

Essi Nurmi

Mielenterveyttä edistävä tapahtuma

Tapahtuman järjestäminen Lapin hyvinvointialueelle

Mielenterveyttä edistävä tapahtuma

Tapahtuman järjestäminen Lapin hyvinvointialueelle

Essi Nurmi
Opinnäytetyö
Kevät 2024
Liiketalouden tutkinto-ohjelma
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Liiketalouden tutkinto-ohjelma, myynti ja markkinointi

Tekijä: Essi Nurmi

Opinnäytetyön nimi: Mielenterveyttä edistävä tapahtuma

Työn ohjaaja: Noora Schroderus

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2024

Sivumäärä: 37 + 10 liitettä

Tässä toiminnallisessa opinnäytetyössä suunnitellaan ja toteutetaan mielenterveyttä edistävä tapahtuma Lapin hyvinvointialueelle (Lapha) tukemaan mielenterveys- ja päihdekuntoutujia keskiviikkona 3.4.2024. Työn taustana oli tarve lisätä tietoisuutta mielenterveysongelmista ja tarjolla olevista avuntarjoajista sekä vähentää eriarvoisuutta mielenterveyspalveluiden saatavuudessa että mielenterveysongelmista.

Tavoitteena oli luoda malli onnistuneen tapahtuman järjestämiseksi tukemaan mielenterveyttä, jonka pohjalta voidaan järjestää sekä soveltaa vastaavia tapahtumia tulevaisuudessa. Tutkimus sisältää tapahtuman suunnittelun, toteutuksen ja arvioinnin.

Käytetyt menetelmät ja aineistot sisältävät mielenterveyden perusteiden ja tapahtumajärjestämisen teorian läpikäynnin sekä käytännön kokemusten ja havaintojen analyysin. Tapahtuman suunnittelussa ja toteutuksessa hyödynnetään ammatillista osaamista mielenterveys- ja päihdealalta.

Keskeisinä tuloksina esitellään onnistuneen tapahtuman tärkeät toimenpiteet, markkinoinnin ja mainonnan merkitys tapahtuman onnistumiselle sekä käytännön havainnot tapahtuman vaikutuksesta osallistujiin.

Johtopäätöksissä korostetaan tapahtumajärjestämisen riskejä ja haasteita sekä tarvetta vahvistaa mielenterveyspalveluiden saatavuutta ja laadukkuutta. Kehitysehdotuksina esitettiin tapahtuman markkinoinnin ja organisoinnin tehostamista sekä jatkotutkimusta tapahtuman pitkäaikaisvaikutuksista mielenterveyskuntoutujien hyvinvointiin.

Asiasanat: Tapahtumajärjestäminen, tapahtumamarkkinointi, tapahtumasuunnittelu

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences

Degree Programme in Business and Administration, Option of sales and marketing

Author: Essi Nurmi

Title of thesis: An event promoting mental health

Supervisor: Noora Schroderus

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2024

Number of pages: 37 + 10 appendices

In this functional thesis, an event promoting mental health is planned and implemented for the Lapland welfare area (Lapha) in order to support mental health and substance abuse rehabilitation professionals on Wednesday, April 3, 2024. The intent of the event is to increase awareness of mental health issues and the help available to individuals suffering from such issues, and to reduce inequality in the availability of mental health services.

The goal is to create a model for organizing a successful event to support public mental health, to be used as a framework for similar events in the future. The research includes planning, implementation and evaluation of the event.

The methods and materials used include a review of the basics of mental health and the theory of event organization, as well as an analysis of practical experiences and observations. In the planning and implementation of the event, professional expertise in the field of mental health and substance abuse is utilized.

The key findings are presented as the important measures taken to ensure a successful event, the significance of marketing and advertising, and the practical observations of the impact the event had on the participants.

The conclusions emphasize the risks and challenges of organizing an event, and the need to strengthen the availability and quality of mental health services. Improvements are proposed in the marketing and organization of the event and further research is suggested on the long-term effects of the event on the well-being of mental health rehabilitators

Keywords: Event planning, event management, event marketing

SISÄLLYSLUETTELO

1	JOHDANTO	6
1	TAPAHTUMAN SUUNNITTELU.....	8
1.1	Tavoitteet	9
1.2	Kohderyhmät.....	10
1.3	Tapahtuman aikataulu ja paikka	12
1.4	Teema.....	12
1.5	Yhteistyökumppanit.....	13
1.6	Lupa- ja ilmoitusasiat	14
1.7	Budjetti	16
1.8	Riskit	16
1.9	Markkinointiviestintä.....	17
1.10	Jälkitoimet	17
2	TAPAHTUMAN TOTEUTUS	19
2.1	Ideointi	19
2.2	Kohderyhmä ja tavoitteet	19
2.3	Aika ja paikka.....	20
2.4	Yhteistyökumppanit ja lupa-asiat	20
2.5	Teema.....	21
2.5.1	Mielenterveyden edistämisen hyödyt yhteiskunnalle	21
2.6	Budjetti	22
2.7	Riskit	23
2.8	Viestintä ja markkinointi	24
3	TAPAHTUMAPÄIVÄ JA JÄLKITOIMET.....	26
4	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	30
	LÄHTEET.....	34
	LIITTEET	37

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on suunnitella ja tuottaa mielenterveyttä edistävä tapahtuma. Työn toimeksiantajana on Lapin hyvinvointialue (Lapha). Tapahtuman tavoitteena on levittää tietoisuutta mielenterveysongelmista ja mahdollisista avuntarjoajista. Lisäksi tapahtuma pyrkii auttamaan kuntoutujia löytämään keinoja, joilla voidaan luoda mielekkäämpi arki. Tämä on yhteiskunnallisesti kannattavaa, sillä pienikin sijoitus masennuksen ja ahdistuksen hoitoon tuottaa hyötyä 15 vuoden kuluessa 3,3–5,7 kertaisesti. (Mieli ry 2024.)

Lapin hyvinvointialue vastaa Lapin julkisten sosiaali-, terveys- ja pelastuspalvelujen järjestämisestä. Alueella on lähes 8000 sote- ja pelastusalan ammattilaista huolehtimassa arjen turvallisuudesta ja hyvinvoinnista. Asiakkaita on Lapin 176 494 asukasta sekä lisäksi tarvittaessa turvataan kotimaisten ja ulkomaisten matkailijoiden Lapin matkoja. Alueeseen kuuluu 17 kuntaa muun muassa Enontekiö, Inari, Kemijoki, Simo, Kittilä, Kolari, Muonio, Rovaniemi ja Utsjoki. (Lapha.fi 2024).

Vähintään joka viidennellä suomalaisella on mielenterveyshäiriö. Häiriöiden hyvä hoito sekä ehkäisy on tärkeää sekä kansantalouden että kansanterveyden näkökulmasta. Tällä hetkellä hyvin toimeentulevat saavat tehokkaasti apua, joka luo eriarvoisuutta. Helposti saatavilla olevat sekä toimivat mielenterveyspalvelut vähentäisivät sekä eriarvoisuutta että ongelmien ylisukupolvisuutta. (Mieli ry 2024.)

Projekti lähti käyntiin omasta halustani auttaa ihmisiä, sillä koen mielenterveysongelmat tärkeinä asioina yhteiskunnassamme. Projekti on muuttanut muotoaan työn varrella, josta loppujen lopuksi muodostui mielenterveys- ja päihdekuntoutujille suunnattu tapahtuma tukemaan mielenterveyttä. Lapin alue, tarkemmin sanottuna Simo, osoittautui hyväksi tutkimuskohteeksi, sillä halusin aloittaa pienemmästä paikkakunnasta, sekä Lappi on minulle tuttua aluetta. Toimeksiantaja oli innoissaan projektistani ja varsinkin siitä, että ammatillani olen mielenterveys – ja päihde lähihoitaja, joka tuo opinnäytetyöhön myös ammatillista näkökulmaa mielenterveydestä. Tapahtuman suunnittelu ja tuottaminen alusta loppuun, on minulle jokseenkin tuntematon alue, vaikkakin olen ollut muutamassa tapahtumasuunnittelu työssä mukana. Halusin kuitenkin yhdistää nämä kaksi minulle tärkeää asiaa ja tuottaa merkittävä tapahtuma, millä on vaikutus ihmisiin.

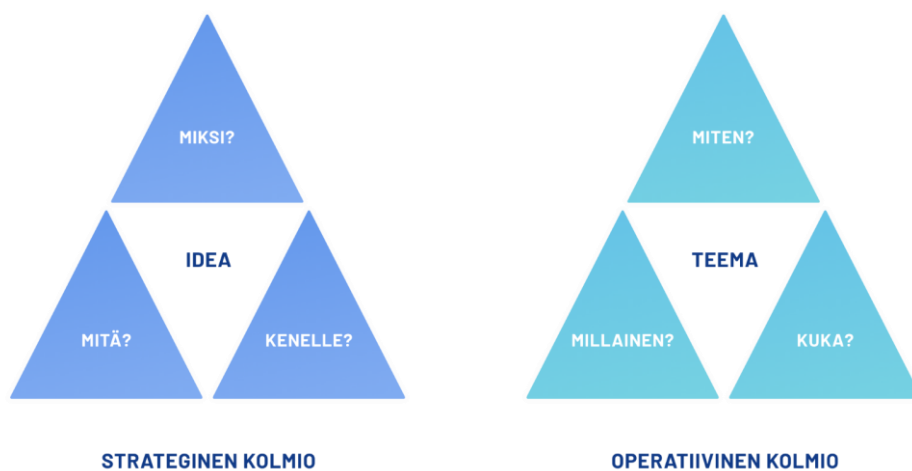
Opinnäytetyöni tarkoituksena on tuottaa pienimuotoinen kulttuuripainotteinen tapahtuma mielen-terveys- ja päihdekuntoutujille. Työssäni käyn läpi, kuinka järjestää onnistunut tapahtuma tuke-maan mielenterveyttä sekä miten tapahtumaa markkinoidaan. Tavoitteena on tuottaa hyvä pohja samankaltaisille tapahtumille, jota voidaan käyttää myöhemminkin esimerkkinä muilla paikkakun- nilla.

Projekti toteutetaan toiminnallisena opinnäytetyönä, jonka tuloksena on aina jokin konkreettinen tuote. Työssä käytettiin menetelminä haastatteluita sekä palautelomakkeita. Haastattelut tapahtu- man suunnittelemisesta käytiin Simon työpajan ohjaajan Markku Jakovlevin kanssa sekä kehitys- kohteita löytyi haastateltaessa Simon nuorisotyöntekijää. Palautelomakkeet jaettiin tapahtuman lo- pussa kaikille osallistujille, jotka analysoitiin tapahtuman jälkeen. Tapahtuman järjestäminen opin- näytetyön pohjaksi on paras valinta, sillä pystyn käyttämään oppimaani käytännön kautta ja sa- malla tehdä tärkeää työtä. Työni mielenterveys –ja päihdekuntoutujien kanssa sekä tapahtuma- suunnittelu työt antavat minulle todella hyvän pohjan tämän opinnäytetyön tekemiseen. Projektissa käydään aluksi läpi mielenterveyttä, jonka jälkeen keskitytään tapahtumajärjestämisen teoriaan. Käyn läpi työssäni tarkasti kaikki vaiheet, mitä olen käyttänyt tapahtuman järjestämiseen sekä mitä olen tehnyt askel askeleelta, jonka jälkeen selvitetään, miten tapahtuma suoriutui sekä mitkä ovat tapahtuman kehityskohtia.

Opinnäytetyössäni haluan nostaa esille tapahtuma järjestämisen haasteet ja riskit sekä painottaa markkinoinnin ja mainonnan sekä hyvän organisoinnin tärkeyttä. Tarkoituksena on luoda hyvä pohja samankaltaisten tapahtumien järjestämiseksi tulevaisuudessakin.

1 TAPAHTUMAN SUUNNITTELU

Tapahtuman järjestäminen lähtee liikkeelle konseptista, joka antaa raamit suunnittelulle. Konseptia tarkentamalla voidaan vastata kysymyksiin; Miten? Miksi? Mitä? Milloin? Missä? Näissä voidaan käyttää apuna esimerkiksi Onnistuneen tapahtuman tähteä, johon eritellään tapahtuman strateginen (idea) ja operatiivinen (toteutus) kolmio. Strateginen kolmio vastaa kysymyksiin “Miksi tapahtuma järjestetään, mikä on tapahtuman tavoitteet ja mitä sillä pyritään viestimään?”, “kenelle tapahtuma järjestetään?” ja “mitkä ovat tapahtuman lähtökohdat?”. Operatiivinen kolmio vastaa kysymyksiin “miten tapahtumaprosessia lähdetään rakentamaan?”, “millainen sisältö ja ohjelma tapahtumassa on?” sekä “kuka toimii tapahtuman vastuuhenkilönä?” (Vallo, Helena & Häyrinen, Eija 2012.)



Vallo, Helena & Häyrinen, Eija 2012.

75 % koko tapahtumasta koostuu suunnittelusta, jonka suunnittelu kannattaa aloittaa vision muodostamisella. Se luo tapahtumalle punaisen langan, jonka ympärille koko tapahtuma ja tapahtumamarkkinointi rakennetaan. Vision luomista varten on määriteltävä ainakin tapahtuman tavoite, kohderyhmä ja sisältö. (Saali 2021.)

Kun konseptin kysymyksiin osataan vastata ja kaikille on selvää, millaista ja milloin tapahtumaa järjestetään, voidaan aloittaa huolellinen suunnittelu toteutuksesta tapahtumaa varten. Tapahtuman suunnittelun alkaessa tulee tehdä selväksi mikä on tapahtuman luonne ja tarkoitus sekä miten

voidaan toteuttaa tapahtuma. Asioita, joita ottaa huomioon tapahtumaa suunniteltaessa on; kohderyhmät, aikataulu ja tapahtuman sijainti, teema, tapahtuman yhteistyökumppanit sekä vapaaehtoiset, viestintä, budjetti, lupa- ja ilmoitusasiat, tapahtuman mahdolliset riskit sekä niihin varautuminen ja tapahtuman jälkitoimet, jotta osataan kehittyä tulevaisuuden varalta sekä tiedetään asiakkaiden kokemuksista ja näkemyksistä. (Pasanen Heini & Salo Matti-Pekka 2019.)

1.1 Tavoitteet

Aluksi on tärkeää määritellä, mitä tapahtumalla halutaan saavuttaa. Asetetut tavoitteet määrittävät sen, milloin tapahtuma voidaan nähdä onnistuneena. Tavoitteiden saavuttamista voidaan mitata esimerkiksi saadulla palautteella, taloudellisella onnistumisella, luotujen kontaktien määrällä, millä vain mikä koetaan tärkeäksi tapahtuman luonne huomioon ottaen sekä mitkä ovat olleet tavoitteena kyseiselle tapahtumalle. (SOOL 2023.)

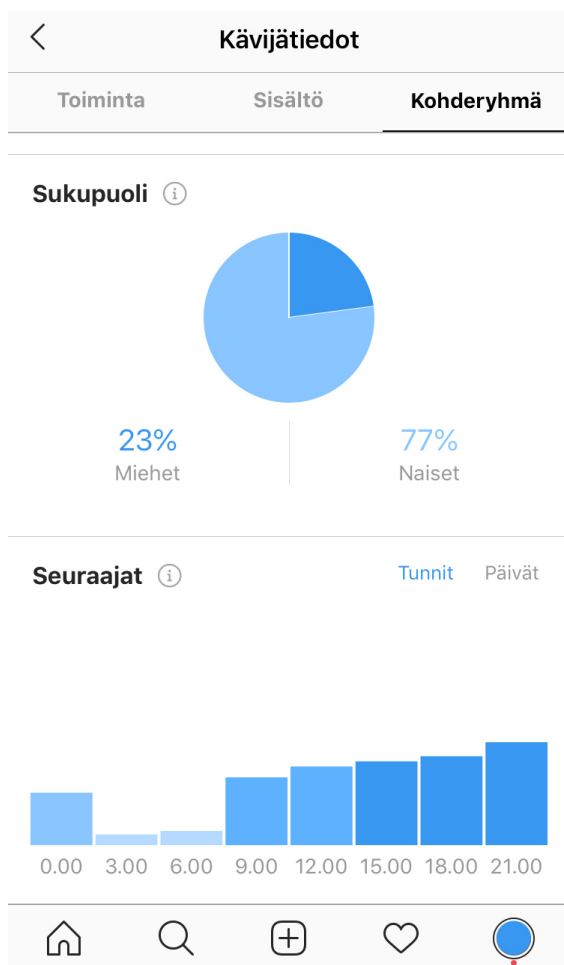
Tavoitteet voidaan jakaa eri kategorioihin, joita voivat olla muun muassa teknisiä tavoitteita, muutostavoitteita tai vaikuttavuustavoitteita. Tekniset tavoitteet voivat pitää sisällään saavuttaa tietty osallistujamäärä, seuraajamäärä sosiaalisessa mediassa tai oikean kohderyhmän tavoittaminen. Muutostavoitteita voi olla esimerkiksi uusien ideoiden saaminen, uusiin ihmisiin tutustuminen tai uuden oppiminen. Vaikuttavuustavoitteisiin voi kuulua muun muassa lisämyynti, uusien asiakkaiden tavoittaminen tai työpaikan ilmapiirin parantaminen. (Digiportaati 2021.)

Suunnitteluvaiheessa monesti suunnittelu kohdistuu vain itse tapahtumaan. Tapahtuman suunnittelun käynnistyessä olisi kuitenkin hyvä kyetä kuvaamaan tapahtuman jälkeistä tavoitetilaa. Milloin muutosta kohderyhmässä tapahtumalla tavoitellaan? Tapahtuman investoinnin tuottojen kannalta on oleellista pystyä konkretisoimaan tapahtumalla aikaansaatu muutos. (Vallo & Häyrynen 2016, 136.)

1.2 Kohderyhmät

Tapahtumaa järjestettäessä on tärkeää miettiä tarkkaan, kenelle tapahtuma on suunnattu. Kohderyhmän määrittelemisessä on tärkeintä tietää heistä mahdollisimman paljon. Mitä yksityiskohtaisempia tietoja saat heistä, sitä helpompaa tapahtumaa on markkinoida. Määrittelemällä kohderyhmän tarkasti varmistat markkinointisi tuloksellisuuden ja minimoit vääriin kohteisiin päätyneen mainosbudjetin (Ikonen, 2022). Kohderyhmä pitää tuntea riittävä hyvin, jotta osataan tehdä oikean näköinen -ja kokoinen tapahtuma, joka myöskin puhuttelee kohderyhmää. Kohderyhmä voi muodostua esimerkiksi iän, sukupuolen tai vaikkapa etnisyyden kautta. Jokaista näistä kohderyhmistä todennäköisesti puhuttelee hyvin erityyppiset tapahtumat. (Vallo, Helena & Häyrinen, Eija 2016.)

Tarkan kohderyhmän määrittäminen onnistuu nykypäivänä monilla mainonta-alustoilla kuten Googlessa, Facebookissa, Instagramissa ja LinkedInissa. (Ikonen, 2022.)



Kanava.to 2024.

Yllä oleva kuva on Instagramin työkalu, jolla voidaan selvittää esimerkiksi kohderyhmän sukupuoli –ja ikä jakauman sekä milloin kohderyhmä on aktiivisimmillaan kyseisellä alustalla. Näillä tiedoilla voidaan selvittää millainen markkinointi herättää mielenkiintoa kohderyhmässä sekä milloin on hyvä aika päivittää sisältöä sosiaaliseen mediaan. Nämä tiedot voi nähdä vain silloin, kun tili on määriteltä ammattilaistiliksi. Ammattilaistilin hallintapaneelilla saa käyttöön erilaisia ominaisuuksia, mitä henkilökohtaisella tilillä ei ole. Hallintapaneelilla voidaan seurata muun muassa tehokkuutta, kävijätietoja sekä pystyy nähdä, millainen sisältö vaikuttaa eniten Instagramissa (Meta 2024.)

Erityisen tärkeää on muistaa se, että tapahtumaa ei olla järjestämässä itselle vaan erikseen määritellylle kohderyhmälle. Tämän vuoksi täytyy analysoida kohderyhmä tarkkaan ja muistaa se, että se mikä sopii yhdelle, ei sovi kaikille. Millainen tapahtuma on kyseessä voi mahdollisesti jo määrittää valmiiksi kohderyhmän. (Vallo, Helena & Häyrinen, Eija 2016.)

Analysoidessa kohderyhmää voidaan määritellä unelma-asiakas. Unelma-asiakas on se, kenelle kohdennat tapahtuman mieluiten. Tämä asiakas edustaa koko kohderyhmää. Mieleen voi aina tuoda oman unelma-asiakkaan aina kun on tuottamassa esimerkiksi sisältöä markkinoinnissa, ja pyrkiä tuottamaan sisältöä juuri hänelle. Mitä paremmin tunnet unelma-asiakkaasi, sen paremmin onnistut markkinoinnissa (Valokki Design.)



Kuva: Nurmi, Essi 2024. Canva.

1.3 Tapahtuman aikataulu ja paikka

Ensimmäinen tärkeä asia on aikataulun suunnitteleminen, joka on hyvä aloittaa heti, kun tapahtumapäivä on tiedossa. Hyvin suunniteltu aikataulu toimii myöskin hyvänä seurantavälineenä siinä, missä ollaan menossa tapahtuman järjestämisen kanssa. Aikataulujen seurantaan ja suunnitteluun voidaan käyttää apuna esimerkiksi Gantt-kaaviota, joka auttaa visualisoimaan projektin eri työvaiheita aikajanalle aseteltuna. Kaaviosta voi nähdä helposti yleiskuvan projektista ja sen eri vaiheiden suhteesta toisiinsa. (Koulutus.fi 2020.)

Tapahtuman laatu määrittelee paljon, millainen paikka sille on sopiva. Paikkaa valitessa mitä asioita onnistuneen tapahtuman toteuttaminen vaatii. Sijainti on myös tärkeä. Pientä tapahtumaa ei kannata viedä kauas halutusta osallistujaryhmästä, mutta isompaan tapahtumaan tullaan kauempaakin. Ajankohta kannattaa myös miettiä niin, että mahdollisimman moni pääsee mukaan ja että ajankohta on tapahtuman kannalta kaikkein kannattavin. Harvemmin kannattaa järjestää siis piknikkiä talvella. On hyvä idea myös tarkkailla muita tapahtumia alueella, että ei järjestä omaa tapahtumaa päällekkäin toisen suositun tapahtuman kanssa. (Vahvike 2015.)

1.4 Teema

Tapahtumalle määritellään teema ja ilme, jotka pitävät tapahtumaa koossa. Ilmeen tulee kuvastaa tapahtuman luonnetta, herättää huomiota ja kutsua ihmisiä tutustumaan tapahtuman tietoihin. Teeman on hyvä näkyä kaikessa tapahtuman ympärillä olevassa toiminnassa: niin markkinoinnissa, julisteissa, somistuksessa ja kutsuissakin (Digiportaati 2015.) Tapahtuman teema voi olla leikittelevä, puhutteleva tai houkutteleva. Teeman visualisointi itse tapahtumassa antaa mahdollisuuden äänen, värien ja kuvien käyttöön (Vallo & Häyrynen 2016, 235.) Teemaa tärkeämpi on toimiva idea, jonka ympärille luodaan koko tapahtuman juoni. On muistettava, että kutsun ilme ja ohjelma lupaa vastanottajalleen jotakin ja se lupaus on pystyttävä pitämään. (Vallo & Häyrynen 2016, 236–237.)

Tapahtuman teeman määrittelemässä on tärkeää ottaa huomioon, mikä on tapahtuman tarkoitus ja millaista kohderyhmää tavoitellaan tapahtumalla. Lisäksi on hyvä pitää mielessä tapahtuma paikka, budjetissa pysyminen sekä vuoden aika ja säätila tapahtuma-aikana. Itse tapahtumapaikalla ja vuodenajalla on paljon valtaa siihen, millainen teema sopii tapahtumaan, sillä esimerkiksi laskettelutapahtuma on vaikea järjestää rannalla kesäsaunassa. Tapahtumalla ei kuitenkaan tarvitse

olla teemaa, mutta se tekee itse tapahtumasta paljon enemmän mieleenpainuvamman. (a. Nielsen, Frederik 2019.)

1.5 Yhteistyökumppanit

Yhteistyökumppanit sekä sponsorit ovat nykyään tärkeässä roolissa budjetin kannalta, varsinkin suurissa tapahtumissa. Yhteistyökuvion kautta voi rahallisen tuen lisäksi saada tapahtumaan esimerkiksi materiaaleja, välineitä, talkooväkeä ja/tai osallistujia/yleisöä. Tapahtuma taas voi tarjota vastapalveluksena tapahtuman verkkosivustolla, sosiaalisen median kanavissa ja itse tapahtumapaikalla. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2020.)

Sponsorointia määrittää aina vastavuoroisuus, sillä sen pitää olla hyödyttävää molemmille osapuolille. Brändinäkyvyyttä ja -mielikuvia toki edelleen saa luotua logonäkyvyydellä oikeissa tilanteissa, mutta 2020-luvulla strategisuus lisääntyy ennestään, ja sponsoroinnilta voi puolin ja toisin vaatia enemmän. Aina on hyvä kertoa mahdollisille sponsoreille, että miksi juuri heidän olisi hyvä toimia tapahtuman sponsorina, saako kyseinen sponsori esimerkiksi lisänäkyvyyttä, lisämyyntiä tai löytää uusia kuluttajia. Parhaimmillaan sponsorointi jättää unohtumattoman muistikuvan, joka on toteutettu elämyksen keinoin tunteita herättämällä kuluttajissa ja yleisössä. (Huikea 2023.)

Ideaalitilanteessa yhteistyötahot ovat imagoltaan ja toiminnaltaan sopivia tapahtuman henkeen sekä teemaan. Hyvinä ulkopuolisina rahoituslähteinä voidaan pitää myös erilaisia avustustoimintaa harjoittavia säätiöitä, rahastoja sekä muita tahoja. Avustuksien haku tulee yleensä tehdä tietyn aikaikkunan aikana, joten avustukset tulee hakea ajoissa ja avustusten hakuaajat huomioiden tapahtuman suunnittelussa. (Lappeenranta Events.)

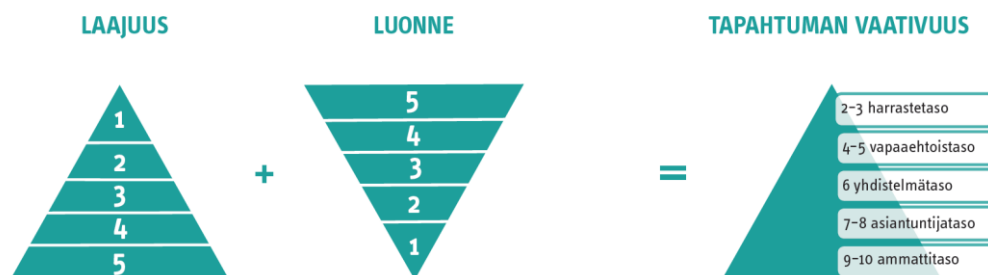
Vapaaehtoiset auttavat tapahtumaorganisaatioita olemalla yleensä suurin työtä tekevä ryhmä koko tapahtumassa. Iso määrä vapaaehtoisia käyttää omaa vapaa-aikaansa ja tekee töitä täysin ilmaiseksi, jotta tapahtumaorganisaatiot saavat järjestettyä hyvän ja toimivan tapahtuman. (LAB University 2023.)

Suomessa tunnetaan vapaaehtoisten motivaattoreita melko huonosti. Niiden tunnistaminen organisaatiossa on kuitenkin todella tärkeää, koska ne auttavat vapaaehtoisten motivoinnissa, sitouttamisessa ja rekrytoinneissa sekä tukevat vapaaehtoisten hyvinvointia. Kun toimintamahdollisuudet sekä motiivit kohtaavat, ovat vapaaehtoiset helpommin sitoutuneita ja innostuneita. (b. Nielsen, Frederik 2019.)

1.6 Lupa- ja ilmoitusasiat

Tapahtumasta riippuen, täytyy huomioida erilaisia ilmoituksia ja lupia, joiden tekeminen on edellytys tapahtuman järjestämiselle. Hakemusten sekä ilmoitusten kanssa on hyvä olla aikaisin liikkeellä, jotta ne ovat varmasti kunnossa ennen tapahtuman alkua. (Suomi.fi 2019.)

Tapahtumasta ei saa aiheutua vaaraa yleisölle tai omaisuudelle. Kuluttajaturvallisuuslain vaatimukset koskevat kaikkia yleisölle avoimia tapahtumia, riippumatta esimerkiksi siitä, ovatko ne maksullisia tai ilmaisia tai mikä tahansa tapahtuman järjestää. Onkin hyvä miettiä mahdollisimman aikaisessa tapahtumasuunnittelun vaiheessa, millaista tapahtumaa ollaan järjestämässä ja mistä juuri kyseisen tapahtuman turvallisuus koostuu, joka on hyvä aloittaa määrittelemässä tapahtuman laajuus ja luonne (Tukes 2024.)



Turvallisuus -ja kemikaalivirasto.

Järjestettävistä tapahtumista pitää tehdä ilmoituksia ja hakea lupia useilta eri viranomaisilta. Tapahtuman järjestäjän pitää tuntea tapahtumia koskeva lainsäädäntö, valvontaviranomaiset ja ilmoitus- ja lupamenettelyt aikatauluineen. Tapahtumasta ilmoittaminen viranomaisille on hyvä tehdä mahdollisimman aikaisessa vaiheessa, jo ennen varsinaista lupahakemusta, jolloin viranomaiset pystyvät ajoissa huomauttamaan puutteista tai pyytämään lisätietoja. (Turvallisuus –ja kemikaalivirasto 2024.)

Kokoontumislaki (530/1999), jonka tarkoituksena on turvata perustuslaissa säädetyssä kokoontumisvapauden käyttämistä sekä ohjata yleisten kokousten ja yleisötilaisuuksien järjestämistä tarpeellisilla järjestysluonteisilla säännöksillä. Tässä laissa yleisötilaisuudella tarkoitetaan yleisölle avoimia huvitilaisuuksia, näytöksiä, kilpailuja ja muihin niihin rinnastettavia tilaisuuksia, joita ei ole pidettävä yleisinä kokouksina. (Finlex 1999.)

Pelastuslaki (379/2011), jonka tavoitteena on parantaa ihmisten turvallisuutta ja vähentää onnettomuuksia. Tavoitteena on myöskin, että onnettomuuden uhatessa tai tapahduttua ihmiset pyritään pelastamaan, tärkeät toiminnot turvataan ja onnettomuuden seurauksia rajoitetaan tehokkaasti, niin, että ihmisille, omaisuudelle tai ympäristölle aiheutuu mahdollisimman vähän haittaa. Tarkoituksena on muun muassa ehkäistä tulipaloja sekä muita onnettomuuksia ja varautua mahdollisiin onnettomuuksiin. (Finlex 2011.)

Järjestyslaki (612/2003), minkä tarkoituksena on edistää yleistä järjestystä ja turvallisuutta. Lakia voidaan soveltaa yleisillä paikoilla muun muassa tietä, katuja, jalkakäytävää, toria, puistoa, uimarantaa, urheilukenttää, vesialuetta, hautausmaata tai muuta vastaavaa aluetta, joka on yleisön käytettävissä. (Finlex 2003.)

1.7 Budjetti

Jokainen tapahtuma tarvitsee budjetin eli suunnitelman, johon kootaan tulot ja menot. Budjetin avulla voidaan seurata tapahtuman taloutta, jotta tiedetään, millainen taloudellinen tilanne tapahtumalla on. Budjetin laatimiseen tarvitaan tietoa siitä, millaisia menoja sekä tuloja tapahtumalla on. Tärkeää on luoda kokonaisbudjetti ja alkaa pilkkomaan kokonaisuutta pienempiin osiin. Pienempiä kokonaisuuksia on helpompi hahmottaa ja asioita jää vähemmän huomioimatta. Kaikkea ei kuitenkaan pysty ennustamaan, joten on hyvä budjetoida noin 5 % kuluista yllätysmenoihin. Tärkeää on muistaa budjetin joustavuus ja sen muunteleminen läpi valmisteluajan. Isoissa tapahtumissa muutokset ovat hyvin yleisiä, sillä yllätyskustannuksia voi tulla odottamattomista paikoista. (Liveto 2018.)

Tärkein osa on jatkuva seuranta ja siihen reagointi, sillä pelkkä budjetin laatiminen ei takaa sitä, että tapahtuma jää taloudellisesti voitolle. Hyvä ja huolellinen budjetointi selkeyttää tapahtuman etenemistä. Tapahtumaa tehdessä kannattaa muistaa pohtia millaisen taloudellisen riskin on ottamassa ja toimia niin, että taloudellinen epävakaus pienenee. Esimerkiksi isoa tuotantoa tehdessä pitää ymmärtää se, että isot ideat vaativat isosti rahaa. (Liveto 2018.)

1.8 Riskit

Tapahtumaa järjestettäessä on hyvä kartoittaa mahdolliset riskit ja varautua niihin. On tärkeää varautua riskeihin, vaikka tapahtuma olisikin pieni. Riskien arviointi on ennakoivaa turvallisuustyötä, jolla pyritään toiminnan häiriöttömyyteen ja turvallisuuteen (Suomen Latu ry.)

Riskien kartoittamisessa voidaan käyttää apuna SWOT-analyysiä, jolla pystytään selvittämään vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. Analyysillä voidaan tunnistaa sisäiset ja ulkoiset tekijät, jotka voivat vaikuttaa tapahtuman onnistumiseen. Järjestäjällä on aina vastuu tapahtuman turvallisuudesta. Tärkeimpiä asioita liittyen turvallisuuteen on, että turvallisuuskysymykset on mietitty tapahtumakohtaisesti etukäteen ja että on varauduttu mahdollisiin turvallisuusriskeihin. Tapahtuman järjestäjän tulee arvioida turvallisuusriskit ja mitoittaa turvajärjestelyt sekä turvahenkilöstön määrä riskiarvion mukaiseksi. Järjestäjä voi myöskin varmistaa paikalliselta poliisilaitokselta, tarvitaanko tapahtumassa koulutettuja järjestyksenvainajia. (Vallo & Häyrynen 2016, 216–217.)

1.9 Markkinointiviestintä

Jos halutaan, että tapahtuma saavuttaa kohderyhmän, on todella tärkeää tietää missä ja miten tapahtumaa markkinoidaan. Kun on kerätty mahdollisimman paljon tietoa kohderyhmästä, voidaan tietää esimerkiksi missä sosiaalisen median kanavissa tapahtumaa on olennaisinta markkinoida. Jos markkinoinnista ja viestinnästä ei huolehdi, menee tapahtuman työpanos hukkaan. Tapahtuman markkinointi ja viestintä voidaan jakaa kolmeen vaiheeseen: Ennakkomarkkinointiin, jolla nostetaan tapahtuman tunnettuutta ja houkutellaan yleisöä paikalle, viestintään tapahtuman aikana, jolla vakuutetaan yleisöön paikan päällä ja etänä sekä viimeisenä jälkimarkkinointiin, millä vahvistetaan muistijälkeä ja sitoutetaan yleisöä kiitoksin ja jakamalla sisältöjä. (Tiedekulma 2024.)

Nykypäivänä suositaan enemmän tapahtuman viestintää sekä markkinointia internetissä, mutta on myöskin tärkeää muistaa perinteiset markkinointikeinot, kuten mainoslehtiset, sillä kaikilla ihmisillä ei ole mahdollisuutta päästä internetiin. Viestinnässä keskeistä on muistaa informatiivisuus sekä visuaalisuus, joka herättää huomiota. Nykyään myöskin voidaan suunnitella ja toteuttaa nettisivut pelkästään kyseiselle tapahtumalle, mitä ollaan järjestämässä, josta löytyy kaikki tarvittavat tiedot. Nettisivut ovat todella erinomainen varsinkin isommille tapahtumille, muttei välttämättömiä varsinkaan pienemmille tapahtumille. (Allen 2009, 244–246.)

1.10 Jälkitoimet

Tapahtuman jälkeen on hyvä kerätä tapahtumassa mukana olleet työntekijät sekä toimeksiantaja(t) yhteen ja käydä yhdessä läpi tapahtumaa. Saavutettiin tavoitteet? Missä on parannettavaa? Mitä on tärkeää ottaa huomioon ensi kerralla? Missä onnistuttiin? Pysyttiinkö budjetissa? Millaisia oli osallistujien palautteet tapahtumasta? On tärkeää huomioida kaikki palautteet, jotta jatkossa pystytään kehittyä sekä oppia ja tuottaa parempia tapahtumia. Kaikki huomiot sekä palautteet on kannattavaa säilyttää, jotta näihin voidaan palata takaisin uudestaan, kun uutta tapahtumaa aletaan suunnittelemaan. Työryhmän tapaamisessa on tärkeää nostaa esille asiakkaiden kokemukset tapahtumasta. Näin saadaan kattavampi kuva kuluttajien näkökulmasta ja osataan kehittää tapahtuman epäkohtia. Asiakkaiden palautteet antavat puitteet, jotka mahdollistavat tapahtuman kehittämistä parempaan suuntaan. (Allen Judy 2009, 340–348.)

Palaute tapahtumasta on ensiarvoisen tärkeää, jotta tapahtumaa voidaan kehittää tulevaisuudessa ja puuttua sen epäkohtiin. Positiivisesta palautteesta saat myös kiitosta tekemästäsi työstä. On

hyvä muistaa, että yksittäinen palaute on aina ihmisen subjektiivinen näkemys tapahtumasta, esiintyjistä, järjestelyistä ja ylipäättänsä kokemuksesta. Tämän vuoksi on hyvä kerätä palautetta tapahtumasta suurelta joukolta osallistujia ja perehtyä palautteeseen tarkoin. (Liveto 2022.)

Palaute tapahtumasta kerätään lähtökohtaisesti tapahtuman lopussa, jolloin voidaan keskittyä palautteen läpikäymiseen ja yksityiskohtiin tarkemmin. Palautekysely voidaan toteuttaa esimerkiksi haastatteluna tai kyselylomakkeen avulla. Kyselyn on hyvä pitää napakkana ja ennen kaikkea ottaa huomioon tärkeimmät kohdat tapahtumasta, joista halutaan kerätä tietoa. (Liveto 2022.)

2 TAPAHTUMAN TOTEUTUS

2.1 Ideointi

Kun olin päättänyt, mistä haluan opinnäytetyöni tehdä, seuraava askeleeni oli ottaa yhteyttä Lapin hyvinvointialueeseen, sillä muistin, että minulla on läheinen Simon kunnalla töissä, joka tuntee paljon ihmisiä sieltä. Simossa innostuttiin ideastani ja se otettiin lämpimästi vastaan. Tämän jälkeen toimeksiantajakseni muodostui Lapin hyvinvointialue.

Tapahtuman ideoinnissa lähdin liikkeelle tavoitteista, kohderyhmästä, aikataulusta sekä sisällöstä, joita avaan seuraavissa kappaleissa tarkemmin. Kun olin päättänyt, että mitä tapahtuma pitäisi sisällään, esittelin ideani Simon kunnalle sekä Lapin hyvinvointialueen valtuutetulle, jonka jälkeen pääsin aloittamaan itse tapahtuman toteutuksen. Sain vapaat kädet tapahtuman järjestämiseen, mutta tietenkin sain myöskin apua toimeksiantajaltani. Käytin apuna opinnäytetyössäni tehtyä tietoperustaa, jonka pohjalta suunnittelin yksityiskohtaisesti itse tapahtuman. Joulun (2023) aikana menin katsomaan mahdollista tapahtumapaikkaa sekä keskustelemaan toimeksiantajani kanssa suunnitelmistani. Sain paljon informaatiota muun muassa kohderyhmästäni sekä vinkkejä tapahtuman sisällöstä.

2.2 Kohderyhmä ja tavoitteet

Tapahtuman kohderyhmä koostui simolaisista mielenterveyskuntoutujista sekä työkyvyttömistä. Ikäryhmään lukeutui 18–70-vuotiaat aikuiset ja nuoret aikuiset. Samalla myöskin pyrittiin löytämään ihmisiä, jotka eivät olleet vielä avunpiirissä, mutta kamppailevat mielenterveysongelmien parissa.

Tapahtuman tavoitteena oli nostaa esille tietoisuutta mielenterveysongelmista sekä tuoda tekemistä ja iloa arjen keskelle. Tapahtuma mahdollisti hyvän mielen hetkiä ja kohtaamisia kulttuurin, taiteen sekä musiikin parissa. Tarkoituksena oli myöskin esitellä kohderyhmälle erilaisia yksinkertaisia keinoja esimerkiksi rentoutumiseen tai ahdistuksen ja stressin lievittämiseen, joita he voivat hyödyntää helposti omassa arjessaankin. Arjen hyvinvoinnilla on vahva yhteys mielen hyvinvointiin. Kun voi hyvin, sujuu arkikin ilman suuria ponnisteluja. Toisaalta arjen rutiinit ja säännöllinen päivärhythmi edistävät terveyttä. (Mielenterveystalo.)

Vielä tänäkin päivänä mielenterveys- ja päihdeongelmien parissa taistelevat ihmiset joutuvat stigman kohteeksi. Noin joka kymmenes suomalainen kokee epämukavuutta tai pelkoa kohdatessaan mielenterveysongelmia sairastavan ihmisen ja 17 prosenttia ei halua naapurikseen mielenterveyskuntoutujia. (THL.) Ennakkoluulojen ja virheellisten käsitysten voittamiseksi tarvitaan työtä, jotta mielenterveysoikeudet saadaan toteutetuksi.

2.3 Aika ja paikka

Lapin hyvinvointialueen tapahtuma toteutettiin Simossa 3. huhtikuuta 2024 kello 9–12. Tapahtuma järjestettiin Simon kunnan lupaamalla työpajalla, jossa monet kuntoutujat käyvät rakentamassa erilaisia asioita yhdessä sekä yksin. Työpaja tarjoaa simolaisille tilan luovuuteen sekä antaa arkeen rutiinia. Tilat osoittautuivat erittäin hyviksi tapahtumaa ajatellen, ne olivat tilavat sekä paikalta löytyi pöytiä ja tuoleja valmiiksi.

Kävin katsomassa tiloja ennen joulua 2023 ja suunnittelemassa, miten tapahtuman siellä voisi järjestää. Toimeksiantajan kanssa keskusteltiin itse tapahtuman ajankohdasta sähköpostitse. Ajan kohta määräytyi mahdollisten asiakkaiden aikataulujen mukaan, joka optimoi tapahtumaan tuleminen mahdolliseksi mahdollisimman monelle. Työpajan ohjaajan mukaan, Simon työpajalla on eniten asiakkaita keskiviikkoisin kello 8–13 aikaan, jonka vuoksi valitsimme tämän kyseisen ajan (3.4.24 kello 9–12) tapahtumalle.

2.4 Yhteistyökumppanit ja lupa-asiat

Tapahtuman yhteistyökumppaneina toimi Simon kunta sekä Simon nuorisotyö. Simon kunta tuki materiaalin hankinnassa sekä tapahtumapaikan järjestämisessä. Nuorisotyöntekijä oli tapahtumassa mukana nuorison kanssa, tukemassa heitä osallistumisessa. Työpajan ohjaaja oli mukana koko päivän. Hän auttoi tapahtuman tarvikkeiden järjestämisessä sekä tarjoilujen teossa. Ohjaaja myöskin teki yhdessä omien asiakkaidensa kanssa tapahtumaan maalaustelineet, jolloin niitä ei tarvinnut ostaa.

Tätä tapahtumaa varten haettiin tutkimuslupaa Lapin hyvinvointialueen vastuualuejohtajalta jo aikaisin joulukuussa 2023, joka hyväksyttiin tammikuussa 2024. Tutkimuslupaa tarvitaan aina selvi-tyksiin, tutkimuksiin, kehittämis- ja yhteistyöhankkeisiin sekä opinnäytetöihin, joissa kerätään tai käsitellään sosiaali- ja terveydenhuollon toimialan asiakkaita tai potilaita koskevia tietoja. (Vantaan kaupunki 2021.)

2.5 Teema

Tapahtuman teema syntyi halusta tuoda esille yhteiskunnan ongelmakohtia mielenterveysongel-mista sekä löytää pieniä ratkaisuja näiden voittamiseksi. Tässä osiossa käydään läpi mielenter-veyttä ja sen haasteista sekä miten mielenterveyttä voidaan edistää kulttuurin avulla. On tärkeää saada pohja sille, että miksi tämän kaltaisia tapahtumia on kannattavaa tuottaa.

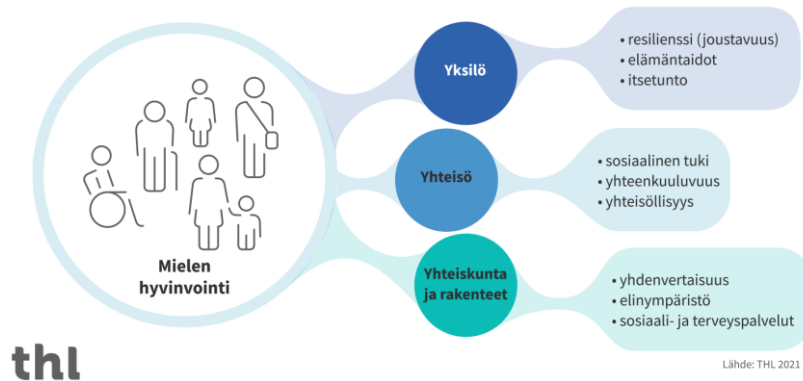
Mielenterveys on hyvinvoinnin tila, jossa ihminen pystyy näkemään omat kykynsä ja selviytymään elämään kuuluvissa haasteissa sekä työskentelemään ja ottamaan osaa yhteisönsä toimintaan. (WHO 2013.) Se on ihmisen hyvinvoinnin, terveyden ja toimintakyvyn perusta. Hyvä mielenterveys on voimavara, joka auttaa meitä nauttimaan elämästä ja kokemaan elämämme mielekkäämmäksi.

Mielenterveyttä voi horjuttaa esimerkiksi köyhyys, syrjäytyminen sekä eri kriisit kuten ero, menetys ja huonot ihmissuhteet. Kuormituksen kasvaessa liian suureksi, voi seurauksena olla mielentervey-den häiriö. Mielenterveyden häiriöllä tarkoitetaan lääketieteellistä käsitettä, jolla viitataan diagno-soitavissa olevaan sairauteen. Mielenterveyden häiriö vaikuttaa ajatteluun, tunne-elämään ja käyt-täytymiseen sekä kykyyn tehdä työtä, toimia arjessa ja olla vuorovaikutuksessa muiden kanssa. (MIELI ry 2021.)

2.5.1 Mielenterveyden edistämisen hyödyt yhteiskunnalle

Mielenterveys koostuu psyykkisestä, fyysisestä, sosiaalisesta sekä henkisestä ulottuvuudesta. Sitä voidaan edistää yksilö-, yhteisö- ja rakenteiden tasolla. Mielenterveyden edistämisen kustannus-vaikuttavuutta on viimeisen 10 vuoden aikana tutkittu laajasti. Kohdeväestöstä ja menetelmistä riip-pumatta kustannusanalyysit ovat osoittaneet, että sekä mielenterveyden ongelmien ehkäisy että mielen hyvinvoinnin edistäminen ovat kustannustehokkaita toimia. (MIELI ry 2023.)

Mielen hyvinvointi rakentuu kaikkien arjessa



THL 2021

2.6 Budjetti

Tapahtuma ei ollut voittoa tavoitteleva, vaan tarkoituksena on tukea ja auttaa ihmisiä, joten budjettiin ei määritelty tulovirtaa. Budjetti tapahtumaan tuli yhteistyökumppanilta eli Simon kunnalta. Budjetiksi muodostui 1000 euroa, jolla kustannetaan tapahtuman materiaalit muun muassa siveltimet, maalit sekä tarjoilut ja niihin tarvittavat tarvikkeet. Laadin listan kaikista tarvikkeista, mitä tapahtumaan kului, jonka lähetin toimeksiantajalle. Tarvikkeet ostin toimeksiantajan laskulle. Tapahtumassa järjestettiin myöskin lahjakortti arvonta K-kauppaan. Lahjakortit ostettiin omaan piikkiin ja ne eivät kuuluneet toimeksiantajan maksettavaksi.

Budjetti alittui huomattavasti, mitä siihen oli valmiiksi määritelty. Paljon resursseja oli saatavilla tapahtumapaikalta sekä paljon tehtiin itse, jossa säästettiin rahaa. Kuluja muodostui maalaus- ja ruokailutarvikkeista sekä tapahtumapaikan somistuksesta. Maalaustelineet työpajan asiakkaat tekivät itse tapahtumaan sekä tapahtumatila tuli Simon kunnalta, joka varattiin tapahtuman ajaksi. Arvontaan ostetut lahjakortit menivät omista rahoista, joita ei laskettu mukaan Simon kunnalta saatuun budjettiin, vaan eriteltiin omiin kuluihin. Kaikki menot on eritelty Excel-taulukkoon (LIITE 6.)

Koska tapahtuma toteutettiin opinnäytetyönä, ei tapahtumasuunnitteluun tai tapahtuman järjestämiseen tarvinnut ulkopuolisen tahon palveluita. Toimin itse tapahtuman ohjaajana, jolloin rahaa ei kulunut henkilökuntaankaan. Minua auttoi ilmaiseksi myöskin Simon kunnan työllisyyskoordinaattori sekä työpajan ohjaaja, jotka olivat mukana auttamassa muun muassa somistuksessa sekä tarjoiluissa. Tapahtuman markkinoimiseen ei mennyt kuluja, sillä pyrittiin markkinoimaan tapahtumaa

mahdollisimman paljon sosiaalisen median sekä itse tehtyjen mainoksien kautta. Paikkakunnan lehteen sekä iDiD infonäytölle sain myöskin ilmaiseksi laittaa mainoksen näkyville. Näiden vuoksi markkinointi tapahtui nollabudjetilla.

Tapahtuman yhteiskustannukseksi muodostui noin 286 €, jolla saatiin katettua kaikki tarvittava tapahtumaan.

2.7 Riskit

SWOT–analyysi eli nelikenttäanalyysi on yksinkertainen ja yleisesti käytetty analysointimenetelmä. Sen avulla voidaan selvittää tapahtuman vahvuudet ja heikkoudet sekä tulevaisuuden mahdollisuudet ja uhat. (Sydänliitto 2020.) Nelikenttäanalyysi (SWOT) sopii käytettäväksi kaikentyyppisissä organisaatioissa ja yrityksissä. Sen tarkastelu voi koskea joko koko yritystä tai yksityiskohtaisemmin jotakin toiminnan osaa, jolloin se on rajatumpi. Kohteena voi silloin olla esimerkiksi markkinat, tuotteet tai henkilöstö. (Suomen Riskienhallintayhdistys 2016.)

Tapahtumasuunnittelussa käytin itse pelkistettyä SWOT-analyysiä havainnollistamaan itselleni tapahtumaan vaikuttavia tekijöitä (Kuvio 1).

<p>Vahvuudet:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erilainen tapahtuma paikkakunnalla <ul style="list-style-type: none"> ◦ erottuu joukosta 	<p>Heikkoudet:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ensimmäinen kokonaan itse järjestämäni tapahtuma
<p>Mahdollisuudet:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uusien asiakkaiden tavoittaminen • Ihmisten auttaminen sekä tukeminen arjessa saman aikaisesti 	<p>Uhat:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ihmiset eivät osallistu tapahtumaan • Ihmiset eivät löydä paikalle

KUVIO 1. Tapahtuman SWOT –analyysi

Vahvuuksiin valitsin tapahtuman erottumisen joukosta, sillä pienellä paikkakunnalla ei hirveästi erilaisia tapahtumia järjestetä. Tämän vuoksi se voi herättää mielenkiintoa osallistua oman kaupungin

tapahtumaan ja saada arkeen jotain uutta tekemistä sekä mahdollisuuden verkostoitua ihmisten kanssa.

Heikkouksiksi luokittelin omat puutteeni tapahtumajärjestämisestä, sillä en ole itse ennen ikinä järjestänyt tapahtumaa täysin yksin. Minulla on jonkinlainen kokemus kuitenkin tapahtumajärjestämisestä, mutta ei sellaista, että olisin kaikki tehnyt itse alusta loppuun. Minulla kuitenkin oli mahtava tukijoukko, jotka auttoivat minua tapahtuman kannalta, kun sitä tarvitsin.

Mahdollisuuksiin tuli uusien mahdollisten asiakkaiden tavoittaminen sekä ihmisten tukeminen arkipäiväisessä elämässä. Nämä muodostuivat sen vuoksi, että kaikki eivät ole päässeet vielä avun piiriin ja tapahtuma mahdollistaisi samalla myöskin informoimaan heitä, mistä löytyy apua ja kertomaan, että sitä on saatavilla. Myöskin itse tapahtuman aihe eli maalaus, on yksi stressin ja ahdistuksen lievittämisen keinoja, joita halusin tuoda esille, sillä sitä voidaan käyttää esimerkiksi yksin kotona, kun ahdistus pääsee pahaksi.

Tapahtuman uhkina koin vähäisen osallistujamäärän sekä tapahtumapaikalle löytämisen. Vähäinen osallistujamäärä olisi voinut riippua esimerkiksi riittämättömästä markkinoinnista tai vaikkasäätilasta. Tapahtumapaikalle löytäminen itse simolaiselle ei tuottaisi ongelmaa, mutta mahdollisesti muualta tuleville kävijöille tilanne olisi eri, sillä en osannut mainoksiin kertoa tarkkaa osoitetta tapahtumapaikalle.

2.8 Viestintä ja markkinointi

Tapahtuman markkinointi on hyvä aloittaa tarpeeksi ajoissa. Tässä tilanteessa maaliskuun alussa aloitettiin ennakkomarkkinointi, johon kuuluivat tiedotteiden jakaminen sosiaalitoimistossa sekä julkaisuiden julkaiseminen Simon kunnan Instagramiin ja Facebookiin (LIITE 2).

Simon tapahtumassa kohderyhmänä suurimpana osana oli mielenterveyskuntoutujat sekä työkyvyttömät. Monet heistä käyvät sosiaalitoimistossa, jolloin yksi toimivana markkinointivälineenä oli, että sosiaalitoimen työntekijät välittävät asiakkaille tietoa tapahtumista sekä rohkaisee heitä osallistumaan.

Monet kohderyhmästä käyvät Simon työpajalla, missä myöskin tapahtuma järjestettiin. Työpajalle laitoimme julisteita tapahtumasta, jolloin ne ovat kaikkien asiakkaiden nähtävillä. Heillä myöskin on valmiiksi kiinnostusta luovasta tekemisestä, jolloin tapahtuman markkinointi löysi helposti oikean kohderyhmän. Julisteet tein Canva-sovelluksella (LIITE 1), jotka tulostettiin ja jaettiin muun muassa työpajalle, kouluille sekä kunnanvirastolle.

Jotta saavutettaisiin mahdollisimman moni kohderyhmään kuuluva henkilö, on hyvä markkinoida tapahtumaa myöskin eri sosiaalisen median kanavissa. Tämän vuoksi markkinoin tapahtumaa Simon kunnan Instagram sekä Facebook tilillä. Sosiaalisen median kanavissa on helpoin ja kattavin tuottaa ennakkomarkkinointia sekä jälkimarkkinointia ja tuottaa materiaalia tapahtuman aikana. Tapahtuman julisteita myöskin kyläläiset jakoivat Simon Facebook ryhmiin muun muassa ryhmässä nimeltä "Simo / Simonkylä".

Tapahtumasta ilmoitettiin paikallisessa "Simolainen" -lehdessä, joka saavutti jokaisen simolaisen kotitalouden. Mainoksen tein Canva-sovelluksella (LIITE 1). Sama ilmoitus julkaistiin myöskin Simon kunnanviraston IDID-näytöille.

3 TAPAHTUMAPÄIVÄ JA JÄLKITOIMET

Tapahtumaa edeltävänä päivänä, tapahtumatila järjesteltiin ja tehtiin siitä toimivampi tapahtumaan. Paikalla järjesteltiin pöydät ja tuolit oikeille paikoilleen, jotta on helpompi ohjata tapahtumaa. Pöytien paikat määrytyivät siten, että kävijöiden on helppo keskustella toistensa kanssa sekä kaikki tarvikkeet ovat helposti saatavilla. Pöytien lisäksi mahdollistettiin myös maalaaminen seisaltaan. Viime hetken ostokset suoritettiin myös päivää ennen, jotta kaikki olisi valmista tapahtumapäivänä

Tapahtumapäivän aamuna saavuin tapahtumapaikalle ajoissa, jotta keretään tehdä viimeiset järjestelyt. Kahvia laitettiin keittymään sekä pystytettiin ulkoteltta, jossa paistettiin makkaraa ja lättyjä.

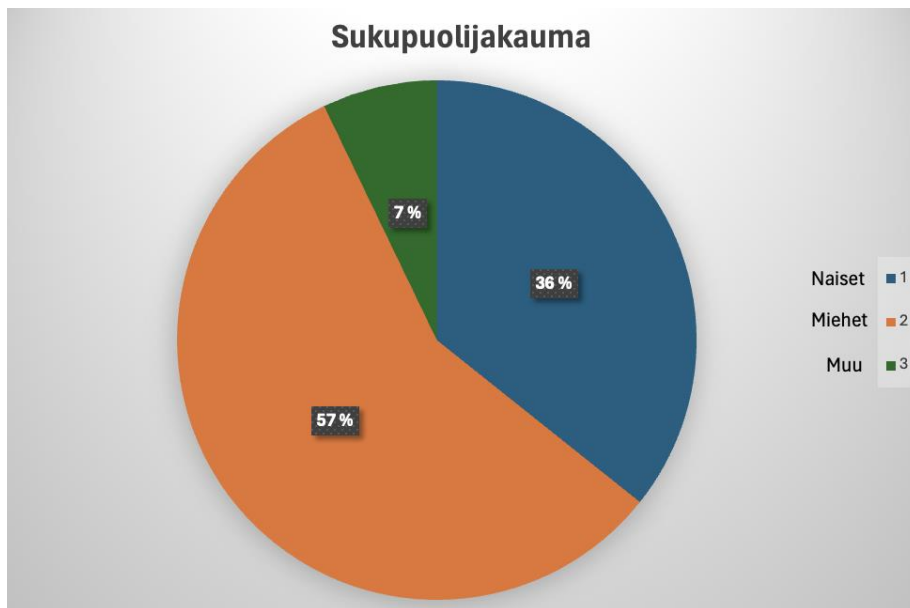
Tapahtuma lähti käyntiin alkupuheella, jossa toivotin tervetulleeksi kaikki. Kävin läpi, mitä tapahtuma pitää sisällään sekä kannustin kaikkia osallistumaan. Kävijät saivat itse päättää istumapaikansa sekä mitä he maalasivat. Varauduin myöskin erilaisilla inspiraatiokuvilla, joista pystyi ottamaan esimerkkiä. Kävijöitä oli noin 20 ja suurin osa miehiä. Monet eivät olleet heti innoissaan maalausideasta, mutta kannustamalla heitä mukaan, hekin tarttuivat siveltimiin ja maalasivat. Monet olivat innoissaan ruokailusta ja sosialisoitumisesta. Itse olin mukana maalailemassa ja jututtamassa kävijöitä, jotta saataisiin sitä verkostoitumista ja puheen sorinaa maalaamisen ohella.

Aikataulussa pysyttiin hyvin. Jotkut osallistujat tulivat aikajanan puitteissa, joka oli helppoa, koska maalaamisen pystyi aloittamaan milloin vain ja olin aina valmiina ohjeistamassa ja toivottamassa tervetulleeksi tapahtumaan. Sääkin toi mahtavat puitteet ulkona makkaran paistamiseen ja tarjoi luun.

Tapahtuman lopussa jaettiin kävijöille palautelomakkeet, jonka pohja on nähtävissä liitteessä 3. Lomakkeella pyrittiin selvittämään kävijöiden kokemuksia sekä ajatuksia tapahtuman toimivuudesta ja kehityskohteista. Saman aikaisesti jaettiin arvontalaput (LIITE 4), jotta saatiin kannustettua ihmisiä vastaamaan palautelomakkeisiin. Palautelomakkeet täytettiin anonymisti ja niissä ei tarkempia henkilötietoja kysytty kuin ikä sekä sukupuoli.

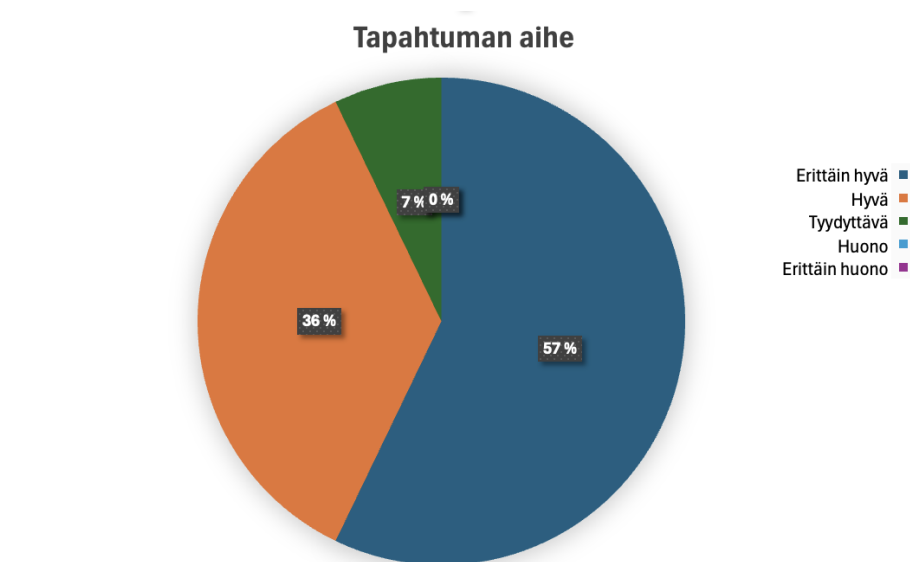
Osallistujien lähdettyä, aloin siivoamaan paikkoja työpajalaisten sekä heidän ohjaajansa kanssa. Pari osallistujaa saivat kotiinsa mukaan tapahtuman koristeluissa käytettyjä tulppaaneja, joista he

vaikuttivat olevan todella hyvillään. Tunnin päästä tapahtuman loppumisesta olikin aika suunnata pois tapahtuma paikalta ja kiittää kaikkia auttamisesta ja yhteistyöstä.



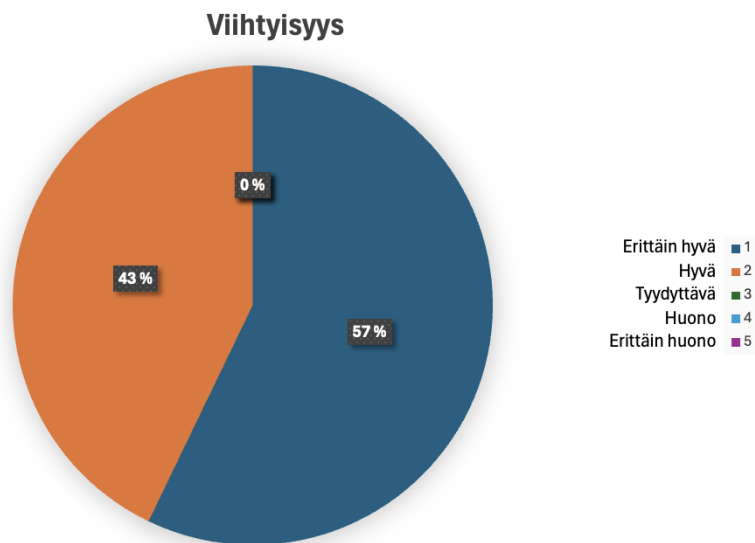
KUVIO 1. Tapahtuman osallistujien sukupuolijakauma.

Tapahtumassa oli noin 20 kävijää, joista 14 vastasi palautelomakkeisiin. Tapahtumassa oli eniten miehiä, joista vastanneista oli 8 ja naisia 5 sekä 1, joka ei halunnut jakaa ikäänsä tai sukupuoltansa.



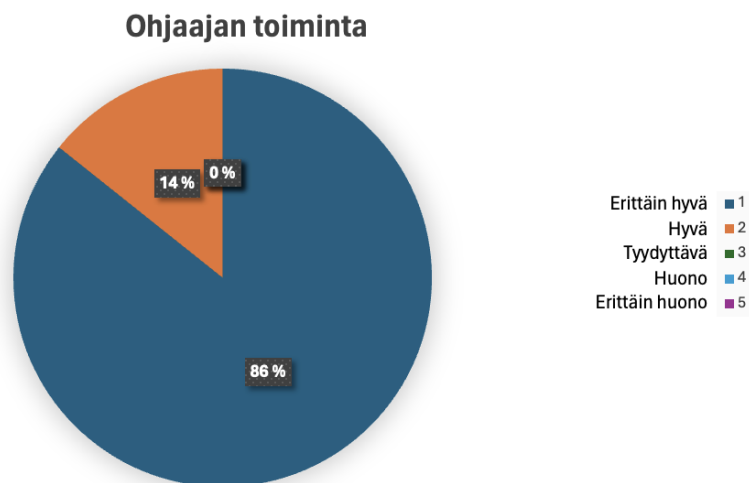
KUVIO 2. Osallistujien arviointi tapahtuman aiheesta.

Lomakkeessa kysyttiin muun muassa mielipidettä tapahtuman aiheesta. Vastanneista 57 % mielestä aihe oli erittäin hyvä, 36 % mielestä aihe oli hyvä ja 7 % mielestä tyydyttävä. Kenenkään mielestä aihe ei ollut huono tai erittäin huono.



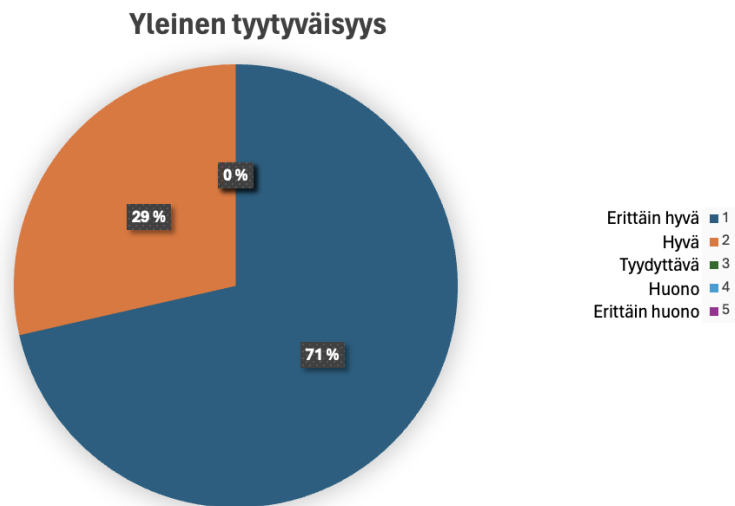
KUVIO 3. Osallistujien arvio tapahtuman viihtyisyydestä.

Tapahtuman viihtyisyys sai hyvät tulokset. 57 % vastasi viihtyvyyden olevan erittäin hyvä sekä loput 43 % vastasi sen olevan hyvä. Viihtyisyys myöskin sai avoimien kysymysten kohdalla erikseen todella hyvää palautetta.



KUVIO 4. Osallistujien arvio tapahtuman ohjaajan toiminnasta.

Ohjaajan toimintaa kuvattiin enimmäkseen erittäin hyväksi, näin vastasi 86 % vastanneista sekä 14 % vastasi ohjaajan toiminnan olevan hyvä. Erikseen avointen kysymyksen kohdalla kirjoitettiin positiivista palautetta ohjaajan ohjeistuksista sekä asenteesta.



KUVIO 5. Osallistujien yleinen tyytyväisyys tapahtumasta.

Yleinen tyytyväisyys tapahtumasta oli positiivinen. Suurin osa vastanneista eli 71 % vastasi sen olevan erittäin hyvä sekä 29 % yleisen tyytyväisyyden olevan hyvä.

4 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Palautteiden perusteella voidaan päätellä, että tapahtuma oli onnistunut sekä toivottu. Tapahtumassa kuitenkin on vielä parannettavaa, kuten esimerkiksi musiikin kohdentaminen paremmin kohderyhmälle sekä enemmän ottaa huomioon esteettömyys tapahtumapaikalla. Esteettömyys tapahtumassa oli muutoin hyvä, mutta pöydät sekä tuolit oli järjestelty siten, että joihinkin kohtiin oli vaikeampi päästä istumaan, joka on hyvä ottaa huomioon seuraavaa kertaa ajatellessa. Avointen kysymysten kohdalla oli esitetty, että musiikin tilalla olisi voinut olla esimerkiksi radio. Tämä palaute tarjoaa mahdollisuuden parantaa tapahtuman osa-alueita tulevaisuudessa ja parantaa osallistujien kokemusta entisestään.

Osallistujat antoivat eniten positiivista palautetta tapahtuman tunnelmasta, mikä osoittaa, että yleinen ilmapiiri ja ympäristö olivat merkittäviä tekijöitä vastaajien kokemuksessaan. Tunnelman korostaminen voi mahdollisesti viitata siihen, että osallistujat kokivat tapahtuman mukavana sekä yhteisöllisenä. Toiseksi eniten positiivista palautetta sai itse maalaus, mikä viittaa siihen, että kyseinen tekeminen oli suosittua ja herätti osallistujissa positiivista huomiota.

Tapahtuman aiheen tuloksiin oli voinut vaikuttaa se, että kaikki osallistujista eivät kokeneet maalaamisen olevan heitä varten. Kuitenkin nauttivat ihmisten seurasta ja tarjoiluista, joka on myös onnistunut asia tapahtuman kannalta, sillä tavoitteena oli saada iloa ihmisten arkeen sekä tukemaan ihmisiä verkostoitumaan.

Yleinen tyytyväisyys kuitenkin sai hyvät arvostelut, vaikka aihe ei välttämättä ollut kaikkien mieleen. Tämä todennäköisesti tarkoittaa sitä, että tapahtuma onnistui muullakin tapaa, kuin pelkästään maalauksen osalta. Esimerkiksi avointen kysymysten kohdalla kysymyksessä ”mistä pidit tapahtumassa eniten”, sai paljon ääniä muun muassa tapahtuman tunnelman ja kanssakäymisten vuoksi.

Paikalla kävi myös monta ihmistä, jotka tykkäsivät paljon maalaamisesta ja se oli myöskin monien lempi asia tapahtumassa. Monet olivat jopa yllättyneitä, kuinka mukavaa sekä rentouttavaa se on ja kertoivat, etteivät edes muista milloin viimeksi oli maalausta harrastanut.

Isoin osa vastaajista kertoi saaneensa tiedon tapahtumasta työpajalta, mikä osoittaa vahvaa sitoutumista sekä kiinnostusta tapahtumaan työpajatoiminnan kautta. Pari mainintaa saatiin myös sosiaalisesta mediasta, mikä viittaa tapahtuman näkyvyyteen sekä markkinoinnin tehokkuuteen verkossa. Sosiaalisen median markkinoinnin kautta, tapahtumaan saapui myös Tornioasta asti kävijöitä. Yksittäisiä mainintoja siitä, mistä löysivät tapahtumaan muun muassa oli työllisyyskoordinaattorilta sekä vanhemmalta. Nämä viittaavat henkilökohtaiseen suositukseen, joka korostaa suhteiden merkitystä tapahtuman markkinoinnissa ja osallistujien hankinnassa. (MarkkinointiKollektiivi 2021.)

Tapahtuman positiivinen palautemäärä oli merkittävä, sillä 11 vastaajaa neljästätoista suosittelisi tapahtumaa muille, joka osoittaa, että tapahtuma vastasi odotuksia sekä tarpeita monille osallistujille. Vaikka 3 vastaajista ei vastanneet mitään, vahva määrä suositusten antajilla viittaa siihen, että tapahtumalla oli positiivinen vaikutus kävijöihin.

Yleiskatsauksena voidaan todeta, että palautteet antavat arvokasta tietoa tapahtuman onnistumisesta, osallistujien kokemuksista sekä kehittämiskohteista. Positiiviset palautteet vahvistavat tapahtuman onnistumisia ja osoittavat, että se vastasi monien osallistujien odotuksia ja tarpeita. Kriittiset palautteet, kuten musiikin ja esteettömyyden osalta esiin nostetut parannusehdotukset, tarjoavat mahdollisuuden kehittää tapahtumaa paremmaksi. Tapahtuman hyvää tunnelmaa koskevat maininnat viittaavat siihen, että tapahtuma loi positiivisen ja viihtyisän ilmapiirin, mikä edistää kävijöiden sitoutumista ja tyytyväisyyttä. Näiden palautteiden perusteella pystytään päättämään, että tapahtuma oli kokonaisuudessaan onnistunut sekä toivottu. Jatkossakin on tärkeää hyödyntää saatuja palautteita ja jatkaa tapahtuman kehittämistä osallistujien tarpeiden ja odotusten mukaisesti.

Taideterapeuttinen tapahtuma Simossa oli merkittävä kokemus sekä osallistujille että minulle, tapahtuman järjestäjälle. Positiivisen palautteen ohella se tarjosi arvokkaita oppitunteja tapahtuman suunnittelusta ja toteutuksesta. Tapahtuma herätti myös kysymyksiä tulevaisuuden kehittämismahdollisuuksista sekä mahdollisuuksista muovata erilaisia pienimuotoisia tapahtumia, joilla voidaan edistää mielenterveyttä.

Budjetin osalta huomasin, että toteutin tapahtuman huomattavasti pienemmällä budjetilla kuin alun perin oli suunnitelmassa ja tähän varmasti vaikutti se, että monista menoeristä voitiin tehdä itse. Vaikka budjetin alittuminen sinänsä on positiivinen asia, se jättää kysymyksiä siitä, olisiko tapahtumaa voitu kehittää sekä laajentaa enemmän, jos budjettia olisi käytetty lähemmäs suunniteltua.

Tulevaisuudessa olisikin toivottavaa tarkastella tarkemmin budjetin kohdentamista ja varmistaa, että resurssit käytetään mahdollisimman tehokkaasti tapahtuman laadun ja vaikuttavuuden maksimoimiseksi.

Osallistujat kokivat tapahtuman antoisaksi ja voimaannuttavaksi. He kiittelivät mahdollisuutta ilmaista itseään eri taiteen muodoilla. Kunnan puolelta saatu tuki ja hyväksyntä vahvistivat tapahtuman merkitystä paikallisessa yhteisössä.

Erityisesti tapahtuman musiikki ja esteettömyys saivat pientä negatiivista palautetta. Musiikin osalta osa osallistujista toivoi monipuolisempaa musiikkivalikoimaa, mahdollisuutta vaikuttaa musiikin valintaan enemmän tai jopa musiikin vaihtamista radiokanavaan. Esteettömyydessä puolestaan olisi voitu kiinnittää enemmän huomiota tilan esteettömyyteen ja liikkumisen helppouteen osallistujille, varsinkin pöytien ja tuolien osalta, jotta kaikki voisivat osallistua tapahtumaan vaivattomasti.

Seuraavissa samankaltaisissa tapahtumissa voitaisiinkin keskittyä enemmän budjetoimiseen ja miten pystyttäisiin saavuttamaan vielä mieluisampi ja laadukkaampi tapahtuma. Myöskin voitaisiin ottaa huomioon muuta pientä aktiviteettiä pää aktiviteetin ohelle. Huomasin tapahtumassani, että kaikki eivät mielellään halunneet osallistua juuri maalaukseen vaan socialisoitumiseen, jolloin olisi hyvä tuoda tapahtumaan jotain muutakin pientä tekemistä.

Pohdin markkinoinnin kannalta sitä, että olisiko markkinointia vielä enemmän voinut kohdentaa. Sain paljon vinkkejä kohdentamiseen liittyen, mutta aikani yksin ei riittänyt tuottaa laadukasta markkinointia, jolla olisi saatu kohdennettua vielä enemmän tapahtumaa kohderyhmälle. En halunnut mainoksissani tuoda esille suoraan, että tapahtuma on järjestetty mielenterveysongelmista kärsiville ihmisille, joten tätä pyrittiin tuomaan esille sanalla "taideterapeuttinen". Viimeisimmässä julkaisussa minkä toteutin Facebook ryhmään, oli kohdennettu enemmän tapahtumaa, mutta tämä olisi pitänyt jo toteuttaa aikaisemmin. Tämän vuoksi olisi hyvä, että seuraavassa tapahtumassa olisi ehkä jopa oma markkinointivastaava, joka hoitaisi erikseen markkinoinnin, jotta oleellisia asioita ei jää pois.

Tapahtuma oli tarkoitettu aikuisille sekä nuorille aikuisille, mutta vain pari nuorta pääsi paikalle. Tämä voi johtua aikaisesta kellonajasta tapahtumalle. Kävin keskustelua nuorisotyöntekijän kanssa ja hän ilmaisi, että monet hänen asiakkaansa olisi varmasti tullut, ellei tapahtuma olisi ollut niin

aikaisin aamusta, koska nuoret haluavat nukkua pitkään. Tämä on tärkeä ottaa huomioon, jos halutaan järjestää tapahtumaa, jossa kohderyhmään kuuluvat myöskin nuoret.

Opinnäytetyötä tehdessäni sain kehittää sekä haastaa itseäni. Opin todella paljon tapahtumajärjestämisestä sekä itsestäni. Se, että tein kaiken täysin yksin alusta loppuun, oli välillä todella haastavaa sekä stressaavaa, mutta onnistuin. Olen ylpeä tapahtumastani ja siitä, mitä sain aikaiseksi. Osallistujat olivat tyytyväisiä ja lähtivät tapahtumapaikalta hymykasvoilla. Uskon todella, että tapahtuma oli merkittävä monen ihmisen kannalta ja toivon, että samankaltaisia tapahtumia tultaisiin järjestämään enemmän ympäri Suomea, varsinkin pienemmillä paikkakunnalla.

LÄHTEET

Allen, Judy 2000. Event planning – the ultimate guide to successful meetings, corporate events, fundraising galas, conferences and conventions, incentives and other special events. Toinen painos. Ontario: Wiley.

Etelä-Pohjanmaan liitto 2020. PDF-tiedosto. Tapahtumajärjestäjän opas. Hakupäivä 20.3.2024. https://www.vskylat.fi/wp-content/uploads/2020/03/C_57_Tapahtumajarjestajan_opas.pdf

Helsingin Yliopisto 2024. Tiedekulma. Vinkit tapahtuman markkinointiin ja viestintään. Hakupäivä 17.2.2024. <https://www.helsinki.fi/fi/tiedekulma/vinkit-tapahtuman-markkinointiin-ja-viestintaan>

Jenna, 2023. Huikea. Blogikirjoitus. Onko tapahtumien strateginen sponsorointi osa näkyvyysspalettianne? Hakupäivä 23.4.2024. <https://huikea.net/tapahtumien-strateginen-sponsorointi/>

Järjestyslaki 612/2003. Hakupäivä 23.4.2024. <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2003/20030612>

Kanava.to 2024. Valokuva. Artikkelissa somejulkaisujen seuranta ja analysointi. Hakupäivä 18.2.2024. <https://kanava.to/somejulkaisujen-seuranta-analysointi-kehitys/>

Kansalaisareena 2022. Vapaaehtoisten motiivit ja motivointi. Hakupäivä 4.2.2024. <https://kansalaisareena.fi/aloitavan-vapaaehtoistoiminnan-koordinaattorin-opas/vapaaehtoisten-motiivit-ja-motivointi/>

Katariina, 2022. Miksi palautekysely on tapahtumasi tärkeimpiä työkaluja kehittymiseen? Liveto. Blogikirjoitus. Hakupäivä 22.1.2024. <https://blog.liveto.io/blog/tapahtuman-palautekysely>

Kokoontumislaki 530/1999. Hakupäivä 23.4.2024. <https://finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990530>

Koulutus.fi 2020. Gantt-kaavio - mikä se on ja mitä siitä tulisi tietää? Hakupäivä 17.1.2024. <https://www.koulutus.fi/oppaat/projektinhallinta/gantt-kaavio-19710>

LAB University of Applied Sciences 2023. Otetaanko tapahtumien vapaaehtoiset itsestäänselvyytenä? Blogikirjoitus. Hakupäivä 4.2.2024. <https://blogit.lab.fi/labfocus/otetaanko-tapahtumien-vapaaehtoiset-itsestaaanselvyytena/>

Laitinen, Liisa 2017. Näkökulmia taiteen ja kulttuurin terveysvaikutuksista. Artikkel. Hakupäivä 14.1.2024. <https://www.sitra.fi/artikkelit/nakokulmia-taiteen-ja-kulttuurin-terveysvaikutuksiin/>

Lappeenranta Events. Yhteistyökumppanit ja sponsorointi. Hakupäivä 15.1.2024. <https://lapeenrantaevents.fi/fi/Jarjesta-tapahtuma/Suunnittelu/Yhteistyokumppanit-ja-sponsorointi>

Liveto 2018. Blogikirjoitus. Tapahtuman budjetointi. Hakupäivä 8.1.2024. <https://blog.liveto.io/blog/tapahtuman-budjetointi>

Mailajuniorit 2019. PDF-tiedosto. Tapahtumajärjestäjän opas. Hakupäivä 12.2.2024. <https://www.ihmisentoimintakyky.fi/wp-content/uploads/2024/01/TAPAHTUMAJARJESTAJAN-OPAS-2019.pdf>

MarkkinointiKollektiivi 2021. Blogikirjoitus. Inhimillisen yhteistyön merkitys korostuu markkinoinnissa digitalisaation aikakautena. Hakupäivä 15.4.2024. <https://www.mkollektiivi.fi/julkaisut/inhimillisen-yhteistyon-merkitys-korostuu-markkinoinnissa-digitalisaation-aikakautena>

Meta 2024. Facebook.com. Artikkel. Tietoja Instagramin ammattilaistileistä. Hakupäivä 22.4.2024. <https://www.facebook.com/business/help/138925576505882>

Mieli.fi 2024. Tilastotietoa mielenterveydestä. Hakupäivä 14.1.2024. <https://mieli.fi/yhteiskunta/mielenterveys-suomessa/tilastotietoa-mielenterveydesta/>

Mieli.fi 2021. Yleistä mielenterveyden häiriöistä. Hakupäivä 14.1.2024. <https://mieli.fi/mielenterveys-koetuksella/mielenterveyden-hairiot/>

Mielenterveystalo.fi. Arjen tasapainottaminen. Hakupäivä 21.1.2024. <https://www.mielenterveystalo.fi/fi/omahoito/tietoisien-lasnaolon-omahoito-ohjelma/arjen-tasapainottaminen>

A) Nielsen, Frederik 2019. Billetto. Blogikirjoitus. Tapahtuman teeman valitseminen (ja mitä sisällyttää mukaan). Hakupäivä 23.4.2024. <https://billetto.fi/blog/tapahtuman-teeman-valitseminen-ja-mita-sisallyttaa-mukaan>

B) Nielsen, Frederik 2019. Billetto. Blogikirjoitus. Kuinka löytää vapaaehtoisia tapahtumaan: 6 tärkeintä vaihetta. Hakupäivä 21.3.2024. <https://billetto.fi/blog/kuinka-loytaa-vapaaehtoisia-tapahtumaan-6-tarkeinta-vaihetta>

Pelastuslaki 2011/379. Hakupäivä 23.4.2024. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2011/20110379>

Saali, Heli 2021. Digiportaati. Onnistu tapahtumamarkkinoinnissa – vinkit tapahtuman järjestäjälle. Digiportaati. Artikkel. Hakupäivä 5.2.2024. <https://digiportaati.fi/kuinka-onnistua-tapahtumamarkkinoinnissa-vinkit-jarjestajalle/>

Santasport. Parempia tapahtumia yksin ja yhdessä. Seuraopas Hakupäivä 17.1.2024. <https://seuraopas.santasport.fi/artikkelit/tapahtumien-jarjestaminen/>

SOOL Ry 2024. Tapahtuman järjestäjän ABC. Hakupäivä 12.2.2024. <https://www.sool.fi/hyp/tapahtumat/>

Suomi.fi verkkotoimitus 2024. Yleisötillaisuuden järjestäjän muistilista. Hakupäivä 23.3.2024. <https://www.suomi.fi/kansalaiselle/oikeudet-ja-velvollisuudet/turvallisuus-ja-jarjestys/opas/jarjestys/yleisotillaisuuden-jarjestajan-muistilista>

Suomen riskienhallintayhdistys 2024. Nelikenttäänalyysi - SWOT. Hakupäivä 17.4.2024. <https://pk-rh.fi/tools/swot.html>

Sydänliitto 2024. Artikkel. Toiminnan vahvuudet, heikkoudet, uhat ja mahdollisuudet. Hakupäivä 17.4.2024. <https://sydan.fi/yhdistyspalvelu/artikkeli/toiminnan-vahvuudet-heikkoudet-uhat-ja-mahdollisuudet/>

THL. Mielen terveyteen ja päihdeongelmiin liittyvä stigma ja syrjintä. Hakupäivä 14.1.2024. <https://thl.fi/fi/web/mielen-terveys/mielen-terveyden-edistaminen/stigma-ja-syrjinta>

Tukes 2024. Yleisö- ja tapahtumaturvallisuus. Hakupäivä 19.2.2024. <https://tukes.fi/tapahtumaturvallisuus>

Turvallisuus- ja kemikaalivirasto. Valokuva. Yleisö- ja tapahtumaturvallisuus. Hakupäivä 4.2.2024. <https://tukes.fi/tapahtumaturvallisuus>

Turvallisuus – ja kemikaalivirasto. Kuvakaappaus. Tapahtuman määrittely. Hakupäivä 11.1.2024. <https://tukes.fi/tapahtumaturvallisuus>

Vahvike. Happy Hour –vapaaehtoistoiminta. PDF-tiedosto. Tapahtumajärjestäjän opas. Hakupäivä 20.4.2024. https://vahvike.fi/app/uploads/2022/12/tapahtumajarjestajan_opas.pdf

Vallo, Helena & Häyrinen Eija 2012. Valokuva. Artikkelissa Santasport. Parempia tapahtumia yksin ja yhdessä. Seuraopas. Hakupäivä 14.1.2024. <https://seuraopas.santasport.fi/artikkelit/tapahtumien-jarjestaminen/>

Vallo, Helena & Häyrinen, Eija 2016. Tapahtuma on tilaisuus – tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Vantaa Hyvinvointia 2021. PDF-tiedosto. Ohjeet tutkimusluvan hakijalle. Hakupäivä 16.4.2024. https://www.vantaa.fi/sites/default/files/document/159874_Tutkimustoiminnan_ohjeet_10102021.pdf

LIITTEET

Liite 1. Mainokset

Liite 2. Markkinointi sosiaalisessa mediassa

Liite 3. Palautelomake

Liite 4. Lahjakorttiarvonta pohja

Liite 5. Tapahtuman kuvat

LIITE 1. MAINOKSET



**Maalaustapahtuma
taideterapeuttisella työotteella**

Ilmainen tapahtuma nuorille ja aikuisille.

- Maalausta
- Musiikkia
- Yhdessä oloa
- Kahvia, makkaraa ja lättyjä

**3.4.
2024**

 **Simon työpaja**

klo 9.00-12.00

Ohjaajana toimii opiskelija Essi Nurmi

Osallistujien kesken arvotaan kaksi 20€ arvoista
lahjakorttia K-kauppaan

Maalaustapahtuma taideterapeuttisella työotteella

Ilmainen tapahtuma simolaisille nuorille ja aikuisille

**3.4.
2024**

klo 9.00-12.00

- Maalausta
- Musiikkia
- Yhdessä oloa
- Kahvia, makkaraa ja
lättyjä



Simon työpaja

Ohjaajana toimii opiskelija Essi Nurmi

*Osallistujien kesken arvotaan kaksi 20€
arvoista lahjakorttia K-kauppaan*

Tervetuloa!

**Taideterapeuttiseen
tapahtumaan**

3.4.24

klo 9.00-12.00

**Tästä rohkeasti
sisälle!**



LIITE 2. MARKKINOINTI SOSIAALISESSA MEDIASSA

Simo / Simonkylä

Osuvimmat



**Essi Nurmi**
Juuri äsken · ...

Kiitos kaikille tänään maalaustapahtumassa mukana olleille! Saatiin hyvä porukka kasaan ja hyvä meno! 🥰 Sekä löyettiin monta taiteilijasielua 💖



Tykkää Kommentoi Lähetä Jaa



kemin_kaupunki ja muut tykkäävät tästä
simon.kunta Talven ystäviä hymyilyttää,
kun lumiset kelit edelleen jatkuvat ❄️
Onneksi saatiin myös aurinko näkyviin ☀️

Tässäpä kooste huhtikuun tulevista
tapahtumista Simon alueella:

- ◆ Ti 2.4. klo 17-19 Lapin hyvinvointialueen
asukastilaisuus simolaisille talouden
sopeuttamisohjelmasta ja
palvelustrategiasta
Simossa työskentelevälle hyvinvointialueen
henkilöstölle infotilaisuus samassa paikassa
klo 15.30-16.30.
- ◆ Ke 3.4. klo 9-12 Maalaustapahtuma
taideterapeuttisella työotteella, Simon
työpaja (osoite Sahatie 4)
Ilmainen tapahtuma simolaisille nuorille ja
aikuisille. Luvassa maalausta, musiikkia,
yhdessäoloa, kahvia, makkaraa ja lättöjä.
Ohjaajana toimii opiskelija Essi Nurmi.
- ◆ Su 14.4. klo 12-17 Kivalo-opiston
kädentaitonäyttely Simon kunnanvirastolla



simon.kunta



Maalaustapahtuma taideterapeuttisella työotteella

Ilmainen tapahtuma simolaisille nuorille ja aikuisille

3.4.
2024

klo 9.00-12.00

- Maalausta
- Musiikkia
- Yhdessä oloa
- Kahvia, makkaraa ja lättyjä



Simon työpaja

Ohjaajana toimii opiskelija Essi Nurmi

Osallistujien kesken arvotaan kaksi 20€
arvoista lahjakorttia K-kauppaan



satulahetti ja muut tykkäävät tästä
simon.kunta Hyvää lauantaihuomenta
erityisesti simolaisille nuorille ja aikuisille!



Ensi viikon keskiviikkona 3.4. klo 9-12
Simon työpajalla (Sahatie 4 95200 Simo)
järjestetään simolaisille nuorille ja aikuisille
ilmainen maalaustapahtuma
taideterapeuttisella työotteella 🎨

LIITE 3. PALAUTELOMAKE

Palautelomake

Ikä: _____

Sukupuoli: _____

	Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Huono	Erittäin huono
Tapahtuman sijainti					
Tapahtuman aihe					
Viihtyisyys					
Odotusten täyttyminen					
Ohjaajan toiminta					
Järjestelyt					
Tarjoilut					
Esteettömyys					
Tyytyväisyys					

Palautelomake

Suosittelisitko tapahumaa muille?	
Mistä pidit eniten?	
Mistä pidit vähiten?	
Osallistuisitko tulevaisuudessa vastaavaan tapahtumaan?	
Mistä kuult tapahtumasta?	

Muuta huomioitavaa tai sanottavaa
tapahtumanjärjestäjälle:

A drawing template for a gift certificate. It features a white rectangular area in the center, surrounded by a decorative border with a marbled pattern in shades of purple, pink, and red. Inside the white area, the title 'Lahjakortti arvonta' is written in a bold, black, serif font, with the text highlighted by a purple brushstroke effect. Below the title, there are two lines for text entry: 'Etunimi: _____' and 'Sukunimi: _____', both in a bold, black, serif font.

Lahjakortti arvonta

Etunimi: _____

Sukunimi: _____

LIITE 5. TAPAHTUMAN KUVIA



LIITE 6. Tapahtuman budjetti.

Tuote	Hinta	Kpl	Alennus	Yhteensä	Muuta
Tila	0 €			0 €	Simon kunnalta
Maalausohjat 1	2,84 €	16	2,40 €	45,44 €	
Maalausohjat 2	6,64 €	5	1,75 €	33,20 €	
Maalausohjat 3	1,89 €	9	0,90 €	17,01 €	
Akryylinärit 1	7,59 €	paketti	0,40 €	7,59 €	
Akryylinärit 2	15,19 €	2 pakettia	1,60 €	30,38 €	
Maalustelineet	0 €	30		0 €	Itse tehty
Koristeet	1,80 €	2	0,40 €	3,60 €	
Ostokassit	0,30 €	4		1,20 €	
Ostokassit	0,35 €	2		0,70 €	
Lyijykynät	0 €	30		0 €	
Kukkia	4,90 €	4		19,60 €	Koristeita
Vichy	3,10 €	1		3,10 €	Lähtyäkina
Taluspapieri	3,75 €	1 paketti		3,75 €	
Lautaset	3,99 €	1 paketti		3,99 €	
Mukit	2,39 €	1 paketti		2,39 €	
Valio maito	2,69 €	3		8,07 €	Lähtyäkina
Kahvi	5,89 €	1		5,89 €	
Mehutiiviste	4,99 €	1		4,99 €	
Suodatinpusit	1,79 €	1 paketti		1,79 €	
Lettuhillo	4,25 €	1		4,25 €	
Ketchup	5,09 €	1		5,09 €	
Grillimakkara	2,89 €	9 pakettia		26,01 €	
Kananmuna	2,25 €	1 paketti		2,25 €	Lähtyäkina
Sinappi	2,65 €	1		2,65 €	
Voi	3,95 €	1		3,95 €	Lähtyäkina
Vaniliinisokeri	1,29 €	1		1,29 €	Lähtyäkina
Pyyhekumi	1,89 €	1 paketti	0,1		
Siveltimet	11,35 €	4 pakettia	2,40 €	45,40 €	
Lahjakortit	20 €	2		40 €	Itse maksettu
				yht: 285,44€	
				ja 40€ lahjakortit	