

Julia Rantakari

Markkinointiyhteistyöverkoston kehittäminen teatterille käyttäjälähtöisesti

Tapaus Improvisaatioteatteriyhdistys Stella Polaris ry

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Kulttuurituottaja (AMK)

Kulttuurituotannon koulutusohjelma

Opinnäytetyö

30.4.2015

| | |
|---|--|
| Tekijä Otsikko Sivumäärä Aika | Julia Rantakari Markkinointiyhteistyöverkoston kehittäminen teatterille käyttäjälähtöisesti. Tapaus Improvisaatioteatteriyhdistys Stella Polaris ry 53 sivua + 2 liitettä 30.4.2015 |
| Tutkinto | Kulttuurituottaja (AMK) |
| Koulutusohjelma | Kulttuurituotannon koulutusohjelma |
| Ohjaaja | Lehtori Laura-Maija Hero |
| <p>Tämä opinnäytetyö on tapaustutkimuksena toteutettu verkostanalyysi. Opinnäytetyö on esiselvitys osana laajempaa kehittämishanketta, jonka tavoitteena on pohjustaa markkinointiyhteistyöverkoston kehittämistä teatterille. Esiselvitys toteutetaan käyttäjälähtöisesti.</p> <p>Tilajana on Improvisaatioteatteriyhdistys Stella Polaris ry, joka on Suomen ensimmäinen ammattinäyttelijöistä koostuva improvisaatioteatteri. Aineisto kerättiin Stella Polariksen esityksessä käyville asiakkaille kohdennetun asiakaskyselyn ja verkkotyöpajan avulla. Päättökysymys on: Kuinka verkostoyhteistyö voi hyödyttää Stella Polarista uusien yleisöjen löytämiseksi ja markkinoinnin tehostamiseksi?</p> <p>Teoreettinen viitekehys käsittelee yritysyritystä verkostoitumisen näkökulmasta. Luvussa 2 selvitetään verkostoitumisen terminologia, esitetään erilaisia verkostotyyppisiä ja yritysyrityksen viisi perusmallia sekä pohditaan verkostoitumisen merkitystä menestyksessä.</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena on antaa teatterille ehdotus mahdollisesta yhteistyöverkostosta: potentiaaliset yhteistyökumppanit, yhteistyömuodot sekä yhteistyön sisältö. Opinnäytetyöhön ei kuulu ehdotusten käytännön toimeenpano.</p> <p>Yritysyritystyö nähdään tulevaisuudessa avaimena menestykseen. Tutkimuksessa selvisi, että Stella Polariksen asiakkaat ovat kiinnostuneita näkemään Stella Polariksen tekemässä yhteistyötä muiden toimijoiden kanssa. Yhteistyöverkoston jäsenenä tulisi olla erilaisia tapahtumia, ravintoloita ja kahviloita. Toimiakseen yhteistyön tulee olla kaikkia osapuolia hyödyttävää ja synergiaan perustuvaa.</p> | |
| Avainsanat | verkostoituminen, verkosto, markkinointi, yhteistyö |

| | |
|---|--|
| Author Title | Julia Rantakari Developing a cooperative network to find new audiences and improve marketing. Case improvisationtheatre Stella Polaris. |
| Number of Pages Date | 53 pages + 2 appendices 30 April 2015 |
| Degree | Bachelor's Degree |
| Degree Programme | Cultural Management |
| Instructor | Laura-Maija Hero, Senior Lecturer |
| <p>This thesis is a network analysis based on a case study. The thesis is a part of a broader developmental project with the aim of generating a cooperative network to a theater in order to improve its marketing. The purpose of this thesis is to find out how using co-operation could help the theatre to get more customers and improve their marketing. The main research question in this research project is "How can cooperative network help Stella Polaris find new audiences, and improve their marketing?"</p> <p>The theoretical framework examines co-operation from a networking perspective. The topics discussed in the theoretical chapters are linked to the forming of a cooperative network and how cooperative networks can help companies to succeed. The terminology of networking is introduced, various network types, and five basic models of co-operation are presented. Finally, the networking as success factor is discussed.</p> <p>The subscriber of the project is Stella Polaris, the first improvisation theater in Finland consisting of purely professional actors. The research data was collected through a customer survey targeted at customers attending the shows of Stella Polaris, and through a virtual workshop.</p> <p>The purpose of this thesis is to present the theater with a proposition consisting of prospective partners, possible forms of co-operation, and the actual substance of co-operation. The practical implementation of the proposition falls outside the scope of this thesis.</p> <p>Co-operation and networking are seen as the key for future success. The study reveals that the clients of Stella Polaris wish to see Stella Polaris co-operating with other parties. The network should consist of various events, restaurants, and coffee shops. The co-operation must benefit all parties, and base on inter-party synergies in order to be successful</p> | |
| Keywords | networking, network, marketing, co-operation |

Sisällys

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | Johdanto | 1 |
| 2 | Yritysyhteistyöhön verkostoitumalla | 3 |
| 2.1 | Verkostoituminen, verkottuminen ja yritysyhteistyö | 4 |
| 2.2 | Verkostotyypit | 7 |
| 2.3 | Yritysyhteistyön malleja | 8 |
| 2.3.1 | Kehittämisrengas | 10 |
| 2.3.2 | Yhteistyörengas | 10 |
| 2.3.3 | Projektiryhmä | 11 |
| 2.3.4 | Yhteisyritys | 11 |
| 2.3.5 | Yhteisyksikkö | 12 |
| 2.4 | Verkostoitumalla menestykseen | 12 |
| 3 | Improvisaatioteatteriyhdistys Stella Polaris ry | 14 |
| 4 | Markkinoinnin kehittäminen yhteistyöverkoston avulla | 16 |
| 5 | Opinnäytetyön prosessi | 18 |
| 5.1 | Asiakaskysely | 21 |
| 5.2 | Virtuaalinen verkkotyöpaja | 22 |
| 6 | Verkostoyhteistyön hyöty uusien yleisöjen löytämiseksi ja markkinoinnin tehostamiseksi -tulokset | 25 |
| 6.1 | Asiakaskyselyn tulokset | 25 |
| 6.1.1 | Millaisissa tapahtumissa käyt vapaa-ajallasi? | 27 |
| 6.1.2 | Yhteistyötä muiden toimijoiden kanssa | 28 |
| 6.1.3 | Toiveet ja kehittämissuositukset | 31 |
| 6.2 | Virtuaalisen verkkotyöpajan tulokset: Kumppanuusverkosto | 32 |
| 6.2.1 | Stella Polaris halutaan Suomen kiertueelle | 32 |
| 6.2.2 | Unelmien improvisaatoravintola tai -kahvila | 35 |
| 6.2.3 | Stella Polaris vierailemaan lempiravintolassa | 37 |
| 6.2.4 | Stella Polaris näkymään tapahtumissa | 40 |
| 6.2.5 | Verkkotyöpajan palaute | 42 |
| 7 | Pohdinta | 44 |
| | Lähteet | 51 |

Liitteet

Liite 1. Kysely

Liite 2. Verkkotyöpajan kalvot

1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö on tapaustutkimuksena toteutettu verkostanalyysi Improvisaatioteatteriyhdistys Stella Polaris ry:lle. Opinnäytetyö on esiselvitys osana laajempaa kehittämishanketta, jonka tavoitteena on pohjustaa markkinointiyhteistyöverkoston kehittämistä teatterille. Esiselvitys toteutetaan käyttäjälähtöisesti eli kyseessä on tapaustutkimus, jossa aineisto kerätään asiakaskyselyn ja verkkotyöpajan avulla. Opinnäytetyön tavoitteena on antaa teatterille ehdotus mahdollisesta yhteistyöverkostosta: potentiaaliset yhteistyökumppanit, yhteistyömuodot sekä yhteistyön sisältö. Opinnäytetyöhön ei kuulu ehdotusten käytännön toimeenpano.

Improvisaatioteatteriyhdistys Stella Polaris ry on Suomen ensimmäinen ammattinäyttelijöistä koostuva improvisaatioteatteri. Se on vakiinnuttanut asemansa Suomen improvisaatioteatterin kentällä huolimatta siitä, että uusia improvisaatioteatteriryhmiä perustetaan vuosittain lukuisia. Stella Polaris on tunnettu erityisesti kokoillan näytelmistään, joissa improvisoidaan kahden tunnin näytelmä yleisöltä pyydetyn esityksen nimen pohjalta. Teatterin ohjelmisto muodostuu kokoillan näytelmistä sekä erilaisista improvisaatioformaateista. Lisäksi teatterin toimintaan kuuluvat tilausesitykset, erilaiset koulutukset sekä improvisaatiokurssit.

Improvisaatioteatteri nousi suomalaisten tietoisuuteen vuonna 1991 esitetyn *Nyhjää tyhjäästä* -televisio-ohjelman ansiosta. Sittenkin improvisaatioteatteri on ollut suosittua, mutta koki niin sanotusti uuden tulemisen koko kansan tietoisuuteen, kun televisiossa alettiin näyttää improvisointiin perustuvia sarjoja, kuten *Vedetään Hatusta*, *Vino-show* sekä tänä keväänä nähtävä *Luojan kiitos*. Ohjelmissa on näytetty improvisaatioteatterin keveämpi puoli, jossa improvisaatio perustuu erilaisiin improvisoituihin kohtauksiin. Improvisaatioteatteri on tuotu helposti lähestyttävään muotoon. Uusia improvisaatioryhmiä perustetaan vuosittain. *Hiiden Kirnu* -verkkolehden tekemässä haastattelussa entinen Stella Polariksen näyttelijä Simo Routarinne toteaa:

Tänä päivänä improvisaatio tuntuu olevan 'sitä kuuminta hottia' kaikkialla – se on levinnyt kulovalkean tavoin joka niemen notkoon ja saaremaan. Routarinne toteaa jokaisen yli kaksi päivää kestävästä improkurssin tuottavan lähes varmasti uuden improryhmän.” (Vatula 2009.)

Improvisaatioteatteri on siirtynyt teattereista klubeihin, yleisö otetaan yhä enemmän mukaan, ja esitykset koostuvat uusista improvisaatioformaateista. Kehitys on pakottanut myös asemansa vakiinnuttaneet ammattiteatterit miettimään omaa asemaansa uudelleen. Miten erottautua laajasta tarjonnasta ja saada uutta yleisöä? Stella Polariksella on uskollinen katsojakunta, mutta uusia katsojia halutaan myös teatterin pariin.

Olen työskennellyt Improvisaatioteatteri Stella Polariksella vaihtelevasti vuodesta 2006 lähtien, kun päädyin 14-vuotiaana kahden viikon TET-harjoitteluun ja sille tielle jäin. Syksyllä 2014 tein opintoihini kuuluvan harjoittelun Stella Polarikselle. Tuolloin teatteri järjesti Nordic Theatresports™ -festivaalin, jonka tuotannossa olin mukana. Teatterissa ei juurikaan käy kansainvälistä yleisöä, koska esityskielenä käytetään suomea. Haasteenamme oli tuolloin keksiä, mistä tavoittaisimme tuon uuden yleisön. Ryhdyin pohtimaan, miten saisimme tavoitettua parhaiten Suomessa asuvat ulkomaalaiset. Ensimmäisenä mieleeni tuli jalkautuminen sinne missä tämä kyseinen kohderyhmä viettää aikansa eli kahvilat, yliopistot ja muut kansainväliset yritykset. Tekemällä yhteistyötä näiden yritysten kanssa saisimme äänemme kuulumaan paremmin. Tämä ajatus oli opinäytetyöni innoittaja. Opinäytetyöni pääkysymys kuuluu: ”Kuinka verkostoyhteistyö voi hyödyttää Stella Polarista uusien yleisöjen löytämiseksi ja markkinoinnin tehostamiseksi?”

Sana verkostoituminen on tullut tutuksi näiden neljän opiskeluvuoden aikana. Sana, joka aiheuttaa monelle opiskelijalle opintojen alussa kylmiä väreitä. Myös minä näin verkostoitumisen aluksi epämiellyttävänä tapana käyttää ihmisiä hyväksi. Vierastin ajatusta verkostoitumisesta, sillä halusin tutustua ihmisiin aidosti, enkä ajatella vain miten heistä voisi tulevaisuudessa olla hyötyä. Mielestäni tämä virheellinen ajatus on yhä vahvasti läsnä pienillä kulttuuritoimijoilla, jotka näkevät liiketoiminnallisuuden uhkana taiteelle. Näin ollen uskon, että opinäytetyöstäni on hyötyä koko kulttuurialalle. Toivon, että opinäytetyöni antaa arvokasta tietoa yritysyritys yhteistyöstä sekä kannustaa kulttuuritoimijoita yhteistyöverkoston kehittämiseen.

2 Yritysyhteistyöhön verkostoitumalla

Yritysyhteistyötä kuvataan monin eri sanoin. Yritysyhteistyöstä puhuttaessa käytetään muun muassa termejä kumppanuussuhde, sponsorointi, verkostoyhteistyö, yhteistointi sekä strateginen allianssi. Tässä opinnäytetyössä yritysyhteistyöstä puhutaan verkostoinnin näkökulmasta. Tässä luvussa määrittelen aiheeseen liittyvät keskeiset käsitteet, esittelen yritysyhteistyön tyyppejä ja yritysyhteistyön viisi perusmallia sekä motiivit verkostoitumiseen.

Yhteistyö on kulttuurialalla tarpeellista. Yhteistyön tärkeyden huomaa erityisesti isoissa tapahtumissa, kuten festivaaleilla. Yhteistyökumppanien avulla asiakkaille pystytään tarjoamaan täysivaltainen elämys. Yhteistyötä ei ole vain yhdenlaista. Yhteistyön muodot vaihtelevat tapahtuman luonteen ja yhteistyökumppanien mukaan. Festivaaleilla yhteistyö perustuu useimmiten sponsori- ja alihankintasopimukseen. Yhteistyökumppanit on helppo tunnistaa internetsivuilla ja tapahtumassa näkyvien logojen perusteella. Teattereissa yritysten välinen yhteistyö on vähäisempää, eikä se välttämättä aina pistä kuluttajalle silmään. Yhteistyömuodot ovat yleensä sponsorointiin perustuvia. Teatterituottajana olen saanut olla tekemisissä yhteistyökumppaneiden kanssa. Olen huomannut, että teattereissa yhteistyökumppaneiden etsimiseen harvoin käytetään paljon aikaa. Useimmiten yhteistyökumppanit ovat entuudestaan tuttuja ja yhteistyötä tehdään vuosittain. Uusia yhteistyökumppaneita ei hankita, ellei ole pakko. Omissa teatteriproduktioissani yhteistyökumppaneita on pyritty saamaan erityisesti painotaloista, panimoista ja kahviloista.

Tulevaisuuden erilaiset haasteet, kuten globaali toimintaympäristö ja kiristynyt kilpailu, pakottavat yritykset yhteistyöhön. Sama pätee myös kulttuurialan toimijoihin. Yritysyhteistyön avulla myös kulttuurialan toimijat voivat hakea yritysten lailla parempaa uskottavuutta ja edistää kilpailuasemaansa (Hakanen ym. 2007, 25–26). Kulttuurialoilla yritysyhteistyö nähdään useimmiten sponsorointina, mikä on vain yksi osa yhteistyömuotojen laajasta kirjosta. Pekka Oeschin kulttuurisponsorointia koskevaan selvitykseen vastanneista 156 kulttuuritoimijasta 74 % nimesi yhteistyömuodokseen sponsoroinnin. Vain 18 % vastanneista sanoi harjoittavansa partneri- tai markkinointiyhteistyötä. Sekä sponsorointia että partneri- ja markkinointiyhteistyötä harjoitti 33 % vastanneista. (Oesch 2002, 51.) Kulttuurialan toimijat eivät ole siis vielä osanneet omaksua markkinointiyhteistyötä

yhteistyömuodoksi. Lähes kaikki Oeschin tekemään selvitykseen vastanneet olivat tyytyväisiä yhteistyöhön yritysten kanssa. Yhteistyön nähtiin lisänneen näkyvyyttä, tuoneen uutta yleisöä sekä uusia yhteyksiä liike-elämään. Vastajaat ilmoittivatkin yhteistyön jatkuvan ja sille etsittiin uusia muotoja ja toteutuksia. Pääkaupunkiseudulla ammattiteattereista 69 % harjoitti yritys yhteistyötä. Sen sijaan muilla alueilla yritys yhteistyön harjoittaminen oli yleisempää vuonna 2002. Etelä-Suomen suuralueen ammattiteattereista 78 % teki yritys yhteistyötä. Muilla alueilla kaikki selvitykseen vastanneet ilmoittivat harjoittavansa yhteistyötä yritysten kanssa. (Oesch 2002, 53–54.)

Uskallan kuitenkin väittää hiljaisen tietoni valossa, että teatterit eivät vielä ole oppineet hyödyntämään yritys yhteistyötä parhaalla mahdollisella tavalla. Verkostoituminen on vielä pientä: useimmiten verkostot koostuvat muista teattereista ja kulttuuritahoista. Kenties yritys yhteistyön pelätään vaarantavan taiteen ja tekevän teatterista liian kaupallista.

Koska opinnäytetyöni aiheena on markkinointiyhteistyöverkoston kehittäminen, valitsin teoreettiseksi viitekehikseksi yritys yhteistyön verkostoinnin näkökulmasta.

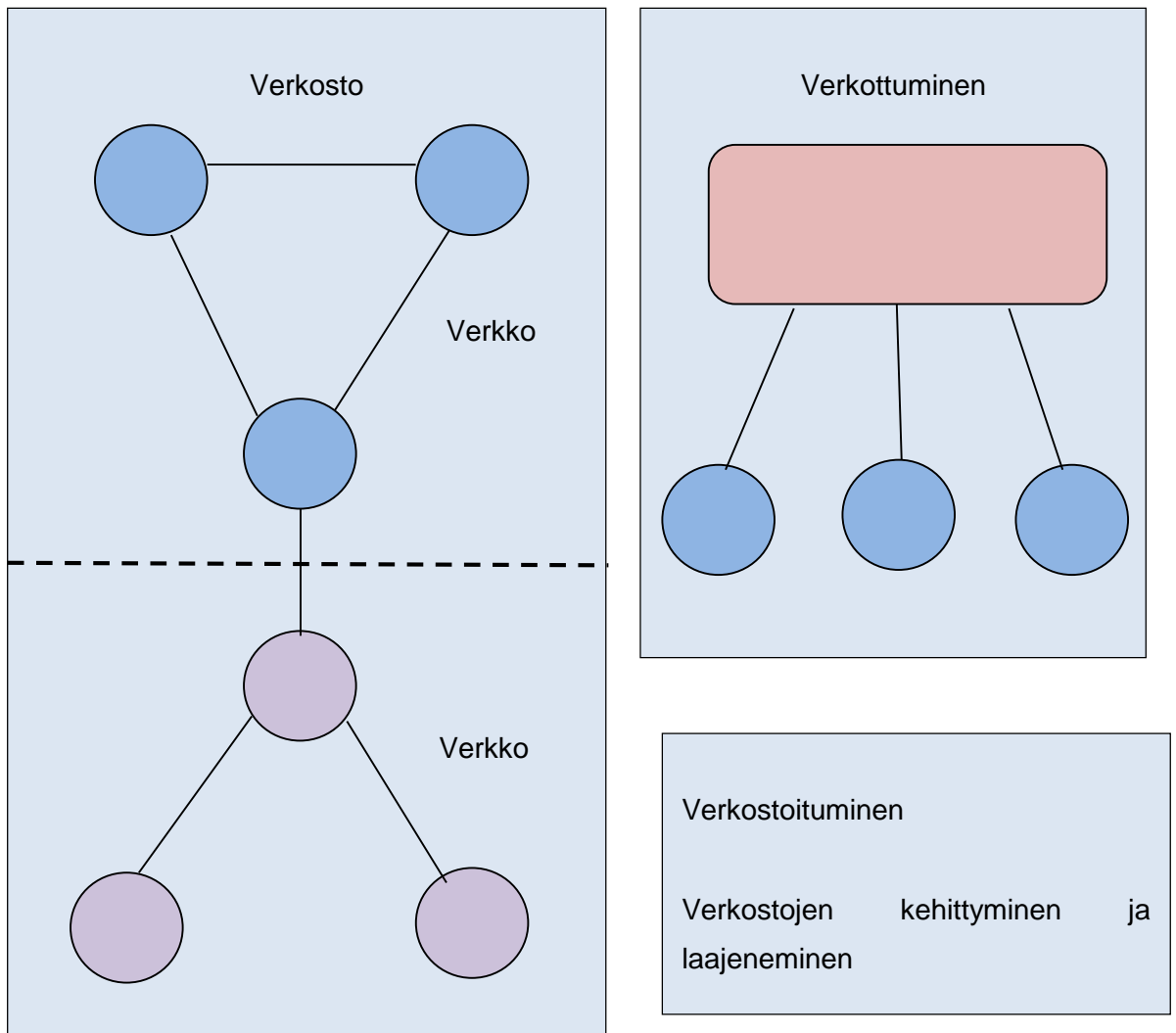
2.1 Verkostoituminen, verkottuminen ja yritys yhteistyö

Yritys yhteistyö on pidempiaikaista juridista yhteistyötä itsenäisten yritysten välillä. Se voi perustua yritysten välisiin sopimuksellisiin siteisiin tai yritys järjestelyihin, kuten erillisen yhteisyrityksen perustaminen. Yritykset voivat tehdä yhteistyötä eri osa-alueilla, kuten markkinoinnissa, kuljetuksissa, varastoinnissa ja myynnissä. (Varamäki 2002.) Verkko on rakenne, jolla kuvataan samantyyppisistä tekijöistä tai toimijoista muodostuvaa kokonaisuutta (Toivola 2006, 17). Toimijoilla on tietty tavoite, jonka eteen he tekevät töitä yhdessä. Verkko eroaa verkostosta sillä, että se on kiinteämpi ja tavoiteorientoituneempi. (Varamäki 2002.)

Verkostolla voidaan tarkoittaa kahden tai useamman itsenäisen yrityksen välistä pitkäaikaista yhteistyösuhdetta, jossa yritykset toteuttavat liiketoimintaa yhteistyössä saavuttaakseen vahvemman kilpailuaseman. Verkostot rakentuvat verkoista: useat verkot yhdessä muodostavat verkoston. (Toivola 2006, 17–22.) Se ei ole staattinen, vaan se muuttuu ajan kuluessa siinä toimivien tahojen tekemien ratkaisujen seurauksena (Vakaslampi 2004, 18). Verkottuminen ei tarkoita samaa kuin verkostoituminen (Toivola

2006; Raatikainen 1994). Toivolan (2006, 17) mukaan verkottuminen on verkostoitumista suppeampi käsite. Verkottuminen voidaan nähdä tietotekniikan, tietoverkkojen sekä verkkoliiketoiminnan käyttönä ja joidenka merkitys kasvaa yhteydenpidon välineinä. Yritys on verkottunut silloin, kun se on saanut pääsyn tietoverkkoihin ja uusia mahdollisuuksia on otettu käyttöön. (Niemelä 2002, 13.) ”Yhdestä keskipisteestä lähtevän verkon kehittymistä kuvataan verkottumiseksi, ja verkostoituminen on verkkojen kohtaamista ja verkoston kehittymistä kuvaava käsite” (Toivola 2006, 17).

Verkostoituminen on Niemelän (2002) mukaan monenkeskistä yhteistyötä (Niemelä 2002, 13). Siinä yritykset yhdistävät tietonsa, osaamisensa ja arvonsa lisäarvoa synnyttäväksi toiminnaksi, tavoitteena edistää pidemmän tähtäimen kilpailukykyä. Kun eri yritysten osaaminen yhdistetään arvoketjuiksi, joissa vastataan kuluttajien ja käyttäjien toivomuksiin nopeasti ja heidän toiveita parhaiten vastaavalla tavalla, pystytään luomaan järjestelmä, joka on ylivertaisen kilpailukykyinen verrattuna perinteisiin tuotantomalleihin. (Pirnes 2002, 10.) Vakaslahden (2004, 16) mukaan suuret yritykset tavoittelevat verkostoitumisesta yleensä nopeutta, innovointia, taktista resursointia ja uusia, oman pääoman tuottoa optimoivia mekanismeja, kun taas pienet yritykset hakevat usein rahoitusta, referenssiä, myynnin kasvua, markkinointiyhteistyötä, jakelukanavaa tai valmistusosaamista.



Kuvio 1. Verkko ja verkosto (Toivola 2006, 17).

Verkon, verkoston, verkottumisen ja verkostoitumisen käsitteelliset erot voidaan mallintaa yksinkertaistetusti (kuvio 1). Toivolan (2006) mukaan verkko rakentuu samantyyppisistä tekijöistä kuten yritysverkko tai alihankintaverkko. Nämä useat verkot muodostavat yhdessä verkoston. Yksi verkosto sisältää siis useita erillisiä verkkoja. Verkottuminen taas nähdään yhdestä keskipisteestä lähtevänä verkon kehittymisenä. Kun verkot kohtaavat ja verkostot kehittyvät, kutsutaan sitä verkostoitumiseksi. (Toivola 2006, 17.)

2.2 Verkostotyypit

Yritysverkostojen maailma on monimuotoinen. Verkostoista ja verkostoitumisesta puhutaan paljon, mutta aika harva tuntee ymmärtävän mitä niillä käytännössä tarkoitetaan. Epätietoisuus johtuu osaksi verkostojen erilaisuudesta, sillä ne räätälöidään tilanteen ja tarpeen mukaan. Tämän lisäksi verkostoille on ominaista muuttuminen ympäristön muutoksen mukana. (Niemelä 2002, 18.) Verkostoitumista pyritään tyypittelemään ja kuvaamaan eri keinoin, sillä tavoitteena on ymmärtää verkostojen toimintaa ja niiden lainalaisuuksia (Hakanen & Heinonen & Sipilä 2007, 52). Pienten yritysten verkostotyyppejä ovat vaihdantaverkostot, vuorovaikutusverkostot ja sosiaaliset verkostot, kun taas yritysten välisistä verkostoista voidaan erottaa vertikaaliset ja horisontaaliset verkostot (Toivola 2006, 24).

Vertikaalinen verkosto yhdistää saman tuotantoprosessin tai arvoketjun eri vaiheissa toimivia organisaatioita – – Horisontaalinen verkosto yhdistää arvoketjun tietyn vaiheen rinnakkaisia ja erilaisia toimijoita, palveluita tai tuotteita (Niemelä 2002, 18).

Vertikaaliset verkostot koostuvat siis saman tuotanto- tai arvoketjun jäsenistä, ja tuotteet täydentävät toisiaan, kun taas horisontaalisissa verkostoissa saman toimialan sisällä olevat yritykset eli kilpailijat toimivat yhteistyössä (Toivola 2006, 25).

| Verkostotyyppi | Kuvaus |
|--------------------------|---|
| Vaihdantaverkosto | Yritysten välinen yhteistyö, jonka toimintaan vaikuttavat sekä vuorovaikutus että sosiaaliset verkostot |
| Vuorovaikutusverkosto | Verkostosuhteita, joiden kanssa ei tehdä kauppaa, vaan vaihdetaan tietoa. |
| Sosiaalinen verkosto | Verkostot ovat aina ihmisten välisiä. Sosiaaliset verkostot rakentuvat perheen, ystävien ja tuttavien kesken. |
| Horisontaalinen verkosto | Saman toimialan sisällä toimivia, kilpailijoiden välisiä yhteistyöverkostoja. |
| Vertikaalinen verkosto | Saman arvoketjun jäseniä, jossa tuotteet tai palvelut täydentävät toisiaan. |

Kuvio 2. Yhteenveto pienten yritysten verkostotyypeistä (mukaellen Toivola 2006, 25).

Vaihdantaverkostossa yhteistyö perustuu tuotantoon tai kaupankäyntiin. Verkoston toimintaan vaikuttavat vuorovaikutusverkot ja sosiaaliset verkot. Vuorovaikutusverkossa yhteistyökumppanit eivät tee kauppaa keskenään vaan he saavat ja vaihtavat tietoa keskenään. Toivola (2006, 24) korostaa sosiaalisten verkostojen tärkeyttä. Hänen mukaansa tulisi johdon tai yrittäjän verkostoja hyödyntää liiketoiminnan kehittämisessä. Nämä verkot koostuvat perheestä, ystävistä ja tuttavista. Sosiaalisten verkostojen hyödyntäminen voi olla mahdollinen kilpailuetu, sillä se vaikuttaa yritysten mahdollisuuksiin, kustannuksiin ja toimintaan. Ne myös johtavat luottamukseen perustuviin verkostoihin, joita muuten olisi vaikea muodostaa. Sosiaaliset verkot voivat johtaa vertikaalisiin ja horisontaalisiin siteisiin. (Toivola 2006, 24.)

Yrittäjillä on olemassa virallisia ja epävirallisia verkostoja. Virallisiksi verkostoiksi voidaan luetella verkot, jotka rakentuvat sellaisista tahoista kuten esimerkiksi pankit, lakimiehet ja tilitoimistot. Sen sijaan epäviralliset verkot muodostuvat tutuista ihmisistä kuten perheestä, ystävistä ja edellisistä työkavereista. Näiden kahden verkoston merkitys korostuu eri vaiheissa yritystoimintaa. Epävirallisilla verkostoilla on erityisen tärkeä merkitys yritystoimintaa käynnistäessä, mutta ne ovat tärkeitä koko yritystoiminnan ajan. (Toivola 2006, 24–15.) Toivola (2006, 25) toteaa, että tutkittaessa verkostojen merkitystä, kävi ilmi, että yrittäjät luottavat epävirallisiin verkostoihin ja harvoin virallisiin verkostoihin.

2.3 Yritysyhteistyön malleja

Verkostomalleja on lukuisia. Pirnesin (2002) mukaan valmiit verkostojen patenttiratkaisut eivät välttämättä toimi kovinkaan hyvin, jonka vuoksi ei ole itsestään selvää osoittaa sellaista verkostoitumismallia, jonka avulla osapuolet lisääisivät osaamisvarantoaan tai parantaisivat kokonaistaloudellisuuttaan. Yritysyhteistyön mallit voidaan jakaa kahden keskeisen ulottuvuuden kautta: liiketoiminnan intensiivisyyden ja ryhmän sisäisen työjaon. Intensiivisyyden-ulottuvuudessa tarkastellaan kuinka tiivistä yhteistyötä yhteistyöyritykset tekevät keskenään ja kuinka nivoutuneita ne ovat toisiinsa. Sisäisen työjaon – ulottuvuudessa yritykset hyödyntävät yhteistyöyritysten erilaisuutta arvoketjussa. Tämä ilmenee suppeimmillaan eritasoisina ja erilaisina alihankkijayhteistyöverkostoina ja laa-

jimmillaan mm. tuotekehittelynä, yhteishankintoina, yhteisenä valmistustoimintana ja yhteisinä markkinointitoimintoina. Ideana on, että yhteistyöyritykset voivat näin ollen keskittyä keskeisimmän osaamisensa kehittämiseen ja hyödyntämiseen tai ne saavat lisää osto- tai markkinointivoimaa. (Pirnes 2002, 13–14.)

Sekä Varamäki (2002) että Pirnes (2002) esittävät teoksissaan yritysyhteistyön viisi perusmallia. Näistä perusmalleista on mahdollista johtaa lisäksi erilaisia variaatioita (Varamäki 2002).



Yhteistyön mahdolliset hyödyt eri hanketyypeissä:

| | |
|-------------------------------------|-------------------|
| Tiedon kulku ja oppiminen | _____ |
| Kustannussäästöt | _____ |
| Kriittinen massa | _____ |
| Synergiahyödyt | _____ |
| Kyky uuden liiketoiminnan luomiseen | _____ |
| Riskin jako | _____ |
| | Uskottavuus _____ |

Kuvio 3. Yritysyhteistyön viisi perusmallia. Näistä perusmalleista on mahdollista johtaa lisäksi erilaisia variaatioita. (Varamäki 2002.)

Varamäen esittämässä kuviossa (kuvio 2) on perusmallit asetettu järjestykseen tavoitetasoltaan alimmasta korkeimpaan (vasemmalta oikealle) ja tuotu esille yhteistyön kautta mahdollisesti syntyvät hyödyt. Siitä huomataan, että liikuttaessa kohti korkeamman tason yhteistyöhankkeita, mahdolliset hyödyt moninaistuvat verrattuna alemman tason yhteistyöhankkeisiin. Myös yhteistyön formaalisuus kasvaa, kun siirrytään kohti korkeamman tason yhteistyöhankkeita. Esimerkiksi alemmalla tasolla yhteistyö perustuu suullisiin sopimuksiin ja korkeammalla tasolla kirjallisiin sopimuksiin. Yhteistyö on kuitenkin alati kehittyvä ja muuttuva prosessi. Se voi alkaa kehitymisrenkaana ja yhteistyön jatkuessa kehittyä kohti tavoitetasoltaan vaativampia yhteistyömuotoja. (Varamäki 2002.)

2.3.1 Kehittämisrengas

Erityisesti pienyritykset käyttävät kehittämisrengasta yhteistyömallina. Mallissa joukko yrittäjiä kokoontuu vuorotellen toistensa luona ja isäntäyritys esittelee toimintaansa sekä saattaa nostaa esille erilaisia ongelmia ja kehittämiskohteita. Muut yrittäjät pyrkivät esittämään kritiikkiä, parannusehdotuksia ja virikkeitä isäntäyritykselle. Toimintamuotoina ovat yrityskokoukset, koulutuksen hankkiminen, seminaarit, messukäynnit, tutustumismatkat ja asiantuntijoiden vierailu. (Pirnes 2002,14–15.)

Kehittämisrengasta voidaan toteuttaa myös ideoinnin kautta, jolloin tavoitteena on kehittää yhteistä toimintaa. Parhaimmillaan kehittämisrengas antaa osallistujille mahdollisuuden oppia muilta sellaista käytäntöä, jossa nämä ovat itseä parempia. Lisäksi yritykset voivat tehdä keskenään sellaista kehittämistyötä, josta kaikki osallistujat hyötyvät. Malli toimii parhaiten, kun osallistuvat yritykset ovat riittävän samankaltaisia yhteisen kiinnostuksen herättämiseksi, mutta kuitenkin kilpailematta keskenään. (Pirnes 2002, 15–16.) Keskeisenä hyötynä mallissa on osallistuvien yrittäjien keskinäinen tiedonvälitys ja oppiminen (Varamäki 2002).

2.3.2 Yhteistyörengas

Yhteistyörengas-mallissa yhteistyöyrityksillä on yhteinen ja usein yhdessä hankittu resurssi, johon kaikilla on käyttöoikeus (Varamäki 2002). Tällaisia resursseja voivat olla esimerkiksi yhteiset toimitilat, yhteiset kuljetukset, yhdessä hankitut laitteet tai yhdessä hankittava ja kustannettava asiantuntija. Yhteistyörengasta käyttämällä tavoitellaan yleensä kustannussäästöjä sekä kriittisen massan saavuttamista. Yhteisesti toimimalla yritykset pystyvät ylittämään tietyn kynnyksen, esimerkiksi viennissä. (Pirnes 2002, 16.)

Yhteistyörengasta ei kannata käyttää yhteismarkkinoinnissa tai yhteisviestitoiminnoissa. Pirnes (2002, 17) toteaa, että epäonnistumisia yhteistyörengaiden kohdalla on sattunut juuri näillä osa-alueilla. Jos etukäteissuunnittelu on jäänyt tekemättä, on tulos ollut pettymys osallistujille, huolimatta suurista markkinointipanostuksista. Tämän vuoksi ostoyhteistyön ja muiden kuluja säästävien toimenpiteiden hyöty on yleensä selvempi, riskittävämpi ja helpommin arvioitava. (Pirnes 2002, 17.)

2.3.3 Projektiryhmä

Projektiryhmässä yhteistyöyritykset tekevät yhteistyötä siten, että heillä on mahdollisuus tarjota asiakkaalle tuote tai palvelu yhtenäisenä kokonaisuutena käyttäen hyödyksi yritysten toisiaan täydentäviä resursseja ja osaamista. Näin ollen asiakas saattaa saada merkittävää kustannusetua, kun hän voi ostaa kokonaisuuden yhdestä paikasta, eikä hänen tarvitse huolehtia eri osakokonaisuuksien tilaamisesta.

Yksittäinen yritys voi parantaa kilpailuasemaansa merkittävästi kuulumalla projektiryhmään. Projektiryhmä-mallissa yritysten yhteistyö tiivistyy liiketoiminnallisesti ja luonteeltaan yhteistyö alkaa olla strategisempaa. (Varamäki 2002.) Pirnes (2002, 18) selventää projektiryhmän olevan eräänlainen strateginen allianssi, jolla voi olla yhteinen nimi.

2.3.4 Yhteisyritys

Joint venture tarkoittaa yhdessä muodostettavaa yritystä. Mallin tavoitteena on uuden yhteisen liiketoiminnan luominen, käynnistäminen ja pyörittäminen. (Pirnes 2002; Varamäki 2002.) Yleensä tavoitteena on kehittää uusi tuote tai palvelu ja sen tuominen markkinoille. Aiemmista malleista yhteisyritys eroaa erityisesti siinä suoritettavien panostusten määrässä. Panostukset ovat strategisia, riskipitoisia, uutta luovia ja vasta pitkällä tähtäimellä hyödyksi realisoituvia. (Varamäki 2002.) Yhtiöjärjestys on yhteisyrityksessä formaali, sillä yhteisyrityksessä syntyy aina jotain substanssia, jonka omistus tulee määritellä jo ennen yhteistyöhön ryhtymistä. Sen sijaan työnjako ja erikoistuminen voivat vaihdella aina täydellisestä olemattomaan. Mikäli yritys muodostuu oikeanlaisista yhteistyökumppaneista, on ryhmällä mahdollisuus yhdistellä osaamistaan niin, että lopputuloksena on innovatiivinen, kokonaan uudenlainen liiketoimintakonsepti, tuote, palvelu, prosessi tai muu näiden yhdistelmä. (Varamäki 2002.)

Yhteisyritystä voidaan käyttää hankkeissa, sillä mallin avulla riskiä voidaan tasata ja saavutetun kriittisen massan avulla yrityksillä on mahdollisuus merkittävämpiin hankkeisiin kuin yksin (Varamäki 2002). Etua saadaan myös parantuneissa mahdollisuuksissa panostaa markkinointiin ja kehitystoimintaan (Pirnes 2002, 20). Lisäksi yritykset voivat yhteistyön kautta saavuttaa muita hyötyjä kuten toisilta oppimista ja kustannusten jakamista (Varamäki 2002).

2.3.5 Yhteisyksikkö

Yhteistyömalleista yhteisyksikkö on formaalein ja sidoksistaan tiukin malli. Yhteistyöyri-tykset perustavat yhdessä osakeyhtiön ja toimivat tämän niin sanotusti sateenvarjoyri-tyksen kuoren sisällä niin, että kaikki vaihdanta ja informaatiovirta kulkee ulospäin yh-teistyöyrityksistä yhteisen osakeyhtiön nimissä. (Varamäki 2002; Pirnes 2002.) Ky-seessä ei kuitenkaan ole fuusio, sillä emoyhtiö ei omista tytäryhtiöistä merkittävää osaa, vaan päinvastoin (Varamäki 2002).

Tässä mallissa tavoitteena on saavuttaa suuren yrityksen imago, resurssit ja uskotta-vuus, menettämättä joustavaa ja sitouttavaa yrittäjävetoisuutta (Varamäki 2002). Kuten Pirnes (2002, 21) huomauttaa, hyvä resurssipohja mahdollistaa osallistumisen nopeasti ja menestyksellä erilaisiin hankkeisiin, joista yksin toimiessa jouduttaisiin kieltäytymään. Yhteisyksikön heikkoutena on yhteistyöyritysten valinta: mikäli mukana on taloudellisesti heikkoja yrityksiä, on siitä haittaa koko yhteisyksikölle. (Pirnes 2002, 21.)

2.4 Verkostoitumalla menestykseen

Verkostoilla on merkitystä liiketoiminnassa. Toivola (2006, 24) näkee verkostoiden tuo-van yritykselle luotettavuutta, uskottavuutta, täydentävän resursseja sekä muokkaavan ja uudistavan liiketoimintakonseptia. Yhteistyöhankkeiden määrä on lisääntynyt viimeis-ten 20 vuoden aikana. Yhä useampi yritys on alkanut muodostaa verkostoja ja niitä käy-tetään lähes kaikilla toimialoilla. Varsinkin suurteollisuuden piirissä erilaiset liittoumat ja allianssit ovat tavanomaisia. Voidaankin sanoa, että suuryritykset ovat toimineet verkos-toitumisessa tiennäyttäjinä, vaikka yhteistyöstä sanotaan olevan enemmän hyötyä pie-nille ja keskisuurille yrityksille. Erityisesti tasavertaisen kumppanuuden nähdään aikaan-saavan kaikille hyötyä, jossa suuruuden ekonomia ja pienuuden joustavuus parhaimmil-laan kohtaavat. (Hakanen, Heinonen & Sipilä 2007, 19.)

Yhteistyötä on luultavasti tehty aina yritysten kesken jossain muodossa. Alihankkijasuh-teista 1970-luvulla alkanut yritysten välinen yhteistyö on viime vuosina radikaalisti laa-jentunut ja monipuolistunut (Möller, Rajala & Svahn 2004, 7). Jo kymmenen vuotta sitten Toivola toteaa teoksessaan *Verkostoituva yrittäjyys – strategina kumppanuus*, että yh-teiskunnassa ollaan siirtymässä uuteen aikakauteen, verkostoyhteiskuntaan. Hänen mu-

kaansa harva yritys kykenee kilpailemaan tehokkaasti omin voimin globaalissa toimintaympäristössä ja kiristyvässä kilpailussa. (Toivola 2006, 9.) Kansainvälistynyt talous painostaa yrityksiä saavuttamaan yhä enemmän vähemmillä panoksilla. Jotta yritykset pysyvät mukana kilpailussa, turvautuvat ne mm. erilaisiin liittoumiin ja kumppanuuksiin, joiden avulla on mahdollista vähentää kustannuksia, valloittaa etäisempiä markkinoita, lisätä asiakkaan saamaa arvoa, poistaa oman osaamisen pullonkauloja ja kehittää uusia kilpailuetuja. Yritysten verkostoitumiselle on useita syitä. Verkostoitumisen perimmäisenä motiivina on lähes aina yrityksen kilpailuaseman sekä kannattavuuden parantaminen. Hakanen ym. (2007) listaavat yhteistyömotiiveiksi myös muun muassa:

- innovatiivisuuden toteutuminen
- uskottavuuden parantuminen, suuruusimago
- verkostopääoman, luottamuspääoman, kumppanuuspääoman ja sosiaalisen pääoman, arvon kasvattaminen, osaamispääoman lisääminen
- markkinoiden yhdistäminen
- kyvykkyyksien ja taitojen yhdistäminen
- lisävauhdin luominen: markkinoiden vauhdittaminen, asiakkaiden, toimittajien tai kilpailijoiden taivuttelu ottamaan uusi teknologia tms. käyttöön
- kustannusten pienentäminen
- riskin jakaminen (Hakanen ym. 2007, 25–26.)

Yhden näkemyksen mukaan kolme tekijää vaikuttaa verkostojen määrän kasvuun: muutos liiketoimintaympäristössä, matkiminen ja johtamismuoti sekä reagointi kilpailijoiden toimiin. Ensimmäinen tekijä on kenties yleispätevin selitys. Yritykset reagoivat muutoksiin ympäristössä. Muutokset eivät kuitenkaan ole usein selkeitä alusta lähtien, jolloin verkostot ovat keino riskin hallintaan ja uusien strategioiden kokeiluun. Verkostoituminen voidaan myös nähdä muoti-ilmiönä. Uusissa ilmiöissä, niin kuin myös verkostoitumisessa, on ”hypettä” mukana. Onnistuneita edelläkävijöitä matkitaan. Tällöin kuitenkin kohdataan helposti epäonnistumisia, koska se taktiikka, mikä toimii toisella hyvin, ei välttämättä sovellu toisen yrityksen olosuhteisiin. Yritykset usein tarkkailevat lähimpien kilpailijoidensa strategisia liikkeitä. Menestymiseen tarvitaan samanlaiset kyvykkyydet ja mahdollisuudet, jolloin verkostoitumisen avulla vältetään jälkeen jääminen. Esimerkkinä tästä ovat lentoyhtiöiden allianssit. Verkostoja voidaan myös hyödyntää johtavan ase-

man saavuttamiseen. Ennalta ehkäisevällä verkostostrategialla taas yrityksellä on mahdollisuus hankkia parhaat partnerit ensimmäisenä. Voidaan kuitenkin sanoa, että yritykset liittoutuvat, koska niiden on pakko. (Hakanen ym. 2007, 23–24.)

Tässä uudessa tilanteessa menestyvät ne, jotka pystyvät oppimaan ja uudistumaan kilpailijoita nopeammin. Siksi yritykset tarvitsevat osaamista ja voimavaroja ulkopuolelta. Epävarmassa ja kompleksisessa maailmassa kyvykkäimpiä ovat ne, jotka pystyvät hyödyntämään muita nopeammin ja taitavammin tietoa ja osaamista yrityksen sisäisissä ja ulkoisissa verkostoissa. Yrityksen kilpailukyky riippuukin tiedon ja osaamisen lisäksi yhä enemmän verkosto-osaamisesta ja yhteistyökyyvystä: kyyvystä rakentaa luottamuksellista, avoimeen kommunikaatioon ja sitoutumiseen perustuvia verkostosuhteita. (Hakanen ym. 2007, 24.)

Mikään ei estä yritysten ja muiden organisaatioiden välisen yhteistyön ja verkostoitumisen jatkuvan lisääntymisen. Tulevaisuudessa yhteistyökyyvystä ja verkosto-osaamisesta tulee kaikkien yritysten ydinosaa jossakin muodossa. (Hakanen ym. 2007, 20.) Haasteena on kuitenkin päästä eroon vanhasta myytistä, jonka mukaan suomalaiset eivät osaa tehdä yhteistyötä. Verkostoyhteistyö toisten yritysten kanssa on mahdollisuus ratkaista monet uuden talouden mukanaan tuomat ongelmat sekä vahvistaa asemaansa markkinoilla. (Niemelä 2002, 118.) Tulevaisuudessa menestyvät ne yritykset, jotka parhaiten pystyvät hyödyntämään toisten osaamista ja vahvuuksia (Hakanen ym. 2007, 19–20).

3 Improvisaatioteatteriyhdistys Stella Polaris ry

Vuonna 1990 perustettu Improvisaatioteatteriyhdistys Stella Polaris ry on Suomen ensimmäinen ammattinäyttelijöistä koostuva improvisaatioteatteri. Ryhmään kuuluu tällä hetkellä neljätoista näyttelijää, neljä valomiestä, neljä muusikkoa sekä tuottaja. Teatteri-tila sijaitsee Helsingin Kaapelitehtaalla ja saliin mahtuu n. 145 henkilöä. Stella Polariksen kotisivuilla kerrotaan teatterin historiasta seuraavaa. Improvisaatioteatteri Stella Polaris perustettiin, kun Espoon Teatterin silloinen johtaja Tytti Oittinen järjesti kahdellekymmenele freelance-näyttelijälle improvisaatiokurssin, jonka kouluttajana toimi alan guru Keith Johnstone. Tänä päivänä perustajajäsenistä mukana ovat yhä Tiina Pirhonen, Outi Mäenpää ja Jami Hyttinen. Alkuaikoina esityksiä pidettiin Espoon teatterissa, mutta vuonna 1993 toiminta alkoi siirtyä Helsinkiin. Silloin perustettiin Improvisaatioteatteriyhdistys

Stella Polaris ry. Neljä vuotta myöhemmin Stella Polariksen toiminta keskittyi pitkälti Kaapelitehtaalle ja yhdistys aloitti ensimmäisenä Euroopassa kokoillan näytelmät.

Vuosituhaan vaihteessa Stella Polaris järjesti improvisaatioteatterin maailmanmestaruuskisat Suomessa yhdessä Hel2000-kulttuuripääkaupunkiprojektin kanssa. Seuraavana vuonna yhdistys päätti kokeilla improvisaatiota televisiopuolella ja kuvasi MTV3:lla esitetyn sarjan *Vapaa Pudotus*. Sarja koostui kymmenestä improvisaatioelokuvasta. Sarjan myötä Stella Polariksen suosio kasvoi. Vuonna 2003 suuret yleisöt löysivät Stella Polariksen ja esityskaudet olivat pitkään loppuunmyytyjä. Samana vuonna *Vapaa Pudotus*-sarja sai sekä Koura-palkinnon että Venlan. Seuraavana vuonna ilmestyi ryhmältä elokuva *Kukkia ja Sidontaa*, josta Outi Mäenpää voitti Jussi-patsaan parhaasta naispääosasta. Vuonna 2008 Stella Polaris juhli 15-vuotiaasta taivaltaan ja juhlavuoden kunniaksi ryhmä kutsuttiin San Franciscoon esiintymään ja kouluttamaan. (Stella Polariksen historia. Viitattu 1.10.2014.) Kokoonpano on muuttunut vuosien aikana ja uusimmat näyttelijät ovat Ville Tiihonen, Pihla Penttinen, Niina Sillanpää, Jussi Vatanen sekä Annika Poijärvi.

Stella Polariksen toiminta koostuu teatteriesityksistä sekä räätälöidyistä tilausesityksistä ja koulutuksista. Vuodessa järjestetään kaksi esityskautta, jotka sijoittuvat syksyllä lokamarraskuuhun ja keväällä maaliskuuhun. Esityskausilla nähdään pääasiassa kokoillan näytelmiä, mutta sen lisäksi ohjelmistoon on alettu ottaa mukaan uusia esitysmuotoja, joissa Stella Polariksen improvisoijat kokeilevat sekä kehittävät uusia improvisaatiotekniikoita. Tänä keväänä uutena esitysmuotona nähdään Sirkus Stellandia, jossa nykysirkus kohtaa improvisaatioteatterin. Stella Polaris tekee myös aktiivista yhteistyötä Suomen ja maailman improvisaatioryhmien kanssa. Yhteistyö näkyy aika ajoin järjestettävänä kansainvälisinä improvisaatiokisoina ja -festivaaleina, esimerkiksi uusimpana syksyllä 2014 järjestettiin Nordic Theatresports™ -festivaali, jossa ryhmät Ruotsista, Suomesta, Norjasta ja Tanskasta kisailivat leikkimielisesti keskenään. Esitysten lisäksi Stella Polaris järjestää koulutuksia, tilausesityksiä sekä viikonloppukursseja. Vuosien varrella Stella Polaris on esiintynyt erilaisissa tapahtumissa, muun muassa koulutustilaisuuksissa, TYHY-päivillä ja seminaareissa. Esitys- ja koulutuskielinä käytetään suomea, ruotsia ja englantia.

4 Markkinoinnin kehittäminen yhteistyöverkoston avulla

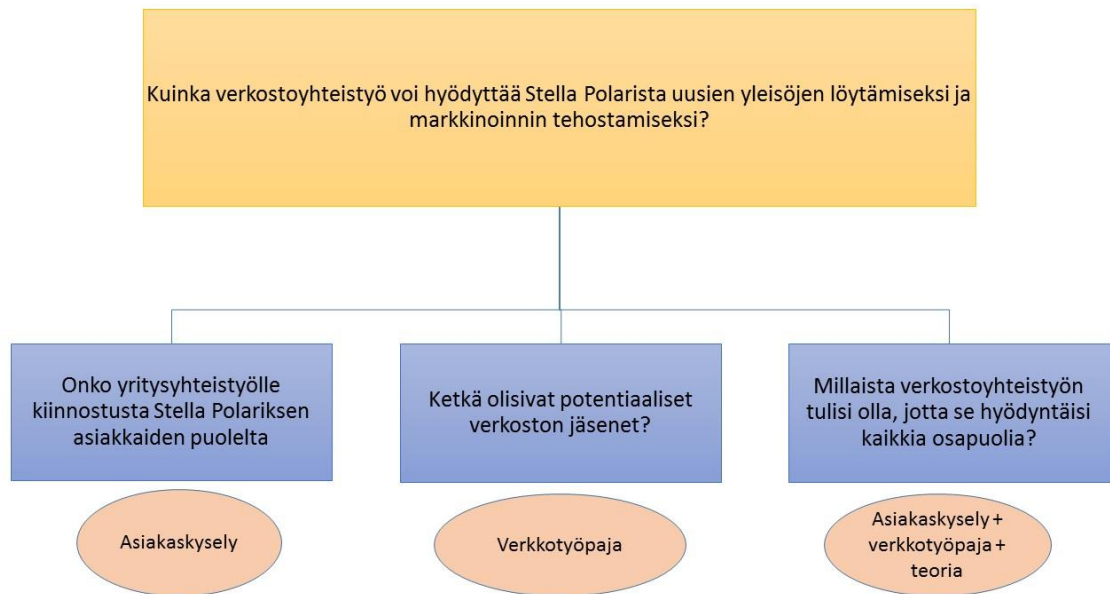
Improvisaatioteatteri on tällä hetkellä suosittua. Uusia improvisaatioryhmiä perustetaan vuosittain. Improvisaatio on siirtynyt yhä enemmän teattereista klubeihin ja yhä suurempi osa improvisaatioryhmistä on harrastelijapohjaisia. Tämä kehitys on pakottanut improvisaatioteatterit pohtimaan uudelleen omaa paikkaansa markkinoilla. Miten erottautua laajasta tarjonnasta, saada uutta yleisöä sekä pitää aktiiviset asiakkaat tyytyväisenä?

Kulttuurialalla puhutaan jatkuvasti verkostojen ja verkostoitumisen tärkeydestä. Pekka Oeschin kulttuuritoimijoille tekemän kyselyn mukaan yritysten mukanaolo on tuonut uutta yleisöä vakiintuneisiin kulttuurikohteisiin markkinoinnin ja yhteistyöyrityksen sidosryhmien kautta (Oesch 2002, 83). Oletan, että yhteistyöllä eri toimijoiden kanssa Stella Polariksella on mahdollisuus kehittää toimintaansa uuteen suuntaan ja erottautua kilpailijoistaan. Yhteistyö erilaisten yritysten kanssa voisi parantaa asiakaskokemusta ja ennen kaikkea tuoda uusia asiakkaita yhteistyöyritysten kautta. Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää miten verkostoyhteistyötä voidaan käyttää hyväksi uuden yleisön löytämiseksi ja markkinoinnin tehostamiseksi.

Päätutkimuskysymykseni on kuinka verkostoyhteistyö voi hyödyttää Stella Polarista uusien yleisöjen löytämiseksi ja markkinoinnin tehostamiseksi?

Lisäksi pyrin löytämään vastaukset päätutkimuskysymystä tukeviin kolmeen alatutkimuskysymykseen:

- Onko yritys yhteistyölle kiinnostusta Stella Polariksen asiakkaiden puolelta
- Ketkä olisivat potentiaaliset verkoston jäsenet?
- Millaista verkostoyhteistyön tulisi olla, jotta se hyödyntäisi kaikkia osapuolia?



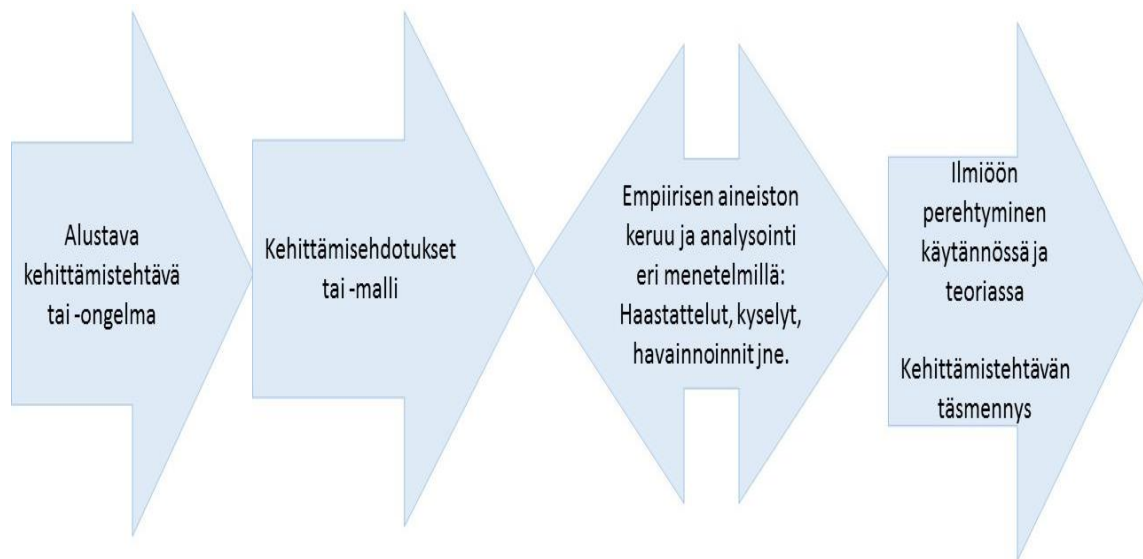
Kuvio 4. Opinnäytetyön tutkimuskysymykset sekä aineistonkeruumenetelmät.

Stella Polaris ei ole aikaisemmin harjoittanut yritys yhteistyötä verkostopohjaisena. Asiakkaat ovat teatterille tärkeitä, joten heidän mielipiteillään on suuri merkitys toiminnan kehittämisessä. Vaikka uutta yleisöä halutaan teatterin pariin, ei vanhaa yleisöä haluta karkottaa. Tämän vuoksi opinnäytetyö on muodoltaan esiselvitys ja se toteutetaan käyttäjälähtöisesti. Käyttäjät ovat tässä tapauksessa Stella Polariksen esityksissä käyvät asiakkaat. Pää tutkimuskysymystä lähestyn kolmen alatutkimuskysymyksen kautta. Kysymyksen "Onko yritys yhteistyölle kiinnostusta Stella Polariksen asiakkaiden puolelta" tarkoituksena on selvittää yritys yhteistyön kehittämisen tarpeellisuus asiakaskyselyn avulla. Yhteistyöverkoston tulee muodostua tahoista, jotka palvelevat toisiaan sekä Stella Polariksen asiakkaita. Verkkotyöpajan avulla selvitan Stella Polariksen nykyiseltä asiakaskunnalta ketkä voisivat olla potentiaalisia verkoston jäseniä ja mitkä voisivat olla yhteistyömuodot. Toivon molempien menetelmien tuovan teoriaa hyödyntäen vastauksen kolmanteen alatutkimuskysymykseeni koskien verkostoyhteistyön hyötyjä. Opinnäytetyöni tavoitteena on tuottaa Stella Polarikselle valmis yhteistyöverkostoehdotus toiminnan kehittämiseksi.

5 Opinnäytetyön prosessi

Tämä opinnäytetyö on muodoltaan tapaustutkimus, jossa kartoitetaan käyttäjälähtöisesti verkostoyhteistyön mahdollista hyötyä uuden yleisön löytämiseksi ja markkinoinnin tehostamiseksi. Aineistonhankintamenetelminä käytetään Stella Polariksen asiakkaille kohdennettua asiakaskyselyä sekä verkkotyöpajaa.

Valitsin tapaustutkimuksen tutkimusstrategiaksi, sillä opinnäytetyöni tavoitteena on tuottaa uusia kehitysehdotuksia Stella Polarikselle. Tapaustutkimusta käytetään lähestymistapana, kun halutaan syvällisesti ymmärtää kehittämisen kohdetta sekä tuottaa uusia kehittämissuhteita ja -ideoita. Sen avulla on mahdollista ymmärtää kehittämisen kohdetta kokonaisvaltaisesti hyvinkin realistisessa toimintaympäristössä. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 52–53.) Olisin voinut valita lähestymistavaksi myös toimintatutkimuksen, sillä se pyrkii ratkaisemaan käytännön ongelmia ja saamaan aikaa muutosta (Ojasalo ym. 2009, 58). Stella Polariksen ongelmana on saada uutta yleisöä ja erottautua tulevaisuudessa laajasta improvisaatioteattereiden joukosta. Tämän opinnäytetyön tavoitteena on muuttaa Stella Polariksen toimintaa ja löytää heille verkostoyhteistyöstä keino erottautua muista improvisaatioryhmistä. Päädyin kuitenkin tapaustutkimukseen, sillä toimintatutkimus on vahvasti käytäntöön suuntautuvaa, prosessi voi olla pitkäkestoinen ja organisaation työntekijöiden tulee olla kehittämistyössä mukana aktiivisesti (Ojasalo ym. 2009, 58,60–61). Tässä opinnäytetyössä ei asioita kuitenkaan viedä käytäntöön, eivätkä Stella Polariksen jäsenet ole mukana kehittämistyössä. Näiden faktojen valossa tapaustutkimus soveltuu parhaiten tämän opinnäytetyön tutkimusstrategiaksi.



Kuvio 5. Tapaustutkimuksen vaiheet (Ojasalo ym. 2009, 54).

Kuviossa 5 kuvataan tapaustutkimuksen tavanomainen eteneminen. Liikkeelle lähdetään tutkittavasta tapauksesta. Usein kehittämiskohteesta kiinnostuneella on jo entuudestaan tietoa ilmiöstä, mikä mahdollistaa alustavan kehittämistehtävän määrittelyn. (Ojasalo ym. 2009, 54.) Olen aloittanut työt Stella Polariksessa 14-vuotiaana ja seurannut yhdeksän vuoden aikana teatterin kehittymistä. Olen tietoinen teatterin vahvuuksista ja heikkouksista. Improvisaatioteatteri on myös minulle lajina tuttu työn ja harrastusten kautta, joten minulla on kehittämisen kohteesta tarvittava tieto alustavan kehittämistehtävän määrittelyyn.

Tapaustutkimuksessa kehittämistyö nojautuu teorioihin, metodeihin ja aiempiin tutkimuksiin. Kirjallisuudesta etsitään taustoja ja menetelmiä, joiden pohjalta on käsitelty samantapaisia ongelmia kuin omassa kehittämistehtävässä. Olemassa olevasta on tärkeää löytää oman työn kannalta oleellinen. Kehittämiskohteen valinta ei aina ole prosessin ensimmäinen vaihe, sillä kehittämiskohde täsmentyy prosessin edetessä pohjatyöstä huolimatta. (Ojasalo ym. 2009, 53–54.) Ojasalon ym. (2009, 54) mukaan on hyvinkin mahdollista, että prosessin edetessä alkuperäinen kehittämistehtävä menettää merkityksensä, jolloin kehittämistehtävää pitää muuttaa tai muokata. Tämä sama ilmiö tapahtui myös tässä opinnäytetyössä. Alussa kehitystehtävä painottui toimintaan ja tarkoituksena oli luoda verkostomalli, joka vietäisiin käytäntöön kokeiltavaksi. Prosessin edetessä kävi

ilmi, että kehittämistehtävä oli menettänyt tärkeysarvonsa tilaajan sisäisten suunnitelmien vuoksi ja kehittämistehtävää oli muokattava. Kehittämistehtävä muuttui toimintapainotteisesta prosessista esiselvitykseksi.

Opinnäytetyössäni markkinointiyhteistyöverkosto kehitetään käyttäjälähtöisesti. Käyttäjälähtöisyys eroaa toimijälähtöisyydestä siinä, että käyttäjät osallistuvat kehittämisssessiin, kun taas toimijälähtöisyydessä kehittämisenlähteinä ovat toimijat, esim. työyhteisön jäsenet (Toikko & Rantanen 2009, 95). Koska kyseessä on käyttäjälähtöisesti toteutettu tapaustutkimus, valikoitui kohderyhmäksi luonnollisesti Stella Polariksen asiakkaat. Näistä vielä rajatummin ne asiakkaat, jotka käyvät katsomassa Stella Polariksen esityksiä.

Tapaustutkimukseen liitetään laadullinen tutkimus ja laadulliset menetelmät, mutta siinä on mahdollista hyödyntää myös määrällisiä menetelmiä, kuten kyselyjä. Menetelmiksi soveltuvat myös mm. aivoriihiyöskentely ja benchmarking. (Ojasalo ym. 2009, 55.) Tässä opinnäytetyössä aineistonhankintamenetelminä käytetään sekä määrällisiä että laadullisia menetelmiä. Aineisto kerätään Stella Polariksen asiakkaille kohdistetun kyselyn ja verkkotyöpajan avulla. Olisin voinut valita menetelmäksi myös benchmarkingin, mutta tutkiessani verkostoitumista ja yritys yhteistyötä, selvisi, että muilta toimijoilta ei kannata ottaa mallia, sillä verkostot tulisi räätälöidä tilanteeseen ja toimijan tarpeisiin sopiviksi (Niemi 2002, 18). Muiden tutkimisen on todettu johtavan juurikin epäonnistumisiin (Hakanen ym. 2007, 23). Näin ollen koin benchmarkingin riskimenetelmänä, sillä saadakseni toimivia ja hyviä tuloksia, olisi tullut löytää Suomessa toimiva Stella Polariksen kaltainen teatteri, jolla on jo yhteistyöverkosto käytössä. Tällaista teatteria en löytänyt aikarajojen puitteissa.

Valitsin asiakaskyselyn aineistonkeruumenetelmäksi, koska se tavoittaisi enemmän ihmisiä, kuin esimerkiksi haastattelut. Tuloksia olisi myös helpompi soveltaa koskemaan koko Stella Polariksen asiakaskuntaa ja niitä pystyisi analysoimaan sekä vertamaan mielekkäästi. Verkkotyöpaja soveltui mielestäni parhaiten ideoiden ja ehdotusten keräämiseen, sillä tutkimuskysymykseni kannalta oli tärkeää saada mahdollisimman paljon informanteja. Tämän vuoksi minulle oli alusta asti selvää, etteivät yksilohaastattelut soveltuisi opinnäytetyöni aineistonkeruumenetelmiksi. Ne olisivat antaneet minulle liian rajattua, yhden henkilön mielipiteisiin perustuvaa tietoa, jota en olisi voinut hyödyntää kos-

kemaan koko Stella Polariksen asiakaskuntaa. Verkkotyöpaja oli mielestäni paras aineistonkeruumenetelmä toteutettavaksi tiukalla aikataululla. Tiukan aikarajan puitteissa työpajojen järjestämiseen olisi mennyt enemmän aikaa, sillä työpajojen osallistujamäärän olisi pitänyt olla pieni toimiakseen. Näin ollen työpajoja olisi pitänyt järjestää useampi ja haasteena olisi ollut löytää kaikille sopiva päivä työpajan järjestämiseen. Verkkotyöpaja oli siis menetelmänä helpompi järjestää tiukalla aikataululla. Lisäksi halusin kokeilla opinnäytetyössäni jotakin uutta aineistonkeruumenetelmää.

5.1 Asiakaskysely

Marraskuussa 2015 toteutin lomakemuotoisen asiakaskyselyn (Liite 1) Improvisaatioteatteri Stella Polariksen kävijöille. Tilaajan kanssa sovittiin, että kyselyä ei jaettaisi sähköisesti vaan sen jako toteutettaisiin neljässä esityksessä henkilökohtaisesti. Henkilökohtaisen lähestymistavan uskottiin tuovan enemmän vastauksia ja madaltavan asiakkaiden kynnystä vastata asiakaskyselyyn. Kysely jaettiin henkilökohtaisesti kaikille ennen esitystä lämpiöön saapuville. Vastaaminen oli vapaaehtoista ja sen sai tehdä anonyymisti.

Kysely on menetelmänä nopea ja tehokas. Sen avulla voidaan kysyä suurelta määrältä ihmisiä monia asioita. Heikkoutena on kuitenkin tuotetun tiedon pinnallisuus, sillä on mahdotonta arvioida miten vakavasti vastaajat ovat suhtautuneet tutkimukseen, miten onnistuneita annetut vastausvaihtoehdot ovat olleet vastaajan näkökulmasta sekä miten perehtyneitä vastaajat ovat olleet tutkittuun aiheeseen. (Ojasalo ym. 2009, 108.) Joissakin tapauksissa kato eli vastaamattomuus nousee suureksi (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2002, 183).

Kyselyä suunnitellessa on aluksi määriteltävä kyselytutkimuksen tavoitteet ja mitattavat havaintoyksiköt (Ojasalo ym. 2009, 109). Tässä asiakaskyselyssä tavoitteena oli kartoittaa Stella Polariksen asiakkaiden vapaa-ajan aktiivisuutta, kiinnostusta Stella Polariksen yhteistyömahdollisuuksia kohtaan sekä toiveita yhteistyön suhteen. Vastausten pohjalta halusin löytää vastauksen kysymykseen: ”Onko yritys yhteistyölle kiinnostusta Stella Polariksen asiakkaiden puolelta?” Havaintoyksikköinä toimivat Stella Polariksen esityksissä käyvät asiakkaat. Lomakkeen tulee olla sopivan pituinen, ulkoasultaan selkeä sekä sisällyttää vastausohjeet. Liian pitkä kysely heikentää vastaamishalua. Kysymysten tulee

olla tarkkoja, mutta samalla helppotajuisia ja yksinkertaisia. On muistettava, että tutkittava aihe on harvoin yhtä tuttu vastaajalle kuin kysymyksen laatijalle. Avoimia kysymyksiä ei suositella käytettävän, ellei niiden käyttöön ole painava syy, sillä kaikki vastaajat eivät yleensä vastaa niihin, eikä informaatio aina vasta tutkijan odotuksia. Valmista kyselylomaketta on testattava ennen sen levittämistä, jotta tarpeelliset muutokset ehditään tehdä ennen virallista levitystä informanteille. (Ojasalo ym. 2009, 115–118.)

Tekemääni asiakaskyselyyn vastasi yhteensä 64 ihmistä, joista 1 vastaus jouduttiin hylkäämään puutteellisten tietojen vuoksi. Asiakaskyselyn kysymykset olivat muodoltaan monivalintoja. Lopussa oli avoin kysymys, jonka kautta oli mahdollista antaa Stella Polarikselle palautetta. Halusin käyttää monivalintakysymyksiä, sillä niiden avulla vastauksia voidaan vertailla ja analysoida tietokoneella mielekkäästi, se tuottaa vähemmän kirjavia vastauksia ja vastaaminen on vastaajalle helpompaa ja nopeampaa (Hirsjärvi ym. 2002, 188).

5.2 Virtuaalinen verkkotyöpaja

Toteutin maaliskuun vaihteessa 28.3.–7.4.2015 verkkotyöpajan (Liite 2) Stella Polariksen asiakkaille. Työpajan tavoitteena oli selvittää ketkä olisivat potentiaalisia yhteistyökumppaneita Stella Polarikselle. Työpajaan kutsuttiin 50 henkilöä, joista työpajaan osallistui 26 henkilöä. Verkkotyöpajaan kutsuttiin Stella Polariksen esityksissä käyviä asiakkaita sekä henkilöitä, jotka harrastavat improvisaatioteatteria tai työskentelevät kulttuurialalla. Verkkotyöpajaan osallistuneista 11 on kulttuurituotannon opiskelijoita. Kulttuurituotannon opiskelijoista kolmelle Stella Polaris on erittäin tuttu toimija töiden kautta. Verkkotyöpajaan osallistuneista viisi harrastaa improvisaatioteatteria. Heistä neljä käy katsomassa Stella Polariksen esityksiä aktiivisesti. Viisi osallistujaa kuuluu Stella Polariksen vakiokävijöihin. Verkkotyöpajaan osallistuneista 26 henkilöstä, viisi henkilöä osallistui työpajaan anonymisti. Verkkotyöpajaan osallistuminen tapahtui internetissä Google Slides – palvelun kautta.

Verkkotyöpaja oli uusi innovatiivinen tapa kokeilla kerätä ideoita virtuaalisesti. Kehitin työpajamuodon tätä esiselvitystä varten. Työpaja on normaalisti menetelmä, jossa joukko ihmisiä käsittelee yhtenä joukkona jotakin teemaa. Työpajassa useimmiten käytetään luovia yhteisöllisiä ideointimenetelmiä, kuten avorihtä, kuutta ajatteluhattua, 8 x 8 -menetelmää sekä bodystormingia. Koska verkkotyöpajaani osallistuminen tapahtui

internetissä ja tarkoituksena oli, että osallistuja sai itse valita, milloin tekisi työpajan vaiheet, oli mahdotonta hyödyntää yhteisöllisiä ideointimenetelmiä. Näin ollen verkkotyöpajastani muotoutui aivoriihen ja survey-tutkimuksen risteys. Pyrin luomaan verkkotyöpajalle visuaalisen alustan, joka houkuttelisi vastamaan. Ideoita kerättiin eri keinoin. Osallistujien tuli muun muassa merkitä ideansa piirtämällä kartalle sekä tiputtamalla ehdotuksia aikajanelle. Ekskursiotekniikkaan kuuluu erilaiset sana-assosiaatioleikit ja piirtäminen. Ekskursion avulla pyritään siirtymään uuteen ympäristöön, josta palataan takaisin alkuperäiseen tehtävään uusin eväin ja ideoin. (Ojasalo ym. 2009, 154.) Hyödynsin ekskursiotekniikkaa verkkotyöpajan toisessa vaiheessa, jossa pyysin osallistujia kuvailemaan adjektiivien unelmiensa improvisaatoravintola-kahvila. Tässä vaiheessa vein osallistujat hetkeksi pois alkuperäisestä ja oikeasta ongelmasta. Halusin tällä tavoin virittää heidät kohtaamaan työpajan seuraavan vaiheen, joka oli opinnäytetyöni kannalta tärkein vaihe.

Halusin kokeilla työpajamenetelmän siirtoa virtuaaliympäristöön, sillä onnistuessaan se mahdollistaisi käyttäjälähtöisen lähestymistavan teatterin tulevaisuuden kehittämissä. Tavallisen työpajan järjestämisessä suurin haaste on osallistujien saaminen samaan aikaan yhteen paikkaan. Lisäksi työpajoja tulee järjestää useita, jotta työryhmät saadaan pidettyä sopivan pienenä, mutta informanttien joukko suurena. Verkkotyöpaja mahdollistaa suuren informanttijoukon työskentelyn samaan aikaan, säästäten verkkotyöpajanpitäjän aikaa sekä helpottaen kaikkien työskentelyä. Haasteena koin verkkotyöpajassa osallistujien motivoinnin ja ohjeiden laatimisen niin selväksi, että jokainen osallistuja ymmärtäisi verkkotyöpajan tehtävänannot sekä osaisi käyttää verkkotyöalustaa. Verkkotyöpajatyöskentely painottuu myös yksityissuorituksiin eikä niinkään osallistujien yhteiseen ideoimiseen.

Stella Polarikselle uusia yhteistyökumppaneita -virtuaalityöpäjä

Virtuaalityöpäjä Stella Polariksen yhteistyöverkoston kehittämiseksi 29.3.-7.4.2015

Terve! Stella Polariksen kaipailla suunnatun virtuaali työpajan, jossa tavoitteena on työssä yhdessä opponesteiden Stella Polariksen toteuttamaa yhteistyöverkostoa avata. Työpajan lähtökohdat on oltava oppimisympäristö, jonka aiheena on matkailuyhteistyöverkoston kehittämisen Stella Polariksen lähtökohdat. Mikä, että sitä mukaa!

Työpaja koostuu neljästä osasta, jossa esitellään erilaisia kysymyksiä pohdittavaksi. Kysymykset pohjautuvat syyskuun 2014 Stella Polariksen käyttöön otettuun asiakasraporttiin. Asiakasraportin mukaan, että Stella Polariksen ensisijainen tavoite Stella Polariksen toteuttamien matkailuyhteistyöverkoston kehittäminen ja toteuttaminen kansainvälistä. Työpaja pidetään 29.3.-7.4.2015 välisen ajan, jonka aikana voit halutessasi työpajasta ja muista aiheista: <http://www.stellapolari.fi>

Kodissa työpajan on virtuaalisesti toimiva työpaja, joka on jätetty monen ihmisen kesken, on tervetuloa, että kartoittamassa toimintaa verkkoympäristössä. Ehdotus on, että voit ottaa mukaan muutamia vieraikkaita, vaikka otatkin eri muuta mielestä kukaan jatketaan verkkoympäristössä, on tervetuloa ja odottaa jatkossa uusia osastoja. :)

Mikä, Julia Rantalan, toimii työpajan vetäjänä ja seurana, että työskentele työpajassa on myöskin ja tukena. Organisaatiossa ja työpajan toteutuksessa voit soittaa mukaan numeron 044-300 0056 tai lähettää sähköpostia osoitteeseen: julian@stellapolari.fi

Muutetaan, että osallistua työpajaan! Tervetuloa tulla yhdessä huhtikuun!

3 Ympyrän luominen

4 Ympyrän muuttaminen läpisytyksi

Käyttöohjeet

Ilkka! Google Slides on sinulle ensi kertaa tuttu työkalu tai jollain osassa on käyttäjä sitä ilman lyhyitä tutoriaaleja, voit hypätä suoraan diassa nro 5 ja aloittaa työpajan, jossa laus Google Slides on sinulle vieras: lue alla alla työpajassa koskevat tärkeimmät käyttöohjeet.

- Uuden dian lisääminen.
- Kommenttien lisääminen.

Osa 1: Stella Polaris järjestää Suomen-kiertueen

Ensimmäinen päivän tehtiin Stella Polariksen puolelta heräsi kiinnostus nähdä muuta Suomea. Sitä on nyt mahdollista valuttaa siihen, missä jätin Suomea haluaisit tehdä esiintymisen. Seuravasta diasta löydät Suomen kartan. Valitse josta lähtöpaikka paikka Muutto-työkalu ja merkitse ympyrällä halutun lähtöpaikan kolme paikkaa, missä haluaisit esiintymistä nähdä Stella Polariksen esiintymässä. Mikä joku toinen on jo ehtinyt ympyrällä valita paikan, merkitse kartan vieressä olevalla kolmella paikkakunnan kohtaan. Jos et löydä paikkakunta nimeä laulusta, lisää se sinne. Jos sinulla on mielenkiinnokkaita paikkaa, laus se kommentilla kommentilla, jotta Stella Polaris voi vieraila, muuttuu se laulusta kommentilla kommentilla (esim. Helsinki-Suomi).

Stella Polariksen uusia yhteistyökumppaneita -virtuaalityöpäjä

Osa 2: Improa ja ravintoa

Milä on ravintola-aiheita haluaisit nähdä Stella Polariksessa Otsiko se pieni ja tunnelmallinen, moderni ja valoisa vai sittenkin suuri ja avava? Päästä mielikuvitukseksi valitseen ja kuvaila seuraavassa diassa edeltävien ideoita improvisaatioita tai -ravintola.

Mitä Nuokiossa

Tunnelmallinen hämyistä tila, missä rento meininki

Lämmintunnelman

Pieni, tunnelmallinen Tila, johon mahtuu helposti pieniä ryhmiä

AVARA Ihmistä lähellä, tyystistä toimintaa Intimi Valoisa, isot ikkunat omaa keskikohta, meluinen kahvila

Tunnelmallinen, hämyistä ja rento tila, katossa voi roikkuu valoja (fairlight) Puuallat, sisätilat & veden ääni

valoisa Rento Anava, valoisa keskeisyys

amateriaaliväestöön mielenkiinnokkaita, ekologinen laatu, tanssipaikka, kampa, industrial, rento, valoisa, komea, kirkas, lämpöä ja iloa, tyyn audiotropiikan teatteri

Intimi hämyinen Puhdas

Osa 3: Stella Polaris kylässä lempiravintolassasi

Mitä saavat, jos Stella Polaris lähtökohdan esiintymään lempiravintolassasi? Voit viettää ilon yhdessä kanssa hyvien ystäväsi ja improvisaation mielestä. Seuravasta diasta löydät Helsinkiin lempiravintola kartan. Merkitse karttaan vieraan tullaan tullaan tyypin ympyrällä nä kahvila-työkalulla, jossa haluaisit nähdä Stella Polariksessa. Lisää tämän jälkeen kommentit ja kirjoita valittamasi paikan nimi ja lyhyt perustelu mikä valitsee juuri tämän kahvila-työkalun. Otsiko synny kenties ajankäytön, hyvä ruoka, improvisaatio sopiva tila vai mikä oli valinnan peruste?

Osa 4: Stella Polaris näky tapahtumissa

Milä on tapahtumissa Stella Polaris voi tehdä mielenkiinnokkaita? Haluaisit nähdä Stella Polariksessa Dori Jazzilla käydessä vai oltiin hauskaita, jos Stella Polaris ottaa omaa improvisaatio-aiheita Ravintolapäivänä?

Seuravasta diasta löydät aikajanan. Kirjoita ajankalalle tapahtumia, joiden kanssa haluaisit Stella Polariksella lähteä yhteistyöhön. Olet kertonut itsesi erilaisista tapahtumista avoimesti. Löydät itsesi aikajanan vierasta kommenttibokista. Voit käyttää sitä valitsemalla tapahtumia, että lausit lisää uusia.

Yhteistyön ei tarvitse välttämättä olla Stella Polariksen vierailu ko. tapahtumissa. Yhteistyö voi myös olla tapahtumien näkyminen Stella Polariksen teatterissa tai yhteisissä tiloissa. Lisää kommentit ja kerro, mikä valitsee kyseisen tapahtuman sekä mahdollinen idea yhteistyön muodosta.

Talvikamreelit

| | | | |
|------------------|-----------------|-------------------|-------------|
| April Jazz Espoo | Tampere/Tuusula | Art group Kapakka | Näppäri |
| Sopite | Helsinki | Poti Joo | Kaapeli Joo |
| hyvin siinä! | Appositoos +1 | Juho | |
| | Avonin | Stadthaus | |
| | Maailman | Kalle Rock Party | |
| | Puolustus | Talviken | |
| | Puhuttiin | | |
| | Posti 65 ja | | |
| | Helsinki | | |

Kiitos osallistumisestasi!

Kiitos osallistumisestasi työpajaan! Toivottavasti löydät työpajan mukavaksi. Voit halutessasi muokata ja lisätä uusia vieraikkaita 24.2.2015 asti. Tämän jälkeen työpajan sisältö on valmiina hyödynnettävien oppimisympäristössä. Mikäli olet kiinnostunut lukemaan vieraan oppimisympäristöä, niin päästä muulle vieraan -postissa julian@stellapolari.fi ja lähetän sinulle oppimisympäristöä linkin, kun se on julkaistu.

Vielä kertaan iso kiitos osallistumisestasi ja hyvistä vastauksista!

Tervein,
Julia Rantalan
julian@stellapolari.fi
044-300 0056

Kommentteja

- + Visuaalisuus +1
- Käytetty kuvat saattavat joutua vastajan ajatuksia
- Van Helsingin keuhko-aiheista karttana. Jos tarkoitus oli lausua uusia paikkoja niin eikö kannattaisi ottaa isompi alue pienemmäksiin rajauksessa käyttöön?
- Vastajaa saattaa pelottaa, että vahingossa deletoi muiden vastaukset
- Kimmotus samaa vastajaa sekä Suomen kiertue että Helsinkiin esiintymis?
- Vastajien lausua kysymykset puuttuu
- + Kiitos erilaisten tapa kysyä asioita!
- Vähän ilon pitkä kysymykset

Kuvat

- <http://www.rantaalin.fi/mattilavaraudu-ajassa-oppimisympäristöihin-baaso-ajassa/>
- <http://www.stellapolari.fi/2015/02/29/raha-omistaja-ja-kahvila-2015.html>
- <http://www.stellapolari.fi/2015/03/03/raha-omistaja-ja-kahvila-2015.html>
- <http://www.stellapolari.fi/2015/03/03/raha-omistaja-ja-kahvila-2015.html>
- <http://www.stellapolari.fi/2015/03/03/raha-omistaja-ja-kahvila-2015.html>

Kuvio 6. Verkko-työpajan kalvot. Katso liitteestä 2 tarkemmin. (Verkko-työpaja, huhtikuu 2015.)

Verkkotyöpaja rakentui neljästä osa-alueesta, jotka pohjautuivat marraskuussa pidetyn asiakaskyselyn tuloksiin. Ensimmäisessä osassa osallistujien tuli valita Suomesta kolme paikkakuntaa, jossa he haluaisivat Stella Polariksen vierailevan. Heitä pyydettiin myös kertomaan paikkakunnalta paikka, jossa Stella Polaris voisi vierailla. Toisessa osassa osallistujien tuli kuvata adjektiivein unelmien improvisaatiokahvila tai – ravintola. Tämän osan tarkoituksena oli toimia pohjustuksena seuraavalle työpajan vaiheelle, jossa osallistujien piti konkreettisesti nimetä kahviloita ja ravintoloita, jotka voisivat toimia Stella Polariksen yhteistyökumppaneina sekä perustella valinta. Viimeisessä osassa osallistujia pyydettiin kirjoittamaan aikajanelle Suomessa järjestettäviä tapahtumia, joista he toivoisivat Stella Polariksen yhteistyökumppaneita. Lisäksi heidän toivottiin kertovat ehdotuksia yhteistyön muodoiksi.

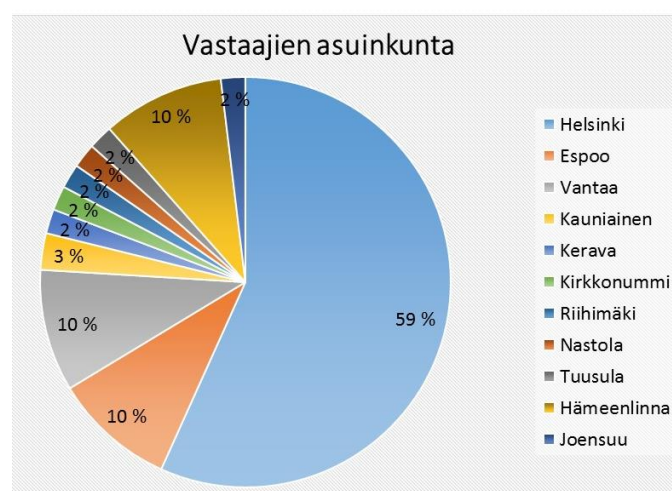
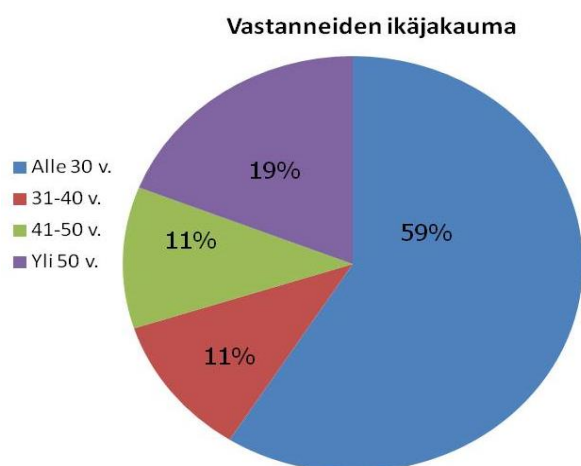
6 Verkostoyhteistyön hyöty uusien yleisöjen löytämiseksi ja markkinoinnin tehostamiseksi -tulokset

Tässä luvussa esittelen opinnäytetyöni keskeiset tulokset. Käytin aineistonkeruumenetelminä asiakaskyselyä ja verkkotyöpajaa. Asiakaskysely toteutettiin marraskuussa 2014 Stella Polariksen esityksissä käyville asiakkaille. Verkkotyöpaja järjestettiin huhtikuussa 2015 Stella Polariksen esityksissä käyville asiakkaille. Menetelmien avulla halusin selvittää, kiinnostaako Stella Polariksen asiakkaita verkostoyhteistyö, ketkä olisivat heidän mielestä potentiaalisia yhteistyökumppaneita sekä minkälaista yhteistyö voisi olla.

6.1 Asiakaskyselyn tulokset

Toteutin marraskuussa 2014 Stella Polariksen asiakkaille lomakepohjaisen asiakaskyselyn. Kyselyn avulla halusin selvittää asiakkaiden kiinnostusta yhteistyöverkostoa kohtaan sekä minkälaisista tahoista yhteistyökumppanit voisivat muodostua. Tarkoitukseni oli käyttää asiakaskyselyä pohjana tulevaisuudessa järjestettävää verkkotyöpajaa luodessa.

Asiakaskyselyä tarjottiin henkilökohtaisesti esitykseen saapuville neljässä eri esityksessä. Kyselyn saatiin vastauksia yhteensä 64 kappaletta, joista käyttökelpoisia vastauksia oli 63 kappaletta. Yksi vastaus jouduttiin hylkäämään epäselvien vastausten vuoksi. Vastaajien keski-ikäsi muodostui 33 vuotta.



Kuvio 7. Vastanneiden ikäjakauma ja asuinkunta (Asiakaskysely, marraskuu 2014).

Selvä enemmistö vastaajista oli alle 30-vuotiaita ja naisia. Vähiten vastaajia oli 41–50 –vuotiaista sekä yli 50-vuotiaista. Ikäjakauma oli kuitenkin monipuolinen, sillä nuorin vastaajista oli 14-vuotias ja vanhin 61-vuotias. Kyselyyn vastanneista 86 % olivat naisia ja 14 % miehiä. Stella Polariksen kävijöistä suurin osa asuu pääkaupunkiseudulla. 59 % vastanneista sanoi asuinkunnakseen Helsinki. Espoossa, Vantaalla ja Hämeenlinnassa asui 10 % vastanneista. Loput vastanneet jakaantuivat tasaisesti 2 % tarkkuudella pääkaupunkiseudun lähialueille. Katsojia oli kuitenkin saapunut aina Joensuusta ja Hämeenlinnasta asti.

6.1.1 Millaisissa tapahtumissa käyt vapaa-ajallasi?

Perustietojen jälkeen vastaajilta kysyttiin, millaisissa tapahtumissa he käyvät vapaa-ajalla. Kysymyksen avulla halusin selvittää, millaiset tapahtumat kiinnostavat Stella Polariksen asiakkaita, ja voisiko tätä tietoa käyttää hyödyksi yhteistyökumppaneita etsiessä. Tulosten pohjalta halusin pohtia millaisten tapahtumien ja millaisten taidealojen kanssa Stella Polaris voisi tehdä yhteistyötä tulevaisuudessa. Kyselyyn oli annettu valmiit vastausvaihtoehdot helpottamaan sekä nopeuttamaan vastaamista.

| Millaisissa tapahtumissa käyt vapaa-ajallasi | Henkilöä/ vastanneista (63) | %-osuus/ vastanneista (63) |
|--|-----------------------------|----------------------------|
| Museot | 31 | 49% |
| Teatterit | 50 | 79% |
| Taidenäyttelyt | 25 | 40% |
| Konsertit | 42 | 67% |
| Kaupunkitapahtumat | 38 | 60% |
| Kirpputorit | 32 | 51% |
| Markkinat | 19 | 30% |
| Lastentapahtumat | 5 | 8% |
| Muu | 7 | 11% |

Kuvio 8. Vapaa-ajan tapahtumat (Asiakaskysely, marraskuu 2014).

Tuloksista selviää, että Stella Polariksen asiakkaat käyvät monenlaisissa tapahtumissa, mutta ovat erityisesti kiinnostuneita teatteritapahtumista. Lähes kaikki vastaajat (79 %) mainitsivat käyvänsä teatterissa vapaa-ajalla. Seuraavaksi eniten käytiin konserteissa (67 %) ja kaupunkitapahtumissa (60 %). Noin puolet vastaajista mainitsivat käyvänsä museoissa ja kirpputoreilla. Taidenäyttelyissä kävi 40 % vastanneista.

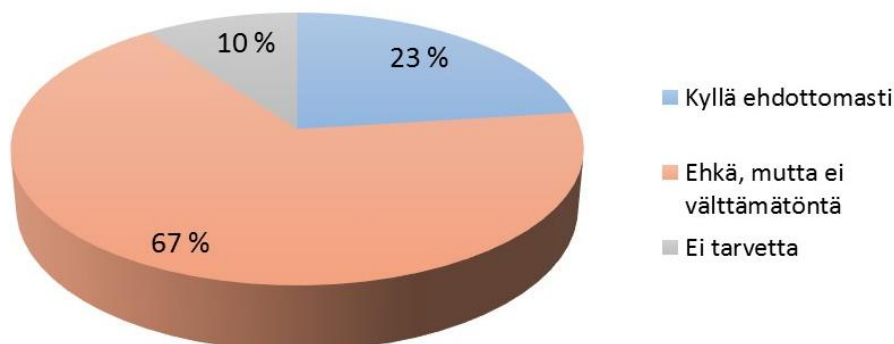
Stella Polariksen asiakkaita eivät kiinnostaneet lastentapahtumat eivätkä markkinat. Vain 8 % vastanneista ilmoitti käyvänsä vapaa-ajalla lastentapahtumissa. Tähän vaikuttavana tekijänä on kuitenkin vastaajien ikäjakauma, jossa yli 59 % sanoi olevansa alle

30-vuotias. Voidaan päätellä, että harvalla tuohon ikähaitariin kuuluvalla on omia lapsia, jonka syystä lastentapahtumat olisivat mieleen. 11 % vastanneista rasti muu-ruudun. He kertoivat käyvänsä urheilutapahtumissa, luontotapahtumissa, elokuvissa, messuilla ja stand-up -tapahtumissa (Asiakaskysely, marraskuu 2014).

6.1.2 Yhteistyötä muiden toimijoiden kanssa

Stella Polaris sijaitsee Ruoholahdessa, Kaapelitehtaalla, jossa toimii lukuisia eri toimijoita aina museosta ravintolaan. Stella Polariksen asiakkailta kysyttiin haluaisivatko he Stella Polariksen tekvän enemmän yhteistyötä lähialueen muiden toimijoiden kanssa. Halusin kysymyksen avulla selvittää voisiko lähialueen toimijoita pitää potentiaalisina yhteistyökumppaneina.

Haluatko Stella Polariksen tekvän enemmän yhteistyötä lähialueen muiden toimijoiden kanssa?



Kuvio 9. Yhteistyö lähialueen toimijoiden kanssa (Asiakaskysely, marraskuu 2014).

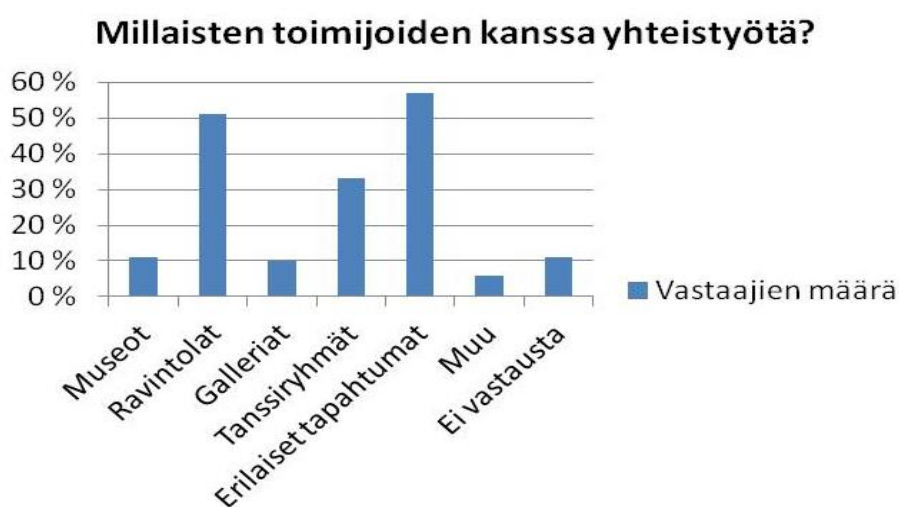
Stella Polariksen asiakkaat suhtautuvat kannustavasti Stella Polariksen yhteistyömahdollisuuksiin lähialueen muiden toimijoiden kanssa. Vastanneista 23 % näki yhteistyön alueen muiden toimijoiden kanssa positiiviseksi, kun taas 10 % vastanneista ei nähnyt yhteistyölle tarvetta. Kuitenkin enemmistö vastanneista (67 %) suhtautui myönteisesti mahdolliseen yhteistyöhön. Sitä ei kuitenkaan koettu välttämättömäksi.

Seuraavaksi edellistä kysymystä tarkennettiin ja vastaajilta kysyttiin millaisten toimijoiden kanssa he haluaisivat Stella Polariksen tekevän yhteistyötä. Kysymykseen oli annettu valmiit vastausvaihtoehdot avuksi, jotta vastaajat ymmärtäisivät mitä toimijoilla tarkoitettiin. Vastaajien oli mahdollista antaa myös oma ehdotus valmiiden vastausvaihtoehtojen ulkopuolelta. Uskoin valmiiden vastausvaihtoehtojen toimivan hyvänä pohjustuksena, jotta vastaajien olisi helpompi keksiä myös omia vaihtoehtoja. Valmiiden vastausvaihtoehtojen lisäksi oli vaihtoehtona muu-kohta, johon vastaaja saattoi halutessaan kirjoittaa oman ehdotuksensa.

| Millaisten toimijoiden kanssa haluaisit Stella Polariksen tekevän yhteistyötä | Henkilöä/ vastanneista (63) | %-osuus/ vastanneista (63) |
|---|-----------------------------|----------------------------|
| Museot | 6 | 10% |
| Ravintolat/kahvilat | 32 | 51% |
| Galleriat | 6 | 10% |
| Tanssiryhmät | 21 | 33% |
| Erilaiset tapahtumat | 36 | 57% |
| Muu? | 4 | 6% |
| Ei vastausta | 7 | 11% |

Kuvio 10. Millaisten toimijoiden kanssa yhteistyötä (Asiakaskysely, marraskuu 2015).

Taulukko 1. Millaisten toimijoiden kanssa yhteistyötä – vastausten jakautuminen (Asiakaskysely, marraskuu 2014).



Kysymykseen jätti vastaamatta 11 % vastanneista. Stella Polariksen asiakkaista yli puolet halusivat Stella Polariksen tekevän yhteistyötä erilaisten tapahtumien, ravintoloiden ja kahviloiden kanssa. Vähiten kiinnostusta herättivät museot ja galleriat. Vastaajista 6 % oli keksinyt omia vaihtoehtojaan yhteistyötahoiksi. He ehdottivat yhteistyötahoiksi kouluja, naapurikuntia sekä yliopistoa. Alla olevasta kuvasta nähdään vastausten jakautuminen

Viimeisessä kysymyksessä selvitettiin väittämien avulla yhteistyöverkoston vaikutuksia Stella Polariksessa käymiseen sekä mahdollisia yhteistyömuotoja. Kyselyssä esitettiin neljä väittämää, joiden vaikutusten määrä tuli arvioida rastittamalla ruutuun joko kyllä tai ei. Väittämät olivat:

| Kävisin Stella Polariksessa useammin, jos.... | Kyllä | Ei | Ei vastausta |
|--|-------|-------|--------------|
| samalla lipulla pääsisi sekä teatteriin että johonkin näyttelyyn | 38,1% | 50,8% | 11,1% |
| esitys pidettäisiin ravintolassa Show & Dinner tyyliin | 47,6% | 39,7% | 12,7% |
| lippua vastaan saisi alennusta teatterin yhteistyökumppaneilta (esim. kahviloista/ravintoloista) | 50,8% | 39,7% | 9,5% |
| samalla lipulla saisi erityistarjouksia teatterin yhteistyökumppaneilta | 47,6% | 39,7% | 12,7% |

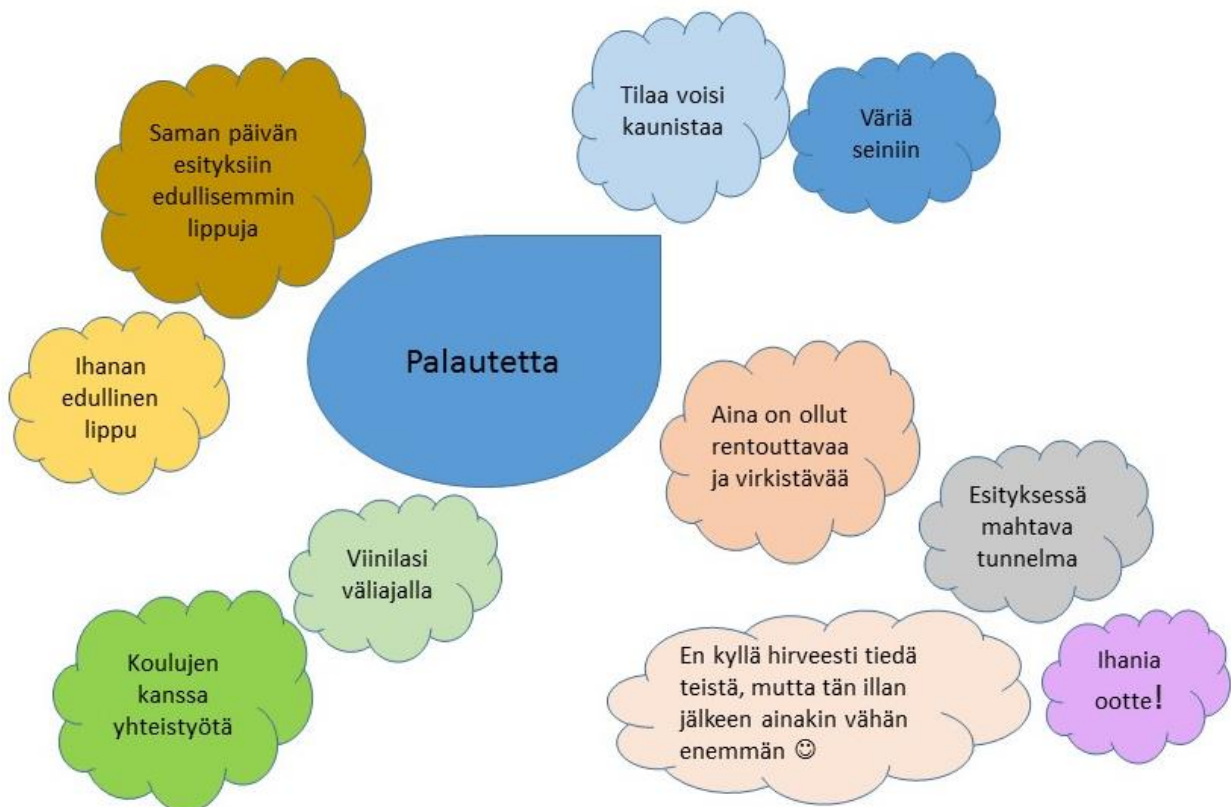
Kuvio 11. Yhteistyön vaikutus Stella Polariksessa käymiseen (Asiakaskysely, marraskuu 2014).

Tulokset jakaantuivat tasaisesti väittämien välillä. Tuloksista ilmeni, että alennukset yhteistyökumppaneilta motivoisivat kaikkein eniten Stella Polariksen asiakkaita käymään useammin Stella Polariksessa. Myös erityistarjoukset ja Show & Dinner kiinnostivat vastaajia. Vähiten kiinnostusta herätti mahdollisuus päästä samalla lipulla sekä teatteriin

että näyttelyyn. Moni vastaajista vastasi vain osaan väittämistä jättäen osan ruuduista tyhjäksi.

6.1.3 Toiveet ja kehittämissuhteet

Avoimessa kysymyksessä kannustettiin kyselyyn osallistuneita antamaan Stella Polarikselle palautetta, kehitysideoita, toiveita, ehdotuksia ja moitteita. Kyselyyn osallistuneista 63 henkilöstä, kymmenen vastasi myös tähän kysymykseen.



Kuvio 12. Palautetta Stella Polarikselle (Asiakaskysely, marraskuu 2015).

Vastaukset jakaantuivat positiiviseen palautteeseen ja kehitysehdotuksiin. Palautteissa kehuttiin Stella Polarista ja heidän esitysten tunnelmaa. Tunnelmaa esityksessä pidettiin mahtavana. Stella Polariksessa käymistä kehuttiin virkistäväksi ja rentouttavaksi.

Kehitysehdotukset koskivat teatteritilaa, lippuhintoja, väliaikatarjoilua sekä yhteistyömahdollisuuksia. Teatteritilaan toivottiin ulkonäkökohennusta esimerkiksi seinien maalaamisella värikkääksi. Kehitysehdotuksista kaksi liittyi asiakaskyselyn aihepiiriin. Eräs vastaaja ehdotti yhteistyötä koulujen kanssa. Väliajalle toivottiin viinilasillista. Lippujen hintaa pidettiin edullisena, mutta eräs vastaaja ehdotti edullisempien lippujen tarjoamista saman päivän esityksiin Facebookin kautta. (Asiakaskysely, marraskuu 2014.)

6.2 Virtuaalisen verkkotyöpajan tulokset: Kumppanuusverkosto

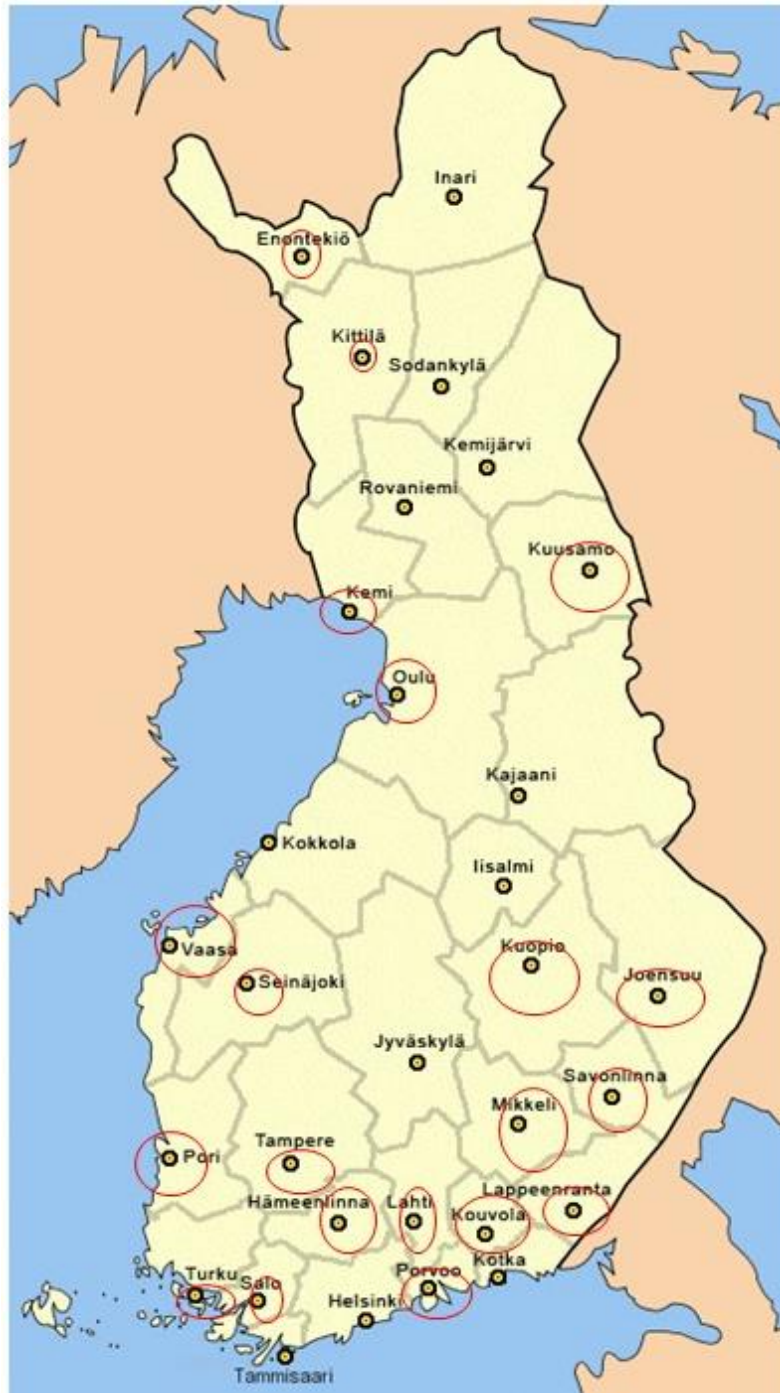
Verkkotyöpajan toteutin Stella Polariksen asiakkaille huhtikuussa 29.3.–7.4.2015 välisenä aikana. Työpajan tarkoituksena oli saada selville niitä konkreettisia yhteistyökumppaneita, joiden kanssa asiakkaat haluaisivat Stella Polariksen tekevän yhteistyötä. Verkkotyöpaja toteutettiin sähköisesti Google Slides -alustalla ja se pohjautui marraskuussa järjestetyn asiakaskyselyn tuloksiin. Verkkotyöpaja rakentui neljästä osa-alueesta, joissa selvitettiin yhteistyökumppaneita eri keinoin. Verkkotyöpajaan kutsuttiin 50 henkilöä, joista 26 henkilöä lopulta osallistui työpajaa. Osallistujat koostuivat Stella Polariksen asiakkaista sekä kulttuurituottajista. Osallistuminen ei ollut aikaan sidottua, vaan kukin sai osallistua omaan tahtiinsa. Vastauksia oli sallittu muokata, niin kauan kuin verkkotyöpaja oli avoinna. Verkkotyöpajaan osallistuneista 26 henkilöstä kaikki eivät vastanneet työpajan jokaiseen osa-alueeseen. Näin ollen tuloksia on vaikea analysoida tarkasti ja soveltaa koskemaan koko Stella Polariksen asiakaskuntaa.

6.2.1 Stella Polaris halutaan Suomen kiertueelle

Kuten jo asiakaskyselyssä selvisi, Stella Polariksella on asiakkaita ympäri Suomen. Vuosien ajan olen kuullut katsojien toivovan, että he tekisivät vierailuesityksiä heidän kotipaikkakunnilleen joskus. Tähän samaan törmäsin marraskuussa asiakaskyselyä tehdessä. Eräät asiakaskyselyä palauttamassa olleet asiakkaat pyysivät minua välittämään toiveen vierailusta Hämeenlinnaan. Siksi verkkotyöpajan ensimmäinen osa käsitteli Stella Polariksen vierailua muilla Suomen paikkakunnilla.

Ensimmäisessä osassa osallistujien tehtävänä oli mainita Suomesta kolme paikkakuntaa, jossa he haluaisivat nähdä Stella Polariksen vierailevan. Osallistujien tuli merkitä

paikkakunnat Suomen karttaan. Osallistujia pyydettiin myös kertomaan, mikäli heillä oli mielessä paikkakunnalta joku konkreettinen tila, jossa Stella Polaris voisi esiintyä. Osio oli suosituin verkkotyöpajan osioista, tähän vastasi kaikki työpajaan osallistuneet (26 henkilöä).



Kuvio 13. Stella Polaris Suomen-kiertueelle - toiveet ja ehdotukset (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015).

Yllä olevasta kuviosta on havaittavissa, että osion tulokset jakaantuivat hyvin tasaisesti ja laajalle ympäri Suomen. Stella Polariksen Suomen-kiertueelle on kysyntää ja heidät halutaan nähdä hyvin eri puolilla Suomea. Suurin osa osallistuneista halusivat nähdä Stella Polariksen vierailevan isoissa kaupungeissa. Stella Polariksen asiakkaista enemmistö, 54 % haluaisi nähdä Stella Polariksen vierailevan Porvoossa. Esiintymispaikkana voisi olla Porvoossa sijaitseva Paahtimo. (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015.) Ehdotuksia konkreettisesta esityspaikasta tuli kahdeksan kappaletta. Näistä ehdotuksista yli puolet olivat ravintoloita. Porvoon Paahtimon lisäksi esiintymisravintoloiksi ehdotettiin Joensuusta Kerubia tai Surakan baaria, Jyväskylästä Vakiopainetta ja Kuopiosta Pannuhuonetta. Loput kolme ehdotusta olivat kulttuurikohteita. Savonlinnasta esiintymispaikaksi toivottiin Olavinlinnaa, Kuopiosta kaupunginteatteria ja Salosta kulttuuritalo Kivaa.

| Paikkakunta | Henkilöitä/vastanneista (26) | %-osuus/ vastanneista (26) |
|--------------|------------------------------|----------------------------|
| Enontekiö | 1 | 4 % |
| Hämeenlinna | 2 | 8 % |
| Joensuu | 2 | 8 % |
| Jyväskylä | 4 | 15 % |
| Kemi | 1 | 4 % |
| Kittilä | 2 | 8 % |
| Kouvola | 3 | 12 % |
| Kuopio | 4 | 15 % |
| Kuusamo | 2 | 8 % |
| Lahti | 2 | 8 % |
| Lappeenranta | 4 | 15 % |

Kuvio 14. Missä haluaisit Stella Polariksen vierailevan osa 1 (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015).

| Paikkakunta | Henkilöitä/vastanneista (26) | %-osuus/ vastanneista (26) |
|-------------|------------------------------|----------------------------|
| Mikkeli | 1 | 4 % |
| Pori | 1 | 4 % |
| Porvoo | 14 | 54 % |
| Salo | 2 | 8 % |
| Savonlinna | 4 | 15 % |
| Sipoo | 2 | 8 % |
| Seinäjoki | 3 | 12 % |
| Tampere | 10 | 38 % |
| Turku | 8 | 31 % |
| Oulu | 4 | 15 % |
| Vaasa | 2 | 8 % |

Kuvio 15. Missä haluaisit Stella Polariksen vierailevan osa 2 (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015).

Tuloksista ilmenee, että Stella Polariksen asiakkaat toivovat Stella Polariksen vierailevan Tampereella ja Turussa. Vastanneista 15 % ehdotti vierailukohteiksi myös Jyväskylää, Lappeenrantaa, Kuopiota, Oulua ja Savonlinnaa.

6.2.2 Unelmien improvisaatoravintola tai -kahvila

Marraskuussa toteutetussa asiakaskyselyssä selvisi, että 51 % vastanneista oli halukas näkemään Stella Polariksen tekemässä yhteistyötä ravintoloiden ja kahviloiden kanssa. Tämän pohjalta verkkotyöpajan toisessa osassa pyydettiin osallistujia kuvailemaan unelmien improvisaatoravintola tai –kahvila. Tämän vaiheen tarkoituksena oli olla pohjustus seuraavalle vaiheelle, jossa osallistujien tuli nimetä konkreettisia ravintoloita ja kahviloita, joiden kanssa he haluaisivat Stella Polariksen tekevän yhteistyötä. Tulosten pohjalta pystyin jakamaan tulokset suoraan neljän kategorian alle. Vastauksissa kuvailtiin unelmien improvisaatoravintola-kahvilan tunnelmaa, tilaa, rakennusta sekä arvoja.

| Tila | Rakennus | Tunnelma | Arvot |
|---|------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| pieni x 3 | valoisa x 4 | tunnelmallinen x 4 | ihmistä lähellä |
| metsä Nuuksiossa | avara x 2 | rento x 4 | ekologinen |
| tila, johon mahtuu helposti pieniä ryhmiä | keskikorkea tila | hämyinen x 3 | trendikäs |
| tila, jossa kaikki näkevät lavalle | puulattiat | kotoisa | luomu |
| kesäterassi | tiiliseinät | helposti lähestyttävä | helposti lähestyttävä |
| puisto | vedenäällä | intiimi | |
| amsterdAMILAISTYYPPINEN | katossa valoja (fairylights) | iloinen | |
| auditoriopohjainen teatteri | industrial | ihmistä lähellä | |
| mieluiten kahvila | | | |
| mielenkiintoinen tila | | | |
| kaunis tila | | | |

Kuvio 16. Unelmien improvisaatoravintola tai – kahvila. Sisältölähtöinen analyysi. (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015.)

Enemmistö toiveista liittyi itse tilaan. Eniten ristiriitoja tuli tilan koon ja valaistuksen suhteen. Stella Polariksen asiakkaat näkevät unelmien improvisaatoravintola-kahvilan koon ja valaistuksen suhteen hyvin eri tavoin. Puolet toivoivat tilan olevan pieni, intiimi ja hämyinen, kun taas puolet halusivat tilan olevan avara ja valoisa. (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015.)

Vastaaja 1: ”Tunnelmallinen, hämärä ja rento tila, katossa vois roikkua valoja (fairylights)” (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015).

Vastaaja 2: ”Lämmintunnelmainen” (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015).

Konkreettisia ehdotuksia tilasta tuli kuusi kappaletta. Tilan ehdotettiin olevan metsä Nuuksiossa, kesäteatteri, puisto, sijaitsevan veden äärellä, auditoriopohjainen teatteri tai amsterdAMILAISTYYPPINEN. Eräs osallistuja toivoi tilan olevan mieluummin kahvila kuin ravintola. Tilan halutaan olevan mielenkiintoinen ja kaunis sekä sellainen, joka mahdollistaa usean pienen ryhmän saapumisen. Unelmien improvisaatoravintola-kahvila olisi myös sellainen, jossa kaikki näkisivät lavalle.

Rakennusta koskevista toiveista enemmistö halusi tilan olevan valoisa ja avara. Tila olisi keskikorkea ja sen katosta roikkuisi valoja. Rakennus olisi sisustustyylliltään industrial varustettuna puulattioin ja tiiliseinin.

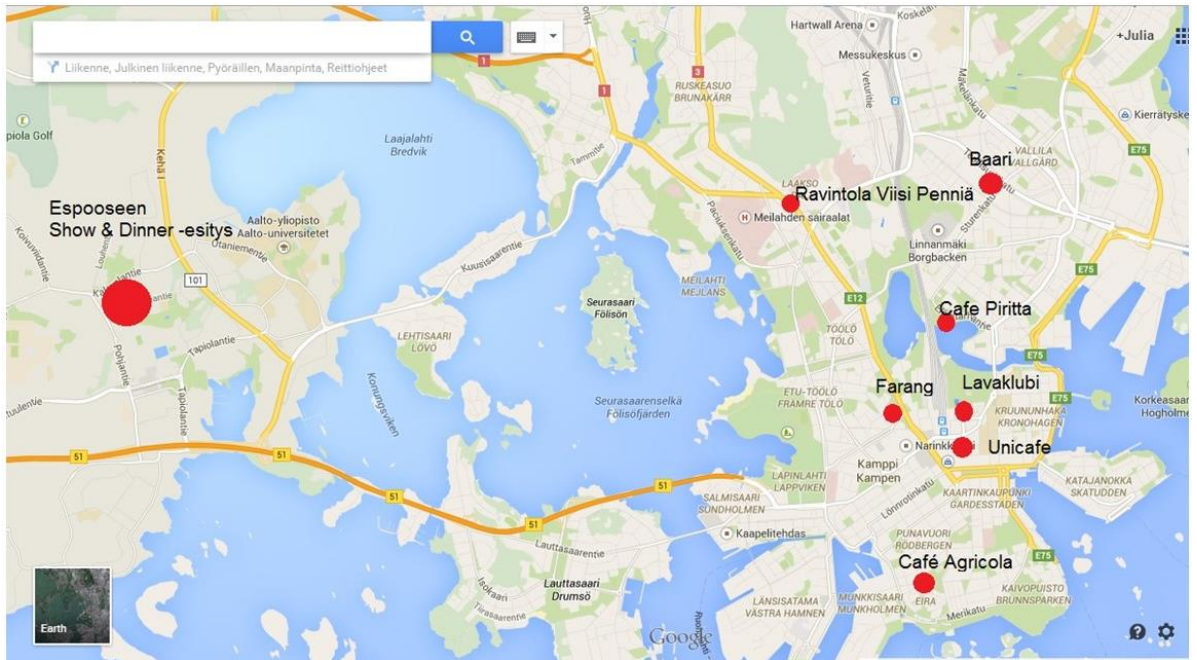
Vastaaja 3: "Valoisa, isot ikkunat omaava keskikorkea tila, mieluiten kahvila" (Verkko-työpaja, huhtikuu 2015).

Unelmien improvisaatoravintola-kahvilan haluttiin olevan kotoisa sekä intiimi tunnelmaltaan. Ilmapiiri olisi rento ja iloinen. Tilan haluttiin olevan helposti lähestyttävä sekä ihmistä lähellä, tyylistään tinkimättä. Enemmistö halusi ravintola-kahvilan olevan hämyisä ja ennen kaikkea tunnelmallinen.

Osallistujien vastauksista paljastui arvojen tärkeys Stella Polariksen asiakkaille. Unelmien improvisaatio-kahvilalla nähtiin olevan myös selkeä arvomaailma, jossa ympäristö olisi tärkeässä asemassa. Ravintola-kahvilan arvoina haluttiin nähdä luomu ja ekologisuus. Myös yhteisöllisyys nähtiin tärkeänä arvona. Tilan haluttiin olevan lähellä ihmistä ja helposti lähestyttävä. Sen tuli myös olla ajan hermoilla ja pysyä trendikkäänä.

6.2.3 Stella Polaris vierailemaan lempiravintolassa

Kun osallistujat olivat kuvailleet unelmien improvisaatoravintola-kahvilansa, oli heidän seuraavassa osassa nimettävä konkreettisia ravintoloita ja kahviloita Helsingin keskustasta. Toivoin edellisen työpajan vaiheen näkyvän tämän vaiheen vastauksissa. Rajasin alueen Helsingin keskustaan, sillä suuren yleisön on helpompi saapua keskustaan kuin Helsingin raja-alueille. Helsingin keskusta sijaintina tavoittaa siis enemmän ihmisiä. Helsingin keskusta on myös täynnä erilaisia ravintoloita ja kahviloita. Lisäksi yhteistyötä on helpompi ylläpitää, kun yhteistyökumppanit sijaitsevat lähellä toisiaan.



Kuvio 17. Stella Polaris vierailemaan lempiravintolassasi (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015).

Harva osallistuja vastasi tähän kysymykseen. 26 osallistujasta vain 11 osallistui tähän työpaja-vaiheeseen. Osallistujille annettiin materiaaliksi Helsingin keskustasta kartta, jonne heidän tuli merkitä ehdotuksena ravintolasta tai kahvilasta, jossa Stella Polaris voisi esiintyä, ja perustella valintansa. Kartan rajatusta näkymästä huolimatta, osallistujat halusivat nimetä toimijoita kartan ulkopuolelta. Verkkotyöpajan palautteessa todettiin, että alue oli liian rajattu, mikäli haluttiin löytää uusia paikkoja. (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015.)

Osallistujista kolme haluaisi Stella Polariksen esiintyvät Cafe Pirittassa, joka sijaitsee Helsingin Hakaniemessä. Syyksi mainittiin Cafe Piritan sijainti metron läheisyydessä, sen imago taiderravintolana sekä avara ja viihtyisä tila. Cafe Piritta on järjestänyt pitkään kaikille avoimia taideiltoja tiloissaan. Ravintola on järjestänyt muun muassa improvisaatioteatterikilpailuja. Sijainti on erinomainen, sillä sinne pääsee näppärästi mistä vain, kuitenkin ollen sivussa kaupungin hulinasta. Rakennus on kaunis ja valoisa suurine ikkunoineen, joista näkymä avartuu Tokoinrannalle. (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015.)

Lavaklubia ehdotti esiintymispaikaksi kaksi henkilöä. Lavaklubin perusteluiksi näin ikään nimettiin keskeinen sijainti ja imago taideklubina. Lisäksi Lavaklubin valtteina nähtiin pieni, intiimi ja persoonallinen tila sekä mahdollisuus nauttia viinilasillinen sekä tapaksia esityksen aikana. Lavaklubi sijaitsee Helsingin Rautatientorilla, Kansallisteatterin alakerassa. Esitystilana se soveltuu improvisaatiolle hyvin, sillä tilassa on pieni lava esityksiä varten. (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015.)

Opiskelijaravintola Unicafea ehdotettiin esiintymispaikaksi sijaintinsa, tilansa sekä uuden yleisön saavutettavuuden vuoksi. Kaivokadun Unicafe sijaitsee myös helppojen liikenneyhteyksien päässä. Tilana se on avara ja suuri. Ehdotuksen antajan mielestä tila kaipaisi hassuttelua ja nuoret ravintolan asiakkaat voisivat olla potentiaalisia asiakkaita myös Stella Polarikselle. (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015.)

Vastaaja 1: ” Unicafe: hyvä sijainti, tasainen ja avara tila, tila joka kaipaa hassuttelua ja jossa olisi nuorta mahdollisesti uutta yleisöä tarjolla” (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015).

Eirasta toivottiin esiintymispaikaksi Café Agricolaa, joka sijaitsee kirkon yhteydessä. Perusteluiksi esitettiin intiimi tunnelma sekä kahvilan käyttö jo nyt keikkaympäristönä. Kahvila toimisi ehdottajan mukaan hyvin myös Stella Polariksen käytössä. (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015.)

Vastaaja 2: ”Cafe Agricola, Tehtaankatu. Agricola kirkon yhteydessä erinomainen ja intiimi kahvila. Nyt jo käytössä keikkaympäristönä, toimisi törkeän hyvin!” (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015.)

Näiden lisäksi ilman sen tarkempia perusteluita esiintymispaikoiksi ehdotettiin Helsingin keskustasta ravintola Farangia, Töölöstä ravintola Viisi Penniä, Alppilasta Baaria sekä Espoota.

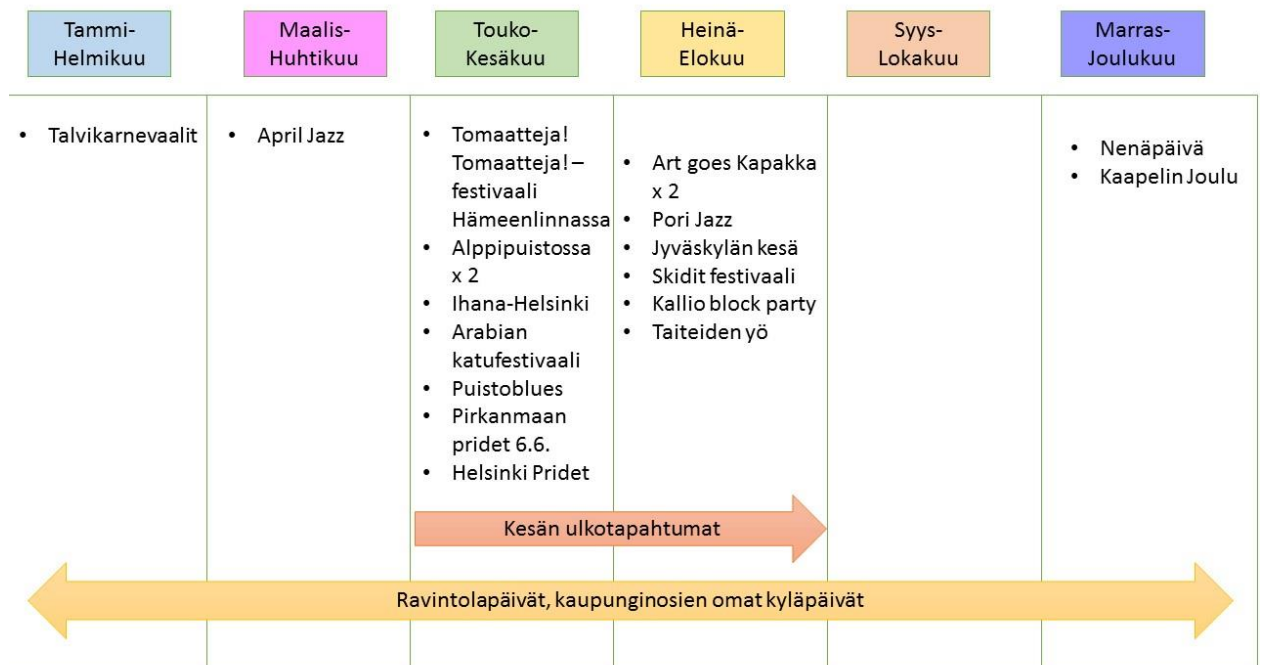
Vastaaja 3: ”Ravintola Viisi penniä. Töölö kaipaisi hieman äksöniä yöhön.” (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015).

Vastaaja 4: ”Espoossa olisi kiva, jos olisi Show & Dinner -tyyppinen osallistava esitys, ja siitä tiedotettaisi erityisesti espoolaisille Länsiväylälehdessä” (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015).

Vastaaja 5: ”Baari nimeltä baari olis kova, Alppilassa” (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015).

6.2.4 Stella Polaris näkymään tapahtumissa

Työpajan viimeisessä osassa osallistujia pyydettiin nimeämään suomalaisia tapahtumia, joiden kanssa he haluaisivat Stella Polariksen tekevän yhteistyötä. Osallistujien tuli merkitä tapahtumat aikajanelle. Heitä pyydettiin myös perustelemaan miksi he haluaisivat Stella Polariksen tekevän yhteistyötä kyseisen tapahtuman kanssa, sekä kertoamaan mikäli heillä olisi ehdotuksia yhteistyön muodosta. Osallistujien avuksi olin kirjoittanut lyhyen listan erilaisista tapahtumista. Listan avulla halusin antaa osallistujille neuvoksi, että tapahtumien ei tarvitsisi liittyä millään lailla teatteriin ja että ne voisivat sijaita missä vain Suomessa. Osion avulla halusin saada vastauksen alatutkimuskysymykseen: ”Ketkä olisivat potentiaaliset verkoston jäsenet”.



Kuvio 18. Stella Polaris näkymään tapahtumissa (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015).

26 osallistujasta vain n. 20 osallistui tähän osioon. Tarkkaa lukua en osaa sanoa, sillä osa osallistui verkkotyöpajaan nimettömänä, jolloin en saanut sähköpostitse ilmoitusta kuka vastasi ja mitä. Näin ollen voi olla, että joku nimettömänä vastannut on ehdottanut useaa tapahtumaa.

Tuloksista selvisi, että Stella Polariksen haluttaisiin tekevän yhteistyötä ympäri vuoden erilaisten tapahtumien kanssa. Siirryttäessä aikajanelle kohti kesää, tapahtumien määrä

lisääntyi huomattavasti. Tapahtumien kirjo oli laaja, aina musiikkitapahtumista hyväntekeväisyystapahtumiin. Suurin osa osallistujien ehdottamista tapahtumista sijoittui kesäkaudelle sekä pääkaupunkiseudulle. Tuloksista selvisi, että Stella Polariksen asiakkaat halusivat yhteistyötapahtumien olevan värikkäitä, monimuotoisia, kävijät osallistavia, merkityksellisiä, ajankohtaisia, trendikkäitä sekä kaupunkikeskeisiä. Vastaukset pystyttiin jakamaan neljän yläotsikon alle helpottamaan analysointia.

| Taidetapahtumat | Merkitykselliset tapahtumat | Kaupunkitapahtumat | Koko perheen tapahtumat |
|-------------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|-------------------------|
| Aprill Jazz | Pirkanmaan pridet | Alppipuiston tapahtumat | Talvikarnevaalit |
| Puisto blues | Helsingin pridet | Kallio Block Party | Skidit-festari |
| Pori Jazz | Nenäpäivä | Arabian katufestivaalit | Kaapelin Joulu |
| Tomaatteja! Tomaatteja! -festivaali | | Jyväskylän kesä | |
| Taiteiden yö | | Ihana Helsinki -festivaali | |
| Art goes Kapakka | | Ravintolapäivät | |
| | | Kaupunginosien omat kyläpäivät | |

Kuvio 19. Stella Polaris näkymään tapahtumissa. Vastaukset on lajiteltu sisältölähtöisesti taulukkoon. (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015.)

Verkkotyöpajaan osallistuneet näkivät Stella Polarikselle sopiviksi yhteistyötapahtumiksi kaupunkitapahtumat, taidesisältöiset tapahtumat, koko perheelle suunnatut tapahtumat sekä tapahtumat, joissa oli jokin merkitys. Merkityksellisiä tapahtumia katsoin olevan Pridet, joihin osallistuminen antaisi Stella Polariksen arvomaailmasta selkeän kuvan julkisuuteen. Nenäpäivän viesti on myös merkityksellinen ja siihen osallistuminen yhtälailla kasvattaisi Stella Polariksen brändiä. Stella Polariksen halutaan tekevän yhteistyötä kaupunkitapahtumien kanssa. Osallistuneet ehdottivat mm. Ravintolapäivää, Arabian katufestivaalia ja Kallio Block Partyä, joissa tapahtumien kävijöitä pyritään osallistamaan ja tekemään tapahtumista kävijöiden näköisiä. Kyseiset tapahtumat ovat myös tällä hetkellä trendikkäitä ja nuoren väestön suosiossa. Vaikka marraskuussa toteutetussa asia-

kaskyselyssä kävi ilmi, että Stella Polariksen asiakkaat käyvät vähän lastentapahtumissa, ehdotettiin verkkotyöpajassa juurikin lapsille suunnattua Skidit-festaria. (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015.)

Vastaaaja 1: ”April Jazz Espoossa!! Sopisi oikein hyvin sinne!” (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015).

Vastauksista ilmenee, että Stella Polaris halutaan nähdä tapahtumissa, jotka eivät suoranaisesti liity teatteriin. Varsinkin musiikkitapahtumista haluttiin tehdä yhteistyökumppaneita Stella Polarikselle. Musiikkitapahtumien lisäksi ehdotettiin perinteisiä suuren yleisön tavoittavia tapahtumia, kuten Taiteiden yö sekä Art goes Kapakka. Suurin osa ehdotetuista tapahtumista keskittyi pääkaupunkiseudulle. Pääkaupunkiseudun ulkopuoliseksi yhteistyötapahtumiksi ehdotettiin Pori Jazzeja, Jyväskylän kesää sekä stand up –festivaali Tomaatteja! Tomaatteja! (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015.)

6.2.5 Verkkotyöpajan palaute

Keräsin verkkotyöpajasta palautetta, sillä kyseessä oli uusi innovatiivinen menetelmä, jossa työpaja menetelmänä oli siirretty virtuaaliympäristöön. Saamani palautteet oli jaettavissa kolmen yläotsikon alle.

| Visuaalisuus | Sisältö | Alusta |
|--------------------------------------|---|----------------------------------|
| Hyvä visuaalisuus | Vastaajien taustan kysyminen puuttuu | Erilainen tapa kysyä asioita |
| Kuvat saattavat johdatella vastaajaa | Kysymykset liian pitkiä | Helppo poistaa muiden vastaukset |
| | Kiinnostaako samaa vastaajaa sekä Suomen-kierue, että Helsingin esitykset | |
| | Kartta Helsingistä liian rajattu | |

Kuvio 20. Verkkotyöpajan palaute. Palaute annettiin avoimena tekstinä työpajan loppuun ja lajiteltiin sisältölähtöisesti taulukkoon. (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015.)

Verkkotyöpajassa pidettiin positiivisena visuaalisuutta ja sen erilaista tapaa lähestyä asioita. Työpajaa luodessa tulee kuitenkin kiinnittää huomiota tulevaisuudessa kysymysten pituuteen. Nyt kysymyksiä pidettiin vähän turhan pitkinä. Visuaalisuudessa riskinä nähtiin osallistujan helppo johdateltavuus. (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015.)

Vastaaja 1: "Käytetyt kuvat saattavat johdattaa vastaajan ajatuksia" (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015).

Koska työpajan teko tapahtuu verkossa, on osallistuminen mahdollista myös nimettömänä. Näin ollen verkkotyöpajan pitäjät ei ole tietoinen osallistujien perustiedoista, kuten iästä ja sukupuolesta. Tämä vaikuttaa siihen, että tarkkaa osallistujamäärää on vaikea laskea. Vastauksia on myös mahdotonta analysoida ja yleistää koskemaan koko asiakaskuntaa, kun perustiedot eivät ole tiedossa. Verkkotyöpaja ja alusta Google Slides nähtiin kivana erilaisena tapana kysyä asioita. Riskinä nähtiin kuitenkin helppo mahdollisuus poistaa muiden osallistujien vastauksia. (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015.)

Vastaaja 2: "Vastaajaa saattaa pelottaa, että vahingossa deletoi muiden vastaukset" (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015).

Sisältöä koskevassa palautteessa pohdittiin osioiden samankaltaisuutta sekä rajoitusten vaikutuksia. Helsingin alueen rajaamista Helsingin keskustaa koskevaksi pidettiin huonona, sillä se esti uusien paikkojen löytämisen. Suomen-kiertuetta ja Helsingin esityksiä koskevat kysymykset koettiin turhan samankaltaisiksi.

Vastaaja 3: "Vain Helsingin keskusta-alueesta kartta-kuva. Jos tarkoitus olisi hakea uusia paikkoja niin eikö kannattaisi ottaa isompi alue pienemmässäkin rajauksessa käyttöön?" (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015.)

Vastaaja 4: "Kiinnostaako samaa vastaajaa sekä Suomen kiertue että Helsingin esitykset?" (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015).

Tuloksista voidaan päätellä, että tulevaisuudessa verkkotyöpaja on kiinnostava menetelmä kerätä tietoa. Siinä tulee kuitenkin muistaa kysyä osallistujilta perustiedot, kiinnittää huomiota kysymysten asetteluun ja rohkaista vielä enemmän osallistujia, jotta he eivät jätä osallistumatta esimerkiksi sen vuoksi, etteivät he osaa käyttää verkkotyöpajalustaa.

7 Pohdinta

Improvisaatioteatteri on tänä päivänä suosittua. Todisteena tästä ovat improvisaatioon perustuvat televisio-ohjelmat sekä uudet improvisaatioryhmät, joita perustetaan vuosittain. Improvisaatioteatteriyhdistys Stella Polaris ry on Suomen ensimmäinen ammattinäyttelijöistä koostuva improvisaatioteatteri. Yli 20 – vuotisella taipaleellaan, se on ehtinyt jo vakiinnuttaa asemansa Suomen improvisaatioteatterikentällä. Vankalla asemalla on kuitenkin omat riskinsä. Vahvakin toimija voi menettää asemansa, ellei se osaa kehittyä ajan ja asiakkaiden toiveiden mukaisesti sekä erottautua kilpailijoistaan. Tämä ajatus oli pääsyy tämän opinnäytetyön tekemiseen. Halusin selvittää käyttäjälähtöisesti, miten Stella Polaris voisi saada lisää uusia asiakkaita ja tehostaa markkinointiaan.

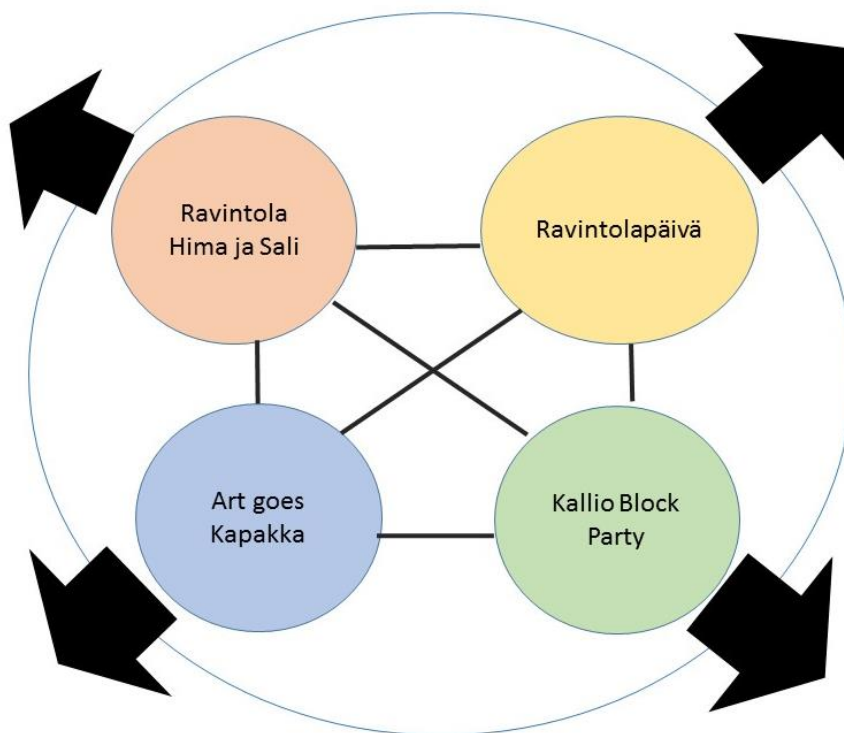
Opinnäytetyöni tuloksista selvisi, että Stella Polariksen nykyiset asiakkaat ovat kiinnostuneita yhteistyöstä ja sen tuomista vaikutuksista. Stella Polariksen nykyiset asiakkaat haluavat yhteistyökumppaneiksi erityisesti erilaisia tapahtumia, ravintoloita ja kahviloita. (Asiakaskysely, marraskuu 2014.) Verkkotyöpajassa ehdotetut tapahtumat voitiin jakaa neljän yläotsikon alle. Yhteistyötapahtumien tulisi olla kaupunkitapahtumia, merkityksel-

lisiä tapahtumia, taidetapahtumia tai koko perheelle sopivia tapahtumia. Yhteistyötapahtumiksi ei kuitenkaan ehdotettu teatteritapahtumia. Tapahtumille oli yhteistä trendikkyys, rentous ja kävijöiden osallistavuus. Suurin osa ehdotetuista tapahtumista sijoittui pääkaupunkiseudulle. (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015.) Asiakaskyselyyn vastanneista 51 % ehdotti yhteistyökumppaniksi ravintoloita tai kahviloita. Verkkotyöpajassa unelmien improvisaatoravintola-kahvila nähtiin joko pienenä, hämyisenä ja tunnelmallisena tai avarena ja valoisena, jonne olisi helppo saapua ja ilmapiiri olisi rento. Yhteistyöravintoloiksi ehdotettiin muun muassa Lavaklubia, Cafe Pirittaa, Unicaféa ja Farangia. Sen sijaan lähialueen toimijoiden kanssa yhteistyö ei nähty välttämättömäksi. Jotta asiakkaat kävisivät useammin katsomassa Stella Polariksen esityksiä, tulisi teatterilippua vastaan saada erilaisia tarjouksia ja alennuksia yhteistyökumppaneilta. Asiakaskyselystä selvisi myös, että mahdolliset Show & Dinner – esitykset lisääisivät nykyisten asiakkaiden käyntejä Stella Polariksessa. (Asiakaskysely, marraskuu 2014.) Stella Polariksen on toivottu tekevän vierailuesityksiä ympäri Suomen. Verkkotyöpajassa selvisi, että Stella Polariksella on kysyntää ympäri Suomen, mutta erityisesti heitä toivottaisiin vierailemaan Porvooseen, Tampereelle ja Turkuun.

Opinnäytetyöni tulosten valossa suosittelen Stella Polarikselle yhteistyöverkoston kehittämistä. Verkostoinnilla nähdään olevan merkitystä liiketoiminnassa. Uskotaan, että tulevaisuudessa menestyvät ne, jotka osaavat hyödyntää verkostoja toiminnassaan. Yhteistyöverkostojen avulla yritysten on mahdollista pysyä kilpailussa ja lisäksi ne tuovat yritykselle mm. luotettavuutta ja uskottavuutta. Hyvän yhteistyön avulla voidaan vähentää kustannuksia, lisätä asiakkaan saamaa arvoa sekä kehittää uusia kilpailuetuja. (Hakanen ym. 2007, 19 – – 25–16; Toivola 2006, 24.) Verkostoja luodessa ei kannata matkia muita yrityksiä. Matkimisesta seuraa helposti epäonnistumisia, sillä se verkostotaktiikka, mikä toimii toisella loistavasti, ei välttämättä sovellu toiselle. (Hakanen ym. 2007, 23.) Verkostot räätälöidään tilanteen ja tarpeen mukaan ja ne muuttuvat ympäristön muutoksen mukana (Niemelä 2002, 18). Näin ollen, mikäli Stella Polaris aloittaa verkostostrategian suunnittelun, heidän ei kannata lähteä tutkimaan liiaksi muiden kulttuuritoimijoiden yritys-yhteistyöstrategioita, sillä ne eivät välttämättä sovellu Stella Polariksen olosuhteisiin. Stella Polariksen tulisi olla vetovastuussa yhteistyökumppaneita hankkiessa, sillä yhteistyökumppanin löytäminen liike-elämästä on pääasiassa kulttuuritoimijoiden varassa. Aloitteista 80 % on lähtöisin kulttuuritoimijoiden puolelta. (Oesch 2002, 52.) Kulttuuritoimijoista 74 %:lla yhteistyö on sponsorointia ja vain 18 %:lla markkinointiyhteistyötä (Oesch 2002, 51). Koska markkinointiyhteistyö ei ole vielä yhteistyömuotona yhtä

suosittua kuin sponsorointi, olisi Stella Polariksella hyvät mahdollisuudet löytää hyviä yhteistyökumppaneita, kun kilpailua ei vielä ole hyivistä yhteistyökumppaneista

Luvussa 2 esitellyistä yritys yhteistyön viidestä perusmallista parhaiten Stella Polarikselle sopii projektiryhmä-malli. Se vastaa tällä hetkellä parhaiten Stella Polariksen tarpeisiin, sillä yhteistyö perustuu synergiaan. Asiakkaille tarjotaan yhtenäistä palvelua tai tuotetta yhtenä kokonaisuutena. Mallissa yhteistyö on strategisempaa luonteeltaan ja yhteistyö tiivistyy liiketoiminnallisesti. Sovelsin Varamäen (2002) kuviossa (kuvio 2) esitettyä projektiryhmä-mallia Stella Polariksen tapaukseen, ja kehitin Stella Polarikselle oman yhteistyöverkostoehdotuksen, joka perustuu verkkotyöpajasta sekä asiakaskyselystä saatuihin tuloksiin.



Kuvio 21. Yhteistyöverkostoehdotus Stella Polarikselle. Mukaeltu Varamäen (2002) esittämästä kuviossa yritys yhteistyön viisi perusmallia. (Varamäki 2002.)

Opinnäytetyön tuloksista selvisi, että Stella Polariksen yhteistyöverkoston tulisi muodostua ravintoloista ja tapahtumista. Yhteistyöverkostoehdotuksessani yhteistyökumppaneita on aluksi neljä. Mielestäni yhteistyökumppaneita voisi aluksi olla vain neljä, sillä mitä vähemmän yhteistyökumppaneita, sitä helpompi suhteita on hoitaa ja ylläpitää. Vii-

destä yritysysteistyön perusmallista projektiryhmä-malli mahdollistaa jokaisen verkoston kuuluvan jäsenen yhteistyön keskenään. Niinpä ehdotukseni muodostuu toimijoista, joiden jokaisella jäsenellä on mahdollisuus halutessaan tehdä yhteistyötä paitsi Stella Polariksen kanssa, myös toistensa kanssa.

Kaapelitehtaalla sijaitsee ravintola Hima ja Sali, jonka kanssa Stella Polaris on jo nyt tehnyt pienimuotoista yhteistyötä. Hima ja Salista voisi saada helposti hyvän yhteistyöverkoston jäsenen. Se sijaitsee samassa rakennuksessa ja yhteistyötä on tehty jo aikaisemmin yhdessä. Stella Polariksen asiakkaat toivovat viinilasia väliajalle tai ennen esitystä. Tämä sama toive tuli esiin myös tämän tutkimuksen aikana (Asiakaskysely, marraskuu 2014). Tulevaisuudessa Hima ja Sali voisi hoitaa alkoholin tarjoilun sekä ennen esitystä että väliajalla. Hima ja Salin asiakas voisi saada Stella Polarikseen lipun edullisemmin ja vastaavasti Stella Polariksen asiakas voisi saada Hima ja Salista kohdennettuja tarjouksia tai vaikkapa 10 % alennuksen lippua vastaan. Stella Polaris järjestää koulutuksia ja tilausesityksiä tiloissaan. Asiakkaille voisi myös tarjota valmiin palvelupaketin, johon kuuluisi Stella Polariksen koulutuksen lisäksi ruoka Hima ja Salin puolelta. Hima ja Salilla on myös omat suuret tilat, jossa olisi mahdollista toteuttaa asiakkaiden toivoma Show & Dinner – esitys. Näin molemmat saisivat potentiaalisia uusia asiakkaita ja Stella Polaris saisi parannettua asiakastytyväisyyttä.

Art goes Kapakka on elokuussa järjestettävä tapahtuma, joka tarjoaa ohjelmaa eri taiteenaloilta, kuten musiikkia, teatteria, akrobatiaa ja runoutta. Se tarjoaa yli 300 esitystä yli 30:ssä Helsingin keskeisimmässä ravintolassa, kahvilassa ja kapakassa. Tapahtuma haluaa tarjota kävijöilleen laadukasta taidetta, erityisiä ja hauskoja hetkiä, tuoda esille uusia tekijöitä sekä tuttujen taiteilijoiden uusia projekteja. (Art goes Kapakan internet-sivut. Viitattu 12.4.2015.) Vuonna 2014 tapahtuma tavoitti noin 60 000 kävijää (Jokinen 2014). Kyseisen tapahtuman kanssa yhteistyö toisi Stella Polarikselle suurta näkyvyyttä ja poikisi uusia asiakkaita Stella Polariksen pariin. Art goes Kapakka hyödyttäisi myös ravintola Hima ja Salia, sillä tapahtuman tarkoituksena on nimensä mukaisesti esitellä ohjelmistoa erilaisissa ravintoloissa, kahviloissa ja kapakoissa. Stella Polaris voisi esiintyä Art goes Kapakka-tapahtumassa Hima ja Salin tiloissa, jolloin kaikki kolme hyötyisivät yhteistyöstä. Art goes Kapakka saisi laadukasta ohjelmistoa ja uuden hyvä esiintymisravintolan Ruoholahdesta. Hima ja Sali sekä Stella Polaris saisivat uusia asiakkaita sekä näkyvyyttä Art goes Kapakan kävijöistä.

Kallio Block Party on myös elokuussa järjestettävä kaupunkitapahtuma, joka järjestetään vapaaehtoisvoimin Helsingin Kalliossa. Tapahtuman tarkoituksena on järjestää hyväntuuliset korttelijuhlat, jossa kävijöille on tarjolla taidetta, ruokaa, musiikkia ja yhteistoimintaa. (Kallio Block Party -Facebook-tapahtuma v. 2011. Viitattu 12.4.2015.) Tapahtuma on kasvattanut suosiotaan vuosi vuodelta. Vuonna 2014 tapahtumassa kävi lähes 10 000 ihmistä (Torvinen 2014). Yhteistyö tapahtuman kanssa toisi Stella Polarikselle uutta yleisöä erityisesti nuoresta väestöstä. Tapahtuma sopisi Stella Polarikselle, joka korostaa toiminnassaan yhdessä tekemistä ja hauskanpitoa. Improvisaatioesitys kadulla olisi helppo toteuttaa ja tavoittaisi suuren osan tapahtuman kävijöistä. Kallio Block Party saisi ohjelmistoonsa ikärajatonta ja hyväntuulista ohjelmaa, joka sopii tapahtuman henkeen. Tapahtumassa tarjoillaan ruokaa, joten Hima ja Sali voisi harkita omien tuotteiden myyntiä tapahtumassa. Art goes Kapakka järjestetään noin viikon päästä Kallio Block Partyta, joten tapahtumat voisivat tehdä markkinointiyhteistyötä myös keskenään.

Ravintolapäivä on mielestäni yksi Suomen suurimmista sosiaalisista innovaatioista. Tapahtumaa järjestetään n. 70 eri maassa. Ravintolapäivänä kuka tahansa saa perustaa ravintolan päivän ajaksi lähes minne tahansa. Se on suosiolla saanut runsasta medianäkyvyyttä osakseen. Ravintolapäivän tarkkaa kävijälukua on hankala arvioida, mutta esimerkiksi Yleisradion Uusi päivä – sarja sai Ravintolapäivänä yli 700 kävijää (UP:n Ravintolapäivä jymymenestys –yli 700 kävijää! Viitattu 12.4.2015). Stella Polaris voisi järjestää Ravintolapäivänä oman improvisaatoravintolansa verkkotyöpajan tulosten pohjalta. Ravintolapäivänä ravintolat ovat mitä erikoisempia. Stella Polaris voisi tarjota asiakkaille ruoan lisäksi improvisaatiota. Ravintolatilaksi sopisi esitystila, johon saadaan helposti luotua verkkotyöpajan tulosten pohjalta Stella Polariksen asiakkaiden mieleinen unelmien improvisaatoravintola-kahvila. Ravintola voisi olla esimerkiksi enemmistön toiveiden mukaan hämyinen, lämmintunnelmainen ja intiimi improvisaatoravintola (Verkkotyöpaja, huhtikuu 2015). Tarjottava voitaisiin tehdä joko itse tai yhteistyössä vieressä sijaitsevan Hima ja Salin kanssa. Tämä yhteistyö tehostaisi Stella Polariksen markkinointia, sillä useat mediat esittelevät Ravintolapäivänä erikoisia ja erityisesti teattereiden tms. pitämiä ravintoloita. Ravintolapäivä tuo myös itse esille omilla sivuillaan eri yritysten ja yhdistysten ravintoloita. Stella Polariksen osallistuminen toisi myös Ravintolapäivälle hyvää mainosarvoa. Sama pätee myös muihin yhteistyöverkoston jäseniin.

Opinnäytetyö oli prosessina hyvin opettavainen. Yritysyhteistyö, verkostoituminen ja yritysverkosto ovat termejä, joista on kirjoitettu paljon, mutta liiketalouden ja yritysten näkökulmasta. Oli haastavaa soveltaa näitä tietoja yhdistykseen, jossa tavoitteena ei ole niinkään tehdä liikevoittoa. Mikäli saisin tehdä opinnäytetyöni uudelleen, käyttäisin yhtenä menetelmänä benchmarkingia, jonka avulla saataisiin konkreettisia esimerkkejä yhteistyön eri muodoista kulttuurialalla. Vaikka yritysverkostoa muodostettaessa ei saisi ottaa mallia muilta toimijoilta, olisivat benchmarkingista saadut tulokset toimineet suunnannäyttäjinä ja valaisseet minkälaista yhteistyö voisi olla kulttuurialalla ja kulttuuritoimijoilla, ja siten helpottaneet yhteistyöverkostoehdotuksen tekemistä.

Olisin myös toteuttanut asiakaskyselyn sähköisessä muodossa, jolloin olisin tavoittanut useamman henkilön ja vastauksia olisi todennäköisesti tullut enemmän. Asiakaskyselyn tarjoaminen henkilökohtaisesti ei toiveista huolimatta tuonut paljon vastauksia. Huomasin, että kyselyyn vastasi vain ne henkilöt, jotka saapuivat lämpiöön hyvissä ajoin odottelemaan esityksen alkua. Heille kysely toimi hyvänä keinona kuluttaa aikaa. Nämä henkilöt vastasivat kyselyyn huolella ajan kanssa. Ajoissa olevia henkilöitä oli kuitenkin vain kymmenen henkilöä per esitys. Suurin osa katsojista saapui paikalle vasta 10-5 minuuttia ennen esityksen alkua, jolloin tilassa oli käytännössä mahdotonta lähestyä ihmisiä kyselyiden kera. Tässä vaiheessa ihmiset olivat pakkautuneita oven eteen rykelmäksi ja oli mahdotonta muistaa kenelle oli kyselyä jo tarjonnut. Marraskuussa oli myös liikkeellä paljon pikkujoulu ryhmiä, jotka eivät olleet kiinnostuneita täyttämään kyselyä. Sähköisen kyselyn lähettäminen olisi tässä tapauksessa todennäköisesti tuottanut enemmän vastauksia.

Verkkotyöpajan ongelmana oli myös vähäinen osallistujamäärä. Verkkotyöpajan haasteena on osallistujien motivointi. Kun työskentely tapahtuu internetissä, on helppoa olla osallistumatta kaikkiin verkkotyöpajan vaiheisiin. Tulevaisuudessa kehittäisin verkkotyöpajaa eteenpäin. Verkkotyöpajan olisi pitänyt olla muodoltaan vielä selkeämpi. Verkkotyöpajasta saadusta palautteesta selvisi, että kysymykset olivat turhan pitkiä. Kenties tämä oli osasyynä siihen, miksi osallistujat eivät vastanneet kaikkiin verkkotyöpajan kohtiin. Kysymysten olisi pitänyt olla lyhempiä. Verkkotyöpajaan osallistuneista oli myös vaikeaa pitää tarkkaa kirjanpitoa. En tiennyt, että verkkotyöpajaan oli mahdollista osallistua nimettömästi. Näin ollen oli mahdotonta tietää tarkkaa osallistujamäärää. Jos tekisin verkkotyöpajan uudestaan, selvittäisin miten osallistujista pystyttäisiin pitämään tarkempaa lukua, jotta tuloksia pystyttäisiin hyödyntämään paremmin.

Olen kuitenkin tyytyväinen opinnäytetyöni lopputulokseen. Pystyin vastaamaan aluksi määrittelemiini tutkimuskysymyksiin ja tuottamaan uutta tietoa kentälle yhteistyön hyödyntämisestä teatterin markkinoinnissa. Opinnäytetyöni tuloksien perusteella kykenin antamaan Stella Polarikselle konkreettisen yhteistyöverkostoehdotuksen. Seuraava askel tästä olisi ehdotuksen toimeenpano käytäntöön. Tämä askel on kuitenkin riippuvainen tilaajasta. Uskon, että opinnäytetyöstäni on hyötyä Stella Polarikselle sekä kaikille kulttuuritoimijoille, jotka pohtivat onko verkostoitumisesta ja yritys yhteistyöstä hyötyä. Toivon, että opinnäytetyöni rohkaisee varsinkin pieniä kulttuurialan toimijoita kokeilemaan rohkeasti yhteistyöverkostossa toimimista, sillä siitä on paitsi hyötyä itse toimijalle myös iloa asiakkaille.

Lähteet

Art goes Kapakan ohjelmahaku on nyt alkanut! Art goes Kapakka -internet-sivut. < <http://artgoeskapakka.fi/art-goes-kapakan-ohjelmahaku-on-alkanut-2> >. Luettu 11.4.2015.

Hakanen, Matti & Heinonen, Upi & Sipilä, Petri 2007. Verkostojen strategiat – menesty yhteistyössä. Helsinki: Edita.

Historia. Stella Polaris – internet-sivut. < <http://stella-polaris.fi/historia/> >. Luettu 30.1.2015.

Jokinen, Juho 2014. Helsingin Juhlaviikoilla yli 230 000 kävijää. Verkkolehti. Metro-lehti. Päivitetty 3.9.2014. < <http://www.metro.fi/uutiset/a1387806706291> >. Luettu 12.4.2015.

Kallio Block Party 2011. Facebook-tapahtuma. < <https://www.facebook.com/events/131551070265541> >. Luettu 12.4.2015.

Möller, Kristian & Rajala, Arto & Svahn Senja 2004. Tulevaisuutena liiketoimintaverkot – johtaminen ja arvonluonti. Tampere: Teknologiainfo Teknova Oy.

Niemelä, Seppo 2002. Menestyvä yritysverkosto – verkstorakentajan ABC. Helsinki: Edita.

Oesch, Pekka 2002. Kulttuurin sponsorointi ja yritysyhteistyö – kehitys ja käytännöt. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta 2002.

Ojasalo, Katri & Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo 2009. Kehittämistyön menetelmät – Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYpro.

Pirnes, Hannu 2002. Verkostoylivoimaa. Vantaa: WSOY.

Raatikainen Ilkka 1994. COOn-verkottumisprosessimalli. Verkostoajattelusta verkostotoimintaan. Kuopion yliopiston julkaisuja E. Kuopio: Yhteiskuntatieteet 21.

Toikko, Timo ja Rantanen Teemu 2009. Tutkimuksellinen kehittämistoiminta. Tampere. Tampere University Press ja tekijät.

Toivola, Tuija 2006. Verkostoituva yrittäjyys. Jyväskylä: Edita.

UP:n Ravintolapäivä jymymenestys – 700 kävijää! Yle.fi. Verkkoartikkeli. Päivitetty 16.6.2014. < <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2014/05/19/upn-ravintolapaiva-jymymenestys-700-kavijaa> >. Luettu 12.4.2015.

Vakaslahti, Pasi 2004. Jalosta liikesuhde kumppanuudeksi – alihankinnasta yhdessä tekemiseen. Jyväskylä: Talentum Media Oy.

Varamäki, Elina 2002. Pk-yritysten monenkeskeinen verkostoyhteistyö. Verkkoartikkeli. <http://www.yrittajakoulu.fi/yrittajyyden_oppia/dokumentit/document.asp?UID=11866&docID=169>. Luettu 20.2.2015.

Vatula, Tuuli 2009. Näyttelijä Simo Routarinne: Jokainen ihminen on luova nero. Verkkolehti. Hiiden Kirnu. < <http://www.hiidenopisto.fi/hiidenkirnu/default.asp?sivu=4> >. Luettu 12.4.2015.

Verkkotyöpajaan osallistuneet (28.3.–7.4.2015)

Miikka Hietsalo

Hanna Koura

Marjaana Larpa

Mikael Mäkitalo

Birgitta Orava

Anni Soukkala

Esa Kandelberg

Sam Bөөk

Tomas Ruuhisalmi

Mira Simsiö

Juha Rantakari

Annika Hämäläinen

Annika Sihvola

Leena Rantakari

Juhani Sunikka

Marika Sunikka

Katja Korkalainen

Oona Rantakari

Jesse Raatikainen
Anna-Sofia Raatikainen
Helmi Paulamäki

Heidän lisäksi anonyymisti osallistui noin 6 henkilöä.

Kysely

Lomakepohjainen asiakaskysely Stella Polariksen asiakkaille marraskuussa 2014.

Sukupuoli

Nainen Mies

1. Ikä: _____

2. Asuinkunta

3. Millaisissa tapahtumissa käyt vapaa-ajallasi?
(*voit valita useamman vaihtoehdon*)

- Museoissa
- Teattereissa
- Taidenäyttelyissä
- Konserteissa
- Kaupunkitapahtumissa (esim. Ravintolapäivä)
- Kirpputoreilla
- Markkinoilla (esim. Martinmarkkinat)
- Lastentapahtumissa
- Muu: _____

4. Haluaisitko Stella Polariksen tekevän enemmän yhteistyötä lähialueen muiden toimijoiden kanssa?
(*Esimerkiksi ravintola Hima ja Salin kanssa*)

Kyllä, ehdottomasti Ehkä, mutta ei välttämätöntä Ei tarpeellista

5. Millaisten toimijoiden kanssa haluaisit Stella Polariksen tekevän yhteistyötä?
(*voit valita useamman vaihtoehdon*)

- Museot
- Ravintolat/kahvilat
- Galleriat
- Tanssiryhmät
- Erilaiset tapahtumat
- Muu: _____

6. Kävisin Stella Polariksessa useammin, jos....
(merkitse rastilla ruutuun)

| | Kyllä | Ei |
|--|-------|----|
| samalla lipulla pääsisi sekä teatteriin että johonkin näyttelyyn | | |
| esitys pidettäisiin ravintolassa Show&Dinner tyyliin | | |
| lippua vastaan saisi alennusta teatterin yhteistyökumppaneilta (esim. kahviloista/ravintoloista) | | |
| samalla lipulla saisi erityistarjouksia teatterin yhteistyökumppaneilta | | |

7. Kiitos paljon vastauksista! Vielä terveisiä Stella Polarikselle?
(kehitysideat, toiveet, ehdotukset, moitteet. Mielpiteesi on tärkeä!)

Verkkotyöpajan kalvot

28.3.–7.4.2015 toteutetun verkkotyöpajan kalvot.

Stella Polarikselle uusia yhteistyökumppaneita - virtuaalityöpaja

Virtuaalityöpaja Stella Polariksen yhteistyöverkoston kehittämiseksi 29.3.-7.4.2015

Tervetuloa Stella Polariksen kävijöille suunnattuun virtuaali työpajaan, jossa tavoitteenamme on löytää yhdessä improvisaatioteatteri Stella Polarikselle potentiaalisia yhteistyöverkoston jäseniä. Työpajan tulokset esitetään osana opinnäytetyötäni, jonka aiheena on markkinointiyhteistyöverkoston kehittäminen Stella Polarikselle käyttäjälähtöisesti. Kiitos, että olet mukana!

Työpaja koostuu neljästä osasta, joissa esitetään erilaisia kysymyksiä pohdittavaksi. Kysymykset pohjautuvat syksyllä 2014 Stella Polariksen kävijöille tehtyyn asiakaskyselyyn. Asiakaskyselyssä selvisi, että Stella Polariksen asiakkaat haluaisivat Stella Polariksen vierailevan muilla paikkakunnilla sekä tekevän yhteistyötä eri ravintoloiden ja tapahtumien kanssa. Työpaja pysyy avoimena 29.3.-7.4.2015 välisen ajan, jonka aikana voit halutessasi täydentää ja muokata vastauksiasi niin paljon kuin haluat.

Koska kyseessä on virtuaalisesti toimiva työpaja, joka on jaettu monen ihmisen kesken, on tärkeää, että kunnioitamme toistemme vastauksia. Ethän siis poista tai muokkaa muiden vastauksia, vaikka olisitkin eri mieltä niiden kanssa. Jokaisen vastaus on tärkeä ja saattaa poikia uusia ideoita. :)

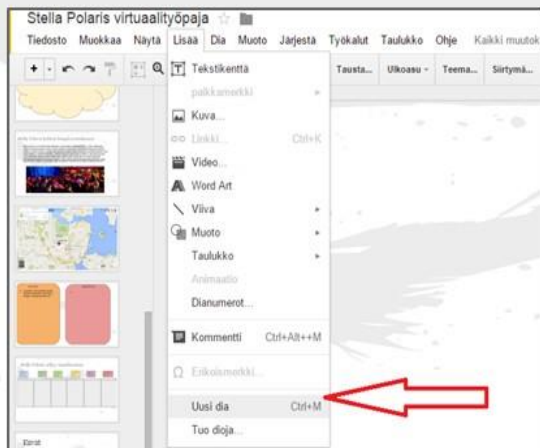
Minä, Julia Rantakari, toimin työpajan vetäjänä ja seuraan, että työskentely työpajassa on miellyttävää ja sujuvaa. Ongelmatilanteissa ja kysymysten ilmaantuessa voit soittaa minulle numeroon 044-300 0056 tai lähettää sähköpostia osoitteeseen juliarantakari@gmail.com.

Mahtavaa, että osallistut työpajaan! Tehdään tästä yhdessä hauskaa!

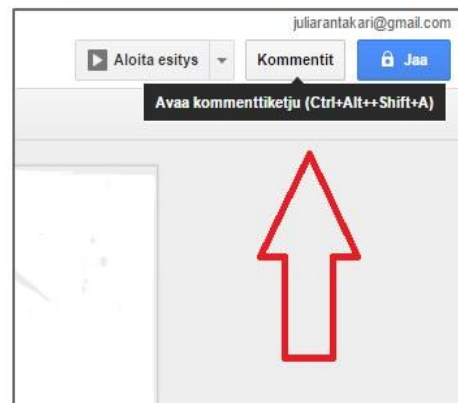
Käyttöohjeet

Mikäli Google Slides on sinulle entuudestaan tuttu työkalu tai uskot osaavasi käyttää sitä ilman lyhyttä tutoriaalia, voit hypätä suoraan diaan nro 5 ja aloittaa työpajan. Jos taas Google Slides on sinulle vieraampi, lue alta tätä työpajaa koskevat tärkeimmät käyttöohjeet.

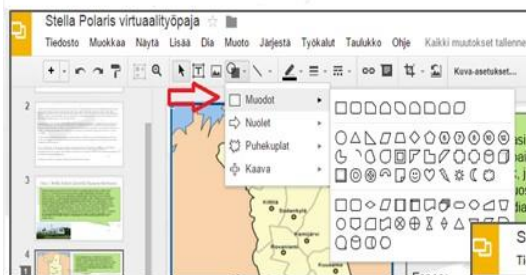
1. Uuden dian lisääminen.



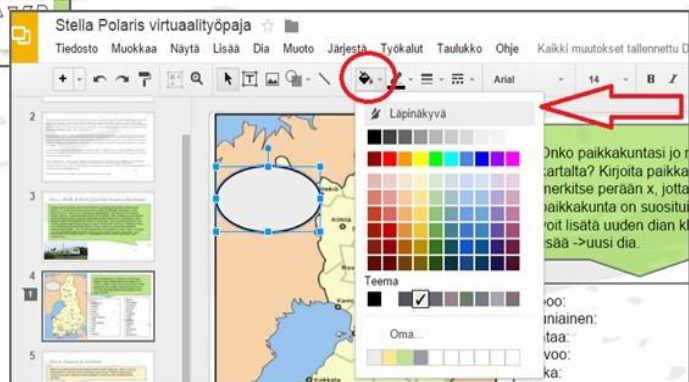
2. Kommentin lisääminen



3. Ympyrän luominen



4. Ympyrän muuttaminen läpinäkyväksi



Osa 1: Stella Polaris järjestää Suomen-kiertueen

Eräänä kauniina päivänä teatteri Stella Polariksen porukalla herää kiinnostus nähdä muuta Suomea. Sinulla on nyt mahdollisuus vaikuttaa siihen, missä päin Suomea haluaisit heidän esiintyvän. Seuraavasta diasta löydät Suomen kartan. Valitse ylhäältä löytyvästä palkista *Muoto-työkaluja* merkitse ympyrällä/ haluamallasi tavalla karttaan kolme paikkakuntaa, missä haluaisit ehdottomasti nähdä Stella Polariksen esiintymässä. Mikäli joku toinen on jo ehtinyt ympyröidä valitsemasi paikan, merkitse kartan vierestä löytyvään laatikkoon paikkakunnan kohdalle x. Jos, et löydä paikkakuntasi nimeä laatikosta, lisää se sinne. Jos sinulla on mielessä paikkakunnalta joku tietty rakennus (kuten teatteri, ravintola, kulttuuritalo), jossa Stella Polaris voisi vierailla, mainitse se lisäämällä kommentti oikeasta yläkulmasta. (esim. Helsinki:Savoy).



Stella Polarikselle uusia yhteistyökumppaneita -virtuaalityöpaja ☆

Tiedosto Muokkaa Näytä Lisää Dia Muoto Järjestä Työkalut Taulukko Ohje Kaikki muutokset tallennettu Driveen

Aloita esitys Kommentit Jaa

Tausta... Ulkoasu Teema... Siirtymä...

1 Nolla Palkista...
2...
3...
4...
5...
6...
7...
Lisää muistinpajoja klikkaamalla

Onko paikkakuntasi jo merkitty tai eikö sitä löydy kartalta? Kirjoita paikkakunnan nimi laatikkoon ja merkitse perään x, jotta voimme lopuksi laskea, mikä paikkakunta on suosituin. Mikäli tila loppuu kesken, voit lisätä uuden dian klikkaamalla ylhäältä kohtaa lisää -> uusi dia.

Espoo:
Kauniainen:
Vantaa:
Porvoo: xxxxxxxxxxxx
Kotka:
Kouvola:xx
Lappeenranta:xxx
Lahti: x
Hämeenlinna:x
Turku:xxxxxx
Salo:x
Pori:
Tampere:xxxxxxxx
Sipoo: xx

Mikkeli:
Savonlinna:xxx
Jyväskylä:xxx
Joensuu: x
Kuopio: xxx
Seinäjoki xx
Vaasa:
Iisalmi:
Kokkola:
Kajaani:
Oulu:xxx
Kuusamo: x
Kemi:
Kittilä: x
Rovaniemi:

annika.hamalainen
13.52.29. maaliskuuta Ratkaistu
Savonlinna: Olavinlinna

korkalainenkatja
19.20.30. maaliskuuta Ratkaistu
Anteeksi, en näköjään kykene ympyröimään mitään, mutta: Kuopio, esim. Kaupunginteatteri tai jokin ravintola (Pannuhuone tms.).

Nimetön
12.45.31. maaliskuuta Ratkaistu
Jyväskylä: Vakiopaine

Nimetön
12.50.31. maaliskuuta Ratkaistu
Joensuu: Surakan baari tai Kerubi

Tomas.Ruuhisalmi
13.38.31. maaliskuuta Ratkaistu
Salo, Kulttuuritalo Kiva

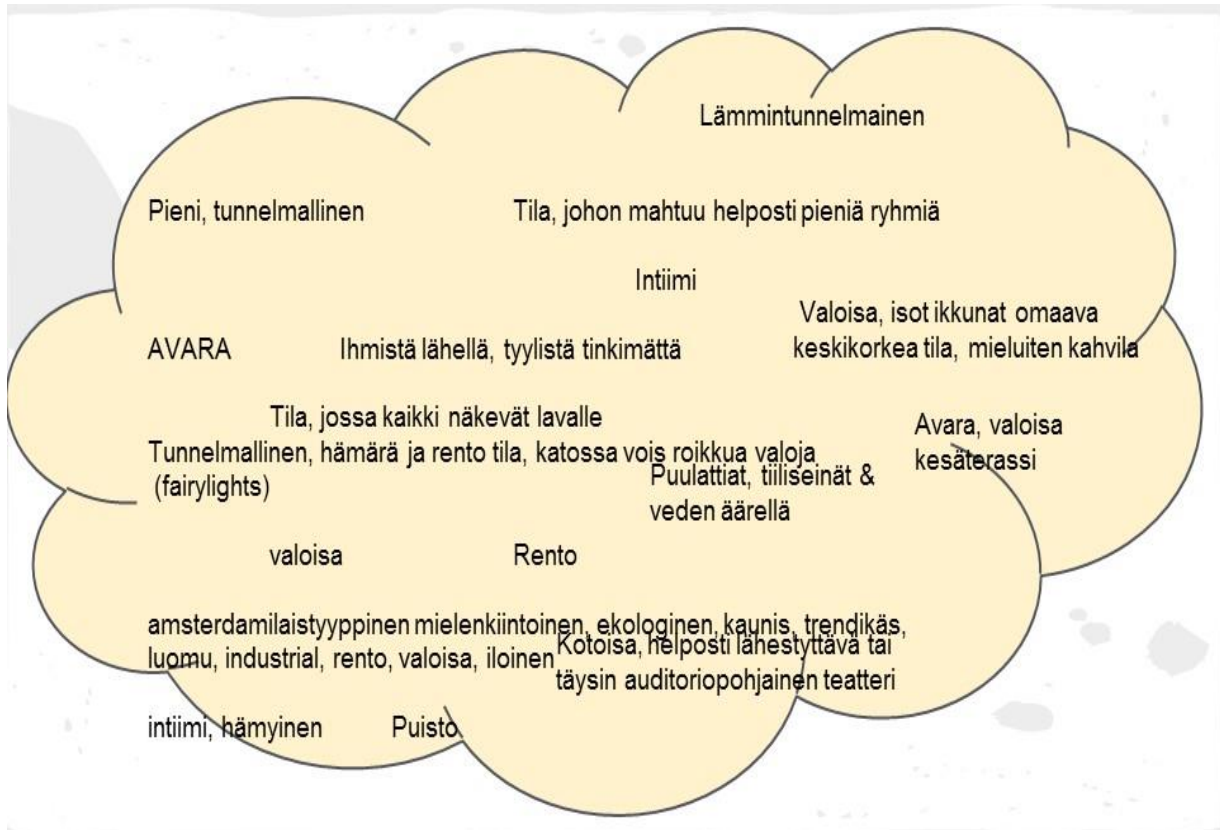
Osa 2: Improa ja ravintoa

Millaisessa ravintolassa/kahvilassa haluaisit nauttia Stella Polariksesta. Olisiko se pieni ja tunnelmallinen, moderni ja valoisa vai sittenkin suuri ja avara? Päästä mielikuvituksesi valloilleen ja kuvaile seuraavassa diassa adjektiivein unelmiesi improvisaatiokahvila tai -ravintola.



Metsä Nuksiossa

Tunnelmallinen hämyisä tila, missä rento meininki



Stella Polarikselle uusia yhteistyökumppaneita -virtuaalityöpaja

Tiedosto Muokkaa Näytä Lisää Dia Muoto Järjestä Työkalut Taulukko Ohje Kaikki muutokset tallennettu Driveen

Ala-osa: Google Maps of Helsinki area with markers for Cafe Piritta, Unicafe, and Lavaklubi. A sidebar on the right shows a list of comments or suggestions from users like Nimitön and Tomas Ruuhisalmi.

Lisää muistiinpanoja klikkaamalla

Osa 4: Stella Polaris näkyy tapahtumissa

Millaisten tapahtumien kanssa Stella Polaris voisi tehdä mielestäsi yhteistyötä? Haluaisitko nähdä Stella Polarista Pori Jazzeilla käydessäsi vai olisiko hauskaa, jos Stella Polaris pitäisi omaa improvisaattoravintolaa Ravintolapäivänä?

Seuraavasta diasta löydät aikajanan. Kirjoita aikajanelle tapahtumia, joiden kanssa haluaisit Stella Polariksen tekvän yhteistyötä. Olen koonnut listan erilaisista tapahtumista avuksesi. Löydät listan aikajanan vierestä kommenttiboksista. Voit käyttää sekä valmiiksi annettuja tapahtumia, että keksiä lisää uusia.

Yhteistyön ei tarvitse välttämättä olla Stella Polariksen vierailu ko. tapahtumassa. Yhteistyö voi myös olla tapahtuman näkymistä Stella Polariksen teatterilla tai yhteisiä tarjouksia. Lisää kommentti ja kerro, miksi valitsit kyseisen tapahtuman sekä mahdollinen idea yhteistyön muodosta.



Stella Polarikselle uusia yhteistyökumppaneita -virtuaalityöpaja ☆

Tiedosto Muokkaa Näytä Lisää Dia Muoto Järjestä Työkalut Taulukko Ohje Kaikki muutokset tallennettu Driveen

aloitaksi esitys Kommentit Jaa

Tausta... Ulkoasu Teema... Siirtymä...

| TAMMI-HELMI | MAALIS-HUHTI | TOUKO-KESÄ | HEINÄ-ELO | SYYS-LOKA | MARRAS-JOULU |
|------------------|---|--|---|-----------|-----------------------------|
| Talvikarnevaalit | April Jazz Espoossa! Sopisi oikein hyvin sinne! | Tomaatteja! Tomaatteja! -festivaali Hämeenlinnassa Alppipuistossa +1 Ihana-Helsinki Arabian katufestivaali Puistoblues Pirkanmaan Pridet 6.6. tai Helsinki Pridellä | Art goes Kapakka +1 Pori Jazz Jyväskylän Kesä Skidit festari Kallio Block Party Taiteiden yö Yleisesti milloin vaan kaupunginosien eri kyläpäivät | | Nenäpäivä Kaapelin Joulu |

Lisää muistiinpanoja klikkaamalla

Julia Rantakari 15.35.26. maalis... Ratkaistu

Tapahtumia:

Ravintolapäivä Siivouspäivä Näytä lisää

annika sihvola 21.09.31. maalis...
Ravintolapäivät, Art goes Kapakka, ja etenkin (kesän) ulkotapahtumat missä improa voidaan viedä uuden yleisön näkyviin mielenkiintossa miljöössä.

10
11
12
13
14
15
16

Kiitos osallistumisestasi!

Kiitos osallistumisestasi työpajaan! Toivottavasti koit työpajan mukavaksi :) Voit halutessasi muokata ja täydentää vastauksiasi 2.4.2015 asti. Tämän jälkeen työpaja suljetaan ja vastauksia hyödynnetään opinnäytetyössäni. Mikäli olet kiinnostunut lukemaan valmiin opinnäytetyöni, niin pistä minulle viestiä s-postitse juliarantakari@gmail.com ja lähetän sinulle opinnäytetyöstäni linkin, kun se on julkaistu.

Vielä kerran iso kiitos osallistumisestasi ja hyvistä vastauksistasi!

Terveisin,

Julia Rantakari
juliarantakari@gmail.com
044-300 0056

Kuvat

- <http://www.rantapallo.fi/matkailu/varaudu-ajoissa-vapun-liikennemuutoksiin-katso-ohjeet/>
- <http://menoksigno.blogspot.fi/2015/02/prahan-ravintolat-ja-kahvilat-2015.html>
- <http://pigeonnaire.blogspot.fi/2013/03/lavalta-omatuntoklubin-festarit.html>
- https://alcapones.com/orlando_dinner_shows/top-orlando-dinner-shows.php
- <http://www.visithelsinki.fi/juuri-nyt/tapahtumia>

Kommentteja

- + Visuaalisuus +1
- Käytetyt kuvat saattavat johdattaa vastaajan ajatuksia
- Vain Helsingin keskusta-alueesta kartta-kuva. Jos tarkoitus olisi hakea uusia paikkoja niin eikö kannattaisi ottaa isompi alue pienemmässäkin rajauksessa käyttöön?
- Vastaajaa saattaa pelottaa, että vahingossa deletoi muiden vastaukset
- Kiinnostaako samaa vastaajaa sekä Suomen kiertue että Helsingin esitykset?
- Vastaajien taustan kysyminen puuttuu
- + Kivan erilainen tapa kysyä asioita!
- Vähän liian pitkät kysymykset