

Eveliina Lämsä

Liikunnalliset pikkujoulut SuperParkissa

Koko Perheen
Pikkujoulut
Su 16.12.2018!



Restonomi
Matkailun koulutusohjelma
Kevät 2020



KAMK • University
of Applied Sciences

Tiivistelmä

Tekijä: Eveliina Lämsä

Työn nimi: Liikunnalliset pikkujoulut SuperParkissa

Tutkintonimike: Restonomi (AMK), Matkailun koulutusohjelma

Asiasanat: tapahtuma, tapahtuman järjestäminen, motoriset perustaidot, perheliikunta

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimi SuperPark Oulu. Työn tarkoituksena oli järjestää Oulun SuperParkin asiakkaille puistossa koko perheen liikunnalliset pikkujoulut, johon kaikki toimintakykyiset henkilöt pystyivät osallistumaan. Prosessi lähti liikkeelle ideointivaiheesta ja jatkui tapahtuman loppuun saakka. Tapahtuman suunnittelussa oli aika vapaat kädet, joten se voitiin toteuttaa omien mielenkiinnon kohteiden mukaan. Tapahtuman täytyi kuitenkin olla yrityksen imagoon sopiva.

Tapahtuma koostui viidestä eri urheilullisesta aktiviteetista, joihin pystyi osallistumaan kaiken ikäiset henkilöt joko yksin tai vanhemman kanssa. Lisäksi päivän aikana puistossa vieraili joulupukki pariin otteeseen jakamassa konvehteja ja juttelemassa ihmisille. SuperPark oli myös koristeltu jouluisemman näköiseksi. Tapahtumapäivä oli hieman ennen joulua sunnuntaina 16.12.2018. Kisailulajeihin osallistui yhteensä 35 henkilöä, joista suurin osa osallistui kisailuihin yksin. Samaan aikaan myös muissa Suomen SuperParkeissa vietettiin pikkujouluja, joissa hyödynnettiin Oulun SuperParkiin suunniteltuja kisailuja.

Opinnäytetyö toteutettiin toiminnallisena opinnäytetyönä. Tavoitteena oli parantaa tai vähintään ylläpitää osallistujien motorisia perustaitoja, sekä lisätä SuperParkin suosiota eri ikäisten asiakkaiden keskuudessa. Teoriapohjaa työtä varten kerättiin motorisista perustaidoista, perheliikunnasta, sekä tapahtuman järjestämisestä. Näitä kaikkia tietoja tarvittiin varsinaisen työn suunnittelussa ja toteuttamisessa. Tapahtuman toteutusta arvioitiin omien havaintojen perusteella, sekä haastatteleamalla asiakkaita suullisesti. Asiakkailta saatiin hyvää palautetta tapahtumasta ja kaikki kisailulajit olivat toimivia. Pikkujoulut kannattaisi järjestää uudelleenkin, kunhan niiden markkinointi aloitettaisiin paljon aiemmin. Tavoitteiden asettamisessa olisi ollut parantamisen varaa, sillä asetettuja tavoitteita ei pystytty mittaamaan, joten ei voida tietää toteutuivatko ne.

Abstract

Author: Eveliina Lämsä

Title of the Publication: Sporty pre-Christmas event in SuperPark

Degree Title: Tourism, Bachelor of Hospitality Management

Keywords: event, arranging event, kinematic skills, family sports

This thesis was commissioned by SuperPark Oulu with the purpose to organize a sporty pre-Christmas event that was suitable for every age for their customers in the park. The event was organized to fit every person with normal mobility. The organization process started from planning and lasted until the event had ended. The design and planning process were given as a carte blanche, so it was possible to plan it utilizing my own interests, but it still needed to fit the image of the company.

The event consisted of five sporty activities suitable for every age participated alone or with parents. There was also Santa Claus visiting the park a few times and he gave chocolate to the participants and talked with them. SuperPark was decorated fitting the Christmas theme. The date of the event was just before Christmas, on 16th of December 2018. In all, there were 35 participants in the sporting events, most of them attending the activities alone. At the same time, other SuperParks in Finland hosted their own events designed using the Oulu event's plans.

This thesis was executed as a functional thesis. The goal was to increase or at least keep the same level of person's motoric skills and increase the popularity of SuperPark in all different age groups of customers. Information about kinematic skills, family sports, as well as how to organize an event were used as the theory basis in this thesis. All this information was used in the planning and execution of the event. The success of the event was evaluated by the author's own observations and by interviewing the customers. There was good feedback from the customers and all the sporty activities were functionable. The pre-Christmas event could be worth to organize again if the marketing campaign would start earlier. There was a room for improvement with setting the objectives, because now you could not measure them. Therefore, you cannot now know if the objectives were reached or not.

Sisällys

1	Johdanto.....	1
2	Toimeksiantaja: SuperPark Oulu.....	3
3	Tapahtuman järjestäminen.....	5
3.1	Tapahtuma.....	5
3.2	Tapahtuman brändi.....	6
3.3	Tapahtuman suunnittelu.....	6
3.4	Tapahtuman toteutusvaihe.....	10
3.5	Tapahtuman markkinointi.....	11
3.5.1	Sosiaalinen media tapahtuman markkinoinnissa.....	12
3.5.2	Jälkimarkkinointi.....	13
4	Perheliikunta.....	14
5	Motoriset perustaidot.....	17
6	Toiminnallisen opinnäytetyön tarkoitus, tavoite ja kehittämistehtävät.....	20
7	Oulun SuperParkin pikkujoulut.....	21
7.1	Pikkujoulujen suunnittelu.....	21
7.2	Pikkujoulujen toteutusvaihe.....	26
7.2.1	Jouluaiheinen kuvasuunnistus.....	26
7.2.2	Lahjojen keilaaminen.....	27
7.2.3	Poroesterata.....	28
7.2.4	Lahjojen heittäminen joulusäkkeihin.....	29
7.2.5	Mantelien etsiminen ”joulupuurosta”.....	30
7.2.6	Palkintojenjako.....	31
7.2.7	Muu ohjelma.....	32
7.3	Pikkujoulujen markkinointi.....	32
7.4	Esivalmistelut.....	33
8	Pohdinta.....	36
8.1	Tapahtuman onnistumisen arviointi ja kehitysideat.....	36
8.2	Opinnäytetyön onnistumisen arviointi.....	41

8.3 Luotettavuus ja eettisyys42

8.4 Ammatillisen osaamisen kehittyminen42

Lähteet44

Liitteet

1 Johdanto

Suomessa järjestetään vuosittain tuhansia erilaisia tapahtumia. Tapahtumien aiheet, tyylit ja koko vaihtelevat laidasta laitaan. Tapahtumat ovat lisääntyneet viimeisten vuosien aikana ja nykyään Suomessa järjestetään myös kansainvälisiä tapahtumia. Tapahtumien järjestäminen muuttuu koko ajan haastavammaksi, sillä ihmiset saavat niin paljon informaatiota siitä, millaisia tapahtumia voivat olla kaikkine huppeuksineen. Tämän takia odotusarvo jokaista tapahtumaa kohtaan nousee jatkuvasti ihmisten keskuudessa. (Catani 2017.)

Järjestin itse toiminnallisena opinnäytetyönäni liikunnalliset pikkujoulut Oulun SuperParkissa. Kyseinen yritys oli toimeksiantajana työhöni. Toiminnallisen opinnäytetyön toteuttaminen lähti liikkeelle ideointivaiheesta ja päättyi tapahtuman jälkeen. Muinakin vuosina SuperParkissa on järjestetty pikkujoulut, mutta niiden suunnittelemiseen ei ole käytetty niin paljoa aikaa ja vaivaa.

Opinnäytetyöni aiheen valintaan vaikutti se, että työskentelin SuperParkissa ja halusin opinnäytetyöni tukevan heidän toimintaansa. Tapahtuman järjestäminen kiinnosti minua, joten innostuin ajatuksesta kuullessani, että voisin järjestää kyseisen tapahtuman yritykseen. Sain suunnitteluun ja toteutukseen aika vapaat kädet, mutta hyväksyin ideani ennen tapahtumaa esimiehelläni. Huomioin suunnitelmissani SuperParkin prioriteetit, sekä imagon.

Työni tarkoituksena oli järjestää Oulun SuperParkin asiakkaille puistossa koko perheen liikunnalliset pikkujoulut, joihin kaikki toimintakykyiset henkilöt pystyivät osallistumaan. Tavoitteena oli parantaa tai vähintään ylläpitää osallistujien motorisia perustaitoja, sekä lisätä SuperParkin suosiota eri ikäisten asiakkaiden keskuudessa.

Opinnäytetyöni teoriaosuudessa esittelin ensiksi toimeksiantajani, jonka jälkeen kerroin tapahtuman järjestämisestä, jonka pohjalta suunnittelin oman tapahtumani. Kolmantena aiheena kerroin perheliikunnasta, sillä kyseisessä tapahtumassa halusin perheiden pystyvän osallistumaan yhdessä päivän kulkuun. Minun tuli siis perehtyä siihen, millaista liikunta voi olla, jotta sitä pystyy kaiken ikäiset henkilöt harrastamaan. Viimeisenä teoriaosuudessa perehdyin motorisiin perustaitoihin, sillä tapahtumassani kaikki kisailulajit pohjautuivat motorisiin perustaitoihin.

Etsin opinnäytetyössäni vastauksia seuraaviin kysymyksiin. 1. Miten järjestetään onnistunut asiakastapahtuma? 2. Mitä kaikkea pitää osata ottaa huomioon tapahtumaa järjestettäessä? 3. Millaisesta ohjelmasta mahdolliset asiakkaat saattaisivat pitää? 4. Miten tapahtumaa kannattaa markkinoida? 5. Miten ihmisten motorisia perustaitoja pystyy kehittämään?

Organisoin tapahtuman suunnittelun ja toteutuksen alusta loppuun asti itse, mutta sain työkavereiltani apua sitä tarvitessani esimerkiksi koristeiden asettelussa. Pikkujoulut oli suunniteltu siten, että kaikenikäiset, toimintakykyiset henkilöt vauvasta vaariin pystyivät osallistumaan niihin ja virittäytymään joulutunnelmaan liikunnallisissa olosuhteissa koko perheen voimin. Tapahtuma järjestettiin sunnuntaina, sillä silloin oletettiin olevan otollisin päivä lapsiperheiden saapumiselle puistoon.

2 Toimeksiantaja: SuperPark Oulu

SuperPark on koko perheen sisäaktiviteettipuisto. Yritys on lähtenyt liikkeelle vuonna 2012, kun Vuokattiin perustettiin ensimmäinen puisto, joka kantoi silloin nimeä Angry Birds -sisäaktiviteettipuisto. (SuperPark 2018.) Idean isänä oli sotkamolainen Taneli Sutinen, joka yhdessä Juha Tanskasen, sekä Jarmo Heikkisen kanssa kehitti SuperPark Oy:n (SuperPark United 2019).

Idea SuperParkista lähti liikkeelle siitä, kun Taneli Sutinen vei pienen tyttärensä sisäaktiviteettipuistoon, jossa hän itse joutui kohtaamaan ahtaissa telineissä ja tunneleissa, mikäli halusi kulkea tyttärensä seurana. Siitä Sutinen sai mieleensä idean puistosta, jossa sekä aikuiset, että lapset voisivat yhdessä liikkua ja pitää hauskaa. Aluksi heidän ideansa pidettiin hulluna, mutta miehet todistivat ideansa olleen nerokas. He eivät kuitenkaan itsekään osanneet aluksi kuvitella, millaisen suosion yritys keräisi. (SuperPark United 2019.)

Yrityksen tarkoituksena on, että ihmiset voivat harrastaa viihteellistä liikuntaa puistoissa ikään ja kuntotason katsomatta. Tekemisen kuuluu olla ennen kaikkea hauskaa, mutta liikunta tulee hyvänä sivutuotteena. SuperParkeissa asiakkaat liikuttavat itse itseään erilaisten aktiviteettien parissa. (SuperPark United 2019.) Liikkuminen kuitenkin tapahtuu kuin itsestään ja hyvässä hengessä. Sellaisetkin lapset, jotka eivät yleensä pidä liikunnan harrastamisesta, viihtyvät puistoissa yllättävän hyvin ja oppivat nopeasti uusia asioita. (SuperPark 2018.)

Puistoja on tänä päivänä yhteensä 18 kappaletta kuudessa eri maassa. Suomen lisäksi SuperParkeja on Ruotsissa, Hong Kongissa, Kiinassa, Singaporessa ja Malesiassa. Uusia puistoja on koko ajan suunnitteilla Eurooppaan ja Aasiaan. Tavoitteena on vuoteen 2023 mennessä 100 SuperParkia ympäri maailmaa. (SuperPark 2018.)

Kun SuperParkien suuri menestymispotentiaali havaittiin, asiantuntijoiden kanssa käynnistettiin tutkimukset, joissa selvitetään, millaisia fysiologisia, psyykkisiä ja sosiaalisia vaikutuksia viihteellisellä liikunnalla on. Tulosten avulla SuperParkeja voidaan kehittää entistä enemmän palvelemaan asiakkaiden tarpeita ja odotuksia. (SuperPark United 2019.)

Aktiviteetit vaihtelevat puistoittain, mutta perusidea kaikissa on sama. Oulussa puistosta löytyy muun muassa freestyle halli, jossa voi temppuilla potkulaudalla, rullalaudalla, rullaluistimilla tai BMX-pyörällä, ammattilaisten trampoliinit, polkuautorata, iWall peliseinä ja elämyskaupunki, jossa voi seikkailla ja kiipeillä. (SuperPark Oulu 2018.)

Normaalin päivälipun lisäksi puistoon voi esimerkiksi ostaa kausikortin, järjestää syntymäpäivät, pitää luokkaretkiä tai tilata ohjatut kisailut yritykselle. Itse aktiviteettipuiston lisäksi samassa yhteydessä palvelee ravintola Robson's, josta saa grilliruoan lisäksi arkipäivinä kotiruokalounasta. Oulussa puisto sijaitsee Limingantullissa, lähellä kaupungin keskustaa. (SuperPark Oulu 2018.) Ouluun SuperPark on perustettu vuonna 2014 ja sen päätoimiala on seikkailupuisto (Finder n.d.).

3 Tapahtuman järjestäminen

Tapahtuman järjestäminen on kokonaisuudessaan laaja aihe. On paljon asioita, joita täytyy osata ottaa huomioon järjestämisen eri vaiheissa. Esimerkiksi turvallisuusjärjestelyt, lupa-asiat ja ilmoitukset on hoidettava hyvissä ajoin ennen tapahtumaa, jotta kaikki asiat ovat varmasti kunnossa itse h-hetkellä. (Etelä-Pohjanmaan Liitto n.d.)

3.1 Tapahtuma

Tapahtuma voi olla suuri tai pieni tilaisuus ja sen järjestäjänä voi olla jokin organisaatio tai yksittäinen henkilö. Jokaisella tapahtumalla on aina olemassa selkeä tarkoitus ja tavoite. (Korhonen, Korkalainen, Pienimäki & Rintala 2015, 7-8.) Kaikilla tapahtumilla ei tarvitse olla suoria liiketoiminnallisia tavoitteita, mutta jokin syy täytyy olla, miksi ihmiset halutaan kerätä samaan paikkaan samaan aikaan (Catani 2017).

On olemassa sekä julkisia, että yksityisiä tapahtumia, mutta niitä kaikkia yhdistää se, että tapahtumiin kootaan yhteen useita ihmisiä. Kaikki tapahtumat sisältävät riskejä, eikä niitä voida kokonaan ennaltaehkäistä, mutta todennäköisimpiin riskeihin kannattaa varautua etukäteen. (Korhonen, Korkalainen, Pienimäki & Rintala 2015, 7-8.)

Jokainen tapahtuma on ainutlaatuinen tilaisuus, sillä mitään tapahtumaa ei voida toistaa tismalleen samanlaisena (Catani 2017). Tapahtumille on olemassa erilaisia luokitteluja esimerkiksi koon tai sisällön perusteella. Tapahtuman järjestäjällä voi olla apunaan projektiryhmä, jossa jokaisella on oma tehtävänsä tapahtuman suunnittelussa ja toteutuksessa. Tapahtumalla voi olla myös yhteistyökumppaneita, jotka voivat esimerkiksi esiintyä tapahtumassa, sponsoroida mahdolliset palkinnot tai auttaa rahallisesti tapahtuman järjestämisessä. (Korhonen ym. 2015, 7-8.)

Monille ihmisille on tärkeää, että he kokevat tapahtumassa jonkin elämyksen. Hankalaa tästä tekee se, että ihmiset ovat kokeneet eri asioita elämänsä aikana, joten toiselle elämys voi olla toiselle arkipäiväinen asia. Tapahtuma kannattaa suunnitella siten, että vieraat voivat käyttää useita eri aistejaan, jotta todennäköisyys elämysten kokemiselle kasvaa. (Vallo & Häyrinen 2016, 139.)

Mikäli tapahtuma on onnistunut, ihmiset muistavat sen vielä pitkäänkin sen päättymisen jälkeen ja saattavat kehua sitä ystävilleen tai sosiaalisessa mediassa. Näin ollen yritys saa lisää positiivista arvoa asiakkaiden silmissä. Vastaavasti tapahtuman ollessa pettymys, ihmiset levittävät huonoa sanomaa yrityksestä, jolloin yritys saa negatiivista julkisuutta. (Catani 2017.)

3.2 Tapahtuman brändi

Yrityksen brändi tarkoittaa mielikuvaa, joka asiakkailta on kyseisestä yrityksestä. Brändin avulla yritys voi erottautua muista kilpailijoista. Vaikka asiakas päättää millainen yrityksen brändi on, yritys itse voi vaikuttaa merkittävästi siihen millaisena brändi koetaan. Brändi voi joko laskea tai nostaa yrityksen arvoa. Heikkoina taloudellisina aikoina vahvimmat brändit omaavat yritykset menestyvät parhaiten. (Catani 2017.)

Mikäli tapahtuma toteutetaan jo valmiiksi olemassa olevalle yritykselle, on tapahtuman sovitettava yrityksen brändiin ollakseen uskottava. Tässä tapahtumanjärjestäjällä on suuri vastuu, jotta yrityksen ja tapahtuman uskottavuus säilyy. Tapahtumat ovat kuitenkin hyviä tilaisuuksia vahvistaa brändiä, sillä asiakas saa tapahtumissa voimakkaamman henkilökohtaisen vaikutuksen kuin mitä esimerkiksi mediamainoksista. Tapahtumissa pääsee hyvin vuorovaikutuksiin ihmisten kanssa, joten tässä onkin hyvä mahdollisuus verkostoitua samasta aiheesta kiinnostuneiden henkilöiden kanssa. Brändin tulee näkyä tapahtumassa, sekä visuaalisesti, että toiminnallisesti, mikäli brändiä halutaan tuoda ihmisten tietoisuuteen entistä enemmän. (Korhonen ym. 2015, 8-9.)

3.3 Tapahtuman suunnittelu

Kun tapahtuman järjestämisestä kokonaisuudessaan on saatu tarpeeksi tietoa, alkaa tapahtuman varsinainen suunnittelu. Tapahtuman suunnitteluun kuluu eniten aikaa koko prosessissa. Siihen kannattaa panostaa kunnolla, sillä koko tapahtuman onnistuminen on todennäköisempää, mitä huolellisemmin suunnitteluvaihe on toteutettu. (Vallo & Häyrinen 2016, 191.)

Ennen ohjelman ideointia mietitään tapahtumalle tavoite ja tarkoitus. Minkä takia tapahtuma järjestetään ja mikä on sen syvimpänä tarkoituksena? Tavoitteita ja tarkoituksia voi olla muutamia koskien tiettyä tapahtumaa. (Korhonen ym. 2015, 10-11.) Tapahtuman sisältö määräytyy tavoitteiden mukaan (Catani 2017). Tämän takia on tärkeää selvittää tavoitteet ja tarkoitukset heti projektin alussa, koska ne vaikuttavat niin moneen asiaan projektin aikana (Ali-Knight, Drummond, McMahon-Beattie, Robertson & Yeoman 2011). Tavoitteiden tulee olla sellaisia, että niiden toteutumista pystytään mittaamaan tapahtuman aikana tai viimeistään sen päätyttyä (Vallo & Häyrinen 2016, 132). Näiden asioiden on oltava selkeänä mielessä kaikilla projektiin osallistuvilla henkilöillä koko prosessin ajan. Kun tavoitteet ja tarkoitukset ovat selvillä, lähdetään pohtimaan tapahtuman kohderyhmää, ajankohtaa ja tapahtumapaikkaa. (Korhonen ym. 2015, 10-11.)

Tapahtumilla on yleensä jokin tietty budjetti, joten ideointivaihe alkaa sillä, että selvitetään, paljonko rahaa on käytettävissä. Aloitusvaiheessa riittää, että budjetista on olemassa jokin arvio, sillä se tarkentuu myöhemmin projektin edetessä. (Korhonen ym. 2015, 12.) Ohjelman selvityksessä on hyvä ottaa etukäteen selvää, paljonko tapahtuman järjestäminen tulee kokonaisuudessaan maksamaan, jotta budjetissa pysytään. Kun laskelmat tehdään tarkasti ja realistisesti, nähdään pitääkö jossain kohtaa yrittää säästää enemmän tai jopa jättää jokin asia toteuttamatta tapahtumassa. Kilpailuttamisen avulla voidaan saada aikaan suuriakin säästöjä. Säästöjä voidaan saada myös esimerkiksi hyödyntämällä yrityksen omia tiloja, sekä henkilökuntaa. (Catani 2017.)

Budjetoinnin jälkeen lähetään miettimään, millainen tapahtuma halutaan järjestää ja millaista ohjelmaa tapahtuma voisi sisältää (Korhonen ym. 2015, 12). Tässä vaiheessa on tärkeää, että kohderyhmä on selvillä, jotta pystytään järjestämään juuri kyseiselle kohderyhmälle sopivaa ohjelmaa. Kohderyhmä voidaan rajata usean eri tekijän mukaan, kuten esimerkiksi sukupuolen, iän tai kotipaikkakunnan mukaan. (Vallo & Häyrinen 2016, 147.)

Ideoinnissa voi käyttää apuna erilaisia työkaluja kuten esimerkiksi miellekarttaa tai SWOT- analyysiä (Korhonen ym. 2015, 12). Miellekartta auttaa hahmottamaan kokonaisuutta suunniteltavasta asiasta. Miellekarttaan kirjoitetaan keskelle pääaihe, jonka ympärille kerätään ideoita ja aiheita, jotka tulevat mieleen pääaiheesta. (Tevere 2017.) SWOT-analyysin avulla voidaan kartoittaa tapahtuman oletetut vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. Analyysin avulla voidaan luoda toimivia strategioita, sekä toimintasuunnitelmia jokaiselle kentälle siten, että ne kuitenkin tukevat toisiaan. (Onnistu yrittäjänä

2019.) Yhden tapahtuman ideointiin ei tarvitse valita vain yhtä ainoaa työkalua, jota käytetään, vaan niitä voi valita useampiakin erilaisia, kunhan ne tukevat toisiaan. (Korhonen ym. 2015, 12).

Ideoinnissa kannattaa olla apuna useampia ihmisiä, jotta saadaan koottua yhteen enemmän ideoita, eivätkä ideat rajoitu vain yhden ihmisen näkökulmiin. Mitä enemmän ideoita, sitä paremmin pystytään yhdistelemään eri asioita ja löytämään jokaiseen tapahtumaan juuri ne sopivat elementit. (Korhonen ym. 2015, 12.) Hulluimmistakin ideoista voi saada niitä työstämällä huikeita toteutettavia elementtejä tapahtumaan, joiden avulla saadaan houkuteltua vieraita paikalle tai yllätettyä heidät (Catani 2017).

Ideariihessä tarkoituksena on, että myös hulluimmatkin ideat saavat mahdollisuuden. Ideointiryhmä heittelee omia ideoitaan joko yhteiselle paperille tai post-it lapuille. Kaikki mieleen juolahtavat ideat kirjoitetaan ylös sen enempää miettimättä tai tuomitsematta niitä. Kun kaikki ideat on saatu kerättyä ylös, lähdetään pohtimaan voisiko joitakin ideoita yhdistellä tai jatkojalostaa. Hionnan jälkeen saadaan selville, mitkä ideoista voidaan toteuttaa varsinaisessa tapahtumassa. (Muotoilupakki n.d.)

Ideointi ja suunnittelu jatkuu tapahtuman toteutukseen saakka, koska viime hetken muutoksia tulee usein vastaan eri syiden takia. Kuitenkin tapahtuman päärunko on hyvä saada valmiiksi hyvissä ajoin ennen tapahtumaa, jotta on tarpeeksi aikaa reagoida yllättäviin muutoksiin tai unohtuneisiin asioihin. (Korhonen ym. 2015, 12.)

Suunnitteluprosessin alussa on hyvä miettiä myös aikataulutusta. Kannattaa kirjoittaa aikataulu jonnekin konkreettisesti ylös, jotta kaikki projektiin osallistuvat henkilöt tietävät missä mennään ja mitä pitäisi milloinkin tehdä. Aikatauluun merkitään tarkasti ylös kaikki tehtävät ja niille ajankohdat, jotta kaikki tehtävät tulee varmasti tehtyä, eikä kaikkia asioita tarvitse muistaa ulkoa. Aikataulutusta kannattaa suunnitella huolella ja laittaa kaikista tärkeimmät asiat tehtävälistalla niin aikaiseen vaiheeseen, kuin mahdollista. Kaikelle tekemiselle kannattaa varata enemmän aikaa, kuin mitä niihin todellisuudessa kuluu, jotta yllättävien tilanteiden ratkomiseenkin jää aikaa. (Korhonen ym. 2015, 11.)

Kannattaa miettiä myös hyvissä ajoin, mitä lupia tapahtuman järjestämiseen tarvitaan. Lupien saamisessa saattaa kestää pitkiäkin aikoja, joten ne kannattaa anoa mahdollisimman varhaisessa vaiheessa, jotta tapahtumaa ei jouduta perumaan sen takia, ettei lupa-

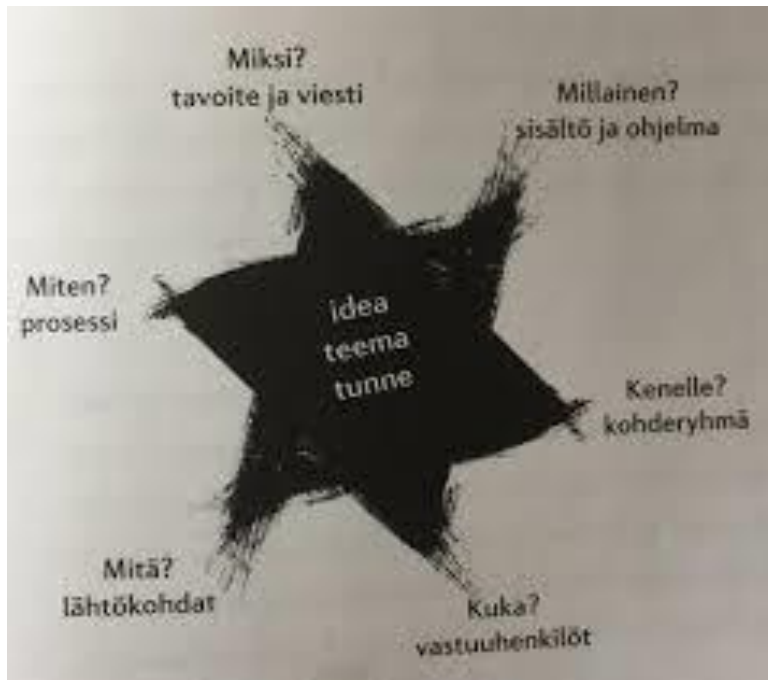
asioita ole ehditty saada kuntoon ennen tapahtumaa. Joissakin luvista on pidempi käsittelyaika kuin toisissa, joten kannattaa ottaa selvää, milloin viimeistään luvat pitää saada anottua. (Vallo & Häyrinen 2016, 180.)

Varsinaisen tapahtuman aikatauluttamista mietitään samaan aikaan tapahtuman sisällön kanssa. Kun on päätetty tapahtuman kesto, sen ohjelma tulee suunnitella siten, että aikataulu ei ole liian tiivis, mutta ylimääräistä odotusaikaa ei juurikaan olisi. Nämä asiat riippuvat kuitenkin hyvin pitkälti tapahtuman luonteesta ja oletetusta ihmisten määrästä. Tarkoituksena on saada pidettyä asiakkaat koko ajan kiinnostuneina, muttei liian kiireisinä. (Korhonen ym. 2015, 11.)

Suunnitteluvaiheessa tulee ottaa huomioon myös resurssit. Yhtenä tärkeänä resurssina on henkilöstöresurssit. Tapahtumassa täytyy olla tarpeeksi työvoimaa toteuttamassa sitä, jotta tapahtuma saadaan vietyä läpi jouhevasti. Henkilöstöä kannattaa olla mielummin liikaa kuin liian vähän, jotta tapahtumassa jää aikaa ihmisten kanssa juttelullekin, eikä kenenkään tarvitse raataa niska hiessä. Henkilöstö voi koostua pelkästään omasta henkilökunnasta, mutta mukana voi olla myös ulkopuolista työvoimaa ja talkoolaisia. (Korhonen ym. 2015, 11.)

Resurssit täytyy huomioida myös tarvittavien materiaalien osalta. Mitä laitteita ja tarvikkeita tapahtumassa tarvitaan? Millä tapahtumapaikka somistetaan ja onko se tarpeeksi tilava oletettua ihmismäärää kohtaan? Mitä jo aiemmin hankittuja tavaroita tai välineitä tapahtumassa voidaan hyödyntää? (Korhonen ym. 2015, 11.)

Kuvassa 1 on esitettynä tähti, jossa yhdistyvät sekä operatiivinen, että strateginen kolmio. Tämän kuvion avulla on helppo lähteä suunnittelemaan tapahtumaa vastaamalla mahdollisimman tarkasti esitettyihin kysymyksiin. Strategisen kolmion kysymyksiin kuuluu, miksi kyseinen tapahtuma järjestetään, kenelle se järjestetään, sekä mitä, miksi ja milloin se järjestetään. Näistä kysymyksistä muodostuu tapahtuman idea. Operatiivisen kolmion kysymyksiin kuuluu, miten tapahtuma järjestetään, millainen tapahtuman sisältö on ja kuka on tapahtumassa isäntänä. Näistä kysymyksistä muodostuu tapahtuman tunne. Kun kolmiot yhdistetään tähdeksi, saadaan keskelle muodostumaan myös tapahtuman tema. Kaikkien tähden sakaroiden tulee olla tasapainossa, jotta tapahtuma voi onnistua. (Vallo & Häyrinen 2016, 121-128).



Kuva 1. Onnistuneen tapahtuman malli (Vallo & Häyrinen 2016, 128).

Kun kaikki on suunniteltu valmiiksi, kannattaa tehdä tapahtumakäsikirjoitus. Tämä työkalu on suunnattu henkilöstön sisäiseen käyttöön tapahtumassa. Siinä käyvät ilmi kaikki olennaiset asiat koskien tapahtuman kulkua aikatauluineen. Sitä seuraamalla kaikki työntekijät tietävät, missä tapahtuu mitäkin, milloinkin, aina vieraiden saapumisesta lähtien viimeisen vieraan poistumiseen saakka. (Vallo & Häyrinen 2016, 196.)

3.4 Tapahtuman toteutusvaihe

Toteutusvaiheessa on tärkeää, että jokainen työntekijä on sisäistänyt roolinsa tapahtumassa ja ymmärtää vastuunsa. Pienenkin virheen takia koko tapahtuma voi epäonnistua ainakin osittain, joten tapahtuman onnistuminen edellyttää saumatonta yhteistyötä tapahtumassa työskenteleviltä henkilöiltä. (Vallo & Häyrinen 2016, 198-220.)

Toteutusvaihe voidaan jakaa kolmeen eri osaan, jotka ovat rakennusvaihe, itse tapahtuma, sekä purkuvaihe. Rakennusvaiheessa kaikki tarvittava kootaan tapahtumapaikalle ja somistetaan tila. Tämä on aikaa vievä vaihe, jossa muutoksia saattaa vielä useasti tulla,

joten aikaa on varattava reilusti. (Vallo & Häyrinen 2016, 198-220.) Isoa tapahtumaa järjestäessä on tärkeää olla suunniteltuna rakentamisaikataulu, josta voidaan katsoa asioiden toteuttamisjärjestys. Näin kaikki rakentamiseen osallistuvat henkilöt tietävät milloin mikäkin asia hoidetaan, eikä rakentamisvaihe ole yhtä sekasortoa. Lisäksi myös aikaa säästyy, kun kaikki toiminta on etukäteen tarkasti suunniteltua ja voidaan keskittyä vain olennaiseen. (Catani 2017.)

Itse tapahtumassa kannattaa olla mukana joitakin asioita, jotka tulevat positiivisina yllätyksinä vieraille, jotta elämyksellisyys ja arvokkuus tapahtumassa kasvaa. Tapahtuma on varmasti toteuttajalleen kaikista palkitsevin osuus koko prosessissa, kun konkreettisesti nähdään ja koetaan mitä kaikkea on saatu aikaan. Ennalta sovituista aikatauluista kannattaa pitää kiinni, varsinkin jos tapahtumassa on useampi eri muuttuja. Huomioitavaa on se, että kaikki tarvittavat ohjeet tulee ilmoitettua selkeästi, jotta tapahtuman kulku on sujuvaa, eikä aikaa kulu turhaan sähläämiseen. Yleisestä siisteydestä ja turvallisuudesta kannattaa pitää huolta niin paljon kuin mahdollista, sillä ne lisäävät asiakkaiden viihtyvyyttä. Näihin asioihin on syytä kaikkien tapahtuman järjestämiseen osallistuvien kiinnittää huomiota ja puuttua niihin tarvittaessa tapahtuman aikana. (Vallo & Häyrinen 2016, 198-220.)

Purkuvaihe on usein kaikista inhottavin vaihe, mutta siitäkin selvittää kunnialla, jos etukäteen on jaettu tasapuolisesti tehtävät kaikille tapahtuman purkuun osallistuville henkilöille (Vallo & Häyrinen 2016, 198-220). Niin kuin rakennusvaiheessa, myös purkuvaiheessa on hyvä olla ennalta suunniteltuna purkuajataulu (Catani 2017). Selkeät ohjeet auttavat purkajia löytämään tavaroille oikeat paikat niin, ettei tavaroita joudu hukkaan tai väärin paikkoihin. Yhteistyö on avainsana tässäkin vaiheessa. (Vallo & Häyrinen 2016, 198-220.)

3.5 Tapahtuman markkinointi

Ihmisten tapa tehdä ostopäätöksiä on muuttunut viimeisten vuosien aikana ja sosiaalinen media on tullut suureksi osaksi markkinointia. Ihmisille ei enää riitä vain tieto joistakin tuotteista tai asioista, vaan he etsivät sosiaalisesta mediasta muiden ihmisten kokemuksia ja arvioita niistä. (Vallo & Häyrinen 2016, 69-71.)

Markkinoinnissa tärkeimpiä asioita ovat houkuttelu, informaation jakaminen sekä aktiivinen keskustelu vieraiden kanssa. Markkinoinnin tulee olla niin houkuttelevaa, että vieraiden mielenkiinto herää ja he ovat valmiita ottamaan enemmän selvää tapahtumasta. Houkutteluviestinnän avulla voidaan saada myös media kiinnostumaan tapahtumasta, jota kautta tapahtuma voi saada lisää näkyvyyttä. (Catani 2017.)

Informaatiota tapahtumasta on tärkeä jakaa riittävästi ja ymmärrettävästi. Kuitenkaan kaikkia yksityiskohtia ei kannata paljastaa, jotta tapahtumassa säilyy yllätyksellisyys. On tärkeää, että vieraiden esittäessä kysymyksiä tapahtumasta, heille vastataan lyhyellä viiveellä ja ollaan valmiita keskustelemaan heidän kanssaan. Näin asiakkaille tulee tervetullut olo ja tunne, että heistä välitetään. (Catani 2017.)

Markkinointiviestinnän keinot valitaan kyseisen tapahtuman kohderyhmän ja tavoitteiden mukaan sopiviksi. Koko prosessille tehdään oma suunnitelma, milloin markkinoidaan mitäkin ja missä. Markkinointisuunnitelmassa tulee huomioida sisäinen markkinointi, mediemarkkinointi, suoramarkkinointi, sekä markkinointi sosiaalisessa mediassa. (Vallo & Häyrinen 2016, 69-71.)

Sisäiseen markkinointiin kuuluu se, miten organisaatiota, jota tapahtuma koskee, tiedotetaan prosessin eri vaiheissa. Mediamarkkinointi käsittää lehti-, radio- ja TV-mainonnan. Suoramarkkinoinnin yleisimmät muodot tällä hetkellä ovat sähköpostilla lähetetyt suoramarkkinointi- ja uutiskirjeet. Sosiaalisen median kautta markkinointi on havaittu erityisen toimivaksi keinoksi varsinkin nuorten keskuudessa. Myös vanhempien henkilöiden sosiaalisen median käyttö on yleistymässä koko ajan, joten sosiaalisen median hyödyntäminen on kannattavaa myös muiden kuin nuorten parissa. (Vallo & Häyrinen 2016, 69-71.)

Kaikkia näitä markkinoinnin keinoja ei tarvitse eikä kannata käyttää jokaista tapahtumaa markkinoidessa, vaan kannattaa järkevästi pohtia, mitä kautta saavuttaa parhaiten halutun kohderyhmän (Vallo & Häyrinen 2016, 69-71).

3.5.1 Sosiaalinen media tapahtuman markkinoinnissa

Koska sosiaalinen media on noussut ihmisten suosioon viimeisten vuosien aikana, kannattaa sitä hyödyntää melkein kaikissa tapahtumissa. Sen avulla pystytään markkinoi-

maan ja viestimään reaaliaikaisesti, sekä vaikuttavasti. Sosiaalista mediaa voidaan hyödyntää ennen tapahtumaa, sen aikana ja sen jälkeen. Mikäli sosiaalisen median hyödyntäminen on huolellisesti suunniteltu, voi se saada tapahtumalle lisää näkyvyyttä ja tätä kautta lisätä tuloksellisuutta. Täytyy vain osata käyttää kohderyhmälle sopivia kanavia ja tapahtumalle sopivia päivityksiä. (Vallo & Häyrinen 2016, 102–105.)

Sosiaalisen median hyödyntämisessä vain taivas on rajana, koska se kehittyy niin nopeasti, että mahdollisuudet luoviin sisältöihin kasvavat koko ajan. Päivityksissä kannattaa käyttää tiettyjä tapahtumalle suunnattuja hashtageja, jotta ihmiset voivat jatkaa niiden käyttämistä omissa päivityksissään ja näin ollen auttaa tapahtuman markkinoinnissa. (Vallo & Häyrinen 2016, 102-105.)

Hashtag on avainsana tai aihetunniste, joita käytetään sosiaalisessa mediassa helpottamaan ihmisiä löytämään samankaltaisia julkaisuja. Hashtag muodostetaan laittamalla #-merkki ja heti sen perään ilman välilyöntiä sana tai merkkijono. Näin ollen kokonaisuudesta tulee klikattava linkki. (Fimnet 2019.)

3.5.2 Jälkimarkkinointi

Jälkimarkkinointiin kuuluu palautteen kerääminen tapahtumaan osallistuneilta henkilöiltä joko tapahtuman lopussa tai jälkikäteen kerättynä. Palautteen saaminen on tärkeää, sillä sen avulla tapahtumaa voidaan jatkossa kehittää vielä toimivammaksi. Palautetta voidaan kerätä monella eri tavalla esimerkiksi kyselylomakkeen avulla tai haastattelemalla. Samalla voi asiakkaille jakaa vaikka jotain hyödyllistä materiaalia tai giveaway-lahjan kiitoksena osallistumisesta. Myös tapahtuman järjestämiseen osallistuneita henkilöitä on tärkeää muistaa kiittää, jotta he ovat jatkossakin valmiita auttamaan ja tietävät olevansa tärkeitä. (Vallo & Häyrinen 2016, 220-221.)

Mikäli asiakkailta on kysymyksiä tapahtuman jälkeen tai he laittavat viestiä koskien tapahtumaa, kannattaa reagoida niihin nopeasti, jotta asiakas tuntee olonsa erityiseksi vielä tapahtuman jälkeenkin. Sosiaalisessa mediassa kannattaa jatkaa vielä tapahtumaa esimerkiksi laittamalla kuvia ja kiitoksia tapahtumasta, jotta asiakas voi palata tilaisuuden tunnelmiin vielä myöhemminkin. (Vallo & Häyrinen 2016, 220-221.)

4 Perheliikunta

Vain 10-20% alle kouluikäisistä lapsista saavuttaa nykyisten suositusten mukaisen päivittäisen fyysisen aktiivisuuden määrän, joka edellyttää normaalia kasvua, kehitystä, terveyttä ja hyvinvointia. Sen lisäksi, että fyysisellä aktiivisuudella on ennaltaehkäisevää vaikutusta useisiin sairauksiin, se myös parantaa esimerkiksi vireystilaa, tarkkaavaisuutta, muistia, havainnointia ja keskittymiskykyä. Fyysinen aktiivisuus parantaa lapsen motoriikkaa ja toimintakykyä, sekä sosiaalista ja psyykkistä hyvinvointia. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016.)

Vaikka vanhemmat ovat yleensä tärkeimpiä roolimalleja lapselle fyysisen aktiivisuuden suhteen, silti suurin osa vanhemmista liikkuu itse ja kannustaa lapsiaan mukaan liikkumaan vain muutaman kerran viikossa. Lapset, joiden vanhemmat ovat fyysisesti aktiivisia ja jotka liikkuvat arjessa, ovat motorisesti taitavampia ja liikunnallisempia, kuin sellaiset lapset, joiden vanhempien liikkuminen on vähäistä. Jo kolmen vuoden iässä lasten väliset erot aktiivisuuden määrässä alkavat kasvaa. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016.)

Nykyisen suosituksen mukaan alle 8-vuotias lapsi tarvitsee päivittäin vähintään kolme tuntia liikuntaa (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016). Liikunnan ei tarvitse olla yhtäjaksoista, vaan määrän voi liikkua osissa (Tuomi 2009). Liikuntaan olisi hyvä sisältyä sekä hyötyettä hikiliikuntaa (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016). Tärkeintä on kuitenkin, että liikunta on monipuolista ja mukavaa (Tuomi 2009). Lapselle on annettava päivittäin liikunnan vastapainona myös aikaa rauhoittua ja levätä (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016).

Lapsen ensimmäiset kokemukset liikunnasta ovat erilaisia leikkejä, joissa lapsi on fyysisesti aktiivinen. Niissä liikunta tapahtuu leikin ja hauskanpidon varjolla. Näin jatkuu vielä monta vuotta ja vaikka mukaan tulisikin muita urheiluharrastuksia, leikkiminen ei silti lopu. Leikkimisen lisäksi esimerkiksi kotona tehtävät kotityöt lisäävät useimmissa tapauksissa fyysistä aktiivisuutta. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016.)

Lasta ei kannata pakottaa mihinkään liikuntaan, sillä pakottaminen vain luultavasti syö lapsen innostusta ja tekee liikunnasta inhottavaa. Kannattaa tsemptata lasta ja antaa hänen itse kertoa, millainen liikunta kiinnostaa häntä. (Tuomi 2009.) Lapsi motivoituu liikuntaan paremmin, kun hän kokee saavansa päätäntävaltaa, vaikka kyseessä olisikin vain pieni asia. Aikuisen antama esimerkki omalla toiminnallaan liikunnallisista elämäntavoista

tarttuu helposti myös lapseen. Mikäli lapsella havaitaan vaikeuksia liikkumisen suhteen, vanhempien velvollisuus on pyrkiä auttamaan ja tukemaan häntä. Harjoittelemalla tutussa ja turvallisessa ilmapiirissä lapsella on helpompi keskittyä toimintaan ja tuloksia saadaan helpommin aikaan. Erilaisia välineitä kannattaa hyödyntää liikuntaa harjoitellessa, sillä niitä on keksitty juuri niille henkilöille, joille liikkuminen tuottaa haasteita. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016.)

Perheen tuki on lapselle tärkeää myös liikuttaessa. Lapsi voi tukeutua perheeseen ja vaikka liikuntamuoto olisikin uusi lapselle, hän saa turvaa perheestään ja uskaltaa kokeilla uusiakin asioita. Liikunnan varjossa perhe saa vietettyä kätevästi laatu-aikaa yhdessä hausalla tavalla. (Tuomi 2009.) Samalla lapsi oppii jokapäiväisessä elämässä tärkeitä vuorovaikutustaitoja, sekä oppii rakentamaan itselleen positiivisen minäkuvan (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016). Kun lapsi löytää perheensä kanssa varhaisessa vaiheessa liikunnan riemun, tulee hänelle luultavasti siitä hyvä elämäntapa, joka kulkee hänen mukanaan läpi elämän (Tuomi 2009).

Vaikka vanhemmat haluavat suojella lastaan kaikelta pahalta ja muodostaa turvallisen elinympäristön, liiallinen varovaisuus ei silti ole hyvästä. Suurimmat riskit loukkaantumiselle kannattaa karsia, mutta turhia kieltoja on vältettävä, jotta lapsen innokkuus säilyy. Lapsi oppii tekemistään virheistä samalla tavalla kuin aikuisetkin. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016.)

Lapsen kanssa liikkuminen ei tarkoita, että sen pitäisi maksaa paljon kalliiden välineiden ja liikuntapaikkojen takia. Lapsen kanssa voi leikkiä ja liikkua kotona tai kodin lähetyvillä ja mielikuvitusta käyttämällä uusia välineitäkään ei tarvitse välttämättä ostaa. (Tuomi 2009.) Lapsia tietysti kiehtovat erilaiset välineet ja lelut, joten ne voivat innostaa entisestään lasta liikkumaan. Välineitä löytyy moneen eri hintaluokkaan, joten kannattaa niistä valita omaan budjettiin sopivia ja miettiä, mitä välineitä voisi käyttää mahdollisimman moneen eri aktiviteettiin. Vaatetuksella voi myös vaikuttaa lapsen motivointiin, sillä kaikki varmasti tietävät, että tuulihousuissa on huomattavasti mukavampi liikkua, kuin tiukat farkut jalassa. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016.)

Lapsi kannattaa ottaa mukaan suunnittelemaan eri liikuntamuotoja, sillä hänellä saattaa tulla mieleen loistavia ideoita, joita aikuiset eivät ole ymmärtäneet edes ajatella (Tuomi 2009). Lapsi rakastaa, kun hän pääsee itse muokkaamaan ympäristöään leikkeihin sopivaksi. Luontoa on helppo hyödyntää leikkipaikkoina, sillä usein lapset viihtyvät luonnossa

ja saavat sieltä inspiraatiota leikkeihinsä. Luontoa on kuitenkin muistettava kunnioittaa ja noudattaa lain määäämiä rajoituksia. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016.) Tärkeintä on muistaa tehdä liikunnasta hauskaa ja mielekästä lapselle, eikä pakkopullaa (Tuomi 2009). On hyvä huomata, että liikuntaa voi harrastaa aina vuodenajasta riippumatta. Liikunnan muoto voi vain vaihdella, mikäli sitä harjoitetaan ulkona. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016.)

Mikäli perheellä ei ole ideoita mielessä eri liikuntamuodoista tai liikunta tuntuu liian yksipuoliselta, on mahdollisuus osallistua erilaisille ohjatuille liikuntatuokioille. Niissä lapsella on mahdollisuus kehittää monipuolisesti omia taitojaan yhdessä muiden lasten kanssa. Usein myös muut perheenjäsenet, esimerkiksi vanhemmat, saavat osallistua tunneille tukemaan omaa lastaan jonkun asiantuntijan ohjatessa ryhmää. Tällä tavalla lapsi saa monipuolista ja osaavaa ohjausta, mutta pääsee viettämään samalla aikaa perheensä kanssa. Tunneilta vanhemmat voivat oppia uusia harjoitteita, joita he voivat hyödyntää itsenäisesti vapaa-ajalla. Yleensä tunneilla myös neuvotaan haastavampia versioita jonkin harjoitteen suorittamiselle, joten lapsen kehittyessä haastetta voidaan lisätä, jottei kehitys pysähdy. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016.)

5 Motoriset perustaidot

Motorinen kehittyminen on yksi tärkeimmistä osista lapsen kokonaisvaltaista kehitystä ja kasvua (Innostun liikkumaan 2015, 6). Motoristen taitojen avulla lapsen elämänlaatu paranee ja riski sosiaaliseen syrjäytymiseen pienenee (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016).

Motorisia taitoja ihminen tarvitsee jokapäiväisessä elämisessä, koska ne luovat perustan liikkumiselle ja fyysiselle aktiivisuudelle. Näitä taitoja kannattaa alkaa kehittämään mahdollisimman varhaisessa vaiheessa, koska nuorena lapsi oppii kaikista nopeimmin uusia taitoja. Otollisimpia ikävuosia motoristen taitojen kehittymiselle ovat 2-7. Tämän jälkeenkin ihminen kehittyy ja oppii uusia asioita hyvinkin nopeasti, mutta mitä vanhemmaksi kasvetaan, sitä vaikeampaa on omaksua uusia asioita ja toistoja niiden oppimiseen tarvitaan entistä enemmän. (Innostun liikkumaan 2015, 6.)

Suosittelaa, että lapset oppisivat motoriset perustaidot ennen kouluun menemistä. Tämän takia pääpaino harjoittelussa tulisi olla alle kouluikäisillä lapsilla motoristen perustaitojen harjoittelussa. Myöhemmin taidot hallitessa niitä voidaan jatkojalostaa eri urheilulajien perustaidoiksi. Useiden tuhansien toistojen jälkeen taidoista voi muodostua joidenkin lajien huipputekniikoita tai -suorituksia. (Nuori Suomi ry n.d.)

Motoriset taidot jaetaan kolmeen eri kategoriaan, joita ovat karkeamotoriset taidot (esimerkiksi käveleminen), hienomotoriset taidot (esimerkiksi piirtäminen) ja havaintomotoriset taidot (esimerkiksi kuinka lapsi hahmottaa oman kehonsa suhteessa ympärillä olevaan tilaan). Motoriset perustaidot kuuluvat osaksi karkeamotorisia taitoja. (Neuvokas perhe n.d.)

Motorisiin perustaitoihin kuuluvat tasapainotaidot, liikkumistaidot ja käsittelytaidot. Nämä perustaidot on jaettu vielä pienempiin osioihin. Tasapainotaitoihin kuuluu muun muassa pyöriminen, pysähtyminen, sekä koukistaminen, liikkumistaitoihin käveleminen, hyppiminen, sekä liukuminen ja käsittelytaitoihin heittäminen, potkiminen, sekä lyöminen. (Innostun liikkumaan 2015, 7.)

Vaikka kaikki motorisista perustaidoista ovat tärkeitä, on jotkin asiat osattava ennen kuin voi oppia toista asiaa. Esimerkiksi lapsi ei pysty oppimaan kävelemistä, ellei hän osaa vielä seistä. (Terve Urheilija n.d.) Kuvassa 2. on jaoteltuna motoriset perustaidot eri kategorioihin.

Jotta lapsi pystyy hyödyntämään oppimiaan motorisia perustaitoja erilaisissa ympäristöissä, täytyy hänen hermoston sopeutua eri ärsykkeisiin. Metsäpolulla juokseminen tuottaa aivan erilaisen ärsyksen kuin tasaisella hiekkakentällä juokseminen. Siksi on tärkeää antaa lapsen keholle erilaisia ärsykejä, jotta lapsi tottuu liikkumaan kaikenlaisessa ympäristössä, eikä koe myöhemmällä iällä vaikeutta esimerkiksi epätasaisessa maastossa kulkemisessa. Erityisesti 6-8- vuotiailla tulisi painopisteenä liikunnan harjoittelussa olla perustaitojen muuntaminen eri ympäristöihin. (Nuori Suomi ry n.d.)

Myös eri välineiden käyttöä kannattaa harjoittaa, sillä niiden paino, muoto ja koko ovat myös erilaisia ärsykejä lapsen toiminnassa. Eri välineiden hallinnan tulisi olla painopisteenä erityisesti 9-12- vuotiaiden liikunnassa. (Nuori Suomi ry n.d.)

Haastavimmiksi taidoiksi yleisesti lasten kohdalla on havaittu pallon käsittelytaidot. Se on hyvin ymmärrettävää, sillä niissä taidoissa tarvitaan hyvää silmien ja raajojen yhteispeliä. Helpoin taito tuntuu heti kävelemisen jälkeen olevan juokseminen. Taitojen välillä havaitaan usein myös sukupuolesta johtuvia kehityseroja, sillä tytöillä on esimerkiksi keskimäärin parempi tasapaino kuin pojilla, mutta pojat osaavat käsitellä palloa paremmin kuin tytöt. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016.)

Huolestuttavaa kuitenkin on se, että viimeisen 30 vuoden aikana motorisesti heikkojen lasten osuus on kasvanut. Heikkojen motoristen taitojen takia Suomessa tapahtuu paljon liikuntatapaturmia lapsille ja nuorille, joista suurin osa olisi vältettävissä suuremmalla fyysisellä aktiivisuudella varhaislapsuudesta lähtien. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016.)

Lapsen opetellessa motorisia perustaitoja on tärkeää muistaa kehua häntä paljon, aina kun hän tekee jotain oikein. Tästä hän saa luottamusta omaan tekemiseen ja vastaavasti motivaatiota taitojen harjoittamiseen. Näin ollen lapsen kehitys on myös nopeampaa, verrattuna sellaiseen lapseen, jota ei kehua riittävästi. Aina onnistumisia ei tietenkään tule, mutta kun epäonnistumisien kohdalla jaksetaan kannustaa lasta, hän jaksaa haastaa itsensä yhä uudelleen. Epäonnistumisten kautta lapsi oppii seuraavalla kerralla toimimaan toisin, joten kannattaa välttää liiallista ohjeistamista. Kaikkiin perustaitoihin löytyy Internetistä paljon erilaisia vinkkejä harjoitteisiin, joita kannattaa hyödyntää, mikäli havaitsee joissakin motorisissa perustaidoissa puutteita. (Neuvokas perhe n.d.)

Tasapainotaidot	Liikkumistaidot	Välineen käsittelytaidot
kääntyminen	käveleminen	heittäminen
venyttäminen	juokseminen	kiinniottaminen
taivuttaminen	ponnistaminen	potkaiseminen
pyörähtäminen	loikkaaminen	kauhaiseminen
heiluminen	hyppääminen	iskeminen
kieriminen	esteen yli	lyöminen ilmasta
pysähtyminen	laukkaaminen	pomputtelu
väistyminen	liukuminen	kierittäminen
tasapainoilu	harppaaminen	potkaiseminen ilmasta
	kiipeäminen	

Kuva 2. Motoriset perustaidot (Hakkarainen, Jaakkola, Kalaja, Lämsä, Nikander & Riski 2009).

6 Toiminnallisen opinnäytetyön tarkoitus, tavoite ja kehittämistehtävät

Oma toiminnallinen opinnäytetyöni oli projektityyppinen ja toteutin sen työelämäyhteistyönä. Projektina oli tapahtuman suunnittelu ja toteutus. Ennen projektin alkua kävimme esimieheni kanssa yhdessä läpi tavoitteet, aikataulun ja resurssit, joten ne olivat koko ajan selvillä viedessäni projektia eteenpäin.

Tarkoituksena opinnäytetyössäni oli järjestää Oulun SuperParkin asiakkaille puistossa koko perheen liikunnalliset pikkujoulut, joihin kaikki toimintakykyiset henkilöt pystyivät osallistumaan. Tavoitteena oli parantaa tai vähintään ylläpitää osallistujien motorisia perustaitoja, sekä lisätä SuperParkin suosiota eri ikäisten asiakkaiden keskuudessa.

Etsin vastauksia seuraaviin kysymyksiin. 1. Miten järjestetään onnistunut asiakastapahtuma? 2. Mitä kaikkea pitää osata ottaa huomioon tapahtumaa järjestettäessä? 3. Millaisesta ohjelmasta mahdolliset asiakkaat saattaisivat pitää? 4. Miten tapahtumaa kannattaa markkinoida? 5. Miten ihmisten motorisia perustaitoja pystyy kehittämään?

7 Oulun SuperParkin pikkujoulut

Toiminnallinen opinnäytetyö voi olla joko projektityyppinen, tuotekehityshanke, portfolio tai ilmaisullinen työ. Projektityyppinen opinnäytetyö tehdään yleensä työelämäyhteistyönä, ja sillä pyritään kehittämään toimintaa tai työkäytäntöjä kyseisessä yrityksessä. Projektille on yhdessä sovittu jokin tavoite, aikataulu ja käytettävissä olevat resurssit. (Lapin AMK 2019.)

Toteutin toiminnallisen projektityyppisen opinnäytetyön, jossa kehitin uuden tapahtuman. Tapahtuman järjestämistä helpotti se, että järjestin tapahtuman jo olemassa olevaan yritykseen. Esimerkiksi lupa-asiat ja ilmoitukset olisi hoidettava hyvissä ajoin ennen tapahtumaa, jotta kaikki asiat olisivat varmasti kunnossa tapahtumahetkellä (Etelä-Pohjanmaan Liitto n.d.). Onnekseni minun ei tarvinnut ottaa huomioon lupa-asioita, koska ne olivat jo etukäteen yrityksellä kunnossa.

Lähtötilanteessa yrityksellä oli siis olemassa tietynlaiset toimintamallit ja he pyysivät minua suunnittelemaan ja toteuttamaan pikkujoulut yrityksen asiakkaille brändiin sopivaksi. Yrityksen brändi tarkoittaa mielikuvaa, joka asiakkailta on kyseisestä yrityksestä (Catani 2017). Oulun SuperParkissa on aiemminkin järjestetty pikkujoulut, mutta he halusivat eri henkilön suunnittelemaan tapahtuman, jottei siitä tulisi samanlainen kuin aikaisemmin, vaan siihen saataisiin uusia näkökulmia ja ideoita.

Käytin työssäni apuna erilaisia tapahtuman järjestämisen kirjallisuuksia, joista sain hyvän yleiskuvan koko prosessia ajatellen. Ennen tapahtuman varsinaista suunnittelua oli tärkeää tutustua aiheeseen liittyvään teoriaan, jottei mikään asia jäänyt huomioimatta ja kaikessa tekemisessä oli jokin syy.

7.1 Pikkujoulujen suunnittelu

Suunnittelu lähti liikkeelle lähtökohtien selvittämällä ja ideoinnilla. Onnistuneen tapahtuman malli on hyvä työkalu tapahtuman lähtökohtien selvittämisessä. Mallissa on päällekkäin strateginen ja operatiivinen kolmio, joiden kaikkien sakaroiden tulee olla tasapainossa, jotta tapahtuma voi onnistua. (Vallo & Häyrynen 2016, 128.) Malli on esitettyinä

teoriaosuudessa kuvassa 1. Valitsin mallin itselleni apuvälineeksi lähtökohtien selvittämisessä, koska havaitsin sen olevan kätevä apuväline. Osaan mallin kysymyksistä oli jo vastaukset olemassa ennen varsinaisen suunnittelun aloittamista, mutta osaan vastaukset piti harkita tarkkaan.

Strategisen kolmion ensimmäisenä kysymyksenä esiin nousi tärkein asia, eli miksi tapahtuma järjestetään (Vallo & Häyrinen 2016, 128). Tapahtuman sisältö määräytyy tavoitteiden mukaan, joten tavoitteet ja tarkoitus on tärkeää selvittää heti ensimmäisenä (Catani 2017). Tapahtuman tarkoituksena oli järjestää Oulun SuperParkin asiakkaille puistossa liikunnalliset pikkujoulut, joihin kaikki toimintakykyiset henkilöt pystyivät osallistumaan. Tavoitteena oli parantaa tai vähintään ylläpitää osallistujien motorisia perustaitoja, sekä lisätä SuperParkin suosiota eri ikäisten asiakkaiden keskuudessa.

Seuraavana kysymyksenä oli, kenelle tapahtuma järjestetään (Vallo & Häyrinen 2016, 128). Tämän tapahtuman kohdalla en halunnut rajata kohderyhmää mitenkään, koska mielestäni kaikilla kiinnostuneilla oli oikeus osallistua SuperParkin pikkujouluihin. Suurimpana kohderyhmänä uskoin kuitenkin olevan lapset, nuoret ja perheet. Jotta kaikkiin kisailulajeihin pystyi osallistumaan, ei asiakkailta kuitenkaan voinut olla suurempia liikuntarajoitteita.

Seuraavina kysymyksinä tuli mitä, missä ja milloin (Vallo & Häyrinen 2016, 128). Tapahtumana oli pikkujoulut, jotka järjestettiin yrityksen brändiin sopivaksi. Tapahtuma järjestettiin yrityksen omissa tiloissa, mikä helpotti huomattavasti tapahtuman toteutusta, sillä esimerkiksi kaikki lupa-asiat olivat valmiiksi kunnossa. Myös puitteet tapahtumaa varten olivat jo valmiiksi erinomaiset. Tapahtuman toteuttamisajankohdaksi valikoitui sunnuntai 16.12.2018, koska silloin muissakin Suomen SuperParkeissa vietettiin pikkujouluja. Sunnuntain katsottiin olevan otollisin päivä saada lapsiperheitä osallistumaan tapahtumaan.

Strategisen kolmion keskelle muodostui tapahtuman idea (Vallo & Häyrinen 2016, 128). Ideana oli järjestää puistoon jouluaiheiset olympiakisailut, sekä valmistella asiakkaita joulun viettoon. Teemana kisailuissa oli jouluisen tunnelman luominen, sekä motoristen perustaitojen hyödyntäminen, joita tarvittiinkin kaikissa kisailtavissa lajeissa. Kekseliäisyyttä käyttämällä kaikista lajeista saatiin muotoiltua jouluiset.

Operatiivisen kolmion ensimmäisenä kysymyksenä oli, miten tapahtuma järjestetään (Vallo & Häyrinen 2016, 128). Ideoinnissa kannatti olla apuna useampia ihmisiä, jotta saatiin koottua yhteen enemmän ideoita, eivätkä ideat rajoittuneet vain yhden ihmisen näkökulmiin (Korhonen ym. 2015, 12). Hoidin ensin ideoinnin ja suunnittelun tapahtumaan itse, mutta otin vinkkejä ja ideoita vastaan myös ystäviltäni, sekä yrityksen työntekijöiltä. Tapahtumapäivänä vastasin kaikesta ja hoidin itse kaikki siihen liittyvät asiat. Koristeet tapahtumaan, tarvikkeet ja palkinnot kisailuihin yritys kustansi, joten niistä ei koitunut minulle mitään kuluja. Suurin osa tavaroista, mitä tarvitsin kisailuihin, löytyi jo yrityksen puolesta ja suunnittelin lajit siten, että pystyin hyödyntämään mahdollisimman paljon jo olemassa olevia tavaroita. Jälkimarkkinointina kannattaa sosiaalisessa mediassa vielä jatkaa tapahtumaa esimerkiksi laittamalla kuvia ja kiitoksia tapahtumasta, jotta asiakas voi palata tilaisuuden tunnelmiin vielä myöhemminkin (Vallo & Häyrinen 2016, 220-221). Tällä tavalla toimittiin myös kyseisessä tapahtumassa, eli sosiaaliseen mediaan päivitettiin tunnelmakuvia tapahtumasta, sekä kiitettiin osallistujia päivästä.

Seuraavana kysymyksenä oli, millainen sisältö ja ohjelma tapahtumalla on (Vallo & Häyrinen 2016, 128). Ohjelma tapahtumassa oli liikunnallista yhdessä tekemistä, joka soveltui kaiken ikäisille henkilöille. Vanhemmat ovat lastensa roolimalleja (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016), joten halusin saada myös aikuisia mukaan lastensa kanssa kisaillemaan. Tarkoituksena oli, että halukkaat saivat osallistua ohjelmaan, mutta myös vapaa, itsenäinen toiminta puistossa oli mahdollista koko päivän ajan normaaliin tapaan. Tapahtumassa suurin sisältö oli kuitenkin järjestetyt kisailut ja niiden suunnitteluun käytin eniten aikaa tapahtuman järjestämisessä. Kisailujen lisäksi puistossa vieraili pariin otteeseen joulupukki jakamassa paperipäälysteisiä konvehteja halukkaille ja juttelemassa ihmisille.

Viimeisenä kysymyksenä oli, kuka tai ketkä toimivat vastuuhenkilöinä tapahtumassa (Vallo & Häyrinen 2016, 128). Itse otin suuren vastuun tapahtuman järjestäjänä sen onnistumisesta, mutta myös yrityksellä oli osa vastuusta, sillä tapahtuma toteutettiin heidän alaisuudessaan ja he olivat hyväksyneet tapahtuman ohjelman ja käytänteet ennen varsinaista tapahtumaa. Lisäksi tapahtuma järjestettiin yrityksen tiloissa. Toimin itse myös niin sanottuna tapahtuman emäntänä ja johdin päivän kulkua.

Näiden kysymysten avulla voitiin vaikuttaa tapahtuman tunteeseen eli siihen, miten asiakas koki tapahtuman (Vallo & Häyrinen 2016, 128). Halusin, että tapahtuma kokonaisu-

nessaan valmisteli asiakkaita joulun viettoon, mutta myös ylläpiti tai kehitti heidän motorisia perustaitojaan. Viimeisenä tähden keskelle muodostui tapahtuman teema (Vallo & Häyrinen 2016, 128). Teemana oli koko perheen liikunnalliset pikkujoulut.

Tapahtumalla voi olla yhteistyökumppaneita, jotka voivat esimerkiksi esiintyä tapahtumassa, sponsoroida mahdolliset palkinnot tai auttaa rahallisesti tapahtuman järjestämisessä (Korhonen ym. 2015, 7-8). Järjestämäni tapahtumaan osallistui yhteistyökumppanina Hope- hyväntekeväisyysjärjestö. He lahjoittivat tapahtumapäivänä jokaista myytyä päivälippua kohden lipun vähävaraisille. Lipun hinta oli kyseisenä päivänä normaalisti 19€ ja kaikkiin aktiviteetteihin sai osallistua ilman lisämaksua.

Kun kaikki taustat tapahtumaa varten olivat selvillä, aloitin tapahtuman varsinaisen ohjelman suunnittelun. Kun tapahtuma toteutettiin jo valmiiksi olemassa olevalle yritykselle, oli tapahtuman sovittava yrityksen brändiin ollakseen uskottava (Korhonen ym. 2015, 8-9). SuperPark on koko perheen sisäaktiviteettipuisto (SuperPark 2018), joten mielestäni yrityksen brändiin sopi olennaisesti liikunnallisuus ja etenkin perheliikunta. Tämän takia halusin myös päivän liittyvän suurelta osin liikunnallisiin aktiviteetteihin, joihin sai osallistua halutessaan perheenjäsenten kanssa.

Koska tapahtumaan sai osallistua minkä ikäinen henkilö tahansa, valitsin ”punaiseksi langaksi” motoriset perustaidot. Suositellaan, että lapset oppisivat motoriset perustaidot ennen kouluun menemistä, joten pääpaino harjoittelussa alle kouluikäisillä lapsilla tulisi olla motoristen perustaitojen harjoittelussa (Nuori Suomi ry n.d.). Koin, ettei vanhemmillekaan henkilöille olisi haittaa motoristen perustaitojen ylläpitämisestä. Lisäksi ajattelin, että vanhemmat voisivat saada jotain vinkkejä lastensa motoristen perustaitojen harjoitteluun kisailuistani. Koska vanhemmat ovat yleensä tärkeimpiä roolimalleja lapselle fyysisen aktiivisuuden suhteen (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2016), mielestäni oli tärkeää, että lapset ja vanhemmat saivat toimia yhdessä kisailuissa.

Tapahtuman varsinaisen ohjelman ideoinnissa käytin apuna ideariihettä. Ideariihessä kirjoitetaan paperille kaikki mieleen tulevat ideat ilman sen suurempaa miettimistä, voisivatko ne toimia tapahtumassa (Muotoilupakki n.d.). Omien ideoideni lisäksi kyselin myös kavereilta ja työkavereilta ideoita kisailulajeiksi, sekä yleensäkin ideoita tapahtumaan liittyen. Kun olin saanut tarpeeksi ideoita ylös, lähdin miettimään, mitkä niistä voisi toteuttaa ja valikoin kaikista parhaimmat ideat, joita lähdin kehittämään tapahtumaan sopiviksi.

Halusin järjestää tapahtumassa viiden lajin jouluolympialaiset, jotka pohjautuivat motorisiin perustaitoihin ja kisailujen teemana oli joulu. Puisto oli kyseisenä päivänä auki asiakkaille normaalisti kello 11-18, joten aikaa ohjelmalle oli yhteensä seitsemän tuntia. Kuitenkin kyseinen aika on ainakin perheille, joissa on pieniä lapsia, pitkä, joten varsinainen ohjattu ohjelma oli rajattu lyhyempään aikaan. Pariin otteeseen puistossa vieraili myös joulupukki jakamassa suklaakonvehteja ja juttelemassa ihmisille. Kuvassa 3 näkyy pikkujoulujen aikataulu, joka oli nähtävillä puistossa, sekä sosiaalisessa mediassa jo ennen tapahtumapäivää.

Tarkoituksena lajeja miettiessä minulla oli, että kaikenikäiset ihmiset pystyisivät pärjäämään kisoissa, eikä tarvinnut olla erityisen nopea, ketterä tai vahva pärjätäkseen. Osallistujat saivat osallistua lajeihin halutessaan aikuisen kanssa, jottei kisaileminen ollut liian haastavaa tai pelottavaa kenellekään. Näin ollen mahdolliset perheet saivat viettää myös yhteistä aikaa aktiviteettien lomassa. Perheen tuki on tärkeää lapsen harjoittellessa uusia taitoja (Tuomi 2009), joten koin järkeväksi ajatukseksi mahdollistaa perheen yhteisen tekemisen.

Myös turvallisuusasiat oli huomioitu lajeissa siten, että niissä oli mahdollisimman pieni loukkaantumisriski. Testasin kaikki lajit etukäteen varmistaakseni niiden sujuvuuden. Muutin lajeja tarvittaessa, sekä tein korjauksia ja täsmennyksiä ohjeisiin.



Kuva 3. Pikkujoulujen aikataulu.

7.2 Pikujoulujen toteutusvaihe

Kaikista kisailulajeista laskettiin yhteispisteet ja kolme parasta kilpailijaa palkittiin päivän päätteeksi. Lisäksi niiden asiakkaiden kesken, jotka osallistuivat kaikkiin lajeihin, arvottiin lisäpalkintoja. Kaikki lajit olivat yksilölajeja, ellei ollut vanhemman kanssa liikkeellä. Toimin itse kaikissa lajeissa kisan vetäjänä ja vastasin muutenkin päivän kulusta, sekä tiedotuksesta. Ennen jokaista kisailua kuulutin koko puistoon kuulutuksen, jossa kerroin minkä niminen laji oli kyseessä, sekä missä kohdassa puistoa kisailu järjestettiin. Ennen kisailun alkua selitin sen säännöt mahdollisimman selkeästi ja yksinkertaisesti siten, että kaikki kisailijat kuulivat ohjeistuksen halutessaan. Vastasin myös esitettyihin kysymyksiin, jottei säännöistä olisi jäänyt epäselvyyksiä. Seuraavaksi esittelen valitsemani kisailulajit.

7.2.1 Jouluaiheinen kuvasuunnistus

Ensimmäinen laji alkoi kello 12. Tässä lajissa taustalla oli motorisista perustaidoista liikumistaidot ja tarkemmin vielä juokseminen tai käveleminen (Hakkarainen ym. 2009). Ennen kilpailun alkua osallistujille annettiin paperilappu ja kynä, joiden avulla pystyttiin näyttämään kuvasuunnistuksen vastaukset. Vastaukset sai myös halutessaan kertoa suullisesti.

Kun kilpailu alkoi, osallistujille näytettiin viisi jouluaiheista kuvaa, jotka heidän tuli painaa mieleensä. Kyseiset viisi kuvaa ovat esillä kuvassa 4. Kuvista ei saanut ottaa valokuvaa, vaan ne piti itse muistaa. Samoja kuvia oli piilotettuina ympäri puistoa, joita kilpailijoiden tuli etsiä. Puistossa oli myös ylimääräisiä kuvia, jotta saatiin hieman lisää haastetta kisaan. Kuvia sai käydä tarkistamassa lähtöpaikalla aina kun siltä tuntui. Kaikissa piilotetuissa kuvissa on jokin numero, joka tuli kirjata ylös paperille. Puistosta löytyvä numerolinen kuva on kuvassa 5. Kun kaikki viisi numeroa oli kirjattu lappuseen, toimitettiin lappu kisan vetäjälle. Numeroiden järjestyksellä ei ollut väliä, kunhan ne olivat oikein. Nopeimmin tehtävästä suoriutunut sai eniten pisteitä. Tässä tehtävässä pisteitä sai osallistujamäärän mukaan, eli nopein sai sen verran, kuinka monta osallistujaa kyseisessä lajissa oli. Hitaimmin tehtävästä suoriutunut sai yhden pisteen.



Kuvat 4 & 5. Kuvasuunnistuksen kuvaesimerkit.

7.2.2 Lahjojen keilaaminen

Kyseinen laji alkoi kello 12:45. Tässä kisailussa käytettiin käsittelytaidoista välineen vierittämistaitoja (Hakkarainen ym. 2009). Ennen kisan alkua maahan laitettiin maalarinteipillä viiva, jonka takaa pallon sai vierittää keiloja kohti. Varpaiden tuli pysyä viivan takana, eikä millään muullakaan ruumiinosalla saanut ylittää viivaa. Joululahjoina eli keiloina toimivat tyhjä maitopurkit, jotka oli päällystetty joululahjapaperilla. Esimerkki joululahjasta on kuvassa 6. Maahan oli merkattuna maalarinteipillä lahjojen paikat tasaisin välein oikeassa keilauksessa olevien keilojen muotoon, jotta keilojen kaatuessa ne pystyttiin nostamaan samoille paikoille takaisin. Näin lajista ei tullut epäreilu ketään kohtaan, kun kaikilla keilat olivat samoissa kohdissa.

10 keilaa asetettiin merkkien päälle ja jokaisella kilpailijalla oli kolme heittoa aikaa kaataa mahdollisimman monta keilaa. Keilapallon sijaisena toimi tennispallo, jolla yritettiin kaataa lahjapaketteja. Jokaisen heiton jälkeen keilat nostettiin pystyyn alkuperäisille paikoille. Jokaisesta kaadetusta keilasta sai yhden pisteen, eli eniten keiloja yhteensä kaatanut henkilö sai eniten pisteitä tästä lajista.

Alkuperäisenä tarkoituksena oli tosiaan keilata alakautta tennispallolla, mutta hyvin nopeasti osallistujat innostuivat heittämään tennispalloa täysiä yläkautta kohti keiloja. Annoin luvan tähän toimintaan, sillä tyyli oli vapaa, kunhan heitto lähti viivan takaa. Tässä tapauksessa käsittelytaidot muuttuivat vierittämistaidoista heittämistaitoon, joka ei mielestäni

haitannut ollenkaan, sillä myös se taito kuuluu motorisiin perustaitoihin. Huomasin kuitenkin, että osumatarkkuus oli keskimäärin parempi niillä henkilöillä, jotka vierittivät palloa, kuin niillä, jotka heittivät sitä.



Kuva 6. Lahjapaketti, joka toimi yhtenä keilana.

7.2.3 Poroesterata

Tämä laji alkoi kello 13:30. Lajissa käytettiin motorisista perustaidoista liikkumistaitoja, joista tarkennettuna käytettiin laukkaamista ja esteen yli hyppäämistä (Hakkarainen ym. 2009). Puistoon rakennettiin etukäteen esterata polkuautoradalle, jossa oli sekä ylitse hypättäviä, että alitse mentäviä esteitä. Ylitse hypättävät esteet olivat neliön muotoisia palkoita ja alitse mentävät esteet olivat köysiä, jotka olivat kiinnitetty radan reunoihin. Lisäksi radalla oli pystyssä yksi autonrenkas, josta sai itse päättää, halusiko mennä sen läpi vai hypätä yli. Kaikki esteet oli suunniteltu siten, että minkäikäinen henkilö tahansa pystyi suorittamaan sen ilman suurta loukkaantumisriskiä.

Rata suoritettiin yksitellen ja kilpailijoiden tehtävänä oli suorittaa rata mahdollisimman lähelle minuutin aikaa. Kilpailijat eivät saaneet käyttää apunaan minkäänlaista ajanottovälinettä, vaan heidän tuli itse arvioida, milloin minuutti oli täynnä ja astua silloin maaliviivan yli. Lähimmäksi minuuttia päässyt kilpailija sai osallistujien lukumäärän verran pisteitä ja kauimmaksi minuutista arvioinut sai yhden pisteen. Jotta radasta saatiin nimenomaan poroesterata, laitettiin halukkaille ennen radalle lähtöä päähän hiuspanta, jossa oli poronsarvet. Kuvassa 7 näkyy kyseinen poronsarvipanta.



Kuva 7. Poronsarvet -hiuspanta.

7.2.4 Lahjojen heittäminen joulusäkkeihin

Laji alkoi kello 14:15. Tässä kisailussa käytettiin välineen käsittelytaidoista heittämistä (Hakkarainen ym. 2009). Ennen tapahtumaa korit, joihin lahjoja heitettiin, oltiin koristeltu laittamalla niiden päälle joulusäkit. Lahjoina käytettiin samoja joululahjapaperilla päällystettyjä maitopurkkeja, kuin lahjojen keilaamisessa. Myös kilpailupaikkana toimi sama paikka, kuin lahjojen keilaamisessa, joten maassa oli jo valmiiksi merkattuna viiva, jonka takaa lahjoja sai heittää koreihin.

Jokaisella osallistujalla oli kolme heittoa aikaa saada kerättyä mahdollisimman paljon pisteitä tässä lajissa. Joulusäkkejä oli kolme, joista kaikki olivat eri kokoisia ja näin ollen niistä sai eri määrän pisteitä, mikäli sai heitettyä lahjapaketin sisään joulusäkkiin. Kaikki korit olivat vierekkäin samalla etäisyydellä heittoviivasta. Isoin kori oli keskellä ja siihen heittämällä sai yhden pisteen. Keskikokoisesta korista sai kolme pistettä ja pienimmästä korista viisi pistettä. Kuvassa 8 on pienin joulusäkki, johon pystyi heittämään lahjapaketin. Lahjapaketin tuli jäädä lahjasäkkiin, jotta sai pisteitä, eli pelkkä osuma koriin ei riittänyt. Pisteitä kilpailijat saivat niin monta, kuin onnistuivat heittämällä säkkeihin keräämään.



Kuva 8. Pienin joulusäkki.

7.2.5 Mantelien etsiminen "joulupuurosta"

Viimeinen laji alkoi kello 15. Tässä lajissa käytettiin tasapainotaidoista kierimistaitoja, sekä liikkumistaidoista ponnistamista (Hakkarainen ym. 2009). Ennen kilpailun alkua osaan vaahtomuovisista kuutioista eli foam -palikoista oli askarreltu kylkeen kiinni mantelikulhon kuva ja piilotettu foam- altaaseen siten, että kukaan osallistujista ei nähnyt, minne palikat piilotettiin. Kuvassa 9 on askarreltu foam -palikka. Palikat olivat kuitenkin aika altaan pinnalla ja käytössä oli puoli foam- allasta, jottei palikoita ollut liian vaikea löytää.

Kun kisa alkoi, osallistujien tehtävänä oli mennä altaaseen ja yrittää etsiä kuutioita, joissa oli mantelin kuva. Yhdestä löydetyistä mantelista sai kaksi lisäpistettä, mutta manteleita

sai etsiä useammankin, kuin vain yhden. Kaikki eivät siis voineet kerätä tässä lajissa pisteitä, sillä piilotettuja manteleita oli vain kuusi kappaletta. Kierroksia käytiin kuitenkin kaksi kappaletta, jotta mahdollisimman moni pystyi mantelin löytämään. Koska osallistujamäärä ei ollut kauhean suuri, kaikki osallistujat pystyivät kisaamaan samaan aikaan ilman, että altaassa olisi ollut liian ahdasta.



Kuva 9. Foam- altaasta etsittävät mantelit.

7.2.6 Palkintojenjako

Kun kaikki lajit oli käyty läpi, laskettiin kilpailijoiden kaikkien lajien pisteet yhteen. Palkintojenjako tapahtui aikataulun mukaan kello 15:45. Samalla jaettiin arvotut palkinnot. Palkinnoiksi kolme parasta sai yllätyspussukan, jotka sisälsivät herkuja ja SuperParkin tarroja. Parhaiten pärjännyt sai luonnollisesti parhaimman palkinnon. Palkintojenjako tapahtui palkintojenjakopaikalla juhlallisten seremonioiden kera.

Palkinnot, jotka arvottiin kaikkien jouluolympialaisiin osallistuneiden kesken, olivat pääsylippuja SuperParkiin ja ne pystyi käyttämään missä tahansa Suomen SuperParkissa. Palkintoja arvottiin kaksi kappaletta, joista molemmat sisälsivät kaksi päivälippua. Koska toinen arvonnin voittajista oli jo ehtinyt poistua puistosta, hänen isäänsä otettiin yhteyttä soittamalla puhelimitse ja palkinto lähetettiin hänen antamaan osoitteeseen. Isä oli lapset

hakiessaan aiemmin puistosta jättänyt omat yhteystietonsa, jotta voiton osuessa kohdalle, saataisiin palkinto toimitettua oikeaan osoitteeseen.

7.2.7 Muu ohjelma

Puistossa oli päivän aikana tavattavissa kahteen eri ajankohtaan joulupukki. Joulupukkina toimi yksi työkaverini ja ajankohdat pukin vierailulle katsottiin paikan päällä tapahtumapäivänä. Ajankohdat mietittiin siten, etteivät ne olleet kisojen kanssa yhtä aikaa ja, että milloin puistossa oli eniten mahdollisesti joulupukista kiinnostuneita henkilöitä paikalla. Pukin ollessa tavattavissa, ilmoitettiin siitä koko puistossa kuuluvan kuulutuksen avulla, jotta kaikki halukkaat osasivat tulla tervehtimään joulupukkia oikeaan aikaan. Joulupukki jutteli ihmisten kanssa, sekä jakoi paperipäälysteisiä suklaakonvehteja. Puistossa soi koko päivän ajan joululauluja ja työntekijät olivat pukeutuneet jouluiiseen teemaan sopivasti tonttulakit päässä.

7.3 Pikkujoulujen markkinointi

Ihmisten tapa tehdä ostopäätöksiä on muuttunut viimeisten vuosien aikana ja sosiaalinen media on tullut suureksi osaksi markkinointia. (Vallo & Häyrinen 2016, 69-71). Koska yrityksellä oli jo valmiiksi olemassa omat sosiaalisen median kanavansa, oli mielestäni järkevää hyödyntää niitä tapahtuman markkinoinnissa. Yrityksellä oli valmiiksi tiedossa, mistä he tavoittavat parhaiten heille sopivia asiakasryhmiä, joten päätin käyttää heidän suosimia markkinointikanaviaan.

Sosiaalisen median päivityksiä tapahtumasta laitoimme Snapchatiin, Instagramiin, Facebookiin, sekä yrityksen verkkosivuille. Lisäksi puistoon laitettiin postereita tapahtumasta ja siihen liittyvästä ohjelmasta. Lipunmyyntipisteellä ja puistossa muuallakin työntekijät muistuttivat asiakkaita tapahtumasta ennen varsinaista tapahtumapäivää, sekä kyseisenä päivänä kannustivat asiakkaita osallistumaan kisailulajeihin. Tapahtuman markkinointi aloitettiin paria viikkoa ennen tapahtumaa ja joka päivä yritettiin päivitellä ilmoituksia pikkujouluista ainakin johonkin käytettävissä olleista kanavista.

Sosiaalisen median päivityksissä kannattaa käyttää tiettyjä tapahtumalle suunnattuja hashtageja, jotta ihmiset voivat jatkaa niiden käyttämistä omissa päivityksissään ja näin ollen auttaa tapahtuman markkinoinnissa (Vallo & Häyrinen 2016, 102-105). Kyseistä tapahtumaa markkinoidessa hashtagit olivat #sprprk, #superparkoulu ja #pikkujoulut.

Myös muissa puistoissa järjestettiin samaan aikaan pikkujoulut, joten koko SuperParkin konserni huolehti osakseen yleisestä markkinoinnista heidän omilla sosiaalisen median kanavillaan. Tämän ansiosta markkinoinnilla oli mahdollisuus levitä laajemmalle, kuin vain Oulun SuperParkin seuraajien keskuuteen. Muissa puistoissa otettiin ideoita minun suunnittelemani aktiviteeteista, mutta niissä kisailut tapahtuivat erillisinä kisoina joihinkin satunnaisiin aikoihin päivästä.

Tapahtumaa kannattaa jatkaa sosiaalisessa mediassa vielä itse tapahtuman jälkeenkin laittamalla kuvia ja kiitoksia tapahtumaan osallistumisesta, jotta asiakkaalla on mahdollisuus palata tapahtuman tunnelmiin vielä myöhemminkin (Vallo & Häyrinen 2016, 220-221). Jälkimarkkinointina tapahtuman jälkeen lisäsimme Snapchatin ja Instagramin tarinoinnin tunnelmakuvia tapahtumasta ja kiitokset osallistujille.

Jälkimarkkinointiin kuuluu myös palautteen kerääminen tapahtumaan osallistuneilta henkilöiltä joko tapahtuman lopussa tai jälkikäteen kerättynä. Palautteen saaminen on tärkeää, sillä sen avulla tapahtumaa voidaan jatkossa kehittää vielä toimivammaksi. Palautetta voidaan kerätä monella eri tavalla esimerkiksi kyselylomakkeen avulla tai haastattelemalla. (Vallo & Häyrinen 2016, 220-221.) Hoidin palautekyselyn haastattelemalla itse osallistujia ja kyselemällä heidän mielipiteitään tapahtumasta ja kisailulajeista.

7.4 Esivalmistelut

Koristelua suunniteltaessa kartoitettiin ensin, mitä koristeita yrityksellä on jo valmiiksi olemassa. Pyrin ensisijaisesti käyttämään jo olemassa olevia koristeita, mutta tein tarvittavia lisähankintoja oikean tunnelman luomiseksi. Yrityksellä oli valmiiksi muun muassa joulu-kuuset ja koristeita niihin, sekä jouluvaloja. Hankin kuitenkin vielä lisää koristeita ja valoja puistoon. Koristelin puiston valmiiksi kaksi viikkoa ennen varsinaista tapahtumaa. Puistoon tuli yhteensä kolme joulukuusta, sekä jouluvaloja ripustettuna trampoliinialueen sivuverkkoihin. Yksi kuusista oli SuperParkin aulassa ja se on esillä kuvassa 10. Myös muulle puistoon tuli yksittäisiä joulukoristeita muun muassa lipunmyyntipisteelle.

Jotta puistosta olisi saanut tosi jouluisen, olisi täytynyt investoida suuri määrä erilaisia joulukoristeita ja kiinnittää niitä myös korkealle katonrajaan jonkin nostolaitteen avulla. Tähän olisi siis mennyt hurja määrä rahaa ja olisi pitänyt nähdä paljon vaivaa sen eteen, joten näin järkevimmäksi tehdä vain pieniä hankintoja, joilla yleisilmeestä saatiin edes vähän jouluisempi.

Lisäksi joulukoristeiden laittaminen puistoon, jossa käy paljon ihmisiä harrastamassa liikuntaa eri muodoissa oli hieman haastavaa. Täytyi tarkasti miettiä, mihin koristeita kannatti laittaa, etteivät ne olleet liikaa asiakkaiden tiellä ja missä ne eivät menisi rikki vahingossa tai tahallisesti.



Kuva 10. Joulukuusi SuperPark Oulun aulassa.

Valmistelin kaikki tehtävärasteihin tarvittavat välineet etukäteen. Askartelin kotona esimerkiksi kuvasuunnistuksen kuvat ja päällystin maitotölkit joulupaperilla. Testasin kaikkien välineiden toimivuuden sitä mukaan, kun ne valmistuivat. Puistoon vein tarvittavat tavarat pari päivää ennen tapahtumaa ja järjestelin ne yhteen paikkaan loogiseen järjestykseen, josta sain ne kätevästi poimittua tapahtumapäivänä aktiviteettejä varten. Rasteihin tarvittavat tavarat sijaitsivat lukitun oven takana, jonne vain henkilökunnalla oli pääsy. Tämä

järjestely oli siitä syystä, ettei tavaroita päästy rikkomaan tai kurkkimaan millaisia välineitä kisailuissa oli käytössä. Näin ne eivät myöskään olleet asiakkaiden tiellä puistossa.

Tehtäväpaikat valmistelin tapahtumapäivän aamuna niin pitkälle kuin mahdollista. Rasteja ei kuitenkaan voinut valmistella loppuun saakka ennen kyseisen kisailun alkua, koska esimerkiksi polkuautoradan piti olla käytössä normaalisti koko päivän ajan paitsi silloin, kun se oli kisailukäytössä. Kannoin esteet siis polkuautoradalle vasta juuri ennen kisailun alkua. Olin huomionnut kaikkien lajien aloitusajoissa sen, että minulla kestää tietty aika rakentaa kyseinen piste ja olin ottanut etukäteen aikaa, kauanko niiden rakentamiseen suunnilleen kului aikaa. Yritin aikataulutuksessa sen lisäksi ottaa huomioon kauanko mikäkin kisailu kestää, jotta ehdin valmistella myös seuraavan rastin ja laskea välissä kisailijoiden pisteitä.

8 Pohdinta

Tässä luvussa arvioin tapahtuman onnistumista ja mietin kehitysideoita seuraavaa tapahtumaa ajatellen. Olen ottanut oman arvioinnin tueksi huomioon myös paikalla olleiden asiakkaiden mielipiteitä. Tapahtuman arvioinnin lisäksi, pohdin myös opinnäytetyöni onnistumista kokonaisuutena. Omaa oppimisprosessiani arvioin kompetenssien avulla.

8.1 Tapahtuman onnistumisen arviointi ja kehitysideat

Arvioin tapahtuman onnistumista osallistujamäärän ja osallistujien mielipiteiden perusteella. Lisäksi aistin yleistä tunnelmaa asiakkaiden keskuudessa tapahtumapäivänä. Käyn myös läpi itse kokemiani asioita tapahtumassa ja sen toteuttamisessa.

Tarkoituksena opinnäytetyössäni oli järjestää Oulun SuperParkin asiakkaille puistossa koko perheen liikunnalliset pikkujoulut, joihin kaikki toimintakykyiset henkilöt pystyivät osallistumaan. Tavoitteena oli parantaa tai vähintään ylläpitää osallistujien motorisia perustaitoja, sekä lisätä SuperParkin suosiota eri ikäisten asiakkaiden keskuudessa.

Pikkujoulujen tarkoitus pysyi samana koko prosessin ajan ja vastasi toteutusta. Yhtenä tavoitteenani oli kehittää tai ylläpitää osallistujien motorisia perustaitoja, mutta siihen en saanut vastausta, onnistuinko siinä. En keksinyt mitään mittaria, millä olisin voinut mitata kehittymistä, koska en tiennyt osallistujien lähtötasoa. Luultavasti kehitystä ei juurikaan ehtinyt tapahtua, koska yhdessä lajissa toistoja oli vain muutama. Mutta ainakin onnistuin palauttamaan ihmisten mieliin motoristen perustaitojen eri muotoja ja antamaan vinkkejä, millaisilla harjoitteilla niitä pystyy kehittämään. Tavoitteiden tulisi kuitenkin olla sellaisia, että niiden toteutumista voitaisiin mitata jollakin mittarilla (Vallo & Häyrinen 2016, 132), joten tämän tavoitteen asettamisessa koen epäonnistuneeni. Myöskään sitä en pystynyt mittaamaan, kasvoiko SuperParkin suosio eri ikäisten asiakkaiden keskuudessa, mutta kaikki haastattelemanani henkilöt aikoivat tulla uudestaan SuperParkiin, joten asiakaskunta joko kasvoi tai säilyi ennallaan.

Etsin vastauksia seuraaviin kysymyksiin. 1. Miten järjestetään onnistunut asiakastapahtuma? 2. Mitä kaikkea pitää ottaa huomioon tapahtumaa järjestettäessä? 3. Millaisesta ohjelmasta mahdolliset asiakkaat saattaisivat pitää? 4. Miten tapahtumaa kannattaa markkinoida? 5. Miten ihmisten motorisia perustaitoja pystyy kehittämään?

1. Tapahtuman järjestäminen on kokonaisuudessaan laaja aihe. On paljon asioita, joita täytyy ottaa huomioon järjestämisen eri vaiheissa. (Etelä-Pohjanmaan Liitto n.d.) Monille ihmisille on tärkeää, että he kokevat tapahtumassa jonkin elämyksen, joten sellaisia kannattaa yrittää järjestää (Vallo & Häyrinen 2016, 139). Tapahtuman onnistuminen on todennäköisempää, mitä huolellisemmin suunnitteluvaihe on toteutettu (Vallo & Häyrinen 2016, 191). Tapahtuman sisältö määräytyy tavoitteiden mukaan (Catani 2017), minkä takia on tärkeää selvittää tavoitteet ja tarkoitukset heti projektin alussa (Ali-Knight ym. 2011). Ideoinnissa kannattaa olla apuna useampia ihmisiä, jotta saadaan koottua yhteen enemmän ideoita, eivätkä ideat rajoitu vain yhden ihmisen näkökulmiin. Mitä enemmän ideoita, sitä paremmin pystytään yhdistelemään eri asioita ja löytämään jokaiseen tapahtumaan juuri ne sopivat elementit. (Korhonen ym. 2015, 12.) Toteutusvaiheessa on tärkeää, että jokainen työntekijä on sisäistänyt roolinsa tapahtumassa ja ymmärtää vastuunsa. Pienenkin virheen takia koko tapahtuma voi epäonnistua ainakin osittain, joten tapahtuman onnistuminen edellyttää saumatonta yhteistyötä tapahtumassa työskenteleviltä henkilöiltä. (Vallo & Häyrinen 2016, 198-220.)
2. Esimerkiksi turvallisuusjärjestelyt, lupa-asiat ja ilmoitukset on hoidettava hyvissä ajoin ennen tapahtumaa, jotta kaikki asiat ovat varmasti kunnossa itse h-hetkellä (Etelä-Pohjanmaan Liitto n.d.). Kaikki tapahtumat sisältävät riskejä, eikä niitä voida kokonaan ennaltaehkäistä, mutta todennäköisimpiin riskeihin kannattaa varautua etukäteen. Mikäli tapahtuma toteutetaan jo valmiiksi olemassa olevalle yritykselle, on tapahtuman sovittava yrityksen brändiin ollakseen uskottava. (Korhonen ym. 2015, 7-9.) Tapahtumilla on yleensä jokin tietty budjetti, joten ideointivaihe alkaa sillä, että selvitetään, paljonko rahaa on käytettävissä (Korhonen ym. 2015, 12). Suunnitteluvaiheessa tulee ottaa huomioon myös resurssit sekä henkilöstön, että materiaalien osalta (Korhonen ym. 2015, 11). Kohderyhmä on tunnettava hyvin, jotta voidaan järjestää ohjelmaa juuri heille sopivaksi (Vallo & Häyrinen 2016, 147).

3. SuperPark on koko perheen sisäaktiiviteettipuisto (SuperPark 2018), joten arvelin kohderyhmän pitävän liikunnallisesta ohjelmasta, jossa voisi toimia yhdessä koko perheen voimin.
4. Markkinointiviestinnän keinot valitaan kyseisen tapahtuman kohderyhmän ja tavoitteiden mukaan sopiviksi (Vallo & Häyrinen 2016, 69-71). Markkinoinnissa tärkeimpiä asioita ovat houkuttelu, informaation jakaminen sekä aktiivinen keskustelu vieraiden kanssa. Informaatiota tapahtumasta on tärkeä jakaa riittävästi ja ymmärrettävästi. (Catani 2017.) Koska sosiaalinen media on noussut ihmisten suosioon viimeisten vuosien aikana, kannattaa sitä hyödyntää melkein kaikissa tapahtumissa, mutta valita tarkasti kanavat, joita kannattaa käyttää markkinoinnissa. Päivityksissä kannattaa käyttää tiettyjä tapahtumalle suunnattuja hashtagia, jotta ihmiset voivat jatkaa niiden käyttämistä omilla päivityksissään ja näin ollen auttaa tapahtuman markkinoinnissa. (Vallo & Häyrinen 2016, 102-105.)
5. Motorisia perustaitoja kehittäviä harjoitteita kannattaa harjoitella erilaisissa ympäristöissä, jotta liikkuminen onnistuu haastavammassakin maastoissa. Myös eri välineiden käyttöä kannattaa harjoittaa, sillä niiden paino, muoto ja koko ovat myös erilaisia ärsykeitä lapsen toiminnassa. (Nuori Suomi ry n.d.) Lapsen onnistuessa, häntä kannattaa kehua, jotta hän jaksaa harjoitella jatkossakin ahkerasti ja saa motivaatiota taitojen harjoittamiseen. Epäonnistumisten kohdalla vastaavasti kannustaminen auttaa jaksamaan yrittämistä. (Neuvokas perhe n.d.)

Kisailuihin osallistui yhteensä 35 henkilöä, joista neljä kilpailivat vanhempilapsi -pareina ja loput yksilöinä. Osa kisailijoista osallistui kaikkiin lajeihin, kun taas jotkut osallistuivat vain joihinkin lajeihin. Puistossa oli kyseisenä päivänä myös henkilöitä, jotka eivät halunneet osallistua aktiviteetteihin, vaan olivat muuten vain viettämässä päivää puistossa.

Noin puolet lajeihin osallistuneista eivät olleet tulleet puistoon tapahtuman takia, mutta loput olivat tulleet puistoon nimenomaan tapahtuman takia juuri kyseisenä päivänä. Muutama osallistuja oli SuperParkin kausikortin omaava henkilö, mutta suurin osa oli ostanut normaalin päivälipun puistoon. Lajeihin osallistui tasaisesti molempia sukupuolia, mutta perheitä osallistui vain kolme kappaletta, mikä oli harmi, sillä kisailut oli suunniteltu ajatellen kaiken ikäisiä henkilöitä.

Yleinen ilmapiiri tapahtumassa oli positiivinen ja kisailut tapahtuivat hyvässä hengessä, vaikkakin henkilöitä, jotka eivät pärjänneet lajeissa, harmitti. Heidän, ketkä eivät pärjänneet lajeissa, mielestään lajit olivat ”epäreiluja”. Tämä kuitenkin johtui vain siitä, että heidän suorituksensa eivät onnistuneet toivotulla tavalla tai he eivät olleet kuunnelleet kunnolla ohjeiden antoa. Omasta mielestäni ohjeiden annoissa ei ollut epäselvyyksiä ja kilpailijoilla oli mahdollisuus kysyä, mikäli he eivät ymmärtäneet jotakin asiaa. Suurin osa kilpailijoista kuitenkin ymmärsi jokaisen lajin säännöt, mikä puolustaa näkemystäni siitä, että ohjeistus oli selkeää.

Esimerkkinä ”epäreilusta” kisasta on poroesterata, jossa kerroin ennen kilpailun alkamista useampaan otteeseen, että tarkoituksena on suorittaa rata mahdollisimman lähelle minuutin aikaa. Ensimmäinen kisailija kuitenkin juoksi täysiä radan läpi, vaikka juuri ennen hänen lähtöään olin vielä muistuttanut asiasta. Tästä syntyi hieman mielipahaa, mutta kyseinen henkilö oli kuitenkin unohtanut asian jo ennen seuraavaa kisailulajia ja oli siinä mukana hyvällä asenteella.

Pohdin itse kesken päivän, sopiko kilpailulajit varmasti nuorimmillekin kilpailijoille, mutta onneksi sain päivän päätteeksi vastauksen pohdintaani, kun nuorin osallistuja ja hänen äitinsä tulivat juttelemaan kanssani. Tarkkaa lapsen ikää en selvittänyt, mutta hän oli selvästi alle kouluikäinen. Lasta oli jännittänyt kovasti osallistuminen, mutta äidin ollessa tukena kisoissa, hän oli uskaltanut mukaan. He olivat puistoonkin tulleet juuri tapahtuman takia kyseisenä päivänä. Lapsi oli tykännyt lajeista ja saanut kokea onnistumisen riemuja yhdessä äitinsä kanssa. Lajit olivat kuulemma olleet äidin mielestä lapselle sopivia, mutta myös hänelle itselleen mukavia. Huomasin itsekin päivän aikana lapsen reipastuneen, mikä antoi itselleni hyvän mielen siitä, että ainakin jossain asiassa olin onnistunut. Lähtiessään kotiin sekä lapsi, että äiti kiittelivät minua tapahtumasta.

Jälkimarkkinoinnissa palautetta voidaan kerätä monella eri tavalla esimerkiksi kyselylomakkeen avulla tai haastattelemalla (Vallo & Häyrinen 2016, 220-221). Pohdin pitkään sitä, olisinko tehnyt osallistujille erilliset kyselylomakkeet, joiden avulla olisin arvioinut tapahtuman onnistumista, mutta tulin siihen tulokseen, että en olisi välttämättä saanut totuudenmukaisia vastauksia. Epäilin, että niiden henkilöiden kohdalla, jotka eivät pärjänneet lajeissa, omasta mielestään huono kisamenestys olisi saattanut vaikuttaa palautteen antamiseen, vaikka he olisivatkin muuten pitäneet tapahtumasta. Koin, että lomakkeen avulla en olisi välttämättä saanut luotettavampia vastauksia, kuin suullisen haastattelun avulla.

Ihan kaikilta osallistujilta en kysellyt mielipiteitä päivästä, mutta yleisesti aistimani tunnelma oli positiivinen ja ihmiset tuntuivat viihtyvän. Osallistujat, joilta kyselin mielipiteitä, pitivät lajeista ja heidän mielestään oli kiva, että oli erilaisia lajeja, kuin millaisia kisat yleensä SuperParkissa ovat. Asiakkaiden mielestä oli kivaa, että useissa lajeissa kaikilla oli mahdollisuus pärjätä kunto- ja taitotasoon katsomatta. Tämä oli itselläni tavoitteena lajeja miettiessäni, joten koen onnistuneeni niiden suunnittelussa. Ainoat negatiiviset palautteet liittyivät aiemmin mainitsemaani ”epäreiluuteen”, joka ei kuitenkaan mielestäni sana vastannut todellista tilannetta.

Osallistujamäärä oli aika vähäinen, mutta toisaalta, mikäli osallistujia olisi ollut paljon enemmän, en olisi yksin pystynyt huolehtimaan tapahtuman kulusta, vaan olisin tarvinnut apuvoimia, jotta aikataulussa olisi pysytty. Nyt siis aikataulussa pysyttiin hyvin, eikä kisailijoissa ollut havaittavissa tuskastumista liian pitkästä oman vuoron odottelusta.

Tapahtumissa tarkoituksena on saada pidettyä asiakkaat koko ajan kiinnostuneina, muttei liian kiireisinä. (Korhonen ym. 2015, 11.) Aikatauluttamisessa onnistuin siis mielestäni hyvin, sillä lajien välissä ei ollut liikaa aikaa, mutta siinä välissä ehti kuitenkin tehdä muita asioita. Olin arvioinut etukäteen oikein, kauanko lajeissa mahdollisesti kului aikaa, joten ehdin jokaisessa välissä aina hyvin rakentaa seuraavan tehtäväpaikan valmiiksi ilman paniikkia. Etukäteen luulin, että minulle tulisi kauhea kiire aina yksin saada kisailupaikat valmiiksi, mutta niin ei onneksi ollutkaan.

Markkinoinnissa tärkeimpiä asioita ovat houkuttelu, informaation jakaminen sekä aktiivinen keskustelu vieraiden kanssa (Catani 2017). Markkinointi aloitettiin sekä omasta, että konsernin puolesta todella myöhään, mikä saattoi osaltaan johtaa vähäiseen osallistujamäärään. Olin kuitenkin yllättynyt siitä, kuinka paljon osallistujia lopulta tuli kisaillemaan. Jatkossa tapahtumia järjestäessäni aion huolehtia siitä, että markkinointi aloitetaan hyvissä ajoin ennen tapahtumaa, jotta mahdollisimman monella ihmisellä on mahdollisuus osallistua siihen. Markkinoinnissa informaation jakaminen oli hyvällä tasolla ja esitettyihin kysymyksiin vastattiin lyhyellä viiveellä.

Onnistuin kekseliäisyyden avulla lohtimaan tapahtumasta jouluisen. Vaikka joulukoris-teita oli tilaan suhteutettuna aika vähän, jokaisessa kisailulajissa oli onnistuttu luomaan jouluisen teema kisailun ympärille. Halusin kisailujen nimien olevan jouluiset ja lajeja kuvaavat, mutta ei liian ilmiselvät, jottei kisailuja varten pystynyt treenaamaan juuri oikean-

laista suoritusta. Kisailujen nimet paljastettiin jo markkinointivaiheessa, joten aikaa treenaamiseen olisi ollut, mikäli olisi tarkasti tiennyt kisailujen ohjeistuksen, joten nyt lajit olivat kokonaisuudessaan yllätys kaikille. Myös lajeissa käytettävät rekvisiitat olivat mielestäni kivan jouluiset, kun esimerkiksi lahjoja heitettiin joulusäkkeihin eikä pelkästään ämpäreihin.

Mielestäni tapahtuma oli kokonaisuutena onnistunut ja saman tyyppinen tapahtuma kannattaisi järjestää uudelleenkin. Parannuksena aloittaisin markkinoinnin hyvissä ajoin ennen tapahtumaa ja täten lisäisin myös tapahtuman vetäjien määrää ainakin yhdellä henkilöllä, jotta mahdollinen osallistujamäärän kasvaminen voitaisiin hallita. Jokainen aktiviteetti toimi mielestäni moitteettomasti, joten niitä voisi hyödyntää sellaisenaan muissa tapahtumissa. Toki täysin samanlaisen kokonaisuuden järjestäminen samassa paikassa ei olisi kannattavaa, vaan siihen kannattaisi keksiä hieman uusia juttuja. Osallistujamäärän kasvaessa olisi hyvä olla myös useampi suorituspaikka, jotta oman vuoron odotusaika ei kasvaisi liian suureksi, vaan jokainen laji saataisiin vietyä jouhevasti läpi.

8.2 Opinnäytetyön onnistumisen arviointi

Haasteita opinnäytetyössäni oli aiheen rajaaminen, koska tapahtuman järjestäminen on niin laaja aihe. Oli vaikeaa valita olennaisimmat teoriat toteutuksen kannalta, mitä avaisin enemmän. Samoin jouduin rajaamaan myös sitä, mitä kirjoitin raporttiin tapahtuman varsinaisesta toteutuksesta, sillä mikäli kaiken olisi kirjoittanut, raportti olisi venynyt todella pitkäksi. Myös kuvia olisi voinut lisätä joka asiasta havainnollistamaan, mutta yritin valita vain kaikista olennaisimmat kuvat. Lisäksi itse tapahtumasta en ehtinyt harmikseni juuri-kaan ottamaan kuvia ja videoita, koska minulla oli koko ajan kiire aktiviteetteja järjestäessä ja varmistaessa, että kaikki sujui niin kuin pitikin.

Kaikista haastavinta oli kirjoitusprosessissa teorian etsiminen ja kirjoittaminen montaa eri lähdettä käyttäen. Vaikka monessa eri lähteessä luki samoja asioita, oli haastavaa muokata tekstejä omaan suuhun sopivaksi siten, että niiden merkitys kuitenkin säilyi samana. Alkuun päästyä homma alkoi kuitenkin rullata paremmin. Aikataulu raportin kirjoittamisessa venyi todella pitkäksi, sillä keksin koko ajan lisää viilattavaa sen suhteen.

8.3 Luotettavuus ja eettisyys

Opinnäytetyön eettisyyttä voidaan pohtia jo aiheen valinnan yhteydessä. Mikäli opinnäytetyöstä saadaan jotain hyötyä ja se on merkityksellinen, on aihe silloin valittu eettisesti oikein. (Kajaanin ammattikorkeakoulu n.d.) Aiheeni on eettisesti valittu, sillä se oli merkityksellinen, sekä yritykselle, että tapahtumaan osallistuneille henkilöille. Aiheesta keskusteltiin ohjaavan opettajani ja toimeksiantajani edustajan kanssa, ja kaikki olivat sitä mieltä, että opinnäytetyön aihe oli erinomainen. Opinnäytetyöhön osallistuvilla henkilöillä on mahdollistettava identiteettisuoja, sekä luottamuksellisuus kerättyjä tietoja koskien (Kajaanin ammattikorkeakoulu n.d.). Pikkujouluihin osallistuneilla henkilöillä oli identiteettisuoja, sillä en kerännyt heiltä mitään tietoja itsestään. Kirjasin itselleni ylös vain osallistujamäärän, henkilöiden sukupuolen, oliko henkilöillä kausikorttia ja sen, osallistuivatko he yksin vai vanhemman kanssa. Tulosten raportoinnissa on eettisistä näkökulmista katsottuna oltava rehellinen ja tarkka (Kajaanin ammattikorkeakoulu n.d.). Pystyin myös tällä saralla toimimaan eettisesti, sillä kaikki ilmoittamani tulokset ovat totta.

Eettisyyteen kuuluu osaksi myös luotettavuus (Kajaanin ammattikorkeakoulu n.d.). Opinnäytetyöni on luotettava, sillä olen kertonut tapahtumasta vain faktoja ja kaikki teoriatausta on perustettu hankkimalleni tiedolle. Teorioissa olen maininnut, mistä ne ovat peräisin. Joistain aiheista oli saatavissa vain muutaman vuoden takaisia aineistoja, joten mietin, olivatko ne vielä päteviä tänä päivänä. Tapahtuman järjestäminen kuitenkin kehittyi koko ajan hurjaa vauhtia. Uskon kuitenkin, että onnistuin valitsemaan sellaisia aineistoja, jotka olivat luotettavia vielä muutaman vuoden jälkeenkin.

8.4 Ammatillisen osaamisen kehittyminen

Yleisiä kompetensseja eli työelämävalmiuksia ovat oppimisen taidot, eettinen osaaminen, työyhteisöosaaminen, innovaatio-osaaminen, sekä kansainvälistymisosaaminen (Kajaanin ammattikorkeakoulu n.d.). Koen prosessin aikana kehittyneeni eettisessä osaamisessa, sillä kykenin ottamaan vastuuta omista teoista ja niiden seurauksista. Lisäksi kehityin työyhteisöosaamisessa, koska kykenin toimimaan itsenäisesti ja johtamaan projektia. Myös innovaatio-osaaminen kehittyi, sillä työskentelin projektissa vastuullisessa roolissa.

Matkailun koulutusohjelman kompetensseja ovat palvelukulttuuriosaaminen, palvelujärjestelmäosaaminen, palvelujohtamisosaaminen, liiketoimintaosaaminen, sekä matkailupalvelujen palveluympäristöosaaminen (Kajaanin ammattikorkeakoulu n.d.). Koen kehittyneeni palvelukulttuuriosaamisessa, koska opin kehittämään turvallisia ja terveellisiä palveluja edistämään asiakkaiden hyvinvointia. Lisäksi kehityin palvelujärjestelmäosaamisessa suunnittelemalla, tuottamalla ja kehittämällä palvelun toimintaympäristön vaatimusten pohjalta.

Koen, että opinnäytetyön ansiosta ammatillinen osaamiseni kehittyi, sillä järjestin itse alusta loppuun tapahtuman. Vaikka opintojen aikana olen järjestänyt muutamia tapahtumia, oli minulla tässä projektissa isompi vastuu kuin koskaan aikaisemmin. Nyt minulla ei ollut käytössäni projektiryhmää, vaan kehitin tapahtuman ja vastasin kaikesta siihen liittyvistä asioista itse.

Projektin toteuttaminen yksin oli vapauttavaa, sillä sain suunnitella kaiken itse, eikä tarvinnut kuunnella muiden mielipiteitä, jos en niitä halunnut kuunnella. Toisaalta työmäärä oli aika suuri, koska jouduin yksin pitelemään kaikkia lankoja käsissäni, eikä ympärillä ollut totuttua projektiryhmän tukea. Paineensietokykyneeni kasvoi projektin myötä. Koen myös luovutteni kehittyneen, sillä kerrankin annoin kaikille hulluimmillekin ideoille mahdollisuuden ideoidessani kisailulajeja. Ideoinnin lisäksi luovutteni kasvoi kehitellessäni tapoja, miten jouluisia teemaa saisi näkyviin tapahtumassa mahdollisimman paljon.

Koen, että aiemmin koulussa oppimistani asioista oli hyötyä tapahtuman järjestämisessä, sillä tiesin jo ennen teorian tietojen hankkimista suhteellisen paljon koko prosessin läpi vie misestä. Eniten uutta teorian tietoa sain perheliikunnasta ja motorisista perustaidoista, koska niihin liittyvää teoriaa emme olleet koulussa käsitelleet käymilläni kursseilla.

Uskoisin tarvitsevani tapahtuman järjestämisen työkaluja myös myöhemmin työurani aikana, joten koen tämän opinnäytetyön olleen merkityksellinen ja silmiä avaava projekti minulle. Asiakaspalvelu-, sekä ongelmanratkaisutaitoni kehittyivät entisestään, sillä tapahtuman aikana täytyi osata reagoida ja vaikuttaa nopeasti muuttuviin tilanteisiin. Opin myös ohjeistamaan ihmisiä paremmin, koska jouduin tarkasti miettimään, miten kerron kisailujen säännöt siten, että kaikki osallistujat varmasti ymmärtäisivät ne. Voisin jatkosakin olla mukana järjestämässä erilaisia tapahtumia, koska prosessi oli kokonaisuutena mielenkiintoinen.

Lähteet

- Ali-Knight, J., Drummond, S., McMahon-Beattie, U., Robertson, M., & Yeoman, I. (2011). Festival and events management. Saatavilla 14.10.2019 <https://kamezproxy01.kamk.fi:2252/lib/kajaani-ebooks/reader.action?docID=294126>
- Catani, J. (2017). *Onnistunut yritystapahtuma*. Saatavilla 15.8.2019 <https://kamk.finna.fi/Record/kajakki.51525>
- Etelä-Pohjanmaan Liitto. (N.d.). Tapahtumajärjestäjän opas. Saatavilla 3.4.2019 https://www.epliitto.fi/images/C_57_Tapahtumajarjestajan_opas.pdf
- Fimnet. (N.d.). Aihetunniste eli hashtag. Saatavilla 23.7.2019 <https://www.fimnet.fi/kaytto-ohjeet/aihetunniste-eli-hashtag/>
- Finder. (N.d.). Superpark Oulu. Saatavilla 14.11.2018 <https://www.finder.fi/Huvipuistot+seikkailupuistot/Superpark+Oulu/Oulu/yhteystiedot/2864832>
- Hakkarainen, H., Jaakkola, T., Kalaja, S., Lämsä, J., Nikander, A., & Riski, J. (2009). *Lasten ja nuorten urheiluvalmennuksen perusteet*. Lahti: VK-Kustannus
- Kajaanin ammattikorkeakoulu. (N.d.). Restonomikoulutus. Saatavilla 5.2.2020 <https://www.kamk.fi/loader.aspx?id=991ef087-7a7a-46af-8a9d-c0c67d96b6cd>
- Kajaanin ammattikorkeakoulu. (N.d.). Opinnäytetyön eettiset suositukset. Saatavilla 5.2.2020 <https://www.kamk.fi/fi/opari/Opinnaytetyopakki/Opinnaytetyoprosessi/SoTeLi/Opinnaytetyoprosessi/Eettiset-suositukset>
- Kajaanin ammattikorkeakoulu. (N.d.). Yleiset työelämävalmiudet eli kompetenssit. Saatavilla 5.2.2020 <https://www.kamk.fi/loader.aspx?id=991ef087-7a7a-46af-8a9d-c0c67d96b6cd>
- Korhonen, H., Korkalainen, K., Pienimäki, T., & Rintala, S. (2015). *Tapahtumajärjestäjän opas*. Saatavilla 8.11.2018 <https://www.finna.fi/Record/laurus.87568>
- Lapin AMK. (2019). Opinnäytetyön toteuttaminen. Saatavilla 11.4.2019 <https://www.lapinamk.fi/fi/Opiskelijalle/Opinto-opas,-AMK-tutkinto/Opinnaytetyoohje/Opinnaytetyon-toteuttaminen>

- Motoriikan haasteet ja ideat niiden ratkaisemiseksi: 1 tiedosta - 2 tunnista - 3 tue.* (2017). Helsinki: [Innostun liikkumaan]. Saatavilla 10.11.2018 <https://www.finna.fi/Record/joel.71667>
- Muotoilupakki. (N.d.). Ideariihi. Saatavilla 23.7.2019 <https://muotoilupakki.fi/menetelmat/ideariihi/>
- Neuvokas perhe. (N.d.). Lapsen motoristen taitojen vahvistaminen. Saatavilla 14.11.2018 <https://neuvokasperhe.fi/liikunta/lapsen-motoristen-taitojen-vahvistaminen>
- Nuori Suomi ry. (N.d.). Suunnittelen liikuntaa. Saatavilla 26.9.2019 http://www.suunnittelenliikuntaa.fi/NuoriSuomi/Evaita_ohjaamiseen/salibandy/Kokonaisvaltainen+kehittyminen/Kokonaisvaltainen+kehittyminen.htm
- Onnistu yrittäjänä. (N.d.). Nosta yrityksesi seuraavalle tasolle SWOT- analyysillä. Saatavilla 23.7.2019 <https://www.onnistuyrittajana.fi/nosta-yrityksesi-seuraavalle-tasolle-swot-analyysilla>
- Opetus- ja kulttuuriministeriö. (2016). Iloa, leikkiä ja yhdessä tekemistä. Saatavilla 24.9.2019 <http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/75405/OKM21.pdf>
- SuperPark. (2018). Saatavilla 12.11.2018 <https://superpark.fi/>
- SuperPark Oulu. (2018). Saatavilla 14.11.2018 <https://superpark.fi/park/oulu/>
- SuperPark United. (2019). Saatavilla 9.4.2019 <https://www.superparkunited.com/>
- Terve Urheilija. (N.d.). Urheilun perustaidot. Saatavilla 13.11.2018 <http://www.terveurheilija.fi/kymppiympyra/monipuolinenliikuntajaurheilu/viikottaisenharjoittelunsisallot/urheilunperustaidot>
- Tevere. (N.d.). Käsite- ja miellekartat (mind map). Saatavilla 23.7.2019 <https://tevere.fi/menetelmat/kasite-ja-miellekartat-mind-map/>
- Tuomi, J. (2009). Moto-taituriksi. Saatavilla 21.2.2019 https://www.mielenterveysseura.fi/sites/default/files/materials_files/moto_taituri_opas.pdf
- Vallo, H. & Häyrinen, E. (2016). *Tapahtuma on tilaisuus: Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen*. Helsinki: Tietosanoma Oy.