

Lotta Tammero AMM21K

Eezy Kohtaa -tapahtumaopas



Restonomi (AMK), Matkailu

Kevät 2024



KAMK • University
of Applied Sciences

Tiivistelmä

Tekijä(t): Tammero Lotta

Työn nimi: Eezy Kohtaa - tapahtumaopas

Tutkintonimike: Restonomi (AMK), Matkailu

Asiasanat: tapahtuman suunnittelu, tapahtuman järjestäminen, tapahtumaopas

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja oli Eezy Oyj, ja työn tarkoituksena oli koota sähköinen tapahtumaopas Eezyn tapahtumanjärjestäjille, yrityksen sisäiseen Eezy Kohtaa- tapahtumaan. Tavoitteena oli luoda selkeä ja Eezyn väriihin sopiva sähköinen opas, joka sisältää vain Eezy Kohtaa -tapahtuman järjestämiseen liittyvät keskeiset tiedot, kuten tapahtuman ohjelman, aikataulun, sekä kaikki työvaiheet ja hankinnat, jotka tulee suorittaa ennen tapahtumaa, sen aikana ja sen jälkeen. Lisäksi oppaassa kerrotaan kattavasti kaikki tapahtumassa käytetyt palveluntarjoajat.

Opinnäytetyö tehtiin toiminnallisena opinnäytetyönä, joka sisälsi teoriaperustan ja sen pohjalta kootun tapahtumaoppaan. Opinnäytetyö käsittelee yleisellä tasolla tapahtuman järjestämistä ja siihen kuuluvia toimenpiteitä sekä sitä, kuinka hyvä tapahtumajärjestäjän opas laaditaan. Työ sisältää teoriaosuuden tapahtuman järjestämisestä ja tapahtumaoppaan rakentamisesta, sekä itse Eezy Kohtaa- tapahtumaoppaan, jonka tarkoituksena on antaa selkeä kuvaus tapahtuman järjestämisestä, suunnittelusta, toteutuksesta ja sen päätöksestä.

Eezy Kohtaa- tapahtumaopasta arvioitiin kyselylomakkeella, joka sisälsi monivalintakysymyksiä sekä avoimia kysymyksiä oppaan ulkoasusta, sisällöstä ja sen hyödyllisyydestä. Opasta arvioi Eezyn nykyinen tapahtumapäällikkö ja muutama tapahtuman järjestämisessä sekä tapahtumassa mukana ollut eezyläistä. Palautuneiden kyselylomakkeiden vastaukset analysoitiin ja arvioinnin pohjalta Eezy Kohtaa- tapahtumaoppaan sisältöä ja ulkoasua muokattiin tarpeen mukaan, jotta opas palvelisi paremmin kohderyhmän tarpeita.

Eezy Kohtaa- tapahtumaopas on tarpeellinen, sillä vastaavaa kirjallista ja sähköistä materiaalia ei ole aiemmin tehty. Opas ohjaa uusia tulevia tapahtumapäälliköitä järjestämään vuosittaisen Eezy Kohtaa- tapahtuman saumattomasti oppaan ohjeiden avulla.

Abstract

Author(s): Tammero Lotta

Title of the Publication: Eezy Kohtaa Event Guide

Degree Title: Bachelor of Hospitality Management, Tourism

Keywords: event planning, organizing an event, event guide

The principal of the thesis was Eezy Oyj, and the purpose of the work was to compile a digital event guide for Eezy's event organizers for the company's internal Eezy Kohtaa event. The goal was to create a clear and Eezy-themed digital guide containing essential information related to organizing the Eezy Kohtaa event. This includes the event program and schedule, as well as all the tasks and required acquisitions before, during, and after the event. Additionally, the guide provides comprehensive information about all service providers used in the event.

The thesis was practice-based, and it included a theoretical foundation based on which the guide was compiled. The thesis addresses, on a general level, the organization of events and associated measures, as well as the process of creating an effective event organizer's guide. The work includes a theoretical section on event organization and the construction of an event guide. Furthermore, it incorporates the Eezy Kohtaa event guide itself, aiming to provide a clear overview of the organization, planning, execution, and conclusion of the event.

The Eezy Kohtaa event guide was evaluated through a survey, which included multiple-choice questions and open-ended questions regarding the guide's appearance, content, and usefulness. The evaluation was conducted by the current event manager at Eezy and a few Eezy members who were involved in organizing and participating in the event. The responses from the returned survey forms were analyzed, and based on the evaluation, the content and appearance of the Eezy Kohtaa event guide were adjusted as needed to better serve the needs of the target audience.

The Eezy Kohtaa event guide is essential, as no similar written or digital material existed before. The guide directs new and future event managers to seamlessly organize the annual Eezy Kohtaa event by following the instructions provided in the guide.

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Eezy Oyj	2
3	Tapahtuman järjestäminen	4
3.1	Tapahtuman luokittelu	4
3.2	Yritystapahtumat.....	5
3.3	Tapahtuman tavoite	6
3.4	Tapahtuman suunnittelu.....	8
3.5	Tavoitteiden mukainen budjetti.....	9
3.6	Markkinointi ja viestintä.....	10
3.7	Tapahtuman toteutus ja jälkivaihe.....	11
4	Oppaan kehittäminen.....	13
4.1	Tuotekehitys.....	13
4.2	Hyvän oppaan perusteet	15
5	Eezy Kohtaa – tapahtumaoppaan rakentaminen	16
5.1	Toiminnallinen opinnäytetyö	16
5.2	Oppaan suunnittelu.....	18
5.3	Oppaan visuaalisuus.....	19
5.4	Oppaan arviointi.....	20
6	Pohdinta	23
	Lähteet	25

Liitteet

1 Johdanto

Tapahtumat ovat nykyään laajentuneet merkittävästi, ja niitä järjestetään entistä suuremmissa mittakaavassa. Vaikka tulevien vuosien odotukset ovat varovaisempia talouden yleisen tilanteen ja inflaation vaikutusten vuoksi, tapahtumissa nähdään merkittävää kasvua, mikä viittaa siihen, että tapahtumien merkitys ja määrä kasvavat eri yritysten strategioissa ja markkinoinnissa. Myös erilaiset oppaat tapahtuman toteutuksesta ovat nousseet tärkeiksi osatekijöiksi tapahtumajärjestämisessä.

Työn keskeinen tarkoitus oli luoda sähköinen tapahtumaopas työn toimeksiantajalle, Eezyille, yrityksen sisäiseen Eezy Kohtaa -henkilöstötapahtumaan. Tämän oppaan avulla Eezy:n omat tapahtumajärjestäjät voivat suunnitella ja toteuttaa tapahtuman saumattomasti joka vuosi. Tavoitteena on myös mahdollistaa, että opas voidaan tulevaisuudessa antaa mahdollisten uusien tapahtumapäälliköiden käyttöön, jolloin he voivat mahdollisimman itsenäisesti toteuttaa tapahtuman toimia, oppaan antamien ohjeiden avulla. Selkeästi ja loogisessa järjestyksessä esitetyt ohjeet huomioivat kaikki yksityiskohdat, jotka Eezy:n tapahtumajärjestäjän on otettava huomioon tapahtumaa järjestettäessä.

Tavoitteena oli luoda selkeä ja Eezy:n väriin sopiva sähköinen opas, joka sisältää vain Eezy kohtaa -tapahtuman järjestämiseen liittyvät keskeiset tiedot, kuten tapahtuman ohjelman, aikataulun, sekä kaikki työvaiheet ja hankinnat, jotka tulee suorittaa ennen tapahtumaa, sen aikana ja sen jälkeen. Lisäksi oppaassa kerrotaan kattavasti kaikki tapahtumassa käytetyt palveluntarjoajat.

Opinnäytetyöni teoriaosuudessa käsitellään puolestaan tapahtuman järjestämistä, tapahtuman suunnittelua sekä hyvän oppaan toteuttamista ja sitä, kuinka itse toteutin oppaan. Teoriaosuus on rajattu niin, että opinnäytetyössä käsitellään tapahtuman järjestämiseen sekä oppaan kokoamisen kannalta oleellisia asioita.

Tutkin työn aiheesta kirjoitettuja julkaisuja mahdollisimman laajasti, jotta monipuolisen oppaan kokoaminen onnistuisi parhaalla mahdollisella tavalla. Lähteinä toimivat kirjallisuus, internet, muut samankaltaiset tapahtumaoppaat sekä Eezy:n omat materiaalit viime vuosien Eezy Kohtaa -tapahtumista. Työn toiminnallisena osuutena oli koota Eezy Kohtaa -tapahtumaopas Eezyille, yrityksen sisäiseen henkilöstötapahtumaan.

2 Eezy Oyj

Eezyn toiminta sai alkunsa vuonna 1988, kun Mauno ja Riitta Savolainen perustivat Varamiespalvelun ja avasivat ensimmäisen toimipisteen Turkuun. Aluksi he keskittyivät tarjoamaan henkilöstövuokrauspalveluita erityisesti rakennusalan ja siihen liittyvän teollisuuden tarpeisiin. Kuitenkin 1990-luvun puolivälissä huomattiin, että vuokrahenkilöstön käyttö kasvoi merkittävästi, ja Varamiespalvelu päätti laajentua kontrolloidusti luomalla alan ensimmäisen franchise-konseptin. Eezyn ensimmäiset franchise-yrittäjävetoiset toimipisteet tulivat käyttöön vuonna 1997 Jyväskylässä, Lahdessa, Vantaalla, Espoossa ja Oulussa. Tämän jälkeen yrityksen toiminta laajeni nopeasti muihinkin kaupunkeihin ympäri Suomea. (Eezy 2023.)

Vuonna 2010 Varamiespalvelut otti käyttöön uuden VMP-brändinsä ja strategiansa mukaisesti alkoi laajentaa palveluvalikoimaansa ulkoimaisen työvoiman rekrytointiin sekä myöhemmin rekrytoinnin erilaisiin palveluihin. Vuonna 2015 VMP hankki enemmistöosuuden kevytyrittäjäpalveluita tarjoavasta Eezy Osk:sta, josta konsernin nykyinen nimikin periytyy. Vuonna 2016 VMP laajensi vielä palveluvalikoimaansa ostamalla Personnelin, joka toi mukanaan suorarekrytoinnin ja henkilöarvioinnin palvelut. (Eezy 2023.)

Lokakuussa 2017 enemmistöosuus VMP:stä siirtyi pääomasijoittaja Sentica Partnersin hallinnoimille rahastoille. Uuden enemmistöomistajan tuella VMP jatkoi kasvustrategiansa toteuttamista ja laajensi toimintaansa. Yhtiö hankki ravintola-alan henkilöstövuokraukseen erikoistuneen Staff Plus:n ja toimistotyöhön keskittyneen Arja Raukolan. (Eezy 2023.)

Loppukesällä 2019 VMP yhdistyi Smile Henkilöstöpalveluiden kanssa, ja tämä uusi yhtiö teki päätöksen yhdistää kaikki liiketoimintansa Eezy-brändin alle, jolloin emoyhtiön nimi muutettiin Eezy Oyj:ksi. (Eezy 2023.)

Vuonna 2020 VMP:n ja Smilen yhdistyminen viimeisteltiin, ja Eezy listautui Helsingin Pörssin Pörs-silistalle. Tuolloin Eezy vahvisti myös asemaansa rekrytointi-, suorahaku- ja uudelleensijoitusmarkkinoilla, ostamalla Jaakko Lehto Executive Searchin ja ProMotiven liiketoiminnat. Lisäksi Eezy laajensi toimintaansa muutosjohtamisen alueella ostaen Flow Consultingin. Vuonna 2021 Eezy jatkoi vielä kasvuaan hankkimalla Valmennuskeskuksen, mikä mahdollisti laajentumisen myös julkishallinnon työvoimavalmennuksiin sekä nuorille suunnattuihin pääsykoe- ja lukiolaisvalmennuksiin. (Eezy 2023.)

Tänä päivänä Eezy on Suomen monipuolisin henkilöstöpalveluja tarjoava yritys, joka tuntee työelämän Hangosta Utsjoelle ja jonka kautta työllistyy vuosittain noin 30 000 vuokratyöntekijää. Eezy tarjoaa laaja-alaisesti palveluita henkilöstövuokrauksen ja rekrytoinnin alalla sekä niin yritysasiakkaille kuin työntekijöillekin. Henkilöstövuokrauksessa Eezy välittää työvoimaa yritysasiakkaille, joissa työntekijä on virallisesti henkilöstövuokrausyrityksen työntekijä, mutta suorittaa sovitun ajanjakson ajan työtehtäviä tietyssä asiakasyrityksessä. Eezy tarjoaa henkilöstövuokrauspalveluita niin omien yksiköidensä kuin franchising-yrittäjiensä kautta. Lisäksi Eezy tarjoaa rekryointipalveluita, jotka sisältävät suorahaun, soveltuvuusarvioinnit ja uudelleensijoittamisen palvelut. (Eezy -kon-serni 2023.)

Eezyn Asiantuntijapalvelut-yksikkö tarjoaa puolestaan monipuolisesti erilaisia henkilöstöön liittyviä tutkimus-, koulutus- ja kehittämispalveluita, jotka on suunnattu erilaisille yrityksille. Lisäksi yksikkö tarjoaa liikkeenjohdon konsultointi- ja valmennuspalveluita. Tähän yksikköön kuuluvat myös valmennuskurssipalvelut lukiolaisille ja opiskelijoille, sekä erilaiset työllisyyspalvelut, jotka tarjoavat koulutus-, valmennus-, kotouttamis-, ohjaus- ja kuntoutuspalveluita. Eezyn kevytyrittäjäpalveluiden avulla yksityishenkilö voi myös toimia itsenäisesti yrittäjänä perustamatta omaa yritystä laskuttamalla asiakkaitaan Eezyn palvelun kautta. (Eezy -konserni 2023.)

Eezy järjestää vuosittain myös laajan ohjelmavalikoiman sen 500:lle toimihenkilölleen. Toimihenkilöille tarjotaan monipuolisia virtuaali- sekä lähikoulutuksia, ja kerran vuodessa järjestetään Turussa, Helsingissä tai Tampereella Eezy Kohtaa -tapahtuma, jonka tavoitteena on saattaa kaikki eezyläiset yhteen ja kiittää heidän panoksestaan kuluneen vuoden aikana. Lisäksi Eezy tarjoaa golfaaville asiakkailleen vuosittain isomman Eezy Golf -tapahtuman Vanajanlinnan Linna Golfissa sekä useita pieniä golf-tapahtumia eri puolilla Suomea.

3 Tapahtuman järjestäminen

Tapahtuma on aikaa ja paikkaa vaativa, suunniteltu ja tavoitteellinen kohtaaminen. Tapahtuman luonne ja toteutus riippuvat aina tapahtuman päämääristä, kohderyhmästä sekä käytettävissä olevista resursseista. (Tapahtumateollisuus 2023). Suomen poliisilaitoksen mukaan tilaisuus tai tapahtuma voidaan myös luokitella yleisötilaisuudeksi, kun se on avoinna kaikille, oli se sitten maksuton tai pääsylipun vaativa. Yleisötilaisuuksiin kuuluvat yleensä mm. erilaiset messut, markkinat, urheilutapahtumat, esitykset ja kaikille avoimet juhlat. Yleisötilaisuuteen osallistuminen ei vaadi erityistä kutsua tai jäsenyyttä jossakin yhteisössä. (Poliisi 2023.)

3.1 Tapahtuman luokittelu

Tapahtuma on myös aineetonta ja sitä voidaan tuottaa eri formaateissa joko yksittäiskertaisesti tai toistuvasti. Tapahtuma edustaa myös ihmisten välisen kohtaamisen aineetonta lisäarvoa, joka on olemassa väliaikaisesti tietyssä ajassa sekä paikassa. (Tapahtumateollisuus 2023.)

Tapahtumia on monenlaisia, ja niitä on mahdollista luokitella myös monilla eri tavoilla. Yksinkertaisimmillaan ne voidaan jakaa kahteen pääkategoriaan: maksullisiin ja maksuttomiin, yleisö- ja yksityistilaisuuksiin, työ- ja vapaa-ajan tapahtumiin sekä virtuaalisiin ja fyysisiin tapahtumiin tai näiden yhdistelmiin. Lisäksi tapahtumia voidaan luokitella myös niiden sisällön perusteella. Esimerkiksi urheilu- ja kulttuuritapahtumat, hengelliset tilaisuudet, liike-elämän tapahtumat ja virkistystilaisuudet ovat erilaisia lähestymistapoja, joiden avulla tapahtumia voidaan ryhmitellä. (Wallo & Häyrynen 2022, 65.)

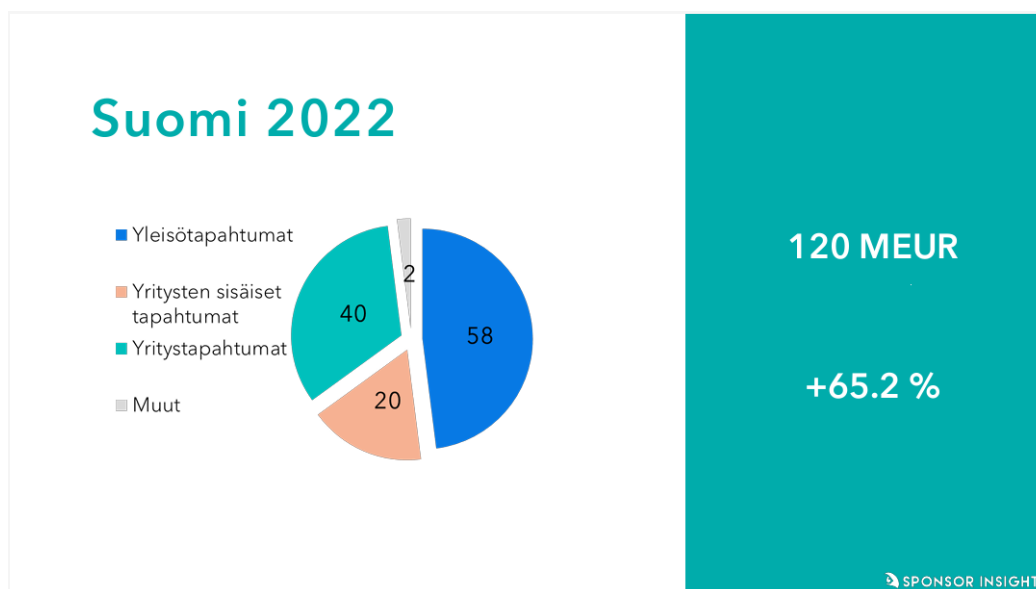
Jokaisessa tapahtumassa on myös omat erityispiirteensä, jotka voidaan jakaa teknisiin ja sisällöllisiin seikkoihin. Tekniset näkökulmat voivat sisältää esimerkiksi jonottamiseen liittyvät asiat tai aikataulumuutokset. Sisältöön liittyvät näkökulmat puolestaan voivat käsittää ohjelman, esitykset ja tarjoilun. (Wallo & Häyrynen 2022, 66.)

3.2 Yritystapahtumat

Tässä kappaleessa käsitellään yritystapahtumien luonnetta, koska opinnäytetyön aiheena on laatia tapahtumaopas Eezy Kohtaa -yritystapahtumalle.

Yritystapahtumat ovat hyvin suosittuja kotimaassamme, jonka takia Sponsor Insight Sponsorointi & Tapahtumat ry:n toimeksiannosta on toteutettu tutkimus, joka kartoitti yritysten sponsorointi- ja tapahtumamarkkinoinnin tilannetta Suomessa. Yksi keskeinen huomio oli yritystapahtumien määrän kasvu vuonna 2022. Tapahtumabarometrin mukaan tapahtumamarkkinointi kasvoi vaikuttavasti, saavuttaen 120 miljoonaa euroa ja kasvaen huimat 65,2 prosenttia edellisvuoteen verrattuna. (Spot 2022.)

Tutkimuksesta kävi myös ilmi, että yritystapahtumien osuus oli 40% kaikista Suomessa järjestettävistä tapahtumista (Kuvio 1). Tämä viittaa vahvaan nousuun tapahtumien ja niiden markkinoinnin saralla, mikä osoittaa yritysten aktiivista panostusta tapahtumiin Suomessa. Vaikka odotukset tuleville vuosille ovat varovaisempia talouden yleisen tilanteen ja inflaation vaikutusten takia, tapahtumamarkkinoinnin osalta nähtiin merkittävää kasvua, mikä viittaa tapahtumien merkityksen ja määrän nousuun yritysten strategioissa ja markkinoinnissa. (Sponsorointi- & tapahtumabarometri 2022.)



Kuvio 1. Tapahtumabarometri Suomi 2022.

Catanin (1967-2017) mukaan kaikki yritystapahtumat voidaan jaotella kolmeen pääkategoriaan: aistimukselliset, hyötyä tuottavat sekä yhteisölliset tapahtumat. Aistimustapahtumissa keskiössä

ovat ohjelmallisuus ja viihdyttävyyden, hyötytapahtumissa korostuvat oppiminen, palkitseminen ja verkostoituminen, kun taas yhteisöllisissä tapahtumissa osallistujien keskinäinen vuorovaikutus on keskeisessä roolissa. Yritystapahtumat usein yhdistelevät näitä kaikkia piirteitä, mutta taitava järjestäjä osaa tuoda esiin haluamaansa sisältöä. (Catani 1967-2017, 22.)

Tyypillisiä esimerkkejä aistimustapahtumista ovat musiikkikonsertit, urheilukilpailut sekä erilaiset ruokaelämysten ympärille rakennetut tilaisuudet. Kun yritys päättää järjestää aistimustapahtuman, sen päätavoitteena on tarjota vieraille unohtumaton elämys. Tapahtuman korkea laatu heijastuu järjestelyissä, ja isännän rooli vaikuttaa suuresti vieraiden kokemukseen. (Catani 1967-2017, 22.)

Hyötytapahtumiin lukeutuvat yleisesti VIP-tapahtumat, palkintogaalat, asiantuntijatilaisuudet ja erilaiset seminaarit sekä kongressit. Nämä tilaisuudet antavat yrityksille mahdollisuuden tarjota asiakkailleen erityiskohtelua ja lisäarvoa verrattuna muihin osallistujiin. Esimerkiksi VIP-kutsu toimii henkilökohtaisena arvostuksen osoituksena, viestinä siitä, että yritys arvostaa asiakastaan. Se voi tarkoittaa esimerkiksi pääsyä jonon ohi massatapahtumassa, kulussien taakse kurkistamista tai mahdollisuutta tavata tunnettuja henkilöitä. (Catani 1967-2017, 23.)

Yhteisöllisissä tapahtumissa puolestaan korostuu vahva yhteishenki ja yhteenkuuluvuus. Tällaisissa tilaisuuksissa vieraat yleensä tietävät selkeästi, miksi heitä on kutsuttu. Tyypillisiä esimerkkejä yhteisöllisistä tapahtumista ovat henkilöstöjuhlat, erilaiset työyhteisön tilaisuudet, työpajat sekä pienryhmätapaamiset. Näissä tilaisuuksissa keskiössä on yleensä tasavertainen vuorovaikutus ja sosiaalinen kanssakäyminen. (Catani 1967-2017, 24.)

3.3 Tapahtuman tavoite

Tapahtumille yleensä asetetaan selkeä tavoite, ja tavoitteen saavuttamisen seurantaan käytetään mittaristoa. Mittarit mahdollistavat tavoitteen edistymisen seuraamisen ja auttavat arvioimaan, onko tapahtuman tavoite saavutettu. Esimerkiksi suosittu KPI-mittari, eli key performance indicator, on jokaisen tapahtumanjärjestäjän itse asettama ja tarkkailema luku. (Lyyti 2023.)

Mittareiden lukumäärä vaihtelee tapahtumasta ja sen tavoitteista riippuen, mutta yhtenäinen KPI-mittariston perusrakenne on tarpeellinen, kun halutaan tehdä vertailuja eri tapahtumien välillä datan avulla. Keräämällä KPI-mittareihin liittyvää tietoa eri tapahtumista, organisaatio pystyy

paremmin analysoimaan tapahtumatoimintansa suoritusta ja tunnistamaan alueet, joilla voidaan tehdä parannuksia. (Lyyti 2023.)

Yleisesti ottaen kolme tärkeintä KPI-mittaria ovat ilmoittautujien määrä, osallistujien määrä ja no-show-prosentti. Analysoimalla näitä kolmea lukua muutamasta tapahtumasta voidaan jo oppia, kuinka paljon voidaan turvallisesti ylibuukata ilmoittautuneiden määrää, jotta saadaan haluttu osallistujamäärä paikan päälle tapahtumaan tai webinaariin. (Lyyti 2023.)

SMART-työkalu on myös laajasti käytetty apuväline tavoitteiden asettamisessa. Tämän työkalun mukaan tavoitteiden tulisi olla tarkoin määriteltyjä, mitattavissa olevia, realistisia sekä aikataulullisesti saavutettavissa. SMART tulee englanninkielisistä sanoista Specific (tarkka), Measurable (mitattava), Achievable (saavutettavissa oleva), Realistic (realistinen) ja Time-based (aikarajallinen). SMART-lähestymistapa mahdollistaa syvemmät ja laajemmat tietoon perustuvat johtopäätökset, jotka puolestaan parantavat päätöksenteon laatua. (Tech Republic 2005.)

Tapahtumilla pyritään yleensä myös luomaan vahvaa yhteenkuuluvuuden tunnetta, vahvistamaan yrityksen brändiä sekä parantamaan yrityksen liiketoimintaa. Tapahtumat tarjoavat mahdollisuuden henkilökohtaiseen kohtaamiseen vieraiden kanssa, minkä tavoitteena on luoda mahdollisimman positiivinen tapahtumakokemus. Parhaassa tapauksessa tapahtuma jättää vahvan muistijäljen osallistujiin, ja he jakavat kokemuksiaan myös muille. (Catani 1967-2017, 19.)

Brändin vaaliminen ja sen arvon kasvattaminen ovat monille yrityksille erityisen merkityksellisiä, sillä vahvat brändit pärjäävät heikommassa taloudellisessa tilanteessa ja kriisissä paremmin. Brändin arvo muodostuu ihmisten mielissä. Tämä arvo ei ole pelkästään subjektiivinen kokemus tuotteista tai palveluista, vaan se syntyy kohtaamisesta brändin kanssa. (Catani 1967-2017, 21.)

Brändi vahvistuu, kun markkinointi ja viestintä muodostavat yhtenäisen ja johdonmukaisen kokemuksen. Tapahtuman yhteydessä brändin arvo näkyy siinä, miten osallistujat kokevat tapahtuman ja millaisia vaikutelmia se synnyttää heissä. Onnistunut tapahtuma vahvistaa brändiä tehokkaasti. (Catani 1967-2017, 21.)

Tapahtuma on siis tilaisuus, jossa brändi saa konkreettisen ilmeen, se koskettaa kaikkia aisteja ja mahdollistaa ainutlaatuisten hetkien luomisen, jotka myös synnyttävät tunteita. Tapahtumassa pureudutaan hetkeen, ja huomio kiinnittyy usein yksinomaan siihen. Tämän kaltaista vaikutusta ei voida saavuttaa millään muulla keinolla. (Woltti group 2023.)

3.4 Tapahtuman suunnittelu

Tapahtuman suunnitteluvaiheessa voidaan käyttää apuna esimerkiksi onnistuneen tapahtuman tähteä (Kuvio 2), joka muodostuu strategisesta sekä operatiivisesta kolmiosta, joiden sisältämiin kysymyksiin pitää osata vastata ennen tapahtuman suunnitteluun ryhtymistä. Strategisen kolmio sisältää kysymykset: miksi tapahtuma järjestetään, kenelle tapahtuma järjestetään ja miten se järjestetään. Operatiivinen kolmio puolestaan käsittää kysymykset: miten tapahtuma järjestetään, millainen tapahtuman on ja kuka järjestää/toimii tapahtuman vastuuhenkilönä. Tämä malli on luotu avuksi tapahtumien suunnittelijoille tarjoten pohjan, joka varmistaa tapahtuman perusasioiden kattavuuden. Malli on kehittynyt ajan myötä ja se on saanut tavaramerkin vuonna 2013. (Wallo ja Häyrinen 2022, 3. 1- 3.3)

Onnistuneen tapahtuman malli®



Kuvio 2. Onnistuneen tapahtuman malli.

Menestyksenkäs tapahtuma edellyttää siis huolellista suunnittelua sekä tarkkaa ja ammattitaitoista toteutusta, joka huomioi kaikki yksityiskohdat. Jos jokin asia jää suunnittelun ulkopuolelle, sen korjaaminen toteutusvaiheessa voi osoittautua haastavaksi. Pienikin unohtaminen saattaa johtaa tyytymättömyyteen vieraiden keskuudessa ja asettaa uhan tapahtumaan tehdylle panostukselle. (Woltti group 2023.)

Vaikka yrityksen oma brändi, tuotteet ja viestit ovat merkittäviä, tapahtuman suunnittelussa on aina ensisijaisesti otettava huomioon tapahtuman kohderyhmä ja osallistuvat vieraat. Vieraat ovat tapahtuman keskiössä, sillä tapahtuma on heille suunniteltu. Tärkeää on ylläpitää vieraiden näkökulmaa, ja siksi suunnittelun tulisi sisältää kysymyksen kuten: Mikä motivoi vierasta käyttä-

mään aikaansa tapahtumassa? Tämä yksittäinen kysymys on keskeinen ja sen merkitys on korvaamaton, ja vastaus siihen edellyttää vieraiden asettamista suunnittelun ytimeen. (Woltti group 2023.)

Vieraan näkökulmasta tilaisuuteen osallistuminen on aina päätös, joka vaatii varteenotettavan syyn ja todellisen hyödyn, jonka asiakas saa osallistumisestaan. Jos tapahtuman tarjoamaa hyötyä ei pystytä selkeästi ja ymmärrettävästi viestimään, tapahtuman onnistumisen mahdollisuudet pienenevät merkittävästi. (Woltti group 2023.)

Vaikka tietyn tapahtuman järjestäminen saattaa tuntua tutulta, on tärkeää kuitenkin muistaa, jatkuvasti kehittää ja päivittää tapahtumia. Organisaation ei tulisi myöskään unohtaa ensikertalaisia perinteisten tapahtumien yhteydessä. Samalla on olennaista uudistaa riittävästi tapahtumaa vuosittain niin, että myös kokeneet osallistujat saavat jotain uutta. (Wallo & Häyrinen 2022, 70.) Monet yritykset ovat taipuvaisia järjestämään tapahtumia rutiininomaisesti, jättäen huomiotta mahdollisuuden tehdä niistä tehokkaampia ja arvokkaampia osallistujille. (Lyyti 2021.)

3.5 Tavoitteiden mukainen budjetti

Kun liiketoiminnalliset tavoitteet on määritelty huolellisesti, voidaan helpommin arvioida, kuinka suuri investointi tapahtumaan tarvitaan. Selkeä budjetti tai budjettiraami suunnittelun alkuvaiheessa auttaa tekemään tapahtumasta kannattavan toteuttaa. Tällainen budjetti nopeuttaa suunnitteluprosessia ja mahdollistaa parhaiden ratkaisujen löytämisen tapahtuman toteuttamiseksi budjetin rajoissa. (Woltti Group 2021.)

Tapahtuman suunnittelussa ja toteuttamisessa tulee ottaa huomioon erilaiset kulut, jotka vaikuttavat tapahtuman budjettiin. Erityisesti silloin, kun tapahtuman järjestää oman organisaation voimin, on tärkeää panostaa huolelliseen budjetointiin ja tapahtumaseurantaan. (Woltti Group 2021.)

Tapahtumabudjettiin merkitään sekä arvioidut että todelliset kulut. Tämä auttaa havaitsemaan nopeasti muutokset suunnittelussa taloudessa sekä tunnistamaan ne osa-alueet, joissa arviot ovat olleet virheellisiä. Jo suunnitteluvaiheessa on siis hyvä päättää, mitkä kulut ja kustannukset liitetään suoraan tapahtumaan. (Catani 1967-2017, 24.) Tapahtumaan liittyviä kuluja ovat esimerkiksi tilavuokrat, ostopalvelut kuten esiintyjät, tekniikka, tapahtuman tallennus tai valokuvaus,

kuljetukset, catering, tarvikkeet kuten koristelu ja rekvisiitta, sekä muut menot kuten tarjoilut, majoituskustannukset, palkinnot tai oheistuotteiden valmistus. (Catani 1967-2017, 25.)

On myös tärkeää huomata, että tarjouspyyntöjen laatiminen ja kilpailuttaminen vaativat huolellisuutta ja vaivannäköä. Erityisesti suurien tapahtumatuotantojen yhteydessä kilpailutukset ja erilaisten vaihtoehtojen vertailu ovat välttämättömiä toimenpiteitä. Kuitenkin myös pienempien tilaisuuksien suunnittelussa voi olla hyödyllistä harkita tarjousten pyytämistä eri palveluntarjoajilta. Kilpailutuksen avulla voi saavuttaa yllättäviä säästöjä ja löytää parhaiten tapahtumaan soivia ratkaisuja. (Catani 1967-2017, 25.)

3.6 Markkinointi ja viestintä

Tapahtumamarkkinointi on markkinoinnin ja tapahtuman yhdistämistä, joka liittyy markkinoinnin ja tapahtuman yhteen tavoitteellisesti ja vuorovaikutteisesti, luoden organisaation ja sen kohderyhmien välille yhteyden valitun teeman ja idean kautta. (Wallo & Häyrinen 2012, 19.)

Tapahtumamarkkinoinnista on olemassa erilaisia määritelmiä, mutta yleisesti ottaen ne kaikki korostavat strategista suunnittelua ja pitkäjänteistä lähestymistapaa, jossa yhteisö tai yritys hyödyntää elämyksellisiä tapahtumia viestinnässään valittujen kohderyhmien suuntaan ja luo ennakkoon suunnitellussa tilanteessa ja ympäristössä kohtaamisia sidosryhmiensä kanssa. Tapahtumamarkkinoinniksi luetaan mm. kaikki tapahtumat, joissa yritys markkinoi tai muuten edistää tuotteidensa tai palveluidensa myyntiä. (Wallo & Häyrinen 2012, 19.)

Tapahtumamarkkinoinnissa on merkittävää, että se on integroitu osaksi organisaation markkinointistrategiaa. Tämä strateginen toiminta on suunnitelmallista ja sen tavoitteena on vahvistaa yrityksen mainetta ja palvelujen brändiä. Lisäksi on olennaista, että tapahtumat ovat saumattomasti yhteydessä muihin markkinointitoimenpiteisiin, ja jokaiselle yksittäiselle tapahtumalle on selkeästi määritelty kohdeyleisö ja tavoite. (Wallo & Häyrinen 2012, 20.)

Tapahtuman markkinointi puolestaan lähtee liikkeelle tapahtumamarkkinoinnin suunnitelmasta. Tämä suunnitelma on väline, joka auttaa suuntaamaan markkinoinnin oikein ja tehokkaasti. Katavassa markkinointisuunnitelmassa yleensä kuvataan tapahtuman tai yrityksen nykytila ja tavoitteet sekä ne toimenpiteet, joiden avulla tavoitteisiin pyritään. (Huhtaniska & Tirronen 2019, 209.)

Markkinoijan on oltava tietoinen siitä, millainen viesti herättää kohderyhmän jäsenten mielenkiinnon ja innostuksen osallistua tapahtumaan. Tapahtuman kohderyhmä jaetaan erilaisiin osiin

eli segmentteihin, jotta markkinointia voidaan suunnitella niin, että se vastaa kunkin segmentin tarpeisiin. Eri kohderyhmät reagoivat eri tavoin, ja segmentoinnin sekä profiloinnin tavoitteena on syventää ymmärrystä tapahtuman asiakkaista ja heidän odotuksistaan. (Huhtaniska & Tirronen 2019, 207-208.)

Tapahtuman markkinointi ja viestintä voidaan jakaa kolmeen vaiheeseen: ennakkomarkkinointiin, viestintään ennen tapahtumaa ja sen aikana sekä jälkimarkkinointiin, jonka tarkoituksena on vahvistaa kävijöiden muistijälkeä ja sitouttaa yleisöä kiitoksiin ja jakamalla sisältöä. (Helsingin yliopisto 2023.)

Viestinnän puoli voidaan myös jakaa kahteen osaan: sisäiseen ja ulkoiseen viestintään. Sisäinen viestintä keskittyy henkilöstön keskinäiseen vuorovaikutukseen ja keskusteluun. Ulkoinen viestintä puolestaan tarkoittaa vuorovaikutusta tapahtuman sidosryhmien, kuten viranomaisten, yhteistyökumppaneiden, median ja alihankkijoiden, kanssa sekä heille tiedottamista. Viestinnän tulee olla suunniteltua, ohjattua ja tavoitteellista toimintaa. Avoin viestintä tapahtuman tavoitteista ja suunnitelmista lisää ymmärrystä tapahtuman luonteesta ja sen organisoinnista. Yleisesti sisäisen viestinnän välineitä ovat esimerkiksi intranet ja muut vastaavat työkalut. (Huhtaniska & Tirronen 2019, 210.)

Viestinnässä visuaalisuuden rooli on myös korostunut viime vuosina. Visuaalisuuden keskeiset tehtävät liittyvät viestin erottumiseen, tunnistettavuuteen ja viestin tavoitteen selkeään välittymiseen. Yhtenäinen visuaalinen ilme tekee viestinnästä tehokasta, mikä puolestaan edistää viestin havaitsemista, tunnistamista ja haluttujen sisältöjen nopeaa löytymistä. (Huhtaniska & Tirronen 2019, 211.)

3.7 Tapahtuman toteutus ja jälkivaihe

Tapahtuman järjestely voidaan jakaa kolmeen päävaiheeseen: rakentaminen, itse tapahtuma ja purku. Ensimmäisessä vaiheessa, rakentamisessa, valmistellaan tapahtuman puitteet ja varmistetaan, että kaikki tarvittava on kunnossa tapahtuman sujumiseksi. Tähän liittyy tekninen tuotanto, infrastruktuurin luominen ja yhteistyökumppaneiden osuus. Tämä sisältää lavat, jäähdytyslaitteet, koristeet, esteettömyysratkaisut, ripustukset, opasteet, jätehuoltojärjestelyt sekä mahdolliset maanmuokkaukset ja viheralueiden luomisen. Rakennusvaiheen keston ja tarvittaviin resursseihin vaikuttavat tilan valinta, aikataulu ja käytettävissä olevat voimavarat. (Wallo & Häyrinen 2022, 167.)

Itse tapahtuma toteutetaan suunnitellun käsikirjoituksen ja aikataulun mukaisesti. Jokaisessa tapahtumassa on suositeltavaa olla nimetty vastuuhenkilö, joka valvoo tapahtuman sujuvuutta ja etenemistä paikan päällä. Tapahtuman ohjelman monipuolinen sisältö ja sen houkutteleva järjestely varmistavat, että jokainen osallistuja viihtyy eikä halua lähteä tapahtumasta kesken kaiken. Siksi tapahtumaan tulisi sisältyä erilaisia esityksiä, yllätyksiä ja unohtumattomia elämyksiä. Kuitenkin on tärkeää huolehtia myös riittävästä tauosta, jotka tulisi pitää vähintään puolentoistatunnin välein. (Wallo & Häyrinen 2022, 198.)

Tapahtuman jälkeen siirrytään jälkivaiheeseen, jossa kaikille tapahtumaan osallistuneille lähetetään kiitosviestit. Tällä tavoin tapahtuman järjestäjät ilmaisevat arvostuksensa kaikille, jotka ovat olleet mukana tapahtumassa, olivat he sitten osallistujia, yhteistyökumppaneita, alihankkijoita tai esiintyjiä. (Wallo & Häyrinen 2022, 226.)

Tapahtuman jälkivaiheeseen kuuluu myös palautteen kerääminen sekä osallistujilta että tapahtumaorganisaatiolta. Kerätystä palautteesta tapahtuman järjestäjä kokoaa yhteenvedon, analysoi sen ja tallentaa kehitysideoita tulevaa tapahtumaa varten. On tärkeää saada tietää, miten osallistujat kokivat tapahtuman, päästiinkö tavoitteisiin ja mitä olisi voitu tehdä toisin. Saatua palautetta on hyvä verrata lähtötilanteeseen, eli siihen, mikä oli tapahtuman tavoite. (Wallo & Häyrinen 2022, 226-227.)

Esimerkiksi Lyyti suosittelee tapahtumien onnistumisen arviointiin Experience Value Score -työkalua. Tämän työkalun avulla tapahtumien osallistujilta kysytään, oliko tapahtuma heidän mielestään onnistunut ja vastasiko se heidän odotuksiaan. Näiden vastausten perusteella erilaisille tapahtumille lasketaan niiden oma EVS-pisteitys, joka kerää arvokasta palautetta, jota voi hyödyntää tulevien tapahtumien kehittämisessä. (Lyyti 2021, 1-2.)

Jälkivaiheeseen sisältyy myös tapahtuman tunnelman välittäminen niille, jotka osallistuivat tapahtumaan. Lyhyet tunnelma- tai yhteenvetovideot sekä tapahtumakuvat ovat vaikuttavia keinoja, jotka jättävät pysyviä muistoja ja syventävät osallistujien kokemusta tapahtumasta. Jos kyseessä on toistuva tapahtuma, näitä videoita voidaan myös käyttää markkinoinnissa ja tulevien tapahtumien esittelyissä. (Wallo & Häyrinen 2022, 227.)

Tapahtuman jälkivaiheeseen kuuluu myös tapahtuman loppuunsaattaminen. Vaikka itse tapahtuma on jo päättynyt, on edelleen käsiteltävä laskut, palkat ja muut sitoumukset. Lisäksi saataan tarvittaessa laatia yhteenveto sponsoreille saaduista tuloksista. (Wallo & Häyrinen 2022, 227.)

4 Oppaan kehittäminen

Tässä osiossa käsitellään tuotekehityksen periaatteita ja hyvän oppaan laatimisen perusteita. Tuotekehityksen prosessi tarjosi rakenteen oppaan suunnittelulle, joka sisälsi tarpeiden tunnistamisen ja tavoitteiden asettamisen tapahtumaoppaalle, vastaten tuotekehityksessä konseptin luomisen vaihetta. Oppaan sisällön suunnittelussa korostettiin puolestaan hyvän oppaan periaatteita, kuten selkeyttä, kattavuutta ja käyttäjäystävällisyyttä.

Eezy Kohtaa – tapahtumaopas (Liite 2) on luotu vastaamaan Eezyn erityistarpeisiin, sillä yrityksellä ei ole aiemmin ollut vastaavanlaista ratkaisua tapahtuman suunnittelun ja järjestämisen tueksi. Tapahtumaopas on räätälöity yrityksen tarpeiden perusteella tukemaan juuri Eezy kohtaa- tapahtuman suunnittelua ja järjestämistä. Tapahtumaoppaan kehittämisessä on yhdistetty tuotekehityksen periaatteita ja hyvän oppaan laatimisen perusteita.

4.1 Tuotekehitys

Yrityksen tuotekehitys on prosessi, jonka tarkoituksena on luoda uusia tuotteita tai parantaa jo olemassa olevia tuotteita. (Osaava yrittäjä 2023.) Tuotekehitys on aktiivista toimintaa, jonka päämääränä on uuden tai parannetun tuotteen kehittäminen. Tavoitteena on täyttää asetetut vaatimukset mahdollisimman tehokkaasti teknisesti ja taloudellisesti. (T. Jokinen 2006, 9.) Vaikka perinteisesti tuotekehitys on liitetty enemmän fyysisiin tuotteisiin, se koskee yhtä lailla myös palveluiden kehittämistä. (Osaava yrittäjä 2023.)

Tuotekehitys vaihtelee eri yritystyypeissä. Valmistusyrityksissä se keskittyy tavaratuotteiden kehittämiseen, kun taas palveluyrityksissä se kohdistuu aineettomiin palveluihin. Kaupan alan yrityksissä taas tuotekehitys liittyy enemmän tuotevalikoiman päivittämiseen, mikä tarkoittaa vanhojen tuotteiden korvaamista uusilla ja parannetuilla vaihtoehdoilla. (Osaava yrittäjä 2023.)

Tuotekehitys yleensä käynnistyy ideasta, joka voi olla joko täysin uuden tuotteen konsepti tai parannus jo olemassa olevaan tuotteeseen. Ideat voivat syntyä yrityksen sisältä esimerkiksi yrittäjän tai työntekijän välittömänä oivalluksena. Lisäksi tietoisesti voidaan myös alkaa kehittämään ja hiomaan ideoita eteenpäin tuotekehityksen suuntaan. (Osaava yrittäjä 2023.)

Tuotekehitysideoita voi kertyä myös yrityksen ulkopuolelta eri lähteistä. Asiakkailta saadut suorat palautteet voivat sisältää arvokkaita ideoita, samoin kuin kyselyt ja palautteet, joita kerätään heiltä. Lisäksi inspiraatiota ja ideoita voi löytää erilaisista lähteistä, kuten internetistä, messuilta tai ulkomailta. Kun potentiaalisia tuotekehitysideoita on kerätty, ne arvioidaan tarkasti ja sen pohjalta tehdään päätös siitä, lähdetäänkö ideaa viemään eteenpäin kehitysvaiheeseen. (Osaava yrittäjä 2023.)

Valittu tuotekehitysidea etenee jatkokehitysvaiheeseen, jossa siitä kehitetään valmis tuote. Koe-markkinoinnin avulla luotu tuote esitellään loppuasiakkaille, jotka antavat palautetta ja arvioivat tuotetta. Tämä palautteen kerääminen auttaa hienosäätämään ja parantamaan tuotetta vastaamaan paremmin asiakkaiden tarpeisiin ja odotuksiin. (Osaava yrittäjä 2023.)

Tuotekehityshanke voidaan puolestaan jakaa neljään toimintavaiheeseen: käynnistäminen, luonnostelu, kehittäminen ja viimeistely. (T. Jokinen 2006, 14.) Tuotekehityksessä on siis paljon eri vaiheita, jotka on hyvä koota vaatimuslistaksi. Alla lista vaiheista, jotka perustuvat tuotekehityksen ratkaisutoimisto Matricomp Oy:n yli 60 vuoden kokemukseen tuotekehityksestä. (Matricomp 2023.)

- vaatimusten määrittely
- ratkaisujen määrittely
- markkinoiden testaaminen
- valitun ratkaisun konseptointi ja simulointi
- lopullinen ratkaisu ja yksityiskohdat
- prototyypin testauksen, valmistamisen ja laadunvarmistuksen suunnittelu
- prototyypin testaus
- jatkokehitys ja tuotannon suunnittelu

Selkeä ja huolellisesti laadittu vaatimuslista toimii ohjeena päätöksenteossa ja mahdollistaa valintojen tekemisen sekä ratkaisujen hylkäämisen vaatimusten pohjalta. Laadukas vaatimuslista tarjoaa kriteerit, joiden avulla voidaan arvioida, milloin tietyt vaatimukset täyttyvät ja milloin ne eivät täyty. Tämä auttaa ymmärtämään, mikä ratkaisu tai vaihtoehto sopii parhaiten vaatimusten asettamiin kriteereihin, ja mikä ei täytä tarvittavia ehtoja. (Matricomp 2023.)

4.2 Hyvän oppaan perusteet

Oppaan luomiselle on aina oltava selkeät perustelut ja määritellyt tavoitteet. On tärkeää tiedostaa, kenelle opas suunnataan ja mitä sen on tarkoitus saavuttaa, olipa kyseessä henkilöstön motivaation parantaminen, yrityskuvan selkeyttäminen tai vaikkapa myynnin lisääminen. Ulkoisen ilmeen merkitys oppaassa on myös korostunut, sillä monet organisaatiot ovat yhdenmukaistaneet viestintänsä ulkoasun, mikä auttaa tunnistamaan julkaisut osaksi kyseisen organisaation viestintää. (Loiri & Juholin 1998, 8–11.)

Myös graafinen ulkoasu ja kielen käyttö ovat avainasemassa. Kirjasintyypit, rivivälit, paperin väri ja kuvitusvalinnat ovat kaikki osa typografista suunnittelua, jonka tehtävänä on herättää lukijan mielenkiinto ja houkutella syventymään tekstiin, joka on vaivatonta ja miellyttävää lukea. Lisäksi on oleellista, että oppaan eri osat erottuvat helposti toisistaan: varsinaisen tekstin on näytettävä siltä, että se on itse tekstiä, otsikoiden ja väliotsikoiden on erotuttava selkeästi ja kuvatekstien on oltava ilmeisiä ilman erillistä pohdintaa. Typografian tulisi myös noudattaa vastaanottajien mukaan julkaisun omaa tyyliä noudattaen. Oppaan laatijan on siis oltava tietoinen siitä, mihin tilanteeseen ja kenelle julkaisu on suunnattu. (Loiri & Juholin 1998, 32-33.)

Kirjoittajan on myös osattava nykypäivänä käyttää paitsi sanaa, myös kuvaa. Huono kuva levittää väärää tietoa ja tekee tekstin tyhjäksi, kun taas hyvä kuvitus parantaa tekstin antamaa ensivaikutelmaa eli silmäiltävyyttä. Kunnan kuvan kuuluisi vangita myös lukijan huomio ja liittyä tekstin sanoman kannalta keskeisiin asioihin, sillä muuten ne vievät lukijan harhaan. Kuvien kuuluisi auttaa lukijaa myös hahmottamaan laajoja asiakokonaisuuksia, kuten erilaisia prosesseja. (Alasilta 2002, 124- 125.)

On tärkeää, että hyvä otsikko tiivistää tekstin keskeisen sisällön. Otsikoinnissa kannattaa käyttää selvää yleiskieltä ja kertoa suoraan aiheesta. On suositeltavaa välttää vierasperäisten termien, outojen lyhenteiden ja epäselvien käsitteiden käyttöä otsikoissa. Lisäksi on otettava huomioon, että monet lukevat verkossa vain otsikon, joten otsikon avulla etsitään tietoa ja oikeaa kohtaa tekstissä. Jos otsikointi on epämääräistä tai oudosti muotoiltua, tärkeä sisältö saattaa jäädä huomaamatta. (Luukkonen 2004, 125–126.)

5 Eezy Kohtaa – tapahtumaoppaan rakentaminen

Tämä opinnäytetyö on toiminnallinen ja projektiluontoinen työ, joka toteutetaan toimeksiantona Eezy Oyj:lle. Työn keskeinen tarkoitus on luoda sähköinen tapahtumaopas Eezyllle, yrityksen sisäiseen Eezy Kohtaa -henkilöstötapahtumaan, johon osallistuu noin 500- 600 henkilöstön jäsentä ympäri Suomen.

Tarkoituksena oli luoda selkeä ja Eezyn brändin väreihin sopiva opas, joka sisältää vain Eezy Koh-
taa -tapahtuman järjestämiseen liittyvät keskeiset tiedot, kuten tapahtuman ohjelman, aikataulun, sekä kaikki työvaiheet ja hankinnat, jotka tulee suorittaa ennen tapahtumaa, sen aikana ja sen jälkeen. Lisäksi oppaassa kerrotaan kattavasti kaikki tapahtumassa käytetyt palveluntarjoajat.

Tämän oppaan avulla Eezyn omat tapahtumanjärjestäjät voivat suunnitella ja toteuttaa tapahtuman saumattomasti joka vuosi. Tavoitteena on mahdollistaa, että uudet tapahtumapäälliköt voivat tulevaisuudessa toimia tapahtuman järjestäjänä oppaan antamien ohjeiden avulla ja mahdollisesti päivittää opasta ajan tasalle aina tarpeen mukaan.

Eezy Kohtaa -tapahtumaoppaan (Liite 2) arviointi toteutetaan puolestaan sähköisen palautelomakkeen avulla, joka rakennetaan Google Forms-työkalulla. Oppaan arvioinnissa keskitytään oppaan selkeyteen, tekstin sujuvuuteen, käytännöllisyyteen ja visuaaliseen puoleen. Arviointiin osallistuvat Eezyn tapahtumapäällikkö, yrityksen toimihenkilöt, jotka ovat olleet mukana tapahtuman suunnittelussa, sekä muutamia tapahtuman ulkopuolisia Eezy-yhteisön jäseniä.

5.1 Toiminnallinen opinnäytetyö

Opinnäytetyö toteutettiin toiminnallisena opinnäytetyönä, jonka fyysisenä tuotoksena tehtiin Eezyn tapahtumanjärjestäjille tarkoitettu Eezy Kohtaa – tapahtumaopas (Liite 2). Opinnäytetyön aiheetta oli toivottu Eezyn tämänhetkiseltä tapahtumapäälliköltä, mikä kannusti toteuttamaan tätä projektia. Opinnäytetyöstä valmistuva tapahtumaopas tehtiin kehittämään Eezy Kohtaa- tapahtuman järjestämistä entistä sujuvammaksi.

Tässä työssä on käytetty määrällistä eli kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Tämän tutkimusaineiston keräämiseen valitaan yleensä kyselylomake, systemaattinen havainnointi tai valmiiden

rekisterien tai tilastoiden käyttö. Kyselylomake on yleensä kuitenkin tavallisin määrällisessä tutkimusmenetelmässä käytetty aineiston keräämisen tapa, jota tässäkin työssä on käytetty. Kyselystä voidaan käyttää myös nimitystä survey- tutkimus, joka viittaa siihen, että kysely on standardoitu eli vakioitu. Vakioiminen tarkoittaa, että kaikilta kyselyyn vastaavilta kysytään sama asiiasältö täsmälleen samalla tavalla. (Vilka 2015, 94.)

Tämän työn tutkimuksessa käytettiin määrällisen tutkimuksen menetelmää, Eezy Kohtaa – tapahtumaoppaan palautelomake (Liite 1) kyselyn avulla. Määrällinen tutkimus tuotti lukuja, joiden avulla voitiin vahvistaa tehtyä hypoteesia hyödyntämällä tilastollista analyysia. Hankkimien vastausten avulla voitiin siis tehdä mitattavissa oleviin tietoihin perustuvia johtopäätöksiä. (Survey Monkey 2024.)

Eezy Kohtaa- tapahtumaoppaasta (Liite 2) luotiin Google Formsin avulla palautelomake, jotta saatiin määrällistä tietoa oppaan selkeydestä, sen hyödyllisyydestä ja mahdollisista parannusehdotuksista. Kyselyn tuloksia arvioitiin Google Formsin kysymysten kautta, jonka avulla saatiin laskettua tulosten keskiarvoja. Opasta arvioi yhteensä kymmenen Eezyn toimihenkilöä, jotka ovat olleet mukana Eezy Kohtaa- tapahtumassa tai sen järjestelyissä.

Palautelomakkeen kysymykset olivat numeerisia monivalintakysymyksiä, jotka sisälsivät myös yhden avoimen kysymyksen. Monivalintakysymyksissä kysymysmuoto oli standardoitu eli vakioitu, joilla tavoiteltiin kysymysten vertailukelpoisuutta. Avointen kysymysten tavoitteena oli puolestaan saada vastaajilta spontaaneja mielipiteitä, joissa vastaamista rajattiin vain vähän. (Vilka 2015, 106- 107.)

Opinnäytetyön luotettavuutta puolestaan mitattiin tutkimus- ja kehittämistyön reliabiliteetin ja validiteetin avulla. Validiteetti kertoo, että työn tutkimuksen tulokset vastaavat todellisuutta, ovat oikeita ja yleistäviä. (LibGuides 2023.) Pätevässä tutkimuksessa ei siten saisi olla systemaattista virhettä. Tämä tarkoittaa sitä, millä tavalla tutkittavat ovat ymmärtäneet mittarin, palautelomakkeen ja kysymykset. Tulokset siis vääristyvät, jos vastaaja ei ajattelekaan kuin tutkija oletti. Tutkimus on pätevä, kun teoreettiset operationaaliset määritelmät ovat yhtäpitäviä. (Vilka 2015, 193- 194.)

Tutkimuksen luotettavuus, eli reliabiliteetti, tarkoittaa puolestaan tulosten tarkkuutta. (Vilka 2015, 194.) Reliabiliteetti viittaa tutkimusmenetelmän tai käytetyn mittarin kykyyn tuottaa toistettavasti ei-sattumanvaraisia tuloksia ja varmistaa mittaustulosten pysyvyys. Pysyvyys tarkoittaa siis sitä, että mittaus antaa saman tuloksen, kun sitä toistetaan. Toistettavuus on siis optimaalista, kun mittaus tuottaa saman tuloksen riippumatta tilanteesta tai henkilöstä. (LibGuides 2023.)

Tutkimuksen pätevyys ja luotettavuus muodostavat siis yhdessä mittarin kokonaisluotettavuuden. Kun tutkittu otos edistää perusjoukkoja ja mittaamisessa on mahdollisimman vähän satunnaisuutta, tehdyn tutkimuksen kokonaisluotettavuus on hyvä. (Vilkka 2015, 194.)

Opinnäytetyön kokonaisluotettavuutta paransi myös lähteiden kriittinen valinta sekä niiden laadun ja soveltuvuuden arviointi. Lähteissä on suosittu muun muassa alkuperäisiä julkaisuja kirjallisuudesta sekä internetin lähteistä, jotka palvelevat opinnäytetyötäni. Myös viimevuosien Eezy Kohtaa -tapahtuman muistiinpanot sekä muut materiaalit ovat toimineet suuntaa antavina tienneyttäjinä ja idealähteinä oppaan teossa. Tavoitteena oli saavuttaa vahva perehtyneisyys aiheeseen, kaikkiin lähtökohtiin keskittymällä. (Vilkka & Airaksinen 2003, 72 – 77.)

5.2 Oppaan suunnittelu

Eezy Kohtaa -tapahtuma oli jo ennestään tuttu tämän opinnäytetyön kirjoittajalle, mikä helpotti oppaan laatimista ja suunnittelua. Toimeksiantaja antoi myös tarkat ohjeet siitä, miten opas tulee laatia ja mitä olennaisia seikkoja sen pitää sisältää. Toimeksiantaja toivoi myös, että oppaaseen sisällytetään vain Eezy Kohtaa -tapahtumalle olennaiset seikat, jotka on esitelty selkeästi ja tiiviisti. Tämän vuoksi oppaaseen sisällytettiin vain ne asiat, jotka ovat keskeisiä tapahtuman järjestämisen kannalta.

Esimerkiksi lupa-asiat mainitaan vain pintapuolisesti, sillä ne sisältyvät aina tapahtumapaikan ja Events Tampere -tapahtumatalon tarjoamiin palveluihin, joita Eezy Kohtaa -tapahtumassa aina käytetään. Tarkat tiedot budjetista on jätetty myös kokonaan oppaasta pois, toimeksiantajan pyynnöstä. Opas on rakennettu ja suunniteltu viime vuosien Eezy kohtaa -materiaaleja hyödyntäen.

Oppaan etenemisjärjestys aiheutti puolestaan harkintaa, sillä tehtävien järjestely aihealueittain näytti olevan toimivampi vaihtoehto verrattuna täysin aikataulun mukaan etenevään oppaaseen. Tästä syystä päätimme laatia oppaan aihealueittain järjestettynä, mutta kuitenkin noudattamalla mahdollisimman tiukasti aikataulua. Tämä valinta perustuu siihen, että yksittäiset aihealueet ovat niin laajoja, ja niihin liittyvät tehtävät voivat ajoittua kauan ennen varsinaista tapahtumaa. Siksi oppaan alussa keskityimme ensisijaisiin tehtäviin ja etenimme sitten loogisessa järjestyksessä, jotta tapahtuman järjestämiseen liittyvät asiat esitetään selkeästi ja loogisesti. Tavoitteena on varmistaa, että lukija ymmärtää, mitä tulee tehdä ja miten se tulisi toteuttaa.

5.3 Oppaan visuaalisuus

Oppaan ulkoasun suunnittelun aloittaminen edellytti ensin perehtymistä visuaalisen suunnittelun perusteisiin. Tarkoituksena oli hankkia tietoa siitä, mitä seikkoja tulisi ottaa huomioon ulkoasua suunnitellessa. Lähteiden avulla sain arvokasta tietoa, erityisesti typografian merkityksestä ja siitä, miten voi houkuttaa lukijan kiinnostuksen erilaisin keinoin. Syventyessäni visuaalisen suunnittelun tekniikoihin oli helpompi omaksua omaan oppaaseen sovellettavia periaatteita. Lisäksi analysoin muita samankaltaisia oppaita tarkastellakseni niiden ulkoasun toteutusta, mukaan lukien niiden rakenteen ja hyödynnetyt visuaaliset elementit.

Esimerkiksi Laurean ammattikorkeakoululle laaditussa tapahtumanjärjestäjän oppaassa on hyödynnety monipuolisesti värejä ja kuvia (kuva 1), jotta teksti olisi houkuttelevampaa luettavaa ja sen sisältö olisi helpompi hahmottaa. Mielestäni opas oli kuitenkin osittain hieman sekava, sillä siinä oli käytetty paljon eri värejä. Tekstissä käytettiin vähintään kolmea täysin erilaista tai erisävyyistä väriä sekä värikkäitä kuvia. Myös oppaan rakenne on hieman sekava näiden visuaalisten valintojen takia.

4.4.9 Somistus, tilustus ja tilojen järjestely

Somistus on tärkeä osa tapahtumaa siksi, että se vaikuttaa paljon siihen, kuinka hyvin tapahtuma muistetaan. Tapahtuman somistus ja tilojen järjestely vastaa paljon aikaa. Tapahtuman järjestäjät voivat huolehtia somistuksesta tai se voidaan tilata. Somistukseen tulee muodistaa organisaation visuaalista ilmettä.

Tilajen järjestelyä suunniteltaessa on tärkeää hahmottaa, kuinka tapahtuma mahtuu valittuun tilaan. Tilajakoja havainnollistetaan piirrosten avulla. Tilajakoone on olemassa erilaisia mallia, joihin voi hyödyntää suunnitelmia tehdessä. "Teatteri"-tyyppisessä järjestelyssä kaikki istuimet ovat suunnattu esitympälistä kohti. Tämä järjestely sopii konferenssin tai tilaisuuden, koska lavalla tulla vieraat välittyy hyvin yleisölle. "Pöytä"-tyyppisessä järjestelyssä istuimet asetetaan useita pöytiä pitkin. Pöydissä istuu kahdeksasta kymmeneen vierasta, jolloin keskustelu on helppoa. Puolikuun muotoisessa järjestelyssä vierat istuvat pyöreisiin pöytänsä niin, että pöytä on puoliksi tyhjiä ja kaikki katsovat kohti lavaa. Näin saadaan monenmat hyödyt aiemmista järjestelyistä. "Luokkahuone"-järjestelyssä vierat istuvat pitkän pöydän toisella puolella niin, että kaikki katsovat kohti esitympälistä.

Somistus tehdään toivan mukaisesti ja organisaation brändin tulee näkyä tiloissa esimerkiksi väreissä, kussissa ja kortteissa. Somistukseen kuuluvat myös tuolien istutuskäsit, pöytäkortit, kyltit, valaisimet ja taidet. Myös vuokraajien tulee näkyä somistuksessa. Kesäisin käytetään yleensä kirkkaita sävyjä, kun taas talvella käytetään tummempia sävyjä.

Susanna Kuuppinen:
"Somistukseen on hankittu tarvittavat värit ja materiaalit. Vuosijulkaisun on esimerkiksi tilattu punainen mattoja ei-istuvien puolesta. Suomalaiset ilmapallot kaksita. Uudet myös esimerkiksi Ikea, Robin Hood tai Kieritys-keskukset ovat kätynä vaittohojaja pieniin hankintoihin. Viime tuonessa vuorijulkaisun opintajulkaisu voitti *pienempi projekti-*ryhmä ideat ja toteutti somistuksen."

Muistilista

- Noudattaa organisaation visuaalista ilmettä
- Suunnittelee somistusta ja tilojen järjestelyä
- Hahmottelee eri tilaratkaisuja paperille
- Valitsee sopivia tilaratkaisuja
- Huomioi vuokrat

5.1.3 Budjetti

Raha on yleensä enimmäinen asia, joka tulee huolehtia jo tapahtumaa harkittaessa. Tarkkaan suunniteltu budjetti on kuitenkin a ja o. Enimmäiseksi mietittäessä, kuinka paljon kaikki tulee maksamaan ja mistä rahaa saadaan voi saadaanko ollenkaan. Tapahtuman järjestäminen on edullisimmillaan, kun sitä hoitaa oma henkilökunta tai se tehdään talkoityönä mahdollisimman pitkälle. Missä pienempi budjetti, sitä haastavampaa tapahtuman järjestäminen on ja sitä enemmän tarvitaan luovuutta. Yleensä kuitenkin ainakin suuremmassa tapahtumassa rahaa tarvitaan hieman enemmän. Tätä varten on hyvä hankkia yhteistyökumppaneita ja sponsoreita. Näin tapahtumasta saadaan haluttu kokonaisuus ja väkijoukko, ja kaikki viihtyvät, kun henkilökunta on riittävästi.

Budjetin laatiminen on helppo aloittaa, jos organisaatio on tehnyt aikaisemmin jo samankaltaisia tapahtumia. Tällöin saadaan realistinen pohja budjetoinnille. Kaikki suunnitellut menot kannattaa pilkkoa mahdollisimman monen osa-alueeseen. Jokaiselle näistä osa-alueista kannattaa myös valita oma vastuuhenkilönsä ja selvittää helle heidän taloudelliset velvoituksensa. Kuluja lisäksi tapahtumat useimmiten luovutetaan. Näinkin tulee kirjata budjetin. Täytettävä budjettipohja on liitteessä 1.

Kuluja

- tilavuokrat
- markkinointi- ja mainontakulut
- rakentaminen
- somistus
- tekniikka
- luvat
- kuljetukset
- majutus
- tarjonnat
- ohjelma
- varusteet
- palkkiot
- ylläpysmenot

Tuloja

- sponsoroitimet
- lipputulot
- arpajaiset
- tarjonnat
- myyntitulot
- näyttelijäsestajat

Muistilista

- Selvitä budjetti
- Listaa kulut
- Listaa tulot

Virikistysillan budjetti	
Bussikuljetus	400 €
Tilavuokra	600 €
Somistus	200 €
Ohjelma	100 €
Ruoka	700 €
Juomat	800 €
Yhteensä	2800 €
Osallistujia n. 50	56 € / hlö



Kuva 1. Laurea ammattikorkeakoulu, Tapahtumanjärjestäjän opas 2015.

Kun tarkempi idea Eezy Kohtaa- tapahtumaoppaan (Liite 2) ulkoasusta oli syntynyt, oppaan väreiksi valittiin tummanlila, valkoinen ja musta, sillä ne ovat Eezyn brändin päävärit. Nämä värit korostavat hyvin toisiaan ja tekivät oppaasta siistin ja Eezyn näköisen. Nämä kolme pääväriä yhdistyvät oppaan kannessa ja kulkevat pääväreinä läpi koko oppaan ulkoasun.

Oppaan pohja suunniteltiin Eezyn toiveiden mukaisesti, käyttäen Eezyn omaa Word-pohjaa. Oppaassa on käytetty myös muutamia viime vuosien Eezy Kohtaa- tapahtumissa otettuja kuvia, havainnollistamaan tekstiä ja lisäämään kiinnostusta myös itse tekstin lukemiseen. Mielestäni nämä kuvat sopivat hyvin Eezyn väreihin ja uppoutuvat hyvin mukaan oppaan väriteemaan.

Oppaassa on myös kiinnitetty huomiota otsikoinnin merkitykseen. Pyrkimyksenä oli tiivistää tekstien keskeiset sisällöt otsikoihin, jotta lukijat voivat nopeasti löytää tarvitsemansa tiedon oppaasta.

5.4 Oppaan arviointi

Kyselyitä voidaan toteuttaa joko perinteisinä paperilomakkeina tai sähköisinä kyselyinä verkossa. Paperilomakkeita käytetään usein palautteen keräämiseen tapahtumien päätyttyä tai tilanteissa, joissa vastaajat eivät voi vastata sähköisiin kyselyihin. Sähköiset kyselyalustat mahdollistavat laajamittaisen tiedonkeruun pienemmillä resursseilla. Kun kyselypohja on luotu sähköiseen järjestelmään, sitä voidaan hyödyntää tulevissa tiedonkeruutilanteissa. Sähköiset kyselyalustat myös automatisoivat vastausten kokoamisen, mahdollistaen esimerkiksi numeeristen arvioiden suoran tuonnin järjestelmästä esimerkiksi keskiarvoina tai jakaumina. (Artsi- opas 2023.)

Kun kehitellään palautelomaketta oppaan arviointia varten, on olennaista harkita ja määrittää, mitkä asiat tulee arvioida, sillä arviointi ei ole itseisarvo. On merkityksellistä harkita, mitkä mittarit ja odotetut tulokset ovat projektin toiminnan kannalta keskeisimpiä ja joita tarkastellaan. Jos kyselylomake on liian pitkä, vastaajan kiinnostus saattaa herpaantua kesken kaiken tai he saattavat jättää sen kokonaan vastaamatta. Usein vastaajat paneutuvat tarkemmin vastauksiinsa, kun lomake on sopivan mittainen. Siksi on tärkeää harkita huolellisesti, mitkä kysymykset tuovat tarvittavan tiedon ja mitkä saattavat olla tarpeettomia. (Artsi- opas 2023.)

Tasapainoinen kyselylomake yleisesti sisältää sekä avoimia kysymyksiä että numeerisia arvioita. Numeroiden avulla voidaan vertailla tuloksia ja hahmottaa muutoksia pitkällä aikavälillä. Avokysymykset tarjoavat vastaajille puolestaan tilaisuuden antaa yksityiskohtaisempaa tietoa ja syventää numeerisia arvioita. Ne myös mahdollistavat tietojen jakamisen, jotka eivät välttämättä ole tulleet aiemmin esille tai joita ei ole osattu kysyä. (Artsi- opas 2023.)

Tämän Eezy Kohtaa -tapahtumaoppaan (Liite 2) arviointi toteutettiin sähköisen palautelomakkeen (Liite 1) avulla, joka rakennettiin kyselylomakkeiden hallintaohjelmisto Google Formsilla.

Google Forms on verkkopohjainen työkalu, jonka avulla voit luoda, jakaa ja analysoida kyselyitä ja lomakkeita reaaliajassa. Vastausten analysointi tapahtuu automaattisesti, ja tuloksia voi jakaa ja työstää yhdessä muiden kanssa. Lisäksi Google Forms tarjoaa älykkäitä ominaisuuksia, kuten vastausten vahvistussääntöjä ja mahdollisuuden jakaa lomakkeita eri kanavissa, kuten sähköpostissa ja sosiaalisessa mediassa. (Google Forms, 2024.)

Tämän oppaan arvioinnissa keskityttiin oppaan selkeyteen, käytännöllisyyteen, tekstin sujuvuuteen ja oppaan visuaaliseen puoleen. Arviointiin osallistuivat Eezyn tapahtumapäällikkö, yrityksen toimihenkilöt, jotka ovat olleet mukana tapahtuman suunnittelussa, sekä muutamia tapahtuman ulkopuolisia Eezy-yhteisön jäseniä. Opasta arvioi yhteensä kymmenen Eezyn toimihenkilöä.

Eezyn tapahtumaoppaan palautelomake (Liite 1) sisälsi avoimia sekä numeerisia arvioita. Numeroiden avulla voitiin vertailla tuloksia ja avoimet kysymykset puolestaan antoivat vastaajille tilaisuuden antaa yksityiskohtaisempaa tietoa ja syventää heidän antamiaan numeerisia arvioita. Tapahtumaoppaan palautelomakkeessa oli yhteensä seitsemän kysymystä, joihin sai vastata numeerisin arvioin 1-5 sekä yksi avoin kysymys, johon palautteen antajat saivat koota yhteenvedon vastauksistaan ja ajatuksistaan.

Tutkimuksen tulokset näyttivät hyviltä, sillä palautelomakkeeseen vastanneiden keskiarvo koko oppaasta oli 4,47/5. Avointen kysymysten yhteenvedona todettiin, että opas oli informatiivinen, sisältäen kaiken konkreettisen sisällön, joka toimii hyvänä muistilistana kelle tahansa vastaavaa järjestävälle. Myös visuaalinen ilme oli selkeä ja siisti ja koko opas tuo konkreettista lisäarvoa infopakettia kaipaavalle.

Kehitysideoista esille nousi toive, että niin sanotusti kevyempi "järjestäjän vinkit"-kohta olisi ollut kiva lisä, jossa kerrottaisiin todellisuudessa hyviksi todettuja isoja tai pieniäkin vinkkejä. Oppaan alkuun olisi myös toivottu vielä maininta, kenelle ja mihin tarkoitukseen (esim. järjestäjän avuksi) opas on tarkoitettu.

Oppaan selkeyden lisäämiseksi, päätimme vielä laatia erillisen tehtävälisan oppaan rinnalle, joka tarjoaa tapahtumapäällikölle katsauksen suoritettaviin tehtäviin, niiden aikatauluun ja tuleviin vaiheisiin. Tehtävälista koottiin oppaan pohjan mukaan, mahdollisimman selkeästi. Oppaan liitteistä löytyy tehtävälisan lisäksi myös tapahtuman ilmoittautumislinkkien rakenne.

Arvioinnissa saadut korjausehdotukset otetaan huomioon oppaan parantamiseksi, ja opasta tullaan muokkaamaan entistä paremmin kohderyhmän tarpeisiin. Erityisesti Eezyn nykyisen tapahtumapäällikön antama arvio oppaasta vaikuttaa merkittävästi tuleviin muutoksiin, koska tulevat tapahtumapäälliköt ovat oppaan virallisia käyttäjiä.

6 Pohdinta

Toiminnallisen opinnäytetyöni tarkoituksena oli kehittää tapahtumaopas, jota Eezy Oyj voi hyödyntää Eezy Kohtaa -tapahtumassa. Tapahtumajärjestäminen on aina kiinnostanut minua ja halusinkin tehdä opinnäytetyöni tapahtumiin liittyen. Työn aihe tuntui luontevalta, koska toimeksiantaja oli yritys, jossa työskentelen, ja olen jo muutaman vuoden ajan osallistunut avustaviin tehtäviin Eezy Kohtaa -tapahtuman järjestämisessä.

Opinnäytetyö tarjoaa arvokasta tukea oppaalle, sillä sen teoriaosuus käsittelee ja avaa työn keskeisimmät aiheet, kuten tapahtuman suunnittelun ja järjestämisen perusteet sekä hyvän tapahtumaoppaan ominaisuudet. Tavoitteena oli syventyä laajasti erilaisiin lähteisiin, mikä mahdollisti monipuolisen tiedonhankinnan ja oppaan kattavan luomisen. Erilaisten lähteiden vertailulla pyrittiin varmistamaan oppaan sisällön mahdollisimman todenmukainen ja luotettava kuvaus. Myös muutaman vuoden kokemus Eezy Kohtaa -tapahtumasta antoi hyvän pohjan tapahtumaoppaan luomiselle.

Eezy Kohtaa -tapahtumaoppaan rakentamisessa on yhdistetty tuotekehityksen periaatteita ja hyvän oppaan laatimisen perusteita. Tuotekehityksen prosessi tarjosi rakenteen oppaan suunnittelulle, joka sisälsi tarpeiden tunnistamisen ja tavoitteiden asettamisen tapahtumaoppaalle, vastaten tuotekehityksessä konseptin luomisen vaihetta.

Hyvän oppaan periaatteita hyödynnettiin oppaan sisällön suunnittelussa, jossa selkeys, kattavuus ja käyttäjäystävällisyys olivat keskeisiä tekijöitä. Oppaan tuli olla helposti luettavissa, sisältäen vain tarvittavat tiedot Eezy Kohtaa -tapahtuman järjestelyistä. Tapahtumaoppaan luomisessa oli tärkeää myös huomioida asiakkaan, eli Eezy:n tarpeet ja odotukset. Tämä oli yhteydessä tuotekehityksen asiakaskeskeiseen lähestymistapaan, jossa tuotteen kehittämisessä keskitytään asiakkaan tarpeisiin ja toiveisiin.

Yhdistämällä nämä lähestymistavat, tapahtumaopas pystyttiin suunnittelemaan ja kehittämään ottaen huomioon sekä tuotekehityksen että hyvän oppaan periaatteet, tarjoten käyttäjäystävällisen ja käytännöllisen oppaan Eezy Kohtaa -tapahtuman järjestämiseen.

Työni luotettavuutta on puolestaan arvioitu määrällisen, eli kvantitatiivisen tutkimuksen näkökulmasta. Luotettavuuden arviointi kohdistui tutkimus- ja kehittämistyön prosessiin, sen johdonmukaisuuteen ja systemaattisuuteen. Johdonmukaisuus edellytti tutkittavan ilmiön perusrakenteen, tutkimusaineiston, lähestymistavan, analyysimenetelmän, tulosten esittämisen ja johtopäätösten

loogista yhtenäisyyttä. (LibGuides 2023.) Tämän tutkimuksen pätevyyttä ja luotettavuutta arvioitiin myös reliabiliteetin ja validiteetin käsitteiden avulla. Reliabiliteetilla tarkoitettiin analyysin johdonmukaisuutta ja mittaustulosten toistettavuutta. Validiteetilla tarkoitettiin sitä, että tutkimuksessa aineiston analyysimittarit olivat päteviä, sillä ne mittasivat sitä, mitä niiden on tarkoitus mitata. (Jyväskylän Yliopisto 2021.)

Pääosin opas vastasi myös asettamiani tavoitteita ja tarkoituksia. Olen erityisen tyytyväinen etenkin oppaan ulkoasuun ja sen sisällölliseen selkeyteen. Käyttämällä Eezyn brändivärejä ja aiempien vuosien Eezy Kohtaa -tapahtumien kuvia, sain luotua mielestäni houkuttelevan oppaan, joka innostaa lukijaa tutustumaan siihen tarkemmin. Ulkoasu vastasi odotuksiani siitä, millainen Eezyn oppaan tulisi olla, vaikka matkan varrella tuli joitakin muutoksia alkuperäiseen suunnitelmaan.

Toivon, että tulevaisuudessa Eezy Kohtaa- tapahtumaopas osoittautuu erittäin hyödylliseksi Eezyille, kun he tulevaisuudessa järjestävät Eezy Kohtaa -tapahtumaa. Sähköinen opas tarjoaa myös lisäarvoa, sillä sitä voi monipuolisesti kehittää tulevaisuudessa. Esimerkiksi tapahtuman tiedot on mahdollista päivittää ja muokata tarpeen mukaan, jotta ne pysyvät ajan tasalla.

Kokonaisuudessaan opinnäytetyöprosessi sujui mielestäni hyvin. Ylittäessäni omat odotukseni olen erittäin tyytyväinen siihen, että työ valmistui rauhallisesti ja aikataulun puitteissa ilman ylimääräistä kiirettä. Vaikka kirjoittamiseen liittyi tiettyjä haasteita matkan varrella, lopputulos oli mielestäni melko onnistunut ja tyydyttävä. Oppaan laatiminen tarjosi minulle arvokasta oppia, ja uskon sen tuovan hyötyä sekä minulle että muille eezyläisille tulevaisuudessa.

Lähteet

Alasilta, A. 2002. Näin kirjoitat tehokkaasti. Tampere: Tammerpaino Oy.

Arene Ry. (2023). Ammattikorkeakoulujen opinnäytetöiden eettiset suositukset.

<https://www.arene.fi/wp-content/uploads/Raportit/2020/AMMATTIKORKEAKOULU-JEN%20OPINN%C3%84YTET%C3%96IDEN%20EETTISET%20SUOSITUK-SET%202020.pdf? t=1578480382>

Arter. (2021). Laatulöpinät Podcast: Millainen on hyvä ohje? – 6 hyvän ohjeen tunnuspiirrettä.

<https://www.arter.fi/podcast/laatulopinat-podcast-millainen-on-hyva-ohje-6-hyvan-ohjeen-tunnuspiirretta/>

Catani, J. 1967-2017. Onnistunut yritystapahtuma: järjestäjän käsikirja. Alma Talent Pro.

Eezy. (2023). Historia.

<https://eezy.fi/meista/historia/>

Eezy- konserni. (2023). Eezy:n liiketoiminta.

<https://eezy.fi/meista/>

Google Forms. (2024.) Google Formsin avulla saat tärkeät tiedot käyttöösi nopeasti.

<https://www.google.com/forms/about/>

Helsingin Yliopisto. (2023). Vinkit tapahtuman markkinointiin ja viestintään.

<https://www.helsinki.fi/fi/tiedekulma/vinkit-tapahtuman-markkinointiin-ja-viestintaan>

Huhtaniska, T.- Tirronen, J. 2019. Faktaa ja fiilistä tapahtumatuottajalle. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Jokinen, T. 2010. Tuotekehitys. Aalto-yliopisto, teknillinen korkeakoulu. Loiri, P. & Juholin, E. 1998.

Huom! Visuaalisen viestinnän käsikirja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Jyväskylän Yliopisto. (2021). Tutkimuksen toteuttaminen.

<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/tutkimusprosessi/tutkimuksen-toteuttaminen#tutkimustulosten-luotettavuus>

Luukkonen, Marsa. 2004. Tekstiä tekemään! Kirjoittajan opas. Juva: WS Bookwell Oy.

LibGuides. (2023). Tutkimus- ja kehittämistyön luotettavuus.

<https://libguides.diak.fi/c.php?g=670543&p=4760642>

Lyyti ltd. (2021). Onnistu tapahtumissa Experience Value Scoren (EVS) avulla.

https://www.lyyti.com/hubfs/3_Documents/Finland/FI%20-%20EVS%20-%20Event%20Success%20Management%20Insights.pdf?hsCtaTracking=e4580684-1149-48fc-a135-bc0c49564b92%7Cb8766a78-6025-4b1b-9a04-19fc25dddf5b

Lyyti Oy. (2021). Onnistu sisäisissä tapahtumissa.

https://www.lyyti.com/hubfs/3_Documents/Internal%20event%20guide%20-%20FI.pdf?hsCtaTracking=4ef90fe1-5c91-4e1d-b2f1-f3818f713813%7C4d3488a3-8aba-4611-969c-68fc33caa688

Matricomp. (2023). Tuotekehityksen vaiheet.

<https://matricomp.fi/artikkelit/tuotekehityksen-vaiheet/>

Metropolia ammattikorkeakoulu.(2023). Toiminnallisen opinnäytetyön erityispiirteitä.

<https://wiki.metropolia.fi/pages/viewpage.action?pageId=57182852>

Osaava yrittäjä. (2023). Yritystoiminnan kehittäminen.

<https://www.osaavayrittaja.fi/yritystoiminnan-kehitt%C3%A4minen/tuotekehitys>

Sponsorointi & Tapahtumat ry. (2022). Sponsorointibarometri 2022: Kasvun vuosi.

<https://www.spot.fi/artikkelit/sponsorointibarometri-2022-kasvun-vuosi>

Sponsorointi & Tapahtumat ry. (2022). Sponsorointi- & tapahtumabarometri 2022.

https://assets-global.website-files.com/62219a5d5bb27e2893c3104d/6409e6cce1bc752525fd4e4c_Sponsorointi-%20ja%20tapahtumamarkkina%202022%20J.pdf

Survey Monkey. (2024). Laadullisen ja määrällisen tutkimuksen erot.

<https://fi.surveymonkey.com/mp/quantitative-vs-qualitative-research/>

Tapahtumateollisuus Ry. (2023). Mitä on tapahtumateollisuus?

<https://www.tapahtumateollisuus.fi/mita-on-tapahtumateollisuus/>

Tech Republic. (2005). Use S.M.A.R.T. goals to launch management by objectives plan.

<https://www.techrepublic.com/article/use-smart-goals-to-launch-management-by-objectives-plan/>

Vilkka, H. 2015. Tutki ja kehitä. PS-kustannus.

Wallo, H. - Häyrinen, E. 2012. Tapahtuma on tilaisuus – tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma.

Wallo, H. - Häyrinen, E. 2022. Tapahtuma on tilaisuus - tapahtuman suunnittelu & toteutus. Helsinki: Tietosanoma.

Vilkka, H.- Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Tammi.

Wolttigroup. (2023). Tapahtumanjärjestäjän opas.

<https://wolttigroup.fi/wp-content/uploads/2018/08/Tapahtumaopas-woltti-group.pdf>

Wolttigroup. (2023). Täydet tehot irti B2B- tapahtumasta.

<https://wolttigroup.fi/taydet-tehot-irti-b2b-tapahtumasta/>

Kansikuvan lähde Kuva 1. Eezy Kohtaa, (2022). Jonathan Melartin.

Kuva 1 Theseus (2015). Tapahtumanjärjestäjän opas. Laurea ammattikorkeakoulu.

<https://urn.fi/URN:ISBN:978-951-799-426-2>

Eezy Kohtaa- tapahtumaopas palautelomake

6. maalisk. 2024

Arvioi tapahtumaopasta asteikolla 1-5. Numero yksi vastaa matalinta ja numero viisi korkeinta arvosanaa.

* Lomake tallentaa nimesi. Kirjoita nimesi.

1. Tapahtumaopas oli selkeä ja informatiivinen

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

2. Onko tapahtumaoppaassa tarpeeksi käytännön neuvoja ja vinkkejä tapahtumaan liittyen?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

3. Tapahtumaoppaan rakenne oli looginen

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

4. Kuinka nopeasti ja helposti löysit tarvitsemasi tiedon tapahtumaoppaasta?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

5. Tapahtumaopas oli visuaalisesti houkutteleva

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

6. Kuinka hyvin tapahtumaopas vastasi odotuksiasi etukäteen saamasi tiedon perusteella?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

7. Miten arvioisit tapahtumaoppaan tuomaa lisäarvoa tapahtumakokemukseesi verrattuna siihen, jos opasta ei olisi ollut?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

8. Vapaamuotoinen arvio tapahtumaoppaasta

Tämä ei ole Microsoftin luomaa tai suosittelemaa sisältöä. Lähettämäsi tiedot lähetetään lomakkeen omistajalle.

 Microsoft Forms

Eezy kohtaa - tapahtumaopas





Tapahtuman esittely

Eezy kohtaa -tapahtuma on kerran vuodessa järjestettävä Eezy sisäinen henkilöstötapahtuma, johon osallistuu noin 500-600 henkilöstön jäsentä ympäri Suomen. Tapahtuma kokoaa yhteen eezyläiset eri puolilta maata, ja sen keskeisenä tavoitteena on vahvistaa yhteenkuuluvuuden tunnetta sekä mahdollistaa merkitykselliset kohtaamiset. Tapahtuma järjestetään vuosittain yleensä joko Helsingissä, Turussa tai Tampereella, mutta tapahtuma voidaan järjestää myös jollain muulla paikkakunnalla.

Tapahtuman ohjelma on jaettu kahteen osaan: päivä- ja iltaohjelmaan. Päiväohjelma käsittää asiapitoisen osuuden, jonka sisällön johtoryhmä on suunnitellut. Päiväohjelman aikana henkilöstölle tarjotaan aamiainen, lounas ja iltapäivällä cocktailipaloja. Cocktailosuuden tarkoitus on päättää päiväohjelma, jonka jälkeen siirrytään iltaohjelman pariin.

Iltaohjelma koostuu rennommasta osuudesta, jossa palkitaan vuoden onnistujat sekä vuoden tiimi. Tapahtuma huipentuu yllätysartistin esiintymiseen, jonka jälkeen halukkaat voivat jatkaa iltaa valittuun yökerhoon. Illan aikana tarjoillaan illallinen ja myöhemmin pikkutunneilla iltapalaa. Open bar on myös avoinna koko illan.

Tapahtuman tukena toimii Events Tampere, joka varmistaa paikan päällä, että tekniset järjestelyt ja ohjelma etenevät suunnitellun ajolistan mukaisesti.

Tapahtuman ohjelma:

- o kello 9-10 saapuminen ja aamupala
- o kello 10-12 päivän ensimmäinen osuus/johtoryhmä
- o kello 12-13 lounas
- o kello 13-15 päivän toinen osuus/johtoryhmä
- o kello 15-16 cocktailtilaisuus
- o kello 16-18 vapaa- aikaa/valmistautuminen iltajuhlaa varten

- o kello 18-19 saapuminen iltajuhlaan / vapaata seurustelua
- o kello 19-21 illallinen + palkintojen jaot
- o kello 22-23 illan tähtiartisti aloittaa
- o kello 23-1.30 DJ
- o kello 2 ilta päättyy juhlapaikalla, jatkot alkavat valitussa yökerhossa



Sisällys

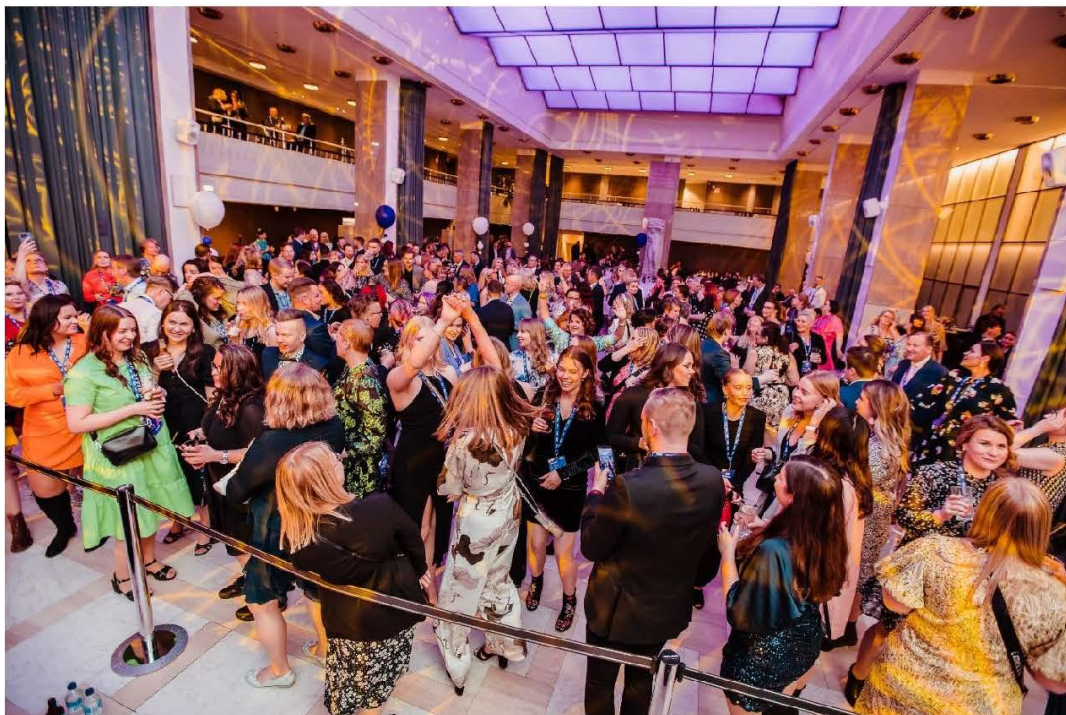
Tapahtuman esittely	1
1 Tapahtuman tuottaminen	1
1.1 Majoitus ja juhlatilojen varaus	2
1.2 Catering	2
1.3 Viihde	2
1.4 Viestintä	2
1.5 Tapahtumaohjelman kokoaminen	3
1.5.1 Päiväohjelma	4
1.5.2 Iltahjelma	4
1.6 Somisteet ja muut hankinnat	5
2 Ilmoittautumisten jälkeen	6
2.1 Majoitusten jako	6
2.2 Kuljetukset	6
2.3 Muut huomioon otavat	7
3 Tapahtuman aikana	7
3.1 Päiväohjelman aikana	7
3.2 Iltahjelman aikana	8
4 Tapahtuman jälkeen	8
Liitteet	1

1 Tapahtuman tuottaminen

Tapahtuman tuottaminen kattaa kaikki huomioon otettavat asiat, jotka on suoritettava ennen tapahtumapäivää.

Tapahtuman järjestämisessä on paljon yksityiskohtia ja monia alihankkijoita, joten kaikesta kannattaa sopia kirjallisesti. Kirjallinen sopimus tehdään ainakin catering-yrityksen, tilavuokraajan, ohjelmatoimiston ja/tai artistin kanssa sekä tekniikan tuottajien, painotalojen ja muiden alihankkijoiden kanssa. Muodolla ei ole niin väliä, kunhan sopimuksessa määritellään osapuolien tehtävät, vastuut, työn hinta sekä aineisto- ja toimitusaikataulut. Sopimukset lähetetään tarkistettavaksi ja allekirjoitettavaksi Lakiasiaintoimittaja Ilpo Toivoselle.

Tapahtumapäällikkö luo tapahtumabudjetin, johon merkitään sekä arvioidut että todelliset kulut. Tämä auttaa havaitsemaan nopeasti muutokset suunnitellussa taloudessa sekä tunnistamaan ne osa-alueet, joissa arviot ovat olleet virheellisiä. Jo suunnitteluvaiheessa on siis hyvä päättää, mitkä kulut ja kustannukset liitetään suoraan tapahtumaan. On myös tärkeää huomata, että tarjouspyyntöjen laatiminen, kilpailuttaminen ja vaihtoehtojen vertailu ovat välttämättömiä toimenpiteitä, sillä niiden avulla voidaan saavuttaa yllättäviä säästöjä ja löytää parhaiten tapahtumaan sopivia ratkaisuja.





1.1 Majoitus ja juhlatilojen varaus

Majoitus- ja juhlatilavaraukset on suositeltavaa tehdä noin 1–1,5 vuotta ennen seuraavaa tapahtumaa. Juhlatiloja varatessa on tärkeää huomioida, että tilan tulee olla riittävän suuri ja käytännöllinen noin 600 hengelle. On myös huomioitava, että tilan tulee sopeutua eri tilanteisiin päivän ohjelman aikana, kuten muun muassa istuvaan illalliseen.

Majoitusvaraukset tehdään yhteistyössä Sokos- ja Scandic-ketjujen kanssa. Varattavien huoneiden odotetaan olevan Standard-luokan huoneita, joissa on erilliset sängyt. Alustava majoitustarve on noin 200 hengelle yhdeksi yöksi. On kuitenkin huomioitava, että Jyväskylästä, Kuopiosta, Oulusta, Vaasasta ja Seinäjoelta tulevilla on mahdollisuus majoittua kaksi yötä hotellissa.

1.2 Catering

Catering-palvelu hankitaan juhlatilojen kautta. Tapahtumassa tarjoillaan buffetaamiainen, buffetlounas, cocktailpaloja, illallinen sekä iltapala.

Cocktailtilaisuudessa ja illallisella tarjoillaan laaja valikoima juomia, kuten viiniä (valko- ja punaviini), kuohuviiniä ja mietoja juomia (olut, lonkero, siideri). Lisäksi open bar on avoinna koko illan aja, tarjoten drinkkejä (Gin & Tonic, Rommikola, Kossuvichy) ja shotteja (Jallu ja Minttu) sekä alkoholittomia juomia (Jaffa, Pepsi, Vichy, Happy Joe). Juomatarjonta riippuu kuitenkin aina siitä mitä juhlapaikalla on tarjota.

1.3 Viihde

Tapahtuman esiintyjät varataan pääsääntöisesti noin puoli vuotta ennen tapahtumaa. Pääartisti varataan esimerkiksi Superstar-nettisivujen kautta tai suoralla yhteydenotolla haluttuun artistiin tai yhtyeeseen. Tapahtuman DJ, valokuvaaja ja juontaja varataan myös suoralla yhteydenotolla. Johtoryhmä hankkii puhujat päiväohjelmaan.

1.4 Viestintä

Henkilöstölle lähetetään noin neljä kuukautta ennen tapahtumaa save the date -kalenterikutsu, joka sisältää tärkeät tiedot mitä, missä ja milloin, muttei muuta ylimääräistä. Tarkempia lisätietoja annetaan ilmoittautumisen yhteydessä, joka lähetetään henkilöstölle noin kaksi kuukautta ennen tapahtumaa. Ilmoittautumislinkit tehdään erikseen konsernin sekä yrittäjien toimihenkilöille, koska konsernin toimihenkilöille tarjotaan firman puolesta kaikki, mutta yrittäjät ovat itse vastuussa heidän toimihenkilöidensä mahdollisista majoituksista ja kuljetuksista.

Noin yksi kuukausi ennen tapahtumaa henkilöstölle lähetetään muistutusviesti ilmoittautumisesta ja noin viikko ennen tapahtumaa tapahtumainfo, joka sisältää kaiken tarvittavan tiedon tulevasta tapahtumasta.



Viimeistään viikko tapahtuman jälkeen henkilöstölle lähetetään kiitokset ja pyydetään vastaamaan palautekyselyyn. Linkki Eezy kohtaa -tapahtuman kuviin jaetaan myös tässä kohtaa henkilöstölle.

Digitaalisen markkinoinnin asiantuntija Katri Toivola hoitaa viestinnän koko henkilöstölle, kun taas tapahtumapäällikkö vastaa ilmoittautumislinkkien, tapahtumainfon sekä palautelomakkeen luomisesta.

1. MARKKINOINTI ENNEN TAPAHTUMAA

- MAINOSTA

- KUTSU

n. 4kk ennen tapahtumaa Save the date- viesti

Henkilöstölle lähetetään tapahtumasta save the date- kalenterikutsu, joka sisältää tärkeät tiedot mitä, missä ja milloin, muttei muuta ylimääräistä. Tarkempia lisätietoja annetaan ilmoittautumisen yhteydessä.

n. 2 kk ennen tapahtumaa ilmoittautumislinkki

Henkilöstölle lähetetään ilmoittautumislinkki

2. TAPAHTUMAVIESTINTÄ

- MUISTUTUS

- TAPAHTUMAINFO

n. 1 kk ennen tapahtumaa muistutus ilmoittautumisesta

n. viikkoa ennen tapahtumaa

Henkilöstölle lähetetään tapahtumainfo, joka sisältää kaiken tiedon tulevasta tapahtumasta.

3. MARKKINOINTI TAPAHTUMAN JÄLKEEN

- KIITOS JA PALAUTE

viimeistään viikon sisällä tapahtuman jälkeen

Lähetetään kiitokset ja pyydetään henkilöstöä vastaamaan palautekyselyyn. Linkki Eezy Kohtaa- tapahtuman kuviin jaetaan myös henkilöstölle.

1.5 Tapahtumaohjelman kokoaminen

Tapahtuman aikataulu jakautuu kahteen osaan: päivä- ja iltaohjelmaan. Päiväohjelma sisältää asiallisen osuuden, joka on suunniteltu johtoryhmän toimesta. Päiväohjelmaan sisältyy johtoryhmän oma osuus sekä vierailevat puhujat. Henkilöstölle tarjotaan aamiainen, lounas sekä iltapäivällä cocktailpaloja. Cocktailosuuden tarkoitus on päättää päiväohjelma, jonka jälkeen siirrytään odottamaan iltaohjelman alkua.

Iltaohjelma koostuu rennommasta osuudesta, jossa palkitaan vuoden onnistujat ja vuoden tiimi. Tapahtuma huipentuu yllätysartistin esiintymiseen, jonka jälkeen halukkaat voivat



jatkaa iltaa valittuun yökerhoon. Illan aikana tarjoillaan illallinen ja myöhemmin pikkutunneilla iltapalaa. Open bar on myös avoinna koko illan.

Eezy Kohtaa -tapahtumaan on myös otettu avuksi tapahtumatalo Tampere Events, joka huolehtii muun muassa tapahtuman oikeanlaisesta teknisestä toteutuksesta. Events Tampere on myös läsnä tapahtumapäivänä varmistaakseen päivän sujuvan kulun.

1.5.1 Päiväohjelma

Virallinen johtoryhmän suunnittelema ja vetämä osuus kestää kello 10-12, jonka jälkeen päivä jatkuu lounaan jälkeen vierailevan puhujan ohjaamana kello 13-15. Ensimmäisen osuuden aikana johtoryhmä käsittelee Eezy:n kulttuuria, lukuja sekä tulevaisuuden suunnitelmia. Tämän osuuden aikana palkitaan myös tasavuosispalkinnon saaja, jota muistetaan paikan päällä esimerkiksi ruusulla. HR-osasto hankkii palkinnot, jotka toimitetaan myöhemmin palkittaville.

Päivän toinen osuus koostuu vierailevista puhujista, jotka ovat tyypillisesti motivaatiopuhujia tai henkilöstöalan ammattilaisia. Johtoryhmä valitsee ja varaa nämä esiintyjät.

Tapahtumatalo Events Tampere varmistaa paikan päällä, että tekniset järjestelyt ja ohjelma etenevät suunnitellun ajolistan mukaisesti. Valokuvaaja on myös paikalla koko päiväohjelman ajan.

1.5.2 Iltahjelma

Illan ohjelma alkaa kello 19 illallisen merkeissä samalla, kun aletaan palkita vuoden onnistujia ja vuoden tiimiä. Tähän tarkoitukseen tapahtumapäällikkö valmistelee palkintopöydän lavalle hyvissä ajoin ja on mukana jakamassa palkintoja niiden saajille. Lisäksi tapahtumapäällikkö vastaa kaikkien mainittujen palkintojen hankinnoista ja tilaa niihin kaiverukset T:mi Tanja Ropolta. Johtoryhmä päättää palkittavat henkilöt.

Jaettavat palkinnot:

- Riitta & Manu -timantit ja -valokuvakehykset ja 1000 euroa
- Riitta & Manu elämäntyö -betonipysti ja -valokuvakehyks ja lahjakortti ja 1000 euroa
- vuoden tiimi -pokaali ja ulkomaanmatka toimitusjohtajan kanssa
- vuoden Franchise-yrittäjä (kukitetaan paikan päällä, on saanut palkinnon jo aiemmin)
- mahdollisia muita johtoryhmän valitsemissa muistamisissa tai palkintoja.

Illan ohjelma jatkuu DJ:n musiikin tahdissa kello 23 asti, jonka jälkeen pääartisti astuu lavalle. Illan yllätysesitintyjä esiintyy noin tunnin ajan, jonka jälkeen tanssilattia on vielä vapaana ja tarjoilu aloitetaan iltapalan merkeissä. Kello 2 juhlat päättyvät juhlapaikalla, ja halukkaat voivat jatkaa yökerhoon.



Events Tampere varmistaa paikan päällä, että tekniset järjestelyt ja ohjelma etenevät suunnitellun ajolistan mukaisesti. Valokuvaaja on myös paikalla koko iltaohjelman ajan.

1.6 Somisteet ja muut hankinnat

- Eezy valokuvausseinä
- Eezy rantaliput juhlatilan ulko-oville
- tasavuospalkittavien ruusut
- Eezy väriset ilmapalloasetelmat
- kaulanauhat
- seuraavat on tilattu Steinmannilta ja Grano printannut:
- pöytäkolmiot ruokapöytiin
- menukolmiot ruokapöytiin
- drinkkikyltit baaritiskille
- kaulapassit henkilöstölle
- juontokorttien sisältö (juontajan näin toivoessa)
- Riitta & Manu -palkintojen saajien ”pelaajakortit” kehysten sisälle
- päiväohjelman videot
- iltaohjelman videot.





2 Ilmoittautumisten jälkeen

Kun ilmoittautuminen juhlaan on sulkeutunut, siirrytään hiomaan yksityiskohtia ja vahvistamaan majoitusjärjestelyjä, ruokailuja, kuljetuksia ja muita vastaavia järjestelyjä vahvistuneiden ilmoittautujien mukaan.

2.1 Majoitusten jako

Henkilöstön jäsenet ovat ilmoittaneet majoitustarpeensa ja toiveensa huonekavereista ilmoittautumislinkin kautta. Näiden tietojen perusteella tapahtumapäällikkö tekee majoitusjärjestelyt ja ilmoittaa ne hotellille noin kuukautta ennen tapahtumaa.

Varattavien huoneiden odotetaan olevan Standard-luokan huoneita, joissa on erilliset vuoteet. Jos joku henkilöstön jäsen haluaa ehdottomasti oman yhden hengen huoneen, hän maksaa siitä sovitun erotuksen.

Henkilöille, jotka eivät jää yöksi, esimerkiksi paikalliset toimihenkilöt, varataan valmistautumistila, jossa he voivat laittautua ennen iltaosuuden alkua. Tämä tila varataan yleensä juhlapaikalta tai hotellista, jossa muutkin yöpyvät.

Eezyn yrittäjät ovat vastuussa heidän toimihenkilöidensä mahdollisista majoituksista ja kuljetuksista.

2.2 Kuljetukset

Bussikuljetukset hoidetaan Ventoniemen kautta. Yhteiskuljetuksiin on mahdollisuus osallistua joko Turusta, Tampereelta tai Helsingistä. Jyväskylän, Seinäjoen, Kuopion, Vaasan ja Oulun henkilöstölle varataan meno-paluu junaliput VR:n yritystilin kautta. Junalippuja voi tarpeen mukaan varata myös muista kaupungeista tulijoille.

Bussikuljetukset:

- lähtö juhlapaikalle kello 7
- paluu kotiin yllätysesiiintyjän jälkeen kello 24
→jos lähtijöitä on vähän, kuljetus hoidetaan halvimalla mahdollisella tavalla, esimerkiksi junalla, bussilla tai pienemmällä yhteiskuljetuksella.
- tai paluu kotiin seuraavana päivänä kello 12.

Tapahtumapäivän sisäiset kuljetukset:

- juhlapaikalta hotelleille kello 16
- hotelleilta juhlapaikalle kello 18.



- Junaliput:

junalippuja voi tarpeen mukaan ostaa niille henkilöille, jotka haluavat lähteä kotiin päiväohjelman jälkeen.

2.3 Muut huomioitavat

Vahvistuneiden ilmoittautujien mukaan cateringille ilmoitetaan eri ruokailuihin (aamupala, lounas, cocktailpalat, illallinen ja iltapala) osallistujien määrät sekä erityisruokavaliot. Kaulapassit tilataan Steinmannilta ja kaulanauhat Balancelta.

3 Tapahtuman aikana

Events Tampere huolehtii, että kaikki järjestelyt ja ohjelma etenevät suunnitellun ajolistan mukaisesti.

3.1 Päiväohjelman aikana

Tapahtumapäällikkö ja aulapalveluhenkilöt saapuvat noin kello 8.00 tapahtumapaikalle pystyttämään Eezyn standit ja rantaliput sekä järjestämään ilmapallot. Aulapalveluhenkilöt järjestävät myös henkilöstön kaulapassit valmiiksi aakkosjärjestykseen, jotta ne voidaan jakaa vieraille heidän saapuessaan tapahtumapaikalle. Myös kaikki menu- ja pöytäkolmiot sekä drinkkikyltit on annettu eteenpäin juhlatilan henkilökunnalle.

Tapahtumapäällikkö varmistaa aamupäivän aikana, että kaikki sujuu suunnitelmien mukaisesti ja on Events Tampereen tavoiteltavissa, jos jotain ongelmia ilmenee. DJ saapuu kello 15 cocktailtilaisuutta varten ja viihdyttää yleisöä koko loppuillan. Events Tampere varmistaa, että tekniikka ja koko päiväohjelma sujuvat suunnitellun mukaisesti.





3.2 Iltaohjelman aikana

Iltaohjelma käynnistyy kello 18 rennolla seurustelulla. Kello 19 ilta jatkuu illallisen parissa, jonka aikana jaetaan vuoden Riitta & Manu -palkinnot sekä vuoden tiimipalkinto. Palkintojenjakoa varten tapahtumapäällikkö valmistelee etukäteen Events Tampereen kanssa palkintopöydän, johon sijoitetaan kaikki palkinnot ja kukat valmiiksi. Tapahtumapäällikkö osallistuu myös palkintojenjakotilaisuuteen ja ojentaa kaikki palkinnot voittajille.

Illallisen jälkeen valmistaudutaan illan tähtiartistiin, jonka esiintyminen alkaa kello 23. Events Tampere varmistaa, että tekniikka ja koko iltaohjelma etenevät suunnitellusti.

4 Tapahtuman jälkeen

Tapahtuman jälkeen juhlapaikan yhteyshenkilöä pyydetään postittamaan kaikki Eezyin tavarat (Eezyin valokuvausseinä ja rantaliput) Eezyin Tampereen toimistolle.

Noin viikko tapahtuman jälkeen Eezyin henkilöstölle lähetetään kiitosviesti tapahtumasta sekä palautekysely, jotka markkinoinnin Katri Toivola hoitaa. Eezyin henkilöstölle lähetetään myös tässä kohtaa linkki tapahtumien valokuviin.



Liitteet

Tehtävälista

1. Majoitus- ja juhlatilojen varaus:

- majoitus- ja juhlatilavaraukset on suositeltavaa tehdä noin 1–1,5 vuotta ennen seuraavaa tapahtumaa.
- juhlatilan tulee olla riittävän suuri ja käytännöllinen 600 hengelle. Tilaa varatessa on huomioitava tilan sopeutuminen eri tilanteisiin päivän ohjelman aikana, kuten esimerkiksi mahdollisuus istuvaan illalliseen.
- majoitukset Sokos- ja Scandic-ketjuilta
→ majoitustarve on noin 200 hengelle yhdeksi yöksi.
→ Jyväskylätä, Kuopiosta, Oulusta, Vaasasta ja Seinäjoelta tulevilla on mahdollisuus majoittua kaksi yötä hotellissa
- valmistautumistila hotelleilta tai juhlapaikalta niille henkilöille, jotka eivät jää yöksi, esimerkiksi paikalliset toimihenkilöt.
- jatkopaikan varaus
→ valitulta yökerholta kysytään mahdollisuus jononohituksiin sekä ilmaisiin sisäänpääsyihin.

2. Catering:

- cateringpalvelu hankitaan juhlatilojen kautta. Tapahtumassa tarjoillaan buffetaamiainen, buffetlounas, cocktailpaloja, illallinen sekä iltapala.
→ henkilöstölle koko päivä tarjolla myös kahvia, teetä ja vettä
- cocktailtilaisuuteen miedot juomat kuten valko- ja punaviini sekä kuohuviinit ja alkoholittomat juomat kuten Pepsi, Jaffa ja Vichy
- illalliselle viiniä pöytiin
- open bar
→ Gin & Tonic, Rommikola, Kossuvichy, Jallu- ja Minttushotit yms.

3. Kuljetukset:

- bussikuljetukset Ventoniemeltä Turusta, Tampereelta tai Helsingistä.
→ lähtö juhlapaikalle kello 7
→ kuljetus kotiin yllätysesiiintyjän jälkeen kello 24
→ jos kotiin lähtijöitä on vähän, kuljetus hoidetaan halvimalla mahdollisella tavalla, esimerkiksi junalla, bussilla tai pienemmällä yhteiskuljetuksella.
→ seuraavan päivän kuljetus kotiin kello 12
- tapahtumapäivän sisäiset kuljetukset:
→ juhlapaikalta hotelleille kello 16
→ hotelleilta juhlapaikalle kello 18
- junaliput
→ Jyväskylä, Seinäjoki, Kuopio, Vaasa, Oulu. Tarpeen mukaan myös muille halukkaille.



4. Esiintyjät ja valokuvaaja:

- pääartisti esimerkiksi Superstar-nettisivujen kautta tai suora yhteys artistiin tai yhtyeeseen.
- juontaja, DJ Pikkumiska ja kuvaaja Jonathan Melartin varataan suoralla yhteydenotolla.
- päiväohjelman puhujista ja vierailijoista vastaa johtoryhmä.

5. Viestintä:

- yhteistyössä markkinoinnin Katri Toivolan kanssa
 - save the date- kalenterikutsu (noin neljä kuukautta ennen tapahtumaa)
 - ilmoittautumislinkki konsernille ja yrittäjille (noin kaksi kuukautta ennen tapahtumaa)
 - Muistutusviesti ilmoittautumisesta (noin yksi kuukausi ennen tapahtumaa)
 - tapahtumainfo (noin viikko ennen tapahtumaa)
 - palautekysely ja kiitokset (noin viikko tapahtuman jälkeen).

6. Tapahtumaohjelman kokoaminen:

- Events Tampere varmistaa paikan päällä, että päivä- sekä iltaohjelman tekniset järjestelyt ja ohjelma etenevät suunnitellun ajolistan mukaisesti.
- päivän ohjelma on jaettu kahteen osaan, päivä- ja iltaohjelmaan.

→ johtoryhmä suunnittelee ja vetää päiväohjelman
 → päiväohjelman aikana palkitaan tasavuospalkinnon saajat, joita muistetaan paikan päällä esimerkiksi ruusulla. HR-osasto hankkii palkinnot, jotka toimitetaan myöhemmin palkittaville.
 → aamupala, lounas ja cocktailtilaisuus, jossa myös DJ aloittaa.

→ iltaohjelman aikana palkitaan vuoden onnistujat ja tiimi.
 → Dj soittaa musiikkia, illan pääartisti esiintyy
 → illallinen, iltapala

7. Somisteet ja muut hankinnat:

- Eezyn valokuvausseinä (valmiina Tampereen toimistolla)
- Eezyn rantaliput juhlatilan ulko-oville (valmiina Tampereen toimistolla)
- kaulanauhat Balancelta
- Eezyn väriset ilmapalloasetelmat (Events Tampere tilaa)
- Steinmannilta, Granolta printtaus:
 - pöytäkolmiot ruokapöytiin
 - menukolmiot ruokapöytiin
 - drinkkilytit baaritiskille
 - kaulapassit henkilöstölle
 - Riitta & Manu -palkintojen saajien kehysten sisältö
 - juontokorttien sisältö (juontajan toivoessa) → leikataan ja liimataan kiinni tyhjiin kortteihin
 - päiväohjelman videot (toimitetaan Events Tampereelle)
 - päiväohjelman videot (toimitetaan Events Tampereelle).

8. Palkinnot:

- Riitta & Manu -timantit ja -valokuvakehykset ja 1000 euroa
- Riitta & Manu -elämäntyö betonipysti ja valokuvakehys sekä lahjakortti ja 1000 euroa

→timantit ja betonipysti tilataan Tanja Ropolta ja niihin pyydetään kaiverrukset.

Valokuvakehykset hankitaan Ikeasta ja niiden sisältö tilataan Steinmannilta, Granolta printtaus.

- vuoden tiimi -pokaali ja ulkomaanmatka toimitusjohtajan kanssa
→pokaali on kiertävä. Esimerkiksi viime vuoden tiimiksi valittiin Seinäjoen tiimi, joten pokaali löytyy sieltä. Kaiverrukset tilataan Tanja Ropolta.
- kukkakimput vuoden Franchise-yrittäjille (itse palkinto annettu jo aiemmin)
→kukat tilataan paikalliselta yritykseltä juhlapaikalle noin kello 16-17 välillä.
- mahdolliset muut johtoryhmän valitsevat muistamiset.

9. Ilmoittautumisten jälkeen:

- majoitusten jako
- kuljetusten varaus
- vahvistuneiden ilmoittautujien mukaan cateringille ilmoitetaan eri ruokailuihin (aamupala, lounas, cocktailpalat, illallinen ja iltapala) osallistujien määrät sekä erityisruokavaliot.
- kaulapassit tilataan Steinmannilta
- kaulanauhat Balancelta.

10. Tapahtuman aikana:

- tapahtumapäällikkö ja aulapalveluhenkilöt kello 8 tapahtumapaikalle
→valokuvausseinän ja rantalippujen pystytys, ilmapallojen esillepano
→palkinnot viety juhlatilan takahuoneeseen Events Tampereelle
→menu- ja pöytäkolmiot sekä drinkkikyltit annettu juhlatilan haltuun
→kaulapassit järjestetään aakkosjärjestyksen mukaan, aulapalvelut jakavat passit
→tapahtumapäällikkö varmistaa aamupäivän aikana, että kaikki sujuu suunnitelman mukaisesti ja on Events Tampereen tavoiteltavissa, jos jotain ongelmia ilmenee.
- iltaohjelma käynnistyy kello 18 rennolla seurustelulla
→ palkintojenjakoa varten tapahtumapäällikkö valmistelee etukäteen Events Tampereen kanssa palkintopöydän, johon sijoitetaan kaikki palkinnot ja kukat valmiiksi.
Tapahtumapäällikkö osallistuu myös palkintojenjakotilaisuuteen ja jakaa palkinnot voittajille.
→ tapahtumapäällikkö varmistaa illan aikana, että kaikki sujuu suunnitelman mukaisesti ja on Events Tampereen tavoiteltavissa, jos jotain ongelmia ilmenee.

11. Tapahtuman jälkeen:

- juhlapaikan yhteyshenkilöä pyydetään postittamaan kaikki Eezyn tavarat (Eezyn valokuvausseinä ja rantaliput) Eezyn Tampereen toimistolle
- viestinnän vastaava lähettää henkilöstölle palautekyselyn ja kiitokset
- linkki tapahtuman valokuviin lähetetään henkilöstölle.

Ilmoittautumislomakkeen kysymykset

1. Etu- ja sukunimesi?
2. Mitä liiketoimea tai toimialaa edustat? (Huom. Tämä teksti näkyy kaulapassissasi).
3. Missä kaupungissa työskentelet? (Huom. Tämä teksti näkyy kaulapassissasi).
4. Mistä kaupungista matkustat kickoff -tapahtumaan?
 - Helsingistä
 - Tampereelta
 - Turusta
 - Jyväskylästä
 - Seinäjoelta
 - Kuopiosta
 - Raumalta
 - Vaasasta
 - Oulusta, Rovaniemeltä, Laitilasta tai Uudestakaupungista
5. Parhain tapa osallistua kickoffeille on lähteä Jyväskylästä/Seinäjoelta/Kuopiosta/Vaasasta jo edellisenä päivänä juhlapaikalle ja majoittua kaksi yötä kohteessa. Sopiiko tämä suunnitelma sinulle? Ole tarvittaessa yhteydessä tapahtumapäällikköön, jos tarvitset muiden matkasuunnitelmien kanssa apua.
6. Parhain tapa osallistua kickoffeille on lähteä kimppakyydillä Raumalta jo edellisenä päivänä ja majoittua kaksi yötä kohteessa. Sopiiko tämä suunnitelma sinulle? Ole tarvittaessa yhteydessä tapahtumapäällikköön, jos tarvitset muiden matkasuunnitelmien kanssa apua.
7. Oletko Oulusta, Rovaniemeltä, Laitilasta tai Uudestakaupungista? Ole yhteydessä sähköpostilla tapahtumapäällikköön niin hoidetaan kuljetus- ja majoitusasiat erikseen kuntoon.
8. Oletko tamperelainen, helsinkiläinen tai turkulainen? Mikäli kyllä, valitse seuraavista yhteiskuljetuksista sinulle sopivimmat. (Huom. Kuljetukset lähtevät ja palaavat Eezyn toimistoille, aikataulut tarkentuvat).
 - tapahtumapäivänä
 - meno kello 7
 - paluu kello 16
 - paluu kello 24
 - seuraava päivä
 - paluu kello 12
9. Osallistun iltatapahtumaan kello 18 eteenpäin?
10. Tarvitseen majoituksen kohteessa? (Huom. Majoitus vain ulkopaikkakuntalaisille, muut majoittuvat kotonaan).
11. Majoitukset järjestetään kahden hengen huoneissa. Anna alle huonekaverisi etu- ja sukunimi.
12. Haluan kuljetuksen hotelliilta iltatapahtumaan (noin klo 18)?
13. Olen ulkopaikkakunnalta enkä yövy hotellissa TAI olen pääkaupunkiseudulta enkä ehdi käydä kotona, joten haluan mahdollisuuden käydä laittautumassa päivä -ja iltatapahtuman välissä?
14. Haluan kuljetuksen laittautumisen jälkeen hotelliilta iltatapahtumaan (noin kello 18)?



15. Osallistun seuraaviin ruokailuihin päivän aikana:
- kello 9-10 aamupala
 - kello 12-13 lounas
 - kello 15-16 cocktailpalat
 - kello 19-21 illallinen
 - kello 23- 1 iltapala
16. Erikoisruokavaliosi ja allergiasi?
17. Muita ajatuksia, terveisiä, huomioonotettavia asioita?

Yrittäjien ilmoittautumislomakkeessa kysytään kaikki samat asiat, lukuun ottamatta kysymyksiä kuljetuksista sekä majoituksista, sillä yrittäjät hoitavat ne itse.

1. Etu- ja sukunimesi?
2. Mitä liiketoimea tai toimialaa edustat? (Huom. Tämä teksti näkyy kaulapassissasi).
3. Missä kaupungissa työskentelet? (Huom. Tämä teksti näkyy kaulapassissasi).
4. Osallistun seuraaviin ruokailuihin päivän aikana:
 - kello 9-10 aamupala
 - kello 12-13 lounas
 - kello 15-16 cocktailpalat
 - kello 19-21 illallinen
 - kello 23-1 iltapala
5. Erikoisruokavaliosi ja allergiasi?
6. Osallistun iltatapahtumaan kello 18 eteenpäin?
7. Huom. Tarkista yrittäjältäsi missä hotellissa majoitut. Mikäli majoitutte muualla kuin valitun Scandicin tai Sokoksen hotellissa, huolehdi itse siirtymistä tapahtumapaikkojen välillä. Mikäli majoitut konsernin toimihenkilöiden kanssa samassa hotellissa, haluatko kuljetuksen hotellilta iltatapahtumaan (noin kello 18)?
8. Olen ulkopaikkakunnalta enkä yövy hotellissa TAI olen pääkaupunkiseudulta enkä ehdi käydä kotona, joten haluan mahdollisuuden käydä laittautumassa päivä- ja iltatapahtuman välissä?
9. Haluan kuljetuksen laittautumisen jälkeen hotellilta iltatapahtumaan (noin kello 18)?
10. Muita ajatuksia, terveisiä, huomioonotettavia asioita?