

Saimaan ammattikorkeakoulu
Liiketoiminta ja kulttuuri Imatra
Majoitus- ja ravitsemisala
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

Marju Peippo

Tapahtuman järjestäminen, case: Muotia ja musiikkia

Opinnäytetyö 2012

Tiivistelmä

Marju Peippo

Tapahtuman järjestäminen, case: Muotia ja musiikkia, 46 sivua,
10 liitettä

Saimaan ammattikorkeakoulu

Majoitus- ja ravitsemisala Imatra

Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

Opinnäytetyö 2012

Ohjaaja: lehtori Ilkka Lehtola, Saimaan ammattikorkeakoulu

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella ja järjestää Taavetissa Muotia ja musiikkia – tapahtuma. Opinnäytetyö tehtiin yksityisyrittäjä Antti Kokkola KY:lle. Opinnäytetyön tekijä suunnitteli tapahtuman sisällön ja kulun yhdessä yrittäjän kanssa. Työn tavoitteena oli toteuttaa uudenlainen tapahtuma Taavetissa ja lisätä myyntiä asustefirmalle. Työ oli toiminnallinen projektityö.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa tarkasteltiin projektin hallintaa, tapahtuman markkinointia sekä tapahtuman järjestämiseen liittyviä riskejä ja niiden hallintaa. Tapahtuman onnistumista tarkasteltiin talouden, markkinoinnin ja tiedottamisen näkökulmasta. Tapahtuman onnistumista arvioitiin asiakkaille ja henkilöstölle tehdyn kyselyn ja sen tulosten perusteella.

Muotia ja musiikkia - tapahtuma toteutettiin Taavetin Joukolassa sunnuntaina 16.9.2012. Tapahtuma toteutettiin suunnitelman mukaisesti. Tapahtuma oli onnistunut, mutta seuraavan tapahtuman suunnitteluvaiheessa järjestelyissä tulee huomioida kahvitarjoilun sujuvuus ja harjoitukset muotinäytöstä varten.

Asiasanat: tapahtuman järjestäminen, tapahtuman markkinointi, tapahtuman riskit ja niiden arviointi

Abstract

Marju Peippo

Arranging Event, Case: Fashion and Music, 46 pages,

10 appendices

Saimaa University of Applied Sciences

Business and Culture, Imatra

Faculty of Tourism and Hospitality

Degree Programme in Hotel and Restaurant Business

Bachelor's Thesis 2012

Instructor: Mr. Ilkka Lehtola, Senior Lecturer, Saimaa UAS

The purpose of this thesis was to plan and arrange a "Fashion and Music" event in Taavetti. Thesis was made for private entrepreneur Antti Kokkola (KY). The author of thesis planned the content and time schedule together with the entrepreneur. The purpose of the work was to execute a new kind of happening in Taavetti, and create new customer contacts to company. Work was realized as a functional project.

In theory part of the thesis there were analyses of from project management, event marketing, and risks of deploying such an event and how to control those risks. Success of the event was analyzed from the viewpoint of economy, marketing and public relations. Measuring was made with enquiry directed to customers and personnel, and results were evaluated.

Fashion and Music - event was executed on Sep. 16. 2012 at Joukola, Taavetti. The event was successful, but it was noticed that in future some minor modification have to be done in content concerning the fluency of coffee service and rehearsals of fashion show.

Keywords: Arranging event, marketing event, risks of arranging event and evaluation of the risks

SISÄLTÖ

1	Johdanto.....	6
2	Kulttuuri- ja yleisötapahtumat Suomessa.....	7
3	Projektina tapahtuman järjestäminen.....	8
3.1	Projektin tarpeen tunnistaminen ja määrittely	9
3.1.1	Antti Kokkola KY:n esittely	10
3.1.2	Tapahtuman tavoitteet.....	10
3.1.3	Tapahtuman palvelut.....	11
3.1.4	Tapahtuman kohderyhmä	12
3.1.5	Tapahtumapaikka ja ajankohta	12
3.1.6	Resurssit	13
3.2	Projektin suunnittelu	13
3.2.1	Suunnitteluvaihe.....	14
3.2.2	Tapahtuman turvallisuus- ja lupa-asiat.....	16
3.2.3	Tapahtuman kustannusarvio	17
3.2.4	Toteutuneet kustannukset	18
3.3	Tapahtuman toteutus ja johtaminen.....	18
3.3.1	Muotia ja musiikkia tapahtuman toteutus	20
3.3.2	Johtaminen.....	20
3.3.3	Ajankäyttö	21
3.3.4	Tilankäyttö.....	22
3.3.5	Henkilöstön ohjaaminen	22
3.3.6	Työskentelyn seuranta	23
3.4	Projektin päättäminen	24
3.5	Projektin hyödyt	25
4	Tapahtumamarkkinointi ja markkinoinnin välineet	26
4.1	Mainonta.....	26
4.1.1	Lehtimainonta.....	27
4.1.2	Radiomainonta	27
4.1.3	Internet-mainonta	28
4.2	Henkilökohtainen myyntityö	28
4.3	Myyntin edistäminen	28
4.4	Suhde- ja tiedotustoiminta	29
4.5	Muotia ja musiikkia – tapahtuman markkinointi ja mainonta	29
5	Tapahtuman riskit	30
5.1	Riskien hallinnan ABC	31
5.2	Riskien kartoitus	31
5.3	Riskien arviointi.....	32
5.4	Riskien hallinta.....	33
5.5	Muotia ja musiikkia – tapahtuman riskit	33
5.5.1	Riskien arviointi	34
5.5.2	Riskien hallinta	34
6	Tapahtuman toteutumisen arviointi.....	35
6.1	Talous.....	35
6.2	Markkinointi ja tiedottaminen	36
6.3	Asiakastyytyväisyys	37
6.4	Henkilökunnan tyytyväisyys	39
7	Yhteenveto ja pohdinta	42

Kuvat.....	45
Kuviot.....	45
Taulukot.....	45
Lähteet.....	46

Liitteet

Liite 1 Käsiohjelman kannet

Liite 2 Käsiohjelman sisältö

Liite 3 Tuloslaskelma

Liite 4 Tapahtuman kulku

Liite 5 Tapahtumamainonta

Liite 6 Luumäen lehden artikkeli

Liite 7 Ilmoitus Korsuorkesterin Internet-sivuilla

Liite 8 Riskien kartoitus

Liite 9 Asiakastyytyväisyyskysely

Liite 10 Syyskuun 2012 myynnin seuranta Asu & Lahjivasussa

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on suunnitella teemallinen Muotia ja musiikkia - tapahtuma Luumäen Taavetissa, ja toteuttaa se sunnuntaina 16.9.2012. Taavetti on Luumäen kunnan keskusta, joka sijaitsee Etelä-Karjalan läänissä. Tänä vuonna Luumäellä juhlitaan 370 vuotiasta kuntaa erilaisilla tapahtumilla pitkin kesää. Opinnäytetyö tehdään yhteistyössä Antti Kokkola KY:n kanssa. Työn teoriaosuudessa käsitellään projektityöskentelyä, markkinointia ja tapahtumaan liittyviä riskejä ja niiden hallintaa.

Yrittäjät Pirkko ja Antti Kokkola ehdottivat teematapahtumaa järjestettäväksi Taavetin Joukolassa, joka on vanha seurantalo Taavetin keskustan tuntumassa. Tapahtumasta oli mahdollista tehdä opinnäytetyö, sillä työssä yhdistyy monia ammattikorkeakoulussa opittuja asioita. Opinnäytetyön tekijää kiinnosti tapahtuman aihe ja ajankohtaisuus sekä mahdollisuus tehdä toiminnallinen opinnäytetyö.

Opinnäytetyössä käsitellään tapahtuman järjestämistä suunnittelusta toteutukseen. Työssä käydään läpi tapahtuman lähtökohdat ja projektityöskentelyn eri vaiheet sekä riskit ja niiden hallinta. Opinnäytetyö on toiminnallinen, jossa onnistumista mitataan neljästä näkökulmasta. Näkökulmat ovat talous, jossa tarkastellaan, millaiset ovat tapahtuman tuotot ja millaiset ovat tapahtuman kulut. Toinen näkökulma on markkinointi ja tiedottaminen, ja siinä tarkastellaan markkinoinnin sekä tiedottamisen onnistumista että sen vaikutusta yleisöön. Kolmantena näkökulmana toimii asiakkaiden tyytyväisyys. Neljäntenä näkökulmana on henkilöstön tyytyväisyys.

Opinnäytetyön haasteita on lähdeaineiston hankkiminen ja kiireinen aikataulu. Opinnäytetyön raportin työstäminen on helpompaa, kun tekee projektista suunnitelman ja toteuttaa projektin suunnitelman pohjalta. Työn aihe käsittelee tapahtuman järjestämistä suunnittelusta toteutukseen ja onnistumisen mittaamisen.

2 Kulttuuri- ja yleisö tapahtumat Suomessa

Kulttuuri nostaa esiin erilaisia ilmiöitä. Kulttuurilla tarkoitetaan taiteen eri lajeja, kuten musiikkia, tanssia, kirjallisuutta, valokuvaamista. Toisaalta kulttuuri-ilmiöiksi voidaan luokitella myös urheilu ja liikunta, kirjastopalvelut, kotiseututyöt ja muut tapahtumat. (Kauhanen ym. 2002, 11.)

Suomessa on kokoonnuttu yhteen kautta aikain, mutta sen tarkoitusperä on ollut kuitenkin hyödyllisyys ja tarpeellisuus. Metsästysretkiä on tehty yhdessä, kokouksista on sovittu yhdessä ja yhteiselämään on laadittu yhteiset pelisäännöt. Kehitysbiologiasta löytyy syy ihmisten liikkumiselle ja toistensa tapaamiselle, sillä se on rikastuttanut perimää osaltaan. (Antikainen 1996, 1.)

Festivaalit saapuivat Tallinnasta Suomeen 1800-luvun lopulla. Tallinnan laulujuhlilla vierailut A. A. Granfelt alkoi järjestää Jyväskylään kesällä 1881 musiikkilista juhlakokousta. Väestö jakautui 1900-luvulla köyhiin ja vauraisiin. Työläiset alkoivat järjestää omia aatteellisia juhliaan. Tarkoituksena oli erottua valtion virallisista kulttuuripoliittisista juhlista. Savonlinnaan saatiin 1912 ensimmäiset oopperajuhlat, joita on vietetty jo 100 vuotta. (Kauhanen ym. 2002, 16.)

Suomessa alettiin 1960-luvulla toteuttaa erilaisia musiikkifestivaaleja kesäaikaan, kuten Turun soitannollisen Seuran kesäfestivaalit ja Porin jazz-festivaalit. (Kauhanen ym. 2002, 17.)

Kulttuuritoiminnalle on alettu etsiä uudenlaisia painotuksia, sillä kulttuurin julkiset taloudelliset tuet ovat pienentyneet vuosien saatossa. Kulttuuria ei arvosteta enää vain kulttuurina, vaan siihen liitetään taloudellinen hyödyllisyys. Kulttuurin taloudellista tuottavuutta pyritään mittaamaan rahassa, mutta helppoa se ei ole. Tapahtumien tuottavuutta on vaikea mitata, sillä suoraan ei pystytä osoittamaan, miten paljon ihmiset käyttävät rahaa tapahtumissa. (Kauhanen ym. 2002, 11.)

Monipuolisella kulttuuritoiminnalla on useimmiten kuntaan positiivinen vaikutus. Tapahtumien ansiosta kunnalle saadaan näkyvyyttä ja julkisuutta, joka parantaa kunnan imagoa. Kulttuuritoiminnan tarkoituksena on lisätä matkailijoiden kiin-

nostusta kuntaa kohtaan. Matkailijoiden lisääntyessä palveluiden käyttö lisääntyy ja, siitä hyötyvät monet tahot. (Kauhanen ym. 2002, 11.)

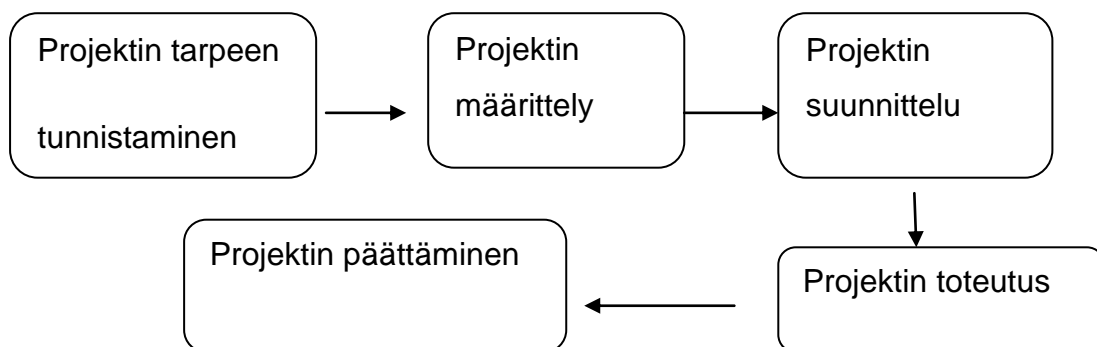
Nykyään tapahtumia järjestetään ympäri Suomea erilaisilla teemoilla, joissa vain mielikuvitus on rajana. Tapahtumia järjestetään ympäri vuoden, mutta kuitenkin niiden pääpaino on kesäaikaan. Tapahtumien tarkoituksena on saada ihmisiä liikkeelle. Näin saadaan yrityksille ja kunnalle julkisuutta ja mahdollisia tuloja. Kotimaan matkailu on lisääntynyt viime vuosina, ja ihmiset käyttävät enemmän aikaa kulttuurin parissa.

Muotia ja musiikkia – tapahtumassa yhdistettiin kaksi yhteensopivaa mutta erilaista elementtiä eli muoti ja sota-ajan musiikki. Muotinäytöksessä esiteltiin syksyn uutta mallistoa. Sota-ajan musiikista vastasi Korsuorkesteri konsertillaan.

3 Projektina tapahtuman järjestäminen

Sana projekti on latinan kielestä ja tarkoittaa suunnittelua tai ehdotusta. Yleisötapahtuma voi olla esimerkiksi muotinäytös tai konsertti. Tapahtumilla on yhteistä järjestäjien kannalta monitahoisuus. Tapahtuman järjestäminen vaatii paljon suunnittelua ja huomioonotettavia asioita. (Kuvio 1.) Projektityöskentelyn periaatteita kannattaa noudattaa, jotta tapahtuma onnistuisi suunnitellusti ja järjestelmällisesti. (Kauhanen ym. 2002, 23.)

Projekti eroaa muusta työskentelystä ainutkertaisuutensa tai väliaikaisuutensa vuoksi. Projekteille määritellään aina alku ja loppu. Projektille tyypillinen piirre on aikataulutus.(Projekti 2012.)



Kuvio 1. Projektin vaiheet,(Kettunen 2009, mukaillen)

3.1 Projektin tarpeen tunnistaminen ja määrittely

Jokainen projekti käynnistyy ideasta, joka halutaan toteuttaa. Projekti voidaan tilata asiakkaan toiveesta, tai sillä voidaan kehittää esimerkiksi yritystoimintaa. Jokaisessa projektissa ensimmäisenä tunnistetaan sen tarve, ja sitä lähdetään täyttämään. (Kettunen 2009, 49.)

Kaikissa projekteissa on päällikkö, jolle raportoidaan projektin etenemisestä. Omistajan tarkoitus projektissa on olla se osapuoli, joka on kiinnostunut projektin tuloksista ja siihen liittyvistä asioista. Ennen projektin aloittamista tulee päällikkö nimetä, tällöin riski epäonnistua pienenee. Päällikön tehtävä on alussa kertoa projektin tavoitteet ja saada tiimi toimimaan projektin aikana. (Kettunen 2009, 49.)

Projektia suunniteltaessa mietitään tarkkaan, miksi projekti tehdään, kenelle sitä tehdään, millaiset odotukset projektista on ja millaisilla resursseilla se toteutetaan. Projekti vaatii kunnon pohjatyön. Ennen projektin aloitusta kannattaa tehdä esiselvitys projektin tarpeellisuudesta. Esiselvitys antaa projektille paremmat mahdollisuudet onnistua kuin huonosti valmisteltu projekti. (Kettunen 2009, 50.)

Projektin määrittelyn avulla pystytään selventämään projektin haluttu lopputulos. Määrittelyvaiheessa mietitään projektin mahdollisia vaihtoehtoja ja selvitetään, tehdäänkö projekti sisäisenä vai ulkoisena työnä. Määrittelyvaihe voi olla osa projektin suunnittelua, sillä siihen voidaan liittää sekä tunnistamis- että suunnitteluvaiheet. Kustannukset ovat pieniä määrittelyvaiheessa, mikäli projektin tavoite on selvillä. Määrittelyllä on kuitenkin suurempi merkitys sellaisissa projekteissa, joita ei ole ennen toteutettu. (Kettunen 2009, 51.)

Määrittelyvaiheessa kannattaa kiinnittää huomiota seuraaviin asioihin:

- kuka johtaa projektia
- missä projekti tehdään
- millaisen ongelman projekti ratkaisee tai mitä siitä hyötyy
- millaiset resurssit tarvitaan, ja mistä ne saadaan

- projektin tavoitteet ja odotukset
- aikataulus
- projektin talous ja budjetti
- toteutetaanko projekti itse vai ostetaanko palvelut ulkopuolelta

Määrittelyvaiheen lopussa päätetään projektin läpiviennistä ja viedäänkö projekti suunnittelutasolle. (Kettunen 2009, 52–53.)

Opiskelijoille projektioppimisesta on hyötyä siinä määrin, että heille luodaan jotain uutta perinteisen oppimisympäristön lisäksi, jolloin projektin tunnistaminen ja määrittely tulevat tutuiksi. Heidän annetaan kokeilla erilaisia työskentelymahdollisuuksia ja he voivat hyödyntää opiskeluissaan uusinta teknologiaa. Oppilaat harjoittelevat tiimityöskentelytaitojaan ja opettelevat toimimaan luodun toimintamallin mukaisesti. (Projektin määrittely 2011.)

3.1.1 Antti Kokkola KY:n esittely

Antti Kokkola KY perustettiin vuonna 1999. Perustajana toimi Antti Kokkola. Toimialaan kuuluu maanrakennus, ravintolatoiminta, kaupallinen toiminta ja puurakentaminen.

Firma jaettiin vuonna 2008 puoliksi Pirkko ja Antti Kokkolan kesken. Firman äänettömänä yhtiömiehenä toimii Sami Kokkola. Vuonna 2010 aloitti toimintansa Asu & Lahjavesu, jota pääsääntöisesti pyörittää Pirkko Kokkola. Pirkko ja Antti Kokkola esiintyivät tapahtumassa malleina, laittaen itsensä likoon asiakkaiden edessä. Yritys ehdotti opinnäytetyön tekijälle tapahtuman suunnittelemista ja toteuttamista syksyllä 2012.

3.1.2 Tapahtuman tavoitteet

Tapahtuman tavoitteena oli luoda Asu & Lahjavesuun uusia asiakassuhteita. Ajatuksena oli löytää uusia asiakkaita, jotka eivät ole käyneet liikkeessä tutustumassa asustefirman tarjontaan.

Tapahtuman ajatuksena oli tilata Korsuorkesteri lisäämään tapahtuman veto-voimaa. Luumäen kunta tarjosi puitteet tapahtuman järjestämiseen vuokraamalla tilat Joukolan seurantalolta.

Tapahtuman taloudelliseksi tavoitteeksi asetettiin tapahtuman kustantaminen lipputuloilla.

Tapahtuman muita tavoitteita olivat asiakastyytyväisyys ja yrityksen myynnin edistäminen.

3.1.3 Tapahtuman palvelut

Muotia ja musiikkia – tapahtuman ideana oli tarjota asiakkaille elämyksiä muodin ja musiikin parissa. Tarkoituksena oli tuottaa iloa vanhemmille ihmisille Taavetin kylällä, sillä osalle liikkuminen omalta paikkakunnalta kauemmaksi voi olla vaikeaa.

Musiikkielämyksestä vastasi Ruokolahdelta tuleva Korsuorkesteri. Korsuorkesteri on suosittu tanssiorkesteri. Tapahtuman palvelut olivat Korsuorkesterin konsertti (Kuva 1), muotinäytös ja kahvitus. Kaikki palvelut sisältyivät pääsylipun hintaan.

Muotinäytöksen tavoitteena oli esitellä asustefirma Asu & Lahjivasun syysuutuusia ja luoda uusia asiakassuhteita tapahtuman jälkeen. Muotinäytöksessä malleina esiintyi paikkakunnan asukkaita, ei alan ammattilaisia.



Kuva 1. Korsuorkesterin konsertti,(Peippo 2012)

3.1.4 Tapahtuman kohderyhmä

Tapahtuman kohderyhmäksi määriteltiin vanhemmat ihmiset. Taavetissa asuvien ihmisten keski-ikä on noin 50 vuotta, joten kohderyhmäksi nousivat pääsääntöisesti vanhemmat ihmiset. Tapahtuman muut kohderyhmät olivat joko muodista tai Korsuorkesterista kiinnostuneita henkilöitä. Muodista kiinnostuneita oli kuitenkin huomattavasti vähemmän kuin orkesterista kiinnostuneita.

Kohderyhmien määrittelyyn vaikutti tapahtuman sisältö. Tämän takia voitaisiin sanoa, että kohderyhmän tarpeet ja toiveet huomioitiin tapahtuman ohjelmaa suunniteltaessa.

3.1.5 Tapahtumapaikka ja ajankohta

Joukolan seurantalo on rakennettu vuonna 1909. Luumäen Suomalainen seura rakensi sen talkoovoimin. Vuonna 1921 talon omistus siirtyi Kansalliselle koomuspuolueelle, ja vuonna 1929 omistus siirtyi Luumäen suojeluskunnalle. Vuonna 1944 järjestö lakkautettiin, ja omistus siirtyi Luumäen kunnalle lahjakirjalla. Joukola on jugendtyylinen rakennus, jonka ilmettä parantaa sijainti suurella aukealla kentällä. Tänä päivänä Joukolassa vietetään erilaisia tilaisuuksia konserteista vaalijuttuihin. (Joukolan seurantalo.)

Tapahtumapaikaksi valittiin Taavetin keskustassa sijaitseva Joukolan seurantalo. Joukolan sijainti on hyvä vanhempia ihmisiä ajatellen. Joukola sijaitsee keskellä Taavetin keskustaa, ihan kävelymatkan päässä. Joukolaan voidaan sisään ottaa 265 ihmistä, ja istumapaikat löytyvät noin 200 ihmiselle. Paloturvallisuussyistä sisään ei voida suurempia ihmisjoukkoja päästää. Joukola oli ihanteellinen paikka järjestää konsertti ja muotinäytös, sillä tilaa oli riittävästi. Joukolassa on oma iso keittiö, jota pystyi hyödyntämään kahvituksen aikana.

Tapahtuman ajankohdaksi valittiin syyskuun puoliväli, koska tiedettiin syysvaatteiden tulevan myyntiin syyskuun aikana. Tapahtumapäivä päätettiin, kun Korsuorkesterin varaus vahvistettiin. Ajankohtana sunnuntai-iltapäivä on sopiva, sillä useimmilla ihmisillä on silloin vapaata.

3.1.6 Resurssit

Tapahtuman resurssit voidaan jakaa 3 pääryhmään. Näitä resurssiryhmiä ovat henkiset, fyysiset ja taloudelliset resurssit.

Henkiset resurssit: Henkisiin resursseihin luetaan työntekijöiden ammattitaito ja sitoutuminen, kokemus tapahtuman järjestämisestä, koulutuksen hyödyntäminen. (Resurssit.)

Tapahtuman henkiset resurssit perustuivat järjestäjien ammattitaitoon. Tapahtuman toteuttamiseen tarvittiin monenlaista osaamista, kuten kampaajaa, meikkaajaa, vaatetusalan yrittäjää, ammattimuusikoita ja ravintola-alan osaamista. Kaikki osatekijät linkittyivät toisiinsa. Jonkin osan puuttuminen olisi heikentänyt osaamistasoa ja tapahtuman laatua.

Fyysiset resurssit: Fyysisiin resursseihin luetaan vakituinen henkilöstö, talkootyöläiset, yhteistyökumppanit ja tapahtumapaikka, esimerkiksi seurantalo. (Resurssit.)

Tapahtuman vakinainen henkilöstö oli tiedossa jo tapahtuman suunnitteluvaiheessa, ja talkootyövoima sovittiin hyvissä ajoin. Tapahtumapaikaksi vuokrattiin kunnalta seurantalo.

Taloudelliset resurssit: Taloudellisiin resursseihin luetaan avustukset, pääsylipputulot, mahdolliset ravintola- /kioskitulot ja budjetti. (Resurssit.)

Taloudelliset resurssit perustuivat budjetoituihin pääsylipputuloihin. Tapahtumalle laadittiin budjetti. Taloudellinen tavoite oli saavuttaa nollatulot.

3.2 Projektin suunnittelu

Suunnitteluvaihe on projektin tärkeimpiä osioita, koska siihen kiinnitetään suurin osa kustannuksista ja resursseista. Suunnitteluvaiheessa syvennyttään tavoitteisiin, jotka asetettiin määrittelyvaiheessa. Suunnittelun tarkoituksena on tuoda esiin sekä tilaajan että toteuttajan näkemykset projektista ja varmistaa projektin tavoitteet. Käytännössä projektipäällikön kannattaa tehdä kirjallinen suunnitelma

projektista. Hyvä suunnitelma tuo esiin ongelmakohtat ja luo vankan perustan projektin onnistumiselle. (Kettunen 2009, 54.)

Sami Kettusen (2009) mukaan epävarmuus projektissa vähenee, kun toimijat ovat yhtä mieltä projektin toimintatavoista. Hän toteaa, että selkeät tavoitteet helpottavat yhteistyötä ja tehokkuutta voidaan lisätä hyvän suunnitelman avulla.

Hyvän suunnitelman tarkoituksena on selkeyttää tavoitteita ja lisätä yhteisymmärrystä. Suunnitelma voi lisätä tehokkuutta ja helpottaa kommunikointia. Hyvä suunnitelma voi myös vähentää epävarmuutta ja riskejä projektissa. (Kettunen 2009, 55.)

3.2.1 Suunnitteluvaihe

Tapahtumaa suunniteltaessa siihen kannattaa varata riittävästi aikaa. Suunnitteluvaiheessa kannattaa ottaa mukaan niitä ihmisiä, jotka osallistuvat tapahtuman toteutukseen, näin saadaan lisää ideoita ja näkemyksiä. Tällä varmistetaan tapahtuman todennäköinen onnistuminen. Suunnittelu vie aikaa kaikkein eniten koko tapahtumaprosessissa. (Vallo & Häyrynen 2008, 148.)

Tapahtumasta kannattaa kirjoittaa käsikirjoitus, jossa tulee ilmi:

- missä tapahtuma pidetään
- milloin asiakkaat saapuvat
- milloin tapahtuma alkaa
- mitä tapahtuma pitää sisällään
- millainen on tapahtuman aikataulu
- milloin tapahtuma päättyy
- loppusiivoukseen osallistuvat ja heidän tehtävänsä

Käsikirjoituksen avulla saadaan yleiskuva tapahtuman sisällöstä. Koko tapahtuman ajan estradilla ylläpidetään toimintaa, ja niin myös kulissien takana. Ku-

lissien takana työskentelevät henkilöt tekevät heille asetetut tehtävät omalla ammattitaidollaan äänettömästi, mutta varmasti. Tärkeä asia on, että kaikki toimivat saman aikataulun mukaisesti. Silloin jokainen tietää omalla kohdalla, milloin oma osuus on oltava valmiina. Tärkeää on, että yhdellä ja samalla henkilöllä on vastuu tapahtuman läpiviennistä. Hän päättää viime kädessä kaikista tarvittavista muutoksista. (Vallo & Häyrinen 2008, 151.)

Tapahtuman sujuvuudella mitataan tapahtuman laatua. Tapahtuman sujuvuuteen vaikuttaa tapahtuman suunnittelu ja aikataulutus. (Vallo & Häyrinen 2008, 152.)

Tapahtumaa alettiin suunnitella toukokuussa 2012. Tapahtuman pääideana oli järjestää Korsuorkesterin konsertti. Tapahtumaa varten Korsuorkesteri varattiin toukokuussa, ja sopimukset tehtiin Auraviihde Oy:n kanssa 21.5.2012. Auraviihde on Turussa toimiva ohjelmatoimisto, joka myy artistien ja orkestereiden esiintymisiä.

Tapahtumapäivämäärä vahvistettiin, kun tehtiin sopimus ohjelmatoimiston kanssa. Orkesterin vahvistamisen jälkeen otettiin yhteyttä Luumäen kunnanvirastoon, ja Joulolan seurantaloon vuokraus vahvistettiin. Yritys teki sopimukset sekä Auraviihteen että Luumäen kunnan kanssa.

Mainonnasta ja tiedottamisesta vastasivat yhteistyönä yritys ja opinnäytetyön tekijä. Mainonta aloitettiin kesäkuun lopulla Luumäen lehden kautta. Heinäkuun alussa mainoksia vietiin kauppojen ilmoitustauluille ja lähikyliin. Radioon ja Internetiin laitettiin ilmaiset tapahtumailmoitukset viikkoa ennen tapahtuman ajankohtaa.

Etelä-Karjalan poliisilta haettiin huvilupa noin kaksi viikkoa ennen tapahtumaa.

Tapahtuman henkilökunta koostui talkooväestä, jonka työtehtäviin kuului toimia malleina ja apuna tarvittaessa. Malleja saatiin hankittua paikalle yhteensä yhdeksän henkilöä. Kahvitarjoilun toteutti yksi henkilö. Järjestyksenvalvonnasta vastasi yksi henkilö. Hänen toimenkuvaan kuului järjestyksenvalvonnan ohella lipunmyynti. Muotinäytöksen juontajaksi kutsuttiin Janne Orava. Henkilöstö varattiin jo kesäkuun aikana.

Viikkoa ennen tapahtumaa mallit kokoontuivat kerran sovittamaan vaatteita ja valitsemaan itselleen sopivat koot. Näin jokaiselle mallille oli vaatteet valmiina tapahtumaa varten. Vaatteet numeroitiin ja nimikoitiin joka kierrosta varten.

Tapahtumapäivälle varattiin kampaaja, jonka tehtävänä oli suunnitella ja toteuttaa malleille kampaukset. Meikkaaja varattiin myös ehostamaan mallien kasvoja. Aikataulutus suunniteltiin joustavaksi ja kummallekin sopivaksi.

Tapahtuman aikataulutus suunniteltiin hyvissä ajoin ennen tapahtumaa. Tapahtuman aloitusajaksi sovittiin kello 15.00. Muotinäytöksen osuudeksi laskettiin noin 15 – 20 minuuttia. Konsertin pituudeksi arvioitiin 2 x 45 minuuttia. Konsertin väliajalla pidettiin kahvistilaisuus, jonka kestoksi arvioitiin 20 – 30 minuuttia.

Muotinäytöksen aikataulutus tehtiin tapahtumaa edeltävänä iltana. Muotinäytöksen jokaisesta kierroksesta tehtiin omat suunnitelmat. Niistä kävi ilmi, kuka malleista menee milloinkin lavalle, mistä päin hän saapuu sinne, ja mitä kautta poistuu lavalta. Suunnitelmassa oli huomioitu järjestys siten, että mallit ehtivät vaihtaa vaatteensa seuraavaa kierrosta varten. Koko tapahtuman kestoksi arvioitiin noin kaksi ja puoli tuntia.

Jokaiselle asiakkaalle tehtiin käsiohjelma (Liite 2), josta he näkivät tapahtuman kulun. Ohjelmalehtiset jaettiin penkeille valmiiksi.

3.2.2 Tapahtuman turvallisuus- ja lupa-asiat

Tapahtumaa suunniteltaessa on turvallisuusasioitten oltava kunnossa. Joissakin tilaisuuksissa käytetään järjestyksenvalvoja ylläpitämään yleistä järjestystä. Heidän tehtävänä on olla paikalla huomiota herättämättä, mutta tarpeen vaatiessa käytettävissä. Tapahtumissa kannattaa huomioida, että henkilökuntaan kuuluu ainakin yksi ensiaputaitoinen henkilö, vaikka pelastussuunnitelmaa ei tarvitsisi laatia. Ennen tapahtumaa kannattaa selvittää vakuutusyhtiöistä vakuutusasiat kuntoon, ettei tule yllätyksiä. (Vallo & Häyrinen 2008, 167 - 168.)

Tapahtumaa järjestettäessä kannattaa tapahtuman järjestäjän olla yhteydessä viranomaisiin lupa-asioiden kanssa. (Kauhanen ym. 2002, 86.)

Tapahtumaa suunniteltaessa Luumäen kunnalta kysyttiin Joukolan paloturvallisuusasioista. Yleisömäärälle asetettu paloturvallisuusraja Joukolassa oli 265 henkilöä. Tämän takia tiedettiin, että lippuja voidaan korkeintaan myydä 240 kappaletta, sillä henkilökunta mukaan lukien kokonaishenkilömäärä oli 265 henkilöä. Joukolassa paloturvallisuudesta oli huolehdittu merkitsemällä varauloskäytävät määräysten mukaisesti, sijoittamalla keittiöön sammutuspeitto ja muihin tiloihin riittävä määrä jauhesammuttimia.

Säveltäjäin tekijänoikeustoimisto Teosto ry hallinnoi musiikin luovien tekijöiden tekijänoikeuksia sekä edistää kotimaista luovaa säveltaidetta. Teoston tekijäasiakkaita ovat säveltäjät, sovittajat, sanoittajat ja musiikin kustantajat. Teosto myöntää musiikin käyttöluovia julkista esittämistä ja tallentamista varten, perivät korvaukset ja tilittää ne niihin oikeutetuille tekijöille. (Kauhanen ym. 2002, 91.)

Tekijänoikeusasiat hoidettiin tapahtuman jälkeen teostokorvausmaksulla.

Etelä-Karjalan poliisilaitokselle tehtiin huvilupailmoitus tapahtumasta noin kaksi viikkoa ennen tapahtumaa.

Tapahtumaa varten saatiin myös järjestyksenvalvoja, jonka tehtävänä oli myydä lippuja tapahtumaan ja ylläpitää yleistä järjestystä tapahtuman ajan.

3.2.3 Tapahtuman kustannusarvio

Tapahtumasta tehtiin suunnitteluvaiheessa kustannusarvio, johon ei saatu kaikkia todellisia lukuja siinä vaiheessa. Tapahtuman arvioitu kustannusrakenne koostui: Joukolan vuokrasta 120 €, orkesterista 2000 €, orkesterin varausmaksusta 50 €, huvilupailmoituksesta 20 €, arvottavasta lahjakortista 50 €, mainonnasta 50 €, kahvituksesta 100 €, muista oheistuotteista, kuten pääsyliput ja käsiohjelmat 50 €, teostokorvauksesta 50–100 €, vaatepalkkioista malleille (à 50 €), 500 €.

Tapahtuman kokonaiskustannusarvio oli 2990 euroa. Osa kustannuksista arviointiin suurin piirtein. Ennen tapahtumaa laskettiin, että lippuja oli myytävä 18 euron kappalehinnalla 166, jolla päästäisiin nollatulokseen.

3.2.4 Toteutuneet kustannukset

Tapahtuman todelliset kustannukset koostuivat seuraavasti:

Joukolan vuokra	120 €
Orkesterin varausmaksu	50 €
Orkesterin esiintymis- palkkio	2 000 €
Arvottava lahjakortti	50 €
Teostokorvaus	20 €
Kahvitus	128,50 €
Huvilupailmoitus	21 €
Mainonta ja oheistuotteet	169 €
Vaatepalkkiot malleille	500 €

Taulukko 1. Tapahtuman toteutuneet kustannukset

Kokonaiskustannukset olivat yhteensä 3058,50 €. Kustannusarvion perusteella toteutuneisiin kuluihin jouduttiin lisäämään rahaa 68,50 €, jotta se kattaisi kulut.

Lippuja myytiin tapahtumaan 163 kappaletta 18 euron kappalehinnalla. Tulot olivat 2934 euroa.

Tuloslaskelman (Liite 3) perusteella tapahtuman kulut osoittautuivat noin 70 euroa korkeammiksi, kuin alun perin arvioitiin. Toisaalta Teostokorvaus oli odotettua pienempi, samoin kuin oheistuotteet, joihin rahaa meni 25 euroa.

Alun perin laskettiin, että nollatulosta varten tarvitsee myydä 166 lippua. Todellisten kustannusten perusteella lippuja olisi tarvinnut myydä 170 kappaletta saavuttaakseen nollatuloksen. Tapahtumaan myytiin 163 lippua, joten nollatuloksesta jäi myymättä vain 3 lippua.

3.3 Tapahtuman toteutus ja johtaminen

Suunnitelma käy toteen tapahtumahetkellä, jolloin jokaisen tapahtumassa työskentelevän henkilön on tiedettävä omat työtehtävänsä. Tapahtuman onnistuminen vaatii jokaisen panoksen ja tiivistä yhteistyötä. Esiripun auetessa lähtee

tapahtuma liikkeelle kuin juna, joka jatkaa matkaansa eteenpäin vastoinkäymisestä huolimatta. (Vallo & Häyrinen 2008, 153.)

Vallon & Häyrisen (2008) mukaan ennen tapahtuman alkua olisi hyvä käydä koko tapahtuma läpi, eli suorittaa kenraaliharjoitukset.

Kenraaliharjoitusten tarkoituksena on varmistaa, että kaikki sujuvat suunnitellusti. Samalla voidaan tehdä muutoksia suunnitelmaan, jos nähdään, ettei jokin osa toimi kunnolla harjoitusten aikana. Kaikkien esiintyjien tulisi olla läsnä kenraaliharjoituksissa. (Vallo & Häyrinen 2008, 154.)

Vallon & Häyrisen (2008) mukaan projektipäällikön ja muun henkilökunnan tulisi kulkea hieman tapahtuman edellä, sillä näin he varmistavat tapahtuman sujuvuuden.

Vallon & Häyrisen (2008) mukaan tapahtuman onnistumiseen vaikuttavat pienimmätkin yksityiskohdat, joiden tulisi osua kohdalleen. Vallo & Häyrinen (2008) toteaa, että tapahtuma vaatii saumatonta yhteistyötä onnistuakseen ja siihen vaikuttavat tapahtuman sisältö, rytmitys ja jaksotus.

Tapahtumasta tekee mielenkiintoisemman jos suunnitteluvaiheessa käytetään mielikuvitusta ja luovuutta pienen yllätyksellisyyden järjestämiseen. Yllätyksillä luodaan tapahtumaan elävyyttä ja piristystä. (Vallo & Häyrinen 2008, 156 - 157.)

Musiikki luo tapahtumaan tunnelmaa. Sen vaikutus on suuri ja voimakas. Tapahtumassa voidaan käyttää joko taustamusiikkia tai elävää musiikkia, budjetista riippuen. Jo ennen tapahtuman alkua taustalla voi soida musiikkia, joka saatelee ihmiset tapahtuman tunnelmaan. Musiikki sopii tapahtumiin hyvin, sillä musiikilla saadaan lisättyä tapahtumien viihtyvyyttä. Musiikki tulee vain valita teeman ja sisällön mukaisesti. (Vallo & Häyrinen 2008, 158.)

Useimmiten tapahtumissa jaetaan jonkinlaista materiaalia yleisölle. Se voi olla käsiohjelma, jossa näkyy tapahtuman kulku. Käsiohjelmat jaetaan penkeille jo valmiiksi ennen tapahtuman alkua. Toisinaan materiaalia ei jaeta yleisölle, vaan juontaja käy läpi sen avauspuheessaan. Tapahtuma voidaan videoida, ja videointia voidaan hyödyntää muissa tapahtumissa myöhemmin. Valokuvat toimivat samalla tavalla suunnannäyttäjinä seuraavaa tapahtumaa suunniteltaessa, jo-

ten tapahtumasta kannattaa ottaa muutamia valokuvia. Kuvaamiseen tarvitaan aina lupa, joten asianomaisilta henkilöiltä tulee pyytää lupa ennen kuvien käyttöä. (Vallo & Häyrinen 2008, 160 - 162.)

3.3.1 Muotia ja musiikkia tapahtuman toteutus

Toteutuksessa projektipäälliköllä on suurin rooli, jotta projekti saadaan toteutettua suunnitellulla tavalla. (Liite 4.) Päällikön pitää olla ajan tasalla koko ajan ja toimia vaikeissakin tilanteissa. Hänen pitää pystyä kannustamaan ryhmään kuuluvia ihmisiä, jotta he olisivat mukana täysillä.

Opinnäytetyöntekijällä oli vetovastuu ryhmän ohjeistuksesta ja ohjaamisesta. Hän opasti ja ohjeisti jokaista ryhmän jäsentä tarvittaessa. Ennen muotinäytöksen ja koko tapahtuman alkua hän kasasi ryhmän yhteen ja antoi viimeiset ohjeistukset ennen aloitusta. Hän selitti jokaiselle muotinäytöstä varten tehdyn suunnitelma, jotta jokainen tietäisi sen sisällön.

Tapahtuman avasi yrittäjä Antti Kokkola tervetulopuheella.

Muotinäytös piti sisällään viisi kierrosta, joissa esiteltiin takkeja, juhla- ja arkipukuja, alus- ja yöasuja ja surupuvut.

Yleisö poistui paikalta kello 18:aan mennessä. Tapahtuma oli päättynyt.

Yleisön poistuttua paikalta aloitettiin loppusiivoukset, joihin kuului keittiön siivoaminen ja konserttisalin järjesteleminen. Konsertin aikana vaatteet oli saatu pakattua takaisin pusseihin ja rekkeihin.

3.3.2 Johtaminen

Projektiä johdettaessa projektipäällikön tulee osata sijoittaa henkilöt ja osaaminen oikein. Hänen tulee jakaa töitä tarkoituksenmukaisesti ja luottaa tiimin ammattitaitoon. Projektipäällikkö ei voi haalia kaikkia tehtäviä itselleen. Tapahtuman onnistumisen kannalta on ratkaisevaa valita oikeat henkilöt projektiryh-

mään. Ihanteellista olisi tapahtumaa järjestettäessä, että kaikki projektiryhmän jäsenet olisivat ammattitaitoisia. Toisaalta kokemattomampikin henkilö saattaa osoittautua kullan arvoiseksi koko tiimille. Ryhmässä olisi hyvä olla luovaa hullausta, vaikkei siitä käytännön tasolla hyötyä olisikaan. Huumorilla on kantava voima ihmisten keskuudessa. (Kauhanen ym. 2002, 93 – 94.)

Projektiryhmän toivottaviin ominaisuuksiin kuuluvat ammattitaito, innostuneisuus, tiimityöskentelytaidot, motivoituneisuus, sitoutuneisuus ja positiivisuus projektia kohtaan. Koko projektiryhmällä on oltava sama tavoite, eli onnistunut tapahtuma niin sisällöllisesti kuin taloudellisestikin. (Kauhanen ym. 2002, 94.)

Tapahtuman esimiestyöskentelyllä on suuri merkitys tapahtuman onnistumisen kannalta. Esimiehen tehtäviin kuuluvat erilaiset suunnittelutehtävät, kuten ajankäyttö, tilankäyttö ja henkilöstönohjaaminen. (Kauhanen ym. 2002, 119.)

Muotia ja musiikkia – tapahtuman organisointi ja johtaminen kuuluivat projektipäällikölle, joka suunnitteli tapahtuman sisällön ja vastasi tapahtuman onnistumisesta. Projektipäällikkönä toimi opinnäytetyön tekijä.

3.3.3 Ajankäyttö

Tapahtumaa suunniteltaessa esimiesasemassa olevan henkilön kannattaa varata aikaa mahdollisten muutosten varalle jo suunnitteluvaiheessa. Esimiehen tulisi osata arvioida omaa ajankäyttöään realistisella tasolla ja miettiä tapahtuman kannalta, mikä on hyödyllistä ja tarpeellista. (Kauhanen ym. 2002, 119.)

Muotia ja musiikkia – tapahtumaa suunniteltaessa ensimmäisenä mietittiin tapahtuman kokonaiskestoa. Tapahtuman sisältö jo laadittiin joustavaksi. Suunnitteluvaiheessa arvioitiin tapahtuman alkamisajankohta, muotinäytöksen, kahvituksen ja konsertin kestot. Tapahtuman kokonaiskestoksi laskettiin noin 2½ tuntia kaikkine osa-alueineen. Muotinäytöksen kestoksi arvioitiin noin 15 – 20 minuuttia. Muotinäytöksen jälkeen suunniteltiin pidettävän arvonta. Arvonnan kestoksi arvioitiin noin viisi minuuttia. Konsertin kesto oli tiedossa jo suunnitteluvaiheessa 2 x 45 minuuttia. Väliajan eli kahvituksen kestoksi arvioitiin noin 20 minuuttia.

Tapahtuman aikataulutus toteutui melko hyvin. Kokonaiskesto tapahtumalle oli noin 2 tuntia 45 minuuttia. Aloitusaika venyi noin 15 minuuttia, sillä ihmisiä saapui paikalle vielä klo 15.00.

3.3.4 Tilankäyttö

Tilankäyttöä suunniteltaessa on huomioitava aikataulutus, jotta kaikki osapuolet pystyvät työskentelemään olematta toistensa tiellä koko ajan. Ennakkoon on mietittävä myös tapahtumajärjestys, jossa huomioidaan, missä järjestyksessä asiat kannattaa ja voi tehdä. (Kauhanen ym. 2002, 119.)

Tapahtumapaikkana oli Joukolan seurantalo Luumäellä. Tilankäytön suunnittelu alkoi siinä vaiheessa, kun tapahtumapaikan vuokraus varmistui. Lopullinen suunnitelma tilankäytöstä tehtiin kaksi päivää ennen tapahtuman alkua, jolloin tapahtumapaikalle päästiin ensimmäistä kertaa.

Tilat laitettiin valmiiksi muotinäytöstä ja konserttia varten. Muotinäytöksen ajaksi varattiin yksi huone ainoastaan pukuhuoneeksi, jossa mallit pääsivät vaihtamaan vaatteitaan. Orkesterin taukotilat olivat lavan takana ja orkesterin jäsenet vaihtoivat siellä esiintymisvaatteensa. Kahvitukselle oli varattu omat tilat, joita ei käytetty muuhun tarkoitukseen.

3.3.5 Henkilöstön ohjaaminen

Henkilöstöä voidaan pitää tapahtuman suurimpana ja tärkeimpänä voimavarana. Projektityöskentelyn perustavoitteena on henkilöstöressurssien hyödyntäminen tehokkaasti ja joustavasti. Projektiluonteisessa työskentelyssä on tärkeää henkilöstön hyvinvointi. Hyvinvointia voidaan ylläpitää hyvällä ilmapiirillä ryhmän kesken, hyvällä henkilöstöjohtamisella ja töiden mielekkyydellä. (Kauhanen ym. 2002,120.)

Työelämässä esimies tarvitsee sosiaalisia taitoja. Esimiehen olisi hyvä omata muutama ominaisuus, jotta hän pärjäisi työelämässä paremmin. Tällaisia piirteitä ovat

- ongelman ratkaisutaidot
- alaisten kannustaminen
- kritiikin vastaanottaminen
- itselleen nauraminen
- omien virheiden tunnustaminen
- muutosten tekeminen

Esimiehen tulee pyrkiä saamaan tiimistään kaiken tarvittavan työtehon irti ohjaamalla tiimiään positiivisella asenteella. (Kauhanen ym. 2002,120 – 121.)

Esimiestyön tärkeimpiä osa-alueita on osata jakaa eli delegoida töitä tiimin kesken. Työtehtäviä jakaessaan esimiehen on kerrottava alaisilleen selkeästi, mitä tehdään ja miksi, jotta heille pystytään luomaan positiivinen kuva työn mielekkyydestä. Ensisijaisesti kaikki keskittyvät omiin työtehtäviinsä, mutta on hyvä, jos jokainen tiimin jäsen katsoisi projektia kokonaisuutena. (Kauhanen ym. 2002,121.)

Henkilöstön ohjaaminen toteutui Muotia ja musiikkia - tapahtumassa hyvin. Projektipäällikkö jakoi työtehtäviä tasaisesti kaikille, kuunteli työntekijöiden mielipiteitä, loi positiivisen ilmapiirin henkilöstön keskuudessa, mutta teki lopulliset päätökset tarpeen vaatiessa henkilöstön mielipiteitä kunnioittaen.

3.3.6 Työskentelyn seuranta

Projektityöskentelyä varten kannattaa luoda lista, jossa käy ilmi keskeisimmät asiat joita seurataan tapahtuman aikana (Kauhanen ym. 2002,122).

Aikataulussa pysyminen: Tärkeää on saada työtehtävät suoritettua annetussa ajassa. Isoissa projekteissa on hyvä laatia aikataulu, johon merkitään päivämääriä ja hoidettavia asioita. Tällä varmistetaan, että suunnitellut asiat tulee hoidettua aikataulun mukaisesti. (Kauhanen ym. 2002,122.)

Työn laadun seuranta: Työhön kannattaa panostaa tekemällä asiat kerralla kuntoon, kuin tehdä niitä useampaan otteeseen. Laadun parantamiseen kannattaa hankkia apuvälineitä, kuten tyytyväisyyskysely. (Kauhanen ym. 2002,122.)

Henkilöstön hyvinvointi: Henkilöstön hyvinvointia tulee seurata koko projektin ajan. Esimiehen tulee tarkkailla heidän työskentelymotivaatiotaan ja jaksamistaan. Esimiehen tulee miettiä asioita henkilöstön kannalta, jotta heidän työtehtävänsä olisivat mielekkäitä, työolosuhteet hyvät ja kaikki mahdolliset resurssit olisi huomioitu. (Kauhanen ym. 2002,122.)

Toteutussuunnitelman noudattaminen: Suunnitelman noudattamisen seuranta on tärkeä asia. Siinä seurataan, kuinka hyvin suunnitelma on toteutunut ja mitä asioita suunnitelmassa tulisi muuttaa. Joskus kannattaa miettiä ulkopuolelta tulevaa seurantaa, sillä useasti sitä kautta saa konkreettisia kehittämissuhteita ja rakentavaa kritiikkiä. Projektin loppuraportissa kannattaa mainita työn seurannasta. Siinä tulisi huomioida, kuinka hyvin suunnitelmassa pysyttiin ja millaisia muutoksia projektin aikana tapahtui. (Kauhanen ym. 2002,122 - 123.)

3.4 Projektin päättäminen

Projektit ovat määräaikaista komennuksia ja tuovat projektipäällikön työhön vaihtelevuutta. Jokaisella projektilla on alku ja loppu. Projektin päättämiseen kuuluu loppuraportin kirjoittaminen työn tilaajalle. Projektin päättyessä sekä tilaajan että toteuttajan tulee olla joustavia. Projektin toteuttajan tulee jaksaa toteuttaa tilaajan toiveet loppuun asti, mutta tilaajan on osattava lopettaa lisä- ja muutostöiden teettäminen, kun projektin tulokset ovat riittäviä. Projektin päättyessä on hyvä olla yhteydessä tilaajaan tietyn ajan kuluessa ja varmistaa että kaikki on hyvin. Jälkiseurannan tarkoituksena on ilmaista projektiryhmän halua

tehdä hyvää työtä ja saada mahdollisesti uusia projekteja tulevaisuudessa. (Kettunen 2009, 182.)

Tapahtuman päätyttyä alkaa viimeinen vaihe eli jälkimarkkinointi. Tapahtumaan osallistuneita tulisi kiittää jollakin tavalla, esimerkiksi lähettämällä kiitoskortti. Jälkimarkkinointiin kuuluu osana sekä asiakaspalautteen että henkilökunnan palautteen kerääminen. Palautteen saatuaan järjestäjätaho tekee palautteista yhteenvedon, analysoi sen oppiakseen siitä. Tapahtuman jälkimarkkinointiin kuuluu esiintyjien ja tapahtuman henkilöstön kiittäminen ja muistaminen tapahtuman jälkeen. (Vallo & Häyrinen 2008, 169.)

Vallo & Häyrinen (2008) toteavat, että palautteen kerääminen on tärkeää. Siitä nähdään, mitä mieltä osallistujat olivat tapahtumasta, mitä olisi voitu tehdä toisin ja mikä oli tapahtumassa parasta. Vallon & Häyrisen (2008) mukaan palautetta tulisi verrata alkutilanteeseen, eli mikä oli tapahtuman tavoite, niin määrällisesti kuin laadullisestikin. Tapahtuman palautteen kerääminen ja sen analysointi lisäävät organisaation tietoa ja osaamista Vallon & Häyrisen (2008) mukaan, sillä joka kerta voi oppia jotain uutta seuraavaa kertaa varten.

Tapahtuman jälkeen tehdään yhteenveto kirjallisesti. Yhteenvedossa kannattaa tuoda esiin suunniteltu ja toteutunut budjetti, jotta nähdään todellisuus. Tapahtuman jälkeen voidaan pitää ns. palautepalaveri, jossa käydään läpi tapahtuman onnistumiset, pieleen menneet asiat ja tapahtumasta opitut asiat. Palautepalaverilla saatetaan tapahtuma ammattitaitoisesti loppuun, eikä kenellekään jää mitään hampaankoloon. Tärkeintä siinä on, että virheistä opitaan vastaisuuden varalle. (Vallo & Häyrinen 2008, 174 -175.)

Tapahtuman jälkeen opinnäytetyön tekijä kävi puhelimitse keskusteluita tapahtuman onnistumisesta henkilöstön ja muutaman asiakkaan kanssa. Tämän jälkeen hän keskusteli yrittäjien kanssa tapahtumasta ja sen onnistumisesta.

3.5 Projektin hyödyt

Projekteja varten useimmiten perustetaan oma väliaikainen organisaatio, jonka tehtävänä on viedä suunniteltu projekti läpi. Projektia suunniteltaessa kannattaa

keskittää voimavarat ja osaaminen oikein, jolloin tavoitteisiin pääseminen helpottuu. Projektit lisäävät ryhmän työmotivaatiota uusien ja haastavien työtehtävien myötä. Vastuuta jaetaan enemmän. Tiedonkulku helpottuu ja paranee pienemmässä ryhmässä. Huomio kiinnittyy projektin tuloksiin, eikä sääntöihin ja työssä opittuihin rutiineihin. (Projektityöskentely 2012)

Projektin eli tapahtuman hyöty toimeksiantajalle oli saada firmalle näkyvyyttä lisää ja taloudellinen hyöty tapahtuman jälkeen.

4 Tapahtumamarkkinointi ja markkinoinnin välineet

Tapahtumamarkkinoinnilla tarkoitetaan markkinoinnin menetelmää, joka perustuu elämyksiä antavien tapahtumien järjestämiseen jollekin organisaation sidosryhmälle. Tavoitteena on vahvistaa yrityksen tai sen tuotteen brändiä vastaten suunnitellun ja rakennetun tapahtuman avulla. (Tapahtumamarkkinointi 2012)

Markkinoinnin välineet voidaan jakaa neljään kategoriaan P. Kotlerin mukaan:

- *mainonta*
- *henkilökohtainen myynti työ eli personal selling, PS*
- *myynnin edistäminen eli sales promotions, SP*
- *suhde- ja tiedotustoiminta eli public relation PR*

Tapahtuma on parhaimmillaan ihmisen syvimpiin tunteisiin vaikuttamista. Tapahtumamarkkinointi on yhä enemmän henkilökohtaista myyntityötä, mutta myös menekinedistämistä sekä suhde- ja tiedotustoimintaa. (Vallo & Häyrynen 2008, 27.)

4.1 Mainonta

Mainontaa pidetään julkisimpana ja rajuimpana osana markkinointiviestintää, sillä se on hyvin altis erilaisille arvosteluille. Mainontaa kutsutaankin maksetuksi näkyvyydeksi. Mainonnan sisältöä voidaan kontrolloida kaikkein eniten, koska se toteutetaan itse, mahdollisesti mainostoimiston avustuksella. Useimmiten mainoksissa ydinasiaa korostetaan liioittelulla, jotta siitä saataisiin tehokkaampi. (Sipilä 2008, 134 – 135.)

Mikäli tapahtumaan myydään pääsylippuja, joudutaan miettimään myyntikanava, joka saavuttaa kohderyhmän parhaiten. Pienessä tapahtumassa voidaan

myydä lippuja ennakkoon potentiaaliselle kohderyhmälle, sillä se on helpointa. Ajoissa aloitettu lipunmyynti helpottaa tapahtuman rahoitusta, sillä kustannuksiltaan ei säästyä ennen tapahtumaa. (Kauhanen ym. 2002, 114.)

Alaluvuissa läpi käydään mainonnan erimuotoja pienemmän tapahtuman mainontaa ajatellen.

4.1.1 Lehtimainonta

Ilta- (1998) mukaan sanomalehteä pidetään uutisluonteisena muihin mainosvälineisiin verrattuna, mutta lukijalle uutisarvoa nostaa lehden paikallisuus. Ilta- (1998, 182-183) toteaa, että lehden tiheään ilmestyminen ylläpitää lukijan mielenkiintoa ja varmistaa uutisten tuoreuden.

Paikallislehti ilmestyy sanomalehteä harvemmin, jolloin lukija lukee sen paljon tarkemmin. Lukija on kiinnostuneempi paikallislehden suppeammasta ja läheisemmästä asiasisällöstä, kuin sanomalehden laajasta katsauksesta. Paikallislehti-ilmoitukset huomataan päivälehtiä paremmin, sillä paikallislehdessä on vähemmän mainoksia, jolloin pienikin ilmoitus näkyy. (Ilta- 1998, 188.)

4.1.2 Radiomainonta

Radiomainonnan kehitys 2000 – luvulla on ollut hidasta Suomessa, sillä useimmat radiokanavat ovat kärsineet talousvaikeuksista. Suomessa on kuitenkin melko kattava kaupallisten radioasemien verkosto. Radion avulla voidaan saada aikaan tehokas paikalliskampanja. Radion kautta on helpompi tulla markkinoille kuin television kautta. (Sipilä 2008, 153.)

Radio on paikallinen mainosväline, sillä käyttämällä tiettyjä aikoja ja asemia saavutetaan halutut kohderyhmät parhaiten. Radiomainonnan heikkoutena voidaan pitää, että useimmiten radio soi taustalla ja näin mainonnan vaikutus vähentyy. (Ilta- 1998, 202 - 203.)

4.1.3 Internet-mainonta

Internet on levinnyt maailmalla nopeasti. Suomessa vuonna 2006 Internet ohitti radion mainosvälineenä. Tiedonsiirtokapasiteetin kasvu on mahdollistanut Internetin päivittäisen käytön. Tiedonsiirron nopeudet ovat kasvaneet ja edistäneet kaksisuuntaista vuorovaikutusta, ilman pitkiä odotusaikoja. (Sipilä 2008, 155.)

Internet tavoittaa yhä enemmän ihmisiä tänä päivänä. Internetin kautta mainontaa pystytään tehostamaan oikeissa paikoissa oikeille segmenteille, eli kohde-ryhmille. Ihmiset lukevat päivittäin Internetissä esimerkiksi uutisia, sähköposteja ja käyttävät facebookia, jonka suosio on lisääntynyt viime vuosina. Mainonta on helppoa Internetin välityksellä esimerkiksi keskustelupalstojen tai fanisivujen kautta.

4.2 Henkilökohtainen myyntityö

Tapahtumaa on vaikea markkinoida ilman henkilökohtaista myyntityötä. Tapahtumamarkkinoinnissa pelkkä tiedottaminen tai mainonta ei riitä. Ennakkolippujen myynti ja henkilökohtainen myyntityö ovat tärkeitä asioita tapahtumamarkkinoinnissa. Tämän takia lippujen myynti kannattaisi antaa sellaisten ihmisten hoitoon, jotka soveltuvat siihen parhaiten. (Kauhanen ym. 2002,114.)

Mikäli myynnin suorittaa jokin muu myyntikanava kuin tapahtumajärjestäjä, huolehtii markkinoinnista vastaava henkilö sopimukset kuntoon myyntikanavan organisaation kanssa. Myyntikanava ottaa korvauksen työstään ennakkomyynnistä. Ehdoista ja suoritettavista toimenpiteistä on sovittava etukäteen, esimerkiksi tiedottamisesta ja markkinoinnista. (Kauhanen ym. 2002,114.)

4.3 Myynnin edistäminen

Myynninedistämisen tarkoituksena on kannustaa asiakkaita ostopäätöksen tekoon. Erilaisina myynninedistämiskeinoina voidaan pitää kilpailuja, arvontoja

ym. Tapahtuman arvoa ei kannata alentaa tekemällä liikaa promootiotyötä eli myyinnedistämiskampanjoita. Tapahtuman arvo alenee, jos sen luonnollinen vetovoima vähenee. (Sipilä 2008, 177.)

Myyntin edistämiseksi pyritään kannustamaan oman organisaation jäseniä niin, että tulosta syntyisi lippujen myynissä. Myyntiä voidaan edistää järjestämällä lipunmyyjille erilaisia myyntikilpailuja, joissa palkintona voi olla rahaa tai muita kannustimia. (Kauhanen ym. 2002,115.)

4.4 Suhde- ja tiedotustoiminta

Suhde- ja tiedotustoimintaa kutsutaan PR- toiminnaksi. Suhdetoiminnalla ja julkisuudella on merkitystä tapahtumaa järjestettäessä, joten tapahtumajärjestäjän kannattaa tiedostaa tämä asia. Suhdetoiminnan tarkoituksena on olla yhteydessä säännöllisesti eri sidosryhmiin ja tiedotusvälineisiin, ennen ja jälkeen tapahtuman. Keskeisiä sidosryhmiä voivat olla esimerkiksi lehdistö ja kunta. (Kauhanen ym. 2002,115.)

PR- toiminnan tarkoitus on saada tapahtumalle positiivista julkisuutta, esimerkiksi antamalla haastattelu paikallislehden toimittajalle (Sipilä 2008, 179).

Suhdetoimintaa voidaan ylläpitää kutsumalla tapahtumaan paikallisia kutsuvieraita, kuten kunnan- tai kaupunginjohtaja, pankin edustajia ym. paikkakunnalla vaikuttavia tai tunnettuja henkilöitä.

4.5 Muotia ja musiikkia – tapahtuman markkinointi ja mainonta

Muotia ja musiikkia – tapahtuman markkinointi toteutettiin sekä henkilökohtaisella myyntityöllä suoraan asiakkaille että mainostamalla tapahtumaa eri mainonnan välineitä hyödyksi käyttäen.

Muotia ja musiikkia – tapahtumaa mainostettiin ensisijaisesti Luumäen paikallislehdessä. Luumäen lehteen tehtiin kesäkuun lopulla mainos(Liite 5), jossa mainostettiin tulevaa syksyn tapahtumaa. Kymmenen päivää ennen tapahtumaa

Luumäen lehden toimittajan kanssa tehtiin paikallislehteen tapahtumasta brief (Liite 6), jonka tarkoituksena oli kertoa tapahtumasta enemmän. Toinen lehti-ilmoitus (Liite 5) laitettiin Luumäen lehteen pari päivää ennen tapahtumaa muistutukseksi ihmisille. Tapahtumaa mainostettiin Luumäen lisäksi paikkakunnan ulkopuolella mm. Savitaipaleella, Miehikkälässä, Kannuskoskella ja Saaramaalalla. Edellä mainittuihin paikkoihin jaettiin heinä – elokuussa julisteita (Liite 5) tapahtumasta.

Korsuorkesterin kotisivuille laitettiin ilmoitus (Liite 7) tapahtumasta maanantaina 10.9.2012.

Etelä-Karjalan radiossa kerrottiin 14.9.2012 menovinkeissä tapahtumasta. Ilmoitus jätettiin radioon sähköpostitse maanantaina 10.9.2012.

Tapahtumaa markkinoitiin suoraan asiakkaille kertomalla heille tapahtumasta ja sen sisällöstä. Tapahtuman mainostaminen ja ennakkolippujen myynti aloitettiin heinäkuun 2. päivänä 2012. Tässä hyödynnettiin henkilökohtaista myyntityötä, jonka painoarvo oli hyvä, sillä lippuja myytiin ennakkoon 100 kpl.

Suhdetoimintaa ylläpidettiin kutsumalla tapahtumaan mm. Luumäen kunnanvaltuuston puheenjohtaja ja Luumäen yrittäjien puheenjohtaja. Heistä tapahtumaan osallistui Luumäen kunnanvaltuuston puheenjohtaja.

5 Tapahtuman riskit

Tässä luvussa käsitellään tapahtuman riskit ja riskien kartoitus.

Ihmisten toimintaan tai yrityselämään kuuluu epävarmuus. Epävarmuudella kuvataan tietämättömyyttä ja epätietoisuutta tulossa olevia tapahtumia kohtaan. Riskit voivat vaarantaa toimintojen jatkuvuutta ja uhata tuloksia. Yrityselämässä kannattaa ottaa riskejä, mikäli halutaan pysyä mukana kilpailussa. (Kuusela & Ollikainen 1998, 15.)

Sanalla riski tarkoitetaan vaaraa tai epätietoisuutta, johon voidaan liittää onnettomuuden mahdollisuus (Kuusela & Ollikainen 1998, 16).

Riski syntyy, jos lopputulos onkin negatiivinen, jolloin se on arvaamaton ja odottamaton. Ihmisten suhtautuminen riskeihin on erilainen. Toiset pitävät riskien ottamisesta ja toiset vastaavasti karttavat riskejä. (Kuusela & Ollikainen 1998, 18.)

5.1 Riskien hallinnan ABC

Riskienhallinnan yhteydessä voidaan käyttää ABC – ajattelua, johon liittyy seuraavat vaiheet:

- A Riskin tiedostaminen = riskien kartoitus
- B Luokittele riskit = riskien arviointi, merkittävä tai todennäköinen
- C Minimoi ja eliminoi riskit = riskien hallinta

Yleisötapautumaa suunniteltaessa kannattaa nämä asiat huomioida jo suunnitteluvaiheessa. Suunnitellulla riskien hallinnalla pystytään pienentämään riskin mahdollisuutta. (Kauhanen ym. 2002, 54.)

5.2 Riskien kartoitus

Yleisötapautumaan liittyvät riskit voidaan jakaa 3 osaan. Näitä osia ovat *tapautumaa edeltävät riskit, tapahtuman aikaiset riskit ja tapahtuman jälkeiset riskit*. Toinen tapa jaotella riskejä on jakaa ne asiaryhmiin. Asiaryhmiin kuuluvia riskejä ovat

- *ympäristöriskit*
- *asiakasriskit*
- *sopimusriskit*
- *aikataulu*
- *henkilöstö ja organisointi*
- *taloudelliset riskit*
- *tekniikka*
- *imageriskit*
- *turvallisuus*

Jokaisessa asiaryhmässä on omat alajaostonsa. Riskien kartoitusta voidaan pitää osana projektisuunnitelmaa. Tapahtuman suunnitteluvaiheessa olisi hyvä käydä tapahtumaan liittyvät riskit läpi koko projektiryhmän kanssa, näin jokainen pystyy arvioimaan olemassa olevia riskejä. (Kauhanen ym. 2002, 54 – 55.)

5.3 Riskien arviointi

Riskien arvioinnissa on kaksi keskeistä kriteeriä, joilla se arvioidaan. Toinen arviointikriteeri on *riskin todennäköisyys ja toinen taloudellinen merkittävyys*. Riskien arvioinnissa voidaan käyttää apuna taulukkoa 1.

Riskityypit	Todennäköisyys					Taloudellinen merkittävyys					Kokonaistulos
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Ympäristö											
Asiakas											
Sopimus											
Aikataulu											
Henkilöstö											
Talous											
Tekniikka											
Imago											
Turvallisuus											

Taulukko 1. Riskien arviointi (Kauhanen ym. 2002, mukaillen)

Riskien arvioinnissa käytettävä mallin tulkinta on seuraavanlainen:

Kunkin mukaan otettavan riskityypin todennäköisyydelle samoin kuin riskin taloudelliselle merkittävyydelle voidaan antaa arvo 1-5. Arvolla 1 riski on mahdollinen, arvolla 3 riski on todennäköinen ja arvolla 5 riski erittäin todennäköinen. Tämän jälkeen riskityypin kaksi arvoa (todennäköisyys ja taloudellinen merkittävyys) voidaan kertoa ja näin saadaan tulos, joka on 1:n ja 25:n välillä. (Kauhanen ym. 2002, 56.)

Riskin tulosten tulkitseminen:

<i>yli 15 pistettä</i>	<i>riski eliminoitava, toteutussuunnitelmaa muutettava ja riskiä alennettava</i>
<i>7 – 15 pistettä</i>	<i>suunnitelma riskin hallitsemiseksi tai alentamiseksi</i>
<i>6 pistettä tai alle</i>	<i>ei vaadi välittömiä toimia</i>

Jokaisen projektiryhmän jäsenen tulisi tehdä oma arviointi, jonka jälkeen käytäisiin tulokset läpi. Näin saataisiin ryhmän yhteinen kanta selville, kun jokainen saisi perustella omat näkökantansa tapahtuman riskeistä. (Kauhanen ym. 2002, 56.)

5.4 Riskien hallinta

Riskien hallinnalla tarkoitetaan kartoituksen ja arvioinnin jälkeisiä toimenpiteitä. Mikäli tulos ylittää 15 pistettä, tulisi suunnitelmaa muuttaa siten, että pisteet saadaan laskemaan ja näin ollen riski pienenee. Omalla suunnittelulla ja toteuttamisella voidaan pienentää riskiä oleellisesti. Aina kannattaa pitää mielessä, että kaikkiin taloudellisiin tuottoihin liittyy useimmiten riskejä. Mikäli halutaan alentaa taloudellisten tuottojen riskiä, on tyydyttävä pienempään tulokseen. Riskien hallinnan oleellisin asia on se, miten suuria taloudellisia vastoinkäymisiä tapahtuman järjestäjä kestää. (Kauhanen ym. 2002, 56 - 57.)

Riski pitää osata hallita, jos omat varat ovat vähäiset ja maksavia asiakkaita on vähän. Jotkut riskit kuten turvallisuusriskit toteutuvat yleensä vasta tapahtuman aikana, on järjestyksenvalvojien oltava koko ajan tarkkana ja valmiina hallitsemaan ihmisten liikkeitä suuressa joukossa. (Kauhanen ym. 2002, 56 - 57.)

5.5 Muotia ja musiikkia – tapahtuman riskit

Tässä alaluvussa havainnoidaan, kuinka tapahtuman riskit kartoitettiin ja arvioitiin ennen tapahtumaa. Kartoituksessa käytettiin asiaryhmäkartoitusta ja sen alajaostoja. (Liite 8)

Riskien arviointi tehtiin kohdassa 5.3. esitellyn taulukon perusteella ja laskettiin pisteet. Pisteytyksen jälkeen saatu tulos näytti, millaisiin toimenpiteisiin ryhdyttiin asioiden parantamiseksi ja riskien pienentämiseksi.

5.5.1 Riskien arviointi

Tässä luvussa käsitellään Muotia ja musiikkia – tapahtuman riskit ja niiden arviointia. Riskien arvioinnissa hyödynnettiin taulukkoa 2.

Riskityypit	Todennäköisyys					Taloudellinen merkittävyys					Kokonaistulos
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Ympäristö	x					x					1
Asiakas	x							x			3
Sopimus	x					x					1
Aikataulu	x					x					1
Henkilöstö	x					x					1
Talous		x						x			6
Tekniikka	x					x					1
Imago	x					x					1
Turvallisuus	x					x					1

Taulukko 2 Riskien arviointi, (Kauhanen ym. 2002, mukaillen)

Seuraavassa alaluvussa käsitellään tulokset asiaryhmittäin.

5.5.2 Riskien hallinta

Taulukon 2. mukaan on tehty arviot ja mahdolliset muutossuunnitelmat seuraavasti:

Ympäristöriskit	tulos 1	ei välittömiä toimenpiteitä
Asiakasriskit	tulos 3	ei välittömiä toimenpiteitä
Sopimusriskit	tulos 1	ei välittömiä toimenpiteitä
Aikatauluriskit	tulos 1	ei välittömiä toimenpiteitä
Henkilöstöriskit	tulos 1	ei välittömiä toimenpiteitä

Talousriskit	tulos 6	ei välittömiä toimenpiteitä
Tekniikkariskit	tulos 1	ei välittömiä toimenpiteitä
Imagoriskit	tulos 1	ei välittömiä toimenpiteitä
Turvallisuusriskit	tulos 1	ei välittömiä toimenpiteitä

Tapahtumaa suunniteltaessa huomioitiin eri osa-alueita, ja niistä muodostuvia mahdollisia ongelmia. Mikään osa-alue ei aiheuttanut muutoksia suunnitelmiin riskien suhteen. Kaikkeen oli varauduttu jo tapahtuman suunnitteluvaiheessa. Tapahtuma rakennettiin niin, ettei suurempia riskejä aiheutuisi. Koko tapahtuman suurin riski oli taloudellinen riski, sillä tapahtuman tulos perustui ainoastaan lipunmyyntiin.

6 Tapahtuman toteutumisen arviointi

Tässä luvussa käydään läpi tapahtuman onnistuminen talouden, markkinoinnin ja tiedottamisen sekä asiakastyytyvyyden mittausten perusteella. Jokainen osa-alue on tärkeä tapahtuman jatkuvuutta ajatellen.

Luvun lopussa käydään läpi opinnäytetyöntekijän omia pohdintoja työn tekemisestä ja sen onnistumisesta.

6.1 Talous

Tapahtuman taloutta mitattiin tuloslaskelmalla. Tapahtumaan myytiin yhteensä 163 lippua, joista 100 lippua myytiin ennakkoon. Tapahtuman tuloslaskelman perusteella voidaan huomata, että tapahtuman tulos oli tappiollinen.

Tulot	2934 €
Menot	3058,50 €
Tulos	- 124,50 €

Taulukko 3. Talouden mittaus

Yrittäjien mielestä lopputulos oli hyvä, sillä he eivät tavoitelleet tapahtumasta suuria voittoja. Tavoitteena oli myydä lippuja sen verran, että se kattaisi menot suurin piirtein. Arviolaskelmien mukaan nollatulokseen olisi pitänyt myydä 166 lippua saavuttaakseen nollatuloksen. Todellisuudessa nollatulokseen olisi tarvinnut myydä 170 lippua. Tavoitteena oli myydä 200 lippua tapahtumaan, josta jäätiin vain 37 lipun verran.

Talouden näkökulmasta tapahtuma onnistui, vaikkei ihan nollatulosta saavutettu. Yrittäjät olivat tulokseen tyytyväisiä.

6.2 Markkinointi ja tiedottaminen

Markkinointia ja tiedottamista mitattiin asiakkaille tehdyn kyselyn perusteella. Heille esitetystä kysymyksessä kysyttiin, mistä saivat tiedon tapahtumasta. Tapahtumasta tiedotettiin Luumäen lehdessä, Asu & Lahjavesussa, Korsuorkesterin kotisivuilla, Etelä-Karjalan radiossa ja seinämainoksilla, joita levitettiin Taavetin keskustan ilmoitustauluille ja lähikylien ilmoitustauluille.

Vastausten perusteella valitut markkinoinnin välineet olivat toimineet suhteellisen hyvin, sillä esimerkiksi vastaajista 25/46 oli saanut tiedon Luumäen lehdestä.

Markkinoinnissa ja tiedottamisessa käytettiin erilaisia kanavia mainonnan suhteen. Näkyvyyttä ja vetovoimaa haettiin mainonnassa Korsuorkesterin avulla, käyttämällä seinäilmoituksissa heidän keikkajulisteitaan. Niiden tarkoituksena oli herättää ihmisten huomio tapahtumaa kohtaan, ja siinä onnistuttiin. Viikkoa ennen tapahtumaa ihmisille kerrottiin siitä Luumäen lehdessä olleessa artikkelissa. (Liite 6) Viikossa myytiin ennakkolippuja 50 kappaletta.

Vastausten perusteella voi todeta, että tiedottaminen ja markkinointi onnistuivat tapahtumaa ajatellen.

6.3 Asiakastyytyväisyys

Kahvituksen aikana opinnäytetyöntekijä ja kaksi muuta henkilöä tekivät asiakastyytyväisyyskyselyjä. Kyselyä varten tehtiin kyselylomake (Liite 6), jonka perusteella asiakkaita haastateltiin. Kyselyyn osallistui 46 henkilöä, jotka valittiin satumanvaraisesti yleisön joukosta.

Kysymyksessä 1. asiakkailta kysyttiin: *Mistä saitte tiedon tapahtumasta?*

Asiakkaiden vastauksista kävi ilmi, että 25 / 46 sai tiedon Luumäen lehdestä, 7 / 46 sai tiedon suoraan yrittäjältä, 7 / 46 sai tiedon opinnäytetyöntekijältä, 2 / 46 sai tiedon Korsuorkesterin kotisivujen kautta, 2 / 46 sai tiedon kaupan ilmoitustaululta, 2 / 46 sai tiedon naapureilta ja 1 / 46 sai tiedon Luumäen kirkosta.

Kysymyksessä 2. asiakkailta kysyttiin: *Mitä mieltä olette tapahtuman ohjelmasta?*

Kaikki 46 vastaajaa piti tapahtuman ohjelmasta. Heidän kommenttejaan:

Oikein hyvä, erittäin hyvä, hyvä tapahtuma, sika hyvä, hyvä ja erikoinen, ei ole tehty ryppy otsassa, hauska ja piristävä, aivan ihana, koskettava, sopivan huumorintajuinen ohjelma, kevyt, naiset olivat kauniita, viihdyttävä, virkistävä, muotinäytös yllätti laaja-alaisuudellaan, kampaukset hyvät, liikkeen valikoima hyvin esillä, enemmän tällaisia tapahtumia, hauska muotinäytös, lapset ihania, loistava ja miellyttävä. Asiakkaiden vastausten perusteella he pitivät näkemästään.

Kysymyksessä 3. asiakkailta kysyttiin: *Mitä mieltä olette tapahtuman ajankohdasta?*

Kaikki 46 vastaajaa piti ajankohtaa hyvänä ja sopivana. Heidän kommenttejaan:

Kaunis ilma, hyvä, oikein hyvä, kellonaika hyvä, sesonki vaihtumassa, ajankohdasta sopiva, ajallisesti hyvä, sopiva sunnuntai-iltapäivä, sopii monelle, oikein hyvä tämänikäisille, paras, syksyaika hyvä, aina käy, syksy hyvä ja päivällä ja kaikin puolin hyvä. Ajankohtaa ajatellen asiakkaat pitivät siitä, ja olivat tyytyväisiä.

Kysymyksessä 4. asiakkailta kysyttiin: *Yleisarvosana tapahtumasta asteikolla 4 – 10?*

Vastaajista 6 / 46 antoi yleisarvosanaksi 8, vastaajista 3 / 46 antoi yleisarvosanaksi 8 ½, vastaajista 16 / 46 antoi yleisarvosanaksi 9, vastaajista 3 / 46 antoi yleisarvosanaksi 9 ½ ja vastaajista 18 / 46 antoi yleisarvosanaksi 10.

Tapahtuman yleisarvosanaksi tuli vastaajien kesken 9,26.

Kysymyksessä 5. asiakkailta kysyttiin: *Miten tapahtumaa voisi mielestänne kehittää?*

Vastaajista 20 / 46 oli sitä mieltä, ettei tapahtumaa tarvitse kehittää millään tavalla. Vastaajista 26 / 46 oli toista mieltä, heidän kommenttejaan:

seuraavaksi Taavetti-halliin, uimapukukierros, harjoiteltava, järjestettävä vuosittain, Korsuorkesteri soittamaan vielä kerran, tanssit, lavankäyttöä, mallit kauemmin lavalla, kahvitus joustavammaksi, kaksi kahvijonoa, mannekiinit rauhallisemmin, juontajalta enemmän kommentteja asuista, vitsejä, opettajalle terveisiä hyvin meni ja pikkutyttöjä lisää esiintymään.

Vastauksista saatiin muutama hyödyllinen vinkki tulevaisuutta varten. Vastanneiden kommentit olivat juuri oikeita, sillä he näkivät ongelmakohtat, jotka tulivat esille tapahtuman aikana. Harjoituksia ei pidetty ajallisista syistä, kahvitus olisi pitänyt järjestää kaksipuoliseksi, mutta kaikki saivat kahvia ja kakkua kuitenkin. Juontajalle oli tehty juonnot valmiiksi, joten häntä ei voida syyttää puutteellisista juonnoista. Alun perin järjestäjät suunnittelivat toisenlaisiksi juonnot, joissa olisi vaatteista kerrottu enemmän. Ajallisesti siitä kuitenkin luovuttiin, sillä muotinäytös olisi venynyt pidemmäksi, kuin oli tarkoitus.

Asiakastytyväisyyskysely näyttää siltä, että asiakkaat ovat pääsääntöisesti olleet tyytyväisiä tapahtumaan ja sen sisältöön. Asiakkaiden mielipiteiden perusteella tapahtuma oli onnistunut.

6.4 Henkilökunnan tyytyväisyys

Tapahtuman henkilökunnalle tehtiin tyytyväisyyskysely, jonka he täyttivät tapahtuman jälkeen. Kyselyyn osallistui 10 henkilöä, joista 2 oli yrittäjiä. Heidän vastaukset ovat erillään muun henkilökunnan vastauksista.

Kysymys 1. *Oliko ohjeistus selkeää työtehtävistäsi ennen tapahtumaa?*

Yrittäjät: Yrittäjistä 2/2 oli sitä mieltä, että ohjeistus oli hyvä.

Muu henkilöstö: 8/8 oli tyytyväisiä ohjeistukseen. Heidän kommenttejaan:

Oli, tosin kampaukset jäivät minun päätettäväksi, katsottiin että olen ammattilainen siinä asiassa. Aluksi kyllä kun myin lippuja ja tiskasin, sen jälkeen tein mitä katsoin tarpeelliseksi. Kyllä oli. Kyllä, olet malli ja autat keittiössä. Ohjeistus oli selkeää ja tehtävät selvästi esiteltty.

Kysymys 2. *Miten mielestäsi tapahtuman järjestelyt toimivat?*

Yrittäjät: Yrittäjistä 2/2 oli sitä mieltä, että järjestelyt toimivat hyvin.

Muu henkilöstö: Vastajista 8/8 oli sitä mieltä, että järjestelyt toimivat hyvin. Heidän kommenttejaan:

Todella hyvin, kun ajatellaan, ettei tapahtumaa oltu harjoiteltu. Aikataulutus oli hyvä, kaikki ehdittiin tehdä ajoissa ilman kiirettä. Näytöksen malleilla oli selkeä lista lavalle menosta ja järjestyksestä. Kahvitus sujui ripeästi ja sujuvasti. oikein mallikkaasti. Ihan hyvin. Kahvia olisi ehkä pitänyt kaadella enemmän valmiiksi. Näin nopealla aikataululla meni tosi hyvin. Hyvin, oli pientä ruuhkan poikasta. Tapahtuman järjestelyt toimivat hyvin. Pieniä kömmähdyksiähän sattuu aina.

Kysymys 3. *Tulisitko ensi vuonna uudestaan, miksi?*

Yrittäjät: Yrittäjistä 2/2 oli sitä mieltä, että tulisivat uudestaan. *Kiva piristysruiske syksyyn.*

Muu henkilöstö: Vastajista 8/8 oli sitä mieltä, että tulisivat ensi vuonna uudestaan tapahtumaan mukaan. Heidän kommenttejaan:

Tulin, kiva katsella muotia ja kuunnella musiikkia. Kyllä, kaikki asiat oli tarkoin mietitty, ja ohjeistus oli hyvä. Ehdottomasti, oli hieno kokemus. Kyllä, porukan kesken oli hyvä fiilis. Kyllä, sen verran erikoinen tilaisuus, hauska. Voisin tulla, ihan mukava tapahtuma. Kyllä, oli mukava kokemus. Tulisin totta kai, oli mukavaa ja kivaa vaihtelua normaaliin arkeen.

Kysymys 4. *Kehitysehdotuksia tapahtumalle ja sen sisällölle.*

Yrittäjät: Puolet oli sitä mieltä, että ei tarvitse kehittää, toinen puoli oli hienosääntöä vaille. Esimerkiksi harjoitukset olisi pidettävä mallien kanssa.

Muu henkilöstö: Vastaajista 5/8 oli sitä mieltä, ettei ole kehitettävää. 3/8 oli taas toista mieltä asiasta. Heidän kommentteja:

Kahvitus selkeämmäksi, ehkä kaksi kahvipöytää. Mukaan kenkiä jne. muita yrittäjiä mukaan. Kaksi kahvijonoa.

Kysymys 5. *Miten opinnäytetyöntekijä suoriutui työtehtävistään? Millainen kuva jäi hänen työskentelystään?*

Yrittäjät: Yrittäjistä 2/2 oli sitä mieltä, että opinnäytetyöntekijä selviytyi hyvin työtehtävistään. Kommentit:

Niin hyvin kuin amatööri voi vain onnistua tällaisessa vaativassa tehtävässä. täsmällinen, pikkutarkkuuteen tähtäävä. Hän on kannustava ohjattaville ja määrätietoinen. Hän on innokas ja idearikas.

Muu henkilöstö: Vastaajista 8/8 oli sitä mieltä, että opinnäytetyöntekijä suoriutui tehtävistään hyvin. Heidän kommenttejaan:

Hänellä oli homma hanskassa. Hyvin suoriutui, siis loistavasti. Hän on selkeä, järjestelmällinen ja ammattitaitoinen. Oikein hyvin. Työskentely oli määrätietoista. Hyvin. Hän oli asiallinen, jämäkkä ja hallitsi asiat. Hän suoriutui hyvin. Välillä näytti, että vähän hermostuttaa. Tapahtuma oli hyvin suunniteltu, niin se myös onnistui hyvin. Hyvin onnistui, ei hermostunut. Työskenteli määrätietoisesti, ja

tiesi mitä halusi. Hyvin onnistui. Oli ihan elementissään lavalla. Jäi hyvä kuva, hän hoiti hommat. Onnistui hyvin. Hänellä on osaava kokonaisuuden hallinta.

Kysymys 6. *Yleisarvosana tapahtumasta asteikolla 4 – 10, perustele.*

Yrittäjät: Yrittäjistä toinen antoi arvosanaksi 8½ ja toinen 9½.

Muu henkilöstö: Vastaajista 1/8 antoi yleisarvosanaksi 8½, vastaajista 3/8 antoi yleisarvosanaksi 9, vastaajista 3/8 antoi yleisarvosanaksi 9½ ja vastaajista 1/8 antoi arvosanaksi 10.

Tapahtuman yleisarvosanaksi tuli koko henkilöstön kesken 9,20.

Henkilöstö perusteli vastauksiaan seuraavasti:

10 hyvin sujui, 8½ kaiken kaikkiaan onnistunut juttu, 9 järjestelyt onnistuivat ja tunnelma oli leppoisa, 9 pientä hienosäätöä vaille, mutta eihän meiltä amatööreiltä voi täydellistä vaatia, 9½ kaikki toimi loistavasti, 9 siksi, että aina on parannettavaa, 9½ malleilla oli hauskaa ja rento ilmapiiri, 9½ aina pitää olla hieman parantamisen varaa, 9½ iloinen tapahtuma. Yleisö ja työntekijät viihtyivät, 8½ pieni ennakkoharjoittelu olisi ehkä tarpeen.

Yrittäjiltä kysyttiin kolme lisäkysymystä, joihin muu henkilöstö ei vastannut. Näillä lisäkysymyksillä pyrittiin saamaan tarkempia vastauksia tapahtuman onnistumisesta ja heidän mielipiteistään.

Kysymys 7. *Olitteko tyytyväisiä tapahtuman sisältöön?*

Yrittäjistä 2/2 oli tyytyväisiä tapahtuman sisältöön.

Kysymys 8. *Vastasiko tapahtuma odotuksianne? Onnistuttiinko suunnittelussa ja toteutuksessa?*

Yrittäjistä 2/2 oli sitä mieltä, että tapahtuma vastasi heidän odotuksiaan. Aika-
taulutuksen suhteen tarvitsisi pientä hienosäätöä molempien mielestä.

Kysymys 9. *Millainen yleiskuva tapahtumasta teille jäi? Mitä muuttaisitte?*

Molemmille yrittäjille jäi kuva tapahtumasta. Heidän mielestään ei muutoksia tarvitsisi tehdä. Heidän kommenttejaan:

Ilmapiiri oli rento ja hyväntuulinen. Tosi hyvä.

Henkilökunnan tyytyväisyysmittauksesta käy ilmi, että henkilöstö on ollut tyytyväinen tapahtuman sisältöön. Se on mielestään saanut tarpeeksi tietoa ennen tapahtumaa projektipäälliköltä. Henkilöstö antanut sekä positiivista että negatiivista palautetta sen mukaan, minkä ovat nähneet tarpeelliseksi. Yleisarvosanaa ja muita kommentteja ajatellen voidaan tulkita tapahtuma onnistuneeksi henkilökunnan osalta. Yrittäjät olivat tyytyväisiä tapahtuman kokonaisuuteen, joten heidän kommenttien ja arvosanojen perusteella tapahtuma onnistui.

7 Yhteenveto ja pohdinta

Tapahtumaa voidaan pitää onnistuneena. Jokainen osa-alue onnistui. Tapahtuman onnistumista mitattiin neljästä näkökulmasta. Näitä näkökulmia olivat talous, markkinointi ja tiedottaminen, asiakastyytyväisyys ja henkilöstön tyytyväisyys. Taloudessa saavutettiin lähes haluttu lopputulos. Markkinointi ja tiedottaminen onnistuivat odotetusti, ja kaikkia valittuja markkinointikanavia käytettiin. Asiakastyytyväisyyskyselyn perusteella asiakkaat olivat tyytyväisiä tapahtuman aikana, ja tapahtuman jälkeisten puheiden perusteella tapahtumaan osallistuneet asiakkaat olivat tyytyväisiä tapahtumaan. Muotinäytös sai paljon kiitosta, sillä siinä oli huomioitu erikokoiset ja ikäiset ihmiset. Muotinäytöksessä esiteltiin myös suruvaatteet, joita harvemmin muotinäytöksissä esitellään. Henkilöstö oli tyytyväisiä kyselyn perusteella. Tapahtumalla oli positiivinen vaikutus ihmisiin ja tapahtumalla parannettiin yrittäjien imagoa entisestään.

Opinnäytetyössä sain läpi käydä konkreettisesti tapahtuman järjestämisen suunnitteluvaiheesta toteutusvaiheeseen. Aiheesta löytyi melko hyvin kirjallista tietoa tapahtuman järjestämisestä. Asiakastyytyväisyyskyselyt antoivat riittävästi tietoa tapahtuman onnistumisesta. Haastateltavien vastausten erot olivat melko pie-

niä. Suurin osa mielipiteistä oli hyvin positiivisia. Annetut kehitysehdotukset olivat erittäin hyviä ja käytännöllisiä.

Tapahtuman suunnittelu oli haastavaa, sillä siinä piti huomioida paljon erilaisia asioita. Mainonnan suhteen teimme töitä, jotta ihmiset huomaisivat tapahtuman, ja kiinnostuisivat siitä. Aluksi näyttikin siltä, että ihmiset eivät olleet kiinnostuneita, sillä Luumäen kirkko oli varannut Korsuorkesterin esiintymään vain kymmentä päivää ennen tapahtumaamme.

Suunnitteluvaiheessa pohdittiin paljon eri vaihtoehtoja tapahtuman sisällöstä, etenkin muotinäytöksen suhteen. Näkemyseroja oli jonkin verran, mutta niistä päästiin yhteisymmärrykseen. On tärkeää, että jokainen ryhmän jäsen saa äänensä kuuluviin jo suunnitteluvaiheessa, sillä jokaisella on tärkeä rooli tapahtuman järjestämisessä. Suunnitteluryhmään kuuluivat minun lisäksi yrittäjät Pirkko ja Antti Kokkola.

Tapahtuma onnistui hyvin. Pieniä kömmähdyksiä lukuun ottamatta tapahtumalle voisin antaa kiitettävän arvosanan. Perustelen sen sillä, että tapahtuman johtaminen ja tekijöiden kannustaminen onnistuivat hyvin. Annoin heille hyvät ohjeet. Tapahtuman suurin ongelma oli kahvitus, jossa aikataulu venyi mm. laitteiden rikkoutumisen vuoksi. Kahvitus olisi pitänyt järjestää toisella tavalla, mutta tilat ovat rajalliset. Minulle jäi hyvä kuva tapahtumasta. Parasta tapahtumassa oli hyvä ja lämmin tunnelma. Ihmisillä oli hauskaa, ja osallistujat ovat jälkeempäinkin kiitelleet tapahtumasta ja sen sisällöstä.

Tein tapahtuman jälkeen syyskuun osalta myynnin seurannan Asu & lahjivasun myyntiraporttien perusteella. (Liite 10.) Koko kuukauden myynti oli 9127,50 euroa ja asiakkaita kävi yhteensä 184 henkilöä. Ajalla 1. – 15.9.2012 myyntiä oli kertynyt 3540,15 euroa, ja asiakkaita oli käynyt 81 henkilöä. Ajalla 16. – 30.9.2012 myyntiä oli kertynyt 5587,35 euroa ja asiakkaita kävi 103 henkilöä. Tekemäni johtopäätösten myötä huomasin myynnissä sekä asiakasmäärissä kasvua. Tapahtuman jälkeen myynti kasvoi 57,8 % eli rahallisesti myynti lisääntyi 2047,20 euroa. Asiakasmäärä lisääntyi tapahtuman jälkeen 27,2 %. Yrittäjä sai muutamia uusia asiakkaita tapahtuman myötä. Taloudellinen tappio oli melko pieni, joten siitäkään ei lannistuttu.

Tämän opinnäytetyön tekeminen oli mielenkiintoista ja haastavaa. Työssä saatiin hyödyntää useita koulussa opittuja asioita, näitä olivat mm. budjetointi, henkilöstöjohtaminen, markkinointi.

Suunnittelu oli mielenkiintoista, ehkä hieman stressaavaakin muiden töiden ohella. Opinnäytetyöprosessi eteni melko nopealla aikataululla. Raportin kirjoittaminen on ollut mielenkiintoista ja sujunut hyvin. Onnistunut tapahtuma on iloinen asia.

Kuvat

Kuva 1. Peippo, J. 2012. Valokuva: Korsuorkesterin konsertti. Oma kokoelma

Kuviot

Kuvio 1. Projektin vaiheet (Kettunen 2009), 51

Taulukot

Taulukko 1. Tapahtuman toteutuneet kustannukset, 18

Taulukko 2. Riskien arviointi (Kauhanen ym. 2002), 55

Taulukko 3. Talouden mittaus (Marju Peippo 2012), 35

Taulukko 4. Ympäristöriskit (Marju Peippo 2012)

Taulukko 5. Asiakasriskit (Marju Peippo 2012)

Taulukko 6. Sopimusriskit (Marju Peippo 2012)

Taulukko 7. Aikatauluriskit (Marju Peippo 2012)

Taulukko 8. Henkilöstöriskit (Marju Peippo 2012)

Taulukko 9. Taloudelliset riskit (Marju Peippo 2012)

Taulukko 10. Tekniikkariskit (Marju Peippo 2012)

Taulukko 11. Imagoriskit (Marju Peippo 2012)

Taulukko 12. Turvallisuusriskit (Marju Peippo 2012)

Lähteet

Antikainen, J. 1996. Tapahtumajärjestäjän työkirja. Kuopio: Instead Oy

Iltanen, K. 1998. Mainonnan suunnittelu. Porvoo: WSOY

Joukolan seurantalot 2012.

<http://www.luumaki.fi/> Luettu 19.9.2012

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

Kettunen, S. 2009. Onnistu projektissa. Helsinki: WSOYpro

Korsuorkesteri 2012.

<http://www.korsuorkesteri.com/vieraskirja>, Luettu 26.9.2012

Kuusela, H., & Ollikainen, R. 1998. Riskit ja riskienhallinta. Vammala: Vammalan kirjapaino Oy

Luumäen lehti 2012.36, 6

Luumäen lehti 2012. 37, 5

Luumäen lehti 2012. 38, 5

Projektityöskentely 2012.

<http://fi.wikipedia.org/wiki/Projekti>, Luettu 13.9.2012

Projektin määrittely 2011.

<http://oppimistila.wikidot.com/projektimaarittely>, Luettu 18.9.2012

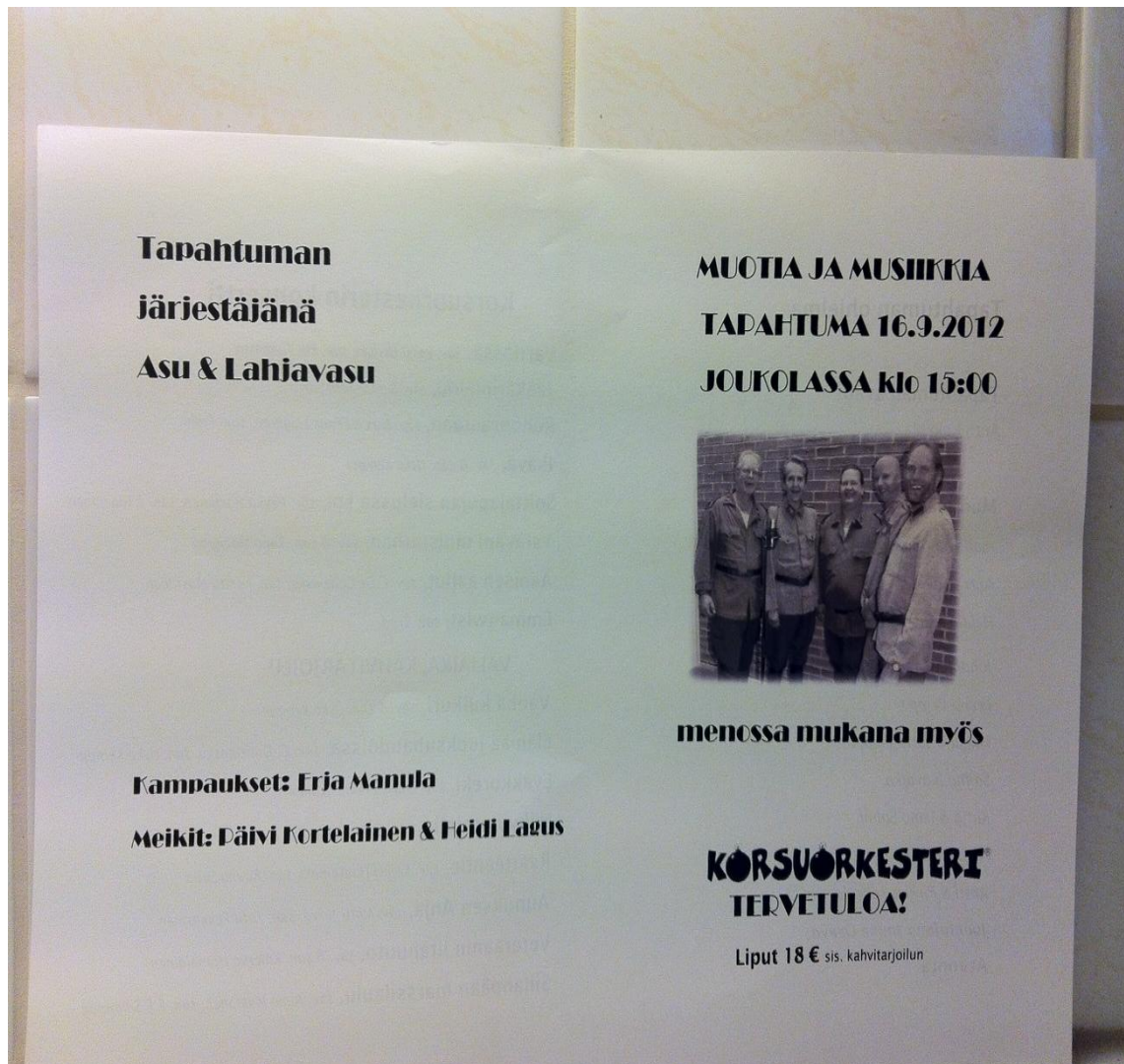
Sipilä, L. 2008. Käytännön markkinointi. Nyt. Keuruu: Otavan kirjapaino

Tapahtumamarkkinointi 2012.

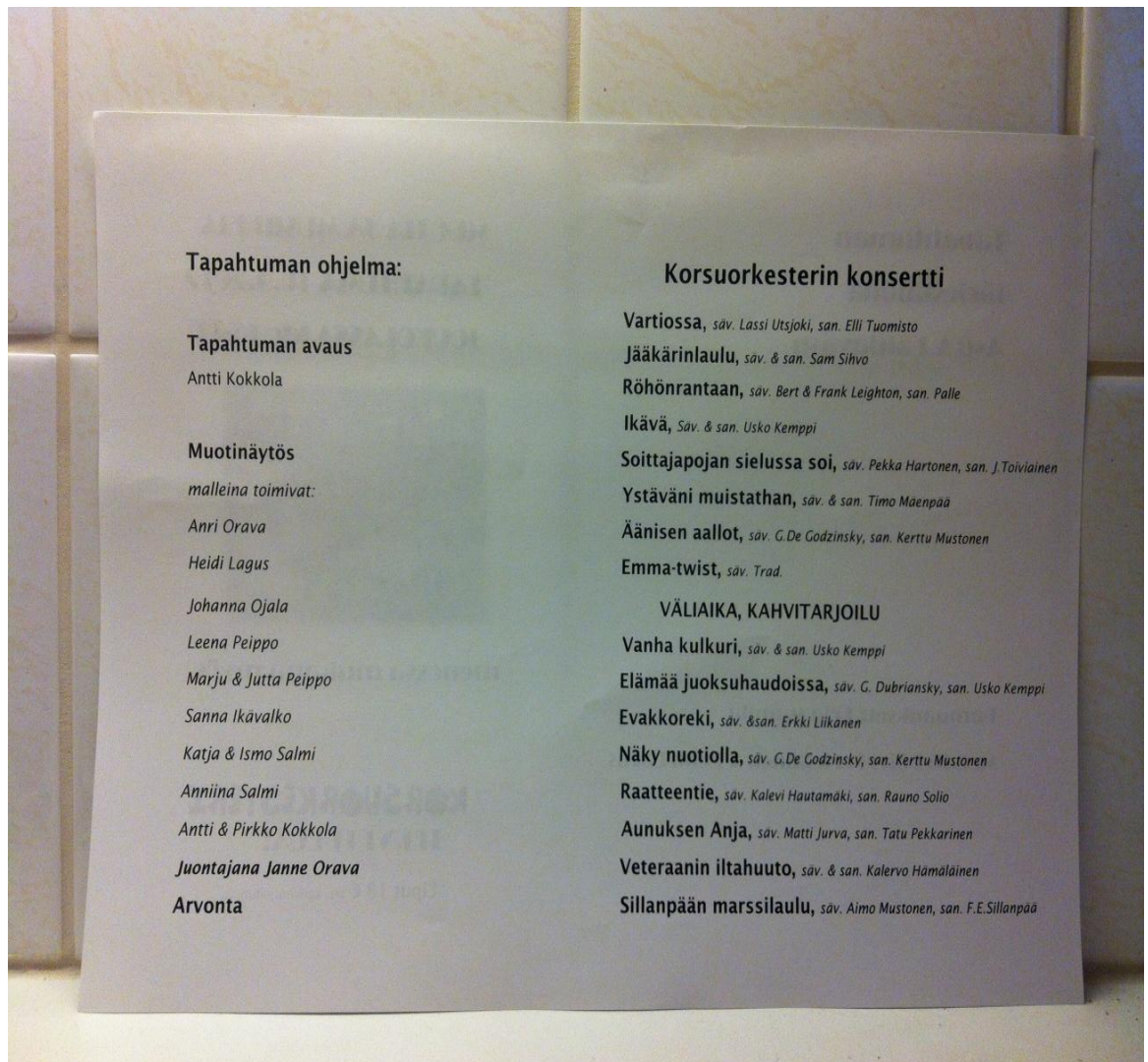
<http://fi.wikipedia.org/wiki/Tapahtumamarkkinointi>, Luettu 30.10.2012

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2008. Tapahtuma on tilaisuus. Tallinna: Tietosanoma

Käsiohjelman kannet



Käsiohjelman sisältö



Tapahtuman tuloslaskelma

Tulot

Myytyjä lippuja	163 kpl
Lipun hinta /kpl	18 €
Tulot yhteensä	2934 €

Menot

Orkesterin varausmaksu	50 €
Orkesterin palkkio	2000 €
Teosto-maksu	20 €
Joukolan vuokra	120 €
Kahvitus	128,50 €
Huvilupailmoitus	21 €
Mainonta/oheistuotteet	169 €
Arpajaispalkinto	50 €
Mallien vaatepalkkiot	500 €
Menot yhteensä	3058,50 €

Tapahtuman tulos -124,50 €

Tapahtumapäivän kulku

- Kampaajalla ja meikkaajalla käynti
- Henkilöstön ohjeistus muotinäytöstä varten
- Orkesteri saapui paikalle noin 13:30, ja he laittoivat soittimet lavalle soittokuntoon.
- Tapahtumapaikan koristelu
- Tapahtuman suunniteltu aloitusaika oli kello 15:00, mutta aloittamaan päästiin noin kello 15:15. Tapahtuma avattiin yrittäjän tervetulo-puheella.
- Muotinäytös aloitettiin noin kello 15:20. Suunnitelmaan kuului viisi muotikierrosta.
- Muotinäytöksen jälkeen mallit ja yrittäjät kukitettiin. Yrittäjä kruunattiin leikkimielisesti Taavetin muotimoguliksi tapahtumassa esiintyneiden mallien toimesta. Muutama asiakas muisti yrittäjiä kukkatervehdyksillä, jotka he kävivät henkilökohtaisesti jakamassa heille.
- Korsuorkesterin konsertti aloitettiin noin kello 15:45. Todellisuudessa konsertin ensimmäinen puoliaika kesti noin puoli tuntia.
- Kahvitus aloitettiin noin kello 16:15. Kahvitus kesti puoli tuntia, joten konsertin toinen puoliaika aloitettiin 16:45.
- Yleisö poistui paikalta kello kuuteen mennessä. Tapahtuma oli päätynyt.
- Loppusiivoukset

Tapahtumailmoitus (Luumäen lehti 2012, 6)

MUOTIA JA MUSIIKKIA -TAPAHTUMA
TAAVETIN JOUKOLASSA 16.9. KLO 15

OHJELMASSA MUOTIESITYS JA KORSUORKESTERIN KONSERTTI

Lippujen ennakkomyynti
 Asu & Lahjivasussa,
 tule lunastamaan omasi!
 Hinta 18 € sis. kahvitarjoilun.

KESÄTUOTTEIDEN KAUSIALE JATKUU!

Tervetuloa ostoksille!
Asu & Lahjivasu
 Riihitie 1, Taavetti p. 050-490 3527

AVOINNA:
 ma-pe 9-17
 la 9-13



Tapahtumailmoitus, (Luumäen lehti 2012, 5)

Musiikkia ja muotia syystapahtuma
 Korsuorkesterin siivittämänä
 Joukolassa sunnuntaina 16.9. klo 15.00.

Tervetuloa!

Syksy on saapunut ja uusia
 syysvaatteita tulvi ovesta.
 Tervetuloa tutustumaan!

Asu & Lahjivasu
 Riihitie 1, Taavetti p. 050-490 3527

Avoinna ma-pe 9-17, la 9-13



Seinäilmoitus

KORSUORKESTERI
 Jarmo Pöytä - Mikko Anttonen - Kalevi Saarelma - Antti Vartiainen - Pasi Kumpulainen

KORSUORKESTERI
OHI ON
8287
 T.S. 1999 - 16.10.2012

www.aurevibe.fi/ohi-on

MUOTIA JA MUSIIKKIA -TAPAHTUMA
 JOUKOLASSA SUNNUNTAINA 16.9.2012
 KLO 15 ALKAEN
 OHJELMASSA MUOTIESITYS &
 KORSUORKESTERIN KONSERTTI

LIPPI 18 € sis kahvitarjoilun

LIPPUJA ENNAKKOOSTAAN JA TAPAHTUMAA JOUKOLASSA
 ASU & LAHJIVASU RIIHITIE 1, TAAVETTI



Syysmuoti siivittää Korsuorkesterin Taavetin konserttia

Taavetin Joukolassa yhdistetään sunnuntaina 16. syyskuuta kaksi mielenkiintoista elementtiä: värikkäät syksyn uudet muotituulet ja perinteistä ”armeijan harmaata” edustava Korsuorkesteri kohtaavat. Kaksiosaisen muoti- ja konserttitapahtuman taustavoimia ovat asusteliike Asu & Lahjivasua Taavetissa pitävän Kokkolan perheen jäsenet. Pirkko Kokkola haluaa paikallisena yrittäjänä tarjota yleisölle katsauksen muotiin ja samalla hänen restonomiksi opiskeleva tyttärensä Marju Peippo toteuttaa tapahtuman järjestämisen myötä oman opinnäytetyönsä. Tapahtuman avaa yrityksen toinen omistaja Antti Kokkola.

– Ajatus lähti alulle muotinäytöksestä, mutta Korsuorkesterin konsertti tuli mukaan tapahtumaan, koska kokoonpano on lopettamassa lokakuussa toimintaansa ja nyt on viimeinen mahdollisuus kuulla yhtyettä Luumäellä. Orkesterilla on viikkoa aiemmin täällä Luumäellä kirkkokonsertti, mutta meidän tapahtumassamme on täysin eri ohjelmisto. Luvassa on Korsuorkesterin keikoilta vuosien varrelta tuttua materiaalia valssista rautalankaan, Marju Peippo kertoo.

Syysmuotia lavalla esittelee kahdeksan mallia.

– Koska Taavetin liikkeessä on myynnissä vaatteita tavallisille ihmisille, haluamme myös mallien edustavan aivan tavallisia ihmisiä. Mukana on muun muassa 70-vuotias anoppini Leena Peippo ja näyttäydyn lavalla itsekin, hän kertoo.

Mallien kampauksista vastaa Erja Manula ja meikit toteuttavat Päivi Kortelainen ja Heidi Lagus.

Tapahtuma alkaa muotinäytöksellä ja jatkuu Korsuorkesterin täyspitkällä konsertilla, jonka väliajalla tarjotaan pääsylippuun sisältyvät kakkukahvit. Tapahtuma alkaa kello 15 ja sen kokonaiskesto on noin kaksi ja puoli tuntia. Joukolan saliin mahtuu noin 250 kuulijaa ja lippuja tapahtumaan saa myös ovelta. (Luumäen lehti 6.9.2012.)

Marju Peippo

Paikkakunta: Rauha

Viesti:

Tervetuloa sunnuntaina 16.9.2012 klo 15:00 alkaen Taavetin Joukolaan Luumäelle, Muotia ja musiikkia - tapahtumaan.

Ohjelmassa on muotinäytös ja Korsuorkesterin konsertti. Liput ovat 18 euroa sisältäen kakkukahvitarjoilun. Tapahtuman järjestää Taavetissa toimiva vaatealan yrittäjä.

Lippuja voi varata myös ennakoon sähköpostilla: xxx

Tapahtuma on allekirjoittaneen opinnäytetyö, opiskelen Saimaan ammattikorkeakoulussa Imatralla restonomiksi, valmistuminen joulukuussa 2012!

Tervetuloa!

Kirjoitettu: 10.9.2012 19:38:28

(<http://www.korsuorkesteri.com/vieraskirja>, Luettu 26.9.2012)

Riskien kartoitus

Ympäristöriskit

Viranomaisilta haettiin luvat tilaisuuden järjestämistä varten	Ei riskiä
Tapahtumalle oli kilpailija, Luumäen seurakunta.	Mahdollinen riski
Tiedotusvälineiltä ei saatu negatiivista infoa, vaan positiivista.	Ei riskiä
Sääolosuhteet eivät vaikuttaneet tapahtuman onnistumiseen, tapahtuma pidettiin sisätiloissa.	Ei riskiä
Jätehuolto pelasi hyvin tapahtuman ajan.	Ei riskiä

Taulukko 4. Ympäristöriskit

Asiakasriskit

Asiakkaiden määrällä oli merkitystä.	Mahdollinen riski
Asiakkaiden laadulla ei ollut merkitystä, tilaisuus oli avoin kaikille.	Ei riskiä
Asiakkaat järjestivät kuljetuksen itse paikalle	Ei riskiä

Taulukko 5. Asiakasriskit

Sopimusriskit

Järjestäjällä oli maksuvalmiutta tapahtumaa varten.	Ei riskiä
Sopimukset olivat selkeät, ei epäselviä sopimuksia.	Ei riskiä.
Lisävaatimuksia ei ollut tiedossa.	Ei riskiä
Yhteistoiminta organisaatioiden välillä toimi moitteettomasti.	Ei riskiä
Tiedonkulku toimi moitteettomasti.	Ei riskiä

Taulukko 6. Sopimusriskit

Aikatauluriskit

Toimitusajat olivat kunnossa.	Ei riskiä
Materiaalien ja tarvikkeiden saanti oli kunnossa.	Ei riskiä
Resurssiriippuvuuksien huomioon ottaminen oli kunnossa.	Ei riskiä
Tehtäväjärjestyksen hallinta oli kunnossa.	Ei riskiä

Taulukko 7. Aikatauluriskit

Henkilöstöriskit

Henkilökunta oli ammattitaitoista.	Ei riskiä
Resursseja oli tarpeeksi.	Ei riskiä
Töiden jakaminen ja vastuunjako oli kunnossa.	Ei riskiä
Projektiryhmän yhteistyö toimi.	Ei riskiä
Henkilöstön poissaolot oli huomioitu.	Ei riskiä

Taulukko 8. Henkilöstöriskit

Taloudelliset riskit

Ennakkolippujen myynti vaikutti ta- pahtuman rahoitukseen.	Mahdollinen riski
Käteisvarojen säilytys kassalippaas- sa oli riskialtista.	Mahdollinen riski
Varkaus oli mahdollinen riski, sillä Taavetissa oli ollut murtoja.	Mahdollinen riski
Vakuutukset olivat kunnossa	Ei riskiä

Taulukko 9. Taloudelliset riskit

Tekniikkariskit

Sähkökatkos olisi aiheuttanut teknisiä ongelmia.	Ei merkittävää riskiä
Äänentoisto oli kunnossa.	Ei riskiä

Taulukko 10. Tekniikkariskit

Imagoriskit

Tapahtuman imago oli kunnossa.	Ei riskiä
Tapahtuman järjestäjän imago oli kunnossa.	Ei riskiä
Orkesteri lisäsi tapahtuman imagoa.	Ei riskiä

Taulukko 11. Imagoriskit

Turvallisuusriskit

Pysäköinti ei aiheuttanut toimenpiteitä. Joukolan seurantalolla oli iso avara piha, helppo pysäköidä.	Ei riskiä
Asiakasturvallisuus huomioitiin lippunmyynnissä. Paloturvallisuusrajaa ei rikottu, lippuja sai myydä maksimissaan 250 kappaletta.	Ei riskiä
Yleisön turvallisuus oli huomioituna hankkimalla paikalle järjestyksenvalvojat.	Ei riskiä
Paikalla oli useampi ensiaputaitoinen henkilö henkilöstön keskuudessa.	Ei riskiä

Taulukko12. Turvallisuusriskit

Kysymyslomake asiakkaille

1. Mistä saitte tiedon tapahtumasta?
2. Mitä mieltä olette tapahtuman ohjelmasta?
3. Mitä mieltä olette tapahtuman ajankohdasta?
4. Yleisarvosana tapahtumasta asteikolla 4 – 10.
5. Miten tapahtumaa voisi mielestänne kehittää?

Syyskuun 2012 myynnin seuranta Asu & Lahjavesussa

Kuukauden kokonaismyynti 9127,50 €	Kuukauden asiakasmäärä 184 henkilöä
Myynti ajalla 1. - 15.9.2012 3540,15 €	Asiakasmäärä 1.-15.9.2012 81 henkilöä
Myynti ajalla 16.-30.9.2012 5587,35 €	Asiakasmäärä 16.-30.9.2012 103 henkilöä
Myynnin kasvu 2047,20 € 57,8 %	Asiakasmäärän kasvu 27,2 %