

Saija Lindberg

RÄÄTÄLÖIDYN TEEMALLISEN TAPAHTUMAN  
JÄRJESTÄMINEN JA UUELLEEN MYYNTI

Matkailun koulutusohjelma  
2014

# RÄÄTÄLÖIDYN TEEMALLISEN TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN JA UUELLEEN MYYNTI

Lindberg, Saija  
Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Matkailun koulutusohjelma  
Huhtikuu 2014  
Ohjaaja: Nurmi-Rantanen, Kirsi  
Sivumäärä: 85  
Liitteitä: 10

Asiasanat: tapahtuman järjestäminen, toiminnallinen opinnäytetyö, uudelleen myynti, tapahtumamarkkinointi

---

Opinnäytetyöni aiheena oli räätälöidä, suunnitella ja toteuttaa onnistunut tapahtuma Funk Productionin yritysasiakkaalle Cisco Systems Finlandille. Lisäksi aiheena oli myydä Cisco Systems Finlandin tapahtuman elementit uudelleen Funk Productionin toiselle yritysasiakkaalle yritys X:lle. Molemmat tapahtumat järjestettiin yrityksen henkilöstölle viihdetapahtumiksi. Tapahtumien teemana oli Las Vegas. Työn toimeksiantaja oli tapahtumamarkkinointialan yritys Funk Production Oy.

Työ toteutettiin toiminnallisena opinnäytetyönä, joka piti sisällään teorian ja käytännön toteutuksen. Opinnäytetyön alussa esiteltiin Funk Production Oy ja sen asiakkaat. Teoriaosuudessa työn alussa kerron työn tavoitteet, tarkoituksen ja tutkimustehtävät. Tämän jälkeen kerron teoriaa siitä, mitä tapahtumamarkkinointi on, mitkä sen alakategoriat ovat tämän opinnäytetyön kannalta ja miten saavuttaa onnistunut tapahtuma. Teorian- ja käytännön toteutus kulkevat rinnakkain työni alusta loppuun.

Cisco Systems Finlandin tapahtuma järjestettiin Espoossa 27.8.2013, johon osallistui 68 henkeä. Yritys X:n tapahtuma järjestettiin Helsingissä 15.11.2013, johon osallistui 29 henkeä.

Tapahtuman tilanneiden asiakkaiden yhteyshenkilöille lähetettiin kyselylomakkeet, joiden avulla selvitettiin olivatko tapahtumat asiakkaiden mielestä onnistuneet, räätälöidyt ja mitä mieltä he olivat Funk Productionin toiminnasta koko tapahtumaprosessin ajan. Tutkimustehtävää tutkittiin myös havainnointi menetelmällä. Tapahtumissa tehdyt havainnoinnit tukivat kyselylomakkeiden vastauksia. Havainnoinneista ja lomakkeissa esiin nousseiden reagoitien ja kommenttien perusteella katsottiin työntilaajan ja työntekijän asettamien tavoitteiden toteutuneen.

Opinnäytetyön kokonaisluotettavuuden takaamiseksi pidin tarkkaa kirjaa kaikesta tapahtumaprosessien aikana tapahtuneesta. Työn loppuun on lisätty pohdintaosio, jossa pohditaan tapahtumien onnistumista, niistä saatuja palautteita, tapahtumaprosessien sujuvuutta ja koko opinnäytetyöprosessia.

## ORGANIZING CUSTOMIZED THEMED EVENT AND RE-SELLING

Lindberg, Saija

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Tourism and Hospitality

April 2014

Supervisor: Nurmi-Rantanen, Kirsi

Number of pages: 85

Appendices: 10

Keywords: event planning, operational thesis, re-selling, event marketing

---

The subject of this thesis was to customize, plan and organize a successful event to Funk Production's corporation client Cisco Systems Finland. In addition the subject was to re-sell Cisco Systems Finland's event's elements again to Funk Production's another corporation client, referred here as corporation X. Both events were organized to corporation's employees as entertainment events. Theme of the events was Las Vegas. The work was ordered by event marketing field corporation Funk Production Oy.

This thesis was implemented as an operational thesis which consisted of both theory and practice. Funk Production Oy and its clients were introduced in the beginning of this thesis. At the beginning of the thesis in theory part I list the goals, the purpose and the mission of this study. Then event marketing is explained; what are the categories and how to achieve a successful event. The theory and practice proceed together throughout.

Cisco Systems Finland's event, which was attended by 68 persons, was held in Espoo 27<sup>th</sup> August 2013. Corporation X's event was held in Helsinki 15<sup>th</sup> November 2013, and was attended by 29 persons.

The corporation clients contact persons, who ordered the events were sent questionnaires to determine did the clients think that the events were successful, customized and what did they think about Funk Production's functions through the whole process. The mission of this study was also inspected with observation methods. The observations that were made in the events support the questionnaires' answers. Judging by the comments received through the questionnaires' and the reactions through the observations, the goals set by the clients and the thesis worker were well met.

To guarantee the liability of this thesis I kept a very decisive inscription of everything that happened during the thesis process. At the end of the report there is a speculation section. In which it is discussed about the successfulness of the events, questionnaires' feedback, event processes' fluentness and overall view of the thesis project.

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	TOIMINNALLINEN OPINNÄYTETYÖ .....	8
3	FUNK PRODUCTION OY JA ASIAKKAAT.....	9
3.1	Funk Production Oy .....	9
3.2	Cisco Systems Finland Oy .....	10
3.3	Yritys X.....	11
4	TYÖN TAVOITE, TARKOITUS JA TUTKIMUSTEHTÄVÄ.....	11
5	TAPAHTUMAMARKKINOINTI.....	13
5.1	Tapahtumamarkkinointi osana markkinointia .....	13
5.2	Henkilöstötapahtuma .....	14
5.2.1	Viihde- ja yhdistelmä tapahtuma.....	16
5.2.2	Teemallinen tapahtuma .....	17
5.3	Onnistunut tapahtuma .....	19
6	TAPAHTUMIEN RÄÄTÄLÖINNIT, UUELLEEN MYYNTI JA SUUNNITTELUT .....	22
6.1	Tavoitteet ja viestit.....	22
6.2	Kohderyhmät ja tarpeiden kartoitus.....	23
6.3	Lähtökohdat .....	24
6.3.1	Tapahtumapaikat ja ajat.....	24
6.3.2	Budjetit .....	28
6.4	Uudelleen myynti.....	29
6.5	Henkilöstösuunnitelmat ja palaverit .....	30
6.6	Tapahtumien sisällöt .....	34
6.6.1	Tarjoilut .....	34
6.6.2	Somistukset .....	37
6.6.3	Musiikki ja äänimaailmat .....	41
6.6.4	Ohjelmat .....	42
6.6.5	Tilaisuuksien tekniikka.....	44
6.6.6	Käsikirjoitukset.....	45
6.6.7	Muuta huomioitavaa.....	47
7	TAPAHTUMIEN TOTEUTUKSET.....	49
7.1	Ciscon Las Vegas -kick-off .....	50
7.1.1	Rakennusvaihe.....	50
7.1.2	Tapahtuma .....	51
7.1.3	Purkuvaihe .....	53
7.2	Yritys X Las Vegas -pikkujoulut .....	54

7.2.1 Rakennusvaihe.....	54
7.2.2 Tapahtuma .....	56
7.2.3 Purkuvaihe .....	57
8 TAPAHTUMIEN JÄLKIMARKKINOINNIT .....	58
8.1 Cisco jälkimarkkinointi.....	60
8.2 Yritys X jälkimarkkinointi .....	61
9 HAVAINNOINNIT TAPAHTUMISSA.....	62
9.1 Ciscon Las Vegas -tapahtuman havainnointi.....	64
9.2 Yritys X:n Las Vegas -tapahtuman havainnointi.....	66
10 PALAUTEKYSELYT.....	68
10.1 Cisco .....	69
10.2 Yritys X.....	72
11 TAPAHTUMIEN ARVIOINNIT.....	74
12 LUOTETTAVUUSTARKASTELU .....	77
13 POHDINTA.....	79
LÄHTEET.....	82
LIITTEET	

## 1 JOHDANTO

Tapahtumat ovat osa elämäämme. Ne ovat myös osa organisaatioiden elämää, osa markkinointiviestintää. (Vallo & Häyrinen 2012, 248.) Tapahtumien tekeminen on työtä. Se on tunnettyötä ja tapahtumat ovat kiinteä osa eri yritysten markkinointia. Kun tapahtuma suunnitellaan ja toteutetaan hyvin, ja kun tapahtumajärjestäjä on sitoutunut sen tekemiseen sekä tekee sitä aidosti tunteella, sen aistii. Tapahtumilla on yhä enemmän kysyntää, mutta ainoastaan sillä edellytyksellä, että tapahtuma kykenee antamaan osallistujalleen jotakin – elämyksen. (Vallo & Häyrinen 2012, 91 ja 242.)

Opinnäytetyöni aiheena oli suunnitella ja toteuttaa onnistuneet tapahtumat Cisco Systems Finlandin ja yritys X:n henkilöstölle. Aiheena oli myös myydä Cisco Systems Finlandin tapahtuma uudelleen pakettina yritys X:lle. Uudelleen myytyyn pakettiin kuului tapahtuman teema ja sen elementit. Tapahtumien teemana oli Las Vegas.

Työn tilaaja on Funk Production Oy, joka on vuonna 2005 perustettu yritystapahtumien tuottamiseen erikoistunut yritys. Funk Productionin kautta onnistuvat niin kokonaisvaltainen tapahtumasuunnittelu ja -toteutus kuin myös pienemmät tapahtumajärjestelyn osa-alueet. Juhlatilan hankkiminen, tilan somistus, ohjelman suunnittelu, räätälöinti ja toteutus sekä jälkimarkkinointi ovat arkipäivää Funk Productionin toimistolla. Opinnäytetyön aihe ja idea toiminnallisen opinnäytetyön järjestämisestä syntyi matkailun opintoihin pakollisena kuuluvan työharjoitteluni aikana, jota suoritin Funk Productionilla tapahtuma-assistenttina maalis-heinäkuussa 2013. Työharjoittelun jälkeen pääsin Funk Productionille töihin tapahtumakoordinaattoriksi, jonka aikana yritysasiakkaiden tapahtumat järjestettiin.

Opinnäytetyöni toteutettiin toiminnallisena opinnäytetyönä, jonka tuloksena toteutettiin Funk Productionin asiakkaille Cisco Systems Finlandille ja yritys X:lle henkilöstön viihdetapahtumat. Cisco Systems Finlandin tapahtuma järjestettiin 27.08.2013 yrityksen tiloissa Espoon Leppävaarassa. Yritys X:n tapahtuma järjestettiin 15.11.2013 Magito juhlatilassa Helsingin Suvilahdessa.

Opinnäytetyöni teoriaosuus käsittelee tapahtumanjärjestämistä ja sitä, miten järjestetään onnistunut tapahtuma projektisuunnitelman laatimisesta tapahtuman jälkimarkkinointiin asti. Tapahtumien onnistumisen teoriaa käsittelee Vallon & Häyrisen (2012) näkökulman mukaan. Molemmat tapahtumat järjestettiin seuraten Vallon & Häyrisen (2012) tapahtumaprosessia, johon kuuluvat suunnittelu, toteutus ja jälkimarkkinointi.

Tästä raportista käy ilmi, millainen opinnäytetyöprosessi oli, mitä tehtiin ja miksi, sekä miten asiat tehtiin ja millaisiin tuloksiin työssä päädyttiin. Käytännön toteutus piti tässä opinnäytetyössä sisällään tapahtumien raportoinnit, havainnoinnit ja kyselylomakkeiden keräämisen. Molempien tapahtumien osallistujia eli yritysten henkilöstöä havainnointiin tapahtumien aikana. Kyselylomakkeet lähetettiin tapahtumien tilanneiden yritysasiakkaiden yhteyshenkilöille. Kyselylomakkeista ja havainnoineista saadut tulokset ja varsinaiset tapahtumat käsiteltiin osana tätä opinnäytetyöraporttia.

Sopimukseemme kuuluu, etten mainitse opinnäytetyössäni toisen asiakasyrityksen nimeä, sillä kyseessä on alallaan tunnettu suomalainen yritys, joka ei halua tulla nimeltä mainituksi tässä työssä. Jatkossa viittaankin yritykseen nimellä yritys X. Opinnäytetyön liitteistä olen joutunut poistamaan yrityksen nimen, mikäli se on niissä näkynyt. Nimitän työssäni Cisco Systems Finlandia ja yritys X:ää myös asiakkaiksi. Funk Production Oy:n kehotuksesta en mainitse työssäni yrityksen työntekijöiden, yhteistyökumppaneiden ja alihankkijoiden sukunimiä tai yritysten nimiä yksityisyyden suojan ja kilpailutilanteen vuoksi. Henkilöt, joiden nimet kokonaisuudessaan mainitaan opinnäytetyössäni, ovat antaneet siihen kirjallisen luvan. Lisäksi tässä opinnäytetyössä ei mainita tuotteiden tai palveluiden hintoja Funk Production Oy:n pyynnöstä.

## 2 TOIMINNALLINEN OPINNÄYTETYÖ

Satakunnan ammattikorkeakoulun opinnäytetyö-opintojaksoon sisältyvät varsinainen työ (projekti, teos, laite, kehittämistyö, tutkimus tms.), sen kirjallinen raportti ja opiskelijan ohjaus työn eri vaiheissa. Ammattikorkeakoulun opinnäytetyön tavoitteena on, että opiskelija kehittää ja osoittaa valmiuttaan soveltaa tietoaan ja taitojaan. Opinnäytetyö liittyy aina oman ammattialan käytännön asiantuntijatehtävään. (Satakunnan ammattikorkeakoulun www-sivut 2014.)

Vilkaan ja Airaksisen (2003, 9–10) mukaan toiminnallinen opinnäytetyö on vaihtoehto ammattikorkeakoulun tutkimukselliselle opinnäytetyölle. Toiminnallinen opinnäytetyö voi alasta riippuen olla esimerkiksi ammatilliseen käyttöön suunnattu opastus, ohjeistus tai ohje. Näiden lisäksi toiminnallisen opinnäytetyön aiheena voi olla jonkin tapahtuman toteuttaminen, kuten kokouksen tai messuosaston järjestäminen. Tärkeintä kuitenkin toiminnallisessa opinnäytetyössä on se, että se tavoittelee ammatillisessa kentässä käytännön toiminnan ohjaamista, opastamista, toiminnan järjestämistä tai järjeistämistä.

Toiminnallisessa opinnäytetyössä yhdistetään toiminnallisuus, teoreettisuus, tutkimuksellisuus ja raportointi. Toiminnallisuus on ammatillisen taidon osoittamista, joka voi näkyä ammatillisen arjen teossa. Teoreettisuudella puolestaan tarkoitetaan ammatillista opittua tietoa, joka näkyy toiminnallisessa opinnäytetyössä viitekehyksenä, kuten käsitteiden, mallien ja määritelmien kautta. Tutkimuksen tekeminen käyttäjäläheiseksi ja siitä raportointi kertovat tutkivasta tekemisestä ja ammatillisista viestintätaidoista, eli tutkivan tekemisen sanallistamisesta. Toiminnallisessa tuotoksessa tarkoituksena on tavoitella tietoa, jota tekijä voi itse perustellusti kehittää, rajata, täsmentää, uudistaa sekä luoda kohdetta ja käyttäjää paremmin palvelevaksi. Opinnäytetyön kuuluisikin olla työelämälähtöinen, käytännönläheinen, toteutettu tutkimuksellisella asenteella ja alan tietojen ja taitojen hallintaa osoittava. (Vilka 2010, 2–5.)

Halusin tehdä toiminnallisen opinnäytetyön, sillä suoritin Satakunnan ammattikorkeakoulun restonomin tutkintoon kuuluvan viiden kuukauden työharjoittelun tapah-



tumamarkkinointiyrityksessä Funk Productionissa keväällä 2013. Harjoitteluni aikana pääsin seuraamaan ja oppimaan paljon tapahtumajärjestäjän työstä. Toiminnallisen opinnäytetyön valitseminen oli luonnollista, sillä innostuin alasta ja haluan jatkaa tapahtumajärjestäjänä oppien uutta ja kehittäen itseäni ammatillisesti. Työn toiminnallinen osuus tulee olemaan Cisco Systems Finlandille räätälöity henkilöstönviihde-tapahtuman järjestäminen Las Vegas -teemalla ja sen tapahtuman elementtien ja konseptin uudelleen myynti uudelle yritysasiakkaalle yritys X:lle sekä uudelleen myydyin tapahtuman suunnittelu ja toteuttaminen. Työhön kuuluu myös havainnoinnin ja kyselyjen toteuttaminen, jotta pystyisin arviomaan, ovatko tapahtumat onnistuneet ja huomasiko yritys X, ettei tapahtumaa ollut räätälöity heille.

### 3 FUNK PRODUCTION OY JA ASIAKKAAT

#### 3.1 Funk Production Oy

Funk Production Oy on tapahtumamarkkinoinnin asiantuntijayritys, joka on perustettu Helsinkiin vuonna 2005. Funk Productionin omistaja ja perustaja on toimitusjohtaja Katri Kärkkäinen, lisäksi yrityksessä työskentelee kolme tapahtumakoordinaattoria sekä määräaikaista tapahtuma-assistentteja. Tapahtumakoordinaattorin työtehtävänä on koordinoida kaikki tapahtumaan liittyvät eri osa-alueet, kuten alihankkijat, tapahtumapaikkaan liittyvät toimenpiteet ja hyväksyttää kaikki tapahtuman vastaavalla tuottajalla. Tapahtumatuottaja puolestaan vastaa budjetista ja asiakasyhteyksistä sekä siitä, että projekti sujuu odotetusti suunnitelmien mukaan. Tapahtuma-assistentti tekee monipuolisesti niin yleisiä toimistotöitä kuin myös tapahtumatuotannon avustavia työtehtäviä ja auttaa tapahtumakoordinaattoreita tapahtumien käytännön järjestelyissä. (Kärkkäisen henkilökohtainen tiedonanto 11.12.2013.)

Funk Production tuottaa B-to-B yritysten välistä sekä B-to-C yritykseltä kuluttajalle markkinointiin tarkoitettuja tapahtumia. B-to-B tapahtumat voivat olla esimerkiksi seminaarit, gaalat ja henkilöstöjuhlat. B-to-C tapahtumat puolestaan esimerkiksi

messut, konsertit ja kiertueet. Vuosittain arviolta 100 000 ihmistä vieraillee Funk Productionin järjestämissä tapahtumissa. (Funk Production Oy:n www-sivut 2013.)

Funk Productionin slogan ”Sinulla on viesti. Me tiedämme, kuinka tapahtumasi kertoo sen parhaiten” kertoo yrityksen toiminta-ajatuksesta luoda jokaiselle asiakkaalle ja heidän asiakkaalleen elämys. Jokaisen tilaisuuden kokonaisuus ja yksityiskohdat ovat aina asiakkaan tarpeisiin räätälöity. Tapahtuman tulee olla ikimuistoinen ja asiakkaan brändin mukainen. (Funk Production Oy:n www-sivut 2013.)

Aloitin työskentelyn Funk Production Oy:ssä maaliskuussa 2013 tapahtuma-assistenttina, sillä suoritin restonomin perustutkintoon kuuluvaa viiden kuukauden työharjoittelua. Työharjoittelun jälkeen aloitin tapahtumakoordinaattorin työt elokuussa 2013.

### 3.2 Cisco Systems Finland Oy

Cisco Systems Oy on tietoliikenne- ja elektroniikkateollisuuden yritys, joka tuottaa reitittämiä, kytkimiä ja muita verkkolaitteita, joiden avulla se pyrkii monipuolistamaan ja muuttamaan sitä, kuinka ihmiset pystyvät kommunikoimaan sekä viestittämään keskenään. Cisco System on perustettu vuonna 1984 ja Suomeen Cisco saapui vuonna 1998. Nykyään Cisco Systems on maailmanlaajuinen yritys, jolla on 85 toimipaikkaa kuudella eri mantereella. (Ciscon www-sivut 2013.)

Cisco Systems Finland on ollut Funk Productionin asiakas jo vuosia. Keväällä 2013 Funk Production tuotti Cisco Systems Finlandille Tietoturvakiertueen usealle paikakunnalle Suomessa; yhteistyökumppanina kiertueella oli mm. F-Secure ja Elisa. Kesällä 2010 Funk Production tuotti ´100 Megan Seminaari` yhteistyössä Viestintäministeriön kanssa. Yhteistyötä Funk Production on tehnyt myös Cisco Nordic Marketingin kanssa, muun muassa VIP-asiakastilaisuuden vuonna 2011. Syksyllä 2011 yritys tuotti Cisco Expo 2011 -tapahtuman Helsingin messukeskukseen, jossa oli noin tuhat kutsuvierasta, laaja seminaariohjelma sekä 32 näytteilleasettajaa. (Funk Productionin www-sivut 2013.)

Yhteyshenkilö Cisco Systems Finlandilta on Merja Kössi o.s. Lehtoranta. Lehtoranta on nimitetty Cisco Systems Finlandiin 28.7.2008 alkaen markkinointi- ja viestintäjohtajaksi sekä johtoryhmän jäseneksi (Taloussanomat www-sivut 2008).

Merja Kössi otti yhteyttä Funk Productioniin kesällä 2013, soittamalla toimitusjohtaja Katri Kärkkäiselle ja pyysi tarjousta ja palaverin järjestämisestä, koskien Cisco Systems Finlandin henkilöstön kick-off -tapahtumaa elokuulle 2013.

### 3.3 Yritys X

Yritys X on Funk Productionille uusi asiakas. Yritys X:stä Funk Productioniin yhteyttä otti toimitusjohtajan sihteeri kesäkuussa 2013 avoimella tarjouspyyntölomakkeella Funk Productionin Internetsivujen kautta, koskien yhtiön henkilöstön pikkujouluja marraskuulle 2013. Funk Productionin Internetsivuilla täytettävästä tarjouspyyntölomakkeesta käy ilmi tilaisuuden luonne, ajankohta ja asiakkaan yhteystiedot. Tämän jälkeen Funk Production otti yhteyttä asiakkaaseen ja tiedusteli mm. seuraavia asioita: odotettu henkilömäärä, kaupunki tai kaupunginosa, jossa tilaisuus halutaan järjestää, sukupuolijakauma, ikäjakauma, tilaisuuden luonne, aikaisemmat tapahtumat, tapahtuman pääasiallinen tavoite, pöytiin tarjoilu vai buffet, istuva illallinen vai cocktailtilaisuus ja tilaisuuden budjetti. Näiden tietojen avulla Funk Productionin toimitusjohtaja Katri Kärkkäinen määräsi tapahtumalle projektikoordinaattorin, jonka tehtävänä on suunnitella ja järjestää tapahtuma ja tietysti lähettää asiakkaalle tarjous.

## 4 TYÖN TAVOITE, TARKOITUS JA TUTKIMUSTEHTÄVÄ

Tämän opinnäytetyön päätavoitteena ja tutkimustehtävänä oli selvittää onko mahdollista järjestää räätälöidysti yksittäiselle yritysasiakkaalle teemallinen viihdetapahtuma Las Vegas -teemalla ja myydä tapahtuma pakettina, kuten sen elementit uudelleen toiselle yritysasiakkaalle ilman erikoisempaa räätälöintiä. Lisäksi tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa molemmille asiakkaille onnistunut tapahtuma. Tapahtuman

tilanneet asiakkaat olivat Cisco Systems Finland ja yritys X, joille järjestin teemallisen viihdetapahtuman yrityksen henkilökunnalle. Cisco Systems Finlandille tapahtuma oli räätälöity heidän toiveiden ja mieltymysten mukaisesti Las Vegas -teemaiseksi yhdistelmä tapahtumaksi. Ciscon Las Vegas -teemaisen viihdetapahtuman myin pakettina uudelleen, kuten samalla teemalla ja tapahtuman idealla sekä sen elementeillä yritys X:lle.

Työn tilaajan eli Funk Production Oy:n toimitusjohtaja Katri Kärkkäisen kanssa kävin keskustelua opinnäytetyöni tutkimuksesta, joka mahdollistaisi Funk Productionille myyntiin teemallisen viihdetapahtuman, jossa tilaisuuden elementit olisivat kiinteät. Tämä mahdollistaisi sen, ettei jokaiselle tarjouta pyytävälle asiakkaalle tarvitsisi tehdä taustatyötä yrityksen eli tilaavan asiakkaan mieltymyksistä tai toiveista. Tämä puolestaan näkyisi lyhyempinä työtunteina ja mahdollisesti tehokkaampana tapahtuman järjestämisenä. Lisäksi järjestämässäni Las Vegas -teemallisessa viihdetapahtumassa ei ole aikaan tai paikkaan sitovia elementtejä, joten se voi olla myynnissä ympäri vuoden ja tapahtuma voidaan järjestää erilaisissa tapahtumatiloissa.

Henkilökohtaiset tavoitteeni opinnäytetyölleni oli tutustua syvemmin tapahtumamarkkinointiin ja tapahtumien järjestämiseen. Erityisesti myös luoda onnistuneet tapahtumat asiakkaille sekä heidän vierailleen ja vahvistaa taitojani projektikoordinaattorin työtehtävissä, kuten projektin johtamisessa, suunnittelussa ja yleisesti tapahtumien järjestämisessä. Lisäksi paineen alla työskentely, yksityiskohtien hiominen ja tiedostaminen niiden tärkeydestä tapahtumissa sekä vuorovaikutustaidot saivat tämän opinnäytetyön avulla lisävahvistusta ja kuuluivat myös osaltaan henkilökohtaisiin tavoitteisiini. Cisco Systems Finlandin Las Vegas -teemajuhlissa oli myös Baltian maista Ciscon työntekijöitä paikalla, joten oman haasteensa toi myös englannin- ja venäjänkielen käyttö ohjelmanumeroissa ja vieraiden henkilökohtaisessa opastamisessa.

## 5 TAPAHTUMAMARKKINOINTI

### 5.1 Tapahtumamarkkinointi osana markkinointia

Tapahtumamarkkinointi on markkinoinnin viestinnän väline, käsitteellä tarkoitetaan kaikkia niitä tapahtumia, joissa yritys pyrkii markkinoimaan ja edistämään tuotteidensa tai palveluidensa myyntiä (Iiskola-Kesonen 2004, 60). Markkinointi on tavoitteellista toimintaa, jonka tehtävänä on välittää organisaation haluama viesti ja saada asiakas toimimaan organisaation toivomalla tavalla. Tapahtumamarkkinointi on siis toimintaa, joka tavoitteellisella ja vuorovaikutteisella tavalla yhdistää organisaation ja sen kohderyhmän valitun teeman ja idean ympärille tapahtumaan, joka on toiminnallinen kokonaisuus. (Vallo & Häyrinen 2012, 19.)

Yleisesti ottaen tapahtumamarkkinointi katsotaan pitkäjänteiseksi strategiseksi suunnitteluksi, jossa yritys käyttää markkinoinninviestinnän välineenä tapahtumaa, jossa se kohtaa valitun kohderyhmän ennakkoon suunnitellussa tilanteessa ja ympäristössä. Oleellisinta kuitenkin tapahtumamarkkinoinnissa on sen, että yritys on mieltänyt tapahtumat osaksi organisaation markkinointistrategiaa. Tämä tarkoittaa siis sitä, etteivät yksittäiset tapahtumat saisi olla irrallisia, vaan niiden tulisi olla kytkeytyneenä koko yrityksen markkinointiin. Tapahtumamarkkinoinnista puhutaan silloin kun tapahtuma on etukäteen suunniteltu, sillä on tavoite ja selkeä kohderyhmä, lisäksi tapahtumassa tulee toteutua kokemuksellisuus, elämyksellisyys ja vuorovaikutteisuus. (Vallo & Häyrinen 2012, 19–21.)

Vallon & Häyrisen (2012, 61) mukaan tapahtuma on aina tilaisuus, oli se sitten mikä tyyppinen tai -kokoinen tahansa. Yhteistä jokaiselle tapahtumalle on kuitenkin se, että ne ovat ainutlaatuisia ja väliaikaisia. Koska tapahtumamarkkinointi on hyvin laaja käsite, voidaan tapahtumat luokitella eri tavoin, esimerkiksi sisällön, osallistujamäärän, päätavoitteen, toteuttamistavan, budjetin, koon tai ajankohdan mukaan. Sisällön mukaan lajiteltuna tapahtumat voivat olla viihdetapahtumia, asiatapahtumia tai näiden yhdistelmiä. Jos tapahtumat lajitellaan toteuttamistavan mukaan, tapahtumat voivat olla itse rakennettuja, ostettuja, ketjutettuja tai kattotapahtumia. (Vallo & Häyrinen 2012, 59–67.) Näin ollen yritys voi järjestää omia tapahtumia tai hyödyntää

muiden järjestämiä kattotapahtumia (Iiskola-Kesonen 2004, 60). Muiden järjestämät tapahtumat voivat olla esimerkiksi yrityksen yhteistyökumppaneiden järjestämät tapahtumat, kuten Funk Productionin järjestämä Cisco Systems Finlandin Tietoturvakierue vuonna 2013. Kiertueella mukana oli F-secure. Tietoturvakierueella pääasiallinen markkinointi keskittyi asiakkaaseen eli Cisco Systemsin tuotteisiin ja palveluihin, mutta tapahtumasta hyötyi myös heidän yhteistyökumppaninsa F-secure, jonka logo sekä markkinointimateriaalit olivat esillä tapahtumissa. Funk Production Oy luokittelee B-to-B tapahtumat yhteentoista kategoriaan seuraavasti: lanseeraukset, vuosijuhlat, kokoukset sekä seminaarit että konferenssit, gaalat, kiertueet, messut, henkilöstö viihdetilaisuudet, teemajuhlat, koulutukset, kick-offit ja promootiot (Funk Productionin www-sivut 2014).

## 5.2 Henkilöstötapahtuma

Tapahtumamarkkinointiin sisältyy myös yrityksen sisäinen markkinointi, kunhan edellä mainitut Vallon ja Häyrisen (2012, 19) tapahtumamarkkinoinnin käsitteen kriteerit tapahtuman suunnittelusta, tapahtuman tavoitteesta ja selkeästä kohderyhmästä täyttyvät. Onnistunut sisäinen markkinointi ei ole suoranaissessa yhteydessä yrityksen asiakkaisiin, mutta se luo positiivisen kierteen, joka heijastuu myös ulkoiseen markkinointiin. Innostunut ja hyvin perehtynyt yrityksen henkilöstö palvelee asiakkaitaan paremmin ja tekee asiakkaan tyytyväiseksi. Hyvä palaute puolestaan asiakkailta kannustaa henkilöstöä palvelemaan entistä paremmin. (Iiskola-Kesonen 2004, 60.) Henkilöstötapahtumat ovat näin ollen myös osa tapahtumamarkkinointia.

Järjestämäni tapahtumat Cisco Systems Finlandille sekä yritys X:lle, täyttävät Vallon ja Häyrisen (2012, 19) tapahtumamarkkinoinnin käsitteen kriteerit. Tapahtumat suunniteltiin 3–4 kuukautta etukäteen, niillä on selkeä kohderyhmä, joka on molemmissa tapauksissa yrityksen henkilöstö. Tapahtumissa on selkeät tavoitteet, jotka ovat edistää henkilöstön hyvinvointia, yhteenkuuluvuudentunnetta, onnistunutta sisäistä markkinointia. Cisco Systemsin tapauksessa myös asiapohjaista tietoa koskien yrityksen tulevasta projektista.

Henkilöstötilaisuuksien/tapahtumien avulla voidaan kasvattaa työmotivaatiota, tuloksellisuutta ja yhteenkuuluvuutta. Tyytyväiset työntekijät ovat avain yrityksen menestykseen. (Funk Productionin www-sivut 2014.) Helena Vallo kirjoittaa tapahtumamarkkinoinnin erikoislehdessä *Evento+S&A*:ssa henkilöstötapahtumista ja niiden merkityksellisyydestä. Hänen mukaansa henkilöstötilaisuudet ovat vähintään yhtä merkityksellisiä, kuin muut organisaation järjestämät tapahtumat. Vallo painottaa, että henkilöstöjuhlia ja -tilaisuuksia tarvitaan, mutta jos tapahtuman pääasiallinen tarkoitus on pelkkä alkoholin nauttiminen yhdessä kollegoiden kanssa, on tapahtuma hänen mielestään hukkaan heitettyä aikaa ja rahaa. Henkilöstötilaisuudet suunnitellaan aina tavoitteista käsin ja niissä huomioidaan aina kohderyhmä. Henkilökunnalle suunnitellut tilaisuudet on hyvä rakentaa yrityksen mielikuvatavoitteista ja arvoista käsin, niin että ne vievät ja rakentavat osaltaan kulttuuria eteenpäin haluttuun ja valittuun suuntaan. (Vallo 2013, 57.)

Tarjouspyynnöistä, jotka sain yritys X:n ja Cisco Systemsin tapahtumista, kävi heti ilmi, että kyseessä olivat henkilöstötilaisuudet. Cisco Systemsin tapauksessa henkilöstön kick-off -tapahtuman suunnittelun lähtökohdista kuten kohderyhmän tuntemisesta ja yrityksen imagosta moni asia oli jo ennalta tiedossa. Tämä johtui siitä, että Funk Production on jo viiden vuoden ajan järjestänyt yritykselle kuin myös yrityksen asiakkaille tapahtumia eli kuluttajatapahtumia (esim. messut, kiertueet) kuin myös henkilöstötapahtumia. Kick-off on englantia ja tarkoittaa aloittamista, jalkapallossa aloituspotkua ja tässä tapauksessa projektin käynnistämistä. Kick-off -tilaisuuteen kutsutaan kaikki henkilöt, jotka ovat osallisena uuteen projektiin. Kick-off voi olla mm. mikä tahansa projekti, minkä kokoinen tahansa ja se voidaan järjestää erilaisin keinoin.

Yritys X:n kohdalla puolestaan kartoitin yrityksestä ja sen henkilöstöstä tietoja, kuten mm. toimialasta, tapahtuman tavoitteesta ja viestistä, kohderyhmän mieltymyksistä, aikaisemmista tilaisuuksista, kohderyhmän ikäjakaumasta ja sukupuolijakaumasta.

Helena Vallon kanssa samaa mieltä on myös Susanna Rantanen. Hän on HR -alan ammattilainen, jonka yritys Emine on erikoistunut työnantajakuvan kehittämiseen, rekrytointimarkkinointiin sekä rekrytointiin verkossa ja sosiaalisessa mediassa (Eventgarden 2011). Eventgardenin blogissa Rantanen kertoo: ”Pikkujouluja ja kesä-

juhlia järjestettäessä sitä harvoin miettii näiden tapahtumien arvoa, tavoitteita ja tuloksia henkilöstön sitouttajana ja työnantajakuvan markkinointikanavana. Yrityksen sisäiset tapahtumat, pienet ja suuret, vaivalla organisoidut ja spontaanisti järjestetyt ovat sitä kuitenkin mitä suurimmassa määrin”. Lisäksi Rantasen mukaan panostus henkilöstöön maksaa aina itsensä takaisin. (Eventgarden 2011.)

Eventgardenin (2011) blogissa Rantanen kertoo vielä: ”Kuka tahansa selviää perjantaikahvien organisoimisesta, mutta kunnan henkilöstötapahtuma on niin iso investointi, että asiantunteva suunnitelmallisuus ja toteuttaminen on paikallaan. Ulkoisen avun käyttäminen viestii jotain tärkeää myös henkilöstölle: olette tärkeitä ja haluamme tarjota teille kaikille laadukkaan, ammattimaisesti järjestetyn elämyksen.” (Eventgarden 2011.)

### 5.2.1 Viihde- ja yhdistelmätapahtuma

Kuten jo aikaisemmassa luvussa 5.1 Tapahtumamarkkinointi osana markkinointia kerrottiin, voidaan tapahtumat jakaa kategorioittain. Vallon ja Häyrisen (2012, 209–2011) mukaan voidaan tapahtumat kategorioida sen sisällön mukaan asiatapahtumaksi, viihdetapahtumaksi tai niiden yhdistelmäksi. Asiatapahtumia voivat olla esimerkiksi koulutukset ja seminaarit. Viihdetapahtumilla puolestaan tarkoitetaan tapahtumia, joissa tapahtumaan osallistuneille tarjotaan huvia, viihtyvyyttä ja viihdettä. Näitä viihdetapahtumia voivat olla esimerkiksi kesänavaukset, elämysretket, urheilutapahtumat, risteilyt tai Suomessa yleisemmin vietetty henkilökunnan juhlat - pikkujoulut (Harju 2003, 65–66).

Kiireellisillä työntekijöillä ei ole aikaa, eikä kiinnostusta osallistua tavanomaisiin tapahtumiin tai teennäisiin tilaisuuksiin. Perinteistä tulisi poiketa. Tarjoiluja ja paikkaa valittaessa olisi hyvä ottaa huomioon tilaisuuden elämyksellisyys, niiden tulisi poiketa arkipäivästä ja liittyä teemaan. Ohjelman tulisi olla viihteellistä, mutta ennen kaikkea sen tulisi olla sellaista, mikä sopii koko henkilöstölle ja mitä työntekijät eivät yksin helposti pääsisi näkemään tai kokemaan. (Harju 2003, 65–66.) Oleellista ohjelmaa mietittäessä tulee ottaa huomioon kohderyhmä ja se mitä halutaan viestittää, kuten kaikissa tapahtumien suunnittelussa. Esiintyjävalinnat ja ohjelma viestittävät



yrityksen arvoista, toimintatavoista ja kulttuurista. Viihdetapahtumien ohjelma sisältö linkittyy suoranaisesti tapahtuman ideaan tai tapahtuman teemaan. (Vallo & Häyrinen 2012, 210.)

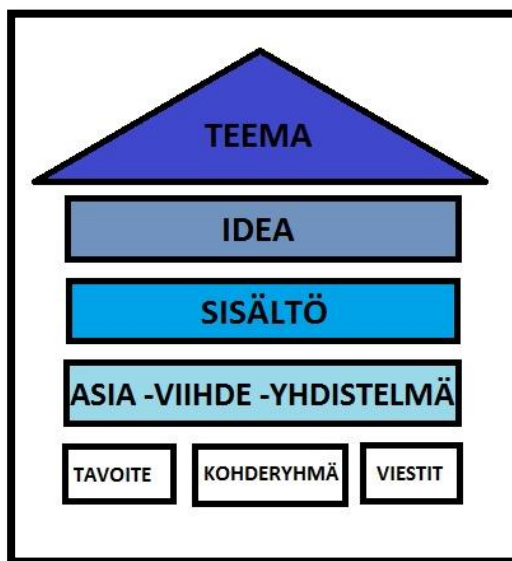
Yritys X:n pikkujoulut luokitellaan Vallon ja Häyrisen mukaan viihdetapahtumaksi. Vaikka tapahtuman järjestämisen suunnittelu tähtäsi ohjelmaan, tuli siinä ottaa huomioon monia erilaisia tekijöitä. Ohjelmat suunniteltiin niin, että ne toimisivat Las Vegas -teeman mukaisesti, ja että ne miellyttäisivät sekä naisia että miehiä. Osallistuminen ohjelmiin tulisi olla vapaaehtoista.

Kun halutaan yhdistää hovin sekä hyödyn tasapainoinen suhde saadaan aikaan onnistunut yhdistelmä tapahtuma. Yhdistelmä tapahtumasta puhutaan, kun tapahtumassa on aluksi asiapitoinen osuus ja tämän jälkeen vapaamuotoisempi seurusteluosuus. Asiapitoinen osuus voi olla esimerkiksi seminaari, koulutus tai messut. Tämän tyyppisen tapahtuman järjestämisessä on tärkeää osata ajoittaa, mitoittaa ja yhdistää hovin ja hyödyn suhde oikein. (Vallo & Häyrinen 2012, 210–2011.) Cisco Systems Finlandin henkilöstön kick-off -tilaisuus haluttiin järjestää yhdistelmä tapahtumaksi. Ideana oli, että yrityksen työntekijät aloittavat työpäivän normaalisti, iltapäivällä kick-off -tilaisuus alkaisi ja sen päättyessä vapaamuotoisempi viihdetapahtuma käynnistyisi ja päättäisi onnistuneen pitkän päivän.

### 5.2.2 Teemallinen tapahtuma

Tapahtumien suunnittelussa huomioidaan aina tapahtuman tavoite ja kohderyhmä. Edellä mainittujen lisäksi teema ja halutut viestit nivotaan tiiviisti yhteen sovittaen. Tapahtuman viestin ja idean täytyy näkyä teeman kautta koko toteutuksessa. Tapahtuman sisältöön vaikuttavat monet asiat mm. onko tapahtuma viihde-, asiatapahtuma vai molempien yhdistelmä. Teema on tapahtuman kattoajatus, se pitää tapahtuman koossa ja vaikuttaa koko tapahtuman elinkaaren ajan. Tapahtuman elinkaari syntyy jo ensihetkestä kun asiakas ottaa yhteyttä tapahtumajärjestäjään ja päättyy vasta kun asiakkaaseen on otettu uudelleen yhteyttä uuden tapahtuman merkeissä. (Vallo & Häyrinen 2012, 193–197.)

Seuraavassa kuviossa (Kuvio 1) on kuvattuna teema tapahtuman kattoajatuksena. Teema on talon katto, se asia mikä talosta näkyy ulospäin muille. Idea kuvaa puolestaan talon tiivisteitä, se on näkymätön. Sisältö on talon sisällys, joka ulkopuolisille näkyy ikkunoiden tavoin. Asia-viihde-yhdistelmä kuvaa talon lattiaa, mistä se on tehty ja miten se vaikuttaa yllä oleviin talon elementteihin. Talon perustukset ovat syvällä ja jotka määrittävät talon kokonaisuudessaan, tapahtumissa ne ovat tavoite, kohderyhmä ja viestit.



Kuvio 1. Tapahtumatalo - teemallinen tapahtuma (Vallo & Häyrinen 2012, 196).

Tapahtuman teema voi olla puhutteleva, houkutteleva tai leikittelevä. Teeman valintaan vaikuttaa se kenelle tapahtumaa ollaan järjestämässä. Teeman tulee sopia yrityksen imagoon, arvomaailmaan, mielikuvaan ja yrityksen yhteisöön. Tämän vuoksi teema kertoo paljon organisaatiosta itsestään. (Vallo & Häyrinen 2012, 193–197.) Teemaesimerkkinä voi olla vuosikymmenet. Jos yritys juhliin 50-vuoden taivaltaan, voidaan tapahtuman teemaksi ottaa 1960-luku, jolloin yritys perustettiin. Teemaksi sopivat maat tai maanosat. Jos matkatoimisto yritys lanseeraa uuden matkakohteen Meksikoon, voi henkilöstön pikkujouluissa olla Meksiko-teema.

Cisco Systems Finlandin henkilöstön kick-off -tilaisuuteen teema valikoitui kuin itsestään. Kävin Funk Productionin toimitusjohtaja Katri Kärkkäisen kanssa 03.07.2013 ensimmäisen kerran palaverissa Cisco Systemsin markkinointi- ja viestintäjohtaja Merja Kössin kanssa, koskien heidän elokuussa järjestettävää henkilöstön kick-off- viihdetilaisuutta.

Cisco Systemsin kick-off koski kaikkia sen työntekijöitä ympäri maailmaa. Ensimmäisessä palaverissa selvisi, että muutamia vuosia sitten yrityksen jokavuotiseen kick-off -tilaisuuteen toimitusjohtaja kutsui kaikista yrityksen toimipaikoista henkilökuntaa Yhdysvaltoihin, Nevadan osavaltion suurimpaan kaupunkiin Las Vegasiin. Koska työntekijöiden matkustaminen ympäri maapalloa Las Vegasiin vei yritykseltä paljon aikaa ja rahaa, työntekijät siirtyivät seuraamaan kick-off -tilaisuutta Las Vegasista suorana lähetyksenä Internetin välityksellä. Tästä sain seuraavanlaisen idean: jos Cisco Systems Finlandin henkilöstö ei pääsisi Las Vegasiin, niin tapahtuman teeman avulla toisin Las Vegasin heidän luokseen.

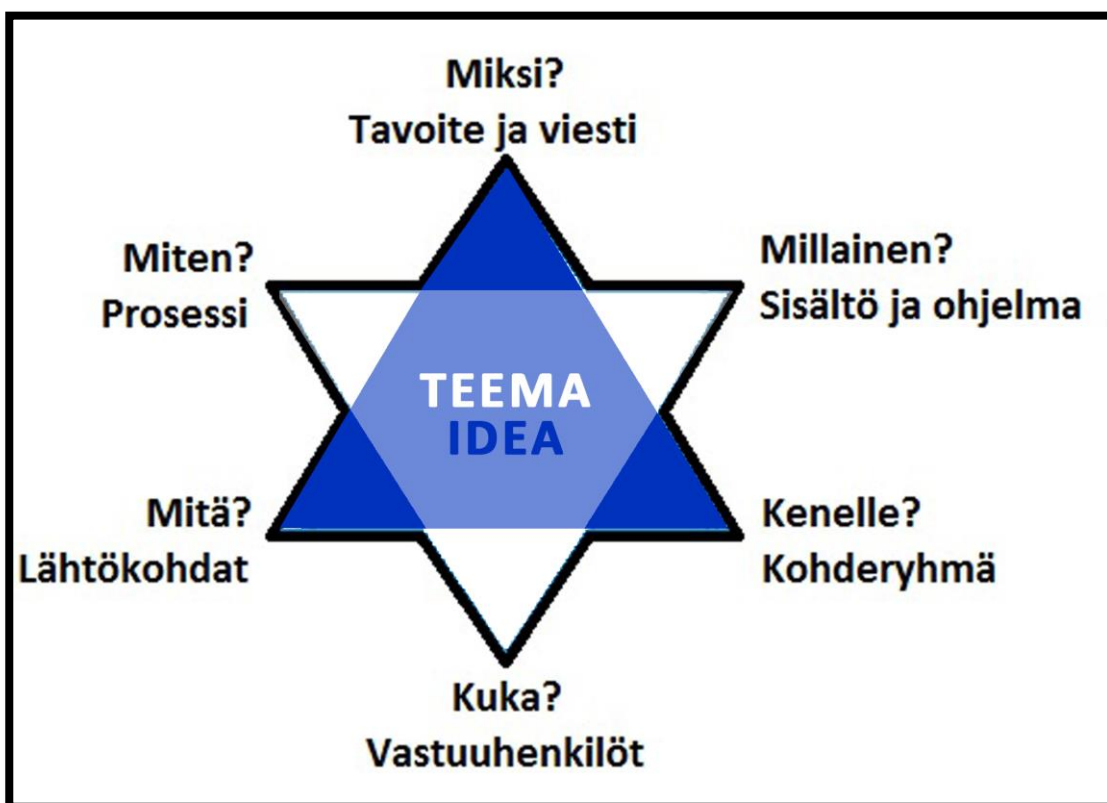
### 5.3 Onnistunut tapahtuma

Näin Vallo ja Häyrynen (2012, 101), kuvailevat onnistunutta tapahtumaa: ”Onnistuneen tapahtuman tuntee. Sen aistii sielun joka sopukassa. Onnistuneessa tapahtumassa ovat sekä tunne että ajatus kohdillaan.” Iiskola-Kesosen (2004, 16) mukaan onnistunut tapahtuma edellyttää järjestäjiltä huolellista paneutumista siihen, mitä tapahtumassa tarjotaan ja kuinka osallistujat viihtyvät mahdollisimman hyvin. Tapahtumat ovat enemmän tai vähemmän aineettomia, minkä vuoksi tapahtumat ovat hyvin samankaltaisia kuin palvelut. Tapahtumaa samankaltaisuudessaan ei voi myydä eteenpäin, sitä ei voi varastoida tai täysin havainnollistaa etukäteen. Tapahtumaan osallistujalle jää ainoastaan hänen kokemuksensa, minkä vuoksi jokaiselle jää oma mielipiteensä tapahtuman onnistumisesta. Tapahtumaa suunniteltaessa on otettava huomioon, että sitä voi johtaa, kehittää ja hallita, sitä ei saa jättää kehittymään itsekseen. Tapahtumajärjestäjän on kyettävä hahmottamaan kaikki tapahtuman osa-alueet ja saatava ne kuulumaan saumattomasti yhteen.

Iiskola-Kesonen (2004, 17–18) jakaa tapahtuman kolmeen elementtiin ydin-, lisä- ja tukipalveluihin, joiden avulla voidaan saavuttaa onnistunut tapahtuma. Ydinpalvelu, eli tapahtuman olemassaolon syy, josta muodostuu tapahtuman luonne, on syytä selvittää heti tapahtuman alkuvaiheessa. Onnistuakseen tapahtuman ydin tarvitsee vierelleen muita toimintoja ja palveluita. Tukipalvelut ovat esimerkiksi lakisääteisiä asioita, kuten järjestyksenvalvonta tai alkoholinanniskelu tapahtumassa. Lisäksi tapah-

tumaan lisätään usein erilaisia toimintoja ja palveluja, joiden odotetaan antavan tapahtumalle lisäarvoa. Lisäpalvelut voivat olla esimerkiksi väliaikamusiikki tai kahviopalvelut.

Onnistunut tapahtuma on kuin tähti, joka sykkii lämmintä valoa ja iloa mukanaolijoille (Vallo & Häyrinen 2012, 101). Vallo & Häyrinen (2012, 101, 106) kuvaavat onnistunutta tapahtumaa kuusisakaraisena tähtenä (Kuvio 2), joka muodostuu kahdesta kolmiosta: strategisesta eli ideasta ja operatiivisesta eli teemasta, joissa kummassakin on kolme kysymystä. Tapahtuman järjestäjän pitää osata vastata kysymyksiin ennen tapahtuman suunnitteluun ryhtymistä. Jos ideaa ei ole sorrutaan helposti suunnittelemaan pelkkiä teematapahtumia, jotka voivat jäädä sisällöltään ontoksi. Tämän vuoksi on tärkeää pitää tähti tasapainoisena, jotta lähtökohdat onnistuneelle tapahtumalle ovat hyvät ja tapahtumasta tulee tasapainoinen.



Kuvio 2. Onnistunut tapahtuma. Vallo & Häyrinen (2012, 106).

Strategisen kolmion kysymykset ovat: miksi, kenelle ja mitä. Suunnittelussa tulee miettiä tarkkaan, miksi tapahtuma järjestetään ja mitä sillä organisaatio haluaa viestittää ja tavoittaa. Toinen peruskysymys on kenelle tapahtuma järjestetään, ketkä ovat kohderyhmäni ja miten hyvin tunnen heidän toiveensa ja kiinnostuksensa. Kolmas

strateginen kysymys on: mitä ollaan järjestämässä ja millainen tapahtuma halutulle kohderyhmälle ja tavoitteelle on oikea? Strategisiin kysymyksiin pitää olla vastaus organisaatiolla. Näistä kysymyksistä syntyy vastaus siihen, mikä on tämän tapahtuman idea. Idea on punainen lanka, minkä ympärille tapahtuma kudotaan. Operatiiviset kysymykset kolmiossa ovat: miten, millainen ja kuka. Näihin kysymyksiin vastaamalla kumpuaa vastaus siihen, mikä on tapahtuman teema. Miten tapahtuma järjestetään niin, että haluttu toive saavutetaan ja tapahtuman viestit saadaan välitettyä osallistujille ja miten idea ja teema näkyvät läpi koko tapahtuman? Toinen operatiivinen kysymys on: millainen sisältö tapahtumalla on, millaista ohjelmaa tapahtumaan halutaan, jotta se kertoo tapahtuman tavoitteista, kiinnostaa kohderyhmää ja välittää halutut viestit. Tässä kohtaa tapahtumajärjestäjän tulee kantaa vastuu siitä, että on perehtynyt kohderyhmään hyvin ja osaa tarjota sellaista ohjelmaa, kuten esimerkiksi aktiviteettejä, bändin, juontajan, esiintyjän, jotka kiinnostavat kohderyhmää ja tuovat lisäarvoa tapahtumalle. Viimeisenä kysymyksenä on kuka tai ketkä tapahtuman järjestävät. Tapahtumajärjestäjällä on suuri vastuu kantaa punaista lankaa läpi koko tapahtuman ja suunnitella, toteuttaa sekä jälkimarkkinoida sitä. (Vallo & Häyrynen 2012, 101–106.)

Iiskola-Kesonon (2004, 22–24) jakaa onnistuneen tapahtuman kahteen laadukkuuden ulottuvuuteen: tekniseen ja toiminnalliseen laatuun. Teknisellä laadulla kuvataan sitä, mitä konkreettisesti osallistuja saa tapahtumasta, eli mitä aineellista osallistujalle jää tapahtumasta käteen. Tekninen laatu voi olla esimerkiksi muistoesine, kuten: valokuva, ohjelmalehtinen tai tuotepakkaus. Toiminnallisella laadulla puolestaan kuvataan aineetonta laadukkuutta, jota ovat palvelu ja tapahtumasta saadut elämykset. Sen arviointi on aina henkilökohtaista, sillä ihmiset kokevat asioita eri tavoin. Kuitenkaan tekninen ja toiminnallinen laatu eivät yhdessä ratkaise sitä, onko tapahtuma asiakkaan mielestä onnistunut. Tähän vaikuttavat osallistujan odotukset tapahtumasta, ylittyvätkö odotukset vai jäävät odotetun mukaisiksi? Joka tapauksessa tapahtumassa kuin tapahtumassa laadun ja onnistuneen tapahtuman tuomarina toimii aina osallistuja.

## 6 TAPAHTUMIEN RÄÄTÄLÖINNIT, UUDELLEEN MYYNTI JA SUUNNITTELUT

### 6.1 Tavoitteet ja viestit

Jokaisella järjestetyllä tapahtumalla on tavoite. Tapahtuman tavoitteella pyritään vastaamaan kysymykseen, miksi tapahtuma järjestetään. Jos tapahtuman tavoitteeksi ei keksitä muuta syytä kuin perinne, on perinteeksikin muodostuneella tapahtumalla ollut syntyhetkellä alkuperäinen tavoite. Organisaation tulisi tietää tämä tavoite etukäteen ennen tapahtuman suunnittelua. Jos ollaan esimerkiksi järjestämässä yrityksen asiakkaille juhlatilaisuutta kiitokseksi hyvin sujuneesta yhteistyöstä, on tavoite silloin saada asiakkaalle hyvä mieli ja tunne siitä, että he ovat tärkeitä. Tapahtumalla voi olla myös konkreettisempi tavoite, kuten esimerkiksi lanseeraustilaisuus, jonka tavoitteena on saada uusia tilauksia tai asiakkaita. Konkreettisen tavoitteen saavuttamista on helppo mitata esimerkiksi sillä kuinka monta tilausta saatiin, kuinka moni taho osoitti kiinnostusta jatkaa neuvotteluita yrityksen kanssa tai kuinka paljon myynti kasvoi tapahtuman jälkeen. (Vallo & Häyrinen 2012, 109–113.)

Jokainen tapahtuma on viesti itsessään. Kun organisaatio miettii tapahtuman tavoitetta, olisi samalla hyvä myös miettiä, mitä tapahtumalla halutaan viestittää. Jokaisella tapahtumalla tulisi olla selkeä pääviesti, jota tukemassa ovat mahdolliset sivuviestit. Esimerkiksi kun yrityksen lanseeraustilaisuudessa halutaan kertoa ja nostaa esille uuden tuotteen tai palvelun ekologisuutta, tulisi ekologisuutta korostaa ja sen tulisi näkyä tapahtumassa koko ajan. Ensimmäinen askel yhteisen viestin välittämiseen on jakaa tapahtuman haluttu tavoite ja sen viestit kaikille tapahtuman järjestelyihin osallistuville. Näin pyritään varmistamaan se, että kaikki voivat toimia yhteisen tavoitteen mukaisesti. (Vallo & Häyrinen 2012, 113–115.)

Cisco Systems Finlandin markkinointi- ja viestintäjohtaja Merja Kössi kertoi minulle ja Funk Productionin toimitusjohtaja Katri Kärkkäiselle ensimmäisessä suunnittelu-palaverissa 3.7.2013 tulevan tapahtuman olevan kick-off -tilaisuus, jonka tavoitteena olisi startata uusi suuri projekti käyntiin ja juhlistaa projektin käynnistymistä henkilökunnan kesken. Tapahtuma oli näin ollen yhdistelmä tapahtuman, jonka viestinä

olisi kertoa henkilökunnalle tulevasta suuresta projektista, sitouttaa henkilöstö projektiin ja osoittaa heille heidän olevan tärkeitä yritykselle ja tulevalle projektille.

Yritys X:n toimitusjohtajan sihteerin kanssa käydyissä sähköpostiviesteissä ja tarjouspyynnössä kävi ilmi tilaisuuden olevan henkilöstötapahtuma ja tarkemmin ottaen pikkujoulut. Vaikka tapahtuma oli pitkään jatkunut perinne, oli tapahtuman tavoitteena juhlistaa henkilökunnan kesken kulunutta hyvin sujunutta vuotta, ja toivottaa uusi vuosi 2014 tervetulleeksi. Tapahtuman viesti yritys X:llä oli näin ollen palkita ja kiittää henkilökuntaa kuluneesta vuodesta ja osoittaa heidän olevan tärkeitä yritykselle.

## 6.2 Kohderyhmät ja tarpeiden kartoitus

Vaikka tiesin heti saatua tarjouspyynnöt Cisco Systemsiltä ja yritys X:ltä, että kyseessä olisivat yrityksen henkilöstöjuhlat, ei tämä yksissään riittänyt kertomaan kohderyhmistä tarvittavia tietoja. Kohderyhmän tunteminen pitää olla riittävän hyvä, jotta osataan järjestää oikean kokoinen ja -näköinen tapahtuma, joka puhuttelee kohderyhmää (Vallo & Häyrinen 2012, 119). Eriyksen tärkeää on analysoida kohderyhmä tarkkaan ja muistaa, että mikä sopii yhdelle, ei sovi kaikille. Vallo & Häyrinen (2012, 121) kehottavatkin ottamaan kohderyhmästä huomioon seuraavia asioita: mies vai nainen, nuori vai iäkäs, perheellinen vai yksineläjä, absolutisti vai viini/oluen/siiderin ystävä, urheilullinen vai penkkiurheilija, kaupunkilainen vai erähenkinen, yksin vai avecin kanssa. Funk Productionilla kohderyhmää lähdetään kartoittamaan seuraavien tietojen avulla: henkilömäärä, toimiala, aikaisemmat tilaisuudet, toiveet ja mieltymykset, keski-ikä, sukupuolijakauma.

Cisco Systems on jo useamman vuoden ajan ollut Funk Productionin asiakas, tämän vuoksi monet tiedot olivat ennalta tiedossa toimitusjohtaja Katri Kärkkäisellä. Tämä vuoksi kohderyhmää ei erikseen tarvinnut kartoittaa. Kärkkäiseltä sain seuraavat tiedot henkilöstöstä:

- Toimiala: Teknologia-alan yritys
- PAX (tilaisuuteen odotettu henkilömäärä): 60
- Sukupuolijakauma: 70 % miehiä ja 30 % naisia

- Keski-ikä: 40 vuotta
- Toiveet: Tilaisuus tulee järjestää yrityksen tiloissa Espoossa.
- Aikaisemmat tilaisuudet: Laidasta laitaan, henkilöstöpuolen tilaisuuksissa on ollut paljon ohjelmaa ja viihdettä. Kohderyhmä on aktiivinen ja halukas osallistumaan erilaisiin ohjelmanumeroihin.

Yritys X oli Funk Productionille uusi asiakas, jonka vuoksi jouduin tiedustelemaan lisätietoja mm. kartoittamaan kohderyhmän ja heidän tarpeensa ja toiveensa tapahtuman suhteen. Sain yritys X:n toimitusjohtajan sihteeriltä sähköpostitse 30.05.2013 lisätiedot ja hänen vastauksensa näkyvät seuraavassa listassa kursivoituna tekstinä:

- PAX (tilaisuuteen odotettu henkilömäärä): *40–60*
- Sukupuolijakauma: *50 % miehiä ja 50 % naisia*
- Keski-ikä: *45 vuotta*
- Toiveet: *”Istuva illallinen, musiikkia, tanssia. Toiveena melko rennot (pukeutumiskoodi vaikuttaa osallistumisinnokkuuteen) ja hauskat pippalot, jossa hyvään ruokaan ja hyvään ruokaviiniin tykätään satsata.”*
- Aikaisemmat tilaisuudet: *”Teatteri + päivällinen, Stand Up show + Buffet, Ruoholahden viihdekeskuksessa leikkiä ja kisailua + Cantina Westissä päivällinen, toimiston omissa tiloissa järjestetyt isommat henkilökunnan juhlat, jossa oli Dj sekä Åke Blomqvist opettamassa jammailua (tästä henkilökunta tykkäsi), teema-naamiaispikkujoulut on myös pidetty, yhdistetty yrityksen juhlavuosi + pikkujoulu iltapukujuhlat.”*
- Muuta: Yritys X oli kiinnostunut järjestämään henkilöstön pikkujoulut tietyn teeman ympärille. He pitivät mielenkiintoisina teemoina Salakapakka sekä Las Vegas -teemaisia juhlia.

## 6.3 Lähtökohdat

### 6.3.1 Tapahtumapaikat ja ajat

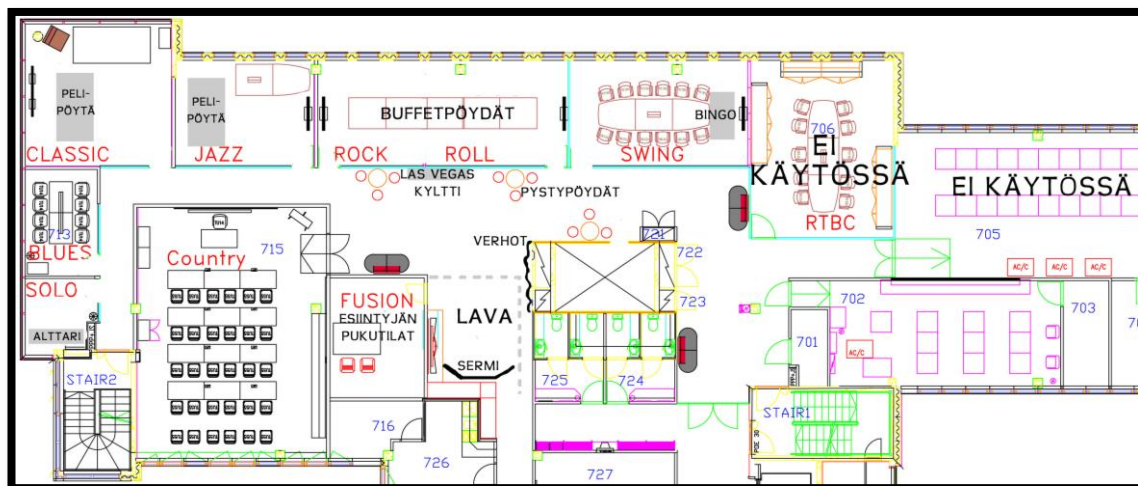
”Location, location, location!” Eli paikka, paikka, paikka! Näin tärkeänä Kilkenny (2011, 115) pitää tapahtumapaikkaa. Hän kehottaa valitsemaan sellaisen tapahtumapaikan, joka antaa mahdollisimman hyvän elämyksen tapahtuman vierailijoille. Oikea tapahtumapaikka vahvistaa tapahtuman tavoitteita ja viestejä. Lisäksi tapahtuma-



paikan tulisi sopia kohderyhmälle ja tapahtuman luonteelle. Vallon & Häyrisen (2012, 140) mukaan arvokas tapahtuma ansaitsee arvoisensa puitteet, hauskat juhlat sen sijaan voivat jäykistyä liian prameissa tiloissa. Tapahtumapaikka voi olla mikä tahansa, joskus voi olla esimerkiksi tarpeen järjestää tilaisuus organisaation tiloissa. Vain harvoin tila toimii sellaisenaan, mutta tilasta kuin tilasta voi saada kelvollisen sopivalla somistuksella. Tapahtumapaikkaa valittaessa on kuitenkin hyvä ottaa huomioon esimerkiksi seuraavia asioita: äänentoisto, tarjoilun järjestäminen, saniteettitilat, kulkuyhteydet, somistusmahdollisuudet, yleisilme, tekniikka, huonekalut ym. (Vallo & Häyrisen, 2012, 139–142.)

Cisco Systems Finland halusi kick-off -tilaisuuden järjestettävän yrityksen toimitiloissa Espoon Leppävaarassa. Ensimmäisessä suunnittelupalaverissa Cisco Systems Finlandissa 3.7.2013 mukana olivat minä, Funk Productionin toimitusjohtaja Katri Kärkkäinen sekä Funk Productionin yhteistyökumppani somistaja Hanni. Merja Kössi kertoi kuinka tilaisuuden päivänä tulisi olemaan tiistai 27.8.2013. Päivä alkaisi normaalina työpäivänä, jonka jälkeen iltapäivästä koko henkilökunta tulisi seuraamaan suoraa lähetystä yrityksen kick-off -tilaisuudesta Internetin välityksellä Las Vegasista, Suomen aikaan noin kello 15–19. Virallisen kick-off -tilaisuuden jälkeen vapaamuotoisempi juhla ja ohjelmat kestäisi noin kello 19.00–22.30. Palaverin aikana syntyi idea Las Vegas -teemallisen tapahtuman järjestämisestä. Kävimme somistaja Hannin kanssa yrityksen tilat läpi, samalla ideoiden ja suunnitellen tilan rakennusta ja teemaan sopivia somisteita. Seuraavassa kappaleessa kuvailen tilaa ja tilasuunnitelmaa, joka lähetettiin asiakkaalle tarjouksessa.

Tapahtumatilassa on aula ja kahdeksan neuvotteluhuonetta, jotka ovat erikokoisia. Vaikka tilat ovat jaoteltuja neuvottelu- ja kokoushuoneita, saadaan yhtenäinen teema toteutettua tuomalla jokaiseen huoneeseen somistuselementtejä, lisäksi jokaisella huoneella tulee olemaan oma tehtävänsä. Alla olevassa kuvassa (Kuva 1) on Cisco Systems Finlandin tilan pohjakartta ja somistussuunnitelmaa. Pieni Fusion-neuvotteluhuone toimisi esiintyjän pukutilana. Rock- ja Roll-huoneet yhdistettäisiin poistamalla väliseinä, ja ne toimisivat buffetpöydän tilana. Ruokailu- ja seurustelutiloina toimisivat puolestaan Country- ja Blues-neuvotteluhuoneet, joidenka kalusteisiin ei näissä huoneissa koskettaisi. Classic, Swing ja Jazz toimisivat ohjelma/aktiiviteetti huoneina. Pieni Solo-huone somistettaisiin kappeliksi.

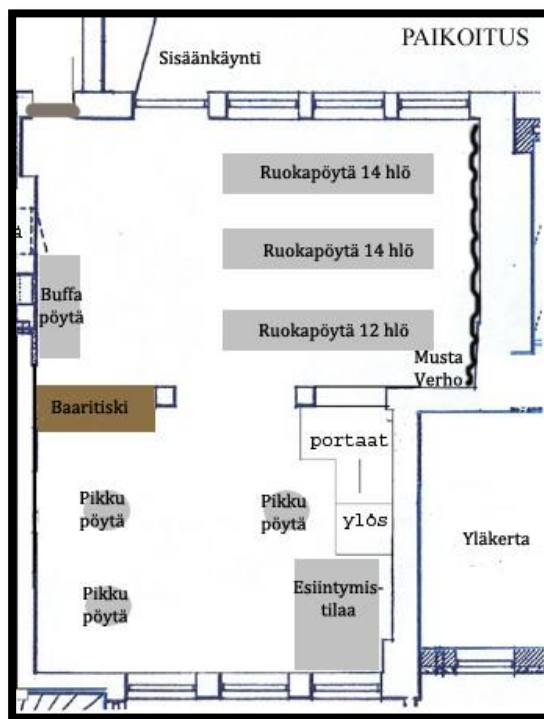


Kuva 1. Cisco Systemsin tilan pohjakartta.

Yritys X:n pikkujouluihin etsin sopivia tilavaihtoehtoja Funk Productionin yhteistyökumppaneiden kautta. Tilaa kartoitin saamien tietojen avulla, joihin kuuluivat mm. tilan koko (60 ihmistä ruokailemaan istuvaan illalliseen), sijainti hyvien kulkuyhteyksien päässä Helsingin keskustan tuntumassa, hyvä vuokrahinta ja mahdollisuus tuoda tilaan oma catering sekä juomat. Seuraavassa kappaleessa kuvailen tilaa ja tila suunnitelmaa, joka lähetettiin yritys X:n toimitusjohtajan sihteerille.

Tapahtumapaikaksi valittiin Helsingin Suvilahdesta juhlatila Magito. Tapahtumatila on ajan hermolla, monipuolisesti ja kansainvälisesti toimiva visuaalinen keskus Helsingin Suvilahdessa. Vuodesta 1991 vuoteen 2006 Magito vaikutti eduskuntataloa vastapäätä sijaitsevilla VR:n makasiinella ja vuodesta 2006 se on toiminut Suvilahdessa. Magito toimii usean kuvaustilan vuokrastudiona ammattikuvaajille ja sen pitkäaikaisesti vuokrattavat työhuoneet muodostavat yhteisön luovien alojen toimijoille. Kesäkuussa 2013 aloitettu galleriatoiminta täydentää Magiton vuosikymmeniä jatkunutta aktiivista tapahtumatoimintaa ja yksityistilaisuuksien pitämistä. (Magiton www-sivut 2014.) Magiton sijainti on eksoottinen vanhalla rauhallisella Kaasutehdasalueella Suvilahdessa. Tilaa on noin 100 henkilölle. Illallista ajatellen tilaan mahtuisi 40–60 henkilöä ruokailemaan omille istumapaikoilleen. Tila on tyhjä, valkoiset seinät ja isot ikkunat, jotka saataisiin tarpeen mukaan peitettyä mustilla verhoilla. Tilaa voitaisiin helposti somistaa teeman mukaisesti. Tilaan aseteltaisiin buffetpöydät, ruokapöytiä ja tuolit istuvaa illallista varten, joka näkyy alla olevassa kuvassa 2. Takatilaan tuotaisiin pyöreitä pöytiä ja baaritiski, mutta ne sijoiteltaisiin niin, että ihmisillä olisi myös tilaa tanssia. Magiton juhlatilassa on myös toinen kerros,

jossa on pieni huone sekä wc-tilat. Tilan vuokraan sisältyy dj-laitteita, discovaloja, narikat, pyöreitä "kahviopöytiä", tuoleja riittävästi ja wc-paperit, saippua ja käsi-  
pyyhkeet.



Kuva 2. Magiton juhlatilan pohjakartta.

Sovimme yritys X:n kanssa palaverin Magitolle Suvilahteen 27.6.2013. Palaverissa oli paikalla yritys X toimitusjohtajan sihteeri sekä hänen assistenttinsa, minä, Katri Kärkkäinen, somistajamme Hanni ja Magito juhlatilan omistaja Ossi Kajas. Kerroimme asiakkaalle ideoineemme Las Vegas -temaisia juhlia heille. Kävimme tilaa yhdessä läpi ja kerroimme kuinka somistuselementtien avulla tila saataisiin muutettua hyvinkin erilaiseksi. Yritys X halusi juhlat pidettävän perjantaina joko 15.11. tai 29.11.2013. Yritys X piti tilaa hyvänä ja varasin alustavasti Magiton juhlatilan käyttöömmä molemmiksi päiviksi. Palaverin aikana kävimme läpi tarkemmin heidän mielipiteitään mm. ohjelman, aikataulun ja ruokailun suhteen. Myöhemmin asiakas ilmoitti meille tapahtuma-ajan olevan kello 18.00–00.00 ja tapahtumapäivän olevan 15.11.2013.

### 6.3.2 Budjetit

Tapahtumien suunnittelussa oleellinen ja erittäin tärkeä asia on budjetti. Tapahtumatoimistolle tehtävässä toimeksiannossa eli tarjouspyynnössä, on hyvä olla mukana budjettikehys, jotta toimisto välttyy vääränsuuruisen tapahtuman tarjoamiselta. Käytettävissä oleva rahan määrä ohjaa paljon tapahtuman suunnittelua ja toteutusta. Budjettiin on hyvä varata hieman pelivaraa yllättävien kustannusten kattamiseksi. Suunnitteluvaiheessa aiempien vastaavien tapahtumien budjettien tarkastelu usein antaa suuntaa budjetin koolle. (Vallo & Häyrinen 2012, 147–148.)

Budjettia tehtäessä on tietysti laskettava kaikki menoerät, mutta niihin on hyvä lisätä 10 prosenttia pelivaraa. Kustannuksia syntyy tilasta, palkkioista, koristeluista, tarjoiluista, ohjelmasta, Teosto-korvauksista ym. Kustannuksia laskettaessa ei kuitenkaan pidä unohtaa henkilökunnasta aiheutuvia kuluja, kuten majoitusta tai matkakustannuksia. Osa tapahtumakustannuksista kuuluu arvolisäveron piiriin ja niistä tulee ilmoittaa. On kuitenkin myös verottomia palveluita, kuten joissain tapauksissa ohjelma. Verottomat sekä verolliset hinnat on hyvä ottaa huomioon budjetoinnissa ja aina merkitä näkyviin. (Harju 2003, 10.)

Funk Production pyysi sekä Cisco Systems Finlandilta että yritys X:ltä budjettikehykset. Budjettikehyksien avulla kokosin molemmille yrityksille tarjouksen, jossa mm. ruuat, ohjelma ja somistukset sekä mahdolliset tilavuokrat oli katsottu budjettikehyksen mukaan.

Koska molemmat asiakkaat ovat hyvinkin tunnettuja alallaan, sopimukseemme kuuluu, että tapahtuman budjetteja ei tässä työssä saa mainita. Lisäksi Funk Productionin käyttämät alihankkijoiden nimet ja niiden palveluiden tai tuotteiden hintoja en mainitse tässä opinnäytetyössä Funk Productionin pyynnöstä. Ciscon budjetista suurin kuluerä oli ohjelma sekä ruoka. Yritys X:n tapauksessa suurimmaksi kulueräksi nousi somistus ja ruoka. Molemmissa tapauksissa budjeteista tehtiin sekä alustavat että lopulliset versiot, jotka lähetettiin ja hyväksytettiin asiakkailla ennen tapahtumia.

#### 6.4 Uudelleen myynti

Tiedusteli tapahtumamarkkinointialaan perehtyneeltä kirjailija Helena Vallolta opin-  
näyteyöhöni liittyviä kysymyksiä. Kysyin häneltä arviointia siitä, onnistuuko tämän  
Las Vegas -teemaisen räätälöidyn tapahtuman uudelleen myynti uudelle asiakkaalle  
valmiina konseptina, jossa teema, ohjelma ja somistus ovat samoja. Vallo vastasi mi-  
nulle seuraavasti: *”Minun mielestäni räätälöidyn tapahtuman uudelleen myynnissä  
on ideaa – siinä voittaisivat kaikki, silloin kun se tehdään oikein. Aikoinaan itse eh-  
dotin tapahtumatoimistolle räätälöityä tapahtumaa tehdessämme, etteikö sen idean  
ja toteutuksen voisi myydä sellaisenaan toiselle organisaatiolle. Tuntui hukkaan hei-  
tetyltä kun rakenteet ja somisteet purettiin yhden tapahtuman jälkeen... ja usein jopa  
tuhottiin.*

*On muutama huomioitava asia, joista tärkein on kohderyhmä. Jos kaksi eri organi-  
saatiota järjestää tapahtuman samalle kohderyhmälle ja kenties samalla viikolla – ei  
toimi. Jos taas kaksi eri toimialaa järjestävät kohderyhmilleen samaa konseptia  
hyödyntävän tapahtuman, jotka ovat eri peräkkäisinä päivinä - mielestäni toimii.*

*Tällainen yhteisen tapahtuman hyödyntäminen on kustannustehokasta ja peruskus-  
tannukset kuten tapahtuman idean kustannus jakaantuu kahdelle organisaatiolle. Siis  
rahallisesti kaikki voittavat ainakin. Haasteellista olisi toki suunnitteluvaiheessa  
saada kahden erilaisen organisaation väki saman idean ja toteutuksen taakse.*

*Muistan kerran olleeni kahtena peräkkäisenä päivänä kahden eri organisaation ta-  
pahtumassa, joissa oli sama tapahtumajärjestäjä. Siellä sumeilematta käytettiin sa-  
moja ruutuliinoja ja teemaa, jolloin tuli tunne, että nyt ei olla ajateltu sitä, että vie-  
rasjoukko oli samalta toimialalta.*

*Tällainen valmiiksi tehty viihdetapahtumapaketti luo tehokkuutta tapahtumatoimis-  
tolle monella eri tapaa. Tällöin jää suuri aikaa vievä asia eli uuden idean pohtimi-  
nen pois. Lisäksi markkinointi on yksinkertaista, kun on valmiita palvelutuotteita mi-  
ttä myydä. Tapahtuman sujuvuus, rakentaminen, purku jne. monistuu joka tuo toimin-  
tavarmuutta ja tehokkuutta tapahtuman toteuttamiseen ja näin myös säästyy henkilö-  
työtunteja.” (Vallo sähköposti 30.12.2013)*

Uudelleen myynti käynnistyi kun saimme yritys X:ltä tarjouspyynnön. Kävimme  
tuottaja Katrin kanssa läpi tarjouspyynnön ja hän määräsi minut projektipäälliköksi.  
Kysyimme asiakkaalta lisäkysymyksiä koskien heidän tulevaa tilaisuuttaan. Vastaus-

ten avulla lähdimme suunnittelemaan yritys X:lle sopivaa teemaa ja kokonaisuutta. Ehdotimme asiakkaalle Salakapakka- ja Las Vegas -teemaisia juhlia, sillä he olivat innostuneita rakentamaan tapahtuman tietyn teeman ympärille. Lisäksi asiakas oli kokenut jo monenlaisia tapahtumia, kuten luvussa 6.2 käy ilmi.

Yritys X:n ja Ciscon henkilöstön keski-ikä, aikaisemmat tapahtumat, toiveet sekä PAX (tilaisuuteen odotettu henkilömäärä) olivat samansuuntaisia, jonka vuoksi lähdimme suunnittelemaan uudelleen myyntiä. Jos edellä mainitut asiat olisivat olleet toisin, ei uudelleen myyntiä olisi harkittu. Lisäksi koska yritys X kiinnostui Las Vegas -teeman ideasta, uudelleen myyntiä ja tapahtumaan oli helppo lähteä suunnittelemaan. Suunnitelma ja tarjouksen tekeminen oli helpompaa, sillä Ciscon tarjouksesta saimme poimittua suoraan kertomukset somistuksesta, niiden havainnollistavat kuvat, yleisen kertomuksen tapahtuman tunnelmasta, äänimaailman, ohjelma- ja menu ehdotelmat yritys X:n tarjoukseen.

Cisco Systems Finlandin Las Vegas -tapahtumaa ei lähdetty suunnittelemaan tuotteistamisen kannalta, vaan yksittäisenä räätälöitynä teemallisen tapahtumana, jonka konsepti eli idea ja elementit myytiin uudelleen yritys X:lle. Tästä johtuen työssäni ei kerrota tapahtuman tuotteistamisesta vaan uudelleen myynnistä.

## 6.5 Henkilöstösuunnitelmat ja palaverit

Jokainen tapahtuma tarvitsee työntekijöitä, jotka vaikuttavat tapahtuman onnistumiseen joko näkyvästi tai näkymättömästi. Taustatyöntekijöitä voivat olla esimerkiksi tekniikka-, tarjoilu-, visuaalisuusvastaavat. Osa taustatyöstä tehdään hyvissä ajoin ennen tapahtumaa, kun taas toiset työt ovat sellaisia, että niitä tekevät ihmiset ovat läsnä koko tilaisuuden ajan. (Vallo 2009, 89.)

Jotta tapahtuman suunnittelussa, toteutuksessa ja jälkimarkkinoinnissa ei olisi liian montaa vastuuhenkilöä, tulee tapahtumalle valita projektipäällikkö. Projektinvetäjällä on keskeisin rooli koko tapahtumaprojektissa, sillä hänen tulee vastata suunnittelmisesta, alihankkijoista, tuotannosta, toteutuksesta, seurannasta ja johtaa projektin etenemistä. Projektin vetäminen on yksinkertaisimmillaan säännöllisiä kokouksia eri osa-

puolten kanssa, muistioita, aikatauluja ja delegointia. Koska yksi ihminen ei voi hoitaa koko projektia yksin, tarvitsee hän projektiryhmän. Ryhmään voi kuulua ihmisiä omasta yrityksestä, alihankkijaorganisaatioista tai yhteistyökumppaneista. Osa projektin vastuuhenkilöistä vie projektia eteenpäin itsenäisesti, mutta raportoi kuitenkin kaikista valinnoista ja käänteistä projektipäällikölle. (Vallo & Häyrinen 2012, 224 ja 228.) Kaikilla tapahtuman työntekijöillä tulee olla tiedossa kuka vastaa mistäkin asiasta. Jokaisella osa-alueella täytyy olla vastuuhenkilö, jotta heihin voidaan olla yhteydessä esimerkiksi ongelmatilanteiden sattuessa. Projektipäällikköä ei tulisi sitouttaa erikseen mihinkään tiettyyn tehtävään, sillä hänen tulisi koko ajan tarkkailla tilannetta ja sen sujuvuutta koko tapahtuman ajan ja olla valmiina selvittämään mahdollisia ongelmia. (Iiskola-Kesonen, 2004, 11.)

Tapahtumien tarjouspyyntöjen saavuttua Katri teki minusta molempiin tapahtumiin projektipäällikön, joten pääsin heti projektin alkuvaiheessa mukaan. Loin molemmille asiakkaille tarjouksen, erilaisten ja monien palaverien jälkeen. Cisco vahvisti tarjouksen 4.7.2013. Yritys X vahvisti tarjouksen 17.7.2013. Vaikka tarjoukset oli vahvistettu, tuli niihin vielä monia muutoksia suunnitteluvaiheessa. Viimeiset muutokset tulivat viikko ennen tapahtumia, jolloin asiakkaat ilmoittivat lopullisen osallistujamäärän. Hyväksytyjen tarjousten pohjalta tein molempiin tapahtumiin henkilöstösuunnitelmat, joista käy ilmi henkilöiden tiedot, puhelinnumerot sekä paikallaoloaika. Henkilöstösuunnitelmat ovat liitteinä 3 ja 4 tämän työn lopussa, mutta niistä on poistettu tietoja yksityisyydensuojan vuoksi.

Cisco Systemsin tapahtumassa Funk Productionilta oli mukana viisi henkilöä; minä projektipäällikkönä, Katri tapahtuman vastaavana tuottajana, työharjoittelijat Juho, Inka ja Heidi tapahtuma-assistentteina. Lisäksi yhteistyökumppanimme puolelta Hanni vastasi somistuksesta, cateringin kokki sekä tarjoilijat ruokatarjoilusta ja eri ohjelmanumeroiden vetäjät omasta esityksestään ja panostuksestaan. Yritys X:n tilaisuudessa oli sama henkilöstösuunnitelma, pois lukien Funk Productionin työharjoittelija Inka ja cateringin henkilökunta.

Las Vegas -tilaisuuksien suunnitteluvaiheissa pidimme useita palavereita niin asiakkaan kuin myös oman henkilöstömme kanssa. Jotta molemmat projektit pysyisivät aikataulussa tein projektien etenemisen kannalta työkalenteriini check-in listan, josta

pystyin helposti seuraamaan mitkä asiat oli hoidettu, milloin oli deadline ja mitkä asiat olivat hoitamatta.

Cisco Systemsin tilaisuutta varten pidimme ensimmäisen palaverin minun ja toimitusjohtaja Katrin kanssa, jolloin sain toimeksiannon tämän tapahtuman suunnitteluun ja toteutukseen. Lisäksi Katri kertoi asiakkaasta eli Cisco Systemsin aikaisemmista tilaisuuksista, henkilökunnasta sekä tulevasta palaverista Merja Kössin kanssa. Toinen palaveri järjestettiin Cisco Systemsin tiloissa Espoossa, jossa mukana olivat minä, Katri sekä somistajamme Hanni sekä tietysti Merja. Kävimme läpi heidän suunnitelmiaan ja ajatuksiaan tulevasta kick-off -tapahtumasta. Lisäksi kävimme koko tapahtumatilan läpi ideoiden ja suunnitellen samalla mm. somistusta ja tilojen tarjoilusta. Toisessa palaverissa saimme päätettyä tilaisuuden teeman, alustavan aikataulun, päivämäärän tilaisuudelle, tilan, somistussuunnitelman sekä osan ohjelmanumeroista.

Kolmas palaveri järjestettiin ainoastaan Funk Productionin henkilökunnan kanssa. Kävimme läpi asiakkaan hyväksymän tarjouksen. Määräsimme projektin kannalta projektiryhmän, jossa määrittelimme kuka olisi mukana ja vastaisi mistäkin asiasta. Kolmannen palaverin jälkeen tehtävänäni oli lyödä kaikki ohjelmat, tarjoilut ja henkilöstösuunnitelma lukkoon. Lisäksi kävimme palaverissa läpi asioita, joita vielä pitäisi selvittää tai ottaa huomioon. Niitä olivat esimerkiksi tilojen pöytien pituus ja liikutettavuus sekä somistuselementtien kannalta tärkeät huonetilojen korkeus-, pituus- ja leveysmitat.

Neljännessä palaverissa kävin Cisco Systemsin tiloissa työharjoittelijamme Heidn kanssa mittaamassa ja varmistamassa vielä asioita ennen h-hetkeä. Kävimme suunnitelmaa läpi kohta kohdalta tekemiäni muistiinpanojen avulla Merja Kössin kanssa. Mittasimme huoneita, pöytiä, verhoja ja kävimme tilaisuuden aikataulua läpi. Viime hetken muutokset sekä varmistukset hoidin heti neljännen palaverin jälkeen. Viides eli viimeinen palaveri käytiin tapahtuman projektiryhmän kanssa. Kävimme läpi itse tapahtuman, sen rakentamisen, tilaisuuden kulun ja purun tapahtumakäsikirjoituksen avulla. Viimeisessä palaverissa ei muutoksia enää tehty, vaan varmisteltiin asioiden toimivuutta, aikataulua ja tehtiin viime hetken muistiinpanoja esimerkiksi siitä, mitä tapahtumapäivänä kunkin henkilön pitää ottaa mukaansa.



Yritys X:n Las Vegas -pikkujoulujen palaverit lähtivät käyntiin kun yrityksen toimitusjohtajan sihteeri jätti meille sähköpostiin tarjouspyynnön. Kävimme läpi yhdessä Katrin kanssa tarjouspyyntöä. Katri määräsi minut projektinpäälliköksi. Teeman valikoiduttua ja ensimmäisen palaverin jälkeen aloin työstämään tarjousta asiakkaalle. Toinen palaveri pidettiin juhlatilan löydettyä, eli juhlatila Magitossa Suvilahdessa Helsingissä. Toinen palaveri oli myös henkilökunnan välinen ja tilaa katsomassa olivat somistaja Hanni, minä sekä Katri. Kävimme Magiton juhlatilan omistajan Ossin kanssa läpi tilaa, sopimusehtoja, mahdollisia muita maksuja, kalusteita, valoja, tilanvuokraa ym. Otin tilasta paljon kuvia, sillä on tärkeää, että asiakas pystyy hahmottamaan ja näkemään tilan kunnon. Lisäksi pystyin kuvien avulla somistaja Hannin kanssa miettimään myös jälkeinpäin tilaan laitettavien somisteiden paikkaa. Tämän jälkeen viimeistelin tarjouksen asiakkaalle ja jäimme odottamaan yritys X:n vastausta.

Kolmannessa palaverissa kävimme uudelleen juhlatila Magitolla, mutta nyt asiakkaan eli yritys X:n toimitusjohtajan sihteerin ja hänen assistenttinsa kanssa. Palaverissa kävimme lähettämäni tarjousta läpi, lisäksi kerroimme tilan somistuksesta, kalusteiden sijoituksesta ja tilan monipuolisuudesta. Tilan tutkimisen päätteeksi, kävimme läpi muita huomioon otettavia asioita, kuten valaistusta, aikataulua, taksien tilaamista ennakkoon, juhlien jatkopaikkaa sekä muita tärkeitä pieniä yksityiskohtia. Palaverin jälkeen yritys X hyväksyi lähettämäni tarjouksen ja pääsin vahvistamaan tilan, esiintyjät, tarjoilut, muun ohjelman ja lyömään budjetin lukkoon.

Neljäs palaveri oli viimeinen, joka pidettiin muutama päivä ennen itse tilaisuutta. Kävimme henkilökuntamme kanssa läpi tilaisuuden henkilöstösuunnitelman, tapahtuman käsikirjoituksen ja varmistimme vielä alihankkijoidemme ja yhteistyökumppaneiden kanssa tapahtumaillan kulun. Kuten Ciscon viimeisen palaverin jälkeen ei muutoksia enää tehty, vaan varmisteltiin asioiden toimivuutta, aikataulua ja teimme viime hetken muistiinpanoja esimerkiksi siitä, mitä tapahtumapäivänä kunkin henkilön pitää ottaa mukaansa.

Palaverit asiakkaiden ja henkilökunnan kanssa eivät olleet ainoat keinot suunnittelussa. Kävimme paljolti asioita lävitse tapahtuman suunnittelussa tarjousten hyväksymisen jälkeen sähköpostitse. Tämä mahdollisti myös sen, että asiakas pystyi varmista-

maan yksityiskohtia ja esittämään minulle mahdollisia kysymyksiä, jottei asiakkaalla olisi minkäänlaista epävarmuutta, siitä etteikö tapahtuma tulisi olemaan onnistunut.

## 6.6 Tapahtumien sisällöt

### 6.6.1 Tarjoilut

Tapahtumissa on erityislaatuista se, että niissä voidaan vaikuttaa ihmisen tunto-, haju-, maku-, kuulo- ja näköaistiin eri elementein. Tapahtumissa tulisikin käyttää hyödyksi elämyksellisyyttä sekä sitä, että ihmisiin voidaan vaikuttaa monen eri kanavan kautta. (Vallo 2009, 41.) Tarjoiltavan ruuan ja tapahtumasta saatavan kokonaiskuvan välillä on erittäin vahva yhteys. Siksi on tärkeää tietää kohderyhmä ennen kuin tilaisuuden menuja suunnitellaan. On oleellista tarjota tapahtumassa sellaista ruokaa ja juomaa joka sopii tilaisuuden kokonaiskuvaan. Tarjoilun luonne määräytyy pitkälti osallistujien, luonteen, teeman, ajankohdan ja paikan mukaan. Tapahtumien menujen suunnittelut ovat usein hankalia ja aikaa vieviä, onneksi kuitenkin tapahtumien järjestäjien apuna ovat ravintola- ja cateringalan yritykset. Ruokapalvelualan ammattilaisilla on tietoutta sesongeista sekä hyviä suosituksia ja ehdotuksia, jotka auttavat saamaan oikeanlaiset menut oikeisiin tapahtumiin. Lisäksi koska he ovat ammattilaisia, pystyvät he myös työskentelemään määrätyn budjettikehyksen sisällä. (Kilkenny 2011, 147–148.) Molempien tapahtumien menu on liitetty työn loppuun liitteiksi 1 ja 2.

Molempiin Las Vegas -teemaisiin tilaisuuksiin pyysin Funk Productionin yhteistyökumppani catering-yritykseltä tarjousta tilaisuuksien ruokailusta. Tarjouspyynnössä cateringille kerroin tapahtuman luonteen, teeman, henkilömäärän sekä budjetista lasketun ruokaosuuden määrän. Halusin koota teemaan sopivan buffetpöydän, joka sisältäisi alkuruuat sekä pääruuat. Ruoka-aineallergiat sekä lopullisen henkilömäärän varmistin ja ilmoitin cateringille molemmissa tilaisuuksissa viikko ennen tapahtumaa.

Ciscon Las Vegas -menuun pyysin cateringiltä kaksi lämmintä ruokaa, jotta allergi-  
kot, keliaakikot sekä kasvisruokailijat pystyisivät myös nauttimaan pöydän antimista.  
Cateringiltä pyysin lisäksi aterimet, lautaset, lasit ja kokin sekä kaksi tarjoilijaa pai-  
kalle. Kahvi- ja teeastiaa emme tarvitsisi, sillä Ciscon aulatilassa olisi automaatti-  
nen kahvikone. Jälkiruokaan halusin kiinnittää erityistä huomiota ja pyysinkin eräältä  
leipomo- ja konditoria-alan yritykseltä juuri Ciscon tilaisuuteen räätälöidyn uniikin  
jälkiruuan – kuppikakut Las Vegas koristelulla. Buffetpöytä sijoitettaisiin suurim-  
paan neuvotteluhuoneeseen. Tällä järjestelyllä pyrittäisiin välttämään jonot sekä se,  
että ihmiset pääsisivät helposti pöydän antimiin käsiksi ja tilasta pois. Seuraavissa  
kuvissa 3 ja 4 on Ciscon tilaisuuden buffetpöydästä ja kuppikakuista kuvat.



Kuva 3. Ciscon tapahtuman buffetpöytä.

Kuva 4. Ciscon tapahtuman kuppikakut.

Yritys X:n tarjoiluista vastasi sama catering-yritys. Pyysin cateringiä tekemään sa-  
mantahtymisen ja -teemaisen buffetpöydän kuin Ciscon tilaisuuteen oli suunniteltu.  
Erona Ciscon ja yritys X:n menuissa olisi se, että yritys X:n pikkujouluissa budjetti  
ruokaan olisi pienempi, jonka vuoksi menussa olisi vain yksi lämmin ruoka. Lisäksi  
henkilökunnasta tingittäisiin, niin ettei cateringin henkilökuntaa tarvittaisi tilaisuus-  
dessa paikanpäällä, vaan he toisivat paikalle ruuat ja hakisivat lopuksi astiastot pois.  
Erona olisi myös se, että tilaisuuteen tarvittaisiin kahvi- ja teeastiat. Jälkiruoka  
hoidettaisiin samalta konditoriolta ja samoilla elementeillä kuin Ciscon tilaisuudessa.

Buffetpöytä sijoitettaisiin tilassa keskeiselle paikalle ruokapöytien läheisyyteen, jotta vieraat pääsisivät helposti takaisin istumaan otettuaan ruokaa pöydästä. Asiakkaan pyynnöstä tilasin catering-yritykseltä jääpaloja juomien valmistukseen. Seuraavissa kuvissa 5 ja 6 ovat yritys X:n tilaisuuden buffetpöytä ja kuppikakut.



Kuva 5. Yritys X:n buffetpöytä.



Kuva 6. Yritys X:n kuppikakut.

Tervetulodrinkki ja maljankohottaminen on varsin yleinen tapa aloittaa tapahtuma, sen ohessa isännät voivat toivottaa vieraat tervetulleiksi (Vallo 2009, 96). Molemmat asiakkaat halusivat tapahtuman alkavan alkumaljoilla, eli alkudrinkillä. Kummassakin tapahtumassa asiakkaat eli yritys X ja Cisco, hoitivat ja hankkivat kaikki tilaisuuden juomat itse.

Aluehallintoviraston mukaan seuraavissa tapauksissa tulee tapahtumalle hakea tilapäistä anniskelulupaa: ”Mikäli kyseessä on suljettu yksityistilaisuus, joka järjestetään ns. yleisessä huoneistossa, joita vuokrataan juhlien ja tilaisuuksien pitopaikaksi ilman

ruokapalveluja, tulee ottaa huomioon alkoholilain 59 §. Yleisessä huoneistossa järjestettävistä maksuttomista yksityistilaisuuksista (kuten perhejuhla, työyhteisön/järjestön tms. tilaisuus) tulee tehdä ilmoitus alkoholijuomien nauttimisesta poliisiviranomaiselle. Alkoholijuomista ei tällöin voi periä osanottajilta minkäänlaista maksua tai sen osaa. Tätä ei sovelleta sellaiseen huoneistoon, johon on myönnetty anniskelulupa.” (Aluehallintoviraston www-sivut 2014.) Yritys X:n tapauksessa ilmoituksen poliisille alkoholijuomien tarjoilusta ilman maksua hoiti juhlatila Magiton omistaja Ossi. Cisco Systems Finlandin tilaisuuden alkoholitarjoilusta ei tarvinnut ilmoittaa poliisille, sillä: ”Mikäli tilaisuus järjestetään yksityisessä tilassa, ei alkoholijuomien nauttiminen maksutta edellytä lupaa tai ilmoitusta” (Aluehallintoviraston www-sivut 2014).

### 6.6.2 Somistukset

Kuten edellä mainitussa kappaleessa kerrottiin, voidaan tapahtumissa vaikuttaa ihmisen aisteihin. Käyttämällä eri aisteihin vaikuttavia elementtejä, voidaan erottua kilpailijoista positiivisesti. Somistuksessa tulisikin keksittyä yhteen sanomaan eli viestiin, jottei sanoma jäisi epäselväksi. (Vallo 2009, 42.) Vain harvoin tila toimii sellaisenaan, mutta tilasta kuin tilasta saadaan kelvollinen teemaan sopivalla somistuksella. Hyviä somisteita ovat valot ja kankaat, joilla saa helposti luotua oikeanlaista tunnelmaa. Melko usein tapahtumatiloja ei somisteta riittävästi. Värimaailma, kukat, lautasliinat ja muut somistukset viestittävät osaltaan tapahtuman elämyksellisyyttä. (Vallo & Häyrinen 2012, 142 ja 153.) Visuaalinen ilme on olennainen osa onnistunutta tapahtumaa. Se on tehokas markkinointiviestinnän keino, jolla voidaan vahvistaa yrityksen imagoa, ja rakentaa sopivat puitteet niin viihtymiseen kuin verkostoitumiseenkin. Tilaisuus kuin tilaisuus, ammattimainen somistus ja tilansuunnittelu auttavat luomaan oikeanlaista tunnelmaa, helpottaen tapahtumajärjestäjän työtä. (ElementLabin www-sivut 2014.)

Aula on usein ensimmäinen tila, jonka vieras näkee ja joka luo ensimmäisen mielikuvan tiedostamattakin. Toisaalta on myös muistettava koristella yhtä huolella muu juhlatila, jossa vieraat liikkuvat. Tilojen ovet ja väylät, jotka eivät kuulu vierastiloihin, tulee sulkea. Tavarat ja laitteet, joita ei voida siirtää, voidaan piilottaa seinäk-

keillä, viherkasveilla, kankailla tai muilla somistuselementeillä yhtenäisen kokonaisuuden saamiseksi. Kulkureitit tilassa on hyvä suunnitella etukäteen, jotta suuretkin ihmismäärät pääsevät vaivattomasti ja sujuvasti tilasta toiseen. Lisäksi on varmistettava, että saniteettitiloja on tarpeeksi. Suunnittelua varten tarvitaan aina tilan pohjapiirros. Viihtyvyyteen vaikuttavat lisäksi valaistus, lämpötila, ilmanvaihto ja tilakoko. (Harju 2003, 12.)

Pyysin tarjouksen Cisco Systemsin ja yritys X:n tilaisuuksien somistuksesta Funk Productionin yhteistyökumppanilta somistaja Hannilta, jonka kanssa vastasimme yhdessä somistussuunnitelmasta. Kirjoitimme Hannin kanssa Kössille luettavaksi ja hyväksyttäväksi tilaisuuden somistussuunnitelman, joka kuvataan seuraavassa kappaleessa.

Cisco Systemsin tilaisuuden somistuksessa keskityttäisiin tuomaan esille Las Vegas -teemaa niin erilaisten kankaiden kuin somistuselementtien, ruokien, esiintyjän ja musiikin kautta. Tilaisuuden somistusväreissä olisivat valkoinen, kulta, musta ja punainen. Vieraat tulisivat juhlatilaan Country-neuvotteluhuoneesta ja heidät toivottaisi tervetulleeksi ”Welcome to Las Vegas” -värivalokyltti. Ruokapöydät olisi verhoiltu valkoisin kankain ja pöydille aseteltaisiin pelikorttiasetelmia. Buffetpöytä nostettaisiin esille somistamalla se kankain ja pöytään tuotaisiin suuret arpakuutiot. Neuvotteluhuoneiden seinille aseteltaisiin jättipelikortteja ja ikkunaverhoihin värikkäitä spotivaloja luomaan tunnelmaa. Pieneen Solo-neuvotteluhuoneeseen rakennettaisiin Las Vegas -tyylinen kappeli. Tilaan tuotaisiin alttarin holvikaari sekä pahviset Marilyn Monroe ja Elvis -pahvinuket, joiden kanssa ihmiset voisivat ottaa hauskoja kuvia ”alttarilla”. Koko juhlatila koristeltaisiin värikkäillä valoilla, valoverkoilla, Las Vegas -aiheisilla tauluilla ja punaisilla kankailla. Aulatilaan jätettäisiin väljyyttä ja tilan päätyyn rakennettaisiin kankaiden ja sermien avulla lava, jossa illan esiintyjät ja ohjelma numerot toteutettaisiin. Seuraavissa kuvissa 7, 8 ja 9 on Cisco Systems Las Vegas -henkilöstöjuhlien tilasta ennen ja jälkeen somistuksen.





Kuva 7. Solo-neuvotteluhuoneen somistus ennen ja jälkeen.



Kuva 8. Aulatila ennen ja jälkeen somistuksen.

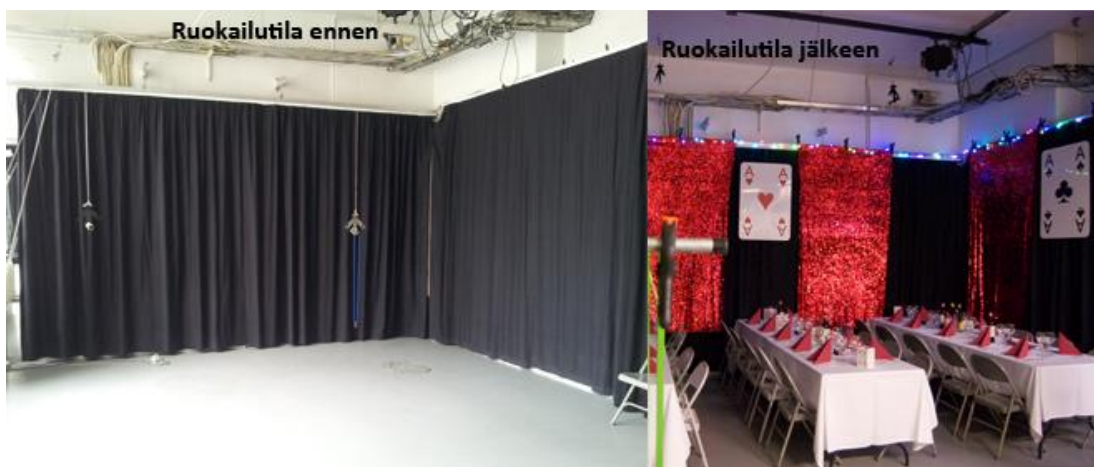


Kuva 9. Classic-neuvotteluhuone ennen ja jälkeen somistuksen.

Yritys X:n Las Vegas -teemaisista pikkujouluista kirjoitin asiakkaalle somistussuunnitelman hyväksyttäväksi. Magiton juhlatilassa käytettäisiin samoja somistuselementtejä ja -suunnitelmaa kuin Ciscon tilaisuudessa. Erona olisi, että heti juhlapaikalle Magitolle saapuessa ulos asetettaisiin punainen matto ja reunusköydet. Tilaan astuessa vieraat toivottaisi tervetulleeksi ”Welcome to Las Vegas” -värivalokyltti. Tilan tyhjälle seinälle heijastettaisiin projektorilla diaesitys, jossa pyörisi koko illan ajan Las Vegas -aiheisia kuvia. Tilan ruokapöydät verhoiltaisiin niin ikään valkoisin kankain ja pöydille aseteltaisiin pelikortti-asetelmia. Buffetpöytä liinoitettaisiin ja pöydälle asetettaisiin sama arpakuutio -asetelma kuin Ciscon tilaisuudessa. Juhlatilan ikkunat peitettäisiin mustilla verhoilla pimentämään tilaa, luomaan tunnelmaa ja eristämään ääntä. Juhlatilaa koristeltaisiin samoilla somistuselementeillä kuin Ciscon tilaisuudessa; värikkäillä valoilla, valoverkoilla, jättipelikorteilla, punaisilla ja mustilla kankailla. Seuraavissa kuvissa 10, 11 ja 12 on juhlatila Magito ennen ja jälkeen somistuksen.



Kuva 10. Aulatila ennen ja jälkeen somistuksen.



Kuva 11. Ruokailutila ennen ja jälkeen somistuksen.





Kuva 12. Yläkerta ennen ja jälkeen somistuksen.

Sisäasiainministeriö on antanut ohjeen majoitustilojen, hoitolaitosten sekä kokoon-  
tumis- ja liiketilojen sisusteista. Käyttösuositus on, että näiden tilojen sisustusmateriaalit ovat joko vaikeasti syttyviä (SL1) tai tavanomaisesti syttyviä (SL2). Herkästi syttyviä (SL3) materiaaleja ei saa käyttää sisustuksessa. Sisusteita valittaessa tulee ottaa huomioon tiloissa oleskelevien henkilöiden kunto ja mahdollisuus pelastautua tulipalosta. Myös tahallisen sytyttämisen ja tulen huolimattoman käsittelyn mahdollisuus tulee pyrkiä ottamaan huomioon. Palotarkastuksessa palotarkastaja kiinnittää huomiota sisustevalintojen paloturvallisuuteen. Jos paloturvallisuudessa havaitaan puutteita, voi palotarkastaja antaa suosituksia tai määräyksiä puutteiden korjaamiseksi. (Sisäministeriö/pelastusosaston www-sivut 2014.) Tämän vuoksi molemmissa tapahtumissa somistukseen käytetyt kankaat olivat palosuojattuja (SL1 ja SL2) ja noudattivat sisäministeriön antamaa ohjeistusta.

### 6.6.3 Musiikki ja äänimaailmat

Äänimaailma on osa somistusta. Musiikissa ja äänessä on tapahtumien suuri voima. Musiikilla voidaan virittää tapahtuman tunnelmaa. Tavanomaisesta tapahtumasta saadaan viihtyisä musiikin avulla. Kuten muut tapahtuman elementit, tulee musiikkiin valita teeman ja haluttujen mielikuvien mukaan tapahtumalle sopivaksi. Äänimaailma toimii osana tapahtuman lavastusta. Musiikki toimii tapahtumissa niin taustamusiikkina kuin myös illan kohokohdissa tunnelman nostattajana. Elävä musiikki on usein miellyttävämpää niin kuulolle kuin näölle. Kuitenkin budjetti rajaa valintaa siitä otetaanko tapahtumaan artisti, dj vai taustamusiikiksi cd-soitin. (Vallo & Häyri-  
nen 2012, 170–171.)

Ennen kuin dj tai artisti pääsee tapahtumapaikalle, on hyvä varmistaa, että musiikin soittamiseen on luvat kunnossa. Onpa kyseessä sitten iltamat, discot, urheilutapahtumat tai yrityksen kesäjuhlat, tulee järjestäjän maksaa tekijänoikeuskorvaukset musiikin käytöstä Gramexille ja Teostolle (Gramexin www-sivut 2014). Tapahtumien suunnittelussa minun ei tarvinnut kiinnittää huomiota musiikin soittolupiin. Koska Funk Production on aktiivinen tapahtumien tuottaja, on sillä Teostolle ja Gramexille luotu jatkuva sopimus musiikinsoittoluvasta erilaisissa tapahtumissa.

Ciscon kick-off -tilaisuudessa yritys halusi panostaa illan ohjelmaan. Yritykseltä tuli toive, että illan esiintyjä olisi Las Vegas -teemaan sopiva Drag Queen -esiintyjä. Sopiva esiintyjä löytyi nopeasti Funk Productionin yhteistyökumppanin avulla ja Drag Queen -artisti Miss Divetille lähetettiin tarvittavat tiedot tapahtumasta. Koska tapahtumatila oli sokkeloinen ja tilaa oli rajallisesti, päätimme, että musiikki cd-soittimesta olisi riittävää. Teemaan sopivaa musiikkia etsin toimistomme musiikkihyllyn cd-levyiltä. Musiikkikappaleita valitsin mm. Elvis Presleyn Viva Las Vegas, Frank Sinatran Fly me to the moon ja Robbie Williamsin Let me entertain you.

Yritys X:n Las Vegas -pikkujouluissa budjetti oli pienempi ja asiakkaan toiveesta keskityttiin enemmän ruokapuoleen. Musiikkia ei kuitenkaan kokonaan tapahtumasta unohdettu. Illan musiikkia tuli hoitamaan dj. Yritys X:n toimitusjohtajan sihteeri kertoi sähköpostitse seuraavaa: ”*Soittolistasta sanoisin, että kotimaista ja ulkomaista 80- ja 90-luvulta lähtien tähän päivään: poppia, diskoa ja vähän humppamusaa. Mahdollisimman laajasti, kun varmasti toiveita tulee sitten lisää paikanpäällä*” (Yritys X:n toimitusjohtajan sihteeri sähköposti 11.10.2013). Dj soittaisi pikkujouluissa aluksi Las Vegas -tyylistä taustamusiikkia ja illan hämärtyessä musiikki muuttuisi temmoltaan nopeammaksi, kun ihmiset houkuteltaisiin tanssimaan.

#### 6.6.4 Ohjelmat

Ohjelman tulee tukea tapahtuman teemaa ja sopia kohderyhmälle. Tietyn tyyppiset tapahtumat tarvitsevat lisäviihdettä. Ennen kuin ohjelmaa ja aktiviteetteja tapahtumiin suunnitellaan, on tärkeää miettiä budjettia, sillä esiintyjät ja artistit maksavat usein paljon. On hyvinkin yleistä käyttää useampaa erilaista ohjelmanumeroa tai ak-

tiviteettiä yhden tapahtuman aikana, esimerkiksi cocktailtilaisuuden aluksi pianisti soittaa rentoa taustamusiikkia ja iltaan siirtyessä bändi johdattelee vieraita tanssilattialle. Huono idea ei ole myöskään toteuttaa ohjelmanumeroita ja aktiviteetteja samanaikaisesti tapahtuman eri tiloissa. (Kilkenny 2011, 128.)

Erityisesti yhdistelmä tapahtumassa käytetään paljon aktiviteetteja, ne luovat tapahtumiin elämyksellisyyttä, sillä aktiviteetit ovat interaktiivisia eli vuorovaikutteisia. Tärkeää ohjelman suunnittelussa on muistaa osallistumisen vapaaehtoisuus, sillä se mikä sopii itselle, ei välttämättä sovi toiselle. Tapahtumissa aktiviteettien käyttöä puoltaa se, että niissä jokainen osallistuja voi kokea jotakin ennenkokematonta. Aktiviteetit ovat myös hyvä vaihtoehto pelkälle alkoholin nauttimiselle tai tanssimiselle. (Vallo & Häyrinen 2012, 212.) Vallon ja Häyrisen (2012, 168) mukaan myös yllätyksellisyydellä saadaan tapahtumaan elävyyttä ja piristystä. Olennaista on, ettei kerrota osallistujille kaikkia pieniä yksityiskohtia. Yksinkertaisesti yllätyksellisyydellä voidaan osoittaa välittämistä vieraita kohtaan ja toivottaa heidät tervetulleeksi.

Ciscon tilaisuuteen ohjelmaksi valittiin Drag Queen Miss Divet. Miss Divet show on Suomen palkituimman drag artistin Marko Vainion luoma show, jossa hän esittää maailman luokan laulajia ja tähtiä parodioituina. Show on ollut erittäin kysytty erilaisissa juhlissa ja tapahtumissa jo kymmenen vuoden ajan. (Miss Divetin www-sivut 2014.)

Muuta ohjelmaa tilaisuudessa olisivat Las Vegas -teemaan erittäin sopivat bingo- ja pokeripelit. Pelipöydillä vieraat pystyisivät pelaamaan niin Black Jack -korttipeliä kuin myös Oasis-peliä. Jazz- ja Classic -neuvotteluhuoneet muuntautuisivat pelihuoneiksi. Casino-tunnelmaan kuuluisivat tietysti myös ammattimaiset groupierit eli pelinhoitajat, pelipöydät ja -välineet sekä asiaankuuluva ilmapiiri. Pokeripelejä kartoitettiin tilaisuuteen Funk Productionin yhteistyökumppanilta, joka on erikoistunut Casino-pelipöytien vuokraukseen ja ohjelmal palveluiden tuottamiseen. Koska rikoslaisissa (Rikoslaki 863/1998, 16 §) sanotaan seuraavaa: ”Joka luvattomasti järjestää uhkapelin tai pitää huoneistoa tai muuta tilaa uhkapeliä varten tai majoitus- tai ravitsemisliikkeen harjoittajana sallii uhkapelin, on tuomittava uhkapelin järjestämisestä sakkoon tai vankeuteen enintään yhdeksi vuodeksi”, ei peleihin osallistumisesta/pelaamisesta otettu maksua ja pelimerkit eli ”chipit” eivät olleet aitoja.

Swing-neuvotteluhuone muuntautuisi tapahtuman ajaksi bingosaliksi, jossa peliä olisi ohjaamassa sekä suomeksi että englanniksi bingotyttö. Bingotyöksi valitsimme Funk Productionin tapahtuma-assistentin Inkan. Suunnittelimme, että salissa järjestettäisiin kaksi bingokierrosta, josta kävisin kuuluttamassa vieraille aina ennen kierroksen alkua. Bingokierroksen voittajat saisivat palkinnoksi kahvipaketit, jotka Merja Kössi hankkisi tilaisuuteen. Ohjelmien lisäksi vieraillo olisi mahdollisuus osallistua Las Vegas -teemaiseen tietovisaan, joka olisi käynnissä illan ajan, muun ohjelman taustalla. Osallistumispiste tietovisaan löytyisi aulasta. Tietovisa toteutettaisiin valmiiksi tehdyillä tietovisakysymyslomakkeilla, jossa osallistujan tehtävänä olisi vastata viiteentoista Las Vegas -aiheiseen kysymykseen, joissa olisi kolme vastausvaihtoehtoa. Työn lopussa on liitteenä 11 visailun kysymykset, vastauslomakkeet sekä oikeat vastukset kysymyksiin. Illan päätteeksi kävisimme kaikki palautetut vastauslomakkeet läpi. Las Vegas -tietovisassa eniten oikeita vastauksia saanut ja pelipöydissä eniten pelimerkkejä keränneet julkistaisimme voittajiksi ja palkintoina olisi pullot kuohuvaa.

Yritys X:n tilaisuuteen otettaisiin ohjelmaksi Cison tilaisuuden tavoin Las Vegas -tietovisa ja pelipöytä, jossa vieraat pystyisivät pelaamaan Black Jack -korttipeliä. Muuna ohjelmana tilaisuudessa olisi yritys X:n oma pitämä ohjelmanumero. Myös yritys X:n juhlissa palkitsisimme loppuillasta tietovisan voittajan ja eniten pelimerkkejä keränneen, jotka palkinnoksi saisivat pullot kuohuvaa, jotka yritys X olisi tilaisuuteen hankkinut.

#### 6.6.5 Tilaisuuksien tekniikka

Useisiin tapahtumiin tarvitaan teknillisiä lisälaitteita, kuten projektoreita, mikrofoneja ja äänentoistojärjestelmiä. Ennen tilaisuutta on hyvä keskustella tapahtumatilan henkilökunnan kanssa tilassa olevien ja sinne saatavien teknillisistä laitteista, siitä mitä ja kuinka monta teknillisiä välineitä tapahtumaan tarvitaan ja miten niitä käytetään. Lisäksi erittäin tärkeää on varmistaa laitteiden toimivuus, ja että lisälaitteistoa ja henkilökunta on saatavilla myös tilaisuuden aikana, mikäli jokin teknillinen laite pettää. (Kilkenny 2011, 140.) On hyvä myös varmistaa, että tapahtumapaikalla on

tarpeeksi sähkövirtaa tapahtuman vaatimiin lavasteisiin ja teknisiin laitteisiin (Vallo & Häyrinen 2012, 172).

Ciscon Las Vegas kick-off -tilaisuudessa luotimme esiintyjä Marko Vainion, eli Miss Divetin tuomaan tekniikkaan. Koska tilassa ei ollut valmista äänentoistojärjestelmää, pyysimme esiintyjää ottamaan sellaisen mukaan. Keskustelussa Marko Vainion kanssa selvisi, että hänen tuomansa äänentoistojärjestelmä kattaisi jopa 1000 henkilön juhlat ja siihen olisi helppo kytkeä cd-soitin. Taustamusiikkia soitettaisiin cd-soittimesta, jonka toiminnan testasin viikko ennen tilaisuutta. Lisäksi taustamusiikin cd-levyt kuunneltiin läpi, jottei niissä olisi katkoksia tai vikoja. Tilan kaikki valot saataisiin helposti sammutettua ja paikalle tuotaisiin muita valoja. Pienet LED-valot toimivat pattereilla, joiden toiminnan tarkisti ja varapatterit tilaisuuteen hankki somistaja Hanni. Muuta tekniikkaa tilaisuuteen ei tarvittu.

Yritys X:n Las Vegas -pikkujoulujen tilassa Magitossa oli valmiiksi äänentoistojärjestelmä, spottivärivaloja, mikrofoni sekä projektori. Kävimme juhlatila Magitolla katsastamassa kaikkien teknillisten laitteiden toimivuuden ennen tapahtumapäivää. Tilan omistaja Ossi antoi tapahtumaa ennen minulle äänentoistojärjestelmän tiedot, jotka lähetin dj:lle. Lisäksi sovimme, että jos tilaisuuden aikana tulisi teknillisiä ongelmia, tavoittaisimme hänet puhelimitse koko illan. Vaikka projektorin toiminta oli jo valmiiksi tarkastettu, otimme toimistoltamme tapahtumaan mukaan varmuuden vuoksi oman projektorimme. Onneksi kuitenkin kaikki sujui hyvin, emmekä tarvinnut varaprojektoria.

#### 6.6.6 Käsikirjoitukset

Tapahtumakäsikirjoitus eli aikataulutus on kuin näytelmän käsikirjoitus. Käsikirjoitus alkaa siitä, kun vieraat saapuvat ja päättyy vasta kun viimeinenkin vieras on poistunut. Tapahtuman aikataulu on työkalu tapahtumassa työskenteleville, siinä tulisi kertoa mitä tapahtuu, missä tapahtuu ja milloin tapahtuu. Tapahtumakäsikirjoituksesta saa kokonaiskäsityksen tapahtumasta, ja sen laatii etukäteen vastuullinen projektipäällikkö. Aikataulu ei ole ainoastaan projektipäällikön tehokas apuväline, vaan tärkeää on jakaa jokaiselle vastuuhenkilölle oma aikataulutettu käsikirjoitus. Lisäksi

suositellaan, että yksi ja sama henkilö on päävastuussa tapahtuman läpiviennin aikana, hän on se, joka viime kädessä päättää kaikista tapahtuman aikataulullisista muutoksista. Luontevimmin se on tapahtuman projektipäällikkö. (Vallo & Häyrinen 2012, 161–162.)

Molemmissa Las Vegas -tilaisuuksissa tein sekä asiakkaalle kohdistetun aikataulutuksen liitteet 7 ja 8, jotta vieraat ja isännät pystyisivät seuraamaan illan kulkua että henkilökunnalle kohdistetun aikataulutuksen eli tapahtumakäsikirjoitukset liitteet 9 ja 10. Tapahtumien käsikirjoituksissa oli niitä asioita, jotka jäivät asiakkaalle näkymättömiksi, esimerkiksi kuka somistaa ja milloin tietyn huoneen ja kenen vastuulla on hoitaa tekniikka kuntoon ennen tilaisuutta. Tapahtumien käsikirjoitukset mahdollistivat yksityiskohtien hallinnan ja merkitsin niihin tarkasti kronologisessa järjestyksessä tapahtumien kulut. Viime kädessä projektipäällikkö eli minä, olin vastuussa tapahtumien aikatauluista eli käsikirjoitusten toimivuudesta ja ajallaan pysymisessä.

Käsikirjoitukset olivat ehdottomasti tärkein työkalu kummassakin projektissa. Haasteena kuitenkin oli kirjoittaa henkilökunnalle molemmissa tilaisuuksissa käsikirjoitukset, sillä liikkuvia osia oli paljon. Kuitenkin tapahtumien suunnittelun edetessä ja asioiden varmistuessa käsikirjoituksen palaset alkoivat loksahdella paikoilleen. Minun piti miettiä kuinka kauan ihmiset syövät, mihin aikaan aktiviteetit alkavat, kuinka kauan musiikki soi tilaisuudessa ja kuka huolehtii mistäkin osiosta. Kuitenkin kun asioita alkoi kronologisessa järjestyksessä kirjoittaa paperille, oli ratkaisukin paljon selvemmin esillä. Vieraille ja tapahtumien isännille eli Ciscon Merja Kössille ja yritys X:n toimitusjohtajan sihteerille tehdyt aikataulut kertovat vain mitä tapahtuu ja milloin, mutta käsikirjoitukset puolestaan kertovat lisäksi kuka tekee, missä tekee ja milloin. Kaikkien tapahtumiin osallistuvien henkilöiden rooli oli aina tarkistettavissa käsikirjoituksesta ja jokainen henkilö sai siitä oman kopion. Tapahtumajärjestäjänä tiedän, kuinka suuressa roolissa tapahtumaa suunniteltaessa hyvin suunniteltu käsikirjoitus on.

### 6.6.7 Muuta huomioitavaa

Kokenut tapahtumanjärjestäjä pystyy arvioimaan jo etukäteen osallistumistodennäköisyyden kutsuttavien joukosta. Jotta ihmiset tietäisivät tulla tapahtumaan, lähetetään tapahtumasta kutsu. Tapahtumiin tulee ilmoittautua hyvissä ajoin, jotta osataan ennakoida lopullinen vierasmäärä. No Show'lla tarkoitetaan sitä ihmismäärää, joka on ilmoittautunut tulevansa tapahtumaan, mutta jostain syystä ei ilmestykään paikalle. Jokainen no show -henkilö on tapahtuman tekijän ja toteuttajan kannalta hukkaan heitettyä rahaa. Jos siis no show -prosentti kipuaa korkeaksi, on syytä selvittää miksi niin suurin osa jätti tulematta. (Vallo & Häyrinen 2012, 124–126.)

Funk Productionilla kokemuksesta tiedämme, että tapahtumissa keskimääräinen no show -prosentti on 10, eli tapahtuman ilmoittautuneesta 100 hengestä jää paikalle saapumatta 10 ihmistä. No show -prosentti otetaan huomioon mm. ruokapalveluissa. Lisäksi pyydämme jokaista asiakasta ilmoittamaan viikko ennen tilaisuutta ilmoittautuneiden lukumäärän, jonka mukaan hinnat ja lopullinen lasku määräytyy. Viikko ennen tapahtumia saimme lopulliset henkilömäärät, joista informoitiin kaikkia tilaisuuteen osallistuvia yhteistyökumppaneita ja alihankkijoita. Cisco Systems Finlandin lopullinen henkilömäärä oli 68 ja yritys X:n Las Vegas -teemaisiin pikkujouluihin 29. Varisinkin yritys X:n henkilömäärän tippuminen melkein 50 prosentilla, tuli meille täytenä yllätyksenä. Tapahtuman aikana syy osallistujamäärän tippumiseen selvisi, josta kerron myöhemmin luvussa 9 Havainnoinnit. Tilanteesta selvittiin hyvin vain pieniä muokkauksia tekemällä, kuten buffetpöydän pienentäminen ja ruokapöytien ja istumapaikkojen vähentäminen. Cison tapahtuman kutsun teki tuottaja Katri ja asiakas Merja hoiti kutsuprosessin. Yritys X:n tilaisuuteen kutsut ja ilmoittautumiset hoiti yritys itse.

Kummastakaan tilaisuudesta ei tarvinnut tehdä poliisille tapahtumailmoitusta, sillä tapahtumat noudattivat Suomessa määrättyä kokoontumislakia. ”Ilmoitusta ei tarvitse kuitenkaan tehdä sellaisesta yleisötilaisuudesta, joka osanottajien vähäisen määrän, tilaisuuden luonteen tai järjestämispaikan vuoksi ei edellytä toimenpiteitä järjestyksen ja turvallisuuden ylläpitämiseksi tai sivullisille ja ympäristölle aiheutuvan haitan estämiseksi taikka erityisiä liikennejärjestelyjä” (Kokoontumislaki 1999/530 14 §). Tilaisuuksien luonteen ja henkilömäärien vuoksi, ei tapahtumissa myöskään tarvittu

järjestyksenvalvoja, sillä yleisenä arviointiperusteena on, että suuren riskin tapahtumat vaativat 1 järjestysvalvoja per 100 tapahtumakävijää ja pienen riskin tapahtumisissa riittää 1 järjestyksenvalvoja per 500 asiakasta (Kuopion kunnan www-sivut 2014).

Tapahtumakoordinaattori huolehtii tapahtumien aikatauluista ja tapahtuman suunnittelusta toteutukseen ja purkuun asti, mutta lisäksi tapahtuma koordinaattori on vastuussa ihmisistä itse tapahtumassa. Molemmissa tilaisuuksissa projektikoordinaattorina tehtävänäni oli selvittää tilojen hätäuloskäynnit, kokoontumispaikat, jauhesammuttimien ja sammutuspeitteiden paikat. Onneksi olen käynyt ensiapu- sekä sammutuskoulutuksen aikaisemmassa työpaikassani.

Ciscon ja yritys X:n tilaisuuksista sovimme jo etukäteen loppuillan järjestelyistä, sillä molemmat asiakkaat halusivat jatkaa juhlintaa vielä keskiyön jälkeen. Ilmoitimme heidän haluamiinsa ravintoloihin vieraiden saapumisesta, jotta sujuva sisäänpääsy kaikille onnistuisi. Jotta vieraat pääsivät helposti siirtymään tapahtumapaikalta ravintolaan, järjestimme heille kuljetukset, jotka varattiin hyvissä ajoin ennen tilaisuutta. Ciscon tilaisuuteen tilasin linja-auton tapahtumapaikalle saapuvaksi kello 22.30. Yritys X:n kanssa sovimme samanlaisesta järjestelystä, mutta bussin sijaan paikalle tilattiin ennakkoon taksit. Taksit saapuisivat Magitolle kello 23.45.

Koska Ciscon tapahtuma järjestettäisiin yrityksen tiloissa, olisi siellä tarkat turvatoimet. Ovista tai hisseistä ei pääsisi kulkemaan ilman ”lätkeä” eli kaukoavainta ja ylimääräisiä ”lätkeä” ei saanut antaa talon ulkopuolisille. Varauduimme tähän ja kehotin kaikkia pitämään puhelimen sekä tapahtumakäsikirjoituksen aina mukana, jottei kukaan jäisi lukituksi pihalle tai hissiin. Tapahtuman aikana tulisi tilassa liikkua Merja Kössin kanssa tai pyytämällä häneltä avainta lainaksi.

Yritys X:n tapahtuman jälkeen Magitollla ei tarvitsisi huomioida muuta kuin se, että tilan tulisi olla siivottu ja ovet lukita sekä varashälyttimet laittaa illalla koodin avulla päälle.



## 7 TAPAHTUMIEN TOTEUTUKSET

Vallo & Häyrisen (2012, 163–164) mukaan tapahtuman toteutusvaihe on juuri se hetki, joka tekee tapahtumasta toden. Jotta tapahtuma olisi onnistunut, vaatii se saumatonta yhteistyötä tapahtumassa työskentelevien eri tahojen kanssa. Tapahtuman toteutus voidaan jakaa kolmeen eri vaiheeseen: rakennus, itse tapahtuma ja purku. Tapahtuman toteutusvaihe on ainoastaan 10 % koko tapahtumaprosessista (Vallo & Häyrisen 2012, 157). Rakennusvaihe on usein aikaa vievin osuus, jolloin tapahtuman kulussit pystytetään ja rekvisiitta laitetaan kuntoon. Itse tapahtuma puolestaan kestää vain pienen hetken, jota Vallo & Häyrisen kuvaavat liikkeelle lähtevänä junana, joka kolistelee eteenpäin ja loppujen lopuksi soljuu eteenpäin kuin virtaava joki. Kun viimeinenkin vieras on lähtenyt tapahtumasta, alkaa purkuvaihe, joka sujuu usein paljon nopeammin ja tehokkaammin kuin itse rakennusvaihe. (Vallo & Häyrisen 2012, 163–164.)

Tapahtumaprojektin toteuttamisvaihe mittaa osaltaan tapahtuman projektipäällikön ammattitaitoa. Hänen vastuullaan on huolehtia tapahtuman aikataulusta ja suunnitelmien pitävyydestä. Kun tapahtuma pyörähtää käyntiin, on kaiken oltava valmista. Toki tapahtuman aikana saattaa ilmetä monia erilaisia tilanteita ja ongelmia, joista pitää selvittää. Tapahtuman kulisseissa voidaan käydä monenlaisia kiireisiä tilanteita ja ongelmia läpi, niitä ei kuitenkaan koskaan saa näkyä ulospäin tapahtuman osallistujille, vieraille tai muulle henkilökunnalle. Tämän vuoksi tapahtuman projektipäällikköä ei saisi kiinnittää mihinkään tiettyyn tehtävään tapahtuman aikana, jotta hän olisi aina valmis ratkomaan ongelmatilanteet. (Iiskola-Kesonen 2004, 11.) Tapahtuman aikana pitää olla koko ajan valppaana, jos esimerkiksi tilaisuudessa huomataan, että vieraat haluavat keskustella toistensa kanssa pienissä ryhmissä, kannattaa tällöin pitää muutamilla minuuteilla illan pääesiintyjän sisääntuloa ja antaa vieraiden tehdä juuri sitä, mistä he näyttävät juuri sillä hetkellä eniten nauttivan. (Muhonen & Heikkinen 2003, 125.) Molemmissa tapahtumissa toteutuksessa apuna käytettiin tekemiäni somistus-, ohjelma-, tekniikka- ja aikataulusuunnitelmia, jotka asiakas oli hyväksynyt.

## 7.1 Ciscon Las Vegas -kick-off

### 7.1.1 Rakennusvaihe

Tapahtuman rakentaminen aloitettiin Ciscon tiloissa Espoossa aamuyhdeksältä 27.8.2013, kun somistustiimiin kuuluvat somistaja Hanni ja Funk Productionin työharjoittelija Heidi saapuivat paikalle. Somistus aloitettiin Solo-, Classic- ja Blues-neuvotteluhuoneista, sillä ne olivat aamulla vapaana. Aamupäivän mittaan kun muut tilat vapautuivat käyttöömme, siirtyi somistustiimimme pikkuhiljaa huoneesta huoneeseen. Koska tilat ovat työkäytössä päivittäin, oli tärkeää saada aloitettua rakentaminen alusta alkaen heti juhlapäivän aamuna. Somistustiimi käytti apunaan Hannin ja minun tekemää somistussuunnitelmaa ja etenivät sen mukaisesti.

Kello 15.00 Ciscon tilaisuus alkoi Country-neuvotteluhuoneessa, johon koko henkilökunta kerääntyi seuraamaan kick-offia suorana lähetyksenä Yhdysvalloista Internetin välityksellä. Tämä mahdollisti sen, että sisutustiimimme sai vapaasti kulkea tilassa. Iltapäivällä saavuin itse toimitusjohtajani Katrin kanssa paikalle kello 17.00 ja tapasimme ja vaihdoimme muutaman sanan Merja Kössin kanssa. Kello 16.30–17.15 henkilökunta piti kick-off -kokouksestaan tauon, jonka aikana henkilökunta oli läsnä tiloissa. Pyrimme pitämään tapahtuman visuaalisen ilmeen vierailta salassa, jotta tilaisuuden alkaessa vieraat yllättyisivät tilan muutoksesta. Tuona aikana jouduimme siirtämään rullakot, pahnalaatikot ja muut somistuksen kuljetukseen tarvittavat välineet neuvotteluhuoneisiin ja sulkemaan ovet, jotta yllätyksellisyys ei paljastuisi. Tulin aikaisin tapahtumapaikalle, jotta pääsisin katsastamaan jo somistetut tilat ja pääsin näkemään kuinka tapahtumapaikka muuttui huone huoneelta tavallisesta yrityksen konttoritilasta hienoksi Las Vegas -juhlapaikaksi.

Muutama tunti ennen h-hetkeä, kello 17.30–19.15, vastaanotin yhteistyökumppanimme tiloihin. Esiintyjä Marko Vainio eli Miss Divet, pelipöydät, cateringi ja jälkiruuat saapuivat tapahtumapaikalle. Marko Vainion kanssa laitoimme ja kytkimme hänen tuoman äänentoistojärjestelmän tilaan ja testasimme tekniikan toimivuuden, jottei tapahtuman aikana tulisi ikäviä yllätyksiä. Pelipöytien omistaja Tomi saapui tilaan, jonka kanssa katsoimme pelipöytien paikat, pystytimme ne ja kävimme vielä

illan kulkua läpi. Cateringin ja jälkiruokien saavuttua ohjasin kokin sekä tarjoilijat tilaan ja pystytimme ja katoimme buffetpöytää. Lisäksi työharjoittelijamme Juho tuli avustamaan mm. buffetpöydän kattauksessa, bingohuoneen laitossa ja somistustiimin apulaiseksi. Toinen työharjoittelijamme Inka tuli pystyttämään bingo-pelihuonetta, jossa hän oli illan ajan bingotyttönä.

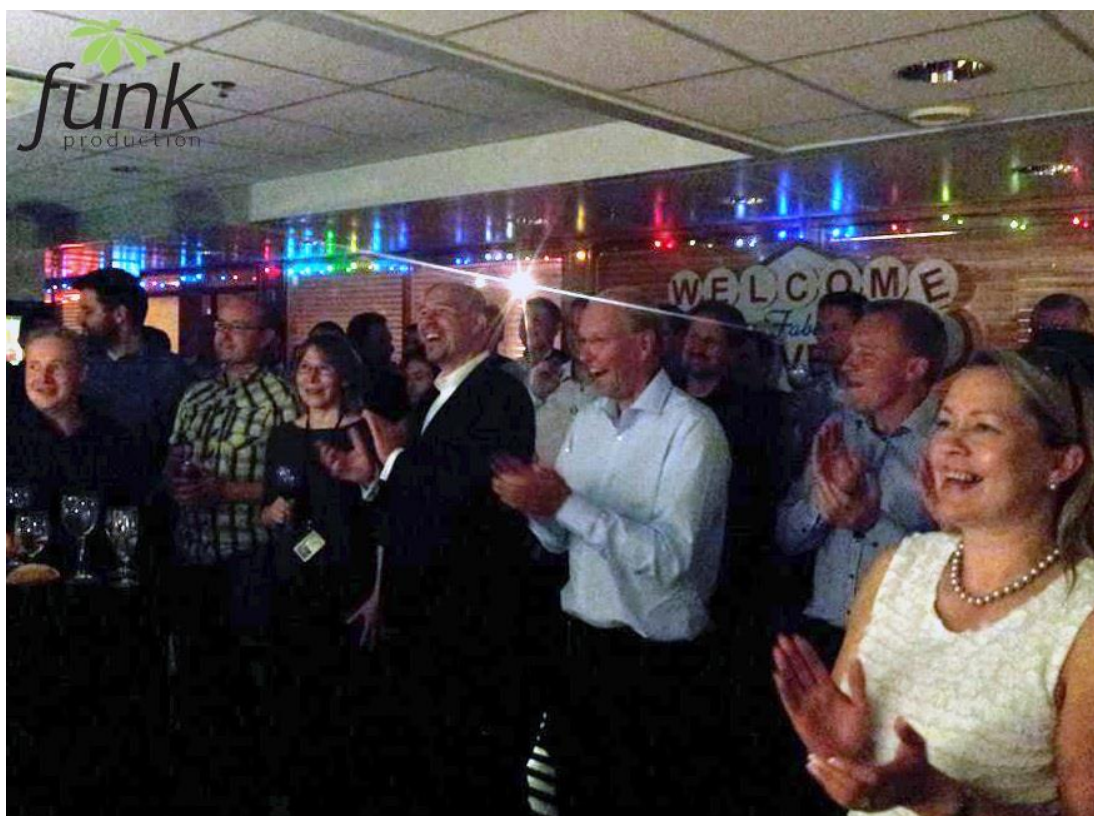
Illalla kello 19.15 pelipöytien ammattijakajat eli groupierit saapuivat paikalle ja ohjasin heidät tilaan ja toin heille lähdevettä pelipöytien luokse. Aikataulun mukaan kaiken piti olla valmista tasan kello 19.30, mutta koska catering saapui myöhässä tapahtumapaikalle, tuli buffetpöydän kattauksessa ja alkujuomien valmisteluissa kiire. Onneksi kick-off -tilaisuus venyi 15 minuuttia, saimme juuri kaiken valmiiksi eikä kukaan ehtinyt huomata, että aikataulusta oltiin myöhässä. Ennen kuin ovet aukesivat Country-neuvotteluhuoneesta ja ihmiset valtasivat tilat, tarkistin jokaisen neuvotteluhuoneen ja informoin henkilökuntaa viimeisen kerran. Kävin jokaisen kanssa tapahtuman kulun, sen mistä kukakin vastaa ja miten minuun saa tilaisuuden aikana yhteyttä. Tämän kierroksen aikana henkilökunnalla oli myös viimeinen mahdollisuus kysyä epäselviä asioita. Kaikki oli kuitenkin selvää, sen suurempia kysymyksiä ei syntynyt. Juuri ennen tilaisuuden alkamista somistustiimimme Hanni sekä työharjoittelija Heidi lähtivät kotiin.

### 7.1.2 Tapahtuma

Itse tapahtuman tuli alkaa kello 19.30, mutta koska kick-off -tilaisuus venyi, Country-neuvotteluhuoneen ovet aukesivat kello 19.45. Ovien avautuessa laitoin Las Vegas -teemaan sopivan cd-levyn pyörimään ja cateringin tarjoilijat jakoivat kaikille vieraille alkumaljat. Koska tilaisuus alkoi hieman myöhässä alkuperäisestä aikataulusta, oli buffetpöytä heti katettu valmiiksi ja vieraat pääsivät alkumaljojen jälkeen pöydän antimiin käsiksi. Tämän jälkeen tapahtumantuottaja Katri kävi vielä juttelemassa Merja Kössin kanssa ja lähti paikalta kotiin. Kello 20.30 bingo sekä pokeripelelihuoneet avasivat vieraille ovensa. Kävin kertomassa vieraille näiden aktiviteettien aukeamisen sekä suomeksi että englanniksi. Lisäksi esittelin kaikille vieraille Las Vegas -tietovisan ja kehotin osallistumaan siihen. Ensimmäinen purkuosuus aloitettiin kello 20.30, jolloin cateringin kaksi tarjoilijaa, minä sekä työharjoittelija Juho

aloitimme ruoka-astioiden, lasien ja buffetpöydän siivouksen. Juhon tehtävänä oli koko loppuillan siivota tilaa ja auttaa minua, jos tarvetta tulisi.

Ruokailuastioiden siivouksen lomassa kävin ilmoittamassa jokaisessa neuvotteluhuoneessa niin henkilökunnalle kuin myös vieraille illan yllätysesiihtyjän aloittavan show'nsa aivan muutaman minuutin kuluttua. Pelihuoneet sulkeutuivat kello 21.00 ja vieraat odottivat innoissaan esiintyjää. Olimme sopineet esiintyjä Marko Vainion kanssa, että minä hoitaisin musiikin, jotta Marko voisi keskittyä vain show'hunsa. Lisäksi olin kertonut hänelle kuka oli tilaisuuden emäntä ja kuka henkilö oli Cisco Systems Finlandin toimitusjohtaja. Marko aloitti Miss Divet show'n aikataulun mukaisesti ja yleisö villiintyi. Miss Divet esiintyi noin 20 minuuttia, jonka aikana Ciscon tiloihin rakennetulla lavalla nähtiin useita maailmanluokan tähtiä. Show koostui ulkomaalaisista tähdistä, sillä osa Ciscon henkilökunnasta oli englanninkielisiä. Miss Divetin show oli yllätys vieraille. Vieraat tiesivät, että iltaan kuului esiintyjä, mutta he eivät tienneet esityksestä muuta. Vieraat olivat todella yllättyneitä ja haltioissaan koko show'sta. Miss Divet otti hyvin yleisön huomioon ja ottikin show'n aikana lavalle mukaan Ciscon toimitusjohtajan. Alla on kuva 13 Miss Divetin show'n haltioituneesta yleisöstä.



Kuva 13. Cisco oli haltioissaan Miss Divet Show'sta.

Samaan aikaan kun show oli käynnissä, cateringin henkilöstö poistui paikalta. Lisäksi show'n aikana kävin kertomassa pelihoitajille sekä bingotyttö Inkalle henkilöstöruokailun mahdollisuudesta show'n aikana. Onnistuneen show'n jälkeen, Merja tuli ilmoittamaan heidän työntekijänsä tulevan esittämään Frank Sinatraa lavalle. Asiasta oli jo aikaisemmin keskusteltu, kun Merja oli ilmoittanut, että heidän työntekijänsä tulisi olemaan illan aikana Frank Sinatra, muuta emme tiedäneet. Kun kävi ilmi, että hän halusi laulaa Frank Sinatraa, tuli ongelmia, sillä äänentoistojärjestelmään ei kuulunut mikrofonia. Väärinymmärrys oli sattunut ja kuvittelin jo itsekkin, ettei juhlista tämän vuoksi tulisi onnistuneita. Tilanteesta selvittiin kun Merja keksi hakea neuvotteluhuoneen pienen tietokoneessa kiinni olevan mikrofonin. Se saatiin liitettyä äänentoistojärjestelmään ja juhlat pääsivät jälleen jatkumaan. Frank Sinatra alkuaan pelipisteet aukesivat uudelleen ja ilmoitin bingon alkamisesta vieraille.

Iltapuolikymmeneltä tietovisa sulkeutui ja minä sekä Juho kävimme vastauslomakkeet läpi takahuoneessa. Samaan aikaan ohjasin Marko Vainion eli Miss Divetin syömään takahuoneeseen. Kello 22.00 pelihuoneet sekä bingo sulkeutuivat ja työharjoittelija Inka lähti kotiin. Noin varttia yli kymmenen julistimme pelipöytien omistajan Tomin kanssa Las Vegas -tietovisassa eniten oikeita vastauksia saaneen ja pelipöydissä eniten pelimerkkejä keränneen voittajiksi, ja he saivat palkinnoksi kuohuviiniä. Juuri ennen kuin tilaisuus päättyi kello 22.30, kävin vastaanottamassa bussikuljetuksen saapuvaksi. Tämän jälkeen kävin vieraille ilmoittamassa linja-auton saapumisesta ja huolehdin Juhon kanssa, että kaikki pääsivät kyytiin mukaan.

### 7.1.3 Purkuvaihe

Purkuvaihe alkoi jo käytännössä kesken juhlatilaisuuden noin kello 20.45, kun buffetpöytä purettiin ja astiastoja kerättiin. Virallisesti koko tilaisuuden purku aloitettiin vasta tilaisuuden päätyttyä ja vieraiden lähdettyä jatkamaan iltaa Helsingin keskustaan kello 22.45. Somistaja Hanni saapui paikalle purkamaan tilaa minun ja Juhon kanssa. Lisäksi esiintyjä Marko Vainio ja pelipöytien omistaja Tomi purkivat omia tavaroitaan tilasta. Somistuselementtien purkamisen jälkeen siivosimme vielä astioita, roskia ym. Tila tuli purkaa ja siivota yöllä tilaisuuden jälkeen, koska seuraavana

päivänä oli Cisco Systems Finlandin työntekijöillä työpäivä ja tilat olivat normaalissa käytössä. Tiloista pääsimme Juhon ja Hannin kanssa lähtemään noin kello 00.45. Tämän jälkeen lastasimme Juhon kanssa autooni somistustavaroita, cd-soittimen ja tarjoiluvateja, ja kuljetin ne Funk Productionin toimiston varastoon, jonka jälkeen pääsin pitkän työpäivän päätteeksi kotiin lepäämään.

Liikkumista Ciskon tiloissa tapahtumapäivänä vaikeutti se, että hissit ja pääovet toimivat vain kulkukorteilla, joita ei ylimääräisiä saanut jakaa ulkopuolisille. Tämän vuoksi jouduimme koko päivän vaivaamaan Merja Kössiä tai pyytämään muita Ciskon työntekijöitä availemaan meille ovia tai tilaamaan hissejä. Onneksi kuitenkin olimme ottaneet tilanteen huomioon ja tapahtumakäsikirjoitusta seuraamalla sekä puhelinta mukana pitämällä, tilanteesta selvittiin erittäin hyvin.

## 7.2 Yritys X Las Vegas -pikkujoulut

### 7.2.1 Rakennusvaihe

Yritys X:n pikkujoulujen rakennus aloitettiin juhlapäivänä kello 15.00, kun koko tapahtuman henkilöstö saapui paikalle. Olisimme halunneet Magiton tilat käyttöömmekä aikaisemmin, mutta koska tila oli vuokrattu valokuvauskäyttöön koko aamun ja päivän, meille ei jäänyt muuta vaihtoehtoa. Somistusta lähdettiin toteuttamaan somistus suunnitelman pohjalta. Somistaja Hanni ja työharjoittelijamme Heidi aloittivat verhojen somistuksen tilaan. Minä, tapahtuman tuottaja Katri sekä työharjoittelijamme Juho purimme autoista somistustavaroita. Koska aikaa oli vain kolme tuntia ennen hetkeä, oli tunnelma Magitolla todella hektinen.

Kello 15.45 Catering saapui paikalle mukanaan tilaisuuden ruuat ja asiakkaan hankkimat juomat. Minä ja Katri vastasimme buffetpöydästä, jota aloimme välittömästi kasata ruokien saavuttua paikalle. Toin paikalle toimistomme varastosta valkoisen sermin, joka pystytettiin buffetpöydän ja ulko-oven viereen, jonka taakse saimme laitettua kaikki cateringin ruokalaatikot sekä täyttöastiat. Näin ollen kaikki tavarat olivat juhlayleisöltä piilossa. Buffetpöydän valmistuessa työharjoittelija Juho kasasi tilaan ruokapöytiä ja penkkejä. Työharjoittelija Heidin tehtävänä oli somistuksen lo-

massa valmistaa baari. Baarin kylmäkaappeihin lastattiin kaikki asiakkaan hankkimat juomat, mitta-astiat ja lasit aseteltiin, niin että ne olivat helposti saatavilla. Kiireistä aikataulua ei auttanut ollenkaan se, että catering oli unohtanut toimittaa ruokien mukana jääpaloja juomien valmistukseen. Onneksi huomasimme tämän ajoissa ja tapahtuman tuottaja Katri lähti ostamaan jääpaloja lähimmästä Hesburgerista.

Illan dj sekä pokeripöydän pitäjä Tomi saapuivat paikalle kello 17.30. Tehtävänäni oli vastaanottaa heidät ja auttaa laitteiden ja tavaroiden pystyttämisessä. Lisäksi somistin samalla Magiton juhlatilan yläkerta huoneen pokeri-aiheisilla kuvilla, valoverkolla ja LED-valo nauhalla. Kaikki ei kuitenkaan sujunut ongelmitta, sillä dj:llä oli vaikeuksia saada kytkettyä laitteitaan Magiton äänentoistojärjestelmään. Selvisi, että äänentoistojärjestelmä ei aivan vastannut sitä mitä Magiton pitäjä Ossi oli sanonut. Onneksi Ossi oli paikalla ja yhdessä dj:n kanssa laitteet saatiin kuin saatiinkin toimimaan. Lisäksi puhemikrofonin kanssa tuli jo testausvaiheessa ongelmia, kun se rätisi ja vinkui välillä. Onneksi Ossilla oli tilassa ylimääräinen mikrofoni, jolla korvattiin aikaisempi. Tekniikkaongelmat saatiin ratkaistua. Juho ja minä viritimme projektorin ja heijastimme sen kuvan buffetpöydän yläpuolelle. Olin tehnyt asiakasta varten Las Vegas -aiheisen diaesityksen, jonka tarkoituksena oli luoda tunnelmaa koko illan ajan.

Viime hetkellä ennen tilaisuuden alkua Hanni sekä tapahtumatuottaja Katri lähtivät juhlatilasta kotiin. Kello 17.40 työharjoittelijat Juho ja Heidi valmistelivat kuohuvii-nit laseihin vieraiden saapumista ja tervetuliaismaljaa varten. Samaan aikaan kävin sytyttämässä ulkotulet ja rullasin punaisen maton oven eteen sekä pystytin reunusköydet maton vierelle. Muutama minuutti ennen kellon lyödessä kuutta, kävin vielä jokaisen henkilön kanssa illan käsikirjoituksen läpi. Lisäksi kävin varmistamassa mm. dj:n aloitusmusiikin ja pokeripöydän jakajan Tomin kanssa hänen juontonsa palkitsemistilaisuudesta. Tomi lähti käymään läheisessä kahvilassa ennen vieraiden saapumista paikalle, sillä Magiton yläkerran pelihuoneen avasi ovensa vieraille vasta kello 19.30. Tapahtuman rakennus sujui mielestäni hyvin, sillä pysyimme aikataulus-sa, vaikka rakennukseen oli varattu vain kolme tuntia aikaa. Tekniikan kanssa olleet ongelmat stressasivat ja aiheuttivat ylimääräistä draamaa jo itsessään hektiseen tilanteeseen. Onneksi kuitenkin Ossi oli paikalla varmistamassa dj:n kanssa tekniikan sujuvuuden.

Tapahtumatilan rakennusvaihe sujui paljon nopeammin kuin Ciscon Las Vegas -tilaisuuden rakennus, sillä tiesimme mitä somisteita käytetään milläkin tavalla ja mihin eri somistuselementit kuului laittaa.

### 7.2.2 Tapahtuma

Tilaisuus oli määrätty alkavaksi kello 18.00 ja yritys X:n toimitusjohtajan sihteeri tulikin tarkistamaan juhlatilan valmiuden ennen muiden vieraiden saapumista. Kyse-  
lin samalla asiakkaalta kuulumisia ja varmistin, että heidän suunnitelmat illan osalta eivät olleet muuttuneet ja että tapahtuman visuaalinen ilme vastasi asiakkaan toiveita. Tämän jälkeen vieraat saapuivat Magitolle. Vastaanotin ja toivotin tervetulleeksi jokaisen vieraan ja ohjasin heidät jättämään ulkovaatteet naulakoille. Vaihdoin myös muutaman sanan yritys X:n toimitusjohtajan kanssa. Työharjoittelijamme Juho ja Heidi tarjoilivat lasinkuohuvaa jokaiselle vieraalle heti naulakoiden jälkeen. Yllätykseksemme jokainen vieras oli pukeutunut Las Vegas -teemaan sopivalla tavalla, joka osakseen kruunasi yleistä tunnelmaa. Virallisesti tilaisuus pääsi alkamaan kello 18.15 yritys X:n toimitusjohtajan pitämällä alkumaljapuheella.

Buffetpöytä oli jo valmiiksi katettu. Vieraat aloittivat ruokailun noin kello 18.30. Olimme jo vieneet valmiiksi pöytiin viinicoolereihin ruokajuomat, mutta niiden täytöstä huolehdin minä koko ruokailun ajan. Työharjoittelija Heidi puolestaan huolehti kello 20.30 asti baarista. Baarin pöydälle oli lisäksi katettu jälkiruoka ja kahvi- sekä teeastiat. Kahvin kanssa sai baaritiskiltä pyytämällä avecin, vaihtoehdot olivat amaretto-likööri, viski ja konjakki. Kun ensimmäinen kierros buffetista oli mennyt, kävin lisäämässä ruokaa ja siistin samalla buffetpöytää, toista kierrosta varten.

Hieman ennen kello 19.30 ruokailun päätyttyä, pokeripöydän pelinjakaja Tomi saapui paikalle. Ilmoitin asiasta dj:lle, joka kuulutti mikrofonilla pokeripelihuoneen avatuksi. Vieraat siirtyivät pelihuoneeseen, tanssilattialle, baaritiskille tai pöytiin seurustelemaan. Ihmisten levittäytyttyä tilaan, pääsin helposti korjaamaan astioita ruokapöydistä. Samanaikaisesti kysyin yritys X:n toimitusjohtajan sihteeriltä, haluaisivatko he mahdollisesti, että työharjoittelijamme Juho ottaisi illan aikana heistä valo-



kuvia järjestelmäkamerallaan. Asiakas innostui ideasta, ja niinpä Juho pääsi valokuvaamaan illan aikana ihmisiä ja tunnelmaa. Kello 20.15 päästin Heidin syömään, jonka jälkeen Heidi poistui tilaisuudesta. Juho otti hoitaakseen baarin ja minä purin buffetpöydän. Jätin pöydälle muutamia sormiruokia siltä varalta, jos vieraille sattuisi yllättämään pikkunälkä vielä myöhemmin illasta. Muun henkilökunnan ruokailu tapahtui vuorotellen ilta yhdeksän jälkeen, paitsi Tomin, joka pääsi syömään vasta valomerkin aikaan kello 23.30.

Las Vegas -aiheinen tietovisa päättyi kello 22.30, josta dj vielä kuulutti vieraille. Tarkistin kaikki vastauslomakkeet läpi, ja eniten oikeita vastauksia saanut voittaja löytyi. Magiton yläkerran pelihuone sulki ovensa kello 22.50, jonka jälkeen olisi ollut tarkoitus julistaa pokeripelin sekä visailun voittajat. Yritys X oli keksinyt tähän väliin heidän henkilökunnan välisen oman kilpailun, nimittäin Mr. & Ms. Las Vegasin, jossa he huutoäänestivät vieraiden keskuudesta voittajat. Heti tämän perään minä sekä Tomi kruunasimme Las Vegas -tietäjän ja pokeripelin voittajan pulloilla kuohuvaa. Ilta alkoi olla päättymässä. Olimme asiakkaan hyväksymässä tarjouksessa ilmoittaneet valomerkin kello 23.30, mutta kun dj kuulutti illan päättyneeksi ja lopetti musiikin soittamisen, vieraat eivät olleet tyytyväisiä. Toimitusjohtajan sihteeri tuli luokseni ja vaati saada musiikin takaisin, niin että se jatkuisi puoleen yöhön asti. Kävimme hänen kanssaan keskustelua siitä, mitä valomerkki yleisesti ottaen tarkoittaa ja kuinka he olivat hyväksyneet tarjouksen ja mm. siihen sisältyvän aikataulun. Lopulta minulla ei ollut muuta vaihtoehtoa kuin käskeä dj takaisin soittamaan musiikkia vielä 20 minuuttia. Taksit saapuivat pihaan samanaikaisesti, josta ilmoitin asiakkaalle. Hän kuitenkin sanoi, etteivät lähde juhlatilasta ennen puoltayötä. Jouduin selvittämään tilanteen niin taksin kuljettajille kuin dj:lle. Lisäksi tilannetta ei auttanut se, että olimme suunnitelleet tilan purun alkavan kello 23.45, jolloin somistaja Hanni, catering sekä tuottaja Katri saapuivat tilaan purkuavuksi.

### 7.2.3 Purkuvaihe

Juhlatilan purku ei alkanut suunnitelmien mukaan. Pääsimme purkamaan tilaa vasta puolenyön jälkeen, vaikka tilassa oli vielä vieraita, mutta emme voineet enää odottaa. Cateringillä oli kiire saada tilasta astiastot ja pöytäliinat nopeasti pois, jotta ne olisi-

vat käyttövalmiina aamulla. Asiakas oli hyväksynyt tarjouksen ja budjetti oli näin ollen lyöty lukkoon. Onneksi kuitenkin Funk Productionilla on hyvät yhteistyökumppanit ja esimerkiksi dj ei veloittanut ylimääräisestä 20 minuutin musiikin soitosta. Kun viimeisetkin vieraat olivat päässeet turvallisesti taksiin, purkutiimimme alkoi todella rivakkaan tahtiin purkaa somistusta, kasaamaan pöytiä ja tuoleja.

Tuottaja Katri saapui tilaan auttamaan cateringiä saamaan nopeasti astiastot pois. Olin soittanut Kattrille tapahtuman aikana ja pyytänyt, että hän toisi mukanaan toimistoltamme siivoustarvikkeita, sillä juhlavieraiden vaatteista oli irronnut koko tilaan paljon höyheniä. Jottei ylimääräisiä kustannuksia tulisi, imuroin tilan sekä pesin lattiasta pahimmat läikkyneet juomat ja ruuat pois. Catering sekä Katri saivat nopeasti astiastot kerättyä ja pakattua ne autoon. He lähtivät tilasta noin kello 00.30, samoihin aikoihin dj ja pelipöytien omistaja Tomi saivat tavaransa pakattua ja poistuivat tilasta. Somistajamme Hanni ja Juho keskittyivät somistustarvikkeiden purkamiseen, kun minä puolestaan keskityin tilan siivoamiseen. Lopuksi tarkistimme, että kaikki sähkölaitteet olivat pois päältä ja sammutimme tilasta valot. Ossi oli antanut minulle koodin, jonka avulla sain hälytysjärjestelmän laitettua päälle ja lukittua ulko-oven. Juho oli sillä aikaa lastannut kaikki toimistomme varastoon menevät tavarat autooni ja lähdimme yhdessä toimistollemme. Lopulta pitkä työpäivä päättyi kello 02.00 ja pääsimme Juhon kanssa tyytyväisin mielin kotiin.

## 8 TAPAHTUMIEN JÄLKIMARKKINOINNIT

Jälkimarkkinointi on Vallon ja Häyrisen (2012, 157) mukaan 15 prosenttia koko tapahtumaprosessista. Vaikka tapahtuma on ohi, tapahtumanjärjestäjän työ vielä jatkuu. Vieraita on muistettava jälkihoitaa eli suorittaa jälkimarkkinointia. Huolimattomasti tehty jälkihoito, eli vieraiden kiittämättä tai muistamatta jättäminen, on merkki siitä, ettei tapahtumaa ole suunniteltu alussa huolellisesti. Tapahtumanjärjestäjä pystyy hyvällä jälkihoidolla pidentämään tapahtuman arvoa ja tapahtuman synnyttämää muistijälkeä vierailijoissa. Yksinkertaisimmillaan se voi olla kiitoskirjeen tai -kortin, ystävällisen sähköpostiviestin tai lahjan toimittaminen, joka varmasti riittää nosta-

maan hymyn huulille. (Muhonen & Heikkinen 2003, 125.) Teeman mukaan valittu pieni liikelahja tai muisto kruunaa onnistuneen tapahtuman. Lahja voidaan antaa tullessa tapahtumaan, tapahtumasta poistuttaessa tai toimittaa jälkikäteen. Hyvä on kuitenkin muistaa toimittaa lahja kahden viikon kuluessa tapahtumasta. Lahjan ei tarvitse olla iso tai kallis, vaan paras lahja on sellainen, joka muistuttaa tapahtuman teemasta ja järjestäjän organisaatiosta. (Vallo & Häyrinen 2012, 182–183.)

Tapahtuman suunnittelussa ja varsinkin sen toteuttamisessa on usein paljon työvoimaa: yhteistyökumppaneita, alihankkijoita ja esiintyjiä. Hyviin tapoihin kuuluu myös muistaa niitä, jotka ovat olleet luomassa itse tapahtumaa. Erityisesti silloin on huomaavaista kiittää tapahtuman tekijöitä, jos osallistumis palaute on ollut kiitettävää tai jos tapahtuma on ylittänyt tavoitteet. Tapahtumajärjestäjät osoittavat tällä tavalla tapahtuman mukana olleille arvostavansa heidän panostustaan ja osallistumistaan. Tapahtuman järjestämiseen tarvitaan jokaista, ja saumaton yhteistyö sekä sitoutuminen projektiin usein kruunaavat koko tapahtuman – se erityisesti ansaitsee kiitokset! (Vallo & Häyrinen 2012, 181.)

Tapahtumajärjestäjän tehtävänä on lisäksi jälkimarkkinoinnissa kerätä tapahtumasta palaute. Jokaisesta tapahtumasta oppii. Palautteen avulla pystytään selvittämään se, oliko tapahtuma onnistunut ja päästiinkö asetettuihin tavoitteisiin. (Vallo & Häyrinen 2012, 246.)

Molempien tapahtumien jälkimarkkinointi toteutettiin heti tapahtuman jälkeen. Kaikkia yhteistyökumppaneita kiitettiin ja heille annettiin palautetta. Lisäksi tapahtumien jälkeen tapahtumien tuottaja Katri keräsi asiakkailta palautetta sähköpostitse. Tämän opinnäytetyön tutkimustehtävää varten tein asiakkaille vielä lisäksi kyselylomakkeet. Kyselyiden avulla pyrin saamaan lisätietoa siitä olivatko tapahtumat asiakkaiden mielestä onnistuneet ja päästiinkö tavoitteisiin. Lisäksi pyrin selvittämään pitivätkö asiakkaat tapahtumia juuri heille räätälöitynä ja vaikuttiko tapahtuman uudelleen myynti valmiina pakettina sen onnistumiseen yritys X:n tapauksessa. Kyselylomakkeista kerron luvussa kymmenen.

## 8.1 Cisco jälkimarkkinointi

Ciscon Las Vegas -tapahtuman jälkimarkkinointi aloitettiin heti seuraavana päivänä itse tapahtumasta eli keskiviikkona 28.08.2013. Tapahtumantuottaja Katri lähetti Merja Kössille kiitosviestin sekä kysyi samalla palautetta juhlista. Merja (Kössi sähköposti 28.8.2013) vastasi sähköpostiviestiin seuraavalla tavalla:

*”Hei Katri, lämpimät kiitokset eilisten ”Cisco goes Las Vegas” -kekkereiden järjestelyistä. Palaute on ollut erittäin mieluisaa koko henkilökunnalta ja pääällimmäisimpänä yllätyksellisyys: miten meidän toimistolla pystyttiin luomaan niin Las Vegas -fiilis: Hannille ja koko tiimille suuret kiitokset. Miss Divet Show sai ihan huikeaa palautetta – tykättiin todella paljon. Erityiskiitosta Markolle siitä, että pystyi niin huikean show’n skaalaamaan Silja Serenaden –kokoisesta speaktaakkelista Perkkaan toimiston aulaan – suuret suuret kiitokset. Tänne syntyi kokonainen Miss Divet fanikerho. Ruoka oli ihan erittäin erittäin hyvää ja todella suurella pietetillä ja teeman mukaisesti tehtynä – kuppikakkujen yksityiskohtaista koristelua myöten. Sekä normi-että kasvisruoka olivat super ja molemmat saivat suurta kiitosta. Lähtökohtaisesti oli ollut pieni pelko ilmassa, kääntyykö koko homma myötähäpeän puolelle, mutta todettiin, että se oli turha pelko ja kekkerit olivat huikeat – eli nappiin meni. Ja Yökyöpelissä olimme tappiin asti. Vielä kerran KIITOS!”*

Asiakkaan muistaminen ei jäänyt ainoastaan pelkkään kiitosviestiin, sillä Katri lähetti Merjalle kuohuviinipullon kiitokseksi tapahtumasta. Kiitosviestin ja -lahjan tarkoituksena oli myös kiittää Merjan antamasta palautteesta ja siitä, että Cisco on Funk Productionin pitkäaikainen asiakas. Funk Productionin ammattimainen toiminta tapahtumajärjestäjänä ja asiakkaasta välittäminen kantavat pitkälle, sillä nyt Funk Production on suunnittelemassa Cisco Systems Finlandille useita tapahtumia vuodelle 2014.

Heti Merja Kössiltä saadun palautteen jälkeen, pidimme henkilökunnan kanssa palaverin. Keskustelimme siitä kuinka hyvin mielestämme tapahtuma oli sujunut ja mitä asiakas oli mieltä tapahtumasta. Lisäksi kävimme läpi niitä havaintoja, joita olin tehnyt tapahtuman aikana. Pystyimme kaikki keskustelemaan siitä mikä oli omasta mielestä mennyt hyvin ja mikä huonosti. Lisäksi Katri antoi minulle palautetta tapahtuman järjestämisestä, joka oli kaikin puolin positiivista. Puolestaan minun tehtävänäni

oli antaa palautetta tapahtuma-assistenteille Juholle, Inkalle ja Heidille. Mielestäni tiimimme toimi hyvin yhteen ja se näkyi koko tapahtumassa, vaikka tosin aina pientä petrauksen varaa oli itse kullakin. Palautteen annon ja palaverin jälkeen otin yhteyttä kaikkiin tapahtuman osallistuneisiin yhteistyökumppaneihin niin esiintyjä Marko Vainioon kuin myös cateringiin. Kiitin kaikkia sähköpostiviestillä ja lisäsin Merjan antamasta palautteesta kommentteja viesteihin. Kaikki sujui mielestäni yhteistyökumppaneiltamme loistavasti, ainoana miinuksena oli cateringin myöhästyminen aikataulusta, josta ilmoitin heille. Muuten muille yhteistyökumppaneille ei ollut aihetta antaa kritiikkiä.

Tapahtumantuottaja Katri keskusteli vielä jälkeinpäin Merja Kössin kanssa siitä, miksi emme olleet ottaneet tilaisuuteen mukaan mikrofonia äänentoistojärjestelmään. Merja kuitenkin kertoi, että mikrofonin puuttuminen, oli hänen oma virheensä, sillä hän oli unohtanut mainita meille, että sellainen tarvittaisiin mukaan äänentoistojärjestelmään. Onneksi kuitenkin Merja Kössi ymmärsi, ettemme voi olla ajatuksen lukijoita ja ensi kerralla olisi hyvä käydä läpi myös se, mitä ohjelmaa asiakas itse suunnittelee tilaisuuteensa, jottei väärinkäsityksiä sattuisi.

## 8.2 Yritys X jälkimarkkinointi

Yritys X:n kohdalla jälkimarkkinointi käynnistettiin vasta muutaman päivän päästä juhlista, sillä juhlapäivä oli perjantai ja toimistomme on suljettu viikonloppuisin. Maanantaina 18.11.2013 tapahtuman tuottaja Katri lähetti yritys X:n toimitusjohtajansihteerille kiitosviestiä ja kysyi samalla tapahtumasta palautetta sähköpostitse. Lisäksi, koska joulukuusi oli lähellä, lähetimme yritys X:lle kiitokseksi Funk Productionin joulukortin sekä pullon glögiä. Yritys X:stä toimitusjohtajansihteeri (Yritys X:n toimitusjohtajan sihteeri sähköpostilla 19.11.2013) vastasi sähköpostitse palautetta juhlista seuraavalla tavalla:

*”Hei, juhlat menivät oikein hienosti ja paikka oli somistettu hyvin teemaan sopivaksi. Ihmiset viihtyivät hyvin. Ja teidän henkilökunta oli oikein asiakaspalveluhenkistä. Pelipöytä ja jakaja olivat myös onnistuneita valintoja. Palautetta annan kuitenkin siitä, että dj lopetti jo 23.30. Jatko sitten pari biisiä, kun kävin pyytämässä. Lisäksi teidän henkilökunta alkoi siivoamaan paikkoja, vielä kun meillä oli juhlat kesken.*

*Maksoimme kuitenkin lisätunnista, että juhlat jatkuvat 24.00. Kaiken kaikkiaan kuitenkin kaikki meni loistavasti. Kiitos!”*

Selvitimme asiakkaan kanssaan tapahtuneen väärinkäsityksen siitä, mitä valomerkillä tarkoitimme heidän hyväksymässään tarjouksessa. Asiakas tuntui ymmärtävän sen, että inhimillisiä erehdyksiä ja väärinymmärryksiä sattuu ja tapahtuu kaikille. Hän oli onneksi iloinen siitä, että dj suostui jatkamaan iltaansa. Opin tästä sen, että nykyään kirjoitan tapahtuman aikatauluun ”valomerkki (musiikki loppuu ja vieraita valmistellaan lähtöä varten)” näin toivon, ettei samanlaista väärinymmärrystä tapahtuisi enää toiste.

Tiistaina 19.11.2013 pidimme henkilökuntamme kesken lyhyen palaverin yritys X:n tilaisuudesta. Kävimme läpi asiakkaan antaman palautteen ja keskustelimme tapahtumasta yleisesti, mitä jäi hampaan koloon, missä olisi halunnut petrata omaa suoritustaan ja missä onnistuimme. Kaikin puolin mielestäni onnistuin hyvin luomaan yritys X:lle tapahtuman, vaikka tapahtuma oli pakettina myyty ja käytetty samoja elementtejä kuin Ciscon tilaisuudessa. Lisäksi mielestäni tiimimme toimi jälleenkerran hyvin yhteen. Palaverin jälkeen kirjoitin palautetta sähköpostitse yhteistyökumppaneillemme ja lisäksi lähetimme heille kaikille joulu/kiitoskortit. Dj pyysi myös minua välittämään hänen palautteensa juhlatila Magitolle äänentoistojärjestelmän puutteista.

## 9 HAVAINNOINNIT TAPAHTUMISSA

Havainnointi on kaiken tieteellisen työskentelyn perusedellytys ja se merkitsee systemaattista tietojen kokoamista ja tieteelliseen työskentelyyn suuntautuvaa toimintaa. Havainnointi eli observointi on siis tiedonkeräämistä aistien avulla. Havaintoja tehdään myös tavallisessa elämässä ja siksi observointimenetelmän käyttö tutkimuksissa täytyy olla hyvin ennakkoon suunniteltua, jotta tietojen kokoaminen on systemaattista ja tieto on luotettavaa sekä tarkkaa. Havainnoinnin avulla saadaan tietoja henkilön tilasta, ympäristöstä, erilaisista toiminnoista, tottumuksista, taidoista ja verbaalisesta

sekä nonverbaalisesta viestinnästä. (Kajaanin ammattikorkeakoulun www-sivut 2013.)

Havainnointia pidetään kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen toisena yleisenä tiedonkeruumenetelmänä. Havainnointi ainoana tiedonkeruumenetelmänä on analyysin kannalta haasteellista. Muunlaisten aineistonkeruumenetelmien yhdistäminen havainnoinnin kanssa on monesti suuritöinen ja aikaa vievä, mutta hyvin tehokas tapa. Tutkittavasta ilmiöstä haluttavaa tietoa voidaan monipuolistaa havainnoinnin avulla. Havainnointi on perusteltu tiedonhankkimismenetelmä, jos tutkittavasta ilmiöstä tiedetään hyvin vähän tai ei ollenkaan. (Pitkäranta 2010, 110.)

Havainnoinnin etuina nähdään se, että sen avulla saadaan välitöntä tietoa yksilöiden, ryhmien ja organisaatioiden toiminnasta ja käyttäytymisestä tutkittavien luonnollisessa ympäristössä. Menetelmänä se mahdollistaa muun muassa vuorovaikutuksien tutkimisen, ja silloin kun tilanteet ovat nopeasti muuttuvia ja vaikeasti ennakoitavia. (Kajaanin ammattikorkeakoulun www-sivut 2013.)

Havainnoinnin muodot voidaan jakaa kahteen eri kategoriaan systemaattiseen ja osallistuvaan havainnointiin. Systemaattista eli suoraa havainnointia käytetään silloin, kun tutkija haluaa tarkkailla tapahtumia ja tilanteita ilman, että tutkittavat välttämättä tietävät hänen läsnäolostaan. Tavallisesti suora havainnointi tehdään rajatuissa tiloissa, esimerkiksi laboratoriossa tai luonnollisessa tilanteessa, kuten työpaikoilla. Jos tutkija haluaa, että tutkittavat tietävät hänen läsnäolostaan on kyseessä tällöin avoin suora havainnointi. Tutkija voi myös kätkeytyä näkymättömiin, jolloin kyseessä on piilohavainnointi. Osallistuvasta havainnoinnista puhutaan silloin, kun tutkija pyrkii osallistumaan tutkittavien toimintaan. Usein osallistuvat tutkimukset ovat kenttätutkimuksia, joissa tutkija ikään kuin pyrkii pääsemään havainnoitavan ryhmän jäseneksi. (Kajaanin ammattikorkeakoulun www-sivut 2013.)

Tapahtumasta kannattaa kerätä suullista palautetta, sillä ihmisillä on usein taipumus kirjoittaa muodollisempaa tekstiä kuin mitä he ajattelevat tai puhuvat. Vaikka tapahtumasta kerättäisiinkin kirjallisesti palaute tapahtuman jälkeen, niin kaikki se suullinen tieto ja palaute, jota tapahtuman aikana sanotaan ääneen tai isännille kerrotaan, on hyvä koota yhteen ja käydä myöhemmin läpi. (Vallo & Häyrynen 2012, 186.)

Ciscon sekä yritys X:n tapahtumissa käytin menetelmänä avointa suoraa havainnointia, sillä olin molemmissa tilaisuuksissa läsnä tapahtumien ajan. Uskon, että osa tutkittavista eli vieraista ymmärsi, että tein havaintoja heistä. Oletan lisäksi, että osa vieraista puolestaan luuli, että olin vain järjestämässä tapahtumaa ja katsomassa, että kaikki sujuisi hyvin. Havainnoinnit mahdollistivat sen, että erilaisiin yllättäviin tilanteisiin pystyin reagoimaan nopeasti tapahtumien aikana. Havainnoinnit kohdistin tilaisuuksien aikana vieraiden käyttäytymiseen, siihen miten he reagoivat tilanteisiin ja asioihin eleillään tai sanoillaan. Havainnointien avulla kyselylomakkeen kysymykset rakentuivat ja tarkentuivat paremmiksi. Ciscon sekä yritys X:n kyselyn vastaukset ymmärsin paremmin, sillä tiesin mitä illan aikana oli tapahtunut. Lisäksi sain jo ennalta tietoa siitä, miten vieraat olivat kyselyssä oleviin asioihin reagoineet tapahtumissa. Seuraavissa alaluvuissa käsittelen molempien tapahtumien havainnointien tuloksia.

### 9.1 Ciscon Las Vegas -tapahtuman havainnointi

Cisco Systems Finlandin Las Vegas -tapahtumassa havainnoinnista esiin nousivat somistus, ruoka ja esiintyjä Miss Divet. Pääosin vieraat olivat tapahtuman ajan hämmästyneitä, yllättyneitä, iloisia ja tyytyväisiä. Vieraiden odotukset tapahtumasta ylitettiin. Seuraaviin kappaleisiin olen koonnut muutamia havaintoja tapahtumasta, vieraista ja heidän kommenttejaan.

Vieraat puhuivat paljon tilan somistuksesta varsinkin alkuillasta. Monet vieraista hämmästyivät ja ihmettelivät yleistä visuaalista tunnelmaa, kun he saapuivat ensimmäisen kerran juhlatilaan. Eräs juhlavieraista huudahti nähdessään tilan: ”*Vau, tosi upeen näköstä!*”. Vieraiden saadessa alkumaljat, lähtivät monet uteliaina kiertelemään tilaa. Osa vieraista jäi niin sanottuun aulatilaan alkumaljalasi kädessä seurustelemaan muiden vieraiden kanssa ja puhumaan somistuksesta. Tapahtuman aikana useaan otteeseen Solo-neuvotteluhuoneesta kuului iloista naurua. Pahviset Elvis- ja Marilyn Monroe -nuket saivat somistetussa ”kappelissa” paljon iloa aikaiseksi. Buffetpöydän somistuksessa käytetyt isot arpakuutiot saivat myös osakseen hämmästelystä ja ihastelua: ”*Ihanat nää (arpakuutiot), mistähän nää on tehty?*”.



Buffetpöydän ruoka oli yleisesti vieraiden mielestä hyvää. Monet kävivät hakemassa ensimmäisen kerran jälkeen ruokaa lisää. Eräs juhlavieras sanoikin minulle: *”Oli niin hyvää, et kehtaisko sitä käydä hakemassa lisää.”* Konditorialta tilaamamme kuppikakut saivat ihastelua ja kommentointia muun muassa: *”Ei raaskis syödä, kun on niin hienosti koristeltu”*. Kuppikakut maistuivat vieraille, sillä buffetin jälkeen yhtäkään kuppikakkua ei jäänyt jäljelle. Cateringin tarjoilijoiden ja kokin kerätessä ruokailuasiastoja pois, monet vieraat kiittivät heitä hyvästä ruuasta.

Tapahtuman esityksnumero Miss Divet Show pidettiin vieraille yllätyksenä. Vieraat olivat kuulleet ja lukeneet tapahtuman aikatauluista, että illan kruunaa esitys. Kun kävin tapahtuman aikana Marko Vainion luona takatiloissa, monet vieraat kyselivät minulta: *”Mitäs salaisuuksia siellä on?”* ja *”Onko siellä se meidän yllätysnumero?”* Ihmiset olivat uteliaita ja malttamattomia. Kun esityksen h-hetki lähestyi ja kävin kuuluttamassa siitä vieraille, monet suuntasivat heti niin sanottuun aulatilaan. Ihmiset taputtivat tahdissa innokkaina, kun Miss Divet Show’n musiikki alkoi soida. Kun Marko tuli lavalle ensimmäisen kerran, ihmiset hurrasivat ja vislasivat. Koko show’n ajan vieraat hymyilivät, hurrasivat ja taputtivat. Osa jopa tuli lavalle Markon kanssa tanssimaan. Kaikki vieraat näyttivät nauttivan show’sta. Show’n loputtua vieraat huusivat yhteen ääneen useampaan kertaan: *”We want more! (Me haluamme lisää!)”* Marko tuli lavalle ottamaan kiitokset vastaan kumarruksin. Lopuksi hän vielä sanoi vieraille: *”Te ootte ihan mahtava yleisö. Tänään on tiistai ja teillä on aivan huikea fiilis päällä! Kiitos kaikille!”* Marko sai raikuvat aplodit ja esityksen jälkeen monet tulivat henkilökohtaisesti takatilaan kiittämään halauksin ja kättelyin Markoa.

Tapahtuman tiloihin oli jokaisen neuvotteluhuoneen oveen teipattu tapahtuman aikataulu, jotta vieraat tietäisivät mitä tapahtuisi ja milloinkin. Koska ihmisiä oli paljon tilassa, jäivät aikataulut väen paljouden taakse piiloon. Monet vieraat kysyivät minulta ja muilta työntekijöiltämme milloin esitys alkaisi, koska bingo käynnistyisi jne. Aikataulut olisi pitänyt sijoittaa tilaan paremmin, jotta ihmiset olisivat nähneet ne. Vaihtoehtoisesti aikataulu olisi voitu heijastaa projektorilla aulatilán valkoiselle seinälle.

Myös bingo oli menestyksekäs. Bingo-neuvotteluhuone oli tupaten täynnä ihmisiä ja monet halusivat osallistua pelaamiseen. Tähän reagoimme illan aikana, sillä vieraiden pyynnöstä järjestettiin ylimääräinen bingokierros, jotta kaikki halukkaat pääsivät mukaan pelaamaan. Las Vegas -visailupiste jäi monelta vieraalta huomioimatta, vaikka se sijaitsikin välittömästi aulatilaa ja bingo-pelihuoneen tuntumassa. Reagoin välittömästi asiaan. Ohi kulkeville ihmisille kerroin visailusta, lisäksi kävin jakamassa ihmisille visailulomakkeita. Kaikki henkilöt osallistuivat, joille tarjosin visailulomaketta. Visailu oli myös pidetty ja varmasti palkinto houkutteli vieraita. Lopulta palautettuja visailulomakkeita oli 59 kappaletta. Vastausprosentti oli 86,8, mikä osaltaan kertoi asiaan reagoinnin toimineen ja visailun suosiosta.

Mikrofonin puuttuminen äänentoistojärjestelmästä, oli ainoa asia, joka stressasi ja kiristi tunnelmaa, varsinkin Merja Kössiä ja heidän karaoke laulajaansa sekä tietysti minua. Onneksi muut vieraat eivät asiasta pahastuneet tai edes huomanneet. Yleinen ilmapiiri oli rento ja iloinen. Vieraat menivät pelaamaan bingoa tai seurustelemaan keskenään, samaan aikaan kun ratkoimme ongelmatilannetta.

## 9.2 Yritys X:n Las Vegas -tapahtuman havainnointi

Yritys X:n Las Vegas -pikkujoulujen havainnoinnissa esille nousivat: somistus, pokeripeli ja musiikki. Vieraiden odotukset näistä tapahtuman kategorioista ylitettiin. Pääosin tunnelma oli koko illan ajan iloinen ja yllättynyt. Vieraat näyttivät nauttivan tapahtumasta. Lisäksi huomasin, kuinka kaikki vieraat olivat panostaneet ja olivat mukana Las Vegas -teemassa. Kaikki vieraat olivat pukeutuneet teemanmukaisesti.

Toimitusjohtajan pitämästä alkumaljapuheesta selvisi myös miksi odotettu henkilömäärä juhliin putosi lähes 50 prosentilla. Yritys X:ssä oli käynnissä YT-neuvottelut henkilöstön vähentämisestä, jonka vuoksi osa vieraista oli halunnut jättää tulematta pikkujouluihin.

Yritys X:n toimitusjohtajan sihteerin assistentti, joka oli ollut katsomassa tilaa aikaisemmin, kommentoi somistusta minulle seuraavasti: ” Ei kyllä uskoisi tätä samaksi tilaksi. Ihan kuin Las Vegasissa olisi, on niin hienosti kaikki laitettu ihan meitä var-

ten.” Vieraiden saapuessa tilaan monet vieraat näyttivät yllättyneiltä. Ihmiset ihastelivat tilan somistuksen visuaalisuutta. Ruokapöytien pelikorttiaselmat hämmästyttivät vieraita ja erä vieras kommentoi muille: ”*Tosi hauska idea.*” Buffetpöydän yläpuolelle projektorilla heijastettu diaesitys Las Vegas -aiheisista kuvista sai osakseen huomiota ja ihastelua. Yhdessä diaesityksen kuvassa luki teksti ”Yritys X Welcome to Fabulous Las Vegas”, johon yksi vieraista kommentoi: ”*Meidän logokin on laitettu tuonne mukaan.*” Somistuksessa käytetyt pienet tekopalmut sopivat somistukseen hyvin, mutta kaatuilivat illan aikana useita kertoja pienestäkin kosketuksesta. Loppuillasta siirsin palmut sivummalle, jotta ihmiset eivät kompastelisi niihin.

Pokerihuoneen avatessa ovensa ruokailun jälkeen, ryntäsivät innokkaimmat heti pelaamaan. Pokeripeli oli erittäin suosittu ja vieraiden mieleen. Pelipöydässä ei ollut illan aikana ainuttakaan tyhjää pelipaikkaa. Osa vieraista pelasi pokeria useamman pelikierroksen ajan. Myös naiset innostuivat pelaamaan pokeria, ennakkoluuloistani huolimatta. Pokeripelin sulkeuduttua, useat naiset kyselivät: ”*Mihin se meidän ihana pelinhoitajamies(Tomi) oikein meni?*” Koska pokeri oli todella suosittu, olisi tilaan voitu ottaa toinenkin pelipöytä tai pidentää pokeripelin aikaa, jos se olisi mahtunut budjettiin.

Dj oli tilaisuudessa myös pidetty ja tärkeässä roolissa, koska esiintyjää ei tapahtumassa ollut. Dj:ltä vieraat kävivät useaan otteeseen toivomassa suosikkikappaleitaan, jotka dj soitti välittömästi. Ihmiset tanssivat useita tunteja ja näyttivät nauttivan musiikista. Tanssilattialla oli niin miehiä kuin naitakin.

Tila oli suhteellisen pieni ja ilmaa lämmittivät monet valot sekä tekniset laitteet, osa vieraista valitti kuumuudesta. Reagoin tähän avaamalla noin tunnin välein ulko-ovet auki aina muutamaksi minuutiksi, jotta ilma vaihtuisi. Jaoin Las Vegas -aiheisen visailun kysymyslomakkeet ruokapöydille, jottei vieraat epähuomiossa unohtaisi osallistua visailuun. Visailu oli erittäin pidetty ja vieraat pähkäilivät keskenään oikeita vastauksia. Vastausprosentti oli 100.

Yleisesti tunnelma tapahtuman ajan oli rento ja vieraat viihtyivät hyvin. Ainoa asia, joka hämmästytti ja jopa suututti osaa vieraista, oli valomerkki. Valomerkin jälkeen dj ei enää soittanut musiikkia. Yritys X:n toimitusjohtajan sihteerin pyynnöstä dj jat-

koi musiikin soittamista vielä 20 minuuttia valomerkin jälkeen, josta vieraat riemastuivat ja valtasivat tanssilattian.

## 10 PALAUTEKYSELYT

Laadullisen tutkimusmenetelmän kysymykset muotoillaan alkaviksi sanoilla mitä, miten ja miksi, jotta vastaajan on helpompi kuvailla tai selittää ajatuksiaan ja näkemyksiään. Aineistonkeruuna toimii joko kysely tai haastattelu. (Vilkka & Airaksinen 2003, 63.) Haastattelun tai kyselyn idea on yksinkertainen. Kun halutaan tietää, mitä ihminen ajattelee ja miksi, on järkevää kysyä asiaa häneltä. Kysely on sellainen menettelytapa, jossa tiedonantajat itse täyttävät heille esitetyn kyselylomakkeen joko valvotussa tilanteessa tai kotonaan. Haastattelu puolestaan tarkoittaa henkilökohtaista haastattelua, jossa tutkija esittää kysymykset suullisesti. Haastattelussa haastateltava vastaa suullisesti, kyselyssä kirjallisesti. (Pitkäranta 2010, 104.)

Toiminnallisessa opinnäytetyössä usein riittää niin sanottu suuntaa antava tieto, jonka vuoksi litterointi, nauhoittaminen tai puhtaaksi kirjoittaminen ei tarvitse olla yhtä välttämätöntä, täsmällistä ja järjestelmällistä kuin tutkimuksellisessa opinnäytetyössä (Vilkka & Airaksinen 2003, 63–64).

Tässä opinnäytetyössä käytetyssä kyselylomakkeessa koskevat kysymykset jaoin tapahtuman eri osa-alueisiin koskeviin kysymyksiin. Halusin varmistaa lomakkeen selkeyden ja loogisen etenemisen, jotta lomakkeeseen vastaavien asiakkaiden olisi helpompi tunnistaa tapahtumien eri osuudet ja niitä koskevat kysymykset. Lomakkeessa esitettiin vain avoimia kysymyksiä. Kysymykset ovat laadullisia kysymyksiä ilman vastausvaihtoehtoja, jolloin asiakkaat saivat kirjoittaa vastauksensa vapaasti. Lähetin kyselylomakkeet Ciscon Merja Kössille ja yritys X:n toimitusjohtajan sihteerille, sillä he olivat koko tapahtumaprosesseissa mukana eivätkä tapahtumien osallistujat. He tiesivät mistä asioista oli suunnitteluvaiheessa sovittu sekä miten ne toteutuivat. Lisäksi he olivat yrityksen puolesta tapahtumavastaavina, jolloin he olivat saaneet kuulla kollegoiltaan palautetta tapahtumastaan. Näin ollen he osasivat kertoa

kyselyssä oman sekä kollegoidensa mielipiteet, eikä minun tarvinnut lähettää lomaketta kaikille tapahtumien osallistujille. Tämän opinnäytetyön liitteenä 12 on kyselylomake, joka lähetettiin asiakkaille sähköpostitse.

Vallon ja Häyrisen (2012, 180) mukaan tapahtumanjärjestäjän tehtävänä on yksinkertaisesti täyttää tai mieluiten ylittää odotukset, ja jälkimarkkinointiin kuuluu aina palautteen kerääminen ja sen analysointi. Jos palautetta ei kerätä, ei odotusten täyttämistäkään saada tietoa. Palautteen avulla saadaan tietää, miten osallistujat kokivat tapahtuman, päästiinkö tavoitteisiin, mitä olisi voinut tehdä toisin ja mikä oli osallistujien mielestä tapahtumassa parasta. Palaute voidaan kerätä suullisesti kuten puhelimitse, kirjallisesti esimerkiksi sähköpostitse tai sähköisellä palautelomakkeella. Nykyisin hyvin toimiva vaihtoehto on kerätä palaute sähköpostilla. Palautteita analysoitaessa on muistettava, että vaikka totuus kirpaisisikin, totuus tulee tapahtuman osallistujan palautteesta, eikä siitä, miltä itsestä tuntui. (Vallo & Häyrisen 2012, 184–186.)

Cisco Systems Finlandilta kyselylomakkeeseen vastasi Merja Kössi. Yritys X:ltä palautekyselyyn vastasi toimitusjohtajan sihteeri. Molemmille asiakkaille kysymykset olivat samat. Kyselylomakkeet lähetin asiakkaille 7.1.2014. Lomakkeessa oli yhteensä 28 kysymystä. Molemmat asiakkaat vastasivat kaikkiin kysymyksiin. Kyselyssä oli kaksi alustavaa kysymystä. Tapahtuman suunnittelusta kysymyksiä oli kahdeksan. Itse tapahtumasta käsiteltäviä kysymyksiä oli kymmenen. Tapahtuman jälkimarkkinoinnista kysymyksiä oli kolme. Lopussa kyselyä oli täsmentäviä lisäkysymyksiä, joita oli viisi.

### 10.1 Cisco

Tapahtuman suunnittelusta Merja Kössi oli erittäin tyytyväinen. Merjan mukaan Funk Production otti hyvin huomioon heidän toiveensa, tavoitteensa ja viestinsä tapahtuman suhteen. Lisäksi yhteistyö sujui hänen mukaansa erinomaisesti. *”Yhteistyössä ei mitään ongelmaa. Minusta se meni erinomaisen hienosti kaikilta osin. Hui-mia ideoita pienellä kustannuksella.”* *”Odotukset ylittyivät ehdottomasti sekä ohjel-man että kokonaistoteutuksen suhteen.”*

Merjan mukaan asioita, joista ei keskusteltu palavereissa, puhelimitse tai sähköpostitse, otimme asiat hyvin proaktiivisesti huomioon. Lisäksi asiakas koki, että hän pysyi ajan tasalla tapahtuman muutoksista ja uusista ideoista. Erityisen tyytyväinen hän oli siihen, miten Funk Production hoiti budjettipäivitykset. Budjetit olivat tarkasti laadittuja ja yksityiskohtaisia. Jokaisen muutoksen jälkeen budjetit päivitettiin välittömästi, mikä näkyy asiakkaan tyytyväisyytenä tähän osioon.

Merja lisää vastauksiinsa monessa tapahtuman suunnitteluun liittyvissä kysymyksissä, että: *”Las Vegas tilattiin ja Las Vegas saatiin.”* Tapahtuman odotukset ovat hänen mielestään täyttyneet suunnittelun osalta. Tapahtuman suunnittelusta Merjalla ei ollut kritiikkiä.

Tapahtumien aikana tekemäni havainnot tukevat Merjan antamat kyselylomakkeen vastaukset. Lomakkeen itse tapahtumaosiossa kysyttiin tapahtuman yleisestä tunnelmasta, jota Merja kuvailee seuraavalla tavalla: *”Tunnelmahan oli mitä mainion. Porukka piti erittäin paljon ja oli hämmentynyt, miltä loppujen lopuksi näytti ja miten hyvin Vegasin tunnelma oli saatu ruokia, somistusta, ohjelmaa ja esiintyjää myöten luotua toimistoon.”*

Tapahtuman ohjelma oli pidetty. Kuten havainnoinneissani niin myös Merja kuvailee, kuinka bingo-pelihuone oli aivan täynnä ja ihmiset todella pitivät siitä. Kritiikkiä kuitenkin itse tapahtumasta tuli siitä, kuinka ihmisten olisi pitänyt puhua sujuvaa englantia. Tällä asiakas varmastikin tarkoittaa bingoa. Pokeripelien pelinhoitajat puhuivat todella sujuvasti englantia. Bingotyttö kertoi aina numerot ensimmäisenä suomeksi ja tämän jälkeen englanniksi. Koska neuvotteluhuoneessa oli paljon ihmisiä ja hälinää, ei bingotyön jälkimmäiset sanat numeroista englanniksi välttämättä kuulunut huoneen takaosaan. Muu ohjelma eli tässä tapauksessa visailu jäi asiakkaan mielestä hiukan muiden ohjelmien varjoon. Hänen mukaansa visailua olisi voitu tuoda esille enemmän tapahtuman kutsussa ja aikatauluissa.

Havainnointini tapahtuman somistuksesta, ruoasta ja esiintyjästä osuvat yhteen Merjan antamien vastuksien kanssa. Somistus vastasi hyvin siitä annettua suunnitelmaa ja toimi hyvin. Esiintyjä Marko Vainiosta ja hänen Miss Divet Show’staan kyselyssä

oli vastattu seuraavasti: *”No hei – kuka ei pitäisi hänestä. Drag Show oli juurikin teemaan sopiva ja meidän toimitusjohtajaltakin lähti hiukan niin sanotusti sokka irti, eikä voinut olla osallistumatta ohjelmaan. Voi luoja!”* Ilman illan esitystä tilaisuus olisi voinut jäädä vaisuksi. Miss Divet Show oli selvästi illan kohokohta ja erittäin onnistunut valinta Las Vegas -teemaisiin juhliin. Ruoka oli Merjan mukaan erittäin hyvää. Catering täytti odotukset ja toimi hyvin, vaikka tila ei ollut catering-yrityksen toiminnan kannalta ideaali. Erinomaisesti valmistetut ruuat maistuivat jokaiselle vieraille.

Funk Productionin henkilökuntaa kehuttiin ammattilaisiksi. Lisäksi tapahtuman aikataulu ja siitä kiinni pitäminen tapahtuman aikana toimi asiakkaan mielestä täysin moitteettomasti, vaikka aikataulu olikin tiukka. Tapahtuman aikana esitettävistä kysymyksistä siisteydestä, vieraiden ohjauksesta ja tiedottamisesta ei ollut moitteen sijaakaan. Nämä toimet toimivat hyvin. Vaikka toimet olivat helposti huomaamattomia ja pieniä uskon, että jos näihin ei olisi kiinnitetty huomiota, olisi tapahtumasta saatu palaute asiakkaalta ollut toisenlainen. Kuten kaikissa tämän opinnäytetyön aikaisemmissa luvuissa käy ilmi, on tapahtuman järjestämisessä monia yksityiskohtia, jotka kaikki tarvitsevat huomiota.

Tapahtuman jälkeen yhteydenotto ja jälkimarkkinointi sujuivat moitteettomasti. Merjan mukaan työntekijät muistelevat Las Vegas -tapahtumaa toimistolla vieläkin. Kyselyssä selvisi myös, ettei Merja ollut tyytyväinen tapahtuman kutsuun. Kössi oli tullut siihen tulokseen, että kutsun visuaalisuus olisi voinut olla selkeämpi tai siitä olisi voinut tehdä useampia vaihtoehtoja. Kutsun suunnitteli tuottaja Katri ja asiakas yhdessä.

Täsmäntävissä lisäkysymyksissä käy ilmi, että mieleenpainuvimmat asiat Merjan mielestä olivat: somistus, ruoka ja Miss Divet Show. Lisäksi hänen mielestään tilaisuus oli juuri heille räätälöity ja se ylitti odotukset. Funk Productionia Merja kuvaili seuraavilla adjektiiveilla: *”Idearikas, luova, joustava, hyvät yhteistyökumppanit (catering ymv.) ja kokenut tekijä.”*

Merjan mielestä onnistunut tapahtuma täyttää asetetut tavoitteet ja kaikki sovitut asiat toimivat mutkattomasti. Äärimmäisen tärkeää hänen mielestään on se, että sekä

aikataulu että budjetti pitävät niin ennen tapahtumaa, tapahtuman aikana kuin myös tapahtuman jälkeen. Hänen mielestään onnistunut tapahtuma koostuu: *”hyvästä suunnitelmasta: aikataulu, budjetti, resurssit, tavoitteet ja niiden seuranta”*. Asiakkaan mielestä tapahtuma oli onnistunut. Kaikki elementit ja asiat, joista onnistunut tapahtuma asiakkaan mielestä koostuu, täyttyivät ja jopa ylittivät odotukset.

## 10.2 Yritys X

Tapahtuman suunnitteluun kohdistuvissa kysymyksissä asiakkaan eli yritys X:n toimitusjohtajan sihteerin mielestä tapahtuman tavoitteet ja viestit olivat sovitun mukaiset ja olimme osanneet ottaa ne hyvin huomioon. Yhteistyö sujui joustavasti, hyvin ja nopeasti. Tapahtuman suunnittelussa ideat ja ehdotukset etenivät pitkälti Funkin ehdottaman teeman mukaisesti. Yritys X:lle tarjottiin Salakapakka ja Las Vegas -teemaisia pikkujouluja, joista asiakas valitsi mieluisimman teeman heille, joka oli Las Vegas. Yritys X:n tapauksessa ehdotimme asiakkaalle samoilla elementeillä olevia teemajuhlia kuin Ciscon tilaisuus oli ollut, uskon että tämän vuoksi asiakas vastasi kysymykseen, että suunnitelmat menivät pitkälti meidän ehdotusten mukaisesti. Muutostoiveet tapahtuman suunnitelmaan otettiin kuitenkin huomioon ja asiakkaan mukaan ne toteutettiin hienosti.

Vallon ja Häyrisen (2012, 168) mukaan hyvin suunnitellussa tapahtumassa parasta on yllätyksellisyys. Heidän mukaansa yllätyksellisyys on arkista huomioimista, vaivannäköä ja viitsimistä, joka osoittaa aitoa välittämistä. Vaikka yritys X:n tapahtumassa ei ollut Ciscon tilaisuuden tavoin yllätysesiihtyjää, niin asiakas oli mielissään pienestä vaivannäöstämme, josta ei oltu palaverissa tai tarjouksessa mainittu. *”Mielestäni monet asiat käytiin läpi aika tarkallakin tasolla, mutta valokuvaus oli hyvä esimerkki asiasta, joka oli huomioitu, vaikka emme olleet siitä keskustelleet.”*

Kuten Ciscon tapauksessa myös yritys X:n kyselyn vastaukset vahvistavat havainnointejani tapahtumasta. Tapahtuman aikaisista kyselylomakkeen kysymyksistä asiakkaan vastauksissa nousevat esille: somistus, dj ja ohjelma. Somistusta kuvailtiin onnistuneeksi valinnaksi tilaan nähden ja sen, että toteutus oli teeman mukainen. Ilan ohjelma eli pokeripöytä oli oikein hyvä valinta ja dj soitti hyvää musiikkia. Li-



säksi ohjelma ja musiikkimaailma vastasi hyvin teemaa. Myös Funk Productionin henkilökunta sai osakseen kiitosta: *”Neljä henkilöä, jotka olivat ystävällisiä ja asiakaspalveluhenkisiä.”*

Tapahtuman siisteys ja tarjoilut olivat asiakkaan mielestä: *”ok”*. Vieraiden ohjaus sujui tapahtuman illan osalta hyvin. Puutteelliseksi se jäi alussa, joka asiakkaan mukaan saattoi johtua heidän omasta sisääntulonumerosta, josta hän oli unohtanut meille mainita. Tapahtuman aikana en itse havainnoinut tällaista. Tämän vuoksi oli hyvä, että päätin jo tämän opinnäytetyöprojektin alussa ottaa tutkimuksen aineiston hankkimisvälineeksi kaksi menetelmää. Aikataulusta asiakas kommentoi seuraavalla tavalla: *”Tilaisuuden lopetus vähän epäonnistui. Dj oli lähtemässä sovittua aikaisemmin, saatiin sitten jatkoaikaa hieman. Ja tästä olenkin antanut palautetta, että siivousta ei voi käynnistyä silloin, kun vieraat ovat vielä tilassa, tästä miinusta.”* Havainnoinnin avulla tämä tieto ei tullut yllätyksenä ja sain tapahtuman aikana korjattua tilannetta.

Tapahtuman jälkeen asiakas oli tyytyväinen, että jälkimarkkinointi sekä palautteen kerääminen aloitettiin nopeasti. Palautetta ja kehitettävästä toiminnasta asiakas ei huomautta muuta kuin juhlien lopettamisesta.

Täsmäntävistä lisäkysymyksistä käy ilmi, että vieraat viihtyivät hyvin juhlissa ja että kaikki olivat vapaaehtoisesti halunneet pukeutua teeman mukaisesti. Mieleenpainuvammiksi asioiksi asiakas kertoo Funk Productionin toiminnasta sen, että asiat olivat toimivia ja suunnitelmien mukaisia. Kaikin puolin asiakas piti tilaisuutta räätälöitynä juuri heille, sillä teema, tila ja rento tunnelma olivat heidän suunnitelmien mukaiset. Funk Productionia yritys X:n toimitusjohtajan sihteeri kuvasi seuraavilla adjektiiveilla: *”Toimiva, asiakaspalvelulähtöinen, tehokas, nuorekas.”* Nuorekas ja asiakaspalvelulähtöinen adjektiivit tulivat varmasti siitä, että paikan päällä tapahtumassa kaikki Funk Productionin työntekijät olivat noin 25-vuotiaita ja olemme kaikki olleet asiakaspalvelualalla aikaisemmin.

Onnistunut tapahtuma koostuu yritys X:n mielestä seuraavista elementeistä: *”Sopi-va/viihtyisä tila ja puitteet, hyvä tunnelma, hyvä tarjoilu, ystävällinen palvelu.”* Asiakaan mielestä myös tilan siivouksen toimivuus on tärkeässä roolissa kun tavoii-

tellaan onnistunutta tapahtumaa. Onnistuneen tapahtuman pitää osallistujista tuntua mukavalta ja hyvältä. Sovitut asiat, ohjelmanumerot tai muut vastaavat pitää olla sovitun mukaiset. Lopussa asiakas kommentoi, että tapahtuma oli hänen mielestään onnistunut ja ihmiset viihtyivät hyvin. Tapahtuman onnistumista varjosti kuitenkin tilaisuuden päättäminen. Tämä jäi selvästikin asiakkaalle mieleen, mutta onneksi ei vaikuttanut hänen mielestään siihen, etteikö tapahtuma olisi ollut kokonaisuudessaan onnistunut.

## 11 TAPAHTUMIEN ARVIOINNIT

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella ja järjestää Cisco Systems Finlandille ja yritys X:lle onnistuneet henkilöstön viihdetapahtumat Las Vegas -teemalla. Tavoitteena oli myös selvittää onnistuuko suunnitellun ja järjestetyn tapahtuma uudelleen myynti samoilla elementeillä uudelle asiakkaalle eli yritys X:lle. Tapahtumille asetettuihin tavoitteisiin kuului työn tilaajan eli Funk Productionin puolesta luoda asiakkaille onnistunut tapahtuma ja mahdollisesti jatkossa myydä uusille yritysasiakkaille Las Vegas -tapahtumaa samoilla elementeillä eteenpäin. Työn tekijää koskevat tavoitteet pitivät sisällään tavoitteet onnistuneista tapahtumista ja omasta ammatillisesta kehitymisestä. Tapahtumien onnistumista arvioitiin havainnoimalla ja asiakkaille teetetyllä kyselylomakkeella.

Tässä opinnäytetyössä haettiin tutkimustehtävään vastauksia Vallon ja Häyrisen (2012) esittämien strategisen ja operatiivisen kolmion kysymyksiin, jotka heidän mukaan ovat merkki onnistuneesta tapahtumasta. Opinnäytetyön suunnitteluvaiheessa nämä molempien kolmioiden kysymykset mitä, kenelle, miksi, miten, millainen ja kuka saivat vastauksen. Molempia tapahtumia lähdettiin suunnittelemaan ja ideoimaan näiden kysymysten pohjalta. Vastauksia näihin kysymyksiin esitin luvussa kuusi. Cisco Systems Finlandin tapahtuman Las Vegas -teema sai alkunsa sekä Merja Kössin että Funk Productionin toimesta. Yritys X:lle puolestaan ehdotin Las Vegas -teemaisia juhlia, jotka toteutettaisiin samalla konseptilla ja samoilla elementeillä kuin Ciscon tapahtuma.

Tutkittaessa on hyvä muistaa, että aina ensisijaisesti tutkitaan sitä, miten onnistuttiin toteuttamaan alussa asetetut tavoitteet – ei niinkään sitä, miten tapahtumaprosessi sujui. Tuotantoprosessin arviointi on toki tärkeää, jotta siitä kootut opit saadaan tulevien tapahtumien onnistumisen takeeksi. Olipa mittareina tapahtuman laatu, palvelu, kontaktien määrä, tehdyt kaupat tai onnistuneisuus, tulee tavoitteen toteutua. Jos tavoite ei toteudu, tapahtumaa ei tulisi järjestää sellaisenaan enää koskaan uudestaan. Monesti suomalaiset yritykset mittaavat ja arvioivat tapahtuman onnistumista no show -prosentilla, mutta se mittaa vain ja ainoastaan sitä, kuinka kutsuprosessi sujui ja kuinka houkutteleva kutsu ja ohjelma olivat. Tällöin ei saada selville sitä, oliko tapahtuma onnistunut vai ei. Hyvä ja tuloksekas tapahtuma syntyy silloin kun kaikki osa-alueet on ensin tarkasti mietitty, suunniteltu ja sitten toteutettu tarkasti ja intohimoisesti. Tapahtuma on ainutkertainen ja onnistuessaan se synnyttää ainutkertaisia muistijälkiä, joita kukaan ei voi ottaa pois. (Muhonen & Heikkinen 2003, 125–126.)

Cisco Systems Finlandin tapahtuman suunnittelu vei huomattavasti enemmän aikaa kuin yritys X:n tapahtuman suunnittelu. Uudelleen myynnin ansiosta työaikaa säästyti idean ja teeman sekä niiden elementtien keksimisessä ja suunnittelussa ja tietysti räätälöinnissä. Ciscon tilaisuuden elementit kuten somisteet, tarjoilut ja ohjelmat toimivat hyvin Las Vegas -teemaan ja ne oli helppo koota yritys X:n Las Vegas -tapahtumaa.

Molemmat tapahtumat olivat onnistuneita asiakkaiden mielestä, vaikka pieniä väärinymmärryksiä ja ongelmatilanteita tapahtumien aikana sattuiakin. Vallon ja Häyriksen (2012, 93) mukaan tapahtumajärjestäjät ovat todellisia yksityiskohtien hallinnan mestareita, mutta oppinsa he ovat yleensä saaneet kantapään kautta. Tämän vuoksi en ole huolissani siitä, että tapahtumissa sattui virheitä. Opin virheistäni ja tiedän, että en tule tekemään samanlaisia virheitä uudelleen. Molemmissa Las Vegas -tapahtumissa vieraat aidosti nauttivat juhlista ja viihtyivät hyvin, joten tapahtumien tavoitteet täyttyivät. Tapahtumien viestit olivat selkeitä ja ne toteutettiin hyvin. Tapahtumien Las Vegas -teema toteutettiin alusta loppuun hyvin ja tapahtumien ilme oli yhtäläinen teemaan nähden. Molempien tapahtumien yllätyksellisyys palkitsi lopuksi. Ciscon juhlissa vieraat olivat haltioissaan Miss Divetin Show'sta. Yritys X:n

juhlissa asiakkaalta saatiin kiitokset valokuvauksesta, joka oli kiinni vain ylimääräisestä vaivannäöstä ja välittämisestä.

Kyselylomakkeen vastauksista selvisi, että molemmat asiakkaat pitivät tapahtumaa juuri heille räätälöitynä. Yritys X:n tilaisuuden olleen jo kertaalleen toteutettu samoilla elementeillä, ei vaikuttanut tapahtuman tai asiakkaan asettamien tavoitteiden onnistumiseen. Uudelleen myynti onnistui hyvin suunnitteluvaiheessa ja tapahtuman toteuttamisessa niin asiakkaan kuin työntilaaajan mielestä. Tapahtumien ja tutkimustehtävän tavoitteet saavutettiin kuuntelemalla asiakkaita, tarkalla kohderyhmän ja tarpeiden kartoituksella ja pitkäjänteisellä sekä tarkalla suunnittelulla. Funk Production aikoo myydä Las Vegas -tapahtumaa uudelleen uusille yritysasiakkaille vuodelle 2014, sillä tämän työn ansiosta voidaan työtunteja vähentää mm. suunnittelussa ja tapahtuman rakennuksessa.

Tapahtumissa somistus ja ohjelmat nousivat suureen arvoon. Kankaiden, valojen ja muiden somistuselementtien avulla tilat muuttuivat huomattavasti. Cision toimistotiloja ei olisi voinut uskoa samaksi tilaksi ja tunnelma oli täysin Las Vegasin mukainen. Yritys X:n tilaisuuden juhlatilat Suvilahden Magitolla muutettiin somistuksen avulla tyhjäksi, kolkoksi, vanhasta tehdastilasta säihkyvään ja värikkääseen Las Vegasiin. Tilaisuuksien ohjelmat olivat pidettyjä ja teeman mukaisia. Ohjelmat olivat aktivoivia ja jokainen vieras pystyi osallistumaan niihin. Ohjelmien avulla ihmiset viihtyivät ja löysivät juttuseuraa. Aktiviteetit mahdollistivat sen, etteivät juhlat olleet pelkkää alkoholin nauttimista.

Molemmissa tilaisuuksissa myös Funk Productionin henkilökunta toimi hyvin yhteen ja olimme kaikki asiakaspalveluhenkisiä, mikä lämmitti molempien asiakkaiden mieltä. Vallon ja Häyrisen (2012, 227) mukaan itsestään selvää on se, että tiimi, jossa on hyvä henki, saa ihmeitä aikaan, ja silloin tapahtuman toteutukselle on vain taivas rajana.

## 12LUOTETTAVUUSTARKASTELU

Vilkan ja Airaksisen (2003, 154) mukaan toiminnallinen opinnäytetyö tulisi tehdä tutkivalla asenteella, vaikka siinä ei toteutettaisikaan selvitystä. Toiminnallisessa opinnäytetyössä se tarkoittaa niitä valintoja, joita tehdään sekä niiden tarkastelua ja perustelua nojautuen tietoperustaan ja viitekehukseen, joka muodostetaan oman alan kirjallisuudesta. Heidän mukaan arvioinnin kohteita ovat työn idea, tavoitteiden saavuttamisen arviointi, työntoteutustapa sekä prosessin raportointi ja opinnäytetyön kieliasu. (Vilka & Airaksinen 2003, 154–159.)

Olen käsitellyt luotettavuutta opinnäytetyöni koko raportin läpi. Mielestäni aiheeni on erittäin työelämälähtöinen ja edelleen ajankohtainen, sillä uusia teemallisia henkilöstötilaisuuksia järjestetään jatkuvasti ja Funk Production on jo saanut monia tarjouspyyntöjä teemallisten henkilöstön viihdetapahtumista vuodelle 2014. Tämän opinnäytetyön tutkimuksen ansiosta Funk Production aikoo tulevaisuudessakin ehdottaa asiakkaille Las Vegas -teemaisten juhlien järjestämistä samoilla elementeillä kuin Cison ja yritys X:n tilaisuudet olivat olleet. Tämän vuoksi tutkimus voidaan toteuttaa uudelleen, mikäli tapahtumat järjestetään samalla temalla ja käyttäen samoja tapahtuman elementtejä.

Opinnäytetyössäni käytetyn teorian käsitteet ja ajankohtaisuus saatiin siirrettyä onnistuneesti kyselylomakkeeseen. Tapahtumista tekemiäni havainnoiteja on tuke-massa sekä jälkimarkkinoinnissa kerätty välitön palaute että tässä opinnäytetyössä käytetty kyselylomake. Kyselylomakkeessa esitetyt kysymykset koskivat tapahtuman suunnittelua, itse tapahtumaa, jälkimarkkinointia, tapahtuman räätälöintiä ja tapahtuman onnistumista. Lomakkeen kysymykset pohjasivat vahvasti tapahtumille ja tälle tutkimukselle asetettuihin tavoitteisiin. Molemmat asiakkaat olivat sitä mieltä, että tapahtumat olivat onnistuneita, niissä näkyi tapahtuman viesti ja tavoitteet. Lisäksi asiakkaiden mukaan tapahtumat olivat heille räätälöityjä. Kuten jo aikaisemmin on mainittu, asiakkailta kysyttiin välitöntä palautetta tapahtumien jälkimarkkinoinnissa ja myöhemmin kyselylomakkeella. Lopputuloksena on, että asiakkaiden myöhemmät palautteet eivät aiheiltaan eronneet ensimmäisestä palautteesta, vaan vastaukset olivat tarkempia.

Tämän opinnäytetyön luotettavuus taattiin tapahtumapäivien huolellisella dokumentoinnilla, kuten tapahtumaa koskevien asiakirjojen, palaveripöytäkirjojen, sähköpostiviestien, tarjousten ja tarjouspyyntöjen säilyttämisellä. Lisäksi työhöni Funk Productionilla kuului kirjata kaikki aikarajat, joihin mennessä projektin tietyt osa-alueet tuli olla hoidettu. Tällä tavoin tapahtumajärjestäjän on helppo seurata aikataulua ja pitää kirjaa jo tehdyistä päätöksistä ja varauksista sekä huolehtia että saadaan tehtyä asiat aikarajaan mennessä.

Tälle opinnäytetyölle asetettujen tavoitteiden voidaan katsoa toteutuneen työn tilaajan sekä kohderyhmän että työn tekijän kannalta. Opinnäytetyöprojektin päätavoitteet onnistuneiden tapahtumien suunnittelusta ja toteuttamisesta sekä räätälöidyn teemallisen tapahtuman uudelleen myynnistä ilman erityistä räätälöintiä, arvioitiin havainnoiden ja kyselyiden tulosten kautta.

Opinnäytetyöni teoria koostuu pääosin projektityöskentelyä, tapahtuman järjestämisestä ja tapahtumamarkkinointia koskevasta kirjallisuudesta. Lähteitä on käytetty oikein ja lähteet ovat tuoreita ja työlleni sopivia. Työ etenee johdonmukaisesti teoriaosuudesta käytännön toteutukseen ja niitä kuljetettiin työssä rinnakkain. Opinnäytetyöni luvut on jaettu useampaan kappaleeseen, jotka on pyritty saamaan sopivan mittaisiksi. Tällä tavoin olen pyrkinyt lukijaystävälliseen ratkaisuun. Työtäni pystyy lisäksi havainnoimaan työhön liitettyjen kuvien avulla.

Opinnäytetyöni luotettavuuteen vaikuttaa osittain se, että Cison Las Vegas -tapahtuman toteutuksesta oli raportin kirjoittamiseen mennessä kulunut jo monia kuukausia. Kuitenkin tapahtuman suunnitelmat, toteutukset, havainnoinnit ja kaikki tapahtuman teossa käytetyt asiakirjat olivat huolellisesti kirjoitettu muistiin työtietokoneelleni, jotta tiedot eivät vääristyisi ajan saatossa. Työn raportointi perustuu tarkkaan kirjanpitoon. Vaikka työni on pitkä, koen sen olevan tarpeeksi rajattu. Tapahtumat ovat hyvinkin yksityiskohtaisia ja suuritöisiä, jonka vuoksi koen, etten voi jättää näitä raportissani huomioimatta. Vallon ja Häryisen (2012, 93) mukaan tapahtumanjärjestämisessä suurpiirteisyys kostaatuu enemmän tai myöhemmin, ja siksi koneet tapahtumanjärjestäjät ovat todellisia yksityiskohtien hallinnan mestareita.

## 13 POHDINTA

Ennen työharjoitteluopintojaksoa minulla ei ollut tietoaakaan siitä, mistä haluaisin kirjoittaa opinnäytetyöni. Kun pääsin Funk Productionille tapahtuma-assistentiksi, tiesin heti, että haluan tehdä opinnäytetyöni tapahtumanjärjestämisestä ja toiminnallisena työnä. Ennen kuin aloitin varsinaisen opinnäytetyön kirjoittamisen, oli molempien tapahtumien suunnitteluvaiheet jo hyvin käynnissä.

Ideani opinnäytetyönkirjoittamiseen nimenomaisesti tapahtumanjärjestämisestä ja teemallisen tapahtuman uudelleen myynnistä syntyi, kun selailin ammattikorkeakoulujen julkaisuarkisto Theseus.fi:n verkkosivuja. Päätin tehdä opinnäytetyön aiheesta tapahtumanjärjestäminen ja sen perinteestä poikkeavasta näkökulmasta – uudelleen myynnistä. Yksittäisen räätälöidyn tapahtumanjärjestämisestä tietylle asiakkaalle opinnäytetöinä on tehty useita opinnäytetöitä, mutten löytänyt yhtäkään, jossa olisi pohdittu ja perehdytty tapahtuman uudelleen myyntiin – tämä motivoi minua.

Perehdyin työharjoitteluni aikana paljon tapahtumanjärjestämiseen ja sen teoriaan. Olin myös mukana muiden kollegoideni järjestämässä tapahtumissa tapahtuma-assistenttina. Tämä auttoi minua paljon tapahtuman suunnittelussa. Lisäksi toimitusjohtajalta Katri Kärkkäiseltä sain kiperimmissä tilanteissa paljon apua ja pystyin hänen kanssaan keskustelemaan tapahtumansuunnittelun asioista, jotka askarruttivat minua. Koska tein työharjoittelua ja opinnäytetyötä sekä myöhemmin syksyllä 2013 ja talvella 2013–2014 kahta työtä ja opinnäytetyötä samanaikaisesti, pystyin käyttämään vain muutaman päivän viikossa opinnäytetyöni kirjoittamiseen. Vaikka olenkin tyytyväinen työni tulokseen, tuntui minusta välillä siltä, etten saisi työtä koskaan valmiiksi ja ettei aikaa riittänyt mihinkään muuhun.

Luin muita opinnäytetöitä, joita oli tehty Funk Productionille aikaisemmin, jotta pystyisin hahmottamaan mitä raportin kuuluisi pääkohdiltaan sisältää. Päädyin toteuttamaan raporttini Vallon ja Häyrisen (2012) tapahtumaprosessin mukaan, johon kuuluvat suunnittelu-, toteutus- ja jälkimarkkinointivaihe. Tällä samalla muodolla kuitenkin työelämässäkin nämä tapahtumat hoidettiin, joten se tuntui luontevimmalta. Lisäksi halusin, että toiminnallinen ja teoriaosuus kulkevat yhdessä työn alusta loppuun

rinnakkain. Vaikka työni on pitkä, koen sen olevan tarpeeksi rajattu. Tapahtumat ovat hyvinkin yksityiskohtaisia ja suuritöisiä, jonka vuoksi en voinut jättää yksityiskohtia raportissani huomioimatta.

Tapahtumien suunnitteluvaiheet osoittautuivat Vallon ja Häyrisen (2012) teoriaan pohjaten koko prosessin osalta haastavimmaksi sekä pisimmäksi vaiheeksi. Molempia tapahtumia lähdettiin suunnittelemaan jo keväällä 2013, vaikka itse tapahtumat järjestettiin elokuussa ja marraskuussa 2013. Keväällä 2013 tein molemmille asiakkaalle tarjoukset. Tarjoukset pitivät sisällään suunnitteluosuuden, lukuun ottamatta pieniä yksityiskohtia, jotka tarkentuivat vasta koko suunnitteluprosessin varrella. Keväällä 2013 prosessi osaltani piti sisällään mm. alustavia varauksia, tapahtumatiilan etsintää, yhteistyökumppaneiden ja alihankkijoiden kartoittamista ja kontaktoimista sekä aikataulusuunnitelmaa tekoa. Cisco Systems Finlandin tapahtuman suunnittelu oli kaikkien osa-alueiden kuten aikataulun, ohjelman, visuaalisuuden, äänimaailman yksityiskohtien hallitsemista. Minun täytyi todella tarkasti raportoida itseleni ylös, mitkä asiat olivat jo hoidettu ja mitä pitäisi vielä hoitaa. Yritys X:n tapauksessa asiat rullasivat helpommin eteenpäin, suunnitteluvaihe pieneni huomattavasti verrattuna Ciscon tapahtuman suunnitteluun uudelleen myynnin ansiosta. Tein molemmista tapahtumista check-in listat, joiden avulla pystyin jatkuvasti seuraamaan tilanteita ja niiden kehitystä.

Tapahtumien käsikirjoitusten suunnittelu, työstäminen ja päivittäminen tapahtumien suunnittelujen aikana palkitsivat lopuksi, sillä käsikirjoitukset osoittautuivat tärkeimmäksi työkaluksi tapahtumien aikana. Käsikirjoitusten avulla pystyin seuraamaan mitä tulisi seuraavaksi tapahtumaan ja mistä kukakin ihminen vastaisi. Delegointi olikin minulle uusi oppi, sillä usein teen monet asiat itsenäisesti ja stressaan itseäni turhaan. Itse tapahtumien aikana havainnointien ansiosta tilanteisiin pystyttiin reagoimaan nopeasti ja varmistamaan vieraille mahdollisimman mukava ja viihtyisä tilaisuus.

Ciscon tapahtumassa olisin sijoittanut tapahtuman aikataulut, jota neuvotteluhuoneiden oviin laitettiin, paremmin näkyviin tai heijastanut aikataulun aulatilansinälle projektorin avulla. Lisäksi Las Vegas -teemaisen visailun olisi voinut nostaa paremmin esille, esimerkiksi kuuluttamalla ohjelmasta lavalla, jottei se olisi jäänyt muun



ohjelman varjoon. Yritys X:n tilaisuudessa puolestaan olisin somistussuunnitelmasta jättänyt kokonaan pienet tekopalmut ottamatta, sillä ne kaatuilivat pienemmästäkin kosketuksesta ja niitä sai olla koko ajan nostamassa. Lisäksi tapahtuman rakennusvaihe oli aivan liian hektinen ja olisin mieluummin varannut siihen enemmän aikaa. Vaikka catering-yritys tuli Ciscon tilaisuuteen myöhässä ja yritys X:n tilaisuudesta unohti toimittaa jääpalat, ei tämä lopulta haitannut, sillä tilanteisiin pystyttiin nopeasti reagoimaan. Osaltaan ne kyllä aiheuttivat ylimääräistä stressiä.

Työlleni asettamat tavoitteet täyttyivät. Molemmat tapahtumat olivat asiakkaiden mielestä onnistuneet ja myös omat henkilökohtaiset tavoitteeni täyttyivät. Ciscon tilaisuudesta mikrofonin puuttuminen ja yritys X:n tilaisuuden lopetus eivät menneet suunnitelmien mukaan. Kerroin tapahtuman aikana sattuneista virheistä tapahtumatuottaja Katrille. Pelkäsin etteivät tapahtumat olisi enää onnistuneita. Katri totesi, että väärinymmärryksiä sattuu aina, eikä niihin voi varautua. Molempien tapahtumien virheet olivat väärinymmärryksiä, jotka osittain painavat mieltäni. En kuitenkaan pyyhkisi niitä pois, sillä opin kantapäähän kautta virheistäni ja tiedän, etten tule tekemään samanlaisia virheitä uudelleen.

Tein tietoisin valinnan, kun jätin tuotteistamisen työstäni kokonaan pois. Tämä johtui siitä, ettei tapahtuma prosessien missään vaiheessa ollut tuotteistaa Ciscon Las Vegas -tapahtumaa, vaan myydä tapahtuman idea kuten teema ja siihen kuuluvat elementit uudelleen vasta silloin, kun ne olivat jo Ciscon tilaisuuteen päätetty.

Tämän opinnäytetyön kaikista haastavin osuus oli ehdottomasti raportin kirjoittaminen. Kirjallinen tuotos vaati todella paljon aikaa ja taukojen jälkeen kirjoittamisen pariin oli vaikea uppoutua. Tämä johtuu todennäköisesti siitä, että olen luonteeltani ennemminkin tekijä kuin kirjoittaja tai lukija. Tapahtumien suunnittelut, toteutukset ja jälkimarkkinoinnit olivat minulle osa työtäni, jonka vuoksi ne eivät tuntuneet opinnäytetyöltä. Laadullisen tutkimuksen havainnointien ja kyselylomakkeiden teko sekä analysoinnit, eivät tuntuneet ollenkaan opinnäytetyöltä vaan mielekkäiltä työtehtäviltä. Opinnäytetyön aihevalinta oli minulle mieluinen, ajankohtainen ja töiden ohella mahdollinen toteuttaa. Mielestäni aihevalinnan mieluisuus näkyy koko työssäni ja kertoo osittain siitä miksi haluan valmistumisen jälkeen olla tapahtumakoordinaattori ja oppia lisää, jotta voisin tulla tapahtumatuottajaksi.

## LÄHTEET

Aluehallintoviraston www-sivut. Viitattu 5.2.2014. <http://www.avi.fi>

Ciscon www-sivut. Viitattu 27.11.2013. <http://www.cisco.com>

ElementLabin www-sivut. Viitattu 6.2.2014. <http://www.elementlab.fi>

Eventgarden. 'Tapahtumat työnantajamielikuvan markkinointikanavana'. Blogi. 28.10.2011. Viitattu 23.1.2014. <http://www.eventgarden.fi/blog/tapahtuma-tyonantajamielikuvan-markkinointikanava/>

Funk Productionin www-sivut. Viitattu 27.11.2013. <http://www.funkroduction.fi>

Gramexin www-sivut. Viitattu 6.2.2014. <http://www.gramex.fi>

Harju, L. 2003. Työelämän tapahtumat ja tilaisuudet. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.

Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjille. Iisalmi: Suomen Liikunta ja Urheilu ry.

Kajaanin ammattikorkeakoulun www-sivut. Viitattu 14.3.2014. <http://www.kamk.fi>

Kilkenny, S. 2011. The Complete Guide to Successful Event Planning. 2. painos. Ocala: Atlantic publishing Company.

Kokoontumislaki. 1999. L 3.14.1999/530.

Kuopion kaupungin www-sivut. Viitattu 6.2.2014. <http://www.kupio.fi>

Kärkkäinen, K. 2013. Toimitusjohtaja, Funk Production Oy. Helsinki. Henkilökohdainen tiedonanto 27.11.2013.

Kärkkäinen, K. 2013. Toimitusjohtaja, Funk Production Oy. Helsinki. Henkilökohdainen tiedonanto 11.12.2013.

Kössi, M. Ciscon Las Vegas -tapahtuman jälkimarkkinointi: palaute. Vastaanottaja: [katri.karkkainen@funkproduction.fi](mailto:katri.karkkainen@funkproduction.fi). Lähetetty 28.8.2013 klo 12.32. Viitattu 15.3.2014.

Magiton www-sivut. Viitattu 5.2.2014. <http://www.magito.fi>

Muhonen, R. M. & Heikkinen, L. 2003. Kohtaamisia kasvokkain; tapahtumamarkkinoinnin voima. Helsinki: Talentum Media Oy.

Pitkäranta, A. 2010. Laadullisen tutkimuksen tekijälle; työkirja. Viitattu 14.3.2014. [http://www.samk.fi/download/13153\\_Laadullisen\\_tutkimuksen\\_tyokirja\\_APitkaranta.pdf](http://www.samk.fi/download/13153_Laadullisen_tutkimuksen_tyokirja_APitkaranta.pdf)

Rikoslaki. 1998. L 17.16.1998/563.

Satakunnan ammattikorkeakoulun www-sivut. Viitattu 25.1.2014. <http://www.samk.fi>

Sisäministeriön / Pelastusosaston www-sivut. Viitattu 6.2.2014. <http://www.pelastustoimi.fi>

Taloussanomien www-sivut. Viitattu 27.11.2013. <http://www.taloussanomien.fi>

Vallo, H. & Häyrynen, E. 2012. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 3. uud. painos. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Vallo, H. 2009. Isännyyden ihanuus; tilaisuudet tapahtumat. Infor Oy.

Vallo, H. Kysymyksiä Helena Vallolle; vastaukset graduntekijälle. Vastaanottaja: [toimisto@funkproduction.fi](mailto:toimisto@funkproduction.fi). Lähetetty 30.12.2013 klo 12.23. Viitattu 15.3.2014.

Vallo, H. 2013. Tapahtumatohtori; Älykäs juontaja huomioi yleisön. Evento+S&A 06/2013, 57.

Vilka, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Vilka, H. 2010. Toiminnallinen opinnäytetyö. Viitattu 25.1.2014.  
[http://vilka.fi/hanna/Toiminnallinen\\_ont.pdf](http://vilka.fi/hanna/Toiminnallinen_ont.pdf)

Yritys X:n toimitusjohtajan sihteeri. Yritys X:n kohderyhmän kartoitus. Vastaanottaja: [katri.karkkainen@funkproduction.fi](mailto:katri.karkkainen@funkproduction.fi). Lähetetty 30.5.2013 klo 15.37. Viitattu 3.4.2014.

Yritys X:n toimitusjohtajan sihteeri. Yritys X:n Las Vegas -tapahtuman musiikki. Vastaanottaja: [katri.karkkainen@funkproduction.fi](mailto:katri.karkkainen@funkproduction.fi). Lähetetty 11.10.2013 klo 10.29. Viitattu 6.2.2014.

Yritys X:n toimitusjohtajan sihteeri. Yritys X:n Las Vegas -tapahtuman jälkimarkkinointi: palaute. Vastaanottaja: [katri.karkkainen@funkproduction.fi](mailto:katri.karkkainen@funkproduction.fi). Lähetetty 19.11.2013 klo 15.15. Viitattu 15.3.2014.

## LIITELUETTELO

- LIITE 1 Cisco Las Vegas Menu
- LIITE 2 Yritys X Las Vegas Menu
- LIITE 3 Cisco henkilöstösuunnitelma
- LIITE 4 Yritys X henkilöstösuunnitelma
- LIITE 5 Cisco tapahtuman aikataulu
- LIITE 6 Yritys X tapahtuman aikataulu
- LIITE 7 Cisco tapahtuman käsikirjoitus
- LIITE 8 Yritys X tapahtuman käsikirjoitus
- LIITE 9 Las Vegas -visailun kysymyslomake ja oikeat vastaukset
- LIITE 10 Kyselylomake

## Cisco Las Vegas menu

Nacho chips & Mexican salsa dressing

Jalapeños stuffed with cream cheese, cashew nuts

Shrimps with smoky flavored mayonnaise

Chicken skewers seasoned with Pili Pili spice

Bean salad

Salad from chestnuts and cactus

Onion compote

Green Salad

\*\*\*

Jerky seasoned Pork

Grilled sweet potatoes and okra seasoned with cumin

Mango chutney

\*\*\*

Homemade veggie steaks with halloumi cheese on top

Mango chutney

\*\*\*

Mormor cupcakes:

Banana and peanut butter

Red velvet (tuorejuusto)

Strawberry short cake

## Yritys X Las Vegas Menu

Jokirapu Canapè

Hiillostettua herkkulohta viipaleina

Kellarimestarin juustoa, omena-koivunmahlahilloketta

Samppanजारिनoituja herkkusieniä

Kevyesti savustettua ankanrintaa

Karitsan paahtopaistia

Grillattuja kasviksia LÄMMINRUOKA

Vihersalaattia versoilla

Yrttinegretteä

Talon hiivaleipää

Saaristolaisleipää

-kirnuvoita

## LIITE 3

### Henkilöstösuunnitelma

<b>Saija Lindberg, Funk Production</b>	<b>Hanni .....</b>
<b>Yhteystiedot:</b> 050-..... (työpuhelin)	<b>Yhteystiedot:</b> hanni@..., 041-...
<b>Toimenkuva:</b> valvoja	<b>Toimenkuva:</b> somistaja
<b>Paikallaolo:</b> 17:15–22:30	<b>Paikallaolo:</b> 9:00–19:15, 22:15–24:45 (päättymisajat suuntaa-antavia)
<b>Inka ....., Funk Production</b>	<b>Juho ....., Funk Production</b>
<b>Yhteystiedot:</b> 09-... (toimisto1)	<b>Yhteystiedot:</b> 044-... (toimisto2)
<b>Toimenkuva:</b> bingon pystytys + yleinen apu 18:30-20:30, 20:30– bingotyttönä 20:30–21:45 21:45,	<b>Toimenkuva:</b> yleinen ja bingo apu purku 22:30-24:30 (päättymisaika suuntaa-antava)
<b>Paikallaolo:</b> 18:30–22:00 tymisaika	<b>Paikallaolo:</b> 19:00–24:30 (päättymisaika suuntaa-antava)
<b>Heidi ....., Funk Production</b>	
<b>Yhteystiedot:</b> 044-..... (toimisto2)	
<b>Toimenkuva:</b> somistaja, assistentti	
<b>Paikallaolo:</b> 9:00-19:00	

### Asiakas, Cisco Systems

<b>Yhteyshenkilö1: Leena , Cisco</b>	<b>Yhteyshenkilö1: Merja Kössi</b>
<b>Yhteystiedot:</b> 040-...	<b>Yhteystiedot:</b> 040-...
<b>Toimenkuva:</b> johdonassistentti	<b>Toimenkuva:</b> viestintä- ja markkinointijohtaja, tapahtuman emäntä
<b>Tavoitettavuus:</b> koko päivän	<b>Tavoitettavuus:</b> mikäli Leenaa ei saa kiinni



Yhteistyökumppanit

<b>Catering</b>	<b>Miss Divet, Marko Vainio</b>
<b>Yhteystiedot:</b> catering@..., 020-...	<b>Yhteystiedot:</b> missdivet@..., 050-...
<b>Toimenkuva:</b> catering	<b>Toimenkuva:</b> esiintyjä
<b>Paikallaolo:</b> 17:30–21:45	<b>Paikallaolo:</b> 17:30–23:00
<b>Pokeri</b>	
<b>Yhteystiedot:</b> Tomi..., tomi@..., puh. 050-...	
<b>Toimenkuva:</b> uhkapeliopastajat	
<b>Paikallaolo:</b> 17:30–23:00	
(Huom. Infonnut tarvitsevansa pystytykseen 60 min ja purkuun 20 min, ei kuitenkaan muuta tuotantoaikataulua.)	
<b>Bussi, myyntipalvelu</b>	
<b>Yhteystiedot:</b> erika.s..@..., 020-....	
<b>Toimenkuva:</b> kuljetus	
<b>Paikallaolo:</b> 22:30–22:45, ”keikalla” 22:30–23:15	

Yritys X –Las Vegas pikkujoulut  
 Magito juhlatila, Suvilahti  
 15.11.2013  
 29 hlö

Henkilöstösuunnitelma

<p><b>Saija Lindberg, Funk Production</b></p> <p><b>Yhteystiedot:</b> 050-..... (Työpuhelin)</p> <p><b>Toimenkuva:</b> valvoja</p> <p><b>Paikallaolo:</b> 15:00–24:45 24:45</p>	<p><b>Hanni .....</b></p> <p><b>Yhteystiedot:</b> hanni@....., 041-.</p> <p><b>Toimenkuva:</b> somistaja</p> <p><b>Paikallaolo:</b> 15:00–17:45, 23:45– (päättymisajat suuntaa-antavia)</p>
<p><b>Heidi ....., Funk Production</b></p> <p><b>Yhteystiedot:</b> 09-..... (toimiston puhelin 1)</p> <p><b>Toimenkuva:</b> somistus apulainen 15:00-17:45,</p> <p><b>Paikallaolo:</b> 15:00–20:30 (päättymisaika suuntaa-antava)</p>	<p><b>Juho ....., Funk Production</b></p> <p><b>Yhteystiedot:</b> 044-..... (toimiston puhelin 2)</p> <p><b>Toimenkuva:</b> yleinen apu 15:00–18:00, valokuvaus ja baari 18:00–20:30, purku 23:45-24:45 (päättymisaika suuntaa-antava)</p> <p><b>Paikallaolo:</b> 15:00–24:45</p>
<p><b>Katri Kärkkäinen, Funk Production</b></p> <p><b>Yhteystiedot:</b> 050 -.....</p> <p><b>Toimenkuva:</b> Avustus, tuottaja, 15:00 – 17:45 ja purku 23:45 – 24:45</p>	

Asiakas, Yritys X

<p><b>Yhteyshenkilö1: Henkilö X</b></p> <p><b>Yhteystiedot:</b> 040-.....</p> <p><b>Toimenkuva:</b> toimitusjohtajansihteeri, tapahtuman emäntä</p> <p><b>Tavoitettavuus:</b> koko päivän</p> <p><b>Paikalla:</b> 18:00 – 23:45</p>
---

## Yhteistyökumppanit

### Catering

**Yhteystiedot:** myynti@....., 020-.....

**Toimenkuva:** catering

**Paikallaolo:** 15:45–16:15, 23:30-24:00

Catering tuo ruuat tilaan ja hakee astiat pois.

### Pokeripelit

**Yhteystiedot:** Tomi ....., tomi@... , puh. 050- .....

**Toimenkuva:** uhkapeliopastajat

**Paikallaolo:** Rakennus 17:30, peli auki 18:30–23:15

(Huom. Infonnut tarvitsevansa pystytykseen 60 min ja

purkuun 20 min, ei kuitenkaan muuta

tuotantoaikataulua.)

### Dj, Jari ...

**Yhteystiedot:** jari@...,puh. 050-.

**Toimenkuva:** Dj

**Paikallaolo:** Rakennus 17:30,  
soitto 18:00-23:30

(Huom. Dj kamat yhdistetään

Magiton PA kamoihin ja mikki)

### Taksit, myyntipalvelu

**Yhteystiedot:** 6 kpl taksia, 050-...

**Toimenkuva:** kuljetus, Magito →  
Keskusta

**Paikallaolo:** 23:30-23:45 (arvio)

Ciscon tapahtuman aikataulu.



## LAS VEGAS TIMETABLE

19:30	Welcome to Las Vegas
19:45	Dinner (buffet)
20:15	Dessert (buffet)
20:30	Gambling House open – join Black Jack, Poker and Bingo tables. Gambling rooms: Classic/Poker, Jazz/Black Jack and Swing/Bingo
21:00	Miss Divet Drag Show
21:45	Frank Sinatra Show (Bingo, Poker and The Las Vegas Quiz close)
22:05	Las Vegas Awards
22:30	Las Vegas ceremony ends – Transportation to the after party location leaves

CISCO

Yritys x:n tapahtuman aikataulu.

## **Yritys x – tapahtuman aikataulu**

- 
- 18:00 Pikujoulut alkaa vieraiden saapuessa paikalle
  - 18:15 Tilaisuus alkaa kuohuviinein sekä mahdollisella puheella
  - 18:30 Buffet on katettu, baari aukeaa
  - 19:30 Kahvi ja jälkiruoka
  - 19:30 Aktiviteetit: pokeripeli ja visailu
  - 22:30 Tietovisa päättyy
  - 22:50 Pokeripeli päättyy
  - 23:00 Las Vegas –tietovisan ja pokeripelin voittajat kruunataan
  - 23:30 Tilaisuuden valomerkki. Jatkopaikka voidaan sopia ennakkoon

## Käsikirjoitus, Cisco, Las Vegas -tapahtuma

Pystytys Ohjelmanumero/Mitä vieraat näkevät Purku

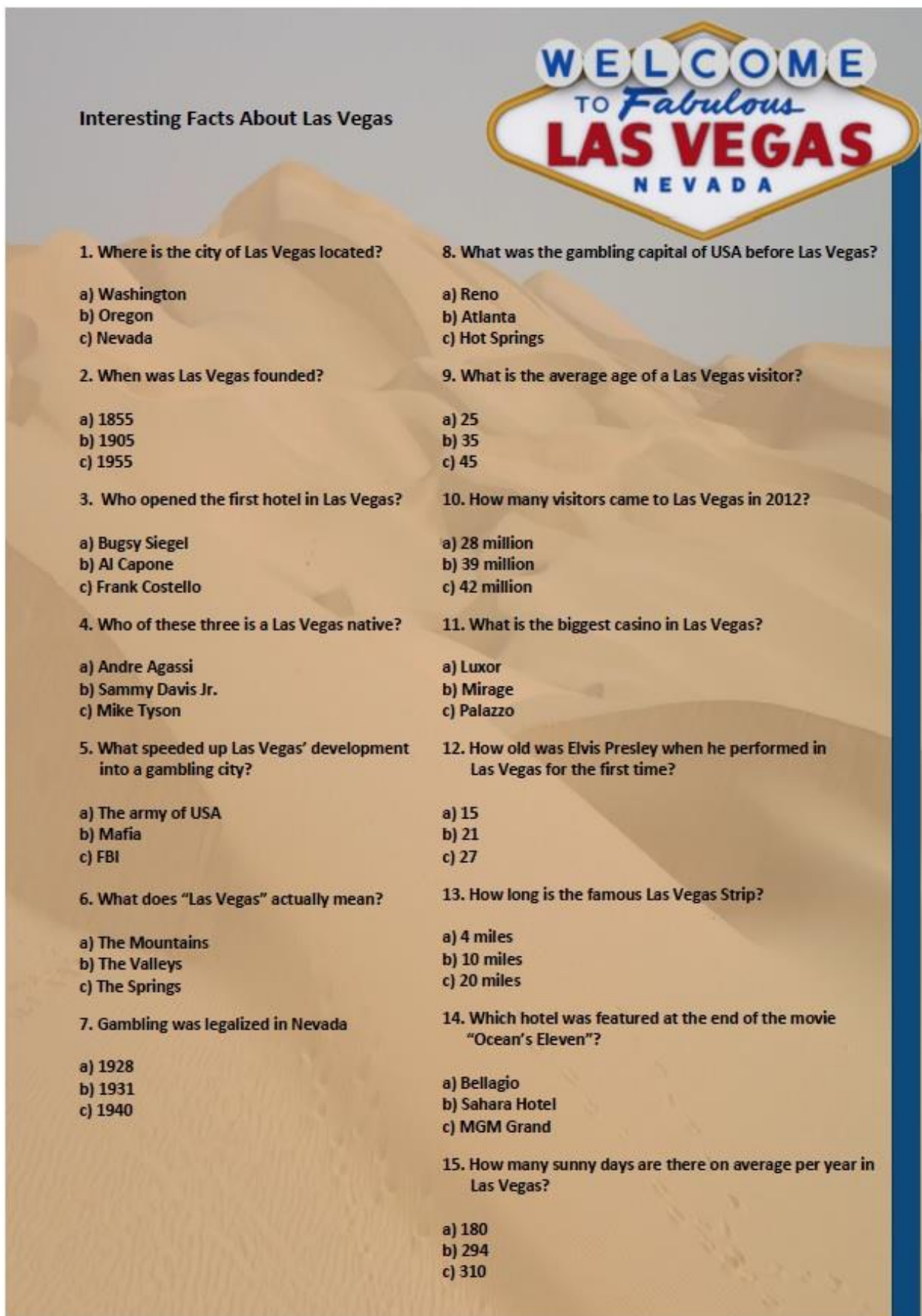
9:00 ->	Hanni ja Heidi aloittavat somistuksen Solo-, Classic- ja Blues-kabineteista ja siirtyvät tilojen vapautuessa pikkuhiljaa muihinkin
16:30-17:15	Cisco pitää kokouksestaan taukoa eli henkilöstö läsnä tiloissa
17:15	Saija paikalle vastaanottamaan esiintyjät
17:30-19:15	Miss Divet, Pokeripelit, Catering ja saapuvat pystyttämään pisteensä.
18:30	Inka saapuu pystyttämään bingon.
????	Conditoria tuo cupcaket
19:30	Tilaisuus alkaa Esa pitää tervetuliaismaljapuheen
19:45	Illallinen katettu
20:15	Jälkiruoka katettu
20:30	(Bingo ja pelihuoneet aukeavat. Saija kuuluttaa)
20:45	Ruokailujen siivous alkaa
21:00-21:25	Miss Divet esiintyy
21:45	Catering poistuu paikalta
21:25-21:45	"Frank Sinatra" säätää lavan ja äänentoiston
21:45-22:00	Bingo, pelihuoneet ja tietovisa sulkeutuvat. Frank Sinatra esiintyy
22:00	Inka lähtee kotiin
22:05->	Cisco jakaa palkinnot
22:30	Tilaisuus ohi! Bussi kuljetus saapuu, Saija valvoo lähdön. Miss Divet, Pokeri Tomi ja Hanni ja Juho aloittavat pisteiden purun
22:45	Bussi kuljetuksen viimeinen mahdollinen lähtöhetki
24:30	Purku valmis. Tilojen sulkeminen.

## Käsikirjoitus, Yritys X, Las Vegas -pikkujoulu

Pystytys Ohjelmanumero/Mitä vieraat näkevät Purku

15:00 ->	Hanni ja Heidi aloittavat somistuksen, Juho apulaisena, Katri ja Saija somistus ja pöytien laitto.	KAIKKI
15:45	Catering paikalle, tuo ruuat. Saija ja Katri vastaanottaa.	
noin 16:00 ->	Tilan kasaus. Pöydät Juho. Saija ja Katri buffetpöytä.	
17:30	Saija vastaanottaa Tomin; Pelipöydät ja Dj:n.	SAIJA
17:40	Alku juomat kaadetaan valmiiksi lasseihin.	HEIDI, JUHO
<b>18.00 TILaisuus alkaa!</b>	Asiakkaat paikalle.	SAIJA vastaanottaa
18:15	Kuohuviinit ja tervetuliaismaljapuhe.	HEIDI, JUHO jakaa juomat
18:30	Buffet katettu	
18:30	Heidi avaa baarin. Saija huolehtii pöytäjuomista.	HEIDI, SAIJA
18:45 – 20:30	Tilan siivousta ja astioiden blokkausta.	SAIJA, JUHO
19:30	Jälkiruoka + kahvi / tee + avec.	HEIDI
19:30	Pelihuone aukeaa. Juho ottaa ihmisistä Valokuvia.	JUHO
20:30	Heidi lähtee kotiin.	HEIDI
20:30-23.30	Juho hoitaa baarin.	JUHO
20:30 ->	Buffetpöydän purku.	SAIJA
22:30	Tietovisailu päättyy. Saija laskee pisteet.	SAIJA
22:50	Pelipöytä päättyy.	TOMI
23:00	Palkitaan visailun ja pokerin voittajat.	SAIJA, TOMI
23:30	Valomerkki. Dj lähtee. Pelipöydän purku.	SAIJA, TOMI
23:45	Asiakkaat lähtee Purku aloitetaan. Katri, Hanni ja Caterin paikalle.	KAIKKI
24:45	Purku valmis! Tilojen sulk.	SAIJA

## Las Vegas tietovisa



**Interesting Facts About Las Vegas**

**WELCOME TO Fabulous LAS VEGAS NEVADA**

- Where is the city of Las Vegas located?
  - Washington
  - Oregon
  - Nevada
- When was Las Vegas founded?
  - 1855
  - 1905
  - 1955
- Who opened the first hotel in Las Vegas?
  - Bugsy Siegel
  - Al Capone
  - Frank Costello
- Who of these three is a Las Vegas native?
  - Andre Agassi
  - Sammy Davis Jr.
  - Mike Tyson
- What speeded up Las Vegas' development into a gambling city?
  - The army of USA
  - Mafia
  - FBI
- What does "Las Vegas" actually mean?
  - The Mountains
  - The Valleys
  - The Springs
- Gambling was legalized in Nevada
  - 1928
  - 1931
  - 1940
- What was the gambling capital of USA before Las Vegas?
  - Reno
  - Atlanta
  - Hot Springs
- What is the average age of a Las Vegas visitor?
  - 25
  - 35
  - 45
- How many visitors came to Las Vegas in 2012?
  - 28 million
  - 39 million
  - 42 million
- What is the biggest casino in Las Vegas?
  - Luxor
  - Mirage
  - Palazzo
- How old was Elvis Presley when he performed in Las Vegas for the first time?
  - 15
  - 21
  - 27
- How long is the famous Las Vegas Strip?
  - 4 miles
  - 10 miles
  - 20 miles
- Which hotel was featured at the end of the movie "Ocean's Eleven"?
  - Bellagio
  - Sahara Hotel
  - MGM Grand
- How many sunny days are there on average per year in Las Vegas?
  - 180
  - 294
  - 310



Las Vegas -tietovisan oikeat vastaukset

**1. C**

**2. B**

**3. A**

**4. A**

**5. C**

**6. C**

**7. B**

**8. A**

**9. B**

**10. B**

**11. C**

**12. B**

**13. A**

**14. A**

**15. C**

PALAUTEKYSELY

Las Vegas -teemaiset henkilöstöjuhlat

ALUSTAVAT KYSYMYKSET

**Millainen tapahtuma on mielestäsi onnistunut?**

**Mistä elementeistä onnistunut tapahtuma koostuu?**

TAPAHTUMAN SUUNNITTELU

**Kuinka hyvin Funk Production ymmärsi tapahtuman tavoitteet ja viestit?**

**Kuinka Funk Production otti huomioon toiveet? Mitä / millaisia toiveita tapahtuman suhteen oli?**

**Kuinka hyvin yhteisymmärrys sujui Funk Productionin kanssa?**

**Kuinka hyvin Funk Production otti asioita huomioon joista EI keskusteltu?**

**Funk Productionin antamat ideat ja ehdotukset?**

**Kuinka hyvin mielestäsi Funk Production piti yhteyttä?**

**Kuinka hyvin Funk Production ilmoitti erilaisista muutoksista?**

**Miten yhteistyö Funk Productionin kanssa mielestäsi sujui?**

TAPAHTUMAN AIKANA

(Millaisia ajatuksia seuraavat asiat herättivät tapahtuman aikana.)

**Henkilökunta**

**Somistus**

**Ruoka ja tarjoilut**

**Ohjelma**

**Muu ohjelma (tietovisa)**

**Siisteys**

**Vieraiden ohjaus**

**Tiedottaminen**

**Yleinen tunnelma (musiikki, visuaalisuus, asioiden toimivuus, järjestelyt ym.)**

**Aikataulu**

**TAPAHTUMAN JÄLKEEN**

**Miten, milloin ja miksi Funk Production otti yhteyttä?**

**Palaute juhlista**

**Kehitettävää toiminnasta**

**TÄSMENTÄVIÄ LISÄKYSYMYKSIÄ**

**Mieleenpainuvimmat asiat tapahtumastanne? (kokonaisvaltaisesti)**

**Mieleepainuvimmat asiat Funk Productionin toiminnasta? (kokonaisvaltaisesti)**

**Oliko tapahtuma mielestäsi onnistunut? Miksi?**

**Kuinka hyvin tapahtuma oli räätälöity juuri teille? Mistä sen huomasi?**

**Kuvaile Funk Productionia adjektiiveilla**