

Jääkiekkotapahtuma Porvoon sotaveteraanien hyväksi

Mika Hiltunen

Eero Joensalmi

Jyri- Pekka Tulla

Raportti

Opinnäytetyö

3.6.2013



<p>Tekijät Mika Hiltunen, Eero Joensalmi, Jyri-Pekka Tulla</p>	<p>Ryhmätunnus Liipo 09/Pomo 10</p>
<p>Raportin nimi Jääkiekkotapahtuma Porvoon sotaveteraanien hyväksi</p>	<p>Sivu- ja liitesivumäärä 46+26</p>
<p>Ohjaajat Reetta Lampinen, Kai Pietilä</p>	
<p>Sotiemme veteraaneja on elossa 38 000, heistä sotainvalideja on lähes 6 000. Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli toteuttaa onnistunut ja viihdyttävä hyväntekeväisyystapahtuma, joka viestisi veteraaneja siitä, ettei heitä ole unohdettu. Tapahtuma rajattiin Porvoon alueelle. Kohderyhmiksi valittiin opiskelijat Porvoon Campukselta ja kunniavieraiksi sotaveteraanit. Tapahtuma oli avoin kuitenkin kaikille. Tapahtumasta saadut tulot ohjattiin Porvoon sotaveteraanit ry: lle.</p> <p>Työn teoriaosuus käsitti tapahtuman järjestämisestä ja tapahtuman markkinoinnista. Tapahtuman järjestäminen koostui seuraavista vaiheista: konseptin suunnittelusta, suunnitteluvaiheesta, jonka tuotoksen oli projektisuunnitelma, suunnitelman toteutuksesta ja projektin hallintasta, tapahtuman toteutuksesta sekä projektin päättämisestä. Tapahtuman markkinointi oli suuressa osassa tässä projektissa, sillä osallistujien määrällä oli suuri merkitys tapahtuman tavoitteiden saavuttamisessa.</p> <p>Tärkeimpiä työvaiheita olivat jäähallin vuokraus, sponsoreiden, henkilöstön ja lupien hankinta, joukkueiden kasaaminen sekä markkinointi jääkiekkotapahtumalle. Markkinointi tapahtui pääasiassa sosiaalisen median avulla sekä käyttäen paikallisia mediavälineitä, radiota ja lehdistöä.</p> <p>Tapahtuma järjestettiin 5.12.2012 Porvoon jäähallissa. Hyväntekeväisyysottelussa kohtasivat tapahtumaa varta vasten koottu Haaga- Helia Stars ja porvoolainen ikämiesjoukkue ToldBoys. Ottelun erätauoilla oli ohjelmaa, kuten muun muassa kilpailuja, taitoluistelijoiden esitys sekä kunniakirjan luovutus. Ottelun ohessa toimi buffetti. Kunniavieraat kestitettiin VIP-tiloissa ja veteraaneille oli varattu ottelun parhaat paikat. Lipun hintaan sisältyi pääsy illalla Hotelli- Ravintola Seurahovissa järjestettyihin Suomi- aiheisiin juhliin sekä opiskelijoille ilmainen bussikyyti jäähallille ja takaisin.</p> <p>Tapahtuma onnistui hyvin; järjestelyt toimivat, yleisöltä, pelaajilta ja sotaveteraaneilta tuli erittäin positiivista palautetta. Katsojia saapui paikalle noin 180 henkeä. Tulostavoitteesta kuitenkin jäätin, mutta päätavoite kuitenkin saavutettiin. Veteraanien sanoin: Veljeä ei jätetty.</p>	
<p>Asiasanat Tapahtuma, jääkiekko, projektinhallinta, tapahtuman markkinointi</p>	

Authors Mika Hiltunen, Eero Joensalmi, Jyri-Pekka Tulla	Group Liipo 09/Pomo 10
Title of report Ice-Hockey event for the benefit of war veterans in Porvoo	Number of pages and appendices 46+26
Supervisors Reetta Lampinen	
<p>The objective of this thesis was to document the creation of a successful and entertaining charity event for the benefit of Finnish war veterans; a message to the veterans that Finnish people have not forgotten them. Notably, there are still around 38 000 veterans alive as well as almost 6000 invalids. This particular event was held in the Porvoo area, with the target group being Haaga-Helia Porvoo Campus students, and honoured guests being Finnish war veterans.</p> <p>The structure of the thesis includes the creation and marketing of the event as follows: planning the concept, general planning, project structure, creation of the event, and completion of the event. Notably role was held by marketing, since revenue is directly related to attendance volumes.</p> <p>The rewarding ice hockey event process lasted 10 weeks. The most important parts of the project included to renting the ice hockey hall, sponsoring, hiring of staff, licenses, securing two full ice hockey teams, and marketing. Marketing was mainly conducted place in the social media and by means of a local media such as radio and newspaper. The event took place on 5th December 2012 at Porvoo Ice Hockey Hall. The teams playing in the charity match were the Haaga-Helia Stars (created just for the event), and local veteran team ToldBoys. Game breaks featured such items as competitions, figure skating shows, and a ceremony for the project group receiving diplomas from the Finnish war veterans. During the match there was a buffet, and honoured guests were invited to join the VIP-section before the match where snacks were served, thus having access to the best seats in the house. Tickets included free entrance to Hotel Restaurant Seurahovi at night time, where guests could join celebrations for Finland's Independence Day. The students had access to free transport to the ice hockey hall and back to the town centre.</p> <p>In conclusion, the event was generally successful. The setup worked well, and the audience, players and veterans provided very positive in feedback. In the end approximately 180 customers attended.</p>	
Keywords Event, ice-hockey, marketing, project management	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Projektin tavoite ja rajausta	2
1.2	Projektin teoriapohja ja toteutus	2
2	Porvoon seudun sotaveteraanit ry	3
3	Tapahtuman järjestäminen.....	4
3.1	Tapahtuman konsepti	5
3.2	Suunnittelu	6
3.2.1	Aikataulujen suunnittelu	7
3.2.2	Vapaaehtoisten rekrytointi ja perehdytys	8
3.2.3	Tapahtuman viestintä ja tiedottaminen	9
3.2.4	Sisäinen viestintä.....	10
3.2.5	Ulkoinen viestintä.....	10
3.2.6	Talousarvion laatiminen	11
3.2.7	Lupa-asiat.....	12
3.2.8	Riskien hallinta.....	12
3.2.9	Turvallisuus- ja pelastussuunnitelma.....	13
3.2.10	Järjestyksenvalvoja ja liikenteenohjaus.....	14
3.3	Suunnitelman toteuttaminen ja projektin hallinta	14
3.4	Toteutus.....	15
3.5	Päättyminen.....	16
4	Tapahtuman markkinointi.....	17
4.1	Markkinointiviestinnän määrittely.....	18
4.2	Markkinointiviestinnän keinot.....	18
4.2.1	Mainonta.....	20
4.2.2	Sponsorointi	21
5	Jääkiekkotapahtuma Porvoon sotaveteraanien hyväksi	24
5.1	Konsepti	24
5.2	Projektisuunnitelma	25
5.2.1	Tavoitteet.....	25
5.2.2	Rajausta	26

5.2.3	Projektinorganisaatio.....	26
5.2.4	Työvaiheet	28
5.2.5	Aikataulu.....	29
5.2.6	Budjetti.....	30
5.2.7	Työmenetelmät	31
5.2.8	Projektin riskit ja niihin varautuminen	32
5.3	Markkinointisuunnitelma	34
5.4	Projektin eteneminen	36
5.5	Tapahtuman toteutus 5.12.2012.....	38
5.6	Projektin päättäminen.....	40
6	Pohdinta	42
	Lähteet.....	44
	Liite 1. Tapahtuman aikataulu	47
	Liite 2. Pelastussuunnitelma.....	49
	Liite 3. Porvoon seudun sotaveteraanit ry: n kokouspöytäkirja.....	51
	Liite 4. Buffetissa myytävät tuotteet	52
	Liite 5. Tapahtuman julistekuva	53
	Liite 6. Kutsukirjeet arvovieraille	54
	Liite 7. Jäähallilla katsojille jaettava otteluohjelma	55
	Liite 8. Tapahtumamme facebookissa.....	56
	Liite 9. Tapahtumapäivän aikataulu henkilöstölle.....	57
	Liite 10. Artikkel, Julkaistu 6.12.2012 Markus Pakala, Jatkoaika.com.....	59
	Liite 11. Artikkel, Julkaistu 6.12.2012 Markus Pakala, Jatkoaika.com.....	62
	Liite 12. Artikkel, Julkaistu: 1.11.2012 Marko Enberg, Uusimaa	68
	Liite 13. Artikkel, Julkaistu: 4.12.2012 Marko Enberg, Uusimaa.....	70

1 Johdanto

Opinnäytetyö Jääkiekkotapahtuma Porvoon sotaveteraanien hyväksi oli projektiryhmän panos sotaveteraanien muistamisesta itsenäisyyspäivän aattona, jonka he teoillaan vuosina 1939- 1945 ikuistivat historian kirjoihin.

Sotiemme Veteraanit lunastivat Suomelle itsenäisyyden kolmessa raskaassa sodassa. Talvisota syttyi 30.11.1939 ja päättyi 13.3.1940. Väli rauhan jälkeen alkanut jatkosota käytiin 25.6.1941- 4.9.1944. Sodan viimeinen vaihe oli Lapin sota 15.9.1944- 27.4.1945. Talvisodan syntyessä syntyi talvisodan henki, suomalaisten horjumaton puolustustahto ja yksimielisyys. Sotiemme veteraanien joukossa on talvisodan taistelijoita. (Sotaveteraaniliitto 2012a.)

Sotiin osallistui yhteensä noin 600 000 miestä ja 100 000 naista. Nuorimmat rintamalle joutuneista olivat vasta 17-vuotiaita. Joka kahdeksas sotiin osallistuneista menehtyi. Sodasta palanneista pysyvän sotavamman sai joka neljäs. Sodat jättivät jälkeensä 30 000 leskeä ja yli 50 000 sotaorpoa. Yli puoli miljoonaa ihmistä menetti kotinsa. (Sotaveteraaniliitto 2012a.)

Sotiemme Veteraaneja on elossa 38 000, heistä sotainvalideja on lähes 6 000. Veteraanien keski-ikä lähestyy 90 vuotta. Sotiemme Veteraanit ovat korkeaan ikään ehtineitä kunniakansalaisia. Tuen tarve kasvaa, sillä veteraanien kunto heikkenee. (Sotaveteraaniliitto 2012a.)

Vastuu jäljellä olevista ja heidän saavutustensa muistamisesta on meidän sukupolvellemme. Veteraaneja on vielä elossa, mutta 10 vuoden päästä näin ei välttämättä ole. Tulevilla sukupolvilla ei ole mahdollisuutta muistaa heitä samalla tavalla isoisinä ja isoäiteinä kuin meidän sukupolvellemme on. Tämän seurauksena on itsenäisen Suomen puolesta uhrautuneen sukupolven perintönä tuleville sukupolville jätetyt arvot vaarassa kadota.

Jääkiekko valittiin tapahtuman aiheeksi, koska se oli ollut projektiryhmän intohimo koko elämän. Lisäksi ajateltiin, että se sopisi hyvin itsenäisyyspäivän teemaan ja myös kiinnostaisi opiskelijoita.

1.1 Projektin tavoite ja rajaus

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli toteuttaa onnistunut ja viihdyttävä hyväntekeväisyystapahtuma, joka viestisi veteraaneja siitä, ettei heitä ole unohdettu. Tapahtuman tavoitteena oli tarjota veteraaneille hauska ja virkistävä päivä. Tavoitteena oli myös panostaa markkinointiin sekä saada näkyvyyttä mediassa, sillä tapahtumaan pyrittiin saamaan osallistujia ja sponsoreita. Tapahtumasta saadut tulot nimittäin ohjattiin Porvoon seudun Sotaveteraani ry:lle. Tapahtuman menot katettiin sponsoreilta saaduilla tuilla. Yhtenä tavoitteena oli siis saada tapahtumasta taloudellista voittoa, mutta painopiste oli enemmän sotaveteraanien muistamisella.

Markkinointi rajattiin Porvoon seudulle ja kutsutut veteraanit Porvoon seudun Sotaveteraaneihin. Tapahtuma oli avoin kaikille, mutta markkinoinnissa panostettiin erityisesti Porvoon Campuksen opiskelijoihin. Itsenäisyyspäivä ei juuri Porvoon Campuksella näy, joten tapahtumalla pyrittiin muistuttamaan arvokkaasta itsenäisyydestä.

Projekti aloitettiin syyskuussa 2012, jolloin tapahtumaa ryhdyttiin suunnittelemaan. Tapahtuma toteutettiin itsenäisyyspäivänaattona 5.12.2012 klo.13:00. Näin ollen valmisteluille jäi aikaa kaksi kuukautta. Suurimpia haasteita oli, miten saadaan yleisö paikalle juuri kyseisenä ajankohtana, sillä työssäkäyville ihmisille ajankohta oli vaikea.

1.2 Projektin teoriapohja ja toteutus

Tämä raportti pääasiallisesti käsittelee projektin suunnittelua, hallintaa, toteutusta ja arviointia. Opinnäytetyön alkuosio esittelee teoreettisen viitekehyksen, joka koostuu tapahtuman järjestämisen teoriasta sekä tapahtumamarkkinoinnin teoriasta. Raportin loppu esittelee liitteenä materiaalit, joita mainonnassa käytettiin.

2 Porvoon seudun sotaveteraanit ry

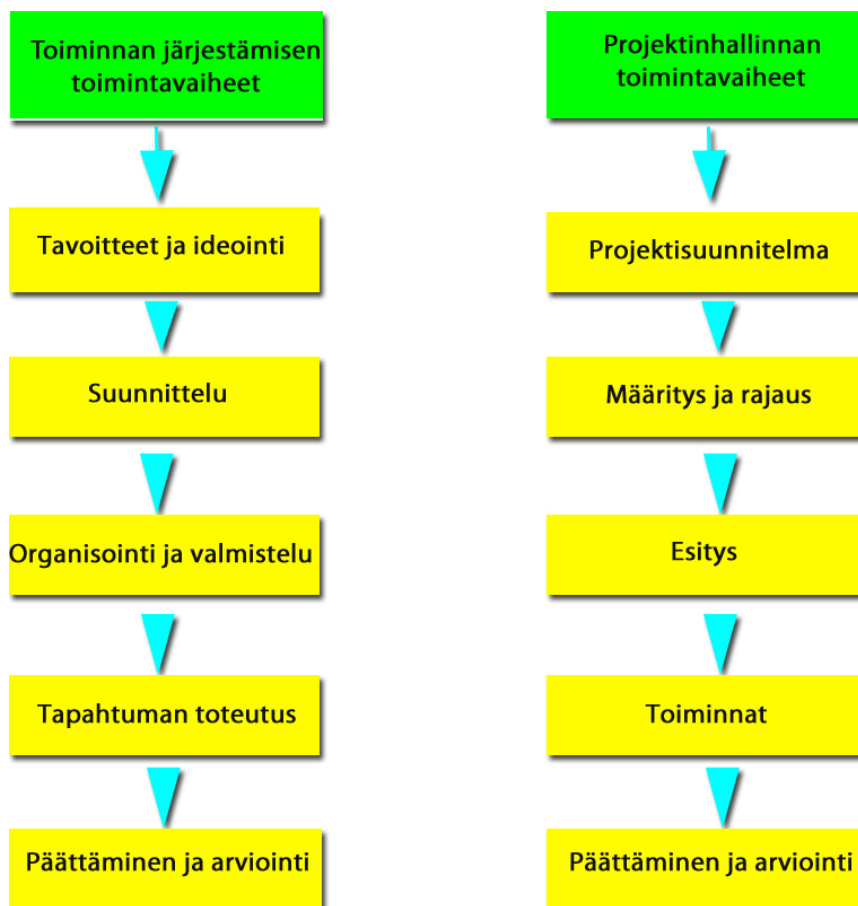
Porvoon seudun sotaveteraanit ry on tammikuussa 1977 perustettu yhdistys jossa on noin 130 jäsentä. Porvoon seudun sotaveteraanit ry on osa Suomen sotaveteraaniliittoa ja toimii paikallisjärjestönä Porvoon seudulla. Järjestön puheenjohtajana toimii Porvoolainen Tuomo Kankkunen, kunniapuheenjohtajana Porvoolainen Erkki Pihlapuro.

Suomen Sotaveteraaniliitto ry on Suomen sotiin 1939–1945 osallistuneita miehiä ja naisia yhdistävä valtakunnallinen järjestö. Liitto valvoo ja parantaa sotiemme veteraanien yhteiskunnallisia etuja. Liitto toimii Suomen lisäksi myös ulkomailla siirtolais- ja heimoveteraanien parissa ja hyväksi. Suomen Sotaveteraaniliitto on Maailman veteraanijärjestön (World Veterans Federation) jäsen vuodesta 1967. Sotaveteraaniliitto toimii sotaveteraaniyhdistysten keskusjärjestönä. Liiton tehtävä on valvoa ja parantaa sotaveteraanien yhteiskunnallisia etuja, koota ja tallentaa veteraaniperinnettä sekä lisätä veteraanien yhteenkuuluvuutta ja ylläpitää isänmaallista henkeä. (Sotaveteraaniliitto 2012b.)

Sotaveteraaniliitto tekee yhteistyötä valtion, kuntien, seurakuntien, yhteisöjen sekä yksityishenkilöiden kanssa. Liitossa on 22 jäsenpiiriä ja 380 yhdistystä. Niissä on yhteensä 27 415 varsinaista jäsentä ja 28 360 kannattajajäsentä. Kannattajajäseneksi voi liittyä yhteisö, säätiö tai henkilö. Sotaveteraaniliitto järjestää niin maanlaajuisia kuin paikallisia varainkeräys kampanjoita. Yhtenä tukemisen muotona pidetään sotaveteraanijärjestön tai sen paikallisjärjestöjen eteen järjestettyjä niin yksityisen kuin jonkin muun järjestön järjestämiä hyväntekeväisyystapahtumia. (Sotaveteraaniliitto 2012b.)

3 Tapahtuman järjestäminen

Yksittäisen tapahtuman järjestäminen on verrattavissa projektiin. Siinä joukko ihmisiä ja muita resursseja on koottu tilapäisesti yhteen suorittamaan tiettyä tehtävää. Projektilla kuin myös tapahtuman järjestämisellä on aina selkeästi määritelty tavoite ja aikataulu. (Ruuska 2005, 18; Silfverberg 2007, 21.) Projektin toimintavaiheet muistuttavat paljolti kertaluontoisesti järjestettävän tapahtuman toimintavaiheita. Kuviossa 1 on esitetty rinnakkain projektin ja tapahtuman järjestämisen kuusi toimintavaihetta. (Shone & Parry 2004, 164- 165.)



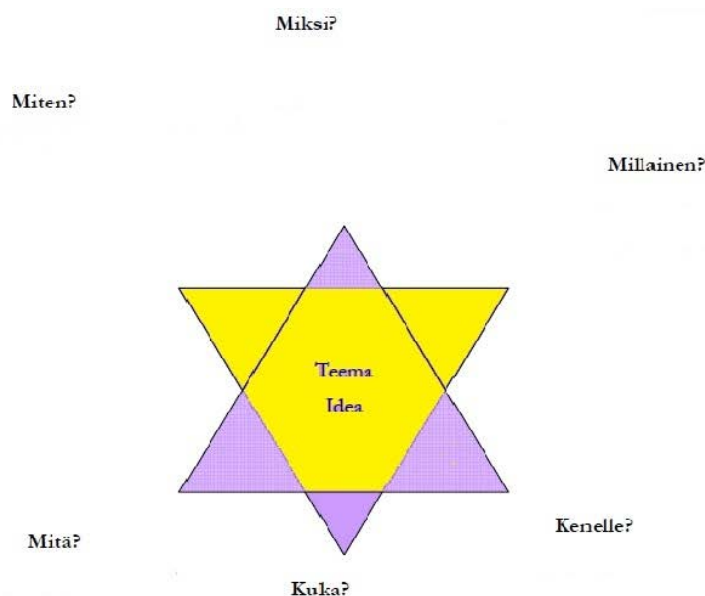
Kuvio 1. Tapahtuman järjestämisen ja projektihallinnan toimintavaiheet (Shone & Parry 2004, 165.)

Kuviosta 1 on nähtävissä, että molemmat prosessit etenevät lähes samoja toimenpiteitä noudattaen. Alussa määritellään tavoitteet ja suunnitellaan, sitten valmistellaan ja toteutetaan ja lopuksi päätetään projekti. Tässä luvussa kerrotaan tapahtuman konseptin luonnista, suunnitelman laatimisesta ja sen toteuttamisesta, tapahtuman toteutuksesta sekä projektin päättämisestä. Lähteinä on käytetty niin tapahtuman järjestämiseen liittyvää kirjallisuutta kuin myös projektikirjallisuutta.

3.1 Tapahtuman konsepti

Tapahtuman konsepti kertoo miksi tapahtuma järjestetään, kuka sen järjestää, milloin ja missä se järjestetään, mitä järjestetään ja miten. Tapahtuman konseptin luominen voi olla hyvinkin luova prosessi, jonka lopuksi eri ideoiden toteutettavuutta arvioidaan. Tapahtuman konsepti tulee olla selvillä ennen suunnitteluun ryhtymistä. (Bowdin ym. 2004, 58 – 59.)

Helena Vallon ja Eijä Häyrisen mukaan juuri vahva konsepti on avain onnistuneeseen tapahtumaan. He kuvaavat onnistunutta tapahtumaa tähdeksi. Tähti muodostuu kahdesta kolmiosta, jossa ensimmäinen on strateginen kolmio ja toinen on operatiivinen kolmio. Molemmat kolmiot muotoutuvat kolmesta kysymyksestä. (Vallo & Häyrynen 2008, 93 - 97.)



Kuvio 2. Onnistunut tapahtuma (Vallo & Häyrynen 2008, 97.)

Strateginen kolmio muodostuu kysymyksistä miksi, kenelle ja mitä. Näistä kolmesta kysymyksestä syntyy usein vastaus siihen, mikä on tapahtuman idea. Operatiivinen kolmio on tapahtuman toteuttamista ja se muodostuu kysymyksistä miten, millainen ja kuka. Näistä kolmesta kysymyksestä kumpuaa vastaus siihen, mikä on tapahtuman teema. (Vallo & Häyrinen 2008, 93 - 97.)

Vastaus kysymykseen ”miksi” kertoo tapahtuman tavoitteen. ”Kenelle” kertoo tapahtuman kohderyhmän. ”Mitä” kertoo tapahtuman luonteen ja virallisuusasteen. Millainen tapahtuma on kohderyhmälle ja tavoitteelle oikea? Järjestetäänkö asia-, viihde- vai yhdistelmä tapahtuma? ”Miten” kertoo, miten tapahtuma toteutetaan ja resursoidaan. ”Millainen” määrää tapahtuman sisällön ja ohjelman. ”Kuka” kertoo ketkä kantavat projektista vastuun ja toimivat isäntinä. (Vallo & Häyrinen 2008, 93 - 97.)

Tähden ja kahden kolmion on oltava mahdollisimman hyvin tasapainossa. Mikäli joku kolmion kulma on vahvempi kuin toinen kulma, jokin osa-alueista voi jäädä vähemmälle huomiolle kuin toinen ja se puolestaan aiheuttaa epätasapainoa kolmiossa. Kyseisen kulman eli siis tapahtuman osa-alueen liiallinen korostaminen tai huomiotta jättäminen huomataan helposti ja se jää niin järjestäjille kuin osallistujillekin helposti mieleen. Tapahtumaa suunniteltaessa tulee jatkuvasti pitää mielessä tapahtuman idea ja teema. (Vallo & Häyrinen 2008, 97 - 98.)

3.2 Suunnittelu

Tapahtuman suunnitteluvaihe on pitkä ja aikaa vievä vaihe. Tapahtuman konseptia lähdetään syventämään suunnitteluvaiheessa. Ensisijainen tavoite jaetaan pienemmiksi osatavoitteiksi, joiden toteutuessa myös ensisijainen tavoite toteutuu. Jotta tavoitteisiin päästään, tulee laatia toimintasuunnitelma. Tämän tuotoksena voi olla projektisuunnitelma. (Allen ym. 2002, 107- 108.)

Projektisuunnitelma on strategisenjohtamisen työkalu, jossa määritellään projektin hyödynsaajat, tavoitteet ja tavoitteiden seurantamittarit ja -menettelyt. Projektisuunnitelmassa kuvataan karkealla tasolla myös toteutusmalli: alustava aikataulutettu työsuun-

nitelma, panokset, talousarvio, riskit, projektin organisointi sekä seuranta-, arviointi- ja raportointimenettelyt. (Silfverberg 2007, 35.) Projektisuunnitelman avulla kuvataan siis, miten haluttu lopputulos saadaan aikaan. Se toimii myös seurannan ja valvonnan apuvälineenä. Lisäksi se palvelee organisaation operatiivista kokonaissuunnittelua. (Ruuska 2005, 160.)

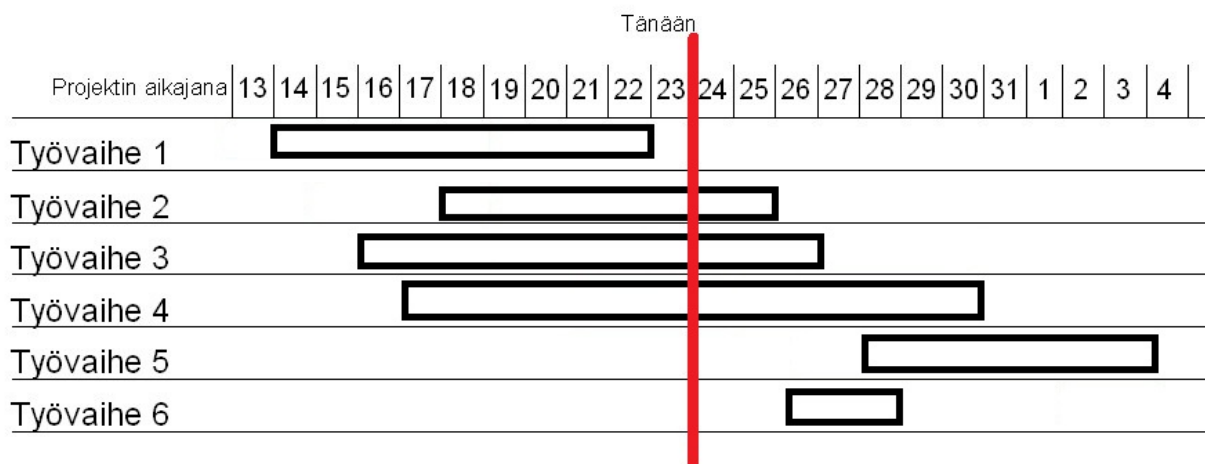
3.2.1 Aikataulujen suunnittelu

Projekti kestää aina määritetyn ajan. Ajalliset tavoitteet ovat siksi projektin kannalta erinomaisen keskeisiä. Aikataulu on myös asiakkaalle seurantaväline. Projektin seuranta ja ennakointi on mahdollista kun aikataulu on kunnossa. Se antaa kaikille selvän käsityksen siitä kuinka paljon aikaa on käytettävissä ja miten projekti etenee. Myös tapahtuman tarvittavat resurssit tulee näkyä aikataulusta. Kokonaisuuden hahmottaminen ja projektin toteutus antavat projektille sen paremmat lähtökohdat onnistua.

Aikataulua laadittaessa, tulee olla selvillä tapahtuman järjestämiseen liittyvät työvaiheet. Aikataulun laadinta voidaan aloittaa, kun tapahtuman toteutuspäivä on päätetty. Vaikuttavia tekijöitä aikataulutukseen ovat mm. käytettävissä olevat resurssien määrät, joka aikataulun suunnittelussa tulee ottaa huomioon, koska se vaihtelee projektin eri vaiheissa. Myös tapahtumaan työntekijöillä ja heidän kyvyillään on tärkeä rooli projektin kestossa, koska heidän motivaationsa ja ajanhyödyntäminen joko edistävät tai hidastavat projektin etenemistä ajallaan. Projekti ei etene yleensä samalla vauhdilla, joka päivä, koska eri asioiden taltiointi ja tapaamiset sekä työryhmän omat kokoukset vievät aina oman aikansa. (Getz 2005, 68.)

On useita eri tapoja laatia aikataulu. Yksi näistä on Gantt- kaavio, joka kuvaa projektin erilaiset tehtävät ja aktiviteetit janoina. Gantt- kaaviossa ajankulku etenee vasemmalta oikealle. Gantt- kaavio tai janakaavio näyttää kaavion vasemmassa reunassa suoritettavat tehtävät ja jokaiselle suoritettavalle tehtävälle on luotu oma rivi. Aktiviteettijana näyttää suoritettavan tehtävän alkamisajan, sen keston ja päättymisajan. Kaavioon voi asettaa tietoja pitkälläkin aikavälillä ja seurata projektin ja yksittäisen päämäärien toteu-

tumista pitkällä sekä lyhyellä aikavälillä. (Getz 2005, 71- 72.)



Kuvio 3. Gantt- kaavio (Getz 2005, 71.)

Gantt- kaavio on parhaimmillaan hyvä menetelmä kun halutaan hallita projektin pää-aikatauluja ja nähdä selkeästi eri tehtävien tarkoitus ja aikataulu. Gantt- kaaviota voidaan myös käyttää johdon yhteenvedoissa ja tilanneraporteissa. Jos projektin tehtävät ovat loogisesti hyvin riippuvaisia toisistaan, silloin Gantt- kaavio ei ole kaikista toimivin mahdollinen aikatauluttaja. (Getz 2005, 71-72.)

3.2.2 Vapaaehtoisten rekrytointi ja perehdytys

Viime vuosien aikana on vapaaehtoistyön olemus muuttunut huomattavasti. Suurin osa vapaaehtoistyöntekijöistä haluaa, että heidän tekemä työ olisi hauskaa ja siitä saisi samalla myös jotain korvausta. Kuitenkin hyvin merkittävä tekijä, vaikka työ ei olisi kovin miellyttävää, on mukavat työkaverit ja sitä kautta viihtyisä ilmapäiri. Siksi on hyvin tärkeää, että töiden suunnittelija osaa tehdä töistä helposti lähestyttäviä ja että työskentely on mukavaa. Näin työstä pidetään, työ on laadukasta ja työntekijöitä voi käyttää mahdollisesti uudestaan. (Iiskola- Kesonen 2004, 40- 41.)

Kaiken tämän pohjalla on onnistunut rekrytointi. Rekrytoinnin onnistumisen takaamiseksi siihen kannattaa käyttää aikaa. Kiinnostuneita ihmisiä voi olla yllättävissäkin paikoissa. Heidän vahvuudet ja heikkoudet tulee selvittää, jotta heille löytyy sopiva ja miellyttävä työtehtävä. (Iiskola- Kesonen 2004, 40- 41.)

Erityisen tärkeää rekrytoijalle on kannustaa ja ohjata vapaaehtoisia työtehtäviin ja kantaa vastuuta. Moni ihminen saattaa luulla, että tapahtuman järjestäminen on vaikeaa, eivätkä he lähde mukaan. Hyvä ilmapiiri takaa sen, että työntekijä uskaltaa ilmaista huolensa ja mielipiteensä. Ahdistunut työntekijä on tilanne, joka on täysin inhimillinen ja mahdollinen. Jokainen työntekijä on tapahtumalle tärkeä ja häntä tulee arvostaa. Talkoolaisten työpanoksen mainitseminen, kiittäminen ja huomioiminen erilaisissa tilanteissa on tärkeä osa, jotta he tietävät, että heitä arvostetaan. (Iiskola- Kesonen 2004, 40-41.)

Yleisenä käsityksenä on se, että vapaaehtoisia työntekijöitä ei saa rasittaa liikaa esimerkiksi koulutuksella. Kuitenkin onnistuneen tehtävänsä suorittamiseksi tulee työntekijän saada niin paljon tietoa ja valmiuksia kuin mahdollista. Talkoolaisen viihtyvyys ja sitoutuminen työhön tapahtuu parhaiten silloin kun hän on mahdollisimman tietoinen tavoitteistaan sekä oman panoksensa merkityksestä tehtävään. Näin he pystyvät ratkaisemaan myös mahdolliset pulmatilanteet itsenäisesti. Hyvin motivoituneet talkoolaiset haluavat suoriutua annetuista tehtävistään hyvin. Siksi heille tulee antaa siihen riittävät mahdollisuudet ja hyvät valmiudet. (Iiskola- Kesonen 2004, 40- 41.)

3.2.3 Tapahtuman viestintä ja tiedottaminen

Viestinnän voi määritellä lyhykäisyydessään ihmisten väliseksi kanssakäymiseksi kaikissa muodoissa. Kaikilla muodoilla tarkoitetaan esimerkiksi kirjeenvaihtoa tai Skypeä. Keinoja viestintään löytyy monia, kuten esimerkiksi hallituksen kokoukset, kahvipöytä keskustelut tai joukkueiden tiimipalaverit. Jääkiekko-ottelutapahtuman viestintä on erittäin tärkeää onnistuvan tapahtuman toteutumiselle ja siihen tarvitaan niin ulkoista kuin sisäistä viestintää. (Iiskola- Kesonen 2004, 63.)

Jääkiekkotapahtuman tärkeää, että viestintä tapahtuu oikein ja oikealle henkilölle. Oikean tiedon välittyminen vaadituille henkilöille on tärkeää. Tapahtuman projektipäälliköllä on suurin vastuu viestinnän onnistumiselle, mutta hänellä voi myös olla apukäsiä. Koska mitä todennäköisimmin projektin vetäjällä on paljon hommia jo itsessään, kannattaa viestintää jakaa useammalle taholle. Tärkeää on, että kaikilla tiedottajilla on tarvittava kokemus ja tieto viestinnästä. (Iiskola- Kesonen 2004, 63.)

Tapahtuman eri vaiheissa viestintä vaihtelee merkittävästi. Ennen tapahtumaa viestintä ruokkii ihmisiä ja informoi mahdollisia asiakkaita ja tapahtuman aikana informaatiota pyritään jakamaan ja tuloksia julkistamaan. Jälkimmäisissä pyritään kartoittamaan asiakaspalautteella ja kyselyillä tapahtuman mahdollinen onnistuminen tai epäonnistuminen. Kaikki edellä mainitut vaiheet ovat joka tapauksessa ensiarvoisen tärkeitä. (Iiskola- Kesonen 2004, 67.)

3.2.4 Sisäinen viestintä

Sisäiseen markkinointiin kuuluu oleellisesti myös sisäinen viestintä. Lyhykäisyydessään siis tapahtuma pitää olla sisäistetty tapahtuman järjestäjille ja samalla sitä myös markkinoidaan heille. Sisäinen markkinointi siis tarkoittaa kaikkia henkilöitä ja sidosryhmiä, jotka kuuluvat tapahtumaan; niin järjestäjät kuin muut tapahtumaan vaikuttaneet. Nämä kaksi lisäävät huomattavasti yhteisöllisyyttä ja nitovat joukon yhteen ja että palvelut toimivat moitteettomasti henkilökunnan toimesta. Viestinnän pitää olla luonnollista, aitoa ja sitä ei ole koskaan liikaa. (Iiskola- Kesonen 2004, 63 -64.)

Tärkeintä on, että oman henkilökunnan viestintä on ajantasaista, tarkkaa ja tehokasta. On myös hyvin tärkeää, että henkilökunta pystyy suorittamaan ongelmat itsenäisesti ja ratkomaan ne myös. Turhaa ja ylimääräistä tietoa on tarpeetonta jakaa eteenpäin. Rento ja miellyttävä ilmapiiri on kuitenkin tärkeintä ja sillä saadaan aikaan myös paras lopputulos. Yhteydet henkilöiden välillä voivat tapahtua esimerkiksi puhelimitse tai sähköpostitse. Hyvin tärkeää on säännöllinen yhteydenpito, jossa käydään läpi kaikki tapahtumaan liittyvät asiat. Keskusteluja voidaan pitää hengenkohotuksina, jolloin kiitellään henkilöiden panostusta ja kerrotaan heidän merkityksestä tiimille. (Iiskola- Kesonen 2004, 63 -64.)

3.2.5 Ulkoinen viestintä

Ulkoinen viestintä käsittelee kaikki ne tahot, jotka eivät ole henkilökuntaa kuten sponsorit, tukijat ja osallistujat. Ulkoinen viestintä on paljon asiallisempaa ja sillä yritetään saada myytyä ja markkinoitua tapahtumaa. Parempi on, että mitä enemmän käytetään

suhteita, sen tuottoisampaa se on. Nykyaikana tärkein markkinointikanava on verkkosivut ja sosiaalinen media. Esimerkiksi Facebook- sivusto saavuttaa nykyään suurimman osan nuoremmista henkilöistä ja myös osan vanhemmista. Sosiaalisessa mediassa tulee käyttää asiaankuuluvaa dokumentointia. (Iiskola- Kesonen 2004, 63– 67.)

Median edustajat ovat nykyään lähestyttävissä useilla eri tavoilla ja se on tärkeä osa ulkoista viestintää. Lehdistötiedotteen tulee olla napakka ja informatiivinen ja samalla myös kiinnostava, kuten esimerkiksi näin: ”Suomen Jääkiekkoleijona numerolla 71 Juhani Tamminen tulee pudottamaan avauskiekon Porvoon jäähallille”. Tällainen kiinnostava tiedote lähetetään lehdistölle, joiden lisäksi heille voidaan lähettää eri artikkeleja julkaistavaksi. Normikäytäntönä on järjestää tiedotustilaisuus neljä kuukautta ennen tapahtumaa. Tiedotustilaisuudessa pyritään samaan kaikki tärkeä asia julki ja antaa tapahtumasta mahdollisimman mielenkiintoinen kuva. Tällaiset tilaisuudet poikivat paljon tarvittavaa julkisuutta ja mediahuomiota, jota tapahtuman markkinoilla haetaan. (Iiskola- Kesonen 2004, 63- 67.)

3.2.6 Talousarvion laatiminen

Talousarvio laaditaan, jotta saadaan selville, mitä jonkun hankkeen tai projektin toteuttaminen sen eri osa-alueineen maksaa. Ajankäyttö on tärkeää, kun talousarviota laaditaan, koska sillä selviää mahdolliset syntyvät kustannukset ja millaisia hankintoja on mahdollista tehdä. Projektisuunnitelmassa tulee olla merkittävät kustannukset ja hankinnat huomioituna. Mahdolliset talousarvioon tulevat muutokset voidaan tehdä annetun ja hankitun rahoituksen raameissa. (Nyholm & Saarelainen 2007.)

On tärkeää, että laadittaessa talousarviota, että säästetään oikeissa kohdissa ja oikeista syistä. Usein jätetään havainnoimatta projektin kannalta tärkeitä asioita, kuten ryhmän työskentelystä koituvat kustannukset, vaikka mahdollisen rahoituksen hankkiminen tähänkin olisi mahdollista. Näiden asioiden huomioimatta jättäminen saattaa osoittaa rahoittajille sen, ettei hakija ole kartoittanut hankkeen tärkeimpiä menoja. (Nyholm & Saarelainen 2007.)

Tärkeimpiä menoja, joita tulisi kartoittaa, kun talousarviota laaditaan, ovat henkilöstömenot, vuokratulot, hankinnat ja tiedotus ja markkinointi. Talousarviota laatiessa kannattaa hyödyntää aikaisempia projekteja ja niiden kokemuksia. (Nyholm & Saarelainen 2007.)

3.2.7 Lupa-asiat

Tapahtuman järjestäjien on laadittava yleisötilaisuuden järjestämiseksi kirjallinen ilmoitus tapahtumapaikan poliisille vähintään viisi vuorokautta ennen pidettävää tilaisuutta. Järjestettäessä isoja yleisötapahtumia kannattaa olla yhteydessä paikalliseen poliisiin hyvissä ajoin ennen tulevaa tilaisuutta. (Poliisi 2012a.)

Tapahtumasta ei tarvitse tehdä erillistä ilmoitusta jos kyseessä on yleisötilaisuus, jonka osanottajien määrä on vähäinen tai tilaisuuden luonne tai järjestämispaikka ei edellytä toimenpiteitä järjestyksen tai turvallisuuden ylläpitämiseksi ja jos myöskään sivullisille tai ympäristölle ei aiheudu haittaa tai erityisiä liikennejärjestelyjä. (Poliisi 2012a.)

Yleisötilaisuudesta ilmoittaessa viranomaisille on oltava mukana yleisellä paikalla järjestettävää yleisötilaisuutta koskeva ilmoitus täytettynä. Poliisilla on oikeus vaatia myös muita raportteja esimerkiksi yleisötilaisuuden paikan omistajilta tai haltijoilta suostumuksen sekä muun lainsäädännön edellyttämät tapahtumaan vaadittavat ilmoitukset, luvat ja toimenpiteet. Poliisi voi myös vaatia selvityksen vastuuvakuutuksen ottamisesta. (Poliisi 2012b.)

3.2.8 Riskien hallinta

Järjestettäessä tapahtumaa tulee konflikteihin ja riskeihin varautua. On oltava järjestelmällinen tapa toimia kohdatessa riski, jotta koko tapahtuma ei vaarantuisi jonkin osan alueen tai yksittäisen tapahtuman sisäisen projektin epäonnistuessa. (Getz 2005, 62.) Riskienhallinta prosessi sisältää selvät päävaiheet. Riskien tunnistaminen ja arviointi on ensimmäinen askel. Seuraavaksi on suunniteltava riskien torjunta ja riittävät toimenpiteet. Vaiheessa numero kolme suunnitellaan toiminta vahingon sattuessa ja toipuminen vahingosta. (Rissanen 2002, 15- 16.)

SWOT- analyysillä voidaan kartoittaa riskejä. SWOT- analyysin kehittäjä on Albert Humphrey. SWOT- analyysiä käytetään, kun pyritään saamaan selville tapahtuman vahvuudet, mahdollisuudet, heikkoudet ja uhat. Riskit kannattaisi kartoittaa jo projektisuunnitelman lomassa. Tunnistettujen riskien ennaltaehkäisyyn tulee paneutua välittömästi havaittua riskin. Tulisi kehittää toimenpiteet ja varasuunnitelmat jokaiselle mahdolliselle riskille. (Getz 2005, 83; Rissanen 2002, 18.)

3.2.9 Turvallisuus- ja pelastussuunnitelma

Turvallisuus- ja pelastussuunnitelman tarkoituksena on kartoittaa ja ehkäistä mahdolliset riskit etukäteen. Turvallisuus- ja pelastussuunnitelma tehdään jokaisesta yleisötapahtumasta tai ohjelmapalvelusta erikseen. Suunnitelma vaaditaan myös, jos yhdistyksen järjestämään toimintaan on kutsuttu tai on osallistumassa yhdistyksen ulkopuolinen henkilö tai järjestävät tuottavat ulkopuoliselle tai jäsenille taloudellista tuottavia palveluita. (Poliisi 2012c.)

Turvallisuus- ja pelastussuunnitelmassa analysoidaan millainen tapahtuma on kyseessä, ketkä ovat osallistujina, missä tapahtuma järjestetään, millaisia työkaluja tapahtuma vaatii ja ketkä ovat vastuussa tapahtuman järjestämisestä. Turvallisuussuunnitelma on tärkeä osa toiminnasta vastaaville, koska se kertoo toiminnan aikataulun, työnjaon, asiakkaiden odotukset ja toimintatavan hätätilanteissa. Kaiken kaikkiaan turvallisuus- ja pelastussuunnitelma helpottaa osallistujille tapahtumasta kertomista, ennaltaehkäisee mahdollisia tapaturmia ja onnettomuuksia sekä helpottaa toimimista ja vakuutusasioiden hoitamista tapahtuman mahdollisia tapaturmia varten. (Poliisi 2012c.)

Turvallisuus- ja pelastussuunnitelmassa on mahdollista viitata seuran tai yhdistyksen käytännön turvallisuusasiakirjaan, jonka mukaan on tarkoitus toimia. Suunnitelma pitää käydä selkeästi lävitse toiminnasta vastaavien kanssa. Turvallisuus- ja pelastussuunnitelmaa ei tarvitse toimittaa viranomaisille, mutta paikkakunnan terveystarkastaja valvoo lakien noudattamista ja hän voi tehdä pistokokeita ja vaatia mahdollisia asiakirjoja nähtäväkseen. (Poliisi 2012c.)

3.2.10 Järjestyksenvalvoja ja liikenteenohjaus

Järjestetyt yleisötapaukumat vaativat järjestetyn järjestyksenvalvonnan, jos se luokitellaan yleisötilaisuudeksi. Yleisötilaisuudeksi luokitellaan tapaukuma jossa on paikalla yli 200 henkilöä samanaikaisesti. Tapaukumassa toimivilla järjestyksenvalvovilla tulee olla järjestyksenvalvojakortti, kortittomien järjestyksenvalvojen osalta voidaan hakea poliisilta maksullista tilapäistä hyväksyntää. (Poliisi 2012d.)

Yleisötapaukumissa vaaditaan liikenteenohjausta esim. jos tapaukumapaikka sijaitsee runsaasti liikennöidyllä alueella. Yleisötapaukuman yleisömäärän ollessa alle 200 henkilöä, ei yleensä tarvitse tehdä ilmoitusta poliisille, mutta jos paikalle tarvitaan liikenteenohjausta, on poliisille ilmoitettava automaattisesti tapaukumasta. Tapaukuman liikenteenohjaajat tulee hyväksyttää poliisilla, vaatimuksina 18-vuoden ikä, ajokortti, sekä henkilön oma halukkuus ja soveltuvuus tehtävään. (Poliisi 2012d.)

3.3 Suunnitelman toteuttaminen ja projektin hallinta

Suunnitelman toteutusvaiheessa lähdetään toteuttamaan suunnitelmaa. Siihen kuuluu muun muassa ajanhallinta, henkilöstön hankinta ja markkinoinnin toteutus. Seuranta on avainasemassa, jotta teot vastaavat suunnitelmaa. Tästä vastaa projektipäällikkö. (Allen ym. 2002, 114.)

Projektin johtaminen pitää sisällään monien rinnakkaisten ja päällekkäisten asioiden hallintaa. Projektinhallinta edellyttää resurssien organisointia sellaisella tavalla, että projekti saadaan vietyä läpi laadukkaana, aikataulussa ja laaditussa budjetissa. (Ruuska 2005, 27- 30; Webopas 2012.) Projektin hallintaa johtaa projektipäällikkö. Projektipäällikkö ei osallistu itse projektin tehtävien tekemiseen vaan varmistaa, että projekti etenee ajallaan. Lisäksi hän valvoo, että projektin osapuolet hoitavat annetut tehtävät asianmukaisesti, jotta riskit saataisiin minimoitua. Projektipäällikkö asioi asiakkaan kanssa ja siten toteuttaa hänen toiveet ja tarpeet. Kommunikointi eri osapuolten välillä onkin projektipäällikön tärkeimpiä tehtäviä. (Webopas 2012.)

3.4 Toteutus

Tapahtuman toteutusvaihe on se hetki, jolloin suunniteltu tapahtuma toteutuu. Jokaisen tapahtumaan kuuluvan tulee ymmärtää roolinsa ja osuutensa, jotta tapahtuma olisi onnistunut ja saumaton. Tapahtuman toteutus voidaan jakaa kolmeen osaan: rakennusvaihe, itse tapahtuma ja purkuvaihe. (Vallo & Häyrynen 2008, 153- 155.)

Rakennusvaihe on usein vaihe, joka vie eniten aikaa. Rakennusvaiheessa tapahtumaa varten rakennetaan tarvittavat kulissit ja rekvisiitat kuntoon. Itse tapahtuma voi olla muutaman minuutin tai tunnin homma, jota on suunniteltu jopa vuoden ajan. Kun tapahtuma sitten on ohi ja viimeiset vieraat ovat poistuneet alkaa purkuvaihe, joka yleensä on hyvin suunnitellusti huomattavasti nopeampi kuin rakennusvaihe. (Vallo & Häyrynen 2008, 153- 155.)

Tapahtuma viedään läpi sen mukaan, mitä on käsikirjoitettu. Samaan aikaan projektipäällikkö ja muu henkilöstö valvovat tapahtuman sujuvuudesta. Projektipäällikkö vastaa koko tapahtuman läpiviemisestä ja siitä, että sovitussa käsikirjoituksessa pysytään. Myös mahdollisista muutoksista tapahtuman aikana vastaa projektipäällikkö. Hänen tulee olla valmis myös ratkaisemaan ongelmatilanteita. Mahdollisia ongelmia ovat esimerkiksi tapahtuman esiintyjän myöhästyminen tai kahvin keittimen hajoaminen. (Vallo & Häyrynen 2008, 153- 155.)

Tapahtumaan kuuluvien henkilöiden tulee tietää vastuuhenkilöt ja yhteystiedot. Mikäli yhteystiedot eivät ole tiedossa, soi projektipäällikön puhelin jatkuvasti, jolla on jo valmiiksi töitä tehtävänä. Erilaiset esitteet ja yhteystiedot kannattaa suunnitella hyvin. Kun joku osallistujista haluaa kysyä jotain, hän mitä luultavimmin ottaa yhteyttä ensimmäiseen puhelinnumeroon minkä hän löytää. Siksi kannattaakin pohtia etukäteen, kenen yhteystiedot laitetaan ensimmäiseksi. (Iiskola- Kesonen 2004, 11.)

3.5 Päättäminen

On myös tärkeää kiinnittää huomiota purkutöihin tapahtuman päätyttyä. Purkutyöt kannattaa suunnitella hyvin ja siihen kannattaa varata tarvittava määrä ihmisiä, jotta purkutyöt hoituvat huolellisesti ja tehokkaasti. Päättämiseen kuuluu myös oleellisesti palautteen kerääminen ja kaikkien tapahtumaan osallistuneiden kiittäminen. Pienen hengähdystauon jälkeen on hyvä pitää kiitostilaisuus henkilökunnalle. Siellä on myös hyvä hetki kerätä palaute ja mielipiteet tapahtumasta. (Iiskola- Kesonen 2004, 12.)

Yhteistyökumppaneiden ja sidosryhmien kiittäminen kannattaa tehdä myös mahdollisimman nopeasti tapahtuman jälkeen. Tilaisuus, jossa tukijoita kiitetään, osoittaa yhteistyökumppaneiden arvostusta sekä toimii hyvänä jälkimarkkinointikeinona. (Iiskola- Kesonen 2004, 12.)

On myös hyvin tärkeää, että tapahtumassa kerätyt kuvat, palautteet ja mahdolliset videot taltioidaan heti, jottei mitään materiaalista huku. Tehdyt suunnitelmat ja niiden toteutuminen on tärkeää infoa ja antaa hyvää tietoa, kun tapahtumia järjestetään uudestaan. Dokumentointiin tulee kiinnittää huomiota, koska varsinkin heti tapahtuman jälkeen sen järjestäjät ovat usein uupuneita ja arkistointia ei tehdä huolellisesti. Dokumentointi on myös tärkeää, koska yksityiskohdat saattavat unohtua yllättävänkin nopeasti. (Iiskola- Kesonen 2004, 12.)

Kertaluontoinen tapahtuma on valmis, kun työn arkistointi ja tapahtumaan liittyvien henkilöiden kiittäminen on tehty. Jos taas tapahtumaa on mietitty suunniteltavaksi uudestaan tai luoda siitä jotain pysyvää, on päättämisen yhteydessä mietittävä myös tulevaisuutta. Tällöin kaikkien tapahtumasta saatujen materiaalien taltiointi on hyvin tärkeää. Kaikki edellisten tapahtumien materiaalit auttavat tulevaisissa tapahtumissa ja auttavat mahdollisissa ongelmatilanteissa tai jos tapahtumasta yritetään saada sujuvampi. Tapahtuminen kehittäminen onkin sen elinkaarelle tärkeää. (Iiskola- Kesonen 2004, 12.)

4 Tapahtuman markkinointi

Tässä luvussa käsitellään tapahtumamarkkinointia ja tapahtuman markkinointia. Luvussa on myös pohdittu, millä markkinointiviestinnänkeinoilla on päästy tahdottuun lopputulokseen. Myös viestinnän eri vaiheet on selvennetty tässä luvussa.

Tapahtumamarkkinointi on uusi käsite monelle. Tapahtumamarkkinointi on lyhyessä yksinkertaisuudessaan markkinoinnin ja tapahtuman järjestämisen yhdistelmä.

Markkinointi on jonkun ideoima toiminta, jonka tarkoituksena on saada useamman ihmisen kiinnittämään huomiota kyseiseen asiaan ja pyrkiä myös vaikuttamaan heidän päätökseensä. Tapahtumamarkkinoinnissa halutaan löytää ympärille toimiva organisaatio, jonka avulla saadaan haalittua kaikki kohderyhmät paikanpäälle ja toteutettua tapahtuma. Lyhyesti selitettynä tapahtumamarkkinointi on markkinoinnin menetelmä, joka perustuu elämyksiä antavien tapahtumien järjestämiseen jollekin organisaation sidosryhmälle. (Vallo & Häyrinen 2008, 19.)

Tapahtumamarkkinointi on osana yrityksen markkinointistrategiaa. Tai ainakin niin se mielletään, sillä se on suunnitelmallista toimintaa ja sillä yritetään parantaa yritysten tunnettavuutta ja kuvaa. Tapahtumien pitää olla vahvasti kytkettynä markkinointiin ja jokainen tapahtuma pitää olla hyvin suunniteltu ja niille pitää löytää oikeat päämäärät ja kohderyhmät. Tapahtumamarkkinoinnin tavoitteita voi olla esimerkiksi myynnin lisäys, brändin tunnettavuuden kasvattaminen sekä markkinaosuuden nostaminen. (Talous-elämä nro 21, 2004)

Tapahtuma tulee olla aina etukäteen suunniteltu ja siinä tulee näkyä muun muassa luotettavuus, interaktiivisuus ja innostuneisuus. Se yritys, joka tapahtumaa on luomassa, laittaa aina oman maineensa peliin. Kun asiat on hoidettu oikein, tapahtumasta jää hyvä kuva niin yleisölle kuin järjestelyihin osallistuneille. Epäonnistuneet järjestelyt luovat huonon maineen järjestävälle organisaatiolle. (Vallo & Häyrinen 2008, 20-27.)

Markkinointisuunnitelman tekeminen on yksi tärkeimmistä tehtävistä ja sen toteuttaminen oikein mahdollistaa koko tapahtuman onnistumisen, mutta ei yksin takaa sitä.

Markkinointisuunnitelma on hyvä tehdä tarpeeksi aikaisin ja sen tekemiseen on hyvä varata aikaa tarpeeksi. (Yritystulkki 2010.)

4.1 Markkinointiviestinnän määritelmä

Markkinointiviestinnän voi määritellä helposti niin sanotulla 4P:llä eli product, price, place ja promotion, joka on suomeksi siis tuote, hinta, paikka, mainonta. Näiden kaikkien pitää olla lujasti yhteyksissä toisiinsa ja sitten viimeinen eli markkinointiviestintä lopulta mainostaa näitä kolmea edellistä. Kuitenkin kolmella ensimmäisellä on myös tapansa viestiä. Sen takia kaikkien näiden neljän tulee toimia yhdessä ja ilman ristiriitaa, jotta se toimisi. (Vuokko 2003, 23.)

Markkinointiviestintää käytetään markkinoinnin kilpailukeinona, käytettäessä termiä markkinointimix, joka on siis osa markkinointi keinojen kokonaisuutta. Henkilöstö, palvelut, jakelukanavat ja tuotteet kuuluvat markkinointimixiin. Kaikilla näillä on oma viestinnällinen tarkoitus ja yhdessä ne luovat laajan viestinnällisen perspektiivin. (Isohookana 2007, 35.)

Viestintä tarkoittaa tietyn informaation kulkeutumista sen lähettäjältä hänen haluamalleen vastaanottajalle. Syy valita jonkun tietyn yritykseen palvelut tai tuotteet, on markkinointiviestinnän ydinajatus. (Lahtinen 1998, 219.)

Markkinointi viestintä on jatkuvassa vuorovaikutuksessa muiden markkinointien kanssa ja se vahvistaa yrityksen palveluja tai tuotteita ja niiden tunnettavuutta, joka taas edistää niiden myyntiä. Uudet palvelut tulevat näin tutuksi asiakkaalle markkinointiviestinnän avulla. Markkinointiviestinnässä ei kuitenkaan pyritä kertomaan kaikkea mahdollista infoa yrityksestä vaan ne asiat, joilla saadaan asiakkaan mielenkiinto heräämään. (Isohookana 2007, 62; Vuokko 2003, 12.)

4.2 Markkinointiviestinnän keinot

Järjestäessä tapahtumaa viestinnän keinot on tärkeässä asemassa. Tapahtuman medianäkyvyys ja menestys takaavat oikean kohderyhmän löytämisen ja heidän mielen-

kiinnon herättämisen, jota kautta he saapuvat myös paikalle. Jotta niin vanhat kuin nuoret saadaan kiinnostumaan aiheesta, tulee käyttää monipuolisia tiedotuskanavia. Organisaation omaan henkilökuntaan suuntautuva markkinointi on sisäistä markkinointia. Esimerkkejä tästä on tiedotukset organisaation sisällä, kouluttaminen ja johtamistoiminta joka inspiroi ja antaa motivaatiota.

Sisäisen markkinoinnin tavoite on luoda erinomainen tiimihenki ja positiivinen ilmapiiri ja saada ihmiset sitouttamaan niin, että koko organisaatioon kuuluvat henkilöt ovat kykeneviä viemään tapahtuma haluttuun lopputulokseen. Sisäinen markkinointi on peruspilari ulkoiselle markkinoinnille, koska sillä luodaan toimiva ja toiveet täyttävä ulkoinen markkinointi ja sen odotukset. (Lehtonen 1998, 62; Eberg 1993, 307; Etälukio 2011.)

Ulkoisen markkinoinnin päämäärä on saada mahdollisimman usea ottamaan osaa tilaisuuteen. Ulkoinen markkinointi on erityisesti suurissa yleisötapahtumissa useimmiten maksettua mediamarkkinointia, joihin kuuluvat esimerkiksi lehti-ilmoitukset, radio- ja televisiomainokset. Sähköpostitse lähetettävä ilmainen suoramainonta kuuluu mediamarkkinointiin. Tapahtuman tavoitteen ja kenelle se on suunnattu, mukaan valitaan markkinointikanavat. Hyvänä esimerkkinä on esimerkiksi rockmusiikkiin liittyvät lehdet, joissa mainostetaan rock-konsertteja. Molemmissa tapauksissa on sama kohderyhmä. (Häyrinen & Vallo, 103; Lahtinen & Isoviita 2001, 180, 188–189.)

Ilmaisilla markkinakeinoilla voidaan saavuttaa yhtä hyvä lopputulos kuin maksetulla mediamainonnalla. Yksi lähes ilmainen markkinoinnin keino on suoramarkkinointi. Tämän tarkoituksena on tavoittaa ne henkilöt, joille markkinointi on ideoitu henkilökohtaisesti. Suoramarkkinoinnissa voidaan käyttää täysin osoitteellista - tai osoitteetonta markkinointia. Esimerkkeinä osoitteellisesta on sähköposti ja osoitteettomasta on lehdet. Nykyään myös kasvavassa suosiossa on myös sosiaaliset kanavat kuten Facebook. Maksimaalisen julkisuuden saavuttamiseksi voidaan myös kirjoittaa lehdistötiedote tai järjestää lehdistötilaisuus. (Häyrinen & Vallo, 103; Lahtinen & Isoviita 2001, 180, 188–189.)

Markkinointitoimenpiteiden tavoitteena on rakentaa organisaatioista tai sen tuotteista ja palveluista positiivista mielikuvaa, luoda haluttua imagoa ja loppujen lopuksi saavuttaa haluttu tavoite, oli se sitten lisäkauppaa, asiakkaita, jäsenyyksiä tai erinäisiä lahjoituksia. Tässä tapauksessa se, että ihmisiä saadaan kiinnostumaan tapahtumasta ja saapumaan paikalle. Markkinointiviestintä on tavoitteellista viestintää, jonka keskimäinen tavoite on saada vaikuttaa kohteeseen ja hänen mielipiteeseensä. Jokainen väline markkinoinnissa niin mainonta, suoramarkkinointi kuin tapahtumakin joko parantaa tai huonontaa imagoa ja mainetta. (Vallo & Häyrinen 2008, 32.)

4.2.1 Mainonta

Nykypäivänä ei mainontaa ja mainoksia pysty välttämään. Myös postin seassa tulee suoraan kotiin kasapäittäin esitteitä ja mainoksia. On todella vaikeaa olla altistumatta mainonnalle. Mainontaa pidetäänkin markkinointiviestinnänkeinoista näkyvimpänä ja julki-
simpana. (Vuokko 2003, 193.)

Mainonta on maksullista, tavoitteellista tiedottamista, joka on suunnattu suurelle kohderyhmälle. Mainonta on persoonatonta viestintää, jolloin lähettäjän ja vastaanottajan välille ei synny henkilökohtaista kontaktia, vaan viestintä välittyy erilaisten kanavien kautta. Tällaisia kanavia ovat muun muassa televisio, internet, radio tai lehti. Mainos voi välittyä vastaanottajalle myös postin kautta tai tekstiviestillä. (Vuokko 2003, 192-194.)

Mainonta eri muodoissa on usein organisaation tärkeimpiä viestintäkeinoja ja sillä tuetaan myös muita markkinointiviestinnän keinoja, muun muassa organisaation myyjien työtä. Mainonta jaetaan kolmeen eri muotoon; mediamainontaan (muun muassa televisiomainonta, radiomainonta, lehtimainonta), suoramainontaan ja muuhun mainontaan (toimipaikkamainonta, mainonta tilaisuuksissa ja tapahtumissa ja mainonta tietoverkoissa). (Alaja 2000, 189; Hoyle 2002, 145.)

Mainonnan suunnittelu kulkee usein samalla kaavalla kuin tapahtumanmarkkinointi yleensäkin. Mainonnan suunnittelu pohjautuu aina laadittuun markkinointisuunnitelmaan. Ensin on määriteltävä kohderyhmä ja sopia, mitkä ovat mainonnan tavoitteet. Tämän jälkeen on hyvä tarkistaa resurssit eli mainosbudjetti. Mainosbudjetista ilmenee,

kuinka paljon rahaa on siis käytettävissä mainontaan sekä kuinka laajaa ja laadukasta mainontaa voidaan käyttää. Tämän jälkeen valitaan mainosvälineet, eli minkälaisilla mainoksilla mainostetaan ja missä. Pyrkimyksenä on valita ne mainosvälineet, joiden kautta mainostajan asia saadaan kohderyhmän tietouteen mahdollisimman tehokkaasti ja taloudellisesti. Mainosvälineitä ovat muun muassa sanomalehdet, televisio, radio ja internet. Useimmiten mainonnassa käytetään useita näistä kanavista samanaikaisesti ja tällaista mainontaa kutsutaan yhteismainonnaksi. (Alaja 2000, 189; Hoyle 2002, 145.)

Näiden vaiheiden jälkeen on aika päättää, mitä mainos tulisi sisältää. Markkinoitavan tuotteen, tässä tapauksessa tapahtuman, erityispiirteet määräävät sisällön. Mainossanomaa suunniteltaessa on päätettävä, mitä sanotaan (sanoman sisältö) ja miten sanotaan (sanoman muoto). Sisältöä suunniteltaessa lähdetään mainonnan lähtökohdasta, teemasta. Mainoksessa tärkein osa on sanallinen sisältö, ilmoitusteksti eri osineen. Se kertoo, mikä tapahtuma on kyseessä, miten se toimii ja mitä hyötyä ja iloa siitä on, jotta siitä kannattaa maksaa. (Vuokko 2003, 212–213.)

Mainoksen toteuttaminen voidaan aloittaa, kun sen sisältö on selvillä. Mainoksen suunnittelun lisäksi tulisi tehdä mediasuunnittelu, joka voidaan jakaa kahteen osaan. Ensimmäisenä valitaan, mitä mediaa eli mitä viestimiä käytetään (sanomalehdet, aikakauslehdet, radioasemat, televisioasemat tai internet). Kun on päätetty, mitä kanavia käytetään, täytyy valita, mitä yksittäisiä viestimiä käytetään (mitä sanomalehtiä, aikakauslehtiä, radioasemia, televisioasemia tai www-sivustoja). Toinen mediapäätöksiin liittyvä valinta on se, miten viestimiä käytetään. Esimerkiksi mikä paikka mainokselle halutaan ja miten monta kertaa mainosta toistetaan. (Vuokko 2003, 212–213.)

4.2.2 Sponsorointi

Sponsoroinnin syvin tarkoitus on luoda markkinointiyhteistyötä yritysten ja ominaisesti urheilun ja kulttuurin välillä. Sponsorointi käsitteenä tarkoittaa sponsoroitavan yksilön, ryhmän, tilaisuuden tai muun toiminnan imagon vuokraamista ja tilaisuuden hyväksikäyttöä määriteltyihin markkinointiviestinnän tarkoituksiin. Sponsoroinnin tarkoituksena on saada positiivisia mielikuvia, myönteistä julkisuutta ja liiketoiminnallista hyötyä. (Alaja 2000, 104–105; Vuokko 2003, 303.)

Yrityksen lähtiessä sponsoroimaan esimerkiksi urheilijaa tai urheilujoukkuetta on mietittävä, että kohtaako yrityksen ja urheilijan brändi toisiaan ja onko sponsoroitavalla mahdollista saada urheilijan kautta sellaista julkisuutta, joka on hyväksi yrityksen liiketoiminnalle.

Sponsorointi yrityksen kannalta ei suoranaisesti liity liiketoimintaan, vaan sponsoroimalla yritys viestii omasta arvomaailmastaan huolellisesti valitun kohteen kautta. Kun haluttu sponsorointi kohde on valittu yrityksen kohderyhmien toiveiden perusteella, on yrityksen helpompi välittää heidän omat viestinsä näille ryhmille. Tämä on tapa välittää positiivisia uutisia yritykseltä, mikä yhteistyö kohteen kanssa sujuu onnistuneesti. (Alaja 2000, 111)

Yritykset haluavat käyttää sponsorointia tukitoimintana, jonka toivotaan tuovan yritykselle positiivista suhdetoimintaa ja mainontaa. Sponsoroinnin ensimmäinen ehto ja onnistumisen edellytys on julkisuus, jota sponsoroitava yritykselle tarjoaa. Julkisuuden ei tarvitse olla massamediaa, vaan sen kuuluisi kohdata tavoiteltu kohderyhmä. (Vuokko 2003, 304.)

Sponsoroinnin yksi tärkeimmistä tavoitteista on luoda julkisuutta halutun kohderyhmän keskuudessa. Sponsoroinnin tarkoitus voi olla hyvinkin erilainen ja sen tarkoituksena voi olla pyrkiä vaikuttamaan yrityksen ja tuotteen imagoon ja nykyisen maineen parantamiseen, menekin edistämiseen, asiakassuhteiden hoitaminen tai vaikka mahdollisen kilpailijan toimenpiteisiin vastaaminen. (Vuokko 2003, 304.)

Sponsorointi sekoitetaan hyvin helposti ja useasti hyväntekeväisyyteen. Sponsorointi ja hyväntekeväisyys molemmat ovat tukemista, mutta niiden ero piilee siinä, että hyväntekeijä ei odota saavansa lahjoituksesta suoraa hyötyä itselleen. Sponsoroinnin ajatuksena on hakea mahdollista hyötyä sopimuksen molemmilla osapuolille. Pirjo Vuokko (2003, 303) kiteyttää hyvin sponsoroinnin ja hyväntekeväisyyden eron esimerkillään kirjassaan: ”Kun yritysjohtaja kotinsa ovella antaa rahaa syöpäjärjestön keräykseen, hän ei sponsoro, vaan harjoittaa hyväntekeväisyyttä. Kun samainen yritysjohtaja tekee päätöksen,

että hänen yrityksensä tukee lasten syöpäosaston laitehankintoja, hän yleensä sponsoroit.” Tämä ilmaisu kiteyttää hyvin sponsoroinnin ja hyväntekeväisyyden eron. (Alaja 2000, 105)

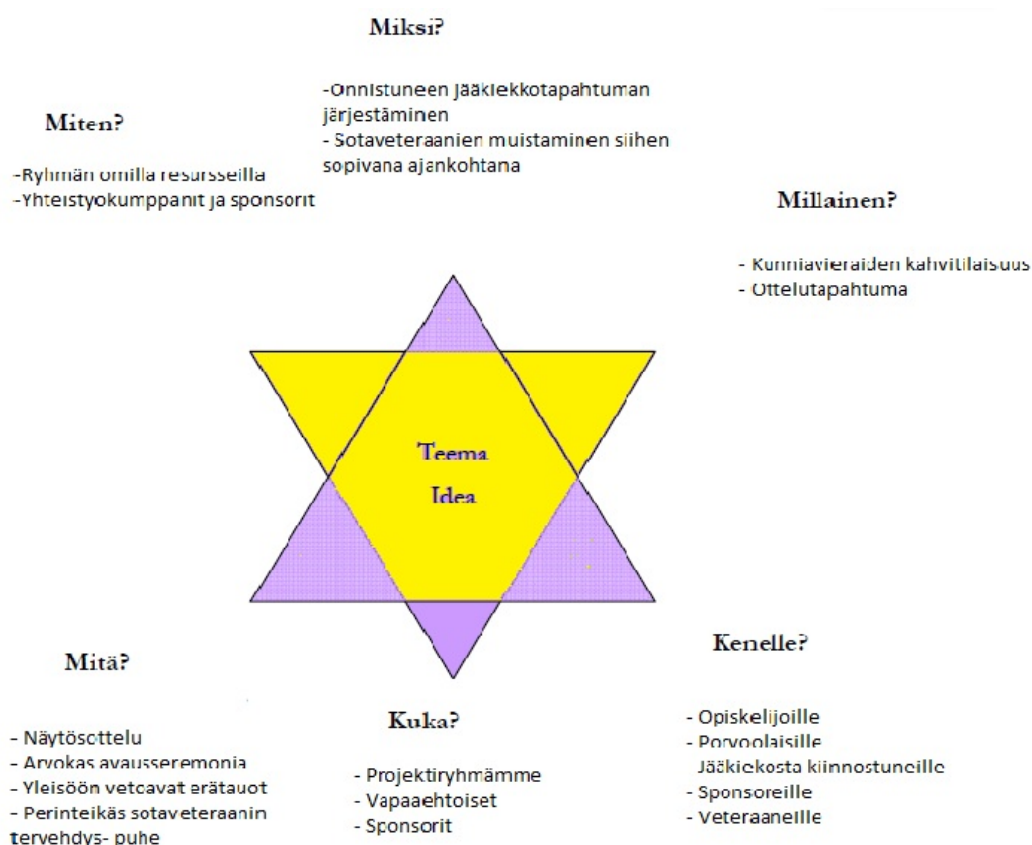
5 Jääkiekkotapahtuma Porvoon sotaveteraanien hyväksi

Jääkiekkotapahtuma Porvoon sotaveteraanien hyväksi järjestetään 5.12.2012 Porvoon jäähallilla. Tapahtumasta tulee yleisötapahtuma, jonne kutsutaan kunniavieraiksi Porvoon seudulla asuvia sotaveteraaneja. Tapahtuma on avoin kaikille.

Tässä luvussa esitellään jääkiekkotapahtumaprojektin prosessi, joka jaettiin seuraavasti: konsepti, projektisuunnitelma, markkinointisuunnitelma, projektin eteneminen, toteutus ja päättäminen.

5.1 Konsepti

Konseptia lähdettiin havainnollistamaan luvussa 2.1 esitellyn onnistuneen tapahtuman tähden avulla.



Kuvio 4. Jääkiekkotapahtuman konsepti

Tapahtuman ideana oli järjestää jääkiekko-ottelu sotaveteraanien hyväksi. Pääasiallisena kohderyhmänä toimivat Campuksen opiskelijat ja kunniavieraina Porvoon sotaveteraanit. Kolmesta opiskelijasta koostuva projektiryhmä järjesti tapahtuman sponsoreiden ja vapaaehtoisten avulla. Tapahtumasta haluttiin tunnelmaltaan viihdyttävä ja rento, mutta samalla kunniavieraita kunnioittava.

5.2 Projektisuunnitelma

Jääkiekkotapahtuman suunnittelu alkoi viikolla 39. Suunnittelusta kirjallisena tuotoksena oli projektisuunnitelma, johon sisällytettiin tavoitteet, rajausta, projektinorganisaatio, työvaiheet, aikataulu, budjetti, työmenetelmät ja projektin riskit.

5.2.1 Tavoitteet

Tavoitteena oli järjestää onnistunut ja viihdyttävä hyväntekeväisyystapahtuma, joka viestisi veteraaneja siitä ettei heitä ole unohdettu. Yleisölle ja erityisesti veteraaneille haluttiin tarjota hauska ja virkistävä päivä. Tavoitteena oli myös panostaa markkinointiin sekä saada näkyvyyttä mediassa, sillä tapahtumaan pyrittiin saamaan osallistujia ja sponsoreita. Tapahtumasta saadut tulot ohjattiin Porvoon seudun Sotaveteraani ry:lle. Tapahtuman menot katettiin sponsoreilta saaduilla tuilla. Yhtenä tavoitteena oli saada tapahtumasta taloudellista voittoa, mutta painopiste oli enemmän sotaveteraanien muistamisella.

Kuten luvussa 2.2 mainittiin, tapahtuman tavoite tulee pilkkoa useammaksi osatavoitteeksi, joita voidaan mitata. Näitä osatavoitteita olivat:

- Kunniavieraita paikalle vähintään 10 henkilöä
- Yleisöä paikalle vähintään 150 henkilöä
- Tuloja vähintään 1500€
- Sponsoreilta saadut tuet kattavat menot
- Ennen tapahtumaa kaksi lehtijuttua
- Julkaista tapahtuman mainosvideo sosiaalisessa mediassa
- Saada yleisö ja veteraanit viihtymään

- Rekrytoida asiantuntevia vapaaehtoisia ja heidän tehokasta perehdyttämistä

Määrällisiin tavoitteisiin pääsemistä oli helppo arvioida. Laadullisten tavoitteiden täyttymistä ei ole niin helppoa arvioida vaan tätä varten kerättiin palautetta.

5.2.2 Rajaus

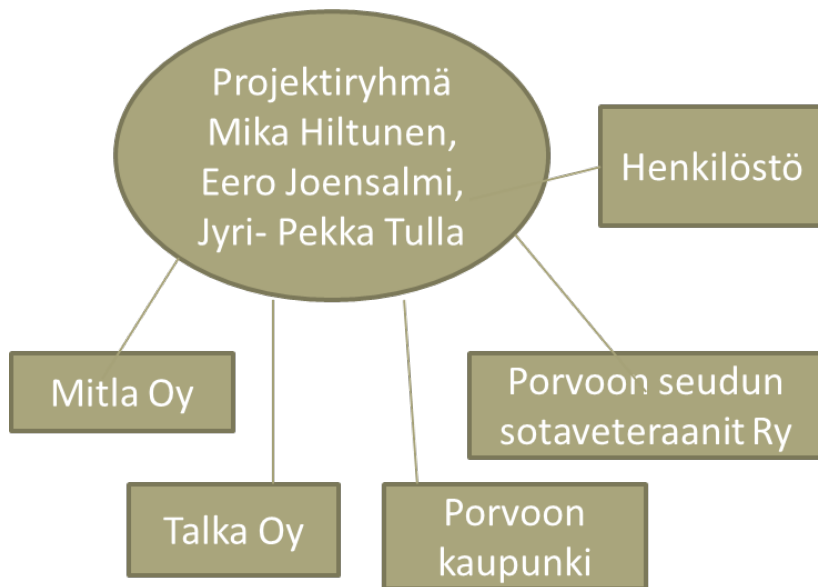
Markkinointi rajattiin Porvoon seudulle ja kutsutut veteraanit Porvoon seudun Sotaveteraaneihin. Tapahtuma oli avoin kaikille, mutta markkinoinnissa panostettiin erityisesti campuksen opiskelijoihin. Projekti aloitettiin syyskuussa 2012, jolloin tapahtumaa alettiin suunnitella. Tapahtuma toteutettiin itsenäisyyspäivänaattona 5.12.2012 klo.13:00. Näin ollen valmisteluille jäi aikaa kaksi kuukautta. Suurimpia haasteita oli, miten saadaan yleisö paikalle juuri kyseisenä ajankohtana, sillä työssäkäyville ihmisille ajankohta oli vaikea.

Yhteistyökumppaneiden hankinta rajattiin Porvoon alueella toimiviin yrityksiin, jotka toimivat tapahtumassa sponsoreina ja lahjoittajina. Tuotot suunniteltiin ohjattavaksi Porvoon seudun sotaveteraanit ry:lle, joten taloudellista hyötyä yhteistyökumppanit eivät saa.

Porvoon jäähallissa mahtuu 800 katsojaa, joten kohderyhmäksi rajattiin Porvoon alue. Tärkeimmäksi kohderyhmäksi määritimme opiskelijat Porvoon Campuksen opiskelijat helpon tavoitettavuuden vuoksi. Itsenäisyyspäivän aaton jääkiekkotapahtuman toteutusympäristöksi rajattiin Porvoon jäähallin alue. Alue käsittää kaikki palvelut, jota tapahtuman järjestäminen tarvitsee; jäähalli sekä kabinettitila

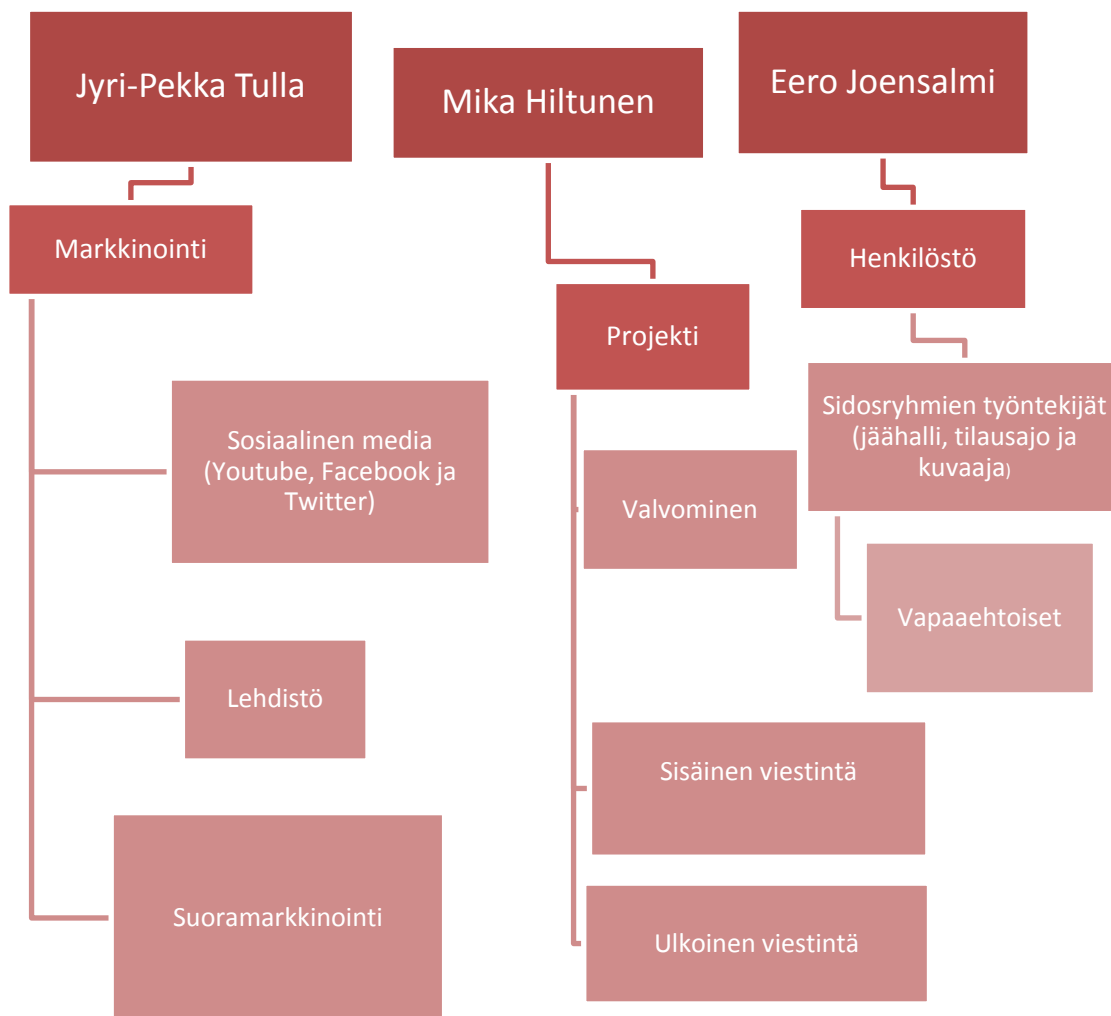
5.2.3 Projektinorganisaatio

Tapahtuman projektinorganisaatio koostuu projektiryhmästä, ulkoisista sidosryhmistä ja vapaaehtoisista. Kuviossa 5. on kuvattu projektin organisaatio.



Kuvio 5. Projektioorganisaatio

Projektiryhmä koostui opinnäytetyön tekijöistä ja opinnäytetyömme valvojana ja arvioijana toimi opettaja Reetta Lampinen. Projektin ulkoisiin sidosryhmiin kuuluivat Porvoon kaupunki, joka lupasi hoitaa jäähallin vuokran sekä sponsorit Talka Oy ja Mitla Oy. Henkilöstöön kuuluivat vapaaehtoiset sekä kuvaajana toimiva Hannu Mikkola. Lisäksi henkilöstöön kuuluivat myös tapahtumassa pelanneet joukkueet. Tapahtumassa suunnittelussa apuna käytettiin Porvoon seudun sotaveteraanit Ry:n puheenjohtajaa Tuomo Kankkusta. Mediasta sidosryhmiin kuuluivat Uusimaa, Borgåbladet, Vartti ja Jatkoaika.com. Tietyille sidosryhmille oli määrätty tietty yhteyshenkilö, joka ilmenee kuvioista 6.



Kuvio 6. Projektiryhmän työnjako

Mika Hiltunen oli projektipäällikkö ja oli vastuussa projektin hallinnasta sekä projektin sisäisestä että ulkoisesta viestinnästä. Jyri-Pekka Tulla vastasi markkinoinnista kuten muun muassa Facebook- sivun päivityksestä. Hän oli myös yhteydessä lehdistöön. Eero Joensalmen vastuulla oli henkilöstön rekrytointi ja henkilöstön perehdyttäminen tehtäviinsä. Lisäksi hänelle kuului jäähallin valmistelut ja muiden järjestelyiden hallinta.

5.2.4 Työvaiheet

Jotta tapahtuma voitiin toteuttaa, tarvittiin sille tilat, rahoitus ja henkilöstöresurssit. Tilat oli jo ehditty varata ja tapahtumassa pelaavia joukkueiden kokoonpanoja oli aloitettu selvittämään. Myös sponsorit oli jo hankittu, mutta mahdollisia lahjoittajia kartoitettiin edelleen. Ohjelman runko oli kasassa, mutta se vaati tarkennusta ja lisäyksiä. Porvoon sotaveteraaneihin oltiin päivittäin yhteyksissä ja huomioitiin heidän toiveensa. Yhtey-

denpitoa jatkettiin koko projektin elinkaaren ajan. Tapahtuman lupa-asiat ja turvallisuus olivat seuraavaksi tehtävälisalla. Koska tapahtumaan oli osallistumassa mahdollisesti yli 100 henkilöä, tuli tapahtumaan myös hankkia kaksi järjestyksenvalvojaa sekä ensihoitaja.

Vapaaehtoiset kerätään Campuksen opiskelijoista ja heille tuli järjestää perehdytys. Jäähallilla käytiin tarkistamassa tilojen ja teknistenlaitteiden kunto. Lähempänä tapahtumaa suunniteltiin hallin sisätiloissa tapahtuva tarjoilu ja rekvisiutta. Lisäksi opiskelijoita varten hankittiin linja-autoyhteys jäähallin ja Kevätkummun opiskelija-asuntojen välille. Tapahtuman markkinointi oli iso osa-alue, joka löytyy luvusta 4.3, joka käsitti myös mediayhteyksien järjestämisen.

5.2.5 Aikataulu

Luvussa 4.2.4 käytiin läpi tehtävät, jotka tuli hoitaa ennen tapahtumaa. Tässä luvussa kyseiset tehtävät aikataulutettiin suhteutettuna jäljellä olevaan aikaan ennen toteutusta. Apuna on käytetty luvussa 2.2.1 esiteltyä Gantt- kaaviota.

Viikko nro.	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
<u>Joukkueiden hankinta</u>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<u>Henkilöstön rekrytointi</u>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<u>Tilojen järjestäminen</u>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<u>Markkinoinnin aloittaminen</u>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<u>Mediayhteyksien järjestäminen</u>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<u>Sponsoreiden hankkiminen</u>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<u>Lipunmyynti</u>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<u>Turvallisuussuunnitelma</u>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<u>Lupien hankkiminen</u>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<u>Tarjoilun suunnittelu</u>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<u>Ohjelman suunnittelu</u>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<u>Raportointi</u>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<u>Tapahtuman päättäminen</u>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<u>Sotaveteraaneille tiedottaminen</u>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<u>Toteutus 5.12.2013 viikolla 49 Porvoon jäähallilla</u>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Kuvio 7. Projektin aikataulu

Kaiken kaikkiaan suunnittelulle ja käytännön asioille oli aikaa 10 viikkoa. Tärkeimmät asiat kuten jäähallin vuokraus, sponsoreiden ja lupien hankinta ja joukkueiden kasaaminen tapahtuivat ensimmäisten kahden viikon aikana. Projektisuunnitelma laadittiin samoihin aikoihin.

5.2.6 Budjetti

Budjettia laadinta aloitettiin, kuten luvussa 2.2.6 on mainittu, kartoittamalla tärkeimmät menot. Näitä olivat jäähallin vuokraus, buffetin tarvikkeet, bussikuljetus sekä kuvausmenot. Kuten aikaisemmin mainittiin, tapahtuman menot katettiin sponsorituloilla. Vielä ei ollut selvää, miten bussikuljetus menot hoidetaan, sillä paikalliset liikennöitsijät kilpailutettiin.

Taulukko 1. Suunniteltu budjetti

Sponsoritulot	€	Menot	€
Porvoon kaupunki	250	Jäähalli	250
Talka Oy	200	Tarvikkeet buffaan	200
		Bussikuljetus	160
Projektitiimi	36	Lupa tapahtuman järjestämiseen	36
Mitla Oy	250	Kuvauspalvelut	250
Yhteensä	736	Yhteensä	896
Tulot veteraaneille	€		
Lipputulot	750 (5€/lippu, tavoitteena 150 osallistujaa)		
Lahjoitukset	500		
Buffa	250		
Yhteensä	1500		

Tavoitteen oli saada tuloja 1500 euroa. Tämä summa oli tarkoitus saada kokoon lipputulolla, lahjoituksilla ja buffetin tuloilla. Lipun hinnaksi muotoutui viisi euroa. Hintaan päädyttiin, koska haluttiin, että lipun hinta ei ole kenellekään este tapahtuman osallis-

tumiseen. Koettiin, että viidellä eurolla saadaan kokoon kuitenkin tarpeeksi merkittävä summa.

5.2.7 Työmenetelmät

Projektiryhmä kokoontui neljä kertaa viikossa suunnittelemaan tapahtumaa, tapahtuman markkinointia sekä raportin kirjoittamista. Joka maanantai kello 9:00 ryhmä kokoontui laatimaan alkaneen viikon kokoontumisaikataulua sekä käymään läpi edellisen viikon tulokset ja suunnittelemaan tulevaa työtä. Tällöin tarkistettiin luvusta 4.2.5 löytyvästä projektinaikataulusta kyseisen viikon tehtävät.

Projekti vaati yhteydenpitoa yhteistyökumppaneihin ja sponsoreihin. Rekrytoidun henkilöstön ajan tasalla pitäminen ja mahdollisista suunnitelmien muutoksista tiedottaminen oli projektin onnistumisen kannalta välttämätöntä.

Työmenetelmiin kuului myös kaikkien tapahtumaan liittyvien toimintojen dokumentointi kuten sponsoreiden sponsorisopimusten laatiminen. Suunnittelun lisäksi työmenetelmiin kuului erilaisten tietokoneohjelmistojen käyttämistä markkinointimateriaalien tuottamiseen. Ohjelmistoja joita materiaalien tuottamiseen käytimme olivat Adobe, Adobe Indesign, Photoshop ja Java Script Editor.

Projekti vaati paljon puhelimen käyttöä, sillä niin sidosryhmien kuin rekrytoitujen ihmisten oli oltava ajan tasalla projektin etenemisestä ja erityisesti varmistetuista aikatauluista. Julisteiden kiinnittäminen seiniin ja bussipysäkeille ympäri Porvoota vaati auton käyttöä sekä aikaa. Mainosvideon kuvaamiseen tarvittiin ulkopuolista apua, joten ostettiin kuvauspalvelut Visual Vortexin tmi: ltä. Visual Vortex toimi myös tapahtuman virallisena kuvauspalveluista vastaavana toimijana.

Projektin huipennus oli 5.12.2012, jolloin oli toteutuspäivä. Tapahtuman jälkeen kerättiin palautetta satunnaisotoksilla osallistujilta suullisesti tapaamalla heitä tapahtuman jälkeen. Valmistautuminen palautteenkeruutilaisuuksiin käsitti kysymysten suunnittelun ennalta.

5.2.8 Projektin riskit ja niihin varautuminen

Taulukko 2. erittelee ensiksi projektin sisäisiä tekijöitä eli vahvuuksia ja heikkouksia. Tiesimme, että meillä on vahva verkosto tilaisuuden järjestämiseksi Porvoossa, myös meidän asenteemme ja tietämyksemme jääkiekosta ja ottelutapahtuman järjestämisestä oli selvä vahvuus ja loi lisää kiinnostavuutta tehdä tämä ottelutapahtuma. Tapahtuman ajoitus oli myös hyvä, koska järjestämämme tapahtuma osuu juuri ennen itsenäisyyspäivää ja jääkiekko osana suomalaista kulttuuria sopi tapahtumaan mainiosti.

Taulukko 2. Swot- analyysi

Strengths (vahvuudet)	Weaknesses (heikkoudet)
<ul style="list-style-type: none">- Hyvä, osaava ja hyvällä asenteella toimiva tiimi.- Luotettavat yhteistyökumppanit ja spon-sorit.- Tapahtuman soljuva aloitus itsenäisyys-päivälle.- Jääkiekko on osa suomalaista kulttuuria.- Veteraaneja kohtaan on edelleen suurikunnioitus.	<ul style="list-style-type: none">- Ulkoisista tekijöistä riippuvat asiat.- Tiukka aikataulu.- Inhimilliset tekijät.- Jääkiekon tuntemattomuus Porvoossa,ei isoja perinteitä.
Opportunities (mahdollisuudet)	Threats (uhat)
<ul style="list-style-type: none">- Luoda tapahtumasta perinne.- Luoda tunnettavuutta veteraaniliiton pe-rinteistä.- Jääkiekon tunnettavuuden kohottaminen.- Antaa tietoa veteraaneista ja hyväntekeväi-syydestä.	<ul style="list-style-type: none">- Tapahtumasta puuttuvat tunnetut per-soonat.- Tapahtuman aloitusaika.- Kaikkien mahdollisten riskien arvioin-ti.- Markkinoinnin epäonnistuminen.- Järjestely ongelmat.

Projektin alkuvaiheessa oli helppo huomata, että kaikki tapahtumaan liittyvät asiat eivät olleet täysin meidän omassa käsissä. Analysoimme, että päästäksemme hyvään tulokseen tarvitsemme ulkoisten tekijöiden apua projektissamme. Ulkoisten tekijöiden lisäksi aikataulumme ollessa tiukka, ei yhtälö ollut kaikista helpoin laadukkaan tapahtuman järjestämiseen. Aikataulutuksen ja ajankäytön suhteen perehdyimme syvemmin Hanna Iiskola- Kesonen projektinhallinnan elinkaaren toisessa osassa (ks.s.6), ja tästä saatiinkin paljon hyötyä käytännössä.

Projektin alkuvaiheen jälkeen saimme projektin ulkoiset tekijät ja yrityksen paremmin ja syvemmin mukaan tapahtumaamme, joka loi tietynlaisen turvallisuuden tapahtumalle. Jääkiekon tuntemattomuus Porvoossa loi myös haasteita, kun aloimme kasata toista osallistujia joukkuetta, mutta Niko Montosen tietotaito ja suhteet auttoivat meitä huomattavasti joukkueen kasaamisessa.

Yksi tapahtuman tarkoituksista oli kasvattaa porvooolaisen jääkiekon ja veteraanien näkyvyyttä ja herätellä uusia tahoja mukaan tukitoimintaan. Tämän vuoksi tilaisuuden onnistumisen kannalta mahdollisuudet olivatkin positiiviselta kannalta jääkiekkohuuman kasvu ja Porvoon veteraaniliiton kehittyminen entisestään. Yksi hyvä syy tapahtumalle oli myös näyttää hyväntekeväisyystoiminnasta kiinnostuneille, että sitä voi tehdä monella eri tavalla ja se että pienilläkin asioilla voi olla iso merkitys kokonaiskuvaa ajatellen

Yksi analyysin tärkeimpiä kohtia oli riskitekijöiden kartoittaminen ja riskitekijöiden varalle suunnitelman laatiminen. Aluksi pelkäsimme yhteistyökumppaneiden ja sidosryhmien löytämisen olevan vaikeaa ja haasteellista ja yleisön löytämistä paikalle, koska aika jolloin tapahtuma järjestää on haastava. Tapahtuman järjestämiselle ei kuitenkaan ollut muita mahdollisia vapaita päiviä tai ajankohtia, joten jouduimme panostamaan enemmän tapahtuman markkinointiin ja tapahtuman näkyvyyteen.

Tapahtumaan liittyvien sidosryhmien kanssa tehtiin kyselyt jo aikaisemmin ja he varmistettiin tapahtumaan hyvissä ajoin, mutta jouduimme kuitenkin tekemään välitarkistuksia ja pohtia varahenkilöitä mahdollisia peruutuksia varten. Tiedustelimme sidos-

ryhmät ja sponsorit valmiiksi ennen kuin teimme tapahtumalle oman Facebook-sivun ja annoimme haastattelun Uusimaalle, koska halusimme saada mahdollisimman selvän ja hyvän paketin valmiiksi. Uusimaan julkaisemassa artikkelissa, koskien meidän tapahtumaamme saimme sidosryhmiä, sponsoreita ja uusia asiakkaita aktivoitua, joten artikkeli antoi meille enemmän näkyvyyttä ja uskottavuutta.

5.3 Markkinointisuunnitelma

Markkinoimamme tuote oli elämys ja uusi kokemus Porvoolaisille ja Porvoo Campuksen opiskelijoille. Jääkiekko-ottelu itsenäisyyspäivän aattona, jossa oli mukana ensi kertaa Porvoo Campuksen oma jääkiekkjoukkue ja Porvoolainen Toldboys. Tapahtuma oli tehty mahdollisimman edulliseksi ja helpoksi osallistua. Lipun hintaan sisältyi jääkiekko-ottelu, bussikyyti jäähallille ja ilmainen sisäänpääsy jatkojuhliin Seurahoviin, joka on Porvoon keskustassa sijaitseva yökerho. Tarkoituksena oli tuoda Porvoolaiset sotaveteraanit esille ja saada kerättyä rahallinen lahjoitus, tapahtuman oheismyynnistä ja lipputulosta.

Kilpailijoina Itsenäisyyspäivän jääkiekkotapahtumalle toimivat kaikki tapahtumat, mitä Porvoossa järjestetään samaan aikaan tai samana päivänä. Porvoon teatteri järjesti samana päivänä 5.12.2012 Wild West pikkujoulu tapahtuman alkaen klo 19.00. Wild West- tapahtuma ei suoranaisesti luonteestaan johtuen ollut uhka tapahtumallemme, mutta se oli hyvä huomioida. Mahdollisina uusina asiakasryhminä tapahtumaan olisi voinut olla Porvoon sotaveteraanien sidosryhmät, jotka olisivat voineet olla kiinnostuneempia tapahtumasta juurikin sen sanoman ja hyväntekeväisyyden takia.

Tapahtuman isoimpana segmenttinä toimivat Porvoo Campuksen opiskelijat ja porvoolaiset, joilla on vahva suhde Suomen sotaveteraaneihin ja Suomen itsenäisyyteen. Valittu asiakas segmentti ei ole varakkain kohderyhmä, mutta hyvällä hintalaatusuhteella ja mielenkiintoisella tapahtumalla kohde segmenttimme oli mahdollista saada paikalle. Porvoo Campuksen opiskelijat, jotka ovat pääsegmenttimme odottavat yleensä tapahtumilta hyvää ja rentoa meininkiä.

Toinen segmenttimme oli varmasti enemmän mukana tapahtumassa puhtaasti tukemassa hyvää asiaa ja he olivat tyytyväisiä siihen, että vielä löytyy ihmisiä, jotka tekevät hyväntekeväisyyttä. Tärkein etu ja hyöty tapahtuman asiakkaille olivat hyväntekeväisyyden tekeminen ja osallistuminen tapahtumaan jossa heillä oli mahdollisuus saada uusia kokemuksia mitä he eivät välttämättä olleet ennen kokeneet.

Kaksi pääsegmenttiä huomioitiin, kun tapahtuman markkinointi aloitettiin. Jotta tavoitettiin molemmat segmentit, perustettiin tapahtumalle oma Facebook- sivusto, joka julkaistiin viikolla 44. Facebook- sivustoa käytettiin tapahtuman mainontaan ja tiedottamiseen.

Jotta Uusimaan lukijat saatiin tavoitettua, tehtiin haastattelu Uusimaan urheilutoimittajan Marko Enbergin kanssa. Ensimmäinen haastattelu julkaistiin 1.11.2012 ja toinen päivää ennen tapahtumaa eli 4.12.2012. Uusimaan kautta saimme näkyvyyttä koko Uudenmaan alueella. Uusimaan toimittaja kutsuttiin myös tapahtuman toteutuspäiväksi paikalle jäähallille. Jatkoaika.com ja jääkiekkotoimittaja Markus Pakala kutsuttiin tapahtumapäiväksi jäähallille ja heidän kanssaan alustavasti sovittiin kuvaraportti ja kattava raportti tapahtuman kulusta, jonka he julkaisivat Jatkoaika.com jääkiekkosivustolla.

Projektiryhmän jäsenet Mika Hiltunen ja Jyri-Pekka Tulla ottivat osaa radio Itä-Uusimaa: n- radiolähetykseen, jossa oli tarkoituksena esitellä tapahtumaa kattavasti ja saada lisää katsojia ja tukijoita saapumaan jäähallille. Lähetys julkaistiin 4.12.2012 radio Itä- Uusimaa: n aamun radiolähetyksessä.

Tarkoituksena oli myös julkaista tapahtumasta ennakkovideo, jonka kuvaajana toimi ammattikuvaaja Hannu Mikkola. Ennakkovideon lisäksi tehtiin vielä jälkivideo, joka tuli toimimaan samalla myös kiitoksena projektiryhmältä kaikille sidosryhmille, jotka tukivat tapahtumaamme.

Viimeiset viikot ennen tapahtumapäivää projektiryhmä myi ennakkolippuja Porvoo Campuksen aulassa, samalla kuvaaja Hannu Mikkolan ja projektiryhmän tekemä mai-

nosvideo julkaistiin Porvoon Campuksen aulassa. Lipunmyynnin ohessa projektiryhmä kävi asentamassa mainoksia tapahtumasta ympäri Porvoon keskustan aluetta.

Markkinointimateriaalin suunnittelu alkoi viikolla 43. Tämä piti sisällään Facebook-sivun, julisteiden suunnittelun ja videon kuvaamisen. Julisteita alettiin jakaa kouluihin, kaupungin keskustan sekä opiskelija-asuntoloiden alueelle pari viikkoa ennen tapahtumaa. Opiskelijoille suunnattujen ennakkolippujen myynti aloitettiin myös pari viikkoa ennen tapahtumaa. Myynti tapahtui Campuksen aulassa sekä ovelta ovelle -myyntinä Kevätkummun opiskelija-asuntoloiden alueella.

5.4 Projektin eteneminen

Projekti aloitettiin 20.9.2012. Aloitus palavaveri pidettiin välittömästi samana päivänä. Aloituspalaverissa aloimme laatia projektisuunnitelmaa. Työstimme projektisuunnitelmaa kaksi vuorokautta. Aloituspalaveriimme (Liite 3.) osallistui meidän lisäksi Porvoon sotaveteraanijärjestön hallituksenjäsenet sekä yhteyshenkilömme puheenjohtaja Tuomo Kankkunen. Sotaveteraanit olivat erittäin otettuja ja antoivat siunauksensa tapahtumalle.

Ajankohta oli haasteellinen, mutta toisaalta se antoi projektille tarvittavan kipinän ja tapahtuman toteutuspäivä oli tapahtuman kannalta osuva. Jäähalli oli kiinni itsenäisyyspäivänä, joten toteutus oli pakko järjestää ennen tätä. Tästä johtuen muita päiviä emme lukueneet vaihtoehtoiksi, joten aloituspalaverissa oli helppo sopia ja sinetöidä tapahtumapäivä eli 5.12.2012. Jo seuraavana päivänä olimme varanneet hallin tapahtumallemme, joka varmisti tapahtuman toteutumisen. Pystyimme tämän jälkeen aloittamaan käytännön järjestelyt.

Jotta tapahtuma olisi myös laillisesti mahdollinen järjestää, piti meidän täyttää tarvittavat lupa-asiat eli poliisin vaatima ”lupa yleisötapahtuman järjestämiseen”-lomake ja hoitaa tämän kokoisen tapahtuman järjestämisen kannalta pakolliset kaksi järjestyksenvalvojaa ja ensiapuvastaava. Nämä asiat hoidettiin kuntoon 22.9 ja poliisin toimesta tapahtuman sai toteuttaa. Lupien saaminen edellytti pelastussuunnitelman. (Liite 2.)

22.9 Kilpailutimme paikalliset bussifirmat ja valitsimme meidän tarkoituksiimme parhaiten sopivan, joka oli Kaj Forsblom ab.

23.9 suunnittelimme ja viimeistelimme kaiken tuottamamme mainosmateriaalin, joita olivat lentolehtiset, julisteet (Liite 5.), mainosvideo, radio, sanomalehtijuttu ja Facebook. Näissä kävi ilmi tarvittavat tiedot tapahtumasta ja siitä mitä sisältäisi.

24.9 aloitettiin tapahtuman markkinointi yleisön osalta. Mainonta aloitettiin perustamalla tapahtumalle oma sivusto Facebookissa. Sivusto olikin oiva markkinointikanava, koska suurin osa katsojista kuului Facebookiin. (Liite 8.)

Laadimme 30.9 palaverissamme sponsoreita varten ”mainospaketit”, joissa tiettyjä summia vastaan sai tietyn mainostilan. Aloitimme heti tämän jälkeen sponsoreiden haalimisen, joka tapahtuikin varsin nopeasti. Saimme kaikki kiinteät kulut katettua kahden päivän aikana aloitettuumme sponsoreiden haalimisen. Tässä vaiheessa havaitsimme yleisen kiinnostuksen tapahtumaamme ja aatetitamme kohtaan.

2.11 saimme varmistuksen molemmilta kutsumiltamme joukkueilta sekä tuomarilta heidän osallistumisestaan tapahtumaan. Oli positiivista huomata kaikilta tahoilta välitöntä omistautumista sotaveteraanien eteen järjestettävää tapahtumaa kohtaan.

Olimme hankkineet sponsorirahat ja asianosaavan henkilöstön grilliä varten. Annoimme tehtäväksi grillin suunnittelun, menun laatimisen (Liite 4.) ja muut grilliin liittyvät järjestelyt kyseiselle ryhmälle esimiehenään toimineelle, tapahtuman johtoryhmän jäsenelle Eero Joensalmelle vapauttaaksemme hänet muihin tehtäviin. Grillin vastuun saaneelle ryhmälle Riina Eloranta, Laura Sampo ja Matti Nikander, jätettiin tehtävänanto päivämäärällä 3.11, joka sisälsi ohjeistuksen grillin toimintakunnon ja toiminnan turvaamisesta tapahtuman ajaksi, sekä ohjeistus tapahtuman jälkeisestä purkuvaiheesta. Heille asetettu työmäärä jätettiin kevyeksi, sillä he olivat vapaaehtoisia ja halusimme välttää vapaaehtoistyöntekijöiden liiallista kuormitusta. Koko tapahtuman henkilöstö oli koulutettu tapahtumaan hyvin jatkuvan ja esteettömän tiedonkulun vuoksi. Tämän

turvin pystyimme laatimaan koko päivää koskevan aikataulun yleisölle ja vieraille. (Liite 1.)

Tapahtumaa varten järjestimme 5.11 sponsorirahojen turvin ammattikuvaaja Hannu Mikkolan, joka kuvasi mainos- ja tapahtumavideon 27.11. Mainosvideota pyöritettiin koulun aulassa ennakkolipunmyynnin aikana.

Lähetimme kutsukirjeet veteraaneille, opettajille ja kaupungin johtajalle, joiden toivoimme saapuvan tapahtumaan vierainamme 14.11. (Liite 6.)

5.5 Tapahtuman toteutus 5.12.2012

Tapahtumapäivä alkoi kello 8:00, jolloin kuuluttajamme saapui Porvooseen ja lähdimme samaa matkaa hallille. Jokaiselle tapahtumaa varten rekrytoidulle työntekijälle oli jaettu materiaalit liittyen tehtäviinsä, sekä myös koko päivän kulusta. (Liite 9.) Eerolle oli annettu tehtäväksi käydä hakemassa kaikki projektiin kuuluvat henkilöt eripuolilta Porvoota ja viedä heidät hallille. Samaan aikaan Jyri-Pekka ja Mika yhdessä Arton, Lauran ja Riinan kanssa aloittivat viimeistelyt hallilla, johon kuului paikkalappujen teippaamista, banderollin ripustamista, sponsoritaulun pystyttämistä, kuulutuslaitteiston testaamista, ylimääräisten ovien lukkoon laittamista, opasteiden kiinnittämistä, VIP-tilan- ja buffetin valmistelua sekä pöytien ja tuolien paikalleen laittoa.

Seuraavaksi Eero toi mukanaan kello 10 loppuporukan, johon kuului muun muassa ensiapuvastaava Jari Alanko ja lipunmyyjä Mikko Kuusela. Lisäksi mukana oli myös grillihenkilö Matti Nikander ja VIP-emännät Hilma Kallio ja Jatta Juntunen sekä toimitsija Juhani Sillanpää. Kuvaaja Hannu Mikkola avustajineen ja laulaja Veera Papinoja saapuivat hallille kello 10:30 ja he aloittivat välittömästi henkilökohtaisen valmistautumisensa.

Veteraanit saapuivat hallille 11:30, vaikka sovittu aika oli kello 12:00. Heidät ohjattiin kuitenkin suoraan VIP-tilaan, jossa valmistelut olivat valmiina ja emännät ottivat veteraanit huomaansa. Tapahtuman järjestäjät kävivät tervehtimässä kunniavieraita. Tapahtuma oli valmis alkamaan ja järjestelyt olivat valmiit ajallaan. Haaga- Helia Stars ja

ToldBoys joukkueet sekä tuomari ja järjestyksenvalvojat, jotka olivat Jani Tulisalmi ja Raine Huopalainen saapuivat paikalle kello 12:30. Ensimmäinen bussi saapui täynnä katsojia hallille kello 12:35 ja toinen kello 12:50. Lipunmyynti tapahtui pääoven välitörmässä läheisyydessä, josta katsojat ohjattiin paikoilleen.

Ottelu pelattiin sovelletuilla säännöillä, joka oli varsinkin toista joukkuetta huomioiva. Ottelutapahtumalle saatiin tuotua lisäarvoa ennen ottelua järjestetyllä avajaisseremonialla. Kansainvälisen ottelun mukaisesti Veera Papinoja lauloi Maamme-laulun ja samalla Suomen lippu nostettiin jäähallin kattoon.

Itse ottelu pysyi suunnitellun ajan puitteissa ja lisäarvoa toi ottelun tasaisuus ja hienot yksilösuoritukset kentälle. Ensimmäisellä erätauolla, esiintyneet Porvoon taitoluistelijoiden juniorit valmentajansa johdolla pysyivät hienosti heille aikamääreen puitteissa, joka oli yhdeksän minuuttia. Taitoluistelijoiden esitys lämmitti erityisesti veteraaneja sekä katsojaryhmiä, jotka eivät välttämättä olleet erityisen kiinnostuneita itse jääkiekosta. Toiselle tapahtumalle ensimmäisellä erätauolla oli varattu 6 minuuttia, jossa kolme kilpailijaa yritti saada viidestä kiekosta mahdollisimman monta maaliin. Kuitenkin erätauko sujui suunniteltua 15 minuuttia nopeammin ja seuraava erä saatiin alkamaan aikataulussa.

Toisella erätauolla ohjelman mukaisesti oli veteraanien puhe ja kunniakirjojen luovutus. Tunnelma oli liikuttava ja katsojat olivat tapahtuman arvoisesti luovutuksessa mukana raivoisien aplodien saattelemana. Tälle erätauolle oli annettu aikamääreeksi 15 minuuttia.

Ottelu päättyi aikataulun raameissa kello 14:50. Ottelun jälkeen seurasi veteraanin ja Eeron lyhyet kiitospuheet, jonka jälkeen katsojat siirtyivät ulkona odottavaan bussiin. Virallisen osuuden loputtua alkoi tapahtuman purkaminen, johon kuului jäähallin siivoaminen, jossa koko henkilökunta oli mukana. Kaikki mahdollinen irtaimisto, joita hallille oli tuotu, pakattiin ja Eero kyyditsi kiireisimmät avustajat takaisin linja-autoasemalle.

Lipunostajille oli myös mahdollisuus osallistua iltajuhlaamme, joka sisältyi pääsylipun hintaan. Iltajuhla järjestettiin Seurahovissa kello 22:00 alkaen. Iltajuhlan järjestelyt olivat ulkoistettu Seurahoville. Iltajuhlaan saapui noin 70 lipunostajaa.

5.6 Projektin päättäminen

Kokoonnuimme heti tapahtuman jälkeen Saksaniemen nuorisotalolle, jonne kokoontui projektiryhmä, Haaga- Helia Stars- joukkue sekä tapahtuman henkilöstö. Kutsuttuja olivat myös sponsorit ja yhteistyökumppanit, jotka eivät kuitenkaan päässeet saapumaan paikalle. Seuraavana päivä otimme heihin yhteyden puhelimitse, raportoimme tuloksista ja pyysimme palautetta.

Henkilöstöltä kerättiin suullisesti palautetta Saksanniemen nuorisotalolla. Osa henkilöstöstä koki, että perehdytys oli riittävä, mutta olisi voinut olla vieläkin syvällisempää. Lipunmyyjä oli saanut palautetta, että lipunhintaa olisi voinut olla korkeampikin rahankeruutarkoituksessa. Koska lipun hinta haluttiin pitää kohtuullisena, olisi sisään tulossa voinut olla lipas johon halukkaat olisivat voineet lahjoittaa lisää rahaa.

Porvoon kaupunki kiitti tapahtumastamme ja lupasi sponsoroida jäähallin käyttöön uudestaan ensi vuonna, mikäli järjestäisimme tapahtuman saman asian puolesta.

Sponsorit Mitla Oy, Arme Oy ja Talka Oy olivat erinomaisen tyytyväisiä aikaansaannoksestamme sekä erityisesti sponsorien näkyvyyden toteutumisesta tapahtumassa. Onnistuneiden järjestelyjen tähden sponsorit olivat valmiita tukemaan järjestämäämme tapahtumaa myös uudelleen.

Paikalla olleet mediat Uusimaa ja Jatkoaika.com olivat mielissään tapahtumasta, joka kuvastui Suomen paikallismedia Oy:n jakeluun päässeissä Jatkoaika.com: n artikkeleissa sekä kuvagallerioissa. Uusimaan toimittaja antoi henkilökohtaisesti palautetta samana iltana ja oli sitä mieltä, että tapahtuma oli paikallisesti merkittävä teko.

Paikan päällä olleet katsojat ja erityisesti opiskelijat olivat innoissaan ottelusta ja väliaikaohjelmasta. Tapahtuman erätauoilla olleet kilpailut ja kunniakirjojen jako sai myös

arvostusta ja loi tapahtumalle sille kuuluvan juhlavuuden. Se, että yleisö pääsi myös osallistumaan kilpailuihin ja sitä myöten olla osana tapahtumaa, loi heidän mielestään yhteenkuuluvuuden tunnetta.

Tärkeimpänä palautetta antaneena tahona pidimme sotaveteraaneja. Heidän palautteestaan ei ylistäviä sanoja puuttunut. Hei toivoivat, että Suomen nuoriso ottaisi oppia kunnioituksestamme sotaveteraaneja kohtaan, joka oli tapahtuman teema. He kiittivät saamastaan huomiosta ja palvelusta tapahtuman aikana. Erityiskiitos he antoivat VIP-emännillemme ja hyvin organisoidulle veteraaneille osoitetulle tilaisuudelle ennen ottelua. Myös suuren vaikutuksen tekivät ennen ottelua tehdyt järjestelyt ja ottelun alussa kansallisenkaavan mukaisesti esitetty avausseremonia, joka sisälsi kansallislaulun.

6 Pohdinta

Projektimallin mukaisesti katsoimme suunnittelu vaiheen olleen hyvin onnistunut. Rakensimme huolellisesti projektiorganisaation ja teimme viikkosuunnitelman.

Kommunikointi sotaveteraanien edustajien, sponsoreiden, yhteistyökumppaneiden ja median kanssa sujui loistavasti. Luonnollisesti, kun ilmeni yllättäviä asioita, oli joidenkin henkilöiden tavoittaminen välittömästi hankalaa, mutta haittaa tästä tapahtumalle ei ollut. Huolellisesti laatimamme riskianalyysin merkitys korostui projektin edetessä. Katsoimme, että riskien hallinta onnistui hyvin. Varasuunnitelmillekin oli varasuunnitelma valmiina.

Koska kyseessä oli paikallisella tasolla merkittävä tapahtuma, käytimme suunnitelmiamme mukaisesti paikallisia medioita (Uusimaa, Vartti, Paikallisradio) sekä sosiaalista mediaa mainonnassamme. Tulos paikallismedioiden osalta oli melko hyvä, sillä vaikeasta ajankohdasta huolimatta hallille saapui porvooolaisia kunnioittamaan veteraaneja. Mediassa tapahtuma sai Suomen laajuista huomiota (kts. liite 10, 11, 12, 13.), siltä osin katsotaan markkinoinnin onnistuneen erinomaisesti. Sosiaalisen median kautta paikalle saapui suurin osa yleisöstä, joten mainonnan sosiaalisessa mediassa katsotaan olleen menestyksekkäs.

Arvioimme tapahtuman kokonaisvaltaisesta onnistumisesta jäähallilla, jäähallin valmisteluihin, tapahtuman läpiviemiseen ohjelmistoineen aina jäähallin siivoamiseen. Järjestelyt onnistuivat tiivistä aikataulusta huolimatta erittäin hyvin. Saimme toteutettua kaikki ne asiat, jotka suunnittelimmekin. Tapahtuman onnistumisen kannalta ratkaiseva tekijä oli toimintojen suunnitelman mukainen toteutuminen. Sidosryhmät olivat tehtävänsä tasalla koko tapahtuman ajan, koska heille oli annettu riittävä ohjeistus tehtäviinsä projektiryhmän toimesta.

Näiltä osin tavoitteet täyttyivät: Kunniavieraita saapui paikalle 15 henkilöä, yleisöä oli paikalla 180 henkeä, mediajulkisuutta saatiin tavoiteltu määrä, mainosvideo keräsi kehuja, yleisö ja veteraanit viihtyivät ja asiantuntevia vapaaehtoisia saatiin riittävä määrä.

Tavoitteet, jotka eivät täysin täyttyneet oli tulostavoite, josta jäätin 660 euroa. Tähän vaikutti myös se, että bussikuljetusta ei saatu katettua sponsorirahoituksella vaan se jouduttiin maksamaan lipputuloista. Tämä asia olisi pitänyt huomioida projektin alussa, jolloin olisimme voineet hakea lisäsponsoria tapahtumalle ja ehdottaa sponsoripakettia yritykselle, joka haluaisi sponsoroida bussikuljetuksen.

Yhteenvetona oli kuitenkin helppo sanoa, että tapahtuma oli erittäin onnistunut ja suurin osa tapahtuman tavoitteista saavutettiin. Projektiryhmämme sai lisää kokemusta tapahtuman järjestämisestä, hyväntekeväisyystyöstä, tapahtuman markkinoinnista, tapahtuman aikatauluttamista, sponsoreiden hankkimisesta ja kokonaisvaltaisen tapahtuman järjestämisestä. Nämä asiat antoivat meille mahdollisuuden järjestää yleisötapahtumia seuraavan kerran paremmilla valmiuksilla mitä meillä oli ennen, kuin ryhdyimme tähän projektiin.

Lähteet

Alaja E. 2000. Arpapieliä? Suomen urheilumuseosäätiö. Helsinki.

Allen, J., O' Toole, W., McDonnel, I. & Harri, R. 2002. Festival and Special Event Management. John Wiley & Sons Australia. Milton.

Bowdin, G., McDonnel, I., Allen, J. & O'Toole, W. 2004. Events Management. Elsevier. Oxford.

Getz, D. 2005. Event Mangement & Event Tourism. 2. painos. Cognizant Communication Office. New York.

Harra, T. 2008. Tapaustutkimus projektinhallinnan kehittamisestä yrityksessä. Tampereen Yliopisto, Tietojenkäsittelytieteiden laitos. Pro gradu- tutkielma.

Iskola- Kesonen, H. 2004. Mitä, Miksi, Kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjille. SLU.

Isohookana, H. 2007. Yrityksen markkinointiviestintä. WSOY. Helsinki.

Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2001. Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet. Jyväskylä. Gummerus.

Nyholm, S. & Saarelainen, J. 2007. Yhdistyksen projektiopas. Suomen Mielenterveysseura. Verkkojulkaisu.

Pelin, R. 1991. Projektin suunnittelun ja valvonnan menetelmät. Jyväskylä. Gummerus Kirjapaino Oy.

Poliisi 2012a. Yleisötilaisuus. Luettavissa:

<https://www.poliisi.fi/poliisi/home.nsf/pages/0E4B189F98D880DFC2256BC3002F2881?opendocument>. Luettu 5.11.2012.

Poliisi 2012b. Ilmoitus yleisötilaisuudesta. Luettavissa:

<https://www.poliisi.fi/poliisi/home.nsf/pages/D7D4F9B18EEEF6BDC2256BC3002E7F92?opendocument>. Luettu 5.11.2012.

Poliisi 2012c. Turvallisuussuunnitelma. Luettavissa:

<http://www.poliisi.fi/poliisi/oulu/home.nsf/pages/4BB0FD3EFCE238B6C2257506003E67EF>. Luettu 5.11.2012.

Poliisi 2012d. Järjestyksenvalvonta ja liikenteenohjaus. Luettavissa:

<http://www.poliisi.fi/poliisi/home.nsf/0/0654D8844A1C1150C2256BC3002F956A?opendocument>. Luettu 5.11.2012.

Rissanen, T. 2002. Projektilla tulokseen–projektin suunnittelu, toteutus, motivointi ja seuranta. Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti.

Ruuska, K. 2005. Pidä projekti hallinnassa. Talentum. Helsinki.

Shone, A. Parry, B. 2004. Succesful event management. 2.painos. Thomson. Lontoo.

Silfverberg, P. 2007. Ideasta projektiksi. Projektisuunnittelun käsikirja. Edita. Helsinki.

Sotaveteraaniliitto 2012a. Historia. Luettavissa:

<http://www.sotaveteraaniliitto.fi/tietoaliitosta/historia>. Luettu: 15.12.2012.

Sotaveteraaniliitto 2012b. Suomi taisteli 1939- 1945. Luettavissa:

<http://www.sotaveteraaniliitto.fi/>. Luettu: 15.12.2012

Talouselämä nro 21, 2004. Artikkelitapahtumamarkkinoinnista.

Vallo, H. & Häyrynen, E. 2008. Tapahtuma on tilaisuus. Tietosanoma. Helsinki.

Vuokko, P. 2003. Markkinointiviestintä: merkitys, vaikutuskeinot. WSOY. Helsinki

Webopas 2012. Mikä on projektinhallinta? Luettavissa:

<http://www.webopas.net/projektinhallinta.html>. Luettu: 14.12.2012.

Yritystulkki 2010. Markkinointiteoria. Luettavissa:

http://www.yritystulkki.fi/files/yt23_markkinointiteoria_pls.pdf. Luettu: 14.12.2012.

Liite 1. Tapahtuman aikataulu

<u>5.12.2012 Klo 8.00</u>	Mika Hiltunen, Eero Joensalmi ja Jyri-Pekka Tulla tapaavat Porvoon jäähallilla.
<u>Klo 10.00</u>	Tapahtuman henkilöstö saapuu jäähallille. Tapahtumahenkilöstö: Jatta Juntunen, Hilma Kallio, Mervi Hiltunen, Matti Nikander, Arto Anttila ja Juhani Sillanpää. Toimittajat: Marko Enberg ja Markus Pakala. Valokuvaaja: Hannu Mikkola.
<u>Klo 10.15</u>	Jaetaan tehtävät tapahtumahenkilöstölle.
<u>Klo 11.00</u>	Tapahtumahenkilöstö aloittaa toimet.
<u>Klo 11.30</u>	Veteraanit saapuvat jäähallilla.
<u>Klo 12.00</u>	Bussi siirtyy Kevätkummusta (Lohentie 13) kohti Porvoo Campusta.
<u>Klo 12.15</u>	Bussi saapuu Porvoo Campukselle.
<u>Klo 12.30</u>	Bussi siirtyy Campukselta kohti Porvoon jäähallia.
<u>Klo 12.40</u>	Bussi saapuu Kokonniemen jäähallille ja yleisö siirtyy jäähallin sisälle.
<u>Klo 12.50</u>	Pelaajat saapuvat jälle.
<u>Klo 13.00</u>	Ottelu alkaa maammelaululla ja pelaajat ovat sijoittuneet sini-viivalla.
<u>Klo 13.10</u>	Ottelun avauskiekon tiputtaminen.
<u>Klo 13.15</u>	Ottelu alkaa.
<u>Klo 13.35</u>	Ensimmäinen erätauko, jonka aikana tapahtuu oheismyyntiä ja veteraanien itsenäisyyspäivä tervehdys.
<u>Klo 13.55</u>	Ensimmäinen erätauko päättyy.
<u>Klo 14.15</u>	Toinen erätauko, jonka aikana tapahtuu oheismyyntiä ja yleisöohjelmaa.
<u>Klo 14.40</u>	Toinen erätauko päättyy.

<u>Klo 15.00</u>	Ottelu päättyy ja yleisö siirretään ulos jäähallista.
<u>Klo 15.30</u>	Bussi siirtyy jäähallilta kohti Porvoo Campusta ja Campukselta kohti Lohentietä.
<u>Klo 22.00</u>	Seurahovi

Liite 2. Pelastussuunnitelma

Pelastussuunnitelma jääkiekko-otteluun 5.12.2012

1. Tilaisuuden tiedot

- Jääkiekko-ottelu, Jääkiekkotie 1, Porvoo

2. Turvallisuudesta vastaavat henkilöt ja varahenkilöt

- Vastaavat henkilöt: Mika Hiltunen, Eero Joensalmi ja Jyri-Pekka Tulla
- Varahenkilöt: Arto Anttila, Juhani Sillanpää

3. Työntekijöiden toimenkuvat

- Hilma Kallio, Jatta Juntunen, Kaisa Keskitalo: VIP-asiakkaiden kestitys ja kioski myynti,
- Arto Anttila: Kuuluttaja,
- Hannu Mikkola: Kuvaaja
- Juhani Sillanpää: Avustaja
- Tuomas Myyryläinen: Avustaja
- Riina Eloranta, Jatta Juntunen: Lipunmyynti

4. Osallistujat ja osallistujaryhmät

- Henkilöstö, Suomen sotaveteraanit, Haaga-Helian opiskelijat ja muut

5. Rakennukset ja laitteet

- Porvoon jäähalli

6. Turvallisuusvälineet ja –varusteet

- Vaahtosammutin, Sammutuspeite (jäähallin pelastussuunnitelma liitteessä 1.)

7. Riskien arviointi ja turvallisuuden suunnittelu

- Koska käytössä on grilli, on sammutusvälineistö sen välittömässä läheisyydessä.
- Esteetön kulku yleisölle, selkeät opasteet
- Pelastussuunnitelma selvästi näkyvillä

8. Toimintaohjeet mahdollisissa onnettomuustilanteissa

- (Toimitaan jäähallin pelastussuunnitelman mukaan liite 1.)

9. Muita toimintaohjeita

- Koko henkilöstö perehdytetään pelastus- ja turvallisuussuunnitelmiin ennen tapahtumaa

10. Tilaisuuden ensiapuvalmius

- Ensiapuvastaava Jari Alanko EA 3 päivystyslupa

11. Onnettomuuskirjanpito

- Kirjanpidon hoitaa ensiapuvastaava Jari Alanko

12. Muuta

13. Suunnitelman laatijan yhteystiedot

- Eero Joensalmi Lohentie 13 C 47 06150 Porvoo puh: 050-3037604

Liite 3. Porvoon seudun sotaveteraanit ry: n kokospöytäkirja



PORVOON SEUDUN SOTAVETERAANIT ry

Hallituksen kokous 8/12 30.10.2012 klo 15.00 Omenamäen palvelukeskuksessa

Läsnä: Kunniapuheenjohtaja Erkki Pihlapuro , Tuomo Kankkunen, pj, Valto Pusenius, vpj, Kari Juvonen, siht, Eero Kaarikivi, Raili Korpiluoma, Kaj Saarinen ja Sakari Vehkala

TYÖJÄRJESTYS

1. Kokouksen avaus ja päätösvaltaisuus
2. Työjärjestyksen hyväksyminen
3. Marja Annikki Lampi inmemorian
4. Itsenäisyyden aaton jääkiekkotapahtuma Porvoon jäähallissa 5.12.2012
Järjestäjät, Haaga-Helian opiskelijat, Mika Hiltunen, Jyri-Pekka Tulla ja Eero Joenniemi kertovat järjestelyistä liite
5. Veteraanivetriininäyttely "Veljeä ei jätetty" Taidetehtaalla 16.11-6.12.2012 liite
6. Joululehden myynti
7. Muut asiat
8. Seuraava kokous, viikolla 47 asiana veteraanien kotiin vietävät palvelut veteraaniihdyshenkilö, Raija Rissanen mukana
9. Kokouksen päättäminen

Liite 4. Buffetissa myytävät tuotteet

Menu:

Drinks:

Kahvi 1 e – 8 pakettia – 480 kuppia – 40 e

Glögi 1 e – 30 e

Food:

Pulla 1 e – 50 kpl - 20 e

Makkara 1 e - 100 kpl – 25 e

Kasvispiiras 2 e - 24 kpl - 20 e

Makkaraperunat 3 e – 50 kpl – 50 e



+

Aterimet , lautaset, kupit = 15 e

Yhteensä :

200 e

Liite 5. Tapahtuman julistekuva



Porvoon jäähalli 5.12.2012 kello 13.00

Hyväntekeväisyysottelu, liput 5 e, jäähallin lipunmyyntipisteestä
Tuotot lyhentämättömänä Sotaveteraaniliiton Porvoon piirille

HAAGA- HELIA STARS - TOLDBOYS

STARS

TOLDBOYS

Mukana yhteistyössä:

Seurahovi
Milla OY
Suomen sotaveteraaniliitto
Uusimaa
jatkoaika.com
Forsblom oy/ab
Hepo ry

Liite 6. Kutsukirjeet arvovieraille



Liite 7. Jäähallilla katsojille jaettava otteluohjelma

Itsenäisyyspäivän aaton jääkiekkotapahtuma		
5.12.2012 Klo. 13.00 Porvoon jäähalli		
Haaga- Helia Stars	Toldboys	Tapahtuman ohjelma
Maalivahti: Samu Pekkala	Maalivahti: 40 Valasti Matti	13.00 Tapahtuman avajaiset <i>Maamme</i> - laulu, esittäjänä Veera Papinoja Ottelu alkaa
Puolustajat: Jani Käki Santeri Myllys Jere Riivari Jarkko Tuoresmäki Janne Jussila	Puolustajat: 64 Varjolaakso Jari 56 Lindström Timo 74 Mikkonen Keijo 11 Pellinen Timo	Ensimmäinen erätauko - Erätaukoviihdettä - Musiikkia - Grilli ja kioskia auki koko tapahtuman ajan
Hyökkääjät: Niko Montonen Pasi Surakka Ville Nuutinen Tero Mäki Jan Potrykus Janne Nukarinen Jyri-Pekka Tulla	Hyökkääjät: 13 Andersson Jan 8 Rusanen Tapio 93 Salo Ismo 10 Lintunen Erkki 77 Hellroos Calle 16 Karvonen Jari 36 Tunkelo Simo 70 Välimäki Markku 57 Rytönen Kari 12 Palosaari Esa	Toinen erätauko - Porvoon sotaveteraaniyhdistyksen Kunniapuheenjohtaja Erkki Pihlapuron puhe - Sotaveteraanien eteen tehdystä työstä myönnettävän kunniakirjan luovutus - Ottelu jatkuu - Ottelu päättyy - Kiitokset yleisölle, sponsoreille ja yhteistyökumppaneille - Klo 15.00 Tapahtuma päättyy

Liite 8. Tapahtumamme facebookissa

Itsenäisyyspäivän Aaton Jääkiekkotapahtuma

5. joulukuuta 2012 13:00 - 15:00

Hei kaikille! (In English and Swedish below)

Järjestämme Itsenäisyyspäivän aattona jääkiekkotapahtuman osana oppinaytöitämme. Oteluissa pelaa ensimmäistä kertaa Haaga - Heilan Porvoon yksin kokeama jääkiekkopuolue Haaga - Heila Stars koostuneina Niko Montonen johdolla, vastaan asettuu Porvoonin legendaarinen jääkiekkopuolue Taidboys.

Tapahtumassa tulian järjestämisen lisäksi on erittäin viihdyttävää, jossa yleisöllä on mahdollisuus olla mukana. Otelun ensimmäisellä erävuorolla Suomen sotaveteraanit... Näytä lisää

Porvoon jäähalli

Näytä kartta · Haasta retkikaverit

Julkaisut

Kirjoita julkaisu · Lisää kuva/video · Kysy kysymys

Kirjoita julkaisu...

Asiakkaita joulukuisia

Hannu Mikkola

Tapahtuman kooste video!

Itsenäisyyspäivän aaton jääkiekkotapahtuman kooste

Kokosi Porvoon HAAGA-HEILA:n opiskelijat järjestivät joulukuun 5. 2012

Tykkää · Kommentoi · Seuraa julkaisua · 3k · 14. joulukuuta 2012 kello 14:45

Jari-Pekka Tulla tykkää tästä.

Kirjoita kommentti...

SW - E

tehtiin jo että tällä hetkellä? Isäni sen tehtiin tähän pyhäin rapattuun kun se on valmis

se on valmis noin 20sekunnin päältä

2file mainintamaininta.docx

mlalle rapattu haluan

2.5. Luopuuta.docx

taivas varjele mitä olette tule

SW - E

tehtiin jo että tällä hetkellä? Isäni sen tehtiin tähän pyhäin rapattuun kun se on valmis

se on valmis noin 20sekunnin päältä

2file mainintamaininta.docx

mlalle rapattu haluan

2.5. Luopuuta.docx

taivas varjele mitä olette tule

SW - E

tehtiin jo että tällä hetkellä? Isäni sen tehtiin tähän pyhäin rapattuun kun se on valmis

se on valmis noin 20sekunnin päältä

2file mainintamaininta.docx

mlalle rapattu haluan

2.5. Luopuuta.docx

taivas varjele mitä olette tule

Liite 9. Tapahtumapäivän aikataulu henkilöstölle

5.12.2012 Tapahtuman aikataulu valmistelusta siivoamiseen

klo. 9.00 Valmisteluiden aloittaminen - Sisustaminen

Jäähallilla alkavat tapahtumaa koskevat järjestelyt. Banderollien ja kylttien asettelu paikoilleen, nuoliopasteiden asettaminen yleisöä varten, jotta yleisö tietää missä on lipunmyyntipiste.

Tekijät: Mika, Eero ja Jyri- Pekka

klo. 10.00 Valmistelut – Työpisteiden valmistelevminen

Muu henkilöstö saapuu hallille. Heidät on aikaisemmin perehdytetty tehtäviinsä jotta selviäisivät tehtävistään itsenäisesti.

Henkilöstö alkaa valmistelevmaan omia työpisteitään. Työpisteitä on neljä kappaletta.

VIP- tilat, lipunmyynti, grillikioski ja toimitsija- aatio.

VIP- tilan sisustaminen, tarjoiltavien valmistaminen ja asettelu , VIP- tilaisuuden tarjoulusta vastaavat Jatta Juntunen ja Hilma Kallio, esimiehenään Mika Hiltunen.

Grillikioskin valmistelevmisesta vastaavat Riina Eloranta, Laura Sampo ja Matti Nikander, esimiehenään Eero Joensalmi. Tämän työpisteen valmistelut sisältävät kahvinkeitimien, uunin, grillin ja vedenkeitimen toimintakuntoisiksi laittamisen, sekä toimipisteen suunnitelmanmukaisen ulkoasun toteuttamisen sekä rahastusjärjestelmän toimintakuntoon laittaminen.

Lipunmyyntipisteen valmistelevmisesta vastaa Mikko Kuusela, esimiehenään Jyri- Pekka Tulla. Tämän pisteen valmisteluun tarvitaan lipunmyyntiin käytetty lomake sekä liput ja vaihtokassa.

Toimitsija- aation valmisteluun kuuluu mikrofonin kytkeminen laitteistoon, laitteiston viimeiset testaamiset, ottelukellon valmiiksi asettelu. Tämän pisteen valmisteluista vastaavat Arto Anttila ja Juhani Sillanpää, esimiehenään Eero Joensalmi.

klo. 12.00- 13.00 VIP- tilaisuus

Kunniavieraillemme sotaveteraaneille suunnattu tunnin kestävä VIP- tilaisuus, joka sisältää puheemme sotaveteraaneille, sekä heidän oman ohjelmansa, sisältää todennäköisesti puheita. VIP- tilan tarjoiluista vastaavat Jatta Juntunen ja Hilma Kallio.

klo. 13.00 Tapahtuma alkaa

Joukkueet menevät jäälle, Maamme – laulu, kiekko tippuu jäähän. Tässä vaiheessa alkaa tapahtuman toinen vaihe johtamisen osalta. Yleisö on saapunut paikalle pääosiltaan, ja työpisteet ovat toimintakunnossa. Tapahtuma lähtee etenemään omalla painollaan normaalin jääkiekko- ottelun mukaisesti. Tässä vaiheessa työkuvamme operaation johtajina muuttuu passiivisemmaksi, tarkkailevaksi. Kaikkia työpisteitä on informoitu ottamaan yhteyttä Mikaan tai Eeroon ongelmatilanteen eteen sattuessa radiopuhelimitse. Kuuluttaja on perehdytetty hänelle kuuluviin hommiin ja tiedottaa katsojille heille kuuluvan infon. Hän pysyy työpisteellään koko tapahtuman ajan. Grillillä myyjät jatkavat ruokien ja juomien valmistusta ja myymistä pelin ja erätaucojen aikana. Lipunmyyjä pysyy lipunmyyntipaikalla varmuuden vuoksi, jos paikalle saapuu vielä yleisöä pelin jo alettua.

noin klo 15.15 Tapahtuman päättäminen – Siivous

Jäähallin varauksemme loppuu kello 15.30 jolloin on takaraja hallilta poistumiselle. Silloin on kaikkien tarvikkeidemme oltava ulkona, sillä jäähallin henkilökunta lähtee pikujouluristeilyllensä. Siivouksessa ja kantamisessa auttaa koko henkilökunta.



Kokeneet sotaveteraanit ja nuoret opiskelijat poseerasivat yhdessä.

Veteraaneja muistettiin jääkiekkotapahtumassa Porvoossa

06.12.2012 20:59 | Markus Pakala markus.pakala@jatkoaika.com

Haaga- Helian opiskelijat järjestivät itsenäisyyspäivän aattona hyväntekeväisyysottelun Porvoon jäähallilla. Jääkiekkotapahtuman tarkoituksena oli muistaa sotiemme veteraaneja.

Porvoon jäähallilla pelattiin keskiviikkona jääkiekkoa itsenäisyyspäivän hengessä. Haaga- Helian opiskelijat **Mika Hiltunen**, **Eero Joensalmi** ja **Jyri-Pekka Tulla** olivat kehittäneet koulunsa opinnäytetyönä hyväntekeväisyystapahtuman, jossa tuotot ohjattiin alueen sotaveteraaneille. Matkailualan opiskeluihin kuuluu osana myös tapahtumien järjestäminen, eikä aihetta tarvinnut kauan miettiä.

- Jääkiekko on aina ollut suuri intohimo. Lisäksi olen itse kiinnostunut paljon historiasta, ja oma pappakin on ollut sotimassa, niin kyllä mä kunnioitan tosi paljon niitä tekoja, mitä naiset ja miehet ovat sodan aikana tehneet. Nämä kaksi asiaa yhdistyvät hienosti tässä tapahtumassa, Mäntästä kotoisin oleva Joensalmi kertoi.

Jäällä kohtasivat porvoolainen ikämiesseura Toldboys ja Haaga-Helian opiskelijoista koostuva, kekseliäästi nimetty, Haaga-Helia Stars. Yleisö piti ääntä mallikkaasti, vaikka tapahtuman pääosassa eivät olleetkaan joukkueet jäällä, vaan kunniavieraat katsomossa. Yksi vieraista oli entinen Porvoon veteraaniyhdistysten puheenjohtaja **Erkki Pihlapuro**, 87.

- Olin asevelvollisena vuosina 1943-45 ja palvelin panssaridivisioonassa, hän muisteli elämäänsä sota-aikana.

Ennen ottelun alkua Haaga-Helian opiskelija **Veera Papinoja** esitti Maamme-laulun, ja ohjelmaa riitti myös erätauoilla. Paikalliset nuoret taitoluistelijat esittivät omia taidonnäytteitensä, oli perinteistä laukaisukilpailua ja lisäksi kuultiin puheet Pihlapurolta ja nykyiseltä veteraaniyhdistysten puheenjohtajalta **Tuomo Kankkuselta**. Tarjolla oli myös ruokaa ja juomaa. Tapahtuman järjestäminen onnistui Joensalmen mukaan hyvin.

- Meillä oli projektissa mukana oleva henkilö Porvoosta kotoisin, joten aika paljon pystyttiin suhteiden avulla edistämään asiaa. Porukka oli tosi innoissaan mukana, joten aika helposti tämä oli loppujen lopuksi suoritettu. Tottakai aina tulee vähän kiire loppussa, kuten tuli nytkin, hän sanoi.

- Lipputulot ja kaikki, mitä täällä myydään - ruokaa ynnä muuta - menee kaikki veteraaneille, Joensalmi muistutti.

Nuorten urheilu lämmittää myös veteraanin mieltä

Itse ottelu päättyi 5-2 Haaga-Helian joukkueen voittoon. "Tähdistöotteluiden hengessä" pelatun koitoksen parasta antia olivat nätit kuviot, vanhan liiton torjunnat ja etenkin ikämiesten komea läpiajomaali. Päivän tapahtuma lämmittää Pihlapuron mieltä.

- Tämän päivän tapahtuma on lyhyesti sanottuna upea. Se, että nuoret ovat järjestäneet tällaisen tapahtuman aikana, jolloin on valloilla "kaikki minulle ja heti" -ajatus, on kerrassaan hienoa. Kaikki, jotka ovat tässä mukana olleet, missä muodossa tahansa, niin heille kuuluu sydämellinen kiitos. He ovat tehneet sen vilpittömällä mielellä, eikä tätä arvosta yksin minä, vaan koko veteraanijoukko, hän kuvaili tunteuksiaan.

Veteraaniyhdistys luovutti tapahtuman järjestäneille opiskelijoille kunniakirjan kiitokseksi työstään. Joensalmen mielestä tapahtumasta on muutakin hyötyä, kuin pelkästään veteraanien hyväksi kerätyt varat.

- Me ollaan oltu tässä meidän opinnäytetyössä tavallaan ladunavaajia. On varmaan helpompi [muiden opiskelijoiden] jatkossa järjestää vastaavanlaisia tapahtumia, jos on kiinnostunut jääkiekosta tai veteraanitoiminnasta, hän totesi.

Maamme itsenäisyydestäkin nuorella opiskelijalla oli selkeä näkemys.

- Itsenäisyys on vapaa ja rakas Suomi, mistä on kiittäminen sotaveteraanejamme, Joensalmi kuvaili.

Tunnelma oli läpi tapahtuman hieno ja asia oli kaikille tärkeä. Itsenäisyyden lisäksi veteraani-Pihlapuro kommentoi myös nuorten harrastusmahdollisuuksia.

- Itsenäisyyden tärkeys on sanomattakin selvää, mutta todella tärkeää on myös näille nuorille järjestää sellaisia harrastuksia, mistä he pitävät - oli se sitten jääkiekko tai mikä tahansa muu urheilulaji, sanoi Pihlapuro.

Liite 11. Artikkeli, Julkaistu 6.12.2012 Markus Pakala, Jatkoaika.com

Porvoossa pelattiin itsenäisyyspäivän aattona hyväntekeväisyysottelu veteraaneja muistena. Tunnelmaa taltioivat kuvaajat Heidi Fager ja Henri Hoffren.



Opiskelijat olivat saapuneet paikalle kannustamaan.
Henri Hoffren



Toldboysin pelaajat hiljentyivät Maamme-laulun ajaksi.



Ruoka- ja juomatarjoilu oli kattava.
Heidi Fager



Haaga-Helia Stars rakensi maalipaikkoja liukuhihnalta.
Henri Hoffren



Yleisö seurasi tarkkana ajoittain vauhdikastakin peliä.
Heidi Fager



Tuomaritoiminta herätti keskustelua.
Heidi Fager



Erätauolla lauottiin kiekkoja verkkoon, ja käteltiinkin.
Henri Hoffren



Veteraanit luovuttivat kunniakirjan tapahtuman järjestäjille.
Heidi Fager



Eikä jääkiekkotapahtuma olisi voinut olla täydellinen ilman makkaraa.
Heidi Fager



Yleisössä pidettiin peukkuja pystyssä.
Heidi Fager



Toldboysin Timo Pellinen voitti aloituksia kovalla prosentilla.
Henri Hoffren



Tiukan väännön jälkeen kättelyt olivat paikallaan.
Henri Hoffren

Liite 12. Artikkel, Julkaistu: 1.11.2012 Marko Enberg, Uusimaa

Porvoolaiset opiskelijat kaukaloon sotiemme veteraanien hyväksi



PORVOO | Porvoon Haaga-Helian opiskelijat muistavat itsenäisyyspäivän aattona sotiemme veteraaneja. Kolmen opiskelijan ryhmä järjestää opinnäytetyönään hyväntekeväisyysottelun, jonka kaikki tuotot menevät lyhentämättömänä Suomen Sotaveteraaniliitolle.

– Me haluamme, että Suomen itsenäisyys näkyy tapahtuman myötä paremmin myös koulussamme. Tärkeintä on saada hetkeksi huomio veteraaneille ja kerätä tietysti myös euroja heille, kertoo liiketalouden opiskelija Mika Hiltunen.

– Porvoolainen Niko Montonen kerää opiskelijoista ensimmäistä kertaa Campus Stars -joukkueen, joka kohtaa porvoolaisen ikämiesjoukkueen Toldboysin. Toldboys suhtautui heti erittäin positiivisesti hankkeeseen, Jyri-Pekka Tulla sanoo.

– Kyseessä on näytösluontoinen peli, joka on vain hyvä syy kokoontua yhteen ja saada tosiaan huomiota veteraaneille, Eero Joensalmi painottaa.

Porvoon jäähalliin tulee tapahtuman ajaksi normaalin katsomon lisäksi VIP-tila, joka on tarkoitettu pelkästään veteraaneille.

– Se on arvovieraita varten eli paikallisille veteraaneille. Sinne tulee myös oheistoimintaa. Toivottavasti mahdollisimman moni veteraani jaksaa lähteä paikalle, Hiltunen toivoo.

Tapahtuma järjestetään Porvoon jäähallissa 5. joulukuuta kello 13.

– Tapahtuma käynnistyy juhlavasti Maamme-laululla. Ensimmäisellä erätauolla on muun muassa Suomen Sotaveteraaniliiton kunniapuheenjohtajan Erkki Pihlapuron puhe. Luvassa on myös paljon muuta oheistoimintaa. Lisäksi meillä on grilli ja muuta myyntiä, joiden kaikkien tuotot menevät siis veteraaneille, Hiltunen muistuttaa.

– Aloitimme juuri sosiaalisen median kautta tapahtuman mainostamisen. Parissa päivässä tuli lähes sata alustavaa ilmoittautumista mukaan. Tapahtuman liput myydään ovelta ja samalla lipulla pääsee illalla jatkobileisiin. Tällä pyrimme omalta osaltamme saamaan lisää opiskelijoita paikalle, Tulla toteaa.

– Vaikka haluamme tietysti kerätä mahdollisimman ison potin veteraaneille, niin vähintään yhtä tärkeä asia tässä on sanoma. Veteraanien puolelta olemme saaneet positiivista palautetta tapahtuman ideasta ja he kyselivät jo kovasti, että voisivatko he auttaa jotenkin. Nyt on kaikkien muiden tehtävä auttaa heitä ja he voivat olla VIP-vieraina, Hiltunen linjaa.

Keskiviikkona jääkiekkoa veteraanien hyväksi!



Kuva: Marko Enberg

Porvoon jäähallissa kiekkoillaan keskiviikkona sotiemme veteraanien hyväksi. Itsenäisyyspäivän aaton tapahtumassa kohtaavat Haaga-Helian joukkue ja Toldboys (punaiset).

4.12.2012 11:39

PORVOO | Porvoon jäähallissa kiekkoillaan keskiviikkona klo 13 alkaen sotiemme veteraanien hyväksi. Porvoon Haaga- Helian opiskelijat järjestävät hyväntekeväisyssotetun, jonka kaikki tuotot menevät sotaveteraaneille. Tapahtuma onkin herättänyt runsaasti mielenkiintoa.

– Melkein kaikki Porvoon alueen sotaveteraanit ovat tulossa paikanpäälle tapahtumaan. He ovat tapahtuman kunniavieraita ja he ovat kovasti kiitelleet tapahtumaa jo etukäteen. Veteraanien osallistumisprosentista näemme, että heihin voimme luottaa tälläkin kertaa. He lähtevät taas yhdessä rintamassa mukaan, tapahtumaa järjestävä **Mika Hiltunen** sanoo.

– Kun mietimme heidän kyydityksiään, niin saimme heiltä kommentin, että kuljetus on mitätön ongelma sotareissun kokemuksiin verraten, Hiltunen ihailee veteraanien asennetta.

Haaga- Helia keräsi opiskelijoistaan joukkueen, joka kohtaa ikämiesjoukkue Toldboysin Porvoon jäähallissa keskiviikkona kello 13.

– Olemme saaneet mukavasti myös yhteistyökumppaneita mukaan. Kaikki sponsorieu-
rot olemme jo jatkaneet veteraaneille eteenpäin. Yritykset voivat lähteä edelleen tuke-
maan. Ensimmäisen erätauon aikaan olemme varanneet yrityksille mahdollisuuden
muistaa veteraaneja suoraan. Tosiaan melkein jokainen paikallinen veteraani on paikal-
la, joten tuen saajat ovat hallissa, Hiltunen muistuttaa.

Veteraanit saapuvat hallille kello 12, jolloin heillä on ohjelmassa VIP-kahvitukset. Kello
13 käynnistyvä ottelu alkaa juhlavasti, kun Haaga- Helian opiskelija **Veera Papinoja**
laulaa Maamme -laulun.

Toisella erätauolla Porvoon Sotaveteraaniyhdistyksen kunniapuheenjohtaja **Erkki Pih-
lapuro** pitää puheen.

– Olemme opiskelijoiden keskuudessa myyneet ennakkolippuja. Tavoite on saada sata
ennakkolippua myytyä ja näistä yli puolet on jo myytynä. Suurin osa tulee kuitenkin
suoraan paikalle. Tapahtumalla on oma Facebook- profiili ja olemme tehneet Youtu-
been myös mainosvideon, kertoo **Jyri-Pekka Tulla**.

– Hannu Mikkola tekee myös tapahtumasta videota. Siitä tulee varmasti mukava muis-
to, Eero Joensalmi pohtii.

Artikkeli:

Julkaistu 6.12.2012 Markus Pakala

<http://www.jatkoaika.com/Artikkeli/veteraaneja-muistettiin-j%C3%A4%C3%A4kiekkotapahtumassa-porvoossa/108428>

Julkaistu 6.12.2012 Markus Pakala

Kuvakooste: <http://www.jatkoaika.com/Artikkeli/kuvakooste-tunnelmia-porvoon-hyv%C3%A4ntekev%C3%A4isyyspelist%C3%A4/108429>

Uusimaa:

Julkaistu: 1.11.2012 Uusimaa Marko Enberg

<http://www.uusimaa.fi/artikkeli/172348-porvoalaiset-opiskelijat-kaukaloon-sotiemme-veteraanien-hyvaksi>

Julkaistu: 4.12.2012 Uusimaa Marko Enberg

<http://www.uusimaa.fi/artikkeli/193937-keskiviikkona-jaakiekkoa-veteraanien-hyvaksi>