

OPINNÄYTETYÖ

Osallistaminen virtuaalitapahtumissa Virtuaalitapahtuman katsojista osallistujia

Wilma Juvonen

Kulttuurituotannon perustutkinto
(240 op)

Arvioitavaksi jättämisaika
(9/2021)

TIIVISTELMÄ

Humanistinen ammattikorkeakoulu
Kulttuurituotannon koulutusohjelma 240 op

Tekijät: Wilma Juvonen
Opinnäytetyön nimi: Osallistaminen virtuaalitapahtumissa
Sivumäärä: 74 ja 9 liitesivua
Työn ohjaaja: Jyrki Simovaara
Työn tilaaja: Teknologiainfo Teknova Oy

Tämä opinnäytetyö käsittelee osallistamista ja osallistamisen keinoja virtuaalitapahtumissa. Työn tarkoitus on tarkastella olemassa olevaa tietoa siitä, miten virtuaalitapahtumissa toteutetaan osallistamista tällä hetkellä ja miten osallistujien osallistuneisuutta on mahdollista kehittää järjestäjän toimilla. Työ on ajankohtainen ja tarpeellinen virtuaalitapahtumien kysynnän ja tarjonnan kasvettua suuresti COVID-19-pandemiasta johtuen.

COVID-19-pandemian myötä fyysisiä tapahtumia ei ole saanut Suomessa järjestää normaalisti pandemian alettua eri rajoitusten vuoksi. Nämä rajoitukset tekivät fyysisistä tapahtumista mahdottomia ja tapahtumat siirtyivät virtuaalitoteutuksiksi. Näin haaste virtuaalitapahtumien osallistuneisuudesta ja vuorovaikutteisuudesta realisoitui. Pian massiivisen virtuaalitapahtumatarjonnan kasvun jälkeen huomattiin, että virtuaalitapahtumien kävijät kaipaavat vuorovaikutteisuutta. Tämä opinnäytetyö tekee selvityksen siitä, miten vuorovaikutteisuutta lisätään.

Virtuaalitapahtumien osallistuneisuudesta löytyy paljon tietoa, joskin iso osa siitä on markkinointitarkoitukseen tehtyä. Opinnäytetyön tuotoksena syntyy tilaajalle selkeä ja neutraali opas heidän virtuaalitapahtumien osallistamisen parantamiseksi. Tuotoksen tekemiseen on hyödynnetty kirjallisia lähteitä ja monia verkkolähteitä. Lopputuotoksen tavoite on olla käytännöllinen opas tilaajan monimuotoisiin tapahtumiin kaikissa koko luokissa.

Opinnäytetyö keskittyy työelämän virtuaalisiin tapahtumiin, kuten seminaareihin ja työpajoihin. Aiheen ulkopuolelle on jätetty hybriditapahtumat, vaikka tässä opinnäytetyössä mainittavia keinoja hyödynnetään osaltaan hybriditapahtumissa.

Asiasanat: virtuaalisuus, tapahtumat, osallistaminen

ABSTRACT

Humak University of Applied Sciences
Degree Programme in Cultural Management 240 ECTS

Author: Wilma Juvonen
Title: Audience engagement in virtual events
Number of Pages: 74 and 9 attachment pages
Supervisor: Jyrki Simovaara
Commissioned by: Teknologiainfo Teknova Oy

This thesis deals with audience engagement in virtual events. The purpose of the thesis is to analyse available information and identify more ways to make virtual events more interactive. The object is also to map out what virtual event organizers are doing right now to increase their audience engagement. This thesis is particularly topical due to the COVID19 pandemic, which made virtual events mandatory.

During the COVID19 pandemic all physical events were forbidden in Finland and events became virtual. Before the pandemic we paid little attention to audience engagement and interactivity in virtual events. Since the pandemic made virtual events lot more common it is important to find meaningful ways more interactive.

There is a lot of information available on the topic, but most of it is made for marketing purposes. This thesis will provide a simple guide for Teknologiainfo Teknova Oy, which commissioned the thesis. The guide brings together helpful information from many sources. One of its goals is to provide neutral information and be useful for different types of virtual events.

The thesis focuses on business events such as seminars and workshops. It does not cover hybrid events, although the same methods to increase engagement in virtual events could be used in hybrid events too.

Keywords: virtual, events, audience engagement

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO	6
2	LÄHTÖTILANNE	9
	2.1 Opinnäytetyön aiheen valikoituminen	9
	2.2 Teknologiainfo Teknova Oy ja sen alaiset tapahtumat	10
	2.3 Selvitystyön menetelmät	10
3	OSALLISTAMINEN	12
4	FYYNINEN TAPAHTUMA	16
	4.1 Tapahtuma – eli siis fyysinen tapahtuma	16
	4.2 Fyysinen tapahtuma – ainoa mahdollinen yhteisöllinen tapahtuma?	18
5	VIRTUAALINEN TAPAHTUMA	20
	5.1 Mitä tarkoitetaan virtuaalisella tapahtumalla?	20
	5.2 Virtuaalisen ja fyysisen tapahtuman tuotannollisia eroavaisuuksia	20
	5.3 Hybriditapahtuma	24
	5.4 Toistuvat tapahtumasuunnittelun pääkysymykset	24
6	OSALLISTAMINEN VIRTUAALITAPAHTUMASSA	26
	6.1 Osallistaminen ennen virtuaalitapahtumaa	26
	6.2 Sisältö on tärkein osallistamisen keino	33
	6.3 Tekninen valmistautuminen	38
	6.4 Osallistamisen keinoja	44
	6.5 Sosiaalisen median merkitys osallistamisessa	50
	6.6 Miten olla järjestäjänä läsnä etäosallistujille	53

6.7	Virtuaalitapahtumien tulevaisuuden mahdollisuudet.....	53
6.8	Osallistaminen tapahtuman päätyttyä	56
7	LOPPUTUOTOKSESTA.....	59
7.1	Lopputuotoksen muoto ja perustelut.....	59
7.2	Arvio työn onnistumisesta	62
7.3	Tilaajan palaute.....	63
7.4	Ehdotukset jatkotoimista.....	66
	LÄHTEET	68
	KUVALUETTELO	74
	LIITTEET	75

1 JOHDANTO

Virtuaaliset tapahtumat kohtasivat vuonna 2020 valtavan kysynnän kasvun, kun globaali COVID-19-pandemia valtasi maailmaa ja valtio kerrallaan siirtyi erilaisten rajoitusten aikakaudelle. Yksi merkittävä rajoitus oli kokoontumisrajoitukset globaalisti ja siitä johtuen tapahtuma-ala siirtyi virtuaalitoteutuksiin. Pelkkiä virtuaalitapahtumia tuottavan tuotantoyhtiön Cventin virtuaalitapahtumien määrä kasvoi yli 1000 % COVID-19-pandemian ensimmäisten kuukausien aikana. (Koetsier 2020a). Cvent on yksi maailman johtavimmista virtuaalitapahtumien tuotantoyhtiöistä.

Kun virtuaalitapahtumien kysyntä ja tarjonta on kasvanut ennennäkemättömän suurella vauhdilla, ovat tapahtumien järjestäjät ja samalla osallistujat olleet uusien kysymysten äärellä. Kulttuuriala on tällä hetkellä keskellä suurta muutosta, jonka vuoksi tämä opinnäytetyö on ajankohtainen ja tarpeellinen koko kulttuurialalla sekä erityisesti toimeksiantaja Teknologiateollisuus ry:n alaiselle Teknologiainfo Teknova Oy:lle. Tilaaja saa lopputuotoksena tämän opinnäytetyön selvitystyön perusteella selkeän ja käytännöllisen aineiston virtuaalitapahtumien osallistamista. Toimitan oppaan tilaajalle esitelmämuotoisena presentaationa ja erillisenä tekstitiedostona. Näiden tueksi tein tilaajalle taulukon eri osallistamiskeinojen työkalujen ominaisuuksista, jotta tilaajalla on mahdollisimman paljon monipuolista tietoa saatavilla aiheen ympäriltä. Tämän opinnäytetyön ja heille tehdyn aineiston perusteella tilaajalla on mahdollisuus saada optimoiduin hyöty irti virtuaalitapahtumistaan.

Virtuaaliset tapahtumat ovat tulleet jäädäkseen elämiimme, erityisesti työelämässä. Viimeistään nyt COVID-19-pandemian aikana työnantajat ovat huomanneet virtuaalisten tapahtumien monipuoliset hyödyt ja erilaiset virtuaalitapahtumat ovat osa tulevaisuuden työkuultuuria. Virtuaalinen toteutus tapahtumasta tarjoaa osallistujille mahdollisuuden säästää aikaa, kun tapahtumaan osallistumisen voi tehdä mistä tahansa. Kun fyysinen tapahtuma tarjoaa useimmiten kokonaisvaltaisemman kokemuksen ja sisältää muutenkin ominaisuuksia, joita virtuaalitapahtumissa ei ole, on näihin eroavaisuuksiin löydettävä ratkaisuja siltä osin kun on mahdollista. Vaikka fyysisillä tapahtumilla on tiettyjä etulyöntiasemia, niin ei virtuaalisen tapahtumien hyötyjä voida kiistää yksilön, yrityksen, tapahtuman saatavuuden tai ilmastonhyvinvoinnin kannalta. Voimme sen sijaan etsiä parhaita ratkaisuja virtuaalitapahtumiin liittyvien haasteiden ratkaisemiseksi, kuten tässä opinnäytetyössä etsitään parhaita ratkaisuja osallistamiseen.

Päällimmäiset haasteet virtuaalitapahtumissa ovat toteutukseen liittyviä teknisiä ongelmia tai juuri yleisöosallistamisen puute, jotka kummatikin johtuvat osalti vallitsevasta osaamisvajasta. Tämä opinnäytetyö tuo vastauksia osallistamisvajeen osaamispuutteeseen esitellen oleellisia osallistamisen keinoja ja tarjoaa apua tilaajan lisäksi muillekin tapahtumanjärjestäjille. Tavoitteena on lähentää tietoteknistä ymmärrystä eri osallistamisen sovelluksista ja tapahtumatuotanto-osaamista toisilleen sekä selkeyttää näiden välistä yhteyttä. Käyn läpi tässä opinnäytetyössä suosituimpia virtuaalitapahtumissa käytettyjä sovelluksia ja esitän esimerkiksi miten virtuaalitapahtumia voi pelillistää ja mitä virtuaalitapahtumien tulevaisuudessa on nähtävissä.

Koska olemme ottaneet massiivisen loikan virtuaalitapahtumiin COVID-19-pandemiasta johtuen, niin tapahtumatuottajat eivät ole aiemmin joutuneet pohtimaan osallistamista virtuaalitapahtumissa sen tarkemmin. Tarvitsemme edelleen samanlaisia hyötyjä tapahtumista kuten saimme ennen COVID-19-pandemia-aikaa. Kun nyt opettelee ja innovoi uusia osallistamisenkeinoja, on näitä erinomaisesti taitava esiintyjä tai tapahtumanjärjestäjä tulevaisuudessa etulyöntiasemassa työmarkkinoilla. Kulttuurialalle tässä opinnäytetyössä esitellyt osallistamisen keinot ovat tärkeitä taitoja tulevaisuuden työtehtävissä virtuaalisten tapahtumatuotantojen määrien kasvettua. Tapahtuma-alan työntekijöiden tulee olla kykeneviä ja tietäväisiä miten luodaan tasavertainen ellei jopa elämyksellisempi osallistujakokemus virtuaalisissa tapahtumissa.

Paneudun interaktiivisen virtuaalitapahtuman luomiseen ja millä keinoilla tässä onnistutaan. Työn keskeisiä kysymyksiä ovat; miten osallistujia kannustetaan vuorovaikuttamaan, miten osallistamista kehitetään, miten osallistujien keskustelua ylläpidetään ennen tapahtumaa, tapahtuman aikana ja sen jälkeen, sekä mitä erityistä huomiota vaaditaan tapahtumanjärjestäjältä luodessaan vuorovaikutteista virtuaalitapahtumaa. Näitä huomiota vaativia kohtia ovat muun muassa sisältö, sisällön suunnittelu ja aikataulutus teknisesti ja mitä työkaluja osallistamiseen hyödynnetään missäkin tapahtumassa.

Kaiken tämän tavoite on luoda aineisto toimeksiantajan virtuaalitapahtumiin ja osallistujien vuorovaikutteisuuden kehittämiseksi. Toimeksiantaja hyödyntää tuotoksia ja tätä opinnäytetyön ulkopuolista aineistoa osana virtuaalisten tapahtumien esituotantoa, tapahtuman aikana ja tapahtuman jälkeen. Tarkoituksena on tuottaa yksinkertainen, käytännöllinen ja selkeä opas-tyylinen ainoista, jolla toimeksiantajan virtuaalitapahtumien osallistujien interaktiivisuus kehittyy.

Haluan myös välittää virtuaalitapahtumista positiivista kuvaa. Virtuaaliset tapahtumat eivät ole ainoastaan pakollinen vaihtoehto, vaan sisältävät lukuisia eri hyötyjä kaikille sidosryhmille. Jos osallistaminen tehdään huolellisesti, saadaan virtuaalitapahtumasta yhdenvertainen osallistujakokemus, sekä samalla säästetään eri sidosryhmien resursseja.

Tässä työssä keskityn ainoastaan virtuaalitapahtumiin ja niissä tapahtuvaan osallistamiseen. Työn ulkopuolelle on jätetty fyysisten ja virtuaalisten tapahtumien välimuoto hybriditapahtuma. Työn tuotoksena tehdyn aineiston painopiste on työelämän tapahtumissa, vaikka viihteellisiin tapahtumiin viitataan muutaman kerran.

Opinnäytetyön on jaettu kolmeen osaan. Ensimmäinen osuus käsittelee lyhyesti erilaisia tapahtumamuotoja ja niiden merkittävimpiä eroavaisuuksia. Ensimmäisessä osiossa käsitellen tämän työn kannalta tärkeimpiä termejä ja sanastoa. Toisessa osuudessa paneudun tarkemmin osallistamiseen virtuaalitapahtumissa. Tarkastelen lähemmin etenkin osallistamisen tavoitteita, keinoja ja mikä on järjestäjän vastuu osallistamisessa. Kolmas osuus on varsinainen tuotos toimeksiantajalle, eli opas osallistamiseen virtuaalitapahtumissa. Tuotos on saatavilla esitysmuodossa ja tekstitiedostona. Tekstimuotoinen tuotos löytyy tästä opinnäytetyöstä liitteenä ja esitysmuotoisesta tuotoksesta on muutamia kuvia pitkin tätä opinnäytetyötä. Esittelen kaikki tuotoksessa mainitut keinot tässä opinnäytetyössä. Esitysmuotoinen tuotos sisältää enemmän havainnollistavaa lisätietoa, kuvia ja muuta materiaalia ja tekstitiedosto on koostettu esityksen pohjalta.

2 LÄHTÖTILANNE

2.1 Opinnäytetyön aiheen valikoituminen

Toimeksiantajan edustajien kanssa käydyn keskustelun perusteella kehittämiskohteeksi valikoitui virtuaalitapahtuman osallistujien osallistamisen kehittäminen. Heidän kokemuksensa ja saadun palautteen perusteella nykyisistä tapahtumista puuttuu osallistujien aktiivinen osallistuminen tapahtumaan.

Kuvaavaa on, että Teknovan järjestämän saman koulutuksen liveversio sai palautekyselyssä 176 vastausta ja vastaava virtuaalinen koulutus sai 43 vastausta. Livekoulutuksen palautekyselyssä noin 21 % on vastannut “Mitä olisit toivonut lisää?” -kysymykseen. Virtuaalitapahtuman toteutuksessa vastaava prosentti on 33 %. Jos näistä vastauksista jätetään pois koulutuksen aiheeseen liittyvät vastaukset, niin fyysisen koulutuksen palautekysely ei ole saanut yhtään muuta vastausta. Virtuaalinen koulutus on saanut palautetta aiheen lisäksi vuorovaikutuksen puutteesta ja ongelmista teknisessä toteutuksessa.

Äänet eivät meinanneet kuulua, palautetta annettiin koulutuksen aikanakin. Tauoilla kuului järjestäjien keskustelu osallistujille.

Mikit kunto 🤓👍

Kouluttajat olivat ammattilaisia, mutta olisin kaivannut innokkaampaa otetta sekä enemmän vuorovaikutusta osallistujien kanssa.

Kuva 1. Kuvakaappaus Teknovan virtuaalikoulutuksen palautekyselyn vastauksista.

Läpikäymäni palautteen perusteella tilaajalla on ilmeinen tarve lisätä osallistamista. Virtuaalitapahtumien palautteissa toistuvat teemat ovat tekniikkaan tai osallistamisen puutteeseen liittyviä. Monet tekniset haasteet ovat ratkaistavissa huolellisuudella ja paremmalla testaamisella, kun osallistaminen tarvitsee lopulta suurempaa työpanosta. Tavoitteeni on luoda toimeksiantajalle ytimekäs tuotos, jonka avulla tilaaja jatkossa kehittää heidän virtuaalitapahtumiaan vuorovaikutteisemmiksi. Tämän oppaan avulla näiden tapahtumien anti kaikille sidosryhmille monipuolistuu.

2.2 Teknologiainfo Teknova Oy ja sen alaiset tapahtumat

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Teknologiateollisuus ry:n omistama Teknologiainfo Teknova Oy. Teknologiainfo Teknovan missiona on välittää Teknologiateollisuus ry:n tietoa teknologian ja liiketoiminnan kehittämistä (Teknologiainfo Teknova Oy 2021). Osana tätä missiota on Teknologiainfo Teknova Oy:n järjestämät tapahtumat, joiden toteutus muuttui COVID-19-pandemian myötä virtuaalisiksi.

Teknologiainfo Teknova Oy järjestää vuosittain lukuisia erilaisia tapahtumia. Tapahtumat ovat pääasiassa erilaisia työelämän tapahtumia, kuten webinaareja, seminaareja, konferensseja, työpajoja ja muita näidenkaltaisia tapahtumia. Tapahtumien kestot ja luonteet vaihtelevat paljon, osa tapahtumista on yhden tai kahden tunnin tietoisuuksia työelämän aiheista ja osa vuorostaan kolmen työpäivän kestoisia koulutuksia (Kaski, Laakso, Laasaksenaho & Paarto 2021).

Tapahtumien osallistujamäärä on yleensä kymmenestä henkilöstä aina tuhanteen henkilöön. Teknova järjestää tapahtumia 50–100 kertaa vuodessa. Esimerkiksi vuonna 2020 tapahtumia järjestettiin 55 kappaletta ja vuonna 2019 tapahtumia oli 92 kappaletta (Kaski 2021).

2.3 Selvitystyön menetelmät

Toimeksiantajan lähtötilanteen tarkastelun ja toimeksiantajan edustajan kanssa käydyn haastattelun jälkeen lopputuotoksen kannalta on oleellista rakentaa luotettava teoreettinen viitekehys erilaisista tapahtumamuodoista ja niiden keskinäisistä eroavaisuuksista. Lisäksi tarvitaan teoriaa osallistamisesta, mitä se käytännössä on ja mitä se merkitsee virtuaalitapahtuman järjestäjälle. Teoriaosoiden ja toimeksiantajan lähtötilanteen tarkastelun perusteella tein työn lopputuotoksen, tilaajalle jäävän oppaan osallistamiseen virtuaalisissa tapahtumissa.

Hyödynsin tämän työn tekemiseen erilaisia kirjallisia lähteitä ja monia verkkolähteitä, mihin tämä selvitystyö pohjautuu. Kirjallisen tiedon tueksi käytin avuksi toimeksiantajan haastattelua ja muiden virtuaalitapahtumien järjestäjien haastatteluja. Nämä haastattelut antavat laajemman katsauksen osallistamisen haasteista ja monipuolisemman näkemyksen mahdollisuuksista virtuaalisissa tapahtumissa. Haastattelut toimivat muun tietopohjan tukena tuoden itselleni

lisänäkökulmia ja hiljaista tietoa. Näiden menetelmien lisäksi selvitystyön menetelmän käytetään muiden virtuaalitapahtumien benchmarkkausta, eli vertaisarviointia (Cambridge Dictionary 2021).

3 OSALLISTAMINEN

Osallistaminen on yksinkertaistetusti osanottamista ja mukana olemista. Kyseessä on prosessi, joka tekee osallistujasta tai osallistujista aktiivisia ja osallisia (Niemelä 2021). Yksi hyvä alkuperäisesti englanninkielinen määrittely osallistamisesta on:

“Audience engagement makes an attendee to become a participant.”

Suomennettuna tämä tarkoittaa osallistamisen tekemisen paikalla olevasta osallistujasta osallistuvan osallistujan. (Eventbrite 2016). Teknologiateollisuuden uudistamisjohtajan Tarja Ihalainen on sanonut osallistamisen olevan osallistumisen mahdollistamista. Tämä kuvastaa paljon osallistamisen tavoitetta. Osallistamisesta puhutaan useimmiten työryhmissä, tapahtumissa tai vaikkapa harrastustoiminnassa. Yhteistä näissä kaikissa on tavoite saada toimintaan tai prosessiin osallistuvat olemaan aktiivisesti mukana ja keskittyen täysin tapahtuvaan tilaisuuteen. Osallistaminen on interaktiivisuutta, vuorovaikutteisuutta erilaisissa tilaisuuksissa. Päämääränä on kaikkien osallistujien olevan vuorovaikutteisia, eikä tilaisuus ole vain yhden esiintyjän monologi ja muut mahdollisesti seuraavat tätä esiintymistä (Nielsen 2019a).

Osallistamisen yhteydessä puhutaan osallistumisesta ja osallistumattomuudesta. Osallistaminen ja osallistuminen käsitetään helposti synonyymeiksi ja selkeä rajaus on haastavaa. Osallistamisen ja osallistumisen vastakohta on osallistumattomuus (OKM 2014).

Osallistaminen käsittää järjestäjän vastuulla olevat keinot, joilla lisätään tapahtuman osallistamista, eli osallistujien osallistuneisuutta. Jos järjestäjä tekee perusteellista työtä osallistamisen kehittämiseksi, niin oletettavasti tapahtuman osallistuneisuus kasvaa samalla.

Kulttuuritapahtumissa osallistajat jaetaan aktiivisiin ja passiivisiin osallistujiin. Tilaisuudesta riippuen passiivinen osallistuja on paikalle saapunut, muttei aktiivisesti osallisena tilaisuuden tavoitteiden saavuttamisen puolesta (Virolainen 2015, 92). Esimerkiksi työpajatyypisessä tapahtumassa hän on paikalla, mutta hän on hiljainen tai kokonaan hiljaa, eikä tuo keskusteluun uusia ideoita tai ottaa vähän kantaa. Aktiivinen osallistuja on tälle vastakohta. Hän on kaikin puolin läsnä, osallistuu keskusteluun, tuo kantaansa esille tai tekee muistiinpanoja ja niin edelleen. Hän tuo enemmän ilmi kiinnostustaan tapahtumaa kohtaan.

Luonnollisesti tapahtuman järjestäjä kaipaa tapahtumissaan aktiivisia osallistujia. Osallistamisessa on lopulta kyse kollektiivisesta osallistumisesta, joka kumpuaa yksilöistä.

Nämä aktiiviset osallistujat tuovat tapahtumaan lisäarvoa ja mahdollisesti jopa aikaansaavat passiivisista osallistujista aktiivisia tapahtuman aikana. Aktiivisten osallistujien avulla tapahtumasta tehdään kaikille sidosryhmille onnistuneempi kokemus. Kun eri sidosryhmille jää tapahtumista hyvä osallistujakokemus, saa järjestäjä brändilleen nostetta. Osallistujat saapuvat mielellään seuraavaan tapahtumaan ja ovat valmiiksi osallistuneempia, sekä järjestäjän on helpompi myydä yhteistyökumppaneita mukaan virtuaalitapahtumiaan ja niin edelleen. Osallistavan virtuaalitapahtuman hyödyt ovat merkittäviä, vaikka virtuaalinen tapahtuma tulee kokonaan syrjäyttämään fyysistä tapahtumaa.

On monenlaisia ja yleisesti tunnettuja keinoja, joilla lisätään osallistuneisuutta. On hyvä muistaa, että kaikki keinot eivät toimi kaikissa tilaisuuksissa ja se mitä keinoja tapahtumassa on hyvä käyttää, riippuu paljolti tapahtuman luonteesta. Tiedetyt perusvaiheet ja -tehtävät ovat silti samat tapahtumasta riippumatta, kuten osallistamisen prosessin vaiheet.

Karkeasti osallistamisen prosessin keinot voidaan jakaa kolmeen osa-alueeseen: ennen tilaisuutta, tilaisuuden aikana ja tilaisuuden jälkeen (Nielsen 2019).

Ennen tapahtumaa tapahtuvan työ jaetaan erikseen vielä kahteen osaan. Toinen osa-alue on viestintä osallistujien kanssa ja toinen mitä tilaisuuden järjestäjä tekee sisäisesti. Hyvällä viestinnällä on mahdollista luoda yhteisöllistä henkeä jo ennen tilaisuutta ja luoda pohjaa tulevalle tilaisuudelle. Osallistujia aktivoidaan monin eri keinoin, kuten ennakkokyselyllä aihepiiristä tai osallistujien toiveista tilaisuuteen liittyen, sekä muulla ennakkomateriaalilla, kohdennetulla mainonnalla ja sosiaalisen median kautta (Helsingin Yliopisto Tiedekulma 2020). Kohdennetulla mainonnalla tarkoitetaan rajatulle yleisölle suunnattua markkinointiviestintää (Kubla 2021). Sosiaalisessa mediassa on monia erilaisia välineitä osallistujien aktivointiin. Tilaisuudelle voi luoda aihetunnisteen, ryhmän tai virallisen tapahtuman. Nämä välineet vaihtelevat sosiaalisen median alustasta riippuen (Social Tables 2020).

Tapahtumamarkkinointi ja -viestintä on laaja oma kokonaisuutensa, jonka vuoksi käsittelen tässä opinnäytetyössä ja lopputuotoksessa näitä aihealueita lyhyesti. Tyypillisesti tapahtumatuottajat tarvitsevat ulkopuolista apua onnistuneen viestinnän luomiseen ja ylläpitoon ja tätä suosittelen itsekkin. Erillisen markkinoinnin ja viestinnän asiantuntijan hyödyntäminen on erittäin suositeltavaa osallistamisen kannalta muiden hyötyjen lomassa. Markkinoinnin ja viestinnän ammattilainen osaa tuottaa interaktiivista sisältöä, joka tukee tapahtuman

osallistuneisuutta alusta alkaen. Ymmärrettävästi markkinointi on oma kustannuserä, toisaalta ilman tapahtumamarkkinointia, tapahtuma ei tavoita. Tästä syystä markkinointi on kannattava investointi virtuaalitapahtumissa. Erityisesti COVID-19-pandemian myötä, kun virtuaalisten tapahtumien tarjonta on kasvanut merkittävästi ja sosiaalinen media kumpuaa monenlaisia ilmoituksia virtuaalitapahtumista.

Viestinnän kanssa samanaikaisesti toinen tärkeä osa-alue on tilaisuuden järjestäjän sisäiset toimet. Kun tapahtumaa tai tilaisuutta järjestellään saattaa osallistaminen unohtua helposti omana osa-alueena, vaikka tosiasiasa moni muu esituotannon osa-alue tukee ja lisää osallistuneisuutta. Jotta tilaisuus on interaktiivinen, on sisällön oltava houkuttelevaa ja kiinnostavaa. Tilaisuuden luonteesta riippuen sisällön mielenkiintoa lisätään ajankohtaisuudella, asiantuntijuudella ja osaavilla esiintyjillä (Rissanen 2020). Pääasiassa tapahtuman sisältö on tärkein syy osallistujan osallistumiselle. Oikeanlaisella ohjelmalla, esiintyjillä, tapahtuman teemalla ja erilaisilla yllättävillä elementeillä pidetään osallistujien mielenkiinto yllä koko tapahtuman ajan. Kun kaikki nämä pitävät osallistujan aktiivisesti läsnä tapahtumassa, ovat he herkemmin vuorovaikutteisia (Kinnunen 2017).

On vaikeaa kuvitella tapahtuman osallistujien olevan vuorovaikutteisia, jos esitys ei ole houkutteleva ja pahimmillaan esiintyjän olemus viestii välinpitämättömyyttä. Tietenkään tapahtuman järjestäjä ei voi olla aina täysin varma ennakkoon, että onko joku esiintyjä varmuudella hyvä vai ei. Omien verkostojen hyödyntäminen ja heiltä konsultointineuvojen kysyminen on järkevää ohjelmasuunnittelussa. On tärkeää, että esitykset tukevat tapahtuman luonnetta ja osallistujien kiinnostuksen kohteita. Joskus järjestäjän vastuulle tulee tapahtuma tai tapahtumia joiden tavoite, teema tai aihe on järjestävälle työryhmälle tuntemattomampi, jolloin neuvojen pyytäminen on järkevää. Vaikka tapahtumatuottajat ja -järjestäjät ovat tunnetusti moniosaajia ja hyviä tiedonhakijoita, niin välillä ei ole aikaa perehtyä tapahtuman teemaan tarpeeksi syvällisesti. Jolloinka ainoa järkevä vaihtoehto on kysyä muiden neuvoa ja keskittää oma osaaminen muihin osa-alueisiin.

Tärkeä osa-alue virtuaalitapahtumissa on tilaisuuden fasilitaattori, selkokielisesti tilaisuuden vetäjä (Tupu Creative 2019). Fasilitaattorin roolina on kannustaa keskustelun aloittamiseen tai huolehtia, että kaikkien halukkaiden kommentti kuullaan. Fasilitoinnin merkitys korostuu työpajoissa, joissa on selkeä saavutettava tavoite. Fasilitoinnilla tarkoitetaan ryhmän ja prosessin ohjaamista sekä johtamista. Tavoitteena on löytää ja tuoda esille oikeat keinot ja menetelmät, jotta prosessin parhaat hyödyt ja tavoitteet saavutetaan. Fasilitoinnin tärkein

tavoite on yleisön aktivointi (Kantojärvi 2012, 11, 18). Fasilitoinnin merkitys korostuu työelämän tapahtumissa, joihin tämä opinnäytetyö keskittyy tarkemmin lopputuotoksessa. Tarja Ihalaisen mukaan fasilitointi mahdollistaa osallistumista, eli lisää osallistamista. Fasilitaattori luo turvallista tilaa osallistujille olla interaktiivinen ja ohjaa keskustelua oikeaan suuntaan (Ihalainen 2021).

4 FYYSINEN TAPAHTUMA

4.1 Tapahtuma – eli siis fyysinen tapahtuma

Fyysinen tapahtuma on nimensä mukaisesti väkijoukon fyysinen kokoontuminen samanaikaisesti samaan paikkaan tai alueelle, jossa tapahtuu jotakin (Cambridge Dictionary 2021). Getz määrittelee tapahtuman nimetyssä paikassa ja ajassa tapahtuvaksi väliaikaiseksi ilmiöksi. Tapahtuma suunnitellaan ja aikataulutetaan etukäteen (Getz 2007, 18).

Tapahtuman yksiselitteinen määrittely on hankalaa, vaikka käsite on monille tuttu. Yleensä tapahtuma on hetkellinen ja tavoitteellinen ilmiö, jolla on selkeä alku ja loppu. Nykyään on olemassa joitakin melkein jatkuvasti käynnissä olevia virtuaalisia tapahtumia. Tapahtuma saattaa kestää muutaman kuukauden tai jopa vuoden ajan. Osa näistä tapahtumakokonaisuuksista on alkanut, muttei vielä päättynyt. Ovatko nämä tapahtumat tapahtumia vai ei? Tähän ei ole oikeaa yksiselitteistä vastausta, minkä vuoksi tapahtumäkäsitteen määrittely on paikoitellen haastavaa ja ainakin monimuotoista. Tapahtumäkäsitteen määrittelyä on tarvittu COVID-19-pandemiasta johtuen, jotta aikaisemmin järjestäytymätön tapahtuma-ala on voinut perustaa Tapahtuma-alan työmarkkinajärjestön eli Tapahtumateollisuus ry:n, sekä tapahtuma-alan on lähtökohtaisesti ollut helpompaa hakea valtion avustuksia niin tapahtumille kuin tapahtuma-alan työntekijöille.

Richards Gregin mukaan tapahtumat ovat kasvamassa entistä kompleksisemmiksi ja monimuotoisemmiksi tarjonnan laajetessa. Samalla tapahtumien merkitys on kasvanut. Erilaiset tapahtumat on suunniteltu täyttämään tiettyä roolia yhteiskunnissa ja yritysmaailmassa (Marques, Mein & Richards 2014, 1–2). Tätä suuremmalla merkityksellä virtuaalitapahtumien pitää olla osallistavia. Tapahtumat ovat tehokas keino välittää tietoa, lisätä yhteisöllisyyttä ja mahdollistaa verkostoitumista. Virtuaalitapahtumissa kaikki tämä on samalla tavalla toteutettavissa kuin fyysisissä tapahtumissa. Vaikkakin ilman oikeita osallistamisen keinoja virtuaalinen tapahtuma jää vaisuksi tältä osin. Parhaimmillaan osallistavat tapahtumat tarjoavat etuja, joista hyödytään yhteiskunnan tasolla asti. Osallistava tapahtuma voi esimerkiksi saada työntekijän ja työnantajan löytämään toisensa tai lisätä tehokkaammin ymmärrystä vähemmistöä kohtaan, kuten erilaiset #BlackLivesMatter -virtuaalitapahtumat. Teknologiateollisuus Teknova Oy:n tapauksessa osallistava tapahtuma tarjoaa suoria hyötyjä koko teknologiateollisuusalan työmarkkinoita.

Ennen COVID-19-pandemiaa emme varsinaisesti puhuneet fyysisistä tapahtumista, vaan ainoastaan tapahtumista. Tarkoittaen yksinomaan fyysistä tapahtumaa. COVID-19, kokonaan uudenlainen koronavirusmutaatio, joka muovautui maailmanlaajuiseksi pandemiaksi. Kyseessä on maailmanlaajuinen epidemiologinen terveysuhka. COVID-19 sai alkunsa tämänhetkisen tiedon mukaan Kiinan Wuhanista joulukuussa 2019 (Duodecim Terveyskirjasto 2021).

Pandemia asetti koko maailman uudenlaiseen tilanteeseen COVID-19-rajoitusten myötä. Nämä rajoitukset koskevat myös tapahtuma-alaa ja fyysisiä tapahtumia ei ole järjestetty entiseen malliin. Kokoontumisrajoitukset ja kapasiteettia koskevat ehdot ovat tehneet fyysisten tapahtumien järjestämisestä hankalia. Toisin sanoen fyysiset tapahtumat ovat ympäri maailmaa joko kokonaan kiellettyjä tai vaihtoehtoisesti kävijämäärää on rajoitettu radikaalisti, mikä tekee fyysisten tapahtumien järjestämisestä tarkoituksetonta. (Tapahtumateollisuus 2021).

Näiden COVID-19 rajoitusten vuoksi fyysiset tapahtumat ovat saaneet uuden etuliitteensä. Etuliitettä on tarvittu selkeämmän viestinnän puolesta COVID-19-pandemian keskellä. Tällä hetkellä (17.5.-11.9.2021 välisenä aikana) valtaosa tapahtumista on virtuaalitapahtumia. Jako fyysisiin, virtuaalisiin ja myöhemmin hybriditapahtumiin oli välttämätöntä kommunikoinnin selkeyttämiseksi.

Jo ennen COVID-19-pandemiaa olimme tietoisia virtuaalitapahtumien hyödyistä: taloudelliset säästöt, kohderyhmä helpommin tavoitettavissa ja maantieteellisten rajoitusten poistuminen, niin virtuaalisia tapahtumia ei ole järjestetty kovinkaan paljoa. Ennen pandemia-aikaa yleinen ajatus oli, että virtuaalinen tapahtuma sopii tapahtumiin, joissa ei tarvitse olla vuorovaikutteinen. Esimerkiksi seminaareiden järjestämiseen keskittyvän yrityksen Finngrafin artikkelissa vuodelta 2017 todetaan seuraavaa:

“Verkkoseminaari on hyvä vaihtoehto myös silloin, kun käsiteltävät asiat eivät vaadi kasvotusten keskustelua.”

Ennen COVID-19-pandemiaa ei varsinaisesti tunnettu käsitettä vuorovaikutteinen virtuaalitapahtuma. Toisaalta Sitran Megatrendeissä vuodelle 2020 mainitaan:

“...vuorovaikutus voi tapahtua etänä tai virtuaalisessa ympäristössä.”

Sitran Megatrendit vuodelle 2020 on luonnosteltu vuoden 2019 aikana, ennen COVID-19-pandemiaa. Muutos suhtautumisessa virtuaalitapahtumiin kolmen vuoden aikana on valtava. Teknologia on tullut eteenpäin näiden vuosien aikana, mutta suurin muutos on asenteiden ja

toimintatapojen muutoksessa. Tätä opinnäytetyötä tehdessä tapahtumarajoitukset ovat olleet voimassa koko ajan, joten suurimmalla osalla tapahtuman kävijöistä on ikävä fyysisiä tapahtumia ja niihin kuuluvia ihmiskontakteja. Kun tapahtumarajoitukset lakkaavat, on virtuaalisten tapahtumien kysynnässä sekä tarjonnassa tiedossa lasku.

Olemme tähän mennessä oppineet, miten virtuaalitapahtumia järjestetään ja mitä hyötyjä niistä on, joten virtuaalitapahtumia järjestetään varmasti jatkossa. Tähän uskotaan opinnäytetyön tilaajan edustajien keskuudessakin, jonka vuoksi he ovat tämän opinnäytetyön tilanneet. Virtuaalitapahtumien jatkuvuus tulevaisuudessa korostuu etenkin työelämässä, jossa työnantajat kustantavat työntekijöiden työmatkat eri tapahtumiin. Monet näistä tapahtumista olisi voitu järjestää virtuaalisesti jo ennen COVID-19-pandemiaa, joten työnantajat pohtivat nykyisin tapahtumamatkojen kustannuksia ihan eri näkökulmalla.

4.2 Fyysinen tapahtuma – ainoa mahdollinen yhteisöllinen tapahtuma?

Yhteisöllisyys tarkoittaa yhden määritelmän mukaan yhteenkuuluvuutta ryhmään, yhteisöön, joilla on jotain yhteistä (Cambridge Dictionary 2021). Yhteisöllisyys on hyvin laaja termi, johon on monia erilaisia määritelmiä riippuen asiayhteydestä. Tapahtumajärjestäjän näkökulmasta yhteisöllisyydellä tarkoitetaan tapahtuman osallistujia ja heidän ryhmäytymistensä.

Fyysisissä tapahtumissa yhteisöllisyys yleisön keskuudessa tapahtuu melkein itsestään, kun tapahtumaa suunnitellaan. Osallistuja saapuu nimettyyn paikkaan nimettynä aikana ja on osa tapahtuman yhteisöä. Osallistujaa ei tarvitse erikseen houkutella osallistumaan tapahtumaan ja sen palveluihin, sen jälkeen, kun hän on saapunut omasta tahdostaan paikalle.

Fyysisesti ihmisjoukon kokoava tapahtuma on etulyöntiasemassa tapahtuman kävijöiden osallistamisessa. Fyysisuus antaa tapahtuman järjestäjälle mahdollisuuden luoda elämyksiä kaikille aisteille ihan eri tavalla, kuin vastakohta virtuaalinen tapahtuma. Tyypillisesti kävijä osallistuu ohjelmaan, nauttii tapahtuman ruokapalveluista ja oheistuotteista, sekä verkostoituu herkemmin muiden osallistujien kanssa. Musiikkitapahtuma Tikkurila Festivaali korostaa tapahtumatiedotteessaan ohjelman ohella tapahtuman tunnelmaa ja kaikkien aistien elämystä (Hujanen 2016). Kaikki nämä elämykset ja houkutukset osallistua tapahtuman tarjoamiin mahdollisuuksiin osallistuttaa kävijöitä ja luo samalla yhteisöllisyyttä.

Toisaalta Liveton kesällä 2021 julkaiseman blogipostauksen ja selvityksen mukaan fyysiset tapahtumat eivät välttämättä ole niin suuressa etulyöntiasemassa, kun mahdollisesti ennakkoon ajattelemme. Tapahtumissa puhutaan osallistujakokemuksista, joka perustuu pitkälti aisteihin. On totta, että virtuaalisissa tapahtumissa voidaan tarjota perinteisesti kokemuksia vain kuulo- ja näköaistille. Tästä huolimatta näiden kahden aistin avulla voidaan luoda positiivinen muistijälki, miellyttävä osallistuja kokemus ja lisätä yhteisöllisyyttä (Liveto 2021).

Vaikka tässä opinnäytetyössä puhutaan tavoitteellisesti virtuaalitapahtumien hyödyistä, niin fyysinen tapahtuma pysyy suosituimpana tapahtumamuotona varmasti. Fyysisiin tapahtumiin kuuluu pitkälti kaikkien aistien kokemukset, tapahtuman yksilöllinen tunnelma ja ihmiskontaktit. Näitä ei ole korvattavissa virtuaalisesti samalla tavalla, joten virtuaalinen tavoite ei ole syrjäyttämässä fyysistä tapahtumaa. Opinnäytetyön tavoite ei ole missään nimessä vähätellä fyysisiä tapahtumia niin viihde- tai työelämän puolelta, vaan tuoda lisää näkökulmia virtuaalitapahtumien puolesta. On mahdollista ja osittain todennäköistä, että eritoten työelämän tapahtumat tulevat olemaan hybriditapahtumia. Tästä syystä tarvitsemme monenlaisia keinoja lisätä osallistuneisuutta ja jatkaa virtuaalitapahtumiin liittyvää asenteiden ja toimintatapojen muutosta.

Jos virtuaalinen tapahtuma tehdään yhtä huolellisesti ja intohimolla kuin fyysinen tapahtuma, on osallistujakokemuksesta mahdollista saada tasavertainen kokemus. Tietyt erityiskohdat tarvitsevat enemmän huomioita, joita ei fyysisissä tapahtumissa tarvitse niin paljoa huomioida. Esimerkiksi virtuaalisissa tapahtumissa korostuu tilaisuuden käsikirjoitus. Tapahtuma tarvitsee käsikirjoituksen ja juonen, joka kantaa tapahtuman läpi samalla tavalla kuin TV-ohjelmassa tai elokuvassa. Uppoudumme elokuvien ja videopelien pariin, joten yhtä lailla virtuaalitapahtumissa tulisi tavoitella osallistujien samanlaista uppotumista.

5 VIRTUAALINEN TAPAHTUMA

5.1 Mitä tarkoitetaan virtuaalisella tapahtumalla?

Virtuaalinen tapahtuma on nimensä mukaisesti tapahtuma, joka tapahtuu virtuaalisesti verkon välityksellä. Oleellista on, että väki ei kokoontunut yhdessä samaan paikkaan, vaan osallistujat osallistuvat tapahtumaan digitaalisesti eri teknologian keinojen avulla (Mighty Networks 2021). Virtuaalitapahtuma ei ole vain lineaarinen verkkolähetys yhteen suuntaan, vaan sisältää tapahtumille ominaisia elementtejä. Kuten vuorovaikutteisuutta, kohtaamisia ja yhdessäoloa (Tapahtumantekijät 2021).

Virtuaalisen tapahtuman voi järjestää täysin etänä tai vaihtoehtoisesti niin, että esimerkiksi esiintyjät tai osa heistä ja tuotantotiimi kokoontuvat samaan sijaintiin tapahtuman toimittamiseksi osallistujille. Tapahtuma on virtuaalinen tapahtuma, jos kaikki osallistujat, tapahtuman asiakkaat, ovat etänä ja osallistuvat virtuaalisesti.

5.2 Virtuaalisen ja fyysisen tapahtuman tuotannollisia eroavaisuuksia

Erilaisista tapahtumamuodoista fyysisen tapahtuman tuotanto on työmäärältään usein massiivisempi, kuin muiden tapahtumamuotojen tuotanto. Tähän vaikuttaa luonnollisesti tapahtuman kokoluokka. Yksinkertaistetusti fyysisen tapahtuman tuotannon sanotaan vaativan enemmän yksityiskohtaisempaa suunnittelua ja taloudellisia resursseja, kuin virtuaalitapahtuman. (6Connex 2021).

Fyysisen tapahtuman esituotanto on pääsääntöisesti pidempiaikainen ja monimuotoinen prosessi, joka työllistää useamman tapahtumatuottajan ja monia muita sidosryhmiä. Tämän kaltaisen tapahtuman sisäinen työryhmä sisältää pääsääntöisesti vastaavan tuottajan, yhden tai useamman erillisen osa-alueuottajan ja mahdollisia tuotannon assistentteja tai vaikkapa työharjoittelijoita (Visit Tampere 2021).

Henkilöstökulut ovat iso kuluerä fyysisen tapahtuman tuotannossa. Tapahtuman on toteutettavissa halvimmillaan omilla työntekijöillä ja vapaaehtoisilla (Korhonen, Korkilainen, Pienimäki & Rintala 2015). Tapahtuman suunnittelijoita ja tuottajia ei tule nähdä lisäkustannuksena, vaan oleellisena osaamisena tapahtuman onnistumiseen nähden. Näiden ammattilaisten osaaminen säästää aikaa ja samalla taloudellisia resursseja (Allen 2008, 34).

Fyysisen tapahtuman työllistävä vaikutus on merkittävä, joka on samaan aikaan fyysisten tapahtumien etu ja heikkous. Kuluerä on iso, toisaalta työllistämisen merkitystä ei pidä vähätellä. Tapahtuman sisäisen työryhmän ohella tapahtuma työllistää epäsuorasti muita sidosryhmiä ja lukuisia alihankkijoita. Lopulta yksittäinen tapahtuma työllistää enimmillään jopa tuhansia ihmisiä. Esimerkiksi Hämeenlinnassa vuonna 2019 järjestetty Metallican -konsertti työllisti yhteensä noin tuhat henkilöä (Kumpula 2021).

Virtuaalisissa tapahtumissa tarvitaan enemmän teknistä osaamista, kuten tapahtuman lähettämiseen ulospäin liittyvää osaamista. Jos virtuaalinen tapahtuma toteutetaan suurelle yleisölle ja mukana on monia eri puhujia, niin tarvitsee virtuaalinen tapahtuma useamman työntekijän. Fyysisessä tapahtumassa työntekijöiden kuluerä on lähes poikkeuksetta suurempi. Virtuaaliset tapahtumat säästävät kustannuksia tapahtumapaikassa. Isoissa tapahtumissa säästö on jopa kymmeniä, ellei satoja tuhansia euroja. Tästäkin syystä virtuaalisten tapahtumat tulevat olemaan varmasti osa meidän kaikkien elämää jatkossa. Virtuaalinen tapahtuma säästää taloudellisia resursseja kaikilta sidosryhmiltä, paitsi mahdollisesti teknisiltä alkuinvestoinneilta. Näistäkin alkuinvestoinneista osa sisältää Suomessa verotukseen liittyviä etuja, joten alkuinvestointien välitön kustannuserä on suurempi kuin se todellisesti tulee olemaan.

Virtuaalisessa tapahtumassa tapahtumapaikka on verkossa ja fyysisellä tapahtumalla tapahtumapaikka missä tahansa oikeassa fyysisessä paikassa. Kummassakin tapahtumamuodossa paikkaa valittaessa huomioidaan tapahtuman tarkoitus ja kohderyhmä. Oleellista on, että erilaisilla tapahtumilla on erilaiset vaatimukset tapahtumapaikan suhteen (Dickson, Robinson & Wale 2010, 81). Erilaisia tapahtumia ovat Tapahtumateollisuus ry:n toimialatutkimuksen mukaan festivaalit, teatterit, konsertit, kongressit, konferenssit, koulutukset, työpajat, seminaarit, juhlat, gaalat, messut, markkinat, lanseeraustilaisuudet, avajaiset ja mielenosoitukset (Liikamaa, Westerholm & Wirén 2021). Kun taas Evento Awardsin tapahtumamarkkinoinnin kilpailussa tapahtumat jaettiin neljään eri kategoriaan: lanseeraukset ja promootiot, henkilöstötapahtumat, kuluttajatapahtumat sekä yritystapahtumat (Häyrinen & Vallo 2014a, 61).

Kolmas eroavaisuus on tapahtuman kesto ja saavutettavuuteen liittyvät eroavaisuudet. Fyysisen tapahtuman vastakohtana virtuaalista tapahtumaa voi ylläpitää käynnissä jatkuvasti. Fyysisellä tapahtumalla on alku- ja loppuaika, jatkuvasti käynnissä oleva fyysinen tapahtuma on käytännössä mahdotonta sen tarvitsevan resurssimäärän vuoksi. Fyysisessä tapahtumassa osallistujan on saavuttava tapahtuma-aikana tapahtumapaikkaan, kun virtuaalisessa

tapahtumassa fyysistä saapumisen velvoitetta ei ole (Tse 2021). Virtuaalisessa tapahtumassa saattaa olla samanaikaisesti osallistujia meri puolilta maailmaa ja heidän mahdollisuutensa osallistua ainoastaan heitä kiinnostavaan tai kiinnostaviin ohjelmanumeroihin realisoituu. Tapahtumapaikkaan sitomattomuus helpottaa myös esiintyjien mukaan saamista. He voivat esiintyä mistä vain ja matkustamisen tarve poistuu.

Suurin eroavaisuus fyysisissä ja virtuaalisissa tapahtumissa on taloudellinen eroavaisuus. Fyysisen tapahtuman tuottaminen tarvitsee enemmän taloudellisia resursseja, kuin virtuaalinen tapahtuma. Työntekijöiden määrä, tilavuokra, kalustevuokrat ja turvallisuusjärjestelyt nostavat fyysisen tapahtuman kustannuksia huomattavasti verrattuna virtuaalisen tapahtumaan (Nielsen 2019b).

Virtuaalitapahtumassa näitä kuluja ei tule tai ne ovat huomattavasti pienemmät. Virtuaalisen tapahtuman tuottaminen tarvitsee järjestäjältä pienimmillään tekniset laitteet, yhden tilan, yhden puhujan ja hänen valmistautumisensa, sekä markkinointia (Accelevents 2021a). Nämä kaikki kulut ovat pienempiä kuin fyysisessä tapahtumassa. Virtuaalisissa tapahtumissa tarvitaan alusta, jolla tapahtumaan pääsee osallistumaan. Näiden ohjelmistojen hinnat lähtevät ilmaisista versioista aina tuhansiin euroihin (Accelevents 2021b).

Vaikka virtuaalisen tapahtuman voi tuottaa yhdessä illassa omasta olohuoneestaan, ei se tarkoita, että tapahtuma olisi onnistunut tai kannattava. Tämänkaltainen välinpitämätön asenne virtuaalisissa tapahtumissa ei ole suositeltavaa. Suunnittelu ja esituotanto on aivan yhtä tärkeää kuin fyysisessä tapahtumassa. Virtuaaliseen tapahtumaan on suhtauduttava samalla tavalla kuin fyysiseen tapahtumaan. Monet tapahtumatuotannon vaiheista ovat samanlaiset molemmissa tapahtumamuodoissa, joten vähättelylle ei ole syytä. Sopivaa tapahtumapaikkaa etsiessä voi etsiä sopivinta sovellusta virtuaaliseen tapahtumaan, turvallisuuskeskustelut keskitetään tietoturvaan ja catering mietitään kotiinkuljetuksena ja niin edelleen.

Fyysisen tapahtuman järjestelyyn liittyy enemmän byrokratiaa ja erilaisia lupamenettelyjä, joita ei virtuaalisessa tapahtumassa ole. Opetus- ja kulttuurineuvoston julkaisun mukaan juuri tämä byrokratia ja lupamenettely tekee kulttuuritapahtumien järjestämisestä hankalaa (OKM 2015).

Taulukossa suurimmat eroavaisuudet fyysisissä ja virtuaalisissa tapahtumissa.

Osa-alue	Fyysinen tapahtuma	Virtuaalinen tapahtuma
Henkilökunta	Tarvitsee lähtökohtaisia muutaman hengen tuotantotyöryhmän, jonka määrä kasvaa tapahtuman aikana. Usein vapaaehtoisia mukana.	Pääasiassa pienempi kuin fyysisissä tapahtumissa. Pienimmillään jopa yksi henkilö voi tehdä kaiken.
Turvallisuus ja lupa-asiat	Tapahtuman luonteesta riippuen tarvitsee monia eri lupia eri viranomaisilta. Tapahtuma tarvitsee turvallisuussuunnitelman ja melkein aina tapahtumassa tarvitaan järjestyksenvalvontaa.	Ei huomioitavaa, ellei sisällössä ole jotain huomioitavaa. Kuten tekijänoikeuksiin liittyvää. GDPR, eli EU:n tietoturva-asetus (GDPR.EU 2020). Tietoturvaan liittyvät säännöt. Tietoturva kehittyy jatkuvasti, joten tietoturvaa tarkastellaan säännöllisesti ja usein (Mikkola 2021). Tietoturva on tärkeä osa onnistunutta virtuaalitapahtumaa ja kyberturvallisuuden painoarvo kasvaa jatkuvalla vauhdilla.
Paikka	Tapahtumalle tarvitaan tarkka alue.	Tapahtuma voidaan tuottaa missä vain ja osallistujat osallistuvat etänä missä vain. Kunhan heillä on laite, jolla osallistua ja tarpeeksi tehokas internetyhteys.
Aika ja kesto	Tapahtumalla on tarkka alkamis- ja loppumisaika. Tapahtumien kestot vaihtelevat tunnista muutamiin päiviin tai viikkoihin.	Tapahtuma voi olla jatkuvasti käynnissä.
Budjetti	Lähes aina suurempi, kuin virtuaalisissa tapahtumissa. Tämä johtuu juuri muun muassa henkilökunnan, paikkavuokran ja	Pienimillään muutamalla sadalla eurolla mahdollista toteuttaa. Tarvitsee laitteen ja tekijän, jolla lähettää tapahtumaa etäosallistujille.

	turvallisuuden kustannuksista.	
Osallistavuus	Helpompaa kuin virtuaalisesti, kun osallistuja on jo saapunut paikalle.	Virtuaalitapahtumien haaste.
Oheisohjelma	Esimerkiksi ruoka- ja juomatarjonta helpompi toteuttaa. Osallistuja saa kokonaisvaltaisemman elämyksen pienemmällä vaivalla.	Vaatii enemmän ja lisää sitouttamista, jotta osallistuja osallistuu mahdolliseen oheisohjelmaan.

Taulukko 1. Fyysisten ja virtuaalisten tapahtumien tuotannollisia eroavaisuuksia.

5.3 Hybriditapahtuma

Hybriditapahtumalla viitataan fyysisen ja virtuaalisen tapahtuman yhdistelmään. Hybriditapahtumissa yhdistetään elementtejä ja ominaisuuksia molemmista muista tapahtumamuodoista niin, että osallistuja saa samankaltaisen elämyksen oli hän paikan päällä tai osallistui etänä virtuaalisesti. Esimerkiksi jos tapahtuma sisältää haastattelun, voivat osallistujat esittää kysymyksiä paikan päältä ja etänä. Tällä hetkellä uskotaan, että COVID-19-pandemian jälkeen hybriditapahtumat ovat tapahtumien tulevaisuus (Huttunen 2020). Opinnäytetyön tilaajan puolelta ja muut tätä opinnäytetyötä varten haastatellut uskovat kanssa hybridin olevan tulevaisuuden tapahtumamuoto. Kun fyysisiä tapahtumia saa jälleen järjestää, on alkubuumien jälkeen fyysisissä tapahtumissa oltava jotain tai joku syy miksi osallistuja saapuisi paikan päälle fyysisesti. Virtuaalisuus säästää kaikkien osapuolien aikaa ja rahaa.

5.4 Toistuvat tapahtumasuunnittelun pääkysymykset

Tapahtumaa suunnitellessa ohjelmasisältöön pätevät samat pääkysymykset kaikissa tapahtumamuodoissa. Nämä pääkysymykset Häyrinen ja Vallo ovat luokitelleet strategisiin ja operatiivisiin kysymyksiin. Virtuaalista tapahtumaa järjestäessä strategisiin kysymyksiin kiinnitetään vielä enemmän huomiota, jotta erityisesti osallistaminen helpottuu.

Strategisia kysymyksiä ovat: Miksi, kenelle, mitä, missä ja milloin järjestetään. Näistä tärkein on miksi ja kenelle, toisin sanoen tapahtuman motiivi ja kohderyhmä. Etenkin virtuaali- ja hybriditapahtumaa tuottaessa kohderyhmän tunteminen lisää interaktiivisuutta oikein hyödynnettynä.

Operatiivisia kysymyksiä ovat käytännön järjestelyyn liittyvät kysymykset, kuten miten ja kuka tapahtuman järjestää ja millainen tapahtuman sisältö on. Nämä kysymykset ovat kolme pääkysymystä, jotka purkautuvat lukuisiin moniin eri kysymyksiin (Häyrinen & Vallo 2014b, 107).

Strategisiin kysymyksiin sisäisesti vastaaminen helpottaa ulospäin viestinnässä siitä, miten osallistujan tulisi osallistua juuri tähän tapahtumaan. Kun tämä on sisäisesti itsestään selvää, on järjestäjien ja markkinoinnin helpompi viestiä tätä viestiä ulospäin. Virtuaaliset tapahtumat ovat helpommin kaikkien saavutettavissa, jonka vuoksi tarjonnasta on tunkua ja oman tapahtuman korostamisen tärkeys korostuu.

6 OSALLISTAMINEN VIRTUAALITAPAHTUMASSA

Virtuaalitapahtumat saivat vuonna 2020 valtavan kysynnän kasvun, kun globaali koronapandemia levisi ympäri maailmaa. Koko maailma, mukaan lukien tapahtumatuottajat, ovat ottaneet digitaalisen harppauksen siirtyen virtuaali- ja etätapahtumien maailmaan. Vaikka digitalisaatio kasvoi COVID-19-pandemiasta johtuen, oli “digiharppaus” tiedossa muutenkin. Pandemiasta “digiharppaus” toteutui valtavalla nopeudella, kun ilman pandemiaa tämä olisi tapahtunut pidemmällä aikavälillä. Digitalisaatio mahdollistaa muun muassa juuri virtuaalitapahtumat, jotka tulevat olemaan osa tulevaisuutta. Digitalisaation haasteena pidetään osaamisvajetta (Toivanen 2019, 15.). Osaamisvajetta esiintyy virtuaalitapahtumien osallistamisessa ja yleinen oletus on osallistujakokemuksen olevan huonompi virtuaalisissa tapahtumissa kuin fyysisissä tapahtumissa. Näin ei aina ole, jos osallistaminen tehdään oikein ja huolellisesti. Seuraavaksi käsittelen, miten osallistamista parannetaan virtuaalisissa tapahtumissa.

6.1 Osallistaminen ennen virtuaalitapahtumaa

Osallistaminen alkaa jo ennen tapahtuman alkua. Osallistamisen ennen itse varsinaista tapahtuma-aikaa jaetaan kahteen osa-alueeseen; tuotannollinen puoli ja osallistujien kanssa tapahtuva kommunikointi. Virtuaalisessakin tapahtumassa tuotannon on oltava huoliteltua ja loppuun suunnittelua. Valitettavasti virtuaalisissa tapahtumissa esituotantoa saatetaan vähätellä. Tämä johtuu siitä, että tarvittavat työvälineet ovat heti saatavilla ja valmiina käyttöön: kunhan vain käynnistää laitteet ja aloittaa tapahtuman. Tämänkaltaisissa tapahtumissa sisällön laatu on heikkoa.

Sisällön ohella tärkein tuotannollinen tehtävä ennen virtuaalitapahtumaa on alustan testaaminen. Yksi yleisimpiä syitä miksi ihminen lopettaa YouTube -videon katselun kesken on joko ongelmat videon kuvassa tai videon äänissä (Liveto 2021). Samaa ajatusmallia sovelletaan virtuaalitapahtumissa. Kukaan ei halua seurata huonoa kuvaa tai ääntä vapaaehtoisesti, etenkin kun virtuaalisen tapahtuman osallistujakokemus perustuu enimmäkseen näiden kahden aistin varaan.

Jos tapahtuman tekninen toteutus ei toimi, joko kuva pätkii tai ääni ei kuulu tai interaktiivisuuteen tarkoitetut työvälineet eivät toimi tapahtuman aikana. Menettää osallistuja luultavasti mielenkiintonsa tapahtuman sisältöön ja huonoimmillaan osallistuja vain ärsyyntyy.

Virtuaalitapahtumissa on aina lähetysviive, joka aiheuttaa epäammattimaisuuden tunnetta, jos viiveeseen ei kiinnitetä huomiota. Esimerkiksi jos tapahtumaan osallistuu vieras etänä, hänen saamisensa mukaan lähetykseen osallistujille vie teknisesti muutaman sekunnin. Näihin erilaisiin siirtymiin varataan oma aikansa ja ehdottomasti testataan ennakkoon etänä osallistuvien vieraiden kanssa, että he osaavat ja tietävät mitä tapahtumassa heiltä odotetaan teknisesti. Kokenut esiintyjä osaa huomioida viiveen esiintymisessään. Testattavaa on muun muassa, että heidän osallistumislinkkinsä toimii, ääni kuuluu ja tausta on tapahtumaan sopiva ja niin edelleen (Liveto 2021). Tähän testaamiseen kuuluu tapahtuman vetäjän vastuuna osata käyttää tapahtuman kannalta oleellisia työkaluja. Esimerkiksi työpajoja sisältävässä tapahtumassa vetäjä osaa jakaa ihmiset työtiloihin käytettävällä alustalla (Lakkaneva 2020).

Virtuaalisesta tapahtumaa toteuttaessa tapahtuman läpikäyntiin on hyvä varata reilusti aikaa ja aikatauluttaa koko läpikäynti mahdollisimman tarkkaan. Läpikäynnin jälkeen tarvitaan riittävästi aikaa ennen tapahtuman alkua. Jos läpikäynnissä huomataan, vaikka verkkojohdossa olevan vikaa, eikä varajohtoa ole, vaatii tekniikka aikaa saada uusittua kyseinen johto ennen tapahtuman alkua. Läpikäynnissä on oleellista testata, että kaikki esiintyjät osallistuvat siihen edes hetken, jotta he voivat esittää omat kysymyksensä ja järjestäjänä saa itse varmistuttua heidän osaamisestaan. Hyvissä virtuaalitapahtumissa on varasuunnitelma siihen, jos ensisijaisessa käytössä oleva lähestysohjelma hajoaa. Varasuunnitelmalla tarkoitetaan vaihtoehtoisesta lähetyskeinoa, kuten toista samankaltaista sovellusta. Sen toimimisen testaaminen riittää sisäisesti. Vaikka korostan testaamisen merkitystä, niin testaamisen määrää ei ole syytä ylimitoittaa. Tavoite on testata kerran tehokkaasti ja sujuvasti, eikä kuluttaa kaikkien aikaa turhan paljoa.

Tärkeä osa osallistamista on enakkoviestintä tapahtumasta. Virtuaalisissa tapahtumissa järjestäjä joutuu tekemään hieman enemmän työtä viestinnän kanssa saadakseen osallistujat interaktiivisiksi. Enakkoviestintä jaetaan sisäiseen ja ulkoiseen viestinnän työhön. Sisäinen viestintä on tapahtuman kohderyhmään tutustumista, tavoitteiden määrittelyn tarkempaan tarkastelua ja koko prosessin ajan kestävä laadukkaasta kommunikointia. Ulkoinen viestintä tarkoittaa mainontaa ja markkinointia, mahdollisia enakkomateriaaleja, -tehtäviä ja -kyselyitä, sekä milloin tapahtuman kävijät pääsevät ”tapahtuma-alueelle”. Tapahtuma-alueen avaaminen ennakkoon tarjoaa mahdollisuuksia epäviralliselle ohjelmalle, joissa osallistujien kynnys olla vuorovaikutteisia on matalampi. Enakkomateriaalit tarjoavat halukkaille mahdollisuuden pohtia aiheita ennakkoon ja sitä kautta saavat aikaa muotoilla kysymyksiä ja omia ajatuksia

ennakkoon. Kaikki ennakkoon tapahtuva tutustuminen lisää yhteisöllisyyden tunnetta ja madaltaa kynnystä olla vuorovaikutteinen tapahtuman aikana.

Tutustuminen tapahtuman kohderyhmään helpottaa muun muassa ohjelman ja muun sisällön suunnittelua, esituotantoa ja muita ennakko- ja viestinnän osa-alueita. Eritoten virtuaalisissa tapahtumissa tämä kohderyhmän tunteminen on erittäin tärkeää, jotta tapahtuma on mahdollisimman antoisa ja monipuolinen juuri oikealle kohderyhmälle. Esimerkiksi nuorten yrittäjien verkostoitumistapahtumassa voi käyttää monimutkaisempia teknisiä toteutuksia, kuin vanhuksille suunnattu infotilaisuus. Molemmat tapahtumat lähtevät osallistujan helposta osallistumisesta, joka sisältää kiinnostavaa sisältöä. Näin ollen monimutkaisemmat kyselyt tai virtuaalihuoneet eivät välttämättä ole paras ratkaisu ja toisaalla taas 30 minuuttia kestävä yhden puhujan esitys ei toimi toiselle kohderyhmälle.

Kohderyhmä määritellään tapahtuman alussa ja pidetään mielessä koko suunnittelun ajan. Kohderyhmän saa määriteltäviksi aikaisemmista vastaavista tapahtumista, tapahtuman motiivista tai tavoitteesta, ennakkoon päätetystä kutsulistasta, yhteistyökumppaneiden mielikuvilla tai vaikkapa tapahtumamarkkinoinnin avulla. Joissain tapauksissa tapahtumaan käytetään ennakorekisteröitymistä, jossa kysytään muutamia demografisia tietoja ja saada samalla arvokasta tietoa tapahtuman järjestäjille (Kinnunen 2017). Ennakorekisteröitymisessä kerättäviin tietoihin vaikuttaa GDPR-asetus ja sen vuoksi sallittavia pyydettäviä tietoja on rajoitettu. GDPR-asetuksen yksi perusajatuksista on minimiperiaate. Minimiperiaatteella tarkoitetaan kaiken kerättävän tiedon olevan oleellista ja ylimääräistä tietoa ei kysytä ja kerättyä tietoa säilytetään vain tiedonkerääjän tai muiden lakien ja asetusten vaatima aika (GDPR.EU 2021).

Tapahtuman esiintyjät helpottavat kohderyhmään tutustumista. Joillakin esiintyjillä on vahva seuraajajoukko, joka seuraa esiintyjää tapahtumasta tapahtumaan. Tietoa näistä saa esiintyjän sosiaalisesta mediasta, jonka vuoksi tarkempi taustatyö esiintyjään helpottaa järjestäjän työtä kohderyhmän määrittelyssä. Jos esiintyjä edustaa tietynlaista elämäntapaa tai -tyyliä, on kohderyhmässä tästä kiinnostuneita. Jos esiintyjä on tennispelaaja, on kohderyhmässä tenniksestä kiinnostuneita. Jos esiintyjä on kuuluisa filosofi, on osallistujissa filosofiasta kiinnostuneita ja niin edelleen.

Tapahtuman tavoitteet ovat hyvä tapa tutustua ja määritellä kohderyhmää. Esimerkiksi jos tapahtuman tavoite on tuoda suomalaisten kasvuyritysten yrittäjiä ja yrityssijoittajia yhteen, on hyvin todennäköistä, että iso osa kohderyhmästä on joko kasvuyritysyrittäjiä tai yrityssijoittajia.

Kohderyhmän tuntemiseen liittyy oleellisesti tapahtuman todellisen osallistumisprosentin laskun ja niin sanotun “no show faktorin” vähentäminen. Toisin sanoen kaikissa tapahtumissa on ikävä lieveilmiö, eli osallistujien saapumattomuus tapahtumaan, vaikka olivat alun perin ilmoittautuneet osallistujiksi. Erityisesti virtuaalisissa tapahtumissa osallistujat saattavat ilmoittautua mukaan mentaliteetilla “jos nyt sattuisi olemaan hyvä hetki”. Osallistumisprosenttia kasvatetaan aktiivisella sitouttamisella ja oikeanlaisella tapahtumamarkkinoinnilla. Sosiaalisen median kautta ilmoittautumisissa voi olla yllättävän suuri “no show”-osallistujien määrä, joten osallistujien todellista osallistumishalua tarkastellaan mahdollisuuksien mukaan ennakkoon. Osallistumishalua voi tarkastella vaikkapa juuri ennakkokyselyn avulla, joka vaatii osallistujalta hieman enemmän työtä kuin muutaman hiiren klikkauksen. Häyrisen ja Vellon mukaan jokainen “no show” osallistuja on lopulta tapahtuman järjestäjän ja tuottajan resurssien tuhlaamista ajallisesti ja taloudellisesti, jonka vuoksi tätä ongelmaa tulee yrittää lieventää eri keinoin ennakkoon (Häyrinen, Vallo 2014c, 128).

Kun tapahtuman kohderyhmä on selvillä, on aika kutsua osallistujat tapahtumaan. Osallistuminen tapahtuu verkkoselain-linkin välityksellä ja tämä toimitetaan kaikille osallistujille. Osallistujat voi kutsua sähköpostilla, pikaviestimillä (esim. WhatsApp, Slack tai Signal), sosiaalisen median kautta tai esimerkiksi kohdennetulla mainoksella ja siihen liitetyllä kutsulinkillä. Se miten osallistujien kutsuminen tapahtuu, vaihtelee julkisten ja yksityisten tapahtumien kesken, sekä onko tavoitteena saada suuri määrä osallistujia tai vain oma työryhmä mukaan. Kutsumistapaan on silti aina tärkeää kiinnittää erikseen huomiota. Sähköpostit eivät helposti saavuta vastaanottajaa tai vastaanottaja ei avaa kutsua, pikaviestimeen saapuu lukuisia viestejä ja kutsua ei ole helppo personoida, sosiaalista mediaa eivät kaikki käytä ja niin edelleen. Se mikä toimii toisessa tapahtumassa ei välttämättä toimi toisessa. On järkevää käyttää monia erilaisia kutsuntakeinoja. Osallistamismielessä kutsun sisältöön kiinnitetään erikseen huomiota. Kutsussa suositaan lyhyttä ja ytimekästä kutsumistapaa, sisältäen linkin tapahtuman verkkosivuille ja antaa nopea vilkaisu siihen, mitä tapahtumassa on luvassa. Ja jos tapahtumassa on suosittu esiintyjä, hyödynnetään esiintyjän nimeä kutsussa. (Fender 2021).

Virtuaalitapahtumia järjestävän Bizzabo yrityksen mukaan tehokkaassa kutsussa huomioidaan neljä elementtiä

1. Selkeä tehtävä, jota kutsun saajan tulee tehdä. Esimerkiksi suora ja korostettu linkki rekisteröintiin tai lipunmyyntikaupan verkkosivuille jne.
2. Tone of voice ja tapahtuman luonteelle sopiva huumori. Tone of voicella tarkoitetaan viestintätäytyliä. Käytetäänkö esimerkiksi vain kirjakieltä vai puhekieltä, käytetäänkö hymiöitä jne. Kutsussa saa käyttää huumoria, jos se sopii tapahtuman luonteeseen.
3. Virtuaalisessa kutsussa on hyvä olla useampi painike osallistumislinkkiin, rekisteröintilinkkiin tai esim. Lipunmyyntikaupan verkkosivuille.
4. Lyhyt ja kuvaileva informaatio tapahtuman sisällöstä.

Alla esimerkki liike-elämän, markkinoinnin ja asiakastapahtumien suur tapahtuman, Inbound 2017 –tapahtuman, kutsusta. Kutsusta löytyy kolmesti linkki rekisteröinti sivulle ja tapahtuman luonteeseen sopivaa huumoria (kutsussa on liikkuva kuva, gif, jossa Robert Kellyn lapsi saapuu kesken tästä syystä tunnetuksi tulleen uutishaastattelun Robert Kellyn työhuoneeseen). Kutsussa on selkeä viesti ja tavoite. Kutsun saajaa tavoitellaan rekisteröitymään tapahtuman lipunostajaksi ennen lippuhintojen nousua.



Hi David,

This Wednesday (at 11:59pm PT, to be exact) is your last chance to get an INBOUND 2017 All-Access Pass for \$899 or VIP Pass for \$1,599. **After that, prices go up by hundreds of dollars.** You should really [register](#) before that happens.

INBOUND may be the best marketing and sales event in the world (if you ask me), but that still doesn't mean you should pay any more than you need to for it.

[REGISTER NOW](#)

Kuva 2. Inbound tapahtuman kutsu Bizabbon verkkosivuilta (31.8.2021).

Kohderyhmä ja kutsumistapa palvelevat toisiaan. Kun tuntee kohderyhmän, on helppo tehdä juuri tähän kohderyhmään toimiva kutsu tai vaikkapa sosiaalisen median markkinointikampanja, joka herättää kiinnostusta kyseiseen tapahtumaan.

Virtuaalinen tapahtuma järjestetään aina jollakin verkkoalustalla. Verkkoalustalla tarkoitetaan joko internet-selaimella avattavaa verkkosivua tai vaihtoehtoisesti erillistä sovellusta, joka sisältää ohjelmiston virtuaalisen tapahtuman järjestämiseen. Näitä sovelluksia ovat esimerkiksi Zoom, Microsoft Teams, 6Connex ja Join.me. Näitä erilaisia ohjelmistoja on lukuisia ja ei ole yhtä ylitse muiden (Allen 2021). Osallistumiseen käytetyn sovelluksen kanssa saatetaan käyttää muita tuki ohjelmia, joilla mahdollistetaan itse osallistaminen, kuten esimerkiksi Howspace, Miro ja Mural (Liimatainen 2020).

Toisin kuin fyysisissä tapahtumissa, voi virtuaalisen tapahtuman avata milloin vain. Tapahtuma voi olla ympärivuotinen tai tapahtuman osallistujat voivat päästä työpajan yhteisiin tuotoksiin käsiksi vielä viikkoja työpajan jälkeen. Osallistamisen kannalta on suositeltavaa, että tapahtumaan pääsee osallistumaan aina hieman ennen itse ohjelman alkua. Mitä pidempään ennen ohjelman alkua pääsevät tutustumaan käytettävään tapahtuma-alustaan, muihin osallistujiin tai mahdolliseen ennakkomateriaaliin. Tapahtumatyypistä riippuen esimerkiksi ennen tapahtuman alkua osallistujat voivat osallistua yhteiseen kahvihetkeen tai muuhun vastaavanlaiseen rennompaan epävirallisen hetken ennen itse ohjelmaa (Kortleven 2021).

Jos tapahtuma-alue avataan reilusti ennakkoon, niin järjestäjäpuolen on monitoroitava sitä, eli seurattava mitä alueella tapahtuu ja mitä sinne kommentoidaan. Tämä on lisätyötä järjestäjälle, joten järjestäjän on pohdittava milloin on järkevää avata tapahtuma-alue. Jos tapahtuman osallistujissa on tärkeän profiilin henkilöitä tai henkilöitä joiden kalenterit ovat ennakkoidusti muuten vain kiireisiä, niin tapahtuma-alueen avaamisesta ennakkoon ei välttämättä ole mitään hyötyä. Nämä osallistujat saapuvat tapahtumaan kun kerkeävät ja ottavat silloin irti sen mitä on tarjolla.

Virtuaalisessa tapahtumassa kannattaa hyödyntää ennakkokyselyitä ja -materiaaleja. Näin osallistujat voivat tutustua aiheeseen ennakkoon ja mahdollisesti muodostaa omia kysymyksiä ja ideoita tapahtumaan. Ennakkomateriaalin läpikäynti on osallistujan vastuulla, jonka vuoksi ennakkokyselyiden suosiminen on yleistä. Ennakkokyselyllä järjestäjä saa nopeasti tärkeää tilastotietoa osallistujista. Jos vastauksia on suhteessa vähän osallistujien määrään nähden, on järjestäjällä aikaa reagoida tähän. Esimerkiksi markkinoinnin lisäämisellä tai muokkaamisella erilaiseksi. Ennakkotehtäviä käyttäessä on kiinnitettävä sanavalintoihin enemmän huomiota. Terminä tehtävä viittaa pakolliseen toimintaan, joka tulee suorittaa. Tehtävä sanantilalle voi etsiä synonyymejä tai vierasperäisiä sanoja, kuten missio tai muotoilla ennakkotehtävä osaksi muun ennakkomateriaalin oheen pohdittavaksi.

Ennakkomarkkinointiin on syytä kiinnittää paneutua kunnolla. Jo yksi onnistunut kohdennettu markkinointi aiheuttaa onnistuessaan ison muutoksen markkinoinnin kohteen osallistumiseen ja interaktiivisuuteen tapahtuman aikana. Osallistaminen ennakkoon tarvitsee interaktiivista yhteistyötä järjestäjä puolen markkinoinnilta ja tuottajilta. Markkinoinnin vastaavien pitää olla tarpeeksi tietoisia tapahtuman sisällöstä ja tuottajien tietoisia mitä osallistujille viestitään. Tehokkaita markkinointikeinoja on monia ja tavoite on aina sama. Tavoite on saada

kohdennetun markkinoinnin vastaanottaja huomioimaan tapahtuma, jota markkinoidaan (Social Tables 2021).

6.2 Sisältö on tärkein osallistamisen keino

Sisältö rakennetaan virtuaalitapahtuman osallistujien tarpeiden ja tapahtuman luonteen mukaan. Asiatapahtumissa sisältö on faktapohjaista, joka haastaa osallistujaa ajattelemaan, muttei ole liian vaikeaselkoista. Vaikka tapahtuma on asiatapahtuma, ei se tarkoita, etteikö tapahtumassa saisi olla yllätyksellisyyttä, iloa tai hauskoja osuuksia. Näin pysyy osallistujan mielenkiinto yllä. Viihdetapahtumissa sisällön kanssa on huomattavasti enemmän valinnanvaraa ja sisältö voi olla melkein mitä vain. Molemmissa tapahtumatyypeissä kohderyhmän tunteminen ennakkoon tekee sisällöntuotannosta ja oikeiden esiintyjien valikoitumisesta luontevampaa (Häyrynen & Vallo 2014d. 213–214). Virtuaalisissa tapahtumissa on syytä huomioida enemmän osallistujien kokemuksia, kuin fyysisissä tapahtumissa. (Dahl 2020).

Esiintyjien valitseminen on tärkeä osa sisällöntuotantoa. Onnistuessaan oikea esiintyjä tekee tapahtumasta lumoavan kokemuksen, joka nappaa osallistujan keskittymisen kokonaan ja epäonnistuessa osallistujan keskittyminen on nopeasti muualla. On tärkeää huomata, että oikealla esiintyjällä voidaan saada täysivaltainen keskittyminen niiltäkin, jotka eivät ennakkoon olleet kovinkaan kiinnostuneita kyseisestä ohjelmasta.

Oikea esiintyjä tarkoittaa tässä yhteydessä tapahtuman teemaan ja kohderyhmälle sopivaa esiintyjää tai esiintyjä. Esiintyjää, jonka esiintyminen tukee tapahtuman tavoitteita ja kohderyhmää. Esiintyjä on artisti, taiteilija, keynote-puhuja, panelisti ja niin edelleen. Oleellista on löytää osallistujia kiinnostava esiintyjä tai esiintyjät. Eikä niinkään äärettömän suosittu esiintyjä, joka ei lopulta tuo tapahtumaan mitään lisäarvoa tapahtuman tavoitteiden kannalta (Suomi 2020). Esiintyjä valikoidessa korostuu esiintymisen immersiiivisyys. Immersiivisyys tarkoittaa pelkistetysti sisältöön uppoutumista, eli ei tehdä samanaikaisesti muuta - mikä on virtuaalisissa tapahtumissa helpompaa kuin fyysisissä tapahtumissa. Sami Kämpin mukaan immersiiivisyys tarkoittaa sisällön mukaan viemistä sisällön omaan maailmaansa. Tämä on mahdollista ainoastaan laadukkaalla sisällöllä ja oikealla esitysmuodolla (Kämppe 2019).

Immersiivisen virtuaalitapahtuman tavoittelu on hyvä osatavoite tapahtumalle. Kun yksi osatavoite on luoda näin onnistunutta sisältöä, niin tapahtumasta tulee siinä ohella puolivahingossa osallistava.

Virtuaalisissa tapahtumassa on esiintyjien lisäksi oltava juontaja, moderaattori tai fasilitaattori, joka fasilitoi tapahtumaa. Tämän henkilön vastuulla on viestiä ja juoksumatkaa tapahtuman kulkua osallistujille. Hyvä fasilitaattori lisää tapahtuman osallistuneisuutta. Piritta Kantomäen mukaan osallistujien aktivointi tarvitsee fasilitaattorilta läpinäkyvää, neutraalia ja keskustelua strukturoivaa toimintaa (Kantomäki, 2012. 12).

Kysymysten muotoilulla on merkitystä aktiivisen osallistumisen lisäämiseksi. Ympäripyöreät ”Onko jotain epäselvää?” tai ”Onko jotain kysyttävää?” eivät yleensä luo keskustelua, kun vaihtoehtoisesti ”Miten ymmärrätte tämän kohdan äskeisestä puheenvuorosta?” tai ”Mitä toivoisitte meidän vielä tarkentavan?” tai kysymällä miten osallistuja hyödyntää saamaansa tietoa jatkossa (Parppei, 2018. 86–88).

Fasilitoinnin tärkeys on tapahtuman alussa suurimmillaan. Virtuaalisen tapahtuman aloituksella on suurempi merkitys kuin fyysisissä tapahtumissa. On tutkittu, että jos osallistujat ovat ensimmäiset 30 minuuttia hiljaa, tulevat he olemaan hiljaa jatkossakin (Kantomäki, 2021. 37–38). Erityisesti työpajoissa on tärkeää olla hyvä fasilitaattori. Työpaja on lopulta työskentelytila, jossa tehdään oikeita töitä. Esimerkiksi niin kutsuttua Me-We-Us -metodi on suosittu tapa aktivoida työpajan kaikkia osallistujia (Kantomäki 2012, 12). Lyhyesti Me-We-Us -metodissa osallistujat saavat ensiksi itse pohtia, tehdä merkintöjä ja tutustua tapahtuman aiheeseen. Tämän jälkeen näitä yksin tehtyjä ajatuksia jaetaan pienryhmissä, jonka jälkeen vasta kokoonnutaan yhteen kaikkien osallistujien kesken ja jaetaan näiden pienryhmien tuotos. Näin jokainen osallistuja saa kantansa esille, ilman painetta puhua suurelle osallistujamäärälle (Rauhala 2021).

Virtuaalitapahtumien poikkeava erikoisuus ja ennen kaikkea mahdollisuus on ohjelman sisällön joustavuus osallistujien toiveiden mukaisesti tapahtuman aikana. Vaikka fyysisissä tapahtumissa on tämä myös mahdollista, niin muovaaminen on virtuaalisissa tapahtumissa helpompaa. Muokkaaminen on mahdollista kaikissa virtuaalitapahtumissa kokoluokasta riippumatta, jos vaikkapa sosiaalisen median kautta saadaan selkeitä pyyntöjä. Sisältö on muokattavissa osallistujien ehdotusten mukaisesti, ohjelmanumeron kestoa voi venyttää tai lyhentää tarvittaessa, taukoa voi pidentää tai tarvittaessa taitava esiintyjä muokkaa omaa esitystä nopeasti toivotun aiheen mukaiseksi (Venues World 2021). On tärkeää reagoida nopeasti, jos kesken virtuaalitapahtuman huomataan, jonkun ohjelmanumeron olevan hyvin suosittu ja luovan keskustelua. Tilanne on sama päinvastoin, jos joku ohjelmanumero ei aiheuta osallistujissa minkäänlaista reaktiota, muokataan joko sisältöä toiseen suuntaan tai

vaihtoehtoisesti ohjelmanumeron kestoja lyhennetään. Ylimääräisen tauon antaminen ei ole haitaksi, jos vastapainona on osallistujalle pahimmillaan puuduttavaa istumista työpisteen äärellä. Esimerkiksi interaktiiviset elokuvat ja pelit ovat nousseet ja nousemassa suureen suosioon, joten miksi ei myös interaktiiviset tapahtumat? Interaktiivisessa elokuvassa katsoja päättää itse, miten elokuvan juoni etenee (Keeley 2020).

Vaikka virtuaalisissa tapahtumissa ohjelmaa voidaan muokata kesken tapahtuman, ei täysin valmistautumatta voi virtuaalista tapahtumaa järjestää. Tapahtuma tarvitsee tuotannollista valmistautumista, ohjelman suunnittelua, aikataulutusta, käsikirjoitusta ja muita ennakkovalmisteluja.

Tapahtuman kestosta ja luonteesta riippumatta pitkät monologit eivät yleensä toimi. Ihmiset eivät ole fysiologisesti kykeneväisiä istumaan paikoillaan pitkiä aikoja ainoastaan kuunnellen. Yleinen ohjeistus on, että vähintään 90 minuutin välein tarvitaan tauko ja näiden 90 minuutin on sisällettävä muutakin kuin yhden henkilön puheenvuoron (Williams 2017). Taukoja voi hyödyntää interaktiivisuus mielessä. Esimerkiksi pitämällä yhteisen pidemmän tauon vapaamuotoisen keskustelun äärellä keskellä tapahtumaa antaa halukkaille mahdollisuuden verkostoitua ja tilaisuuden tutustua paremmin toisiinsa. Yhteinen tauko ei saa olla pakollinen eikä siihen osallistumaton saa jäädä ulkopuoliseksi. Yhteinen pidempi tauko on huomattavasti vuorovaikutteisempi tapa, kuin päästää osallistujat 15 minuutin yksittäiselle kahvitauoille aina 1–3 tunnin välein, niin että lähetys suljetaan kokonaan.

Yhden ohjelmanumeron sisällä tarvitaan muutakin kuin pelkkää puhetta. Cyriel Kortlevenin mukaan aina 7–9 minuutin välein esiintyjän tulisi hyödyntää jotakin osallistamisen keinoja. Kuten katsomalla video tai ajankohtainen uutinen ja keskustella siitä tai teettää kysely tai äänestys. Nämä ovat helposti toteutettavissa olevia osallistamisen keinoja, jotka tuovat esitykseen heti toivottua vaihtelua. Tärkeintä on, että aina muutaman minuutin välein yleisöä herätellään ja samalla huolehditaan, että osallistujat ovat edelleen läsnä. Hyvä esiintyjä osaa huomioida tämän omaa esiintymistään suunnitellessa. Asiatapahtumissa saa olla osallistujilla hauskaa, joten osuva humoristisempi lisä esiintymisen välillä ei ole haitaksi. Kunhan on varma, että huumori sopii tapahtuman luonteeseen nähden (Kerr 2021).

Vaihtelevuus on erittäin tärkeää ja vaikka tämä koskee enemmän esiintyjä, voi järjestäjä huomioida tämän sisällönsuunnittelussa. Esimerkiksi kahta yhden ihmisen puheenvuoroesiintymistä ei kannata laittaa peräkkäin tai sisällyttää kaikki kevyempi ohjelma

tapahtuman loppuvaiheeseen. Toisaalta on suositeltavaa sisällyttää raskaampi ja haastavampi ohjelma tapahtuman alkuun ja lopettaa tapahtuma kevyemmin.

Tapahtuman suosituspituudelle ei ole suoraa ohjetta. Hyvänä ohjeistuksena pidetään muistutusta, että virtuaalisissa tapahtumissa osallistujalla on enemmän häiriötekijöitä osallistumisympäristössään. Virtuaalitapahtumissa suositetaan tiivistä ohjelmaa, luoda immersiiivistä sisältöä sekä olla valmiina reagoimaan ja tekemään mahdollisia muutoksia. Esimerkiksi jos tapahtuma on markkinoitu tietoisena, on sisällön ja tapahtuman keston oltava sen mukainen, eli tiivis ja lyhyt. Mikäli kyseessä on monipäiväinen työelämän seminaarikokonaisuus, on tapahtumapäivien sisällettävä monia taukoja, yllätyksellisyyttä, monipuolisia osallistamisen keinoja ja viihteellisempää sisältöä (StreamGo 2021).

Onnistuneen virtuaalitapahtuman kannalta jokaisen tapahtuman alussa kerrotaan yleiset ohjeet osallistumisen suhteen. Ohjeiden kertominen muokataan enemmänkin hauskaksi kerronnaksi, kuin sääntöjen luettelemiseksi. Yleisiä kerrattavia ohjeita ovat tapahtuman ohjeistus liittyen kameroihin ja mikrofoneihin. Esimerkiksi ohjeistus kannattaa perustella miksi pyydetään laittamaan mikrofonit äänettömällä eikä vain ilmaista ”Mikrofonit kiinni”-ohjetta. Ohjeistuksen muotoilulla saa tapahtumaan rennomman alun osallistujille ja on samalla hyvä osallistamisen keino.

Osallistamisen kannalta kameroiden pitäminen auki on parempi vaihtoehto kaikille osallistujille. Näin esiintyjä, fasilitaattori, tuottajat ja osallistajat pystyvät aistimaan huomattavasti paremmin osallistujien yleistä mielialaa ja nähdä kehon kieltä sekä mikroilmeitä. Etänä osallistuminen on myös järjestäjille ja esiintyjille mahdollisuus; Ihmiset voivat halutessaan näyttää mistä osallistuvat ja muut osallistajat voivat saada lisätietoa toisista osallistujista Verkostoituminen on luontevampaa ja antaa mahdollisuuden niille, jotka eivät välttämättä ole luontaisia verkostoitumaan tai keskustelemaan kasvotusten. Jos osallistuja ei halua, että kamerassa näkyy tausta, on melkein kaikissa sovelluksissa mahdollista piilottaa tai sumentaa se tunnistamattomaksi (Kortleven 2021). Kameroiden auki pitämistä ei voida vaatia osallistujilta. Liioitellun pitkään tai painavasti muotoiltu pyyntö kameroiden pitämistä auki tekee osallistumisesta epämiellyttävää. Jos pyynnön kameroiden pitämisestä esittää luontevasti, tulee kameran avaamisesta osallistujille miellyttävää. Videon lähettäminen ja vastaanottaminen samanaikaisesti tarvitsee nopeamman sekä vakaamman internetyhteyden ja kaikilla tätä ei ole, joten tästäkään syystä kameraa ei voi vaatia pitämään auki. Tapahtuman taltioinnissa on

osallistujilla päätöntä valta heidän näkymisestään tallenteessa, ellei tapahtumaan osallistumisen ehtona ole ollut suostua tallenteeseen kamera auki.

Jos on ennakoitavissa, että osallistujilla voi olla heikompia internetyhteyksiä, tapahtuman osallistuneisuuden lisäämiseksi tehdään vielä enemmän työtä, koska järjestäjä ja esiintyjä ei näe osallistujien reaktiota. Suomessa on yleisesti verrattain hyvät internetyhteydet maata kattavasti globaalilla tasolla, joten kansainvälisissä tapahtumissa internet ongelmat ovat suurempi haaste. Muista, että et voi vaikuttaa osallistujan internet yhteyteen tai laitteeseen, jolla hän osallistuu. Voit vaikuttaa vain käytettäviin sovelluksiin. Seuraamalla lähetyksen laatua koko tapahtuman ajan, voit varmistaa laadun tasaisuuden.

Mikrofonit pidetään pääsääntöisesti kiinni. Näin kaikki taustäännet peittyvät, eikä ääni pääse mahdollisesti “kiertämään”. Jos osallistujia on alle 10–12 kappaletta, voi mikrofoneja silloin pitää auki. Tällöin informoidaan ystävällisesti, jos jonkun mikrofonista kuuluu häiritseviä taustääniä.

Muita hyviä yleisiä ohjeita ovat:

- Muistuttaa tai pyytää sulkemaan muut sovellukset, selaimet, välilehdet
- Informoida miten saa tarvittaessa puheenvuoron
- Käytetäänkö chat-ominaisuutta
- Kertoa tai muistuttaa mitä mahdollisia muita sovelluksia tai verkkosivuja tapahtumassa hyödynnetään
- Jos tapahtuma taltioidaan mahdollista myöhempää käyttöä varten, on tästä GDPR-asetuksen mukaan pakollista kertoa osallistujille
- Jos tapahtuman luonteeseen sopii, niin osallistujille informoidaan, että lemmikkien näkyminen kamerassa on ok tai ei muutenkaan tarvitse tavoitella täydellisyyttä. Tämä lisää rentoa lähestymistä ja lisää interaktiivisuutta (Kortleven 2021)

Yksi sisällössä toistuva haaste on näytön jakamiseen liittyvät haasteet. Virtuaalisissa tapahtumissa on esiintyjillä tapana jakaa oma näyttönsä, josta hän esitelmöi esitykseen kuuluvan presentaationsa. Tämä on hyvä tapa saada tukea esitykseen, toisaalta asia ei ole näin yksiselitteinen. Jos esiintyjä jakaa esitysmateriaalin koko ruudulle piilottaen samalla itsensä, muuttuu esiintyjästä saman tien etäisemmäksi. Suositeltavampaa on käyttää erikseen fyysisiä kuvia, fläppitaulua, piirtotaulua tai papereita, joita näyttää kamerassa tai vaihtoehtoisesti jakaa

ruutunsa niin, että näkyy itse samalla kamerassa (tämä on mahdollista melkein kaikissa etätapahtumasovelluksissa (Kortleven 2021).

6.3 Tekninen valmistautuminen

Teknisen valmistautumisen painoarvoa ei pidä vähätellä missään tapahtumamuodossa. Fyysinen tapahtuma tarvitsee yleensä enemmän aikaa ja isommat ennakkovalmistelut vaikka virtuaalisessa tapahtumassa valmistaudutaan, harjoitellaan ja varmistutaan yhtä lailla.

Virtuaalisen tapahtumaan tuottamiseen tarvitaan pienimmillään ainoastaan tietokoneen ja sovelluksen, jolla lähettää tapahtumaa osallistujille. Tämä ei välttämättä luo ammattitaitoista ja laadukasta tapahtumasta. Se mikä luo ammattitaitoisen tai laadukkaan tapahtuman riippuu tapahtumasta, kuitenkin hyvä äänen- ja kuvanlaatu on teknisesti prioriteetti numero yksi. Teknisesti huonolaatuinen tapahtuma saa osallistujan varmasti poistumaan linjoilta, oli sisältö miten hyvä. Oleellinen tekijä hyvään laatuun on käytettävä verkkoyhteys. Ennen tapahtumaa tarkistetaan verkon lataus- ja lähetysnopeus ja tarvittaessa vaihtaa toiseen. Yleiseksi ohjeeksi voisi sanoa langallisen internet-yhteyden käyttäminen. Langaton internet sisältää enemmän mahdollisia häiriötekijöitä.

Kun tekniikan fyysiset fasiliteetit ovat kunnossa, valitaan tapahtumaan sopivat työkalut. Näillä työkaluilla tarkoitetaan erilaisia sovelluksia ja ohjelmistoja, joiden avulla virtuaalinen tapahtuma toteutetaan. Tässä opinnäytetyössä ei paneuduta yksityiskohtaisesti eri sovelluksiin, vaan tarkastelen eri työkaluja käyttötarkoituksen ja -ominaisuuksien perusteella. On tärkeää ymmärtää, että tekniikka kehittyy valtavalla vauhdilla ja tänään olemassa oleva tekniikka saattaa olla huomenna vanhentunutta. Alla olevassa taulukossa keskityn opinnäytetyön tilaajan tällä hetkellä suosimia tai käytössä olevia työkaluja. Kyseessä on lyhyt listaus lukuisista eri vaihtoehdoista. Taulukon tarkoituksena on tuoda esille, minkälaisia ohjelmistoja on olemassa ja mahdollista hyödyntää virtuaalitapahtumissa, keskittyen asiatapahtumiin. Tilaajalle toimitetussa tuotoksessa on taulukkoon lisää havainnollistavaa materiaalia.

Käyttötarkoitus	Ohjelmisto, verkkosivu tai selain esimerkkejä	Miksi tai milloin käyttää?
Tapahtuman striimaus, eli lähettäminen useammalle katsojalle julkisesti	YouTube, Twitch, Facebook Live, e, 6Connex, Vimeo jne.	Jos tapahtuma on suuren (satojen tai tuhansien) kävijämäärän tapahtuma, kannattaa lähetys striimata

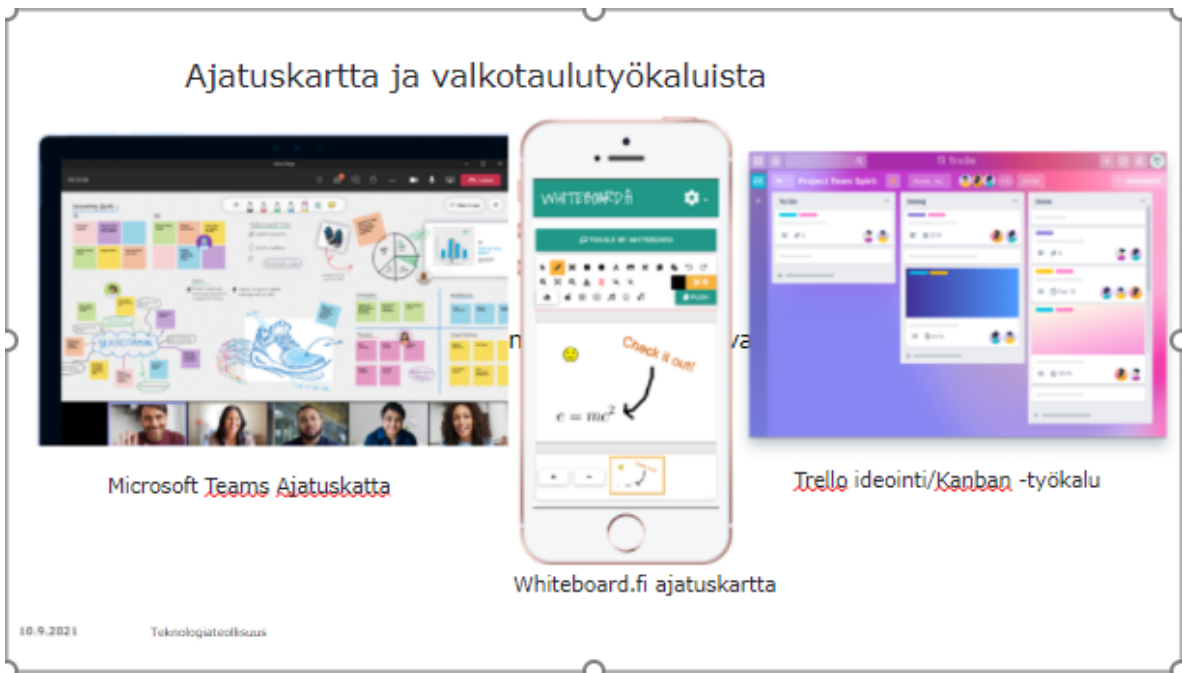
	<p>Näihin sovelluksiin striimatessa kannattaa hyödyntää lähetyksenohjaukseen käytettyjä sovelluksia, kuten vMix ja Open Broadcast Software. Nämä sovellukset eivät sisällä alustaa tapahtumaan osallistumiselle, vaan näiden kautta lähetyksessä näytettävä materiaalia toimitetaan osallistujien saatavaksi muun striimaussovelluksen avulla.</p>	<p>julkisesti, ilman osallistujamäärärajoituksia. Katsojalla on mahdollisuus kommentoida, muttei vaikuttaa tapahtumaan sen enempää. Striimaukseen käytettävä sovellus on melkein aina mahdollista linkittää muille verkkosivuille, esimerkiksi uutissivustolle tai organisaation verkkosivuille.</p> <p>Huomaa, että nämä osallistujat eivät ole tehokkain tapa lisätä osallistuneisuutta. Näillä osallistujilla on mahdollisuus kommentoida, mutta suurissa tapahtumissa kommentteja saadaan helposti niin paljon, että seuraaminen ja kommentointi tapahtuman aikana kaikkiin on mahdotonta</p> <p>Kaikissa isoissa tapahtumissa tarvitaan sovellus striimaukseen.</p>
<p>Ryhmätyöskentelytila, eli tila jonne osallistujat pääsevät osallistumaan omilla nimillään. Sisältää pelkän striimauksen ohella monia muita ominaisuuksia.</p>	<p>Zoom, Microsoft Teams, Google Meet</p>	<p>Sisältää paljon enemmän mahdollisuuksia osallistamiseen pienemmälle osallistujamäärälle.</p> <p>Zoomissa, Google Meetissä ja Microsoft Teamsissä maksimiosallistujamäärä on sidottu lisenssiin (yleensä 100–1000 kpl). Yllä mainituissa sovelluksissa on mahdollisuus lisätä pelkkiä katsojia lisenssin maksimimäärän lisäksi. He ovat osallistujia ilman muita ominaisuuksia kuin katsomalla aina 10 000 asti (18.7.2021). Osallistujilla on muuten mahdollisuus liittyä</p>

		<p>mukaan omalla kuvalla ja äänellä. Mahdollisuus liittyä pienempiin ryhmiin, äänestää, keskustella chatissa tai käyttää sisäänrakennettua valkotaulutyökalua.</p> <p>Monet sovellukset sisältävät mahdollisuuden reagoida hymiöillä ja emojeilla ilman varsinaista kommenttia. Tämä on hyvin matalankynnyksen osallistumista ja hyvä tapa nopeisiin kommenttien keräämisiin.</p>
<p>Ideointityökalut ja valkotaulut (whiteboard). Valkotaululle kerätään yhteisiä ideoita ja muita kommentteja.</p>	<p>Zoom Whiteboard, Teams Whiteboard, Flinga, Jamboard, Miro, Mural jne.</p>	<p>Tapahtuman yhteiseen whiteboardiin voivat osallistujat itse yksin tai yhdessä lisätä omia kommentteja ja ideoita, sekä luonnollisesti kommentoida muiden kommentteja.</p> <p>Näiden hyötynä on mahdollisuus välittää sisältö välittömästi eteenpäin ilman erillistä dokumentaatiota.</p> <p>Tämä säästää aikaa ja on osallistujille helpompi tapa saada kommentoida ja ideoida itselleen sopivalla tavalla.</p>
<p>Yhteiset työskentelyalustat</p>	<p>Howspace, Padlet, Trello jne.</p>	<p>Interaktiivinen verkkoselainpohjainen alusta, jossa käyttäjät voivat yhdessä paikassa luoda tiedostoja, jakaa olemassa olevia tiedostoja, verkkosivuja jne. Kaikki tiedot muodostavat yhdessä niin sanotun digitaalisen työpisteen.</p> <p>Näissä on samaa kuin ideointityökaluissa,</p>

		<p>sisältävät enemmän toiminnallisuuksia. Osallistujat voivat lisätä linkkejä, tiedostoja, videoita tai vain kommentoida. Tämä tukee erilaisten osallistujien tapaa työskennellä. Kunhan järjestäjä korostaa, että kaikki keinot käyttävät työkalua ovat keskenään yhtä hyviä. Toiset ovat visuaalisempia ja toiset tykkäävät taulukkolaskennan työkaluista.</p>
Kyselyt, äänestykset ja visailut	Kahoot, Mentimeter ja Zoomissa sekä Microsoft Teamsissä olevat omat kysely/äänestystyökalut	<p>Mahdollistaa kyselyn tekemisen niin, että vastauksia saadaan varmasti.</p> <p>Tarvitsee pääsääntöisesti ennakkotyötä: kyselyn tekemisen. Jotkut sisältävät mahdollisuuden tehdä nopeita äänestyksiä kesken tapahtuman. Lyhyt kysely on hyvä keino saada palautetta osallistujien läsnäolosta.</p> <p>Hyvä työkalu lisätä interaktiivisuutta.</p>
Presentaatiotyökalu	Prezi, Powerpoint, Keynote	<p>Hyviä luomaan ja juoksuttamaan yhtä esitystä eteenpäin. Ei kannata kokonaan turvautua, jos tavoite luoda vuorovaikutteinen tapahtuma.</p> <p>Moniin presentaatiotyökaluihin voi upottaa videoita, äänitiedostoja ja muita muutoksia tarjoavia työkaluja.</p>
Interaktiiviset presentaatiotyökalut	Meeting Pulse, Sli.do	Muistuttaa paljon yhteisiä työskentelyalustoja. Näissä selaimella käytettävissä

		<p>työkaluissa veto- ja käyttövastuu on esiintyjällä, joka kannustaa osallistujaa käyttämään.</p> <p>Hyviä, kun ohjelman sisältö ei ole niin tarkka ja tavoitellaan joustavuutta. Tarvitsee esiintyjältä joustavuutta ja kykyä improvisoida ja/tai hyvää asiantuntijuutta. Lisää pienellä vaivalla tehokkaasti interaktiivisuutta.</p>
Pelit ja muut työkalut	LoQuiz, BuzzMaster, lisätty todellisuus jne.	<p>Teknologia mahdollistaa nykyään paljon erilaisia keinoja luoda elämyksiä.</p> <p>Tapahtumia voi pelillistää tai esimerkiksi hyödyntää lisätyn todellisuuden mahdollisuuksia ja luoda kokonaan uuden maailman osallistujalle.</p> <p>Tämän kaltaiset uudet työkalut ovat melko vähän käytettyjä ja tarvitset osaamista, aikaa ja sitoutumista enemmän kuin muut. Sekä kohderyhmän huomiointi on entistä tärkeämpää, koska vaikka tapahtuman järjestäjät osaisivat käyttää näitä, eivät osallistajat välttämättä osaa.</p>

Taulukko 2. Esittely erilaisista osallistamisenkeinoista ja sovelluksista.



Kuva 3. Kuva esitysmuotoisesta tuotoksesta tilaajalle ja ajatuskarttoja havainnollistavasta diasta.

Osallistaminen virtuaalitapahtumissa – Tapahtuman aikana



Q&A

- Kysymyksiä ja vastauksia –sessiot lisäävät tehokkaasti interaktiivisuutta
- Hyvä lisä esim. Joustavampaan aikatauluun
- Mikrofonilla tai chatilla tai erillisellä työkalulla
- Chat madaltaa kynnystä kysyä, tarvitsee **keskisuurissa ja suurissa** tapahtumissa oman kysyjän
- Ulkopuolinen Q&A työkalu mahdollistaa anonyymiteetin
 - Käyttöopastus
- Esim. [Sli.do](#), [Meeting Pulse](#) ja osallistumistyökalun chat

slido



10.9.2021 Teknologiaetätyö

31

Kuva 4. Kuva esitysmuotoisesta lopputuotoksesta ja kysymyksiä ja vastauksia – osallistamiskeinoa käsittelevästä diasta.

Oikean tai oikeiden ohjelmistojen valitsemisessa huomioidaan sen helppokäyttöisyys ja käytettävyys. Tapahtuman tuottajien, järjestäjien, esiintyjien ja fasilitaattorin on osattava käyttää kaikkia ohjelmistoja, joita tapahtumassa käytetään. Käyttämistä on hyvä harjoitella ennakkoon yhteisesti. Samalla testataan, jotta tekniikka toimii. Ennakkotestauksella

varmistetaan, että jokaisella esiintyjällä ja tapahtuman järjestäjällä on tarpeeksi hyvä kuva- ja äänenlaatu, sekä internetnopeus. Samalla on mahdollista selvittää, miten suuri viive lähetyksessä on. Viiveellä tarkoitetaan pakollista ominaisuutta livelähetyksissä. Yleensä viive on 5–60 sekuntia (Google Support 2021). Hyvä juontaja tai fasilitaattori osaa huomioida tämän omassa työssään ilman pitkiä katkoja ja tapahtuma etenee jouhevasti. Viivettä on mahdollista ohjata tapahtuman aikana. Tämä tarvitsee aina erillisen ääni- ja videoteknikon, sekä tarkemman testaamisen ennakkoon. Järjestäjän on hyvä mainita viiveestä ennakkoon osallistujille ja ainakin esiintyjille.

Pelkkä järjestäjäpuolen osaaminen ei riitä oikeiden ohjelmistojen valitsemiseen. Kohderyhmän on osattava tai vähintään oltava kyvykkäitä oppimaan käyttämään tapahtumassa käytettäviä ohjelmistoja. Liian kompleksinen ohjelmisto on nopeasti syy vuorovaikutteisuuden vähäisyydelle. Ohjelmistot, jotka eivät tarvitse käyttäjältä erillistä käyttäjätiliä, ovat käyttäjäystävällisempiä, sekä kyberturvallisempia (Koetsier 2020b).

Suosittelen kokeilemaan eri sovelluksia rohkeasti tapahtumissa. Ennakkoon ei voi tietää varmaksi mikä toimii ja mikä ei. Uusien ohjelmistojen käyttöönotto vaatii yleensä hieman aikaa opetteluun, niin niiden hyödyntäminen säästää resursseja tulevaisuudessa muualta. Monissa sovelluksissa on mahdollisuus ilmaiseen kokeilujaksoon, jos sovelluksissa on alun perinkään käyttömaksua. Ilmaisen kokeilujakson aikana tulee varata aikaa sovellukseen tutustumiseen, jotta kokeilujaksosta saa kaiken mahdollisen hyödyn irti ja voi tehdä perustellun ostopäätöksen. Jotkut sovellukset tarjoavat erikseen ilmaisen ja maksullisen version sovelluksesta, jolloin voi ensin aloittaa ilmaisella ja sitten mahdollisesti siirtyä maksulliseen.

6.4 Osallistamisen keinoja

Don Scalesin mukaan virtuaalitapahtumissa on aika vapautua webinaariajatusmallista. Tämä tarkoittaa poissiirtymistä kokonaan yhden esiintyjän yksipuolisista puheenvuoroista, ilman minkäänlaisia osallistamisen keinoja (Scales 2021). Osallistamiselle virtuaalitapahtumisessa on monia erilaisia keinoja, jotka personoidaan jokaisen tapahtuman mukaiseksi. Tavoite näillä eri keinoilla on lisätä tapahtuman yllätyksellisyyttä ja elämyksellisyyttä osallistujille.

Tunnettu tapa lisätä osallistuneisuutta on jakaa isompi ryhmä pienempiin ryhmiin. Pienessä ryhmässä kynnys keskustella on matalampi. Työelämässä pienryhmätyöskentelyä kutsutaan työpajatyöskentelyksi. Työpajalla, eli workshopilla, tarkoitetaan ihmisten kokoontumista

yhteiseen fyysiseen tai digitaaliseen tilaan, jossa osallistujat työskentelevät yhdessä annetun aiheen parissa (Cambridge 2021). Monissa virtuaalisen tapahtuman ryhmätyöskentelytiloissa, eli tapahtuman toteuttamiseen käytettävissä sovelluksissa, on sisäänrakennettu mahdollisuus jakaa osallistujat vielä erillisiin pienryhmiin. Työpajatyöskentelyllä vähennetään osallistujien kynnystä puhua ja kommentoida, kun kuulijamäärä on pienempi. Nämä pienryhmä- ja työpajatyöskentely tilat mahdollistavat ja hyödyntävät tehokkaaksi todettua Me-We-Us menetelmää.

Onnistunut työpaja tarvitsee ennakkotyötä samalla tavalla kuin muu tapahtuman sisällön tuotanto. Suurin virhe osallistamisen kannalta on olettaa, että kaikki osallistujat ovat interaktiivisia ilman ennakkotyötä. Näitä ennakkovalmisteluja ovat työpajan aiheen ja tavoitteen määrittäminen, fasilitaattorin varaaminen ja käytettävien työkalujen (esim. valkotaulu tai erilaiset interaktiiviset työskentelytyökalut) päättäminen tai ainakin työpajassa esitettyjen ideoiden, kommenttien ja ajatusten keräämiseen käytetyn työkalun päättäminen. Ennakkovalmistelujen lisäksi työpaja tarvitsee jälkityötä: työpajan aikana esitetty tieto muokataan esitettävään muotoon ja osallistuneilta pyydetään samalla palautetta (Discover Design 2021).

Työpajoissa on hyvä käyttää muita osallistamisenkeinoja hyväksi. Työpajoilla on valitettavan usein negatiivinen maine ja vaikutus osallistujien ennako-olettamuksiin. Työpajatyöskentelystä kannattaa viestiä selkeästi, mikä on työpajan tavoite ja mitä työpajassa tullaan tekemään. Esimerkiksi käytettävistä osallistamisen muista keinoista on hyvä viestiä ennakkoon.

Virtuaalitapahtumassa on mahdollista tuottaa erilaisia kyselyitä ja äänestyksiä hyvinkin pienellä vaivalla. Etu fyysisiin tapahtumiin verrattuna on tehokkuus ja ketteruus. Virtuaalisissa tapahtumissa kyselyn tai äänestyksen kysyjä saa vastaukset heti vastausten tultua ja tuloksia seurataan tarvittaessa reaaliajassa. Näiden avulla tapahtumaa voidaan muokata saman tien osallistujien toivomaan suuntaan.

Lyhyillä kyselyillä ja äänestyksillä tapahtuman järjestäjä saa nopeasti viestin, että ovatko osallistujat vielä paikalla ja läsnä olevia. Mikäli vastauksia on huomattavasti vähemmän kuin osallistujia, on osallistujakato selvästi havaittavissa. Osallistujat saattavat tehdä jotain muuta samalla ja eivät aidosti kuuntele tai ovat laittaneet tapahtuman äänettömälle erinäistä omista syistä johtuen.

Jos kesken virtuaalitapahtuman esiintyjä huomaa, että osallistujien keskittyminen on muualla, on hyvä keino palauttaa heidän mielenkiintonsa tehden äänenmuutos. Tämä ei tarkoita, että esiintyjän on huudettava tai kuiskittava, vaan esityksessä pidetään pidempi puhetauko tai soitetaan vaikka jonkun videon tai äänitiedoston äänet. Tämän kaltainen äänen muutos herättää osallistujassa kiinnostusta ja hän todennäköisesti palaa tapahtuman pariin. Kun osallistujien keskittyminen on saatu takaisin, on samalla hyvä hetki kysellä osallistujien mielipidettä tai muuta vastaavaa nopealla äänestyksellä tai kyselyllä.

Lyhyitä kyselyjä ja äänestyksiä toteutetaan helpoiten osallistumissovelluksiin sisäänrakennetuilla ominaisuuksilla, esimerkiksi Zoomissa ja Microsoft Teamsissä. Näitä käyttäessä huomioidaan, että nämä ovat monille jo ennestään tuttuja työkaluja ja eivät herätä osallistujassa tuntemuksia. Tämän vuoksi kannattaa kokeilla muita verkkoselainpohjaisia kyselytyökaluja. Esimerkiksi Kahoot on suosittu ja yleisesti tykätty kyselytyökalu, jolla osallistujat pääsevät yhdessä visailemaan. Kahootin suosio perustuu sen helppokäyttöisyyteen ja anonymiteettiin, sekä Kahoot-kyselyn vastaaja tarvitsee ainoastaan tietokoneen tai mobiililaitteen. Kahoot ei tarvitse rekisteröitymistä ja toimii yksittäisellä visailukoodilla (Kahoot 2021). Kahootin kaltainen kyselytyökalu on toimiva ja yksinkertainen tapa lisätä interaktiivisuutta eikä tarvitse muuta ennakkotyötä, kuin kyselyn tekemisen ennakkoon.

Tehokas tapa saada osallistujat interaktiiviseksi on niin kutsutut Q&A –ohjelmanumerot, suomeksi kysymyksiä ja vastauksia -sessiot, joissa osallistujat saavat itse kysyä vapaasti heille mieleen tulleita kysymyksiä. Yleisön haastatteluosiossa on muistettava osallistujien erilaisuus, ja kaikki eivät ole halukkaita kysymään omia kysymyksiään ääneen mikrofonilla. Mikrofonilla kysyminen on hyvä tapa, muttei sovi kaikille. Tästä syystä chat-ominaisuuden käyttäminen on hyödyllistä. Chatissa kysymysten kysymisen kynnys on matalampi. Suurien kävijämäärien tapahtumissa tarvitaan erillinen henkilö suodattamaan ja lukemaan hyviä chat-kysymyksiä esiintyjälle. Chat ei ole anonymi tapa kysyä, joka voi edelleen olla este osallistujalle kysyä hänen kysymyksensä. Esimerkiksi Sli.do -ohjelmalla on mahdollista esittää kysymyksiä täysin anonymisti. Anonymiteettiä suosiva ohjelmisto on myös tietoturva mielessä parempi vaihtoehto, koska Sli.don kaltaiset sovellukset eivät tarvitse minkäänlaista asiakasrekisteröintiä (Sli.do 2021).

Jos virtuaalisessa tapahtumassa hyödynnetään chatissa tai muissa sovelluksissa kirjoitettujen kysymysten kysymistä, niin tähän varataan erillinen ihminen, joka kerää ja päättää kysyttävät

kysymykset. Tapahtumissa, joissa on noin 10–20 osallistujaa, pärjää esiintyjä yleensä yksin, muttei tätä suuremmissa tapahtumissa, ainakaan sujuvasti (Ihalainen 2021).

Työelämän virtuaalisiin tapahtumiin on luotu monia hyviä yhteiselle työskentelylle tarkoitettuja työkaluja, kuten erilaisia valkotaulu-, ajatuskartta ja multityöskentelytyökaluja. Multityöskentelyllä tarkoitetaan verkkoselainpohjaista sivustoa, jonne jokainen tapahtumaan osallistuva saa omalta laitteeltaan lisättyä tekstiä, kuvia, videoita tai ääntä, kommentoida muiden lisäyksiä yms. Suosittuja tämän hetken työkaluja ovat Miro, Trello ja Howspace. Tämän kaltaiset työkalut mahdollistavat yhdessä työskentelyn samanaikaisesti, vaikka henkilöt osallistuvat etänä. Näitä työkaluja käytetään monin eri tavoin, joka tukee erilaisia työskentelytapoja. Ihmiset työskentelevät eri tavoilla ja nämä työkalut eivät rajaa jotain tapaa pois, kun taas vaikkapa ajatustyökarttatyökalu pakottaa osallistujan ajatuskarttaideointiin.

Näiden työelämästä tuttujen osallistamisen keinojen lisäksi virtuaalitapahtumaa osallistutetaan pelillistämällä. Pelillistämällä tarkoitetaan pelielementtien lisäämistä palveluun tai tapahtumaan (Pinola 2017). Virtuaalisissa tapahtumissa pelillistäminen lisää interaktiivisuutta, luo osallistujille unohtamattomamman elämyksen, madaltaa osallistumisen kynnyksiä ja tekee tapahtumasta rennomman ja lisää verkostoitumismahdollisuuksia. Tapahtuman järjestäjältä pelillistäminen vie enemmän työtä, kun muut osallistamisen keinot. Pelillistäminen on helppo ulkoistaa kokonaan ja jos tapahtumassasi on yhteistyökumppaneita mukana taloudellisesti, on pelillistämisen kokonaisuus houkutteleva kokonaisuus sponsoroinnille (Nolan 2021).

Yksinkertaisesti toteutettavissa olevia pelillistämisen tapoja ovat muun muassa:

- “Etsi ja löydä”, eli osallistajat etsivät itse yksin tai pienryhmissä esimerkiksi internetistä ennakkoon määrätyt asiat (linkki, uutinen, video, vastaus kysymykseen x tai tutustuvat sovellukseen jne.).
- Tietovisat
- Osallistujapassi tai niin sanottu “matchmaking” eli osallistajat keräävät leiman virtuaaliseen osallistujapassiinsa juteltuaan muiden osallistujien kanssa
- Äänestyskilpailut, eli äänestetään esimerkiksi hienoin asu/tausta, suloisin lemmikki, paras tänään syöty lounas tai kiinnostavin kysymys jne.

Erityisesti “etsi ja löydä” -tyyliset pelit ovat koulutustapahtumissa hyödyllisiä. Niiden avulla osallistujien tulee itse tehdä työtä vastausten saamiseksi. Esimerkiksi Microsoft Teamsistä

järjestettiin COVID-19-pandemia alettua “Etsi ja löydä” -tapahtumia. Alla esimerkki yhden Microsoft Teams koulutustapahtuman pelipohjasta.

MICROSOFT TEAMS SCAVENGER HUNT

Intermediate Level

Level up your Microsoft Teams skills with this Intermediate Teams Scavenger Hunt. Many of these tasks require being in a live Teams meeting, so grab a colleague, fire up a meeting, and solve these tasks together to become Teams experts.

- ### 1 4 WAYS TO A GROUP CHAT

Chat is so important to your daily productivity that Teams has four different ways to start one — some with more clicks than others. Look out for inconspicuous icons and menus — you never know where you'll find new options!


- ### 2 POST TO MEETING CHAT, MARK AS URGENT

In moments of crisis or critical meetings, everyone needs to make decisions quickly. But, with dozens of chats and channels, it's easy to miss the most important post. Mark your chat as urgent and learn how to capture attention quickly when needed.


- ### 3 CREATE AND SAVE MEETING NOTES AND WHITEBOARD

Interactive elements such as a meeting whiteboard allow you to express your ideas creatively and collaborate visually in real time. Meeting notes can document your discussion and track action items. Create and save both to complete this task.
- ### 4 SHARE A MEME IN A MEETING CHAT

Have a little fun by creating a *custom* (yes, write your own!) meme to express your feelings. The purple smiley face is GIF's next door neighbor, and the key to getting started. Have (appropriate) fun!


- ### 5 TURN ON LIVE CAPTIONS

This isn't just important for those in the deaf and hard-of-hearing community, but for anyone who is unable to join the meeting audio, or for public webinars. While in a meeting, search your menu options to turn this feature on.


- ### 6 MAKE A FILE A TAB

Files that need "uber-visibility" can qualify for their own tab in your team's channel. Maybe it's a project plan or shared deliverable. Think of it as "pinning" your document as a tab within the channel. Try making multiple files tabs!


- ### 7 POST TO MULTIPLE CHANNELS

Do you have important news that affects everyone on your team? Try posting important information to multiple channels at once to make sure everyone sees your message. Can you strike the right balance?

BONUS: CHANGE MEETING BACKGROUND

Background effects can make it look like you live in an upscale apartment, work in a hip downtown loft, or are dialing in while on vacation... instead of your cluttered office.

CONGRATULATIONS! How did your team do? We want to hear. Reach out at hello@talksocialtome.com, or visit us on the web at www.talksocialtome.com.

Talk Social to Me has over a decade of experience building engaging employee collaboration programs, and we know exactly what works. We're effective at creating engaged, happy, productive employees through the intelligent use of social collaboration tools like Microsoft Teams and Yammer. Ready to help your people work better together? We'd love to connect.



Kuva 5. Microsoft Teams “etsi ja löydä” -peli

On myöskin olemassa erilaisia sovelluksia, joilla tapahtumaa pelillistetään. Näissä sovelluksissa on omat riskinsä tietoturvan ja käyttöystävällisyyden kannalta. Jos virtuaalitapahtumassa hyödynnetään pelielementtejä, pitää niiden olla helposti ymmärrettävissä ja käyttöön otettavissa. Pelisovellusten käyttöönotto tarvitsee enemmän aikaa ja taloudellisia resursseja, koska peli identifioidaan juuri tähän yhteen tapahtumaan tai ohjelmanumeroon sopivaksi. Pelien vuorovaikutteisuuden lisääminen perustuu ihmisten kilpailuhaluun mahdollista palkintoa kohtaan tai ihan vain voittamisen ilosta. Pelillistäminen on vartenotettava, vaikkakin ei vielä suuressa suosiossa oleva vaihtoehto lisätä tapahtuman vuorovaikutteisuutta.

Viihteellisissä tapahtumissa ja joidenkin työyhteisön keskellä on järjestetty työelämäntapahtumia konsolipelien välityksellä. Jos tuntee kohderyhmänsä hyvin ja on tietoinen, että heillä on konsolipelaamiseen tarkoitettu laite, niin tämä on yksi rennompia tapoja lisätä osallistujien osallistuneisuutta. Osallistujat pelaavat yhdessä samaa peliä ja ovat lumoutuneita tämän ulkopuolisen pelin avulla käsillä olevaan tapahtumaan. Mitään kovin tärkeää tietoa tämän kaltaisissa tapahtumissa ei kannata välittää ja käyttää mieluummin vaikka yhteisenä taukona tai vapaamuotoisempana ohjelmanumerona, kuin tärkeää tietoa jakavana virtuaalitapahtuman tapahtumasovelluksena.

Jokaisessa virtuaalitapahtumassa käytetään jonkunlaisia presentaatiomateriaalia, joista osa on laadullisesti parempia kuin toiset. Presentaatiota pitäessä yleinen ohjeistus on käyttää vähän sanoja ja hyödyntää kuvia. Virtuaalisissa tapahtumissa on järkevää hyödyntää erilaisia videoita ja äänitiedostoja kuvien seurana. Videot ja äänitiedostot tuovat sisältöön lisäarvoa hyvin pienellä vaivalla. Jos videoita ja äänitiedostoja hyödynnetään ohjelman sisällöissä, sisällytetään ne omaan esitysmateriaaliin tiedostoina, jotka katsotaan tai kuunnellaan kaikki yhdessä jaetulta materiaalityypiltä. Jos esitykseen kuuluvat videot ja äänitiedostot toimitetaan ainoastaan verkkoselain linkkeinä tai erillisinä tiedostoina, eivät osallistujat niitä välttämättä koskaan avaa. Tässä pätee sama ohjeistus, kun tapahtumassa käytettävistä ohjelmista: Mitä helpokäyttöisempi, sen parempi.

Videoiden yhteisessä katselussa pitää muistaa kohdennettu mainonta. Monissa videoiden katsomiseen tarkoitetuilla verkkosivuilla, kuten YouTubeissa videoiden katsominen on mahdollista ilman kirjautumista sisälle ja tämä on suositeltavaa, ellei halua näyttää kaikille osallistujille minkälaisia kohdennettuja Googlen mainoksia saa.

Videoita ja äänitiedostoja voi äänittää ennakkoon, joita käytetään yhtä hyvin livetapahtuman ohjelmassa. Ennakkoon taltioidun materiaalin etu on sen tekninen varmuus, koska livelähetys kuluttaa ja tarvitsee enemmän verkkoyhteyttä lähettämiseen. Ennakkoon taltioiden materiaalien heikkous on niiden joustamattomuus ja kysymyksiä ei voi kysyä kesken esityksen. Ennakkoon taltioitua materiaalia on järkevää hyödyntää pääasiassa pieninä osina tai jos esiintyjää ei erinäisistä saada tarvittavaan aikaan esiintymään. Esimerkiksi jos esiintyjälle tulee yllättävä este esiintymiselle, voi hänen esiintymisensä toteuttaa videolla.

6.5 Sosiaalisen median merkitys osallistamisessa

Some on lyhenne sanoista sosiaalinen media. Se on hyvä apuväline isomman kävijämäärän tapahtumissa, joissa on kymmeniä, satoja ellei jopa tuhansia osallistujia. Tätä pienemmissä tapahtumissa somen hyöty on pienempi, niin markkinoinnin kuin resurssoinnin kannalta. Sosiaalista mediaa voi hyödyntää luomaan tapahtuman ympärille kiinnostusta, mainontaa ja hekumaa. Tapahtuman aikaisessa markkinoinnissa on hyödynnettävissä tapahtuman omaa asiattunnetta, eli hashtagia. Ennakkoon määritelty asiattunnetta helpottaa löytämään kaikki tapahtuman aikaiset somepäivitykset suosituimmissa sosiaalisen median alustoissa (Facebook, Twitter, Instagram ja LinkedIn). Näin henkilöille, jotka eivät ole tapahtumien osallistujia saattaa tulla tahtotila päästä seuraavaan ja luoda tapahtumalle jatkumoa, sekä samaan aikaan tapahtuman osallistujat pääsevät verkostoitumaan muiden osallistujien kanssa. Parhaimmillaan tapahtuman aikana alkanut keskustelu jatkuu parhaimmillaan tunteja, ellei päiviä vielä tapahtuman jälkeen.

Osallistujia saa osallistumaan keskusteluun tapahtumasta aloittamalla itse keskustelu somessa. Tämä on mahdollista toteuttaa esittämällä kysymyksen tai kysymyksiä tapahtuman ympäriltä, tiedottaa ennakkoon määritellystä asiattunnetesta, somekilpailuilla tai vaikkapa pelkästään sosiaalisen median kautta tapahtuvalla kysymyksiä ja vastauksia –sessiolla. Isomman budjetin tapahtumissa on erikseen henkilö tai henkilöt, joidenka tehtävä on kommentoida somekeskustelua tapahtuman ympärillä. Jos sosiaalista mediaa hyödynnetään tapahtumassa, pitää somekeskustelun olla molempiin suuntiin vuorovaikutteista. Tämä tarkoittaa, että tapahtuman aikana tai viimeistään heti sen jälkeen sosiaalisen median kommentteihin reagoidaan vastaamalla, jakamalla uudelleen tai painamalla “tykkää”-painiketta. Suurimmissa tapahtumissa on mahdotonta reagoida kaikkiin somepäivityksiin, mutta silloinkaan tapahtuman järjestäjät eivät saa olla kokonaan reagoimatta. Vaikka sosiaalisen median kommentit voivat

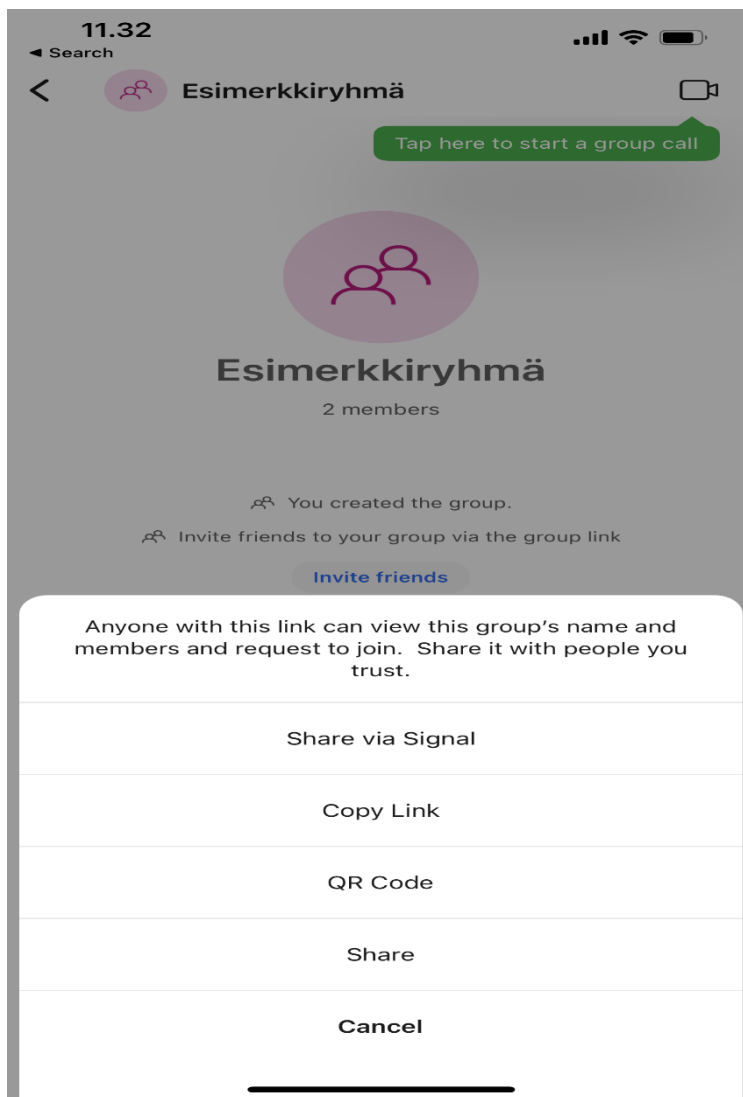
sisältää negatiivisia kommentteja, ei niihin ole syytä jättää vastaamatta. Joskus negatiivisen kommentin kautta saadaan tärkeää tietoa esimerkiksi äänen laadusta tai muusta, jota ei välttämättä muuten olla huomattu. Avoin palautteen vastaanottaminen tapahtuman viestintästrategian mukaisesti luo osallistujille lisänä luotettavuuden ja asiantuntijuuden tunnetta.

Työelämän tapahtumissa yleisimpiä käytettyjä somealustoja ovat ainoastaan työelämään keskittyvä LinkedIn ja vapaamuotoisempi Twitter. Molemmissa on omat hyötynsä ja haittansa ja oleellisin eroavaisuus on anonymiteetti. Twitterissä on mahdollista kommentoida ja jakaa tietoa käyttäjänimellä, eikä profiilista välttämättä selviä ilman parempaa tietoteknistä osaamista minkäänlaista tarkempaa tietoa kyseisestä käyttäjästä. Twitter ei kuitenkaan ole täysin anonymi ja tarvittaessa käyttäjän henkilöllisyyden saa selville. Yleisiä yhteisönormeja rikkovan kommentoijan saa tarvittaessa vastuuseen teoistaan ja vähintään tapahtuman aikana heti estettyä. Twitterin osittaisen anonymiteetin vastapainona on LinkedIn, jossa kommentoida ja sisällön jakaminen tapahtuu omalla nimellä. Käyttäjän profiilista on mahdollista selvittää hyvinkin paljon yksittäisestä käyttäjästä, jos käyttäjä on itse lisännyt tiedot sinne. Tyypillisessä LinkedIn-profiilissa mainitaan käyttäjän työ- ja koulutushistoria, joiden avulla käyttäjästä saa tarvittaessa selville äärettömän paljon lisätietoa. Tämän vuoksi tapahtumanjärjestäjän vastuulla on miettiä, että kumpi alusta olisi parempi minkälaiseen tapahtumaan ja suositeltavaa on kokeilla, että kumpi toimii paremmin.

Facebook ja Instagram ovat enemmän viihdetapahtumien suosiossa, muttei niiden käyttäminen ole asiatapahtumissa kiellettyä. Nämä ovat yleensä käyttäjillä henkilökohtaisemmat, eli sisältävät vapaampaa sisältöä ja monesti eivät kannusta työelämän tapahtumassa osallistumaan somekeskusteluun. Tämän vuoksi olisin varovainen Facebookin ja Instagramin käytössä työelämän tapahtumissa.

Mikäli tapahtuma on satojen tai tuhansien osallistujien tapahtuma ja kohderyhmässä on monipuolisesti ja taitavasti sosiaalista mediaa käyttävää kohderyhmä, niin tapahtumalle voi luoda Reddit tai Discord –kanavan. Nämä sovellukset tarjoavat mahdollisuuden keskustella käyttäjänimen takaa avoimesti tapahtuman kanavalla. Näiden sovellusten käytössä haaste on oikean kohderyhmän löytäminen. Reddit on Suomessa verrattain vähän työelämässä hyödynnetty sovellus ja Discord yhdistetään pitkälti videopelimaailmaan.

Yksi uudempi keino hyödyntää sosiaalista mediaa tapahtuman osallistamisessa on erilaiset pikaviestimet ja niihin luotavissa olevat ryhmät. Pikaviestimet, kuten Signal ja Telegram, tarvitsevat osallistujien puhelinnumerot, joten GDPR:n mukaisin vaihtoehto tämä ei suoraan ole. Tietoturvasisintä ja käteväintä on luoda pikaviestimeen ryhmä ennakkoon ja jakaa kutsua tähän ryhmään. Näin liittymisestä saadaan vapaaehtoista ja ei tarvita puhelinnumerorekisteriä. Parhaimmillaan keskustelu jatkuu vielä pitkään tapahtuman jälkeen pikaviestimissä ja osallistajat verkostoituvat keskenään entisestään enemmän.



Kuva 6. Esimerkkikuva Signal-ryhmästä ja miten kutsua voi jakaa osallistujien kesken.

Jos tapahtuma striimataan YouTubessa, YouNow:ssa tai Twitchissä, on järkevää hyödyntää näiden palveluiden kommentointiominaisuutta. Kommentointi on käyttäjälle helppoa ja kaikki ohjelmistot eivät tarvitse kirjautumista, vaikka yleensä tätä suositaan. Kirjautuminen vähentää turhia roskakommentteja ja kommentointi pysyy helpommin asiallisena. Kommentointiin ja

keskusteluun saadaan enemmän persoonallisuutta, jos keskustelu tapahtuu omalla (käyttäjä)nimellä.

Heinäkuussa 2021 kaikissa yllä mainituissa striimausohjelmistoissa on mahdollisuus laittaa kommentointi niin sanotun maksulinkin taakse. Maksulinkki tarkoittaa, että kommentointi on mahdollista ainoastaan maksavana katsojana. Summan voi määrittää itse ja summasta menee prosenttiosuus palveluntarjoalle. Huomattavaa on, että maksulinkki ominaisuus voi poistua tai muuttua milloin vain. Maksulinkin etu on kommenttimäärän pienentyminen ja näin kommentteihin vastaaminen ja reagointi helpottuu.

6.6 Miten olla järjestäjänä läsnä etäosallistujille

Vaikka virtuaalisissa tapahtumissa järjestäjät ja osallistujat ovat erillään, on järjestäjällä keinoja olla läsnä olevampi etänäkin. COVID-19-pandemian aikana on yleistynyt erilaisten pakettien toimittaminen tapahtumien osallistujille. Paketit voivat sisältää kumppaneiden tuotteita, lahjakortteja, lounaan tai melkein mitä vain. Tämän kaltaiset toimitetut paketit tuovat lisäarvoa ja yllätyksellisyyttä osallistujille, vaikka ovat järjestäjälle kustannuserä. Lahjapakettien kaltaisten toimitusten ohella lanseeraustapahtumissa voi kokeilla tuotteen prototyypin tai demomallin ohjeiden toimittamista osallistujille. Näiden pakettien toimittamisen haaste on tietoturva. Jotta paketit saa toimitettua tarvitsee järjestäjän kerätä osallistujien kotiosoitteet ja tämä ei ole aina niin yksinkertaista. Jos näitä pakettien toimittamista tehdään tapahtumassa, on sen oltava osallistujille vapaaehtoista ja hyvä muutenkin tiedottaa etukäteen. Erityisesti jos paketti tarvitsee henkilön läsnäolon toimitusosoitteessa.

6.7 Virtuaalitapahtumien tulevaisuuden mahdollisuudet

Monesti tässä opinnäytetyössäkin viitattuna: tekniikka kehittyä ja etenee nopeasti. Tämän päivän uusien päivitys tai laite on joskus viikon päästä vanhentunutta. Tietotekniikan vanhentuminen vaikuttaa erityisesti virtuaalisissa sovelluksissa, eikä niin paljoa fyysisissä laitteissa. Tämän vuoksi tässä opinnäytetyössä tarkastellaan tulevaisuuden mahdollisuuksia laajemmalla katseella, eikä niinkään yksityiskohdittain tai sovelluskohtaisesti.

XR-todellisuus eli laajennettu todellisuus on osa tulevaisuutta, joka on vielä kehitysvaiheessa. Laajennetulla todellisuudella on mahdollista olla aistien välityksellä jossain paikassa, vaikka fyysisesti on muualla. VR-laseilla tarkasteltava todellisuus vie virtuaalitapahtuman osallistujan, vaikka yrityksen tehtaalle, toimistolle tai kokeilemaan uusinta laitetta poistumatta

osallistumispaikastaan fyysisesti. XR-todellisuus on vielä kallista toteuttaa ja tarvitsee lähes poikkeuksetta erillisen laitteen, esimerkiksi VR-lasit, jotta katsoja voi kokea laajennetun todellisuuden. XR-todellisuudessa on vielä pieni tarjonta, niin kysynnässä on havaittu nousua. Tästä johtuen on oletettavaa, että kysynnän ja tarjonnan määrät tulevat molemmat nousemaan (Gerencer 2021). Lisäksi VR-teknologian avulla voidaan lisätä kaikkien tapahtumien kävijämäärää turvallisesti ilman kapasiteettirajoituksia ja osallistujat saavat samankaltaisen kokemuksen simulaationa kotisohvalta tai paikan päällä. Tämä on suuri etu kysynnän kasvua ajatellen.

Yksi syy tähän on, että lisättyä todellisuutta on alettu toteuttamaan ilman lisälaitteiden käyttöä ja käyttäminen onnistuu jo pelkällä mobiiliapplikaatiolla. Jos lisälaitteita tarvitaan, tulisi laitteiden saatavuuden olla hyvää ja käyttäjälle kustannettavissa. Esimerkiksi suomalainen Arilyn –yritys tarjoaa XR-todellisuutta pelkällä applikaatiollaan. Applikaatiolla näytetään esimerkiksi prototyyppiä tai tuotetta tai jotain tilaa, ihan kuin kyseinen tuote olisi fyysisesti siinä mihin sovelluksella osoittaa (Arilyn 2021).

Laajennetun todellisuuden ohella on niin sanotut 3D-huoneet ovat yleistyneet suuresti. 3D-huoneella tarkoitetaan virtuaalisesti toteutettua kolmiulotteista tilaa, johon osallistujat osallistuvat 3D-hahmoina. Virtuaalisissa tapahtumissa 3D-huone on eräänlainen tapahtumapaikka muiden vaihtoehtojen joukossa, joka tarvitsee tapahtumanjärjestäjältä enemmän taloudellisia ja ajallisia resursseja. 3D-huoneissa on sama tilanne kuin laajennetun todellisuuden kanssa, eli kysyntää ja tarjontaa on verrattain vähän. Nämä tuotteet kehittyvät nopeasti ja tekniset haasteet vähentyvät tuotekehittelyn myötä, joten kysyntä ja tarjonta nousee todennäköisesti hyvin nopeasti.

Suomessa tunnetuin 3D-huoneena ja laajennetulla todellisuuden avulla järjestetty tapahtuma oli vuonna 2020 järjestetty vappukonsertti. Helsingin kaupungin ja musiikkiyhtye JVG:n toteuttama tapahtuma on Suomen historian suurin virtuaalitapahtuma (12.9.2021), joka keräsi 1,4 miljoonaa katsojaa (Helsingin kaupunki 2020). Tapahtumassa hyödynnettiin Suomessa ennennäkemättömällä tavalla 3D ja XR –teknologioita. Eri tekniikoiden avulla tapahtumapaikka oli virtuaalinen Senaatintori Helsingissä, osallistujat 3D-hahmoja ja JVG ja muut esiintyjät toimittivat esityksensä striimaamalla tapahtuman 3D-lavalle.



Kuva 7. Havainnollistava kuva JVG:n 3D- ja XR-keikasta

3D-huoneen tai laajennetun todellisuuden hyödyntäminen virtuaalisessa tapahtumassa tuo varmasti kävijöilleen lisäarvoa ja WOW-elementin. Jos näitä käyttää virtuaalisessa tapahtumassa, on kohderyhmän huomioiminen ja sen tunteminen tärkeää. Jos yleisö kokee nämä keinot liian haastaviksi, on heidän kokemuksensa tapahtumasta helposti negatiivinen.

Täysin uudenlaisten tekniikoiden lisäksi markkinoille on saapunut innovatiivisia virtuaalitapahtumasovelluksia. Näistä sovelluksista tällä hetkellä tunnetuin on hollantilainen BuzzMaster. BuzzMaster yhdistää perinteisempiä osallistamisen keinoja ja tarjoaa palvelun käytettäväksi BuzzMaster-henkilön. BuzzMaster henkilö osallistuu tapahtumaan virtuaalisesti. Tämän BuzzMasterin vastuulla on olla samanaikaisesti tekninen tuki, vastata kirjallisesti kysymyksiin, etsiä tarkkoihin kysymyksiin vastauksia, informoida tapahtumasta, tarjota pikaista статистиikkaa tapahtumasta ja muita tämänkaltaisia tehtäviä. Hän on ikään kuin virtuaalitapahtuman “hakukonepalvelu”, jotta esiintyjät ja tuottajat voivat keskittyä muihin tehtäviinsä (BuzzMaster 2018).

BuzzMasterin tai muiden tämänkaltaisten sovellusten kysyntä ei ole saanut yhtä suurta kiinnostusta kuin 3D-huoneet ja laajennettu todellisuus. BuzzMasterin kehitystä on helppo tulkita heidän verkkosivujen perusteella. Verkkosivut ovat saatavilla ainoastaan

hollanninkielellä ja kattavasta asiakasyritysluettelosta huolimatta tänä vuonna tapahtuneita BuzzMaster-tapahtumia on ollut verkkosivujen mukaan kaksi kappaletta (Buzzmaster 2021).

Kun mietimme miten suuren digiharppauksen olemme ottaneet nyt COVID-19-pandemian aikana, niin on itsestään selvää, että virtuaalitapahtumamarkkinoille tulee uusia tekniikoita ja sovelluksia. On mielenkiintoista nähdä minkälaisia yhteistyöskentelysovelluksia tulevaisuudessa käytämme tai onko perinteisemmät 2D-presentaatiot siirtyneet vähemmistöön. Se, että onko tulevaisuudessa tarvetta BuzzMasterin kaltaisille tuotteille jää nähtäväksi. BuzzMaster tekee lopulta vain työtä, joka olisi voitu tehdä sisäisesti ilman ulkopuolisia.

6.8 Osallistaminen tapahtuman päättyttyä

Osallistaminen ei pääty, kun tapahtuma päättyy. Tapahtuman päättyttyä on mahdollista luoda jatkumoa tulevaa varten, sekä lisätä yhteenkuuluvuuden tunnetta jo tapahtuman kävijöiden kesken. Sekä on yksi tärkeä jälkituotannon vaihe.

Palautteen kerääminen on tärkeä ja oleellinen osa tapahtumatuotantoa. Palautetta voi kysyä virtuaalisissa tapahtumissa jo heti tapahtuman loppupuolella avoimen keskustelun tai ennakkoon valmistellun linkin avulla. Tapahtuman aikainen palaute pidetään pääsääntöisesti mahdollisimman tiiviinä ja eteenpäin menevänä. Tämä sen takia, että moni osallistuja saattaa olla jo suuntaamassa ajatuksia seuraaviin asioihin ja odottelevat tapahtuman päättymistä. Etenkin jos juuri ennen palautekeskustelua on ollut kuormittavampi ohjelmanumero.

Palautekeskustelun lisäksi on kannattavaa lähettää kaikille osallistujille palautekysely. Palautekysely on pidempi kuin tapahtuman aikainen palautteen kerääminen, mutta sisällettävä vain oleellisia kysymyksiä. Yksi hyvä tapa lisätä palautekyselyyn vastaamista on ilmoittaa arvioitu kesto, joka palautekyselyn täyttämiseen menee.

Vastaajien määrää kasvatetaan lähettämällä palautekysely mahdollisimman nopeasti tapahtuman jälkeen. Mieluiten heti seuraavana päivänä, kun osallistujat ovat saaneet hieman prosessoida tapahtumaa itsekseen. Jos vastauksia saadaan verrattain vähän, on tämä jo itsessään palaute järjestäjille: joko palautekyselyn saatesanat tai tapahtuma on ollut epäkiinnostavaa, jos palaute on lähetty pikaisesti tapahtuman jälkeen.

Kaikissa palautekyselyissä tarvitaan vastausten keräämiseen aikaraja, jonka jälkeen ei voi enää vastata. Tämä luo toivottua painetta vastaajille ja antaa tapahtumanjärjestäjille sisäisen

aikataulun. Palautekyselyn vastaus ajan umpeuduttua käydään palaute läpi. Palautekysely teetetään kaikilla eri sidosryhmille (osallistujat, kumppanit, sisäinen tuotanto, esiintyjät jne.).

Saatu palaute kannattaa käydä läpi useammalla eri kerralla: Ensin selataan palautteet läpi ja onko joitakin tiettyjä teemoja, jotka toistuvat. Seuraavalla kerralla mietitään mitä saaduista palautteista voidaan oppia ja miten tehostetaan onnistuneita osioita lisää ja niin edelleen. Jokaisella organisaatiolla on omat tapansa, miten palaute käsitellään sisäisesti ja tämä on vain yksi tapa monista erilaisista tavoista. Palautteen läpikäyminen on erityisen tärkeää, kun kyseinen tapahtuma tai samankaltainen tapahtuma toistuu uudelleen.

Virtuaalisissa tapahtumissa palautekysely on hyvää jakaa kahteen osa-alueeseen: tekninen toteutus ja sisältö. Tämä selkeyttää vastaamista heti alussa, jotta on helpompi tarkastella onnistumisia ja epäonnistumisia. Toinen vaihtoehto on rakentaa kysymykset niin tarkoiksi, että vastaaja on tietoinen mitä kysymyksessä oikeasti kysytään. Haasteet voivat liittyä kyselyn muotoilun epäonnistuessa esimerkiksi hakijan tarpeeseen antaa palautetta vain tietyistä yksityiskohdasta kokonaisuuden sijaan. Laatija toivoo saavansa vastauksia koko tapahtumakokonaisuudesta, mutta kävijä saattaa kiinnittää huomiota vaikkapa ainoastaan teknisiin haasteisiin.

Palautteen tarkastelun ohella tapahtuman tavoitteen onnistumista tarkastellaan kanssa. Kuten aiemmin mainittu, tarvitsee jokainen tapahtuma tavoitteen. Syy siihen, että miksi tapahtuma järjestetään ja mitä siitä halutaan tai mitä sillä tavoitellaan. Kun alussa tapahtumalle on luotu selkeä tavoite, helpottuu tapahtuman sisäinen tarkastelu. Kyseessä ei ole yksiselitteinen kysymys ja vastaus, sekä valitettavan useasti tämä vaihe jää valitettavan jälkituotannossa tekemättä. Kun virtuaalisia tapahtumia on helpompi järjestää kuin fyysisiä tapahtumia, on tavoitteiden tarkastelu ennen ja jälkeen tapahtuman on vielä tärkeämpää. Tapahtuman järjestäminen ilman selkeää tavoitetta ei ole kustannustehokasta, eikä välttämättä tuo lisäarvoa järjestäjille. Näin ollen, jos tapahtumat ovat osa organisaation toimintaa, niin tapahtumia järjestetään vain oikeaan tarpeeseen.

Kun palaute on saatu ja tavoitteita tarkasteltu, on helppo listata seuraavat askeleet tapahtuman jälkeen. Kaikille sidosryhmille lähetetään vielä erikseen kiitosviesti, jossa kertoo saadusta palautteesta ja tapahtumisen onnistumisesta. Ja jos tapahtuma taltioitiin tai siitä on saatavilla muuta materiaalia tapahtuman jälkeen, huolehditaan niiden saatavuudesta. Esimerkiksi kiitosviestissä voi informoida, mistä tallenteen pääsee katsomaan. Sisäisesti voidaan alkaa jo

alustavasti samalla suunnitella seuraavaa tapahtumaa saadun kokemuksen, tiedon ja palautteiden perusteella. Ulkoisesti on tärkeää hyödyntää tapahtuman ympärillä tapahtuvaa kiinnostusta tapahtuman aikoihin, joten seuraavan tapahtuman markkinointi aloitetaan jo silloin. Missään tapauksessa tapahtuma ei saa kadota heti tapahtuman päätyttyä. Tapahtumien markkinointi on yleensä menestyneintä lähellä tapahtumaa, oli se ennen tai jälkeen itse tapahtuman. Tämä kannattaa ehdottomasti hyödyntää etenkin virtuaalisissa tapahtumissa. Virtuaalisten tapahtumien määrä on noussut suuresti vuosina 2020–2021 ja on oletettavaa, että kysyntä laskee COVID-19-pandemian väistyttyä.

7 LOPPUTUOTOKSESTA

7.1 Lopputuotoksen muoto ja perustelut

Lopputuotoksena Teknologiainfo Teknova Oy:lle tein kaksi erilaista opasta tämän opinnäytetyön perusteella. Tilaajan toiveissa oli saada selkeä ja helppokäyttöinen aineisto, jonka avulla he voivat lisätä virtuaalitapahtumiensa osallistuneisuutta ja vuorovaikutteisuutta. Tilaajaa edustavat työntekijät kokivat, että opinnäytetyönaiheen ympäriltä on saatavilla paljon tietoa. Yksinkertaista ja selkeää opasta ei ole saatavilla. He kokivat itse omien kokemuksiansa ja tapahtumien palautekyselyiden perusteella, että heidän virtuaalitapahtumansa kaipaavat lisää vuorovaikutusta järjestäjän ja osallistujien kesken.


On totta, että opinnäytetyön aiheesta löytyy nykyisin paljon erilaista tietoa ja materiaalia eri verkkolähteistä. Kuitenkaan mitään neutraalia selvitystä tästä aiheesta ei ole aikaisemmin tehty, ainakaan suomen kielellä julkisesti. Haasteena tässä opinnäytetyössä oli valikoida luotettavia verkkolähteitä, koska monet artikkelit aiheen ympäriltä on luotu markkinointi tarkoituksiin. Toisena haasteena tässä opinnäyte työssä on teknologian jatkuva kehittyminen. Tilaajan yksi toiveista oli saada selkoa eri osallistamisen työkaluista, viitaten erilaisiin käytettäviin sovelluksiin. Näitä työkaluja on käyty tässä opinnäytetyössä läpi suhteellisen lyhyesti eikä niinkään yksityiskohtaisen tarkasti mitä eri ominaisuuksia eri sovelluksista löytyy. Tarjotakseni mahdollisimman suuren hyödyn tilaajalle tästä opinnäytetyöprosessista, tein heille erillisen taulukon sovelluksista. Tästä taulukosta näkee nopealla vilkaisulla mitä ominaisuuksia eri sovelluksissa on ja milloin niistä hyötyy parhaiten. Osa syy tähän sovellusten melko tiiviiseen läpikäyntiin on näiden sovellusten jatkuva kehittyminen ja uusien sovellusten saapuminen markkinoille. Esimerkiksi tätä opinnäytetyötä aloittaessa kesäkuussa 2021 Microsoft Teamsin maksimiosallistujamäärä oli 300 kappaletta ja nyt kolme kuukautta myöhemmin maksimimäärä on tuhansia, riippuen ostetusta lisenssistä. Tästä syystä käsittelin tässä opinnäytetyössä ja tilaajalle tehdyssä tuotoksessa osallistamisen keinoja tarkemmin muilla tavoilla kuin sovelluskohtaisilla ominaisuuksilla.

Tilaajan toive oli saada lopputuotoksena opas virtuaalitapahtumien osallistamisesta. Oppaalla tarkoitetaan teosta, josta saa tärkeimmän ja oleellisen informaation tietystä aiheesta (Cambridge Dictionary 2021). Kun itse mietin opasta, tulee mieleeni kuvallinen opas, joka havainnollistaa oleellisen tiedon itselleni. Tämän vuoksi tilaajalle tehty ensimmäinen

tuotos on presentaatiotyökalulla tehty esitelmä aiheesta. Tässä esitelmässä on paljon havainnollistavaa tietoa faktojen tueksi, jotka on kaikki esitelty tarkemmin tässä opinnäytetyössä.

Tekniikasta

- **Tekniikan tulee toimia!**
- Hyvä äänen- ja kuvanlaatu aina
 - Yleisin syy miksi YouTube-video keskeytetään on huono äänen- tai kuvanlaatu
- Kokonaisvaltainen **testaus**
 - Testaa käytettävät sovellukset
 - Testaa lähetystekniikka
 - Varmista, että kaikki esiintyjät osaavat käyttää
 - Huomio lähety sviive aikataulussa
- Lähettäjän (tapahtuman järjestäjän) suosittava langallista verkkoyhteyttä



High-resolution **Low-resolution**

Kumpaa kuvaa katsoisit mieluummin?

10.9.2021
Teknologiateollisuus
21

Kuva 8. Kuva lopputuotoksesta ja siinä tehtävästä havainnollistamisesta. Diassa mainitut asiat perustuvat tähän opinnäytetyöhön.

Valitsin tämänkaltaisen lopputuotoksen sen monipuolisuuden vuoksi. Esitysmuotoinen tuotos antoi paljon mahdollisuuksia välittää tietoa tehokkaasti, ymmärrettävästi ja yksinomaan havainnollistavasti. Tilaajan toive oli saada selkeyttävää aineistoa, joten esitysmuotoinen opas mahdollistaa selkeät tietoiskut eri osa-alueista. Tuotoksen tavoitteena on palvella tilaajaa kiireisessä työelämässä. Koska tuotoksessa on yhteensä 48 diaa, sisältäen vähän tekstiä, on diojen lisänä lyhyt tekstimuotoinen tuotos. Tekstimuotoinen tuotos sisältää hieman enemmän tekstiä ja avaa auki esitysmuotoisen tuotoksen pointteja. Kumpikin tuotos on luettavissa ilman toisen tuotoksen lukemista ja kummassakaan tuotoksessa ei ole tietoa, jota toisessa tuotoksessa ei ole. Kaksi erilaista teosta on tehty erilaisten käyttäjien eduksi. Toiselle toimii kirjoitettu tiivis teksti ja toiselle havainnollistavat kuvat ja videot. Osittain näiden pohjalta on tuotettu aiemmin mainittu selkeyttävä taulukko opas siitä, että mitä keinoja on käytettävissä eri sovellusten avulla ja kuinka suurella kohderyhmälle.

Taulukko on neuvoa antava, jonka antamaa ohjeistusta tilaaja soveltaa tapahtumakohtaisesti. Taulukon ulkopuolelle on jätetty kaikissa tapahtumissa suoritettavat tehtävät, kuten kohderyhmän ja tavoitteiden määrittelyn. Korostan taulukossa osallistamisen keinoja, jotka tarvitset tietoteknistä osaamista ja erilaisia tässä opinnäytetyössä mainittuja sovelluksia. Esimerkiksi taulukon perusteella ei suositella ennakkotehtävien teettämistä yli 150 hengen virtuaalitapahtumissa. Tämä johtuu tehtävien läpikäynnin viemästä ajasta ja ilman läpikäyntiä voi hyötysuhde osallistujalle jäädä vaisuksi. Toisaalta taas jos tehtävät käydään yleisesti läpi, niin ennakkotehtävät ovat hyvä osallistamisen keino. Striimauksesta on hyötyä enemmän suurissa tapahtumissa, kun lähtökohtaisesti tavoitellaan jo suurta osallistujaryhmää. Jos kaikki osallistujat mahtuvat videokonferenssityökaluun, eli monipuolisesti osallistavaan työkaluun, niin striimauksesta ei useimmiten saada lisähyötyjä. Osallistamisenkeinojen työkaluista, joissa moni henkilö työskentelee samanaikaisesti ei ole tapahtuman aikana hyötyä. Työ saattaa sekoittua ja tarvitsee jälkikäteen selkeyttävää työtä. Tämän vuoksi suosittelen ideointi, ajatuskartta ja valkotaulujen käyttöä pienemmille osallistujaryhmille kerrallaan. Anonyymit kyselyt ja Q&A:t eivät pysy helposti anonyymeinä pienissä ryhmissä, joten pienen tapahtumien kohderyhmissä kannattaa pysyä transparenttina ja mahdollinen anonymiteetti jättää äänestyksiin. Laajennettua todellisuutta ja 3D-huoneita en suosittele tällä hetkellä pienen osallistujaryhmän tapahtumille kustannuserän suuruuden vuoksi. Taulukon tukena ja laajemman käsityksen saamiseksi kannattaa käyttää jotakin muuta lopputuotosta lisätiedon saamiseksi.

<u>Osallistujamäärä (hlö)</u>	<u>5-15</u>	<u>16-50</u>	<u>51-150</u>	<u>151-999</u>	<u>1000 -</u>
<u>Toiminto</u>					
Ennakkomateriaali	x	x	x	x	x
Ennakkokysely	x	x	x	x	x
Ennakkotehtävät	x	x	x		
Videokonferenssityökalu	x	x	x	x	
Striimaus			x	x	x
Pienryhmät/työpajat	x	x	x		
Ideointityökalu	x	x	x		

Todo-/Kanban-työkalu	x	x			
Ajatuskartta	x	x			
Valkotaulu	x	x			
Q&A	x	x	x	x	x
Anonyymi Q&A		x	x	x	x
Äänestys	x	x	x	x	x
Kysely	x	x	x	x	x
Anonyymiäänestys		x	x	x	x
Anonyymikysely		x	x	x	x
Videot	x	x	x	x	x
Chat	x	x	x	x	x
Toimitus kotiin	x	x	x	x	x
Palautekysely	x	x	x	x	x
Plus					
Pelillistäminen	x	x	x	x	x
Laajennettu todellisuus		x	x	x	x
3D-huoneet			x	x	x

Taulukko 3. Eri osallistamisen keinojen soveltaminen eri kävijämäärän tapahtumissa.

7.2 Arvio työn onnistumisesta

Itselleni oli tärkeää lopputuotosta tehdessä, että se on hyödynnettävissä tilaajan kaikissa virtuaalitapahtumissa. Tilaajan järjestämät tapahtumat ovat eri kokoluokan tapahtumia ja osa lyhyitä yhden tai kahden tunnin tietoisuuksia ja toiset muutaman päivän kestäviä koulutuksia. On itsestään selvää, että koulutuksen on oltava vielä enemmän osallistava, kun lyhyen tietoisuuksitapahtuman. Tietoisuuksitapahtumasta saadaan vuorovaikutteisempi pienillä teoilla ja

samalla osallistujakokemuksena onnistuneen. Näitä pieniä tekoja voivat olla vaikkapa 7–9 minuutin välein jotain muuta kuin puhetta, joku lyhyt video tai nopea äänestys.

Koitaa välittää tuotoksessa ja opinnäytetyössä viestiä, että virtuaalitapahtumat eivät ole pakollinen valittava vaihtoehto, vaan varteenotettava optio muutenkin ilman COVID-19-pandemian tuomaa pakkoa. Virtuaalisissa tapahtumissa on hyvin paljon hyötyjä verrattuna fyysisiin tapahtumiin ja kiinnittämällä enemmän huomiota osallistamiseen, on virtuaalisista tapahtumista saatavilla samankaltainen kokemus kuin fyysisistä tapahtumista. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, etteikö fyysisiä tapahtumia tarvittaisi nyt ja tulevaisuudessa. On oletettavaa, että hybriditapahtumat tulevat olemaan tulevaisuuden tapahtumamalli tulevaisuudessa työelämän tapahtumissa. Hybridimalli mahdollistaa fyysisten ja virtuaalisten tapahtumien parhaiden puolien yhdistämisen ja tämän opinnäytetyön osallistamisenkeinoja on mahdollista hyödyntää myös hybriditapahtumissa.

Koen vastanneeni työn alussa esitettyihin tutkimuskysymyksiin ja ennen kaikkea vastanneeni tilaajan tarpeeseen. Työn päätavoite oli tuottaa tilaajalle heitä palveleva aineisto, jonka avulla he onnistuvat kehittämään tapahtumiensa osallistamista. Vaikka itse en päässyt kokeilemaan tässä työssä ehdotettuja neuvoja, niin tilaajan puolelta on saatu jo viitteitä onnistuneista kokeiluista. Työn validiteetin kannalta on tärkeää, että tilaaja ottaa tässä työssä mainitut keinot jatkossa käyttöön ja soveltaa eri osallistamisen keinoja erilaisissa tapahtumissa. Vaikka työn keinoja ei ole virallisesti vielä kokeiltu, niin työ on validi. Näiden keinojen jalkauttaminen ei tarvitse tilaajan puolelta suuria ponnisteluja.

Itselleni voin pitää tätä työtä erinomaisena oppimiskokemuksena. Tämän työn avulla voin itsekin onnistua paremmin omissa virtuaalitapahtumissa, joissa olen mukana tuotannossa. Toivon tämän opinnäytetyön palvelevan kaikkia, jotka etsivät uusia keinoja parantaa virtuaalitapahtumien osallistamista.

7.3 Tilaaajan palaute

Opinnäytetyön tilaajan kanssa on käyty säännöllistä keskustelua koko opinnäytetyön prosessin ajan, joka on helpottanut palautteen saamista tasaisesti. Opinnäytetyön sisältö on esitelty tilaajalle 20.9.2021, jossa oli opinnäytetyön tekijän lisäksi paikalla neljä tilaajan työntekijää. Paikalla oli Teknologiateollisuus Teknova Oy:n toimitusjohtaja, tapahtumatuottaja, tapahtumakoordinaattori ja asiakaspalvelukoordinaattori.

Tilaaajalla on ollut ennestään jo ohjeistusta virtuaalitapahtumien osallistamisesta, jonka vuoksi lopputuotoksessa on hieman päällekkäisyyksiä heidän jo olemassa olevaan tietoon. Opinnäytetyön kannalta kaikki esitellyt tiedot ovat oleellisia ja kokonaiskuvan vuoksi näitä päällekkäisyyksiä esiintyy lopputuotoksissa. Päällekkäisyyksiä on vaikea välttää, koska opinnäytetyön tekeminen on aloitettu kesäkuussa 2021 ja COVID-19-pandemia alkoi 2019–2020 vuosien vaihteessa. Tästä johtuen tilaajan on pitänyt kerätä tietoa ennen tämän opinnäytetyön tekoa ja tämän työn tuotos koostaa nämä tiedot yhteen osaksi muita olemassa olevia keinoja.

Päällekkäisyyksien ja teknisten työkalujen läpikäymisen tiiviystä huolimatta tilaaja on tyytyväinen sekä kiitollinen opinnäytetyöstä ja sen tuotoksesta. Tilaajan puolelta lopputuotoksen kokonaisuus on heidän tarpeitansa palveleva, selkeyttää heidän kysymyksiään aiheen ympäriltä ja on yleisestikin kattava ja hyvä. Työ vastaa tilaajan tarpeita ja tukee heidän olemassa olevaa tietoa jo. Työ on kirjoitettu tilaajan toiveesta selkeällä suomen kielellä käyttämättä vierasperäisiä sanoja. Vaikka esitelmätuotoksessa on vierasperäisiä lyhenteitä tai sanoja, ovat ne kaikki selitetty auki. Päällekkäisyyksistä huolimatta työ tarjoaa kattavan ohjeistuksen jatkoa ajatellen heidän virtuaalitapahtumissansa. Tilaajan puolelta uskotaan, että he tulevat järjestämään virtuaalitapahtumia, COVID-19-pandemian lopulta hälvennyttyäkin. Tästä syystä työ on heille ajankohtainen nyt ja tulevaisuudessa. Tilaajalta on saatu tukea ja kommentteja koko opinnäytetyöprosessin tekemisen ajan, mikä on auttanut molempia osapuolia. Yleisesti opinnäytetyön tilaajan on kiitollinen työhön ja työpanoksesta siihen. Tilaaja uskoo tuotoksien palvelevan heidän tarpeitansa nyt ja tulevaisuudessa. Työssä esitellyillä keinoilla tilaajan on mahdollista lisätä kaikkien tapahtumien osallistuneisuutta.

Tilaaja kokee heille toimitettavien materiaalien tehostavan ja monipuolistavan heidän virtuaalitapahtumien osallistamista kattavasti. Erityisesti molempien oppaiden läpi välittyvä viesti virtuaalitapahtumassa olevan osallistujia eikä katsojia saa tilaajalta paljon kiitosta. Tämä lause on tilaajalle koko opinnäytetyön tärkein sanoma.



Muita huomioita

- Kameran auki kaikilla (pakottaa ei voi)
 - Neuvottava miten taustan voi sumentaa tai piilottaa
 - Huomioitava toki, että kaikilla ei nettinopeus siihen riitä. Tämä korostuu etenkin **suurissa** tapahtumissa
 - Kamera auki ainakin jos osallistuja puhuu
 - Helpottaa kaikkien vuorovaikutteisuutta: (mikro)ilmeet ja reaktiot
 - Tallenne (GDPR)
- Mikit kiinni, **pienissä** alle 12h:n tapahtumissa mikitkin voi olla kokoajan auki
- Näytön jakaminen tulee toteuttaa niin, että osallistujat näkevät samalla esiintyjän
- **Muista, että tapahtumassa on osallistujia eikä katsojia**

Kuva 9. Kuva lopputuotoksen osallistujia, eikä katsojia diasta

Opinnäyn tuotokset luovutettiin tilaajalle 20.9.2021 ja tuotokset otetaan käyttöön saman tien. Pitkin opinnäytetyöprosessia tilaajan edustajien kanssa on käyty vuorovaikutteista keskustelua, ja tilaaja on kokeillut joitakin keinoja jo, jotka mainitaan tässä työssä. Esimerkiksi ennakkomateriaalien käyttö Teknologiainfo Teknova Oy:n tapahtumissa on aiemmin jäänyt huomiomatta, ja tämä tieto on heidän sanojensa mukaan parantaa tapahtumien osallistuneisuutta.



Markkinointi ja viestintä

- Sisäinen viestintä: tavoitteet, kohderyhmä ja hyvä kommunikaatio
- Ulkoinen viestintä: markkinointi, mainonta ja tiedotteet jne.
- Ennakkomateriaalien, -kyselyiden ja -tehtävien hyödyntäminen
 - Helpottaa tutustumista kohderyhmään
 - Suoraa osviittaa ja palautetta vuorovaikutteisuudesta sekä toiveista tapahtumaan
- Tapahtumapaikan voi avata reilusti ennakkoon
 - Muutaman tunnin tapahtumassa 15-30 min ja muutaman päivän tapahtumassa vaikka jo päiviä etukäteen

Kuva 10. Kuva esitelmämuotoisesta lopputuotoksesta ennakkomateriaalien kohdalta

7.4 Ehdotukset jatkotoimista

Tilaaajalla on ennestään ollut hyvä käsitys ja arvokasta tietoa virtuaalitapahtumien osallistamisesta. Tästä huolimatta he kokivat tarvetta saada tukea ja selkeyttä olemassa olevaan tietoon. Kaikenlaiset tapahtumat ovat tilaajan toiminnassa oleellista, jonka vuoksi tapahtumista halutaan tasalaatuisia osallistujakokemuksia. Kun tämä opinnäytetyö ja siihen liittyvät tuotokset on luovutettu kokonaisuudessaan tilaajalle, niin tilaajan tulee jalkauttaa tuotokset kaikille tapahtumien parissa työskenteleville työntekijöille ja tapahtumien esiintyjille. Kannustan tilaajapuolta kokeilemaan ja onnistumaan eri osallistamisen keinoja. Jos joku osio ei toimi, voi sitä muokata jo tapahtuman aikana tai viimeistään seuraavaan tapahtumaan. Näillä keinoilla Teknologiainfo Teknova Oy:n tapahtumissa on mahdollista luoda onnistuneita osallistujakokemuksia fyysisissä, virtuaalisissa sekä hybridimallin tapahtumissa.

Itse toivon kuulevani tilaajan puolelta miten käytännön kokeilut ovat jatkuneet näiden osallistamisen keinojen parissa ja onko esimerkiksi pelillistämistä uskallettu kokeilla. Ymmärrän pelillistämiseen liittyviä ennakoasenteita, jonka vuoksi kannustan entisestään opinnäytetyön tilaajaa kokeilemaan rohkeasti sopivan kohderyhmän kesken. Vaikka en itse pääse mukaan kokeiluprosessia, niin uskon tilaajan tekevän hyvää kokeilua tämän työn pohjalta.

Tilaaajan edustajan sanojen mukaisesti saavat nämä työn perusteella kattavan kokonaisuuden järjestäjille ja esiintyjille, joten tärkeintä on jalkauttaa tämä työ ja siihen liittyvät tuotokset, sekä rohkeasti kokeilla eri osallistamisen tapoja. Tilaaajan edustajat tunnistavat omat puutteensa osallistamiseen liittyvään työhön ja uskovat, että tämän opinnäytetyön pohjalta saavat monipuolisesti lisää osallistamisen keinoja. Tämän perusteella käyttöönotto tulee olemaan heille helppoa ja saavat nopeasti konkreettista palautetta eri keinoista.

LÄHTEET

- 6Connex 2021. Virtual Events vs. Physical Events: The Definitive Pro-Con List. Viitattu 15.5.2021. <https://www.6connex.com/blog/virtual-events-vs-physical-events-pro-con-list/>
- Accelevents 2021a. Shifting from a Physical to a virtual event. Viitattu 17.5.2021. <https://www.accelevents.com/shift-to-a-virtual-event/>
- Accelevents 2021b. Top 14 Virtual Conference Platforms. Viitattu 17.5.2021. <https://www.accelevents.com/top-14-virtual-conference-platforms/>
- Allen, Judy 2008. Event Planning: The Ultimate Guide To Successful Meetings, Corporate Events, Fundraising Galas, Conferences, Conventions, Incentives and Other Special Events. 1.painos. Mississauga. John Wiley & Sons Canada, Ltd.
- Allen, Kieron 2021. Best virtual event platforms of 2021. Viitattu 30.6.2021 <https://www.techradar.com/best/best-virtual-event-platforms>
- Arllyn 2021. Cases. Viitattu 28.8.2021. <https://arilyn.com/cases>
- Bizabbo 2021. 18 Event Invitation Emails Proven To Work. Viitattu 31.8.2021. <https://blog.bizzabo.com/event-invitation-email-examples>
- BuzzMaster 2018. BuzzMaster, the best event interaction tool available! Viitattu 12.9.2021. <https://www.youtube.com/watch?v=H0wxOaLPMu8>
- BuzzMaster 2021. Cases. Viitattu 12.9.2021. <https://www.buzzmaster.nl/cases/>
- Cambridge Dictionary 2021. Benchmarking. Viitattu 17.5.2021. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/benchmarking>
- Cambridge Dictionary 2021. Communal. Viitattu 15.5.2021. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/communal>
- Cambridge Dictionary 2021. Event. Viitattu 13.5.2021. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/event>
- Cambridge Dictionary 2021. Guide. Viitattu 10.9.2021. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/guide>
- Cambridge Dictionary 2021. Workshop. Viitattu 19.7.2021. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/workshop>
- Dahl, Mitjo 2020. Tapahtumajärjestäjien kokemuksia virtuaalitapahtumien järjestämisestä. Haaga-Helia Ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. Viitattu 18.7.2021. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2020111622942>
- Dickson, Geoff & Robinson, Peter & Wale, Debra 2010. Events Management. 1.painos. Wallingford, Oxfordshire. CABI.
- Discover Design 2021. Design Process. Viitattu 19.7.2021. <https://discoverdesign.org/handbook>
- Dufva, Mikko 2019. Megatrendit 2020. Viitattu 18.7.2021. <https://media.sitra.fi/2019/12/15143428/megatrendit-2020.pdf>

- Duodecim Terveyskirjasto 2021. Uusi koronavirus (COVID-19). Viitattu 17.5.2021.
<https://www.terveyskirjasto.fi/dlk01257>
- Event Bride 2016. The Complete Guide to Audience engagement. Viitattu 9.9.2021.
<https://www.eventbrite.ie/blog/audience-engagement-ds00/>
- Fender, Jessica 2021. How to write a perfect invitation for your virtual event. Viitattu 19.7.2021. <https://www.smartmeetings.com/tips-tools/133785/how-to-write-a-perfect-invitation-email-for-your-virtual-event>
- Finngraf 2017. Milloin seminaari kannattaa järjestää verkossa? Viitattu 18.7.2021.
<https://finngraf.fi/2017/05/milloin-seminaari-kannattaa-jarjestaa-verkossa/>
- GDPR.EU 2020. What is GDPR, the EU's new data protection law? Viitattu 30.6.2021.
<https://gdpr.eu/what-is-gdpr/>
- GDPR.EU 2021. A guide to GDPR data privacy requirements. Viitattu 12.9.2021.
<https://gdpr.eu/data-privacy/>
- Gerencir, Tom 2021. What Is Extended Reality and How Is It Changing the Future? Viitattu 28.7.2021. <https://www.hp.com/us-en/shop/tech-takes/what-is-xr-changing-world>
- Getz, Don 2007. Event Studies. 1. painos. Oxford. Elsevier.
- Google Support 2021. Striimin viive. Viitattu 18.7.2021.
<https://support.google.com/youtube/answer/7444635?hl=fi>
- Helsingin kaupunki 2020. JVG:n ikuinen vappu –virtuaalikeikka keräsi 1,4 miljoonaa katsojaa. Viitattu 12.9.2021. <https://www.hel.fi/uutiset/fi/kaupunginkanslia/helsingin-ensimmäinen-etavappu-sujui-rauhallisesti>
- Helsingin Yliopisto Tiedekulma. Vinkit tapahtuman markkinointiin ja viestintään. Viitattu 18.5.2021. <https://www2.helsinki.fi/fi/tiedekulma/vinkit-tapahtuman-markkinointiin-ja-viestintaan>
- Hujanen, Heidi 2016. Tikkurila Festivaali 2017 artistit julki. Tiedote. Viitattu 15.5.2021.
<https://www.epressi.com/tiedotteet/musiikki-ja-viihde/tikkurila-festivaali-2017-artistit-julki.html>
- Huttunen, Pekka 2020. Tapahtumien tulevaisuus on hybridi. Viitattu 18.7.2021.
<https://www.eventilla.com/tapahtumien-tulevaisuus-on-hybridi/>
- Häyrinen, Eija & Vallo, Helena 2014a-d. Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tietosanoma Oy. 4. painos. Tallinna.
- Ihalainen, Tarja 2021. Osallistaminen virtuaalitalaisuuksissa webinaarin tallenne.
- Kahoot 2021. How it works. Viitattu 19.7.2021. <https://kahoot.com/schools/how-it-works/>
- Kantojärvi, Piritta 2012. 1. painos. Helsinki. Alma Media.
- Kaski, Kristiina & Laakso, Satu & Laasaksenaho, Sirkka & Paarto, Noora 2021. Oppinäytetyö-yhteistyö. Yksityinen palaveri. 17.5.2021
- Keeley, Joe 2020. 10 Interactive Movies You Can Watch And Control Online. Viitattu 18.7.2021. <https://www.makeuseof.com/tag/3-free-interactive-movies-web-control/>

- Kerr, Mike 2021. How to add humor you your meetings: 50+ ways to add humor. Viitattu 18.7.2021. <https://mikekerr.com/free-articles/humour-in-the-workplace-articles/weve-got-to-start-meeting-like-this/>
- Kinnunen, Suvi 2017. Oikeanlainen sisältö elävöittää tapahtuman. Viitattu 19.5.2021. <https://messukeskus.com/blogs/oikeanlainen-sisalto-elavoittaa-tapahtuman/?WPACFallback=1&WPACRandom=1621420499825>
- Kinnunen, Suvi 2017. 5 vinkkiä - näin tavoitat oikeat ihmiset tapahtumamarkkinoinnissa. Viitattu 22.6.2021. <https://eventolehti.fi/artikkelit/5-vinkkia-nain-tavoitat-oikeat-ihmiset-tapahtumamarkkinoinnissa/>
- Korhonen, Heidi & Korkalainen, Karoliina & Pienimäki, Tanja & Rintala, Satu 2015. Tapahtumajärjestäjän opas. Laurea Ammattikorkeakoulu. Julkaisut, 34. Viitattu 17.5.2021. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-799-426-2>
- Koetsier, John 2020a. Virtual Events Up 1000% Since COVID-19, With 52,000 On Just One Platform. Viitattu 13.5.2021. <https://www.forbes.com/sites/johnkoetsier/2020/05/27/virtual-events-up-1000-with-52000-on-just-one-platform/?sh=258c501d7a23>
- Koetsier, John 2020b. 10 reasons virtual events will fail. Viitattu 18.7.2021. <https://johnkoetsier.com/10-reasons-virtual-events-will-fail/>
- Kortleven, Cyriel 2021. No more boring online sessions. Viitattu 6.7.2021. <https://materials.liveto.io/no-more-boring-online-sessions>
- Kubla 2021. Kohdennettu mainonta - mitä, miksi ja milloin? Lue lyhyt intro-oppaamme. Viitattu 18.5.2021. <https://kubla.fi/blogi/kohdennettu-mainonta/>
- Kumpula, Jonna 2021. Yksi tapahtuma voi työllistää tuhansia ja tuo - ttaa miljoonia euroja kaupungille - näin merkittävä Metallican jättikonsertti oli Hämeenlinnalle. Viitattu 15.5.2021. <https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/yksi-tapahtuma-voi-tyollistaa-tuhansia-ja-tuottaa-miljoonia-euroja-kaupungille-nain-merkittava-metallican-jattikonsertti-oli-hameenlinnalle/8116686#gs.1eoyez>
- Kämppi, Sami 2019. Älytilat tulevat - Onko tilojen älykkyys seuraava digitaalinen vallankumous? Viitattu 16.7.2021. <https://www.op-media.fi/digitalisaatio/alytilat-tulevat---onko-tilojen-alykkyys-seuraava-digitaalinen-vallankumous/>
- Lakkaneva, Tiina 2020. Opas virtuaalisten työpajojen järjestämiseen. Viitattu 15.6.2021. https://www.maaseutu.fi/uploads/Opas-virtuaalityopajojen-jarjestamiseen_maaseutuverkosto.pdf
- Laakso, Satu & Luomanpää Reeta & Sivonen, Tuula 2021. Yksityiset haastattelut virtuaalitapahtumista. 29.6.2021 ja 30.6.2021.
- Liikamaa, Annika & Westerholm, Thomas & Wirén Milla 2021. Tapahtumateollisuuden toimialakatsaus 2020 osa 1. Viitattu 15.5.2021. <https://www.tapahtumateollisuus.fi/wp-content/uploads/2020/07/Tapahtumateollisuuden-toimialaraportti-2020-osa-1.pdf>
- Liimatainen, Hanna 2020. 25 Digital Facilitation Tools for Virtual Workshops & Events. Viitattu 30.6.2021. <https://www.howspace.com/resources/digital-facilitation-tools>

- Liveto Salla 2021. 5 väitettä virtuaalitapahtumista ja miksei ne aina pidä paikkaansa. Viitattu 9.9.2021. <https://blog.liveto.io/blog/5-vaitetta-virtuaalitapahtumista-ja-miksei-ne-aina-pida-paikkaansa>
- Liveto webinaari “No more boring online sessions” 26.5.2021. Viitattu 15.6.2021.
- Liveto webinaari “Vinkit virtuaalitapahtuman viihtyvyyteen” 15.6.2021. Viitattu 15.6.2021.
- Mein, Karen & Marques Lénia & Richards Greg 2014. Event Design: Social perspectives & practices. 1. painos. London. Routledge.
- Mighty Networks 2021. Virtual Event Definition - What is a virtual event. Viitattu 18.5.2021. <https://www.mightynetworks.com/encyclopedia/virtual-event>
- Mikkola, Marko 2021. Yksityinen tietoturvakoulutus (AW Academy Cyber Security). 12.7.2021.
- Nielsen, Fredrik 2019a. 18 tapaa osallistaa yleisöä tapahtumassa. Viitattu 19.5.2021. <https://billetto.fi/blog/increase-audience-engagement-at-event/>
- Nielsen, Fredrik 2019b. Miten tehdä ja hallita tapahtuman budjetti ammattilaisen ottein. Viitattu 2.6.2021. <https://billetto.fi/blog/miten-tehda-ja-hallita-tapahtuman-budjetti-ammattilaisen-ottein/>
- Niemelä, Hanna 2021. Osallistaminen for dummies - mitä jokaisen tulisi tietää. Viitattu 18.5.2021. <https://www.fountainpark.fi/blogi/osallistaminen-for-dummies/>
- Nolan, Heather 2021. Event Gamification: 5 Ways to gamify your virtual event. Viitattu 19.7.2021. <https://www.sidecarglobal.com/strategy/5-ways-to-gamify-your-virtual-event/>
- OKM 2015. Kulttuuritapahtumien järjestäminen. Sääntelyn ja byrokratian purkamisen tarpeita koskeva kartoitus. Tekijät: Anne Matteredo ja Hannu Sulin. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2015:21. <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/75151/tr21.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- OKM 2014. Osallistumista ja aktivointia. KUULTO-toimintakokeilun matkassa. Tekijät: Sari Minna Havimäki, Olli Jakonen ja Anita Kangas. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2014:11. <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/75223/okm11.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Parpei, Ria 2018. Tee toimi saa aikaan. Alma Media. 1. painos. Helsinki.
- Pinola, Marko 2017. Pelillistäminen kasvoi melkein huomaamatta hypestä osaksi arkea. Viitattu 19.7.2021. <https://yle.fi/uutiset/3-9600219>
- Rauhala, Mervi 2021. 5 tips for a great remote workshop. Viitattu 17.7.2021. <https://www.eficode.com/blog/5-tips-for-a-great-remote-workshop>
- Rissanen, Jenni 2020. Kuinka osallistaa etänä? Viitattu 19.5.2021. <https://pajuconsulting.fi/osallista-etana/>

- Scales, Don 2021. With Virtual Events Likely Here to Stay, Make Them Succeed For You. Viitattu 19.7.2021. <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2021/02/10/with-virtual-events-likely-here-to-stay-make-them-succeed-for-you/?sh=74e88d590d4e>
- Sli.do 2021. Live Q&A. Viitattu 19.7.2021. <https://www.sli.do/features-live-qa>
- Social Tables 2020. 29 Tips for Comprehensive Social Media Event Strategy in 2020. Viitattu 19.5.2021. <https://www.socialtables.com/blog/social-media/comprehensive-strategy/>
- Social Tables 2021. Market Virtual Events: 12 Top Strategies. Viitattu 6.7.2021. <https://www.socialtables.com/blog/event-planning/strategies-for-marketing-virtual-events/>
- Suomi, Annika 2020. Kuinka valita puhuja tapahtumaan? Viitattu 14.7.2021 <https://blogi.messukeskus.com/kuinka-valita-puhuja-tapahtumaan>
- StreamGo 2021. Virtual Event Timing: When & How Long. Viitattu 19.7.2021. <https://streamgo.co.uk/articles/how-to-time-your-virtual-event>
- Tapahtumantekijät 2021. Virtuaalitapahtuma. Viitattu 18.5.2021. <https://www.tapahtumantekijat.fi/virtuaalitapahtuman-jarjestajalle>
- Tapahtumateollisuus 2021. Tapahtumateollisuus lausui hallituksen exit-suunnitelmasta. Viitattu 13.5.2021. <https://www.tapahtumateollisuus.fi/ajankohtaista/2021/04/tapahtumateollisuus-lausui-hallituksen-exit-suunnitelmasta/>
- Teknologiainfo Teknova Oy 2021. Teknologiainfo Teknova Oy. Viitattu 17.5.2021. <https://teknologiainfo.net/fi/teknologiainfo-teknova-oy>
- Teknologiainfo Teknova Oy 2020–2021. Palautekyselyiden vastaukset “Työntekijöiden palkkarakenne” -kursseilta. Viitattu 15.6.2021
- Pasi Toivanen (toim.) Kulttuurituottajan uudet työvälineet - Katsauksia kulttuurin ja teknologian rajapinnoille 2019. Humanistinen Ammattikorkeakoulu julkaisuja, 86. Helsinki.
- Tse, Samson 2021. Differences Between Running Virtual Event and Physical Event. Viitattu 17.5.2021. <https://eventx.io/blog/virtual-events/physical-event-planning-vs-virtual-event-planning/19184/>
- Tupu Creative 2019. Mitä fasilitointi tarkoittaa? Viitattu 19.5.2021. <https://www.tupucreative.fi/2019/04/mita-fasilitointi-tarkoittaa/>
- Venus World 2021. 8 Facts About Virtual Events That You Need To Know. Viitattu 18.7.2021. <https://venuesworld.com/8-facts-about-virtual-events-that-you-need-to-know/>
- Virolainen, Jutta 2015. Kulttuuriosallistumisen muuttuvat merkitykset. Cuporen julkaisuja 26/2015. Viitattu 19.5.2021. https://www.cupore.fi/images/tiedostot/kulttuuriosallistumisenmuuttuvatmerkitykset_000.pdf
- Visit Tampere 2021. Tapahtumajärjestäjän opas. Viitattu 2.6.2021. https://visittampere.fi/wp-content/uploads/2018/09/Tapahtumajarjestajan_opas_verkko.pdf

Williams, Caroline 2017. Five ways science can improve your focus. Viitattu 18.7.2021.
<https://www.bbc.com/worklife/article/20170925-the-surprising-tricks-to-help-you-focus-at-work>

KUVALUETTELO

- Kuva 1. Vastauksia Teknovan virtuaalitapahtuman palautekyselyistä. Teknologiaiinfo Teknova Oy:n yksityinen palauteaineisto 2021.
- Kuva 2. Inbound 2017 -tapahtuman kutsu. Bizabbo 2021. 18 Event Invitation Emails Proven To Work. Viitattu 31.8.2021. <https://blog.bizzabo.com/event-invitation-email-examples>
- Kuva 3. Kuva esitysmuotoisesta lopputuotoksesta tilaajalle, 2021. Osallistaminen Teknovan virtuaalitapahtumissa, dia 30. Wilma Juvonen.
- Kuva 4. Kuva esitysmuotoisesta lopputuotoksesta tilaajalle, 2021. Osallistaminen Teknovan virtuaalitapahtumissa, dia 33. Wilma Juvonen.
- Kuva 5. Microsoft Teams “etsi ja löydä” -peli. Microsoft Teams Scavenger Hunt: Intermediate level. Young 2020. Viitattu 12.9.2021. <https://www.talksocialtome.com/microsoft-teams-scavenger-hunt-intermediate-level/>
- Kuva 6. Esimerkki Signal-ryhmästä 2021. Kuvakaappaus otettu Signal-sovelluksesta puhelimella.
- Kuva 7. Helsingin kaupunki 2020. JVG:n ikuinen vappu –virtuaalikeikka keräsi 1,4 miljoonaa katsojaa. Viitattu 12.9.2021. <https://www.hel.fi/uutiset/fi/kaupunginkanslia/helsingin-ensimmäinen-etavappu-sujui-rauhallisesti>
- Kuva 8. Esitysmuotoisesta lopputuotoksesta tilaajalle, 2021. Osallistaminen Teknovan virtuaalitapahtumissa, dia 21. Wilma Juvonen.
- Kuva 9. Lopputuotoksen dia “osallistujia, eikä katsojia”, 2021. Osallistaminen Teknovan virtuaalitapahtumissa, dia 20. Wilma Juvonen.
- Kuva 10. Esitelmämuotoisesta lopputuotoksesta ennakkomateriaali dia, 2021. Osallistaminen Teknovan virtuaalitapahtumissa, dia 8. Wilma Juvonen.

LIITTEET

Liite 1. Tilaajan graafisella ohjeistuksella tehty alkuperäinen taulukko sovellusten käytettävyydestä eri sovelluksissa.

Osallistujamäärä (kpl)	5-15	16-50	51-150	151-999	1000 -
Toiminto	Osallistamisen keinon sovellettavuus per kohderyhmä				
Ennakkomateriaalit	✓	✓	✓	✓	✓
Ennakkokyselyt	✓	✓	✓	✓	✓
Ennakkotehtävät	✓	✓	✓		
Videokonferenssityökalu	✓	✓	✓	✓	
Striimaus			✓	✓	✓
Pienryhmät/työpajat	✓	✓	✓		
Ideointityökalu	✓	✓	✓		
Todo-/Kanban-työkalu	✓	✓			
Ajatuskartta	✓	✓			
Valkotaulu	✓	✓			
Q&A	✓	✓	✓	✓	✓
Anonyymi Q&A		✓	✓	✓	✓
Äänestys	✓	✓	✓	✓	✓
Kysely	✓	✓	✓	✓	✓
Anonyymiäänestys	✓	✓	✓	✓	✓
Anonyymikysely		✓	✓	✓	✓
Videot	✓	✓	✓	✓	✓
Chat	✓	✓	✓	✓	✓
Toimitus kotiin	✓	✓	✓	✓	✓
Palautekysely	✓	✓	✓	✓	✓
Plus					
Pelillistäminen	✓	✓	✓	✓	✓
Laajennettu todellisuus		✓	✓	✓	✓
3D-huoneet			✓	✓	✓
Mitä sovellusta käytätkin, muista tietoturva!					

Liite 2. Teknologiainfo Teknova Oy:n aineistoiden kansikuva.



Liite 3. Teknologiainfo Teknova Oy:lle toimitetun tekstimuotoisen oppaan sisällysluettelo tilaajan graafisen ilmeen mukaisesti.

Osallistaminen virtuaalitapahtumissa

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	2
2 ENNEN TAPAHTUMAA	3
3 TAPAHTUMAN AIKANA	4
4 OSALLISTAMISEN KEINOT JA TYÖKALUT	6
5 TAPAHTUMAN JÄLKEEN	8



Liite 4. Teknologiainfo Teknova Oy:lle toimitettu tekstimuotoisen oppaan sisältö tilaajan graafisen ohjeistuksen mukaisella fontilla.

1 JOHDANTO

Tämä opas sisältää keinoja lisätä virtuaalitapahtumasi osallistuneisuutta. Sama opas on tehty esitelmämuotoisena presentaatiota, joka sisältää havainnollistavia kuvia ja muita esimerkkejä. Kumpikin opas on käytettävissä yhdessä tai erikseen.

Tämä opas perustuu opinnäytetyöhön. Työn on tehnyt Humanistisen Ammattikorkeakoulun kulttuurituotannon opiskelija. Oppaan tavoite on tarjota Teknologiainfo Teknova Oy:n virtuaalitapahtumiin erilaisia keinoja lisätä tapahtumien osallistuneisuutta.

Oppaassa keskitytään työelämän tapahtumiin, kuten webinaareihin, konferensseihin, koulutuksiin ja työpajoihin. Keinoja on tarkasteltu kaikkien kokoluokkien tapahtumissa, oli osallistujamäärä 10, 100 tai 1000 osallistujaa.

Opas sisältää neljä eri osa-aluetta:

1. Ennen tapahtumaa
2. Tapahtuman aikana
3. Osallistamisen keinojen työkalut
4. Tapahtuman jälkeen

Jokainen osa-alue sisältää pienempiä osa-alueita.

Oppaassa puhutaan osallistujakokemuksesta. Osallistujakokemuksella tarkoitetaan kokonaisvaltaista elämystä, jonka kävijä saa tapahtumasta. Kokemukset perustuvat aisteihin. Virtuaalisissa tapahtumissa osallistujakokemus perustuu enimmäkseen kahteen aistiin: kuulo ja näkö. Muista tämä tapahtumaa luodessa.

Tapahtumissa on osallistujia, eikä katsojia.

2 ENNEN TAPAHTUMAA

Tavoite. Ennen päätöstä tapahtuman järjestämisestä ja tuotannon käynnistämisestä tapahtuman tavoite selkeytetään ja konkretisoidaan. Tässä muutamia kysymyksiä tavoitteen määrittelyn tueksi:

- Miksi tapahtuma järjestetään?
- Mikä on tapahtuman tavoite?
- Mitä saan tästä järjestäjänä/järjestäjälle?
- Mitä osallistuja saa tästä?
- Miksi osallistuisin tähän tapahtumaan?

Kohderyhmä. Jokaisella tapahtumalla on kohderyhmä. Se miten laaja kohderyhmä demograafisesti on, vaihtelee paljon tapahtumakohtaisesti ja yhtä oikeaa vastausta tähän ei ole. Kohderyhmän tunteminen on merkittävä tuki luomaan tasavertainen osallistujakokemus virtuaalisissa tapahtumissa. Kun tunnet kohderyhmääsi, niin vähennät paikalle saapumattomien määrää. Kohderyhmän määrittelyyn voi hyödyntää:

- Aikaisemmat vastaavanlaiset tapahtumat
- Ennakoon ja erikseen määritelty kutsulista
- Yhteistyökumppaneiden mielikuvat

- Esimerkki Red Bull vs. Taittinger
- Onko yhteistyökumppanilla bränditietoisia seuraajia?
- Esiintyjien mielikuvat
 - Onko esiintyjillä uskollisia seuraajia?
 - Edustaako esiintyjä jotain elämäntapaa tai -tyyliä? Esimerkiksi urheilija tuo paikalle lajin seuraajia.
- Ennakkomarkkinointi:
 - Minkälainen kohderyhmä reagoi markkinointiin?
- Ennakkorekisteröinti
 - Mahdollisuus demografiseen tietoon. Muista GDPR!
- Tapahtuman tavoitteiden avulla
 - Esimerkki: Jos tapahtumantavoite on suomalaisten kasvuyritysten yrittäjien ja yrityssijoittajien verkostoituminen → Kohderyhmä koostuu pitkälti näistä

Kävijämäärä. Tapahtuman tavoite osallistujamäärä vaikuttaa suoraan osallistamisen keinoihin. Kun suunnitellaan tarvittavia osallistamisen keinoja tapahtumassa, niin on huomioitava tapahtuman oletettu kävijämäärä.

Kävijämäärät jaetaan yleensä pieniin, keskikokoisiin ja suuriin tapahtumiin.

- Pieni = 5–15 osallistujaa
- Keskikokoinen = joitakin kymmeniä osallistujia
- Suuri = satoja – tuhansia osallistujia

Markkinointi ja viestintä. Tapahtumamarkkinointi on iso oma osa-alue, johon kannattaa käyttää markkinoinnin ja viestinnän ammattilaisten apua. He osaavat luoda interaktiivista ulkoista viestintää, joka helpottaa järjestäjää ja osallistujia. Osallistujista saadaan vuorovaikutteisia ja järjestäjä saa arvokasta tietoa kohderyhmästä.

Muista sujuva sisäinen viestintä myös! Viesti kohderyhmästä, tavoitteista ja pidä yllä hyvä kommunikaatio.

Ennakkomateriaalien, -kyselyiden ja -tehtävien hyödyntäminen on tehokas tapa lisätä tapahtuman osallistuneisuutta. Osallistujat ovat halutessaan päässeet tutustumaan ennakkoon ja ovat tuttuja tapahtuman teeman kanssa. Tapahtumajärjestäjälle ennakkomateriaalit tarjoavat suoraa osviittaa ja palautetta kuinka vuorovaikutteisia osallistujat ovat ennakkoon. Jos ennakkomateriaali ei ole saanut reagoitua, on syytä lisätä muiden osallistamisen keinojen määrää.

Tapahtumapaikan voi avata reilusti ennakkoon. Jos osallistujat pääsevät hyvissä ajoin tapahtumapaikalle ja saavat sitä kautta lisää materiaalia, oletettavasti heidän osallistuneisuutensa kasvaa. Tapahtumapaikalle voi esimerkiksi luoda vapaan keskustelun tilan, tuoda videotervehdyksiä tai materiaalia kulisseista.

Kun virtuaalitapahtumaa käsikirjoittaa, on aina hyvä jättää pieni joustovara tapahtuman aikana tapahtuviin muutoksiin. Pois lukien tapahtumat, joissa aikataulun tulee olla hyvin tarkka. Esimerkiksi jos kyseessä on suuri televisioitava tapahtuma tai esiintyjissä on merkittäviä kansainvälisiä ja/tai poliittisia henkilöitä.

Kutsu. Kutsumiseen kiinnitetään enemmän huomiota virtuaalisissa tapahtumissa. Sähköpostikutsun tulee olla personoitu. Kutsussa on oltava:

- Selkeästi ja useasti tavoite, jota kutsun saajan tulee tehdä. Esimerkiksi klikata linkkiä lipunmyynnin verkkosivuille tai rekisteröidä itsensä osallistujiin rekisteröintisivulla.

- Tapahtuman Tone of Voice (ToV), eli sävy ja tapa, jolla tapahtumasta ja tapahtuman aikana kommunikoidaan. Esimerkiksi käytetäänkö huumoria, hymiöitä, puhekieltä tai vieraskielisiä sanoja.
- Lyhyt informatiivinen tieto

Onnistunut kutsu lisää osallistujan innostuneisuutta tapahtumaa kohtaan ja tekee hänestä vuorovaikutteisen osallistujan.

3 TAPAHTUMAN AIKANA

Tapahtumaohjeistus. Jokaisen tapahtuman aikana annetaan yleiset ohjeet, miten tapahtumassa toimitaan. Näitä ohjeita voi olla:

- Kamerat auki – vahva pyyntö tähän osallistujille
- Mikit kiinni
- Pyydä sulkemaan muut sovellukset, välilehdet, puhelin lentotilalle jne.
- Miten saa puheenvuoron
 - o Pienissä tapahtumissa voi keskeyttää ja puhua ”päälle”
 - o Chat
 - o Viittaustoiminto
- Info ja ohjeet tapahtuman aikana käytettävistä tapahtumista. Suurissa tapahtumissa kannattaa jakaa tieto ja ohjeet ennakkoon ja tapahtuman aikana vain varmistaa osaaminen.
- Jos tapahtuma taltioidaan, tiedota vielä erikseen ennen taltioinnin aloittamista. Hyvä tiedottaa myös ennen tapahtumaan osallistumista.
- Kannusta epätäydellisyyteen, jos sopii ToViin. Lemmikkien, lapsien (GDPR) tai sukulaisten vilahtaminen kamerassa on ok. Saa pukeutua rennosti tai juoda kahvinsa hauskaasta kahvimukista jne.

Kameroiden auki pitäminen helpottaa kaikkien osallistujien vuorovaikutteisuutta ja vähentää kynnystä osallistua enemmän. Kaikki näkevät toistensa (mikro)ilmeet ja reaktiot. Jos osallistujat eivät halua näyttää taustaansa, voi heitä neuvoa miten taustan saa sumennettua tai piilotettua kokonaan. Muista kuitenkin, että kaikilla osallistujilla ei ole tarpeeksi hyvää nettinopeutta pitämään kameraa auki.

Mikit kannattaa pitää kiinni, näin ei kuulu tausta meteliä eikä ääni ala ”kiertämään”. Pienissä ihan maksimissaan 12 hengen tapahtumissa mikit voivat olla auki, jos kaikki ovat rauhallisessa ympäristössä.

Sisältö. Ilman onnistunutta sisältöä tapahtuman osallistujat ovat tuskin kovin vuorovaikutteisia. Hyvä sisältö palvelee osallistujia ja tapahtuman tavoitteita. Valitse esiintyjä, jotka ovat kiinnostavia, asiantuntevia ja ajankohtaisia. Työelämän tapahtumissa sisällön tulee olla faktaan perustuvaa, joka luo keskustelua ja haastaa osallistujia ajatteluun ja kyseenalaistamiseen.

Vaikka kyseessä on asiatapahtuma, saa tapahtumassa olla iloa, huumoria ja yllätyksellisyyttä. Tämä on erittäin toivottua!

Virtuaalisissa tapahtumissa sisältöön kiinnitetään enemmän huomiota, kuin fyysisissä tapahtumissa. Muista osallistujakokemuksen kaksi aistia ja tavoite luoda tasavertainen elämys, tapahtui osallistuminen virtuaalisesti tai fyysisesti.

Esiintyjän valitseminen. Suosi esiintyjä, jotka tiedetään olevan hyviä ja vuorovaikutteisia esiintyjä. Nimekäs esiintyjä ei takaa vuorovaikutteisuutta tai tuo

välitöntä lisäarvoa itse tapahtumaan. Esiintyjien valitsemisessa kannattaa tehdä huolellista taustatyötä ja kysyä verkostolta vinkkejä esiintyjien valitsemiseen. Hyvä esiintyjä tekee tapahtumasta immersiiivisemmän, eli saa osallistujat lumoutumaan tapahtumaan kaikella keskittymisellään.

Fasilitointi. Hyvässä tapahtumassa on fasilitaattori. Hänen tehtävä on juoksuttaa tapahtuman kulkua ja lisätä osallistuneisuutta. Fasilitaattori ohjaa, neuvoo ja kannustaa läpinäkyvään sekä neutraaliin keskusteluun. Fasilitointi on tärkeää tapahtuman alusta alkaen.

Tutkitusti osallistujat pysyvät hiljaisina koko tapahtuman ajan, jos he ovat hiljaa ensimmäiset 30 minuuttia.

Kysymystekniikka. Kysymykset sinutellen ja katsoen kameraan. Kysymysmuotoilu harkinnanvaraisesti.

”Miten ymmärsit tämän?” vs. ”Onko jotain kysyttävää?” ja ”Mistä toivoisit vielä lisätietoa?” vs. ”Jäikö joku epäselväksi?”.

Huumorista. Pysy tapahtuman ToVissa. Muista yhteisönormit ja ole korrekki. Huumoria ei kannata pelätä, mutta muista ohjenuora: Se mikä on sinusta hauskaa, ei välttämättä ole kaikista hauskaa. Kohderyhmän tunteminen helpottaa käyttämään sujuvaa huumoria.

Näytön jakamisen haaste. Pyri jakamaan näyttö aina niin, että osallistujat näkevät samalla esiintyjän. Jos osallistujan näytöllä näkyy ainoastaan presentaatio, muuttuu tapahtuma nopeasti webinaarimonologiksi, joka ei ole osallistamisen tavoite.

Tekniikan tulee toimia. *Yleisin syy keskeyttää YouTube-videon katselu on huono äänen-tai kuvanlaatu.* Sama sääntö pätee virtuaalisissa tapahtumissa. Kiinnitä huomiota tähän! Tekniikan toimimisen kannalta oleellisinta on kokonaisvaltainen testaus. Testaa kaikki käytettävät sovellukset, lähetystekniikka ja varmista kaikkien esiintyjien osaavan käyttää sovelluksia. Älä oleta, testaa ja varmistu.

Virtuaalisissa tapahtumissa on aina viive. Viiveen kesto vaihtelee sekunneista minuuttiin ja taitava esiintyjä osaa huomioida viiveen esityksessään.

Ohjaa tapahtumaa huolellisesti. Kamerakuva siellä silloin missä tarve ja mikrofonit ovat auki, kun jollain puheenvuoro. Huolehdi, että mikrofonit suljetaan puheenvuoron päätyttyä.

Tapahtuman kestosta. Tiiviimpi = parempi. Muista tauot! Aina 45–90 minuutin välein tauko. Taukoa voi hyödyntää osallistamiseen, esimerkiksi yhteinen kahvitauko halukkaille. Painota vapaaehtoisuutta, jos käytät yhteistä taukokuonetta.

Esityksessä on hyvä olla aina 7–9 minuutin välein joku muutos tai muu elementti kuin puhuminen. Tämä muutos voi olla video, nopea äänestys, ajankohtainen artikkeli jne. Tämä herättelee osallistujaa, erityisesti jos hänen keskittymisensä on päässyt herpaantumaan.

Muista, että virtuaalisissa tapahtumissa tapahtuman kestoja on helppo muovata kesken tapahtuman. Jos joku osio ei toimi → lyhennä, jos joku osio herättää pitkän keskustelun → anna osion jatkaa.

4 OSALLISTAMISEN KEINOT JA TYÖKALUT

Osallistumistekniikka vuorovaikutteisti. Kuten Microsoft Teams, Zoom ja Google Meet. Mahdollistavat osallistujien monipuolisen ja interaktiivisen osallistumisen yhdellä sovelluksella. Huomioita näistä sovelluksista:

- Maksimiosallistujamäärä ja -kesto riippuu ostetusta lisenssistä
- Osallistuminen vain osallistumislinkillä
- Kysyy osallistujien nimen (voi olla vain yksi merkki)
- Reagointimahdollisuus emojeilla
 - o Matalan kynnyksen reagointia
- Sisältävä chatin
 - o Keskustelua matalalla kynnyksellä
- Tietoturva jakaa mielipiteitä
 - o Ei ole yhtä ylitse muiden

Lähetystyökaluja pelkkään lähetykseen. Esimerkiksi YouTube, Vimeo, Twitch ja Facebook Live. Jos lähetyksessä käytetään useampia kameroita tapahtuman lähettämiseen, niin on suositeltavaa hyödyntää erilaisia lähetyksen ohjaamiseen tarkotettuja sovelluksia, kuten vMix ja Open Broadcaster Software. Valikoimaa on hyvin paljon ja ohjaamalla lähetyksen laadukkaasti viestitään ammattimaisuutta, joka on yksi tapa tehostaa osallistuneisuutta. Kokeilemalla eri lähetystyökaluja löydät itsellesi parhaan työkalun. Sisältävät yleensä mahdollisuuden anonyymiin keskusteluun sekä mahdollisuuden linkittää lähetyksen toiselle verkkosivulle, kuten yrityksen verkkosivuille tai uutissivustolle.

Virtuaalinen työpaja on mahdollista järjestää monissa osallistavissa lähetystyökaluissa, kuten Teamsissa ja Zoomissa. Osallistujat voi jakaa ennakkoon tehtyihin pienryhmätyöskentelytiloihin. Työpajat ovat mainio keino lisätä osallistuneisuutta ja lisää keskustelua (Me-We-US menetelmä). Hyvässä työpajassa on fasilitaattori, selkeä tavoite ja tulos.

Työkalut ideointiin ja ajatuskarttoihin. Työkaluja yhdessä työskentelyyn. Hyödyllisiä, kun tavoite on kerätä yhdessä ideoita ja ajatuksia jatkoa varten. Yleensä verkkopohjaisia sovelluksia, joissa voi:

- Täyttää ajatuskarttaa (mindmap)
- Täyttää valkotaulua
- Kirjata yleisiä ideoita yhdessä

Käytetyimpiä valkotaulusovelluksia ovat: Zoomiin ja Teamsiin sisäänrakennetut valkotaulut, Flinga, Miro, Mural, Jamboard ja Whiteboard.fi.

Käytetyimpiä ajatuskartta ja ideointityökaluja: Trello, Notion.so, Howspace, Padlet ja Asana.

Osa työkaluista sisältää anonyymikeskustelun. Järjestäjänä on tärkeää huomioida tietoturva (GDPR) ja helppokäyttöisyys.

Sovellusten hinnat vaihtelevat muutamista euroista/kuukausi satoihin euroihin/vuosi.

Q&A. Kysymyksiä ja vastauksia -sessiot ovat yksi toimivimmista keinoista lisätä interaktiivisuutta. Kysymyksiä voi välittää mikillä, chatilla tai erillisellä työkalulla. Ulkopuolisissa työkaluissa on mahdollisuus anonyymiteettiin, muista käyttöön opastus.

Esimerkiksi Sli.do ja Meeting Pulse.

Äänestykset ja kyselyt. Näiden keinojen avulla saat nopeasti palautetta tapahtumasta ja osallistujien interaktiivisuudesta. Kyselyt vaativat hieman ennakkovalmistelua, mutta lyhyet yhden tai kahden kysymyksen kyselyt on helppo toteuttaa tapahtuman aikana.

Näiden hyöty virtuaalisissa tapahtumissa on vastausten saaminen välittömästi ja tarvittaessa on jaettavissa välittömästi osallistujille.

Esimerkki sovelluksia: Teamsin ja Zoomin työkalut, Mentimeter ja Kahoot.

Pelillistäminen. Leikkimielisempi tapa luoda keskustelua ja lisätä osallistuneisuutta. Voi tuntua alkuun erikoiselta ajatukselta, toisaalta monella ihmisellä on taipumusta kilpailuviettiin tai ainakin tykkää pelata. Ilman ulkopuolisia sovelluksia pelin voi toteuttaa esimerkiksi tietovisalla, etsi ja löydä (netistä jaettava ennakkoon määritellyt vastaukset) tai vaikka osallistujapasseilla ("leima per muun osallistujan kanssa käyty keskustelu jne.).

Videoista. Katso videot osallistujien kanssa yhdessä, älä jätä katsomisen vastuuta katsojalle linkkinä tms. Jos video katsotaan YouTubesta, muista kohdennettu mainonta. Vältä katsomista omalla henkilökohtaisella Google-tilillä, ellet halua jakaa omia mainoksia osallistujille.

Some. Suurissa tapahtumissa sosiaalinen media on erittäin hyödyllinen työkalu. Some tarjoaa ilmaista näkyvyyttä, luo tapahtumalle jatkumoa ja lisää poisjäämisen tunnetta poisjääneille. Luo tapahtumalle yksinkertainen asiatusunniste/hashtag (#).

Suosi Twitteriä ja Linkediniä. Facebook ja Instagram koetaan henkilökohtaisemmiksi.

Kokeile ja onnistu -menetelmä auttaa löytämään kullekin tapahtumalle ja kohderyhmälle toimivan tavan käyttää somea osallistamiseen. Konsultoi markkinointitiimiä.

Pikaviestimissä on mahdollista perustaa epävirallisia keskusteluryhmiä, jonka avulla osallistajat voivat jatkaa keskustelua tapahtuman jälkeenkin. Esimerkiksi Telegram ja Signal ovat tietoturvallisia vaihtoehtoja tähän. Nämä tarvitsevat kuitenkin puhelinnumerot, joten muista GDPR. Jos luot ryhmän ennakkoon ja jaat kutsulinkkiä siihen, niin liittymisestä tulee osallistujille vapaaehtoista ja ei riko GDPR-asetusta.

WOW-elementit. Varma keino lisätä osallistuneisuutta. Nykyään kotiin voi toimittaa ihan mitä vain: goodie bagin, promotuotteita, prototyypin, lounaan. Jos on budjettia, niin toimita jotakin kotiin!

Miinuksena tietoturva. Jotta voit toimittaa, tarvitset osoitteet ja osoiterekisterin. Muista GDPR!

5 TAPAHTUMAN JÄLKEEN

Palaute. Kysy palautetta jo tapahtuman loppupuolella. Äänestys, kysely tai avoin mikrofoni avuksi. Varsinainen palautekysely kannattaa lähettää mahdollisimman pian tapahtuman jälkeen.

- Valmistele palautekysely mahdollisimman pitkälle valmiiksi
- Anna vastauksille deadline
- Palautekyselyn kannattaa olla tarpeeksi tiivis ja sisältää arvioitu aika, kauanko täyttämiseen menee

Palautteen suurin hyöty tulee sen läpikäymisestä sisäisesti!

Tavoitteiden tarkastelu. Samalla kun käydään tapahtuman palautteita läpi, tarkastellaan tapahtuman tavoitteiden onnistumista kanssa:

- Saavutettiin tavoitteet?
- Miltä osin kyllä?
- Miltä osin ei?

Tallenne ja muu dokumentaatio

Jos tapahtuma taltiointiin, niin jaa tallenne mahdollisimman nopeasti katseluun. Toimita osallistujille linkki siihen. Tallenteesta kannattaa leikata lyhyitä tietoisuuksia markkinoinnin tueksi. Muista kuitenkin mainita tästä esiintyjäsopimuksissa.

Jos esiintymispresentaatiot tai vaikkapa yhdessä tehdyt ajatuskartat, niin jaa ne mahdollisimman nopeasti. Mieluiten heti tapahtuman päätyttyä!

Muista aina tietoturva ja tekijänoikeudet!

Kiitos! Kiitä tapahtuman osallistujia kirjallisesti (sähköposti). Luot samalla jatkumoa seuraavaan vuoteen.