

Tapahtumakonseptin kehittäminen Helsinki Congress Paasitornin yleisötapahtumille

Ida Hietanen



Tekijä Ida Hietanen	
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Tapahtumakonseptin kehittäminen Helsinki Congress Paasitornin yleisötapahtumille	Sivu- ja liitesivumäärä 35 + 8
<p>Opinnäytetyö on toteutettu toimeksiantona kokous- ja kongressikeskus Helsinki Congress Paasitornille. Opinnäytetyön tarkoituksena on luoda toimeksiantajalle tapahtumakonsepti, joka toimii toimintamallina heidän tuottamilleen yleisötapahtumille. Tapahtumakonsepti on tuotettu erillisenä tuotoksena Powerpoint -esityksen muodossa, joka on tarkoitettu toimeksiantajan omaan käyttöön.</p> <p>Tavoitteeksi opinnäytetyölle asetettiin lopputulos, josta toimeksiantaja kokee hyötyvänsä tulevaisuuden yleisötapahtumia ajatellen. Pyrkimyksenä oli luoda tapahtumakonsepti, joka helpottaisi toimeksiantajan tapahtumien tuottamista ja niiden kehittämistä.</p> <p>Opinnäytetyön alkuun esitellään Paasitornin syksyn 2019 yleisötapahtumat, jotka olivat Dekkarifestivaali, Paasitorni Boxing Gaala II, "Arkihuolesi kaikki heitä" – Elegian joulukonsertti sekä Rockabilly Xmas Juttis&Bygga. Tapahtumien esittelyjen yhteydessä tuodaan myös esille työharjoittelun myötä koetut kokemukset ja havainnot tapahtumista.</p> <p>Tämän jälkeen opinnäytetyössä siirrytään teoriaosuuteen, missä käsitellään tapahtumakonseptia ja siihen kuuluvaa teoriaa. Tapahtumakonseptin teoria käsittelee yleisötapahtumien tuottamiseen liittyviä olennaisia aihealueita, jotka koostuvat strategisista ja operatiivisista kysymyksistä.</p> <p>Seuraavaksi työssä kerrotaan, kuinka ja millä tavoin toimeksiantajan yleisötapahtumille soveltuva tapahtumakonsepti on kehitetty. Tämän jälkeen seuraa tapahtumakonseptin, eli tuotoksen esittely. Tapahtumakonsepti luotiin Paasitornin syksyn 2019 yleisötapahtumia analysoiden oman kokemuksen pohjalta ja peilaten niitä opinnäytetyössä kerrottuun teoriaan.</p> <p>Opinnäytetyön lopputuloksena syntyi onnistuneesti kehitetty tapahtumakonsepti. Tapahtumakonsepti sisältää Onnistuneen tapahtuman mallin ® strategisista ja operatiivisista kysymyksistä tuotetun toimintamallin. Jatkuvalla yhteistyöllä toimeksiantajan kanssa, tapahtumakonseptista onnistuttiin tekemään toivotunlainen. Toimeksiantajan on tarkoitus ottaa tapahtumakonsepti käyttöönsä heidän tuottaessaan yleisötapahtumiaan, missä tapauksessa tuotos tulee myös toivotusti hyötykäyttöön.</p>	
Asiasanat Yleisötapahtumat, tapahtumakonsepti, kokous- ja kongressikeskus	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Paasitornin syksyn 2019 yleisötapahtumat.....	3
2.1	Dekkarifestivaali	4
2.2	Paasitorni Boxing Gaala II.....	4
2.3	"Arkihuolesi kaikki heitä" – Elegian joulukonsertti.....	6
2.4	Rockabilly Xmas Juttis & Bygga	7
3	Tapahtumakonsepti	9
3.1	Strategiset kysymykset.....	9
3.1.1	Tavoite ja viesti.....	10
3.1.2	Kohderyhmä	12
3.1.3	Lähtökohdat.....	13
3.2	Operatiiviset kysymykset.....	15
3.2.1	Tapahtumaprosessi.....	15
3.2.2	Sisältö ja ohjelma	22
3.2.3	Vastuuhenkilöt.....	23
3.3	Onnistuneen tapahtuman malli ®.....	25
4	Tapahtumakonseptin kehittäminen Paasitornin yleisötapahtumiin	27
5	Paasitornin yleisötapahtuminen tapahtumakonseptin esittely	30
6	Pohdinta.....	32
	Lähteet	34
	Liitteet.....	36
	Liite 1. Opinnäytetyön tuotos	36

1 Johdanto

Opinnäytetyöni tehdään toimeksiantona kokous- ja kongressikeskus Helsinki Congress Paasitornille. Aiheeni on kehittää yrityksen yleisötapahtumille suunnattu tapahtumakonsepti, jota he voivat käyttää jatkossa toimintamallina tuottamilleen yleisötapahtumille. Opinnäytetyö on toteutettu produktiivisena työnä. Kehittämistyö perustuu omaan kokemukseeni yleisötapahtumien tuottamisen parissa Paasitornissa. Suoritin työharjoitteluni Paasitornissa syksyllä 2019, jossa pääsin koordinoimaan ja toteuttamaan Paasitornin syksyn yleisötapahtumia. Näiden yleisötapahtumien pohjalta, esimiehilläni heräsi idea, että tuottaisin heille opinnäytetyöni tuotoksena toimintamallin heidän yleisötapahtumilleen. Aihe oli kiinnostava, niin itseni kuin toimeksiantajan mielestä, joten päätös lähteä toteuttamaan työtä oli melko helposti päätetty.

Koen työni aiheen tukevan koulutustani ja suuntautumistani opinnoissani. Opinnoissani suuntaudun tapahtumatuotantoon ja aiheenikin käsittelee tapahtumien tuottamista. Olen rajannut aiheeni siten, että opinnäytetyöni teoriaosuudessa keskityn tapahtumien tuottamiseen eli siihen mistä asioista tapahtumakonsepti koostuu. Työni tuotoksessa käsitelen Paasitornin syksyn 2019 yleisötapahtumia, joiden pohjalta kehitän työni tuotoksen eli tapahtumakonseptin. Tuotokseni löytyy opinnäytetyöni liitteistä.

Opinnäytetyön tavoitteena on lopputulos, josta toimeksiantaja hyötyy sekä kokee sen merkittäväksi tulevaisuuden tapahtumiaan ajatellen. Opinnäytetyön tarkoitus on auttaa Paasitornia kehittämään heidän jatkoansa saaneita tai täysin uusia yleisötapahtumiaan toimivalla toimintamallilla. Valmis toimintamalli helpottaa tapahtumien tuottamista merkittävästi, kun ei tarvitse aina aloittaa alusta. Hyödyllisessä käytössä opinnäytetyöni sekä sen tuotos on silloin, kun niitä hyödyntäen on voitu tuottaa onnistuneita tapahtumia Paasitornissa. Opinnäytetyöaiheeni myös tukee tavoitettani oppia luomaan tapahtumakonsepti. Sen oppiminen lisää tietämystäni aiheesta sekä tukee myös ammatillista kasvuani. Tavoitteeni aion saavuttaa ahkeralla ja aikataulutetulla työskentelyllä.

Tavoitteideni ja työni luettavuuden kannalta olennaiset käsitteet ovat tapahtumakonsepti ja siihen kuuluvat strategiset ja operatiiviset kysymykset. Strategiset kysymykset koostuvat tapahtuman tavoitteisiin, viesteihin, kohderyhmiin ja lähtökohtiin liittyvistä kysymyksistä. Sen sijaan operatiiviset kysymykset koostuvat tapahtuman prosesseihin, sisältöön ja ohjelmaan sekä vastuuhenkilöihin liittyvistä kysymyksistä. Näiden käsitteiden pohjalta työni teoria ja niistä tehty tuotos rakentuvat. Tärkein lähde työni käsitteideni kannalta on

Helena Vallon ja Eija Häyrisen kirja nimeltään ”Tapahtuma on tilaisuus – tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen” vuodelta 2016. Kirjassa esitellään kyseinen tapahtumakonsepti, josta teoriaosuuskin koostuu. Halusin lähteä rakentamaan teoriaosuuttani etenkin tämän lähteen pohjalta, koska lähde sisälsi tärkeimmän osan teoriaosuudestani, eli tapahtumakonseptin. Valitsin Vallon ja Häyrisen tapahtumakonseptin siitä syystä, että se tuntui toimivalta ja luonnolliselta toimintamallilta, jota lähteä kehittämään juuri Paasitornin yleisötapahtumille.

Opintojeni myötä opitut asiat ovat hyödyllisessä käytössä opinnäytetyön teossa. Opintojeni aikana minulle on kertynyt kokemusta tapahtumien tuottamisesta niin teoreettisesti kuin konkreettisesti. Omat kokemukseni Paasitornin yleisötapahtumien tuottamisesta työharjoittelun aikana myös hyödyttävät työtäni. Koen aiheeni olevan myös hyödyllinen tulevaisuuden työmahdollisuuksien kannalta. Mikäli tapahtumatuotanto kiinnostaa minua vielä jatkossa tulevaisuuden ammattia ajatellen, tässä tapauksessa työni aihe lisää tietämystäni tapahtumien tuottamisesta konseptina sekä kasvattaa asiantuntijuuttani aiheesta.

2 Paasitornin syksyn 2019 yleisötapahtumat

Yleisötapahtumalla tarkoitetaan yleisölle avointa tapahtumaa kuten kulttuuri- tai urheilutapahtumaa, huvitilaisuutta tai jotain muuta vastaavanlaista tapahtumaa, johon ihmisillä on pääsy joko maksua vastaan tai ilman. Yleisötapahtumia voi järjestää esimerkiksi yksityinen henkilö, yritys tai yhdistys. Yleisötapahtumia voi olla hyvin erilaisia, mutta jokaista niitä yhdistävä tekijä on ihmisten yhteen tuominen. Tapahtumalla on olemassa aina jokin tarkoitus tai merkitys. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 23; Lyyti, 11.)

Helsinki Congress Paasitorni on kokous- ja kongressikeskus, joka sijaitsee Helsingin Silta- saarella. Nykyinen Paasitorni valmistui Helsingin työväentaloksi 1908, kunnes Paasitorni nimettiin kokouskeskukseksi vuonna 1987. Paasitorni järjestää niin kokouksia, juhlia kuin tapahtumia 8-800 hengelle heidän 30:ssä omalmeisessä ja muunneltavassa tilassa. Paasitorni vuokraa tilojansa asiakkaidensa, erityisesti B2B, järjestämiin tapahtumiin. Paasitornin viisi persoonallista ravintolaa tarjoaa asiakkailleen upeat puitteet ja tarjoilut niin arkeen kuin juhlaan. Ravintolakolmio -konsernin / Graniittiravintolat Oy:n alla toimivat ravintolat Paasitornissa ovat Paasiravintola, Paasin Kellari, Meripaviljonki, Graniittilinna ja Juttutupa. Kokonaisuuden täydentää myös Paasitornin yhteydessä oleva Scandic Paasi, joka tarjoaa 170 tarinallista hotellihuonetta niin Paasitornin, kuin hotellin omille asiakkaille. (Helsinki Congress Paasitorni 2017, 3.)

Mitä tulee yleisötapahtumiin Paasitornissa, voidaan mennä historiassa taaksepäin 1940 – 50-luvuille, jolloin Paasitornin juhlasalissa pidettiin viikoittain kaupungin suosituimpia tansseja. 1960-1970 luvulla Paasitorni toimi myös yhtenä Helsingin keskeisimpänä livekonsertti -paikkana. Näihin aikoihin päivätansseja alettiin pitämään myös nykyisessä Paasiravintolassa. Paasitornin järjestämät tanssit ja diskot vetivät puoleensa paljon nuorisoa, kun taas viikonloppuisin vanhempaa väkeä. Paasitornin historiaan viitaten voidaan todeta, että Paasitornilla on jo monen vuosikymmenen takaa kokemusta järjestämisistään yleisötapahtumista. (Helsinki Congress Paasitorni 2017, 2.)

Paasitornin toiminta on perustunut erilaisten kokousten, seminaarien sekä verkottumis- ja koulutustapahtumien pitämiseen, mutta näiden lisäksi talo on kuitenkin myös tunnettu juhlatalo jo entuudestaan. Yleisötapahtumat ovat saaneet lähivuosikymmenillä väistyä muun toiminnan tieltä, mutta syksy 2019 toi yleisötapahtumat takaisin erilaisilla pilottitapahtumillaan. Vuoden 2019 syksy olikin Paasitornille hyvin tapahtumarikasta aikaa vuodesta. Evento-lehden numeron 4/2019 haastattelussa Paasitornin toimitusjohtaja Osku Pajamäki

kommenttoikin Paasitornin yleisötapahtumien jatkumon tapahtuvan elävän musiikin ja bilehenkisten tapahtumien parissa. Haastattelussa Pajamäki ja Graniittiravintoloiden toimitusjohtaja Joonas Keskinen toteavat, että tapahtumia ei tulisi myöskään nähdä vain kerran pidettävänä tapahtumina, vaan toistuvana konseptina. Pajamäki tuo myös ilmi yleisötapahtumien tärkeyden sopia Paasitornin kuvaan ja Pajamäen (2019) mukaan ”Punaisena linkana tapahtumien suhteen pidämme sitä, että niiden tulee istua Paasitorniin. Tila ja tapahtuma täydentävät toisiaan” (Evento-lehti 2019). Kyseisen syksyn aikana Paasitornissa järjestettiin yhteensä neljä sisällöltään erilaista yleisötapahtumaa. Seuraavaksi tulen esittelemään kyseiset tapahtumat niiden kronologisessa aikajärjestyksessä ja pohjaudun niissä myös omaan kokemukseeni kyseisistä tapahtumista.

2.1 Dekkarifestivaali

Viidettä kertaa järjestetyt Dekkarifestivaalit saivat paikkansa ensimmäistä kertaa Paasitornissa 21. syyskuuta 2019. Dekkarifestivaalien ohjelma sisälsi erilaisia keskusteluja, kirjailijatapaamisia, pakohuonepelin sekä viihteellisen rikosillallisen, jonka esitti Improvisaatioteatteri Stella Polaris. Tapahtuman järjestäjänä toimi Dekkarifestivaalien aiempien vuosien tapaan kustannusosakeyhtiö Tammi. Paasitorni tuki omissa sosiaalisen median kanavissaan tapahtuman järjestäjän markkinointia. Dekkarifestivaali oli yleisölle avoin tapahtuma maksua vastaan. Kohderyhmä tapahtumalle oli avoin, mutta tapahtuma sisällöltään oli kuitenkin suunnattu dekkari -kirjallisuuden ystäville.

Harjoitteluni Paasitornissa oli juuri alkanut, joten kyseisen tapahtuman järjestämiseen en kerennyt mukaan. Osallistuin kuitenkin tapahtumaan, joka avasi silmiäni tämän tyylliselle tapahtumalle ja antoi minulle myös käsityksen Paasitornin yleisötapahtumista, joita pääsinkin syksyn aikana järjestämään. Tehtäväkseni sain myös tuottaa tapahtumasta sisältöä Paasitornin Instagram -tilille, jossa esittelin tapahtumassa järjestetyn pakohuonepelin.

2.2 Paasitorni Boxing Gaala II

Paasitorni Boxing Gaala järjestettiin Paasitornissa ensimmäistä kertaa 2018, joka saikin jatkoa Paasitorni Boxing Gaala II:na 11. lokakuuta 2019. Paasitornin taustayhteisön (Helsingin Työväenyhdistyksen) yksi jäsenjärjestöistä on nyrkkeilyseura Helsingin Tarmo, jonka harjoittelusali sijaitti rakennuksessa aina vuoteen 2010 saakka. Nyrkkeilyllä on osaa Paasitornin historiassa, kun 1950 -luvulla Paasitornissa otteli tunnettu GeeBee. Jo toisen kerran järjestetyllä nyrkkeilytapahtumalla on siis syvempikin merkitys.

Paasitorni Boxing Gaala II:en kohderyhmänä nähtiin niin nyrkkeilystä ja urheilusta kiinnostuneet henkilöt, yritykset ja yhteisöt, jotka olivat jollain tavalla sidoksissa urheiluun, kuin myös erilaiset ammattiliitot. Potentiaalisena kohderyhmänä nähtiin myös Helsinki-Tallinna välisiä suhteita ylläpitävät tahot. Kohderyhmiä lähestyimme henkilökohtaisesti.

Tapahtuma oli alun perin tarkoitus olla kaksipäiväinen tapahtuma, mutta tuotannollisista syistä, tapahtuma järjestettiin yksipäiväisenä. Tapahtumaa Paasitornin lisäksi järjesti Helsingin Tarmo, ammattilaisotteluissa KD Boxing ja tapahtuman promoottorina toimi Ervin Kade. Tapahtuma koostui Helsinki-Tallinna välisistä amatöörien kaupunkiotteluista sekä ammattinyrkkeilyotteluista. Gaalailtaa pystyi juhlistamaan myös pöytiin tarjoiltavalla illallisella, joka järjestettiin itse ottelusalissa. Tapahtuman pääsylippujen myynnistä vastasi Tiketti.

Markkinointia toteutettiin Paasitornin sosiaalisen median kanaviin hyvissä ajoin ennen tapahtuman ajankohtaa. Paasitornin puolesta tuotimme muun muassa sisältöä Paasitornin omille nettisivuille, Facebookiin sekä Instagramiin. Mainontaa toteutimme myös Paasitornin infonäytöillä. Tapahtuman muut järjestäjät hoitivat markkinointia myös tapahtuman omalla Facebook -sivulla sekä Tiketissä. Tapahtuman aikana, taltioimme tapahtumaa kuvin ja videoiden kera, joita hyödynsimme niin tapahtuman aikana kuin myös jälkimarkkinoinnissa.

Paasitorni Boxing Gaala II:en oli ensimmäinen tapahtuma, jota pääsin koordinoimaan työharjoitteluni aikana. Pääasiassa koordinoidessani tapahtumaa olin vastuussa talon sisäisestä koordinoimisesta, kuin myös yhteistyöstä muiden järjestäjien kanssa. Koordinointi talon sisäisesti tarkoitti sitä, että varmistin kokouspalveluiden, ravintoloiden sekä myyntipalvelun tietävän missä mennään tapahtumaan liittyen. Jokaisella taholla oli kuitenkin oma vastuu tapahtuman järjestämisessä, joten oli tärkeää, että kaikki oli samalla viivalla. Muiden järjestäjien kanssa oli tärkeää, että kommunikoimme tarpeeksi ja, että teimme aktiivista yhteistyötä tapahtuman järjestelyihin liittyen. Jotta yhteistyö oli aktiivista, pidimme tapaamisia sekä kommunikoimme jatkuvasti sähköpostin ja puhelimen välityksellä. Koordinoimisen lisäksi vastuualueisiini kuului myös tapahtuman markkinointimateriaalien tuottaminen, toteuttaminen sekä budjetointi.

Tapahtuma oli kokonaisuudessaan onnistunut ja hyvin antoisa mieltien mahdollista jatkoa tapahtumalle Paasitornissa. Koordinoijana tapahtuma opetti paljon uutta tapahtumien järjestämisestä ja myös mihin asioihin samantyyllisissä tapahtumissa jatkossa tulisi kiinnittää

enemmän huomiota. Jonkin aikaa tapahtuman jälkeen pidimme järjestäjien kanssa palautetapaamisen. Tapaamisessa muun muassa kävimme läpi asioita, joissa onnistuimme tapahtumassa ja asioita, jotka ei meidän järjestäjien tai asiakkailta kuulemien palautteiden mukaan täysin onnistuneet.

2.3 ”Arkihuolesi kaikki heitä” – Elegian joulukonsertti

Helsingin Työväen Naiskuoro Elegian joulukonsertti ”Arkihuolesi kaikki heitä” pidettiin Paasitornissa 19. joulukuuta 2019. Konsertin tarkoitus oli välittää viestiä joulun sanomasta ja rauhasta. Tilaisuus oli yhteislaulutilaisuus, jonne oli vapaapääsy. Ennen tilaisuuden alkua, asiakkailta oli mahdollisuus nauttia maksullisesta glögi/kahvitarjoilusta, joka vahvisti joulutunnelmaa. Tarjoiluista oli vastuussa Paasitornin ravintolapalvelut.

Pääsin myös koordinoimaan kyseistä tapahtumaa sekä olemaan vastuussa muista konserttiin liittyvistä järjestelyistä. Yksi tehtävistäni oli luoda konserttiin Naiskuoro Elegian näköiset ohjelmalehtiset sekä yhdessä Paasitornin kongressiteknikon kanssa luoda konsertin teemaan liittyvä visuaalinen ilme konserttisalin valkokankaalle. Tapahtumasta tehtiin myös markkinointia eri Paasitornin sosiaalisen median kanaviin. Näistä oli vastuussa esimieheni, mutta tapahtuman aikana minulla oli vastuu tuottaa materiaalia sosiaalisen median kanaviimme.

Yhdessä Naiskuoron Elegian kanssa pidimme kerran kenraaliharjoitukset ennen esityspäivää. Näihin kenraaliharjoituksiin osallistui minun lisäksi myös Paasitornin kongressiteknikko. Kenraaliharjoitus oli tällaiselle tilaisuudelle hyvin tarpeellinen, sillä oli tärkeää katsoa kaikki tekniikkaan liittyvät asiat läpi kongressiteknikon kanssa. Näin pystyttiin välttämään ikäviltä teknisiltä yllätyksiltä itse tapahtumassa.

Pystyimme ennen tapahtumaa, tehdä suurin piirteisen arvion siitä, kuinka paljon ihmisiä saapuisi paikalle. Vapaapääsy tapahtumaan kuitenkin hankaloitti tarkan arvion tekemistä saapujista. Osuimme arviossamme kuitenkin melko lähelle, joka oli positiivista. Tapahtuma oli kuitenkin yleisesti hyvin onnistunut ja koimme, että joulunsanoma vältyi tapahtuman jouluisella tunnelmalla.

2.4 Rockabilly Xmas Juttis & Bygga

Rockabilly Xmas Juttis & Bygga järjestettiin ensimmäistä kertaa Paasitornin sekä samassa rakennuksessa toimivan Ravintola Juttutuvan kanssa 20. joulukuuta 2019. Juttutupa on entuudestaan tunnettu livemusiikistaan, mutta nyt tapahtuman myötä livemusiikki tuotiin myös Paasitornin - ennen vanhaan tunnetun "Byggan" - puolelle. Tapahtuma toteutettiin porrastetusti kahden eri kerroksen välillä. Tapahtumassa esiintyi yhteensä 4 rockabilly bändiä ja kaksi tiskijukkaa. Bändejä olivat The Hip-Shooters, Mike Bell & The Belltones, Lo-Lites ja pääesiintyjänä Suomessa kovan suosion rockabilly -musiikin bändi The Matchbox. Tiskijukkina toimi Dj Butcher Pete ja Dj Farmer John.

Juttutuvan tapana on ollut aina pitää livekonserttinsa vapaapääsyisenä, ja asia pidettiin niin tässäkin tapahtumassa. Tiketin myymät pääsyliput tapahtumaan oikeutti pääsyn seuraamaan bändejä Paasitornin puolelle. Avoimen yleisön lisäksi tapahtumaamme kutsuttiin kutsuvieraita, jotka olivat jollain tavalla sidoksissa tapahtuman musiikkityyliin. Kohderyhmänämme toimi avoimen yleisön lisäksi yleisesti musiikkialan ihmiset, sekä etenkin rockabilly -musiikin harrastajat.

Tapahtumassa toimi järjestäjinä Paasitornin lisäksi Ravintolakolmio-konserni, sekä bluesministeri Esa Kuloniemi. Rockabilly Xmas Juttis & Bygga oli ainut syksyn yleisötapahtumista, jossa Paasitorni toimi varsinaisena tuottajana Ravintolakolmio Oy:n kanssa. Itse toimin myös koordinoijana tapahtumassa ja pääsinkin työskentelemään kaikkien tapahtuman järjestäjien kanssa aktiivisesti. Koen, että tämän tapahtuman tuottamisen parissa pääsin tekemään eniten töitä. Vastuualueelleni talon sisäisen sekä yhteistyökumppaneiden kanssa koordinoimisen lisäksi kuului niin tapahtuman markkinointiin, hankintoihin, kuin järjestelyihin liittyviä asioita. Lisäksi tehtävänäni oli huolehtia myös pienistä juoksevista asioista. Alla kiteytettynä tehtäviä, joista minulla oli vastuu huolehtia.

- yhteistyö Tiketin kanssa
- artistien majoittumiset ja kuljetukset
- huolehtia artistien vaatimuksien toteutuksesta
- huolehtia pelastussuunnitelman teosta
- kangasrannekkeiden ja kaulanauhojen tilaus
- ravintolan henkilökunnan t-paitojen tilaus
- kerätä kutsuvieraslista
- aikataulujen teettäminen järjestäjille sekä artisteille
- sopia artistien soundcheckit
- erilaisten badgien teko
- artistien emännöinti

Liittyen yleisesti tapahtuman tuottamiseen, Paasitorni oli vastuussa talon sisällä tapahtuvista käytännön asioista, joilla oli tekemistä tapahtuman kanssa. Ravintolakolmio-konserni oli vastuussa Juttutuvan toiminnasta tapahtumassa sekä myös Paasitornin puolella tarjottavista anniskelutuotteista. Bluesministeri Kuloniemen vastuulla oli olla yhteyksissä artistien kanssa ja informoida meitä muita järjestäjiä heidän mahdollisista tarpeistansa. Jokainen järjestäjä otti myös omat vastualueet markkinoinnista ja markkinoinnin eri kanavista, joissa markkinoimme tapahtumaamme.

Tapahtuman markkinointi oli hyvin aktiivista, monessa eri kanavassa. Tapahtumaa markkinoitiin Paasitornin sekä Ravintolakolmio-konsernin omilla Facebook- sekä nettisivuilla. Tapahtumalle tehtiin myös oma Facebook -tapahtumasivu, jota käytettiin aktiivisesti tapahtuman informoimiseen ja viestintään. Hyödynsimme myös Tiketin markkinointikanavia. Pääsimme myös mainostamaan tapahtumaa eri Etelä-Suomen alueen radiokanavissa. Mainoksemme tapahtumasta pääsi myös muutama Helsingin alueen eri sanoma- sekä musiikkilehtiin. Markkinointimme oli sen verran tehokasta ja hyvin toimivaa, että lähestyessämme tapahtuman ennakkolippujen maksimaalista rajaa, jouduimme keskeyttämään tietyt markkinointikampanjamme.

Tapahtuma oli kerta kaikkiaan hyvin onnistunut. Ennakkolippumyynti Tiketissä oli loppumyyty jo muutamaa päivää ennen itse tapahtuman ajankohtaa. Ovelta myydyt pääsyliput kävivät myös lähellä maksimaalista kiintiönsä. Julkaistuamme tapahtuman Facebook -sivulla päivityksen, jossa kiitimme kaikkia tapahtumaan osallistuneita, saimme päivityksen kommenttikenttään kiitosta sekä toivomusta tapahtuman jatkolle.

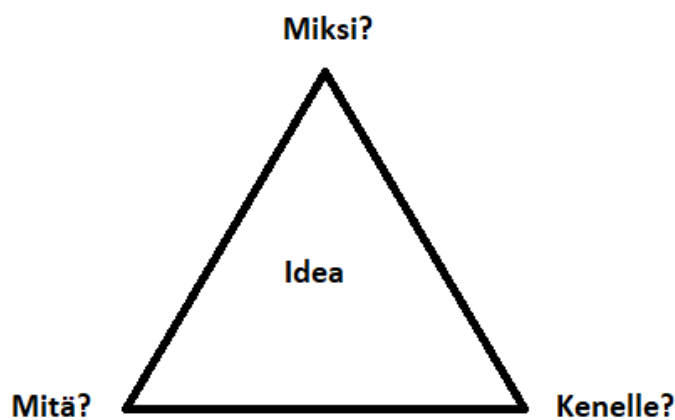
3 Tapahtumakonsepti

Lähtiessä toteuttamaan tapahtumaa, siihen tarvitaan tapahtumakonsepti. Tapahtumakonsepti on toimintamalli, jonka ympärille haluttu tapahtuma suunnitellaan. Toistuvan tapahtuman luominen onnistuneella tapahtumakonseptilla on tehokasta sekä kustannuksia säästävää. Onnistunut tapahtumakonsepti on myös yksinkertainen sekä muunneltavissa oleva. Tapahtumia on erilaisia, ja tapahtumakonseptin teema ja sisältökin yleensä muuttuu tapahtuman mukaiseksi. Näiden muuttuessa, konseptin ydin kuitenkin pysyy ennallaan. (Vallo & Häyrinen 2016, 65.)

Tapahtumakonsepti rakentuu strategisista sekä operatiivisista kysymyksistä. Näistä kahdesta käsitteestä muodostuu Onnistuneen tapahtuman malli ®. Molemmat käsitteet sisältävät kolme kysymystä, joihin tulisi osata vastata ennen tapahtuman suunnitteluun alkamista. (Vallo & Häyrinen 2016, 121.)

3.1 Strategiset kysymykset

Strategiset kysymykset vastaavat kysymyksiin liittyen tapahtumien tavoitteeseen ja viestiin, kohderyhmiin sekä lähtökohtiin.



- Miksi tapahtuma järjestetään?
- Kenelle tapahtuma järjestetään?
- Mitä järjestetään? Missä ja milloin?

Kuva 1. Strategisen kolmion kysymykset (mukaillen Vallo & Häyrinen 2016a)

3.1.1 Tavoite ja viesti

Tapahtuman tavoite ja viesti ovat tärkeä olla mietittynä tarkkaan, kun tapahtumaa lähde-
tään suunnittelemaan. Tavoite käsittelee syytä, miksi tapahtumaa järjestetään ja viesti
puolestaan sitä, mitä kyseisellä tapahtumalla tai tapahtuman aikana halutaan viestiä.

Tapahtumalla voi olla erilaisia tavoitteita, mutta niiden määrittäminen helpottaa huomati-
tavasti tapahtuman käytännön toimia, joilla asetetut tavoitteet pyritään saavuttamaan. Mi-
käli tapahtumassa on mukana muitakin järjestäjiä tai yhteistyökumppaneita, tulisi jokaisen
kumppanin asettaa omat tavoitteensa tapahtumalle. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen
2002, 45; Vallo & Häyrinen 2016, 60, 121-122.)

Yhtenä tapahtuman tavoitteena voi olla taloudelliset tavoitteet. Tapahtuman budjetoinnin
yhteydessä asetetaan yleensä tulostavoitteet. Mikäli tapahtumalla on taloudelliset tavoit-
teet, ne voidaan jakaa kahteen osaan, välillisiin ja välittömiin. (Kauhanen, Juurakko &
Kauhanen 2002, 45)

Välittömissä tavoitteissa yleensä tarkoituksena on hyötyä kertakorvauksen omaisesti suo-
raan tapahtuman aikana, esimerkiksi järjestämällä tapahtumaan oheistapahtumia tai pal-
veluilta. Tapahtuman taloudellinen tulos on näin heti tarkasteltavissa tapahtuman jälkeen.
(Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 45.)

Välillisissä tavoitteissa ei niinkään pyritä saamaan taloudellista hyötyä saman tien itse ta-
pahtumasta. Tavoitteena on luoda tapahtumilla pohjaa suuremmalle taloudelliselle me-
nestykselle. Tapahtuman järjestämä yritys pyrkii esimerkiksi tapahtumillaan esittelemään
potentiaalisille asiakkailleen tarjontaansa ja saada heidät kiinnostumaan tuotteistaan ja
palveluistaan jatkoakin ajatellen. Tapahtuma, joka tavoittelee välillistä taloudellista tavoit-
tetta voi olla esimerkiksi kutsuvierastilaisuus. Välilliset taloudelliset tavoitteet ovat yleensä
pitkän aikavälin hankkeita, niissä taloudellinen tulos ei ole heti tarkasteltavissa, vaan tulos
voidaan arvioida myöhemmin tarkemmin. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 45-
46.)

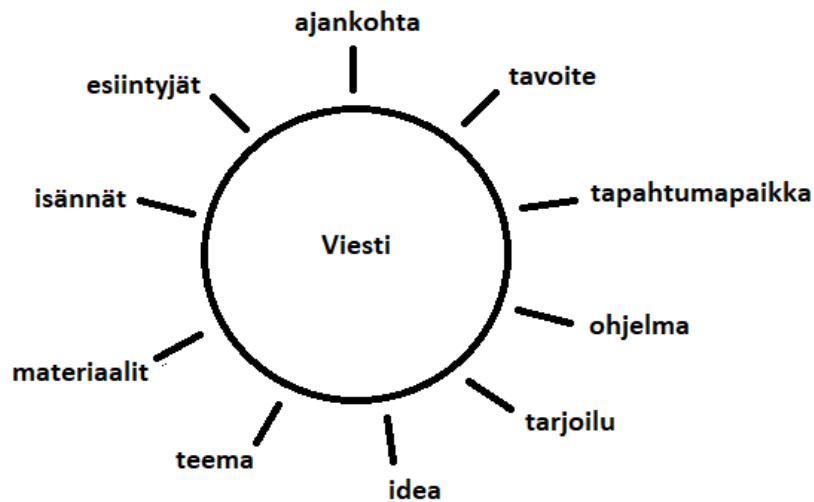
Tapahtuma voi myös taloudellisten tavoitteiden sijaan tavoitella sisällöllisiä tavoitteita. Täl-
löin tapahtuman tarkoitus voi olla esimerkiksi järjestäjän imagon rakentaminen tai koheni-
taminen. Tarkoituksena voi myös olla kerätä yhteen ihmisiä, joita yhdistää tapahtumaan
liittyvä sisältö. Sisällöllisiä tavoitteita voi tarkastella, niin järjestäjän kuin myös osallistujan

kannalta. Osallistujan kannalta, tapahtuman sisällön tavoitteena voisi olla esimerkiksi tapahtuman merkittävyys osallistujalle. Asiaa voisi ajatella siitä näkökulmasta myös, että mitä tapahtuma tarjoaa osallistujalle. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 46.)

Tapahtumalla voi taloudellisten ja sisällöllisten tavoitteiden lisäksi tai sijasta olla myös konkreettinen tavoite. Tapahtuman tavoitteena voi olla esimerkiksi uutuustuotteen lanseeraus ja siitä uusien tilauksien saaminen. Organisaatio voisi esimerkiksi myös järjestää tapahtuman uuden ravintolansa aukaisemiseksi ja konkreettisenä tavoitteena tavoitella tapahtumaan kutsuttuja vieraita tekemään varauksia ravintolaan. Tällaisessa tilanteessa konkreettinen tavoite on myös sidonnainen taloudellisten tavoitteiden kanssa. (Vallo & Häyrinen 2016, 132.)

Pohtiessa tapahtuman järjestämisen syytä, on hyvä samalla miettiä mitä tapahtumalla tai tapahtuman aikana haluaa viestiä. Tätä miettiessä, järjestäjän olisi hyvä vastata kysymyksen, mitä asiaa tapahtuman kohderyhmälle on. Tapahtuman järjestäjä voi viestiä tapahtumallaan esimerkiksi yrityksensä arvoista. Tämä myös auttaa päättämään, minkälaisia sidosryhmiä tapahtumaan kutsutaan. Jos yritys tuo esille tapahtumassaan arvoaan ekologisuutta kohtaan, ei välttämättä tapahtumaan tällöin kutsuta sidosryhmiä, jotka eivät ole tekemisissä ekologisuuden kanssa. (Vallo & Häyrinen 2016, 140.)

Tapahtumalla tulisi olla pääviesti, joka on selkeä. Pääviestiä voi mahdollisesti tukea sivuviestit, mutta todennäköisempää on, että asiakkaalle jää paremmin muistiin yksi selkeä viesti. Viesti tulisi olla itse tapahtumanjärjestäjälle, kuten myös muille tapahtuman yhteistyökumppaneille selvä, jotta viestiä voidaan mahdollisimman onnistuneesti tuoda esille tapahtuman aikana. Viestiin vaikuttavat monet eri tekijät organisaatiossa niin kuin alla oleva kuva 2 kertoo. Tekijöitä voivat olla muun muassa tapahtumapaikka, teema, tarjoilu, ohjelma ja ajankohta. Jokainen tapahtuma viestii itsessään ja sitä tukevat myös useat elementit tapahtumassa. Onnistuneen tapahtuman edellytys on hallita kaikkia näitä elementtejä. (Vallo & Häyrinen 2016, 141-142.)



Kuva 2. Tapahtuman viestiin vaikuttavat tekijät kysymykset (mukaillen Vallo & Häyrynen 2016b)

3.1.2 Kohderyhmä

Järjestetään tapahtumaa minkälaiselle kohderyhmälle tahansa, tulee se aina toteuttaa yhtä huolellisesti. Yleisesti ajateltuna, kohderyhmän voivat muodostaa suuri yleisö sekä rajattu tai avoin kutsuvierasjoukko. Tärkeää on, että kohderyhmän tuntee hyvin, jotta tapahtumasta osataan tehdä oikeankokoinen sekä kohderyhmän näköinen. (Vallo & Häyrynen 2016, 145-146.)

Kohderyhmää päätettäessä, tulee ottaa monikin asia huomioon. Näitä huomioitavia asioita kutsuttavassa ovat muun muassa, sukupuoli, ikä, onko perheellinen vai yksineläjä, urheilullinen vai penkkiurheilija tai tykkääkö olla liikkeellä mieluummin yksin vai kenties avecin kanssa. Kohderyhmän analysointi on hyvin tarkkaa tapahtumaa järjestäessä, ja on tärkeää pitää mielessä myös se, että mikä sopii yhdelle, ei välttämättä sovi kaikille. (Vallo & Häyrynen 2016, 147-148.)

Helpottaakseen kohderyhmän tuntemista, on myös tapa oppia tuntemaan heidät ja heidän tarpeensa paremmin määrittelemällä tapahtuman potentiaaliset ostopersonat. Niiden määrittäminen auttaa tapahtuman asiakasryhmien hahmottamisessa ja myös auttaa järjestäjää valitsemaan oikeat markkinointi keinot. Tapahtumilla yleensä on 1-5 eri ostopersonaa ja niiden luomiseen ja määrittelemiseen ei tarvitse kuin vain kynän, paperia ja sopivan työryhmän. Määrittämisharjoitus alkaa siitä, että hahmotellaan ostopersonat kuvitteellisina henkilöinä ja henkilöiden tulisi olla sellaisia, jotka järjestäjän mielestä voisivat

olla kiinnostuneita tapahtumasta. Kyseisille henkilöille voi seuraavaksi keksiä nimestä alkaen henkilöllisyyden, joka luo kuvan siitä, että henkilöt ovat todellisia. Henkilökuvan tulisi sisältää vähintään nämä tiedot: nimi, ikä, sukupuoli, harrastukset, kiinnostuksen kohteet, asuinpaikkakunta, siviilisääty ja perhe. Näiden asioiden määrittäminen auttaa tuomaan potentiaalisen kohderyhmän vahvemmin esille silloinkin, jos on hankaluuksia muuten keksiä tapahtumalle toimiva kohderyhmä. (Liveto 2018, 6.)

Se keitä tapahtumaan ollaan kutsumassa, vaikuttaa myös siihen kuinka kutsuttavien yhteystietoja hankitaan. Mikäli tarkoituksena on kutsua tapahtumaan erikseen kutsuvieraita, nämä yhteystiedot yleensä löytyvät organisaation omista asiakashallintajärjestelmistä. Sen takia onkin tärkeä, että järjestelmiä jatkuvasti päivitetään. Se koituu tapahtumanjärjestäjälle suureksi helpotukseksi, kutsuja lähettäessä. Asiakashallintajärjestelmät myös yleensä kertovat asiakkaiden arvosta, toisin sanoen, keillä asiakkailla on positiivinen vaikutus organisaation liikevaihtoon. Tällaisia asiakkaita ovat esimerkiksi, kanta- ja avainasiakkaat. Vaikkakin yhteystietoja potentiaalisista asiakkaista löytyisi, se ei kuitenkaan aina välttämättä tarkoita, että asiakkaan mieltymyksistä tai kiinnostuksenkohteista tiedettäisiin. Tällaisista tiedoista olisi kuitenkin hyvin paljon hyötyä tapahtumaa sekä sen kohderyhmää suunniteltaessa. (Vallo & Häyrinen 2016, 148-149.)

3.1.3 Lähtökohdat

Kun tarkastellaan tapahtuman lähtökohtia, lähdetään liikkeelle siitä, että tiedetään mitä halutaan järjestää, missä ja milloin. Näihin lähtökohtiin on paljon vaihtoehtoja tapahtumanjärjestäjällä ja niiden päätöksentekoon vaikuttaa useasti käytettävissä oleva budjetti ja tavoite. (Vallo & Häyrinen 2016, 167.)

Kun kohderyhmä on tiedossa, on hyvä alkaa suunnittelemaan, minkälaista tapahtumaa halutaan järjestää kyseiselle kohderyhmälle. Tapahtuma voi olla asia- tai viihdetapahtuma tai myös niiden yhdistelmä. Tapahtuma voidaan tuottaa halutessaan kokonaan itse, se voidaan myös ostaa tapahtuma ulkopuoliselta tarjoajalta, tai sisällyttää tapahtumaan erilaisia osia, joista sitten syntyy kokonainen tapahtuma. Tapahtumanjärjestäjällä on myös mahdollista osallistua valmiiseen kattotapahtumaan, joka sisältää oman tarjotun tapahtuman. (Vallo & Häyrinen 2016, 167.)

Tapahtuman lähtökohtaan kuuluu myös se missä itse tapahtuma halutaan järjestää. Tapahtumapaikkoja on monia ja sitä valitessa, on hyvä pitää mielessä tapahtuman luonne ja

tapahtumaan osallistuvat. Tapahtumapaikka voi olla esimerkiksi organisaation omissa tiloissa järjestettävä tai tila voidaan vuokrata ulkopuoliselta palvelun tarjoajalta, joka voi myös sijaita eri paikkakunnalla. Tässäkin tilanteessa budjetti tulee kysymykseen, sillä paikkakunnan ulkopuolella järjestetty tapahtuma lisää useasti kuljetuskustannuksia ja sillä voi olla myös vaikutus osallistumisaktiivisuuteen. (Vallo & Häyrinen 2016, 167.)

Oli tila mikä tahansa, tapahtuman teema voidaan tuoda onnistuneesti esille jo pelkillä somistuksilla. Somisteiden lisäksi on myös oltava tarkka muun muassa tilan koosta ja sen toimivuudesta. Niiden asioiden huomioon ottaminen, takaa tapahtuman viihtyisyyden. Tilaa valitessa on myös tärkeä ottaa huomioon liikuntaesteiset, mikäli heitä on tapahtuman osallistuvien joukossa. (Vallo & Häyrinen 2016, 167-169.)

Tapahtuman ajankohdalla ja kestolla on myös useasti vaikutus siihen, kuinka moni voi tai haluaa osallistua tapahtumaan. Yleisesti töissä oleville kiireellisille ihmisille, parhaimmat ajankohdat tapahtumaan osallistumiselle ovat aamut ja myöhäiset illat. Viikonpäivistä taas maanantaiaamut ja perjantai-iltapäivät voivat olla osallistujille haasteellisia. Osallistujilla voi hyvin olla tiedossa viikonlopuksi ohjelmaa, tai mahdollisesti tarkoituksena viettää pidempi viikonloppu, joka kestää maanantaihin asti. Toki pidempiä kuin yhdenpäivän tapahtumia, on tapana järjestää joko viikon alussa tai viikon lopussa. Tällöin esimerkiksi työssäkäyvien ihmisten työt ei katkea keskellä viikkoa. Tässäkin tilanteessa on hyvä tuntee tapahtuman kohderyhmä. (Vallo & Häyrinen 2016, 174-175.)

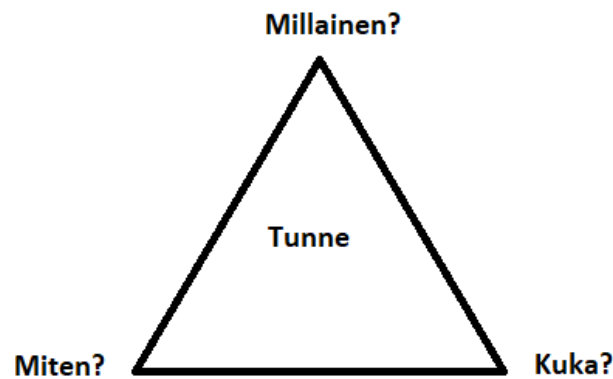
Vuorokauden aikojen ja viikonpäivien lisäksi myös vuodenaajalla on vaikutus tapahtuman osallistuvuuteen. Suomessa etenkin vuodenaajat aiheuttavat rajoituksia, joten jos tapahtuma järjestetään talviaikaan, pitää ottaa huomioon tapahtumaan saapuminen. Tämä koskee etenkin heitä ketkä saapuvat paikalle autoa tai julkista liikennettä hyödyntäen. Työssä tai koulussa käyvien lomien antavat hyvin tilaa tapahtumille, mikä on hyvä pitää mielessä tapahtuman ajankohtaa miettiessä. On myös hyvä varmistaa ajankohtaa päätettäessä, ettei samaan aikaan järjestetä tapahtuman kanssa kilpailevia tapahtumia vielä mahdollisesti samalle kohderyhmälle. (Vallo & Häyrinen 2016, 175.)

Tapahtuman kesto on hyvä miettiä etukäteen tapahtumaa suunnitellessa. Tapahtuman sisältöä suunnitellessa voi jo ottaa huomioon, paljonko sisältö tulee viemään aikaa aloitukseen ja päätöksineen. Tämän lisäksi on tietenkin myös kyse tapahtuman kustannuksista sekä osallistuvien omista aikatauluista. Mikäli tapahtumasta halutaan tehdä useamman

päivän kestoinen, on hyvä pohtia sen tarpeellisuuttakin. Näin vältetään siltä, ettei sisältö koidu tylsäksi tai liian venytetyksi. (Vallo & Häyrynen 2016, 176.)

3.2 Operatiiviset kysymykset

Operatiivisilla kysymyksillä vastataan kysymyksiin liittyen tapahtuman prosesseihin, sisältöön ja ohjelmaan sekä vastuuhenkilöihin.



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

Kuva 3. Operatiivisen kolmion kysymykset (mukaillen Vallo & Häyrynen 2016c)

3.2.1 Tapahtumaprosessi

Tapahtumaprosessi sisältyy kolmesta eri vaiheesta, jotka ovat suunnittelu- ja toteutusvaihe sekä jälkimarkkinointivaihe. Jotta tapahtumasta tulisi mahdollisimman onnistunut, on tärkeä varata hyvin aikaa jokaiselle prosessin eri vaiheelle. Vallon ja Häyrysen (2016, 189) mukaan, minimiaika tapahtuman suunnittelusta jälkimarkkinointiin tulisi olla vähintään kaksi kuukautta. Tässä pitää muistaa ottaa huomioon kuitenkin tapahtuman idea ja koko. (Vallo & Häyrynen 2016, 189.)

Suunnitteluvaihe on yleensä aikaa vievin vaihe tapahtumaprosessista. Mitä laajempi ja vaativampi tapahtuma, sitä aikaisemmin se tulee aloittaa. Hyvin suunniteltu tapahtuma vaikuttaa myös tapahtuman sujuvuuteen ja laatuun. Se tarvitsee paljon ajattelutyötä ja siinä vaiheessa, kun suunnittelua aletaan tekemään, olisikin tärkeää ottaa mukaan kaikki tapahtuman avainhenkilöt. Näin saadaan jo suunnitteluvaiheeseen kaikki ideat ja erilaiset

näkökulmat mukaan ja vahvistetaan järjestäjien sitoutuminen tapahtuman tavoitteisiin. Tässä vaiheessa tarvitaan *tapahtumabrief*, eli asiakirja, jossa on koottuna yhteen kaikki reunaehdot, jotka tiedetään suunnittelun alkuvaiheessa. Tätä asiakirjaa voidaan käyttää esimerkiksi organisaation tapahtuman suunnittelukokouksissa. Sosiaalisen median avulla tapahtuman suunnitteluun on myös mahdollista ottaa kohderyhmää mukaan avainhenkilöiden lisäksi ja tämä olisikin suositeltavaa. Tätä kutsutaan yhdessä luomiseksi, *co-creation*. Tällä tavoin ideoita saadaan myös kohderyhmältä, ja pystytään toteuttamaan heitä puhutteleva tapahtuma. Yhdessä luominen kohderyhmän kanssa lisää yhteisöllisyyttä jo pelkästään suunnitteluvaiheessa. (Vallo & Häyrynen 2016, 191-192.)

Tapahtumaa suunnitellessa, on tärkeää pitää mielessä tapahtuman sujuvuuden tärkeys. Sujuva tapahtuma viittaa siihen, että tapahtuma on laadukas. Sujuvuus kaipaa sitä, että suunnitteluvaiheessa tapahtuma on tarkasti suunniteltu ja aikataulutettu. Tapahtumien osallistujamäärä on tärkeä asia ottaa huomioon tapahtuman sujuvuutta ajatellen. Kokemus tapahtumista tai matematiikan taito toimivat sujuvuuden onnistumisessa suurena apuna. Sujuvuuden kannalta olennaisia asioita ovat esimerkiksi huolehtiminen siitä, että tapahtumassa ei syntyisi turhia jonoja infopisteelle, narikkaan tai vessaan. (Vallo & Häyrynen 2016, 197-198.)

Tapahtuman suunnittelun myötä, ennen kuin tapahtuma toteutuu, on pystyttävä ajatella tapahtuman kulku, niin kuin se tapahtuisi todellisuudessa. Näin pystytään ottaa huomioon kaikki pienimmätkin asiat ja mahdolliset poikkeamat, jotka voivat muuten koitua tapahtumassa ikäväksi yllätykseksi. Tätä varten tapahtumakäsikirjoitus olisi tärkeä tehdä. Käsikirjoitus kertoo koko tapahtuman kulun, sen mitä tapahtuu, missä ja milloin. Käsikirjoitus ei kerro ainoastaan tapahtuman kulkua vieraiden näkökulmasta, vaan myös kulissien takaa. Täten jokaisella tapahtumasta vastuussa olevalla tulisi olla aikataulutettu käsikirjoitus. Lähes jokaisessa tapahtumassa tapahtuu jotain suunnittelematonta, joka ei ollut osa käsikirjoitusta. Tässä tilanteessa ei pidä säikähtää, vaan muistaa se, että vieraat eivät tiedä mitä käsikirjoitus sisältää, eikä sitä mitä tapahtumassa tulisi tai ei tulisi tapahtua. Jotta mahdollisilta yllätyksiltä voitaisiin kuitenkin välttyä, on tärkeää, että käsikirjoituksesta on vastuussa yksi henkilö. Henkilön tulisi olla päävastuussa käsikirjoituksesta ja hänen tulisi tehdä päätökset mahdollisista muutoksista käsikirjoituksessa. Yleensä tämä henkilö on tapahtuman projektipäällikkö. (Vallo & Häyrynen 2016, 191-197.)

Tapahtuman markkinoinnin suunnittelu ja toteutus useasti tapahtuvat myös tapahtuman suunnitteluvaiheessa. Tapahtuma, jolle halutaan toteuttaa paljon ja laajasti markkinointia,

olisi hyvä tehdä tapahtuman suunnitteluvaiheessa myös markkinointisuunnitelma. Tapahtuman markkinoinnin suunnittelu saa yleensä alkunsa siitä, että lähdetään miettimään tapahtuman kohderyhmää ja heidän tarpeitansa. Tässä kohtaa tulisi pohtia asioita, kuten millainen viesti herättää kohderyhmän mielenkiinnon ja mikä saa heidät kiinnostumaan tapahtumaan osallistumisesta. Näihin kohtiin, kun tiedetään vastaus, tulee vasta miettiä ne viestintätavat ja välineet, joilla lähdetään markkinointia toteuttamaan. On tärkeä tuntee kohderyhmä tarpeeksi hyvin, jotta tiedetään, että millä tavalla ja missä kanavissa kohderyhmä tavoitetaan. Markkinointikanavien hyödyntämisessä pitää myös tietää milloin on oikea aika hyödyntää kanavia markkinointiin ja tavoittaako niillä kohderyhmän tarpeeksi laajasti. Mikäli tapahtumaan myydään lippuja, on hyvä myös tietää kohderyhmän lipunostotottumukset. (Huhtaniska 2019, 207.)

Tapahtuman markkinointiin kuuluu myös visuaalinen viestintä, joka näkyy esimerkiksi visuaalisessa mainonnassa, infografiikassa, materiaaleissa kuten pääsylipuissa, tiedotuksessa sekä tapahtumatiiloissa. Nämä ovat olennaisia ja tärkeitä kohtia tapahtuman markkinointisuunnitelmassa. Visuaalinen markkinointi on hyvä suunnitella tarkasti, koska sillä on suuri vaikutus kohderyhmää viestiessä ja heidän mielikuviansa herättäessä. Tapahtuman visuaalinen toteutus useasti tilataan ammattilaiselta, mutta se tarvitsee myös järjestäjän ideointia ja mielipiteitä. (Huhtaniska 2019, 211.)

Tapahtumamarkkinoinnin tärkeä osa on viestiä kohderyhmää ja onkin tärkeää, että sitä tehdään oikein ja aktiivisesti koko tapahtuman järjestämisprosessin ajan. Markkinointia on hyvä hyödyntää enemmän kuin yhdessä kanavassa, jotta varmasti saisi kohderyhmän huomion. Viestintäkanavia valitessa on hyvä tietää, mitä kanavia kohderyhmät käyttävät, jottei markkinointi mene turhaan. Sosiaalinen media on yksi kannattavista kanavista, sillä se tarjoaa niin tapahtumanjärjestäjälle kuin tapahtumaan osallistuvalla matalan kynnyksen alustan, jossa jakaa tietoa ja keskustella. Tapahtuman aikana sosiaaliseen mediaan on myös hyvä jakaa tapahtumasta sisältöä kuvin, videoin tai tehdä livestreamaus. Tällä pystytään myös tarjoamaan tapahtuman sisältöä heille, jotka eivät päässeet osallistumaan. Sisällön jakamista ei kuitenkaan tulisi päättää tapahtuman päätyttyä, vaan sitä tulisi hyödyntää myös tapahtuman jälkeen. Tästä lisää kappaleessa, jossa kerrotaan jälkimarkkinoinnin vaiheesta. (Kuusisto 28.11.2017.)

Toteutusvaiheessa, pitkään suunnittelusta tapahtumasta tulee vihdoin totta. Tässä vaiheessa, jokaiseen tapahtuman osallistuvan vastuuhenkilön ja töissä olevan tulisi tietää oma tehtävänsä ja vastuualueensa. Eri tahojen yhteistyön tärkeys korostuu etenkin tässä

vaiheessa, jotta tapahtumassa pystytään onnistumaan niin hyvin kuin mahdollista. Toteutusvaiheen muodostaa kolme eri vaihetta, jotka ovat rakennusvaihe, itse tapahtuma ja purkuvaihe. (Vallo & Häyrinen 2016, 198.)

Rakennusvaihe on yleensä toteutusvaiheen eniten aikaa vievä ja työllistävä vaihe. Tässä vaiheessa on tarkoitus rakentaa tapahtumapaikan kulissit ja rekvisiitat. Rakennusvaihe tarvitsee myös etukäteen tapahtuvaa suunnittelua, jotta tiedetään missä järjestyksessä voidaan rakentaa minne ja milloin. Rakentelulle on hyvä suunnitella oma aikataulu, ja siitä on myös tärkeä informoida organisaatiota tapahtuman yhteistyökumppaneita sekä ali-hankkijoita. Yleensä rakentelu alkaa siitä, että tapahtumatilaan rakennetaan ensin suurimmat rakenteet kuten tekniikat ja tämän jälkeen siirrytään vasta pienempiin rakenteluihin kuten somisteluihin. Viimeisenä paikalle tuodaan tapahtuman mahdolliset tarjoilut, jotta mikään muu rakentelu ei pysty enää tarjoiluja sotkemaan. (Vallo & Häyrinen 2016, 199.)

Toteutusvaiheeseen kuuluu myös toiminnot, mitkä tapahtuvat itse tapahtuman aikana. Näihin kuuluu muun muassa huolehtiminen siitä, että tapahtumassa on aina vastuhenkilö, joka hoitaa tapahtuman valvonnan ja huolehtii, että tapahtuma soljuu eteenpäin oikealla tavalla. Tämä tarkoittaa sitä, että tapahtuman suunnitellun aikataulun etenemistä tulee seurata. Vastuuhenkilön tulee huomioida asiakkaan palvelupolku, mihin vaikuttaa tapahtumatilan koko, etäisyydet ja ihmismäärä. Näiden vastuuhenkilöiden määrä tulee ottaa huomioon tapahtuman osallistujamäärässä. Vastuuhenkilö voi olla myös yksi tapahtuman järjestäjistä, mutta vastuun voi myös ulkoistaa. (Vallo & Häyrinen 2016, 199-200.)

Jotta voitaisiin varmistaa tapahtuman onnistuminen ja testata, että myös asiakkaan palvelupolku toimii, on aina hyvä pitää ennen tapahtumaa kenraaliharjoitukset. Kenraaliharjoituksissa on tarkoitus käydä tapahtuma ja sen ohjelma läpi kokonaisuudessaan. Kenraaliharjoitukset ovat suositeltavat pitää, etenkin silloin, jos on kyseessä suurempi tapahtuma. Suurempi tapahtuma voi sisältää useita erilaisia esiintyjä, puheita tai musiikkia. Tapahtuman laaja ja yksityiskohtainen ohjelma tuo myös haasteita jo tekniikan, somistuksien ja mahdollisten esiintyjärekvisiittojen puolesta, joka kasvattaa myös kenraaliharjoitusten pitämisen tärkeyttä. Kenraaliharjoitukset on hyvä pitää vasta silloin, kun kaikki on tapahtumaa varten jo ovien aukaisua vaille valmista. Kuitenkin sen verran ajoissa, että on mahdollista tehdä vielä tarpeelliset muutokset, vaikka esiintymisjärjestykseen. (Vallo & Häyrinen 2016, 200-201.)

Tapahtuman onnistumiseen vaikuttaa myös ohjelman oikea rytmitys. Rytmittämiseen ja jaksottamiseen tarvitaan kuitenkin totta kai ohjelma, esiintyjät, tila ja teema. Nämä kuitenkin tulee ottaa huomioon eri tavalla erilaisissa tapahtumissa. Asiatapahtumissa on hyvä pitää mielessä riittävän pituiset jaloittelutauot, sillä kiinnostaviakin seminaareja on haastava kuunnella montaa tuntia putkeen. Tauot vaikuttavat myös osallistujan viihtyvyyteen, sillä liian lyhyillä tai vähäisillä tauoilla ihmiset voivat pitkästyä ja eivät välttämättä pysty esimerkiksi hoitamaan omia tärkeitä työpuheluitaan tai käyttää taukoa vessassa käymiseen. Viihtyvyyttä lisätäkseen, tauon pituuden mukaan, voi myös järjestää osallistujille mahdollisuuden nauttia tarjoiluista. Viihdetapahtumissa ohjelman jaksotus taas määräytyy esiintyjien määrästä, esityksien kestosta sekä myös pääesiintyjästä ja hänen esiintymisajankohdastaan. Rytmitys ja jaksotus ei ole aina niin yksinkertaista kuitenkaan ja käsikirjoituksesta vastaavan tulisi aina olla valmis tekemään pikaisia muutoksia käsikirjoitukseen ja tarvittaessa esimerkiksi aientaa tapahtuman aloitusta. (Vallo & Häyrinen 2016, 203-204.)

Musiikilla ja äänimaailmalla on suuri vaikutus tapahtumissa. Musiikilla voidaan tuottaa tapahtumaan elämyksellisyyttä ja tunnelmaa monessa eri merkityksessä. Tapahtuman aikana on tärkeää pitää vieraat viihtyväisinä ja sitä voidaan edistää jo pelkällä taustamusikilla. Musiikkia voidaan tuoda taustalla esille, sekä tilanteissa, jossa odotetaan jonkun tietyn ohjelmanumeron alkua, sekä sillä voidaan myös korostaa ohjelmaan kuuluvia huippukohtia. Tapahtumissa kuten konserteissa, tapahtuma muodostuu jo itse musiikista. (Vallo & Häyrinen 2016, 207.)

Tekniikan tarpeen ja sen toimivuuden varmistaminen kuuluu myös toimintoihin, jotka olisi hyvä tarkistaa ennen tapahtuman toteutusta. Mikäli tapahtumassa on esiintyjä, tulee aina tarkistaa heidän tarpeensa tekniikalle. Mikäli tapahtuma järjestetään jossain muualla kuin järjestävän organisaation omissa tiloissa tulee tarkistaa, onko tilassa saatavilla tarpeeksi sähkövirtaa. Tekniikkaan liittyvät asiat on aina hyvä tarkistaa etukäteen, jotta välttyttäisiin pahemmilta yllätyksiltä tapahtuman aikana. Mikäli ongelmia tekniikan suhteen tulee, olisi myös hyvä, jos etukäteen olisi päätetty henkilö kuka ryhtyy selvittämään ongelmaa. Haastavaa ja suurta tapahtumaa järjestäessä, olisi myös hyvä miettiä vaihtoehtoa käyttää tekniikkaan erikoistuneita alihankkijoita. (Vallo & Häyrinen 2016, 208-209.)

Tapahtumaa ennen ja sen aikana on useasti myös muistettava jakaa tarvittavat materiaalit tapahtumaa järjestäville tai osallistujille, tai kummallekin. Jaettava materiaali voi olla esimerkiksi käsiohjelma, osallistujalista, esiintyjien omia materiaaleja tai esitteitä. On hyvä

tietää, milloin ja missä vaiheessa materiaali tulee jakaa. Järjestäjille materiaalit kuten osallistujalistat on hyvä jakaa ennen h-hetkeä, jotta ne ovat tallessa ennen vieraiden sisään saapumista. Materiaalien kuten käsiohjelman jakaminen vieraille voi tapahtua heti heidän astuessa sisään tapahtumatilaa tai voi olla, että konkreettista ohjelmalehtistä ei edes jaeta ja ohjelma käydäänkin läpi juontajan johdolla tervetuloitovotuksen yhteydessä. Voi myös olla, että ohjelma on lähetetty vieraille jo kutsun yhteydessä tai ohjelman löytää visuaalisessa muodossa kätevästi tapahtumatilojen inforuuduista. (Vallo & Häyrinen 2016, 209.)

Tapahtumaa toteuttaessa on tärkeä ottaa huomioon myös se, että tapahtumapaikalle on helppo löytää. Tätä edesauttaa kyltit, jotka ohjaavat vieraita paikkoihin kuten ilmoittautumispisteelle, tapahtumatiloihin, narikkaan tai tarjoilutilaan. Kylteillä voidaan myös tuoda visuaalisuutta ja tunnelmallisuutta kuten kylttien sijainti kukka-asetelmien tai värikkäiden ilmapallojen läheisyydessä. Suurimmissa tapahtumissa, nimikylteillä on myös tärkeä osuus. Nimikylteille ei ole siinä tapauksessa tarvetta, jos tapahtuma on pieni ja osallistujien on helppo tutustua toisiinsa tai jos osallistujat varmasti tuntevat toisensa. Tyylikkäissä ja juhlallisissa tapahtumissa, nimikylteille ei ole myöskään tarvetta. (Vallo & Häyrinen 2016, 211-212.)

Tapahtuman toteuttaminen tarvitsee myös sen, että turvallisuus on otettu huomioon. Tämä tarkoittaa sitä, että turvallisuuteen liittyvät kysymykset ovat otettu huomioon ja niitä on tarkasti mietitty jo etukäteen tapahtumakohtaisesti. Tapahtumaa järjestävien ja siellä työskentelevien henkilöiden tulee tietää myös, miten toimitaan hätätilanteen tapahtuessa. Turvallisuudesta on aina vastuussa tapahtumanjärjestäjä. Järjestäjän tulee olla tietoinen tapahtuman turvallisuusriskeistä sekä siitä minkälaisia turvajärjestelyitä tapahtuma mahdollisesti tarvitsee. Tapahtumaa toteuttaessa tulee ottaa selvää, että tarvitseeko tapahtuma kokoontumislain laatiman turvallisuussuunnitelman tai pelastuslain laatiman pelastussuunnitelman. Kuluttajaturvallisuuslaki tulee myös huomioida, mikäli tapahtumassa käytetään ja ostetaan tiettyjä palveluita kuten benjihyppy tai seinäkiipeily. (Vallo & Häyrinen 2016, 216-218.)

Tapahtuman päätteeksi alkaa purkuvaihe, joka voi tapahtuman koon mukaan kestää yhdestä päivästä pidempään. Tapahtuman purkaminen vie yleensä paljon vähemmän aikaa, kun itse tapahtuma tai sen rakentaminen. Tapahtuman purkaus samalla tavalla rakentelun kanssa myös vaikuttaa tapahtuman budjettiinkin, joka on hyvä huomioida. (Vallo & Häyrinen 2016, 199.)

Jälkimarkkinointi alkaa silloin, kun tapahtuma on päätynyt. Jälkimarkkinointia voi olla monenlaista, mutta yleisesti sen tarkoituksena on kiittää tapahtumaan osallistuneita vieraita tai tapahtumassa työskennelleitä ja yhteistyökumppaneita. Tapahtumasta kiittäminen voi tapahtua jollain konkreettisella lahjalla, kuten kiitoskortilla, liikelahjalla tai kukkakimpulla. Lahjan voi myös antaa tapahtuman alkaessa, sen päättyessä tai tapahtuman jälkeen. Nykypäivänä kiittäminen tapahtuu helposti myös sähköisesti. Organisaatio voi käyttää hyödykseen esimerkiksi tapahtumahallintaratkaisua Lyytiä, ja lähettää sen kautta kutsut kuin kiitosviestitkin. Muistamisen ja kiittämisen tulisi tapahtua joko tapahtuman aikana, sen päätyttyä tai tapahtuman jälkeen, mutta kuitenkin kahden viikon kuluessa tapahtumasta. (Vallo & Häyrinen 2016, 220-222.)

Kiittämisen lisäksi, jälkimarkkinoinnin tarkoitus on myös kerätä palautetta, niin vierailta kuin myös organisaatiossa toimivilta henkilöiltä. Palautteen kerääminen voi tapahtua kirjallisella tai sähköisellä palautelomakkeella tai se voidaan toteuttaa myös puhelimitse. Kirjalliset palautteet vierailta ovat suotavaa kerätä ennen tapahtuman päättymistä tai tapahtuman aikana, jos haluaa sisällyttää palautteen antamiseen esimerkiksi arvontakilpailun. Palautelomaketta tai kysymyksiä laatiessa, olisi hyvä pitää mielessä se, että olisi tärkeä saada vastauksilla mahdollisimman kattava kuva tapahtuman onnistumisesta ja tavoitteiden toteutumisesta. Palautteen kerääminen mahdollistaa sen, että saadaan tietää, miten vieraat kokivat tapahtuman ja päästiinkö tavoitteisiin. Palaute auttaa tapahtumanjärjestäjää analysoimaan tapahtumaa, sekä myös opettaa ja mahdollisesti laittaa oivaltamaan tarpeen muutoksille seuraavaa tapahtumaa varten. Palautteiden analysoinnilla tapahtumanjärjestäjä kasvattaa tietoa ja osaamista ja näin jatkuvasta oppimisprosessista kehkeytyy tällä tavoin myös suuri osaamispääoma organisaatiolle. (Vallo & Häyrinen 2016, 221-225.)

Oman organisaation palautteen kerääminen on myös yhtä tärkeää kuin palautteen kerääminen vierailta. Organisaatiolta saatuja palautteita, voidaan käydä myös tarkemmin läpi esimerkiksi tapahtuman jälkeisessä palautepalaverissa. Palautepalaverissa on tärkeä tehdä myös palautteiden läpi käymisen lisäksi yhteenveto tapahtumasta. Tapahtumasta tehty yhteenveto on myös hyvä taltioida kirjallisesti, jotta siihen voidaan aina palata tapahtuman jälkeen. Yhteenvedossa olisi myös hyvä mainita tapahtuman budjetti ja kustannukset, jotka ovat hyödyksi pohjatietona, jos halutaan toteuttaa vastaavanlainen tapahtuma uudelleen. Mikäli kyse on ollut suuren budjetin tapahtumasta, palautepalaveri olisi hyvä pitää kaikkien tapahtuman toimijoiden kesken ja vielä silloin, kun tapahtuma on hyvässä muistissa. Palaverin tarkoituksena on myös arvioida, kuinka onnistuttiin tapahtumassa,

sekä päättää mahdollisista jatkosuunnitelmista. Palautepalaveri voidaan nähdä myös eräänlaisena ammattitaitoisena päätöksenä tapahtumalle. (Vallo & Häyrinen 2016, 227-229.)

Tapahtuman tarkoituksena voi olla myös uusien asiakkaiden hankinta, ja siinä tilanteessa tapahtuman jälkeen alkaa varsinainen työ ja tapahtuman hyödyntäminen. Mikäli organisaatio on saanut tapahtumassaan yhteydenottopyyntöjä, koskien esimerkiksi kiinnostusta jotain organisaation tarjoamaa palvelua kohtaan, tulee heihin ottaa välittömästi yhteyttä tapahtuman jälkeen, mikäli ei ole sovittu erikseen tarkempaa ajankohtaa yhteydenotolle. (Vallo & Häyrinen 2016, 229-230.)

3.2.2 Sisältö ja ohjelma

Tapahtuman sisällön suunnittelussa tulee ottaa huomioon tapahtuman tavoite, kohderyhmä sekä teema ja viestit, jota halutaan välittää tapahtumassa. Näiden lisäksi, sisältöön vaikuttaa myös se, minkälaisista tapahtumista ollaan järjestämässä. Tapahtuma voi olla asia- tai viihdetapahtuma tai niiden yhdistelmäkin. Sisällön tapahtumalle kuitenkin muodostaa teema, ohjelma, asiat ja esiintyjät. Mikäli tapahtumalla ei olisi sisältöä, joka sisältäisi edellä mainitut asiat, olisi tapahtuma ontto ja myös turhaan järjestetty. Sisällöllä on suuri vaikutus siihen, kiinnostuuko tavoiteltava kohderyhmä ja aikovatko he osallistua tapahtumaan. Jotta kohderyhmän osallistumisen mahdollisuutta tapahtumaan voitaisiin kasvattaa, tulee sisällönkin olla puhutteleva ja osuva heitä kohtaan. (Liveto 2018, 6; Vallo & Häyrinen 2016, 233.)

Onnistunut tapahtuma sisällöltään koskettaa monipuolisesti osallistujan eri aisteja. Pelkän kutsun lähettäminen yleensä luo kutsun vastaanottajalle jo jonkinlaisen mielikuvan ja kasvattaa odotuksia. Osallistujan odotuksia ei myöskään tulisi alittaa, vaan tavoitteellisesti pitäisi yrittää ylittää niitä. On tärkeää, että osallistuja kokee saavansa tapahtumasta jotain henkilökohtaiseen elämäänsä, esimerkiksi uusia ideoita tai vaikka elämyksiä. Tästä syystä, tapahtuman sisällön tulee olla hyödyllinen, sillä ihmiset osallistuvat mieluummin sellaisiin tapahtumiin, joista kokevat hyötyvänsä jollain tavalla. (Vallo & Häyrinen 2016, 233.)

Järjestäessä asiatapahtumaa tulisi sisällön rakentua kohderyhmän mukaan, joten tässäkin tilanteessa kohderyhmän tunteminen on eduksi. Asiatapahtumassa, tapahtumanjärjestäjällä on oiva tilaisuus tuoda omaa osaamista sekä taitoa esille ja sisällyttää ohjelmaan esi-

merkiksi organisaation sisältä oleva avainhenkilö pitämään puheen. Ulkopuolisen tapahtumatuottajan käsiin voi myös luottaa, mutta hyvä yhdistelmä syntyy myös silloin, jos esiintyjä tapahtumaan löytyisi niin organisaation sisältä, kuin myös talon ulkopuolelta. (Vallo & Häyrinen 2016, 251.)

Asiatapahtuma yleensä voi sisältyä erilaisista ohjelmista, joissa on erilaisia asiaosuuksia. Tapahtumassa, jossa ohjelmia on useita ja ne ovat eri kuulijoille suunnattuja, on hyvä idea jakaa kuulijat eri saleihin. Näin pystytään taata, että jokainen osallistuja saa itselleen jotain. Esimerkillinen asiatapatuman sisältö rakentuisikin yhteisestä aloituksesta kaikkien osallistujien kesken, tämän jälkeen osallistujien jakautumisen omien asiaosuuksien ohjelmien pariin ja lopuksi olisi yhteinen päätös tapahtumalle. (Vallo & Häyrinen 2016, 251-252.)

Viihdetapahtuman sisällön tuottamiselle on laajalti erilaisia vaihtoehtoja, mutta tärkeintä on ohjelmaa miettiessä pitää mielessä tapahtumaan osallistuva kohderyhmä sekä viesti, jota halutaan tapahtumalla välittää. Viihdetapahtumassa ohjelma useasti rakentuu teemaan sopivista esiintyjistä. Esiintyjillä on tapahtumaa viestittäessä myös tärkeä rooli, sillä esiintyjät useasti kertovat tapahtumanjärjestäjän arvoista, toimintatavoista sekä kulttuurista. Tapahtuman pääesiintyjänä oleva taikuri, sinfoniaorkesteri tai iskelmälaulaja kertoo tapahtumaan osallistuville jo paljon tapahtuman tyylistä. Niin kuin missä tahansa tapahtumassa, yllätyksellisyys välillä kannattaa, joten on myös hyvä idea pitää pääesiintyjä yllätyksenäkin ennen tapahtumaa. Vallon ja Häyrisen (2016, 205) sanoin ”Yllätyksellisyydellä saadaan tapahtumaan elävyyttä ja piristystä.” (Vallo & Häyrinen 2016, 252.)

Yhdistelmätapahtuman sisältö koostuu yleensä huvista ja hyödystä. Tällainen tapahtuma voi olla esimerkiksi asiapitoinen messu tai seminaari, jonka ohjelmaan kuuluu lopuksi vapaamuotoinen seurusteluosuus tai aktiviteetti osallistujien kesken. Tapahtuma, joka koostuu kahdesta eri osuudesta, on tärkeä osata mitoittaa ja yhdistää osat suhteellisesti oikein. Näin ollen tapahtuma ei sisällä jompaakumpaa osuutta liian heikosti tai liian vahvasti, eikä myöskään olemattomasti kumpaakaan. (Vallo & Häyrinen 2016, 253.)

3.2.3 Vastuuhenkilöt

Jokainen tapahtuma tarvitsee vastuuhenkilöitä ja osaavaa johtamista. Tapahtumanjärjestäjä on aina vastuussa tapahtumasta. Mikäli tapahtumassa on mukana yhteistyökumppaneita, on järjestäjän vastuulla tiedottaa mahdollisille yhteistyökumppaneille mikä on tapah-

tuman tavoite, kohderyhmä ja minkälaista aktiivisuutta järjestäjä toivoisi yhteistyökumppaneiltaan. Yhdessä yhteistyökumppaneiden kanssa on myös hyvä pohtia, minkälaista lisäarvoa kumppanit voisivat tuottaa tapahtumaan. (Vallo & Häyrinen 2016, 265.)

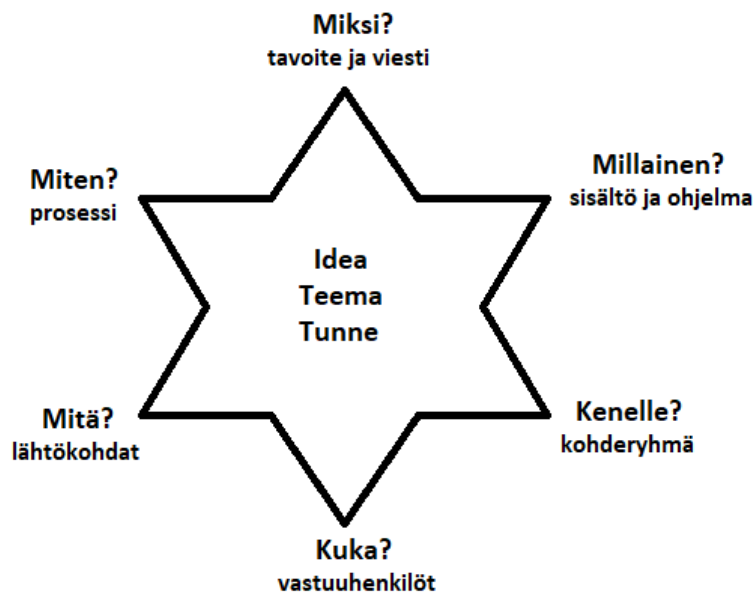
Tapahtumassa osaavaa johtamista kaivataan myös projektipäälliköltä. Projektipäällikkö on yksi tapahtuman avainhenkilöistä, etenkin suunnitteluvaiheessa. Titteli kuitenkin pysyy koko tapahtuman ajan. Projektipäälliköltä tarvitaan vahvaa sitoutumista tehtäväänsä ja johtamisen lisäksi kykyä delegoida, raportoida ja päättää tapahtumaan liittyvistä asioista ja henkilöistä. Projektipäällikköä voisi sanoa kokonaisuuden rakentajaksi ja henkilöksi, joka organisoii, tietää ja ymmärtää muiden tehtävät sekä tietää sen, miten ne tuottavat tapahtuman kokonaisuuden. Visio siitä miltä tapahtuman tulisi valmiina näyttää sekä millaisesta tapahtumasta on kyse, on asioita, jotka projektipäällikön tulisi tietää. Nämä asiat hänen tulisi osata viestiä muulle projektiryhmälle innostavalla ja oikealla tavalla. Leif Åbergin viestintäoppien mukaan, tapahtuman sisäistäneellä projektiryhmällä, on suurempi mahdollisuus saada enemmän parempia laatuista työtä aikaan, sekä myös tuntea siitä iloa ja hyötyä. (Vallo & Häyrinen 2016, 266-269.)

Projektipäällikön ei tarvitse osata kaikkea itse, vaan hän luo tapahtumalle projektiryhmän, jonka osalliset tukevat omilla osaamisillaan toinen toisiaan. Tapahtumaa työstävään projektiryhmään voi kuulua niin tapahtumaa järjestävän organisaation sisältä henkilöitä, kuin myös yhteistyökumppaneita sekä henkilöitä tapahtumatoimistosta tai alihankkijaorganisaatiosta. Projektiryhmä voi olla pienelle tapahtumalle pieni henkilöstöltään tai suuremmassa tapahtumassa ryhmä voi olla iso, jossa vastuualueet ovatkin jaettuna osiin. Oli ryhmä minkä kokoinen tahansa, tapahtuman toteuttaminen ja siinä onnistuminen voi yhtä hyvin toteutua samalta ryhmältä alusta loppuun asti. Ydin projektiryhmän lisäksi tapahtumassa työskentelee muitakin tärkeitä henkilöitä, joilla on vastuu tapahtuman toteutuksesta. Näitä ovat esimerkiksi henkilöt, joilla on vastuualueensa luovissa, logistisissa ja teknillisissä asioissa. Nämä henkilöt yleensä raportoivat tekemisistään erikseen sovituille henkilöille kuten heidän vastuualueestansa vastuussa olevalle esimiehelle tai suoraan projektipäällikölle. Tapahtuman kaikkien osaryhmien tulisi raportoida tekemisistään toisille ryhmille aktiivisesti, jotta koko projektiryhmä pysyy ajan tasalla kaikesta tapahtumaan liittyvästä. Tapahtumassa rooleja ja pienempiä projektiryhmiä voi olla monia, mutta tapahtuman päättyessä, ydin projektiryhmä on vastuussa tapahtuman jälkituotannosta. (Huhtaniska 2019, 142,158; Vallo & Häyrinen 2016, 271.)

Vastuuhenkilöihin kuuluvat myös tapahtuman isännät. Isäntiä ovat ne, jotka läpivievät tapahtuman ohjelman onnistuneesti alusta, loppuun asti. Isäntien tarkoitus tapahtuman vieraiden viihtymisen lisäksi, on toimia tapahtumaa järjestävän organisaation edustajana. Tapahtumaa suunnitellessa, on hyvä pohtia, löytyykö organisaation sisältä jo valmiiksi potentiaalinen isäntä tapahtumalle. Isäntiä voi olla useita tapahtumassa ja ne voivat olla myös organisaation ulkopuolelta. (Vallo & Häyrinen 2016, 274.)

Hyvä isäntä tapahtumassa tiedostaa roolinsa ja on sitoutunut. Isännältä olisi myös hyvä löytyä sosiaalisia taitoja ja taitoa toimia erilaisissa tilanteissa. Isännällä on myös vastuu perehtyä tarkasti tapahtuman kulkuun ja ohjelmaan, jotta isännän rooli voi olla mahdollisimman luonteva ja asiantunteva tapahtuman aikana. Oli tapahtuma mikä tyylinen tahansa, isäntää tarvitaan aina. Tapahtumia on kuitenkin erilaisia, joten voidaan myös edellyttää rooliltaan erilaisia isännöitsijöitä. (Vallo & Häyrinen 2016, 277-280.)

3.3 Onnistuneen tapahtuman malli ®



Kuva 3. Onnistuneen tapahtuman malli ® (mukaillen Vallo & Häyrinen 2016d)

Strateginen ja operatiivinen kolmio kysymyksineen muodostavat Onnistuneen tapahtuman mallin ®. Molempien kolmioiden tulee olla vahvoja, jotta ne voivat olla tasapainossa. Tasapainossa olevat kolmiot, mahdollistavat onnistuneen tapahtuman. Mikäli jokin kolmion kulma olisi toista vahvempi ja täten tasapainoton, voivat vieraat tapahtumassa aistia ta-

pahtuman toimimattomuuden. Tällainen aisti voi jäädä heille päällimmäiseksi tunteeksi tapahtuman päätyttyä, kun taas täydellisessä tasapainossa olevat kolmiot mahdollistaisivat onnistuneen tapahtuman tunteen vieraalle. (Vallo & Häyrinen 2016, 127.)

Tapahtumaa suunnitellessa, on hyvin tärkeää pitää mielessä jatkuvasti joko tapahtuman idea tai teema sekä sen kohderyhmä. Mikäli idean keksiminen tuottaa haasteita, pelkkä teemankin tietäminen tapahtumalle riittää, kunhan välttyy turhilta irtideoilta. Onnistunut tapahtuma edellyttää pohdintaa. Onnistuneen tapahtuman mallin ® kysymyksiä on hyvä käyttää apuna tapahtuman pohdinnalle. Kysymyksien avulla useasti tapahtumalle syntyy ainakin idea ja vähintäänkin teema. Mielellään kysymyksien avulla tapahtumalle löytyy myös punainen lanka. (Vallo & Häyrinen 2016, 127.)

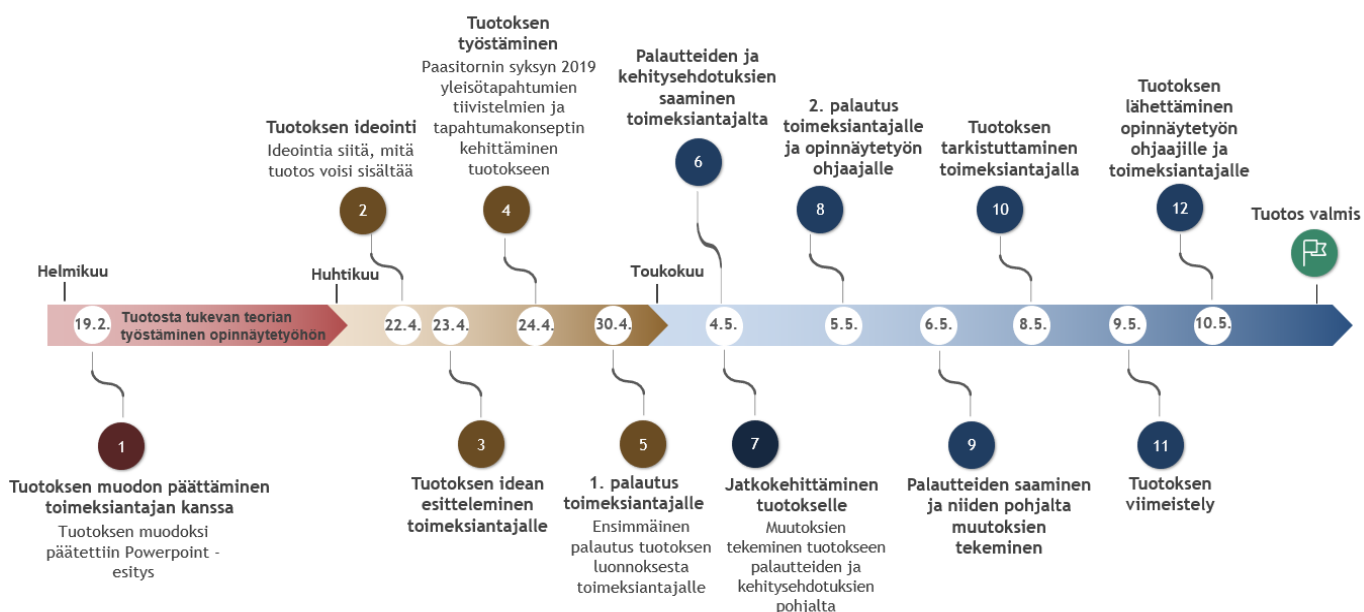
Onnistunut tapahtuma luo vieraalle suuren tarinan, jota muistella hyvällä. Tapahtuman kuvaileminen suurena tarinana sisältää piirteet, kuin mikä tahansa hyvä tarina sisältäisi. Nämä ovat juoni, yllätyksellisyys, onnellinen loppu ja myös osuvat näyttelijävalinnat. Näistä samoista asioista on kyse, kun halutaan luoda vieraalle unohtumaton, ilahduttava ja mukanaan vievä tapahtuma. (Vallo & Häyrinen 2016, 127.)

4 Tapahtumakonseptin kehittäminen Paasitornin yleisötapahtumiin

Idea tuottaa Helsinki Congress Paasitornille tapahtumakonsepti heidän yleisötapahtumilensa, syntyi yhdessä esimiehieni kanssa Paasitornissa, työharjoitteluni loppuaikana. Työharjoitteluni alkaessa ehdotin esimiehilleni, että voisin tarvittaessa kirjoittaa heille työharjoitteluni päätyttyä opinnäytetyöni toimeksiantona. Työharjoitteluni Paasitornissa ajoittui koulutustani ajatellen hyvälle ajankohdalle, sillä Paasitornilla oli syksyllä 2019 tarkoitus tuottaa pilotti yleisötapahtumiaan. Näistä yleisötapahtumista saimmekin hyvän aiheen opinnäytetyölleni, ja niin esimiehillä kuin minulla, oli vahva tunne ideasta jo heti alkuun.

Opinnäytetyöni lisäksi olen tuottanut erillisen tuotoksen tapahtumakonseptista Powerpoint-esitys muodossa Paasitornin omaan käyttöön. Tuotoksessa tapahtumakonseptin kehittämisen runkona toimi Paasitornin syksyn 2019 yleisötapahtumat, joita lähdin analysoimaan ja peilaamaan opinnäytetyössäni kertomaan teoriaan. Teorian pohjalta lähdin kehittämään tuotoksessa kerrottua tapahtumakonseptia. Tapahtumakonseptin kehittämisessä hyödynsin myös työharjoittelun aikana tehtynä kokemuksia, havaintoja ja dokumentaatioita. Opinnäytetyön teoriaosuudessa sekä kehittämässäni tapahtumakonseptissa viittaan Helena Vallon ja Eija Häyrisen vuodelta 2016 julkaistuun kirjaan nimeltään ”Tapahtuma on tilaisuus – tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen”. Vallon ja Häyrisen kirjassa kertoma tapahtumakonsepti, toimi mielestäni hyvin ajatellen Paasitornin yleisötapahtumia. Tapahtumakonseptin avulla oli helppo luoda pohja Paasitornin yleisötapahtumille, sillä konsepti on helposti ymmärrettävä ja looginen. Vallo ja Häyrinen kertovat kirjassaan hyvin yksityiskohtaisesti tapahtumakonseptin kehittämisestä, johon oli helppo tarttua ja lähteä ajattelemaan konseptin kehittämistä juuri Paasitornin yleisötapahtumille.

Tuotoksen kehittämistyön vaiheet



Kuva 4. Tuotoksen kehittämistyön vaiheet

Kuten kuvan 4 aikajanasta näkee, prosessi tuotoksen kehittämiseen lähti liikkeelle siitä, että päätimme yhdessä toimeksiantajani kanssa siitä minkälaisessa muodossa, he tahtosivat tuotoksen, joka sisältää kyseisen tapahtumakonseptin. Toimeksiantajan kanssa päädyimme siihen lopputulokseen, että Powerpoint olisi tuotokselle toimivin muoto. Powerpoint mahdollistaa helppokäyttöisyytensä lisäksi sen, että Paasitorni voi tehdä tarvittaessa tuotokseen muutoksia tai lisäyksiä. Valmiin Powerpoint -esityspohjan sain käyttöön Paasitornilta. Paasitorni käyttää samaa pohjaa myös omissa esityksissään. Pohjasta tulee ilmi Paasitornin brändi, joka näkyy Powerpoint -dioiden väreissä ja tuotoksen etusivun reunuksista.

Ennen kuin pääsin tuottamaan tuotosta, täytyi opinnäytetyön teoria osuus saada tehtyä siihen vaiheeseen, että olisi helpompi myös pystyä teorian pohjalta lähteä ideoimaan tuotoksen sisältöä. Teoriaosuuden valmistuttua oli mahdollista alkaa ideoimaan tuotoksen sisältöä tarkemmin ja rungon sisällölle sai melko mutkattomasti suunniteltua. Tuotoksen sisällön tahdoin esitellä myös toimeksiantajalle, sillä oli tärkeää saada varmistus siitä, että opinnäytetyö olisi sisällöltään toivotunlainen. Heille esiteltyäni idean ja saatua muutamia kommentteja siitä, pystyin alkaa työstämään itse tuotosta. Tuotoksen työstäminen eteni melko nopeasti, sillä tuotoksesta oli tehty hyvä suunnitelma ja opinnäytetyö tuki tuotoksen etenemistä hyvin paljolti.

Työstämisen aikana tuotoksesta lähti kahteen kertaan myös luonnos toimeksiantajalle ja opinnäytetyö ohjaajalle kommentoitavaksi. Palautteidensa ja kehitysehdotuksiensa pohjalta tuotosta pääsi kehittämään entistä paremmaksi. Tuotoksen alkuvaiheessa koin epävarmuutta aiheen rajauksessa ja sisällön kehittämisessä. Tuotoksen tarkoituksena on toimia Paasitornille toimintamallina ja käytäntöjä ohjaavana oppaana tulevien tapahtumien järjestämiseksi ja tämä toikin tuotoksen tekemiseen hieman paineita aluksi. Toimeksiantajani kuitenkin auttoi tässä vaiheessa tuotostani minua ymmärtämään, että minkälaista toimintamallia Paasitorni toivoo käyttöönsä ja minkälaisesta toimintamallista he tulevat hyötymään. Toimeksiantajani pyysikin minua jo työn tekemisen alkuvaiheessa kiinnittämään erityishuomiota siihen, että tuotokseni ei jää toteutettujen tapahtumien irralliseksi raportoinniksi tai myöskään teorian irralliseksi esittelyksi. Paasitorni toivoi pääasiallisesti työltä sitä, että he pystyvät sen avulla identifioimaan asioita, jotka tulee ottaa huomioon, kun yleisötapahtumia lähdetään järjestämään Paasitornissa. Tuotokseni eri vaiheiden luonnokset saivat myös toimeksiantajan tarkastelemaan asioita eri näkökulmista, joka toi uusia

ideoita tuotoksen lopullisen version kehittämiseen. Jatkuva yhteydenpito toimeksiantajan kanssa mahdollisti sen, että työssä pysyttiin asetetuissa tavoitteissa.

5 Paasitornin yleisötapahtuminen tapahtumakonseptin esittely

Suurin osa Paasitornin syksyn 2019 yleisötapahtumista toimi pilotteina ja tavoitteena olisi, että näitä tapahtumia lähdetäisiin kehittämään ja, että ne olisivat jatkossa vielä aiempaa-kin toimivimpia. Tapahtumakonseptin avulla on helpompi aloittaa tapahtuman tuottaminen uudelleen, kun ei tarvitse joka kerta lähteä aloitusviivalta uudelleen liikkeelle. Opinnäytesyöni aihetta suunnitellessa yhdessä Paasitornin kanssa, selvisi, että heillä olisi tarve kyseenlaiselle konseptille yleisötapahtumien jatkoa ajatellen. Tarve työlle kertoo myös sen, että sillä on arvoa. Arvo tuotokselle tietenkin nousee sen mukaan minkä verran tuotosta hyödynnetään, eli kun sitä käytetään. Tarpeellisen tuotoksesta tekee myös Paasitornin omat tavoitteet koskien yleisötapahtumien jatkoa. Paasitornilla on omat taloudelliset kuin sisällölliset tavoitteet tapahtumille ja mikäli tuotos edesauttaa tavoitteita, tuotos on tarpeellinen.

Tämän tuotoksen on tarkoitus toimia toimintamallina Paasitornin henkilöstölle, heidän tuottaessaan yleisötapahtumia. Henkilöstöllä on valtuudet muokata ja päivittää tuotosta tarvittaessa. Tuotoksen tapahtumakonseptin on tarkoitus toimia niissä tilanteissa, kun Paasitorni kaipaa esimerkiksi muistutusta siitä, mitä asioita tulisi ottaa huomioon, kun lähdetään tuottamaan yleisötapahtumia. Tuotoksessa tapahtumakonsepti koostuu strategisista ja operatiivisista kysymyksistä ja niihin kehittämäni vastaukset tulisivat tukea yleisötapahtumien jatkoa sekä myös tulevaisuudessa uudenlaisia Paasitornin tuottamia yleisötapahtumia.

Tuotokseni sisältää alkuun tiivistelmät Paasitornin syksyn 2019 yleisötapahtumista. Esittelyjen jälkeen tuotoksessa siirrytään näiden tapahtumien yhdistävien tekijöiden analysointiin. Tuotoksessa analysoidaan sitä mitkä tekijät yhdistävät kaikkia Paasitornin syksyn 2019 yleisötapahtumia, mitkä ovat olleet niiden yhtenäisiä prosesseja, mitä tavoitteita, viestejä ja kohderyhmiä tapahtumilla oli, sekä viimeiseksi käydään läpi mitkä tekijät tekivät tapahtumista Paasitornin näköisiä. Yleisötapahtumien yhtenäisyyksien analysoimisen jälkeen, tuotoksessa siirrytään itse tapahtumakonseptiin. Tapahtumakonsepti sisältää strategisten ja operatiivisten kysymyksien taulukon. Taulukko sisältää jokaiselle kysymykselle oman kohdan taulukosta. Tapahtumakonseptin esittelemisen jälkeen siirrytään vielä Onnistuneen tapahtuman mallin ® teoriaan, joka kiteyttää vielä koko tapahtumakonseptin yhteen. Viimeisenä tuotoksessa on esillä vielä esimerkkinä kahden eri Paasitornin syksyn 2019 tuottamien yleisötapahtumien muistilistat.

Tuotoksen satunnaisista dioista löytyy myös muistiinpanot, jotka kertovat dian aiheen asiaa vielä hieman tarkemmin. Tuotoksesta löytyy myös linkki opinnäytetyöhön, jonka kautta voi tarvittaessa tulla lukemaan lisää tietoa teoriasta sekä tuotoksen kehittämisprosessista ja sen esittelystä.

6 Pohdinta

Tavoitteenani oli luoda teoriapohjalta kuin myös tuotoksen pohjalta hyödyllinen opinnäytetyö. Kuten johdannossa mainitsin, on opinnäytetyöni hyödyllisessä käytössä silloin, kun sen avulla Paasitorni on voinut tuottaa onnistuneita yleisötapahtumia.

Opinnäytetyön tekijänä koen, että olen oppinut entistä enemmän tapahtuman tuottamisesta ja sen rakentavista tekijöistä, eli tapahtumakonseptista. Työharjoitteluni myötä olin päässyt tuottamaan Paasitornin syksyn 2019 yleisötapahtumia, ja niistä opitut konkreettiset asiat on säilynyt minulla hyvässä muistissa. Näiden opittujen asioiden peilaaminen teoriaan, kuitenkin sai minut ymmärtämään niiden teoreettisen puolen. Opinnäytetyötä tehdessä koin saavani myös lisää luottamusta oman kirjoittamistaidon suhteen. Huomasin, että kirjoittamiseeni vaikutti positiivisesti muun muassa aikatauluttaminen.

Opinnäytetyön alkuvaiheessa, sovin itseni, ohjaajani sekä toimeksiantajan kanssa alustavasta etenemisestä opinnäytetyön suhteen. Aikataulutukseen auttoi koulunjärjestelmämme Konto, jossa opinnäytetyön vaiheet oli valmiiksi jaettu jo kolmeen osaan. Näille kolmelle vaiheelle minun tuli päättää päivämäärät. Jokaisessa vaiheessa täytyi olla opinnäytetyötä tehtynä aina tietyn verran. Päättämäni päivämäärät vaiheille oli mielestäni hyvin ajoitetut, vaikka pientä joustoa päivien suhteen opinnäytetyötä tehdessä piti tehdä. Päivämäärät kuitenkin antoivat minulle lisää motivaatiota ja tahtoa jatkaa työni tekemistä eteenpäin. Vaiheiden aikana tein myös itselleni tarkemmat aikataulut aina tietyistä osuuksista opinnäytetyössä. Tämä auttoi minua aina viikoittain tekemään työtä eteenpäin, ja saada aina itseni kanssa sovitut osuudet valmiiksi tiettyyn aikaan mennessä.

Koen, että työskentelyni opinnäytetyötä kohtaan oli ahkeraa ja onnistuneesti aikataulutettua. Vaikkakin joitakin päivämääriä opinnäytetyön aikataulutuksesta tuli hieman siirtää, koen, että pidin aikataulusta parhaimpani mukaan kiinni ja pääsin kirjoittamisessa aina toivomiini tavoitteisiin. Työssäni paneuduin myös hyvin teoriaan, ja aloitin sen lukemisen hyvissä ajoin ennen itse kirjoittamista. Suoraa kirjallisuutta tapahtumatuotannosta löytyi niukasti, joka vaikutti osaltaan hidastavasti opinnäytetyön teoriaosuuden tekemiseen. Opinnäytetyöhön aiheeseen löysin kuitenkin muutaman hyvän ja kattavan kirjallisen lähteen. Yllätyin positiivisesti siitä, vaikka kirjallisuutta aiheesta oli vähemmän mitä kuvittelin, niin kuitenkin löytämissäni lähteissä teoriaa löytyi ihan pienimmistäkin yksityiskohdista lähtien.

Aiheeni suunnitelma pysyi suurimmaksi osaksi samanlaisena alusta loppuun asti. Työni projektisuunnitelmasta, tein jo alkuun hyvin selkeän ja sisällöltään pitkälle ajatellun. Suunnitelmaan kuitenkin piti tehdä työn aikana joitakin muutoksia, kuten otsikoihin ja niiden sisältöön sekä järjestykseen. Aiheen rajaus ilmeni myös alussa pienenä haasteena, mutta näissä tilanteissa sain apua ohjaajaltani ja haasteista selvittiin nopeasti.

Opinnäytetyön onnistumista pohtiessani, koen täyttäneeni itseni ja toimeksiantajan asettamat tavoitteet. Opinnäytetyön sekä tuotoksen luonnosvaiheissa, sain työstäni positiivista palautetta toimeksiantajalta, mikä antoi jo alkuvaiheessa onnistumisen tunteen työtäni kohtaan. Opinnäytetyötä tehdessä, pyrin pitämään mielessäni sen, että minkälaisesta tuotoksesta olisin myös itse hyötynyt ajalla, kun olin työharjoittelussa Paasitornissa ja osana tuottamassa heidän yleisötapahtumiaan. Mikäli tekemäni opinnäytetyö ja siihen kuuluva tuotos olisi ollut käsissäni tuolloin, olisin varmasti tietänyt enemmän mitä asioita tulisi ottaa huomioon tapahtumaa järjestäessä ja missä järjestyksessä. Mielestäni, tällainen tunne työstäni viittaa siihen, että työni on onnistunut.

Opinnäytetyö ohjaajani piti opinnäytetyöseminaareja kolmessa osassa, vaiheiden mukaisesti, hänen kaikille ohjattavilleen opiskelijoille. Näiden opinnäytetyöseminaarien tarkoitus oli jakaa omaa etenemistä työn suhteen ja saada myös vinkkejä muilta opinnäytetyötä kirjoittavilta opiskelijoilta. Opinnäytetyö seminaarimme oli kuitenkin aina jaettu kahteen osaan englannin ja suomen kielellä kirjoittavien vuoksi. Suomen kielellä kirjoittavien opiskelijoiden seminaarissa, oli yleensä vain ensimmäisestä tapaamisesta lähtien paikalla sekä loppuajalta etäyhteyksin minä ja yksi toinen opiskelija, jonka kanssa olimme töidemme suhteen melko eri vaiheissa. Ryhmämme oli mukava siinä mielessä, että se oli tiivis ja oman opinnäytetyön esittäminen tuntui luontevalta pienemmälle ryhmälle. Olisin kuitenkin toivonut, että meitä suomen kielellä kirjoittavia olisi ollut tapaamisissa paikalla aina muutama enemmän, jotta olisi voinut saada muun muassa vielä enemmän vinkkejä ja tukea omaan työhönsä.

Kaiken kaikkiaan koen opinnäytetyöprosessini olevan onnistunut ja tuotokseni olevan sellainen, josta toimeksiantajani hyötyy ja josta voin itse olla ammatillisesti ylpeä. Valmistamani tuotosta ei ole vielä päästy hyödyntämään käytännössä, mutta odotan Paasitornilta mielenkiinnolla palautetta sen toimivuudesta ja tuottamasta hyödystä.

Lähteet

Evento-lehti 2019. Paluu juurille – seminaarit saavat rinnalleen yleisötapahtumia. Luettavissa: <https://eventolehti.fi/artikkelit/paluu-juurille-seminaarit-saavat-rinnalleen-yleisotapahtumia/>. Luettu: 27.2.2020.

Helsinki Congress Paasitorni 2017. Paasitornin historia. Luettavissa: <https://www.paasitorni.fi/app/uploads/2017/01/Paasitornin-historia-2017.pdf>. Luettu: 25.2.2020.

Huhtaniska, T. 2019. Faktaa ja fiilistä tapahtumatuottajalle. Edita. Helsinki.

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

Kuusisto, H. 28.11.2017. Tapahtumamarkkinoinnin periaatteet – 4 vinkkiä onnistuneeseen tapahtumamarkkinointiin. PowerMarkkinointi. Luettavissa: <https://www.powermarkkinointi.com/blogi/tapahtumamarkkinoinnin-periaatteet-4-vinkki%C3%A4-onnistuneeseen-tapahtumamarkkinointiin>. Luettu: 14.5.2020

Liveto 2018. Uuden tapahtumajärjestäjän opas. Onnistuneen tapahtuman perusteet – näin vältät tapahtuman konkurssin. Liveto.

Lyyti. B2B-yrityksen tapahtumaprosessi. Opas B2B-yrityksen tapahtumaprosessin kehittämiseen. Opas. Luettavissa: <https://www.lyyti.com/hubfs/2018/Content%20FI/Opas-B2B-Tapahtumamarkkinointi.pdf>. Luettu: 27.2.2020

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2016. Tapahtuma on tilaisuus – tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tietosanoma. Helsinki.

Vallo & Häyrinen 2016a. Strategisen kolmion kysymykset. Tapahtuma on tilaisuus – tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tietosanoma. Helsinki.

Vallo & Häyrinen 2016b. Tapahtuman viestiin vaikuttavat tekijät. Tapahtuma on tilaisuus – tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tietosanoma. Helsinki.

Vallo & Häyrinen 2016c. Operatiivisen kolmion kysymykset. Tapahtuma on tilaisuus – tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tietosanoma. Helsinki.

Vallo & Häyrinen 2016d. Onnistuneen tapahtuman malli ®. Tapahtuma on tilaisuus – tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tietosanoma. Helsinki.

Liitteet

Liite 1. Opinnäytetyön tuotos

Tapahtumakonsepti Helsinki Congress Paasitornin yleisötapahtumille

Ida Hietanen
Matkailun koulutusohjelma
Opinnäytetyön tuotos
Haaga-Helia ammattikorkeakoulu
2020



Sisällys

1. Johdanto
 2. Dekkarifestivaali
 3. Paasitorni Boxing Gaala II
 4. ”Arkihuolesi kaikki heitä” – Elegian joulukonsertti
 5. Rockabilly Xmas Juttis & Bygga
 6. Yhdistävät tekijät Paasitornin syksyn 2019 yleisötapahtumissa
 - 6.1. Yhtenäiset prosessit
 - 6.2. Tavoitteet, viestit ja kohderyhmät
 7. Mitkä tekijät tekevät tapahtumista Paasitornin näköisiä?
 8. Tapahtumakonsepti Paasitornin yleisötapahtumille
 - 8.1. Onnistuneen tapahtuman malli ®
 9. Muistilista
- Lähteet



1. Johdanto

Tämä tuotos on osa Ida Hietasen luomaa opinnäytetyötä ”Tapahtumakonseptin kehittäminen Helsinki Congress Paasitornin yleisötapahtumille”. Tuotoksen tarkoituksena on toimia toimintamallina Paasitornin henkilöstölle, heidän järjestäessään talon sisäisiä yleisötapahtumia.

Tuotos käsittelee Paasitornin syksyn 2019 yleisötapahtumia ja niistä tehtyjä havaintoja. Näitä havaintoja on peilattu teoriaan ja sen pohjalta luotu Paasitornin yleisötapahtumille toimiva tapahtumakonsepti. Tapahtumakonsepti pohjautuu Helena Vallon ja Eija Häyrisen luomaan tapahtumakonseptiin kirjassa ”Tapahtuma on tilaisuus – tapahtumamarkkinointi ja tapahtumien järjestäminen” vuodelta 2016.

Tuotosta on tarkoitus käyttää toimintamallina ja se luovutetaan Paasitornin omaan käyttöön. Tarvittaessa tuotosta voi muokata ja päivittää.



2. Dekkarifestivaali



- Tapahtuma järjestettiin ensimmäistä kertaa Paasitornin tiloissa 21. syyskuuta 2019.
- Tapahtuman järjestäjänä toimi kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Paasitorni tuki tapahtumaa omilla sosiaalisen median kanavissaan jakamalla tapahtuman järjestäjän markkinointia.



Kohderyhmä oli avoin, mutta tapahtuma oli suunnattu kuitenkin dekkari –kirjallisuuden ystäville.



Tapahtuman ohjelma sisälsi erilaisia keskusteluja, kirjailijatapaamisia, pakohuonepelin sekä viihteellisen rikosillallisen.



Kuva: Helsinki Congress Paasitorni



Kuva: Timo Taussi



3. Paasitorni Boxing Gaala II



- Paasitorni Boxing Gaala järjestettiin Paasitornissa ensimmäistä kertaa 2018, joka saikin jatkoa Paasitorni Boxing Gaala II:na 11. lokakuuta 2019.



Kuva: Helsinki Congress Paasitorni



Kuva: Helsinki Congress Paasitorni



Kohderymänä nähtiin niin nyrkkeilystä ja urheilusta kiinnostuneet henkilöt, yritykset ja yhteisöt sekä erilaiset ammattiliitot ja Helsinki-Talinnna välisten suhteiden ylläpitävät tahot.



Ohjelma koostui Helsinki-Talinnna välisistä amatööri kaupunki-otteluista sekä ammattinyrkkeilyotteluista. Gaalailtaa pystyi myös juhlistamaan pöytiin tarjoiltavalla illallisella ottelusalissa.



4. ”Arkihuolesi kaikki heitä” - Elegian joulukonsertti



- Helsingin Työväen Naiskuoro Elegian joulukonsertti ”Arkihuolesi kaikki heitä” pidettiin Paasitornissa 19. joulukuuta 2019.
- Konsertin tarkoitus oli välittää viestiä joulun sanomasta ja rauhasta.



Kuva: Ida Hietanen



Kuva: Ida Hietanen



Tilaisuuden ollessa vapaapääsyinen, tapahtumalla oli avoin kohderyhmä.



Tapahtuman ohjelmaan kuului yhteislauluja ja ennen esitystä asiakkailla oli mahdollisuus nauttia maksullisesta glögi/kahvitarjoilusta.



5. Rockabilly Xmas Juttis & Bygga



- Rockabilly Xmas Juttis & Bygga järjestettiin ensimmäistä kertaa Paasitornin sekä samassa rakennuksessa toimivan Ravintola Juttutuvan kanssa 20. joulukuuta 2019.
- Tapahtuma toteutettiin porrastetusti kahden eri kerroksen välillä.
- Juttutuvan tapana on ollut aina pitää livekonserttinsa vapaapääsyisenä ja asia pidettiin niin myös tässäkin tapahtumassa. Tikein myymät pääsyliput tapahtumaan oikeutti pääsyn seuraamaan bändejä Paasitornin puolelle.



Kuva: Helsinki Congress Paasitorni



Kuva: Helsinki Congress Paasitorni



Avoimen yleisön lisäksi tapahtumaan kutsuttiin kutsuvieraita, jotka olivat jollain tavalla sidoksissa tapahtuman musiikkityyliin.



Tapahtumassa esiintyi yhteensä 4 rockabilly bändiä ja kaksi tiskijukkaa.

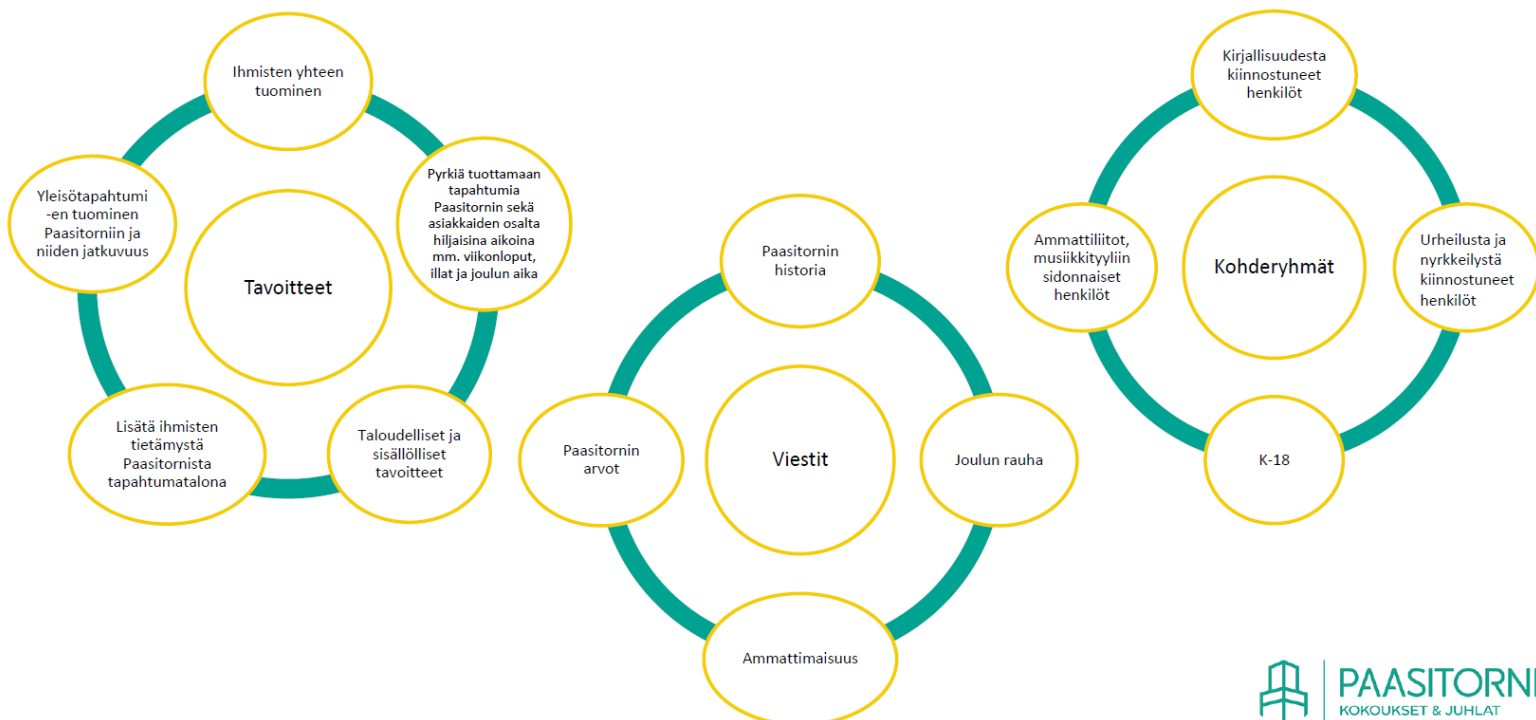
6. Yhdistävät tekijät Paasitornin syksyn 2019 yleisötapahtumissa



6.1. Yhtenäiset prosessit



6.2. Tavoitteet, viestit ja kohderyhmät



7. Mitkä tekijät tekevät tapahtumista Paasitornin näköisiä?



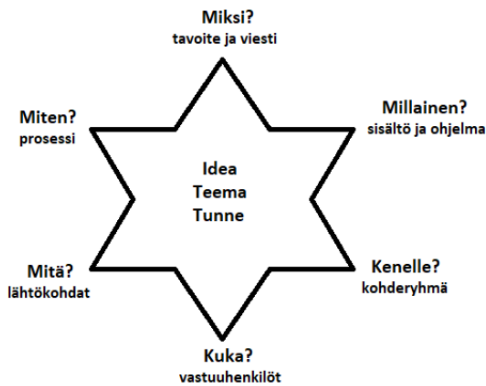
8. Tapahtumakonsepti Paasitornin yleisötapahtumille

Strategiset kysymykset

Operatiiviset kysymykset

Miksi tapahtuma järjestetään?	Kenelle tapahtuma järjestetään?	Mitä järjestetään, missä ja milloin?	Miten tapahtuma järjestetään?	Millainen tapahtuman ohjelma tai sisältö on?	Tapahtuman vastuuhenkilöt/isännät?
<ul style="list-style-type: none"> Jatkuvuus <ul style="list-style-type: none"> Tavoitteena kehittää tapahtumista jatkuvia ja aiempaa toimivimpia Tavoitteet <ul style="list-style-type: none"> Taloudelliset tavoitteet Sisällölliset tavoitteet Konkreettiset tavoitteet Viestit <ul style="list-style-type: none"> Mitä halutaan viestiä tapahtuman kohderyhmälle 	<ul style="list-style-type: none"> Onko tapahtuma suunnattu suurelle yleisölle vai rajatulle tai avoimelle kutsuvierasjoukolla Tapahtuman luonteeseen sopiva kohderyhmä Asioita joita tulee mm. ottaa huomioon kohderyhmässä: <ul style="list-style-type: none"> Ikä Sukupuoli Avec vai yksin Perheellinen vai yksinlääjä 	<ul style="list-style-type: none"> Tapahtuman lähtökohdat: <ul style="list-style-type: none"> Mitä, missä, milloin Asia- tai viihdetapahtuma, vai niiden yhdistelmä? Tapahtuman tila Ajankohta Kesto 	<ul style="list-style-type: none"> Katso dia 6.1. Yhtenäiset prosessit Suunnitteluvaiheessa tapaamiset avainhenkilöiden kanssa -> ideointia yhdessä Tapaamisia ja yhteydenpitoja projektiryhmän kanssa aktiivisesti Vastuuroolin päättäminen projektiryhmässä Tapahtumakäsikirjoitus Toteutusvaiheessa, projektiryhmällä on roolit selvät ja tieto tapahtumankulusta Tapahtuman sisäiset pienet ja suuret järjestelyasiat Rakentelu ja purku Jälkimarkkinointia päätetyssä muodossa (sosiaalinen media, palautteen kerääminen, yhteydenottopyyntöihin reagoiminen) 	<ul style="list-style-type: none"> Riippuu minkälaista tapahtumaa ollaan järjestämässä ja tapahtuman budjetista Yleisesti huomioon otettavia asioita: <ul style="list-style-type: none"> Teema Viesti Kohderyhmä Sisällön tapahtumalle kuitenkin muodostaa teema, ohjelma, asiat ja esiintyjät Sisällön tulisi koskettaa monipuolisesti vieraan eri aisteja Ansaintalogiikan näkökulmasta itse tuotetuissa tapahtumissa tulisi anniskelun olla sallittua koko tapahtuman ajan. 	<ul style="list-style-type: none"> Tapahtuman vastuuhenkilöinä toimii projektiryhmä, ja sitä ohjaava projektipäällikkö Vastuuhenkilöitä voivat olla myös he keillä on vastuu luovissa, logistissa ja teknillisissä asioissa Kumppanuudet (tapahtumaa järjestävä asiakas, tapahtumatuottaja, ravintoloitsija, Scandic Paasi) vaihtelevat eri tapahtumissa, tärkeä ottaa huomioon! Isännäksi soveltuu tapahtumaa järjestävän organisaation sisältä oleva henkilö tai ulkopuolinen henkilö (asiantuntija, ulkopuolinen tuottaja)

8.1. Onnistuneen tapahtuman malli ®



Onnistuneen tapahtuman malli ® (mukaillen Vallo & Häyrinen 2016)

Strategiset ja operatiiviset kysymykset muodostavat kaksi erillistä kolmiota, joista muodostuu Onnistuneen tapahtuman malli ®. Molempien kolmioiden tulee olla vahvoja, jotta ne voivat olla tasapainossa. Tasapainossa olevat kolmiot, mahdollistavat onnistuneen tapahtuman. Mikäli jokin kolmion kulma olisi toista vahvempi ja täten tasapainoton, voivat vieraat tapahtumassa aistia tapahtuman toimimattomuuden. Tällainen aisti voi jäädä heille päällimmäiseksi tunteeksi tapahtuman päättyttyä, kun taas täydellisessä tasapainossa olevat kolmiot mahdollistaisivat onnistuneen tapahtuman tunteen vieraalle. (Vallo & Häyrinen 2016, 127.)

9. Muistilista

- Esimerkki kahden eri Paasitornin syksyn 2019 yleisötapahtuman muistilistasta.
- Lisää tarvittavia tietoja Paasitornin yleisötapahtumien toteuttamiseen löytyy Paasitornin henkilöstön omasta tietokannasta.

"ARKIHUOLESI KAIKKI HEITÄ" – ELEGIAN JOULUKONSERTTI 19.12.2019

- Sovittu Tomi kokouspalveluiden puolesta vastaavaksi tapahtumaan ja Mikko kokousteknikasta
- Katin ja Idan tapaaminen Elegiakuoro Mirkun kanssa 23.10.2019
- Ravintolan/Tuulian ja Mikaelin kanssa sovittu tapahtuman Sirkuslämpiön myymäläkahvilasta ja tuotteista 30.10.
- Tomin kanssa sovittu myymäläkahvilan kalusteet / tehty varaukset Conmaniin
- Elegiakuoron kenraaliharjat 9.12. (Mikko teknikasta paikalla + Ida)

ROCKABILLY XMAS JUTTIS & BYGGA 20.12.2019

- Ensimmäinen tapaaminen (Osku, Kati, Ida, Olli, Tommi, Paula, Esa) 23.9.
- Tiketin tapahtumatietolomakkeen täyttäminen (Ida, Olli, Paula, Esa)
- Tiketin tapahtumatietolomake annettu Tiketille 10.10.
- Tapahtuman myyntisivu Tiketissä julkaistu 11.10.
- Varattu Matchboxille ja Dj Farmer Johnille huoneet Scandic Paasista (20.-21.12.) 28.10.
- Hankittu Tiketiltä 50kpl lippuja Paasitornin asiakaskäyttöön 12.11.
- Raideri saatu Matchboxilta -> annettu Paulalle ja Mikolle
- Tapaaminen liittyen yleisiin järjestelyihin (Osku, Kati, Ida, Olli, Mervi) 14.11.
- Sovittu Ollille vastuu tapahtuman järjestysvalvoijista ja narikkahoitajista
- Tiketin markkinointi tapahtumasta alkanut 18.11.
- Sovittu Tiketin kanssa ovimyynnistä 19.11.
- Jyrkille annettu tehtäväksi tehdä pelastussuunnitelma 19.11.
- Sovittu, että Esa+Ida vastassa Matchboxia hotellilla ja Ida houstaa illan aikana 20.11.
- 800kpl rannekkeita tilattu / rannekkeet.fi 21.11.
- 200kpl rannekkeita tilattu lisää sekä 50kpl kaulanauhoja/ rannekkeet.fi 3.12.
- Rannekkeet viimeistään 16.12. perillä
- Henksusta tulijat/bändien nimilistat/pressi hlömäärä/ valmiina tieto marraskuun loppuun mennessä -> ilmoitus Tiketille
- Aikataulut valmiiksi
- Bändeille omat aikataulut
- Rockabilly Xmas t-paidat Juttiuksen henkilökunnalle tilattu Painomyllystä 10.12.
- Soundcheckien sopiminen Holmbergin kanssa
- Jyrki lähettänyt valmiin pelastussuunnitelman 10.12.
- Staff/press/artist patchit

Lähteet

Vallo & Häyrinen 2016. Onnistuneen tapahtuman malli[®]. Tapahtuma on tilaisuus – tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tietosanoma. Helsinki.

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2016. Tapahtuma on tilaisuus – tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tietosanoma. Helsinki.