapahtuma tulee sisältämään. (Vallo ja Häyrinen 2016, 102-104.)

Yrityksen omassa tai ulkopuolisessa blogissa tai videoblogissa voidaan kertoa tapahtumasta etukäteen. Tapahtumaa voidaan markkinoida etukäteen esimerkiksi seminaarin asiantuntijapuhujien lyhyillä videoilla. Blogien käyttö tiedonvälityksestä ennustetaan kasvavan tulevaisuudessa. On hyvä muistaa oman alan suosituimmat blogit, koska yhteistyö niiden kanssa voi levittää sanaa tapahtumasta oikeaan kohderyhmään. Sosiaalinen media tarjoaa tapahtumien järjestäjille uusia mahdollisuuksia ja välineitä. Mahdollisuuksia ja välineitä kannattaa hyödyntää oikealla hetkellä, mutta niillä ei ole kannattavaa antaa pääroolia missään tapahtumassa. On hyvä muistaa, että sosiaalisen median kenttä muuttuu nopeasti. Riskinä voi olla esimerkiksi, että mikäli lähtee uutuuksien mukaan, vaarana on, että osa osallistujista voi tuntea uudet tekniset sovellukset liian hankaliksi tai pelottaviksi. Tapahtumissa sosiaalista mediaa voidaan hyödyntää esimerkiksi ideointi-, kutsu-, markkinointi- ja palautekanavana. Somelähtettiläs eli henkilö, joka kirjoittaa tapahtumasta sosiaalisessa mediassa, on hyvä miettiä etukäteen. Tämä henkilö jakaa ja kommentoi tapahtuman aiheita ja asioita ennen tapahtumaa, sen aikana ja jälkeen. Tapahtuman järjestäjä voi rekrytoida somelähtettilään, mutta paras on, että sellainen löytyy itsestään. (Vallo ja Häyrinen 2016, 104-106.)

### 3.7 Riskit

Riskit ovat tulleet yhä enemmän tärkeiksi tapahtuma-alalla. Riski voidaan määritellä joksikin tulevaksi tapaukseksi, jolla on negatiivinen vaikutus tapahtumaan ja vaarantaa tapahtumajärjestäjien mahdollisuuksia onnistua päämäärässä. (Quinn 2013, 111.)

Yleisötapahtuman suunnittelunvaiheen yhteydessä on tärkeä miettiä tapahtuman riskejä. Riskienhallinnan yhteydessä puhutaan ABC-ajattelusta, joka jakautuu kolmeen vaiheeseen. Ensimmäinen vaihe, eli A-vaihe on riskien kartoitus, eli tulee tiedostaa riskit. B-vaihe on riskien arviointia, eli luokitellaan riskit niiden todennäköisyyden ja merkittävyyden suhteen. C-vaihe koostuu riskien hallinnasta eli tässä vaiheessa tehdään tarpeelliset suunnitelmat ja päätökset riskien siirtämiseksi muille, joko minimoimiseksi tai eliminoimiseksi. Yksi monista tavoista yleisötapahtuman riskien jakamisesta on tapa, jolla riskit jaetaan ajoituksen mukaan tapahtuman edeltäviin, tapahtuman aikaisiin ja tapahtuman jälkeisiin riskeihin. Riskit voidaan jakaa myös asiaryhmittäin esimerkiksi seuraavasti:

- Ympäristöriskit
- Asiaksriskit
- Snnimusriskit

- Aikatauluriskit
- Henkilöstö ja organisaatoriskit
- Taloudelliset riskit
- Tekniikkariskit
- Imagoriskit
- Turvallisuusriskit (Kauhanen, Juurakko ja Kauhanen 2002, 54.)

Joissakin tapauksissa molempien jaotteluiden käyttäminen samanaikaisesti on tarpeellista. Tällöin havainnollistetaan kaikki mahdolliset riskit ja niiden ajankohta. (Kauhanen ym. 2002, 54-55.)

Riskien arvioimisen jälkeen seuraa riskien arviointi. Riskien arvioinnissa on kaksi kriteeriä: riskin todennäköisyys ja taloudellinen merkittävyys. Jokaiselle riskityypin todennäköisyydelle ja riskin taloudelliselle merkittävyydelle voidaan antaa arvo 1-5. Tästä seuraa vaihe, jossa riskityypin kaksi arvoa voidaan kertoa ja näin saadaan tulos, joka on 1:n ja 25:n välillä. Sitten päätetään pisterajat erilaisia toimia varten. (Kauhanen ym. 2002, 55-56.)

Viimeisenä vaiheena on riskien hallinta. Riskien hallinnassa katsotaan, että jos riskin pistemäärä on riskien arvioinnissa yli 15, tulee toteuttamissuunnitelmaa muuttaa siten, että pistemäärä alenee. Tähän on monta eri keinoa, esimerkiksi asian suuruusluokan pienentäminen, toiminnan ulkoistaminen tai riskin vakuuttaminen. Osa riskeistä on mahdollista pienentää omalla suunnittelulla ja toteuttamisella ilman lisäkustannuksia. On nimittäin mahdollista, että joskus riskin pienentäminen maksaa tai ainakin pienentää maksimaalista tuottoa. Tapahtuman järjestämisessä pätee myös tyypillinen toiminnan riski, eli mahdollisen ison taloudellisen tuloksen riski. Riskitason alentamisesta seuraa tyytyminen pienempään taloudelliseen tulokseen. Joissakin tapauksissa riskiä voi pienentää sopimuksella, esimerkiksi yhteistyökumppanin kanssa tehty sopimus voi pienentää riskiä. Tällainen sopimus voi olla esimerkiksi kiinteähintaisen myyntipaikan vuokraaminen niin, että vuokra ei ole riippuvainen tapahtuman todellisesta kävijämäärästä. Riskien hallinnassa tulee erityisesti keskittyä siihen, miten suuria taloudellisia vastoinkäymisiä tapahtumanjärjestäjät kestävät. (Kauhanen ym. 2002, 56-57.)

Riskienhallinnan asiantuntijat auttavat mielellään tapahtuman järjestäjiä, kun riskejä kartoitetaan, arvioidaan ja hallitaan. Riskien hallitseminen ei jää vain suunnitteluvaiheeseen, vaan niihin tulee keskittyä myös tapahtuman aikana. Osa riskeistä voi nimittäin tapahtua vasta varsinaisen tapahtuman aikana, kuten esimerkiksi turvallisuusriskit. Tällöin tapahtuman henkilökunnalta vaaditaan keskittymistä ja valmiuksia huolehtia joukkojen liikkeiden hallinnasta. (Kauhanen ym. 2002, 57.)

### 3.8 Turvallisuus ja luvat

Tapahtuman järjestäjällä on aina vastuu tapahtuman turvallisuudesta. Monien tapahtuman järjestämisen turvallisuuteen koskevien asioiden takana on laki. Yleisimmät asiat, jotka tulee huomioida tapahtuman turvallisuudessa, ovat lait, säännökset, yleisön määrä ja rakenne, tapahtuman luonne, aika ja paikka. (Etelä-Pohjanmaan liitto s.a.)

Tapahtuman turvallisuutta valvovat järjestyksenvalvojat, joita suurimmissa tapauksissa kuuluu olla vähintään yksi sataa tapahtumassa kävijää kohden. Poliisi määrää järjestyksenvalvojien vähimmäismäärän ja se voi myös tarvittaessa vaatia tapahtumanjärjestäjää lisäämään järjestyksenvalvojien määrää. Kun tapahtuma luokitellaan suureksi ja riskialttiiksi, tulee siellä olla erillinen turvallisuuspäällikkö. Hänen tehtävänä on toimia pelastus- ja ensihoitoviranomaisten yhteyshenkilönä ja laatia heidän kanssaan hälyttämishojeet ja ensiapusuunnitelma. (Visit Tampere, 2018.)

- "Kokoontumis- ja järjestyksenvalvontalaki säätelee tapahtuman turvallisuutta".
- "Pelastuslaki velvoittaa ehkäisemään ja varautumaan vaaratilanteisiin".
- "Terveysturvallisuuslaki velvoittaa toimimaan turvallisesti elintarvikkeiden kanssa".
- "Kuluttajapalveluiden laki määrittelee kuluttajan oikeuksia koskevia asioita". (Etelä-Pohjanmaan liitto s.a.)

Kun järjestetään yleisötilaisuus, tulee siitä tehdä kirjallinen ilmoitus järjestämispaikan poliisille. Yleisölle avoin huvitilaisuus, kilpailu, näytös ja muita näihin rinnastettavia tilaisuuksia on määritelmä yleisötilaisuudelle. Poikkeuksena ovat yleisötilaisuudet, joissa vähäisen osallistujamäärän, tilaisuuden luonteen tai järjestämispaikan vuoksi ei edellytetä erityistoimenpiteitä esimerkiksi järjestyksen ja turvallisuuden ylläpitämiseksi. Ilmoitus on tehtävä vähintään viisi vuorokautta etukäteen, mutta suositeltavaa on tehdä jo aiemmin. (Etelä-Pohjanmaan liitto s.a.)

Kun on odotettavissa, että tapahtumaan saapuu vähintään 200 ihmistä, tapahtumassa palaa avotuli tai käytetään ilotulitteita, tapahtumapaikalla on poikkeukselliset poistumistiet tai tapahtuma voi aiheuttaa muuta vaaraa, on tapahtuman järjestäjällä vastuu laatia pelastus- ja turvallisuussuunnitelma. Tämä on jätettävä pelastuslaitokselle viimeistään 14 vuorokautta ennen tapahtumaa. Lisäksi, jos tapahtumassa tehdään avotuli, tulee sitä varten pyytää maanomistajan lupa. (Suomi.fi, 2018.)

Tapahtuman aiheuttaessa erityisen häiritsevää melua tai tärinää, esimerkiksi ulkoilmakonsertista kantautuva ääni, on siitä tehtävä meluilmoitus kunnan ympäristöviranomaisille viimeistään 30 vuorokautta ennen tapahtumaa. Jos musiikkia esitetään julkisesti, tarvitaan sitä varten musiikintekijöiden ja musiikkikustantajien lupa. Lupa tarvitaan, vaikka tapahtumaan osallistumisesta ei perittäisi maksua. (Suomi.fi, 2018.)

Viranomaisten lupa tarvitaan pääsääntöisesti kaikkeen rahankeräykseen. Luvan rahankeräykseen myöntää rahankeräyksen toimeenpanopaikan poliisilaitos. Poliisihallitukselta haetaan lupaa siinä tapauksessa, jos rahankeräys järjestetään usean poliisilaitoksen toimialueella. (Suomi.fi, 2018.)

Tapahtumissa tulee huolehtia myös seuraavista käytännön asioista: jätehuollon järjestämisestä, wc-tilojen tarpeellisesta määrästä, sähköturvallisuudesta, alkusammutus- ja ensiapuvälineistä, siivouksesta ja kierrätyksestä sekä liputukseen koskevista asioista. (Vallo ja Häyrinen 2016, 182).



### 3.9 Toteutusvaihe

Toteutusvaihe koostuu hetkestä tai hetkistä, jotka tekevät suuresta suunnitelmasta toden. Jotta tapahtuma onnistuu, siihen vaaditaan eri tahojen saumatonta yhteistyötä. Tätä helpottaa se, että jokainen tapahtumassa työskentelevä tietää oman roolin ja tehtävänsä suuressa kokonaisuudessa. Toteutus voidaan jakaa kolmeen vaiheeseen: rakennusvaiheeseen, itse tapahtumaan ja purkuvaiheeseen. (Vallo ja Häyrinen 2016, 198.)

Rakennusvaihe on aikaa vievä vaihe ja myös se tulee suunnitella etukäteen. Rakennusvaihe on tärkeä huomioida tilanvuokrauksessa ja tätä myötä myös budjetissa, koska se vie usein kaksinkertaisen ajan tapahtumaan ja purkamiseen verrattuna. Rakennusvaihetta varten täytyy miettiä, missä vaiheessa mikäkin asia tuodaan ja missä järjestyksessä rakentaminen voi tapahtua. Usein järjestys on siten, että ensin tuodaan ja rakennetaan tekniikka, sitten kalusteet, somistus ja viimeisenä tarjoiluun tarvittavat välineet ja itse tarjoiltavat. (Vallo ja Häyrinen 2016, 199.)

Selkeä aloitus ja lopetus ovat hyvän tapahtuman piirteitä. Aloituksen ja lopetuksen väliin on hyvä aikatauluttaa tapahtuman sisältö, esimerkiksi puheet ja taukojen pituudet. Hyvänä mallina pidetään, että ohjelmaa on noin puolestatoista tunnista kahteen ja tämän jälkeen tauko. Tilaisuuden luonne vaikuttaa siihen, miten tilaisuus tulee aikatauluttaa. Tapahtuma toteutetaan niin kuin se on käsikirjoitettu. Jos tapahtuma ei etene käsikirjoituksen mukaan, projektipäälliköllä on vastuu ja hänen on tehtävä päätökset siitä, miten edetään. (Vallo ja Häyrinen 2016, 201-202.)

Tapahtumalle on hyvä järjestää kenraaliharjoitukset, joissa käydään läpi tapahtumaohjelma kokonaisuudessa. Kenraaliharjoitukset ovat hyvin tärkeitä erityisesti silloin, kun kyseessä on suuri tapahtuma, useita esiintyjä ja erityyppisiä esityksiä. Kaikkien esiintyjien, johdattelijan ja mahdollisen juontajan on tärkeä olla kenraaliharjoituksissa mukana. Muita toteutuksessa huomioitavia asioita ovat:

- Tapahtuman rytmittäminen
- Musiikin tuominen osaksi tapahtumaa
- Tekniikan varmistaminen
- Mahdollisen materiaalin esimerkiksi tilaisuuden jakaminen osallistujille
- Kylttien, esimerkiksi opastekylttien, varmistaminen. Tunnelmaa voi luoda myös somisteilla, esimerkiksi kukka-asetelmilla, ilmapalloilla tai muulla tapahtumaan sopivalla materiaalilla
- Tarvittaessa istumajärjestyksestä ja paikkakorteista huolehtiminen
- Kuljetuksen ja parkkipaikkojen varmistaminen. Joissakin tilaisuuksissa on toisinaan tarpeellista järjestää yhteiskuljetus
- Turvallisuuden luominen (Vallo ja Häyrinen 2016, 200-216.)

On tärkeää, että purkaminen, siivoaminen ja lopputyöt on mietitty tarkkaan etukäteen. Purku- ja siivoustöihin on jopa suositeltavaa hankkia talkootyöläisiä, jotka eivät ole olleet töissä tapahtuman aikana. Heillä riittää energiaa tehdä lopputyöt huolellisesti, koska eivät ole väsyneitä tapahtumasta.

Vastuuhenkilöiden on tärkeää pitää huoli siitä, että heidän työnsä ja aikataulunsa on suunniteltu niin, että heillä riittää voimat loppuselvityksiin. (Iiskola-Kesonen 2004, 12.)

Kaikki oleellinen tieto tulee dokumentoida hyvin. Tähän tulee kiinnittää erityisesti huomiota, koska tapahtumanjärjestäjät ovat usein uupuneita tapahtuman jälkeen, eikä arkistointia jakseta tehdä huolellisesti silloin. Yksityiskohdat oletetaan muistavan hyvin ja pysyvän tuoreessa muistissa, mutta ne unohtuvat yllättävän nopeasti tapahtuman jälkeen. Valokuvauksesta on hyvä huolehtia ja tehdyt suunnitelmat ja mitatut tulokset ovat tärkeitä saada talteen. (Iiskola-Kesonen 2004, 12.)

### 3.10 Tapahtuman jälkeen

Kun tapahtuma on päättynyt, on aika jälkimarkkinoinnille. Yksinkertaisin tapa hoitaa jälkimarkkinointi on materiaalin toimittaminen, kiitoskortin tai giveaway-lahjan toimittaminen tai lähettäminen paikkaolijoille. Tällä tavalla tapahtuman järjestäjät osoittavat osallistujille arvostuksensa heidän osallistumisestaan tapahtumaan. Kun muistetaan lahjalla jälkikäteen, se tulee hoitaa kahden viikon kuluessa tapahtumasta. Lahjalla voidaan muistaa myös jo tapahtumaan tultaessa tai pois lähettäessä. Paras lahja on sellainen, joka muistuttaa tapahtuman teemasta tai sen järjestäjästä. (Vallo ja Häyri-  
nen 2016, 220-223.)

Jo tapahtuman suunnitteluvaiheessa ja etenkin itse tapahtumassa vaaditaan paljon työvoimaa. Tapahtumaa varten tarvitaan esimerkiksi yhteistyökumppaneita, esiintyjiä ja puhujia. Kun tapahtuma on ohi, on hyvien tapojen mukaista osoittaa kiitokset tälle väelle. Jos tapahtumasta saadaan kiitettävää osallistujapalautetta ja tapahtuma on päässyt tavoitteeseensa tai jopa sen yli, on kiitokset tai jopa kiitoskukat erityisesti muistettava. Jokainen työntekijä on tarpeellinen tapahtuman toteuttamisessa ja saumattomalla yhteistyöllä sekä sitoutumisella saadaan onnistunut tapahtuma. Tämä ansaitsee siis kiitokset. (Vallo ja Häyri-  
nen 2016, 221.) Jos tapahtuma on saanut esimerkiksi apurahoja tai julkista tukea, on tapahtuman järjestäjillä velvollisuus raportoida tapahtuman kulusta ja taloudesta jälkikäteen (Visit Tampere, 2018).

Tapahtuman järjestäjien on hyvä saada tietää, miten osallistujat kokivat tapahtuman, päästiinkö tavoitteeseen, mitä olisi voinut tehdä toisin sekä mikä oli osallistujien mielestä parasta. Kun palautetta saadaan, sitä tulee verrata lähtötilanteeseen eli tapahtuman tavoitteeseen, mielikuvatavoitteisiin sekä määrällisiin ja laadullisiin tavoitteisiin. Kun jokaisesta tapahtumasta kerätään ja analysoidaan palautetta, organisaation hiljainen tieto ja osaaminen kasvavat. Palautetta voidaan kerätä tapahtuman loppuksi kirjallisella tai sähköisellä lomakkeella, tai sähköpostilla tai puhelimitse jälkikäteen. Tapahtumat jättävät niiden osallistujille muistijäljen ja tunteen siitä, täyttyikö tapahtuman odotukset vai ei. Kaikkien yksinkertaisimmillaan tapahtuman tehtävänä on täyttää tai jopa ylittää odotukset. Vain palautteen avulla saadaan tietää odotusten täyttymisestä. On tärkeää kerätä palautetta myös omalta organisaatiolta. Kun seuraavaa tapahtumaa lähdetään suunnittelemaan, se on hyvä aloittaa edellisen tapahtuman opeista ja oivalluksista. Tällä tavalla organisaatio saa tapahtumaprosessista jatkuvan oppimisprosessin ja sitä kautta myös suuren osaamispääoman. (Vallo ja Häyri-  
nen 2016,

220-225.) Työ on valmis, kun arkistointi ja kiittäminen on tehty, jos kyseessä on kerran järjestettävä tapahtuma (Iiskola-Kesonen 2004, 12).

## 4 TOIMEKSIANTAJA JA HYVÄNTEKEVÄISYYSMUOTINÄYTÖS

Lions-järjestö sai alkunsa 1917 amerikkalaisen Melvin Jonesin toimesta. Lions-aatteen toi Suomeen Kanadan suomalainen Arne Ritari. Suomen ensimmäinen Lions Club, LC Helsinki-Helsingfors, perustettiin vuonna 1950. Suomi on yksi aktiivisimmista Lions Club maista. Lions-nimi tulee sanoista Liberty, Intelligence, Our Nation's Safety. Suomessa tämä tulkitaan: Luovuta, Isänmaasi, Onnellisempänä, Nouseville, Sukupolville. (Suomen Lions-liitto ry, 2019.)

Lions Club Kuopio Canth perustettiin Kuopiossa vuonna 1993. Järjestö sai nimensä Kuopiossa elämäntyönsä tehneen kuuluisan kirjailijan, Minna Canthin mukaan. Minna Canthin esimerkki ja perintö kannustaa sekä innoittaa LC Kuopio Canthia toimimaan hänen ideologisissa jalanjäljissään. (Lions Club Kuopio Canth 2019.)

### 4.1 Nykyinen toiminta

Lions Club -toiminta tapahtuu Lions klubeissa, jotka harjoittavat vapaaehtoistyötä omalla paikkakunnalla sekä Suomessa ja ulkomailla yhdessä muiden Lions klubien kanssa. Vapaaehtoistyön ohella klubit tarjoavat jäsenilleen koulutusta ja verkostoitumisen mahdollisuuksia muihin Lions klubeihin Suomessa ja ulkomailla. Lions Club palvelutyö painottuu omalle paikkakunnalle, omaan lähiyhteisöön. Yleisimmät aktiviteetit ovat nuorten harrastusten tukeminen, esimerkiksi partiotyö, vanhusten auttaminen, esimerkiksi remonttiavun tarjoaminen, lähiympäristön kunnostaminen, veteraanien tukeminen ja yleisötapahtumien järjestäminen. Suomessa Lions klubien muodostamaan yhteisöön kuuluu noin 900 henkilöä. Suomen Lions Club -vapaaehtoistyöllä avustetaan Suomessa ja ulkomailla arvion mukaan noin 4-5 miljoonalla eurolla vuodessa. (Suomen Lions-liitto ry 2019.)

LC Kuopio Canthiin kuuluvat jäsenet ovat aktiivisia, eri aloilla toimivia naisleijonia. Heidän tämän kauden teemansa on: "Yhdessä olemme enemmän". LC Kuopio Canthilla on kaudella 2019-2020 jaettu eri kuukausille eri aktiviteetteja. Aktiviteetilla tarkoitetaan toimintaa, jolla klubi tienaa varoja hyväntekeväisyyteen lahjoitettavaksi. Aktiviteetti voi olla myös klubin tekemä palvelu, joka tuottaa vastaanottajalle iloa ja hyvää oloa. Syyskuussa 2020, klubi järjestää muotinäytöksen. (Lions Club Kuopio Canth 2019.)

### 4.2 Muotinäytös

Hyväntekeväisyysmuotinäytös on järjestetty vuodesta 2006 asti. Muotinäytös järjestettiin tuohon aikaan joka vuosi, mutta vuoden 2012 jälkeen päädyttiin ratkaisuun, että muotinäytös järjestetään joka toinen vuosi. Tämä johtuu siitä, että muotinäytös on niin suuri aktiviteetti toteuttaa. Muotinäytöksessä esitellään järjestettävän vuoden kevään ja kesän muotia. Vaatteet saadaan Kuopion vaate-liikkeistä, jotka toimivat yhteistyökumppaneina. Mukana olleita liikkeitä ovat olleet esimerkiksi Mari-mekko, Nina ja Henri sekä Sokos.

#### 4.2.1 Työryhmä

LC Kuopio Canthin hyväntekeväisyysmuotinäytöksen työryhmä koostuu noin kymmenestä henkilöstä. Muotinäytöksen toimikunnassa on hyvä olla mukana pitkäaikaisia jäseniä. Vahvuudeksi koetaan myös uudet jäsenet, koska tällöin osaaminen siirtyy ja vahvistuu. Vuoden 2020 muotinäytöksen toimikunnan kokoonpano koostuu istuvasta Lions presidentistä, varapresidentistä, rahastonhoitajasta, kahdesta tarjoilu- ja palveluvastaavasta, markkinointi- ja viestintävastaavasta, videotuottajasta, arpajaisvastaavasta, muotinäytöstoimikunnan vetäjästä ja klubin uudesta jäsenestä. Muotinäytöksen malleina toimivat LC Kuopio Canthin naisjäseniä. Miehiä malleiksi saadaan yhteistyöliikkeiden avustuksella ja omien kontaktien kautta. (Pallonen-Eriksson 2019-10-24.)

#### 4.2.2 Teema, tavoite ja näytöksen viesti

LC Kuopio Canth on valinnut hyväntekeväisyysmuotinäytökselleen toistuvan nimen jo hyvin monena vuonna peräkkäin. Useampana vuonna on ollut, että nimessä on mukana sana ”muotia”. Tämän sanan ympärille on nimi rakennettu. Edellisellä järjestämiskerralla nimi oli Muotia ja saduntaikaa. Vuoden 2020 muotinäytöksen nimi on Muotia ajan hengessä. Nimi pohjautuu muotinäytöksen teemaan.

Teeman tarkoitus on olla tapahtuman kattoajatus, joka kokoaa tapahtuman eri osat yhteen. Teeman valinnassa kannattaa pohtia, sopiiko se yrityksen tai yhteisön mielikuvaa, arvomaailmaan tai tavoiteprofiiliin. Tai luoko se tavoiteltua imagoa tai vahvistaako se brändiä? Se voi olla houkutteleva, puhutteleva tai leikittelevä. Teeman on hyvä kulkea läpi koko tapahtuman ajan aina tapahtuman kutsusta jälkimarkkinointiin saakka. (Vallo ja Häyrinen 2016, 235.)

Hyväntekeväisyysmuotinäytöksissä teema vaihtuu, eli eri vuosina on eri teema. Vuoden 2020 muotinäytöksen teemassa, muotia ajan hengessä, halutaan odottaa, mitä yhteistyökumppanit ajattelevat omaa ajan henkeään. Odotusarvona on, että olisi pitkäjänteinen tuote, luontoa säästävä, ekologinen tuote. Jossain määrin toivotaan, että teema näkyisi ohjelmassa, mutta tämä koetaan haasteelliseksi esimerkiksi musiikin kohdalla.

Kaikilla tapahtumilla on tavoite. Jos esimerkiksi tavoitteena on järjestää kiitostilaisuus yhteistyökumppaneille, tapahtuman tavoite on järjestää hauska tilaisuus, josta osallistujille jää hyvä mieli. Tapahtumilla on suotavaa olla myös konkreettinen tavoite. Tapahtuman tavoitteena voi olla esimerkiksi varojen keruu tai julkisuuden saaminen järjestäjän pitämälle tärkeälle asialle. Jos tapahtuman tavoite on jokin edellä mainittu, kyseessä voi olla esimerkiksi konsertti tai muotinäytös. (Vallo ja Häyrinen 2016, 131-132.)

Muotinäytökseen tavoitellaan osallistujiksi aikuisia naisia ja miehiä, sekä 6-10 –vuotiaita lapsia (Pallonen-Eriksson 2019-10-24). LC Kuopio Canthin konkreettinen tavoite hyväntekeväisyysmuotinäytöksellä on kerätä varoja vähävaraisille. Lahjoituksen kohde vaihtuu joka vuosi, mutta tarkoituksena on aina tukea lapsia, nuoria ja perheitä. LC Kuopio Canth tavoittelee ennakoivaa auttamista. Kumppa-

nuus on heille tärkeä arvo, koska siten saadaan paremmin suurempaa aikaiseksi. Vuonna 2018 lahjoituksen kohteena oli syrjäytyneiden nuorten hyvinvoinnin tukeminen. Muotinäytöksestä saaduilla tuotoilla syrjäytyneille nuorille järjestettiin muotoiluterapiakurssi.

Tapahtumaa järjestäessä on hyvä miettiä, että mitä tapahtumalla haluaan viestiä tai mitä on tarpeellista viestiä tapahtumalla ja tapahtumassa. Hyvä pohdittava kysymys on, että mitä asiaa tapahtuman kohderyhmällä on. Selkeä pääviesti, ja mahdollisesti vielä sitä tukevia sivuviestejä, täytyy olla jokaisessa tapahtumassa. Yksi selkeä viesti on parempi vaihtoehto, kuin monta sekavaa viestiä, koska tapahtuman osallistuja muistaa todennäköisemmin tämän yhden selkeän viestin, kuin monta sekavaa. Viestin tai viestien välittämistä voidaan vahvistaa eri elementeillä, jos tapahtumanjärjestäjä on miettinyt nämä itselleen selviksi ennen tapahtumaa. Esimerkiksi tapahtumapaikka, teema, tarjoilu, ohjelma ja esitysmateriaalit vaikuttavat tapahtuman viestiin omien tavoitteiden lisäksi. Tärkein aloitus yhteisen viestin välittämiseen on se, että tapahtuman haluttu tavoite ja viestit kerrotaan kaikille tapahtuman järjestelyihin osallistuville henkilöille ja tapahtuman isännille. (Vallo ja Häyrinen 2016, 140-142.)

LC Kuopio Canth haluaa viestiä tapahtumalla, että miten voidaan tehdä yhdessä hyvää ja miten voidaan kerätä eri yhteistyökumppaneiden kanssa varoja apua tarvitseville. Samalla halutaan osoittaa, että miten voidaan käyttää omaa vapaa-aikaa aktiviteetteihin ja tutustua eri ihmisiin. LC Kuopio Canth haluaa viestiä, että miten pienet teot voivat olla isoja apua tarvitseville.

Joillekin tapahtumille on suotavaa nimetä erityinen suojelija. Suojelijana voi toimia esimerkiksi ministeri tai kaupungin- tai kunnanjohtaja. Tavoitteena on, että suojelijan avulla parannetaan tapahtuman imagoa ja vetovoimaa kutsuttavien ja lehdistön silmissä. Tapahtuma koetaan sitä arvokkaammaksi, mitä vaikutusvaltaisempi suojelija on. Suojelijan ei tarvitse olla aina virkamies, vaan suojelijaksi voidaan valita tapahtuman luonteeseen sopiva henkilö. (Vallo ja Häyrinen 2016, 142-143.)

Lisäarvon, uskottavuuden ja kiinnostuksen luomisen edistämiseksi hyväntekeväisyysmuotinäytöksissä on ollut oma suojelija. Kriteerinä suojelijalle on, että suojelija on tapahtuman hengen ja ideologian mukainen henkilö. Suojelija on tärkeä, koska kun hänet on valittu, hänellä on jo ymmärrys siitä, että miten tärkeä tapahtuma ja lahjoituksen tuotto ovat. Edellisellä kerralla, vuonna 2018, muotinäytöksen suojelijana toimi lasitaiteilija-muotoilija Ritva-Liisa Pohjalainen.

## 5 KONSEPTIKÄSIKIRJAN TEKEMINEN

Tässä pääkappaleessa syvennyttään tarkemmin konseptikäsikirjan luomiseen ja työstämiseen. Ensimmäisenä kerrotaan, mikä on toiminnallinen opinnäytetyö. Tämän jälkeen kerrotaan opinnäytetyön tuotoksesta ja karkeasti sen sisällöstä. Seuraavaksi arvioidaan käsikirjan työstämisprosessin kulkua ja lopputulosta. Tässä osiossa arvioidaan myös opinnäytetyössä käytettyjä lähteitä ja koko opinnäytetyön luotettavuutta. Lopuksi on kerrottu mahdollisuuksia jatkotutkimuksille.

### 5.1 Toiminnallinen opinnäytetyö

Aihe opinnäytetyölle saatiin Savonia-ammattikorkeakoulun opettajan kautta. Aiheen esittänyt opettaja on LC Kuopio Canthin jäsen ja on ollut järjestämässä hyväntekeväisyysmuotinäytöstä monena vuonna. Opettaja osasi kertoa kattavasti aiheesta ja mitä se sisältäisi. Heti, kun aiheen sai, oli selvää, että opinnäytetyö tulee olemaan toiminnallinen opinnäytetyö. Toiminnallinen opinnäytetyö tuntui tekijälle luontevalta vaihtoehdolta sen konkreettisuuden vuoksi. Opinnäytetyön tekijä kokee oppivansa parhaiten käytännössä. Toiminnallisessa opinnäytetyössä tavoitellaan ammatillisessa kentässä käytännön toiminnan ohjeistamista, opastamista, toiminnan järjestämistä tai järjeistämistä. Alasta riippumatta se voi olla esimerkiksi ammatilliseen käytäntöön suunnattu ohje, ohjeistus tai opastus, kuten perehdytysopas tai turvallisuusohjeistus. On myös mahdollista toteuttaa jokin tapahtuma kuten messuosasto, konferenssi tai näyttely, mutta tähän vaikuttaa koulutusala. Kohderyhmän mukaan voidaan toteuttaa esimerkiksi kirja, kansio, opas, portfolio tai johonkin tilaan järjestetty näyttely tai tapahtuma. (Vilka ja Airaksinen 2003, 9.)

Ammattikorkeakoulun opinnäytetyöksi ei riitä pelkästään se, että toteuttaa toiminnallisena opinnäytetyönä tapahtuman, tuotteen, oppaan tai ohjeistuksen. Tarkoituksena on osoittaa, että kykenee yhdistämään ammatillisen teoreettisen tiedon ammatilliseen käytäntöön, kykenee pohtimaan alan teorioiden ja niiden käsitteiden avulla kriittisesti käytännön ratkaisuja ja kehittämään niiden avulla oman alan ammattikulttuuria. Jokin koulutusalan käsite ja sen määrittely riittävät usein toiminnallisen opinnäytetyön teoreettiseksi näkökulmaksi. Teoria saa olla rajattuna joihinkin keskeisiin käsitteisiin, koska aina ei ole välttämätöntä tai esimerkiksi ajallisesti mahdollista toteuttaa koko teorian näkökulmasta. (Vilka ja Airaksinen 2003, 41-43).

Selvityksen tekeminen on yksi osa toiminnallisen opinnäytetyön toteuttamisapaa. Toiminnallisessa opinnäytetyössä on aina jokin konkreettinen tuotos lopullisena tuotoksena. Konkreettinen tuotos voi olla esimerkiksi ohjeistus, tietopaketti tai tapahtuma. Oli konkreettinen tuotos mikä tahansa, toiminnallisten opinnäytetöiden yhteinen piirre on kokonaisilmeen luominen viestinnällisin ja visuaalisin keinoin. (Vilka ja Airaksinen 2003, 51.)

Toiminnallisessa opinnäytetyössä ei ole varsinaisia tutkimuskysymyksiä eikä tutkimusongelmaa. Nämä kuuluvat silloin, kun toteutustapaan kuuluu myös selvityksen tekeminen. Toimintasuunnitelmassa kysymysten asettelu voi kuitenkin auttaa ymmärtämään, mitä on tekemässä. Kun tehdään toiminnallinen opinnäytetyö, on tutkimuksellisen selvityksen osana idean tai tuotteen toteutustapa

Toteutustavalla tarkoitetaan sekä keinoja, joilla esimerkiksi oppaan sisältö hankitaan materiaaliksi, että keinoja, joilla esimerkiksi oppaan valmistus toteutetaan. Toiminnallisessa opinnäytetyössä ei välttämättä tarvitse käyttää tutkimuksellisia menetelmiä. Toiminnallisen opinnäytetyön raportoinnin on täytettävä tutkimusviestinnän ominaisuudet, vaikka se ei ole empiiristen toiminnantutkimusten raportti. Toiminnallisesta opinnäytetyöstä selviää mitä, miksi ja mitä on tehty, millainen työprosessi on ollut sekä millaisiin tuloksiin ja johtopäätöksiin on päätytty. (Vilka ja Airaksinen 2003, 30, 56, 65.)

## 5.2 Konseptikäsitteen luominen

Tässä opinnäytetyössä konkreettinen tuotos on konseptikäsitteellinen LC Kuopio Canthille. Käsitteen tarkoitus on olla sellainen, että kuka tahansa sitä lukeva pystyisi järjestämään kyseisen tapahtuman käsitteen avulla. Käsitteeseen on kirjattu kaikki asiat, jotka tulee huomioida hyväntekeväisyysmuotinäytöksen suunnittelussa, toteutuksessa ja päättyessä. Käsitteeseen tuli siis kirjata kaikki asiat aivan alusta asti loppuun ja hyvin yksityiskohtaisesti. Koska opinnäytetyön tekijä, eli samalla konseptikäsitteen luoja, ei ole koskaan osallistunut LC Kuopio Canthin järjestämään muotinäytökseen, tuli hänen aloittaa käsitteen työstäminen tiedonkeräämisellä. Tietoa kerättiin LC Kuopio Canthin muotinäytöksiin palaverissa ja haastatteluilla. Muotinäytöksiin palaverit nauhoitettiin, jotta asioita voi tarvittaessa tarkistaa. Lisäksi palaverista oli kirjalliset muistiinpanot tehtynä. Palaveriin osallistuminen oli erityisen tärkeää, koska siellä kuunnellessa pääsi syvemmin ymmärtämään, mitä kaikkea järjestelyihin kuuluu ja mitä kaikkia asioita tulee pohtia.

Käsitteeseen toteuttamiseen saatiin hyvin vapaat kädet, eikä toimeksiantajalla ollut juuri toiveita tai määräyksiä siihen. Toimeksiantaja antoi vain yhden sivun, joka tuli sisällyttää käsitteeseen. Muuten käsite luotiin siis ”täysin tyhjästä”, koska siitä ei ole vanhempaa versiota olemassa, jota olisi pitänyt päivittää. Aluksi luotiin sisällysluettelo, jolle toimeksiantaja antoi hyväksynnän. Kun sisällysluettelon avulla tiedettiin, minkälainen tulee käsitteen sisältö olemaan, pystyi hyvin lähteä työstämään tuotosta. Hyväntekeväisyysmuotinäytöksen järjestämisen eri vaiheet kirjoitettiin ja kuvattiin mahdollisimman konkreettisesti ja yksityiskohtaisesti.

Käsite tehtiin Word –tiedostoksi. Tärkeää oli saada elävöitettyä käsitteeseen esimerkiksi kuvilla ja kaavioilla. Käsite alkaa johdanto-osuudesta, jonka jälkeen on ensimmäinen pääkappale hyväntekeväisyysmuotinäytöksestä. Tässä pääkappaleessa kerrotaan hyväntekeväisyysmuotinäytöksen tarkoituksesta, ohjelmasta sekä lyhyesti markkinoinnista. Seuraavassa pääkappaleessa kerrotaan tapahtuman suunnittelusta, kuten budjetista, ajankohdasta, aikataulutuksesta, työryhmästä, tapahtumapaikasta, yhteistyökumppaneiden hankkimisesta, tapahtuman suojelijasta, esiintyjästä, tarjoilusta ja syvemmin markkinoinnista. Seuraavaksi tulee tapahtuman toteutusosio, jossa on käsitteeseen kirjattu tapahtuma. Tapahtumakäsitteellä tarkoitetaan kronologisesti etenevää kuvausta tapahtumasta. Tapahtumakäsitteellä tapahtuman järjestäjät saavat kokonaiskuvan tapahtuman kulkusta. (Vallo ja Häyrynen 2016, 317.) Viimeiseksi kerrotaan tapahtuman jälkeen huomioitavista ja tehtävistä asioista.



Kun tuotoksen valmistuminen lähestyi, se lähetettiin sähköpostilla toimeksiantajalle tarkasteltavaksi. Mukana oli kysymyksiä sekä mahdollisuus antaa ideoita ja kommentteja. Tämän jälkeen käsikirjaa täydennettiin uusilla tiedoilla ja parannusehdotuksilla. Seuraavaksi käsikirjaa esiteltiin muotinäytöstiimiin kuuluville henkilöille ja he saivat sen vielä sähköpostilla tarkasteltavaksi. He saivat antaa kommentteja ja lisäyksiä, jotka lisättiin viimeisenä käsikirjaan. Käsikirja oli valmis maaliskuun lopulla, jolloin se luovutettiin LC Kuopio Canthin käyttöön.

### 5.3 Arviointi ja johtopäätökset

Opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa konseptikäsikirja LC Kuopio Canthille, mikä toteutui hyvin. Itse koen opinnäytetyön ja toimeksiantajan eduksi sen, että käsikirjan tekijä oli muu, kuin LC Kuopio Canthin jäsen. Käsikirjaa kootessa osasi huomioida monia pieniä seikkoja, jotka tulee huomioida muotinäytöksen järjestelyissä. Täten päästiin paremmin tavoitteeseen, eli siihen, että käsikirjasta tulee hyvä apuvälinen sellaiselle, joka ei ole ollut aikaisemmin järjestämässä hyväntekeväisyysmuotinäytöstä. Opinnäytetyön tekemisen aikaan moni LC Kuopio Canthin muotinäytöstiimiin kuuluva henkilö on ollut sen järjestämisessä mukana jo monena vuonna. On todennäköistä, että tiimiin kuuluvat henkilöt eivät välttämättä osaa tarkastella asioita ulkopuolisen silmin monen vuoden kokemuksen jälkeen. Tästä syystä oli parempi, että tekijäksi valikoitua henkilö, joka ei ole itse ollut aikaisemmin projektissa mukana ja siten osasi kuvata tehtävät asiat käsikirjaan tarkasti.

LC Kuopio Canthin hyväntekeväisyysmuotinäytöksen suunnitteluun ja toteutukseen perehtyessä, havaitsi muutamia kehitysideoita. Kuten edellisessä kappaleessa kerrotaan, monet muotinäytöksen järjestäjistä ovat olleet monena vuonna muotinäytöstiimissä ja täten he voivat helposti toistaa itseään. Olisiko muotinäytöksen kannalta hyvä olla mukana useampi uusi järjestäjä, jotka voivat tuoda uusia ideoita ja näkökulmia? Tämän seurauksena voi olla entistä parempi ja laadukkaampi hyväntekeväisyystapahtuma. LC Kuopio Canth huomioi hyvin muotinäytöksen yhteistyökumppanit ja osallistujat jälkimarkkinoinnissa. Esimerkiksi osallistujille jää jokin konkreettinen muisto tapahtumasta, esimerkiksi muotinäytöksestä saatava tuotekassi, jonka kautta he saavat tuntea itsensä arvokkaaksi. Se, miten LC Kuopio Canth pystyisi kuitenkin kehittämään toimintaansa, jää heille arvoitukseksi. He eivät kerää palautetta tapahtuman yhteistyökumppaneilta, osallistujilta tai omalta organisaatioltaan. Olisi kannattavaa, että palautetta kerättäisiin, niin tapahtuman yhteistyökumppaneilta ja osallistujilta kuin LC Kuopio Canthin jäseniltä.

Luotettavuustarkastelu on osana jokaista opinnäytetyötä. Työn luotettavuus jää heikoksi, jos reliabiliteettia ja validiteettia ei ole huomioitu. Reliabiliteetilla tarkoitetaan tulosten pysyvyyttä. Validiteetilla tarkoitetaan sitä, että tutkitaan oikeita asioita. Luotettavuutta ei voida parantaa enää jälkijättöisesti. (Kananen 2017, 174-175.) Tässä opinnäytetyössä reliabiliteetti on huomioitu erityisesti lähteen valinnassa. Työn teoriaosuudessa käytetyt lähteet ovat luotettavia. Lähteinä on käytetty niin kirjallisia lähteitä, kuin Internet –lähteitä. Toki on huomioitava, että osassa lähteissä tietoa on kerätty toisista lähteistä. Tämä tarkoittaa, että tässä työssä osa käytetyistä lähteistä on niiden kirjoittajien muunneltua tietoa. Lisäksi itse olen muunnellut tietoa toiseen muotoon kaikista käytetyistä lähteistä, mutta ne eivät olisi suoraan kirjoitettuja. Koen kuitenkin kirjoittaneeni teorian niin, että se ei

ole merkittävästi muuttanut muotoaan. Tämä toteutuu myös kansainvälisiä lähteitä käyttäessä. Konseptikäsikirjan sisältöä voidaan pitää luotettavana, koska tietoa kerättiin esimerkiksi palaveri- osallistumalla ja nämä palaverit nauhoitettiin. Nauhoitteelta pystyttiin tarkistamaan tietoa, jos oli epävarmuutta siitä. Lisäksi tietoa saatiin myös toimeksiantajaa haastatteleamalla, jotta sai tarkennuksia tiettyihin asioihin. Voidaan siis katsoa, että koko opinnäytetyö on luotettava reliabiliteetin kannalta. Validiteetti toteutui tässä opinnäytetyössä hyvin, koska työn aihe painottui tapahtuman toteuttamiseen. Tästä syystä tutkittiin paljon tapahtuman tuotantoa, koska teoriaosuus koostui siihen koskevista asioista. Validiteetti toteutui tässä työssä, koska teoriaosa kirjoitettiin oikeasta asiakokonaisuudesta.

#### 5.4 Jatkotutkimusmahdollisuudet

Vaikka tämä opinnäytetyö on toiminnallinen opinnäytetyö, on tästä mahdollista saada jatkotutkimuksia. Tutkimuksen aiheena voi olla esimerkiksi LC Kuopio Canthin hyväntekeväisyysmuotinäytöksen kehittäminen tai laajentaminen. Tutkimukset voidaan toteuttaa esimerkiksi asiakastytyväisyyskyselyllä muotinäytöksen osallistujille tai tyytyväisyyskyselyllä muotinäytöstiimin jäsenille. Tämän opinnäytetyön tarkoitus oli luoda konseptikäsikirja tapahtuman toteuttamiseen, joten jossakin vaiheessa voi olla paikallaan käsikirjan päivittäminen uuteen tietoon.

## 6 POHDINTA

Viimeisessä pääkappaleessa kerrotaan koko opinnäytetyöprosessista. Aluksi kuvataan koko opinnäytetyöprosessia. Esimerkiksi työskentelyä, konseptikäsi kirjan työstämistä ja prosessin etenemistä. Tämän jälkeen perustellaan aiheen rajausta. Lisäksi kerrotaan omasta ammatillisesta edistymisestä, kuten prosessin aikana koetuista haasteista ja missä onnistuttiin.

Aihe opinnäytetyölle saatiin toukokuussa 2019. Aihetta tarjosi Savonia-ammattikorkeakoulun opettaja, joka on myös itse mukana LC Kuopio Canthin toiminnassa. Aihe vaikutti heti mielenkiintoiselta ja tukevan hyvin opintoja, joten se oli luonnollista valita opinnäytetyöhön aiheeksi. Tapahtuman tuottaminen on opinnäytetyön tekijää kiinnostava aihe ja on yksi tärkeä kulmakivi restonomiopinoissa. Lisäksi aiheesta teki mielenkiintoisen se, että kyseessä oli hyväntekeväisyysmuotinäytöksen työstäminen, eli kyseessä ei ollut kaikkein tavallisimman tapahtuman tuottaminen.

Heti kun aiheen oli saanut, oli toimeksiantajan kanssa tapaaminen, jossa keskusteltiin käytännön asioista ja tulevasta yhteistyöstä. Lisäksi oli osallistuminen ensimmäiseen muotinäytöspalaveriin, josta sai heti ensimmäisiä materiaaleja konseptikäsi kirjaan. Tässä palaverissa sovimme opinnäytetyön olevan osittain salainen ja että palavereissa saa nauhoittaa, jotta materiaalia voi hyödyntää hyvin jatkossa. Kesällä 2019 opinnäytetyön työstäminen keskeytyi muun muassa opinnäytetyön tekijän kesätyön takia. Syksyllä resurssit olivat taas paremmat opinnäytetyön työstämiseen, joten silloin pääsi vihdoin kunnolla aloittamaan työskentelyn. Alkuvaihe ei kuitenkaan sujunut ongelmitta, vaan silloin havahtui, kuinka alkuun pääseminen tuotti vaikeuksia ja koostui monesta vaiheesta. Tuli tehdä aiheanalyysi ja työsuunnitelma sekä keskustella opettajan kanssa, kuka tulee olemaan ohjaaja. Lisäksi kyseessä on ensimmäinen opinnäytetyö itselle, joten kaikki oli aivan uutta. Koulun puolelta sai onneksi hyvin vinkkejä ja tukea.

Syys- ja lokakuun työskentely painottui vain opinnäytetyöhön, mutta lokakuun lopulla alkoi myös konseptikäsi kirja tekeminen. Koin tärkeäksi lähteä ensimmäiseksi kirjoittamaan opinnäytetyön raporttiosuuden teoriaa, koska arvelin sen auttavan lähteä tekemään konseptikäsi kirjaa. Kun oli teorian ymmärtänyt, oli helpompi lähteä kirjoittamaan todellisen tapahtuman suunnittelusta, toteutuksesta ja muista elementeistä. Syksyn aikana oli muotinäytöksen palavereja, joihin osallistui ja keräsi lisätietoja. Palavereja oli noin yksi kuukaudessa. Palavereiden lisäksi täytyi kysyä tarkentavia kysymyksiä ja lisätietoja. Tämä tehtiin joko sähköpostilla tai tapaamisilla.

Käsi kirjan työstämisessä oli omat kompastuskivensä, esimerkiksi alussa, kun edessä oli vain tyhjä tiedosto. Kun lähti pienin askelin liikkeelle, esimerkiksi aloittamalla vain sisällysluettelon tekemisen, alkoi työ edetä ja hahmottua. Kun rakenne oli selvä, oli sitä helpompi lähteä työstämään. Lisäksi erilaisten kuvien ja kaavioiden tekeminen ja niiden liittäminen työhön oli haastavaa. Uusia asioita ja ohjelmia opettelemalla käsi kirjaa saatiin kuitenkin lopulta elävöitettyä. Käsi kirja meinasi joskus jäädä opinnäytetyön varjoon. Oli muistettava käsi kirjan tärkeys koko prosessissa, koska se oli osana arviointia. Lisäksi koin tärkeäksi tehdä toimeksiantajalle laadukasta työtä, jota he voivat varmasti hyö-

Koen, että olisin voinut keskittyä enemmän käsikirjan työstämiseen jo prosessin alkuvaiheessa, koska opinnäytetyöprosessi venyi pitemmäksi, mitä oli suunniteltu. Tämä jäi hieman harmittamaan.

Prosessin kolme viimeistä kuukautta sujui vaihdellen. Ajoittain sujui hyvin, kun taas joskus oli suuria haasteita työskentelyssä. Loppuvaiheen koki stressaavana, mutta toisaalta, se on luonnollista suurten projektien lopuksi. Koin koko opinnäytetyön tekemisen opettavaisena. Opin esimerkiksi paljon itsestäni opiskelijana ja opintojeni teoriaa, jota voin jatkossa hyödyntää työelämässä.

Kun aiheen sai, oli aluksi mietittävä, mitä kaikkea halutaan tuoda teoriaosuuteen. Joitakin asioita oli pakko jättää kokonaan pois. Esimerkiksi tapahtuman johtamisesta ei ole teoriaosuudessa. Tähän ratkaisuun päädyttiin, koska aihe ei varsinaisesti koske johtamista ja jotta aihe ei olisi liian laaja. Koska aihe on vahvasti tapahtuman toteuttamista, oli luonnollista tehdä teoriaosuuteen yksi pääkappale tästä. Tässä pääkappaleessa haluttiin yksityiskohtaisesti kertoa, mistä kaikesta tapahtuman toteuttaminen koostuu ja mitkä vaiheet siihen kuuluvat. Aivan kuten käsikirjassa, mutta vain teoriassa. Tähän ratkaisuun päädyttiin, koska se on vahvassa osassa aihetta. Ennen toteuttamista oli kuitenkin hyvä selittää tapahtumaa käsitteenä ja sitä koskevia asioita. Oli helpompi lähteä kertoa tapahtuman toteuttamista, kun ensin on kerrottu esimerkiksi sen ominaisuuksista ja luokittelutavoista. Myös tapahtuman laatua koskevia teorioita haluttiin tuoda tässä esille, jotta ymmärtää, mistä syntyy laadukas tapahtuma.

Toimeksiantaja oli alusta asti aktiivisesti mukana toimeksiannossaan, mikä helpotti työskentelyä. Toimeksiantajan aktiivisuus loi tunteen, että on tekemässä oikeasti tarpeellista työtä, josta on tulevaisuudessa hyötyä. Tämä oli tärkeä tunne, koska opinnäytetyöllä on painoarvoa opinnoissa, joten on hyvä kokea työn olevan tärkeä myös toimeksiantajalle, eikä vain sen tekijälle. Aktiivisella yhteydenpidolla ja työskentelyllä toimeksiantajan kanssa sai arvokasta kokemusta, minkälaista työskentely yhteistyökumppanin kanssa tulee olemaan työelämässä.

Haastetta opinnäytetyön tekemisessä toi erityisesti aikataulu ja siitä kiinni pitäminen. Ajoittain ongelmana oli myös hyvien ja luotettavien lähteiden löytäminen. Kun lähteiden etsimiseen meni paljon aikaa, se näkyi heti aikataulun venymisessä. Oli myös hetkiä, kun tietoa ei yksinkertaisesti löytänyt kattavasti. Tällöin oli tehtävä päätös, tuleeko kyseistä asiaa vain vähän vai tuleeko sitä lainkaan. Tein päätöksiä sen mukaan, kuinka tärkeiksi koin ne kokonaisuuden kannalta ja vaikuttaako miten lukijaystävällisyyteen. Aikataulun venyminen ei kuitenkaan loppujen lopuksi ollut kovin suuri ongelma, koska se ei esimerkiksi vaikuttanut negatiivisesti opintoihin tai valmistumisen tavoiteaikaan. Aikataulutuksessa olisi kuitenkin voinut parantaa, koska se olisi helpottanut omaa stressiä, erityisesti työskentelyn loppuvaiheessa.

Koko opinnäytetyöprosessi oli minulle kokonaisuudessaan opettavainen matka. Prosessin alussa ei ollut mitään kokemusta vastaavanlaisesta kirjallisesta työstä, joten opin, mistä opinnäytetyö koostuu ja miten sitä työstetään. Onnistuin myös henkilökohtaisessa tavoitteessani, eli oppia syvemmin alani

tietystä aihealueesta. Olen erityisesti tyytyväinen siihen, että jaksoin työskennellä ahkerasti prosessin loppuun asti. Loppuvaiheessa alkoi jaksaminen ja motivaatio olla vähissä, mutta onneksi jaksoi tehdä kaiken huolella loppuun asti. Tämä olisi saattanut jäädä harmittamaan myöhemmin.

## LÄHTEET

BEECH, John, KAISER, Sebastian and KASPAR, Robert 2014. The business of events management. Harlow: Pearson.

GETZ, Donald 2005. Event management & event tourism. Second Edition. New York: Cognizant Commucation.

ETELÄ-POHJANMAAN LIITTO s.a. Tapahtumajärjestäjän opas [verkkójulkaisu]. Etelä-Pohjanmaan liitto. [Viitattu 2019-10-02.] Saatavissa: [https://www.epliitto.fi/images/C\\_57\\_Tapahtumajarjestajan\\_opas.pdf](https://www.epliitto.fi/images/C_57_Tapahtumajarjestajan_opas.pdf)

IISKOLA-KESONEN, Hanna 2004. Mitä, miksi, kuinka?: käsikirja tapahtumajärjestäjille. Helsinki: Suomen liikunta ja urheilu.

KANANEN, Jorma 2017. Laadullinen tutkimus pro graduna ja opinnäytetyönä. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

KAUHANEN, Juhani, JUURAKKO, Arto ja KAUHANEN, Ville 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Porvoo: WSOY.

LIONS CLUB KUOPIO CANTH 2019. Järjestön nettisivut [verkkójulkaisu]. [Viitattu 2019-12-03.] Saatavissa: <https://e-clubhouse.org/sites/kuopiocanth/>

MUHONEN, Riikka Mari ja HEIKKINEN, Laura 2003. Kohtaamisia kasvokkain: tapahtumamarkkinoinnin voima. Helsinki: Talentum.

O'TOOLE, William 2011. Events feasibility and development: from strategy to operations. Burlington: Butterworth-Heinemann/Elsevier.

PALLONEN-ERIKSSON, Elina 2019-10-24. Muotinäytöstiimin projektivastaava. [Sähköpostikeskustelu.]

QUINN, Bernadette 2013. Key concepts in event management. London: Sage.

RUOSTESAARI, Anne (toim.) 2016. Tapahtuma, tavoite, toteutus, tulos. Helsinki: Mediatalo Keski-suomalainen Oyj Aikakauslehtiryhmä.

SHONE, Anton and PARRY, Bryn 2004. Succesful event managmen. Second Edition. London: Sage.

SUOMEN LIONS-LIITTO RY 2019a. Aktiviteetit ja keräykset [verkkójulkaisu]. Suomen Lions-liitto ry. [Viitattu 2019-09-25.] Saatavissa: [https://www.lions.fi/jarjesto/lionstoiminta/aktiviteetit\\_ja\\_keraykset/](https://www.lions.fi/jarjesto/lionstoiminta/aktiviteetit_ja_keraykset/)

SUOMEN LIONS-LIITTO RY 2019b. Suomen Lions-liitto järjestönä [verkkójulkaisu]. Suomen Lions-liitto ry. [Viitattu

SUOMI.FI 2018. Yleisötilaisuuden järjestäjän muistilista [verkkajulkaisu]. Oikeusministeriö. [Viitattu 2020-01-08.] Saatavissa: <https://www.suomi.fi/kansalaiselle/oikeudet-ja-velvollisuudet/turvallisuus-ja-jarjestys/opas/jarjestys/yleisotilaisuuden-jarjestajan-muistilista>

VALLO, Helena 2009. Isännöiden ihanaisuus. Helsinki: Infor.

VALLO, Helena ja HÄYRINEN, Eija 2016. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma.

VAN DER WAGEN, Lynn and WHITE, Lauren 2010. Events management: for tourism, cultural, business and sporting events. Frenchs Forest: Pearson cop.

VILKKA, Hanna ja AIRAKSINEN, Tiina 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. 1.-2. painos. Helsinki: Tammi.

VISIT TAMPERE, 2018a. Tapahtuman turvallisuus [verkkajulkaisu]. Visit Tampere Oy. [Viitattu 2020-01-08.] Saatavissa: <https://visittampere.fi/ammattilaiset/tapahtumajarjestajille/tapahtumajarjestajan-opas/tapahtuman-turvallisuus/>

VISIT TAMPERE, 2018b. Tapahtuman jälkeen [verkkajulkaisu]. Visit Tampere Oy. [Viitattu 2020-01-08.] Saatavissa: <https://visittampere.fi/ammattilaiset/tapahtumajarjestajille/tapahtumajarjestajan-opas/tapahtuman-jalkeen/>

## LIITTEET

## LIITE 1: KONSEPTIKÄSIKIRJAN KANSILEHTI



**Yhdessä  
olemme  
enemmän**

